


# MarketPro — Анализ данных, юнит-экономики и стратегии роста

Анализ выполнил: Стёганцев Сергей

# MarketPro — аналитика платформы и стратегия увеличения эффективности


## Название

 *MarketPro — аналитика платформы и стратегия увеличения эффективности*

## Подзаголовок

Анализ поведения продавцов и покупателей  
Оценка бизнес-модели: доходность, удержание, LTV, CAC, ROI

## Команда

Продукт, BI, аналитика  17  
Апрель 2025

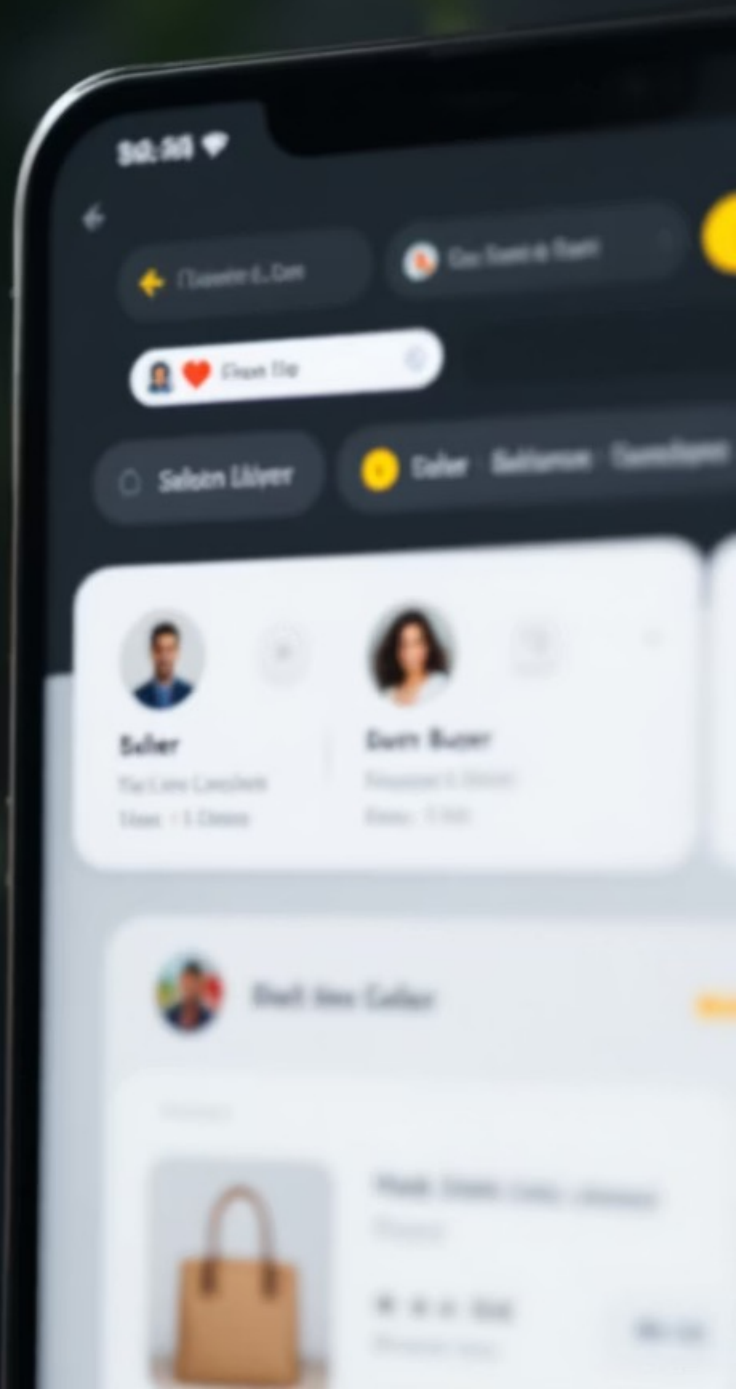
# Описание кейса

## Контекст

- MarketPro — маркетплейс для продажи товаров через веб-платформу
- Доход компании состоит из:
  1. Комиссий с заказов продавцов
  2. Платного продвижения товаров
  3. Подписки на расширенные функции продавцов

## Цель анализа

- Провести расчёт ключевых бизнес-метрик (средний чек, доход, ROI)
- Оценить юнит-экономику продавцов и покупателей
- Провести когортный анализ удержания
- Сформировать стратегические рекомендации по росту



# Анализ продавцов

Метрика	Значение
Средний чек	2009 ₺
Средняя комиссия	201 ₺
Средний доход на продавца	3338 ₺
Используют продвижение	50.8%
Используют подписку	19.9%



Продавцы приносят ~3338 ₺ в месяц, из них 201 ₺ — комиссия комиссия с одной продажи



Подписка и продвижение используются недостаточно активно



Основной источник дохода платформы — комиссия, но ARPU ограничен ограничен





# Юнит-экономика

Тип	CAC	LTV (нетто)	ROI
Покупатели	1500 ₺	9600 ₺	5.4
Продавцы	6000 ₺	6036 ₺	0.006



Покупатели  
окупаются в 6 раз  
— модель  
эффективна



Продавцы  
находятся на грани  
убыточности —  
чистый LTV  $\approx$  CAC



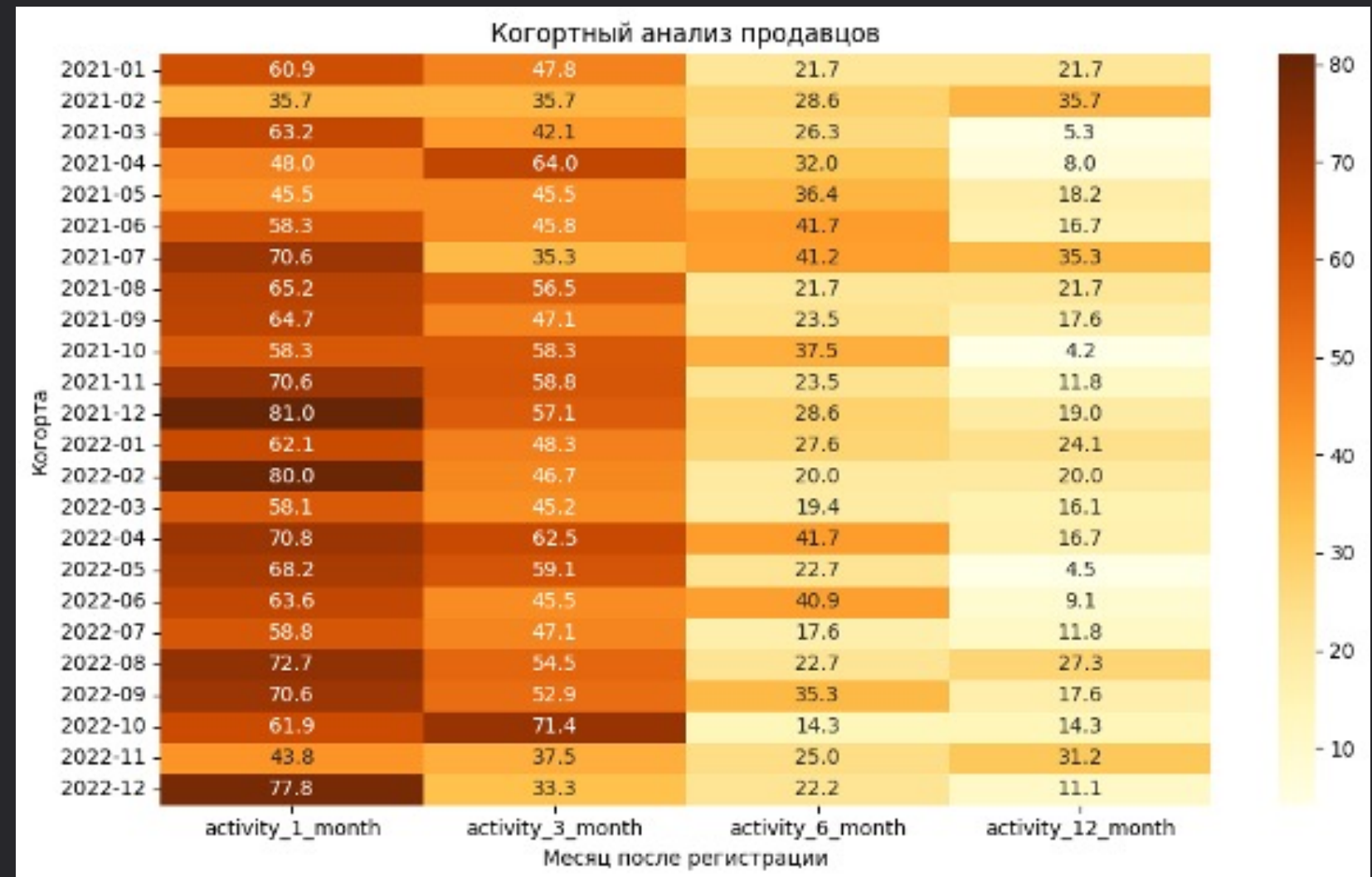
Основная слабость  
— в удержании  
продавцов и  
стоимости их  
поддержки



# Когортный анализ: Продавцы

📊 Тепловая карта когорт (1, 3, 6, 12 мес)

1. Резкое снижение активности после 1 месяца
2. На 3 месяце активны менее 25% продавцов, к 6 — <10%
3. Отсутствие долгосрочной жизненной ценности



# Когортный анализ: Покупатели

🇷🇺 Тепловая карта когорт (1, 3, 6, 12 мес)

**1. Более 70% покупателей активны только в первый месяц**

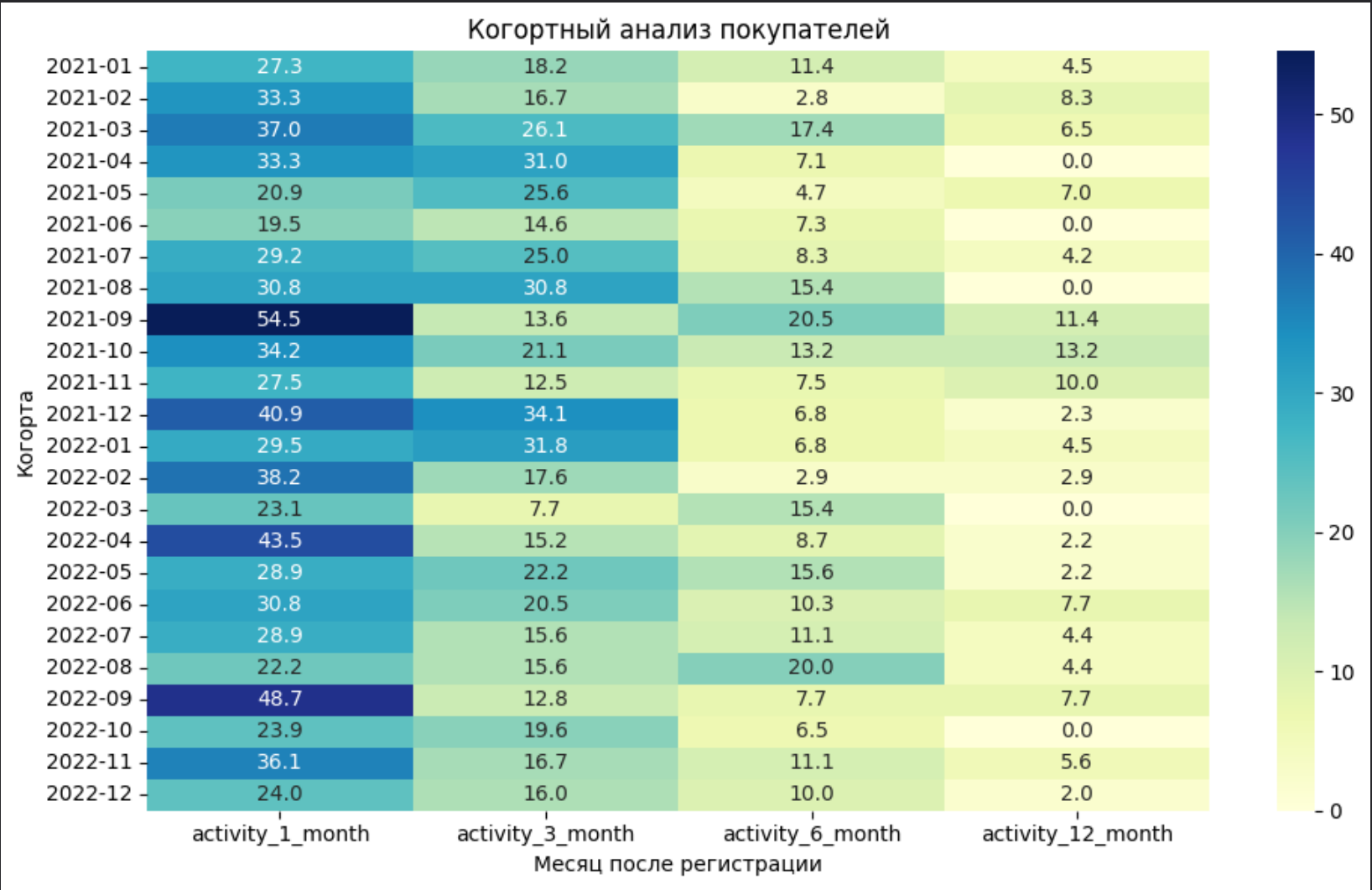
- Высокий начальный интерес, но низкая повторная активность

**2. К 3 месяцу удержание снижается до 15–**

- Значительное падение активности в среднесрочной перспективе

**3. К 12 месяцу остаётся < 5% покупателей, совершающих заказы**

- Это снижает LTV и затрудняет рост повторных продаж



# Расширенные общие выводы

## Что мы увидели

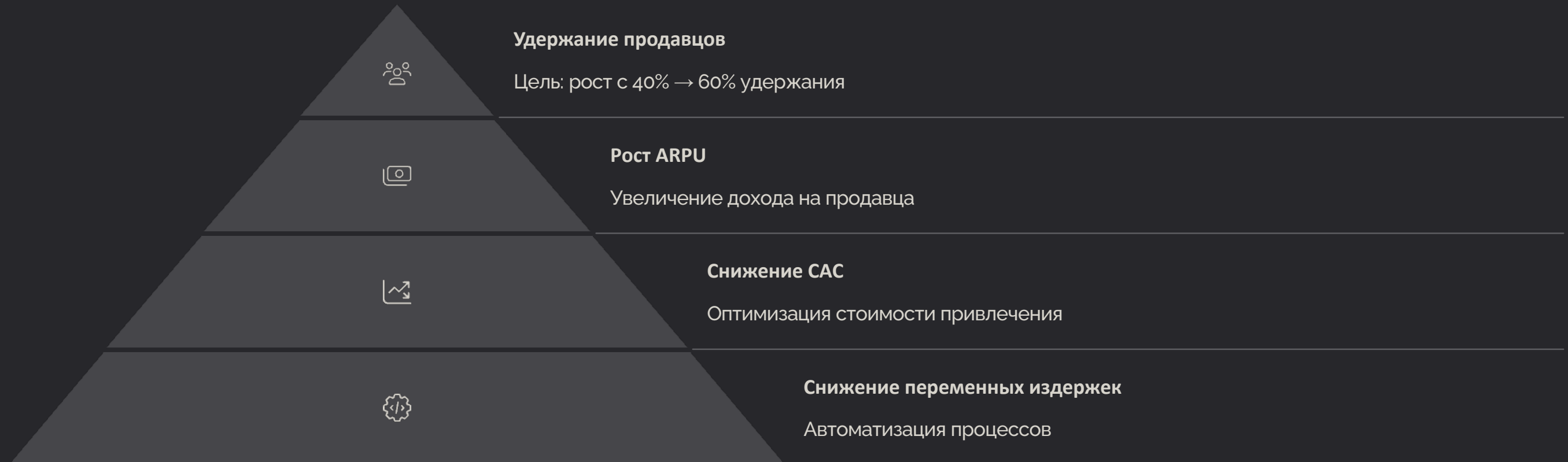
- Покупатели приносят устойчивый доход, но не удерживаются
- Продавцы дают крайне низкий ROI ( $\approx 0$ ), модель нерентабельна
- Комиссия — основной источник дохода, но она ограничена по масштабируемости
- Подписку и продвижение используют немногие продавцы
- Высокая стоимость привлечения (CAC) и поддержки (1000 ₽/мес/продавец)

## Последствия

- Рост платформы ограничен текущей моделью
- Низкое удержание продавцов и покупателей снижает LTV
- Доход не масштабируется с ростом базы — напротив, расходы растут



# Рекомендации по каждому направлению



## 1. Удержание продавцов

- Цель: рост с 40% → 60% удержания
- Варианты:
- Онбординг и welcome-путь
- Персональные советы и AI-дэшборды
- Программа лояльности за продолжительное использование

# Рост ARPU

Стимулировать пакет  
«подписка + продвижение»

Комбинированное  
предложение с выгодой



Демонстрация потенциальной  
выгоды (ROI)

Прямо в интерфейсе

Поведенческие предложения

По типу продавца

💰 2. Рост ARPU — ключевой фактор для увеличения прибыльности платформы и обеспечения устойчивого роста бизнеса.



# Снижение САС



**Запуск партнёрской и реферальной модели**

Привлечение через существующих пользователей



**Перенос бюджета с неэффективных каналов**

Оптимизация маркетинговых расходов



**Оптимизация таргетинга и сегментации**

Точное попадание в целевую аудиторию



**3. Снижение САС** позволит значительно улучшить показатели ROI и обеспечить более эффективное масштабирование бизнеса.



# Снижение переменных издержек



## Автоматизация

- FAQ, чат-боты, шаблонные ответы
- AI-инструменты для самоанализа продавца



## Self-service платформа с интерактивным обучением

Снижение нагрузки на службу поддержки и увеличение самостоятельности продавцов



4. Снижение переменных издержек через автоматизацию процессов поддержки и обучения продавцов.





# Заключение

60%

Целевое удержание

Рост с текущих 40%

2x

Увеличение ARPU

За счет дополнительных услуг

-30%

Снижение САС

Через оптимизацию каналов


📌 Эта стратегия обеспечит рост ROI, повышение LTV и масштабируемость модели MarketPro.



# Спасибо за внимание!

Готовы ответить на ваши вопросы

Проект выполнен: **Стёганцев Сергей**

 Email: [SStegancev@yandex.ru](mailto:SStegancev@yandex.ru)

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

