

Мобильное приложение «Ненужные вещи»

Ваши ненужные вещи нужны кому-то другому!

Горган Виталий
когорта 53



Январь 2023

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

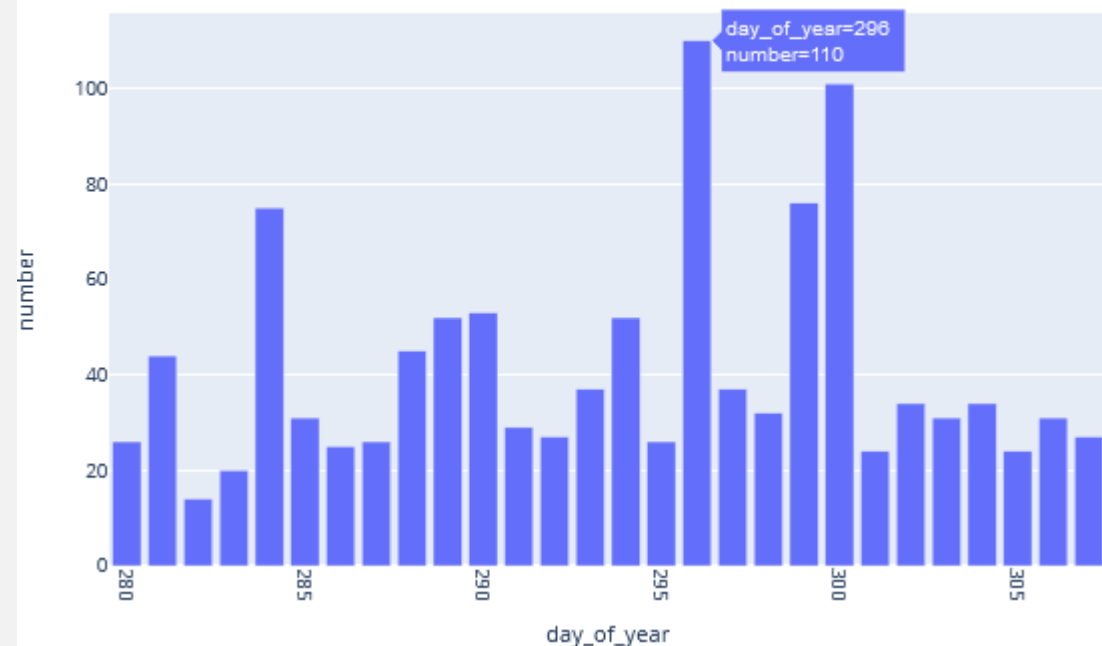
- Два датасета:
 - Информация об источнике трафика
 - Информация об активности пользователя
- Месяц наблюдений
- 4300 уникальных пользователей
- 980 покупателей
- 4300 покупок
- 600 пользователей совершили более одной покупки

ПРЕДОБРАБОТКА

Ежедневно возникают дубликаты в журнале событий.

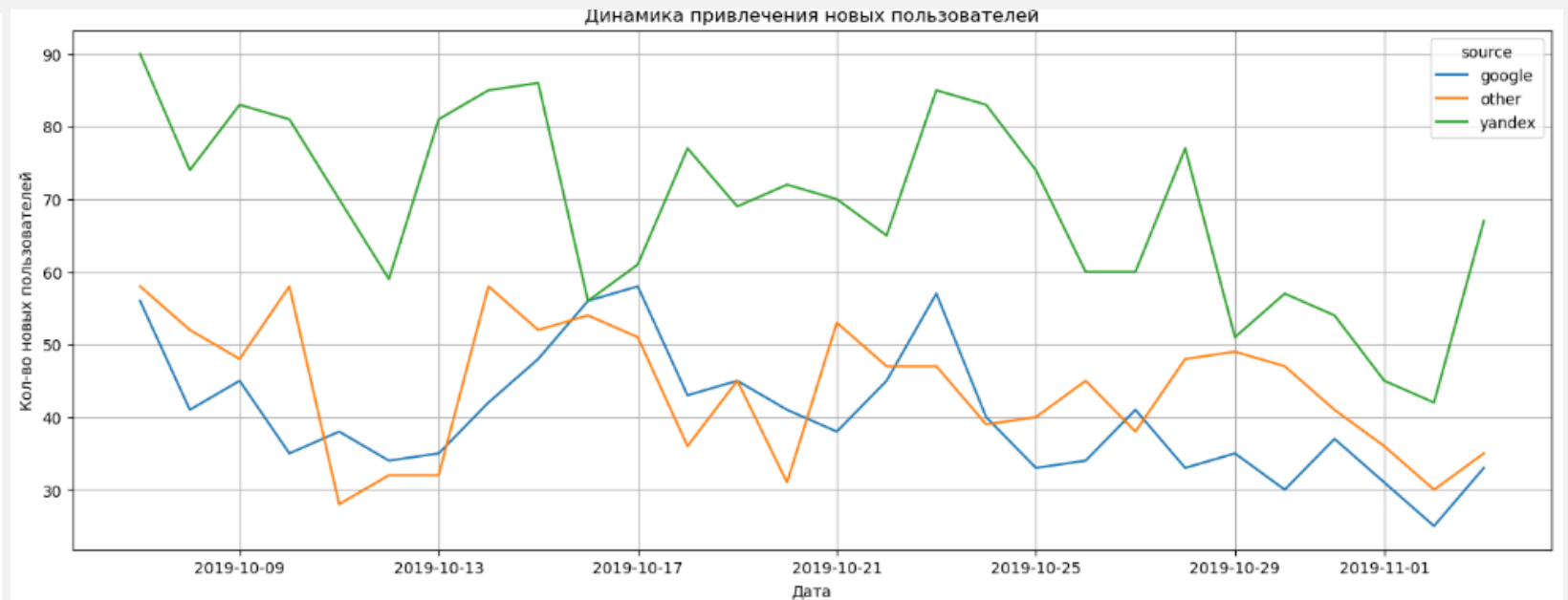
Выявлено 1143 дубликата или 1.5% от всех событий. Из них 660 дубликатов возникают при просмотре фотографий в объявлении.

Возникновение дубликатов



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ АНАЛИЗ

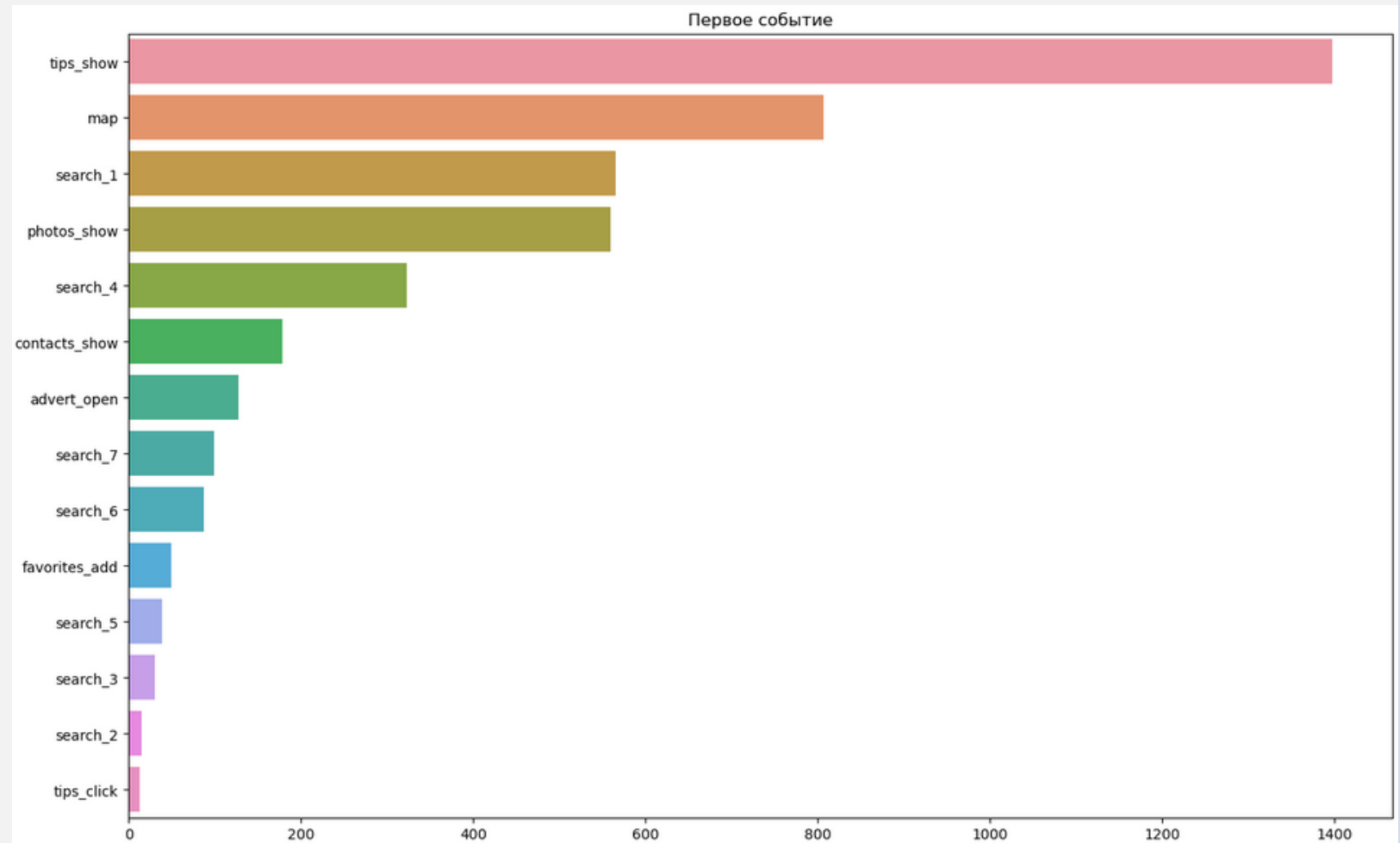
Три источника трафика новых пользователей.



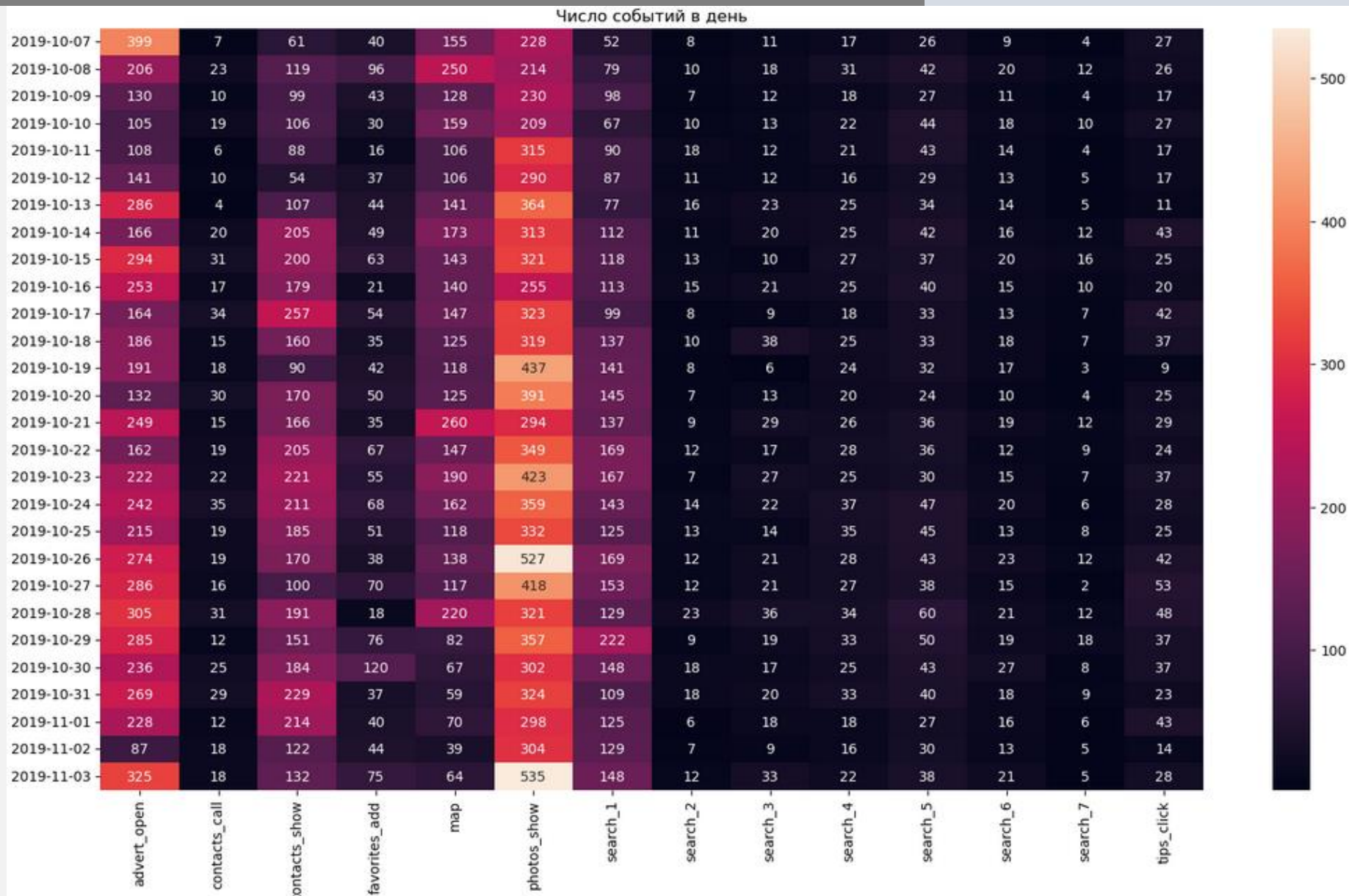
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ АНАЛИЗ

ТОП_3 Первое действие пользователей:

- 1400 раз `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

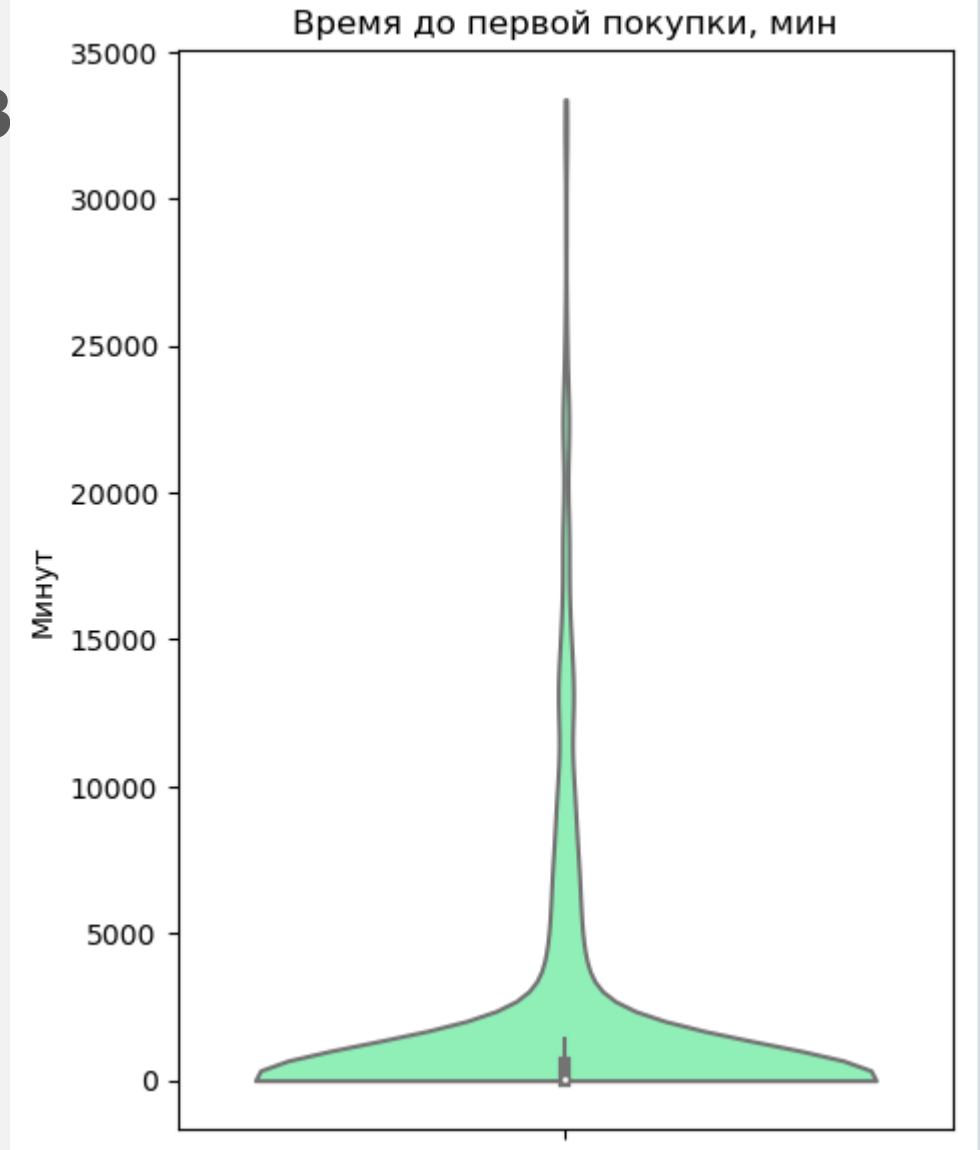


Тепловая карта поведения пользователей



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ АНАЛИЗ

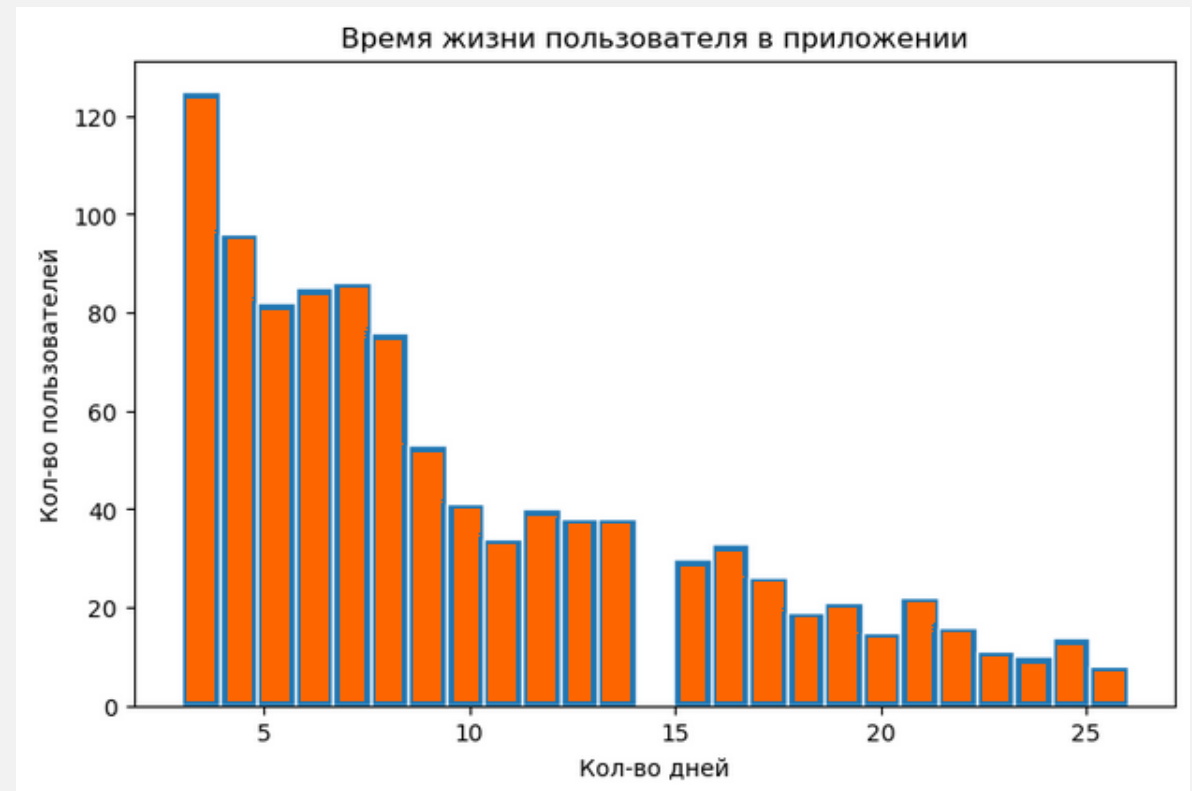
15 минут нужно на совершение первой покупки.



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ АНАЛИЗ

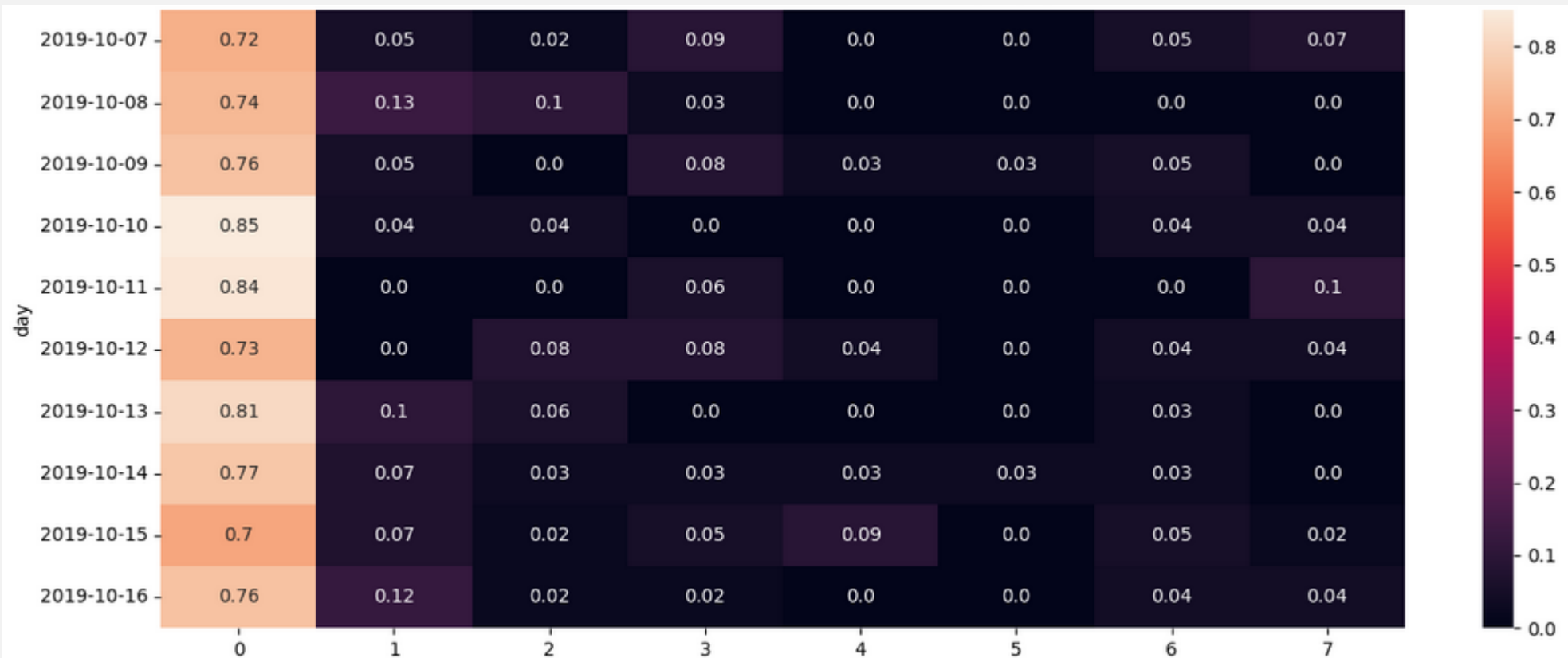
73.2% пользователей
провели в приложении
меньше 2-х дней

Оставшиеся 26.8% пользователей



УДЕРЖАНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Лучший показатель на конец недели у источника Google



КОНВЕРСИЯ

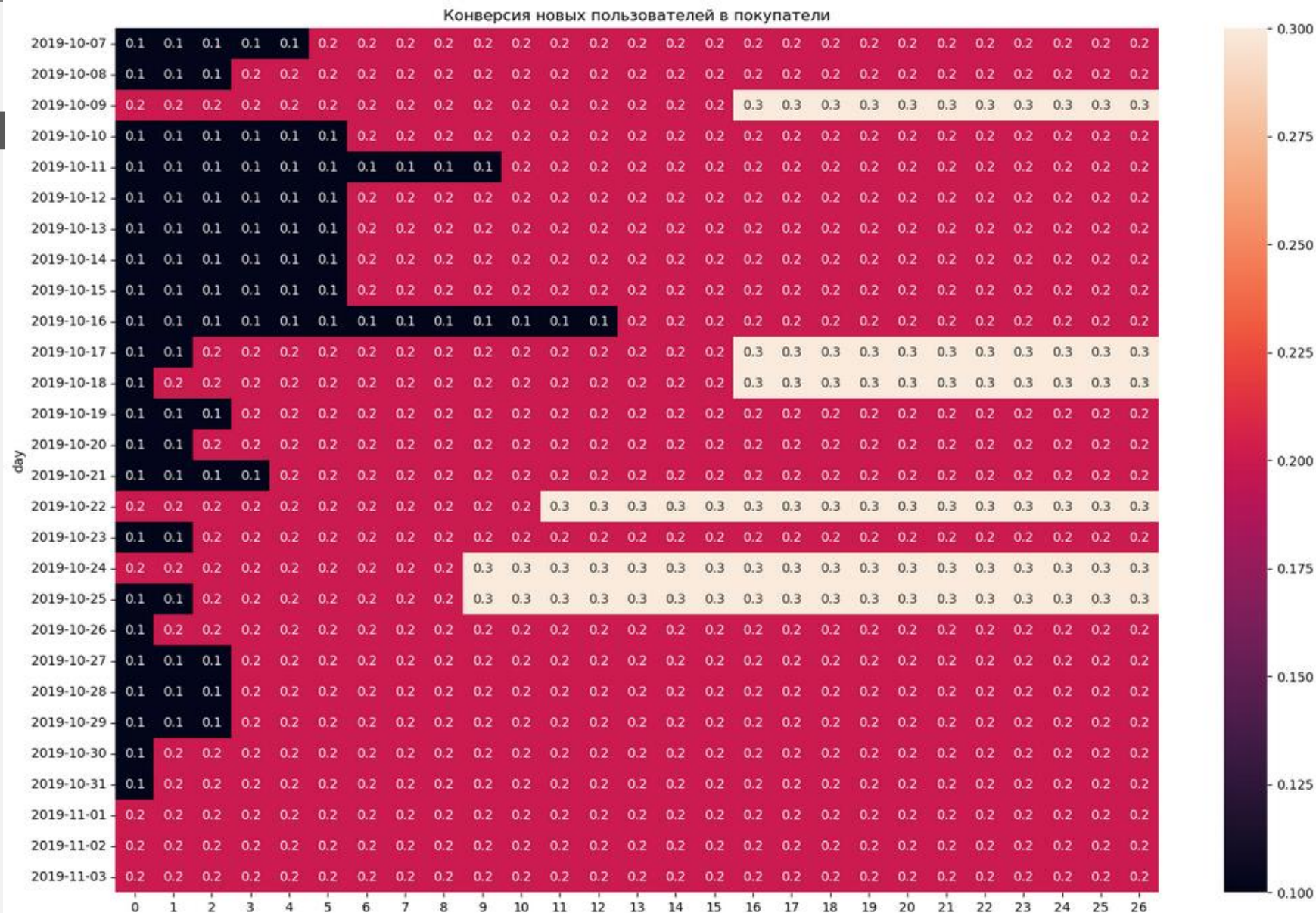
Хорошую конверсию показывают пользователи пришедшие:

- 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



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 почте 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/vs-gorgan/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