

## Исследование рекламных кампаний клиента Сигма

Соколова Анна

8-987-431-9663

8 октября 2023

# Исходные данные

*Яндекс Директ — сервис для размещения объявлений контекстной рекламы на Яндексе и на сайтах-партнерах его рекламной сети (РСЯ).*

**Цель исследования:** выяснить причину растущего CPA клиента Сигма и дать рекомендации по снижению и стабилизации CPA клиента Сигма до целевого значения (380 руб.)

**Данные для анализа** - датасет с данными о рекламных кампаниях с апреля 2021 по сентябрь 2022. Данные взяты из xlsx-файла «Задание\_стажировка\_рекламный аналитик\_2023.xlsx».

## **Задачи исследования:**

1. Проведение исследовательского анализа данных
2. Проанализировать расходы клиента Сигмы в разрезе ключевых показателей:
  - а. Показы,
  - б. Переходы на сайт,
  - с. Целевые визиты.

[Исходники с расчётами \(ссылка\)](#)

## Общие выводы по исследованию

**1. CPA клиента с июня по сентябрь 2022** - 442.71 рубль.  
**CPA клиента с апреля по май 2021** - 422.34 рубля.

**2. Реклама по типу устройств:**

увеличились расходы на рекламу для ПК на 9.25%,  
уменьшилось количество целевых визитов для рекламы на ПК на 11.4%.

**3. Реклама по типу площадки:**

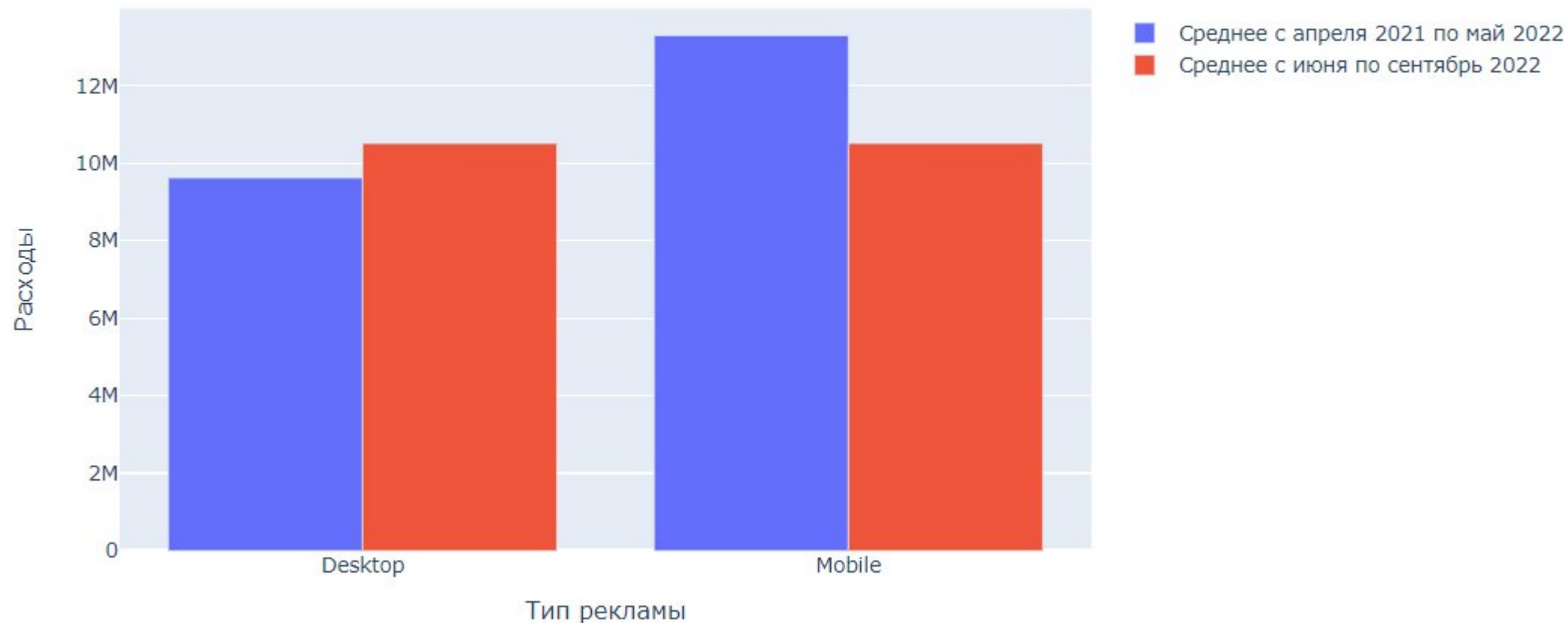
увеличились расходы на рекламу в Поиске на 4.22%,  
увеличилось количество целевых визитов в Поиске на 18.24%.

**4. Реклама по типу запроса в Поиске:**

увеличились расходы на рекламу по запросу конкурентов на 41.57%,  
уменьшилось количество целевых визитов по запросу конкурентов на 18.24%.

# Типы устройств. Расходы

Изменение расходов по типу устройств



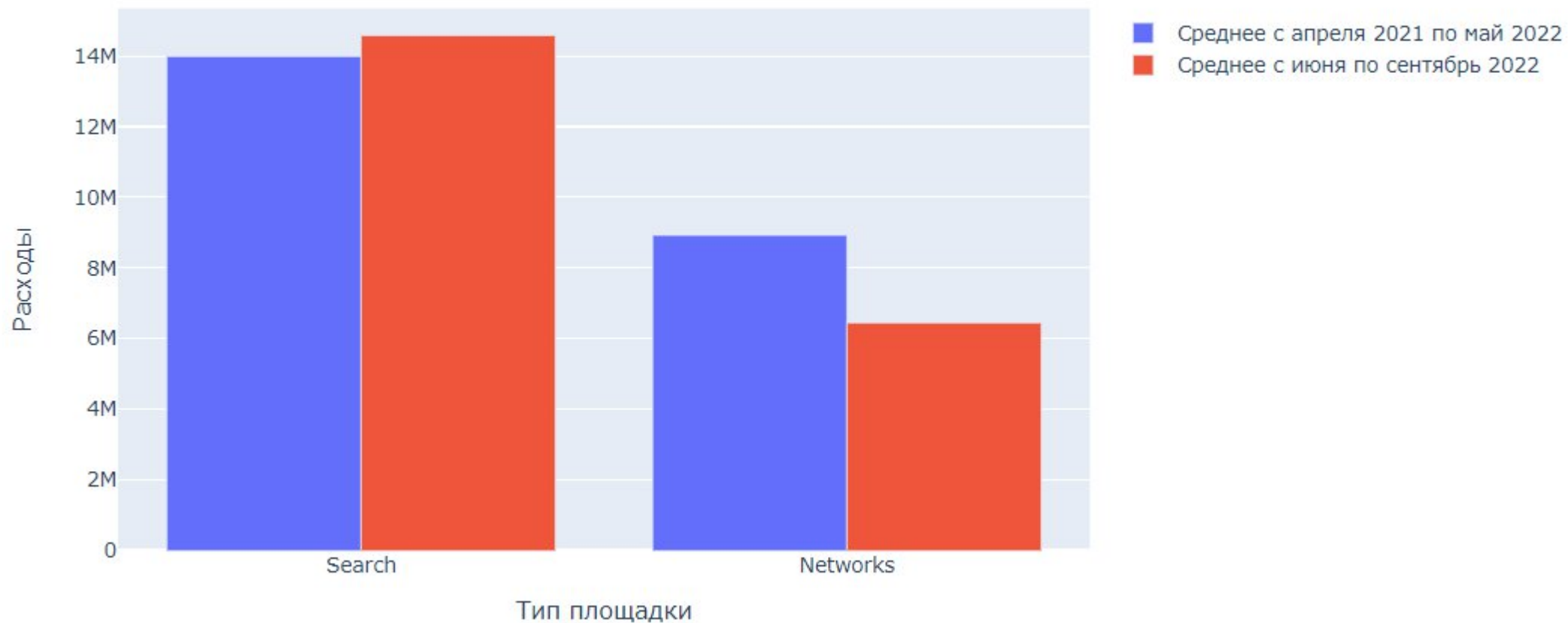
Расходы на рекламу для ПК увеличились на 9.25%.

Расходы на рекламу для мобильных устройств уменьшились на 20.92%.

Уменьшилось количество целевых визитов для рекламы на ПК на 11.4%.

# Типы площадки. Расходы

Изменение расходов по типу площадки



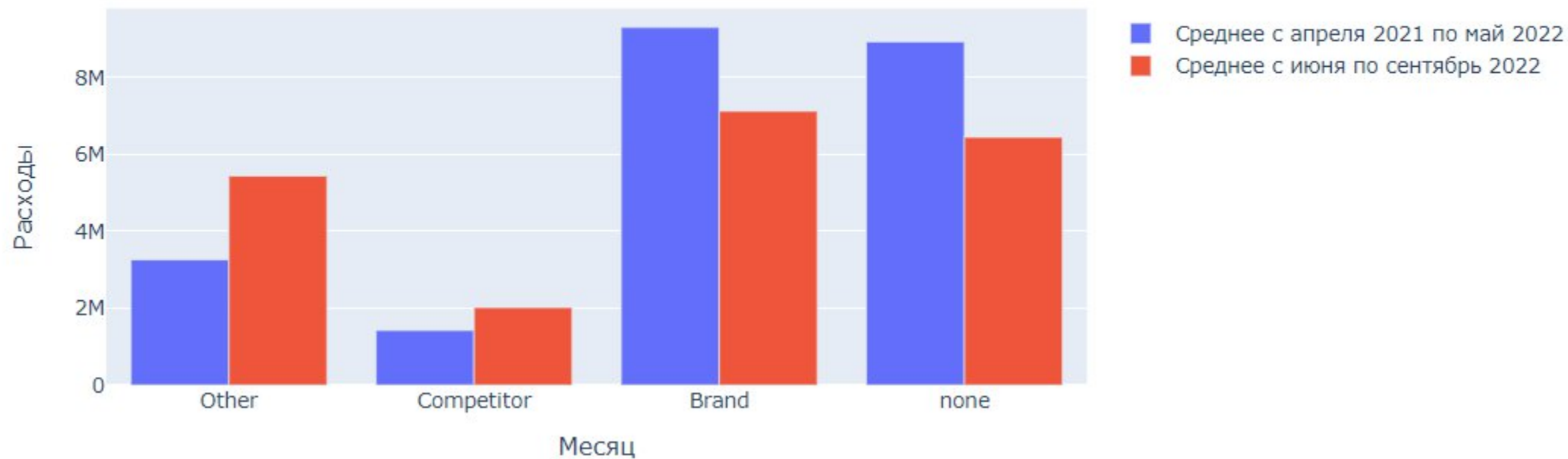
Расходы на рекламу в Сетях упали на 27.79%.

Расходы на рекламу в Поиске возросли на 4.22%.

Увеличилось количество целевых визитов в Поиске на 18.24%.

# Типы запросов в Поиске. Расходы

Распределение расходов по типу запросов



Расходы на рекламу в Поиске по запросу бренда снизились на 23.42%.  
Расходы на рекламу в Поиске по запросу конкурентов возросли на 41.57%.  
Уменьшилось количество целевых визитов по запросу конкурентов на 18.24%..

## Рекомендации

1. Увеличить количество рекламы для мобильных устройств.
2. Уменьшить рекламу в Поиске по запросу конкурентов.