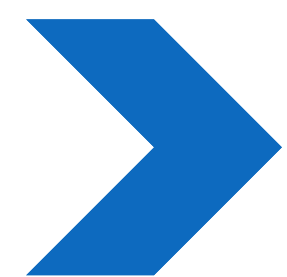
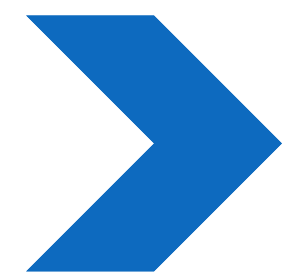


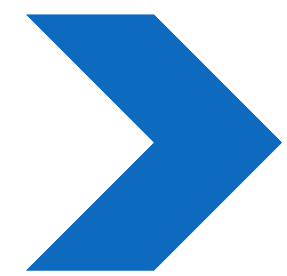
Цели



Определить динамику продаж по сегментам «Россия»/«Не Россия»



Сравнить месячную возвращаемость (Retention) пользователей из России и других стран



Выделить core-игроков и сравнить ежемесячный доход с них и с обычных игроков

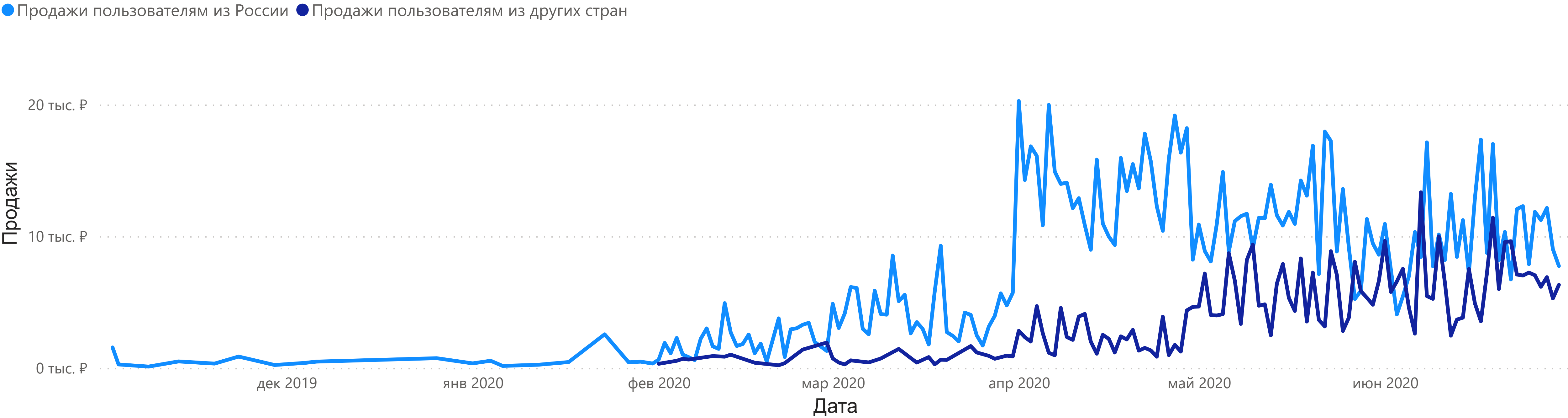


Динамика продаж

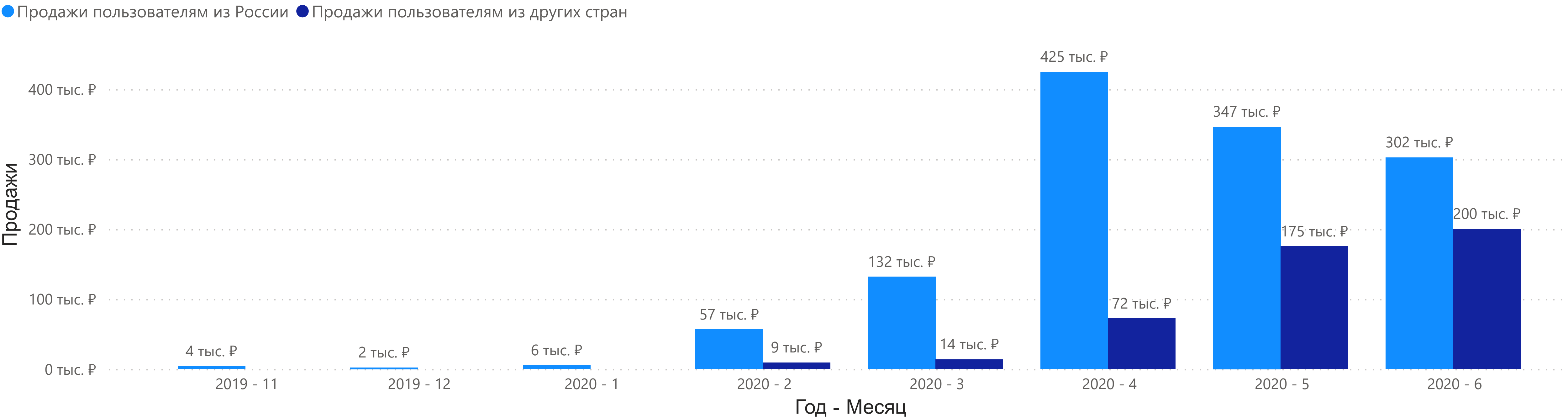
02.11.2019 30.06.2020



Динамика продаж пользователям из России и других стран по дням



Сравнение продаж пользователям из России и других стран по месяцам

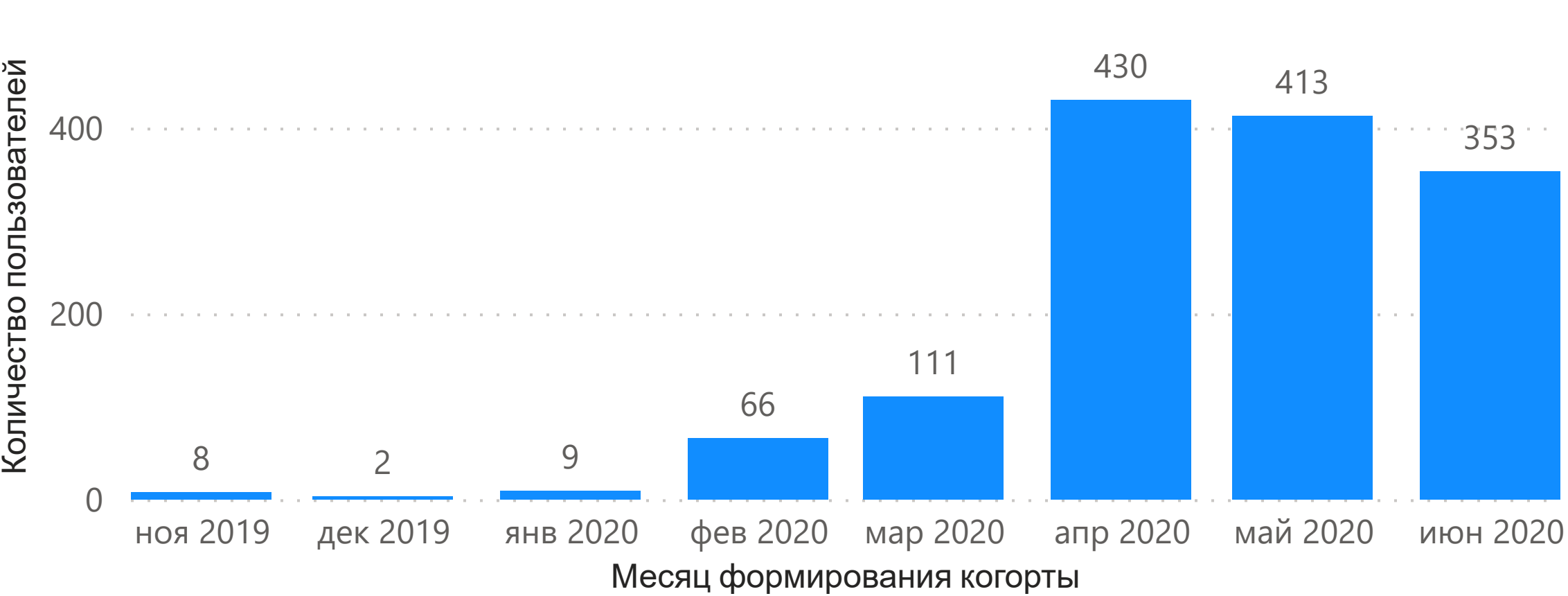


Возвращаемость пользователей

Возвращаемость пользователей из России

first_purchase_month	1 ноября 2019 г.	1 декабря 2019 г.	1 января 2020 г.	1 февраля 2020 г.	1 марта 2020 г.	1 апреля 2020 г.	1 мая 2020 г.	1 июня 2020 г.
1 ноября 2019 г.	100,00%	12,50%			25,00%	12,50%	12,50%	
1 декабря 2019 г.		100,00%			100,00%	50,00%	50,00%	
1 января 2020 г.			100,00%		33,33%	11,11%	22,22%	
1 февраля 2020 г.				100,00%	18,18%	10,61%	13,64%	9,09%
1 марта 2020 г.					100,00%	5,41%	7,21%	6,31%
1 апреля 2020 г.						100,00%	11,40%	16,98%
1 мая 2020 г.							100,00%	9,69%
1 июня 2020 г.								100,00%

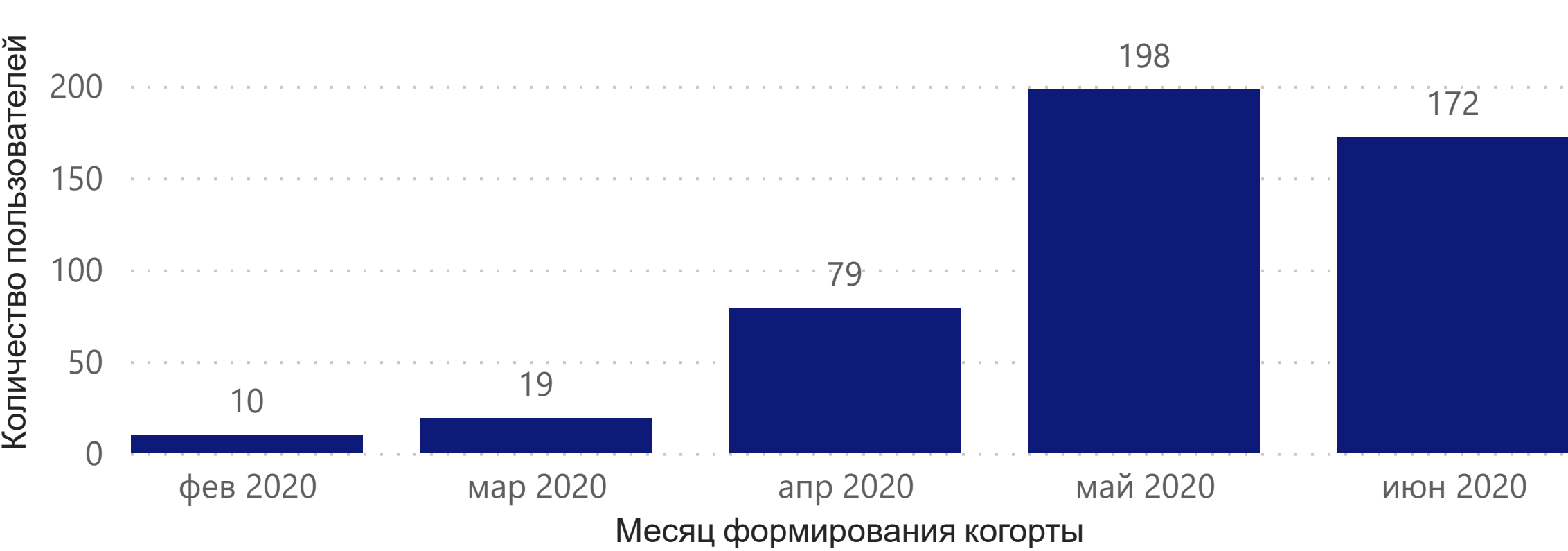
Размер когорт пользователей из России



Возвращаемость пользователей из других стран

first_purchase_month	1 февраля 2020 г.	1 марта 2020 г.	1 апреля 2020 г.	1 мая 2020 г.	1 июня 2020 г.
1 февраля 2020 г.	100,00%	10,00%	10,00%	30,00%	10,00%
1 марта 2020 г.		100,00%	10,53%	31,58%	36,84%
1 апреля 2020 г.			100,00%	40,51%	49,37%
1 мая 2020 г.				100,00%	24,75%
1 июня 2020 г.					100,00%

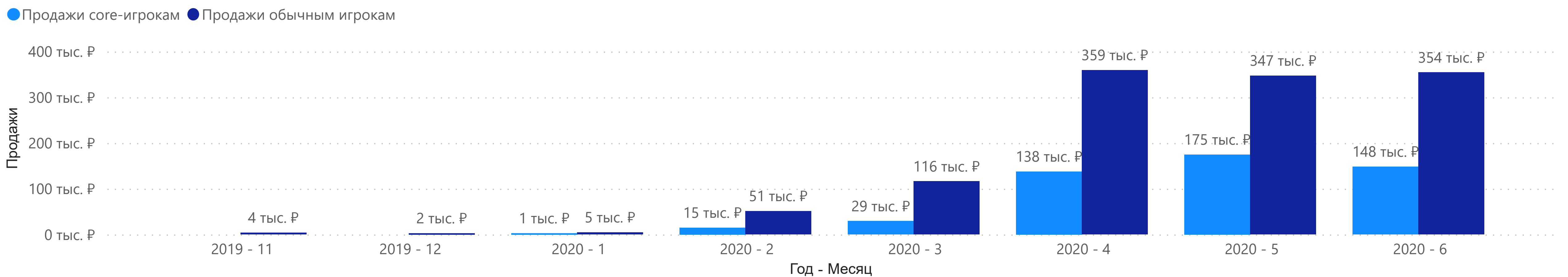
Размер когорт пользователей из других стран



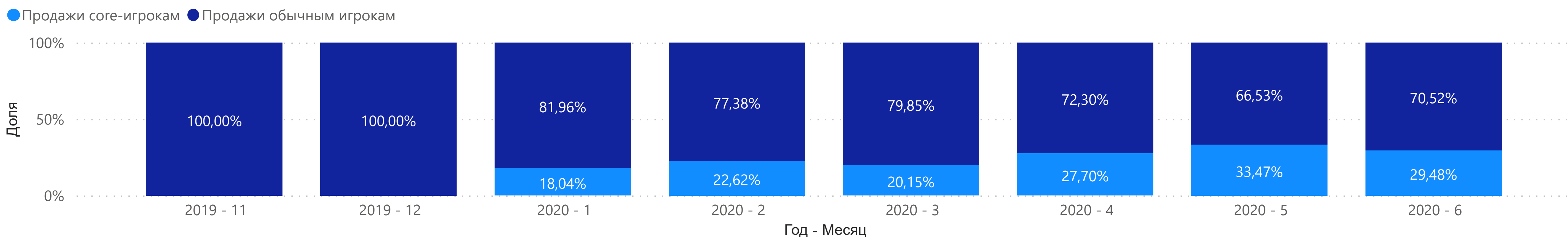
Core-игроки vs. Обычные

Сравнение продаж core-игрокам и обычным игрокам по месяцам

В абсолютном выражении

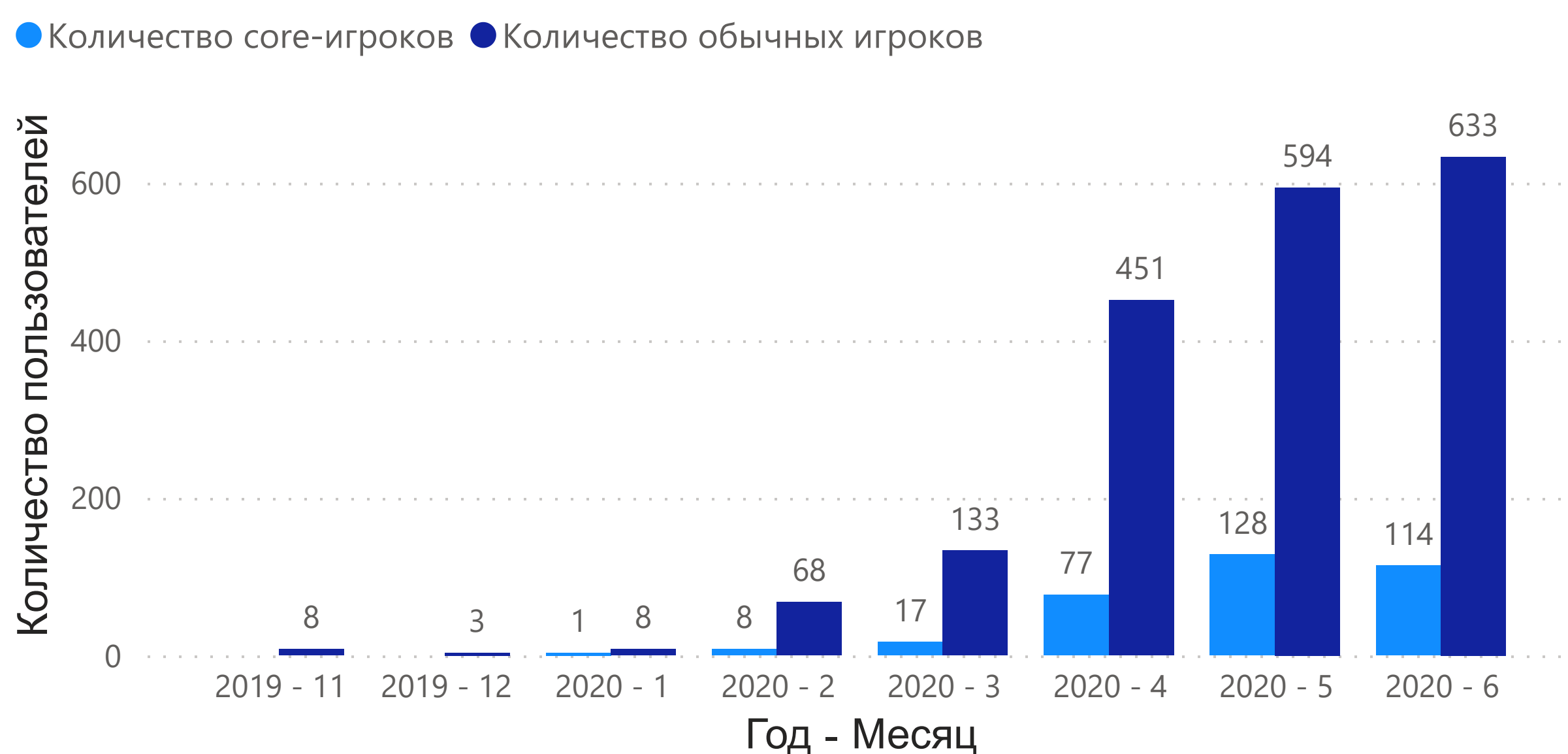


В относительном выражении

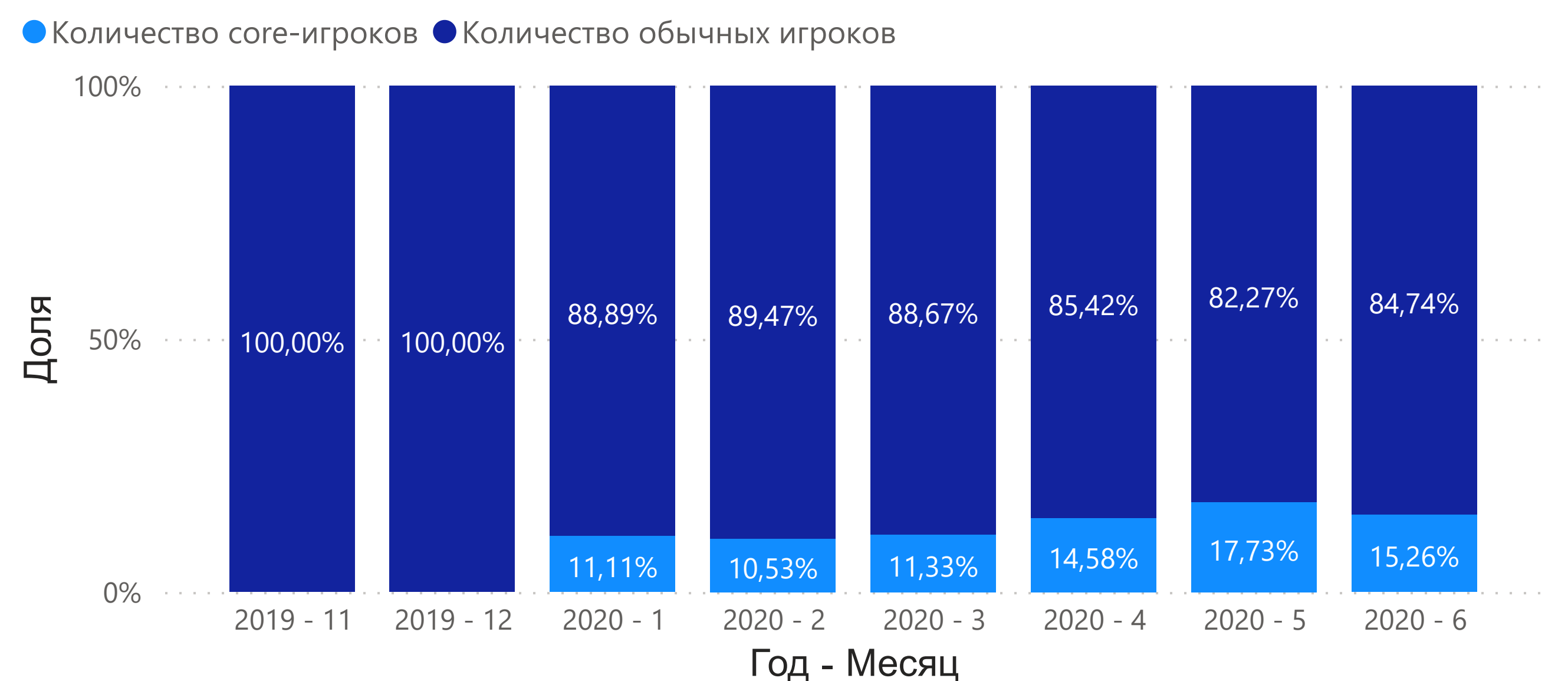


Сравнение количества core-игроков и обычных игроков по месяцам

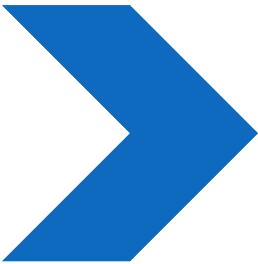
В абсолютном выражении



В относительном выражении




Выводы



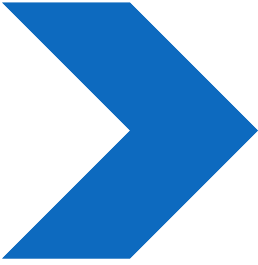
Почти во все дни продажи пользователям из России были выше, чем пользователям из других стран. Однако с мая 2020 г. продажи российским пользователям начали заметно снижаться в разрезе по месяцам - **с 425 тыс. руб в апреле до 302 тыс. руб в июне**. За аналогичный период продажи иностранным пользователям выросли **с 72 тыс. руб до 200 тыс. руб**. В результате, за последние два месяца разница в продажах этим двум группам пользователей сильно сократилась, а общая выручка перестала расти и даже немного снизилась в июне по сравнению с маем.

Рекомендации: необходимо найти причину падения продаж в России.



Сравнивать месячную возвращаемость (Retention) пользователей из России и других стран имеет смысл только в когортах, сформированных в апреле и мае 2020 г. Ранее было слишком мало иностранных пользователей. **Возвращаемость пользователей из других стран явно выше.** В апрельской когорте она превышает 40% (у пользователей из России из аналогичной когорты не более 17%), а в майской когорте - почти 25% (у пользователей из России менее 10%). Таким образом, в других странах удастся привлечь более лояльную аудиторию.

Рекомендации: по-видимому, в России проект привлекает не совсем целевую аудиторию, нужно это исправить.



Продажи core-игрокам выросли быстрее, чем обычным за последние три месяца. В мае и июне 2020 г. на долю core-игроков приходилось **примерно 30% от общих продаж**. Если сравнивать количество обычных и core-игроков, то на долю последних в июне приходилось только **около 15% от общего количества пользователей**. Таким образом, зависимость бизнеса от core-игроков пока не слишком высокая. Однако снижение количества core-игроков с 128 в мае до 114 в июне привело к снижению общей выручки с 522 тыс. руб. до 502 тыс. руб., несмотря на рост количества обычных игроков с 594 до 633 за этот период.

Рекомендации: нужно проанализировать имеющуюся информацию о core-игроках, чтобы лучше составить портрет целевой аудитории и сосредоточиться на привлечении и удержании именно таких пользователей.