

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОТТОКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ КЕЙСА

- › Больше пользователей приносят больше прибыли
- › Больше пользователей = больше новых + меньше отток существующих
- › Часто удержать одного пользователя стоит дешевле, чем привлечь одного пользователя

ОПИСАНИЕ КЕЙСА



- › Удерживать всех пользователей дорого
- › Нужно адресное удержание
- › Удержание пользователей происходит не мгновенно

- › Определение оттока
- › Тип модели
- › Горизонт прогнозирования
- › Методика оценки качества модели
- › Дизайн эксперимента
- › Требования к модели

- › Отток — разрыв договора подключения к сервису
- › Модель — бинарная классификации
- › Горизонт прогнозирования — 2 недели
- › Методика оценки — метрика AUC
- › Дизайн эксперимента — A/B тестирование на 10% сегменте случайных пользователей
- › Требования к модели: вероятностная модель

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОТТОКА



- › Разрыв договора
- › Отсутствие платных транзакций более 10/90 дней
- › Отсутствие на сервисе более 14/28 дней

КАКАЯ ДОЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОПАДАЕТ ПОД ЭТО ОПРЕДЕЛЕНИЕ?

- › Разрыв договора — 0,1%
- › Отсутствие платных транзакций > 10 дней — 22%
- › Отсутствие платных транзакций > 90 дней — 5%
- › Отсутствие в сети более 14 дней — 16%
- › Отсутствие в сети более 28 дней — 9%

КАКАЯ ДОЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОСЛЕ ВОЗВРАЩАЕТСЯ?

- › Разрыв договора — 0%
- › Отсутствие платных транзакций > 10 дней — 80%
- › Отсутствие платных транзакций > 90 дней — 12%
- › Отсутствие в сети более 14 дней — 90%
- › Отсутствие в сети более 28 дней — 78%

- › Как быстро мы можем связаться с пользователем?
- › Какие методики удержания мы используем?
- › Сколько времени занимает процесс удержания?

- › Какие данные доступны?
- › За какой исторический период?
- › Как объединять данные ?
- › Есть ли в данных сигнал?
- › Как данные следует обработать?
- › Как рассчитать признаки на основе данных?

- › Ключевые характеристики пользователей?
- › Различаются ли пользователи из групп отток/не отток?
- › Можем ли мы решать задачу для всех сегментов?
- › Одинаково ли важно решать задачу для всех сегментов?

- › Кластеризация пользователей
- › Анализ получившихся сегментов
- › Оценка аудиторных показателей
- › «Ручной» анализ случайных пользователей из разных сегментов

- › Убедиться в обоснованности задачи с точки зрения бизнеса
- › Формализовать постановку задачи
- › Провалидировать полученную постановку