

---

# Health and wellness subscription service analytics

Кейс от School of Analytics

---

# Бизнес-задача

## Гипотезы

Оптимизация затрат на маркетинговые кампании путём выявления закономерностей в поведении отдельных категорий клиентов

1) Любители фитнеса, которые получили доступ к элитным тренировкам, с большей вероятностью продлят подписку

2) Продолжительность текущей подписки влияет на вероятность продления

---

---

# Результаты и предложения

## Гипотезы 1 и 2 не удалось подтвердить

Разница между категориями “Fitness enthusiasts” и другими категориями статистически не значима, то есть необходимы дополнительные исследования, невозможные на текущем объёме данных и пересмотр политики мотивации клиентов в этом направлении. Когортный анализ опроверг вторую гипотезу, показав незначительность различий.

## Сравнение категорий

При сравнении категорий клиентов также было выявлено, что Busy Professionals демонстрируют наибольший процент оттока клиентов. Предполагаем, что это связано с нехваткой мотивации и её снижением с момента подписки. Стоит проверить эту гипотезу внедрением системы напоминаний и созданием по аналогии с Duolingo системы мотивации через сгорание “серии” из нескольких дней подряд при отсутствие захода в приложение.

---

