

ИТОГИ ПРОДЕЛАННОЙ РАБОТЫ



utm_source	utm_medium	utm_campaign	cpu	cpi	cpc	roi
vk	cpc	freemium-frontend	33	1.79k	15.8k	329
vk	cpc	prof-python	58	3.63k	29.1k	145
vk	cpc	prof-java	61	5.31k	66.4k	75
vkontakte	social	button-vk	N/A	0	0	N/A
vk.com	social	skolko-stoit-obuchenie-na-hekslete-dlya	N/A	0	0	N/A
vk.com	social	na-hekslete-poyavilas-novaya-professiya-v	N/A	0	0	N/A
vk-senler	cpc	freemium	N/A	N/A	0	N/A
vk-senler	cpc	dod-python-java	N/A	0	0	N/A
vk-senler	cpc	dod-professions	N/A	0	0	N/A
vk-senler	cpc	dod-php	N/A	0	0	N/A
vk	cpc	base-python	27	1.09k	39.3k	-77
vk	cpc	freemium-python	42	2.4k	64.7k	-98

Глядя на таблицу можем отметить некоторые просадки roi, как для vk-каналов, так и для yandex-каналов.

Следует отметить большие затраты на привлечение пользователей и непосредственно покупателей. Такие затраты не оправдывают себя. их стоит ограничить.

КАЧЕСТВО ТРАФИКА

utm_source	utm_medium	utm_campaign	cpu	cpi	cpc	roi
yandex	cpc	base-professions-retarget	23	667	2.67k	4.93k
yandex	cpc	dod-php	50	1.49k	5.96k	2.42k
yandex	cpc	base-frontend	52	1.04k	13.5k	563
yandex	cpc	freemium	52	3.16k	12.7k	423
yandex	cpc	base-python	102	3.74k	15k	354
yandex	cpc	prof-data-analytics	180	7.53k	52.7k	109
yandex	cpc	prof-professions-brand	95	6k	26k	98
yandex	cpc	dod-professions	123	5.78k	34.7k	9
yandex	cpc	prof-professions-retarget	45	2.07k	0	N/A
yandex	cpc	dod-qa	149	0	0	N/A
yandex	cpc	dod-python-java	167	9.06k	0	N/A
yandex	cpc	dod-java	19	727	0	N/A
yandex	cpc	dod-frontend	27	2.96k	0	N/A
yandex	cpc	prof-frontend	419	16.1k	98k	-10
yandex	cpc	prof-python	256	13.1k	114k	-23
yandex	cpc	prof-java	270	12.8k	156k	-54
yandex	cpc	base-java	108	5.67k	113k	-58

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНЫХ КАНАЛОВ

Прибыльными каналами оказались:

yandex/cpc/base-profession-retarget 4.93K

yandex/cpc/dod-php 2.42K

yandex/cpc/base-frontented 563

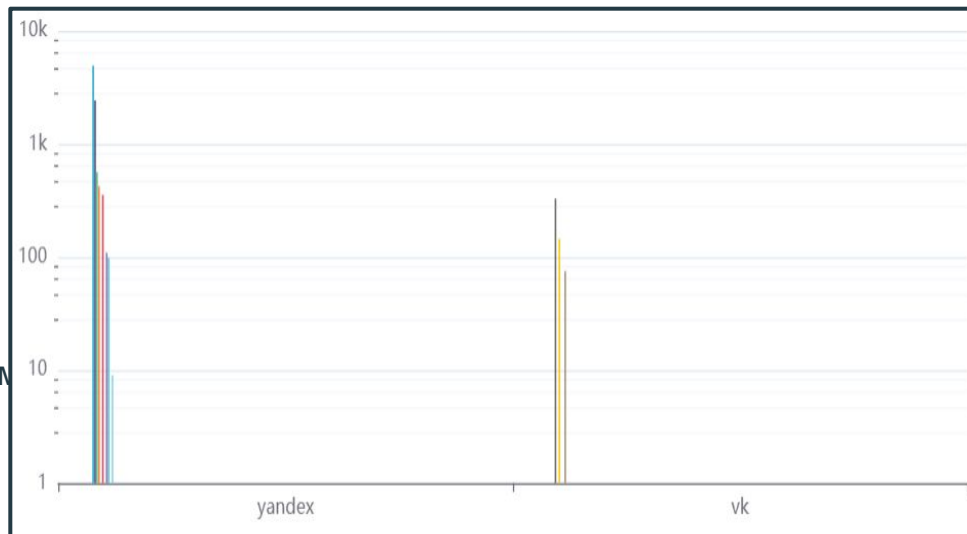
Они работают, поэтому их трогать не будем

Убыточные каналы Топ-3:

vk/cpc/freemium-python -98

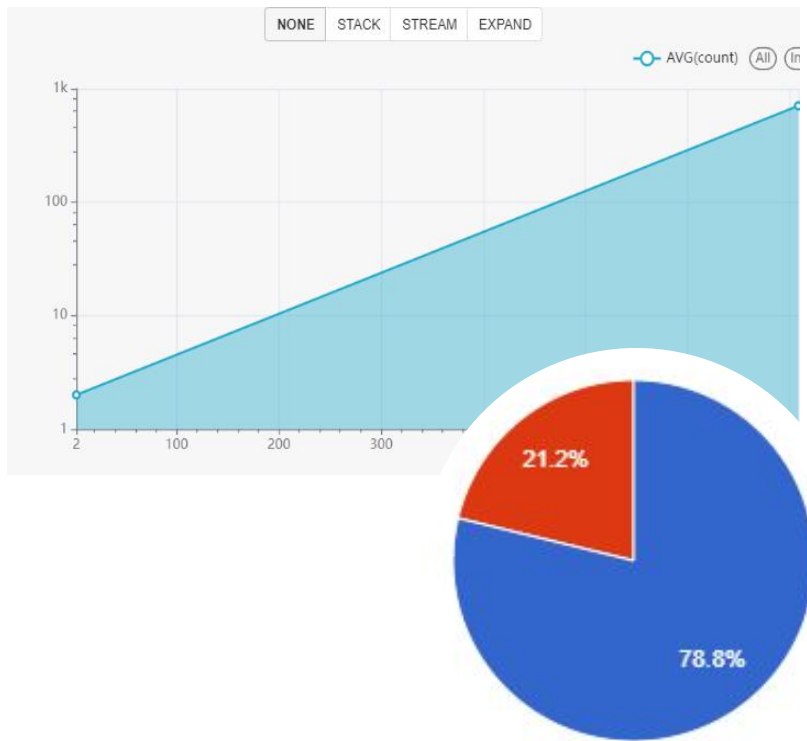
vk/cpc/base-python -77

yandex/cpc/base-java -58



Следовательно, делаем выводы, что либо стратегию работы с этими каналами надо улучшить,
либо отключить

их



КОРРЕЛЯЦИЯ

Замечена корреляция между запуском рекламной компании и ростом органики.

Более того, органика составляет 78,8% от всех посетителей нашего сайта

97

conversion to leads

КОНВЕРСИЯ

25

conversion to payment

Также надо обратить внимание на высокую конверсию в
лиды.

Похвально. А вот конверсию в покупателя надо подтянуть.

Совместными усилиями у нас всё получится!

Период с 01-06-2023 по 23-06-2023 было покрыто 90% лидов

Через 10 дней после начала компании, маркетинг
начинать анализ



ВРЕМЯ ДЕНЬГИ