

Анализ рекламных источников

Абушкина Анжелика
18 когорта

Выпускной проект
Яндекс.Практикум
Курс Аналитик данных

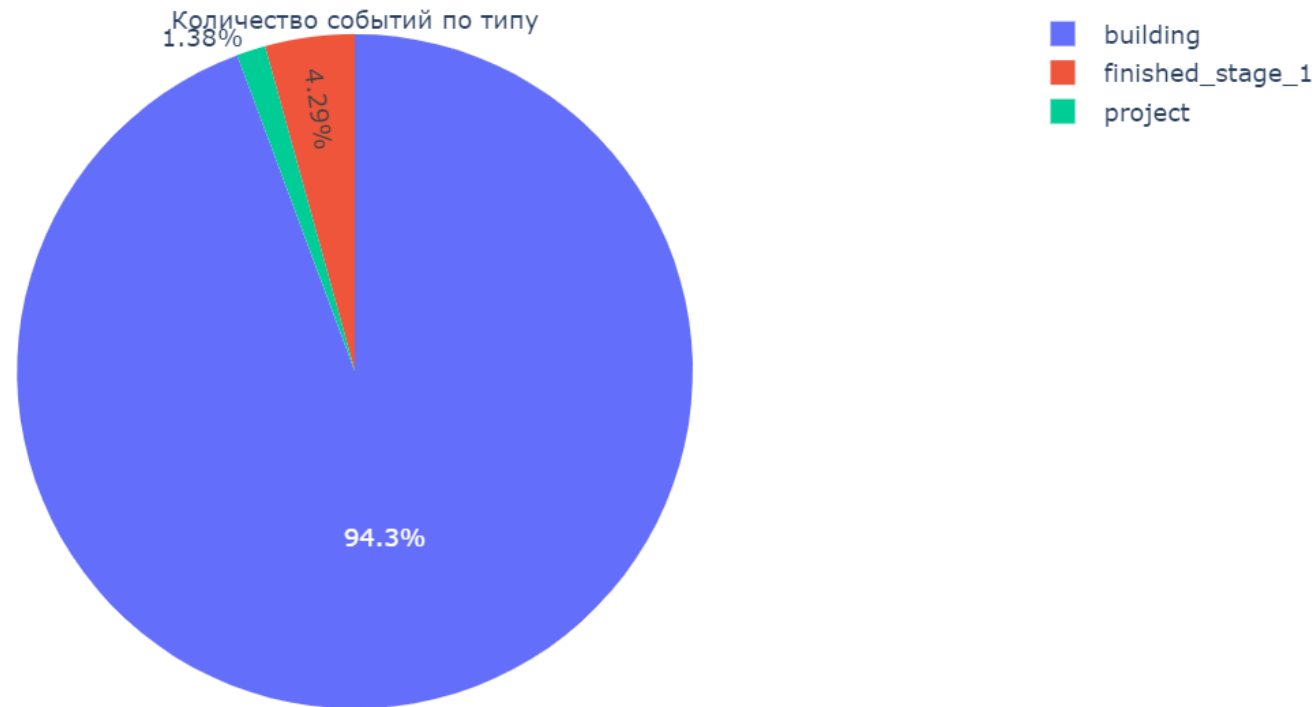
Цели и задачи исследования

- Провести исследовательский анализ данных
- Проанализировать влияние источника перехода в игру на поведение пользователя
- Проанализировать поведения игроков в зависимости от источника перехода

Общие выводы по проведенному исследованию

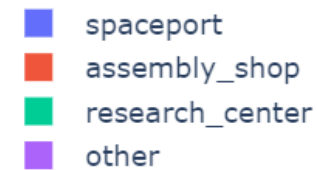
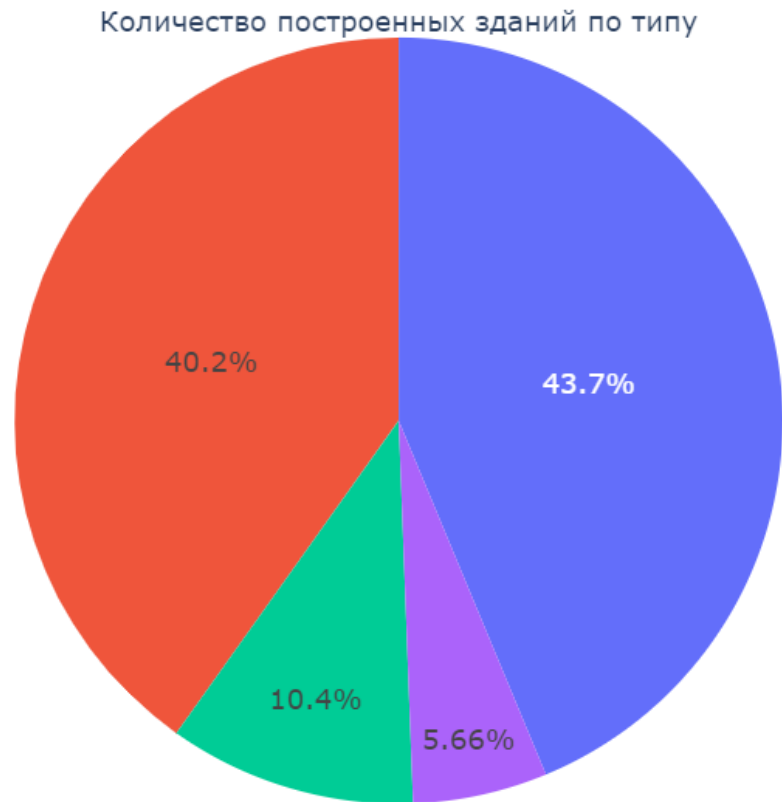
- Больше всего событий, которое создают пользователи это постройка объекта
- Больше всего пользователей пришли с источника «Яндекс»
- Источник не влияет на завершение первого уровня

Исследование количества событий



- Больше всего событий совершается пользователями в игре, когда они строят объекты
- Меньше всего событий приходится на завершение проекта

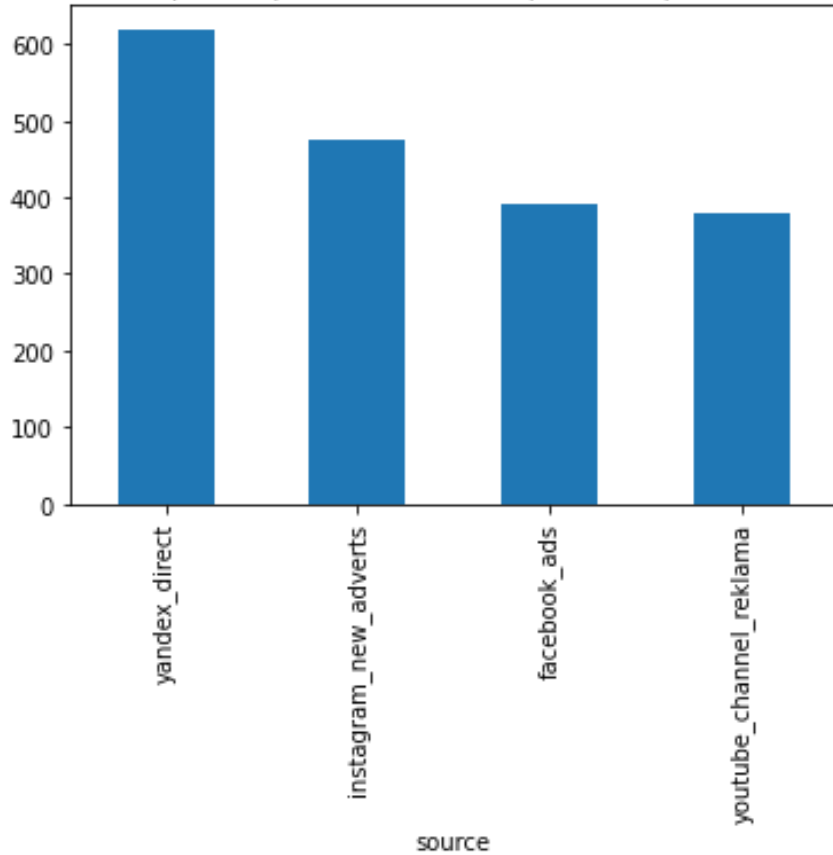
Исследование количества построенных объектов



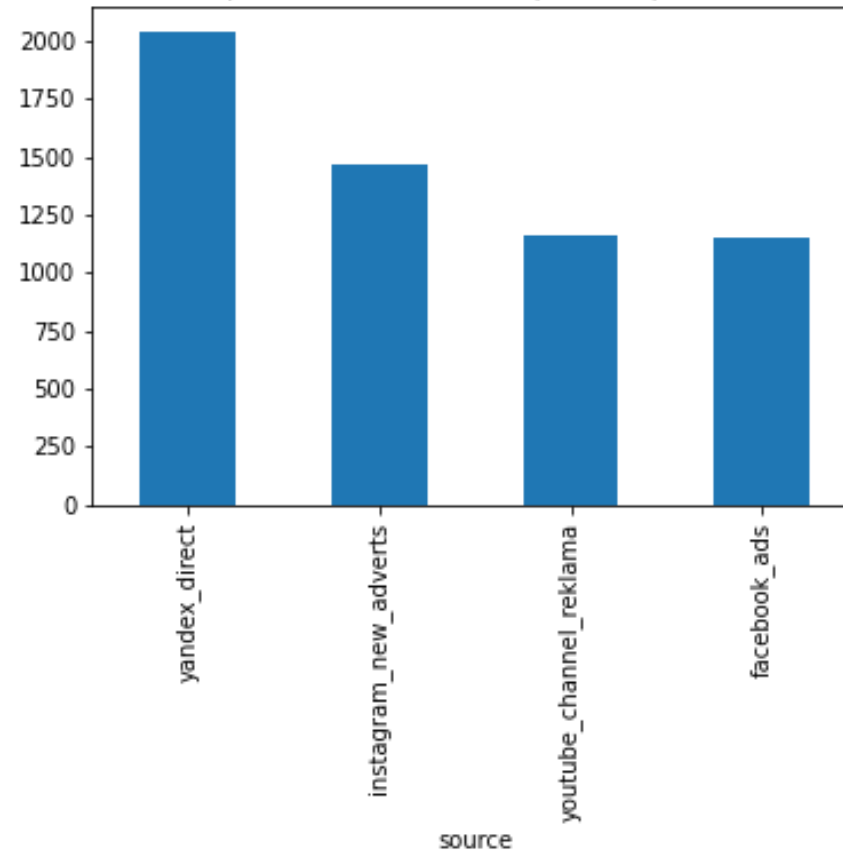
- Больше всего объектов игроками создается почти в одинаковом соотношении это космический порт и сборочный цех

Исследование количества побед с источниками

Количество игроков, реализовавших проект из разных источников

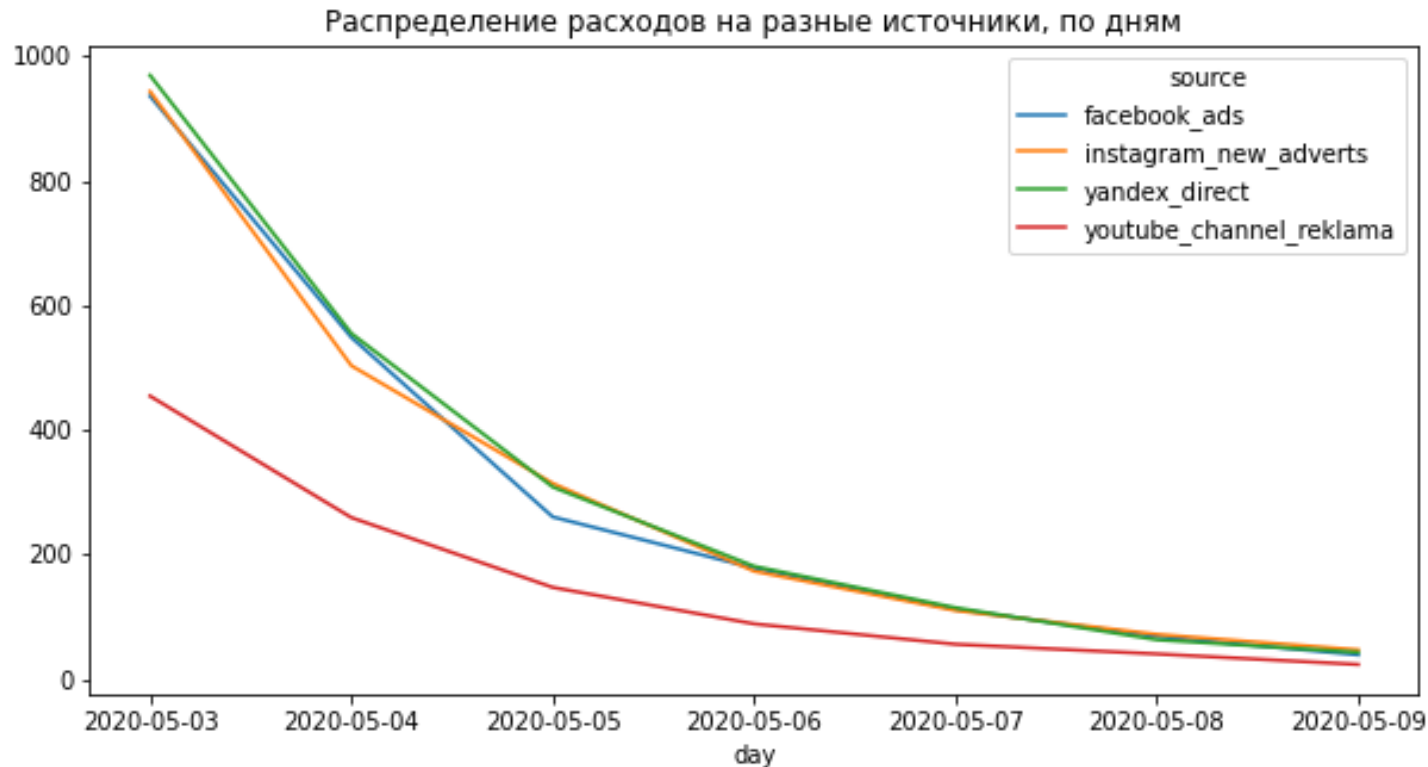


Количество игроков, победивших врага из разных источников



Наибольшее количество игроков к нам приходит из Яндекса, по каждому типу побед. Меньше всего игроков из рекламы на Facebook

Метрика расходов по дням



- По расходам больше всего денег уходит на Яндекс, также пик происходит именно на начало месяца, далее мы видим на графике спад, т.к уже появился меньший интерес у пользователей

Рекомендации для бизнеса

- Развивать рекламу в Youtube, а также использовать новые источники для привлечения пользователей
- Добавить события, для более разнообразного прохождения игры
- В качестве монетизации можно также начать использовать внедрение объектов для постройки за отдельную плату

Спасибо за внимание!