

Аналіз воронки продажів для Інтернет-магазину від Spilno Agency / ROI орієнтована агенція Spilno Agency

Агенція:	Spilno Agency							
Уточ. провайдера:	Валерій Кравченко							
Дата проведення:	08/07/2023							
Період аналізу:	01/06/2023 - 30/06/2023							
	Користувачів	Додавання в кошик	% Додавання в кошик	Початок оформлення	% Початок оформлення	Популка	% Популка	Загальна конверсія
Клієнт (весь трафік)	7 959	47	0,6%	34	72,3%	4	12%	0,7%
Клієнт (весь трафік - фроді (сімейс))	1 681	43	2,7%	40	93,0%	5	13%	0,3%
Інтернет-магазин 1	48 021	2 805	5,8%	1 765	63,6%	1 340	75%	2,8%
Інтернет-магазин 2	43 403	3 398	7,8%	3 383	99,6%	2 295	68%	5,3%
Інтернет-магазин 3	770	11	1,7%	10	104,4%	8	83%	1,0%
Інтернет-магазин 4	4 841	333	6,9%	122	36,6%	76	62%	1,6%
Інтернет-магазин 5	1 045 853	348 047	32,7%	207 103	59,5%	23 278	11%	2,2%
Інтернет-магазин 6	4 941	3 502	70,9%	2 018	57,6%	38	1,9%	0,8%
Інтернет-магазин 7	1 437	126	8,8%	61	48,4%	36	59%	2,5%
Інтернет-магазин 8	4 136					59	1,4%	0,0%

Проявляючись воронку продажів для Інтернет-магазину Клієнта, можна побачити 3 етапи воронки:

1. Сканси → Add to cart
2. Add to cart → begin_checkout
3. begin_checkout → purchase

За періодом для порівняння даних Інтернет-магазинів використовувати 1 канал, один собою тематично.

Щоб можна побачити після аналізу, на 2 та 3 етапи воронки конверсії знаходяться в межах норми. На 1 етапі вона відрізняється від Інтернет-магазинів для порівняння в 10 разів, що не є нормою.

	Session	add to cart	%, add to cart	begin_checkout	%, begin_checkout	purshace	%, purshace	Overall conversion rate
Весь трафік	7 959	47	0,6%	34	72,3%	4	12%	0,1%