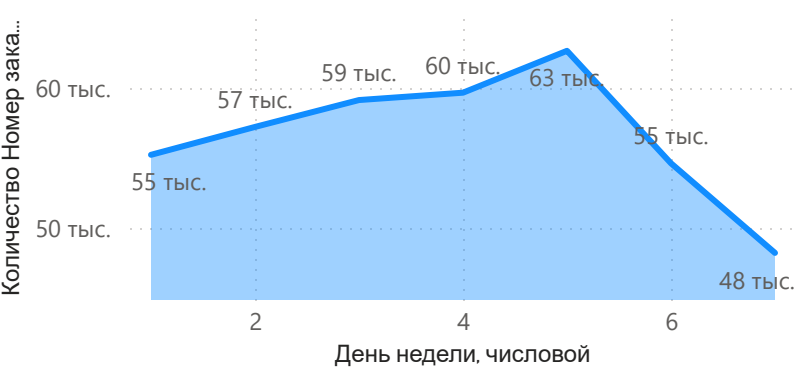
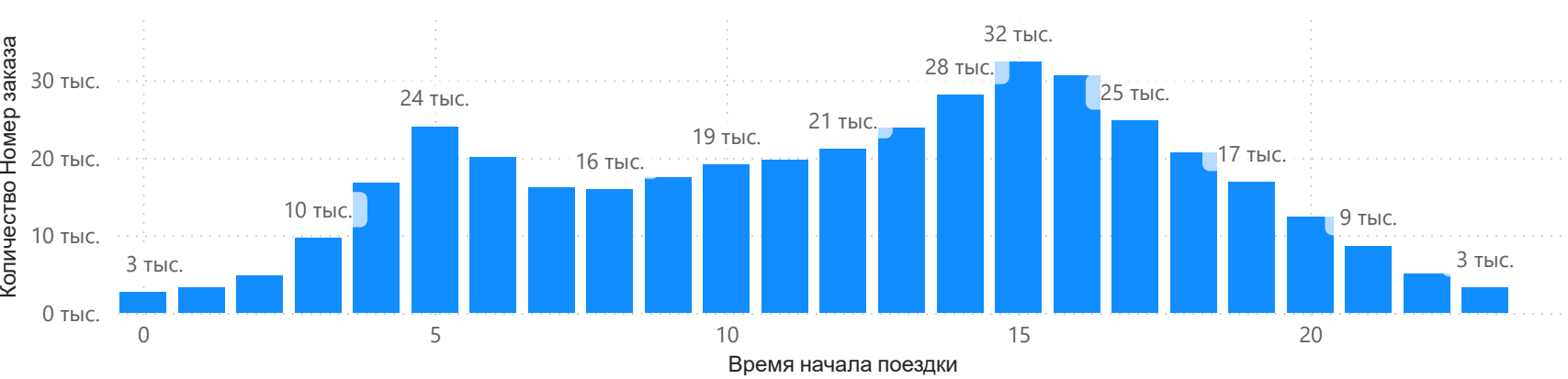


Популярность сервиса (количественно) по дням недели



Суточная активность по поездкам



396,75
ТЫС.

64,05
ТЫС.

11,44
(МИНУТ)

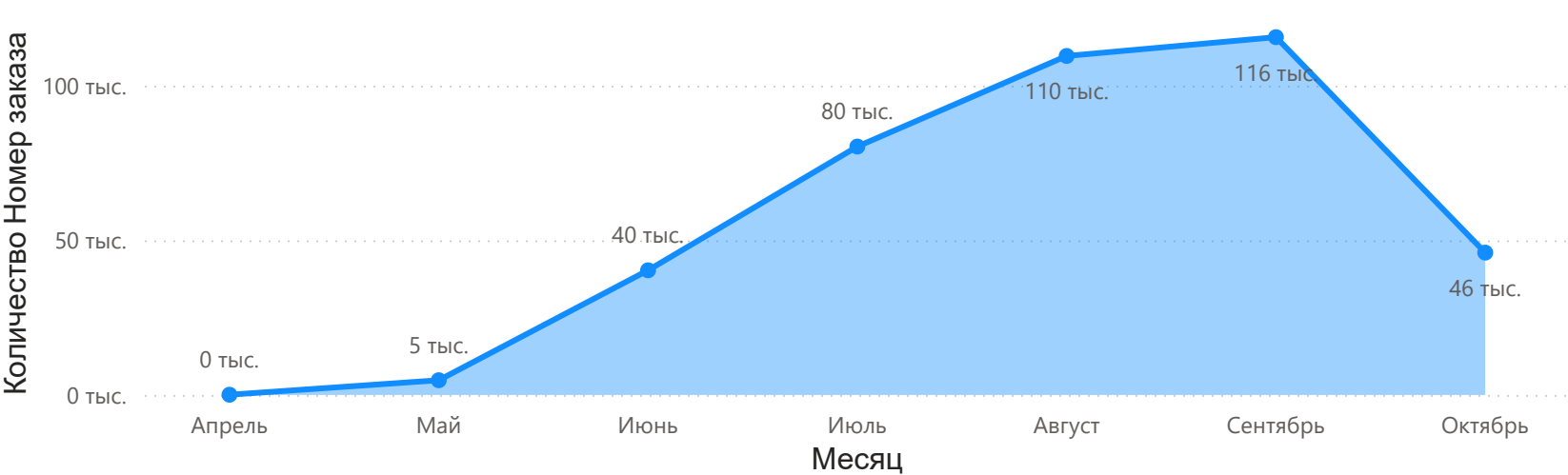
8
(МИНУТ)

1,73
Медиана Дистанция поездки

3,68
Среднее расстояние поездки

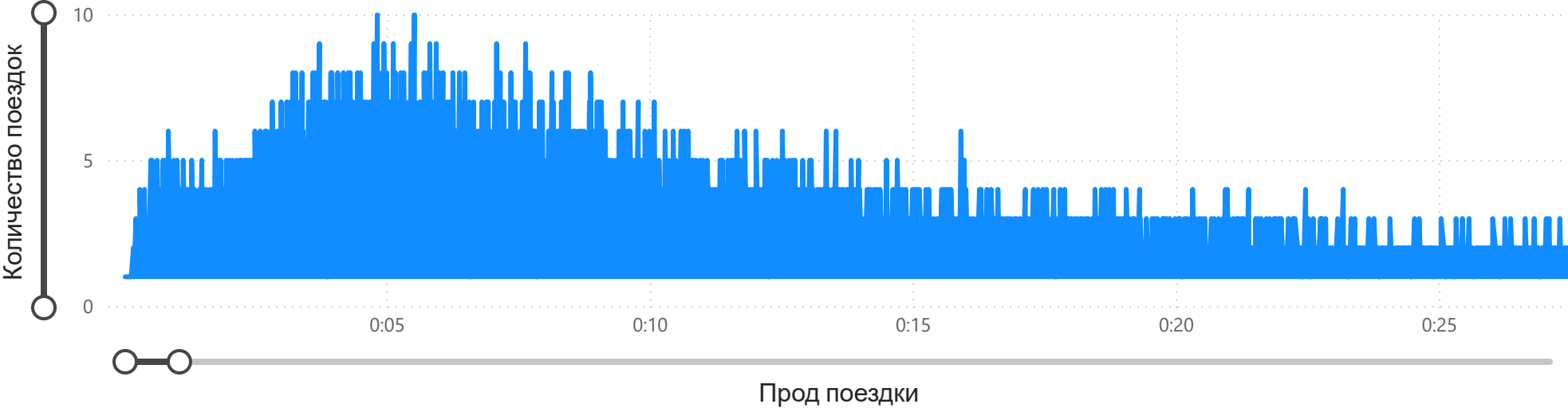
Количество поездок за период Количество пользователей Средняя Продолжительность Аренды Медианная Продолжительность...

Количество поездок ежемесячно

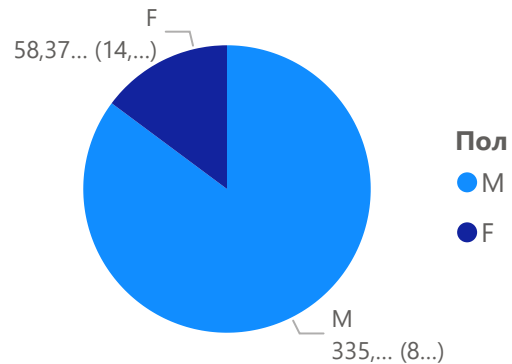


50,64 МЛН
Суммарная выручка

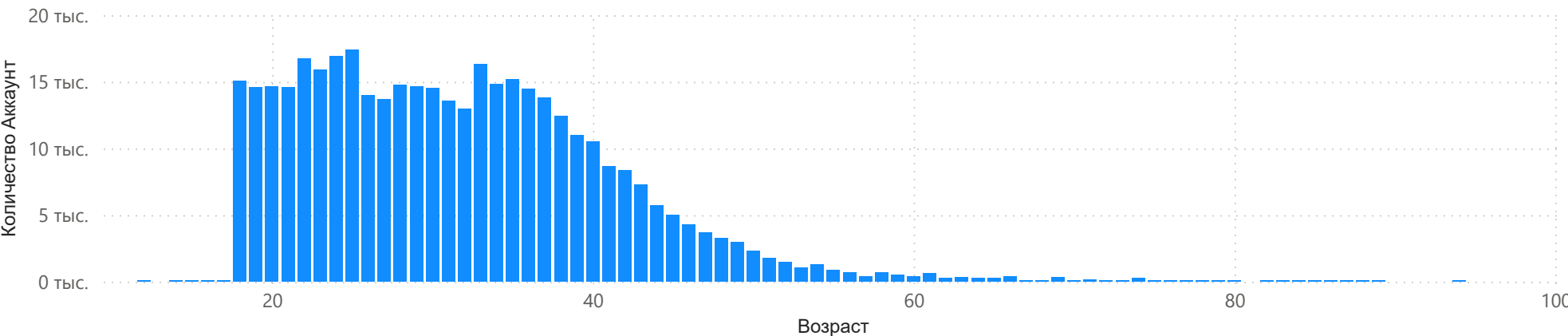
Распределение времени поездок (мин)



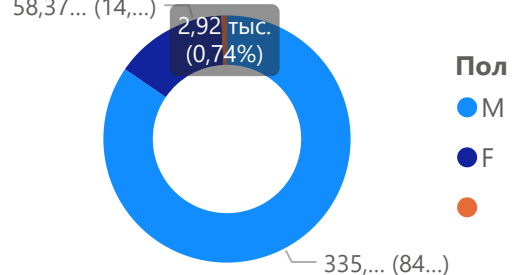
Распределение пользователей по полу



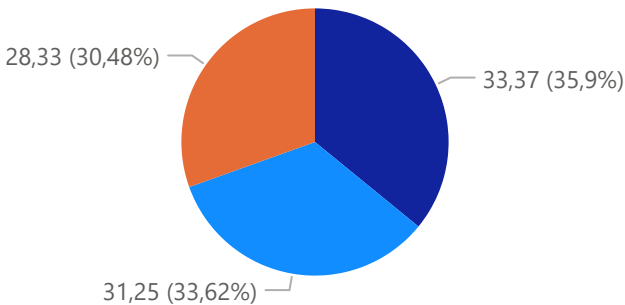
Возрастная категория пользователей(график распределения по возрасту)



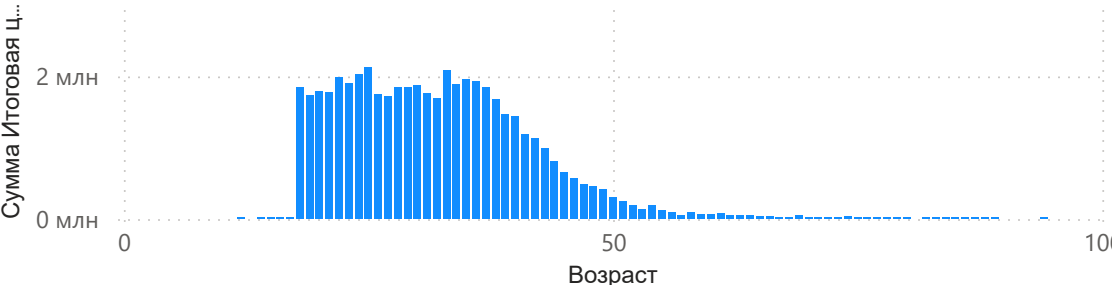
Кто ездит больше всего (количественно, либо суммарно)



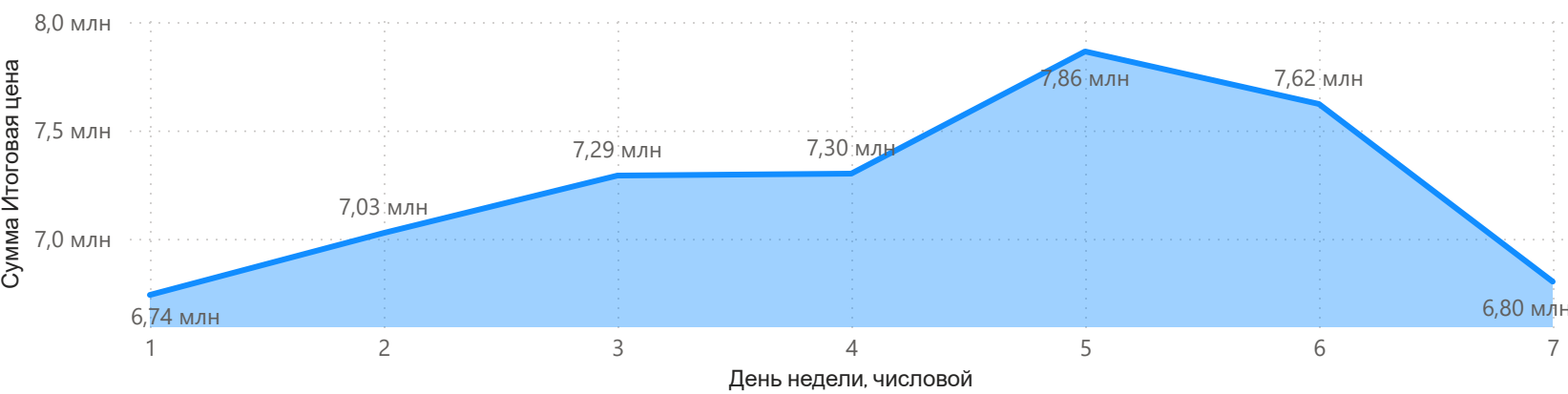
Средний Возраст по Полу



Суммарная выручка исходя из возраста(кто больше всего тратит?)



Итоговая выручка, по дням недели (1-7)



Средний чек

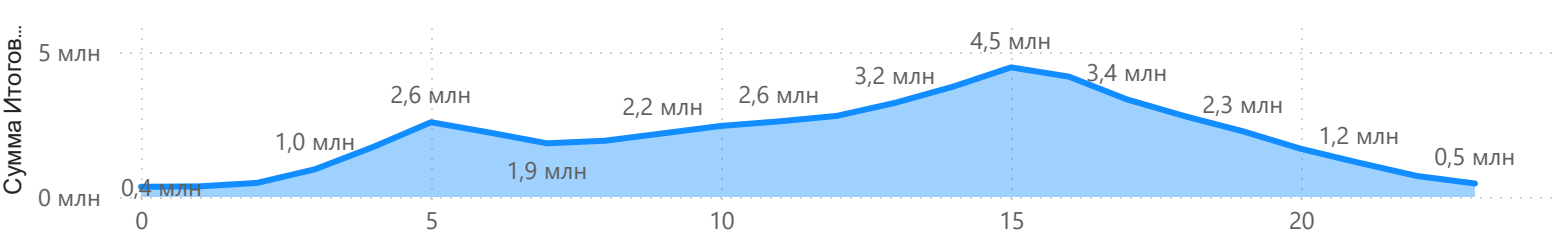
127,65

(ср цена поездки)

103,94

Медиана Итоговая цена

Суммарная выручка по времени суток



Средняя выручка на клиента

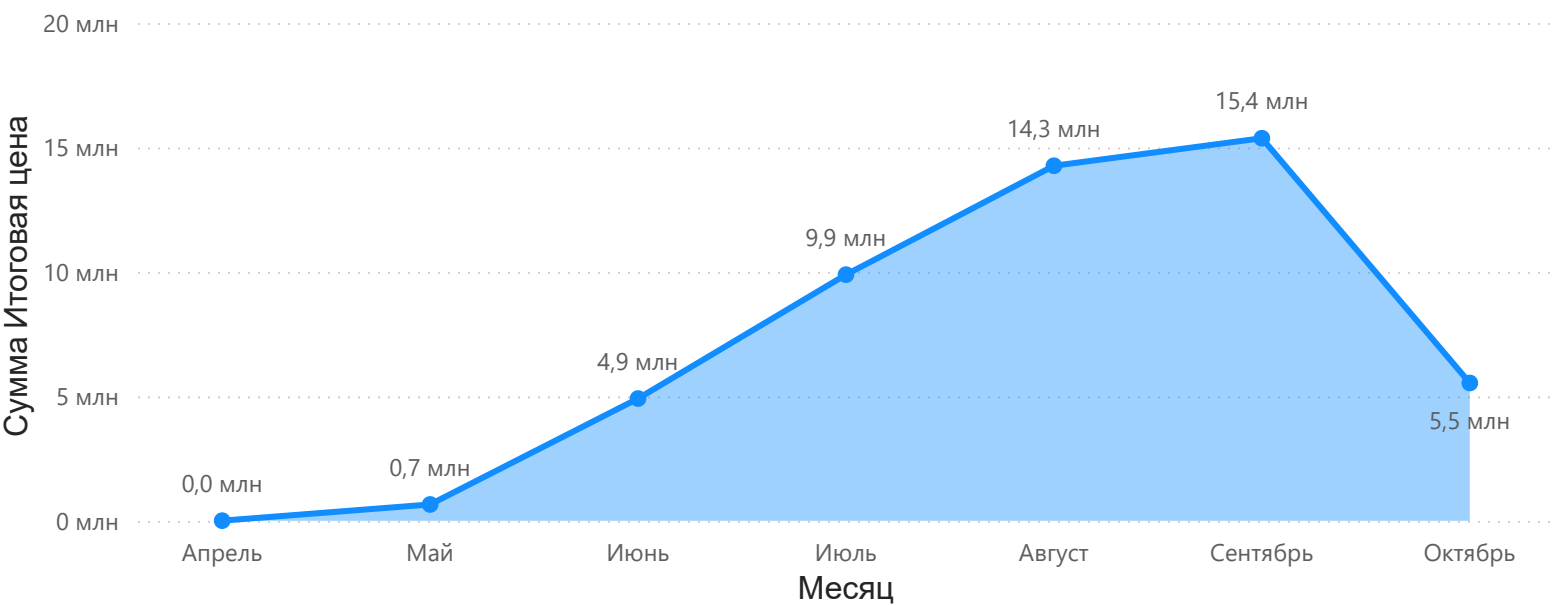
Average Revenue Per User...

790,67

50,64
МЛН

Суммарная выручка

Общая прибыль от поездок помесечно



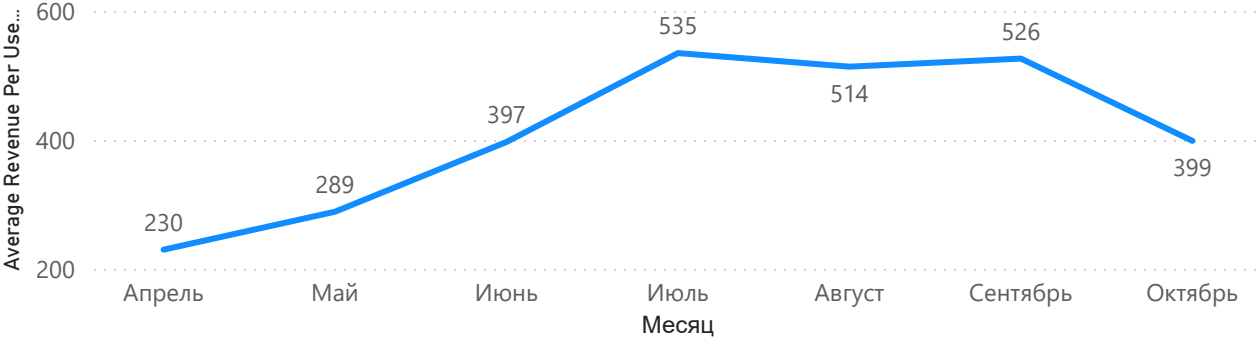
Со старта продукта (Апрель) идет сначала плавный, затем резкий рост многих показателей. И так, вплоть до Сентября. Затем идет резкий спад активности, выручки и тд.

Атипичная ситуация в трендах **по времени суток** (единственное отклонение от нормы) - это **СУББОТА**- идет плавное нарастание (с 4 утра) и плавный спад активности (с 22 вечера) целый день, без скачков и провалов, что говорит о хорошем охвате и выручке.

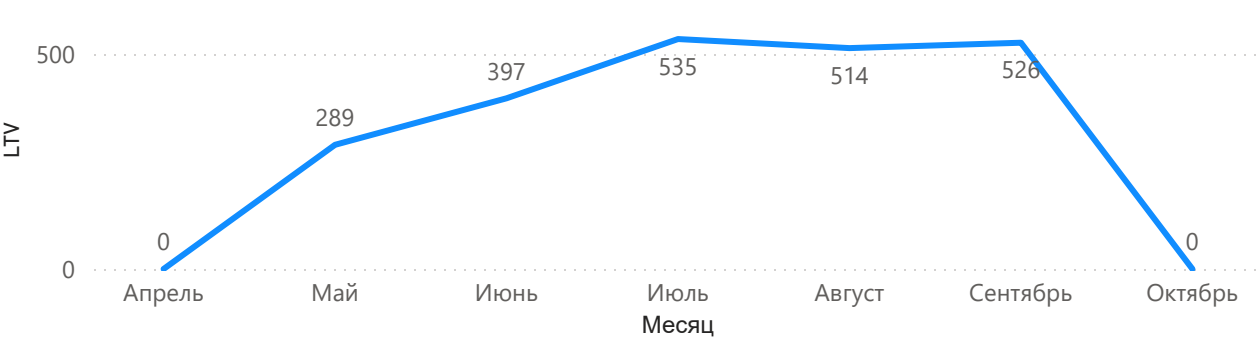
Кроме этого нюанса, **между собой активность схожа**, есть стабильный и циклический спрос (**ПИК** в **5 утра** и **15 дня**, Средняя активность между).

Если сравнивать активность по **дням недели**, **РОСТ** начинался со **СРЕДЫ**, **ОСНОВНОЙ ПИК** в **ПЯТНИЦУ**, и **СПАД** в **СУББОТУ**. **ВОСКРЕСЕНЬЕ** и **ПОНЕДЕЛЬНИК** примерно равны. В Июле все было по другому - спрос зарождался в **ПОНЕДЕЛЬНИК**, рос до пикового значения в **СРЕДУ**, затем падал уже в **ЧЕТВЕРГ** примерно до начальных значений, что и в **ПОНЕДЕЛЬНИК**, и дальше шло затухание. Замечено Частое использование сервиса в Сентябре на **ВЫХОДНЫХ** и **ПОНЕДЕЛЬНИК**, после чего спрос затухал. Стабильный **схожий** между собой **спрос** имеем в **ИЮНЕ**, **АВГУСТЕ** и **ОКТАБРЕ**. В общих чертах ситуация нам говорит о сильной сезонности или возможных влияниях других факторов

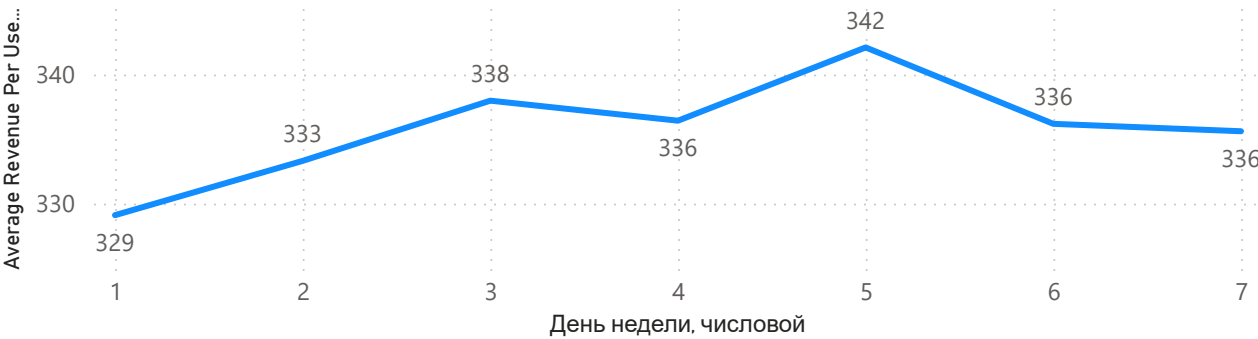
Как менялась ежемесячно Средняя выручка на клиента (ARPU)



LTV по Месяц



По неделям Средняя выручка на клиента (ARPU)



LTV по День недели, числовой



Пожизненная ценность клиента(сколько за все время сервисом пользователем мы зарабатываем в среднем, ну или средняя выручка с одного клиента)

790,67

Average Revenue Per User (средняя выручка на клиента)

4,74 тыс.Р

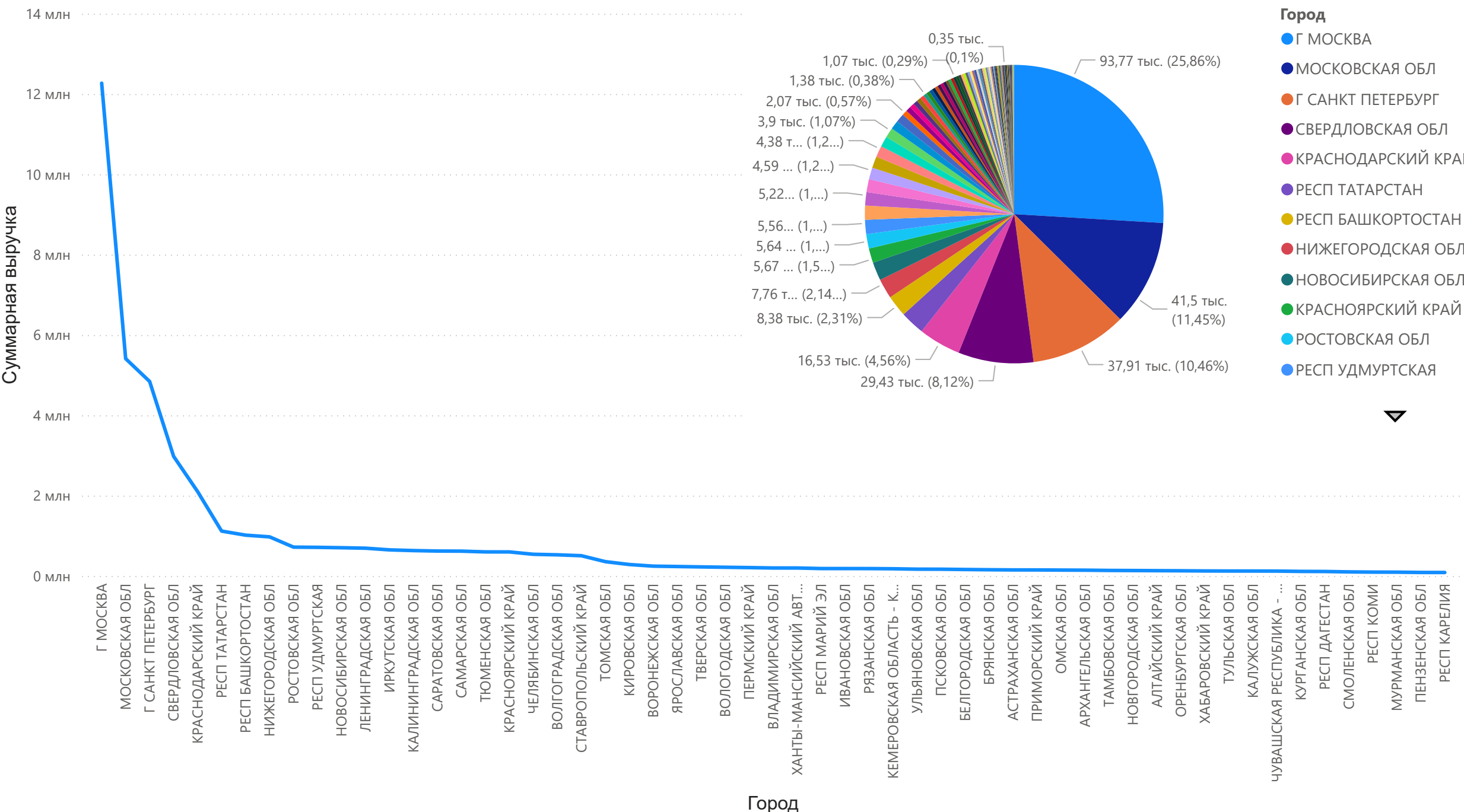
LTV

LIFETIME (LT)

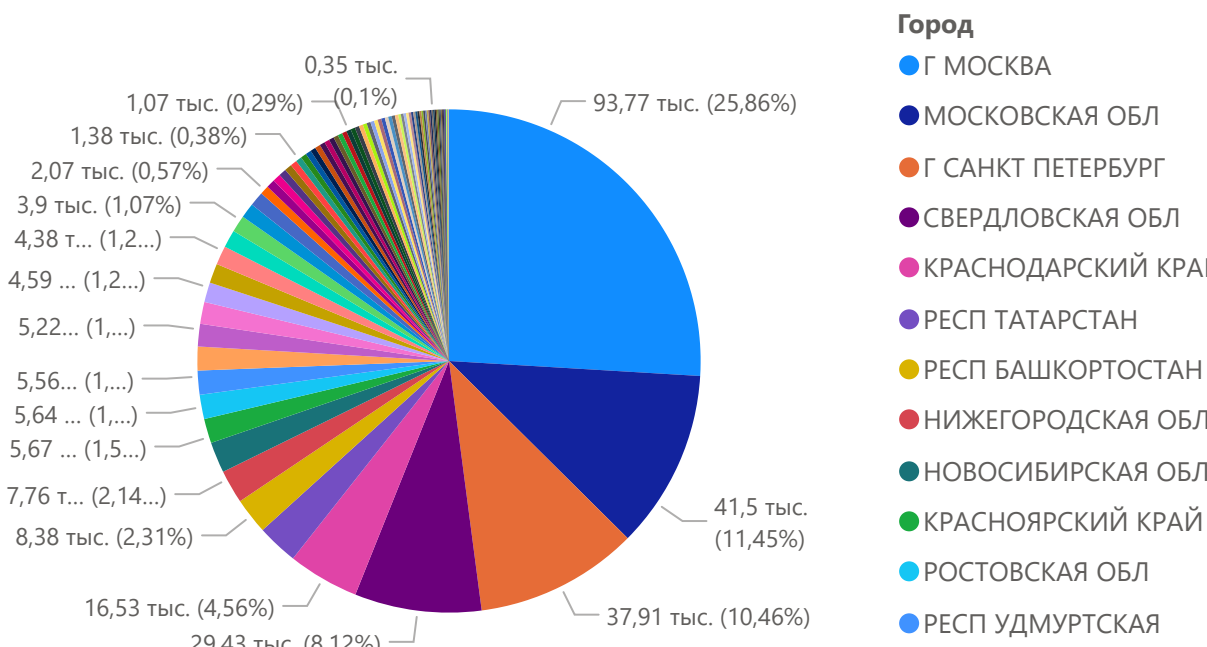
6,00

Средняя Длительность Жизни (как клиента, в месяцах)

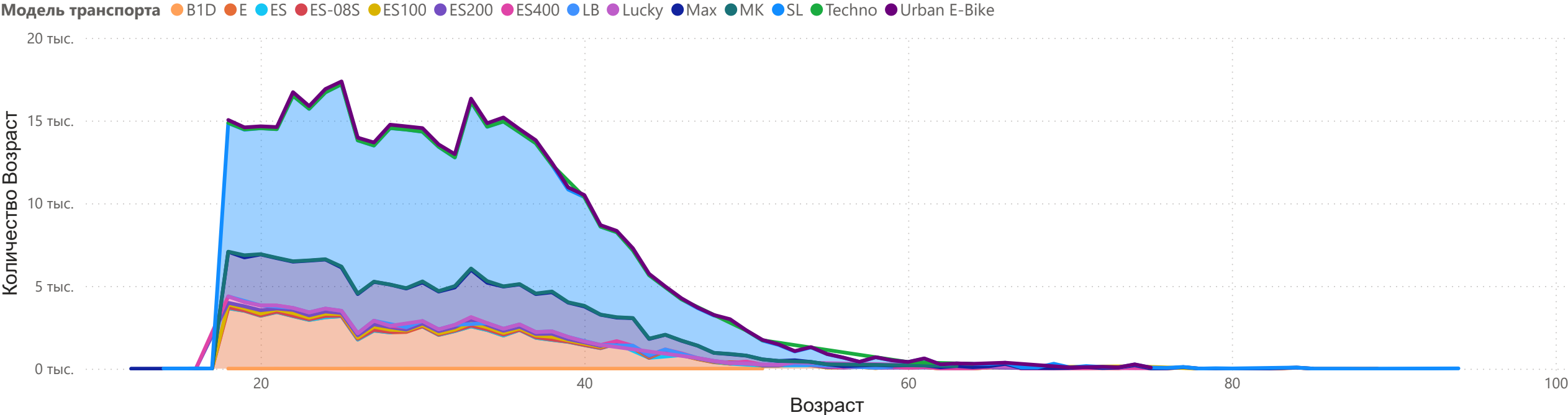
Суммарный оборот по Городам



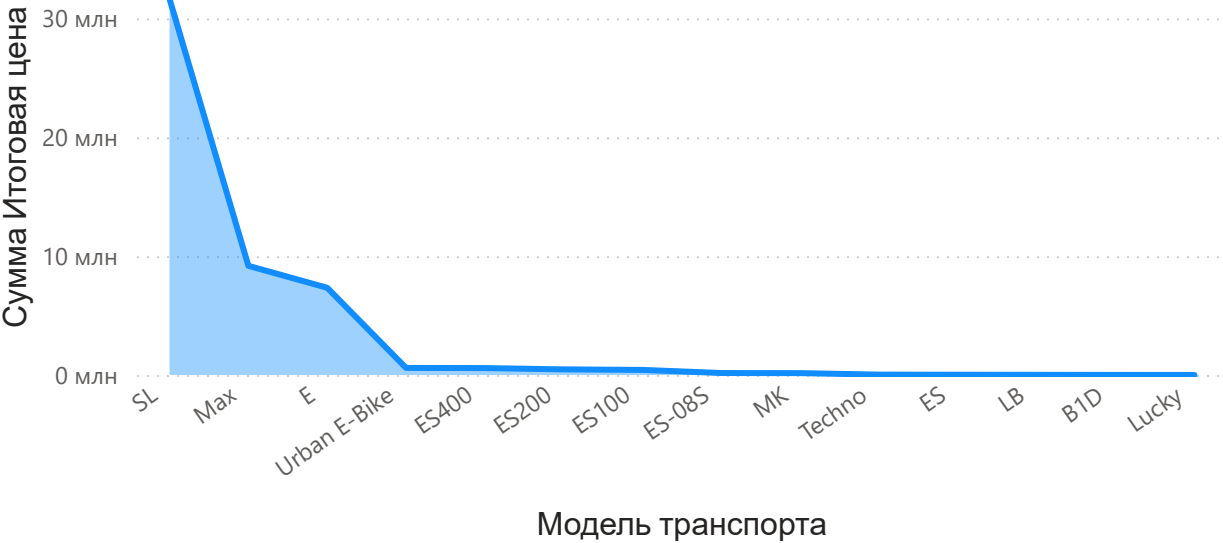
Количество Аккаунт по Город



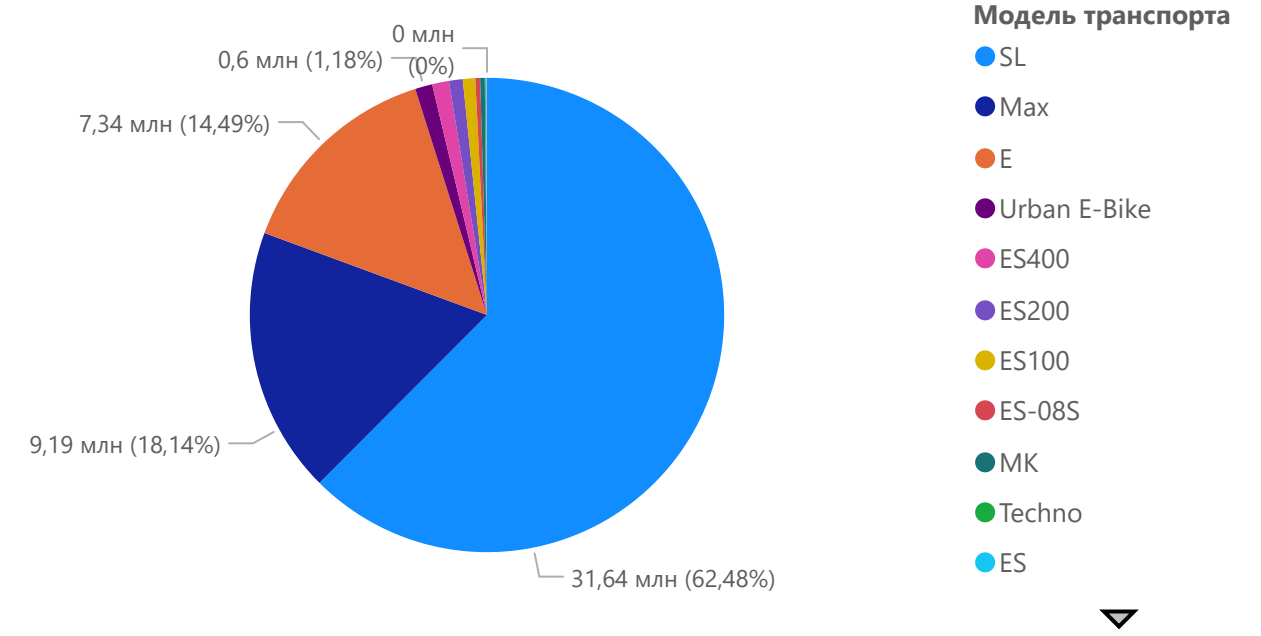
Количество поездок. средний возраст по моделям



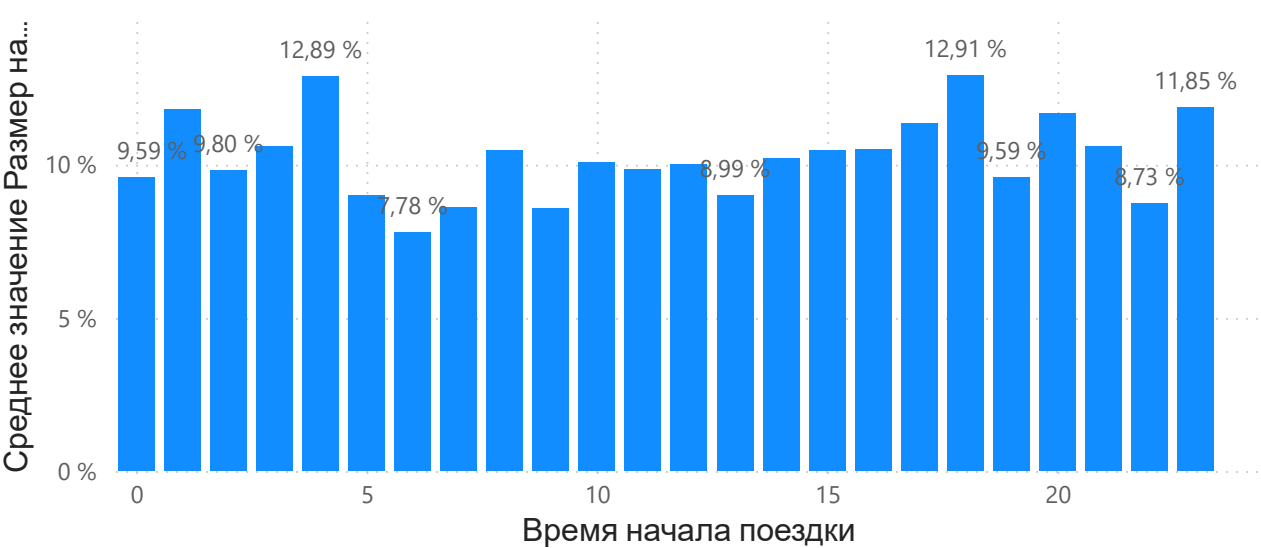
Общая прибыль с модели+количественное преимущество по поездкам



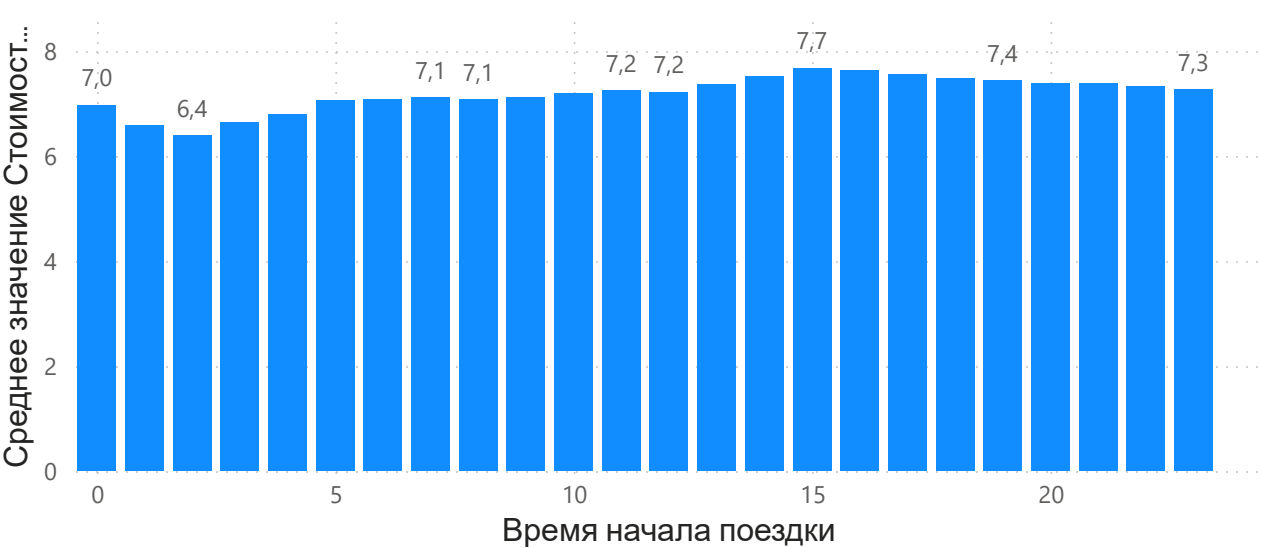
Доля общей прибыли по модели



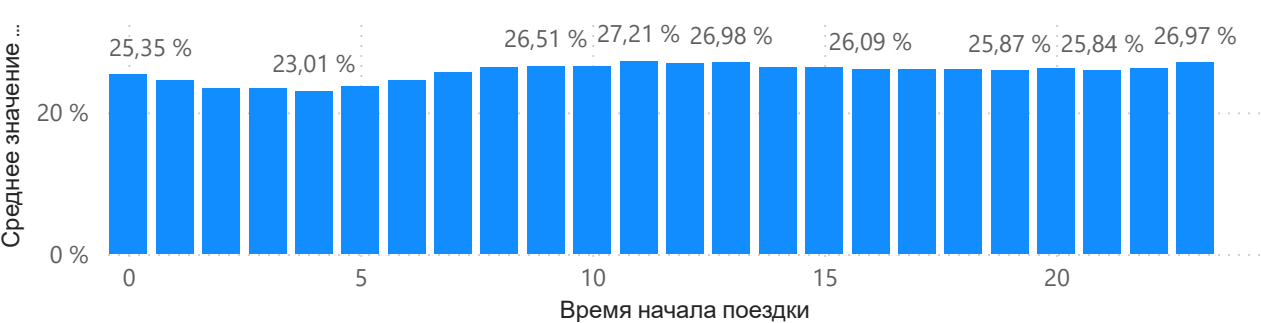
Зависимость размера бонуса от времени суток



Средняя Стоимость в минуту, руб, завис от времени суток



Средний Размер начисления бонусов рублевых в зависимости от времени



2,80 млн

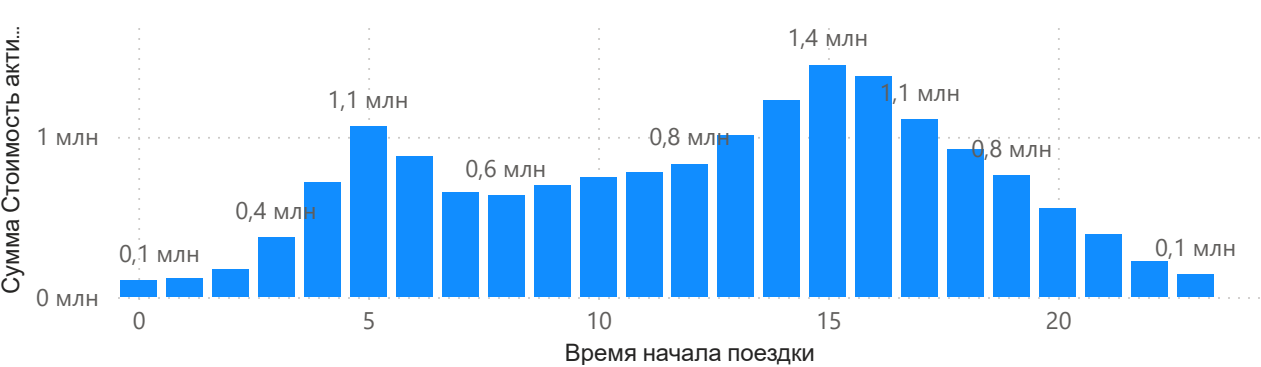
Сумма начисленных баллов

280,47

тыс.₽

Суммарно Начислено бонусами пред...

Суммарная выручка за активацию поездки, руб



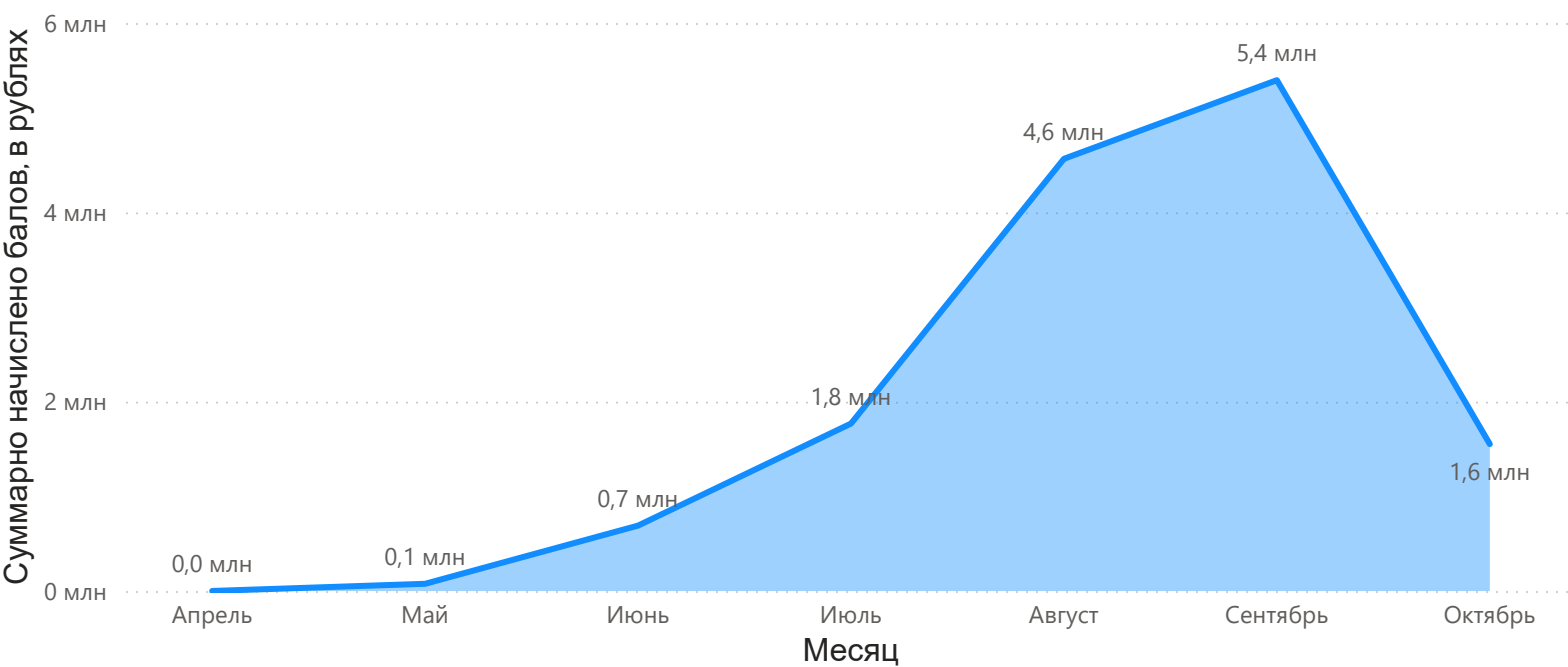
13,77 млн

Суммарно Начисленно бонусных баллов, руб

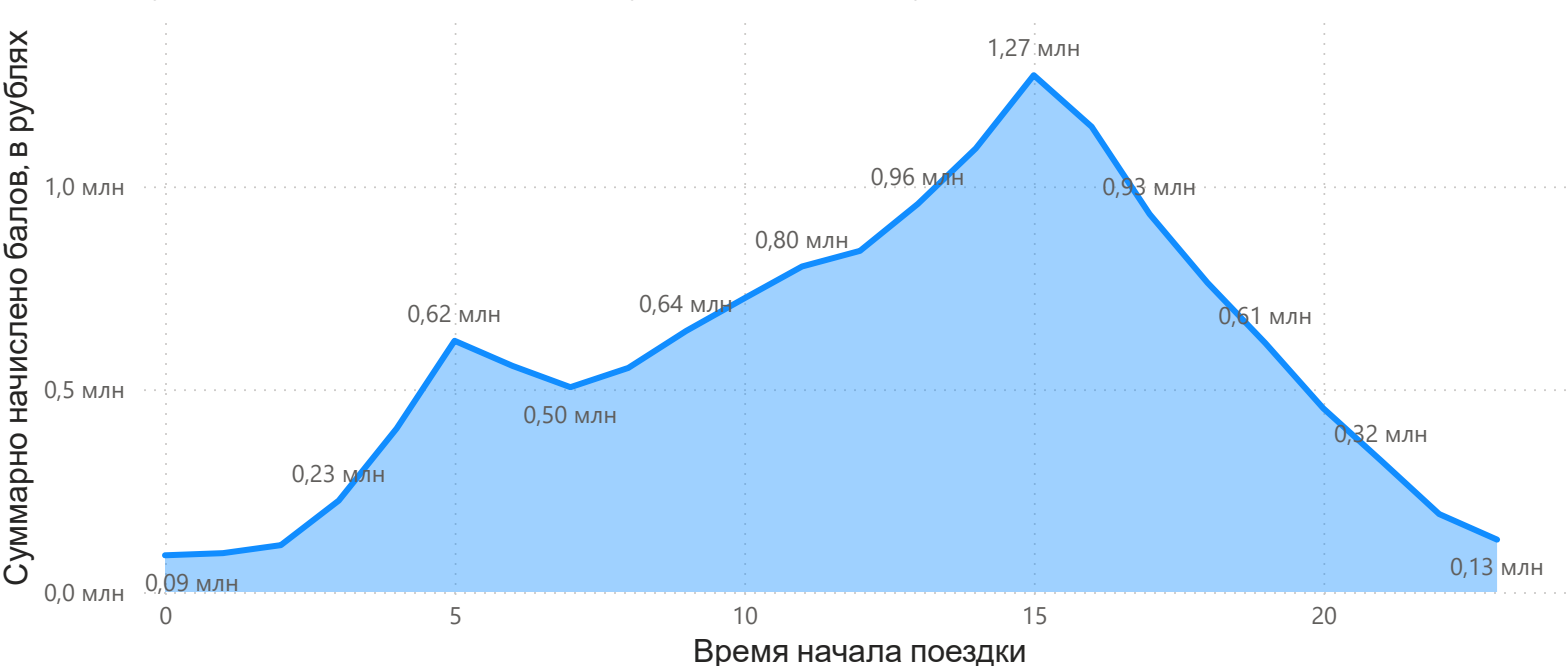
14,05 млн

Суммарно начислено баллов, в рублях

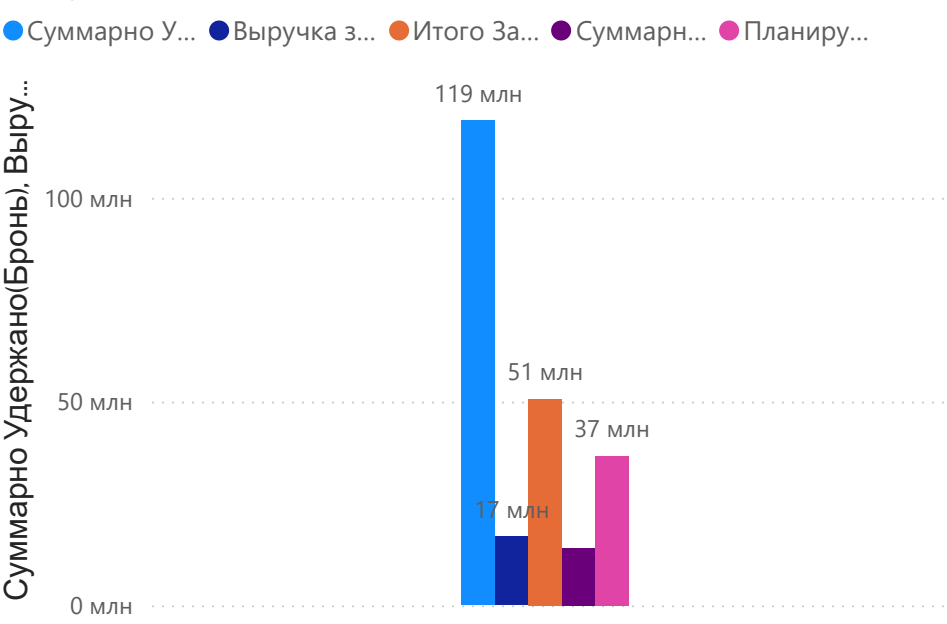
Всего Начислено баллов (инвестировано), руб



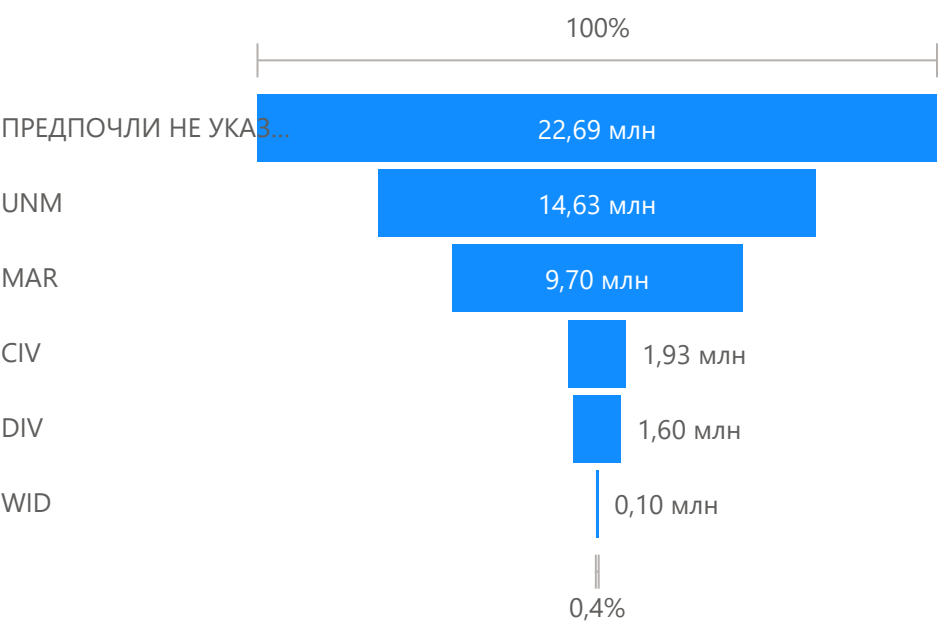
Общая сумма начисленных баллов (руб) по времени суток



Сколько удержали, сколько заработали, суммарная выручка за активацию



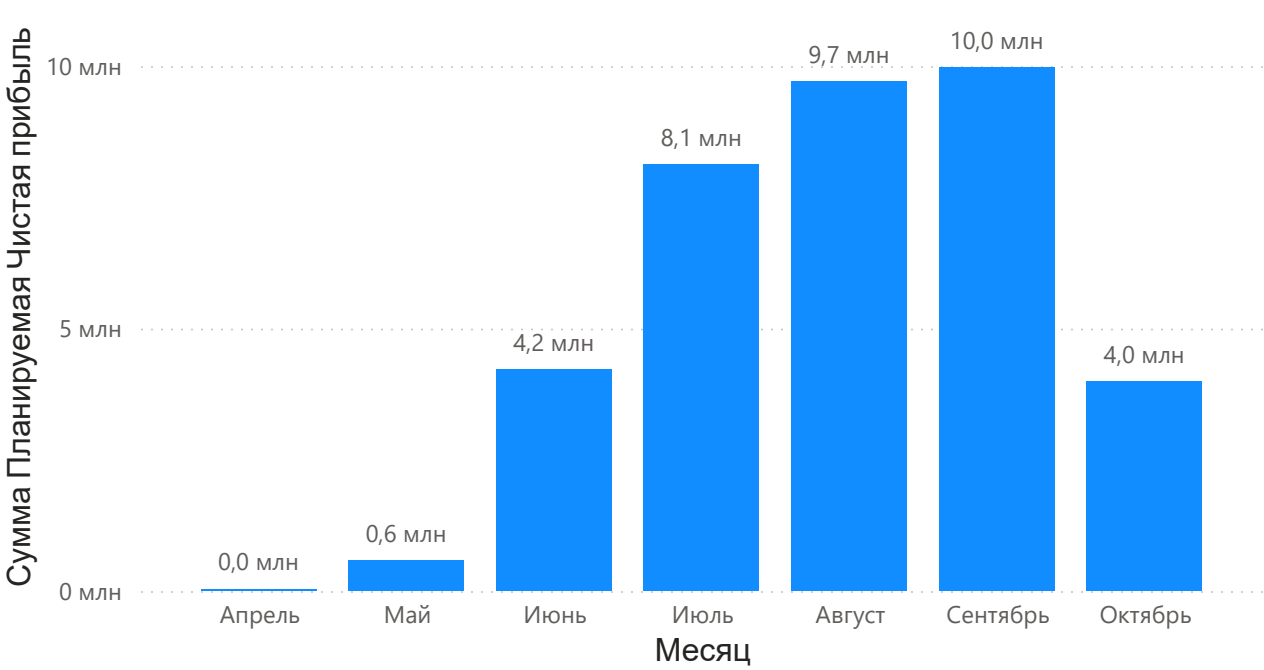
Суммарная выручка, в зависимости от семейного положения



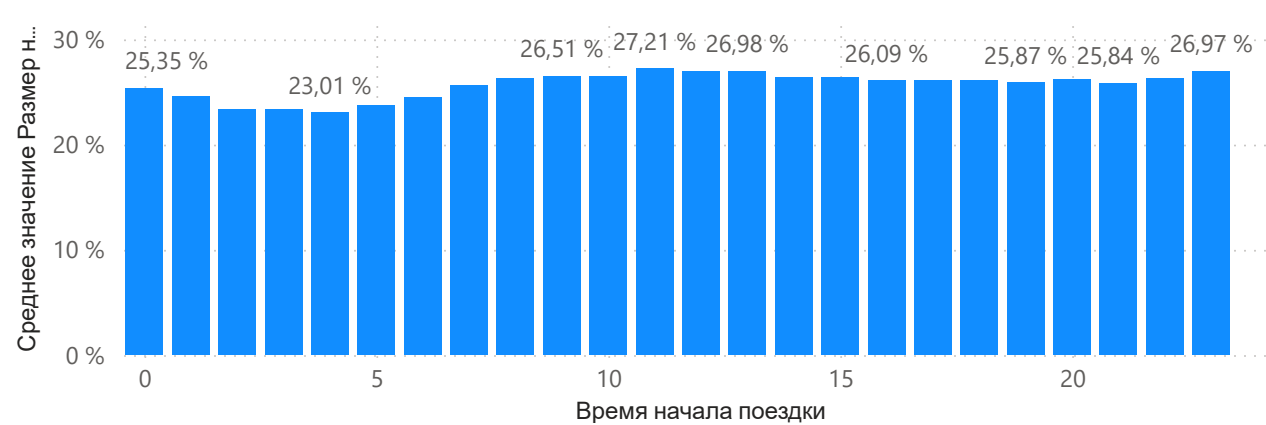
Зависимость размера бонуса от времени суток



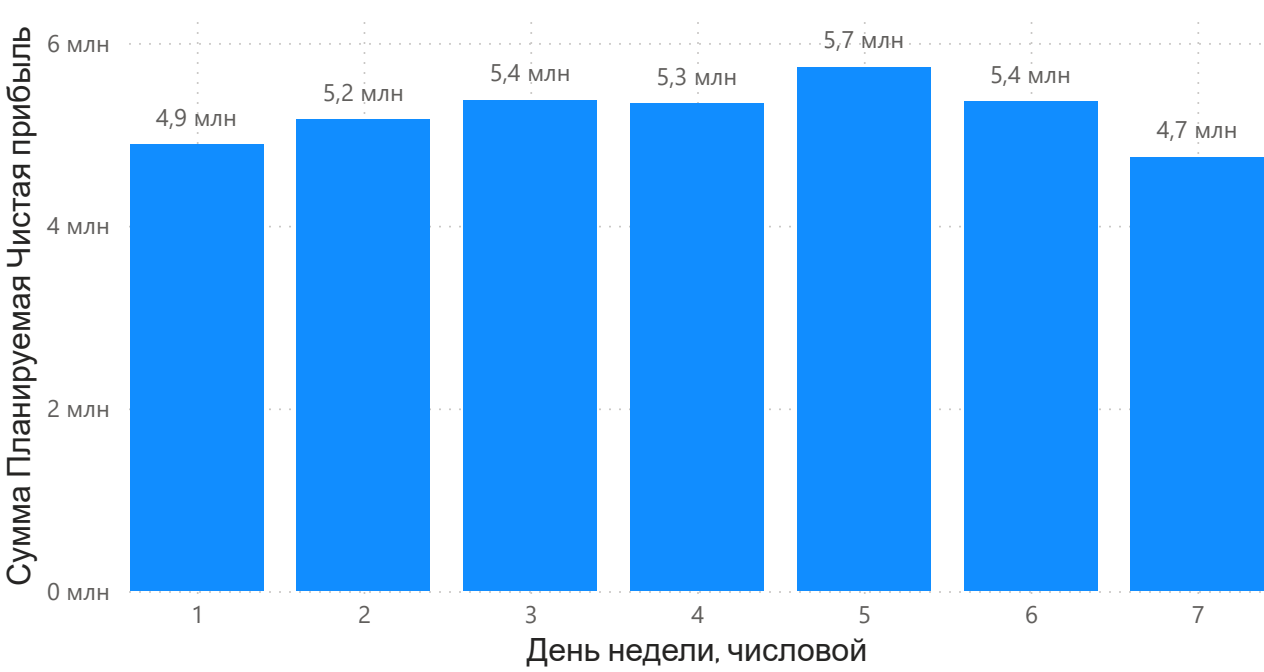
Сумма Планируемая Чистая прибыль по Месяц



Зависимость размера рублевых бонусов от времени суток



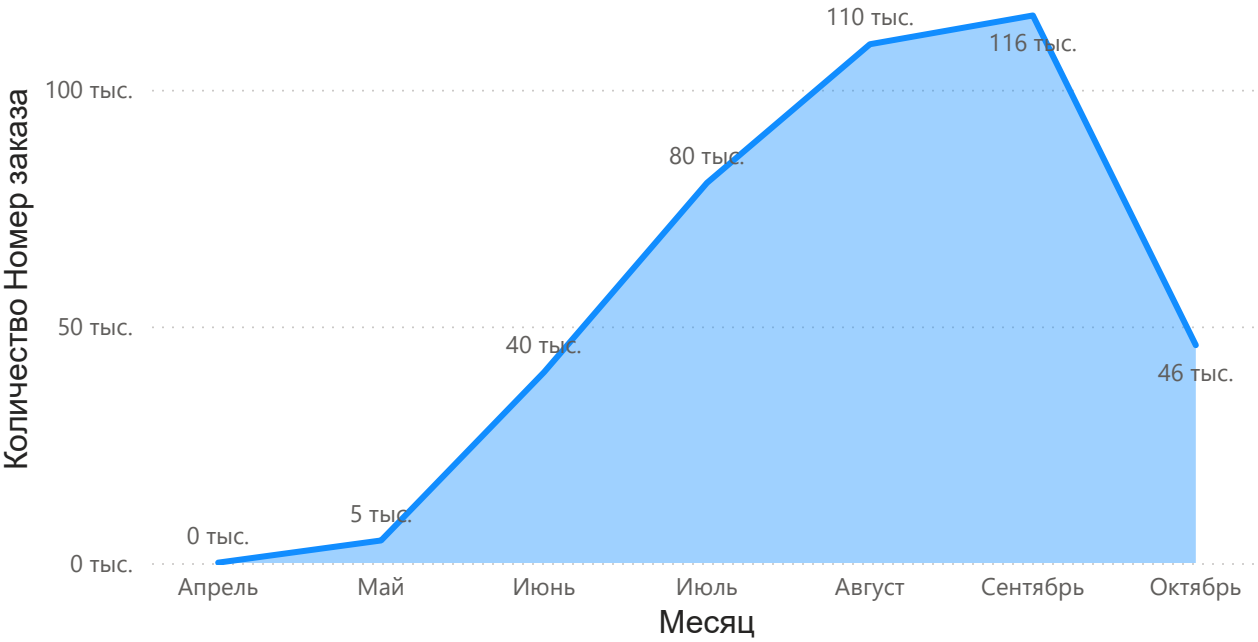
Сумма Планируемая Чистая прибыль по День недели, числовой



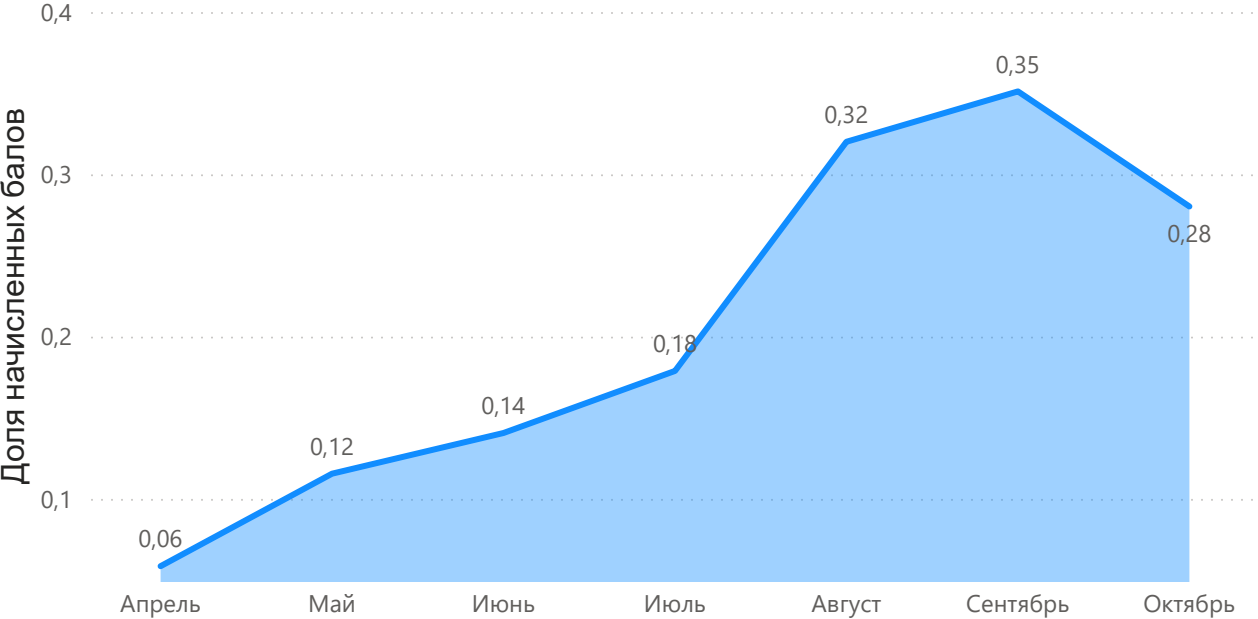
27,74%

Средняя Доля начисленных баллов

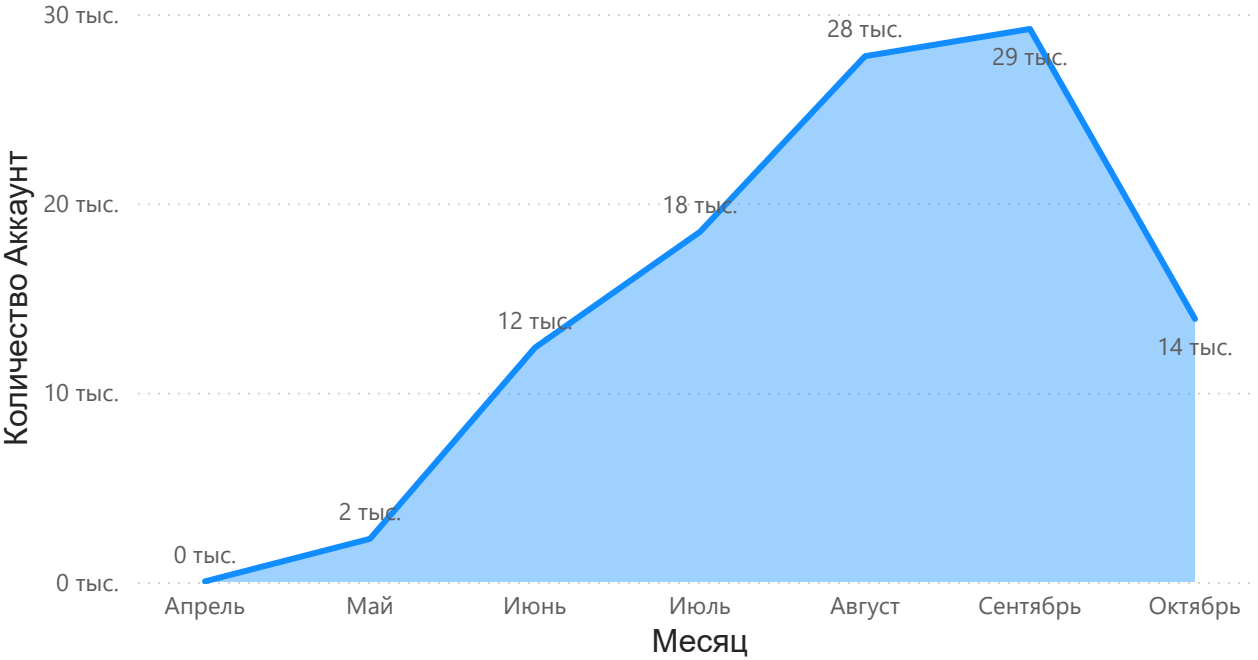
Количество заказов



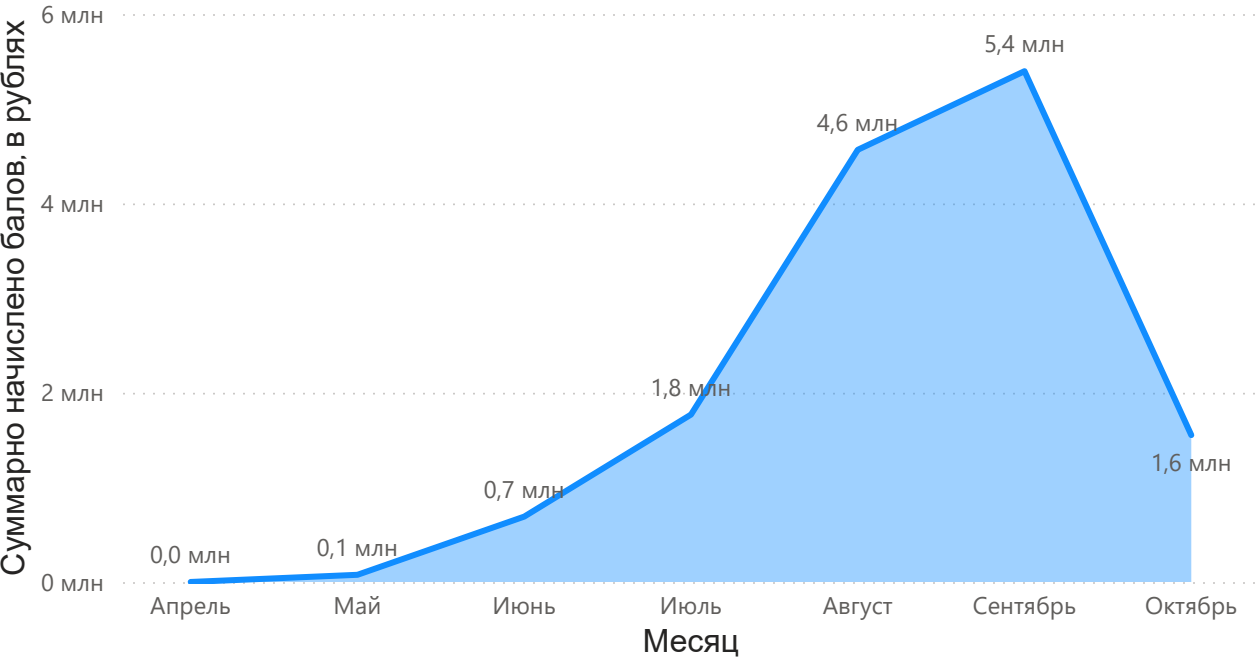
Доля начисленных баллов по Месяц



Количество УНИКАЛЬНЫХ пользователей за месяц



Суммарно начислено баллов, в рублях по Месяц



14,05 МЛН 50,64 МЛН

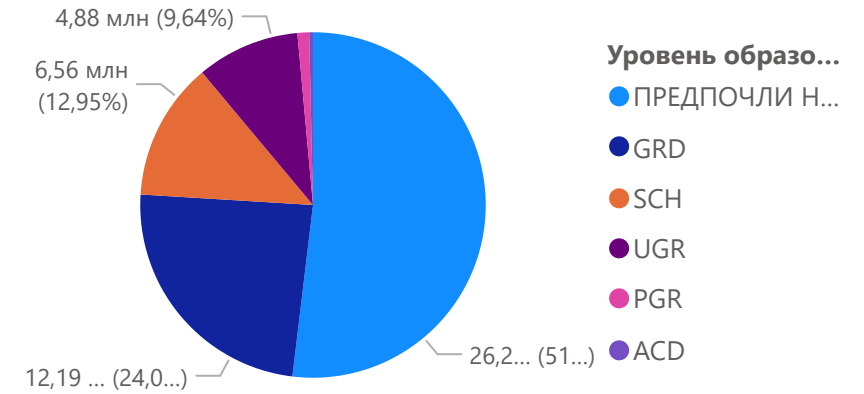
Суммарно начислено баллов, в
рублях

Суммарная выручка

119,02
МЛН

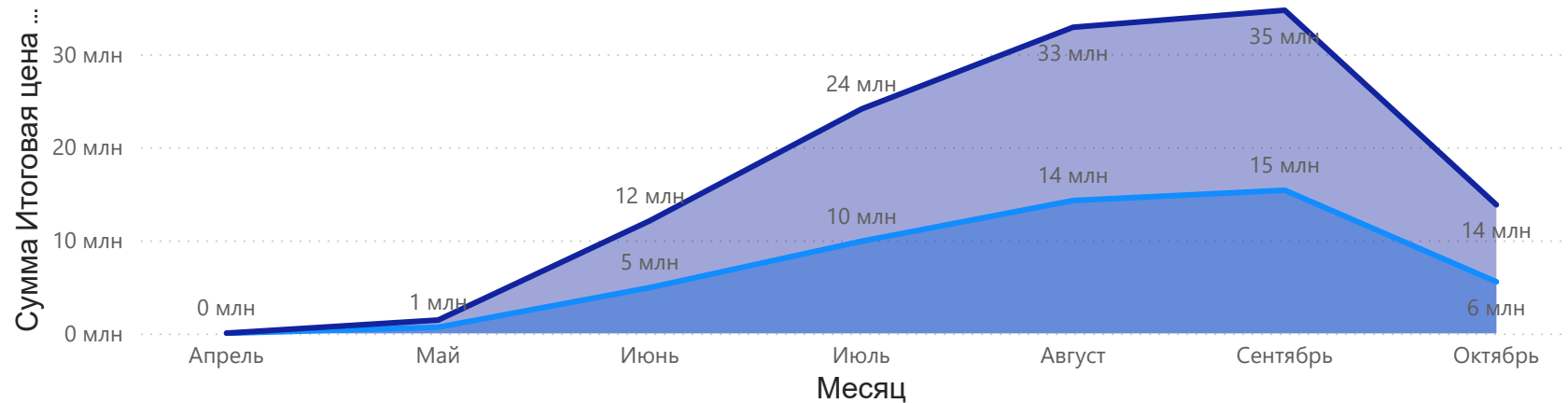
Суммарно Удержано(Бронь)

Выручка по уровню образования



Суммарная выручка и суммарная Бронь по Месяцам

Сумма Итоговая цена ... Сумма Удержано(Бронь)



Судя по всему, цена брони достаточно высокая для пользователя. и ни разу не окупилась суммарно за весь период. Больше чем в 2 раза разница с общей выручкой.
Большинство выручки приносят аспиранты, магистранты и школьники, а так же. основная часть не указана, но это взрослая аудитория, которая просто не поделилась данными