Хакатон НУ 2025

## Контекст и цели

**Freedom Broker** — это финансовый онлайн-брокер, который предоставляет своим клиентам доступ к торговле различными финансовыми инструментами, такими как акции, облигации, валютные пары (форекс), фьючерсы и другие активы. Компания ориентирована на широкий спектр клиентов: от начинающих инвесторов до опытных трейдеров, предлагая им торговые платформы, аналитические инструменты и образовательные ресурсы.

Основная цель компании — предоставить пользователям доступ к мировым финансовым рынкам с минимальными барьерами для входа и широкими возможностями для увеличения капитала. **Freedom Broker** зарабатывает на комиссии со сделок клиентов, маржинальном кредитовании, IPO, казначейских операциях, а также на других финансовых услугах, которые предоставляет своим клиентам.

### В условиях высокой конкуренции и высокого уровня затрат на привлечение клиентов, важно не только понимать, кто является нашим целевым клиентом, но и оптимизировать путь пользователя на этапе **онбординга**.

Customer Analytics становится ключевым инструментом, позволяющим компании не просто привлекать, но и эффективно удерживать наиболее ценных клиентов. В рамках данного кейса участникам предлагается исследовать поведение клиентов, определить факторы успешного онбординга и сформировать портреты целевых пользователей, используя данные об активности, структуре активов и каналах привлечения. Проанализировать клиентский путь (CJM), шаги онбординга клиентов, воронку онбординга и сформировать предложения по доработке CJM на этапах от регистрации до открытия счета.

### **Customer Analytics — это процесс сбора, анализа и интерпретации данных о клиентах с целью улучшения бизнес-решений.**

Он помогает понять, какие клиенты наиболее ценные, через какие каналы они приходят, как ведут себя на платформе и где именно могут возникать барьеры в их пути. Основная цель — повысить эффективность маркетинга, увеличить конверсию и сократить отток, улучшая клиентский путь с самого начала — с момента онбординга.

### **Для этого кейса мы предлагаем участникам сосредоточиться на анализе поведения клиентов с акцентом на онбординг, чтобы:**

* Сформировать портреты целевых клиентов, учитывая их активность, основные показатели и каналы привлечения;
* Выявить этапы онбординга, на которых происходят основные потери пользователей;
* Самостоятельно пройти онбординг клиента;
* Определить, влияет ли канал привлечения на вероятность завершения онбординга;
* Предложить обоснованные рекомендации по улучшению клиентского пути и привлечению «качественных» клиентов.

### **Задача кейса**

Разработать собственную методологию анализа клиентских данных и построения портрета целевого клиента, а также провести исследование эффективности онбординга с точки зрения вовлечённости и источников привлечения, сформировав предложения по его улучшению.

### **Участникам необходимо:**

1. **Создать методологию для построения портрета клиента**, учитывая следующие параметры:
   1. Сегмент активов клиента;
   2. Уровень активности в приложении;
   3. Источник привлечения (по utm\_campaign).
2. **Провести анализ этапов онбординга**, выделить ключевые точки потери клиентов и исследовать возможные причины отвала.
3. **Проверить гипотезу**: зависит ли успешность прохождения онбординга от канала привлечения.
4. **Провести сегментацию клиентов**:
   1. Построить сегменты на основе поведения и активности;
   2. Назвать и описать каждый сегмент;
   3. Сформировать образ (портрет) наиболее ценных пользователей.
5. **Визуализировать результаты**:
   1. Распределение клиентов по сегментам;
   2. Воронку онбординга;
   3. Сравнение каналов привлечения по качеству трафика и конверсии.
6. **Предложить рекомендации по работе с ключевыми сегментами**:
   1. Что делать для повышения успешности онбординга;
   2. Какие каналы привлекают наиболее ценных клиентов;
   3. Как удерживать наиболее перспективных пользователей.
7. **Обосновать бизнес-ценность проделанной работы**:
   1. Как предложенная сегментация и портреты помогут в маркетинге и продуктовых решениях;
   2. Как улучшение онбординга отразится на удержании и доходах.

### **Характеристики успешного кейса:**

* Обоснованный с точки зрения бизнеса вариант сегментации клиентов
* Понятный, основанный на данных портрет целевого клиента
* Глубокий анализ причин потери клиентов на этапе онбординга
* Проверка зависимости отвала от канала привлечения
* Предложены практичные и реалистичные рекомендации по доработке CJM и онбординга клиентов
* Все выводы подтверждены визуализациями и аналитикой.

## **Описание Таблиц**

Список таблиц и описание

### **User\_Events**

В данной таблице собраны все события клиента на брокерской платформе.

Событие — это единичное действие **или изменение состояния**, которое происходит в процессе взаимодействия клиента с системой.

Инициатор — это лицо или система, **запустившая определённое действие, процесс или событие**.

**Категория** — это **единица бизнес-логики**, описывающая определённый процесс или действие, совершаемое пользователем или системой на платформе. Каждая категория включает в себя **набор событий**, фиксирующих ключевые этапы выполнения этого действия.

Описания и категория каждого события вы можете найти в справочнике.

Список категории:

* Регистрация - Пользователь создает учетную запись и заполняет личные данные
* Открытия счета - Создание брокерского счета
* Авторизация - Пользователь вводит данные для доступа к учетной записи
* Приказы - Пользователь совершает торговые операции для покупки или продажи акции или облигации
* Удаления счета - пользователь удаляет данные и аккаунт
* Движение ДС - Операции, связанные с внешними заводами и выводами средств со счета
* Академия - Активность, связанная с прохождением или процессом обучения
* Медиа активность - Активность, связанная с просмотром и взаимодействием информационном блоке
* Профиль - Изменения статусов и состояния анкеты аккаунта

Данные:

* Id - Уникальный идентификатор события
* Date\_mod\_int - Временная метка (timestamp) в виде целого числа (например, Unix time), отображающая момент последнего изменения события
* User\_id - Идентификатор пользователя, с которым связано событие
* Date\_mod - timestamp события
* Date - Дата и время фактического совершения события
* Name - Наименования события

### Справочник

Таблица **Справочник** содержит информацию о наименованиях событий, их категориях и подробном описании. Используется для классификации и детализации типов событий, происходящих на платформе.

### **Таблица body\_users**

В данной таблице собрана основная информация о пользователях брокерской платформы.

Каждая запись представляет собой уникального счет и содержит ключевые характеристики, которые позволяют сегментировать пользователей и анализировать их поведение.

* **Id** – Уникальный идентификатор записи пользователя
* **Utm\_campaign** – Маркетинговая кампания (идентификатор или название), через которую был привлечен клиент
* **Канал привлечения** – Основной канал привлечения пользователя
* **Acquisition\_channel\_lvl\_2** – Подуровень канала привлечения (детализация уровня 2)
* **Acquisition\_channel\_lvl\_3** – Подуровень канала привлечения (детализация уровня 3)
* **Original\_client\_user\_id** – Исходный идентификатор пользователя в системе клиента
* **Sex\_type** – Пол пользователя (например, "Мужской", "Женский")
* **Age\_segment** – Возрастная категория пользователя

### **Таблица user\_segment**

В данной таблице хранится информация о распределении пользователей по сегментам на брокерской платформе.

Каждая запись фиксирует, в какой сегмент попал пользователь на определённую дату. Это позволяет анализировать изменения в поведении клиентов и отслеживать их путь по различным группам и категориям.

* **Date** – Дата формирования или фиксации сегмента пользователя
* **Original\_client\_user\_id** – Исходный идентификатор пользователя в системе клиента
* **User\_segment\_in\_reception\_id** — идентификатор сегмента, отражающий категорию клиента в зависимости от количества его активов.
* **User\_id** – Внутренний идентификатор пользователя

Шаги онбординга

Создание нового пользователя и счета















