

Анализ рекламных источников мобильной игры «Космические братья»

Содержание

Заголовок	Номер слайда
Цель и общие выводы	3
Среднее количество событий	4
Количество игроков и среднее время и окончания 1го уровня по разным условиям	5
Количество посещений приложения в день	6
Стоимость привлечения новых клиентов САС	7
Рекомендации	8

Цель и общие выводы

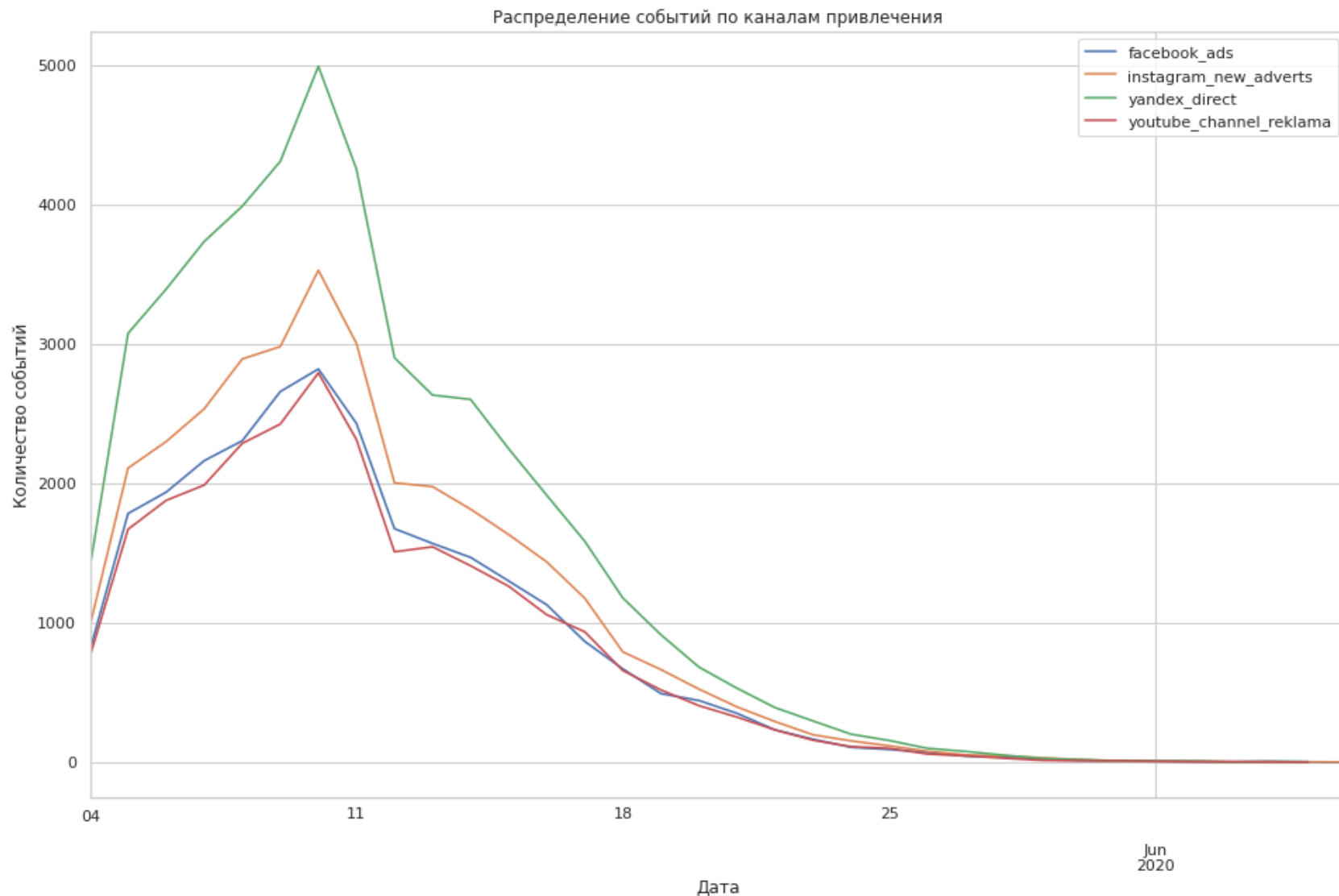
Основной датасет содержит данные о событиях, совершенных в мобильной игре «Космические братья». В ней пользователи строят свою космическую программу и пытаются преуспеть в нелёгком деле колонизации галактики.

Цель: Проанализировать поведения игроков в зависимости от источника перехода

Вывод:

- Больше всего активных пользователей привлек канал *yandex_direct*, на втором месте канал *instagram_new_adverts*;
- Среднее количество событий не зависит от канала привлечения;
- По каналам привлечения, разница во времени прохождения незначительная;
- В среднем 2884 уникальных пользователя посещают приложение 4110 раз в день, что составляет 1.33 посещения на одного;
- По каналам привлечения разница в посещениях уникальным пользователем в день минимальна;
- По количеству уникальных пользователей лидирует канал *yandex_direct*;
- Средняя САС на одного пользователя 0.575 у.е.;
- Монетизация за один показ рекламы должна составлять не менее 0.06 у.е., чтобы покрыть расходы на маркетинг
- Разница времени прохождения уровня по разным условиям статистически значима;
- Разница в количестве построек по разным условиям прохождения уровня статистически значима

Среднее количество событий

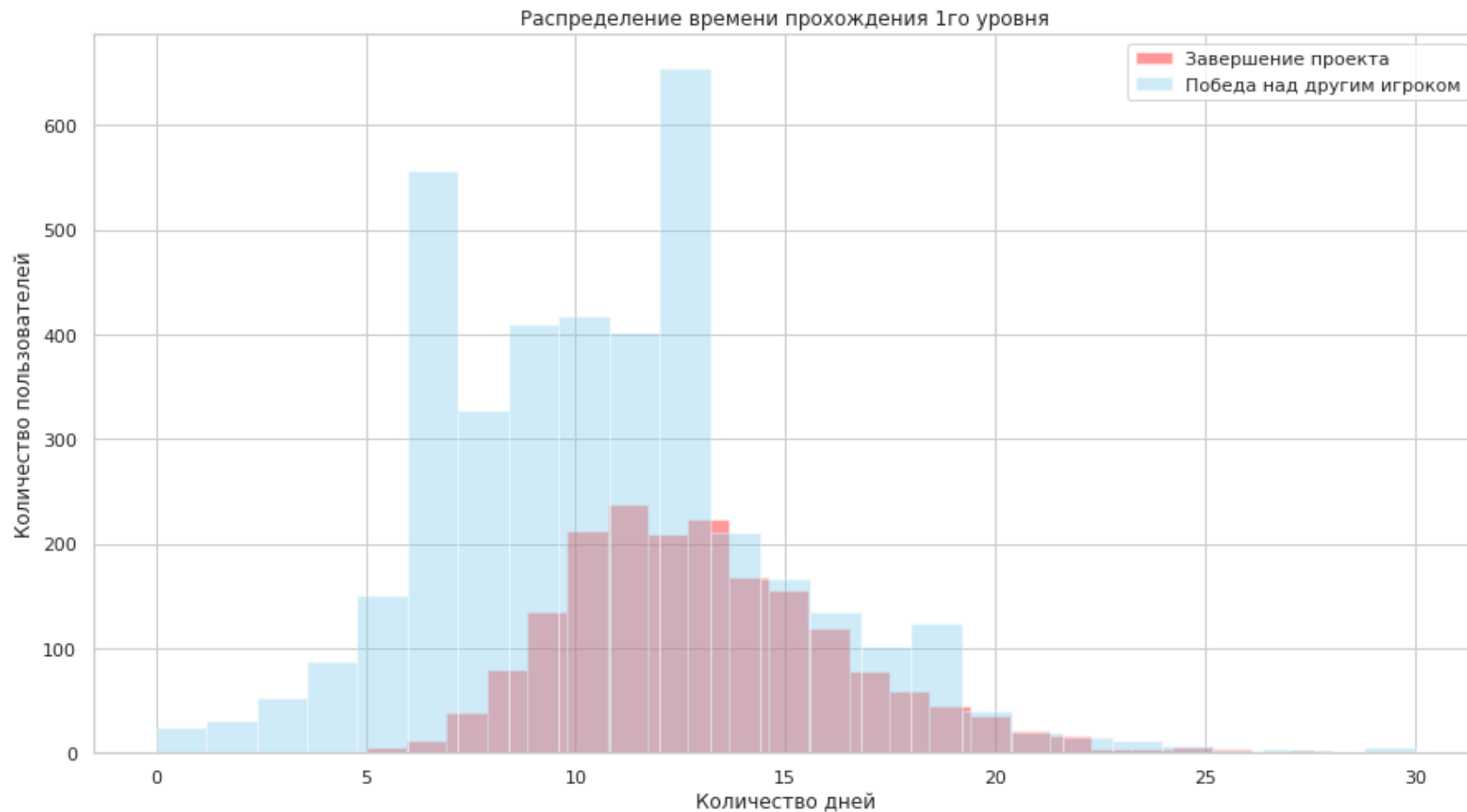


Вывод

Больше всего активных пользователей привлек канал yandex_direct - 4817, что составило 35,48% от общего количества.

Виден период рекламной компании, начало 04.05 и окончание 10.05 включительно, далее привлечение новых пользователей останавливается и активность начинает снижаться.

Количество игроков и среднее время и окончания 1го уровня по разным условиям



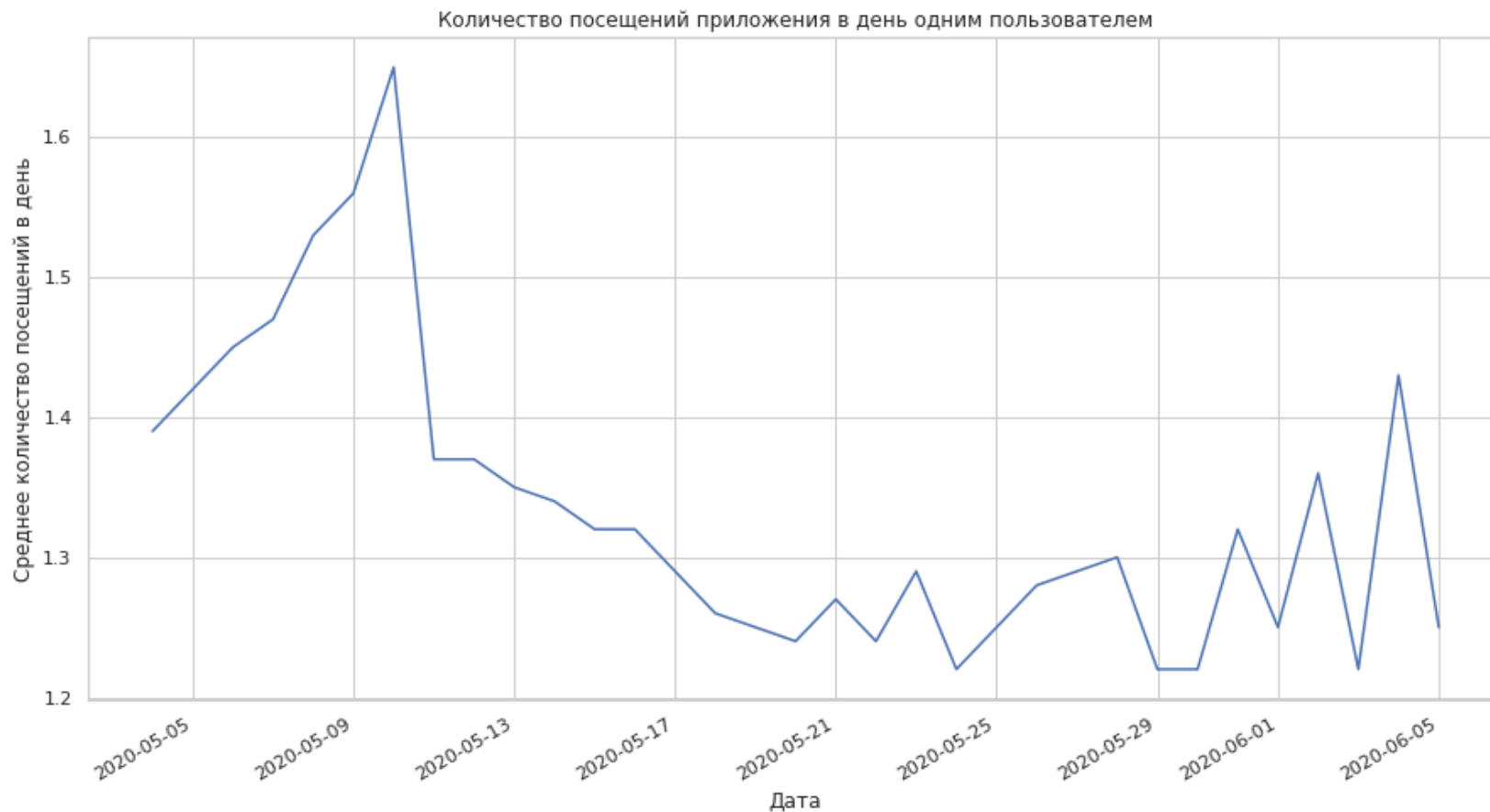
Вывод

Среднее время прохождения первого уровня для всех пользователей по различным условиям:

- победа над первым врагом - 11 дней 2,5 часов
- реализация проекта - 13 дней 11 часов

Большая часть игроков предпочитают проходить уровень победой над врагом (3951, 68%), а не реализацией проекта (1866, 32%)

Количество посещений приложения в день



Вывод

В среднем 2884 уникальных пользователя посещают приложение 4110 раз в день, что составляет 1.33 посещения на одного.

Пик рекламной компании - 10 мая.

Стоимость привлечения новых клиентов САС

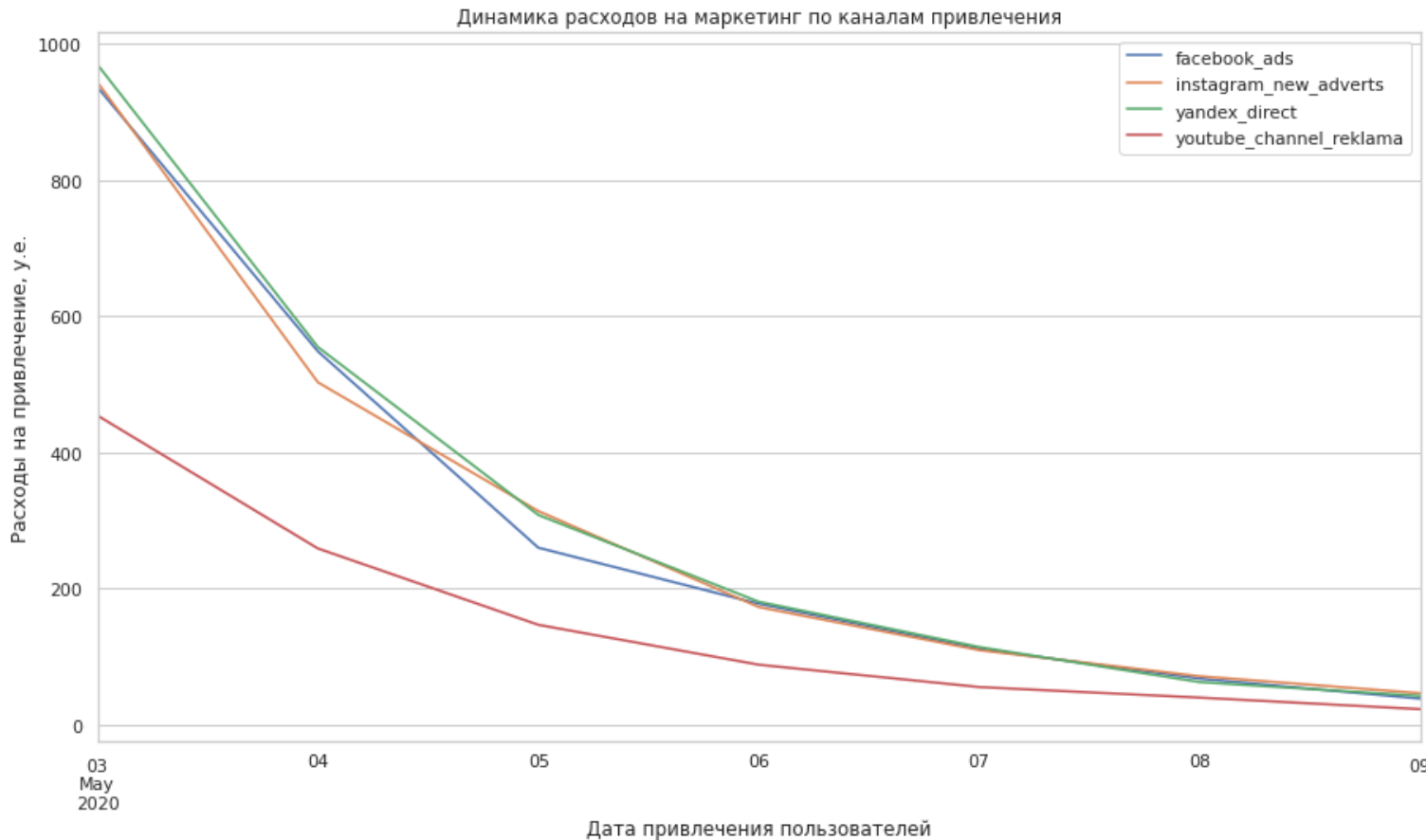
Вывод

Расчет стоимости привлечения клиентов по каналам показал следующее:

- *facebook_ads* 0.79 у.е.
- *instagram_new_adverts* 0.65 у.е.
- *yandex_direct* 0.46 у.е.
- *youtube_channel_reklama* - 0.40 у.е.

Самая высокая САС для канала *facebook_ads*, самая низкая для *youtube_channel_reklama*.

Самый перспективный канал в данном случае - *yandex_direct*, неплохой САС, больше всего привлеченных пользователей. Но это все конечно, скорее всего, за счет того, что в него вложили больше всего средств.



Рекомендации

- рассчитывать монетизацию одного показа рекламы в размере 0.06 у.е.;
- пересмотреть затраты на маркетинг каналов *facebook_ads* (имеет самую высокую САС) и *youtube_channel_reklama* т.к. они привлекли меньше всего клиентов;
- увеличить затраты на маркетинг канала *yandex_direct*, т.к. он привлек больше всего активных и уникальных пользователей;
- модель монетизации оставить запланированную - показ рекламы на экране с выбором типа объекта для постройки. Учитывая средние количество построек (от 9 до 12) и дней (от 11 до 13) до завершения уровня, можно сказать, что пользователь будет видеть рекламу примерно 1 раз в день.
- в связи с тем, что пользователи чаще выбирают боевую стратегию и меньше строят зданий за прохождение уровня, необходимо или пересмотреть модель геймплей в плане боев, либо вводить рекламу и перед началом боя.