

Аналитическая записка

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

Автор: Вячеслав Зайко

Дата: 27.06.2025

Ссылка на дашборд: <https://datalens.yandex/6nquhail9bws>

Результаты анализа ключевых метрик

1. DAU (активные пользователи за день)

В рамках исследуемого периода среднее количество активных пользователей, совершивших заказ, составляет **48 человек в день**. График DAU показывает волнообразную динамику с ростом в начале месяца и спадом во второй половине. В мае максимальный DAU — **85**, минимальный — **17**, средний — **45**.

В июне максимальный DAU — **84**, минимальный — **26**, средний — **50**. Месячная волатильность показателя в июне ниже, чем в мае. Однако в июне наблюдается более выраженная тенденция к спаду DAU в конце недели. Особенно резкое снижение зафиксировано в праздничные дни: **9 мая и 12 июня**.

2. Conversion Rate (коэффициент конверсии)

Средний Conversion Rate за 2 месяца составляет **29%**. В мае CR достигает **41%**, минимум — **19%**, в среднем **30%**. Показатель распределен по дням равномерно, выраженной тенденции не наблюдается.

Максимальный коэффициент конверсии в июне — **38%**, минимальный — **18%**, средний — **29%**. На выходных конверсия обычно повышалась. Резкое снижение конверсии зафиксировано **4 июня и 18 июня**, а **29 июня** резкий рост.

3. Средний чек

Июнь обгоняет май по количеству заказов, общей сумме комиссии сервиса и среднему чеку. Средний чек в июне составил **147,66 руб.**, что на **9%** выше чем в мае (**135,88 руб.**)

4. Retention Rate (коэффициент удержания пользователей)

Показатель демонстрирует схожую динамику в оба месяца с разницей до 1%. На следующий день после установки RR снижается до **14%**, а с 5 по 7 день принимает минимальное значение **4%**.

5. Топ-3 ресторанов по LTV

Со значительным отрывом по LTV за 2 месяца лидируют 2 ресторана: «Гурманское Наслаждение» — **170 479,19 руб.** и «Гастрономический Шторм» — **164 508,16 руб.**, а также кондитерская «Шоколадный рай» — **61 199,76 руб.**

Среди 5 блюд, принесших сервису наибольшую выручку, 2 принадлежат ресторану «Гастрономический Шторм» и 3 ресторану «Гурманское Наслаждение». Все 5 блюд объединяет **наличие мяса** в составе и **отсутствие показателя остроты**.

Общие рекомендации

1. Борьба с низким и нестабильным DAU

- **Проблема:** Низкая активность (48 DAU), просадки в праздники/выходные, высокая волатильность.
- **Рекомендации:**
 - Запустить **таргетированные акции на «слабые» дни** (выходные, праздники): скидки на доставку, кешбэк за заказы в субботу/воскресенье.
 - Рассмотреть **расширение зоны доставки** по выходным дням. Вероятно, спад активности в мае – июне связан с началом дачного сезона и потенциальные клиенты находятся за пределами города.
 - Внедрить **push-уведомления с персонализированными предложениями** (на основе истории заказов) в дни спада активности.
 - Провести **партнерские промо с локальными событиями** (фестивали, спортивные мероприятия) для привлечения новой аудитории.

2. Повышение Retention Rate

- **Проблема:** Критическое падение удержания (14% на 2-й день, 4% к 7-му дню).

- **Рекомендации:**

- Внедрить **программу лояльности**: бонусы за повторные заказы (например, скидка на n-й заказ, бесплатная доставка на n-го заказа).
- Добавить **триггерные сообщения**: напоминания о брошенной корзине, персональные предложения через 2-3 дня после первого заказа.
- Проанализировать **причины оттока** (опрос ушедших пользователей, проверка качества доставки/блюдов).

3. Увеличение среднего чека

- **Проблема:** Несмотря на рост в июне, чек остается низким для прибыльности.

- **Рекомендации:**

- Внедрить **upsell-механики**: предложить десерт/напиток по акционной цене при оформлении заказа, добавить комбо-наборы и тд.
- Продвигать **премиум-блюда из топовых ресторанов** («Гурманское Наслаждение», «Гастрономический Шторм») через выделенные баннеры в приложении.

4. Стабилизация Conversion Rate

- **Проблема:** Нестабильность CR (резкие спады 4 и 18 июня).

- **Рекомендации:**

- Провести **A/B-тесты интерфейса**: упростить путь к заказу (меньше шагов, кнопка «Повторить прошлый заказ»).
- Оптимизировать **загрузку меню/изображений** (особенно в дни просадок — возможно, технические сбои).
- Добавить **отзывы/рейтинги блюд** для снижения барьера доверия.
- Проанализировать причины спада в указанные дни.

5. Усиление работы с топовыми ресторанами

- **Проблема:** большую часть LTV генерируют 2 ресторана («Гурманское Наслаждение» и «Гастрономический Шторм»), что создает риски.

- **Рекомендации:**

- Заключить **эксклюзивные соглашения** с топ-партнерами: специальные блюда только через сервис, совместные акции.
- Создать **программу поддержки для аутсайдеров**: бесплатное продвижение для новых ресторанов с условием роста LTV.

6. Развитие популярных категорий

- **Проблема:** Топ-5 блюд — мясные позиции без остроты.
- **Рекомендации:**
 - Добавить **фильтр «Без острого»** в поиск.
 - Договориться с **кондитерской «Шоколадный рай»** о создании эксклюзивных десертов для сервиса.

7. Дополнительные исследования

- **Провести опрос пользователей** о причинах спадов в праздники (возможно, логистика или ассортимент).
- **Проанализировать конкурентов** в дни падения DAU/CR (их акции, цены).
- Оценить **эффективность маркетинговых каналов** привлечения (соцсети, контекстная реклама).

Скриншот дашборда

Сбросить

