



# Анализ поведения игроков и рекламных источников игры «Космические братья»

Выполнил: Якобсон Егор



# Описание проекта


**Цель исследования** - провести анализ рекламных источников и определить, какой из них наиболее эффективен.

Основная монетизация игры — только планируется. Но предполагается, что в приложении будет происходить показ рекламы на экране с выбором типа объекта для постройки.

В датасете представлены данные по игре пользователей на первом уровне. Завершение первого уровня требует от игрока выполнения одного из двух условий:

- Победа над первым врагом
- Реализация проекта - разработка орбитальной сборки спутников

В датасете содержатся данные первых пользователей приложения — когорты пользователей, которые начали пользоваться приложением в период с 4 по 10 мая включительно.



# Главные выводы и рекомендации

## Выводы:

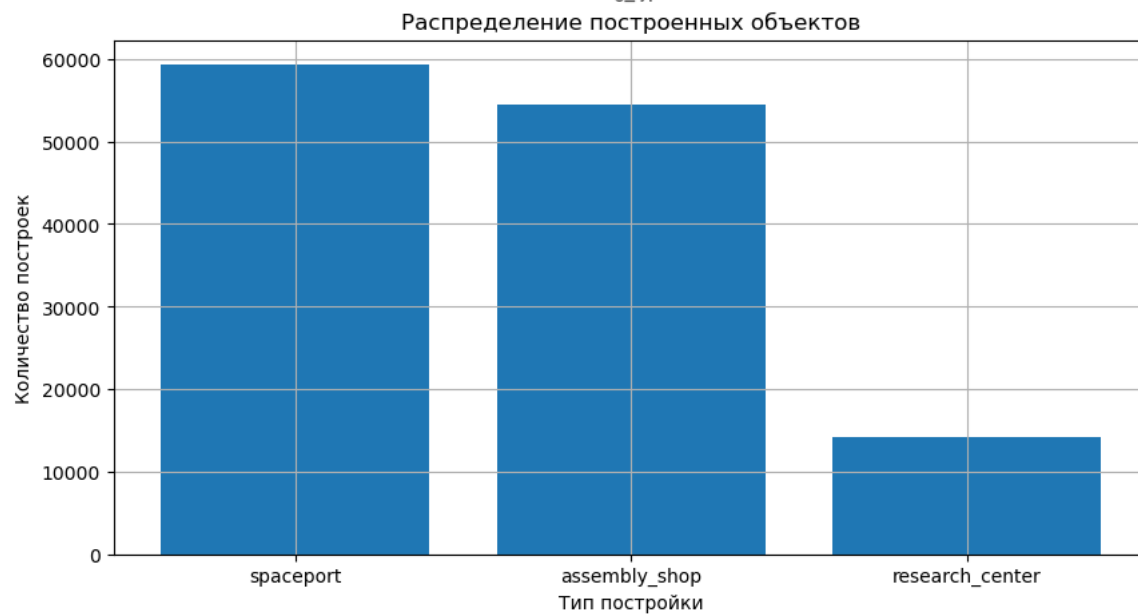
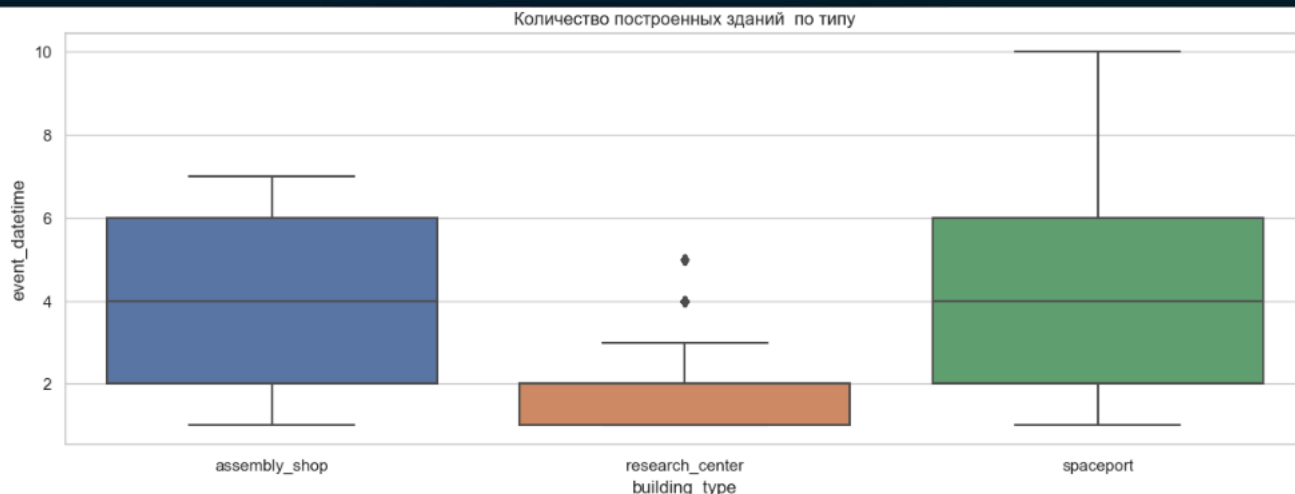
- Наибольшее число строителей у космопорта и сборочного цеха
- Среднее время прохождения через проект - 13 дней
- Среднее время прохождения через победу над соперником - 11 дней
- В нашем распоряжении 4 рекламных источника привлечения пользователей
- Источник yandex\_direct привлек больше всего пользователей – 4817
- Источник instagram\_new\_adverts привлек наименьшее количество пользователей – 3347
- Стоимость привлечения игрока из источника facebook\_ads наивысшая;
- Стоимость привлечения игрока из источника youtube\_channel\_reklama наименьшая.

## Рекомендации:

- Привлечь средства на канал youtube\_channel\_reklama
- Снизить траты на рекламу facebook\_ads и instagram\_new\_adverts
- Экономленные средства вложить в рекламу yandex\_direct, так как через нее приходят большинство пользователей
- Рассмотреть способы удержания пользователей в игре

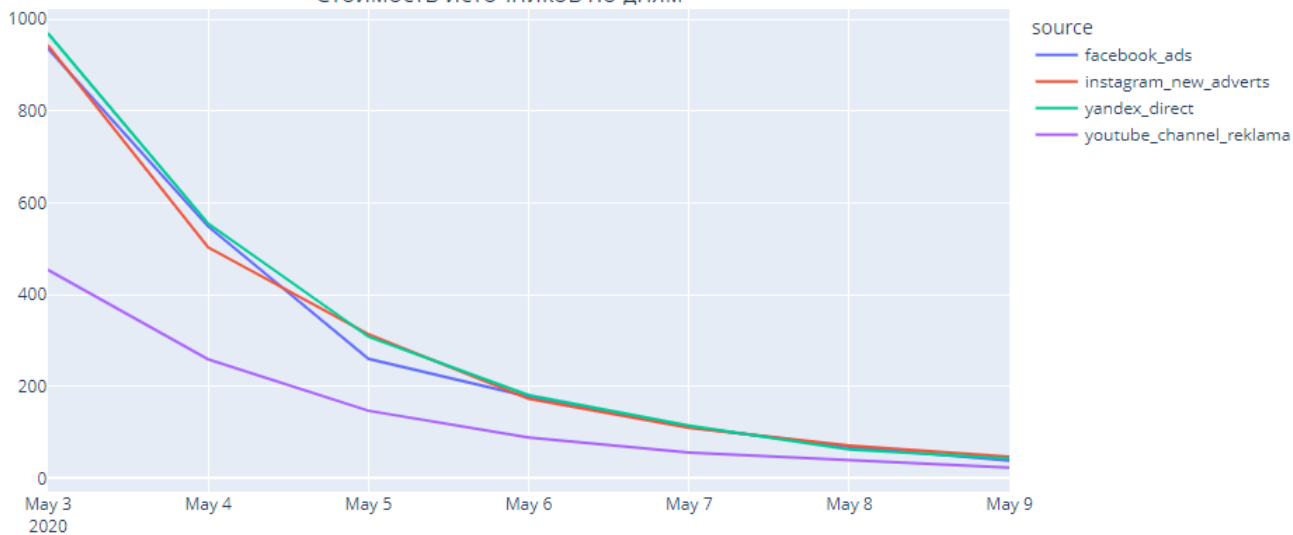
# Анализ активности игроков

- Количество уникальных игроков в игре составляет: 13576
- Количество игроков, завершивших уровень: 5817
- Количество игроков, завершивших проект: 1866
- Количество игроков, завершивших уровень победой над противником: 3951
- Наибольшее число строительства у космопорта и сборочного цеха
- Сборочный цех строят от 1 до 7 шт, исследовательский центр строят 1-2 штуки, а космопорт строят от 1 до 10 шт.
- Среднее время победы через проект - 13 дней
- Среднее время завершения уровня через победу над соперником - 11 дней

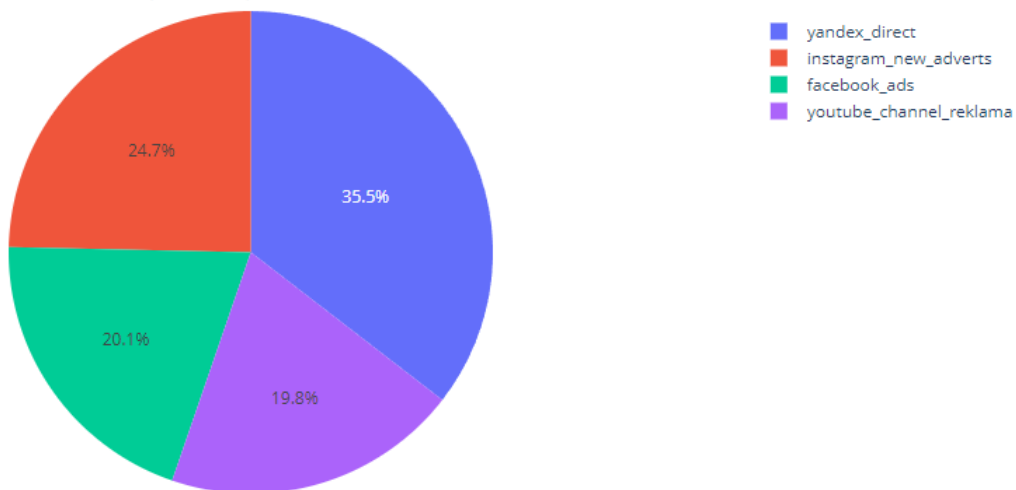


# Анализ источников рекламы

Стоимость источников по дням



Количество игроков, пришедших из каждого источника



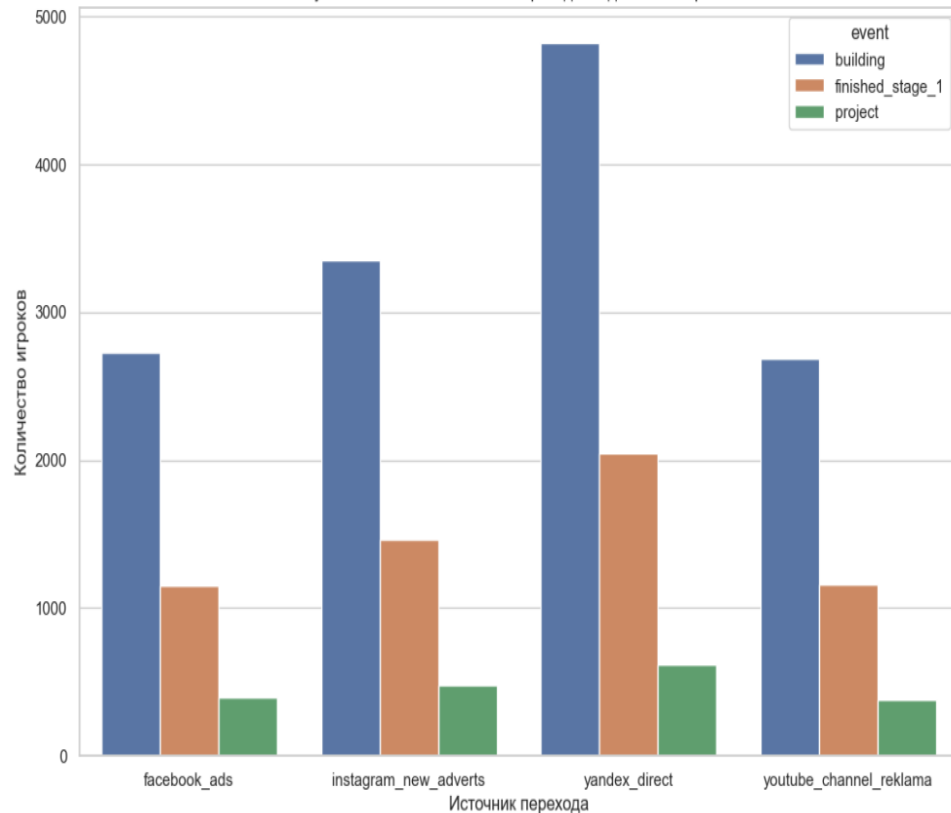
- Общее количество средств на рекламу - 7603.58
- Реклама в каждом из источников была с 3 по 9 мая
- Максимальные затраты были в первые дни с постепенным уменьшением
- Больше всего расходов на рекламу приходится на источники yandex\_direct (2233.11), instagram\_new\_adverts (2161.44) и facebook\_abs (2140.90), наименее затратным является youtube\_channel\_reklama (1068.12).
- Источник yandex\_direct привлек больше всего пользователей - 4817
- Источник instagram\_new\_adverts привлек наименьшее количество пользователей - 3347



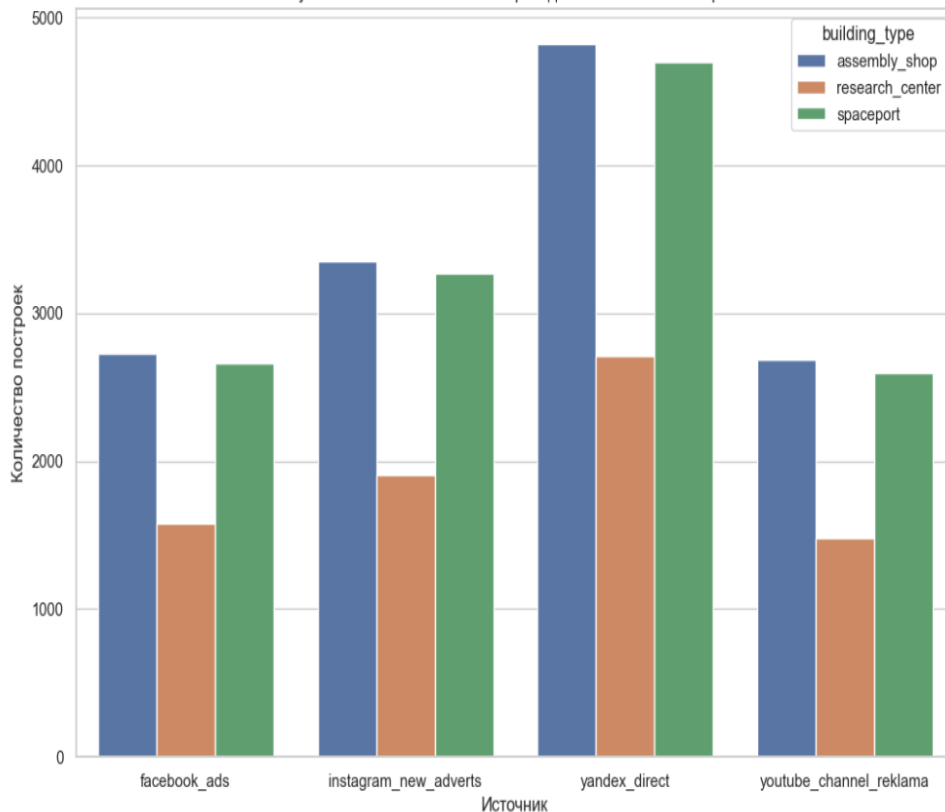
# Влияние источника перехода на действия игрока

- Источник `yandex_direct` лидирует по количеству игроков, построивших здания и совершающих какое-либо действие, источник `youtube_channel_reklama` находится на последнем месте
- Не обнаружено явной зависимости действий игрока от источника перехода, соотношение строительства примерно одинаковое.

Изучение влияния источника перехода на действия игроков:

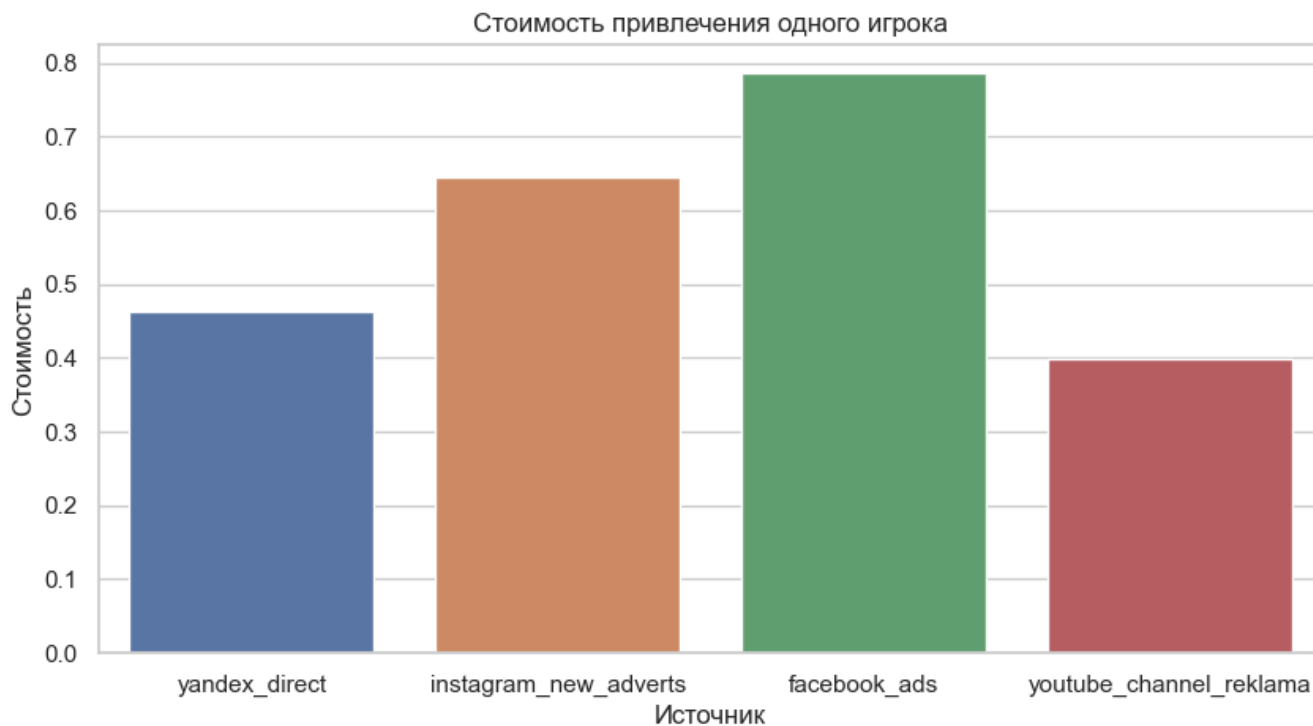


Изучение влияния источника перехода на количество построек:



# Расчет САС

- Стоимость привлечения одного игрока из источника facebook\_ads наивысшая, наименьшая - из источника youtube\_channel\_reklama.
- Стоимость привлечения игрока из источника facebook\_ads - 0.79
- Стоимость привлечения игрока из источника instagram\_new\_adverts - 0.65
- Стоимость привлечения игрока из источника yandex\_direct - 0.46
- Стоимость привлечения игрока из источника youtube\_channel\_reklama - 0.40





# Проверка гипотез

## Гипотеза 1

Время завершения уровня различается в зависимости способа прохождения.

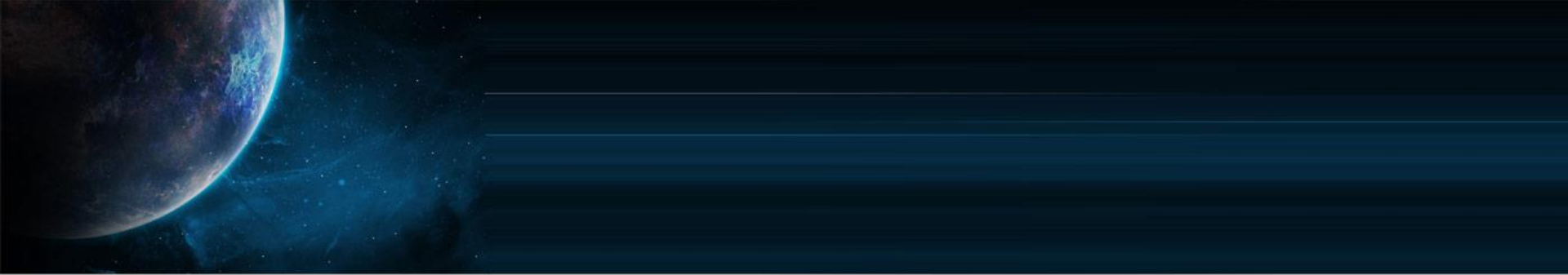
## Гипотеза 2

Источник перехода не влияет на способ завершения уровня.

## Общий вывод по проверке гипотез:

- Отвергли гипотезу о равенстве времени завершения уровня в зависимости способа прохождения
- Не отвергли гипотезу о равенстве типа победы у игроков, пришедших из `yandex_direct` и из `youtube_channel_reklama`





Благодарю за внимание!