



Specjalista ds. danych – szkolenie

Moduł BM01: Marketing cyfrowy

Ćwiczenie indywidualne – ustalenie związków między różnymi KPI

Korzystając z poniższych parametrów:

Obrót (docelowy) = 100 000 EUR

Współczynnik konwersji (ilu użytkowników odwiedzających stronę lub aplikację wykonało określoną akcję w porównaniu z ogólną liczbą odwiedzających) = **1%**

Współczynnik klikalności (ile osób kliknęło Twoją reklamę, przenoszącą do strony www lub strony docelowej) = **5%**

Średnia wartość koszyka (wartość przedmiotów dodanych do koszyka zakupowego) = **200 EUR**

CPC = 0,5 EUR

... spróbuj odpowiedzieć na następujące pytania:

1. Jaki minimalny poziom ruchu generycznego jest niezbędny, aby osiągnąć ten cel?
2. Jaki minimalny poziom liczby odbiorców kampanii marketingowych jest niezbędny, aby osiągnąć założony ruch?
3. Spróbuj oszacować potrzebny budżet działań marketingowych, biorąc pod uwagę określony powyżej cel, ruch i wymaganą liczbę odbiorców.



ROZWIĄZANIE:

Ruch

$100\ 000 / 200 = 500$ transakcji / $0,01 = 50\ 000$ generycznych UU

Minimalna liczba odbiorców

$50\ 000$ UU / $0,05 = 1\ 000\ 000$ wizyt

Koszt kampanii

$50\ 000 \times 0,5 = 25\ 000$ EUR