



Проект “Онлайн-школа”

Выполнил Сырых Даниил



Цель:

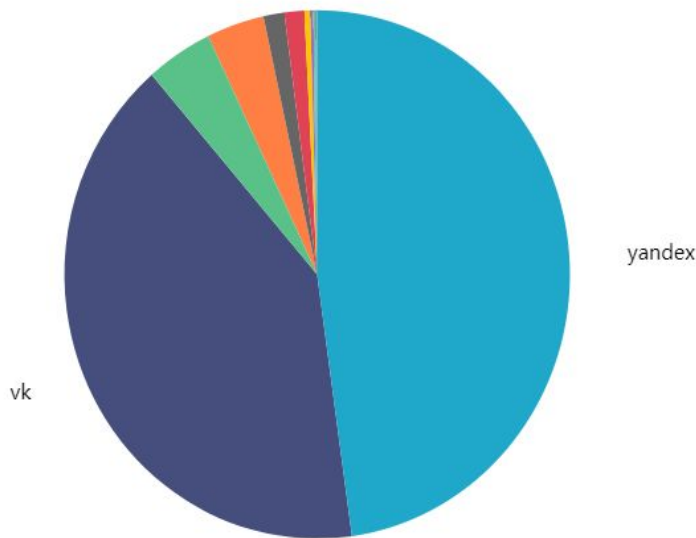
Оценить эффективность маркетинга
онлайн школы за июнь

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

38,6k

Кол-во
лидов

706

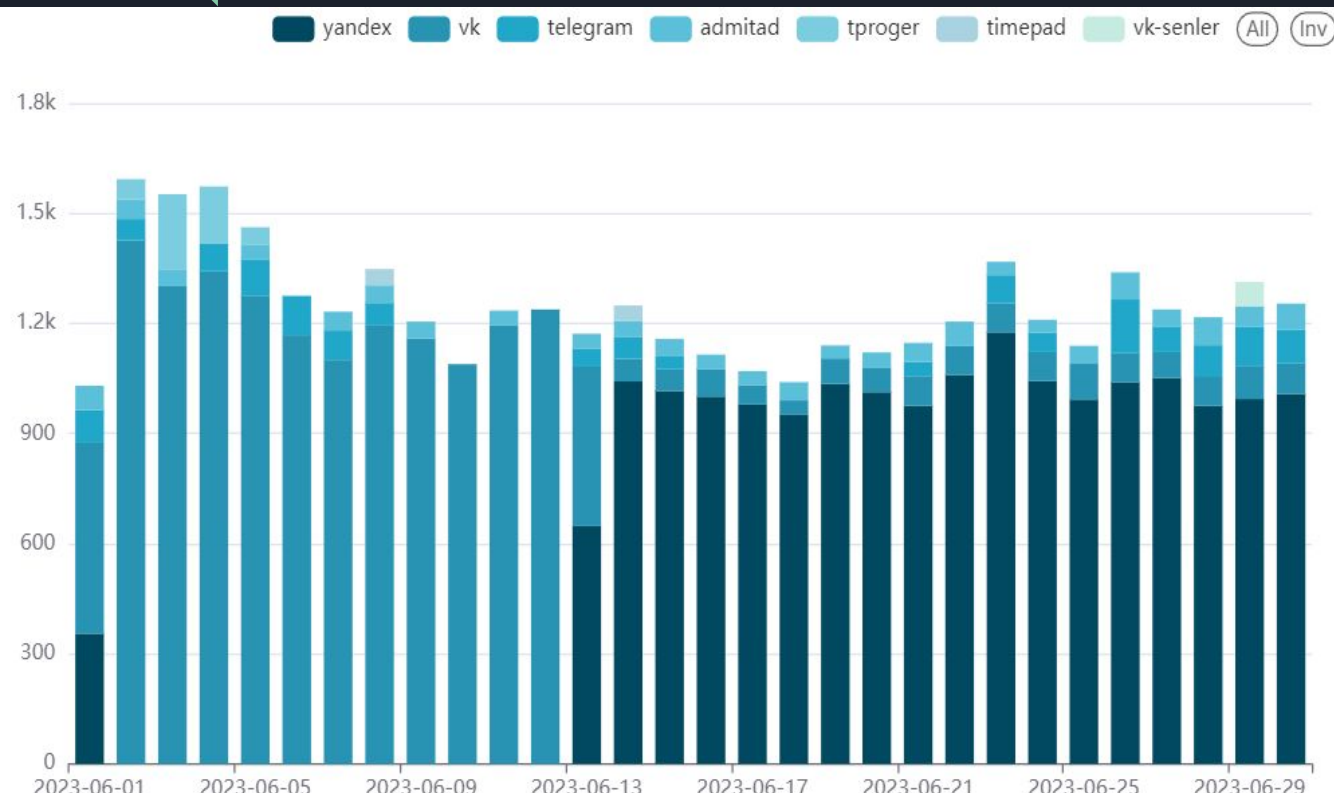
Кол-во
сделок

83

Конверсия из
посетителя в лид:
1,83%

Конверсия из
кликов в лид:
11,76%

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

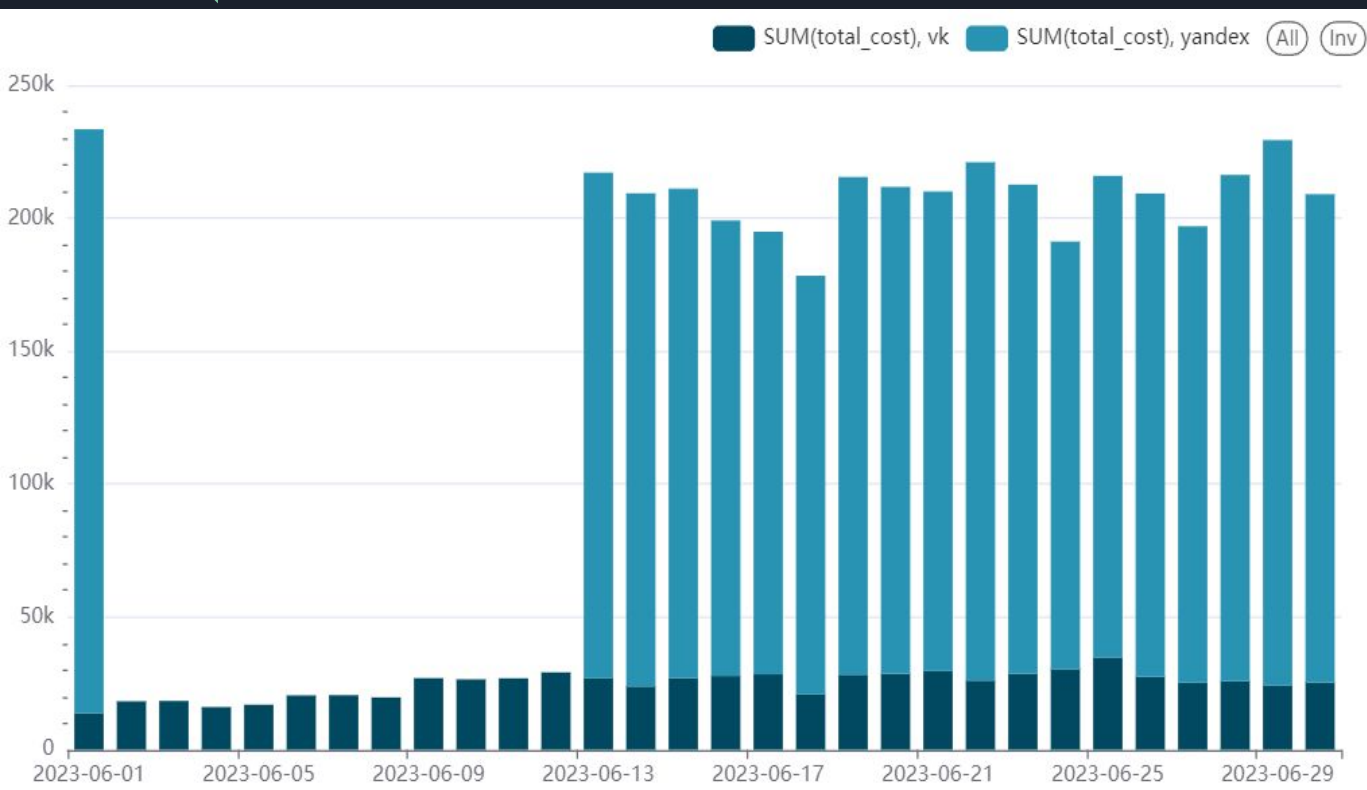


График дает понять, что вложения в основные рекламные каналы были не пропорциональны, но стабильны. Отчетливо видно корреляцию между вложениями эффективностью привлечения

Анализ рекламных вложений

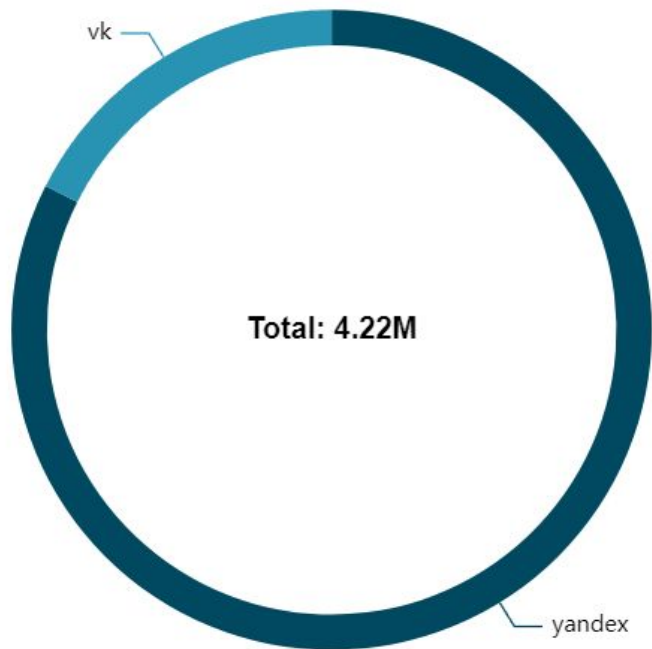


Диаграмма показывает, что в yandex вкладывались значительно больше.

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

Анализ успешных сделок по каналам

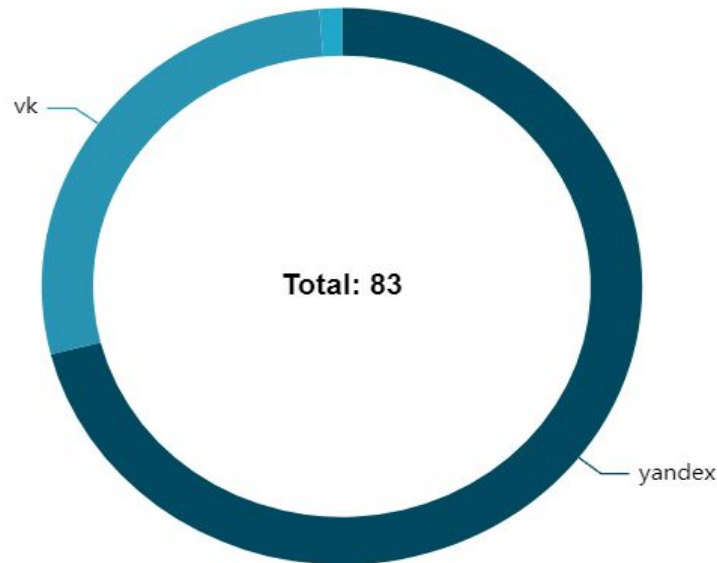
Диаграмма показывает, что основная часть сделок идет от yandex, именно:

yandex: 59

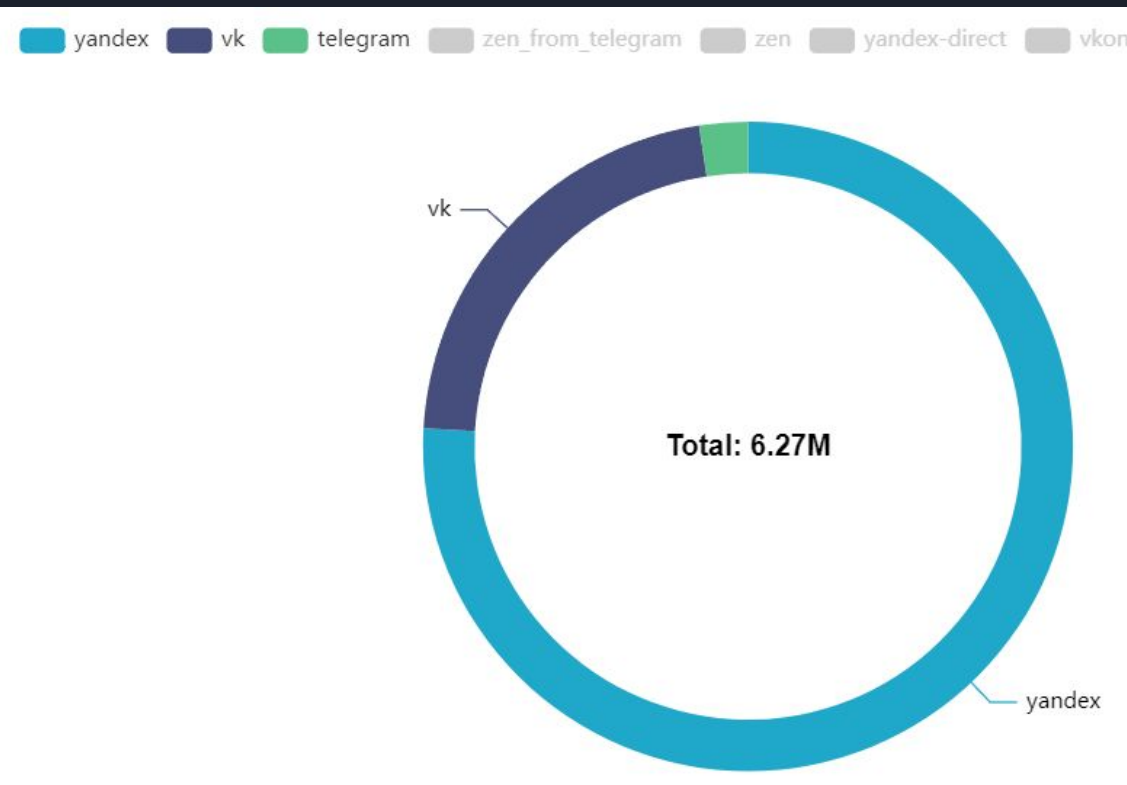
vk: 23

telegram: 1

Из этого следует вывод, что в канале yandex аудитория значительно платежеспособнее и канал является более-profitным, 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: 5,1M

vk: 1,02M

telegram: 151k

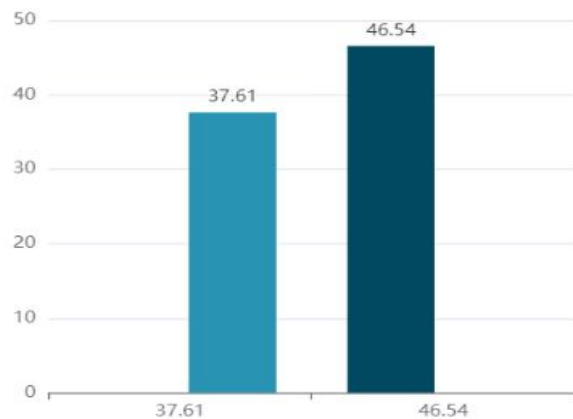
Посмотрим на таблицу с метриками, чтобы понять глубже



Таблица метрик

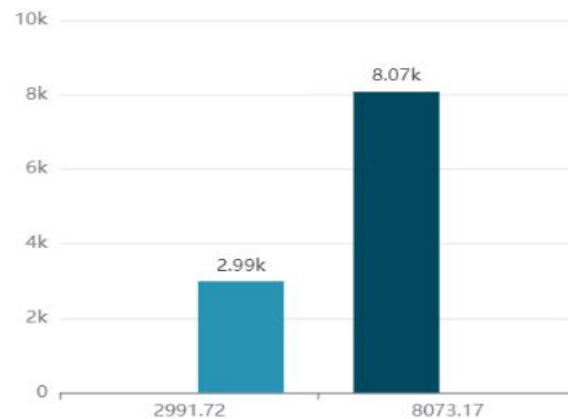
	VK	Yandex
Затраты в сумме	8,75	8,5
Выручка в сумме	1,36M	4,76M
Возврат на инвестиции	37,6%	46,5%
Стоимость пользователя	47,5	188,6
Стоимость лида	2,99k	8,07k
Стоимость покупки	49,5k	51,9k

Сравнение goi



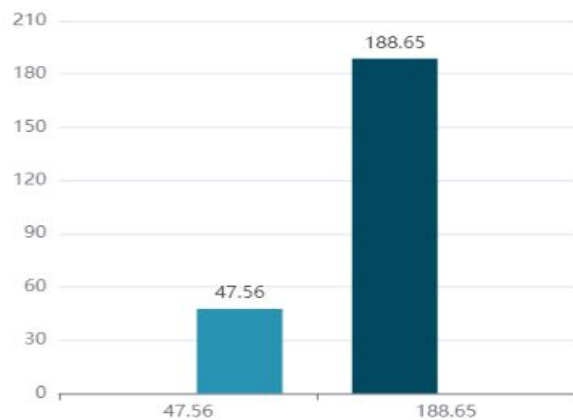
All Inv
yandex
vk

Сравнение cpi



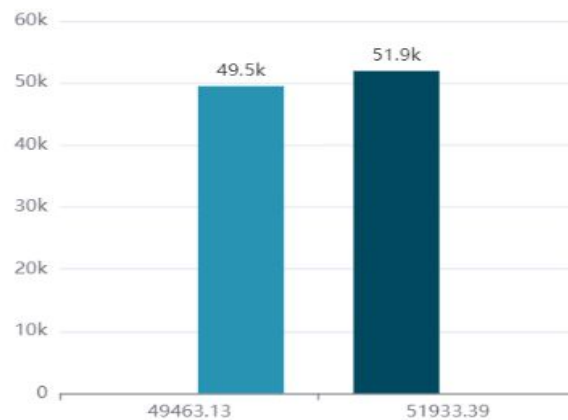
All Inv
yandex
vk

Сравнение cpi



All Inv
yandex
vk

Сравнение срри



All Inv
yandex
vk



Выводы

В сквозном анализе рассматривались 30 каналов, из которых только 3 являлись профитными. 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 неравны, однако благодаря метрикам становится ясно, что yandex является более перспективным. Онкратно 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_sV3B5l7FtKoauddQ