



Курсовая работа

# Анализ работы онлайн-кинотеатра

Менькова\_А.\_поток\_15\_группа\_14/





140 568



15 290



5 142



22

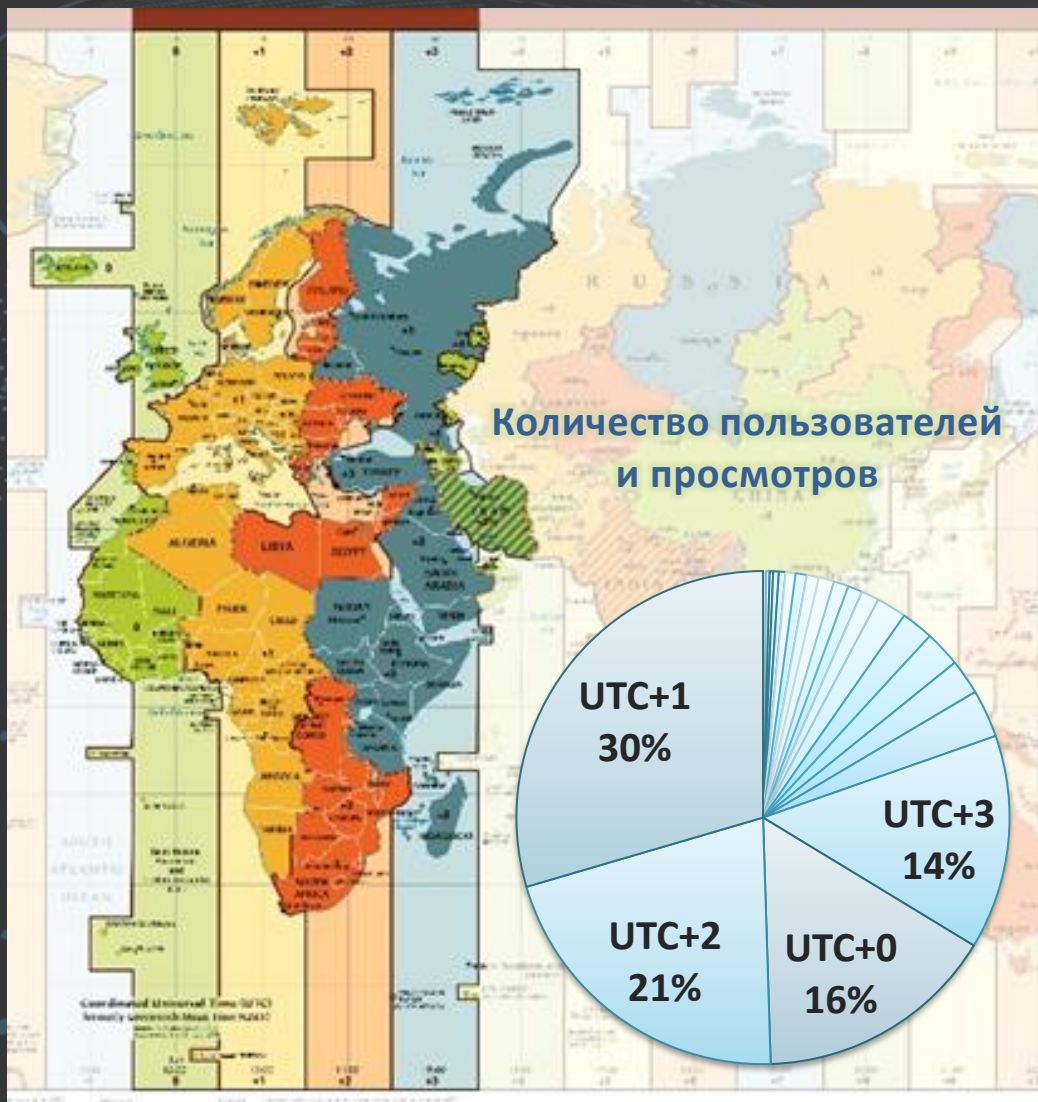
Обрабатываемые данные содержат информацию о  
140 568 просмотрах с индивидуальным номером (id просмотра)  
в 22 часовых поясах (timezone)  
15 290 пользователями (user\_id)  
5 142 фильмов (movie\_id)  
за 153 календарных дня с 31.03.2021 по 30.08.21 включительно  
(6 месяцев).

Кинотеатр был доступен во все дни за период для просмотра  
и подписки, т.к. количество дат использования сервиса  
в обрабатываемых данных совпадает с количеством календарных  
дат.

Из 15 290 пользователей 14 482 пользователя активно  
использовали сервис для просмотра фильмов. 786 (5% от всех  
подписчиков) остались «спящими» без единого просмотра за  
весь период с марта по август. 22 подписчика за сентябрь,  
данные по просмотрам в котором отсутствуют, исключены из  
дальнейшего анализа.

Часовые пояса (из общепринятых 24-х), не использовавшие  
онлайн кинотеатр - UTC-10 (США (Гавайи, Алеутские острова)),  
UTC-11 (Американское Самоа, Ниуэ).



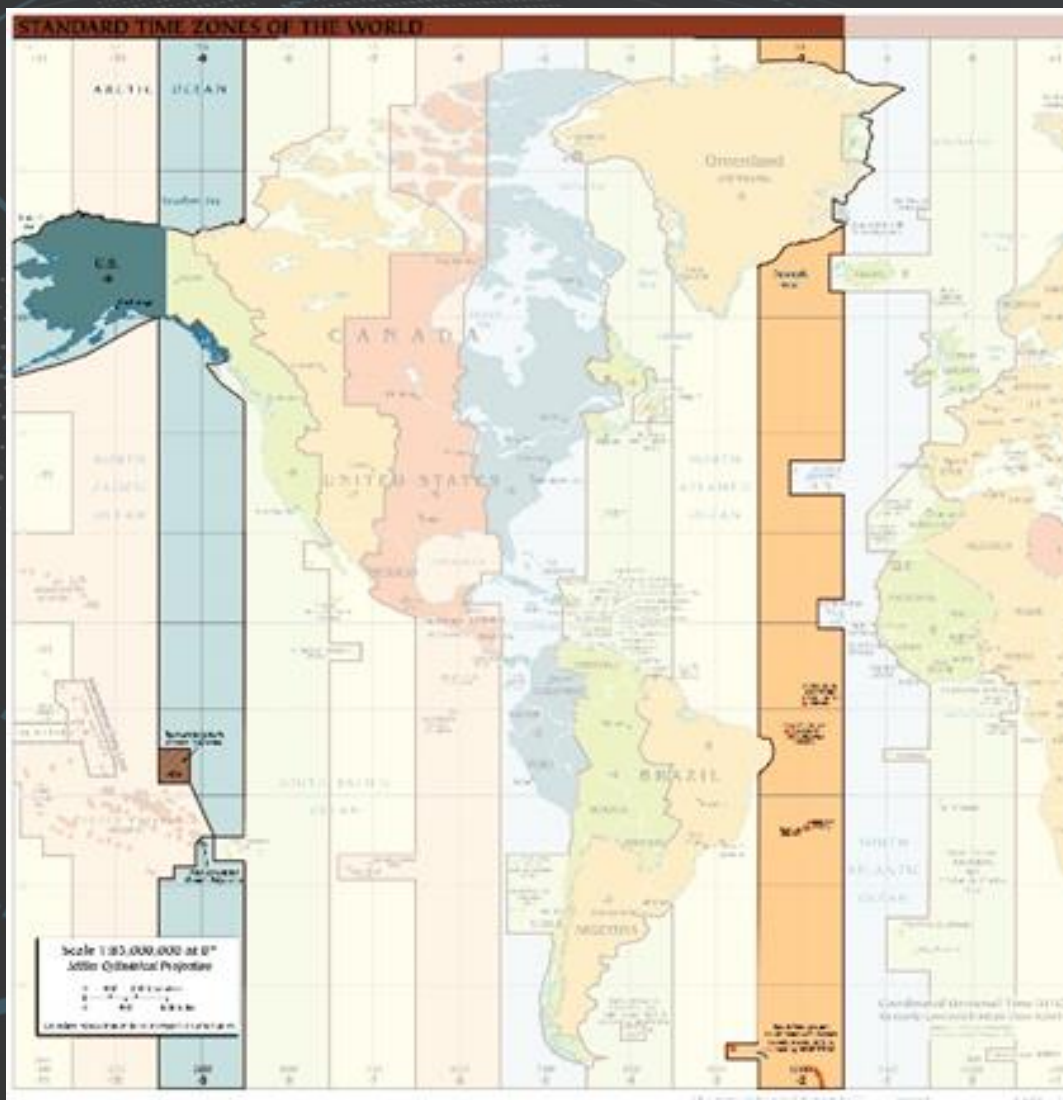


**UTC+0** 22 242 просмотра,  
2 297 пользователей, 2 927 фильмов

**UTC+1** 41 513 просмотров,  
4 298 пользователей, 3 811 фильм

**UTC+2** 29 466 просмотров,  
3 032 пользователя, 3 304 фильма

**UTC+3** 19 756 просмотров,  
2 040 пользователей, 2 835 фильмов

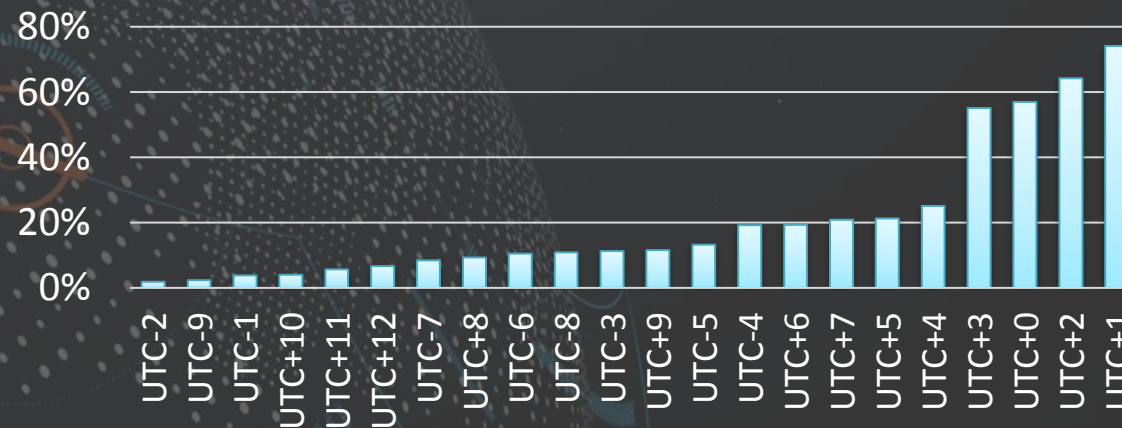


# ✖ Аутсайдеры

**UTC-9** 164 просмотра,  
15 пользователей, 121 фильм

**UTC-2** 124 просмотра,  
15 пользователей, 97 фильмов

Количество фильмов (в % от всей медиатеки)

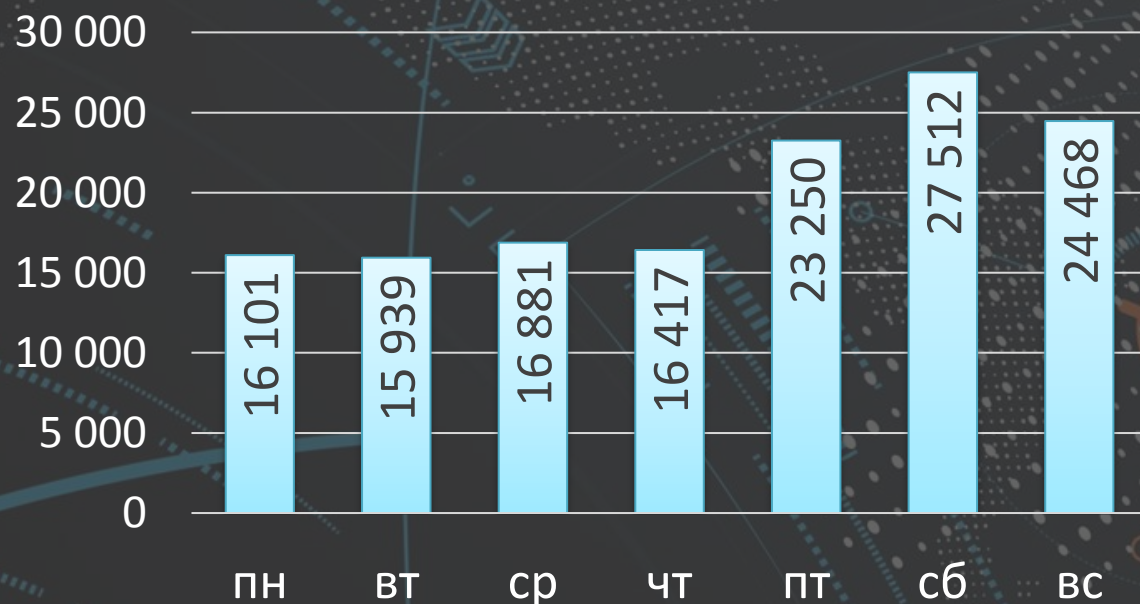




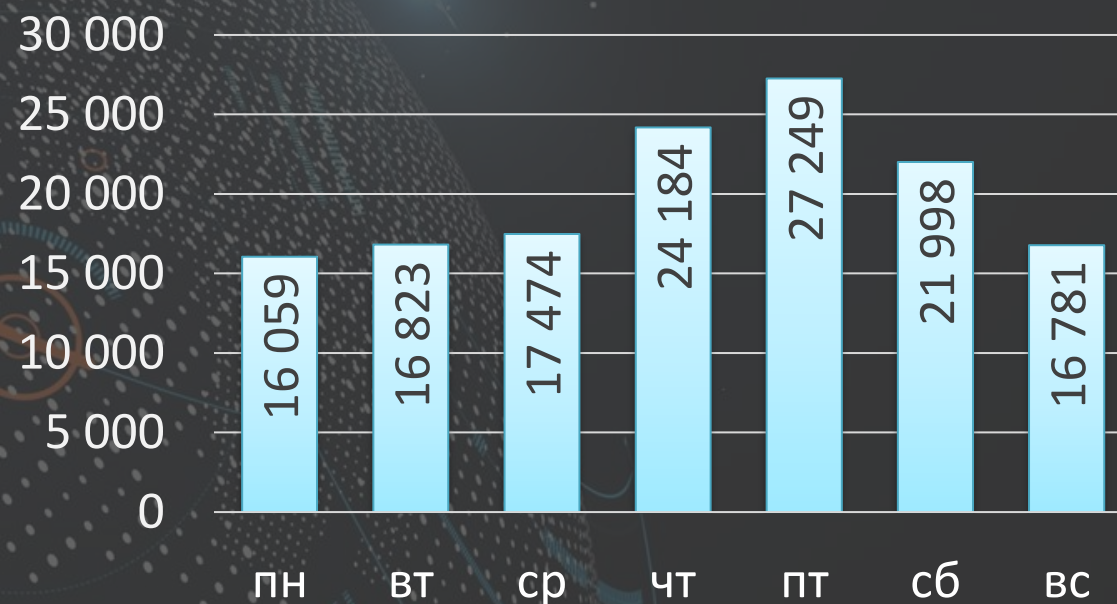
# Пользователи

Активность пользователей возрастает к концу недели.  
Большинство пользователей – учащиеся или работающие по графику 5/2.

Распределение **просмотров**  
по дням недели



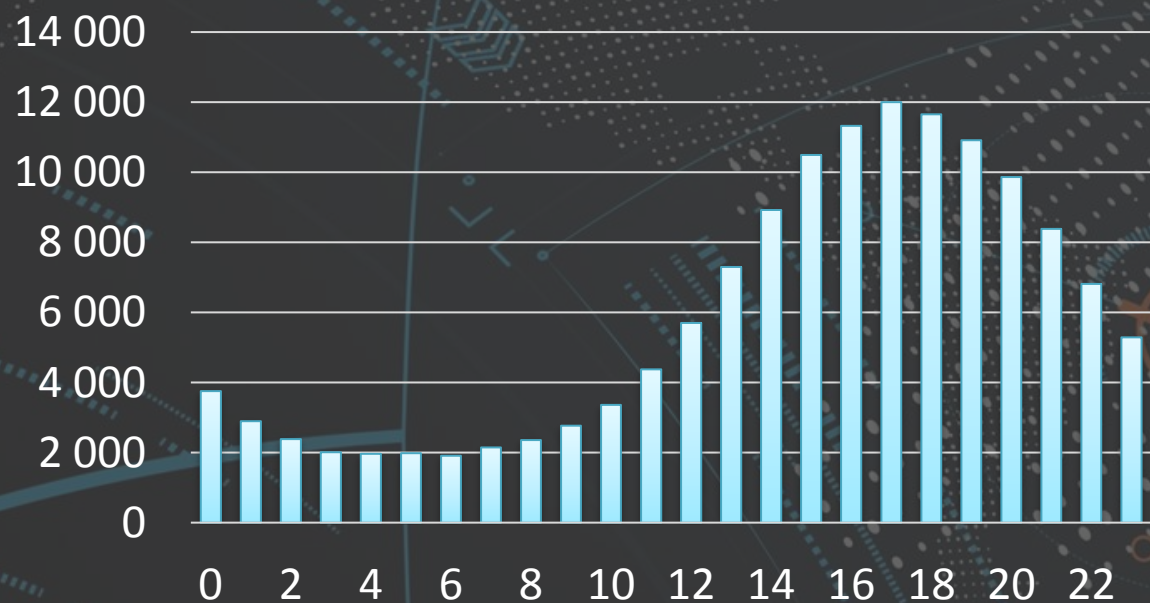
Распределение **подписок**  
по дням недели



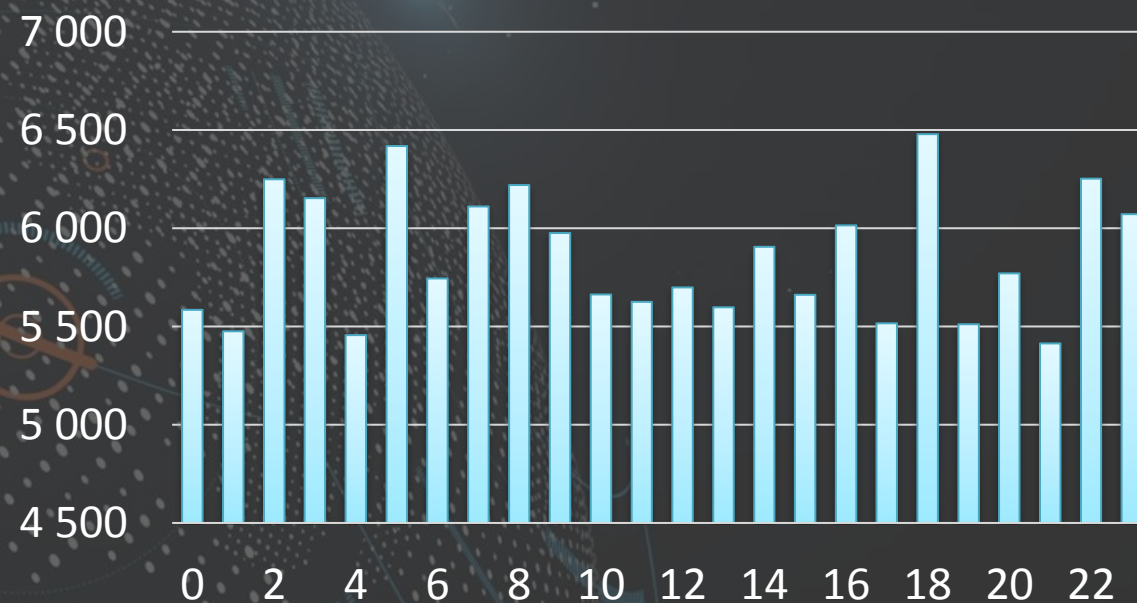
# Пользователи

Большая часть просмотров – в вечернее время.  
Подписки – в разное время суток.

Распределение **просмотров**  
по часам суток



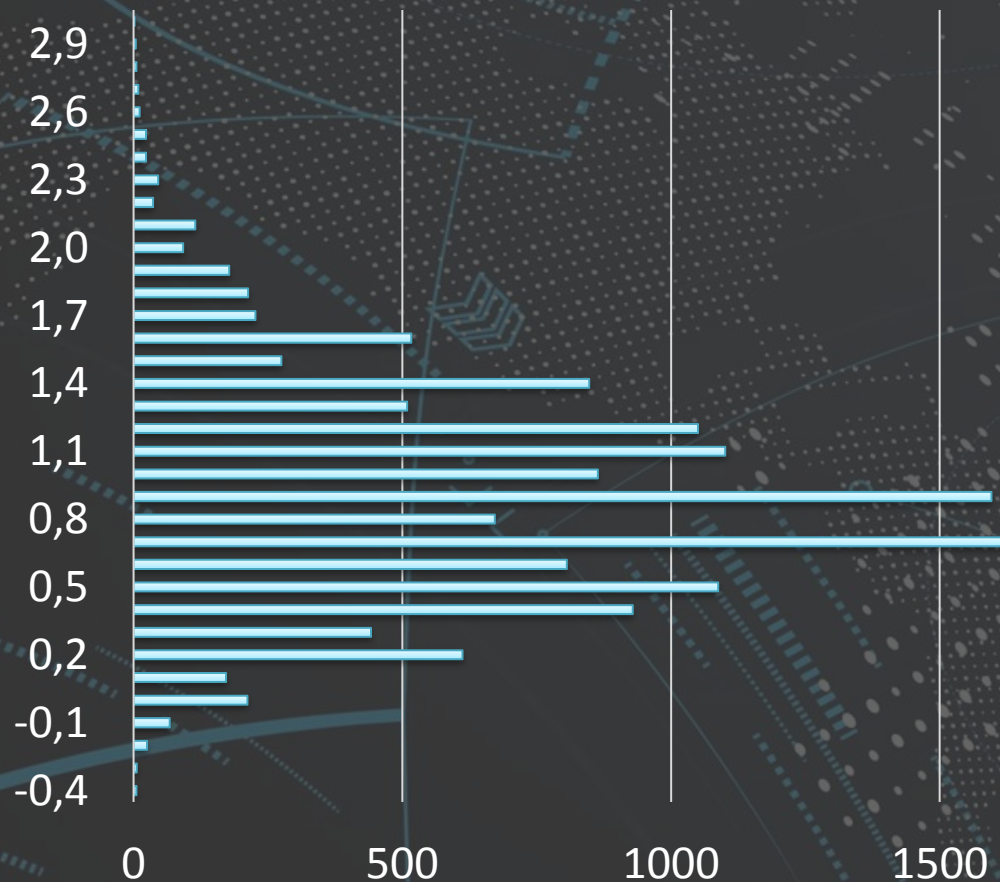
Распределение **подписок**  
по часам суток





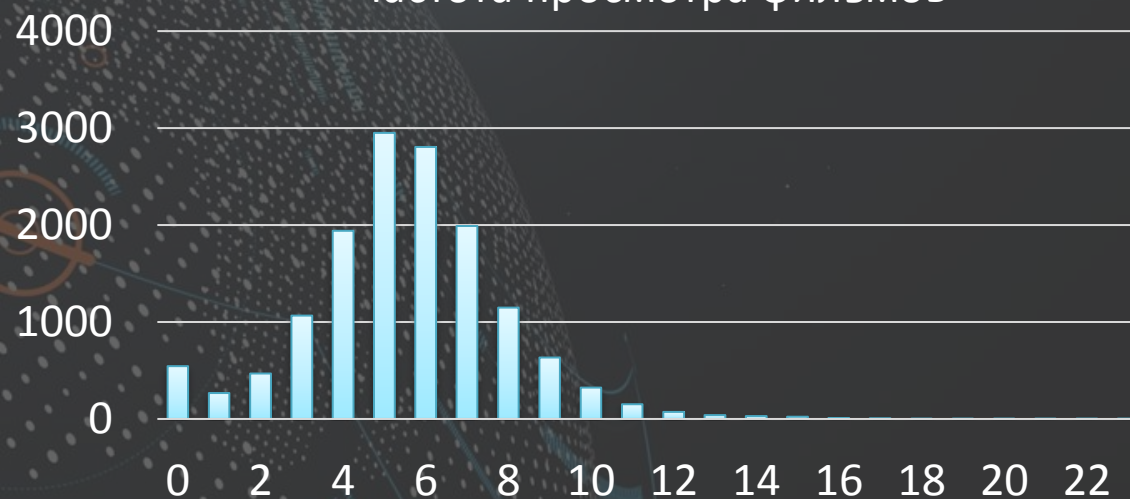
# Пользователи

Дней от подписки до первого просмотра



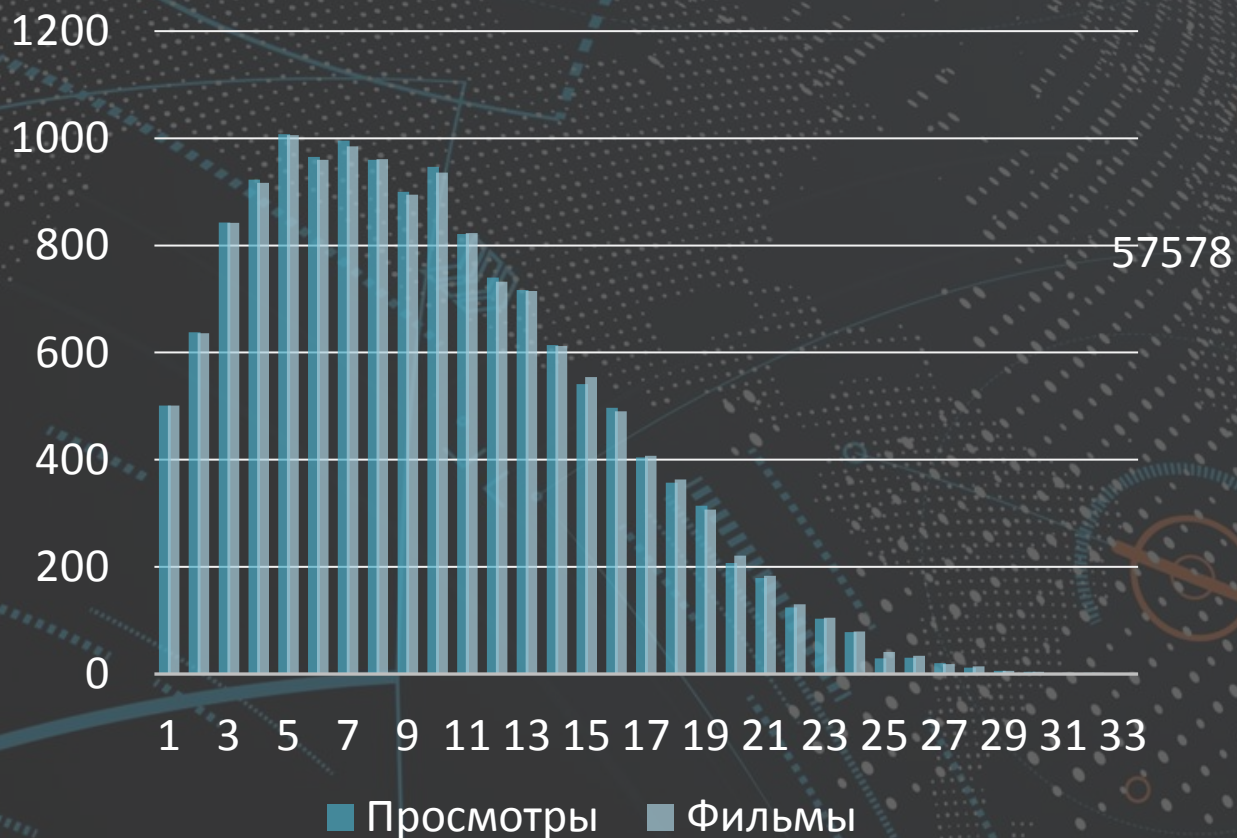
Большинство пользователей приступает к просмотру не позднее, чем через 1-2 суток после подписки и просматривает фильмы в среднем каждые 5-7 дней.

Частота просмотра фильмов



# Пользователи

Распределение количества **просмотров**  
и **фильмов** среди пользователей



Большинство пользователей совершили от **5** до **10** просмотров, при этом количество просмотров практически совпадает с количеством просмотренных фильмов, т.к. **95,5%** пользователей фильмы не пересматривали.

самый активный  
36 просмотров

user\_id

**57578**

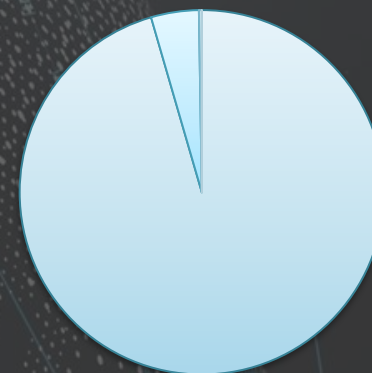
Количество повторных просмотров

1  
4,24%

2  
0,25%

3  
0,01%

0  
**95,50%**

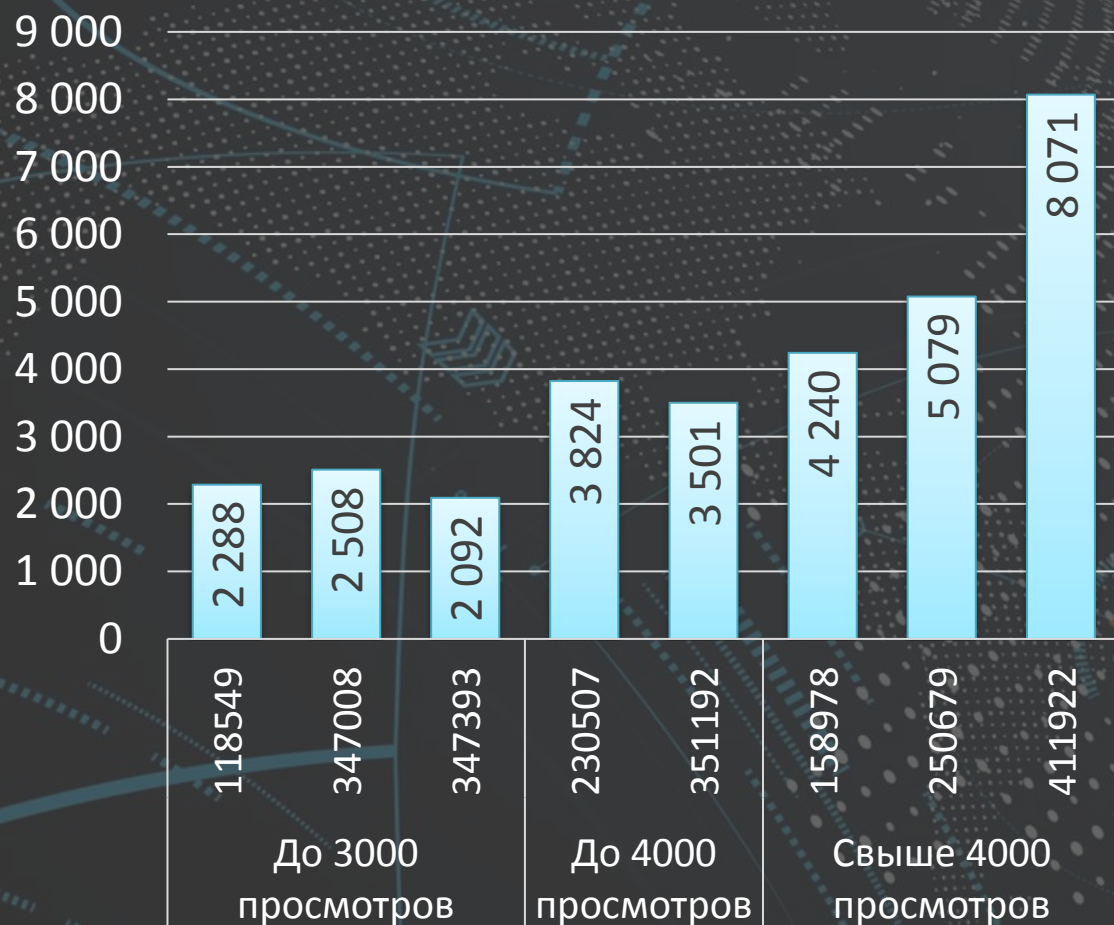


0  
1  
2  
3



# Фильмы

Самые популярные фильмы

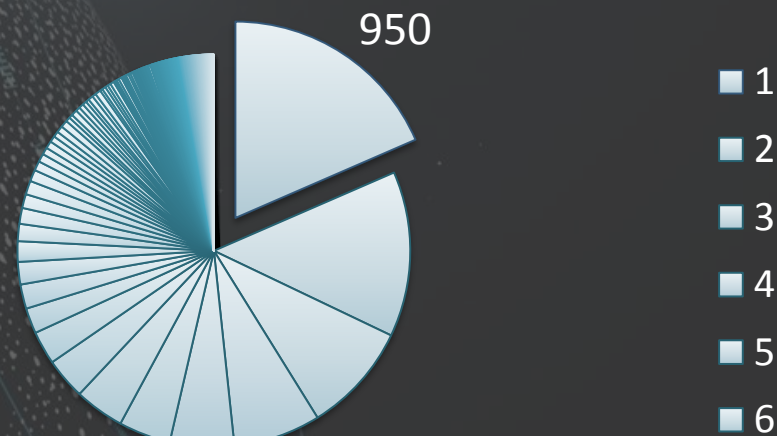


Самый популярный фильм - с id 411922, во всех часовых поясах. Этот фильм посмотрели первым в 4 часовых поясах из 22. Наименее популярных с 1 просмотром - 950 фильмов (18,5% от всей медиатеки).

movie\_id  
**411922**

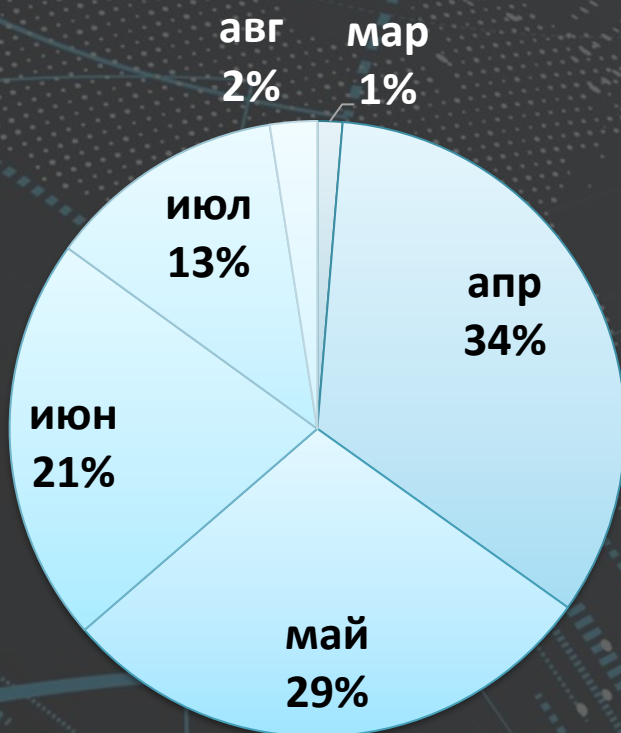
самый популярный  
8 071 просмотр  
7 724 зрителя

Количество просмотров



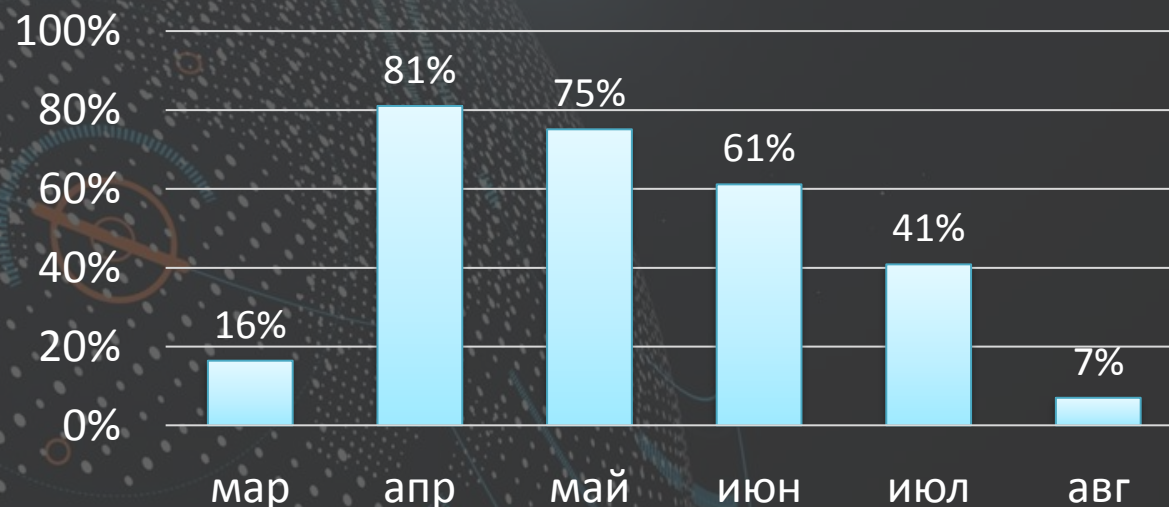
# Подписки

Количество подписчиков



Наибольшее количество подписок - в **апреле** - 5 122 (34% от всех подписчиков), 139 из которых остались «спящими» с нулевым количеством просмотров. Эта когорта подписчиков просмотрела наибольшее количество фильмов (81% от всех просмотренных пользователями кинотеатра).

Количество просмотренных фильмов  
(в % от всей медиатеки)



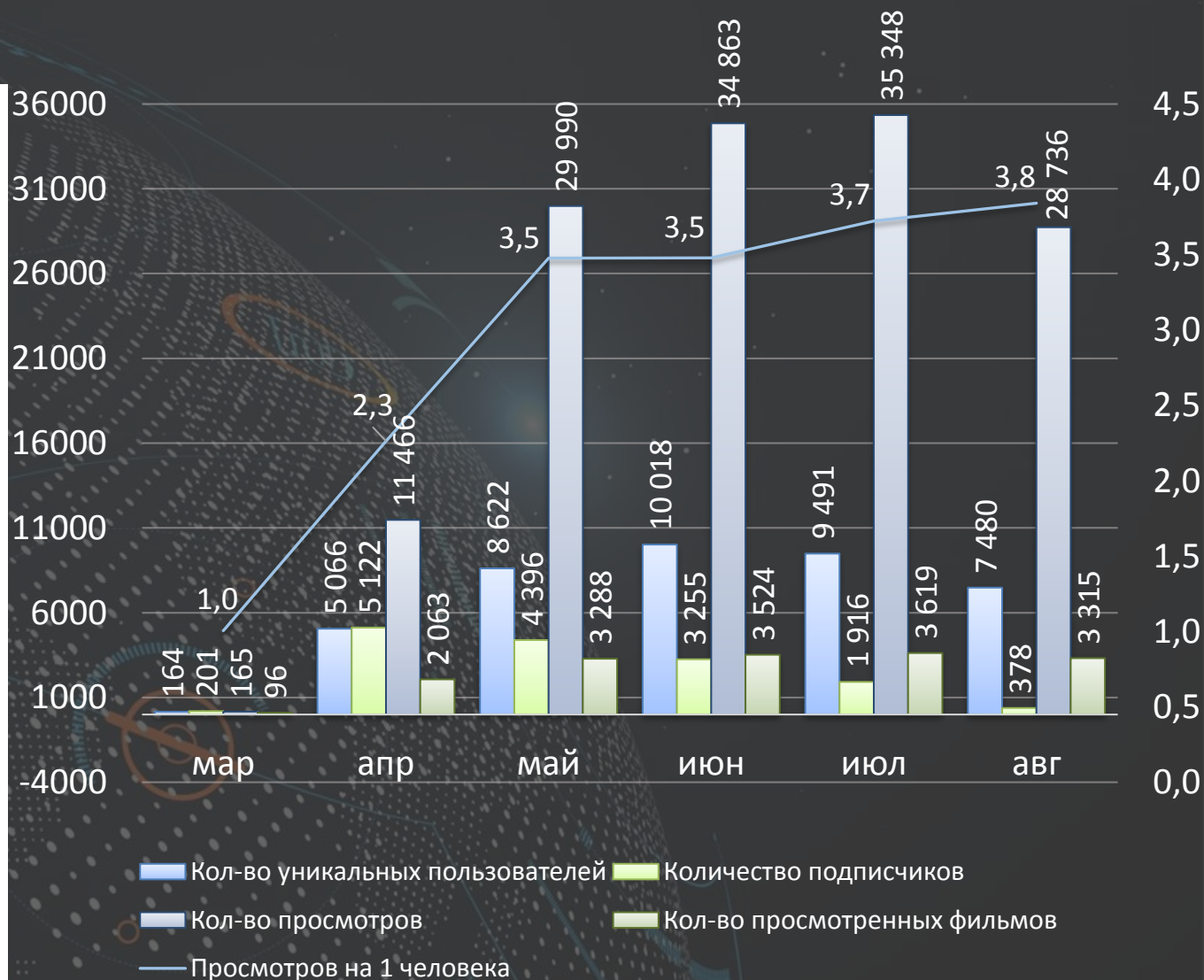


# Динамика показателей

Общее количество просмотров и пользователей росло от марта к **июню** и **июлю**, а затем к августу снижалось.

Количество подписчиков (новых пользователей) было максимальным в **апреле** и снижалось к концу периода.

Количество просмотренных фильмов и среднее количество просмотров на 1 человека выросло к **маю-июню** и далее оставалось практически неизменным.

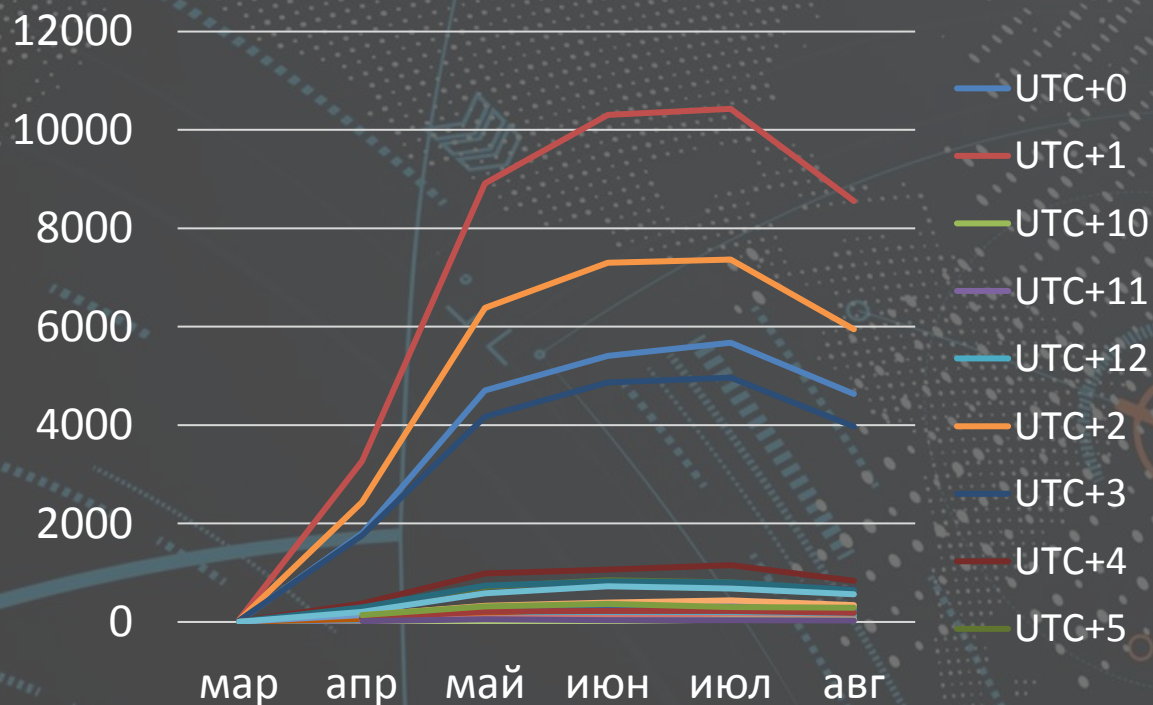


# Динамика показателей

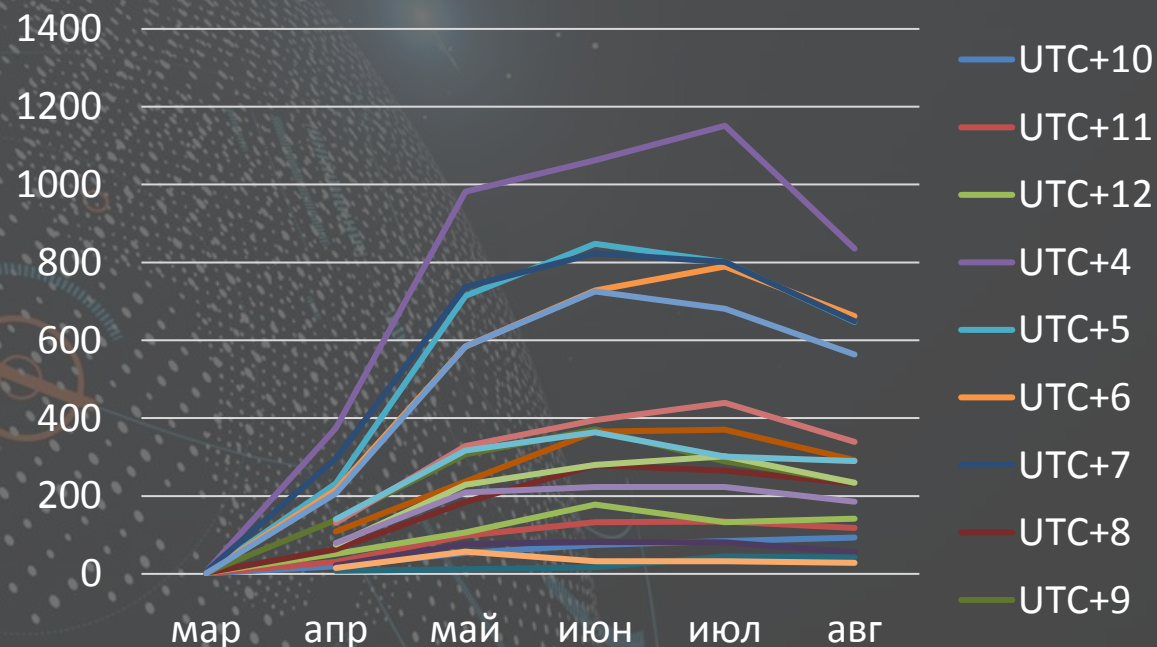
Аналогичная динамика наблюдалась в каждом отдельно взятом часовом поясе: рост числа просмотров к **июню-июлю**, затем падение к августу.

Причина динамики популярности кинотеатра, предположительно, - ковидные ограничения.

Динамика просмотров по часовым поясам



Динамика просмотров по часовым поясам (кроме лидеров)





# Юнит-экономика

Средний уровень Retention за период был на уровне 80,6%, вырос от апреля к маю до 86,9%, затем снижался, и к августу достиг 76,5%.

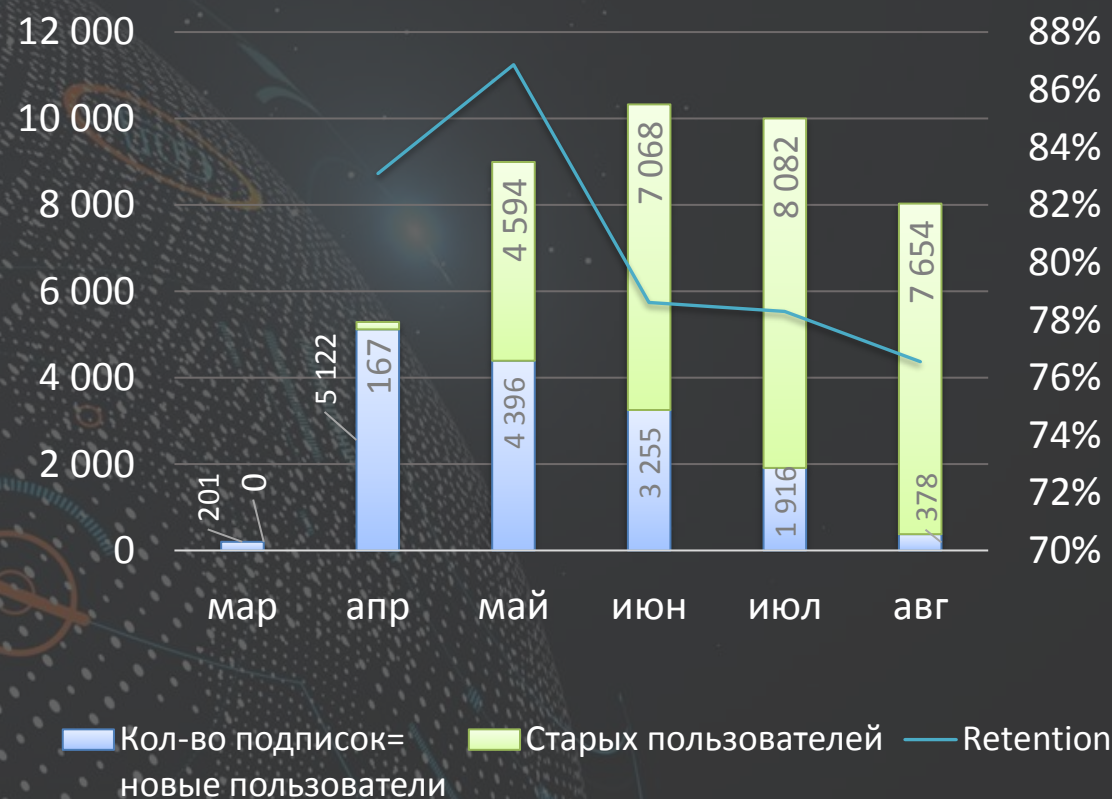
Маржинальность за весь прошедший период была отрицательной, составив в среднем -94%.

Наибольшая корреляция маржинальности - от Retention и САС на юнит (сильная отрицательная).

## Корреляция маржинальности от:

	6 мес	5 мес (кроме марта)
Retention	0,87 сильная	0,87 сильная очень слабая
Price юнита	0,83 сильная	-0,15 отриц
САС на юнит	0,77 сильная	-0,85 сильная отриц

## Динамика удержания пользователей



# Юнит-экономика

	AS-IS	TO-BE
Retention	80,6%	95,6%
LT	5,15	22,88
Price юнита	317,36 ₽	350,00 ₽
Объём скидок	9,3%	0,0%
LTR	1 635,57 ₽	8 006,59 ₽
CAC	2 254,52 ₽	1 946,04 ₽
CAC на юнит	437,46 ₽	85,07 ₽
Fixed Cost на юнит	177,43 ₽	177,43 ₽
Маржинальность	-94%	25%

Для достижения плановой маржинальности в 25% целесообразно:

- сохранить затраты на маркетинг на уровне не менее уровня мая – CAC 1 964,04 ₽;
- сохранить Price юнита, т.к. корреляция маржинальности цены слабая;
- изменить стратегию удержания пользователей и увеличить Retention до 95,6%.

