



Когортный анализ удержания покупателей

Период: 2021-2022

Дата: 18.06.2025

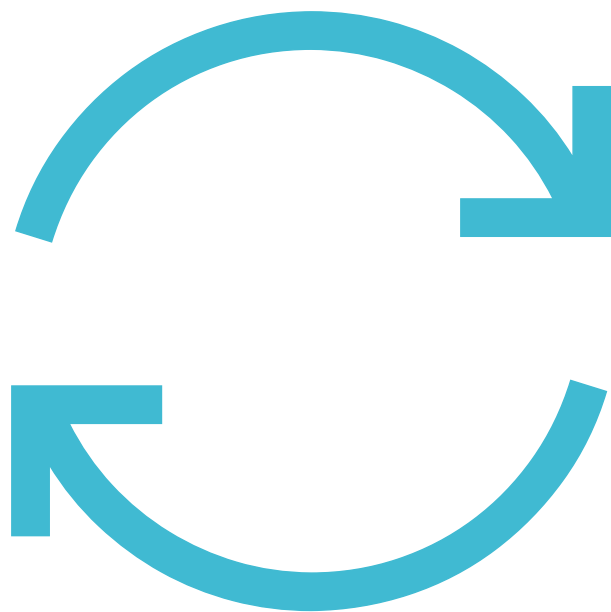
Выполнила Останина Юлиана
в рамках курса анализа данных

Введение

Определение: Когортный анализ как
инструмент оценки взаимодействия
пользователей

Период исследования: Январь 2021 -
Декабрь 2022

Цель: Анализ удержания
пользователей



Основные метрики

Показатели удержания:

1 месяц

3 месяца

6 месяцев

12 месяцев

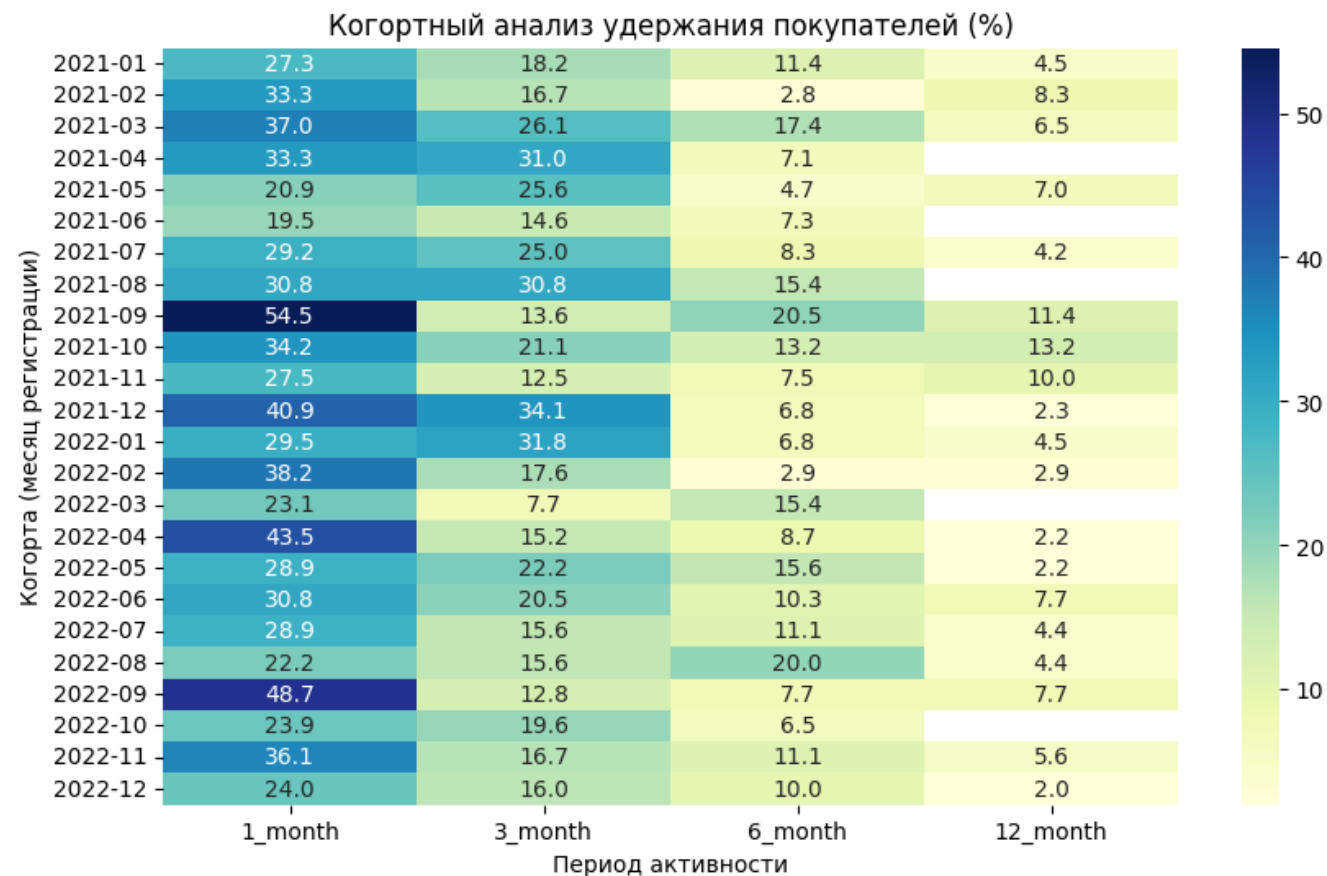
Методика расчета: Процент активных пользователей от общего числа в когорте

Общая картина удержания

Ключевые наблюдения:

Наибольшее удержание в сентябре 2021 (54.5%)

Стабильное снижение с увеличением периода



Анализ успешных периодов

Март 2021:

1 месяц: 37.0%

3 месяца: 26.1%

Сентябрь 2021:

1 месяц: 54.5%

6 месяцев: 20.5%

Возможные причины:

Сезонные факторы

Маркетинговые акции

Анализ проблемных периодов

Декабрь 2022:

1 месяц: 24.0%

3 месяца: 16.0%

6 месяцев: 10.0%

Июнь 2021:

1 месяц: 19.5%

3 месяца: 14.6%

Выводы и рекомендации

Основные выводы:

Наилучшее удержание в марте и сентябре

Стабильное снижение с увеличением периода

Сезонность влияет на удержание

Рекомендации:

Анализ успешных периодов для выявления факторов

Усиление программ удержания после 3 месяцев

Мониторинг сезонных колебаний

СПАСИБО!

ЮЛИАНА

+7(926)152-90-92