

# Анализ рекламных источников мобильной игры «Космические братья»

Выполнил: Миргалеев И.В.



# Описание и цели проекта

Основной датасет содержит данные 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. Но предполагается, что в приложении будет происходить показ рекламы на экране с выбором типа объекта для постройки.

В датасете представлены данные по игре пользователей на первом уровне. Завершение первого уровня требует от игрока выполнения одного из двух условий:

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

Проанализируйте поведения игроков в зависимости от источника перехода.

- Проведите исследовательский анализ данных;
- Проанализируйте влияние источника перехода в игру на поведение пользователя:
  - Как каналы соотносятся между собой?
  - Какой канал привлек наибольшее количество пользователей?
  - В какой канал выгоднее вкладываться?



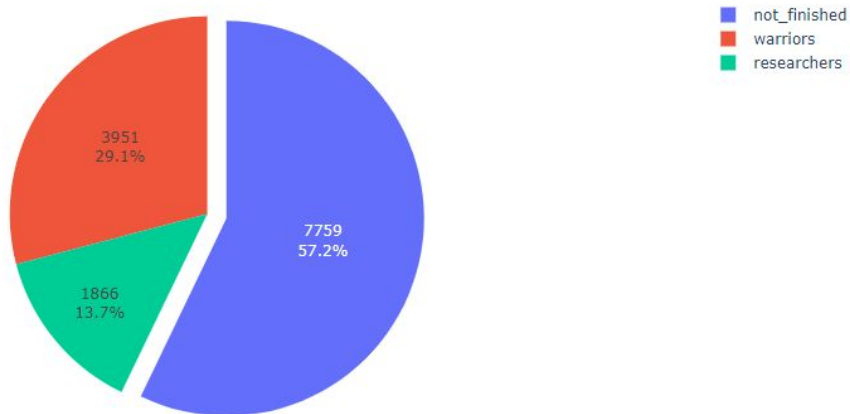
## Выводы:

- рекламная интеграция проходила на протяжении 7 дней, и на нее было потрачено 7603.58 у.е.
- Больше всего привлеченных пользователей в yandex\_direct, меньше всего в youtube\_channel\_reklama и facebook\_ads.
- Наименьшая стоимость привлечения в youtube\_channel\_reklama и yandex\_direct. Наибольшая в facebook\_ads.
- По совокупности количества привлеченных пользователей и стоимости привлечения одного пользователя можно сделать вывод, что наиболее привлекательные площадки это yandex\_direct и youtube\_channel\_reklama, наименее выгодная facebook\_ads.
- Источник перехода не влияет на поведение пользователей.



# Распределение игроков по типу прохождения

Круговая диаграмма распределения игроков по типу прохождения

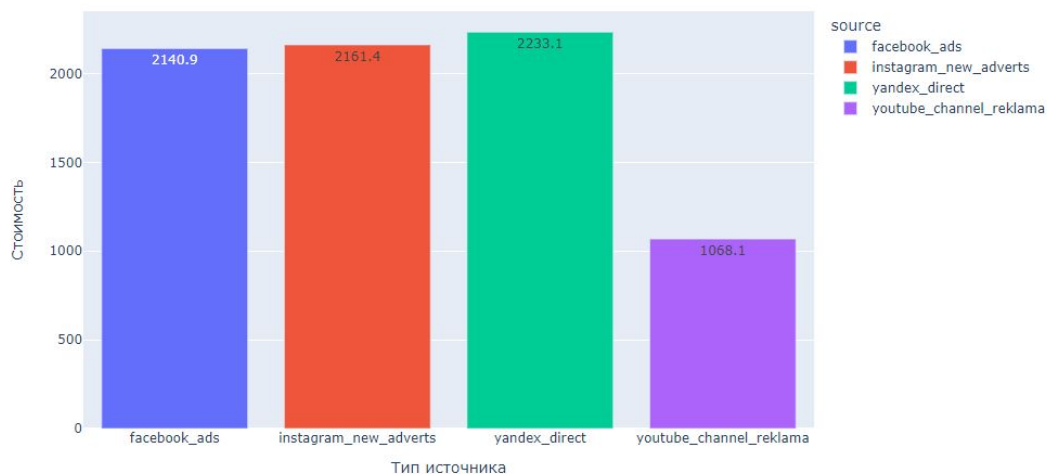


Всего 13576 уникальных пользователей.

5817 игроков прошли первый уровень (42,8%), 7759 не дошли до первого уровня (57.2%).

1866 из них завершили его постройкой `satellite_orbital_assembly`, 3951 завершили победой над первым врагом.

# Распределение рекламных источников



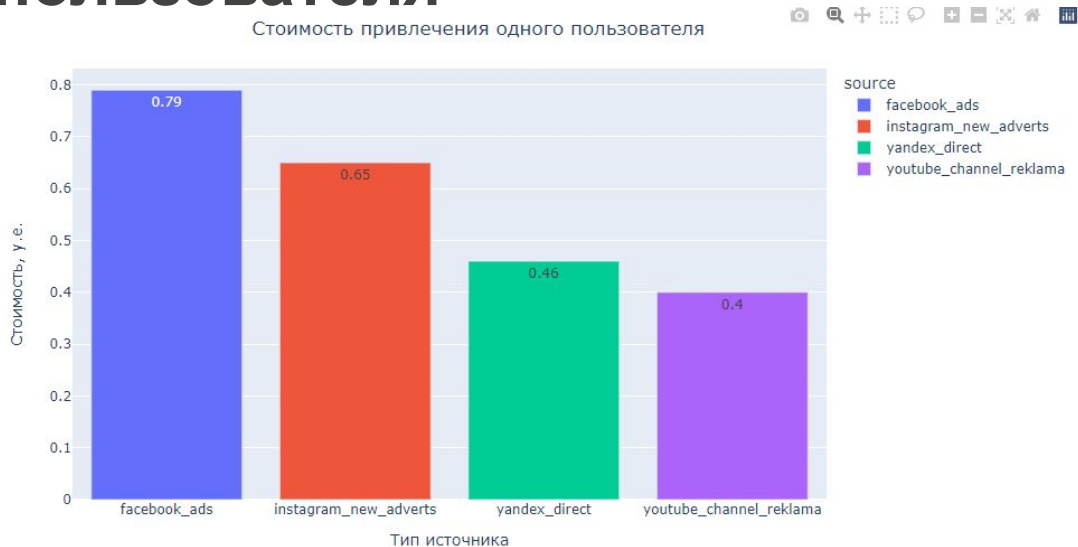
У нас 4 канала рекламной интеграции, через которые пользователи попали в игру: yandex\_direct, instagram\_new\_adverts, facebook\_ads, youtube\_channel\_reklama. Всего на рекламу было потрачено 7603.58 у.е.

# Количество привлеченных пользователей



Больше всего привлеченных пользователей в yandex\_direct, меньше всего в youtube\_channel\_reklama и facebook\_ads.

# Стоимость привлечения одного пользователя



Как мы видим самая маленькая стоимость привлечения у youtube, следом идет yandex, самая дорогая у facebook. По совокупности количества привлеченных пользователей и стоимости привлечения одного пользователя можно сделать вывод, что наиболее привлекательные площадки это yandex\_direct и youtube\_channel\_reklama, наименее выгодная facebook\_ads.

# Влияние источника перехода в игру на поведение пользователя



В целом, мы видим, что источник перехода не влияет на поведение пользователей. Графики очень похожи





## Рекомендации:

- Распределить рекламные средства на более выгодные площадки такие как yandex\_direct и youtube\_channel\_reklama.
- Лишь 47% пользователей дошли до 1 уровня, нужно как-то мотивировать игроков играть дальше.
- Для достижения 1 уровня нужно много времени, возможно стоит облегчить некоторые аспекты.
- Лишь 13% прошли уровень исследованием, что очень мало, возможно стоит разнообразить геймплей для исследователей.