

Постановка задачи и ход решения

Новая компьютерная игра Splash of Plans выпущена в тестовом режиме на ограниченную аудиторию. Бизнес-модель - игра по подписке со встроенными покупками. Основной канал привлечения — платное продвижение в вебе.

Требуется:

Оценить, окупаемость затраты на маркетинг:

- определить, какие рекламные кампании эффективны и неэффективны в метрике LTV;
- отследить динамику LTV по дневным когортам.

Исходные данные содержатся в SQL БД.

Порядок работы.

- Таблицы с данными были обработаны и подготовлены с помощью Postgres SQL.
- Далее подготовленная таблица была выгружена в файл и загружена в Power BI Desktop.
- Дальнейшая обработка данных и их подготовка для выводов и визуализации была выполнена в Power BI.

Выбор модели подсчёта LTV.

С учётом того, что продукт был выпущен 3 месяца назад и находится в стадии тестирования, в качестве модели определения LTV был выбран подсчёт LTV на 30-ый день.

Эффективность рекламных кампаний

Величина LTV (руб) по источникам

source	LTV Sum	LTV Min	LTV Max	LTV Avg	LTV Med
<input checked="" type="checkbox"/> yandex	1,110,564.91	-29,667.17	44,454.15	1,538.18	844.43
<input checked="" type="checkbox"/> cpc	1,110,564.91	-29,667.17	44,454.15	1,538.18	844.43
rus_search_brand_discount-10	446,046.55	-1,774.75	44,454.15	10,620.16	8,190.81
Total	2,094,300.24	-29,667.17	44,454.15	1,651.66	870.85

Величина LTV (руб) по кампаниям

source	medium	campaign	LTV Sum	LTV Min	LTV Max	LTV Avg	LTV Med
yandex	cpc	rus_search_brand-discount-10	446,046.55	-1,774.75	44,454.15	10,620.16	8,190.81
google	cpc	rus_search_brand-discount-15	338,587.21	-2,958.76	25,303.13	7,053.90	6,050.00
yandex	cpc	rus_search_brand-discount-15	307,675.90	-913.08	23,464.70	6,992.63	5,621.02
google	cpc	rus_search_gen-flow-discount-10-night	276,927.92	-1,350.18	28,455.61	3,596.47	2,806.76
google	cpc	ukr_search_brand-discount-15	85,082.21	-1,531.52	12,287.67	2,430.92	1,864.60
yandex	cpc	ukr_search_brand-discount-10	83,603.02	-173.86	13,238.53	2,612.59	1,860.14
yandex	cpc	rus_search_gen-phones-discount-10	71,577.44	-13,677.19	21,262.93	1,745.79	1,613.59
yandex	cpc	bel_search_gen-phones	50,403.89	153.24	4,845.23	1,326.42	1,040.18
yandex	cpc	rus_search_competitors-new-phones	48,673.21	-3,184.72	7,440.92	785.05	353.46
google	cpc	rus_search_brand-discount-20-10	47,306.82	480.52	8,848.20	4,730.68	4,896.67
yandex	cpc	ukr_search_brand-discount-15	45,348.05	-66.05	10,735.08	1,619.57	935.95
yandex	cpc	rus_search_gen-vlozhenye-zaprosy-phones-discount-10-night	41,567.19	-3,868.72	12,972.70	1,154.64	205.81
Total			2,094,300.24	-29,667.17	44,454.15	1,651.66	870.85

source

Select all

google

yandex

medium

cpc

campaign

☐ bel_search_brand-discount-10

☐ bel_search_brand-discount-15

☐ bel_search_gen-discount-15

☐ bel_search_gen-no-conversions

☐ bel_search_gen-phones

☐ bel_search_gen-phones-discount-10

☐ bel_search_gen-phones-discount-15

☐ bel_search_gen-phones-discounty-10-night-discount-10

☐ kaz_search_brand-discount-15

☐ kaz_search_gen-discount-10

☐ kaz_search_gen-discount-10-night

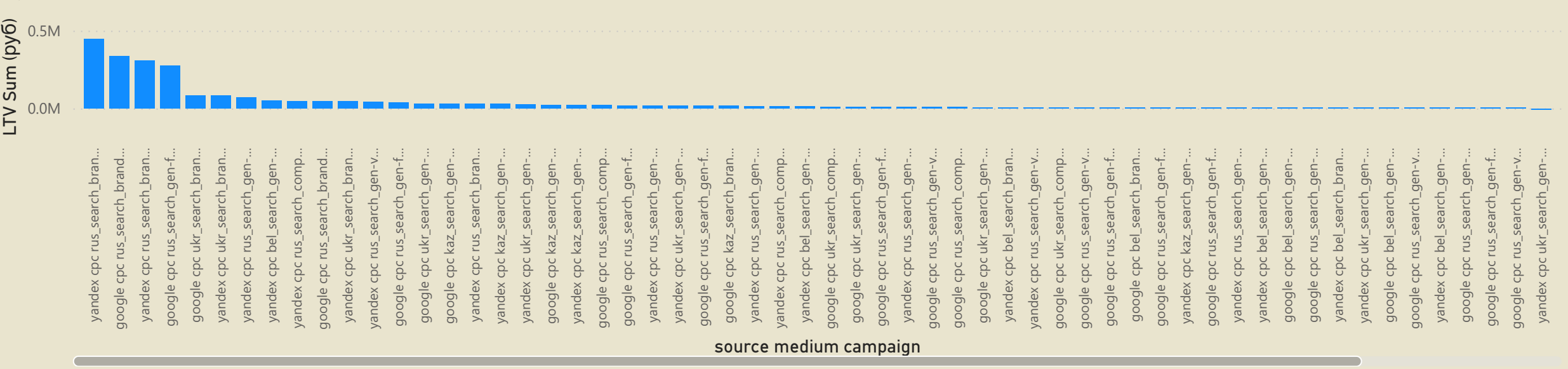
☐ kaz_search_gen-discount-15

☐ kaz_search_gen-vlozhenye-zaprosy-discount-15

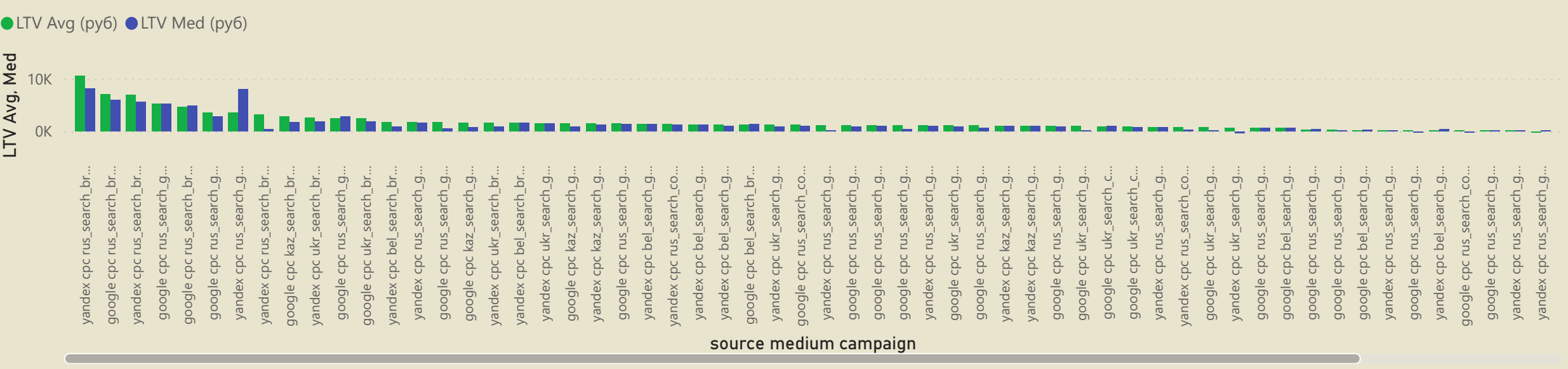
☐ rus_search_brand-discount-10

☐ rus_search_brand-discount-15

Суммарное LTV по кампаниям



Среднее и медианное LTV по кампаниям

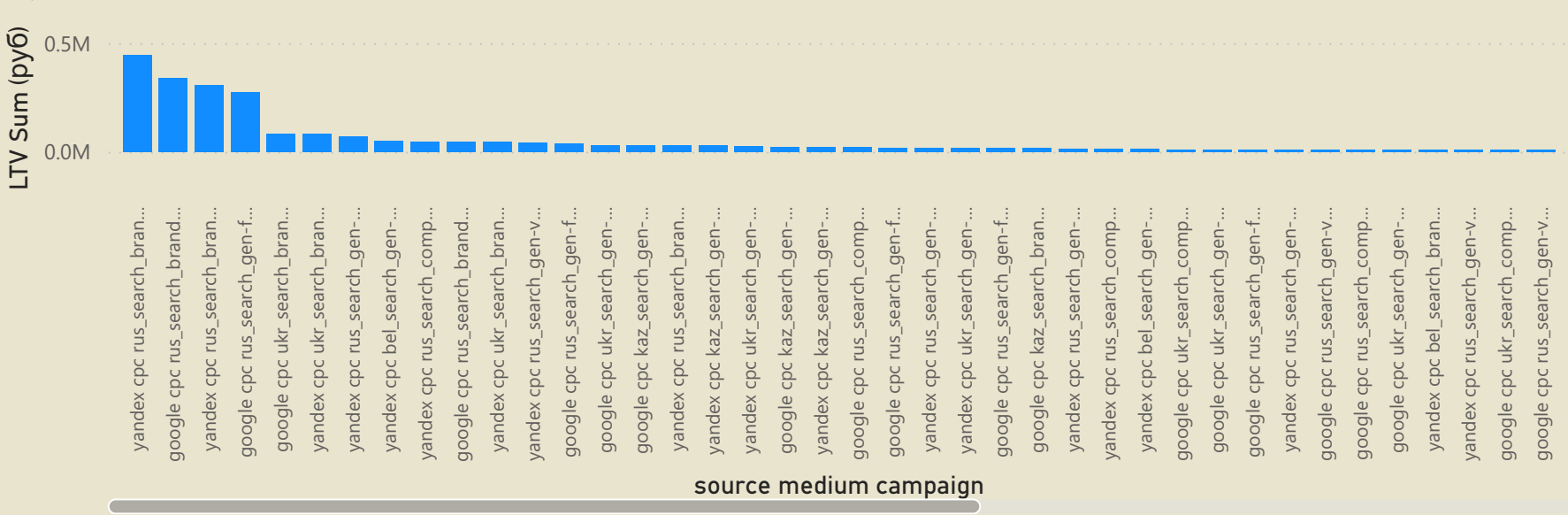


Динамика эффективности рекламных кампаний по дням

Эффективность кампаний по когортам



Суммарное LTV по кампаниям



source ▼

Select allgoogleyandex

medium ▼

cpc

campaign ▼

☐ bel_search_brand-discount-10☐ bel_search_brand-discount-15☐ bel_search_gen-discount-15☐ bel_search_gen-no-conversions☐ bel_search_gen-phones☐ bel_search_gen-phones-discount-10

Выводы

В целом за рассматриваемый период **наиболее эффективными** оказались 4 рекламные кампании, идущие с большим отрывом от остальных. Это следующие кампании (в порядке убывания эффективности):

- Yandex CPC rus_search_brand-discount-10
- Google CPC rus_search_brand-discount-15
- Yandex CPC rus_search_brand-discount-15
- Google CPC rus_search_gen-flow-discount-10-night

Эти 4 кампании в совокупности приносят 58% итоговой прибыли (или 44% дохода от прибыльных кампаний).

Наименее эффективными оказались 4 рекламные кампании, идущие с большим отрывом от остальных. Это следующие кампании (в порядке убывания неэффективности):

- Yandex CPC rus_search_gen-vlozhenye-zaprosy-phones-discount-15
- Google CPC ukr_search_gen-discount-15
- Yandex CPC ukr_search_gen-discount-15
- Yandex CPC rus_search_gen-phones-discount-10-night

Эти 4 кампании приносят 86% убытков.

При этом **эффективные рекламные кампании принесли в три раза больше прибыли чем убыточные рекламные кампании принесли убытков.**

Динамика эффективности по когортам

Суммарная эффективность всех кампаний сильно варьирует от когорты к когорте. При этом тенденции к увеличению или уменьшению эффективности не наблюдается. Эффективность 4 наиболее эффективных кампаний также варьирует от когорты к когорте, но при этом имеет тенденцию к уменьшению к концу рассматриваемого периода.

