



Курсовой проект Excel

Королева С.К.

Группа 34.0



whatch the best

Повестка

- Определяем чего мы хотим?
- Как увеличить Retention?
- Что делать с ценой на подписку?
- Как оптимизировать затраты?
- Выводы
- Визуализация данных о пользователях



whatch the best

Чего мы хотим?

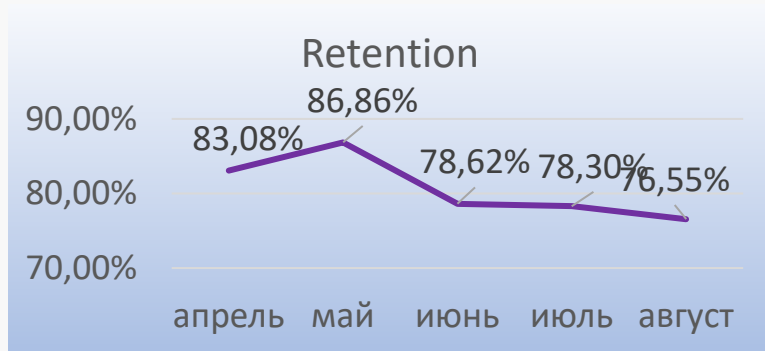
Показатель	AS-IS	Изменени е	TO-BE
Retention	80,60%	17,00%	94,30%
LT	5,15		17,54
Price юнита	350,00 ₽	14,00%	399,00 ₽
Объём скидок	9,33%	-15,00%	7,93%
Фактический Price юнита	317,36 ₽		367,37 ₽
LTR	1 635,57 ₽		6 442,72 ₽
CAC	2 254,52 ₽	-10,00%	2 029,07 ₽
CAC на юнит	137,84%		31,49%
Fixed cost на юнит	177,43 ₽	-10,00%	159,69 ₽
% Fixed cost на юнит	55,91%		43,47%
Маржинальность	-93,75%		25,04%

И так, посмотрим на наш калькулятор бизнес-экономики, где AS-IS – это наши текущие показатели, а TO-BE – цифры, к которым мы стремимся. Ведь мы очень хотим выйти не только на положительную маржинальность, но и поднять ее до 25%. Наш юнит – подписка, наше все – пользователи, которым мы помогаем приобрести немного спокойствия и уюта в наше беспокойное время. Чем довольнее они, тем счастливее мы. Так давайте подумаем, над чем нам необходимо поработать, что бы оставаться в прекрасном настроении?



whatch the best

Retention



По данным графикам можно проследить, как рост количества пользователей в течение 3х месяцев, так и небольшое проседание в Retention по сравнению с маем.

Падение показателей скорее всего связан с тем, что в летние месяцы люди больше времени проводят вне дома, у них нет необходимости в постоянном просмотре сериалов и фильмов в тиши своих квартир.

Для увеличения прибыли, нам необходимо удерживать старых пользователей и привлекать новых, для роста аудитории.



whatch the best

Как увеличить Retention?

Показатель	AS-IS	Изменение	TO-BE
Retention	80,60%	17,00%	94,30%

1) Ввести новый вариант подписки:

Годовые подписки удержат пользователей на более долгий срок.

439,00 руб. ежемесячно

4 788,00 руб. ежегодно

2) Продумать соответствующую цену для долгосрочных подписок.

Чем подписка дольше, тем цена выгоднее (визуально отобразить это для пользователей, как стоимость подписки за месяц)

4 788,00 руб. ~~5 268,00 руб.~~ ежегодно (399,00 руб. за месяц)

3) Улучшить наше приложение:

Настроить систему рекомендаций на главной странице для наших пользователей, что бы вовлекать их в просмотры новых сериалов и фильмов. Так пользователь захочет продлить свою подписку.



whatch the best

Цена подписки

Показатель	AS-IS	Изменение	TO-BE
Price юнита	350,00 ₽	14,00%	399,00 ₽

- ✓ Еще один показатель, который нам придется увеличить для выхода на 25% маржинальность.
- ✓ Благодаря калькулятору юнит-экономики можно просчитать цену, оптимальную для получения необходимой маржинальности.
- ✓ При создании годовой подписки на наш онлайн-кинотеатр, предлагаю установить следующие цены:

Подписка на месяц – **439,00** рублей/месяц.

Подписка на год – **399,00** рублей/месяц



whatch the best

А что со скидками?

Показатель	AS-IS	Изменение	TO-BE
Объём скидок	9,33%	-15,00%	7,93%

- ❖ Так же, для увеличения маржинальности, необходимо снизить общий объем скидок на 15%.
- ❖ Но с установкой цен на том уровне, который я предлагаю, в нашем случае выгода получается 480,00 рублей.
- ❖ Можно смело утверждать, что при оплате годовой подписки – мы дарим месяц в подарок, то есть потребитель оплачивает 11 месяцев.
- ❖ При введении годовой подписки, количество используемых скидок на привлечение потенциальных зрителей должно значительно снизиться, так как потребителя заманивают на долгий срок и скидка применяется 1 раз в 12 месяцев.

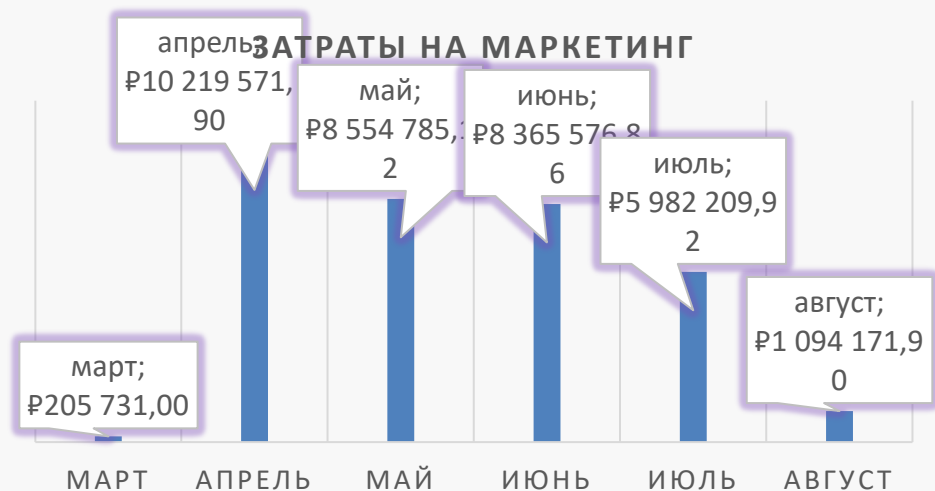


whatch the best

А что еще?

Показатель	AS-IS	Изменение	TO-BE
CAC	2 254,52 ₽	-10,00%	2 029,07 ₽

- ✓ CAC мы можем снизить за счет уменьшения затрат на Маркетинг.
- ✓ Данные в диаграмме показывают, что наша команда и так стремилась к снижению маркетинговых затрат и мы становимся на шаг ближе к цели. Нам необходимо сделать уклон в сторону оставшихся с нами потребителей и убедить их в выгоде годовой подписки.



whatch the best

Ну и Fixed cost на Юнит

Показатель	AS-IS	Изменение	TO-BE
Fixed cost на юнит	177,43 ₽	-10,00%	159,69 ₽

Месяц	Оплат всего	Постоянные расходы	Fixed cost на юнит
март	201	1 200 000,00 ₽	5 970,15 ₽
апрель	5289	1 200 000,00 ₽	226,89 ₽
май	8990	1 300 000,00 ₽	144,60 ₽
июнь	10323	1 300 000,00 ₽	125,94 ₽
июль	9998	1 300 000,00 ₽	130,02 ₽
август	8032	1 300 000,00 ₽	161,85 ₽
сентябрь	7014	1 120 000,00 ₽	159,68 ₽

- Нам необходимо оптимизировать постоянные расходы для выхода на нужный уровень Fixed cost на Юнит.
- В связи с введением годовой подписки ежемесячные оплаты снизятся неизбежно.
- Если не снижать данный показатель, то наша маржинальность будет на уровне 20,21%.



whatch the best

Какие выводы можно сделать?

Необходимо:

- Увеличить Retention и цены на подписки.
- Снизить объем скидок, CAC и Fixed cost на Юнит.

Что будем делать:

- Введем новый вид подписки – годовую.
- Поднимем цены.
- Оптимизируем постоянные расходы, расходы за счет скидок.



whatch the best

Далее немного визуализации наших потребителей

Активность пользователей

Распределение подписчиков по часовым поясам

Просмотры по будням

Просмотры по выходным

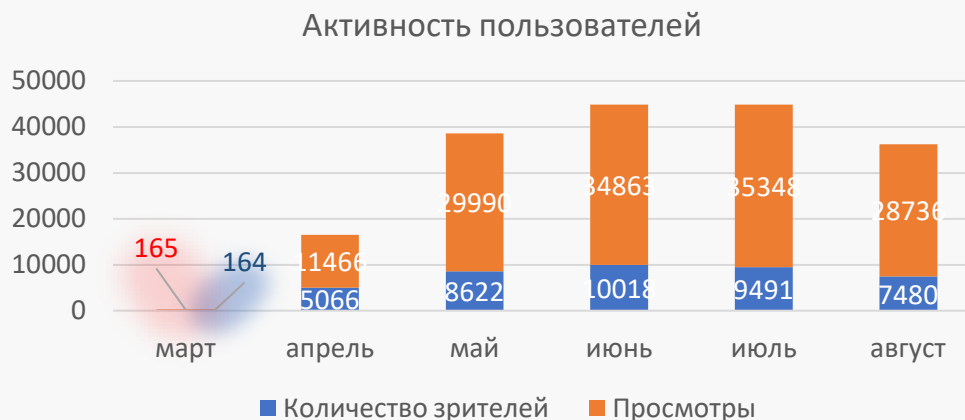
Популярные фильмы



whatch the best

Активность пользователей

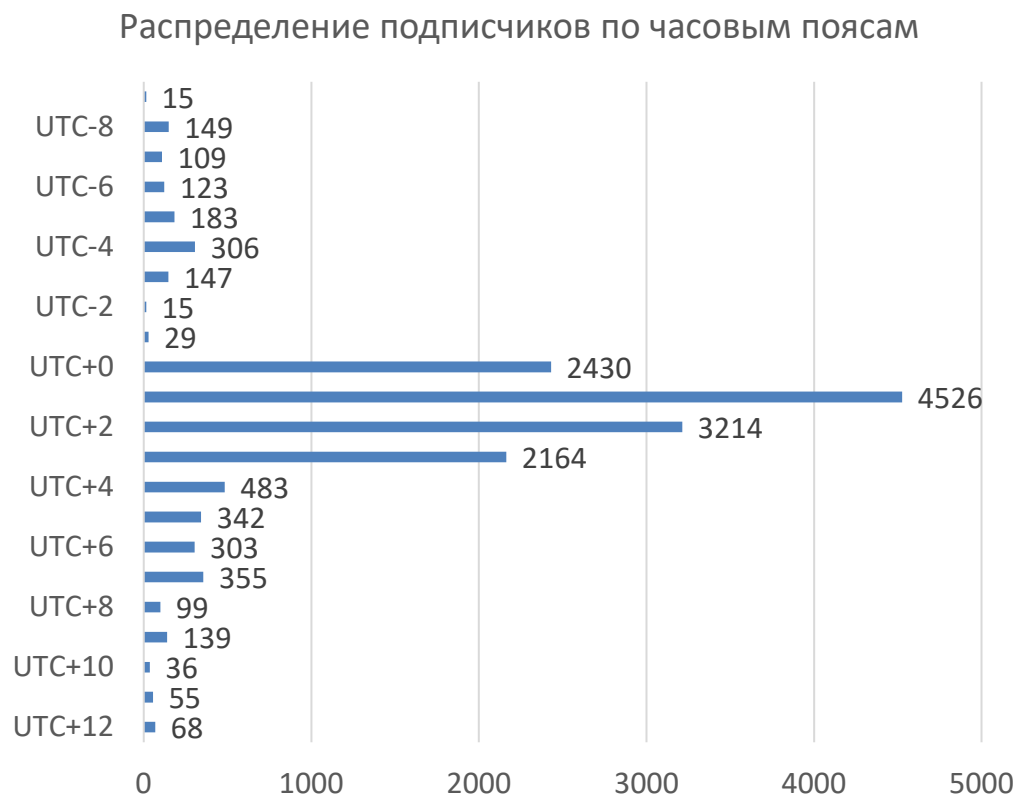
Месяц	Количество зрителей	Просмотры
март	164	165
апрель	5066	11466
май	8622	29990
июнь	10018	34863
июль	9491	35348
август	7480	28736



Не смотря на снижение количества пользователей, просмотры растут. Это главный показатель того, что наш онлайн-кинотеатр людям нравится, они привыкают к приложению и чаще приходят к нам посмотреть те сериалы и фильмы, которые им нравятся.

Распределение подписчиков по часовым поясам

Распределение подписчиков по часовым поясам	
Часовой пояс	Пользователи
UTC+12	68
UTC+11	55
UTC+10	36
UTC+9	139
UTC+8	99
UTC+7	355
UTC+6	303
UTC+5	342
UTC+4	483
UTC+3	2164
UTC+2	3214
UTC+1	4526
UTC 0	2430
UTC-1	29
UTC-2	15
UTC-3	147
UTC-4	306
UTC-5	183
UTC-6	123
UTC-7	109
UTC-8	149
UTC-9	15



whatch the best

Распределение подписчиков по часовым поясам

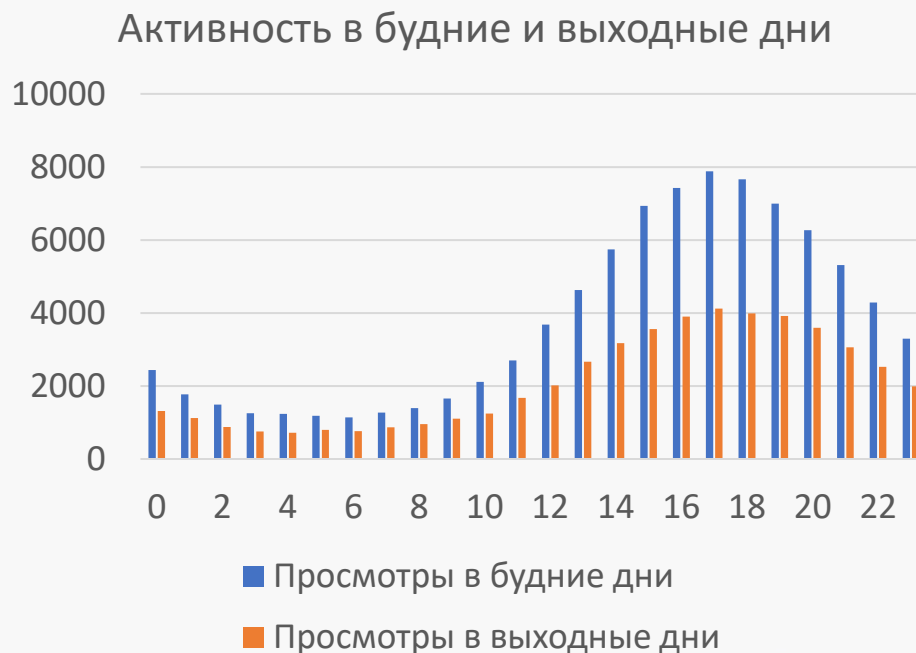
- ✓ Как мы видим, наш онлайн-кинотеатр смотрят по всей планете.
- ✓ Самое большое количество зрителей проживают в часовых поясах UTC 0, UTC +1, UTC +2, UTC +3.
- ✓ Необходимо сделать проект рассылки уведомлений от приложения, в зависимости от часового пояса, что бы не раздражать пользователей в ночное время.



whatch the best

Активность пользователей в будние и выходные дни

Время	Просмотры в будние дни	Просмотры в выходные дни
0	2436	1316
1	1770	1122
2	1497	883
3	1253	758
4	1237	724
5	1182	799
6	1142	766
7	1277	872
8	1394	960
9	1663	1103
10	2119	1245
11	2703	1674
12	3687	2016
13	4628	2670
14	5747	3178
15	6939	3560
16	7424	3904
17	7878	4123
18	7662	3994
19	6995	3917
20	6267	3597
21	5317	3065
22	4290	2526
23	3299	1990

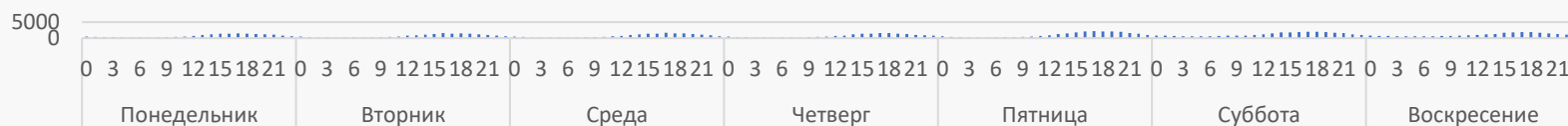


whatch the best

Активность пользователей в будние и выходные дни

- ✓ Время просмотра у пользователей начинает расти после 14:00 не зависимо от дня недели.
- ✓ Самое частое время просмотра в 17:00.
- ✓ Самый активный день недели по количеству просмотров – пятница.
- ✓ Необходимо контролировать работу серверов в самые просматриваемые часы.

Распределение просмотров по суточным часам (0-23) в разрезе будние-выходные



whatch the best

Топ-10 популярных фильмов Sky-Cinema

ТОП-10 популярных фильмов	
movie_id	Количество просмотров
411922	8071
250679	5079
158978	4240
230507	3824
351192	3501
347008	2508
118549	2288
347393	2092
470762	1776
21760	1592



whatch the best

Топ-10 популярных фильмов Sky-Cinema

- ✓ Самый популярный фильм под ID 411922
- ✓ Необходимо сделать ТОП-73, что бы покрыть половину всех просмотров по фильмам
- ✓ В рекомендациях можно добавить менее популярные фильмы, тем самым можно сровнять просмотры.



whatch the best

!Спасибо за внимание!



whatch the best