

Анализ данных поездок на самокатах

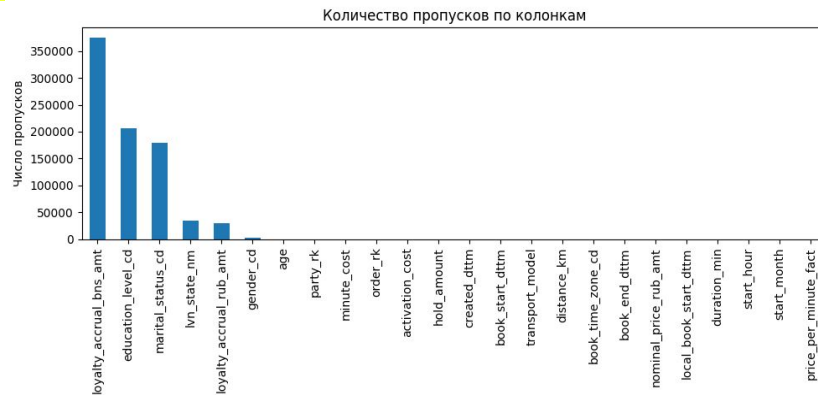
Кейс для продуктовых аналитиков (лето 2025)

Пропуски в данных и корреляция между числовыми признаками

В датасете есть пропущенные значения. Большая часть из них относится к данным, необязательным для заполнения.

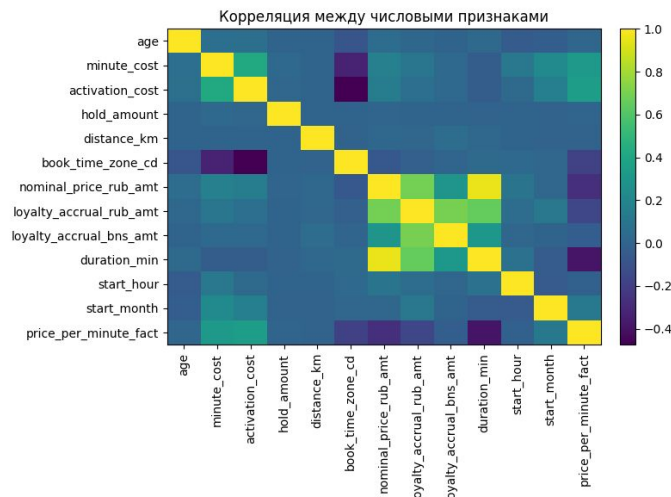
Выводы:

- Большинство клиентов предпочитает не заполнять данные, требующие много времени, лучше всего это показывает информация о заполненных данных про образование.
- Малое количество клиентов оплачивает поездки с кредитной карты



Ключевые взаимосвязи:

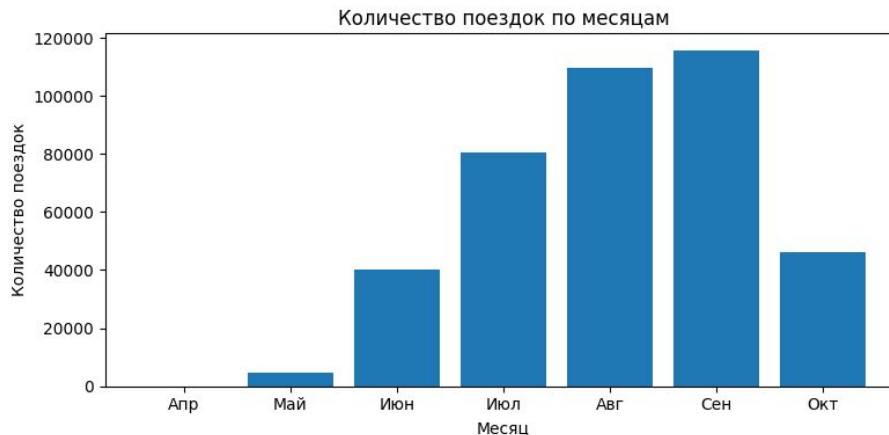
- nominal_price_rub_amt хорошо коррелирует с loyalty_accrual_rub_amt, loyalty_accrual_bns_amt, так как кэшбэк считается как процент от стоимости- линейная зависимость.
- price_per_minute_fact отрицательно/слабо коррелирует с minute_cost. Это может указывать на то, что фактическая цена за минуту не всегда равна тарифной.



Основное время спроса на самокаты, по часам и по месяцам

Выводы:

- Наибольший спрос на самокаты происходит с 14 до 16 часов, скорее всего, это связано с тем что к этому времени большая часть самокатов перемещается к местам скопления людей, например, к метро.
- В августе и сентябре большой спрос связан с тем, что большинство клиентов возвращается из отпусков, каникул и т.д, и соответственно для езды на работу или учебы для экономии времени много кто пользуется самокатами



Распределение по гендерному признаку

Выводы:

Большинство клиентов является мужчинами, скорее всего это связано с тем, что многие девушки или боятся пользоваться самокатами, или предпочитают по другому добираться до точки назначения.



Продуктовые гипотезы

1. Введение дополнительных акций для девушек увеличит их численность среди клиентов.
 - Клиенты, которые никогда не пользовались самокатами, не хотят тратить деньги на что-то новое, но за счёт ,например,бесплатных поездок они смогут попробовать это, и в дальнейшем начнут пользоваться на постоянной основе.
2. Перемещение самокатов от метро или других мест их скопления, к жилым домам
 - Многим людям самокат нужен, чтобы добраться, например, до метро, но в утренние часы самокаты быстро разбирают и увозят к метро, и большое количество желающих не может воспользоваться самокатами.

Привлечение женской части населения к пользованию самокатами

1. Минимальные затраты при быстром результате

Из графиков видно, что клиентов-девушек в 7 раз меньше чем мужчин, а их доля от населения составляет около 50%, и если они заинтересуются кикшерингом, то количество клиентов быстро увеличится.

Варианты привлечения женской аудитории

1. Бесплатные первые 3 поездки до 15 минут для девушек
2. Бесплатная страховка на первые 5 поездок
3. Сотрудничество с фитнес-клубами

2. Масштабируемость

Для малых затрат на старте, можно проверить в небольшом городе, где популярны самокаты, и в случае успеха не составит проблемы быстро выкатить акции и в другие города.

Модификации

1. Ограничение максимальной скорости
2. Безопасные маршруты
3. Более широкие платформы для устойчивости

Доля сервиса Т-Банка в индустрии самокатов

Т-Банк имеет малую долю рынка в индустрии самокатов, так как не предоставляет услуги аренды самокатов. Банк выступает в роли технического партнёра, чьи решения (T-ID) используются в сервисах аренды

Доли рынка (в денежном выражении) контролируют напрямую следующие компании:

- Whoosh / ВУШ Холдинг — примерно 50 %
- Яндекс Go
- МТС Юрент

Вместе они суммарно обеспечивают порядка 96 % рынка

Помощь ИИ

ИИ помогает быстро создавать EDA, не тратя время на написание кода для построения графиков, за счет этого больше времени можно потратить на анализ и составление гипотез.