

# Тема проекта: Клуб романтики +

Бабичев, Гринкевич, Демидова, Мартиросян, Рябичев

## Задание 1

### Acquisition

1. Соотношение количества пользователей, кликнувших на ссылку в рекламе, к числу просмотров. Примечание: суть метрики - продемонстрировать общий показатель эффективности рекламы
2. Соотношение количества пользователей, дошедших до основного блока текста на лендинговой странице, к общему числу посетителей лендинговой страницы. Примечание: суть метрики - измерить уровень привлекательности сайта
3. Соотношение количества пользователей, нажавших на ссылку скачивания приложения на лендинговой странице, к общему количеству посетителей страницы. Примечание: суть метрики - оценить качество текста на сайте.
4. Источники установки приложения (процентное соотношение пользователей, кликнувших на ссылки с метками в разных рекламных объявлениях, в виде круговой диаграммы)
5. Соотношение количества пользователей, скачавших приложение, к количеству людей, пришедших на страницу скачивания.
6. Проверка эффективности рекламы: соотношение количества пользователей, пришедших по рекламе обычным путем *“реклама -> лендинговая страница -> страница загрузки в App Store/Google Store”* (ОП) и пользователей, пришедших по рекламе с укороченным путем *“реклама -> страница загрузки в App Store/Google Store”* (УП) (формула нормированная:  $(\text{ОП} / \text{количество показов "обычной рекламы"}) / (\text{УП} / \text{количество показов "укороченной рекламы"})$ )  
Примечание: суть метрики - показать, что эффективнее, давать сразу ссылку на скачивание или сначала отправлять на лендинговую страницу.

### Activation

1. Соотношение количества пользователей, открывших приложение, к количеству скачавших приложение
2. Среднее время, проведенное в игре в самую первую сессию
3. Соотношение времени, потраченного на кастомизацию персонажа, ко времени, проведенного в игре во время первой сессии. Метрика показывает значимость кастомизации для пользователя (насколько важно увеличивать количество элементов кастомизации и улучшать их)..
4. Средняя оценка пользователями новых квестов. (По прохождению квеста пользователей просят оставить оценку от 1 до 5 баллов)

## **Retention**

1. Соотношение количества пользователей, пользующихся приложением больше 1 раза в неделю, к общему числу пользователей
2. Соотношение количества пользователей, пользующихся приложением больше 1 раза в неделю, к числу скачавших приложение пользователей
3. Среднее время сессии для активного (больше 1 раза в неделю) пользователя
4. Соотношение фанатов (больше 5 часов в неделю) к общему числу активных пользователей
5. Средняя продолжительность жизни пользователя, который был активен (спустя какое время он перестает пользоваться приложением)

## **Referral**

1. Соотношение количества лайков и репостов мемных рекламных постов в соцсетях к количеству показов
2. Количество активных пользователей в фан-пабликах игры
3. Суммарное количество просмотров на видео-обзорах (и др. контенте) на YouTube, посвященных приложению и загруженных меньше месяца назад
4. Количество установок приложения по реферальным ссылкам пользователей
5. Соотношение количества активных пользователей приложения и количества отправленных реферальных ссылок

## **Revenue**

1. Средний чек активного пользователя
2. Средние траты в месяц активного пользователя
3. Средний чек фаната
4. Средние траты в месяц фаната (данные по фанатам могут быть использованы для принятия решения, стоит ли развивать и поддерживать фан-сообщество)
5. Соотношение плательщиков к неплательщикам
6. Среднее количество рекламы, просматриваемое в день/в сессию активным пользователем

# Задание 2

## Часть 1. Лендинговая страница

Лендинговая страница: <http://project1880350.tilda.ws/>

## Часть 2. A/B тесты

### Кейс 1

**Описание:** Увеличить частоту показа рекламы на 10%

**Цель:** Увеличить прибыль от показа рекламы

**Аудитория выборки:** Пользователи с максимальным затрачиваемым на приложение временем в сутки

**Размер выборки:** 10% пользователей приложения

### Кейс 2

**Описание:** Повысить цену внутриигровых покупок на 10%

**Цель:** Увеличить прибыль от внутриигровых продаж

**Аудитория выборки:** Пользователи с максимальными средними тратами за месяц

**Размер выборки:** 10% пользователей приложения

### Кейс 3

**Описание:** Увеличить частоту напоминаний с предложением зайти в игру на 10%

**Цель:** Увеличить среднее затраченное на приложение время в сутки

**Аудитория выборки:** Случайная выборка пользователей приложения

**Размер выборки:** 10% пользователей приложения

## Кейс 4

**Описание:** Увеличить запутанность сюжетов на 10%

(считается в количестве персонажей и количестве связей между ними)

**Цель:** Увеличить заинтересованность пользователей в новых сюжетах и повысить прибыль от внутриигровых покупок

**Аудитория выборки:** Случайная выборка пользователей приложения

**Размер выборки:** 10% пользователей приложения

## Кейс 5

**Описание:** Добавить возможность покупать собственному персонажу черты характера, которые будут влиять на ход сюжета.

**Цель:** Увеличить прибыль от внутриигровых покупок

**Аудитория выборки:** Пользователи с максимальными средними тратами за месяц

**Размер выборки:** 10% пользователей приложения