

Онучина Виктория
edlikys@yandex.ru

edlikys@yandex.ru

ВВЕДЕНИЕ

Данные содержат информацию 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.

Завершение первого уровня требует от игрока выполнения одного из двух условий:

- Победа над первым врагом
- Реализация проекта - разработка орбитальной сборки спутников

Основные задачи анализа:

- Исследовательский анализ данных;
- Анализ влияния источника перехода в игру на поведение пользователя;
- Проверка статистических гипотез

ОСНОВНЫЕ НАБЛЮДЕНИЯ

Маркетинговая кампания проводилась с 3 мая по 9 мая. Кампания выпала на майские праздники.

Данные содержат действия игроков, пришедших во время маркетинговой кампании, до достижения первого уровня.

Большинство пользователей пришло с Яндекс.Диркет (4.8 тысячи), меньше всего с Youtube (2,7 тысяч). Возможно, что ЦА кампании – пользователи из СНГ.

Самые дешевые игроки пришли с Яндекс.Директ (0.4 у.е. на пользователя), самые дорогие пришли с Facebook (0.79 у.е. на пользователя)

Процент тех, кто не получил первый уровень, больше, чем тех, кто получил. 57.2% без первого уровня (бросивших играть, скорее всего) и 42.8% тех, кто получил первый уровень и прошел дальше.

Процент тех, кто завершил уровень через проект, меньше, чем тех, кто завершил победой на врагом. 32.1% пользователей завершили через проект, 67.9% пользователей завершили через победу над врагом.

На 14-15 день в когортах, независимо от источника, остается 10 и меньше процентов игроков. Средняя продолжительность когорты 26 дней.

Среднее время в игре не зависит от источника: 11 дней.

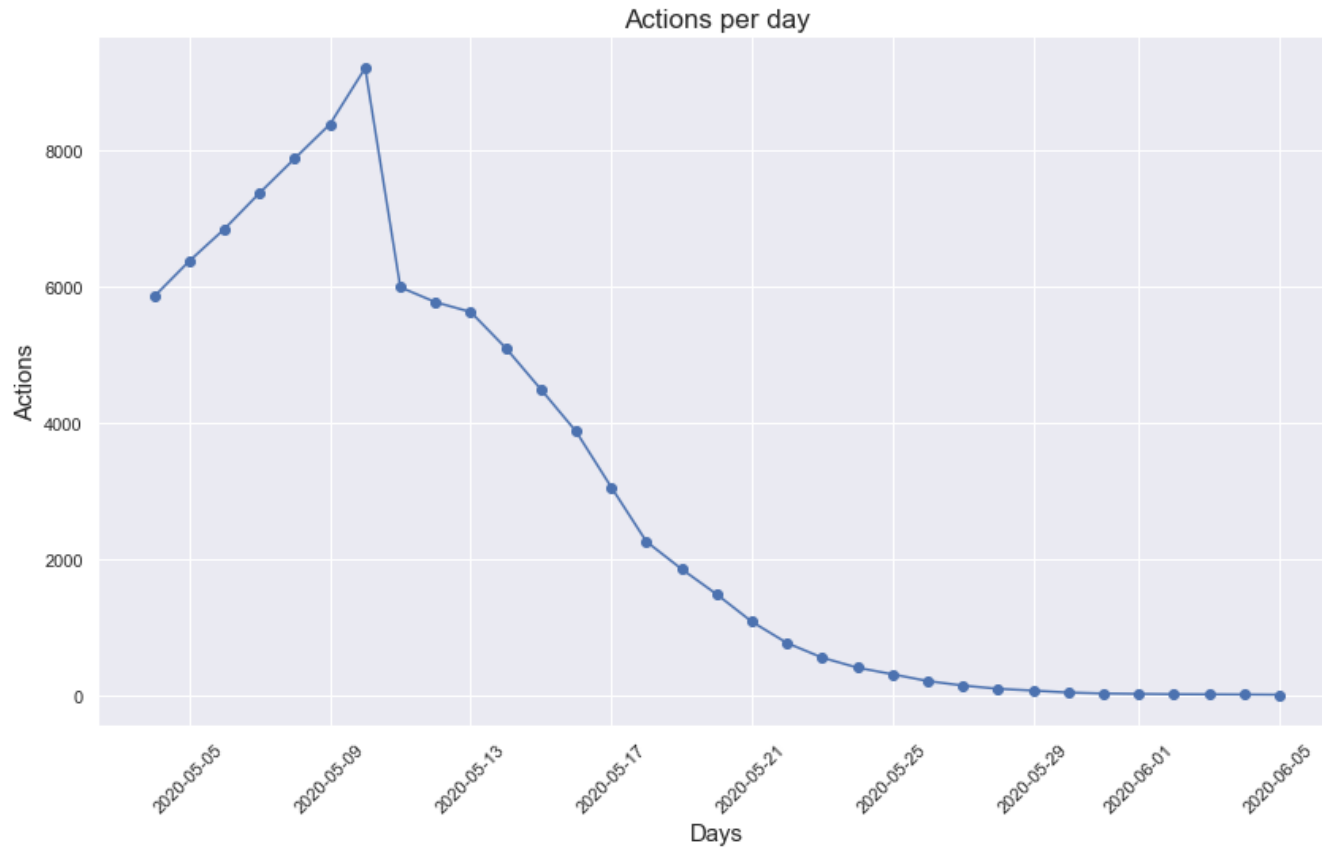
РЕКОМЕНДАЦИИ

Так как не нашлось явных изменений в поведении пользователей в зависимости от источника, то есть смысл сделать уклон на источники с более дешевыми игроками (Яндекс.Директ и Youtube).

57.2% пользователей не получают даже первый уровень. Необходимо провести дополнительный и более подробный анализ, чтобы выявить, почему больше половины пользователей выпадают из игры

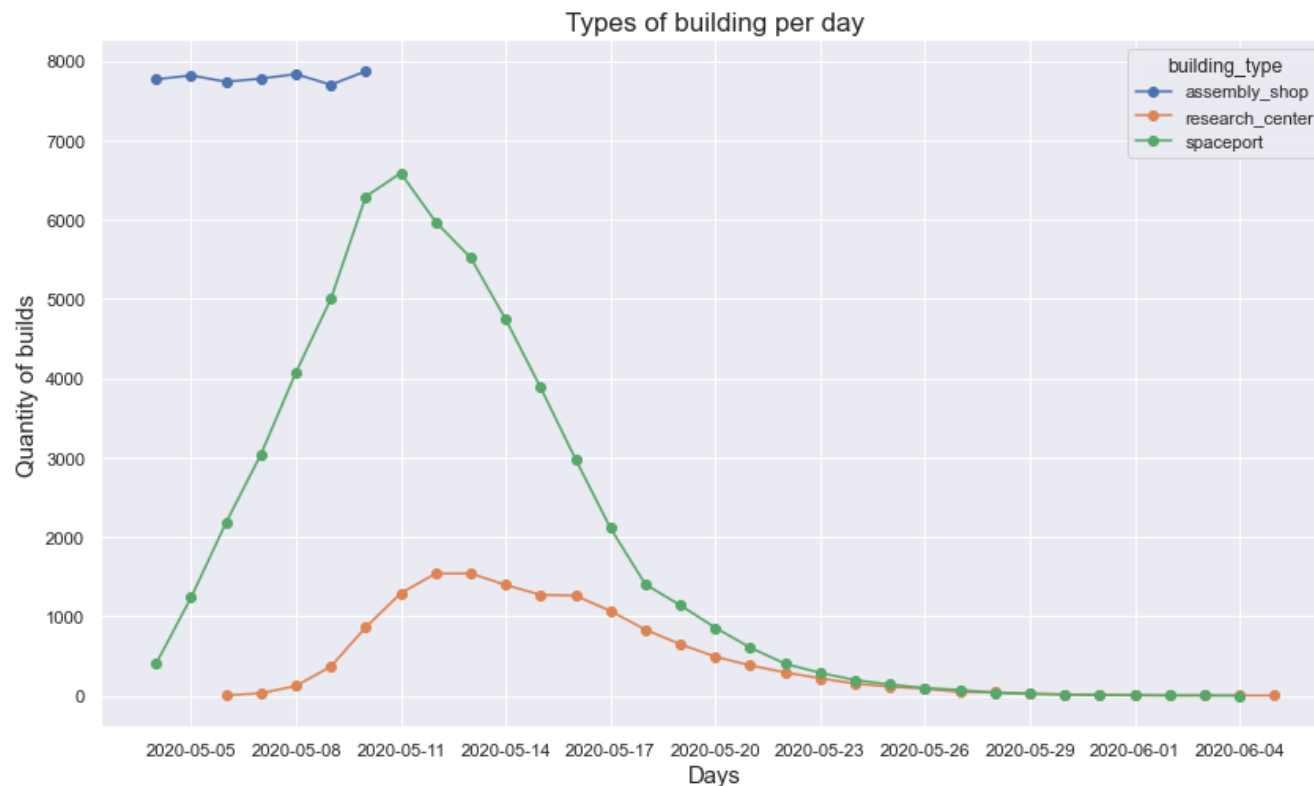
67.9% игроков получают первый уровень победой над врагом. Необходимо узнать, какие трудности возникают у пользователей при построении и заинтересовать пользователей больше строить, а значит больше времени проводить в игре

ОБЩЕЕ DAU ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



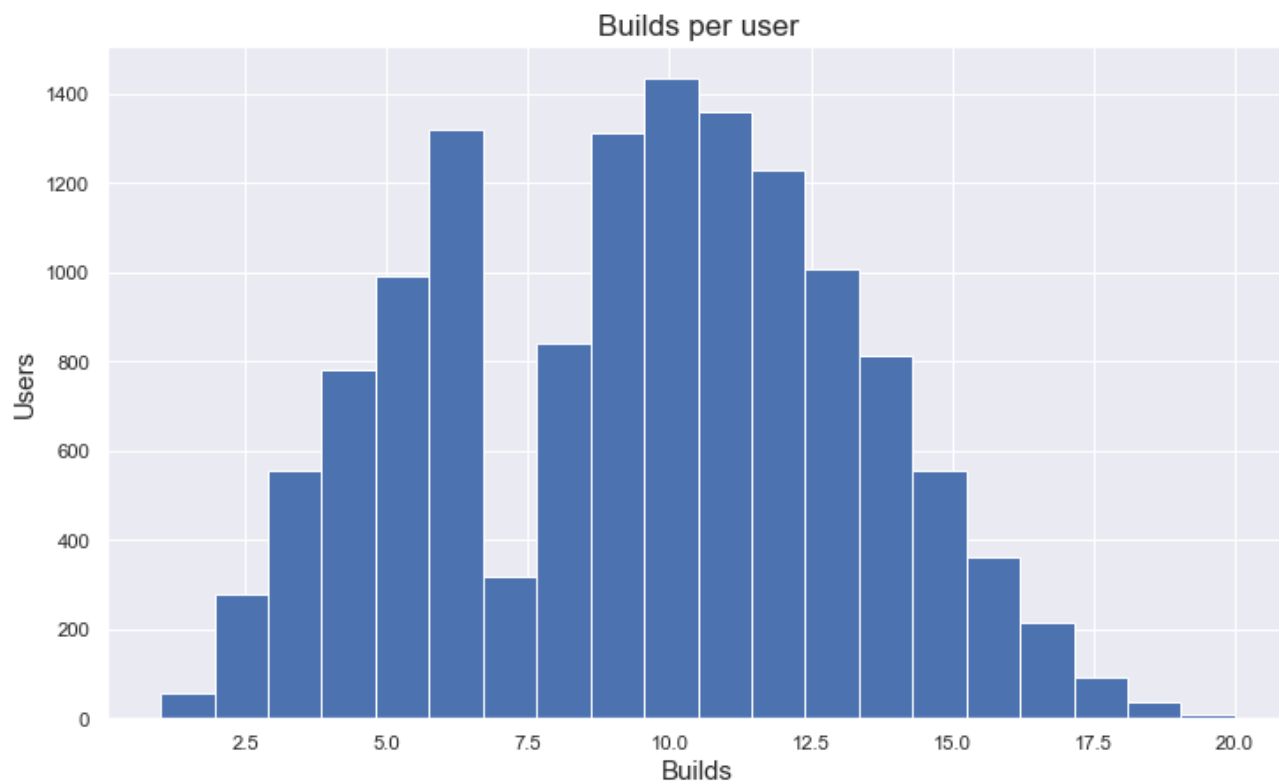
Первую неделю приходили пользователи. Активность пошла на спад после 21-го мая, кто-то прошел первый уровень, а кто-то просто перестал играть, не увидев результата. То есть после привлечения последнего игрока активность медленно падала в течение 11 дней, а дальше стабилизировалась к минимальным показателям.

КОЛИЧЕСТВА ПОСТРОЕК ПО ТИПУ



Assembly_shop начальная постройкой. 9 дней, в которые привлекались новые пользователи, эти постройки строятся в большом количестве. Видно, что assembly_shop строят в первый день игры, а на второй – нет. Вторая по популярности постройка spaceport. Пиковое значение наблюдается 11 мая, когда пользователи привлечены. Редкая постройка research_center. Первые постройки спустя 2 дня после привлечения первых пользователей. Пиковые значения наблюдается 12-13 мая, спустя 2-3 дня после привлечения последних новых пользователей. После 17 мая все постройки пошли на спад, а с 23 мая количество spaceport и research_center сравнялось.

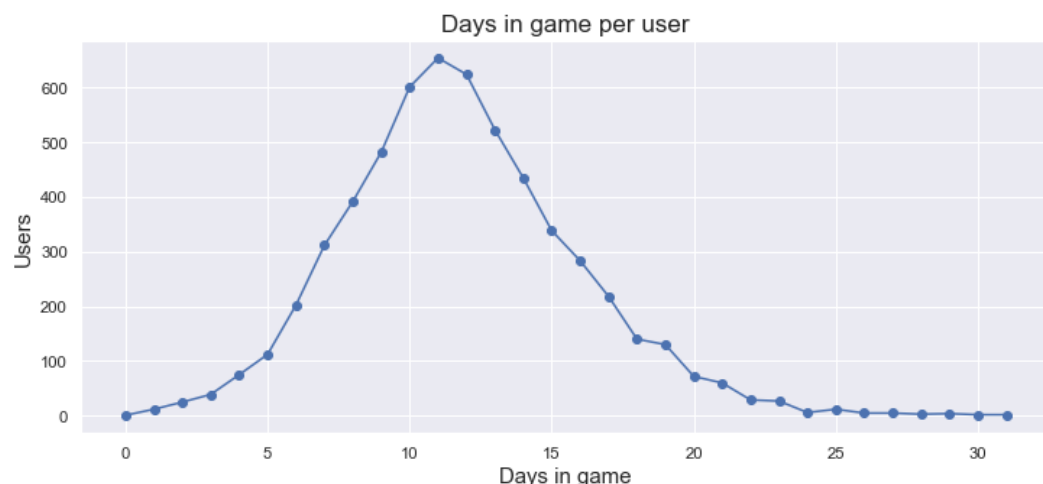
КОЛИЧЕСТВО ПОСТРОЕК НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ



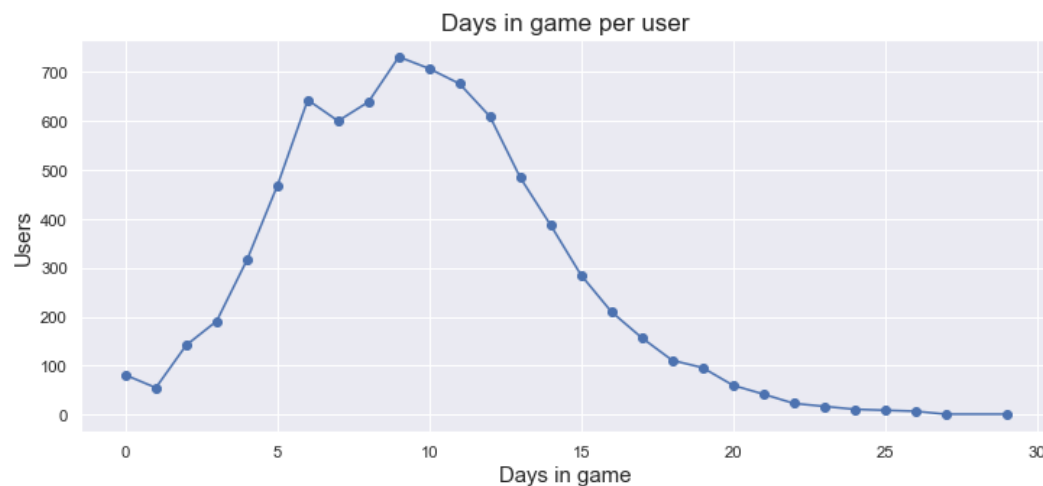
На графике наблюдается нормальное наблюдение, но с несколькими отклонениями в районе 7-8 построек. И пиковое значение в 10 построек.

В среднем строят 9 построек.

ВРЕМЯ В ИГРЕ С ПЕРВЫМ УРОВНЕМ И БЕЗ НЕГО



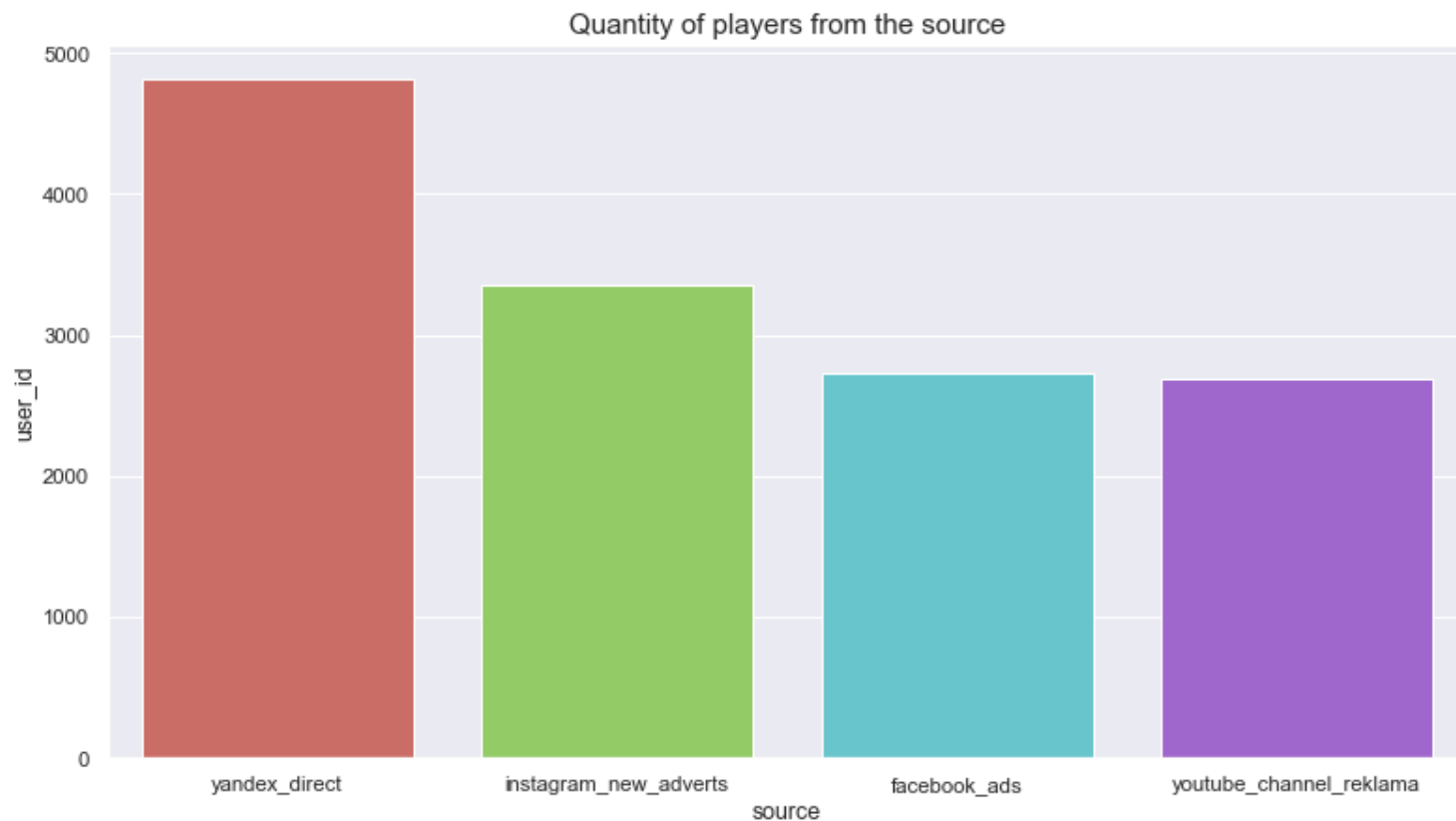
Первый график – пользователи, которые получили первый уровень. Медиана 12 дней. На графике наблюдается нормальное распределение с небольшим смещением в левую сторону. До 5 дней в игре провело мало пользователей, дальше график берет рост и пик на 11 дней. Показатели спадают и стабилизируются после 20-го дня.



Второй график – пользователи, которые не получили первый уровень. Медиана 11 дней. График сильно смещен в левую сторону, что свидетельствует о том, что большинство пользователей проводят меньше времени в игре. График с самого начала берет резкий рост, доходит до пика в 9 дней и идет на спад. После 18 дней график нормализуется.

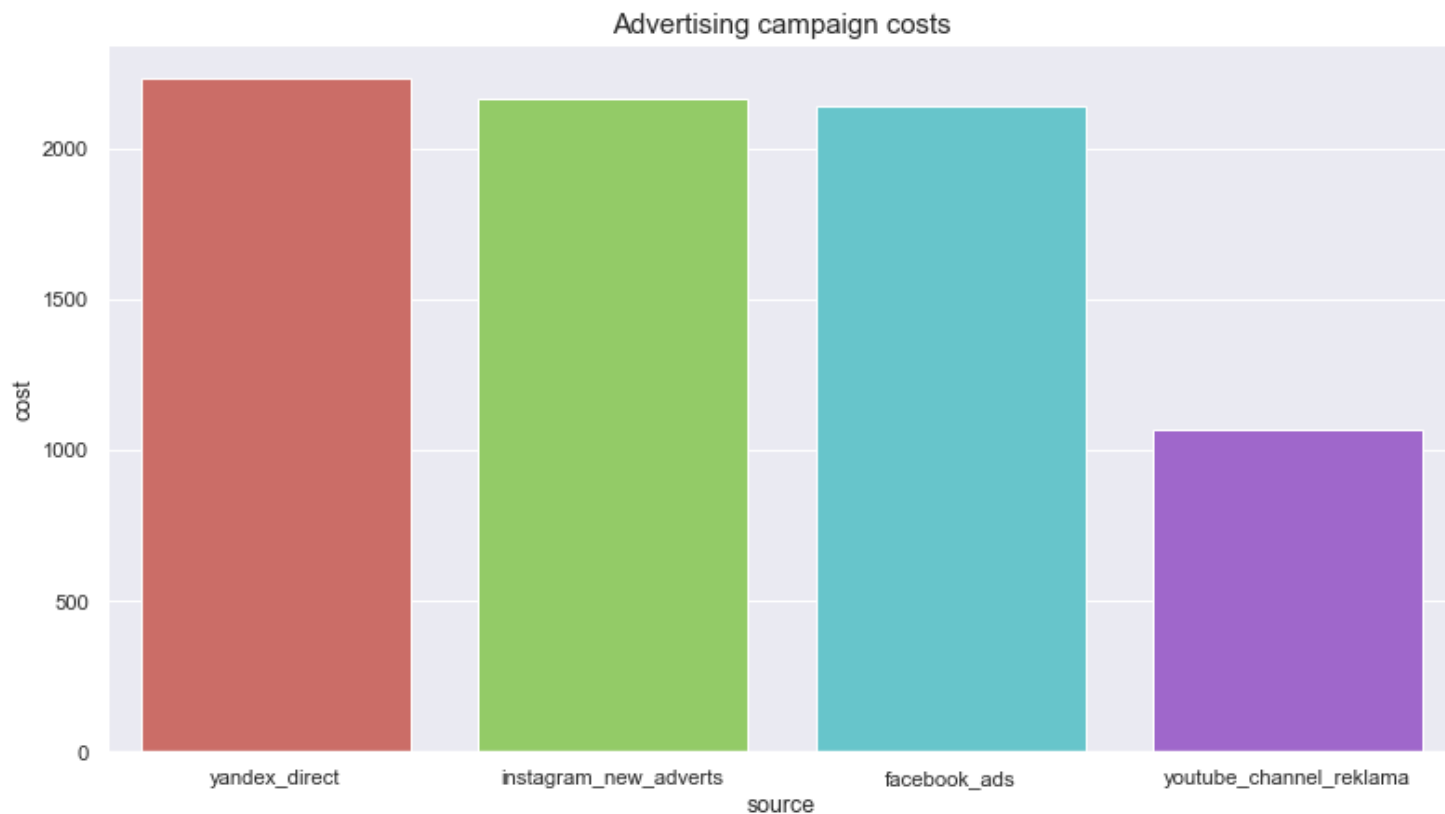
В сравнении этих двух графиков можно сказать, что пользователи, не достигшие первый уровень, изначально не сильно заинтересованы в игре.

КОЛИЧЕСТВО ПРИШЕДШИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ИСТОЧНИКАМ



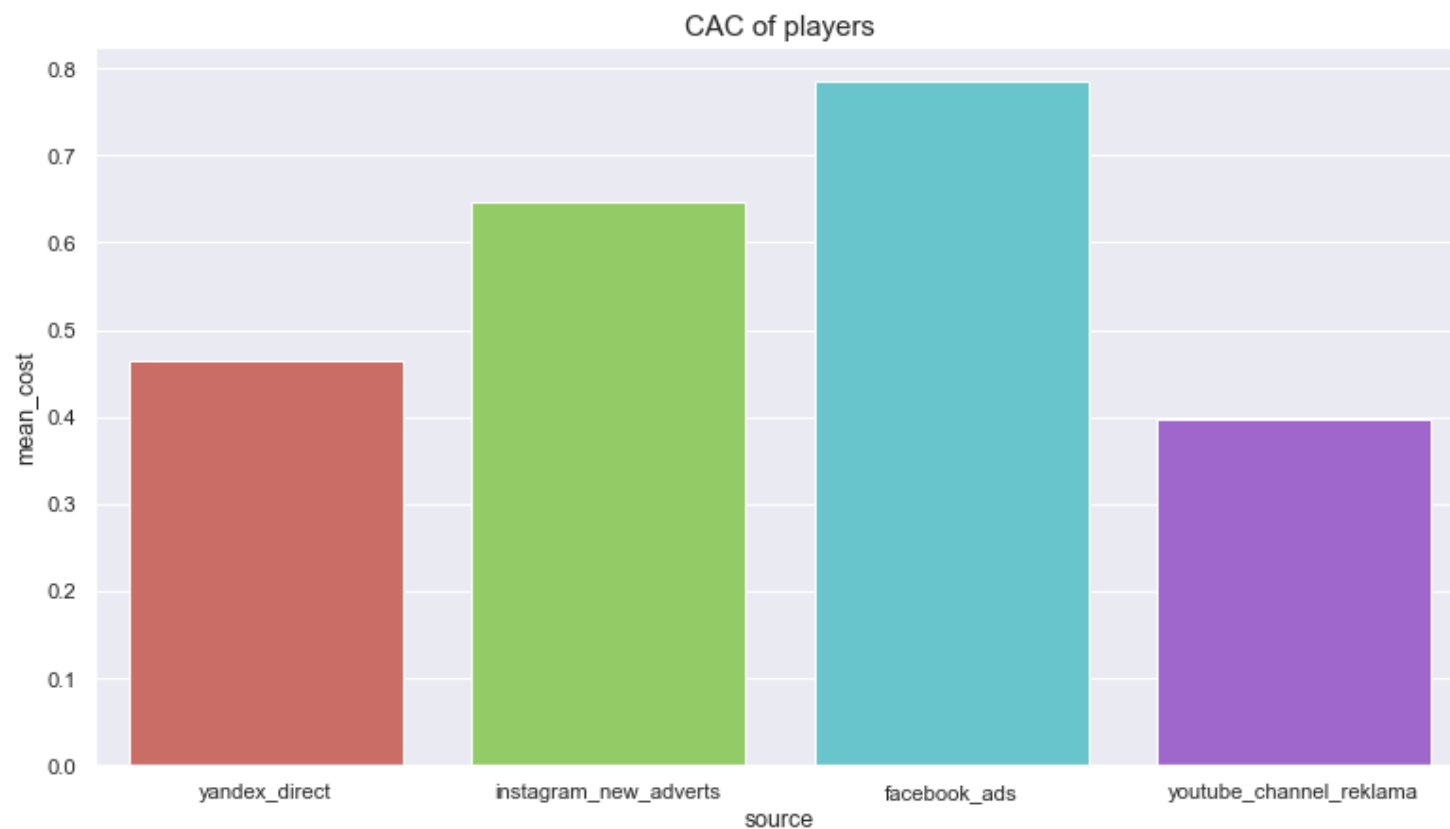
Большее количество
пользователей
пришло с
Яндекс.Директ (4817),
меньше всего пришло
с Facebook (2726) и
Youtube (2686).

ОБЩИЕ ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМНУЮ КАМПАНИЮ ПО ИСТОЧНИКАМ



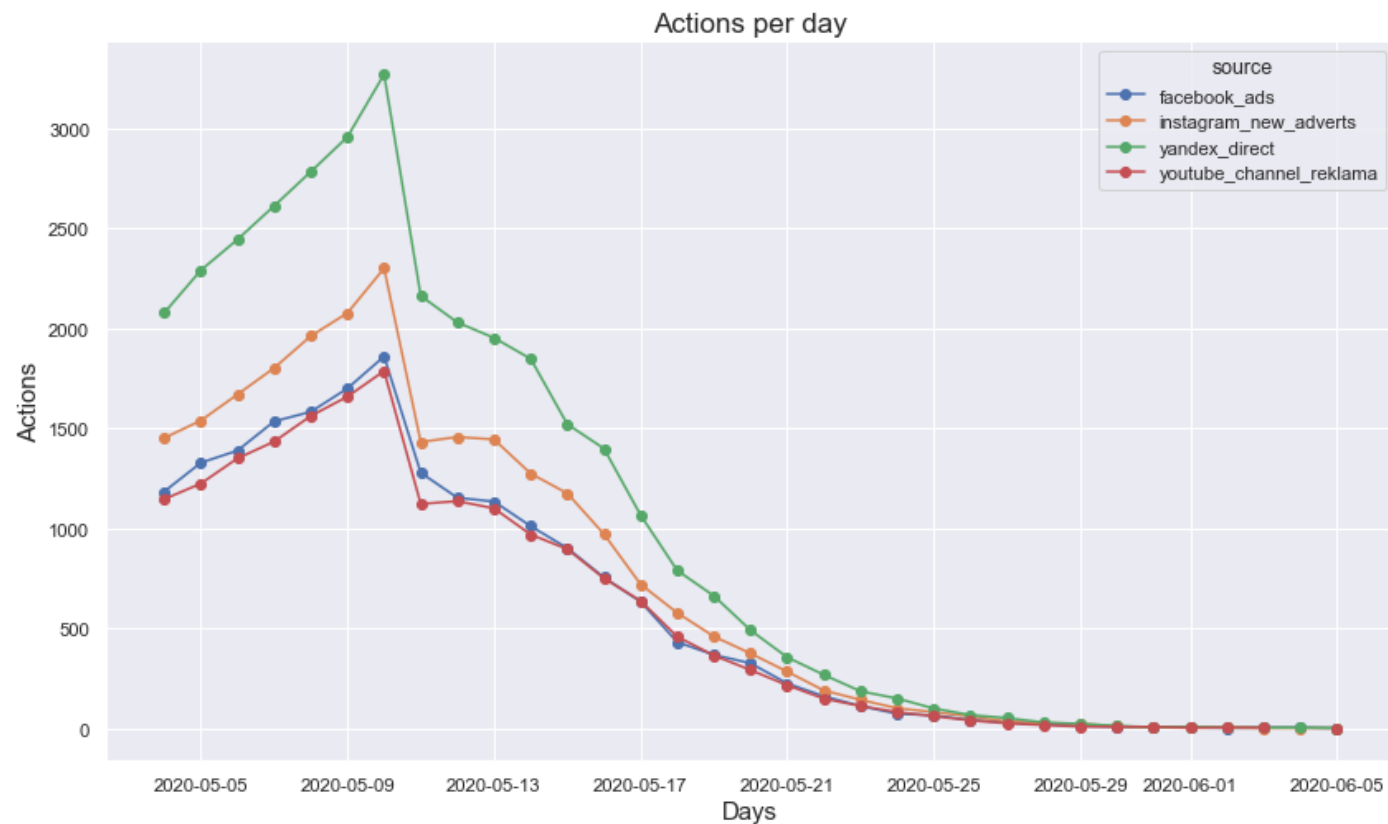
Наименьше затраты на рекламу у Youtube (1068). А вот Яндекс.Директ (2233), Instagram (2161) и Facebook (2140) имеют приблизительно одинаковые затраты. Даже с тем учетом, что с Facebook пришло меньшее количество людей.

СТОИМОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ОДНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ



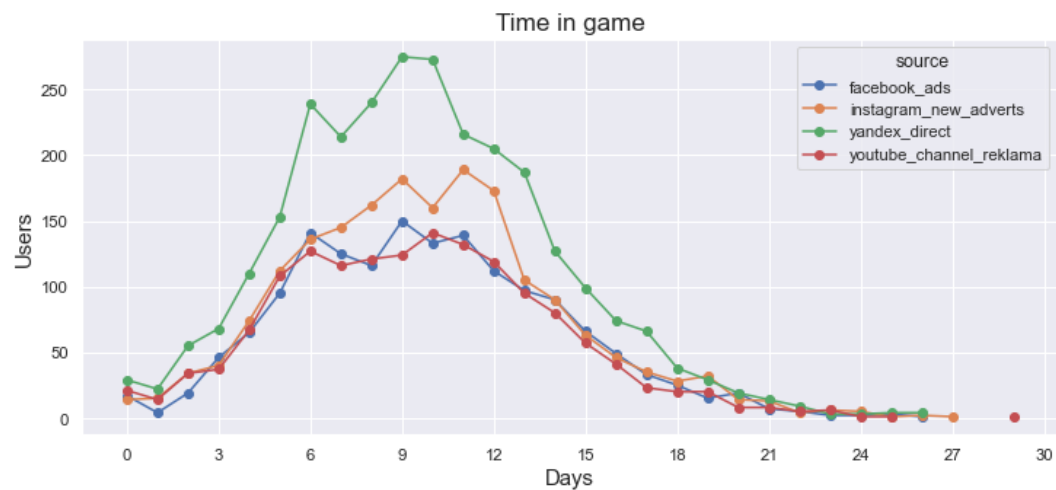
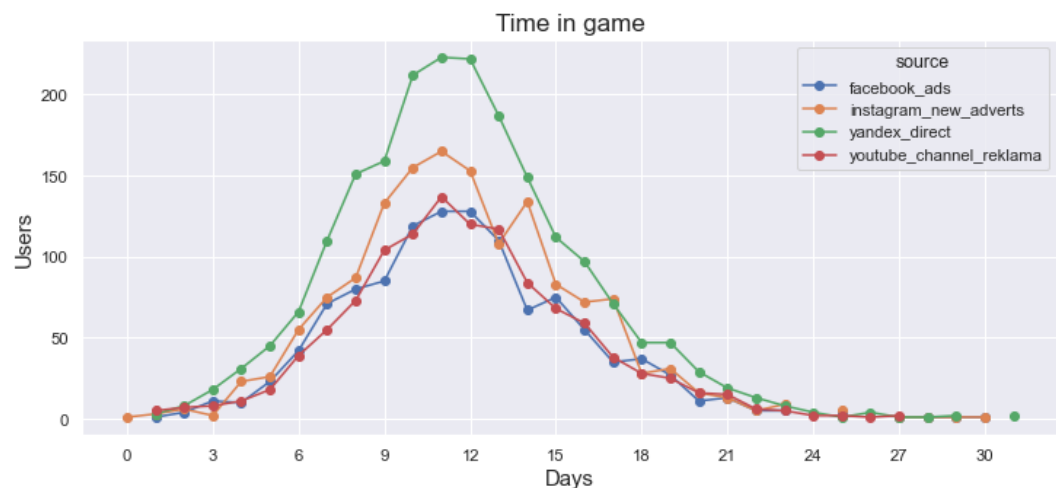
Самые дорогие пользователи приходят с Facebook (0.78), а самые дешевые пользователи приходят из Youtube (0.39) и Яндекс.Директ (0.46)

DAU ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ИСТОЧНИКАМ



Так как больше пользователей пришло с Яндексе, то и показатели активности видны сильнее. Наблюдается схожая картина, как и на общем DAU пользователей. Даже после окончания рекламной кампании нет явных изменений в активности пользователей.

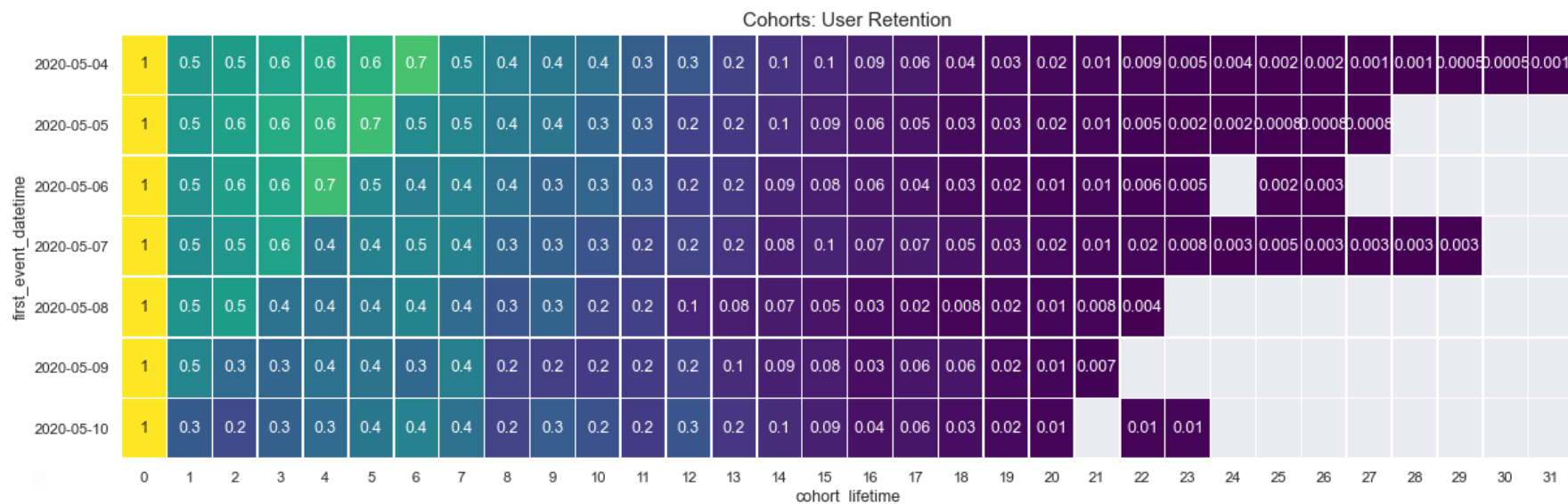
ВРЕМЯ В ИГРЕ С ПЕРВЫМ УРОВНЕМ И БЕЗ НЕГО ПО ИСТОЧНИКАМ



Графики похожи на те, что у нас получались по общим данным. Это неудивительно. Однако на каждом графике и каждом источнике имеются свои отличия. Все источники, в зависимости от графика, имеют резкие скачки вниз и вверх.

Явных различий во времени проведения в игре в зависимости от источника не выявлено. Среднее время в игре – 11 дней.

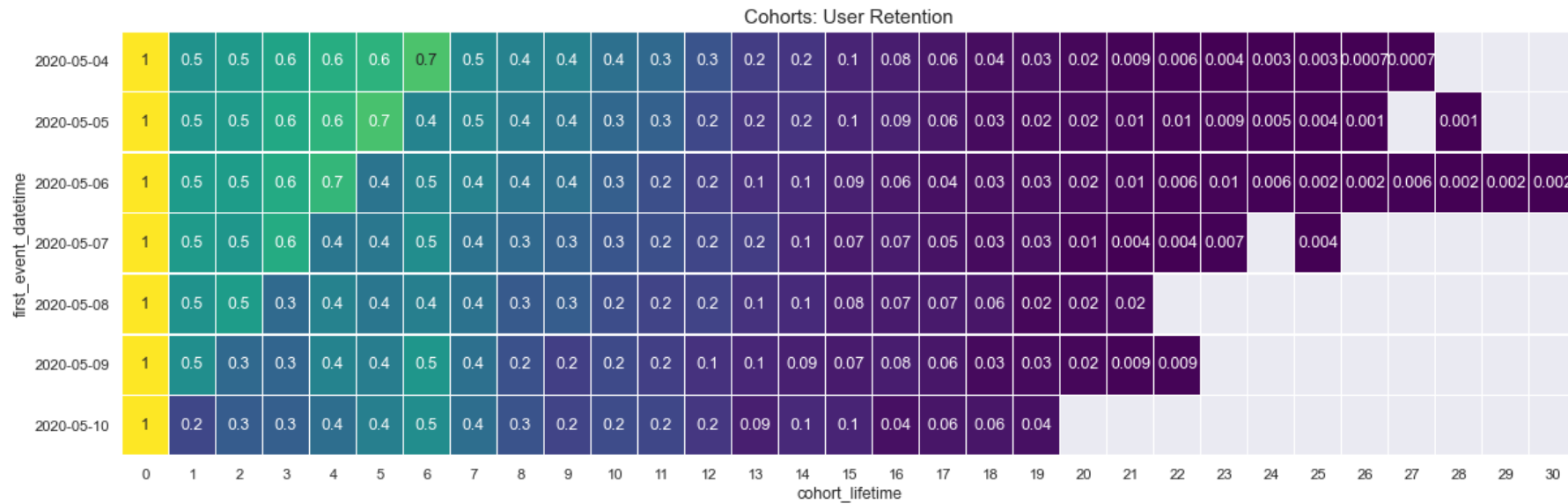
RETENTION RATE ЯНДЕКС.ДИРЕКТ



На 14-й день во всех когорт остается 10 и меньше процентов от изначального количества игроков. Это значит, что на 14-й день большинство либо получили первый уровень, либо перестали играть вовсе. Самая длительная когорты живет 31 день, самая короткая 21 день

На второй день остается от 50 до 30 процентов, теряется много людей

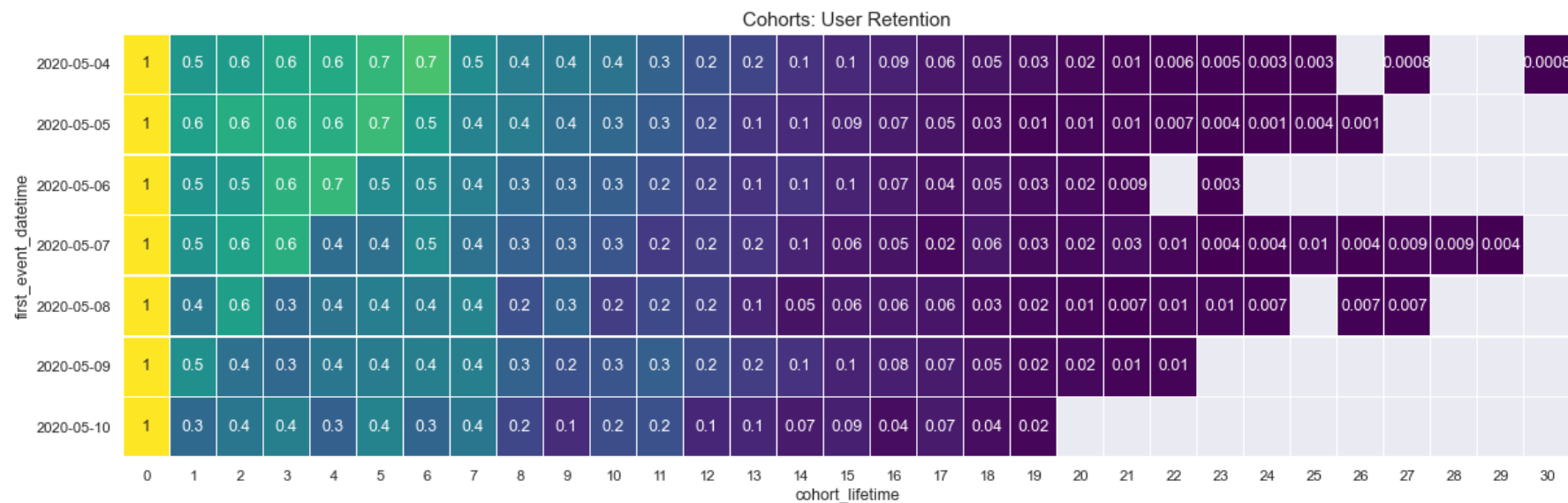
RETENTION RATE INSTAGRAM



На 15-й день во всех когорт остается 10 и меньше процентов от изначального количества игроков. Это значит, что на 15-й день большинство либо получили первый уровень, либо перестали играть вовсе. Самая длительная когорты живет 30 дней, самая короткая 19 дней

На второй день остается от 50 до 20 процентов, теряется много людей

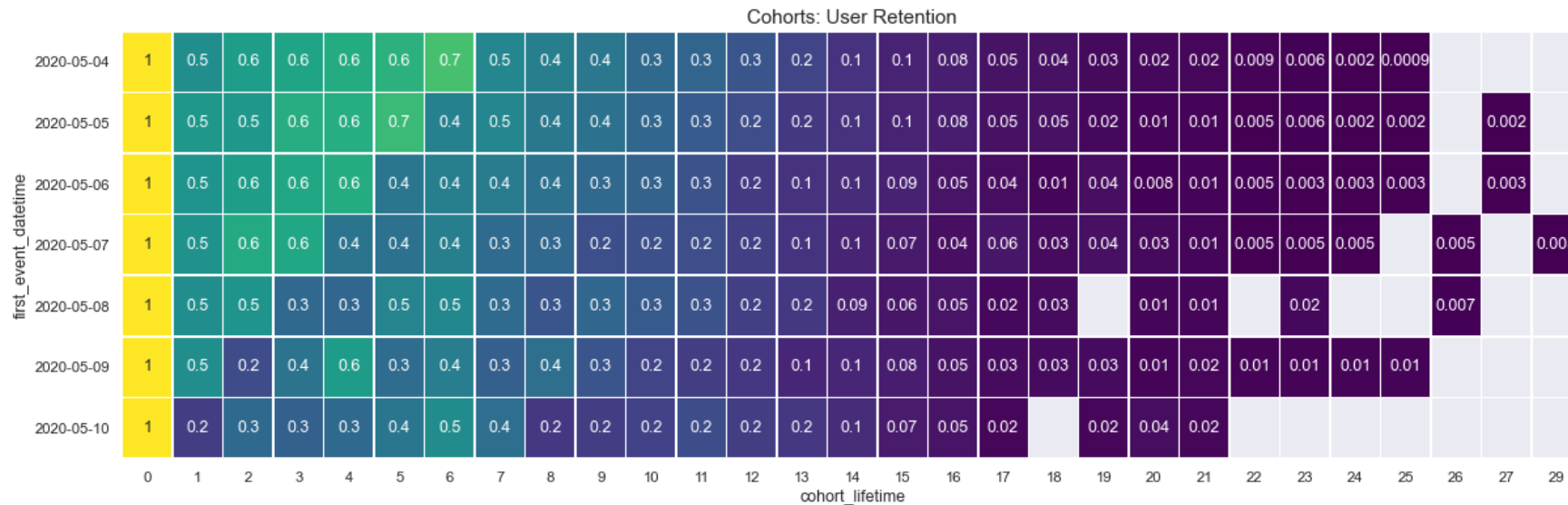
RETENTION RATE FACEBOOK



На 14-й день в всех когорт остается 10 и меньше процентов от изначального количества игроков. Это значит, что на 14-й день большинство либо получили первый уровень, либо перестали играть вовсе. Самая длительная когорты живет 30 дней (по плотности 29 дней), самая короткая 19 дней

На второй день остается от 50 до 30 процентов, теряется много людей

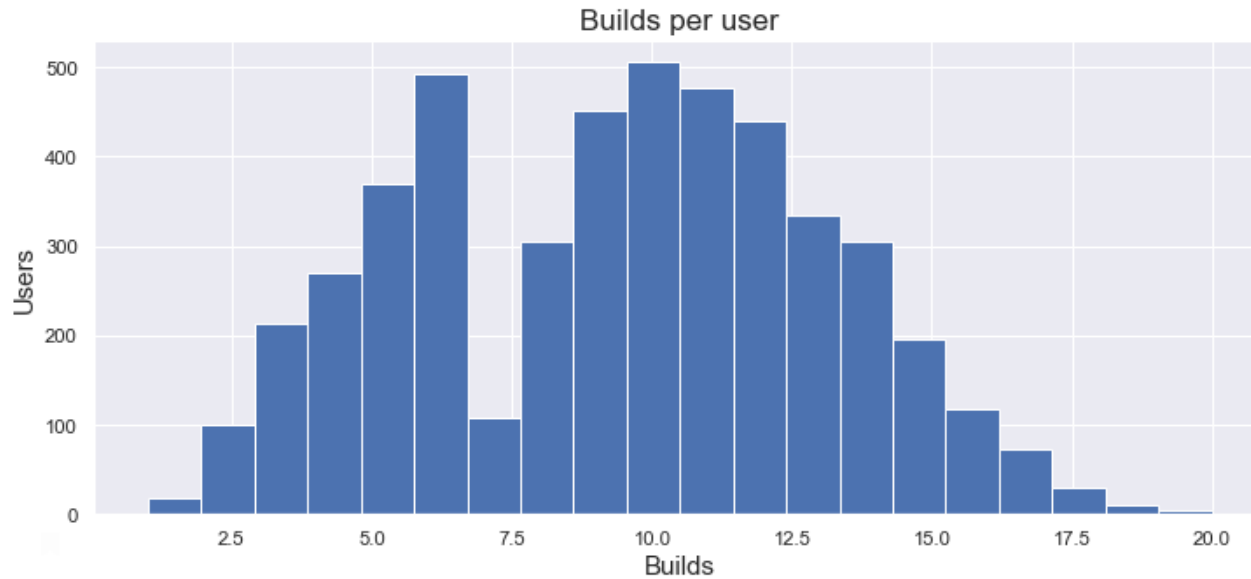
RETENTION RATE YOUTUBE



На 14-й день в всех когорт остается 10 и меньше процентов от изначального количества игроков. Это значит, что на 14-й день большинство либо получили первый уровень, либо перестали играть вовсе. Самая длительная когорты живет 29 дней (по плотности 25 дней), самая короткая 21 день

На второй день остается от 50 до 20 процентов, теряется много людей

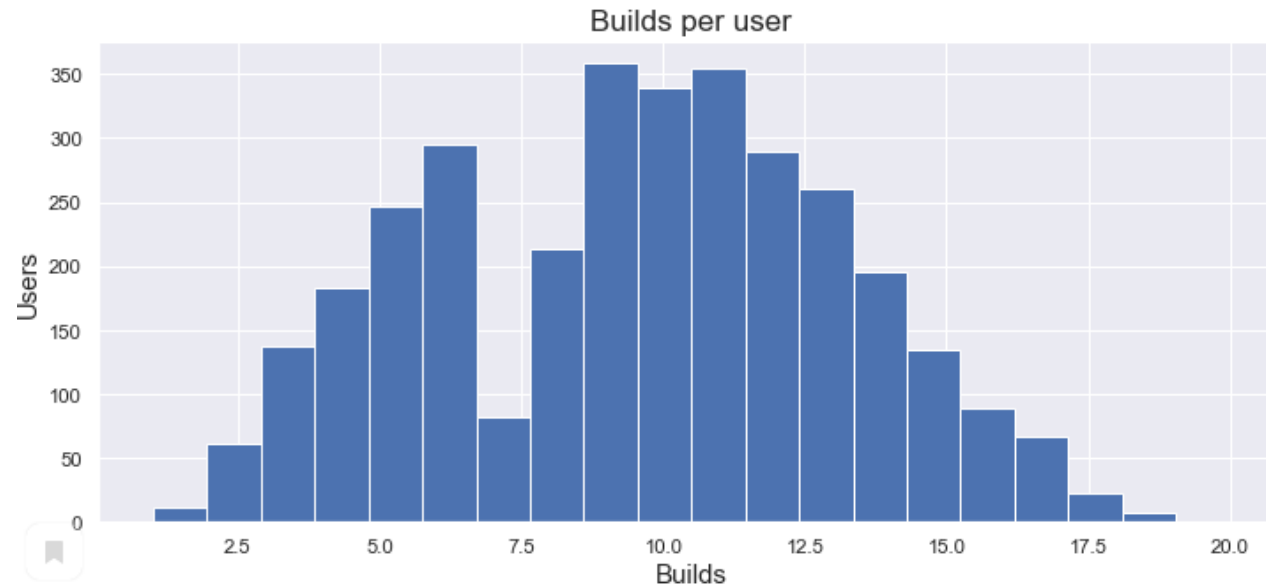
КОЛИЧЕСТВО ПОСТРОЕК НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ИЗ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ



Среднее количество построек – 9 построек на пользователя.

Картина схожа с основным графиком по всем пользователям. Пиковые значения в районе 6 и 10 построек. Распределение графика нормальное, не учитывая падения на показателях 7-8

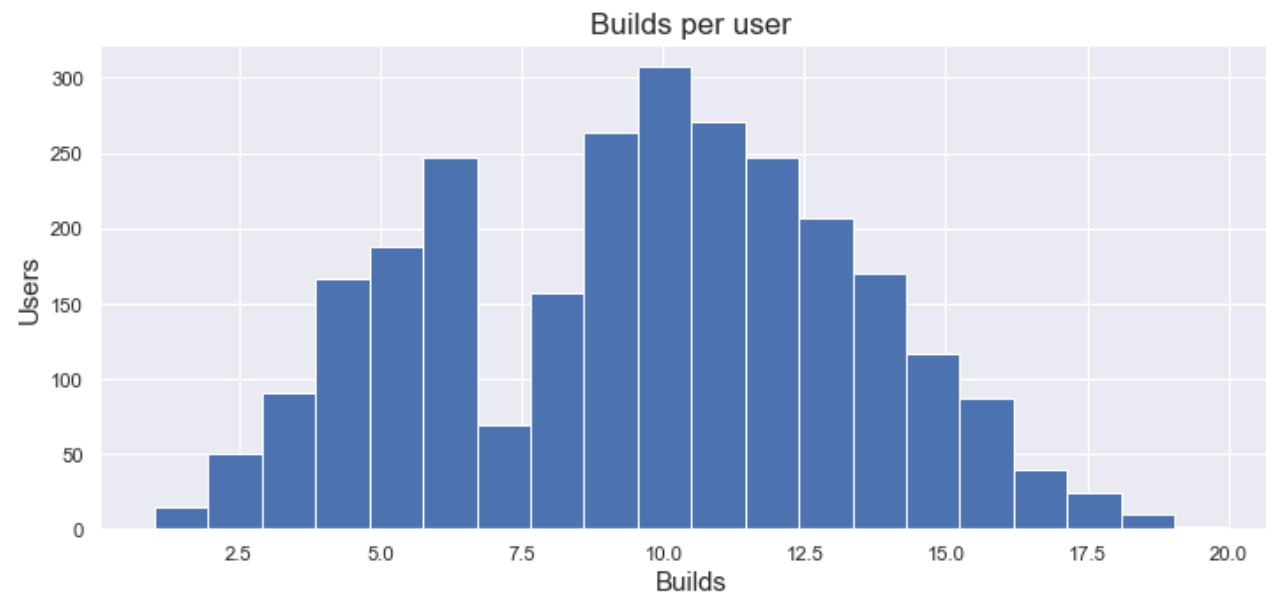
КОЛИЧЕСТВО ПОСТРОЕК НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ИЗ INSTAGRAM



Среднее количество построек – 9 построек на пользователя.

Картина схожа с основным графиком по всем пользователям. Пиковые значения в районе 9-11 построек. Распределение графика нормальное, не учитывая падения на показателях 7-8

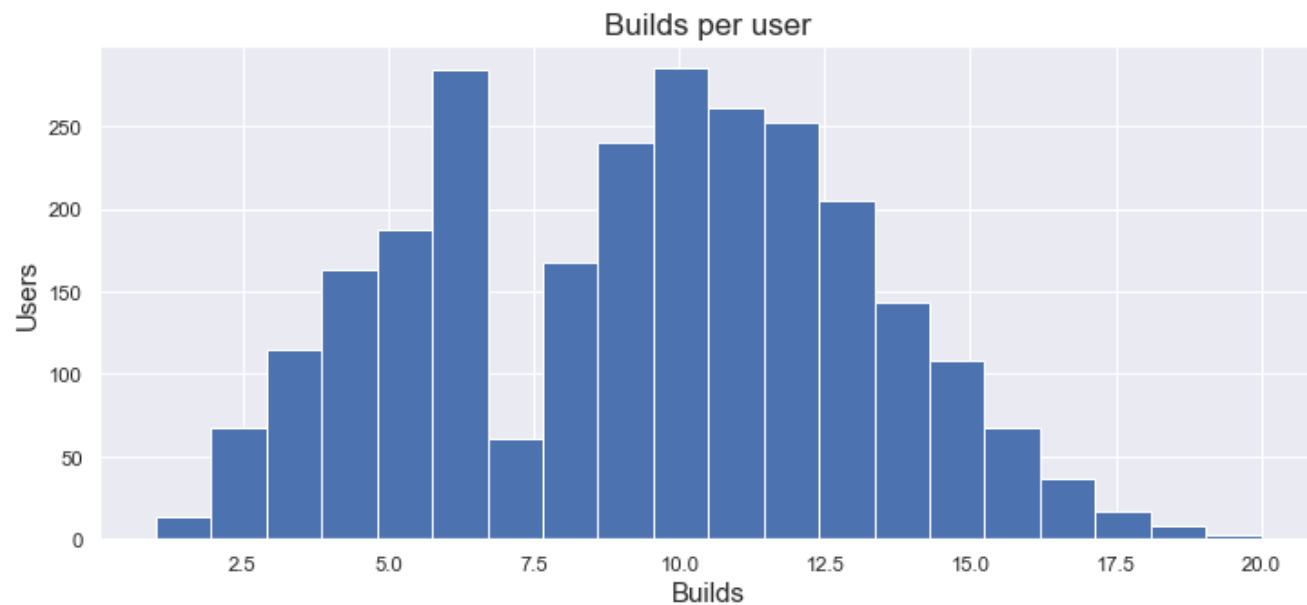
КОЛИЧЕСТВО ПОСТРОЕК НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ИЗ FACEBOOK



Среднее количество построек – 9 построек на пользователя.

Картина схожа с основным графиком по всем пользователям. Пиковое значение в районе 10 построек. Распределение графика нормальное, не учитывая падения на показателях 7-8

КОЛИЧЕСТВО ПОСТРОЕК НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ИЗ YOUTUBE



Среднее количество построек – 9 построек на пользователя.

Картина схожа с основным графиком по всем пользователям. Пиковые значения в районе 6 и 10 построек. Распределение графика нормальное, не учитывая падения на показателях 7-8