

Огляд

Metrocar — це українська платформа для виклику авто, яка надає можливість користувачам завантажити додаток, зареєструватися, викликати авто, здійснити поїздку, оплатити її та залишити відгук.

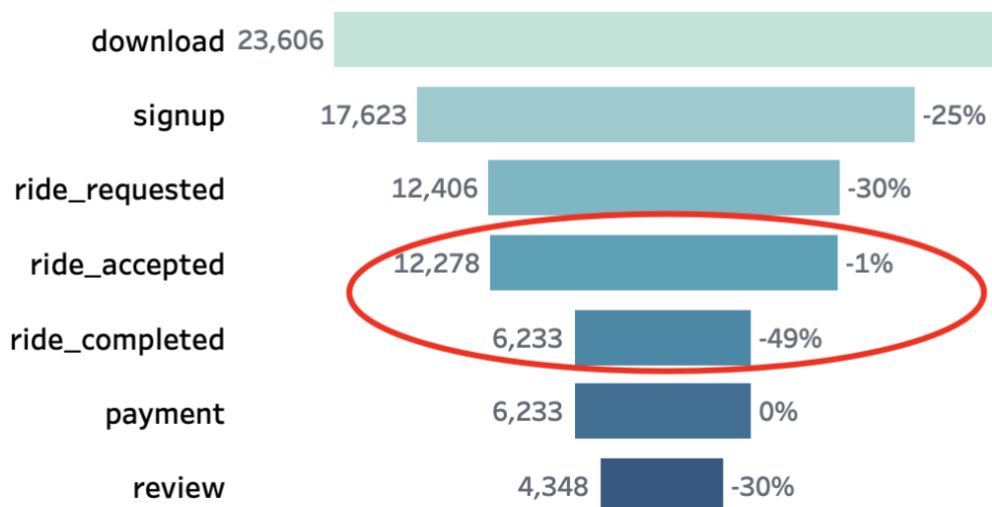
Компанія **Metrocar** має 6 233 юзерів. 223 652 успішних поїздок.

На даний час користувачі **Metrocar** зробили успішних транзакцій на суму 4 251 667 61 \$.

Ключові питання та аналіз

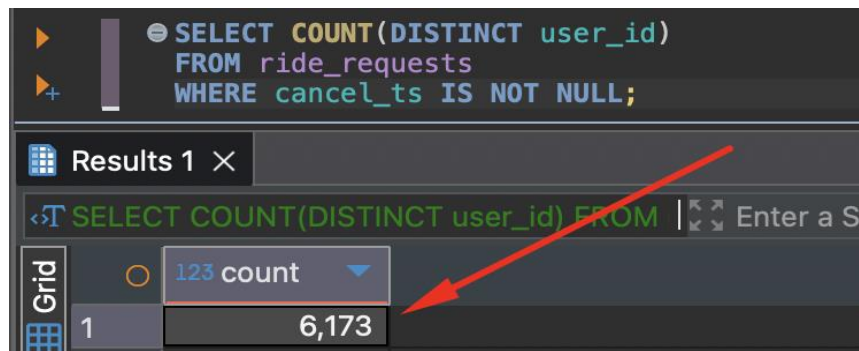
Воронка користувачів

Воронка користувачів



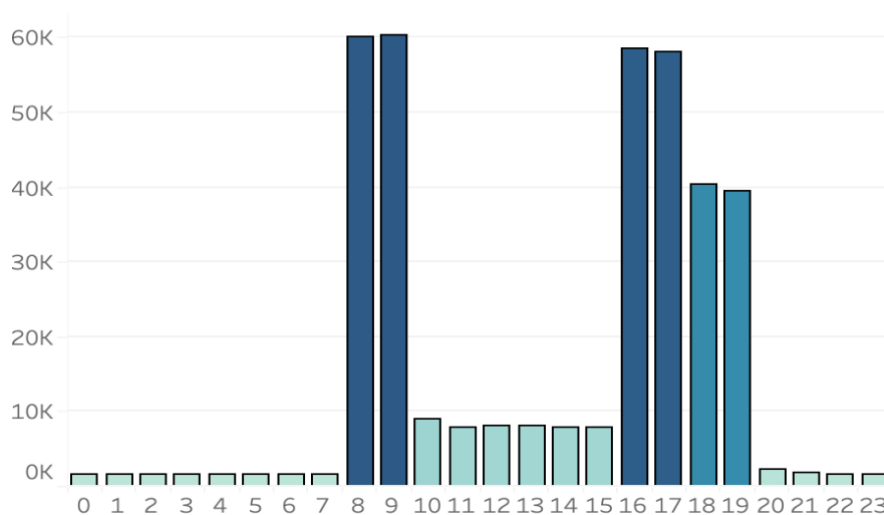
Проаналізувавши Воронку користувачів, я дійшов до висновку, що найбільша втрата користувачів відбувається при переході з етапу `ride_accepted` в етап `ride_completed`, - майже 50%. Чому так відбувається?

Воронка користувачів не враховує значну кількість унікальних користувачів (`user_id`), які скасували (`cancel_ts`) свою поїздку через довгу тривалість очікування, а таких юзерів – 6 173.



Справа в тому, що попит на послуги **Metrocar** не є сталим на протязі доби і коливається в залежності від пікових годин. Наприклад, судячи з цього графіку

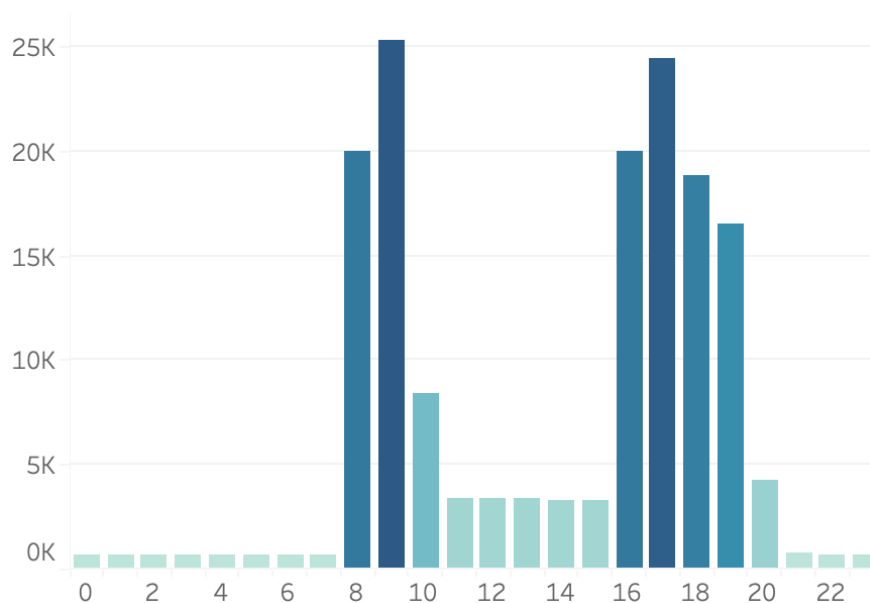
Кількість запитів на протязі доби



користувачі частіше замовляють авто в т.з. пікові години – з 08:00 по 09:00, та з 16:00 по 19:00.

Окрім цього, якщо подивитися на графік скасування запитів,

Скасування запитів по годинам



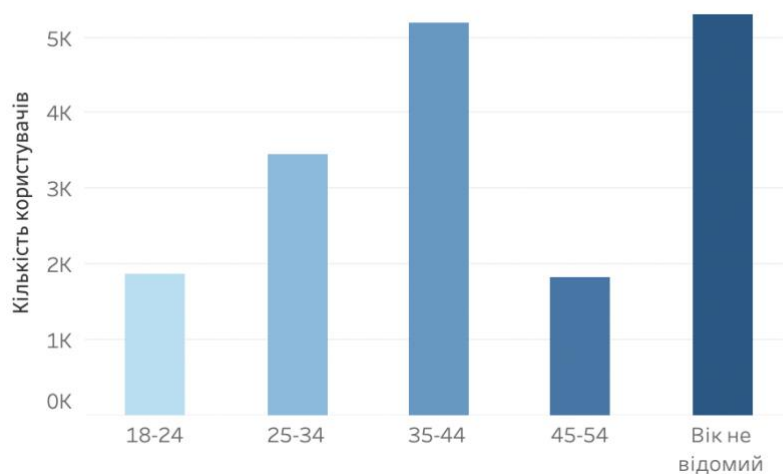
то побачимо закономірність, що саме в пікові години відбувається найбільша кількість скасування запитів на наші послуги.

Середній час очікування до прийняття замовлення становить 6 хвилин.

Тоді як середній час очікування до скасування замовлення становить 12 хвилин. Тобто користувачі банально не можуть дочекатися підтвердження поїздки від водія і вимушені її скасовувати.

Також варто зазначити про віковий розподіл користувачів.

Вік користувачів

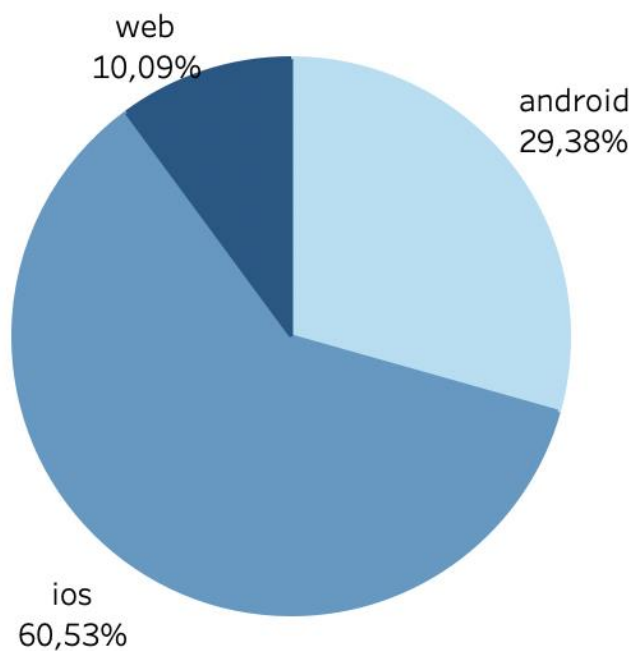


Більше всього послугами компанії користуються юзери у віковій категорії 35-44, що становить 29,4% від загальної кількості користувачів.

Але до цих даних потрібно ставитись обережно, оскільки 30,1% користувачів взагалі не вказали свій вік.

Розподіл замовлень по платформам полягає наступним чином.

Розподіл замовлень по платформам

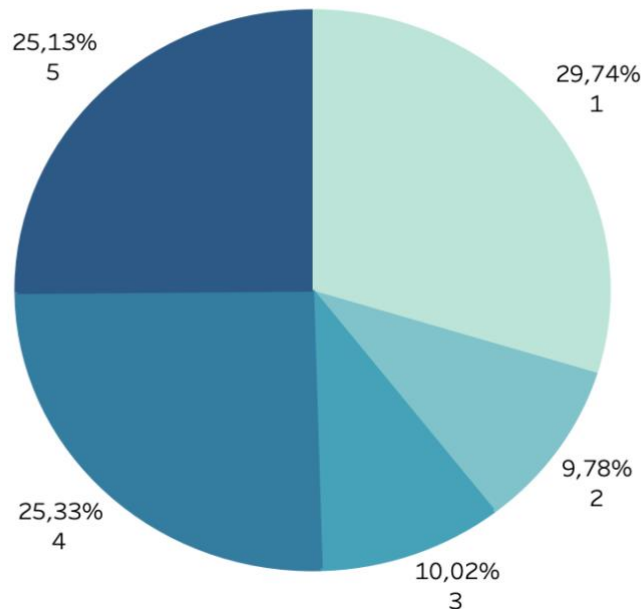


Такий розподіл може бути цілком природнім і залежить від конкретного регіону, де користуються послугами нашої компанії.

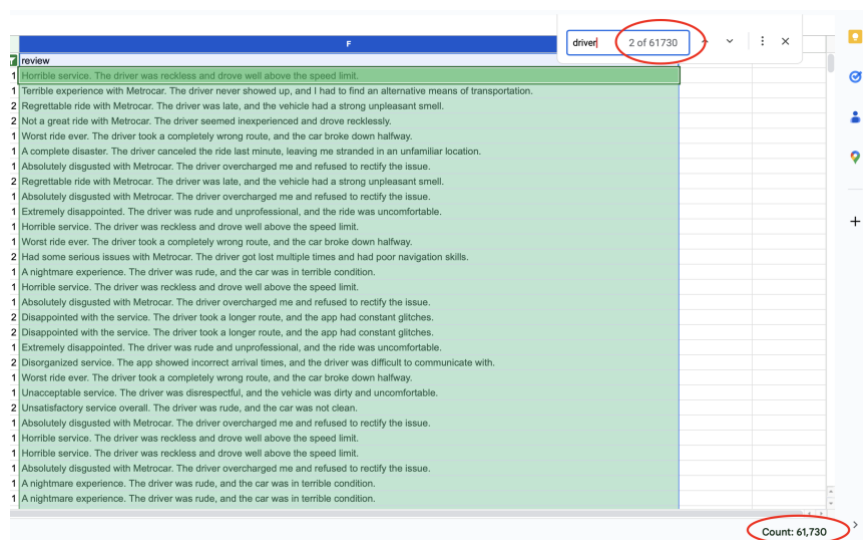
На які платформи варто спрямувати маркетинговий бюджет: iOS, Android чи Web? Тут все залежить від цілей компанії. Особисто я не бачу сенсу виділяти конкретну платформу. Потрібно лише слідкувати, щоб застосунок працював максимально коректно на всіх без винятку платформах, і міркувати, як залучити більшу кількість юзерів.

Окремо хотілось би поговорити за відгуках про послуги компанії

Відгуки



Кожному відгуку був присвоєний певний рейтинг від 1 до 5. Де 1 – дуже погано, 5 – дуже добре. Таким чином, приблизно 50% складають умовно позитивні відгуки про нашу компанію (на скріншоті вони помічені як 4 та 5), ще 10% - це нейтральні відгуки, які мають рейтинг 3, а ось негативні складають близько 40% і становлять 61 730. І що саме цікаве, 100% цих відгуків – це скарги клієнтів на водія. Тому постає питання до HR відділу з приводу більш якісного підбору водіїв, а також їх навчання.



Висновки та рекомендації

Враховуючи викладене, можна стверджувати, що втрата користувачів відбувається у пікові години через надмірний час очікування прийняття запиту. Основною причиною, на мій погляд, є брак транспортних засобів. Дана ситуація не є унікальною для нашої компанії, оскільки, попит коливається в залежності від часу доби. Можливо, нам доцільно залучати більше водіїв у пікові години, у тому числі і з інших компаній. Але, щоб зменшити скасування зранку — пропоную оптимізувати кількість водіїв у пікові години або ввести повідомлення про очікуваний час. Також є необхідність в оптимізації процесу реєстрації для водіїв, наприклад, шляхом запровадження експрес-реєстрації з мінімальною кількістю кроків, використання відгуків від інших водіїв, проведення різних кампаній із залученням водіїв, де пропонуються бонуси або інші переваги для тих, хто реєструється в піковий період.

Запити SQL

1. `select count (distinct user_id) as "Кількість унікальних користувачів"`
`from ride_requests; - 12,406`
2. `select user_id, driver_id, request_ts, accept_ts,`
`request_ts::date as date,`
`request_ts::time as time,`
`dropoff_ts`
`from ride_requests; - розділення колонки request_ts (дата та час) на 2 колонки`
3. `select`
`avg (`
`case`
`when cancel_ts is not null`
`then extract(epoch from (request_ts - cancel_ts)) / 60`
`else null`
`end`
`) as avg_time_to_cancel`
`from ride_requests; - різниця в хвилинах від запиту на поїздку до скасування запиту разом із середньою тривалістю очікування`
4. `select`

- ```
extract(hour from cancel_ts) as cancel_hour,
count(*) as cancel_count
from ride_requests

where cancel_ts is not null

group by cancel_hour

order by cancel_count desc; - запит дозволяє побачити в яку саме
годину було найбільше скасування запитів
```
5. 

```
select count(distinct user_id)
from ride_requests
where cancel_ts is not null;
```

 - *дозволяє побачити кількість користувачів, які скасували запит.*
  6. 

```
select sum (purchase_amount_usd)
from transactions
where charge_status = 'approved';
```

 - *дозволяє побачити суму всіх успішних транзакцій.*
  7. 

```
select count (funnel_name)
from funnel_analysis
where funnel_name = 'ride_completed' ;
```

 - *дозволяє побачити кількість всіх клієнтів*
  8. 

```
select count (dropoff_ts)
from ride_requests
where dropoff_ts is not null;
```

 - *дозволяє побачити кількість всіх успішних поїздок*

Посилання на дашборд:

[https://public.tableau.com/views/Project\\_17493906900970/Dashboard1?:language=en-US&publish=yes&:sid=&:redirect=auth&:display\\_count=n&:origin=viz\\_share\\_link](https://public.tableau.com/views/Project_17493906900970/Dashboard1?:language=en-US&publish=yes&:sid=&:redirect=auth&:display_count=n&:origin=viz_share_link)