

Инструменты мобильной аналитики

Задание 2

1. События, которые вызываются при заполнении формы. Нужно описать, когда и какие параметры отправляются вместе с событием. Допустим, мы используем Amplitude и Adjust(в других системах аналитики трекинг будет аналогичный). Нужно учесть, что чем больше событий, тем дороже нам обходится трекинг формы, т.к. нужно хранить и передавать все эти данные, поэтому ограничимся двумя событиями на экран (можно меньше) для Amplitude и тремя событиями на всю форму для Adjust.

Amplitude:

- Для первого экрана два события: from_start с параметрами screen_name(название экрана) и button_name(имя кнопки), второе событие form_confirmed с параметром button_clicked(значение 0 или 1).
- Для второго экрана одно событие design_selected с параметрами screen_name(название страницы), design_type(имя выбранного дизайна). Также можно добавить button_clicked(имя кнопки)
- Для третьего экрана два события: personal_info_submitted с параметрами screen_name(название страницы) и name(отвечает за заполнение персональных данных), второе событие personal_info_confirmed для проверки отправки формы с
- Для четвертого событие confirmation_code_enter с параметрами screen_name и confirmation_code (код подтверждения)
- Для последнего экрана событие form_success на появления сообщения об оформлении карты.

Adjust:

- From_start - проверка нажатия кнопки и перехода дальше на экране оформления
- Design_selected - проверка перехода дальше и выбранного дизайна(так как можно будет посчитать конверсии по дизайнам, для определения какой из дизайнов приносит прибыль)
- Personal_info_submitted - проверка перехода дальше, корректности заполнения персональных данных

! Отмечу, что для кнопки на каждом экране имеет смысл давать разное название, так как при воронке можно отслеживать на каком шаге отвалился пользователь, если вдруг не закончил оформление до конца!

2. Для трекинга в Adjust нужно составить ссылку. При выполнении этого пункта можно посмотреть, как настраивалась ссылка на лекции. В ответе указать окна атрибуции, какие параметры выбрали, куда направить пользователя при отсутствии приложения, объяснить свой выбор. Также вставить получившуюся ссылку (токен ссылки можете выбрать случайный)

Campaign - {"Tinkoff_Junior_Launch"}

Adgroup - {"Design_selection"}

Creative - {"Personal_info_from"}

Install_callback - {"https://www.tinkoff.ru/cards/debit-cards/tinkoff-black/junior/"}

Fallback - {"https://www.tinkoff.ru/apps"}

Deeplink: https://tinkoff_app.com

campaign=Tinkoff_Junior_Launch&adgroup=Design_Selection&creative=Personal_Info_Form&install_callback=https%3A%2F%2Fwww.tinkoff.ru/cards/debit-cards/tinkoff-black/junior/%2Finstall&fallback=https%3A%2F%2Fwww.tinkoff.ru/apps

3. Нам важно не только правильно собирать события, но и качественно их анализировать. Предложите свои метрики, не забудьте, что мы также платим за рекламный трафик, его нужно учесть при анализе.

- CTR для кнопки оформить: количество кликов на кнопку "Оформить" / количество просмотров страницы) * 100
- Конверсия на этапе выбора дизайна: количество пользователей, перешедших на экран выбора дизайна / количество кликов на кнопку "Оформить") * 100
- Конверсия выбранного дизайна: количество выбранного дизайна / количество людей перешедших дальше * 100

- Конверсия на этап заполнения персональных данных: количество пользователей, отправивших форму с персональными данными / количество пользователей, выбравших дизайн) * 100
- Конверсия на этап ввода кода подтверждения: количество пользователей, успешно введших код подтверждения / количество пользователей, отправивших форму с персональными данными) * 100
- Конверсия на успешное прохождение всех этапов: количество людей, что перешли на экран с сообщением об оформленной карте/ количество людей, что перешло на первый экран с оформлением детской карты

Таким образом, мы сможем отслеживать на этапах воронки действия пользователей, клики по кнопкам, конверсии действий, а также выбранные дизайны карт. Можно ещё добавить скролл на первый экран, чтобы оценить, сколько пользователей читает описание карты. Также неплохо будет добавить отслеживание перехода с ресурсов, то есть пришли пользователи по рекламному баннеру в интернете, или с официального сайта, то есть трекать каналы.

4. Некоторые события мы не можем отслеживать в приложении, например, активацию карты, т.к. покупки по карте происходят не в приложении, а “оффлайн”. Но мы хотим и такие события учитывать при анализе, т.е. надо как-то передать событие в систему аналитики. Все данные по картам есть у нас в базе данных (в формате: id заявки, дата заявки, дата одобрения, дата доставки карты представителем, дата первой покупки). Как можно передать такие события в систему аналитики?

Через API запрос, пример запроса :

POST /httpapi

```
{
  "event_type": "Card_Activation",
  "user_id": "user123",
  "time": "2023-01-01T12:00:00",
  "event_properties": {
    "application_id": "app123",
```

```
"approval_date": "2023-01-02T14:30:00",  
"delivery_date": "2023-01-03T10:00:00",  
"first_purchase_date": "2023-01-05T15:45:00"  
}  
}
```

Следовательно, так как мы не можем отслеживать дату активации карты, следует считать как дату активации дату первой покупки `activation_date = first_purchase_date`, а также чтобы считать временные интервалы между получением и активацией будем вычислять разность между датой доставки и датой первой покупки.