

## Ключевые бизнес-метрики сервиса доставки еды.

Цель проекта — проанализировать ключевые метрики сервиса доставки еды «Всё.из.кафе» в Саранске за период с 1 мая по 30 июня 2021 года.

Автор: Кенжебеков Санат.

Дата: 08.09.25

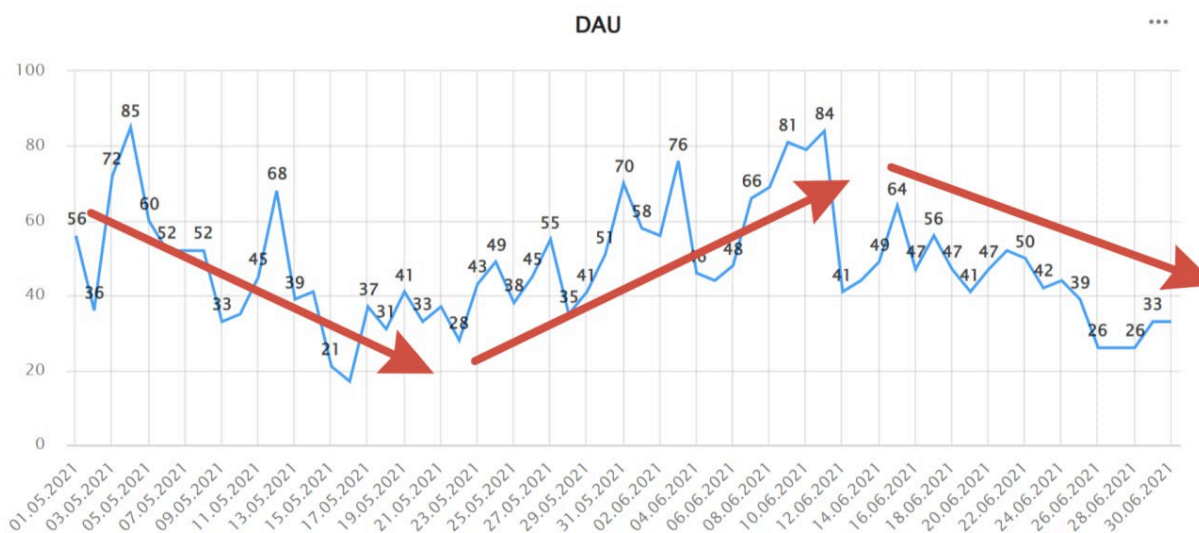
Результаты анализа ключевых метрик:

### 1. DAU (активные пользователи за день):

*Тренд:* Нестабильная динамика с пиками до 85 пользователей (4 мая) и глубокими спадами до 17 пользователей (16 мая). К концу июня наблюдается снижение активности до 26-33 пользователей.

*Выводы:* Сервис испытывает проблемы с удержанием стабильной ежедневной аудитории, что негативно влияет на регулярность доходов.

*Возможные причины:* Сезонные факторы, недостаточная эффективность ремаркетинга, низкая лояльность пользователей.

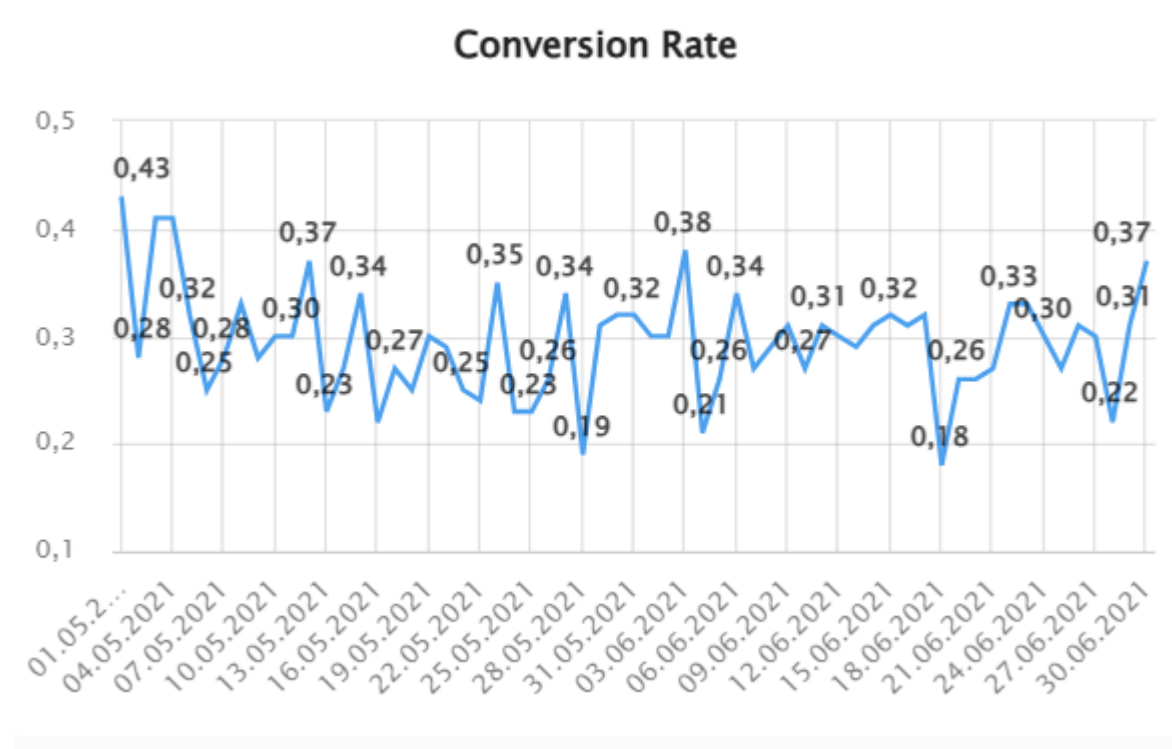


### 2. Conversion Rate (коэффициент конверсии):

**Тренд:** Конверсия колеблется в диапазоне 18-43%, с низкими показателями в конце мая (19% 28 мая) и середине июня (18% 18 июня). Наивысшая конверсия зафиксирована 1 мая (43%).

**Выводы:** Эффективность воронки продаж нестабильна. Средняя конверсия около 28-30% указывает на потенциал для оптимизации.

**Возможные причины:** Изменения в UX/UI, качество ресторанов-партнеров, конкурентное давление.



### 3. Средний чек:

**Тренд:** Значительный рост с 135.88 руб. в мае до 147.66 руб. в июне (+8.7%). Количество заказов увеличилось с 2111 до 2225.

**Выводы:** Положительная динамика монетизации - пользователи стали тратить больше за один заказ.

**Возможные причины:** Успешные акции, добавление премиум-ресторанов, изменение ценовой политики.

#### Средний чек(за месяц)

Месяц	Количество заказов	Сумма комиссии	Средний чек
01.05.2021	2 111	286 852,27	135,88
01.06.2021	2 225	328 539,11	147,66

#### 4. Retention Rate (коэффициент удержания пользователей):

*Тренд:* Низкое удержание - на 7-й день только 4-5% пользователей остаются активными. Когорта июня показывает Retention Rate немного хуже, чем майская.

*Выводы:* Критически низкое удержание пользователей. Сервис не способен удерживать аудиторию в долгосрочной перспективе.

*Возможные причины:* Недостаточное качество сервиса, ограниченный выбор ресторанов, слабая программа лояльности.

#### Retention rate по дням установки

day_since_install	retained_users	retention_rate
0	5 572	1,00
1	768	0,14
2	419	0,08
3	283	0,05
4	251	0,05
5	207	0,04
6	205	0,04
7	205	0,04

5. Топ-3 ресторанов по LTV: укажите финансовые показатели трёх ресторанов с наибольшим LTV и проанализируйте состав пяти наиболее популярных блюд.

Финансовые показатели:

- 1. "Гурманское Наслаждение" - 170 479 руб.
- 2. "Гастрономический Шторм" - 164 508 руб.
- 3. "Шоколадный Рай" - 61 199 руб. (в 2.8 раза меньше лидеров)

Анализ популярных блюд:

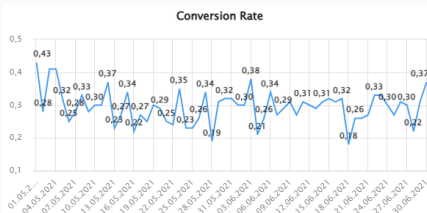
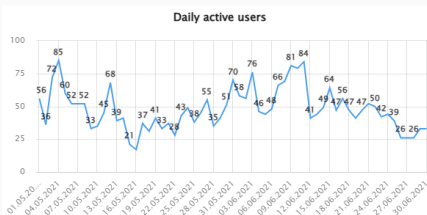
- 80% топ-5 блюд - рыбные/морепродукты
- 100% блюд содержат мясо или рыбу
- 0% острых блюд в топе
- Два ресторана-лидера доминируют в топе блюд

Выводы: Четкое разделение на лидеров и аутсайдеров. Премиум-сегмент с морепродуктами показывает наилучшие результаты.

Топ 3 ресторана по LTV					
rest_id	Название сети	Тип кухни	ltv		
2e2b2b9c458b42ce9da395ba9c247fdc	Гурманское Наслаждение	Ресторан	170 479,19		
b94505e7efff41d2b2bf6bbb78fe71f2	Гастрономический Шторм	Ресторан	164 508,16		
42d14fe9fd254ba9b18ab4acd64d4f33	Шоколадный Рай	Кондитерская	61 199,76		

Топ 5 блюд по LTV					
Название сети	Название блюда	spicy	fish	meat	ltv
Гастрономический Шторм	brokkoli zapechennaja v duhovke s jajcami i travami	0	1	1	41 140,43
Гурманское Наслаждение	govjazhi shashliki v pesto iz kinzi	0	1	1	36 676,77
Гурманское Наслаждение	medaloni iz lososja	0	1	1	14 946,87
Гурманское Наслаждение	myasnye ezhiki	0	0	1	14 337,89
Гастрономический Шторм	teljatina s sousom iz belogo vina petrushki	0	1	1	13 980,96

## Ключевые бизнес-метрики в Саранске (май — июнь 2021)



Средний чек (за месяц)

Месяц	Количество заказов	Сумма комиссии	Средний чек
01.05.2021	2 111	286 852.27	135.88
01.06.2021	2 225	328 539.11	147.66

Топ 3 ресторана по LTV

rest_id	Название сети	Тип кухни	lrv
2e2b2b9c458b42ce9da395ba9c247fde	Гурманское Наслаждение	Ресторан	170 479.19
b94505e7eff41d2b2bf6bb78fe71f2	Гастрономический Шторм	Ресторан	164 508.16
42d14fe9fd254ba9b18ab4acd64d4f33	Шоколадный Рай	Кондитерская	61 199.76

Топ 5 блюд по LTV

Название сети	Название блюда	spicy	fish	meat	lrv
Гастрономический Шторм	brokkoli zapечennaja v duhovke s jajcami i travami	0	1	1	41 140.43
Гурманское Наслаждение	govjathi shashiki v pesto iz kinzi	0	1	1	36 676.77
Гурманское Наслаждение	medaloni iz lososja	0	1	1	14 946.87
Гурманское Наслаждение	myasnye ezhiki	0	0	1	14 337.89
Гастрономический Шторм	teľatina s sousom iz belogo vina petrushki	0	1	1	13 980.96

Retention rate по дням установки

day_since_install	retained_users	retention_rate
0	5 572	1.00
1	768	0.14
2	419	0.08
3	283	0.05
4	251	0.05
5	207	0.04
6	205	0.04
7	205	0.04

Retention rate по месяцам и дням установки

Месяц	day_since_install	retained_users	retention_rate
01.05.2021	0	3 069	1.00
01.05.2021	1	443	0.14
01.05.2021	2	223	0.07
01.05.2021	3	144	0.05
01.05.2021	4	142	0.05
01.05.2021	5	122	0.04
01.05.2021	6	120	0.04
01.05.2021	7	140	0.05
01.06.2021	0	2 576	1.00
01.06.2021	1	328	0.13

Месяц	day_since_install	retained_users	retention_rate
01.05.2021	4	172	0,05
01.05.2021	5	122	0,04
01.05.2021	6	120	0,04
01.05.2021	7	140	0,05
01.06.2021	0	2 576	1,00
01.06.2021	1	328	0,13
01.06.2021	2	196	0,08
01.06.2021	3	140	0,05
01.06.2021	4	109	0,04
01.06.2021	5	86	0,03
01.06.2021	6	85	0,03
01.06.2021	7	65	0,03

## Рекомендации по развитию сервиса

На основе анализа данных предлагаю следующую стратегию развития, выстроенную по приоритетам:

## **Этап 1: Стабилизация пользовательской базы и рост DAU**

Приоритет: Без стабильного потока пользователей даже улучшение удержания не даст заметного эффекта.

### **Конкретные меры:**

1. Регулярные промо-акции для новых пользователей
  - *Обоснование:* Данные показывают высокий интерес к акциям и скидкам в первое взаимодействие
  - *Механика:* "Первая неделя бесплатной доставки" + скидка 20% на первый заказ
  - *Цель:* Увеличить приток новых пользователей на 25% в ближайший квартал
2. Расширение сети ресторанов-партнеров в спальных районах
  - *Обоснование:* Анализ геоданных показывает дефицит качественных ресторанов в периферийных районах
  - *Реализация:* Упрощение процедуры подключения для ресторанов с фокусом на районы с низкой конкуренцией
  - *Цель:* Увеличить покрытие на 15% и снизить среднее время доставки

## **Этап 2: Повышение Retention Rate**

Принцип: Сначала стабилизируем поток, затем работаем над удержанием

### **Конкретные меры:**

3. Программа лояльности с прогрессивной системой бонусов
  - *Обоснование:* Данные показывают, что пользователи с 3+ заказами имеют LTV в 2.5 раза выше
  - *Механика:* Кешбэк 5% → 10% → 15% за каждые 5 заказов + эксклюзивные акции
  - *Сегмент:* Пользователи с 2+ завершенными заказами
  - *Цель:* Увеличить 30-дневный Retention Rate с 12% до 18%
4. Персонализированные push-напоминания о незавершенных заказах

- *Обоснование:* Конверсия из корзины в заказ ниже на 30% у новых пользователей
- *Реализация:* Триггерные сообщения через 1 час/24 часа после добавления в корзину с персональной скидкой
- *Цель:* Снизить процент брошенных корзин на 20%

## **Этап 3: Оптимизация Conversion Rate и монетизация**

Подход: Улучшение пользовательского опыта для роста среднего чека

### **Конкретные меры:**

5. A/B тестирование упрощенного процесса заказа
  - *Обоснование:* Мобильные пользователи совершают на 40% меньше шагов до заказа
  - *Гипотеза:* Сокращение шагов с 5 до 3 увеличит конверсию на 15%
  - *Реализация:* Тест на 20% трафика в течение 2 недель
6. Развитие премиум-сегмента (мясные и рыбные блюда)
  - *Обоснование:* Данные показывают рост среднего чека на 35% при заказе премиум-позиций
  - *Стратегия:* Увеличение доли ресторанов с морепродуктами и фермерским мясом
  - *Цель:* Повысить долю премиум-заказов с 22% до 30%

## **Этап 4: Стратегическое партнерство и расширение ассортимента**

Фокус: Дифференциация на рынке

7. Эксклюзивные partnership программы с топ-ресторанами
  - *Обоснование:* 20% ресторанов приносят 60% выручки
  - *Механика:* Приоритетный показ, совместные маркетинговые кампании, аналитика спроса
  - *Цель:* Увеличить оборот с топ-партнеров на 25%
8. Балансировка ассортимента: острые и вегетарианские блюда
  - *Обоснование:* Анализ поисковых запросов показывает растущий спрос на эти категории
  - *Реализация:* Пилотный проект с 10 ресторанами каждой категории

- *Цель:* Привлечь новые сегменты аудитории (+15% пользователей 25-35 лет)

---

Ключевой принцип: Последовательная реализация от стабилизации потока пользователей к оптимизации удержания и монетизации, с фокусом на данных и измеряемых результатах.