

# самокаты

## решение кейса

# EDA

**объект анализа** – активные и потенциальные пользователи сервиса аренды самокатов.

**период исследования** – апрель–сентябрь 2024 г.

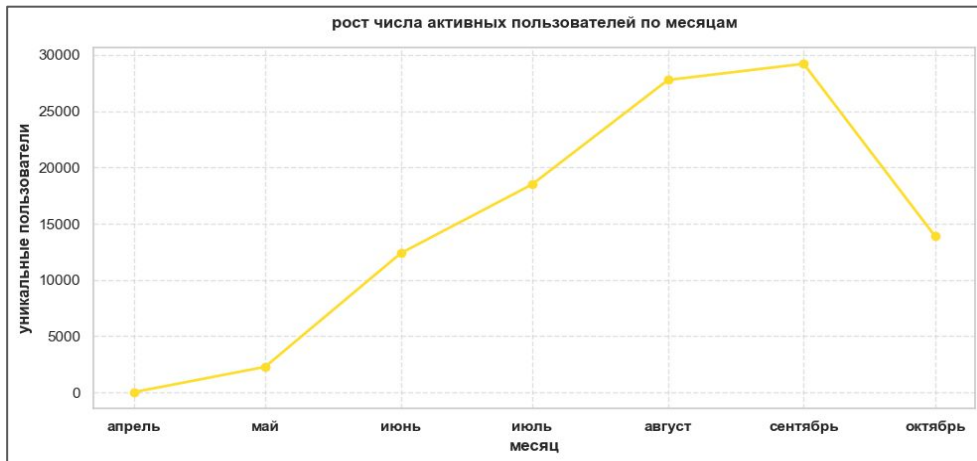
**цель** – оценить поведение клиентов и выявить сегменты для повышения лояльности.

**база пользователей** – kicksharing.csv

# ОСНОВНЫЕ метрики



## monthly active users



число уникальных пользователей **растет с апреля по сентябрь**  
**с сентября по октябрь** наблюдается существенный **спад**  
количества уникальных пользователей

скорее всего, это связано с сезонностью  
**погода хуже в октябре** -> ездить на самокате неприятно

общая выручка

**50 644 095 рублей**

средняя стоимость поездки

**128 рублей**

совершенные поездки за 2024

**396 749 поездок**

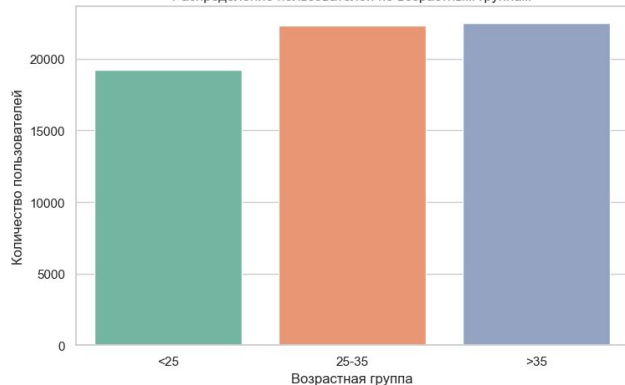
средняя длительность поездки

**11 минут**

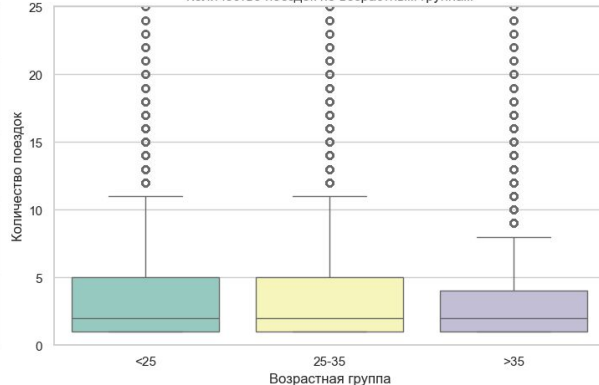
# демография



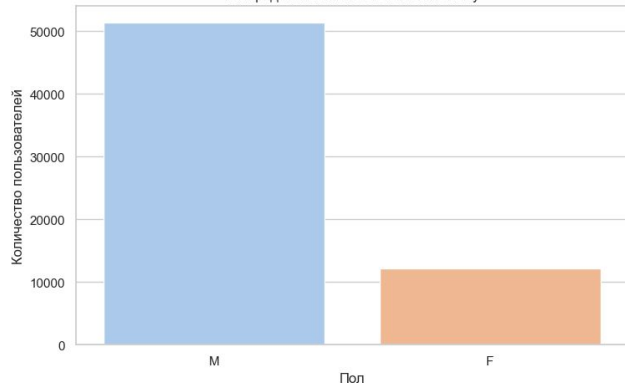
Распределение пользователей по возрастным группам



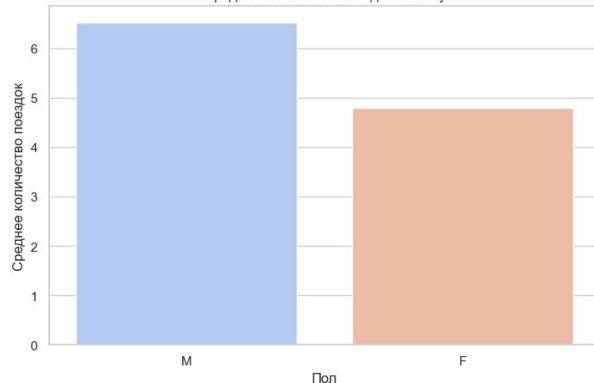
Количество поездок по возрастным группам



Распределение пользователей по полу



Среднее количество поездок по полу



**средний возраст пользователя**

**32**

**мужчины чаще пользуются самокатами**

**возрастные группы**

**18 - 25**

**25 - 35**

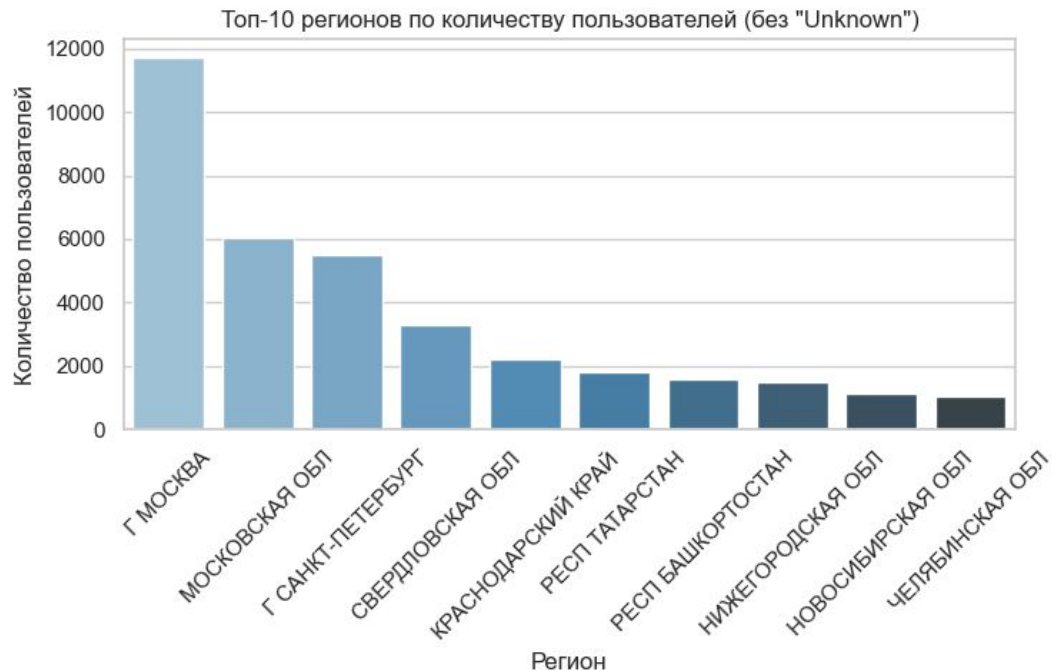
**35+**

**представлены почти одинаковым количеством пользователей**

**вывод:**

**ЦА: мужчины миллениалы**

# демография



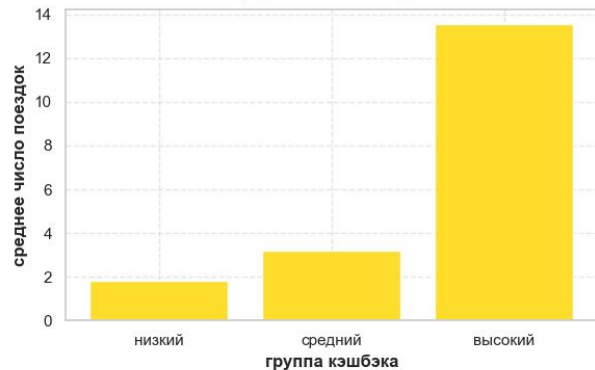
**чаще всего самокатами пользуются в**

- **Москве**
- **МО**
- **Санкт-Петербурге**

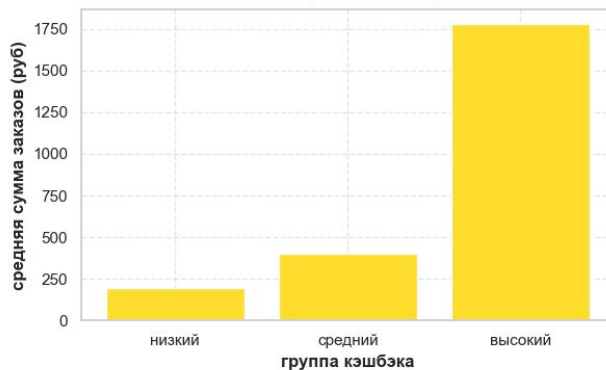
# КЭШБЭК



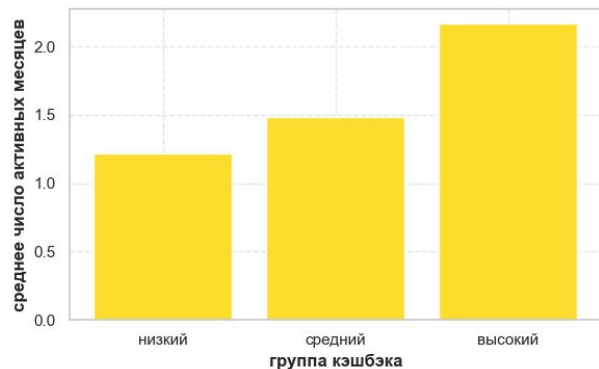
среднее число поездок



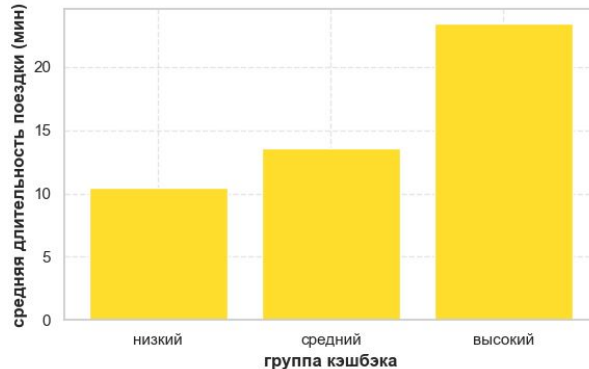
средняя сумма заказов (руб)



среднее число активных месяцев



средняя длительность поездки (мин)



**более высокий уровень кэшбэка у пользователя ассоциируется**

- с большим LTV у пользователя
- с большей средней суммой заказов
- с большей средней продолжительностью поездки
- с большим числом поездок

**ВЫВОД:**  
**кэшбэк имеет возможное влияние на лояльность пользователей**