

2.2. Які висновки та рекомендації можна зробити на основі даних та аналізу?

На основі даних за три дні можна зробити такі висновки:

- В середньому за день 58244 завантажень додатку.
- Середній прибуток на основі 1m ARPU за три дні складає 1800\$.
- найбільше завантажень зроблено з США, Індії, Британії, Філіппін та Канади. Далі йдуть Австралія, Мексика, Аргентина, Індонезія та Іспанія. Тобто найбільшу частину ринку займає англomовна аудиторія. Особливо Північна Америка.
- Не можна сказати, що за кількістю встановлень лідує якась з платформ. Також саме на початку періоду з android було дуже багато завантажень.
- Майже в два рази більше грошей приносять ліди з iOS, що в принципі зрозуміло за структурою 1m ARPU
- Найбільш популярними каналами є канали 1 та канал 2, також канал 8, всі інші не приносять лідів
- За всіма регіонами найбільш непопулярним часом для встановлення додатків є ранок за київським часом. (6-10 година - нічні години в Америці)
- Більше встановлень робиться саме з Wi-Fi. Хоча у трохи більше ніж третини встановлено додаток не через Wi-Fi.
- Найбільш завантажуваними є версії 2.3.0 та 2.5.1

Що можна порадити?

Розвивати інші 6 каналів збору лідів, також подивитись в сторону європейського ринку, або далі продовжувати розвивати ринок Америки.

2.3. Які ще дані та метрики варто додати, щоб збільшити цінність цієї панелі?

Було би добре міряти:

Кількість активних користувачів (MAU, WAU, DAU) та LTV (Life Time Value) . Для цього потрібно мати дані по сесіям користувачів.

CPA (Cost Per Aquisition) та ROI - окупність кампаній, але для цього потрібно визначити кількість грошей, витрачених на кампанію.