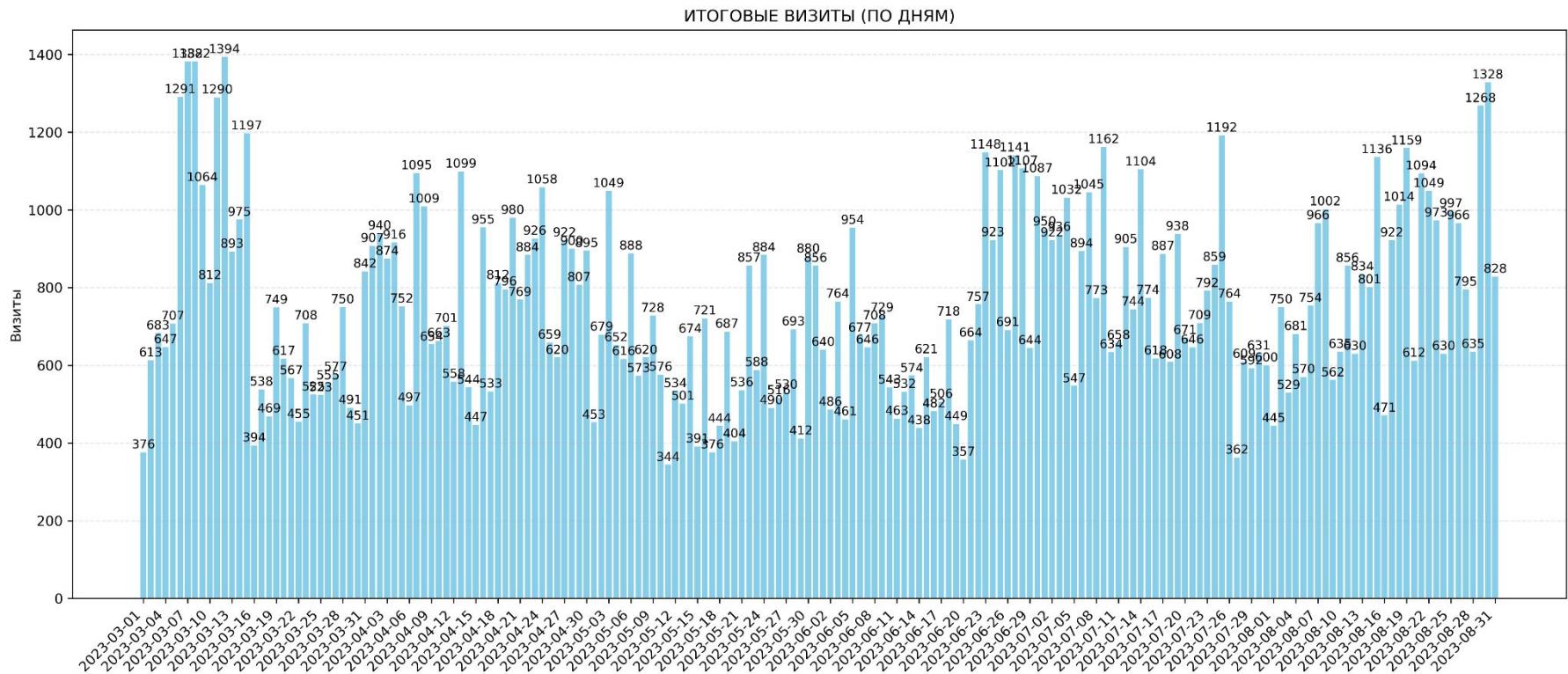


---

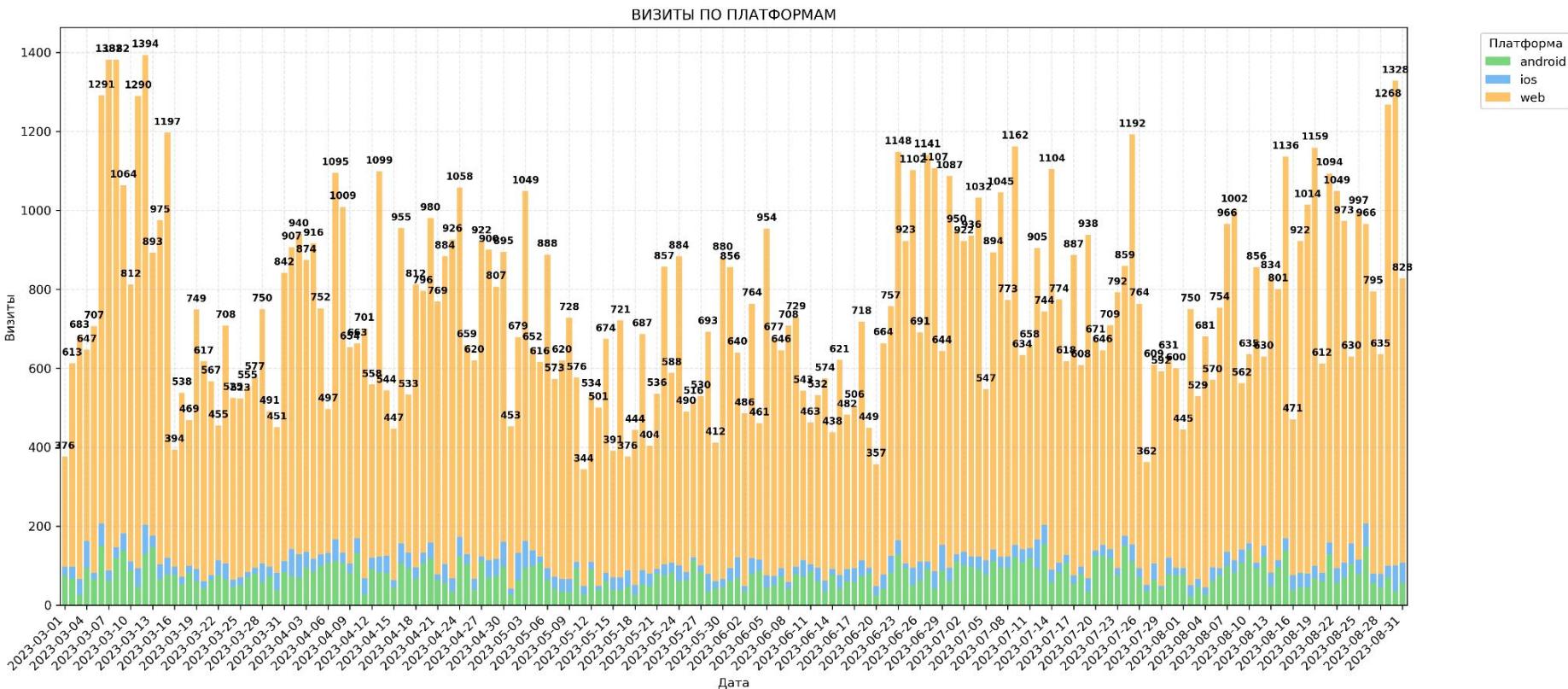
# Дашборд конверсий

Анализ образовательной платформы

Всего визитов за период 2023-03-01 – 2023-09-01: 263 459. Визиты людей (без ботов): 256 077 (97.2%) Визиты ботов: 7 382 (2.8%).

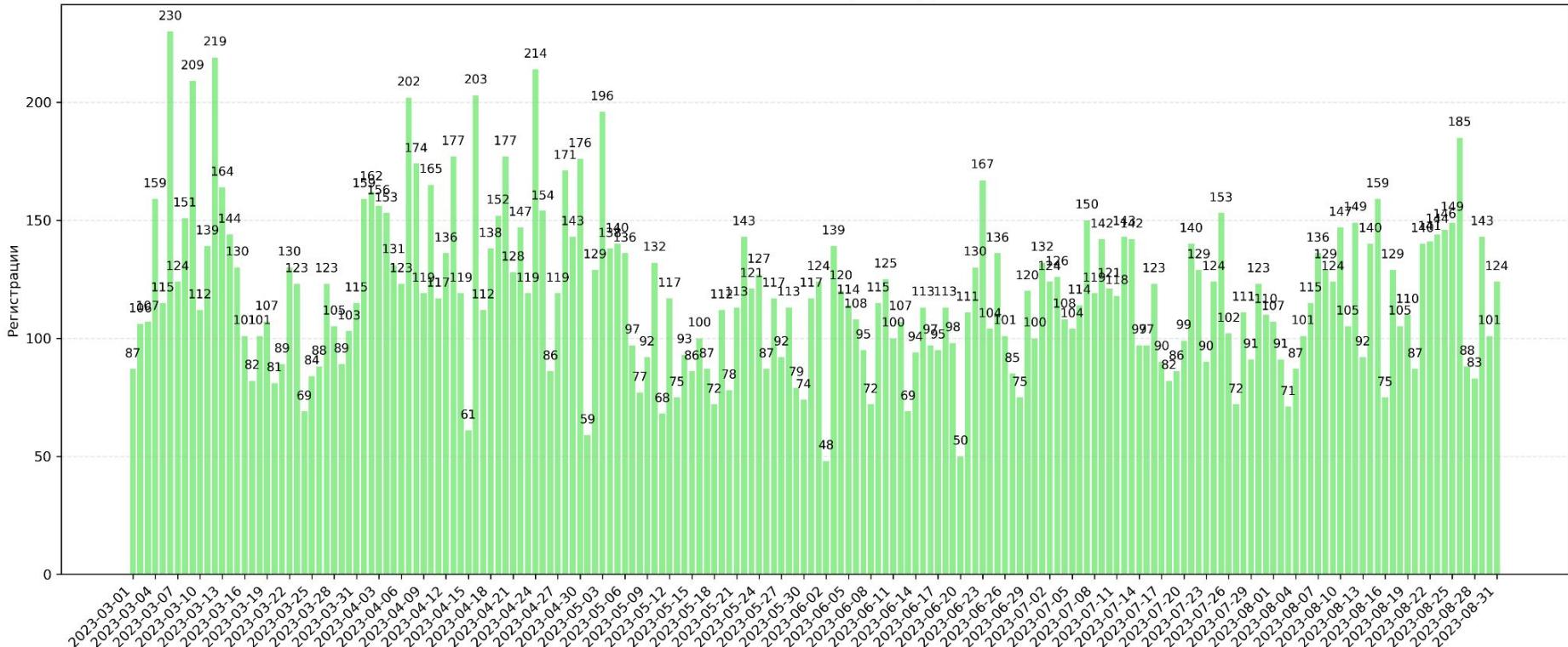


Данные показывают, что визиты значительно преобладают на веб-платформе (236,301 визит против 13,972 на Android и 5,804 на iOS).

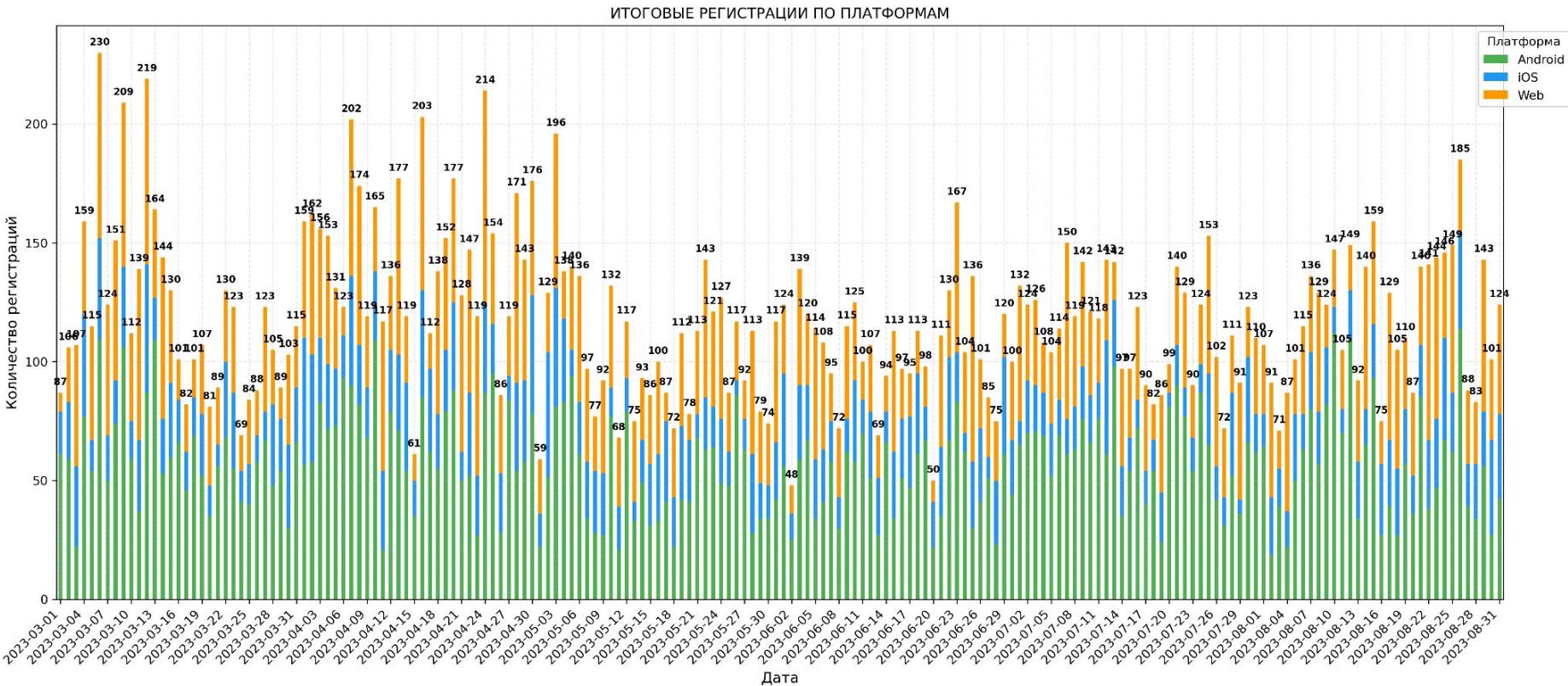


Всего регистраций за период 2023-03-01 – 2023-09-01: 21 836. При этом среднее количество регистраций в день – 119.

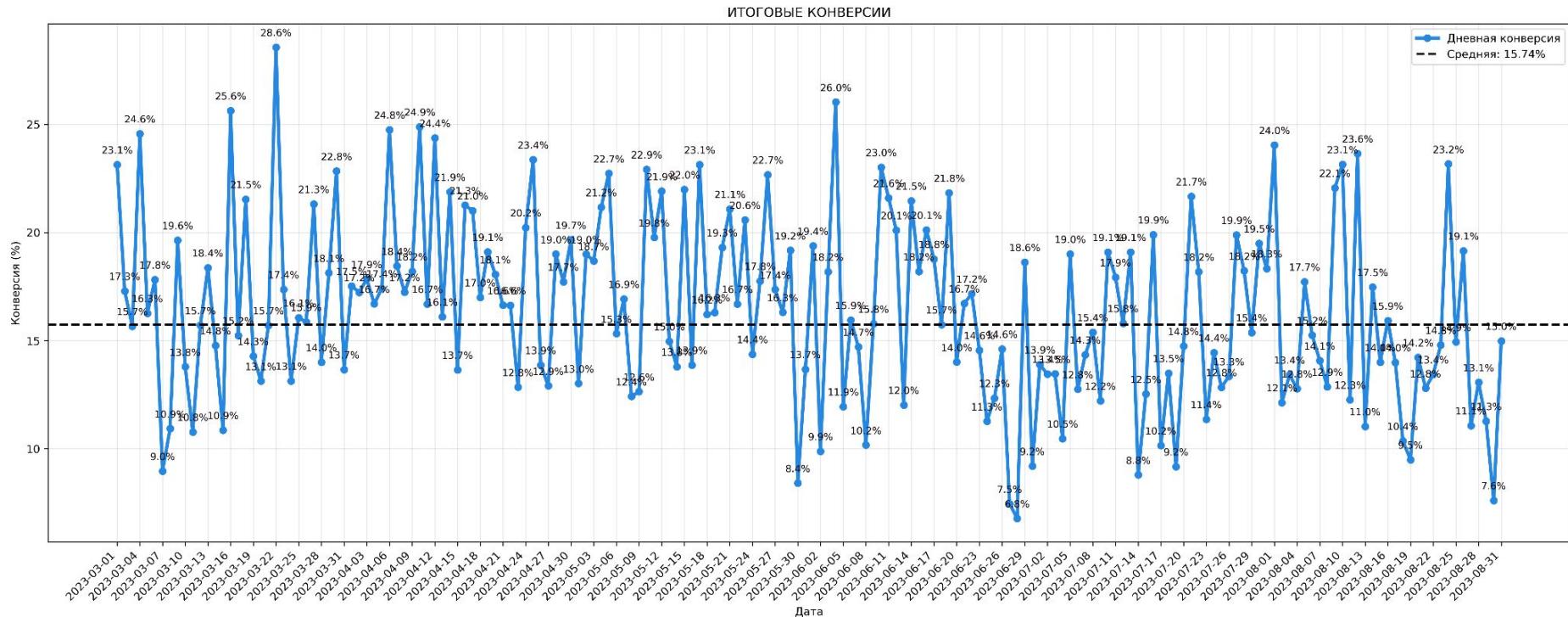
ИТОГОВЫЕ РЕГИСТРАЦИИ (ПО ДНЯМ)



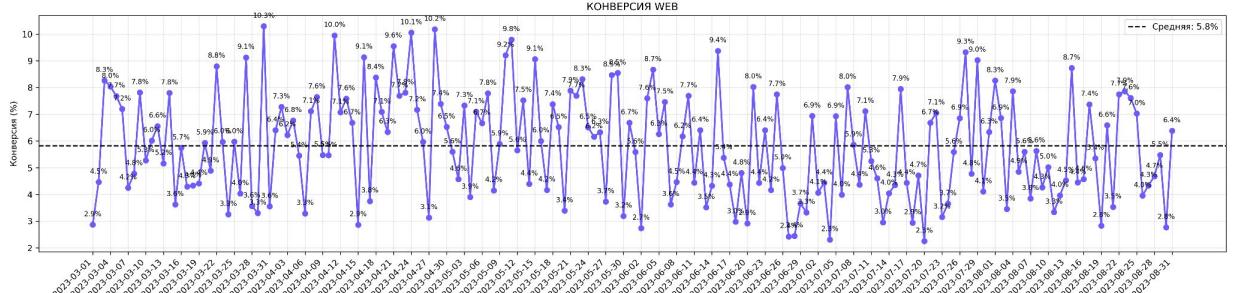
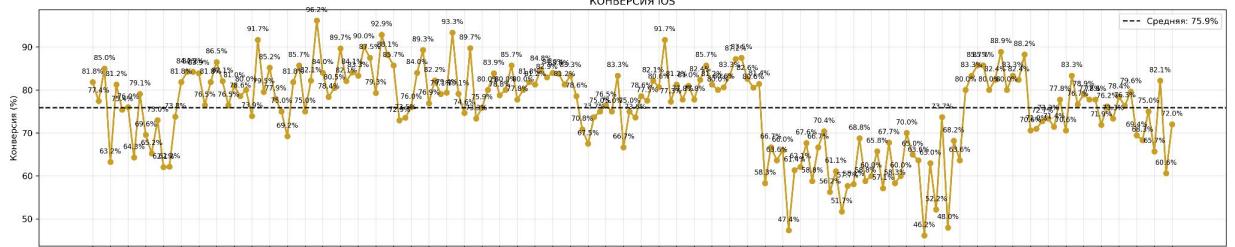
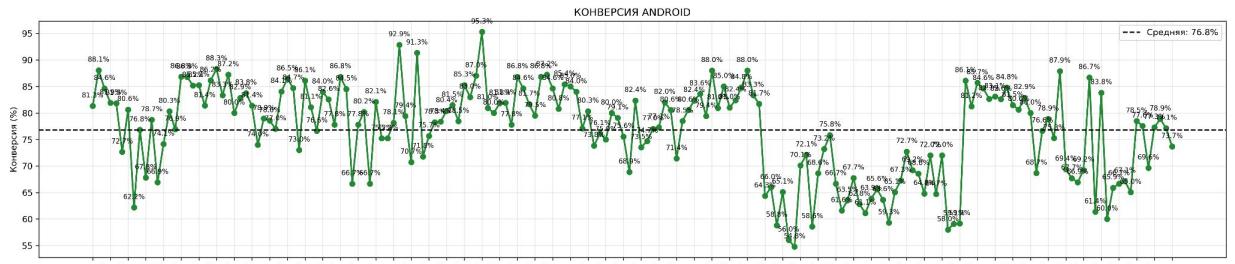
На этом графике мы видим, что по количеству регистраций лидирует Android: **10,582** или **48.5%** от общих. **6,877** или **31.5%** регистраций приходится на Web. Регистрации iOS составляют всего **20%** или **4,377**.



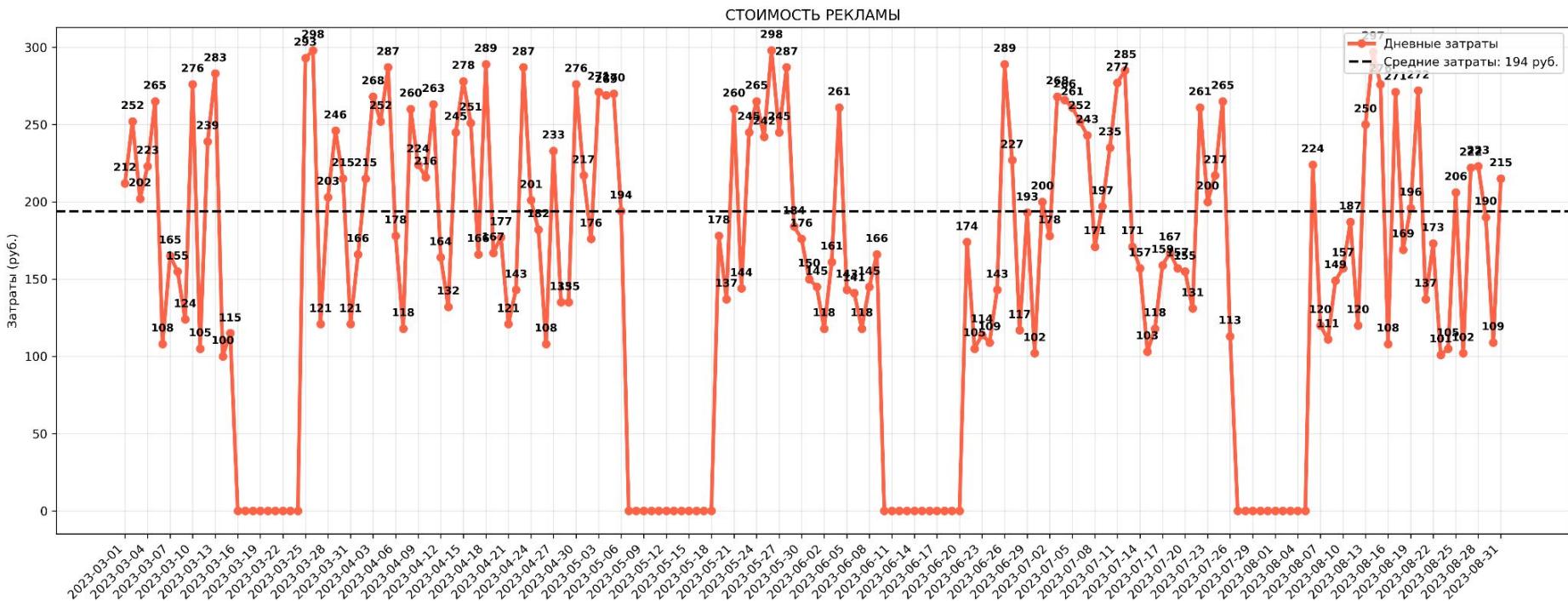
Средняя конверсия визитов в регистрации составляет **15.74%**.



**Средняя конверсия на Android: 76.8%, iOS: 75.9%, Web: 5.8%.**  
**Таким образом, на Android и iOS конверсия выше в 13 раз. Также мы видим просадку конверсии для Android и iOS в летний период (конец Июня/начало Августа), что скорее всего связано с периодом отпусков.**



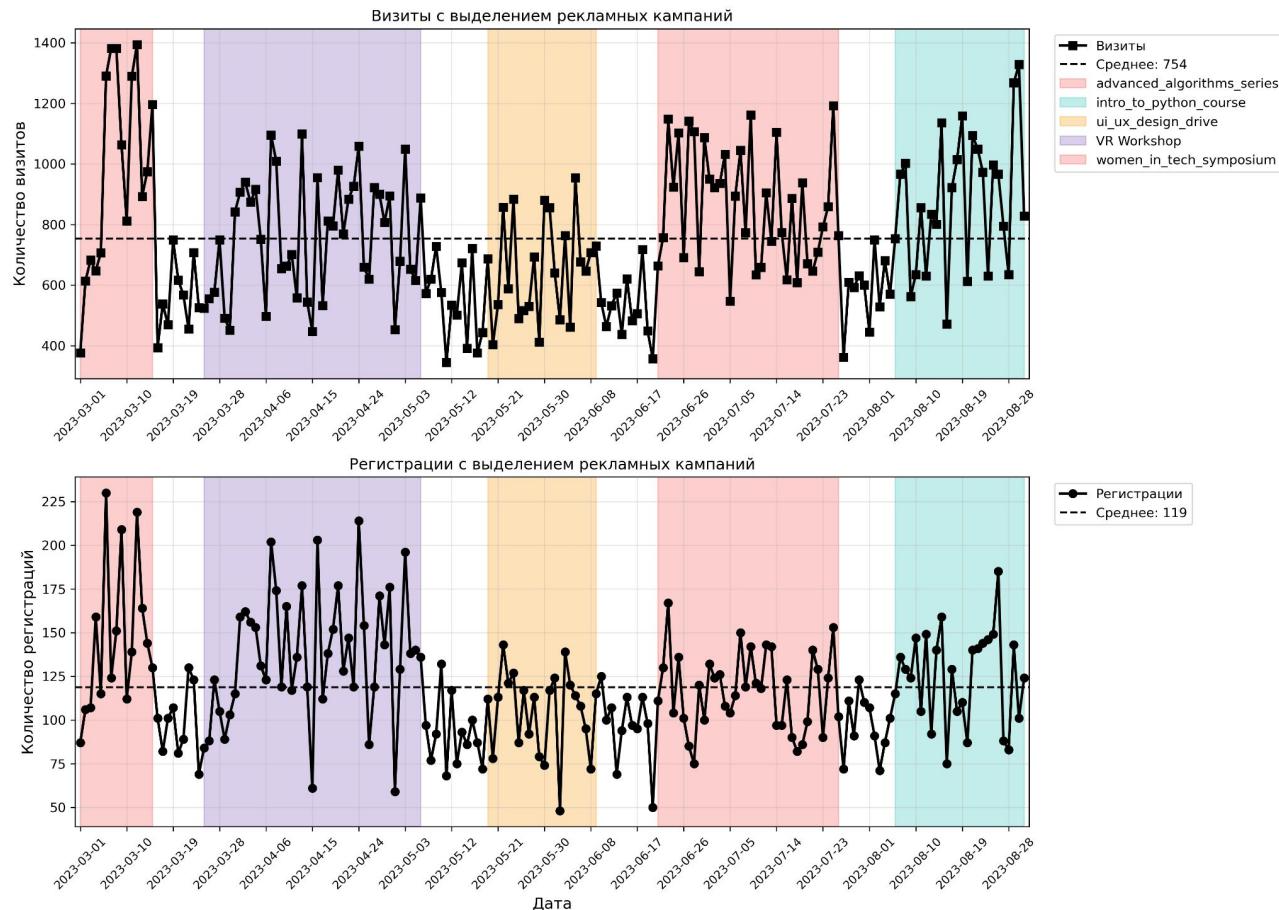
Средние затраты в дни с активной рекламой составляют 194 руб./день. Если сравнить с графиками визитов и регистраций, то в дни с активной рекламой наблюдается прирост визитов, однако это не всегда приводит к росту регистраций.



Здесь мы видим рекламную компанию, которая привлекла больше всего визитов и регистраций: `advanced_algorithms_series`.

`intro_to_python_course`, `VR Workshop` и `women_in_tech_symposium` – умеренный прирост.

`ui_ux_design_drive` – самая неэффективная рекламная компания.





## Выводы:

Рекламные кампании увеличивают визиты, но не всегда приводят к росту регистраций.

Наиболее эффективны мобильные платформы (Android, iOS).

Конверсия на веб-платформе постоянно низкая (5.78%), что может указывать на системную проблему.

Следующие шаги:

1. Углубить анализ по дням и часам.
2. Проверить техническую исправность форм регистрации на сайте, чтобы улучшить конверсию.
3. Оптимизировать рекламные кампании под наиболее эффективные платформы Android и iOS.