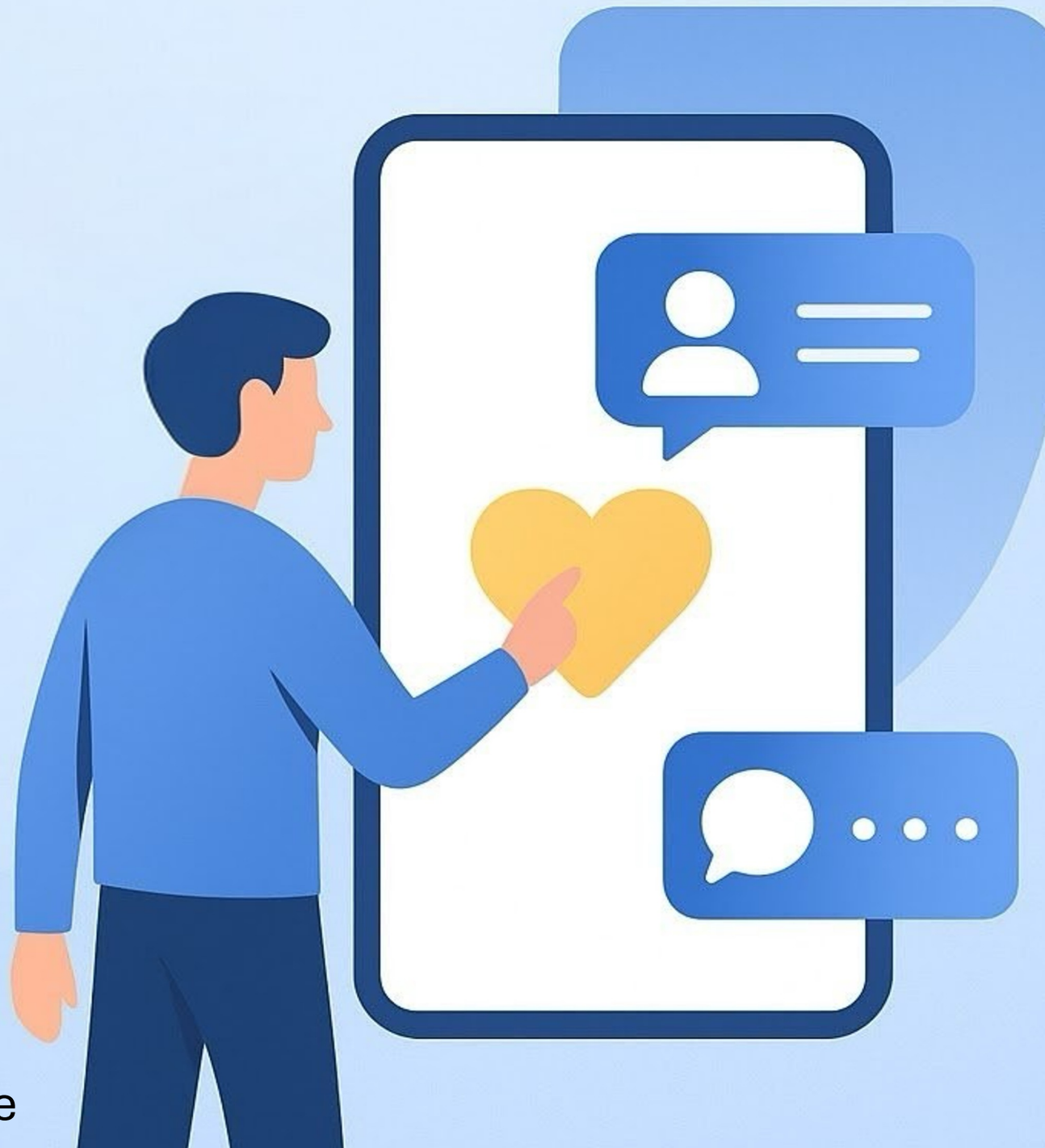


# Анализ поведения пользователей в соцсети «Сетка» за январь 2025 года.

Автор: Николаев Денис

Дата: 10.10.25г.

Инструменты: PostgreSQL, Python, Metabase



# Цель и задачи:

**Цель:** повысить качество продукта за счет понимания поведения пользователей внутри сессий.

## Задачи:

- Определить, чем пользователи занимаются внутри сессии.
- Оценить ключевые метрики активности (время, частота действий, вовлеченность)
- Найти слабые и сильные функции продукта

# Основные инсайты:

- Средняя длительность сессии 50 минут, при этом пользователи совершают 12 действий.
- Большинство действий – просмотры постов (37%) и профилей (18%).
- 55% пользователей, просмотревших пост, в итоге подписались.
- В среднем за сессию преобладают действия типа Просмотра и Лайка, тогда как Подписка и отправка сообщений остаются редкими.

# Конверсия пользователей из просмотра поста в целевые действия

Для более глубокого понимания вовлеченности была рассчитана конверсия пользователей из первого просмотра поста в другие ключевые действия:

- В подписку – 55%
- В лайк – 62%
- В просмотр профиля – 61%
- В сообщение – 55%
- В комментарий – 60%
- В «поделиться» – 40%

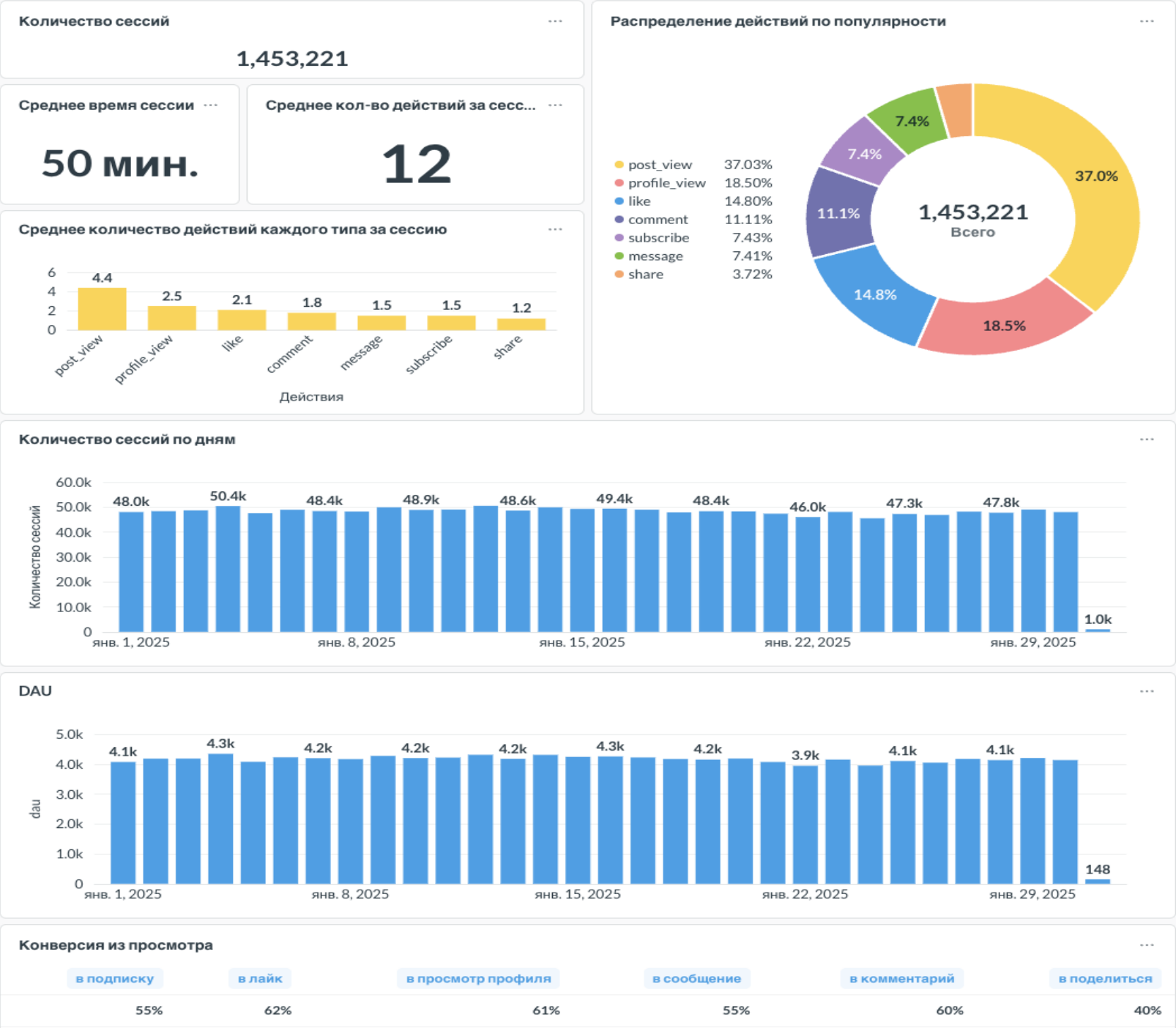
Интерпретация:

- Просмотр поста является сильной точкой входа в пользовательский сценарий.
- После просмотра большинство пользователей продолжают взаимодействовать с контентом (лайки, комментарии, просмотры профиля).
- При этом действия с более высоким порогом вовлеченности (сообщения и «поделиться») имеют заметно более низкую конверсию, что может указывать на:
  - Недостаточную мотивацию,
  - Слабую видимость соответствующих элементов интерфейса,
  - Либо неочевидный пользовательский сценарий.

# Метрики и динамика:

На дашборде представлены ключевые метрики:

- Количество сессий
- Средняя длительность сессии
- Среднее количество действий за сессию
- Распределение действий
- DAU
- Конверсия из просмотр в целевые действия



# Наблюдение по качеству данных

В ходе анализа была выявлена аномалия в данных за 31 января 2025 года:

- Количество сессий около 1000 (против 40000+ в другие дни),
- DAU – 148 пользователей (против 4000+ в среднем по периоду).

## **Возможные причины:**

- Технический сбой в сборе событий,
- Неполная загрузка логов за день,
- Временное отключение части трекинга.

Данный день был сохранен в данных, однако его показатели следует учитывать с осторожностью при анализе динамики и сравнении дней между собой.

# Выводы:

- Пользователи активно проводят время в продукте (50 мин/12 действий), но большую часть времени активности занимает пассивное взаимодействие.
- Основной сценарий поведения: просмотр  $\Rightarrow$  лайк  $\Rightarrow$  комментарий, до подписки доходит около половины пользователей.
- Функции «сообщения» и «поделиться» используются редко – возможные зоны для улучшения UX.



# Рекомендации:

- Упростить переход от просмотров к подписке (например, СТА-кнопки, подсказки).
- Проработать вовлекающий сценарий: «от лайка к подписке».
- Проверить функционал «сообщений» и »поделиться» – возможны барьеры в интерфейсе или мотивации.
- Расширить анализ на февраль, чтобы проверить устойчивость метрик.