

Sapientia Nova



Аналитический отчет: Прогресс пользователей за 2024 год

Презентацию подготовил Сорока Павел
Дата: 12.12.2024

Цели исследования

- Анализ конверсий по платформам
 - ◆ Определение платформ с наивысшей и наименьшей конверсией.
 - ◆ Учет сезонных колебаний.
- Оценка эффективности рекламных кампаний
 - ◆ Сравнение посещений, регистраций и конверсий по кампаниям.
 - ◆ Выявление наиболее успешных подходов.
- Рекомендации для повышения вовлеченности

Методология

- Использованы данные за последние 5 месяцев.
- Основные источники: статистика посещений и регистраций, данные о затратах.
- Применены методы визуализации и корреляционного анализа.

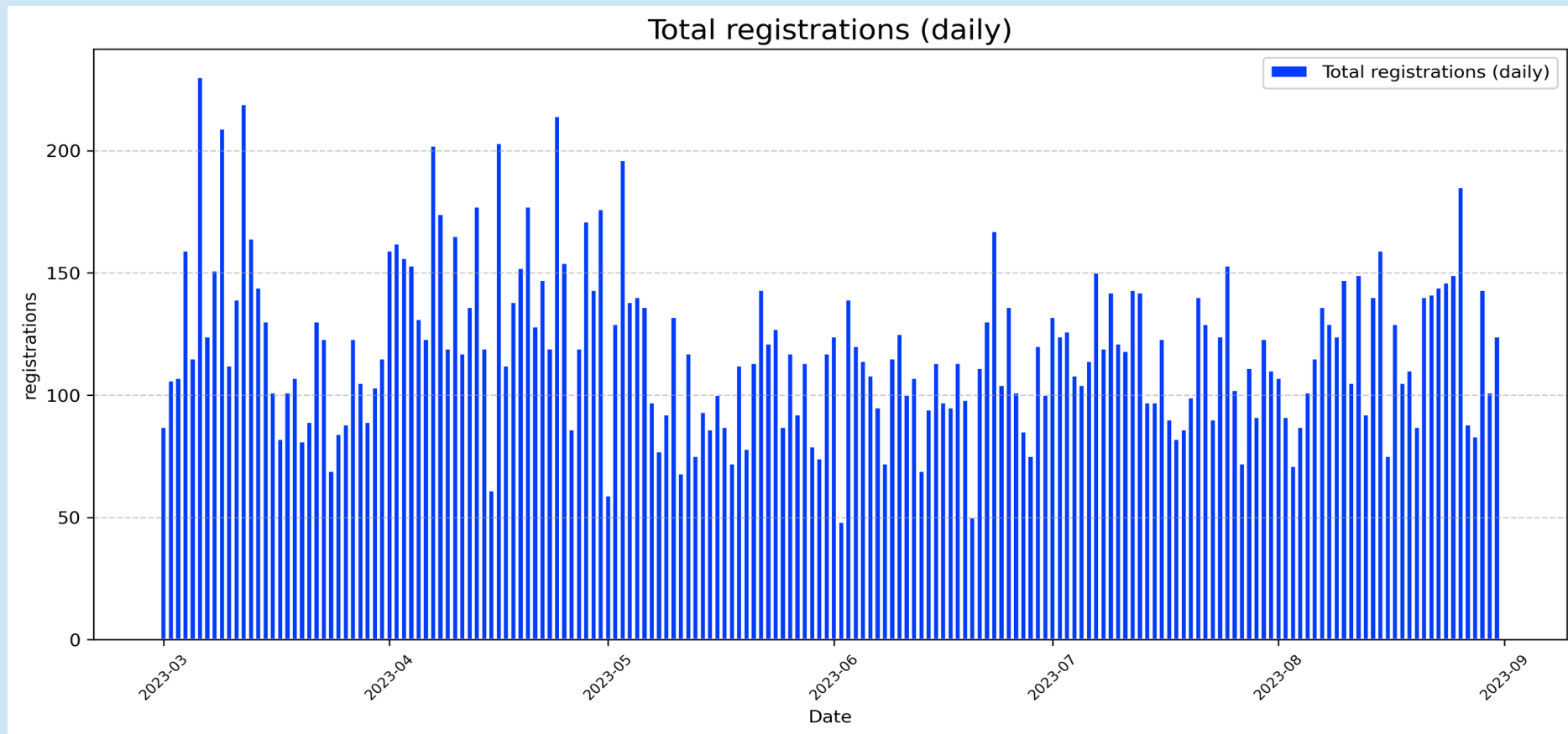
Общая информация

Период	2023-03-01 — 2023-08-31
Количество посещений	138703
Общее количество регистраций	21830
Платформы	web, android, ios
Типы регистраций	google, email, apple, yandex
Проведенные рекламные кампании	Бюджет
advanced_algorithms_series	2824
intro_to_python_course	4690
ui_ux_design_drive	4209
virtual_reality_workshop	9031
women_in_tech_symposium	6780

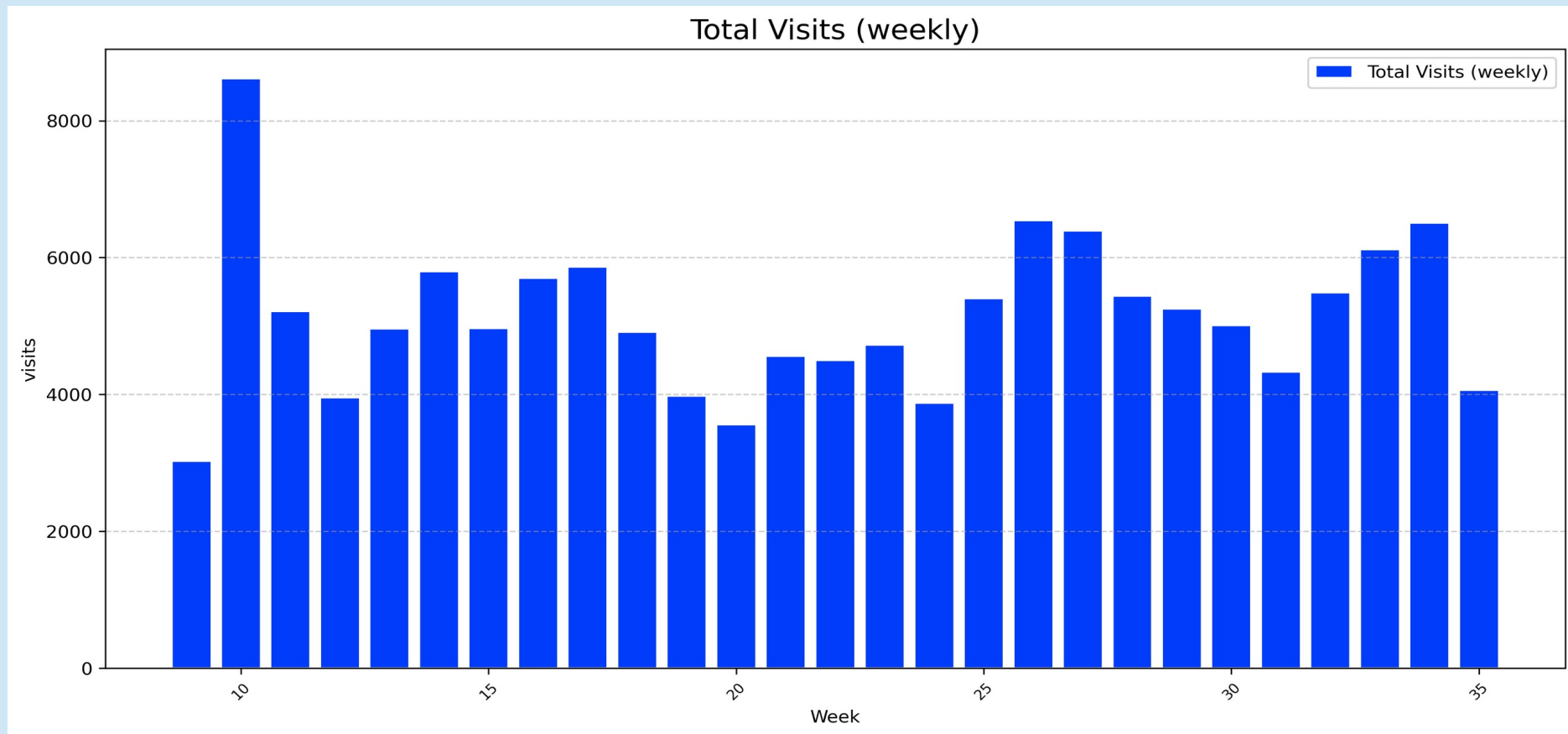
Рабочие гипотезы

- В определённые периоды наблюдаются значительные просадки в количестве посещений.
- Определённые периоды количество регистраций снижается
- Запуск рекламных кампаний положительно влияет на количество посещений и регистраций.
- Уменьшение/увеличение рекламной активности или изменение креативов коррелирует с изменением показателей.
- Снижение числа регистраций обусловлено либо изменениями в рекламном трафике, либо техническими сбоями в работе форм регистрации.

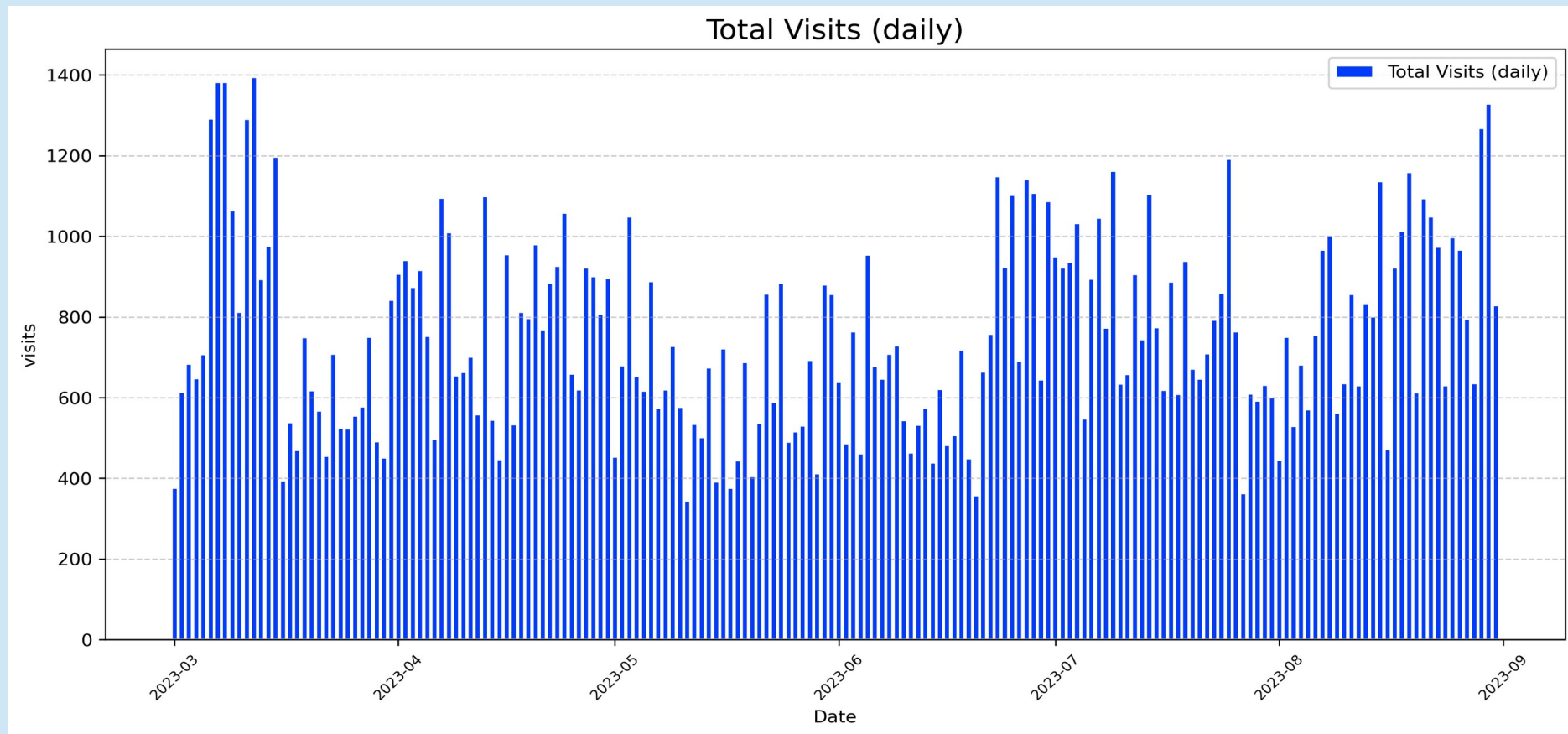
В определённые периоды количество посещений снижается



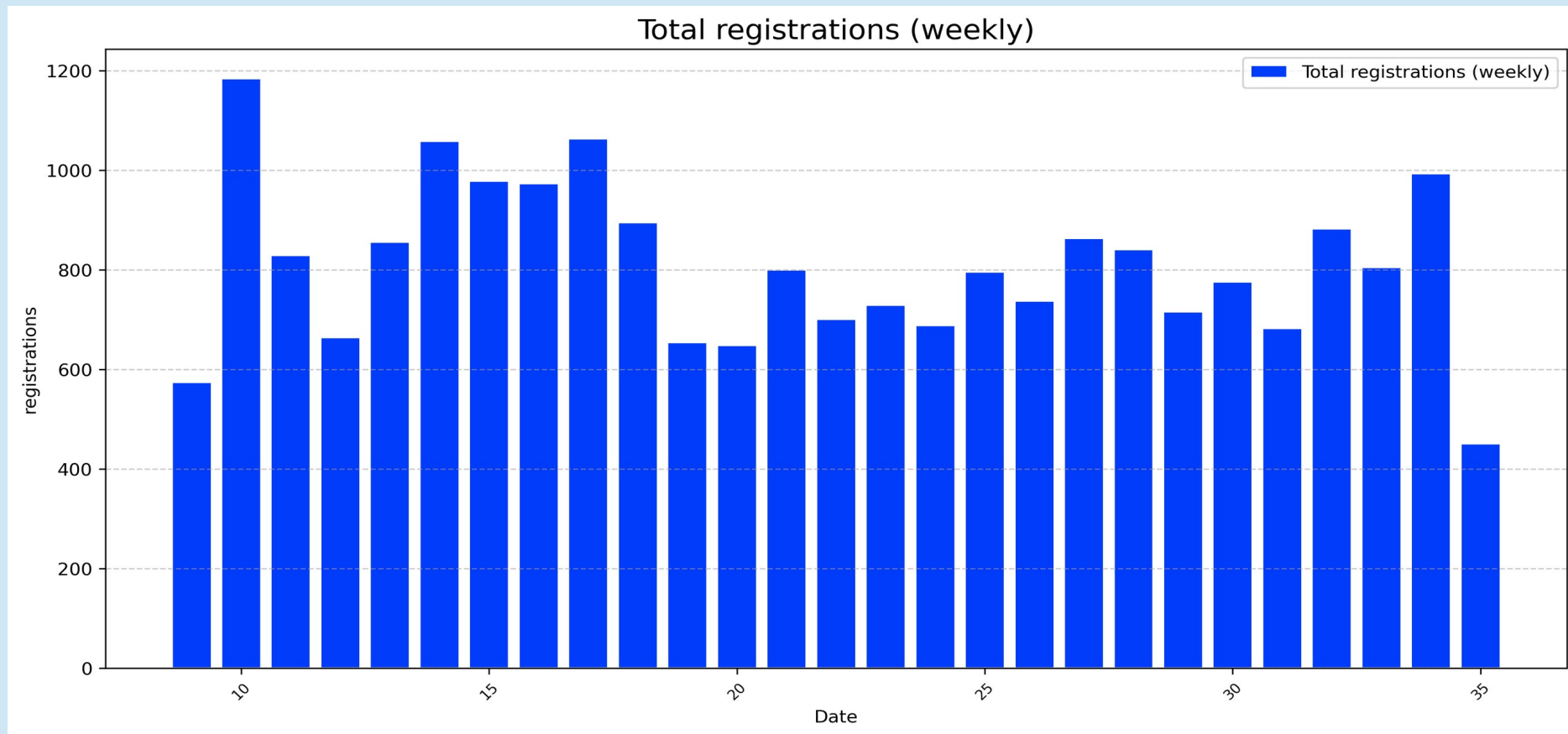
В определённые периоды количество посещений снижается



В определённые периоды наблюдаются значительные просадки в количестве посещений.



В определённые периоды количество регистраций снижается.

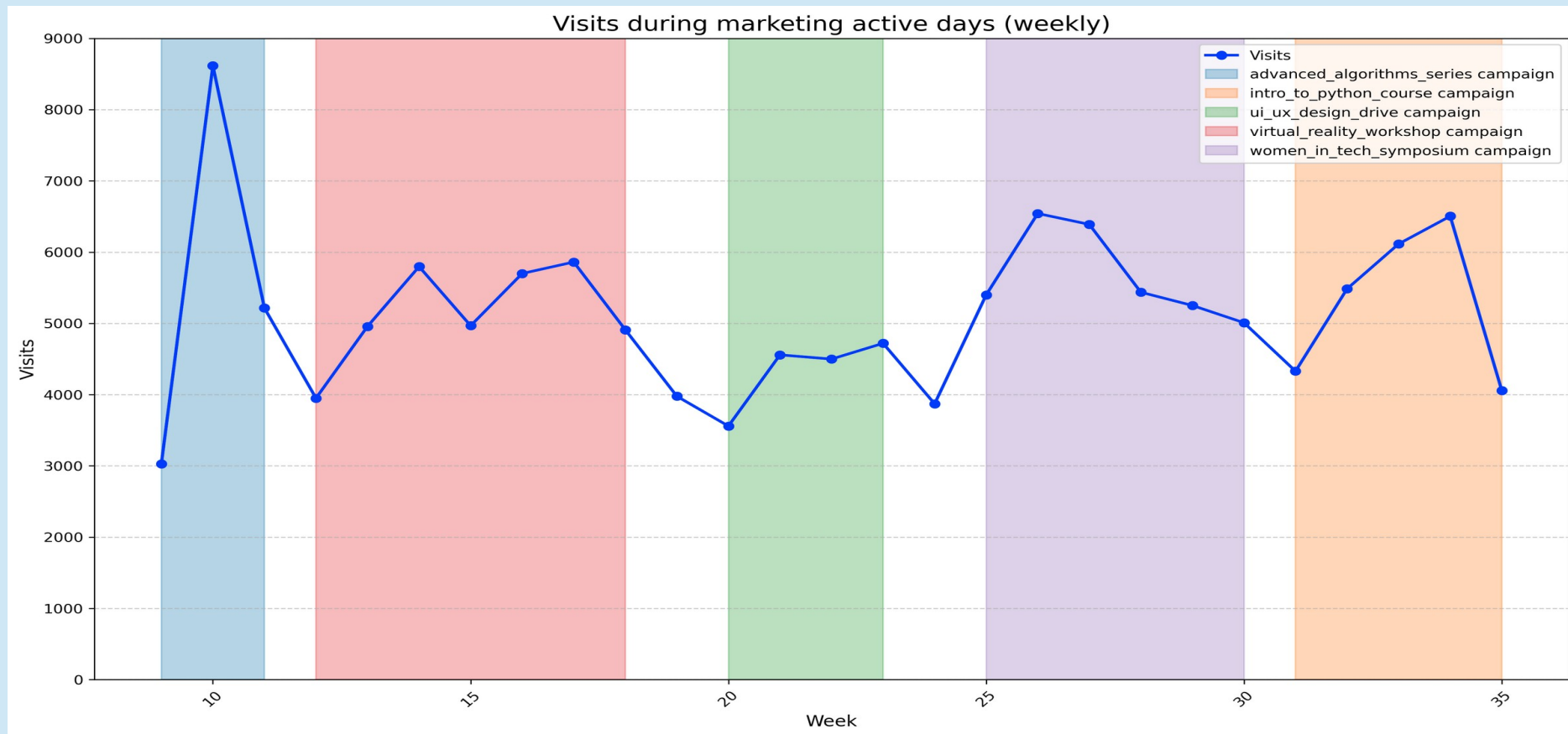


В определённые периоды количество как посещений, так и регистраций снижается.

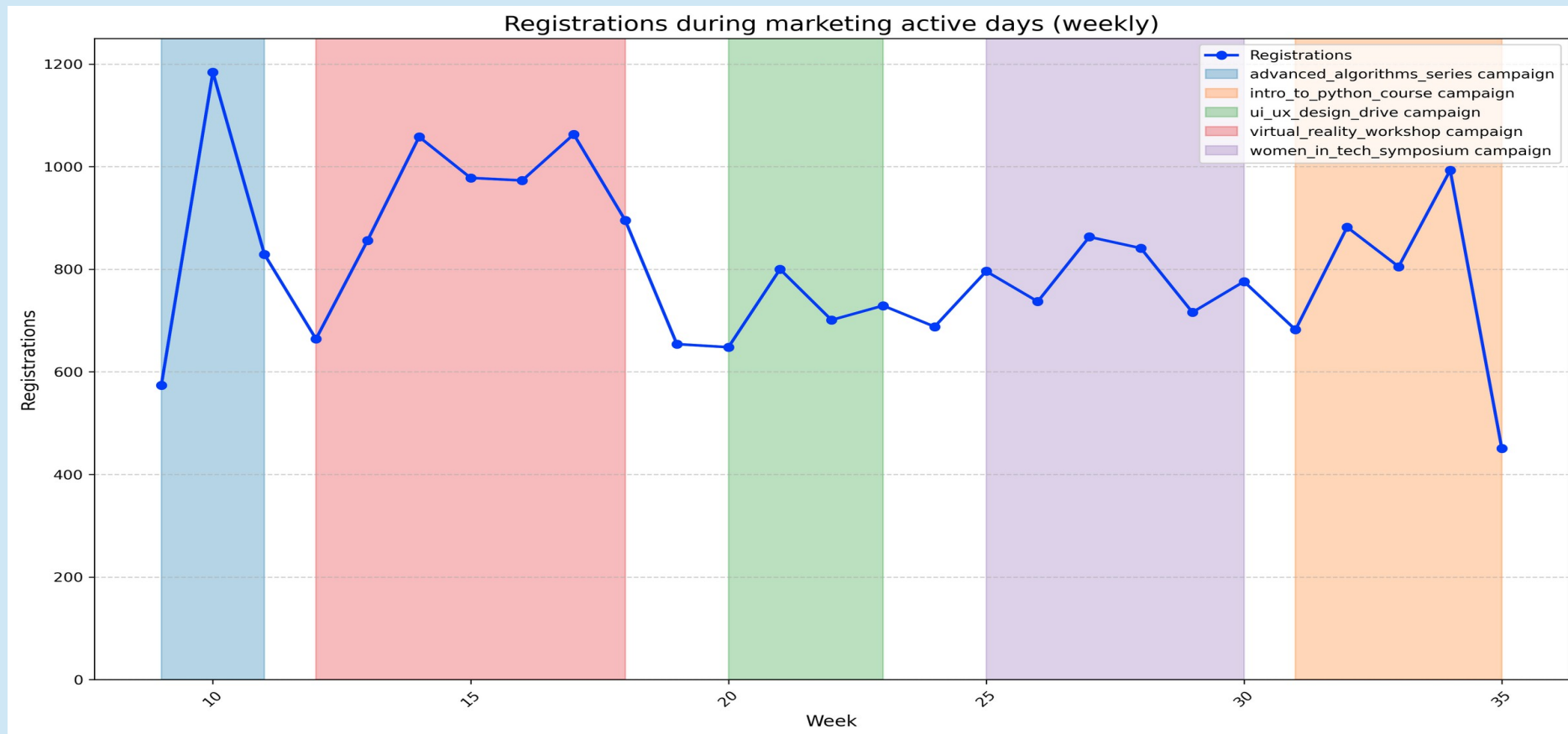
Ежедневные посещения, стандартное среднее:	754
Ежедневные посещения, стандартное отклонение:	238
Ежедневные регистрации, среднее:	119
Ежедневные регистрации, стандартное отклонение:	33

- В принципе, наблюдается высокая вариативность как посещений, так и регистраций
- Имеет место, по-видимому, сезонный спад в период май – июля
- Имеет место некоторое уменьшение обеих метрик в конце периода по сравнению с началом, хотя возможно, на это также влияет сезонность

Запуск рекламных кампаний положительно влияет на количество посещений



Запуск рекламных кампаний положительно влияет на количество регистраций

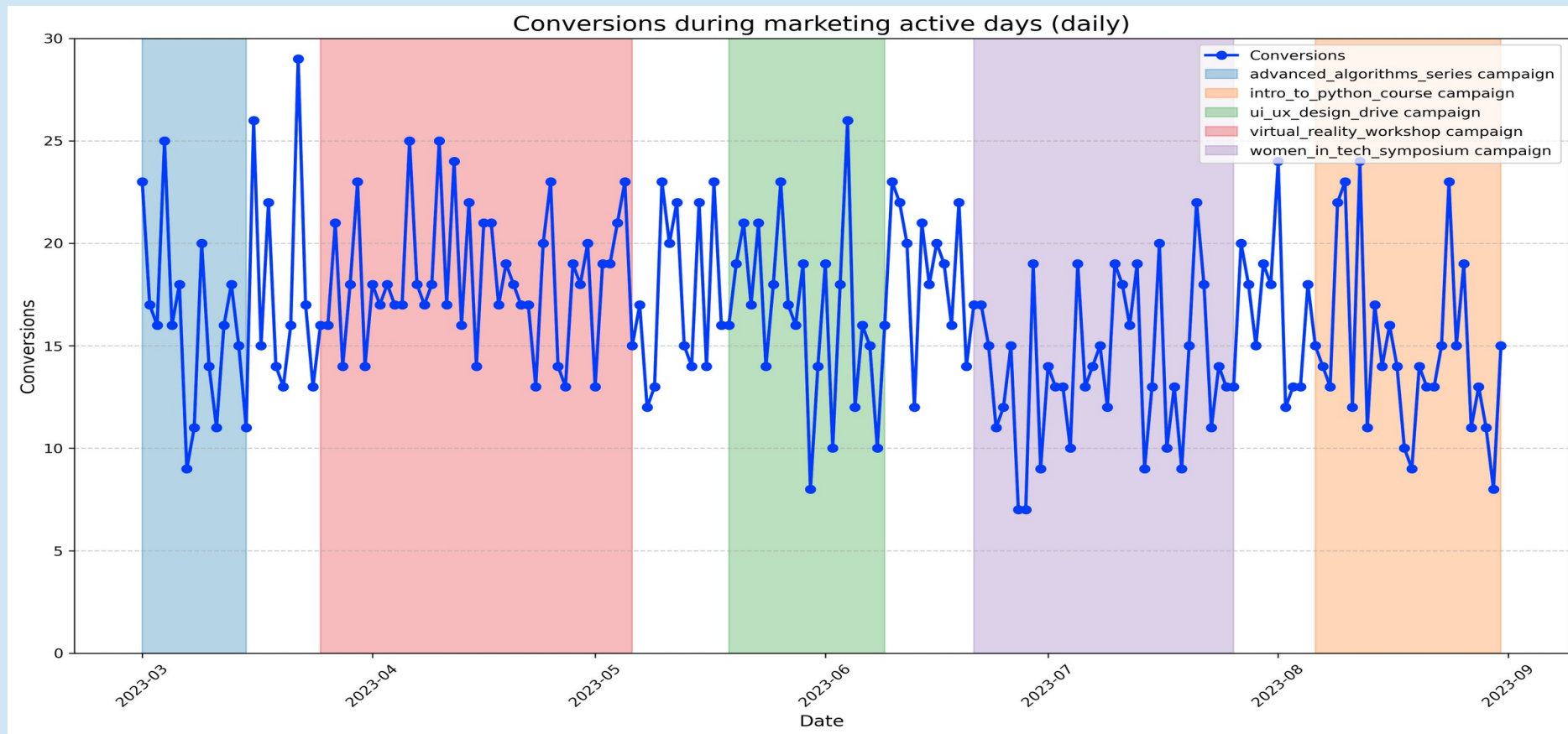


Запуск рекламных кампаний положительно влияет на количество посещений и регистраций

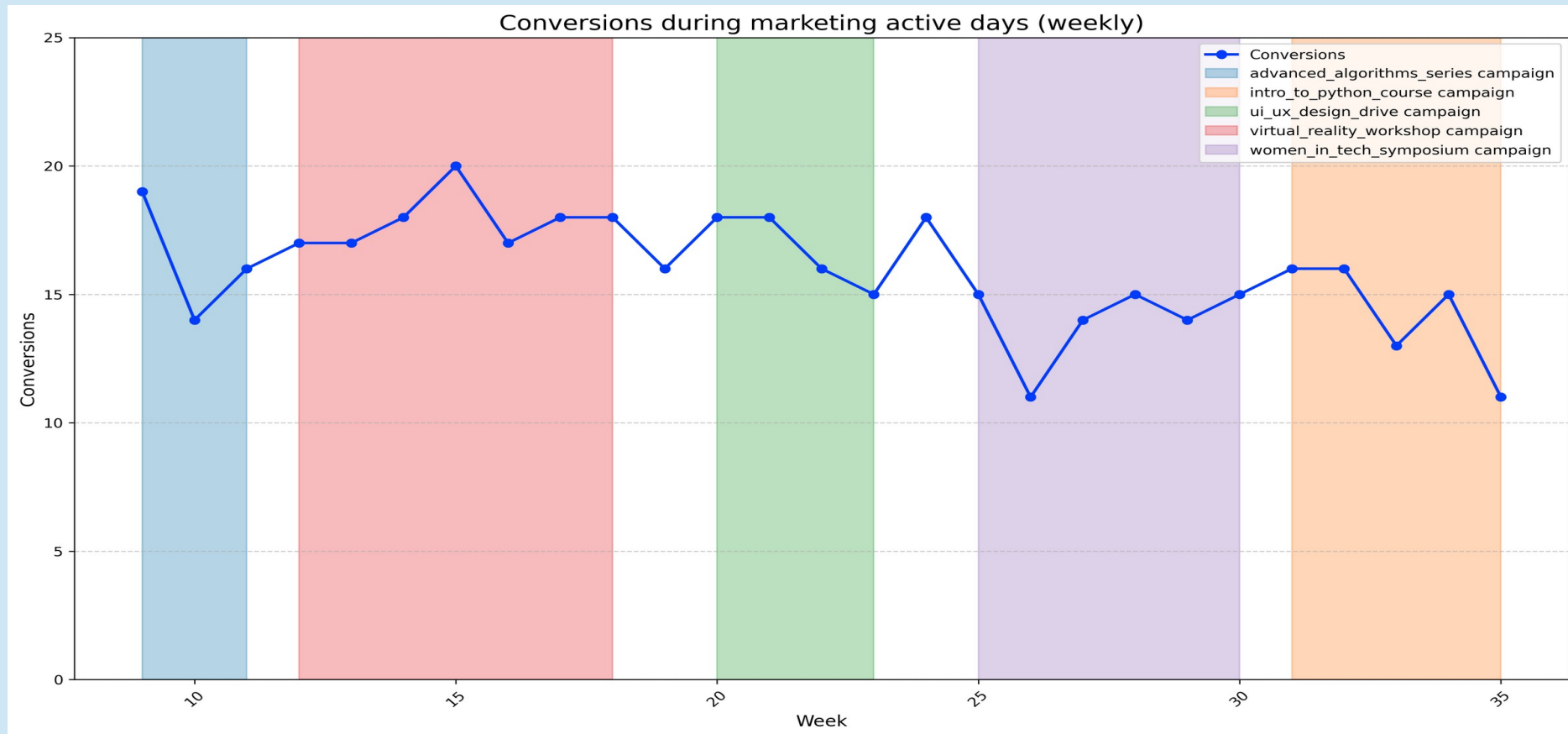
Уменьшение/увеличение рекламной активности или изменение креативов коррелирует с изменением показателей.

- Судя по данным визуального анализа, гипотеза подтверждается: в целом рекламные кампании привели к увеличению посещений и регистраций.
- Наименее заметное увеличение посещений происходило при кампании ***ui_ux_design_drive***
- Наименее заметное увеличение регистраций происходило при кампаниях ***ui_ux_design_drive, women_in_tech_symposium***
- Наименее удачная во всех отношениях компания - на грани полной неэффективности – ***ui_ux_design_drive***
- С другой стороны, именно эта компания пришла на пик периода максимального спада, по-видимому сезонного и, возможно, она позволила избежать еще худших результатов
- В любом случае, рекомендуется обратить особое внимание на компаний ***ui_ux_design_drive, women_in_tech_symposium*** и провести дальнейшие исследования

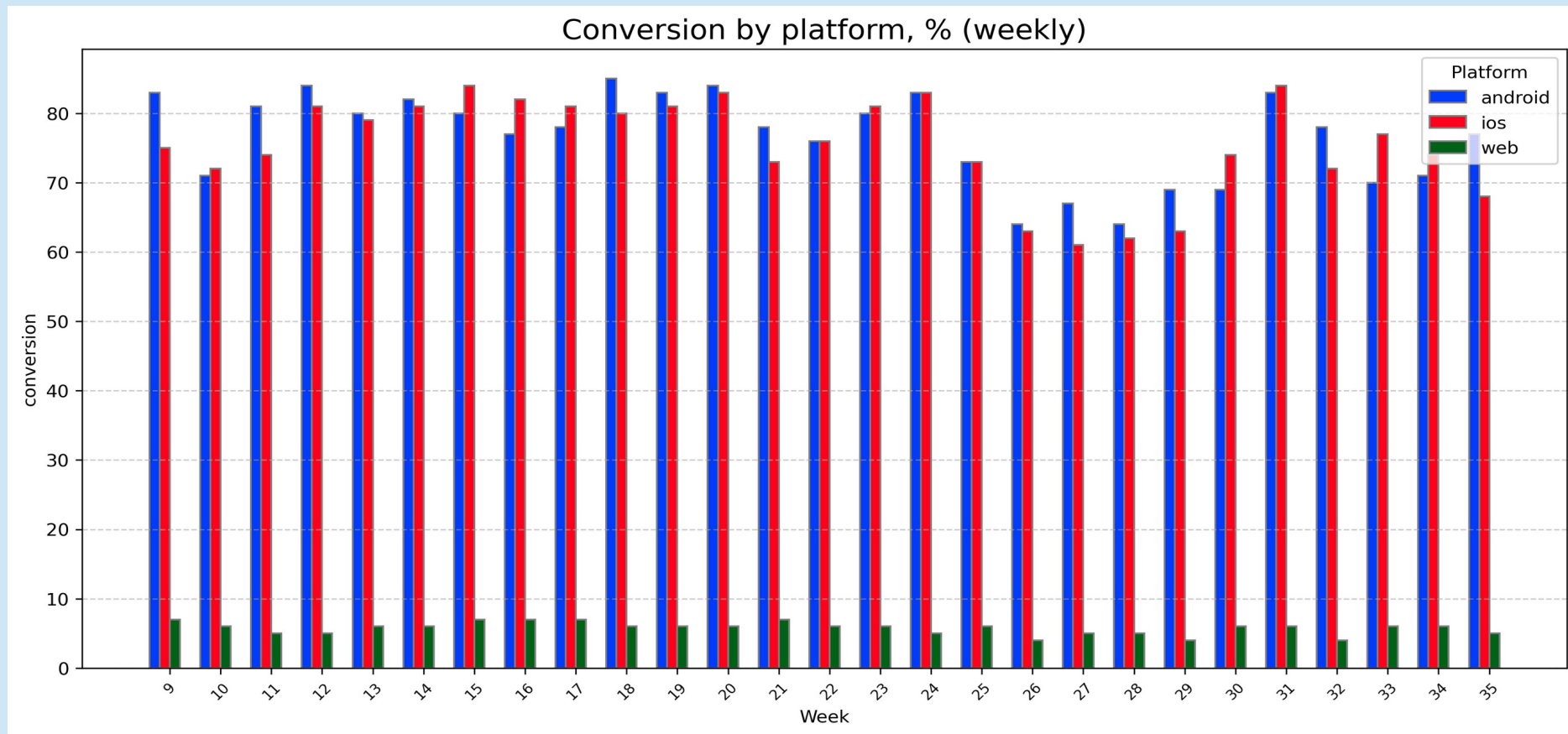
Снижение числа регистраций обусловлено либо изменениями в рекламном трафике, либо техническими сбоями в работе форм регистрации.



Снижение числа регистраций обусловлено либо изменениями в рекламном трафике, либо техническими сбоями в работе форм регистрации.



Снижение числа регистраций обусловлено либо изменениями в рекламном трафике, либо техническими сбоями в работе форм регистрации.



Снижение числа регистраций обусловлено либо изменениями в рекламном трафике, либо техническими сбоями в работе форм регистрации.

- Заметно падение конверсии по всем платформам в период действия компании ***women_in_tech_symposium:*** при том, что количество посещений выросло, количество регистраций заметно упало
- Необходимо обратить внимание на компанию ***women_in_tech_symposium***

Окончательные выводы

- Наименее эффективными проявили себя маркетинговые компании
 - ***ui_ux_design_drive:***
наблюдается очень незначительное изменение числа посещений, при сохранении уровня конверсии
 - ***women_in_tech_symposium:***
наблюдается увеличение числа посещений, при заметном падении уровня конверсии