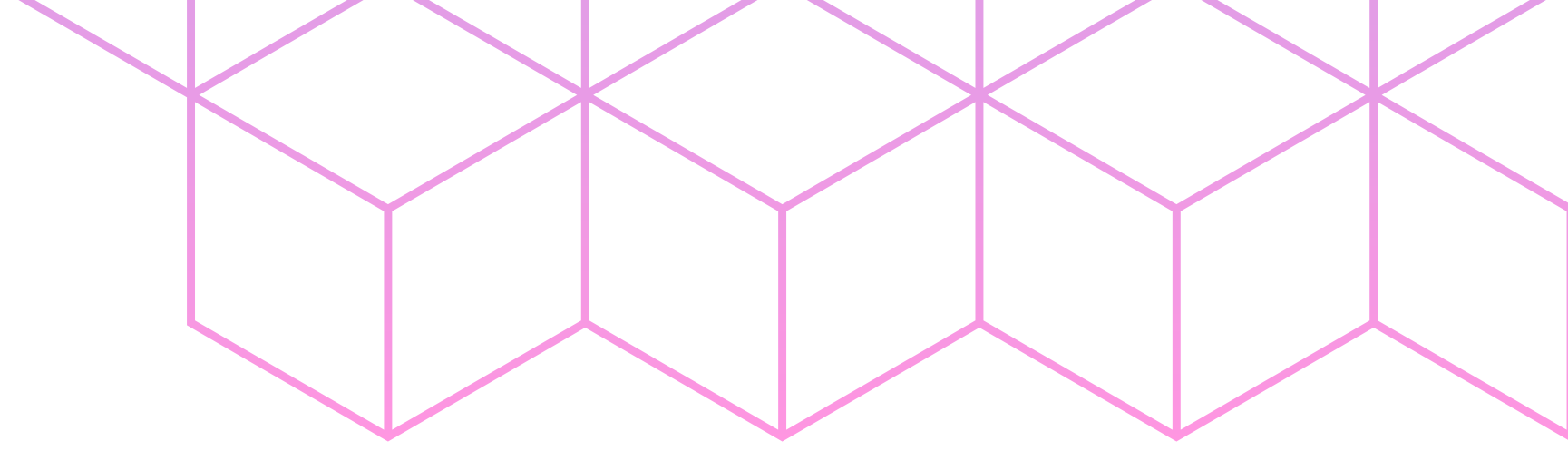




Анализ рекламных источников для игры «Космические братья»

Антонова Анна

08.07.2023



Нам предоставлены данные о событиях, совершенных в мобильной игре «Космические братья». В ней пользователи строят свою космическую программу и пытаются преуспеть в нелёгком деле колонизации галактики.

Основная монетизация игры — только планируется. Но предполагается, что в приложении будет происходить показ рекламы на экране с выбором типа объекта для постройки.



Данные

Цели проекта

Целью проекта является ранжирование источников привлечения пользователей, а именно:

01

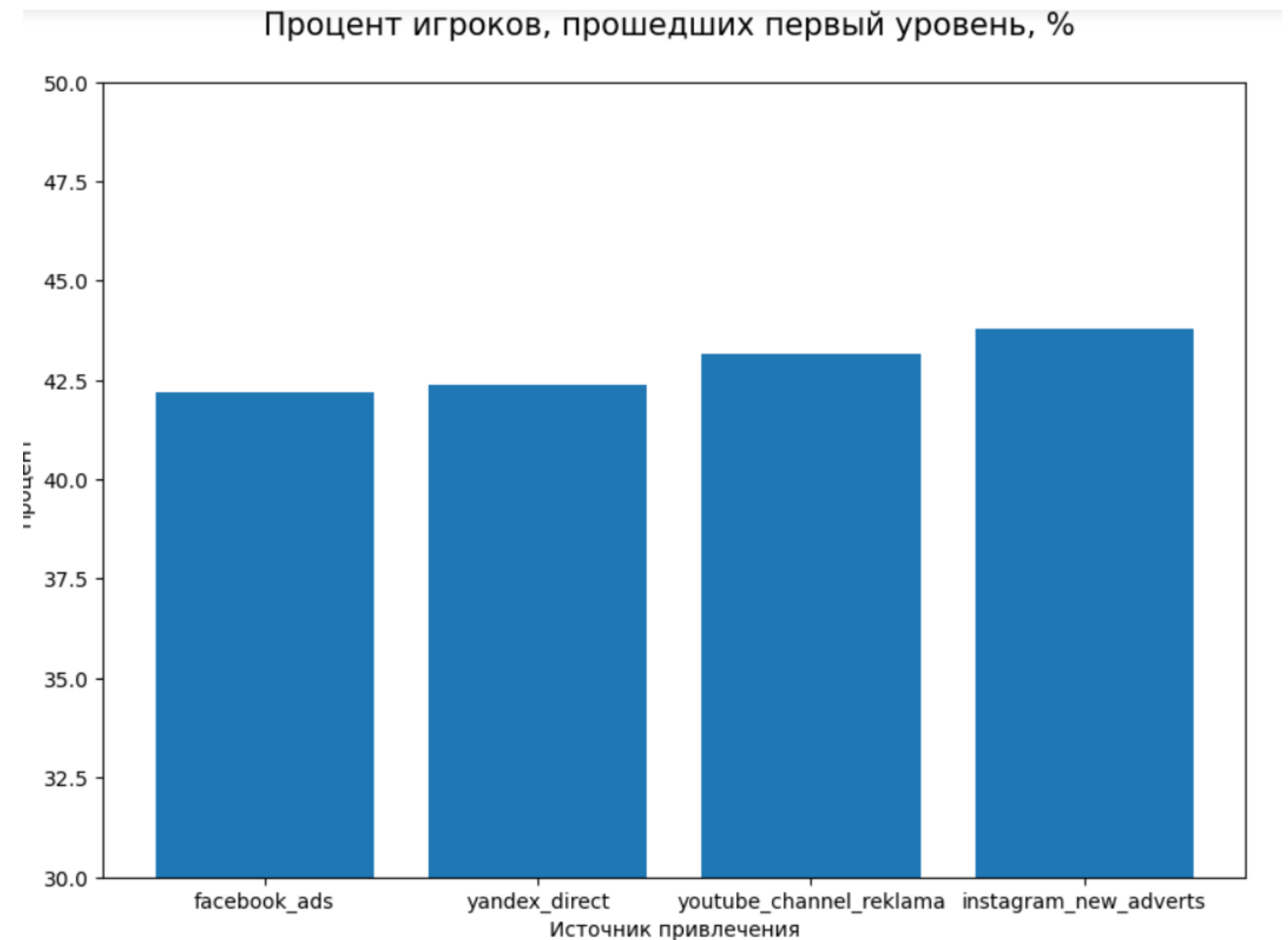
**Как меняется поведение
игроков в зависимости
от канала?**

02

**Как различается
стоимость привлечения
пользователя в
зависимости от канала?**

Какой процент игроков прошел первый уровень?

Процент игроков прошедших первый уровень практически не зависит от источника и составляет около 43%.



Какой процент игроков выбрал стратегию PvP и PvE в зависимости от источника?

Процент пользователей выбравших ту или иную стратегию практически не изменяется в зависимости от канала.

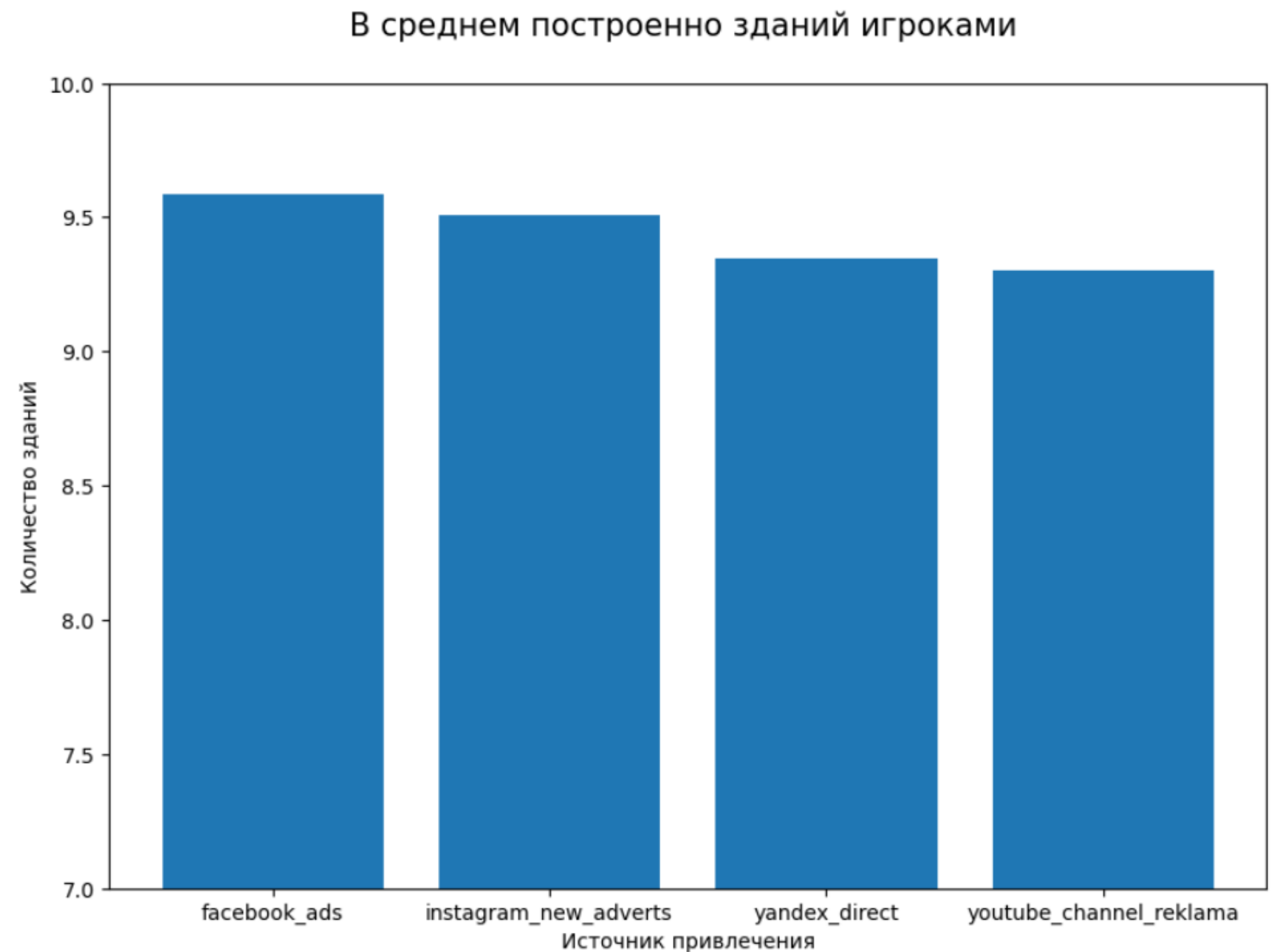
Стратегию постройки орбитальной станции (PvE) выбирают около трети пользователей.

Процент пользователей, выбравших разные стратегии



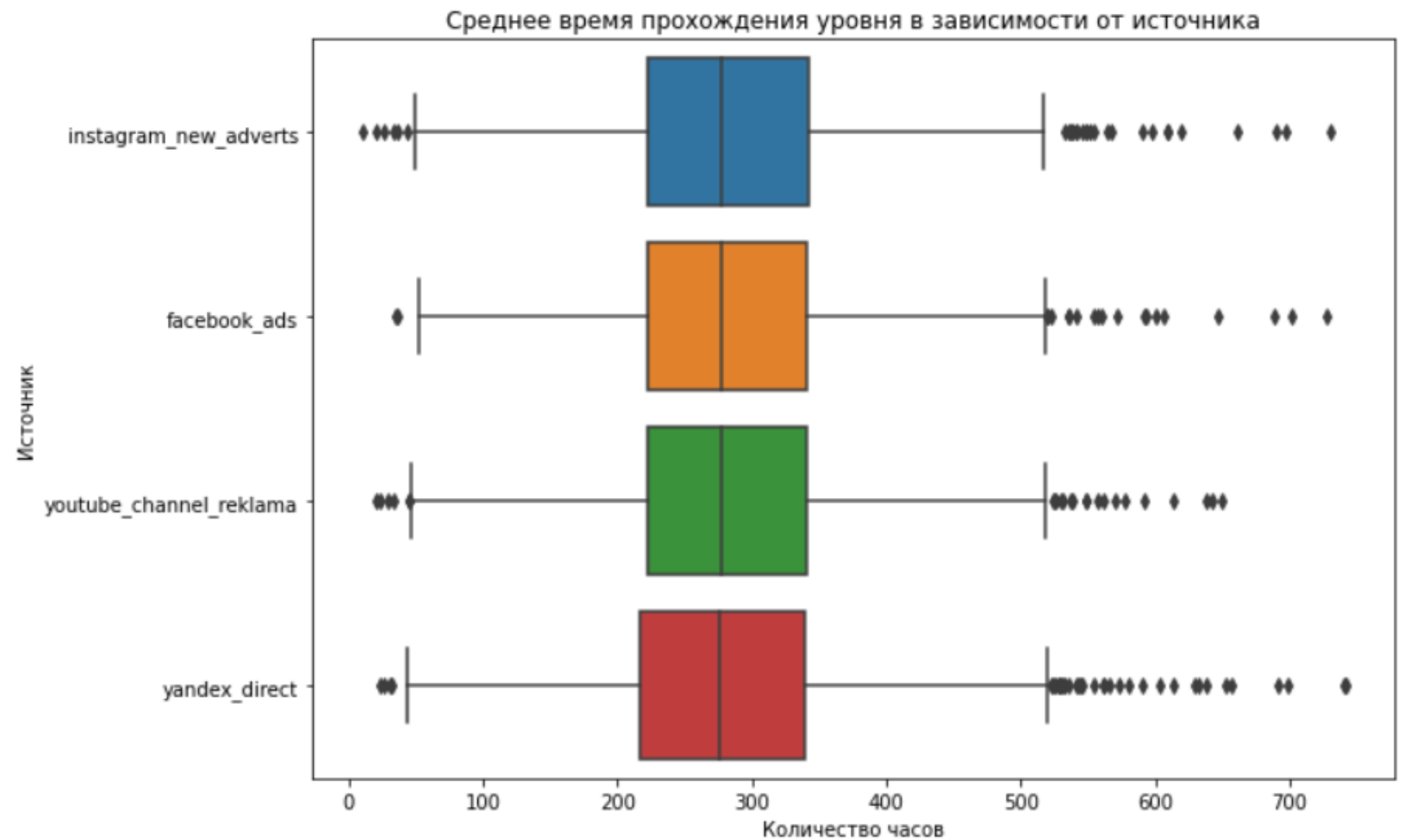
Сколько зданий строят игроки в зависимости от источника?

В зависимости от источника привлечения среднее количество построенных игроком зданий не изменяется и составляет примерно 9.4 здания. Найти статистически значимую разницу между выборками не удалось



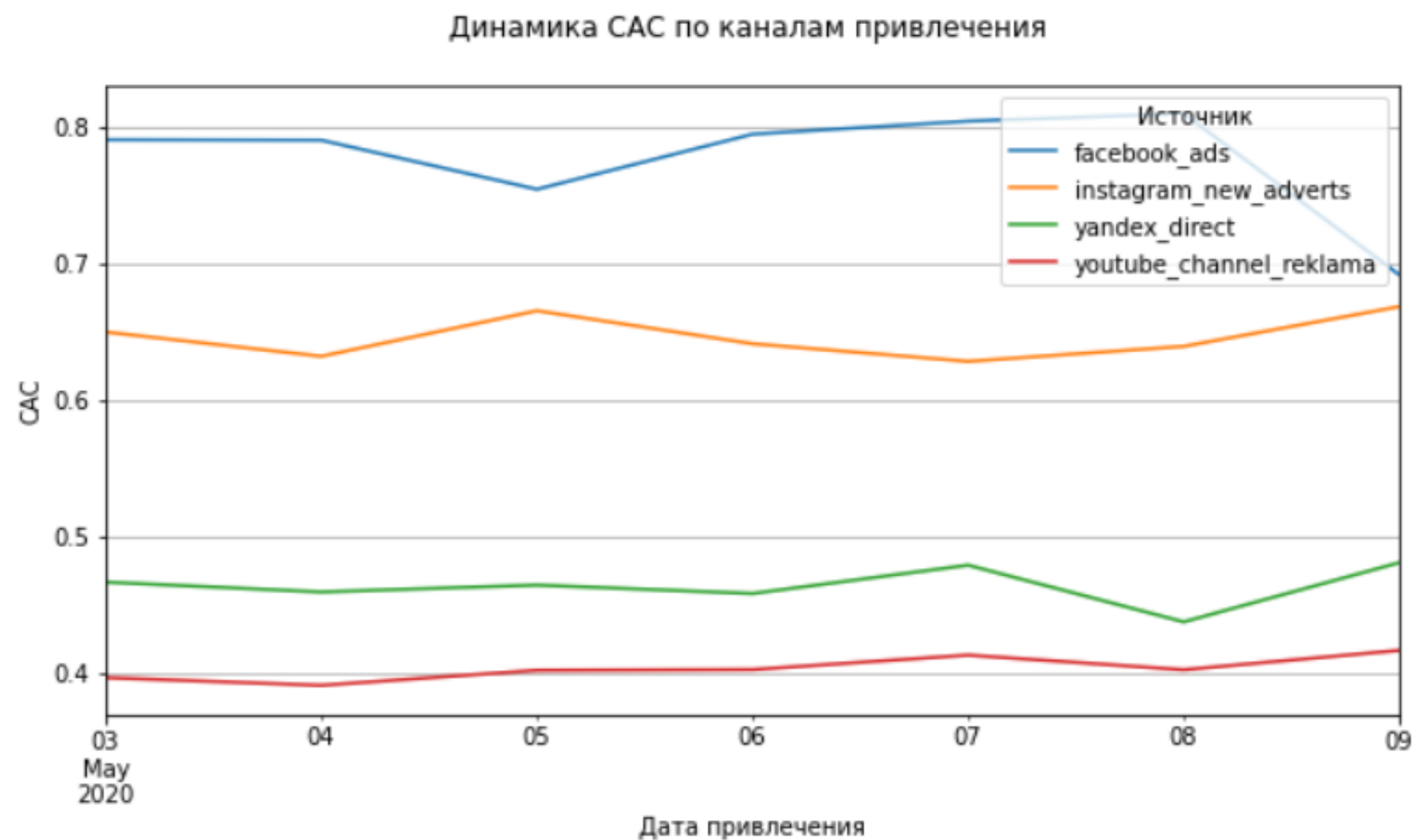
Среднее время прохождения первого уровня в зависимости от источника?

В зависимости от источника привлечения время прохождения не сильно изменяется и составляет примерно 285 часов. Найти статистически значимую разницу между выборками не удалось. Отдельные игроки проходят первый уровень гораздо дольше - за 700 часов



Как изменяется стоимость привлечения пользователя в зависимости от источника?

1. Самой выгодной оказалась реклама на Youtube - цена привлечения клиента 0.4 у.е.
2. Yandex - 0.46 у.е.
3. Instagram - 0.65 у.е.
4. Facebook - 0.79 у.е.

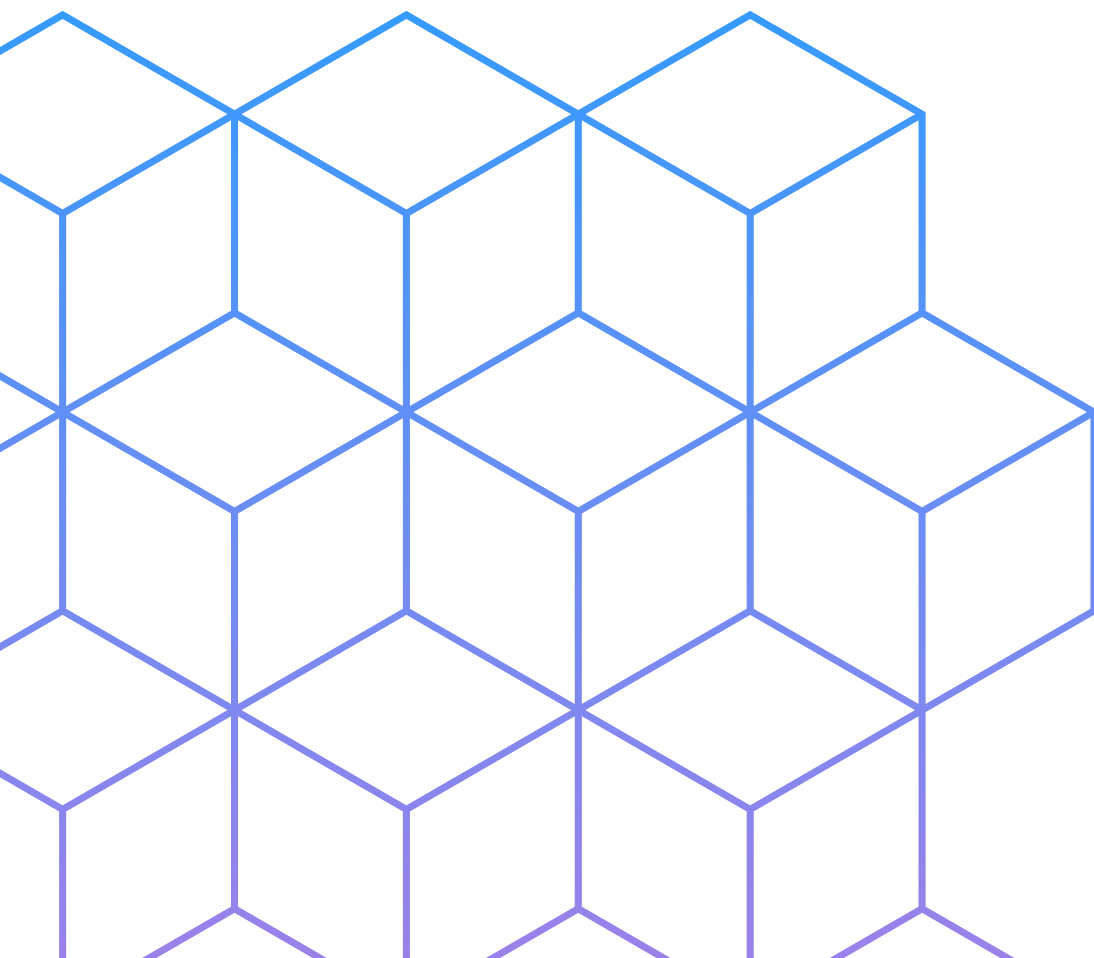
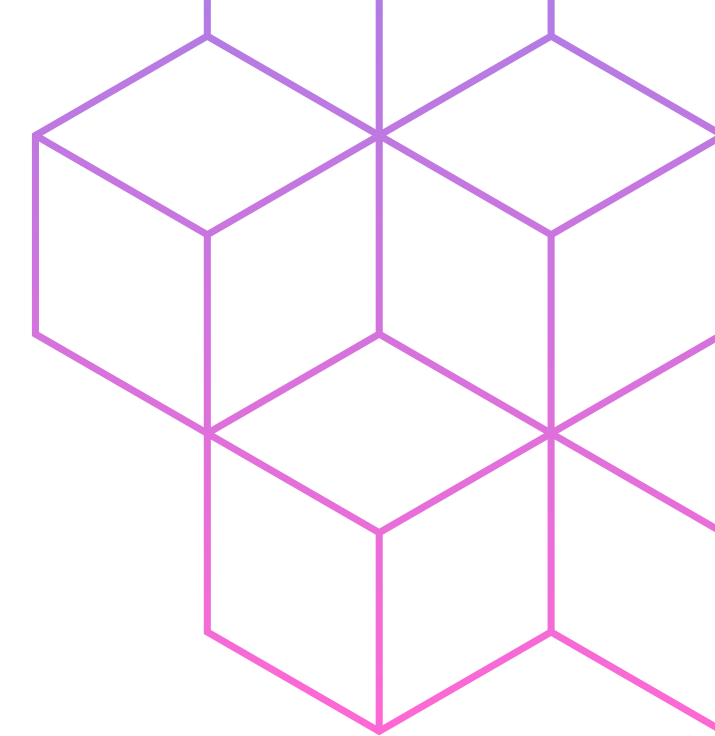


Вывод

В зависимости от источника привлечения пользователи ведут себя статистически одинаково, так что более привлекательными являются источники с более низкой ценой привлечения клиента. А именно:

1. Youtube - 0.4 y.e.
2. Yandex - 0.46 y.e.
3. Instagram - 0.65 y.e.
4. Facebook - 0.79 y.e.

Спасибо за внимание!



Антонова Анна



Email

chikichanna@gmail.com

08.07.2023