

Активность пользователей онлайн-кинотеатра

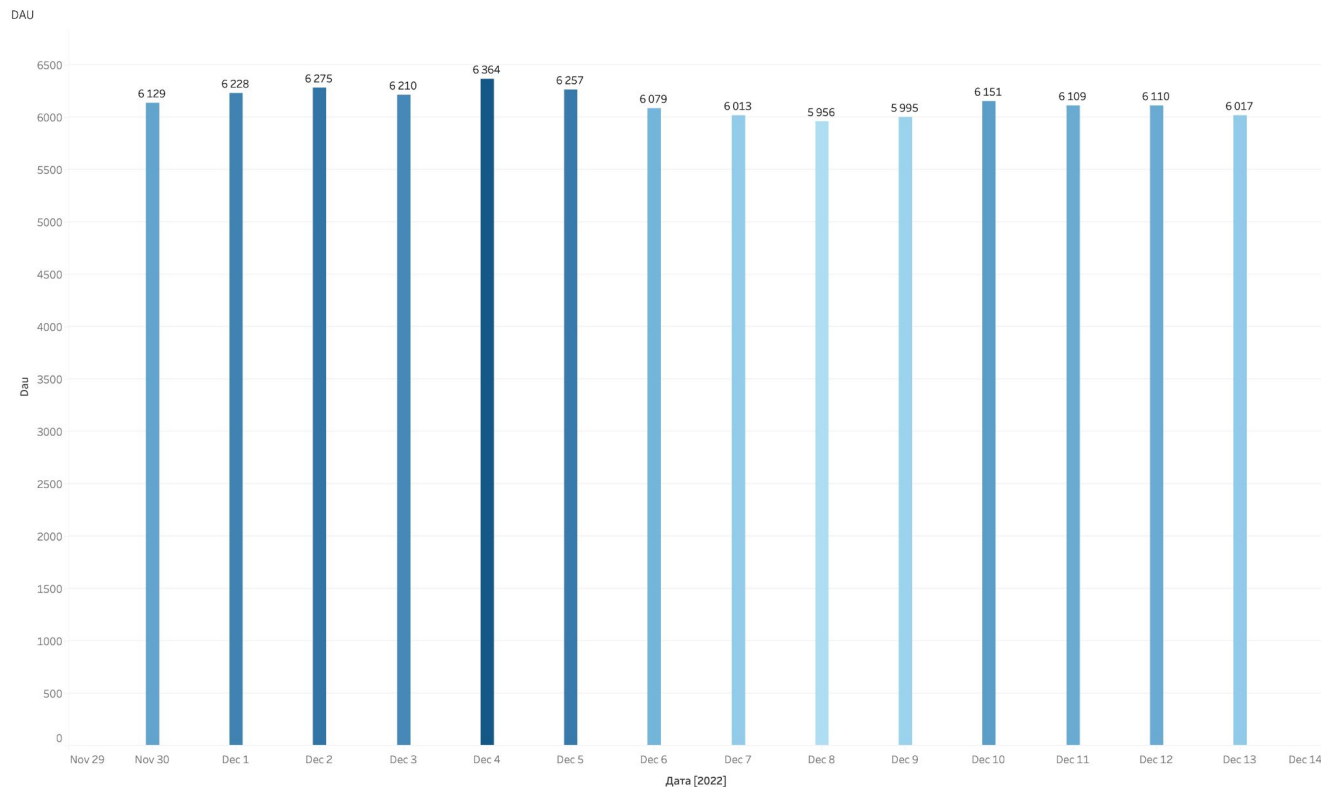
Исследование проводил: Лавров Андрей
Информация взята из данных о сервисе

Цель исследования

Проанализировать:

1. Как изменился уровень DAU за период наблюдений
2. Как распределяется новая аудитория по источникам привлечения
3. Какая конверсия в покупку по разным источникам привлечения
4. Какую долю составляют активные пользователи по каждому из источников привлечения
5. Сколько времени пользователи проводят за просмотром фильмов
6. Топ 3 фильма по рейтингу и по числу просмотров

График истории DAU (часть 1)

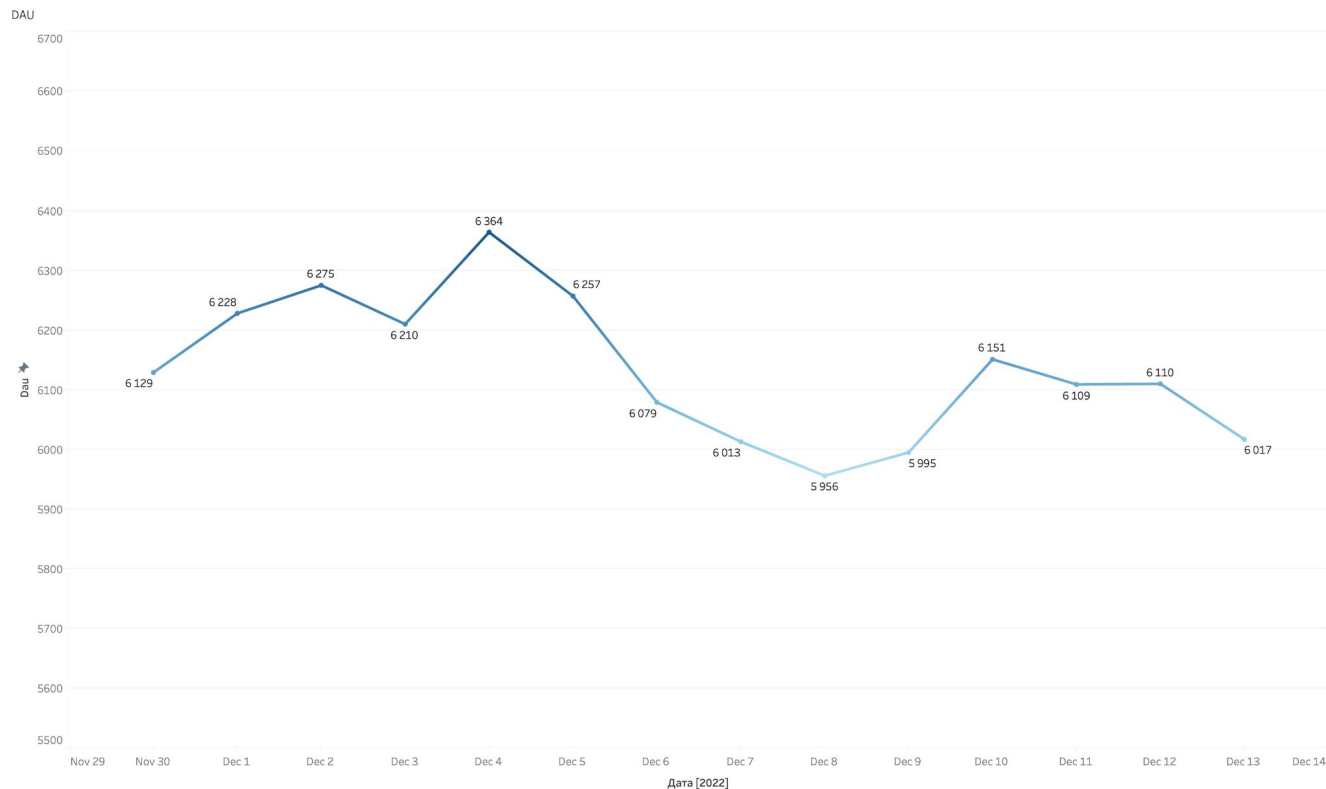


За выбранный период DAU практически не изменился.

4 декабря был резкий рост до 6364 пользователей и 8 декабря была просадка по пользователям до 5956.

Количество пользователей в первый день наблюдения составляло 6129, а в последний 6017, что говорит нам о тренде снижения

График истории DAU (часть 2)

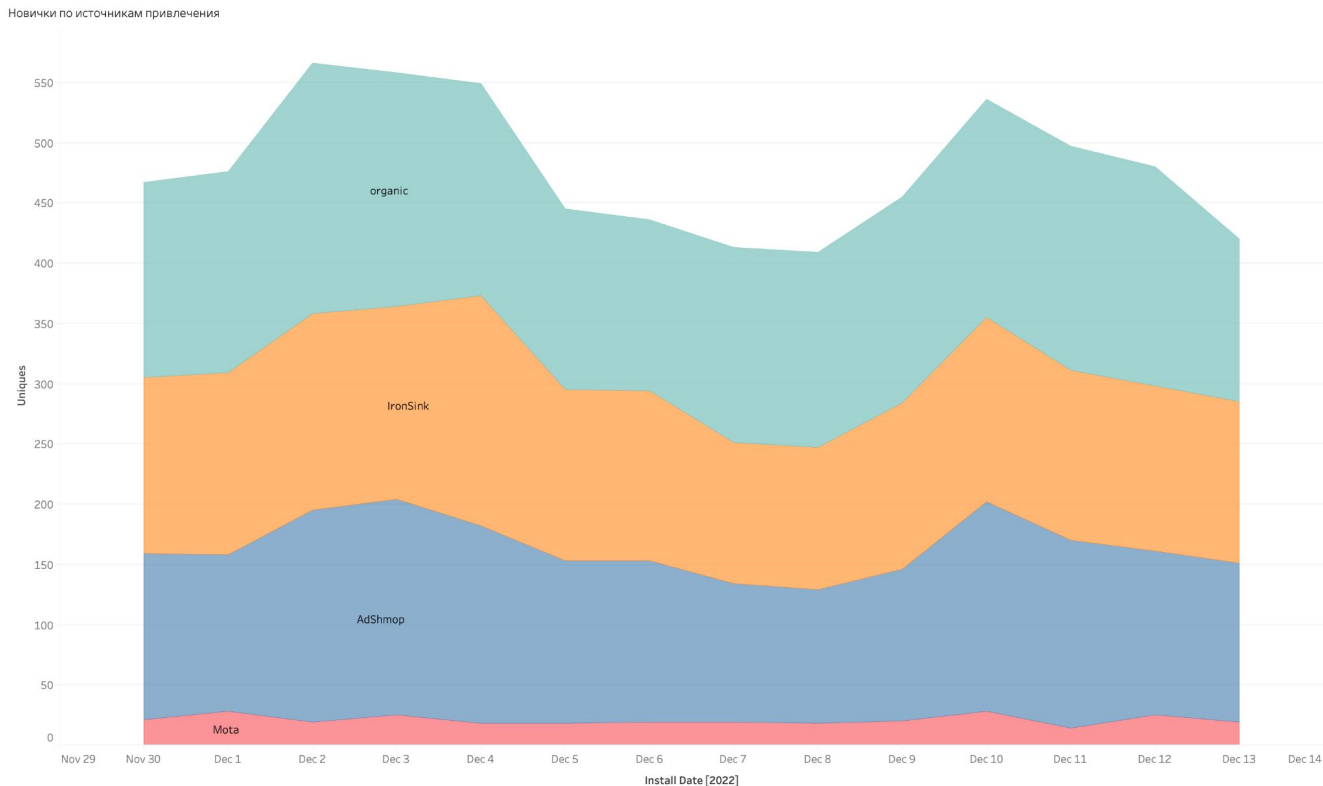


С 4 декабря по 8 декабря наблюдается спад пользователей, с 6364 до 5956

После 8 декабря мы можем видеть, небольшой возврат позиций, но все равно не таких, какие были даже 2 декабря

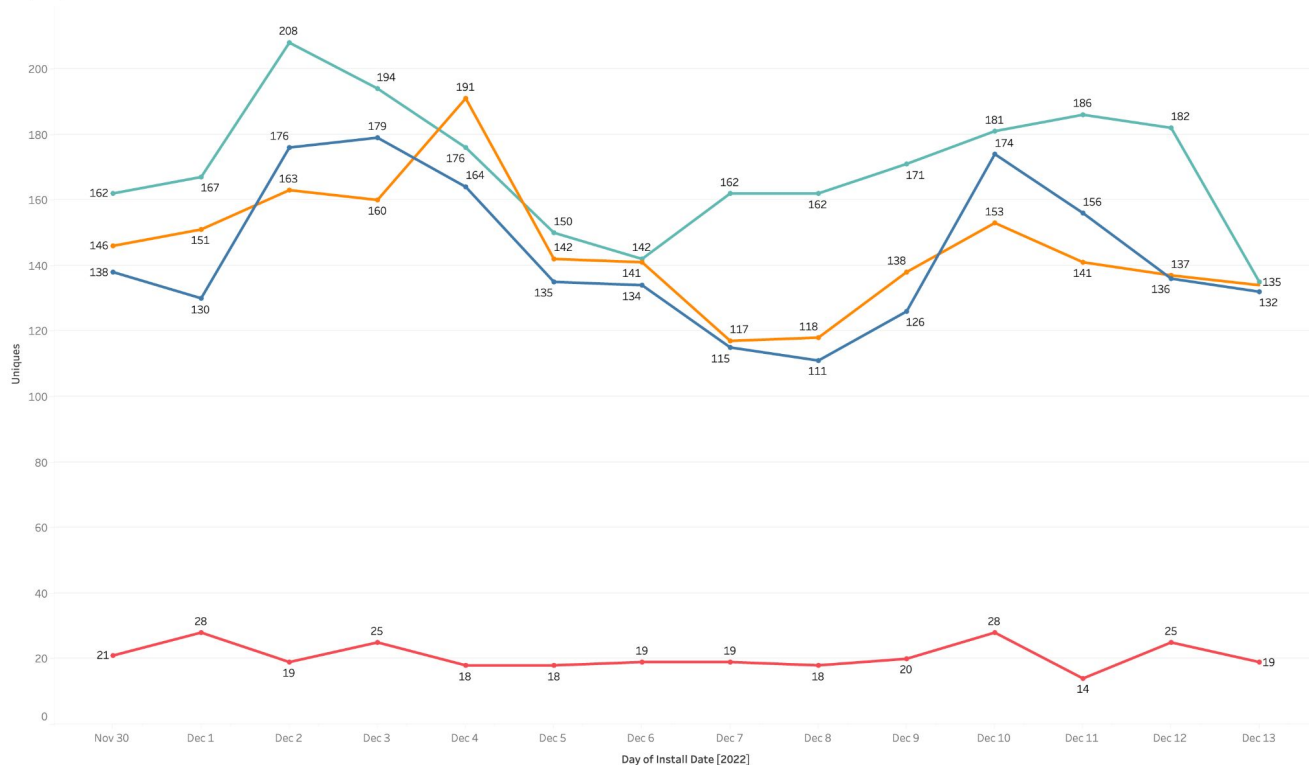
Общая тенденция - спад количество ежедневных пользователей

Графика, показывающий историю привлечения новых пользователей с разбивкой по источнику привлечения (часть 1)



Графика, показывающий историю привлечения новых пользователей с разбивкой по источнику привлечения (часть 2)

История привлечения новых пользователей

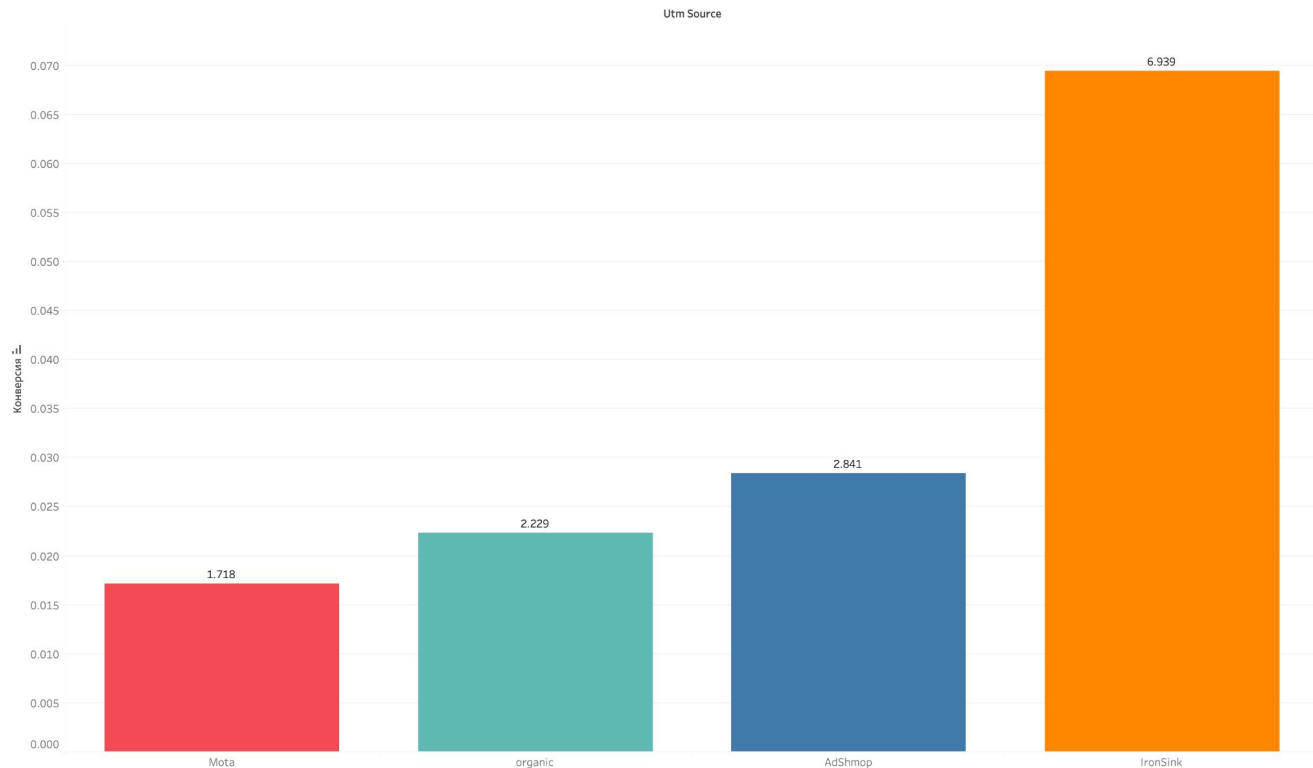


Можно выделить явного аутсайдера Mota у которого среднее количество привлечения новых пользователей равняется 20.

Большого всего новых пользователей приходит органическим путем, если смотреть на общий график привлечения.

График, показывающий долю конверсии новых пользователей в покупку с разбивкой по источникам привлечения

Конверсия в покупку по источникам привлечения

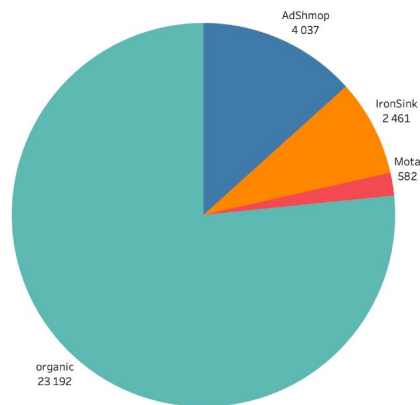


По графику видно, что пользователи с канала IronSink показывают большую долю конверсии, по сравнению с другими каналами привлечения.

Самый же низкий показатель у Mota, 1,718% доля конверсии

График, показывающий долю активных пользователей с разбивкой по источникам привлечения

Активные пользователи по источникам привлечения

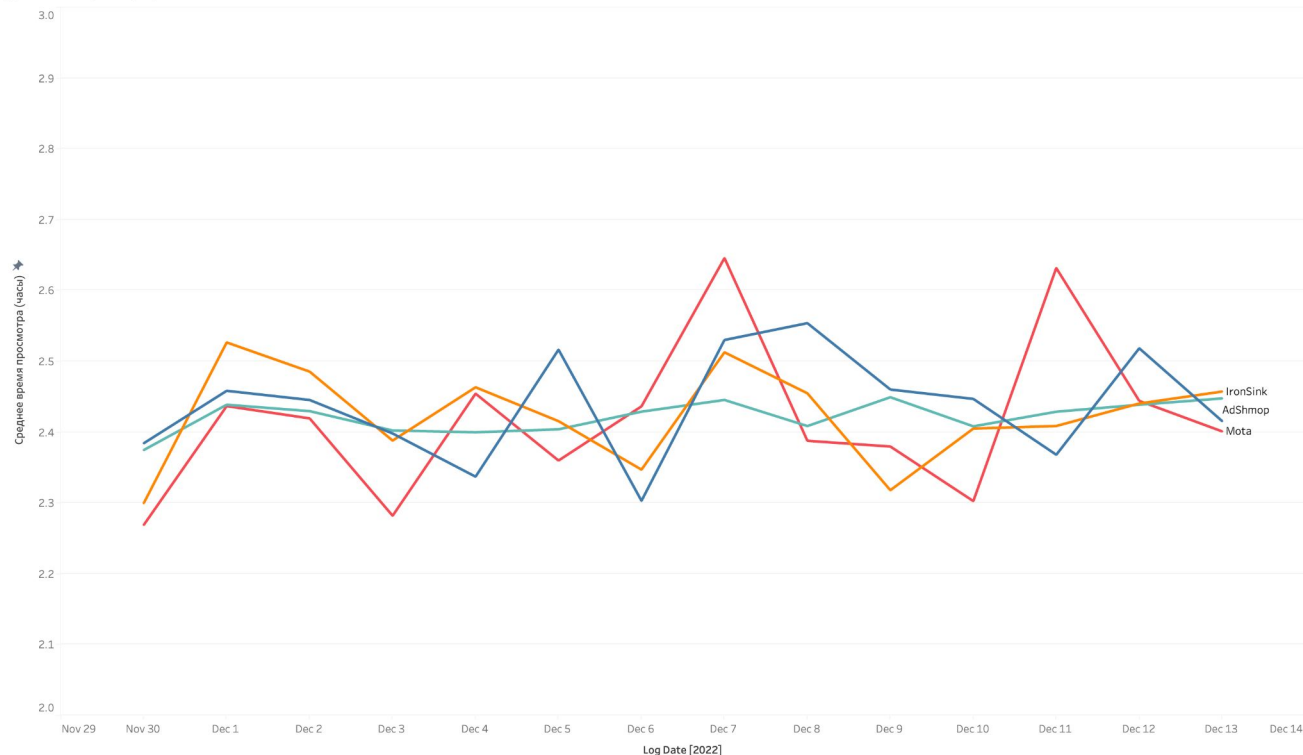


Около 75% активных пользователей - это пользователи через органический источник привлечения. Самый же низкий процент активных пользователей через Mota.

Картина отличается от того, что мы видели на 2 графике, потому что здесь мы рассматриваем в общем и целом активных пользователей, а там лишь новичков, привлеченных с различных каналов

График, показывающий среднее время просмотра в день (в часах)

Длительность просмотра фильмов на пользователя



По графику можно заметить, что в определенные дни наблюдаются резкие скачки длительность просмотра фильмов через источник Mota.

Возможно это связано с направленностью данного источника привлечения на определенную аудиторию

Если говорить, например, о просмотрах органических, то они равномерны на всем периоде

Таблицы, показывающие наиболее популярные фильмы по числу просмотров и по оценке пользователей

Наиболее популярные фильмы по оценке

| Object Id | Users | Avg Rate |
|---------------------------------|-------|----------|
| The Shawshank Redempti.. | 65.0 | 9.3 |
| The Godfather | 60.0 | 9.2 |
| The Godfather: Part II | 64.0 | 9.0 |
| The Dark Knight | 72.0 | 9.0 |
| 12 Angry Men | 78.0 | 9.0 |
| The Lord of the Rings: The.. | 70.0 | 8.9 |
| Schindler's List | 59.0 | 8.9 |
| Pulp Fiction | 67.0 | 8.9 |
| The Lord of the Rings: The.. | 69.0 | 8.8 |
| Inception | 68.0 | 8.8 |
| Il buono, il brutto, il cattivo | 53.0 | 8.8 |
| Forrest Gump | 53.0 | 8.8 |
| Fight Club | 85.0 | 8.8 |
| The Matrix | 82.0 | 8.7 |
| The Lord of the Rings: The.. | 68.0 | 8.7 |
| Goodfellas | 64.0 | 8.7 |
| Star Wars: Episode V - Th.. | 67.0 | 8.7 |
| One Flew Over the Cuckoo.. | 73.0 | 8.7 |
| The Silence of the Lambs | 64.0 | 8.6 |
| The Green Mile | 63.0 | 8.6 |
| Star Wars | 60.0 | 8.6 |

Можно сделать вывод, что высокая оценка не гарантирует популярность фильма и наоборот.

Наиболее популярные фильмы по числу просмотров

| Object Id | Users | Avg Rate |
|-----------------------------|-------|----------|
| Drishyam | 144.0 | 8.3 |
| Road to Perdition | 90.0 | 7.7 |
| Me and Earl and the Dying.. | 89.0 | 7.7 |
| Taare Zameen Par | 87.0 | 8.4 |
| Cidade de Deus | 87.0 | 8.6 |
| Sanjuro | 86.0 | 8.1 |
| Night of the Living Dead | 86.0 | 7.9 |
| Jodaeiye Nader az Simin | 86.0 | 8.3 |
| Hachi: A Dog's Tale | 86.0 | 8.1 |
| Dangal | 86.0 | 8.4 |
| Apocalypse | 86.0 | 7.8 |
| Aliens | 86.0 | 8.3 |
| Her | 85.0 | 8.0 |
| Good Bye Lenin! | 85.0 | 7.7 |
| Gisaengchung | 85.0 | 8.6 |
| Fight Club | 85.0 | 8.8 |
| Underground | 84.0 | 8.1 |
| Trois couleurs: Blanc | 84.0 | 7.6 |
| Once Upon a Time in the .. | 84.0 | 8.5 |
| Kis Uykusu | 84.0 | 8.1 |

Итоги:

DaU изменялся за весь период, сначала был резкий рост, а потом такой же резкий спад и плавное выравнивание. Общий тренд на снижение DAU.

Явный аутсайдер среди источников привлечения - Mota. Два других неорганических источника достаточно одинаковы, но вот органический имеет самый большой показатель среди новичков.

Разница в конверсии есть, самая большая конверсия с источника IronSink, самая низкая же вновь Mota.

Доля активных пользователей по органическому источнику привлечения составляет около 75% потому что здесь учитываются не только новые пользователи, но и те, которые уже пользуются сервисом, поэтому картина от распределения новичков заметно отличается.

Пользователи привлеченные органически смотрят фильмы все дни примерно одно и то же время, если говорить про другие источники, то там уже наблюдаются как резкий скачки, так и резкие просадки по длительности просмотра, в зависимости от дня.

Топ 3 фильма по количеству просмотров не совпадают с 3 фильмами по оценкам. Можно сделать вывод, что оценки никак не зависят от количества просмотров и наоборот.

Спасибо за внимание