

Результаты проведения анализа экономической эффективности запуска рекламной кампании в школах России по данным на 2023 год.

Для подготовки этого анализа был принят средний показатель Response rate 2%, так как для печатной рекламы допустим диапазон от 1% до 5%, поэтому необходимо проведение сравнительного A/B тестирования, результаты которого могут зависеть от дизайна и формата рекламного буклета.

Средний чек 52 000 рублей			CTR 15%	Response rate 1.5 %	Response rate 2 %
Город	Население	Школьники	число школ	Тест А	Тест В
Новосибирск	1635,0K	186,6K	215	₽ 66,95M	154,0M₽
Краснодар	1121,0K	183,2K	97	₽ 65,75M	151,2M₽
Екатеринбург	1539,0K	172,0K	163	₽ 61,71M	141,9M₽
Казань	1315,0K	165,0K	178	₽ 59,20M	136,2M₽
Челябинск	1183,0K	141,7K	152	₽ 50,83M	116,9M₽
Нижний Новгород	1215,0K	140,0K	167	₽ 50,23M	115,5M₽
Омск	1111,0K	136,1K	144	₽ 48,82M	112,3M₽
Уфа	1158,0K	126,9K	128	₽ 45,53M	104,7M₽
Воронеж	1052,0K	125,3K	120	₽ 44,95M	103,4M₽
Ростов-на-Дону	1136,0K	124,7K	110	₽ 44,74M	102,9M₽
Пермь	1027,0K	121,5K	108	₽ 43,59M	100,3M₽
Самара	1164,0K	115,1K	182	₽ 41,29M	95,0M₽
Волгоград	1026,0K	96,0K	153	₽ 34,44M	79,2M₽
Красноярск	1197,0K	86,1K	111	₽ 30,88M	71,0M₽
Total	16879,0K	1920,1K	2028	₽ 688,92M	1 584,5M₽



Выводы: На основе полученных данных, проведение рекламной кампании является экономически обоснованной, при этом самым перспективным можно считать г. Краснодар, так как соотношение количества школ и школьников меньше чем в других городах, что говорит о дефиците образовательных продуктов.

Рекомендации:

- 1) учитывать сроки и сезонность размещения (не менее 9 учебных месяцев с сентября по июнь)
- 2) Внести в модель расчета затраты на создание самих рекламных буклетов, их размещение/замену/обновление.
- 3) Необходимо учесть фактор наличия буклетов на весь период рекламной кампании, учитывая особенности места размещения.

Ведущий аналитик - Громик Ирина, май 2023