

В работе рассматривается промежуток времени с 16-05-2021 по 30-05-2021. Конец промежутка взят за текущую дату.

## 1 Дашборд - Daily

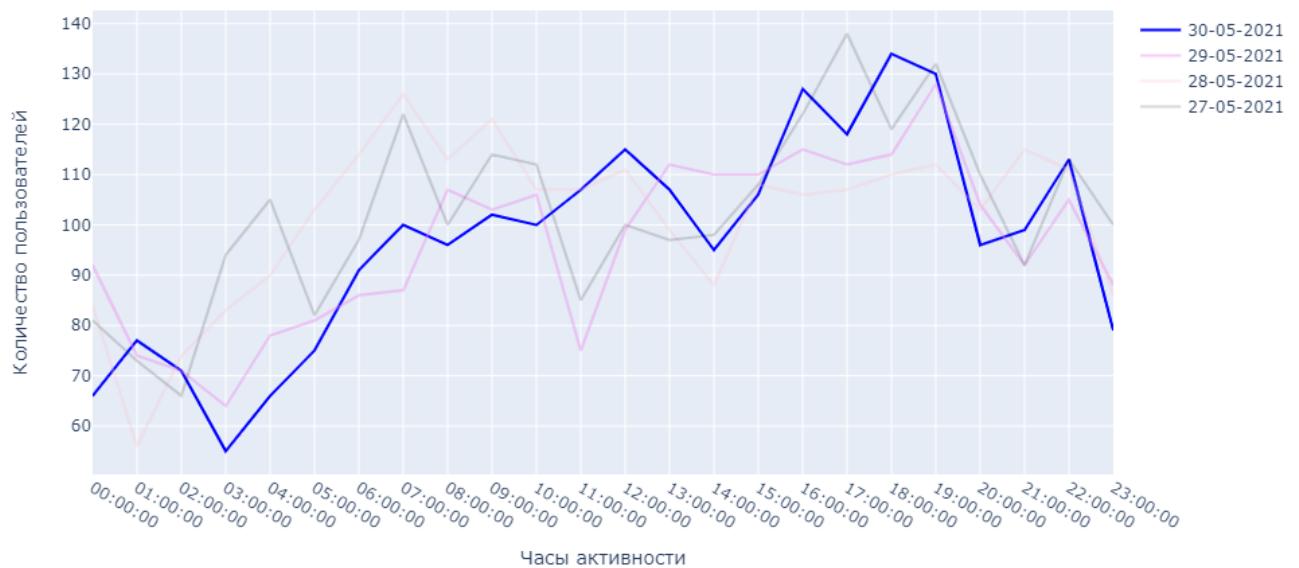
На данном дашборде будет необходимо разместить такие метрики как:

- Активность пользователей за день в сравнении с прошедшими днями,
- DAU и Revenue за 2 недели,
- Рост новых пользователей в проекте в разбивке по платформам,
- Изменение Revenue и ARPU за 2 недели

Подробнее о каждой:

User Activity

Активность пользователей за текущий и прошлые дни



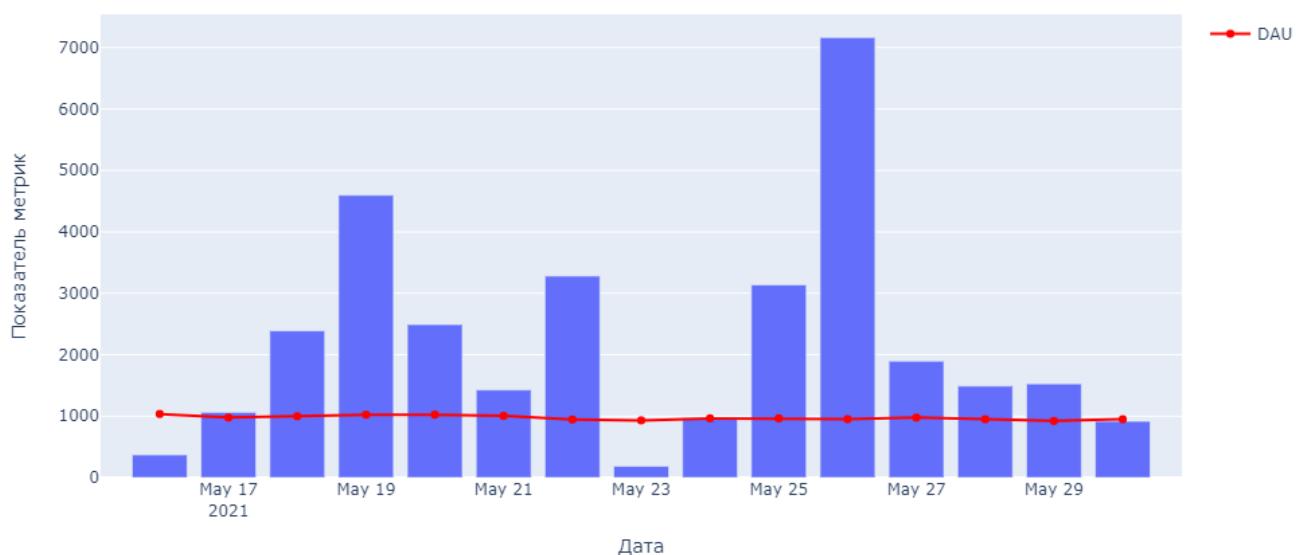
На данном графике представлена ежедневная активность пользователей (все события в игре) с разбивкой по часам в течении текущего (30-05-2021) и прошлых дней (1-3 дня назад). Отслеживание данной метрики важно для понимания насколько стабильно работает проект, так как в случае сбоя активность резко понизится и специалисты вовремя смогут идентифицировать проблему. В то же время, можно заметить, что в ночные часы активность пользователей снижается, примерно с 22:00 заметно идет понижение и только к 4-7:00 пользователи снова начинают взаимодействовать с проектом. Таким образом, низкая активность в указанный ранее промежуток не должна вызывать сомнений о

работоспособности проекта. Наибольший рост событий в игре приходится на послеобеденное время. С 13:00 линии на графике стремительно идут вверх, доходя до пика к 17-18:00, после чего постепенно снижаются к 20-22:00. В случае понижения активности в сравнении с прошлыми днями необходимо будет определить, что способствовало упадку показателей.

Также, при запуске новых акций или ивентов по графику можно будет отследить как долго и насколько качественно это повлияло на аудиторию и рассмотреть возможность повторного запуска.

### DAU + Revenue

Изменение Revenue и DAU на протяжении 2 недель

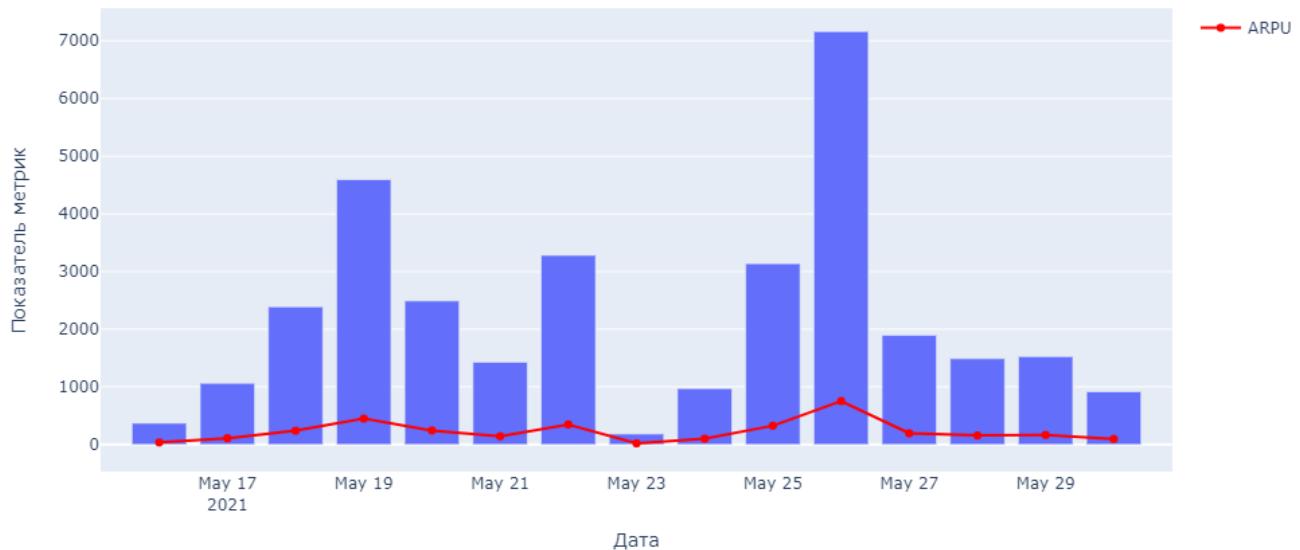


DAU – еще одна метрика, изменение которой важно отслеживать постоянно. В сравнении с прошлым графиком, данная метрика указывает на количество уникальных пользователей, зашедших в приложение хотя бы раз в течении дня. По графику видно, что показатели относительно стабильны, Однако, полностью полагаться на данную метрику не всегда бывает разумно, ведь к скачкам может привести любое упоминание в крупных соц.сетях, поэтому для анализа на графике представлена еще одна метрика Revenue.

Revenue – чистый доход (выручка) за определенный период. По данному графику видно, что в середине недели показатель самый большой, а в начале и конце недели относительно низкие. Стоит также отметить, что метрика не зависит от DAU, таким образом резкое изменение DAU не служит гарантией того, что повысится доход.

## Изменение Revenue/ARPU за 2 недели

Изменение Revenue и ARPU (x100) на протяжении 2 недель



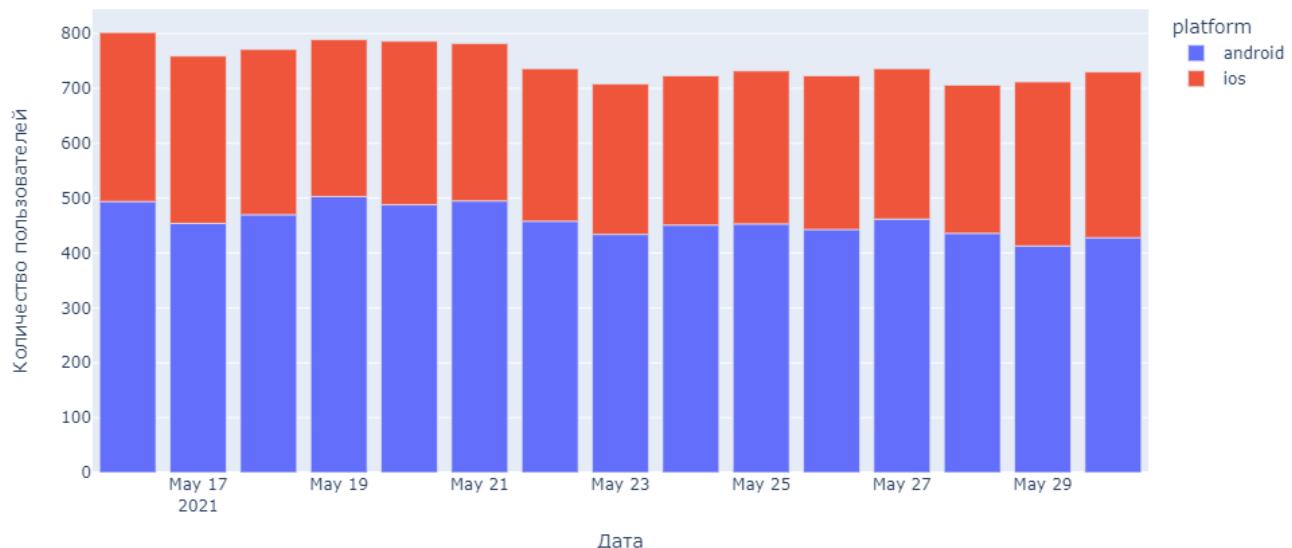
На этом графике уже видно, что с увеличением ARPU изменяется и доход. Данные метрики являются взаимозависимыми.

ARPU — средний доход на пользователя. Зная данную метрику можно предварительно оценить и прибыль проекта.

Анализ таких метрик поможет выяснить реакцию на изменение цены, на проведение акций, либо выбрать наиболее подходящий канал трафика.

Рост новых пользователей в проекте по платформам

## Рост новых пользователей в проекте



Рост пользователей необходим, например, для отслеживание насколько удачно была запущена пиар-компания или для расчета необходимости ее запуска. На данном графике все показатели стабильны – от 700 до 800 человек в сумме по платформам, при этом на android чуть больше, чем на ios.

Также, на Daily дашборде можно будет разместить такие метрики как gross и cumulative gross в представлении линейного графика по сравнении с прошедшим днем. Рассчитать эти метрики на данный момент нет возможности, так как не хватает данных (в таблице не представлены расходы).

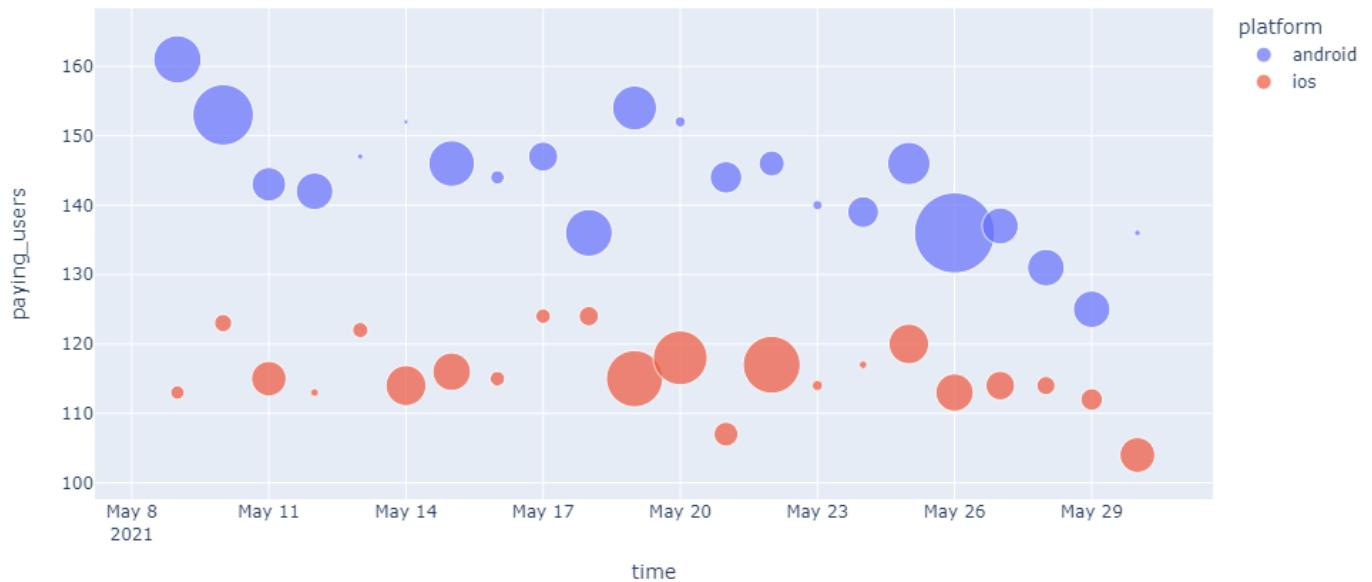
## 2 дашборд – Монетизация проекта

На этом дашборде располагаются такие графики как:

- Paying users + ARPU с разбивкой по платформам,
- Конверсия в платящего (воронка),
- Статистика по регионам метрик Gross, Paying users, ARPPU,
- Gross+ Revenue,
- Paying share+ ARPPU

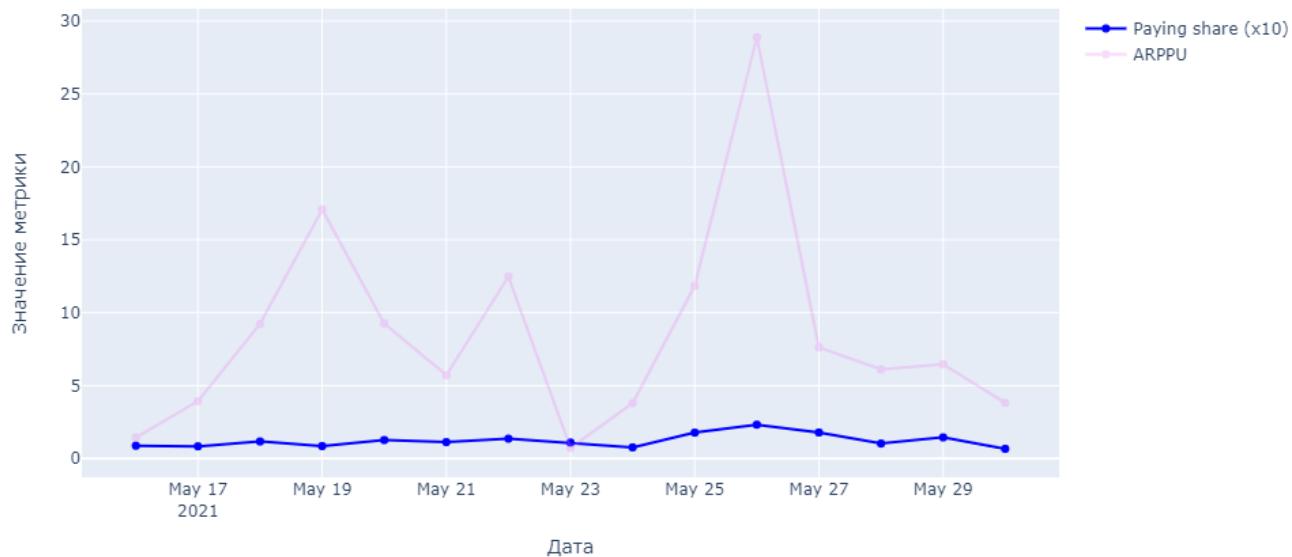
Paying users + ARPU с разбивкой по платформам

## Зависимость количества платящих пользователей и размера среднего чека по платформам



Данный график отображает зависимость количества платящих пользователей (представлены по Y) и размера среднего чека на пользователя, ARPU (зависит от размера шарика). Тем самым, чем выше шарик – тем больше платящих пользователей, чем больше размер шарика – тем больше платежи. Из представленного графика можно сделать вывод, что на платформе ios платящих пользователей меньше и размеры платежей редко бывают большими (при наведении на шарик показано точное значение метрики). На платформе android ситуация с платежами лучше – платящих пользователей стабильно больше и ARPU редко бывает маленьким. ARPU является одним из самых важных показателей, ведь напрямую влияет на доход. Для повышения данной метрики стоит обратить внимание на ее составляющие – Paying Share и ARPPU:

## Изменение paying share и arppu за текущую неделю



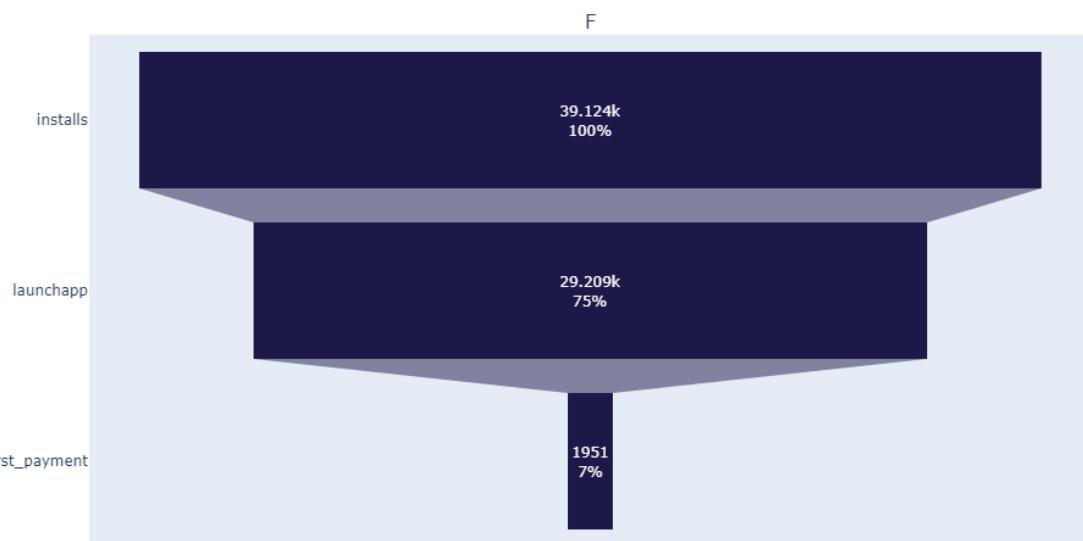
ARPU = Paying share \* ARPPU. Зная изменения представленных на графике метрик можно узнать и ARPU. Чем больше пользователей совершает платеж, тем больше становится и средний чек, отсюда растет и прибыль.

Таким образом, отслеживание изменений всех указанных метрик даст представление о монетизации проекта, о том когда лучше всего запускать акции в магазине и насколько успешно они протекают.

Представленный график дает понять, что большая часть прибыли складывалась к середине недели, а в начале пользователи почти не совершали платежей.

Воронка (Инсталл – платеж)

Funnel Install-First payment



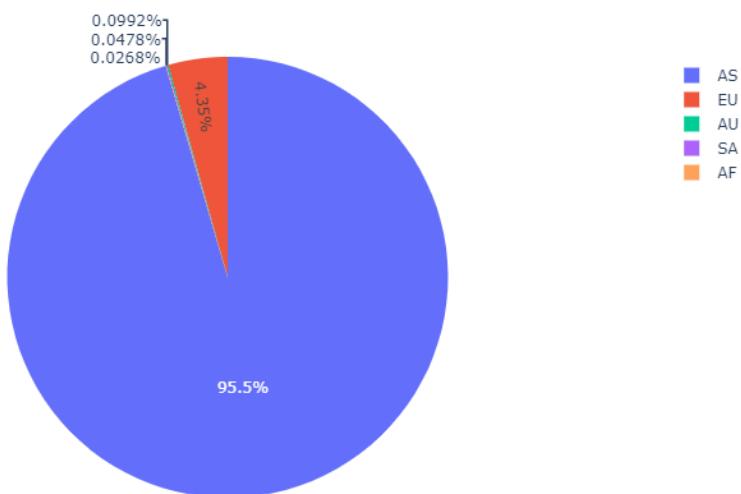
Исходя из графика, приложение установили 39к+ человек, из них запустили его только 75%, а совершили свой первый платеж всего 7%. Первый платеж является той точкой невозврата, которую важно, чтобы переступил каждый игрок. Но после этого также важно сподвигнуть на второй платеж. В случае если процент пользователей, которые дошли до первого шага - 7%, то конверсия слишком мала и необходимо направить силы на повышение показателя.

#### Статистика Gross, Paying users, ARPPU по регионам

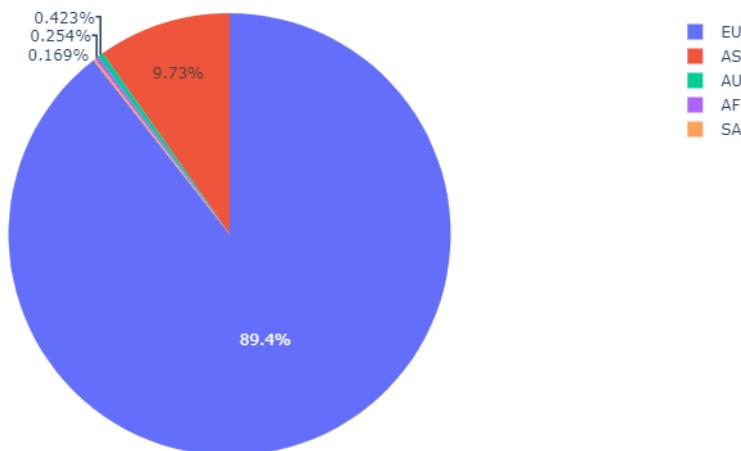
Как ранее было сказано, подсчитать Gross с текущими данными нет возможности, но полноценный график подразумевает наличие и этой метрики.

Рассмотрим пока имеющиеся:

Распределение ARPPU по регионам



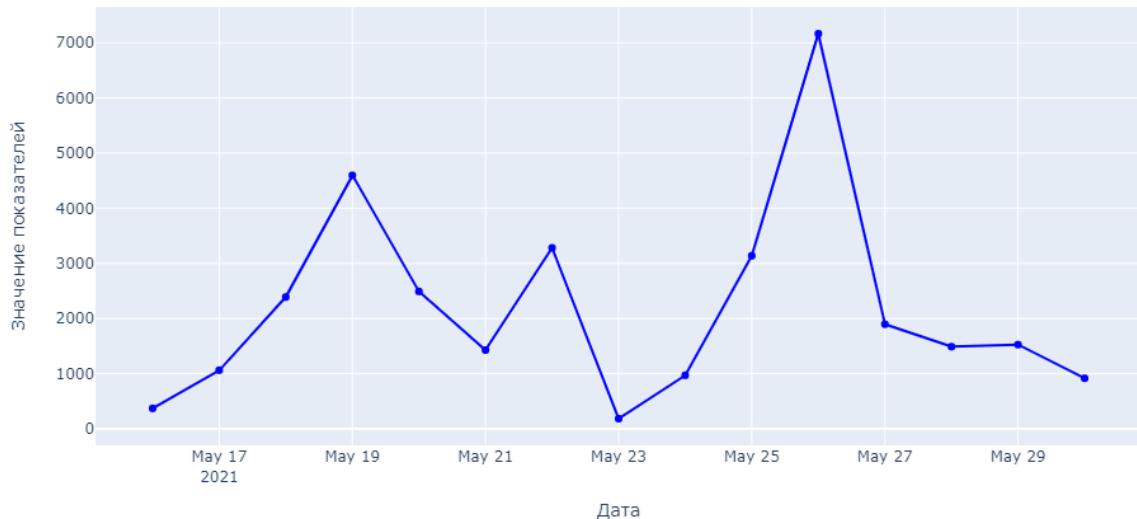
Распределение платящих пользователей по регионам



Рассматривая график, можно сделать вывод, что самый большой чек по платящим пользователям (ARPPU) приходится на Американское Самоа, но в Европейском союзе на 81% больше людей, кто платит. Таким образом, стоит рассмотреть варианты повышения среднего чека в EU, возможно, добавить какие-либо ивенты в этот регион. График Gross помог бы более точно сделать выводы.

Gross+Revenue

## Изменений показателей выручки и дохода за текущую неделю



Для полноты графика также не хватает метрики Gross, зная данный показатель можно было бы сделать выводы о величине расходов и доходов компании. Данный график необходим для понимания, что компания не работает себе в ущерб и для отслеживания динамики показателей.

Стоит отметить, что в данный дашборд можно будет еще добавить такие показатели как ROI и LTV для полного анализа.

И перейдем к последнему дашборду в данной работе.

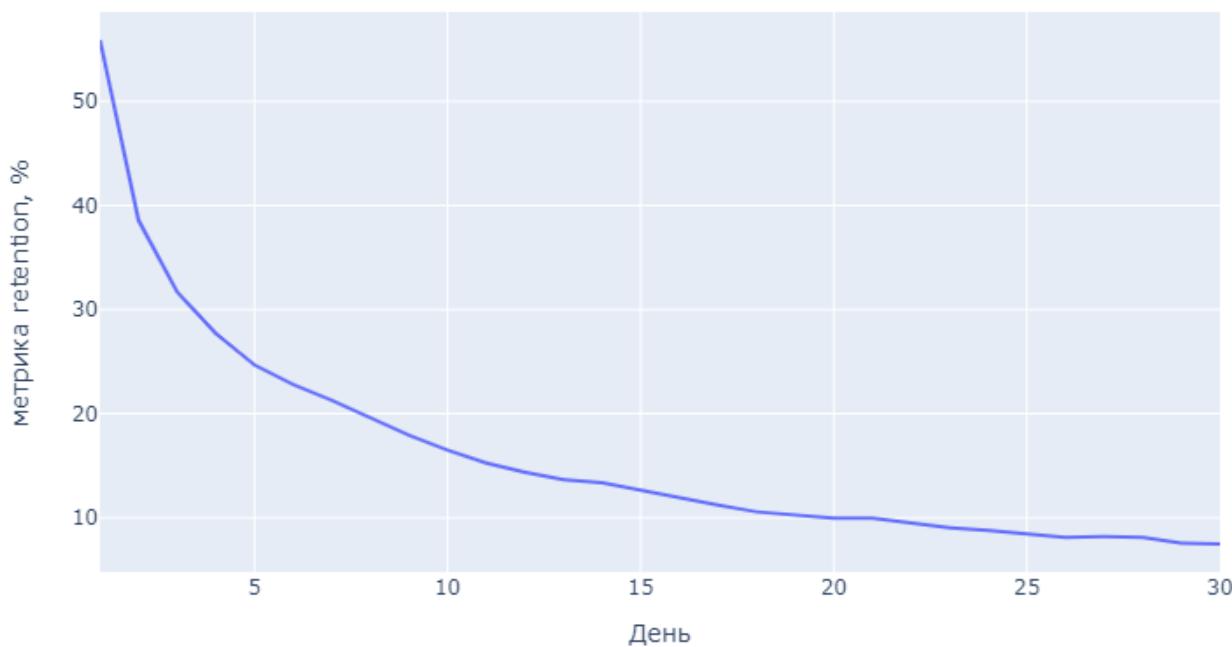
## 3 Дашборд - User Activity

На данном дашборде разместим такие графики:

- Retention,
- Зависимость средней суммы транзакции и количества транзакций игрока,
- WAU,
- DAU по платформам и источнику трафика.

Retention (1-30 день)

## Линейный график retention (1-30 день)



Данный график пригодится больше для прогнозирования метрик LifeTime и LTV, а также примерного понимания сколько активных пользователей останутся в будущем.

По графику видно, что наибольший отток пользователей происходит в первые дни, то над чем и стоит работать. Дополнительно для анализа потребуется статистика прохождения турнира (чтобы понимать насколько большой отвал и как исправить), но с имеющимися данными это также нельзя рас считать.

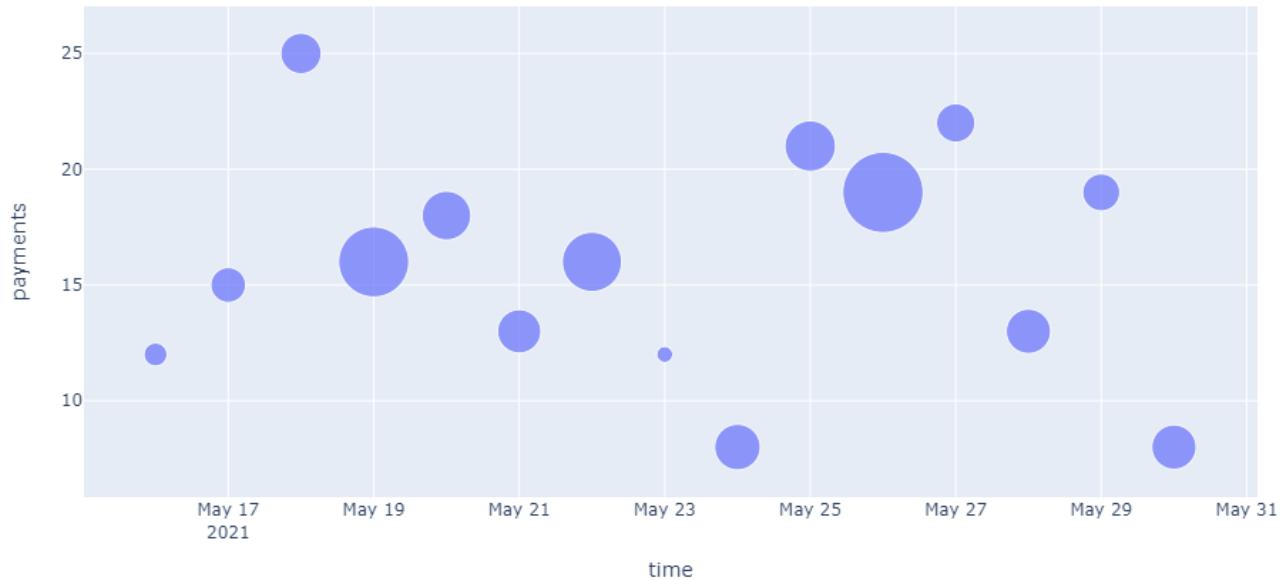
По статистике хорошими показателями считаются:

1 день - 40% удержания, 7 день - 20% удержания, 28 день - 10%.

Проект укладывается в нормы только на 1 и 7 день, показатель на 28 опускается ближе к 7%. 28 день удержания демонстрирует насколько привычной игра стала для пользователя. Таким образом, можно сделать вывод, что удержание необходимо повышать, ведь от этого показателя зависит и размер аудитории и прибыль проекта.

Зависимость средней суммы транзакций от количества

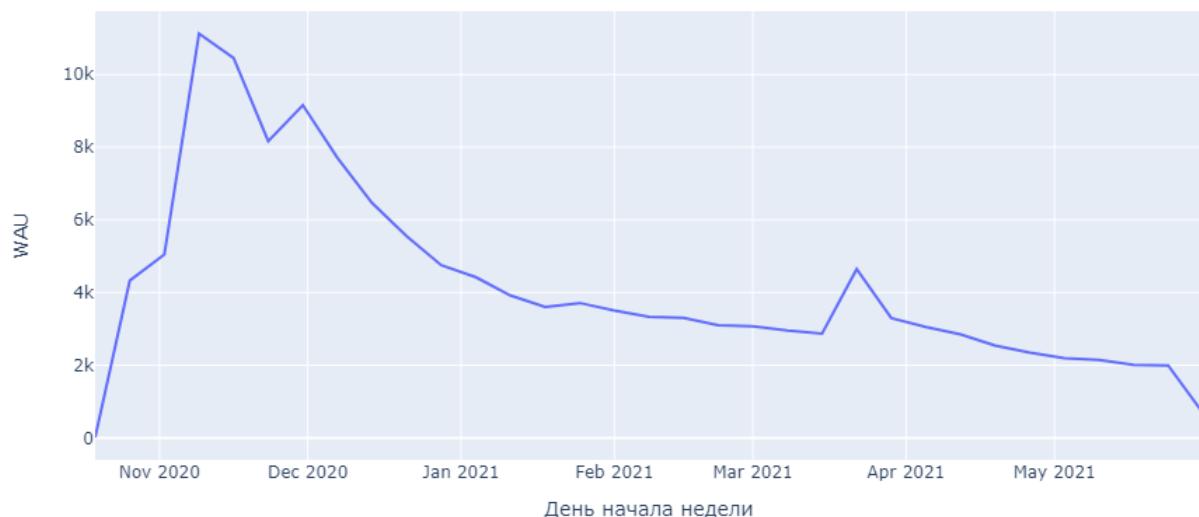
## Зависимость количества платежей и размера среднего платежа



Количество транзакций отражено по оси Y, чем выше шарик - тем больше транзакций было в данный день, чем больше шарик - тем больше платежей. Исходя из графика, можно сделать вывод, что в среднем платежи проходят от 10 до 22 раз в сутки, а сумма транзакции держится примерно на одном уровне. Редко средний платеж достигает значения 300 (отображается при наведении на дашборде). В основном показатель держится в районе 100-150. График поможет отслеживать динамику платежей и примерно рассчитывать прибыль.

WAU (Weekly Active Users)

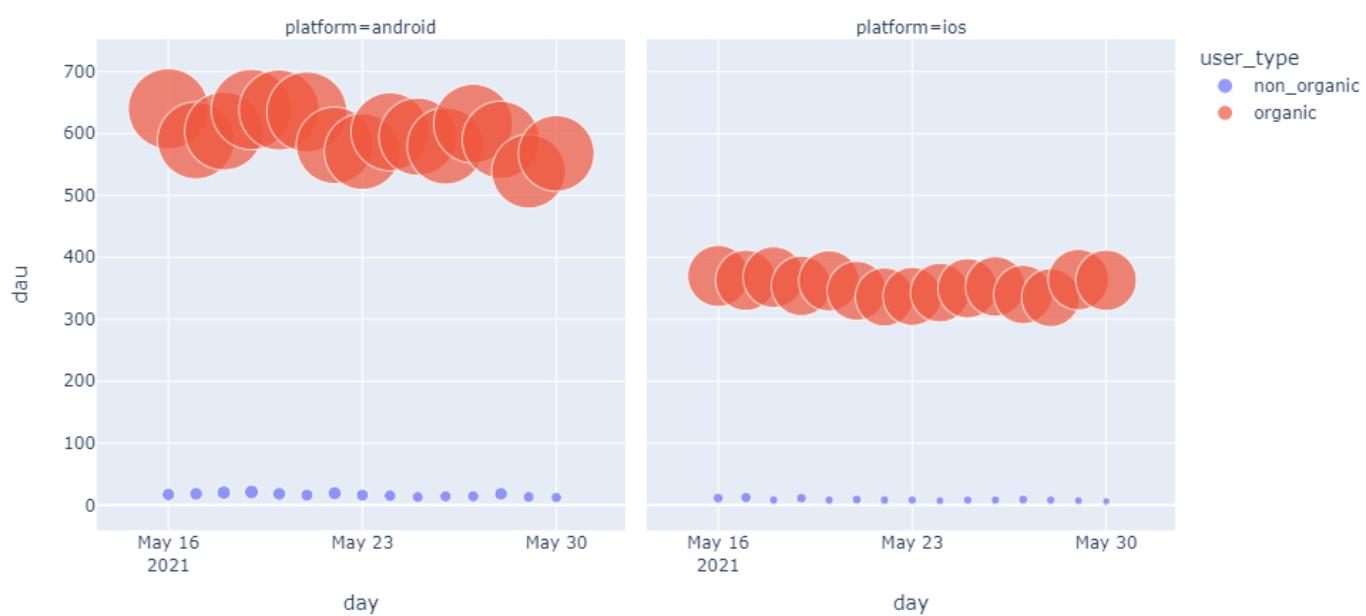
## Линейный график WAU



Исходя из показателей на данном графике, WAU существенно идет на снижение. Для более точного анализа можно рассчитать недельный Sticky Factor, в случае снижения и данной метрики – развивать проект для увеличения показателей. Если Sticky Factor падает – означает, что приложение перестало покрывать потребности пользователей.

## DAU по платформам и источнику трафика

### Метрика dau по источнику трафика и платформам



Исходя из графика видно, что метрика DAU относительно стабильна на обоих платформах. Из оплачиваемого трафика DAU не достигает и 50 человек в день. Необходимо провести дополнительный анализ по каналам трафика – на какое количество человек в день был рассчитан трафик нет информации. Возможно, показатель находится в норме, либо слишком мал.