



NETFLIX USER ANALYTICS

2500 пользователей · 2 года наблюдений ·

338 тыс. \$ выручки

Комплексный анализ пользовательской базы и монетизации |
Data Analyst Portfolio | 2025

Исследование выполнил ДРОБЕНЮК Г.Н.
в рамках курса по анализу данных

Хронология роста платформы



Ключевые показатели анализа

2500

Пользователей

Проанализировано
активных аккаунтов за
двахлетний период

\$338K

Lifetime Revenue

Совокупная выручка от
всей пользовательской
базы

38.8

Средний возраст

Демографический
профиль типичного
пользователя

50.3%

Женщины

Гендерное
распределение
аудитории практически
равномерное



Возрастная структура аудитории

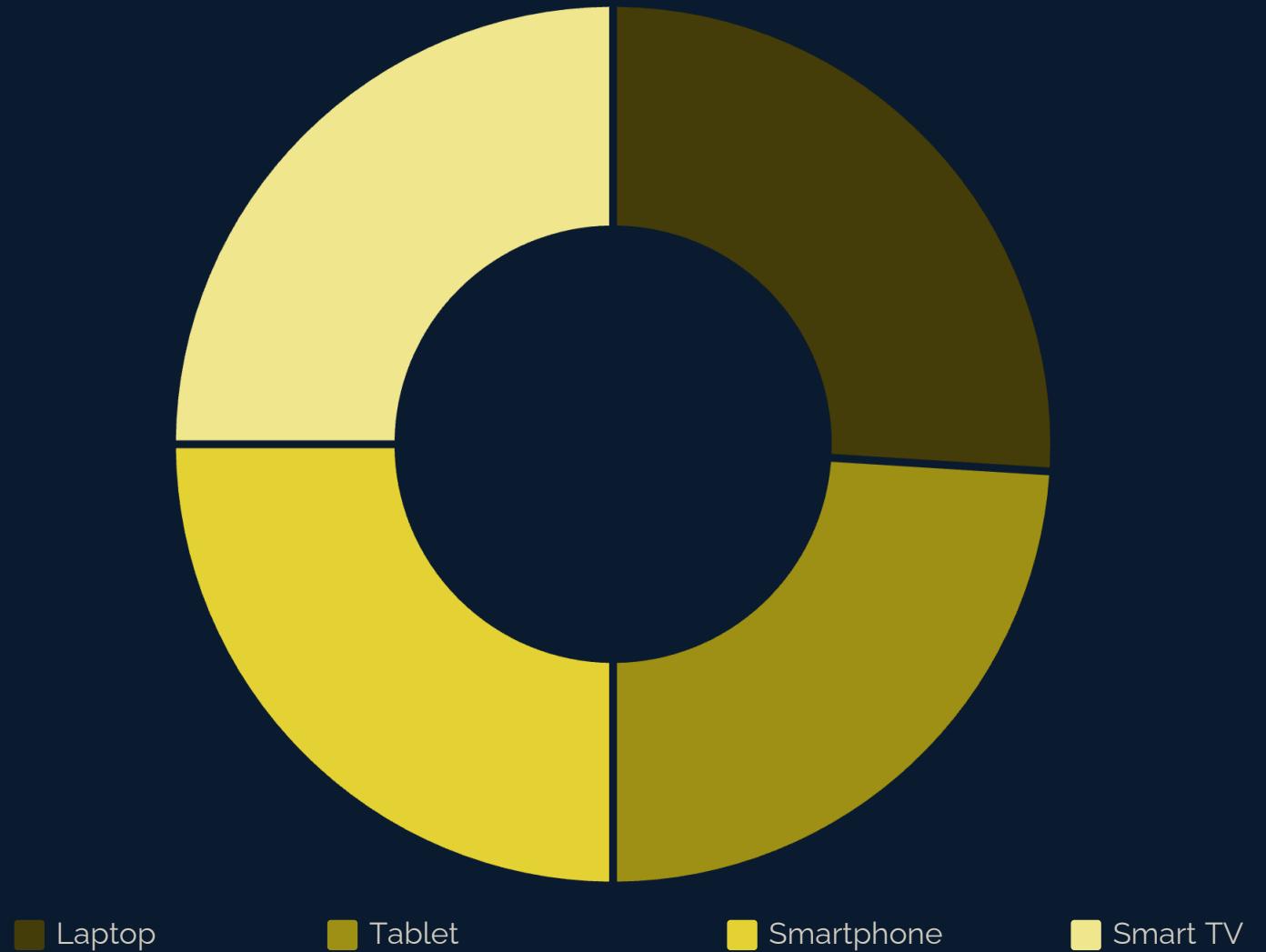


Зрелые миллениалы и Gen X

Самая широкая возрастная группа — 31–44 года. Это экономически активная аудитория с устойчивыми потребительскими привычками.

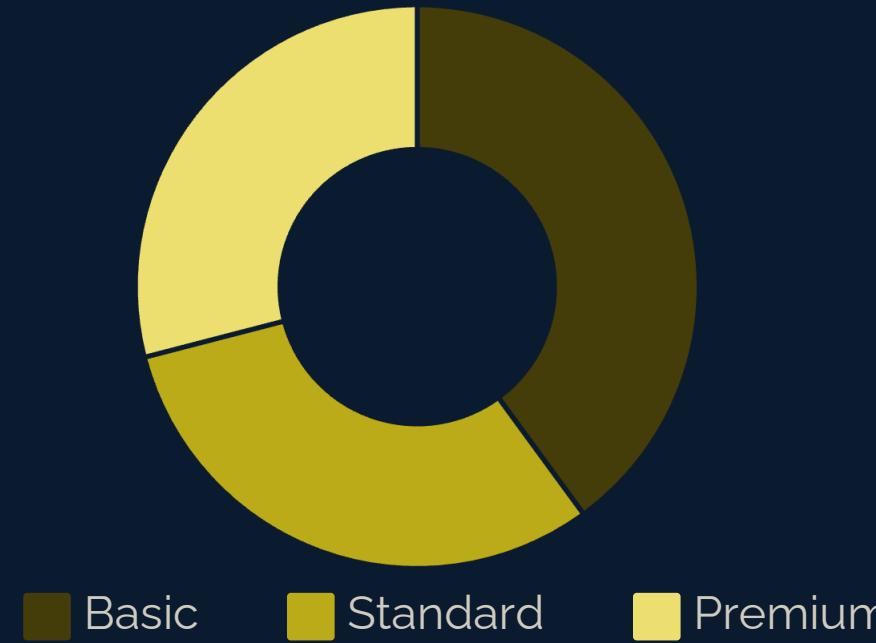
Женщины немного преобладают в младших возрастных категориях, мужчины — в старших.

Универсальность устройств



Почти идеально равномерное распределение по всем типам устройств подтверждает кросс-платформенную стратегию Netflix — пользователи смотрят контент везде и всегда

Структура подписок



29%

Premium-подписчики

Каждый третий пользователь готов платить за максимальное качество контента. Это высокий показатель монетизации аудитории.

40% остаются на базовом тарифе — потенциал для upselling стратегий.

География пользователей

США

451 пользователь — 18% базы

Испания

451 пользователь — 18% базы

Канада

280 пользователей — сильное присутствие

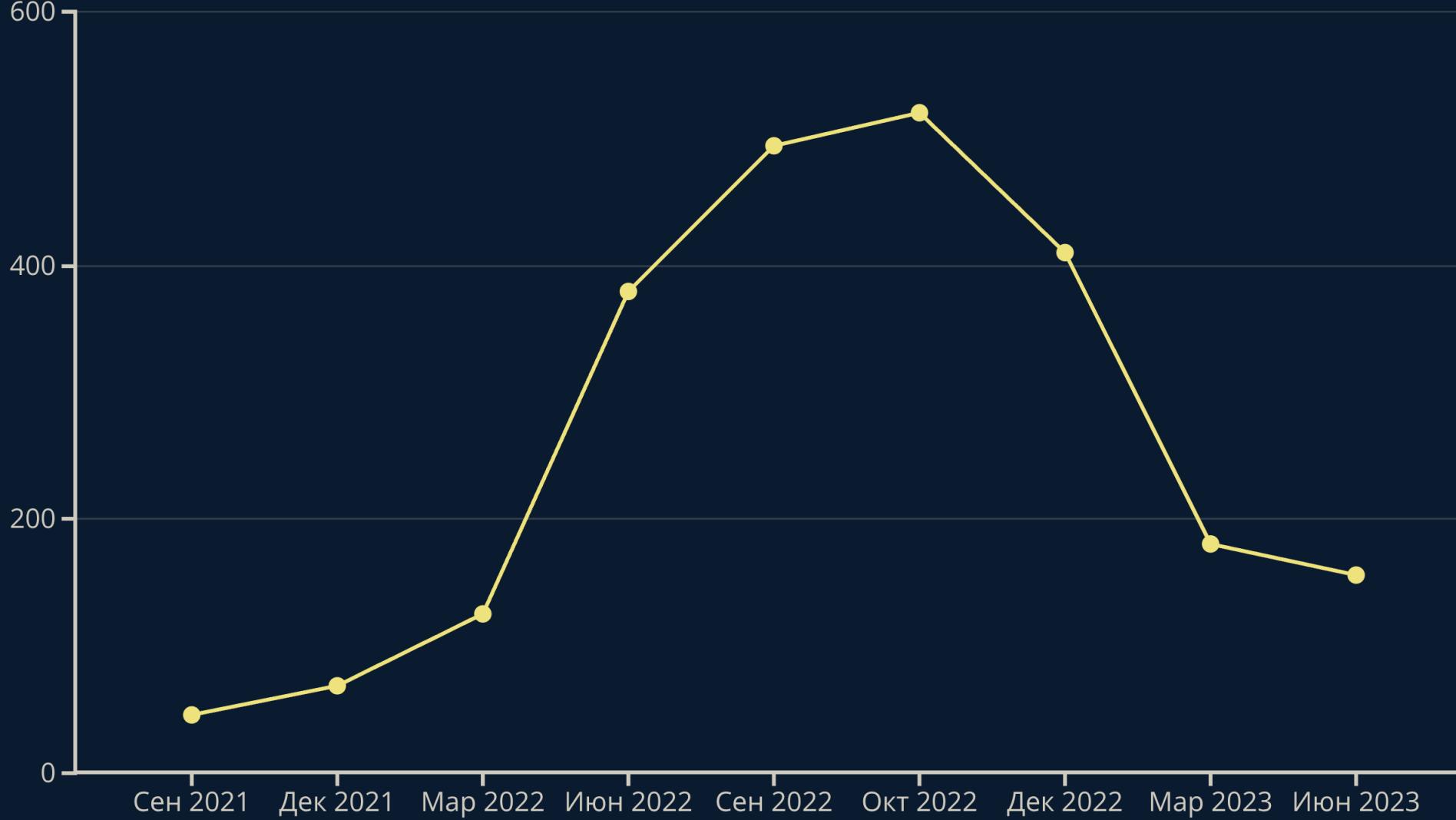
Европа

Франция, Италия, Германия — ключевые рынки

США + Испания = 36% всей пользовательской базы — два доминирующих рынка с практически идентичным размером аудитории



Динамика роста пользователей



□ Октябрь 2022 – пик активности: 521 новый пользователь за один месяц. Рост в 10 раз по сравнению с началом 2021 года демонстрирует успешность маркетинговых кампаний и вирусного контента

Кумулятивная выручка



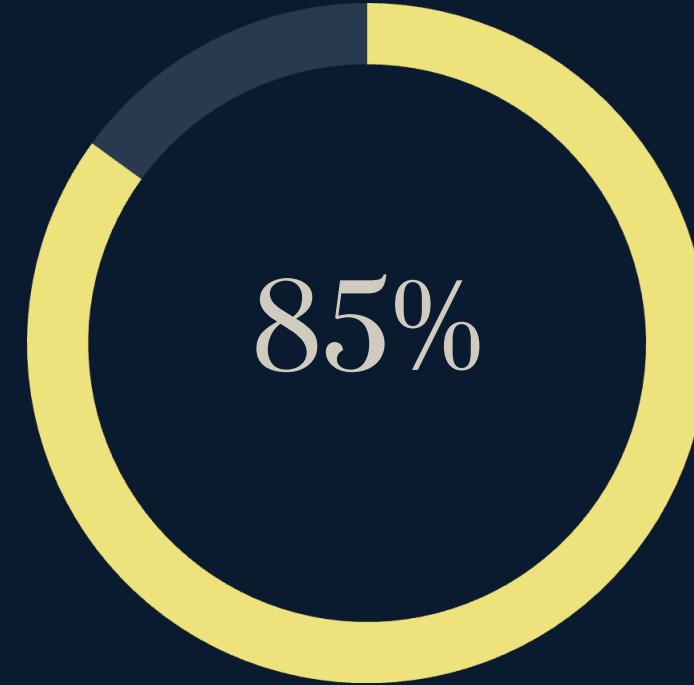
Общая выручка

За двухлетний период наблюдений



Средний LTV

Lifetime Value на одного пользователя



Retention Rate

Пользователи продолжают активные
подписки

Водопад выручки показывает устойчивый рост с минимальным оттоком.

Основной прирост пришёлся на период июль-декабрь 2022 года, когда новые подписки генерировали максимальный revenue.

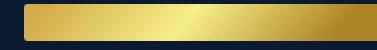
Возраст vs Выручка: главный инсайт

Молодые платят больше



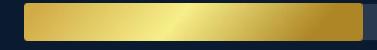
26-30 лет

Premium-подписок



31-40 лет

Premium-подписок



41-50 лет

Premium-подписок



51+ лет

Premium-подписок

Французы — чемпионы Premium

FR Франция

61% Premium — абсолютный лидер по дорогим тарифам

IT Италия

34% Premium — высокая готовность платить

ES Испания

33% Premium — третье место

US США

27% Premium — ниже европейских рынков

Ключевой вывод: Молодая аудитория 26–30 лет приносит на 10–15% больше выручки благодаря более высокой доле Premium-подписок и лучшему retention

Возраст решает: кто платит за Premium



21–30 лет

Самая высокая доля Premium-подписок среди всех возрастных групп

31–40 лет

Стабильная аудитория с высокой платёжеспособностью

41–50 лет

Зрелая аудитория с устоявшимися предпочтениями

Вывод: молодёжь 21–30 лет — главная целевая группа для upselling на дорогие тарифы. Разрыв в 8% между младшей и старшей группой критичен для стратегии монетизации.

51+ лет

Консервативный сегмент с минимальной долей Premium

География премиальности

Топ-3 страны по Premium

1. Франция — 61% подписчиков на Premium
2. Италия — 34% Premium-аудитории
3. Испания — 33% платят больше

США занимают скромное место с **Premium** — ниже европейских лидеров.

Почему Франция?

- Высокая культура потребления контента
- Готовность платить за качество
- Сильная экономика и покупательская способность
- Локализация и эксклюзивный контент



Золотая жила Netflix



26–30 лет

32% на Premium

Максимальная конверсия в
дорогой тариф



Высокий LTV

Долгосрочная ценность клиента
растёт с возрастом



Франция = 61%

Абсолютный лидер по
премиальным подпискам

Сочетание молодого возраста и французского рынка даёт максимальную отдачу на инвестиции в привлечение и
удержание.

2022: год взрывного роста

+127%

Рост
подписчиков

По сравнению с 2021
годом —
беспрецедентный
скачок

+89%

Прирост
Premium

Доля дорогих
тарифов выросла
быстрее базы

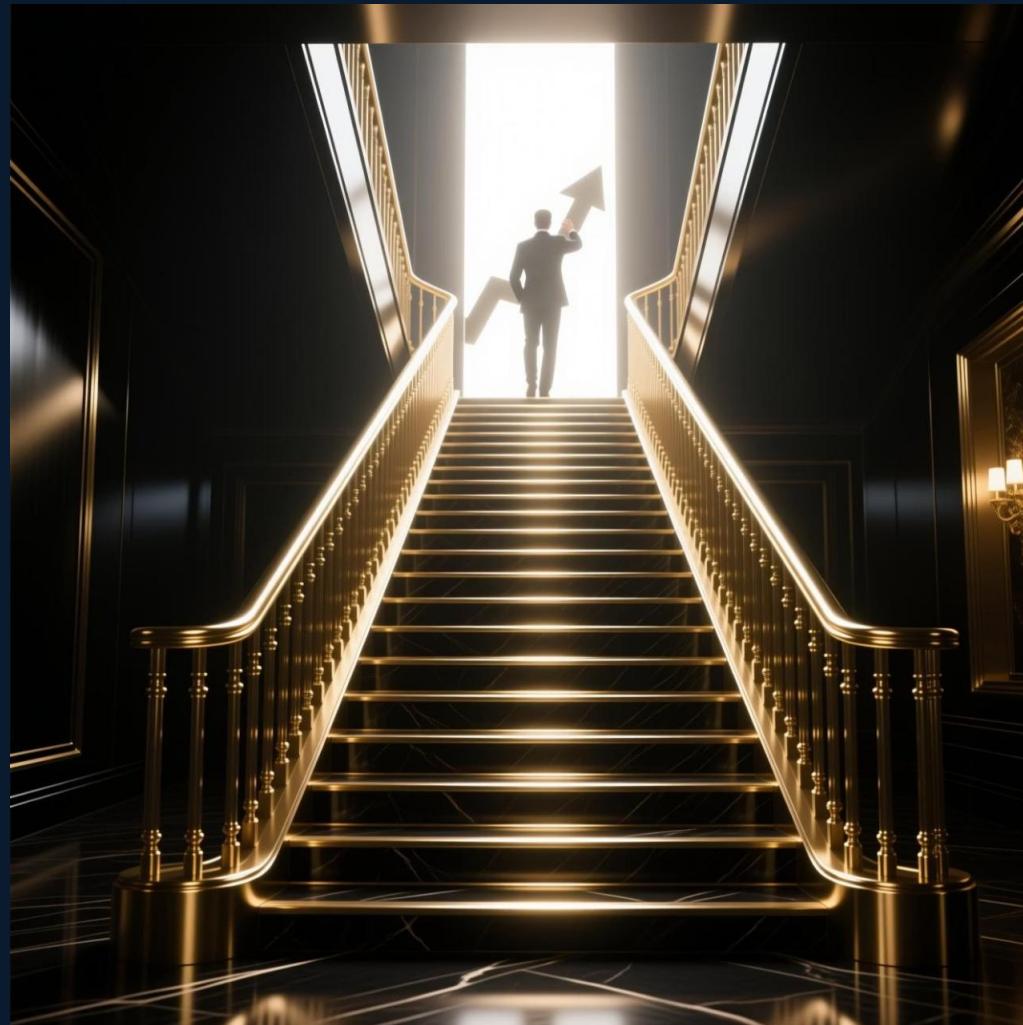
40%

Доля в выручке

Premium-подписки
обеспечивают почти
половину дохода



Потенциал upselling: Basic → Premium



Если перевести 30% Basic на Premium

- Прирост выручки: +40%
- Увеличение среднего чека на пользователя
- Снижение оттока за счёт вовлечённости
- Рост LTV на 25–30% в долгосрочной перспективе

Ключевая стратегия: персонализированные предложения для молодой аудитории и европейских пользователей.

Инсайты для продуктовых решений

1

Фокус на молодёжь

Сегмент 21–30 лет — главная целевая группа для Premium. Разрабатывайте фичи и контент под их интересы.

2

Локализация для Европы

Франция, Италия, Испания показывают высокую готовность платить. Инвестируйте в локальный контент и маркетинг.

3

Upselling-механики

Внедрите триггеры для перехода с Basic на Premium: пробные периоды, эксклюзивный контент, family-планы.

4

Удержание через ценность

Покажите разницу между тарифами через UX: качество видео, одновременные экраны, онлайн-режим.

Визуализация главного

⌚ Самая ценная группа

26–30 лет: 32% Premium + максимальный LTV

🇫🇷 Франция — лидер

61% подписчиков платят за Premium-тариф

✓ 2022 — год прорыва

Взрывной рост базы и доли Premium-подписок

💰 Потенциал +40%

Upselling Basic → Premium может удвоить выручку





Молодые пользователи из Франции на Premium-тарифе — главная золотая жила Netflix

Готов обсуждать, как применить эти инсайты в вашем продукте и построить стратегию монетизации на полученных данных .



Спасибо за внимание

Data Analyst | SQL | Python | Tableau | Power BI

✉ drobeng68@gmail.com |

💼 LinkedIn: |

💻 GitHub: <https://github.com/JohnDroben>

Готов к тестовому заданию и собеседованию