

Проект “Дашборд конверсий”

...

01 мая 2025 г.

Обзор

Анализ поведения пользователей и рекламы

1. Увеличиваются ли заходы и регистрации с запуском рекламы
2. Есть ли периоды, где случались просадки в заходах?
3. Есть ли период, где случались просадки в регистрациях?
4. Связаны ли просадки с увеличением/уменьшением рекламы / рекламного бюджета / сменой креатива?
5. Если просели регистрации, связано ли это с рекламным трафиком, или у нас сломался какой-то из способов регистраций?

Анализ проблемы

Общий рост активности

Привлечённый трафик стабильно увеличивается, особенно в период активных рекламных кампаний.

Связь рекламы и трафика

Анализ графиков показал, что в периоды запуска рекламных кампаний (по `utm_campaign`) происходили резкие всплески посещаемости и регистраций.

- Инвестировать в масштабирование успешных кампаний и A/B тестировать новые креативы.

Просадки в активности

Просадки напрямую связаны с отсутствием продвижения.

Цель проекта:
Проанализировать
зависимости от рекламных
кампаний и их влияние на
визиты и регистрации

Анализ пользовательской активности и эффективности рекламы

Целевая аудитория

Заказчики с Образовательной
платформы

Конкуренты:

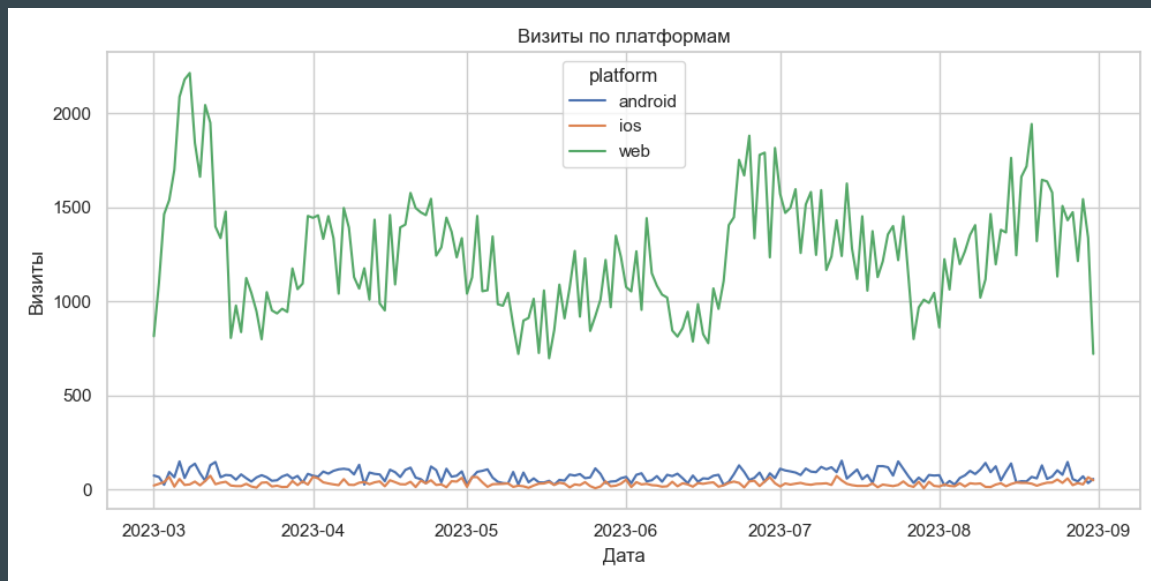
- Другие онлайн-платформы

Анализ тенденций

Платформенная активность:



- **Web:** Основной трафик и регистрации приходятся на веб-платформу.
- **iOS и Android:** Мобильные платформы также демонстрируют стабильный рост, особенно в периоды активных рекламных кампаний.

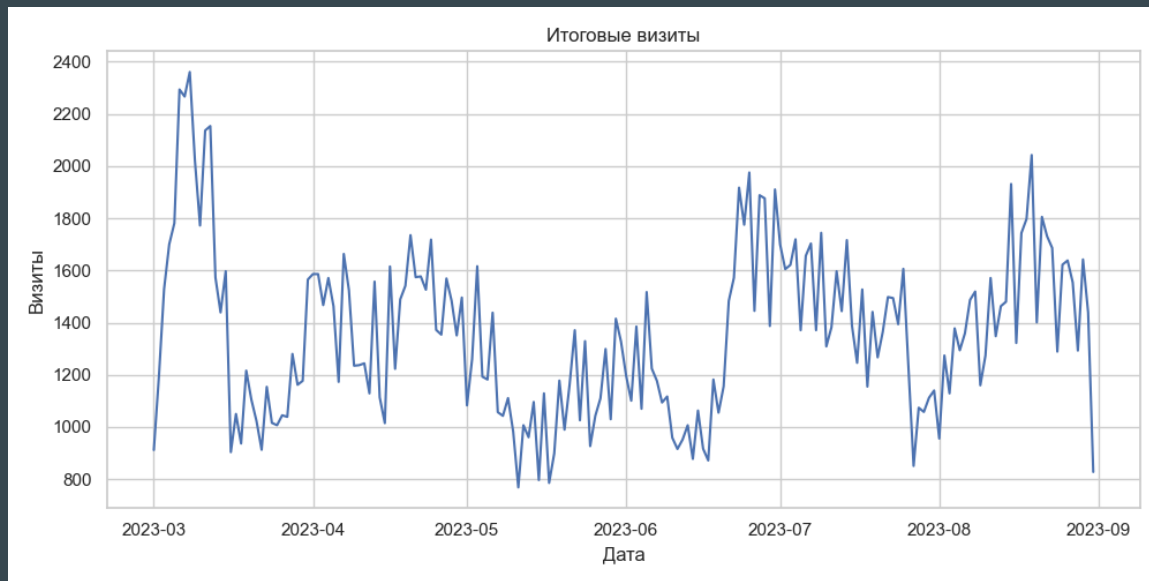
Динамика посещений и регистраций



Анализ тенденций



Просадки в посещениях

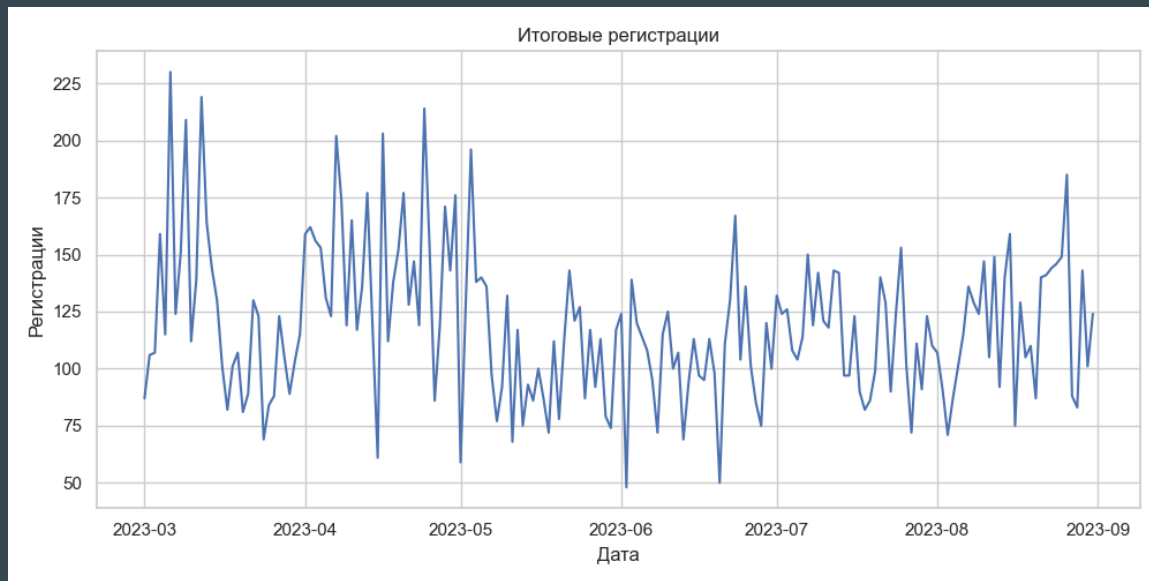
-  Отмечены в конце мая и в июле.
-  Совпадают с отсутствием рекламных кампаний.



Анализ тенденций

Просадки в регистрациях

-  Особенно сильные — в июле.
-  Возможные причины: низкий трафик, проблемы в UX регистрации.



Анализ тенденций

Конверсия визитов в регистрации

- **Общая конверсия:**
Средняя конверсия составляет около 50%, что является хорошим показателем.



Анализ тенденций

По платформам:

- **Web:** Конверсия около 5%.
- **iOS:** Конверсия около 70%.
- **Android:** Конверсия около 73%.

Это свидетельствует о высокой эффективности веб-платформы в привлечении и конверсии пользователей.

Конверсия визитов в регистрации



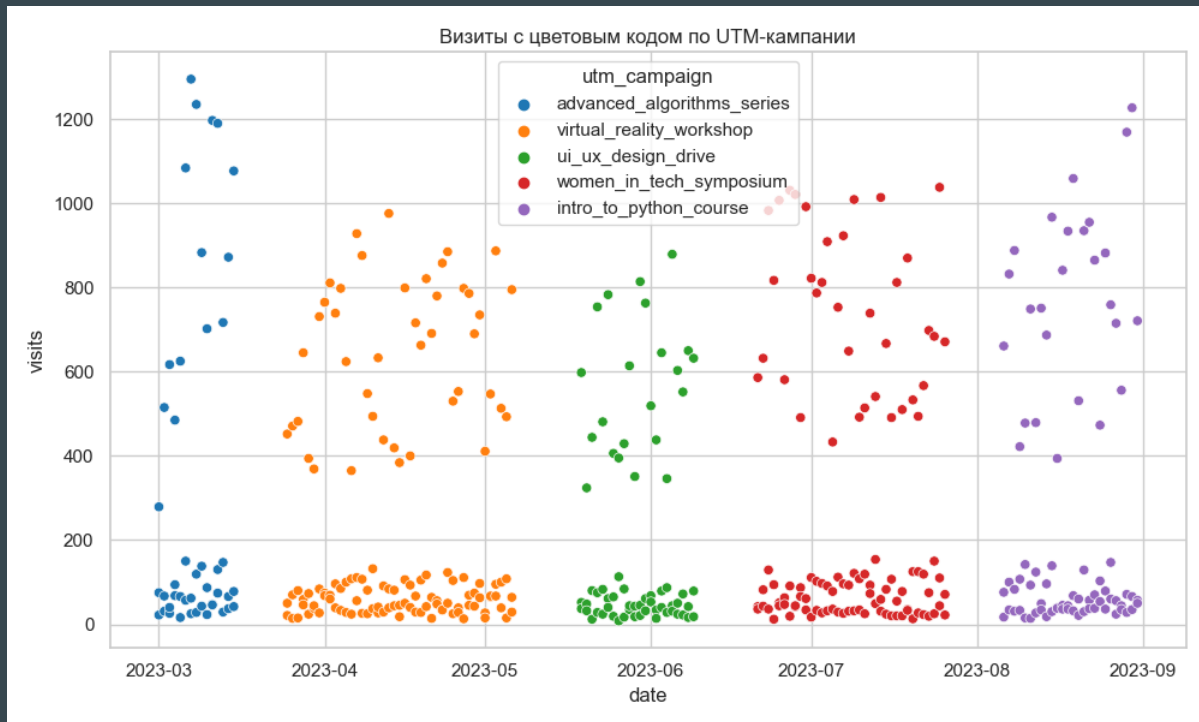
Анализ тенденций

Просадки в активности

✓ Визуально заметна
просадка визитов в
июне.

✓ **Связанные факторы:**

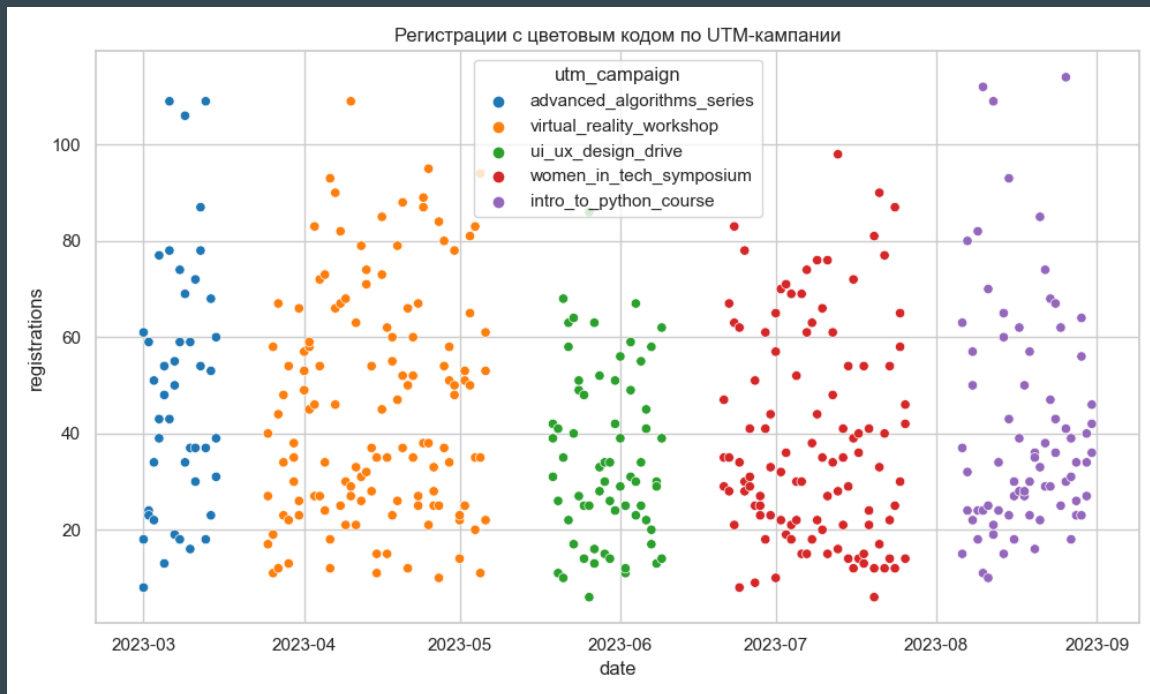
- Снижение
рекламного бюджета
или отсутствие
активных кампаний в
эти даты.



Анализ тенденций



Влияние рекламы

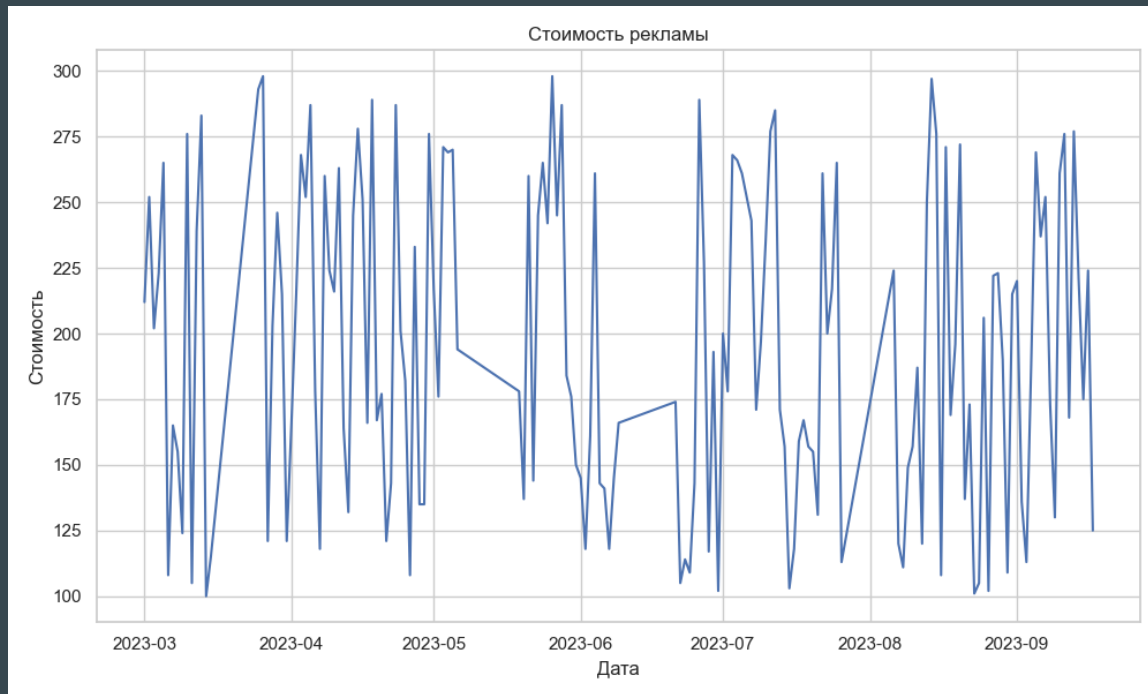
- ✓ Запуск рекламных кампаний приводит к росту визитов и регистраций.
- ✓ Кампании 'virtual_reality_workshop' и 'women_in_tech_symposium' особенно эффективны.



Анализ тенденций

Реклама и поведение

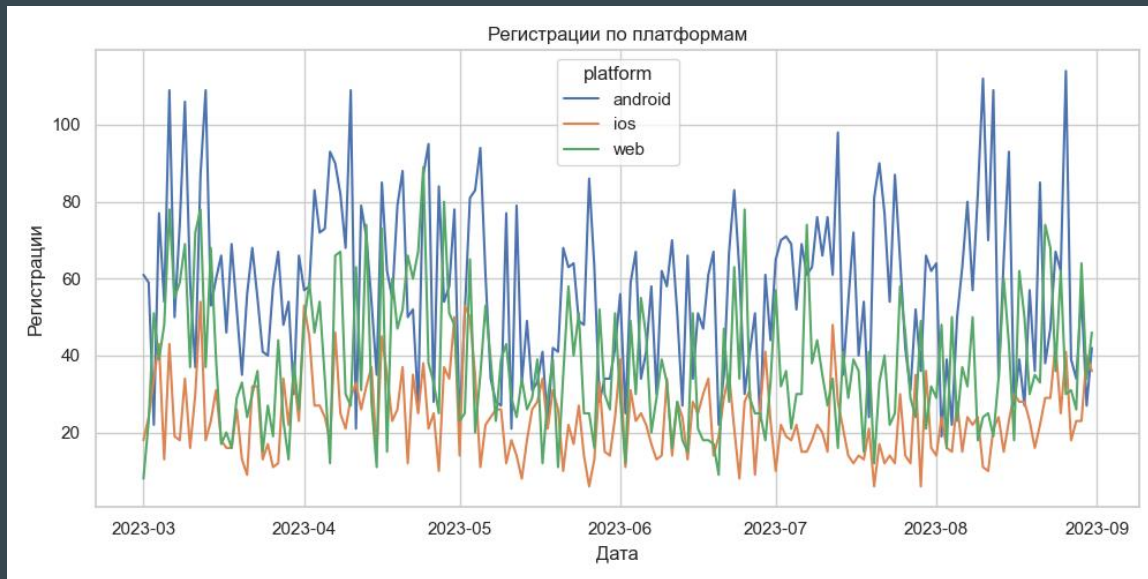
-  Визиты и регистрации напрямую зависят от рекламных затрат.
-  При снижении бюджета — просадка трафика и регистраций.



Анализ тенденций

Причины падения регистраций

- ⚠ В июле снизились email-регистрации.
- ✦ Возможна проблема в форме регистрации или UX.

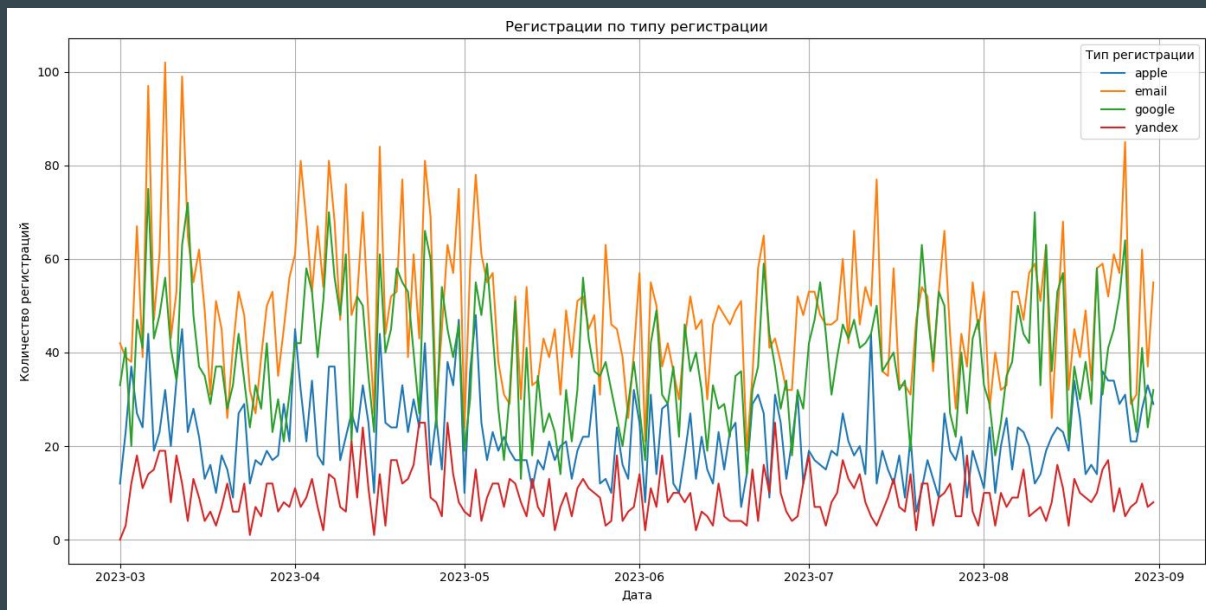


Анализ тенденций






В начале июля наблюдается **снижение доли email-регистраций**, тогда как google/yandex остаются стабильными.

- Это может говорить о **технической проблеме с формой регистрации по email**, либо об изменении UX/UI.
- Альтернативная причина — **низкий трафик с каналов, где преобладают email-регистрации**.

Если просели регистрации — это проблема в рекламе или в регистрации?



Общие рекомендации

1.  Автоматизировать мониторинг показателей: визиты, регистрации, конверсия.
2.  Фокус на успешные UTM-кампании, увеличить бюджет на результативные источники.
3.  A/B тестирование креативов и платных каналов (особенно в соцсетях).
4.  Резервные каналы регистрации, чтобы не терять трафик при сбоях.
5.  План-график кампаний, исключая периоды без активной рекламы.

Рекомендации

✓ Увеличение рекламного бюджета

- Рассмотрите возможность увеличения бюджета на наиболее эффективные кампании для дальнейшего роста посещений и регистраций

✓ Оптимизация мобильных платформ

- Поскольку конверсия на мобильных платформах выше, стоит проанализировать и улучшить пользовательский опыт на Web.

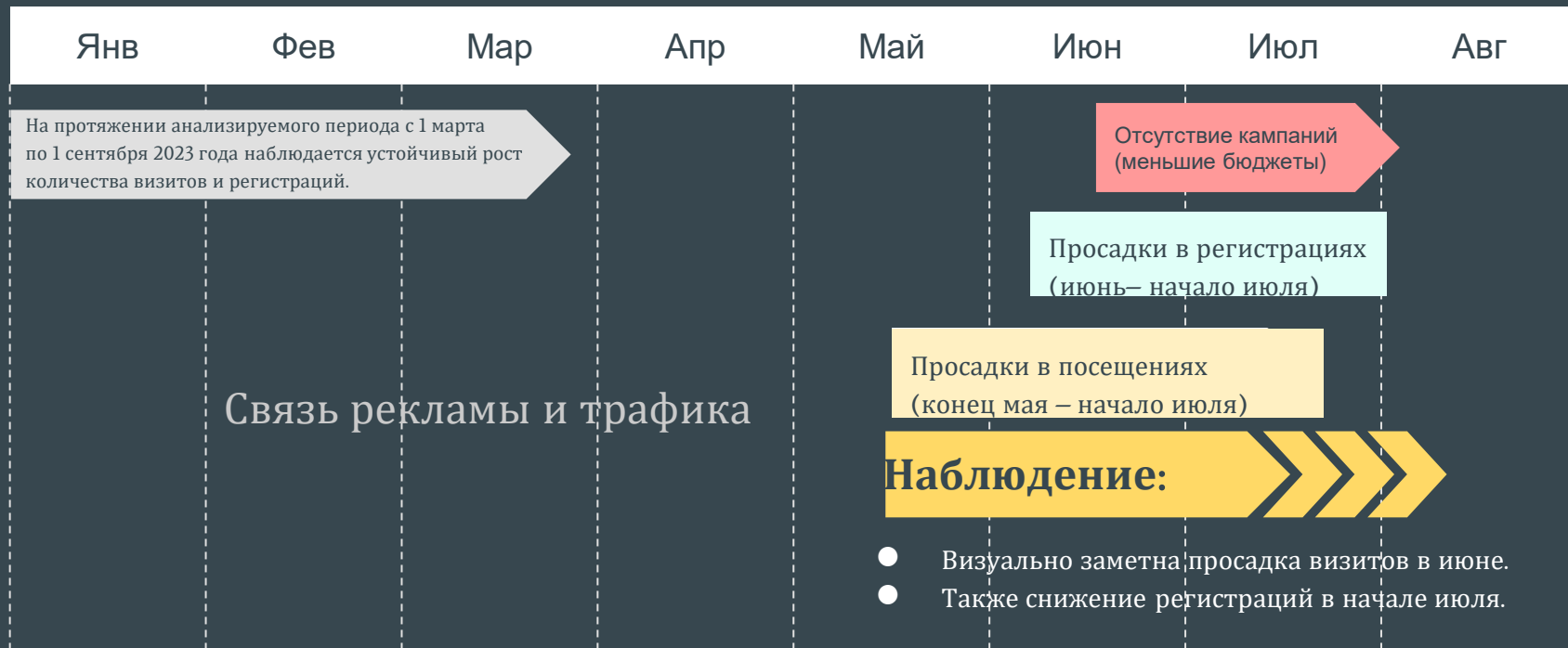
✓ Мониторинг и анализ

- Регулярно отслеживайте эффективность рекламных кампаний и вносите корректировки для оптимизации результатов.

✓ Тестирование новых креативов

- Экспериментируйте с новыми рекламными креативами и каналами для выявления наиболее эффективных стратегий привлечения пользователей.

Этапы



Ссылка на репозиторий:



Ссылка на GitHub

<https://github.com/Sarra-Firn/data-analytics-project-100здесь>