

Проект 3

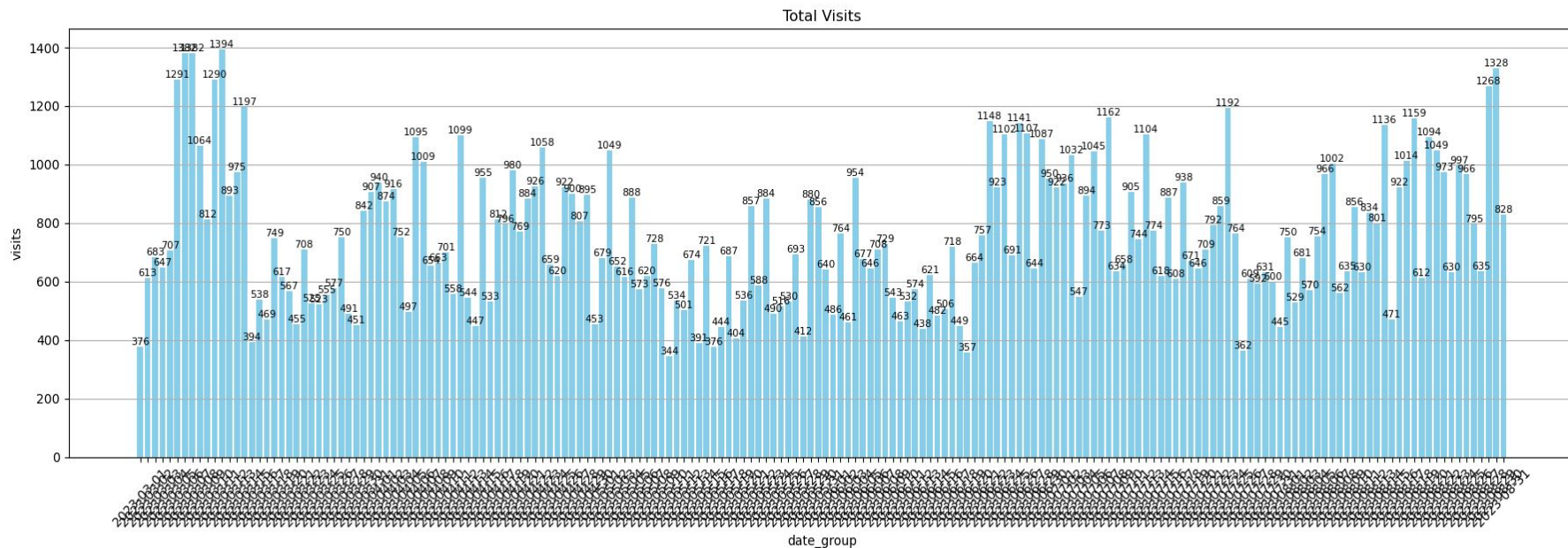
Дашборд конверсий

Казаченок В.Е.

План

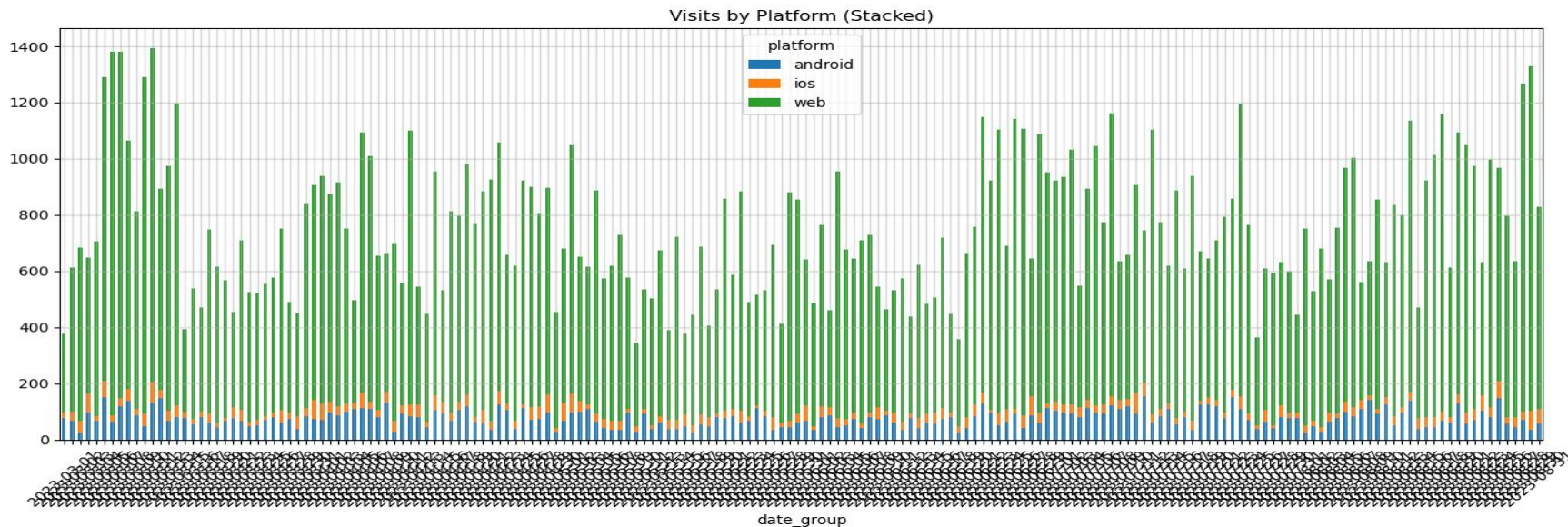
- Итоговые визиты
- Итоговые визиты с разбивкой по платформам: `web`, `android`, `ios`
- Итоговые регистрации
- Итоговые регистрации с разбивкой по платформе: `web`, `android`, `ios`
- Конверсия по каждой платформе
- Средняя конверсия
- Стоимости реклам
- Визиты и регистрации за весь период с цветовым выделением рекламной кампании
- Выводы
- Рекомендации

Итоговые визиты



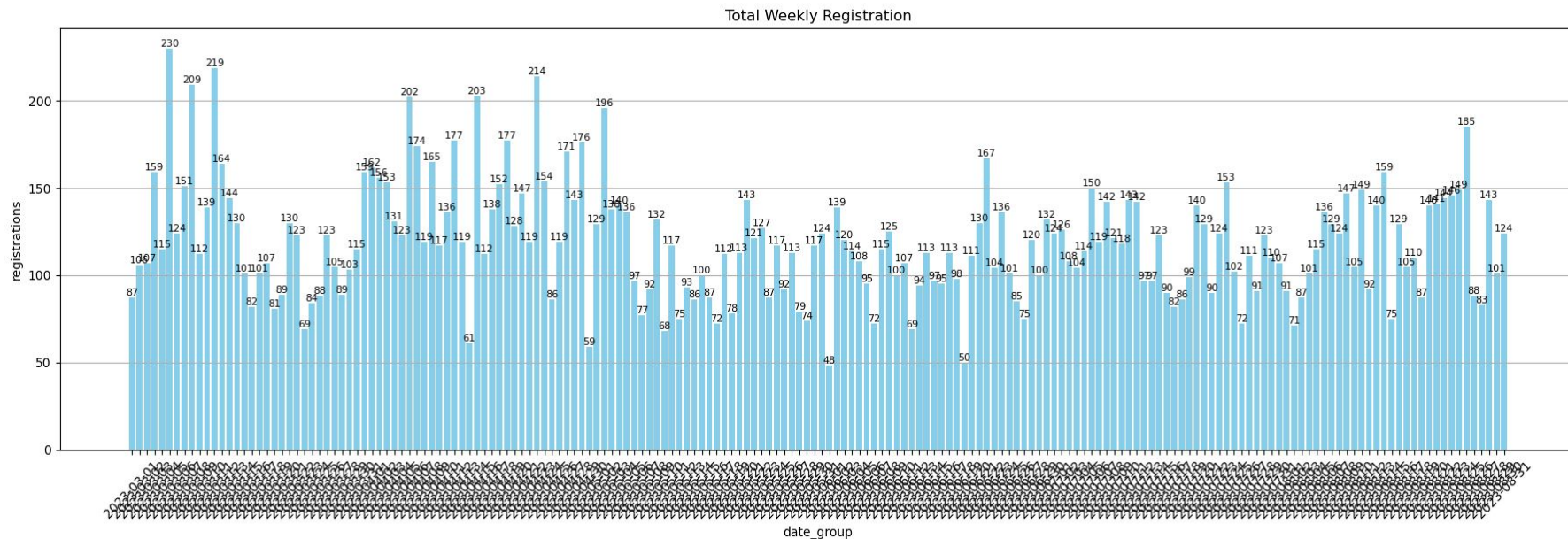
За отчетный период общее количество посещений составило 138703 посетителя, при этом среднее количество посещений в день 753,8 посетителя.

Итоговые визиты с разбивкой по платформам: web, android, ios



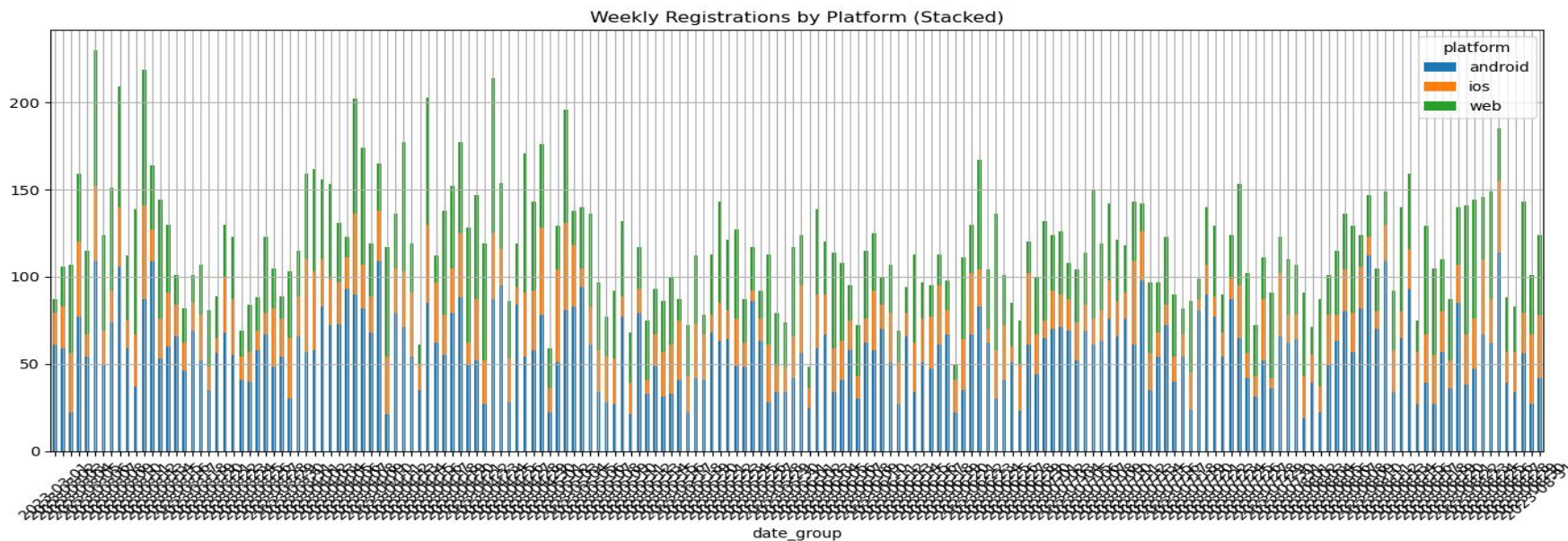
На графике отчетливо виднеется преобладание web версии над остальными. Количество посещений web версии составило 118927, количество посещений с android и ios составило 13972 и 5804 соответственно.

Итоговые регистрации



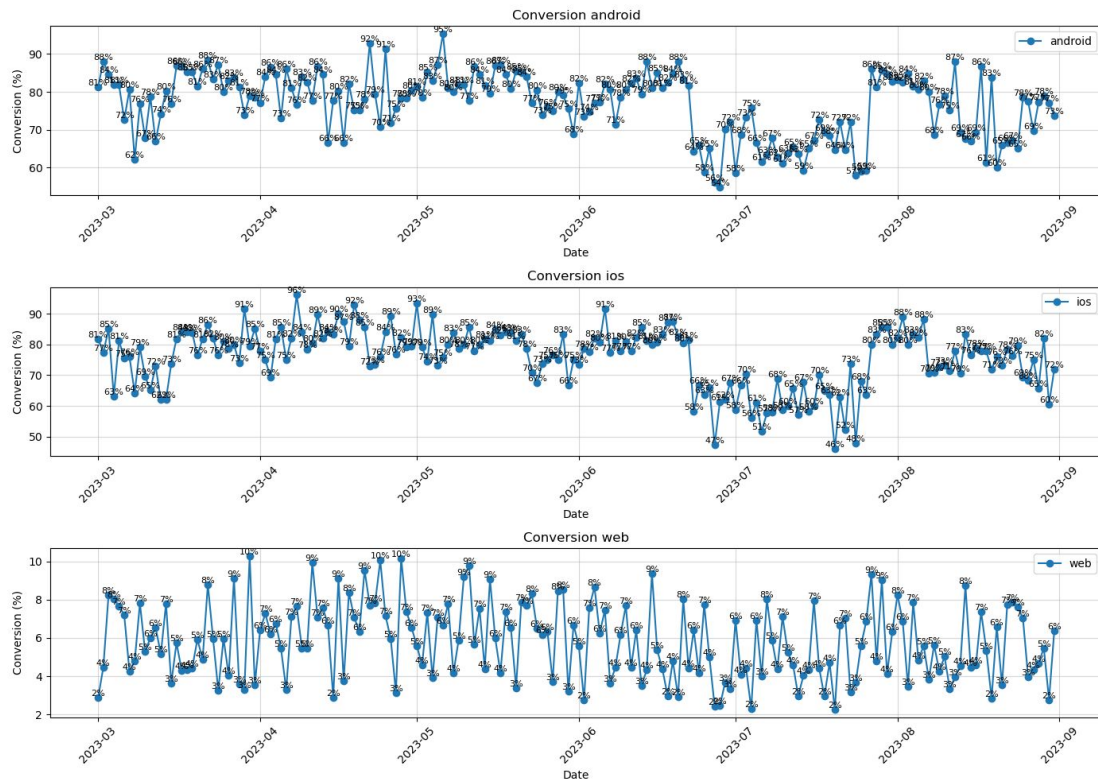
За отчетный период общее количество регистраций составило 21836 пользователя, при этом среднее количество регистраций в день 118,7.

Итоговые регистрации с разбивкой по платформе: web, android, ios



На графике отчетливо виднеется преобладание android версии над остальными. Количество регистраций android версии составило 10582, количество регистраций с web и ios составило 6877 и 4377 соответственно.

Конверсия по каждой платформе



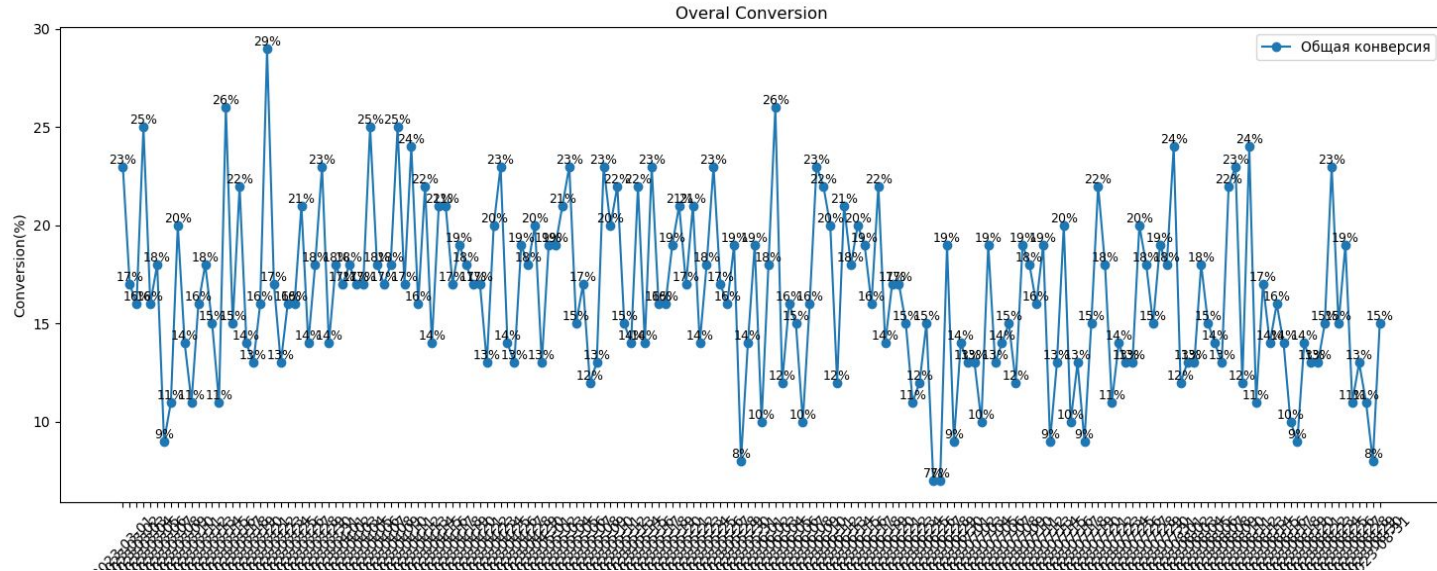
Общая конверсия для каждой платформы составила:

android - 75,7%

ios - 75,4%

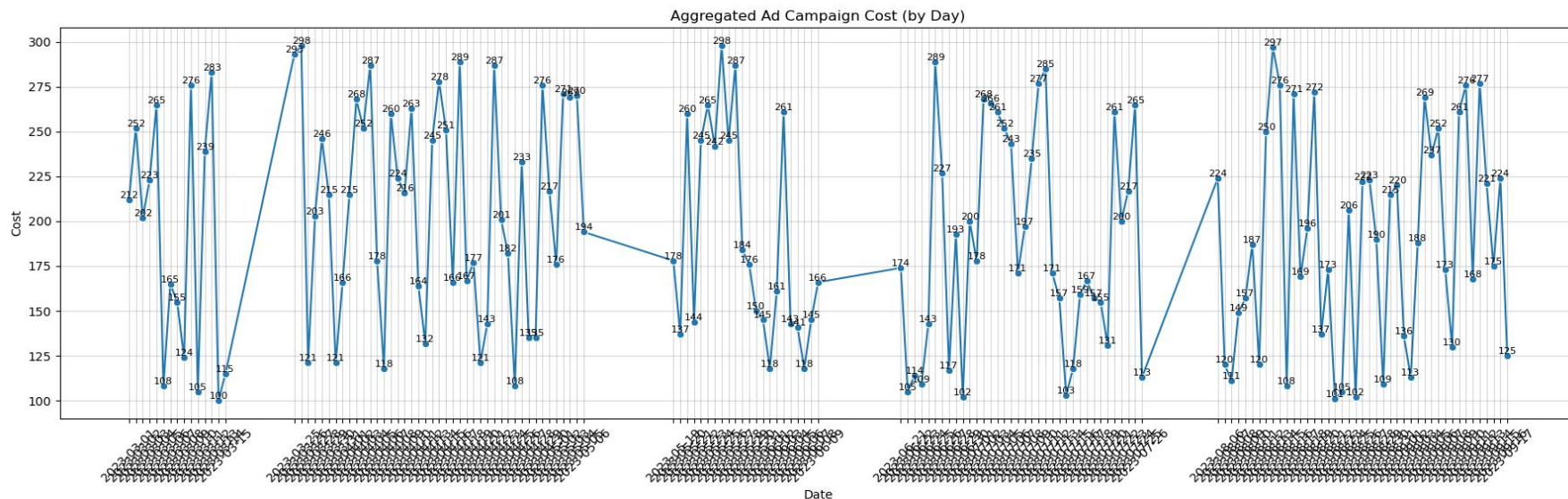
web - 5,8%

Средняя конверсия



Общая конверсия составила 15,7%.

Стоимости реклам



Общие затраты на рекламу составили 82602, при этом средняя стоимость рекламы в день составила 193,9. Также стоит отметить, что реклама применялась не каждый день. общие затраты на каждую рекламную кампанию составили: “advanced_algorithms_series” - 8472; “intro_to_python_course” - 14070; “ui_ux_design_drive” - 12627; “virtual_reality_workshop” - 27093; “women_in_tech_symposium” - 20340.

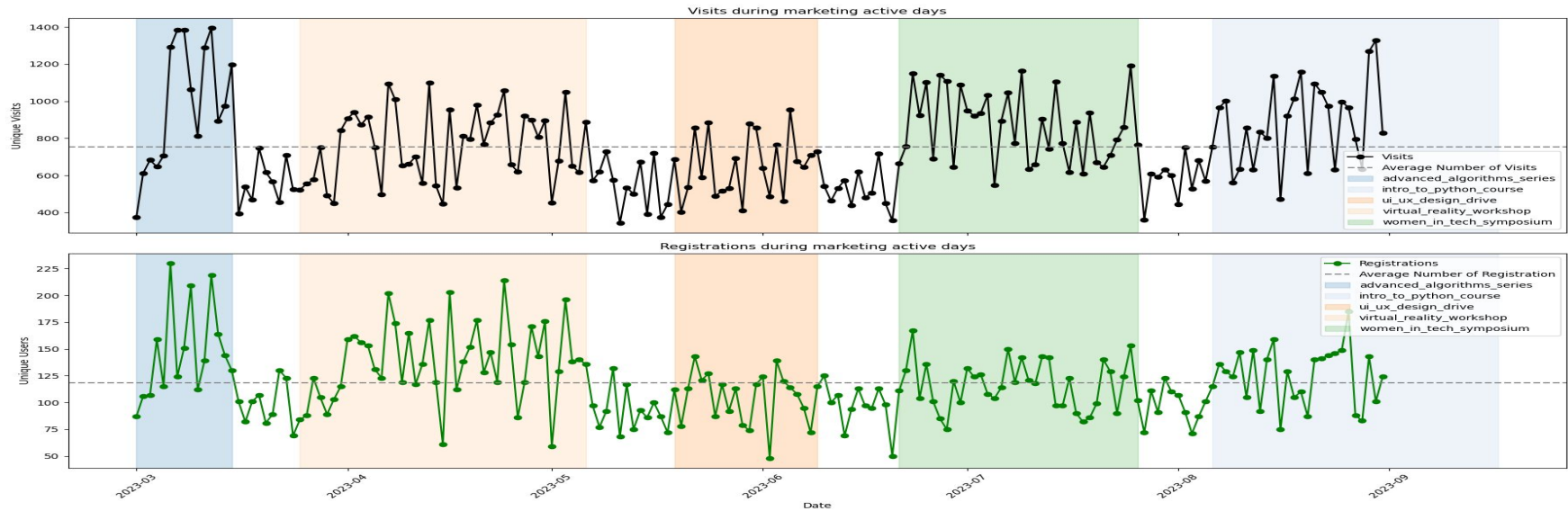
Статистика рекламных кампаний

utm_campaign	total_cost	avg_daily_cost	days_active	total_visits	total_registrations	conversion_rate	CPV	CPU
virtual_reality_workshop	27093.0	210.02	43	32698	5898	18.04	0.83	4.59
women_in_tech_symposium	20340.0	188.33	36	31028	4184	13.48	0.66	4.86
intro_to_python_course	14070.0	180.38	26	22917	3246	14.16	0.61	4.33
ui_ux_design_drive	12627.0	191.32	22	14398	2308	16.03	0.88	5.47
advanced_algorithms_series	8472.0	188.27	15	14706	2196	14.93	0.58	3.86
none	0.0	0.0	42	22956	4004	17.44	0.0	0.0

Самой дорогой оказалась реклама “virtual_reality_workshop” со средней ценой в день 210,02 и конверсией 18,04, с ценой за один визит 0,83 и ценой за одну регистрацию 4,59.

Рекламой с наименьшими затратами оказалась “advanced_algorithms_series” со средней ценой в день 188,27 и конверсией 14,93, с с ценой за один визит 0,58 и ценой за одну регистрацию 3.86

Визиты и регистрации за весь период с цветовым выделением рекламной кампании



На графике виднеется увеличения посещений и регистраций для следующих рекламных кампаний : “advanced_algorithms_series”, “virtual_reality_workshop”. Для рекламных кампаний “women_in_tech_symposium” и “intro_to_python_course” виднеется отчетливое увеличение посещений, с менее выраженным увеличением регистраций. Для рекламной кампании “ui_ux_design_drive” имеется незначительное увеличение количества посещений и регистраций.

Выводы

- Наибольшее число визитов наблюдается с web версии, однако конверсия значительно выше у android и ios.
- Рекламные кампании “advanced_algorithms_series”, “virtual_reality_workshop” показали наибольшую эффективность без учета затрат.
- Во время использования рекламных кампаний “women_in_tech_symposium” и “intro_to_python_course” имеется увеличение посещений без соразмерного увеличения регистраций.

Рекомендации

- Нарастивать объемы привлечения на платформах android и ios, за счет использования наиболее эффективных рекламных кампаний.
- Изучить причину низкой конверсии для web версии и принять соответствующие меры.
- Изучить причину низкой конверсии для рекламных кампаний “women_in_tech_symposium” и “intro_to_python_course” и принять соответствующие меры.