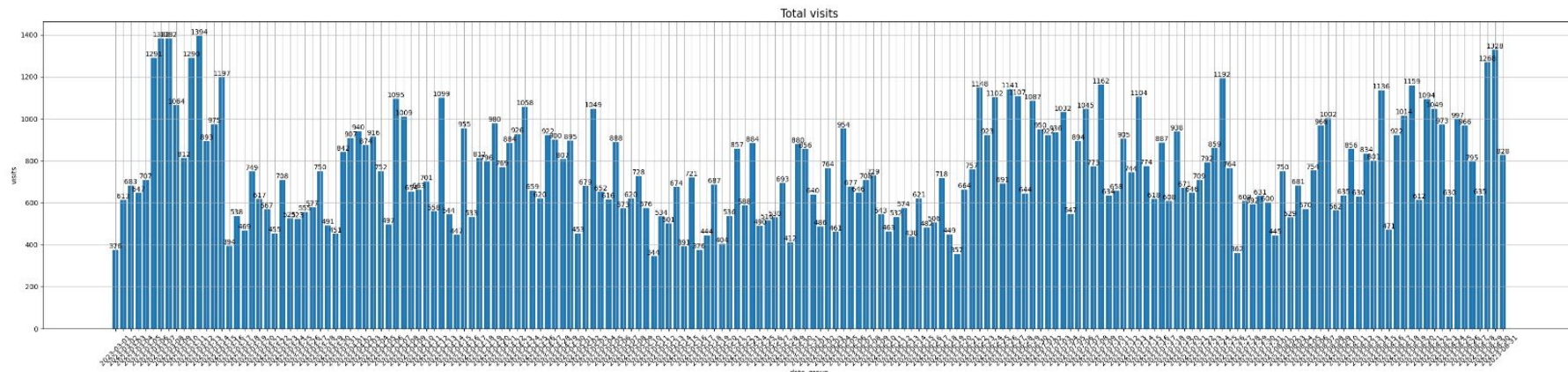


# Дашборд конверсий

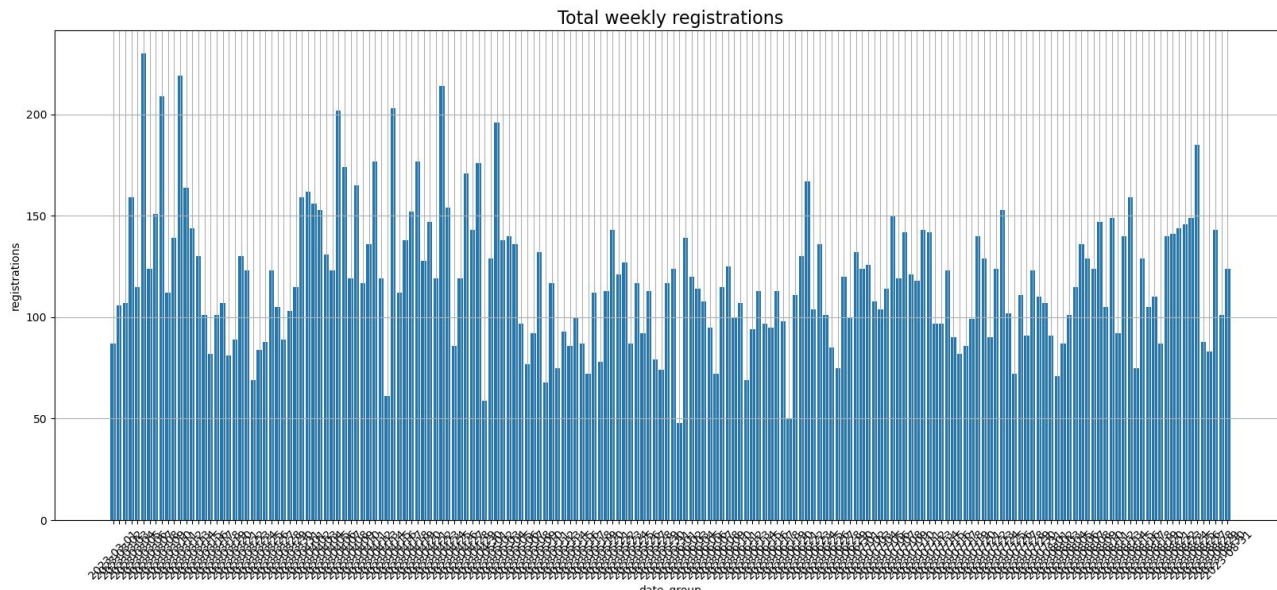
Автор: Кристина Максимова

# Итоговые визиты



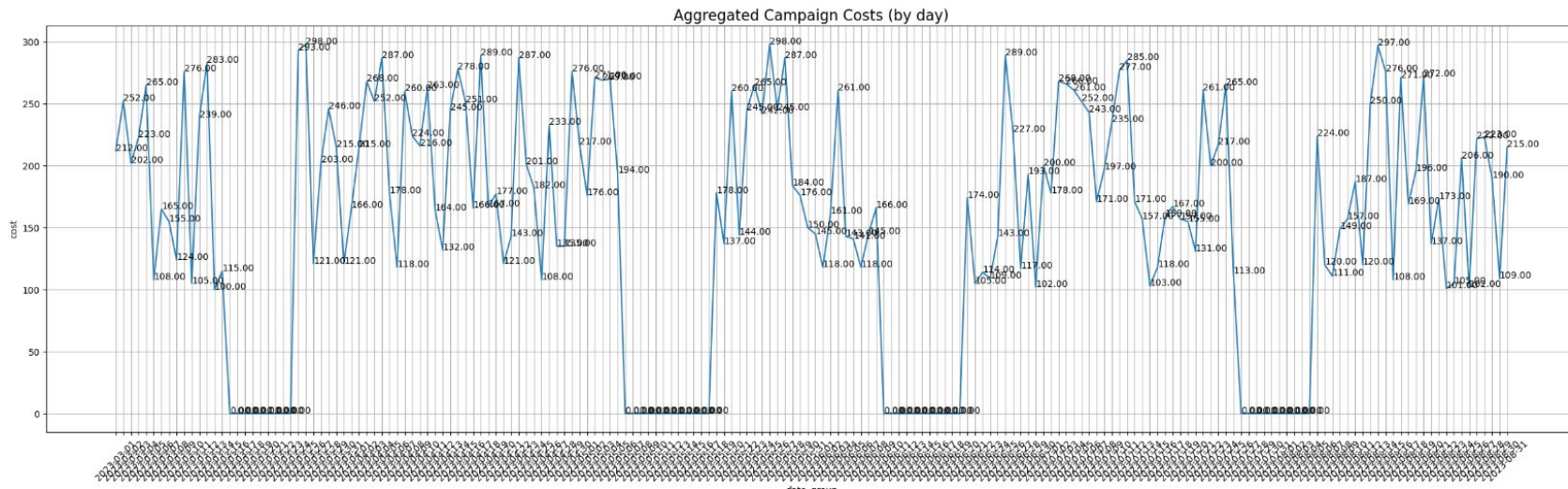
На данном графике мы можем наблюдать, что наибольшее количество посещений было 07.03.2023, а наименьшее - 10.05.2023. Просадки в посещениях мы также можем наблюдать с 15.03.2023 по 26.03.2023, также с 09.06.2023 по 16.06.2023.

# Итоговые регистрации



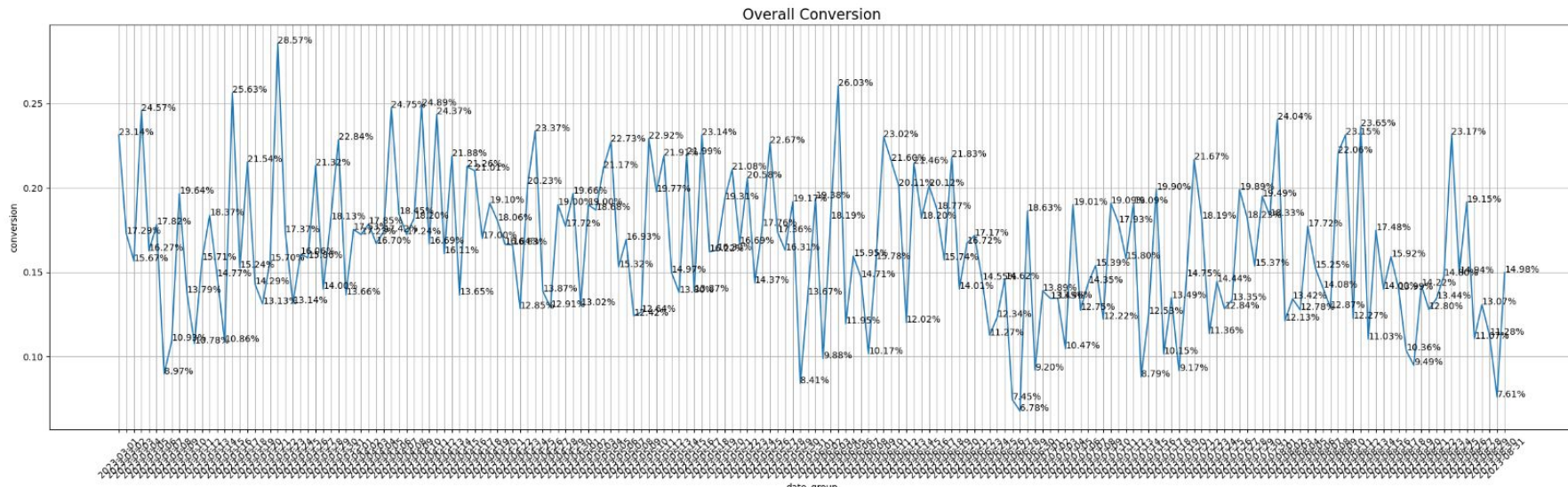
Из данного графика можно сделать вывод, что наибольшее количество регистраций было 06.03.2023, а наименьшее - 30.05.2023. Просадки в регистрациях наблюдаются не периодами, а единично.

# Стоимости реклам



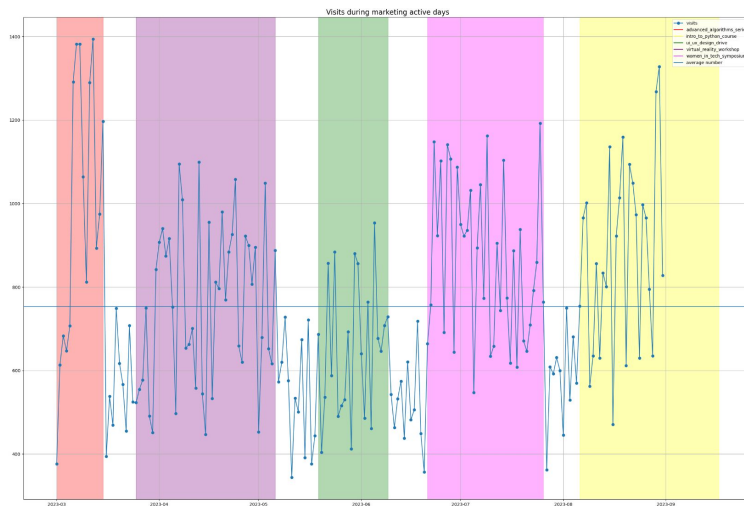
Учитывая информацию на предыдущих графиках мы можем утверждать, что просадки в визитах и регистрациях совпадают с отсутствием расходов на рекламу.

# Итоговые конверсии



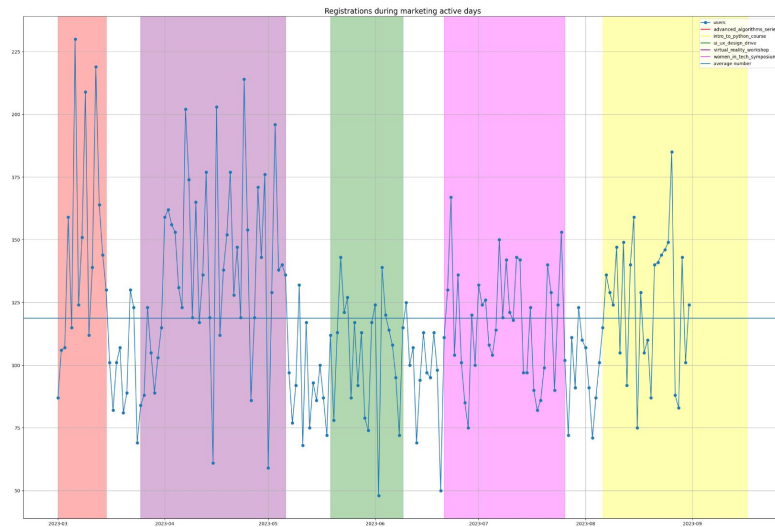
На данном графике мы можем наблюдать, что наибольшая конверсия была 31.08.2023 - 14,96%, тогда как наименьшая конверсия была 27.06.2023 - 3,93%. Чаще всего после высокой конверсии следует низкая конверсия.

# Визиты с выделением рекламных кампаний



На данном графике мы можем наблюдать, что количество посещений увеличилось при запуске 4 из 5 рекламных кампаний. Наибольшее количество посещений было при запуске кампании `advanced_algorithm_series`, наименьшее - `ui_ux_design_drive`. Без исключений наибольшие просадки были при отсутствии рекламных кампаний.

# Регистрации с выделением рекламных кампаний



На данном графике мы наблюдаем, что количество регистраций увеличилось при запуске 4 из 5 рекламных кампаний. Наибольшее количество регистраций было при запуске кампании `advanced_algorithm_series`, наименьшее - `ui_ux_design_drive`. Просадки в регистрациях во время отсутствия рекламных кампаний были, такие же, как по сравнению с регистрациями во время кампании `ui_ux_design_drive`.

# Рекомендации

- Исходя из данных выше графиков, рекомендуется сделать упор на рекламную кампанию `advanced_algorithm_series`;
- Также целесообразно не повторять кампанию `ui_ux_design_drive`, т.к. визиты и регистрации при ней являются минимальными;
- Данные графика итоговых конверсий также подтверждают, что упор следует сделать на рекламную кампанию `advanced_algorithm_series`;
- Мы можем также наблюдать, что при отсутствии расходов на рекламу начинают проседать визиты и регистрации, поэтому рекомендуется постоянно проводить какие-либо рекламные кампании, особенно указанные выше.