

Аналитическая записка по ключевым метрикам сервиса доставки еды «Всё.из.кафе» (Саранск, 01.05.2021–30.06.2021)

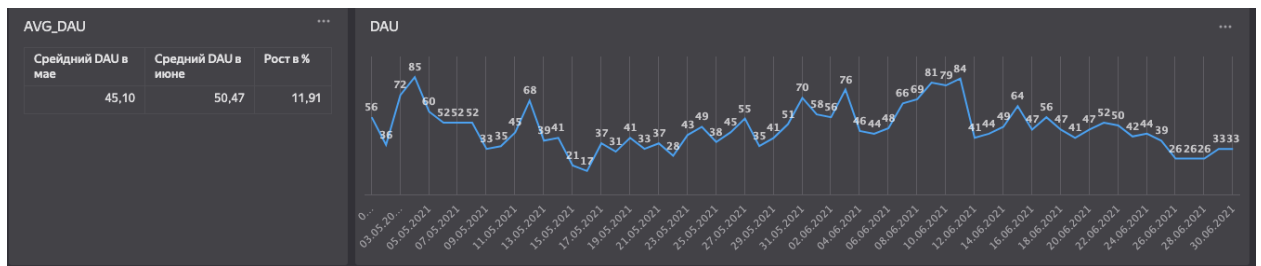
Автор: Парамонов Алексей

Дата: 14.05.2025

Ссылка на дашборд: <https://datalens.yandex/bq98e1x6j9yax>

Результаты анализа ключевых метрик

1. DAU (активные пользователи за день)



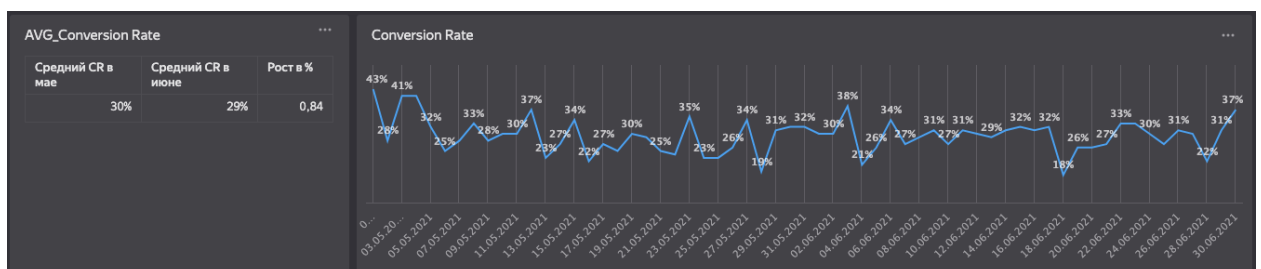
Тренд:

- **Май:** Среднее DAU = **45.1**. Пики активности (72–85 пользователей) приходятся на первые дни месяца (3–4 мая) и 31 мая. Наблюдаются резкие спады (17–21 пользователь) в середине месяца (15–16 мая).
- **Июнь:** Среднее DAU = **50.47**. Максимальные значения (76–84 пользователя) зафиксированы 3–11 июня. К концу месяца (26–30 июня) активность резко снизилась до 26–33 пользователей.

Выводы:

- Общий тренд DAU положительный (+11.91% в июне), но значительные колебания указывают на нестабильность аудитории.
- Падение в середине мая и конце июня может быть связано с сезонными факторами (выходные, праздники) или снижением маркетинговой активности.

2. Conversion Rate (коэффициент конверсии)



Тренд:

- **Май:** Средний CR = **30%**. Максимум (43%) 1 мая, минимум (19%) 28 мая.
- **Июнь:** Средний CR = **29%**. Пик (38%) 3 июня, минимум (18%) 18 июня.

Выводы:

- CR остался стабильным, но низкие значения указывают на проблемы в воронке конверсии

3. Средний чек

Средний чек			
Месяц	Количество заказов	Сумма комиссии	Средний чек
01.05.2021	2 111	286 852,27	135,88
01.06.2021	2 225	328 539,11	147,66

Тренд:

- **Май:** Средний чек = **135.88 руб.**
- **Июнь:** Средний чек = **147.66 руб.** (+8.7%).

Выводы:

- Рост среднего чека свидетельствует об успешной ценовой политике, увеличении числа премиальных заказов или эффективности акций (например, «Добавь десерт»).

4. Retention Rate (коэффициент удержания пользователей)

Retention Rate по месяцам			
Месяц	day_since_install	retained_users	retention_rate
01.05.2021	0	3 069	100%
01.05.2021	1	443	14%
01.05.2021	2	223	7%
01.05.2021	3	144	5%
01.05.2021	4	142	5%
01.05.2021	5	122	4%
01.05.2021	6	120	4%
01.05.2021	7	140	5%
01.06.2021	0	2 576	100%
01.06.2021	1	328	13%
01.06.2021	2	196	8%
01.06.2021	3	140	5%
01.06.2021	4	109	4%
01.06.2021	5	86	3%
01.06.2021	6	85	3%
01.06.2021	7	65	3%

Retention Rate		
day_since_install	retained_users	retention_rate
0	5 572	100%
1	768	14%
2	419	8%
3	283	5%
4	251	5%
5	207	4%
6	205	4%
7	205	4%

Тренд:

- **Май:** Retention на 1-й день = **14%**, к 7-му дню падает до **5%**.
- **Июнь:** Retention на 1-й день = **13%**, к 7-му дню — **3%**.

Выводы:

- Удержание пользователей снизилось, особенно в июне. Низкий Retention Rate после 1-го дня указывает на недостаточную вовлеченность (например, слабую стратегию или отсутствие персональных предложений).

5. Топ-3 ресторанов по LTV

LTV ресторанов					
Название сети	Тип кухни	ltv			
Гурманское Наслаждение	Ресторан	170 479,19			
Гастрономический Шторм	Ресторан	164 508,16			
Шоколадный Рай	Кондитерская	61 199,76			

LTV блюд					
Название сети	Название блюда	spicy	fish	meat	ltv
Гастрономический Шторм	brokkoli zapechennaja v duhovke s jajcami i travami	0	1	1	41 140,43
Гурманское Наслаждение	govjazhi shashliki v pesto iz kinzi	0	1	1	36 676,77
Гурманское Наслаждение	medaloni iz lososja	0	1	1	14 946,87
Гурманское Наслаждение	myasnye ezhiki	0	0	1	14 337,89
Гастрономический Шторм	teljatina s sousom iz belogo vina petrushki	0	1	1	13 980,96

Анализ популярных блюд:

- **Топ-5 блюд по LTV:** Все позиции относятся к ресторанам «Гурманское Наслаждение» и «Гастрономический Шторм».
- **Особенности:** преобладают блюда с мясом и рыбой (например, «Говяжьи шашлыки в песто», «Телятина с соусом из белого вина»). Отсутствие острых блюд в топе может указывать на предпочтения аудитории.

Общие рекомендации

1. **Повышение Retention Rate:**
 - Внедрить push-уведомления с персональными скидками для новых пользователей.
 - Добавить программу лояльности (накопительные баллы за заказы).
2. **Стабилизация DAU:**
 - Запустить серию летних промоакций (например, «Скидка 20% в выходные»).
 - Проанализировать причины падения активности в конце июня (технические ошибки, конкуренция).
3. **Улучшение конверсии:**
 - Оптимизировать интерфейс приложения: упростить процесс заказа, добавить рекомендации блюд.
 - Провести A/B-тестирование.
4. **Укрепление LTV ресторанов:**
 - Продвигать блюда-лидеры через баннеры на главной странице.
 - Расширить ассортимент премиальных позиций в ресторанах с высоким LTV.
5. **Мониторинг среднего чека:**
 - Внедрить акции для увеличения чека (например, «Бесплатная доставка при заказе от 1500 руб.»).

Заключение:

Сервис демонстрирует потенциал роста, но требует усиления работы с удержанием пользователей и стабилизации DAU. Фокус на повышение конверсии и развитие партнерств с топовыми ресторанами поможет увеличить LTV и общую прибыльность.