The image features a dark green background with a subtle gradient. In the four corners, there are decorative elements resembling circuit board traces or neural network connections, rendered in a lighter green color. These elements consist of thin lines with small circles at various points, creating a technical and digital aesthetic.

РАЗРАБОТКА ДАШБОРДА СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ КЛИЕНТОВ

Описание задачи

Маркетинговая компания GingerTeam провела рекламную кампанию, чтобы привлечь для работы над своими проектами новых разработчиков плагинов.

Руководство компании GingerTeam посчитало, что это классная задумка, и хочет масштабировать такой подход для закрытия других вакансий. Чтобы это сделать, менеджеру проекта Мэри Биай необходимо проанализировать результаты проведённой рекламной кампании и подготовить наглядную аналитическую информацию для руководства. Если презентация проекта пройдёт успешно, то у Мэри появится бюджет на запуск новых аналогичных проектов. Мэри пришла за помощью к вам, так как понимает, что от качественной визуализации итогов проекта напрямую зависит, будет ли он масштабироваться.

Ваша основная задача — подготовить сквозную аналитику по этому проекту.

Техническое задание

Задача максимально проста: предоставить несколько аналитических отчетов в MS Power BI и построить на их основании гипотезы (сделать выводы) о том, как в следующий раз провести похожую рекламную кампанию более эффективно.

По результату вы должны презентовать и посоветовать заказчикам (Мэри и её руководству), какой канал был наиболее эффективным и какие каналы и в каком объёме нужно использовать в следующем запуске.

Дашборд должен ответить на гипотезы ниже, но не ограничивайте себя только ими. Чем больше ответов даёт дашборд, тем он более удачен с точки зрения заказчика.

1. Какие топ 3 канала привлечения по критериям цены и финального результата
2. Есть ли смысл в платном трафике или достаточно ограничиться партнёрами
3. Какой креатив был наилучшим в привлечении трафика
4. Кто был лучшим менеджером, обрабатывающим заявки?

Ваш отчёт должен включать следующие элементы:

Страница 1 — Воронка Общая информация со статистикой воронки и сессий из Google Analytics. Желательно использовать визуалы: воронка и круговая диаграмма.

Страница 2 — Сквозная аналитика

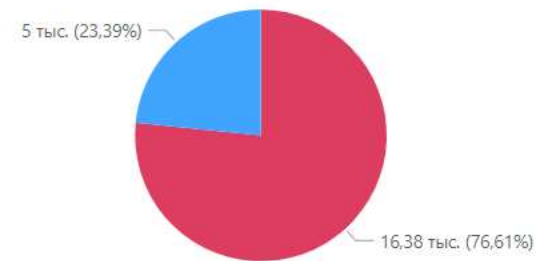
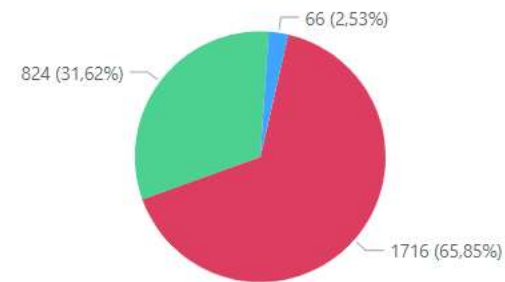
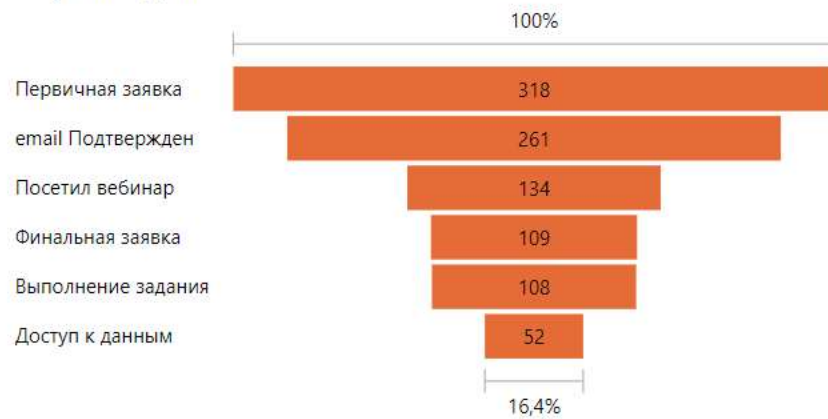
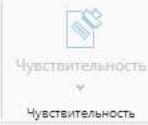
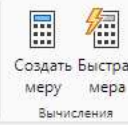
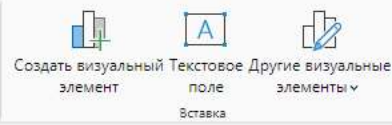
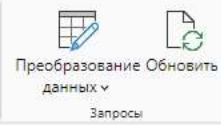
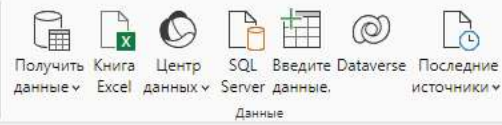
1. Главная строка статистики: расходы; цена сессии; цена лида; цена лида, выполнившего задачу
2. Детальная матрица с момента рекламы до завершения задания с показателями со структуры

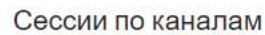
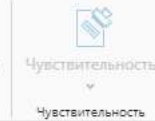
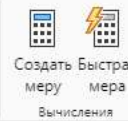
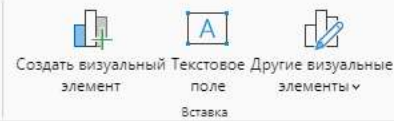
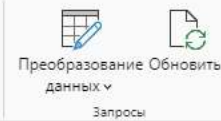
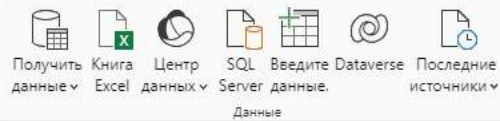
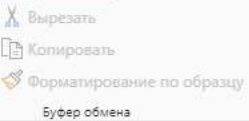
Страница 3 — Рекламные источники (только платные источники)

1. Главная строка статистики: показы; клики; CTR — Click-through rate; расходы; цена клика; Click-lead Ratio; цена лида
2. Детальная матрица с момента рекламы до завершения задания с показателями со структурой

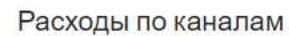
Страница 4 — Динамика

- График, отображающий динамику следующих показателей, с момента запуска кампании по дням от момента запуска. Каждый показатель можно отобразить или скрыть. 1. Сессии. 2. Лиды. 3. Email подтверждён. 4. Выполнение задания. 5. Сессии в лиды в %. 6. Расходы.

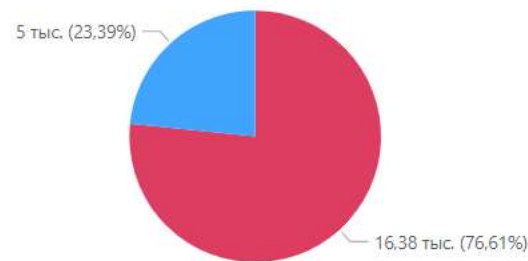


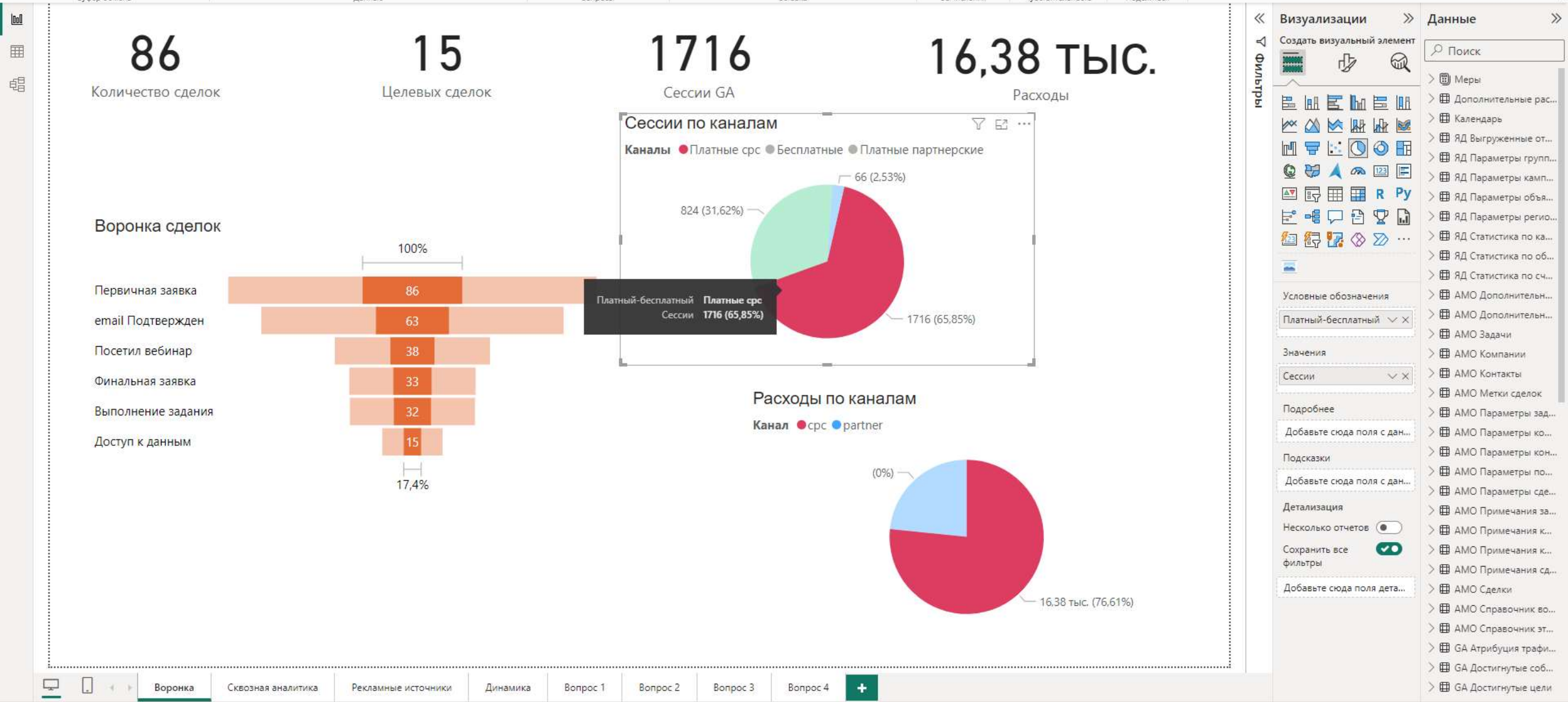


Каналы ● Платные срс ● Бесплатные ● Платные партнерские



Канал ● cpc ● partner





ФайлГлавнаяВставкаМоделированиеПредставлениеОптимизацияСправкаВнешние инструменты

ВставитьВырезатьКопироватьБуфер обмена

Получить данныеКнига ExcelЦентр данныхSQL Введите данныеDataverse Последние источники

Преобразование данныхОбновить данныеЗапросы

Создать визуальный элементТекстовое полеДругие визуальные элементы

Создать Быстрая мераВычисления

ЧувствительностьЧувствительность

ОпубликоватьПоделиться

21,38 тыс.Расходы8,20Цена сессии318Лиды67,23CPL411,16Цена целевого лида

Источники	Расходы	Сессии	Цена сессии	Лид/Сессия	Лиды	Лид/Целевой лид	CPL	Цена целевого лида
1. Реклама	16 380,32	1716	9,55	5,01%	86	17,44%	190,47	1 092,02
Google	4 245,23	803	5,29	1,25%	10	20,00%	424,52	2 122,62
Google Реклама KMC	2 244,60	729	3,08	1,37%	10	20,00%	224,46	1 122,30
GDN_MSK_SPB_audience	2 150,15	722	2,98	1,39%	10	20,00%	215,02	1 075,08
GDN_Russia_keywords	94,45	7	13,49	142,86%	10	20,00%	9,45	47,23
Google Реклама Поиск	2 000,63	74	27,04	13,51%	10	20,00%	200,06	1 000,32
Search_MSK_SPB	851,82	36	23,66	27,78%	10	20,00%	85,18	425,91
Search_Russia	1 148,81	38	30,23	26,32%	10	20,00%	114,88	574,41
MyTarget	10 000,00	552	18,12	5,62%	31		322,58	
MyTarget Реклама	10 000,00	552	18,12	5,62%	31		322,58	
mt_context-okolotematika_21-45_rf	2 183,90	102	21,41	30,39%	31		70,45	
mt_context-powerbi_21-45_rf	2 316,10	84	27,57	36,90%	31		74,71	
mt_context-python-sql_21-45_rf	5 500,00	366	15,03	8,47%	31		177,42	
Яндекс	2 135,09	361	5,91	12,47%	45	28,89%	47,45	164,24
Яндекс Реклама Поиск	239,95	55	4,36	81,82%	45	28,89%	5,33	18,46
Поиск Москва Питер	178,22	41	4,35	109,76%	45	28,89%	3,96	13,71
Поиск Россия	61,73	14	4,41	321,43%	45	28,89%	1,37	4,75
Яндекс Реклама РСЯ	1 895,14	306	6,19	14,71%	45	28,89%	42,11	145,78
Ретаргетинг Медийка	52,40	10	5,24	450,00%	45	28,89%	1,16	4,03
Ретаргетинг РСЯ	968,78	139	6,97	32,37%	45	28,89%	21,53	74,52
РСЯ Москва Питер	326,72	65	5,03	69,23%	45	28,89%	7,26	25,13
РСЯ Россия	547,24	92	5,95	48,91%	45	28,89%	12,16	42,10
2. Переходы	5 000,00	796	6,28	23,99%	191	14,14%	26,18	185,19
Facebook переходы		148		24,32%	36	19,44%		
Партнеры	5 000,00	648	7,72	24,23%	157	12,74%	31,85	250,00
3. Прочие		94		39,36%	37	18,92%		
Email рассылки		75		36,00%	27	18,52%		
Google Поиск		19		52,63%	10	20,00%		
Всего	21 380,32	2606	8,20	12,20%	318	16,35%	67,23	411,16

ВоронкаСквозная аналитикаРекламные источникиДинамикаВопрос 1Вопрос 2Вопрос 3Вопрос 4

ФильтрыПоиск

ВизуализацииСоздать визуальный элемент

ДанныеПоиск

МерыДополнительные рас...КалендарьЯД Выгруженные от...ЯД Параметры групп...ЯД Параметры камп...ЯД Параметры объя...ЯД Параметры регио...ЯД Статистика по ка...ЯД Статистика по об...ЯД Статистика по сч...АМО Дополнителн...АМО Дополнителн...АМО ЗадачиАМО КомпанииАМО КонтактыАМО Метки сделокАМО Параметры зад...АМО Параметры ко...АМО Параметры кон...АМО Параметры по...АМО Параметры сде...АМО Примечания за...АМО Примечания к...АМО Примечания к...АМО Примечания сд...АМО СделкиАМО Справочник во...АМО Справочник эт...GA Атрибуция трафи...GA Достигнутые соб...GA Достигнутые цели

ЗначенияДетализацияНесколько отчетовСохранить все фильтры

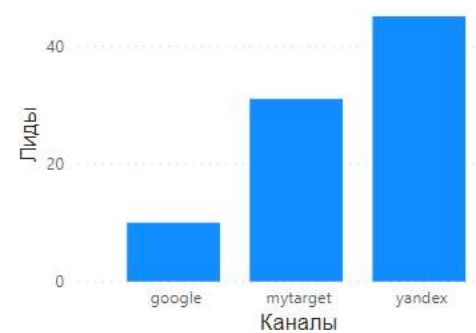
Страница 2 из 8103%Доступно обновление (щелкните, чтобы скачать)

1,15 млн 1840 0,16% 16,38 тыс. 8,90 17,28% 51,51

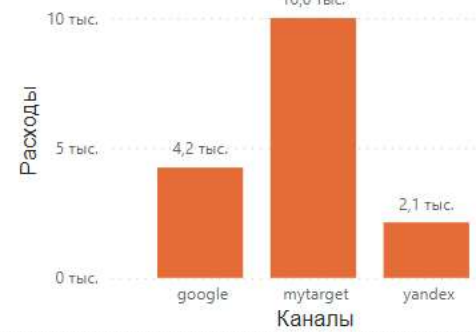
Показы Клики CTR Расходы на рекламу Цена клика Лиды/Клики Цена лида

Источники платной рекламы	Показы	Клики	CTR	Расходы на рекламу	Цена клика	Лиды/Клики	Цена лида
Google Реклама KMC	20371	692	3,40%	2 244,60	3,24	1,45%	224,46
GDN_MSK_SPB_audience	17319	681	3,93%	2 150,15	3,16	1,47%	215,02
GDN_Russia_keywords	3052	11	0,36%	94,45	8,59	90,91%	9,45
Google Реклама Поиск	5911	80	1,35%	2 000,63	25,01	12,50%	200,06
Search_MSK_SPB	3532	36	1,02%	851,82	23,66	27,78%	85,18
Search_Russia	2379	44	1,85%	1 148,81	26,11	22,73%	114,88
MyTarget Реклама	1044970	788	0,08%	10 000,00	12,69	3,93%	322,58
mt_context-okolotematika_21-45_rf	220445	138	0,06%	2 183,90	15,83	22,46%	70,45
mt_context-powerbi_21-45_rf	111243	121	0,11%	2 316,10	19,14	25,62%	74,71
mt_context-python-sql_21-45_rf	713282	529	0,07%	5 500,00	10,40	5,86%	177,42
Яндекс Реклама Поиск	2848	40	1,40%	239,95	6,00	112,50%	5,33
Поиск Москва Питер	1792	27	1,51%	178,22	6,60	166,67%	3,96
Поиск Россия	1056	13	1,23%	61,73	4,75	346,15%	1,37
Яндекс Реклама РСЯ	79039	240	0,30%	1 895,14	7,90	18,75%	42,11
Ретаргетинг Медийка	1625	2	0,12%	52,40	26,20	2250,00%	1,16
Ретаргетинг РСЯ	29256	96	0,33%	968,78	10,09	46,88%	21,53
РСЯ Москва Питер	17760	51	0,29%	326,72	6,41	88,24%	7,26
РСЯ Россия	30398	91	0,30%	547,24	6,01	49,45%	12,16
Всего	1153139	1840	0,16%	16 380,32	8,90	4,67%	190,47

Лиды по каналам платной рекламы



Расходы по каналам платной рекламы



Фильтры

Поиск

Фильтры на этой странице

Добавьте сюда поля с дан...

Фильтры на всех страницах

Добавьте сюда поля с дан...

Визуализации

Создать визуальный элемент

Значения

Детализация

Несколько отчетов

Сохранить все фильтры

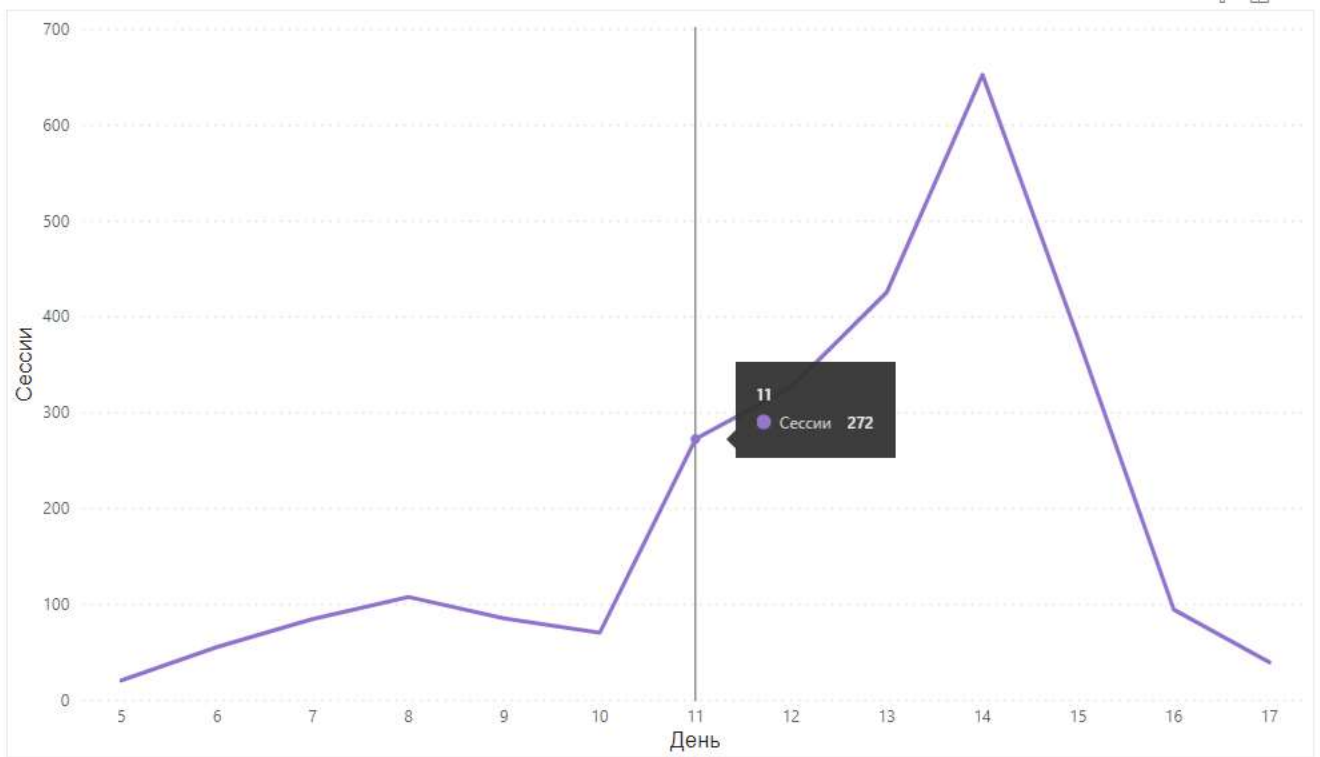
Добавьте сюда поля дета...

Данные

Поиск

- Меры
- Дополнительные рас...
- Календарь
- ЯД Выгруженные от...
- ЯД Параметры групп...
- ЯД Параметры камп...
- ЯД Параметры obja...
- ЯД Параметры регио...
- ЯД Статистика по ка...
- ЯД Статистика по об...
- ЯД Статистика по сч...
- АМО Дополнительн...
- АМО Дополнительн...
- АМО Задачи
- АМО Компании
- АМО Контакты
- АМО Метки сделок
- АМО Параметры зад...
- АМО Параметры ко...
- АМО Параметры кон...
- АМО Параметры по...
- АМО Параметры сде...
- АМО Примечания за...
- АМО Примечания к...
- АМО Примечания к...
- АМО Примечания сд...
- АМО Сделки
- АМО Справочник во...
- АМО Справочник эт...
- GA Атрибуция трафи...
- GA Достигнутые соб...
- GA Достигнутые цели

Сессии Лиды Email подтвержден Выполнение задания Сессии в лиды в % Расходы



Фильтры

Поиск

Фильтры на этой странице

Добавьте сюда поля с дан...

Фильтры на всех страницах

Добавьте сюда поля с дан...

Визуализации

Создать визуальный элемент

Данные

Поиск

- Меры
- Дополнительные рас...
- Календарь
- ЯД Выгруженные от...
- ЯД Параметры групп...
- ЯД Параметры камп...
- ЯД Параметры obja...
- ЯД Параметры регио...
- ЯД Статистика по ка...
- ЯД Статистика по об...
- ЯД Статистика по сч...
- АМО Дополнительн...
- АМО Дополнительн...
- АМО Задачи
- АМО Компании
- АМО Контакты
- АМО Метки сделок
- АМО Параметры зад...
- АМО Параметры ко...
- АМО Параметры кон...
- АМО Параметры по...
- АМО Параметры сде...
- АМО Примечания за...
- АМО Примечания к...
- АМО Примечания к...
- АМО Примечания сд...
- АМО Сделки
- АМО Справочник во...
- АМО Справочник эт...
- GA Атрибуция трафи...
- GA Достигнутые соб...
- GA Достигнутые цели

Значения

Добавьте сюда поля с дан...

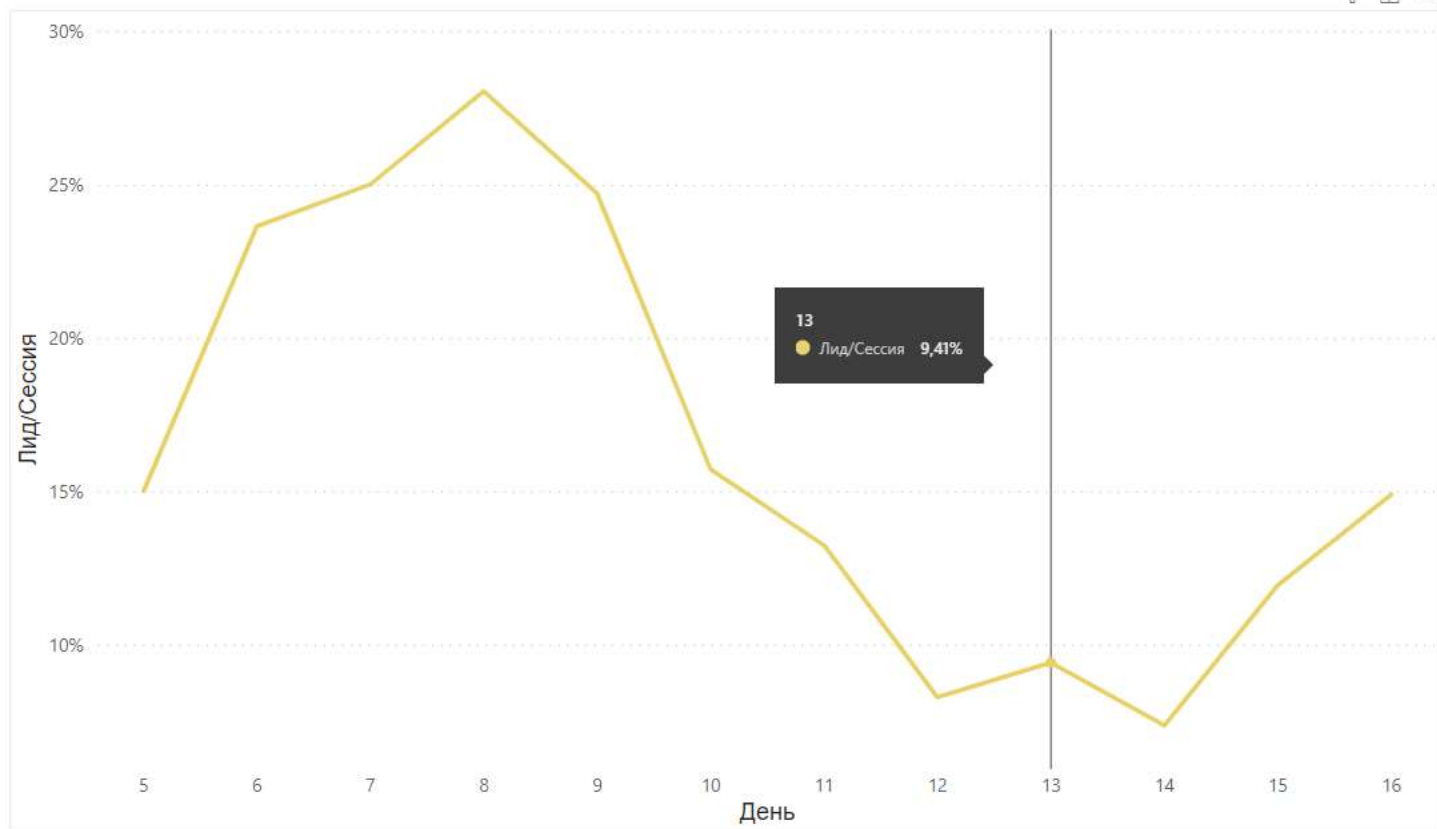
Детализация

Несколько отчетов

Сохранить все фильтры

Добавьте сюда поля дета...

Сессии Лиды Email подтвержден **Выполнение задания** Сессии в лиды в % Расходы



Формат Данные

Поиск

Кнопка Общий

Фигура

Поворот

Стиль

Действие

- Меры
- Дополнительные рас...
- Календарь
- ЯД Выгруженные от...
- ЯД Параметры групп...
- ЯД Параметры камп...
- ЯД Параметры объ...
- ЯД Параметры регио...
- ЯД Статистика по ка...
- ЯД Статистика по об...
- ЯД Статистика по сч...
- АМО Дополнителн...
- АМО Дополнителн...
- АМО Задачи
- АМО Компании
- АМО Контакты
- АМО Метки сделок
- АМО Параметры зад...
- АМО Параметры ко...
- АМО Параметры кон...
- АМО Параметры по...
- АМО Параметры сде...
- АМО Примечания за...
- АМО Примечания к...
- АМО Примечания к...
- АМО Примечания сд...
- АМО Сделки
- АМО Справочник во...
- АМО Справочник эт...
- GA Атрибуция трафи...
- GA Достигнутые соб...
- GA Достигнутые цели

ФайлГлавнаяВставкаМоделированиеПредставлениеОптимизацияСправкаВнешние инструменты

Вставить

Вырезать

Копировать

Буфер обмена

Форматирование по образцу

Получить данные

Книга Excel

Центр данных

SQL Server

Введите данные

Dataverse

Последние источники

Преобразование данных

Обновить

Запросы

Создать визуальный элемент

Текстовое поле

Другие визуальные элементы

Создать меру

Быстрая мера

Вычисления

Чувствительность

Чувствительность

Опубликовать

Поделиться

Какие топ-3 канала привлечения по критериям цены и финального результата?

По данным из таблицы "АМО дополнительные параметры сделок" наиболее результативными в плане привлечения целевых лидов оказались контекстная реклама от Яндекс, партнерские каналы "ProMetriki" и "Power Bi Russia". Что касается платности, то контекстная реклама от Яндекса обошлась в 2 135 рублей (10% от общих расходов), а партнерские каналы вообще бесплатные.

По данным АМО-системы	Первичная заявка	Доступ к данным	Лид/Целевой лид
utm_source	272	42	15,44%
yandex	45	13	28,89%
powerbirussia	38	6	15,79%
prometriki	35	6	17,14%
email	16	5	31,25%
facebook	33	5	15,15%
vc	24	3	12,50%
google	10	2	20,00%
needfordata	3	1	33,33%
youtube	8	1	12,50%
i-Media	1		
iqbi	20		
mybi	4		
mytarget	31		
pbirussia_youtube	2		
spark	2		
Всего	272	42	15,44%

Визуализации

Данные

Создать визуальный элемент

Поиск

Меры

Дополнительные рас...

Календарь

ЯД Выгруженные от...

ЯД Параметры групп...

ЯД Параметры камп...

ЯД Параметры объя...

ЯД Параметры регио...

ЯД Статистика по ка...

ЯД Статистика по об...

ЯД Статистика по сч...

АМО Дополнительн...

АМО Дополнительн...

АМО Задачи

АМО Компании

АМО Контакты

АМО Метки сделок

АМО Параметры зад...

АМО Параметры ко...

АМО Параметры кон...

АМО Параметры по...

АМО Параметры сде...

АМО Примечания за...

АМО Примечания к...

АМО Примечания к...

АМО Примечания к...

АМО Примечания сд...

АМО Сделки

АМО Справочник во...

АМО Справочник эт...

GA Атрибуция трафи...

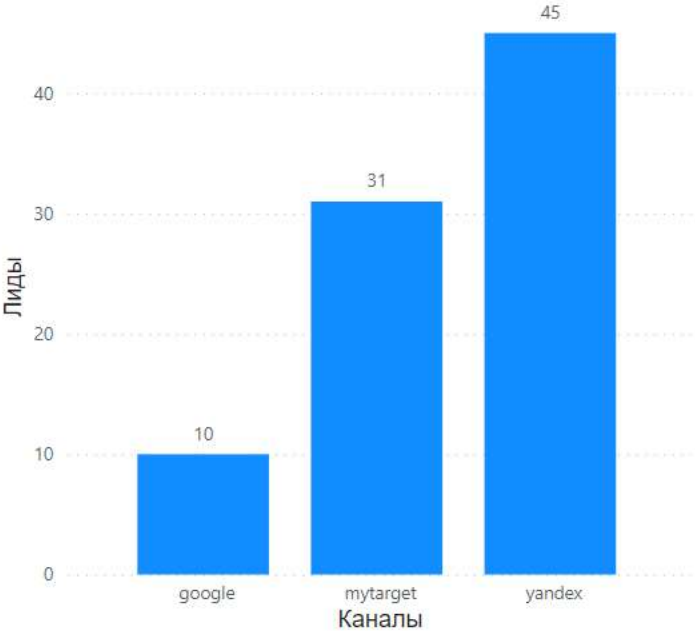
GA Достиженные соб...

GA Достиженные цели

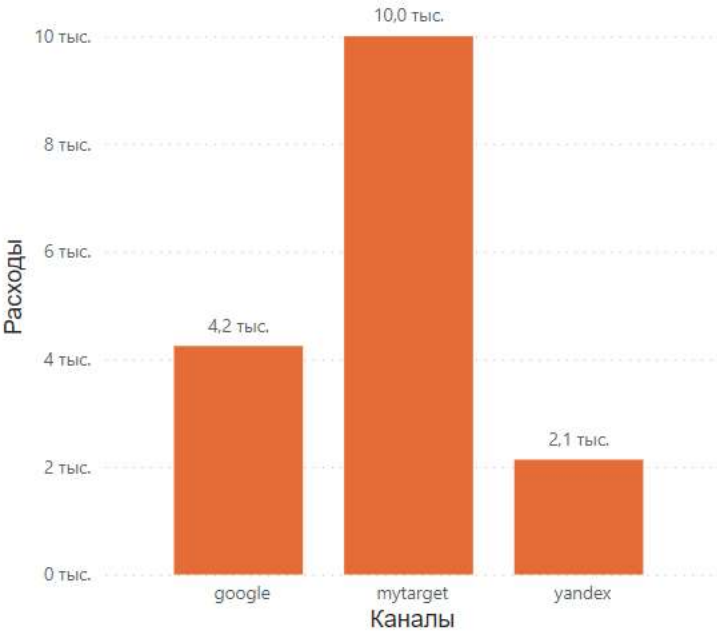
Есть ли смысл в платном трафике или достаточно ограничиться партнёрами?

Учитывая, что платная реклама привела 86 лидов (из которых 15 целевых), смысл в ней, определенно, есть. Другое дело, что каналы платной рекламы оказались неодинаково эффективны. Реклама от Яндекса оказалась наиболее эффективна с результатом 13 целевых лидов, а вот у MyTarget целевых лидов вообще не оказалось, при этом расходы в 5 раз выше чем на Яндекс-рекламу.

Лиды по каналам платной рекламы



Расходы по каналам платной рекламы



ФайлГлавнаяВставкаМоделированиеПредставлениеОптимизацияСправкаВнешние инструменты

ВставитьВставитьВырезатьКопироватьФорматирование по образцуБуфер обмена

Получить данныеКнига ExcelЦентр данныхSQL Введите Server данныеВедите Dataverse Последние источники

Преобразование данныхОбновить данныеЗапросы

Создать визуальный элементТекстовое полеДругие визуальные элементы

Создать Быстрая мераВычисления

ЧувствительностьЧувствительность

ОпубликоватьПоделиться

Какой креатив был наилучшим в привлечении трафика?

С точки зрения кликабельности в разрезе объявлений безусловные фавориты "Хакатон за 100 000 рублей" (305 кликов) и "Хакатон по аналитике" (294 клика) на Яндекс, также стоит присмотреться к responsive display ad от Google (искусственный интеллект набрал 692 клика).

Тип объявления	Клики
Expanded text ad	80
Online-Хакатон Power BI	30
Online-Хакатон по Power BI	30
Хакатон myBI Connect	20
Responsive display ad	692
--	692
Bcero	772

Заголовок объявления	Клики
Хакатон myBI Connect и Power BI	2
Хакатон myBI Connect и Power BI	4
Хакатон myBI Connect и Power BI	6
Хакатон Power BI и myBI Connect	5
Хакатон Power BI и myBI Connect	62
Хакатон по применению Power BI	201
Bcero	280

Заголовок объявления	Клики
Работаешь с PowerBI?	189
Хакатон за 100 000 рублей	305
Хакатон по аналитике	294
Bcero	788

ВизуализацииДанные

Создать визуальный элемент

Фильтры

Поиск

Меры

Дополнительные рас...

Календарь

ЯД Выгруженные от...

ЯД Параметры групп...

ЯД Параметры камп...

ЯД Параметры объя...

ЯД Параметры регио...

ЯД Статистика по ка...

ЯД Статистика по об...

ЯД Статистика по сч...

АМО Дополнительн...

АМО Дополнительн...

АМО Задачи

АМО Компании

АМО Контакты

АМО Метки сделок

АМО Параметры зад...

АМО Параметры ко...

АМО Параметры кон...

АМО Параметры по...

АМО Параметры сде...

АМО Примечания за...

АМО Примечания к...

АМО Примечания к...

АМО Примечания сд...

АМО Сделки

АМО Справочник во...

АМО Справочник эт...

GA Атрибуция трафи...

GA Достигнутые соб...

GA Достигнутые цели

ФайлГлавнаяВставкаМоделированиеПредставлениеОптимизацияСправкаВнешние инструменты

Вставить

Вырезать

Копировать

Буфер обмена

Форматирование по образцу

Получить данные

Книга Excel

Центр данных

SQL Server

Введите данные

Dataaverse

Последние источники

Преобразование данных

Обновить данные

Запросы

Создать визуальный элемент

Текстовое поле

Другие визуальные элементы

Создать меру

Быстрая мера

Вычисления

Чувствительность

Опубликовать

Поделиться

Кто был лучшим менеджером, обрабатывающим заявки?

Алексей Сидоров обработал больше всех заявок, кроме того у него больше всех целевых лидов. Но по проценту конверсии лидов в целевые Иван Иванов безусловный лидер 23,4%, может быть у него тоже стоит чему поучиться?

Имя	Первичная заявка	email Подтвержден	Посетил вебинар	Финальная заявка	Выполнение задания	Доступ к данным
Алексей Сидоров	164	131	66	52	51	26
Иванов Иван	47	37	19	18	18	11
Максим Максимов	49	41	23	19	19	11
Петр Петров	58	52	26	20	20	4
Всего	318	261	134	109	108	52

Воронка сделок

100%

Первичная заявка318

email Подтвержден261

Посетил вебинар134

Финальная заявка109

Выполнение задания108

Доступ к данным52

16,4%

Визуализации

Данные

Создать визуальный элемент

Поиск

Меры

Дополнительные рас...

Календарь

ЯД Выгруженные от...

ЯД Параметры групп...

ЯД Параметры камп...

ЯД Параметры объ...

ЯД Параметры регио...

ЯД Статистика по ка...

ЯД Статистика по об...

ЯД Статистика по сч...

АМО Дополнительн...

АМО Дополнительн...

АМО Задачи

АМО Компании

АМО Контакты

АМО Метки сделок

АМО Параметры зад...

АМО Параметры ко...

АМО Параметры кон...

АМО Параметры по...

АМО Параметры сде...

АМО Примечания за...

АМО Примечания к...

АМО Примечания к...

АМО Примечания сд...

АМО Сделки

АМО Справочник во...

АМО Справочник эт...

GA Атрибуция трафи...

GA Достигнутые соб...

GA Достигнутые цели

Значения

Добавьте сюда поля с дан...

Детализация

Несколько отчетов

Сохранить все фильтры

Добавьте сюда поля дета...