



ANALYSE POSTHOG

Marc Bouché



SOMMAIRE



1. Marathon de Boston



2. Application Mobiles & Utilisateurs



Boston Marathon

- ❖ Les données analysés ici sont un ensemble de 3 datasets disponibles sur Kaggle. Ils regroupent tous les arrivants du marathon de Boston de 2015, 2016 et 2017 (78 000 participants)
- ❖ Ces datasets n'incluent pas les athlètes qui ont été disqualifiés, qui n'ont pas pris le départ (DNS), ou qui n'ont pas terminé la course (DNF).
- ❖ Funfact: Le marathon de Boston est le plus ancien marathon organisé aux États-Unis et c'est le seul où la majorité des participants doivent se qualifier pour pouvoir y participer.

PostHog Marathon Dashboard



3+ Implications Business



Organisateurs d'Événements : Optimisation des Ressources

Le flux des athlètes à travers les checkpoints prédit les zones de congestion et permet une allocation efficace des ressources. (Service d'urgences, sécurité,..)



Entraîneurs & Coach spécialisés : Rythme du Marathon

La distribution de la densité des temps d'arrivée aide les entraîneurs à comprendre les tendances du rythme notamment les baisses d'allures à des moments précis.



Sponsors & Broadcaster : Amélioration de la Couverture du Marathon

Connaître où se trouvent la majorité des coureurs aide les diffusions TV et les sponsors à planifier l'emplacement des caméras.

Application Mobiles & Utilisateurs

Avec l'aide d'un dataset sur l'utilisation des applications mobiles, les interactions de recherche des utilisateurs ont été capturé, mais aussi leurs préférences en matière d'applications.

- 292 participants
- De janvier à mai 2018.

Un travail préliminaire sur Python fut nécessaire pour nettoyer, explorer et adapter les données pour optimiser les visuels sur PostHog.





MOBILE DASHBOARD

Analyse de l'engagement utilisateur suivi des interactions, rétention et usage des applications



Business Insights

Rétention des Utilisateurs	<p><u>Insight</u> : Concernant Facebook, La rétention chute drastiquement dès les premières 24 heures (47,4% au jour 1).</p> <p><u>Impact Business</u> : Améliorer l'onboarding et utiliser des notifications push pour réengager les utilisateurs.</p>
Engagement par Plateforme	<p><u>Insight</u> : Taux de conversion de 84,21%, avec les plateformes de messagerie à 100%.</p> <p><u>Impact Business</u> : Focus sur les plateformes à fort engagement pour maximiser les interactions.</p>
Optimisation des Horaires de Session	<p><u>Insight</u> : Les pics d'activité journaliers sont à 14h, 22h et entre 16 et 18h.</p> <p>Impact Business : Adapter les notifications et les campagnes aux pics d'usage.</p>