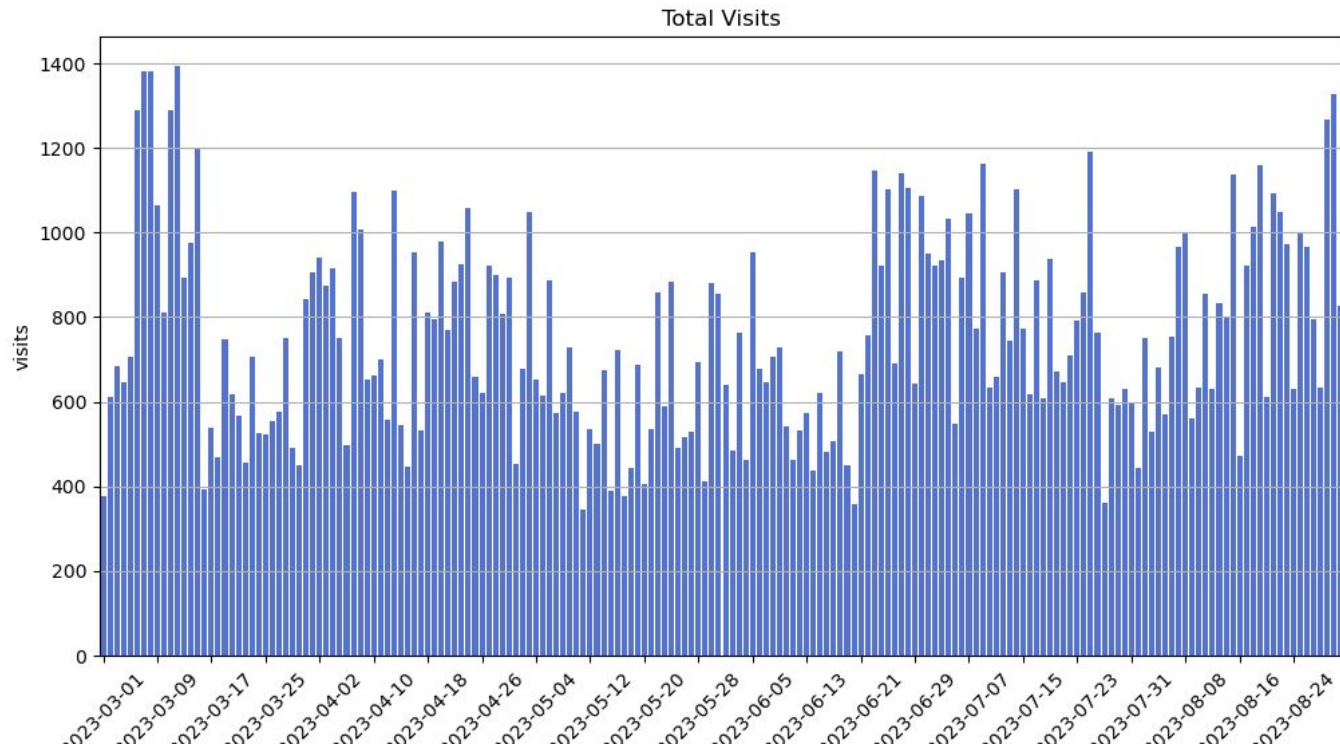
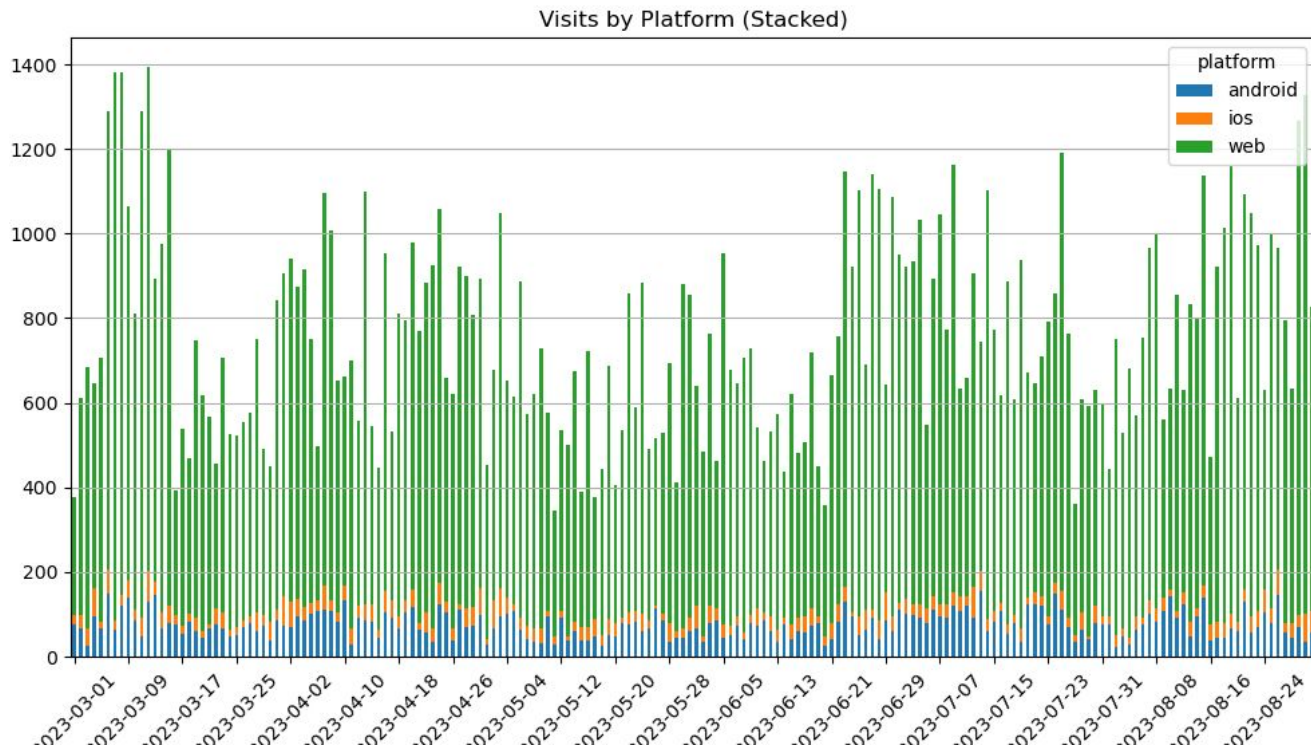


# Проект Conversion Dashboard

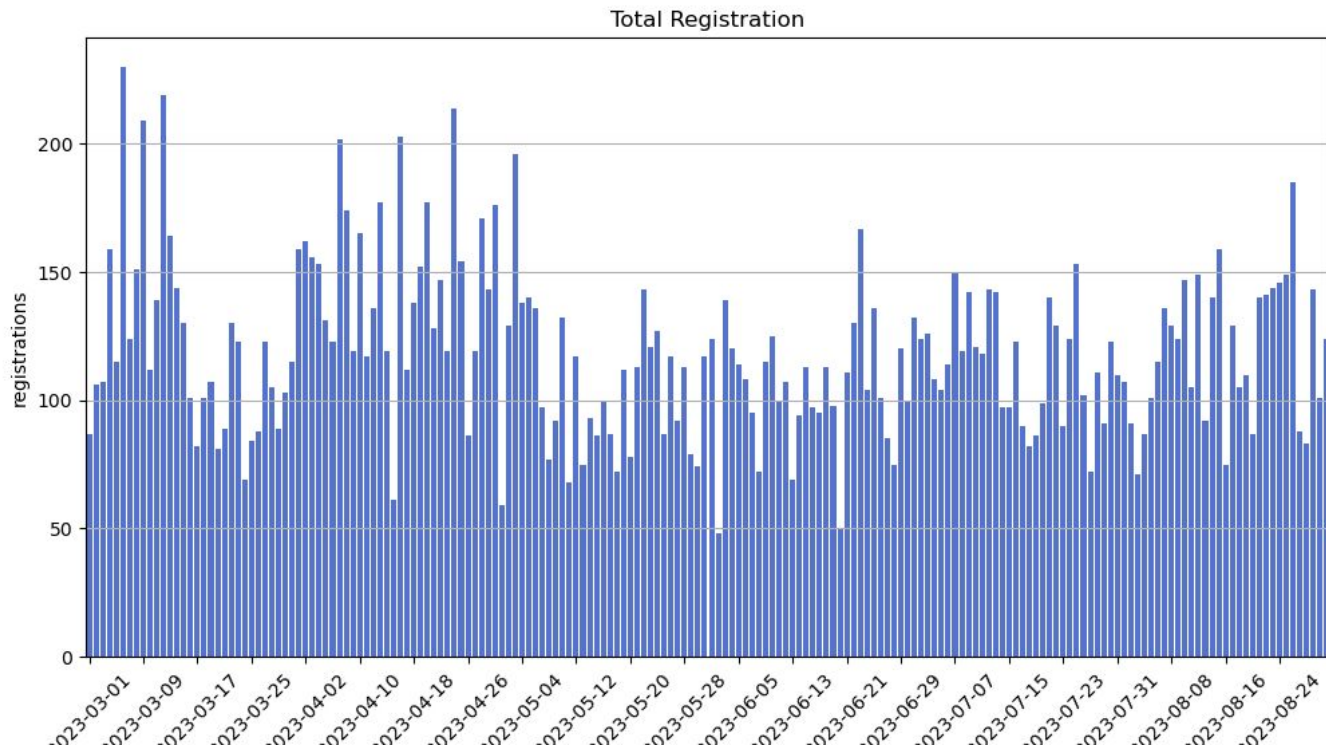
# Динамика общего количества визитов



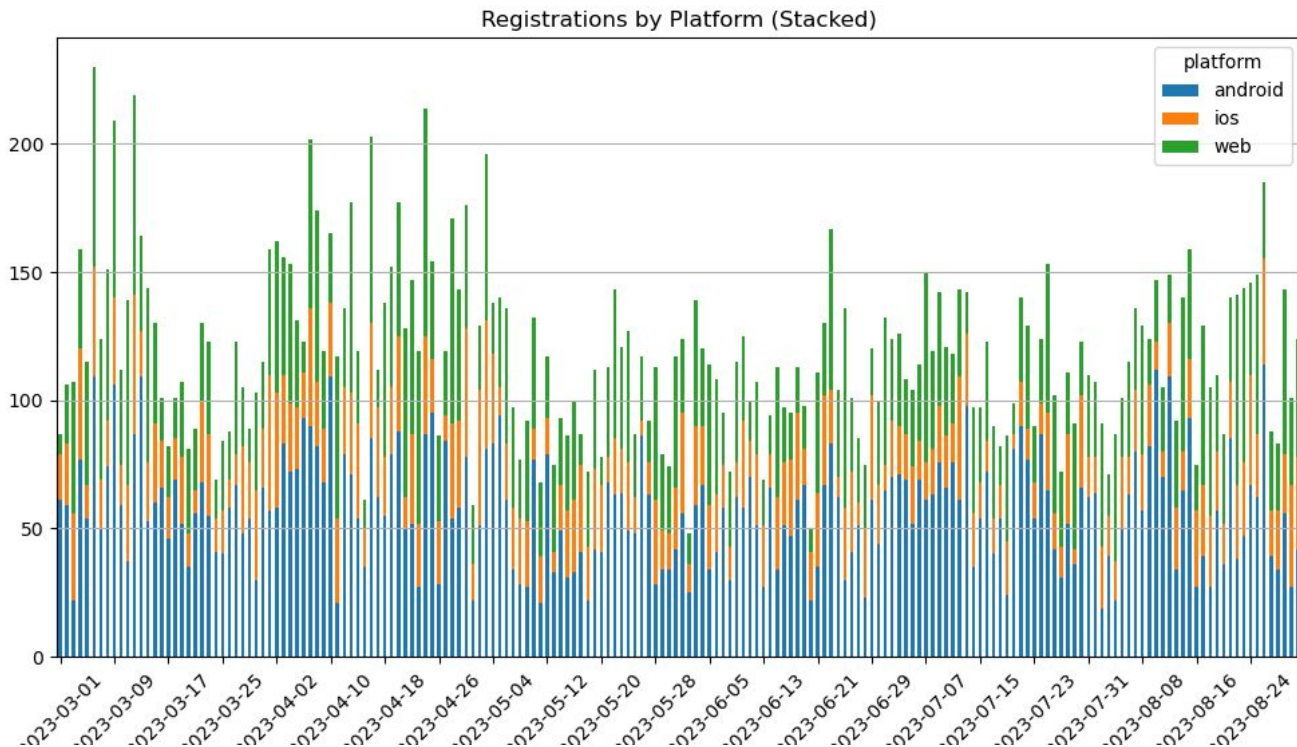
# Количество визитов по платформам



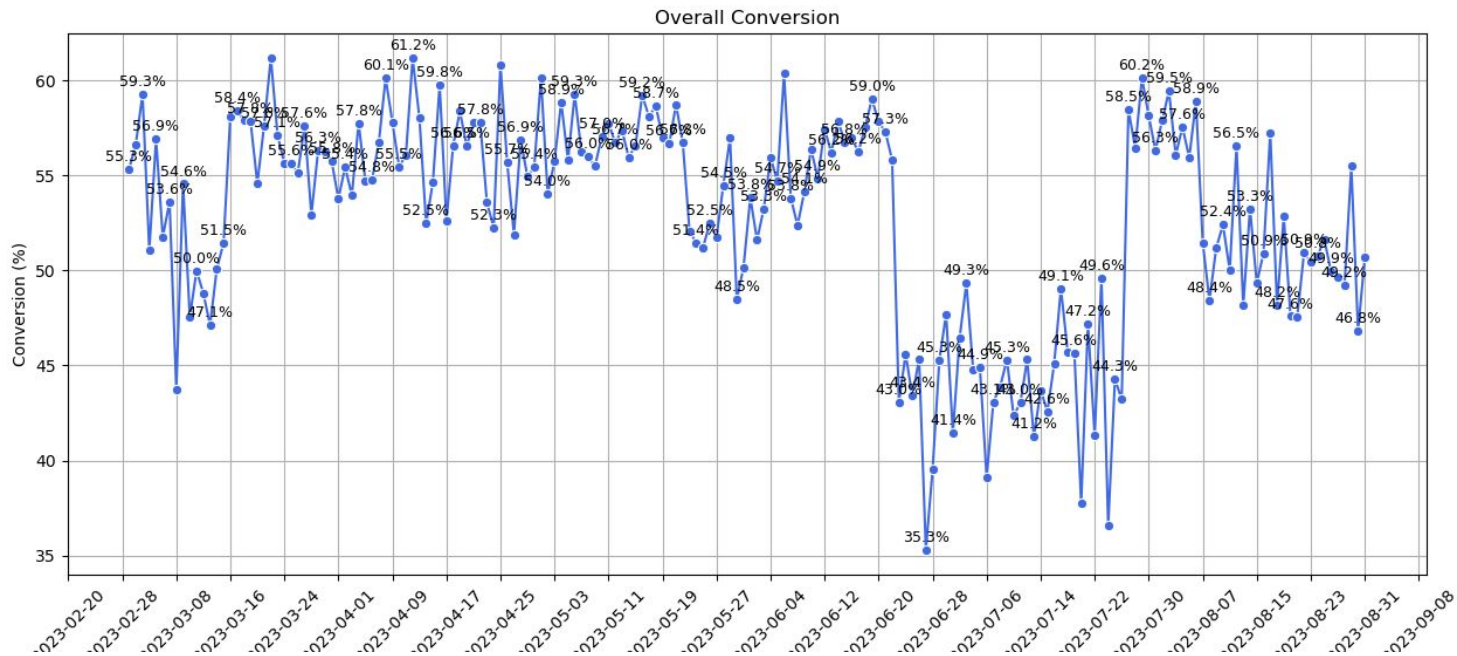
# Динамика общего количества регистраций

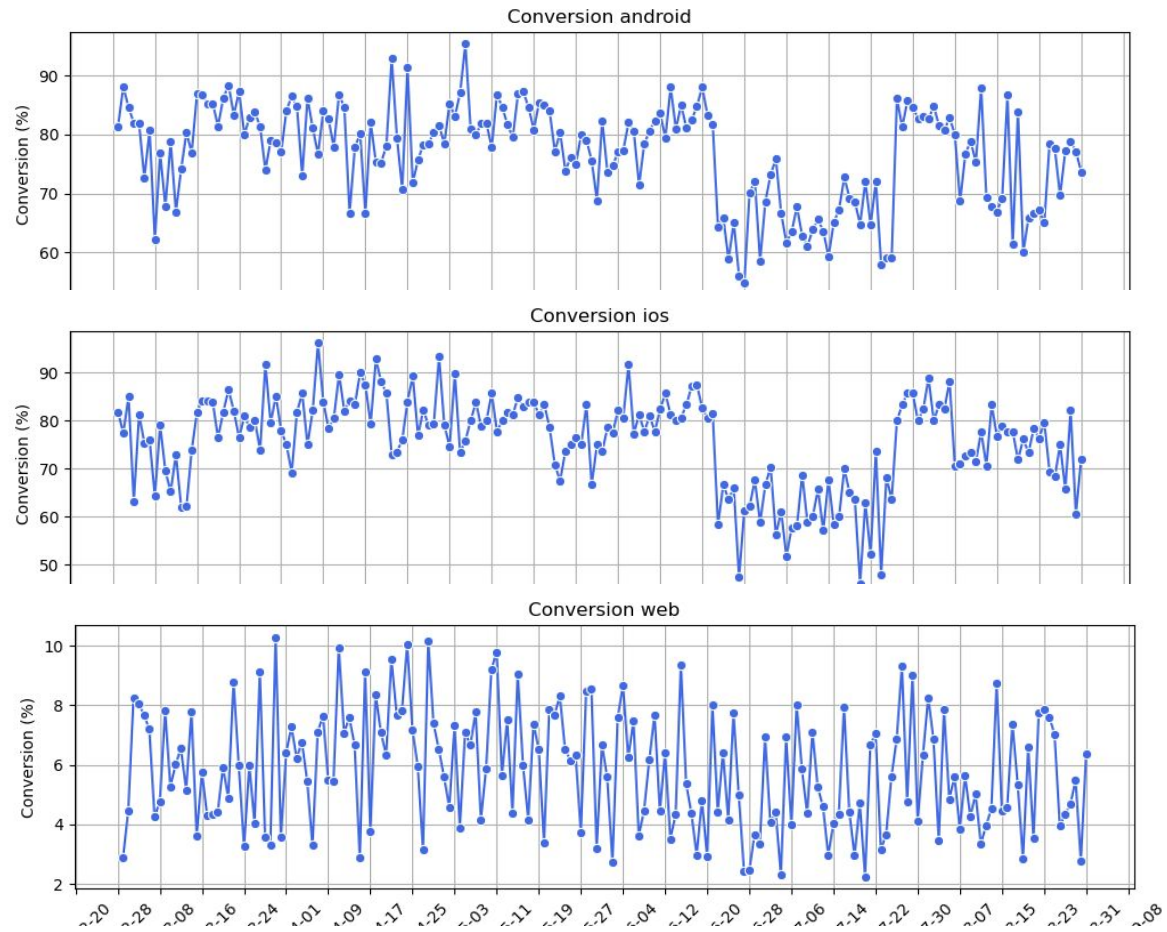


# Количество регистраций по платформам

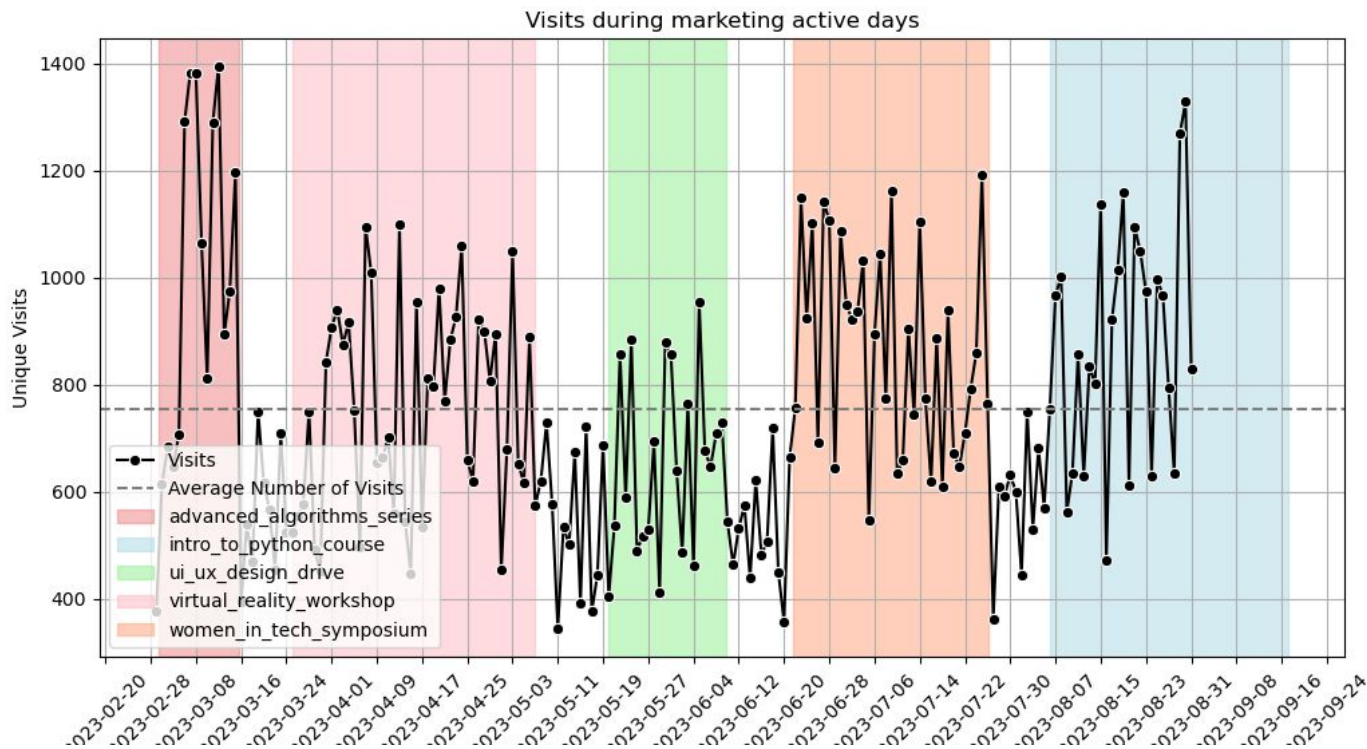


# Дашборд конверсий





## Увеличиваются ли заходы с запуском рекламы?

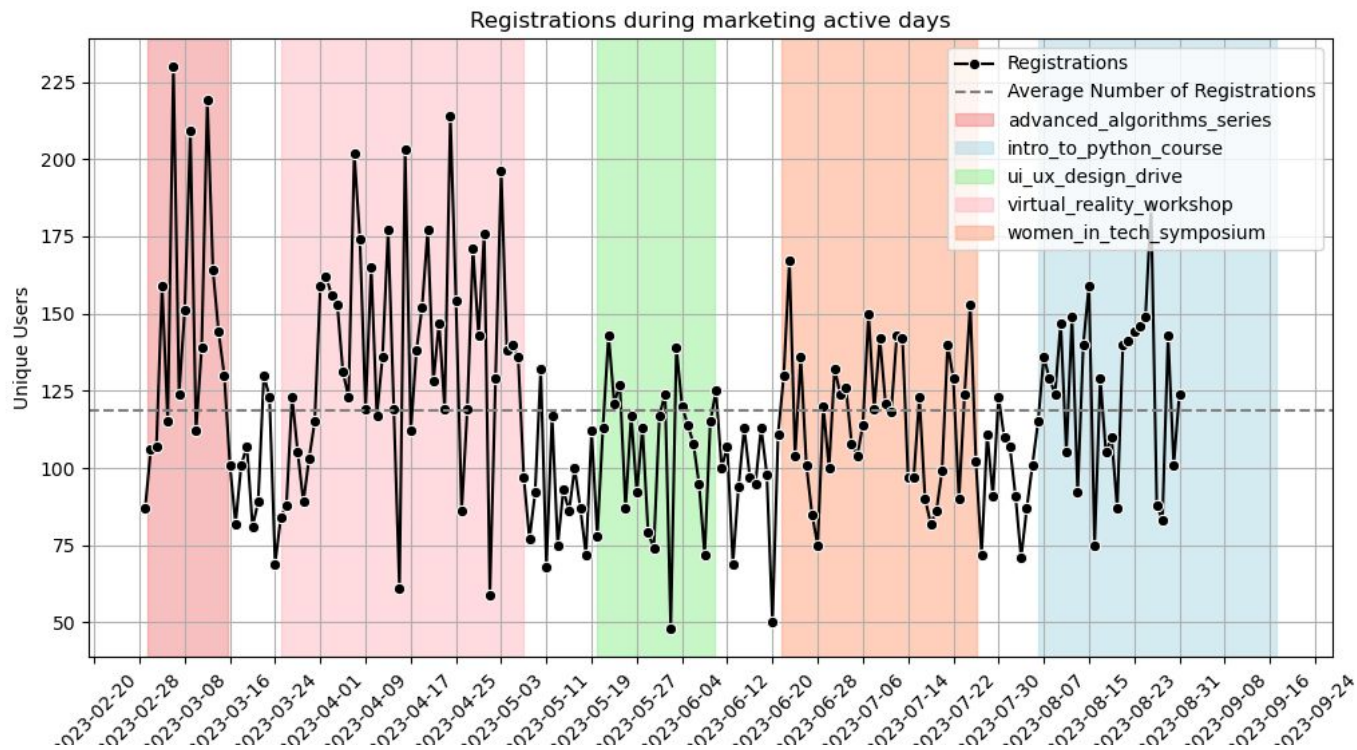


Периоды, где случались просадки в заходах, совпадают с периодами без рекламных кампаний

Просадки в мае также могут быть связаны с праздничными днями

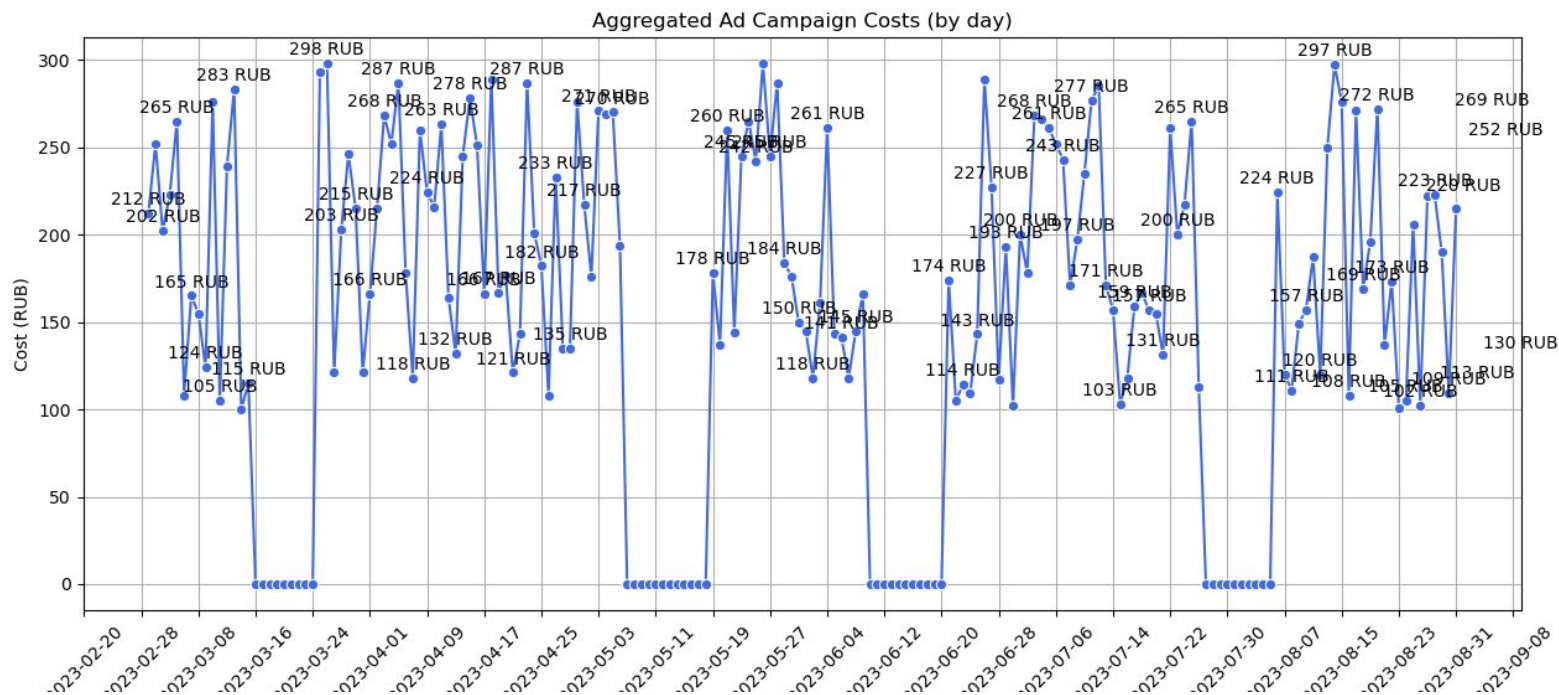


# Увеличиваются ли регистрации с запуском рекламы?



В периоды рекламных кампаний количество регистраций находится преимущественно на уровне выше среднего за весь период

Связаны ли просадки с увеличением / уменьшением рекламы / рекламного бюджета / сменой креатива?



# ВЫВОДЫ

1. Конверсия с web платформы значительно ниже конверсии android и ios
2. Наблюдается прямое влияние рекламных кампаний на количество визитов и регистраций
3. Для подтверждения связи и выработки последующих рекомендаций необходимо дополнительно рассмотреть:

конверсию на дальнейших этапах воронки (регистрации → целевые действия)

поведение привлеченного трафика: остаются ли пользователи активными, совершают ли они покупки, достигают ли ключевых метрик

сравнение ключевых показателей по кампаниям (CTR, CPC, CPL, CPA)

A/B-тестирование креативов