

Онлайн-школа

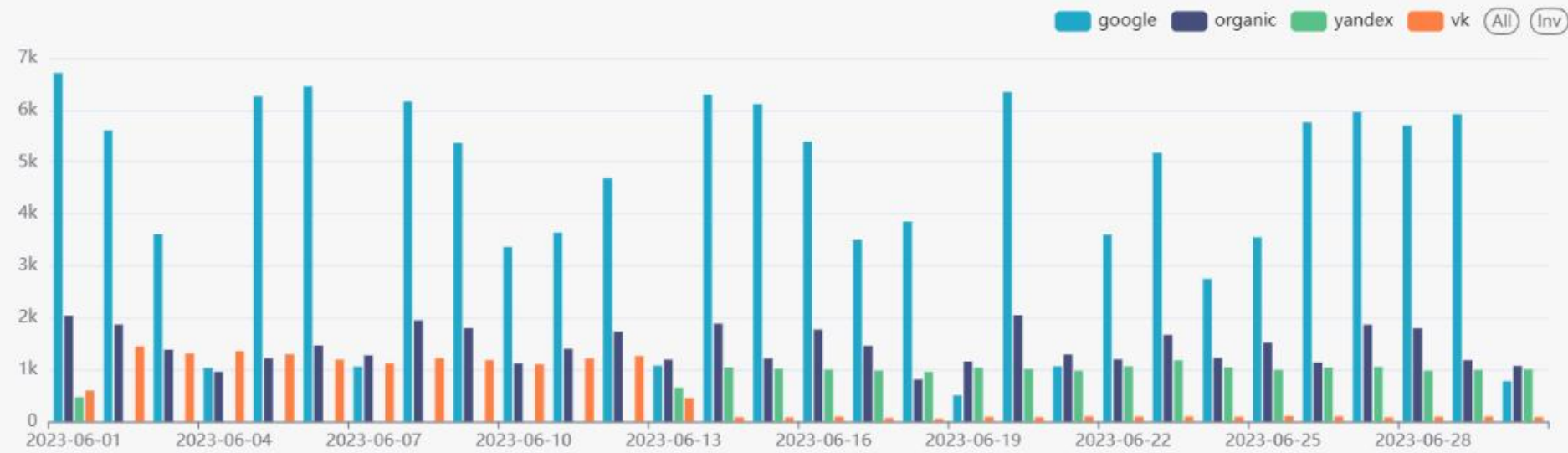
Динамика по посетителям



Всего за указанный период сайт посетили 169 140 уникальных пользователей



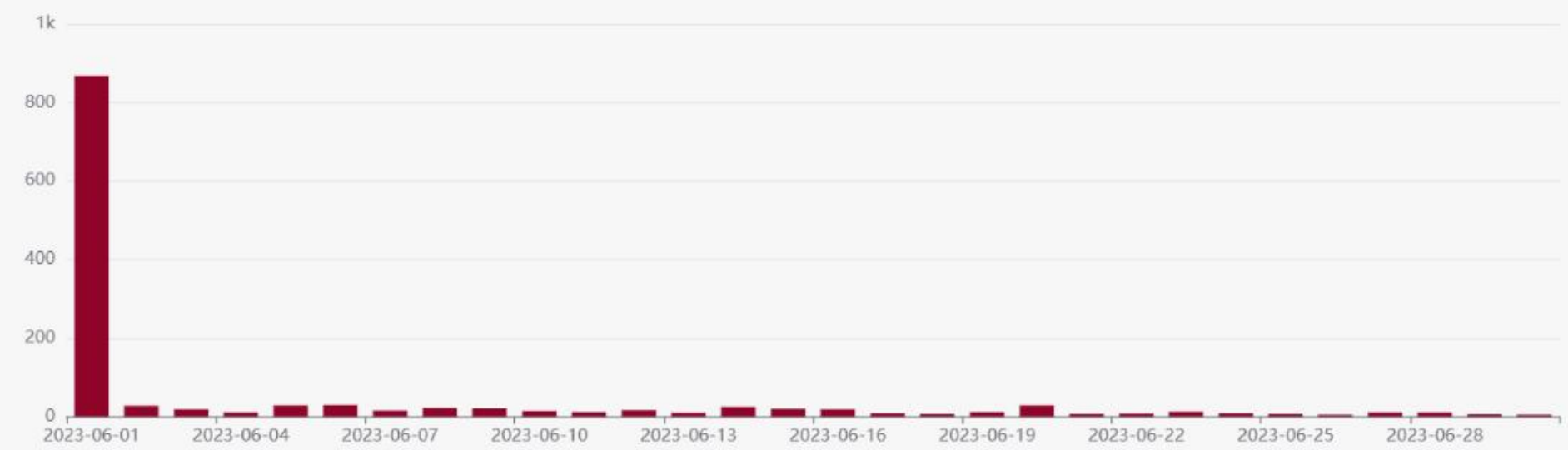
Каналы привлечения



На графике приведены основные каналы привлечения посетителей на сайт



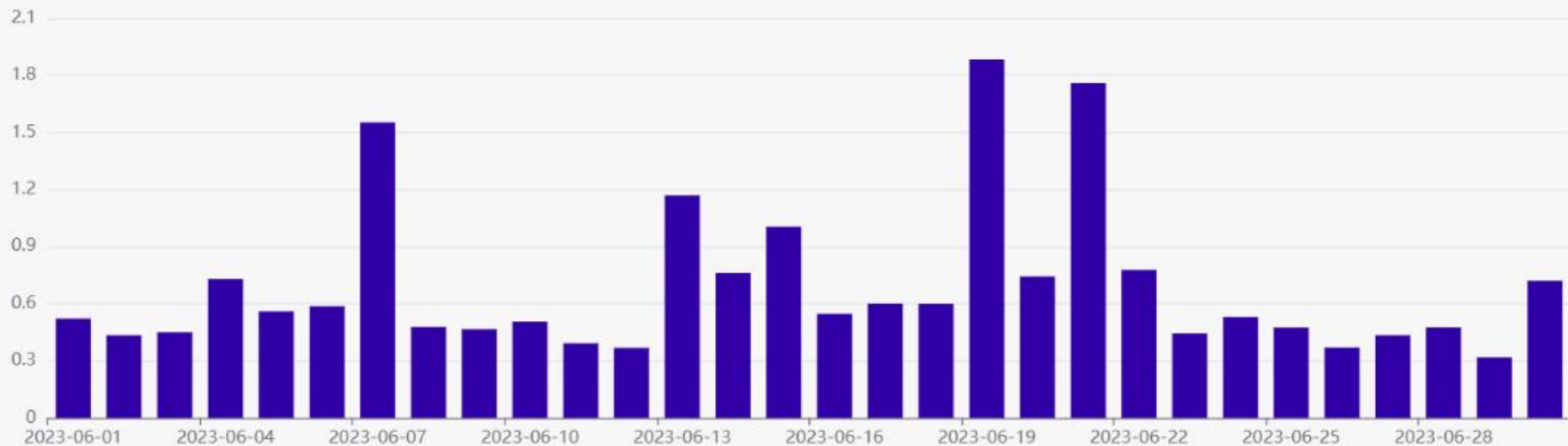
Лиды



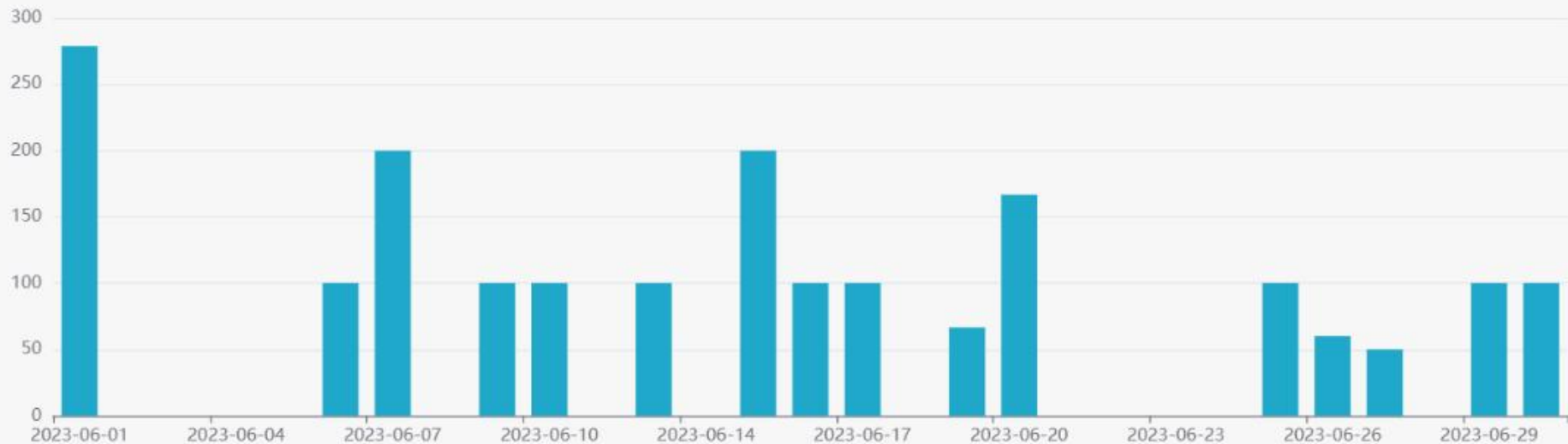
Всего 1272 уникальных лида.



Конверсия из клика в лид



Конверсия из лида в оплату



Конверсия каналов (топ-10 по конверсии из лида в оплату)

source ↕	medium ↕	campaign ↕	cr ↕
telegram	cpp	base-java	88.89
admitad	cpa	admitad	64.1
vk	social	hexlet-blog	33.33
yandex	cpc	dod-frontend	30
yandex	cpc	dod-professions	28.57
yandex	cpc	base-professions-retarget	25
yandex	cpc	base-python	21.62
yandex	cpc	freemium	19.7
yandex	cpc	dod-php	16.67
yandex	cpc	prof-professions-brand	16

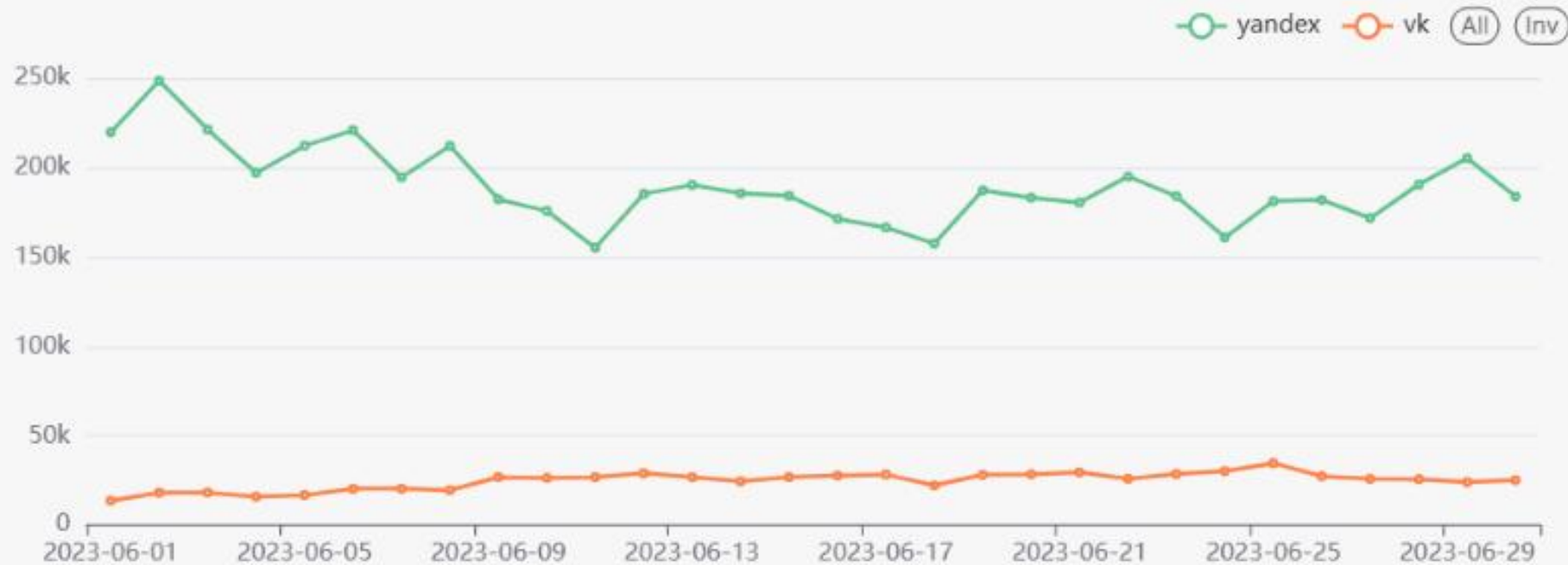


Конверсия каналов (нулевая конверсия из лида в покупку)

source	medium	campaign	cr
yandex	cpc	dod-python-java	0
zen	social	all-courses	0
vk-senler	cpc	dod-frontend	0
dzen	social	dzen_post	0
instagram	social	prof-qa-auto	0
telegram	cpp	dod-frontend	0
telegram	cpp	dod-java	0
telegram	cpp	dod-professions	0
telegram	cpp	prof-frontend	0
telegram	cpp	prof-java	0
telegram	cpp	prof-python	0
telegram	social	dod-professions	0
telegram	social	hexlet-blog	0
vc	cpp	dod-frontend	0
vc	cpp	dod-professions	0
vk	cpc	freemium-java	0
vk	cpm	prof-data-analytics	0
vk	cpp	dod-php	0
vk	social	all-courses	0
vk	social	base-java	0
vk	social	dod-java	0
vk	social	dod-professions	0
vk	social	hexlet.io/my	0
vk	social	prof-python	0
vk-senler	cpc	freemium	0
yandex	cpc	dod-java	0



Затраты на каналы привлечения в динамике



Окупаемость каналов (топ-10 по ROI)

utm_source ↕	utm_medium ↕	utm_campaign ↕	cpu ↕	cpl ↕	cppu ↕	roi ↕
yandex	cpc	dod-php	1988	1988	5964	2419.37
yandex	cpc	base-frontend	302.44	1266.47	13509	562.56
yandex	cpc	base-python	170.15	4367.25	13101.75	422.76
vk	cpc	freemium-frontend	32.93	1381.81	11251.86	396.45
yandex	cpc	freemium	75.71	3513.93	13750.17	379.57
yandex	cpc	prof-professions-brand	95.14	5200.73	19502.75	195.22
vk	cpc	prof-python	57.93	2849.96	29069.6	144.63
vk	cpc	freemium-python	41.56	2087.29	32353	109.66
vk	cpc	prof-java	60.9	4148.66	66378.5	75.3
yandex	cpc	prof-data-analytics	202.76	8110.23	105433	36.81



Окупаемость каналов (отрицательный ROI)

utm_source ±	utm_medium ±	utm_campaign ±	cpu ±	cpl ±	cppu ±	roi ±
vk	cpc	freemium-java	36.58	1647.17	0	-100
vk	cpc	prof-frontend	156.79	22295.8	0	-100
vk	cpm	prof-data-analytics	38.48	838.8	0	-100
yandex	cpc	base-professions-retarget	121.23	1333.5	0	-100
yandex	cpc	dod-frontend	181.35	2221.5	0	-100
yandex	cpc	dod-java	1453	1453	0	-100
yandex	cpc	prof-professions-retarget	44.69	2299.11	0	-100
vk	cpc	base-python	41.28	958.54	39300	-76.92
yandex	cpc	prof-java	270.59	14536.44	208355.67	-64.61
yandex	cpc	prof-python	257.17	18206.66	114441.86	-23.46
vk	cpc	prof-data-analytics	57.66	2867.62	53051	-23.19
yandex	cpc	prof-frontend	420.09	17815.8	117584.3	-16.64



Выводы

- Самым эффективным каналом привлечения посетителей является Google.
- Яндекс, как канал, более эффективен, чем ВК.
- Больше всего лидов и покупок было в первый день запуска рекламы.
- По показателям ROI и CR наиболее эффективен канал yandex-срс.
- Самый неэффективный канал (отрицательный ROI и нулевая конверсия) vk-срс, vk-срт

Рекомендации

- Не использовать каналы, которые не приводят к покупке (имеют нулевую конверсию).
- Отключить убыточные каналы, либо распределить на них меньший бюджет.
- Доработать некоторые курсы и сделать их более привлекательными (dod-frontend, freemium-java, dod-java,)

