

Анализ эффективности привлечения клиентов Procrastinate Pro+ / Анализ убытков приложения Procrastinate PRO+

Мы проводим маркетинговый анализ развлекательного приложения Procrastinate Pro+.

Несколько прошлых месяцев бизнес постоянно нес убытки - в привлечение пользователей была вложена куча денег, а толку никакого. Нам предстоит изучить, как люди пользуются продуктом, когда они начинают покупать, сколько денег приносит каждый клиент, когда он окупается и какие факторы отрицательно влияют на привлечение пользователей.

Нам нужно разобраться в причинах этой ситуации.

Исследование пройдет в четыре этапа:

1. Обзор данных, предобработка данных.
2. Подготовка функций для расчета и анализа бизнес-показателей.
3. Предварительный анализ.
4. Маркетинг и оценка окупаемости.