

Проект 3



Дашборд конверсий

Общее количество посещений

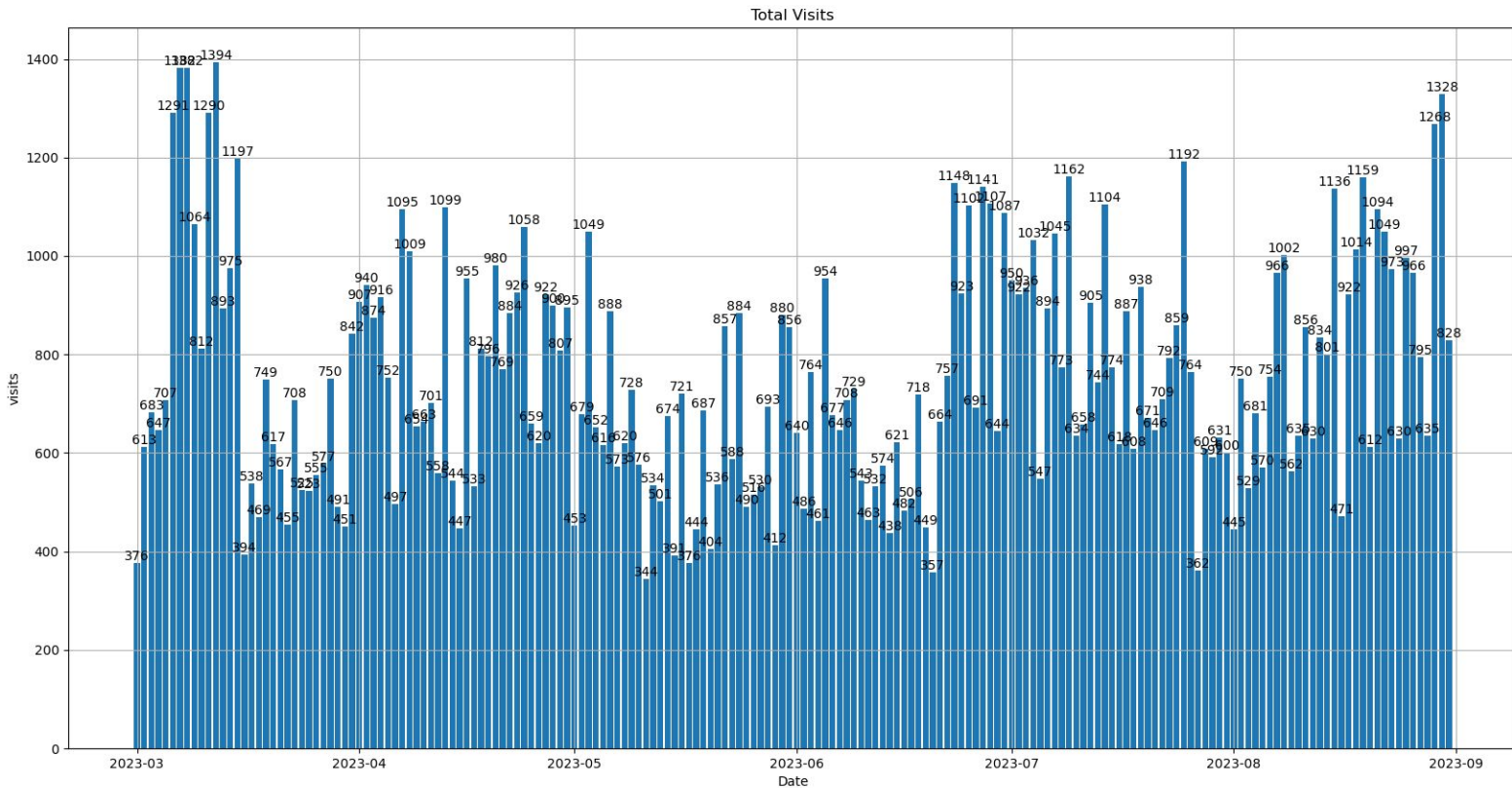
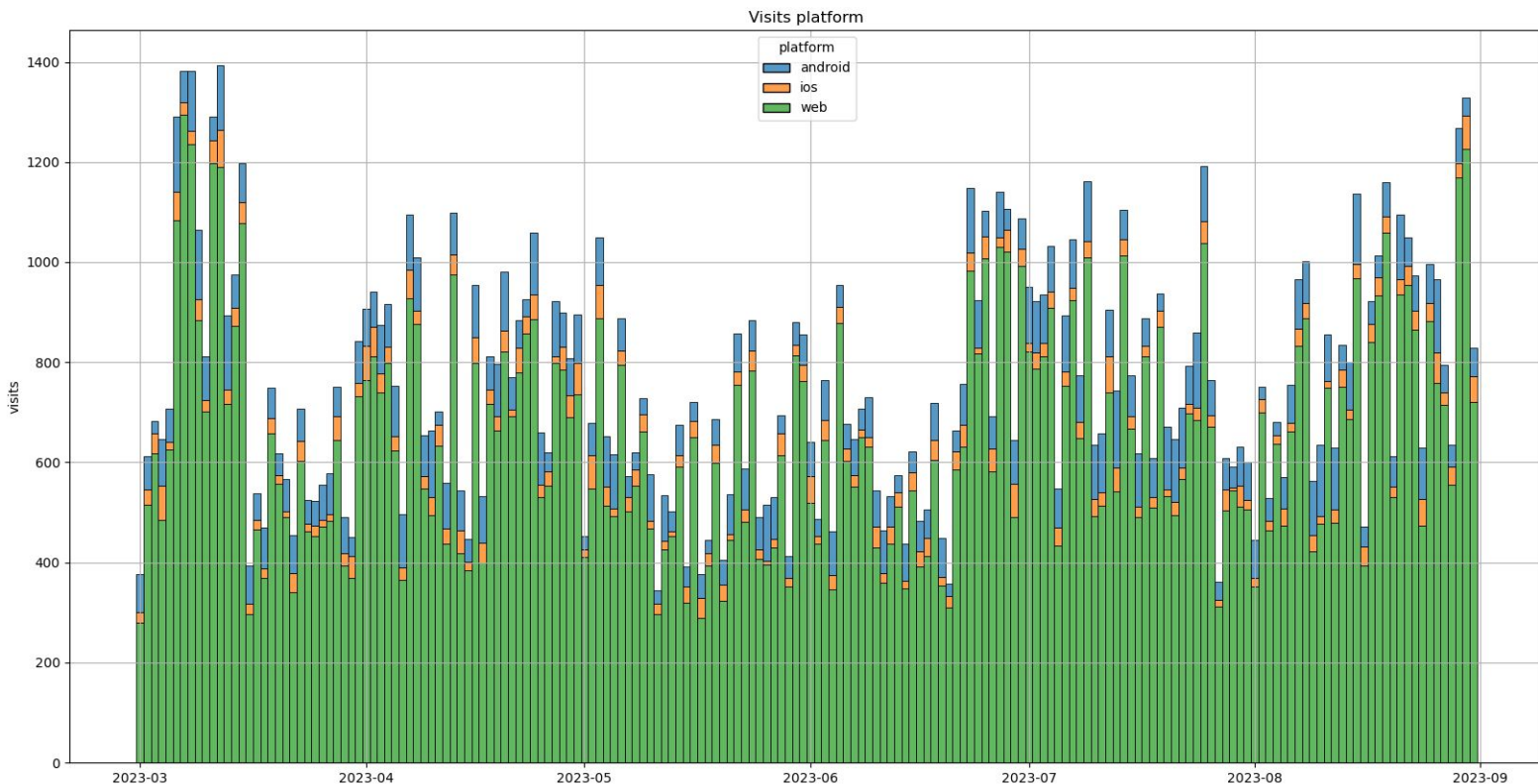


График
распределения
посещений не
равномерен.
Видны просадки
начиная с конца
марта и по конец
июня.

Визиты с распределением по платформам



Самым главным источником является web платформа, на нее приходится подавляющее большинство посещений. Android и iOS составляют значительно меньшую долю

Общее количество регистраций

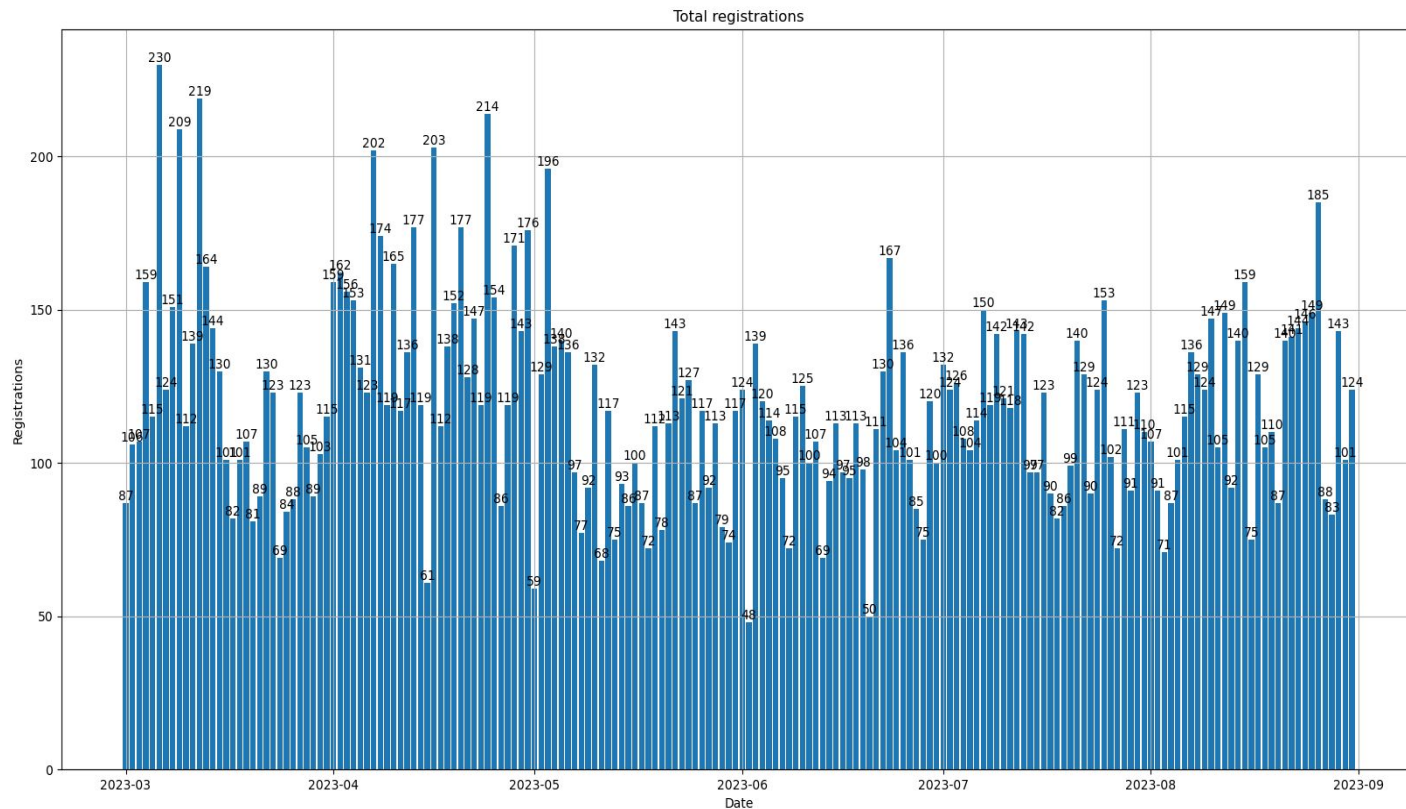
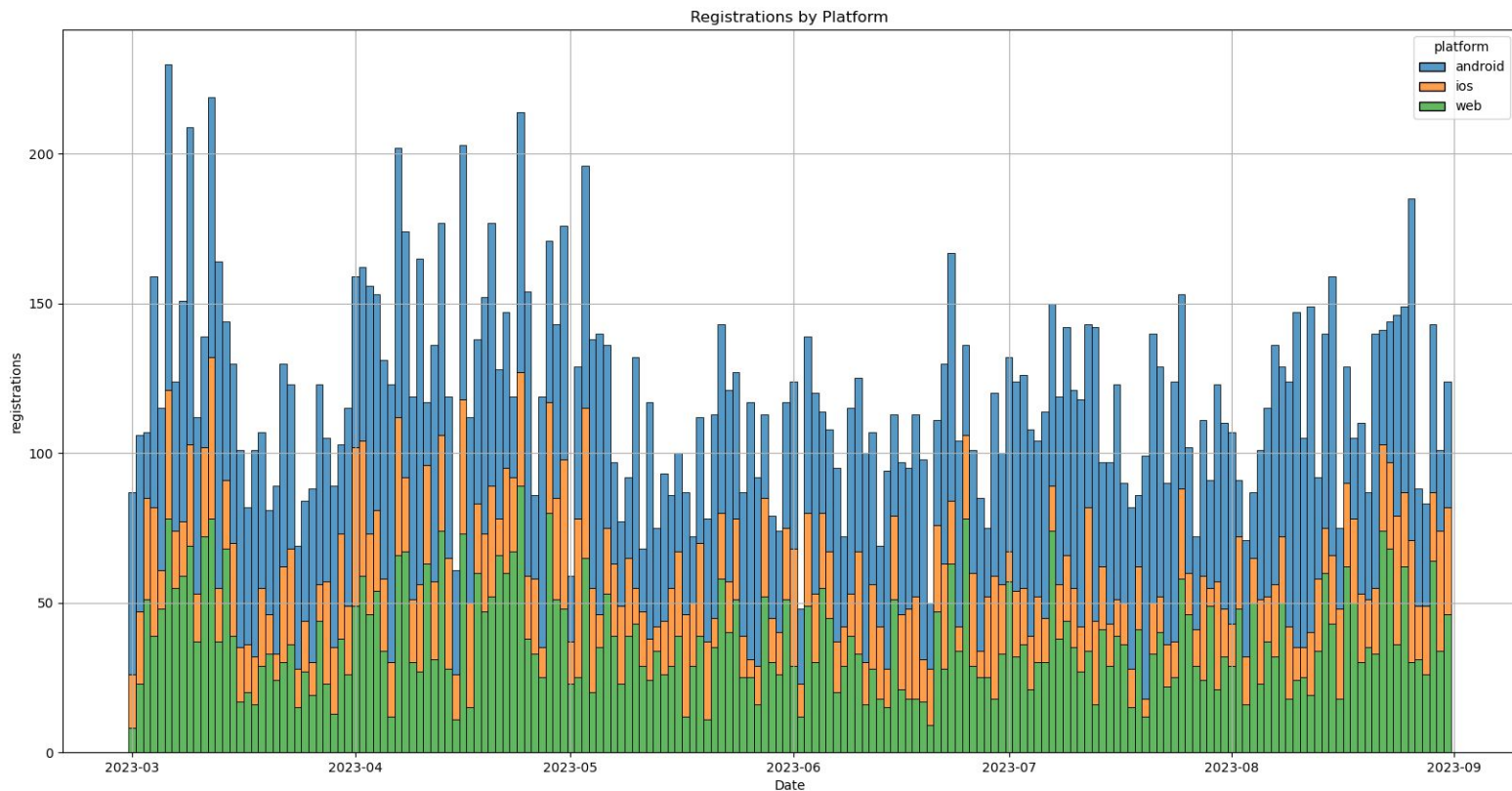


График регистраций
достаточно
равномерен.

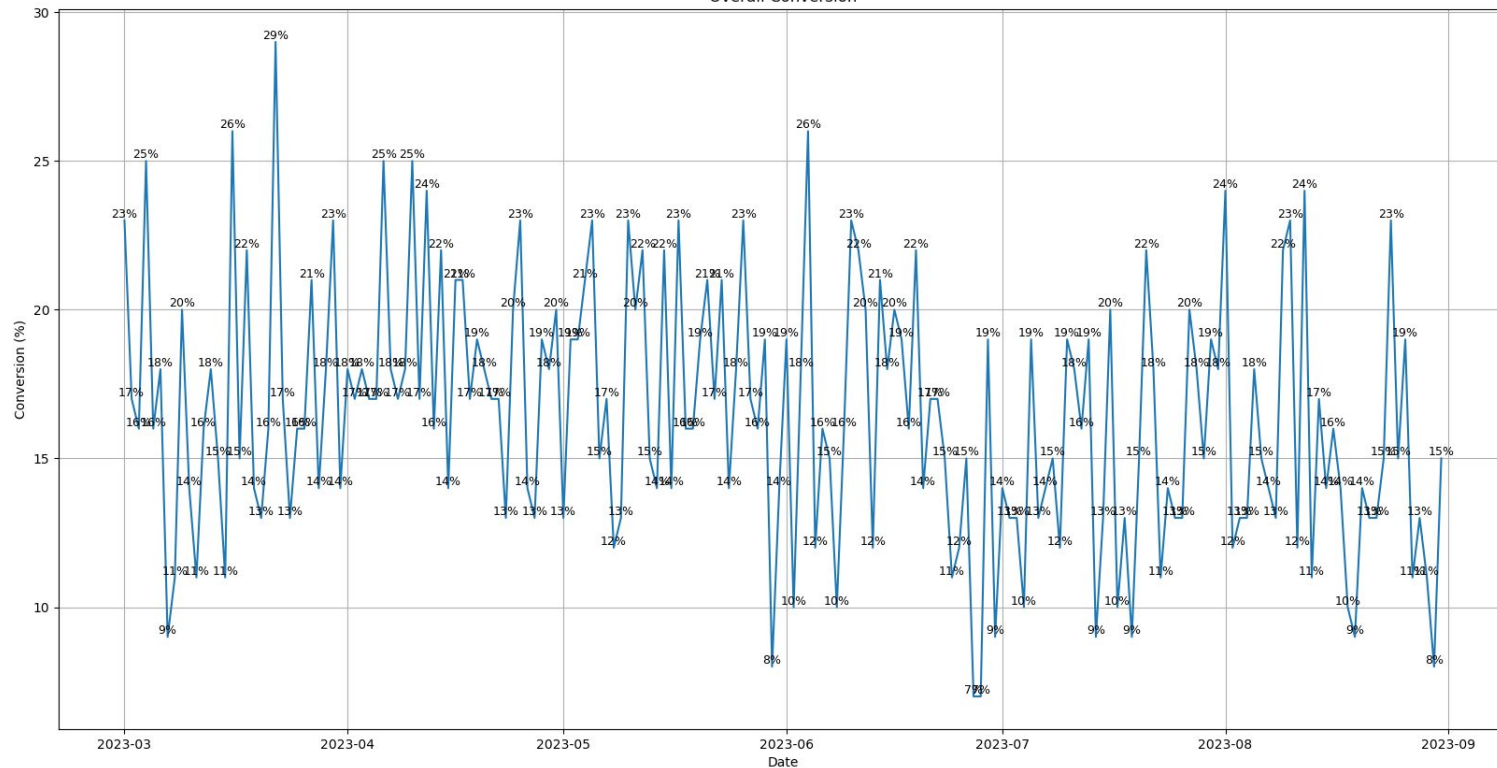
Регистрации с распределением по платформам



Из графика видно, что основное количество регистраций происходит на android, не смотря на то, что основная доля посещений идет с web.

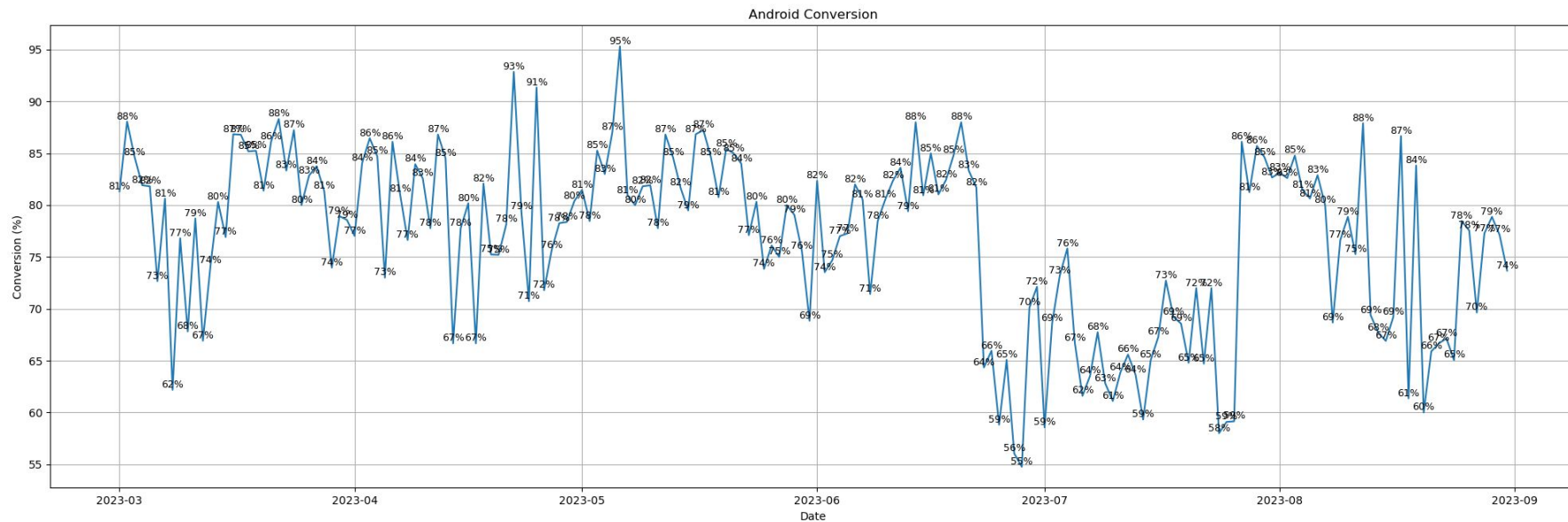
Общая конверсия

Overall Conversion



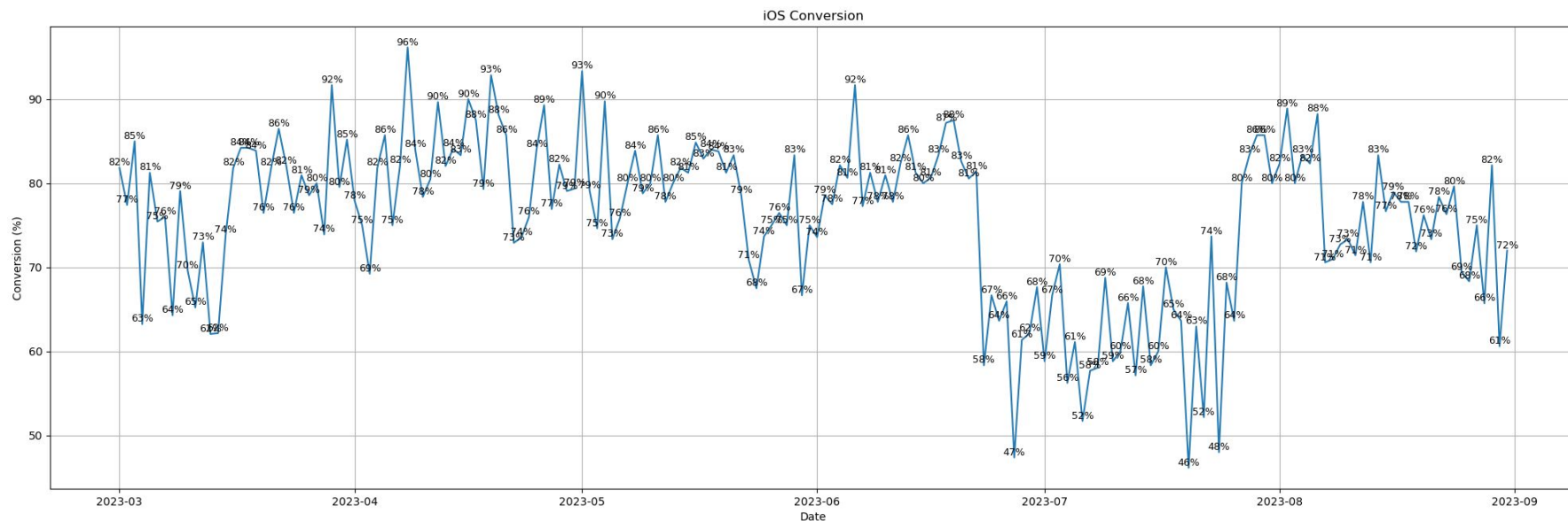
Распределение конверсии неоднородно. Среднее значение составляет 15-16%. Наименьшие значения в начале марта, начале сентября и в конце июня.

Конверсия по платформам



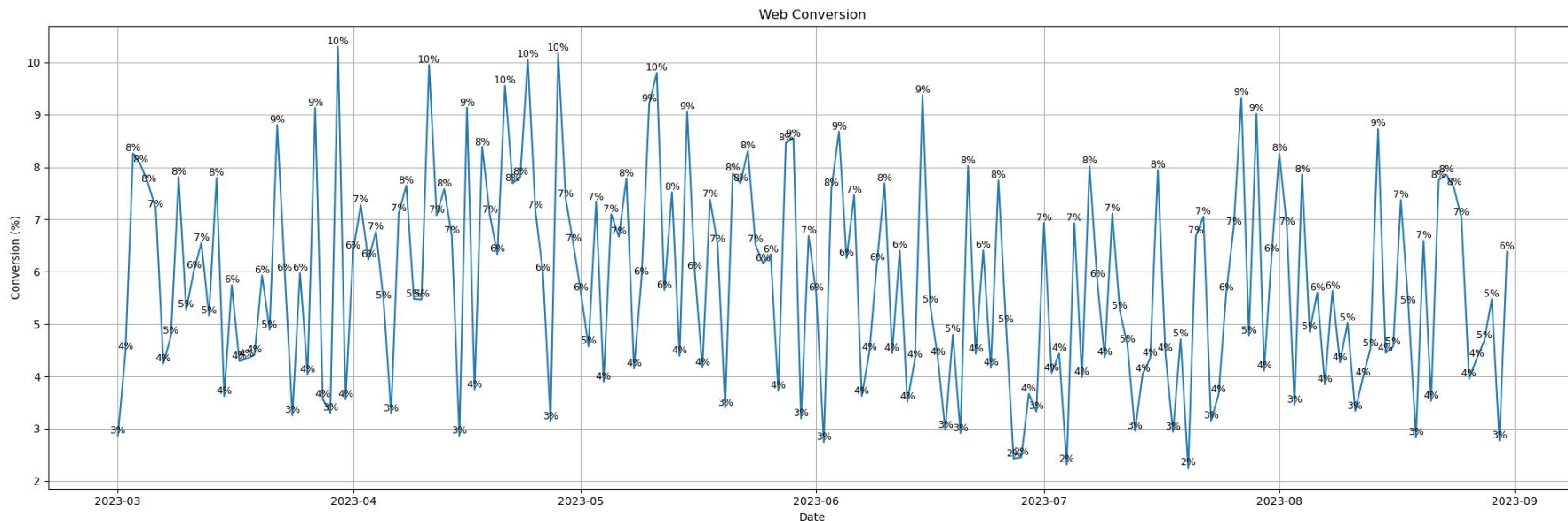
Конверсия через android 55-95%

Конверсия по платформам



Конверсия через iOS 46-96%

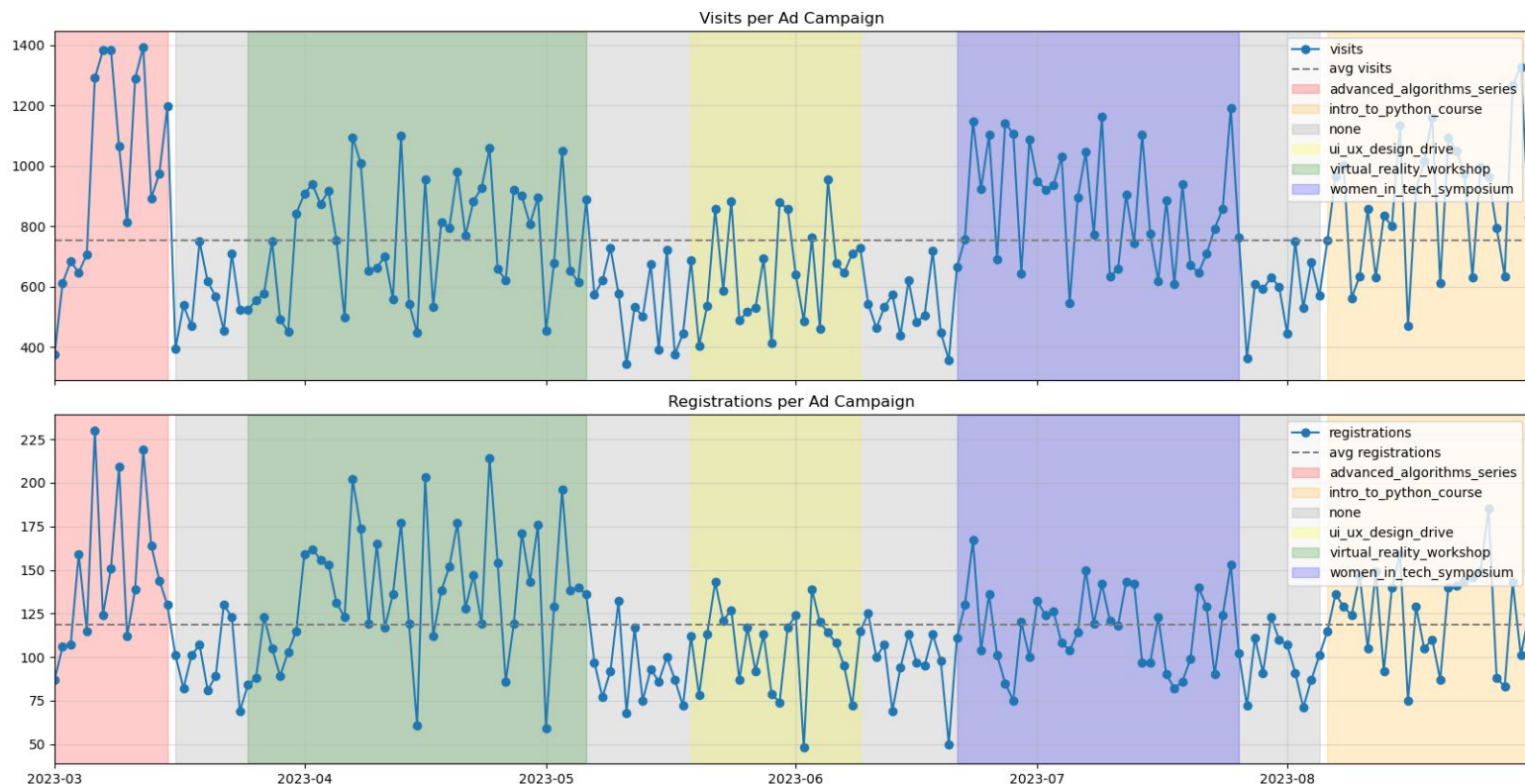
Конверсия по платформам



Конверсия Web 3-10%

Несмотря на то, что основная платформа для посещений - web, основная конверсия идет с ios и android

Посещения и регистрации с выделением рекламных



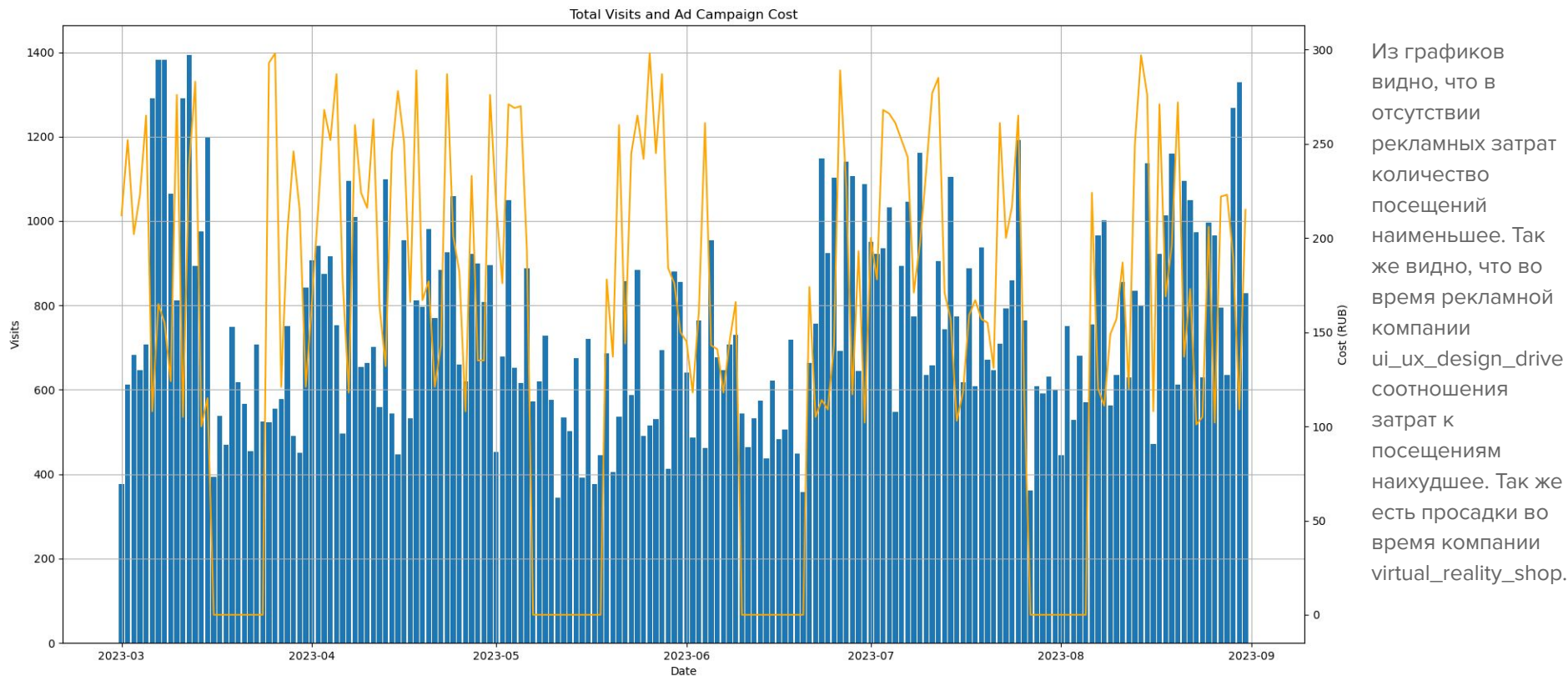
Рекламные компании дают заметный прирост пользователей и регистраций

Компания ui_ux_design_drive наименее эффективная, по сравнению с другими компаниями.

Наибольшая разница между посещениями и регистрациями у компании women_in_tech symposium

advanced_algorithms_series показывает наибольшие показатели посещений и регистраций.

Соотношение посещений и затрат на рекламу



Выводы

Заходы и регистрации увеличиваются с запуском рекламы.

Основные просадки в посещениях происходят между рекламными компаниями. Также основные просадки пришлись на конец мая-начало июля на рекламную компанию `ui_ux_design_drive`.

Рекламная компания `ui_ux_design_drive` так же является худшей по соотношению затрат к посещениям

Основные просадки в регистрациях аналогично происходят во между рекламными компаниями и не смотря на большое количество посетителей во время `women_in_tech symposium`, основная просадка в регистрациях была с мая по конец августа.

Просадки связаны с отдельными рекламными компаниями.

Основной причиной просадки регистраций также являются конкретные рекламные компании.