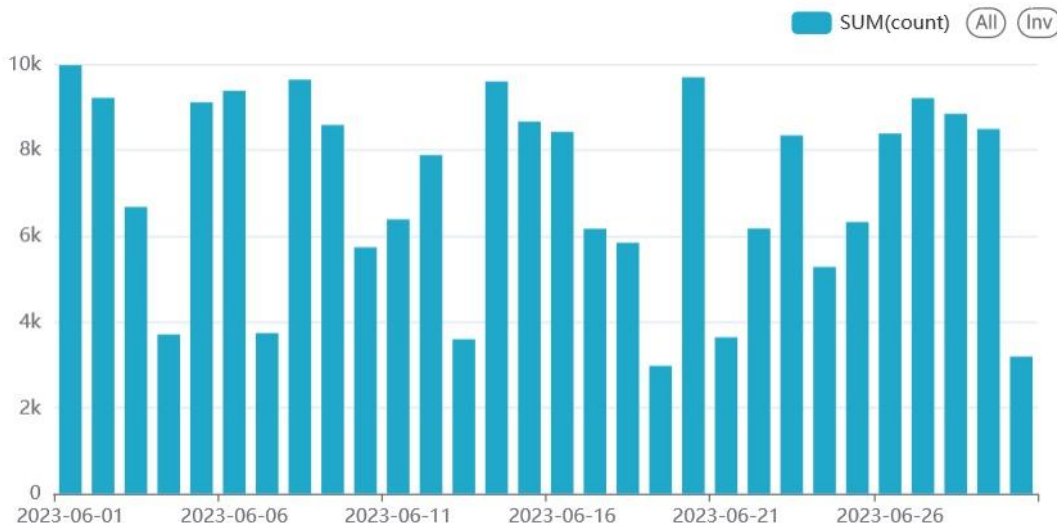


Онлайн-школа

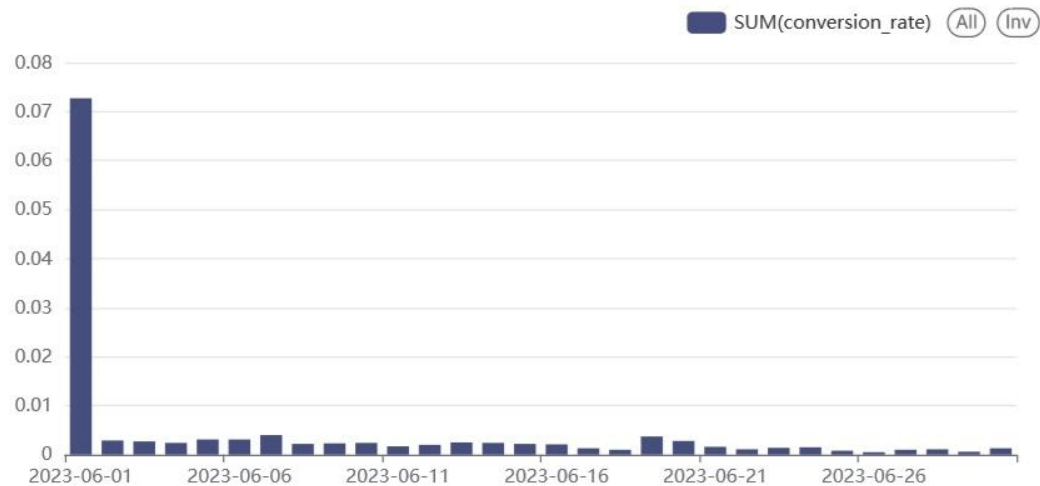
Автор: Кристина Максимова

Число посетителей по дням



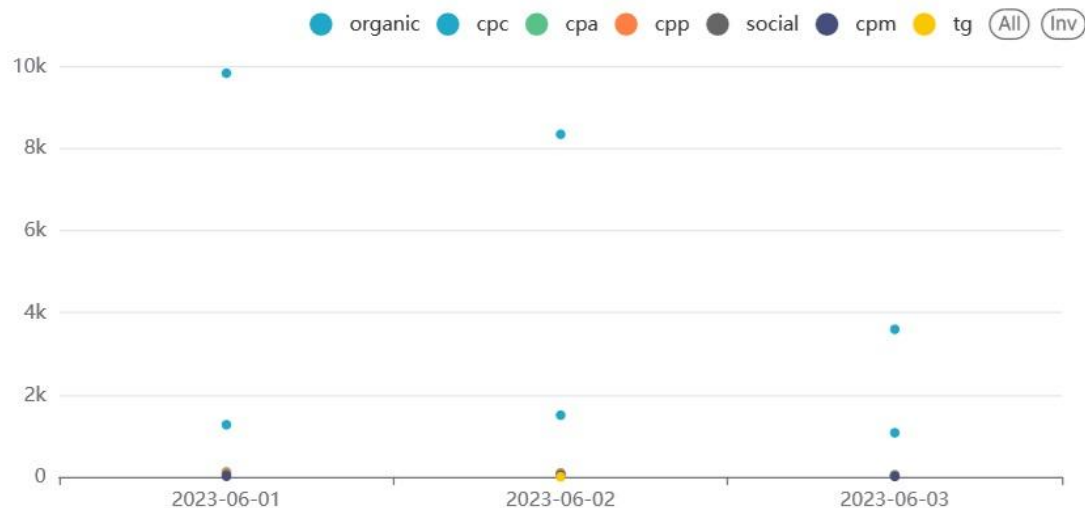
В данном графике мы видим, что самое большое количество посетителей было в первый день, а самое маленькое - 19го числа. Посещаемость распределена неравномерно, дни с наименьшей посещаемостью - 4, 7, 13, 19, 21 и 30.

Конверсия посетителей в лидов



Из данного графика следует, что наибольшая конверсия посетителей в лидов произошла в 1ый день. Наименьшая - 26го числа. Так же мы видим небольшой рост 6го и 19го числа, по сравнению с остальными днями.

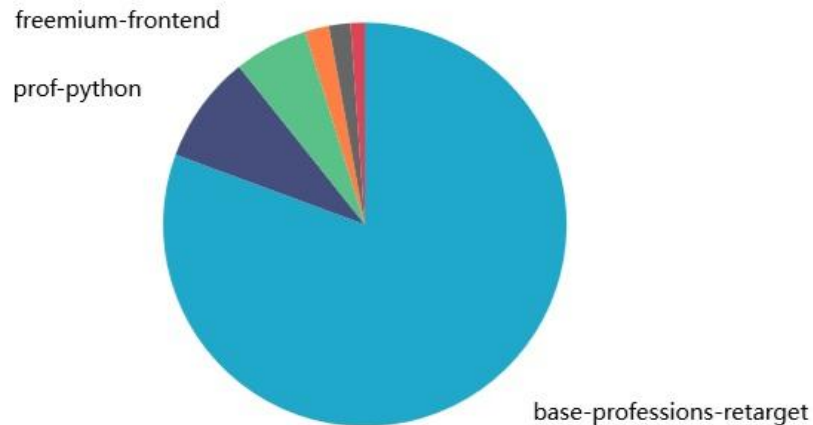
Ad and Organic



В данном графике мы можем наблюдать связь между ростом органики и запуском рекламной кампании. В первый день было наибольшее количество посетителей, а в третий - наименьшее, к тому же количество снизилось сильнее по сравнению с предыдущим днем.

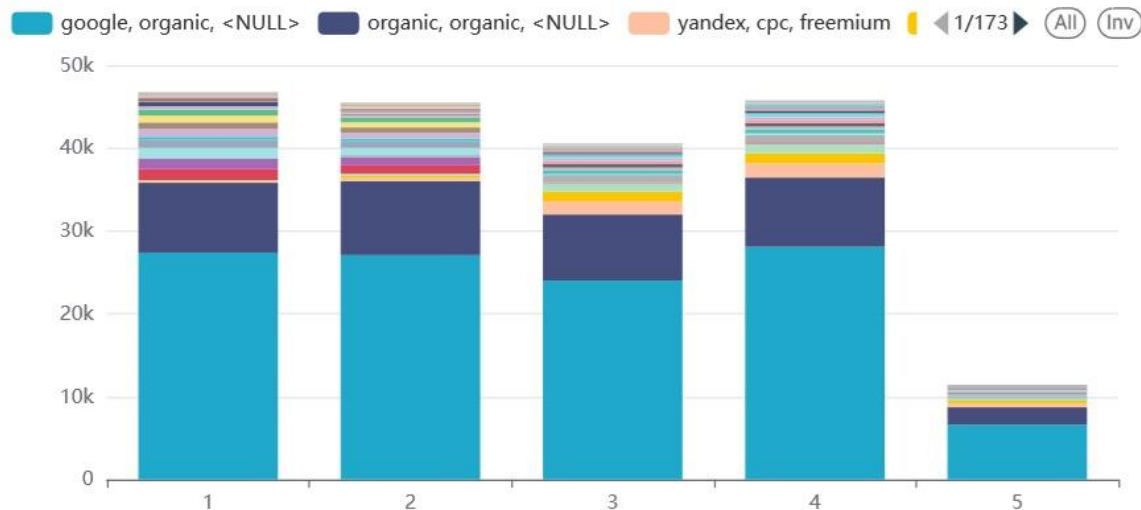
Окупаемые каналы

base-professions-retarget prof-python freemium-frontend dod-php 1/43 All Inv



Из данного графика об окупаемости каналов следует, что самый окупаемый канал - base-professions-retarget, а наименее окупаемый - prof-java.

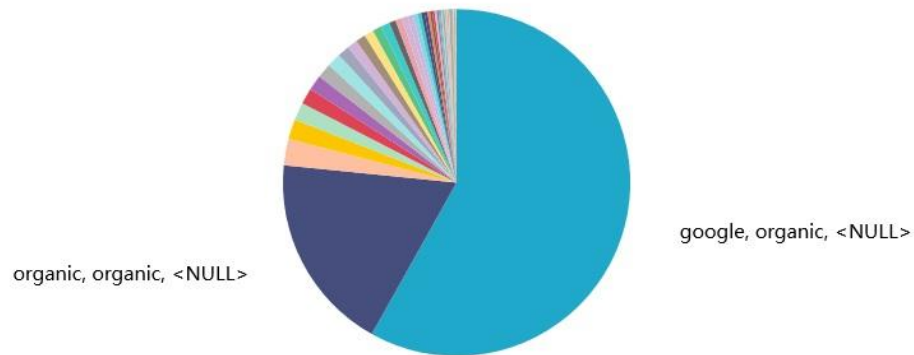
Число посетителей по каналам в неделю



На данном графике мы можем наблюдать распределение посетителей по каналам в каждую неделю. В 5-ю неделю - наименьшее количество посетителей, но это не следует учитывать, т.к. неделя - неполная. Мы также можем наблюдать, что преобладающий канал - органика, более 70%.

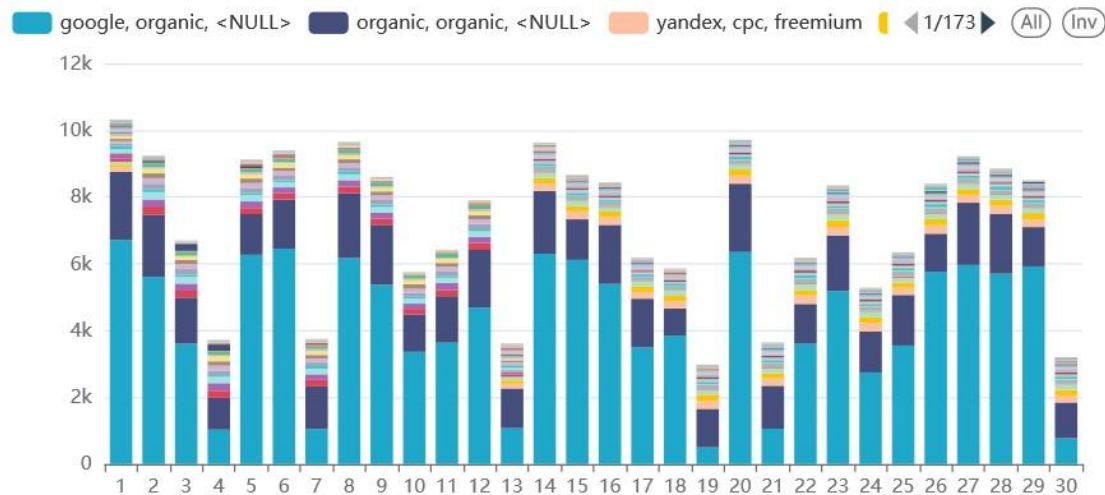
Число посетителей по каналам в месяц

google, organic, <NULL> organic, organic, <NULL> yandex, cpc, freemium 1/41 All Inv



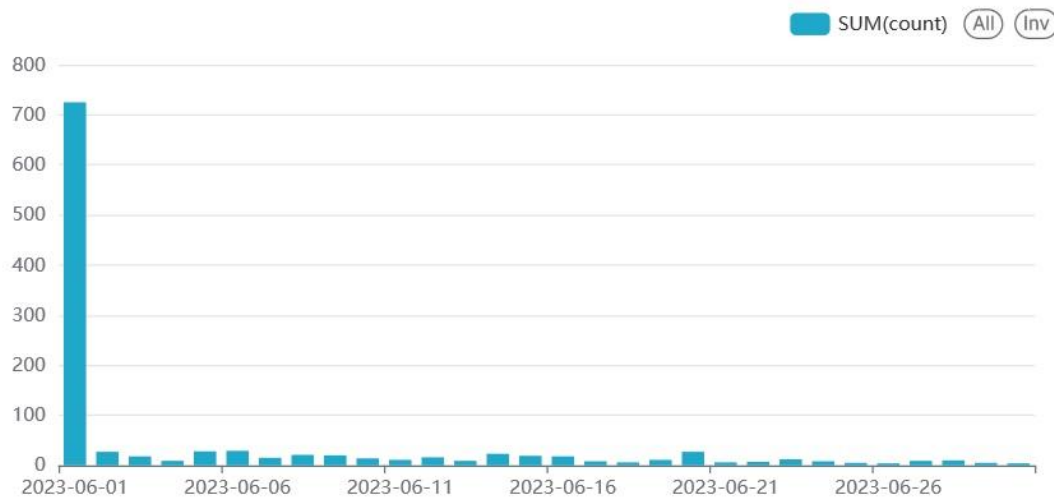
В данном графике мы видим распределение посетителей по каналам в один месяц. Как и в предыдущем графике, преобладающий канал - органика, с долей около 75%. Первый из платных каналов - Yandex freemium.

Число посетителей по каналам



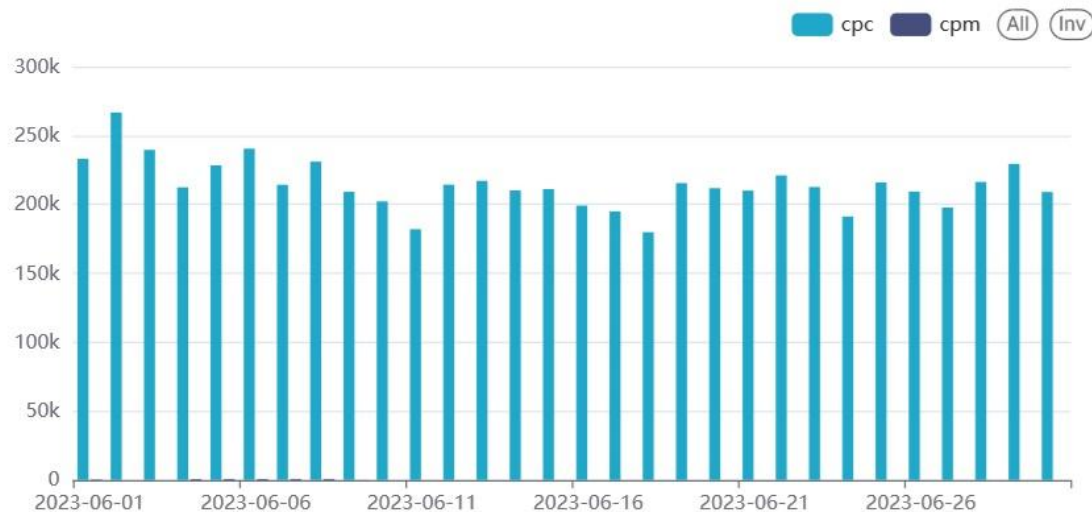
В данном графике представлено распределение посетителей по каналам по дням. Наибольшее количество посещения по платным каналам можно наблюдать в дни, когда было наименьшее количество посетителей - 4, 7, 13, 19, 21 и 30го числа.

Число лидов по дням



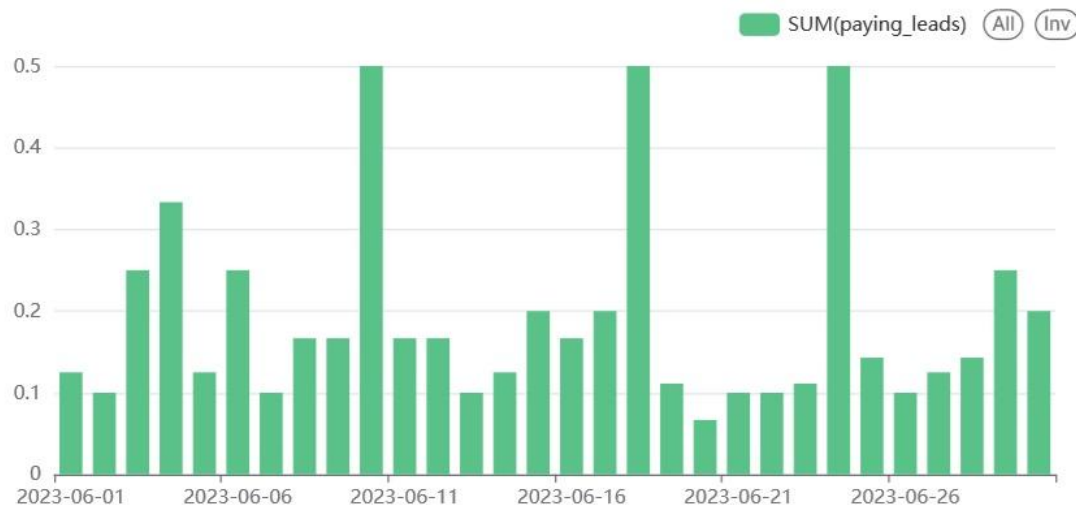
Из данного графика следует, что наибольшее количество лидов было 1го числа. Наблюдаются еще 3 небольшие точки роста - 5, 14 и 20 числа.

Цена канала по дням



На данном графике мы видим стоимость канала в динамике, по дням. Наибольшая стоимость была достигнута 2го числа - 267 тысяч. Затем стоимость упала, но ненамного. Она продолжала колебаться в течение всего месяца, с самой низкой - 180 тысяч - 18го числа.

Конверсия лидов в платящих по дням



Из данного графика следует, что наивысшая конверсия лидов в покупателей была 10, 18, 24 числа - 50%. Наименьшая - 20го числа, 6%. В остальное время конверсия колебалась от 10% до 30%.

utm_campaign	utm_source	utm_medium	SUM из cpu	SUM из cpl	SUM из cppu	SUM из roi
-	- telegram	social	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	- zen_from_telk	social	0	0	0	0
	Bcero (zen_from_telegram)		0	0	0	0
Bcero (base_python)						
- base-frontend	- instagram	social	0	0	0	0
	Bcero (instagram)		0	0	0	0
	- telegram	cpp	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	- timepad	cpp	0	0	0	0
	Bcero (timepad)		0	0	0	0
	- vk	cpp	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	- vk-senler	cpc	0	0	0	0
	Bcero (vk-senler)		0	0	0	0
	- yandex	cpc	1451473,5	704379	54183	-125,132883
	Bcero (yandex)		1451473,5	704379	54183	-125,132883
Bcero (base-frontend)						
- base-html	- vk	social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
Bcero (base-html)						
- base-java	- instagram	social	0	0	0	0
	Bcero (instagram)		0	0	0	0
	- telegram	cpp	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	- vk	cpp	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	- yandex	cpc	5760927	356162	19252	-649,5067525
	Bcero (yandex)		5760927	356162	19252	-649,5067525
Bcero (base-java)						
			5760927	356162	19252	-649,5067525
- base-php						
	- telegram	cpp	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	- vk	social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	Bcero (base-php)		0	0	0	0
- base-professions-retargeting	- yandex	cpc	14216	604	151	88684,94702
	Bcero (yandex)		14216	604	151	88684,94702
	Bcero (base-professions-retargeting)		14216	604	151	88684,94702
- base-python						
	- instagram	social	0	0	0	0
	Bcero (instagram)		0	0	0	0
	- telegram	cpp	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	- vk	cpc	2143553,5	91332	2537	-900,424123
		social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		2143553,5	91332	2537	-900,424123
	- vk-senler	cpc	0	0	0	0
	Bcero (vk-senler)		0	0	0	0
	- yandex	cpc	5694171,5	350672	87668	-570,9912967
	Bcero (yandex)		5694171,5	350672	87668	-570,9912967
Bcero (base-python)						
			7837725	442004	90205	-1471,41542

dod-frontend	telegram	cpp	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	tproger	cpc	0	0	0	0
	Bcero (tproger)		0	0	0	0
	vc	cpp	0	0	0	0
	Bcero (vc)		0	0	0	0
	vk	cpp	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	vk-senler	cpc	0	0	0	0
	Bcero (vk-senler)		0	0	0	0
	yandex	cpc	82763	8613	0	-48
	Bcero (yandex)		82763	8613	0	-48
Bcero (dod-frontend)			82763	8613	0	-48
dod-java	telegram	cpp	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	yandex	cpc	11624	11624	0	-4
	Bcero (yandex)		11624	11624	0	-4
Bcero (dod-java)			11624	11624	0	-4
dod-php	telegram	cpp	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	vc	cpp	0	0	0	0
	Bcero (vc)		0	0	0	0
	vk	cpp	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	vk-senler	cpc	0	0	0	0
	Bcero (vk-senler)		0	0	0	0
	yandex	cpc	23856	23856	5964	21,19366197
	Bcero (yandex)		23856	23856	5964	21,19366197
Bcero (dod-php)			23856	23856	5964	21,19366197

dod-professions	telegram	social	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	vc	cpp	0	0	0	0
	Bcero (vc)		0	0	0	0
	vk	cpc	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	vk-senler	cpc	0	0	0	0
	Bcero (vk-senler)		0	0	0	0
	yandex	cpc	519003,5	0	0	-116
Bcero (yandex)		519003,5	0	0	-116	
Bcero (dod-professions)			519003,5	0	0	-116
dod-python-java	vk	cpp	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	vk-senler	cpc	0	0	0	0
	Bcero (vk-senler)		0	0	0	0
	yandex	cpc	243254	0	0	-88
	Bcero (yandex)		243254	0	0	-88
Bcero (dod-python-java)			243254	0	0	-88
dod-qa	telegram	cpp	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	vc	cpp	0	0	0	0
	Bcero (vc)		0	0	0	0
	vk	cpp	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	yandex	cpc	86917	0	0	-18
Bcero (yandex)		86917	0	0	-18	
Bcero (dod-qa)			86917	0	0	-18

freemium	facebook	cpc	0	0	0	0
	Bcero (facebook)		0	0	0	0
	google	cpc	0	0	0	0
	Bcero (google)		0	0	0	0
	mytarget	cpc	0	0	0	0
	Bcero (mytarget)		0	0	0	0
	vk	cpc	0	0	0	0
	Bcero (vk)		0	0	0	0
	vk-senler	cpc	0	0	0	0
	Bcero (vk-senler)		0	0	0	0
yandex		cpc	60742273,83	1880289	476388	-3778,579477
Bcero (yandex)		60742273,83	1880289	476388	-3778,579477	
Bcero (freemium)			60742273,83	1880289	476388	-3778,579477
freemium-en	facebook	cpm	0	0	0	0
	Bcero (facebook)		0	0	0	0
Bcero (freemium-en)			0	0	0	0
freemium-frontend	vk	cpc	5918571,667	129146	15800	-2160,011709
	Bcero (vk)		5918571,667	129146	15800	-2160,011709
Bcero (freemium-frontend)			5918571,667	129146	15800	-2160,011709
freemium-java	vk	cpc	3587850	10227	0	-1545
	Bcero (vk)		3587850	10227	0	-1545
Bcero (freemium-java)			3587850	10227	0	-1545
freemium-python	vk	cpc	3014128,833	27085	980	-1489,408163
	Bcero (vk)		3014128,833	27085	980	-1489,408163
Bcero (freemium-python)			3014128,833	27085	980	-1489,408163

prof-data-analytics	instagram	social	0	0	0	0
	Bcero (instagram)		0	0	0	0
	partners	cpm	0	0	0	0
	Bcero (partners)		0	0	0	0
	telegram	cpp	0	0	0	0
	Bcero (telegram)		0	0	0	0
	vk	cpc	6500327,167	32160	0	-1754
		cpm	69704,5	2310	0	-109
		social	0	0	0	0
	Bcero (vk)		6570031,667	34470	0	-1863
	yandex	cpc	3138629	141204	20172	-492,1614119
	Bcero (yandex)		3138629	141204	20172	-492,1614119
	zen	social	0	0	0	0
	Bcero (zen)		0	0	0	0
	Bcero (prof-data-analytics)		9708660,667	175674	20172	-2355,161412
	prof-frontend	instagram	social	0	0	0
Bcero (instagram)		0	0	0	0	
telegram		cpp	0	0	0	0
Bcero (telegram)		0	0	0	0	
vk		cpc	3065688	24971	0	-694
		cpm	0	0	0	0
		social	0	0	0	0
Bcero (vk)		3065688	24971	0	-694	
yandex		cpc	161951954,5	3913953	685656	-2659,500928
Bcero (yandex)		161951954,5	3913953	685656	-2659,500928	
zen		social	0	0	0	0
Bcero (zen)		0	0	0	0	
Bcero (prof-frontend)		165017642,5	3938924	685656	-3353,500928	

prof-java	instagram	social	0	0	0	0	prof-professions-brand	yandex	cpc	3278582	62634	14454	-772,9769614
	Bcero (instagram)		0	0	0	0	Bcero (yandex)			3278582	62634	14454	-772,9769614
	telegram	cpp	0	0	0	0	prof-professions-retarget	yandex	cpc	489983,5	17140	0	-462
	Bcero (telegram)		0	0	0	0	Bcero (yandex)			489983,5	17140	0	-462
	vk	cpc	5946046,667	71077	6230	-1985,288604	prof-professions-retarget		489983,5	17140	0	-462	
	Bcero (vk)		5946046,667	71077	6230	-1985,288604	prof-python	instagram	social	0	0	0	0
	yandex	cpc	72185263,17	1445010	117960	-2216,34961	Bcero (instagram)		0	0	0	0	
	Bcero (yandex)		72185263,17	1445010	117960	-2216,34961	partners	cpc	0	0	0	0	
Bcero (partners)		0	0	0	0	telegram	cpp	0	0	0	0		
Bcero (telegram)		0	0	0	0	Bcero (telegram)			0	0	0	0	
vk		cpc	0	0	0	0	vk	cpc	9866325,5	81120	10140	-2197,672584	
Bcero (vk)		0	0	0	0	Bcero (vk)			9866325,5	81120	10140	-2197,672584	
Bcero (yandex)		0	0	0	0	yandex	cpc	122430472,2	1915508	231182	-2945,432932		
Bcero (yandex)		0	0	0	0	Bcero (yandex)			122430472,2	1915508	231182	-2945,432932	
zen		social	0	0	0	0	zen	social	0	0	0	0	
Bcero (zen)		0	0	0	0	Bcero (zen)			0	0	0	0	
Bcero (prof-python)									132296797,7	1996628	241322	-5143,105515	

В данной таблице по каналам мы наблюдаем, что самый окупаемый канал - это base-professions-retarget. Наименее окупаемый канал - prof-python. Самая высокая стоимость привлечения посетителей - prof-frontend, самая низкая - dod-java. Самая высокая стоимость привлечения лидов - prof-python, самая низкая - base-professions-retarget. Самый высокий CPPU - prof-frontend, самый низкий - base-professions-retarget.

На основе представленных выше графиков и таблиц, можно сделать следующие выводы:

- есть окупаемые каналы: yandex, cpc, base-professions-retarget, dod-php;
- самый хорошо работающий канал - base-professions-retarget - следует не трогать, а сфокусироваться на dod-php, dod-java, dod-frontend, dod-qa; можно также уделить внимание каналу dod-python-java;
- каналы, показывающие себя наихудшим образом, следует отключить: freemium, prof-frontend, prof-java, prof-python ;
- можно также отметить, что есть заметная корреляция между запуском рекламной кампании и ростом органики, особенно в первый день;
- используя созданный для данной презентации [дашборд](#), анализировать рекламную кампанию можно через 2 недели после запуска.