

# Влияние рекламы на активность пользователей

---

Проект N°3

# Вводные данные

## Посещения и регистрации

Мы подключились по API к базе данных по посещениям и регистрациям и выгрузили необходимый нам период с 2023-03 по 2023-08.

## Рекламные кампании

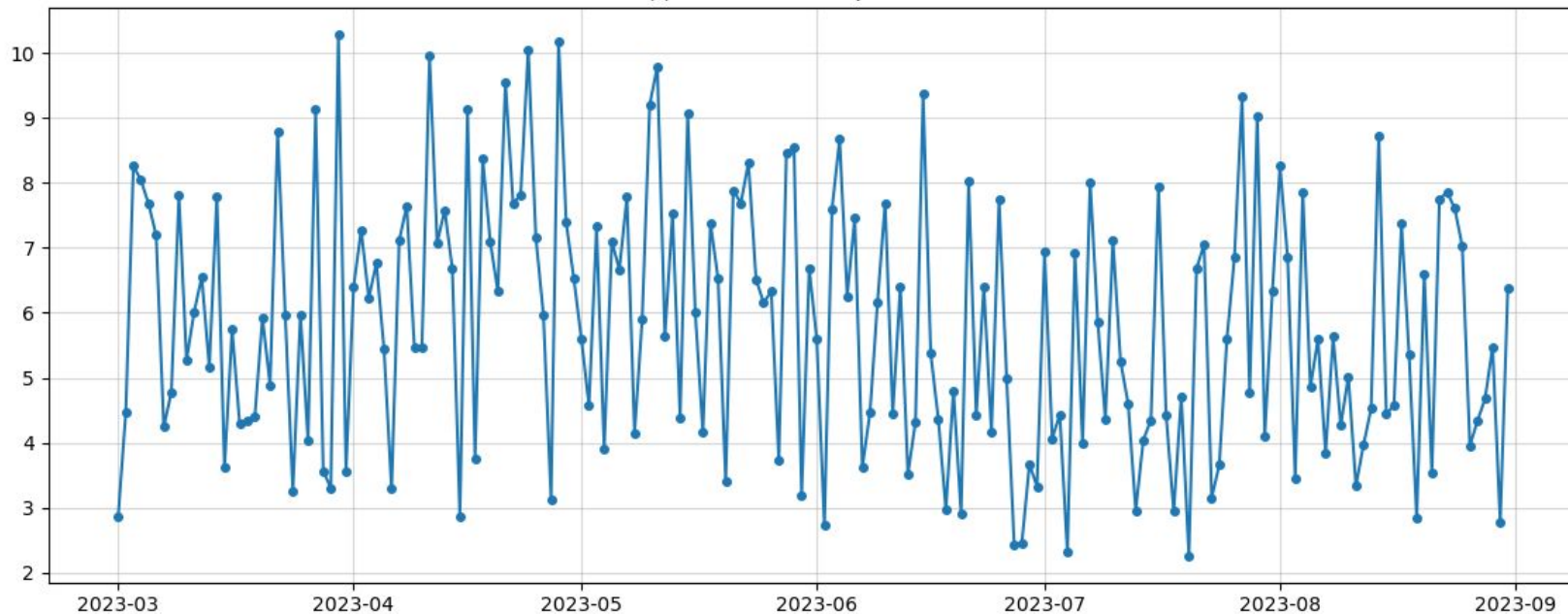
Здесь вводные были в csv файле, который мы просто прочитали и объединили с другими данными.

## Задача

Провести анализ эффективности рекламных кампаний.

Первым делом была сформирована сводная таблица по конверсии посещений в регистрации в разрезе дат и платформ и по ней сформированы следующие графики:

Динамика конверсии: web



Первым делом была сформирована сводная таблица по конверсии посещений в регистрации в разрезе дат и платформ и по ней сформированы следующие графики:

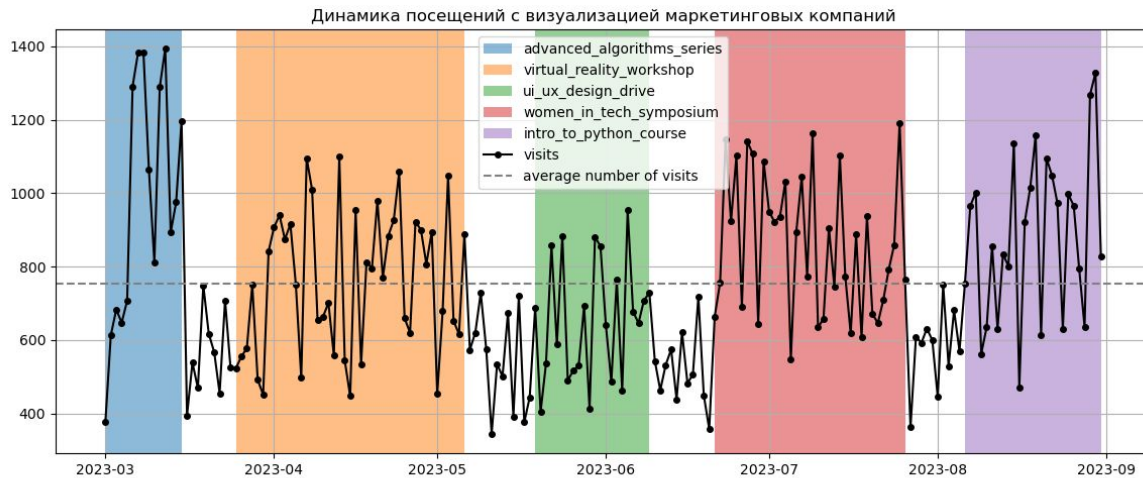


Исходя из этих графиков мы видим, что конверсия на мобильных устройствах многократно выше, чем в web. Это может быть вызвано различными причинами, например, банальной более быстрой и простой регистрацией с мобильных устройств, так и например, невозможностью посмотреть весь контент без регистрации для мобильной версии.

Первым делом была сформирована сводная таблица по конверсии посещений в регистрации в разрезе дат и платформ и по ней сформированы следующие графики:

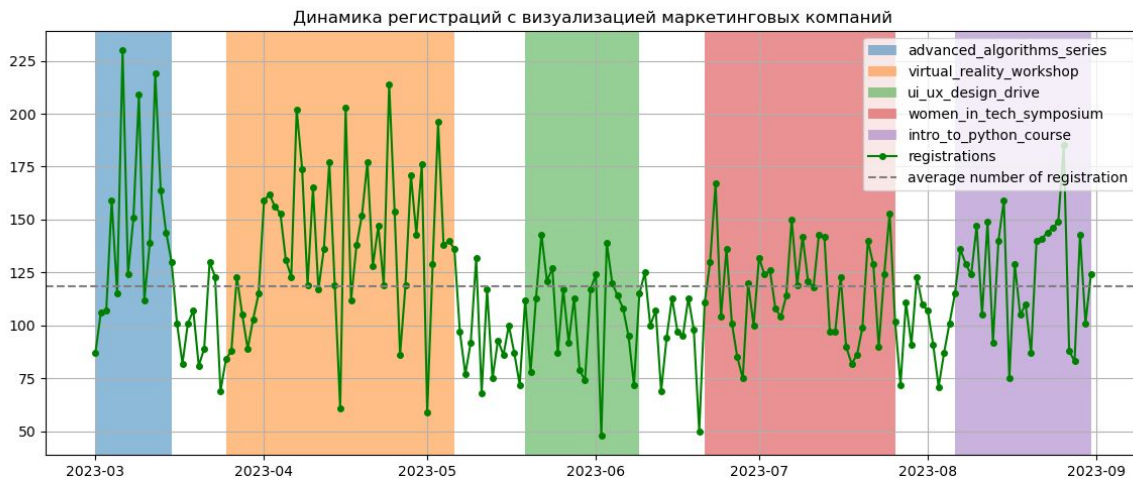


Также заметна просадка по мобильным устройствам с конца июня до конца июля. Чтобы выяснить причину выведем график совместно с рекламными кампаниями.



В это период проходила маркетинговая кампания “Женщины в технологиях”.

Что привлекло повышенное внимание женщин, а так как большинство их преимущественно пользуются мобильными устройствами, именно на них пришлось увеличение трафика. Но видимо поучаствовать в этом и зарегистрироваться они не сильно захотели.

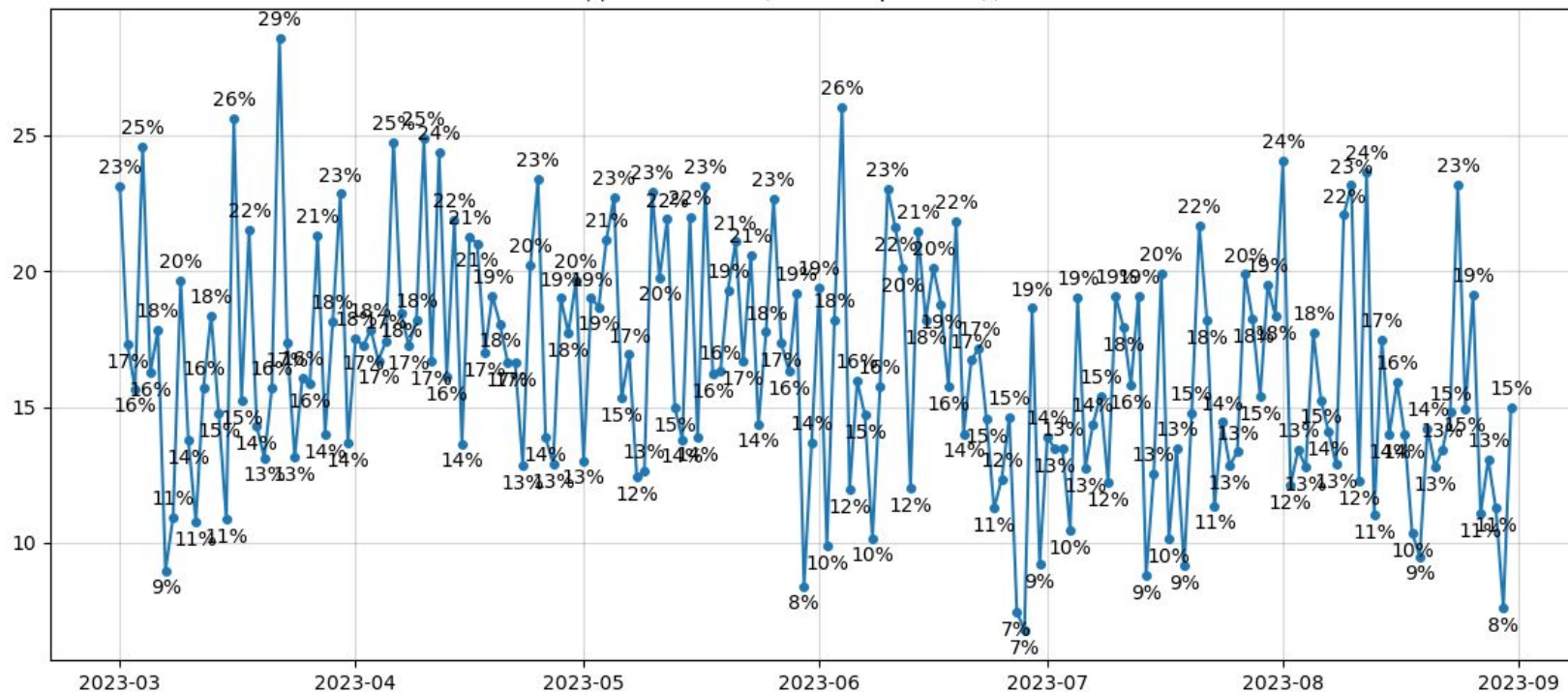






Учитывая большое преимущество посещений с web, общая конверсия получилась не очень высокой. Тем не менее в среднем она составляет 17%.

Динамика общей конверсии по дням





Эти и другие графики, а также расчёты можно  
изучить по [ссылке](#).

---

Спасибо за внимание