



Представление решения командой «Аналнэтики»

Андрей Куртасов
Руководитель проектов по разработке ПО

Алгоритм проведенной работы

Разделение на основе трех показателей о количестве оплаты, выручке и сроке жизни рекламодателя

Три основных сегмента: начинающие предприниматели и неактивные пользователи, стабильные клиенты и крупные рекламодатели

Модель логистической регрессии для определения будущего статуса рекламодателя

Представление автоматизированной формы для аналитика

Предварительный анализ данных

Площадки Яндекса пользуются популярностью у рекламодателей. Сегментация поможет оставаться в лидерах и увеличить свою долю на рынке



Рекламные продукты “Яндекса” находятся в топе у рекламодателей

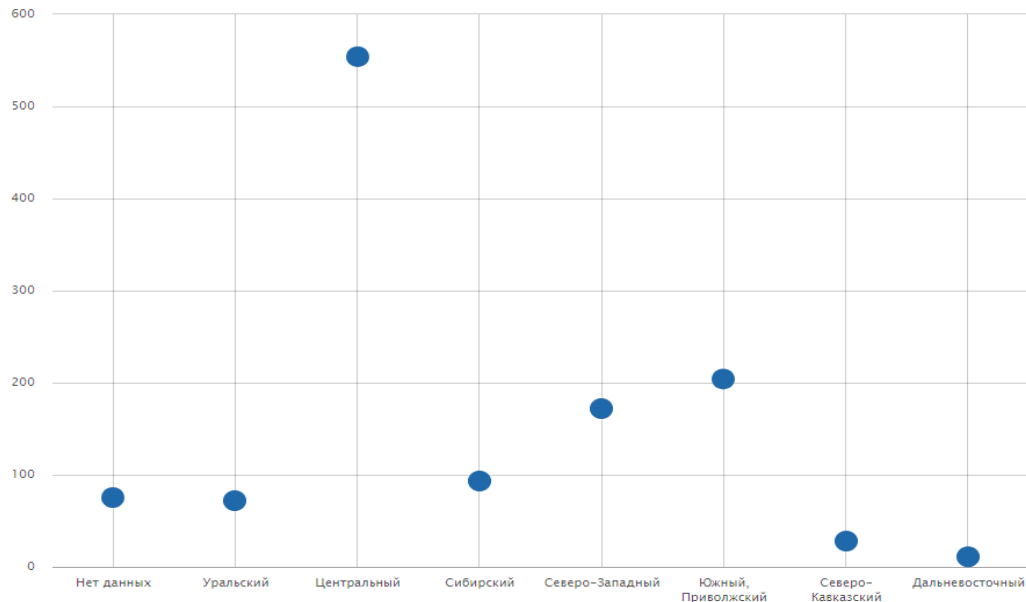
| | | | |
|---|---|---|--|
| Яндекс Директ ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 73,34 | Яндекс Бизнес ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 43,77 | Реклама в поиске Яндекс ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 28,07 | Реклама на Avito ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 28,07 |
| Реклама на Яндекс Картах ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 24,34 | Реклама в ВК ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 23,67 | Рекламная подписка на Яндекс ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 14,53 | Яндекс Маркет ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 8,97 |
| 2ГИС ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 7,14 | Реклама на Ozon ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 6,06 | myTarget ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 5,65 | Реклама в Одноклассниках ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 3,57 |
| Реклама на Wildberries ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 3,57 | Другое ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 3,32 | Инструменты Яндекса, но не знаю какие ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 2,91 | Сбермегамакет ... Доля пользователей, которые пользуются функцией 1,41 |

Большинство рекламодателей сосредоточено в Центральном Федеральном округе

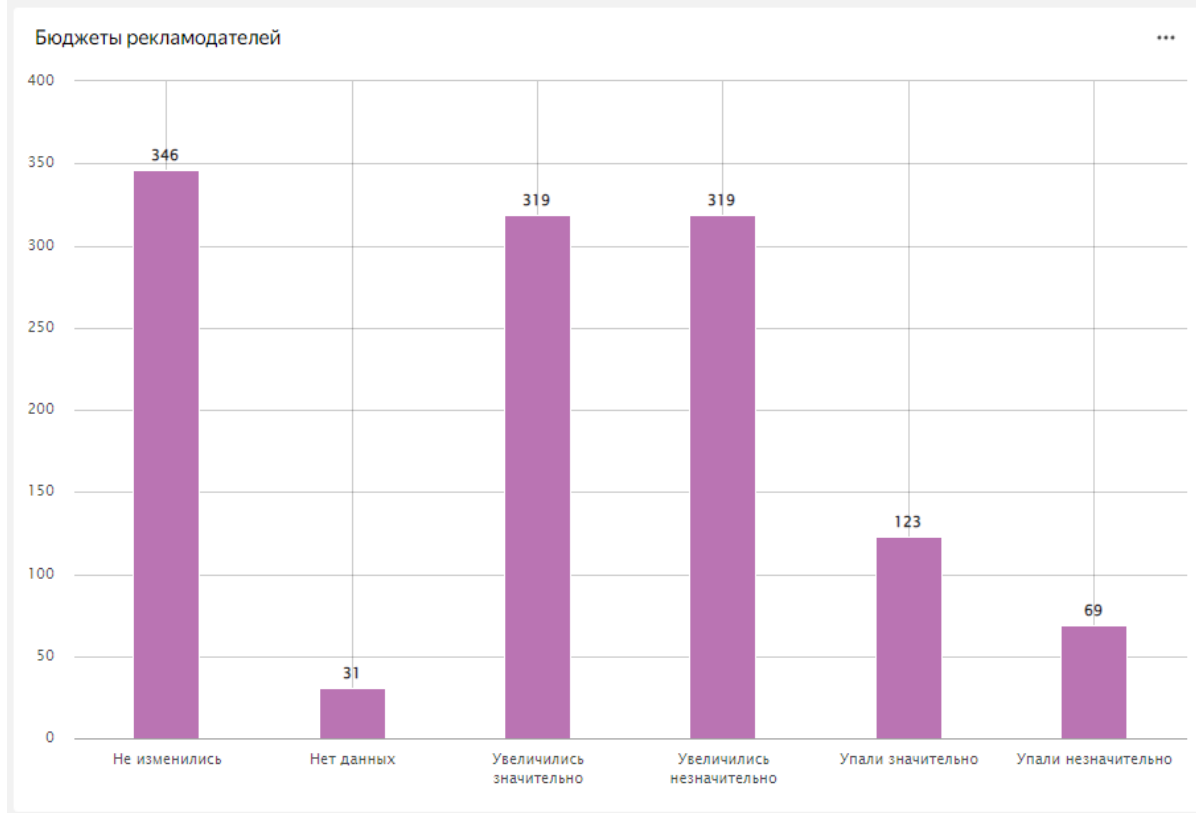
Центральный федеральный округ - лидер по количеству рекламодателей.

Разрыв между ним и другими федеральными округами - значительный.

Количество рекламодателей по федеральным округам



У большей части рекламодателей бюджеты на рекламу увеличились



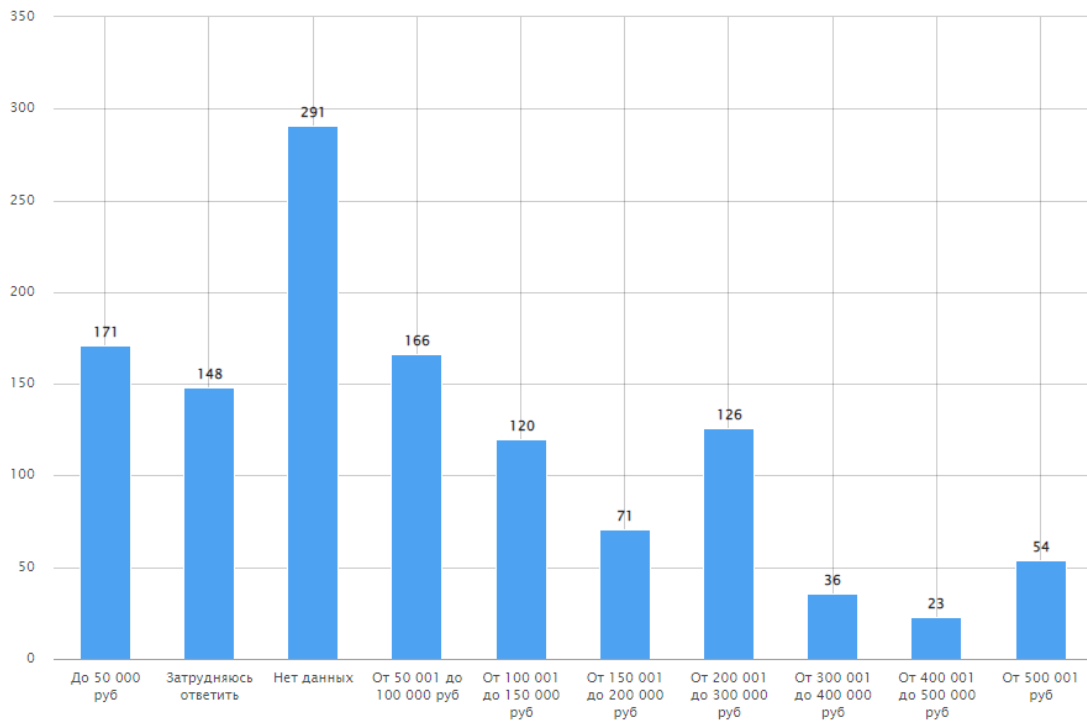
Открывается окно возможностей для получения дополнительной прибыли путем предложения более дорогих и эффективных услуг продвижения.

Рекламодатели предпочитают не сообщать о своих доходах

Большая часть рекламодателей не имеет доходов от бизнеса больше 300 тыс руб



Рекламодатели по доходу от бизнеса



Значительная часть рекламодателей либо не предоставила данные о доходах от основного бизнеса, либо затруднилась с ответом. Большинство рекламодателей сказали, что они получают менее 300 тыс рублей от своего бизнеса

В будущем рекламодателям можно предложить специализированные рекламные компании (например, «Женщины в бизнесе»)

Мужчины чаще женщин ведут бизнес и используют рекламные продукты

Женщины-рекламодатели ...

Количество женщин-рекламодателей

330

Мужчины-рекламодатели ...

Количество мужчин-рекламодателей

712

Хакатон - участники опроса ...

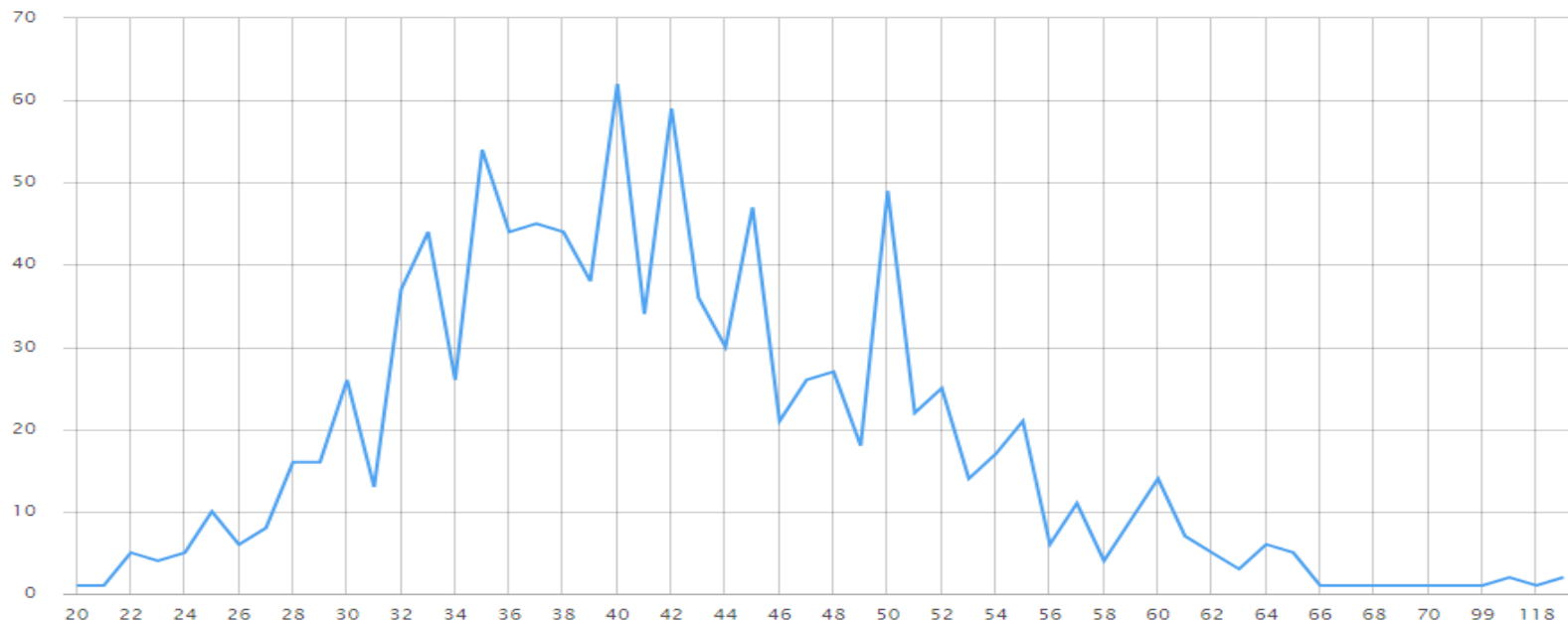
Участники опроса

1 204

Основная аудитория – молодые люди в расцвете собственных возможностей

Возраст от 30 до 50 - идеальный для ведения бизнеса

Разбивка рекламодателей по возрасту



Сегментация рекламодателей

Основные факторы – география, экономическое состояние и характеристика самого рекламодателя

Экономическое состояние

Продолжительность работы с рекламной системой
Изменение бюджетов на рекламу
Доход от бизнеса
Возраст бизнеса

Характеристика рекламодателя

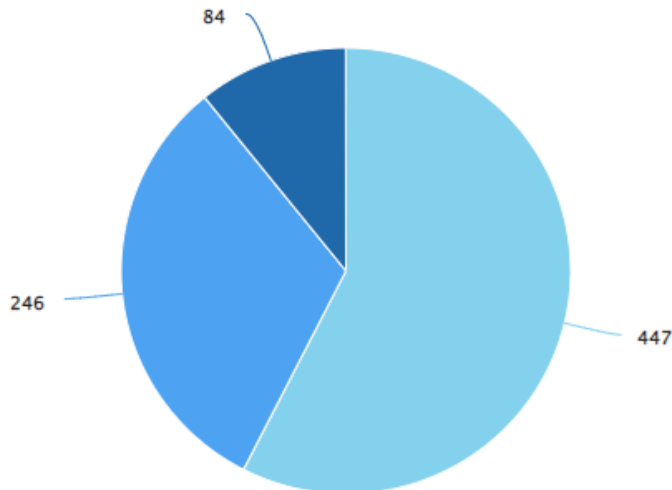
Пол
Возраст
Образование

Географическое положение

Федеральный округ

Начинающие предприниматели составляют большую часть рекламодателей

Класс - разбивка



Начинающие предприниматели Стабильные клиенты Крупные клиенты

Стратегии:

Помощь в развитии
бизнеса начинающим
предпринимателям

Сохранение
количества
крупнейших клиентов
на стабильном уровне.

Выручка начинающих предпринимателей от стабильных клиентов отличается в 23 раза, а крупных клиентов от стабильных – в 9 раз

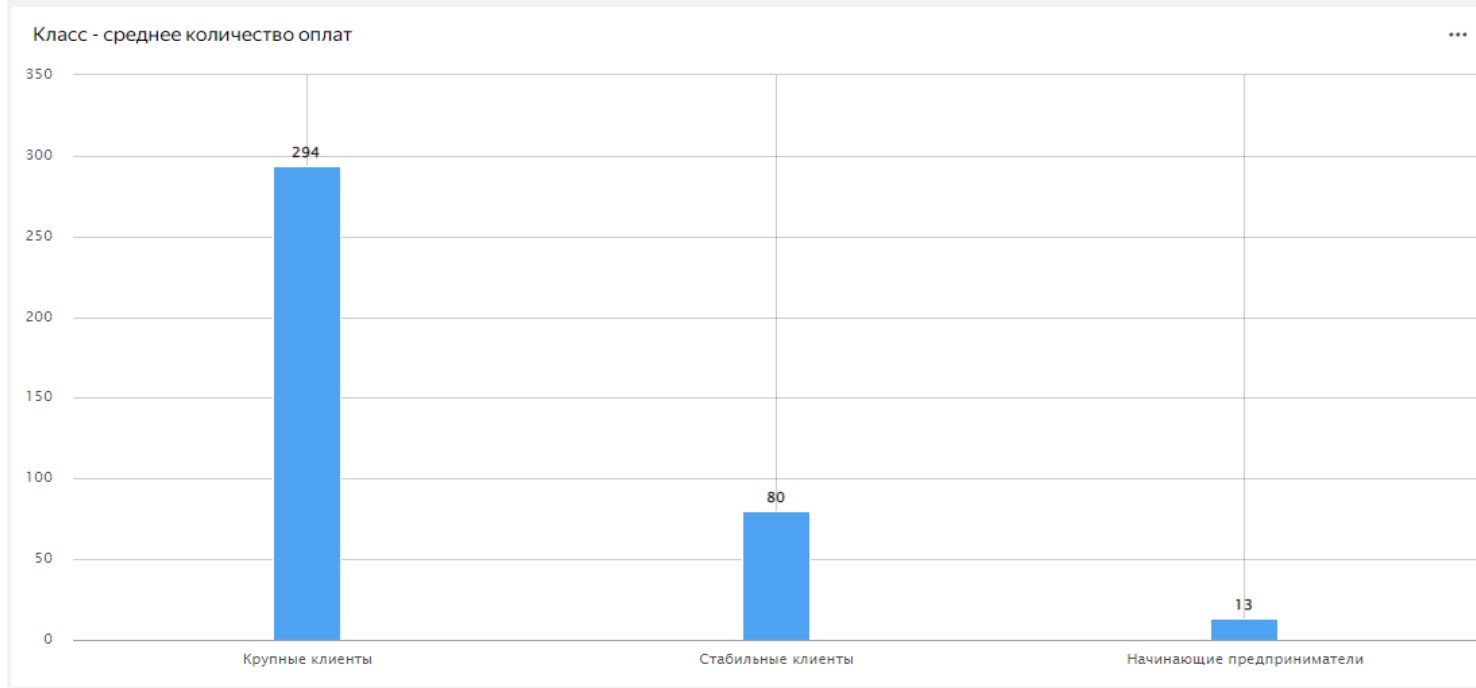


| Группа рекламодателей | Средняя выручка, руб |
|----------------------------|-------------------------|
| Крупные клиенты | 2 992 261,96 |
| Стабильные клиенты | 321 228,33 |
| Начинающие предприниматели | 13 335,00 |

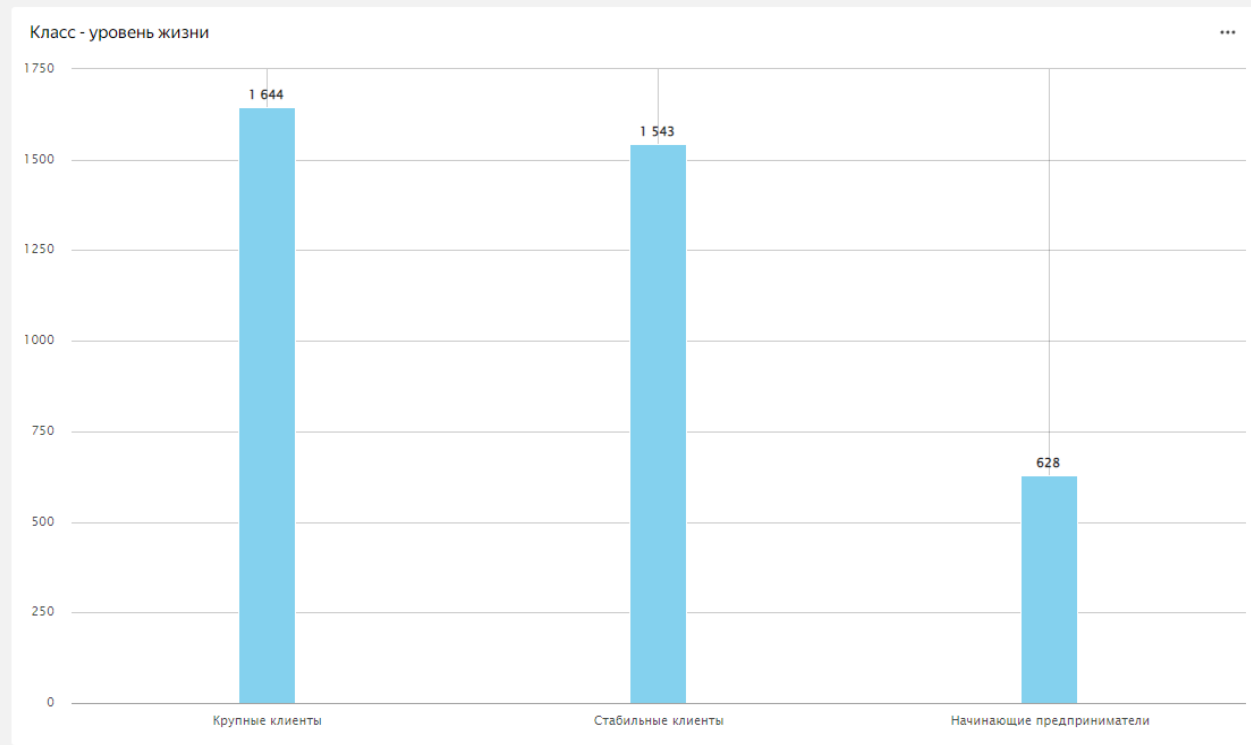
Начинающие предприниматели за весь срок жизни в среднем совершают менее 15 оплат



В среднем начинающие предприниматели совершают менее 15 оплат за весь срок жизни



Сроки жизни крупных и стабильные рекламодателей примерно сопоставимы



Средний срок жизни начинающих предпринимателей в 628 дней говорит о том, что среди них есть большое количество неактивированных пользователей

Резюме



Различия между группами действительно существуют, особенно в показателях выручки от рекламодателей



Модель сегментации отличается относительной простотой составления и масштабирования



Дальнейшие работы по сегментированию позволят увеличить прибыль с рекламодателей и повысить лояльность