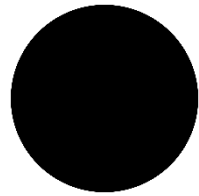


Игры — Анализ рекламных источников

Автор: Полуесов Андрей
Год работы: 31 августа 2022.

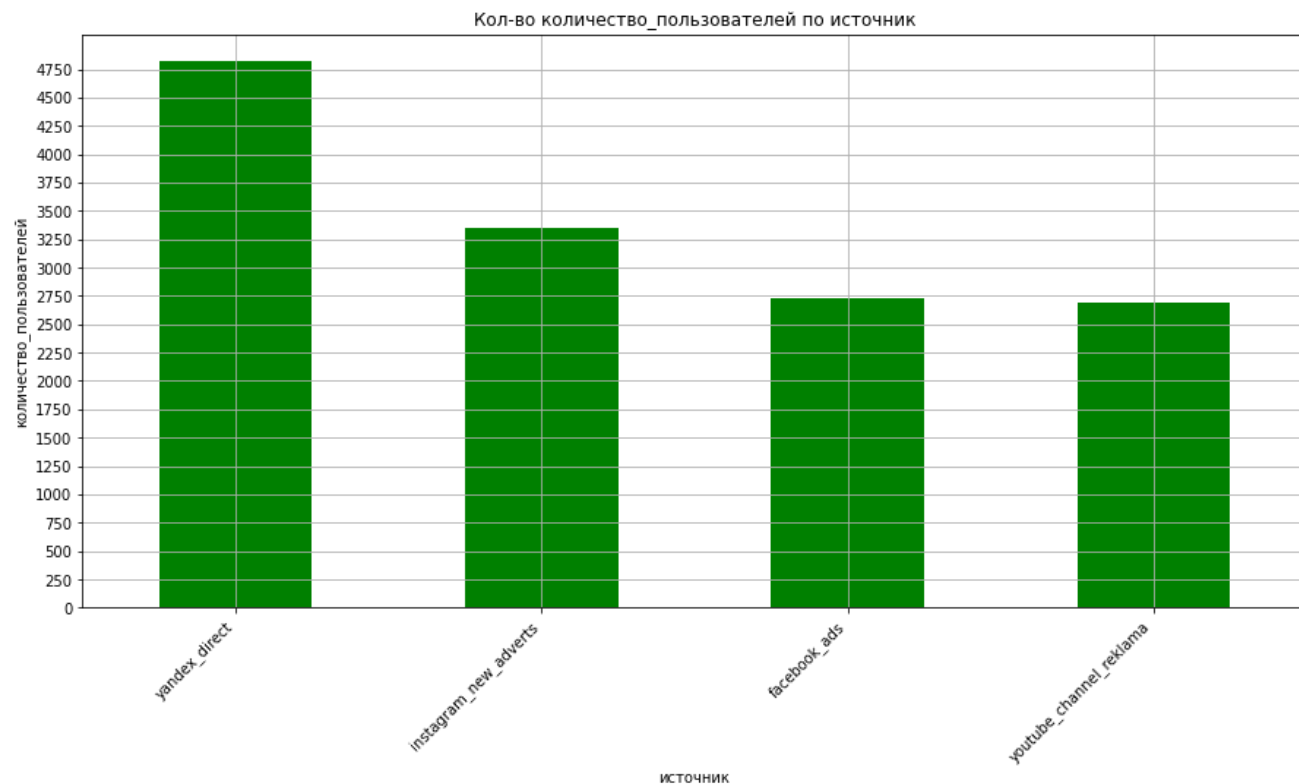
Цель исследования: приоритезация
распределения бюджета по каналам для
привлечения максимально целевого трафика.



Общие выводы по исследованию:

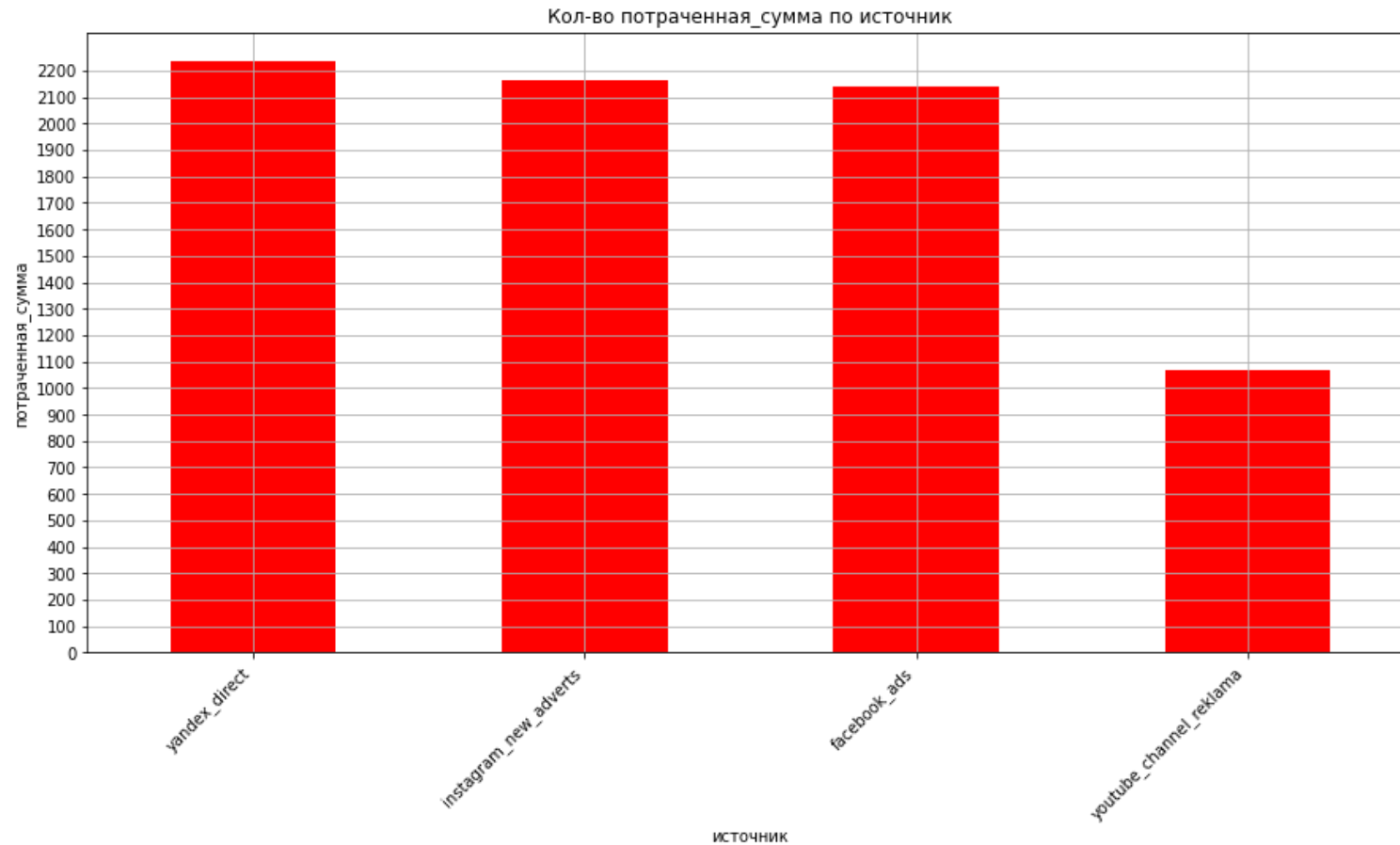
- Было 4 канала продвижения
- 7603.57 - общий бюджет рекламной кампании
- Больше всего было привлечено пользователей с яндекса – 4817.
- Больше всего было потрачено на яндекс-2233, значительно меньше на ютуб - 1068.
- Привлеченные пользователи с реклама на ютуб самые дешевые, самые дорогие привлеченные пользователь приходят из фейсбук.
- Пользователи пришедшие с источника яндекс больше всего строят зданий
- Чаще всего пользователи строят spasseport и assembly_shop
- Чаще всего пользователи проходили уровень за 10-12 дней.
- Время завершения уровня различается, в зависимости от числа зданий и у войной и у исследователей.
- Время завершения уровня различается, в зависимости от способа прохождения.

Количество пользователей по источникам



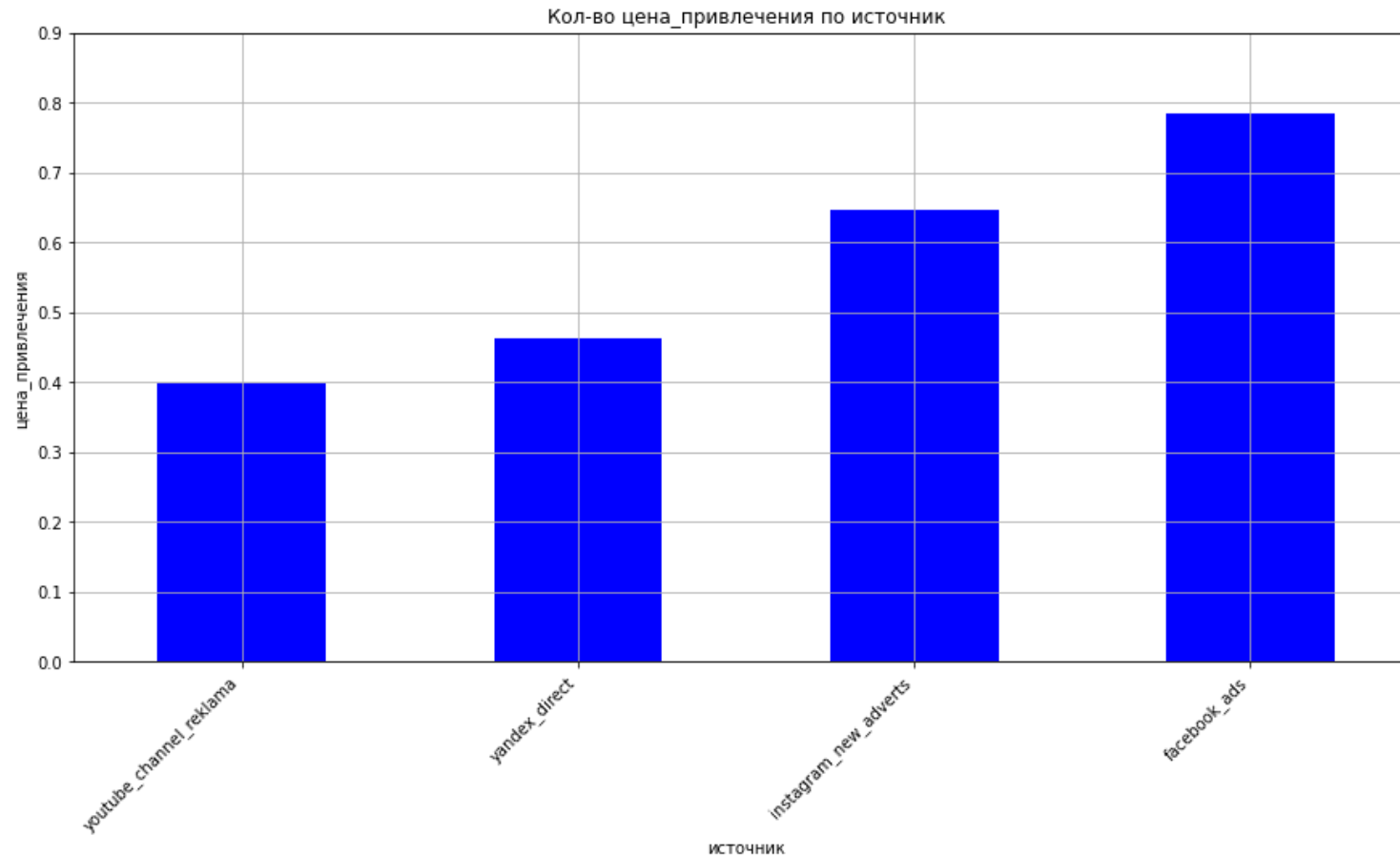
Как нам видно по таблице, больше всего было привлечено пользователей с яндекса - 4817, после идет инстаграм - 3347, фейсбук - 2726, ютуб - 2686.

Количество потраченной суммы по источнику



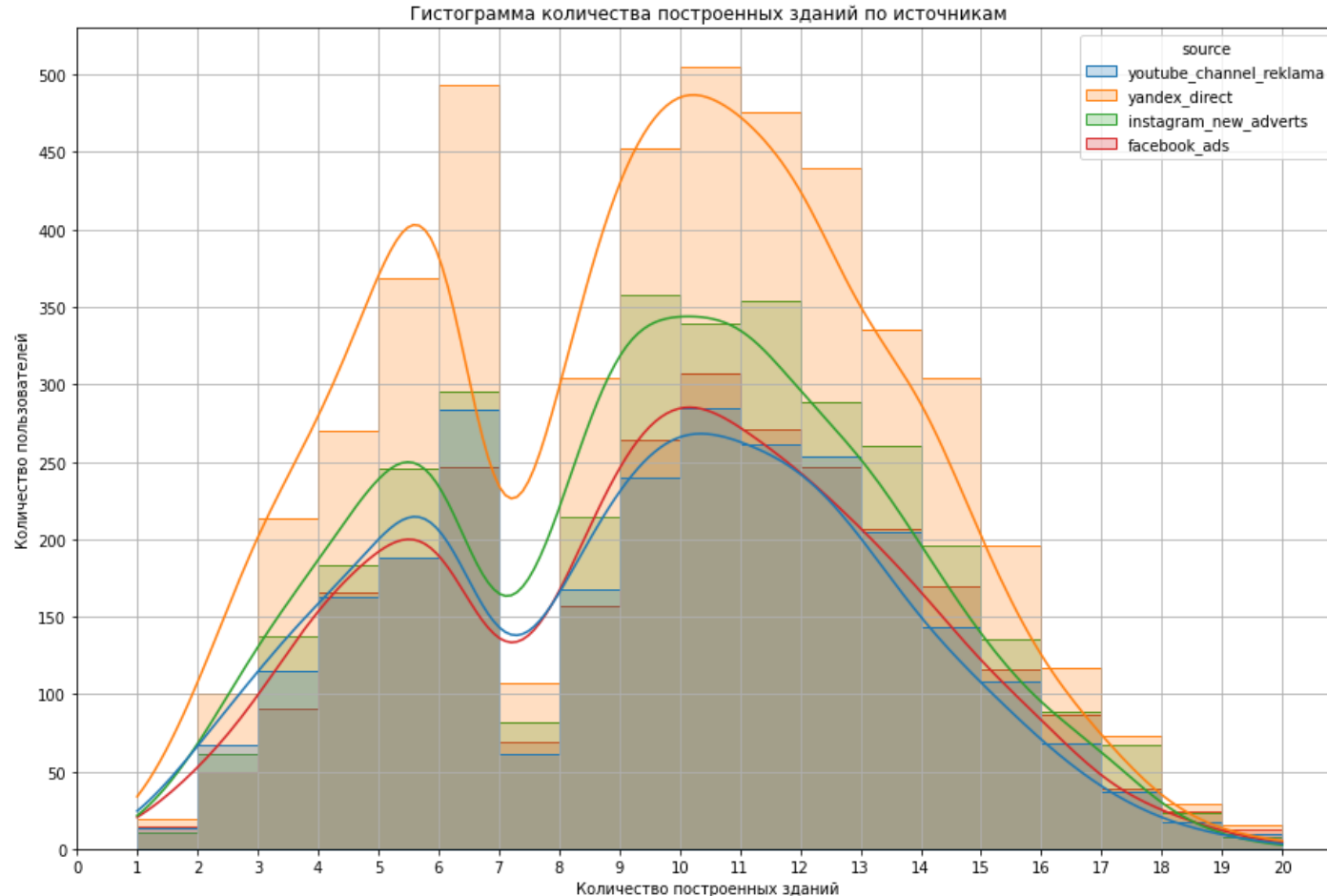
По графику видно, что больше всего было потрачено на яндекс-2233, рядом находятся по затратам инстаграм и фейсбук, значительно меньше на ютуб - 1068.

Стоимость привлеченного пользователя по источникам



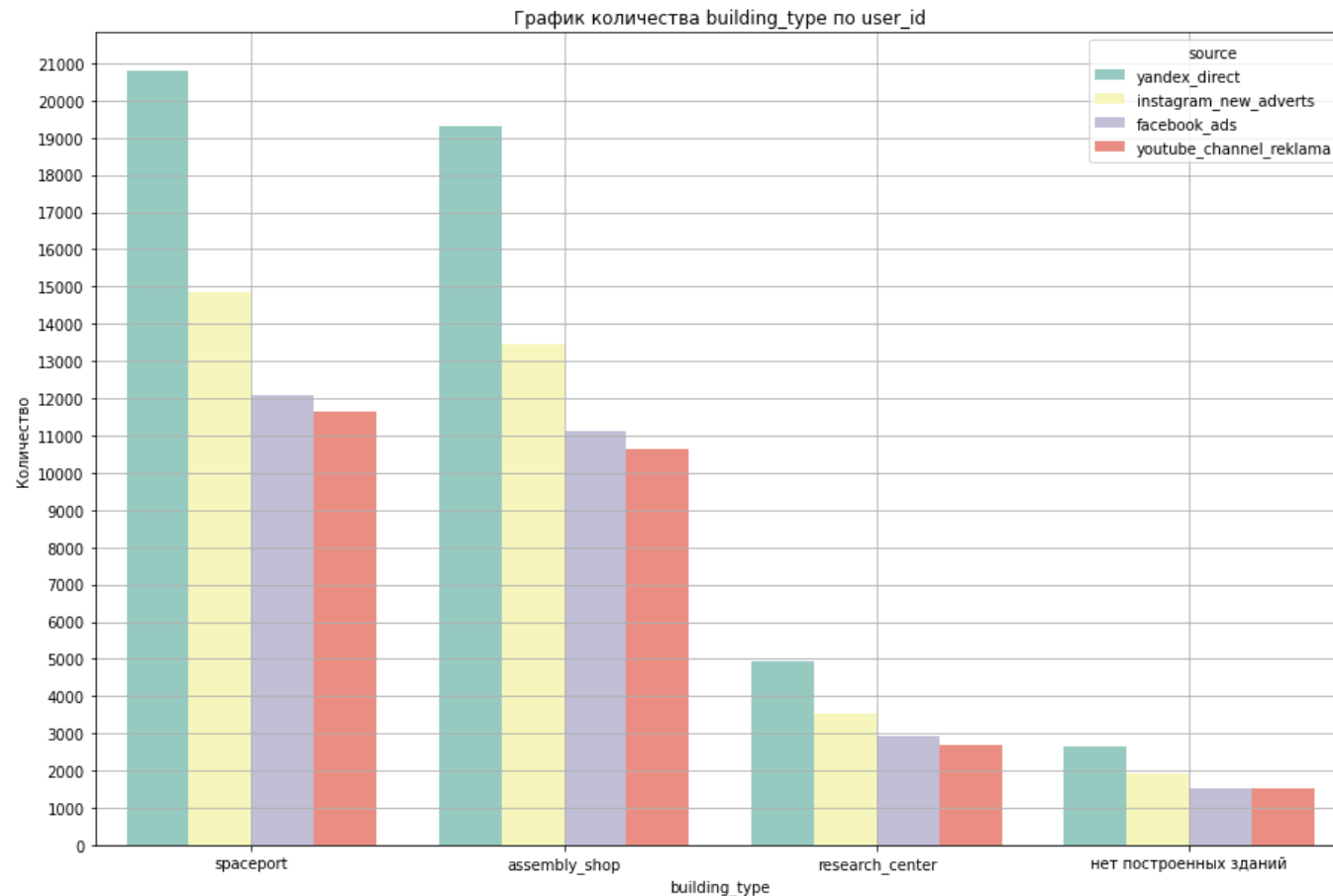
По гистограмме видно, что привлеченные пользователи с реклама на ютуб самые дешевые, дальше идет яндекс, самый дорогой привлеченный пользователь приходит из фейсбук.

Количество построенных зданий по источникам



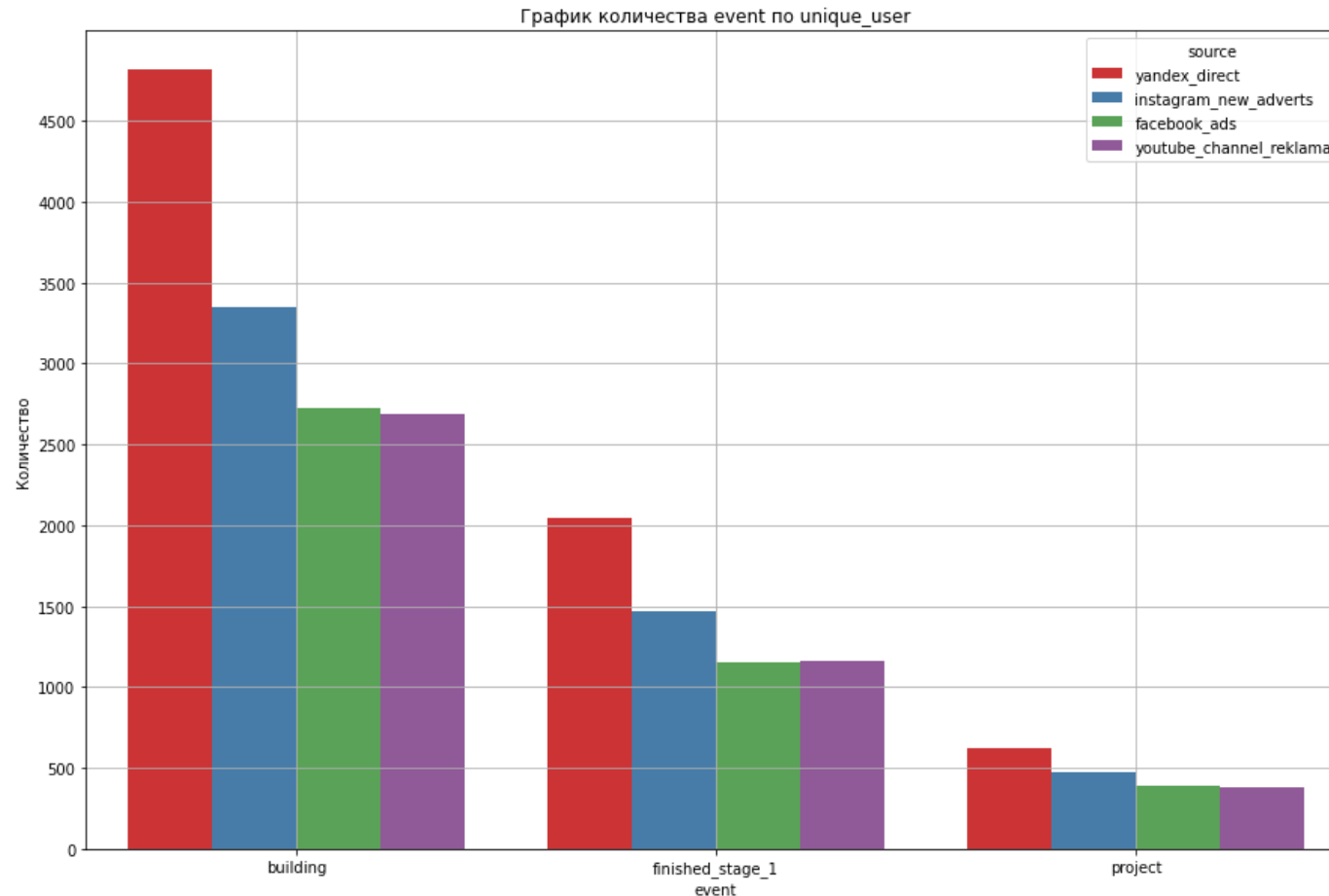
- По гистограмме видно, что кол-во пользователей пришедших с источника яндекс директ больше всего строят зданий, после идет пользователи перешедшие из инстаграм, дальше ютуб и фейсбук.
- Стоит отметить, что после постройки 6 зданий идет резкий спад. Пользователей, кто строит в общей сложности 7 зданий гораздо меньше по всем источникам привлечения.
- На гистограмме два пика: 6 построенных зданий и 10.

Количество построенных зданий по типу зданий и источникам



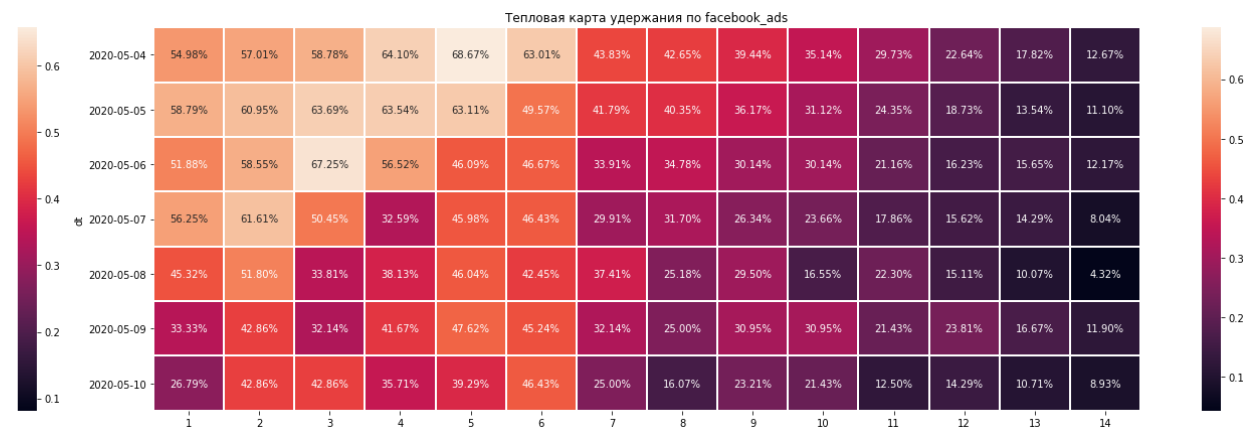
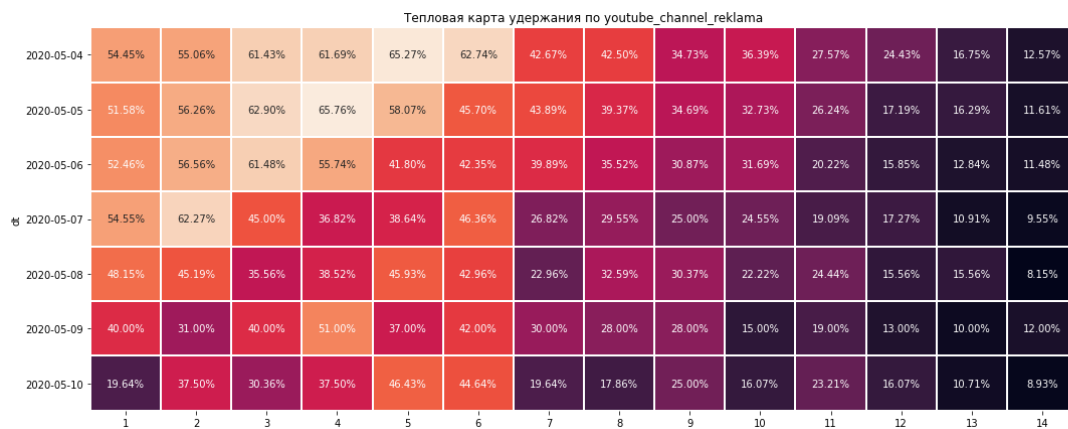
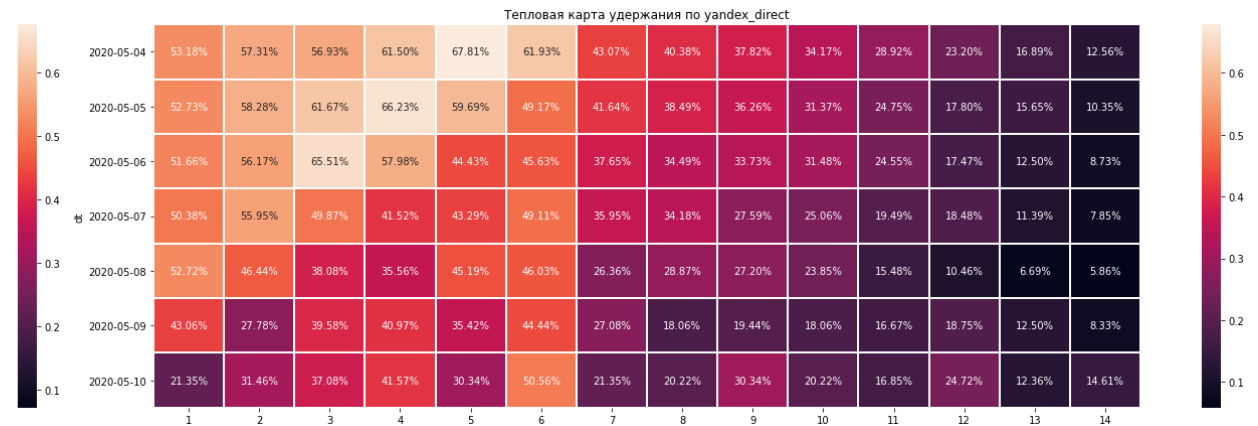
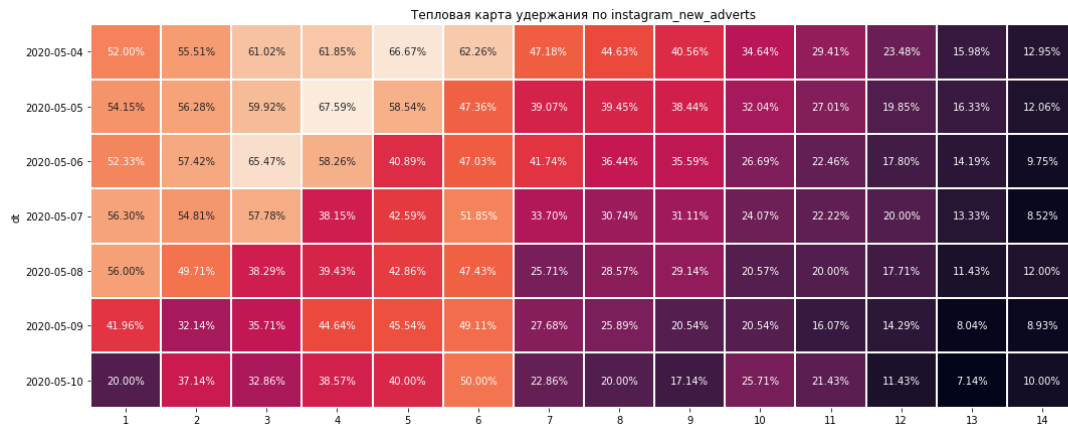
- По графику видно, что пользователи строят чаще spaceport и assembly_shop, research_center строят значительно меньше.
- По источникам : больше всего ЯД, затем у инстаграм, после фейсбук, затем ютуб.

Количество событий по типу событий и источникам



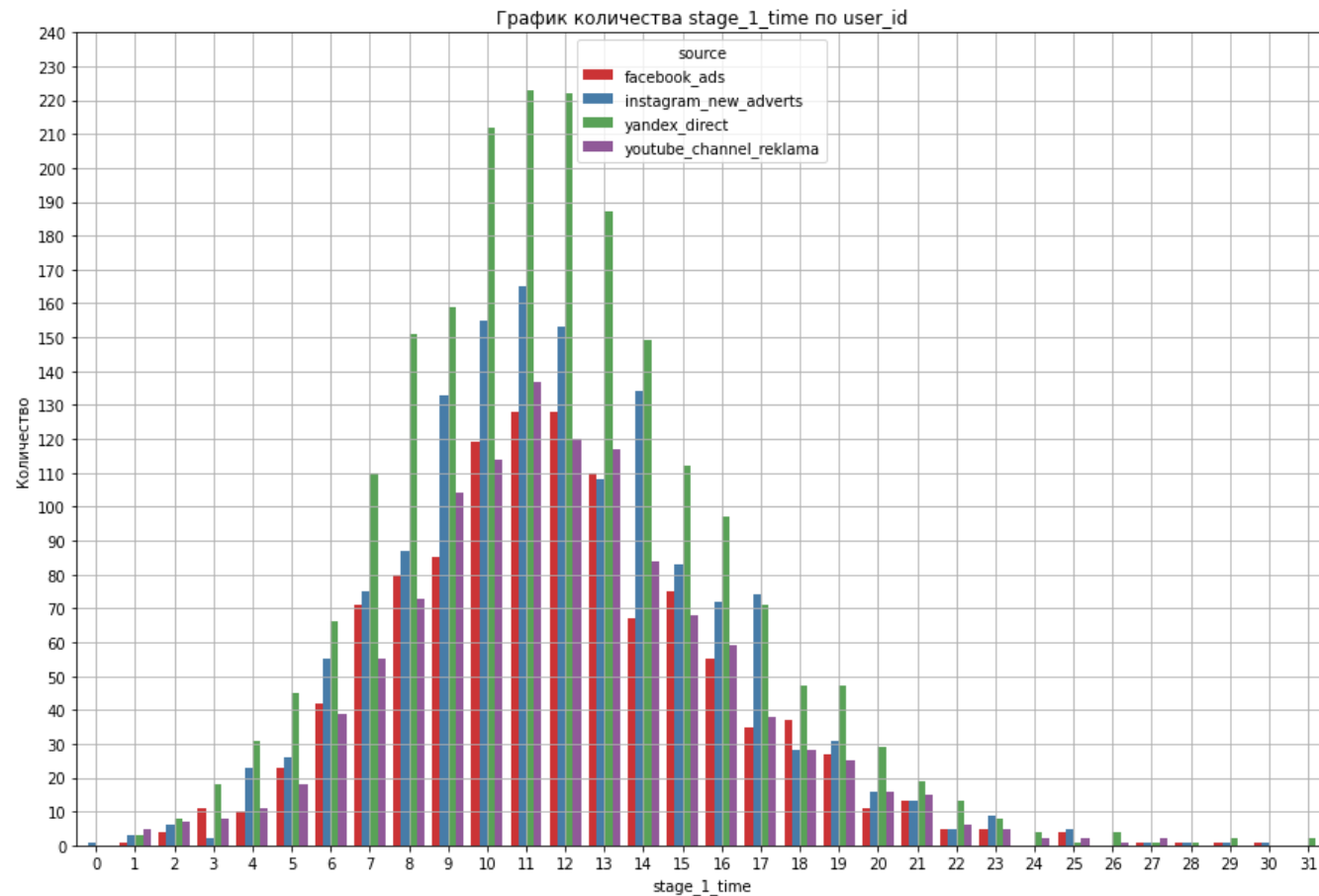
По графику событий видно, что большее кол-во пользователей строят здания, завершают первый уровень значительно меньше, завершённый проект у малого кол-ва пользователей.

Тепловые карты удержаний по источникам



- По тепловой карте по разным источникам видно, что источники не влияет на удержание пользователей.
- Стоит заметить что процент удержания пользователей, привлеченных с 4-6 мая, был гораздо выше, чем пользователей, привлеченных в другие дни.
- У группы , привлеченной 10 мая, изначально процент вовлеченных был гораздо ниже, чем стал на 7 день.

Количество прохождений 1 уровня по дням



Медианное значение прохождения 1 уровня 12 дней.

Чаще всего пользователи проходили уровень за 10-12 дней. Были пользователи, кто проходили первый уровень в тот же день, как переходили с рекламы.

Общий вывод

Проанализировав данные можно дать рекомендации :

- Увеличить кол-во бюджета на ютуб до 36%, т.к. самый дешевый привлеченный пользователь с этого канала привлечения
- Попробовать увеличить бюджет на ЯД до 35% и посмотреть на результаты т.к. пользователи были одни из самых дешевых и активных.
- Уменьшить затраты на инстаграм до 20% и следить за этим каналом привлечения - дорогие пользователи, значимых отличий нет.
- Уменьшить затраты на фейсбук до 9% ,тщательно следить за этим каналом привлечения - очень дорогие пользователи, значимых отличий нет. Возможно, стоит перераспределить средства.
- Использовать РК и аудитории в настройке, которые были использованы 4,5,6 мая - они дали наилучший результат по удержанию.
- Добавить новые уровни для увеличения удержания пользователей в игре.
- Многие пользователи строят spasseport и assembly_shop - давать за этот какой-то бонус для мотивации пользователей строить дальше.

ИСТОЧНИКИ:

- Данные взяты с открытого источника ЯП: <https://concrete-web-bad.notion.site/514f34a1f5014e68a72d9689a6f41b60>