

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ

**Анализ эффективности маркетинговых каналов**

Дата: 26.02.2026

Ссылка на дашборд:

<https://datalens.yandex/wtpvqephnidsg>

## **Что мы хотели узнать:**

Какие каналы действительно приводят клиентов?

Сколько стоит один клиент (CPU) и один лид (CPL)?

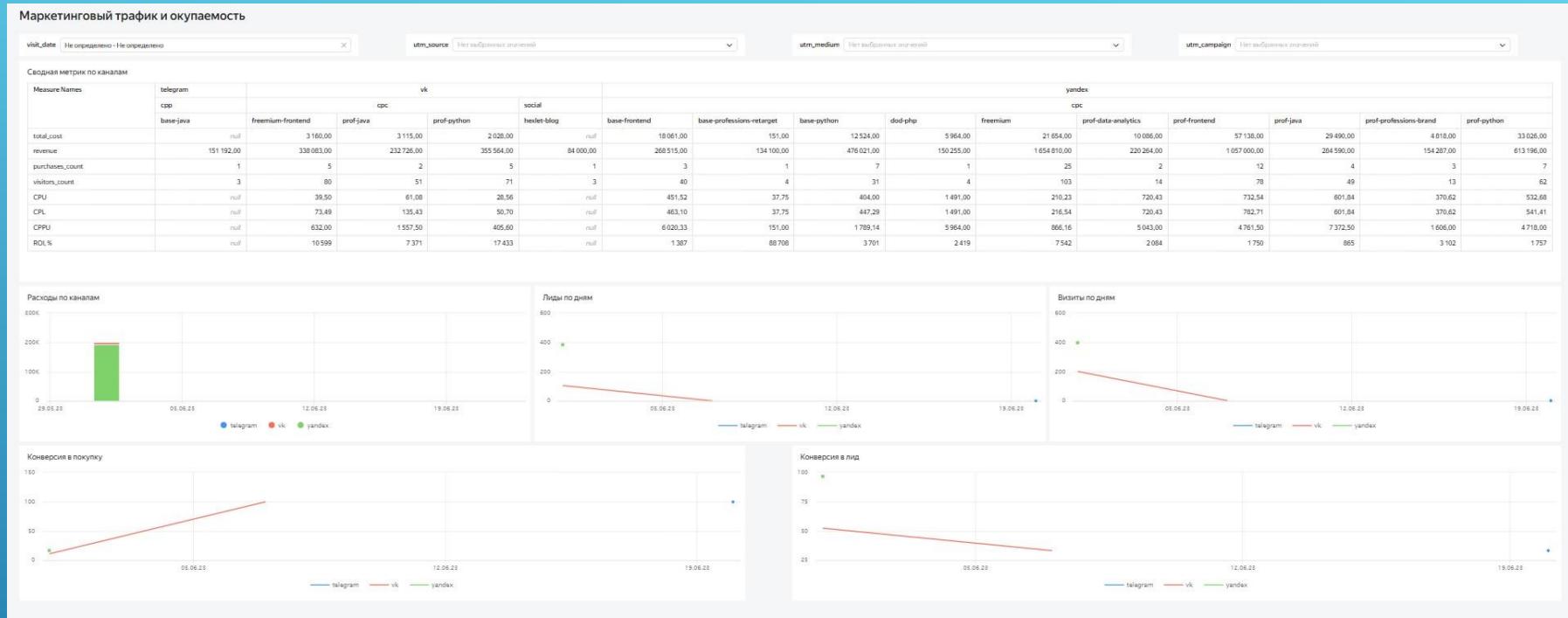
Окупаются ли наши вложения (ROI)?

Куда направлять бюджет, а что пора отключать?

## **Как это работает:**

Мы загрузили данные по кликам, лидам и покупкам в DataLens и построили интерактивный дашборд. Все графики обновляются автоматически, а фильтры позволяют смотреть на любую кампанию в любой период

# **О ЧЁМ ЭТОТ ДАШБОРД И ЗАЧЕМ ОН НУЖЕН**



# ГЛАВНЫЙ ЭКРАН ДАШБОРДА (СКРИНШОТ)

**На дашборде есть:**  
**Сводная таблица** —  
главные метрики по  
каждой кампании  
(CPU, CPL, CPPU,  
ROI)  
**Графики**  
**динамики** — как  
меняются расходы,  
лиды и визиты во  
времени  
**Фильтры** — можно  
выбрать любой  
канал, тип трафика  
или кампанию

## Метрика   Что значит простыми словами   Формула

---

**CPU**      Сколько рублей мы заплатили, чтобы один человек зашёл на сайт      Расходы / Визиты

---

**CPL**      Сколько рублей стоил один лид (заявка, регистрация).      Расходы / Лиды

---

**CPPU**      Сколько рублей стоил один платящий клиент      Расходы / Покупки

---

**ROI**      Окупаемость инвестиций.  
Сколько рублей прибыли принёс каждый вложенный рубль (в процентах)       $(\text{Выручка} - \text{Расходы}) / \text{Расходы} * 100\%$

---

**Важно:** ROI > 0% означает, что канал работает в плюс. Чем выше процент, тем выгоднее вложения

# КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ

Канал	Кампания	CPU (руб)	ROI (%)	Покупок
VK	prof-python	28,5	174,33	2
VK	freemium-frontend	39,5	105,99	5
VK	prof-java	61	73,71	2

**Вывод:** VK — самый эффективный канал

Клики в VK стоят недорого (28-61 рубль)

Окупаемость большая (до 17 000%!)

Проблема: сейчас на VK тратится непропорционально мало денег по сравнению с результатом

**Рекомендация:** Увеличить бюджет на VK, особенно на кампанию prof-python

**ГЛАВНЫЙ ВЫВОД: У НАС ЕСТЬ  
"ЗОЛОТОЙ" КАНАЛ — VK**

Кампания	CPU (руб.)	ROI (%)	Покупок	Вердикт
freemium	210	7542%	25	Работает отлично. Самый мощный источник покупок. Не трогать
base-python	38	88708%	7	Аномалия. Нужно перепроверить данные, но если всё верно — масштабировать
prof-frontend	732	1750%	12	Дорого, но качественно. Даёт много покупок, можно оставить
base-frontend	452	1387%	3	Требует оптимизации Дороговато, результат слабый
dod-php	1 491	2419%	1	Кандидат на отключение. Экстремально дорого, всего 1 покупка. Риск не оправдан.

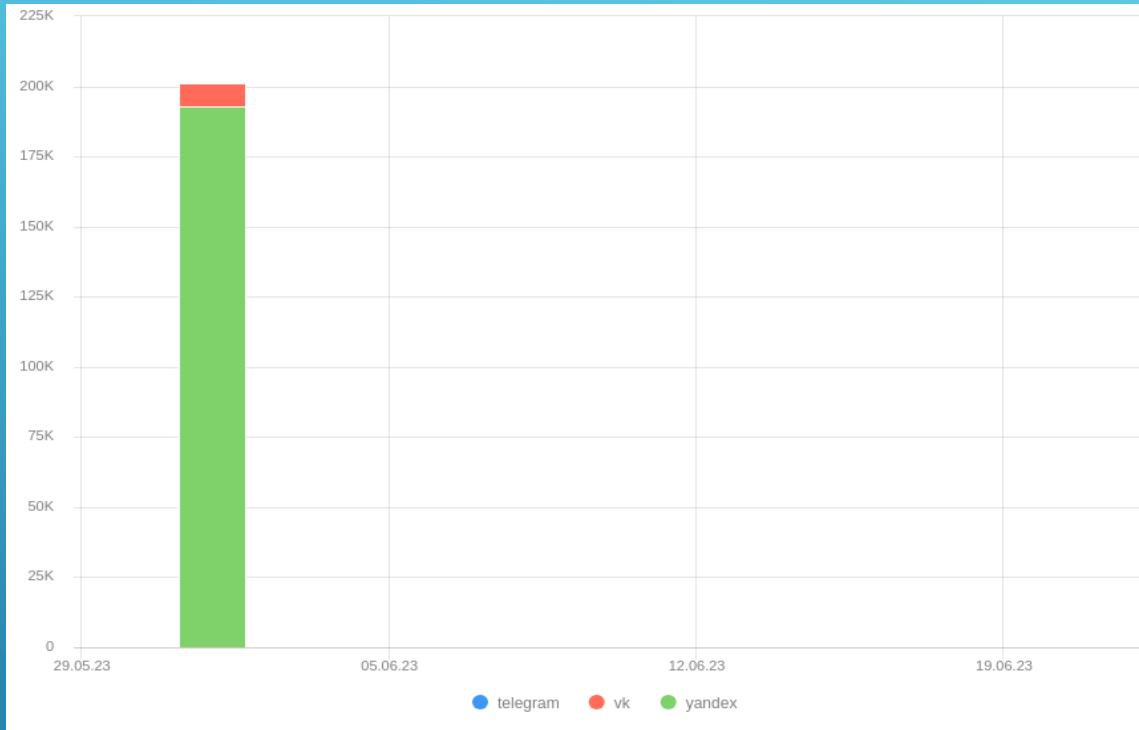
### Рекомендация:

Перераспределить бюджет внутри Яндекса: забрать деньги у dod-php и Base - frontend, добавить в freemium  
Тщательно проверить аномалию base-python

# ЯНДЕКС — ОСНОВНОЙ ДРАЙВЕР, НО НЕ ВСЁ ТАК ГЛАДКО

Яндекс даёт основной объём трафика и лидов, но цена сильно отличается

## График: ROI по каналам



**VK:** ~10 000 – 17 000% сверхэффективно

**Яндекс (в среднем):** ~1 500 – 7 500%  
стабильно хорошо

**Telegram:** ~10 000% потенциал есть, но  
данных мало

**Вывод:** Все каналы работают в плюс, но  
VK кратно эффективнее. Инвестиции в  
рекламу полностью оправданы

# ОКУПАЕМОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ (ROI) ПО КАНАЛАМ

**Что мы сделали:** Мы посмотрели, через сколько дней после клика закрывается 90% лидов (становятся покупками)

**Анализ данных** last\_paid\_click.csv:

Большинство лидов закрываются в течение **1-14 дней**.

90% лидов закрываются в течение **30 дней**.

**Вывод:**

**Первые результаты** можно смотреть через **1-2 недели**.

**Окончательные выводы** об окупаемости кампании стоит делать через **месяц** после её запуска.

# СКОРОСТЬ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ: ЧЕРЕЗ СКОЛЬКО ДНЕЙ ВИДЕН РЕЗУЛЬТАТ?

Для этого анализа нам потребуются данные по органике, которых нет в текущих файлах

Однако, мы можем заложить эту возможность в будущем. Если добавить в датасет данные по органическим визитам, можно наложить их на график платных кампаний и увидеть:

Растёт ли органика синхронно с платными кампаниями?

(эффект "сарафанного радио")

Или же платный трафик просто замещает органику?

## КОРРЕЛЯЦИЯ С ОРГАНИЧЕСКИМ ТРАФИКОМ

**VK — "спящий гигант".** При текущем мизерном бюджете он даёт лучший ROI. Увеличение бюджета в VK может кратно увеличить прибыль без потери качества

**Яндекс "жрет" бюджет впустую.** Кампания dod-php тратит почти 6 000 рублей за визит, приводя всего 1 клиента. Это "чёрная дыра" для денег

**Аномалия base-python.** ROI в 88 000% выглядит подозрительно. Возможно, это ошибка в выручке или единоразовая крупная продажа. Требует проверки

**Время принятия решения — 1 месяц.** Клиенты не покупают в день клика. Чтобы оценить кампанию, нужно подождать около 30 дней

## ИНСАЙТЫ, О КОТОРЫХ ВЫ НЕ ЗНАЛИ

<b>Что делать</b>	<b>Какие каналы/кампании</b>	<b>Почему</b>
Увеличить бюджет	VK: prof-python, freemium-frontend	Самый дешёвый и окупаемый трафик
Долить бюджет	Яндекс: freemium	Основной источник покупок, отличная окупаемость
Проверить аномалию	Яндекс: base-python	Слишком высокий ROI, нужна сверка с финансами
Оптимизировать или отключить	Яндекс: base-frontend	Дорого, результат слабый
Отключить (кандидат)	Яндекс: dod-php	Экстремально дорого, результат нулевой (1 покупка — риск)
Протестировать	Telegram	Есть первые успехи, стоит дать небольшой бюджет

## ИТОГОВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ (ПЛАН ДЕЙСТВИЙ)

**Дашборд доступен по ссылке:**

<https://datalens.yandex/wtpvqephnidsg>

Вы можете самостоятельно покликать фильтры и изучить данные

Для более глубокого анализа рекомендуем добавить данные по  
органике и среднему чеку

**Спасибо за внимание!**

**ССЫЛКА НА ДАШБОРД И  
ПРИГЛАШЕНИЕ К ДИАЛОГУ**