Цель проекта — проанализировать ключевые метрики сервиса доставки еды «Всё.из.кафе» в Саранске за период с 1 мая по 30 июня 2021 года.

Автор: Алексей Кознов

Дата: 13.04.25

Результаты анализа ключевых метрик:

1. DAU (активные пользователи за день):

Пиковое значение было 04.05.21 (85) затем снижение до 17 пользователей 16.05.21, а после подъем до 84 пользователей 11.06.21, затем снова снижение до 26 пользователей 28.06.12. В целом метрика не стабильна, происходят падения и подъемы на протяжении 2 месяцев.

Крупный спад наблюдается с 04.05 по 16.05, в этот период попадают майские праздники, многие берут отпуск на этот период, дополнительные выходные дни, спад скорее всего из-за этого. Далее происходит подъем до 11.06, это пятница, а после снова спад. Скорее всего время отпусков, поэтому происходит спад. Также самые крупные снижения наблюдаются в выходные дни, скорее всего люди предпочитают посещать заведения офлайн, поэтому снижаются пользователи доставки еды. Пики происходят в будни, чаще в середине недели.

Рекомендации: стоит исследовать пиковые значения (04.05.21, 09.06.21, 11.06.21), какие факторы могли повлиять на увеличение активной аудитории.

Возможно стоит придумать акции для привлечения пользователей в праздничные дни.

1. Conversion Rate (коэффициент конверсии):

Максимальная конверсия наблюдается 01.05.21 (43%), минимальная 18.06.21 (18%). График конверсии на протяжении 2 месяцев очень нестабилен, нет какой-то четкой зависимости от дня недели, но часто происходит падение конверсии на следующий день как конверсия подросла. Хоть оба месяца не стабильны, но в июне график менее волатильный, кроме крупного спада 18.06.21. Самые крупные падения конверсии приходятся на пятницу: 28.05.21 до 19 % и 18.06.21 до 18%.

Рекомендации: исследовать крупные падения конверсии 28 мая и 18 июня, возможно провести опрос среди пользователей, проверить работу приложения на предмет технических сбоев. А также сравнить с средним чеком — возможно, низкая конверсия компенсируется большими заказами.

1. Средний чек:

Минимальное значение в мае: 107,42 руб. (13.05.21)

Максимальное значение в мае: 178,83 руб. (31.05.21)

Минимальное значение в мае: 115,35 руб. (22.06.21)

Максимальное значение в мае: 234,80 руб. (13.06.21)

Средний чек в июне увеличился, в мае 135,88 руб., в июне 147,66 руб., при этом увеличилось и количество заказов с 2111 до 2225.

13 июня наблюдается резкий скачок среднего чека до 234,80 руб., хотя большого прироста количества заказов в этот день не было (81 шт.), в предыдущий день было 68 заказов, но 15 июня было 97 заказов, а средний чек был 138,01 руб. Но наблюдается большой прирост выручки.

28 мая и 18 июня коэффициент конверсии был очень низкий, 28 мая средний чек также был низкий (130,75 руб. в день при 135,88 средний в месяц), 18 июня средний чек был выше чем в среднем в месяц (161,03 руб. в день при 147,66 в среднем в месяц).

1. Retention Rate (коэффициент удержания пользователей):

По таблице видно резкое падение на следующий день, со 100 до 14 %, далее происходит достаточно плавное снижение до 4 %. По месяцам ситуация близкая, но майские когорты показывают результат лучше, чем июньские, в мае на следующий день оставалось 14 %, в июне 13 %, под конец в мае было 5 % ,в июне опустилось до 3 %. Ключевая проблема – снижение заказывающих пользователей на 86-87 % на следующий же день.

Рекомендации: придумать какую-то акцию или скидку для тех кто заказал и которая будет действовать только на следующий день заказа. 3-5 % процентов пользователей в конце недели, придумать для лояльных пользователей дополнительные стимулы удержания и поощрения.

1. Топ-3 ресторанов по LTV: укажите финансовые показатели трёх ресторанов с наибольшим LTV и проанализируйте состав пяти наиболее популярных блюд.

|  |  |
| --- | --- |
| **Название заведения** | **LTV заведений (руб.)** |
| Гурманское Наслаждение | 170 479,19 |
| Гастрономический Шторм | 164 508,16 |
| Шоколадный Рай | 61 199,76 |

Лидируют по LTV рестораны Гурманское Наслаждение и Гастрономический Шторм, сильно отстает Шоколадный Рай, но т.к. это кондитерская, то это вполне нормально.

Самые популярные блюда этих двух ресторанов содержат мясо и не являются острыми.

Общие рекомендации:

DAU – разработать акции к выходным дням когда снижается показатель, изучить спады и подъемы (04.05.21, 09.06.21, 11.06.21) и попробовать повторить там где был подъем.

Проверить приложение или сайт на предмет технических сбоев или проблем с заказами у пользователей.

Исследовать заказы с самым высоким средним чеком.

Ввести специальные акции, которые будут действовать в течение 24 часов с момента первого заказа. Улучшить программу лояльности для пользователей, которые постоянны заказывают блюда.

Продвигать блюда, которые чаще заказывают.

Скриншоты на страницах ниже

