

Выводы

1. Сколько людей пользуются фильтрами?

В имеющихся данных нет возможности определить точно количество уникальных пользователей (например user_id). Вероятнее всего один и тот же сеанс попал сразу в несколько строк (разные event_action), «уникальные» сложить без дублей не получится, поэтому далее будет работа с приближенными значениями.

Ключевые цифры

Метрика	Значение	Интерпретация
Уникальные визиты	1 384 478	цифры основаны на сумме unique_events. Уникальность считается по сессиям, а не по user-id, фактическое число людей может быть меньше
Пользователи, открывшие фильтры	85 773 (6,2 % от всех)	Доля аудитории, которой вообще интересна тонкая настройка выдачи
Пользователи, применившие фильтры	63 063 (4,56 % от всех)	Те, кто довёл фильтрацию до конца (клик «Показать/Применить»).
Конверсия “открыли - применили”	74 %	26 % теряются между открытием и нажатием «Применить».

4,56–6,2 % всех визитов включают реальные действия с фильтрами.

Верхнюю границу даёт открытие панели, нижнюю — нажатие «Показать предложения».

Выводы и гипотезы:

- Фильтрами пользуется сравнительно узкий сегмент (≈ 6 % аудитории). Большинство посетителей обходится базовой выдачей или первичной сортировкой. Есть пространство для роста.

- Те, кто открыл фильтры, в основном доводят дело до конца.

74 % — хороший показатель вовлечённости интерфейса фильтров. Сама форма понятна, поля и кнопка «Применить» легко находятся.

- Возможная точка роста — увеличение первого шага (open).

2. В каких городах фильтрами пользуются больше? В каких меньше?

Для анализа использовала 80-й процентиль с целью сфокусироваться на основной массе данных, исключив выбросы, которые могут исказить общую картину. Больше всего пользуются фильтрами, топ 10:

Город	Уникальные сессия, кол-во	Использовался фильтр, кол-во	% использования фильтра
Belgrade	1066	185	17.35
Ayia Napa	1881	293	15.58
Yerevan	6305	767	12.16
Cyprus	4197	494	11.77
Budapest	15770	1843	11.69
Tbilisi	9747	1081	11.09
Krakow	1237	134	10.83
Yaroslavl	4574	474	10.36
Vienna	2564	249	9.71
Barcelona	2218	202	9.11

Список городов, где больше всего пользуются фильтрами: Ayia Napa, Barcelona, Belgrade, Budapest, Cyprus, Krakow, Tbilisi, Vienna, Yaroslavl, Yerevan

Меньше всего пользуются фильтрами, топ 10:

Город	Уникальное сессия, кол-во	Использовался фильтр, кол-во	% использования фильтра
Arkhipo-Osipovka	1123	0	0.00
Borovoe	1214	0	0.00
Dombay	973	0	0.00
Dzhubga	2615	0	0.00
Sol-Iletsk	1830	0	0.00
Yeysk	1626	0	0.00
Chernobyl	3334	21	0.63
Varadero	994	7	0.70
Astana	1648	13	0.79
New Athos	2155	20	0.93

Список городов, где меньше всего пользуются фильтрами: 'Abrau-Durso', 'Arkhipo-Osipovka', 'Astana', 'Borovoe', 'Chernobyl', 'Dombay', 'Dzhubga', 'New Athos', 'Sol-Iletsk', 'Varadero', 'Yeysk'

Это может говорить о низкой вовлеченности пользователей или отсутствии потребности в фильтрации, возможно, из-за ограниченного количества предложений

Общие наблюдения:

- Фильтрами чаще пользуются в туристически привлекательных или крупных городах с разнообразным выбором предложений (Budapest, Barcelona, Yerevan).

- Наименьшая активность наблюдается в небольших или курортных поселениях, где фильтрация, вероятно, просто не требуется пользователю из-за ограниченного ассортимента.

Таким образом, можно сделать вывод, что уровень использования фильтров прямо связан с размером города, разнообразием контента и вовлечённостью пользователей.

3. Какие разделы фильтров наиболее востребованы? “фильтры”, “сортировка”, “категории”?

Раздел фильтров	Кол-во сессий	Кол-во общих событий	Доля у сессий, %	Доля у общих событий %
категории	40 621	53 654	30.84	31.53
сортировка	21 918	26 411	16.64	15.52
фильтры	69 160	90 120	52.51	52.95

На основании представленных данных можно сделать следующие выводы:

1. Наиболее востребованный раздел — “фильтры”

- Количество сессий: 69 160 (52.51% от всех сессий)
- Количество событий: 90 120 (52.95% от всех событий)

Это означает, что более половины всех пользователей, взаимодействующих с фильтрами, выбирают именно этот раздел. Фильтры — наиболее активно используемый инструмент, что говорит о стремлении пользователей уточнять и персонализировать выдачу.

2. Второе место — “категории”

- Сессии: 40 621 (30.84%)
- События: 53 654 (31.53%)

Категории также популярны, особенно с точки зрения общего количества действий. Это говорит о том, что пользователи часто хотят сначала ограничить выбор по темам или типам контента.

3. Наименее используемый раздел — "сортировка"

- Сессии: 21 918 (16.64%)
- События: 26 411 (15.52%)

Сортировка используется реже всего, что может говорить о том, что-либо:

- базовая сортировка по умолчанию устраивает большинство пользователей,
- либо пользователи не видят значительной пользы в изменении порядка выдачи.

4. Как часто люди пользуются выбором цены?

Диапазон цены	Уникальных сессий	%
price_first	6 676	54.27
price_second	1 995	16.22
price_third	595	4.84
Всего, использующих выбор цены	9 266	

1. Частота использования выбора цены среди пользователей:

- Из всех уникальных сессий, около 0.67% (приблизительно 9 266 сессий) используют фильтр выбора цены.
- Среди тех, кто открывал фильтры, выбор цены применяется в 10.8% сессий.
- Среди тех, кто применял фильтры, выбор цены используется еще активнее — в 14.69% сессий.

2. Распределение по диапазонам цены:

- price_first (самый популярный диапазон) используется в 54.27% случаев из тех, кто выбирает цену.
- price_second — 16.22%
- price_third — только 4.84%

Это говорит о том, что пользователи преимущественно выбирают более доступные ценовые категории.

3. Доля событий с выбором цены:

- Из всех событий, связанных с фильтрацией, выбор цены составляет 13.06%.
- Из всех событий, где применяются фильтры, выбор цены встречается в 17.11%.

Фильтр выбора цены используется относительно редко в масштабах всех сессий (менее 1%), но среди тех пользователей, которые действительно используют фильтры, он является важным инструментом — в 10-15% случаев.

Пользователи склонны выбирать более доступные ценовые категории, что говорит о важности цены при принятии решения. Это означает, что цена — значимый критерий для части аудитории, и фильтр по цене стоит развивать и делать более заметным, особенно для тех, кто активно ищет и фильтрует предложения.

4. Среднее количество событий, связанных с выбором цены:

Среднее количество событий, связанных с выбором цены, приходящихся на 1 сессию, составляет 1,33.

Это означает, что пользователи в среднем чуть больше одного раза за сессию взаимодействуют именно с фильтром выбора цены — например, могут изменить диапазон цены один-два раза, прежде чем зафиксировать выбор.

- Пользователи не ограничиваются одним кликом, а экспериментируют с ценой, чтобы подобрать оптимальный вариант.
- В то же время частота таких взаимодействий не очень высокая — фильтр цены используется достаточно эффективно и не вызывает чрезмерных повторных изменений.