



НЕНУЖНЫЕ ВЕЩИ



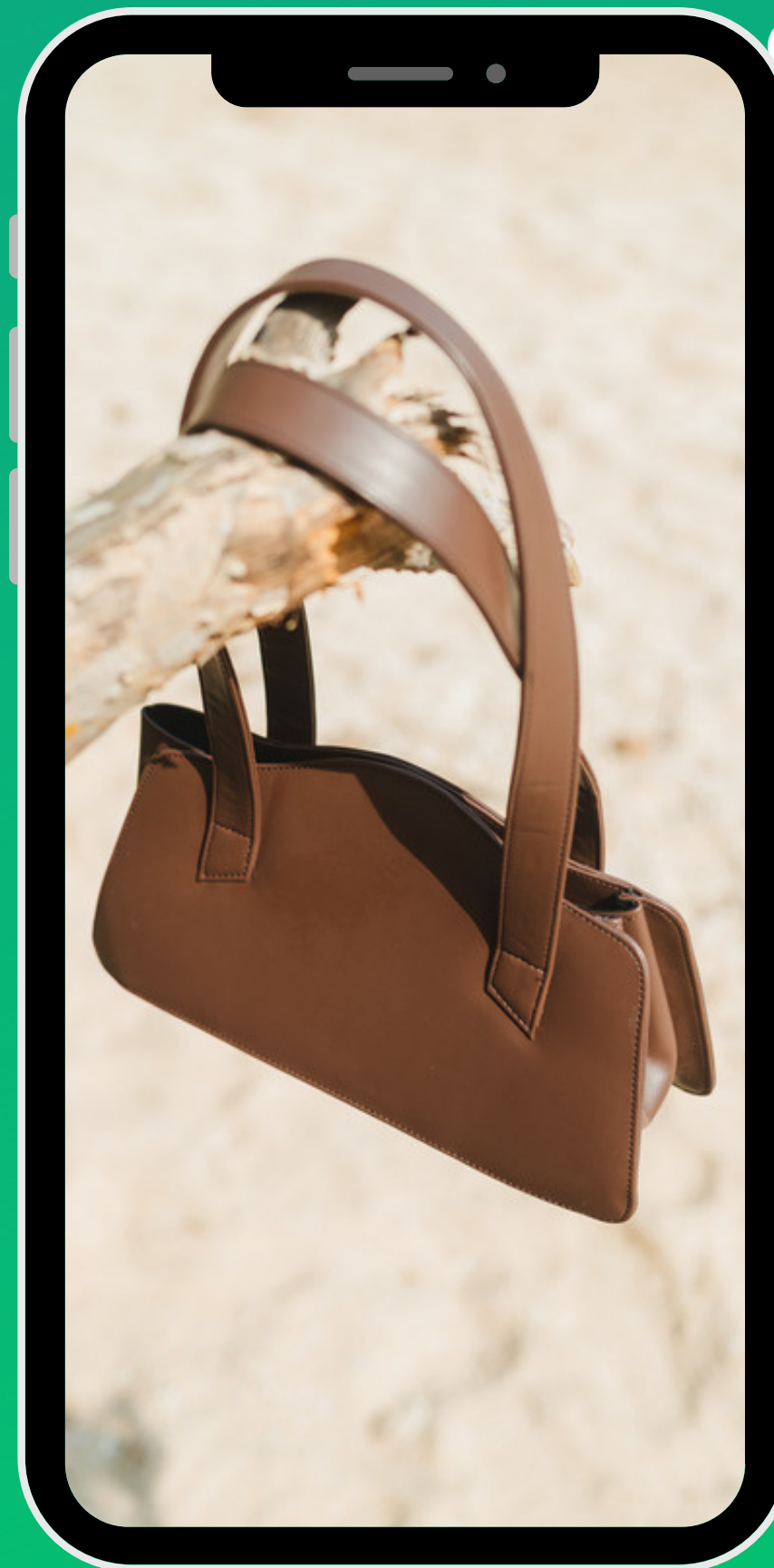
АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В
МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ



1. Проанализировать поведение пользователей в приложении.
2. Определить типичные сценарии использования приложения для дальнейшего улучшения функционала.
3. Проверить гипотезы.

LETS GET STARTED



ПРОДЕЛАННАЯ РАБОТА



01.

НАЧАЛО

Изучена общая информация и выявлены проблемы для исправления

02.

ПРЕДОБРАБОТКА

Обработаны и подготовлены к исследованию два датасета на 80 тыс строк.

03.

ИССЛЕДОВАНИЕ

Выявлены сценарии использования, пользовательские сессии и конверсия в целевое действие

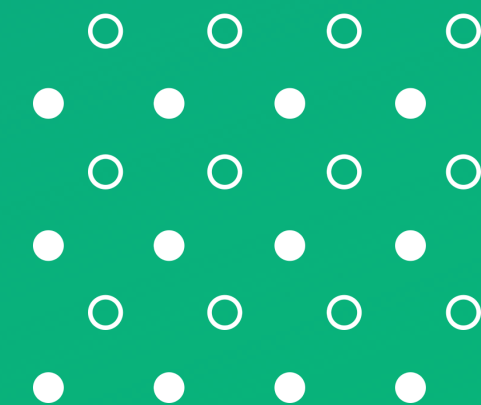
04.

ГИПОТЕЗЫ

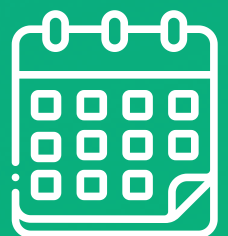
Проверены две гипотезы, помогающие улучшить функционал приложения

ДАШБОРД

Для удобства дальнейшего отслеживания различных показателей, построен дашборд с необходимыми метриками



УНИКАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ



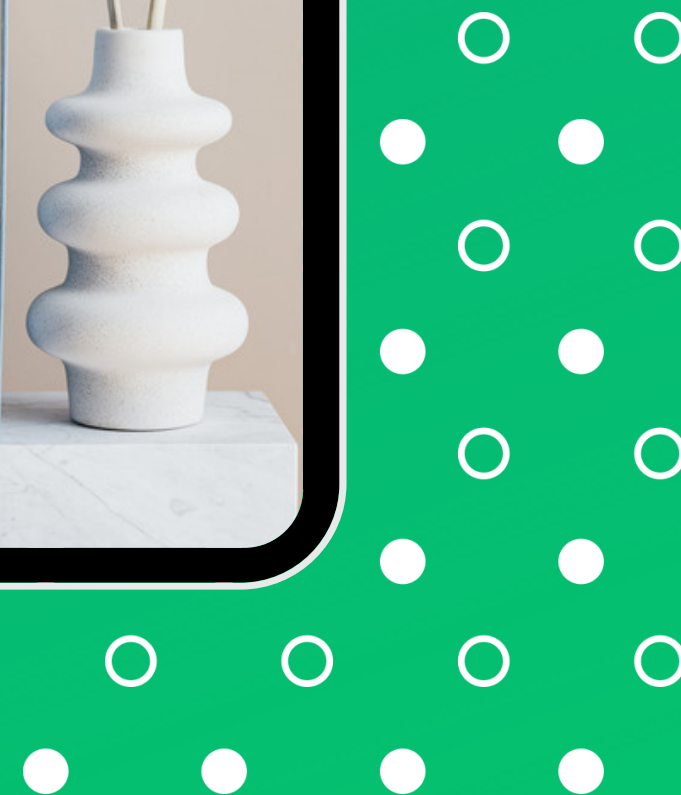
В ДЕНЬ

Количество уникальных
пользователей - 279

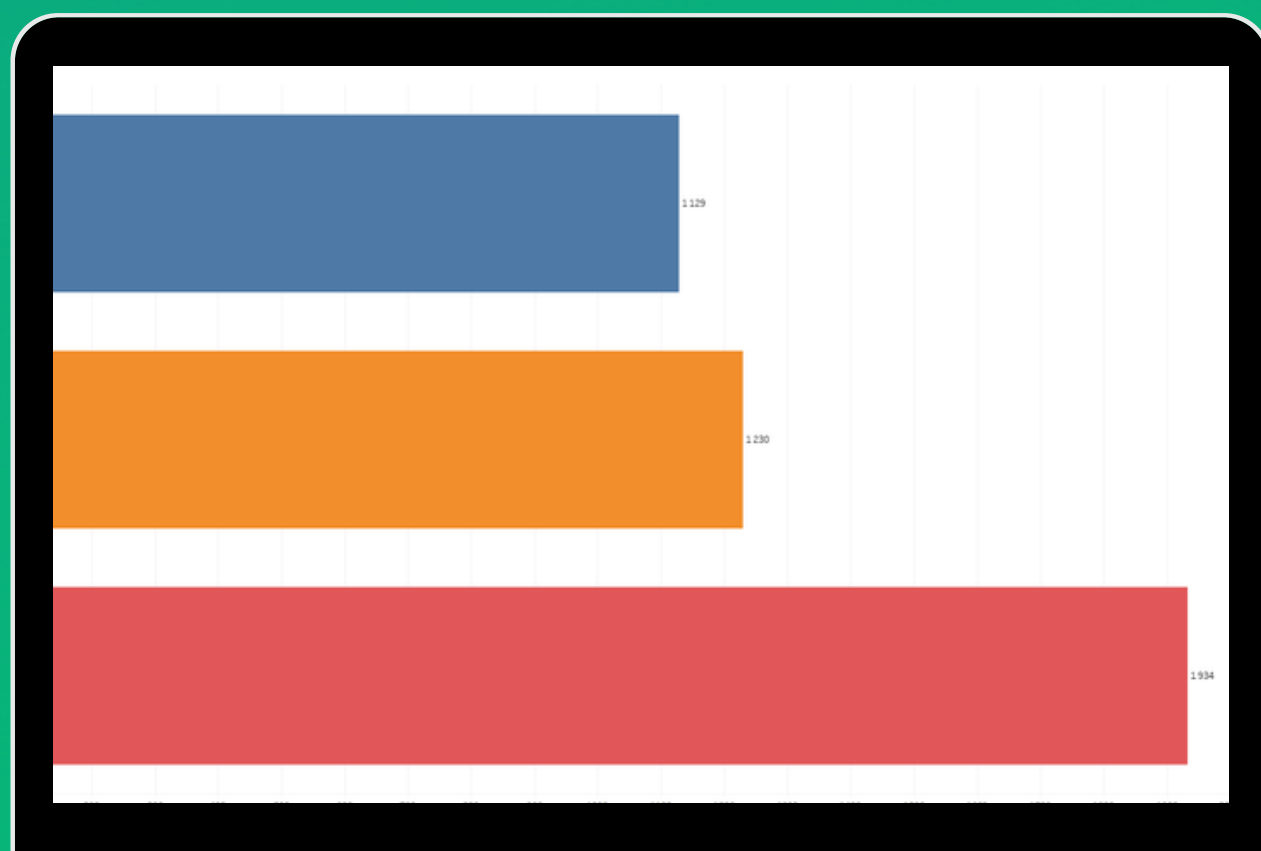


В НЕДЕЛЮ

Количество уникальных
пользователей - 1382



КАНАЛЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ



- **ВСЕГО ПРЕДСТАВЛЕНО ТРИ ИСТОЧНИКА**

Google, Yandex, остальные объединены в категорию **Other**.

- **БОЛЬШЕ ВСЕГО ТРАФИКА**

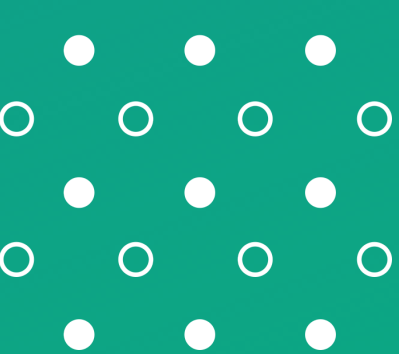
Больше всего пользователей приходят из источника **Yandex**. Он почти в два раза эффективней других каналов привлечения.



КОНВЕРСИЯ



- **Целевое действие** - просмотр контактов - совершило только **23%(981)**
- Очень часто пользователи занимаются **самостоятельным поиском** в приложении (**39%**).
- Просмотрели рекомендованные алгоритмом объявления **65%(2801)** и только **8%(322)** кликнули по ним.
- **В избранное** объявления добавили **8%(351)**



ТИПИЧНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ



ДЕНЬ НЕДЕЛИ

Больше всего пользователей
заходит с понедельника по
четверг



ВРЕМЯ

Днем 12 до 16 часов.
Вечером с 20 до 21.



ДЛИНА СЕССИИ

Среднее время
11 минут



ДЕЙСТВИЯ

За сессию,
пользователь
совершает
7 действий



КАКИЕ ФУНКЦИИ ИСПОЛЬЗУЮТ?



ДИАГРАМА САНКЕЯ

Определены типичные пути перемещения пользователей по приложению



ВАЖНЫЕ ФУНКЦИИ

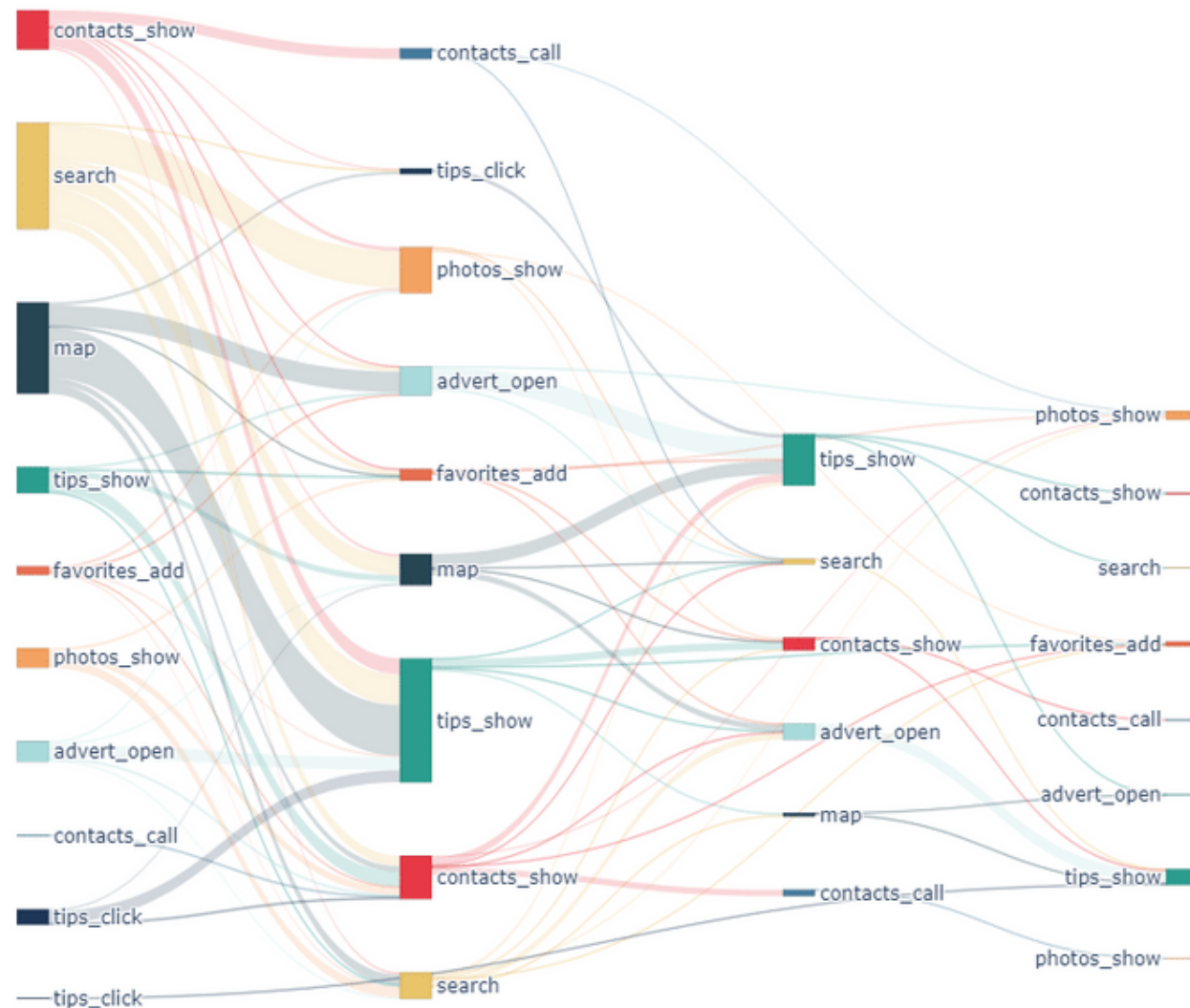
Выявлены функции конвертирующиеся в целевое действие



ВОРОНКИ

Построены воронки конверсии по популярным сценариям

Sankey Diagram



ПОПУЛЯРНЫЕ СЦЕНАРИИ



СЦЕНАРИЙ 1

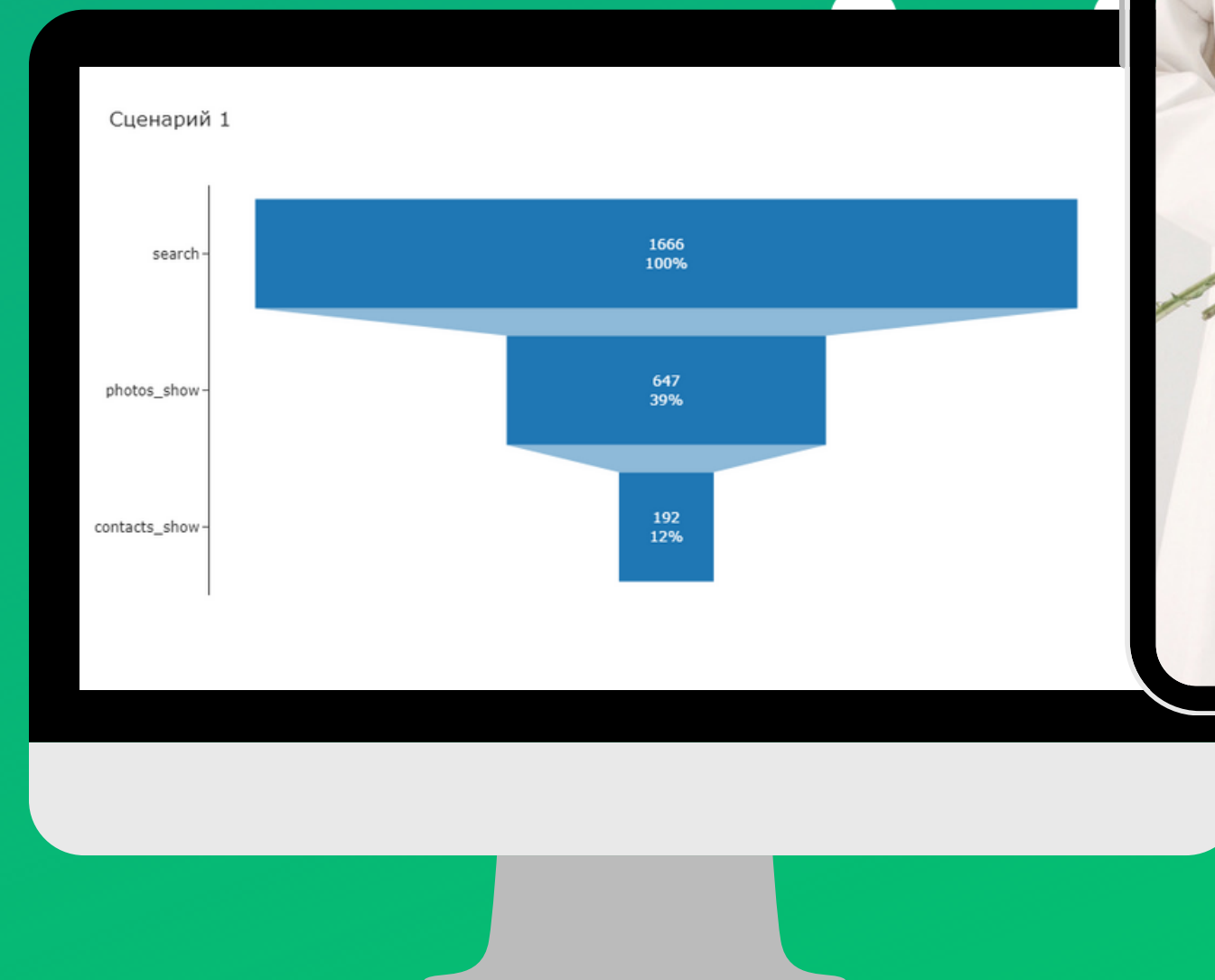
Поиск -> Просмотр фотографий ->
Просмотр контактов

СЦЕНАРИЙ 2

Карта -> Рекомендуемые объявления ->
Просмотр контактов

СЦЕНАРИЙ 3

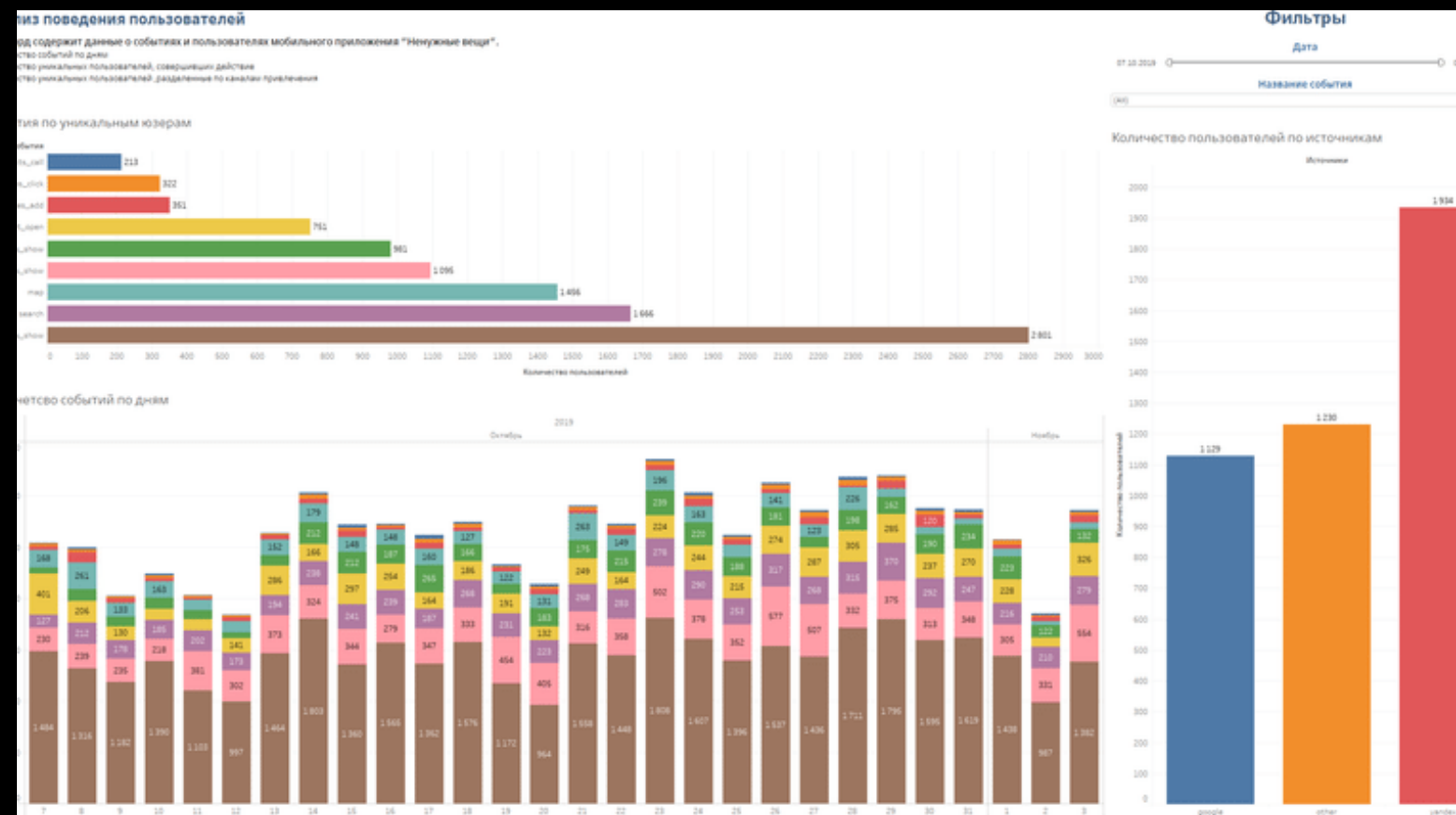
Рекомендуемые объявления ->
Добавление в избранное -> Просмотр
контактов



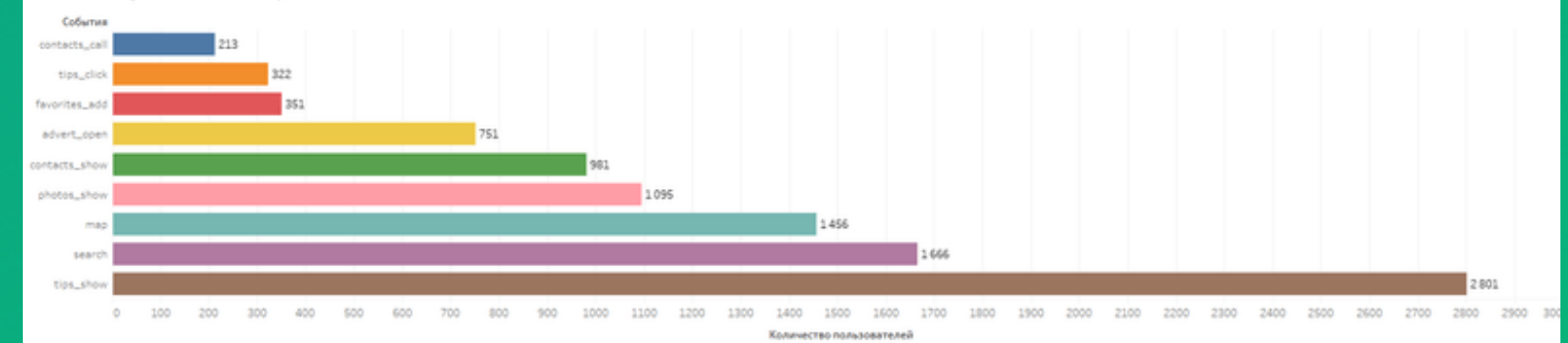
ДАШБОРД



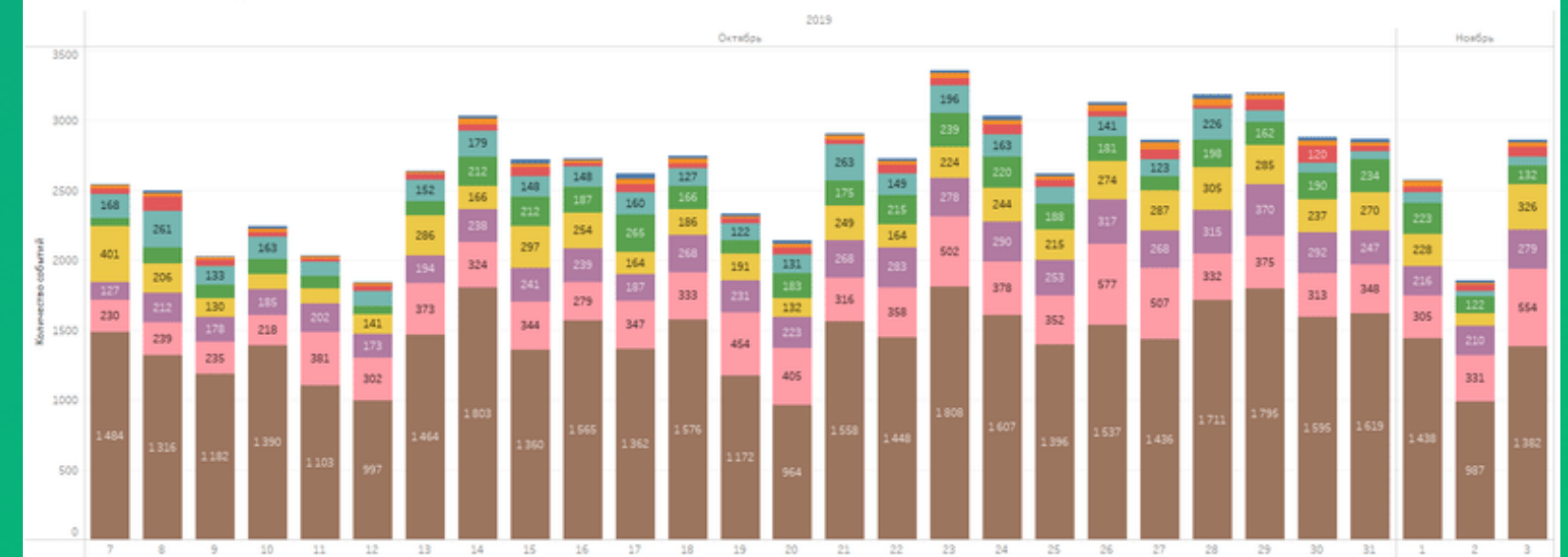
https://public.tableau.com/app/profile/valerieagadzhanova/viz/FinalProject_16732932562570/Dashboard



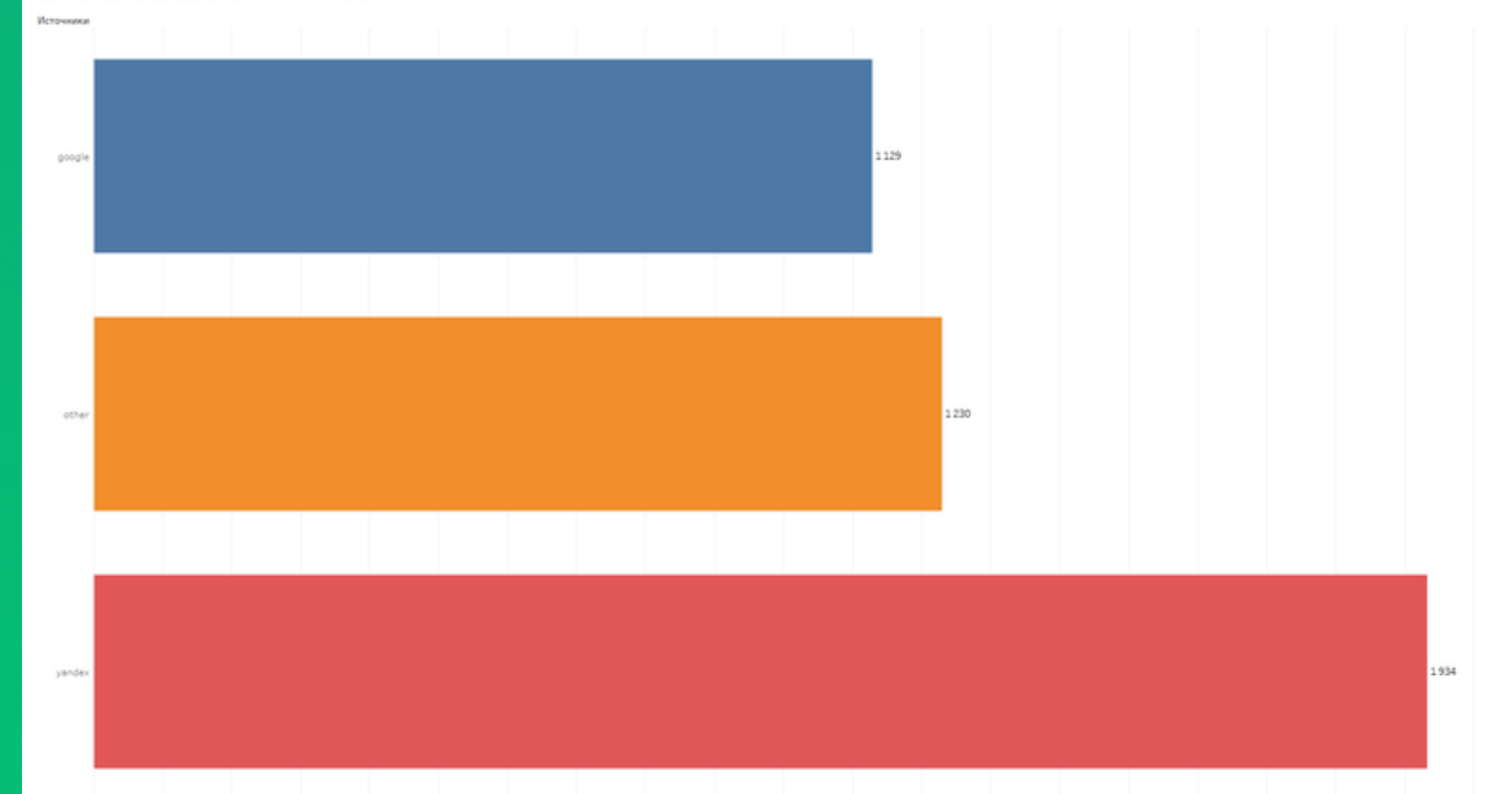
События по уникальным юзерам



Количество событий по дням



Количество пользователей по источникам



РЕКОМЕНДАЦИИ



• ФОТОГРАФИИ

На этапе создания объявления показывать сообщение, что у объявления с фото привлекают больше внимания и увеличивают шансы на продажу.

• ИЗБРАННОЕ

Необходимо поработать с удобством добавления в избранное. В общей конверсии в целевое действие - эта функция набрала 39%. Стоит добавить **пуш-уведомление с напоминанием** о товарах в избранном в самые активные часы.

• РЕКОМЕНДОВАННЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ

Улучшить систему подбора рекомендованных объявлений. Большое количество пользователей их просматривают, но плохо конвертируются в целевые действия (19%). Также, для рекомендаций, стоит отдавать предпочтение объявлениям с фотографиями.



КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



АГАДЖАНОВА ВАЛЕРИЯ



sample@gmail.com



+7 (123) 456 - 78 - 90



City, street, number



site.com

