

# **Анализ поведения пользователей в мобильном приложении**

мобильное приложение по продаже подержанных вещей

# Улучшение безопасности приложения

Для улучшения безопасности приложения и затруднения работы парсеров телефонных номеров и мошенников, при переходе к звонку была добавлена **САПТСНА** – это аббревиатура, которая в переводе на русский язык значит: полностью автоматизированный и общедоступный тест Тьюринга, чтобы отличить компьютер от человека. Чтобы получить телефонный номер продавца придётся для начала ввести проверочный код. Капча генерирует сочетания из различных букв, цифр и знаков, полагаясь на способность человека определять, какими на самом деле символами они являются.

# Цель данного анализа приложения

Поскольку добавилось лишнее действие. Неизбежно затруднился переход пользователя к основному действию звонку по объявлению.

Цель нашего исследование насколько введение CAPTCHA повлияла на поведение пользователей.

Также мы должны предположить улучшение каких параметров приложения приведет к улучшению конверсии из просмотра объявления в звонок

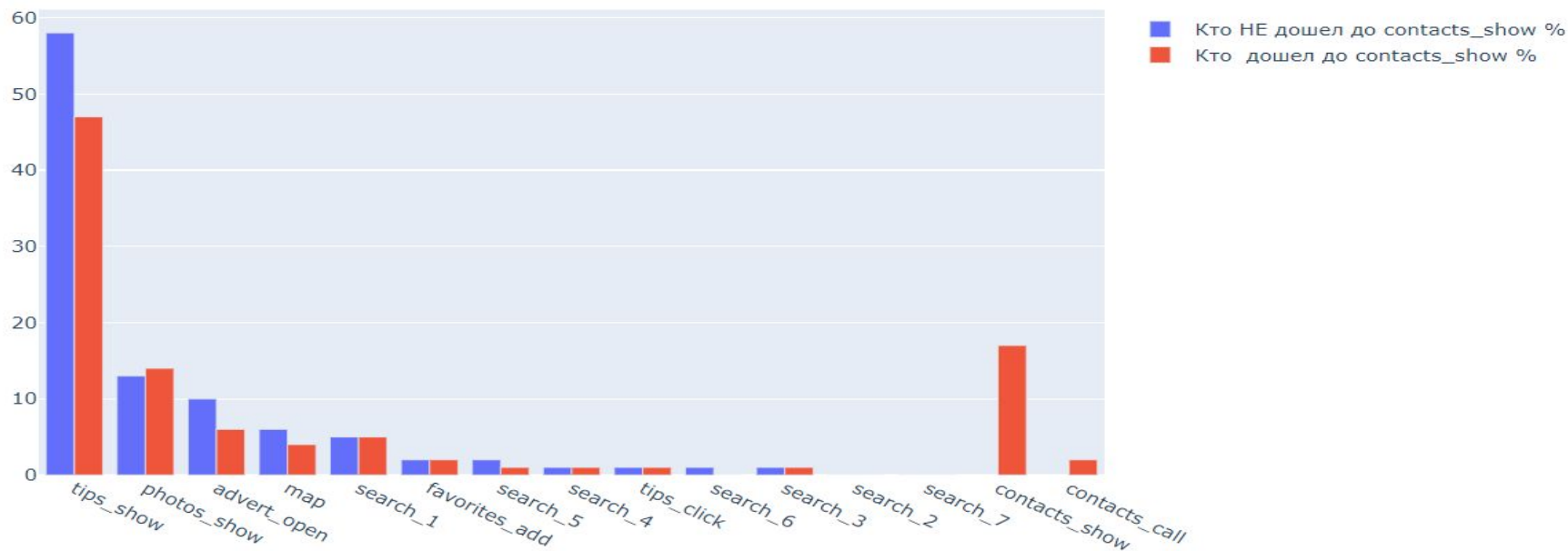
## Проверим статистические гипотезы

- Одни пользователи совершают действия `tips_show` и `tips_click`, другие — только `tips_show`. Проверим гипотезу: конверсия в просмотры контактов различается у этих двух групп.
- проверим гипотезу что от того откуда пользователь установил приложение зависит конверсия в просмотры контактов из действия `tips_show`. ¶

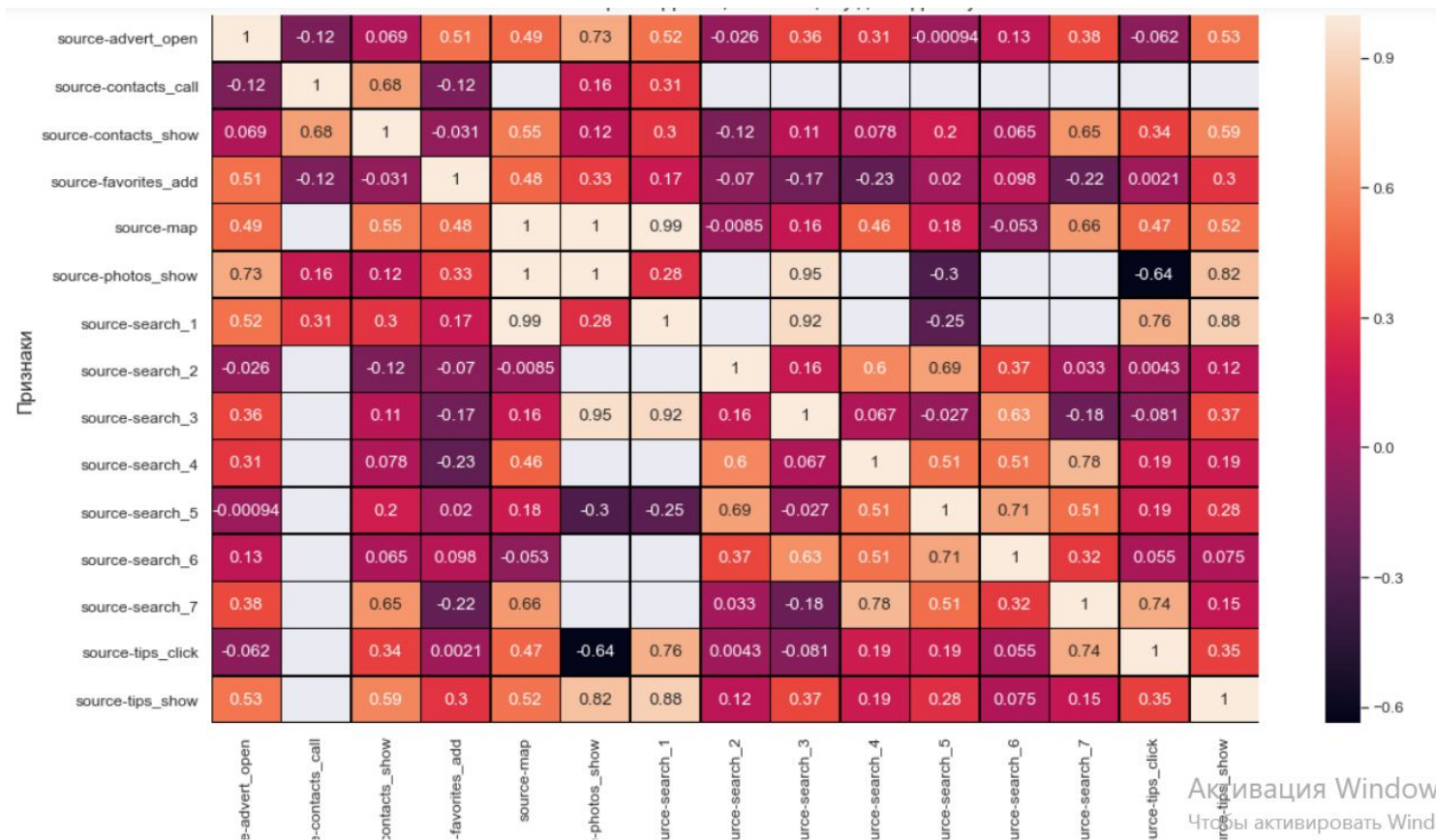
# После проведенного исследования были сделаны следующие выводы

- введение лишнего действия `contacts_show` уменьшает конверсию в основное действие

Сравнение в процентах действий тех кто дошел до целевого события и тех кто нет



- по общей карте корреляции мы видим что с целевым действием `contacts\_show` у нас наиболее коррелирует:
- **`contacts\_call`** — позвонил по номеру из объявления - 0.68
- **`search\_7`** — действие связанное с поиском по сайту - 0.65



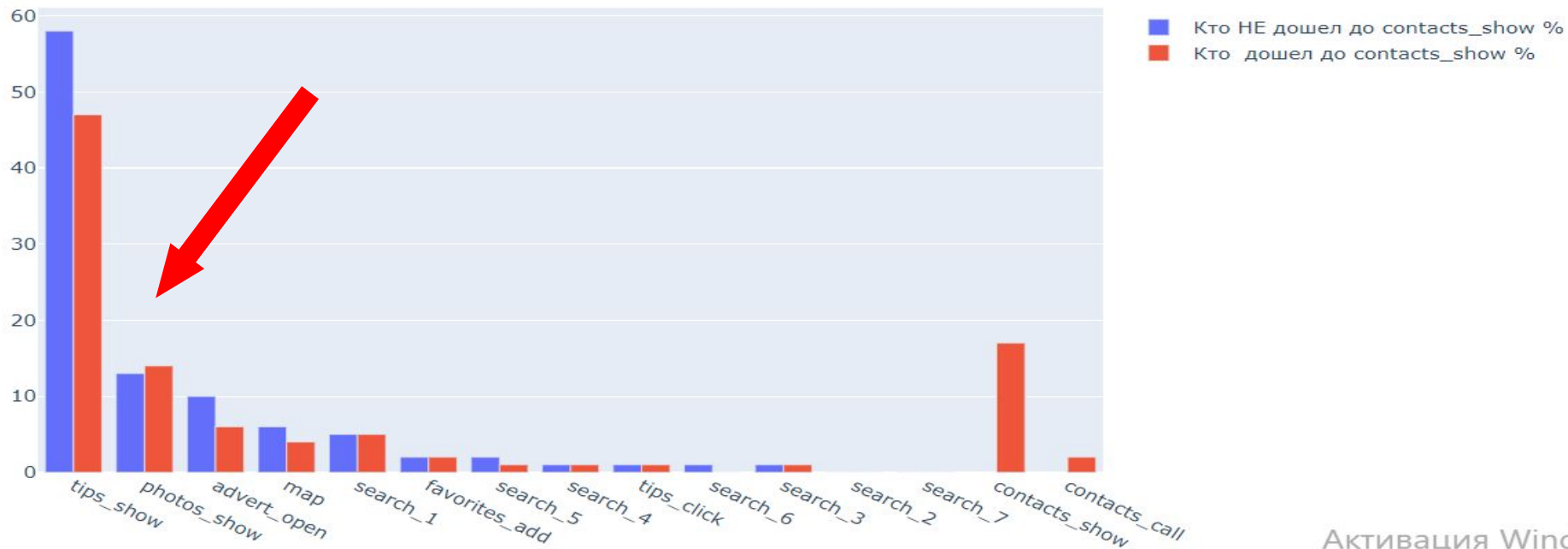
- исследование подтвердило гипотезу, конверсия пользователей которые совершают действие tips\_show больше чем у тех которые совершают click\_show и tips\_show
- исследование подтвердило гипотезу что наибольшая конверсия в целевое события у пользователей которые установили приложение из Yandex.

Яндекс

- основное отличие признаков тех кто совершил целевое действие от тех кто этого не сделал это

**photos\_show** — просмотр фотографий в объявлении

Сравнение в процентах действий тех кто дошел до целевого события и тех кто нет



Активация Wind

## На основании выводов мы можем дать следующие рекомендации

- усилить рекламную кампанию в **Yandex**
- постараться увеличить переход пользователей в действие **`photos\_show`** — просмотр фотографий в объявлении
- обратить внимание на действие **`search\_7`**, возможно стоит попробовать добиться того чтобы пользователи совершали его чаще это действие связано с поиском по сайту и оно сильно коррелирует с переходом в звонок