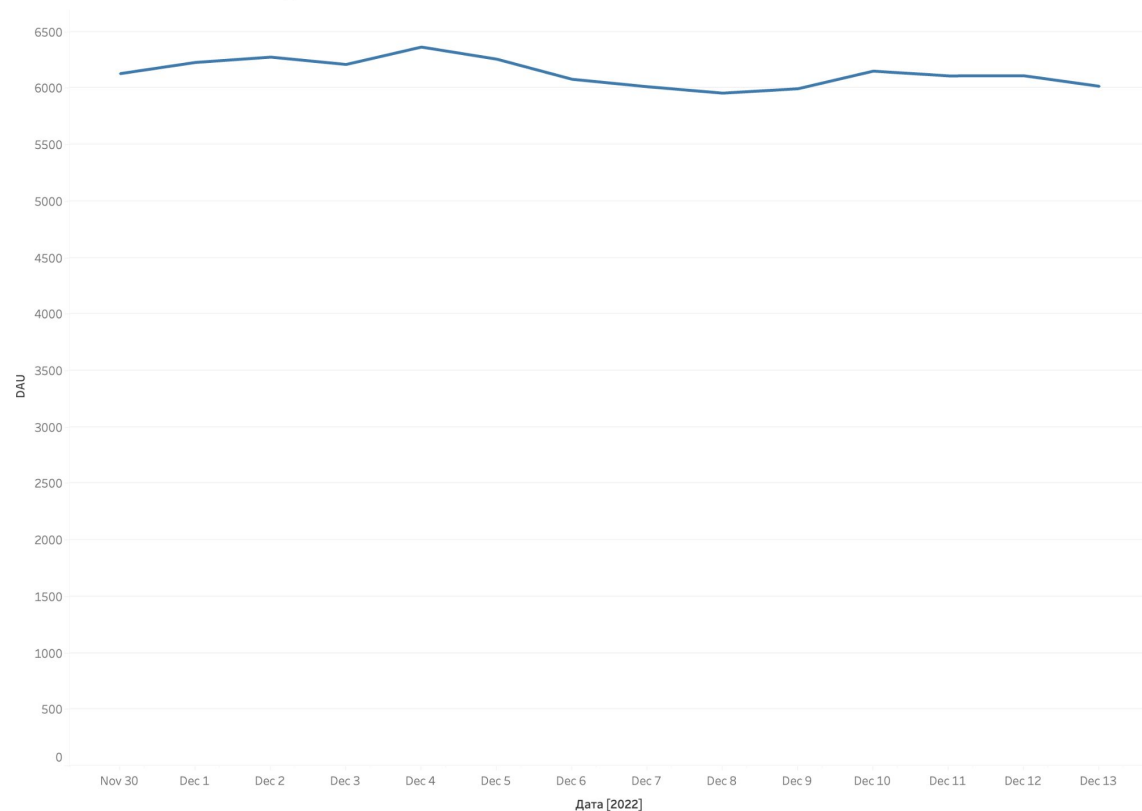


Активность пользователей онлайн-кинотеатра

Проект «Разработка дашборда с пользовательскими метриками»
Спринт 2

- Как изменялся уровень DAU продукта за период наблюдений? Наблюдались ли тренды, выбросы или аномалии?

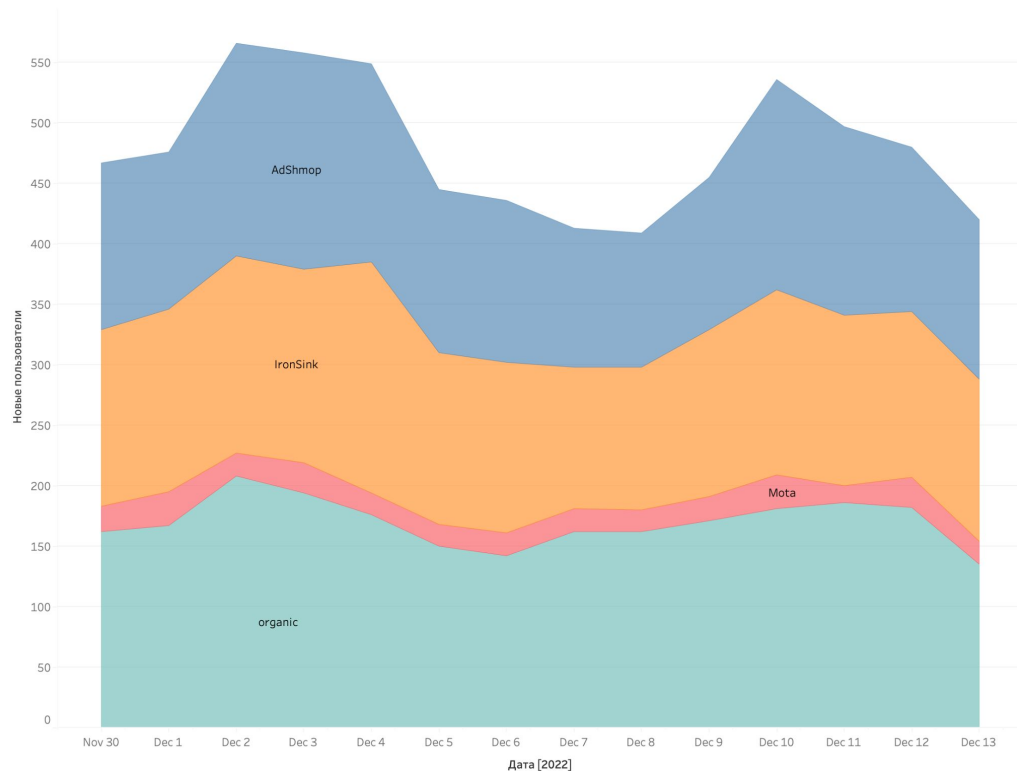
Количество пользователей в день



За период наблюдений значение DAU уменьшалось с небольшой скоростью, минимальное значение было 5956, максимальное значение было 6364

- Как распределяется новая аудитория по источникам привлечения? Можно ли выделить источники-лидеры и аутсайдеры?

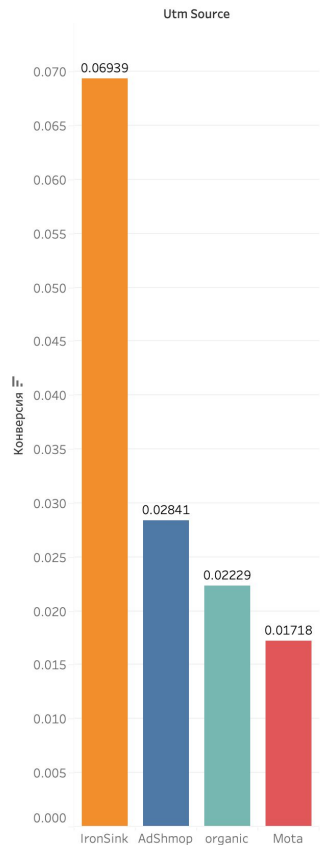
Количество новых пользователей в день по источникам



Больше всего новой аудитории приходит из трёх источников привлечения: AdShmop, IronSink, organic. Среди них больше всего аудитории приносит источник organic. Меньше всего новой аудитории приходится на источник Mota

- Есть ли различия в том, как конвертятся в покупку пользователи из разных источников привлечения?

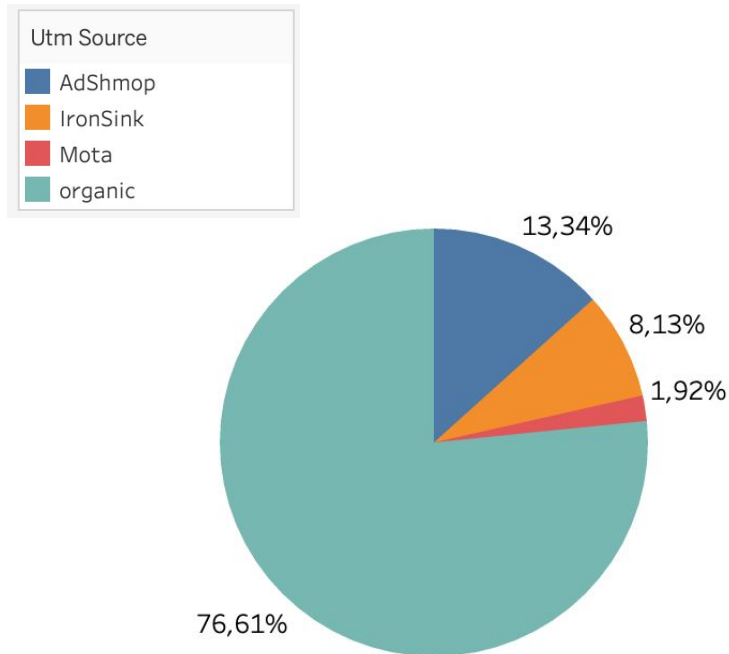
Конверсии новых пользователей в покупку по источникам



Самая большая конверсия в покупку у источника IronSink, за ним идут источники AdShmop и organic. Наименьшая конверсия в покупку у источника Mota

- Какую долю составляют активные пользователи по каждому из источников привлечения? Совпадает ли картина с той, которую вы видите для новых пользователей на втором графике?

Доля активных пользователей по источникам

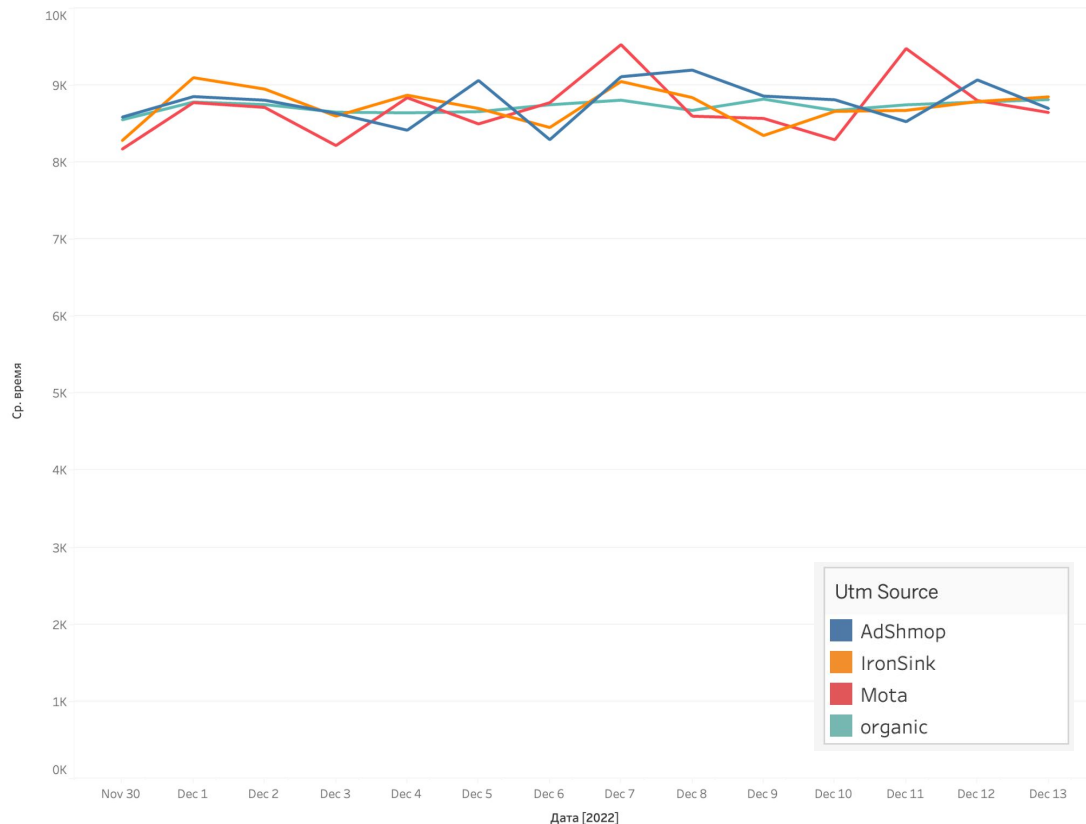


Наибольшую долю составляют активные пользователи из источника organic, на них приходится 76.6% от всех активных пользователей. Доля активных пользователей из источников AdShmop и IronSink равна 13.3% и 8.1% соответственно. Наименьшая доля активных пользователей у источника Mota – 1.9%.

Если сравнить эти значения с количеством новых пользователей по источникам, то можно заметить, что пользователи, приходящие из источника organic в несколько раз активнее остальных.

- Есть ли различия в том, сколько времени проводят за просмотром пользователи, привлеченные из разных источников?

Среднее время просмотра в день (в часах) по источникам



В среднем, пользователи из разных источников проводят примерно одинаковое время за просмотром контента. Однако, для источника organic среднее время просмотра не меняется на протяжении всего периода, когда как для остальных источников оно синхронно растет или падает в определенные дни.

- Какие фильмы входят в топ-3 по числу просмотров? Какие фильмы входят в топ-3 по оценке?

Наиболее популярные фильмы по числу просмотров

Object Id	
Drishyam	144
Road to Perdition	90
Me and Earl and the Dying Girl	89
Cidade de Deus	87
Taare Zameen Par	87

Наиболее популярные фильмы по рейтингу

Object Id	
The Shawshank Redemption	9.3000
The Godfather	9.2000
12 Angry Men	9.0000
The Dark Knight	9.0000
The Godfather: Part II	9.0000

Топ-3 фильма по числу просмотров:
Drishyam – 144, Road to Perdition – 90, Me and Earl and the Dying Girl – 89.

Топ-3 фильма по оценке: The Shawshank Redemption – 9.3, The Godfather – 9.2, 12 Angry Men – 9.0.