

Исследование клиентов сервиса Netflix

Исследование выполнил Александр Глебовский
в рамках курса по анализу данных

Исследование клиентов сервиса Netflix

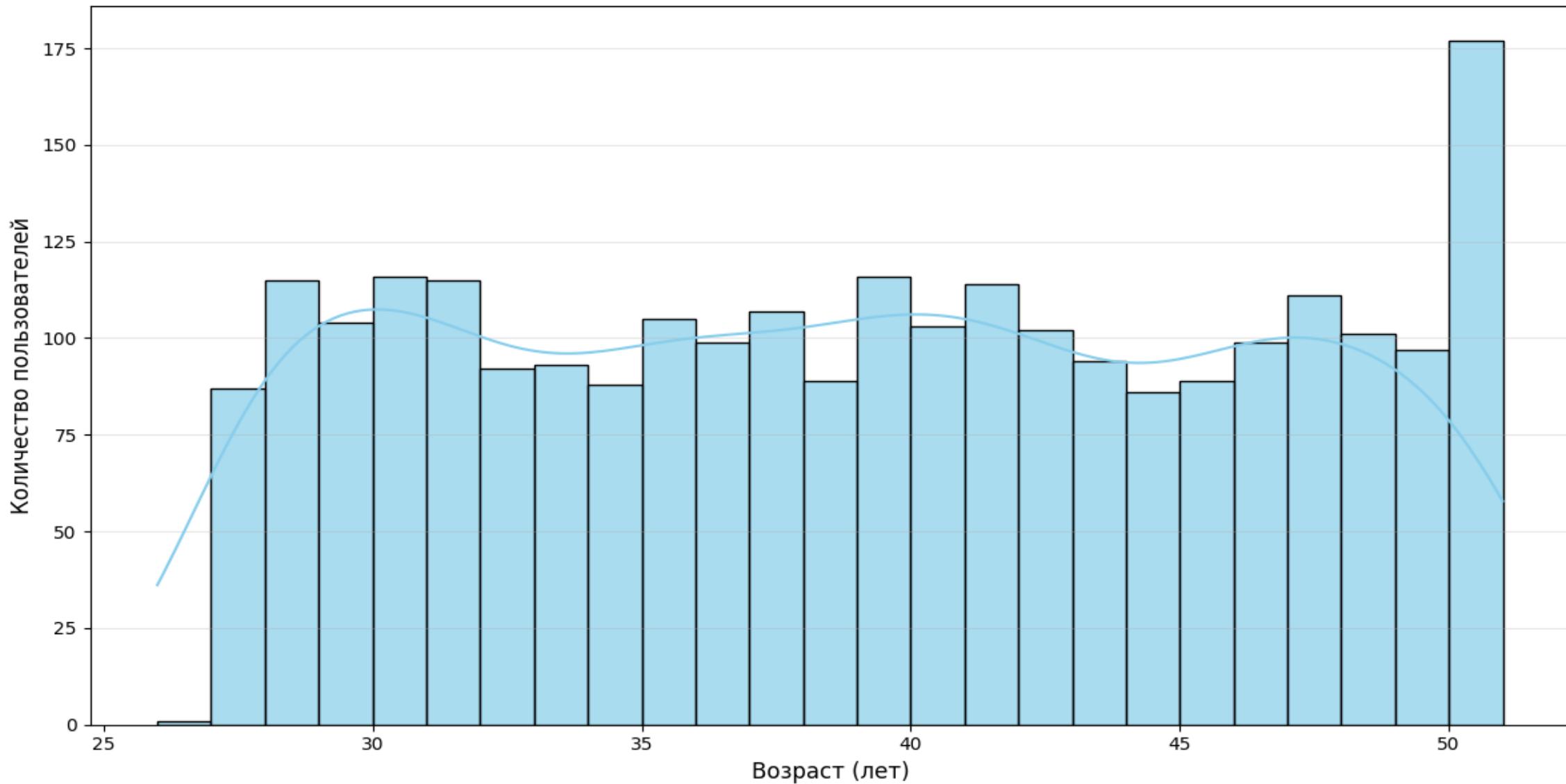
Netflix — американский сервис потокового видео по подписке открытый стриминговый сервис. Сервис в основном занимается дистрибуцией оригинальных и приобретенных фильмов и телешоу различных жанров и доступен на международном уровне на нескольких языках.[6]

Будут рассмотрены данные клиентов Netflix.
Данные взяты с сайта kaggle (<https://www.kaggle.com/>)

Основные результаты

1. Количество уникальных клиентов: 2500
2. Возраст Основные статистики по возрасту:
 - Средний возраст: 38.8
 - Медиана возраста: 39.0
 - Стандартное отклонение: 7.2
 - Минимальный возраст: 26.0
 - Максимальный возраст: 51.0
 - 25-й перцентиль: 32.0
 - 75-й перцентиль: 45.0

Распределение возраста пользователей Netflix



Распределение пользователей Netflix по полу

Количество пользователей

по полу:

gender

Женский 1257

Мужской 1243

Доли по полу (в %):

gender

Женский 50.3

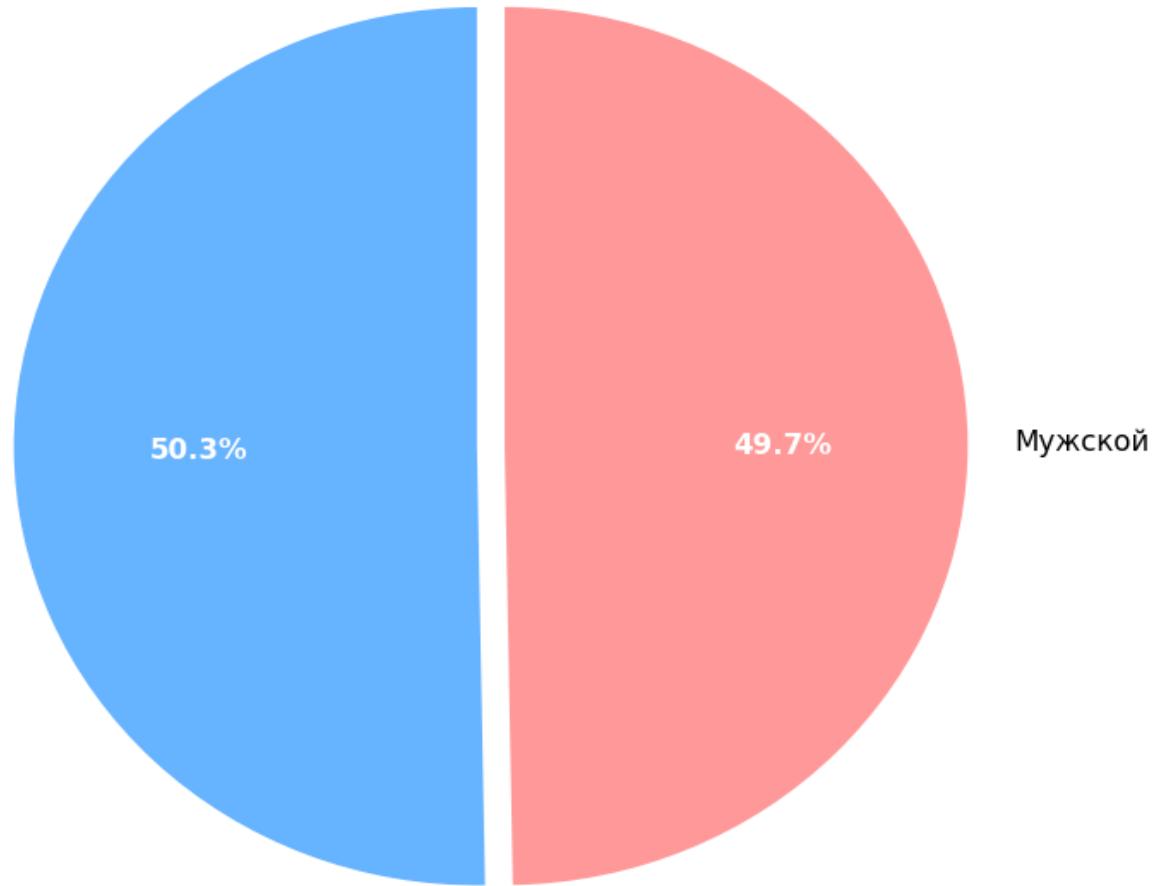
Мужской 49.7

Женский

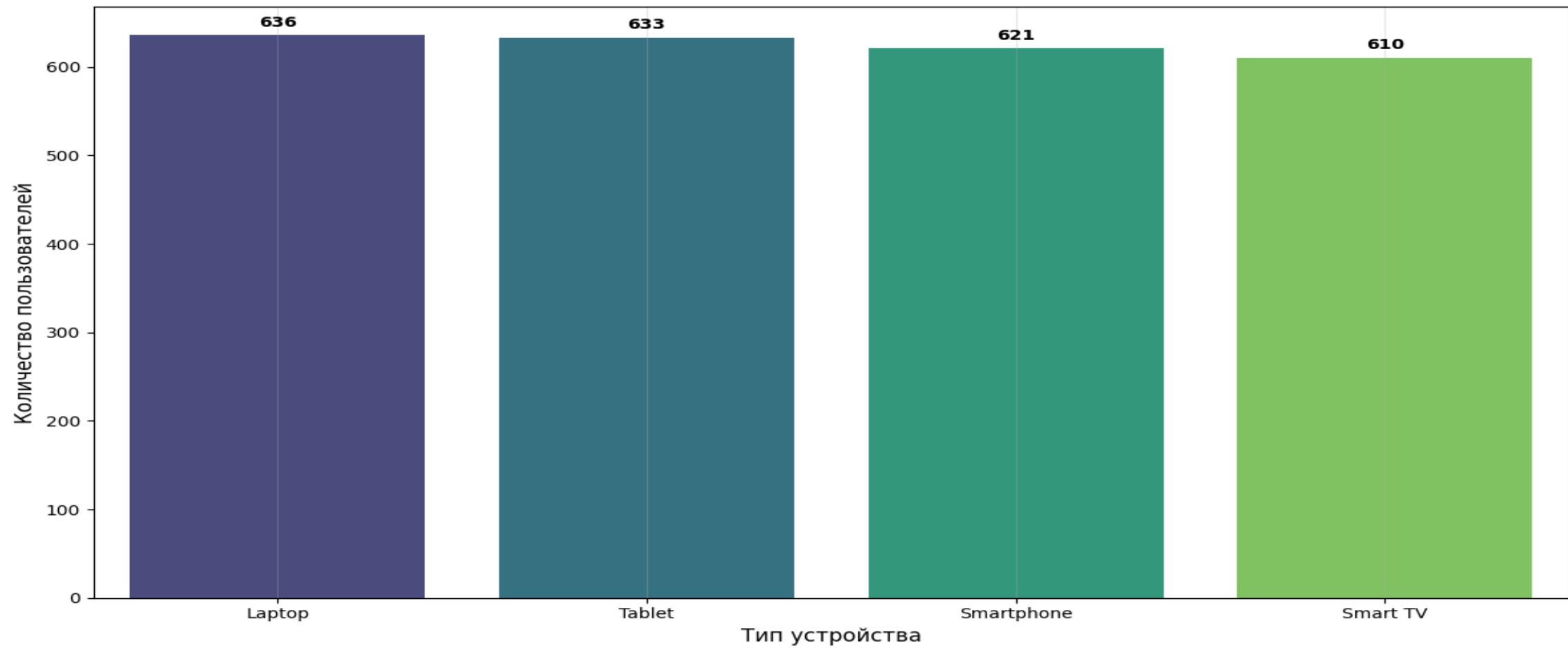
50.3%

Мужской

49.7%



Количество пользователей по типам устройств



Количество пользователей по типам устройств:

Laptop

636

Tablet

633

Smartphone

621

Smart TV

610

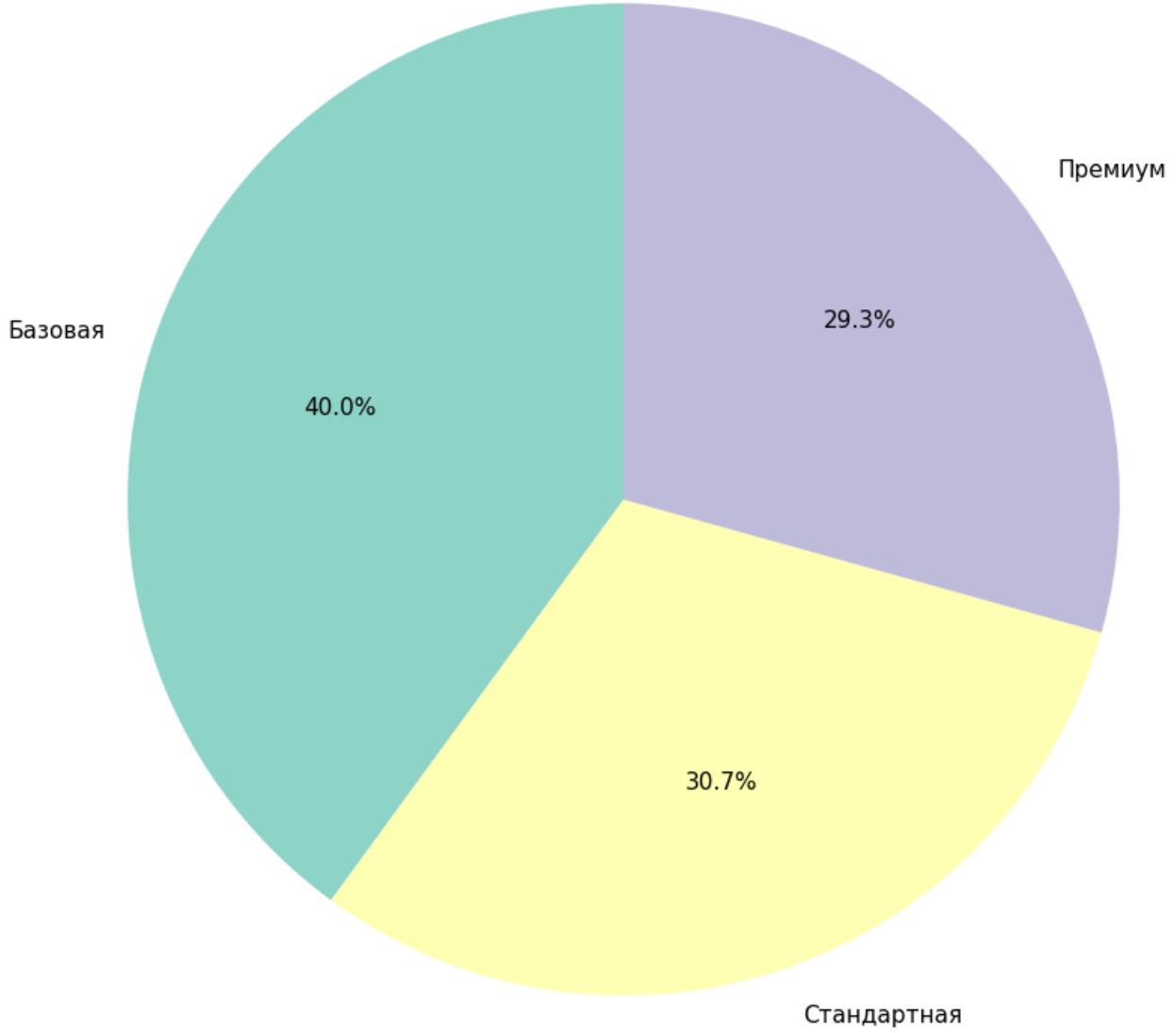
Распределение типов подписок:

Basic 999

Standard 768

Premium 733

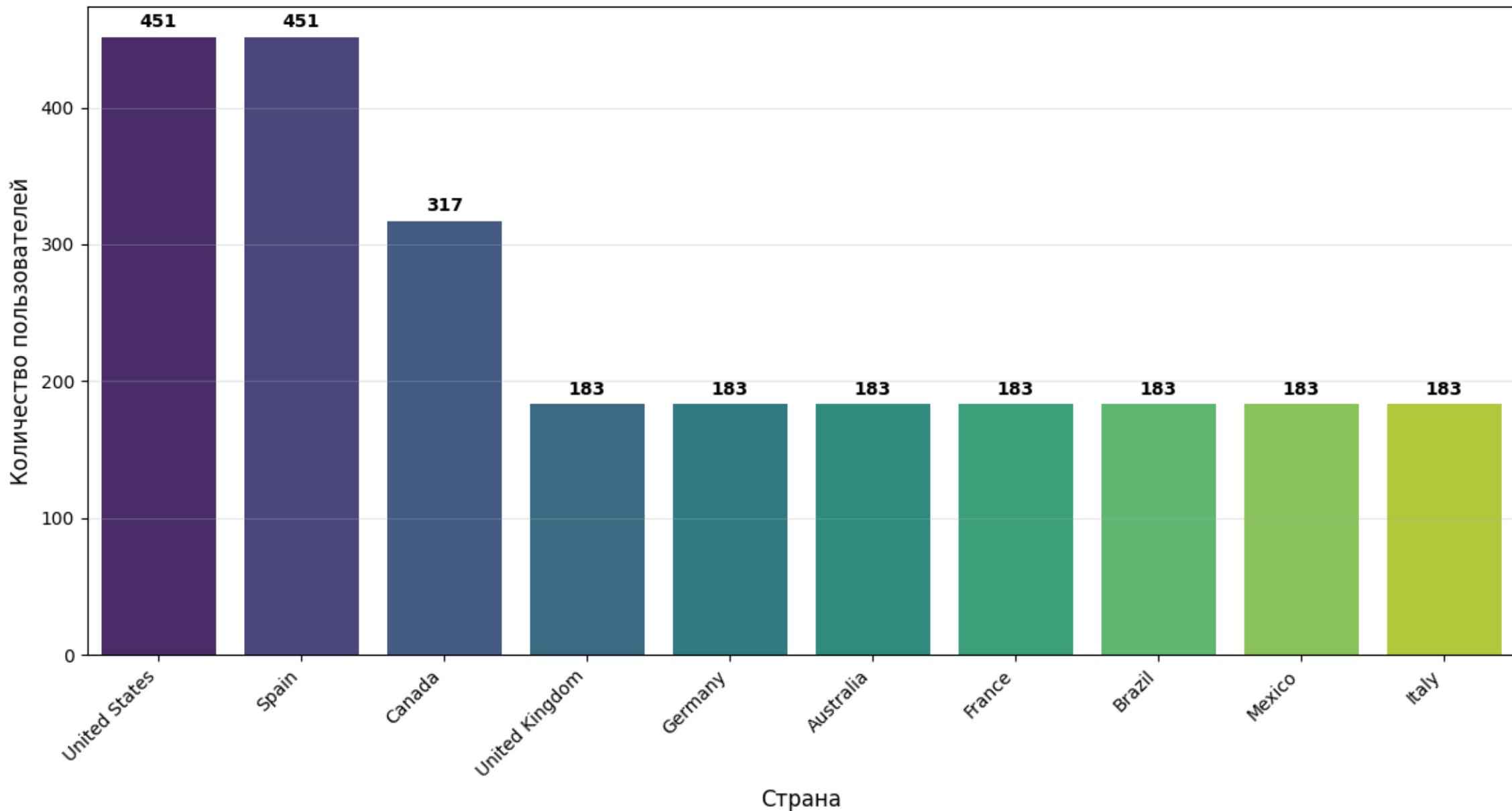
Распределение типов подписок пользователей



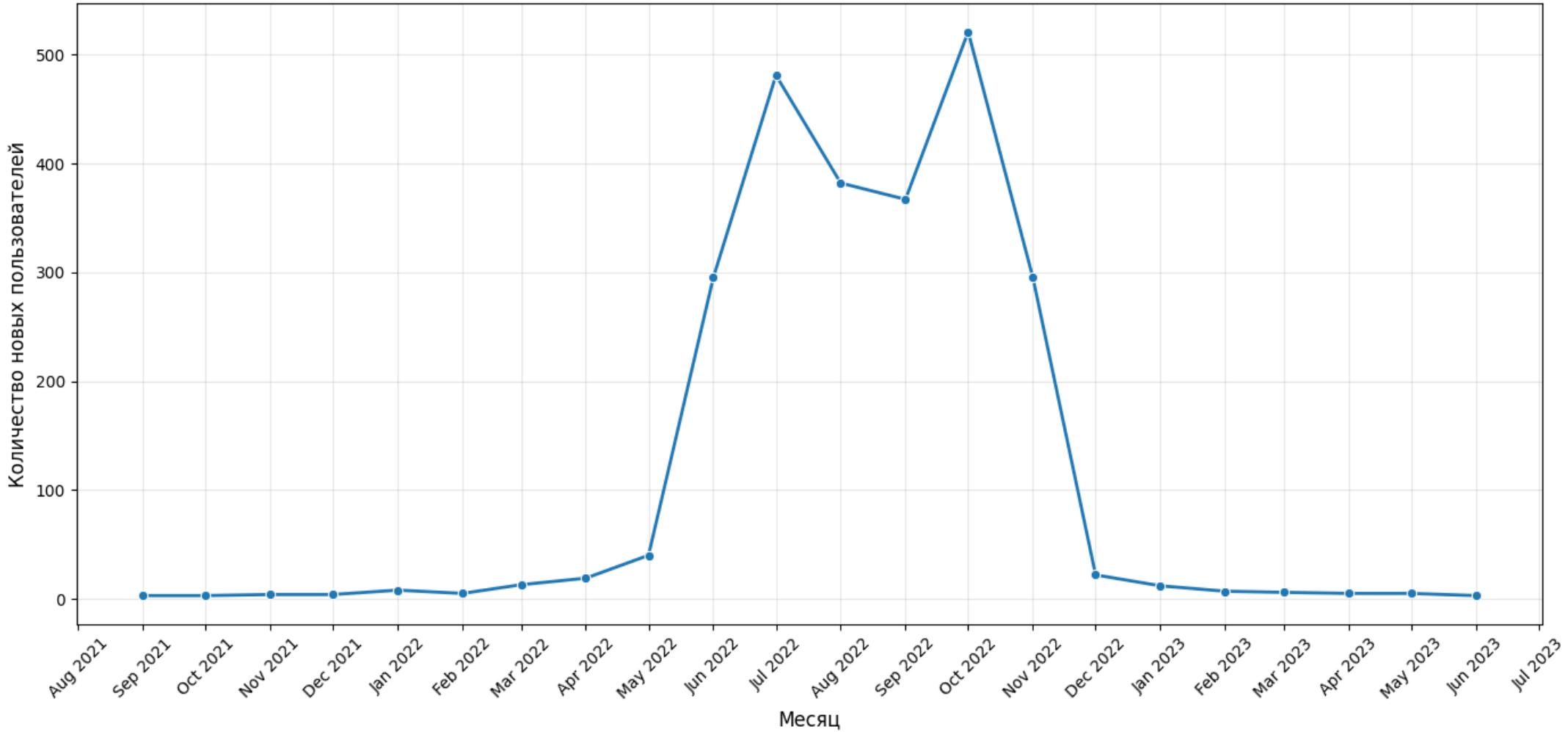
United States	451
Spain	451
Canada	317
United Kingdom	183
Germany	183
Australia	183
France	183
Brazil	183
Mexico	183
Italy	183

Name: count, dtype: int64

Распределение пользователей по странам (Топ-10)

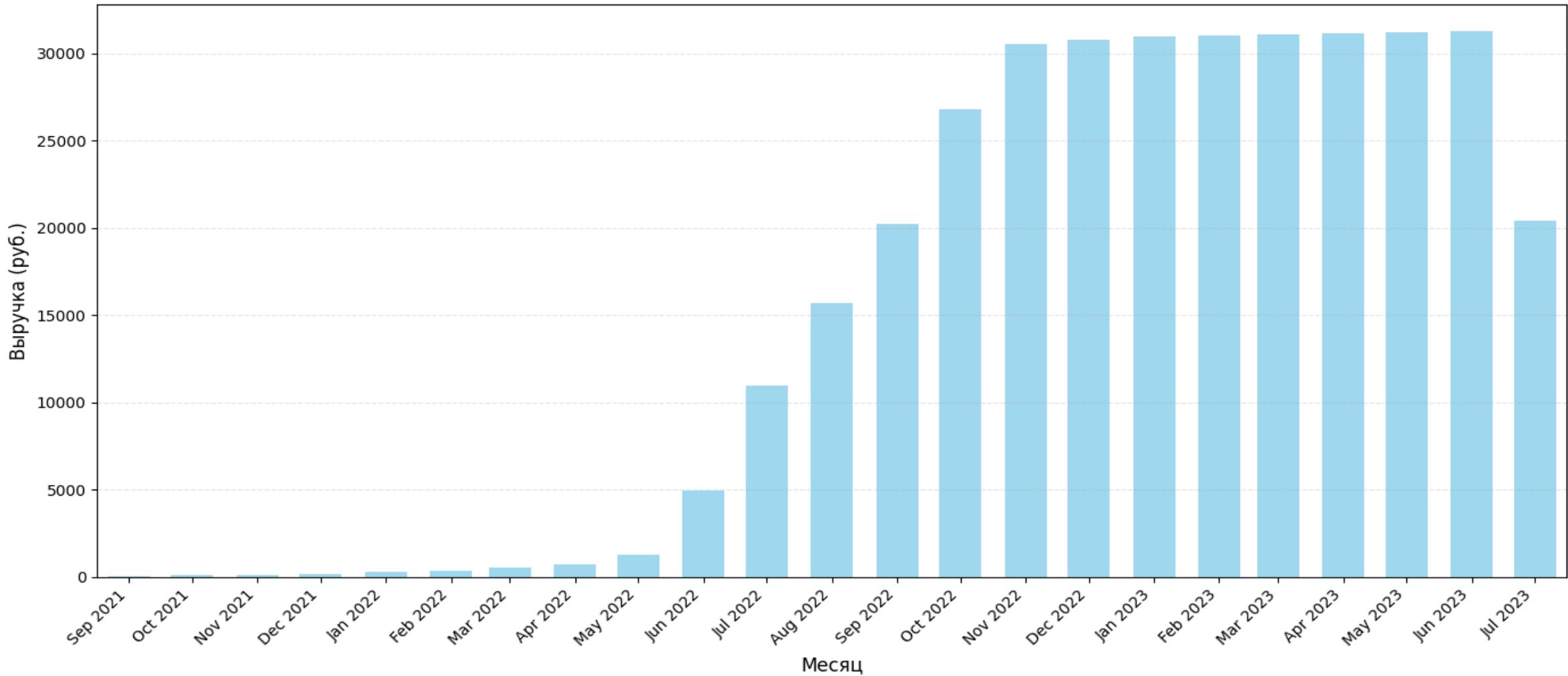


Динамика привлечения новых пользователей (по месяцам)



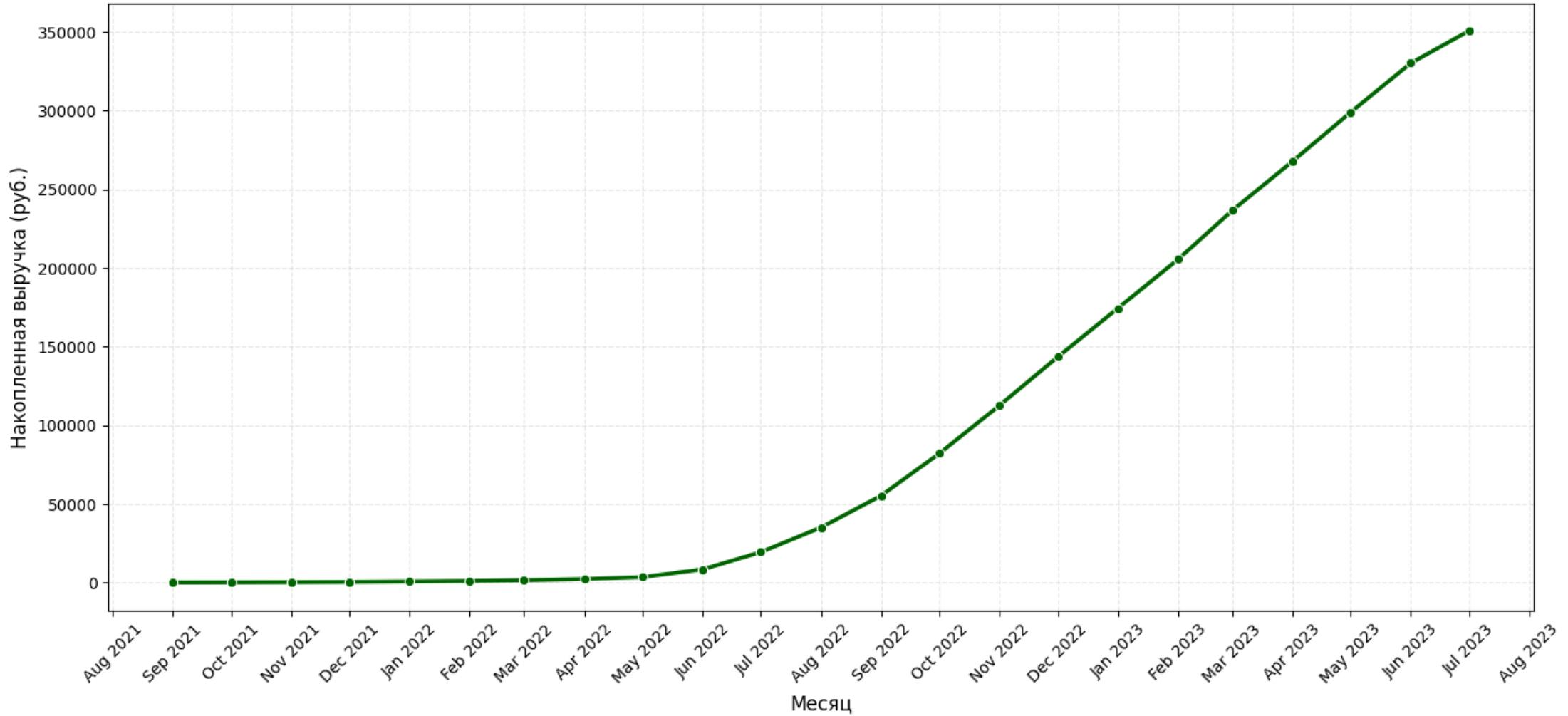
Новые пользователи были привлечены с мая по декабрь 2022 года

Ежемесячная выручка сервиса



Ежемесячная выручка сильно растет с мая по декабрь 2022года и далее, до июня 2023, практически не меняется

Накопленная выручка сервиса (с момента запуска)



Поведение накопленной выручки практически совпадает с поведением месячной выручки (см. предыдущий слайд)

Анализ платёжеспособности по возрастным группам:

Количество пользователей Средняя месячная выручка (руб.) \

age_group

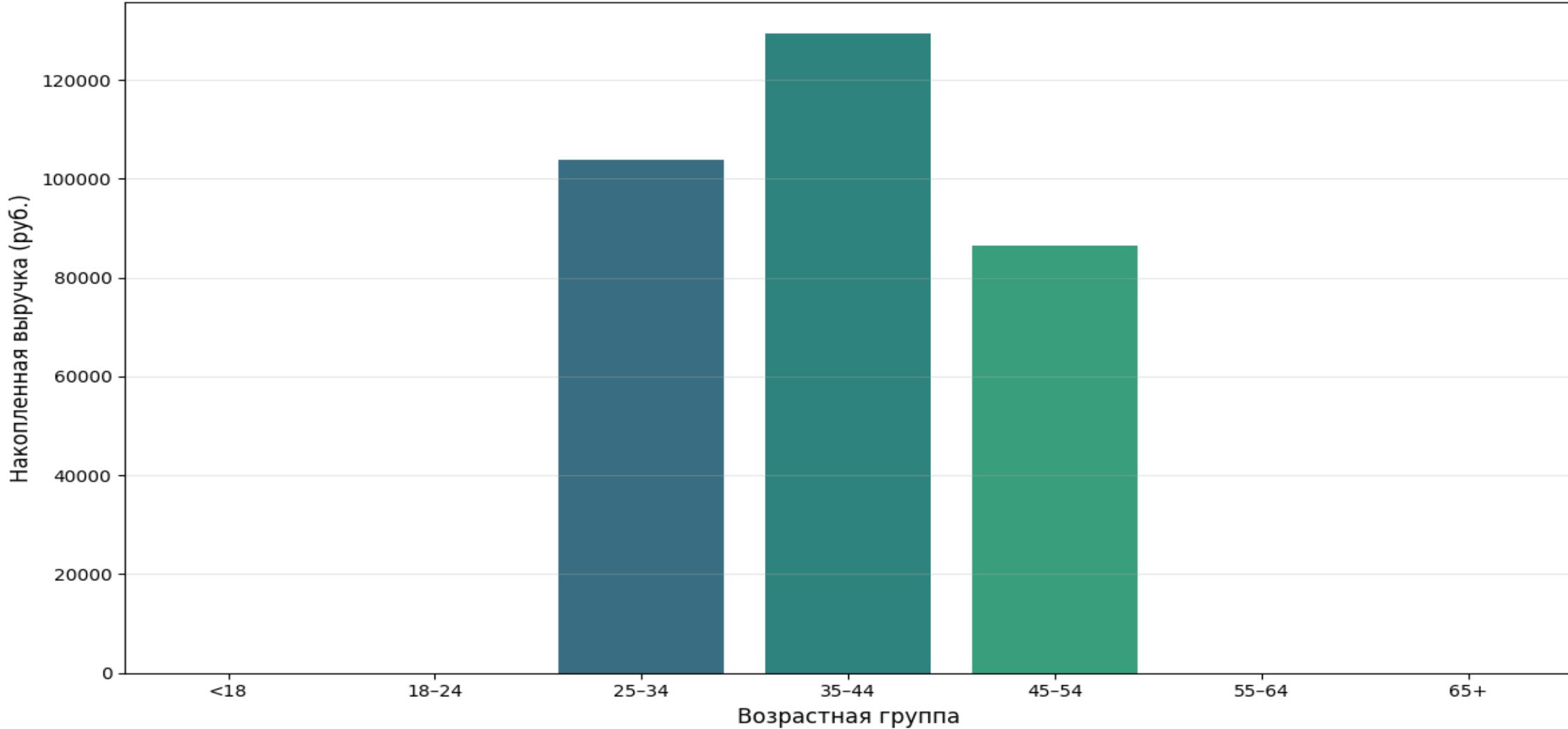
<18	0	NaN
18–24	0	NaN
25–34	811	12.54
35–44	1015	12.52
45–54	674	12.46
55–64	0	NaN
65+	0	NaN

Общая накопленная выручка (руб.) Доля в выручке (%)

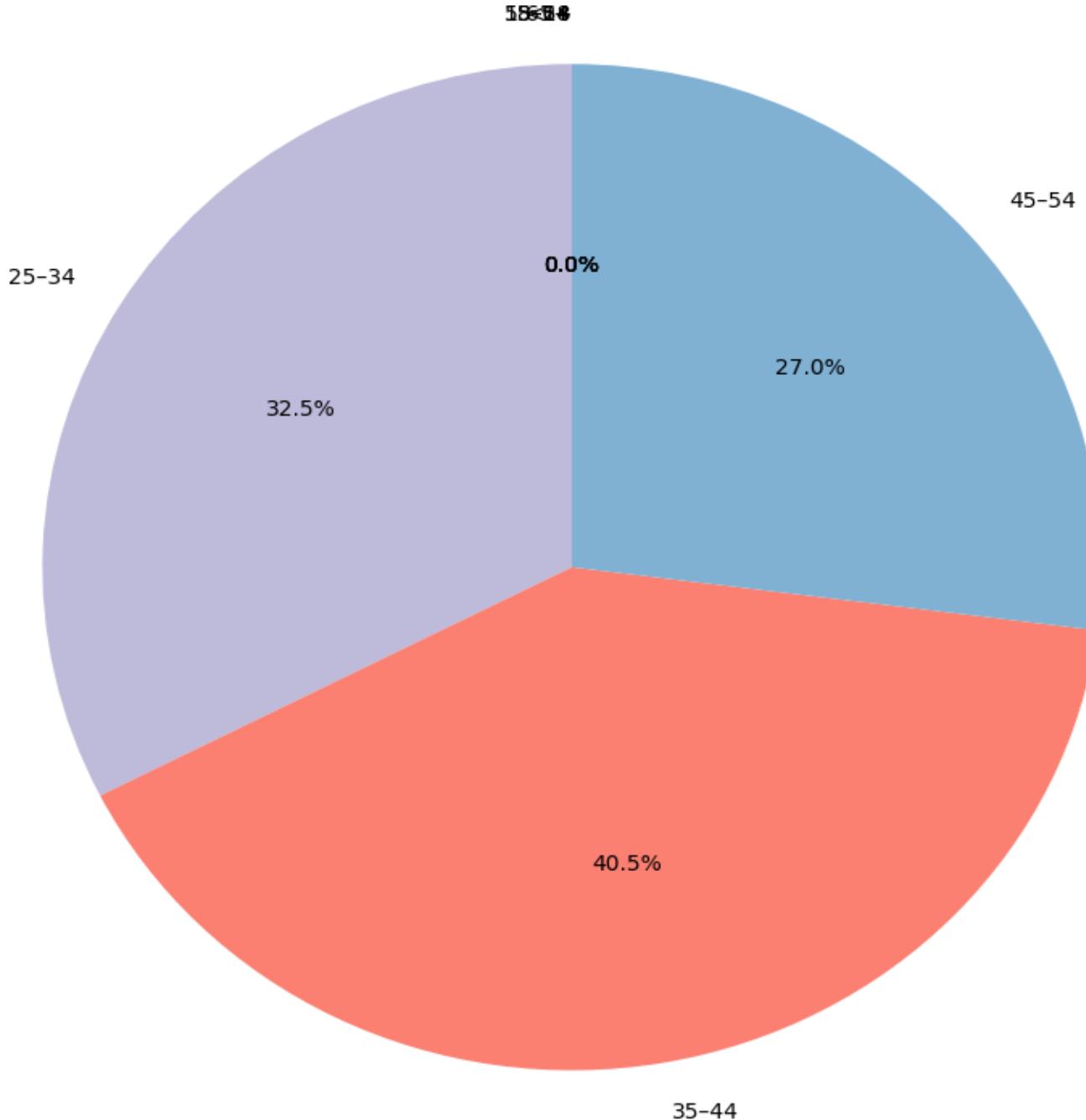
age_group

<18	0	0.0
18–24	0	0.0
25–34	103765	32.5
35–44	129348	40.5
45–54	86384	27.0
55–64	0	0.0
65+	0	0.0

Накопленная выручка по возрастным группам



Доля возрастных групп в общей выручке



Распределение типов подписок по возрастным группам (количество пользователей) :

subscriptionType	basic	premium	standard	Всего
age_group				
25-34	320	253	238	811
35-44	402	286	327	1015
45-54	277	194	203	674
Всего	999	733	768	2500

Рекомендации по улучшению сервиса

1. Работа с аудиторией

* **Реактивация пользователей**:

- * Внедрить систему уведомлений для неактивных пользователей
- * Разработать персонализированные предложения для возвращения клиентов
- * Создать программу лояльности с бонусами за непрерывное использование

* **Возрастные сегменты**:

- * Разработать специальные предложения для возрастной группы 25-34 (12.54 руб. средняя выручка)
- * Усилить контент для группы 35-44 (самая платежеспособная, 40.5% выручки)
- * Провести анализ причин низкой активности группы 45-54

2. Оптимизация подписок

* **Ценовая политика**:

- * Проанализировать распределение подписок по типам
- * Разработать новые тарифные планы с учетом предпочтений разных возрастных групп
- * Внедрить гибкие условия перехода между типами подписок

* **Географический аспект**:

- * Скорректировать соотношение типов подписок в странах с дисбалансом (например, Мексика и Италия)
- * Адаптировать предложения под локальные предпочтения

3. Техническая оптимизация

* **Кроссплатформенность**:

- * Улучшить пользовательский опыт на всех устройствах
- * Оптимизировать интерфейс под разные типы девайсов

* **Аналитика использования**:

- * Внедрить систему отслеживания активности пользователей
- * Разработать метрики для оценки эффективности контента

4. Маркетинговые инициативы

* **Географическое развитие**:

- * Усилить присутствие в странах с высоким потенциалом (Испания, США)
- * Разработать стратегию входа в новые рынки

* **Привлечение новых пользователей**

- * Оптимизировать процесс регистрации
- * Создать привлекательные акционные предложения
- * Разработать реферальную программу

5. Финансовые улучшения

- * **Оптимизация выручки**:

- * Внедрить динамическое ценообразование
 - * Разработать дополнительные источники дохода
 - * Оптимизировать структуру затрат

- * **Мониторинг показателей**:

- * Создать систему раннего предупреждения о снижении активности
 - * Внедрить регулярный анализ финансовых метрик

6. Продуктовые улучшения

- * **Контентная стратегия**:

- * Разработать рекомендации по типам контента для разных сегментов
 - * Внедрить систему оценки качества контента
 - * Создать механизм быстрого реагирования на изменения предпочтений

- * **Пользовательский опыт**:

- * Улучшить систему рекомендаций
 - * Оптимизировать поиск контента
 - * Разработать персонализированные плейлисты

7. Операционные улучшения

- * **Аналитика поведения**:
 - * Внедрить систему отслеживания пользовательских сценариев
 - * Разработать механизмы прогнозирования оттока
 - * Создать систему быстрого реагирования на проблемы

- * **Техническая инфраструктура**:
 - * Оптимизировать скорость загрузки контента
 - * Улучшить качество стриминга
 - * Обеспечить стабильную работу сервиса

Спасибо за внимание

NETFLIX

Исследование выполнил Александр Глебовский

E-mail: vizitor1@mail.ru