

# АУДИТОРНЫЕ МЕТРИКИ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ

---

# ПРИВЛЕЧЕНИЕ

---

- › Количество пользователей
- › Конверсии
- › Стоимость привлечения пользователей
- › Эффективность инвестиций

# КОЛИЧЕСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

---



- › Total users
- › New users

- › Конверсия первого дня — % новых пользователей, вернувшихся хотя бы 1 раз после дня регистрации
- › Конверсия первой недели
- › Конверсия первого месяца

- Конверсии можно считать между чем угодно!
  - ▶ Конверсия игроков  $N$ -го уровня в игроков  $N+k$  уровня
  - ▶ Конверсия зарегистрированных пользователей в покупателей

# СТОИМОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

---



- › CPA — cost per acquisition
- ›  $CPA = (\text{total advertisement spend}) / (\text{number of registered users})$
- › CPI — cost per install
- ›  $CPI = (\text{total advertisement spend}) / (\text{number of installs})$

- » Кого считать привлечённым пользователем?
  - ▶ посещение страницы?
  - ▶ регистрация?
  - ▶ совершение целевого действия?

- › ROI – return on investment
- ›  $ROI = (total\ revenue - total\ cost) / (total\ cost) * 100$
- › Investment A: total revenue – 1100\$, total cost – 1000\$
- › Investment B: total revenue – 2500\$, total cost – 2000\$



# ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ

---

- $ROI(A) = (1100 - 1000)/1000 * 100 = 10\%$
- $ROI(B) = (2500 - 2000)/2000 * 100 = 25\%$
- Важно учитывать длительность периода оценки эффективности инвестиции

- › Total users
- › New users
- › Conversion
- › CPA, CPI
- › ROI