

Проект «Анализ маркетинговых кампаний: клиенты и ключевые метрики»

Цель проекта:

Анализ эффективности маркетинговых кампаний с целью выявления ключевых метрик, распределения клиентов по категориям и создания интерактивного дашборда для визуализации данных.

Описание и анализ данных:

Датасет «Marketing Campaign» ([kaggle.com](https://www.kaggle.com)) включает данные по 2240 клиентам, в том числе информацию о демографических характеристиках, а также статистику по 5 маркетинговым кампаниям. Данные были очищены и преобразованы для создания сводных таблиц и графиков, которые визуализируют конверсии, распределение клиентов по категориям и динамику их взаимодействий.

Интерактивный дашборд ([доступен по ссылке](#)) включает:

- Анализ ключевых метрик (конверсии, посещения сайта)
- Распределение клиентов по категориям (семейное положение, возраст, доходы).

Выводы:

Проект выявил наиболее успешную кампанию (Кампания 4 с конверсией 7,46%), в то время как Кампания 2 с конверсией 1,34% требует оптимизации. Рекомендуется провести A/B тестирование разных подходов (таргетинг, каналы коммуникации) для улучшения результатов этой кампании. По итогам кампаний, 29% от общего числа клиентов приняли предложение. Наиболее активной группой клиентов является категория 65+ лет.

Потенциальным направлением для дальнейшего анализа является исследование распределения покупок по каналам (интернет, каталоги, магазины) в разрезе демографических групп, чтобы выявить наиболее активные каналы и области для улучшения. Также рекомендуется детальное разделение кампаний по демографическим характеристикам. Разработанный дашборд может быть использован для мониторинга ключевых метрик в реальном времени. Это позволит оперативно реагировать на изменения и адаптировать кампании, направляя ресурсы на более эффективные каналы и целевые группы.

Инструменты:

- Excel
- Google Data Studio