

Case study

# 1-я часть работ: подготовка данных



Скачайте данные по ссылке :

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/152JyksagijqyscnrFDc6Ez2VjT5MKNXpDOyc4PRlauw/edit#gid=208646510>



Выделите в Маркетинговых данных признак марки и модели автомобиля



Загрузите данные по курсам валют на дату с сайта ЦБ РФ



Объедините все 4 получившиеся таблицы



Добавьте недостающие показатели в Справочник: Итоговую стоимость в рублях и маржу в рублях



Добавьте недостающие данные: цепочки касаний, сумма конверсий по цепочкам, признак конверсии по цепочкам, сумма касаний для каждой цепочки и соответственно каждого пользователя.

## 2-я часть работ: аналитическая

1. Рассчитайте следующие показатели:
  - a. Из каких регионов больше всего заявок
  - b. Средний процент отказов (Bounce)
  - c. С каких устройств чаще заходят на сайты
  - d. Какие источники наиболее конвертируемые

## 2-я часть работ: аналитическая

- ✓ Рассчитайте следующие показатели:
  - ✓ Из каких регионов больше всего заявок - Краснодарский край (Краснодар, Сочи), Ставропольский край, Ростовская область.
  - ✓ Какое среднее время сессии и средний процент отказов (Bounce) - 0,18%
  - ✓ С каких устройств чаще заходят на сайты - с мобильных
  - ✓ Какие источники наиболее конвертируемые - предсказуемые 😊💧

## 2-я часть работ: аналитическая

1. Рассчитайте ROMI
2. Каких показателей не хватает, чтобы посчитать чистую прибыль?
3. Определите, какой источник трафика наиболее выгоден для компании по текущим данным



## 2-я часть работ: аналитическая

- ✓ Рассчитайте ROMI - при всех допущениях
- ✓ Каких показателей не хватает, чтобы посчитать чистую прибыль? - четкого понимания стоимости проданного авто, постоянных расходов
- ✓ Определите, какой источник трафика наиболее выгоден для компании по текущим данным

## 3-я часть работ: визуализация

Настройте цветовую тему и визуализируйте следующие показатели:

- % конверсий и продаж и определите зависимость этих показателей от количества касаний
- Цепочки касаний с дополнительными полезными характеристиками и с раскраской в зависимости от того, была ли продажа у цепочки
- Карту продаж по регионам



## 3-я часть работ: визуализация

Настройте цветовую тему и визуализируйте следующие показатели:

- ✓ % конверсий и продаж и определите зависимость этих показателей от количества касаний
- ✓ Цепочки касаний с дополнительными полезными характеристиками и с раскраской в зависимости от того, была ли продажа у цепочки
- ✓ Карту продаж по регионам





## 3-я часть работ: визуализация

- Матрицу с воронкой продаж по каждой модели и марке
- Количество продаж по источникам трафика с линией отсечки в 200
- Фильтр по количеству касаний и признаку конверсии + любые другие полезные фильтры, которые посчитаете нужным (от 5 до 7 фильтров всего)
- Среднее количество касаний в цепочке

## 3-я часть работ: визуализация

- ✓ Матрицу с воронкой продаж по каждой модели и марке
- ✓ Количество продаж по источникам трафика с линией отсечки в 200
- ✓ Фильтр по количеству касаний и признаку конверсии + любые другие полезные фильтры, которые посчитаете нужным (от 5 до 7 фильтров всего)
- ✓ Среднее количество касаний в цепочке

# Перспективы для дальнейшего развития после пилота

1. Масштабировать проект на все модели авто
2. Нормализация данных по точной стоимости проданного авто
3. Протестировать логику отключения неэффективных источников
4. Создать методологию для определения эффективных источников
5. Настроить отслеживание параметра ROMI на постоянной основе как основную метрику



Q&A:



Остались  
вопросы?

Вопросы?





**Поздравляю с завершением  
Буткемпа по аналитике!**



# Спасибо за внимание!

Мои контакты для оперативной связи:

Портал GeekBrains

+7 926 215 72 62

Telegram: @smirnovant

Youtube канал Kongru

[anton.smirnov@hotmail.com](mailto:anton.smirnov@hotmail.com)

# Просьба дать обратную связь!

Ссылка на опросник:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScYIrtRWs5KjZEs4usAFAavmAAUf06Peq0xb0o\\_xetUYiYDAQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScYIrtRWs5KjZEs4usAFAavmAAUf06Peq0xb0o_xetUYiYDAQ/viewform)

