

# **АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ «НЕНУЖНЫЕ ВЕЩИ»**

**ВЫПОЛНИЛ: БУРНАШЕВ ТИМУР**

**ИЮЛЬ, 2024 Г.**

# ЦЕЛИ НАШЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ:

- 1) Управление вовлеченностью клиентов (адаптация приложения по целевой и смежной аудитории) на основе данных о поведении пользователей.
- 2) Получить на основе поведения пользователей гипотезы о том, как можно было бы улучшить приложение с точки зрения пользовательского опыта.

# ВЫВОДЫ:

Анализ поведения пользователей в мобильном приложении "Ненужные вещи" за период с 7.10.2019 года по 3.11.2019 года, выявил следующие ключевые аспекты:

- Приложением пользовались **4 293 уникальных пользователей**;
- Общая конверсия в целевое действие - просмотр контактов, составляет **22.3% (981 пользователь)**;
- Основная часть пользователей пришла в приложение **через Yandex**, что составило **45.5% от общего числа**;
- **Положительно** на «просмотр контактов» влияют фото в объявлении и правильно подобранные рекомендации, на которые кликает пользователь;
- Кол-во уникальных пользователей, использующих приложение каждый день: **279 человек**.
- Выделены **следующие основные сценарии, приводящие к целевому действию**:
  - использование сначала карты («map») внутри приложения, конверсия - **8%**;
  - поиск объявлений затем - просмотр фото и переход к просмотру контакта, конверсия - **4%**;
  - поиск объявлений затем - просмотр рекомендаций и просмотр контакта, конверсия - **4%**.

# ВЫВОДЫ:

Также мы проверили две статистические гипотезы.

- Первая гипотеза была отвергнута и сделан вывод, что конверсия в целевое действие значительно выше у пользователей, которые кликают на рекомендации, чем у тех, кому только показывают рекомендации.
- Вторая гипотеза, о равенстве конверсии пользователей в целевое событие из источников yandex и google, подтвердилась.

# РЕКОМЕНДАЦИИ:

- Улучшение интерфейса приложения для привлечения и удержания пользователей;
- Ориентир на качественные и профессиональные фотографии в объявлениях. Рассмотреть возможность обязательного требования к наличию качественной фотографий при публикации объявления;
- Улучшать и поддерживать наиболее популярные функции (`tips_show`, `search`), так как они являются важными для пользователей;
- Рассмотреть возможности продвижения функций, которые используются реже (`favorites_add`);
- Провести опрос пользователей на предмет того, что можно было бы улучшить в приложении;
- Предложить дополнительные стимулы для пользователей, мотивирующие их к использованию приложения (бонусные баллы активным пользователям, приятные подарки и т.д.)
- Внедрения новых функций, которые могут привлечь и удержать больше пользователей;
- Проверять актуальность контактных номеров, чтобы пользователь всегда мог дозвониться. Рассмотреть возможность добавить альтернативные каналы связи удобные для пользователя, кроме звонка.
- Усовершенствовать алгоритмы подбора рекомендованных объявлений, учитывая ранние интересы и запросы пользователей;
- Постоянно собирать и анализировать данные о пользовательском опыте и их взаимодействии с приложением «Ненужные вещи».

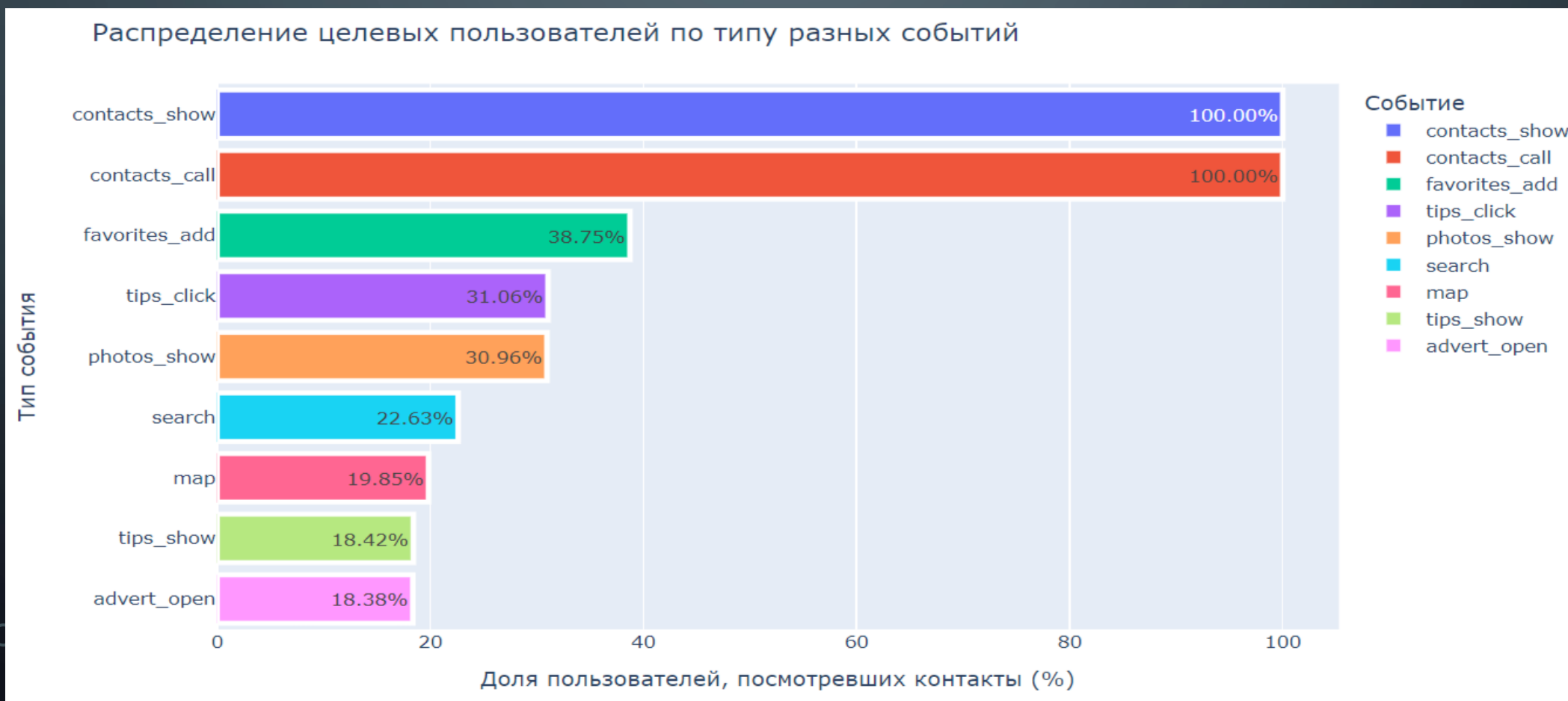
# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СОБЫТИЙ ПО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ:

- «ПОКАЗ РЕКОМЕНДОВАННЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ» И «ПОИСК» - НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ.
- «SEARCH», «MAP», «PHOTOS\_SHOW», «CONTACTS\_SHOW» СОВЕРШИЛО ОТ 22% - 38% ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ.
- ДОШЛИ ДО ЭТАПА ЗВОНКА ПО ОБЪЯВЛЕНИЮ - 5% УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ.



# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ТИПУ СОБЫТИЙ:

«FAVORITES\_ADD (ДОБАВЛЕНИЕ В ИЗБРАННОЕ)» ПОКАЗЫВАЕТ НЕПЛОХУЮ КОНВЕРСИЮ - 38.75% ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ДОБАВИВШИХ ОБЪЯВЛЕНИЕ "В ИЗБРАННОЕ" ЗАТЕМ ДОШЛИ ДО ЦЕЛЕВОГО ДЕЙСТВИЯ - ПРОСМОТР КОНТАКТОВ.

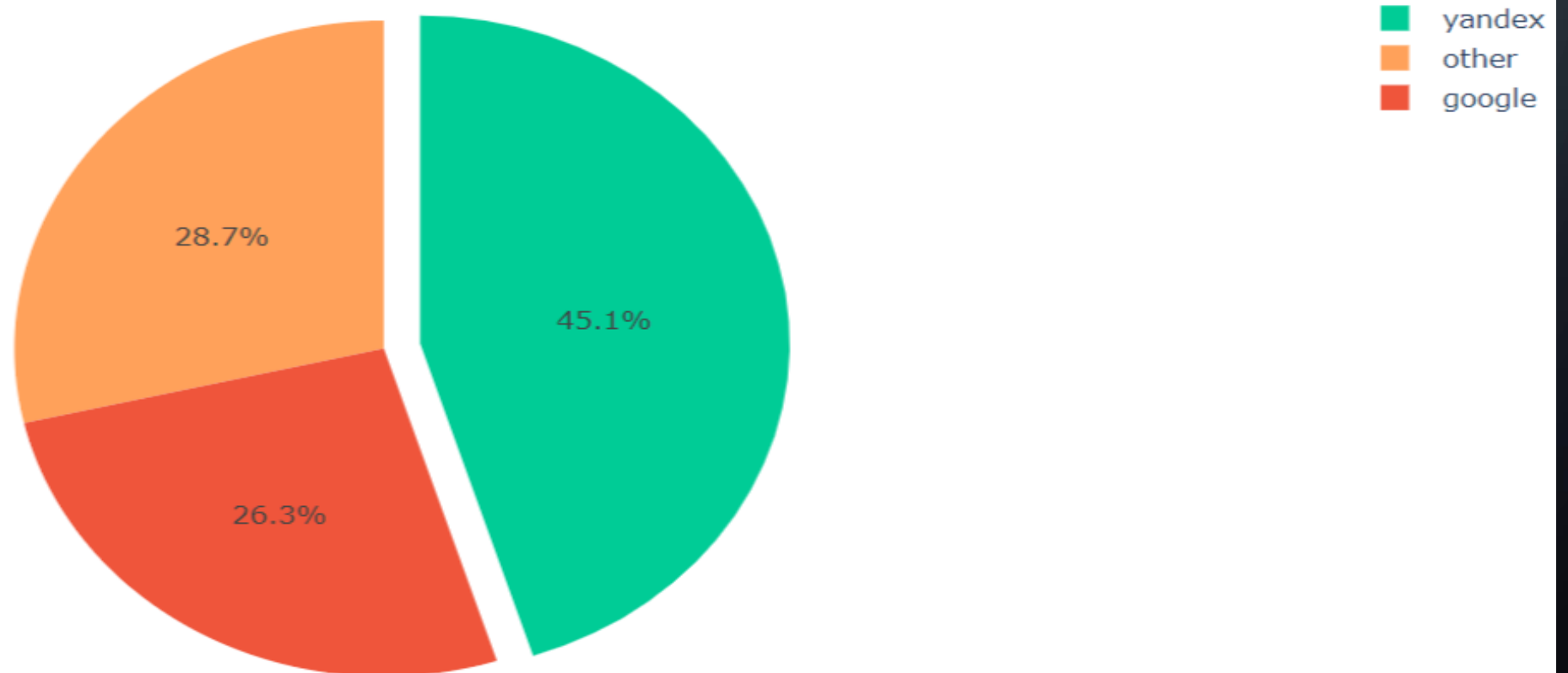




# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ИСТОЧНИКАМ:

КОЛ-ВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ПРИХОДЯЩИХ С «YANDEX» - 34 286 (45,1 %). ЭТО ЗНАЧИТЕЛЬНО БОЛЬШЕ, ЧЕМ КОЛ-ВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ПРИХОДЯЩИХ С «GOOGLE» - 20 445 ЧЕЛ. (26,3%).

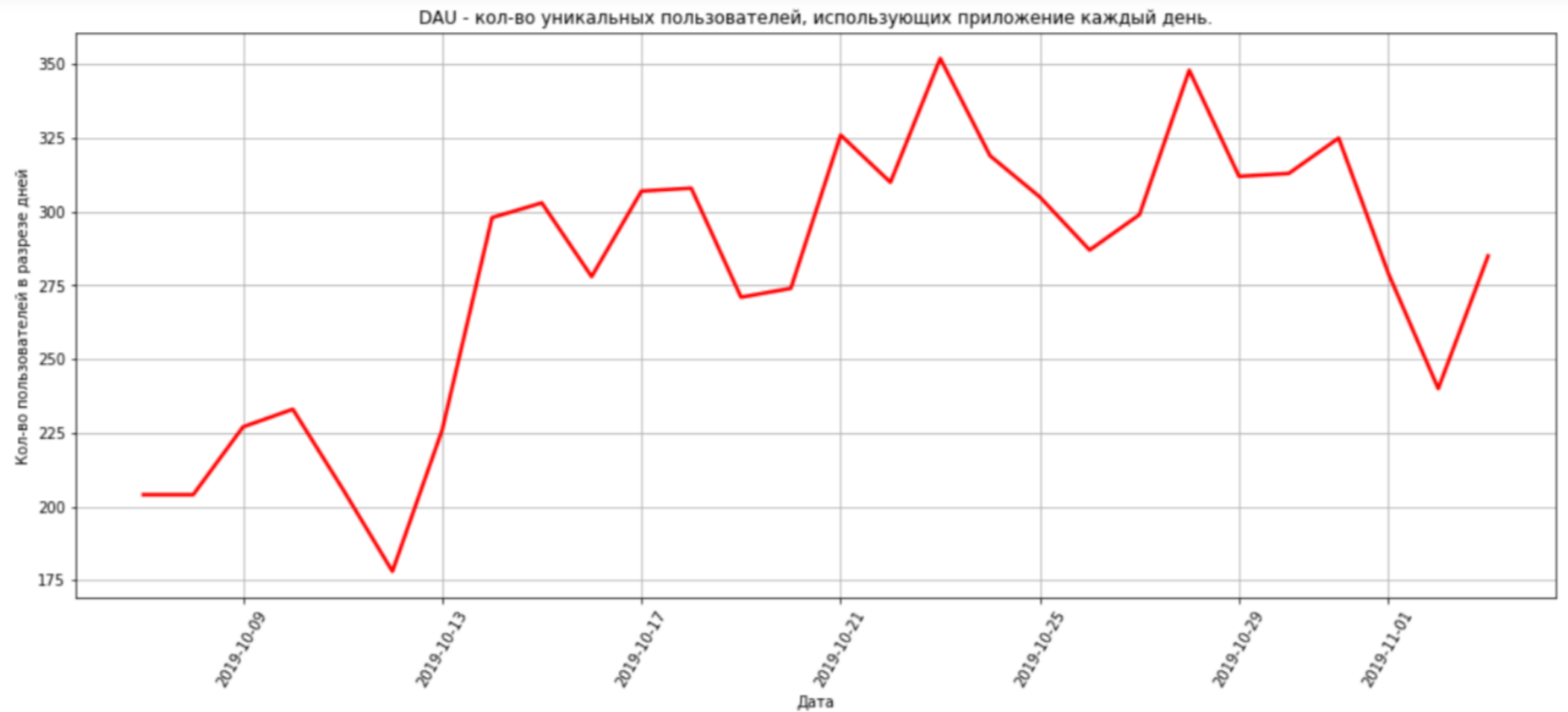
Распределение уникальных пользователей по источникам





# КОЛ-ВО УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ПРИЛОЖЕНИЕ КАЖДЫЙ ДЕНЬ:

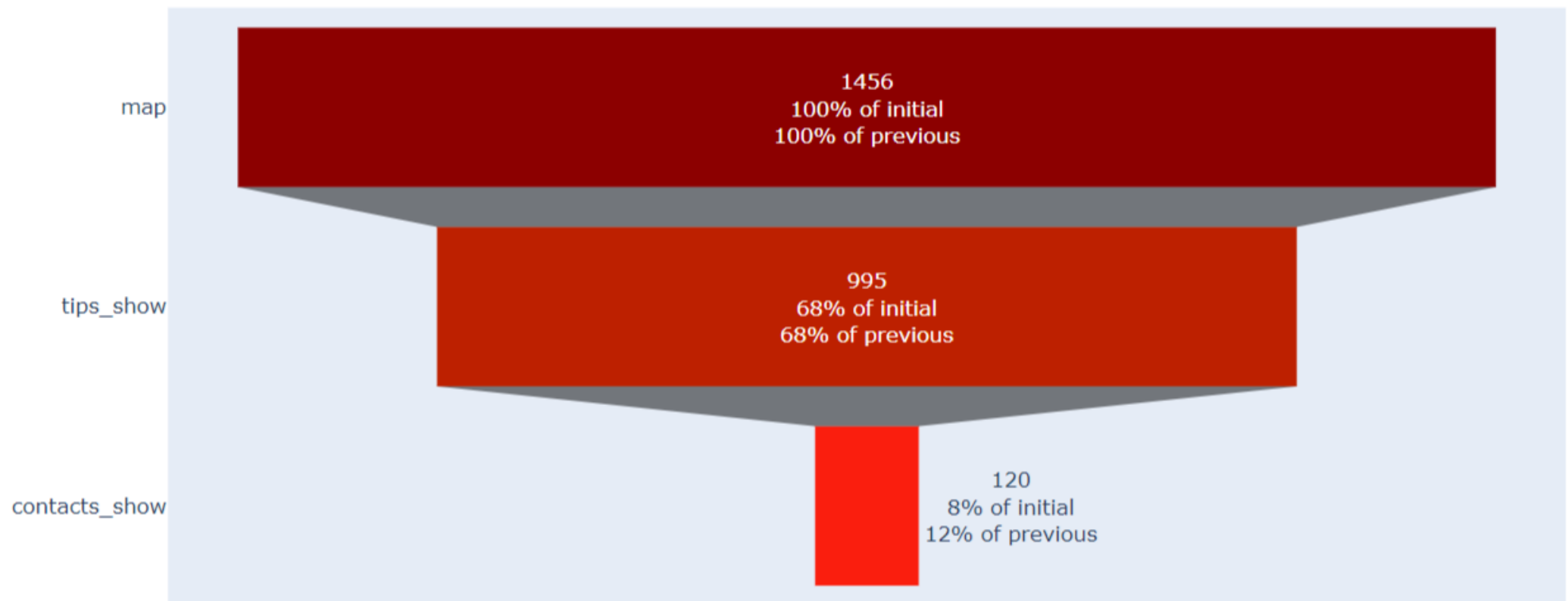
ПИКОВЫЕ ОТМЕТКИ ПРИХОДЯТСЯ НА 23 ОКТЯБРЯ, ГДЕ ЧИСЛО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ - 350 ЧЕЛОВЕК И ПРИМЕРНО НА 27 ОКТЯБРЯ, ГДЕ БЫЛО ОКОЛО 348 УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ.



# ВОРОНКА СОБЫТИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ КАРТУ ОБЪЯВЛЕНИЙ:

- ИЗ 100% ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, НАЧАВШИХ С ПРОСМОТРА КАРТЫ («МАР»), ДО ПРОСМОТРА КОНТАКТОВ ДОХОДЯТ 8% ИЛИ 120 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ;
- ПОСЛЕ "ПРОСМОТРА КАРТЫ" НА СЛЕДУЮЩИЙ ЭТАП "РЕКОМЕНДАЦИЙ" ("TIPS\_SHOW") - ИЗ 1 456 ЧЕЛ. ДОХОДИТ ТОЛЬКО 995 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ (68%).

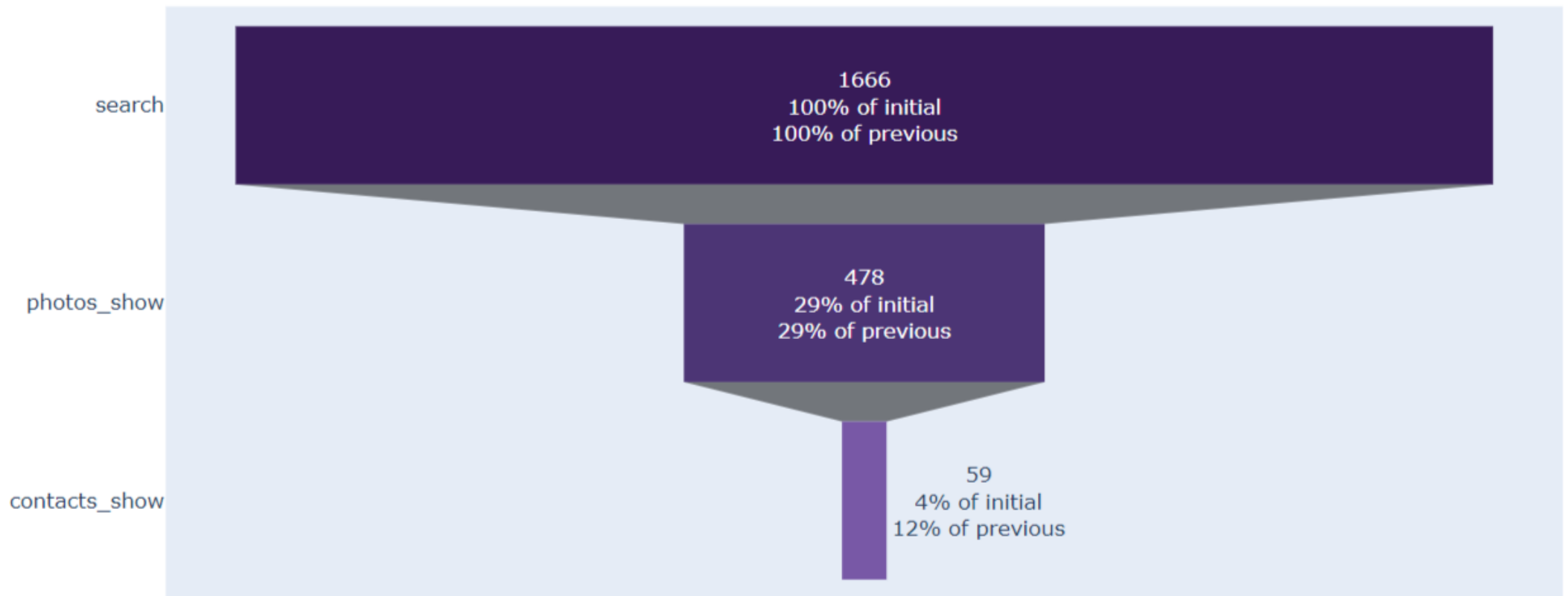
Воронка событий пользователей, использующих карту объявлений



# ВОРОНКА СОБЫТИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ПОИСК:

- ИЗ 100% ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ (1 666 ЧЕЛОВЕК), НАЧАВШИХ С "ПОИСКА", ДО ПРОСМОТРА КОНТАКТОВ ДОХОДЯТ 4% (59 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ);
- ПОСЛЕ ЭТАПА «ПОИСК», ТОЛЬКО 478 ЧЕЛОВЕК ПРИСТУПАЮТ К «ПРОСМОТРУ ФОТО» И ТЕРЯЕТСЯ 1 188 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ.

Воронка событий пользователей, использующих поиск



# ВОРОНКА СОБЫТИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ПОИСК, ЗАТЕМ ПРОСМОТР ОБЪЯВЛЕНИЙ:

- 1 666 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, НАЧАВШИХ С ЭТАПА "ПОИСКА", ТОЛЬКО 59 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ (4%) ДОХОДЯТ ДО «ПРОСМОТРА КОНТАКТОВ»;
- ПОСЛЕ ЭТАПА ПОИСКА ТЕРЯЕТСЯ ЗНАЧИТЕЛЬНОЕ КОЛ-ВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ (1 004 ЧЕЛ.), ЧТО ПОДЧЕРКИВАЕТ НЕОБХОДИМОСТЬ ОПТИМИЗАЦИИ И УЛУЧШЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА.

Воронка событий пользователей, использующих поиск

