

Анализ метрик юнит- ЭКОНОМИКИ

Презентация к дашборду
Подготовил Селин Степан

Ссылка на дашборд:

https://public.tableau.com/views/PROJECT_DASHBOARD_17136171286220/-?:language=en-US&:sid=&:display_count=n&:origin=viz_share_link

Задача:

Проанализировать различные метрики юнит-экономики с помощью сегментирования по каналам привлечения, городам, возрастным категориям, платформе, на основе анализа проверить, сходится ли юнит-экономика, дать рекомендации заказчику.

Общий вид дашборда

Дашборд метрик юнит-экономики

Диаграмма размеров когорт

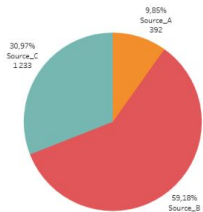
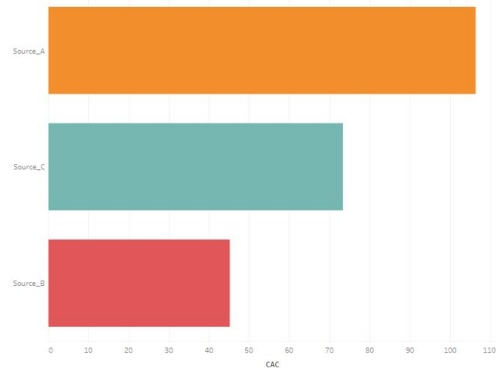


Диаграмма САС



Динамика:

недостатки

Источники привлечения:

Targeting

☒ Source_A

☒ Source_B

☒ Source_C

Дата привлечения:

01.05.2022

28.06.2022

Сегментация по:

каналам привлечения

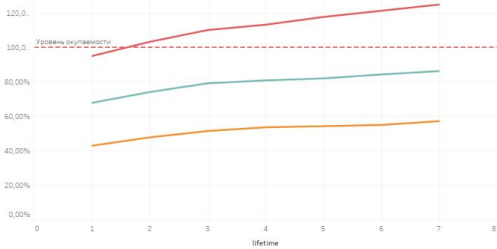
Сегменты:

Source_A

Source_B

Source_C

График кривых ROI



Графика динамики ROI

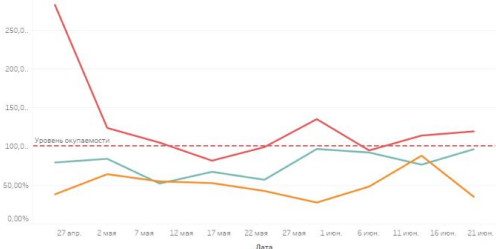


Таблица LTV

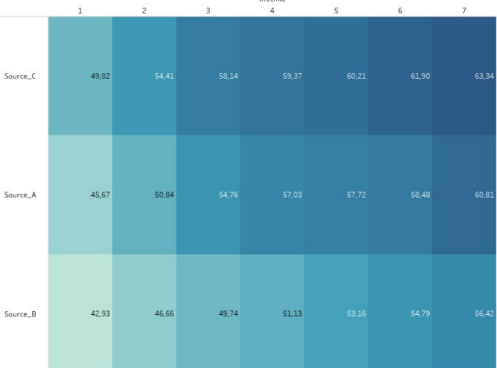
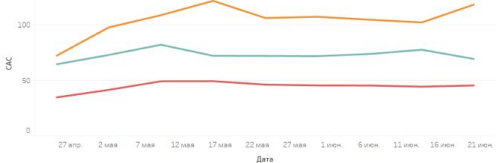


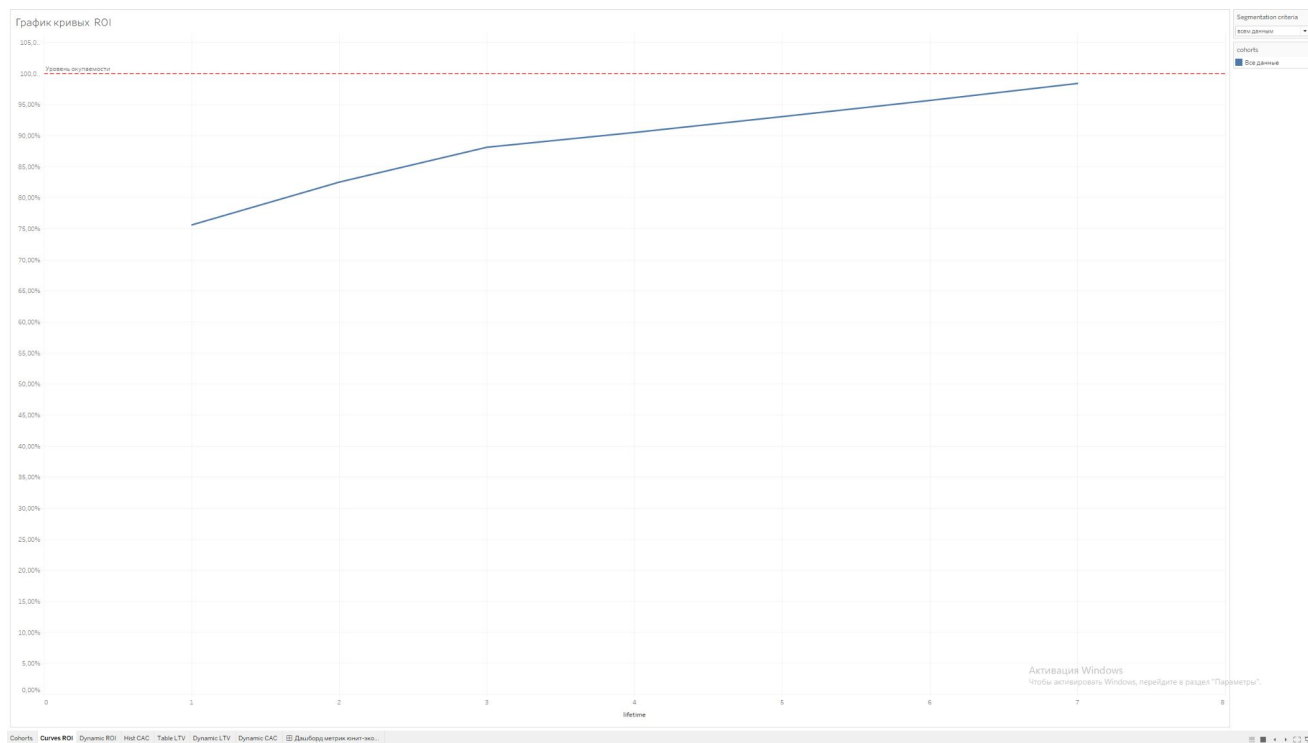
График динамики LTV



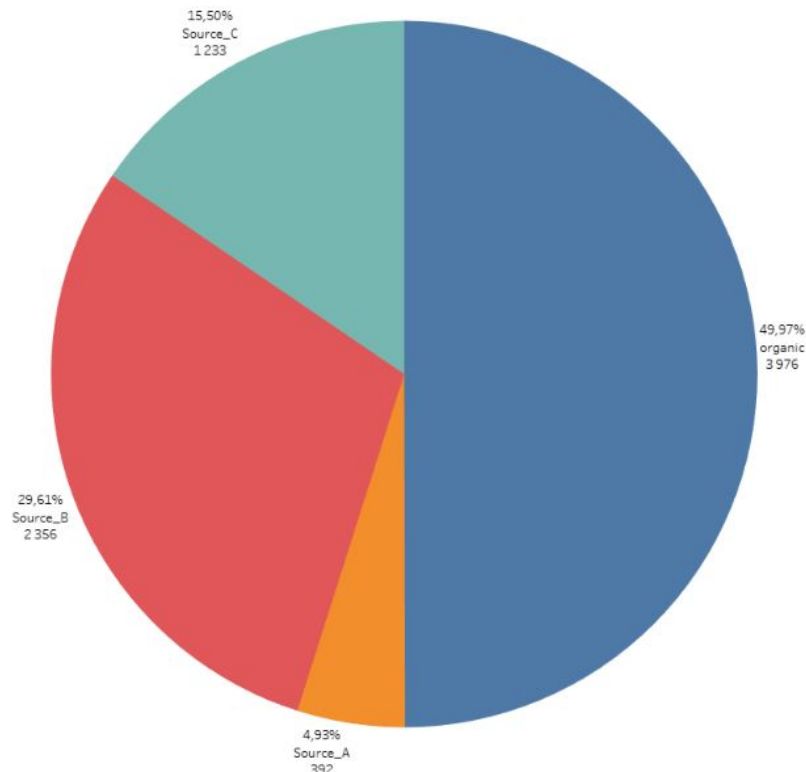
График динамики САС



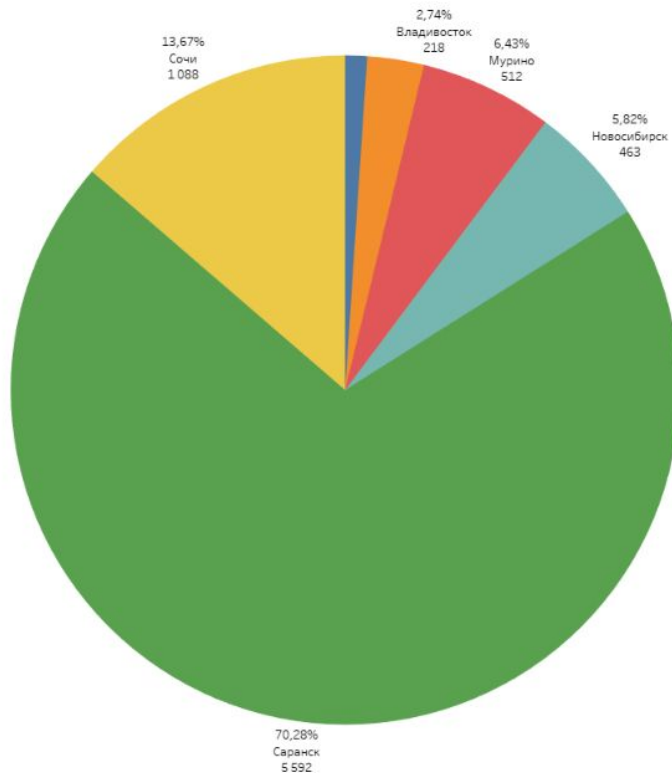
Видим, что в целом привлечение пользователей на 7 день жизни пользователя составляет 98%, то есть не окупается, но близко к уровню окупаемости



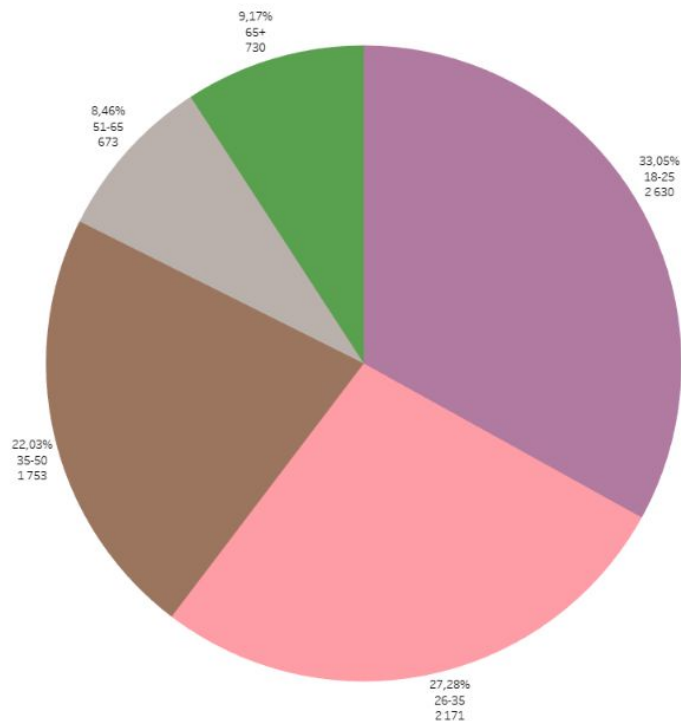
Почти половину пользователей составляют органические, что нормально. Из каналов привлечения по количеству пользователей лидирует канал В (30%)



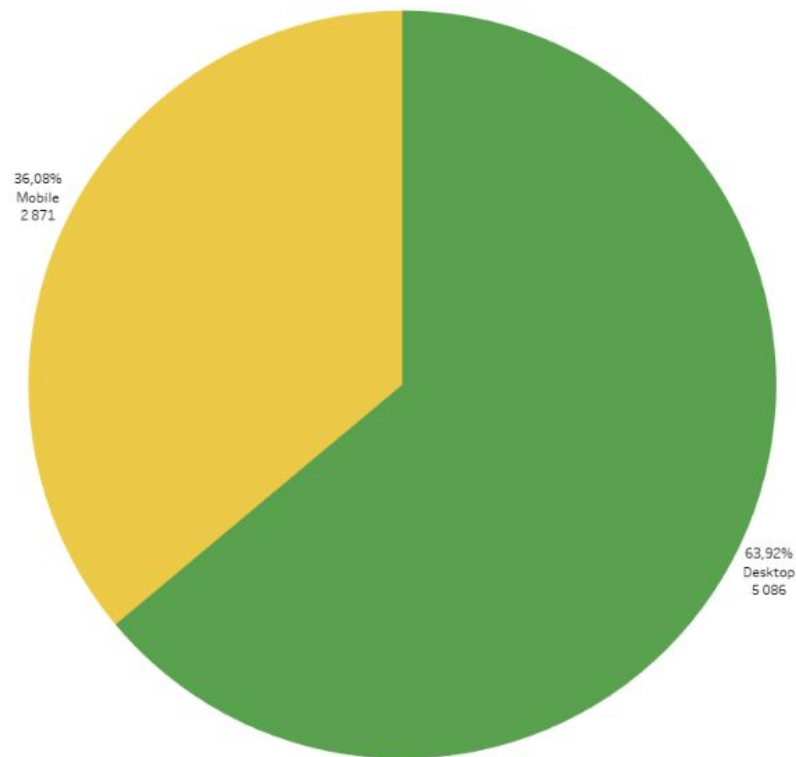
Если сегментировать пользователей по городам, абсолютный лидер -
Саранск (70%).



Возрастные сегменты распределены примерно равномерно, меньшие доли занимают возрастные группы 51-65 (8%) и 65+ (9%)

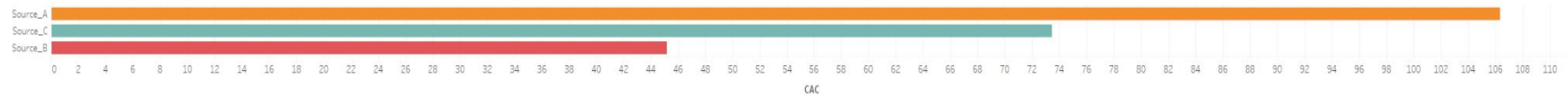


Соотношение десктопных и мобильных сегментов примерно 65% и 35%



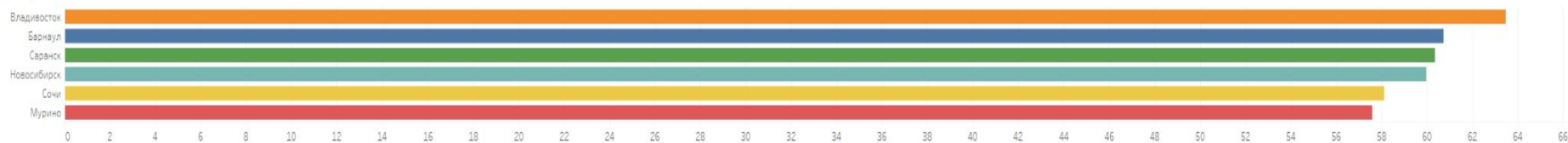
САС канала А самый высокий (106), самый низкий у канала В (45), канал С между ними, его значение - 74

Диаграмма САС



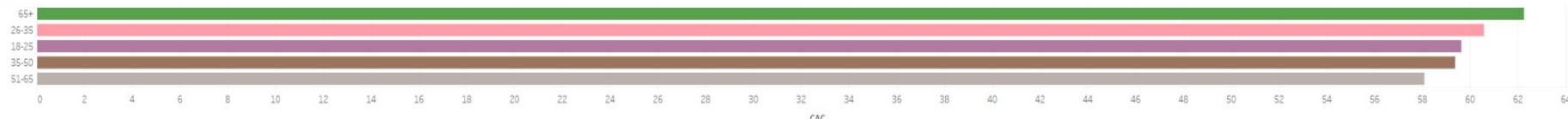
Распределение САС по городам довольно равномерное, почти у всех городов значение около 59, исключение - Владивосток, его САС - 63. Возможно, это связано с его географическим положением.

Диаграмма САС



Аналогично распределению по городам, по возрастным группам САС тоже ~59 для большинства групп, выделяется сегмент 65+ со значением 62

Диаграмма САС

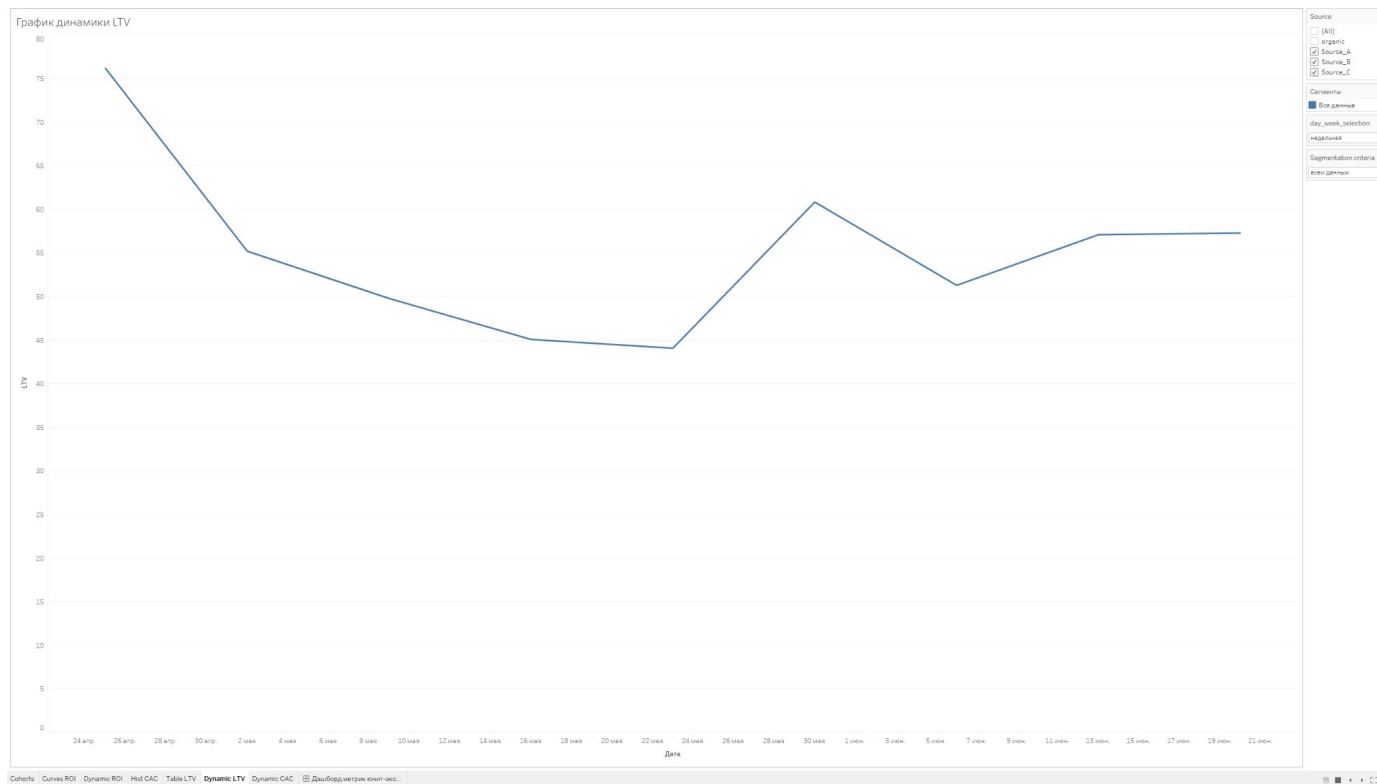


Видим, что САС не зависит от платформы

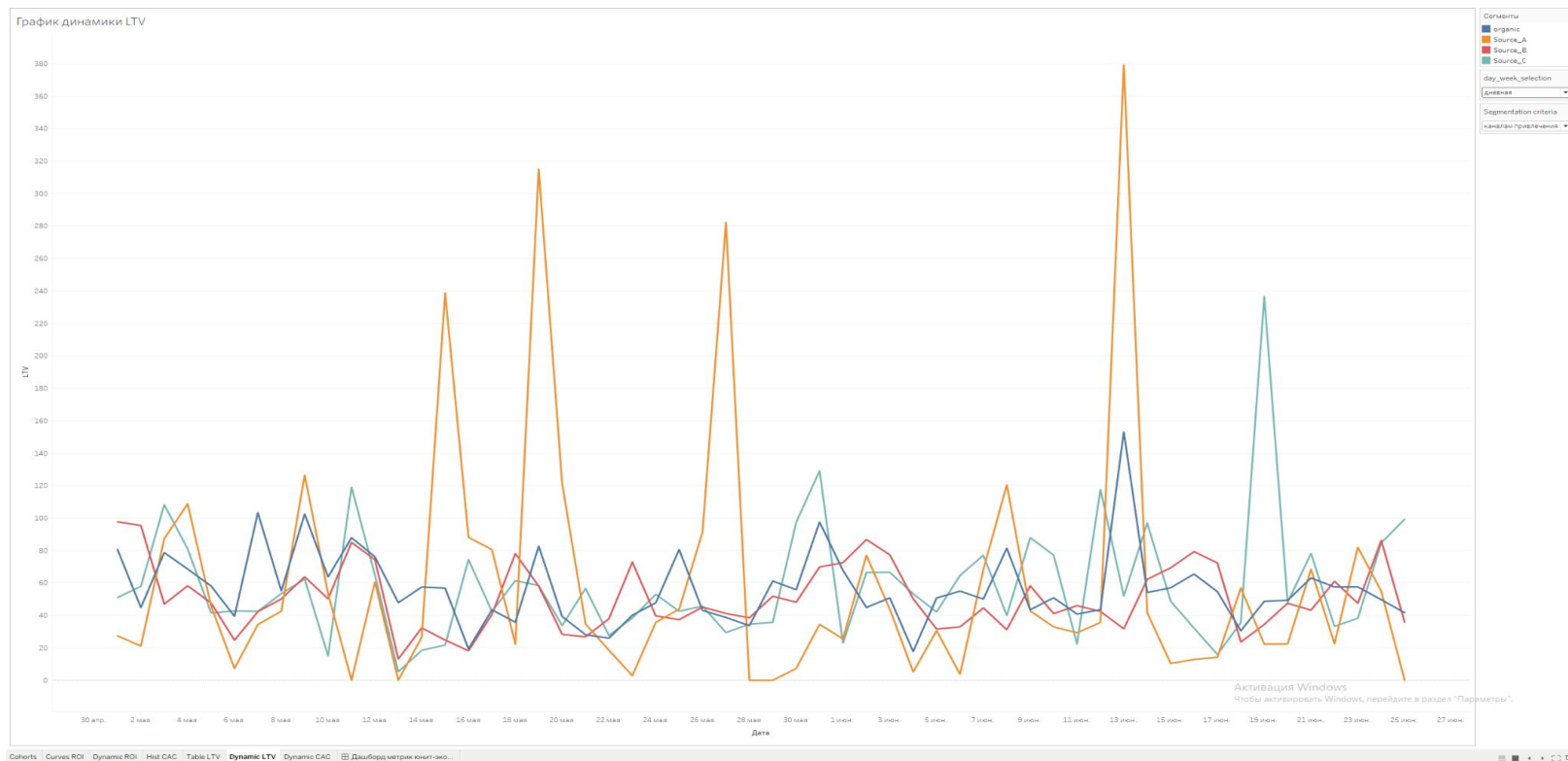
Диаграмма САС



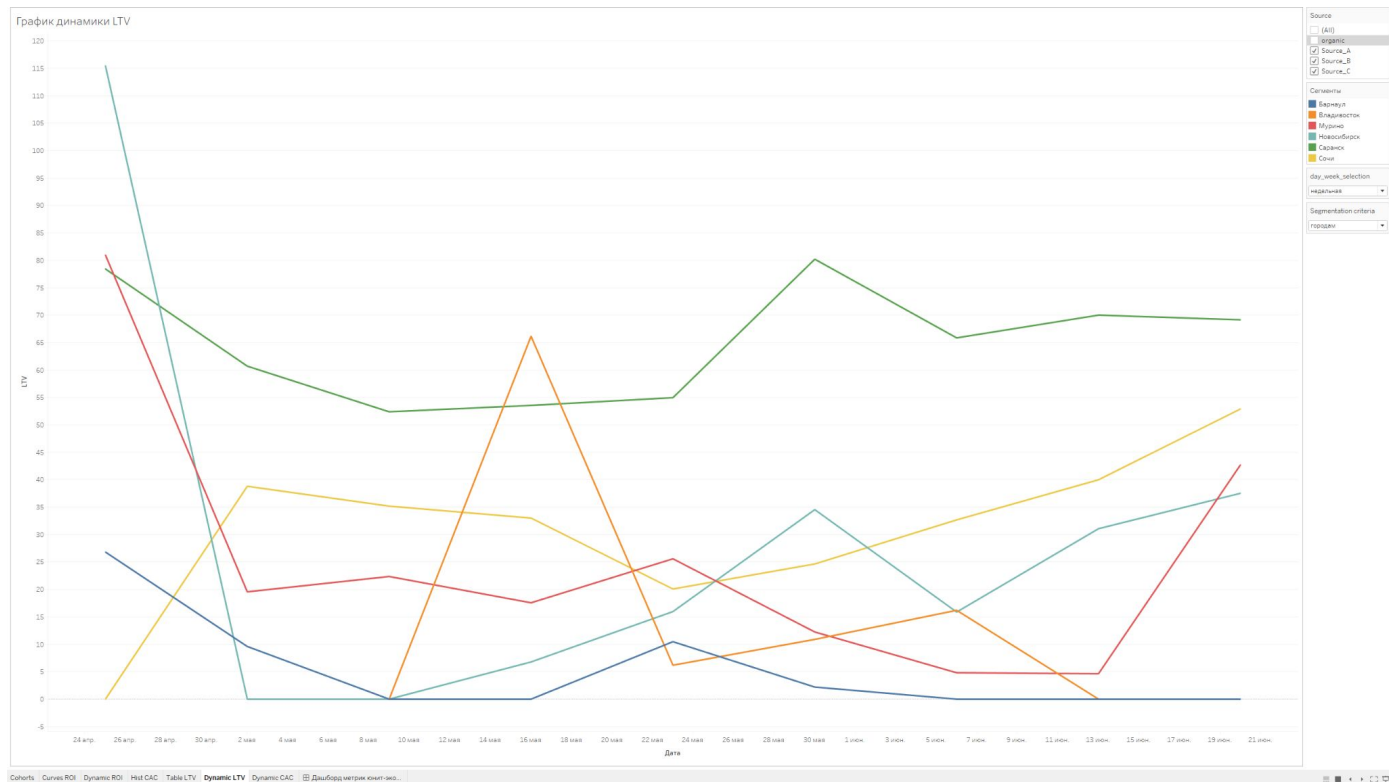
Общее LTV падает с конца апреля, стабилизируется с начала июня



Динамика LTV для органиков, каналов В и С довольно стабильна, канал А, наоборот, демонстрирует постоянные скачки значения метрики.



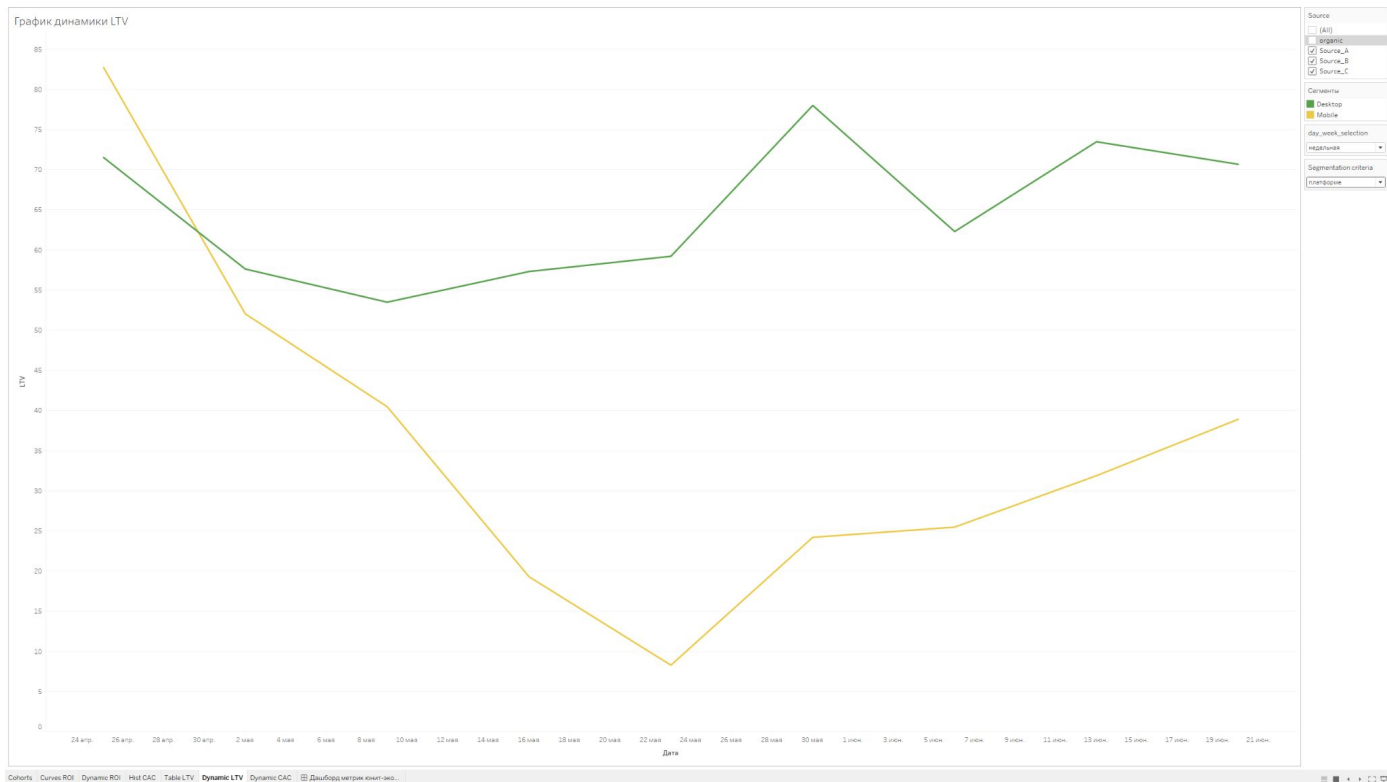
В разрезе городов можно сказать, что у пользователей из Саранска LTV заметно больше, есть аномальный скачок для Владивостока



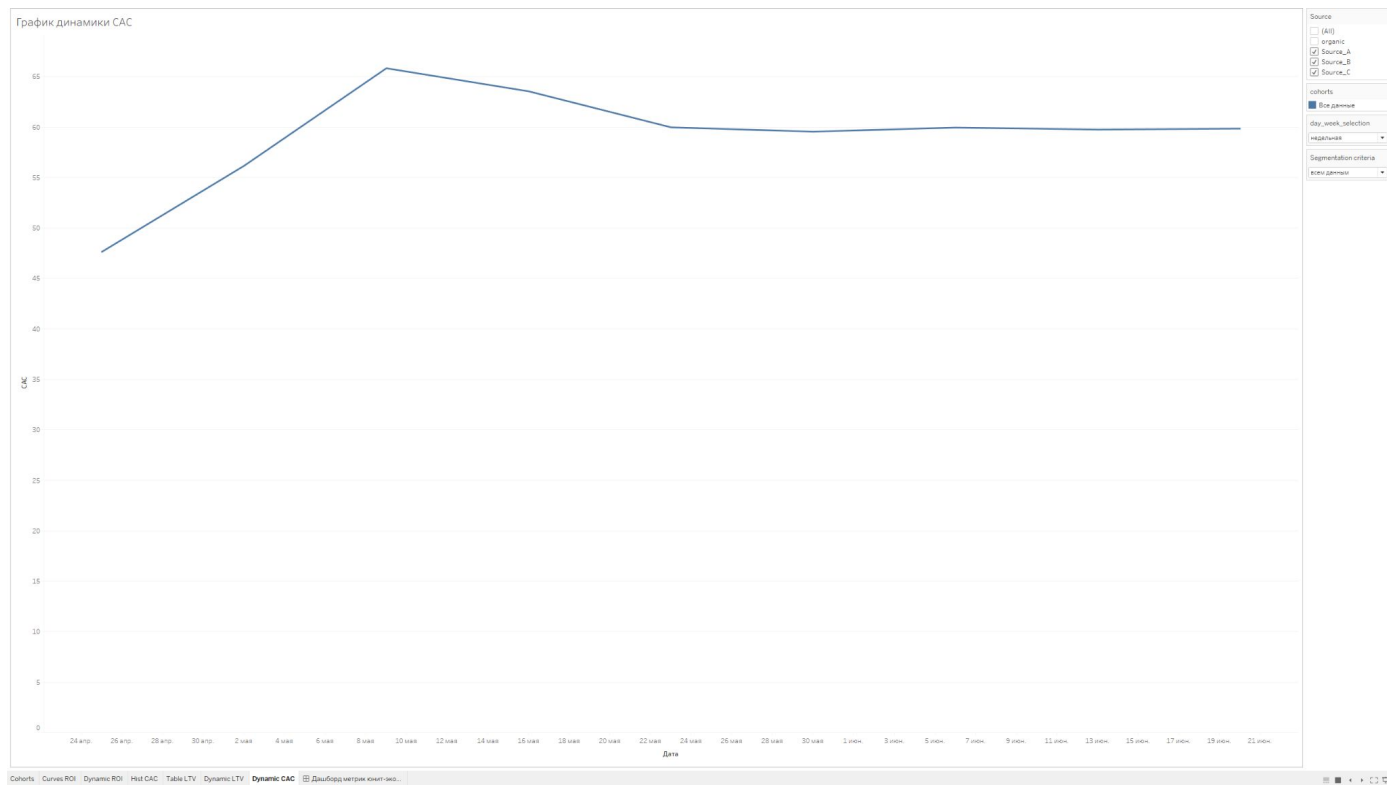
Можно сделать вывод, что возрастная группа не влияет на динамику LTV



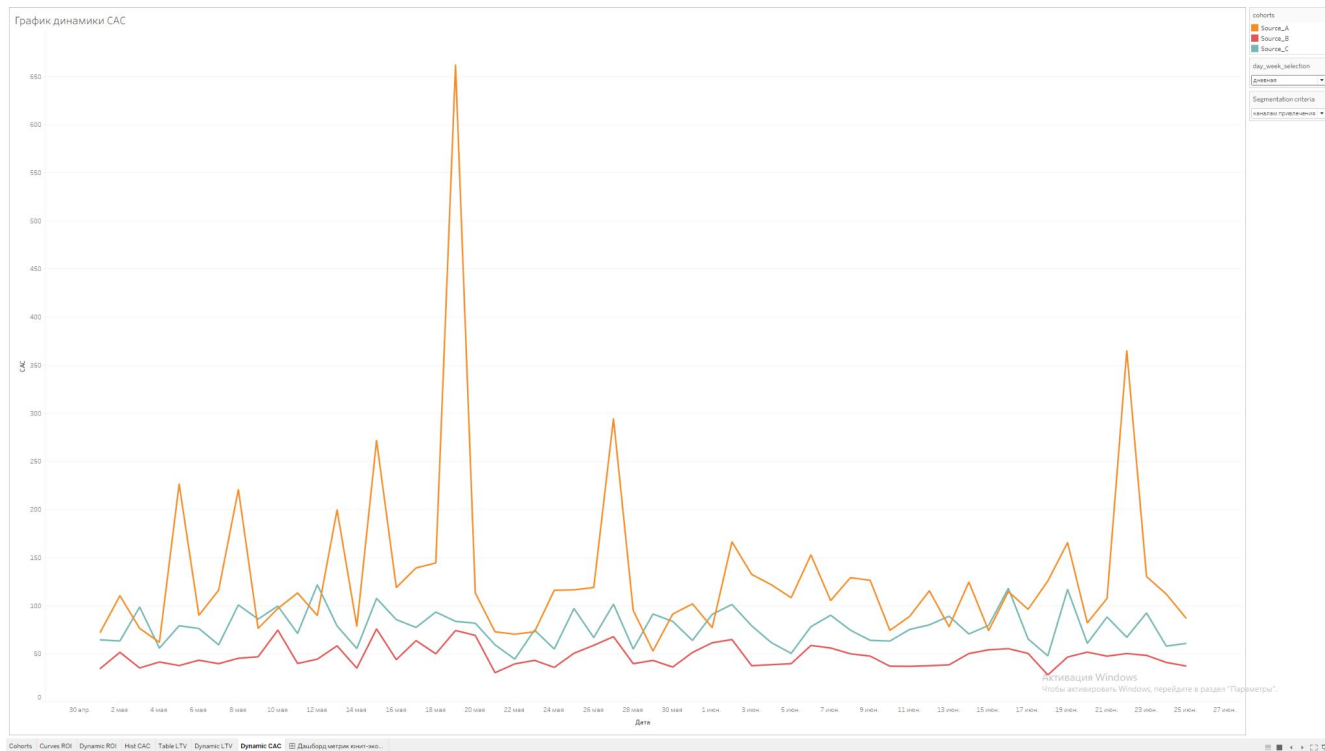
Десктопные пользователи имеют значительно большее значение LTV.



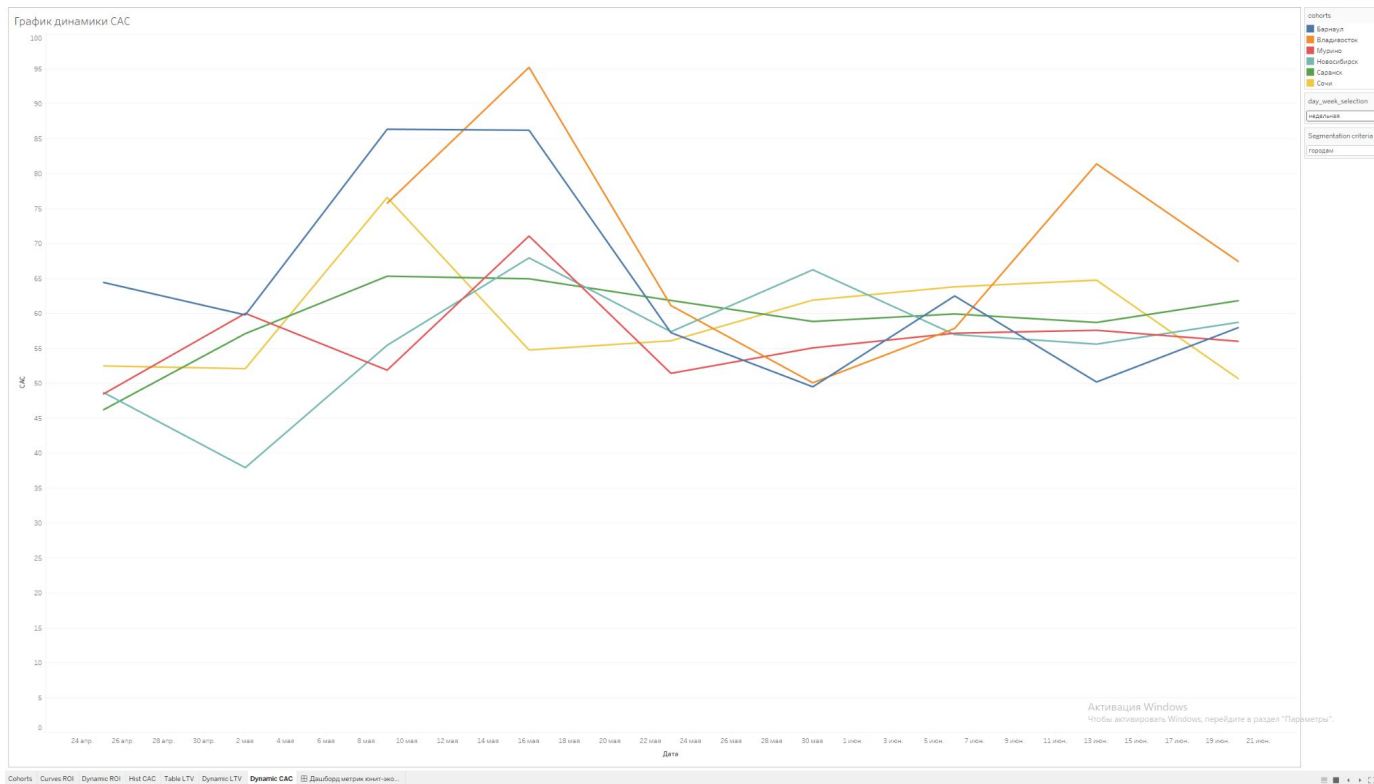
Общая САС с конца мая стабилизируется значением 60



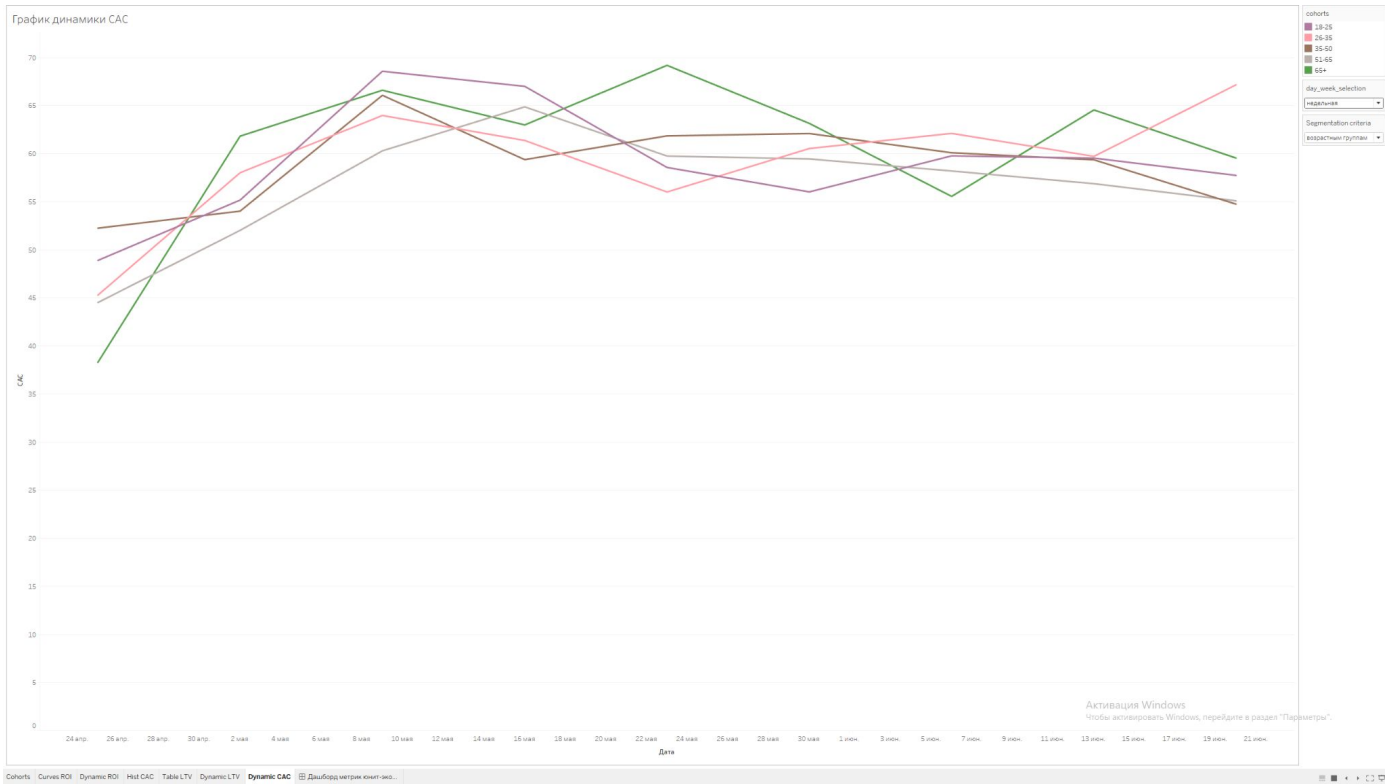
Динамика САС каналов В и С ведет себя спокойно, канал А демонстрирует в целом большее значение метрики и сильные скачки в те же даты, что и LTV. Очевидно, это дорогие рекламные кампании



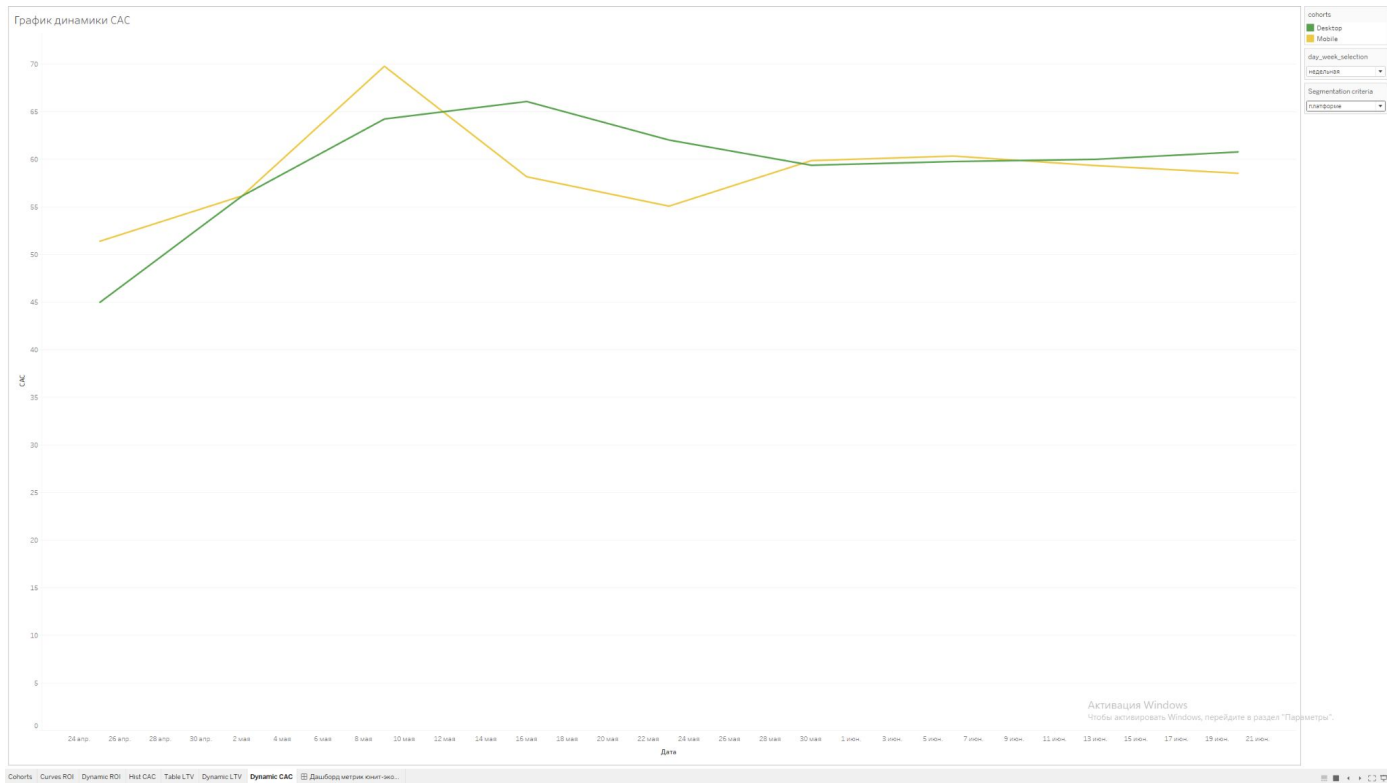
Город пользователя не влияет на САС



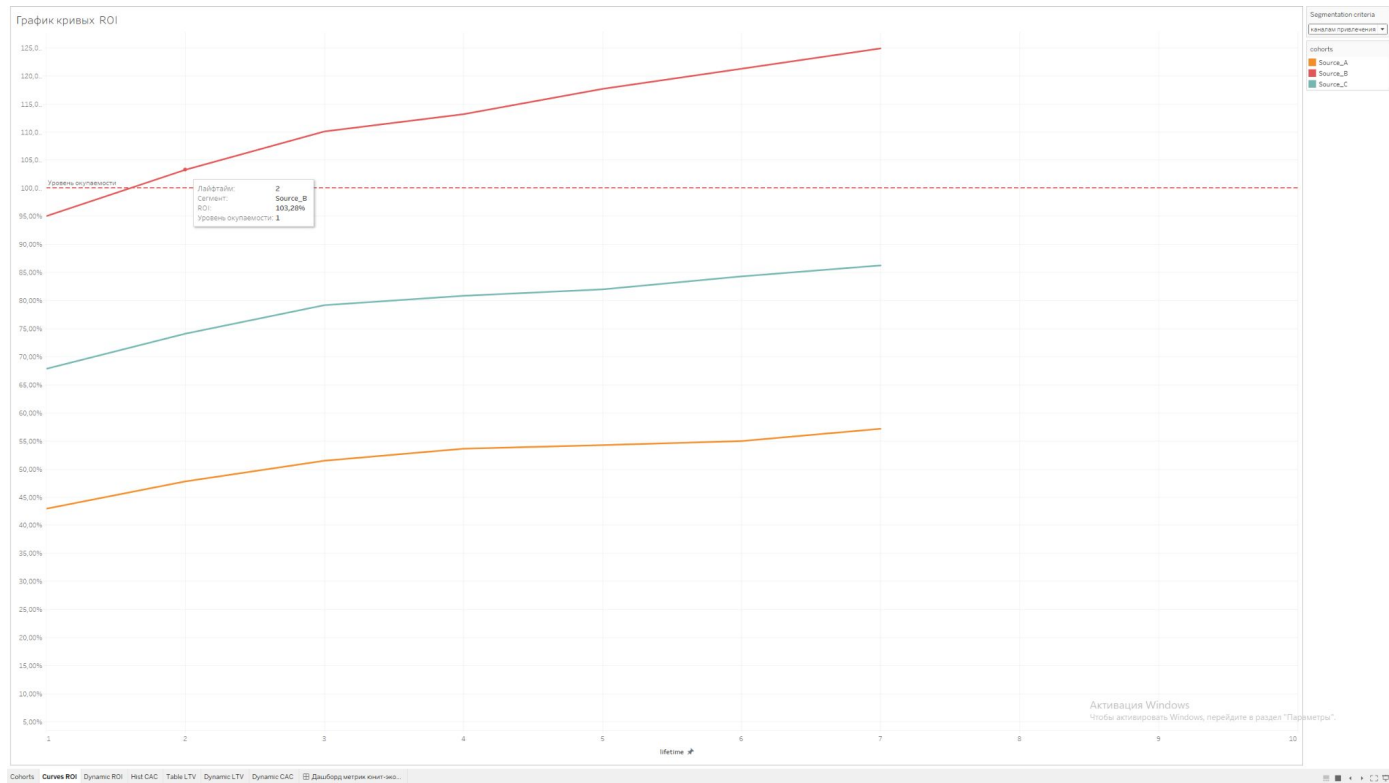
Возрастная группа также не влияет на САС



Аналогично с платформой



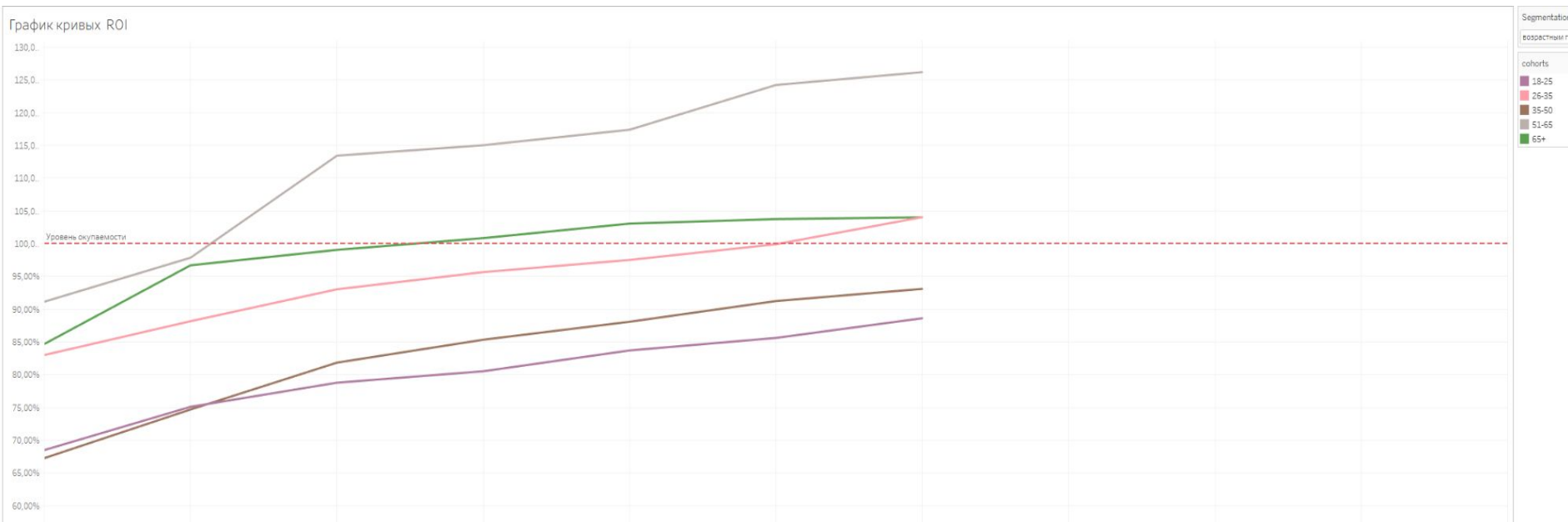
Канал А окупается уже со 2 дня жизни пользователя, чего невозможно сказать о каналах В и С



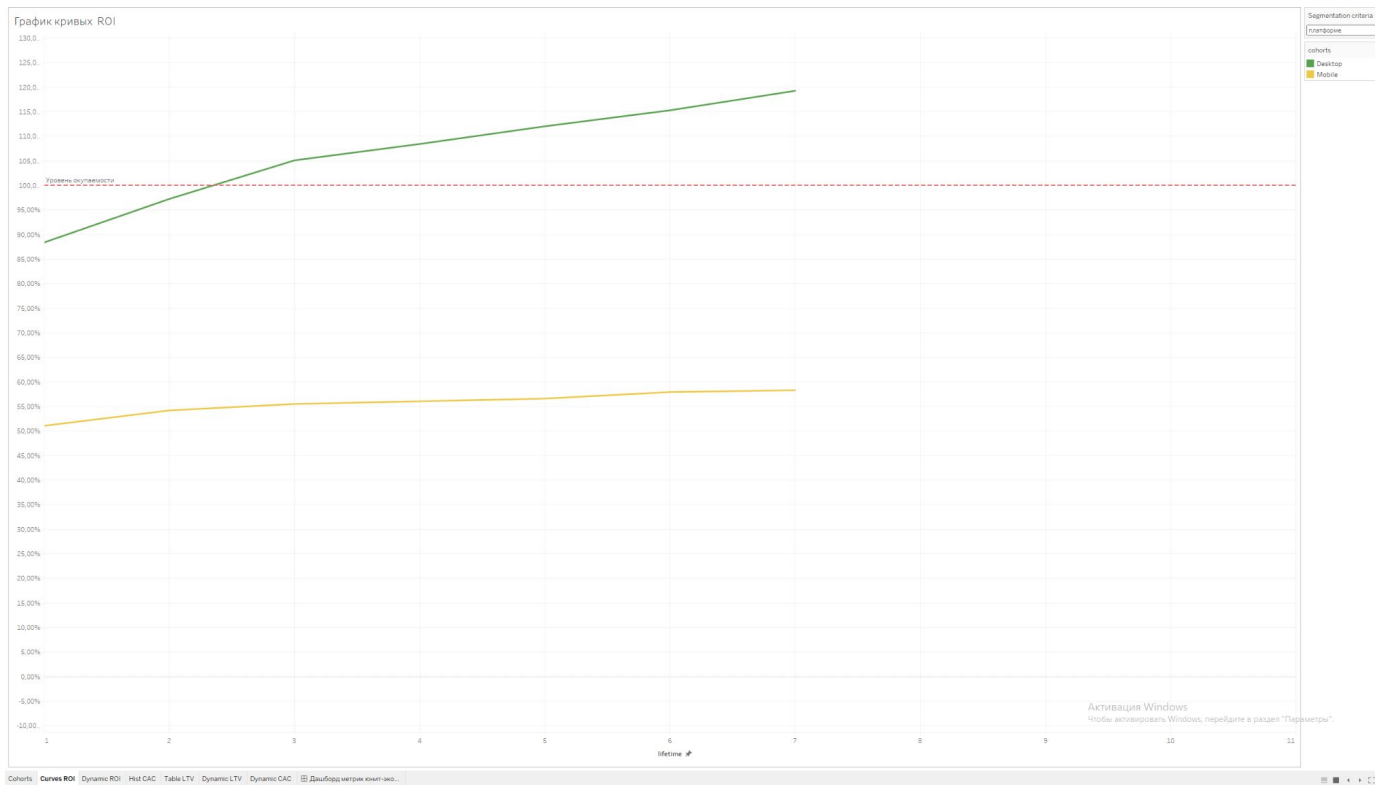
Видим, что ROI для разных городов сильно отличается, единственный город, который окупается - Саранск



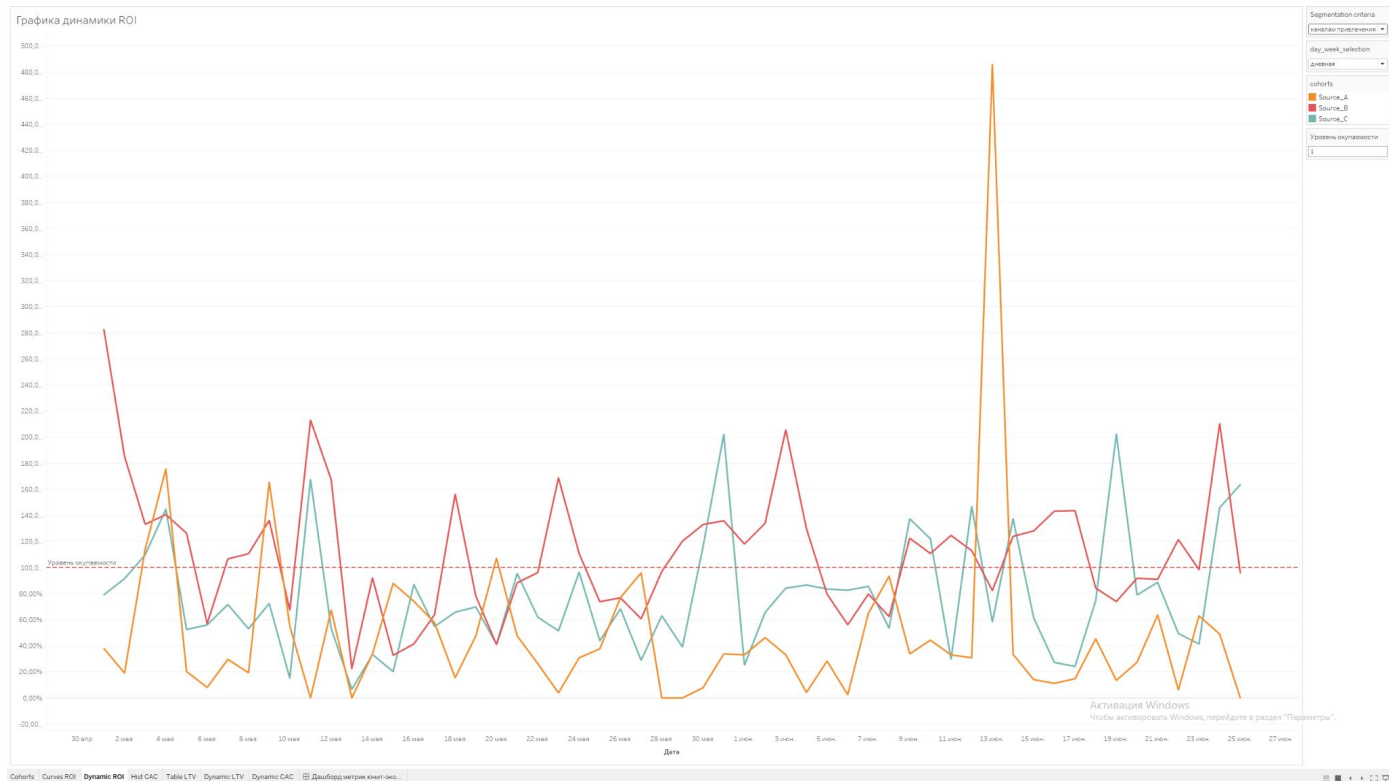
Возрастные сегменты 18-25 и 35-50 окупаются медленнее других и на 7 день демонстрируют ROI в 90 %, остальные сегменты окупаются на 3 - 6 день



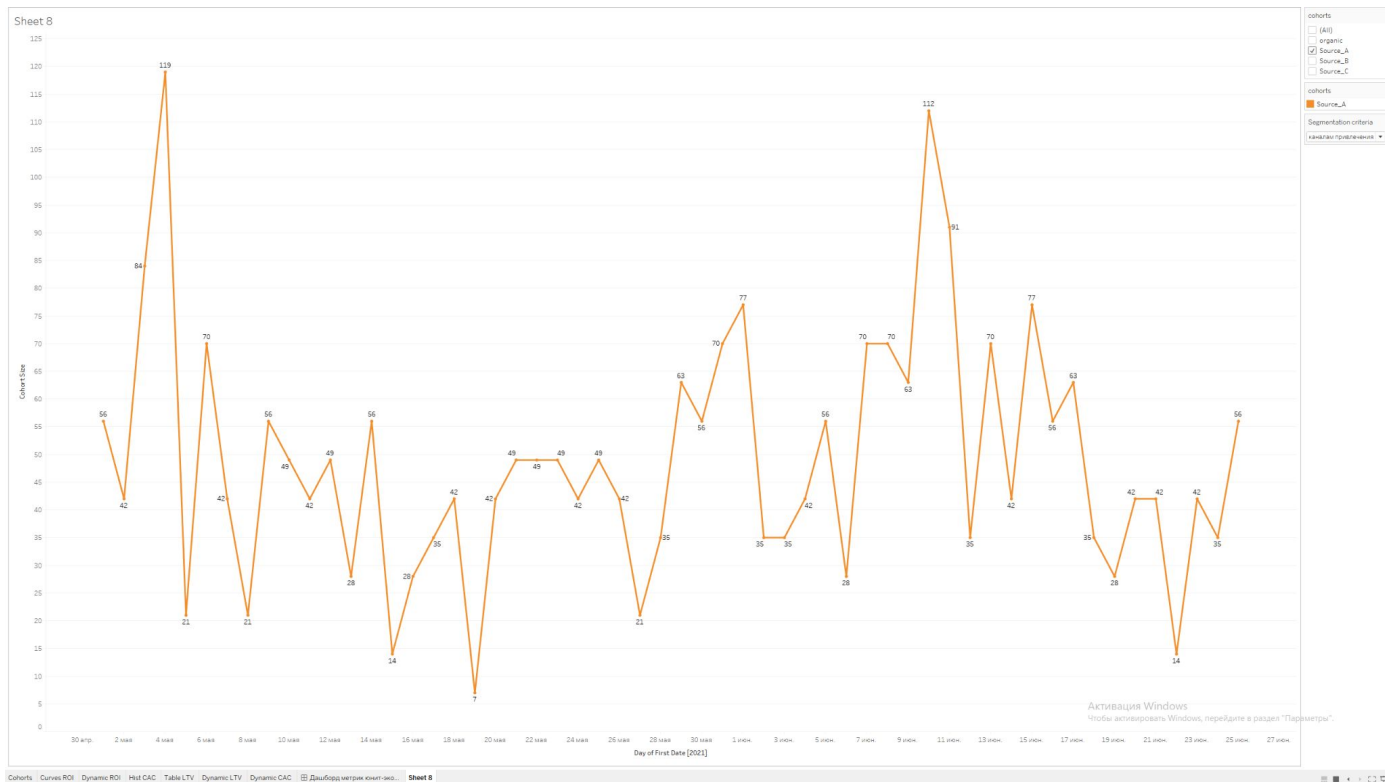
Десктопные пользователи окупаются на 3 день, мобильные - нет



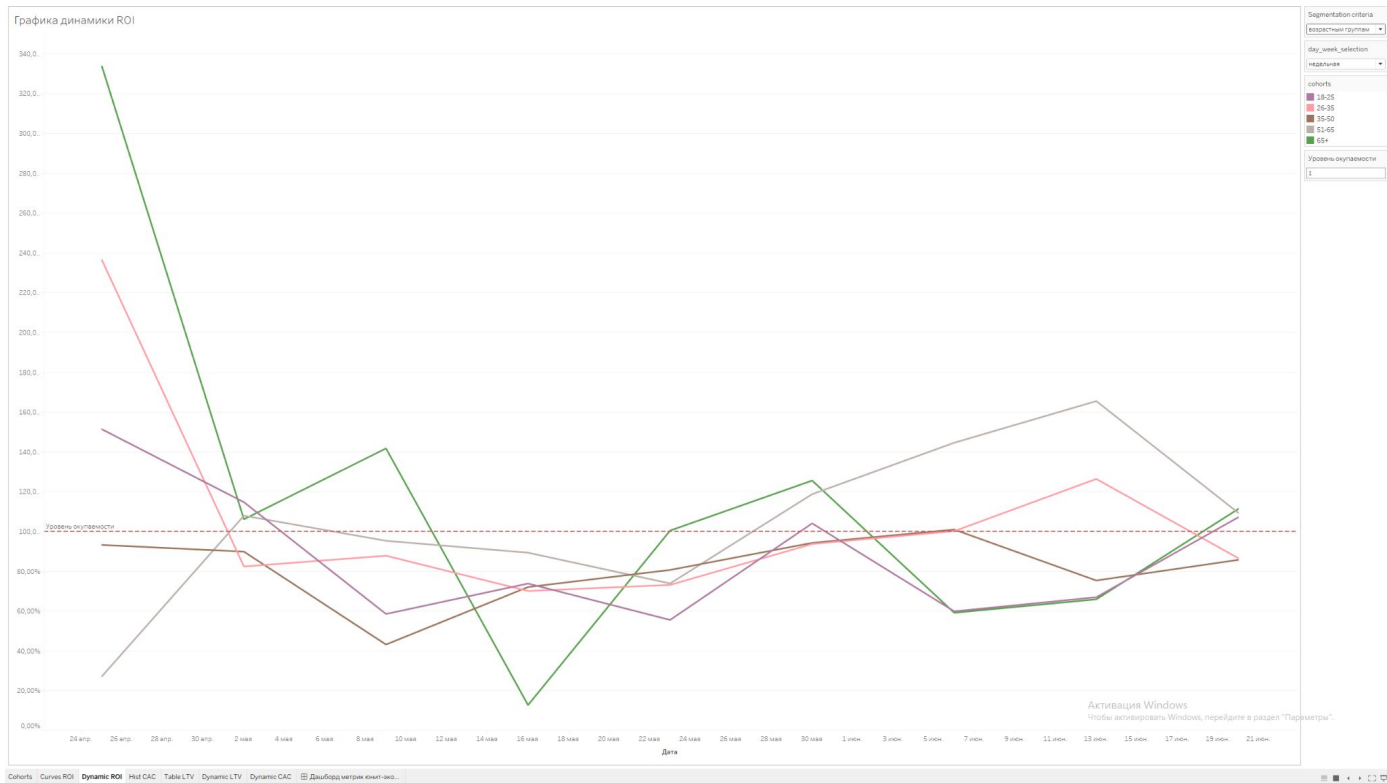
Канал В стабильно в среднем выше уровня окупаемости, есть аномальный скачок метрики у канала А



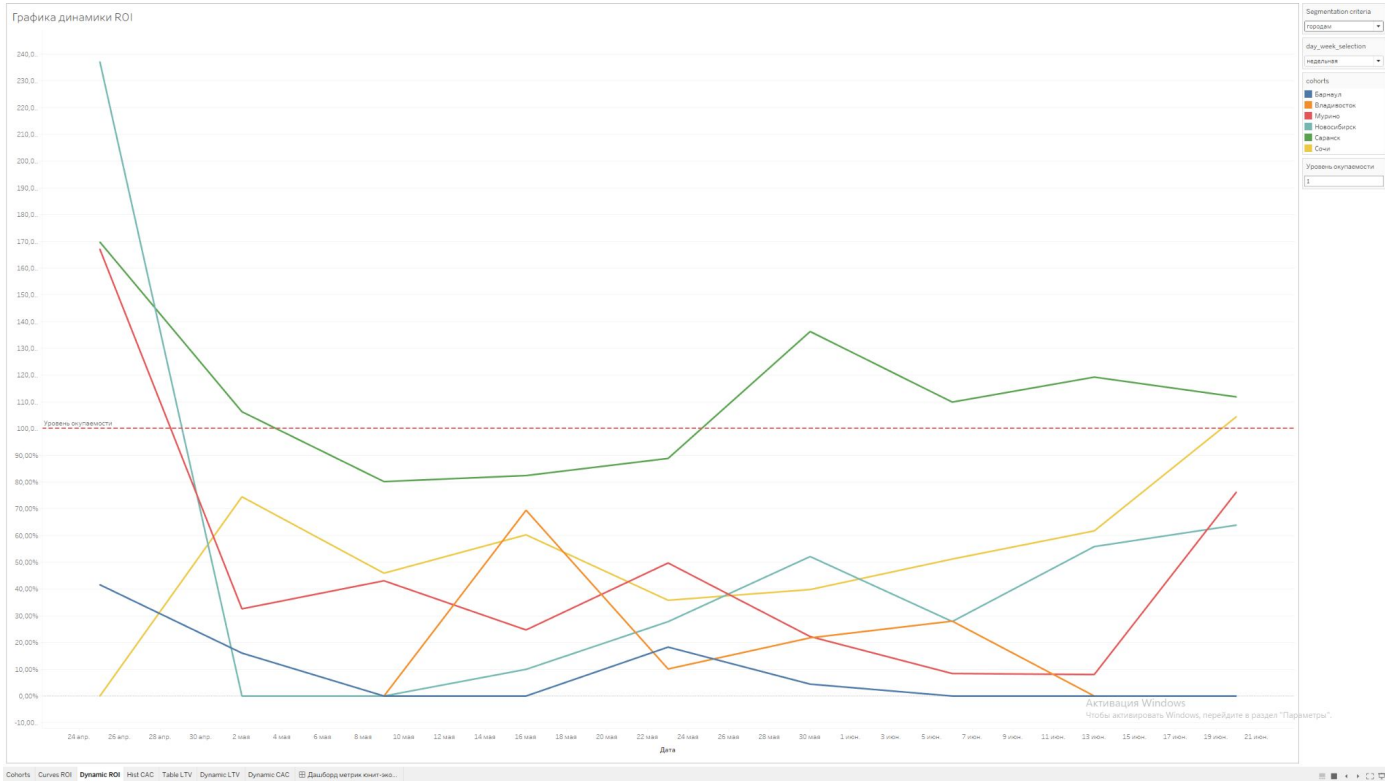
Возможно, аномальный скачок ROI 13 июня произошёл из-за того, что за 3 дня из канала A пришло заметно больше пользователей, чем обычно, что спровоцировало рост LTV и ROI



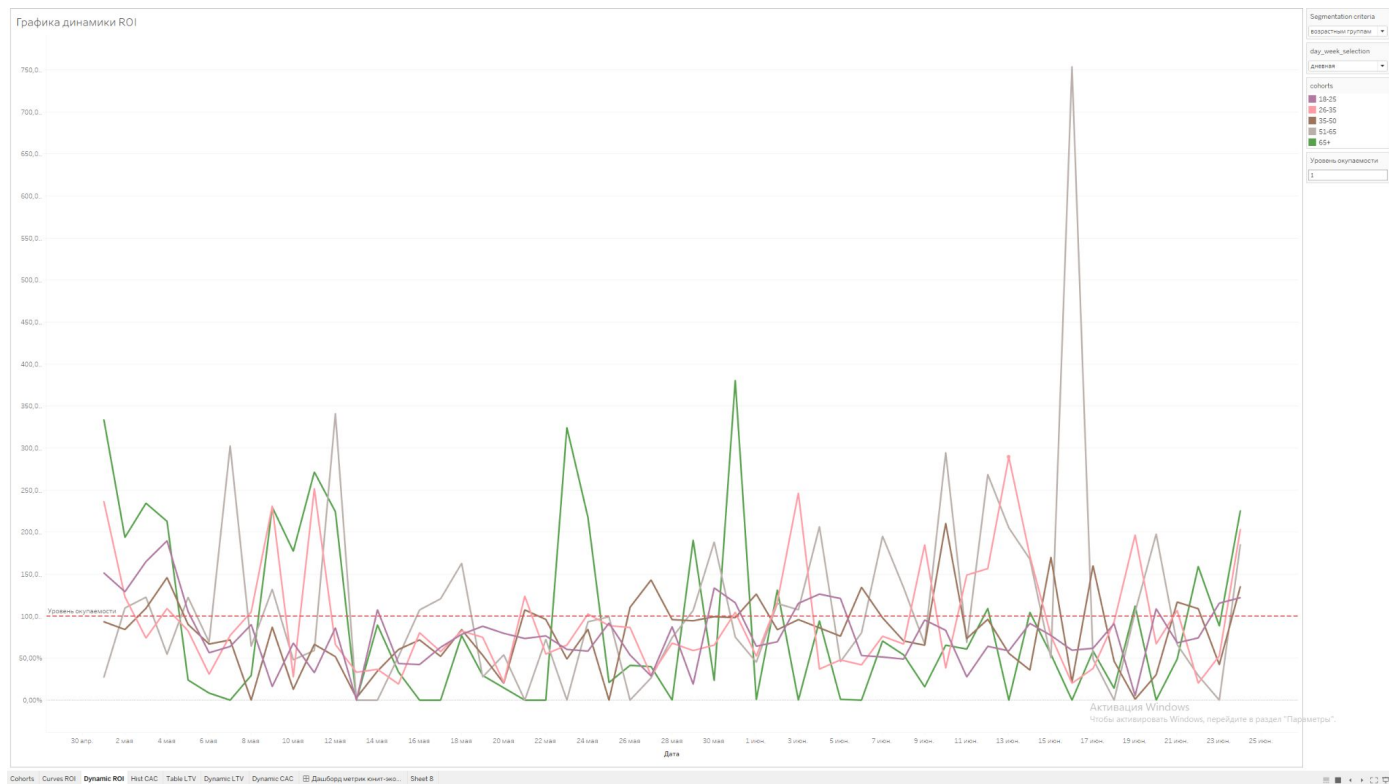
для канала A ROI в конце апреля падает с 280% до 120%, далее метрика для всех каналов постоянна с небольшими колебаниями.



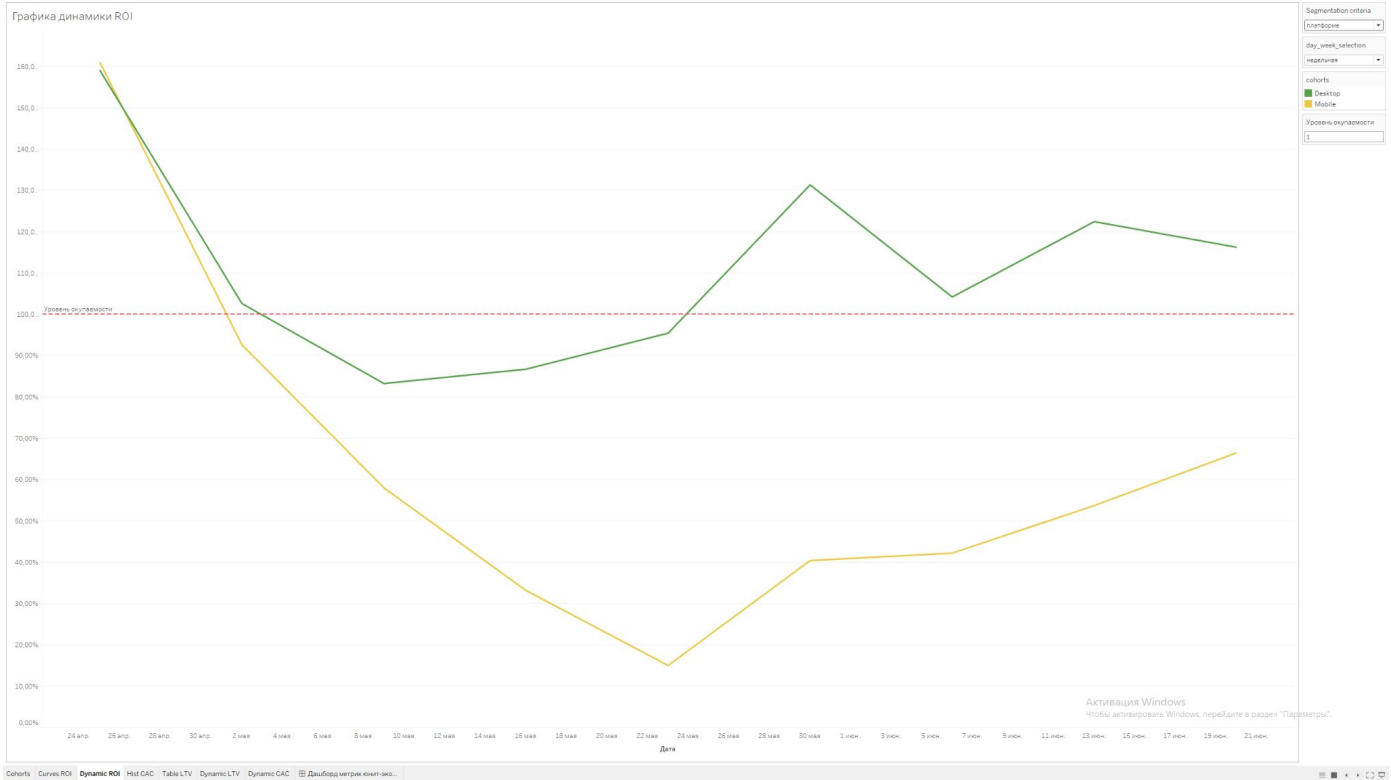
Видим, что город динамика ROI для всех городов схожа



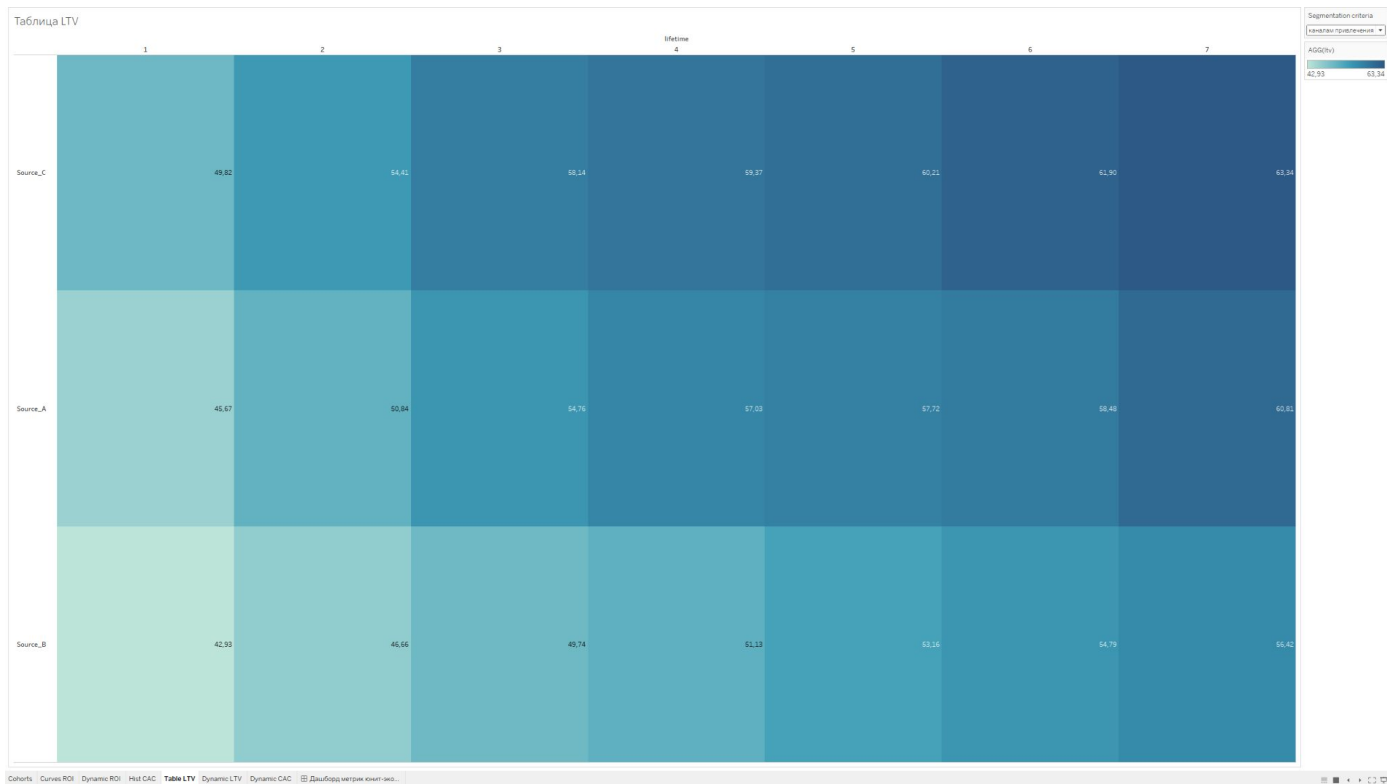
Аналогично для возрастных групп, но есть аномальный скачок у группы 51-66 16 июня. Возможно, в этот день стал доступен продукт, популярный среди этой возрастной категории, тк аномалии в САС в этот день не было.



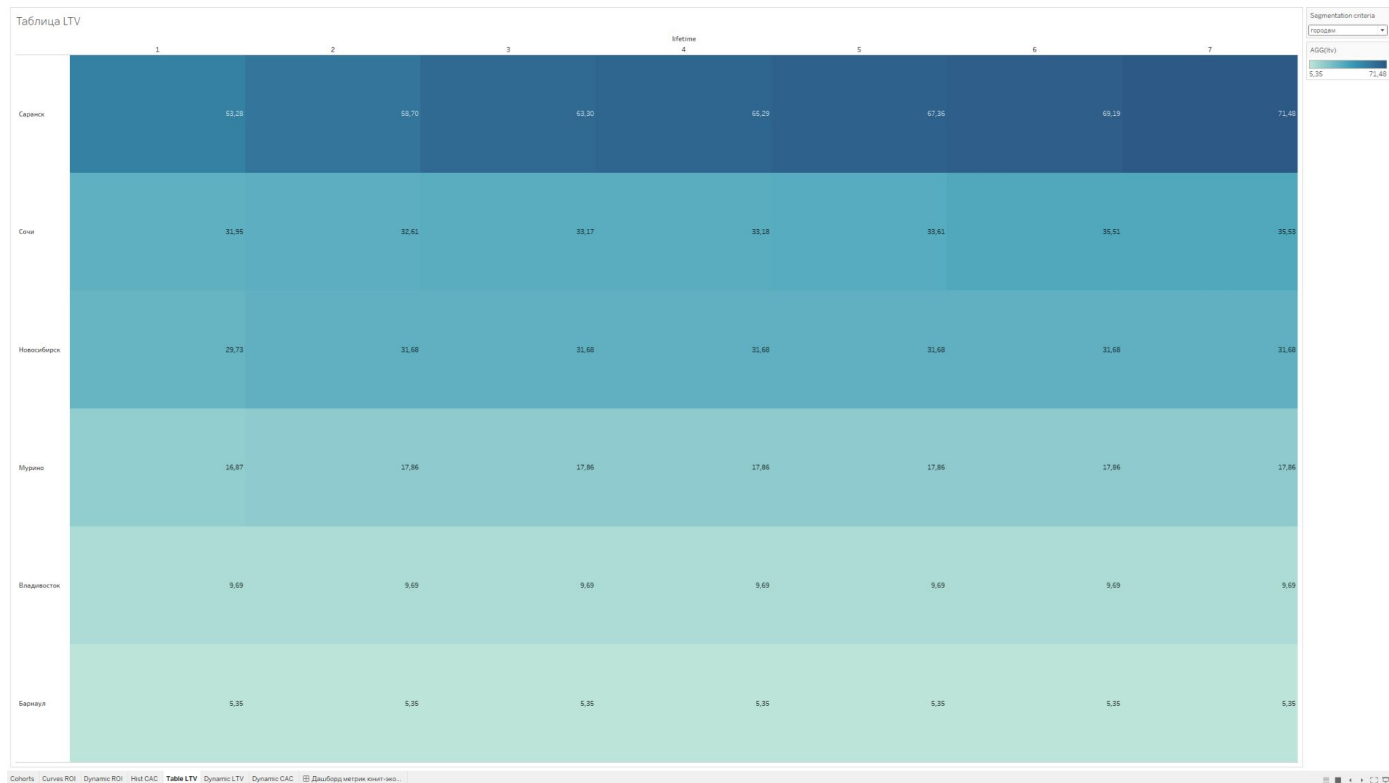
Платформа также не влияет на динамику ROI



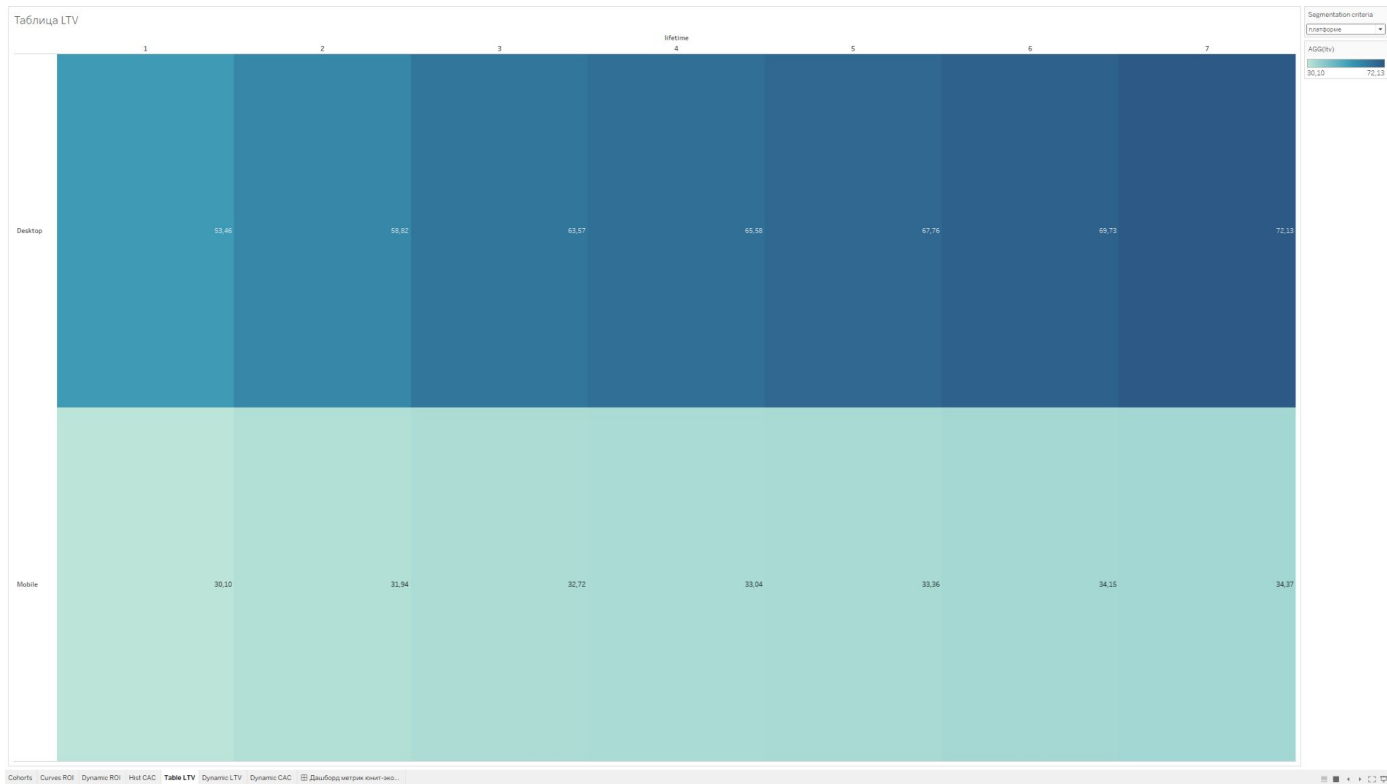
Канал В имеет LTV немного ниже остальных, в остальном поведение метрики похоже для всех каналов



Как уже подмечали, для Саранска LTV заметно выше остальных, к тому же намного быстрее увеличивается в течение жизни пользователя



По платформам ничего нового, десктоп с отрывом лидирует



Выводы по каналам привлечения:

На данный момент самым эффективным является канал В, хоть у него и самый низкий общий LTV, у него так же самый низкий САС (45 при среднем 60), он привлекает намного больше пользователей, чем остальные каналы. Как итог, канал В единственный имеет ROI стабильно выше 100% и имеет тенденцию к росту.

Канал С выделяется самым высоким LTV, при этом у него стабильный САС на уровне ~69. В динамике канал несколько раз преодолевал уровень окупаемости, если увеличить LTV, он будет стабильно окупаться.

Канал А является явным аутсайдером, имеет очень высокий САС при невысоком LTV, привлек меньше всего пользователей. Рекомендуется отказаться от этого канала.

Выводы по городам:

Лидер, среди городов - Саранск, окупается на 3 день, также к нему относятся 70% всех пользователей.

Рекомендуется обратить внимание на Сочи, Новосибирск и Мурино, их LTV и ROI заметно выросли в середине июня, при дальнейшем росте они преодолеют уровень окупаемости.

Хуже всего себя показывают Барнаул и Владивосток, их LTV низок имеет тенденцию падать, рекомендуется отключить их от сервиса

Выводы по возрастным группам:

Большинство возрастных групп ведут себя одинаково, но из них выделяется группа 51-65. При самом низком САС имеет самый высокий LTV, окупается на 2 день. Рекомендуется больше инвестировать в этот сегмент

Выводы по платформам:

САС в динамике абсолютно идентично для десктопных и мобильных пользователей, но LTV значительно больше на десктопах. Возможно, стоит доработать мобильное приложение.