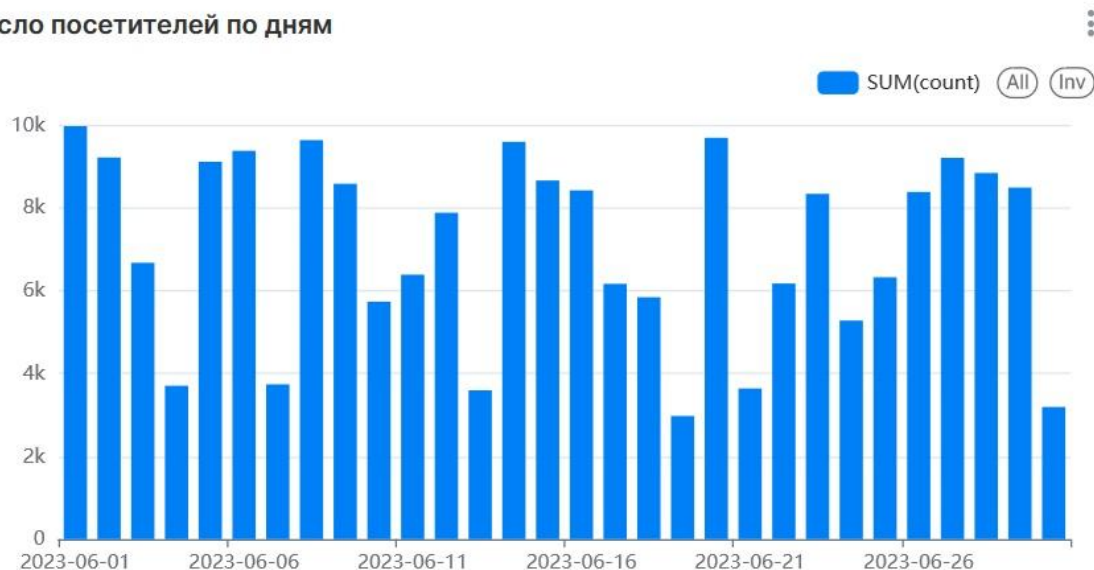


Онлайн-школа

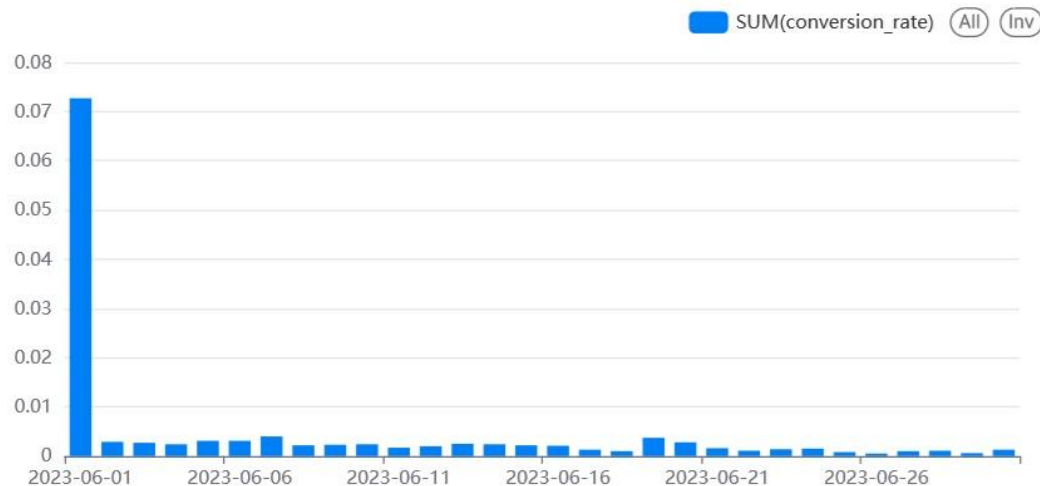
Автор: Кристина Максимова

Число посетителей по дням



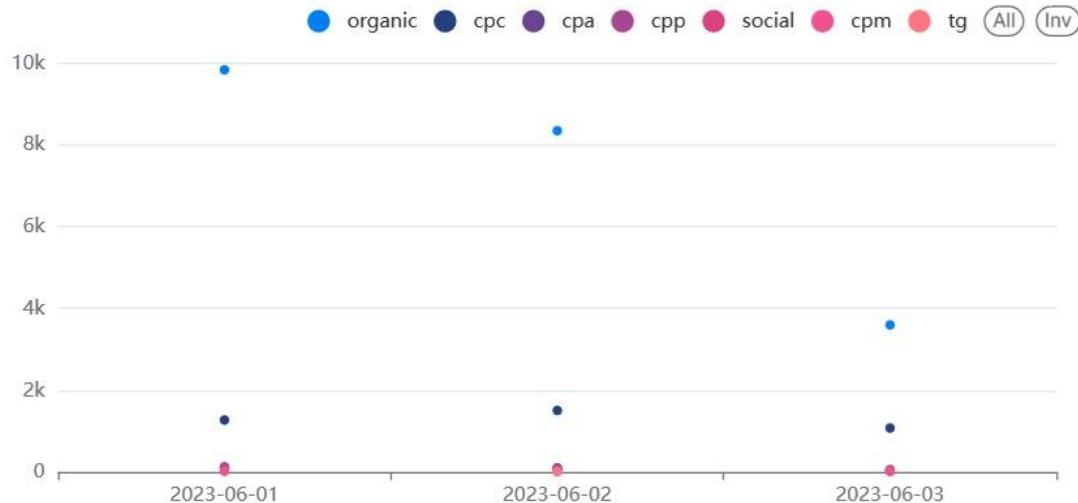
В данном графике мы видим, что самое большое количество посетителей было в первый день, а самое маленькое - 19го числа. Посещаемость распределена неравномерно, дни с наименьшей посещаемостью - 4, 7, 13, 19, 21 и 30.

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.

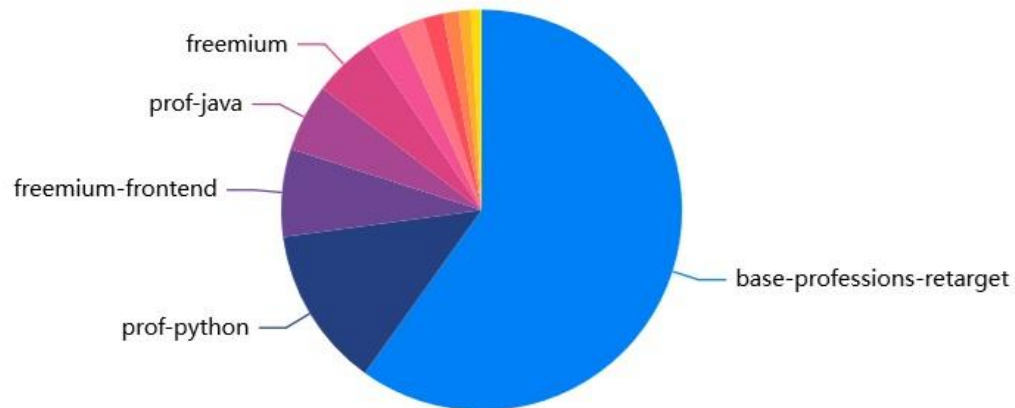
Ad and Organic



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.

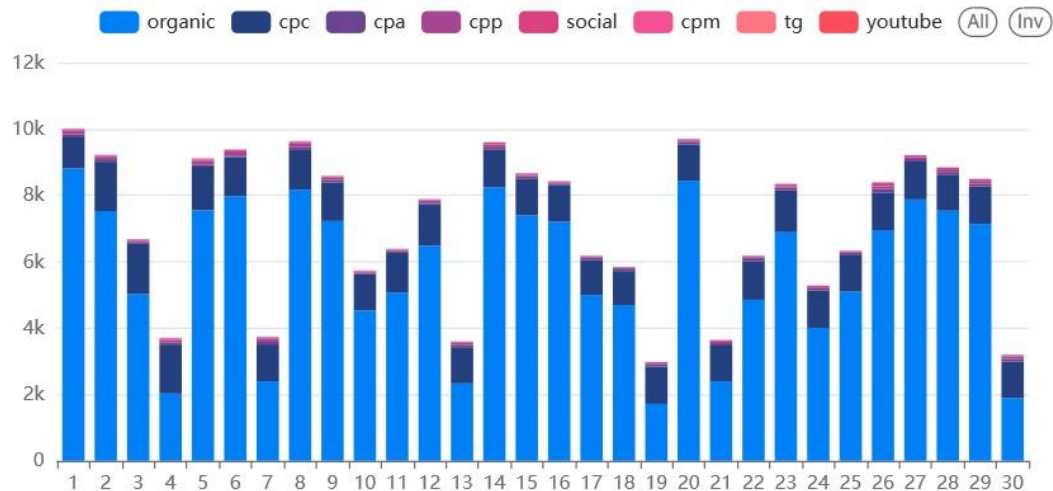
Окупаемые каналы

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



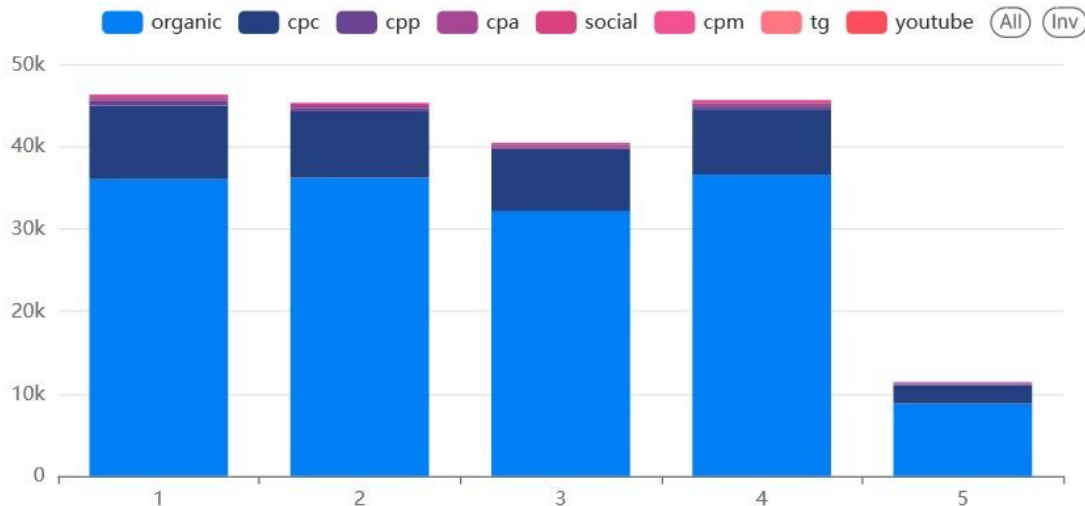
Из данного графика об окупаемости каналов следует, что самый окупаемый канал - base-professions-retarget.

Количество посетителей по каналам в день



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.

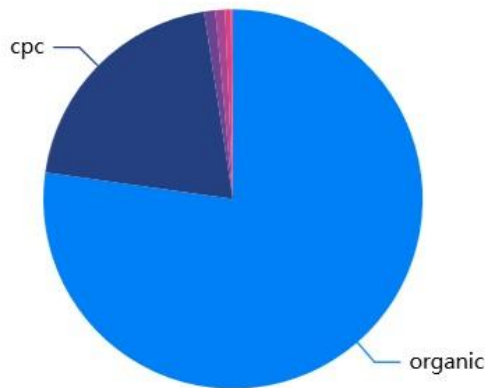
Количество посетителей по каналам в неделю



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%.

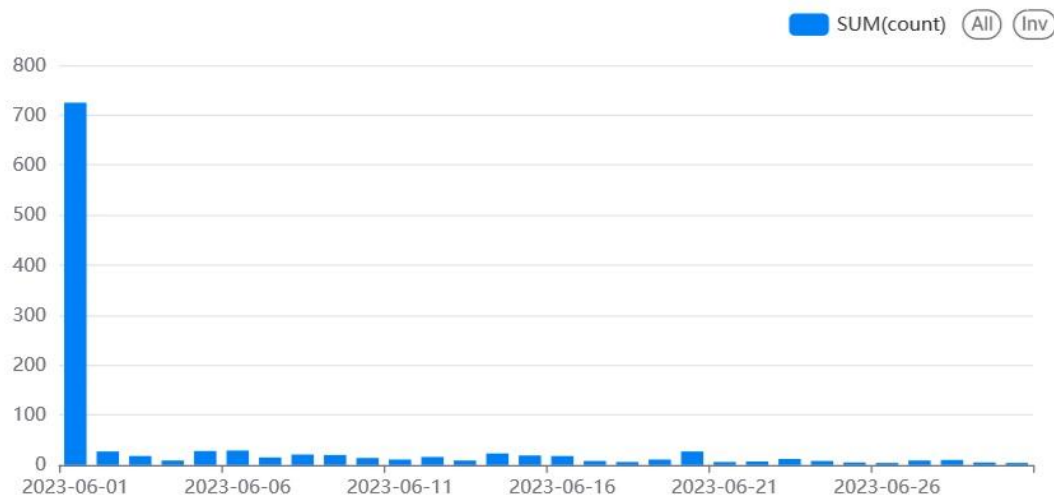
Количество посетителей по каналам в месяц

organic cpc cpp cpa social cpm youtube tg All Inv



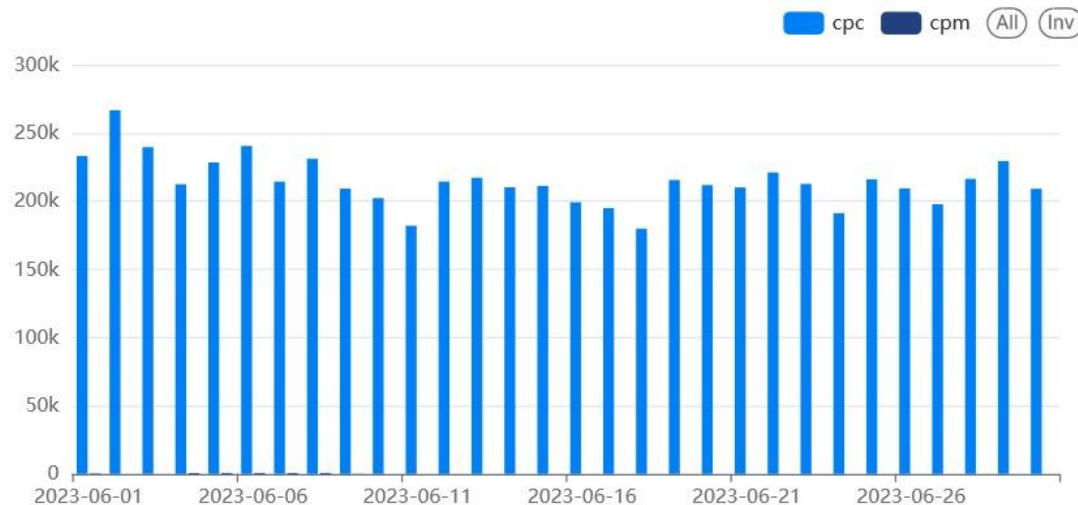
В данном графике мы видим распределение посетителей по каналам в один месяц. Как и в предыдущем графике, преобладающий канал - органика, с долей около 75%. Преобладающий из платных - cpc.

Число лидов по дням



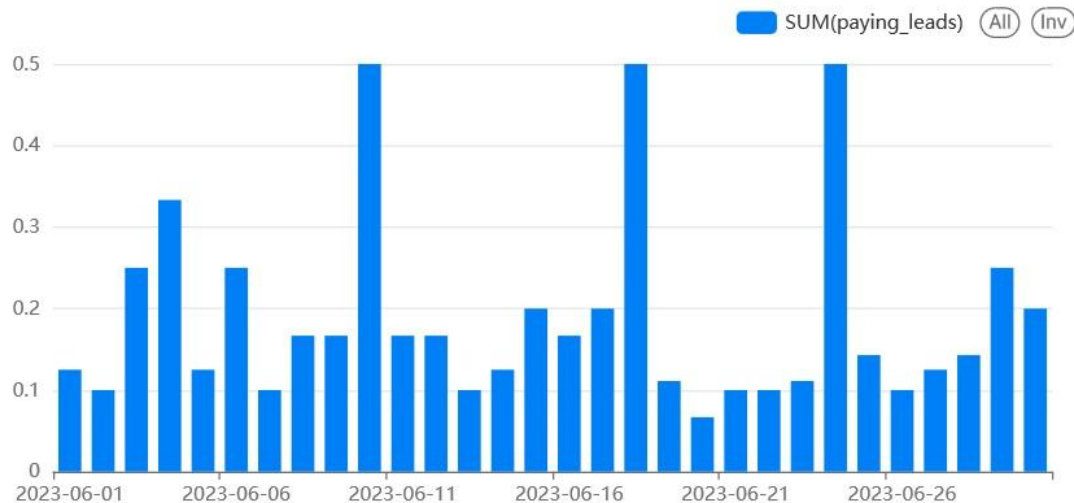
Из данного графика следует, что наибольшее количество лидов было 1го числа. Наблюдаются еще 3 небольшие точки роста - 5, 14 и 20 числа.

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
-	-		0	0	0	0
base-frontend	vk	cpp	0	0	0	0,00%
		social	0	0	0	0,00%
		Bcero (vk)	0	0	0	0,00%
	yandex	cpc	1141,183474	463,1025641	6020,333333	1086,71%
	Bcero (yandex)	1141,183474	463,1025641	6020,333333	1086,71%	
Bcero (base-frontend)			1141,183474	463,1025641	6020,333333	1086,71%
base-html	vk	social	0	0	0	0,00%
		Bcero (vk)	0	0	0	0,00%
Bcero (base-html)			0	0	0	0,00%
base-java	vk	cpp	0	0	0	0,00%
		social	0	0	0	0,00%
		Bcero (vk)	0	0	0	0,00%
	yandex	cpc	2604,663046	962,6	19252	-950,68%
	Bcero (yandex)	2604,663046	962,6	19252	-950,68%	
Bcero (base-java)			2604,663046	962,6	19252	-950,68%
base-php	vk	social	0	0	0	0,00%
		Bcero (vk)	0	0	0	0,00%
Bcero (base-php)			0	0	0	0,00%
base-professi	yandex	cpc	600,2	37,75	151	88307,95%
		Bcero (yandex)	600,2	37,75	151	88307,95%
	Bcero (base-professions-retarget)			600,2	37,75	151
base-python	vk	cpc	4202,466631	70,47222222	2537	-1242,41%
		social	0	0	0	0,00%
		Bcero (vk)	4202,466631	70,47222222	2537	-1242,41%
	yandex	cpc	2019,495128	447,2857143	1789,142857	2700,87%
	Bcero (yandex)	2019,495128	447,2857143	1789,142857	2700,87%	
Bcero (base-python)			6221,961759	517,7579365	4326,142857	1458,46%

dod-frontend	vk	cpp	0	0	0	0,00%
		social	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		0	0	0	0,00%
	yandex	cpc	1480,3	957	0	-400,00%
		Bcero (yandex)		1480,3	957	0
Bcero (dod-frontend)			1480,3	957	0	-400,00%
dod-java	yandex	cpc	726,5	726,5	0	-100,00%
		Bcero (yandex)		726,5	726,5	0
Bcero (dod-java)			726,5	726,5	0	-100,00%
dod-php	vk	cpp	0	0	0	0,00%
		social	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		0	0	0	0,00%
	yandex	cpc	1491	1491	5964	2419,37%
		Bcero (yandex)		1491	1491	5964
Bcero (dod-php)			1491	1491	5964	2419,37%
dod-professio	vk	cpc	0	0	0	0,00%
		social	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		0	0	0	0,00%
	yandex	cpc	2597,69944	0	0	-800,00%
		Bcero (yandex)		2597,69944	0	0
Bcero (dod-professions)			2597,69944	0	0	-800,00%
dod-python-ja	vk	cpp	0	0	0	0,00%
		social	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		0	0	0	0,00%
	yandex	cpc	3215,840476	0	0	-1000,00%
		Bcero (yandex)		3215,840476	0	0
Bcero (dod-python-java)			3215,840476	0	0	-1000,00%
dod-qa	vk	cpp	0	0	0	0
		Bcero (vk)		0	0	0
	yandex	cpc	3040,075	0	0	-300,00%
		Bcero (yandex)		3040,075	0	0
Bcero (dod-qa)			3040,075	0	0	-300,00%

utm_campaign	utm_source	utm_medium	SUM из cpu	SUM из cpl	SUM из cppu	SUM из roi
-	-		0	0	0	0
english-soft	vk	social	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		0	0	0	0,00%
Bcero (english-soft)			0	0	0	0,00%
freemium	vk	cpc	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		0	0	0	0,00%
	yandex	cpc	1542,318726	216,54	866,16	5742,05%
	Bcero (yandex)		1542,318726	216,54	866,16	5742,05%
Bcero (freemium)			1542,318726	216,54	866,16	5742,05%
freemium-frontend	vk	cpc	7148,527614	2819,488372	632	7698,83%
	Bcero (vk)		7148,527614	2819,488372	632	7698,83%
Bcero (freemium-frontend)			7148,527614	2819,488372	632	7698,83%
freemium-java	vk	cpc	9390,445814	20,29166667	0	-2800,00%
	Bcero (vk)		9390,445814	20,29166667	0	-2800,00%
Bcero (freemium-java)			9390,445814	20,29166667	0	-2800,00%
freemium-pytl	vk	cpc	8593,085781	4094,2	980	-2840,82%
	Bcero (vk)		8593,085781	4094,2	980	-2840,82%
Bcero (freemium-python)			8593,085781	4094,2	980	-2840,82%
frontend	vk	cpc	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		0	0	0	0,00%
Bcero (frontend)			0	0	0	0,00%
prof-data-anal	vk	cpc	7541,904838	35,73333333	0	-2700,00%
		cpm	273,3216165	64,16666667	0	-700,00%
		social	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		7815,226454	99,9	0	-3400,00%
	yandex	cpc	3835,853651	720,4285714	5043	483,86%
	Bcero (yandex)		3835,853651	720,4285714	5043	483,86%
Bcero (prof-data-analytics)			11651,08011	820,3285714	5043	-2916,14%
prof-frontend	vk	cpc	16282,63387	24971	0	-2300,00%
		cpm	0	0	0	0,00%
		social	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		16282,63387	24971	0	-2300,00%
	yandex	cpc	8249,459327	782,7123288	4761,5	-50,09%
	Bcero (yandex)		8249,459327	782,7123288	4761,5	-50,09%
Bcero (prof-frontend)			24532,0932	25753,71233	4761,5	-2350,09%
prof-java	vk	cpc	11449,67665	8912,434783	1557,5	4471,14%
	Bcero (vk)		11449,67665	8912,434783	1557,5	4471,14%
	yandex	cpc	5416,028742	601,8367347	7372,5	-934,96%
	Bcero (yandex)		5416,028742	601,8367347	7372,5	-934,96%
Bcero (prof-java)			16865,70539	9514,271517	8930	3536,18%
prof-php	vk	cpc	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		0	0	0	0,00%
Bcero (prof-php)			0	0	0	0,00%
prof-professio	yandex	cpc	2034,908944	370,6153846	1606	1302,30%
	Bcero (yandex)		2034,908944	370,6153846	1606	1302,30%
Bcero (prof-professions-brand)			2034,908944	370,6153846	1606	1302,30%
prof-professio	yandex	cpc	962,3248064	171,4	0	-1900,00%
	Bcero (yandex)		962,3248064	171,4	0	-1900,00%
Bcero (prof-professions-retarget)			962,3248064	171,4	0	-1900,00%
prof-python	vk	cpc	9987,379594	50,7	405,6	14532,74%
		social	0	0	0	0,00%
	Bcero (vk)		9987,379594	50,7	405,6	14532,74%
	yandex	cpc	5125,463147	541,4098361	4718	-43,29%
	Bcero (yandex)		5125,463147	541,4098361	4718	-43,29%
Bcero (prof-python)			15112,84274	592,1098361	5123,6	14489,45%

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

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

- есть окупаемые каналы: base-frontend, base-professions-retarget, base-python, dod-php, freemium, freemium-frontend, prof-java, prof-professions-brand, prof-python;
- самый хорошо работающий канал - base-professions-retarget - следует не трогать, а сфокусироваться на base-frontend, base-python, prof-professions-brand;
- каналы, показывающие себя наихудшим образом, следует отключить: freemium-python, freemium-java, prof-frontend;
- 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.