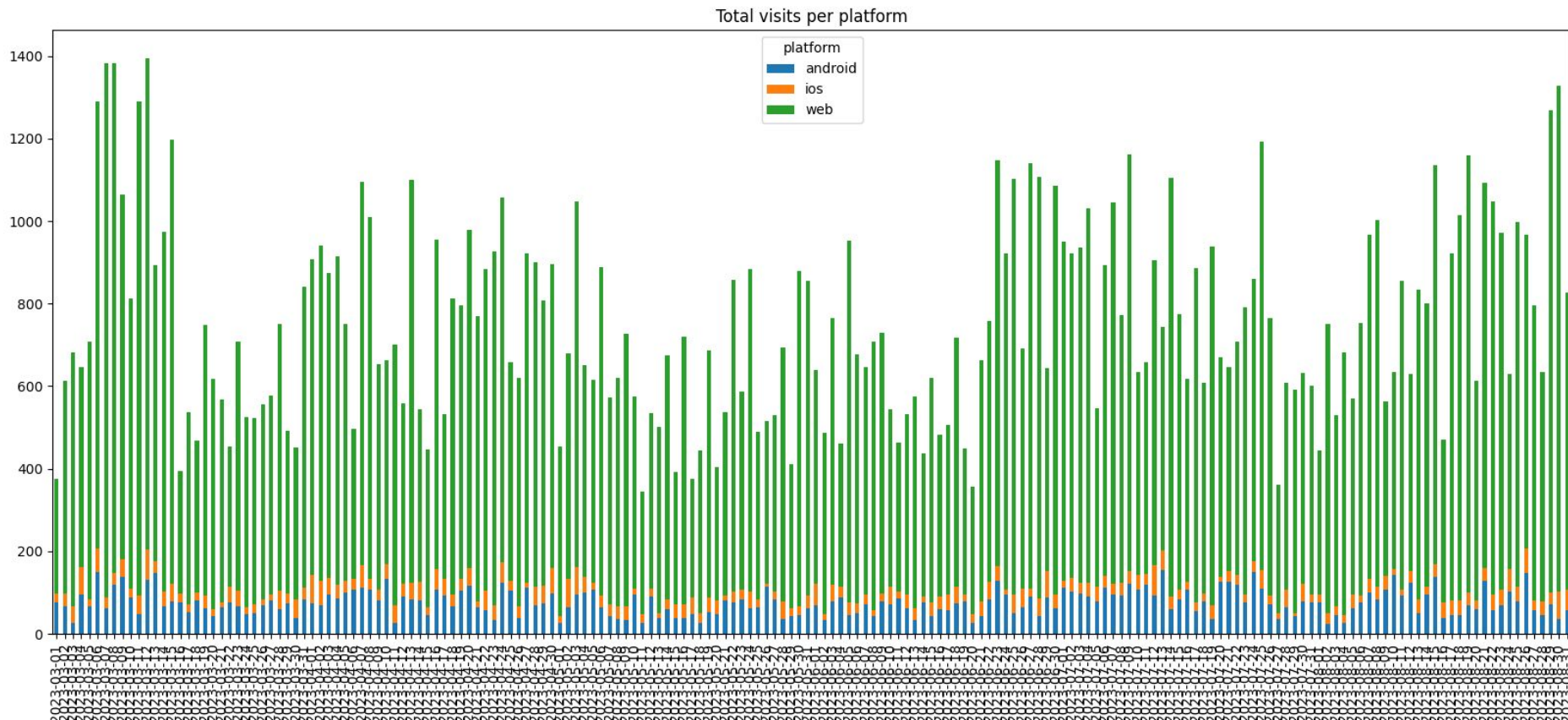


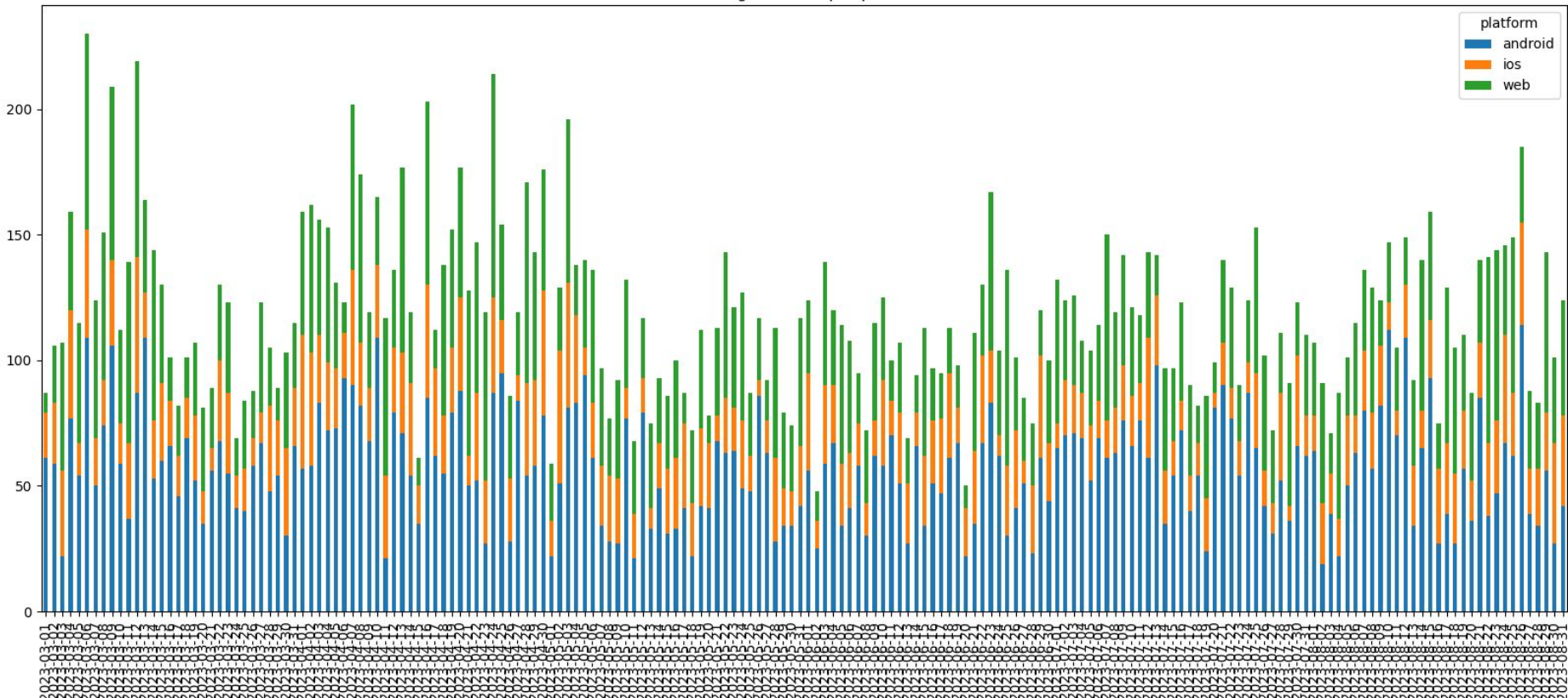
“Дашборд конверсий”

# Посещения по платформам



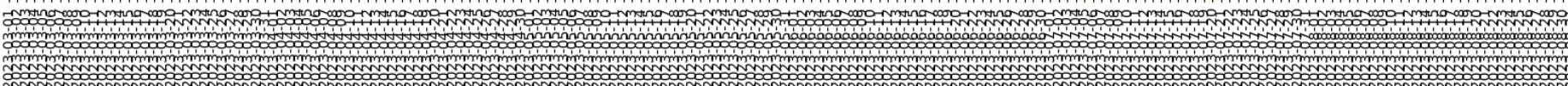
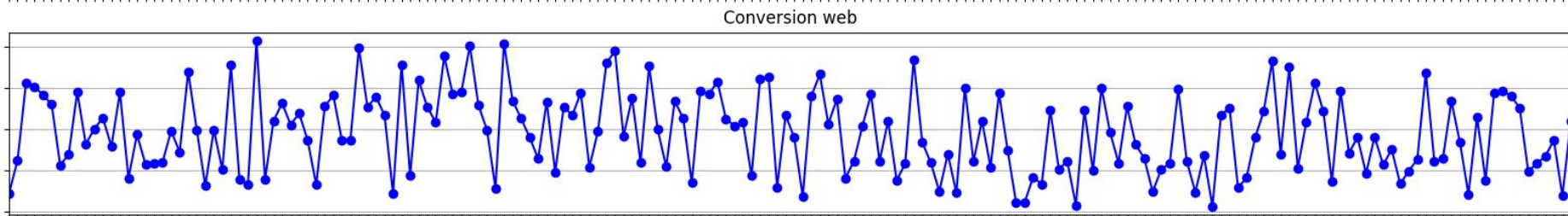
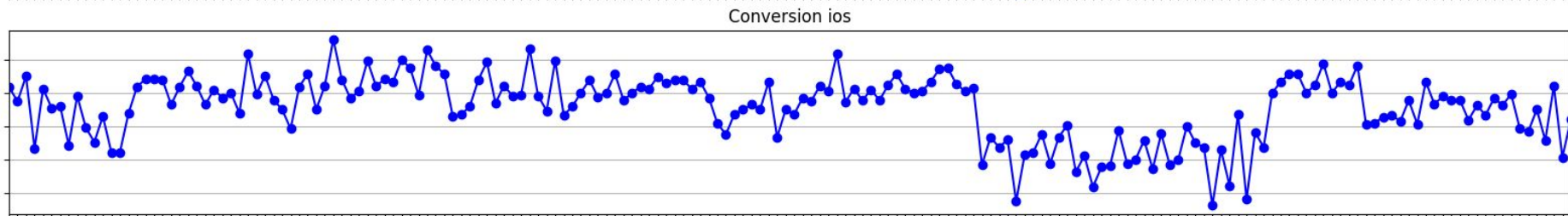
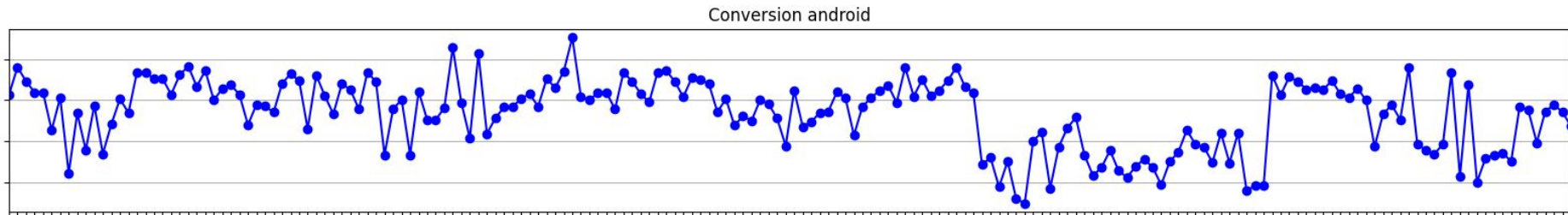
# Регистрация по платформам

Total registrations per platform



# Конверсии по платформам

Conversion per platform

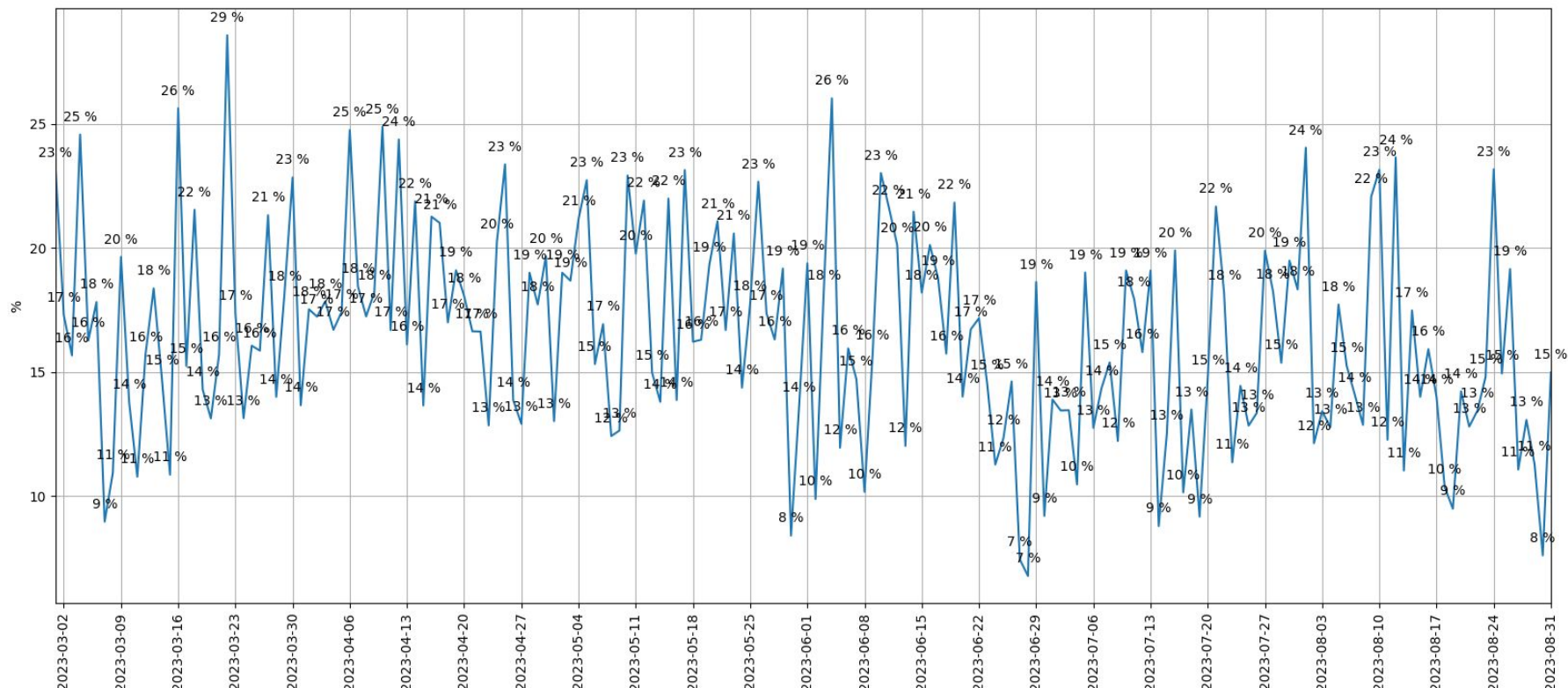


# Платформы

- Наибольшее количество трафика приходит с web-версии сервиса, однако конверсия с этого источника наименьшая (менее 6%)
- Конверсии с приложений на Android и iOS аналогичны и находятся в диапазоне 60-90%
- Заметно падение конверсии у мобильных приложений с 2023-06-21 по 2023-07-30
- Для мобильных приложений заметны значительные скачки конверсии в период с 2023-03-25 по 2023-05-06

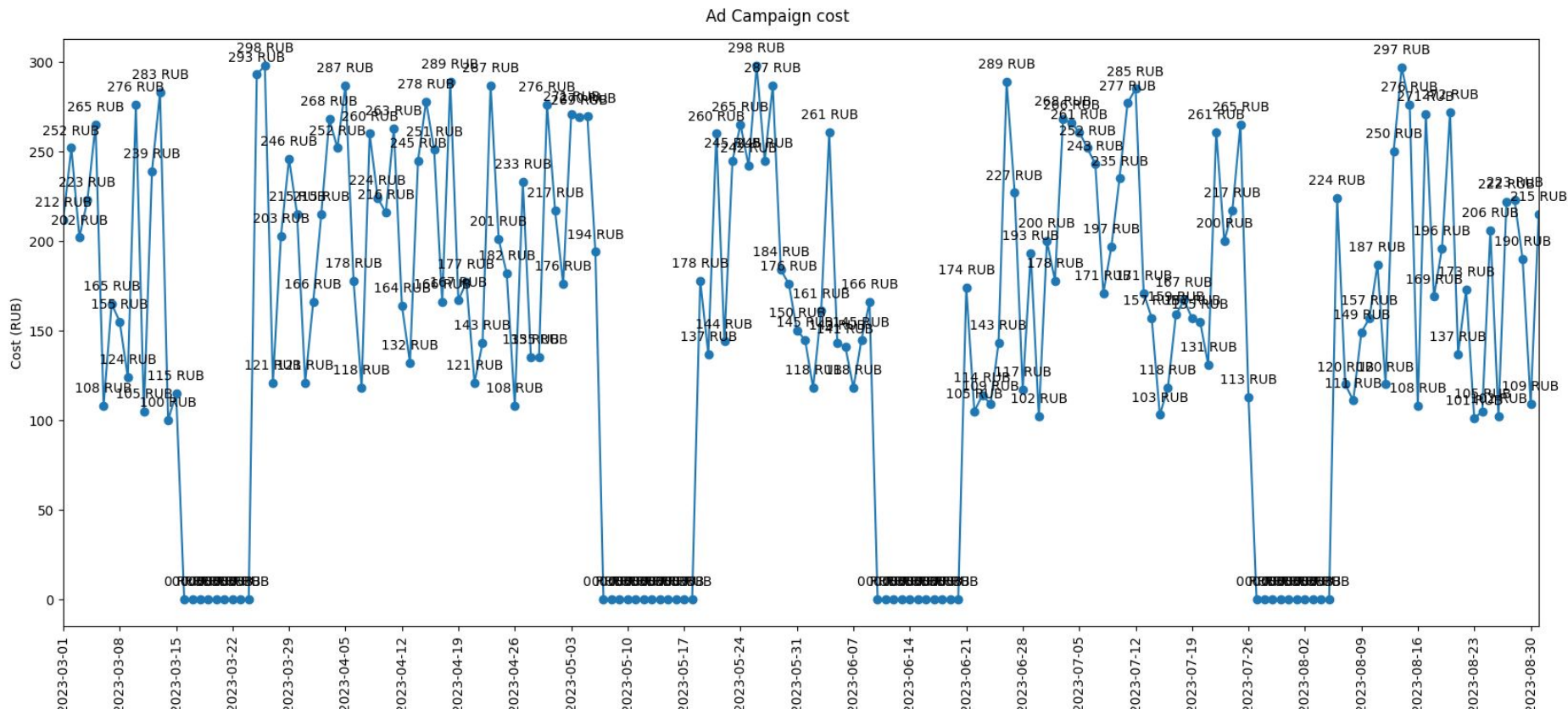
# Общая конверсия

Total conversion





# Стоимость рекламных кампаний

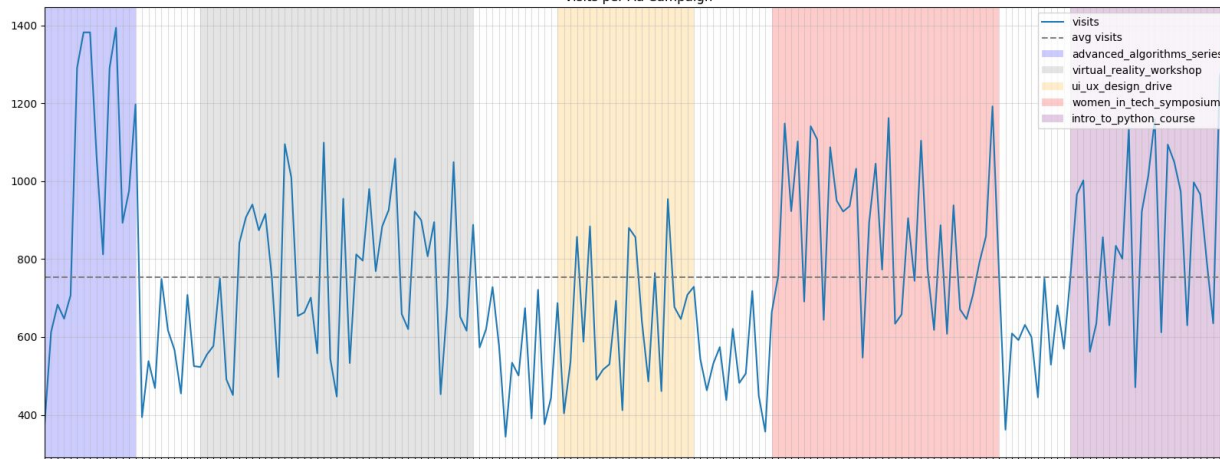


# Конверсии

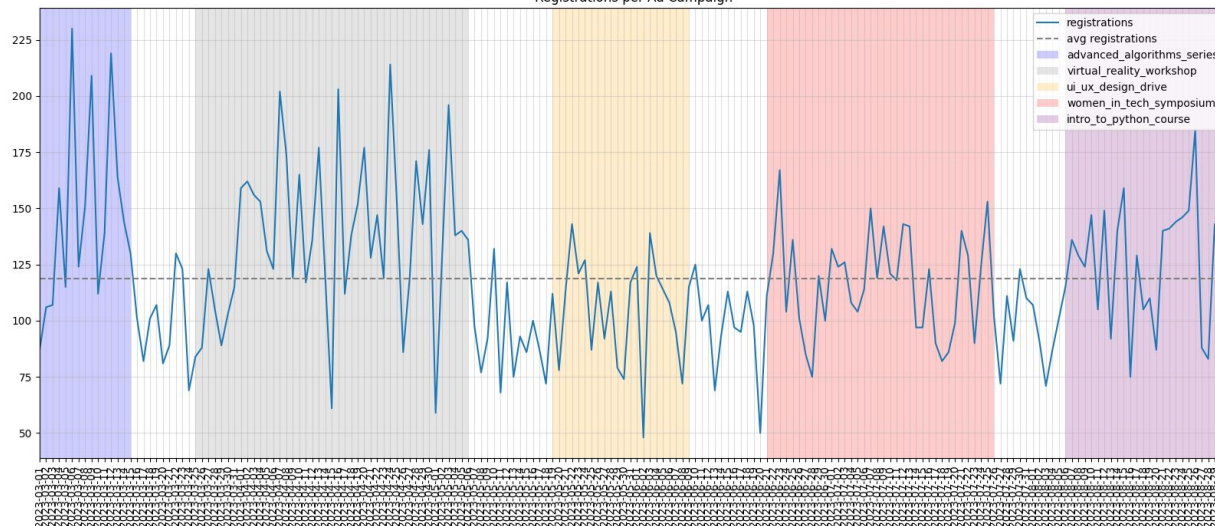
- Несмотря на общее падение конверсии в 2023-06-21 с последующим плавным повышением, падение меньше, чем ожидаемое по данным конверсий с мобильных приложений. web-версия сервиса отличается стабильной конверсией и местами может сгладить падение за счет повышения посещаемости в этот период
- Период падения конверсии может быть связан с отпусками/сессиями (необходимо больше данных по клиентам, их возрастными категориями)
- Падение конверсии НЕ связано с затратами на рекламу



Visits per Ad Campaign



Registrations per Ad Campaign



# Рекламные кампании

- Кампания `ux_ui_design_drive` меньше остальных интересна потребителям
- Как правило остальные рекламные кампании дают заметный прирост посещений
- Падение конверсии с приложений совпадает по датам с рекламной кампанией `women_in_tech_symposium`: несмотря на значительный рост посещений, количество регистраций осталось почти на том же уровне
- В целом на период с конца мая до конца августа наблюдается небольшое снижение количества регистраций с небольшим ростом к концу лета
- Возможно, есть проблемы с дизайном и идеей рекламной кампании `women_in_tech_symposium`, либо сама тематика не очень интересна потребителям