

# 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

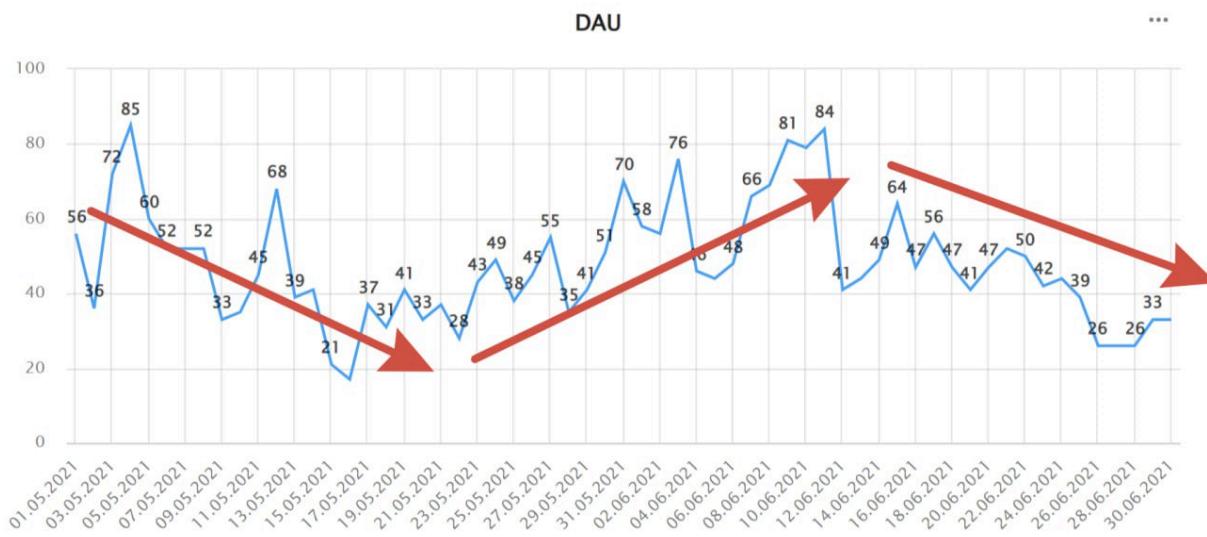
Результаты анализа ключевых метрик:

## 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.

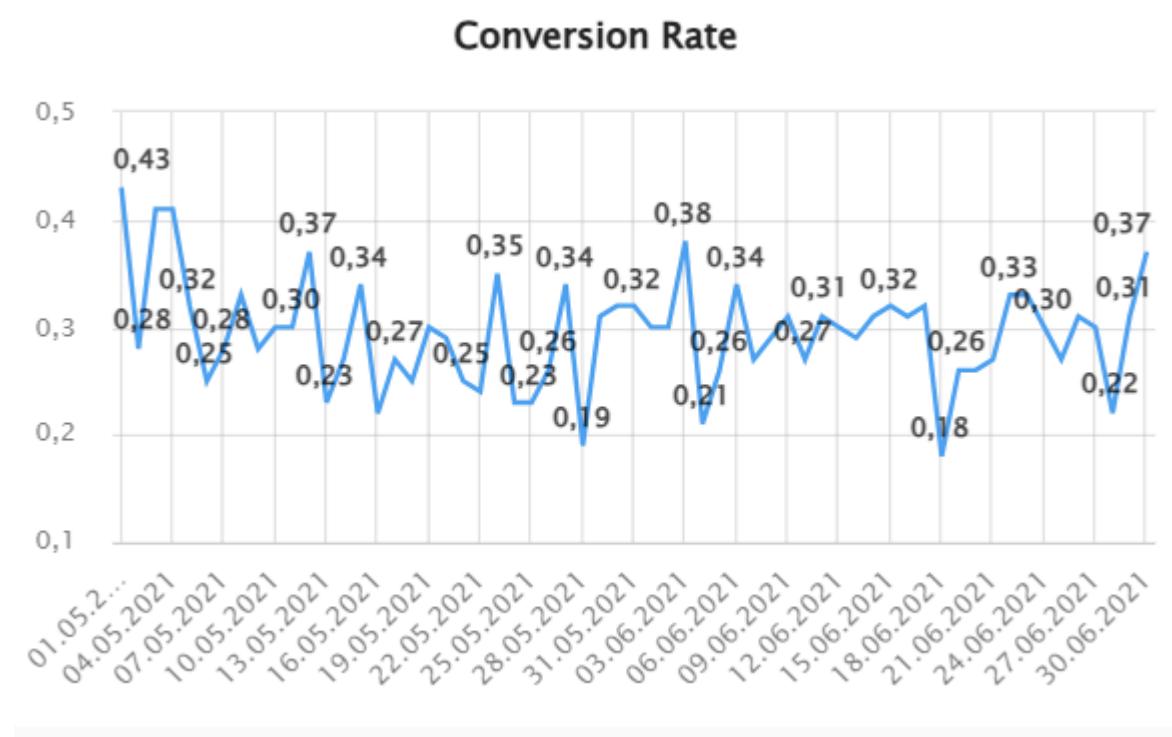


## 2. Conversion Rate (коэффициент конверсии):

*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.

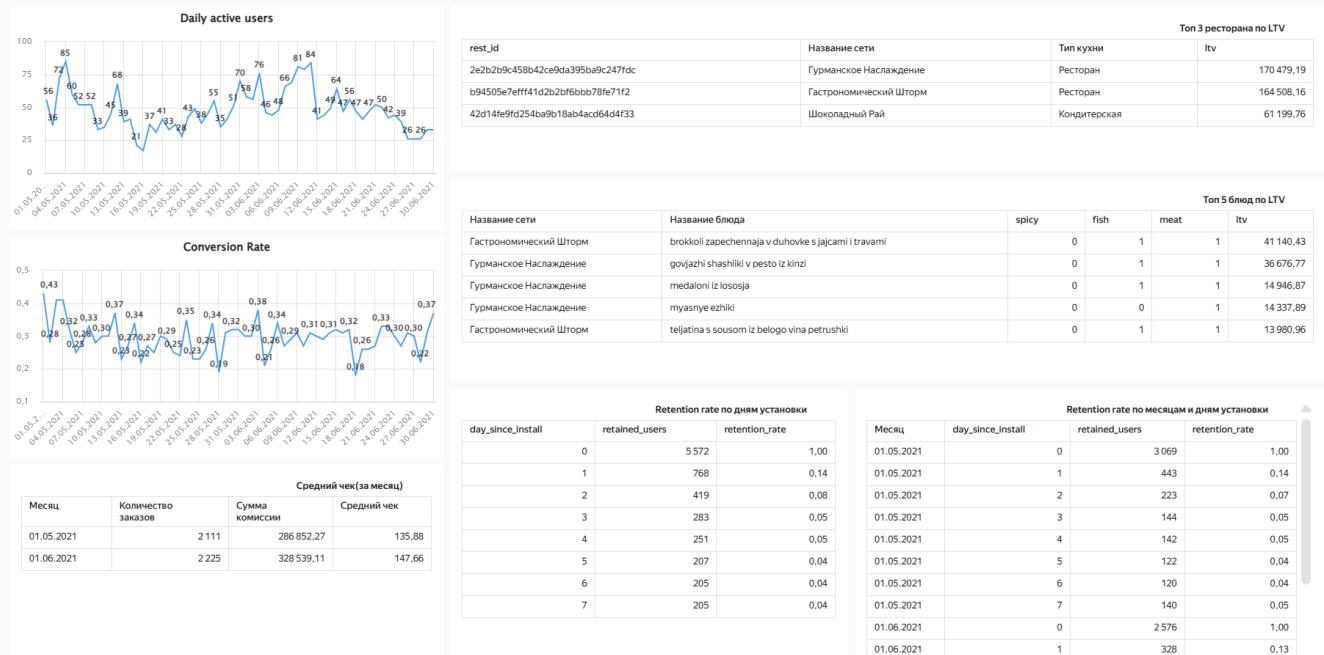
Топ 3 ресторана по LTV

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 jajcam 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)



Месяц	day_since_install	retained_users	retention_rate
01.05.2021			0,00
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 стабилизуем 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. А/В 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.