



Разведочный анализ данных

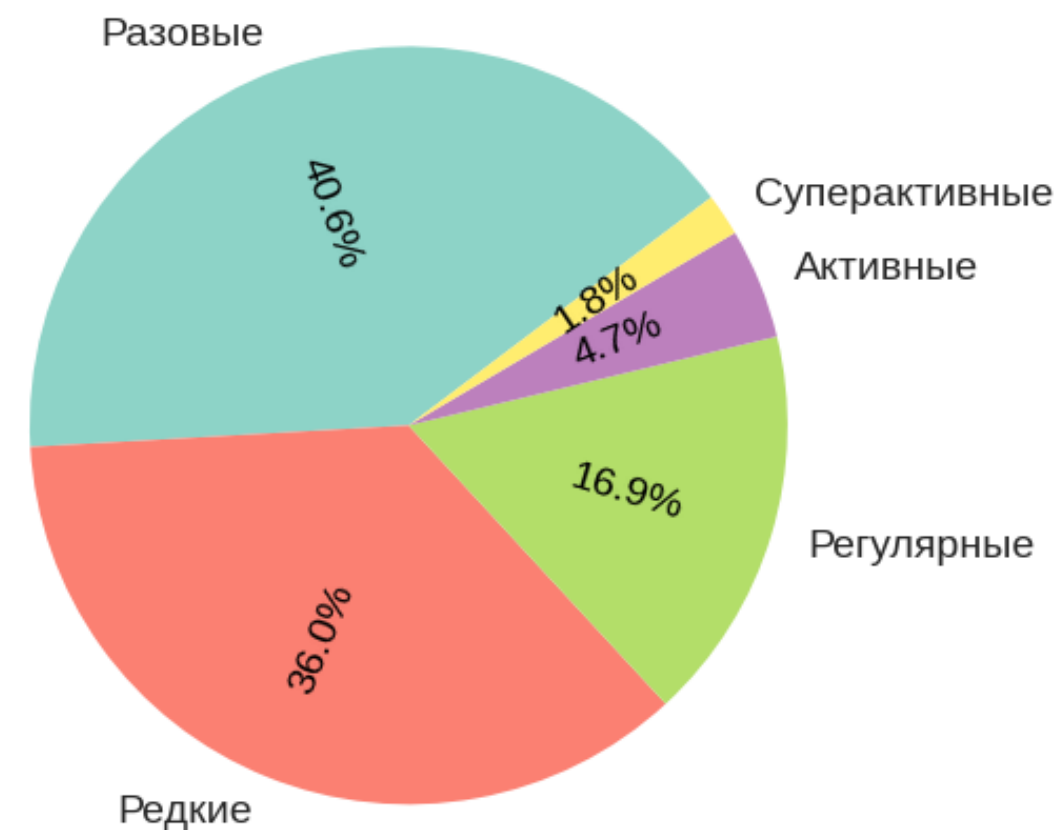
Т-Банк: поездки на самокатах

1 Кто наши пользователи?

Усредненный портрет

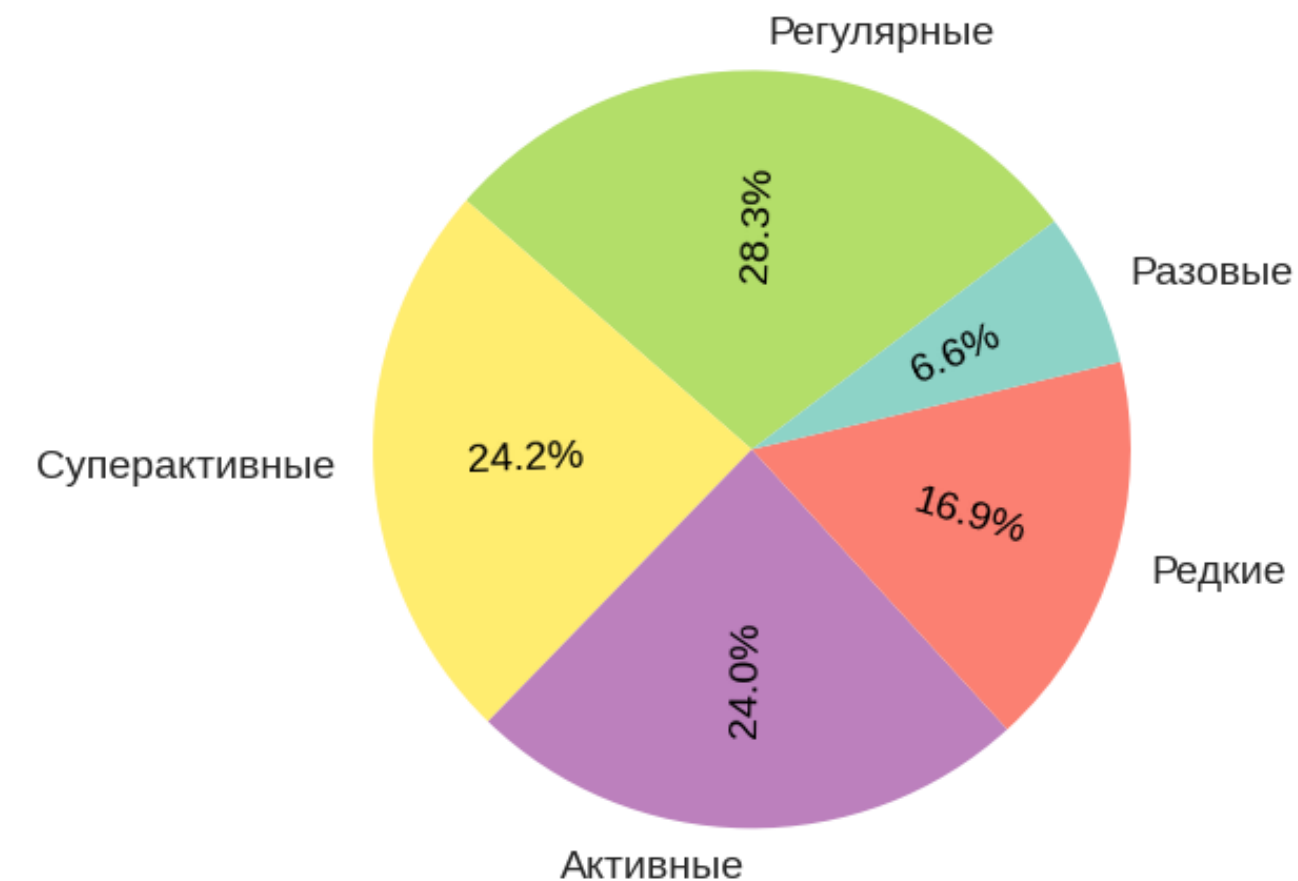
- Крупные города
- Мужчины 18-45 лет
- Высшее / неполное высшее
- Чаще неженатые

Доля клиентов по сегментам



Всего клиентов: 64,052

Доля поездок по сегментам

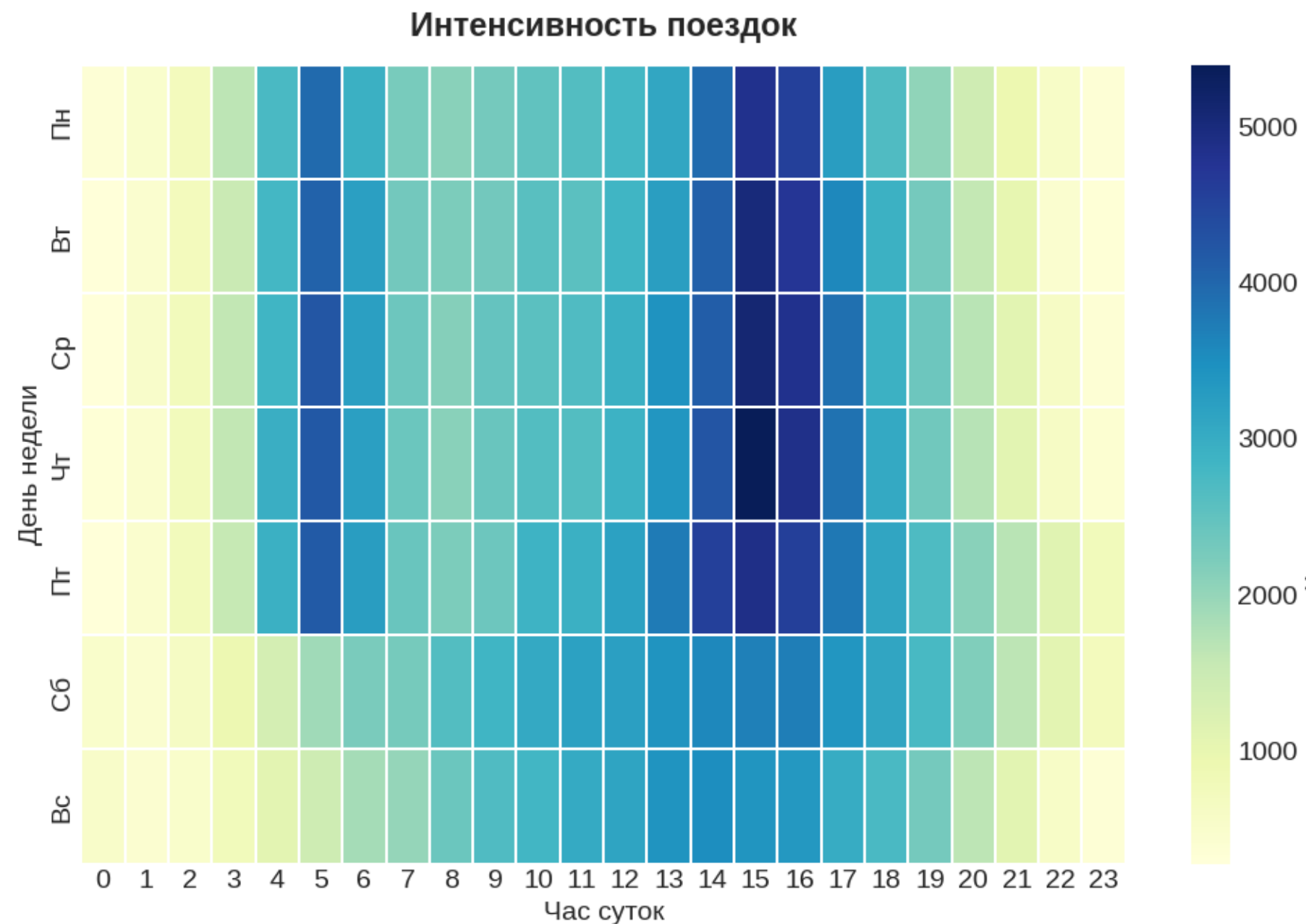


Всего поездок: 396,749

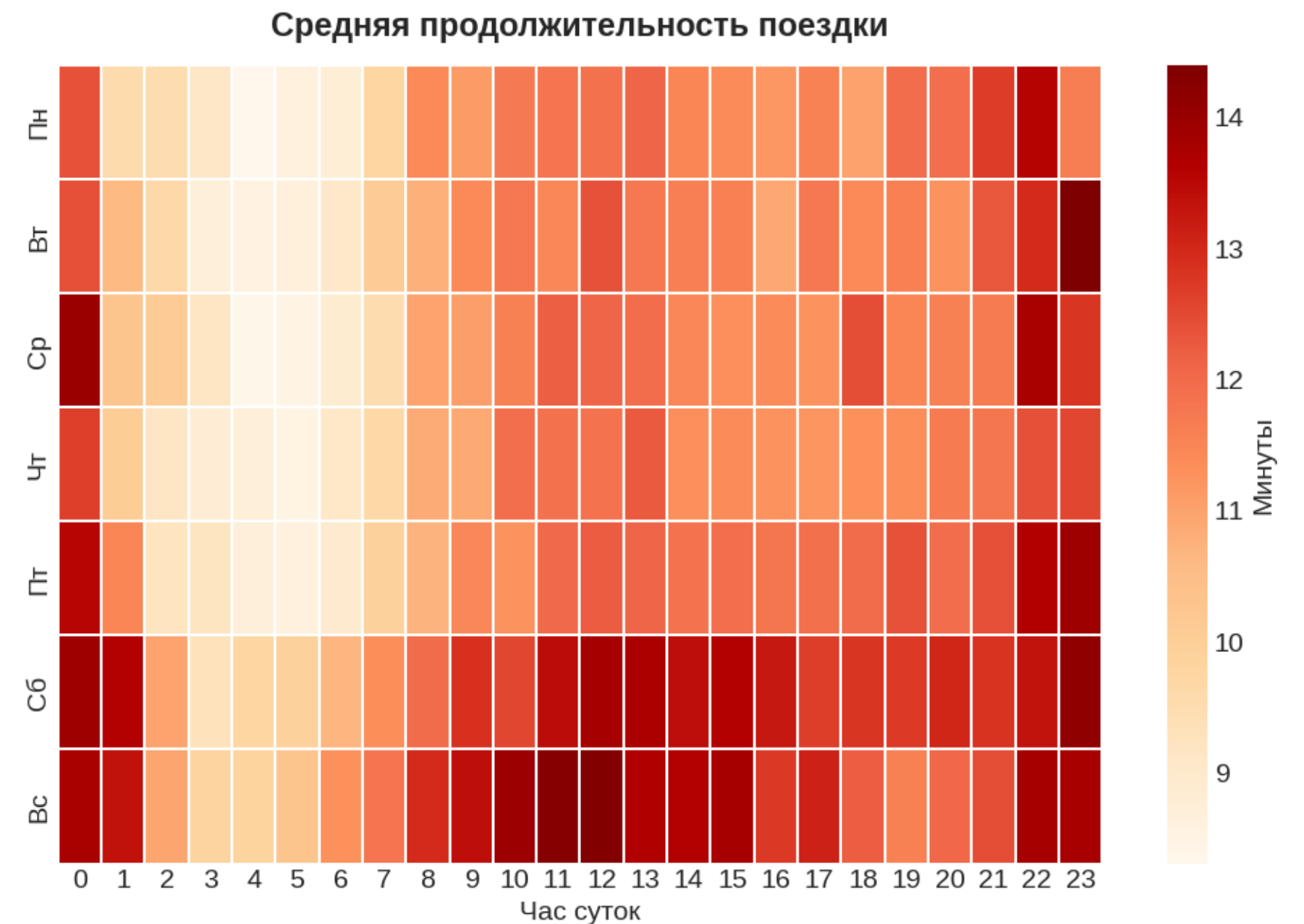
Ключевые инсайты

- Стоимость во всех регионах ≈ одинакова (103 руб.)
- 6.5% активных клиентов = 48.2% всех заказов

2 Как меняется поведение?



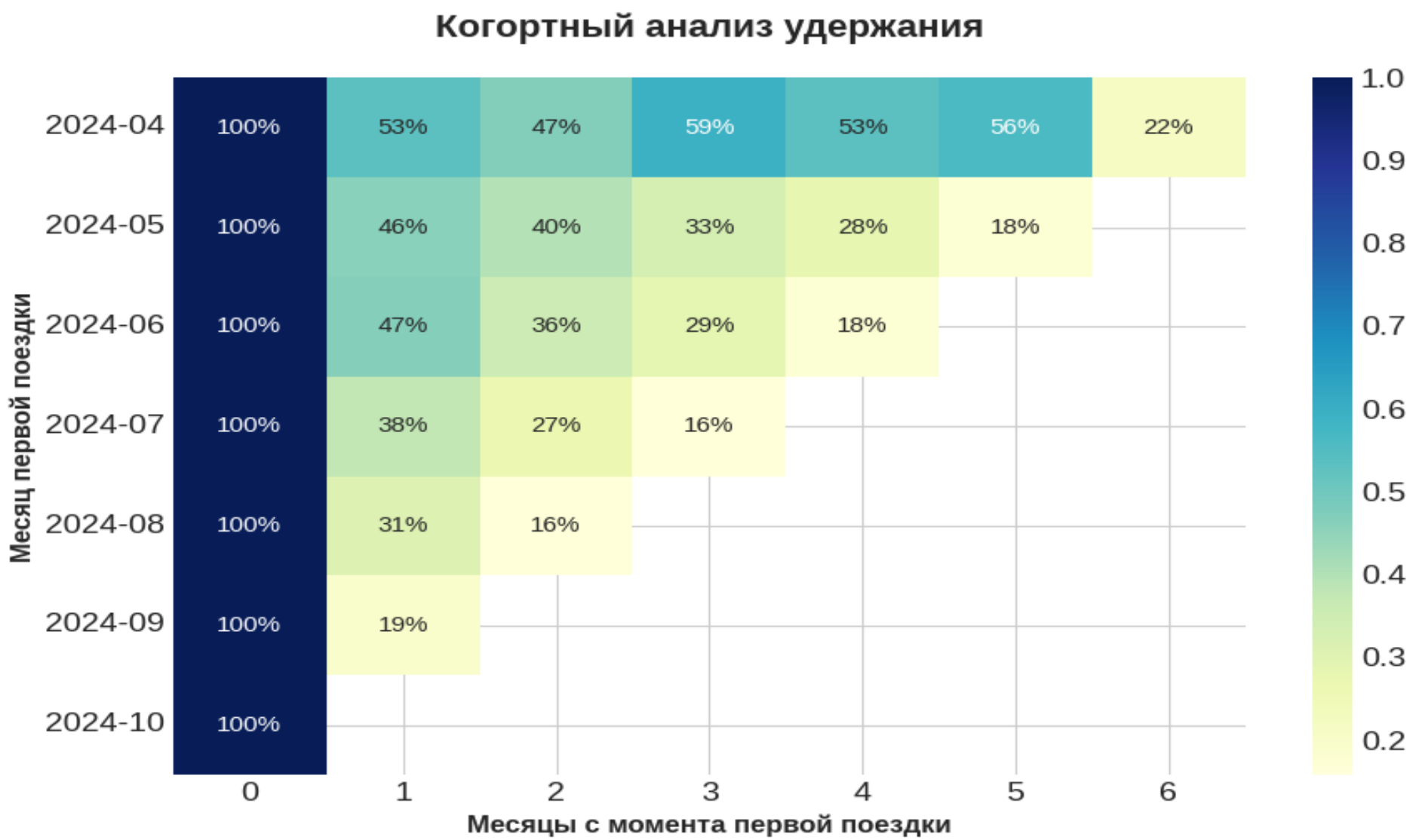
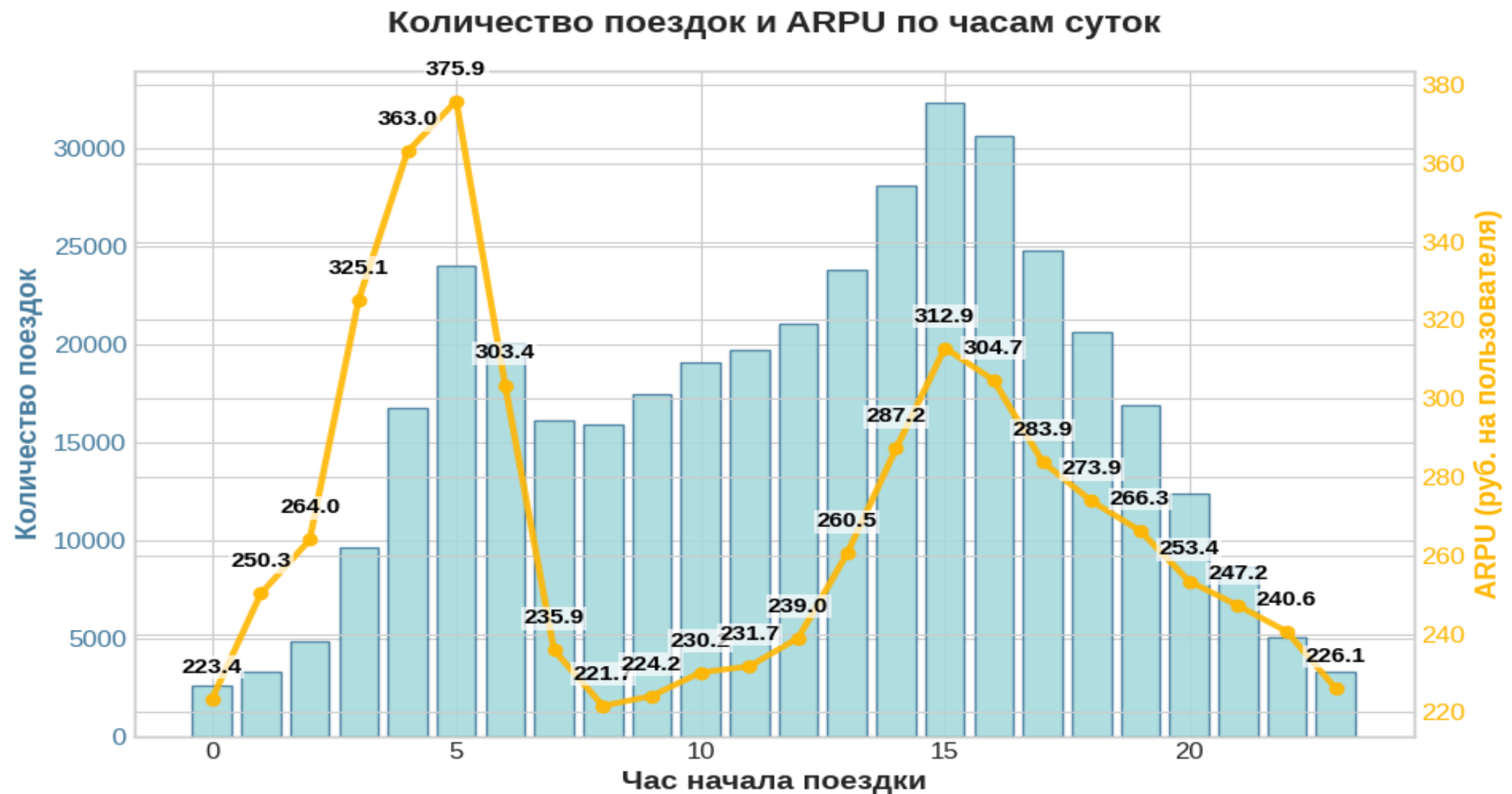
- Будни: два ярких пика — утро и вечер
- Выходные: лёгкий сдвиг в вечер



- Пик активности: лето
- Длительность: 11 минут в среднем

3 Важные метрики

- Большое число разовых поездок
- Самые «живучие» когорты — апрель и май
- Высокий спрос после обеда, но низкий ARPU



4 Гипотезы

Гипотеза 1

Если ввести специальные послеобеденные тарифы (12-16) с повышенной стоимостью старта, то ARPU в этот период вырастет на 10%, при этом количество поездок не снизится более чем на 5%.

Гипотеза 2

Если предлагать скидку 50% на вторую поездку в течение 3 дней после первой, то доля клиентов, совершающих ≥ 2 поездки, увеличится на 20%.

Гипотеза 3

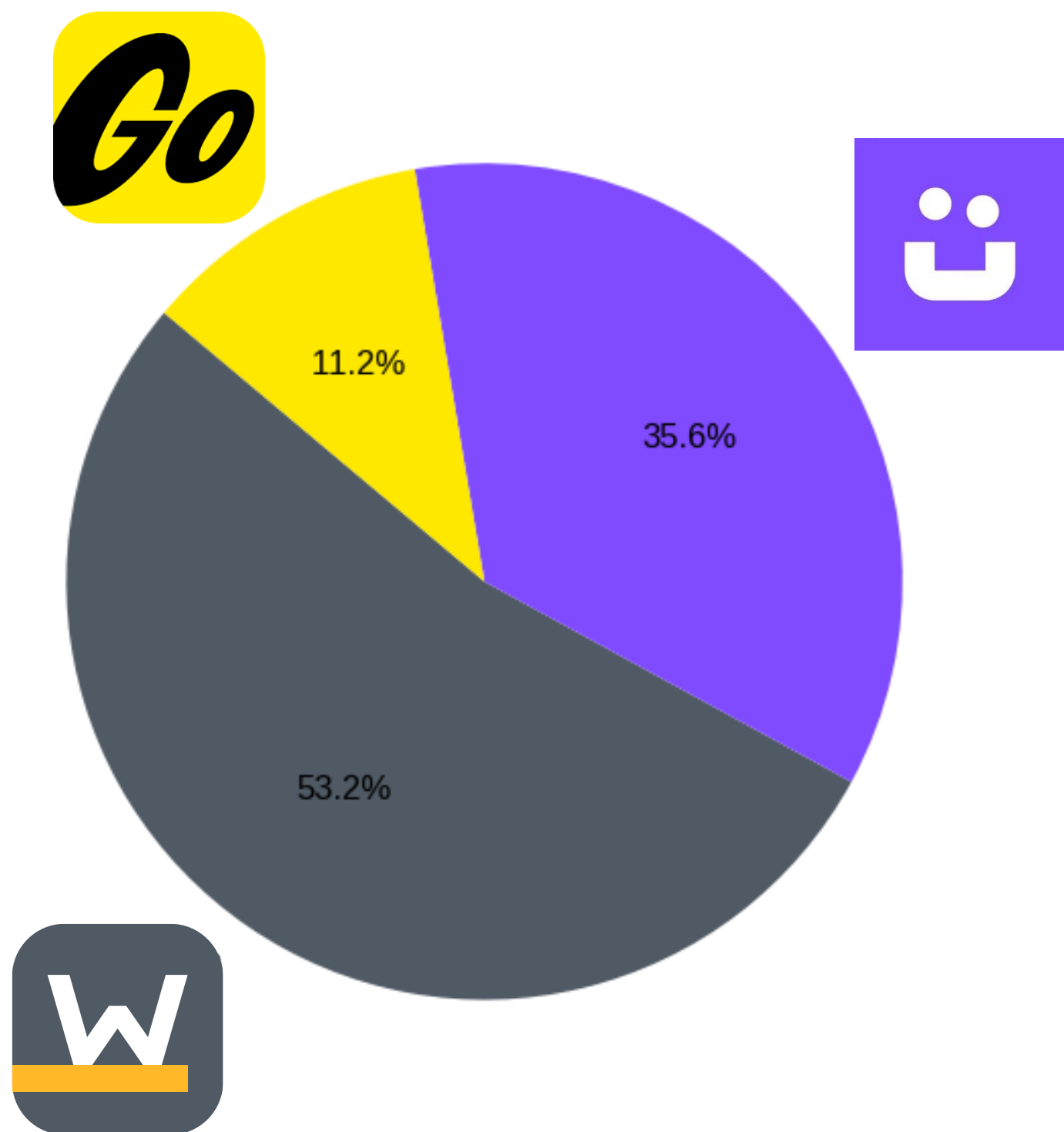
Если предложить новым пользователям абонементы с бесплатным стартом на 5 дней в апреле, то доля клиентов, вернувшихся в течение 30 дней после первой поездки, вырастет на 3%

| | Гипотеза 1 | Гипотеза 2 | Гипотеза 3 |
|------------|-------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| Measurable | ARPU в эти часы | Доля клиентов с ≥ 2 поездками | Retention 30 дней |
| Achievable | ARPU +10%, поездки $\leq 5\%$ | +20% к доле «2+ поездок» | Retention +3% |
| Relevant | Спрос высокий, ARPU низкий | Разовые клиенты — главный отток | Весенние когорты удерживаются дольше |
| Time-bound | 2 недели (А/В-тест) | 1 месяц | Весенний сезон |

5 Победитель — Гипотеза 2

| | Гипотеза 1 | Гипотеза 2 | Гипотеза 3 |
|------------|--|---|---------------------------------|
| Impact | Средний, затрагивает только послеобеденное время | Очень высокий, 22 тысячи разовых пользователей | Средний, новички весной |
| Confidence | Средняя, риск отскока | Средняя, эффект в долгую неясен | Высокая, подтверждено когортами |
| Ease | Высокая, просто ввести тариф | Средняя, нужна механика скидки и push-уведомления | Низкая, необходим маркетинг |
| ICE Score | 6 | 8 | 5 |

6 Доля сервиса в индустрии



Всего поездок в 2024: 281.6 млн

23,1 млн человек
зарегистрированы

Количество поездок за сезон
составило **100,3 млн.**

Суммарное количество
самокатов на рынке к концу
сезона составило **401,01 тыс.**

Предположение:

исследуемый датафрейм
составляет 10% от
истинного.

Исходя из этого и
учитывая общее
количество поездок и
пользователей сервиса,
цифра:

~4%

7 Использование ИИ



В данном исследовании использовалась языковая модель [ChatGPT](#) для генерации:

- шаблонов графиков
- текста на слайдах

Примеры

Сделай шаблон графика, который отображает интенсивность поездок по часам суток для разных сегментов пользователей. Хочу, чтобы по оси x были часы, по оси y - количество поездок

+



Извлеки тезисы из текста: В интенсивности поездок по часам наблюдается явные два пика в утреннее время и дневное время в будние дни. Это связано...

+

