Мобильное приложение «Ненужные вещи»

Ваши ненужные вещи нужны кому-то другому!

Январь 2023

Горган Виталий когорта 53

Цель проекта

- Анализ поведения пользователей
- Определить насколько долго пользователь остаётся в приложении
- Рассчитать конверсию в целевое действие
- Дать рекомендации улучшения приложения

Содержание

- Исходные данные
- Предобработка данных
- Исследовательский анализ
- Удержание пользователей
- Конверсия в целевое действие
- Выводы, рекомендации

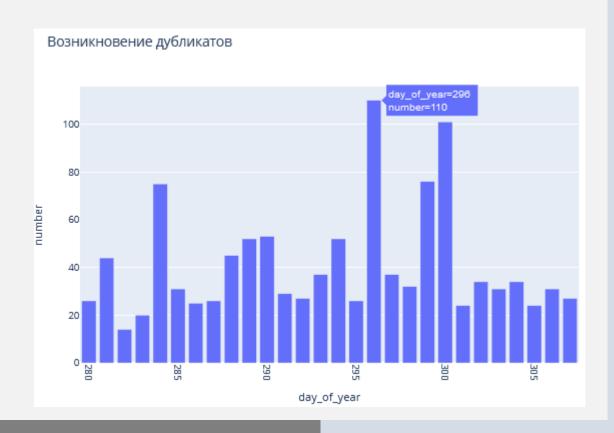
исходные данные

- Два датасета:
 - Информация об источнике трафика
 - Информация об активности пользователя
- Месяц наблюдений
- 4300 уникальных пользователей
- 980 покупателей
- 4300 покупок
- 600 пользователей совершили более одной покупки

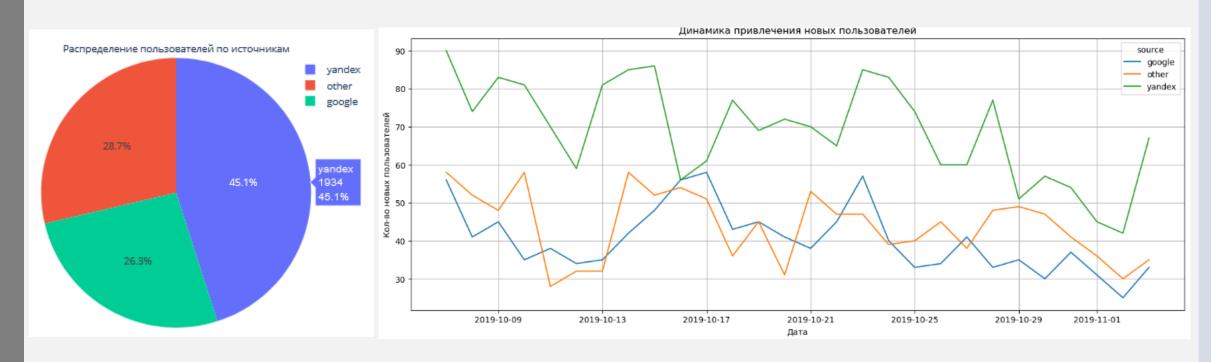
ПРЕДОБРАБОТКА

Ежедневно возникают дубликаты в журнале событий.

Выявлено 1143 дубликата или 1.5% от всех событий. Из них 660 дубликатов возникают при просмотре фотографий в объявлении.

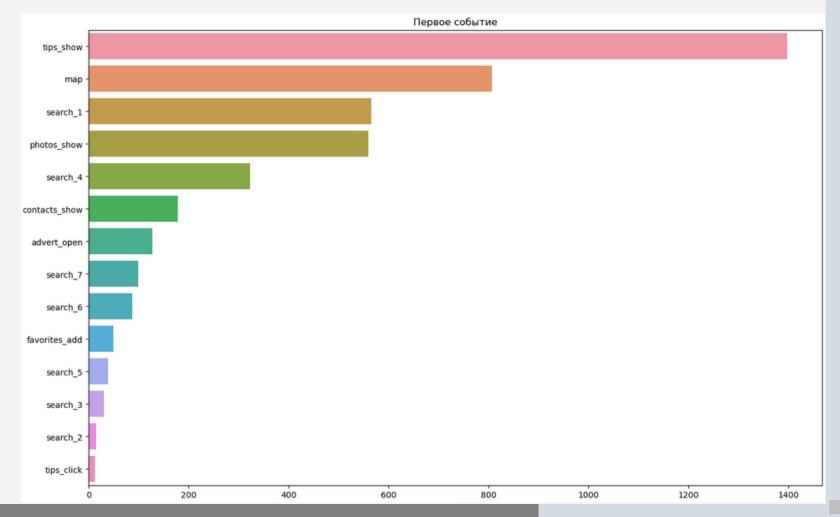


Три источника трафика новых пользователей.



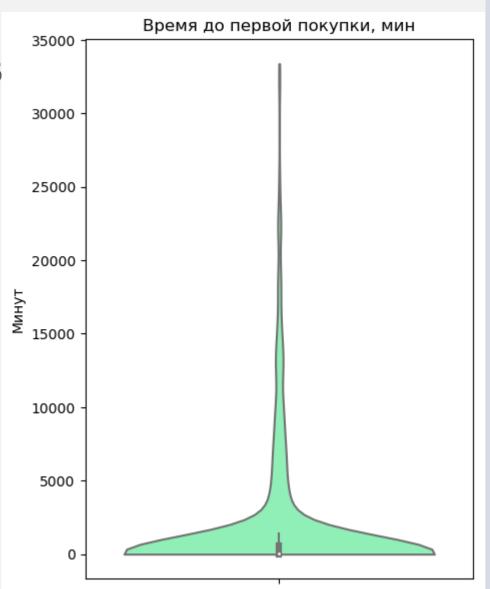
ТОП_3 Первое действие пользователей:

- 1400 paз `tips_show` пользователь увидел рекомендованные объявления
- 800 раз `map` пользователь открыл карту размещенных объявлений
- 560 раз `search_1` разные события, связанные с поиском по сайту



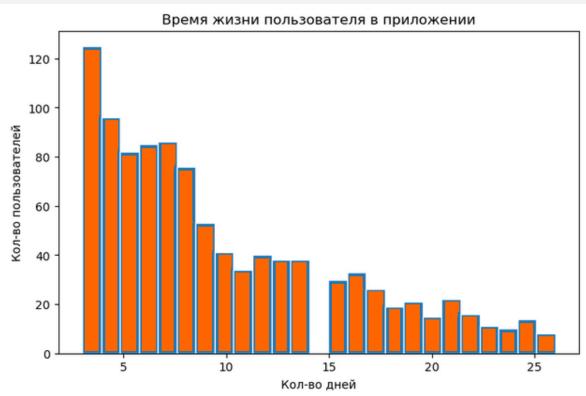
	Число событий в день																
	2019-10-07 -	399	7	61	40	155	228	52	8	11	17	26	9	4	27		
	2019-10-08 -	206	23	119	96	250	214	79	10	18	31	42	20	12	26		- 500
	2019-10-09 -	130	10	99	43	128	230	98	7	12	18	27	11	4	17		
Тепловая	2019-10-10 -	105	19	106	30	159	209	67	10	13	22	44	18	10	27		
ТСПЛОВОЛ	2019-10-11 -	108	6	88	16	106	315	90	18	12	21	43	14	4	17		
карта	2019-10-12 -	141	10	54	37	106	290	87	11	12	16	29	13	5	17		
· ·	2019-10-13 -	286	4	107	44	141	364	77	16	23	25	34	14	5	11		- 400
ПОВЕДЕНИЯ	2019-10-14 -	166	20	205	49	173	313	112 118	11 13	20	25 27	42	16	12	43		400
\blacksquare	2019-10-15 -	294	31	200	63	143	321			10		37	20	16	25		
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕИ	2019-10-16 -	253	17	179	21	140	255	113	15	21	25	40	15	10	20		
	2019-10-17 -	164	34	257	54	147	323	99	8	9	18	33	13	7	42		
	2019-10-18 -	186	15	160	35	125	319	137	10	38	25	33	18	7	37		- 300
	2019-10-19 -	191	18	90	42	118	437	141	8	6	24	32	17	3	9		300
	2019-10-20 -	132	30	170	50	125	391	145	7	13	20	24	10	4	25		
	2019-10-21 -	249 162	15 19	166 205	35 67	260 147	294 349	137 169	9 12	29 17	26 28	36 36	19 12	12 9	29 24		
	2019-10-22 -	222	22	203	55	190	423	167	7	27	25	30	15	7	37		
	2019-10-24 -	242	35	211	68	162	359	143	14	22	37	47	20	6	28		200
	2019-10-25 -	215	19	185	51	118	332	125	13	14	35	45	13	8	25		- 200
	2019-10-26 -	274	19	170	38	138	527	169	12	21	28	43	23	12	42		
	2019-10-27 -	286	16	100	70	117	418	153	12	21	27	38	15	2	53		
	2019-10-28 -	305	31	191	18	220	321	129	23	36	34	60	21	12	48		
	2019-10-29 -	285	12	151	76	82	357	222	9	19	33	50	19	18	37		
	2019-10-30 -	236	25	184	120	67	302	148	18	17	25	43	27	8	37		- 100
	2019-10-31 -	269	29	229	37	59	324	109	18	20	33	40	18	9	23		
	2019-11-01 -	228	12	214	40	70	298	125	6	18	18	27	16	6	43		
	2019-11-02 -	87	18	122	44	39	304	129	7	9	16	30	13	5	14		
	2019-11-03 -	325	18	132	75	64	535	148	12	33	22	38	21	5	28		
		en -	call -	- wc	- ppe	map -	- MC	-1-	2 -	ώ ₁	4	٠,	9	7-	,	500	7
		t_open	5,5	works_s	S. a	Ē	sho	search_1	search_2	search_3	search	search_5	search_6	earch_7	bps_click		
		advert	contac	ontacts	favorites		photos_show	8	8	×	93	9.	×	×	d		
		×	8	ont	fav		£										

15 минут нужно на совершение первой покупки.



73.2% пользователей провели в приложении меньше 2-х дней

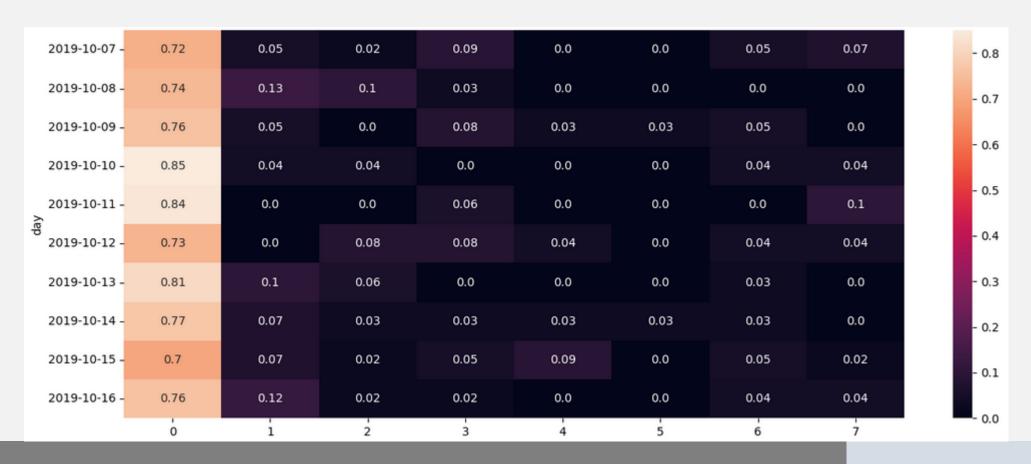
Оставшиеся 26.8% пользователей



10

УДЕРЖАНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Лучший показатель на конец недели у источника Google



КОНВЕРСИЯ

Хорошую конверсию показывают пользователи пришедшие:

- 08 октября
- 7 и 18 октября
- 22 октября
- с 24 по 26 октября

Плохой показатель:

• 15 и 16 октября

Пользователи, пришедшие из google демонстрируют лучшую конверсию

									Ko	нвер	сия	новы	х пол	тьзов	зател	ей в	поку	пате	ли									
2019-10-07	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-08	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-09	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	
2019-10-10	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-11	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-12	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-13	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-14	- 0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-15	- 0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-16	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-17	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	
2019-10-18	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	
2019-10-19	- 0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-20	- 0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-21	- 0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-22	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	
2019-10-23	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-24	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	
2019-10-25	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	
2019-10-26	- 0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-27	- 0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-28	- 0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-29	5.00	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-30		0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-10-31	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-11-01	10000	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2		0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-11-02	197910			0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2		0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2019-11-03		0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	

12

выводы

В лог файл за месяц событий попало 4300 пользователей (из них 981 совершили покупку, 601 пользователь совершили более одной покупки)

В среднем пользователи совершают 6 покупок.

Пользователи приходят из 3-х источников. Почти половина пользователей пришло через yandex. Конверсия в покупателей лучше у google.

Пользователи добавившие объявление в избранное чаще совершают покупки.

Медианное время от первого действия до целевого - 1 час.

71% пользователей имеют срок жизни в приложении меньше 2х дней.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Техническим специалистам выявить и устранить причину задвоения событий при логировании. Добавить в лог-файл время регистрации пользователя в системе, устройства входа и регион. Наличие указанной информации позволит провести более глубокий анализ, выявить дополнительные аномалии и дать рекомендации по улучшению работы сервиса.

Срок жизни пользователя в приложении очень короткий. Маркетологам следует разработать программы возврата пользователей. Например, если не было активности в приложении более недели, отправить на электронной почту информацию о скидках или список новых рекомендованных объявлений.

Тепловая карта конверсии демонстрирует хорошие показатели во второй половине месяца. Если в указанный период была реклама, акции или прочие маркетинговые инициативы по привлечению клиентов, то они показали положительный результат.

Материал

Notebook ipnb

https://github.com/vsgorgan/practicum.yandex/blob/main/13 mobile app/13 mobile app.ipynb

Dashboard tableau public

https://public.tableau.com/app/profile/vitaliy2252/viz/mobile_app_16729402686470/053_vs_gorgan?publish=yes

Дашборд содержит фильтрацию по времени, теме карточки и категории события.

E-mail: vs.gorgan@yandex.ru