

ZOMBIE REVOLUTION

Analytical research

GULYAEVA VERONIKA

MAY, 2025

AGENDA



Основные метрики



Маркетинговые
активности и инциденты



Финансовые показатели



Монетарные расчеты



Лояльные пользователи



Основные метрики

Основные метрики

01

Пользователи

- Количество базы;
- Время регистрации;
- Динамика пользовательской базы.

02

Игровые сессии

- Количество и качество игровых сессий;
- Анализ «длинных» сессий.

03

Реферальная программа

- Подробное исследование результатов.

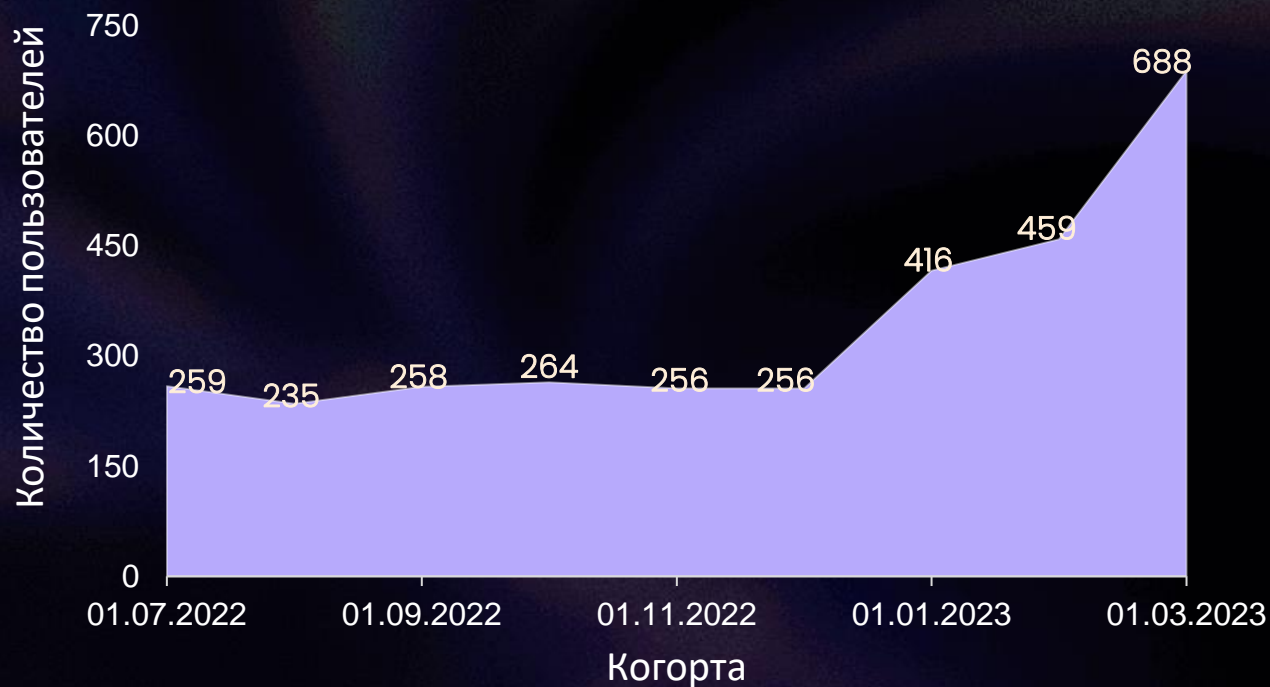
Коротко о важном: Пользователи

В анализ **не включаются данные за апрель 2023 года**, поскольку месяц еще не завершился

Имеется **факт повторных регистраций** у 15 пользователей, из них у 11 по 2 раза и у 4 пользователей 4 раза

Пользователи с неопределенным временем регистрации **отсутствуют.**

Динамика пользовательской базы



3 078

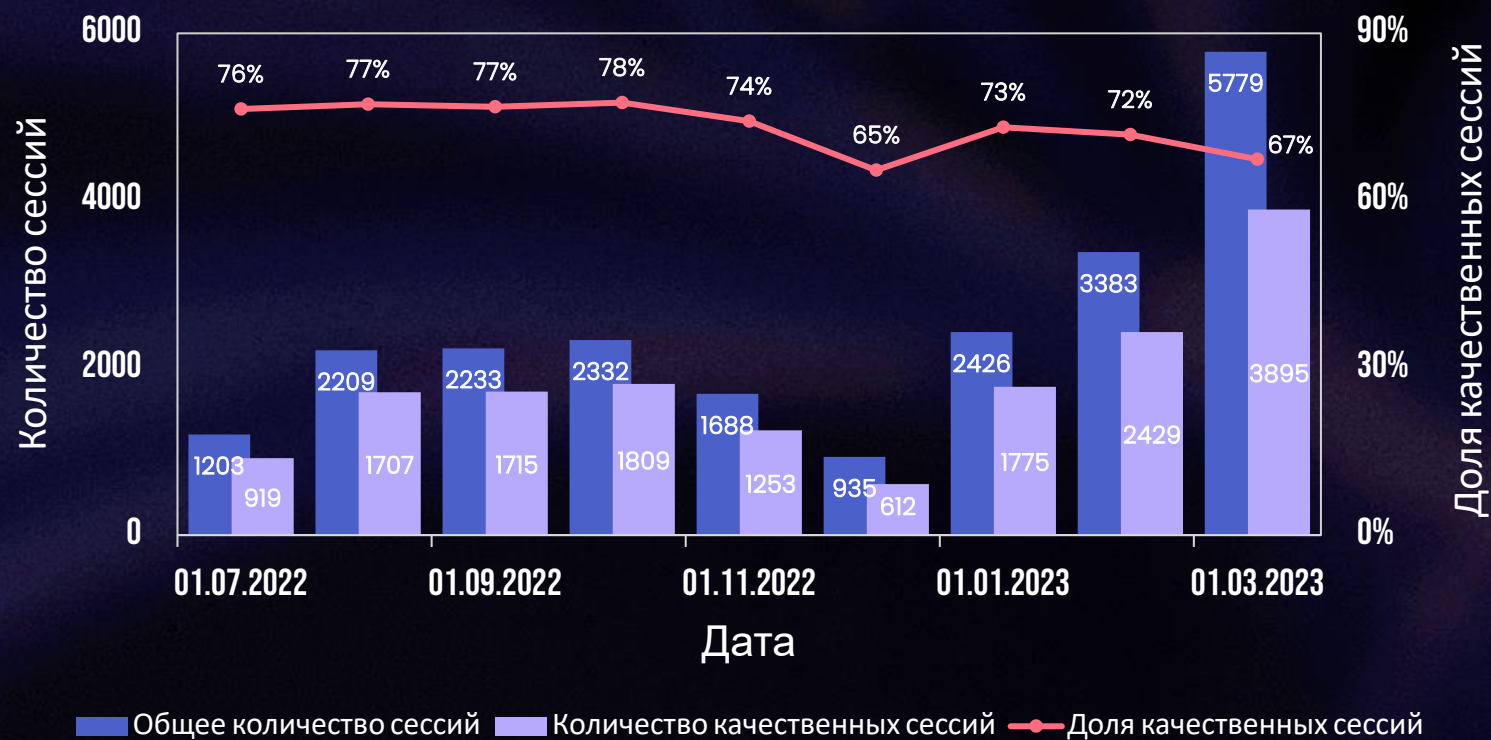
Уникальных пользователей

01.07.2022 - 31.03.2023

Исследуемый период

Сколько играют и как надолго: вглубь пользовательских сессий

Количество и качество игровых сессий



Количество сессий

5 779

+ 70% роста в марте 2023

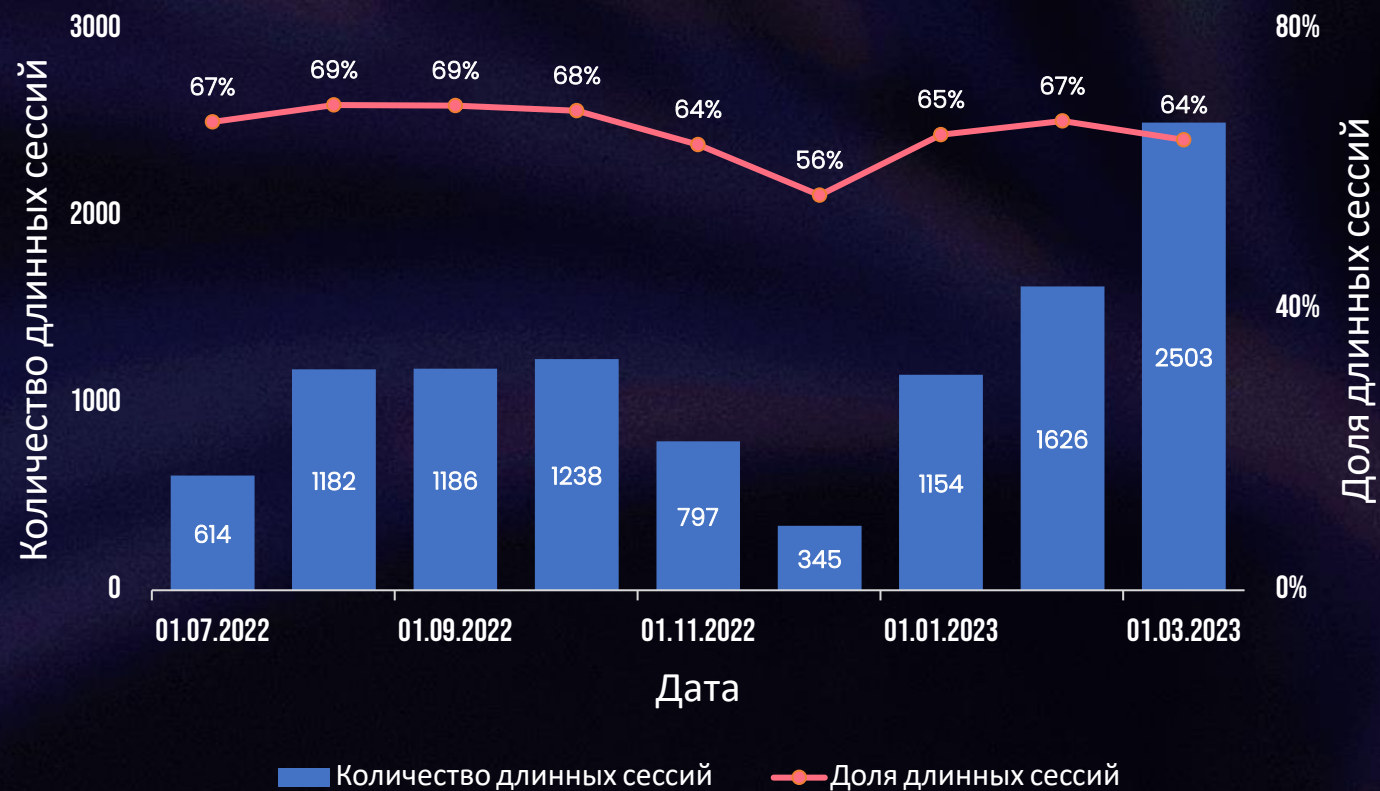
Качество сессий

67 %

- 5 п.п в марте 2023

Обзор игровых «длинных» сессий

Динамика длинных игровых сессий



Количество сессий

2 503

+ 54% роста в марте 2023

Качество сессий

64 %

- 3 п.п в марте 2023

Приведи друга: итоги реферальной кампании

Участники

2 992

97% от общего количества

Приглашения

7933

2,65 на 1 участника
2,58 на 1 пользователя

Конверсия в установку

36 % 

Пользователи

27

Имеют >5 приглашений и
>=50% конверсия в установку

Участник

1

Имеет >6 приглашений и
0% конверсии в установку



Маркетинговые активности и инциденты

Маркетинговые активности и инциденты

01

Маркетинговые активности

Суть акции: более частый заход в игру позволял получить больше бесплатных кристаллов.

Акция длилась первые три недели марта 2023 года.

02

Инциденты

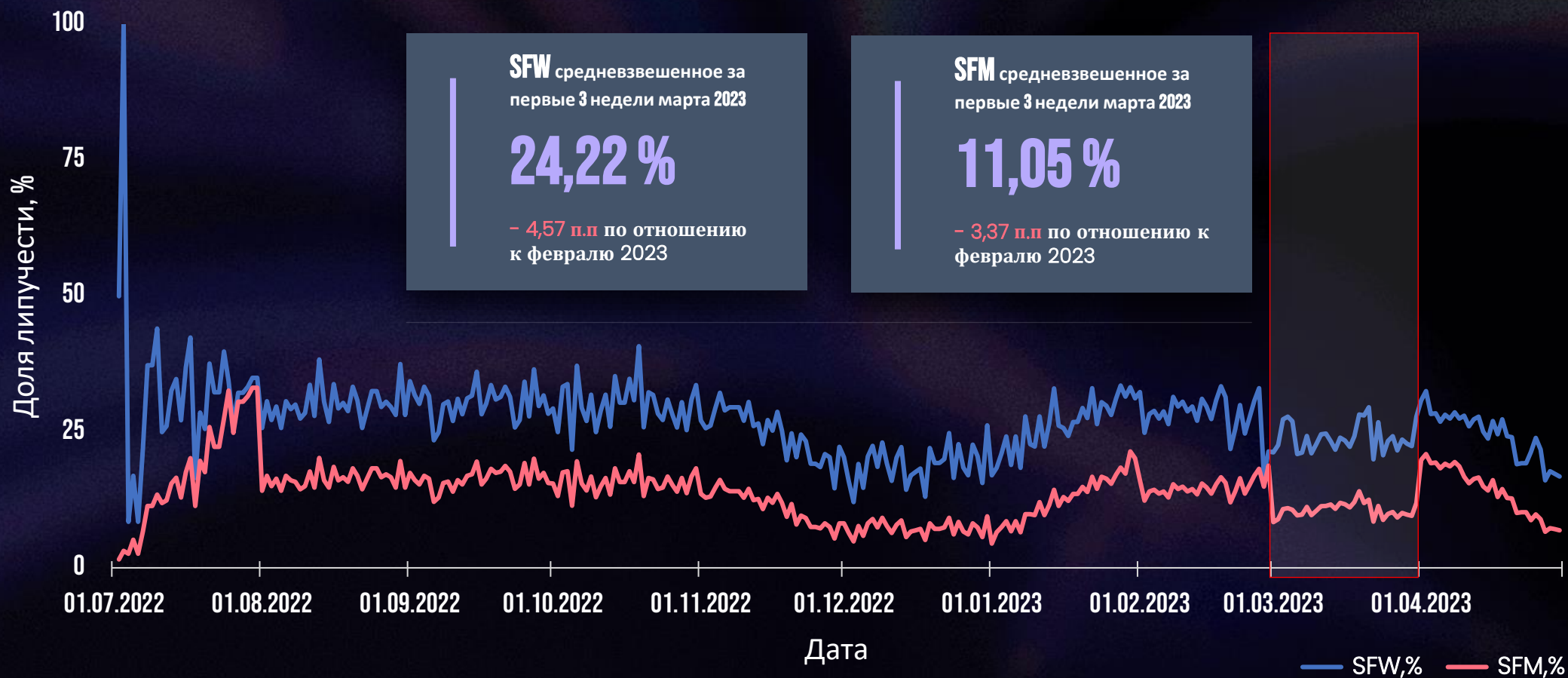
Проверка гипотезы: большая часть проблемных записей с незаполненным полем **END_SESSION** поступают с **IOS**.

Какие результаты проведенной маркетинговой акции на графиках клиентских метрик?



Фактор “липучести”: остаются ли с нами?

Динамика SFW, SFM



Незавершенные сессии: ищем слабые места в сценариях

Общее количество сессий

27 161

Количество незавершенных

3 262

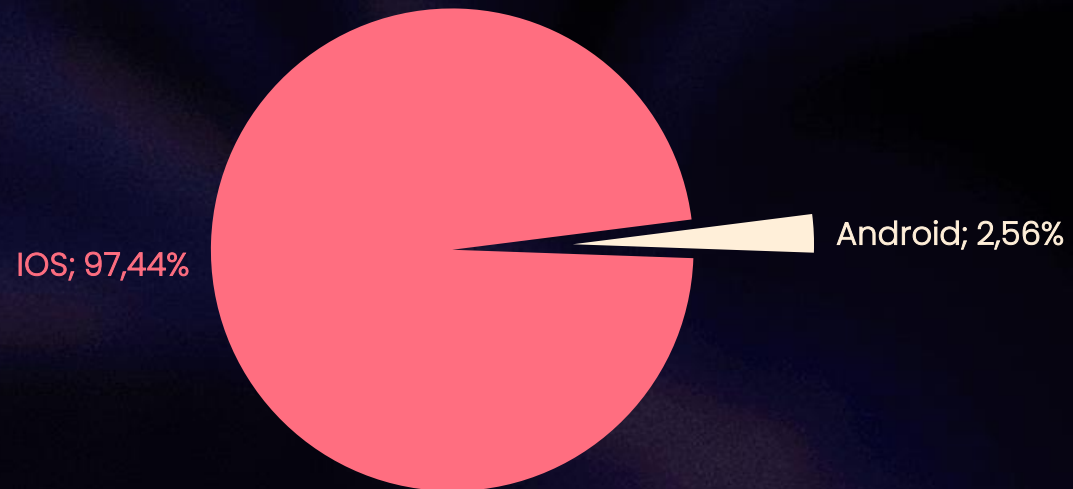


Доля незавершенных

12 %



Доля незавершенных сессий по типам устройства



Гипотеза подтверждена



Финансовые показатели

Финансовая картина по типам продукта

Динамика суммарных клиентских выплат
по месяцам в разрезе по типам продукта



Повышение цены на кристаллы: влияние на ключевые таргеты

Динамика среднего количества и выручки



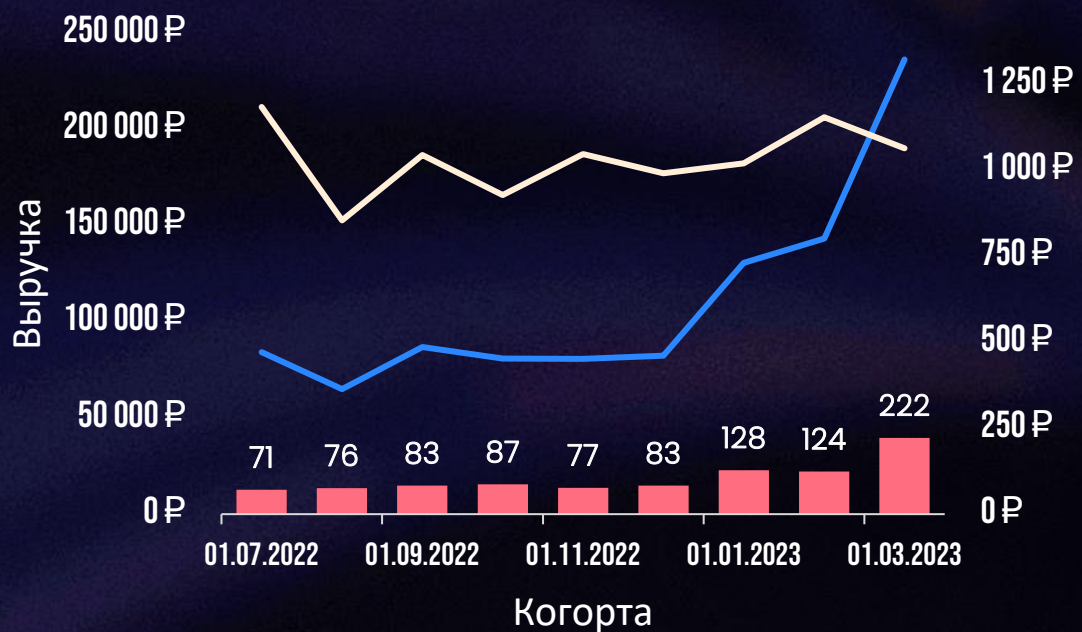
Изменение цены **не** привело к росту выручки, игроки **меньше** покупают кристаллы и получают **меньше** ресурсов в игре.



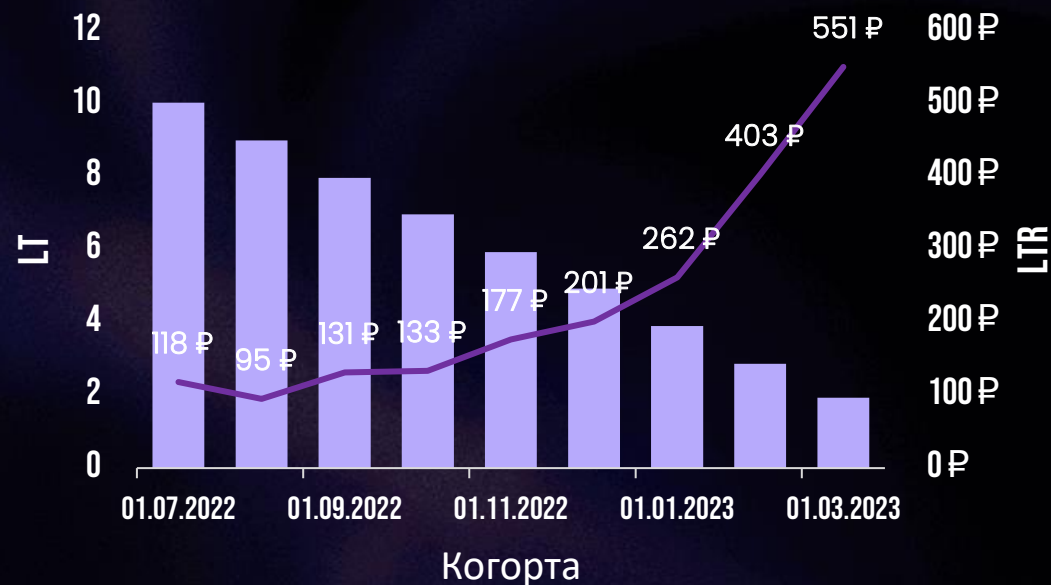
Март 2023 не учитываем, ввиду влияния маркетинговой акции

Какие когорты являются самыми «щедрыми»?

Динамика средней выручки на одного клиента за всё время



LT и LTR



■ Cohort_size — Revenue — Avg_revenue_per_1person

■ LT — LTR



Монетарные расчеты

Монетарные расчеты

01

Альтернативная стратегия привлечения клиентов

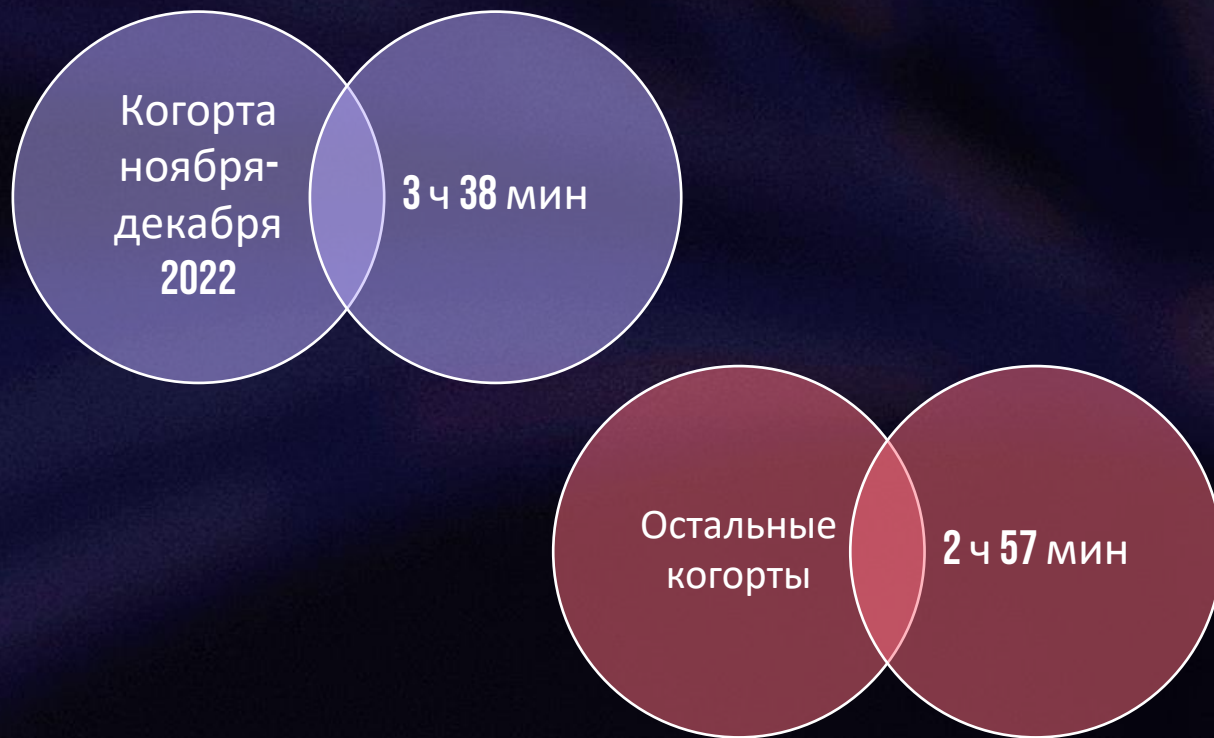
Проверка гипотезы: в ноябре и декабре 2022 года из-за более дорогой и таргетированной рекламы мы приобрели более «лояльных» игроков.

02

Прогнозирование объема когорты

- Расчет **K-FACTOR**;
- Анализ среднего объема когорты;
- Прогнозирование и выводы.

Сработала ли альтернативная стратегия привлечения клиентов ?



Гипотеза подтверждена



В ноябре и декабре 2022 года из-за более дорогой и таргетированной рекламы мы приобрели более «лояльных» игроков, которые больше времени посвящают нашей игре.



Учтены сессии только длиннее пяти минут

Что ожидает нас в будущем?



Средний размер когорты



K-FACTOR <1 указывает на то, что игра **не распространяется "вирусно"**.

Новые игроки **привлекают меньше** пользователей, чем сама когорта, что может привести к истощению когорты в будущем.



Необходимо улучшить условия реферальной программы.



Лояльные пользователи

Какой критерий лояльности выбрать ?

CRIT_INVITE

- Пользователь, который пригласил как минимум троих друзей, из которых как минимум один зарегистрировался в игре

CRIT_1000

- Пользователь, который заплатил суммарно больше 1000 рублей за всё время

CRIT_INVITE AND CRIT_1000

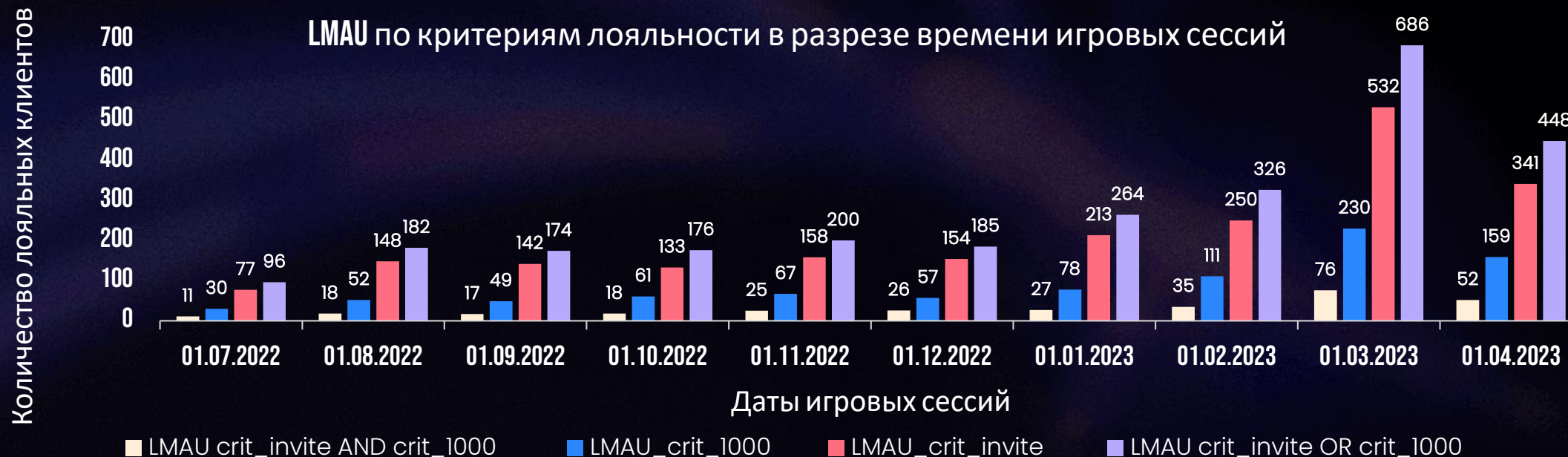
- Пользователь, который выполняет оба условия

CRIT_INVITE OR CRIT_1000

- Пользователь, который выполняет одно из двух условий

TOP 100 пользователей по средним выплатам

LMAU по критериям лояльности в разрезе времени игровых сессий

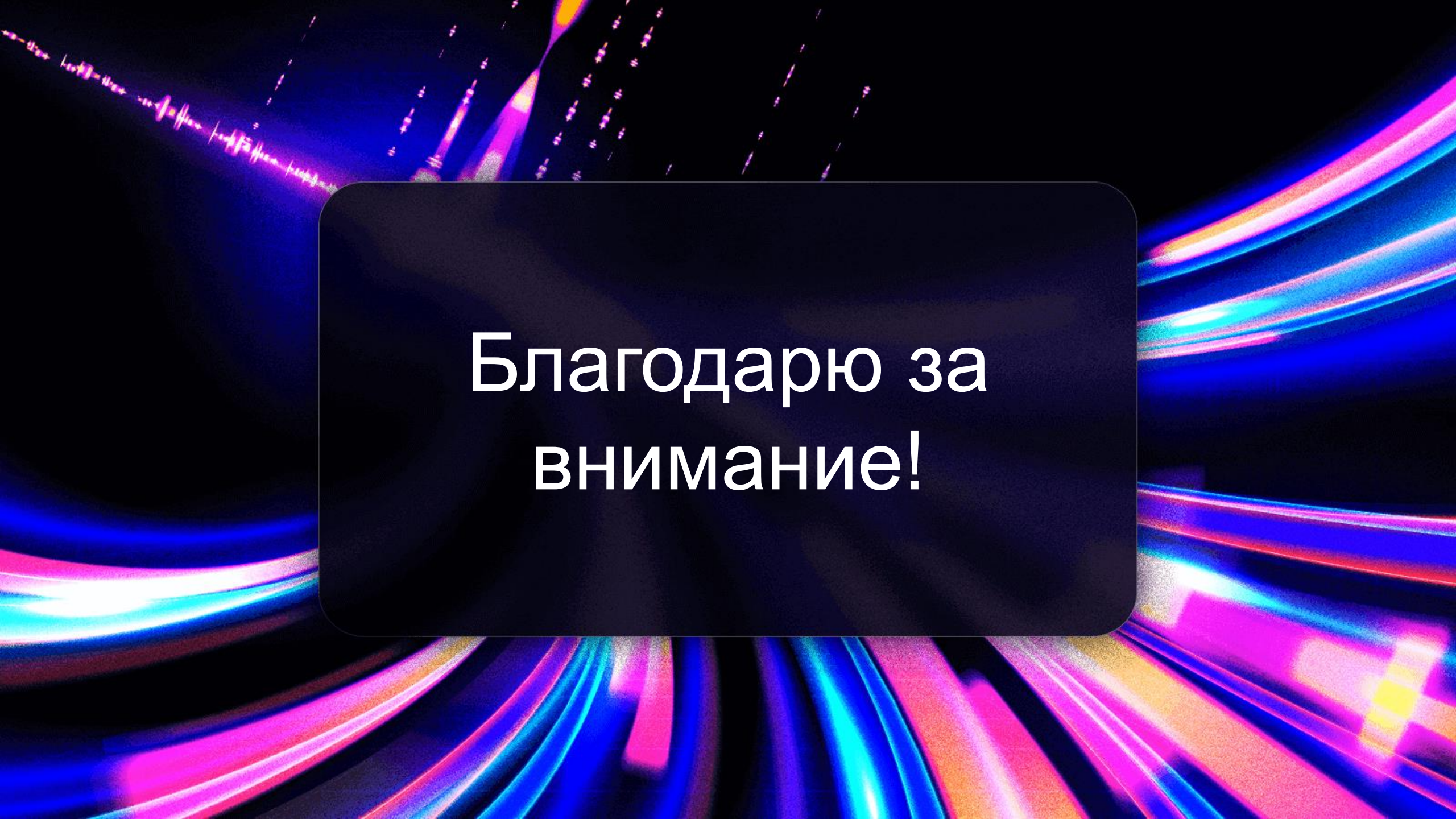




Подведем итоги:

- **Сильные стороны:** рост пользовательской базы, доли качественных сессий, суммарных клиентских выплат, позитивный результат альтернативной стратегии привлечения клиентов.
- **Зона для улучшений:** изменить реферальную систему, пофиксить баг, протестировать цену и последующие кампании.

Вопросы и ответы



Благодарю за
внимание!