

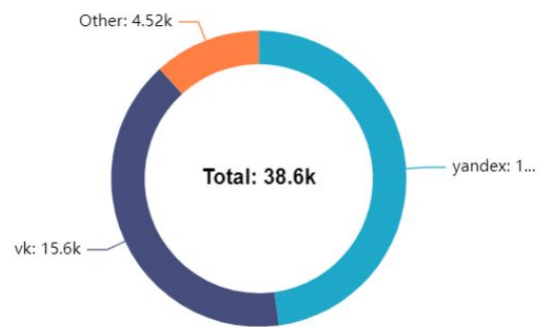
“Онлайн-школа”

Дашборд

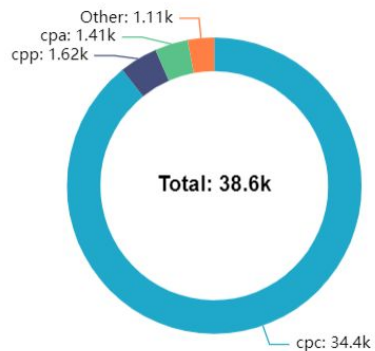
https://ac375683.us2a.app.preset.io/superset/dashboard/11/?native_filters_key=Bf-BEw5VVEIAM1Fv-jblY3ffYsadT_2nTQBvz2FGzsGGV3yKpKFMF1mbFoOSn7Yt

Уникальные пользователи

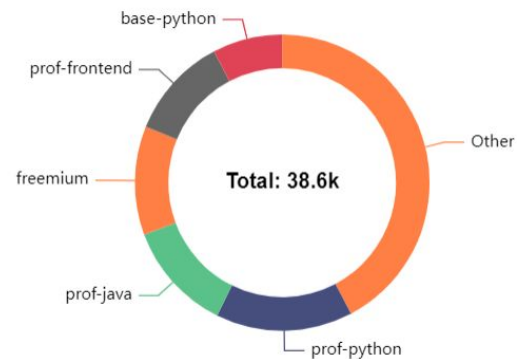
Уникальные пользователи по utm_source



Уникальные пользователи по utm_medium

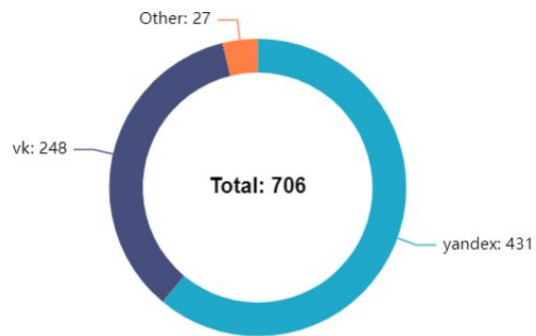


Уникальные пользователи по utm_campaign

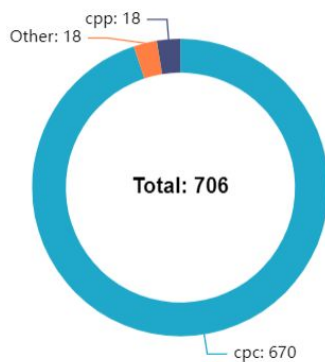


Уникальные лиды

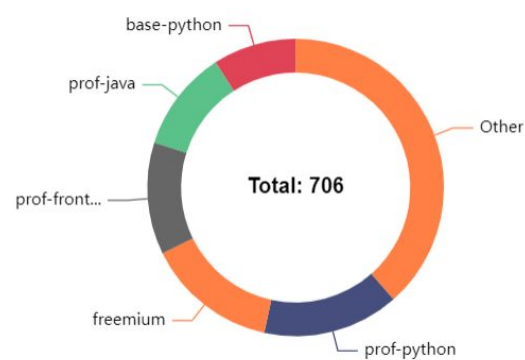
Уникальные лиды по utm_source



Уникальные лиды по utm_medium



Уникальные лиды по utm_campaign



Активность за весь период

- Основной трафик приходит с vk и yandex по модели оплаты срс;
- Наибольший потенциальный интерес для посетителей представляют программы prof-python, freemium, prof-java, prof-frontend, base-python;
- Лиды, соответственно, тоже в подавляющем большинстве случаев появляются с vk и yandex по модели оплаты срс;
- Доля лидов с vk и yandex еще выше, чем доля пользователей с vk и yandex, как и доля лидов с срс относительно пользователей с срс;
- Наибольший потенциальный интерес для лидов также представляют программы prof-python, freemium, prof-frontend, prof-java, base-python.

Активность (2023-06-01)

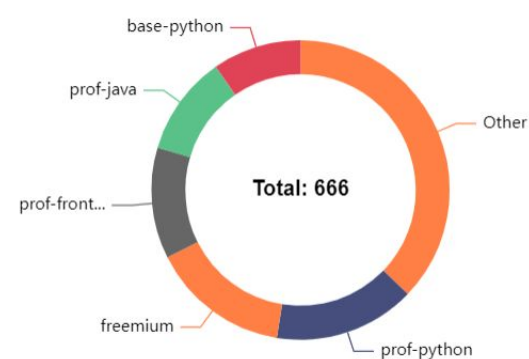
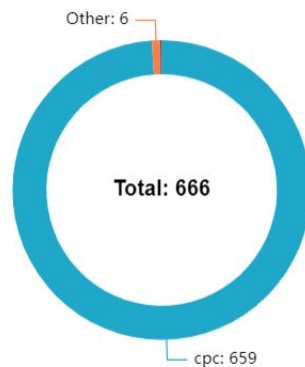
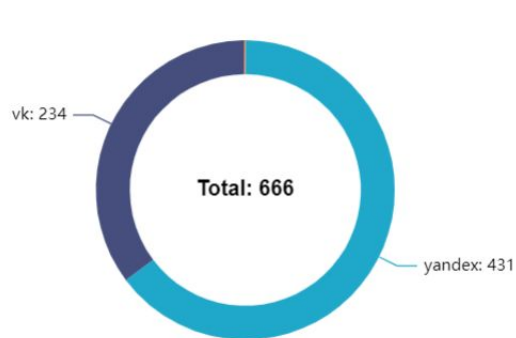
Уникальные лиды по utm_source



Уникальные лиды по utm_medium



Уникальные лиды по utm_campaign



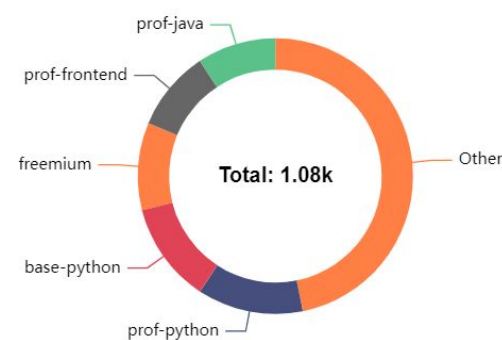
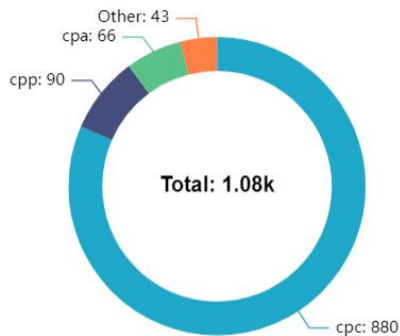
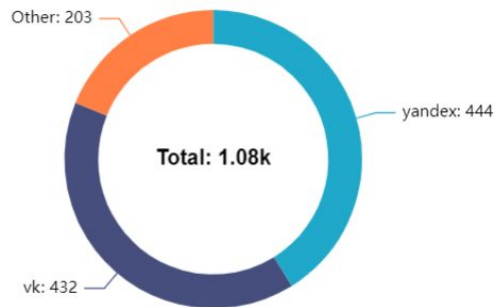
Уникальные пользователи по utm_source



Уникальные пользователи по utm_medium



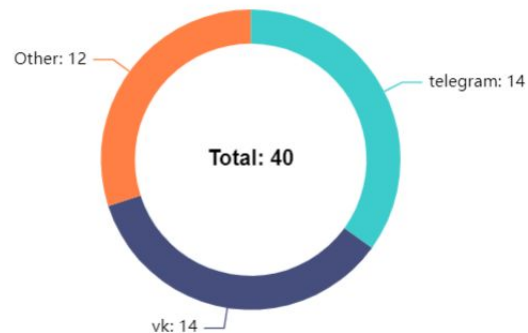
Уникальные пользователи по utm_campaign



Активность (кроме 2023-06-01)

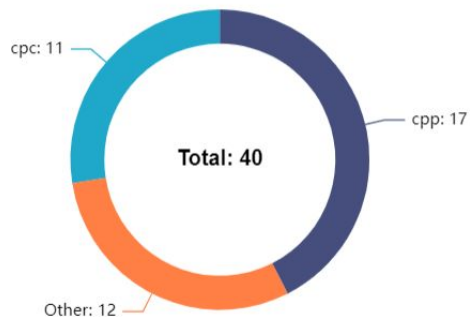
Уникальные лиды по utm_source

1



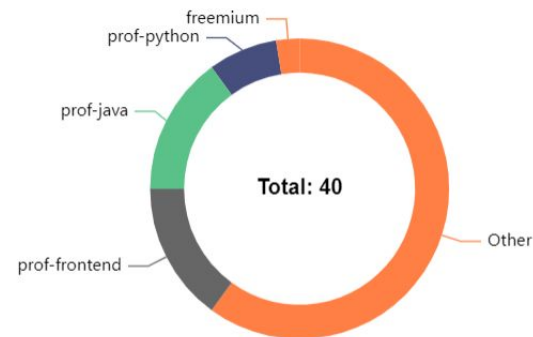
Уникальные лиды по utm_medium

1



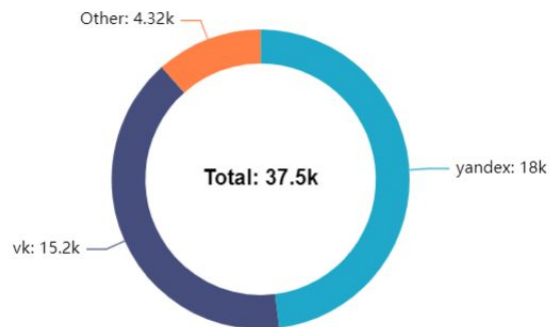
Уникальные лиды по utm_campaign

1



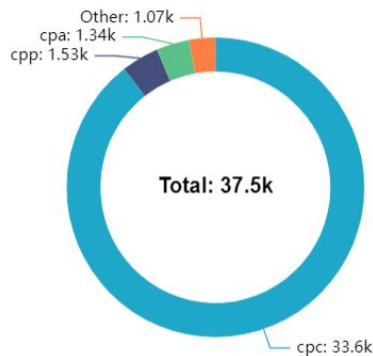
Уникальные пользователи по utm_source

1



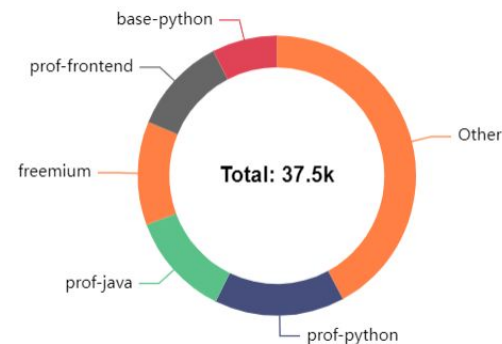
Уникальные пользователи по utm_medium

1

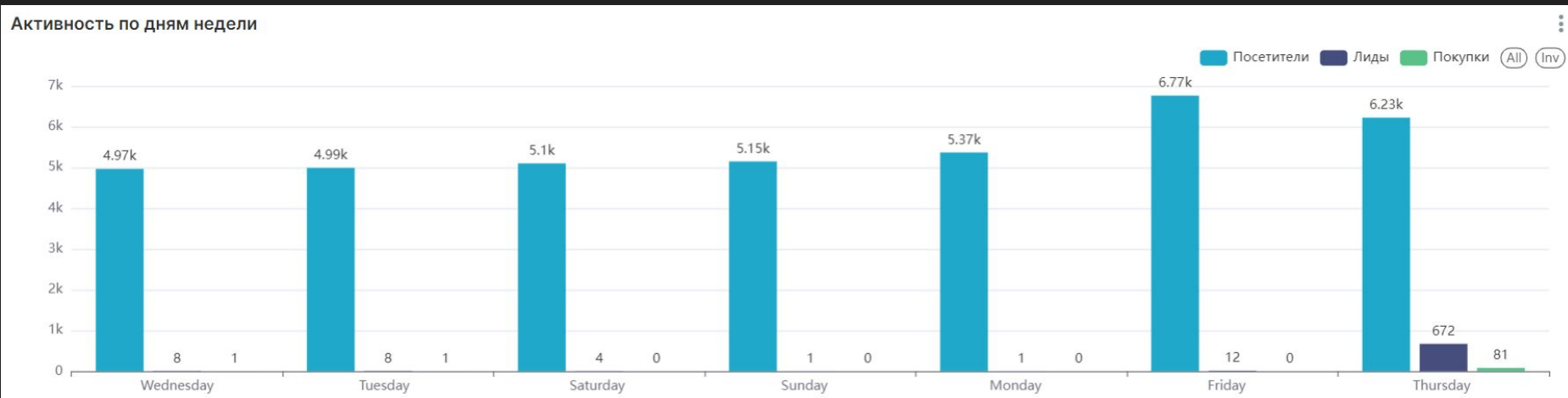


Уникальные пользователи по utm_campaign

1

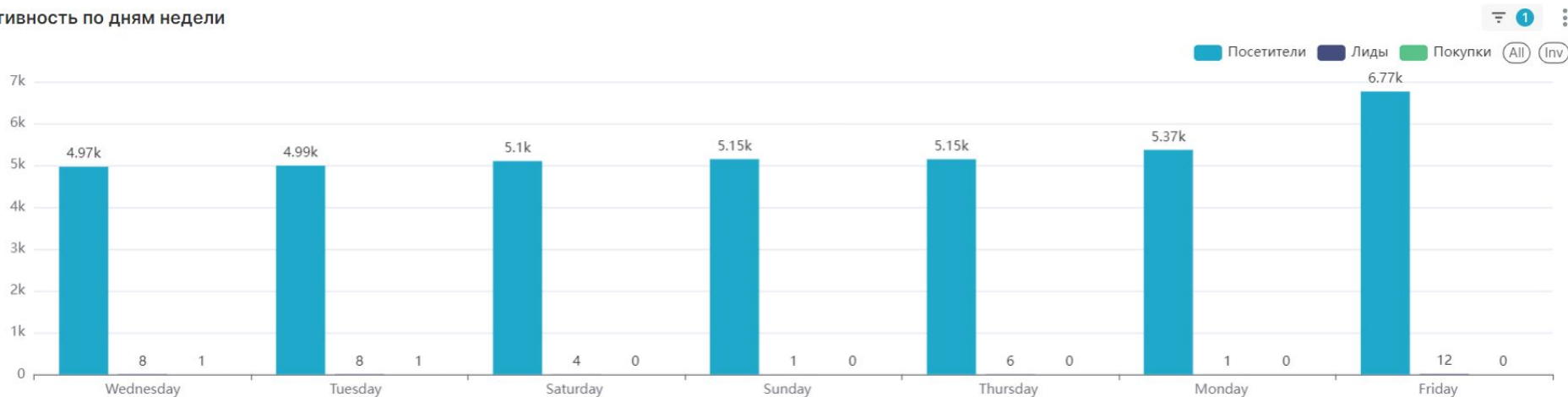


Активность по дням недели



Активность по дням недели (кроме 2023-06-01)

Активность по дням недели



- Посетители чаще приходят в конце рабочей недели - в пятницу;
- Основная конверсия в лиды и в покупки произошла в первый день исследуемого периода;
- Как увидим далее, покупки в дни, отличные от первого, совершаются над бесплатным контентом;
- Первый день:
 - Основная доля лидов приходит с vk и yandex;
 - Основная доля лидов приходит по модели оплаты срс;
 - Популярно: prof-python, freemium, prof-java, prof-frontend, base-python;
- Остальные дни:
 - Основная доля лидов приходит с vk и telegram;
 - Основная доля лидов приходит по модели оплаты срс, cpp;
 - Популярно: prof-python, freemium, prof-java, prof-frontend, base-python;

Окупаемые каналы рекламы

utm_source	utm_medium	utm_campaign	затраты на рекламу	выручка	прибыль
yandex*	cpc	freemium	316k	1.65M	1.34M
yandex**	cpc	base-python	105k	476k	371k
vk*	cpc	freemium-frontend	78.8k	338k	259k
yandex*	cpc	base-frontend	40.5k	269k	228k
vk**	cpc	prof-python	145k	356k	210k
yandex*	cpc	dod-php	5.96k	150k	144k
yandex*	cpc	base-professions-retarget	2.67k	134k	131k
yandex**	cpc	prof-data-analytics	105k	220k	115k
vk**	cpc	prof-java	133k	233k	100k
yandex**	cpc	prof-professions-brand	78k	154k	76.3k

* не трогать

** поработать и улучшить

Убыточные каналы рекламы

utm_source	utm_medium	utm_campaign	затраты на рекламу	выручка	прибыль
yandex	cpc	dod-java	2.91k	0	-2.91k
vk	cpm	prof-data-analytics	4.19k	0	-4.19k
yandex	cpc	dod-frontend	8.89k	0	-8.89k
yandex	cpc	dod-qa	16k	0	-16k
yandex	cpc	prof-professions-retarget	20.7k	0	-20.7k
yandex	cpc	dod-python-java	27.2k	0	-27.2k
vk	cpc	base-python	39.3k	9.07k	-30.2k
yandex	cpc	dod-professions	34.7k	0	-34.7k
vk	cpc	freemium-java	59.3k	0	-59.3k
vk	cpc	freemium-python	64.7k	1.56k	-63.1k
yandex	cpc	base-java	113k	48k	-65.5k
vk	cpc	prof-data-analytics	106k	0	-106k
vk	cpc	prof-frontend	111k	0	-111k
yandex	cpc	prof-frontend	1.18M	1.06M	-119k
yandex	cpc	prof-python	801k	613k	-188k
yandex	cpc	prof-java	625k	285k	-340k

Рекомендуется отказаться от вложений в данные каналы

Реклама: Весь период

Окупаемость рекламы

utm_source	utm_medium	utm_campaign	затраты на рекламу	выручка	прибыль
yandex	cpc	freemium	316k	1.65M	1.34M
yandex	cpc	base-python	105k	476k	371k
vk	cpc	freemium-frontend	78.8k	338k	259k
yandex	cpc	base-frontend	40.5k	269k	228k
vk	cpc	prof-python	145k	356k	210k
yandex	cpc	dod-php	5.96k	150k	144k
yandex	cpc	base-professions-retarget	2.67k	134k	131k
yandex	cpc	prof-data-analytics	105k	220k	115k
vk	cpc	prof-java	133k	233k	100k
yandex	cpc	prof-professions-brand	78k	154k	76.3k
vk	cpm	prof-frontend	0	0	0
yandex	cpc	dod-java	2.91k	0	-2.91k
vk	cpm	prof-data-analytics	4.19k	0	-4.19k
yandex	cpc	dod-frontend	8.89k	0	-8.89k
yandex	cpc	dod-qa	16k	0	-16k
yandex	cpc	prof-professions-retarget	20.7k	0	-20.7k
yandex	cpc	dod-python-java	27.2k	0	-27.2k
vk	cpc	base-python	39.3k	9.07k	-30.2k
yandex	cpc	dod-professions	34.7k	0	-34.7k
vk	cpc	freemium-java	59.3k	0	-59.3k
Totals			4.22M	6M	1.78M

Реклама: Весь период, кроме 2023-06-01

Окупаемость рекламы

utm_source	utm_medium	utm_campaign	затраты на рекламу	выручка	прибыль
vk	cpm	prof-frontend	0	0	0
yandex	cpc	base-professions-retarget	2.52k	0	-2.52k
vk	cpm	prof-data-analytics	3.81k	0	-3.81k
yandex	cpc	dod-frontend	6.02k	0	-6.02k
yandex	cpc	dod-qa	16k	0	-16k
yandex	cpc	prof-professions-retarget	19k	0	-19k
yandex	cpc	base-frontend	22.5k	0	-22.5k
yandex	cpc	dod-python-java	27.2k	0	-27.2k
yandex	cpc	dod-professions	34.7k	0	-34.7k
vk	cpc	base-python	36.8k	0	-36.8k
vk	cpc	freemium-java	58.8k	0	-58.8k
vk	cpc	freemium-python	63.7k	0	-63.7k
yandex	cpc	prof-professions-brand	73.2k	0	-73.2k
vk	cpc	freemium-frontend	75.6k	0	-75.6k
yandex	cpc	base-python	92.3k	0	-92.3k
yandex	cpc	base-java	94.2k	0	-94.2k
yandex	cpc	prof-data-analytics	95.3k	0	-95.3k
vk	cpc	prof-data-analytics	105k	0	-105k
vk	cpc	prof-frontend	111k	0	-111k
vk	cpc	prof-java	130k	0	-130k
Totals			3.99M	0	-3.99M

Реклама: 2023-06-01

Окупаемость рекламы



utm_source	utm_medium	utm_campaign	затраты на рекламу	выручка	прибыль
yandex	cpc	freemium	21.7k	1.65M	1.63M
yandex	cpc	prof-frontend	57.1k	1.06M	1M
yandex	cpc	prof-python	33k	613k	580k
yandex	cpc	base-python	12.5k	476k	463k
vk	cpc	prof-python	2.03k	356k	354k
vk	cpc	freemium-frontend	3.16k	338k	335k
yandex	cpc	prof-java	29.5k	285k	255k
yandex	cpc	base-frontend	18.1k	269k	250k
vk	cpc	prof-java	3.12k	233k	230k
yandex	cpc	prof-data-analytics	10.1k	220k	210k
yandex	cpc	prof-professions-brand	4.82k	154k	149k
yandex	cpc	dod-php	5.96k	150k	144k
yandex	cpc	base-professions-retarget	151	134k	134k
yandex	cpc	base-java	19.3k	48k	28.7k
vk	cpc	base-python	2.54k	9.07k	6.54k
vk	cpc	freemium-python	980	1.56k	580
vk	cpm	prof-data-analytics	385	0	-385
vk	cpc	freemium-java	487	0	-487
vk	cpc	prof-data-analytics	1.07k	0	-1.07k
yandex	cpc	prof-professions-retarget	1.71k	0	-1.71k
Totals			233k	6M	5.76M

Метрики

Метрики для vk

	Metric	Затраты на рекламу	Кол-во уник. посетителей	Кол-во уник. лидов	Кол-во продаж	Выручка	cpi	cpl	cppu	roi
utm_source										
vk		742k	15.6k	15	15	1.02M	47.56	2.99k	49.5k	37.61

Метрики для yandex

	Metric	Затраты на рекламу	Кол-во уник. посетителей	Кол-во уник. лидов	Кол-во продаж	Выручка	cpi	cpl	cppu	roi
utm_source										
yandex		3.48M	18.4k	431	67	5.1M	188.65	8.07k	51.9k	46.54

- Возврат инвестиций на рекламу в yandex на 9 ‰ больше;
- Расходы на рекламу в yandex выше почти в 5 раз;
- Конверсия в лидов гораздо выше у рекламы через yandex, однако конверсия в покупки относительно лидов гораздо лучше у vk (100%), в отличие от yandex;
- Несмотря на почти равные показатели затрат на покупку (cppu), затраты на привлечение и лидов в разы меньше у рекламы через vk;
- Рекламная кампания через vk в целом показывает себя более эффективной с точки зрения привлечения крупных клиентов;
- Рекламная кампания через yandex при экстраполировании данных с vk (что может быть довольно грубой оценкой) на сопоставимые расходы приводить к большему количеству лидов (однако это не влияет на выручку).

Реклама

- Вся выручка пришлась на первый день;
- В остальные дни совершались “покупки” бесплатного контента;
- Затраты на рекламу в yandex почти в 5 раз выше, чем в vk;
- Возврат инвестиций выше у yandex на 9 %;
- vk показывает гораздо лучшие результаты с точки зрения cpi, cpl;
- crrpi при этом практически идентичен;
- Все заинтересованные в коммерческой части контента пользователи совершают покупку в начале исследуемого периода (либо в начале месяца, нужна информация по другим месяцам).