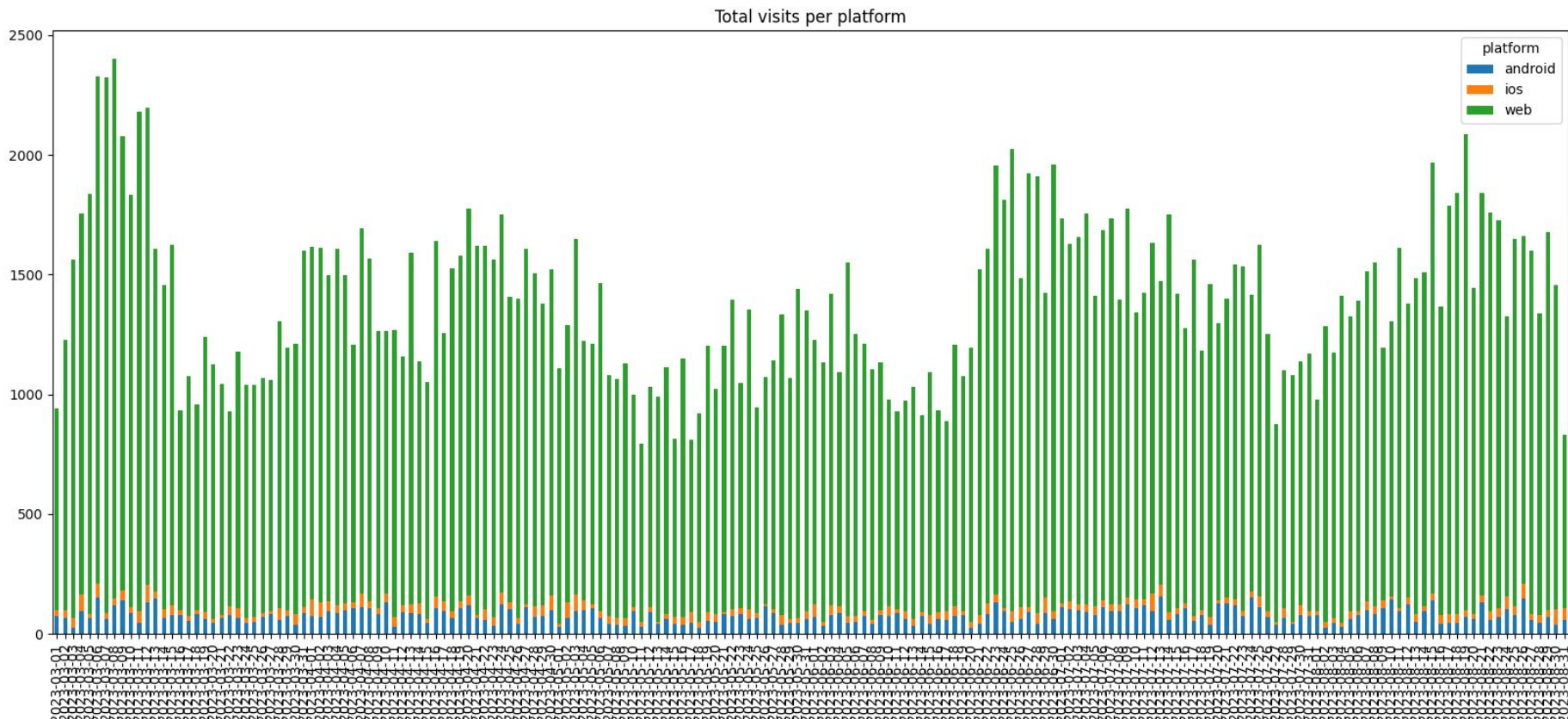


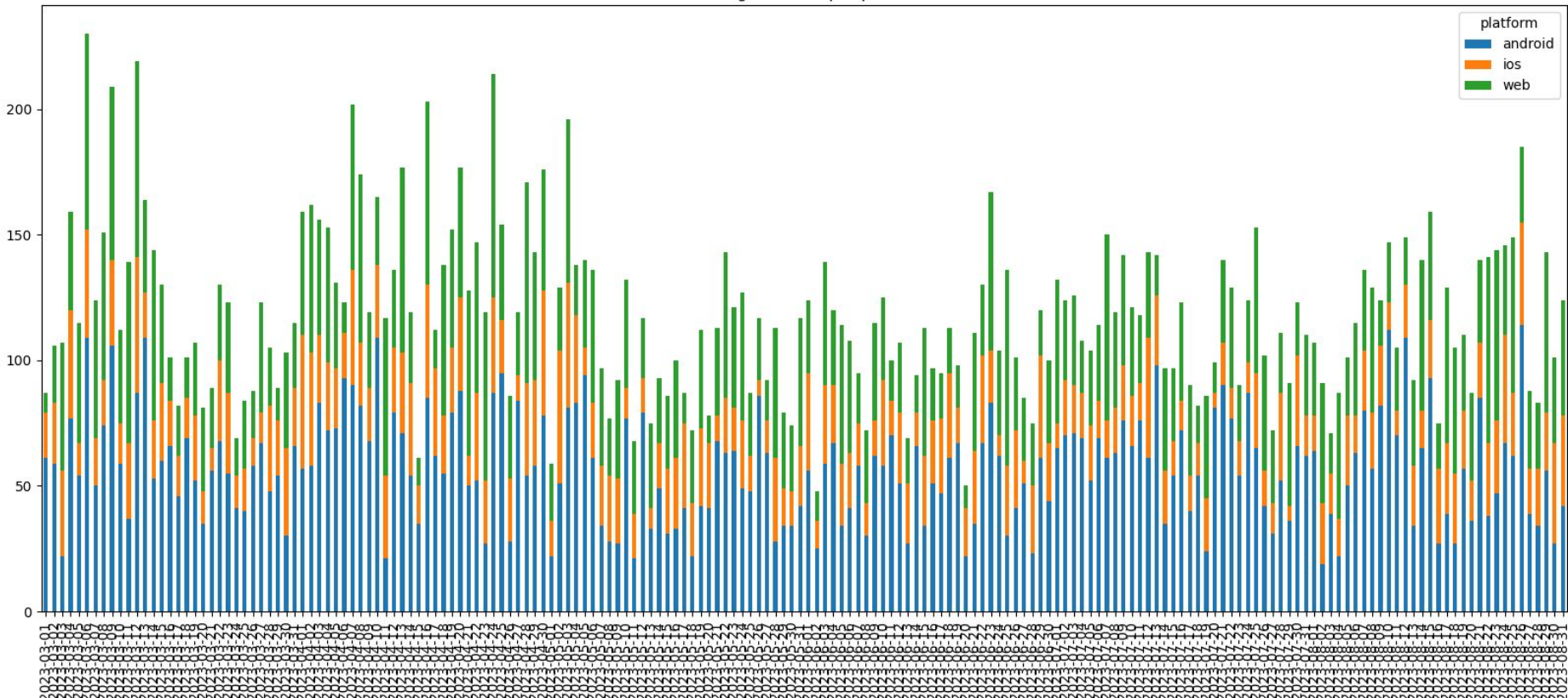
“Дашборд конверсий”

Посещения по платформам



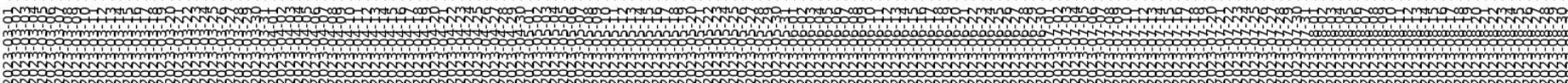
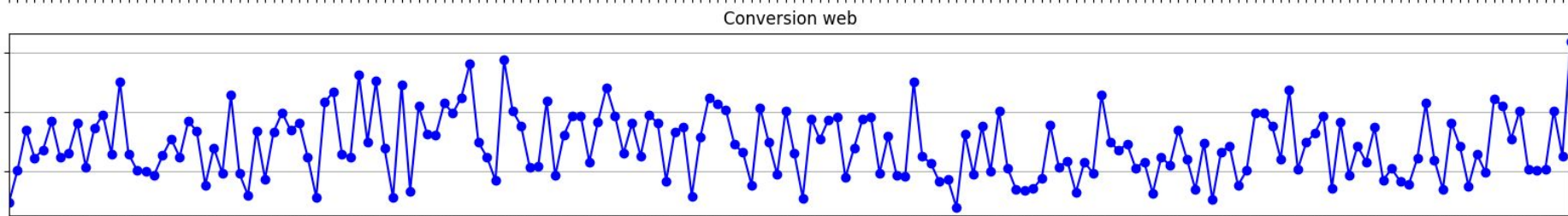
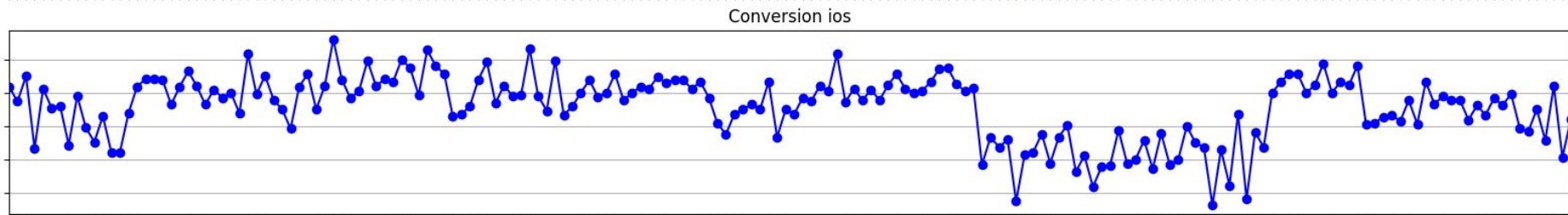
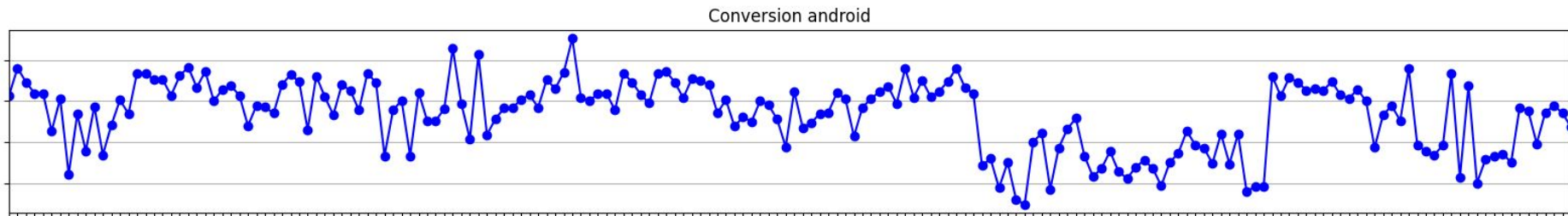
Регистрация по платформам

Total registrations per platform



Конверсии по платформам

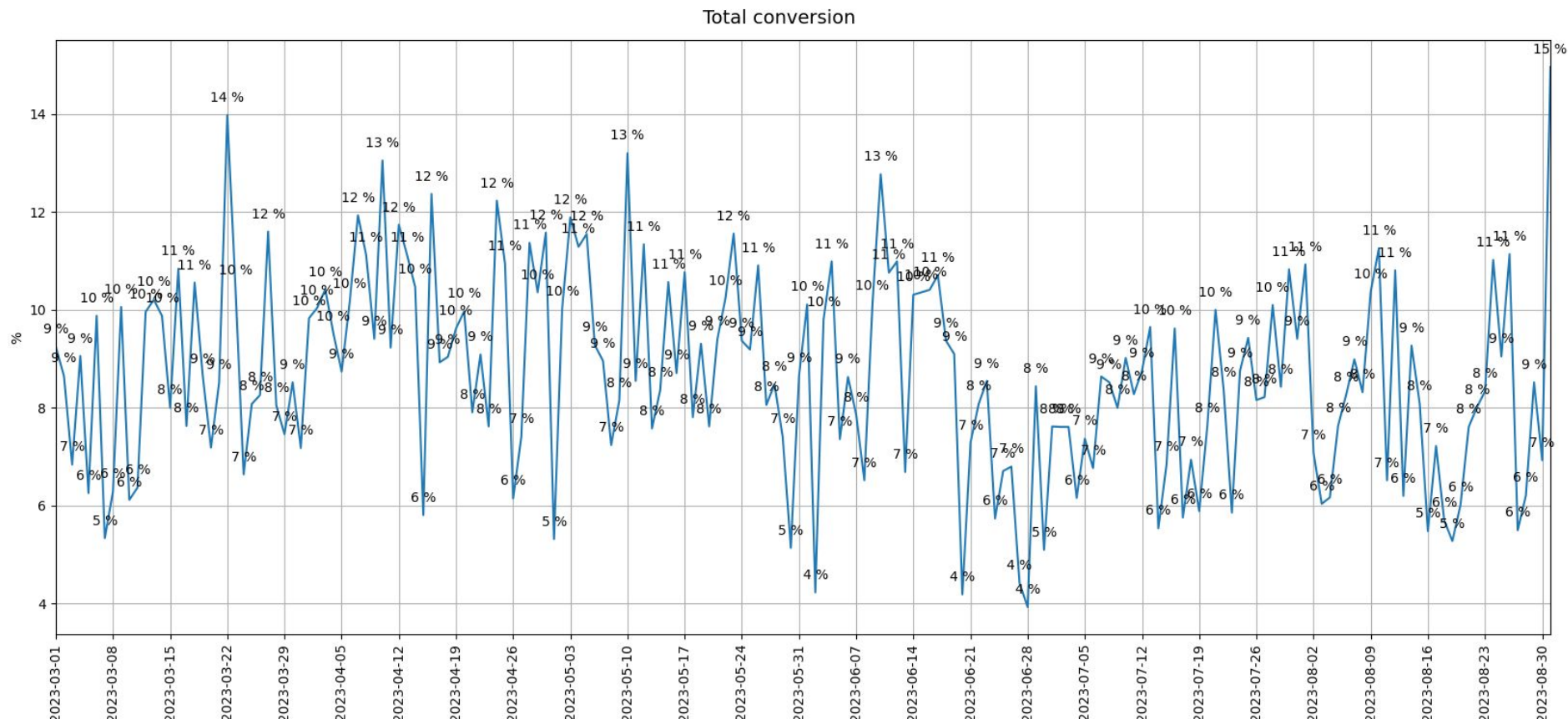
Conversion per platform



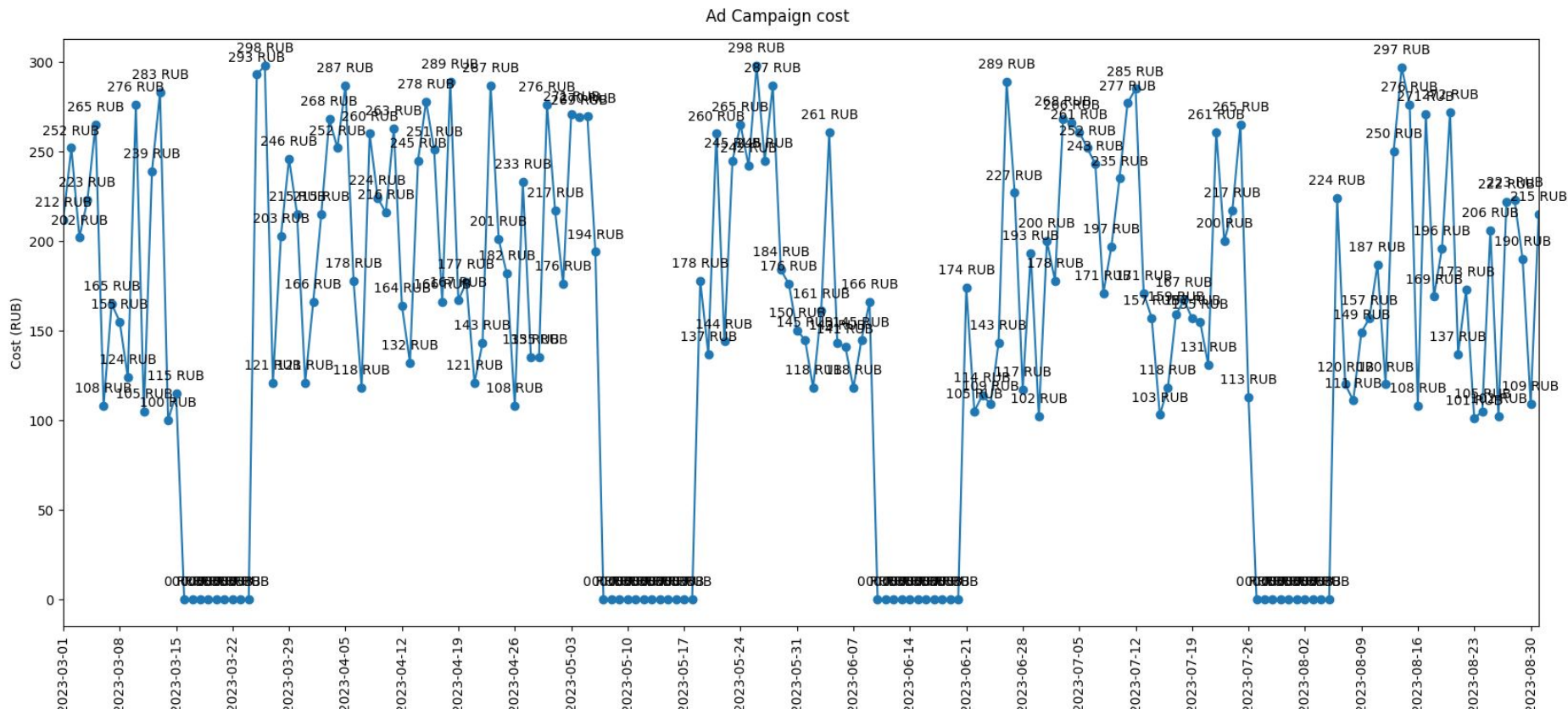
Платформы

- 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



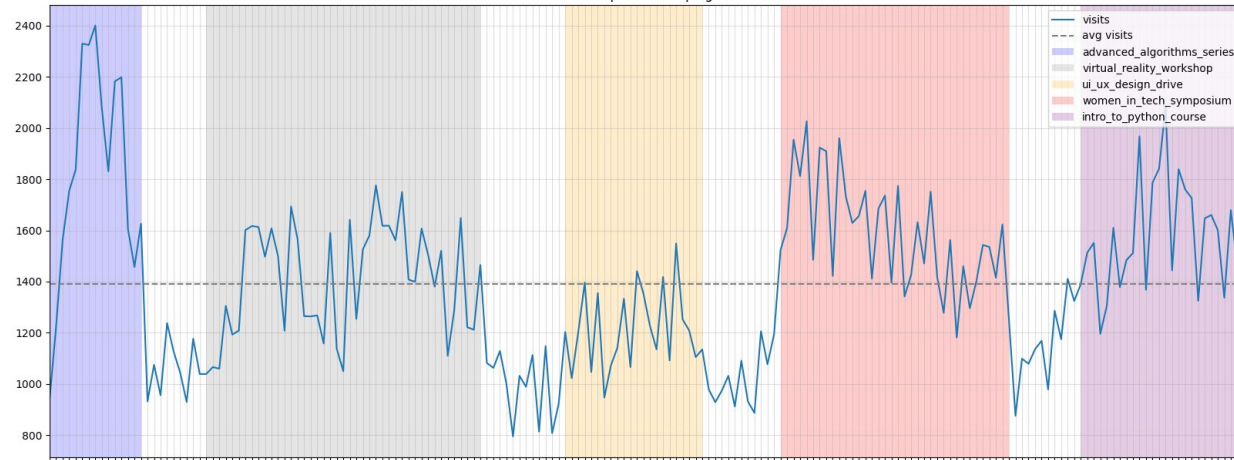
Стоимость рекламных кампаний



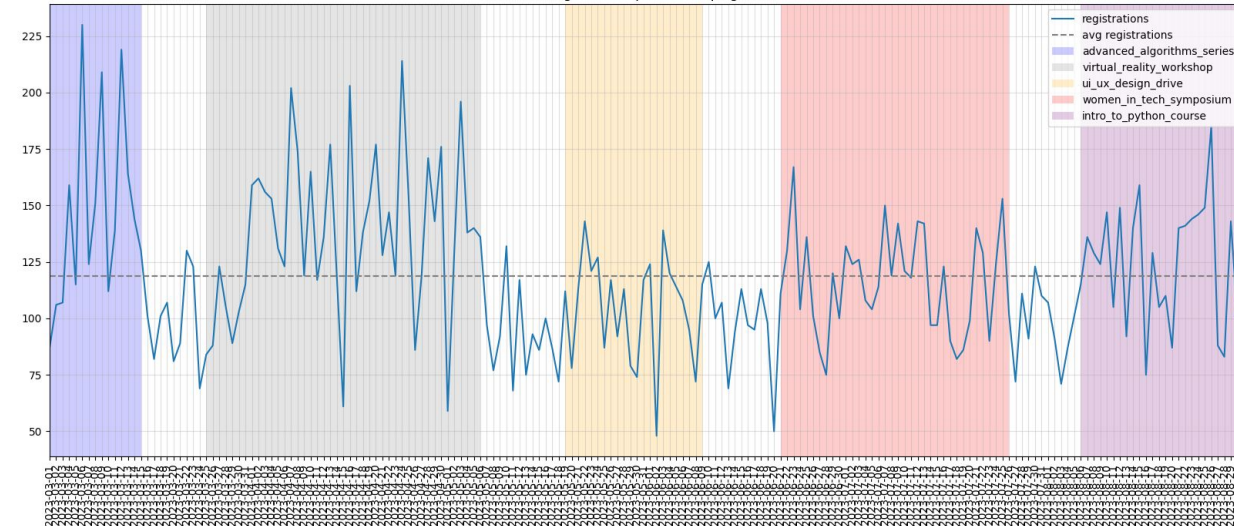
Конверсии

- 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