



Презентация проекта

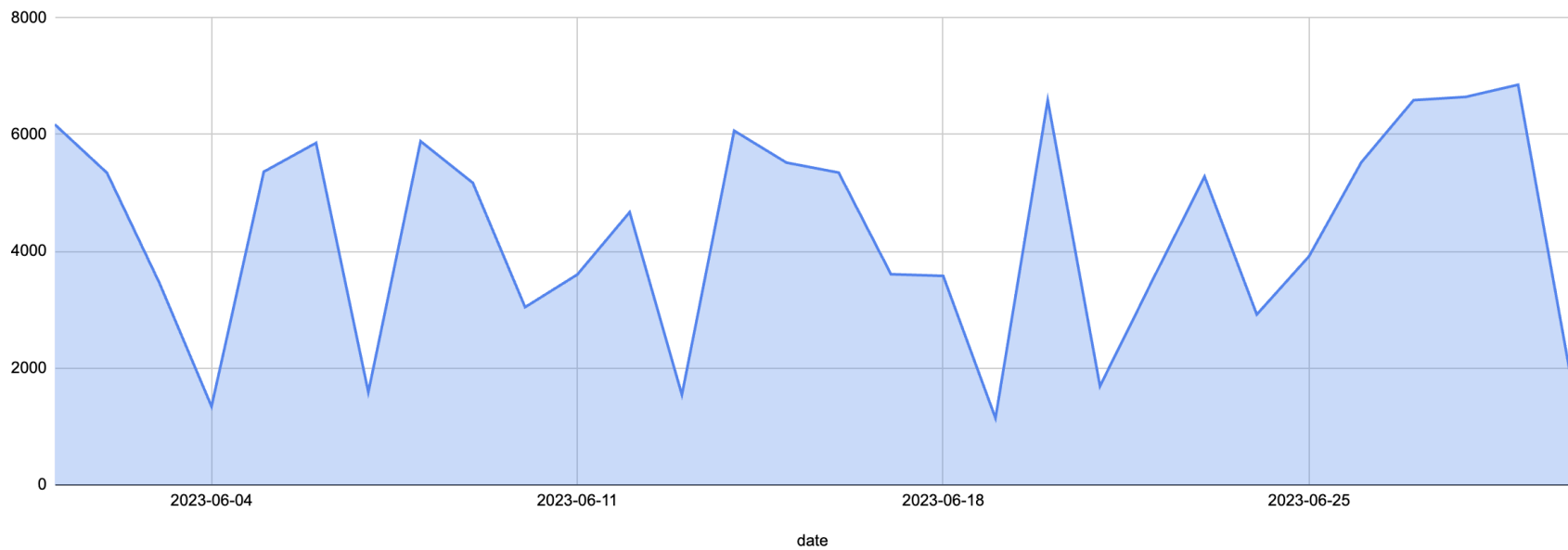
Чистая органика

Органика по дням довольно не стабильна и варьируется в пределах от 2к посетителей в день до 6к. Это может говорить о том, что много рекламного трафика мы присваиваем органике. Можно сравнить этот график с датами:

- Выходов интересных постов в блоге
- Публикациями в сми
- Перезапуском рекламных компаний

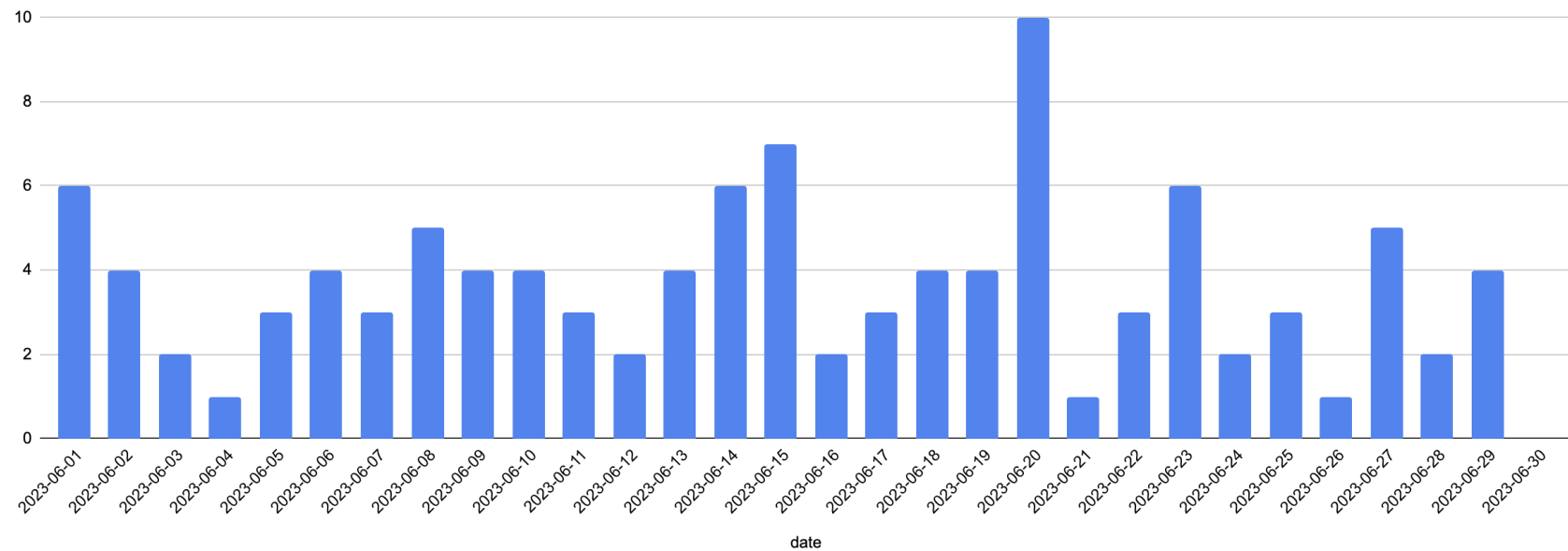
Возможно, у этих данных есть корреляция.

Organic Visitors by Day



Конверсия в лиды была стабильна больше половины месяца. Но к концу месяца органический трафик увеличился, а количество лидов уменьшилось.

Organic Leads by Day



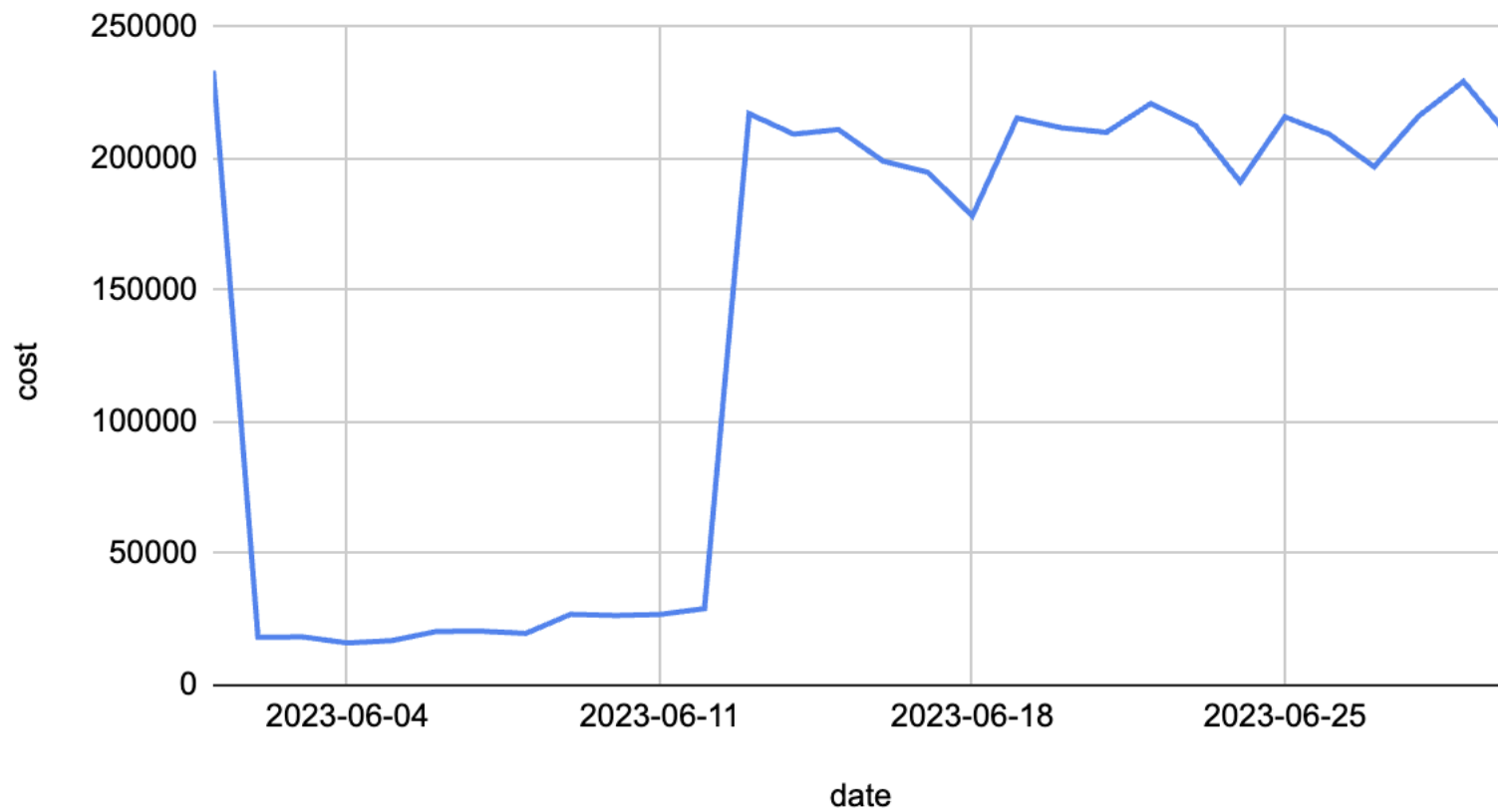
Общая статистика по органике:

- Общая выручка 444304р
- Продаж 10шт
- Лидов 108шт
- Уникальных органических посетителей 129719
- Конверсия в оставление лида 0.08%
- Конверсия из лида в продажу 9.2%

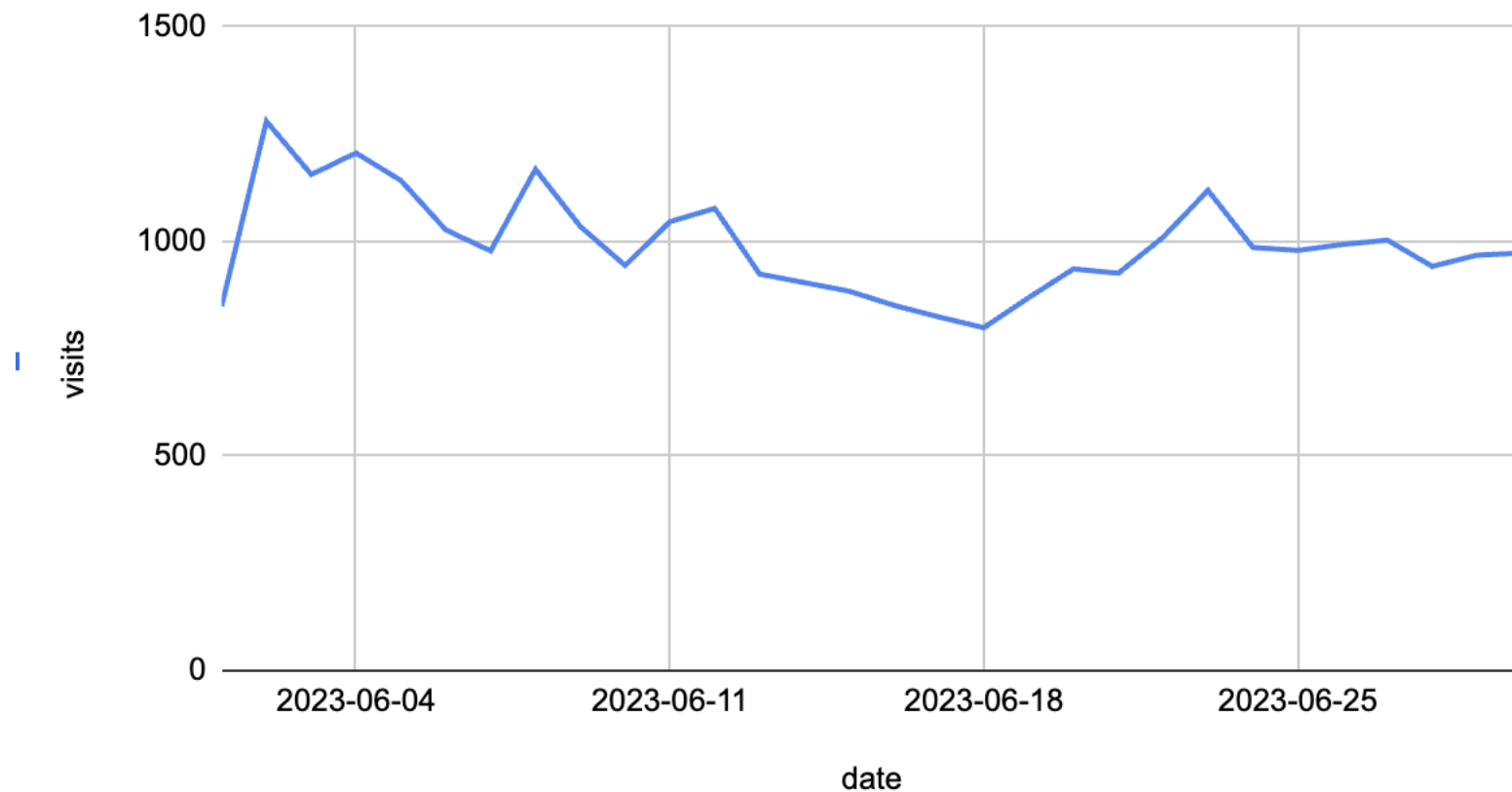
Конверсия в лид очень низкая по органике. Возможно, есть проблемы в сборе данных, или конкуренты привлекают нам много ботов на сайт.

Платные каналы

Затраты по дням



Количество посещений по дням



Корреляции между затратами на рекламу и органикой не видно. Это говорит о том, что мы хорошо трекаем рекламный трафик - метки не теряются.

Отдельно по VK

Статистика за июнь

затраты	741947
колво визитов	13820

лиды	241
продажи	15
выручка	1021005 р.
конверсия в лид	1,74%
конверсия из лида в платеж	6,22%
средний чек	68067 р.
cpu	54 р.
cpl	3079 р.
cppu	49463 р.
roi	37,61%

Сумма выручки превышает суммы затрат за месяц. ROI положительный, реклама окупается на 38%, что является хорошим показателем.

Теперь посмотри на VK в разбивки по компаниям, чтобы посмотреть, если ли возможность для оптимизации рекламных компаний:

source	medium	campaign	cost	visits	leads	purchases	revenue	cpu	cpl	cppu
vk	cpc	base-python	39300	947	36	1	р.9 072	р.41	р.1 092	р.39 300
vk	cpc	freemium-frontend	78763	2381	45	5	р.338 083	р.33	р.1 750	р.15 753
vk	cpc	freemium-java	59298	1610	25	0	р.0	р.37	р.2 372	0
vk	cpc	freemium-python	64706	1554	28	1	р.1 560	р.42	р.2 311	р.64 706
vk	cpc	prof-data-analytics	106102	1837	31	1	р.84 000	р.58	р.3 423	р.106 102
vk	cpc	prof-frontend	111479	707	5	0	р.0	р.158	р.22 296	0
vk	cpc	prof-java	132757	2178	25	2	р.232 726	р.61	р.5 310	р.66 379
vk	cpc	prof-python	145348	2493	40	5	р.355 564	р.58	р.3 634	р.29 070
vk	cpm	prof-data-analytics	4194	110	6	0	р.0	р.38	р.699	0
vk	cpm	prof-frontend	0	3	0	0	р.0	р.0	р.0	0

Красным выделены рекламные компании, которые не приносят прибыль, то есть их можно отключить.

Оранжевым выделены рекламные компании, над которыми стоит поработать - они приносят прибыль, но не окупают даже денег на рекламу. Можно попробовать поработать над креативами, над аудиторией и тд.

Зеленым выделены рекламные компании которые хорошо окупаются. Рекомендую перераспределить бюджет на рекламу и вкладывать в эти компании больше денег.

Отдельно Yandex

Статистика за июнь

затраты	3479537
колво визитов	15978
лиды	427
продажи	66
выручка	5061038 р.
конверсия в лид	2,67%
конверсия из лида в платеж	15,46%
средний чек	76682 р.
cpu	218 р.
cpl	8149 р.
cppu	52720 р.
roi	45,45%

Сумма выручки превышает суммы затрат за месяц. ROI положительный, реклама окупается на 45% - отличный показатель, лучше чем вк

Теперь посмотри на Yandex в разбивки по компаниям, чтобы посмотреть, если ли возможность для оптимизации рекламных компаний:

source	medium	campaign	cost	visits	leads	purchases	revenue	cpu	cpl	cppu
yandex	cpc	base-frontend	40527	141	39	3	p.268 515	p.287	p.1 039	p.13 509
yandex	cpc	base-java	113464	663	20	1	p.48 000	p.171	p.5 673	p.113 464
yandex	cpc	base-professions-retarget	2667	24	4	1	p.134 100	p.111	p.667	p.2 667
yandex	cpc	base-python	104814	620	28	7	p.476 021	p.169	p.3 743	p.14 973
yandex	cpc	dod-frontend	8886	48	3	0		p.185	p.2 962	0
yandex	cpc	dod-java	2906	4	4	0		p.727	p.727	0
yandex	cpc	dod-php	5964	4	4	1	p.150 255	p.1 491	p.1 491	p.5 964
yandex	cpc	dod-professions	34691	118	0	0		p.294	0	0
yandex	cpc	dod-python-java	27185	88	0	0		p.309	0	0
yandex	cpc	dod-qa	16040	18	0	0		p.891	0	0

source	medium	campaign	cost	visits	leads	purchases	revenue	cpu	cpl	cppu
yandex	cpc	freemium	316254	4188	101	25	p.1 654 810	p.76	p.3 131	p.12 650
yandex	cpc	prof-data-analytics	105433	521	14	2	p.220 264	p.202	p.7 531	p.52 717
yandex	cpc	prof-frontend	1175843	2806	73	12	p.1 057 000	p.419	p.16 107	p.97 987
yandex	cpc	prof-java	625067	2318	51	4	p.284 590	p.270	p.12 256	p.156 267
yandex	cpc	prof-professions-brand	78011	818	13	3	p.154 287	p.95	p.6 001	p.26 004
yandex	cpc	prof-professions-retarget	20692	464	10	0		p.45	p.2 069	0
yandex	cpc	prof-python	801093	3135	63	7	p.613 196	p.256	p.12 716	p.114 442

Красным выделены рекламные компании, которые не приносят прибыль, то есть их можно отключить.

Оранжевым выделены рекламные компании, над которыми стоит поработать - они приносят прибыль, но не окупают даже денег на рекламу. Можно попробовать поработать над креативами, над аудиторией и тд.

Зеленым выделены рекламные компании которые хорошо окупаются. Рекомендую перераспределить бюджет на рекламу и вкладывать в эти компании больше денег.

Существуют рекламные компании, у которых денег потрачено много, а визитов очень мало. Например, dod-frontend, dod-qa, dod-java. Возможно, есть ошибки в конфигурации рекламных компаний или прокидывания меток.