

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

Статус проекта: *завершен*

Использованные

библиотеки: pandas, matplotlib, numpy, datetime, seaborn, IPython.display

Описание проекта:

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.

Выводы по проекту:

- для пользователей из США есть проблема высоких трат на рекламу через канал TipTop, что не компенсируется даже высоким качеством и конверсией пользователей этого канала;
- также стоит обратить внимание на каналы Wahoonetbanner и Lambdamediaads, на Германию и Великобританию, на пользователей Android, у них не плохие показатели удержания, конверсии и LTV, а так же относительно низкие траты на привлечение, возможно, за счет дополнительной рекламной агитации с персональными акциями для текущих и новых пользователей, удастся оптимизировать текущую картину затрат.