ООО «ДиВиГрупп»
115054, г. Москва, ул. Дубининская, д.57, стр.1, пом. XIII
ИНН 7726429829, КПП 772501001
ОГРН 1187746443763
тел. 8 (495) 108-34-56
info@dvgroup.com

РУКОВОДСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ DVPlatform ДЛЯ РАБОТЫ С ДАШБОРДОМ В DATALENS

СОДЕРЖАНИЕ

1. Руководство для работы в дашборде DataLens
1.1.Авторизация в DataLens 3
2. Сводный дашборд DVGroup 3
2.1. Общее описание 3
2.2. Данные рекламных кампаний 4
2.2.1. Медийный отчет 4
2.2.2. Сводная таблица 5
2.2.3. Динамика расходов и CPC 6
2.2.4. Расходы 6
2.3. Отчет о продажах 7
2.3.1. Статистика продаж 7
2.3.2. Сводная таблица 8
2.3.3. Динамика продаж в разрезах 9
2.3.4. Топ 10 в разрезах 10
2.4. Отчет SalesLift 11
2.4.1. Медийная статистика + продажи 11
2.4.2. Сводная таблица 12
2.4.3. Динамика расходов и CPC 13
2.4.4. Расходы 13
2.4.5. CPO + ROAS 14

1. Руководство для работы в дашборде DataLens

1.1. Авторизация в DataLens

Для получения доступа отправьте запрос на e-mail: info@dvgroup.com

2. Сводный дашборд DVGroup

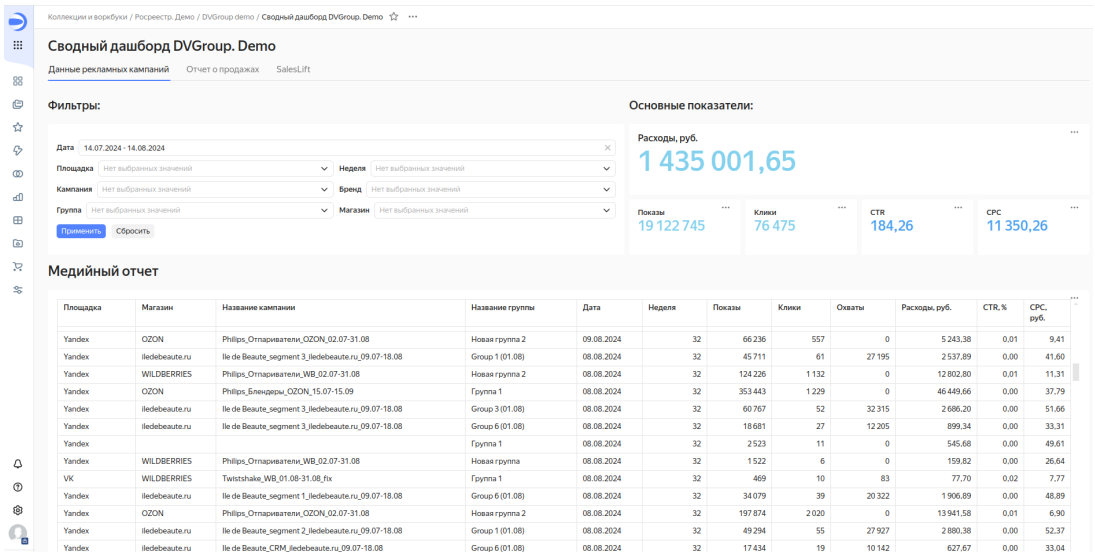
2.1. Общее описание

Сводный дашборд включает в себя следующие отчеты:

- Данные рекламных кампаний: вкладка с информацией об отчетных рекламных кампаниях;
- Отчет о продажах: вкладка с информацией о продажах;
- SalesLift: сводный отчет, который связывает данные о продажах и данные рекламных кампаний.

Это детализированные BI-отчеты, которые позволяют пользователю оценить рентабельность инвестиций в каждый рекламный канал, что способствует принятию более обоснованных решений относительно распределения бюджета.

В общем виде интерфейс дашборда выглядит следующим образом:



В демо стенде используются тестовые данные

Раздел фильтров позволяет настроить параметры отображения данных. Чтобы применить выбранные фильтры, нажмите кнопку "Применить". Для сброса фильтров используется кнопка "Сбросить".

Под заголовком расположены вкладки для переключения между различными отчетами:

- данные рекламных кампаний;

- отчет о продажах;
- SalesLift.

Каждая вкладка содержит несколько таблиц/диаграмм в порядке их значимости.

2.2. Данные рекламных кампаний

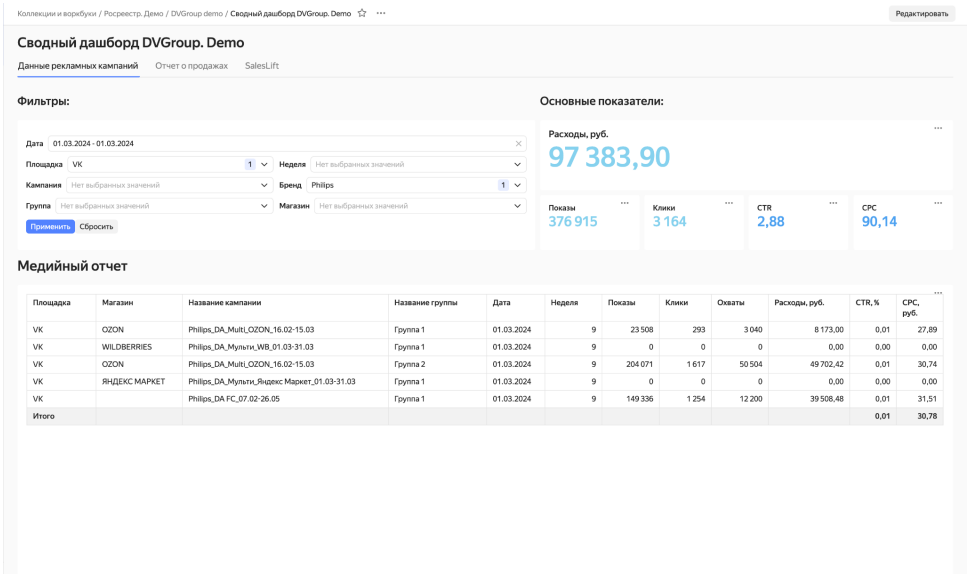
Находятся на вкладке «Данные рекламных кампаний».

2.2.1. Медийный отчет

Для того, чтобы просмотреть данные рекламных кампаний, необходимо выполнить следующие действия:

1. Выбрать фильтры для настройки отображаемых данных:
    a. дата: выбрать диапазон дат, в который запускалась кампания;
    b. площадка: выбрать рекламную платформу, на которой запускалась кампания;
    c. кампания: выбрать название запущенной кампании;
    d. группа: выбрать группу, к которой относилась кампания;
    e. неделя: необязательно;
    f. бренд: выбрать бренд, для которого нужно отобразить данные;
    g. магазин: выбрать магазин, для которого нужно отобразить данные;
2. Нажать кнопку "Применить", чтобы обновить данные согласно выбранным фильтрам.

Интерфейс с выбранными фильтрами выглядит следующим образом:



Площадка	Магазин	Название кампании	Название группы	Дата	Неделя	Показы	Клики	Охваты	Расходы, руб.	CTR, %	CPC, руб.
VK	OZON	Philips_DA_Multi_OZON_16.02-15.03	Группа 1	01.03.2024	9	23 508	293	3 040	8 173,00	0,01	27,89
VK	WILDBERRIES	Philips_DA_Мульти_WB_01.03-31.03	Группа 1	01.03.2024	9	0	0	0	0,00	0,00	0,00
VK	OZON	Philips_DA_Multi_OZON_16.02-15.03	Группа 2	01.03.2024	9	204 071	1 617	50 504	49 702,42	0,01	30,74
VK	ЯНДЕКС МАРКЕТ	Philips_DA_Мульти_Яндекс Маркет_01.03-31.03	Группа 1	01.03.2024	9	0	0	0	0,00	0,00	0,00
VK		Philips_DA FC_07.02-26.05	Группа 1	01.03.2024	9	149 336	1 254	12 200	39 508,48	0,01	31,51
Итого										0,01	30,78

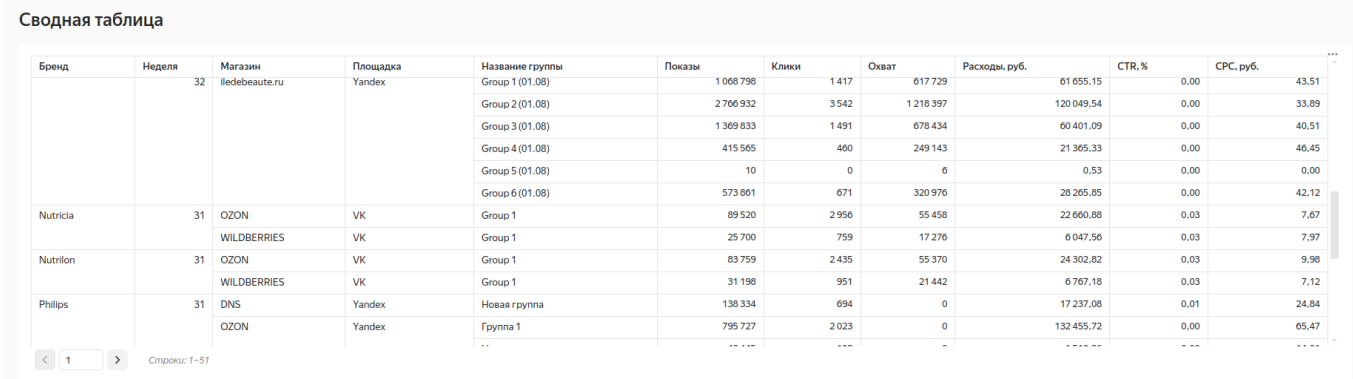
В правой части интерфейса отображаются основные показатели рекламных кампаний:

- расходы, руб. – стоимость рекламной кампании;
- показы, шт.;
- клики, шт.;
- коэффициент кликабельности, CTR - соотношение количества пользователей, кликнувших по рекламе, к числу пользователей, которые увидели рекламное объявление, %;
- CPC, руб. - стоимость одного клика по рекламному баннеру или объявлению.

Ниже основных показателей представлен медийный отчет в виде таблицы со всеми кампаниями, которые попали в фильтр.

2.2.2. Сводная таблица

На той же вкладке ниже представлен интерфейс сводной таблицы:



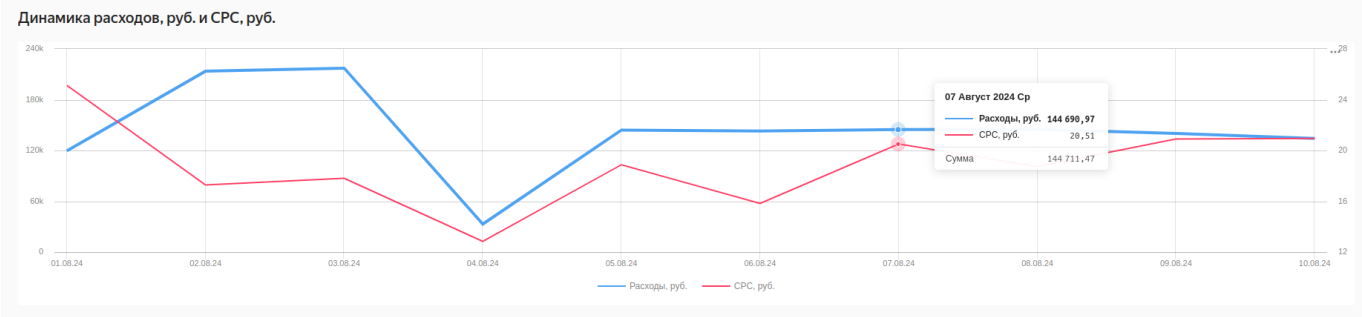
Бренд	Неделя	Магазин	Площадка	Название группы	Показы	Клики	Охват	Расходы, руб.	CTR, %	CPC, руб.
	32	iledebeaute.ru	Yandex	Group 1 (01.08)	1 068 798	1 417	617 729	61 655,15	0,00	43,51
				Group 2 (01.08)	2 766 932	3 542	1 218 397	120 049,54	0,00	33,89
				Group 3 (01.08)	1 369 833	1 491	678 434	60 401,09	0,00	40,51
				Group 4 (01.08)	415 565	460	249 143	21 365,33	0,00	46,45
				Group 5 (01.08)	10	0	6	0,53	0,00	0,00
				Group 6 (01.08)	573 861	671	320 976	28 265,85	0,00	42,12
Nutricia	31	OZON	VK	Group 1	89 520	2 956	55 458	22 660,88	0,03	7,67
		WILDBERRIES	VK	Group 1	25 700	759	17 276	6 047,56	0,03	7,97
Nutrilon	31	OZON	VK	Group 1	83 759	2 435	55 370	24 302,82	0,03	9,98
		WILDBERRIES	VK	Group 1	31 198	951	21 442	6 767,18	0,03	7,12
Philips	31	DNS	Yandex	Новая группа	138 334	694	0	17 237,08	0,01	24,84
		OZON	Yandex	Группа 1	795 727	2 023	0	132 455,72	0,00	65,47

2.2.3. Динамика расходов и CPC

Ниже сводной таблицы расположен график «Динамика расходов и CPC» в рублях, который отображает изменение расходов и стоимости клика по времени. График представляет данные в виде точек на временной шкале с двумя линиями:

- Синяя линия: показывает динамику расходов в рублях.
- Красная линия: показывает динамику стоимости клика – CPC, в рублях.

Данные представлены за определенный период, и можно наблюдать тренды изменений расходов и CPC:



2.2.4. Расходы:

Под графиком «Динамика расходов», ниже, расположен график «Расходы», в рублях:

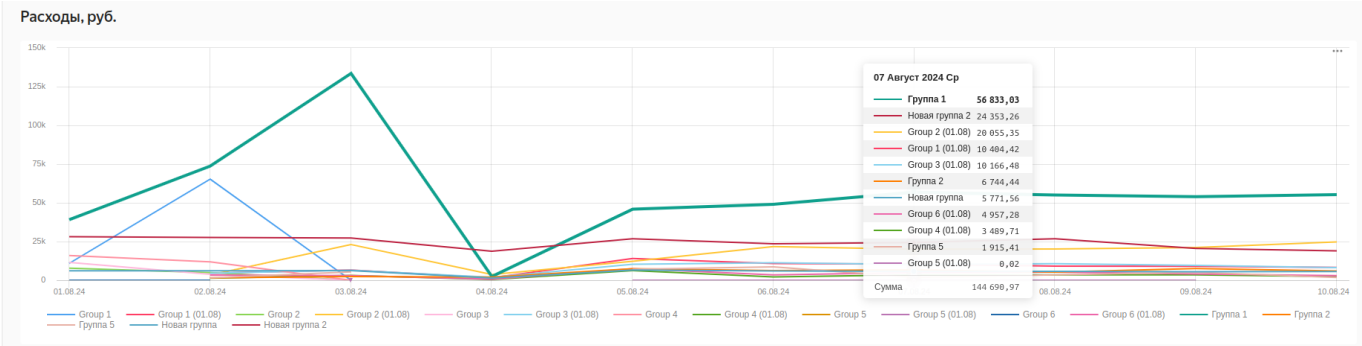


График отображает абсолютные значения расходов, и то, как они меняются со временем.

2.3. Отчет о продажах

Дашборд «Отчет о продажах» содержит фильтры, основные показатели и статистику продаж.

Фильтры позволяют сузить выборку данных по различным критериям:

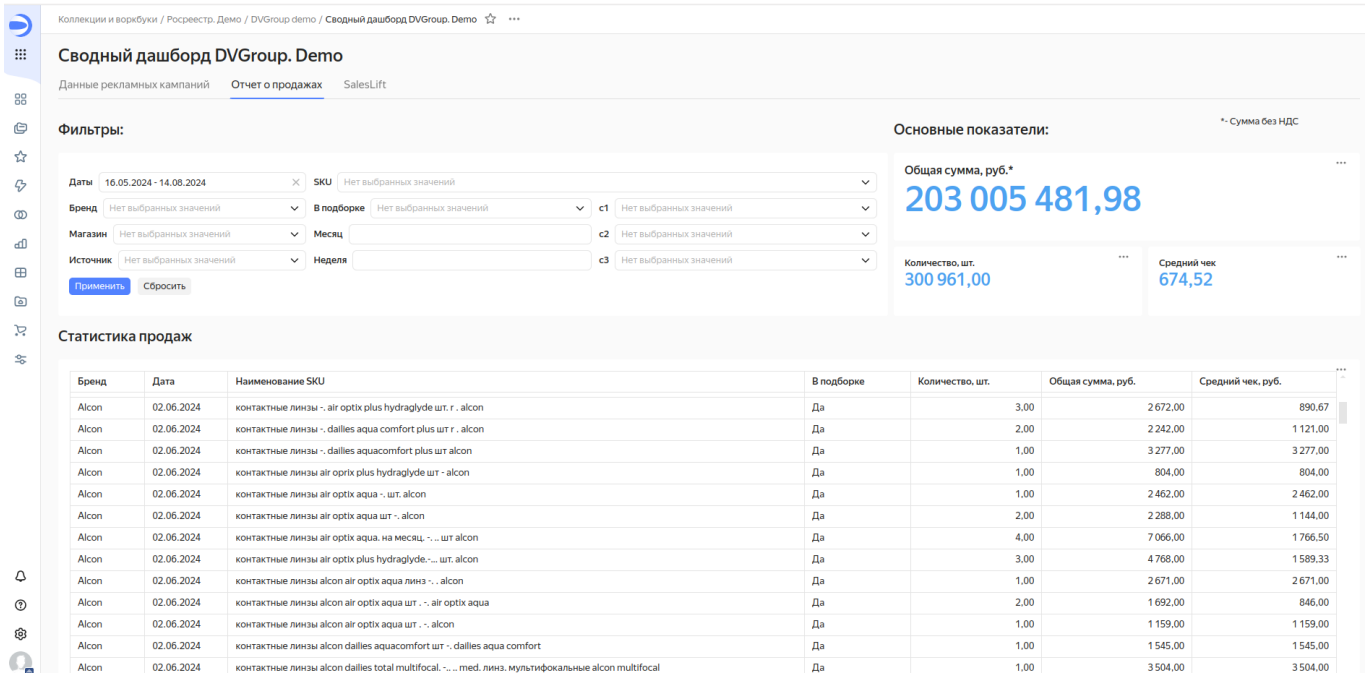
- даты: возможность выбрать диапазон дат;
- бренд: фильтрация по бренду;
- магазин: выбор магазина;
- источник: источник данных;
- SKU: выбор конкретного SKU;
- в подборке: фильтр по наличию товара в подборке;
- месяц: выбор месяца;
- неделя: выбор недели.

Кнопки:

- применить: применяет выбранные фильтры;
- сбросить: сбрасывает все выбранные фильтры.

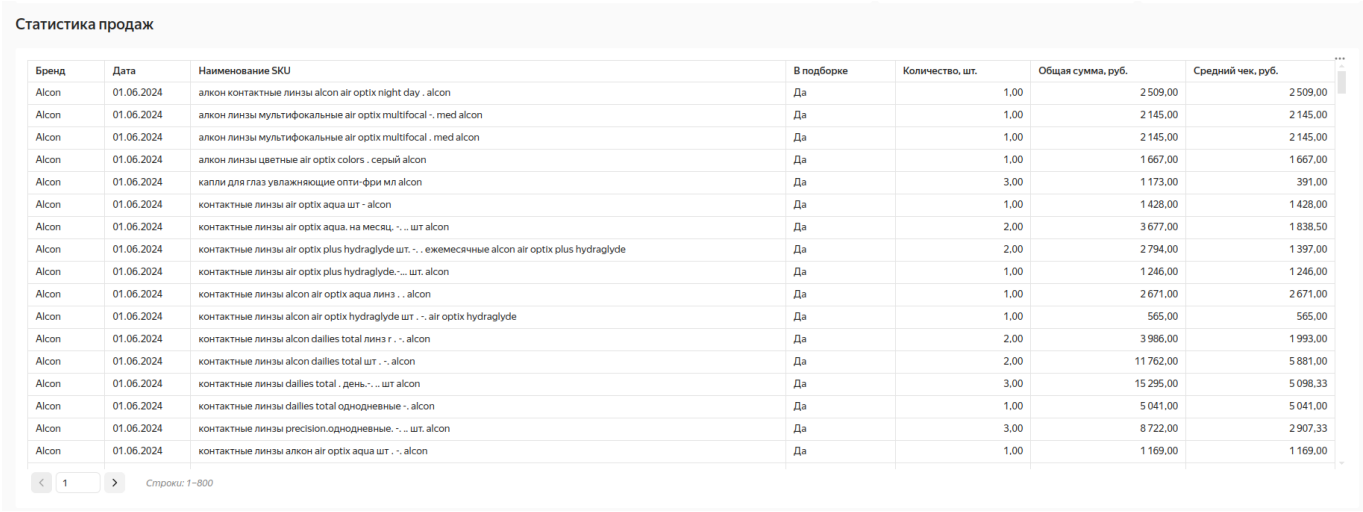
Основные показатели отображают ключевые метрики:

- общая сумма, в рублях;
- количество, в штуках;
- средний чек, в рублях



2.3.1. Статистика продаж

Ниже в виде таблицы представлена статистика продаж:



Статистика продаж

Бренд	Дата	Наименование SKU	В подборке	Количество, шт.	Общая сумма, руб.	Средний чек, руб.
Alcon	01.06.2024	алкон контактные линзы alcon air optix night day . alcon	Да	1,00	2 509,00	2 509,00
Alcon	01.06.2024	алкон линзы мультифокальные air optix multifocal -. med alcon	Да	1,00	2 145,00	2 145,00
Alcon	01.06.2024	алкон линзы мультифокальные air optix multifocal . med alcon	Да	1,00	2 145,00	2 145,00
Alcon	01.06.2024	алкон линзы цветные air optix colors . серый alcon	Да	1,00	1 667,00	1 667,00
Alcon	01.06.2024	капли для глаз увлажняющие опти-фри мл alcon	Да	3,00	1 173,00	391,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы air optix aqua шт - alcon	Да	1,00	1 428,00	1 428,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы air optix aqua. на месяц. -. .. шт alcon	Да	2,00	3 677,00	1 838,50
Alcon	01.06.2024	контактные линзы air optix plus hydraglyde шт. -. . ежемесячные alcon air optix plus hydraglyde	Да	2,00	2 794,00	1 397,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы air optix plus hydraglyde.-... шт. alcon	Да	1,00	1 246,00	1 246,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы alcon air optix aqua линз . . alcon	Да	1,00	2 671,00	2 671,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы alcon air optix hydraglyde шт . -. air optix hydraglyde	Да	1,00	565,00	565,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы alcon dailies total линз г . -. alcon	Да	2,00	3 986,00	1 993,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы alcon dailies total шт . -. alcon	Да	2,00	11 762,00	5 881,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы dailies total . день.-. .. шт alcon	Да	3,00	15 295,00	5 098,33
Alcon	01.06.2024	контактные линзы dailies total однодневные -. alcon	Да	1,00	5 041,00	5 041,00
Alcon	01.06.2024	контактные линзы precision.однодневные. -. .. шт. alcon	Да	3,00	8 722,00	2 907,33
Alcon	01.06.2024	контактные линзы алкон air optix aqua шт . -. alcon	Да	1,00	1 169,00	1 169,00

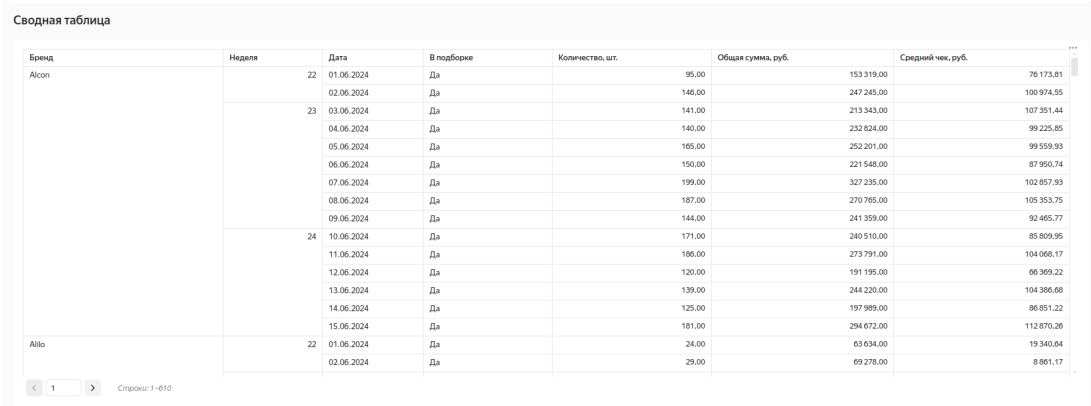
1 Строки: 1–800

Таблица содержит следующую информацию:

- Бренд: бренд товара;
- Дата: дата продажи;
- Наименование SKU: название товара (SKU);
- В подборке: информация о наличии товара в подборке;
- Количество, шт.: количество проданных единиц товара;
- Общая сумма, руб.: общая сумма продаж по данному товару;
- Средний чек, руб.: средний чек по данному товару;

2.3.2. Сводная таблица

Под таблицей статистики продаж представлена сводная таблица:



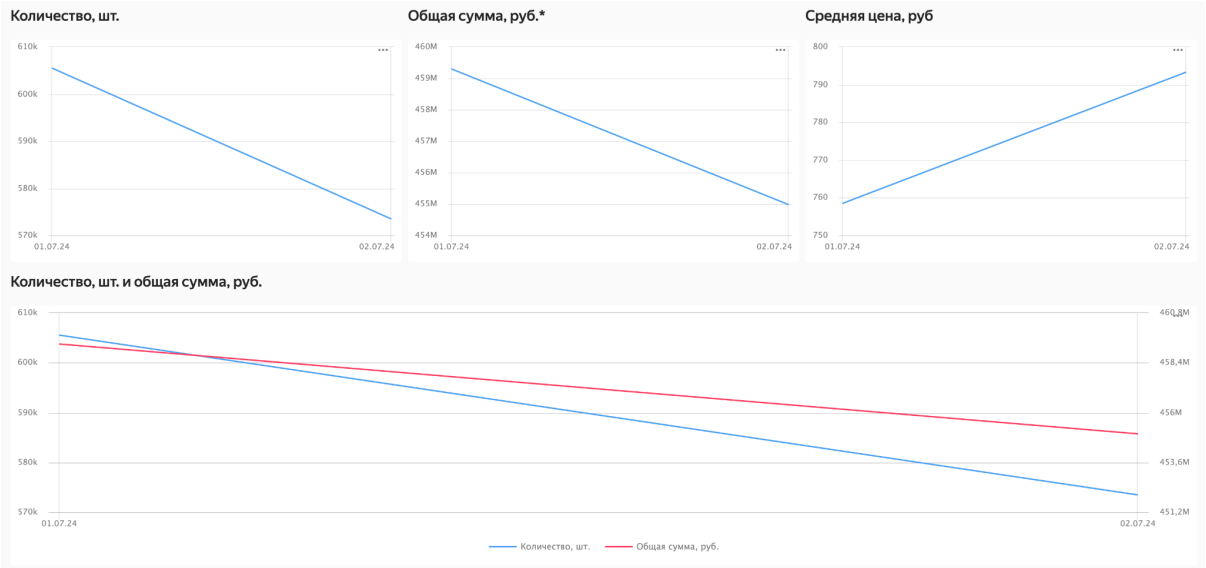
Сводная таблица

Бренд	Неделя	Дата	В подборке	Количество, шт.	Общая сумма, руб.	Средний чек, руб.
Alcon	22	01.06.2024	Да	95,00	153 319,00	76 173,81
		02.06.2024	Да	146,00	247 245,00	100 974,55
	23	03.06.2024	Да	141,00	213 343,00	107 351,44
		04.06.2024	Да	140,00	232 824,00	99 225,85
		05.06.2024	Да	165,00	252 201,00	99 559,93
		06.06.2024	Да	150,00	221 548,00	87 950,74
		07.06.2024	Да	199,00	327 235,00	102 857,93
		08.06.2024	Да	187,00	270 765,00	105 353,75
		09.06.2024	Да	144,00	241 359,00	92 465,77
	24	10.06.2024	Да	171,00	240 510,00	85 809,95
		11.06.2024	Да	186,00	273 791,00	104 068,17
		12.06.2024	Да	120,00	191 195,00	66 369,22
		13.06.2024	Да	139,00	244 220,00	104 386,68
		14.06.2024	Да	125,00	197 989,00	86 851,22
		15.06.2024	Да	181,00	294 672,00	112 870,26
Aillo	22	01.06.2024	Да	24,00	63 634,00	19 340,64
		02.06.2024	Да	29,00	69 278,00	8 861,17

1 Строки: 1–610

Таблица представляет собой сводную версию таблицы статистики продаж и отображает общие количество и общую сумму продаж бренда с гранулярностью в день.

2.3.3. Динамика продаж в разрезах

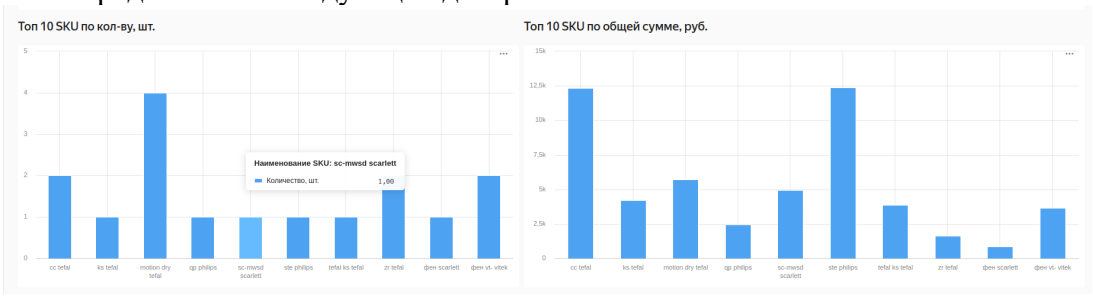


По данным графикам пользователь может получить следующую информацию:

- Динамику изменения общего количества;
- Динамику изменения общей суммы;
- Динамику изменения средней цены (среднего чека);
- Сводную динамику изменения количества и общей суммы продаж.

2.3.4. Топ 10 в разрезах

Ниже представлены следующие диаграммы:



Диаграммы отображают топ наименований продуктов по кол-ву штук и общей сумме по всем продажам за выбранный период.

Таблица Топ SKU ниже содержит рейтинг SKU, отсортированных по убыванию:

Топ SKU

Наименование SKU	Количество, шт.	Общая сумма, руб.
умная колонка капсула нео с марусей. синий vk	540,00	1 292 100,00
умная колонка капсула нео с марусей. синий vk	348,00	827 004,00
умная колонка капсула нео с марусей. зеленый vk	298,00	713 114,00
молочная смесь nutrilon premium с мес. г nutrilon	862,00	584 232,00
умная колонка капсула нео с марусей. оранжевый vk	234,00	559 602,00
подгузники трусики р - кг шт huggies	247,00	463 726,00
подгузники трусики р - кг шт huggies	193,00	370 261,00
умная колонка капсула нео с марусей. синий vk	143,00	340 039,00
подгузники трусики р - кг шт huggies	158,00	292 832,00
подгузники трусики р - кг шт huggies	149,00	285 255,00
краска для волос casting creme gloss loreal paris	575,00	264 315,00
подгузники трусики р - кг шт huggies	149,00	262 914,00
подгузники трусики р - кг шт huggies	143,00	259 910,00
краска для волос casting creme gloss loreal paris	549,00	251 379,00
краска для волос casting creme gloss loreal paris	533,00	246 184,00

Строки: 1–800

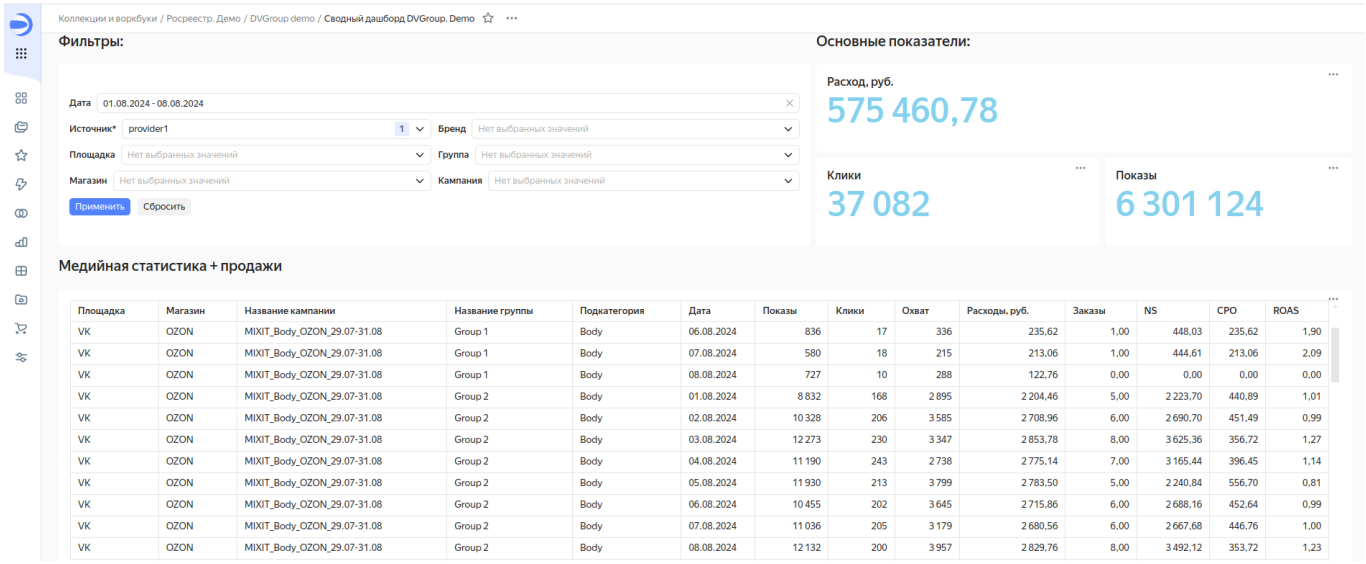
По данной таблице можно понять, какие SKU наиболее хорошо продавались в выбранный период.

Еще чуть ниже находятся диаграммы Топ 10 в разрезе категорий:

По данным диаграммам можно понять объем продаж в категориях, относящимся к Топ 10, и наиболее “продаваемые” категории (от верхнеуровневых категорий - С1, до нижестоящих - С).

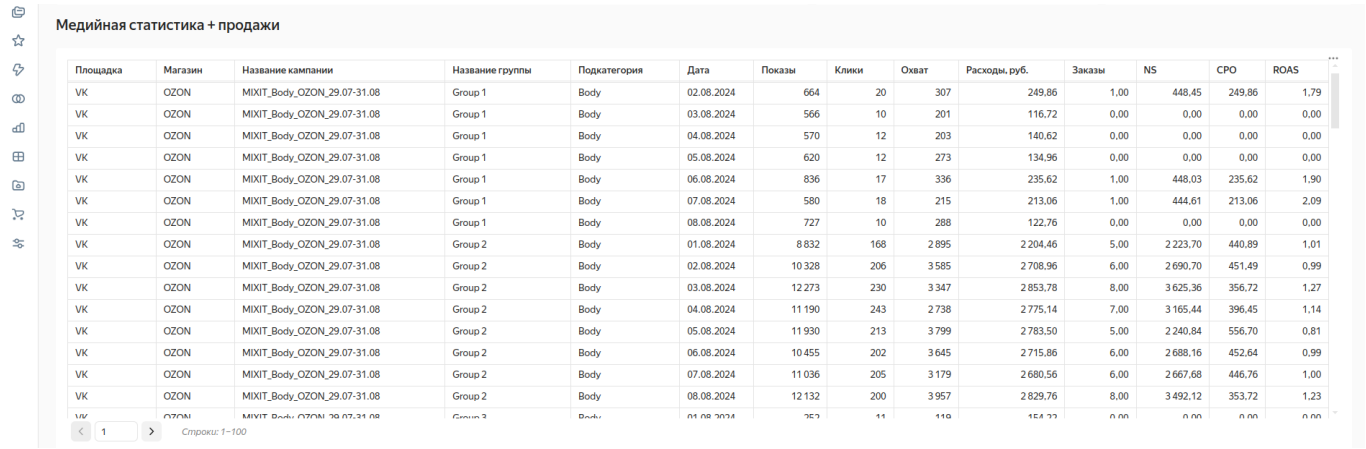
2.4. Отчет SalesLift

Отчет SalesLift объединяет данные, полученные в отчете по продажам и отчете по медийным кампаниям:



Площадка	Магазин	Название кампании	Название группы	Подкатегория	Дата	Показы	Клики	Охват	Расходы, руб.	Заказы	NS	CPO	ROAS
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	06.08.2024	836	17	336	235,62	1,00	448,03	235,62	1,90
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	07.08.2024	580	18	215	213,06	1,00	444,61	213,06	2,09
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	08.08.2024	727	10	288	122,76	0,00	0,00	0,00	0,00
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	01.08.2024	8 832	168	2 895	2 204,46	5,00	2 223,70	440,89	1,01
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	02.08.2024	10 328	206	3 585	2 708,96	6,00	2 690,70	451,49	0,99
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	03.08.2024	12 273	230	3 347	2 853,78	8,00	3 625,36	356,72	1,27
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	04.08.2024	11 190	243	2 738	2 775,14	7,00	3 165,44	396,45	1,14
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	05.08.2024	11 930	213	3 799	2 783,50	5,00	2 240,84	556,70	0,81
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	06.08.2024	10 455	202	3 645	2 715,86	6,00	2 688,16	452,64	0,99
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	07.08.2024	11 036	205	3 179	2 680,56	6,00	2 667,68	446,76	1,00
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	08.08.2024	12 132	200	3 957	2 829,76	8,00	3 492,12	353,72	1,23

2.4.1. Медийная статистика + продажи



Площадка	Магазин	Название кампании	Название группы	Подкатегория	Дата	Показы	Клики	Охват	Расходы, руб.	Заказы	NS	CPO	ROAS
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	02.08.2024	664	20	307	249,86	1,00	448,45	249,86	1,79
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	03.08.2024	566	10	201	116,72	0,00	0,00	0,00	0,00
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	04.08.2024	570	12	203	140,62	0,00	0,00	0,00	0,00
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	05.08.2024	620	12	273	134,96	0,00	0,00	0,00	0,00
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	06.08.2024	836	17	336	235,62	1,00	448,03	235,62	1,90
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	07.08.2024	580	18	215	213,06	1,00	444,61	213,06	2,09
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 1	Body	08.08.2024	727	10	288	122,76	0,00	0,00	0,00	0,00
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	01.08.2024	8 832	168	2 895	2 204,46	5,00	2 223,70	440,89	1,01
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	02.08.2024	10 328	206	3 585	2 708,96	6,00	2 690,70	451,49	0,99
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	03.08.2024	12 273	230	3 347	2 853,78	8,00	3 625,36	356,72	1,27
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	04.08.2024	11 190	243	2 738	2 775,14	7,00	3 165,44	396,45	1,14
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	05.08.2024	11 930	213	3 799	2 783,50	5,00	2 240,84	556,70	0,81
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	06.08.2024	10 455	202	3 645	2 715,86	6,00	2 688,16	452,64	0,99
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	07.08.2024	11 036	205	3 179	2 680,56	6,00	2 667,68	446,76	1,00
VK	OZON	MIXIT_Body_OZON_29.07-31.08	Group 2	Body	08.08.2024	12 132	200	3 957	2 829,76	8,00	3 492,12	353,72	1,23

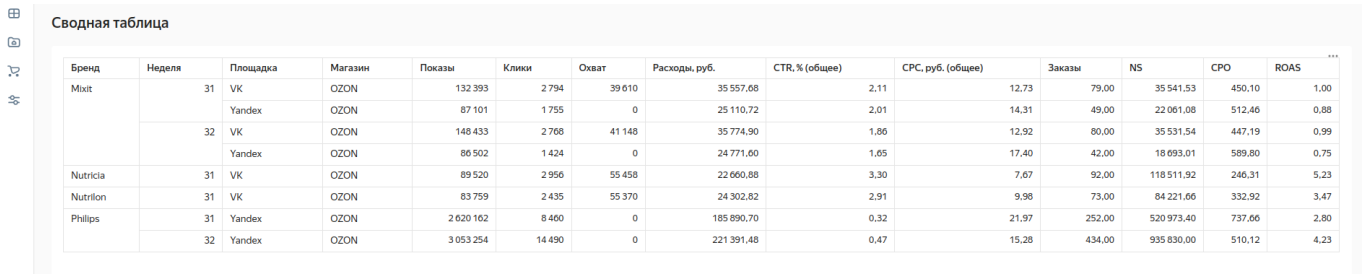
Таблица представляет собой детализированный отчет с показателями медийной статистики, продаж, а также метриками эффективности. **Таблица содержит следующую информацию:**

- Площадка: рекламная платформ размещения РК;
- Магазин: название магазина, на который ведет РК;
- Название кампании: название РК;
- Название группы: разделение на подгруппы внутри РК;

- Дата: дата показа рекламного объявления и продажи;
- Показы: количество показов из медийной статистики;
- Клики: количество кликов из медийной статистики;
- Охват: объем охвата из медийной статистики;
- Расходы, руб.: потраченная сумма из медийной статистики;
- Заказы: количество проданных единиц товара по РК;
- NS: общая сумма продаж по РК;
- CPO: показатель производительности рекламы (рекламный бюджет, потраченный на продажу единицы товара);
- ROAS: показатель эффективности РК (отношение выручки к потраченному рекламному бюджету)

2.4.2. Сводная таблица

Сводная таблица объединяет данные по рекламным кампаниям и по продажам:



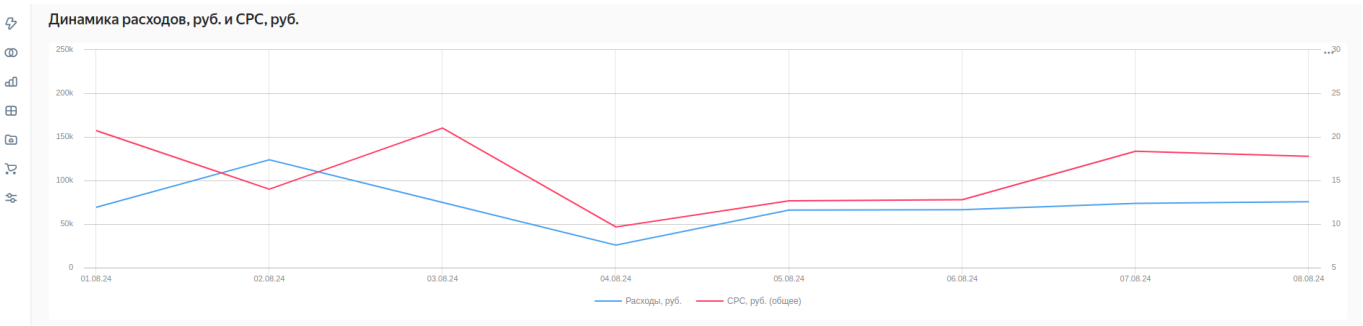
Сводная таблица

Бренд	Неделя	Площадка	Магазин	Показы	Клики	Охват	Расходы, руб.	CTR, % (общее)	CPC, руб. (общее)	Заказы	NS	CPO	ROAS
Mixit	31	VK	OZON	132 393	2 794	39 610	35 557,68	2,11	12,73	79,00	35 541,53	450,10	1,00
		Yandex	OZON	87 101	1 755	0	25 110,72	2,01	14,31	49,00	22 061,08	512,46	0,88
	32	VK	OZON	148 433	2 768	41 148	35 774,90	1,86	12,92	80,00	35 531,54	447,19	0,99
		Yandex	OZON	86 502	1 424	0	24 771,60	1,65	17,40	42,00	18 693,01	589,80	0,75
Nutricia	31	VK	OZON	89 520	2 956	55 458	22 660,88	3,30	7,67	92,00	118 511,92	246,31	5,23
Nutrilon	31	VK	OZON	83 759	2 435	55 370	24 302,82	2,91	9,98	73,00	84 221,66	332,92	3,47
Philips	31	Yandex	OZON	2 620 162	8 460	0	185 890,70	0,32	21,97	252,00	520 973,40	737,66	2,80
	32	Yandex	OZON	3 053 254	14 490	0	221 391,48	0,47	15,28	434,00	935 830,00	510,12	4,23

Отдельно стоит обратить внимание на следующие показатели:

- ROAS (Return on Ad Spend) - это показатель рентабельности рекламных расходов данной рекламной кампании;
- NS (Net Sales) - это показатель, который показывает прибыль по рекламной кампании. Он рассчитывается на основе данных о продажах;
- Заказы - это количество заказов, которые атрибутированы проведенной кампании.

2.4.3. Динамика расходов и CPC



Отображает динамику двух показателей с гранулярностью в день:

1. Расходы – сумма в рублях, потраченная в этот день на рекламную кампанию;
2. CPC - стоимость клика в рублях.

2.4.4. Расходы

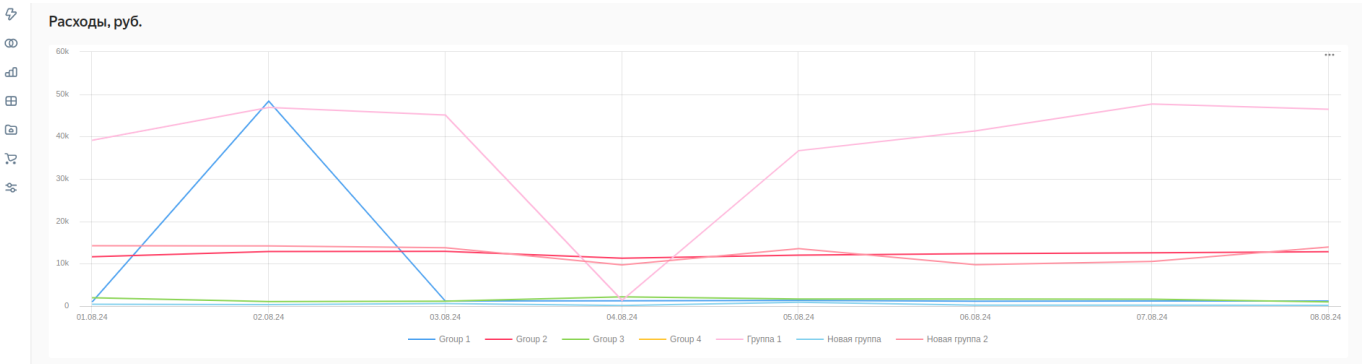


График отображает динамику расходов с гранулярностью по дням с разделением на различные подгруппы внутри рекламной кампании.

2.4.5. CPO + ROAS

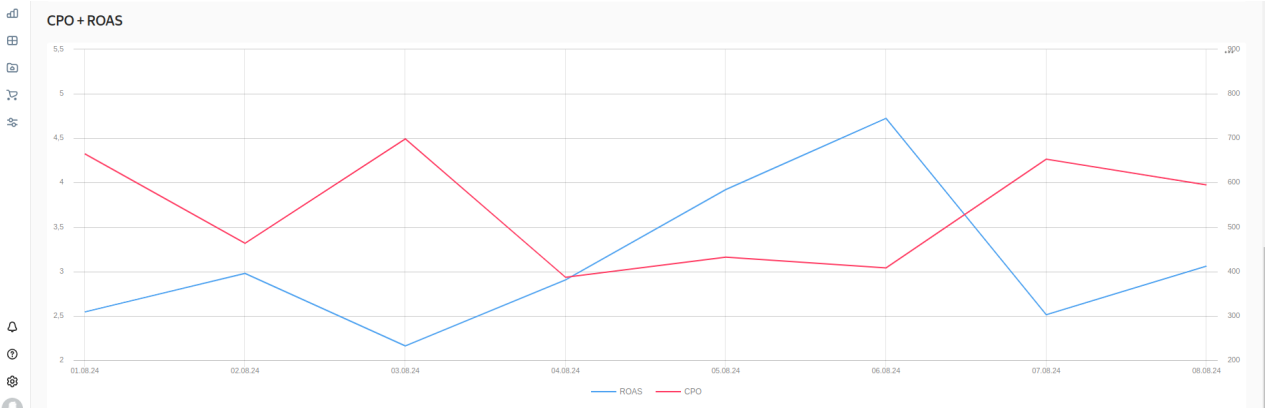


График отображает динамику показателей эффективности РК с гранулярностью в день.