Анализ убытков приложения ProcrastinatePRO+

Задача для маркетингового аналитика развлекательного приложения Procrastinate Pro+. Несмотря на огромные вложения в рекламу, последние несколько месяцев компания терпит убытки. Наша задача — разобраться в причинах и помочь компании выйти в плюс.

Проведен анализ данных от ProcrastinatePRO+. Рассчитаны различные метрики, использован когортный анализ: LTV, CAC, Retention rate, DAU, WAU, MAU и т.д. Использованы уже написанные ранее функции расчёта метрик. Сделаны выводы по полученным данным.