

# Проект 3. Дашборд конверсий





# Цели и задачи

Ответить на вопросы:

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?



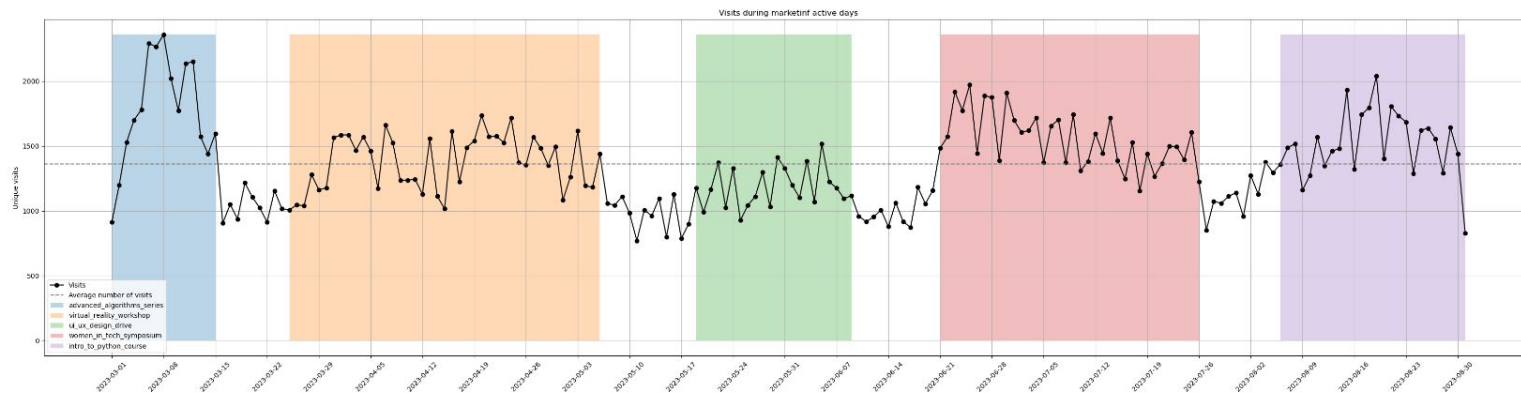
# Цели и задачи

Ответить на вопросы:

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?

# Увеличиваются ли заходы и регистрации с запуском рекламы?

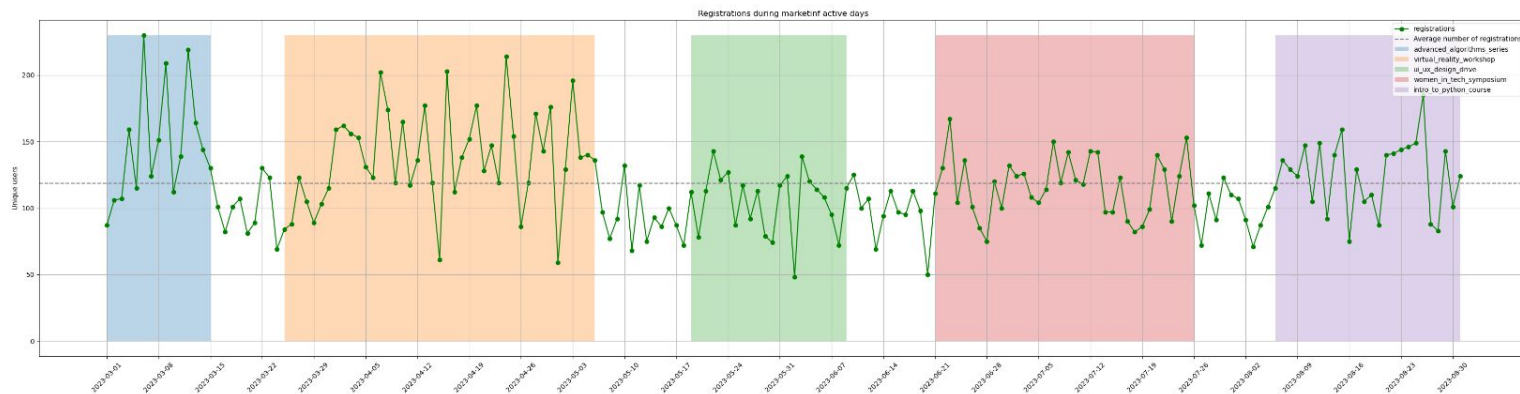
Судя по графику ниже, во время проведения РК количество визитов возрастает. В периоды без рекламы визиты держатся на уровне 1000 визитов в день.



# Увеличиваются ли заходы и регистрации с запуском рекламы?

Похожая ситуация и с регистрациями.

Во время проведения РК мы видим, что в среднем количество регистраций увеличивается. Это можно видеть по большому количеству пиков в периоды проведения РК.





# Увеличиваются ли заходы и регистрации с запуском рекламы?

Выводы.

Реклама позитивно сказывается как на визитах, так и на регистрациях.

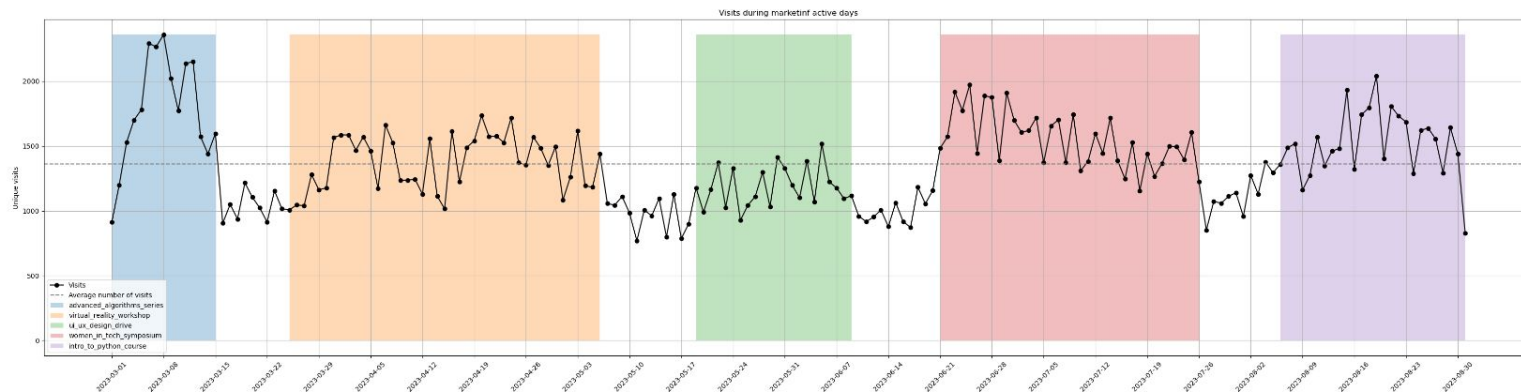
Визиты меняются более равномерно, чем регистрации.

Следовательно, нужно обратить внимание на качество рекламных кампаний и рассмотреть вариант адаптации рекламных посадок, чтобы увеличить эффективность РК.

# Есть ли периоды, где случались просадки в заходах?

Воспользуемся тем же графиком заходов с отмеченными областями рекламы.

Из графика видно, что критических провалов нет. Уменьшение или увеличение количества визитов связано с периодами проведения рекламных кампаний





## Есть ли периоды, где случались просадки в заходах?

Выводы.

Как видно из графика, органический трафик идет достаточно стабильно.

Единственное, на что стоит обратить внимание, что он не растет, хотя мы запускаем рекламу и приводим новую аудиторию в наш проект.

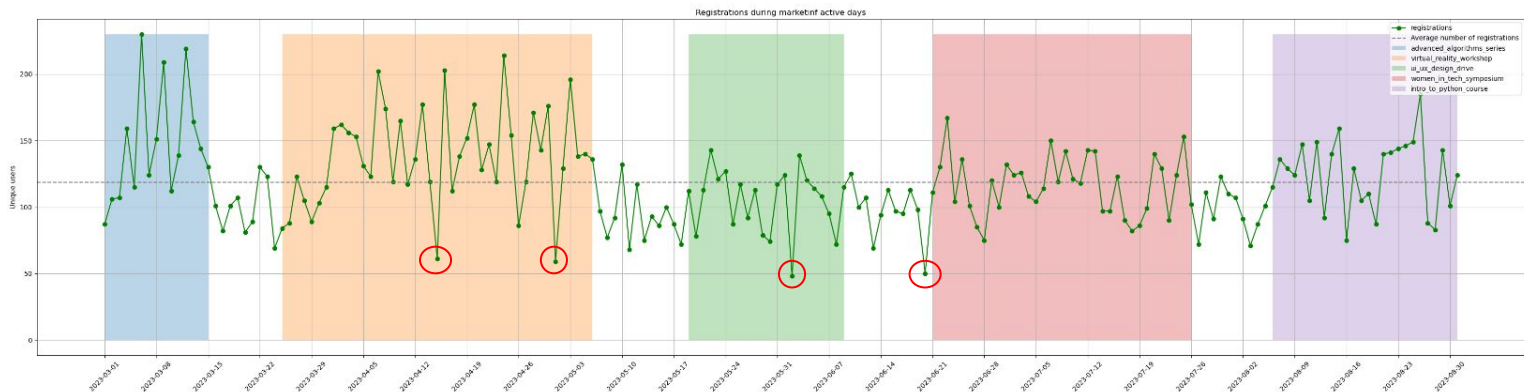




# Есть ли период, где случались просадки в регистрациях?

На графике ниже отмечены красными кружочками минимумы по визитам.

Нельзя сказать, что это что-то трендовое, больше похоже на случайности, так как это локальные минимумы, после которых идут локальные максимумы





# Есть ли период, где случались просадки в регистрациях?

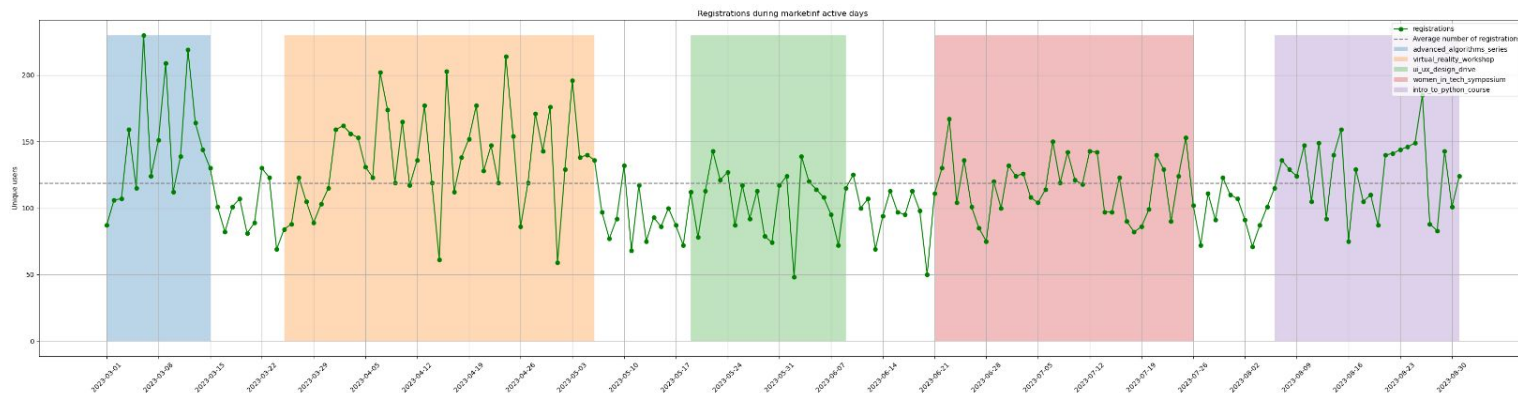
Выводы:

За исключением нескольких дней, периодов просадок в регистрациях обнаружено не было.



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

В целом да, обычно при отсутствии рекламы, количество регистраций снижается.





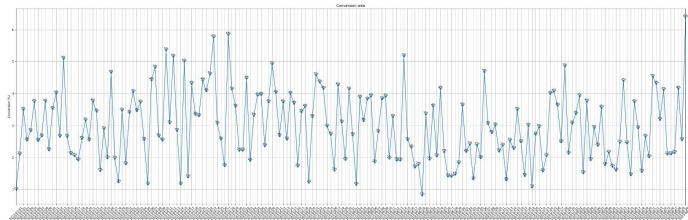
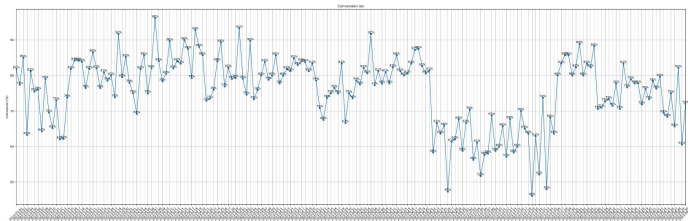
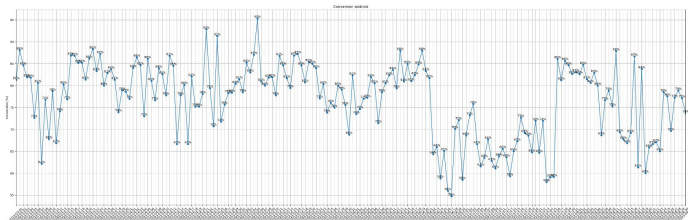
## Связаны ли просадки с увеличением/уменьшением рекламы / рекламного бюджета / сменой креатива?

Но существует период, в котором сильно просела конверсия в регистрацию на мобильных платформах: 06-21 по 07-26.

В этот момент проводилась рекламная кампания `women_in_tech_symposium`.



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



На графиках слева выведена конверсия в регистрацию для android, ios и web (по порядку)

Видно, что для мобильных платформ регистрация резко упала на время проведения РК.

Для Веба осталась неизменной.

Скорее всего дело в некорректной работе лендинга для мобильных платформ.

Так как ситуация по Вебу не изменилась.



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

Выводы:

Существует один период, когда именно конверсия в регистрацию резко упала для платформ ios и android.

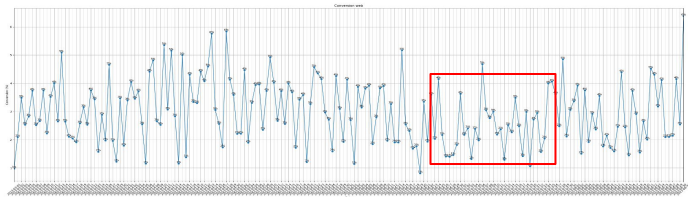
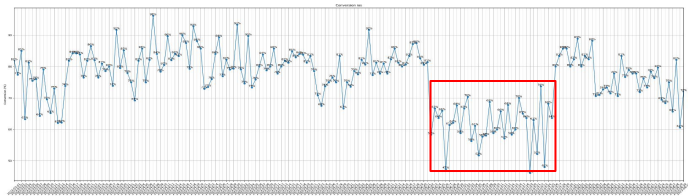
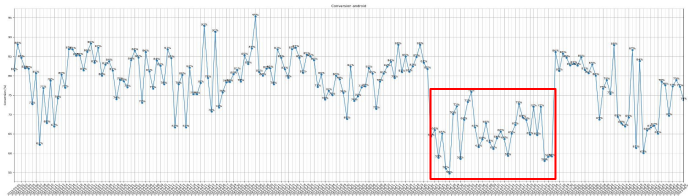
Произошло это во время проведения рекламной кампании `women_in_tech_symposium`.

Скорее всего дело в некорректной работе мобильных версий посадочных страниц. Возможно именно на мобильных версиях не работали формы регистрации.



Если просели регистрации, связано ли это с рекламным трафиком, или у нас сломался какой-то из способов регистраций?

Скорее всего это было связано с некорректной работой мобильных версий посадочных страниц





## Общий вывод.

- Рекламные кампании позитивно сказываются и на визитах и на регистрациях.
- Нужно внимательно проанализировать рекламную кампанию `women_in_tech_symposium`. В частности лендинг, на который шел трафик. Возможно там некорректно работает форма регистрации на мобильных устройствах.
- Если нет, значит возможно проблема была в самом лендинге (смыслах, которые были на нем) либо в креативах.