

Оглавление

Основные выводы	2
Динамика выручки	3
Общая динамика выручки	3
Динамика выручки по длительности подписки	3
Динамика выручки по продуктам	4
Динамика выручки по странам	4
Динамика количества платежей	5
Общая динамика количества платежей	5
Динамика количества платежей по длительности подписки	5
Динамика количества платежей по продуктам	6
Динамика количества платежей по странам	6
Динамика среднего количества оплаченных периодов	7
Общая динамика среднего количества оплаченных периодов	7
Динамика среднего количества оплаченных периодов по продуктам	7
Динамика среднего количества оплаченных периодов по странам	8
Динамика средней цены подписки на месяц	9
Общая динамика средней цены подписки на месяц	9
Динамика средней цены подписки на месяц по длительности подписки	9
Динамика средней цены подписки на месяц по продуктам	10
Динамика средней цены подписки на месяц по странам	10
Динамика средней скидки от базовой цены за месяц	12
Общая динамика средней скидки от базовой цены за месяц	12
Динамика средней скидки от базовой цены за месяц по длительности подписки	12
Динамика средней скидки от базовой цены за месяц	13
Динамика средней скидки от базовой цены за месяц по странам	13
Динамика Retention подписчиков	14
Общая динамика Retention подписчиков	14
Динамика Retention подписчиков по продолжительности подписки	14
Динамика Retention подписчиков по продуктам	15
Динамика Retention подписчиков по странам	15
Динамика привлечения новых подписчиков	16
Общая динамика привлечения новых подписчиков	16
Динамика привлечения новых подписчиков по продолжительности подписки	16
Динамика привлечения новых подписчиков по продуктам	17
Динамика привлечения новых подписчиков по странам	17

Основные выводы

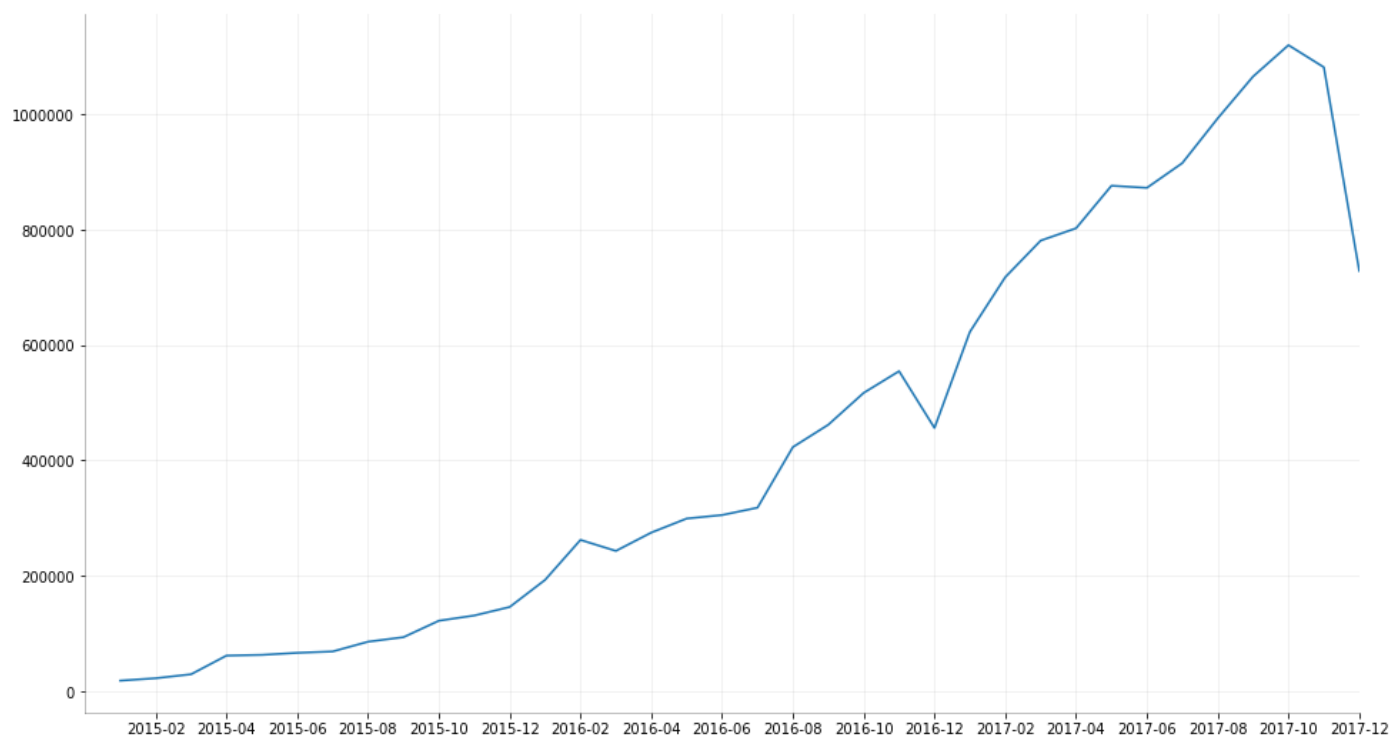
С октября 2017 началось резкое падение выручки, за 2 месяца она упала на 35%. Оно произошло в основном из-за снижения количества годовых подписок GURU и BUSINESS. Выручка снижается по всем странам, особенно сильно во Франции.

С августа по декабрь 2017 показатель Retention упал более чем на 6 процентных пунктов и достиг 81%, падение происходит во всех ценовых сегментах, и особенно в месячных подписках.

Общая динамика количества привлеченных пользователей положительная, однако привлечение снижается в среднем и высоком ценовом сегменте и при этом растет в низком. Количество новых подписчиков падает по всем странам, кроме Индии, где в декабре произошел резкий рост новых подписчиков по тарифу PRO.

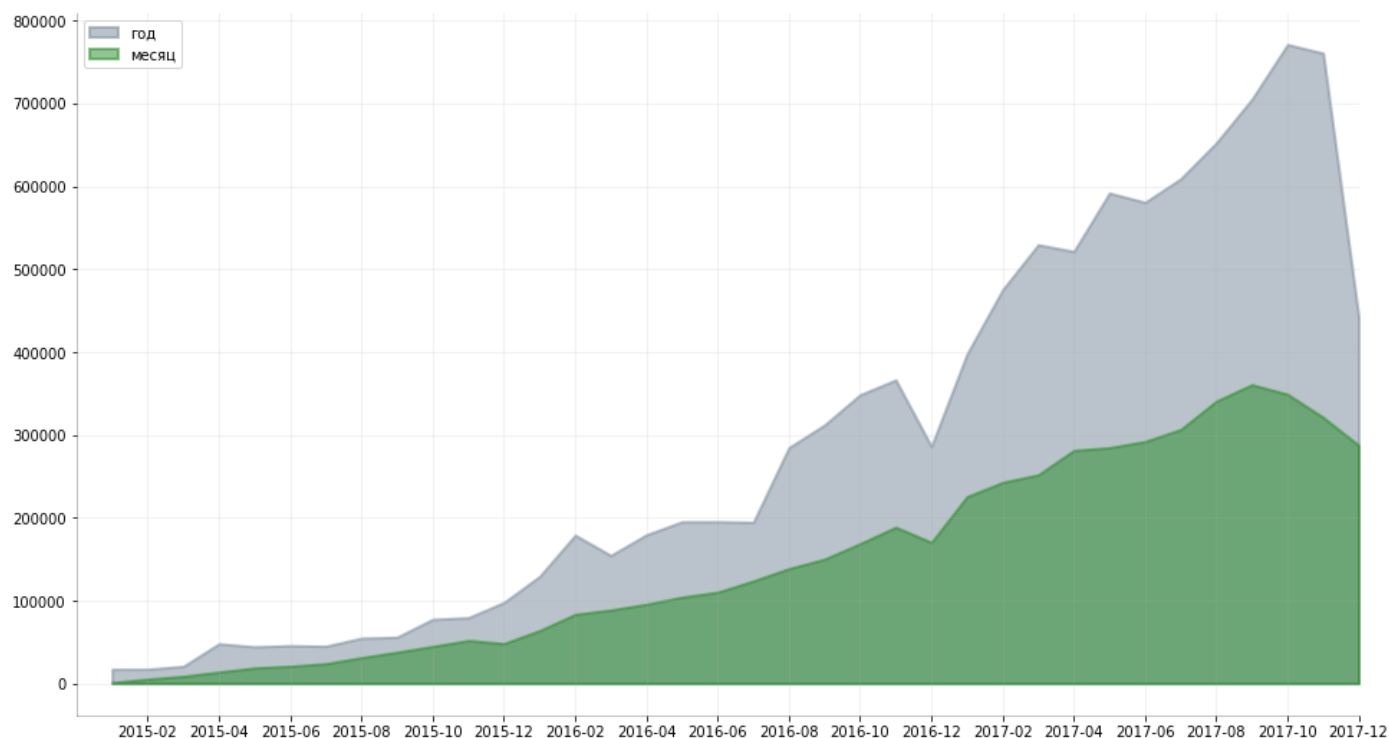
Динамика выручки

Общая динамика выручки



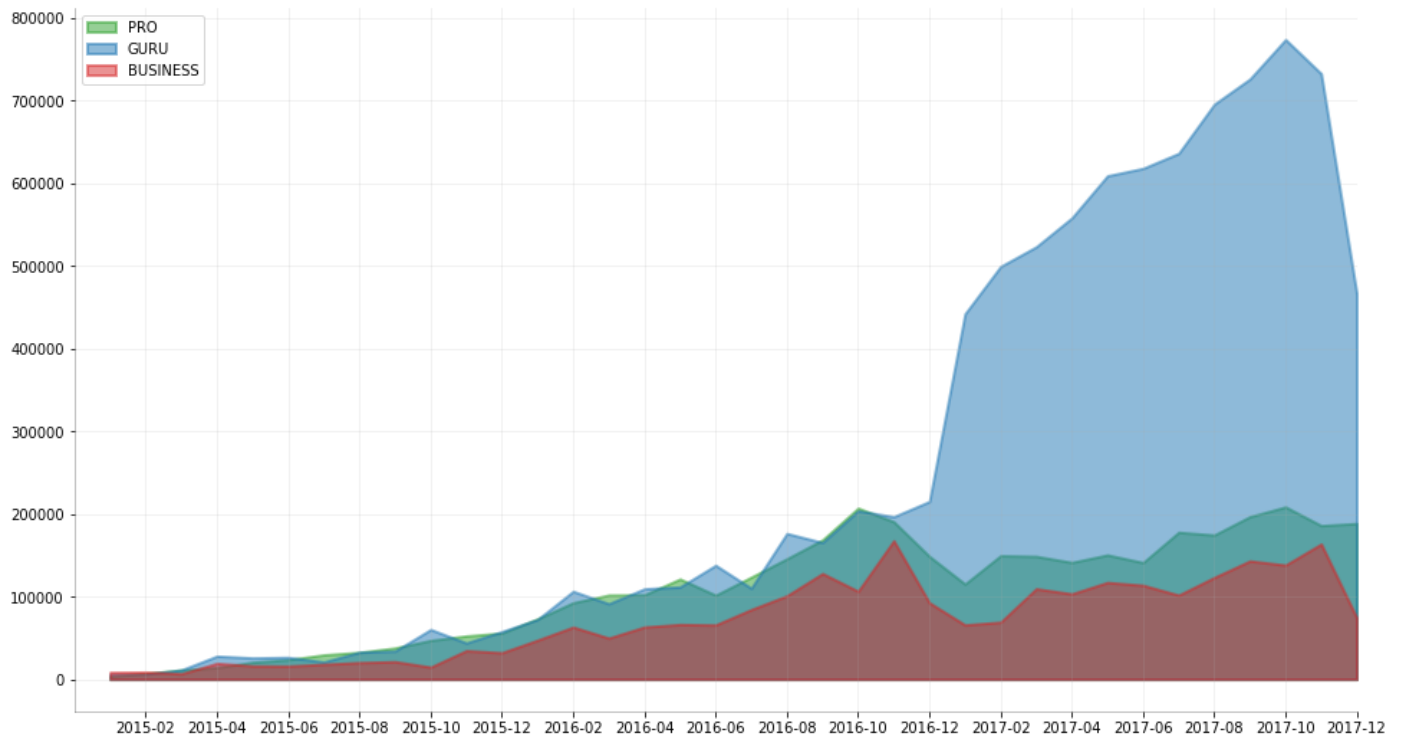
В целом по подписочному сервису с января 2015 и по октябрь 2017 наблюдался довольно стабильный рост выручки (за исключением значительного спада в декабре 2016). С ноября 2017 начался очень резкий спад выручки – за 2 месяца она упала на 35%.

Динамика выручки по длительности подписки



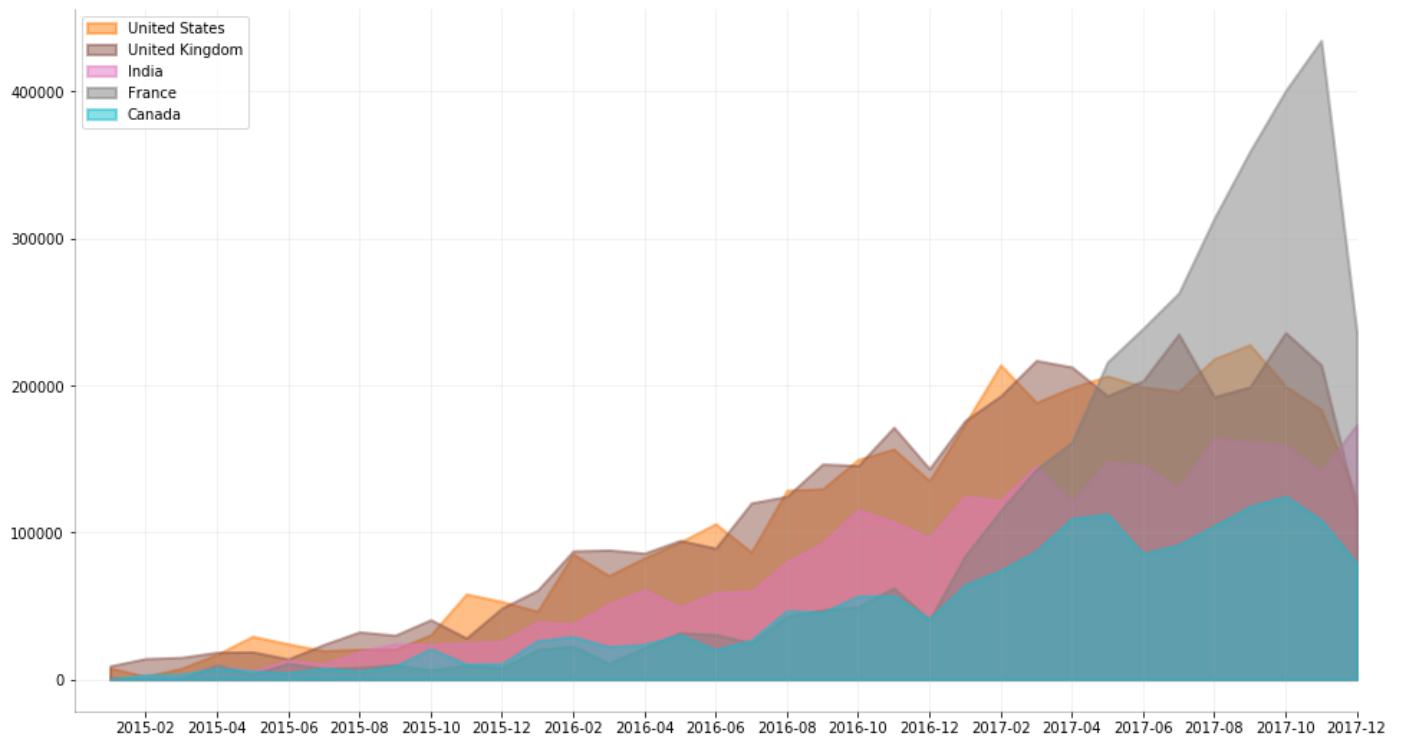
В разрезе по длительности подписки видно, что выручка подписочного сервиса росла в основном за счет годовых подписок. Падение выручки в декабре 2016 и в декабре 2017 произошло в основном за счет годовых подписок.

Динамика выручки по продуктам



В разрезе продуктов – наибольшую часть выручки приносит средний уровень подписки GURU. С ноября 2016 года до октября 2017 доля выручки по GURU выросла на 34 процентных пункта – с 35 до 69%.

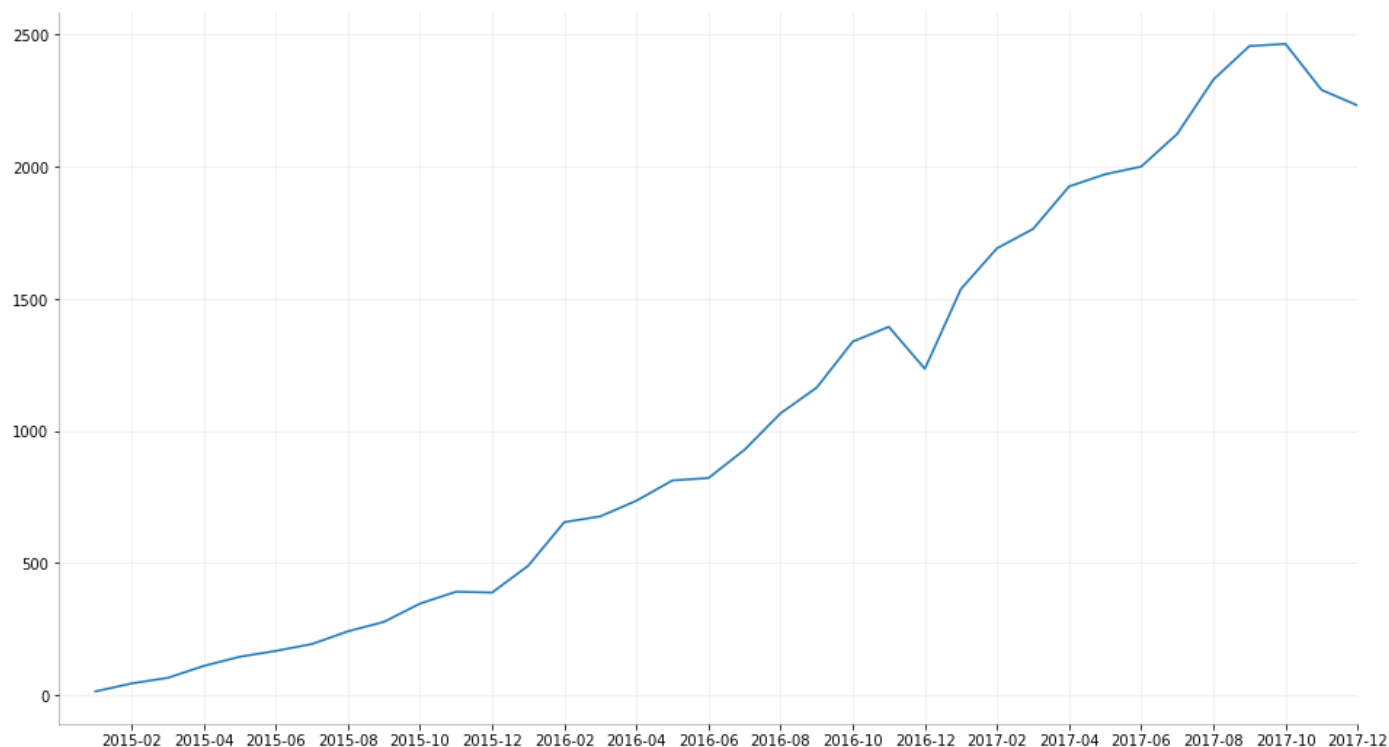
Динамика выручки по странам



В разрезе стран – наибольшую часть выручки на конец 2017 года приносит Франция, ее доля с декабря 2016 года до ноября 2017 выросла на 31 процентный пункт – с 9 до 40%. Но в декабре произошло значительное падение.

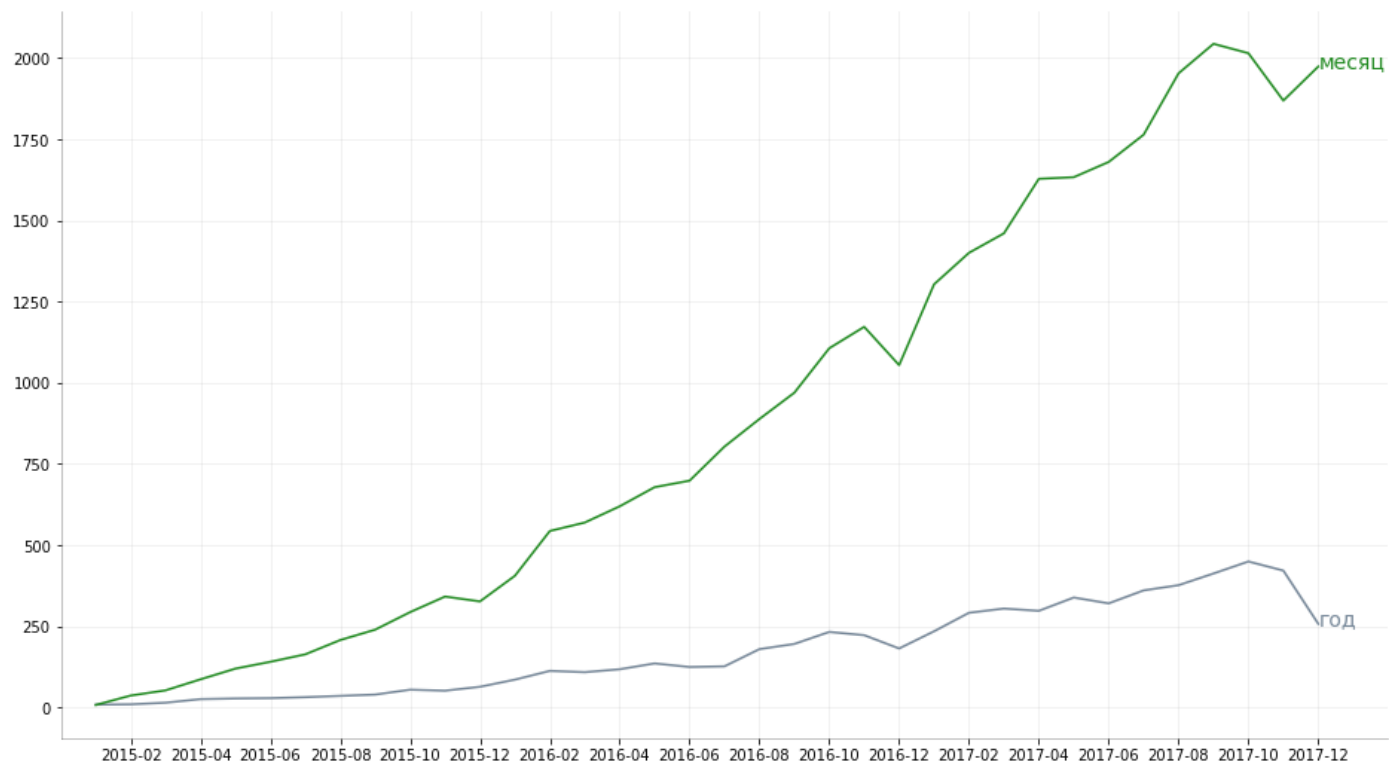
Динамика количества платежей

Общая динамика количества платежей



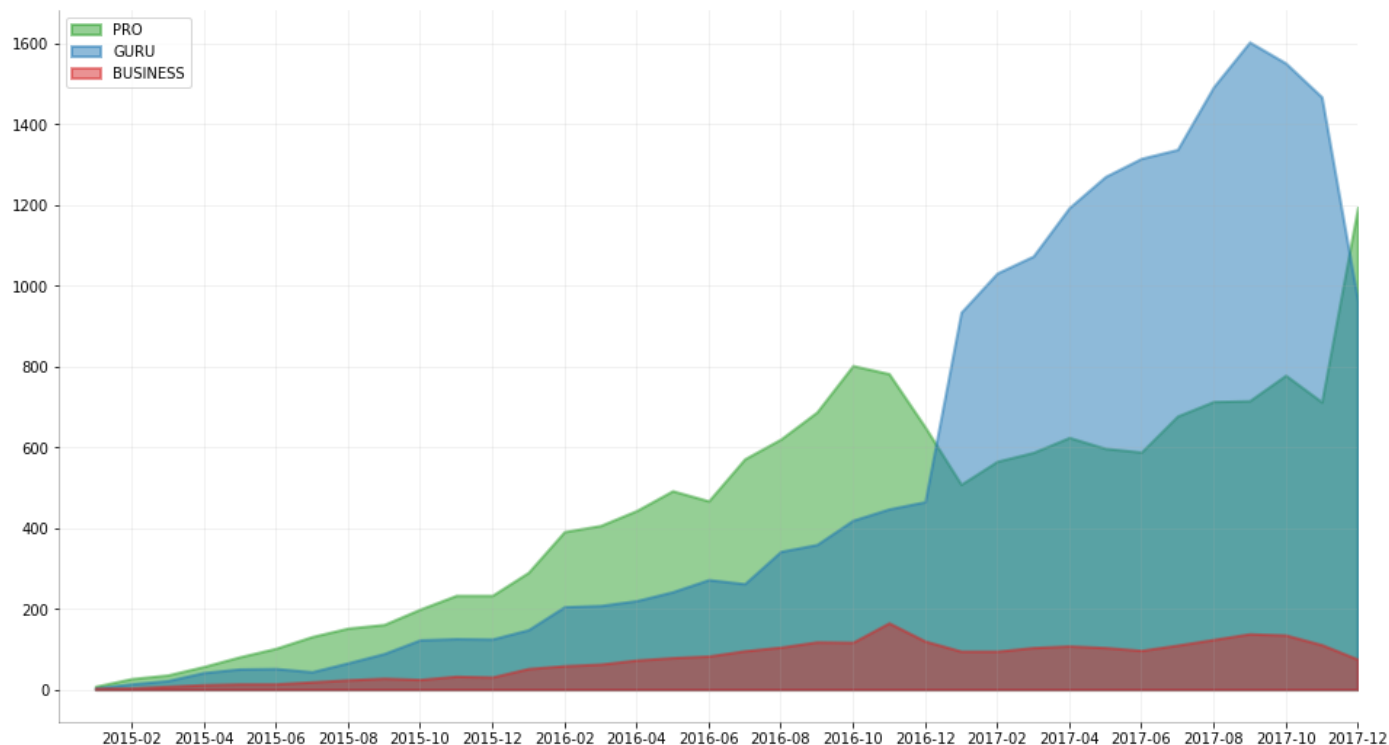
Общее количество платежей упало не так уж значительно, немногим больше прошлогоднего сезонного падения в декабре.

Динамика количества платежей по длительности подписки



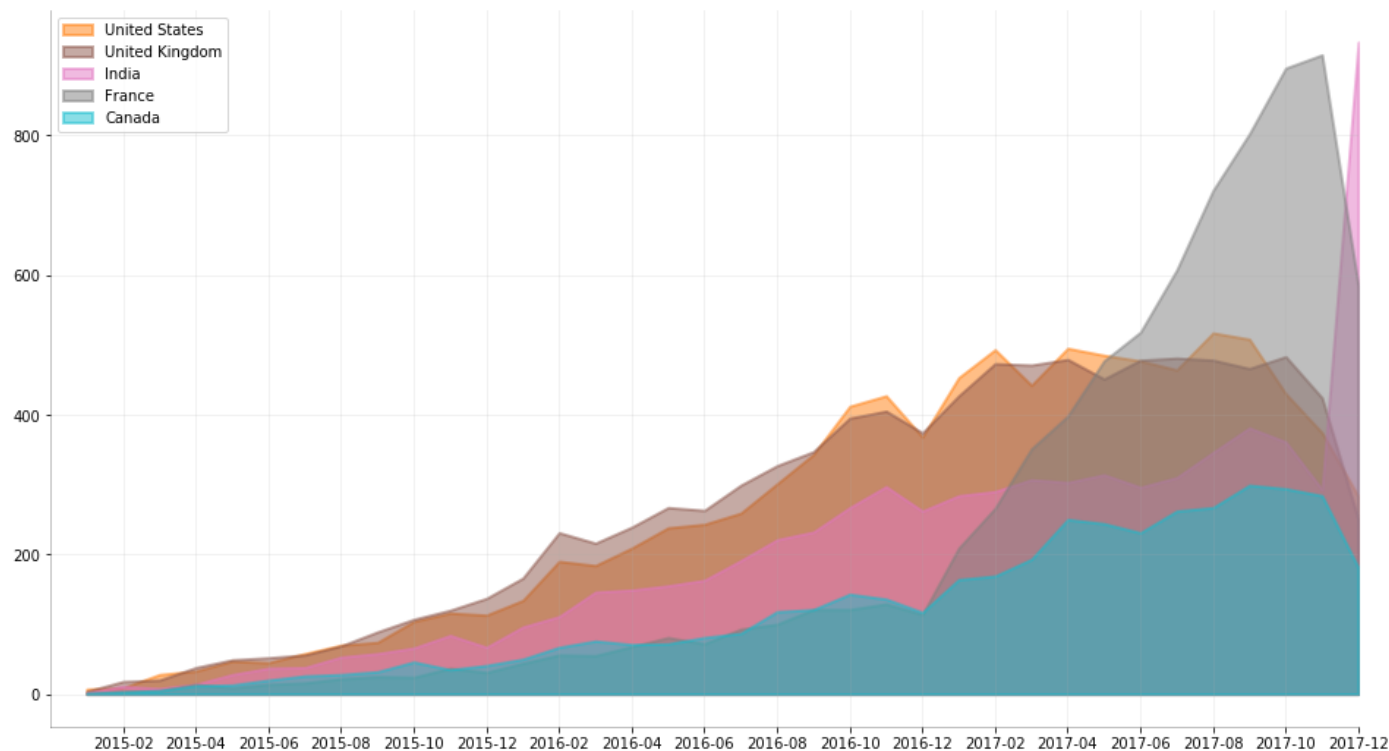
В разрезе по длительности подписки видно, что падение выручки произошло за счет падения количества платежей за годовую подписку, количество платежей за месячную подписку в декабре даже выросло.

Динамика количества платежей по продуктам



Динамика количества платежей в разрезе продуктов в основном совпадает с динамикой выручки по этим сегментам, но в конце года происходит резкое падение количества платежей по GURU и резкое увеличение по PRO.

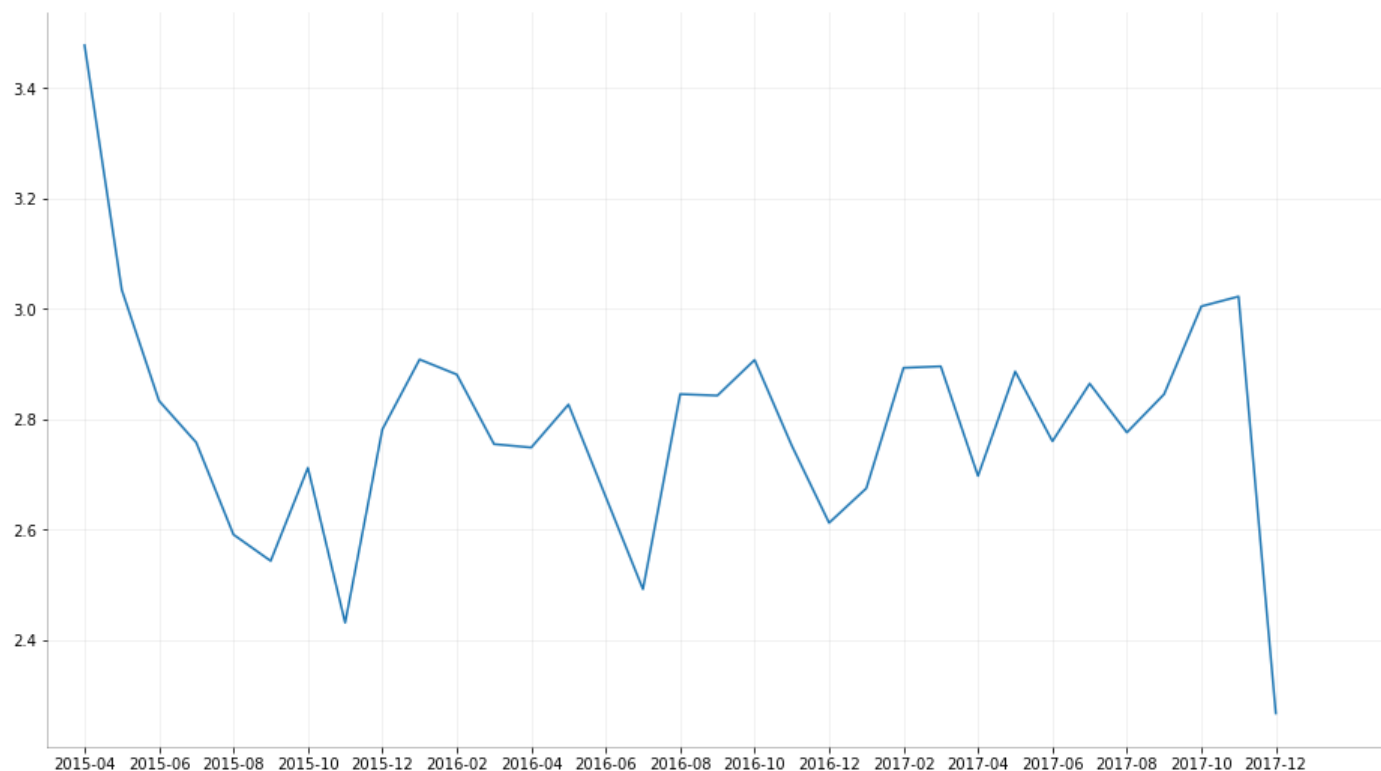
Динамика количества платежей по странам



В разрезе стран видно, что произошло падение количества платежей из США, Великобритании, Канады, Франции, но при этом резко выросло количество платежей из Индии.

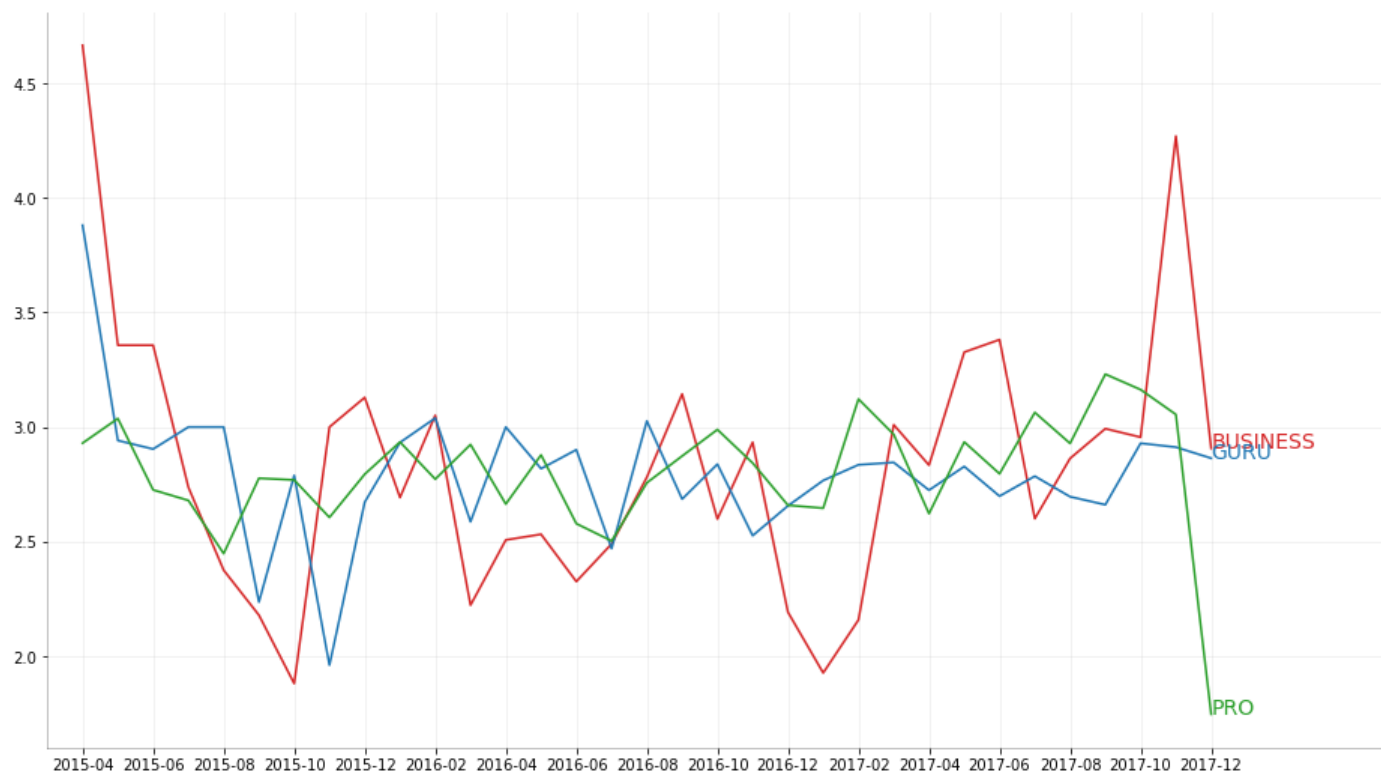
Динамика среднего количества оплаченных периодов

Общая динамика среднего количества оплаченных периодов



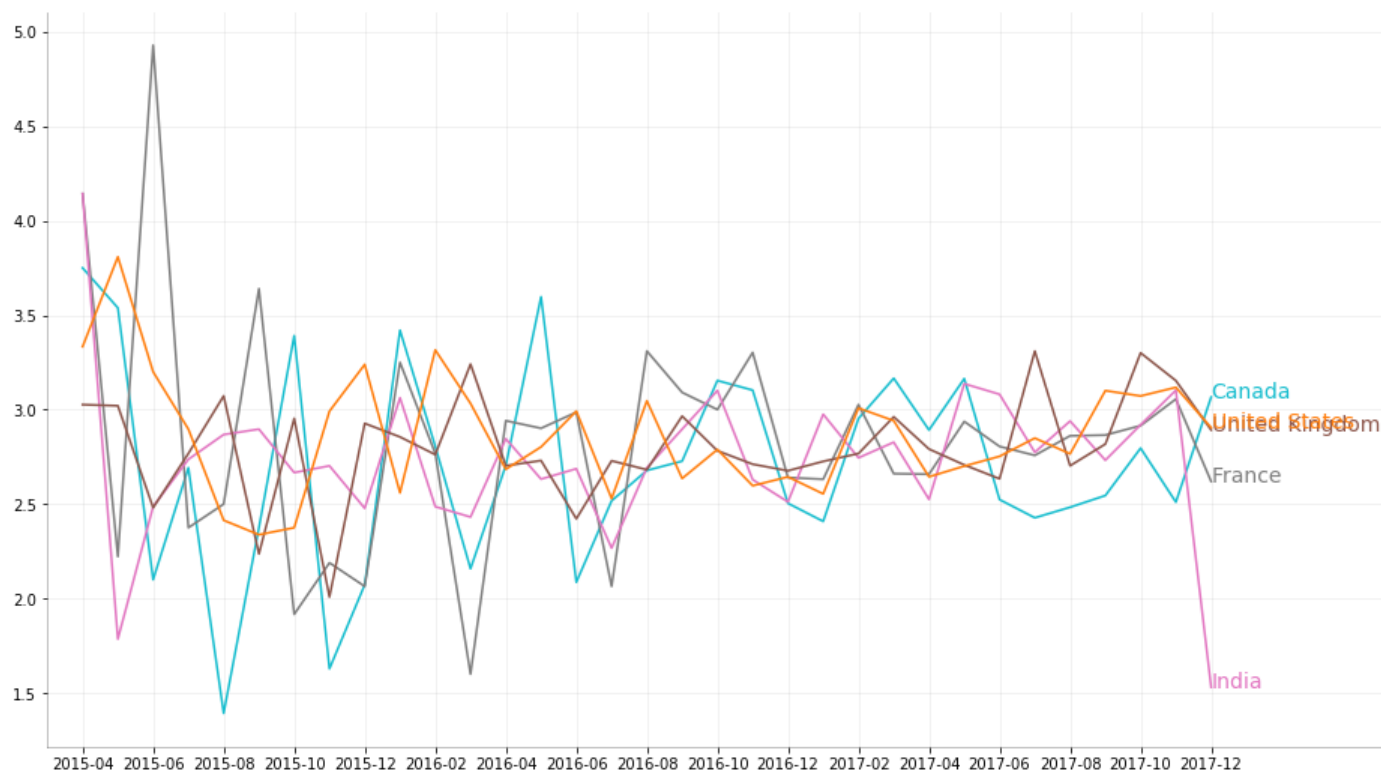
Среднее количество оплаченных периодов на пользователя в декабре резко упало и достигло минимума за весь период существования подписочного сервиса.

Динамика среднего количества оплаченных периодов по продуктам



В разбивке по продуктам видно, что среднее количество платежей упало в сегментах BUSINESS и PRO, а в GURU осталось примерно на том же уровне.

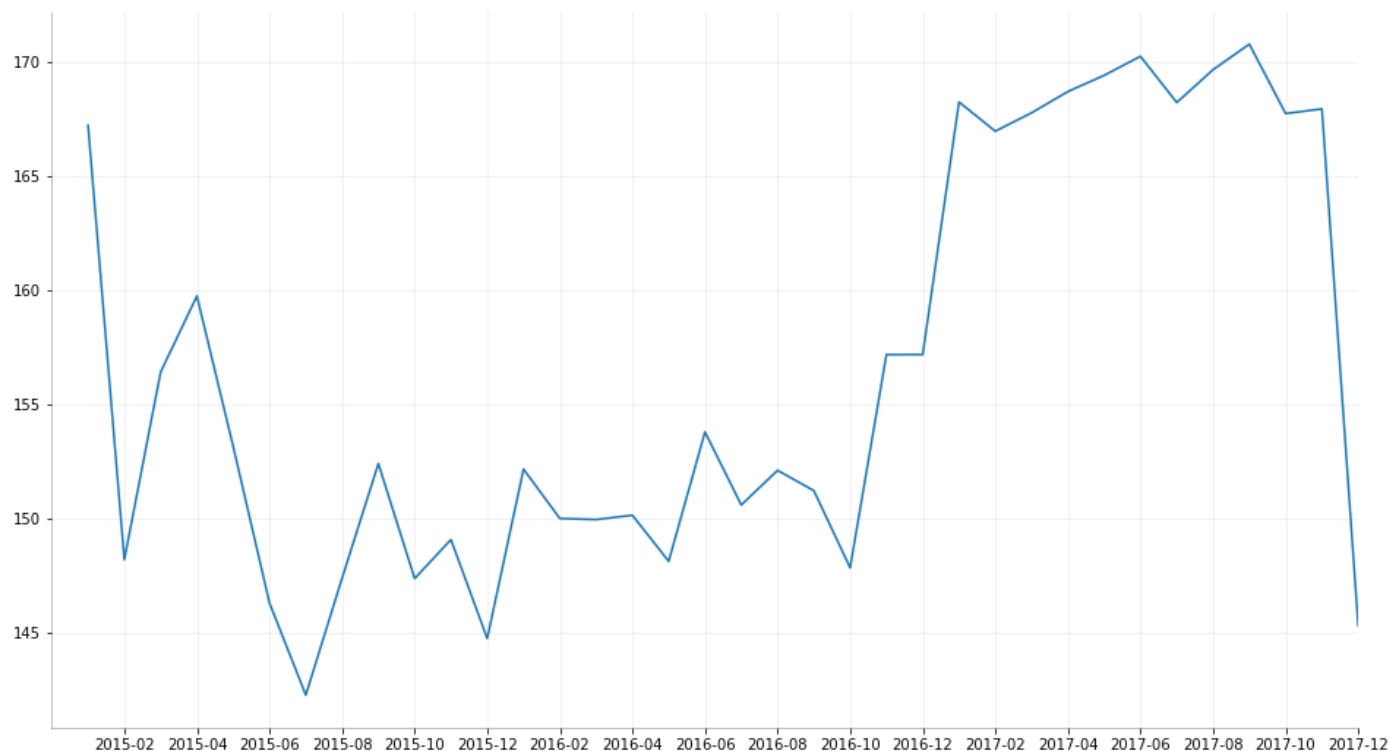
Динамика среднего количества оплаченных периодов по странам



В разбивке по странам видно, что в основном декабрьское падение среднего количества оплаченных периодов произошло за счет Индии.

Динамика средней цены подписки на месяц

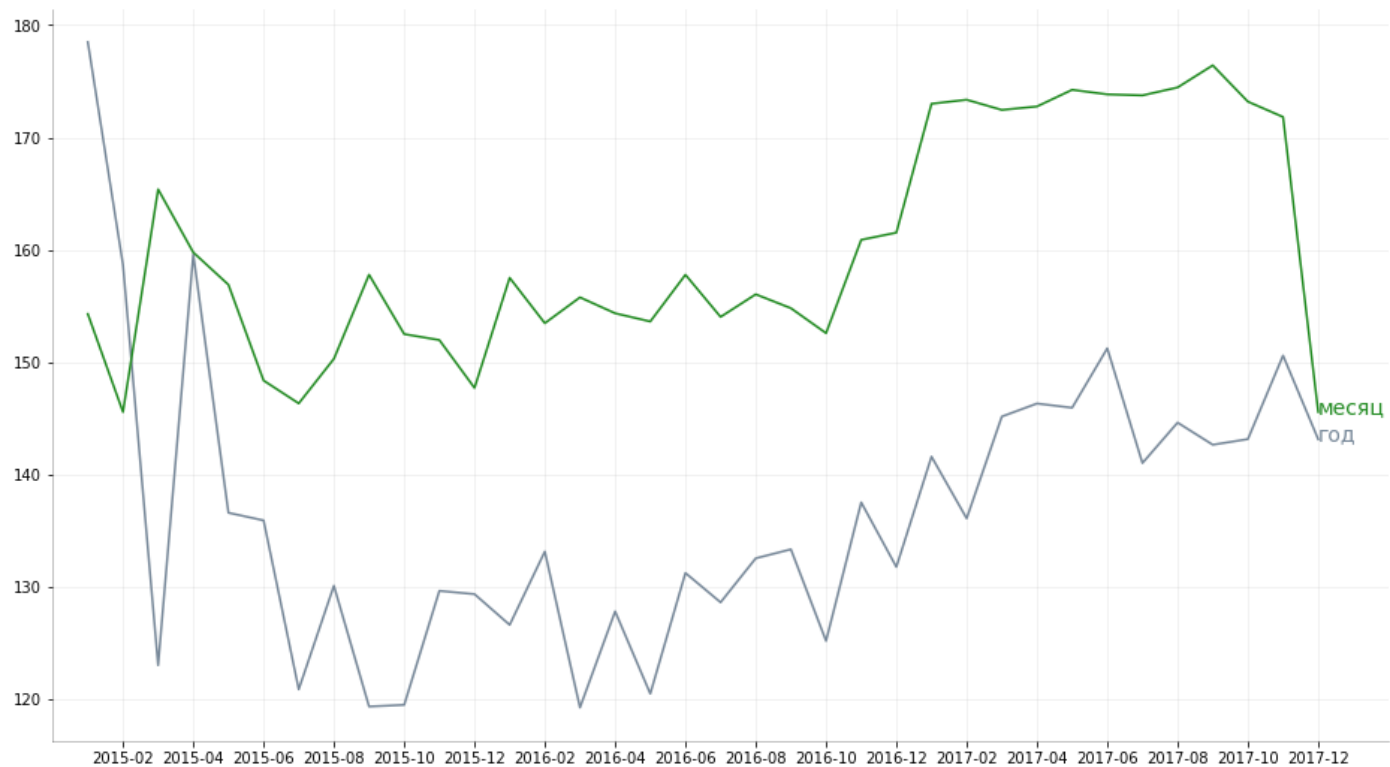
Общая динамика средней цены подписки на месяц



Средняя цена подписки за месяц также практически минимальна за весь период существования подписочного сервиса.

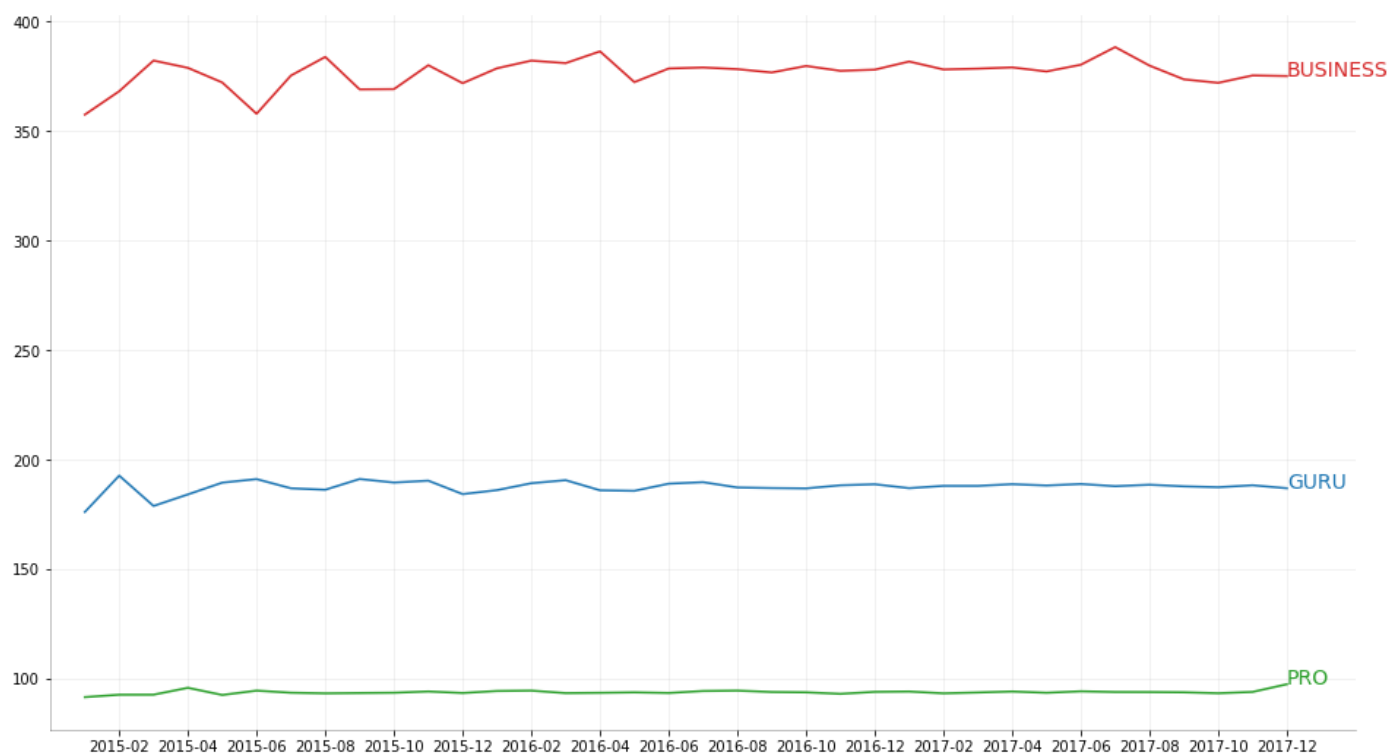
В данных есть 2 выброса – месячная подписка BUSINESS для userid 123321121 в декабре 2016 и декабре 2017 стоила 30 000 вместо 399,99. Эти две записи убраны из расчетов.

Динамика средней цены подписки на месяц по длительности подписки



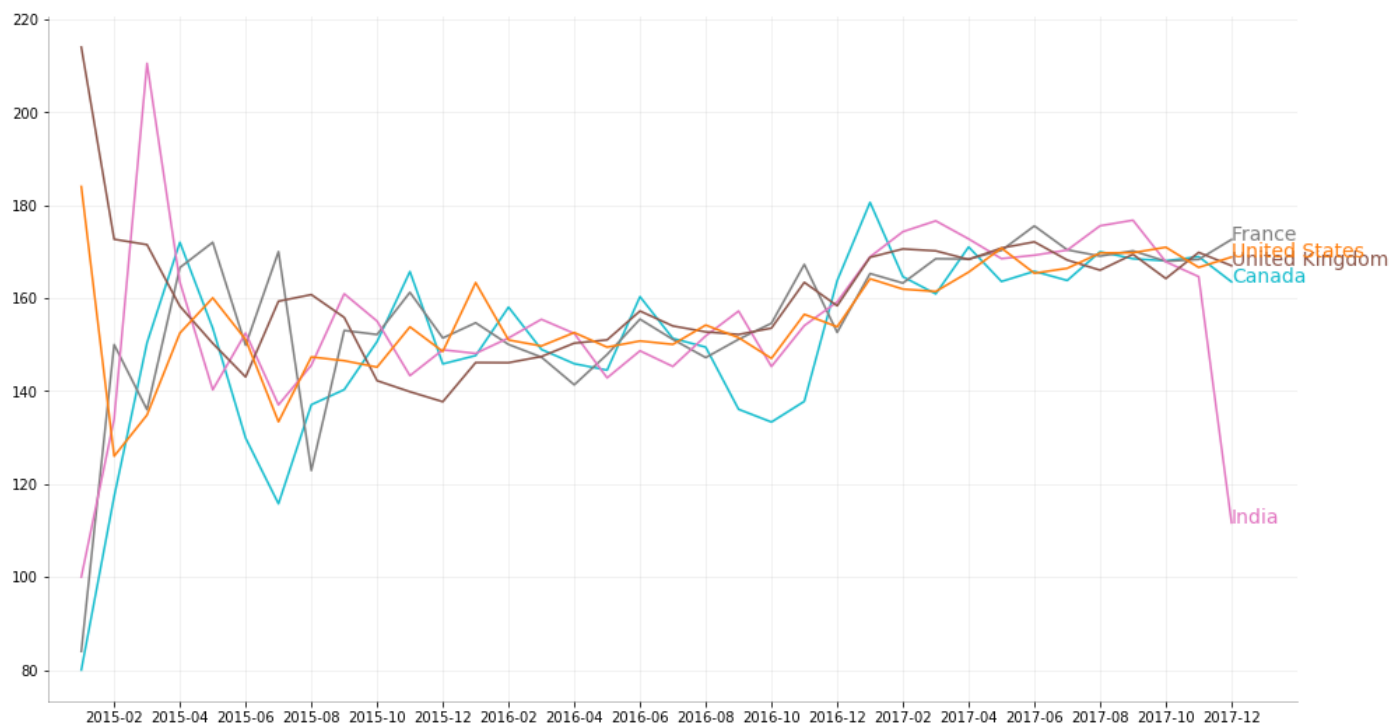
В разрезе по длительности подписки видно, что среди тех, кто подписывается на месяц, увеличилось количество пользователей, которые выбирают более бюджетный продукт.

Динамика средней цены подписки на месяц по продуктам



В разбивке по продуктам видно, что в рамках сегментов цена колеблется не сильно, максимальные изменения в сегменте BUSINESS.

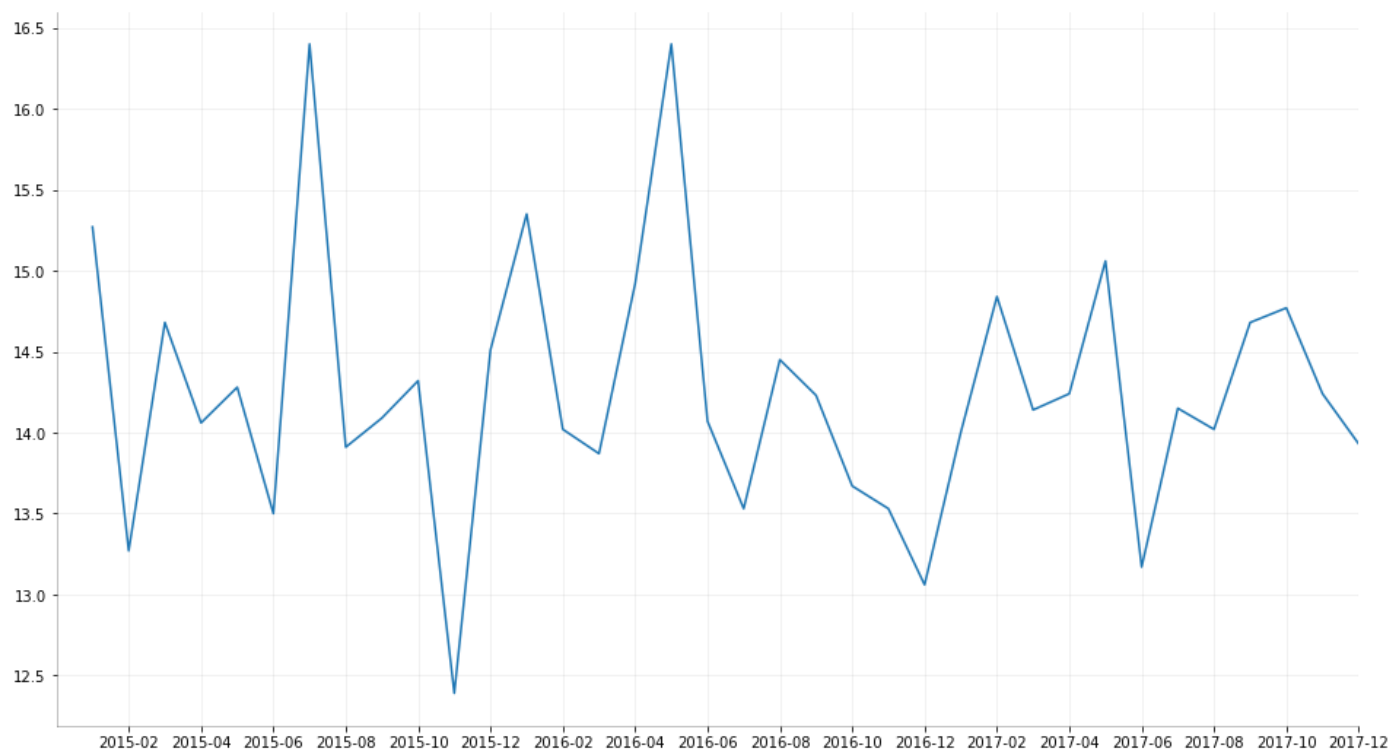
Динамика средней цены подписки на месяц по странам



В разбивке по странам видно, что максимальные изменения в средней цене подписки на месяц произошли в Индии, т.е. количество подписчиков, которые выбирают месячную подписку на более бюджетный продукт, увеличилось именно тут.

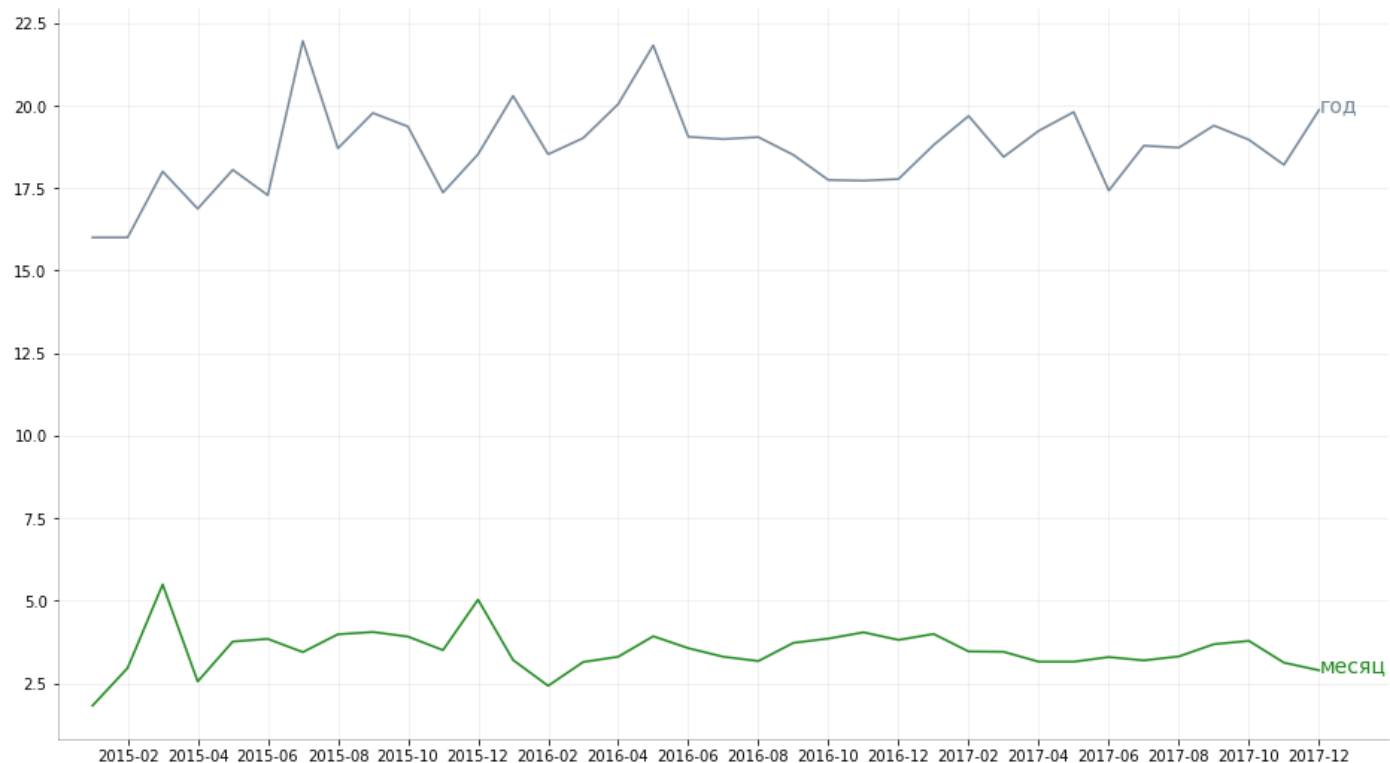
Динамика средней скидки от базовой цены за месяц

Общая динамика средней скидки от базовой цены за месяц



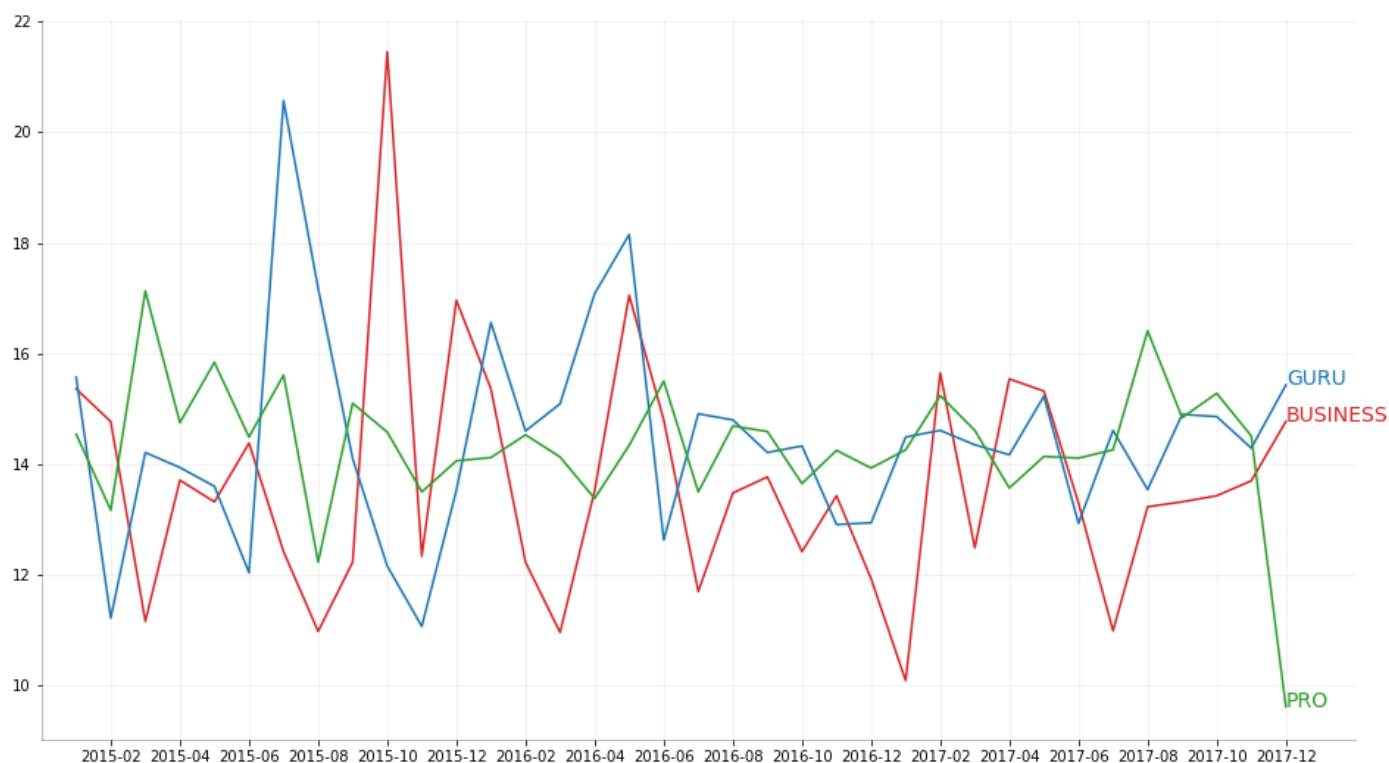
В целом средняя скидка от базовой цены в конце 2017 года даже несколько снизилась, а значит не могла повлиять на падение выручки.

Динамика средней скидки от базовой цены за месяц по длительности подписки



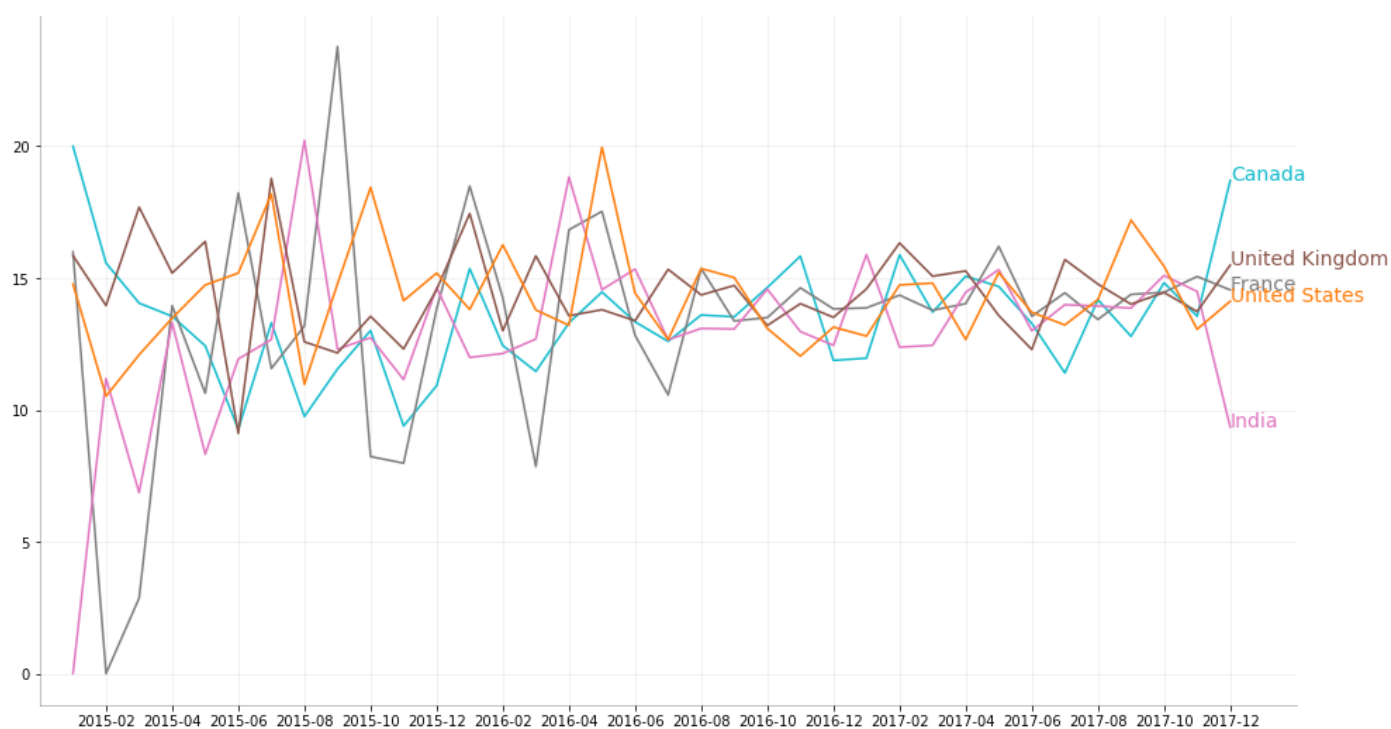
В разрезе длительности подписки не наблюдается значительных изменений скидки от базовой цены, в годовой подписке она немного увеличилась, в месячной незначительно снизилась.

Динамика средней скидки от базовой цены за месяц



Скидка в сегменте PRO снизилась значительно больше всего, в сегментах GURU и BUSINESS напротив немного увеличилась.

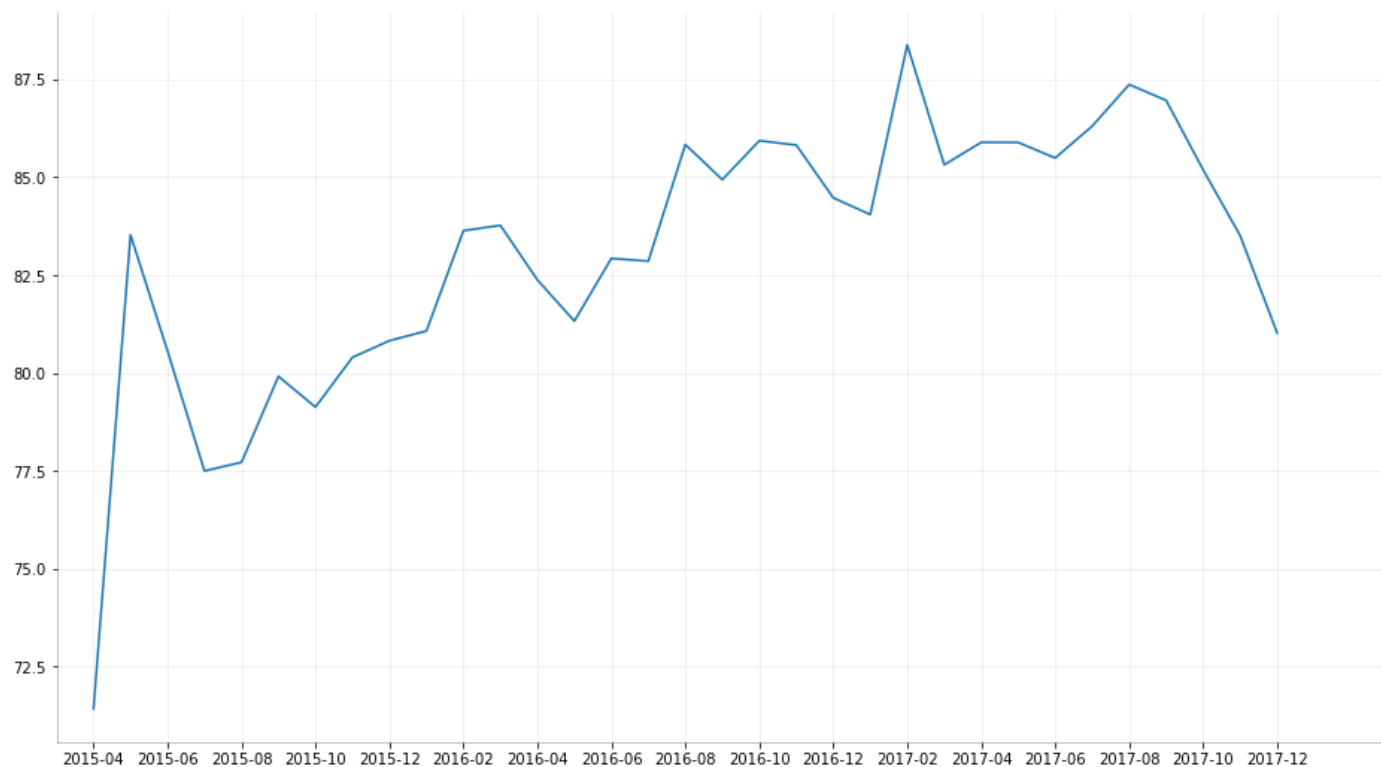
Динамика средней скидки от базовой цены за месяц по странам



В декабре 2017 в Индии средняя скидка заметно уменьшилась, в Канаде напротив увеличилась.

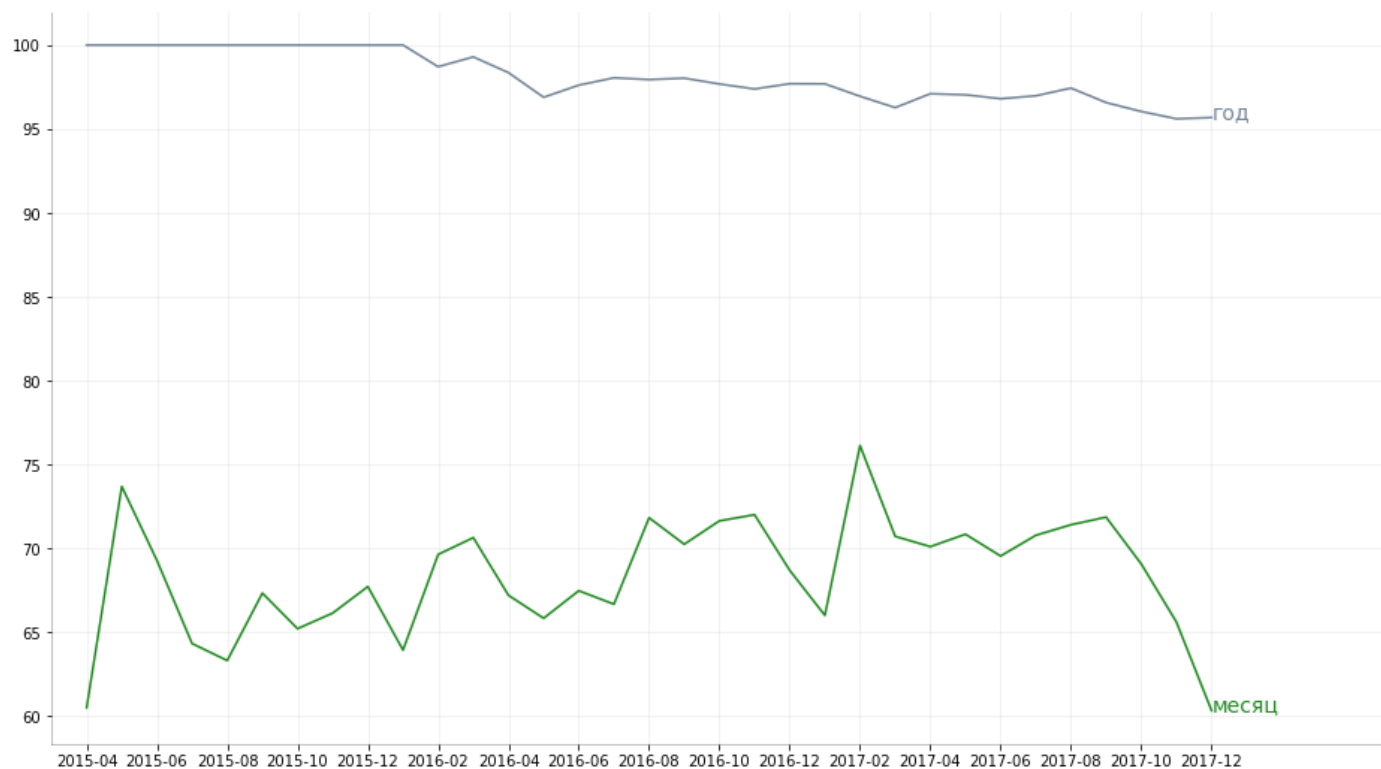
Динамика Retention подписчиков

Общая динамика Retention подписчиков



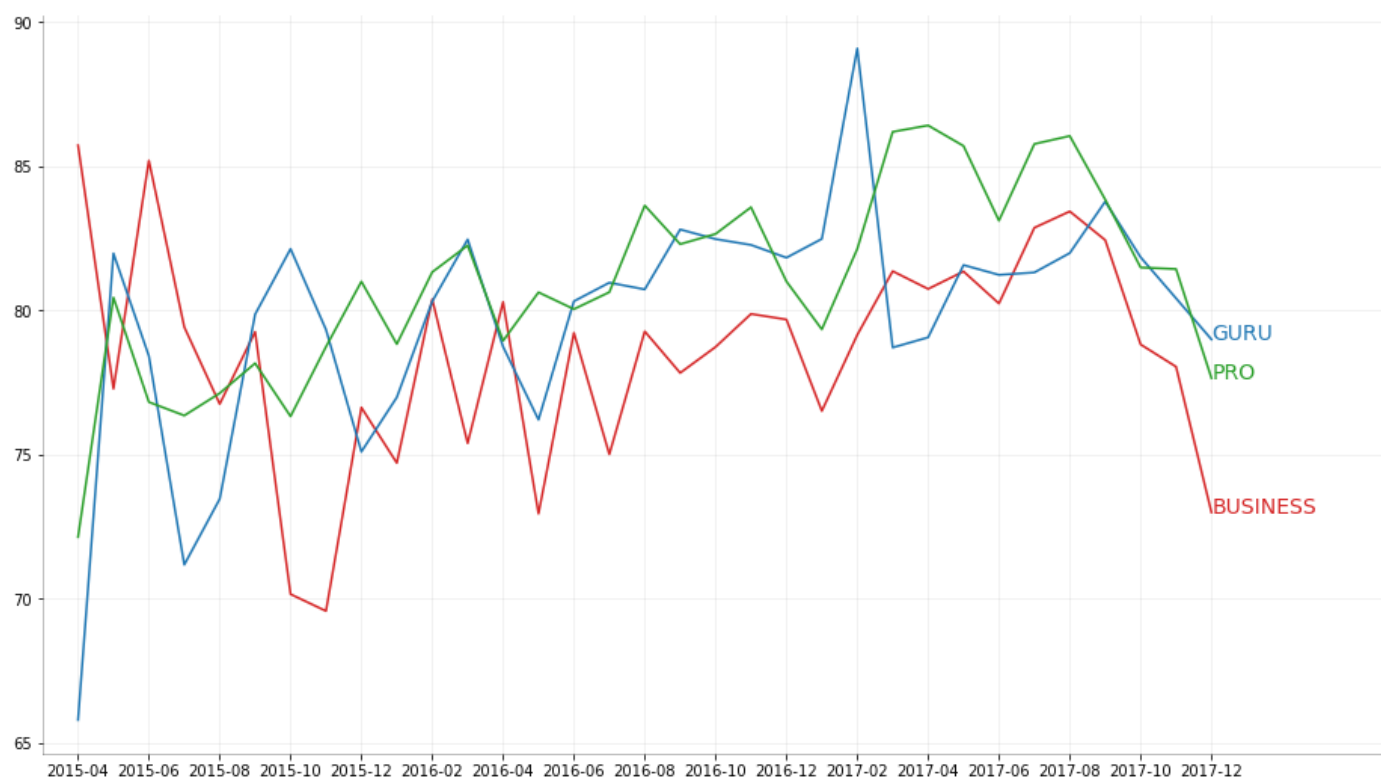
С августа 2017 началось падение Retention, за 4 месяца этот показатель упал более чем на 6 процентных пунктов – с 87,4 до 81 %.

Динамика Retention подписчиков по продолжительности подписки



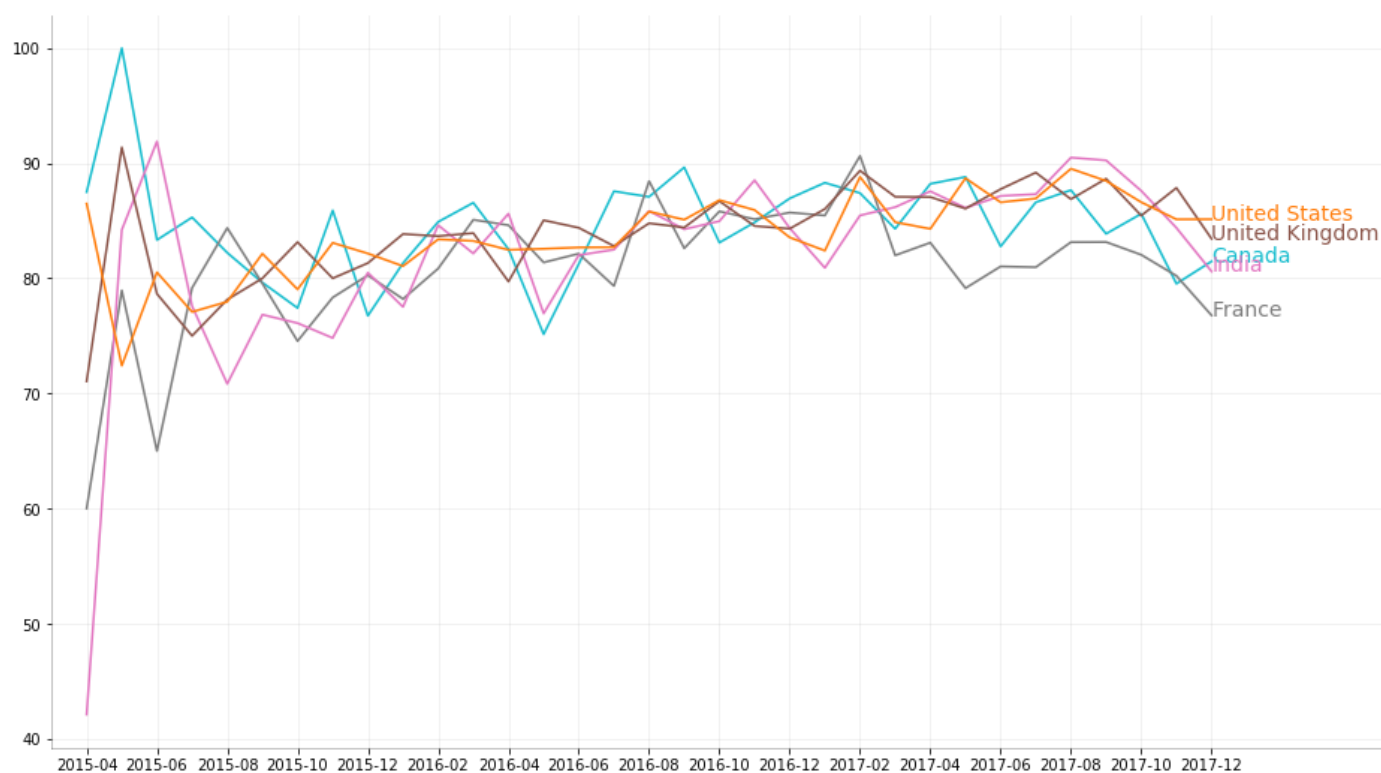
В разбивке по продолжительности подписки видно, что в основном падение произошло за счет месячных подписок, но Retention по годовым подпискам также снижается.

Динамика Retention подписчиков по продуктам



В разрезе по продуктам видно, что снижение Retention происходит во всех трех сегментах – PRO, GURU и BUSINESS.

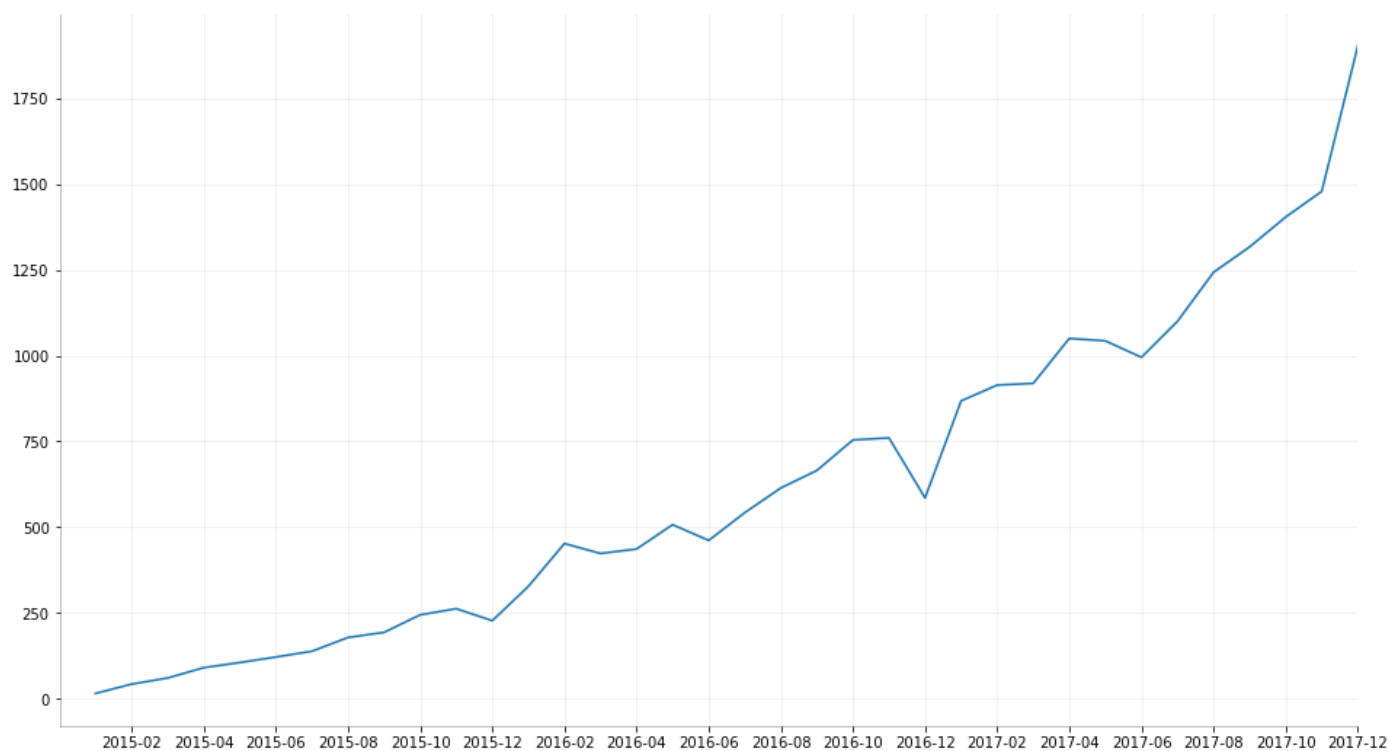
Динамика Retention подписчиков по странам



Наиболее стабильно Retention в эти месяцы снижался в Индии и во Франции.

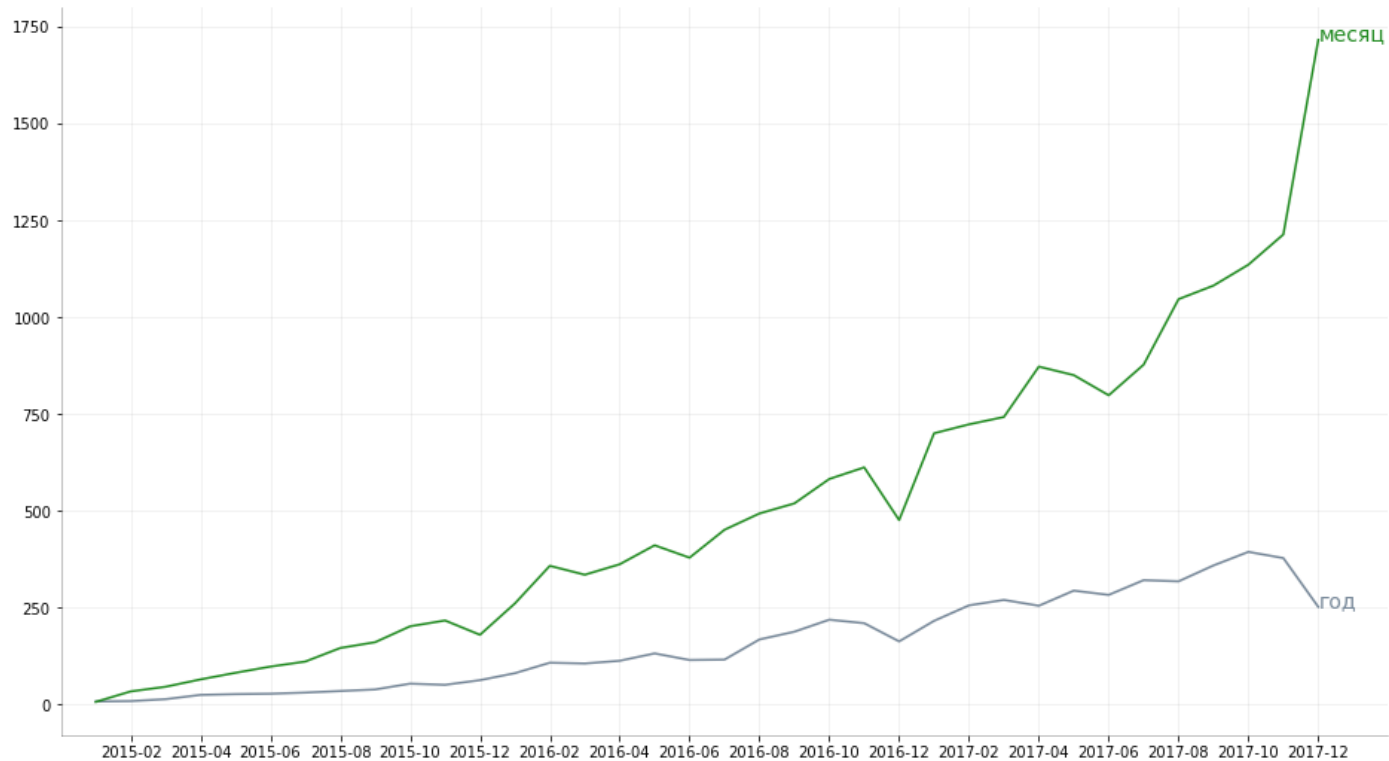
Динамика привлечения новых подписчиков

Общая динамика привлечения новых подписчиков



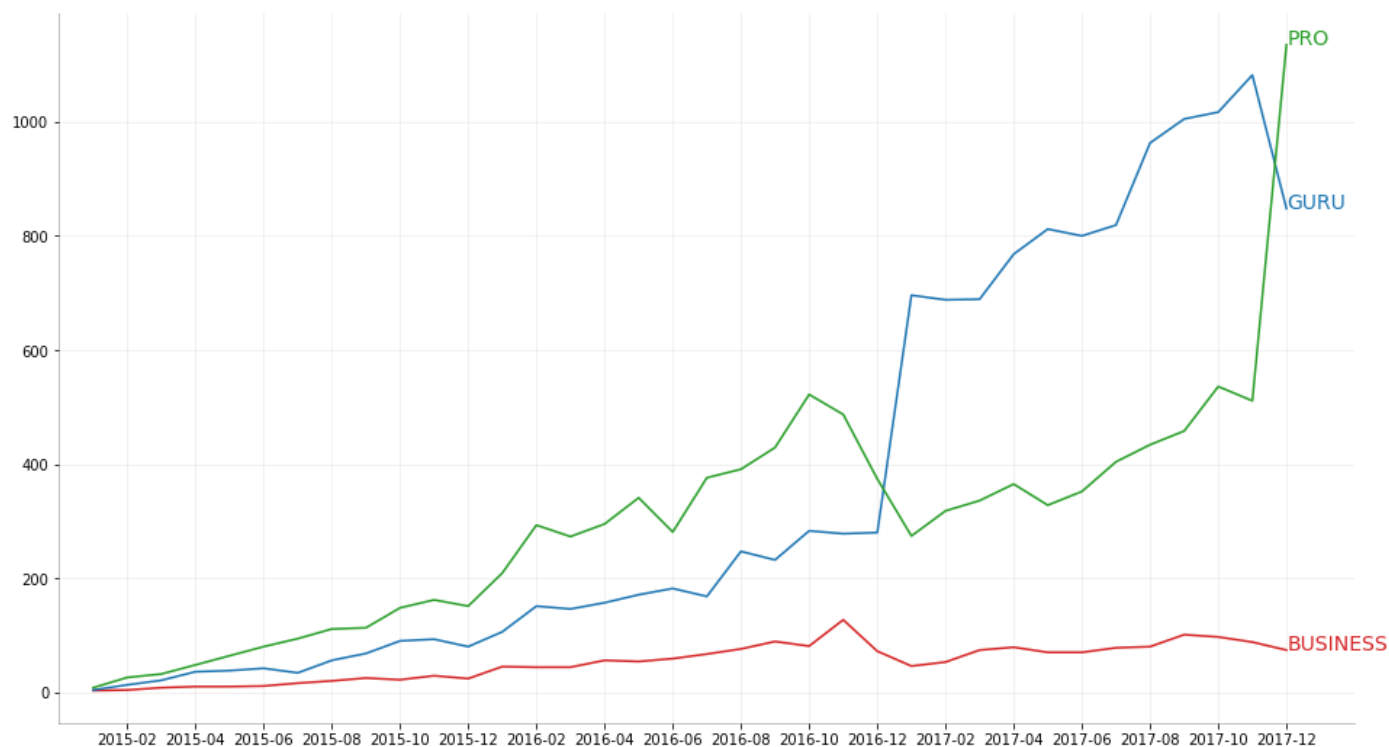
Общая динамика привлечения новых пользователей положительная.

Динамика привлечения новых подписчиков по продолжительности подписки



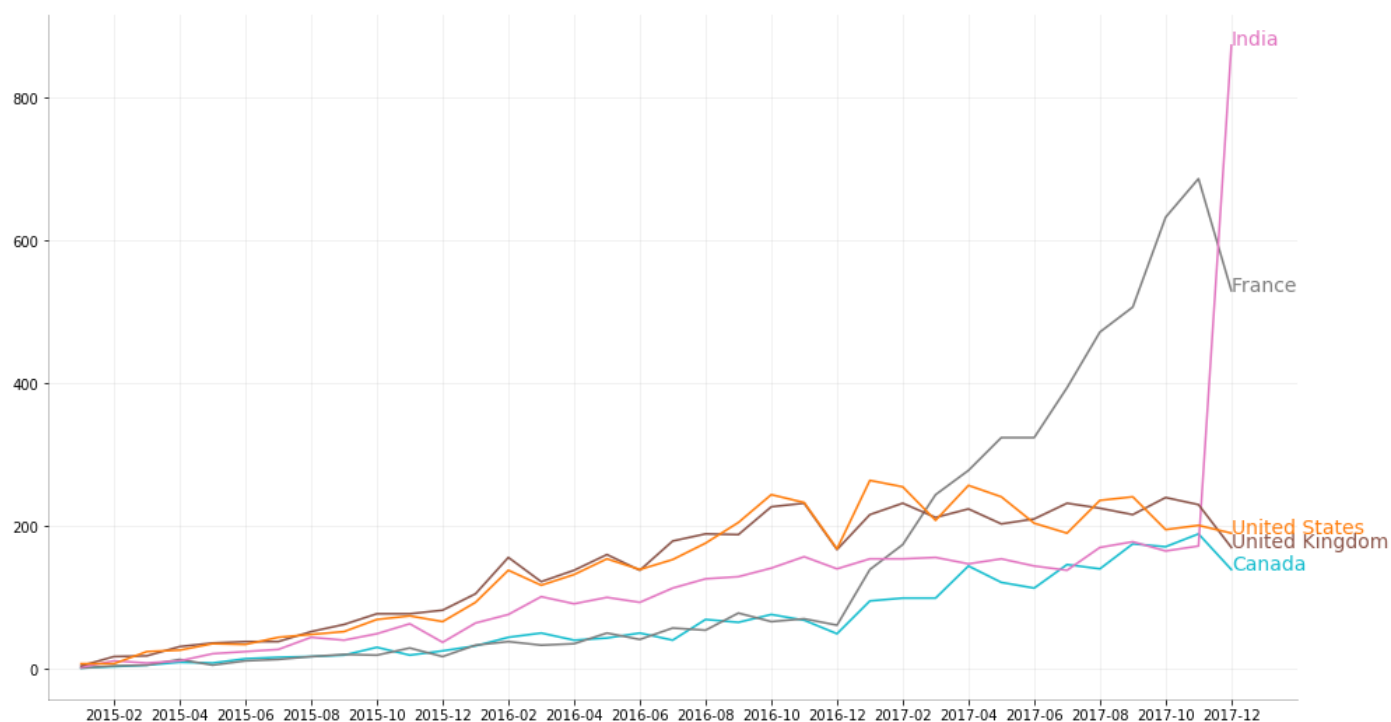
Однако в разрезе по продолжительности подписки видно, что рост происходит в основном за счет подписок на месяц, а по годовым подписке количество новых подписчиков снижается последние 2 месяца.

Динамика привлечения новых подписчиков по продуктам



В конце 2017 года значительно упало количество новых подписчиков в среднем сегменте GURU, также уменьшается количество новых подписчиков в самом дорогом сегменте BUSINESS. При этом значительно выросло количество новых подписчиков в самом недорогом сегменте PRO.

Динамика привлечения новых подписчиков по странам



В декабре 2017 года значительно снизилось привлечение новых подписчиков из Франции, при этом значительно повысилось привлечение из Индии.