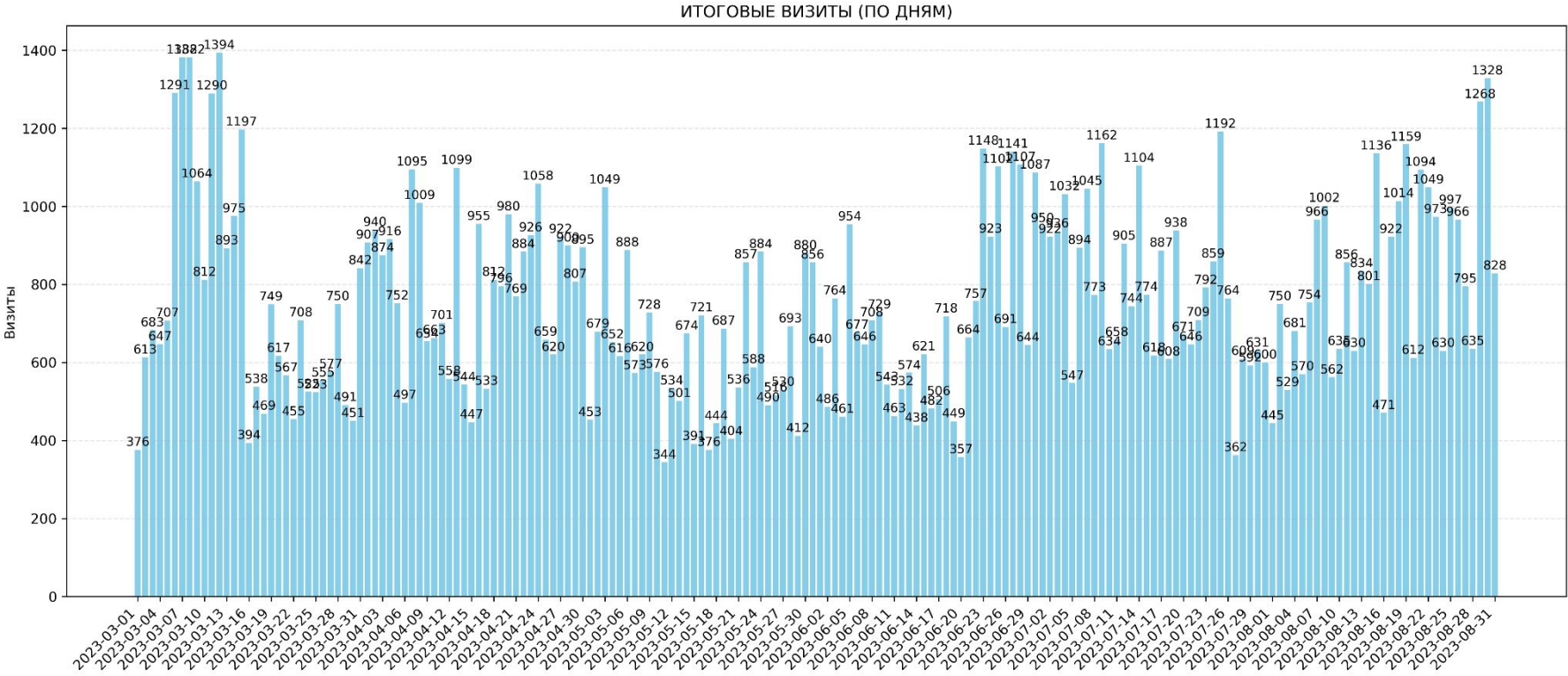




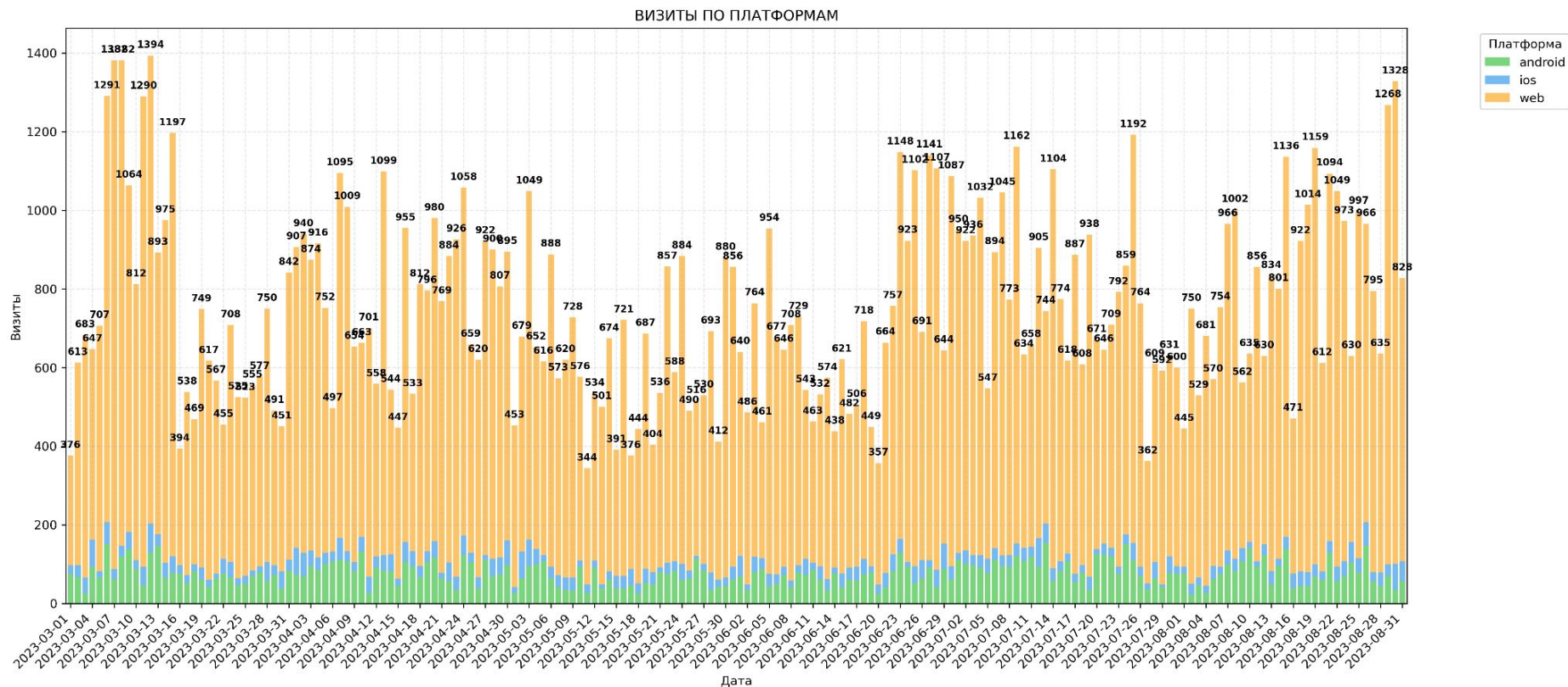
Дашборд конверсий

Анализ образовательной платформы

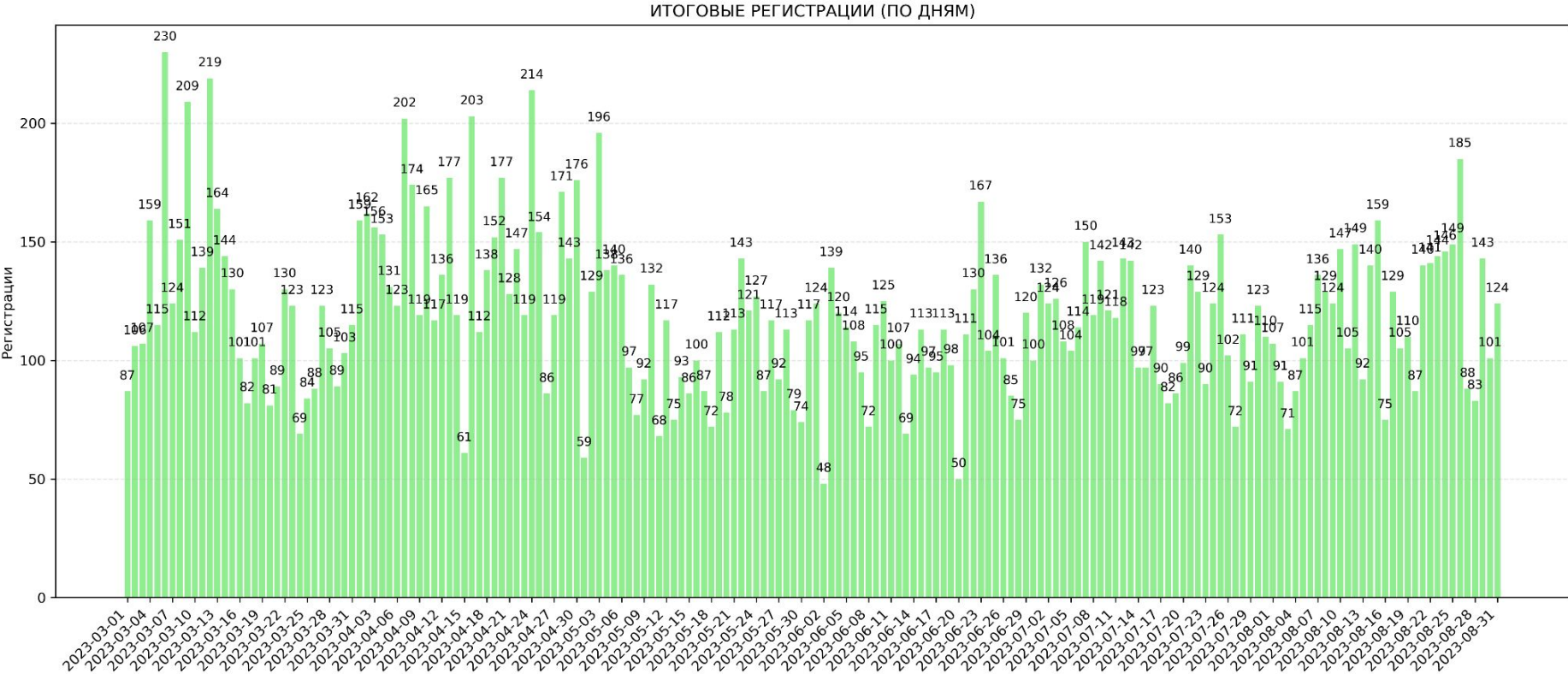
Всего визитов за период 2023-03-01 – 2023-09-01: **263 459**. Визиты людей (без ботов): **256 077 (97.2%)** Визиты ботов: **7 382 (2.8%)**. Уникальных пользователей: **146085**



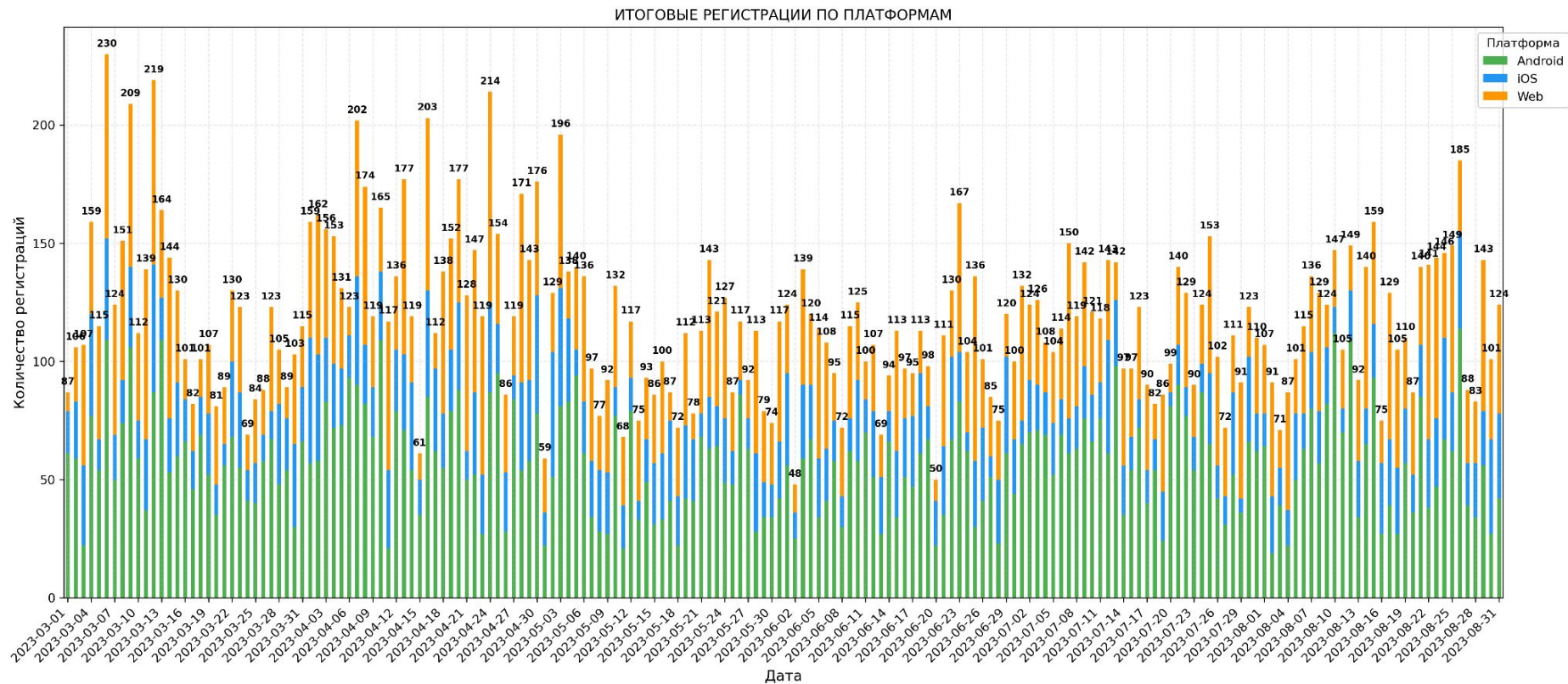
Данные показывают, что визиты значительно преобладают на веб-платформе (236,301 визит против 13,972 на Android и 5,804 на iOS).



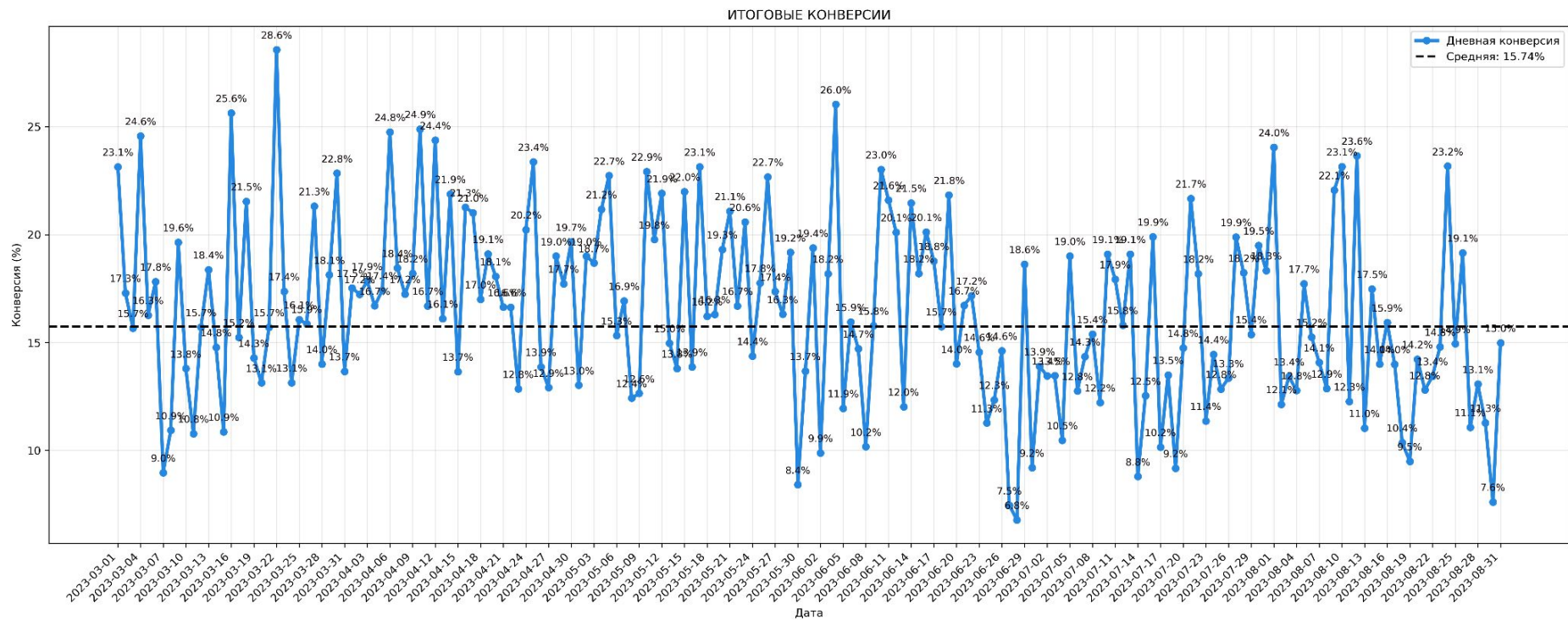
Всего регистраций за период 2023-03-01 – 2023-09-01: **21 836**. При этом среднее количество регистраций в день – **119**.

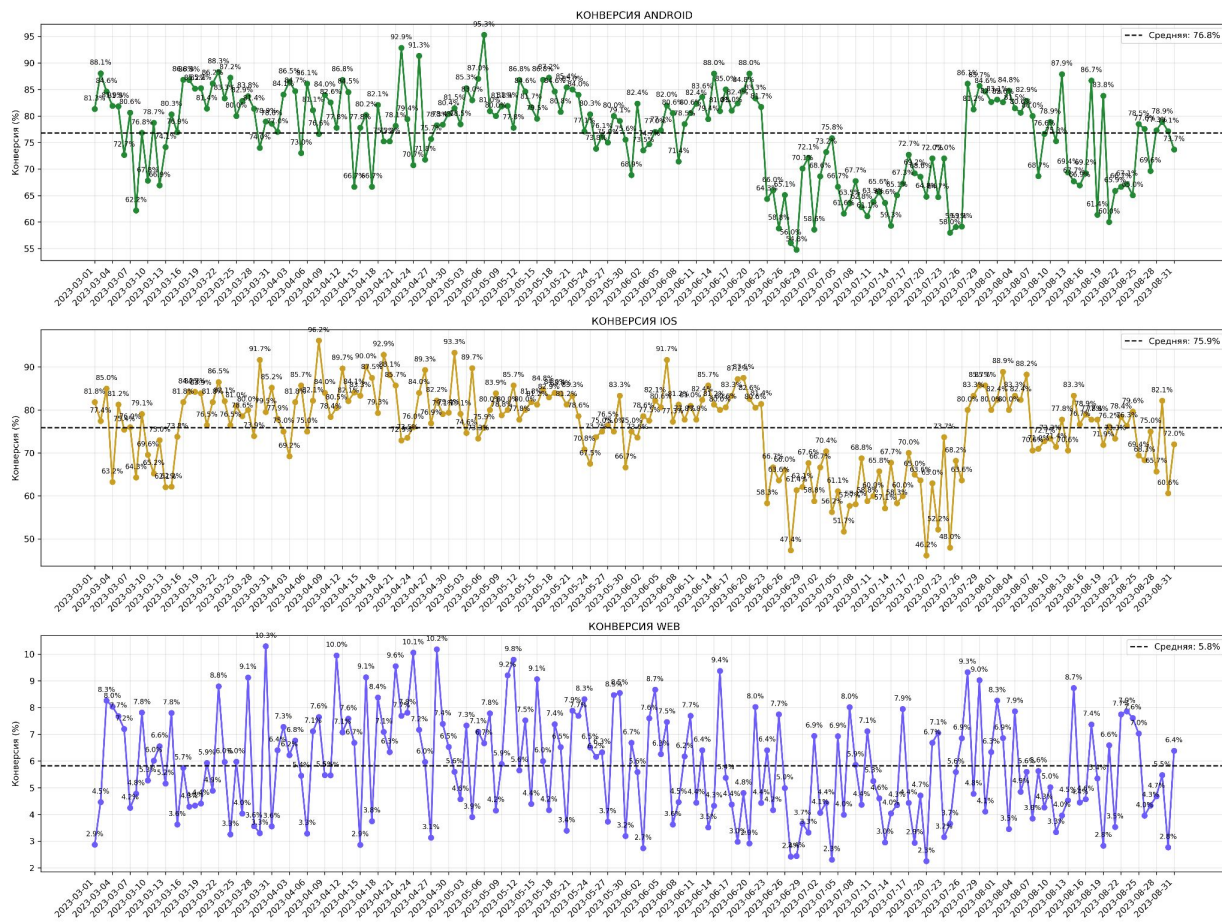


На этом графике мы видим, что по количеству регистраций лидирует Android: **10,582** или **48.5%** от общих. **6,877** или **31.5%** регистраций приходится на Web. Регистрации iOS составляют всего **20%** или **4,377**.



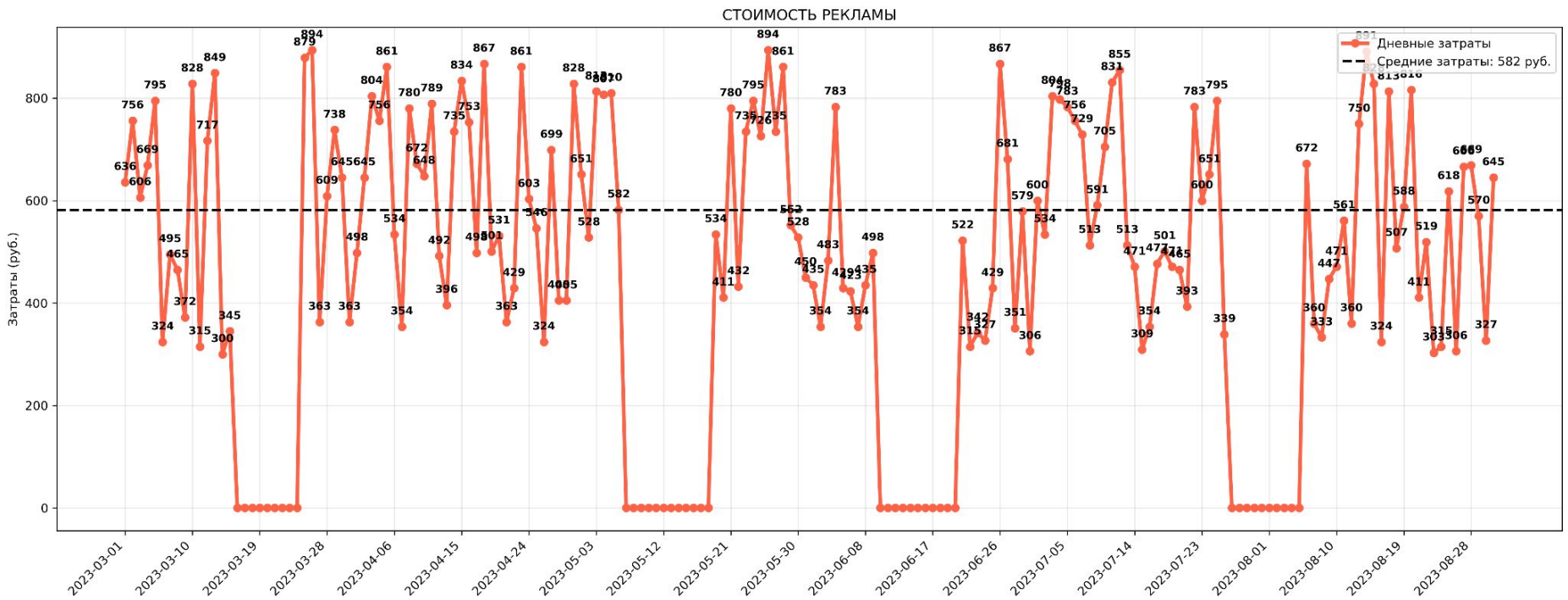
Средняя конверсия визитов в регистрации составляет 15.74%.





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.

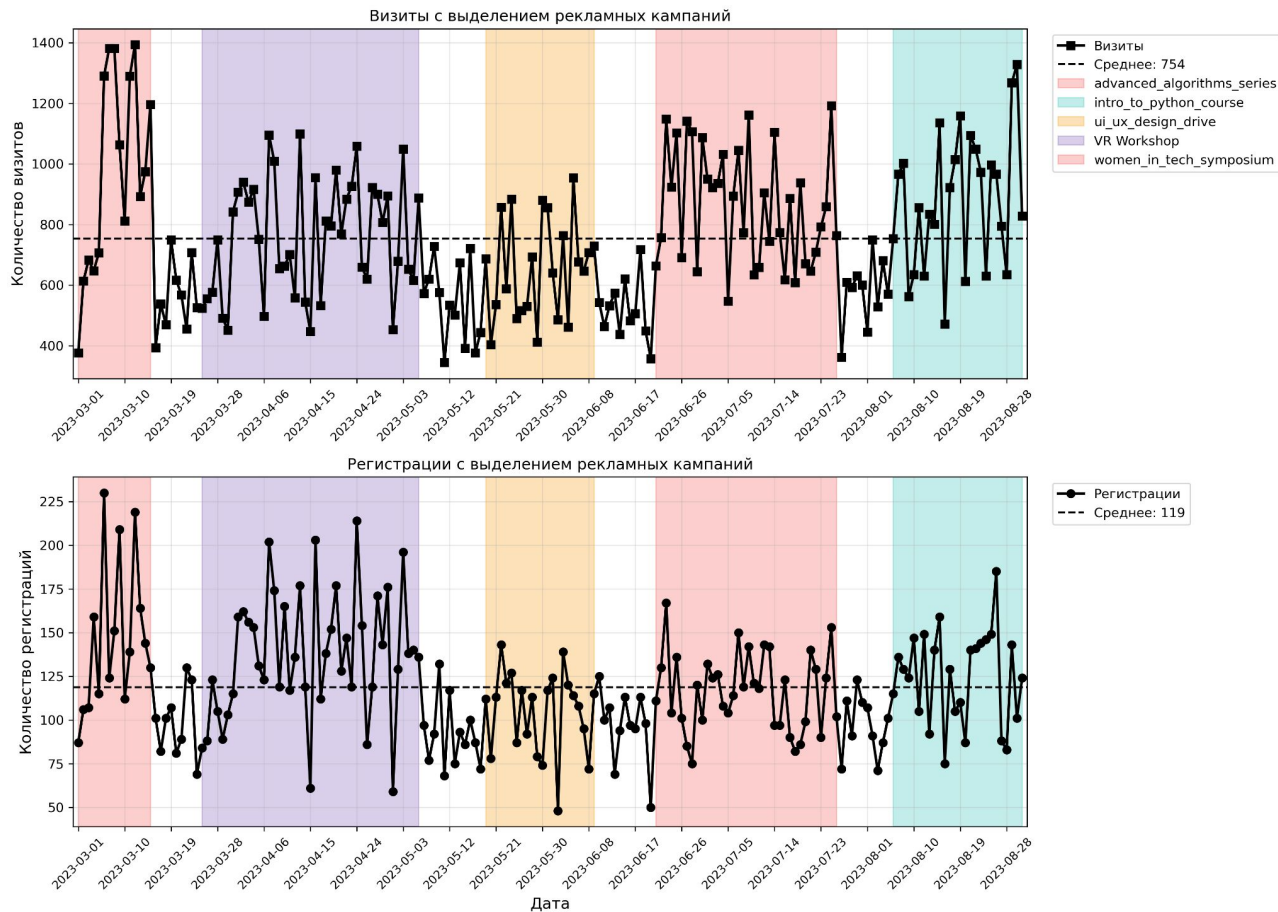
Средние затраты в дни с активной рекламой составляют **582 руб./день**. Если сравнить с графиками визитов и регистраций, то в дни с активной рекламой наблюдается прирост визитов, однако это не всегда приводит к росту регистраций.



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.

uj 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.