

ИТОГИ ПРОДЕЛАННОЙ РАБОТЫ



ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНЫХ КАНАЛОВ

Прибыльными каналами оказались:

yandex/cpc/dod-frontend 371k

yandex/cpc/base-professions-retarget 1.07M

yandex/cpc/dod-php 3.51M

Они работают, поэтому их трогать не будем

Убыточные каналы Топ-3:

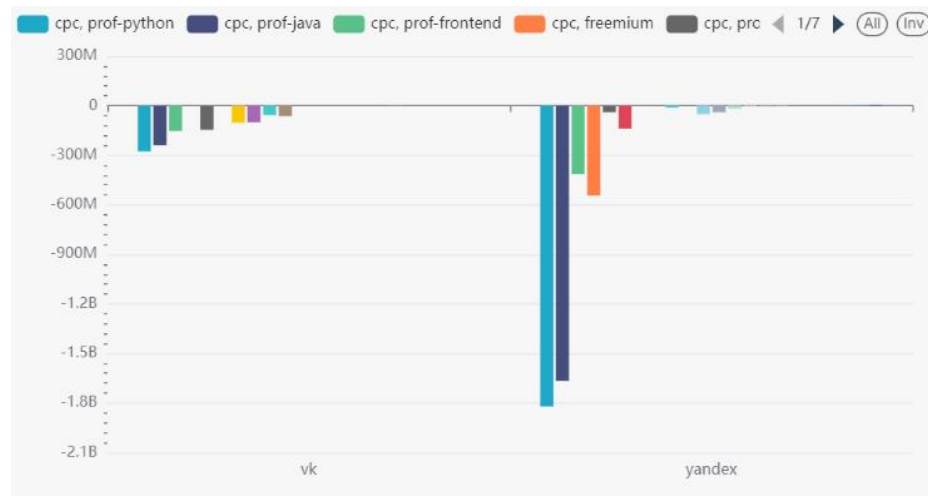
yandex/cpc/prof-python -1.82B

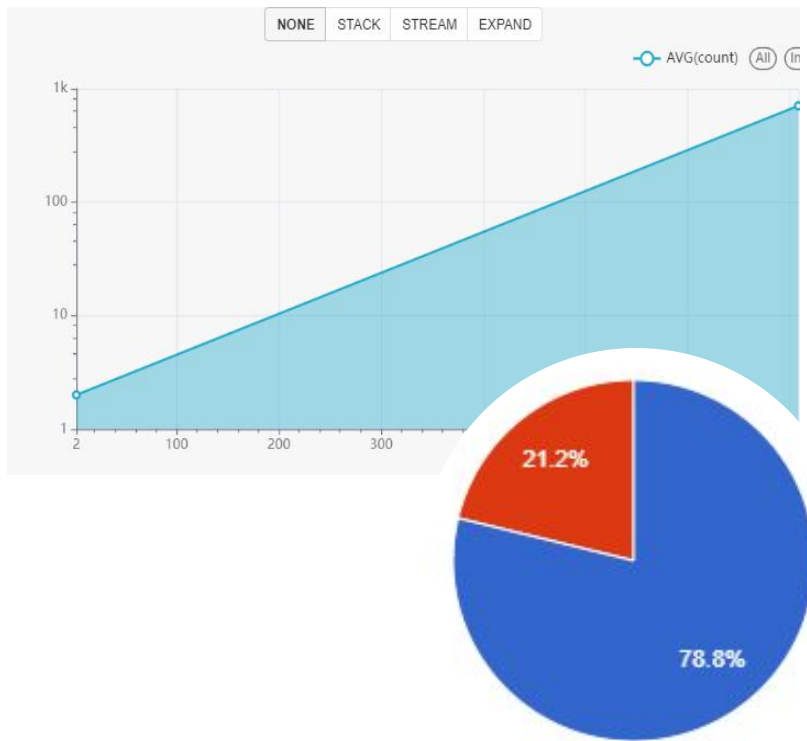
yandex/cpc/prof-java -1.67B

yandex/cpc/freemium -544M

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

0.5333

conversion to leads

КОНВЕРСИЯ

15.77

conversion to payment

Также надо обратить внимание на очень низкую конверсию из клика в лид. Всего 0,5%. Данный параметр стоит увеличить минимум в два раза.

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

Через 10 дней после начала компании, маркетинг
начинать анализ



ВРЕМЯ ДЕНЬГИ