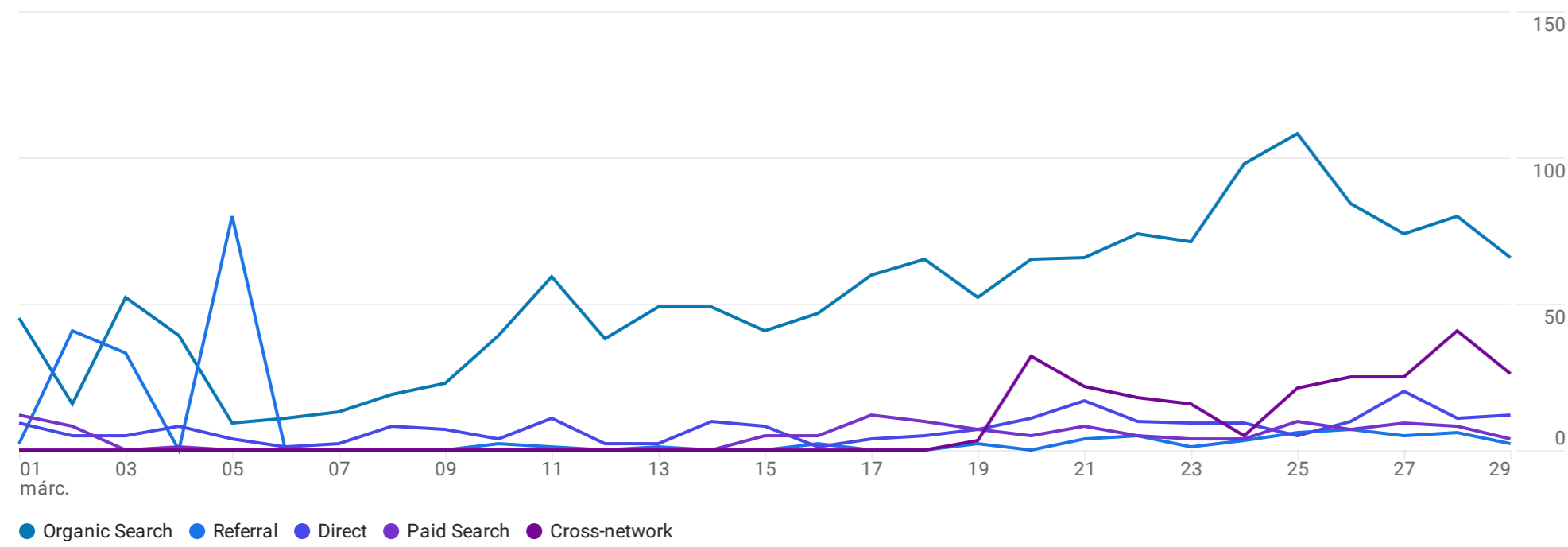


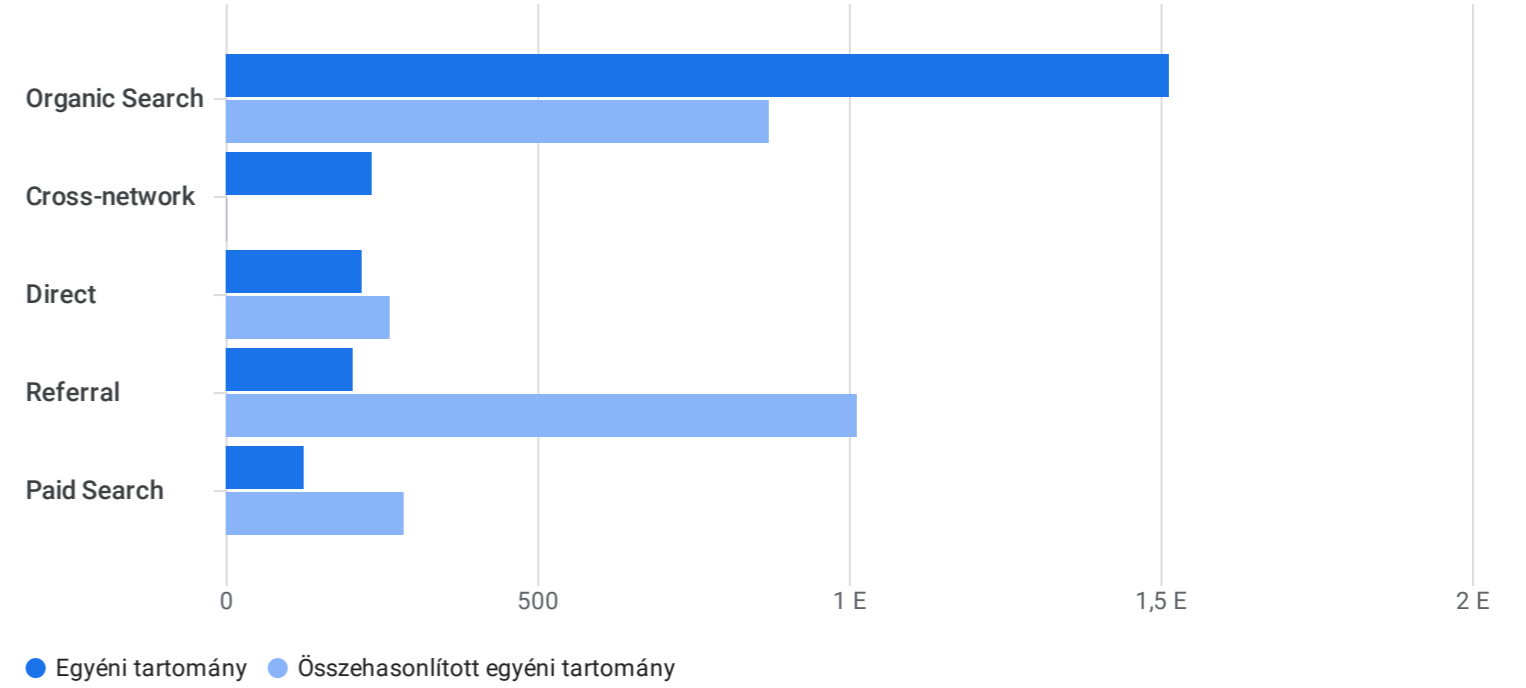
Felhasználószerezés: Első felhasználóhoz tartozó elsődleges csatornacsoport (Alapértelmezett csatornacsoport)

Szűrő hozzáadása

Új felhasználók – Első felhasználóhoz tartozó elsődleges csatornacsoport (Alapértelmezett csatornacsoport) egy időszak során



Új felhasználók – Első felhasználóhoz tartozó elsődleges csatornacsoport (Alapértelmezett csatornacsoport)



Keresés... Sorok száma oldalanként: 10 9/1-9

	Új felhasználók	Elkötelezett munkamenetek	Tevékenységi arány	Elkötelezett munkamenetek felhasználónként	Tevékenység átlagos időtartama	Eseményszár megrendelés_leadé
ÖSSZES SOR MUTATÁSA	2 365 a következő értékhez viszonyítva: 2 443 ↓ -3,19%	2 423 a következő értékhez viszonyítva: 1 472 ↑ 64,61%	71,71% a következő értékhez viszonyítva: 50% ↑ 43,42%	0,96 a következő értékhez viszonyítva: 0,58 ↑ 63,96%	1 p 58 mp a következő értékhez viszonyítva: 101,75 ↑ 16,16%	a következő értékhez viszor ↑
1 Organic Search						
márc. 1.–2024. márc. 29.	1 512	1 667	78,52%	1,05	1 p 49 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	871	949	74,37%	1,04	2 p 05 mp	
% change	73,59%	75,66%	5,58%	1,66%	-12,84%	
2 Cross-network						
márc. 1.–2024. márc. 29.	234	211	78,44%	0,90	47 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	0	0	0%	0,00	0 mp	
% change	0%	0%	0%	0%	0%	
3 Direct						
márc. 1.–2024. márc. 29.	217	321	57,73%	1,03	2 p 23 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	262	205	46,17%	0,68	1 p 46 mp	
% change	-17,18%	56,59%	25,04%	51,55%	35,32%	
4 Referral						
márc. 1.–2024. márc. 29.	203	52	36,62%	0,25	3 p 42 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	1 012	14	1,61%	0,01	1 p 20 mp	
% change	-79,94%	271,43%	2 167,81%	1 737,11%	175,21%	
5 Paid Search						
márc. 1.–2024. márc. 29.	124	128	80%	1,00	3 p 06 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	285	295	87,02%	1,03	1 p 38 mp	
% change	-56,49%	-56,61%	-8,07%	-3,05%	88,88%	
6 Display						
márc. 1.–2024. márc. 29.	44	22	44,9%	0,50	29 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	0	0	0%	0,00	0 mp	
% change	0%	0%	0%	0%	0%	
7 Paid Social						
márc. 1.–2024. márc. 29.	19	12	60%	0,63	22 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	0	0	0%	0,00	0 mp	
% change	0%	0%	0%	0%	0%	
8 Organic Social						
márc. 1.–2024. márc. 29.	11	10	83,33%	0,83	27 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	13	11	84,62%	0,85	44 mp	
% change	-15,38%	-9,09%	-1,52%	-1,52%	-37,31%	
9 Organic Shopping						
márc. 1.–2024. márc. 29.	1	1	50%	1,00	4 mp	
febr. 1.–2024. febr. 29.	0	0	0%	0,00	0 mp	
% change	0%	0%	0%	0%	0%	