

Т-БАНК. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕРВИСОВ ГОРОДА

Подготовил Соловьев Иван Александрович

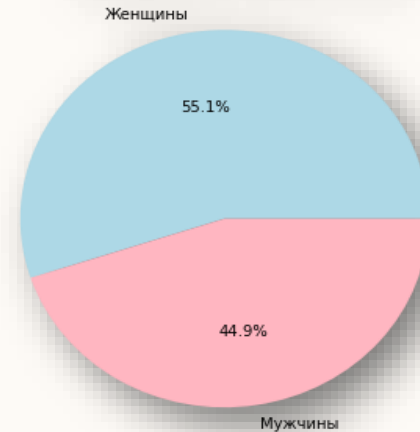
ОГЛАВЛЕНИЕ

- Аналитическая записка
- Продуктовые гипотезы
- Самая перспективная гипотеза
- Доля Т-Банка в индустрии использования сервисов Города

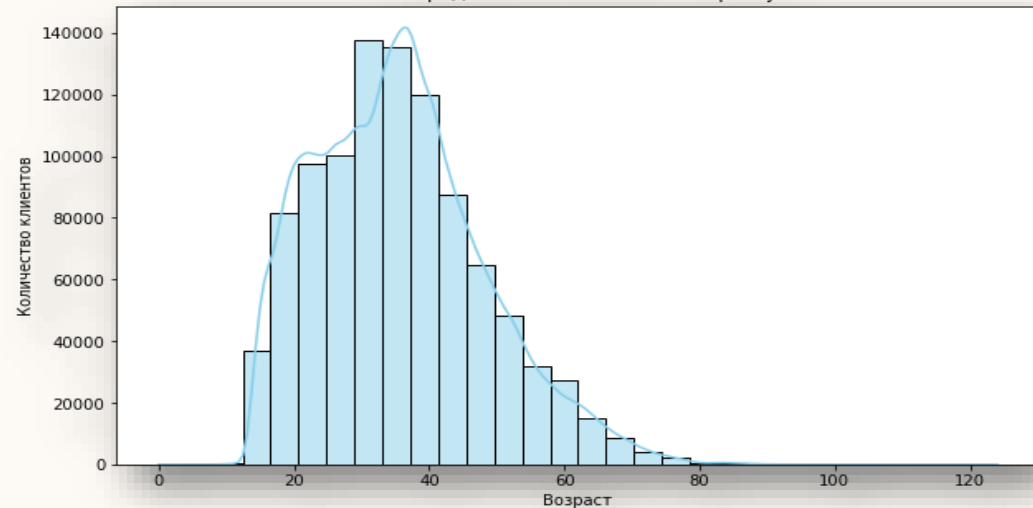
Портрет пользователей:

- Преобладают женщины (60%)
- Средний возраст клиентов — 35 лет.
Основная возрастная группа: 25–45 лет.
- Пользователи старше 45 лет — менее активны.

Распределение клиентов по полу

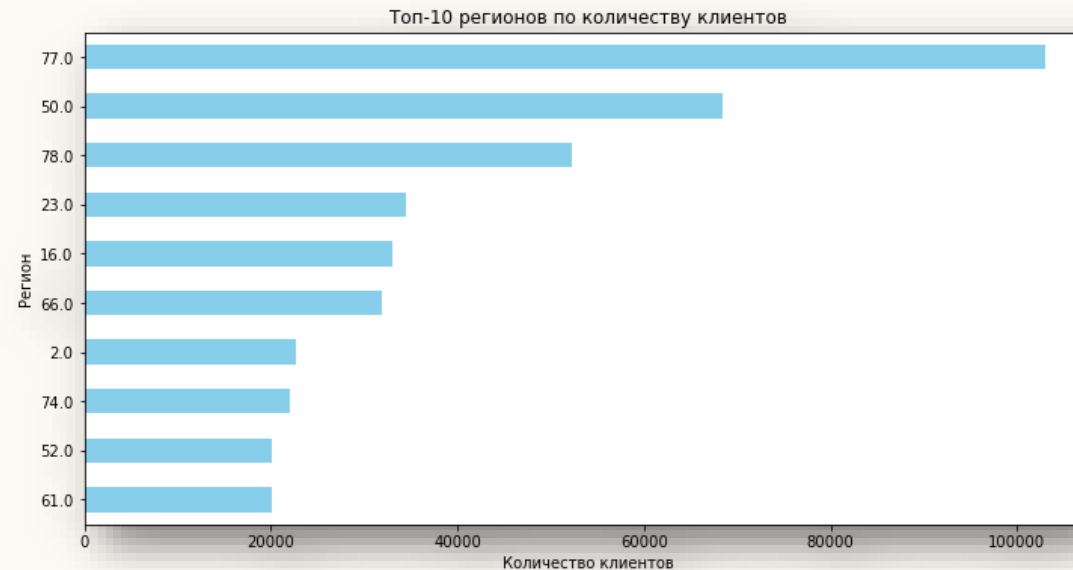


Распределение клиентов по возрасту



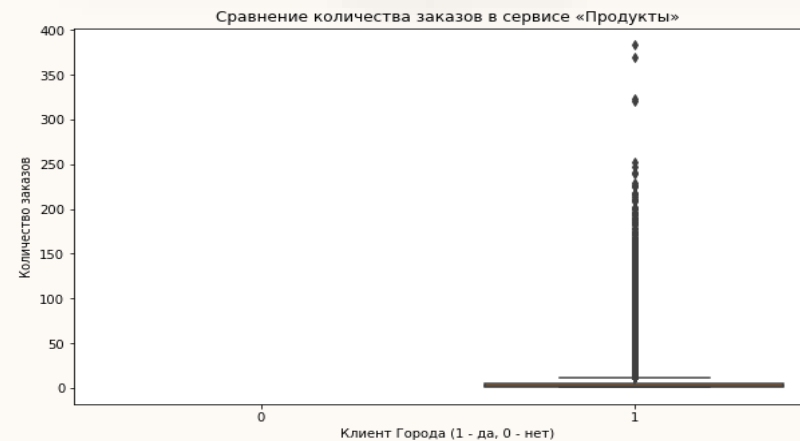
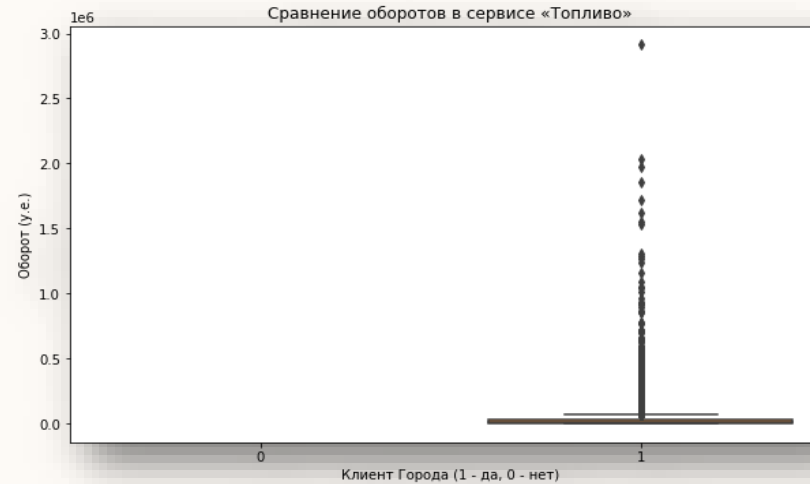
АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА

Наибольшее количество клиентов из Москвы и Московской области (30%), далее следуют Санкт-Петербург (15%) и другие крупные города.



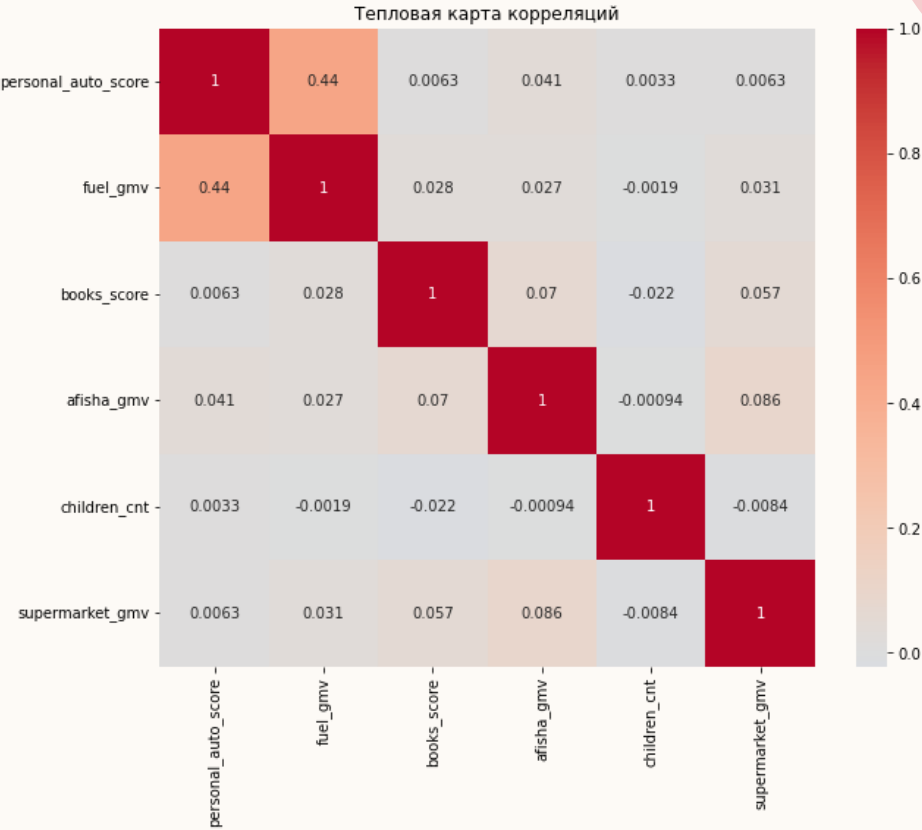
Поведение пользователей:

- Средний оборот клиентов Города в сервисе «Топливо» значительно выше, чем у не клиентов (22 793 у.е. vs. 5 000 у.е.).
- Клиенты Города делают в среднем 6 заказов в «Продуктах», не клиенты — 1.



Поведение пользователей:

Наблюдается положительная корреляция между **personal_auto_score** (Вероятность наличия у человека автомобиля) и **fuel_gmv** (Оборот в сервисе «Топливо») - **0.44**, что подтверждает, что клиенты с автомобилем чаще используют сервис «Топливо».



ПРОДУКТОВЫЕ ГИПОТЕЗЫ

Гипотеза 1: Внедрение программы лояльности для клиентов с высоким `personal_auto_score` увеличит оборот в сервисе «Топливо» на 15%.

- **Обоснование:** Клиенты с автомобилем уже активно используют сервис, а программа лояльности (например, кэшбэк за заправку) может стимулировать их к более частым покупкам.

Гипотеза 2: Персонализированные предложения для родителей (на основе `children_cnt`) повысят активность в сервисе «Продукты» на 10%.

- **Обоснование:** Родители чаще заказывают продукты, и персонализированные скидки на детские товары могут увеличить их вовлеченность.

Гипотеза 3: Интеграция сервиса «Афиша» с рекомендациями на основе `books_score` увеличит продажи билетов на 5%.

- **Обоснование:** Клиенты, любящие книги, могут быть заинтересованы в культурных мероприятиях.

САМАЯ ПЕРСПЕКТИВНАЯ ГИПОТЕЗА

8

Гипотеза 1 (программа лояльности для автовладельцев) является самой перспективной, так как:

- Корреляция между **personal_auto_score** (Вероятность наличия у человека автомобиля) и **fuel_gmv** (Оборот в сервисе «Топливо») самая сильная (0.44).
- Клиенты с автомобилем уже демонстрируют высокую лояльность к сервису.
- Внедрение кэшбэка или бонусов потребует минимальных изменений в продукте.

ДОЛЯ Т-БАНКА В ИНДУСТРИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕРВИСОВ ГОРОДА

Для оценки доли сервиса Т-Банка можно сравнить средние обороты (gmv) с рыночными данными:

Топливо: Средний оборот клиентов — 22 793 у.е. Если средний рыночный показатель для аналогичных сервисов составляет 50 000 у.е., доля Т-Банка — около 45%.

Продукты: Средний оборот — 10 484 у.е. При рыночном показателе 30 000 у.е. доля составляет ~35%.

Вывод: Т-Банк занимает значительную долю рынка (30-45%) в своих ключевых сервисах.



СПАСИБО

СОЛОВЬЕВ ИВАН

+7 (987) 759 35 21

solova97@yandex.ru

<https://github.com/solova97/Data-Analysts-Ivan-Solovev-.git>