



Анализ рентабельности рекламных каналов

Полезные ссылки

- Dashboard “*Attribution — Traffic & Marketing*”

<https://540cbc8a.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/p/JoJ5pW0INA2/>

Слайд 1: Введение

Где мы зарабатываем, а где теряем?

Проанализированы данные по 76 рекламным и органическим источникам за период.

Включены ключевые метрики:

Визиты - Лиды - Покупки - Затраты - Доход - ROI

 Цель анализа:

- Оценить эффективность каналов привлечения
- Понять, какие источники приносят прибыль
- Проверить гипотезу:

Реклама → рост узнаваемости → рост органического трафика

 <https://540cbc8a.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/p/k50X4Kalg2r/>

Слайд 2: Общие показатели (KPI)

ПОКАЗАТЕЛЬ	ЗНАЧЕНИЕ
Всего лидов	493
Всего покупок	79
Общие затраты	0,201
Общий доход	6,17
ROI	2969,65%
CAC (стоимость лида)	408,1 ₽

✓ **Ключевой вывод:**

Реклама высокоэффективна — на каждые 100 ₽ вложений приходит 2 969,65 ₽ дохода

Слайд 3: Самые затратные каналы



Основные расходы по источникам:

- Yandex — 0,193 млн ₽ (96% от всех затрат)
- VK — 0,008 млн ₽ (4%)
- Telegram, органические, прямые — 0 ₽



Вывод:

Бюджет сосредоточен в Yandex.

Нужно проверить, оправдывает ли он такие вложения по сравнению с другими каналами.

Слайд 4: Где происходят продажи?



Топ каналов по доходу

- Yandex — 5,1 млн ₽
- VK — 1,02 млн ₽
- Telegram — 0,151 млн ₽

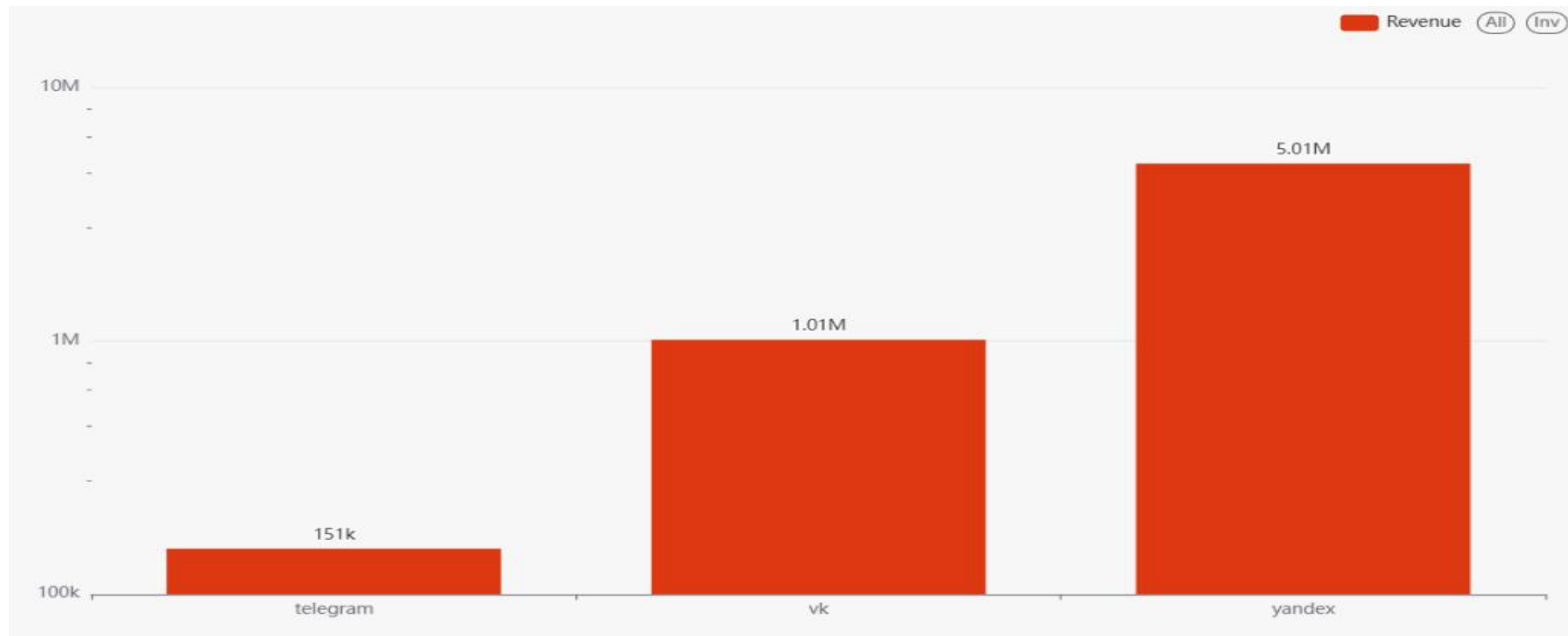


Вывод:

Yandex — лидер по объему продаж, но не единственный источник дохода



Продажи по каналам



Слайд 5: ROI по каналам



Окупаемость инвестиций (ROI)

ПОКАЗАТЕЛЬ	ЗНАЧЕНИЕ
Yandex	24.99
VK	120.69
Telegram	∞ (затраты = 0)

Что это значит? Yandex: на 1 ₽ вложений — 24,99 ₽ дохода

VK: на 1 ₽ вложений — 120,69 ₽ дохода — в 5 раз эффективнее!



Вывод:

VK — самый эффективный платный канал по ROI.

Слайд 6: Конверсия и САС по каналам

КАНАЛ	САС, Р	Конверсия (Лид - Покупка)
Yandex	501,07	17,1% (65 из 385)
VK	77,6	12,1% (13 из 107)
Telegram	0	100% (1 из 1)

Анализ:

Telegram — идеальная конверсия, нулевая стоимость → высокий потенциал роста

- VK — дешёвый клиент, высокий ROI
- Yandex — дорогой, но приносит объем

Вывод:

VK и Telegram — лучшие каналы по эффективности.

Yandex — основной, но требует оптимизации.

Слайд 7: Выводы и рекомендации

Реклама окупается — $ROI = 2969,65\%$

Yandex — основной источник дохода, но не самый эффективный

VK — лучший ROI и низкая стоимость лида

Telegram — бесплатный канал с высокой конверсией

Есть признаки органического роста, но нужна дополнительная аналитика

 **Рекомендации:**

Перераспределить бюджет: увеличить долю VK

Масштабировать Telegram как канал с нулевой стоимостью

Оптимизировать Yandex: улучшить конверсию, снизить CAC

Внедрить атрибуцию для измерения влияния рекламы на органический трафик