



28,03

Средний Возраст

30

Медианный Возраст

35

Максимальный Возраст

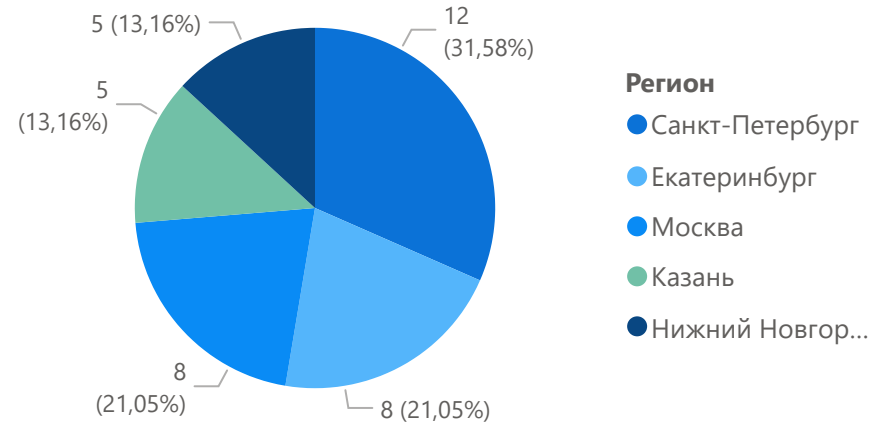
2,79

Средняя оценка сервиса от 0 до 5

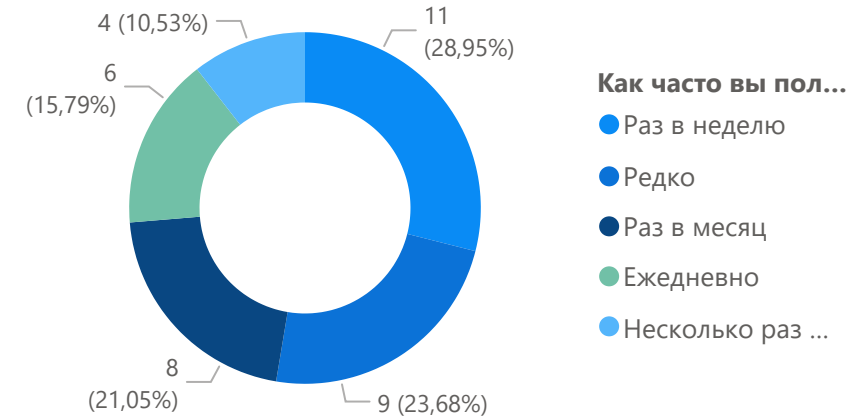
3

Медианная оценка 0-5

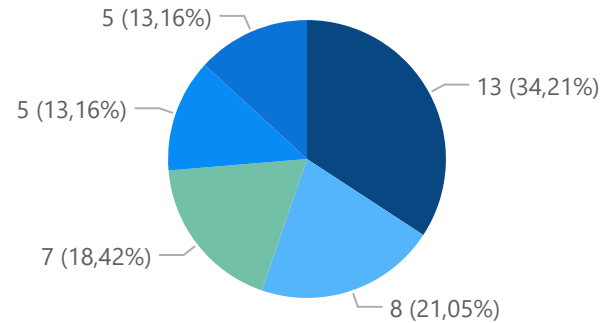
Количество респондентов по Регионам



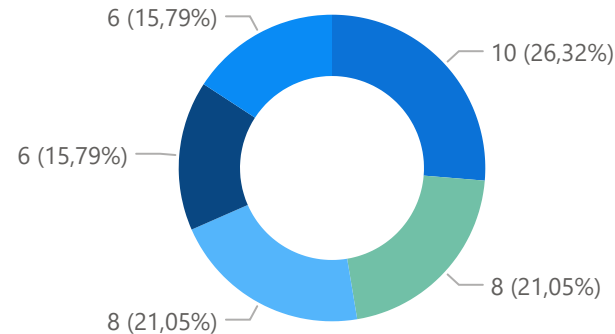
Как часто пользуются продуктом?



Что следует улучшить по мнению респондентов?



За что ценят продукт?



Что больше всего нравится в ...

- Доступная цена
- Удобный интерфейс
- Функционал
- Поддержка 24/7
- Стабильная работа

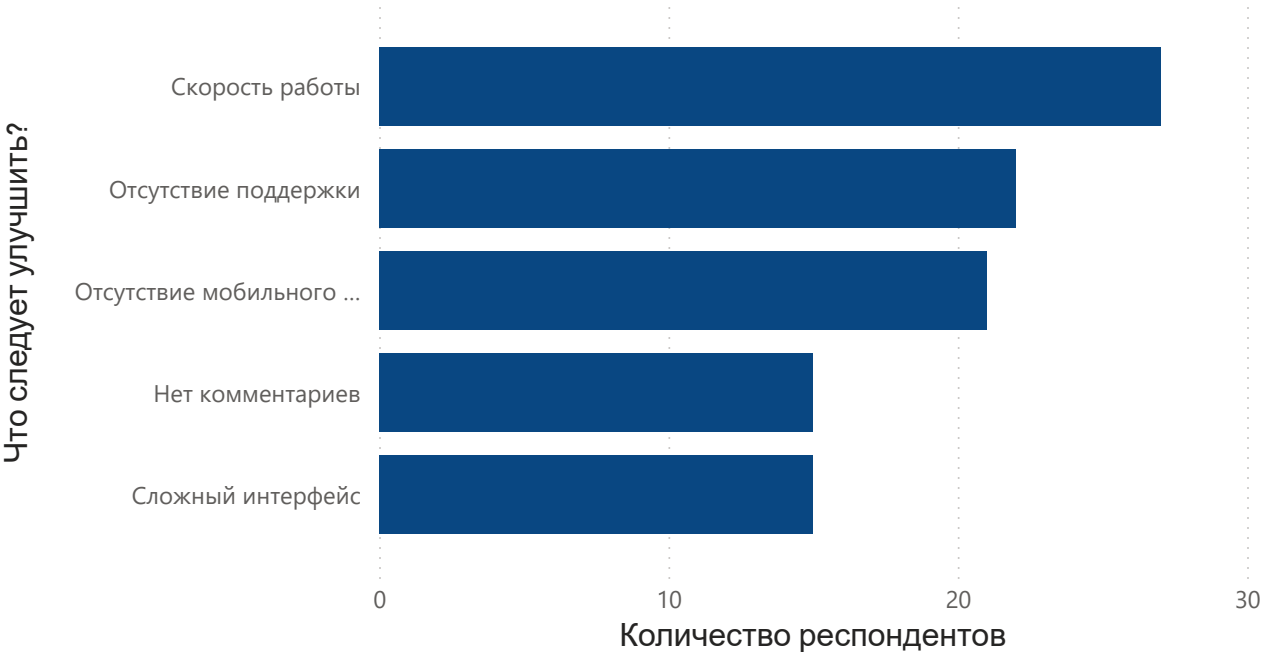
Возраст

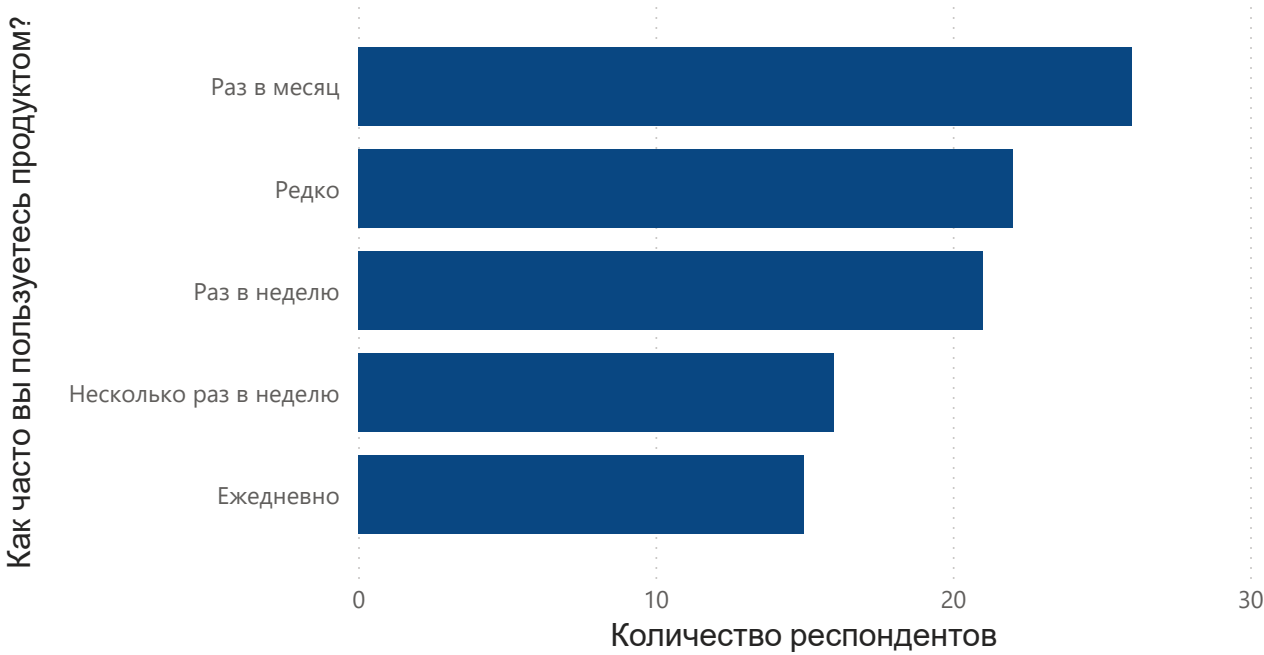
Регион

- ☐ Екатеринбург
- ☐ Казань
- ☐ Москва

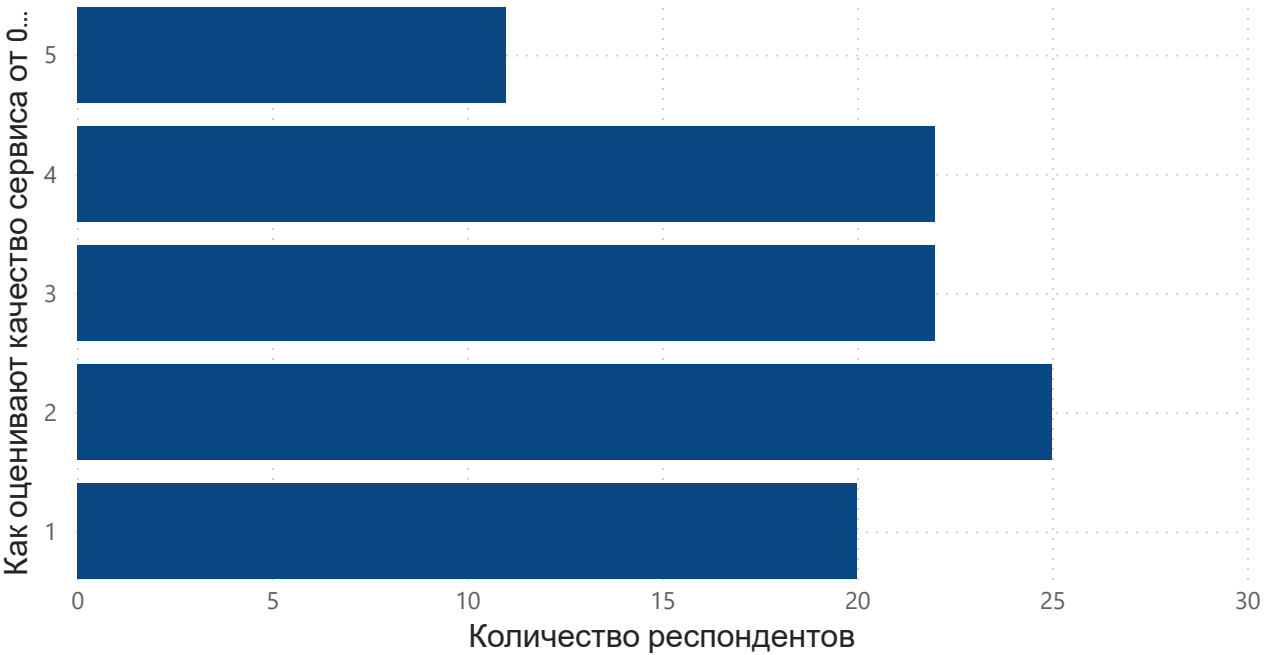
Что следует улучшить по мнению респондентов?



Как часто пользуются продуктом?



Как оценивают качество сервиса от 0 до 5?



Средний и медианный возраст респондентов составляет около 39–40 лет, то есть выборка представлена преимущественно зрелыми пользователями. Если молодая аудитория тоже входит в целевой сегмент, стоит продумать механизмы привлечения более юных групп. Средняя оценка сервиса равна примерно 2,8 балла — ниже нейтральной отметки, что сигнализирует о возможных недоработках в качестве и удобстве интерфейса. Большинство клиентов пользуется продуктом нерегулярно, а не ежедневно. Чтобы повысить лояльность и частоту обращения, целесообразно запускать программы вовлечения.

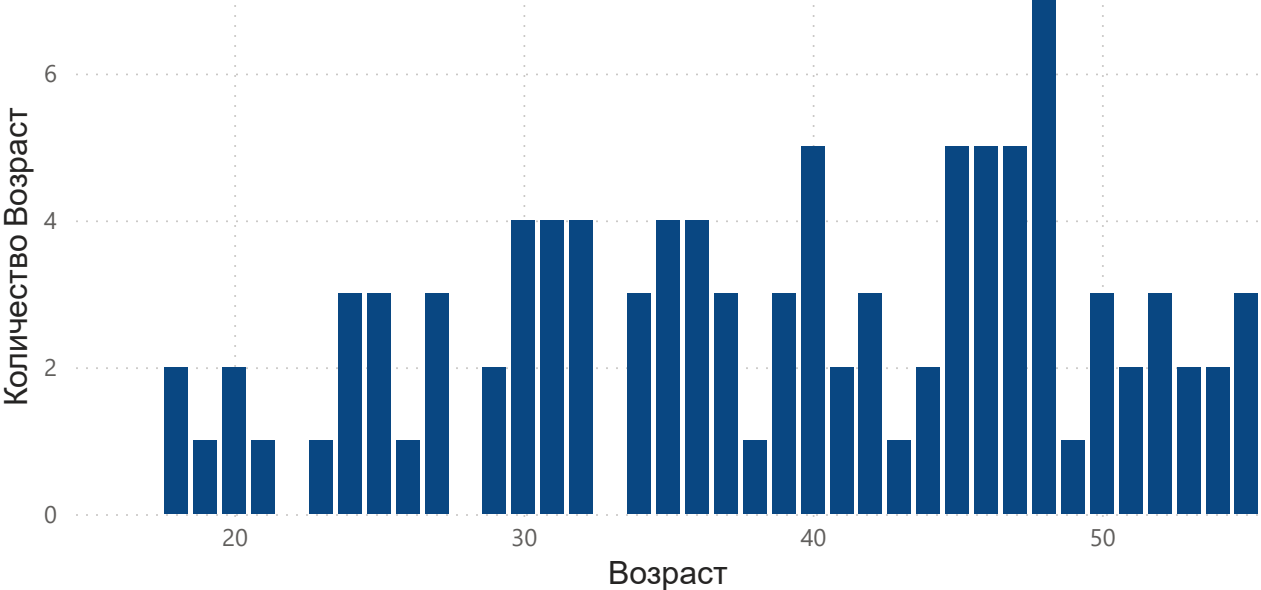
Основные претензии пользователей:

- отсутствие круглосуточной поддержки и мобильного приложения (эти проблемы, вероятно, взаимосвязаны),
- сложный интерфейс, который особенно тяжело даётся зрелой аудитории.

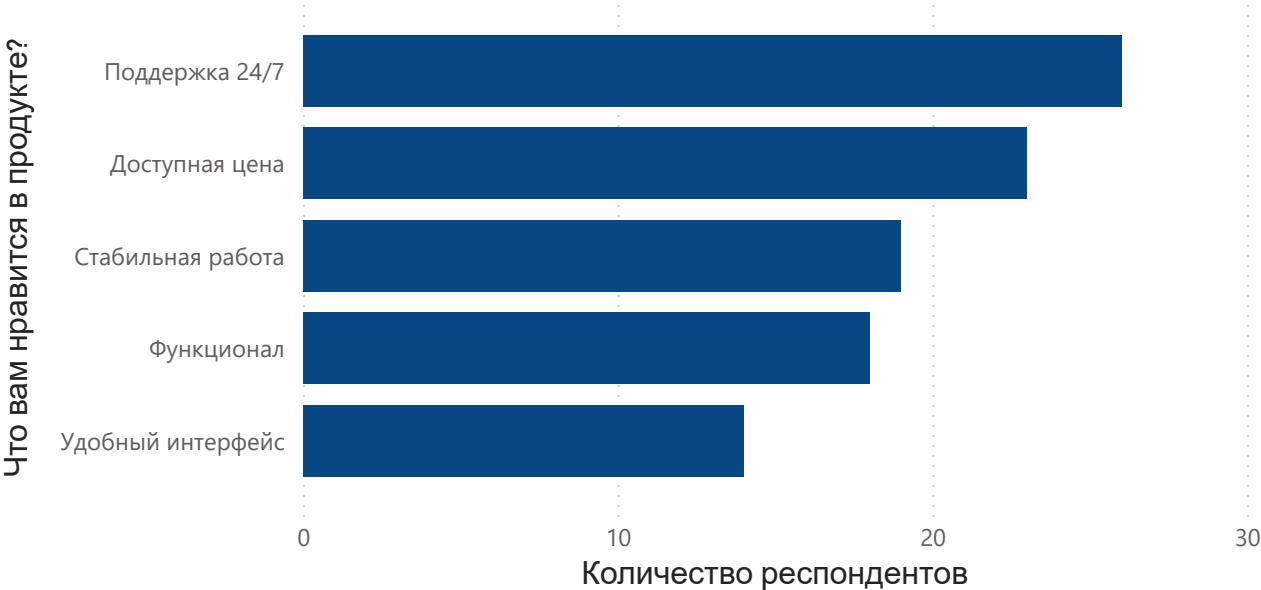
Рекомендуется разработать упрощённую версию сайта или мобильное приложение с более интуитивным интерфейсом.

По регионам: в Санкт-Петербурге клиенты в среднем моложе и оценивают сервис выше, чем в других городах. Самая низкая средняя оценка зафиксирована в Екатеринбурге, а самая высокая — в Казани.

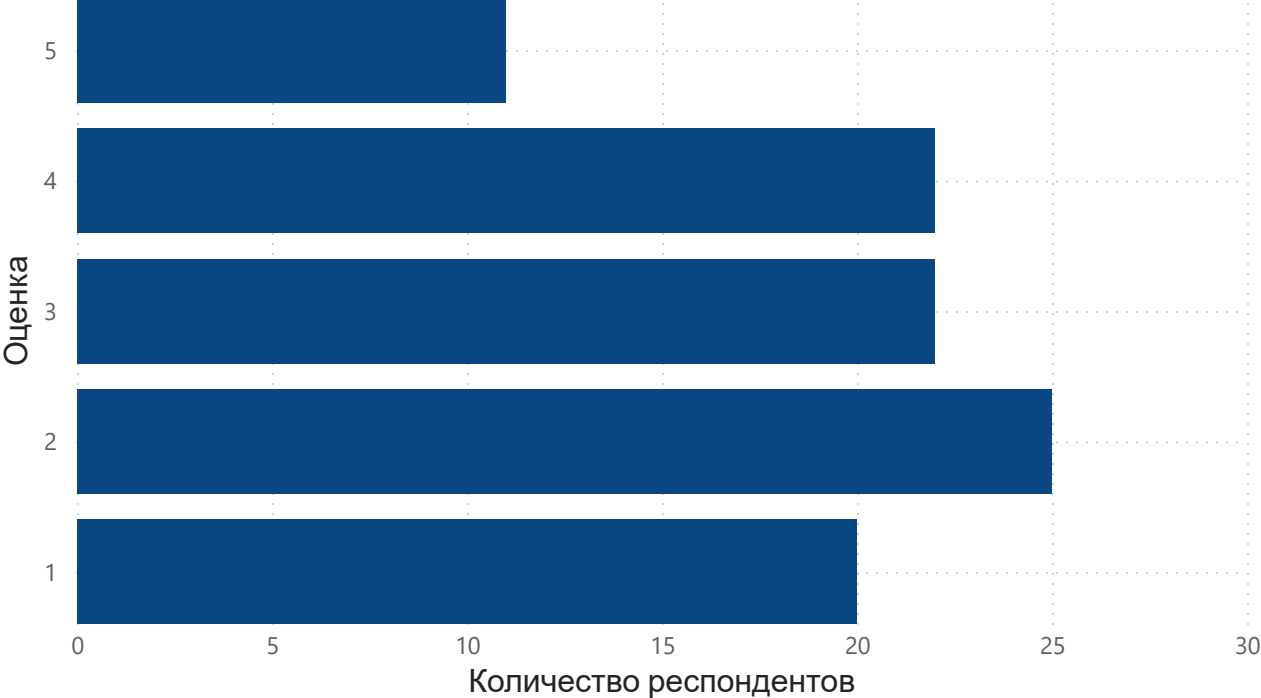
Количество Возраст по Возраст



За что ценят продукт?



Как оценивают качество сервиса от 0 до 5?



2,79

Средняя оценка сервиса от 0 до 5

38,76

Средний Возраст

По итогам анализа становится очевидно, что ключевыми зонами роста для сервиса являются:

1. Мобильное приложение • Разработать более удобную и простую версию. • Особое внимание уделить скорости загрузки и обработки — пользователи жалуются на “тормоза”. • Встроить push-уведомления для оперативного оповещения о статусе запросов и новых функциях.
2. Поддержка пользователей • Ввести круглосуточный чат-бот с возможностью эскалации на реального оператора. • Организовать многоязычную поддержку по телефону и в мессенджерах.
3. Упрощение интерфейса: • Переработать главную страницу: вывести самые востребованные функции на поверхность. • Подготовить “Lite-версию” сайта или приложения с минимальным набором настроек для пожилых пользователей.
4. Расширение возрастного охвата • Активнее привлекать молодую аудиторию (18–38 лет) через рекламные каналы. • Собрать дополнительные демографические данные (уровень дохода, образование, интересы), чтобы точнее сегментировать аудиторию. • Запустить A/B-тесты новых фиц на разных возрастных кластерах, чтобы понять, какие решения лучше резонируют с молодёжью.

Такая комплексная доработка не только улучшит текущий пользовательский опыт для основной когорты (38–40 лет), но и позволит охватить новые целевые группы, повысить лояльность и удержание клиентов