

Тестовое задание

Что делать:

1. Ознакомься со структурой данных.
2. Ознакомься с заданиями.
3. Если нужно, задай рекрутеру уточняющие вопросы.
4. Пожалуйста, скажи рекрутеру, когда сможешь отдать готовое задание. Мы предполагаем, что непосредственное выполнение задания займёт от двух до пяти часов.
5. Оформи результат в виде pdf/sql/html файлов.

Структура данных

Таблица просмотров контента – **content_watch**. Одна запись – одна сессия просмотра контента, имеет простой ключ watch_id, дату, длительность просмотра, идентификатор платформы (типа устройства), на которой был просмотр, источник трафика, идентификатор юзера и идентификатор контента. Пример данных из таблицы:

Идентификатор просмотра, ключ, Integer	Дата просмотра, Datetime	Длительность в секундах, Integer	Идентификатор платформы, на которой был просмотр, Integer	Юзер, Integer	Источник трафика, String	Идентификатор контента, Integer
watch_id	show_date	show_duration	platform_id	user_id	utm_medium	content_id
10971121570	07.01.2018 14:37	1340	583	1553139	organic	314472
31382550	08.02.2018 14:39	1800	10	5255577	organic	314472
11254336994	07.07.2017 17:56	210	11	1554866	organic	314472
1231646730	01.01.2016 12:48	4685	11	1554866	organic	132271
4212172051	12.08.2018 10:52	472	11	1554866	organic	314480
8909218338	09.05.2017 0:55	297	583	9462609	direct	127399
1904761857	24.09.2018 19:31	1635	9	320756	Organic	127399
17947987	30.10.2018 4:45	854	353	1547421	Referral	184673
6077839073	07.12.2017 23:58	4571	353	4066590	Organic	222161

Словарь контента – **content**. Одна запись – одна единица контента, она может быть серией сериала или единичным контентом (фильмом), имеет простой ключ content_id, идентификатор сериала, если контент является серией сериала, номер эпизода в сериале, если контент является серией сериала, монетизацию. Пример данных из таблицы:

Идентификатор контента, ключ, Integer	Идентификатор сериала. NULL - контент единичный, то есть не является серией сериала, Integer	Номер эпизода в сериале, Integer	Монетизация контента, String
content_id	compilation_id	episode	paid_type
314472	9570	1	AVOD
132271	NULL	NULL	SVOD
127399	9570	6	TVOD
184673	7608	16	AVOD
222161	NULL	NULL	AVOD

Задание 1

Составь SQL-запросы, наиболее точно отвечающие требованиям. Укажи, какой диалект SQL ты используешь.

1. Количество просмотров по монетизациям SVOD и AVOD (по отдельности) на платформах 10 и 11 (всего) за последние 30 дней. Выдача должна состоять из трёх столбцов: дата, просмотры AVOD, просмотры SVOD.
2. Ежемесячный ТОП-5 сериалов и единичного контента по количеству смотрящих людей за всё время. Это должен быть один запрос, выдающий и топ-5 сериалов, и топ-5 фильмов.
3. Список пользователей, у которых в последние 7 дней в один день был сначала просмотр с источником трафика organic, а следом за ним - просмотр с referral. Просмотр с organic не обязательно должен быть первым в день. Между просмотрами с organic и с referral не должно быть других просмотров.

Задание 2

Придумай, как оценить показатель Retention или, другими словами, возвращаемости пользователей сервиса. Предложи способ сегментации аудитории, который поможет по-разному работать с возвращаемостью в разных сегментах и дай рекомендации по тому, как увеличить ретеншн каждого из сегментов.

Напиши SQL-запросы для расчёта. Не ограничивай себя тем, что есть в примерах таблиц, - представь, что в твоём распоряжении есть все ресурсы по сбору статистики на сервисе. Опиши, чего не хватает в описанных таблицах, чтобы посчитать нужные метрики, и считай, что эти данные у тебя есть.

Задание 3

В России провели рекламную кампанию фильма X. Проведена гео-тестом (в каких-то городах была рекламная кампания, в каких-то – нет)

Цель рекламной кампании: напомнить о фильме целевой аудитории, так как мы предполагаем, что правообладатель и прокатчики знание о фильмах уже создали. Напомнить с целью привлечения новых пользователей в подписку (фильм на эксклюзиве в подписке).

1. Опиши метрики для оценки эффекта от маркетингового микса (в основном от медийной рекламы и перформанса)
2. Опиши метрики для оценки эффекта от отдельных составляющих микса (радио, блогеры, youtube, соц сети)
3. Опиши метрики для оценки качества креатива (удалось ли донести идею до ЦА)