

# Проект Онлайн- школа





## Витрина для модели атрибуции Last Paid Click

Из данной таблицы мы можем понять какое количество успешно закрытых лидов у нас есть, какая потрачена сумма на их реализацию и какая выручка.

Вывод: Судя по таблице, мы можем сделать вывод, что прибыль более чем в 200 раз превышает затраты.

visit_date	utm_source	utm_medium	utm_campaign	lead_id	created_at	amount	status_id
2023-06-01 03:41:00.000	vk	cpc	prof-java	50769366	2023-06-15 11:43:46.000	178800	142
2023-06-01 04:58:00.000	vk	cpc	freemium-frontend	48838540	2023-06-20 20:49:16.000	189210	142
2023-06-01 10:40:28.000	yandex	cpc	prof-frontend	26066151	2023-06-15 12:52:40.000	237990	142
2023-06-01 10:44:00.000	yandex	cpc	freemium	21579820	2023-06-19 15:28:22.000	188991	142
2023-06-01 11:34:00.000	yandex	cpc	base-python	73882489	2023-06-26 08:36:49.000	160920	142
2023-06-01 14:39:00.000	yandex	cpc	base-frontend	74450379	2023-06-30 14:36:31.000	201150	142
2023-06-01 14:57:00.000	yandex	cpc	prof-frontend	23169912	2023-06-14 06:13:44.000	180306	142
2023-06-01 16:43:00.000	yandex	cpc	dod-php	24703215	2023-06-03 14:40:56.000	150255	142
2023-06-01 19:39:00.000	yandex	cpc	prof-frontend	25327894	2023-06-11 21:57:08.000	167625	142
2023-06-20 15:15:04.701	telegram	cpp	base-java	20614407	2023-06-26 17:47:47.000	151192	142



## Расходы на рекламу по модели атрибуции

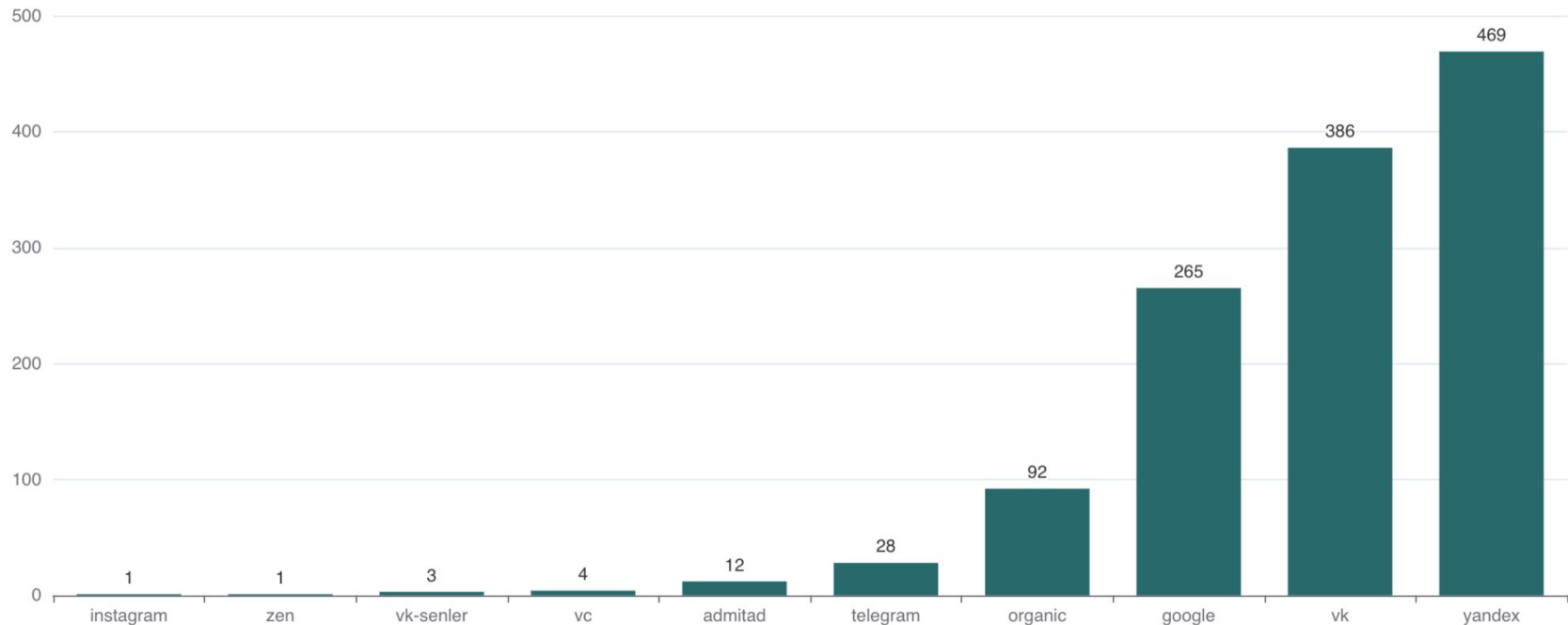
В таблице мы видим сумму, потраченную на лид или расчет расходов.

Вывод: 15 значений, которые мы видим на слайде четко говорят о том, что доходы в несколько раз превышают расходы, потраченные на рекламу.

visit_date	visitors_count	utm_source	utm_medium	utm_campaign	total_cost	leads_count	purchases_count	revenue
2023-06-01	103	yandex	cpc	freemium	21654	100	25	1654810
2023-06-01	13	yandex	cpc	prof-professions-brand	4818	13	3	154287
2023-06-01	14	yandex	cpc	prof-data-analytics	10086	14	2	220264
2023-06-01	31	yandex	cpc	base-python	12524	28	7	476021
2023-06-01	4	yandex	cpc	base-professions-retarget	151	4	1	134100
2023-06-01	4	yandex	cpc	dod-php	5964	4	1	150255
2023-06-01	40	yandex	cpc	base-frontend	18061	39	3	268515
2023-06-01	49	yandex	cpc	prof-java	29490	49	4	284590
2023-06-01	51	vk	cpc	prof-java	3115	23	2	232726
2023-06-01	62	yandex	cpc	prof-python	33026	61	7	613196
2023-06-01	71	vk	cpc	prof-python	2028	40	5	355564
2023-06-01	78	yandex	cpc	prof-frontend	57138	73	12	1057000
2023-06-01	80	vk	cpc	freemium-frontend	3160	43	5	338083
2023-06-07	3	vk	social	hexlet-blog	N/A	1	1	84000
2023-06-20	3	telegram	cpp	base-java	N/A	1	1	151192

**В графике отражено количество лидов, которые к нам приходят с разных рекламных площадок.**

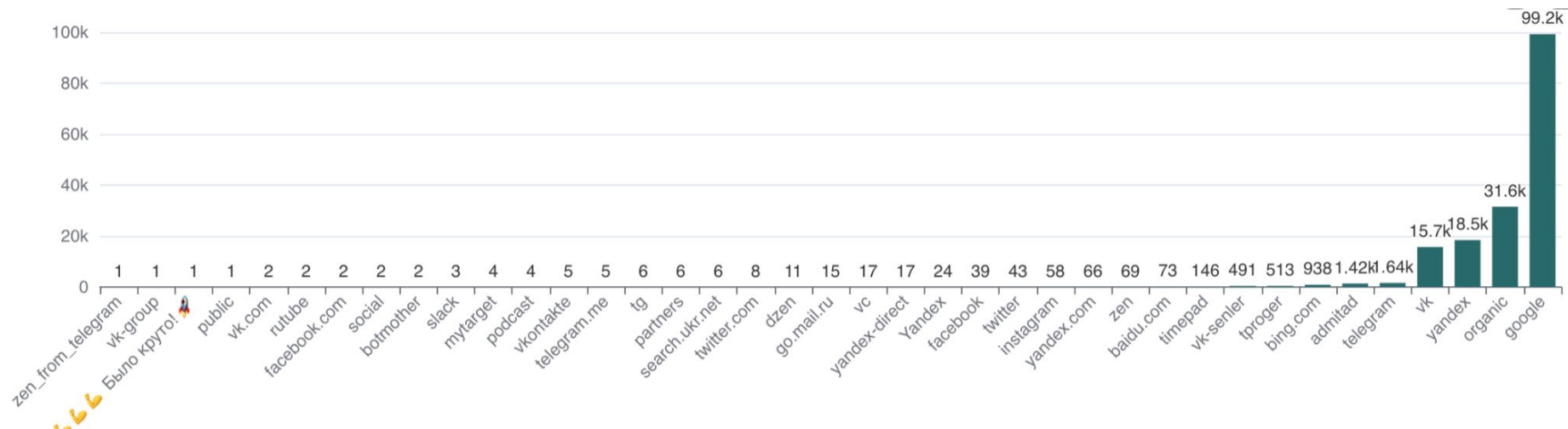
Вывод: из графиков мы видим, что большее количество лидов пришло к нам из Яндекс, ВКонтакте и Гугл, можем предложить отказаться от инстаграм и дзен, и вк-сенлер, как от самых неэффективных.



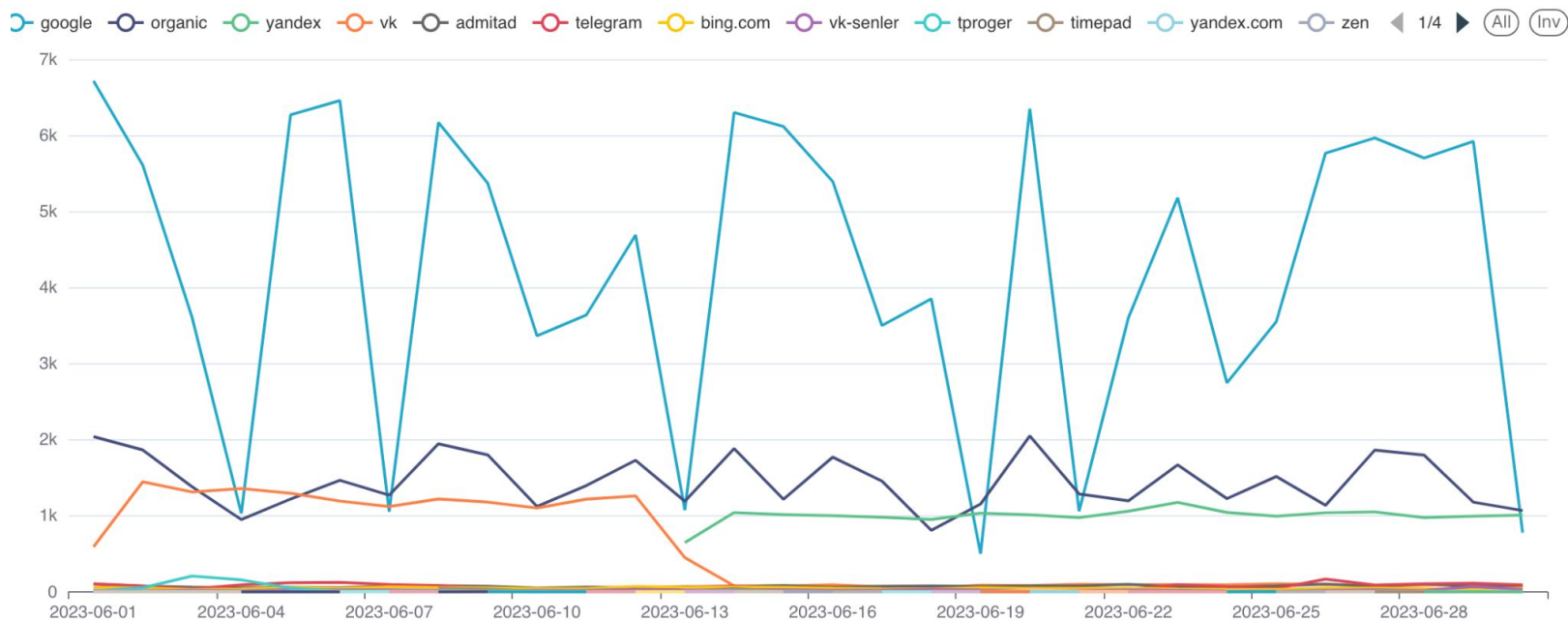


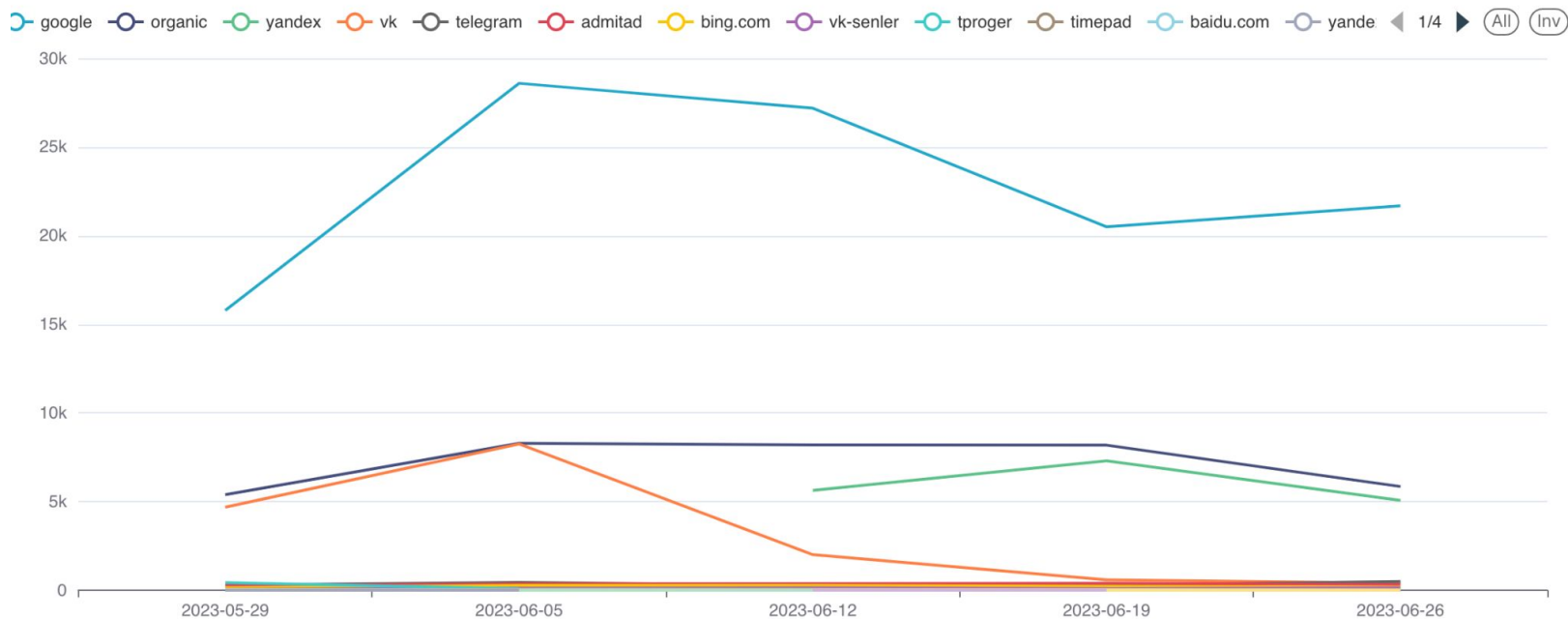
## В графике отражено количество пользователей, которые заходят на сайт

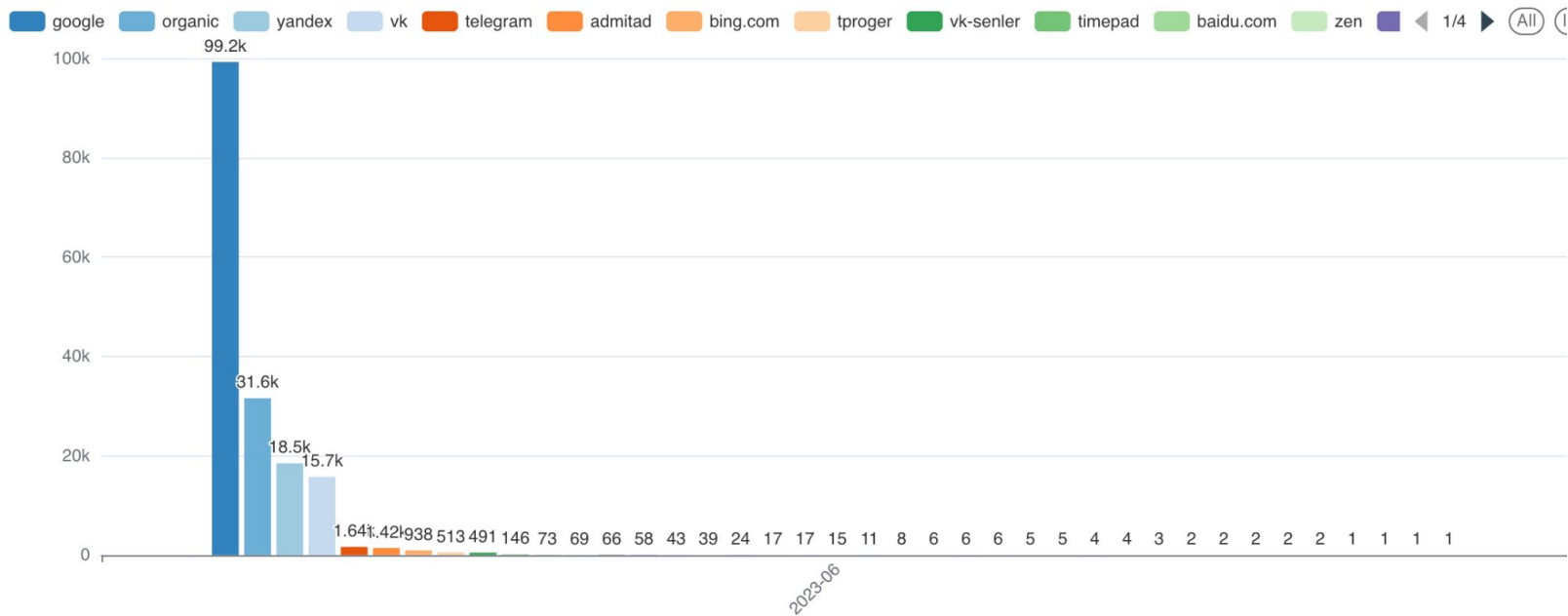
Вывод: из данного графика мы можем предположить, что самыми эффективными затратами направленными на увеличение посетителей сайта являются затраты на поисковики Гугл, Яндекс и соцсеть Вконтакте. А также, мы можем смело отказаться от Дзен для телеграм, Вк-группы, Было круто и Вк-ком. Далее, необходимо подкорректировать затраты на телеграм, адмитад, бинг ком, тпрогер, вк-сендер и таймпэд, увеличив затраты и уточнив их эффективность.



Вывод: Из графиков мы видим, что лучше смотреть результаты в течении месяца (страница 8), так как это самый чистый и проверенный результат, месячный график дает нам понять, что распределение с высоким отрывом у Гугл, далее идет органический прирост, а также популярны запросы через Яндекс и Вконтакте. Мы можем отказаться от Дзен для телеграм, Вк-группы, Было круто и Вк-ком.





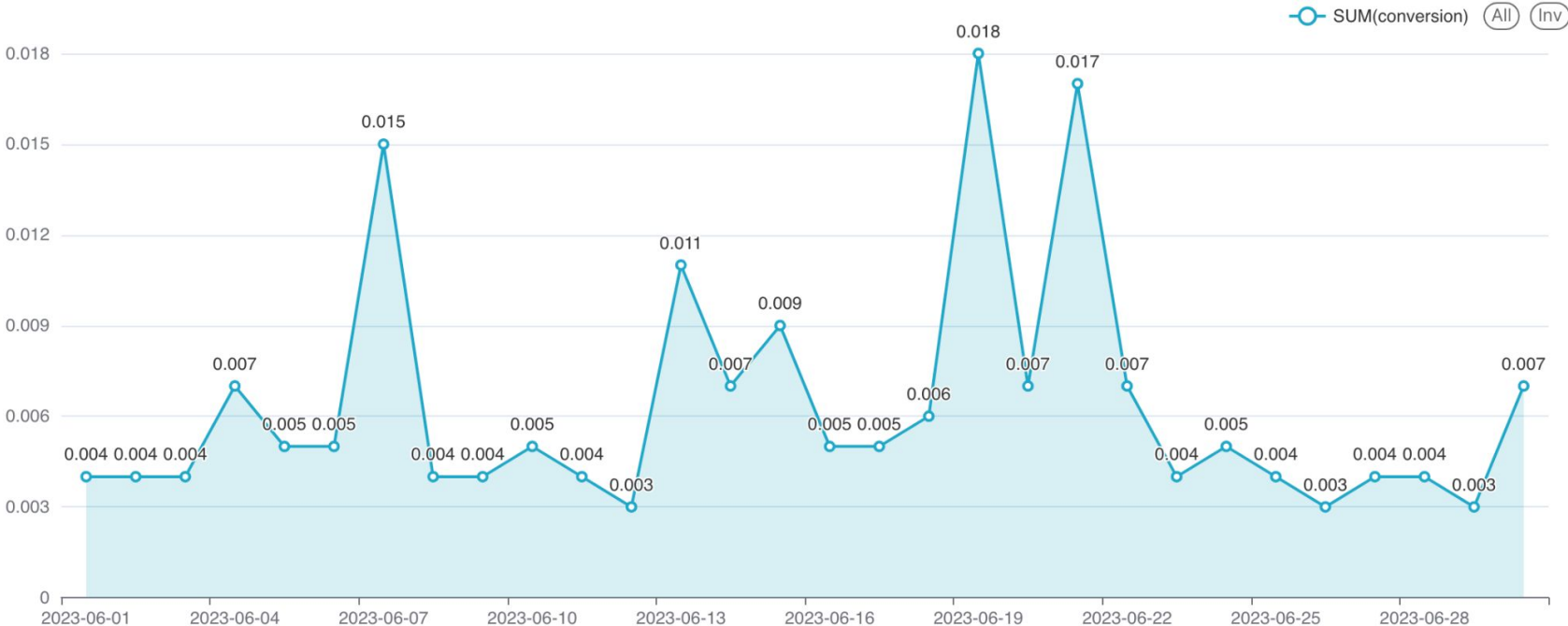




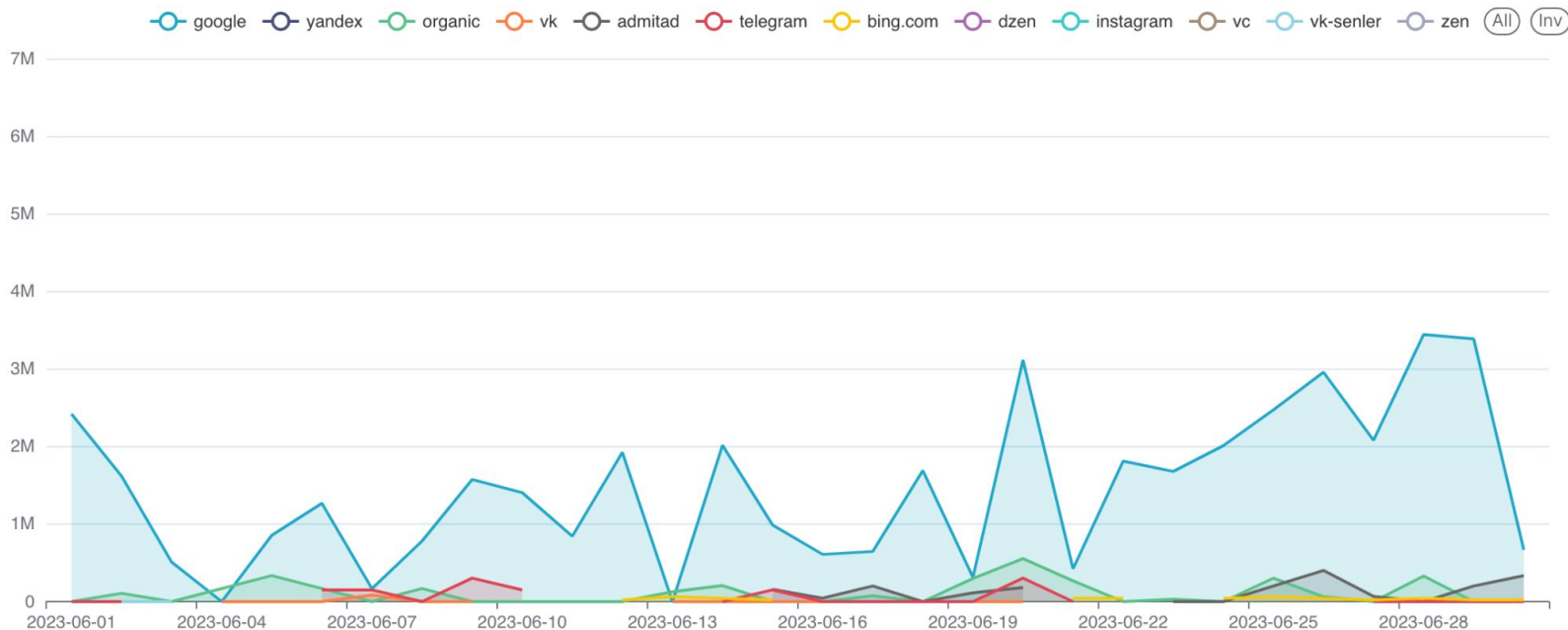


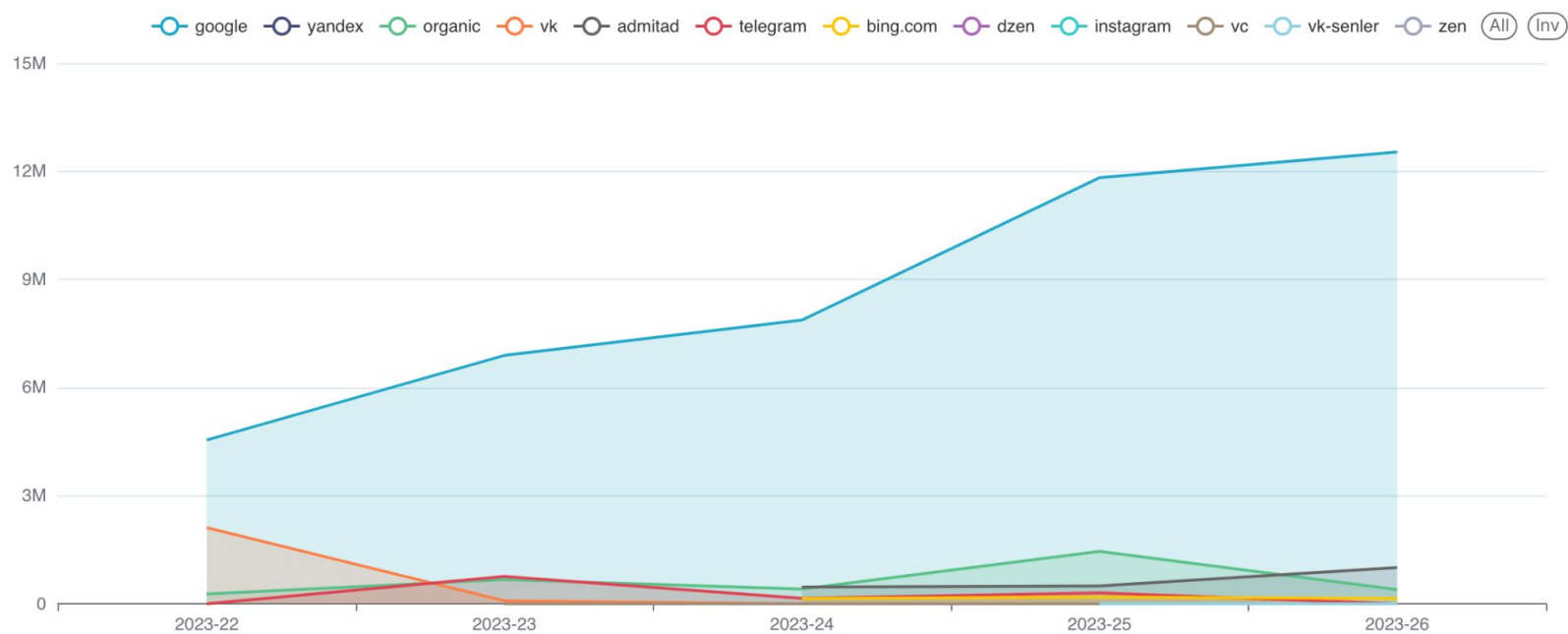
**В графике отражено, какая конверсия у онлайн-школы из клика в лид**

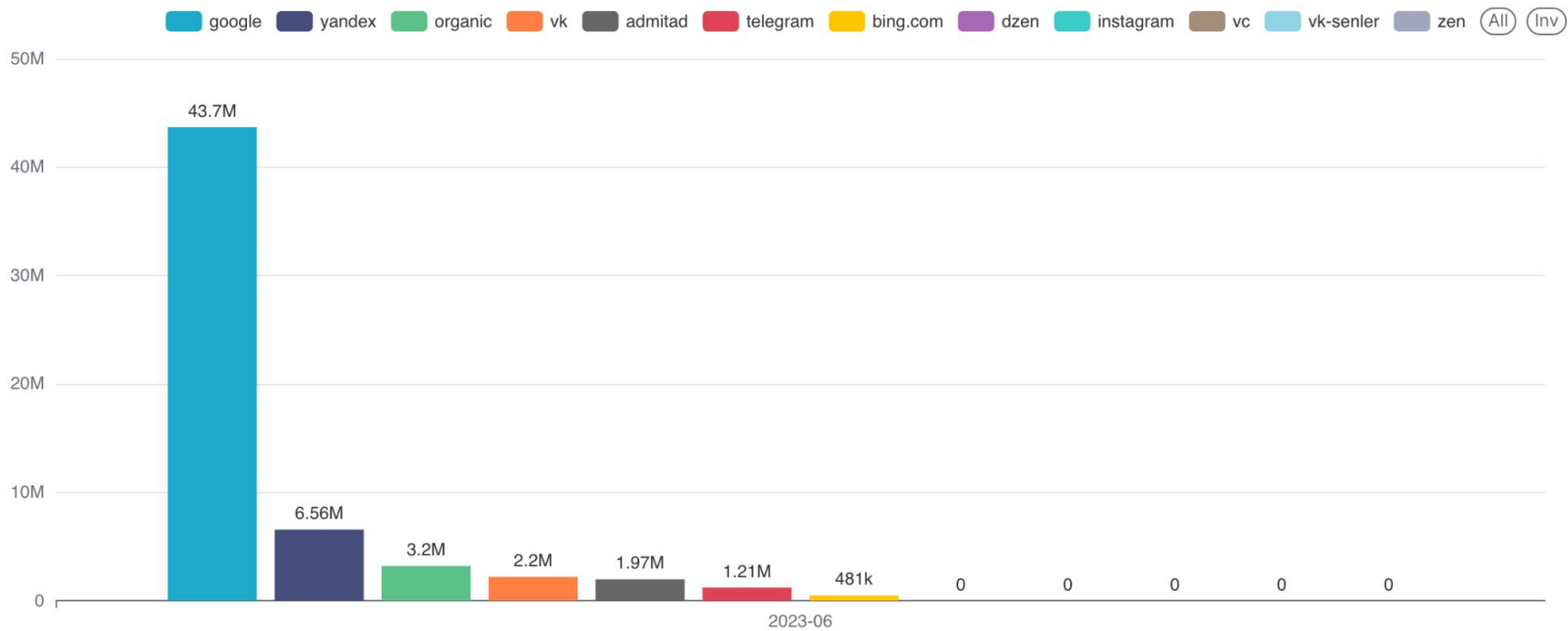
Вывод: из таблицы мы видим плавный прирост по датам, но самая большая конверсия была 19 июня, что требует более тщательное изучение причин и выявление стратегии на будущее.



Вывод: из таблиц мы видим, что лучше смотреть результаты в течении месяца, так как это самый чистый и проверенный результат, месячный график дает нам понять, что Гугл, органика, Яндекс и Вконтакте - лидеры по затратам, но они же и приводят посетителей на наш сайт. И также мы можем увидеть 0 затраты на Дзен для телеграм, Вк-группы, Было круто и Вк-ком.



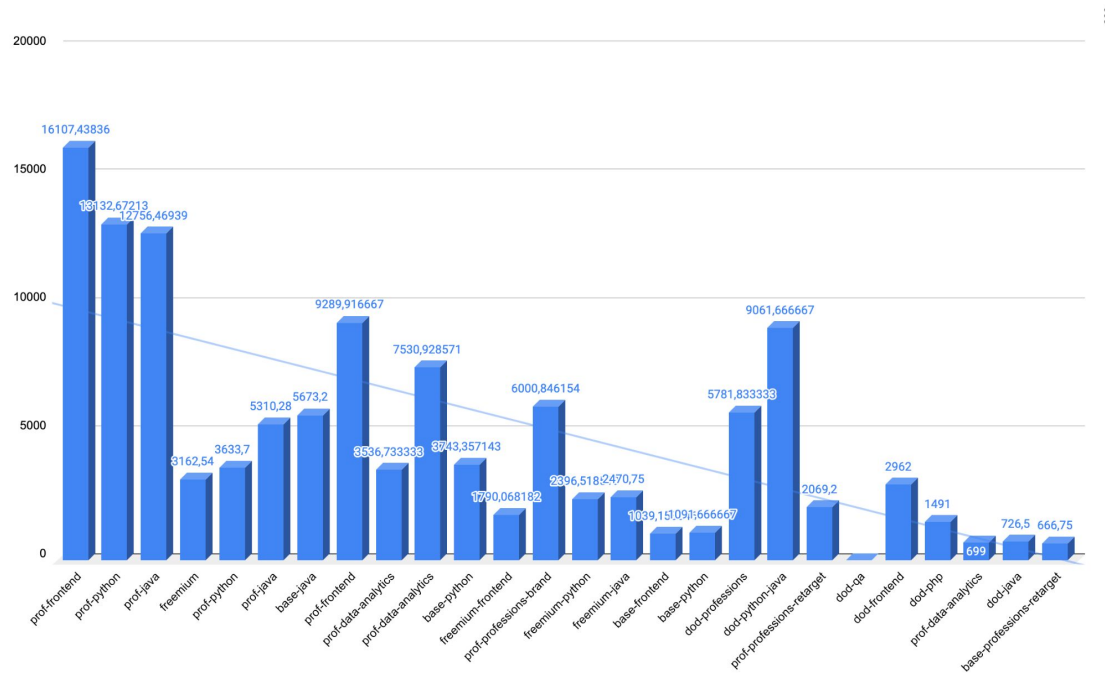




$$\text{cpl} = \text{total\_cost} / \text{leads\_count}$$

CPL (англ. Cost per Lead, цена за лид) — это средняя стоимость получения контактов потенциального клиента с рекламной кампании за промежуток времени.

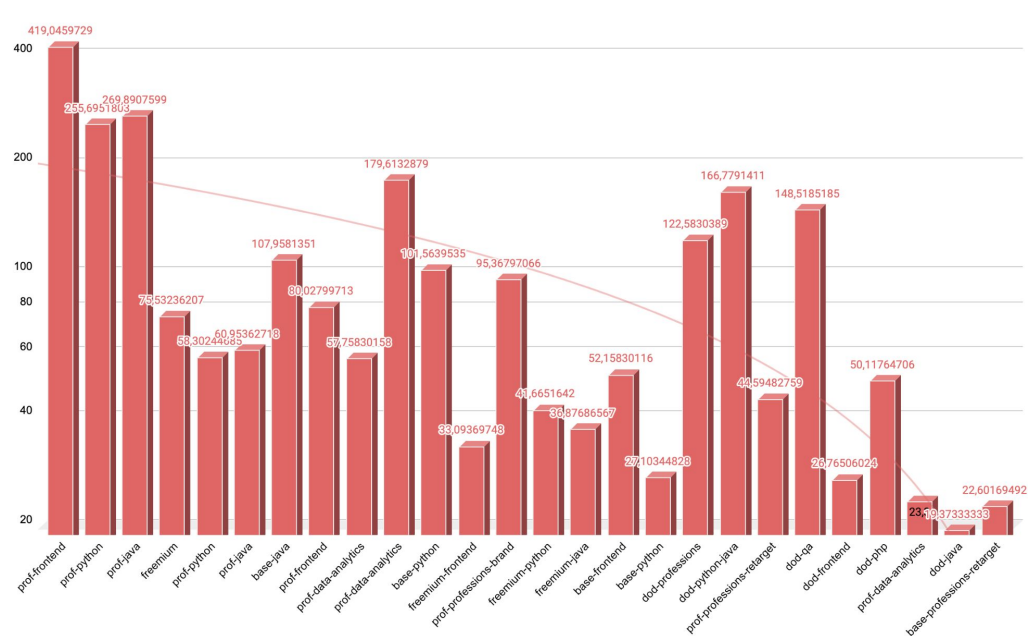
Вывод: из графика мы можем сделать вывод, что самые высокие затраты на курсы prof-frontend, prof-python, prof-java и dod-python-java, что является слишком большими затратами. В dod-qa мы не тратим ничего.



**cpu = total\_cost / visitors\_count**

В таблице мы видим CPU (Cost Per User) — средние затраты на привлечение одного пользователя.

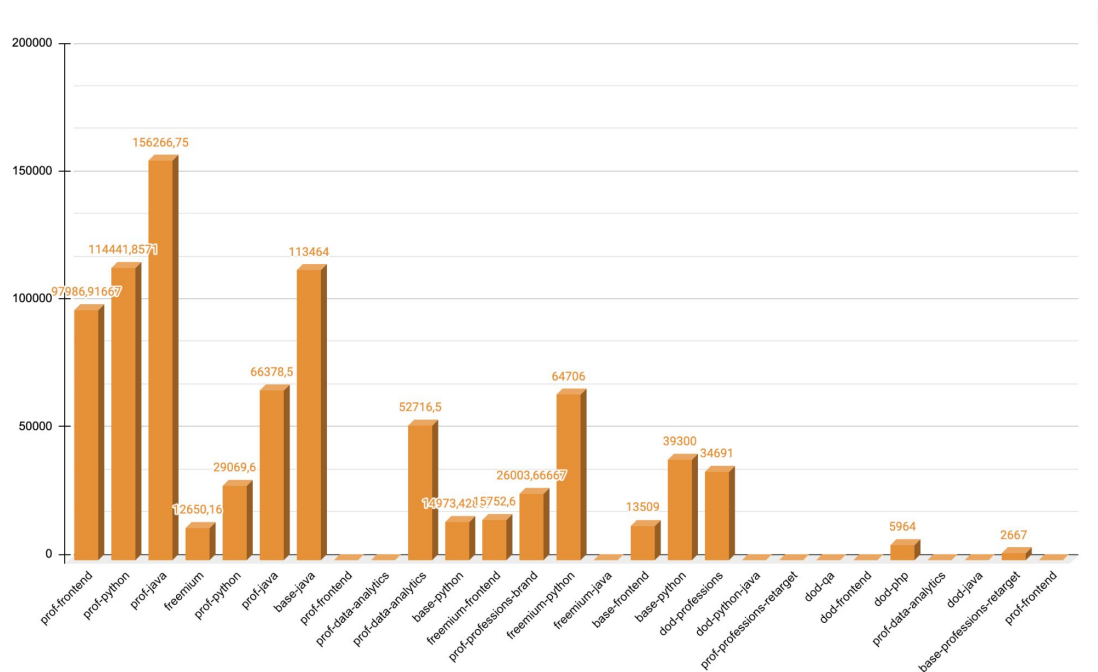
Вывод: из графика мы можем сделать вывод, что самые высокие затраты на курсы prof-frontend, prof-python, prof-java6 dod-python-java, prof-data-analytics и dod-qa.



$$\text{cppu} = \text{total\_cost} / \text{purchases\_count}$$

CPUU (cost per unique impression) - это ценовая модель, при которой оплата с рекламодателя предусматривается за все показы за исключением неуникальных.

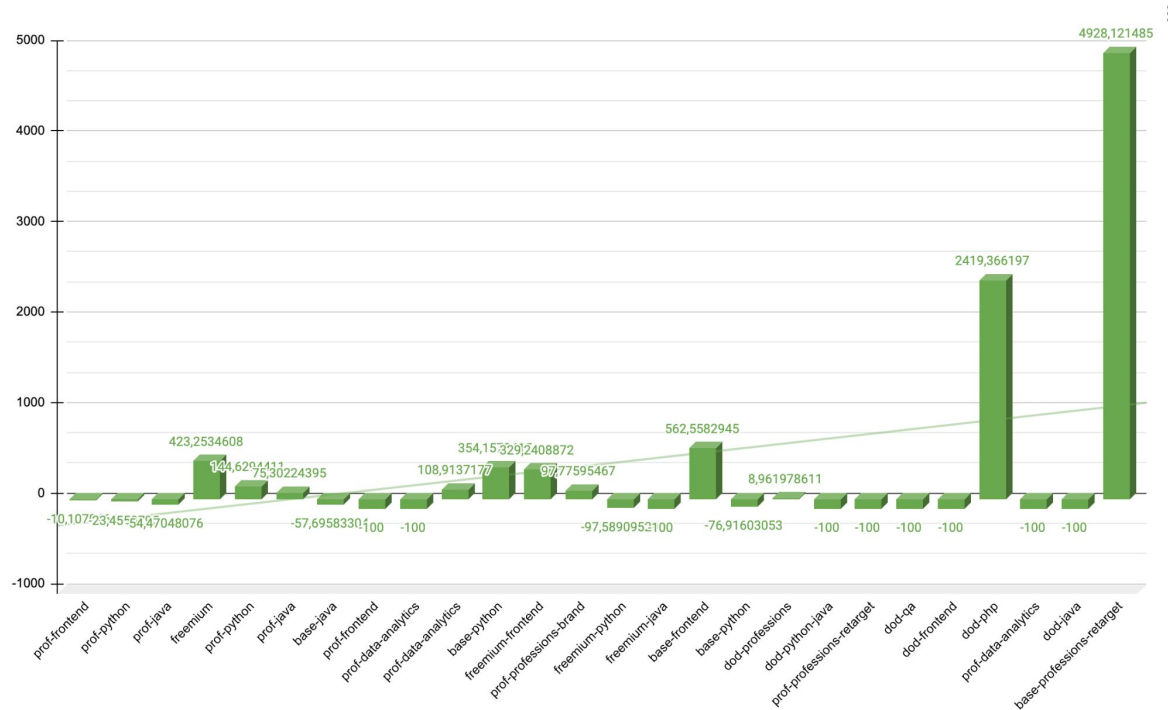
Вывод: из данной таблицы мы видим, что самый лучше всего мы привлекаем рекламой курса prof-java, base-java, prof-python и prof-pronend.



### Окупаются ли каналы - $roi = (revenue - total\_cost) / total\_cost * 100\%$

Показатель ROI— это коэффициент рентабельности, то есть окупаемости вложений в компанию. Он показывает, насколько выгоден или невыгоден продукт для бизнеса.

Вывод: из графика мы можем сделать выводы о том, что на верхних строчках самые лучшие решения о затратах, которые принесли большую пользу компании, а нижние показатели - могут быть пересмотрены в пользу верхних значений, для блага бизнеса.





# Вывод:

- Нам необходимо отключить от промотирования программы в Яндекс: `freemium-python`, `base-python`, `base-java`.
- Выделить дополнительный бюджет на компании `prof-frontend`, `dod-php`, `freemium`.

