



# Проект “Онлайн-школа”

Выполнил Сырых Даниил



Цель:

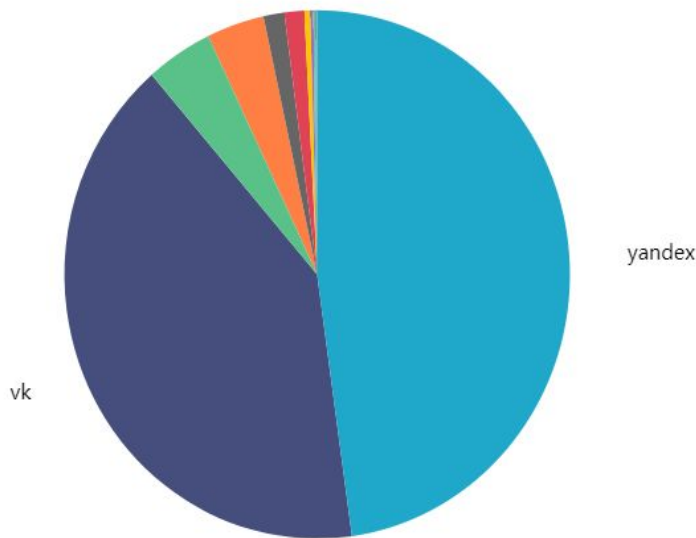
Оценить эффективность маркетинга  
онлайн школы за июнь

Задачи:

1. Сформировать витрину для модели атрибуции Last Paid Click
2. Агрегация и сортировка данных для выявления ключевых показателей.

# Оценка эффективности трафика каналов за месяц

yandex vk telegram admitad tproger vk-senler timepad zen 1/2 All Inv



Больше всего привлекают пользователей **yandex** (47,8%) и **vk** (40,8%).

За ними идут:  
3. telegram – 4,2%

4. admitab – 3,7%

5. tproger – 1,3%

6. vk-senler – 1,2%

7. Остальные – менее 1%



# Воронка продаж

Всего  
посетителей

169k

Кол-во  
лидов

902

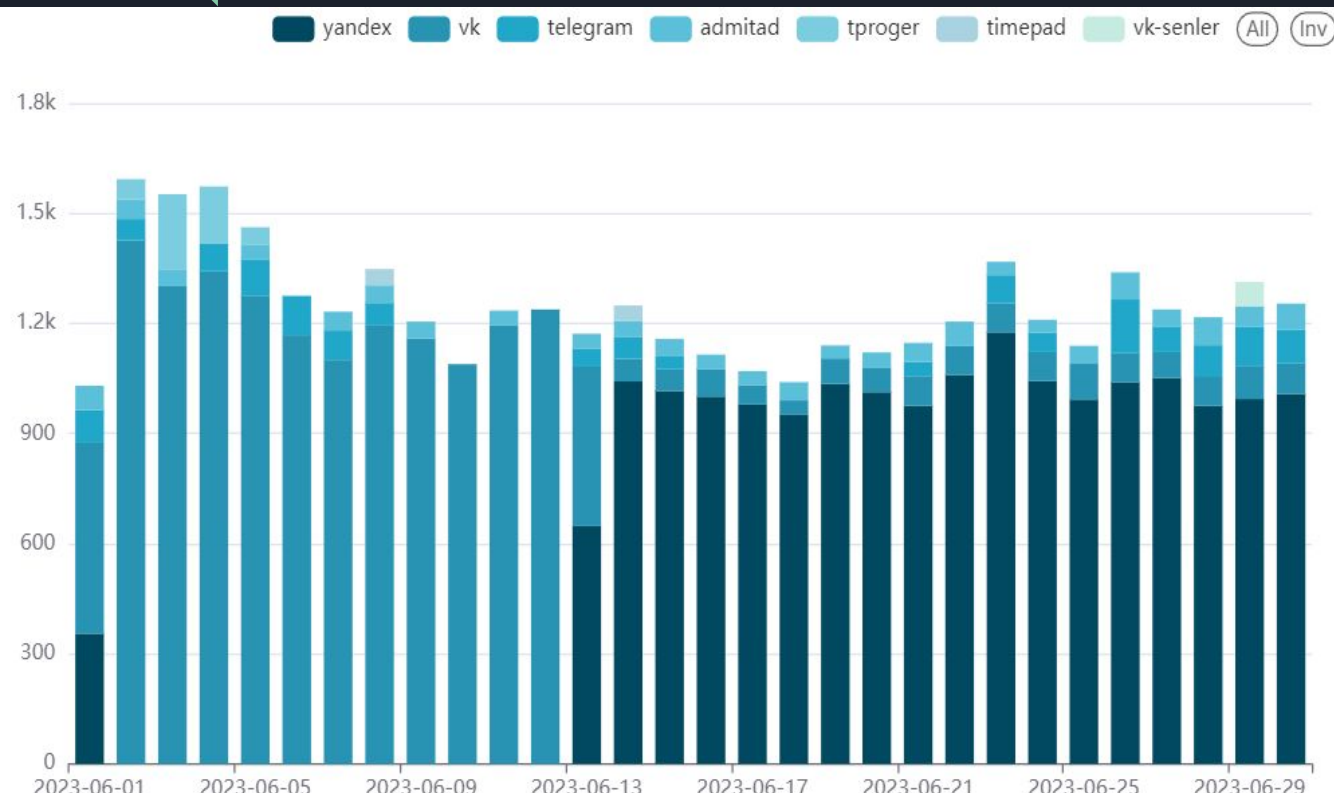
Кол-во  
сделок

137

Конверсия из  
посетителя в лид:  
0,53%

Конверсия из  
кликов в лид:  
15,2%

# Оценка эффективности трафика каналов по дням



На графике видно, что в первую половину месяца основную часть трафика генерировал vk, а после первой половины месяца - yandex.

vk и yandex примерно равны по привлечению, об этом говорит 13 июня, где трафик идет от обоих каналов примерно на равном уровне, так и обе половины месяца, где каждый из каналов приводил ~1000 пользователей. Несмотря на то, что vk достигал больших значений, yandex показал себя в этом месяце лучше на ~7%

# Анализ рекламных вложений по дням



График дает понять, что вложения в основные рекламные каналы были не пропорциональны, но стабильны. Отчетливо видно корреляцию между вложениями эффективностью привлечения

# Анализ рекламных вложений

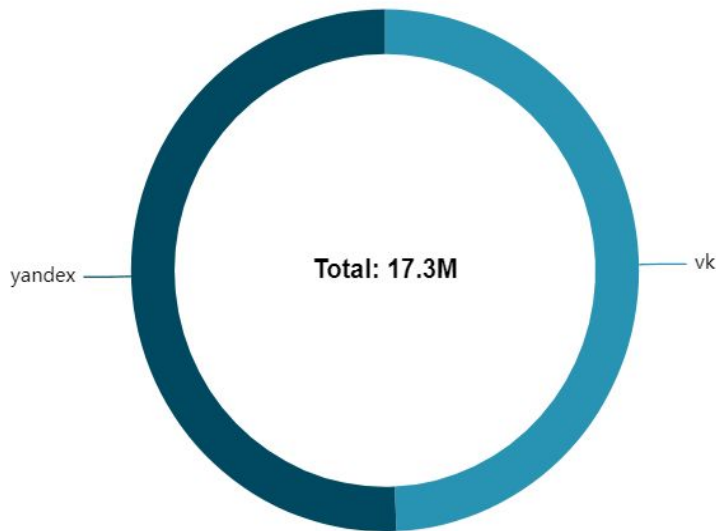


Диаграмма показывает, что в оба основных рекламных канала вкладывались практически одинаково.

Чтобы выяснить, какой из этих двух каналов наиболее эффективен, мы будем рассматривать каналы по количеству успешных сделок

# Анализ успешных сделок по каналам

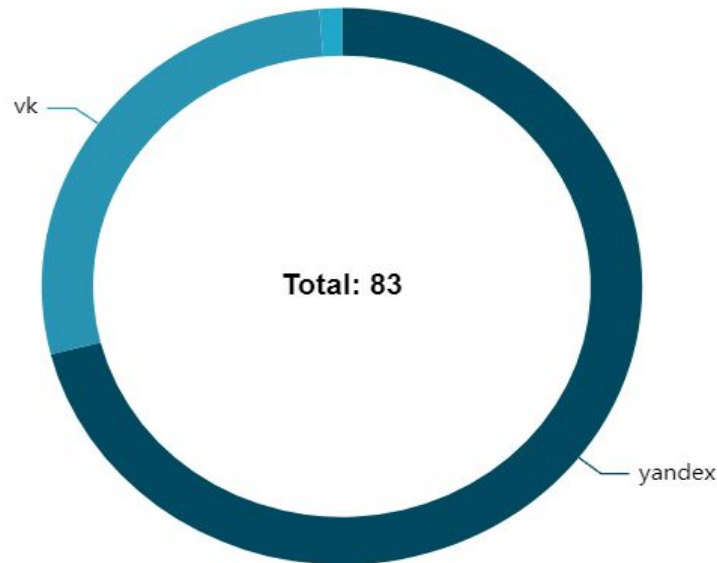
Диаграмма показывает, что основная часть сделок идет от yandex, именно:

yandex: 59

vk: 23

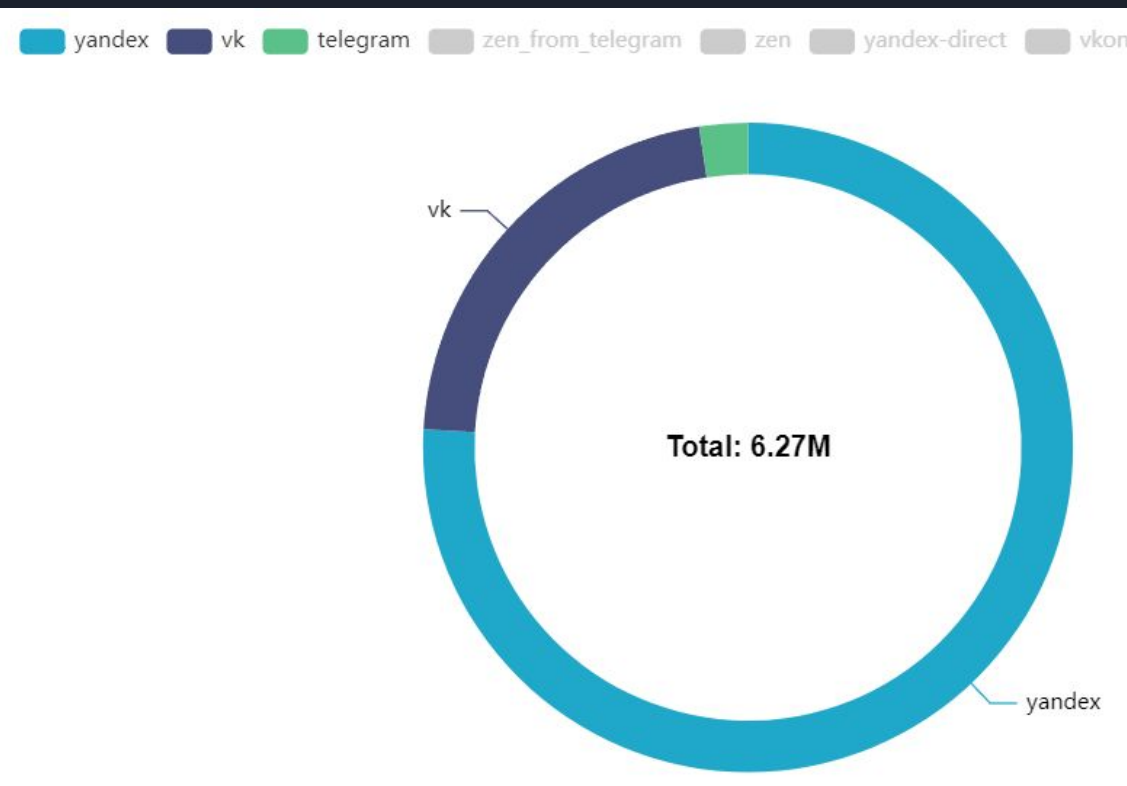
telegram: 1

Из этого следует вывод, что в канале yandex аудитория значительно платежеспособнее и канал является более профитным при равных затратах на рекламу, конкурируя с vk. Чтобы в этом убедиться, мы рассмотрим эти каналы по выручке.





# Топ выручки по каналам



Яндекс также опережает в более чем в 2 раза vk

А именно:

yandex: 4,76M

vk: 1,36M

telegram: 151k

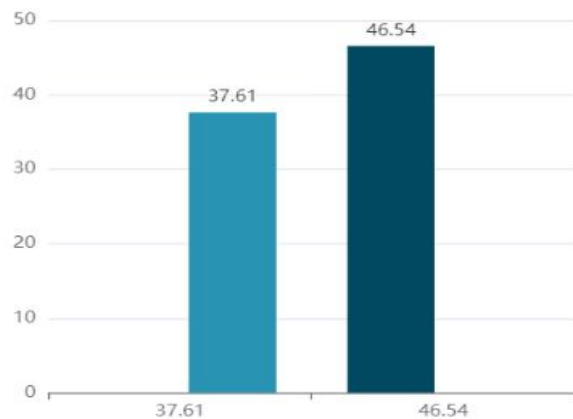
Посмотрим на таблицу с метриками, чтобы понять глубже



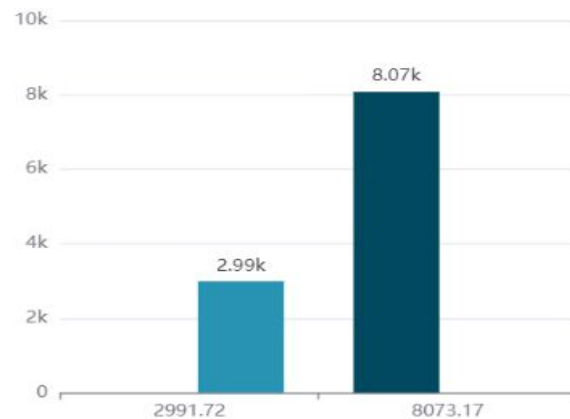
# Таблица метрик

	VK	Yandex
Затраты в сумме	8,75	8,5
Выручка в сумме	1,36M	4,76M
Возврат на инвестиции	37,6%	46,5%
Стоимость пользователя	47,5	188,6
Стоимость лида	2,99k	8,07k
Стоимость покупки	49,5k	51,9k

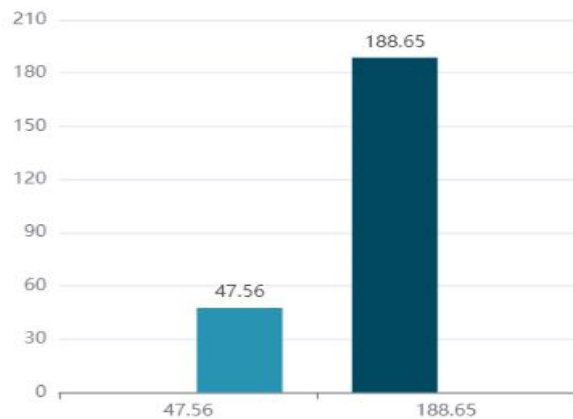
Сравнение goi



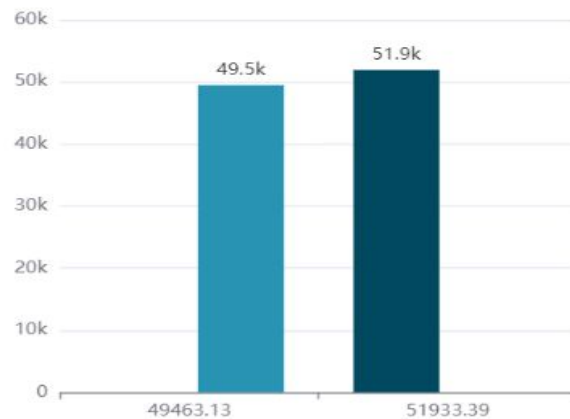
Сравнение cpi



Сравнение cpi



Сравнение срри





# Выводы

В сквозном анализе рассматривались 30 каналов, из которых только 3 являлись-profitными. Остальные каналы не привели клиентов. Разбирались 2 основных канала, генерирующих основной трафик и лидов- vk и yandex. Помимо них прибыль принес telegram, но стоит учитывать, что в этом канале была проведена только одна оплата.

В сравнении vk и yandex лидирующим абсолютно во всех метриках является yandex. Стоит учесть, что вложения в эти 2 канала были примерно одинаковыми. yandex кратно превосходит vk по выручке, по привлечению пользователей, лидов и оплат.

Ссылка на дашборд:

[https://db41fe9d.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native\\_filters\\_key=k7CkZ3Gs5iA8L9w7SUZw8EqJZz39QL-d\\_IQPtIYEKhm8q2h\\_sV3B5l7FtK0auddQ](https://db41fe9d.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/8/?native_filters_key=k7CkZ3Gs5iA8L9w7SUZw8EqJZz39QL-d_IQPtIYEKhm8q2h_sV3B5l7FtK0auddQ)