

Métricas de ativação

A ativação é uma das etapas mais relevantes do funil de crescimento, pois é nessa fase que o usuário terá contato com o real valor do nosso produto/serviço. Assim, a melhor forma de medir a eficácia de um experimento com foco em ativação será:

Selecione uma alternativa

A Avaliar se as pessoas seguem utilizando o produto/serviço dias após a aquisição.

B Medir quantos recursos foram utilizados logo após a aquisição.

C Avaliar se houve aumento do número de ativações após o experimento.

D Saber qual a primeira coisa que os usuários fazem durante a ativação.