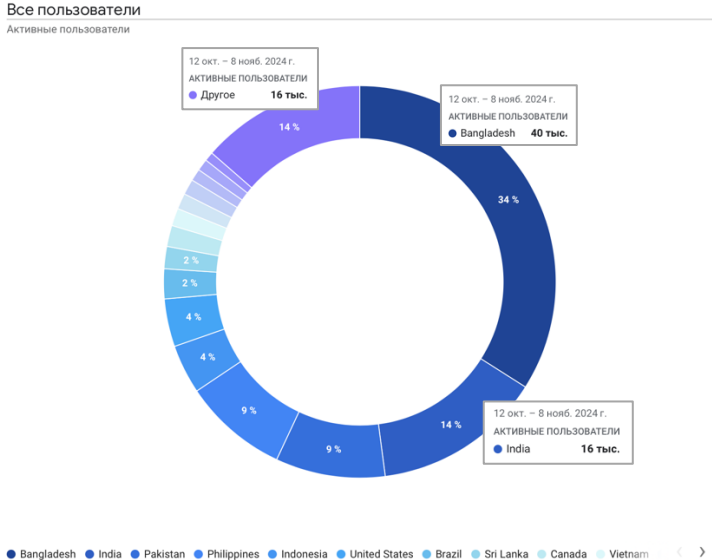


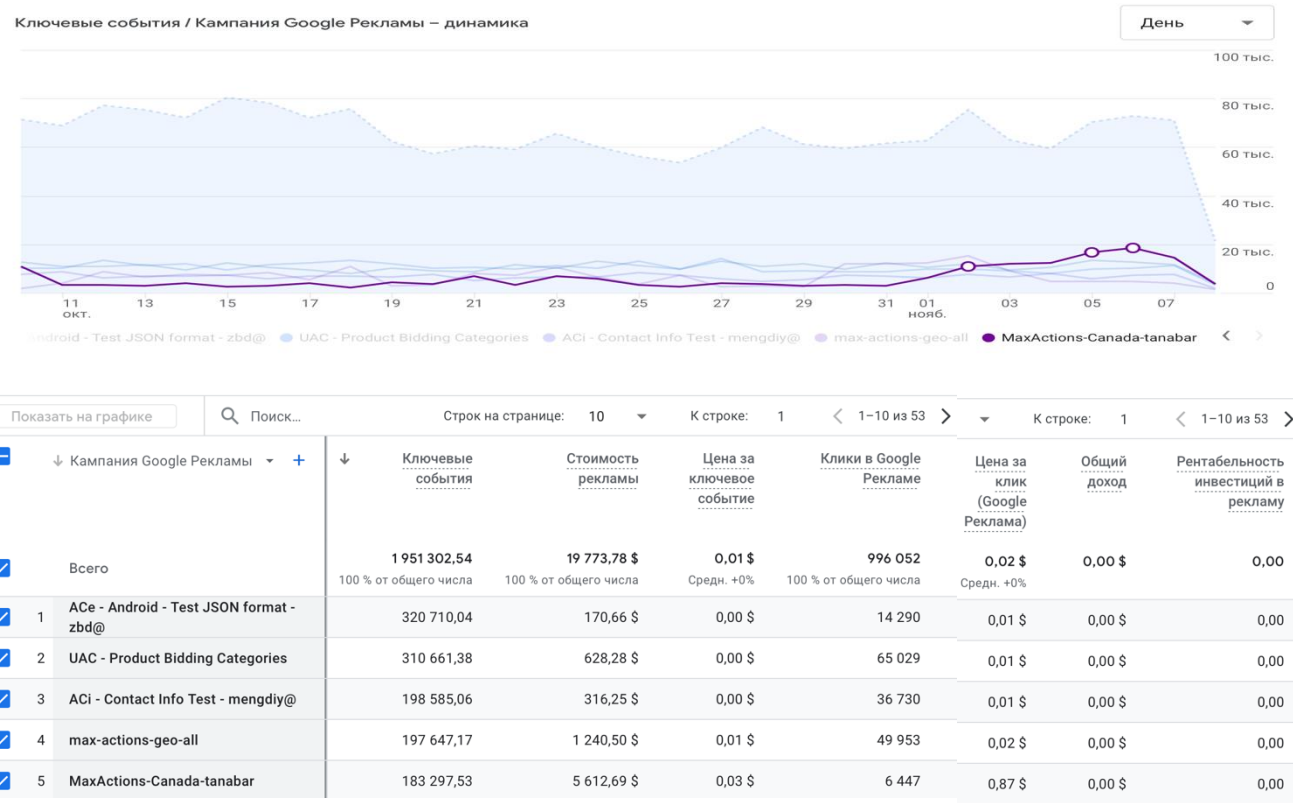
Основы работы с Google Analytics  
(используя демо-аккаунт Google Analytics)

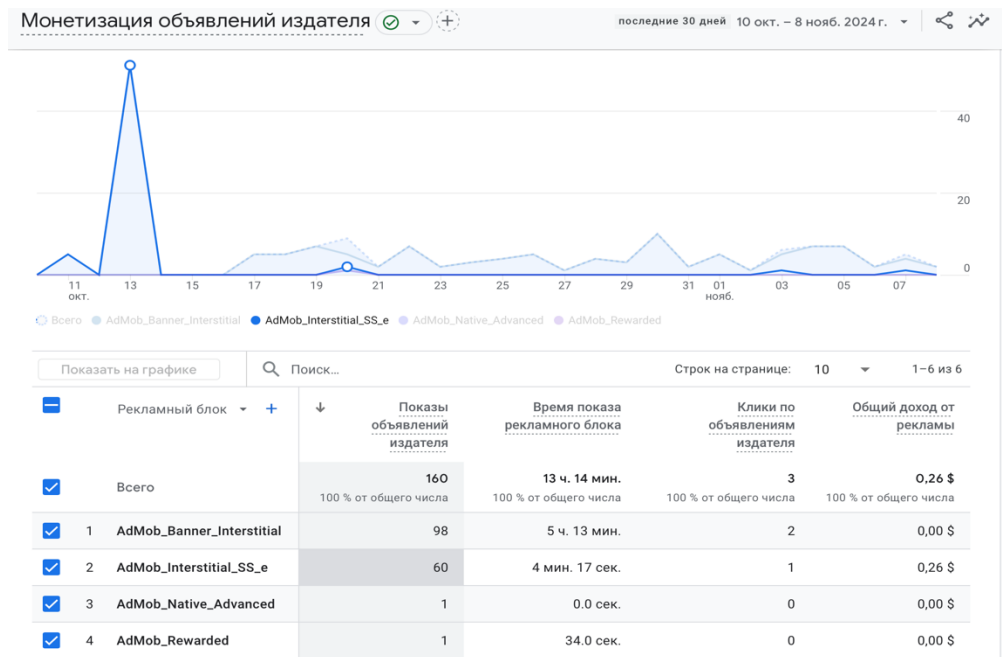
1: **Создание исследования:** Задача: Создать исследование распределения активных пользователей по странам. Сделать скриншот кольцевой диаграммы и напишите короткий отчет (1-2 предложения) с выводами.



**Вывод:** За неделю 34% активных пользователей приложений «Flood-it» в Бангладеш (40 тыс.), а Индия заняла второе место с долями 14% (16 тыс.)

2: **Анализ рекламной кампании:** Задача: Выбрать рекламную кампанию в разделе "Получение трафика". Сделайте скриншот ключевых показателей (CTR, конверсии) и дать рекомендации по оптимизации.





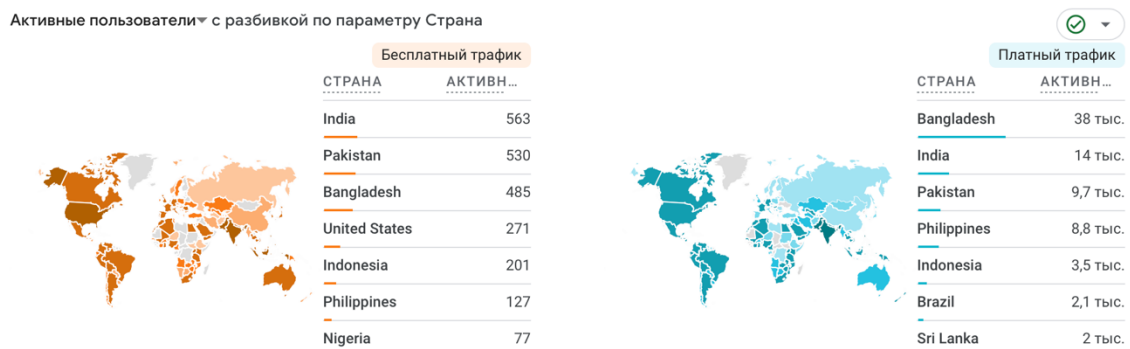
#### Общие выводы:

- Всего за 30 дней было потрачено на рекламу в Кампании Google Рекламы - **\$19 773,78**, в результате чего было получено **1 951 302,54** ключевых события с ценой за событие **\$0,01**.
- Общий доход и рентабельность инвестиций (ROI) по всем рекламным кампаниям составляют **\$0**, что указывает на отсутствие прямого дохода от текущих рекламных тенденций.
- CTR по кампаниям** меняется, но средняя цена за клик (CPC) составляет **\$0,01**, что является очень низким показателем.
- Рекламный блок «AdMob\_Interstitial\_SS\_e»** из раздела «Объявления издателя» малоценна для анализа рекламных кампаний и оценки их эффективности, поскольку всего 3 клика и доход \$0,26 — это слишком низкий объем для статистического анализа и **не влияет на основные метрики**: общий доход и рентабельность от рекламной Кампании Google - были нулевыми

#### Рекомендации по оптимизации:

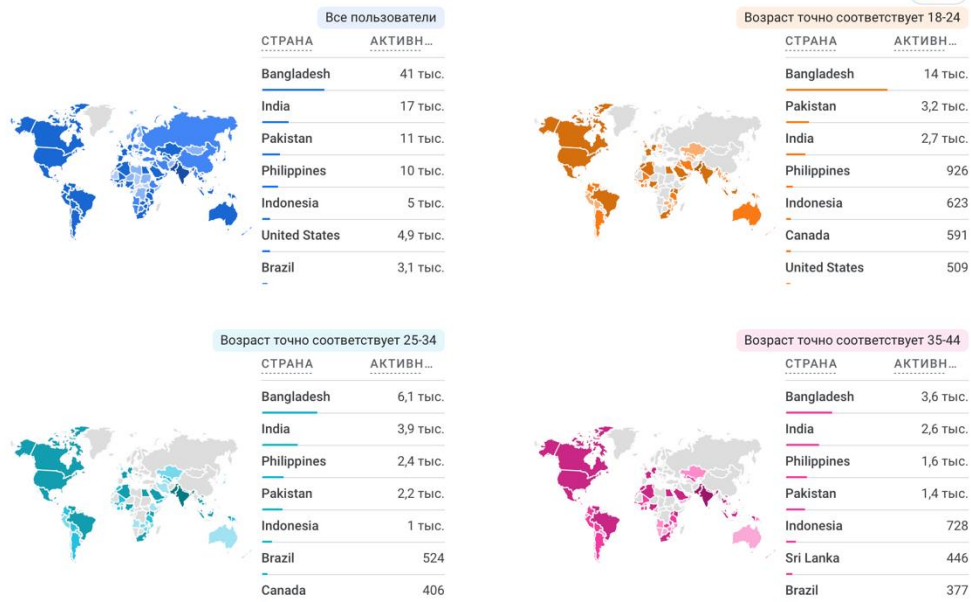
- Пересмотреть скорость монетизации**, так как отсутствует доход от ключевых событий. Возможно, стоит изменить таргетинг или провести A/B-тестирование креативов для повышения конверсии и дохода.
- Оптимизировать кампании с низкой эффективностью**, такие как «MaxActions-Canada-tanabar», где стоимость рекламы (5612,69 долларов США) и цена за клик (0,87 долларов США) значительно превышают средние значения, а доход отсутствует. Рассмотрите изменения таких стратегий или их перенастройку.

**3: Сегментация пользователей:** Задача: Создать сегмент пользователей по возрасту или источнику трафика. Сделать скриншот анализа и введите 1-2 предложения о различиях в поведении сегмента.



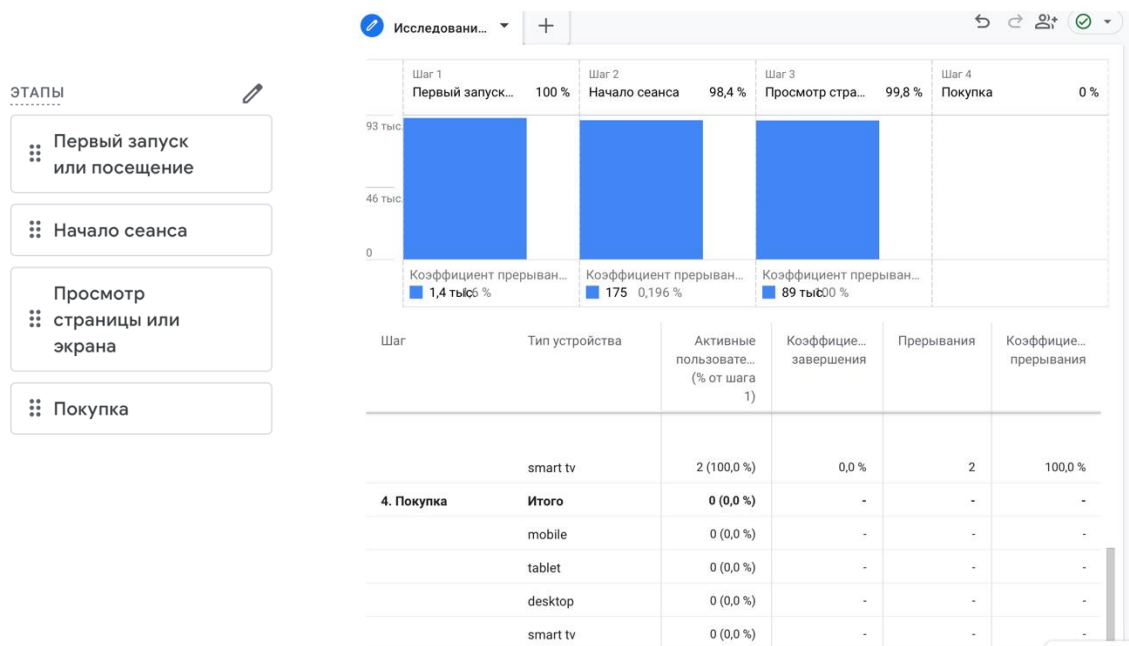
**Вывод виду трафика использования:** Платный трафик показывает наибольшую активность в Бангладеш и Платформе Индии, в то время как Бесплатный трафик более широко распределяется между Индией, Пакистаном и Бангладеш.

Активные пользователи с разбивкой по параметру Страна



**Вывод по возрастной категории:** Пользователи в возрасте 18-24 лет составляют основную аудиторию в Бангладеш.

**4: Анализ воронки конверсий:** Задача: В разделе "Конверсии" создать воронку для целевого действия (например, покупка). Сделать скриншот и напишите 1-2 предложения о стратегии улучшения конверсии на проблемных этапах.



### Анализ воронки конверсий:

Основное падение конверсии происходит на последнем этапе — от просмотра страницы до покупки (0%). Это указывает на проблему с завершением покупки: пользователи либо требуют интереса, либо сталкиваются с трудностями при оформлении заказа.

### Стратегия улучшения конверсии:

- Оптимизируйте продукт страницы** — добавьте больше информации, высокие изображения и отзывы клиентов, чтобы повысить уровень безопасности и мотивировать пользователей к покупке.
- Уменьшите встречные факторы** — проведите анализ, чтобы выявить потенциальные элементы страниц (например, сопротивление окон или ссылок), которые могут оттолкнуть пользователей при совершении покупок, и минимизируйте их.