

Решение кейса «Рекламщики»

Белов Василий

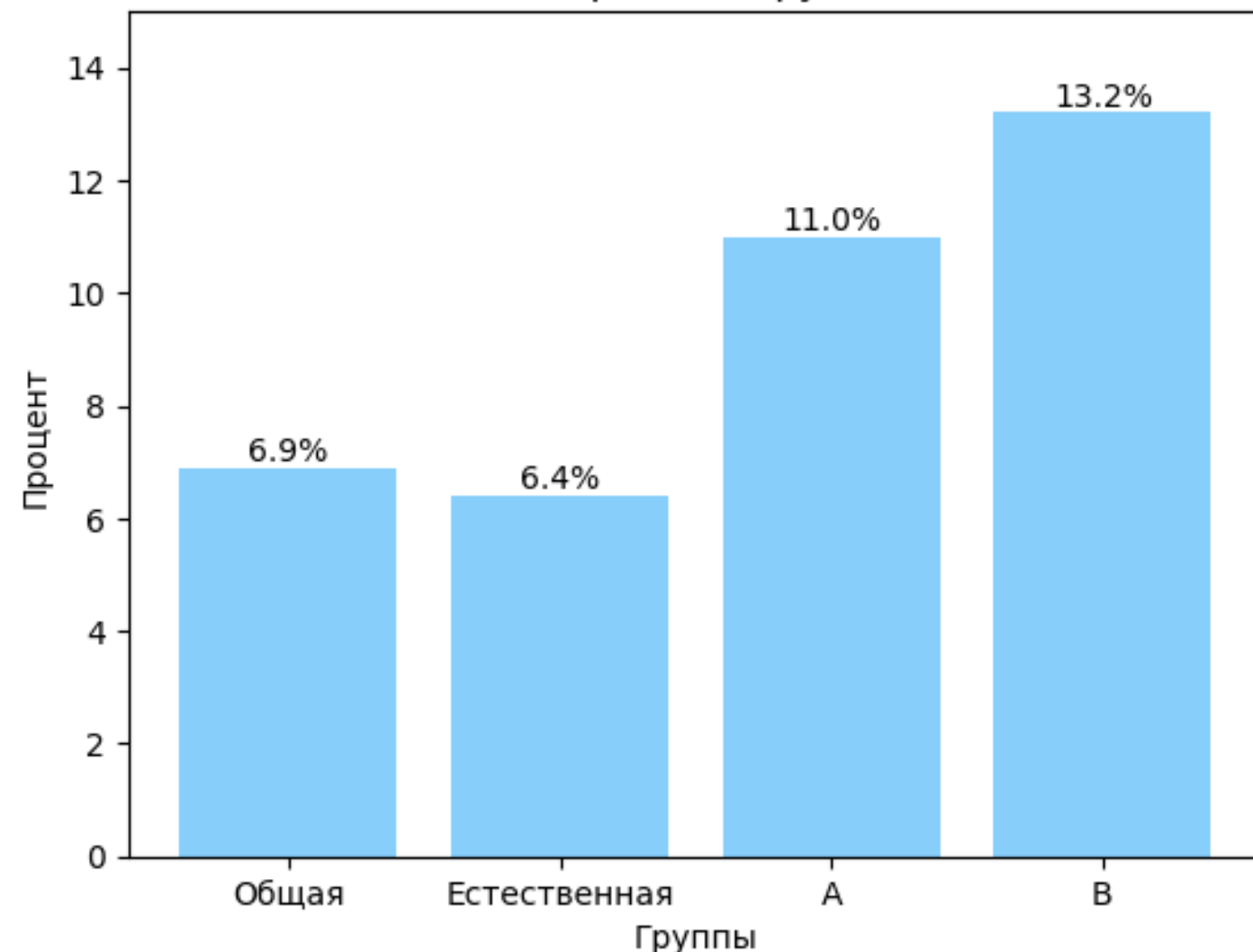
Клиенты

- Всего 20 тысяч
- 300 в группе А (1,5%)
- 500 в группе В (2,5%)

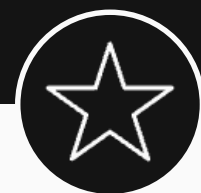
Покупатели

- Всего 1327
- 33 в группе А (~2,48%)
- 66 в группе А (~4,96%)
- 1228 среди тех, кто не видел рекламу (92,54%)

Конверсия по группам

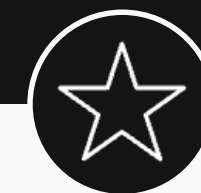


**Текущая
ситуация**



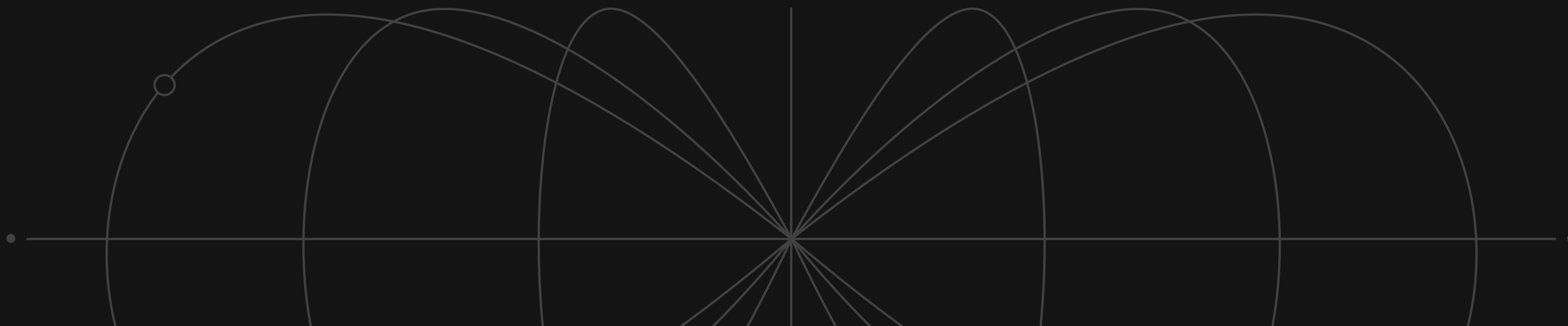
Сценарий 1

884 дополнительные покупки



Сценарий 2

1306 дополнительных покупок



Два сценария



Сценарий А

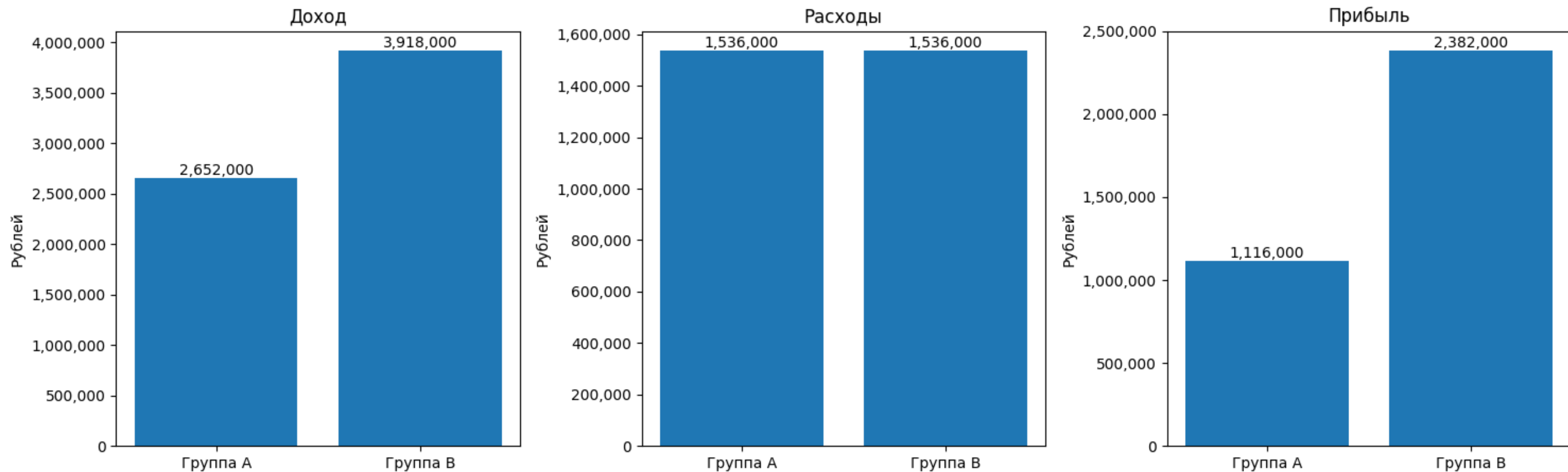
- 884 новых клиента
- Доход: 2.652 млн. рублей
- Расходы: 1.536 млн. рублей
- Прибыль: 1.116 млн. рублей



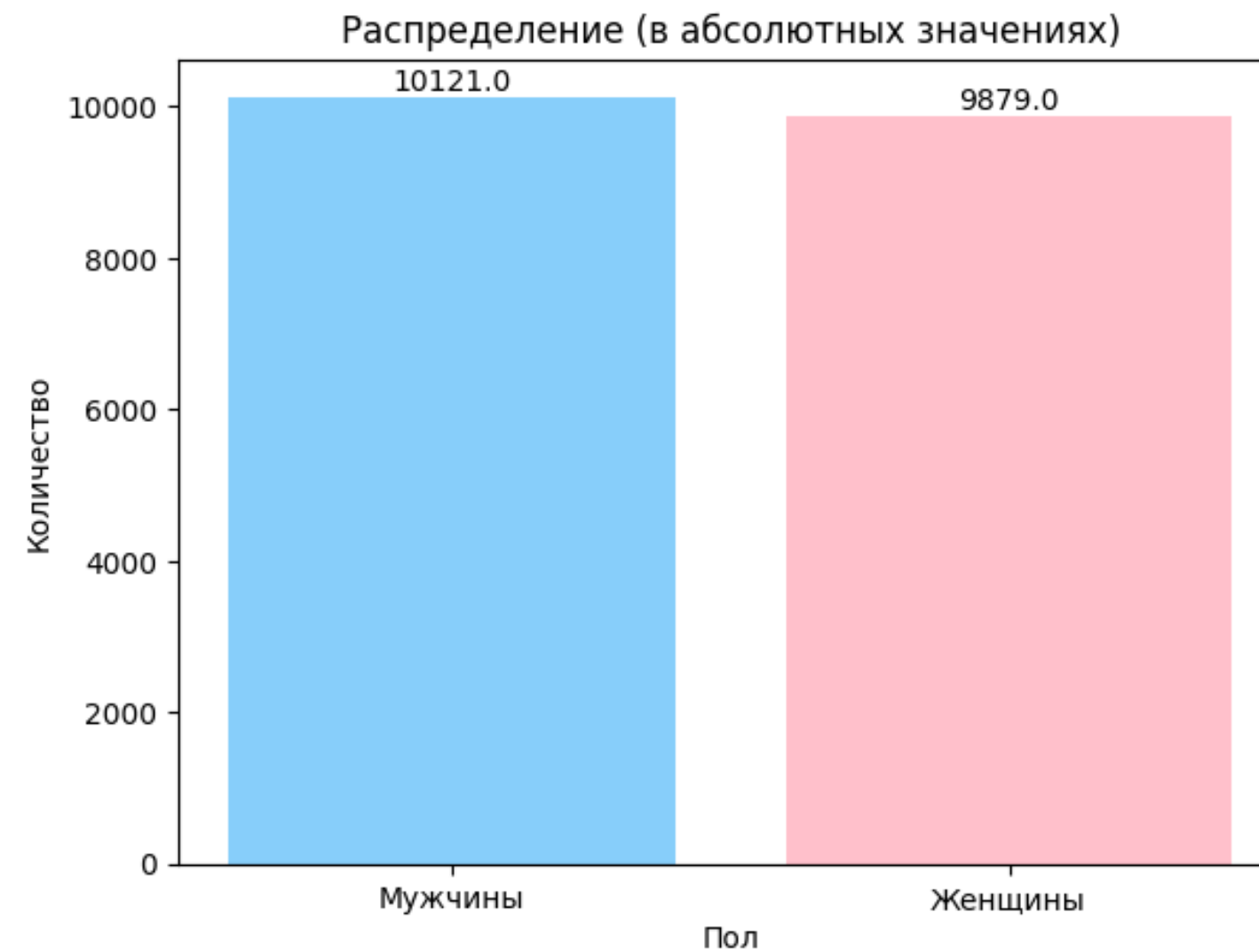
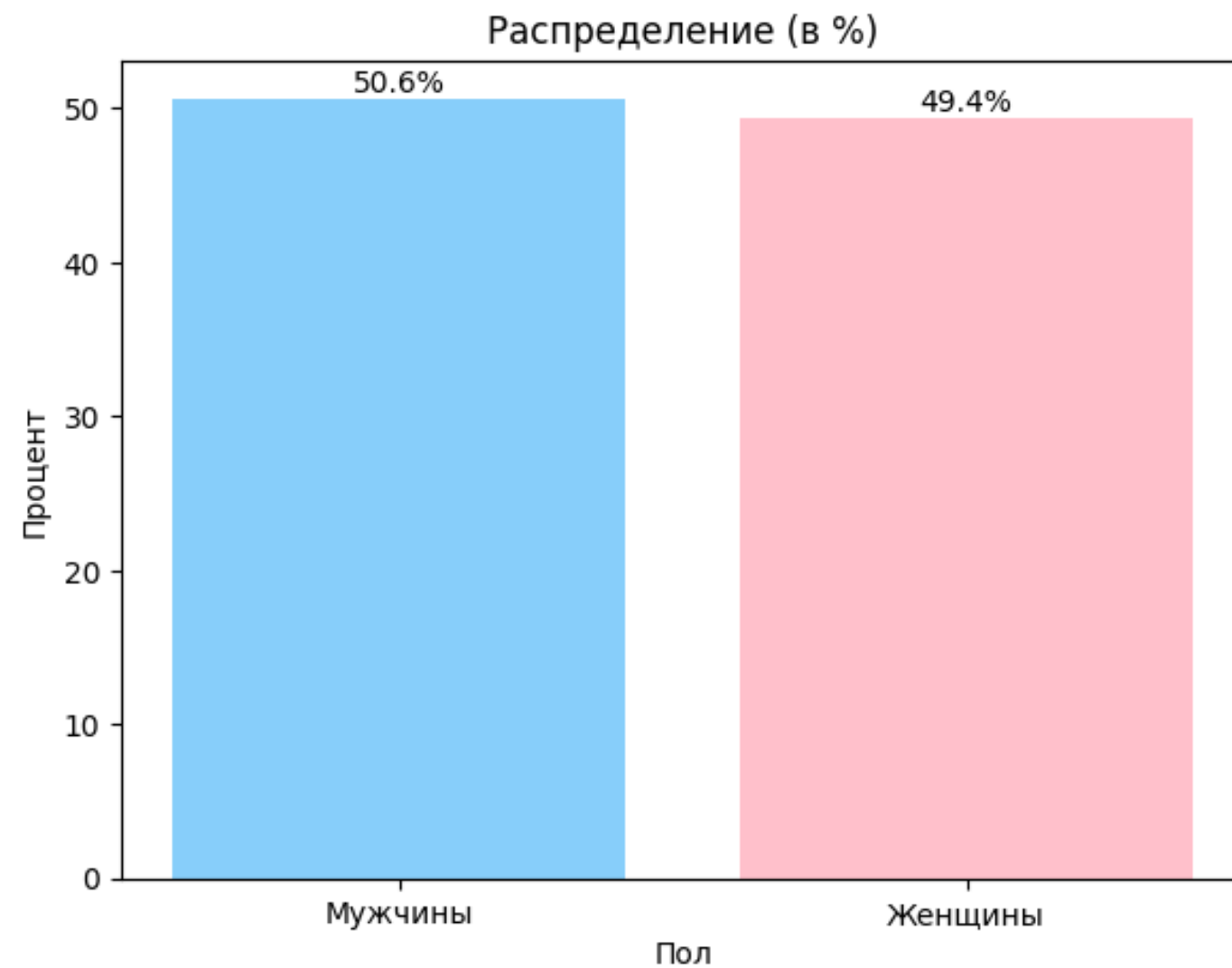
Сценарий В

- 1306 новых клиентов
- Доход: 3.918 млн. рублей
- Расходы: 1.536 млн. рублей
- Прибыль: 2.382 млн. рублей

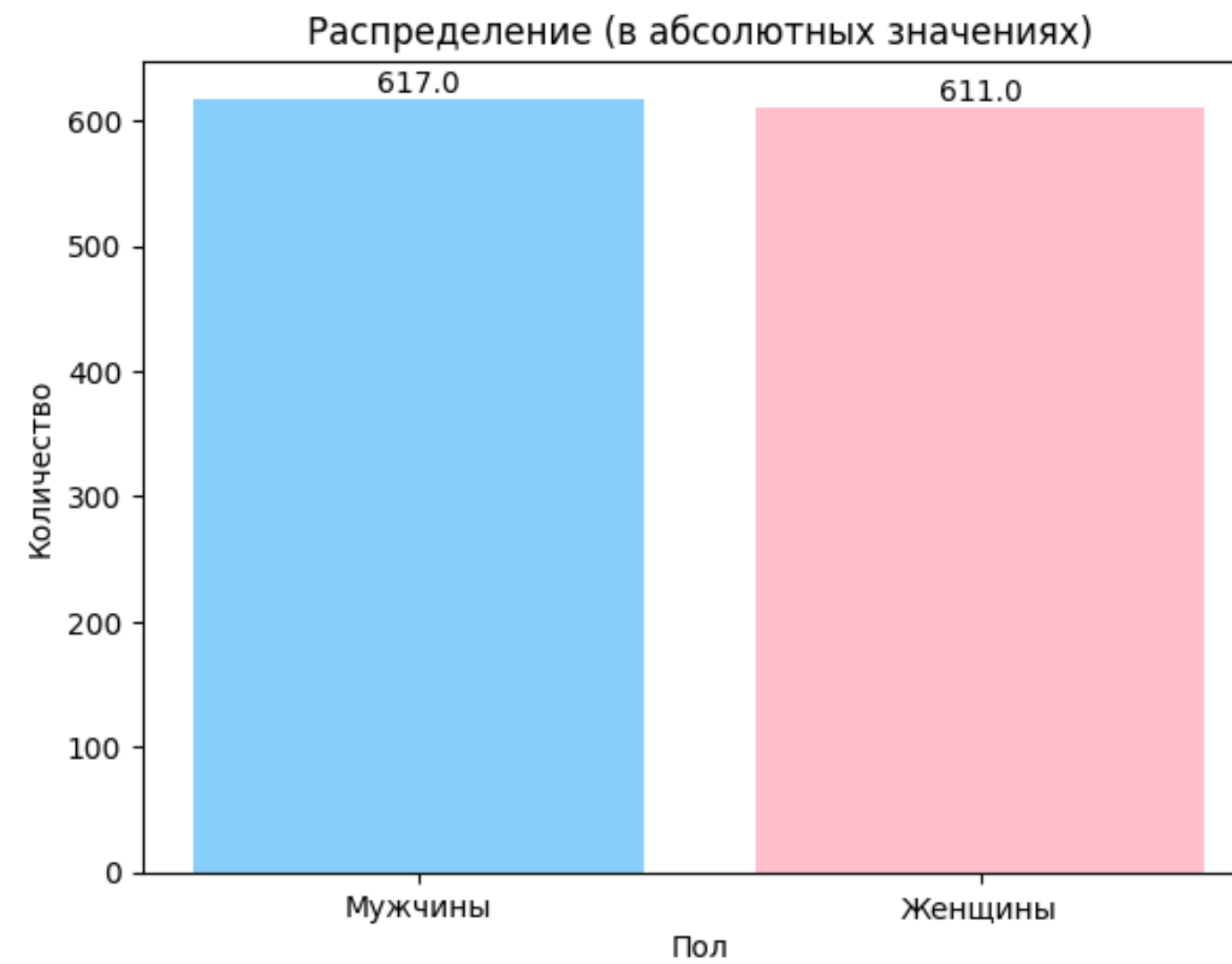
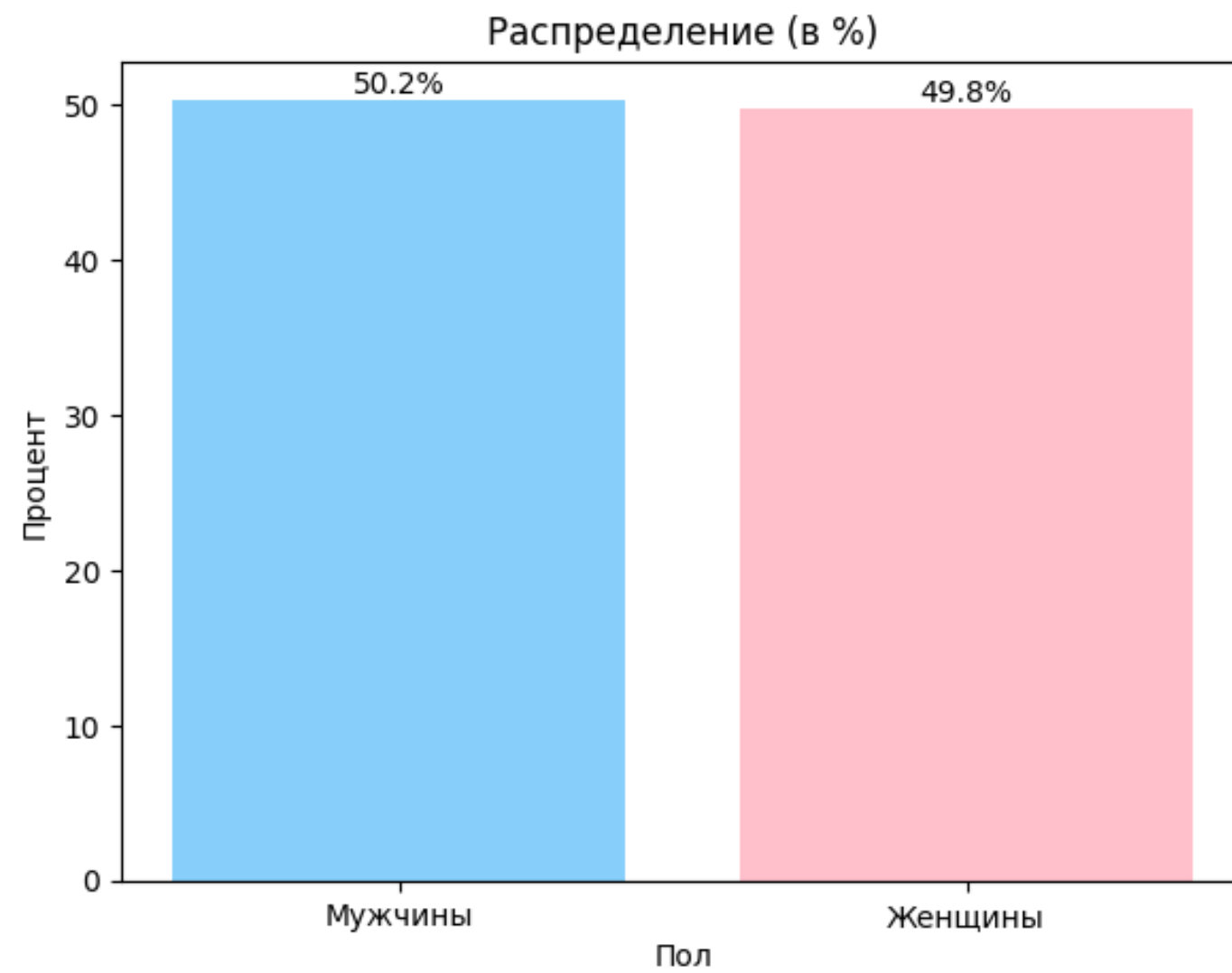
Прогноз финансовых показателей для двух маркетинговых компаний



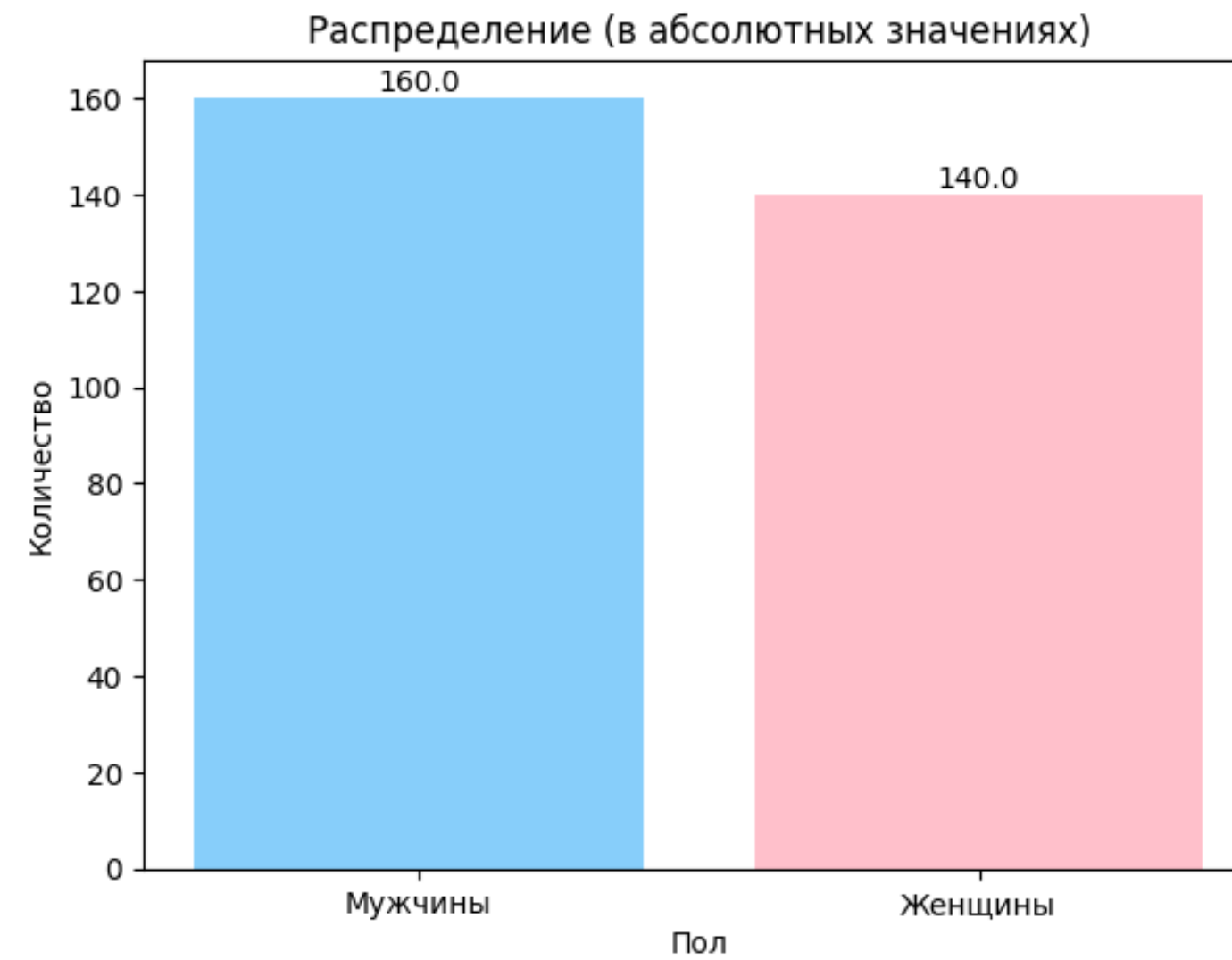
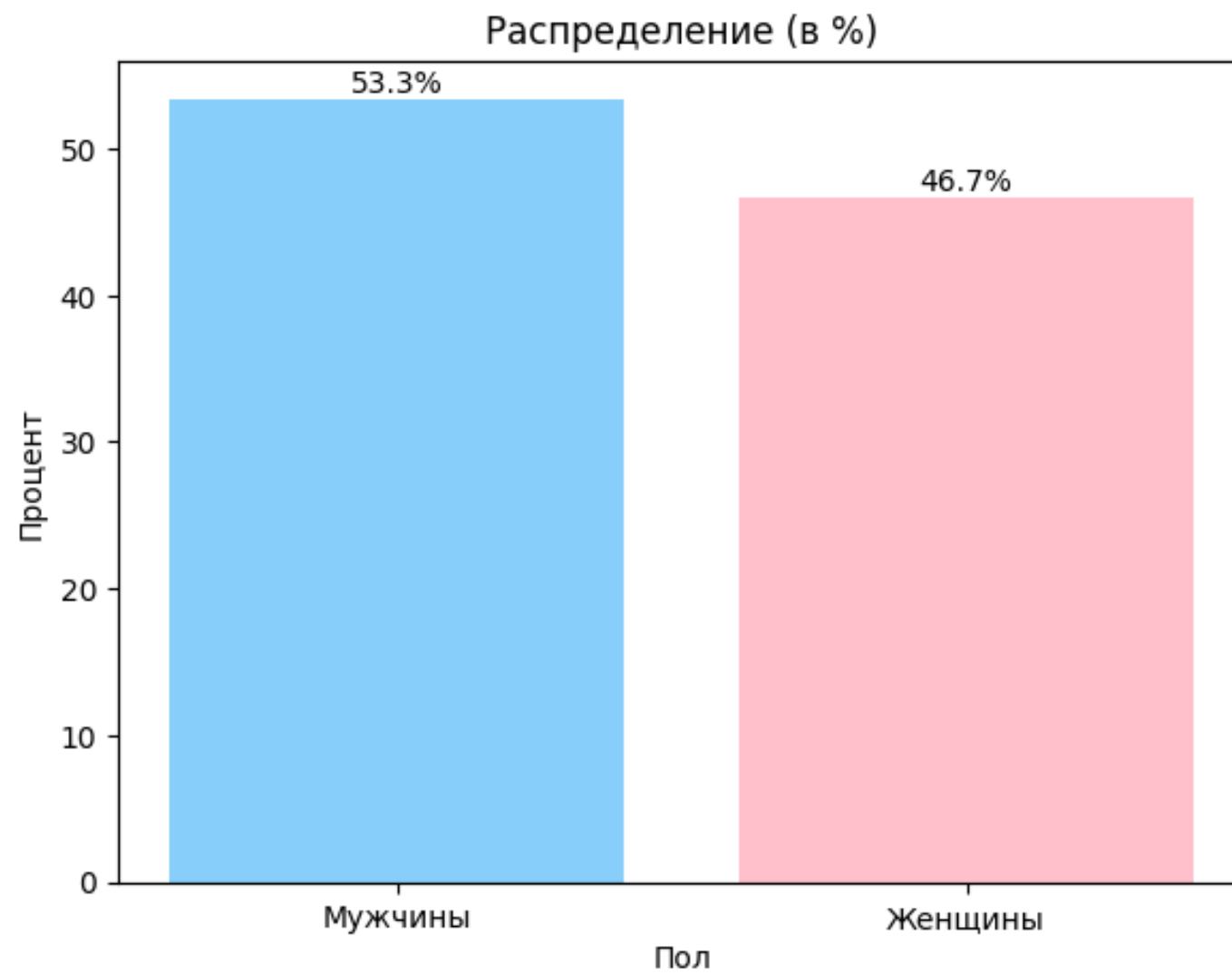
Распределение пола среди всех клиентов



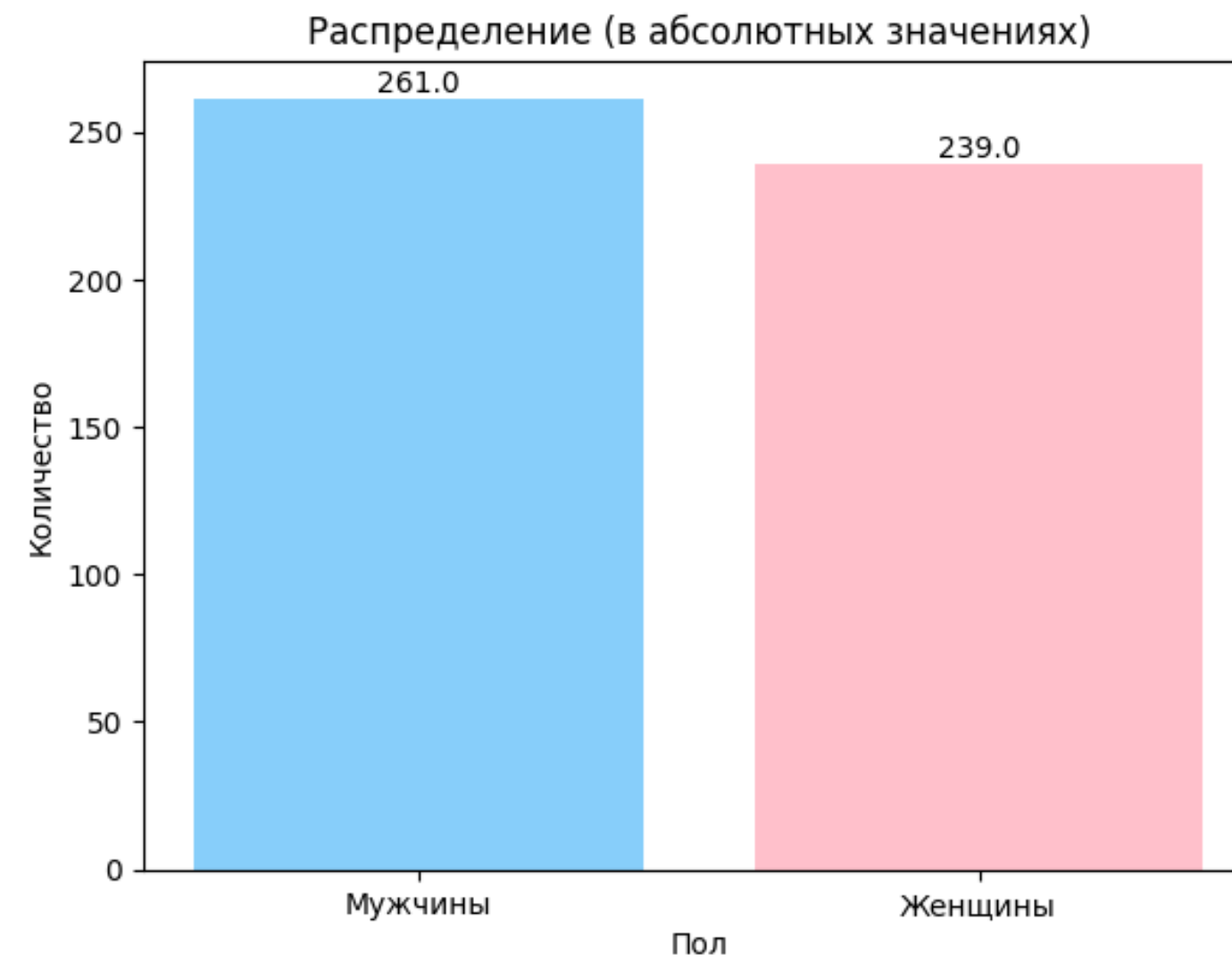
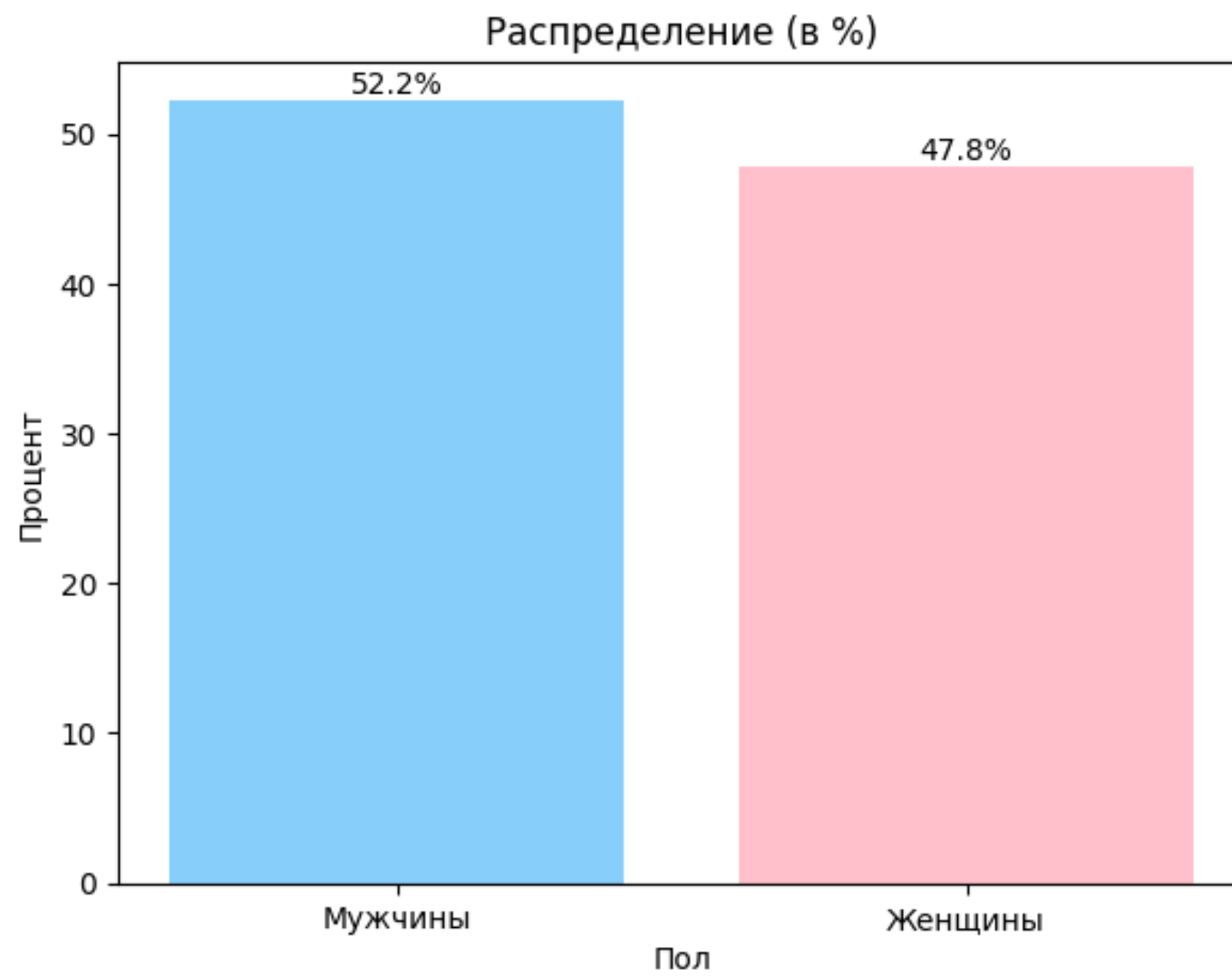
Распределение по полу среди контрольной группы



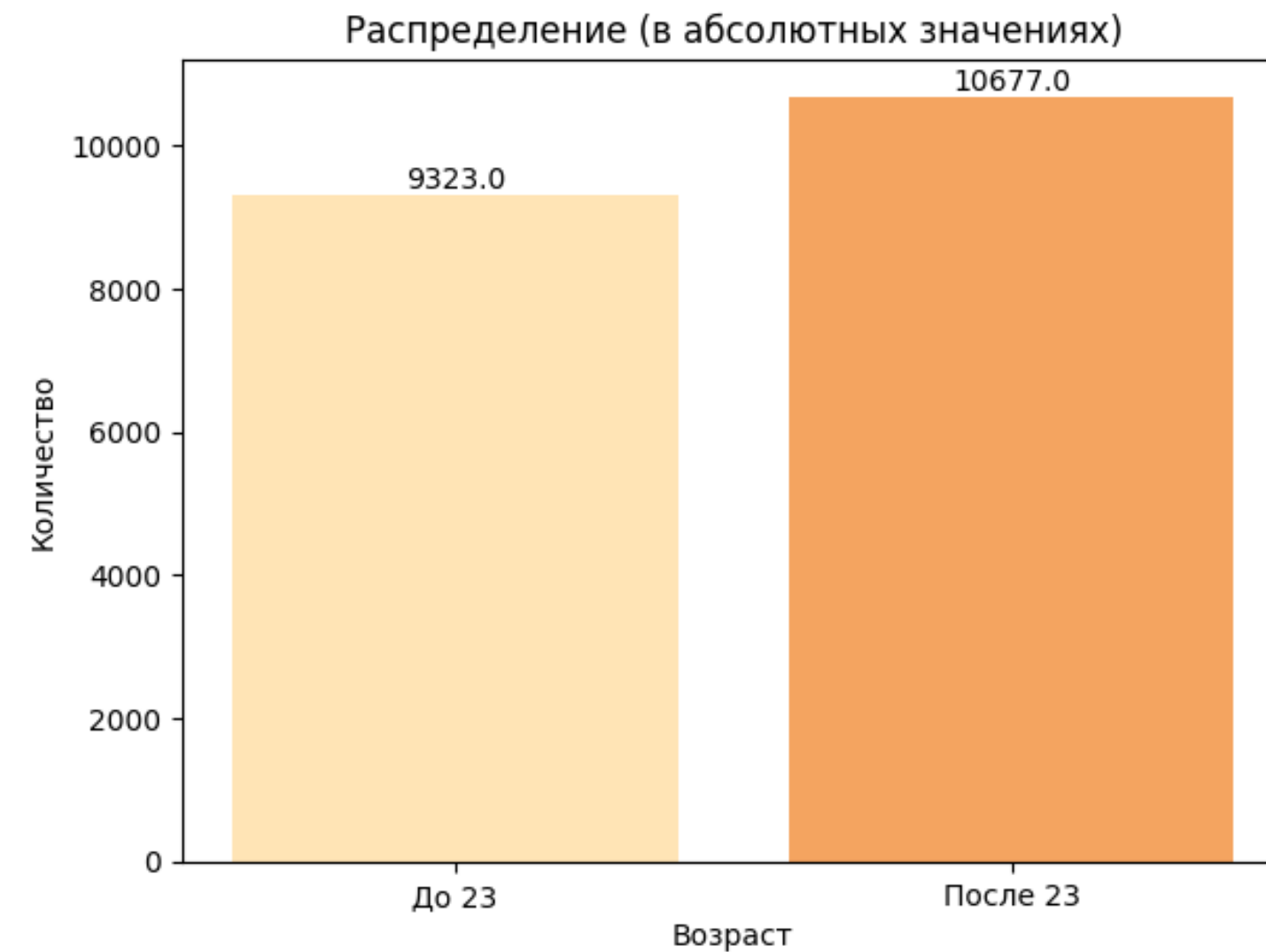
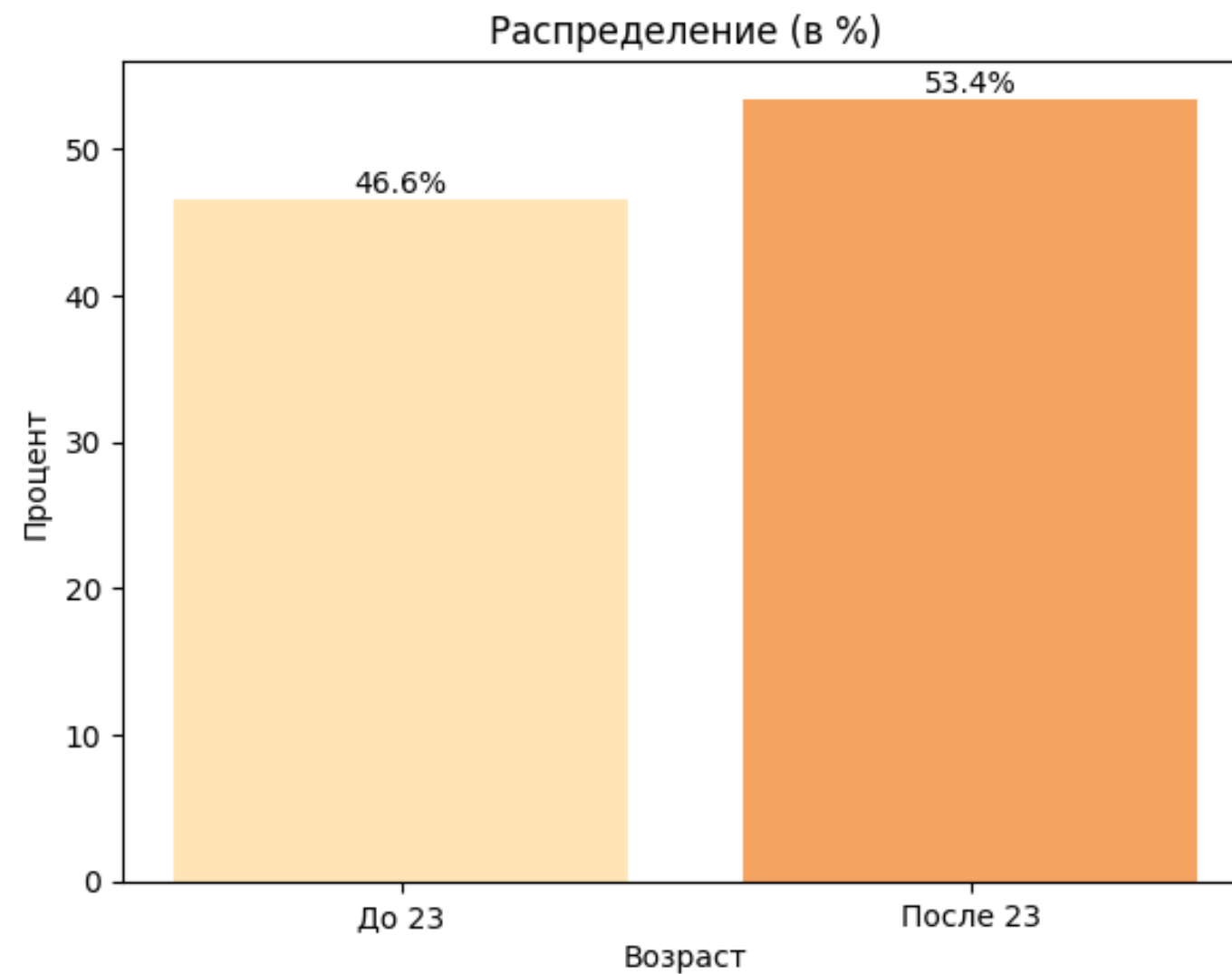
Распределение по полу в группе А



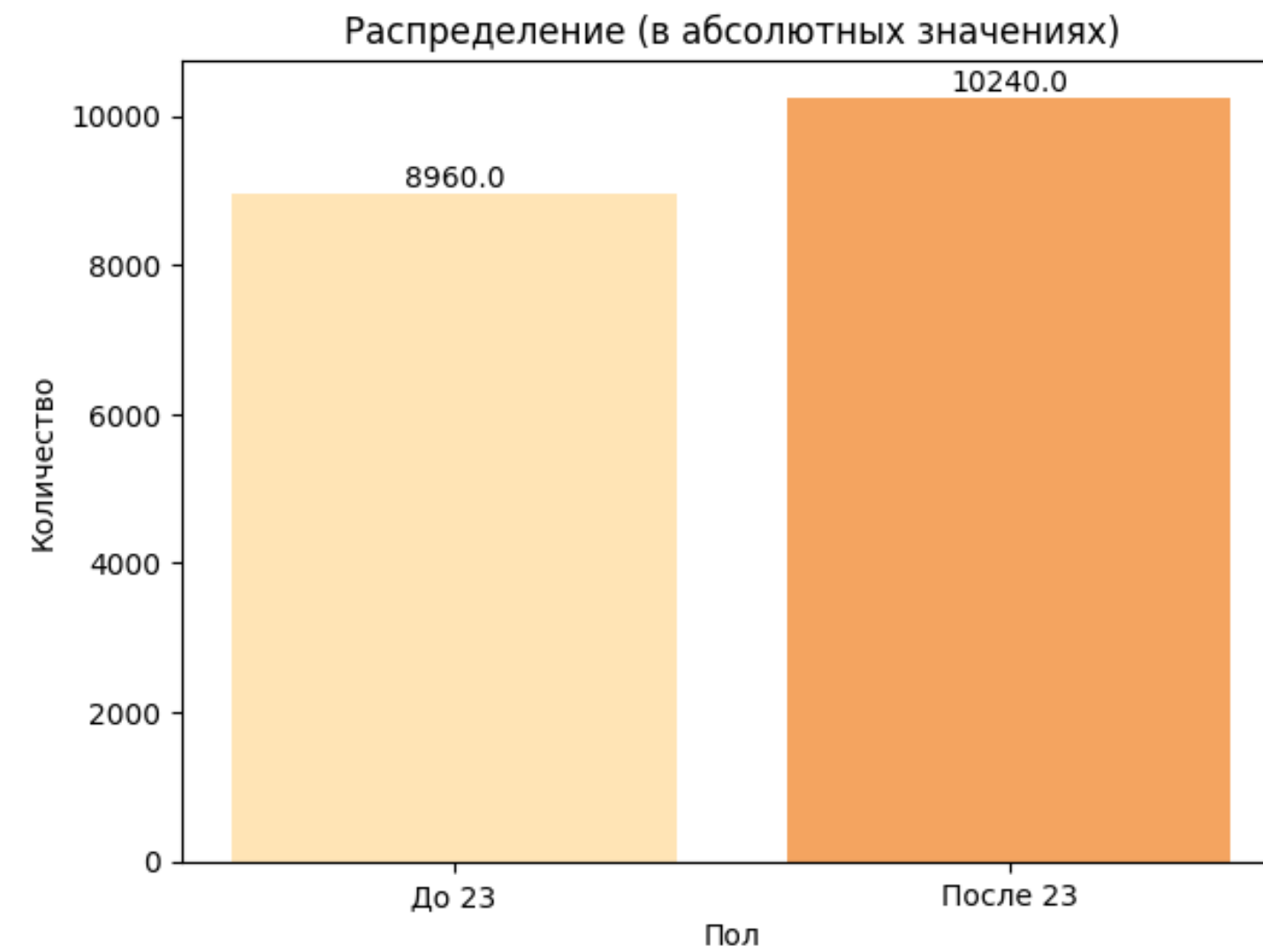
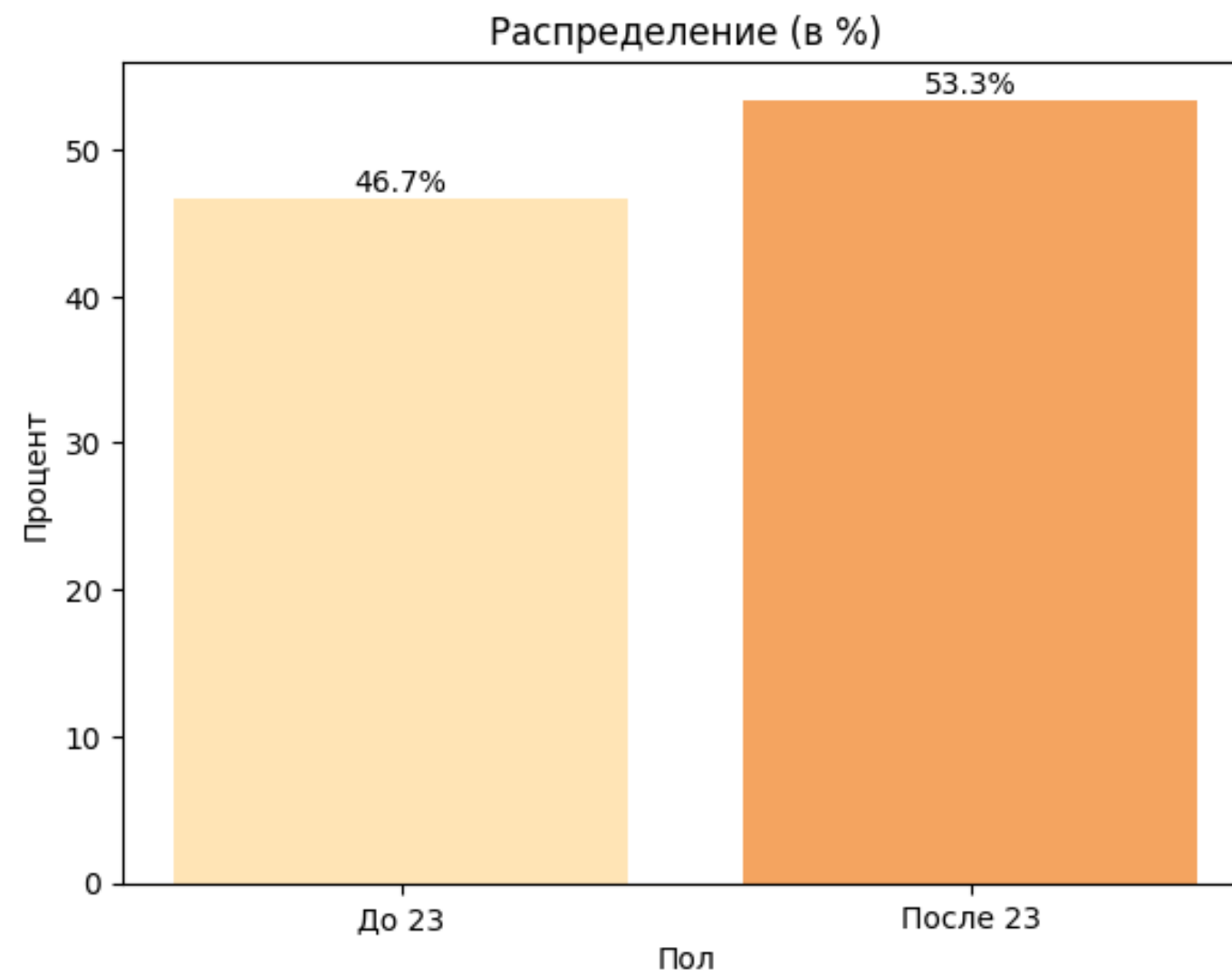
Распределение по полу в группе В



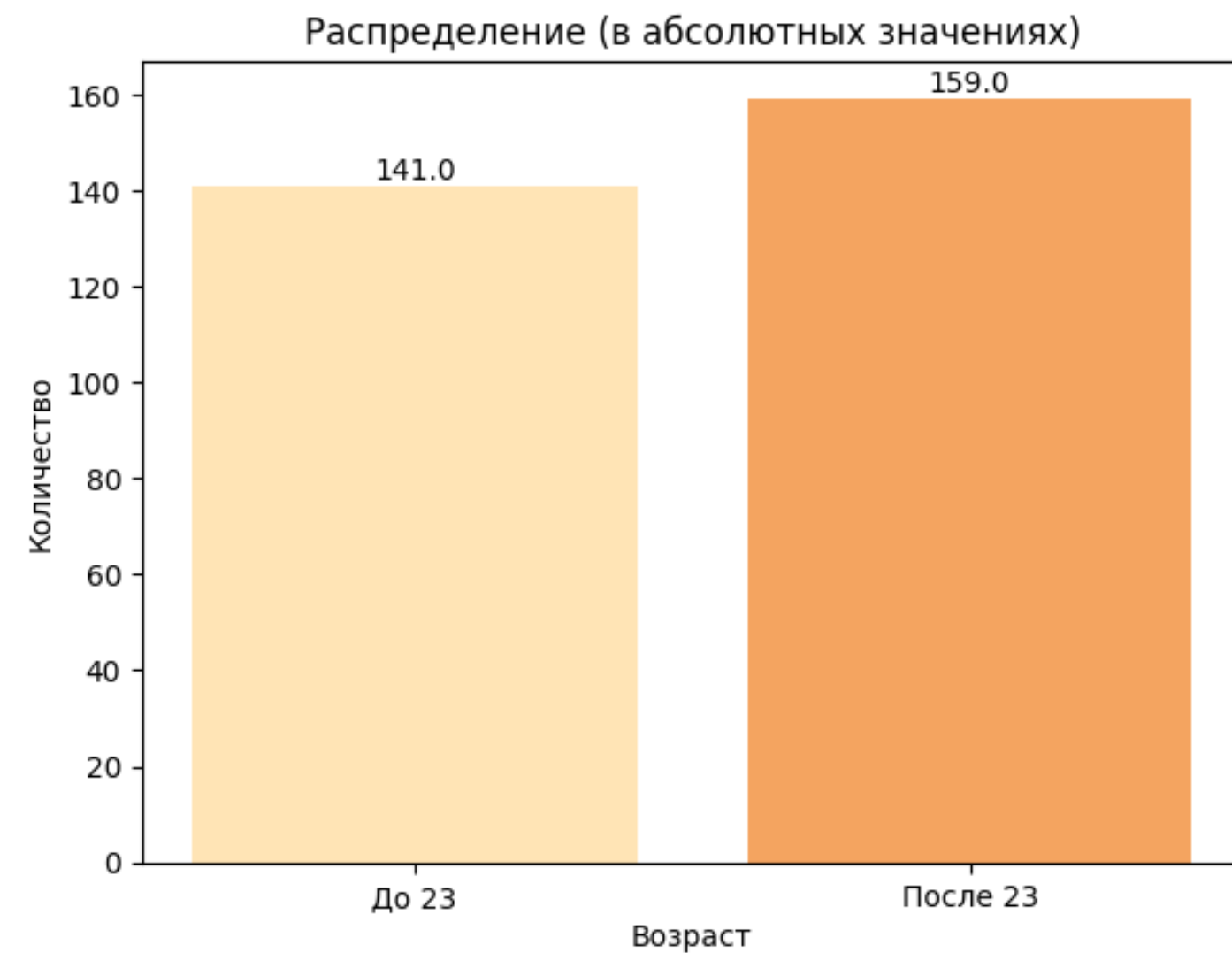
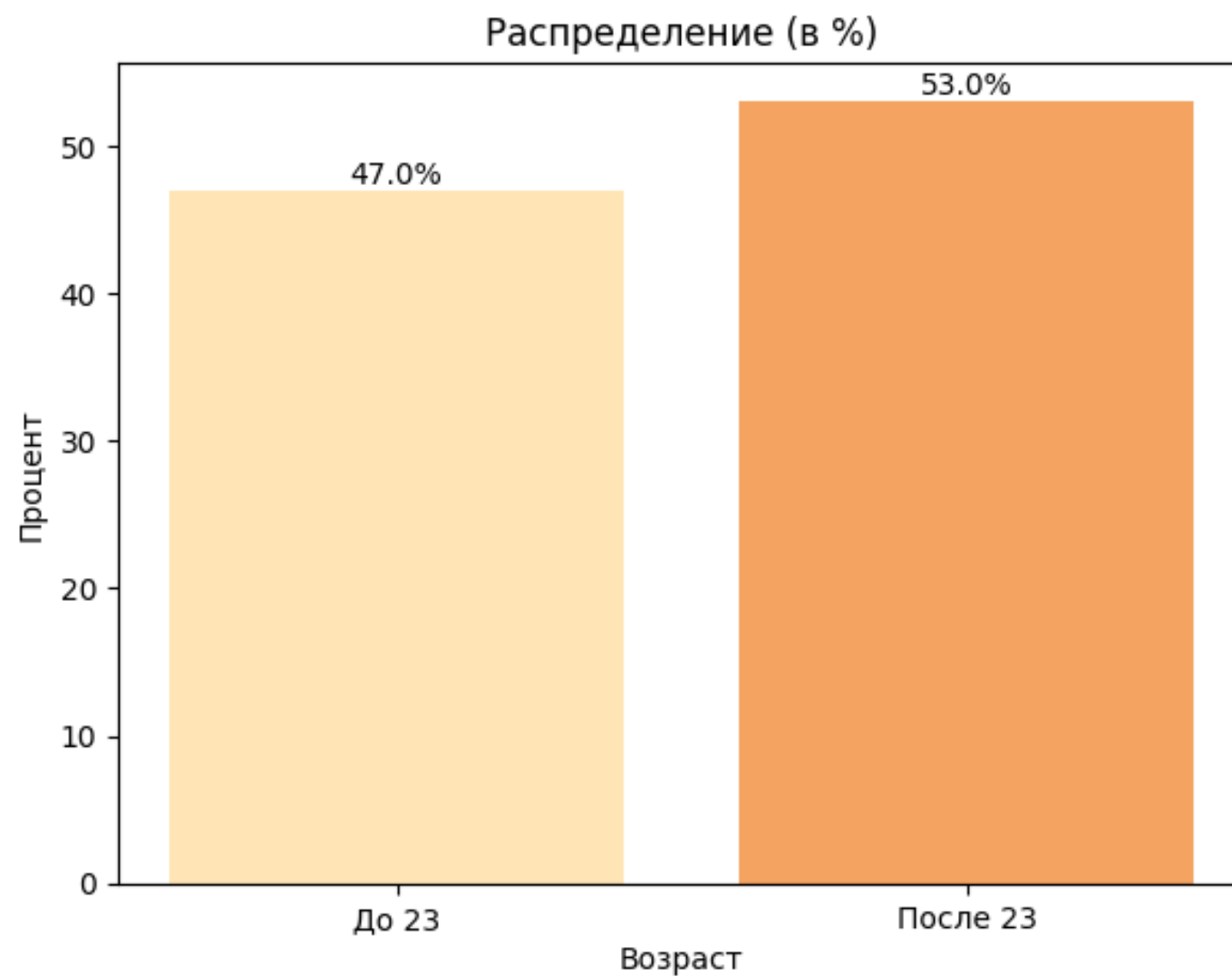
Распределение всех клиентов по возрасту



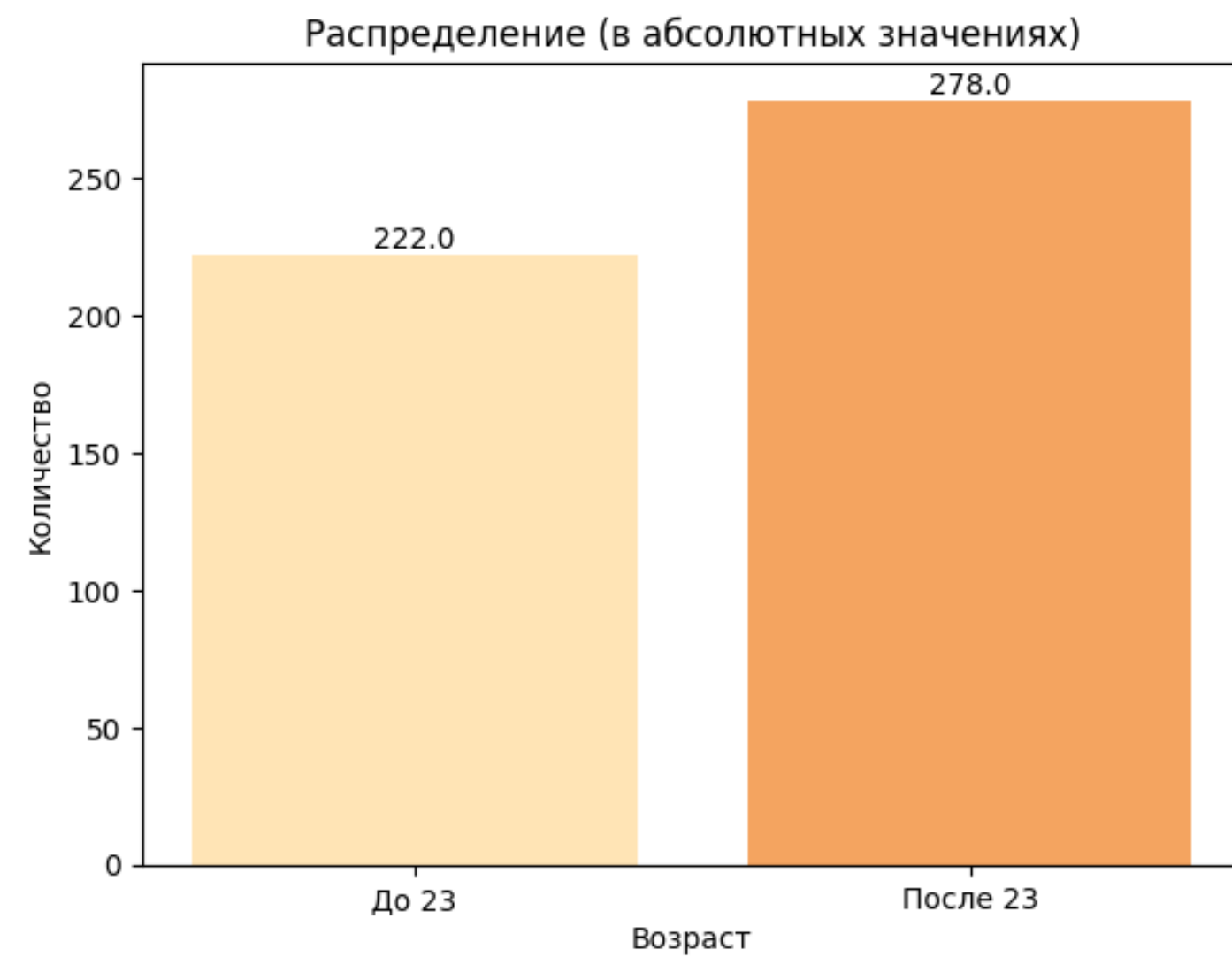
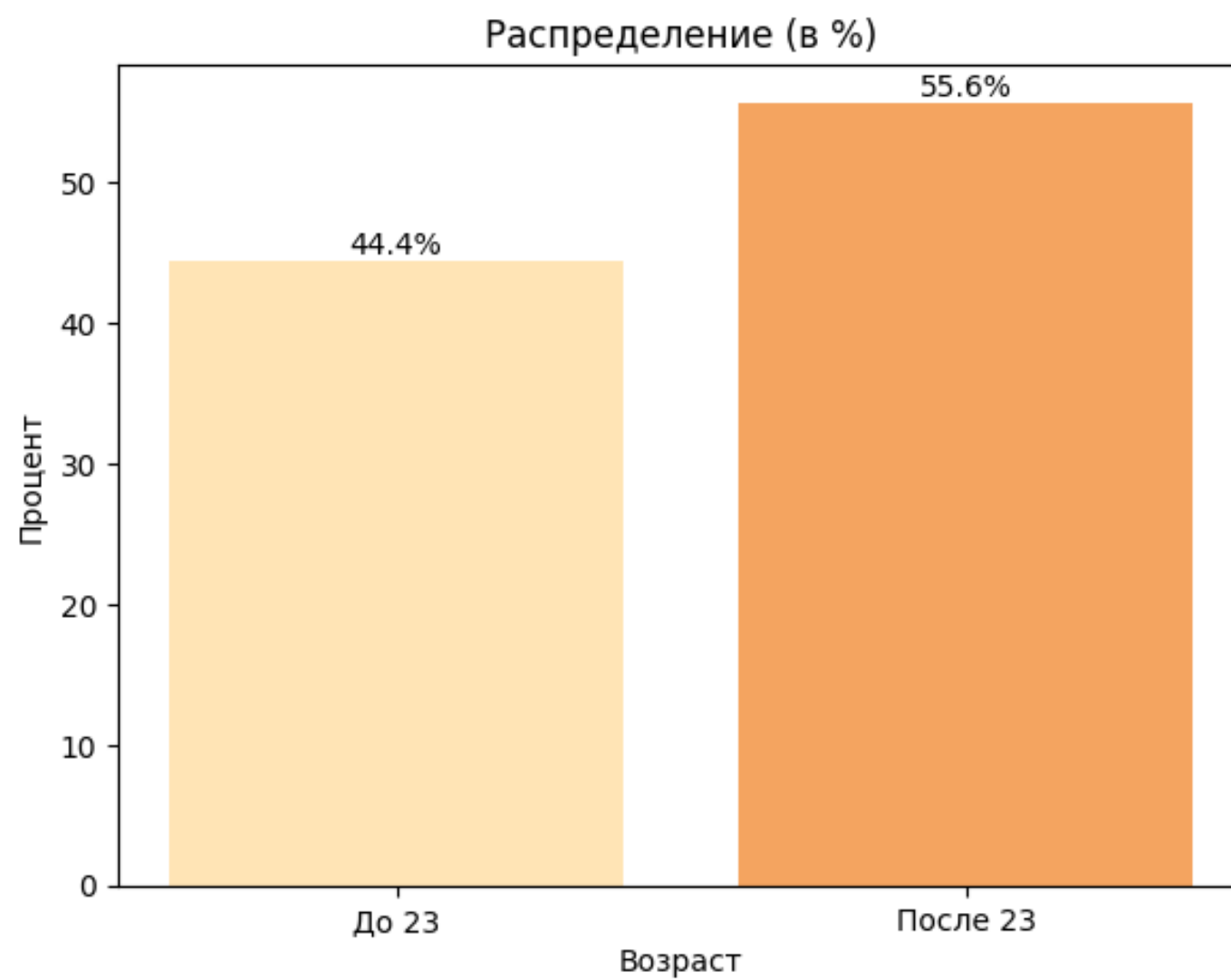
Распределение по возрасту среди контрольной группы

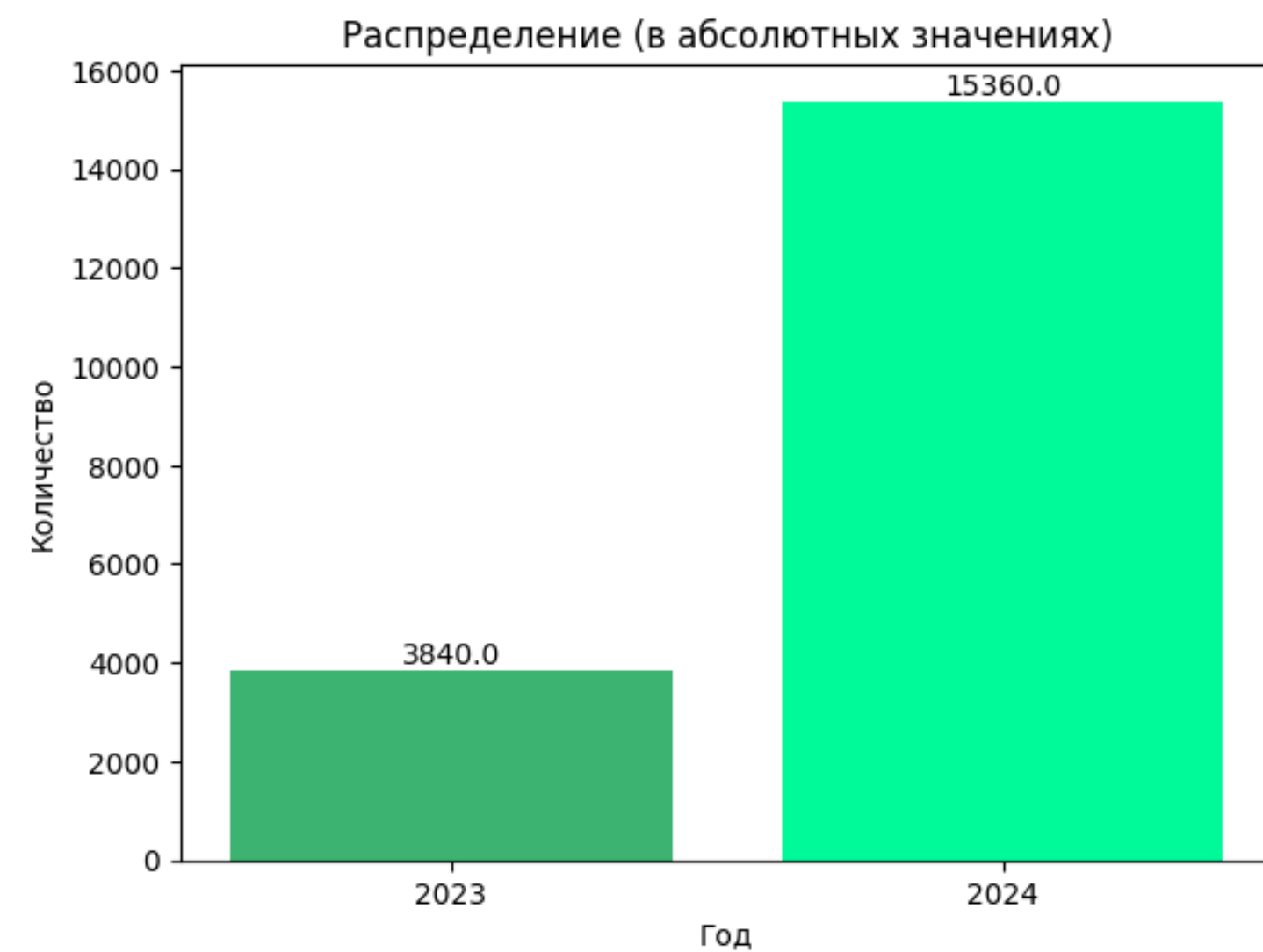
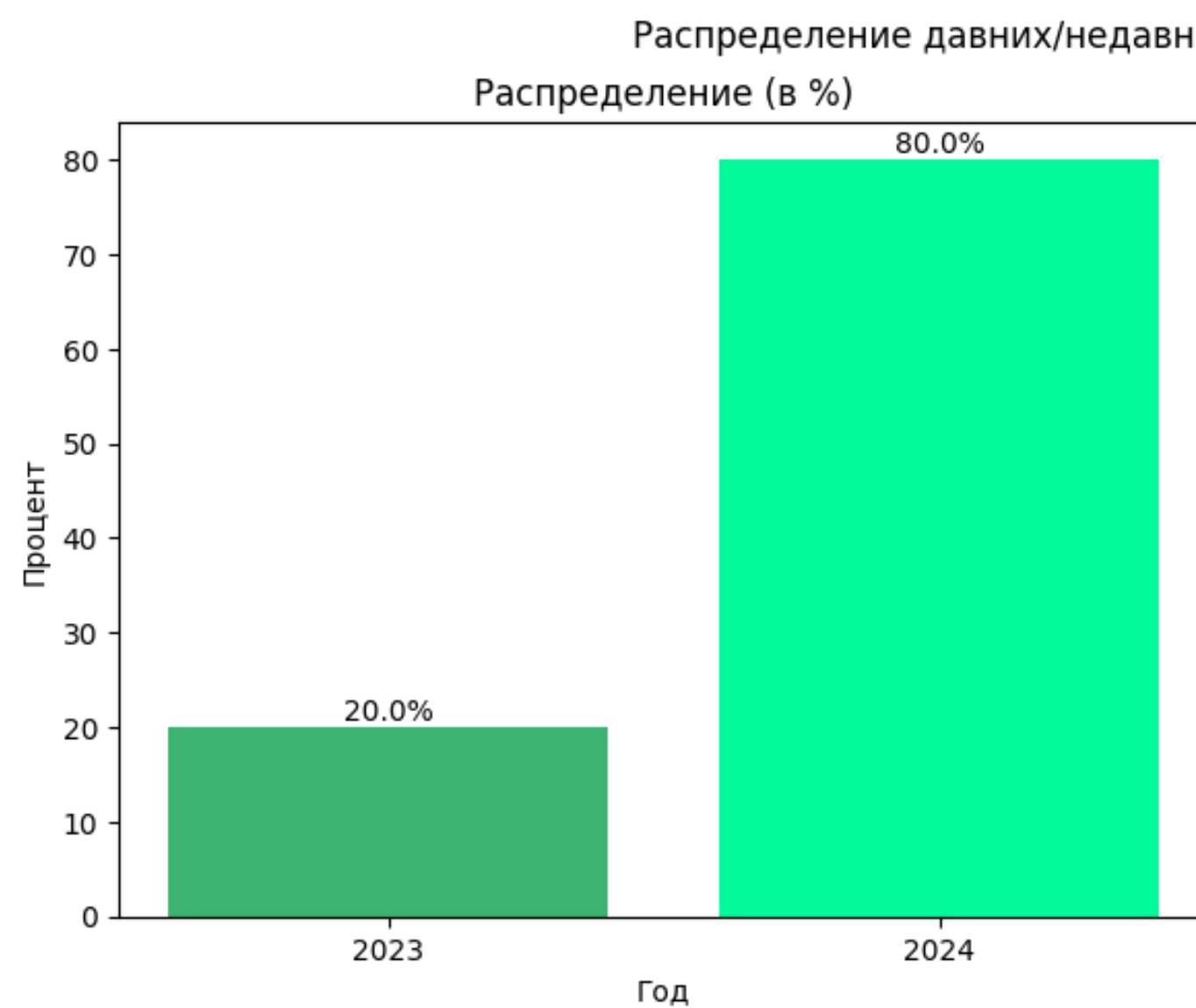
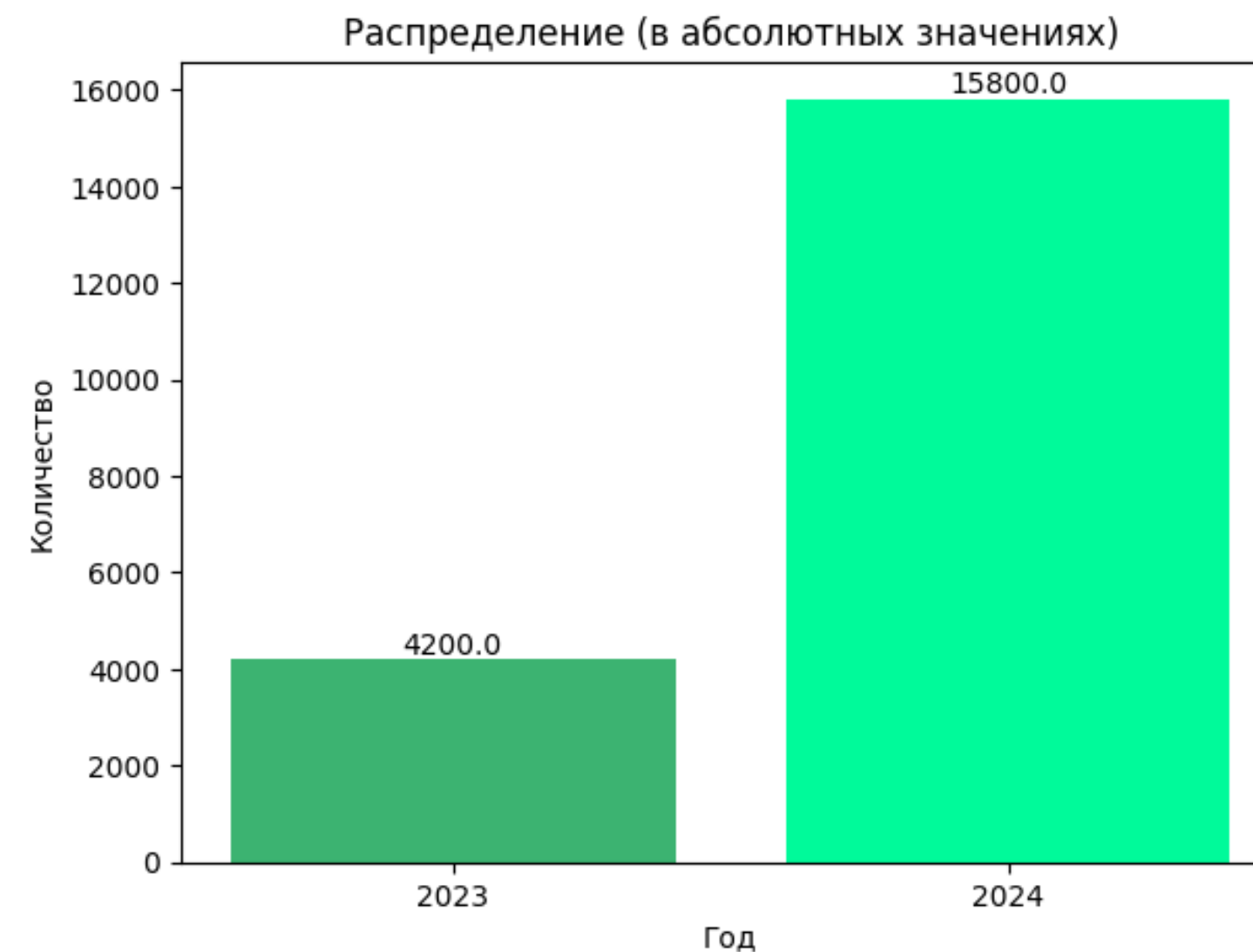
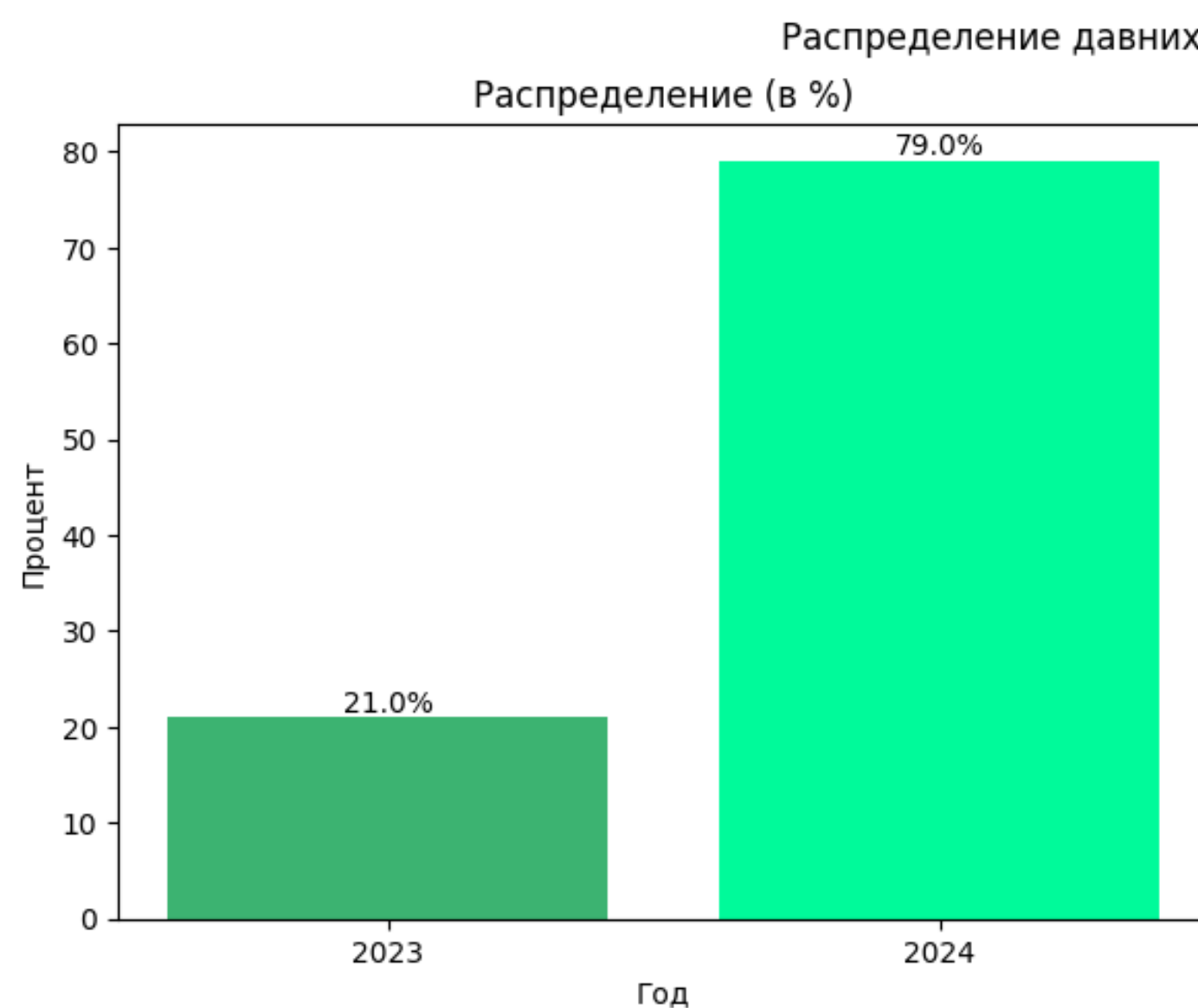


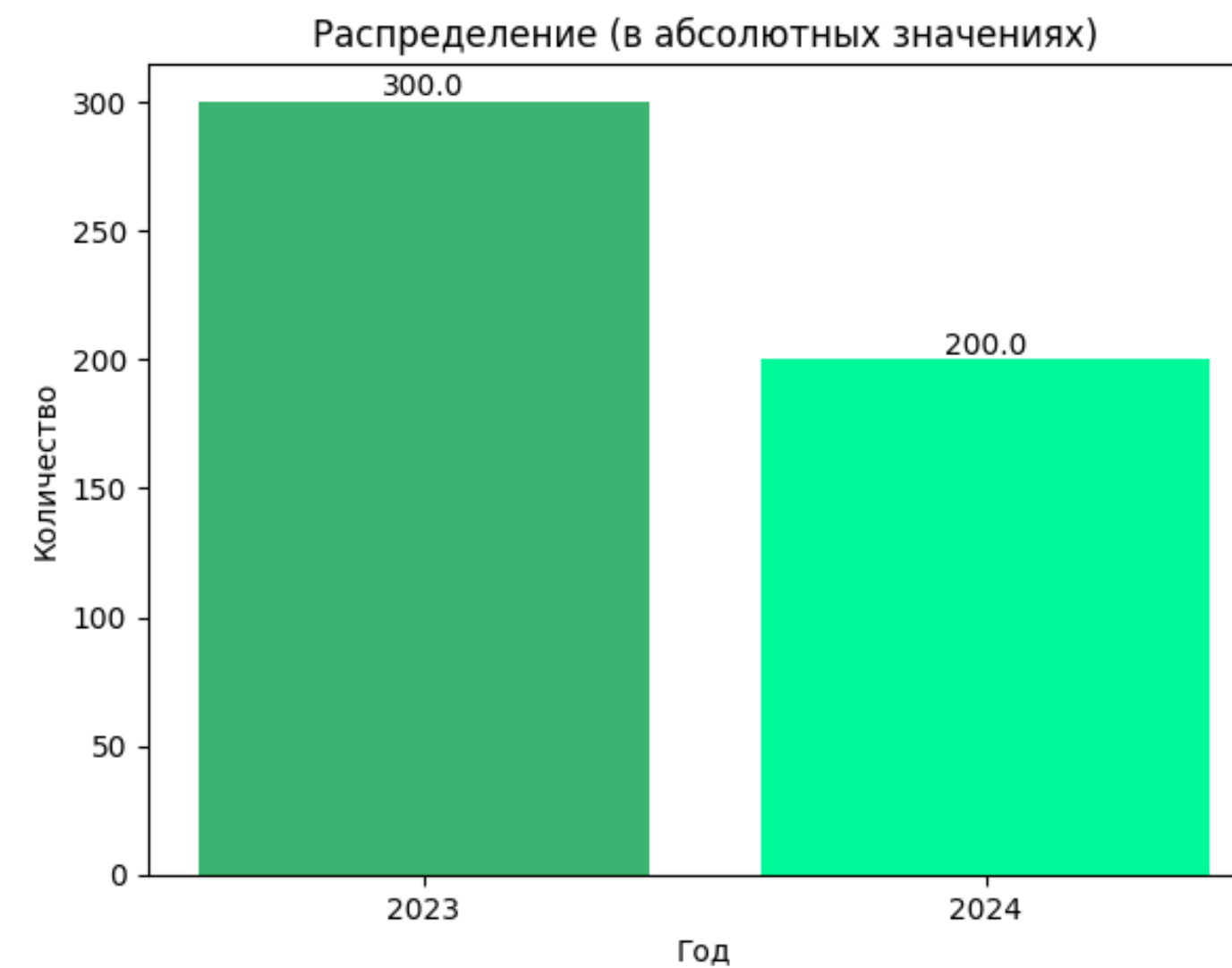
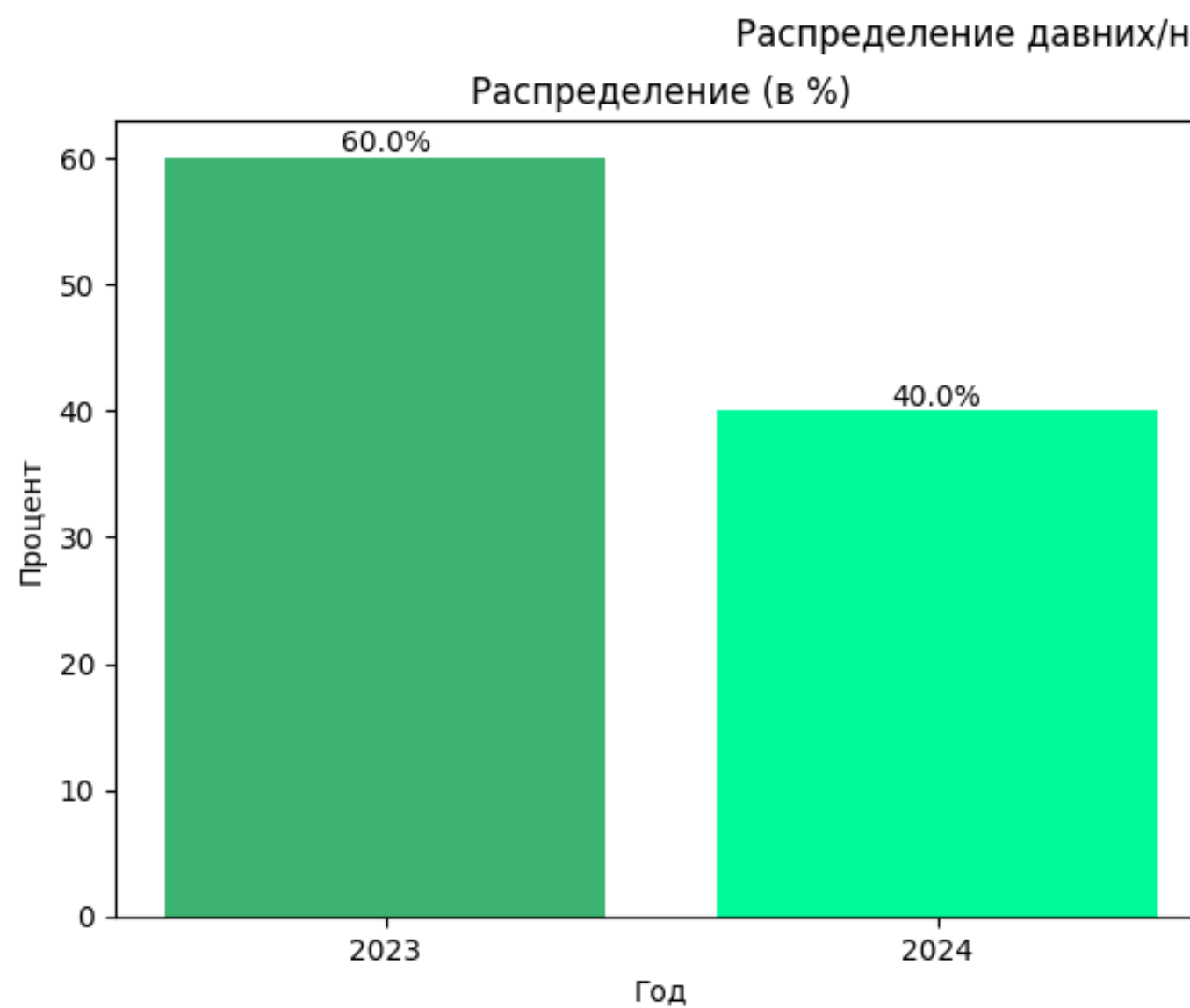
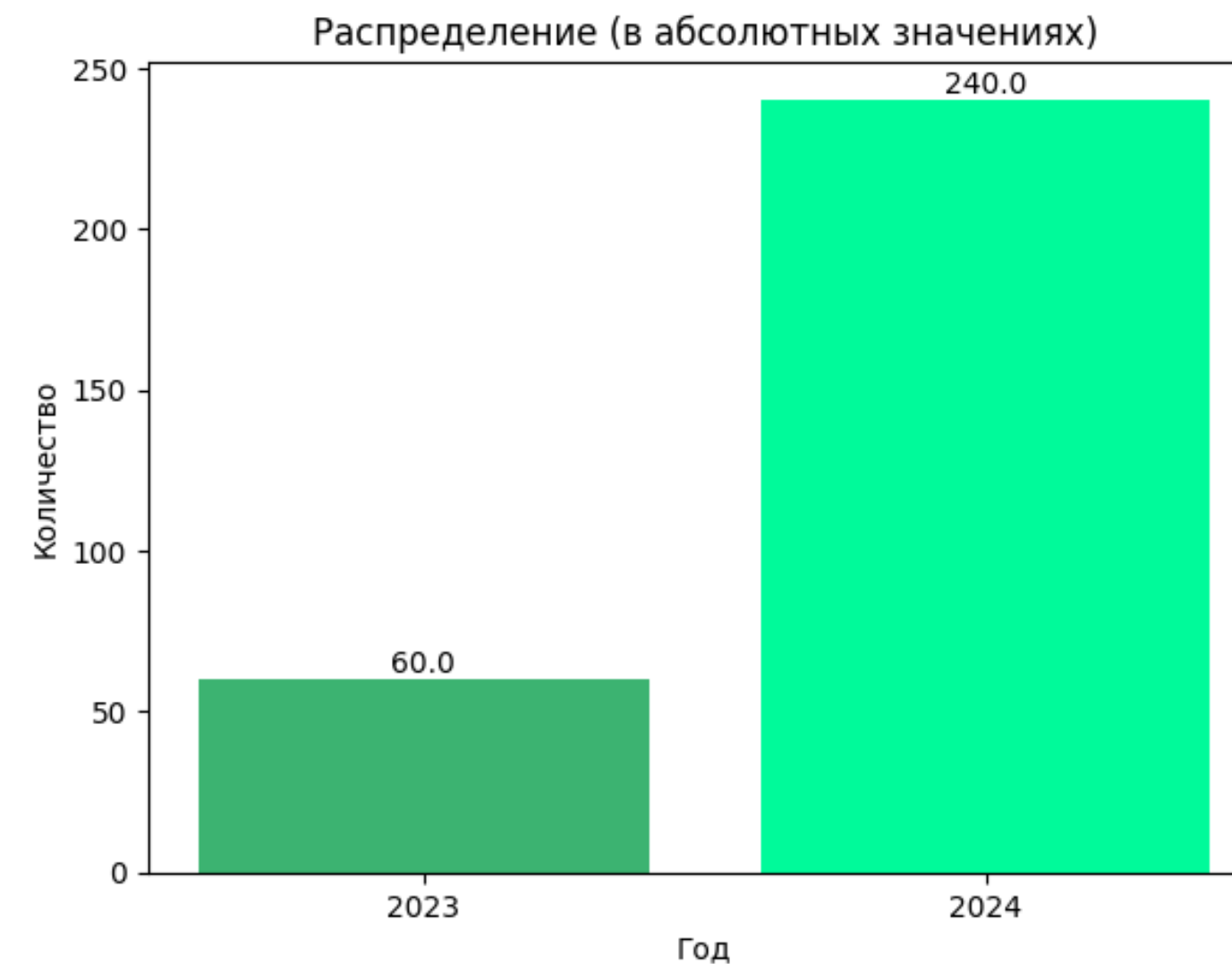
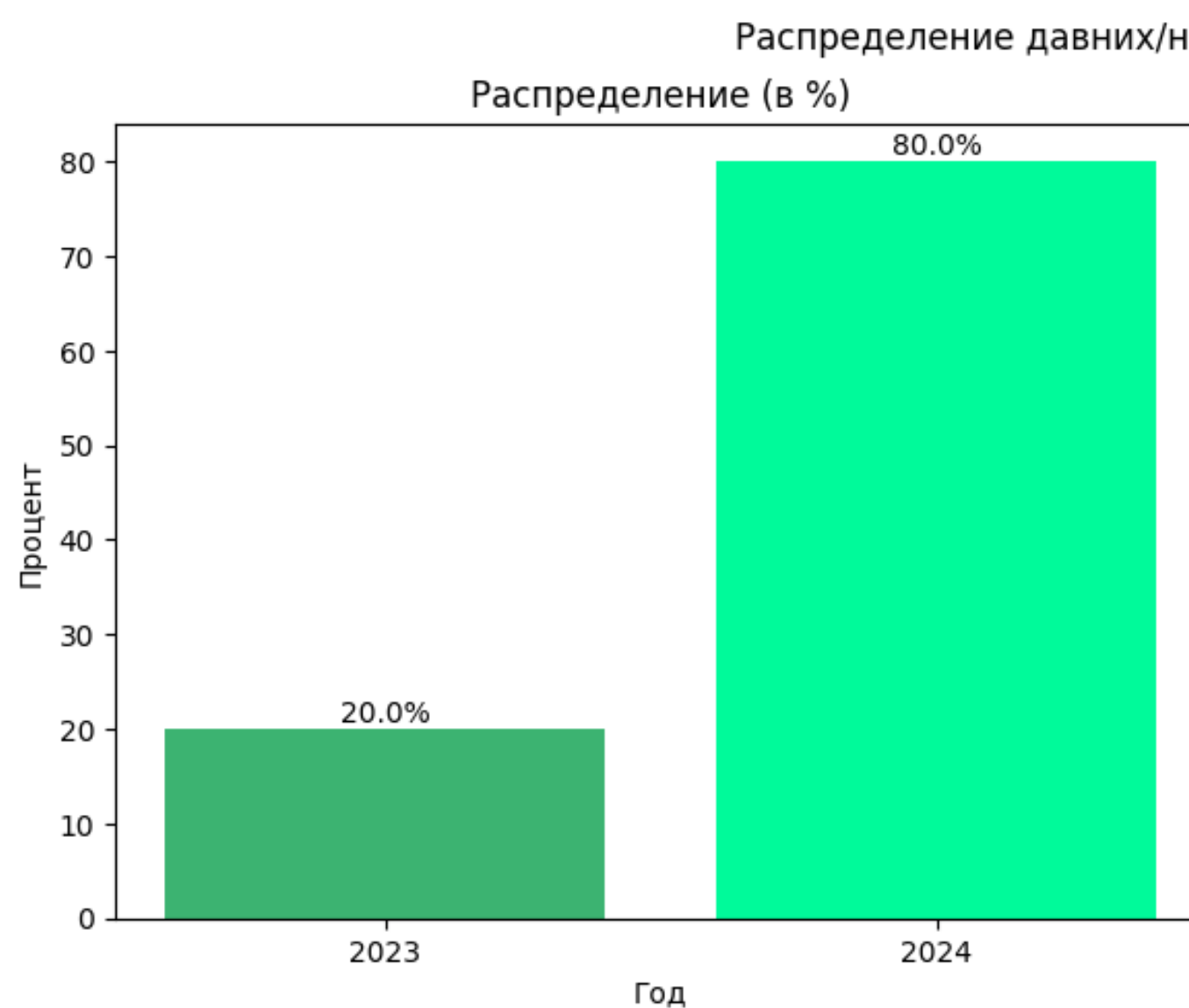
Распределение среди группы А



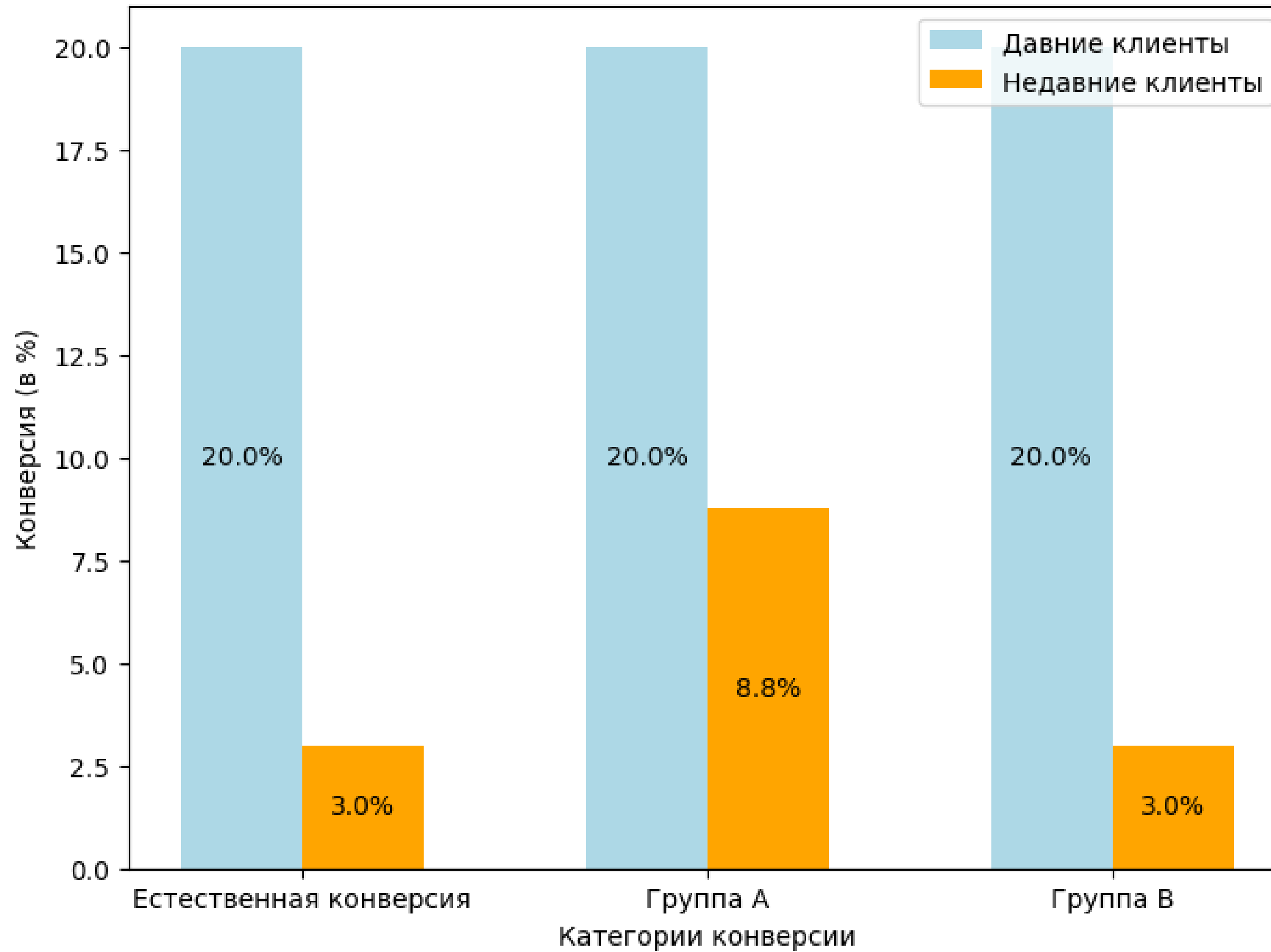
Распределение среди группы В



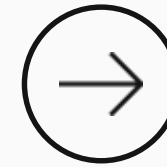




Конверсия по клиентским группам и категориям



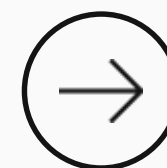
Промежуточные выводы



Конверсии – всё?

На графиках мы можем наблюдать, что все конверсии новых клиентов значительно ниже, чем конверсии давних (2023 года)

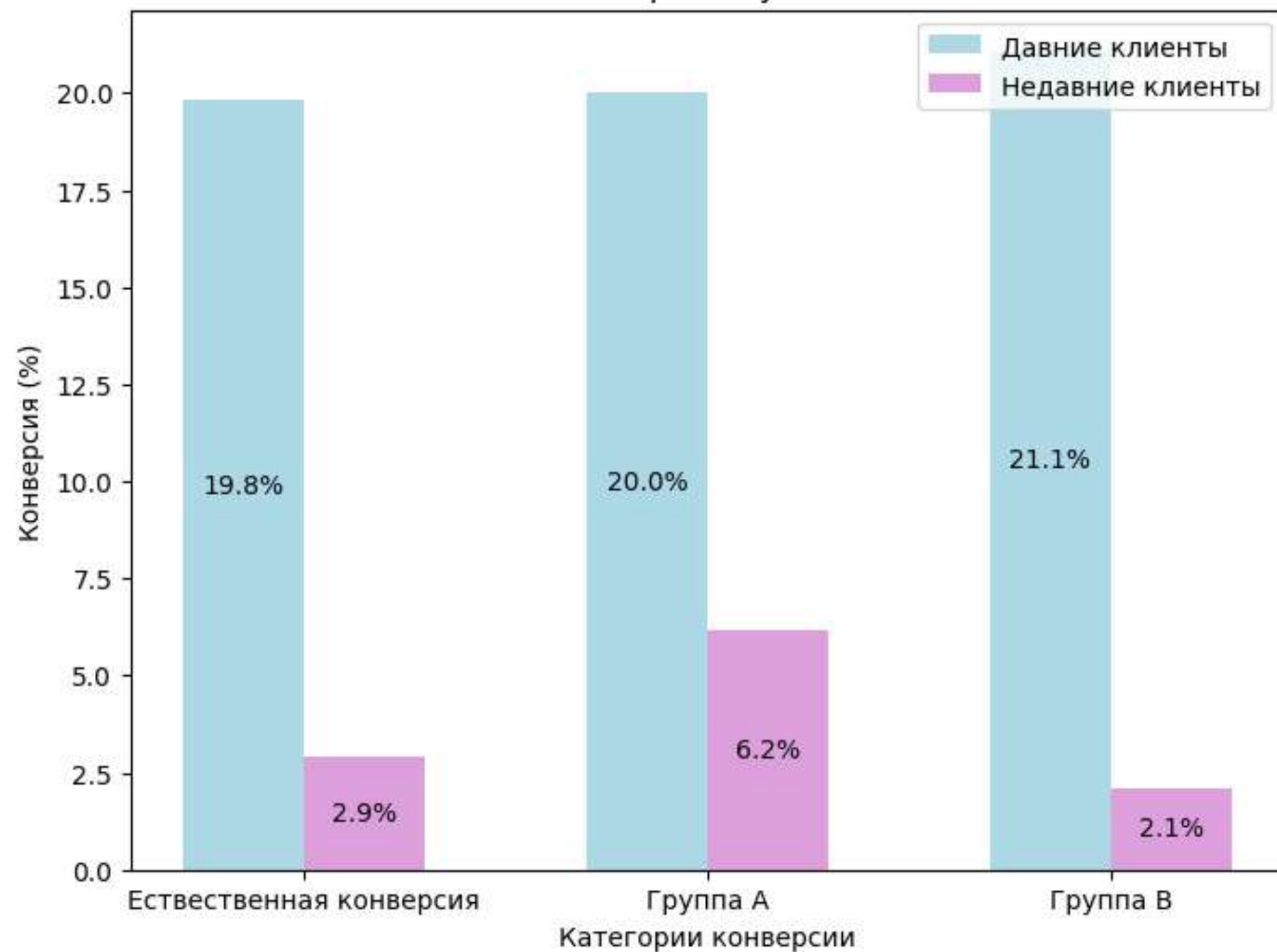
Среди давних клиентов конверсия в каждой группе равна 20%, а среди новых клиентов наибольшая конверсия у группы А (~8.8%). А это означает, что предыдущий прогноз прибыли, вероятно, неверный



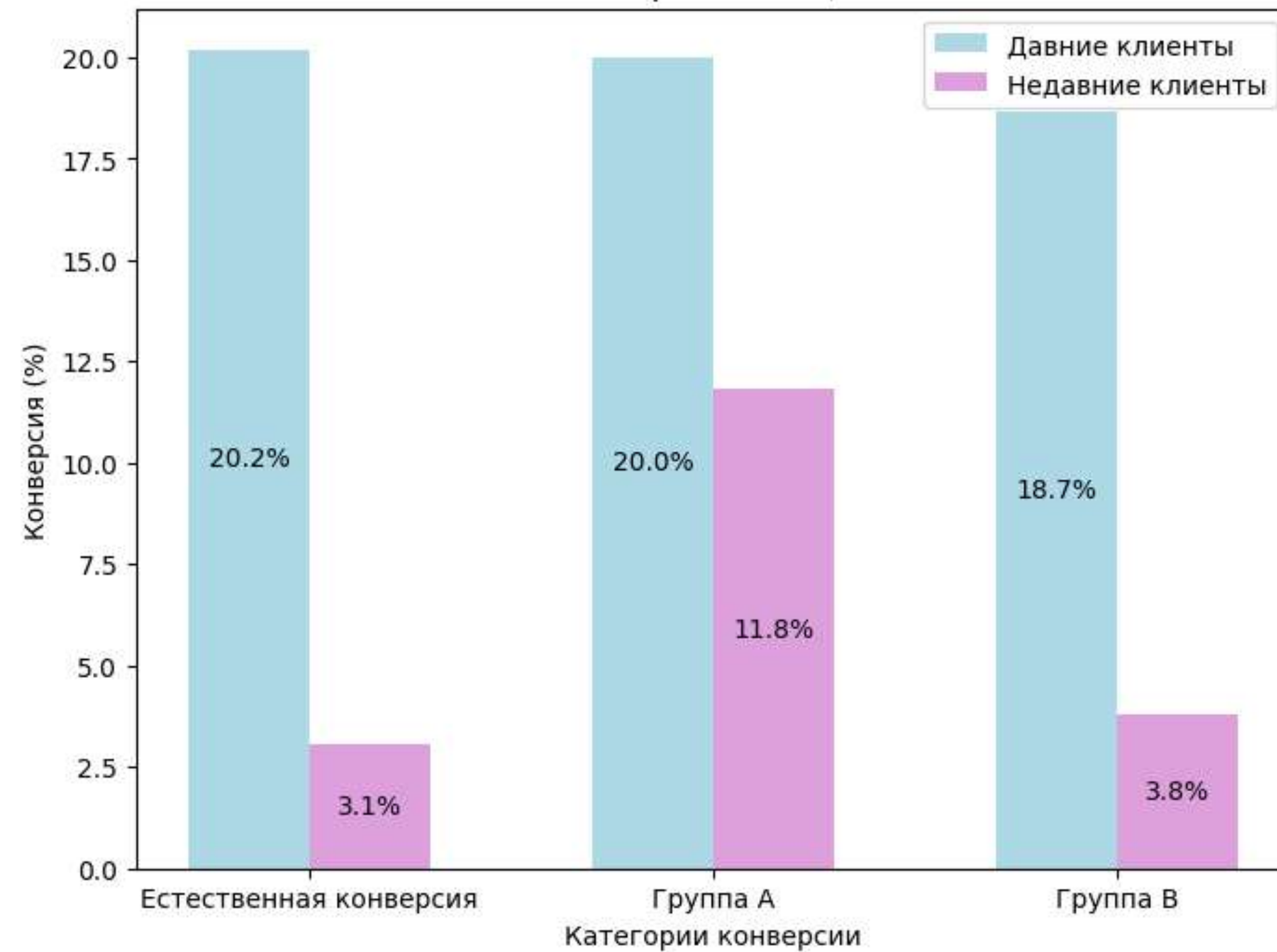
Рассчитаем конверсии по категориям

Это поможет найти наиболее перспективные категории для таргетинга

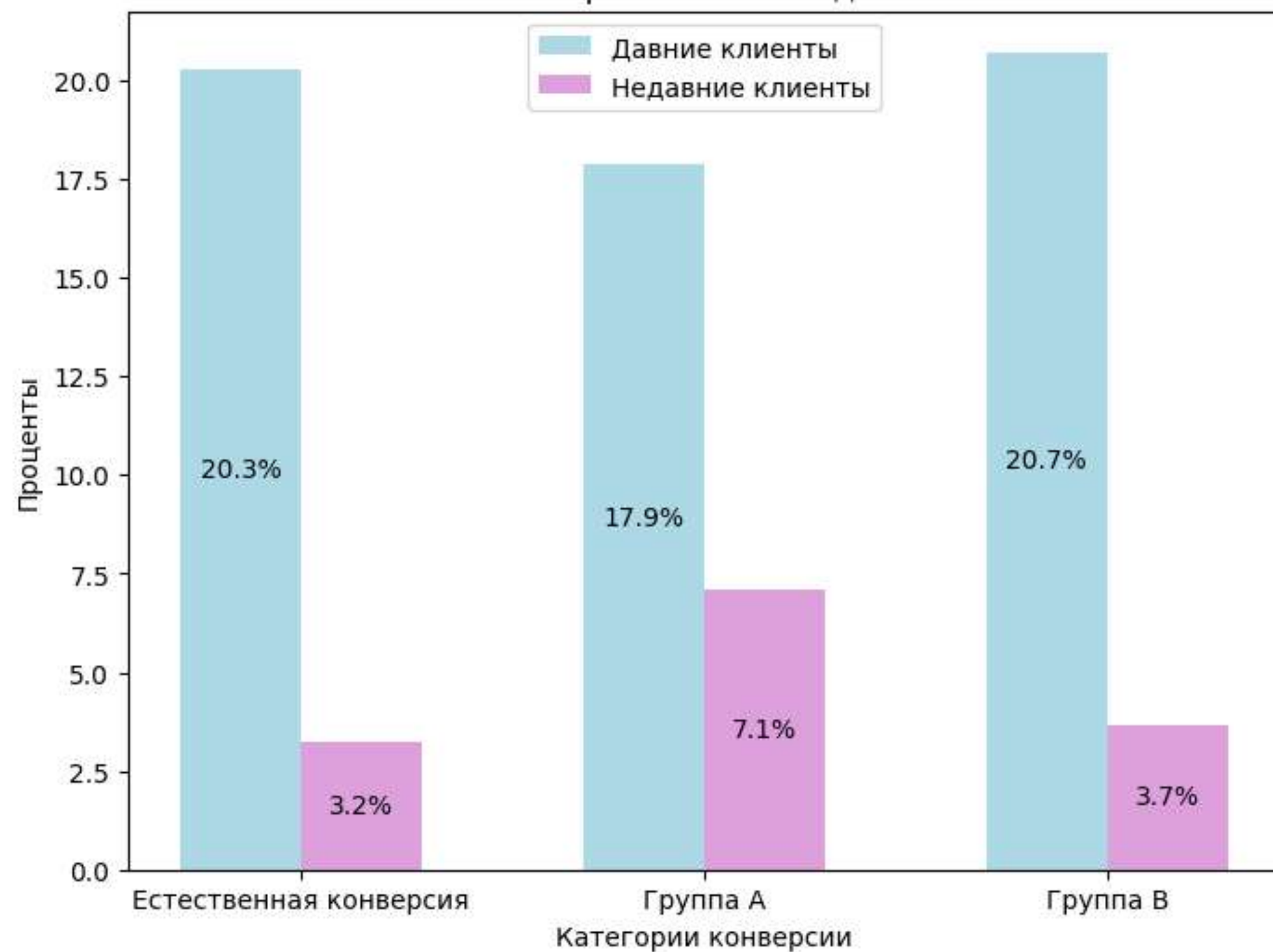
Конверсии мужчин



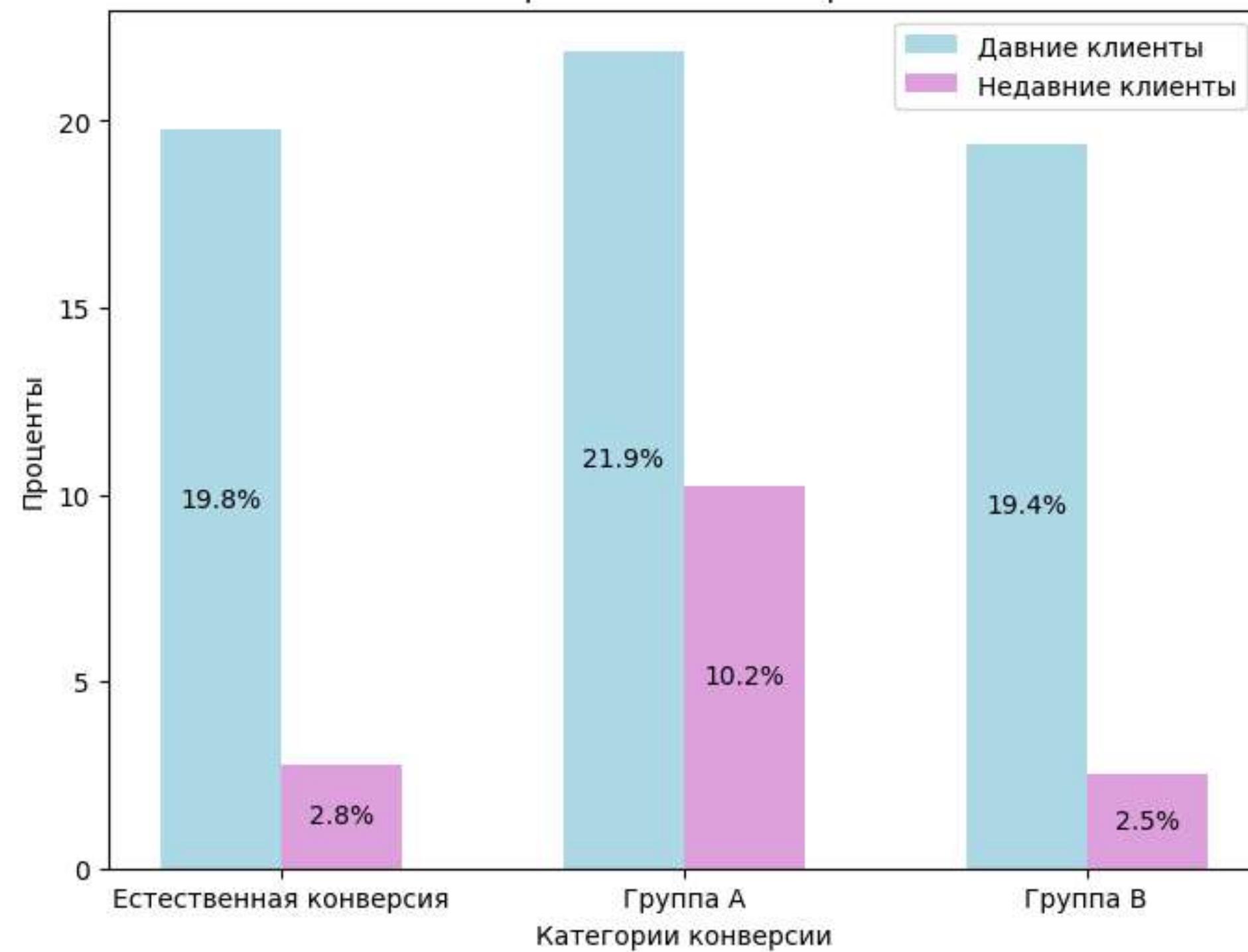
Конверсии женщин



Конверсии клиентов до 23



Конверсии клиентов старше 23



Ещё немного ВЫВОДОВ

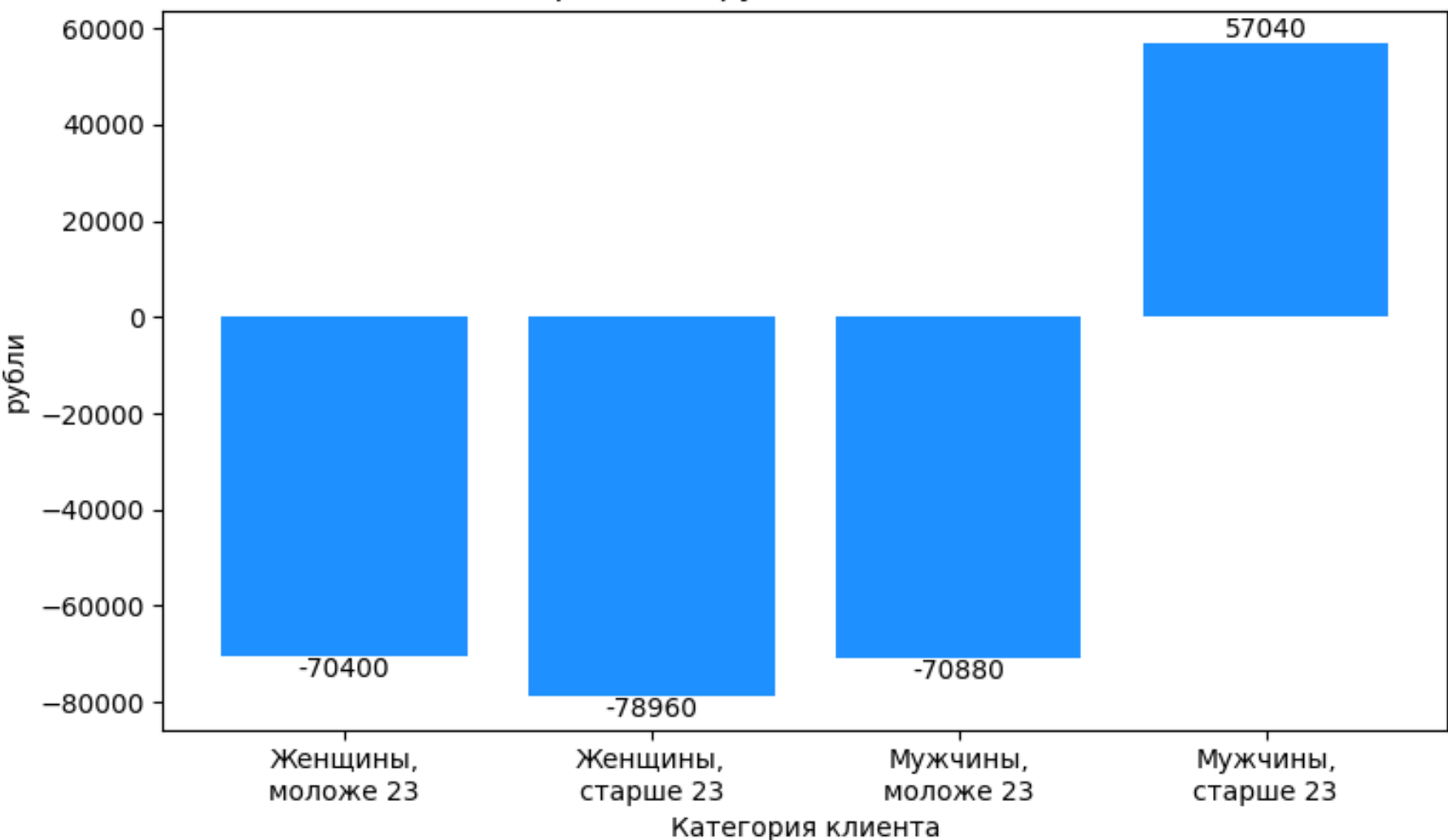
Среди недавних клиентов наибольшие конверсии у групп А (Женщины) и А (23+)



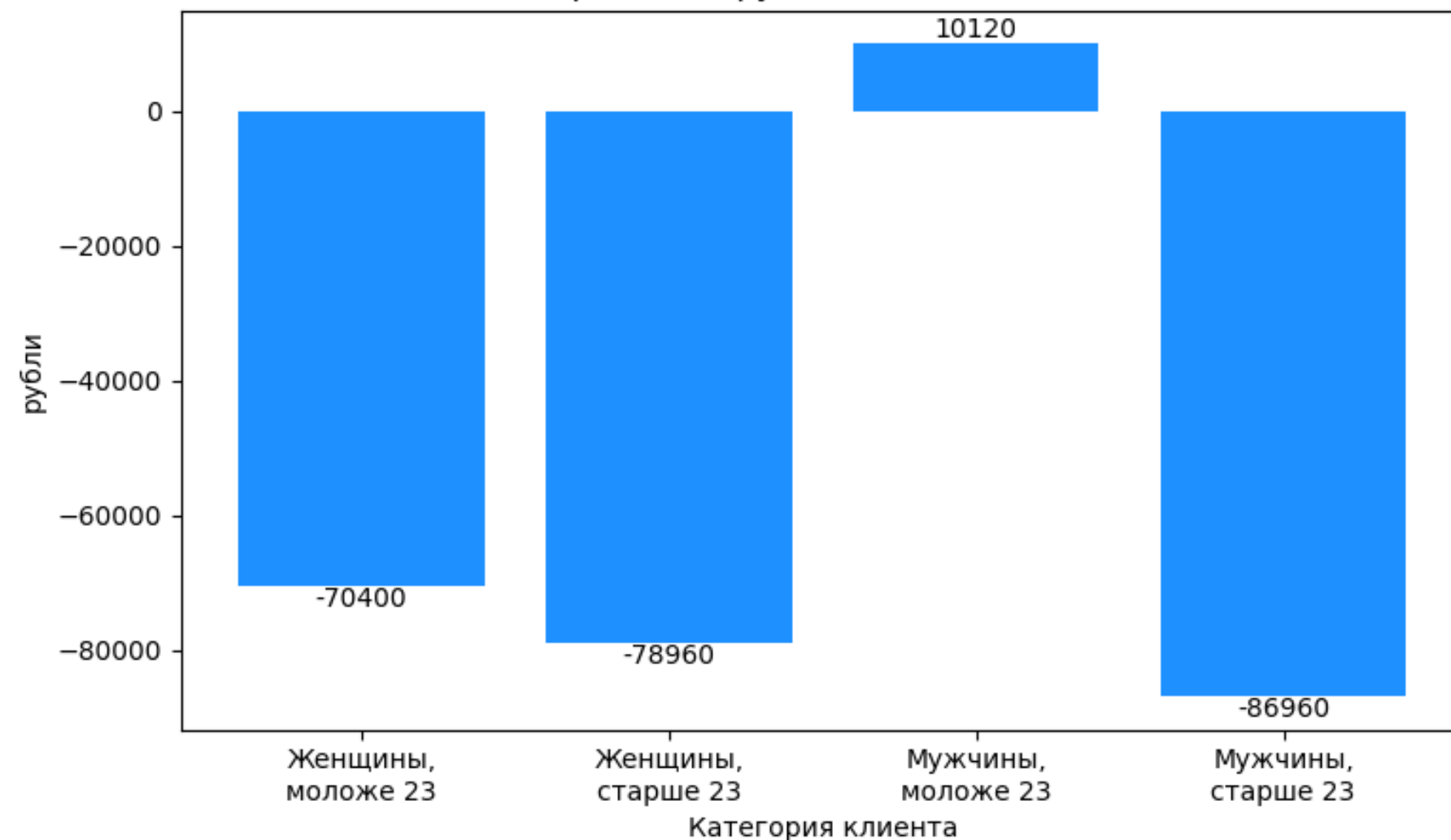
Сделаем новые прогнозы прибыли



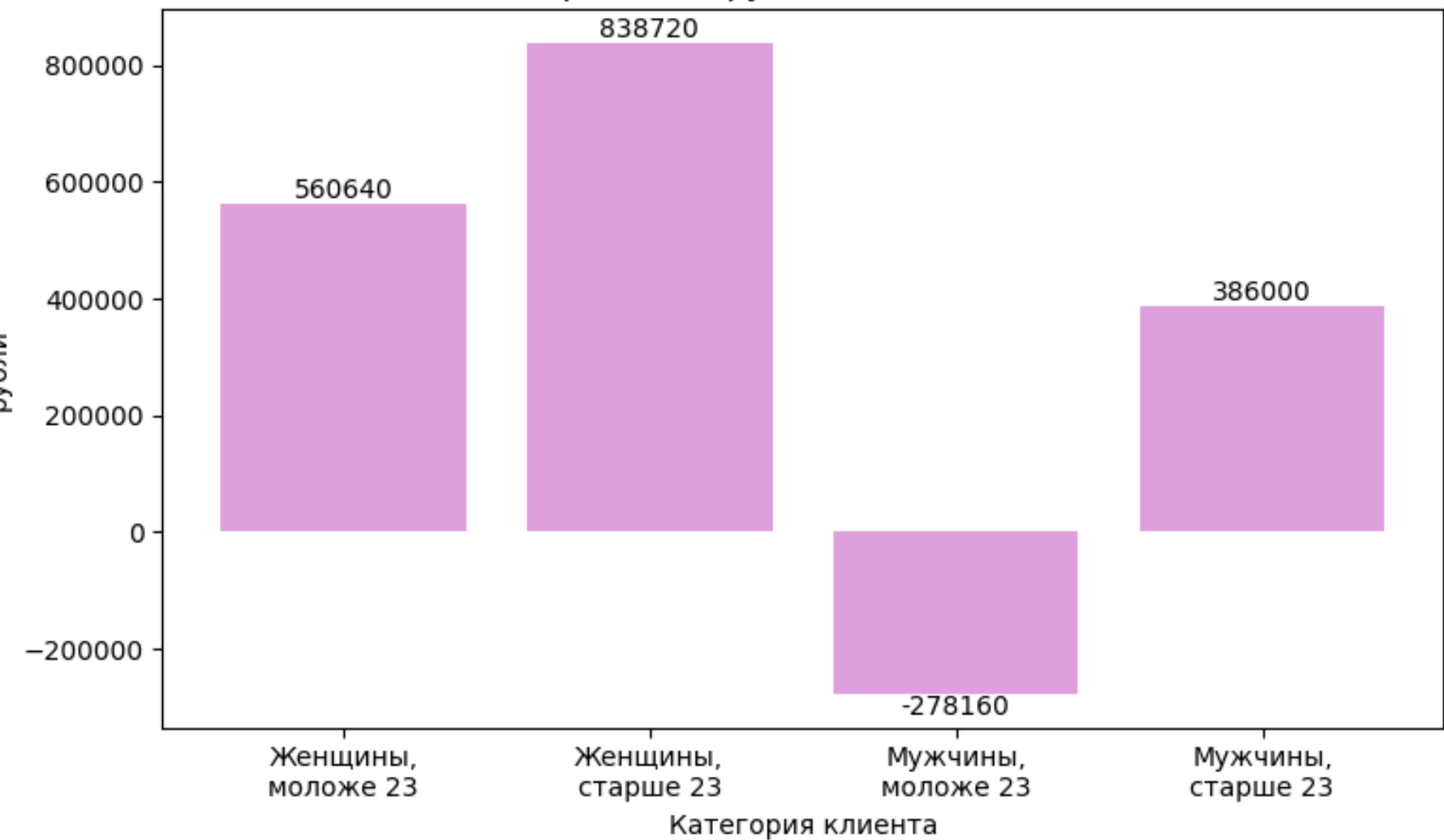
Прогноз прибыли для рекламной компании А
На контрольной группе для давних клиентов



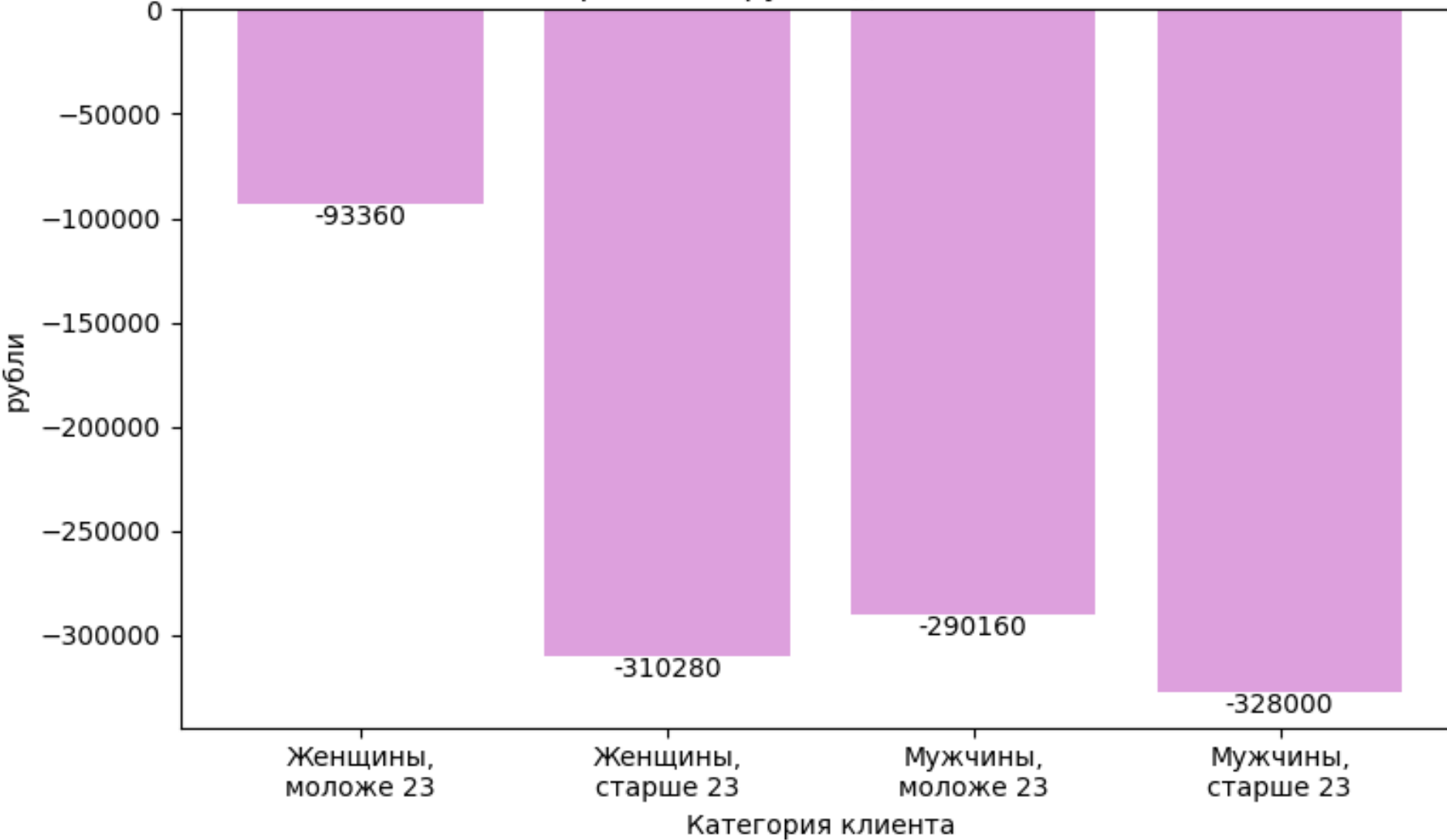
Прибыли для рекламной компании В
На контрольной группе для давних клиентов



На контрольной группе для новых клиентов



На контрольной группе для новых клиентов





Вариант А для новых клиентов- женщин (23- и 23+), мужчин 23+ и давних клиентов-мужчин 23+

Согласно проведённым расчётам, маркетинговая компания А
для этих аудиторий принесёт наибольшую прибыль: ~1,842
млн. руб.