
Анализ поведения пользователей в приложении “Ненужные вещи”

(Интервал событий: 07.10.2019 г. - 03.11.2019 г.)

Автор: Логунова Анна Александровна

Цели исследования:

- Анализ поведения пользователей.
- Определение сценариев использования приложения.
- Предоставление рекомендаций по увеличению вовлеченности пользователей.
- Проверка статистических гипотез.

Данные

1. **Приложение:** “Ненужные вещи”.
2. **Датасеты:** данные пользователей, впервые совершивших действия после 07.10.2019 г.:

- В `mobile_sources.csv`: пользователь и источник, с которого он установил приложение.
- В `mobile_dataset.csv`: действие, кто его совершил и дата.

3. **Виды действий:**

- `advert_open` – открыл карточки объявления
- `photos_show` – просмотрел фотографий в объявлении,
- `tips_show` – увидел рекомендованные объявления,
- `tips_click` – кликнул по рекомендованному объявлению,
- `contacts_show` – посмотрел номер телефона,
- `contacts_call` – позвонил по номеру из объявления,
- `map` – открыл карту объявлений,
- `search` – разные действия, связанные с поиском по сайту,
- `favorites_add` – добавил объявление в избранное.

Рекомендации:

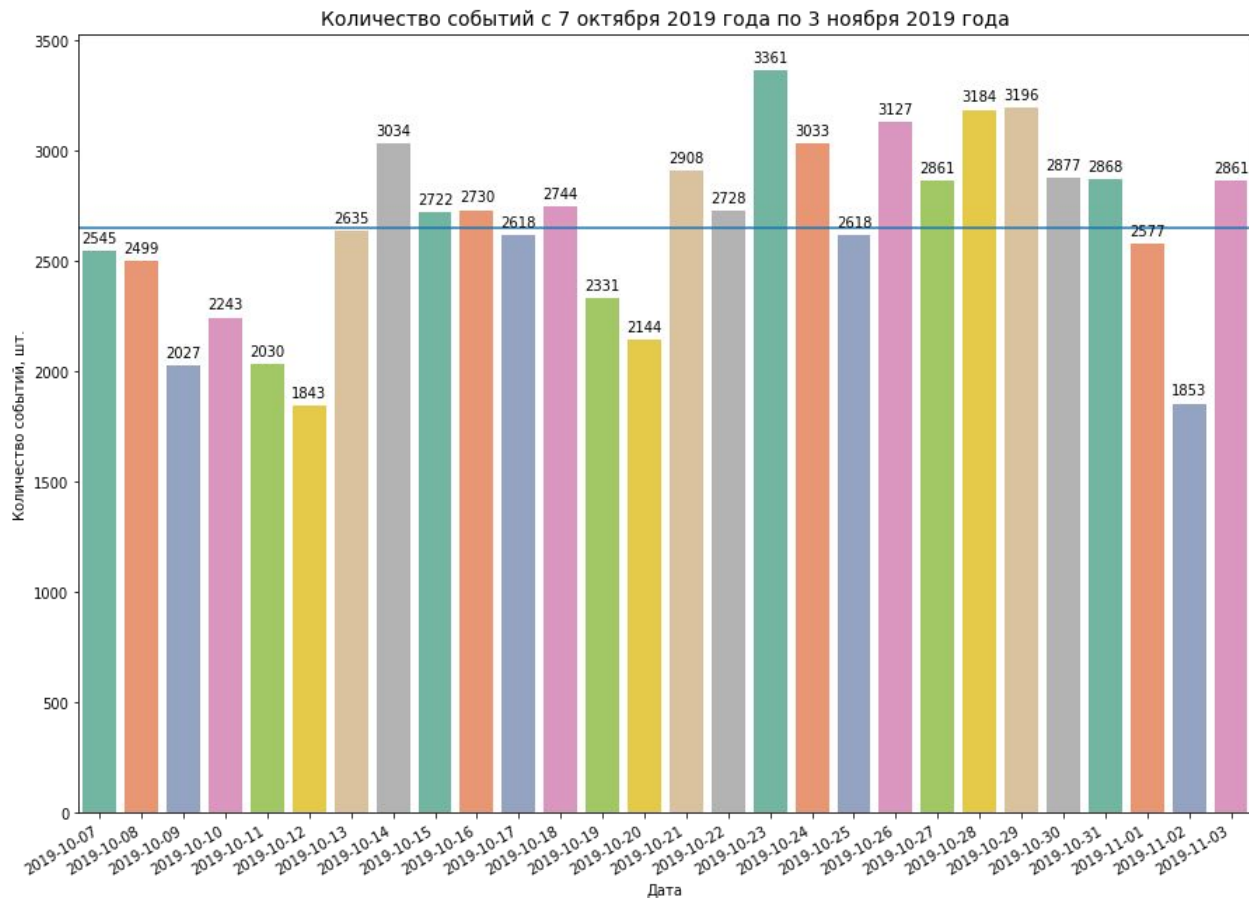
- Убрать возможность просмотра контактов объявления из поиска и рекомендованного. Сделать это возможным только при нажатии на объявление.
- Провести дополнительное исследование с целью поиска причины низкой конверсии после просмотра объявления в просмотры контакта.
- Сделать доступной и удобной кнопку "Избранное", напоминать пользователям о возможности добавления в "Избранное". Через "Избранное" самая большая конверсия в просмотры контактов и короче время до целевого события, а самих действий по добавлению в избранное очень мало.

Самая высокая
активность
пользователей
наблюдалась
23 октября 2019 года

Среднее количество событий в
сутки: **2650**

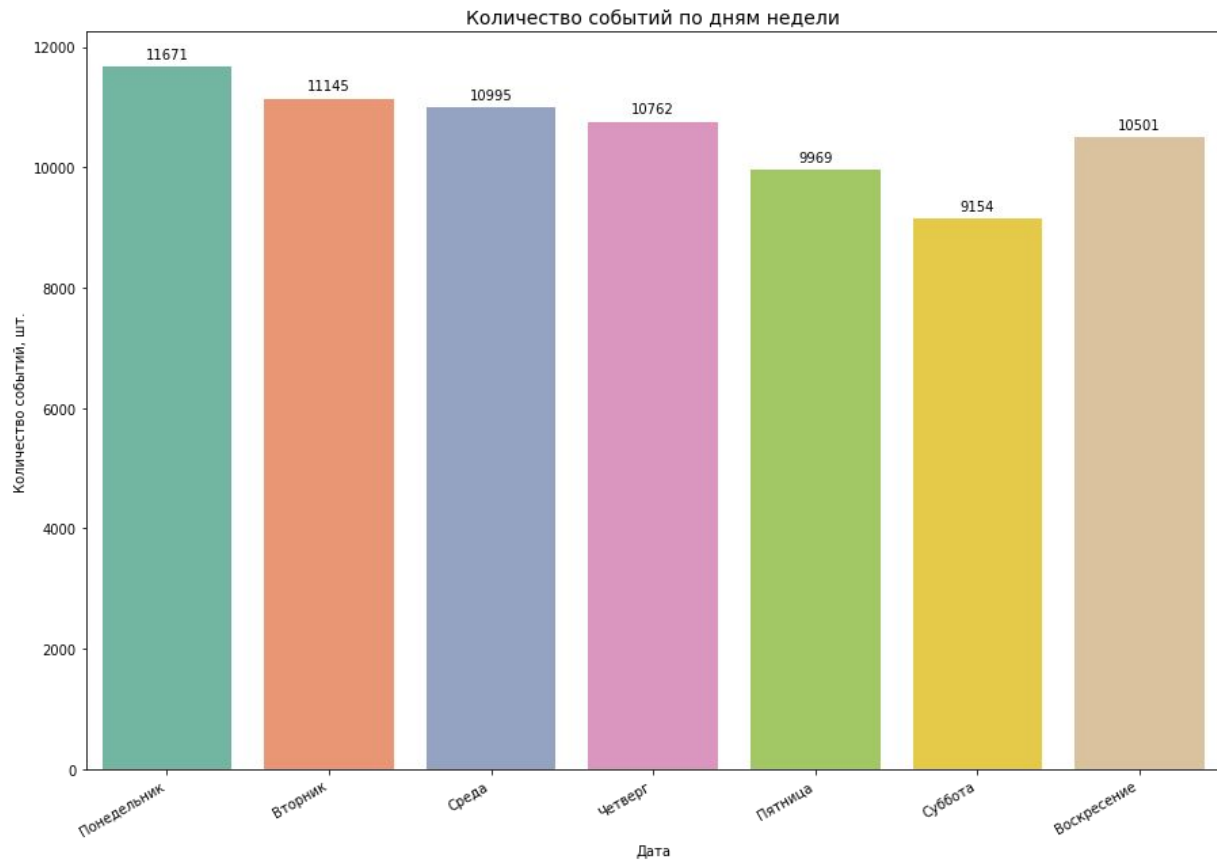
Низкая активность:

- 12 октября 2019 года
- 2 ноября 2019 года



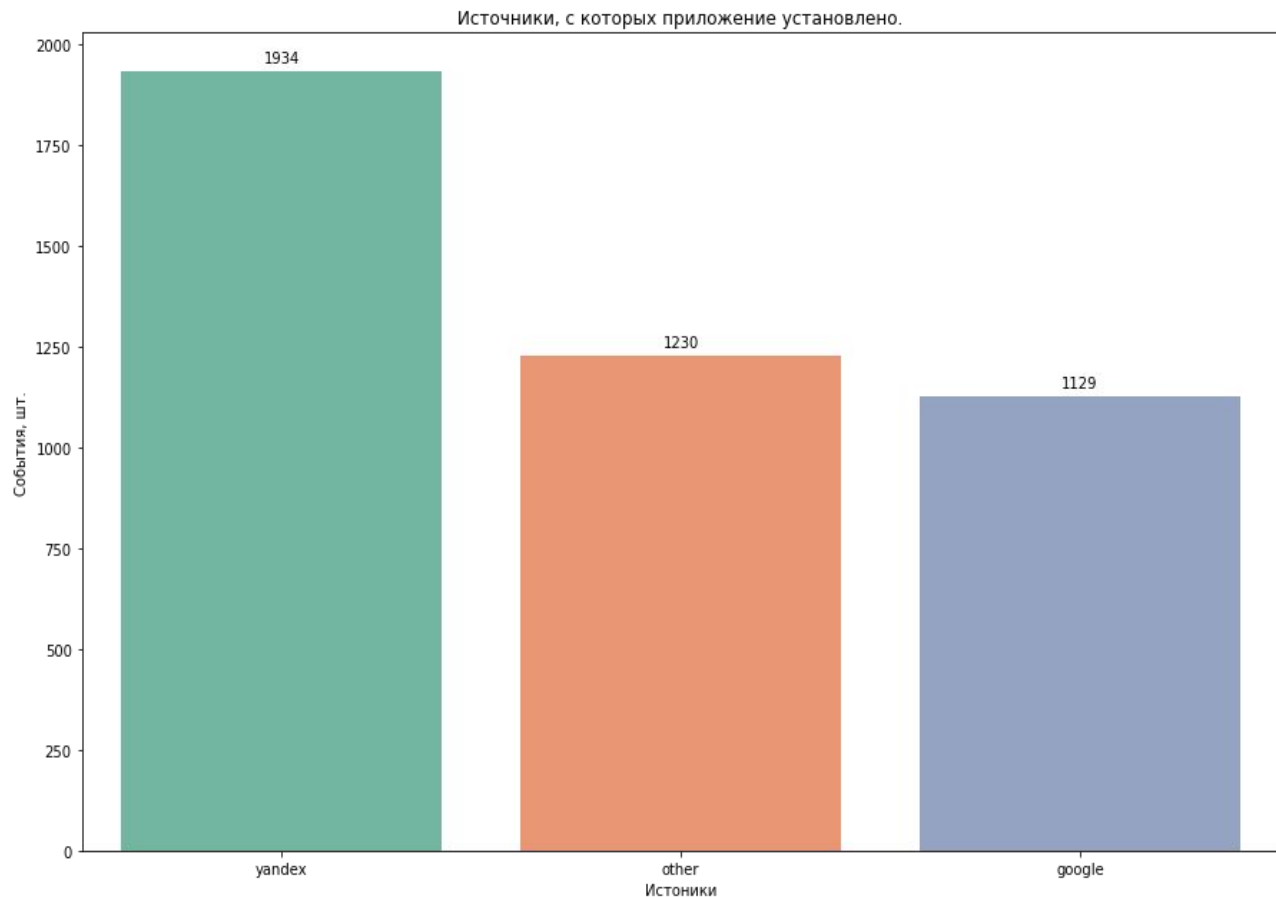
Чаще всего заходят в приложение в понедельник.

Активность пользователей плавно снижается с понедельника (количество событий = 11671) по субботу (количество событий = 9154)



Чаще всего
пользователи
устанавливают
приложение с
Яндекса.

Реже всего устанавливают
через Google.



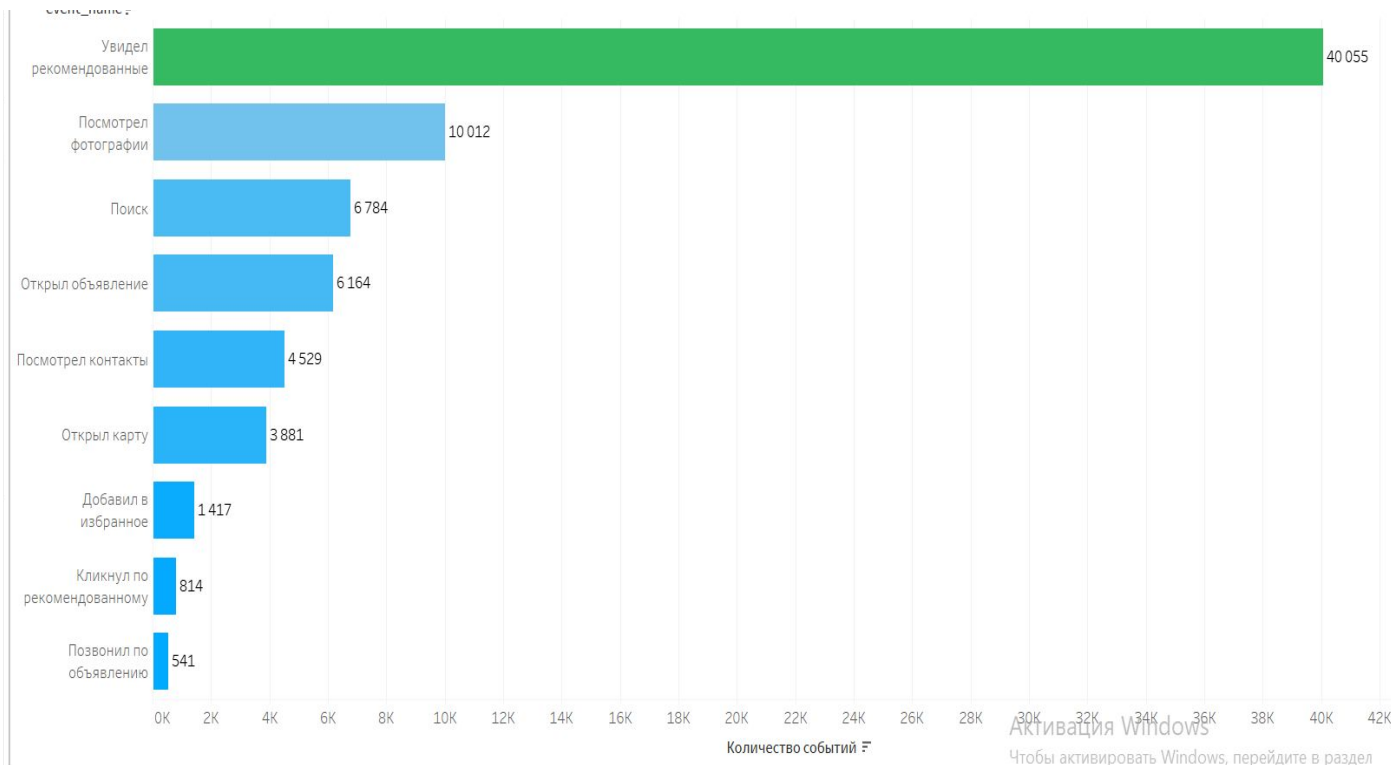
Самое популярное событие - “Увидел рекомендованные объявления”

В топ три самых популярных действий входят:

- “увидел рекомендованные”
- “посмотрел фотографии”
- “поиск”

Самые редкие:

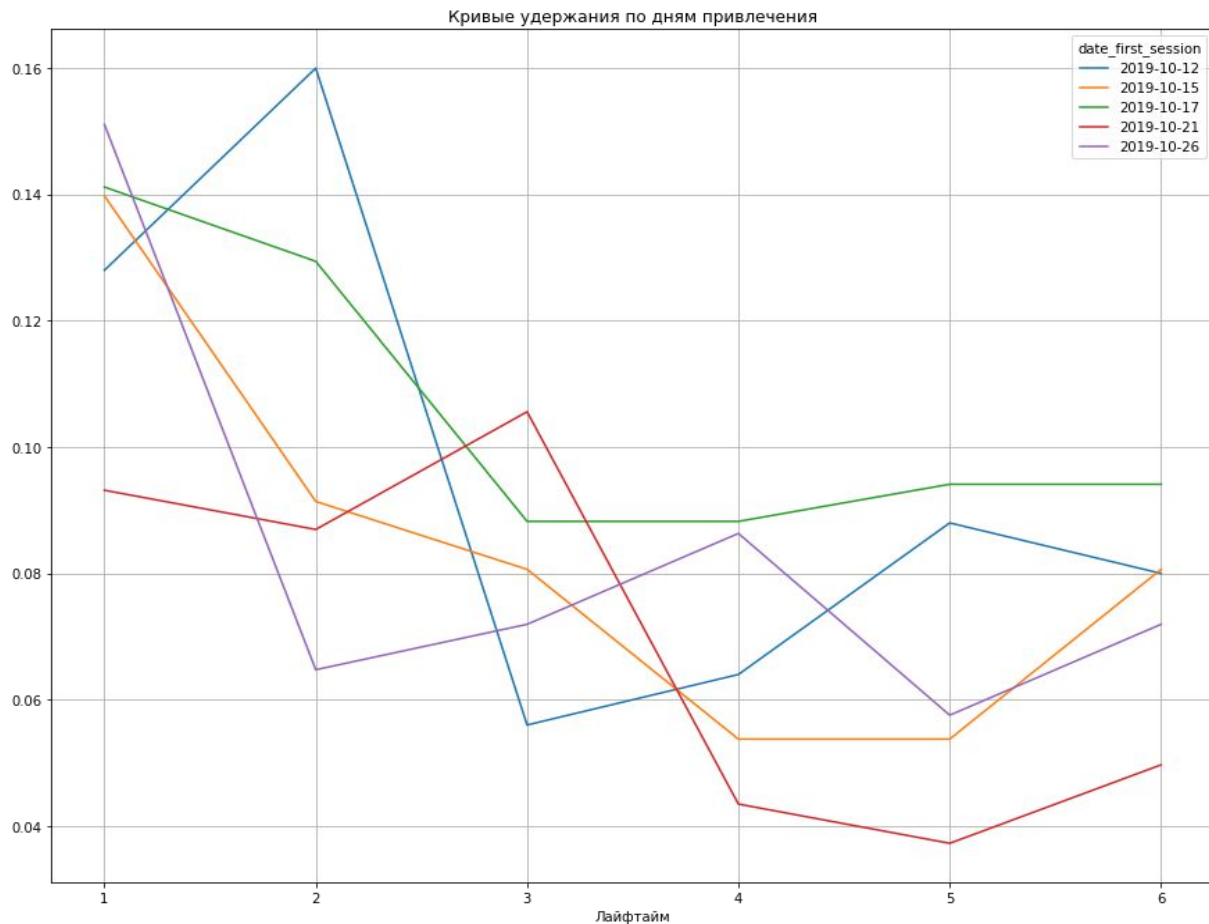
- ‘добавил в избранное’
- “кликнул по рекомендованному”
- “позвонил”



Лучше всего удерживается когорта от 17 октября 2019 года (первое посещение)

К последнему дню самое лучшее удержание показали когорты 12,15,17 октября 2019 года.

Хуже всего удерживается когорта от 21 октября.

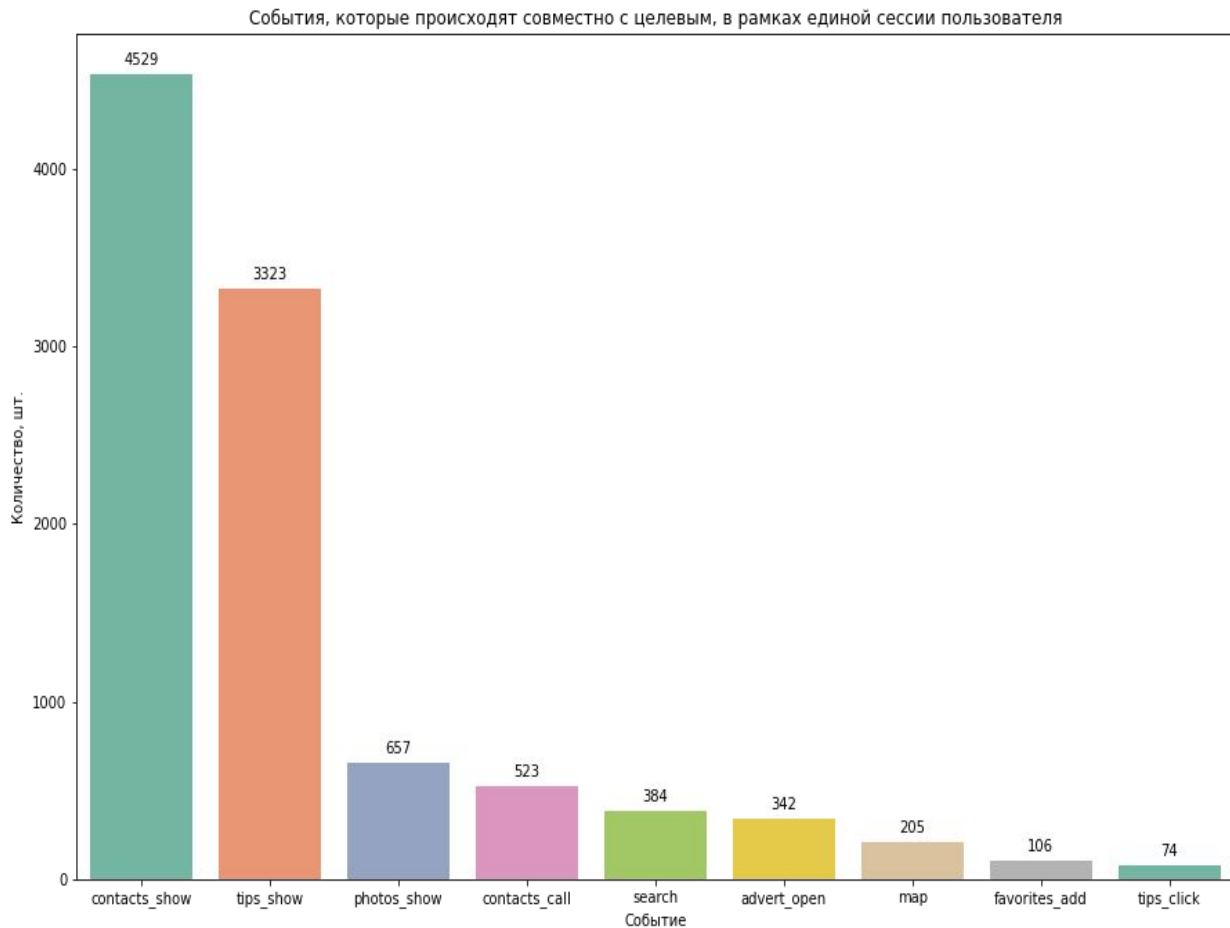


Чаще всего совместно
с целевым событием
(просмотр контактов)
люди видят
рекомендованные
объявления.

Чаще всего совместно с целевым
происходят события:

- увидел рекомендованные
объявления;
- просмотр фото;
- поиск объявления.

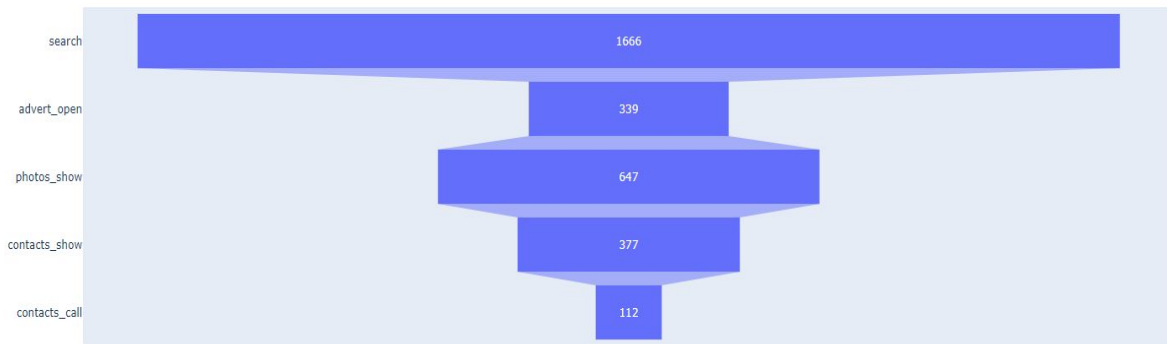
События по просмотру карты,
добавлению в избранное и клику по
рекомендованному редко приводят к
целевому событию.



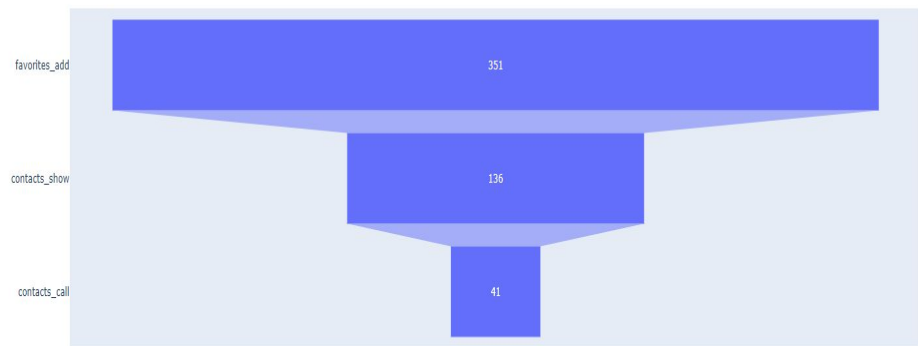
Сквозная воронка продаж

Лучшую конверсию в просмотр контактов показывает воронка, включающая действие пользователя по **добавлению в избранное**.

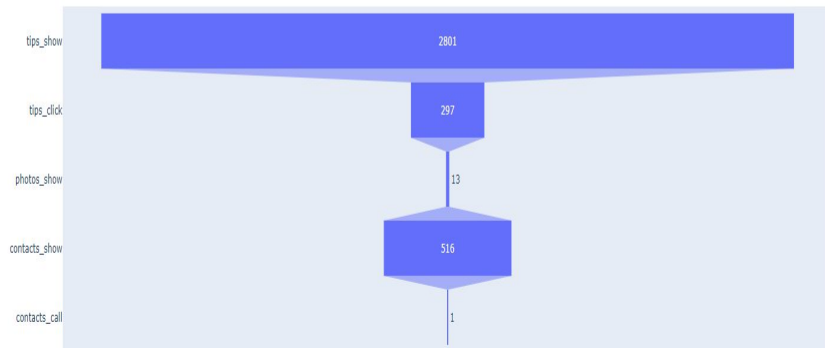
Целевой поиск:



Просмотр контактов через избранное:



Просмотр контактов через рекомендованное:

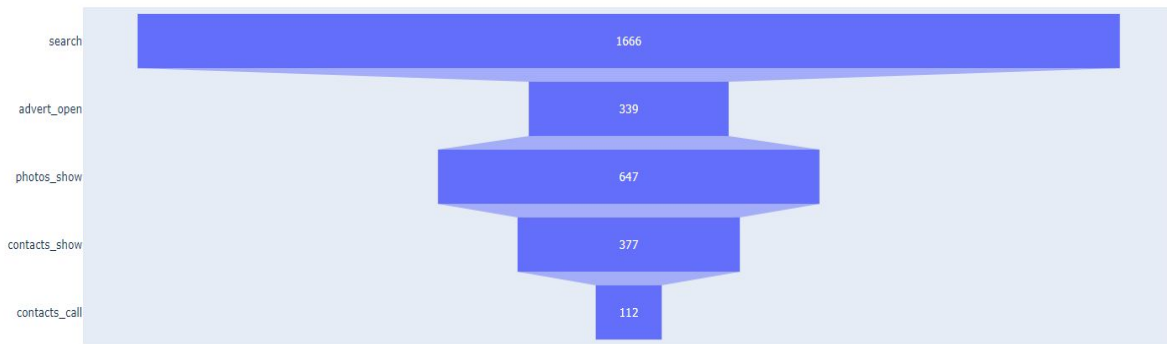


Воронка от предыдущего этапа

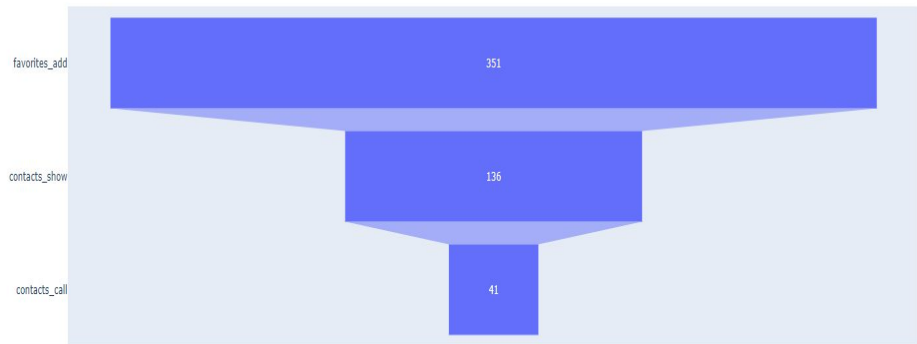
Самостоятельными событиями являются:

- **посмотрел карту**
- **открыл объявление**
- **добавил в избранное**

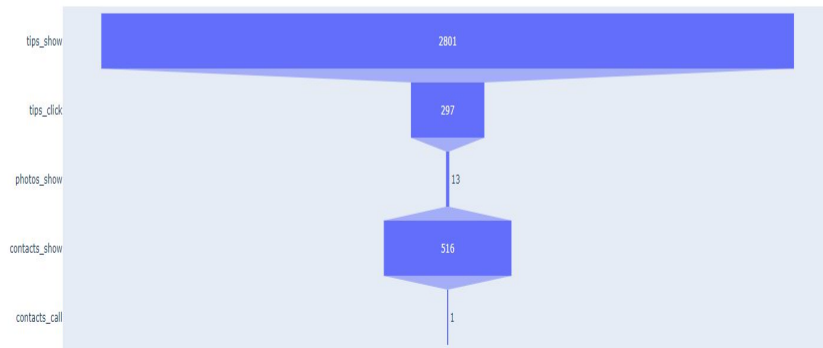
Целевой поиск:



Просмотр контактов через избранное:



Просмотр контактов через рекомендованное:

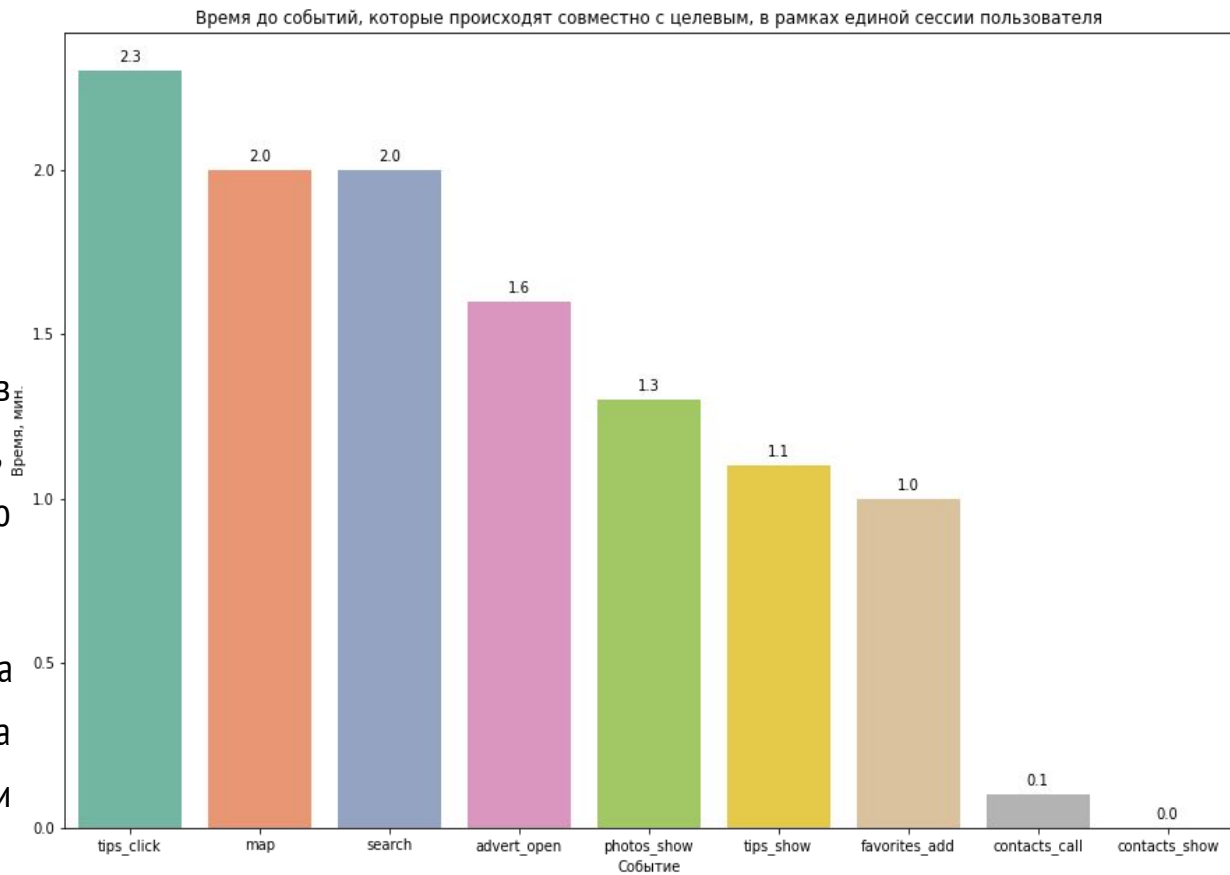


Самое короткое промежуток событиями:

Добавил в избранное - посмотрел контакты

От 2 до 2,5 минут до просмотра контактов объявления пользователи **изучают карту**, ищут подходящее объявление и кликают по рекомендованному объявлению.

Самое быстрое время до просмотра контактов: От 1 до 1,5 минут до просмотра контактов объявления пользователи **добавляют объявления в избранное**, открывают карточку объявления и смотрят рекомендованное.



Конверсия лучше у пользователей, кликающих на объявление из рекомендованного.

Лучшая конверсия на этапе tips_show (увидел рекомендованное) - contacts_show (посмотрел контакты в объявлении) наблюдается у пользователей, кликающих на само объявления. 30% (с событием tips_click) против 17% (без события tips_click).

Добавление функционала в приложение "Добавить в избранное" эффективно с точки зрения вовлеченности пользователей.

Медианное время просмотра контакта из search - 2 минуты, а из favorites_add - 1 минута. Пользователи из избранного покупают быстрее, чем через поиск объявления.

Спасибо за внимание!