

Дашборд для Яндекс.Дзен

Петрусов Иван
Аналитик Яндекс.Практикум

Техническое задание

Бизнес-задача: анализ взаимодействия пользователей с карточками Яндекс.Дзен;

Насколько часто предполагается пользоваться дашбордом: не реже, чем раз в неделю;

Кто будет основным пользователем дашборда: менеджеры по анализу контента;

Состав данных для дашборда:

История событий по темам карточек;

Разбивка событий по темам источников;

Глубина взаимодействия пользователей с карточками (воронка: показ — клик — просмотр);

Техническое задание

Важность: график истории событий по темам карточек важнее всего, он должен занимать не меньше половины площади дашборда;

Источники данных для дашборда: сырые данные о событиях взаимодействия пользователей с карточками (таблица `log_raw`);

База данных, в которой будут храниться агрегированные данные: дополнительные агрегированные таблицы в БД `zen`;

Частота обновления данных: один раз в сутки, в полночь по UTC.

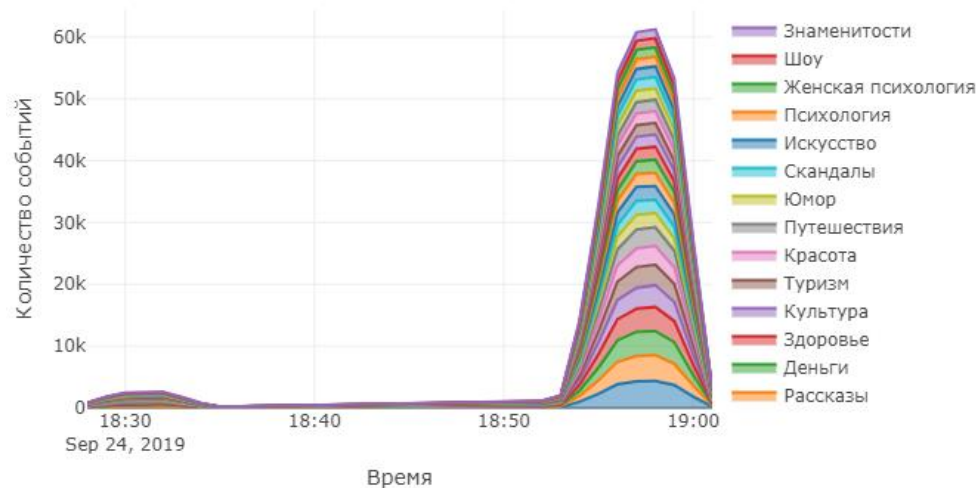
Техническое задание

Характер данных:

1. История событий по темам карточек — абсолютные величины с разбивкой по минутам;
2. Разбивка событий по темам источников — относительные величины (% событий);
3. Глубина взаимодействия пользователей с карточками — относительные величины (средний % от показов);

Сколько взаимодействий пользователей с карточками происходит в системе с разбивкой по темам карточек?

По данным Яндекс.Дзен



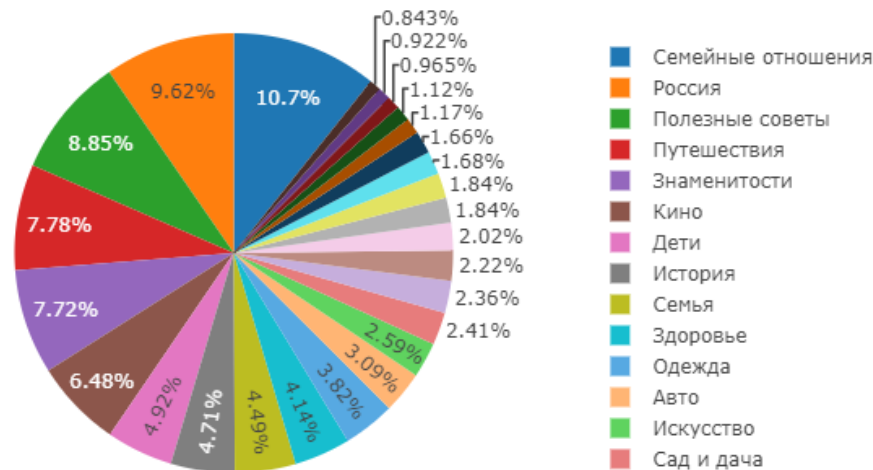
Выводы:

1. Пик взаимодействия с сервисом Яндекс.Дзен происходит в период с 18:50 по 19:00. В пиковый момент наблюдается до 60 тыс. пользователей.

Это объясняется тем, что в это время большая часть людей возвращаются с работы и свободное время могут посвятить интересным статьям.

2. Самыми популярными темами являются Наука, Отношения, Интересные факты и Общество.

Как много событий генерируют источники с разными темами?



Выводы:

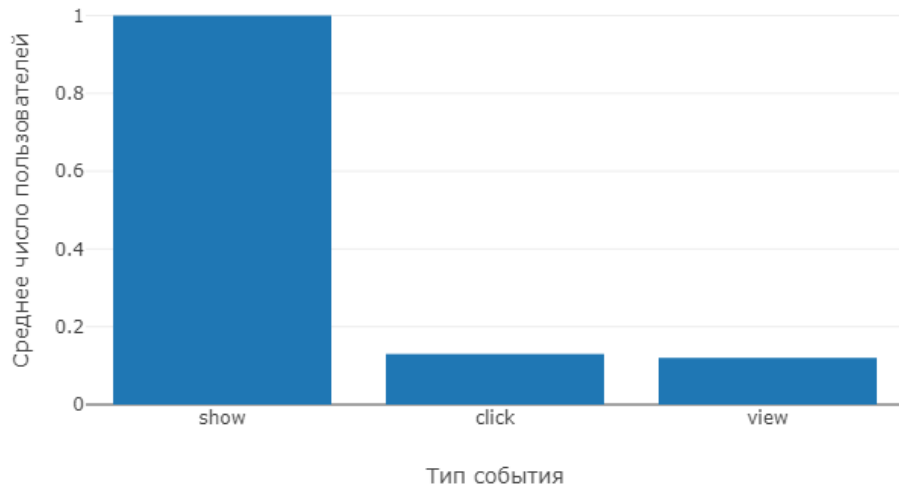
1. Больше всего событий генерируется в темах Семейные отношения (10,7%), Россия (9,62%), Полезные советы (8,85%), Путешествия и Знаменитости (~7,7%), Кино (6,48 %).

Из указанных тем следует, что большая часть носит универсальный характер, которые могут быть интересны всем возрастным категориям.

2. Остальные темы составляют менее 5%.

Насколько хорошо пользователи конвертируются из показов карточек в просмотры статей?

По данным Яндекс.Дзен



Выводы:

1. Конверсия показов в просмотры составляет примерно 13% (число тех, кто кликнул на статью и посмотрел ее, практически идентично).
2. Основное «падение» трафика происходит на этапе «показ» - «клик». Возможно, улучшить трафик помогут «вызывающие» заголовки и «кликбейт». Главное не переборщить.