

Исследуемая активность и цель

- Промо "Бесплатный пакет акций при первой регистрации на сайте или в приложении"



- Увеличение регистраций

Подготовка к работе

- Распределим каналы на этапы воронки, а также определим способы закупки рекламы.

Используемые каналы

- **Охват**

Контекстная реклама (поиск+баннеры) - CPM
Таргетированная реклама в соцсетях - CPC
Медийная мобильная реклама - CPI

- **Рассмотрение**

Блогеры - Фикс
Посевы в телеграм каналах - Фикс
CRA

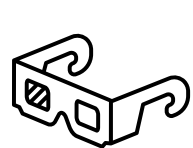
- **Действие**

Медийные баннеры - CPC

.



CJM карта



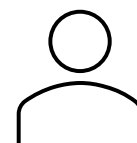
Увидели



Кликнули



Перешли на сайт



Заполнили анкету

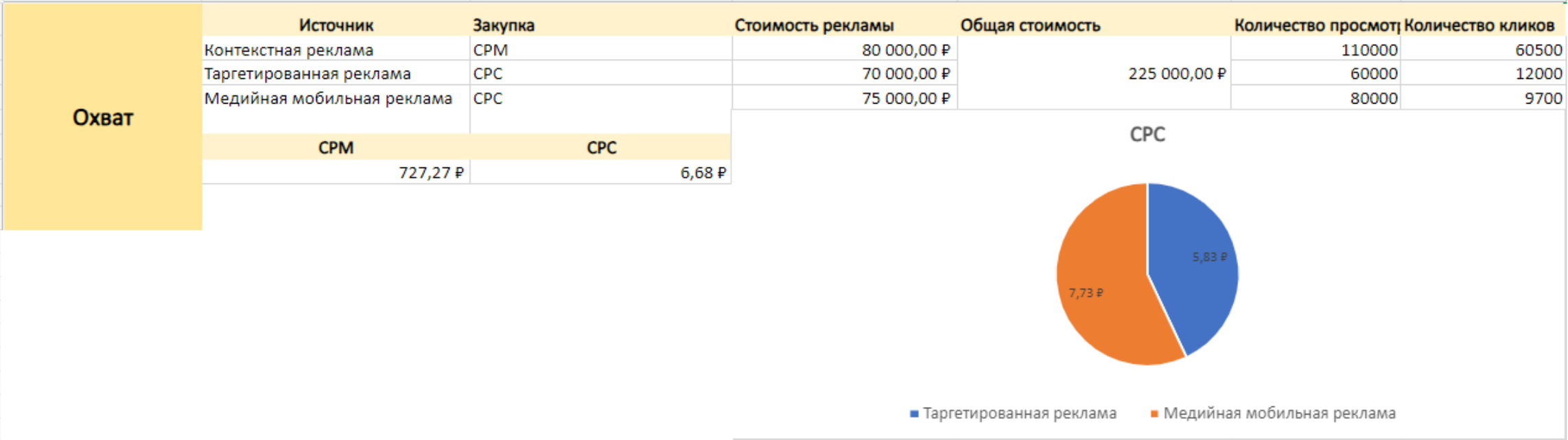


Зарегистрировались

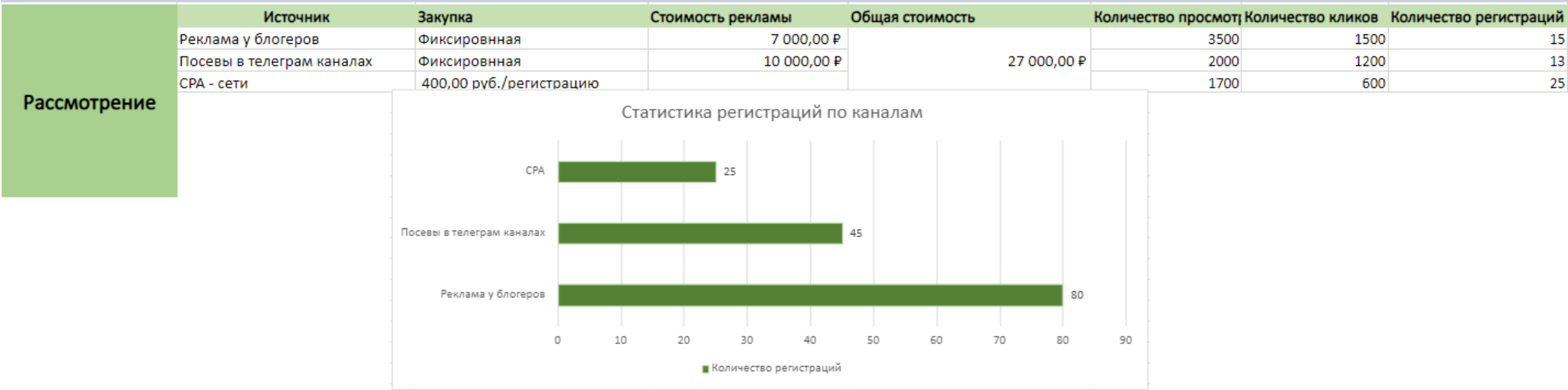


Перешли в
приложение

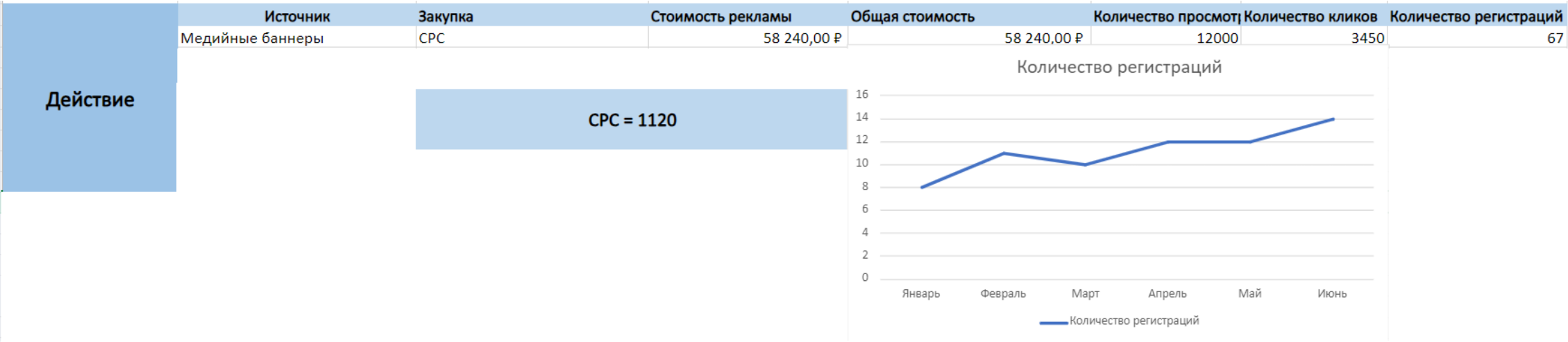
Проанализируем статистику верхнего уровня воронки



Проанализируем статистику среднего уровня воронки



Проанализируем статистику среднего уровня воронки

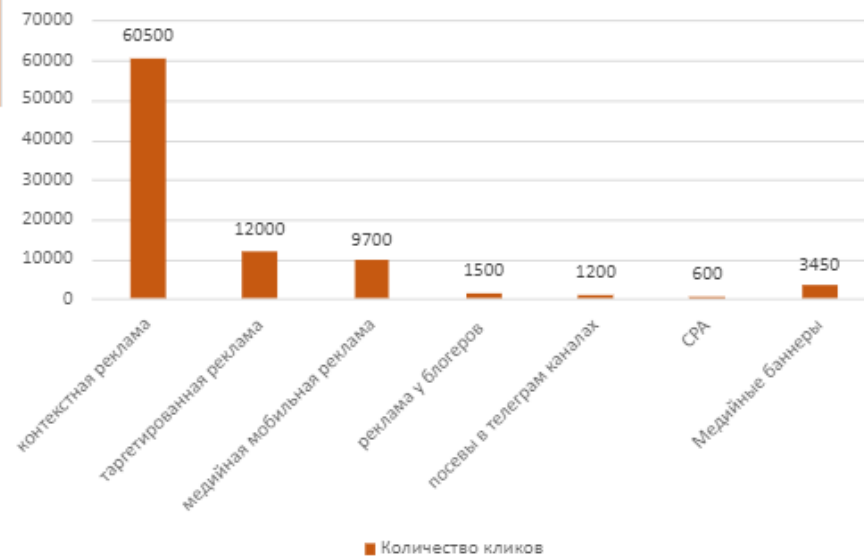


Общая статистика

Общая статистика	Общая стоимость рекламы	Общее количество просмотров	Общее количество кликов	Общее количество регистраций	Цена регистрации
	310 204,00 ₽	267500	63357	364	852,21 ₽

Общая статистика

Статистика по количеству кликов по каналам



Конверсия в регистрацию = 0,14%

Стоимость одной регистрации по каналам



Выводы из анализа отчёта

- В данном отчёте представлено 4 таблицы, три из которых отображают сведения данных по уровням воронки привлечения, а также итоговая, где мы вычисляем количество регистраций и стоимость одной регистрации, так как у нас стояла цель увеличение количества новых пользователей, а также выяснить самый выгодный канал для привлечения новых регистраций.



Дополнительная информация

- Также хочу отметить, что это учебное задание, где итоги рекламной кампании и всю статистику самостоятельно вводил, поэтому если быть внимательным, можно заметить расхождения в сводных таблицах, так как в процессе работы я увидел у себя уж очень сильную разницу в значениях, что к концу работы исправил, дабы значения были более приближены к реальности.