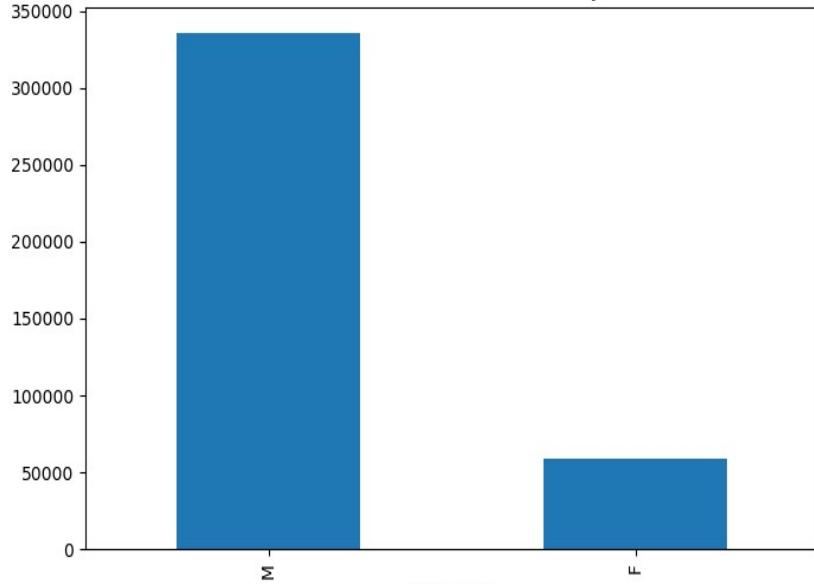


Поездки на самокатах: продуктовый анализ

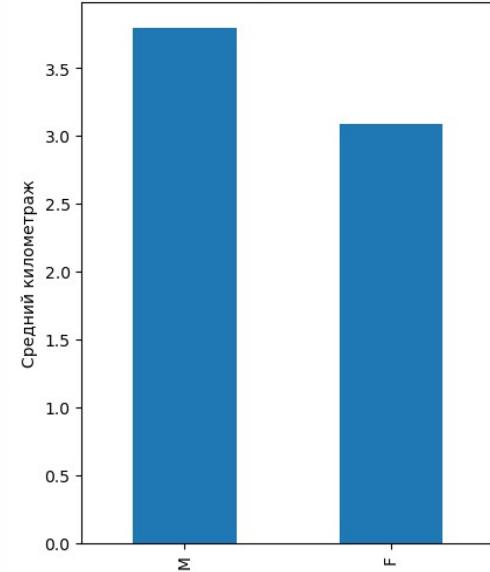
Полную версию анализа можно найти на GitHub:

https://github.com/IlyaGorr/scooter_analytics

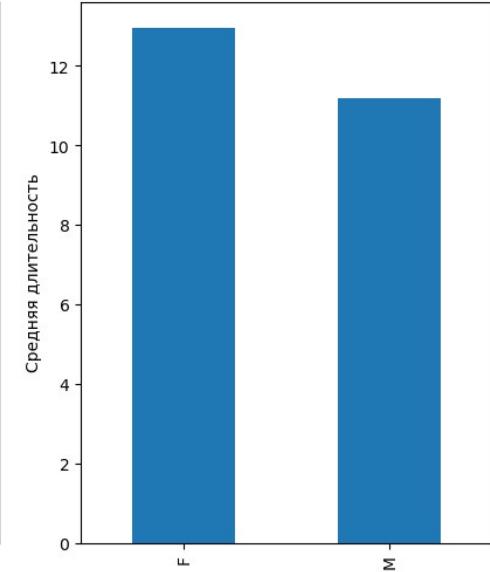
Количество поездок по полу



Средний километраж поездки по полу



Средняя длительность поездки по полу

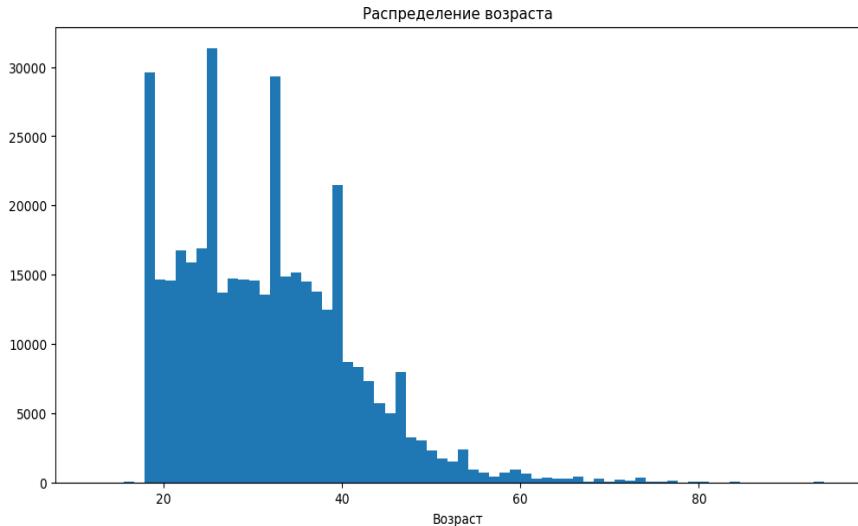


Здесь большая часть пользователей – мужчины. Они,

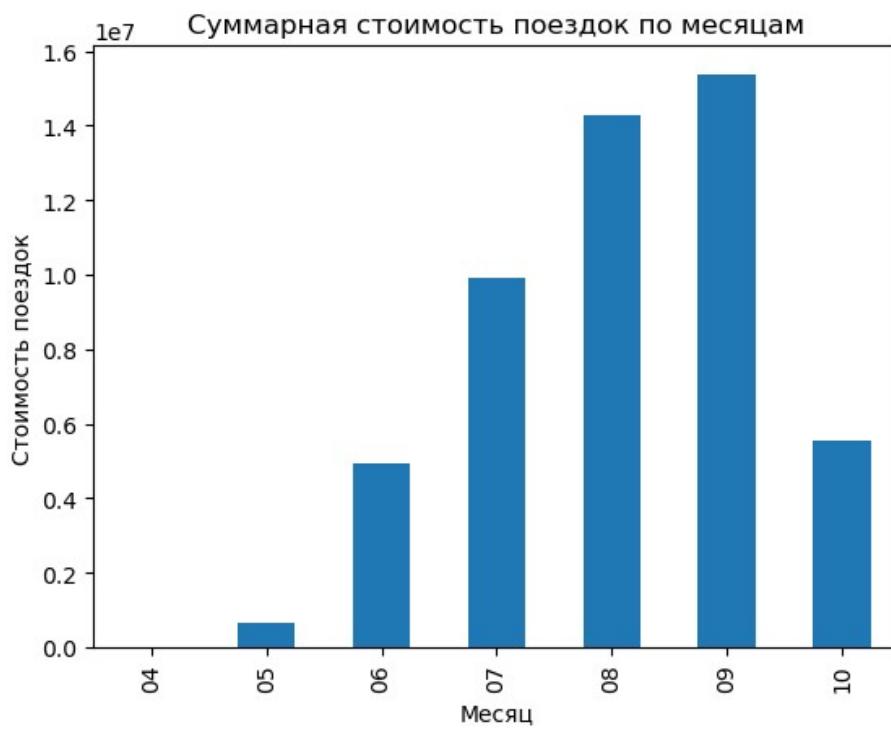
в среднем, совершают длинные, но меньшие по времени поездки, женщины - наоборот.

marital_status_cd	CIV	DIV	MAR	UNM	WID
gender_cd					
F	0.095946	0.073115	0.372049	0.441758	0.017132
M	0.064707	0.051349	0.335268	0.547558	0.001117

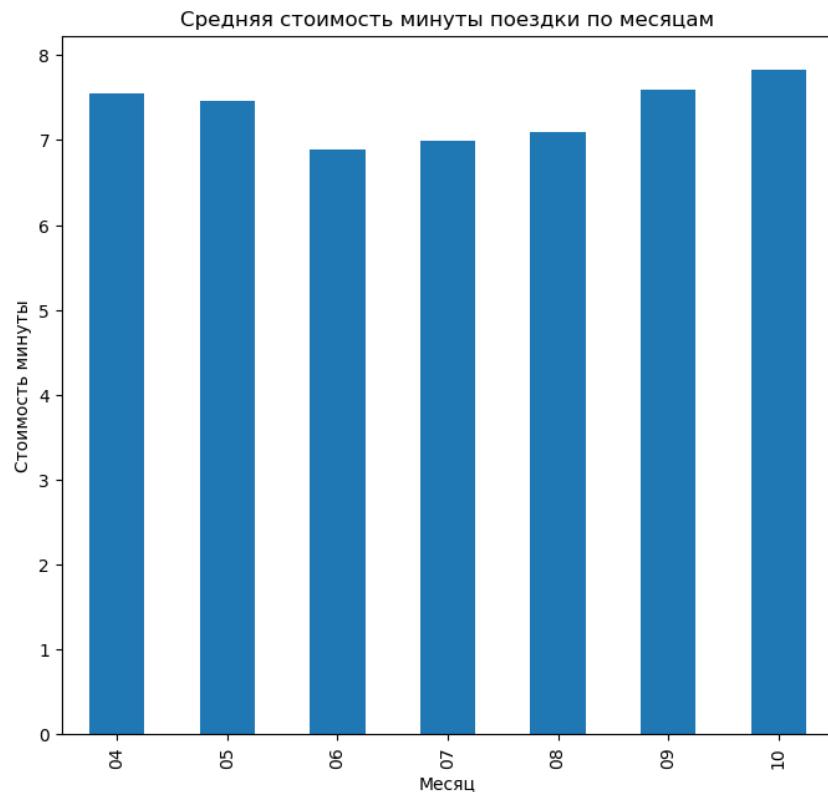
Кросс-таблица: пол и семейное положение



Исходя из полученных данных: целевая аудитория имеет возраст до 40 лет. По семейному положению самые активные – холостые/незамужние пользователи. Среди мужчин эта доля наибольшая. Для женщин аналогично, но отрыв меньше.



Видно, что летние месяцы
самые активные.



Причём, средняя стоимость
минуты почти не меняется.

Более детально – можно разбить на когорты по месяцу первой поездки. Самая активная когорта – те, кто катаются летом, она же и самая прибыльная (см. таблица ниже).

first_month	0-30	30-60	60-90	90-120	120-150	150-180	180-210
04	12 850,722	10 841,747	22 125,115	22 292,248	15 951,169	8 050,4097	1 013,97003
05	1 164 561	686 264,06	547 627,6	500 519,56	314 657,38	18 451,902	
06	6 621 766,5	3 286 415,2	2 843 703,2	1 855 022	331 187,5		
07	6 697 306,5	2 935 686,2	1 946 303,4	347 588,47			
08	9 270 330	2 467 611	379 732,8				
09	6 981 423,5	426 283,9					
10	935 553,6						

Здесь столбец – первый месяц поездки, строка – поведение когорты в промежуток 0-210 дней (с шагом 30 дней, или один месяц)

Формулировка гипотез

- 1) Так как летние пользователи самые активные, можно придумать программу лояльности весной и осенью - поощрять пользователей (например, промокодом). Этим мы повысим LTV пользователя.
- 2) Основная аудитория - мужчины, километраж их поездок в среднем выше, можно реализовать систему достижений - за которое пользователь будет получать, например, повышенный кэшбек. Этим мы повысим LTV и число поездок, т.е. и прибыль.
- 3) Чтобы привлечь и девушек, можно изменить дизайн приложения - сделать цвета и шрифт более мягкими. Этим мы увеличим количество пользователей.

Анализ гипотез

Самая перспективная, на мой взгляд, гипотеза №2 - система достижений, встроенная в приложение. Она основана на наших данных и решает одну из особенностей (мужчин больше и они ездят дальше), если внедрить подобный соревновательный элемент. К тому же, она прямо влияет на LTV пользователя и общую прибыль.

Итоги

По моим предположениям, доля данного сервиса Т-Банка в индустрии составляет не менее 40%. Самокаты Woosh довольно распространены, их много относительно самокатов других компаний. Пользователи выбирают данный сервис, исходя из клиентоориентированности и удобства, здесь же учитываю личный опыт =)

В ходе подготовки задания была использована нейросеть DeepSeek. Она помогла составить примерный план анализа и указала, с чего можно начать.