

1. Привабливість зображень оцінюю тим яка в нього клікабельність.

background	breed_1	breed_2	breed_3	Mix	other	Загальний резул
City	0,3	0,8	2,0		1,5	0,4
Default	1,4	2,0	1,9		1,2	1,5
Fill	2,6	1,9	2,0		3,0	2,5
Forest	1,9	2,4	0,3		2,8	0,4
Home	1,2	0,6	1,4		1,4	1,2
Nature	1,5	1,2	1,4		1,5	1,4
Other	1,4	1,5	2,3		2,2	1,8
Pattern	1,7	2,4	4,3		3,8	2,1
	12,0	12,8	15,6		17,3	11,1

Тому Найбільш привабливий для жінок є порода breed_3, та фон Pattern, де CTR – 4,3

background	breed_1	breed_2	breed_3	Mix	other	Загальний резул
City	0,3	0,9	0,6			0,6
Default	0,9	1,1	2,2	2,3	1,9	1,1
Fill	1,1	2,7	0,7	3,1	2,1	1,2
Forest	1,6	2,4	3,2	2,4		2,5
Home	0,8	0,6	0,7	0,9	0,8	0,7
Nature	0,6	0,6	0,7	2,0	2,8	0,7
Other	0,9	1,3	1,7	3,1	0,7	0,9
Pattern	2,1	3,0	2,5	4,4		2,6
	8,3	12,6	12,2	18,1	8,3	10,1

Для чоловіків найпривабливіша порода Mix на фоні Pattern, і вцілому дана порода і фон мають кращі показники порівняно з іншими.

Для країни Tier-1 найпривабливішим є порода Mix на фоні Pattern (4%), для Other – така сама ситуація і теж 4%

2. Для оцінки перформансу можемо взяти скільки зареєстрованих юзерів здійснили першу покупку.

Як бачимо, 5,53% зареєстрованих користувачів після реєстрації здійснюють першу покупку, що свідчить про кращий перформанс продукту.

breed	Обчислюване п
breed_1	4,39
breed_2	5,10
breed_3	4,30
Mix	5,53
other	4,66
background	Обчислюване п
City	4,29
Default	4,95
Fill	4,05
Forest	4,27
Home	4,42
Nature	4,35
Other	4,66
Pattern	3,74

Для фону найкращий показник у Default – 4,95%

3. Некоректно формують очікування від продукту ті креативи, котрі приводять користувачів, але ті в свою чергу не здійснюють покупки, або здійснюють на малі суми.
Наприклад для породи Mix високий CAC, хоча вона має найменше показів реклами, що в свою чергу формує викривлення через величезний дисбаланс в показах.

breed	SUM з impressic	SUM з clicks	CTR	% залучений ко	Конверсія	CAC
breed_1	3 145 447 696	24 922 908	0,7923485116	0,003	0,016	17,739
breed_2	929 894 810	8 992 531	0,9670481979	0,005	0,024	17,779
breed_3	1 537 563 264	14 050 170	0,9137945949	0,003	0,016	16,961
Mix	28 733 274	570 711	1,986237297	0,019	0,054	23,219
other	1 132 641 901	8 967 591	0,7917410606	0,003	0,018	16,510

4.

network	SUM з impressions	CTR	% залученості корис	Вартість 1000 п	CAC	LTV 7 днів	ROMI
source_1	111 702 387	1,7428	0,018	2,1	11,3265681	15,64	0,38
source_2	176 225 878	3,7964	0,037	6,5	17,58333605	24,74	0,41
source_3	678 360 532	1,8857	0,010	1,9	18,81835236	29,31	0,56
source_4	3 536 906 386	0,8233	0,001	0,2	18,63202456	26,39	0,42
source_5	2 271 085 762	0,3063	0,001	0,2	17,09364268	22,95	0,34

Ми бачимо, що найкращий показник ROMI в source_3, тому ефективніше буде спрямовувати бюджет саме в це джерело, адже він дає нам найбільший дохід в перші 7 днів порівняно з іншими при приблизно схожій ціні залучення одного користувача.

5. Для чоловічої аудиторії:

source_1 має відємне ROMI для всіх порід, тому бюджет не слід застосовувати на цей канал.

source_2 ROMI найкраще для breed_1 та Fill – 80%

source_3 ROMI найкраще для breed_3 та в поєднанні з City та Default дають відповідно 253 та 112%

source_4 ROMI найкраще для breed_1 та Home – 68%

source_5 ROMI найкраще для other з фоном other – 72%

Для жіночої аудиторії:

source_1 має найкраще для other порід та other фону

source_2 ROMI найкраще для other та породи other – 41%

source_3 ROMI найкраще для breed_3 та в поєднанні з Default - 101%

source_4 ROMI має відємне значення, тому інвестувати в цей канал не рекомендується

source_5 ROMI найкраще для Mix з фоном Mix – 93%

Тому з вище наведеного найкраще розподіляти креативи по даним каналам, обмежуючи при цьому використання каналів, які дають відємне ROMI/