

Проект “Дашборд конверсий”



Выполнила:
студент программы
“Аналитик данных”
Мария Полякова

Цель исследования — проанализировать посещения и регистрации сайта ООО “Школа IT-направлений” за март - август 2023 г.

Задачи исследования:

изучение посещаемости и регистрации на сайте онлайн-школы, определение платформ посещений и регистраций, типов регистрации

Результат исследования — выявление зависимости посещений и регистраций от запуска рекламных кампаний и способов регистрации

Используемые метрики — посещаемость сайта, количество уникальных посетителей, коэффициент конверсии, расходы на рекламу

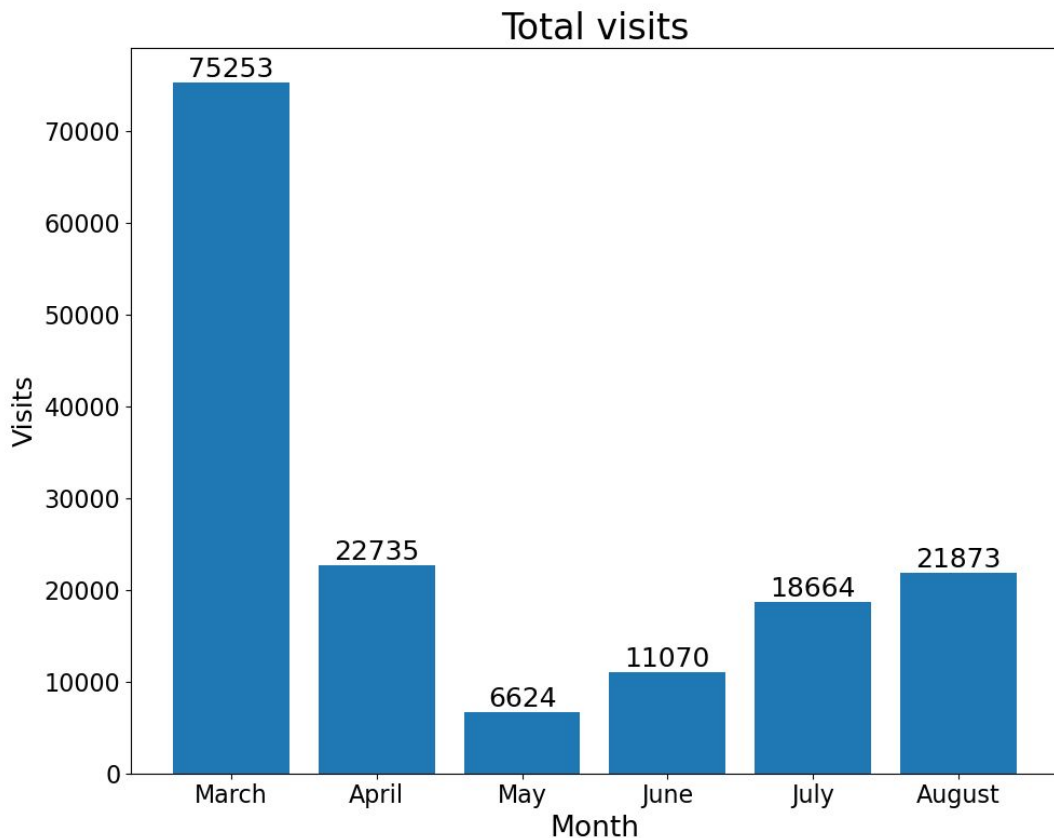
ООО “Школа IT-направлений”

- одна из известных и популярных школ программирования
- предлагает удобный формат — дистанционное обучение с готовыми видеозаписями и уроками в текстовом варианте
- имеет несколько направлений обучения - от программирования до анализа данных

Основные показатели за март - август 2023 г.:

Общее количество посещений:	Уникальных посещений:	Уникальных посещений без учета ботов:	Совершено регистраций:	Расходы на рекламу:
308871	170101	163132	28197	99357 руб.

Посещаемость сайта за март - август 2023 г.

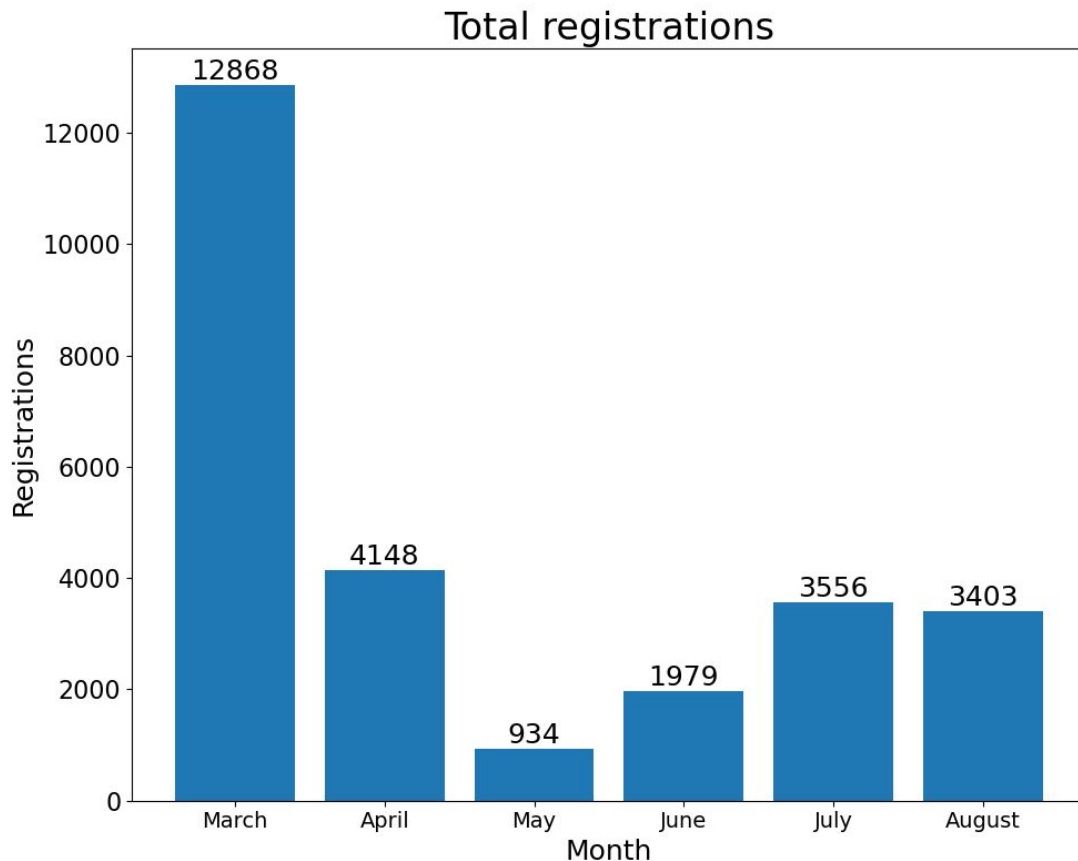


Максимальное количество посещений зафиксировано в марте с запуском рекламной кампании – **75,2 тыс.**,

минимальное – в мае (**6,6 тыс.**),

в остальные месяцы количество посещений варьировалось от **11** до **23 тыс.**

Регистрации на сайте за март - август 2023 г.

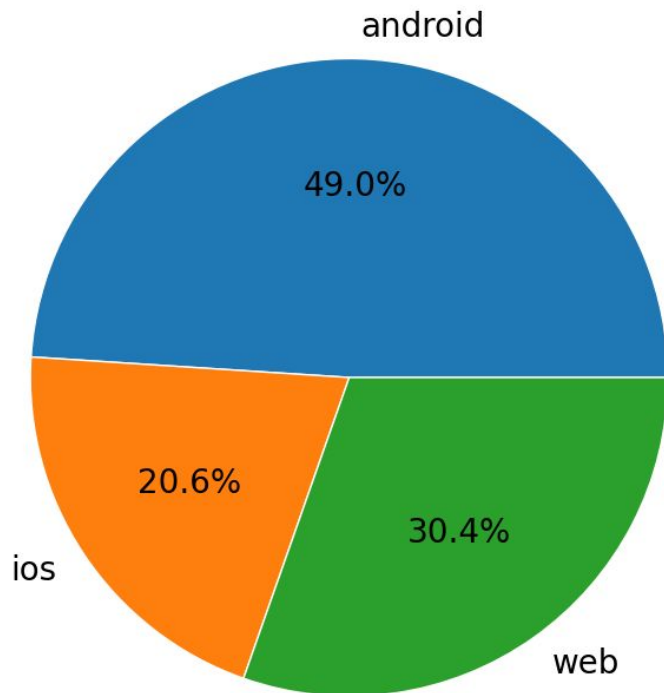


Максимальное количество регистраций наблюдается в марте – **12,8 тыс.**,

минимальное – в мае: **0,9 тыс.**

В апреле, июне - августе количество регистраций изменялось от **1,9** до **4,1 тыс.**

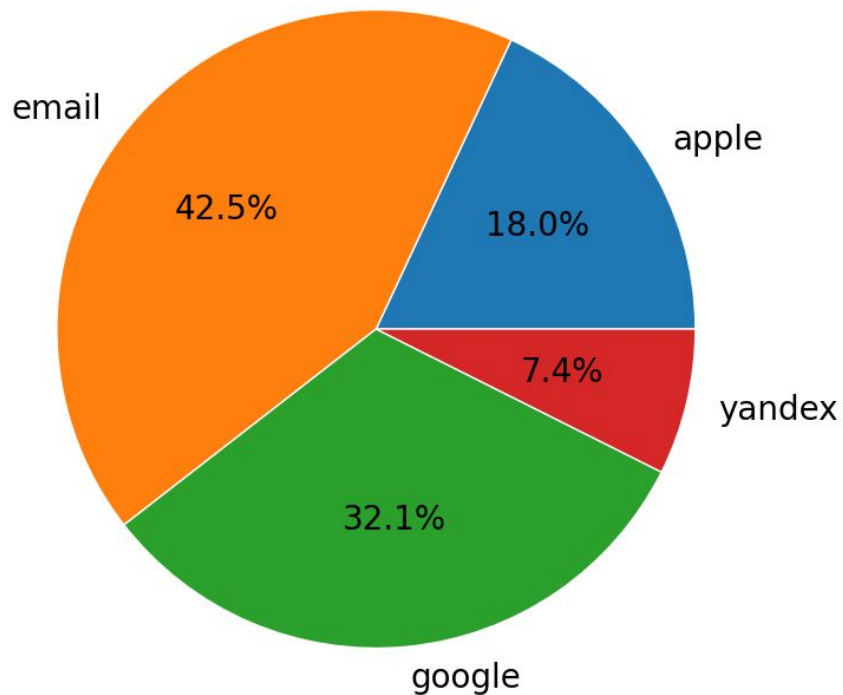
Регистрации по видам платформ



Большая доля регистраций по виду платформы была совершена пользователями **android** – это **~50%** от общего числа регистраций за исследуемый период.

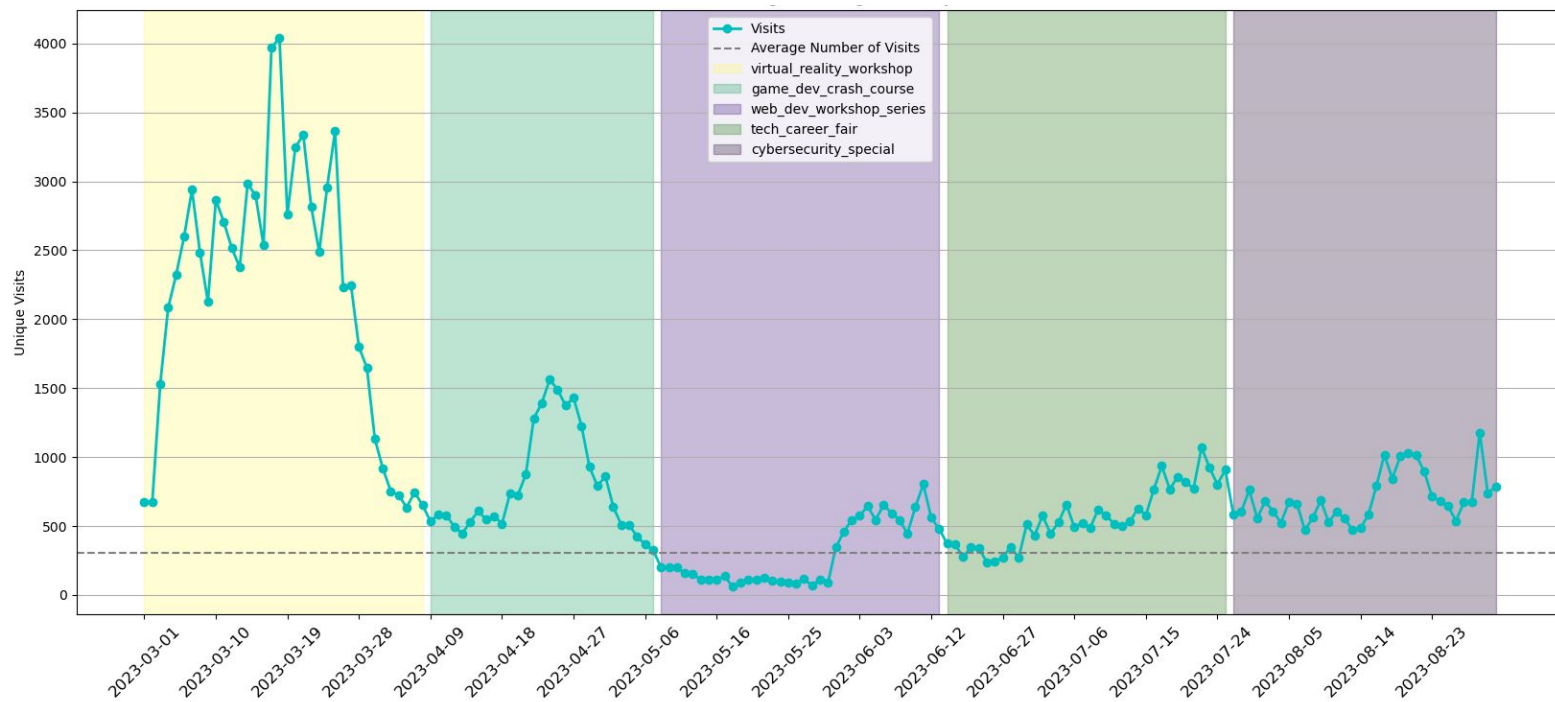
Меньший интерес к регистрациям проявили пользователи **ios** – всего **20,6%**

Типы регистраций



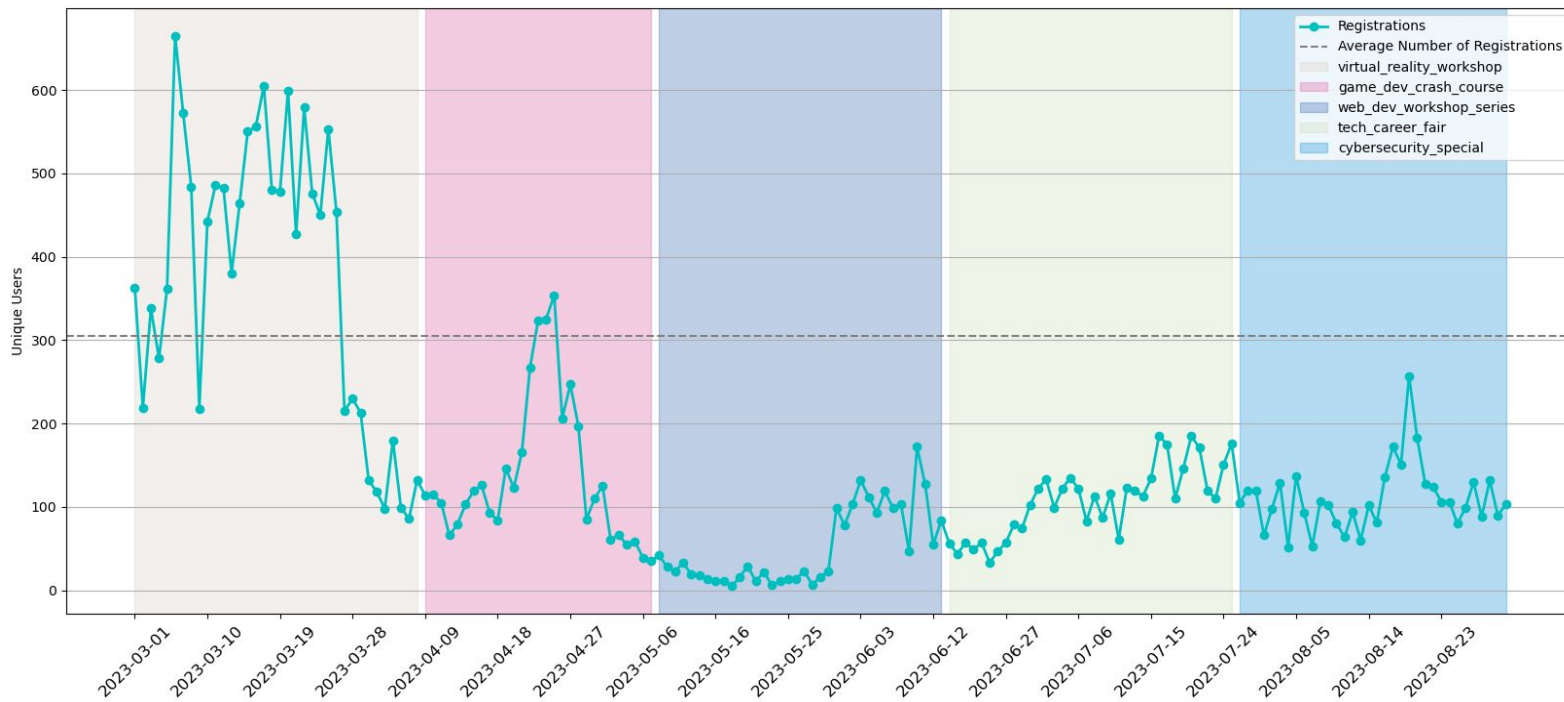
Большая доля регистраций была совершена с email – **42,5%**,
меньше всего регистраций – с yandex: **7,4%**

Посещения во время проведения рекламных кампаний



Высокая посещаемость сайта наблюдается в **марте 2023 г.** при запуске рекламы **virtual_reality_workshop**, самая низкая посещаемость – в **мае 2023 г.** при проведении реклам **game_dev_crash_course** (01.05.2023 - 07.05.2023) и **web_dev_workshop_series** (09.05.2023 - 31.05.2023)

Регистрации во время проведения рекламных кампаний



Максимальный показатель регистраций на сайте наблюдается **в марте 2023 г.** при запуске рекламы **virtual_reality_workshop**, минимальный показатель – **в мае 2023 г.** при проведении рекламы **game_dev_crash_course**, **web_dev_workshop_series**

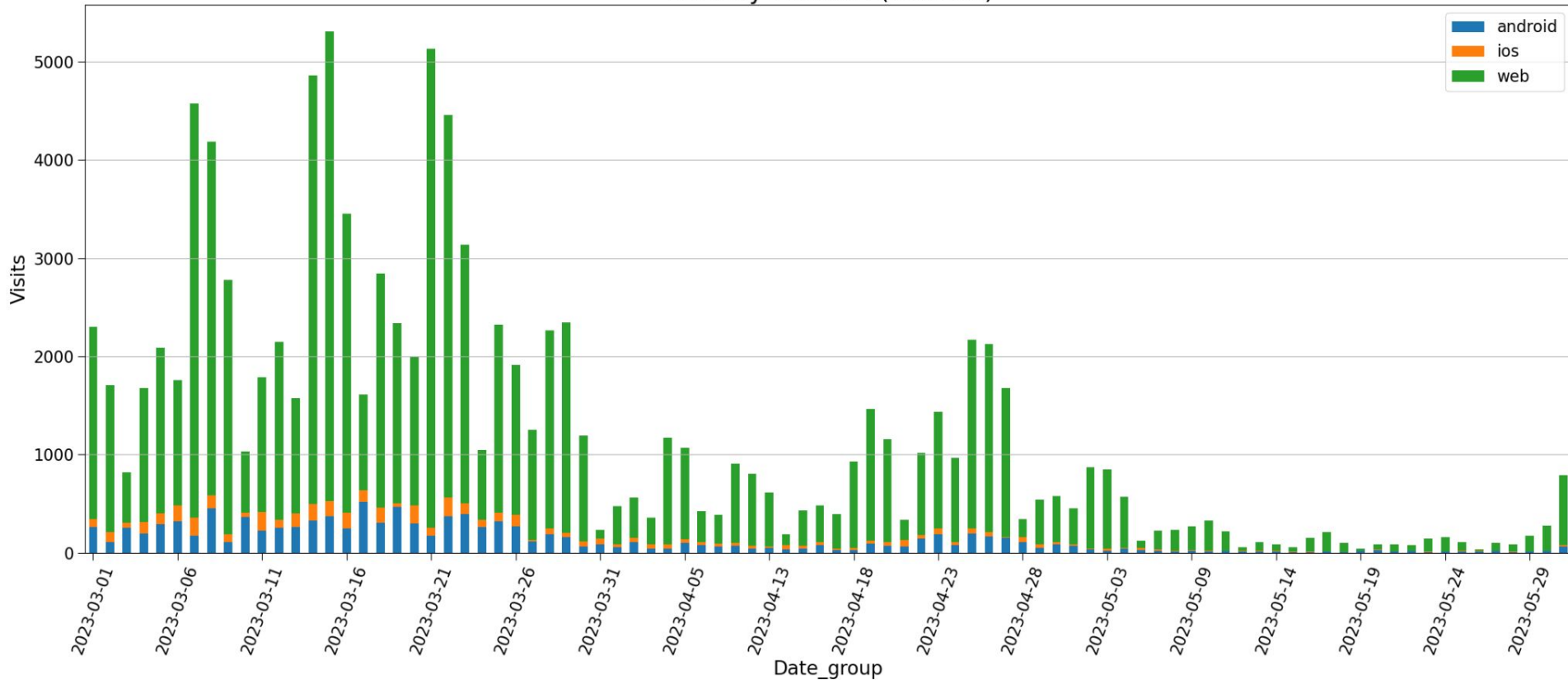
Анализ рекламных кампаний с минимальными показателями посещаемости и регистраций

Минимальные показатели посещаемости и регистраций, зафиксированные в мае 2023 г., совпали с проведением двух рекламных кампаний: **game_dev_crash_course** и **web_dev_workshop_series**.

game_dev_crash_course запускалась в апреле (09.04.2023 – 30.04.2023) и в мае (01.05.2023 – 07.05.2023), по итогам этих двух периодов посещаемость упала на **82,9%**, регистрации - на **87,62%**, конверсия снизилась с **18,37%** до **13,29%**. На проведение *game_dev_crash_course* израсходовано: **12,5 тыс. руб.** в апреле и **4,7 тыс. руб.** в мае.

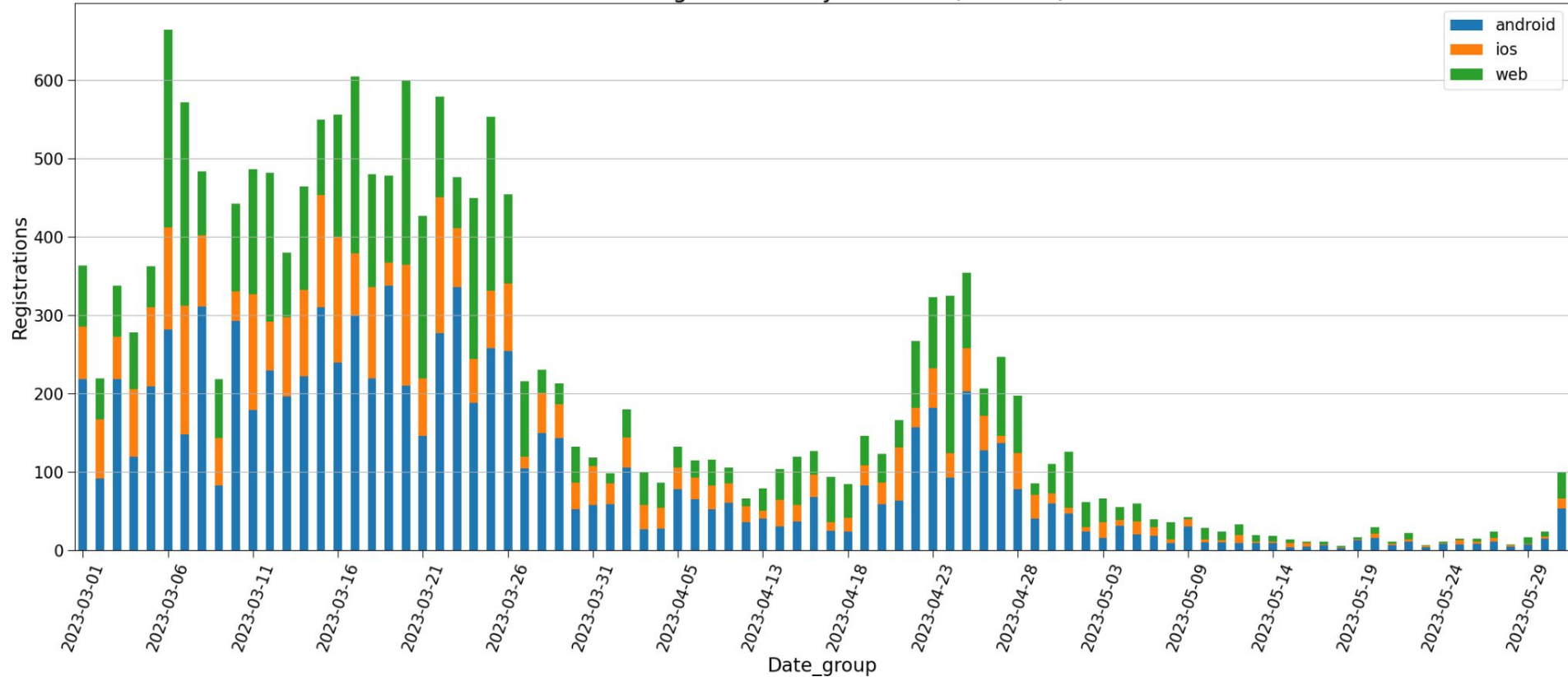
При запуске *web_dev_workshop_series* в июне (01.06.2023 – 13.06.2023) замечен прирост посещений (**97,54%**) и регистраций (**168,02%**), а также рост показателя конверсии с **13,68%** до **18,56%** в сравнении с майскими показателями за период 09.05.2023 – 31.05.2023. На рассматриваемую рекламную кампанию израсходовано **14,4 тыс. руб.** в мае и **7,2 тыс. руб.** в июне.

Visits by Platform (Stacked)



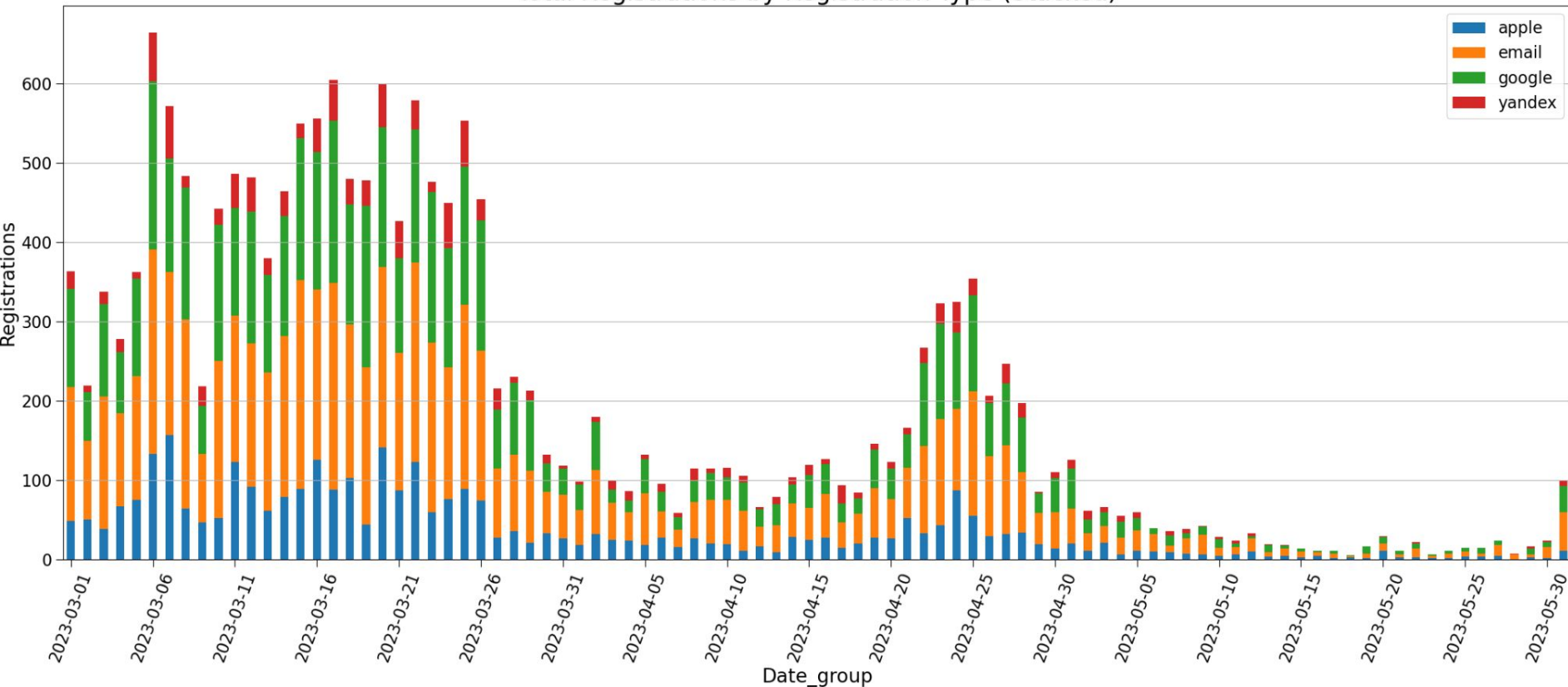
В мае 2023 г. преобладал **web** как способ посещения сайта (**6,2 тыс. посещений**). С остальных платформ в том же месяце отмечены самые минимальные показатели посещений за анализируемый период: по android – 0,53 тыс., ios – 0,2 тыс.

Total Registrations by Platform (Stacked)



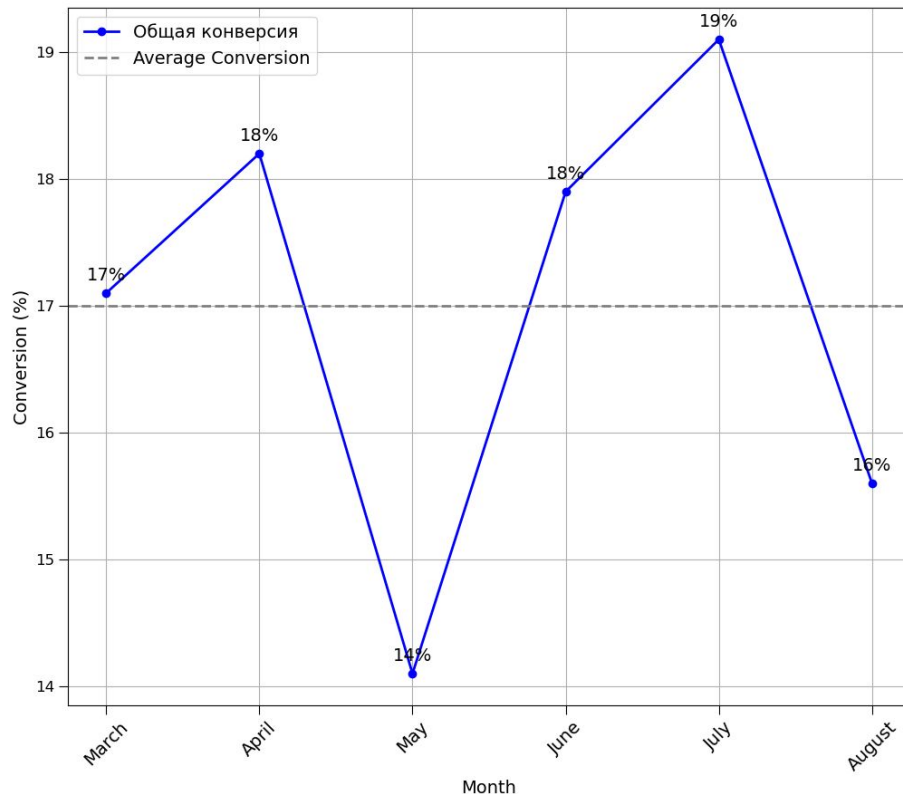
По количеству регистраций в мае 2023 г. преобладал **android (0,4 тыс. регистраций)**. С остальных платформ в том же месяце отмечены самые минимальные показатели регистраций за анализируемый период: по web – 0,36 тыс., ios – 0,16 тыс.

Total Registrations by Registration Type (Stacked)



За анализируемый период заметно резкое снижение количества регистраций на ~ 78% по каждому типу (apple, email, google, yandex) в мае 2023 г. по сравнению с показателями апреля

Анализ конверсии



Худшим месяцем по показателю конверсии стал **май 2023 г. (14%)**, лучшим – **июль 2023 г. (19%)**

В целом значения конверсии из посетителей сайта в зарегистрированных пользователей находятся в пределах, характерных для эффективной и сверхуспешной конверсии

Выводы и предложения:

- Начало запуска рекламы отмечено всплеском посещений и регистраций: в марте 2023 г. зафиксированы максимальные показатели за рассматриваемый период: **75,2 тыс. и 12,8 тыс.** соответственно.
- Худший месяц по показателю конверсии – **май 2023 г. (14%)**, успешный – **июль 2023 г. (19%)**
Показатель конверсии в среднем составляет **17,0%** – сверхуспешная и эффективная конверсия в области онлайн продаж.
- Период просадки по посещениям и регистрациям – **май 2023 г.**, связан с сезонностью интересов и стремлением потенциальных клиентов активно провести майские праздники, выпадающие согласно производственному календарю 2023 г. на первую декаду месяца.
- Большой интерес к сайту и его предложениям в мае 2023 г. проявляли пользователи браузерной версии сайта (**web**) – **6,2 тыс. посещений**.
- Однако реже всего посещали сайт и регистрировались в мае 2023 г. через **android** и **ios**, что свидетельствует о низкой вовлеченности владельцев указанных платформ в предложения онлайн-школы. Следует пересмотреть формат рекламных кампаний для android и ios и адаптировать его под мобильные устройства, используемые на этих двух платформах.