

[Панель администратора](#) (для авторизации запросите у коллег данные админ-пользователя) представляет собой аналитический инструмент с возможностью автоматизировать действия с пользователями. - Позволяет просматривать информацию по пользователям в [Дайджест бот](#), их события в боте, всю информацию по их подпискам, и фильтровать под определённые критерии, которые помогут найти закономерности в событиях. - Также автоматизация действий (выдать подарочную подписку, сконструировать сообщение для рассылки)

# Страница Воркеры

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Воркеры

Показать 100 записей

	WORKER ID	СЕССИЯ	ТЕЛЕГРАМ	КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСОК	ЛИМИТ	АКТИВЕН	ЗАГРУЖЕННОСТЬ
1	1	accounts/session_name_test	-	347	✓	✓	0
2	2	accounts/acc2-79789174653	-	262	✗	✓	0
3	3	accounts/acc3-79789718920	-	246	✗	✓	0
4	4	accounts/acc1-79789015846	-	259	✗	✓	0
5	5	accounts/acc5-79998737270	@zubovnic	157	✗	✓	0
6	6	accounts/acc6-79010025589	-	154	✗	✓	0
7	7	accounts/acc7-79522153847	-	149	✗	✓	0
8	8	accounts/acc8-79779170097	@maxereve	147	✗	✓	0
9	9	accounts/acc9-79910036162	@varvarshaa	83	✗	✓	0
11	11	accounts/acc11-79772614994	-	74	✗	✓	0
12	12	accounts/acc12-79015278244	-	13	✗	✓	0
13	13	accounts/acc13-79919525670	-	13	✗	✓	0

## Обзор

Страница “Воркеры” предоставляет информацию о технических объектах (воркерах), которые обеспечивают сбор и обработку данных из Telegram-каналов. Воркеры — это технические аккаунты, которые непосредственно взаимодействуют с Telegram API для получения контента из каналов, на которые подписаны пользователи. Эта страница позволяет оценить текущее состояние технической инфраструктуры сервиса и понять возможные ограничения масштабирования.

## Основные возможности

### Список воркеров

Воркеры

Показать 100 записей

	WORKER ID	СЕССИЯ	ТЕЛЕГРАМ	КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСОК	ЛИМИТ	АКТИВЕН	ЗАГРУЖЕННОСТЬ
1	1	accounts/session_name_test	-	347	✓	✓	0
2	2	accounts/acc2-79789174653	-	262	✗	✓	0
3	3	accounts/acc3-79789718920	-	246	✗	✓	0
4	4	accounts/acc1-79789015846	-	259	✗	✓	0
5	5	accounts/acc5-79998737270	@zubovnic	157	✗	✓	0
6	6	accounts/acc6-79010025589	-	154	✗	✓	0
7	7	accounts/acc7-79522153847	-	149	✗	✓	0
8	8	accounts/acc8-79779170097	@maxereve	147	✗	✓	0
9	9	accounts/acc9-79910036162	@varvarshaa	83	✗	✓	0
11	11	accounts/acc11-79772614994	-	74	✗	✓	0
12	12	accounts/acc12-79015278244	-	13	✗	✓	0
13	13	accounts/acc13-79919525670	-	13	✗	✓	0

На странице отображается таблица со следующими данными о каждом воркере: - ID воркера - Информация о сессии (технический идентификатор) - Телеграм аккаунт (если привязан) - Количество обслуживаемых подписок - Наличие лимита - Статус активности - Уровень загрузки

Цветовая индикация

Система использует цветовое кодирование для быстрой оценки состояния воркеров: - **Зеленый** - воркер активен или имеет оптимальное количество подписок (0) - **Красный** - воркер достиг лимита подписок или имеет другие ограничения - **Оранжевый** - воркер приближается к критической нагрузке (более 400 подписок)

Настройка отображения

Возможность выбора количества отображаемых воркеров на странице и удобная навигация по страницам.

Как использовать для маркетинговых задач

Оценка масштабируемости сервиса

1. Анализ технических возможностей:
- Оценивайте общее количество воркеров и их загрузка для понимания инфраструктурных возможностей
  - Отслеживайте количество воркеров, достигших лимита, для прогнозирования возможных ограничений в будущем
2. Прогнозирование расширения:
- Оценивайте соотношение количества активных воркеров к общему числу пользователей
  - Анализируйте возможность быстрого масштабирования при успешных маркетинговых кампаниях
  - Планируйте темпы роста пользовательской базы с учетом технических ограничений

Координация с техническим отделом

1. Совместное планирование маркетинговых активностей:
- Перед запуском крупных рекламных кампаний проверяйте доступность технических ресурсов

- Согласовывайте с техническим отделом график активностей, требующих значительного расширения аудитории
  - Устанавливайте реалистичные KPI с учетом технических возможностей системы
- 2. Приоритизация технических улучшений:**
- Используйте данные о загрузке воркеров для обсуждения необходимых улучшений инфраструктуры
  - Аргументируйте необходимость расширения технических возможностей для достижения маркетинговых целей
  - Совместно планируйте развитие продукта с учетом технических ограничений

## Мониторинг качества сервиса

- 1. Контроль стабильности работы:**
- Отслеживайте количество активных воркеров для понимания общей работоспособности системы
  - При обнаружении снижения числа активных воркеров или повышения их загрузки корректируйте ожидания пользователей
  - Используйте эту информацию для проактивной коммуникации с пользователями при возможных задержках в работе сервиса
- 2. Анализ пользовательского опыта:**
- Отслеживайте корреляцию между загрузкой воркеров и показателями удовлетворенности пользователей
  - Выявляйте пороговые значения загрузки, при которых начинается ухудшение пользовательского опыта
  - Планируйте улучшения до достижения критических порогов

## Практические кейсы использования

- 1. Планирование рекламных кампаний:**
- Перед запуском масштабной кампании проверьте текущую загрузку воркеров
  - Рассчитайте максимальное количество новых пользователей, которое система может обслужить без ухудшения качества
  - Планируйте поэтапный запуск кампании с мониторингом технических показателей
- 2. Управление ожиданиями клиентов:**
- При высокой загрузке системы корректируйте обещания по скорости обработки новостей
  - Подготовьте коммуникационную стратегию для периодов пиковой нагрузки
  - Используйте технические данные для обоснования временных ограничений некоторых функций
- 3. Разработка ценовых стратегий:**
- Учитывайте техническую стоимость обслуживания пользователя при разработке тарифных планов
  - Рассматривайте возможность введения премиальных тарифов с выделенными ресурсами для VIP-клиентов
  - Анализируйте эффективность различных тарифных моделей с учетом технических ограничений
- 4. Оптимизация пользовательских потоков:**
- Разрабатывайте стратегии перераспределения нагрузки между воркерами
  - Предлагайте пользователям альтернативные способы потребления контента в периоды пиковой нагрузки
  - Создавайте механизмы приоритизации для платящих пользователей при ограниченных ресурсах

## Советы по эффективному использованию

- Регулярно мониторьте соотношение числа воркеров к количеству пользователей и подписок
- Устанавливайте пороговые значения загрузки как триггеры для маркетинговых решений
- Координируйте маркетинговые активности с планами технического развития инфраструктуры
- Используйте информацию о технических ограничениях как аргумент при обосновании бюджетов на техническое развитие
- Разрабатывайте сценарии масштабирования с учетом текущего состояния воркеров
- Планируйте специальные предложения в периоды низкой загрузки системы

---

Хотя страница «Воркеры» имеет преимущественно техническую направленность, понимание этих данных позволяет маркетологам принимать обоснованные решения, реалистично планировать рост и обеспечивать согласованность между маркетинговыми обещаниями и техническими возможностями сервиса.



## Страница Главная

ОБЗОР

## Панель управления

Фильтр по UTM:

Все

 2301  
Все пользователи 1151  
Активные пользователи 36  
С подпиской 91  
С пробной подпиской

## Активные пользователи

По дням

1151



## Пользователи с подпиской

По дням

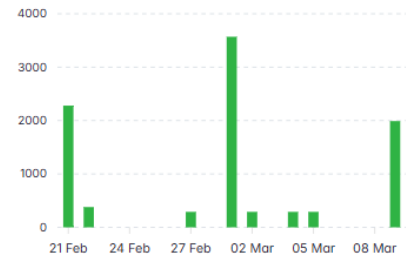
36



## Доход за сегодня

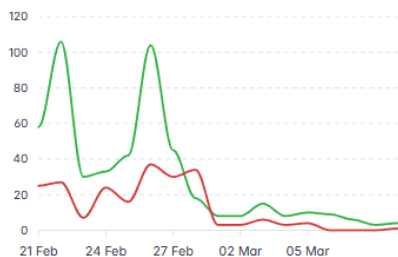
По дням

1990.0 RUB



● Новые ● Ушедшие

По дням



## Основные элементы интерфейса



### Фильтр по UTM-меткам

ОБЗОР

## Панель управления

Фильтр по UTM:

Все

 2301  
Все пользователи 1151  
Активные пользователи 36  
С подпиской 91  
С пробной подпиской

В верхней части страницы расположен выпадающий список для фильтрации данных по UTM-меткам:

- Позволяет выбрать конкретный источник трафика для анализа
- Показывает количество пользователей по каждому источнику в скобках
- Опция “Все” отображает данные без фильтрации

**Как использовать:** Выберите нужную UTM-метку из выпадающего списка для анализа эффективности конкретного канала привлечения.

**Польза:** Быстрое сравнение эффективности различных маркетинговых каналов и кампаний.

### Ключевые метрики

Четыре карточки в верхней части дашборда отображают основные показатели:

ОБЗОР

## Панель управления

Фильтр по UTM:

Все



2301  
Все пользователи



1151  
Активные пользователи



36  
С подпиской



91  
С пробной подпиской

### 1. Все пользователи

- Общее количество пользователей в системе
- При нажатии переходит к полному списку пользователей

### 2. Активные пользователи

- Количество пользователей, активных на текущий момент
- При нажатии переходит к списку активных пользователей

### 3. Пользователи с подпиской

- Количество пользователей с действующей подпиской (Месячный/Годовой/Подарочный/Реферальный план)
- При нажатии переходит к списку пользователей с подпиской

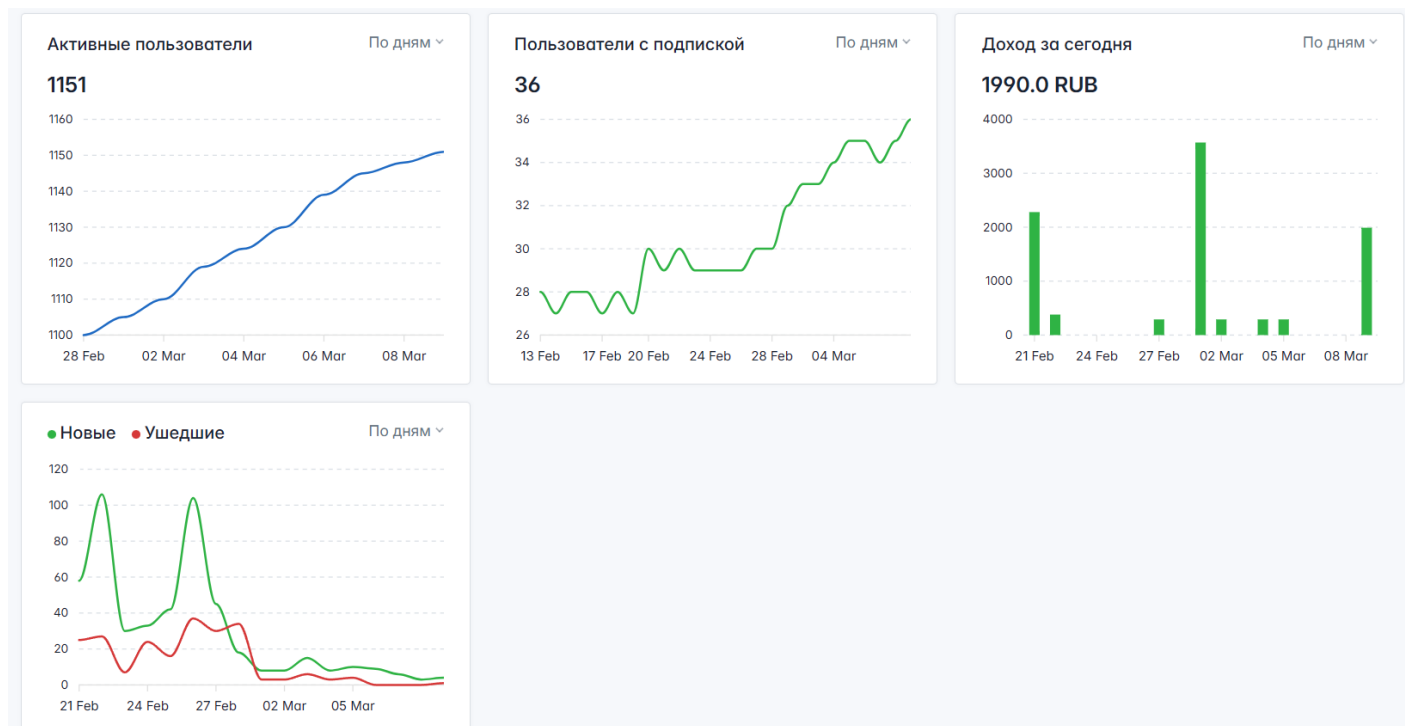
### 4. Пользователи с пробной подпиской

- Количество пользователей на пробном периоде
- При нажатии переходит к списку пользователей с триальной подпиской

**Как использовать:** Мониторинг этих показателей позволяет быстро оценить текущее состояние и динамику роста пользовательской базы.

## Графики и аналитика

Дашборд содержит четыре информативных графика:



##### 1. График активности пользователей - Отображает динамику активных пользователей во времени (кто не заблокировал бота) - Помогает определить тренды активности и оценить эффективность удержания

### 2. График пользователей с подпиской

- Показывает изменение количества пользователей с подпиской (Месячный/Годовой/Подарочный/Реферальный

- план)
- Позволяет оценить конверсию из триальных пользователей в платящих

### 3. График прибыли

- Визуализирует финансовые показатели от подписок
- Помогает оценить ROI маркетинговых кампаний

### 4. График новых и ушедших пользователей

- Сравнение притока новых пользователей с оттоком существующих
- Позволяет оценить устойчивость роста и эффективность удержания

**Как использовать:** Анализируйте графики для выявления трендов, сезонности и корреляции с проводимыми маркетинговыми активностями.

**Польза:** Глубокий анализ эффективности маркетинговых кампаний, выявление проблемных мест в воронке конверсии.

## Практическое применение дашборда

### Анализ эффективности каналов

1. Фильтруйте данные по разным UTM-меткам
2. Сравнивайте количество привлеченных пользователей, их активность и конверсию в платящих
3. Выявляйте наиболее эффективные каналы

### Оценка ROI маркетинговых кампаний

1. Сопоставляйте всплески новых пользователей с запусками кампаний
2. Отслеживайте конверсию в платящих пользователей по каждому каналу

### Оптимизация стратегии удержания

1. Анализируйте отток пользователей после пробного периода
2. Выявляйте сегменты с высоким показателем конверсии в платящих пользователей
3. Разрабатывайте целевые предложения для повышения удержания

## Рекомендации по использованию

- Регулярно (еженедельно/ежемесячно) анализируйте динамику ключевых показателей
- Синхронизируйте анализ с календарем маркетинговых активностей
- Используйте дополнительную фильтрацию по UTM для детального анализа эффективности отдельных кампаний
- Сравнивайте показатели разных периодов для выявления тенденций

## Страница Каналы

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Каналы

Показать 100 записей

Search:

название	кол-во подписчиков	ссылка	воркер
Раньше всех. Ну почти.	24	<a href="https://t.me/bbbreaking">https://t.me/bbbreaking</a>	1
Mash	22	<a href="https://t.me/mash">https://t.me/mash</a>	1
РИА Новости	18	<a href="https://t.me/rian_ru">https://t.me/rian_ru</a>	1
Русский ИТ бизнес 🤖	17	<a href="https://t.me/bezsmuzi">https://t.me/bezsmuzi</a>	4

## Обзор

Страница “Каналы” предоставляет полный обзор всех каналов, на которые подписаны пользователи бота. Этот раздел позволяет анализировать популярность различных каналов, определять тренды в предпочтениях аудитории и выявлять наиболее перспективные направления для маркетинговых активностей.

## Основные возможности

### Список каналов

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Каналы

Показать100 записей

Search:

название	кол-во подписчиков	ссылка	воркер
Раньше всех. Ну почти.	24	<a href="https://t.me/bbbreaking">https://t.me/bbbreaking</a>	1
Mash	22	<a href="https://t.me/mash">https://t.me/mash</a>	1
РИА Новости	18	<a href="https://t.me/rian_ru">https://t.me/rian_ru</a>	1
Русский ИТ бизнес 🇷🇺	17	<a href="https://t.me/bezsmuzi">https://t.me/bezsmuzi</a>	4

На странице отображается таблица со следующими данными о каналах: - Название канала - Количество подписчиков (пользователей бота, подписанных на этот канал) - Ссылка на канал в Телеграме - Идентификатор воркера (технический работник, обслуживающий этот канал)

### Функциональность страницы

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Каналы

Показать100 записей

Search: Mash

название	кол-во подписчиков	ссылка	воркер
Mash	22	<a href="https://t.me/mash">https://t.me/mash</a>	1
Маша Полуянова	2	<a href="https://t.me/mashapoluyanova">https://t.me/mashapoluyanova</a>	4
Masha Ivakova	1	<a href="https://t.me/mashaivakova">https://t.me/mashaivakova</a>	1
Mash на Мойке	1	<a href="https://t.me/mashmoyka">https://t.me/mashmoyka</a>	6
Babr Mash	1	<a href="https://t.me/babr_mash">https://t.me/babr_mash</a>	6
Ural Mash	1	<a href="https://t.me/url_mash">https://t.me/url_mash</a>	5
Well-reading club by Masha ...	1	<a href="https://t.me/wellreadingclub">https://t.me/wellreadingclub</a>	1
Mashkka про Data Science	1	<a href="https://t.me/mashkka_ds">https://t.me/mashkka_ds</a>	8
@masha_tg_ads	1	<a href="https://t.me/masha_tg_ads">https://t.me/masha_tg_ads</a>	1
Ni Mash	1	<a href="https://t.me/mash_nimash">https://t.me/mash_nimash</a>	7

Страница 1 из 1

<

prev

1

next

>

- Поиск: Быстрый поиск по названию канала - Настройка отображения: Возможность выбора количества отображаемых каналов на странице - Пагинация: Удобная навигация по страницам с большим количеством каналов - Переход к детальной информации: По клику на название канала открывается страница с подробной информацией

### Детальная страница канала

## Информация о канале

-1001117628569

НАЗВАНИЕ	ССЫЛКА	ПОДПИСЧИКИ	ВОРКЕР
Mash	<a href="https://t.me/mash">https://t.me/mash</a>	22	1

## Подписчики

[Все](#) [Пробный план](#) [С платной подпиской](#) [Месячный план](#) [Годовой план](#)

Показать 100 записей

Search: UTM: [Все](#)

	USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	ПОДПИСКИ	ИСТОЧНИК
<a href="#">KO</a>	1147932229	Константин	@von_waterloo	26-02-2025 20:42	21-03-2025 00:26	● Пробная	6	-
<a href="#">AH</a>	386147583	Анна	@afmakarova	26-02-2025 10:13	05-03-2025 10:13	● Без подписки	10	media1
<a href="#">SE</a>	194773805	Sergio	@pescadotravel	26-02-2025 09:23	05-03-2025 09:23	● Без подписки	7	media1
<a href="#">IG</a>	206287931	Igor	@TAPAKAHATOP	22-02-2025 17:46	01-03-2025 17:46	● Без подписки	9	rabynagalerah
<a href="#">AL</a>	1076142082	Alex	@chydo_dev	19-02-2025 19:36	14-03-2025 08:33	● Пробная	10	-

При переходе к информации о конкретном канале вы получите доступ к: - Детальной информации о канале (ID, название, ссылка, количество подписчиков, id воркера) - Списку пользователей, подписанных на этот канал, с возможностью фильтрации

## Как использовать для маркетинговых задач

### Анализ популярности контента

#### 1. Выявление популярных тематик:

- Проанализируйте, какие тематики привлекают наибольшее число пользователей
- Используйте эти данные для формирования контент-стратегии

### Сегментация аудитории по интересам

#### 1. Создание групп пользователей по интересам:

- Изучите пересечения аудиторий разных тематических каналов
- Формируйте сегменты на основе комбинаций подписок пользователей

#### 2. Анализ предпочтений различных сегментов:

- Сравните предпочтения пользователей с разными типами подписок (пробная/платная)
- Выявите каналы, подписчики которых чаще всего конвертируются в платящих пользователей

### Оптимизация партнерских программ

#### 1. Выбор каналов для партнерства:

- Определите наиболее популярные каналы для размещения партнерских материалов
- Отслеживайте эффективность различных партнерских размещений

#### 2. Мониторинг активности каналов:

- Выявляйте неактивные или малоэффективные каналы для исключения из партнерской программы

## Практические кейсы использования

#### 1. Разработка контент-плана:

- Изучите топ-10 популярных каналов среди ваших пользователей
- Проанализируйте типы и форматы контента в этих каналах
- Адаптируйте успешные форматы для вашего контента



## 2. Таргетирование рекламных кампаний:

- Используйте информацию о подписках для более точного таргетинга рекламы
- Создавайте look-alike аудитории на основе подписчиков определенных каналов

## 3. Разработка специальных предложений:

- Создавайте таргетированные предложения для подписчиков определенных каналов
- Тестируйте различные форматы акций для разных сегментов аудитории

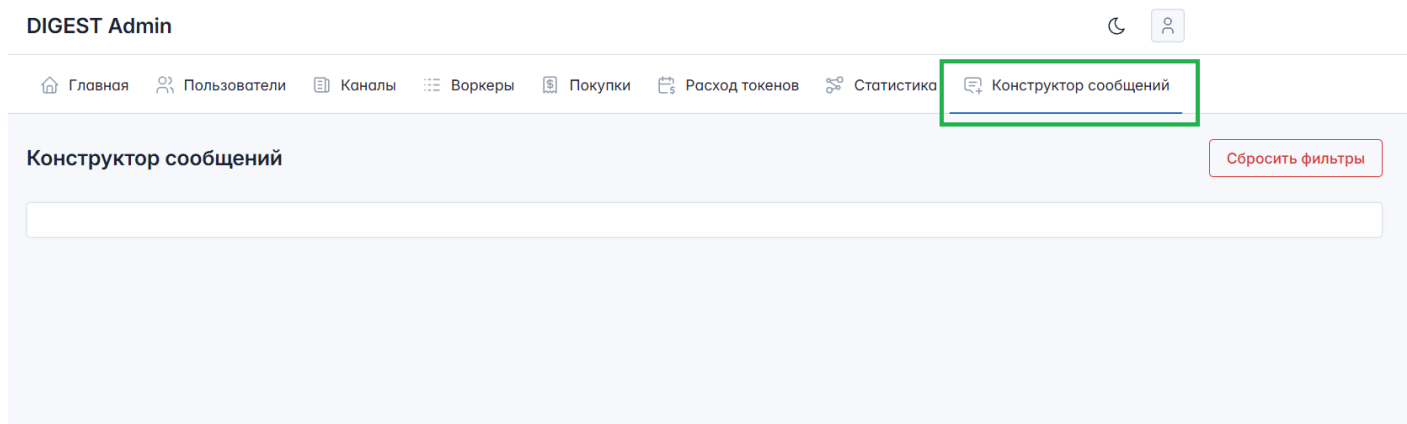
## Советы по эффективному использованию

- Регулярно анализируйте изменения в распределении подписчиков между каналами
- Сопоставляйте данные о популярных каналах с данными о конверсии в платные подписки
- Используйте информацию о подписках для улучшения рекомендательной системы
- Периодически проверяйте активность наиболее популярных каналов
- Отслеживайте появление новых каналов с быстрорастущей аудиторией для раннего выявления трендов

Страница “Каналы” предоставляет ценные данные для понимания интересов аудитории, что позволяет более эффективно настраивать маркетинговые кампании, улучшать контент-стратегию и оптимизировать расходы на привлечение новых пользователей.

## Страница Конструктор сообщений

На данный момент страница в разработке



## Страница Покупки

Покупки

Сбросить фильтры

Оплаченные

Все

Созданные

Дата покупки

Select a date

Применить

Показать 100 записей

Тип подписки: Выберите тип подписки

Search:

ID	ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ	СУММА ^ v	ТИП ПОДПИСКИ	СТАТУС	ДАТА
514	mts_2121	1990.0 ₺	Годовой план	Оплачено	09-03-2025 14:13
498	Virooka	290.0 ₺	Месячный план	Оплачено	05-03-2025 00:28
497	Khalimon_Legal	290.0 ₺	Месячный план	Оплачено	04-03-2025 22:54
490	atrevido_c	290.0 ₺	Месячный план	Оплачено	02-03-2025 21:43
481	vladmurzinov	1390.0 ₺	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 23:45
476	aura_pura	190.0 ₺	Месячный план	Оплачено	01-03-2025 19:50
469	vysotam	1990.0 ₺	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 13:20
456	zhora	290.0 ₺	Месячный план	Оплачено	27-02-2025 14:34
394	bekindness1703	90.0 ₺	Месячный план	Оплачено	22-02-2025 14:17
391	winhappens	290.0 ₺	Месячный план	Оплачено	22-02-2025 13:28
351	romansopov	290.0 ₺	Месячный план	Оплачено	21-02-2025 22:48

## Обзор

Страница “Покупки” предоставляет полную информацию о финансовых транзакциях пользователей в системе. Этот раздел является ключевым инструментом для финансового анализа, оценки эффективности ценовой политики и мониторинга доходов от различных типов подписок. Здесь собраны все платежи пользователей с подробной информацией о каждой транзакции.

## Основные возможности

### Список платежей

Покупки

Сбросить фильтры

Оплаченные

Все

Созданные

Дата покупки

Select a date

Применить

Показать 100 записей

Тип подписки: Выберите тип подписки

Search:

id	пользователь	сумма ^ v	тип подписки	статус	дата
514	mts_2121	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	09-03-2025 14:13
498	Virooka	290.0 Р	Месячный план	Оплачено	05-03-2025 00:28
497	Khalimon_Legal	290.0 Р	Месячный план	Оплачено	04-03-2025 22:54
490	atrevido_c	290.0 Р	Месячный план	Оплачено	02-03-2025 21:43
481	vladmurzinov	1390.0 Р	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 23:45
476	aura_pura	190.0 Р	Месячный план	Оплачено	01-03-2025 19:50
469	vysotam	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 13:20
456	zhora	290.0 Р	Месячный план	Оплачено	27-02-2025 14:34
394	bekindness1703	90.0 Р	Месячный план	Оплачено	22-02-2025 14:17
391	winhappens	290.0 Р	Месячный план	Оплачено	22-02-2025 13:28
351	romansopov	290.0 Р	Месячный план	Оплачено	21-02-2025 22:48

На странице отображается таблица со следующими данными о каждой транзакции: - ID платежа - Пользователь (с прямой ссылкой на профиль) - Сумма платежа в рублях - Тип подписки - Статус платежа (оплачено, создано) - Дата и время создания платежа

Фильтрация платежей

По статусу платежа

Покупки

Сбросить фильтры

Оплаченные **Все** Созданные Дата покупки Select a date Применить

Показать	100	записей	Тип подписки:	Выберите тип подписки	Search:	
id	пользователь	сумма	тип подписки	статус	дата	
514	mts_2121	1990.0 P	Годовой план	Оплачено	09-03-2025 14:13	
513	artyrvaleev	1990.0 P	Годовой план	new	09-03-2025 14:07	
512	VVCUUM	290.0 P	Месячный план	new	08-03-2025 13:56	
511	endorforce	290.0 P	Месячный план	new	07-03-2025 09:49	
510	mrnikbur	290.0 P	Месячный план	new	07-03-2025 08:32	
509	wildestduck	290.0 P	Месячный план	new	07-03-2025 03:57	
508	ZZZurich	290.0 P	Месячный план	new	05-03-2025 21:22	
507	kssrak	290.0 P	Месячный план	new	05-03-2025 18:30	
503	oculii	1990.0 P	Годовой план	new	05-03-2025 15:45	
502	oculii	290.0 P	Месячный план	new	05-03-2025 15:36	
501	Juraviptica	290.0 P	Месячный план	new	05-03-2025 11:25	
500	webgromov	290.0 P	Месячный план	new	05-03-2025 03:47	
499	Chief_train	1990.0 P	Годовой план	new	05-03-2025 01:26	
498	Virooka	290.0 P	Месячный план	Оплачено	05-03-2025 00:28	

- **Оплаченные** - только успешно завершённые транзакции (выбран по умолчанию) - **Все** - все платежи без фильтрации по статусу - **Созданные** - платежи, которые были инициированы, но ещё не завершены

По дате покупки

Покупки

Сбросить фильтры


Оплаченные Все Созданные Дата покупки 2025-03-01 Применить

Показать	100	записей	Тип подписки:	Выберите тип подписки	Search:	
id	пользователь	сумма	тип подписки	статус	дата	
481	vladmurzinov	1390.0 P	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 23:45	
476	aura_puga	190.0 P	Месячный план	Оплачено	01-03-2025 19:50	
469	vysotam	1990.0 P	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 13:20	

Возможность фильтрации платежей по конкретной дате с помощью календаря.

По типу подписки

## Покупки

[Сбросить фильтры](#)[Оплаченные](#) [Все](#) [Созданные](#) Дата покупки   [Применить](#)



Показать

записей

Тип подписки: 

Годовой план

Search:

ID	ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ	СУММА  	ТИП ПОДПИСКИ	СТАТУС	ДАТА
514	mts_2121	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	09-03-2025 14:13
481	vladmurzinov	1390.0 Р	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 23:45
469	vysotam	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 13:20
343	AndrewMakeev	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	21-02-2025 09:59
162	SemMaaax	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	23-01-2025 17:07
128	6219960932	990.0 Р	Годовой план	Оплачено	17-01-2025 12:26
105	dandreich	990.0 Р	Годовой план	Оплачено	11-01-2025 10:59

Страница 1 из 1

< prev

1

next >

- **Месячный план** - платежи за месячную подписку - **Годовой план** - платежи за годовую подписку

## Функции поиска и сортировки

## Покупки

[Сбросить фильтры](#)[Оплаченные](#) [Все](#) [Созданные](#) Дата покупки   [Применить](#)

Показать  записей

Тип подписки: 

Выберите тип подписки

Search:

mts\_2121

ID	ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ	СУММА <div><div></div><div></div></div>	ТИП ПОДПИСКИ	СТАТУС	ДАТА
514	mts_2121	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	09-03-2025 14:13

Страница 1 из 1

< prev

1

next >

- **Поиск по пользователю** - возможность найти платежи конкретного пользователя

Покупки

Сбросить фильтры

Оплаченные

Все

Созданные

Дата покупки

Select a date

Применить

Показать

100

записей

Тип подписки:

Выберите тип подписки

Search:

id	пользователь	сумма ^ v	тип подписки	статус	дата
514	mts_2121	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	09-03-2025 14:13
469	vysotam	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 13:20
343	AndrewMakeev	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	21-02-2025 09:59
162	SemMaaax	1990.0 Р	Годовой план	Оплачено	23-01-2025 17:07
481	vladmurzinov	1390.0 Р	Годовой план	Оплачено	01-03-2025 23:45
128	6219960932	990.0 Р	Годовой план	Оплачено	17-01-2025 12:26
105	dandreich	990.0 Р	Годовой план	Оплачено	11-01-2025 10:59
32	winhappens	890.0 Р	Месячный план	Оплачено	26-11-2024 05:38
24	zksisjj	890.0 Р	Месячный план	Оплачено	25-11-2024 12:57
37	Polina_ii3	490.0 Р	Месячный план	Оплачено	03-12-2024 14:05
456	zhora	290.0 Р	Месячный план	Оплачено	27-02-2025 14:34

- Сортировка по сумме - возможность сортировать платежи по возрастанию или убыванию суммы - Настройка отображения - выбор количества записей на странице

Как использовать для маркетинговых задач

Анализ продаж и доходов

1. Мониторинг продаж:
- Отслеживайте ежедневные, еженедельные и месячные продажи
  - Анализируйте динамику продаж по типам подписок
  - Выявляйте дни недели или периоды с наибольшим количеством покупок
2. Оценка эффективности ценовой политики:
- Сравнивайте популярность различных типов подписок (месячная vs годовая)
  - Анализируйте средний чек и частоту покупок
  - Оценивайте соотношение годовых и месячных подписок для понимания лояльности пользователей

Оценка эффективности маркетинговых кампаний

1. Измерение ROI рекламных кампаний:
- Фильтруйте продажи по датам проведения рекламных кампаний
  - Сопоставляйте затраты на рекламу с полученным доходом в эти периоды
  - Оценивайте эффективность скидок и специальных предложений
2. Анализ сезонности продаж:
- Выявляйте сезонные тренды в продажах
  - Планируйте маркетинговые активности с учетом выявленных закономерностей
  - Корректируйте рекламный бюджет в соответствии с периодами повышенного/пониженного спроса

Анализ пользовательского поведения

1. Изучение платежного поведения:
- Анализируйте, какие пользователи предпочитают более дорогие подписки
  - Определяйте временной промежуток между активацией аккаунта и первой покупкой
2. Выявление проблем в платежном процессе:
- Мониторьте соотношение созданных и оплаченных платежей
  - Выявляйте этапы, на которых пользователи чаще всего отказываются от покупки
  - Идентифицируйте технические проблемы, которые могут препятствовать завершению платежа

Практические кейсы использования

1. Анализ воздействия акций и скидок:

Сравните количество и сумму платежей до, во время и после проведения акции

Оцените, какие типы подписок пользуются большим спросом во время скидок

Определите оптимальный размер скидки для максимизации дохода
2. Прогнозирование доходов:

Используйте исторические данные о платежах для прогнозирования будущих доходов

Анализируйте сезонные тренды для более точного планирования бюджета

Создавайте финансовые модели с учетом различных маркетинговых сценариев
3. Оптимизация ценовой стратегии:

Исследуйте отношение пользователей к различным ценовым предложениям

Анализируйте влияние изменения цен на объем продаж

Тестируйте различные ценовые сегменты для нахождения оптимальной цены
4. Анализ пользователей с высокой стоимостью:

Идентифицируйте пользователей, которые совершают наиболее дорогие покупки

Изучите их характеристики и поведение

Создавайте таргетированные кампании для привлечения похожих пользователей

## Советы по эффективному использованию

- Регулярно сопоставляйте данные о продажах с другими метриками (активность пользователей, источники трафика и т.д.)

Создавайте еженедельные и ежемесячные отчеты для отслеживания динамики продаж

Используйте фильтр по датам для анализа результатов конкретных маркетинговых кампаний

Обращайте внимание на соотношение типов подписок для корректировки маркетинговой стратегии

Отслеживайте незавершенные платежи для выявления возможных проблем в процессе оплаты

Страница “Покупки” является мощным инструментом для финансового анализа и оптимизации маркетинговой стратегии. Правильное использование этого инструмента позволяет не только отслеживать текущие доходы, но и принимать обоснованные решения по ценообразованию, проведению акций и распределению рекламного бюджета.

## Страница Пользователи

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Пользователи

Сбросить фильтры

Все

С подпиской

Закончилась платная

Закончилась пробная

Делали покупку

Онбординг

Дата регистрации пользователя

Дата окончания подписки

Select a date

Select a date

Применить

Select a date

Select a date

Применить

Найдено: 1151

Показать 100 записей

Поиск:

Фильтр: Кто не заблокировал бота

UTM: Все

USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	ПОДПИСКИ	ИСТОЧНИК	
VE	461712748	Veronika Lebedeva	@Veronika_Lebedeva	09-03-2025 13:21	● Без подписки	-	-	
AN	255958090	Анна	@Anuta_Gurova	09-03-2025 09:35	● Без подписки	1	-	
AN	1174949651	Anastasia	@aasdvvb	09-03-2025 02:17	● Без подписки	-	-	
RA	173964659	radmir	@notrademe	09-03-2025 02:15	16-03-2025 02:17	● Пробная	3	-

Страница “Пользователи” предоставляет полный доступ к базе пользователей бота и позволяет проводить детальный анализ аудитории. Эта страница является ключевым инструментом для маркетинговой аналитики, сегментации пользователей и отслеживания эффективности кампаний.

## Основные возможности

### Список пользователей

Пользователи

Сбросить фильтры

ВсеС подпискойЗакончилась платнаяЗакончилась пробнаяДелали покупкуОнбординг

Дата регистрации пользователяДата окончания подписки

Select a dateSelect a dateПрименитьSelect a dateSelect a dateSelect a dateПрименить

Найдено: 1151Показать 100 записейПоиск:Фильтр: Кто не заблокировал ботаUTM: Все

	USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	ПОДПИСКИ	ИСТОЧНИК
VE	461712748	Veronika Lebedeva	@Veronika_Lebedeva	09-03-2025 13:21		● Без подписки	-	-
AN	255958090	Анна	@Anuta_Gurova	09-03-2025 09:35		● Без подписки	1	-
AN	1174949651	Anastasia	@aasdvvb	09-03-2025 02:17		● Без подписки	-	-
RA	173964659	radmir	@notrademe	09-03-2025 02:15	16-03-2025 02:17	● Пробная	3	-

На странице отображается таблица со следующими данными о пользователях: - ID пользователя - Имя пользователя - Ник в Телеграм (с прямой ссылкой на профиль) - Дата регистрации - Дата окончания подписки - Статус подписки - Количество подписок на каналы - Источник привлечения (UTM-метка)

Фильтрация пользователей

По типу подписки

DIGEST Admin

admin

ГлавнаяПользователиКаналыВоркерыПокупкиРасход токеновСтатистика

Пользователи

Сбросить фильтры

ВсеС подпискойЗакончилась платнаяЗакончилась пробнаяДелали покупкуОнбординг

Дата регДата окончания подписки

Select a dateSelect a dateПрименитьSelect a dateSelect a dateSelect a dateПрименить

Най100 записейПоиск:Фильтр: Кто не заблокировал ботаUTM: Все

С подпискойПробный планМесячный планГодовой планПодарочный план

	USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	ПОДПИСКИ	ИСТОЧНИК
--	---------	-----	-----	------------------	-------------------------	--------	----------	----------

Возможность фильтрации по следующим параметрам: - **Все** - все пользователи без фильтрации - **С подпиской** - пользователи с активной подпиской любого типа (Месячный/Годовой/Подарочный/Реферальный план) - **Пробный план** - пользователи с активной пробной подпиской - **Месячный план** - пользователи с активной месячной подпиской - **Годовой план** - пользователи с активной годовой подпиской - **Подарочный план** - пользователи с подарочной подпиской - **Закончилась платная** - пользователи, у которых закончилась платная подписка - **Закончилась пробная** - пользователи, у которых закончилась только пробная подписка - **Делали покупку** - пользователи, которые хотя бы раз покупали подписку

По этапам онбординга



DIGEST Admin

admin

ГлавнаяПользователиКаналыВоркерыПокупкиРасход токеновСтатистика

Пользователи

Сбросить фильтры

ВсеС подпискойЗакончилась платнаяЗакончилась пробнаяДелали покупку

Онбординг

Дата регистрации пользователя

Дата окончания подписки

Найдено: 1151Показать 100 записейПоиск:Фильтр: Кто не заблокировал бота

	USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	ПОДПИСКИ	ИСТОЧНИК
VE	461712748	Veronika Lebedeva	@Veronika_Lebedeva	09-03-2025 13:21		● Без подписки	-	-
AN	255958090	Анна	@Anuta_Gurova	09-03-2025 09:35		● Без подписки	1	-

Онбординг

Дошли до 2 сообщения (Инструкция по добавлению каналов)

Добавили 1 канал

Добавили 2 канала

Добавили 3 канала

Нажали продолжить, после добавления 2-х каналов

Нажали Настройки кнопкой

Нажали Настройки командой

Позволяет анализировать воронку онбординга и отслеживать, на каком этапе пользователи выпадают: - Уникальные нажатия /start - Дошли до 2 сообщения (инструкция по добавлению каналов) - Добавили 1, 2, 3 канала - Нажали продолжить после добавления каналов - Нажали "Настройки" (кнопкой или командой)

По датам

DIGEST Admin

admin

ГлавнаяПользователиКаналыВоркерыПокупкиРасход токеновСтатистика

Пользователи

Сбросить фильтры

ВсеС подпискойЗакончилась платнаяЗакончилась пробнаяДелали покупку

Онбординг

Дата регистрации пользователя

Дата окончания подписки

Найдено: 1151Показать 100 записейПоиск:Фильтр: Кто не заблокировал ботаUTM: Все

	USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	ПОДПИСКИ	ИСТОЧНИК
VE	461712748	Veronika Lebedeva	@Veronika_Lebedeva	09-03-2025 13:21		● Без подписки	-	-
AN	255958090	Анна	@Anuta_Gurova	09-03-2025 09:35		● Без подписки	1	-
AN	1174949651	Anastasia	@aasdvvb	09-03-2025 02:17		● Без подписки	-	-
RA	173964659	radmir	@notrademe	09-03-2025 02:15	16-03-2025 02:17	● Пробная	3	-

- Дата регистрации пользователя - диапазон дат для анализа новых пользователей - Дата окончания подписки - диапазон дат для прогнозирования оттока

По статусу пользователя

Пользователи

Сбросить фильтры

Все С подпиской Закончилась платная Закончилась пробная Делали покупку

Онбординг

Дата регистрации пользователя

Дата окончания подписки

Select a date Select a date Применить Select a date Select a date Применить

Найдено: 1151	Показать <input type="text" value="100"/>	записей	Поиск: <input type="text"/>	Фильтр: <div><div>Кто не заблокировал бота</div><div>Кто не заблокировал бота</div><div><b>Все</b></div><div>С каналами</div><div>С каналами (Кто не заблокировал бота)</div><div>Кто заблокировал бота</div></div>	UTM: <input type="text" value="Все"/>
USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	ИСТОЧНИК
<div>VE</div>	461712748	Veronika Lebedeva	@Veronika_Lebedeva	09-03-2025 13:21	-

- Кто не заблокировал бота (активные пользователи) - Все пользователи - С каналами (пользователи, которые добавили каналы) - С каналами (кто не заблокировал бота) - Кто заблокировал бота (для анализа причин отказа)

По источнику привлечения (UTM)

Пользователи

Сбросить фильтры

Все С подпиской Закончилась платная Закончилась пробная Делали покупку

Онбординг

Дата регистрации пользователя

Дата окончания подписки

Select a date Select a date Применить Select a date Select a date Применить

Найдено: 1151

Показать 100 записей

Поиск:

Фильтр: Кто не заблокировал бота

UTM:

Все

Bce

tlvip (239)

Yandextest (119)

GPT\_bot (118)

whitehack (110)

fivegroups (109)

bezsmuzi (104)

media2 (80)

mediatusovka (72)

rabynagalerah (47)

media1 (30)

xxxbillboards (30)

itbook (20)

tgadsinterests1 (18)

referral (17)

tgadsinterests3 (12)

Tula (10)

jurba (9)

vladosmarketos (9)

vktest1 (6)

USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	ПОДПИСКИ
VE	461712748	Veronika Lebedeva	@Veronika_Lebedeva	09-03-2025 13:21	● Без подписки	-
AH	255958090	Анна	@Anuta_Gurova	09-03-2025 09:35	● Без подписки	1
AN	1174949651	Anastasia	@aasdvvb	09-03-2025 02:17	● Без подписки	-
RA	173964659	radmir	@notrademe	09-03-2025 02:15	● Пробная	3
EB	1520410824	Евгений	-	08-03-2025 07:06	● Без подписки	-
AN	1399349750	Ann	@Ann9234876	08-03-2025 04:02	● Без подписки	-
KA	577270981	Katerina	@existenzio	08-03-2025 01:31	● Без подписки	-

Позволяет анализировать эффективность кампаний по различным UTM-меткам.

Поиск

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Пользователи

Сбросить фильтры

Все

С подпиской

Закончилась платная

Закончилась пробная

Делали покупку

Онбординг

Дата регистрации пользователя

Дата окончания подписки

Select a date

Select a date

Применить

Select a date

Select a date

Применить

Найдено: 1

Показать 100 записей

Поиск: von\_waterloo

Фильтр: Кто не заблокировал бота

UTM: Все

USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	подписки	источник	
KO	1147932229	Константин	@von_waterloo	26-02-2025 20:42	21-03-2025 00:26	Пробная	6	-

Страница 1 из 1

Возможность быстрого поиска пользователей по имени, ID или нику в Телеграм.

Сортировка

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Пользователи

Сбросить фильтры

Все

С подпиской

Закончилась платная

Закончилась пробная

Делали покупку

Онбординг

Дата регистрации пользователя

Дата окончания подписки

Select a date

Select a date

Применить

Select a date

Select a date

Применить

Найдено: 1151

Показать 100 записей

Поиск:

Фильтр: Кто не заблокировал бота

UTM: Все

USER ID	ИМЯ	НИК	ДАТА РЕГИСТРАЦИИ	ДАТА ОКОНЧАНИЯ ПОДПИСКИ	СТАТУС	подписки	источник	
ME	758946926	Мерилл	@kirilltvoyvrag	11-02-2025 17:09	14-03-2025 09:23	Пробная	102	mediatusovka
MA	632154826	Мария	@vysotam	22-01-2025 13:08	01-03-2026 13:20	Годовой план	87	-
PO	325568283	Роман	@rvignatenko	20-12-2024 07:39	10-03-2025 08:43	Подарочный план	83	-
PO	454636288	Polina	@Polina_ii3	08-12-2024 14:53	15-01-2026 10:28	Подарочный план	62	-
DI	676439868	disword	@disword	21-02-2025 17:03	28-02-2025 17:03	Без подписки	50	rabynagalerah
-:-	5178330948	-:-)	@aura_pura	18-02-2025 12:20	31-03-2025 20:38	Месячный план	46	bezsmuzi
KI	37070186	Kirill	@winhappens	14-12-2024 22:26	24-03-2025 13:29	Месячный план	39	-
ZA	224078493	Zakhar	@Rodin_Zakhar	26-02-2025 08:21	05-03-2025 08:21	Без подписки	32	rabynagalerah

Возможность сортировки по количеству подписок (возрастание/убывание). Позволяет выявлять амбассадоров продукта, кто наиболее заинтересован в использовании.

Как использовать для маркетинговых задач

Анализ эффективности кампаний

- 1. Используйте фильтр по UTM-меткам, чтобы сравнить конверсию из разных источников
- 2. Отслеживайте, какие источники привлекают пользователей, которые чаще покупают платные подписки

Анализ воронки онбординга

1. Используйте фильтры по этапам онбординга, чтобы понять, где происходит наибольший отток пользователей
2. Сравнивайте поведение пользователей из разных источников на этапах онбординга

## Планирование ретаргетинга

1. Найдите пользователей с истекшими платными подписками для таргетирования специальных предложений
2. Выделите пользователей, которые только попробовали пробный период, но не стали платить

## Сегментация аудитории

1. Создавайте сегменты на основе типа подписки и активности (количество добавленных каналов)
2. Анализируйте поведение пользователей в зависимости от типа подписки

## Мониторинг оттока

1. Отслеживайте пользователей, которые заблокировали бота
2. Анализируйте, из каких источников чаще всего приходят пользователи, блокирующие бота

## Практические кейсы использования

1. **Оценка ROI рекламных кампаний:**
  - Отфильтруйте пользователей по определенной UTM-метке
  - Посмотрите, сколько из них перешли на платную подписку
2. **Выявление проблемных мест в онбординге:**
  - Сравните количество пользователей на разных этапах онбординга
  - Обнаружьте этапы с наибольшим оттоком для дальнейшей оптимизации
3. **Планирование рассылок:**
  - Найдите пользователей с истекающими подписками для отправки предложений о продлении
  - Сегментируйте аудиторию по типу подписки для персонализированных предложений
4. **Анализ лояльности:**
  - Изучите пользователей с годовой подпиской для выявления их особенностей
  - Используйте эти данные для улучшения конверсии других сегментов

## Советы по эффективному использованию

- Регулярно анализируйте соотношение пробных и платных подписок по разным каналам привлечения
- Отслеживайте изменение конверсии после внесения изменений в онбординг
- Сравнивайте показатели удержания для разных сегментов пользователей
- Используйте фильтры по датам для оценки сезонных трендов

---

Страница “Пользователи” является мощным инструментом для маркетингового анализа, позволяющим глубоко понимать аудиторию, отслеживать эффективность кампаний и оптимизировать стратегию привлечения и удержания пользователей.

## Страница Расход токенов

Топ пользователей по тратам токенов

Все время

Сегодня

Месяц

Свой период

Select a date

2025-03-09

Применить

Показать 100 записей

Search:

	ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ	СУММА
1	romansopov	2.783 \$
2	coverus	2.718 \$
3	AlexeyKorolyuk	2.216 \$
4	Polina_ii3	2.175 \$
5	839895422	2.125 \$
6	Khalimon_Legal	1.922 \$
7	vysotam	1.903 \$
8	liza_fk	1.898 \$
9	winhappens	1.606 \$
10	yuryyamshchikov	1.574 \$

Обзор

Страница “Расход токенов” предоставляет детальную аналитику затрат на сокращение новостей для каждого пользователя. Здесь отображается, сколько компания тратит на обработку и сокращение новостного контента, который потребляет каждый пользователь. Эта информация критически важна для анализа рентабельности сервиса, оптимизации расходов на AI-обработку новостей и понимания паттернов потребления контента.

Основные возможности

Рейтинг пользователей по затратам

Топ пользователей по тратам токенов

Все время

Сегодня

Месяц

Свой период

Select a date

2025-03-09

Применить

Показать 100 записей

Search:

	ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ	СУММА
1	romansopov	2.783 \$
2	coverus	2.718 \$
3	AlexeyKorolyuk	2.216 \$
4	Polina_ii3	2.175 \$
5	839895422	2.125 \$
6	Khalimon_Legal	1.922 \$
7	vysotam	1.903 \$
8	liza_fk	1.898 \$
9	winhappens	1.606 \$
10	yuryyamshchikov	1.574 \$

На странице отображается отсортированный список пользователей с указанием: - Порядкового номера в рейтинге -

Фильтрация по периодам

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Топ пользователей по тратам токенов

Все время

Сегодня

Месяц

Свой период

Select a date

2025-03-09

Применить

Показать 100 записей

Search:

	ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ	СУММА
1	<a href="#">romansopov</a>	2.783 \$
2	<a href="#">coverus</a>	2.718 \$
3	<a href="#">AlexeyKorolyuk</a>	2.216 \$
4	<a href="#">Polina_i13</a>	2.175 \$
5	<a href="#">839895422</a>	2.125 \$
6	<a href="#">Khalimon_Legal</a>	1.922 \$
7	<a href="#">vysotam</a>	1.903 \$
8	<a href="#">liza_fk</a>	1.898 \$
9	<a href="#">winhappens</a>	1.606 \$
10	<a href="#">yuryyamshchikov</a>	1.574 \$

Гибкие возможности выбора временного периода для анализа: - **Все время** - полная статистика без ограничения по датам - **Сегодня** - анализ только за текущий день - **Месяц** - статистика за последние 30 дней - **Свой период** - возможность задать произвольный диапазон дат для анализа

Функции поиска и отображения

DIGEST Admin

admin

Главная

Пользователи

Каналы

Воркеры

Покупки

Расход токенов

Статистика

Топ пользователей по тратам токенов

Все время

Сегодня

Месяц

Свой период

Select a date

2025-03-09

Применить

Показать 100 записей

Search: von\_waterloo

	ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ	СУММА
1	<a href="#">von_waterloo</a>	1.551 \$

Страница 1 из 1

<

prev

1

next

>

- **Поиск по пользователю** - быстрый поиск конкретного пользователя в списке - **Настройка количества записей** - возможность отображать от десятков до сотен записей на одной странице - **Пагинация** - удобная навигация по страницам при просмотре большого количества данных

Как использовать для маркетинговых задач

Анализ эффективности бизнес-модели

1. **Оценка рентабельности пользователей:**

- Сопоставляйте затраты на обработку новостей с доходом от каждого пользователя
- Выявляйте сегменты пользователей с наиболее благоприятным соотношением дохода к затратам
- Определяйте “границу окупаемости” для различных типов подписок

2. **Оптимизация расходов на сокращение новостей:**

- Отслеживайте общий объем затрат на обработку новостей за различные периоды

- Выявляйте аномалии и всплески потребления для своевременной реакции
- Разрабатывайте стратегии оптимизации затрат без ущерба для качества сервиса

## Сегментация пользователей по потреблению контента

1. **Выделение групп по интенсивности потребления новостей:**
  - Создавайте сегменты пользователей на основе объема потребляемых новостей
  - Анализируйте характеристики “тяжелых потребителей” новостного контента
  - Разрабатывайте таргетированные предложения для разных сегментов
2. **Корреляция потребления новостей и удержания:**
  - Исследуйте связь между объемом потребления новостей и продолжительностью использования сервиса
  - Выявляйте оптимальный уровень вовлеченности для максимального удержания
  - Создавайте стратегии, направленные на достижение этого оптимального уровня

## Оптимизация ценообразования

1. **Разработка справедливой модели ценообразования:**
  - Используйте данные о затратах для формирования более точной структуры тарифов
  - Оценивайте возможность введения лимитов на объем обрабатываемых новостей в различных тарифах
  - Рассчитывайте оптимальную стоимость подписок с учетом фактических затрат
2. **Планирование специальных предложений:**
  - Определяйте периоды с наибольшим и наименьшим потреблением новостей
  - Разрабатывайте специальные акции и скидки с учетом этих данных
  - Оценивайте потенциальное влияние промо-акций на затраты по обработке новостей

## Практические кейсы использования

1. **Анализ сезонности потребления новостей:**
  - Изучайте, как меняется потребление новостного контента в разные периоды
  - Планируйте маркетинговые активности с учетом этих сезонных паттернов
  - Корректируйте прогнозы затрат на основе выявленных сезонных трендов
2. **Создание устойчивой бизнес-модели:**
  - Используйте данные о затратах для прогнозирования долгосрочной рентабельности
  - Разрабатывайте планы масштабирования с учетом ожидаемого роста затрат
  - Балансируйте между качеством сервиса и экономической эффективностью
3. **Оценка влияния изменений в продукте:**
  - Сравнивайте затраты до и после внедрения новых функций сокращения новостей
  - Измеряйте эффективность различных алгоритмов обработки с точки зрения затрат
  - Принимайте решения о развитии функциональности на основе этих данных
4. **Выявление пользователей с аномальным потреблением:**
  - Идентифицируйте пользователей с чрезмерно высокими затратами на обработку новостей
  - Анализируйте причины такого потребления и разрабатывайте соответствующие меры
  - При необходимости внедряйте механизмы предотвращения злоупотреблений

## Советы по эффективному использованию

- Регулярно анализируйте соотношение затрат на сокращение новостей к доходу от пользователей
- Используйте фильтрацию по периодам для выявления трендов в потреблении новостей
- Сравнивайте профили пользователей с высокими и низкими затратами для понимания различий в их поведении
- Отслеживайте, как изменения в UI или функциональности сервиса влияют на объемы потребления новостей
- Изучайте корреляцию между затратами на новости и различными показателями удержания пользователей
- Анализируйте эффективность различных источников привлечения с точки зрения последующих затрат на обработку новостей

---

Страница “Расход токенов” является важнейшим инструментом для анализа экономической эффективности сервиса по сокращению новостей. Правильное использование этих данных позволяет построить устойчивую бизнес-модель, оптимизировать структуру тарифов и максимизировать долгосрочную рентабельность, обеспечивая при этом высокое качество сервиса для всех категорий пользователей.

## Страница Статистика

ОБЗОР

Статистика: Все пользователи

Сбросить фильтры

Все время

Сегодня

Месяц

Свой период

Select a date

Select a date

Применить

Онбординг

Фильтр платежей: Все

UTM: Все

СОБЫТИЕ	КОЛИЧЕСТВО / ВРЕМЯ	ПРОЦЕНТ
Уникальные нажатия /start	2301	100.0%
Дошли до 2 сообщения (Инструкция по добавлению каналов)	1245	54.1%
Добавили 1 канал	435	18.9%
Добавили 2 канала	341	14.8%
Добавили 3 канала	260	11.3%
Нажали продолжить, после добавления 2-х каналов	157	6.8%
Сред. время перехода от старта до инструкций	5.36 сек	
Сред. время перехода от инструкций до 2-х каналов	1 мин 36.35 сек	
Пользователи с подпиской	52	2.3%
Нажали Настройки кнопкой	127	5.5%
Нажали Настройки командой	45	2.0%
Отписавшиеся пользователи (была платная подписка)	16	0.7%

68.1%

Включили сокращение новостей

42.0%

Включили отображение медиа

3.1%

Включили рекомендации каналов

26.3%

Включили блокировку похожих постов

# Обзор

Страница “Статистика” представляет собой комплексный аналитический инструмент, позволяющий отслеживать ключевые показатели онбординга, конверсии и удержания пользователей. Эта страница является одной из центральных для анализа эффективности маркетинговых кампаний и принятия стратегических решений на основе данных.

# Основные возможности

## Фильтрация по периодам



Все время

Сегодня

Месяц

Свой период

Select a date

Select a date

Применить

Онбординг	Фильтр платежей: Все	UTM: Все
СОБЫТИЕ	КОЛИЧЕСТВО / ВРЕМЯ	ПРОЦЕНТ
Уникальные нажатия /start	2301	100.0%
Дошли до 2 сообщения (Инструкция по добавлению каналов)	1245	54.1%
Добавили 1 канал	435	18.9%
Добавили 2 канала	341	14.8%
Добавили 3 канала	260	11.3%
Нажали продолжить, после добавления 2-х каналов	157	6.8%
Сред. время перехода от старта до инструкций	5.36 сек	
Сред. время перехода от инструкций до 2-х каналов	1 мин 36.35 сек	
Пользователи с подпиской	52	2.3%
Нажали Настройки кнопкой	127	5.5%
Нажали Настройки командой	45	2.0%
Отписавшиеся пользователи (была платная подписка)	16	0.7%

68.1%

Включили сокращение новостей

42.0%

Включили отображение медиа

3.1%

Включили рекомендации каналов

26.3%

Включили блокировку похожих постов

Страница позволяет анализировать данные за различные временные интервалы: - **Все время** - полная статистика без ограничения по датам - **Сегодня** - анализ только за текущий день - **Месяц** - статистика за последние 30 дней - **Свой период** - возможность задать произвольный диапазон дат для анализа

Сегментация данных

По источникам привлечения (UTM)

ОБЗОР

Статистика: Все пользователи

Сбросить фильтры

Все время

Сегодня

Месяц

Свой период

Select a date

Select a date

Применить

Онбординг

Фильтр платежей: Все

UTM: Все

СОБЫТИЕ	КОЛИЧЕСТВО / ВРЕМЯ
Уникальные нажатия /start	2301
Дошли до 2 сообщения (Инструкция по добавлению каналов)	1245
Добавили 1 канал	435
Добавили 2 канала	341
Добавили 3 канала	260
Нажали продолжить, после добавления 2-х каналов	157
Сред. время перехода от старта до инструкций	5.36 сек
Сред. время перехода от инструкций до 2-х каналов	1 мин 36.85 сек
Пользователи с подпиской	52
Нажали Настройки кнопкой	127

68.1%

Включили сокращение новостей

42.0%

Включили отображение медиа

3.1%

Включили рекомендации каналов

26.3%

Включили блокировку похожих постов

- Выпадающий список с возможностью выбора конкретного UTM-источника - Для каждого источника показывается количество привлеченных пользователей - Возможность сравнения показателей разных рекламных кампаний

По платежному поведению

ОБЗОР

Статистика: Все пользователи

Сбросить фильтры

Все время

Сегодня

Месяц

Свой период

Select a date

Select a date

Применить

Онбординг

Фильтр платежей: Делали покупку

UTM: Все

СОБЫТИЕ	КОЛИЧЕСТВО / ВРЕМЯ	ПРОЦЕНТ
Уникальные нажатия /start	43	100.0%
Дошли до 2 сообщения (Инструкция по добавлению каналов)	10	23.3%
Добавили 1 канал	36	83.7%
Добавили 2 канала	35	81.4%
Добавили 3 канала	33	76.7%
Нажали продолжить, после добавления 2-х каналов	3	7.0%
Сред. время перехода от старта до инструкций	7.03 сек	
Сред. время перехода от инструкций до 2-х каналов	21 мин 20.94 сек	
Пользователи с подпиской	43	100.0%
Нажали Настройки кнопкой	10	23.3%
Нажали Настройки командой	8	18.6%
Отписавшиеся пользователи (была платная подписка)	14	32.6%

81.4%

Включили сокращение новостей

67.4%

Включили отображение медиа

14.0%

Включили рекомендации каналов

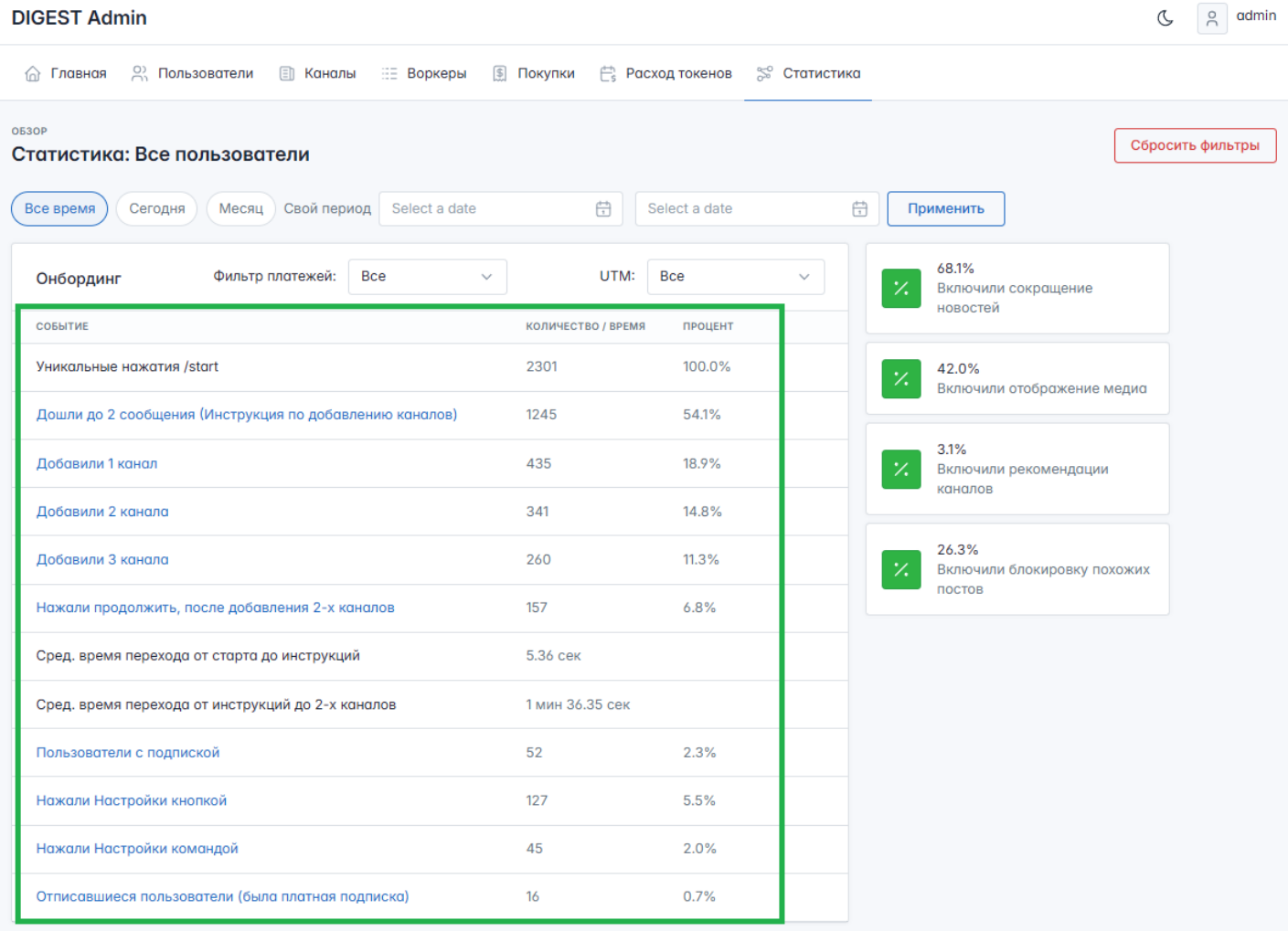
30.2%

Включили блокировку похожих постов

- Все пользователи - статистика по всей базе пользователей - Делали покупку - фильтр для анализа пользователей,

которые делали покупки

## Аналитика онбординга

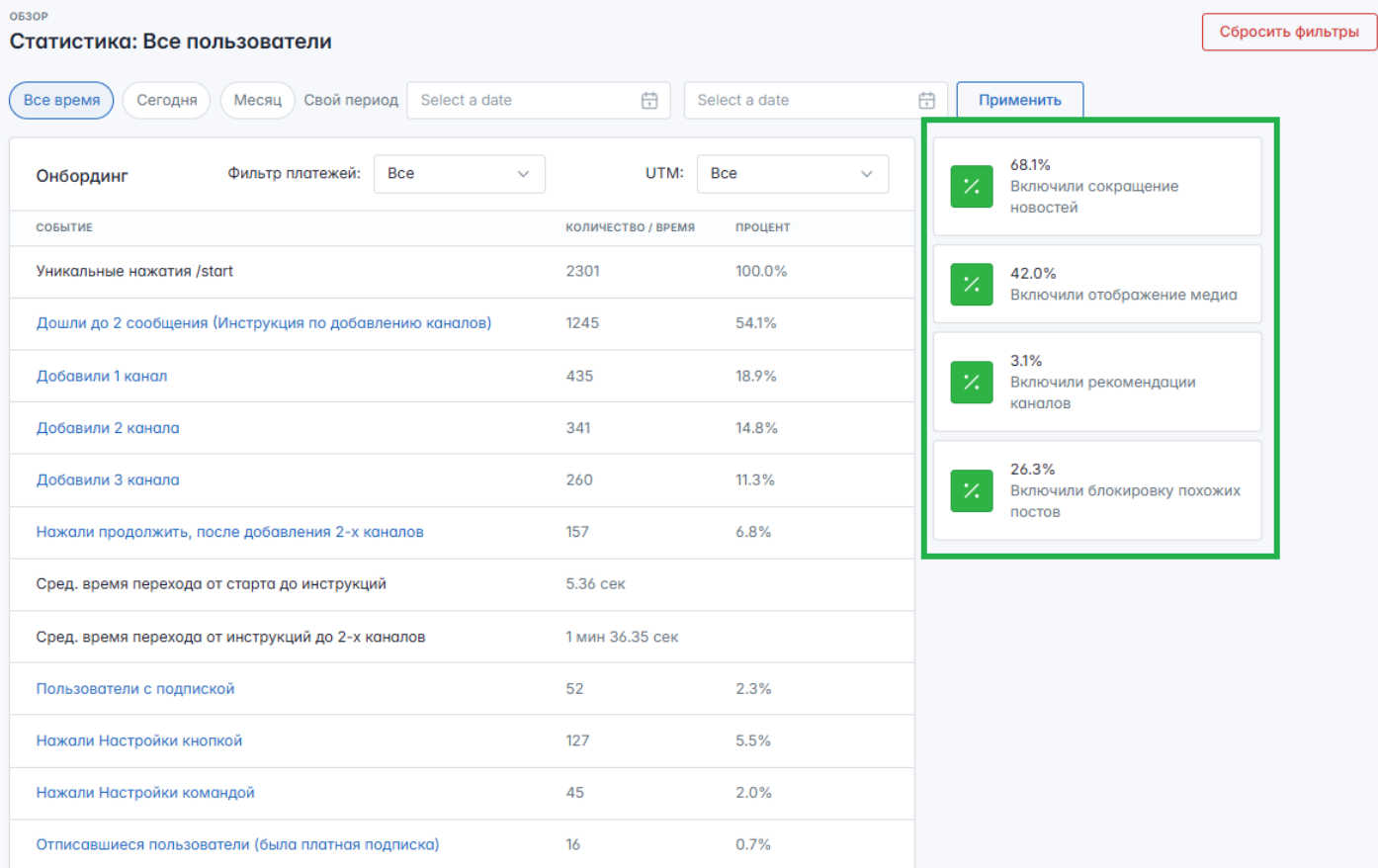


Центральная таблица страницы содержит детальную информацию о прохождении пользователями каждого этапа воронки:

- **Количество пользователей** на каждом этапе
- **Процент конверсии** от общего числа пользователей
- Динамика изменения показателей (визуализация)
- Интерактивные ссылки для перехода к спискам пользователей на конкретных этапах

Ключевые этапы онбординга, представленные в таблице: 1. **Дошли до 2 сообщения** (инструкция по добавлению каналов) 2. **Добавили 1 канал** 3. **Добавили 2 канала** 4. **Добавили 3 канала** 5. **Нажали продолжить** после добавления каналов 6. **Взаимодействия с настройками** (через кнопку или команду) 7. **Пользователи с подпиской** 8. **Отписавшиеся пользователи** (была платная подписка)

### Ключевые метрики пользователей



Дополнительный блок справа отображает важные процентные показатели: - Включили сокращение новостей - Включили отображение медиа - Включили рекомендации каналов - Включили блокировку похожих постов

## Как использовать для маркетинговых задач

### Анализ эффективности воронки конверсии

- Выявление проблемных мест в онбординге:**
  - Определите этапы с наибольшим оттоком пользователей
  - Сравните процентные показатели между этапами
  - Проанализируйте, на каком шаге теряется наибольшее количество потенциальных клиентов
- Оптимизация шагов воронки:**
  - Используйте данные о медианном времени между этапами для оптимизации
  - Фокусируйтесь на улучшении этапов с самой низкой конверсией
  - Отслеживайте изменения конверсии после внесения улучшений

### Оценка эффективности рекламных кампаний

- Сравнение источников привлечения:**
  - Используйте фильтр по UTM для анализа разных каналов привлечения
  - Сравните не только объемы привлеченных пользователей, но и их конверсию на каждом этапе
  - Определите, какие источники дают наиболее качественных пользователей
- Расчет ROI рекламных кампаний:**
  - Анализируйте процент пользователей, доходящих до платной подписки, по каждому источнику

### Временной анализ

- Отслеживание динамики показателей:**
  - Используйте фильтры по периодам для сравнения эффективности в разные временные интервалы
  - Анализируйте сезонные тренды и их влияние на конверсию
  - Оценивайте эффективность внесенных изменений, сравнивая периоды до и после
- Прогнозирование:**
  - На основе исторических данных стройте прогнозы конверсии
  - Планируйте маркетинговые активности с учетом выявленных тенденций

## Практические кейсы использования

### 1. Анализ новой рекламной кампании:

- Установите фильтр на период проведения кампании
- Выберите соответствующий UTM-источник
- Проанализируйте конверсию на каждом этапе онбординга
- Сравните с показателями других кампаний

### 2. Оптимизация онбординга:

- Определите этап с наименьшей конверсией
- Перейдите по ссылке на список пользователей, остановившихся на этом этапе
- Проведите дополнительный анализ или опрос для выявления причин отказа
- Внесите изменения и отслеживайте эффект

### 3. Анализ платящей аудитории:

- Установите фильтр “Делали покупку”
- Изучите особенности онбординга платящих пользователей
- Выявите закономерности и используйте их для улучшения конверсии

### 4. Оценка качества трафика:

- Сравните процент пользователей, доходящих до добавления каналов, из разных источников
- Определите источники с наиболее вовлеченной аудиторией
- Скорректируйте таргетинг рекламы с учетом полученных данных

## Советы по эффективному использованию

- Регулярно (например, еженедельно) анализируйте динамику ключевых показателей
- Всегда сравнивайте данные за сопоставимые периоды при оценке эффективности изменений
- Используйте комбинацию фильтров для глубокого анализа конкретных сегментов
- Сопоставляйте данные статистики с изменениями в продукте и маркетинговых активностях

---

Страница “Статистика” — это мощный инструмент для принятия обоснованных маркетинговых решений. Регулярный анализ представленных на ней данных позволяет оптимизировать маркетинговый бюджет, улучшать пользовательский опыт и максимизировать конверсию на каждом этапе воронки.