

# Продуктовый кейс: поездки на самокатах

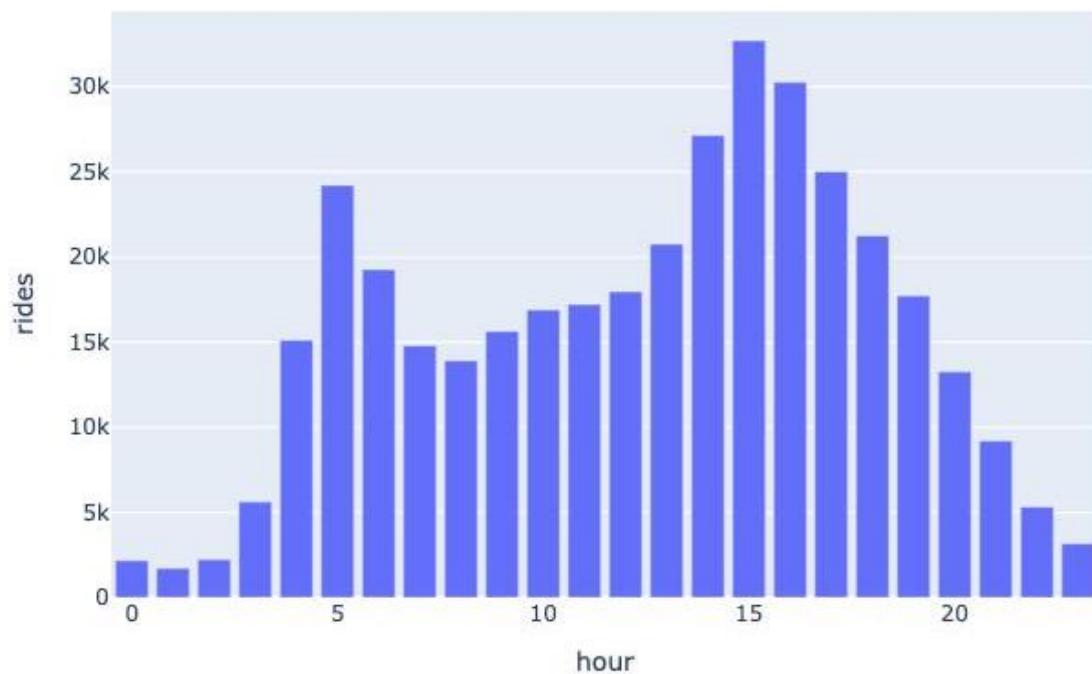
Автор: Дурнов Сергей



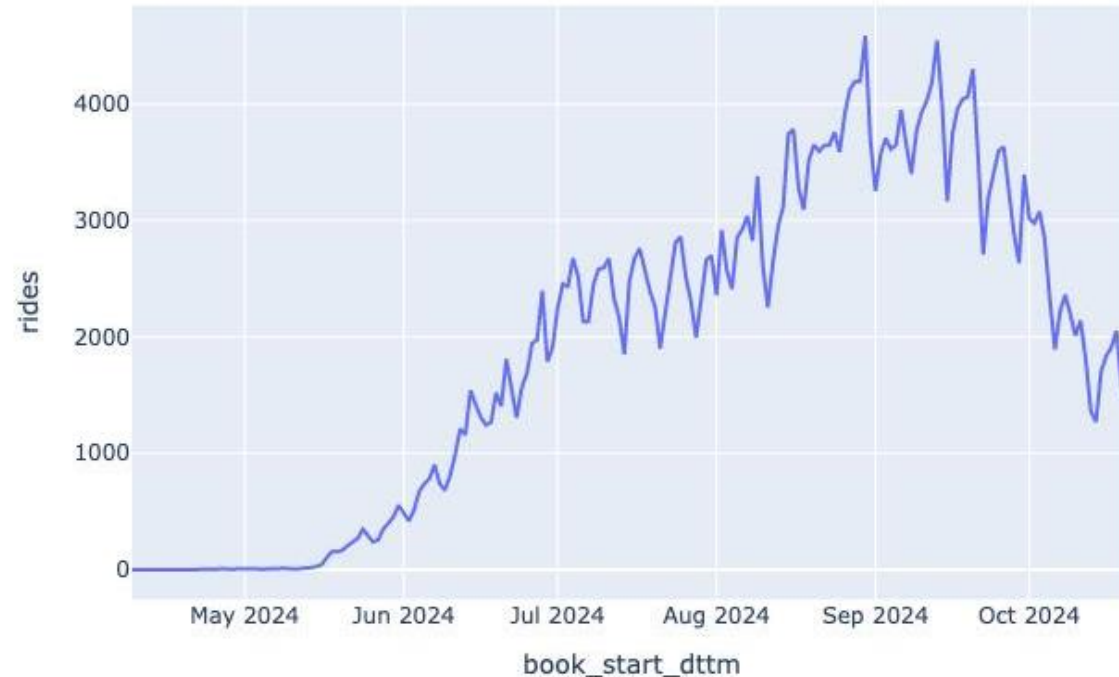
# Активность пользователей

- Пиковая активность по дням подтверждает сезонность май–октябрь; внутри дня пики приходятся на утро и вечер.

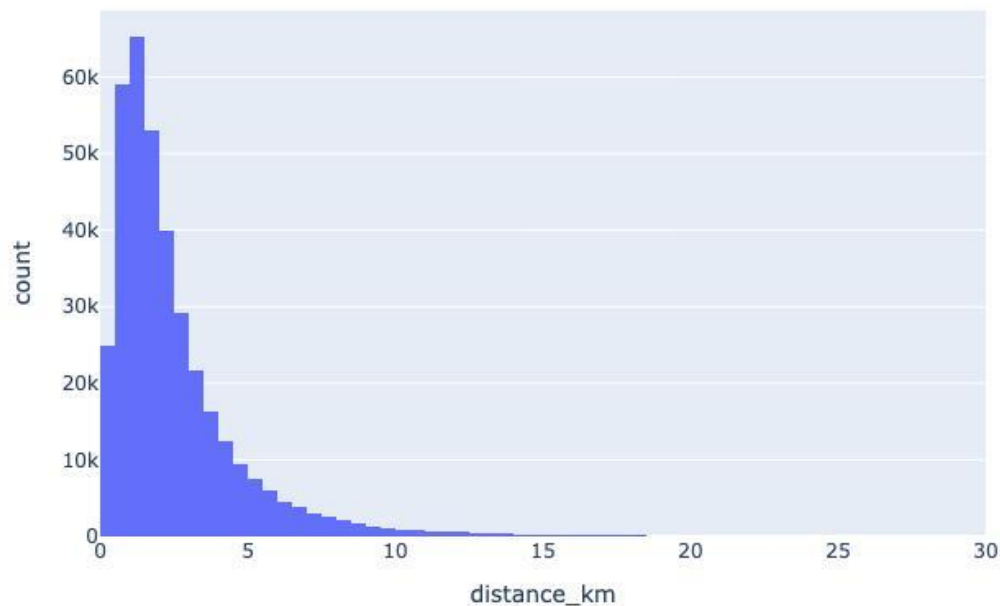
Распределение поездок по часам



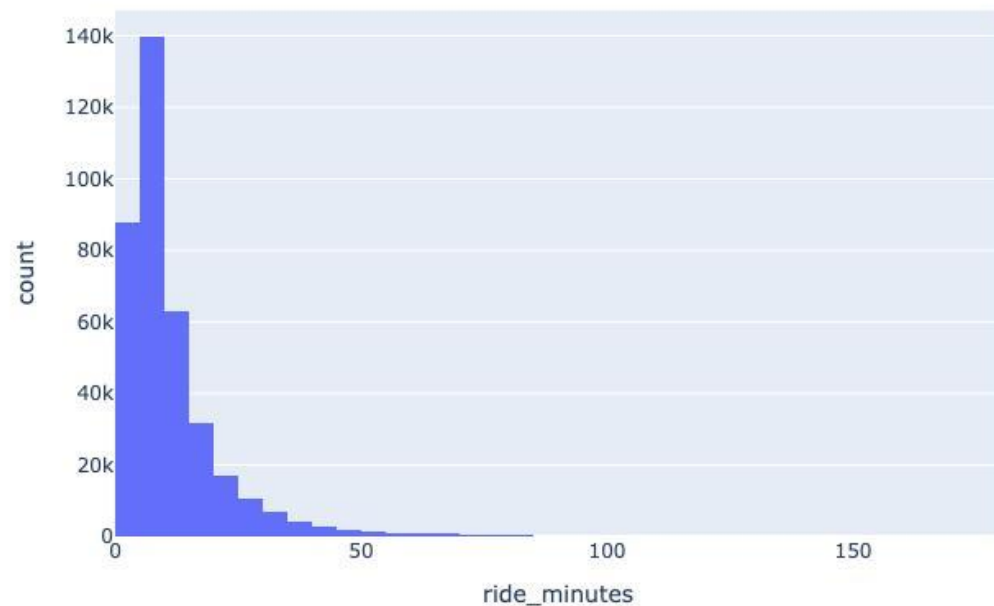
Поездки по дням



Распределение расстояния (км)



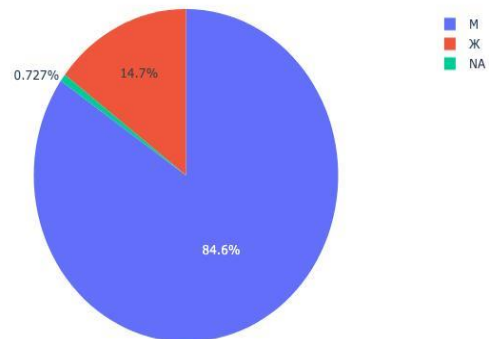
Распределение длительности (мин)



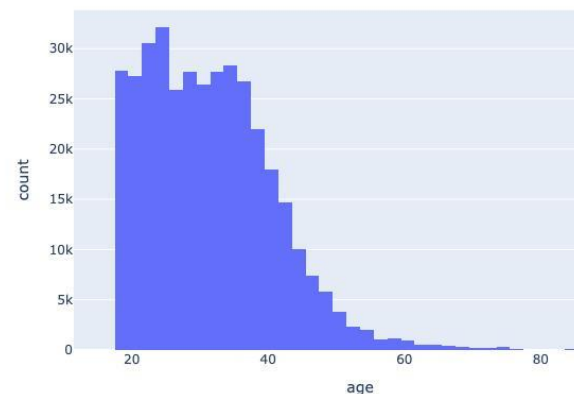
Ядро сервиса — короткие поездки: медиана 8 минут и 1.8 км.

- Вывод: Наш пользователь — это житель города, который использует самокат для коротких рабочих и бытовых поездок. Сезонность и пиковые часы создают нагрузку на парк.

Распределение по полу

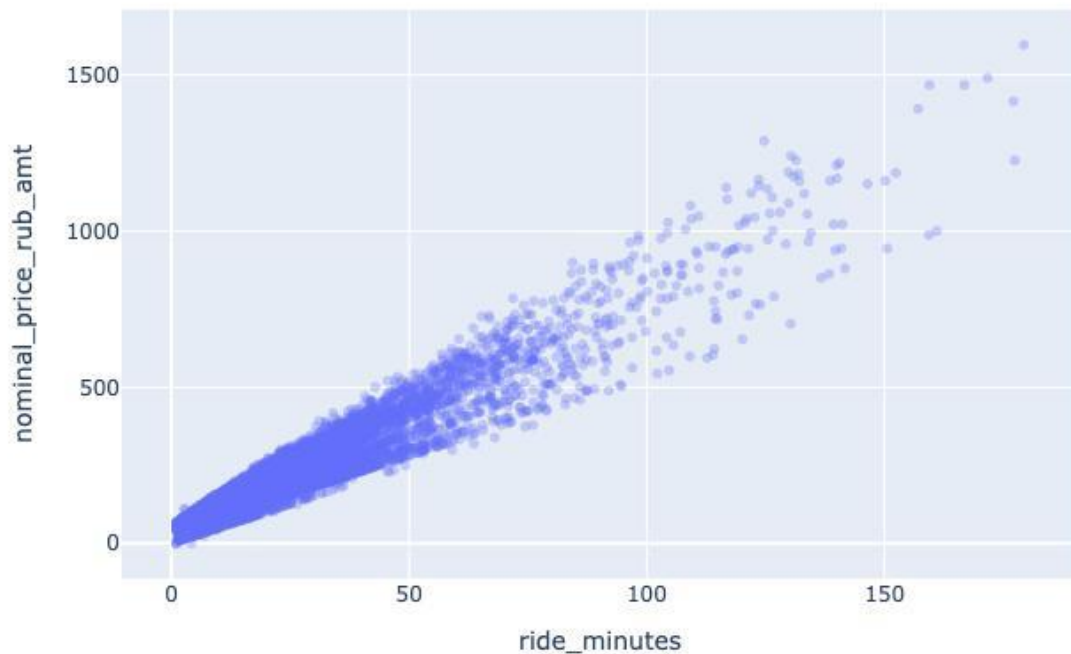


Распределение возраста



# Кто наши клиенты и какую выручку они приносят

Цена vs длительность



- Всего поездок: 396,749; валидных: 372,685; уникальных пользователей: 64,052
- Суммарная выручка : ~48.8 млн руб; медианный чек: ~106 руб
- Выводы: 1) Целевая аудитория — молодежь. Демография соответствует ожиданиям для рынка кикшеринга.
- 2) Цена растёт с длительностью и расстоянием; заметен вклад фиксированной активации.
- Итого: Мы хорошо понимаем нашего пользователя. Основная задача — не просто привлечь новых (64k уников), а увеличивать частоту поездок и LTV.

# Как мы можем вырасти: гипотезы для проверки

## H1: Пик-тариф

- **Суть:** Снизить стартовый взнос в часы пик (7-10, 17-20), но повысить стоимость минуты.
- **Ожидание:** +8-12% поездок в пик. Юнит-экономика не пострадает.
- **Why?** Борется с главной болью — высоким порогом входа для короткой поездки.

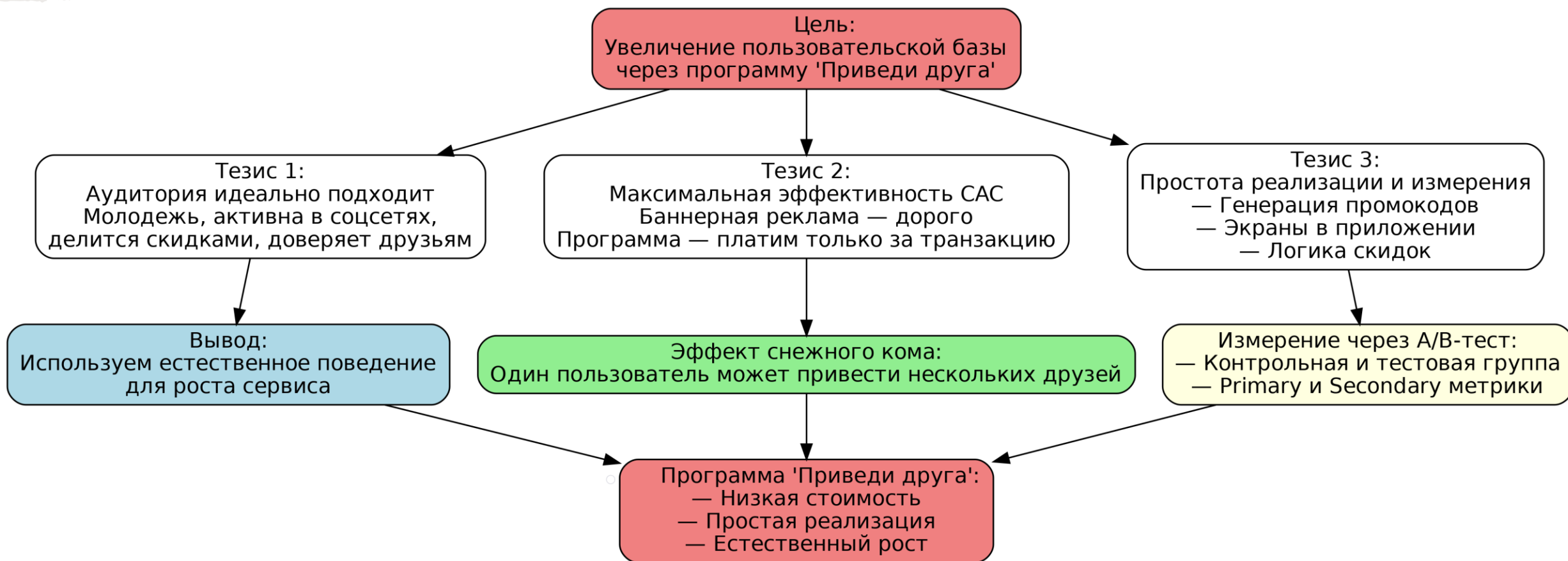
## H2: программа «Приведи друга»

- **Суть:** После первой поездки пользователь получает персональный промокод, которым может поделиться с друзьями. Друг получает скидку на первую поездку, а пригласивший — на следующую.
- **Ожидание:** +15-20% к количеству первых поездок от новых пользователей. Увеличение доли пользователей, совершивших 2+ поездки на 10-15%.
- **Why?** Идеальное совпадение с аудиторией: Молодые пользователи активны в соцсетях и чаще доверяют рекомендациям друзей. Вирусный рост: Запускает сетевой эффект, когда пользователи сами продвигают продукт.

## H3: Гипотеза по геолокации

- **Суть:** В самых популярных точках старта/финиша разместить виртуальные "станции". При запуске приложения в этих зонах пользователю показывается push-уведомление с напоминанием о сервисе или скидкой.
- **Ожидание:** Увеличение конверсии в старт в ключевых локациях на 5-7%.
- **Why?** Прямое воздействие на пользователя в момент принятия решения о транспорте.

# Программа «Приведи друга»



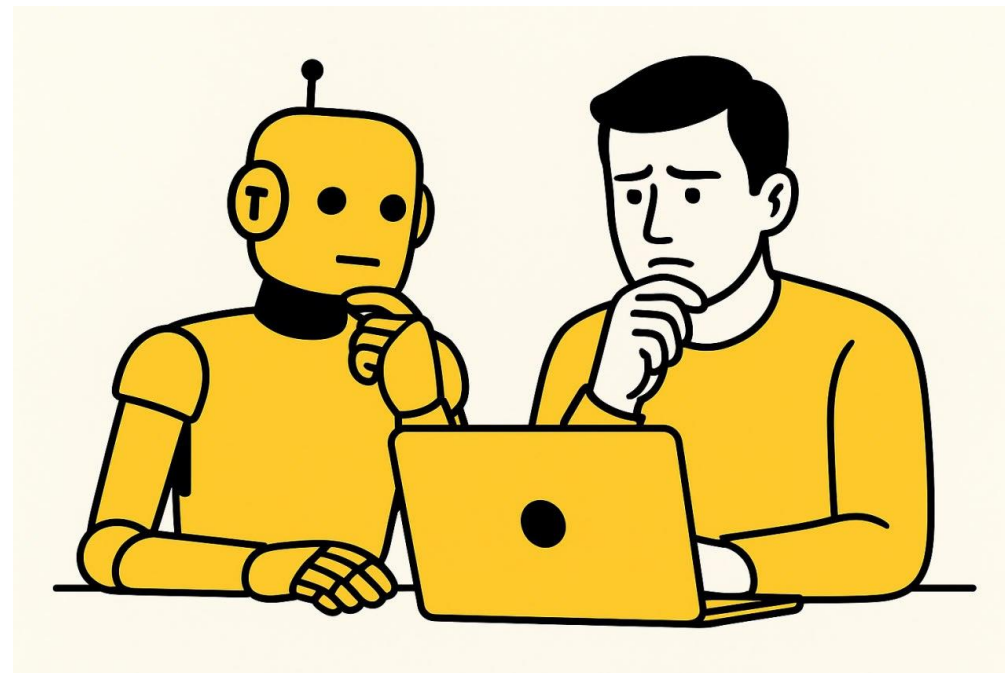
# Доля Т-банка на рынке

- Согласно [статье](#) количество поездок на самокатах Юрент за 2024 год составило 100,3 миллионов.
- Расчет доли рынка Т-Банка:
- Формула: доля = поездки Т-Банка / поездки индустрии за сопоставимый период
- Количество валидных поездок через сервис Т-Банка: 372 685
- Общий объем рынка: 100300000
- Доля =  $(372\,685 / 100300000) * 100\% = \sim 0.371\%$

# Использование ИИ в работе над заданием



- **Для чего был использован ИИ:**
- Для ускорения первичного анализа по описанию задачи.
- Помощь в быстрой диагностике и исправлении опечаток в коде на Python.
- Предложение более эффективных способов фильтрации и агрегации данных для работы с большим датасетом.
- Помог избежать мелких ошибок, которые трудно найти самостоятельно, обеспечив достоверность расчетов.
- **Вывод:** Я считаю, что современный аналитик должен уметь правильно использовать ии помощника, так как он облегчает работу с кодом и помогает аналитику сконцентрироваться на главных задачах - стратегическом анализе, интерпретации результатов и генерации продуктивных инсайтов, которые непосредственно влияют на развитие продукта.





**Спасибо за внимание**

