



## Specjalista ds. danych – szkolenie

### Moduł BM01: Marketing cyfrowy

#### Ćwiczenie indywidualne – ustalenie związków między różnymi KPI

Korzystając z poniższych parametrów:

**Ruch docelowy, UU** (liczba odwiedzin zasadniczo jest równa liczbie unikalnych użytkowników, czyli różnych osób (różnych IP), którzy odwiedzają stronę www) = **100 000**

**Średnia wartość koszyka na transakcję** (wartość produktów dodanych do koszyka zakupowego) = **100 EUR**

**Koszt kliknięcia** = **0,2 EUR**

**Współczynnik konwersji** (ilu użytkowników odwiedzających stronę lub aplikację wykonało określoną akcję w porównaniu z ogólną liczbą odwiedzających) = **2%**

**Współczynnik klikalności** (ile osób kliknęło Twoją reklamę, przenoszącą do strony www lub strony docelowej) = **10%**

... spróbuj odpowiedzieć na następujące pytania:

1. Jaki jest **szacunkowy obrót**, który można osiągnąć w tych warunkach?
2. Jaka jest **minimalna ilość** sprzedanych produktów, gdy ten cel zostanie osiągnięty?
3. Jaki jest **szacowany zysk**, jeśli marża wynosi 30%?



ROZWIĄZANIE:

Szacunkowy obrót

$$100\ 000 \times 0,2 \times 100\ \text{EUR} = \mathbf{2\ 000\ 000\ \text{EUR obrót}}$$

Ilość minimalna

$$2\ 000\ 000\ \text{EUR} / 100\ \text{EUR} = \mathbf{20\ 000\ \text{sprzedanych sztuk}}$$

Szacunkowy zysk

$$\text{Koszt kampanii } 100\ 000\ \text{EUR} \times 0,2 = \mathbf{20\ 000\ \text{EUR}}$$

$$\text{Marża } 2\ 000\ 000\ \text{EUR} \times 0,3 = \mathbf{600\ 000\ \text{EUR}}$$

$$\text{Zysk } 600\ 000\ \text{EUR} - 20\ 000\ \text{EUR} = \mathbf{580\ 000\ \text{EUR}}$$