

Анализ рекламной кампании по привлечению новых разработчиков плагинов

ВОРОНКА

Общая информация по сессиям, каналам , активности менеджеров, воронка по статусу сделок

Сквозная аналитика

Детальная информация по эффективности источников и каналов с подробной аналитикой по ключевым показателям

Рекламные источники

Детальная информация по стоимости и эффективности платной рекламы, анализ эффективности вида рекламы

Динамика по дням

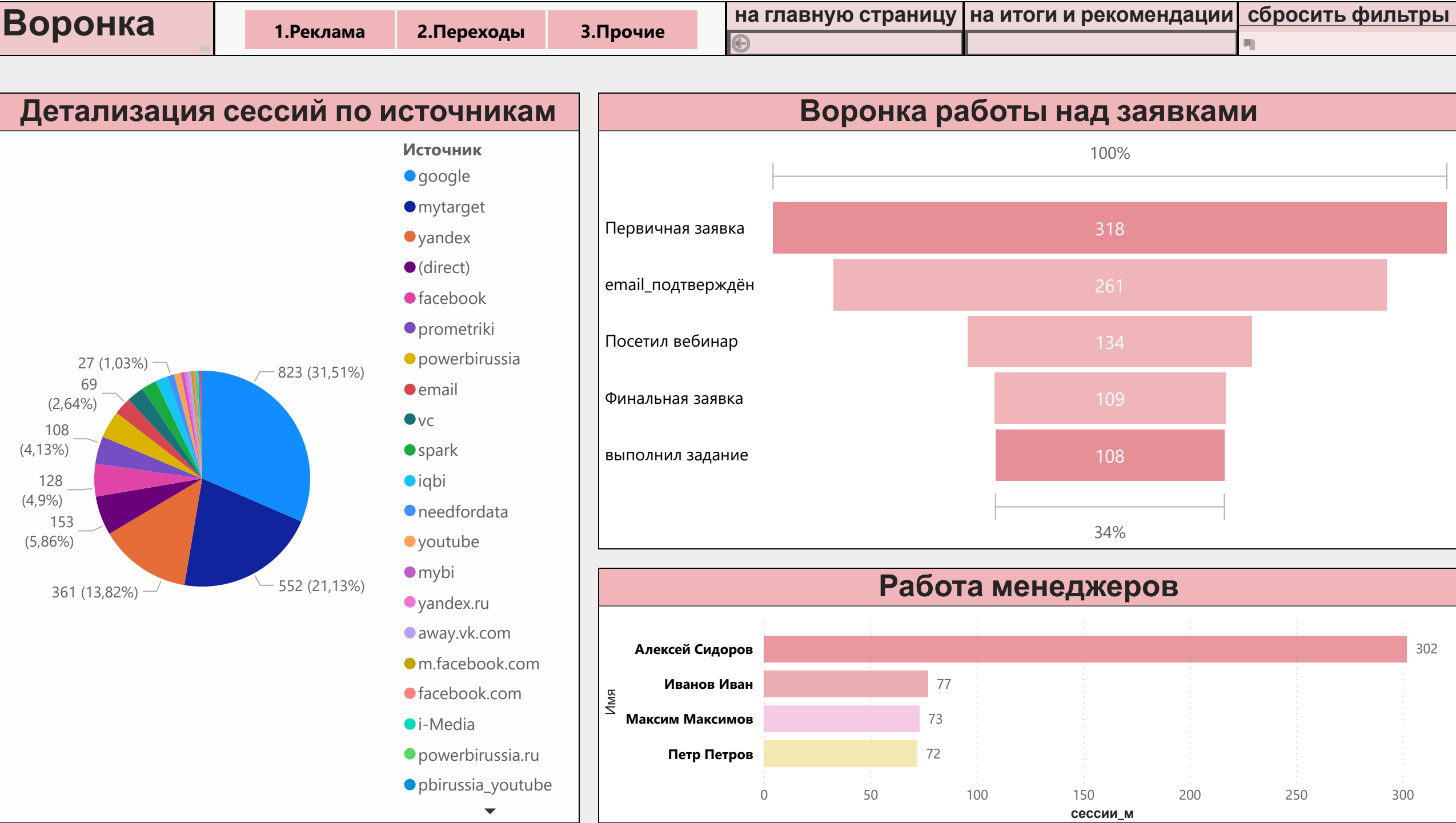
Динамика различных показателей в течение рекламной кампании

Детализация по видам объявления

Детальный анализ эффективности объявлений платных каналов

Итоги и Рекомендации

Ответы на основные вопросы задания со ссылками на разделы анализа и с подробными рекомендациями



Расходы

16,38 тыс.

стоимость сессий

6,29

ЛИДЫ

318

CPL

51,51

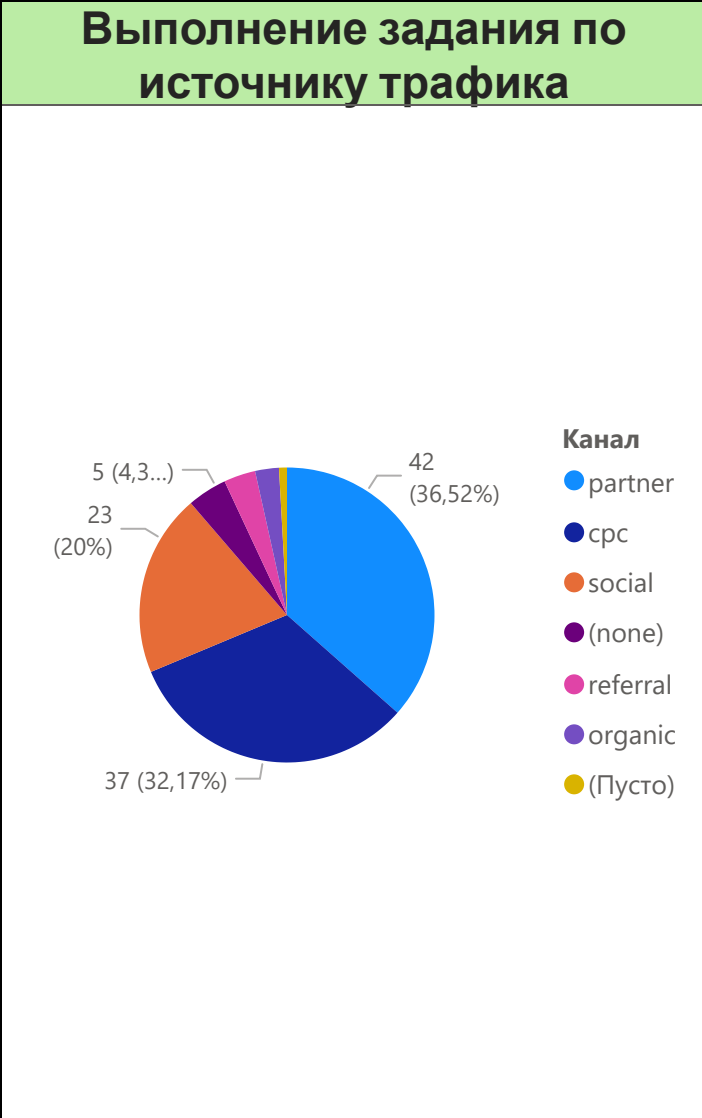
Выполнили задание

108

стоимость выполнившего задания

151,67

Статистика по всем каналам									
Источник трафика	Расходы	сессии _м	Стоимость сессий	Лид/ сессия	Лиды	выполнил задание	CPL	стоимость выполнившего задание	
<div>1.Реклама</div>	16 380,32	1716	9,55	5,65%	97	37	168,87	442,71	
Mytarget Реклама	10 000,00	552	18,12	5,62%	31	5	322,58	2 000,00	
Google Реклама Поиск	2 000,63	74	27,04	13,51%	10	4	200,06	500,16	
Яндекс Реклама Поиск	239,95	47	5,11	10,64%	5	2	47,99	119,98	
Яндекс Реклама РСЯ	1 895,14	306	6,19	16,99%	52	26	36,45	72,89	
Google Реклама КМС	2 244,60	729	3,08	0,27%	2		1122,30		
Яндекс Реклама (не определено)		8		25,00%	2				
<div>2.Переходы</div>		575		28,70%	165	54			
Facebook Переходы		148		24,32%	36	12			
Партнеры		427		31,15%	133	42			
<div>3.Прочие</div>		315		20,63%	65	24			
Away.vk		12		16,67%	2				
Email Рассылки		75		22,67%	17	9			
Google Поиск		19		36,84%	7	3			
Other		4		50,00%	2	1			
Refferal		25		28,00%	7	2			
Всего	16 380,32	2606	6,29	12,20%	318	108	51,51	151,67	



Рекламные источники

на главную страницу

на итоги и рекомендации

сбросить фильтры

показы
1,15 млн

клики
1840

CTR
0,16%

Расходы
16,38 тыс.

Стоимость клика
8,90

% клики в лиды
5,22%

CPL
170,63

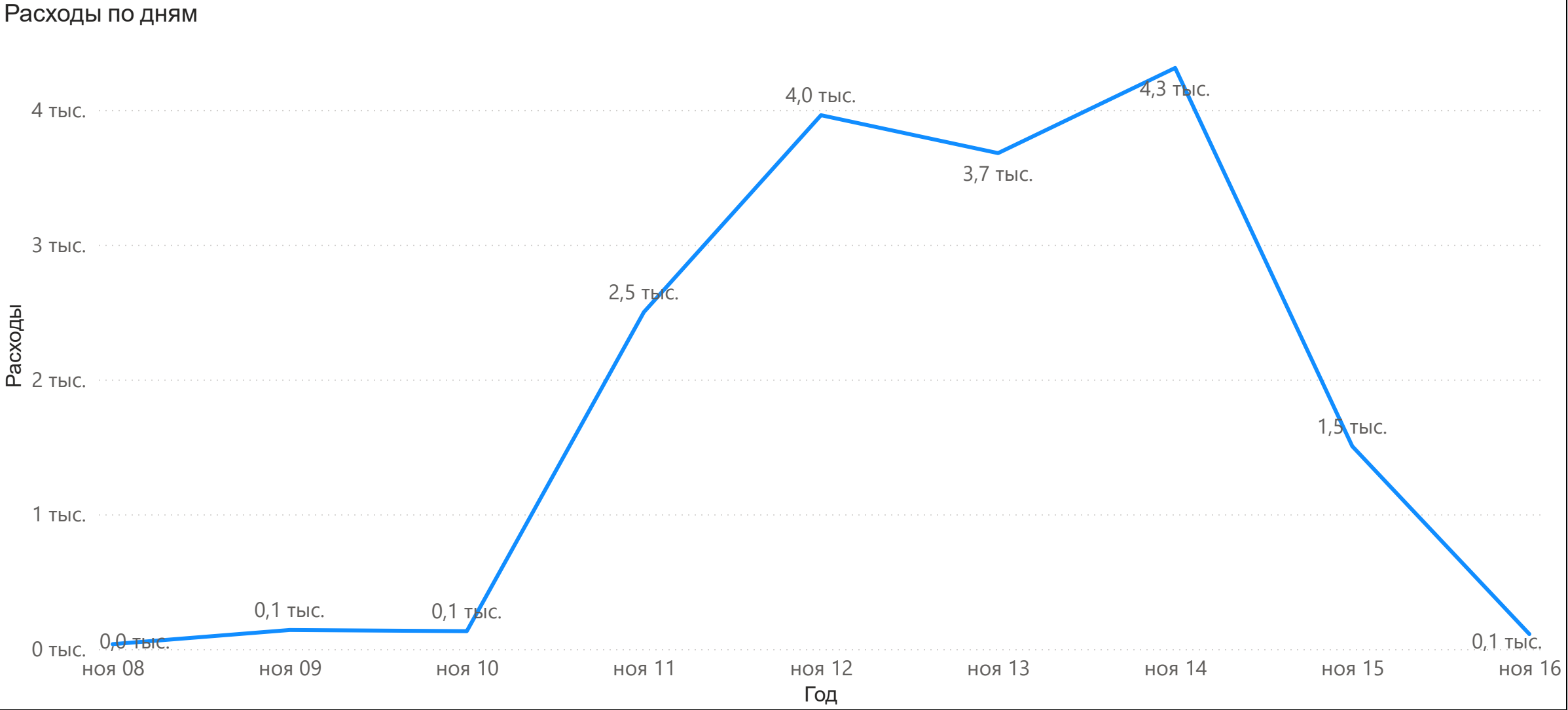
Статистика по платным каналам

Платный канал	Показы	Клики	CTR	Расходы	Стоимость клика	конвертация кликов в лиды	CPL	выполнил задание	стоимость выполнившего задание
MYTARGET	1044970	788	0,08%	10 000,00	12,69	3,93%	322,58	5	2 000,00
Mytarget Реклама	1044970	788	0,08%	10 000,00	12,69	3,93%	▲ 322,58	5	◆ 2 000,00
GOOGLE	26282	772	2,94%	4 245,23	5,50	1,55%	353,77	4	1 061,31
Google Реклама Поиск	5911	80	1,35%	2 000,63	25,01	12,50%	▲ 200,06	4	▲ 500,16
Google Реклама КМС	20371	692	3,40%	2 244,60	3,24	0,29%	◆ 1122,30		
ЯНДЕКС	81887	280	0,34%	2 135,09	7,63	20,00%	38,13	28	76,25
Яндекс Реклама Поиск	2848	40	1,40%	239,95	6,00	12,50%	● 47,99	2	● 119,98
Яндекс Реклама РСЯ	79039	240	0,30%	1 895,14	7,90	21,67%	● 36,45	26	● 72,89
Всего	1153139	1840	0,16%	16 380,32	8,90	5,22%	170,63	37	442,71

Лиды и расходы по Источнику трафика детально

● Лиды ● Расходы

Расходы по дням



Детализация по видам объявлений

Объявление Google					
Первая часть заголовка	Клики	Показы	% G креативности	Расходы	
<div>+</div> Online-Хакатон по Power BI	30	3036	<div>▲</div> 0,99%	689,36	
<div>+</div> Хакатон myBI Connect	20	1424	<div>●</div> 1,40%	497,95	
<div>+</div> Online-Хакатон Power BI	30	1451	<div>●</div> 2,07%	813,32	
<div>+</div> --	692	20371	<div>●</div> 3,40%	2 244,60	
Всего	772	26282	2,94%	4 245,23	

Объявление Yandex					
Текст объявления	Клики	Показы	% Я креативности	Расходы	
<div>+</div>	2	1625	<div>▲</div> 0,12%	52,40	
<div>+</div> 14 дней на выполнение задания, не выходя	68	25348	<div>▲</div> 0,27%	437,58	
<div>+</div> Призовой фонд более 100т. рублей, 14 дней на выполнение задания, не выходя из дома!	170	52066	<div>▲</div> 0,33%	1 405,16	
<div>+</div> 14 дней на выполнение задания дома, призовой фонд более 100к!	40	2848	<div>●</div> 1,40%	239,95	
Всего	280	81887	0,34%	2 135,09	

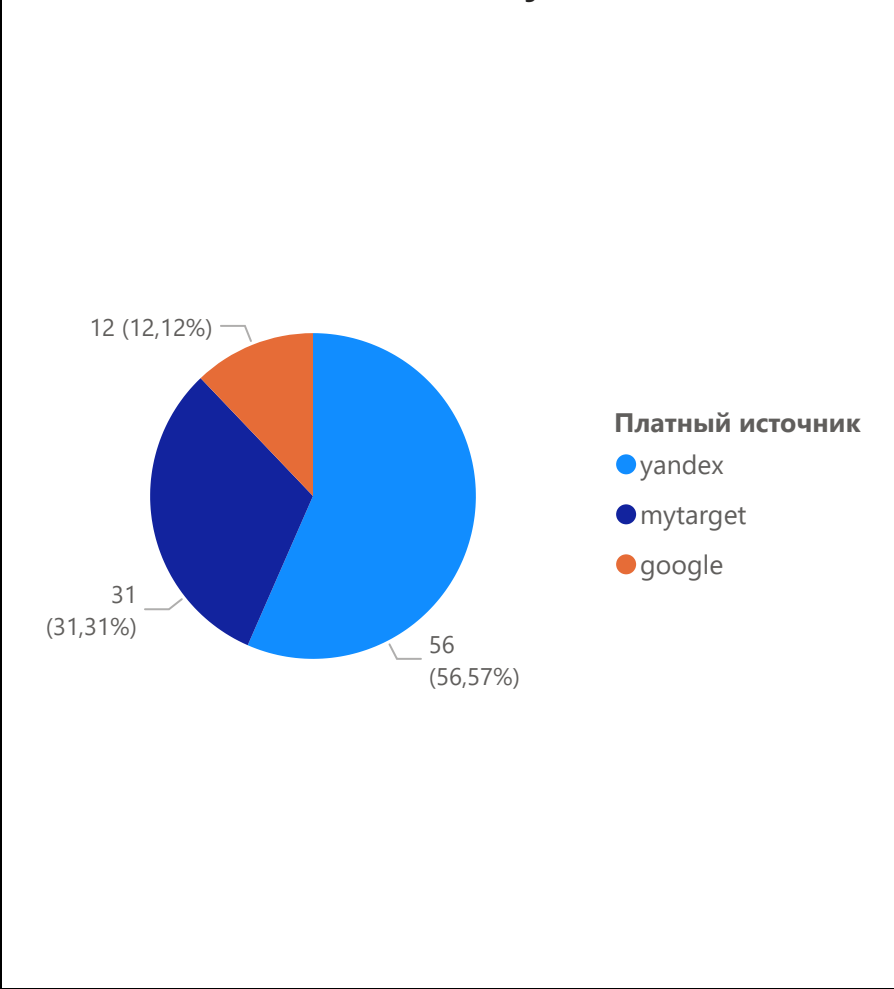
Объявление Mytarget					
Заголовок объявления	Клики	Показы	% MT креативности	Расходы	
▲					
<div>+</div> Работаешь с PowerBI?	189	228080	<div>◆</div> 0,08%	2 287,30	
<div>+</div> Хакатон за 100 000 рублей	305	414051	<div>◆</div> 0,07%	3 874,30	
<div>+</div> Хакатон по аналитике	294	402839	<div>◆</div> 0,07%	3 838,40	
Всего	788	1044970	0,08%	10 000,00	

Стоимость клика
8,90

CPL
170,63

% клики в лиды
5,22%

Эффективность и стоимость рекламы для Лиды и Выполнил задание по Платному источнику



Сквозная аналитика

Рекламные источники

Воронка

Детализация по видам объявления

1) Какие топ- 3 канала привлечения по критериям цены и финального результата?

переходим на [страницу Сквозной аналитики](#) -

по эффективности привлечения участников:

- **Срc yandex** – 28 участников (24%)
- **Partner powerbirussia** – 16 участников (14%)
- **Partner prometriki** - 12 (10%)

Если ориентироваться только на платные каналы, переходим на [страницу Рекламные источники](#). По общей оценке стоимости лида и стоимости выполнившего задания наиболее эффективны:

- Яндекс Реклама РСЯ - 26 участников
- Яндекс Реклама Поиск - 2 участника
- Google Реклама Поиск - 4 участника
- Каналы Яндекс в несколько раз эффективней и дешевле по CPL и финальному результату по сравнению с другими каналами.

2) Есть ли смысл в платных каналах?

переходим на [страницы Сквозная аналитика и Рекламные источники](#).

- Почти 36,5% - 42 участников дали партнёры
- Ещё 20% - 23 участника собственные каналы
- Только 32% - 37 участников нам дали платные каналы, из которых почти 76% всех платных участников - 28, нам принёс Яндекс с самой эффективной и выгодной в финальном результате рекламой.

Есть ли необходимость в привлечении платных каналов? Всё зависит от профессии необходимых специалистов и бюджета будущих кампаний. В проведённой кампании вы уже пополнили свою базу данных определёнными специалистами, поэтому, возможно, вам достаточно будет каналов партнёров и собственной базы.

Если примите решение о привлечении платных каналов, рекомендую воспользоваться **“Яндекс Реклама РСЯ”** - значительно выше других по эффективности и самый

3) Какой креатив был наилучшим в привлечении трафика?

[Страница Детализация по видам объявления](#)

- **Google** показал креатив в привлечении трафика на порядок выше, чем остальные платные каналы. Креатив создавался многоступенчатыми объявлениями, которые надо несколько раз кликнуть, чтобы его открыть и в ряде случаев использовался высокочувствительную дисплейную рекламу - множество "пустых" кликов за которые пришлось заплатить, процесс конвертации клика в лиды на порядок ниже, чем у **Яндекс**, и стоимость лида у **Google** в итоге обходится на порядок дороже. Текст высокочувствительной дисплейной рекламы недоступен.
- Учитывая показатель конвертации кликов в лиды реклама на каналах **Яндекс** была на порядок более таргетной, чем другие каналы, поэтому намного эффективней и по финансовым затратам намного выгодней.
- **MyTarget** показал самую низкую креативность.
- Самыми привлекательными и одновременно таргетными были объявления, в которых на начальном этапе была информация о **Хакатоне Power BI** и о **призовом фонде**.

4) Кто был лучшим менеджером, обрабатывающим заявки?

- Переходим к [странице “Воронка”](#) - Больше половины всей работы взял на себя **Алексей Сидоров**. В целом если смотреть по загруженности менеджеров, при условии, что они достаточно обучены и эффективны, для подобной кампании вполне хватит 2 человек.

Примечание: Как было рекомендовано в условии задачи, финальный результат на который мы ориентируемся в основных расчётах - “выполнение задания”