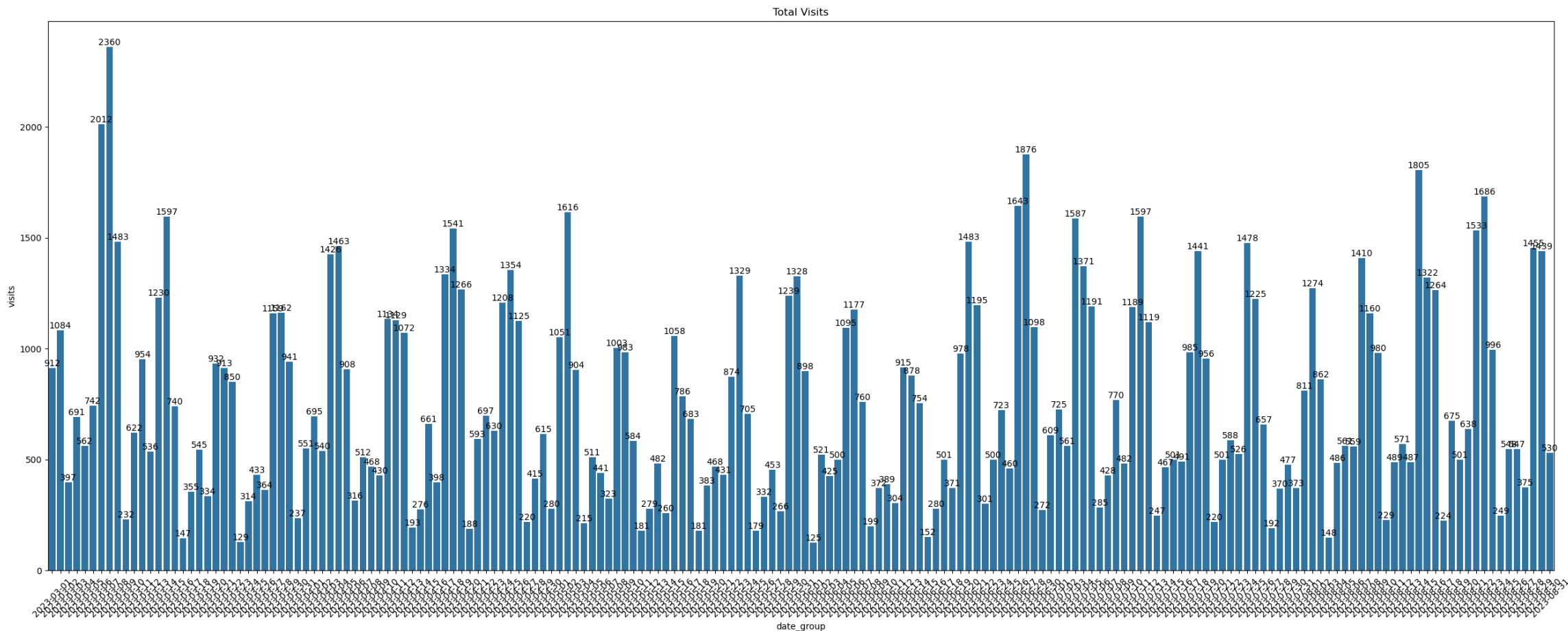


Дашборд конверсий

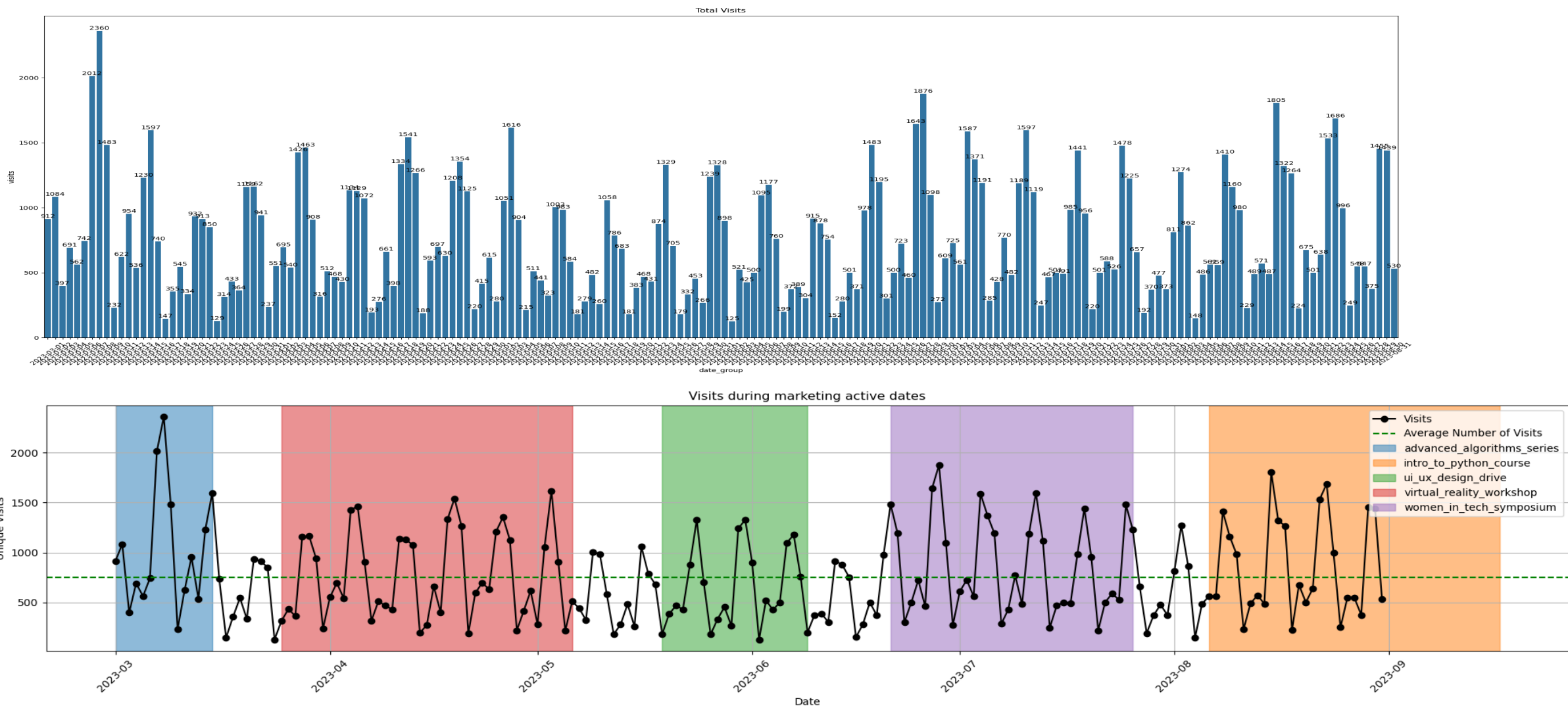
Анализ данных о посещениях, регистрациях и рекламных кампаниях на образовательной платформе в период с 2023-03-01 по 2023-09-01

Количество посещений по дням



Максимальное количество посетителей было зафиксировано 2023-03-08 - 2360

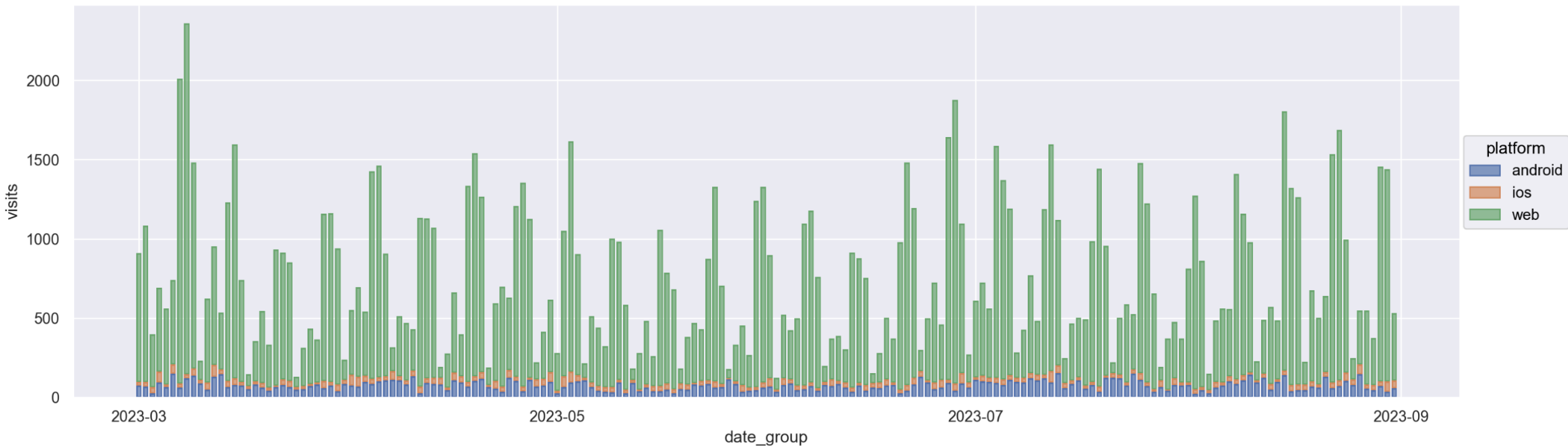
Влияние рекламных кампаний на посещения



Количество посетителей напрямую зависит от проведения рекламных кампаний. Самые высокие значения зафиксированы в периоды проведения рекламных кампаний, самые низкие – в дни, когда их не было.

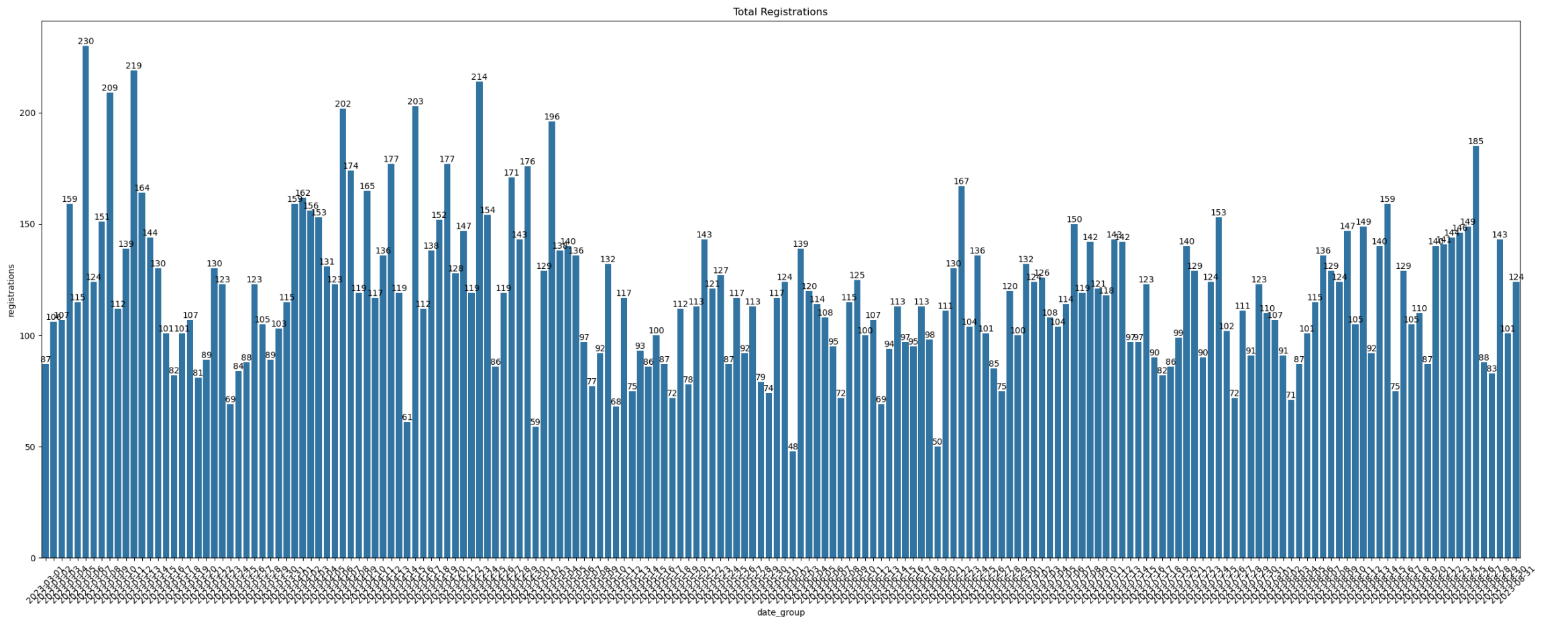
Источники посещений

Visits by Platform (Stacked)



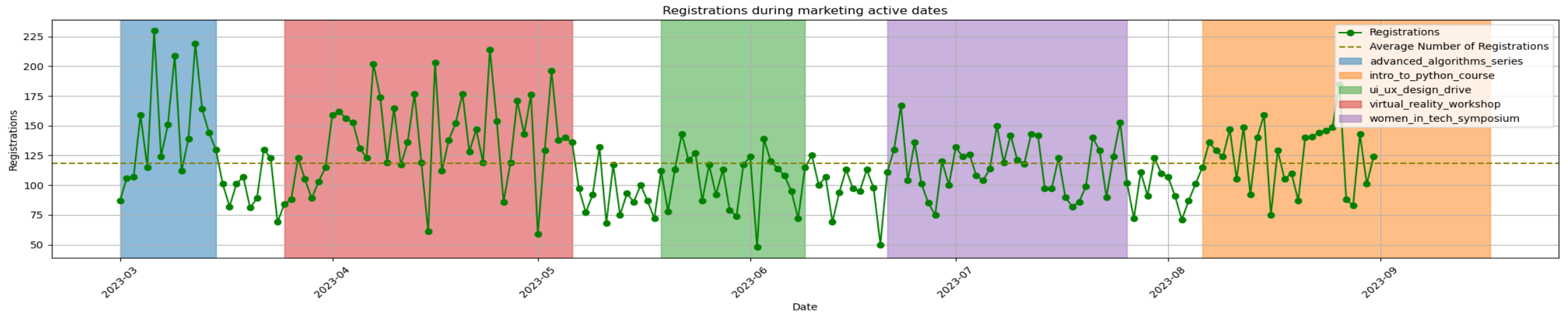
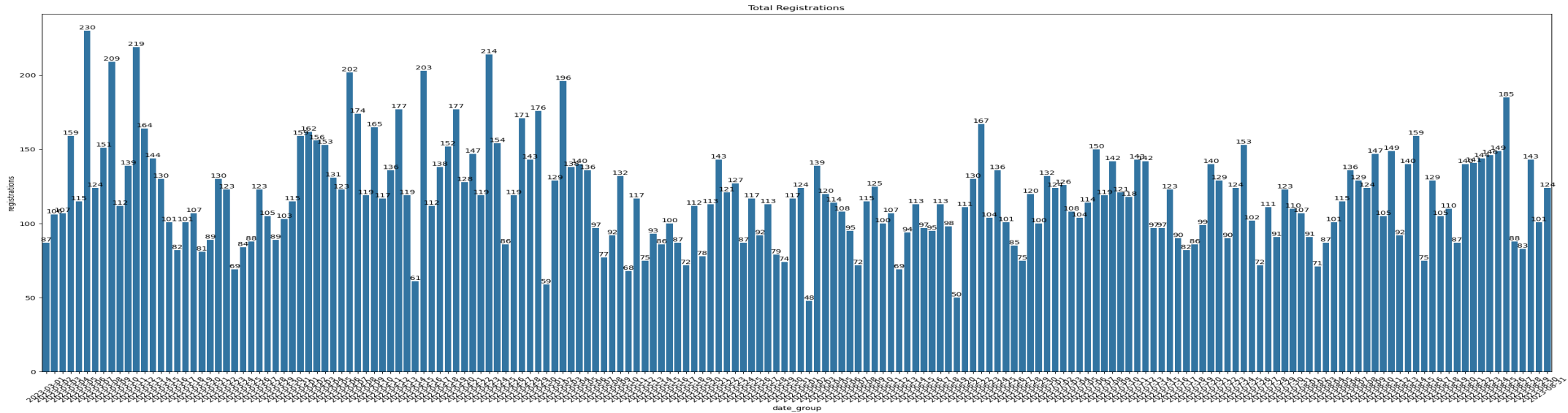
Большая часть пользователей заходит на сайт с компьютера. Меньше всего пользователей заходит с ios-устройств.

Количество регистраций по дням



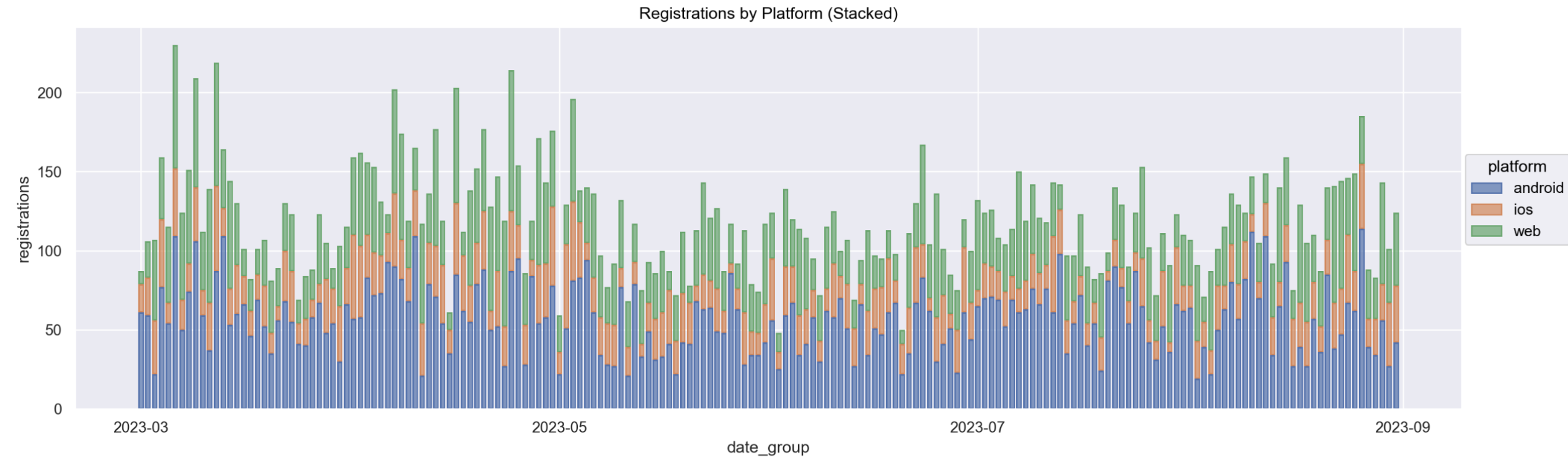
Максимальное количество регистраций было зафиксировано 2023-03-06 - 230

Влияние рекламных кампаний на регистрации



Проведение рекламной кампании не гарантирует большого количества регистраций, но во время их отсутствия регистраций становится значительно меньше. Наиболее успешная рекламная кампания была проведена в марте – `advanced_algorithms_series`, наименее успешная – `ui_ix_design_drive`.

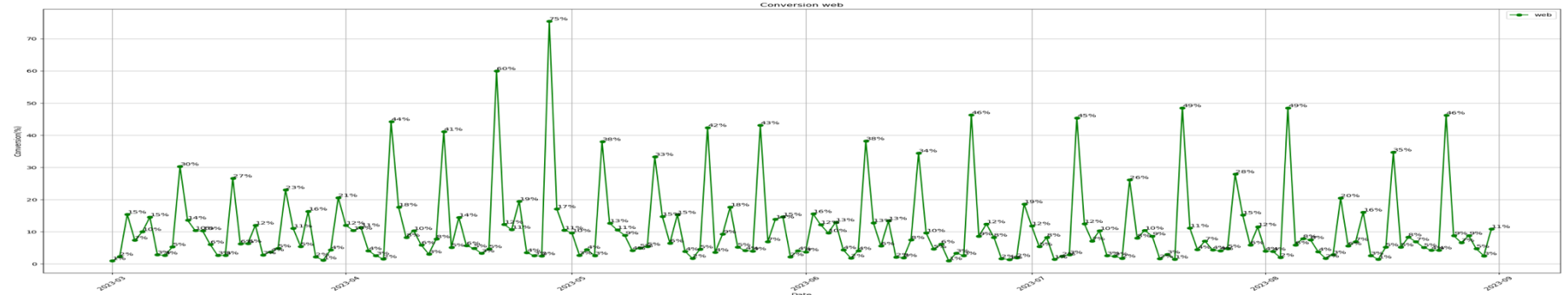
Источники регистраций



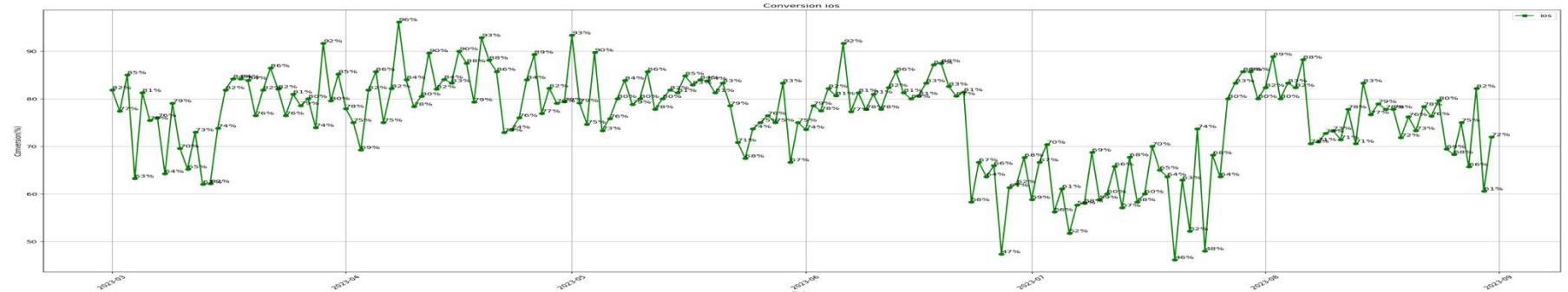
Большая часть пользователей регистрируется на сайте с android-устройств. Меньше всего – с ios-устройств.

Конверсия по платформам

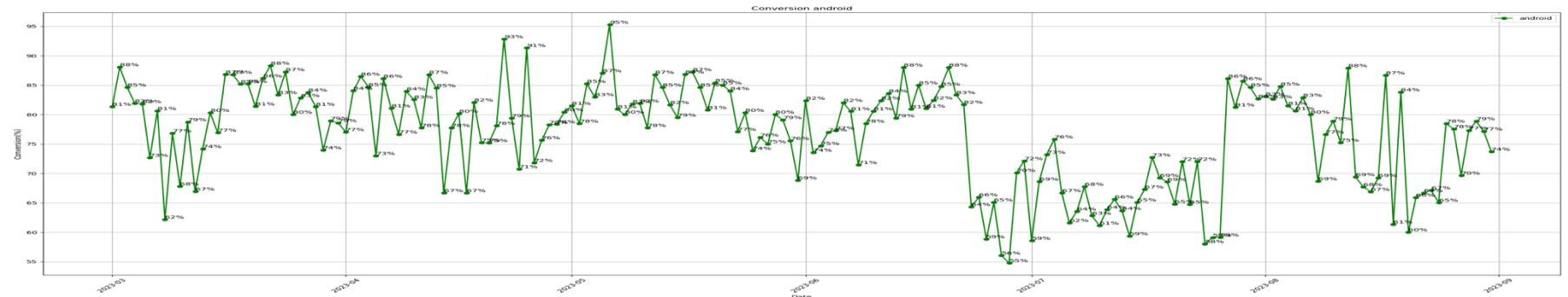
Web:



iOS:



Android:



Конверсия с ios и android устройств в среднем составляет 75%, в то время как у desktop-версии среднее значение конверсии – 11%. Возможно, у desktop-версии неправильный дизайн или проблемы с формой регистрации.

Сравнение рекламных кампаний

	Start date	End date	Total cost	Visits	Registrations	Conversion
advanced_algorithms_series	2023-03-01	2023-03-15	2824	15414	2196	14.25
intro_to_python_course	2023-08-06	2023-08-31	4690	22233	3246	14.60
ui_ux_design_drive	2023-05-19	2023-06-09	4209	13868	2308	16.64
virtual_reality_workshop	2023-03-25	2023-05-06	9031	32545	5898	18.12
women_in_tech_symposium	2023-06-21	2023-07-26	6780	31091	4184	13.46

Наиболее успешная рекламная кампания по конверсии – virtual_reality_workshop, при этом она же наиболее продолжительная и дорогая.
Наименее успешная – women_in_tech с конверсией 13.46%.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- Количество посещений и регистраций увеличивается в периоды проведения рекламных кампаний;
- Наибольшее количество посещений с desktop-версии, однако регистраций больше с android-устройств – нужно скорректировать desktop-версию и проверить работоспособность формы регистрации;
- Наиболее успешная рекламная кампания по конверсии – virtual_reality_workshop.