

Исследование в попытках спасти стартап Джейкоба

01

Исследовательский вопрос

По какой причине спустя
два месяца после старта
упали продажи?

02

Гипотеза

Джейкоб выбрал
неправильную
маркетинговую стратегию

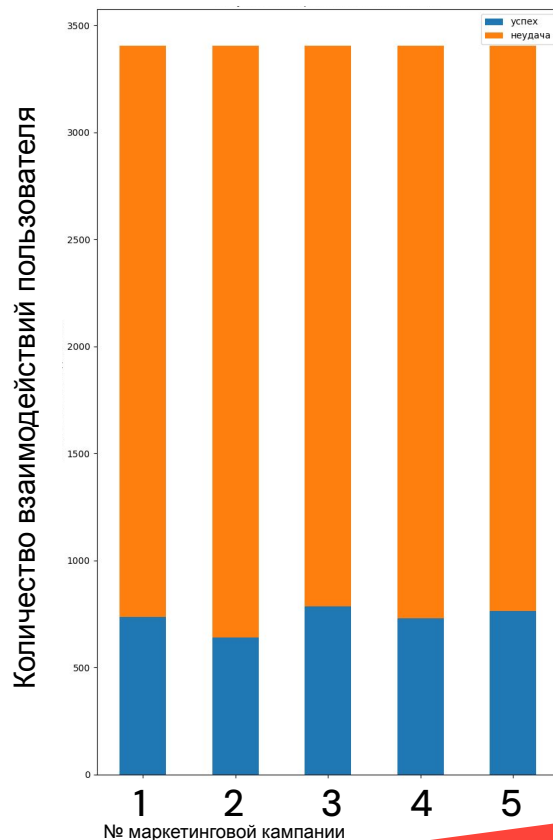
ИЗЖ

Таймлайн за последние три месеца

Первичный анализ

На графике приведен первичный анализ взаимодействия пользователей в процессе маркетинговой кампании, наименее удачной оказалась вторая. Успехом считается случай, в котором пользователь сделал значимое для бизнеса действие после перехода по ссылке в рекламе на сайт/мобильное приложение сервиса.

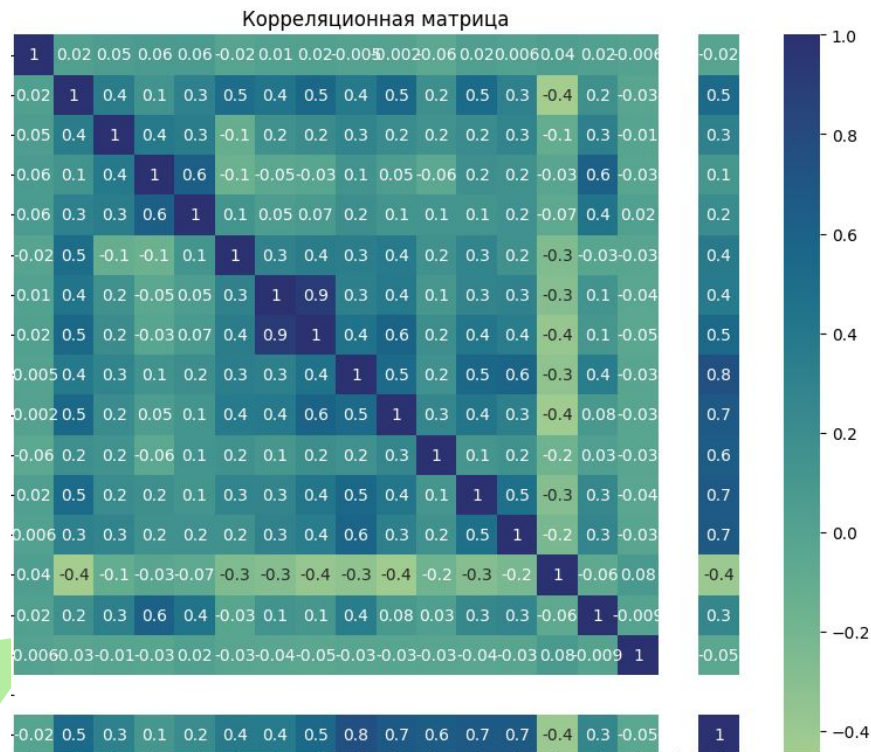
Общие результаты маркетинговых кампаний



Предварительный анализ

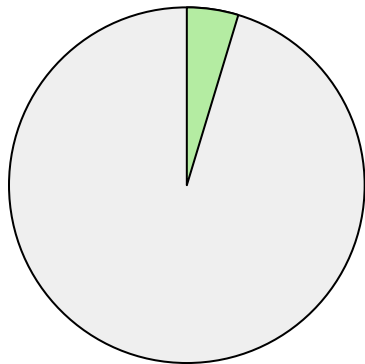
Матрица корреляций

В рамках предварительного анализа мы также посмотрели на матрицу корреляций. Без разделения на подгруппы полученные результаты сложно проанализировать однозначно.



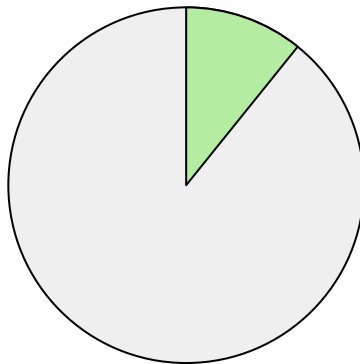
Команда aCUTone!

Выбросы



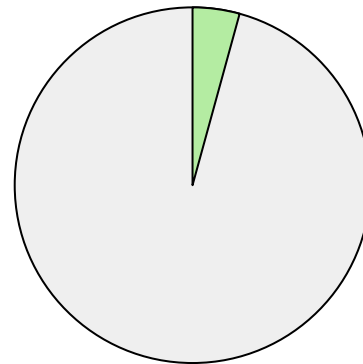
8%
Orders

Убрали отрицательные значения среднего чека (таблица order_data)



11%
Online

Выбросили отрицательные значения среднего чека в онлайн-каталогах и на сайте (таблица interaction_data)



3%
Mobile app

Выбросили отрицательные значения среднего чека и посещений в мобильном приложении (таблица interaction_data)

Анализ заказов пользователей

01

Пришедшие

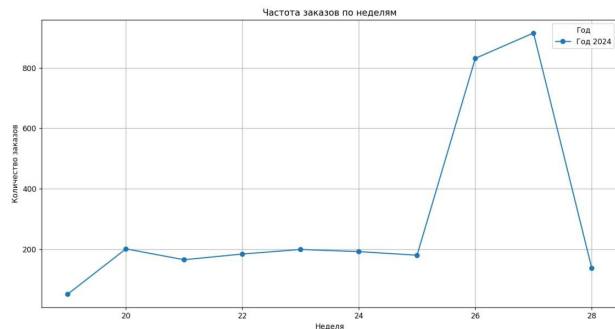
График демонстрирует количество зарегистрировавшихся пользователей за последние три месяца



02

Ушедшие

График построен на основе последних заказов пользователей



Как видно - пик приходится на 26-27 недели месяца, а именно, конец июня начало июля 2024 года, следовательно в это время большая часть пользователей оказались недовольны использованием JFood

Анализ ситуации

Уходит много
пользователей

Разделим на группы

Возраст

Наличие
образования

Наличие детей

Результаты

анализа График1

Большая часть
ушедших -
взрослые люди
18-50 лет

График2

Многие люди с
высшим
покинули
сервис

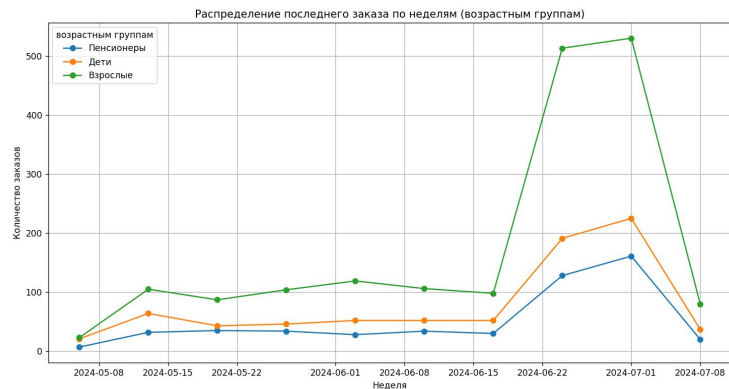
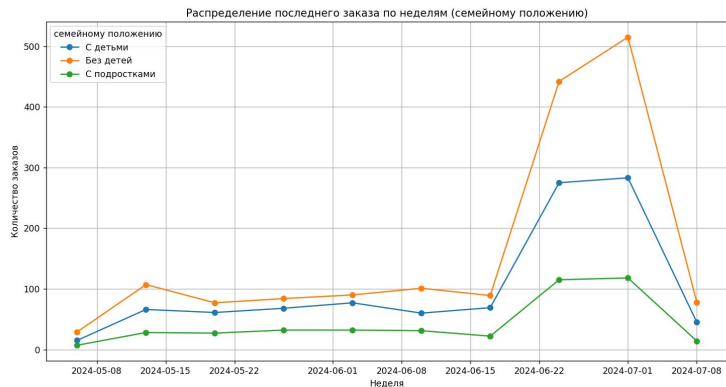
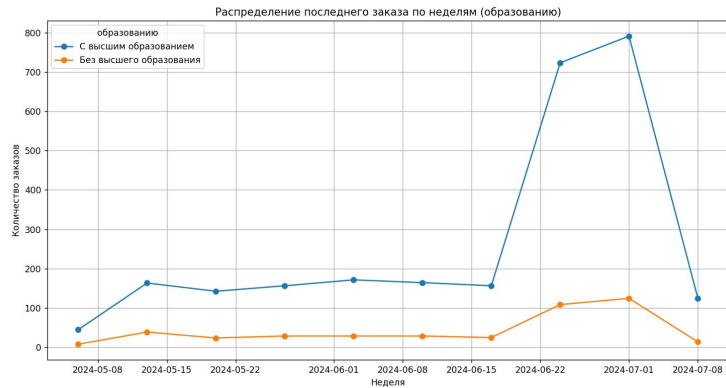
График3

Ушло множество
людей без детей, но
и с детьми не
сильно меньше

Подведем итоги

Социальная группа взрослых людей с детьми и без,
имеющих высшее образование в большинстве
перестали использовать JFood

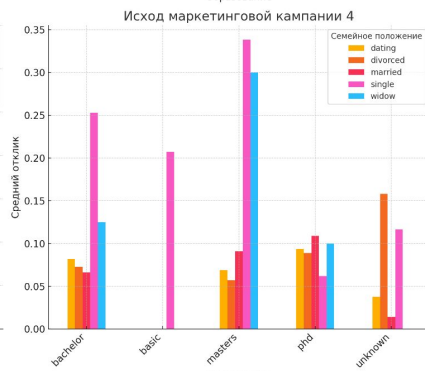
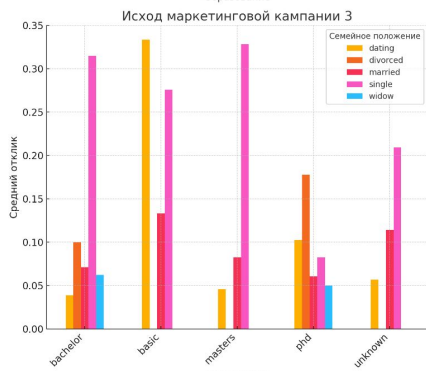
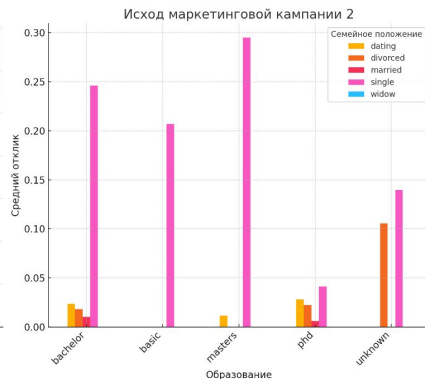
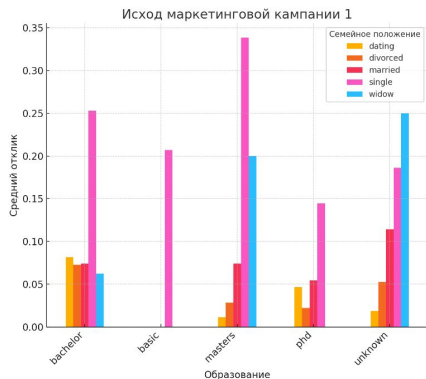
Анализ ситуации



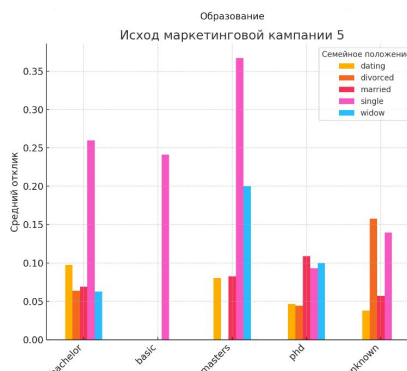
Анализ маркетинговых кампаний

11

Команда aCUTone!

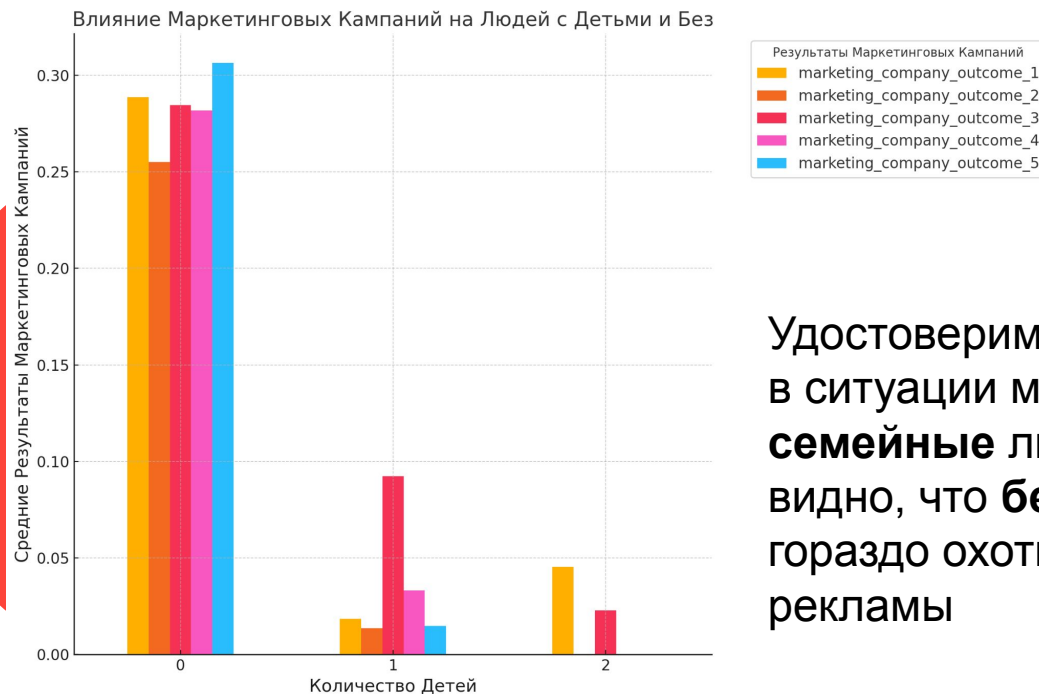


Кампании оказали эффект на одиноких людей, немного на овдовевших, и практически не повлияла на остальные группы



Анализ маркетинговых кампаний

12



Удостоверимся, что проблемная в ситуации маркетинга группа - **семейные** люди. На графике видно, что **без детей** люди гораздо охотнее покупают после рекламы

Получается, маркетинговая компания
плохо ориентирована на клиентов,
имеющих семью, особенно детей

— aCUtone! says...

Анализ ситуации

Уходит много
пользователей

Разделим на группы

Возраст

Наличие
образования

Наличие детей

Relevant theories

Theory 1

Saturn is a gas giant and has rings. It's composed mostly of hydrogen and helium

Theory 2

Neptune is the fourth-largest planet by diameter in the Solar System

Our framework

Venus has a beautiful name and is the second planet from the Sun. It's hot and has a poisonous atmosphere

Новая стратегия

01

Анализ и оптимизация

Глубокий анализ данных
о пользователях и
конкурентах

02

Возвращение клиентов

Введение акций для
возвращающихся
клиентов, сбор отзывов

03

Улучшение сервиса

Обновление меню с
учетом специфики
семейных клиентов

04

Продвижение

Размещение рекламы,
создание привлекающего
контента

Расчет стоимости решения



Услуги таргетолога

Учитывая наличие проанализированных данных, стоимость работы таргетолога с ними составит ~85000 тыс. рублей*



Запуск рекламной кампании

Приближенное распределение бюджета по каналам:

Социальные сети: 900 000 рублей

Контекстная реклама: 700 000 рублей

Реклама в городах: 2 300 000 рублей

**по данным hh.ru*

Возможные риски:

Низкая рекламная креативность

Скучная или неактуальная реклама может оттолкнуть потенциальных клиентов

Неправильный выбор каналов продвижения

Реклама на неподходящих платформах может привести к пустой трате денег

Недостаточный бюджет

Слишком маленький бюджет может ограничить охват рекламы