

Анализ поведения пользователей в мобильном приложении

Выполнил: Воловик Д.А.

Телеграм: @skillergaming

Телефон: 89652883784

Дата выполнения: 25.05.23

Цели исследования

- Исследовать общее поведение пользователей: Retention Rate, время, проведённое в приложении, частота, конверсия
- Выделить 3-4 группы пользователей, отличающихся в зависимости от своих действий в приложении и конечного результата
- Для каждой группы посчитать Retention Rate и конверсию

Общий итог по исследованиям:

- На графике распределения событий по датам замечен спад количества событий 12 октября.
- 25% пользователей тратят в сутки 2.5 минуты, 50% пользователей пользуются приложением всего 11.8 минут в сутки, 75% пользователей пользуются приложением 48.8 минут в сутки.
- Пользователи видят рекомендованные объявления более, чем в 4 раз чаще, чем любое другое действие в приложении.
- Ко второй неделе жизни когорт Retention Rate примерно 23%, к концу 4 недели пользователей остаётся всего 10,5%.
- В среднем конверсия в приложении 22%, примерно каждый 4-5 пользователь просматривает номер телефона в приложении.
- Пользователи были разделены на 3 группы: **Yandex**, **Google** и **other**.
- Самое лучшее удержание у пользователей, которые пришли в приложение через **Yandex**, чуть хуже через источник трафика **other**, а самое низкое удержание у пользователей, пришедших через **Google**.
- Самую худшую конверсию показывает группа пользователей **Other**. **Google** и **Yandex** показывают примерно одинаковую конверсию, но при этом у **Yandex** она слегка выше.

Удержание пользователей

Удержание пользователей **Google:**

2 неделя - 5,71%
3 неделя - 3,62%
4 неделя - 2,57%

Удержание пользователей **Other:**

2 неделя - 6,6%
3 неделя - 4,45%
4 неделя - 3,45%

Удержание пользователей **Yandex:**

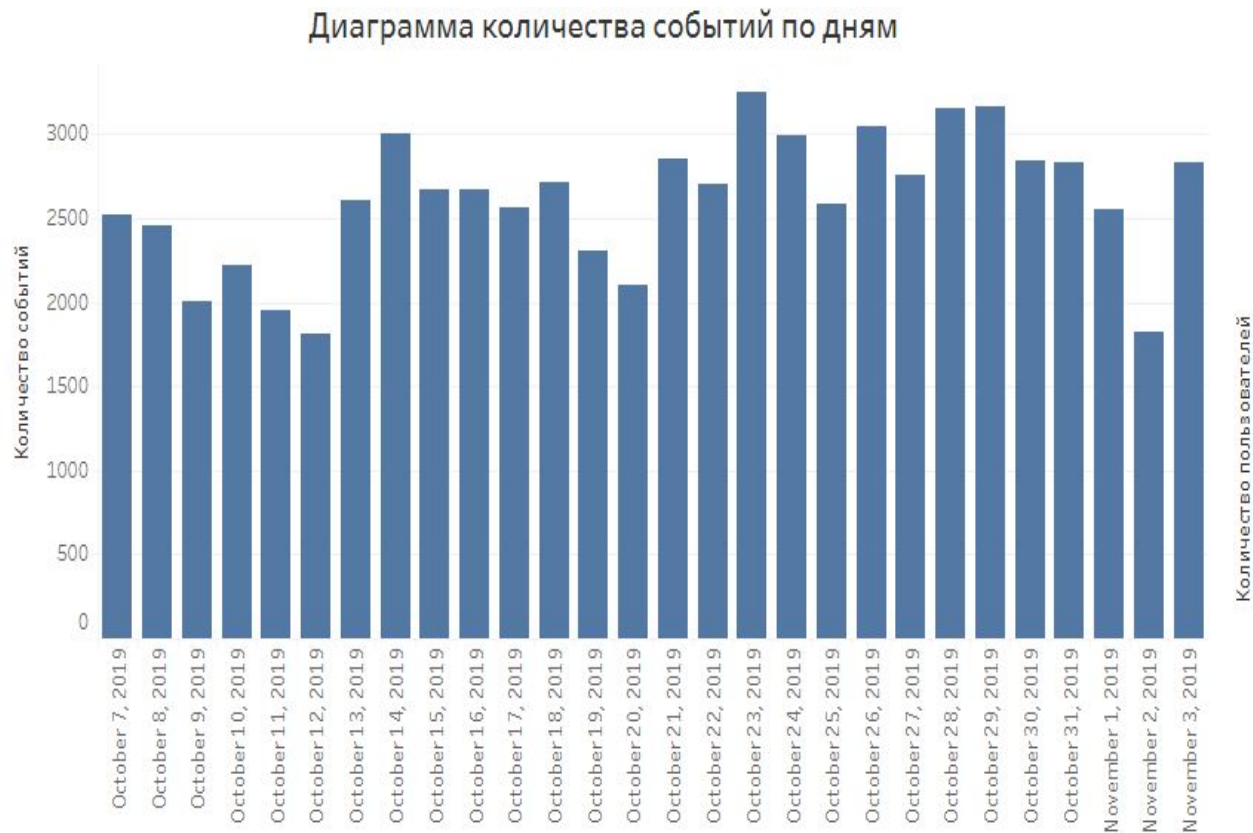
2 неделя - 10,97%
3 неделя - 6,1%
4 неделя - 4,51%

Конверсия пользователей:

Yandex - 0,247156
Google - 0,243578
Other - 0,185366

Диаграмма количества событий по дням

На графике заметен
спад количества
событий 12 октября, в
остальном события
циклично повторяются
каждую неделю.
Первая
пользовательская
сессия была 7
октября в 00:00,
последняя - 3 ноября
в 23:58:12

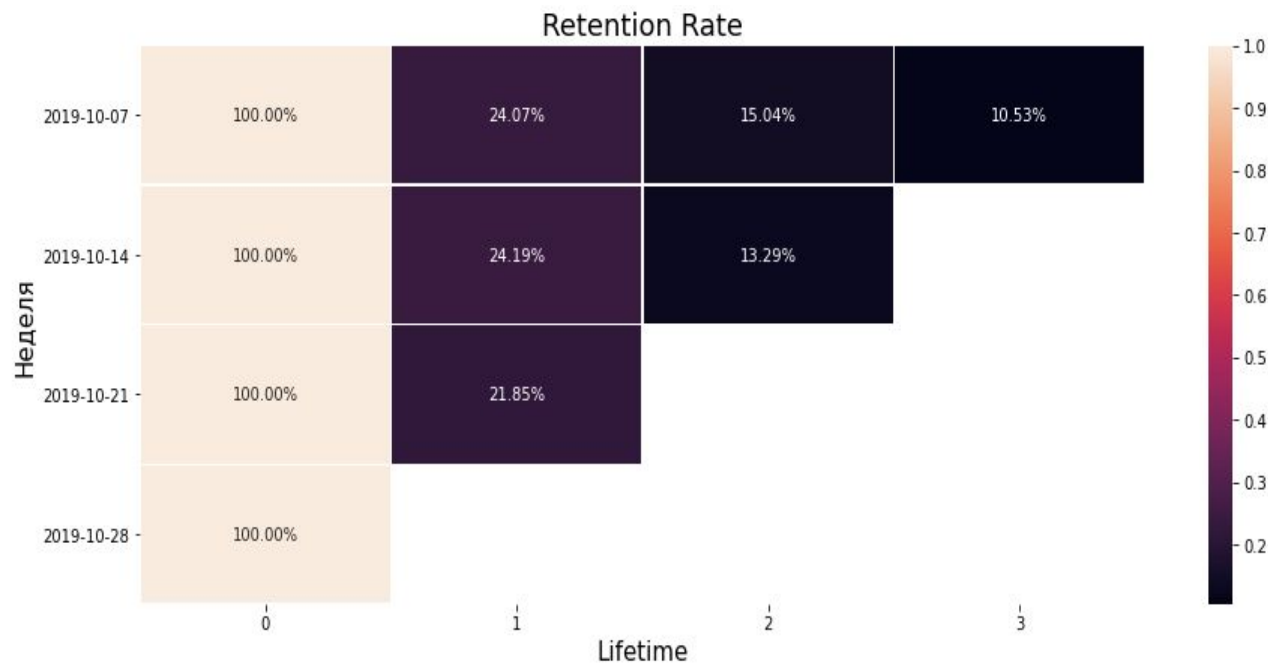


Распределение длительности сессий

25% пользователей
тратят в сутки 2.5
минуты, 50%
пользователей
пользуются
приложением всего
11.8 минут в сутки,
75% пользователей
пользуются
приложением 48.8
минут в сутки



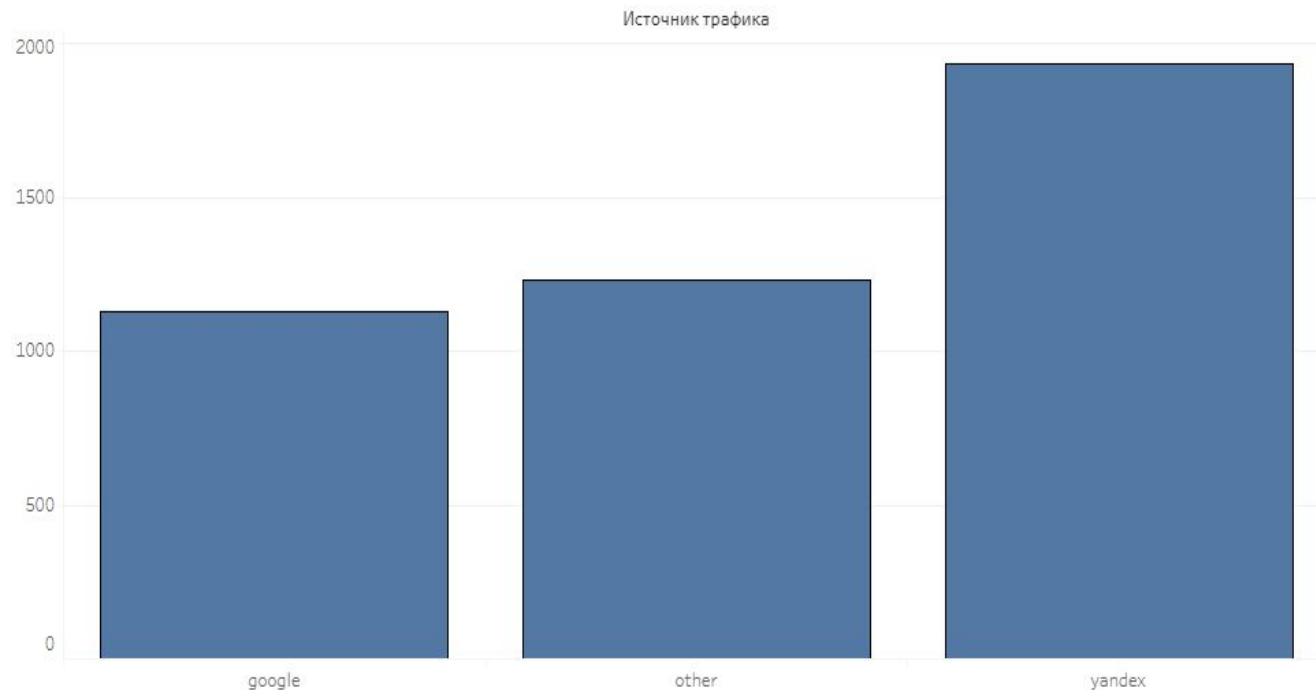
События по темам источников



Ко второй неделе
жизни когорт
Retention Rate
примерно 23%, к
концу 4 недели
пользователей
остаётся всего 10,5%

Сегментация пользователей

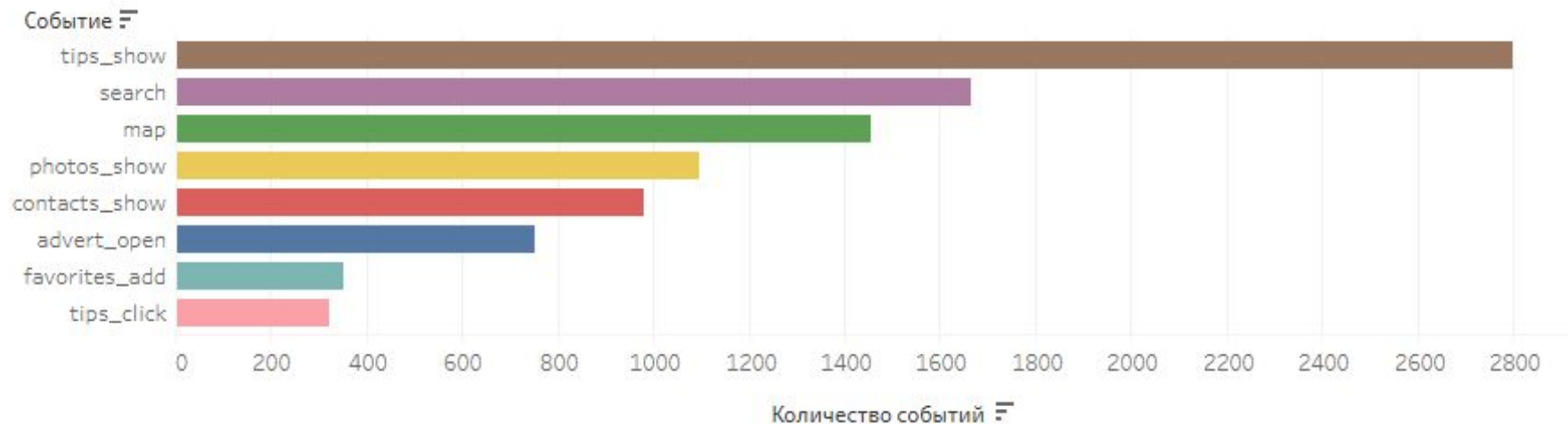
Количество пользователей по источникам трафика



Пользователи
были разделены
на 3 группы:
**Yandex, Google и
other**

Количество пользователей по типу событий

Количество пользователей по типу событий



Топ 3 самых частых совершаемых действий пользователей в приложении:

- увидел рекомендованные объявления
- разные действия, связанные с поиском по сайту
- открыл карту объявлений

Заключение

- Всего в данных 4293 уникальных пользователя
- Первая пользовательская сессия была 7 октября в 00:00, последняя - 3 ноября в 23:58:12
- Обратить внимание на пользователей, привлечённых в приложении через **Google**, несмотря на их низкое удержание в приложении, они имеют примерно такую же конверсию, как и пользователи **Yandex**
- Стараться привлекать больше пользователей **Yandex**, так как они имеют лучшие показатели Retention Rate и конверсии