



Поиск точек роста в продукте с помощью аналитики

на примере Избранных продавцов

Иван Жучков

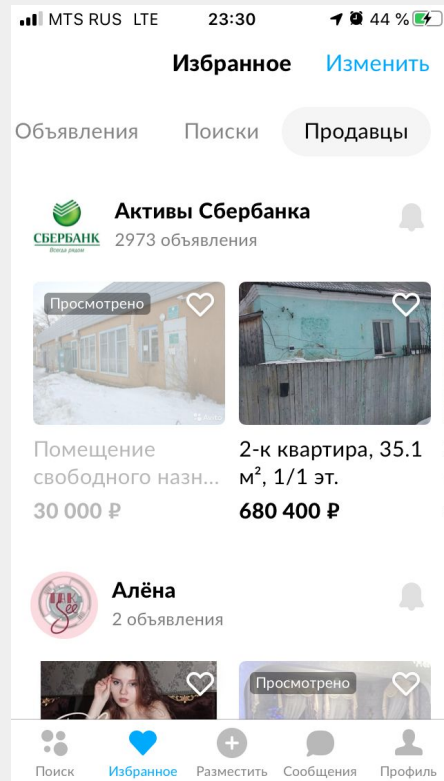
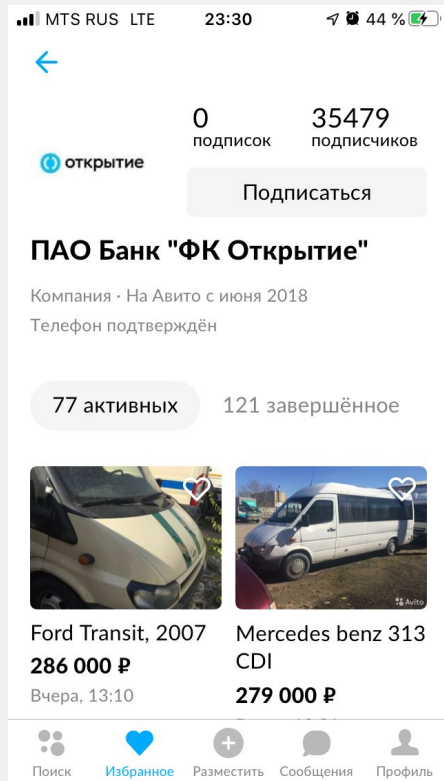
Старший аналитик

Авито T&S

План

- Немного о продукте
- Стартовые метрики и первые проблемы с ними
- Рекомендации продавцов
- Продуктовая воронка и инициативы из нее
- Применение анализа поведения пользователей
- Сравнительная ценность подписок на продавцов
- Итоговый рост метрик продукта

Избранные продавцы

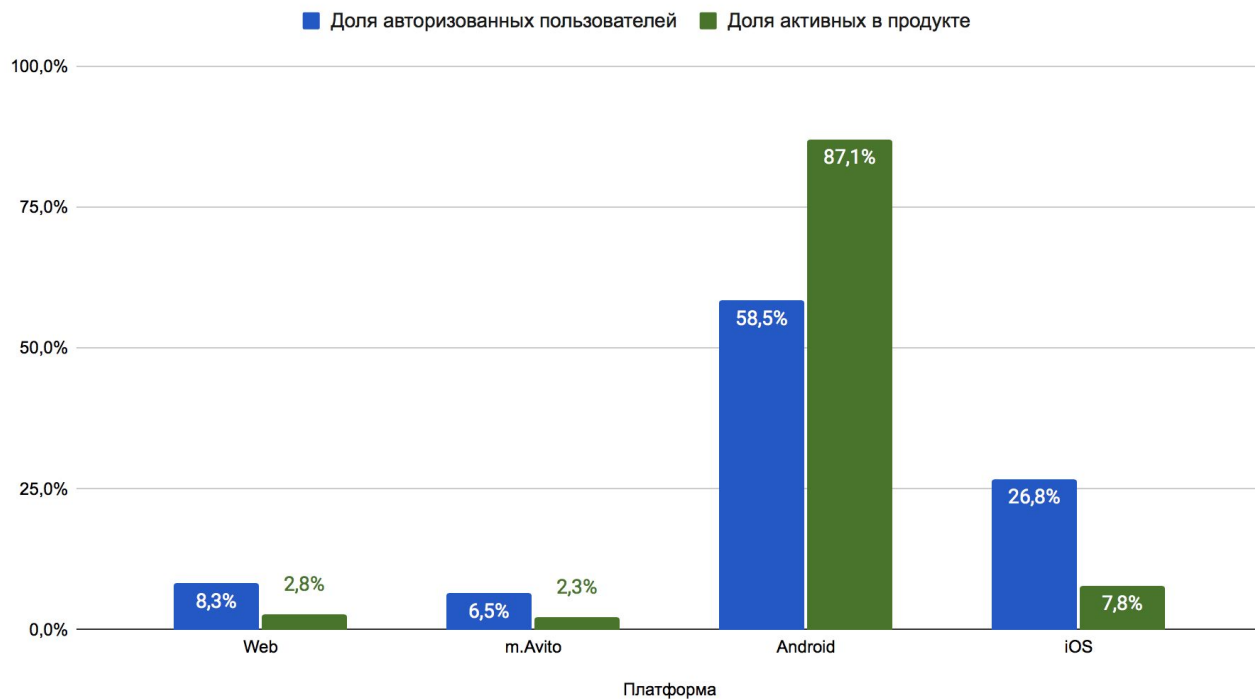


Метрики продукта

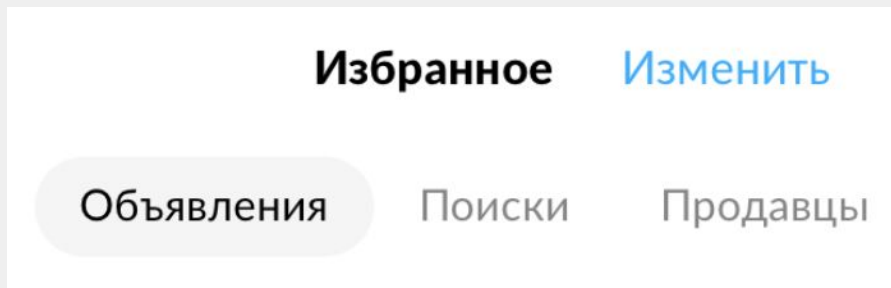
- Количество подписчиков и продавцов
- Общее количество связей (подписок)
- Количество подписок и отписок за сутки (+чистый прирост)
- Количество активных пользователей продукта (заходы во вкладку Продавцы при наличии подписок) за сутки (DAU) и неделю (WAU)

Некорректное логирование

Распределение по платформам авторизованных пользователей и пользователей в продукте



Корректировка логирования



- Замена логики события открытия вкладки Продавцы с backend на frontend
- Создание контрольных клиентских аналогов событий

Рекомендации подписок

Подпишитесь на интересных вам продавцов

ПАО Банк "ФК Открытие"

20307 подписчиков



Экскаватор одноковшовый
погрузчик универсальный
836 000 руб.



Ford Fusion, 2007
134 000 руб.



Камаз 65115
527 000 руб.



NJ1080DA
142 000 р.

ПАО Банк "ФК Открытие"

12798 подписчиков



Porsche Cayenne Turbo, 2005
306 400 руб.



Volkswagen Touareg, 2005
276 000 руб.



Great Wall Hover H5, 2013
360 000 руб.

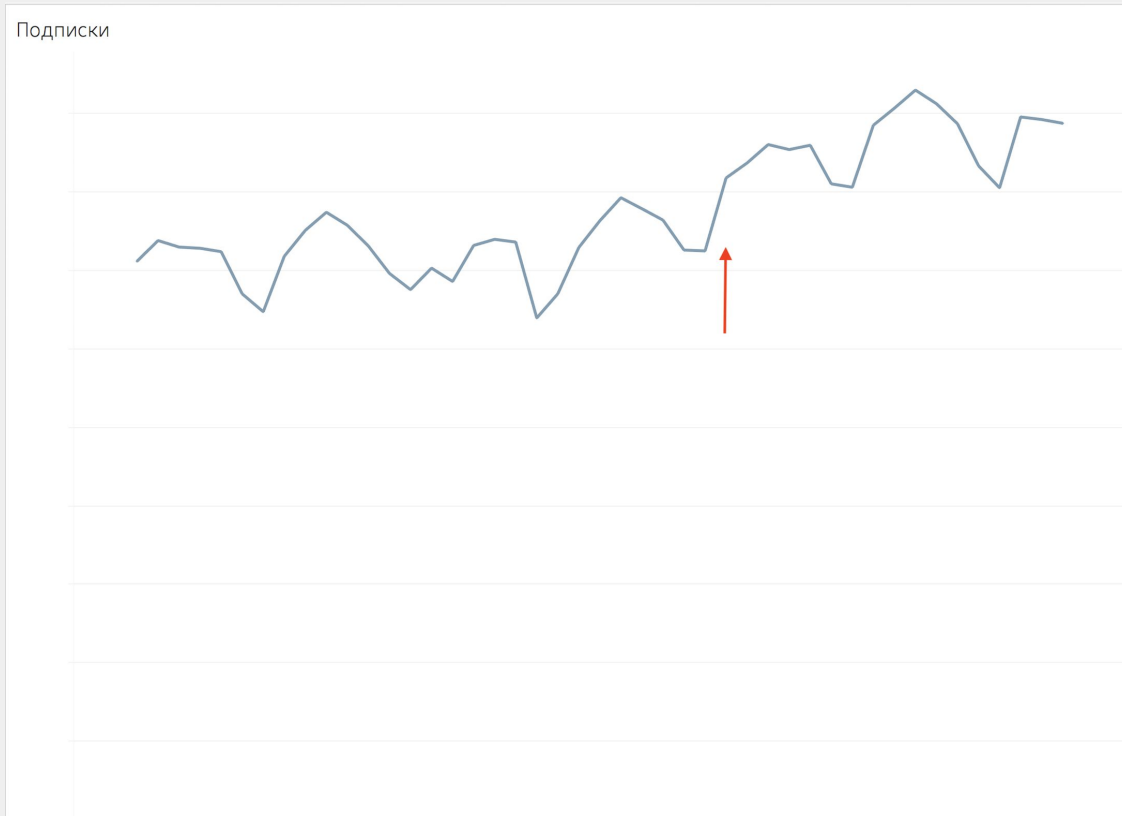


Suzuki Kiz
440 100 р.

Алгоритмы рекомендаций:

- История контактов и добавлений в избранное
- История положительных отзывов пользователя
- Подписки пользователей, который подписаны на тех же продавцов (соседи)

Рекомендации подписок

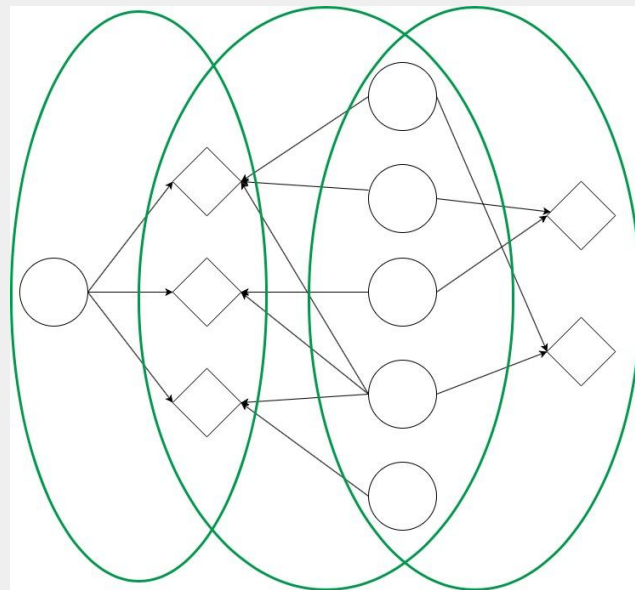
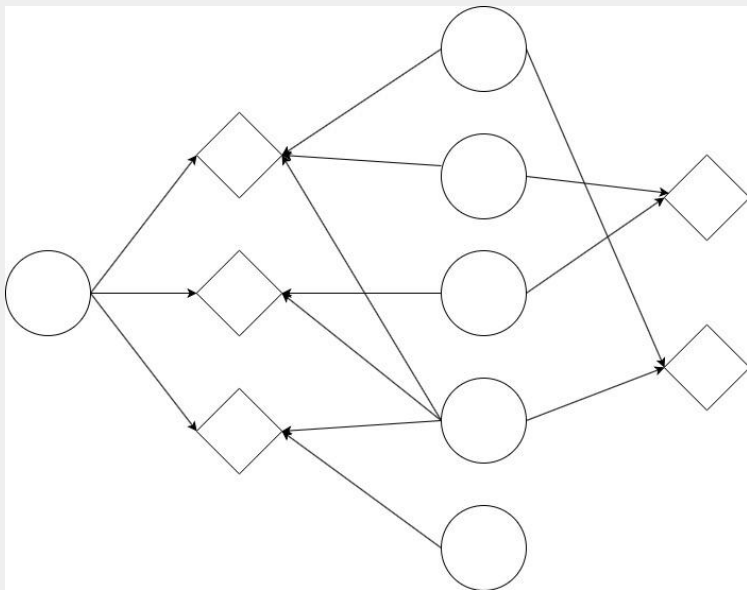


+20% подписок

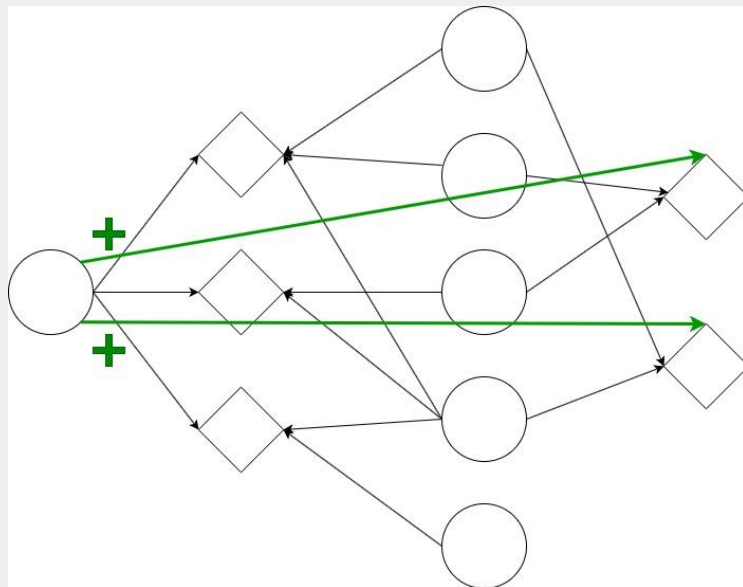
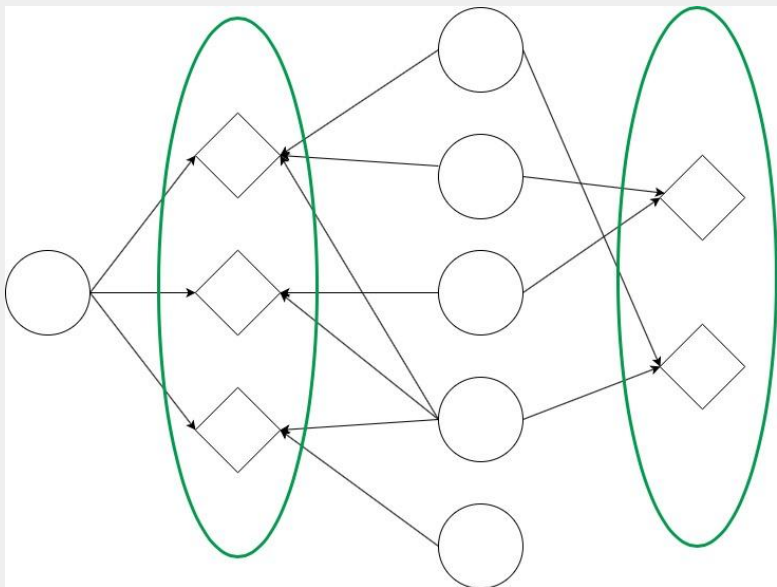
Каскадное решение рекомендаций



Проблема масштабирования



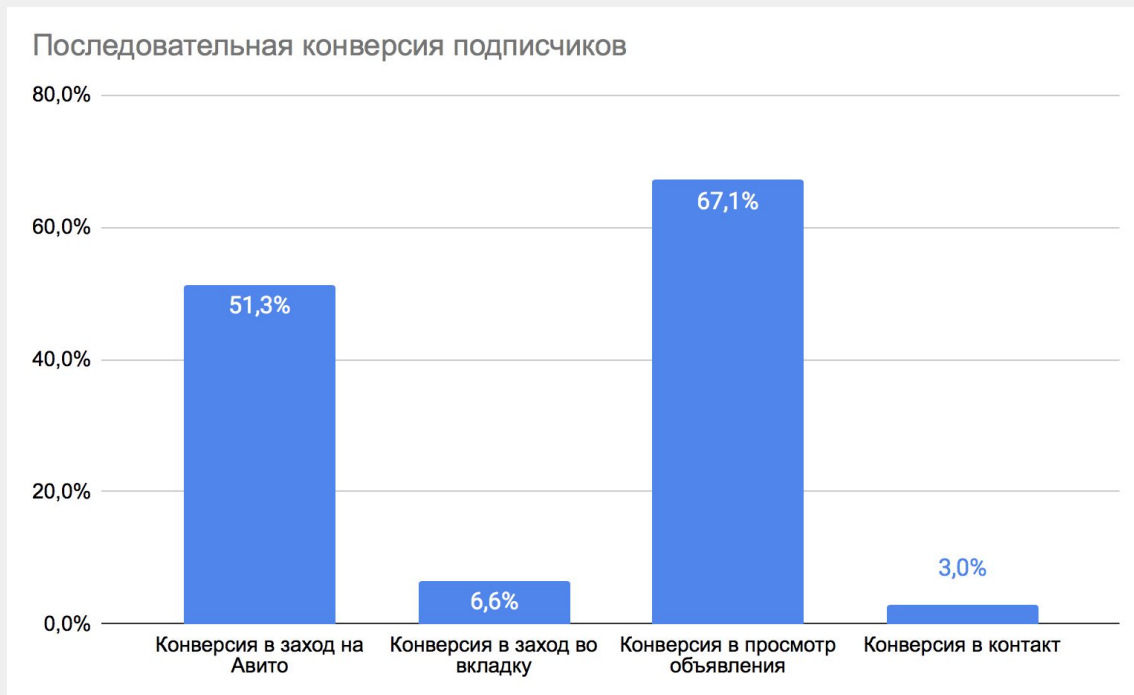
Решение



Низкая конверсия в активных пользователей

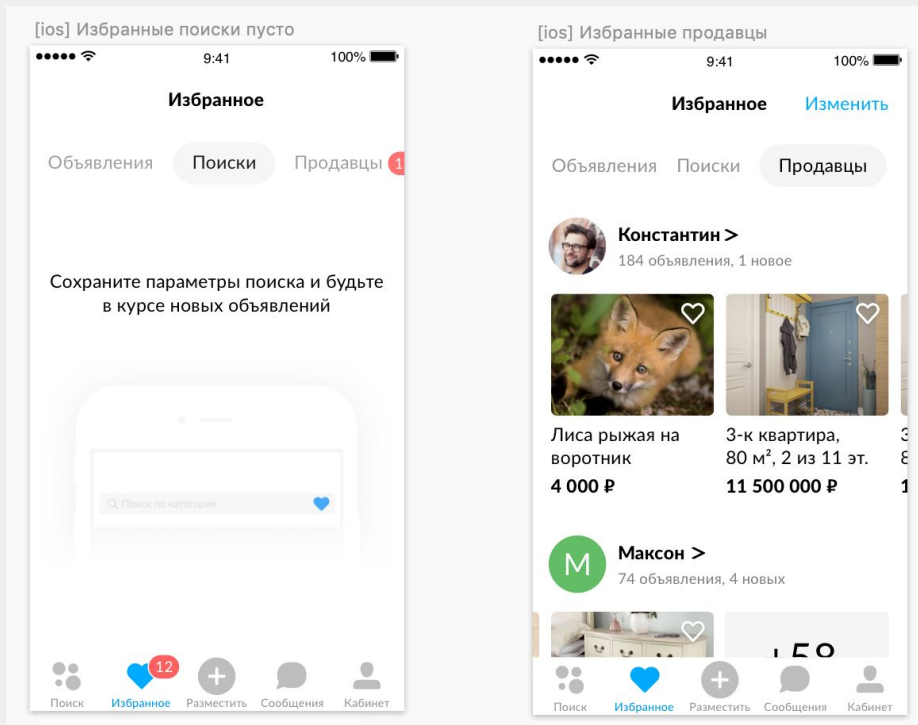
- Конверсия из всех подписчиков в DAU - 3%
- На каком этапе в продукте происходит резкое падение?

Воронка за сутки



- Пользователи на площадке, но во вкладку практически не заходят

Продуктовое решение



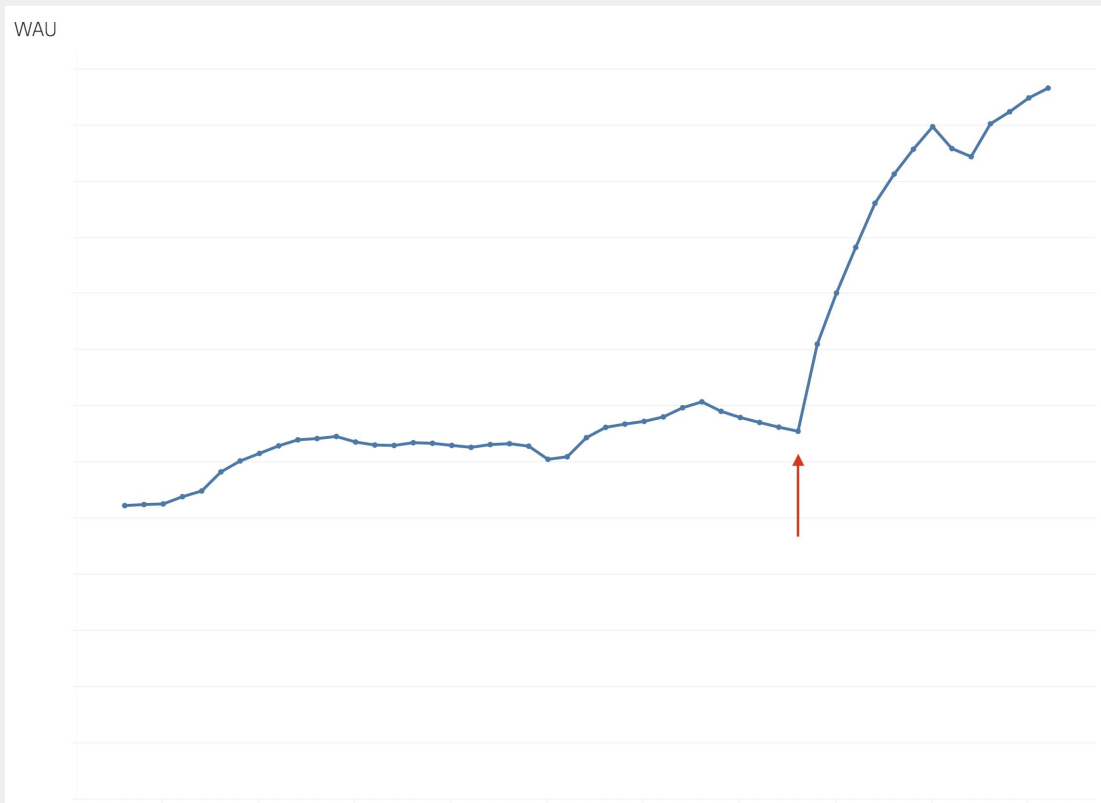
- Запуск уведомлений о новых объявлениях продавца в интерфейсе

Результаты

only_subscribed_notifications vs. control_one iOS Period AB	i0	daily_active_authorized_user	①	0,6%	3σ	0,5%
	i3	favouriteseller_activities	①	10,4%	23σ	84,3%
		user_favouriteseller_activity	①	4,4%	65σ	107,2%
		user_favouriteseller_add	①	7,1%	5σ	9,7%
		user_favouriteseller_delete	①	10,7%	20σ	72,4%
		user_favouriteseller_notificatio..	①	16,9%	12σ	66,4%
		user_favouriteseller_page_open	①	4,8%	70σ	134,3%
	i4	user_iv_fav_list	①	1,9%	3σ	1,5%
		fav_list_iv_per_fav_list	①	2,0%	4σ	-1,9%
		favlist	①	2,9%	3σ	2,5%
		favouriteseller_adds	①	11,4%	7σ	21,8%
		favouriteseller_deletes	①	18,7%	15σ	109,2%
		favouriteseller_notifications_of..	①	34,2%	7σ	84,6%
		favouriteseller_page_opens	①	11,8%	22σ	96,5%
		user_saved_searches_list_view	①	2,9%	4σ	3,2%

- Посещаемость вкладки Продавцы (DAU) увеличилась на 130%, также увеличились все продуктовые метрики, в том числе чистый прирост подписок

Результаты



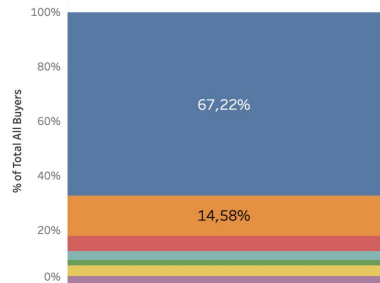
Увеличение количества подписок из рекомендаций

- Конверсия из захода во вкладку Продавцы в подписку через рекомендации продавцов - 5%
- Рекомендации находятся внизу списка избранных продавцов
- Как меняется распределение по числу подписок в зависимости от того, до какого этапа воронки доходит подписчик?

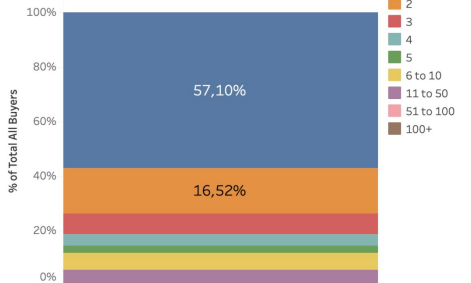
Распределение пользователей по числу подписчиков в воронке

Распределение подписчиков

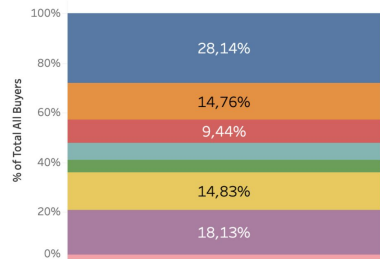
Среди всех



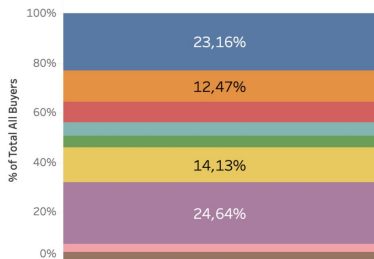
Среди тех, кто был на платформе



Среди тех, кто зашел во вкладку или в пуш

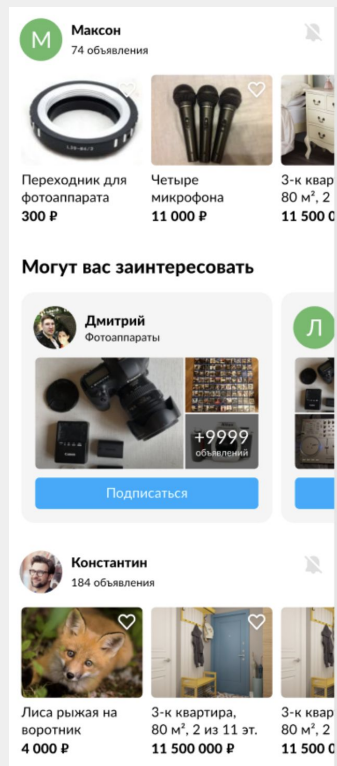


Среди тех, кто сделал контакт после вкладки или пуша



Среди тех, кто заходит во вкладку Продавцы (точка рекомендаций) доля подписчиков с 5+ подписками вырастает 7 раз по сравнению с долей среди всех подписчиков (40%)

Продуктовое решение



Groups	Breakdown	Imp.	Metric	MDE	T	Lift
new_position vs. co..		i4	favouriteseller_adds	① 4,2%	4σ	4,6%
new_position vs. control_two		i3	user_favouriteseller_add	① 2,8%	3σ	2,6%
iOS..			user_favouriteseller_delete	① 3,4%	3σ	3,2%
		i4	favouriteseller_adds	① 4,2%	4σ	5,1%

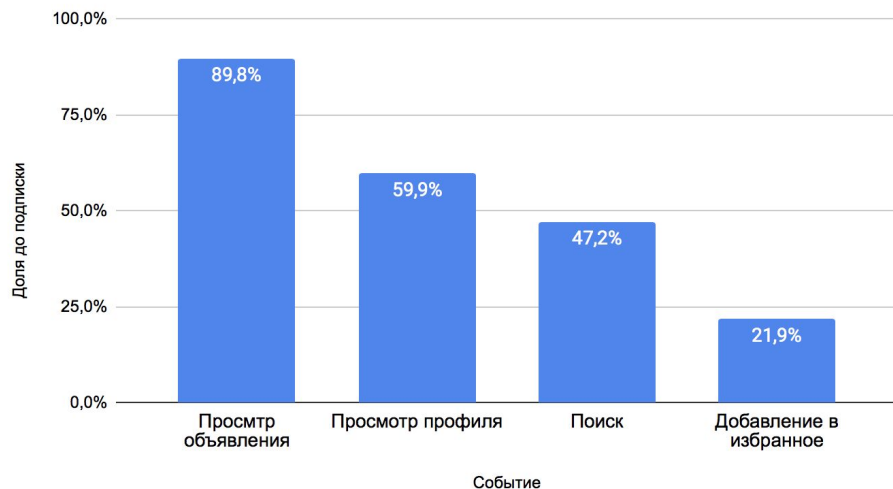
- Рост количества подписок из рекомендаций избранных продавцов на 20%

Поиск новой точки подписки

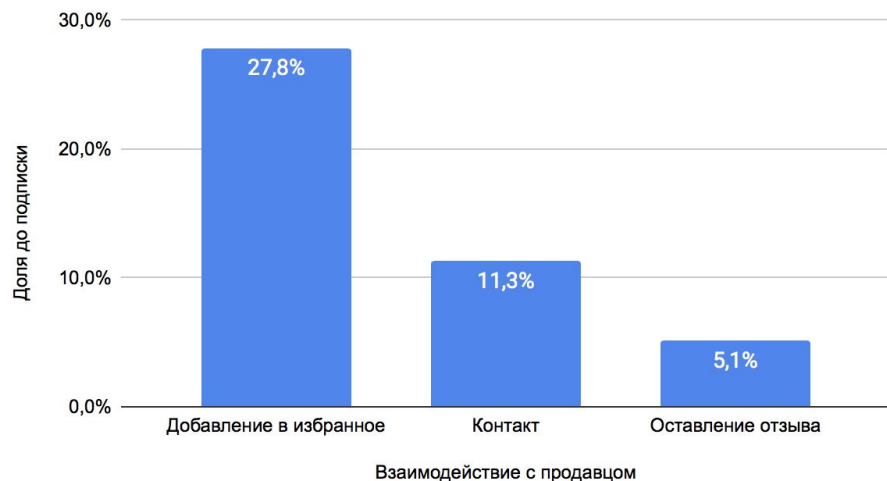
- Какие действия совершает пользователь перед подпиской на продавца?

Действия до подписки

Доли основных событий перед подпиской

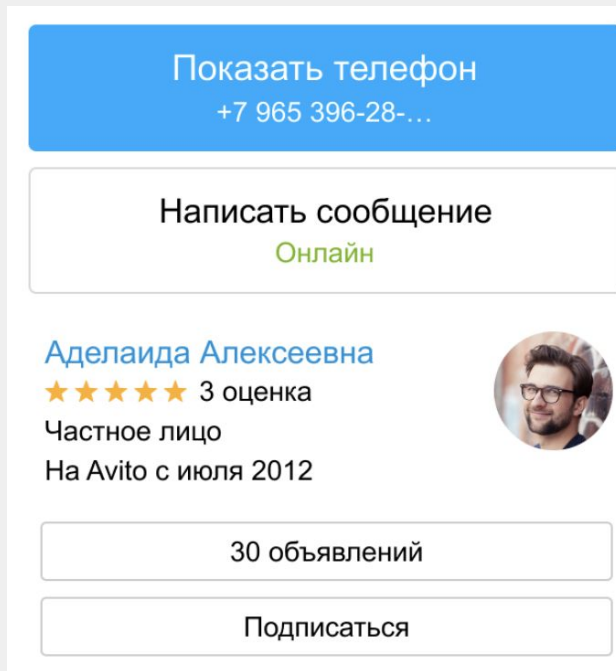


Взаимодействие с продавцом до подписки



- Почти всегда непосредственно перед подпиской пользователь смотрит объявления продавца
- Большое количество подписок после взаимодействия с продавцом

Продуктовое решение



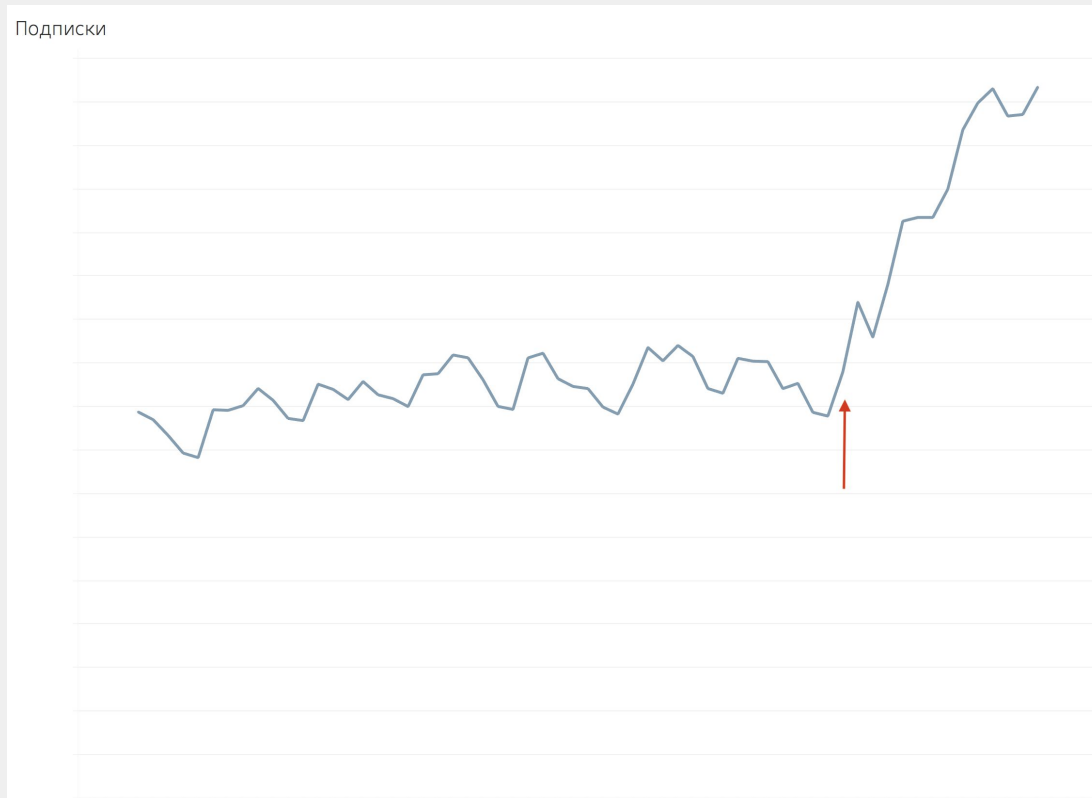
- Запуск кнопки подписки на продавца на карточке товара

Результаты

Groups	Breakdown	Imp.	Metric		MDE	T	Lift
test vs. control_one iOS Period AB	i3		iv_rec_i2i	①	2,9%	3σ	-2,5%
			user_favouriteseller_activity	①	4,5%	6σ	7,2%
			user_favouriteseller_add	①	6,7%	20σ	39,7%
			user_favouriteseller_delete	①	10,0%	21σ	68,7%
			user_favouriteseller_notificatio..	①	16,9%	6σ	28,0%
			user_iv_rec_i2i	①	1,3%	6σ	-1,9%
	i4		favouriteseller_adds	①	10,1%	12σ	36,5%
			favouriteseller_deletes	①	17,5%	9σ	52,6%
			favouriteseller_notifications_of..	①	31,4%	4σ	36,7%
			sess_iv_r_i2i	①	1,7%	5σ	-2,2%
			viewer_i2i_per_visitor	①	1,0%	8σ	-1,9%
	other		sess_iv_i2i_%_r_i2i	①	1,3%	7σ	-2,1%

- Рост подписок на продавцов на 37%

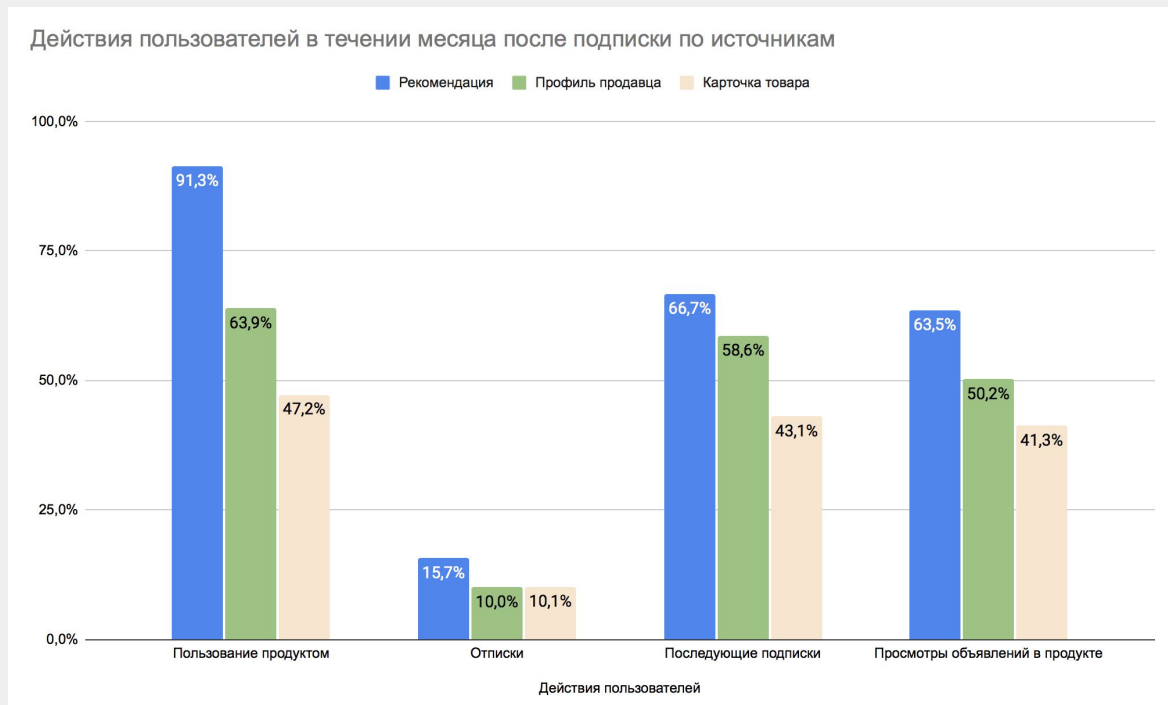
Результаты



Сравнительная ценность подписок

- Различается ли поведение пользователей в продукте в зависимости от точки подписки?
- Несет ли ценность подписка с карточки товара?

Действия после подписки

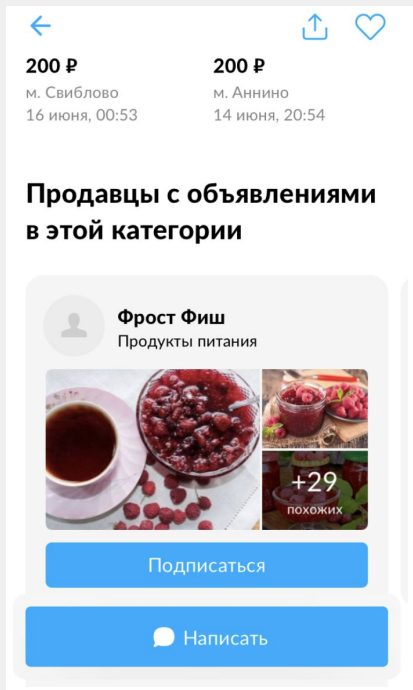


- Подписка с карточки близка к эффективности других источников

Поиск новой точки подписки

- Если подписка с карточки товара эффективна, можно ли поместить рекомендации подписок также на карточку товара по аналогии с рекомендациями объявлений?

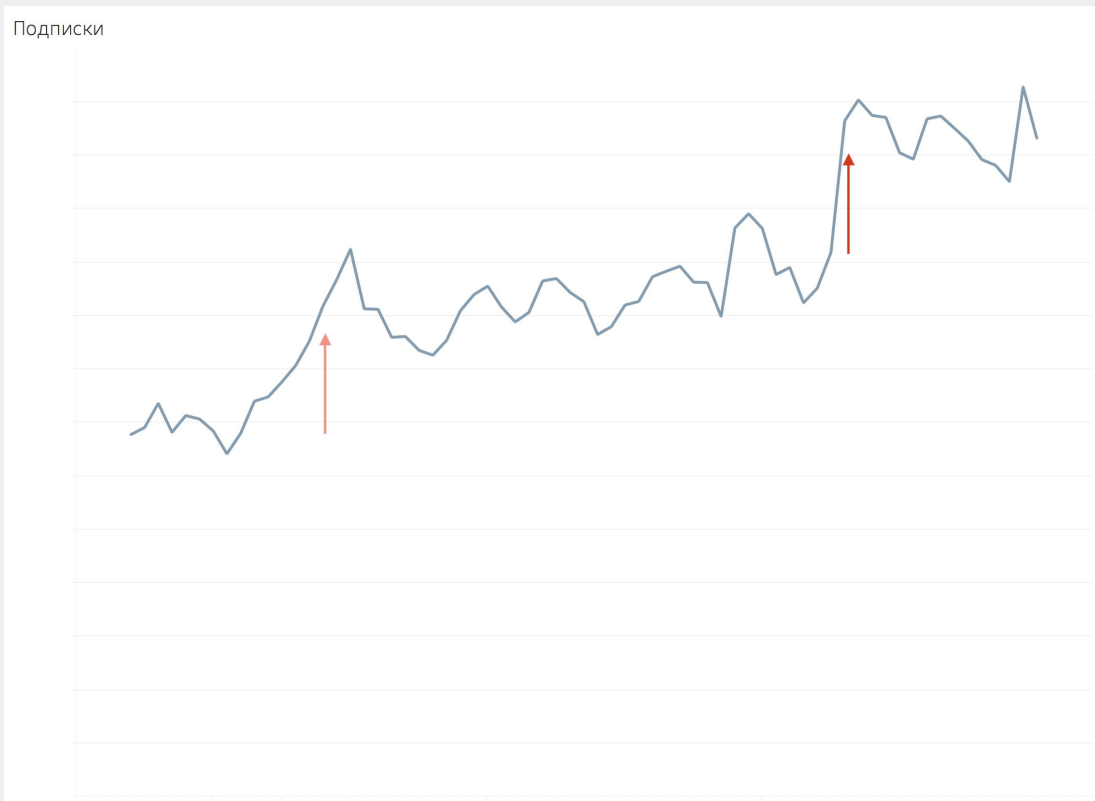
Продуктовое решение и результат



Groups	Breakdown	Imp.	Metric	MDE	T	Lift
sellers_last_position		i0	user_fatal_app_errors	6,0%	12σ	19,9%
vs. no_sellers		i1	user_fatal_error_per_user	6,0%	12σ	19,8%
Android		i2	btc_rec_i2i	1,8%	3σ	-1,5%
Period AB		i3	favouriteseller_activities	3,4%	11σ	9,9%
			iv_rec	0,9%	4σ	-1,0%
			iv_rec_i2i	1,5%	16σ	-5,8%
			rec_block_i2i_btc	1,6%	3σ	-1,4%
			rec_block_iv	0,9%	5σ	-1,2%
			rec_block_iv_per_rec	0,5%	8σ	-1,1%
			sess_c_i2i_per_i2i	2,1%	3σ	-1,7%
			user_favouriteseller_activity	1,8%	14σ	6,7%
			user_favouriteseller_add	3,1%	30σ	25,2%
			user_favouriteseller_delete	6,3%	12σ	21,0%
			user_favouriteseller_notificatio..	7,1%	7σ	12,8%
			user_favouriteseller_page_open	2,1%	4σ	2,1%
			user_iv_rec_i2i	0,8%	9σ	-1,8%
		i4	favouriteseller_adds	5,7%	27σ	45,3%
			favouriteseller_deletes	10,3%	8σ	24,2%
			favouriteseller_notifications_of..	11,9%	3σ	11,7%
			favouriteseller_page_opens	3,7%	4σ	4,2%
			iv_rec_per_recblock	0,5%	6σ	-0,9%
			user_iv_rec_i2i_vas	2,6%	6σ	-4,0%
			viewer_i2i_per_visitor	0,7%	10σ	-1,9%

- Рост подписок на 45%

Результат



Итоговый рост метрик продукта

- Количество подписчиков и продавцов - в 6 раз
- Количество связей (подписок) - в 17 раз
- Чистый ежедневный прирост подписок - в 7 раз
- Количество активных пользователей продукта в неделю - в 9 раз
- Формирование нового стрима ликвидности для продавцов

Вопросы