

NETFLIX

Анализ пользователей Netflix
по странам

2 500 пользователей из 10 стран — стабильная клиентская база

Страна	Пользователи	Средний возраст	Доход/мес
США	451	39	\$14,800
Испания	451	37	\$13,400
Канада	302	41	\$9,200
Другие	1296	38	\$39,600

Рекомендации:

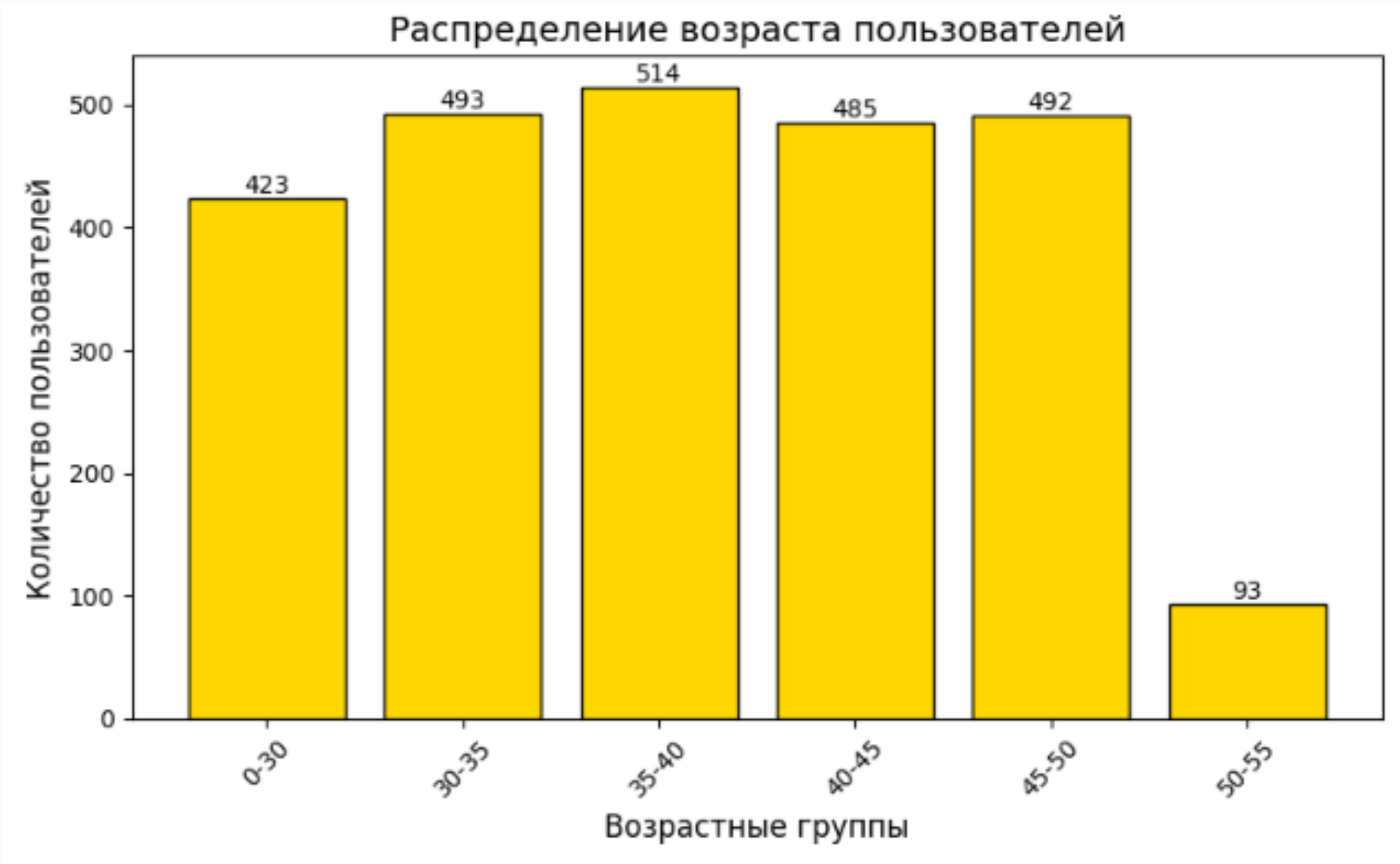
Сосредоточиться на удержании существующих пользователей через программы лояльности и улучшение сервиса.

Разработать стратегии для привлечения новых пользователей, чтобы увеличить общую базу клиентов.

Netflix представлен в 10 странах с общей аудиторией 2 500 подписчиков. Анализ охватывает ключевые характеристики пользователей.

Это позволяет точно сегментировать аудиторию и выявить точки роста.

Основное ядро аудитории — пользователи от 30 до 50 лет



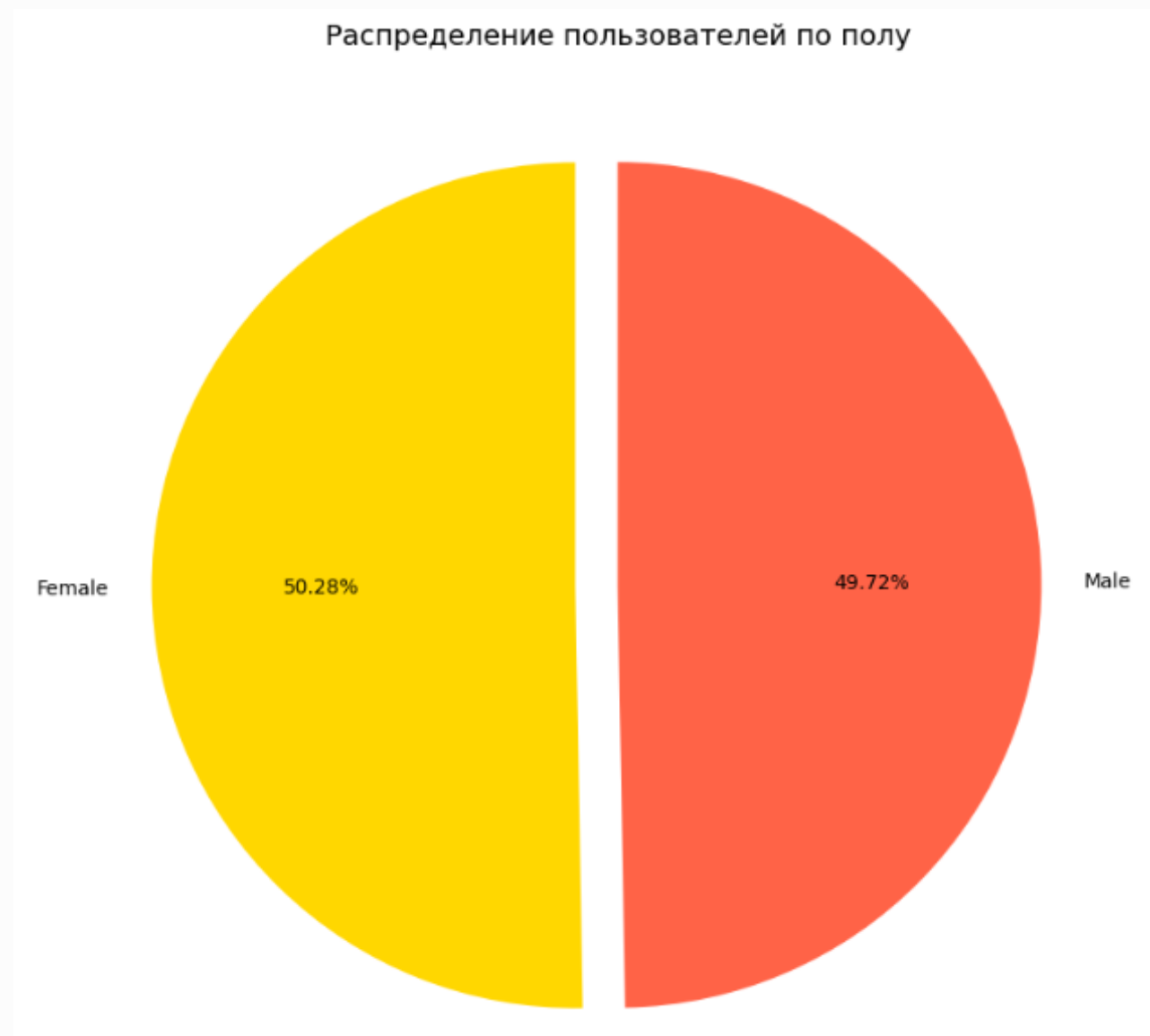
Рекомендации:

- Сосредоточить маркетинговые усилия на группах 35–40 лет и 30–35 лет, так как они составляют основную часть аудитории.
- Разработать стратегию привлечения более молодой аудитории (группа 0–30 лет) через социальные сети и студенческие программы.
- Провести анализ потребностей возрастной группы 50–55 лет, чтобы увеличить её вовлечённость.

70% подписчиков — зрелая и активная аудитория. Максимальная концентрация наблюдается в возрасте 35–40 лет.

Эта группа формирует основу доходов компании и демонстрирует наивысший уровень лояльности.

Гендерная структура — равное распределение



Рекомендации:

При разработке маркетинговых стратегий учитывать равномерное распределение полов.

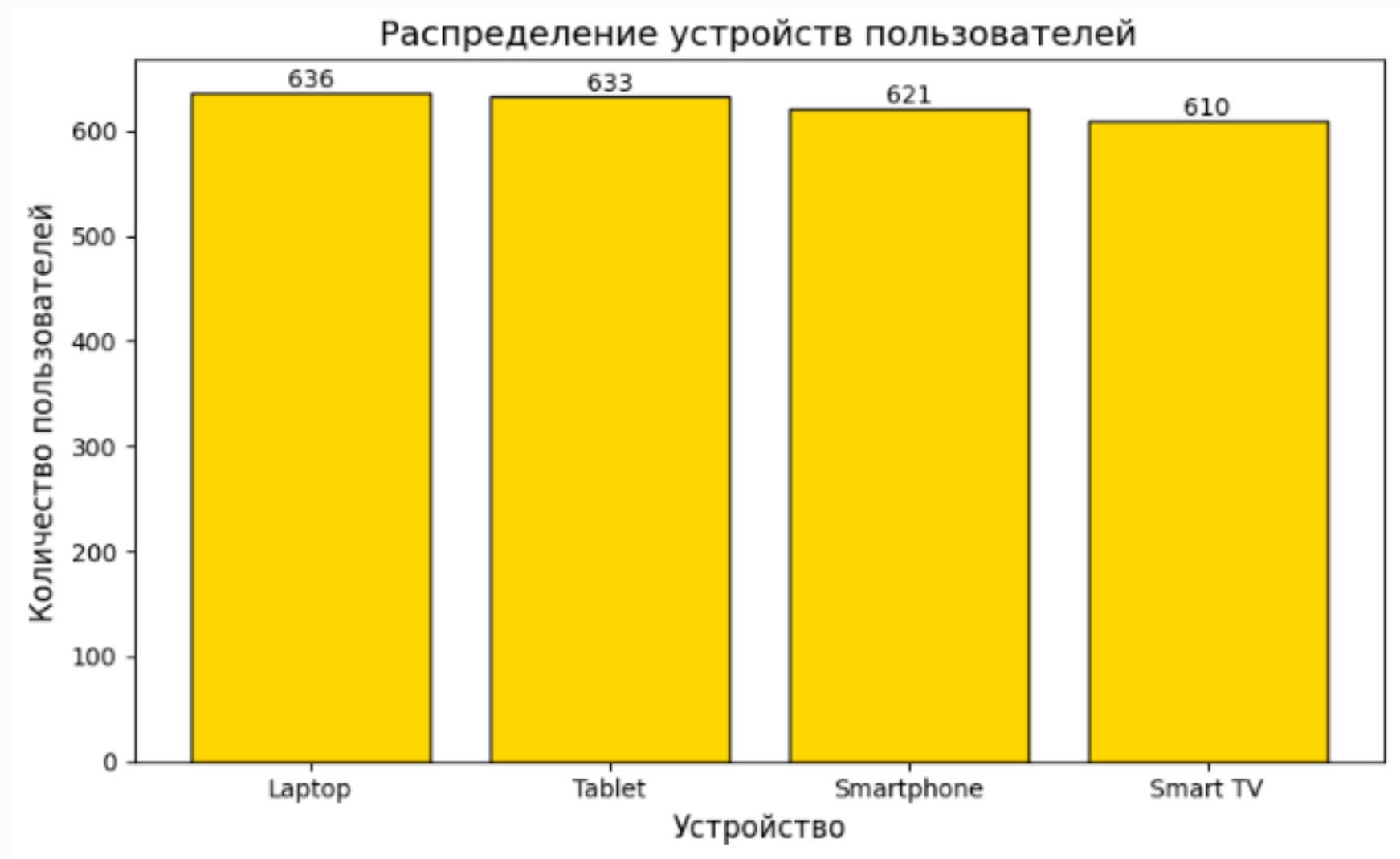
Создавать контент, который будет интересен как мужчинам, так и женщинам, чтобы поддерживать баланс аудитории.

Провести дополнительный анализ предпочтений контента для каждой группы, чтобы выявить возможные различия в интересах.

Половое распределение практически идеально: 50.3% женщин и 49.7% мужчин.

Пол не влияет на поведенческие различия — контент потребляется равномерно всеми группами.

Наиболее используемые устройства — ноутбуки, планшеты и смартфоны



Рекомендации:

Сосредоточить усилия на улучшении пользовательского опыта на ноутбуках, так как они занимают лидирующую позицию.

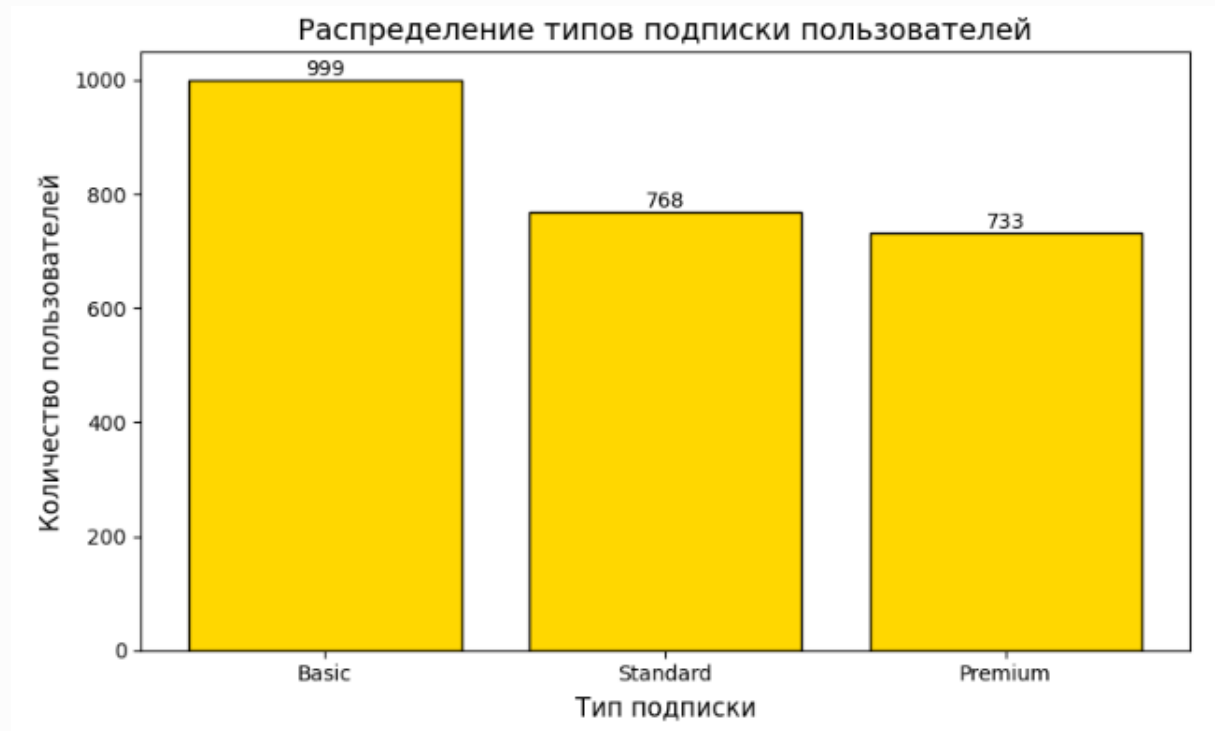
Разработать стратегии для увеличения вовлечённости пользователей Smart TV, например, улучшить интерфейс приложения для телевизоров или предложить эксклюзивный контент.

Поддерживать оптимизацию мобильного приложения для смартфонов и планшетов, учитывая их значительную долю среди устройств.

ТОП-3 устройства: ноутбуки (636), планшеты (633) и смартфоны (621).

Смарт-ТВ уступает, но сохраняет стабильную долю в общем использовании.

Подписка “Basic” — выбор большинства



Почти 40% пользователей выбрали тариф Basic. Он лидирует во всех странах.

Standard и Premium — менее популярны, но значимы в отдельных регионах.

Basic

39.8% пользователей

Лидирует во всех странах и возрастных группах

Standard

31.5% пользователей

Популярен в Великобритании и Мексике

Premium

28.7% пользователей

Предпочитают пользователи из Франции и Испании

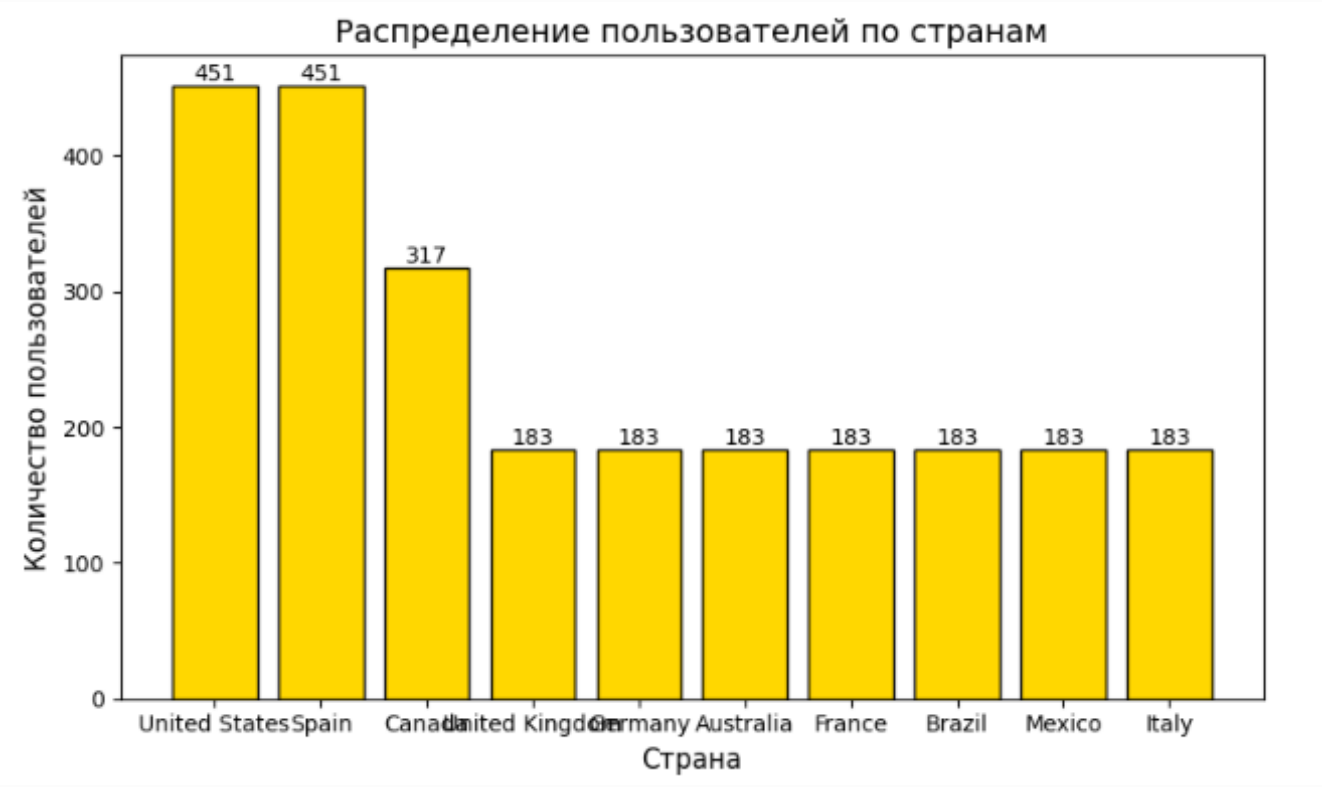
Рекомендации:

Продолжить продвижение тарифа "Basic" как доступного решения, чтобы сохранить его лидерство.

Увеличить привлекательность тарифов "Standard" и "Premium" за счёт добавления уникальных функций или контента.

Провести анализ причин выбора тарифа "Basic", чтобы понять, какие факторы делают его наиболее популярным.

США и Испания — ключевые рынки Netflix



США и Испания обеспечивают по 451 пользователю каждая. Канада, Великобритания и Мексика показывают средний уровень проникновения.

Рекомендации:

- Усилить маркетинговые кампании в США и Испании для удержания лидирующих позиций и дальнейшего роста аудитории.
- Разработать стратегию для увеличения количества пользователей в Канаде, чтобы приблизить её к лидерам.
- Провести анализ потребностей пользователей в странах с одинаковым количеством (183) для выявления возможностей роста.

451

США

Крупнейший рынок

451

Испания

Стратегический европейский рынок

302

Канада

Стабильный северо-американский рынок

1296

Другие страны

Включая Великобританию и Мексику

Динамика роста пользовательской базы



Основной рост новых пользователей пришёлся на март–октябрь 2022.
После ноября наблюдается стабильная, но слабая динамика.

Требуется новая волна маркетинговой активности для стимулирования роста.

Прирост подписчиков замедлился после пика в октябре 2022

Рост

Март-Октябрь 2022 — стабильное увеличение выручки

Пик

Ноябрь 2022 — максимальные показатели доходности

Стабилизация

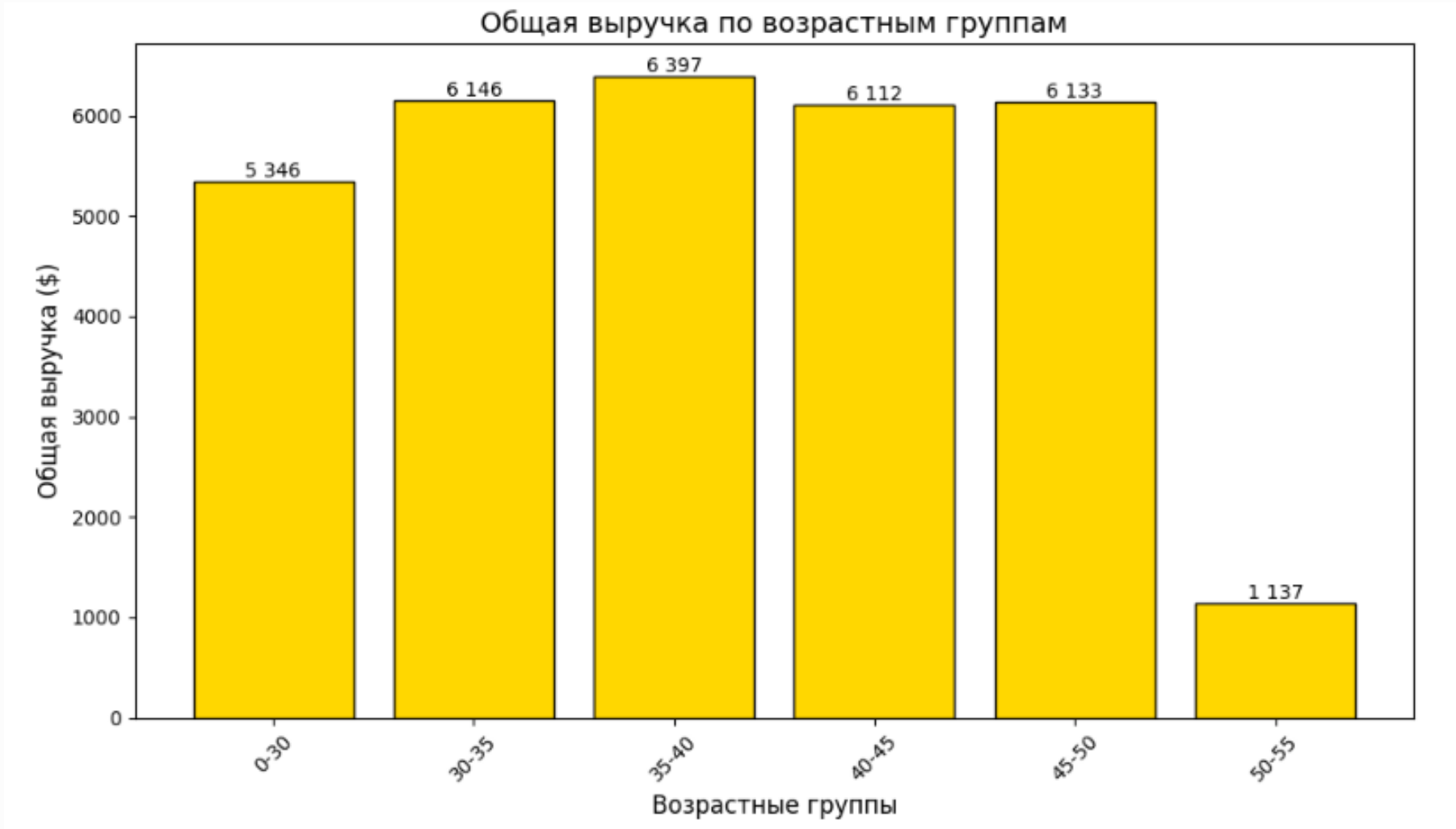
2023 год — выручка достигла плато в \$338,000



Совокупная выручка превысила \$338,000. Пиковые поступления зафиксированы в ноябре 2022.

В 2023 году наблюдается замедление, требующее стратегической реактивации пользователей.

Самые доходные — 35–40 лет



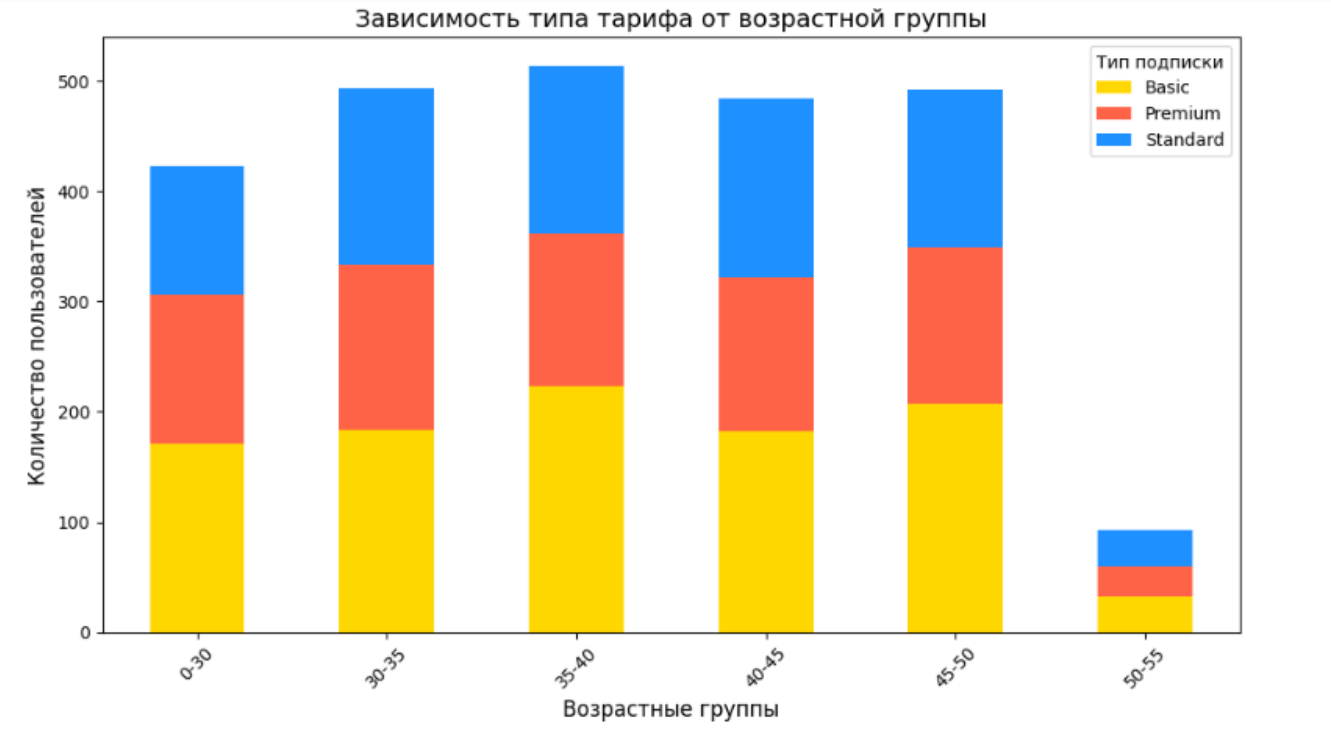
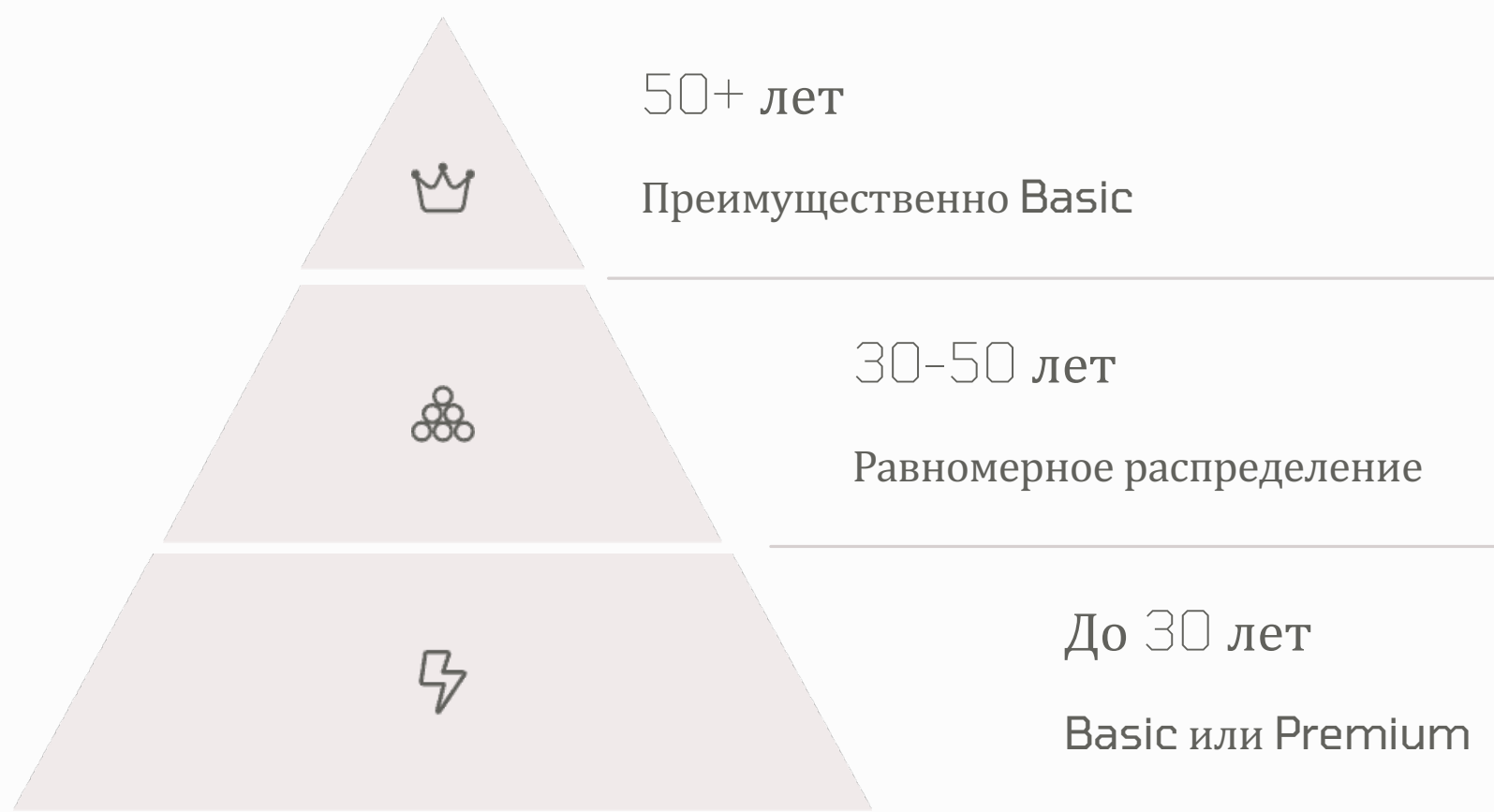
Рекомендации:

- Сосредоточить маркетинговые усилия на возрастных группах 35–40 лет, 30–35 лет, и 45–50 лет, так как они приносят максимальную выручку.
- Провести анализ причин низкой активности группы 50–55 лет, чтобы понять, как можно увеличить их вовлечённость.
- Рассмотреть стратегии привлечения более молодой аудитории (группа 0–30 лет), например, через студенческие скидки или контент для молодёжи.

Группа 35–40 лет приносит \$6,397 в месяц. Сравнимый вклад дают группы 30–35 и 45–50 лет.

Пользователи 50–55 лет демонстрируют наименьшую активность по выручке.

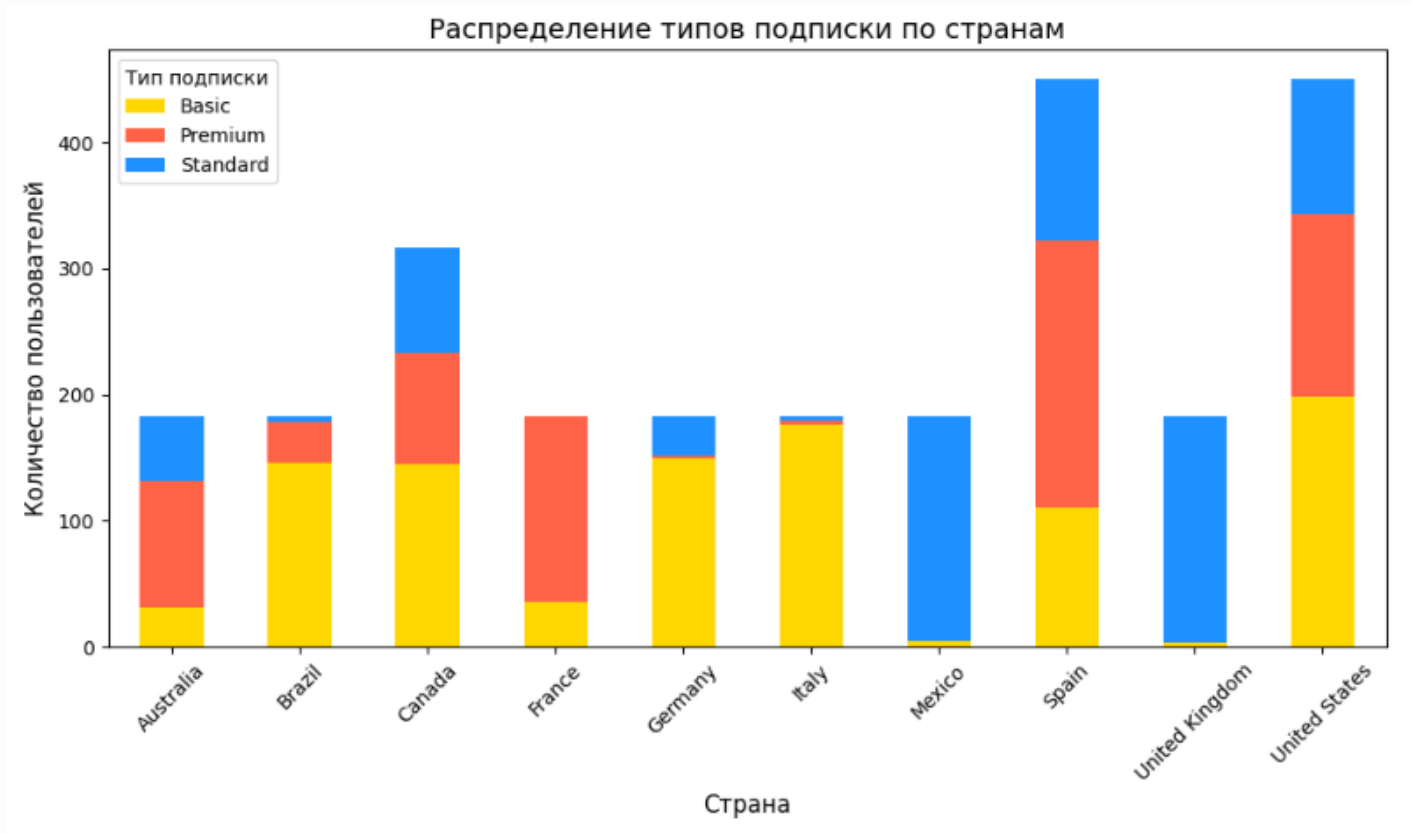
Возраст влияет на выбор подписки



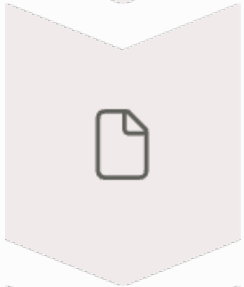
Молодёжь (до 30) выбирает либо Basic, либо Premium. Зрелые группы более равномерно распределены между всеми типами подписок.

Старшая возрастная группа демонстрирует наименьшую активность в выборе продвинутых подписок.

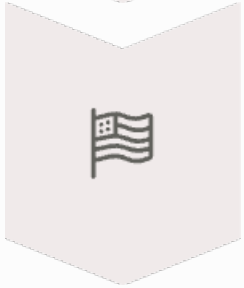
Поведение по странам: разные предпочтения в подписках



Франция и Испания
Предпочитают Premium-подписку



Великобритания и Мексика
Доминирует Standard-подписка



США, Германия и Италия
Выбирают Basic-подписку

Premium предпочитают пользователи из Франции и Испании. Standard доминирует в Великобритании и Мексике.

Basic является предпочтительным выбором для пользователей из США, Германии и Италии.

Ключевые рекомендации

	Удержание Персонализированные кампании для зрелых групп 35-50 лет		Рост выручки Акцент на Premium-пользователей в Европе		Расширение Вовлечение возрастной группы 50+ и молодёжи		Контент Оптимизация под мобильные устройства и планшеты
---	---	--	---	---	--	---	---

Стратегический фокус следует направить на удержание ядра аудитории через персонализацию и расширение менее активных сегментов.

Необходимо оптимизировать контент под мобильные платформы для повышения вовлечённости.

Спасибо за внимание!

Проект выполнен: **Стёганцев Сергей**

 Email: SStegancev@yandex.ru

 Telegram: [@SergeiST_pro](https://t.me/@SergeiST_pro)