

Мешкова Ольга
Вячеславовна

Т-Банк: поездки на самокатах

Продуктовая аналитика



2025 год

Содержание

01

ДАТАСЕТ

- Описание выбранного набора данных

02

РАЗВЕДОЧНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ (EDA)

- Основные выводы и подтверждающие графики

03

ГИПОТЕЗЫ И ДОЛЯ СЕРВИСА Т-БАНКА В ИНДУСТРИИ

- 3 гипотезы + разбор самой перспективной
- Определение доли сервиса Т-Банка в индустрии

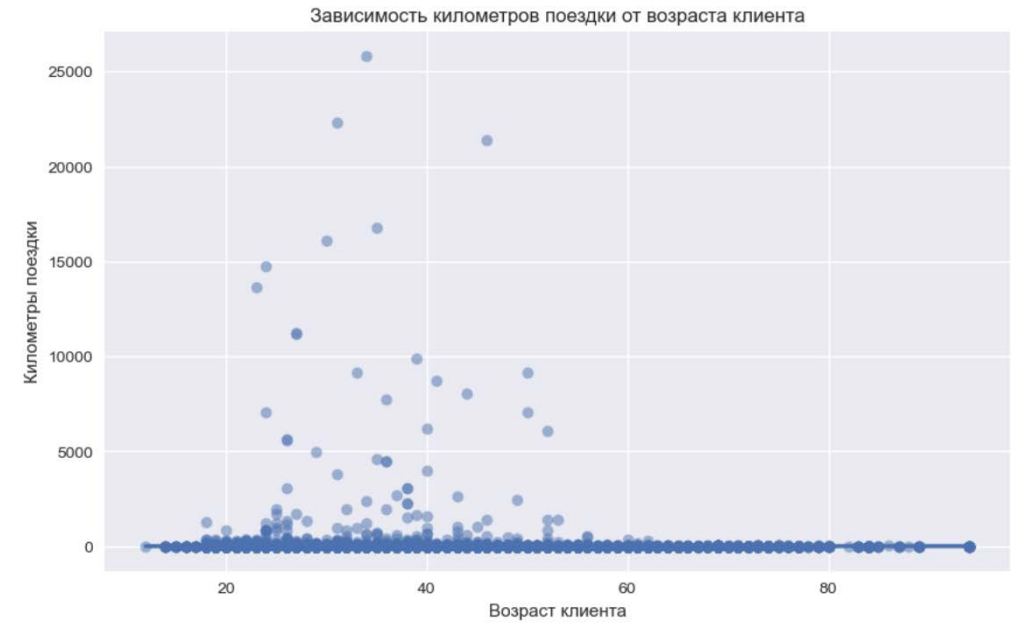
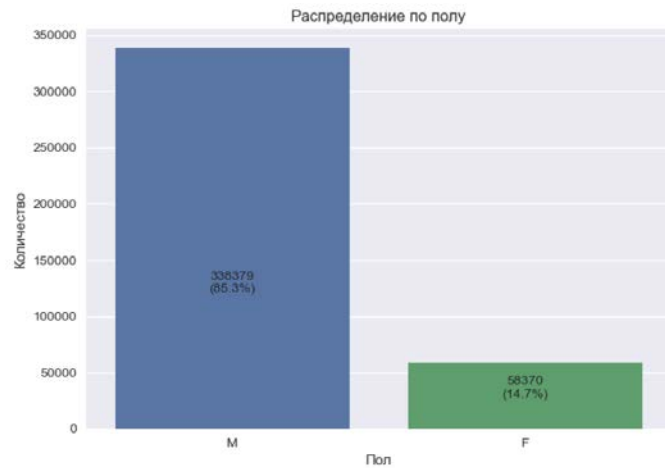
Набор данных «Поездки на самокатах»



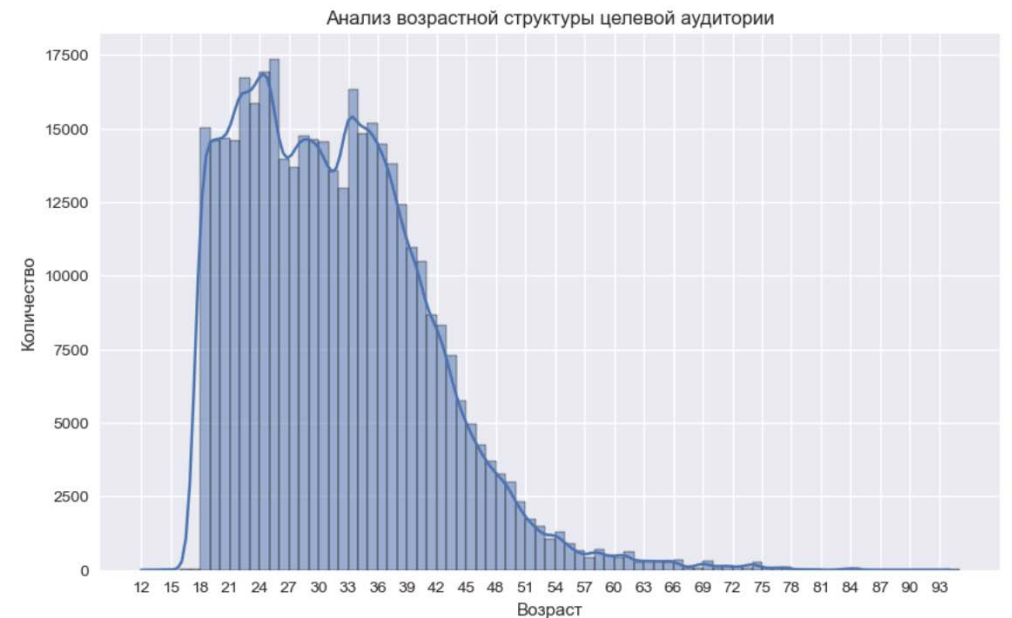
Описание переменных

Название поля	Описание
order_rk	Идентификатор заказа (поездки)
party_rk_id	Идентификатор клиента
minute_cost	Стоимость минуты
hold_amount	Размер суммы, которая замораживается на счете в момент взятия самоката
transport_model	Название модели самоката
distance_km	Километраж поездки
created_dttm	Дата и время создания заказа
book_start_dttm	Дата и время начала поездки
book_end_dttm	Дата и время завершения поездки
book_time_zone_cd	Часовой пояс
local_book_start_dttm	Дата и время начала поездки в часовом поясе человека, который брал самокат
nominal_price_rub_amt	Стоимость поездки
loyalty_accrual_rub_amt	Размер выплаченного кэшбэка в рублях
loyalty_accrual_bns_amt	Размер выплаченного кэшбэка в бонусах (если оплата происходила с помощью кредитной карты)
Gender_cd	Пол клиента
Age	Возраст клиента
Education_level	Уровень образования клиента: SCH — начальное, среднее GRD — высшее UGR — неполное высшее PGR — два высших ACD — ученая степень
lvn_state_nm	Регион проживания человека
marital_status_cd	Семейный статус человека: IMR — состоит в незарегистрированном браке MAR — женат/замужем DLW — не проживает с супругом(ой) OMR — состоит в зарегистрированном браке CIV — гражданский брак UNM — холост/не замужем DIV — разведен(а) FAL — никогда не состоял(а) в браке WID — вдовец/вдова

Характеристика пользователей



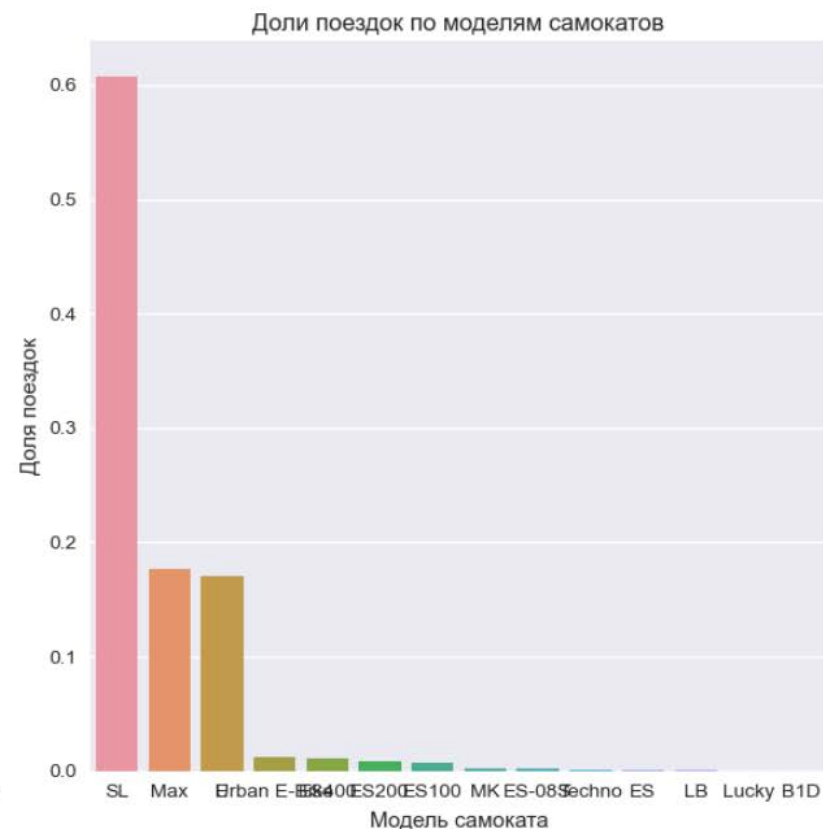
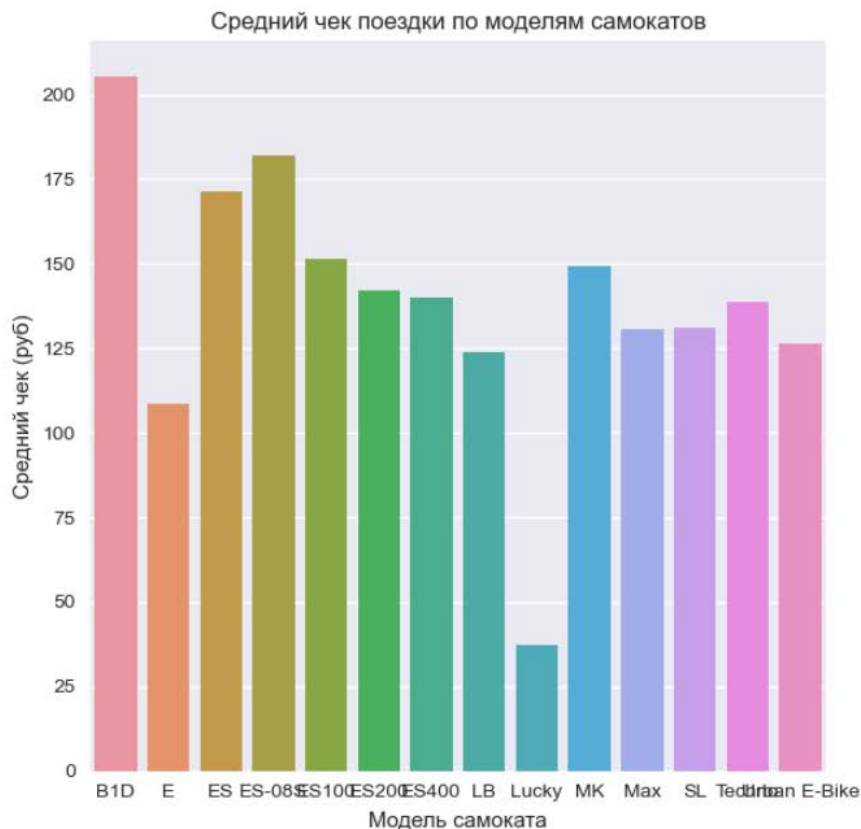
- Основной потребитель – мужчина (85.3%)
- Наибольшее число поездок и километров аренды у респондентов в возрасте от 18 до 40 лет
- Женщины и люди старших возрастов – незаинтересованная аудитория
- Географический спрос сконцентрирован в крупных городах: Москве, Подмосковье, Санкт-Петербурге и др.



Модели самокатов

Модели B1D, ES-08, ES, ES100, ES400, МК имеют самый высокий средний чек поездки. Lucky является самой не прибыльной моделью самоката.

SL, Мах и Е занимают значительную долю поездок, что подтверждает их популярность среди пользователей. Модели LB, Lucky и B1D практически не пользуются спросом.



Временной анализ

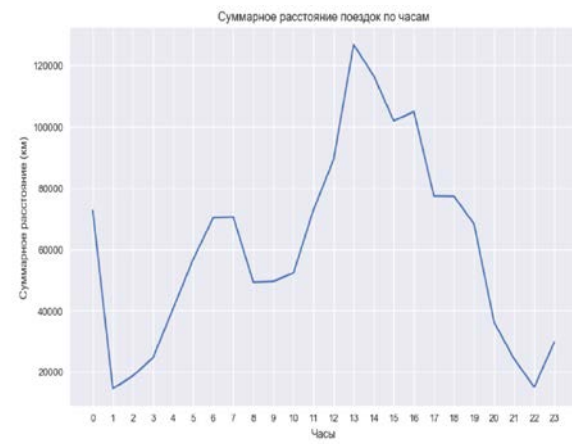
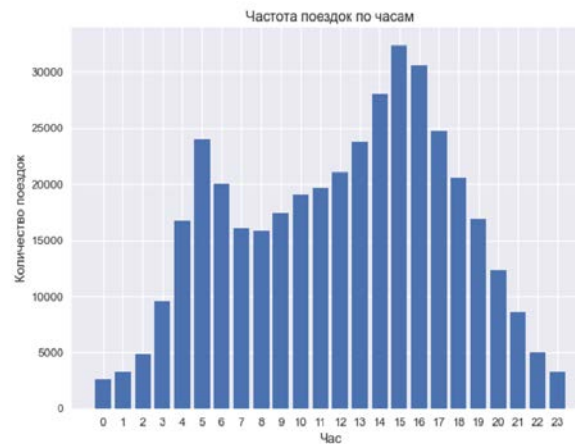
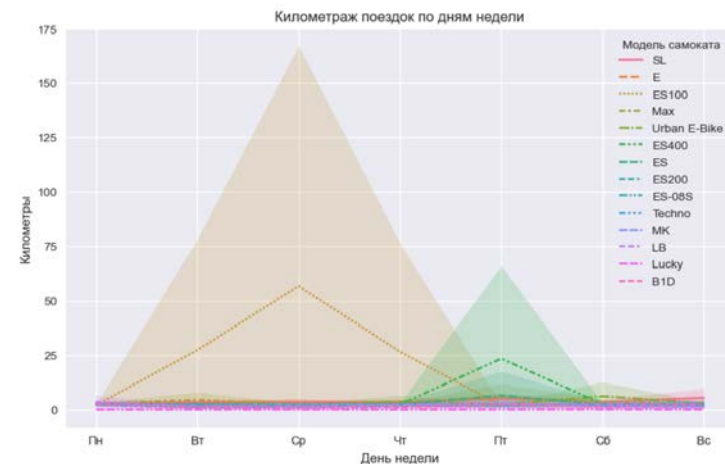
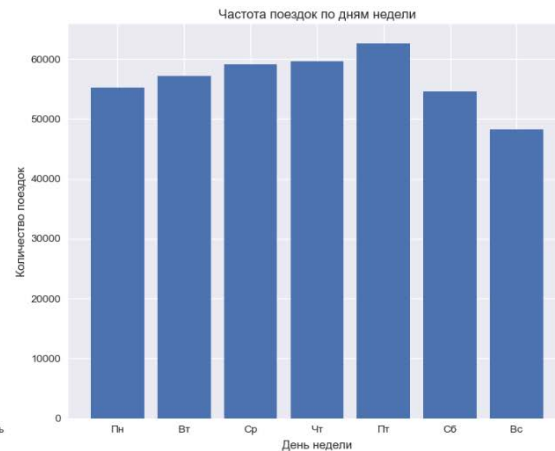
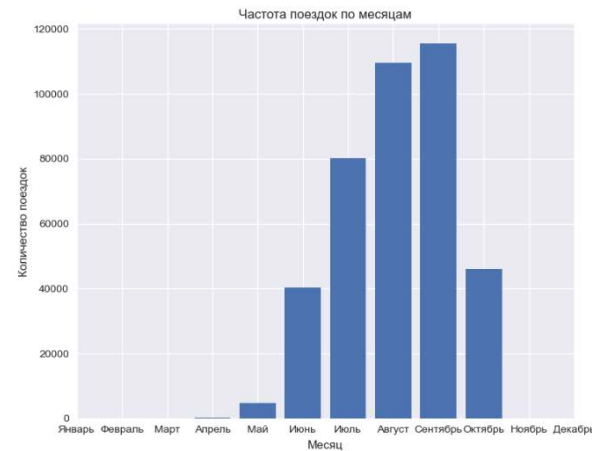
Среднее количество заказов на одного клиента: 6.19

Средняя стоимость одной поездки: 127.65 руб.

Средний размер выплаченного кэшбэка: 37.52 руб.

Сезонность - наибольшее количество поездок приходится на летние месяцы (июнь, июль, август) – около 100 тыс. поездок ежемесячно. Наибольшее количество поездок совершается в рабочие дни на моделях ES 100 и ES 400, на выходных наблюдается спад заинтересованности.

Повышенная активность наблюдается в промежутке с 12:00 до 17:00 часов. Суммарное расстояние, которое респонденты проехали с 14:00 до 15:00 за все время сбора данных – 120 тыс. км! Можно заметить сильное уменьшение спроса на самокаты с 6:00 до 8:00 и после 17:00.



Уровень образования и карта корреляции

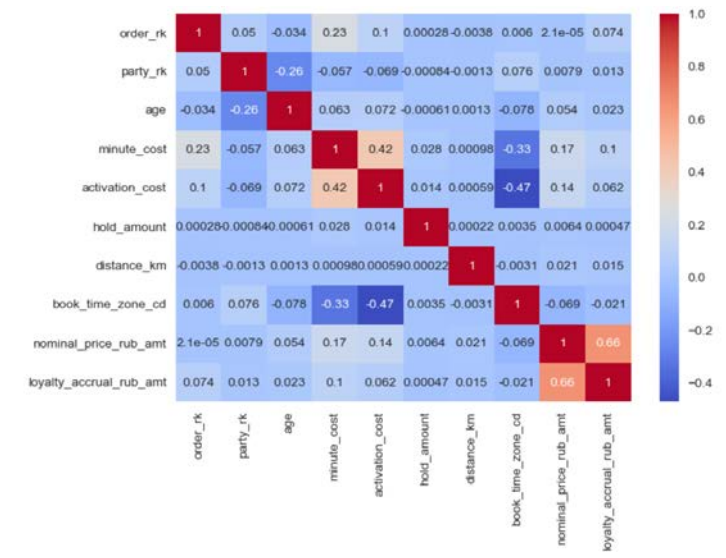
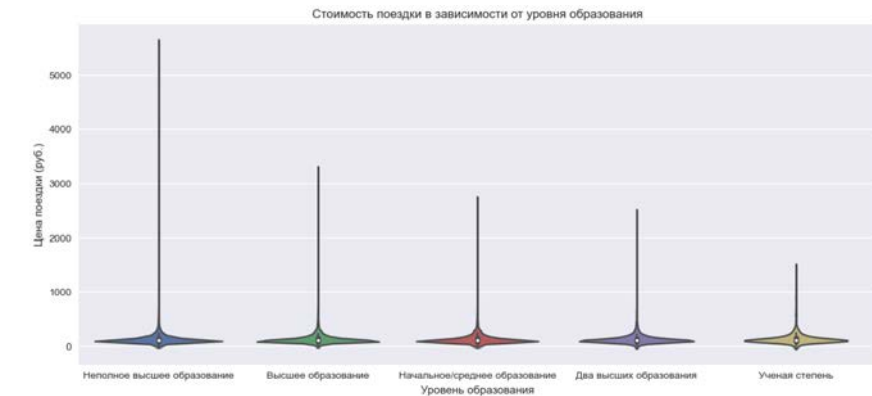
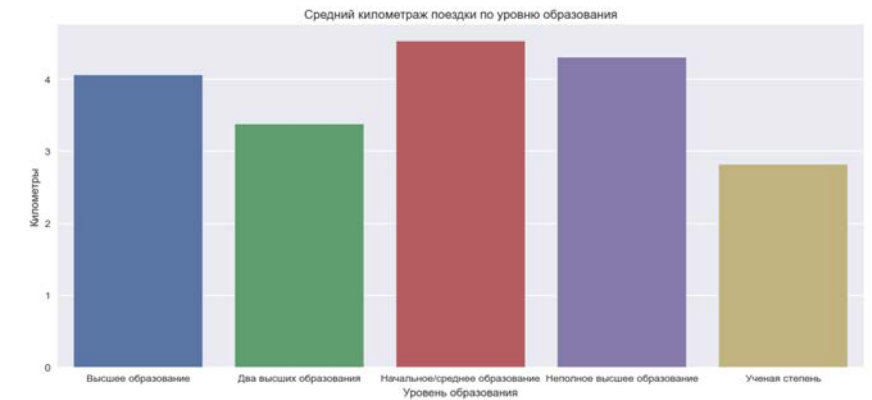
Люди с начальным/средним, неполным высшим и высшим образование при помощи кикшеринга проезжают большие расстояния (более 4 км) и имеют высокую стоимость поездок (около 3000 руб.), в то время как люди в возрасте – обладатели двух высших или ученых степеней – менее активны (средний километраж редко более 3 км).

Положительные корреляции:

Переменные `loyalty_accrual_rub_amt` (размер выплаченного кэшбэка в рублях) и `nominal_price_rub_amt` (стоимость поездки) имеют сильную положительную корреляцию (0.66), что указывает на то, что они изменяются вместе (аналогично для `minute_cost` и `activation_cost`).

Отрицательные корреляции:

Переменные `book_time_zone_cd` (часовой пояс) и `activation_cost` (стоимость активации) имеют отрицательную корреляцию (значение около -0.47), что указывает на слабую обратную зависимость между этими переменными.



Продуктовые гипотезы:

Суть гипотезы

Ожидаемый эффект

Метрика

Оптимизация парка самокатов

Исключение нерентабельных моделей (Lucky и др.) и перераспределение ресурсов на более популярные и выгодные модели

Освобождение ресурсов на более популярные модели; укрепление репутации качества самокатов, что потенциально усилит продажи и лояльность клиентов.

Равномерное использование различных моделей самокатов, отсутствие простоев.

“Metro Daily” (тариф утро + вечер)

Привлечение студентов и офисных работников к активным поездкам на самокате в утреннее и вечернее время

Покупка тарифа для двойной поездки (утренней и вечерней) удвоит количество поездок каждого пользователя в день, что существенно повысит доход компании.

Увеличение парных поездок утро + вечер

Долгосрочная привязанность

Предоставление скидки на последующие поездки пользователям, совершившим ежедневные поездки в течение определенного периода

Увеличение числа повторных пользователей, повышение среднего количества поездок на одного клиента, улучшение показателей удержания аудитории, увеличение количества поездок в "проседающие" выходные дни.

Перспектива “Metro Daily”



- **Удобство и экономия:** большинство студентов и офисных работников проживают недалеко от станций метро, поэтому замена личного автомобиля или автобуса на прокатный самокат сделает их повседневные перемещения удобнее и дешевле.
- **Эффект двойной поездки:** включение утренней + вечерней поездки в тариф удвоит количество поездок каждого пользователя в день, что существенно повысит доход компании.
- **Социальный и экологический вклад:** подход положительно скажется на экологии города, уменьшая выбросы CO₂ и пробки на дорогах, и укрепит имидж компании как социально ответственной и современной.
- **Простой механизм реализации:** специальная цена за пару "утренняя + вечерняя поездка" на самокате до ближайшей станции метро и обратно.
- **Дополнительный эффект:** партнерства с работодателями и университетами для продвижения тарифа среди студентов и офисных сотрудников.

Доля сервиса Т-банка в индустрии

Оценивая показатели, можно заключить, что Т-Банк занимает значительное положение на рынке аренды самокатов в России. Исходя из партнерства с крупнейшим игроком рынка (Юрент), наличия большого количества точек предоставления услуг и высокого уровня удовлетворенности клиентов, можно утверждать, что доля Т-Банка значительна и продолжает увеличиваться.



Размер автопарка

- Во всероссийском масштабе общее количество арендных самокатов достигает сотен тысяч единиц.
- По состоянию на начало 2025 года, парк самокатов Юрента составляет значительную долю рынка вместе с Яндексом и Ктоушем.
- Благодаря сотрудничеству с Юрентом, Т-Банк предлагает доступ ко всем доступным самокатам на территории, обслуживаемой оператором.



Уровень удовлетворенности клиентов

- Уровень удержания клиентов среди пользователей сервисов кикшеринга высок: около 96% пользователей продолжают пользоваться услугами в следующем месяце.
- Клиенты Т-Банка положительно отзываются о простоте оплаты и удобствах интеграции сервисов кикшеринга в банковское приложение.



Объем транзакций

- Данные показывают, что объем платежей за аренду самокатов через Т-Банк стабильно увеличивается ежегодно.
- Средний чек клиента на оплату аренды самоката варьируется в зависимости от города и продолжительности поездки.

Мешкова Ольга Вячеславовна
Выпускник бакалавриата 2023 года и
магистратуры 2025 года РТУ МИРЭА
по направлению «Прикладная
математика и информатика»
кафедры «Высшая математика»

Т-Банк: поездки на самокатах

