

A decorative graphic on the left side of the slide, consisting of a network of light blue lines and small circles, resembling a circuit board or a stylized tree structure.

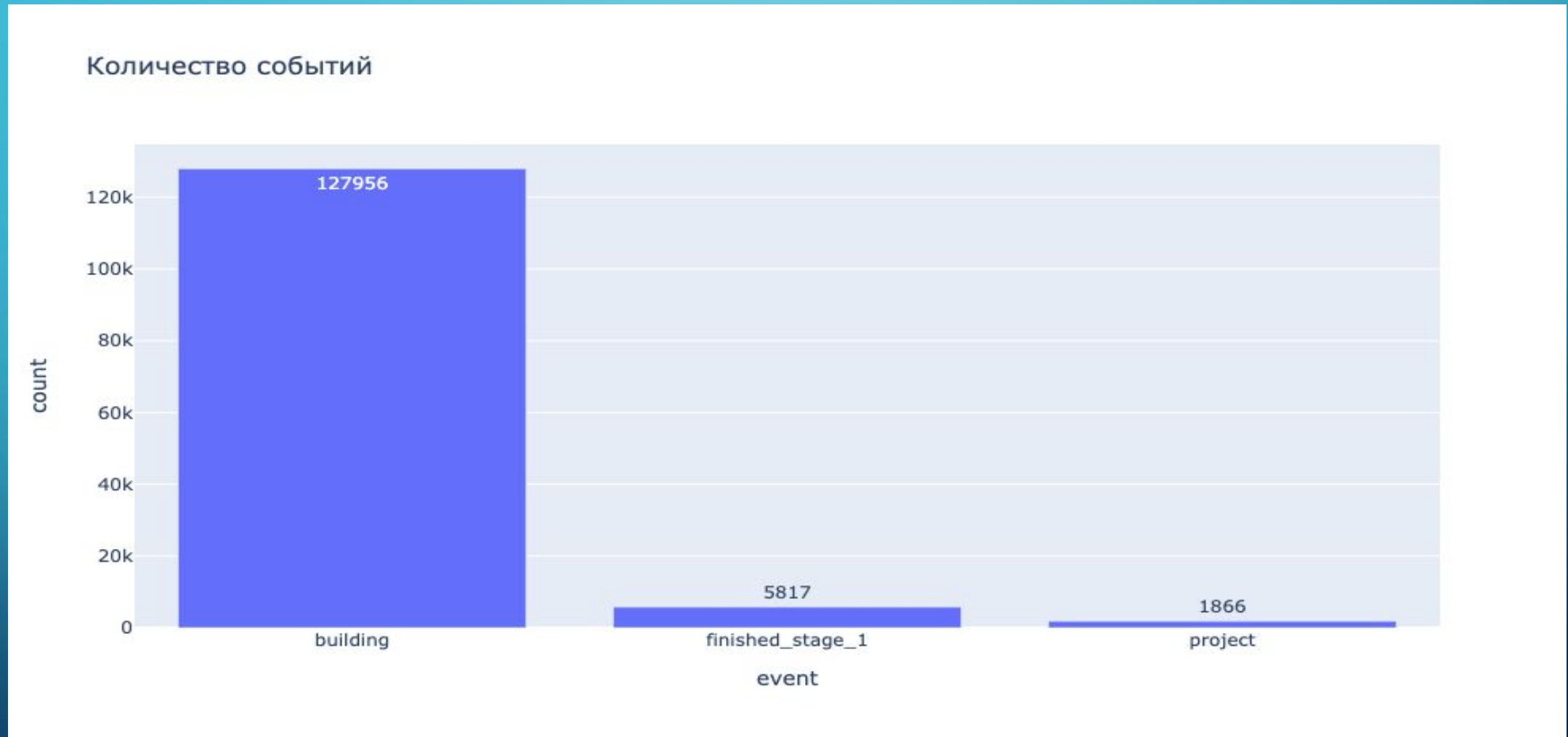
ИГРА «КОСМИЧЕСКИЕ БРАТЯ»

АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ ИСТОЧНИКОВ

ЦЕЛЬ:

- Исследовательский анализ данных
- Проанализировать влияние источника перехода на поведение пользователя
- Проверить статистические гипотезы:
 - Время завершения уровня различается в зависимости способа прохождения:
 - Через реализацию проекта
 - Через победу над первым игроком
 - Источник привлечения влияет на способ прохождения уровня

АНАЛИЗ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

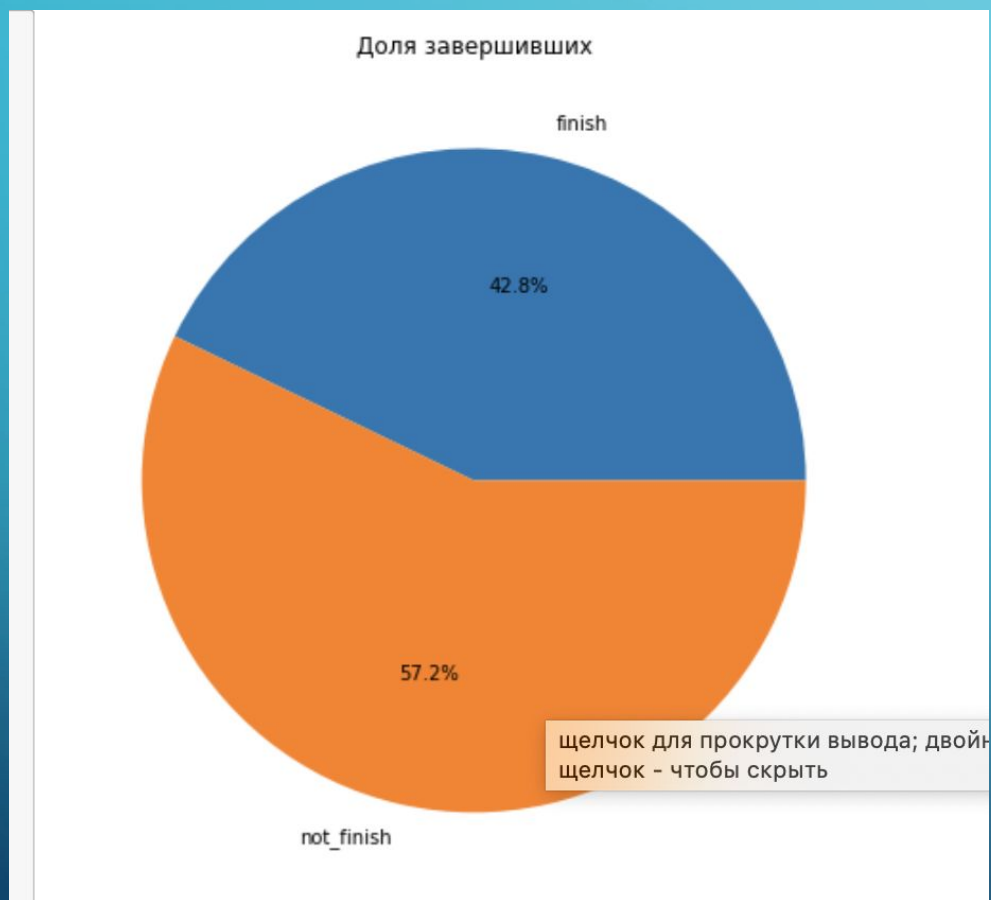


Количество завершивших игру : 5 817

Количество реализовавших проект: 1 866

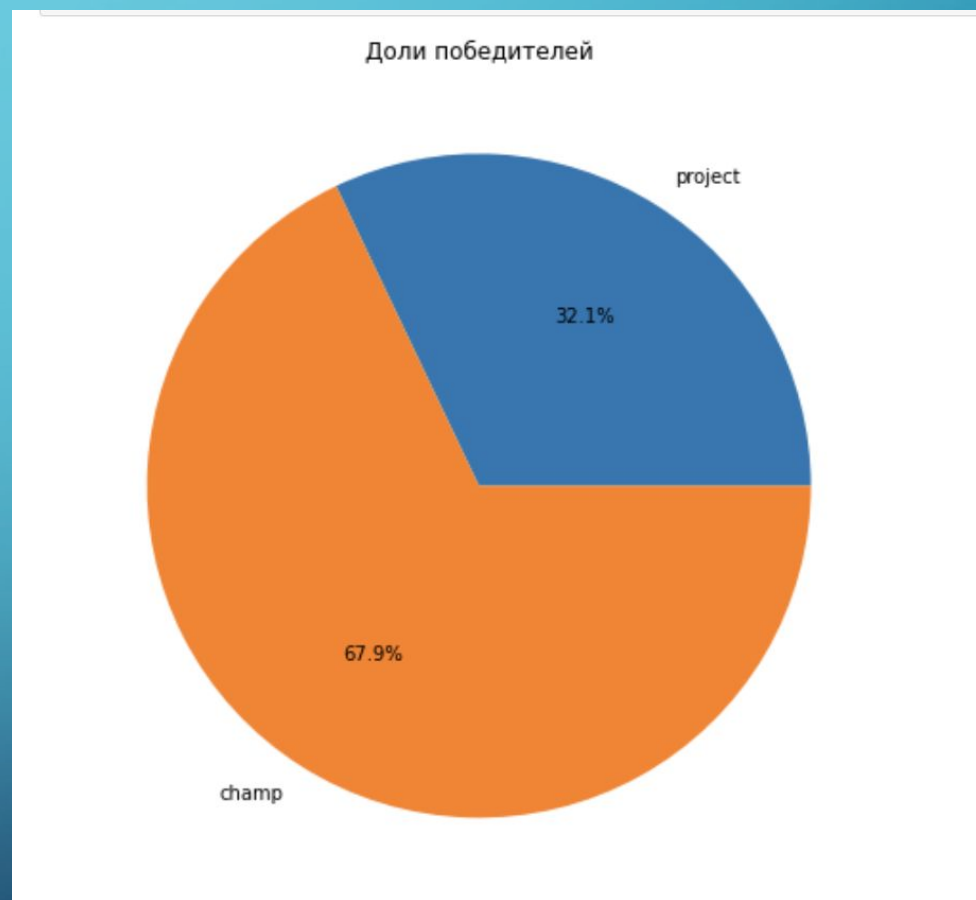
Всего построено объектов: 127 956

ДОЛЯ ЗАВЕРШИВШИХ



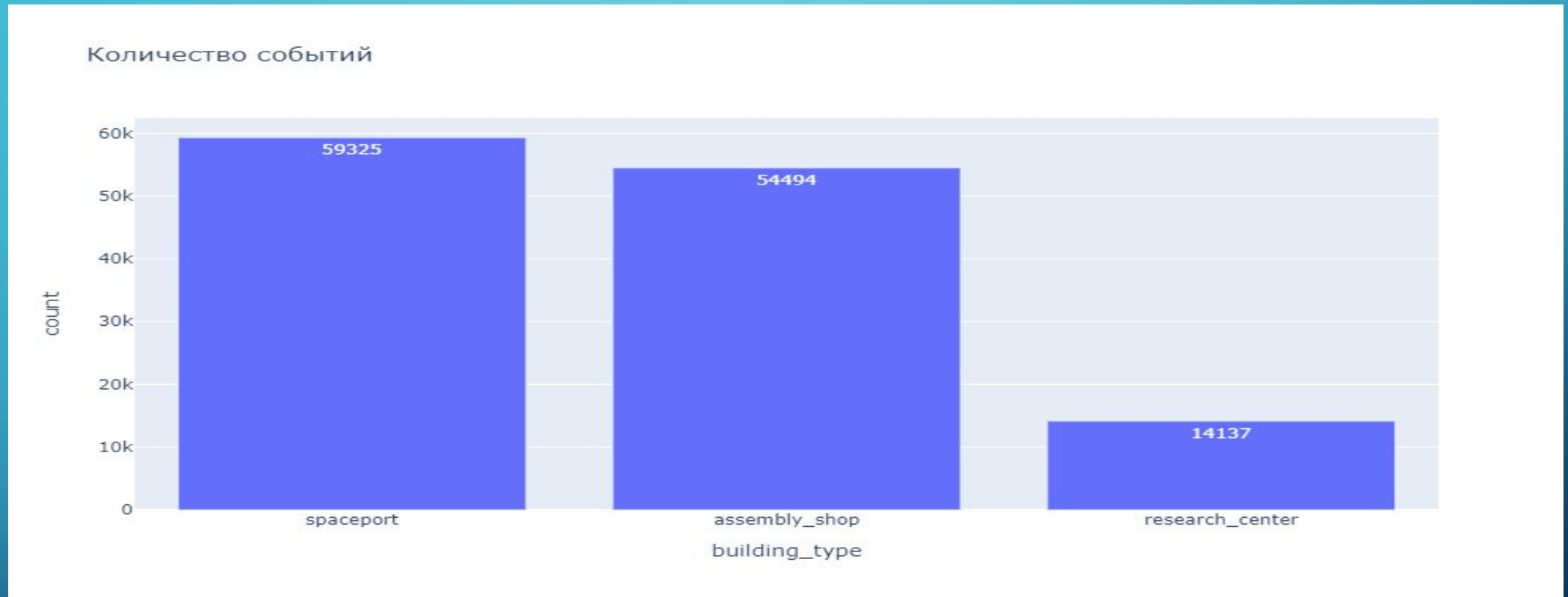
Меньше половины завершили первый уровень

ДОЛЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ



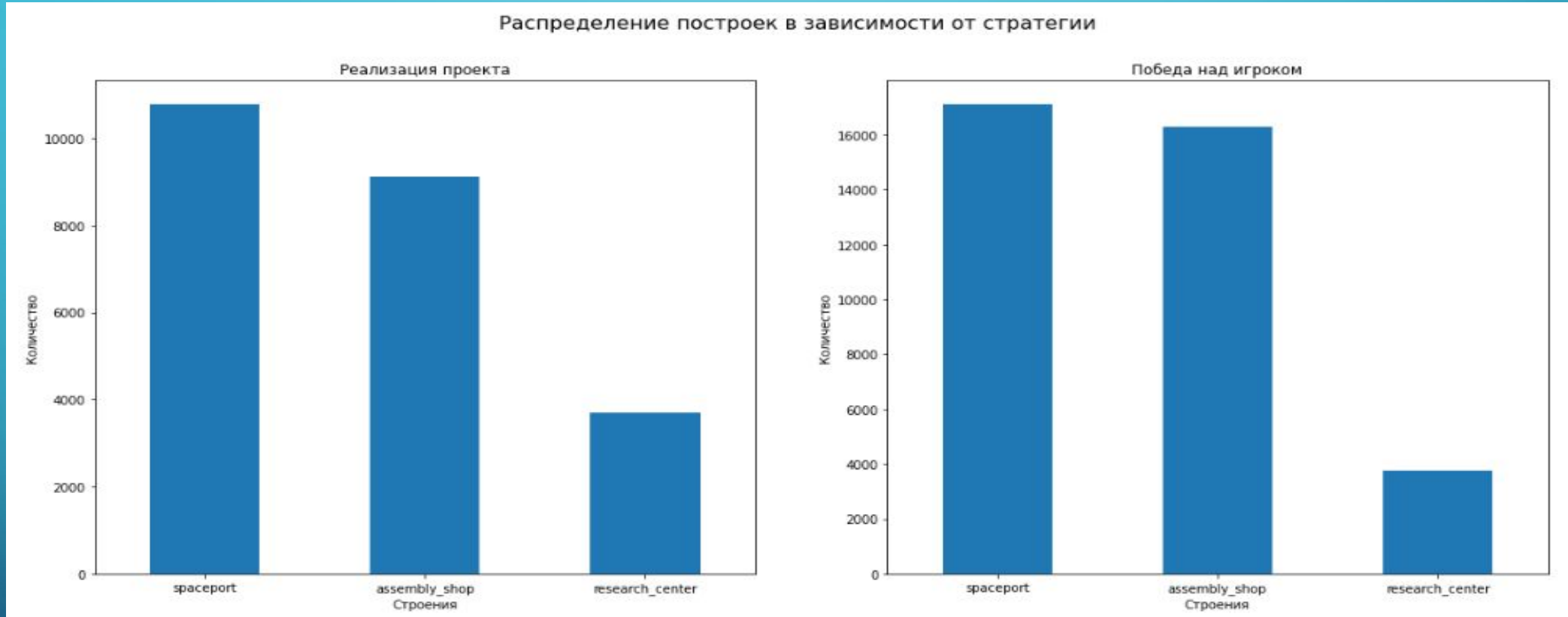
Большая часть игроков предпочитает победу над игроком

КОЛИЧЕСТВО СТРОЕНИЙ



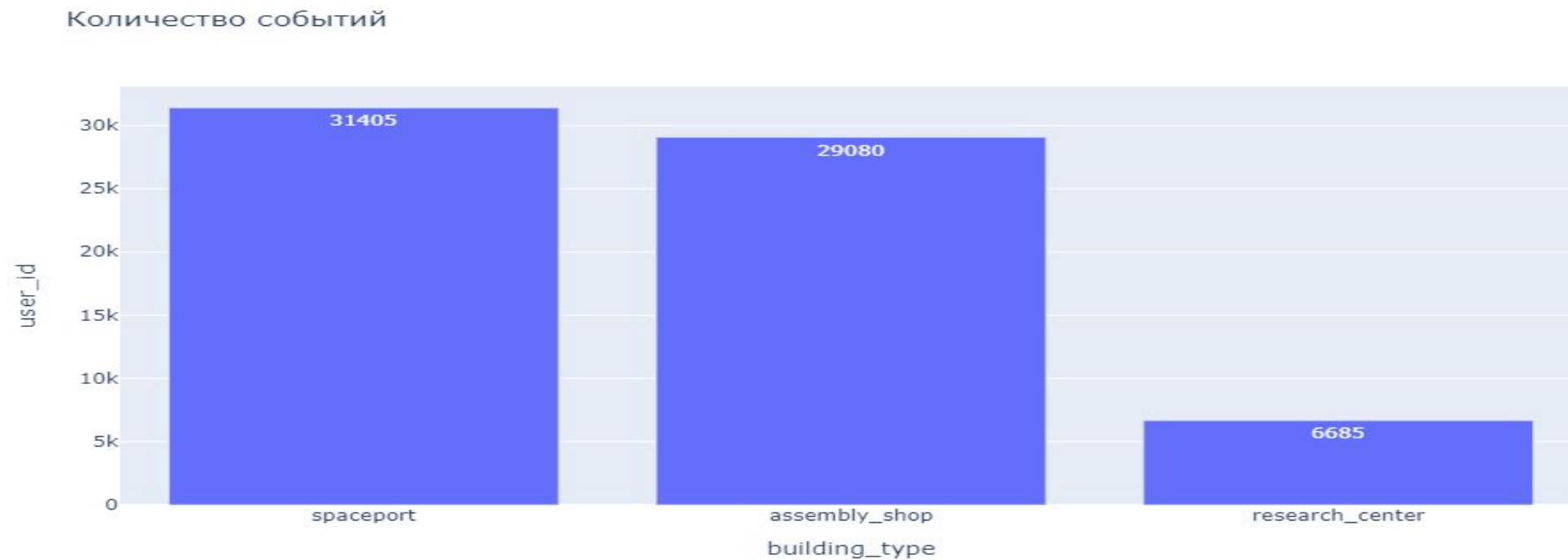
Большинство пользователей предпочитают spaceport и assembly_sho

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СТРОЕНИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТРАТЕГИИ



- Игроки прошедшие первый уровень победой над игроком строят больше зданий, всего 37 185 и очень любят spaceport & assembly_shop
- Игроки прошедшие первый уровень реализацией проекта строят на 36.5% меньше: 23 601 и также отдают предпочтения spaceport & assembly_shop

КОЛИЧЕСТВО И ТИПЫ СТРОЕНИЙ У ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НЕ ПРОШЕДШИХ УРОВЕНЬ



Не прошедшие уровень строят больше

КОЛИЧЕСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ИСТОЧНИКАМ ТРАФИКА



- Всего 4 источника трафика
- Больше всего пришло из источника **yandex_direct**, следом **instagram_new_adverts**, **facebook_ads** и **youtube_channel_reklama**

СТОИМОСТЬ КЛИКОВ ПО ИСТОЧНИКАМ ТРАФИКА



- Менше всего клик стоит у **youtube_channel_reklama**, но через этот канал приходит меньше всего людей
- Остальные приблизительно одинаково
- Наиболее выгодным смотрится **youtube_channel_reklama** : стоимость клика вдвое меньше всех остальных, а привлеченных пользователей всего на 44.2% меньше по сравнению с самым результативным источником

ВЫВОДЫ

- Исследовательский анализ данных показал
 - Меньше половины пользователей завершили уровень
 - Все пользователи реализовавшие проект завершили уровень
 - 67.9% завершивших уровень пользователей, предпочитают победу над игроком
 - Игроки прошедшие первый уровень реализацией проекта строят на 36.5% меньше
 - Игроки в большинстве своем предпочитают строить **spaceport & assembly_shop**
 - Всего 4 источника трафика
 - Больше всего пришло из источника **yandex_direct**
 - Самый дешевый клик у **youtube_channel_reklama**, но через этот канал приходит меньше всего людей, остальные приблизительно одинаково
 - Наиболее выгодным смотрится **youtube_channel_reklama** : стоимость клика вдвое меньше всех остальных, а привлеченных пользователей всего на 44.2% меньше по сравнению с самым результативным источником

ДАННЫЕ

Источник данных: образовательный портал «Яндекс Практикум»

Период исследования: May 04-10