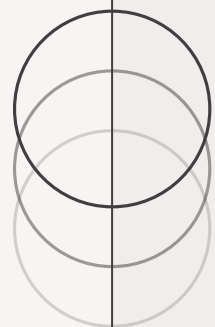


# СКВОЗНОЙ АНАЛИЗ КАНАЛОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ

с выводом данных по модели last paid click



июнь 2023

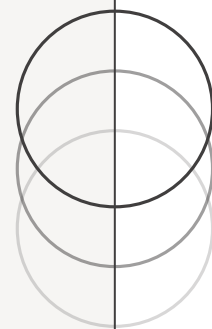
# Содержание

ПОСЕЩЕНИЯ
ЛИДЫ
КОНВЕРСИЯ
РАСХОДЫ
ОКУПАЕМОСТЬ
КЛЮЧЕВЫЕ ИНСАЙТЫ

наблюдения

Соотношение повторных и уникальных визитов указывает на то, что значительная часть аудитории возвращается на сайт.

График показывает, что рост посещаемости приходится на вторую половину недели, а спад на начало недели, и это циклично.



# Посещения

июнь 2023

**~233 тыс.**  
ВИЗИТОВ

**~169 тыс.**  
уНИКАЛЬНЫХ ВИЗИТОВ



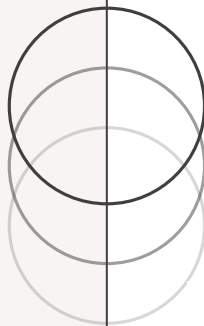
наблюдения

По диаграмме видно, что трафик сконцентрирован в небольшом числе каналов, в большинстве поисковые системы и социальные сети.

Через органический поиск приходит в 10 раз больше трафика, чем через yandex (реклама).

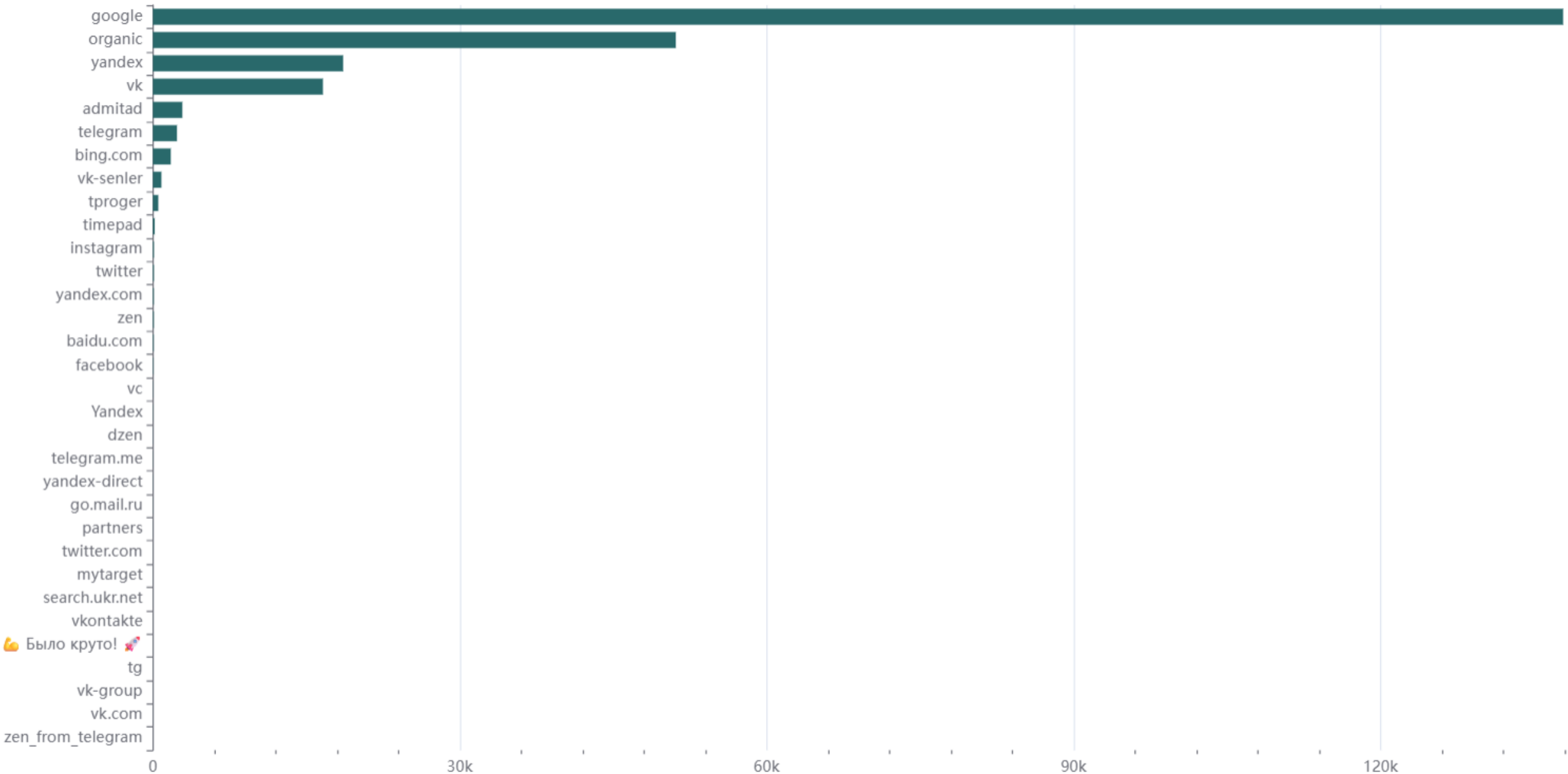
Каналы yandex и vk также вносят существенный вклад, следом за органикой.

Около 2/3 каналов приводят менее 100 визитов в месяц.



# Посещения

июнь 2023



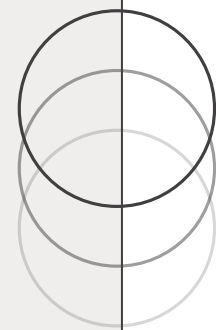
## наблюдения

Пиковые дни по созданию лидов - 15 и 20 июня, в остальном стабильные колебания в диапазоне от 20 до 60 лидов в день, при этом успешно закрылись 15.77% лидов, в работе находятся 11.46% и не реализованы 72.77% лидов.

Популярный формат обучения – групповой, много реже лиды приходят на базовый, премиум и буткемп форматы.

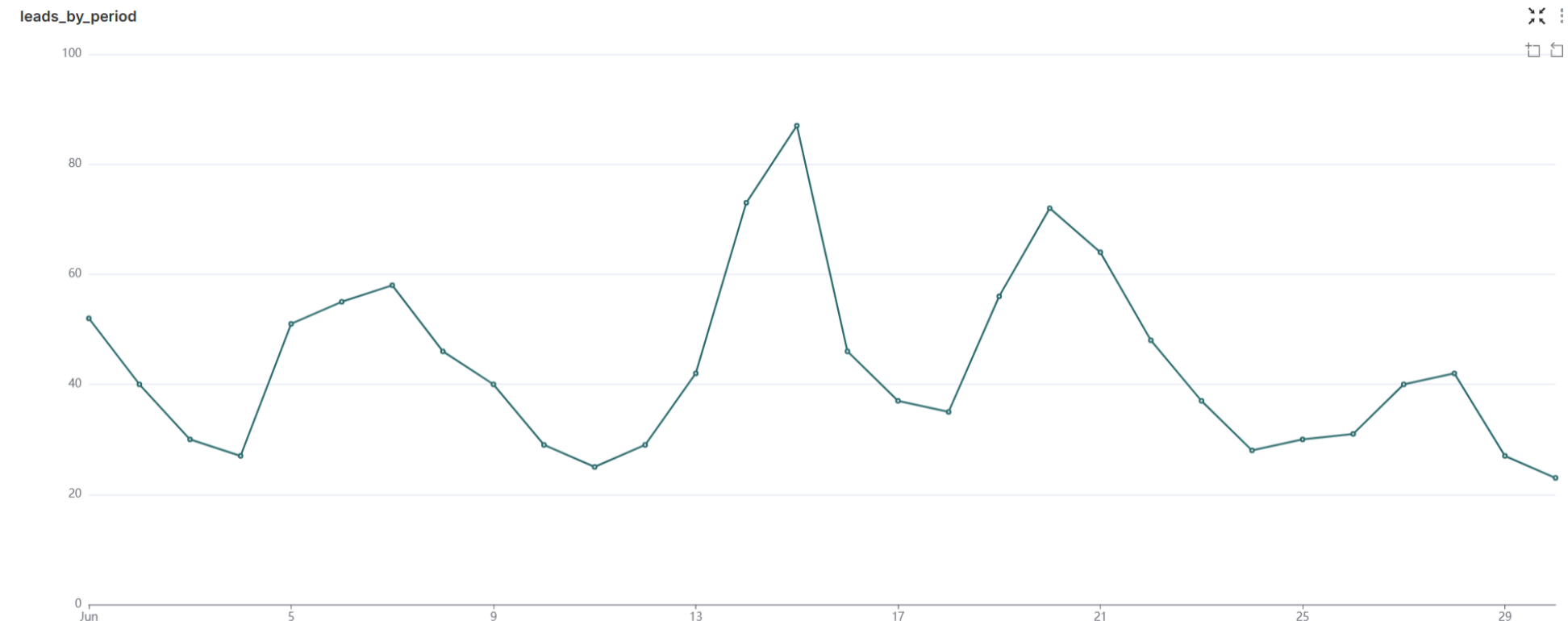
## время закрытия сделки

Расчеты показали, что 90% лидов закрываются в течение 25.8 дней. Следовательно, для получения репрезентативной картины рекламную кампанию можно анализировать с лагом в 26 дней



# Лиды

июнь 2023



utm_source	group_format	base_format	premium_format	bootcamp_format
yandex	421	5	5	0
vk	242	2	3	1
telegram	15	0	0	0
admitad	4	0	0	1
vc	4	0	0	0
vk - senler	1	0	0	0
instagram	1	0	0	0
dzen	1	0	0	0

# Конверсия

1 300

ЛИДОВ

0.56

ИЗ КЛИКА В ЛИД

15.77

ИЗ ЛИДА В ОПЛАТУ

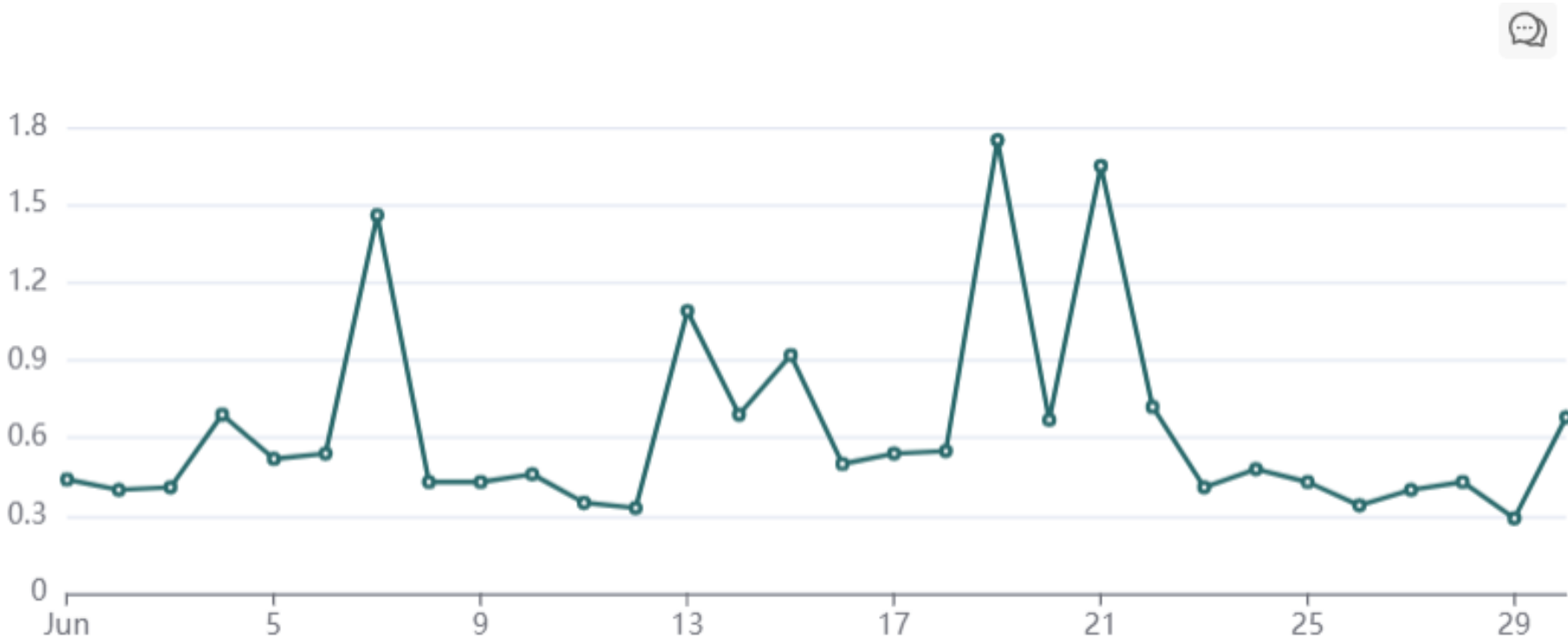
наблюдения

Низкий показатель конверсии из клика в лид и высокий - из лида в оплату.

На графике CTR видно короткие всплески, в остальном график стабильный. Всплески не совпадают со скачками на графике конверсии из лида в оплату.

Возможно, реклама привлекает много нецелевых лидов.

ctr

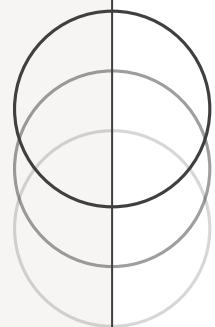


leads\_to\_payment\_cr\_by\_period



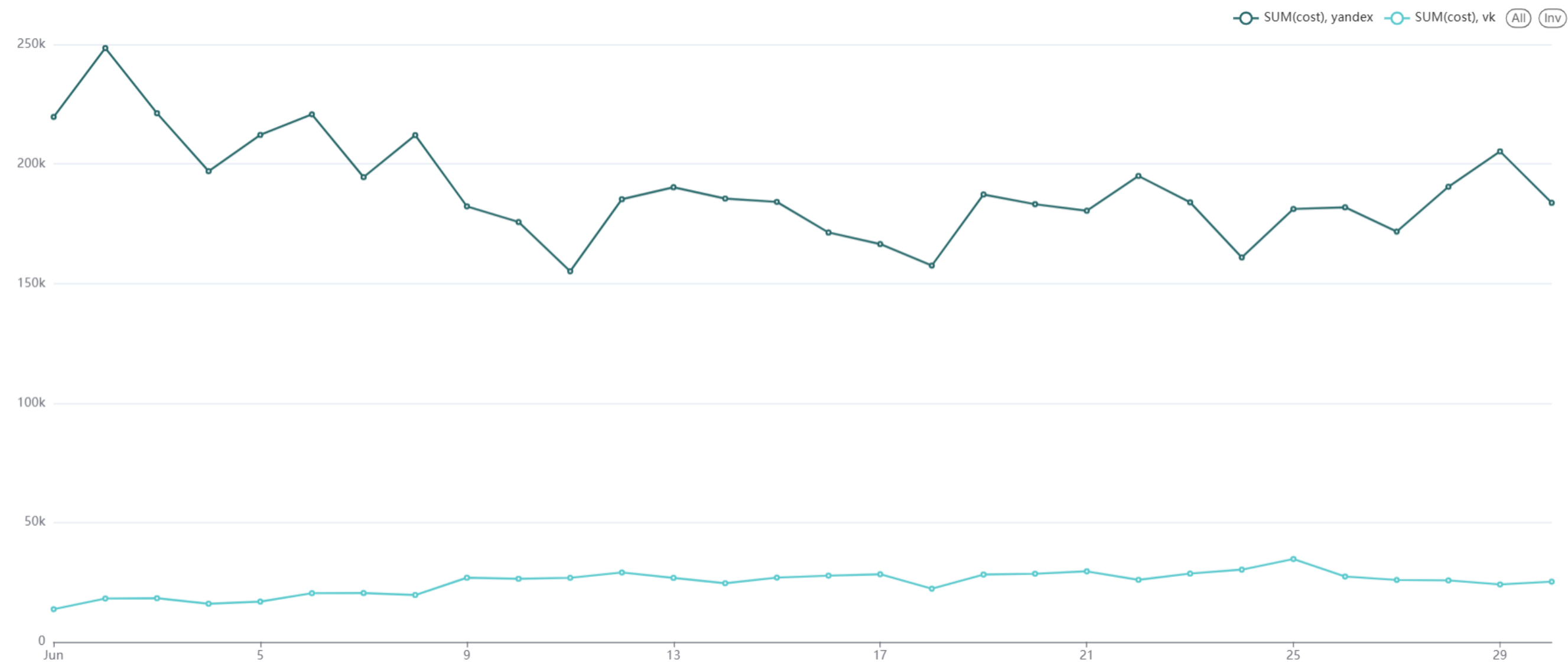
июнь 2023





# Расходы

ИЮНЬ 2023



## наблюдения

Линии на графике без резких скачков, расходы стабильные. В пиковые дни бюджет достигает 250 тыс.

# Окупаемость

48.55  
total ROI

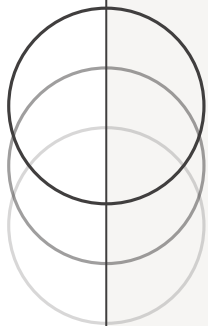
utm_source ▴▾	SUM(roi) ▼
yandex	113k
vk	35.4k
telegram	N/A

## наблюдения

yandex показывает максимальный ROI при высоких расходах, учитывая данные на предыдущем слайде. Канал хорошо окупается и является ключевым источником прибыли.

vk демонстрирует окупаемость значительно ниже при сопоставимых затратах. Это проседающий канал, возможно, высокий CPC или низкая конверсия в оплату, требуется оптимизация.

telegram при нулевых затратах на привлечение оказался самым рентабельным источником трафика.



июнь 2023



# Ключевые инсайты – по каналам

июнь 2023

## наблюдения

Yandex - ключевой канал по объёмам, есть кампании как с высокой рентабельностью (base-professions-retarget), так и низкоэффективные.

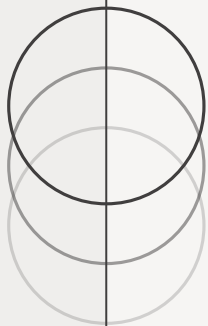
VK показывает среднюю эффективность. Кампании prof-python и freemium-frontend демонстрируют хороший ROI, но затраты и прибыль значительно ниже, чем у Yandex.

Telegram — канал с нулевыми расходами и максимальной рентабельностью, который можно развивать.

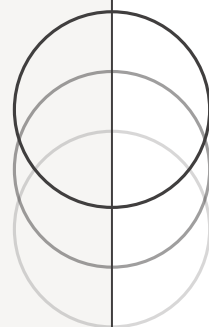
utm_source	utm_medium	utm_campaign	SUM(roi)↓	SUM(cpu)	SUM(cpl)	SUM(cppu)	SUM(rpl)	SUM(aov)
yandex	cpc	base-professions-retarget	88.7k	37	37	151	33.5k	134k
vk	cpc	prof-python	17.4k	28	50	405	8.89k	71.1k
vk	cpc	freemium-frontend	10.5k	39	73	632	7.86k	67.6k
yandex	cpc	freemium	7.5k	210	216	866	16.5k	66.2k
vk	cpc	prof-java	7.3k	61	135	1.56k	10.1k	116k
yandex	cpc	base-python	3.7k	404	447	1.79k	17k	68k
yandex	cpc	prof-professions-brand	3.1k	370	370	1.61k	11.9k	51.4k
yandex	cpc	dod-php	2.4k	1.49k	1.49k	5.96k	37.6k	150k
yandex	cpc	prof-data-analytics	2k	720	720	5.04k	15.7k	110k
yandex	cpc	prof-python	1.7k	532	541	4.72k	10.1k	87.6k
yandex	cpc	prof-frontend	1.7k	732	782	4.76k	14.5k	88.1k
yandex	cpc	base-frontend	1.3k	451	463	6.02k	6.89k	89.5k
yandex	cpc	prof-java	800	601	601	7.37k	5.81k	71.1k
vk	cpc	base-python	200	43	70	2.54k	252	9.07k
yandex	cpc	base-java	100	962	962	19.3k	2.4k	48k
vk	cpc	freemium-python	0	22	39	980	62	1.56k
vk	social	hexlet-blog	N/A	N/A	N/A	N/A	84k	84k
yandex	cpc	dod-professions	N/A	N/A	N/A	N/A	6.3k	37.8k
telegram	cpp	base-java	N/A	N/A	N/A	N/A	151k	151k

# Ключевые инсайты – по кампаниям

июнь 2023



prof-	base-	freemium
Высокие затраты, но и высокая прибыль (например, prof-frontend). Эффективность варьируется: prof-java успешна, а prof-professions-brand, prof-backend и другие - менее	Часто более высокая рентабельность (например, base-professions-retarget и base-python)	Показывают хорошую конверсию в покупку (196 лидов, 31 покупка).
dod-	топ-3 кампании по ROI	низкая эффективность
dod-php – высокий средний чек, но и высокая стоимость привлечения	base-professions-retarget (yandex) prof-python (vk) freemium-frontend (vk)	freemium-python (vk) base-java (yandex)



# Ключевые инсайты – корреляция и лаг в днях

июнь 2023

## наблюдения

Между расходами на рекламу и органическим трафиком есть связь, но она нестабильная и слабая. Возможно, реклама не является главным фактором роста органики, а только слегка на неё влияет

Максимальная положительная корреляция = 0.287 на 6-й день. Расходы на рекламу оказывают наибольшее влияние на рост органики через 6 дней.





июнь 2023

# Спасибо

отслеживать метрики в режиме онлайн  
можно на этом дашборде