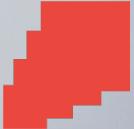


11/11/2025



Що таке продукт і навіщо в ньому аналітика

Віталія Гребнєва

Chief Product Officer

Financial Advisory

Ягеллонський університет, Hedgeserv Poland,
Deloitte Ukraine

Operations Management

Streaming Platform, SKELAR

Chief Product Officer

Liven by SKELAR



Трошку про бізнес



Liven is



Self-discovery Companion

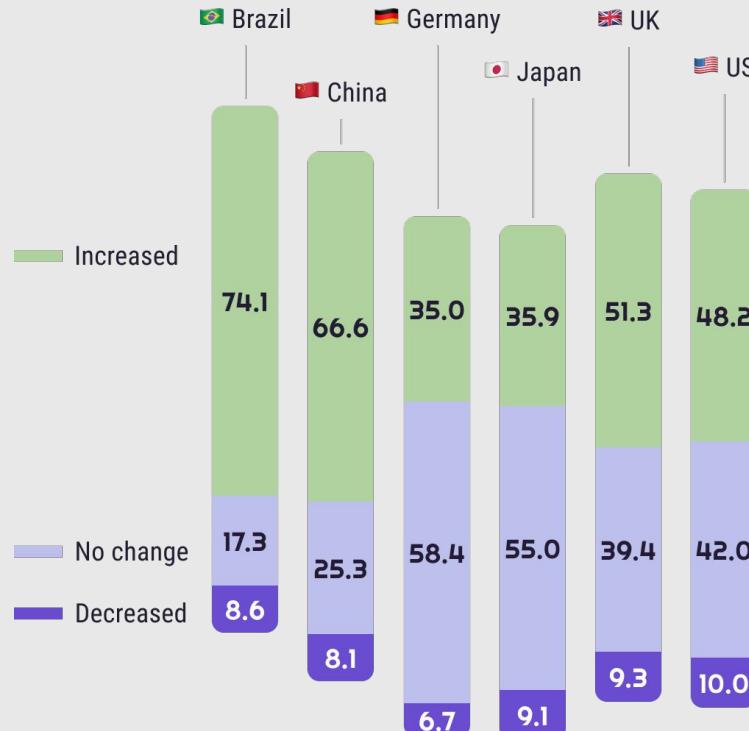


Можливості

Все більше людей по всьому світу ставлять на перше місце своє самопочуття.

Source: McKinsey, 'Feeling good: The future of the \$1.5 trillion wellness market', 2021

Зміна пріоритетів у питаннях здоров'я порівняно з 2-3 роки тому, % респондентів



Довгостроковий вплив пандемії на психічне здоров'я людей

Source: GWI, "Connecting the Dots", 2022

50%

Представників покоління Z кажуть,
що їхнє психічне здоров'я
погіршилося проти 37% у бебі-
бумерів

44%

Користувачів стверджують,
що їх рівень стресу/тривоги
погіршився через пандемію

Liven

Відстежуючи думки, емоції та поведінку, ви розвиваєте себе

Liven для кожного, хто:

- Прагне зрозуміти, як працює його розум
- Шукає емоційний баланс
- Відчуває емоційне перевантаження або стрес
- Потребує підтримки й турботи про себе
- Бореться з негативними думками
- Шукає структуру серед хаосу



Наші рішення

Відстежуючи думки, емоції та поведінку, ви розвиваєте себе



Короткі змістовні уроки

Від 5 до 15 хвилин на день, щоб краще зрозуміти себе та отримати нові знання

AI асистент

Поділитися своїми переживаннями чи проблемами і отримати пораду анонімно без залучення живих людей

Щоденні активності

Розвиток корисних звичок, інструменти фокусу та стрес-менеджменту, трекінг свого стану та емоцій



Лютий 2023

Запуск нового бізнесу і занурення в
нішу самокопання



1

місяць підготовки
до запуску

3

людини
в команді

25

днів до
позитивного ROI

2025

- ✳️ 150+ спеціалістів в команді

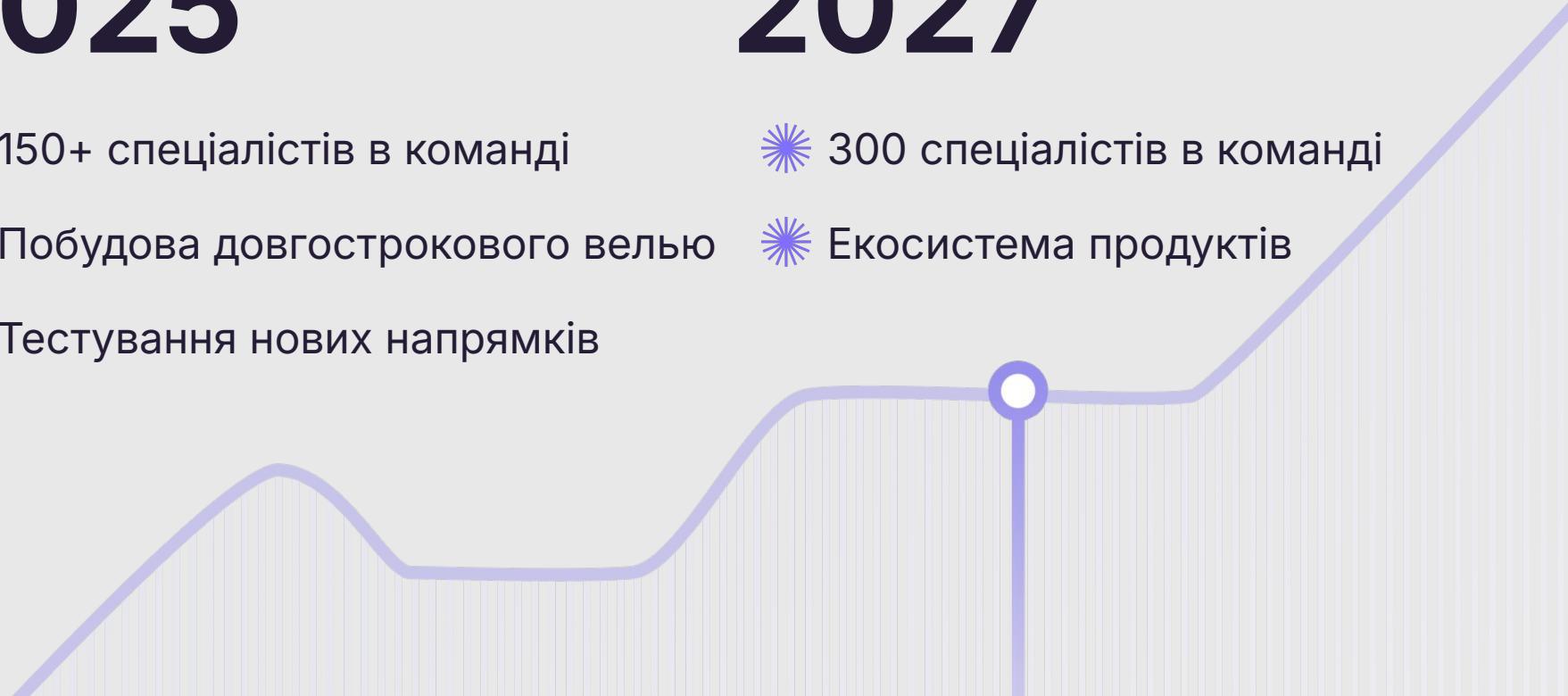
- ✳️ Побудова довгострокового велью

- ✳️ Тестування нових напрямків

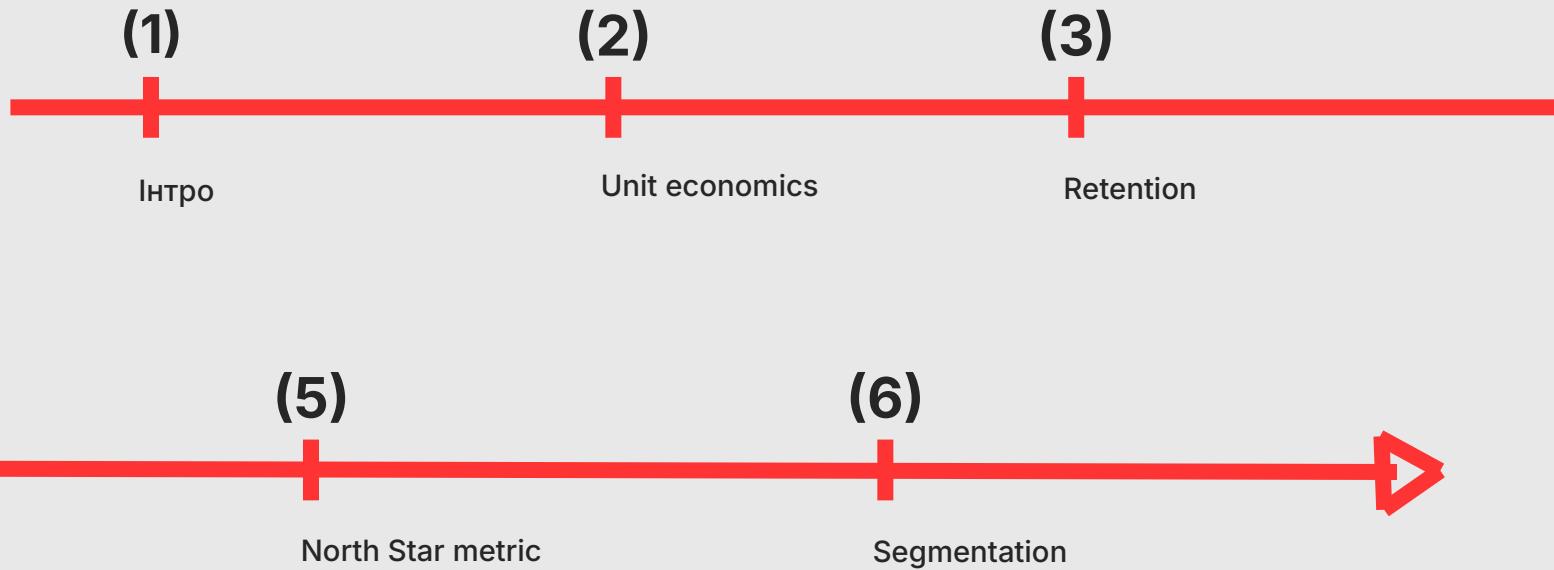
2027

- ✳️ 300 спеціалістів в команді

- ✳️ Екосистема продуктів



Адженда





Інтро



The product is a solution you choose to use because it delivers the experience you are looking for.

Francesca Cortesi
CPO at Hemnet



Deep dive у шлях юзера

(1) Маркетинг — залучення



11:23 10 minutes ago
ultiself Sponsored

REMINDER
If every day feels like a repeat of 'meh'. You need to reprogram your brain.
Start our 28-Day Challenge on April 9th and finally
TAKE THE TEST

Learn more >
1 heart 1 question 1 share
Followed by annet_ka.t and 198K others
ultiself Crush your goals w/ our AI-Powered app 🎉 ... more

Home Search Plus Camera Clock

theliven.com https://theliven.com :

Liven App | Self-discovery companion

The Liven app helps you reframe the inner dialogue, boost your self-image, and view daily challenges with fresh eyes.

TAKE ADHD TEST 3-minute quiz Liven Subscription Policy

Active Library ID: 1332125784749411 Started running on 7 Apr 2025 · Total active time 17 hrs Platforms: See ad details

Active Library ID: 1389180925437862 Started running on 7 Apr 2025 · Total active time 17 hrs Platforms: See summary details

Liven: Self-Discovery Companion Sponsored
The healing after a breakup could feel like an emotional roller coaster. That's why the Liven is packed with science-based techniques, everyday lessons and calming exercises.
Start Your Healing Journey Today

Learn more

GO TO THELIVEN.COM
Heal your past relationship wounds
A step-by-step self-love routine!

(2) Продакт Маркетинг — продаж



Liven

DOPAMINE MANAGEMENT PLAN

HOW TO IDENTIFY AND MANAGE YOUR DOPAMINE LEVELS

3-MINUTE QUIZ

Male > Female >

By clicking "Male" or "Female" you agree with the [Terms of Use and Service](#), [Privacy Policy](#), [Subscription Policy](#), and [Cookie Policy](#).

9:41

Restore

★★★★★

Small changes, big impact
Love it! This app has transformed how I feel about myself and my life.
LiamVenn 99

Full access plan

Weekly \$7.99 per week

Enable free trial

Yearly \$49.99, paid annually

Lifetime \$99.99, one-time payment

Continue

Billed weekly, subscription is auto-renewable. Cancel anytime.

Terms of Service Privacy Policy

Liven

Hey

You have completed our quiz and taken a step closer to better life. We have analyzed your results and created a personalized Anti-Procrastination plan to help you manage your challenges. Liven will be your assistant and support you.

GET STARTED WITH 50% OFF

Your results:

- Goal: Stop doubting myself
- Procrastination type: Physical appearance
- Procrastination period: Few months
- Trigger: Undefined
- Self-confidence level: Normal

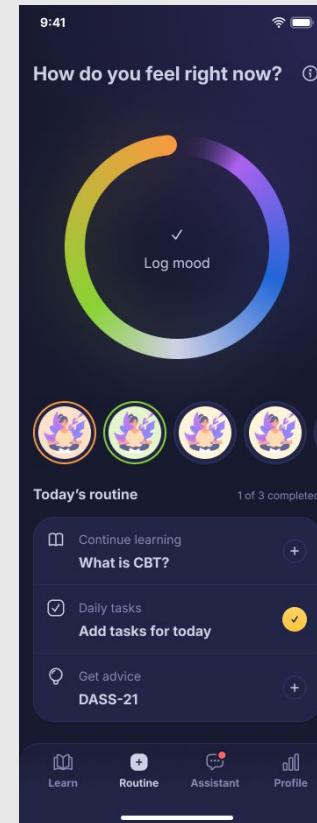
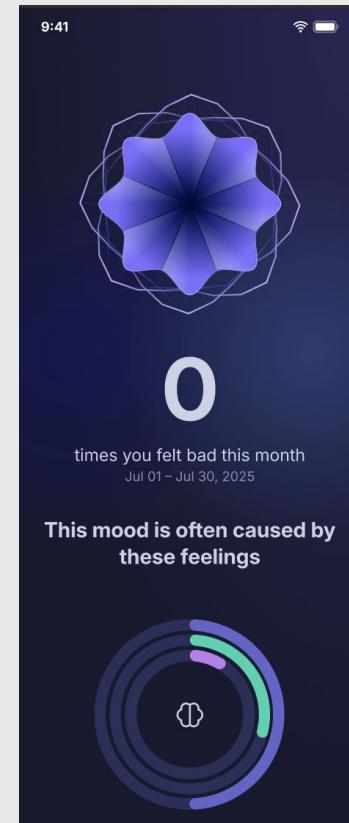
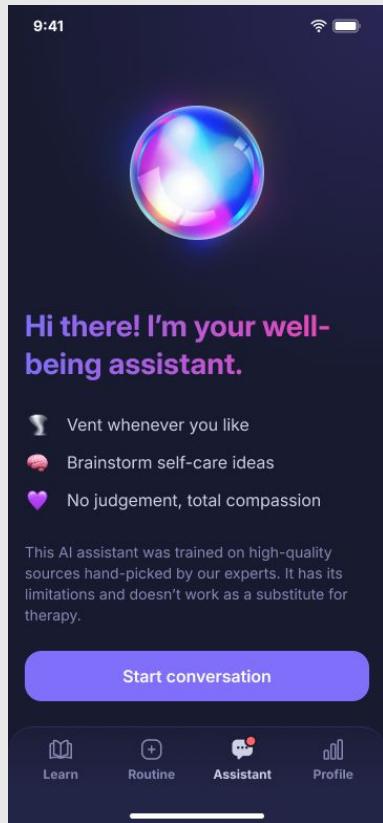
You are not alone; many people aged 45-54;3 encounter similar challenges. With Liven's personalized plan, you will receive the ideal support to navigate them.

GET STARTED WITH 50% OFF

Instagram Facebook YouTube

You are receiving this from Liven as you have expressed your interest in our product. You can unsubscribe from these emails [here](#).

(3) Продукт — велью



Хто такий продуктовий аналітик

- Продуктовий аналітик — це як детектив, який розслідує, чому ваш продукт працює або не працює.
- Він збирає всі можливі докази (дані), аналізує їх, **формує інсайти** і разом з командою генерує гіпотези, як зробити продукт ще крутішим.



Особливості:



(1)

€ Data Analyst

(2)

Має фокус на поведінці
користувачів і їх
взаємодії з продуктом

(3)

Діє в рамках цілей
продуктової команди

Роль продуктового аналітика — відповідати на питання для прийняття рішень



В якому стані наш продукт і
як він впливає на бізнес



На якому етапі ми втрачаємо
користувачів і чому



Що допомагає нам
утримувати користувачів



Як тест змінює поведінку користувачів
і як це впливає на продукт



Як відрізняється поведінка різних
сегментів користувачів

Метрики



→ **Метрики** — кількісний вимір будь-чого, допомагають команді зрозуміти, як користувачі взаємодіють з продуктом.

→ Уявіть, що це як перевірка здоров'я вашого продукту: якщо всі показники в нормі, продукт "живе" і процвітає! 

Ключові верхньорівневі метрики:



(1)

LTV

Скільки \$ приносить користувач за весь час використання продукту.

(2)

SAC

Скільки коштує 1 залучений юзер.

(3)

Churn

Відпад користувача з продукту

(4)

Retention

Відсоток користувачів, які повертаються до продукту після певного періоду часу.

(5)

DAU/MAU

Кількість активних користувачів в день/в місяць

Проксі-метрики



- Проксі-метрики — це такі собі "підказки" для аналітиків. Вони є непрямими показниками, які сильно корелюють з основними метриками.
- Наприклад, якщо основна метрика — це кількість активних користувачів, то проксі-метрика може бути кількість завантажень додатку.

Навіщо потрібні проксі метрики?



(1)

За верхньорівневою метрикою частіше не можливо зрозуміти, що саме повпливало на зміни

(2)

На верхньорівневі метрики часто впливають декілька команд з різних сторін

(3)

Вплив верхньорівневих метрик частіше відкладений у часі

Когортний вимір



Когорта — група користувачів, об'єднані за спільною ознакою.

Найчастіше використовується в контексті об'єднання за датою залучення або активації

	0h 1/11/2024	0h 1/12/2024	0h 1/1/2025	0h 1/2/2025	0h 1/3/2025	Grand Total
2024-08-01 00:00:00	USD: 230,297 %: 23.72%	USD: 75,764 %: 6.07%	USD: 64,253 %: 5.17%	USD: 105,646 %: 10.13%	USD: 39,901 %: 3.21%	USD: 515,862 %: 8.98%
2024-09-01 00:00:00	USD: 172,218 %: 17.74%	USD: 299,832 %: 24.02%	USD: 96,983 %: 7.81%	USD: 71,225 %: 6.83%	USD: 147,452 %: 11.85%	USD: 787,709 %: 13.71%
2024-10-01 00:00:00	USD: 274,460 %: 28.27%	USD: 195,716 %: 15.68%	USD: 329,877 %: 26.57%	USD: 94,226 %: 9.04%	USD: 78,353 %: 6.30%	USD: 972,631 %: 16.92%
2024-11-01 00:00:00	USD: 293,990 %: 30.28%	USD: 239,763 %: 19.21%	USD: 167,782 %: 13.51%	USD: 256,166 %: 24.57%	USD: 89,582 %: 7.20%	USD: 1,047,282 %: 18.22%
2024-12-01 00:00:00		USD: 437,049 %: 35.02%	USD: 311,903 %: 25.12%	USD: 178,942 %: 17.17%	USD: 372,441 %: 29.93%	USD: 1,300,335 %: 22.62%
2025-01-01 00:00:00			USD: 270,877 %: 21.82%	USD: 180,256 %: 17.29%	USD: 129,518 %: 10.41%	USD: 580,650 %: 10.10%
2025-02-01 00:00:00				USD: 155,995 %: 14.96%	USD: 115,679 %: 9.30%	USD: 271,674 %: 4.73%
2025-03-01 00:00:00					USD: 271,244 %: 21.80%	USD: 271,244 %: 4.72%
Grand Total	USD: 970,964 %: 100.00%	USD: 1,248,124 %: 100.00%	USD: 1,241,674 %: 100.00%	USD: 1,042,455 %: 100.00%	USD: 1,244,169 %: 100.00%	USD: 5,747,387 %: 100.00%

Календарна виручка березня

*усі цифри не є реальними,
сформовані рандомно для прикладу



Unit economics

Що таке unit economics?



→ **Unit economics** — це метод,
який дозволяє оцінити скільки
бізнес заробляє або втрачає з
одного “юніту”

→ У випадку B2C діджитал бізнесу
“юніт” — це користувач

Як ми це рахуємо



Економіка одного залученого користувача

	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6
Acquisition cost	70\$					
Revenue	10\$	10\$	10\$	10\$	10\$	0\$
Total	-60\$	-50\$	-40\$	-30\$	-20\$	-20\$

Якщо LTV перевищує САС, ваш бізнес прибутковий. Якщо ні, то потрібно переглянути стратегії залучення клієнтів або підвищити їхню цінність

Основні компоненти unit economics



Customer Acquisition Cost (CAC):
Скільки коштує залучити одного користувача.



Customer Lifetime Value (LTV): Скільки прибутку
приносить один користувач за весь час
співпраці за вирахуванням постійних витрат
(комісії, рефанди)

$$\text{LTV} - \text{CAC} = \text{Lifetime Gross Profit}$$

Основні компоненти unit economics



↑ На що
впливає продукт?

Основні компоненти unit economics



CAC



Customer Acquisition Cost (CAC) допомагає оцінити ефективність маркетингових та продажних стратегій.

CAC = витрати на маркетинг і продажі / # юзерів

Наприклад, якщо ви витратили \$70,000 на маркетинг і продажі за місяць і залучили 1000 нових клієнтів, ваш CAC буде \$100



Чому важливо оцінювати?



На САС також впливає продукт,
але проксі-метрикою може бути
CR в оплату



САС корисно дивиться в різних
розділах і сегментах

LTV



†

LTV допомагає зрозуміти, наскільки цінним є кожен клієнт для вашого бізнесу і наскільки ефективно продукт монетизує користувачів

Як наслідок, зрозуміти наскільки ефективно можна інвестувати в залучення нових користувачів.

LTV = Середній дохід на одного юзера × Частота покупок × Тривалість життя в продукті

Наприклад, якщо клієнт витрачає 100\$ за покупку, купує у вас 5 разів на рік і залишається вашим клієнтом протягом 3 років, то його LTV буде: $100 \times 5 \times 3 = 1500 \$$

Критерій успішного бізнесу — заробляти більше аніж витрачаєш

$LTV/CAC > 1$

Більшість бізнесів ціляться в
LTV до CAC 3 : 1



На практиці звісно складніше



Як рахувати коли є
витрати на supply ?



Різні монетизаційні моделі —
різні методи рахування

А як врахувати рекламу
в додатку?

Різні монетизаційні моделі —
різні методи рахування



Retention

Retention



Retention rate — це метрика, що показує, яка
частина % користувачів після того як вперше
зробили певну дію, повторили її знову через N часу

Коли говорять про ретеншен, часто мають на увазі одне з цього:



(1)

Показник того, наскільки продукт
вирішує проблеми користувача
(і стабільно працює)

(2)

Робота з каналами повернення (Email, App
Pushes, Web Pushes) та утримання (In-App
Notifications, Feed)

Retention



(1)

N-day retention

частка користувачів, які вчинили цільову дію на N день після реєстрації

Formula

had Action on Nth day /
Size of cohort ×100, %

(2)

N-day Rolling retention

частка користувачів, які вчинили цільову дію на N-ий день після реєстрації та пізніше

Formula

had Action on \geq Nth day /
Size of cohort ×100, %

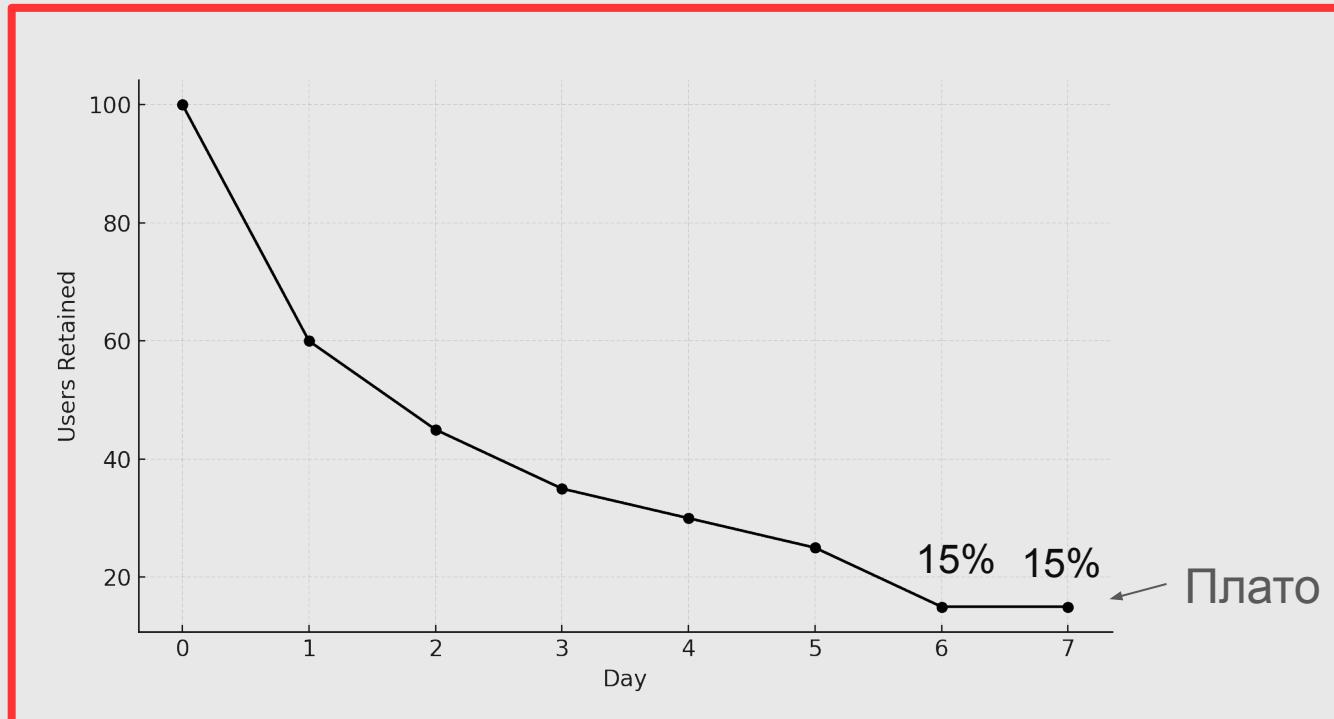
Retention — похідна



Retention = (Activation, Engagement, Resurrection)



Retention

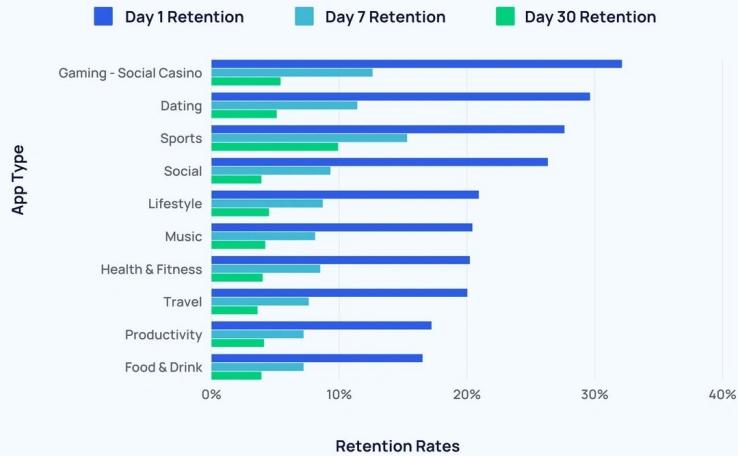


7 day user
retention

Різні ніші — різні середні метрики



Consumer Services, Hospitality,
And Travel Customer Retention



77% DAU втрачається
за перші 3 дні

90% за 30 днів

95% за 90 днів

За що ми любимо ретеншн



Підвищує поріг входу
для конкурентів



Драйвить залучення
користувачів (віральність,
network effect)



Драйвить монетизацію та
виручку: більше юзерів, більше
можливостей заробити



Retention зростає, коли ми рухаємось у
правильному напрямку. Як і більшість
метрик, за якими ми стежимо
(та сама виручка)



Можна придумати багато метрик, заснованих
на поверненні користувача. Кожна з них
вирущуватиме поставлену проблему, і при
цьому не потрібно буде чекати тиждень/місяць,
щоб їх виміряти.

За що ми любимо ретеншн



Приклад % користувачів, активних в продукті сьогодні, з тих, хто був в продукті вчора



За що ми любимо ретеншн



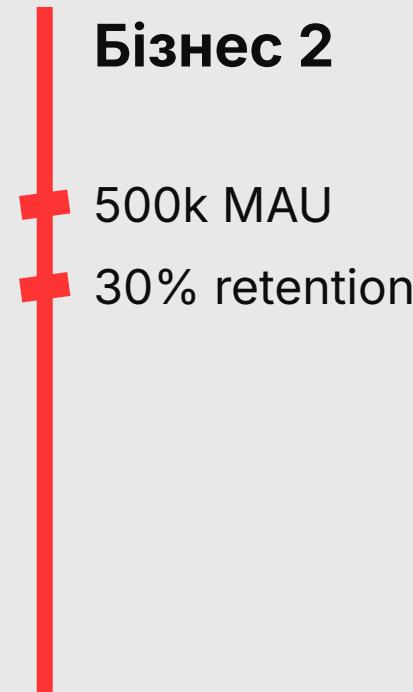
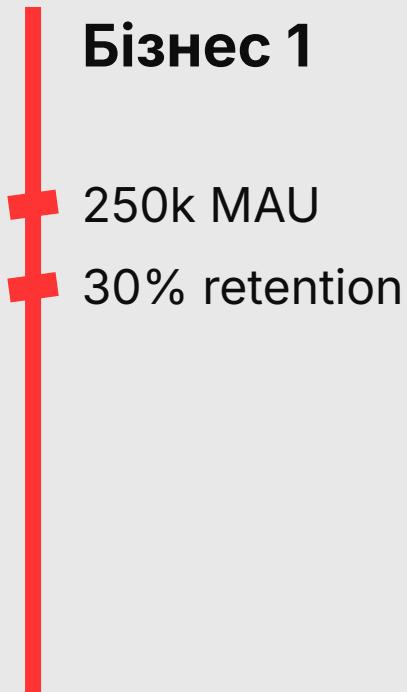
Приклад % користувачів, активних в продукті сьогодні, з тих, хто був в продукті вчора

Підходить не всім





Оцінювати бізнес треба в комплексі





Оцінювати бізнес треба в комплексі

Бізнес 1

250k MAU
30% retention

5\$ ARPU
375k MRR

Бізнес 2

500k MAU
30% retention

2\$ ARPU
300k MRR

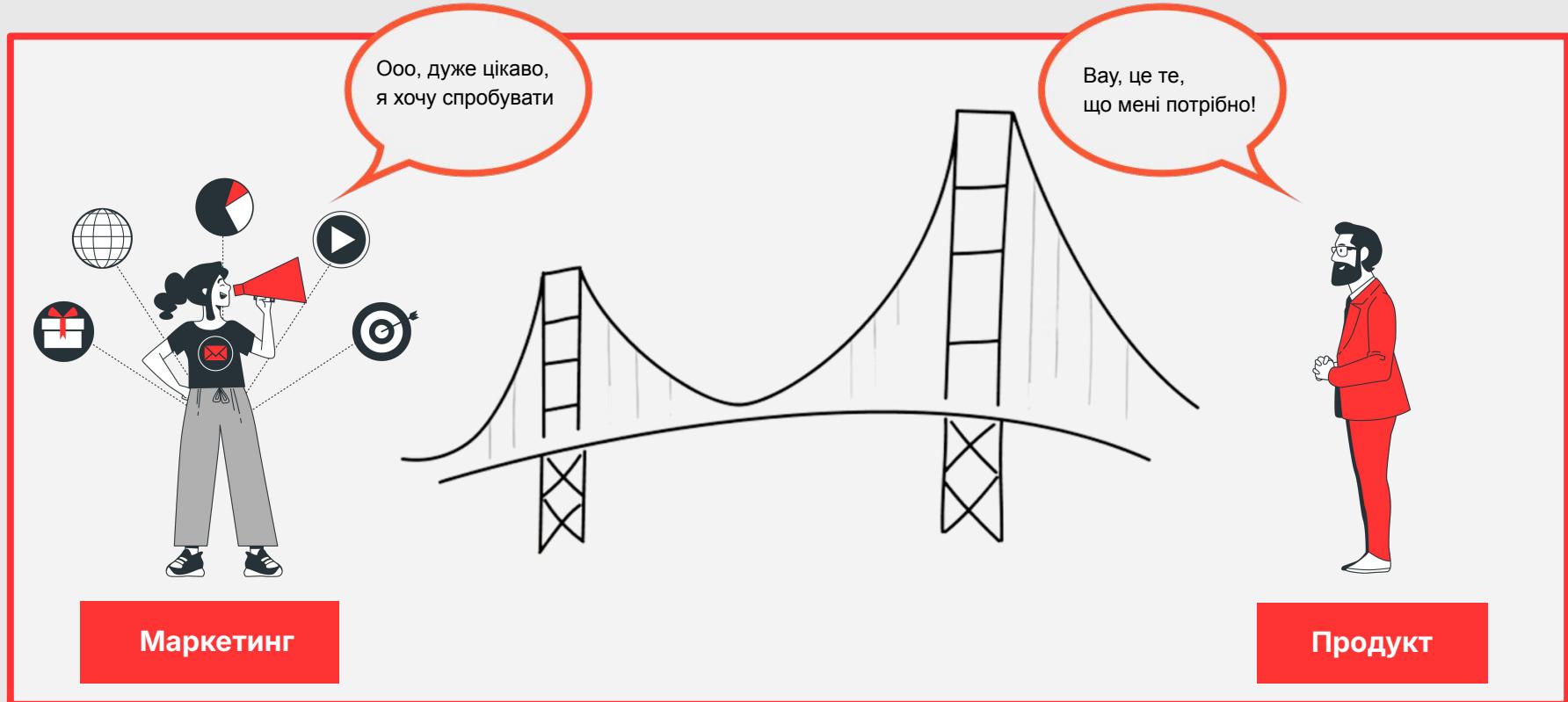


**Аналізувати завжди
треба глибше**



Activation

Що таке активація?



Що таке активація?



Setup Moment

Користувач виконав дії для налаштування основної пропозиції цінності.

AHA Moment

Користувач вперше відчув основну цінність.

Habit Moment

Користувач установив звичку навколо основної ціннісної пропозиції.

Engaged

Користувач установив звичку і продовжує використовувати визначений період часу.

Activation

Процес переведення користувача від реєстрації до встановлення звички навколо основної ціннісної пропозиції.



**Setup moment — bare
minimum to experience
the **Aha moment****

Що таке setup moment?



(1)

Юзер надав вам
необхідні дані

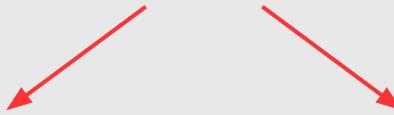
(2)

Ви зібрали
необхідні дані

(3)

Продукт організував все так, що
ймовірність отримання value prop = high

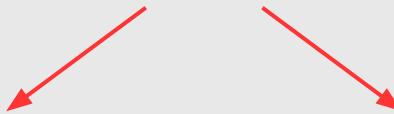
Setup = інвестиція



Трек настрою
і почуттів

Обговорення свого
настрою з ШІ чатом

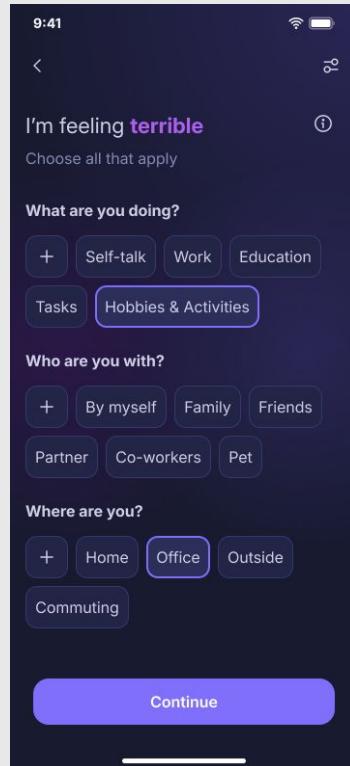
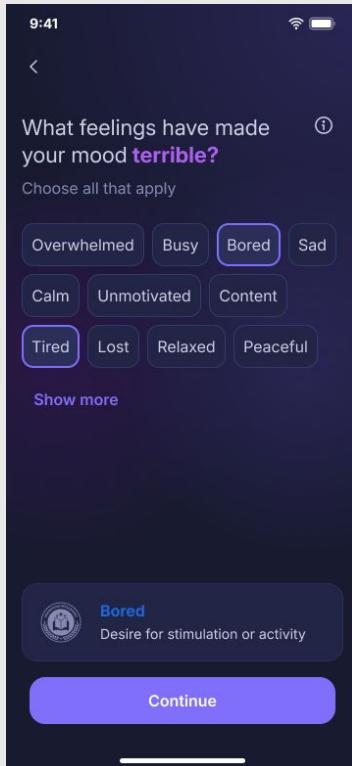
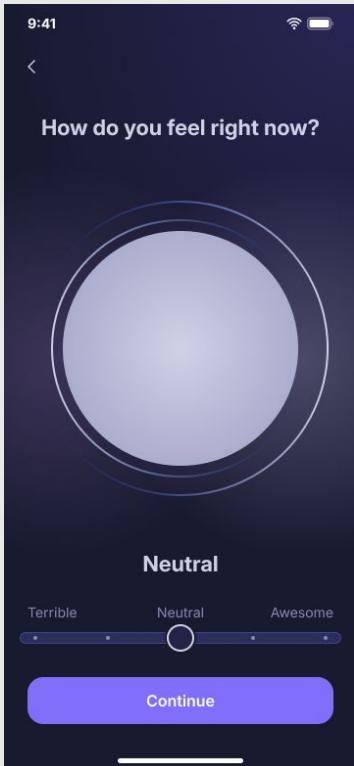
Setup = інвестиція



Трек настрою
і почуттів

Обговорення свого
настрою з ШІ чатом

Setup = інвестиція



Setup = інвестиція



(1)

Блоги

Обрати називу блогу, обрати тему та дизайн, написати перший пост

(2)

Соц мережі

Імпортувати контакти, додати друзів, погодитись на нотифікації

(3)

SaaS

Створити кабінет, підключити датафід, налаштовувати і запустити перший воркфлоу

(4)

Dating

Додати свої фотки, заповнити біо, опт ін нотифі, зробити пару свайпів, отримати меч

Setup = інвестиція



(1)

Facebook

7 друзів за 10 днів

(2)

Slack

Юзер обмінявся одним
повідомленням в перший день

(3)

Airbnb

Юзер зробив перший букинг за
перший місяць

На які питання маєте відповісти?



†

Що необхідно, щоб юзер
отримав **aha moment**?

†

Які дані вам обов'язково
треба зібрати, щоб юзер
спробував **value prop**?



Aha moment — юзер
вперше відчув value prop

Навіщо нам aha moment?



(1)

Розуміння до яких цінностей та можливостей можна звертатись, коли до вас приходить юзер.

(2)

Розуміння яким чином юзера якнайшвидше провести до моменту, де він зрозуміє необхідність вашого продукту

(3)

Знаючи свій aha, можна робити продуктові зміни на збільшення частки користувачів, для яких він настає

Як визначити ?



Визначаємо, який момент спонукає юзера отримати звичку



Кількісний показник

Порахувати, яка дія відокремлює ваших користувачів за ознакою оплат або повернення



Якісний показник

Підбір дії здійснюється відштовхуючись від розуміння цінності продукту

Як визначити ?



(1)

Оберіть ключову дію або дії для користувачів, спираючись на попередню роботу з use cases.

(2)

Визначте кількість разів, яка необхідна для юзера, щоб впевнитись у цінності продукту при вирішенні запитів.

(3)

Визначте період часу, за який ця кількість виконання ключових дій повинна відбутися.

Якісне визначення



Use case	Browsing Interests	Planing A project
Problem	Мені нудно, і я хочу бачити речі, які мене цікавлять	У мене є проект, і мені потрібно багато натхнення — і швидко!
Persona	Жінка, міленіал, дохід понад \$30 000	Жінка, планує життєву подію, старше міленіалів, дохід понад \$50 000
Why	Я можу переглядати зображення за своїми інтересами.	Я можу знайти речі на Pinterest, які не можна знайти деінде.
Alternative	Журнали	Зображення Google, спитатися в експертів
Frequency	Щотижня	Щоденно (під час проект, потім зменшується)
Aha Moment	Я знайшла дуже цікаві речі у стрічці Pinterest відразу ж.	Я знайшла щось для свого проекту, що мені подобається
Habit Moment	"Щотижня я знаюджу цікаві речі на Pinterest*	"Я використовую Pinterest як головне джерело натхнення для свого проекту"
Habit Moment Metric	4d28r	4d7



Якісне визначення



Use case	Browsing Interests	Planing A project
Problem	Мені нудно і я хочу бачити речі, які мене цікавлять.	У мене є проект, і мені потрібно багато натхнення і швидко.
Persona	Жінка, міленіал, дохід понад \$30 000	Жінка, планує життєву подію, старше міленіалів, дохід понад \$50 000
Why	Я можу переглядати зображення за своїми інтересами.	Я можу знайти речі на Pinterest, які не можна знайти деінде.
Alternative	Журнали	Зображення Google, спитатися в експертів
Frequency	Щотижня	Щоденно (під час проекту, потім зменшується)
Aha Moment	Я знайшла дуже цікаві речі у стрічці Pinterest відразу ж.	Я знайшла щось для свого проекту, що мені подобається
Habit Moment	"Щотижня я знаюджу цікаві речі на Pinterest*	"Я використовую Pinterest як головне джерело натхнення для свого проекту"
Habit Moment Metric	4d28r	4d7

Кількісне визначення



duolingo

Actions	Number of times	Period	Correlation	PPV	NPV	Sample
Completed lesson	1	1 week	0.12	69%	31%	7600
Completed lesson	2	1 week	0.31	44%	56%	4500
Completed lesson	5	1 week	0.43	38%	62%	3800
Entered word in dictionary	5	1 week	0.17	72%	28%	6731
Entered word in dictionary	10	1 week	0.68	39%	61%	2100

Кількісне визначення



duolingo

Actions	Number of times	Period	Correlation	PPV	NPV	Sample
Completed lesson	1	1 week	0.12	69%	31%	7600
Completed lesson	2	1 week	0.31	44%	56%	4500
Completed lesson	5	1 week	0.43	38%	62%	3800
Entered word in dictionary	5	1 week	0.17	72%	28%	6731
Entered word in dictionary	10	1 week	0.68	39%	61%	2100

Aha moment



Liven



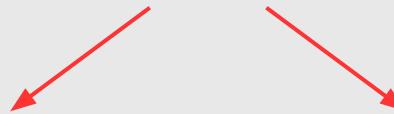
3 треки
настрою за 5
днів

Обговорення свого
настрою з ШІ чатом

Aha moment



♣ Liven



3 треки
настрою за 5
днів

Обговорення свого
настрою з ШІ чатом

Aha moment



(1)

Zoom

Юзер захостив перший міт
за перші 7 днів з оцінкою 4+

(2)

Slack

Юзер обмінявся трьома
пов. за перші 7 днів

(3)

Airbnb

Юзер лишив відгук на
4+ зірки за першу оренду



Habit moment — юзер виробив
звичку навколо value prop

Важливо зрозуміти про habit



(1)

Habit =
повторювана дія

(2)

Час до отримання звички
залежить від ніші

(3)

Звичка =
кількість повторювань

(4)

Вимір звички -
метрики



Розуміння через які дії ми можемо
наблизити юзера до звички

Habit moment



(1)

Zoom

Юзер захостив 4 мітинги
за перші 28 днів

(2)

Slack

Юзер відправляв 1+
повідомлення 4 з перших 7 днів

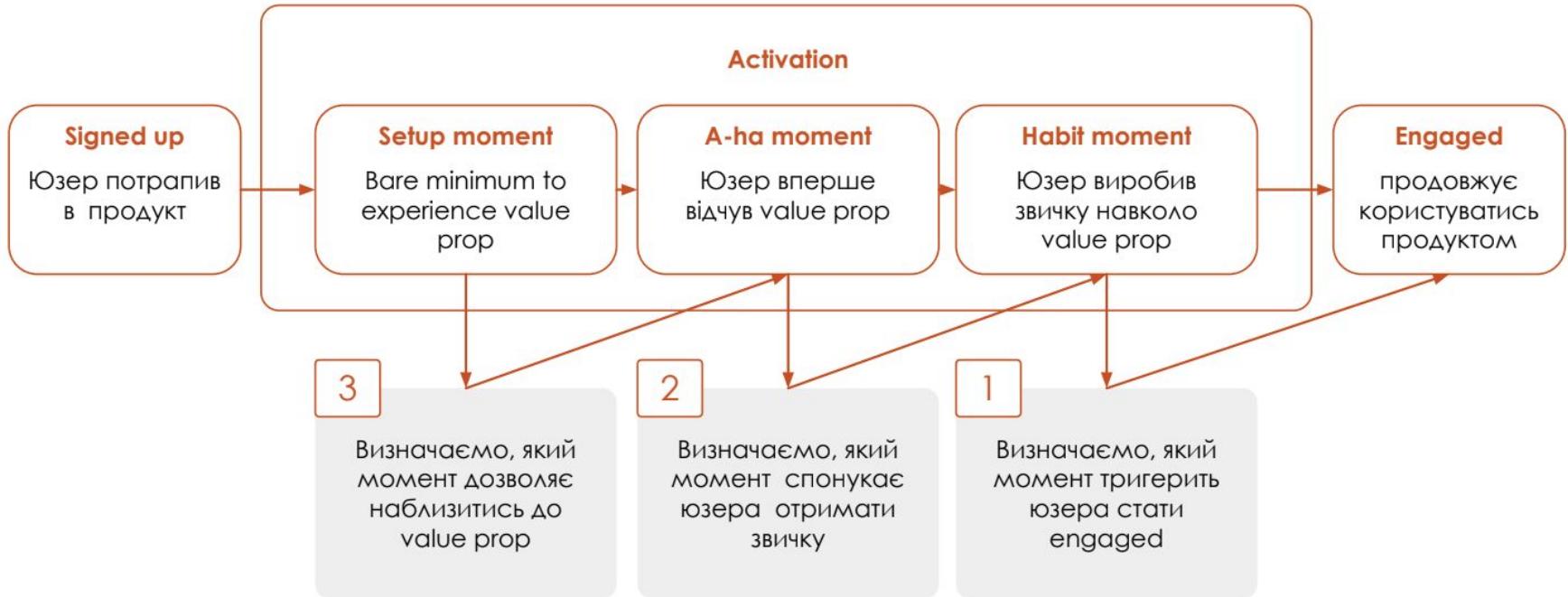
(3)

Airbnb

Юзер забукав 2 рази житло за
перший рік користування



**Аналіз зазвичай
починають з кінця**





North Star

North Star



North Star метрика

— це метрика, яка вимірює ключову цінність продукту для користувачів.

Критерії вибору NSM:



(1)

Цінність

відображає основну цінність
продукту для клієнта.

(2)

Доходність

зростання показника веде
до зростання доходу.

(3)

Вимірюваність

показник легко виміряти,
але не прямо в грошах.

North Star



Тип Маркетплейси	Назва компанії	North Star метрик
B2B	AirBnB	Заброньовані ночі
	Uber	Замовлені поїздки
	Salesforce	Середня кількість записів на аккаунт
	Asana	Щотижневі активні підписники
E-Commerce	Amazon	Щомісячні покупки на користувача
Соціальні	Facebook & Instagram	DAU — Щоденні активні користувачі
	Pinterest	Щотижневі активні користувачі, які зберігають піни
Розваги	Netflix	Час перегляду
	Spotify	MAU (щомісячні активні користувачі) та час прослуховування

North Star

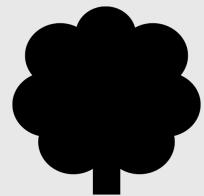


♣ Liven

?

North Star



 Liven

Кількість треків настрою



Segmentation

Segmentation



Сегментування умовно ділимо на 2 типи:

(1)

**Ретроспективна
сегментація**

історична оцінка і порівняння
поведінки когорт

(2)

**Перспективна
сегментація**

для побудови "доречного" UX в
майбутньому

Segmentation



Trunc.. F	0	1	2	3	4	5	6
30/03/2025	100.0%	17.0%	6.1%	0.3%			
23/03/2025	100.0%	24.7%	18.0%	13.6%	10.0%	7.5%	6.3%
16/03/2025	100.0%	26.8%	19.6%	15.5%	12.8%	11.0%	10.6%
09/03/2025	100.0%	28.5%	20.5%	15.3%	13.1%	11.5%	10.5%
02/03/2025	100.0%	28.7%	20.6%	16.2%	13.5%	12.0%	10.9%
23/02/2025	100.0%	29.4%	20.6%	15.9%	13.4%	11.7%	10.7%
16/02/2025	100.0%	29.1%	21.0%	16.0%	13.6%	11.8%	11.3%
09/02/2025	100.0%	28.0%	20.4%	15.5%	13.1%	11.8%	11.0%
02/02/2025	100.0%	28.1%	20.4%	15.6%	13.3%	11.3%	10.7%
26/01/2025	100.0%	28.4%	20.7%	16.1%	13.4%	11.8%	10.9%
19/01/2025	100.0%	29.0%	21.0%	16.5%	13.5%	11.9%	11.2%
12/01/2025	100.0%	29.1%	21.1%	16.3%	13.5%	12.0%	11.7%
05/01/2025	100.0%	30.7%	22.3%	16.9%	14.1%	12.4%	11.8%
29/12/2024	100.0%	31.4%	24.0%	20.5%	17.1%	14.6%	13.0%
22/12/2024	100.0%	28.9%	21.9%	17.2%	15.8%	13.9%	12.8%
15/12/2024	100.0%	26.0%	18.3%	14.1%	12.2%	11.1%	10.5%
08/12/2024	100.0%	25.7%	18.0%	13.6%	11.3%	10.0%	9.5%
01/12/2024	100.0%	28.1%	19.9%	15.7%	13.1%	11.0%	10.7%
24/11/2024	100.0%	28.0%	19.0%	15.2%	12.9%	11.6%	10.6%
17/11/2024	100.0%	29.4%	20.8%	16.0%	13.1%	11.2%	10.7%
10/11/2024	100.0%	30.1%	22.1%	17.3%	14.4%	13.0%	11.9%
03/11/2024	100.0%	29.7%	21.4%	17.4%	14.4%	12.9%	11.9%
27/10/2024	100.0%	30.8%	24.4%	18.5%	14.5%	12.9%	11.1%
	100.0%	28.4%	20.5%	15.9%	13.3%	11.6%	10.8%

Segmentation



Кванtitативний аналіз когорти

(1)

Чи є когорти, які перформлять
краще за середні значення?

(2)

Чи є якийсь тренд over time?
Сезонність?

(3)

На яких етапах відбуваються
найбільші відпади?

Segmentation



(1)

Persona

Сегмент ЦА (павер юзер, контент сікер тощо)

(2)

Трафік сурс

Афіліат, Facebook, Google

(3)

Платформа

iOS, Android, Desktop

(4)

Локація

Країна юзера

Segmentation



(5)

Демографія

Дохід, вік, гендер тощо

(6)

Канал ретеншеноу

Ремаркетинг, пуші, мейли

(7)

Промо акції

Як промоофери / знижки
впливають на ретеншн

(8)

Підтримка

Чи є залежність з вашим акаунтом
/ сапорт-агентом



Q&A

Не соромтесь писати

