

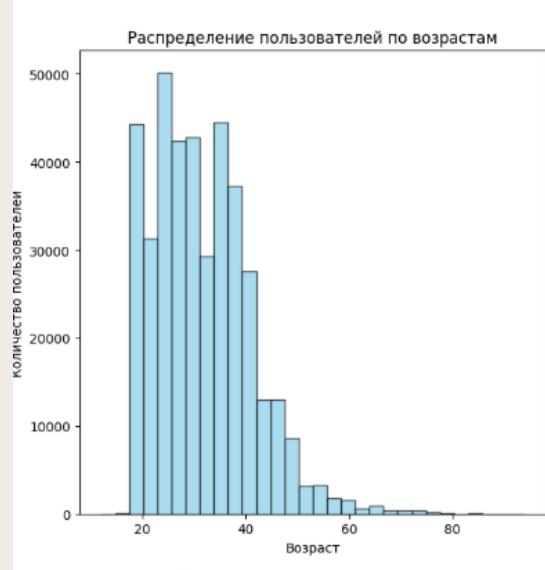
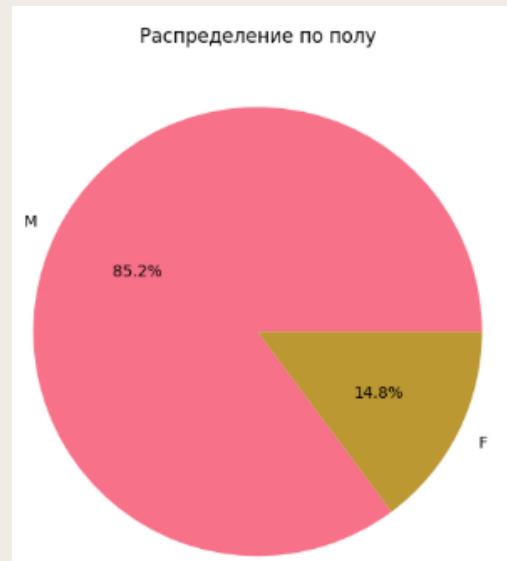
# Продуктовый кейс: Поездки на самокатах

Подготовил студент НИЯУ МИФИ Гусев Кирилл

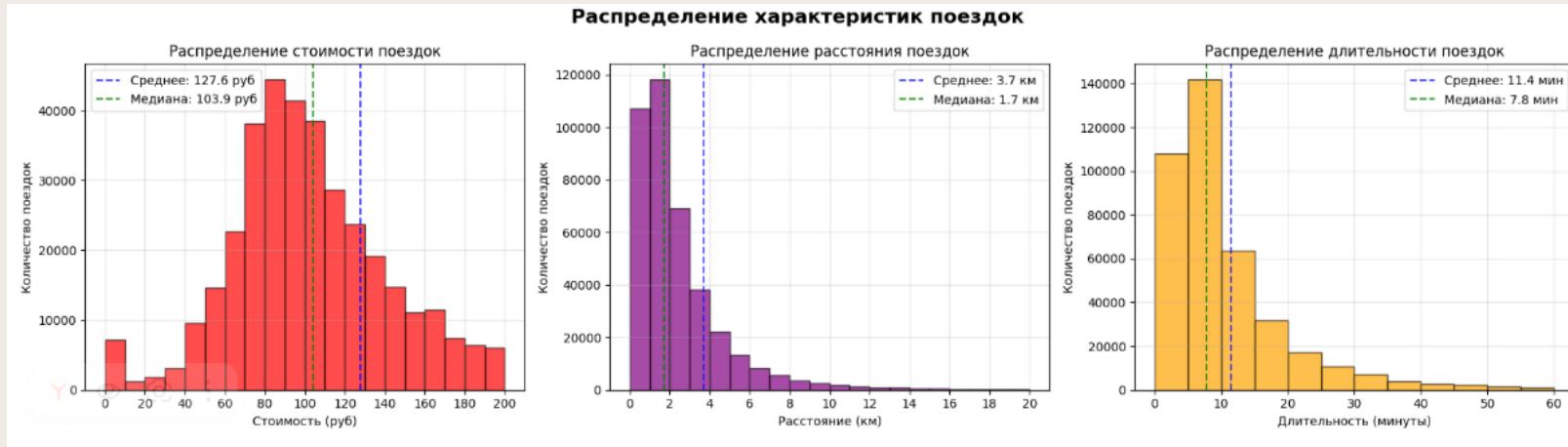
# Аналитическая записка

## Портрет пользователей:

- Преобладают мужчины (~85%)
- Женская аудитория — потенциальная точка роста
- Основной возраст пользователей — от 20 до 35 лет (Средний возраст ~ 31,5 лет)
- Пользователи старше 40 — менее активны — потенциальная точка роста



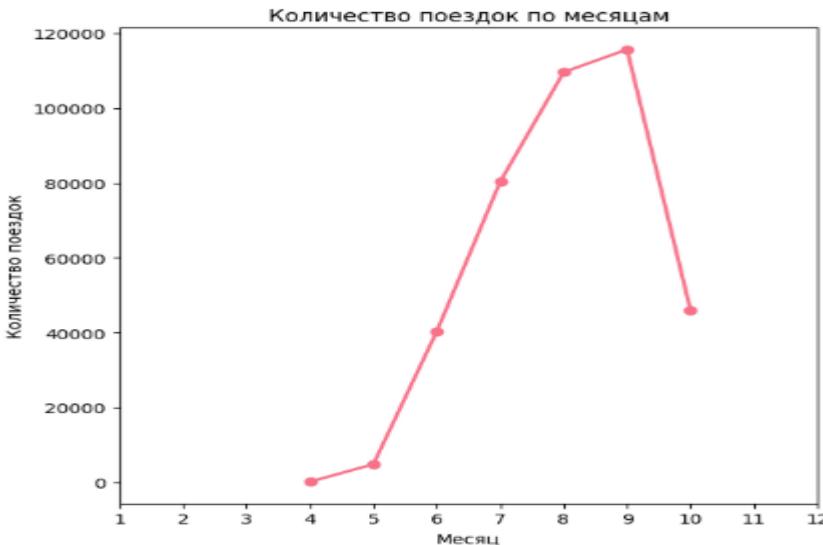
# Аналитическая записка



## Поведение пользователей:

- Средняя длительность поездки около 11 минут, а медианная длительность поездки — около 8 минут
- Около 75% поездок — до 20 минут
- Средняя стоимость около 128 руб, медиана — 104 руб
- Среднее расстояние — 3.7 км, медиана — 1.7 км

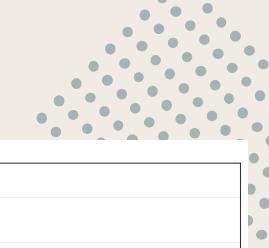
# Аналитическая записка



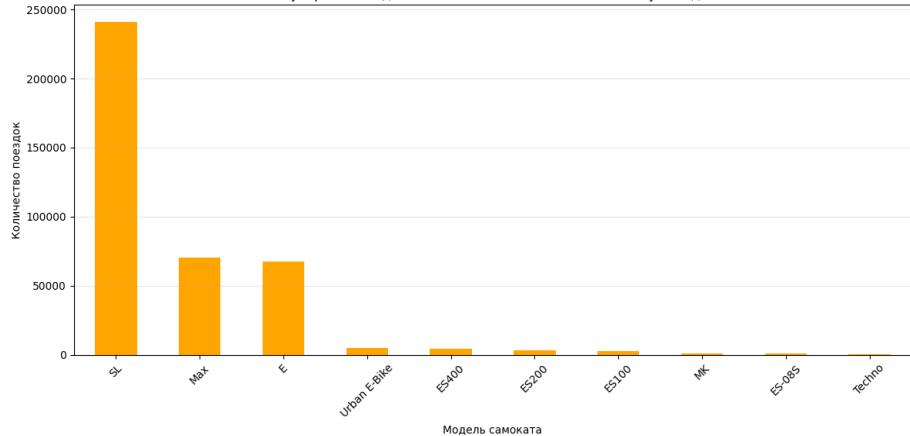
## Сезонность и временные пики:

- Повышенная активность в период с 14:00 по 17:00 и с 4:00 по 6:00
- Пик активности: июль - сентябрь

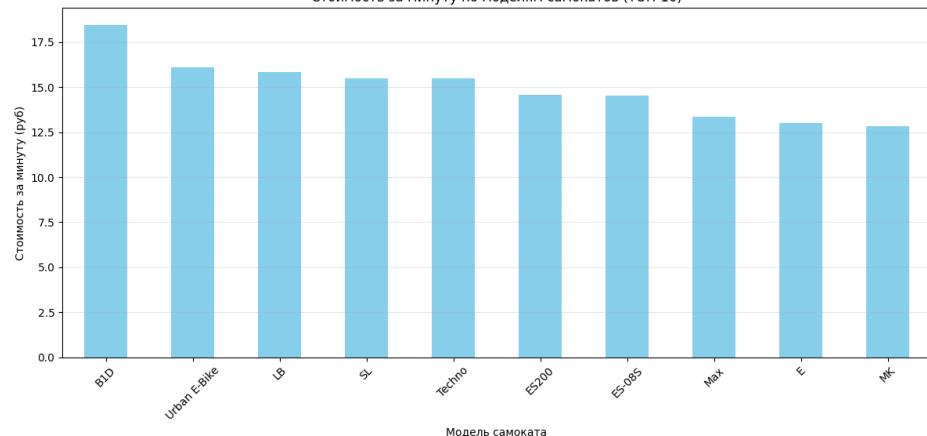
# Аналитическая записка



Популярность моделей самокатов (ТОП-10 по количеству поездок)



Стоимость за минуту по моделям самокатов (ТОП-10)



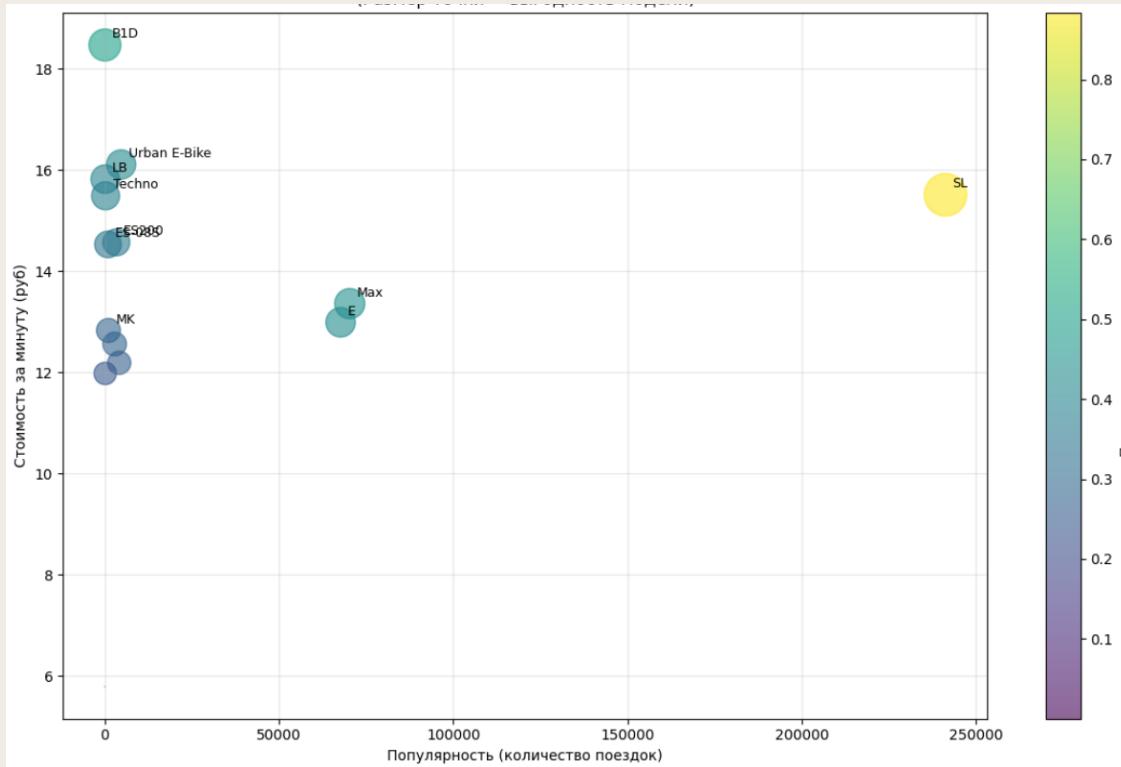
## Самые популярные модели:

1. SL
2. Max
3. E
4. Urban E-Bike

## Самые дорогие модели:

1. BLD
2. Urban E-Bike
3. LB
4. SL

# Аналитическая записка



**Самые лучшие (прибыльные) модели с точки зрения продавца:**

1. SL
2. Max
3. E
4. Urban E-Bike

**Показатель выгодности** рассчитывается как среднее арифметическое между нормализованной популярностью и нормализованной стоимостью

На графике правый верхний угол отражает идеал, а левый нижний – наоборот

# Аналитическая записка

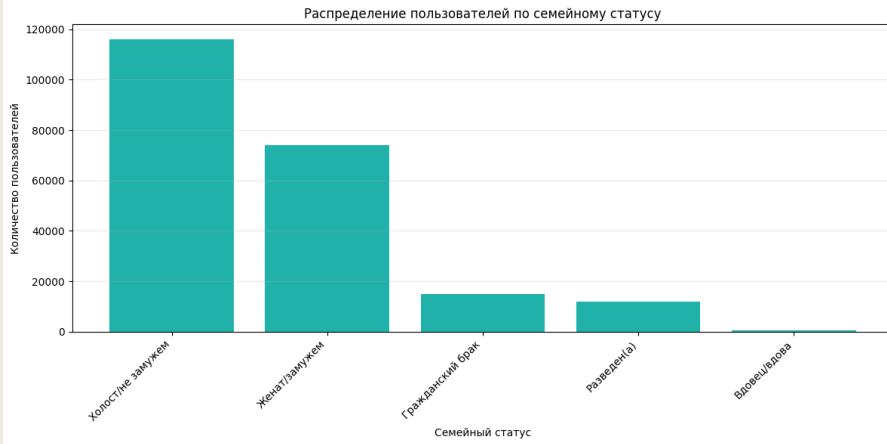


**Модель Techno** имеет большой процент пользователей женщин (около 25%), также эта модель находится на 7 месте по выгодности

# Аналитическая записка

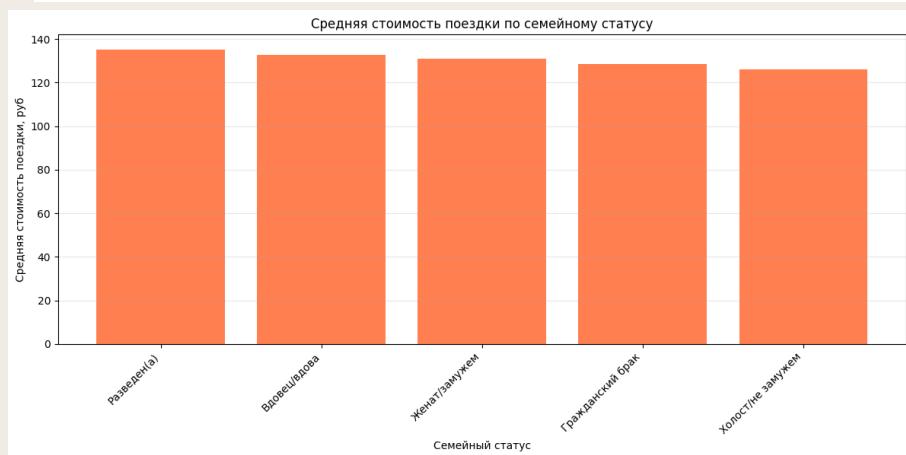
## Социальный статус пользователей:

Женатые/замужние пользователи – перспективная группа, из-за своей высокой платежеспособности и большому пласту от общего числа пользователей (19%)

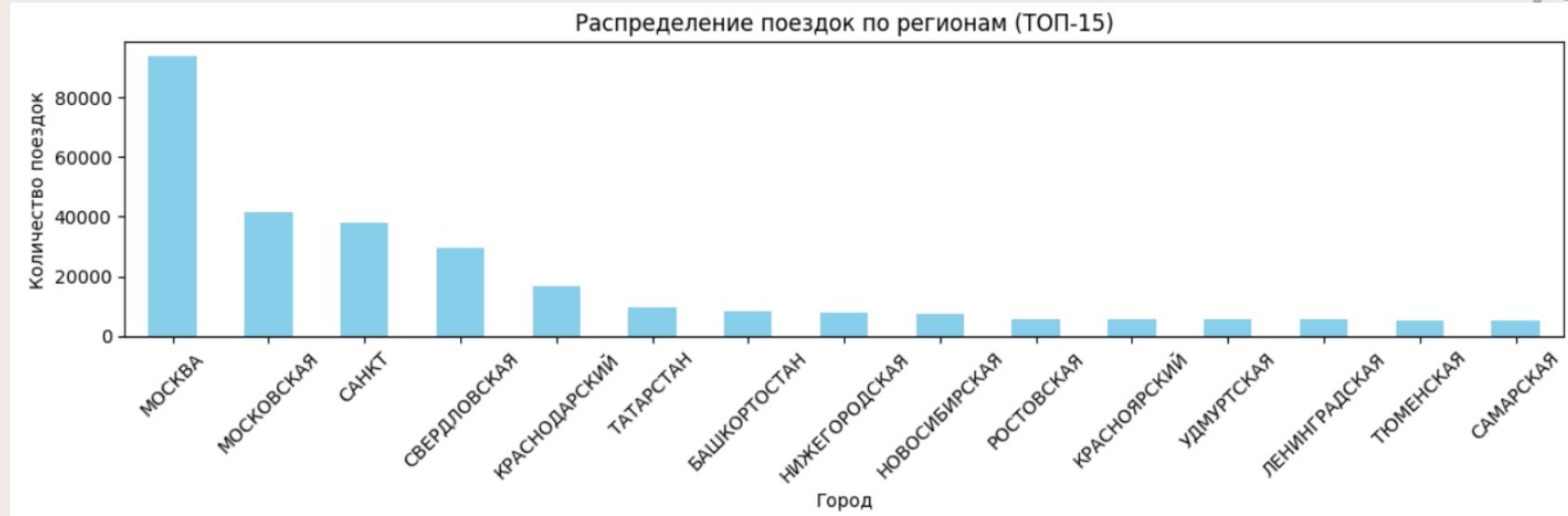


## Средний возраст пользователя по статусу

	mean
Вдовец/вдова	55.2
Разведен(а)	39.3
Женат/замужем	36.9
Гражданский брак	35.1
Холост/не замужем	29.9



# Аналитическая записка



## Количество поездок в различных регионах:

- Распределение соответствует распределению населения РФ, за исключением Ростовской области
- Ростовская область – потенциальная точка роста

# Продуктовые гипотезы

Критерий для анализа	Гипотеза №1: Региональная политика для Ростовской области	Гипотеза №2: Удвоенный кэшбэк для женщин	Гипотеза №3: Семейный тариф
Суть гипотезы	Специальная региональная программа с фиксированной стоимостью 100 руб/час и партнерством с локациями.	Удвоение кэшбэка для целевой аудитории (женщины 20-50 лет) на конкретную модель самоката (Techno).	Введение прогрессивной скидки при одновременной аренде нескольких самокатов.
Ожидаемый эффект	Увеличение доли области относит в регионе с 3% до 8%.	Рост доли женщин с 20% до 35%, увеличение использования модели Techno на 25%.	Рост частоты поездок у пар на 40%, увеличение среднего чека на 15%.
Способ реализации	1. Фиксированный тариф. 2. Кэшбэк 15% у партнеров. 3. Гео-таргетинг в соцсетях.	Персональные предложения в приложении.	Предложение о скидке в момент бронирования для пользователя с соответствующим статусом
Ключевые метрики успеха	1. Количество поездок в Ростовской области. 2. Количество активаций у партнеров	Доля женщин среди пользователей	Количество активаций тарифа.

# Самая перспективная гипотеза

## Гипотеза №1. Региональная политика в Ростовской области

Так как:

**Неохваченная часть рынка.** Текущая доля рынка находится всего лишь на 10 месте, хотя по населению Ростовская область находится на 6 месте. Это рынок с большим количеством неохваченных пользователей, и стратегически важно выйти на этот рынок на особых условиях.

**Рост туристического использования создает синергетический эффект.** Интеграция с достопримечательностями не просто увеличивает количество поездок, а встраивает сервис в туристические маршруты. Это формирует уникальное ценностное предложение.

**Фиксированная цена и партнерства создают стимул для клиента.** Предсказуемый тариф (100 руб/час) является мощным триггером для пробной поездки, а система кэшбэка с локациями повышает лояльность и поощряет повторное использование.

**Метрики по гипотезе легко измерить и она легко проверяется через А/В-тесты.** Успех кампании напрямую отслеживается по конкретным, изолированным метрикам: количество поездок именно в Ростовской области и активации у конкретных партнеров. Это позволяет точно оценить эффективность маркетинговых вложений в регионе.

# Доля т-банка в индустрии краткосрочной аренды электросамокатов

По данным Трушеринга (2025), российский рынок кикшеринга составляет 281,6 млн поездок, распределённых между Whoosh лидер, МТС Юрент и Яндекс Go. Через партнёрство с МТС Юрент Т-Банк потенциально охватывает до 70-85 млн поездок (25-30% рынка), однако фактический объём в 400 тыс. поездок из датасета указывает на долю всего 0,47-0,57%. При этом интеграция Т-ID с Whoosh через верификацию теоретически расширяет влияние Т-Банка до 50-60% рынка.

# Использование ИИ

- Подбор цвета для графиков
- Помощь в построение графиков
- Правильное выстраивание значений на осях

# Продуктовый кейс: Поездки на самокатах

Подготовил студент НИЯУ МИФИ Гусев Кирилл