

Анализ пользовательского поведения в игре “Космические братья”

Автор исследования Иванькова Екатерина
2022 год

Вступление

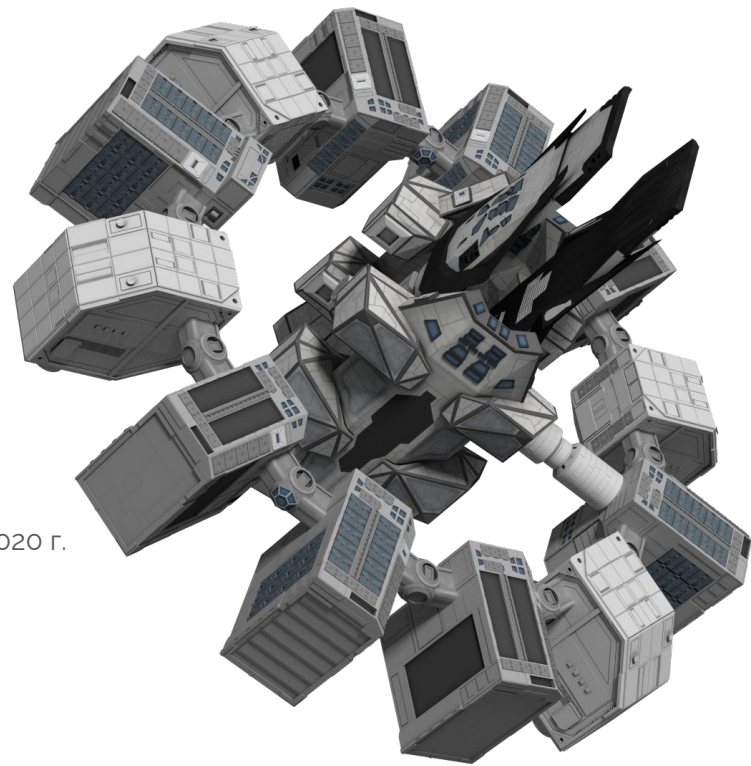
Исследованы данные о прохождении пользователями первого уровня в игре.

Также был проведен анализ взаимосвязи поведения пользователей с источниками их привлечения для последующего планирования рекламных кампаний.



Вступление

- Период проведения рекламной кампании: 03 - 09 Мая 2020 г.
- Источники привлечения пользователей:
 - Facebook ads
 - Yandex Direct
 - YouTube Channel
 - Instagram Adverts
- Период первых игровых сессий: 04 - 10 Мая 2020 г.
- Период игровой активности пользователей: 04 Мая - 05 Июня 2020 г.



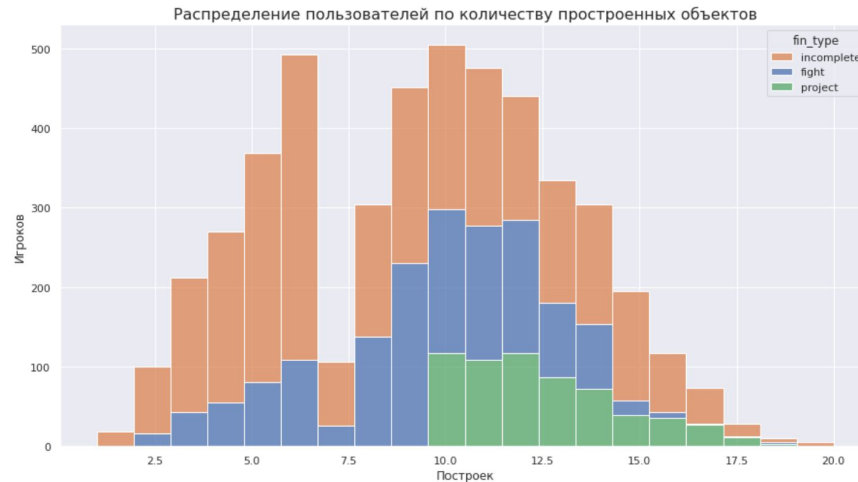
Рекомендации

- Наиболее выгодный и эффективный рекламный канал — Yandex Direct
- Ввиду отсутствия разницы в поведении пользователей, пришедших через разные каналы, рекомендуется сосредоточить внимание на рекламе через Yandex Direct



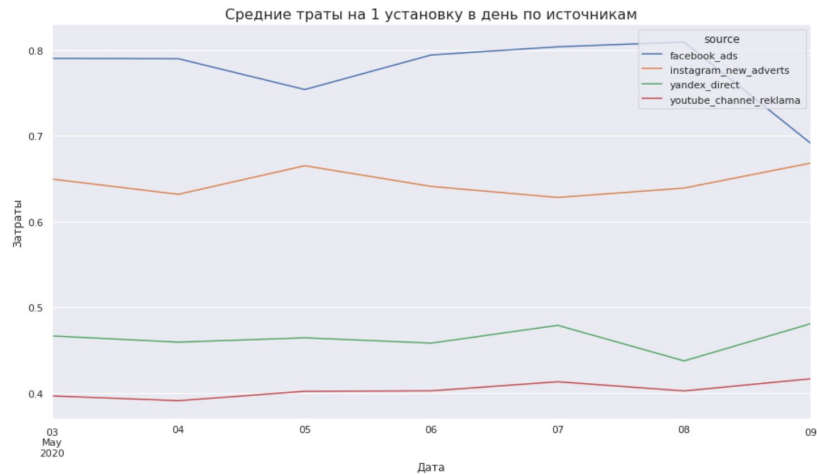
Рекомендации к гейм-дизайну

- Стоит обратить внимание отдела разработки на просадку количества пользователей, построивших 7 зданий в игре.
- В связи с тем, что около 57% пользователей не проходят первый уровень, стоит обсудить с отделом гейм-дизайна возможность доработки процесса обучения новых игроков или изменения сложности первого уровня.



Результаты рекламной кампании

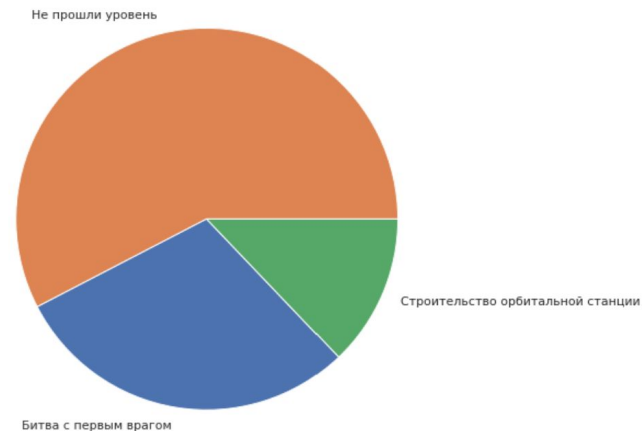
- Привлечено — 13576 уникальных пользователей
- Всего выделено средств — 7603 у.е.
- Больше всего пользователей пришло через Yandex Direct
- Наименее эффективный рекламный канал - YouTube
- Средняя стоимость 1 установки по каждому источнику с течением рекламной кампании меняется не сильно и составляет:
 - Facebook — 0.78 у.е.
 - Instagram — 0.65 у.е.
 - Yandex Direct — 0.46 у.е.
 - YouTube — 0.4 у.е.



Поведение пользователей

- 57 из 100 игроков не завершают первый уровень
- 67 из 100 завершивших первый уровень, предпочитают победу над первым врагом вместо реализации проекта.

Диаграмма пользователей по стилю игры



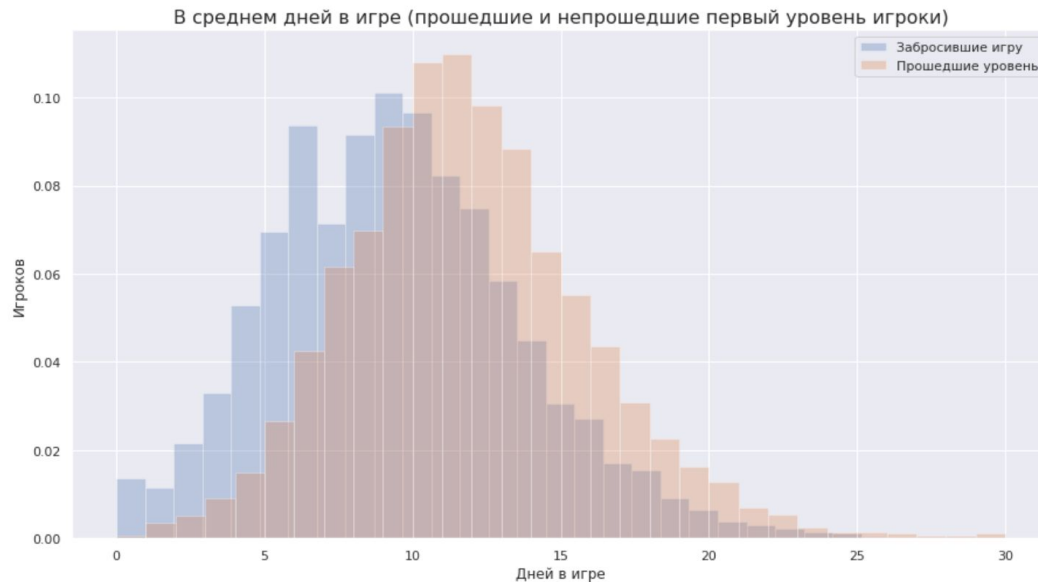
Поведение пользователей

- Игроки, выбравшие битву с первым врагом, проводят в игре меньше времени — 10 дней против 13 дней у пользователей, выбравших стратегию создания орбитальной станции



Поведение пользователей

- Не завершившие первый уровень пользователи провели в игре в среднем 9 дней — меньше, чем прошедшие уровень игроки



Поведение пользователей

Нет существенной разницы в поведении пользователей, пришедших через разные каналы привлечения

