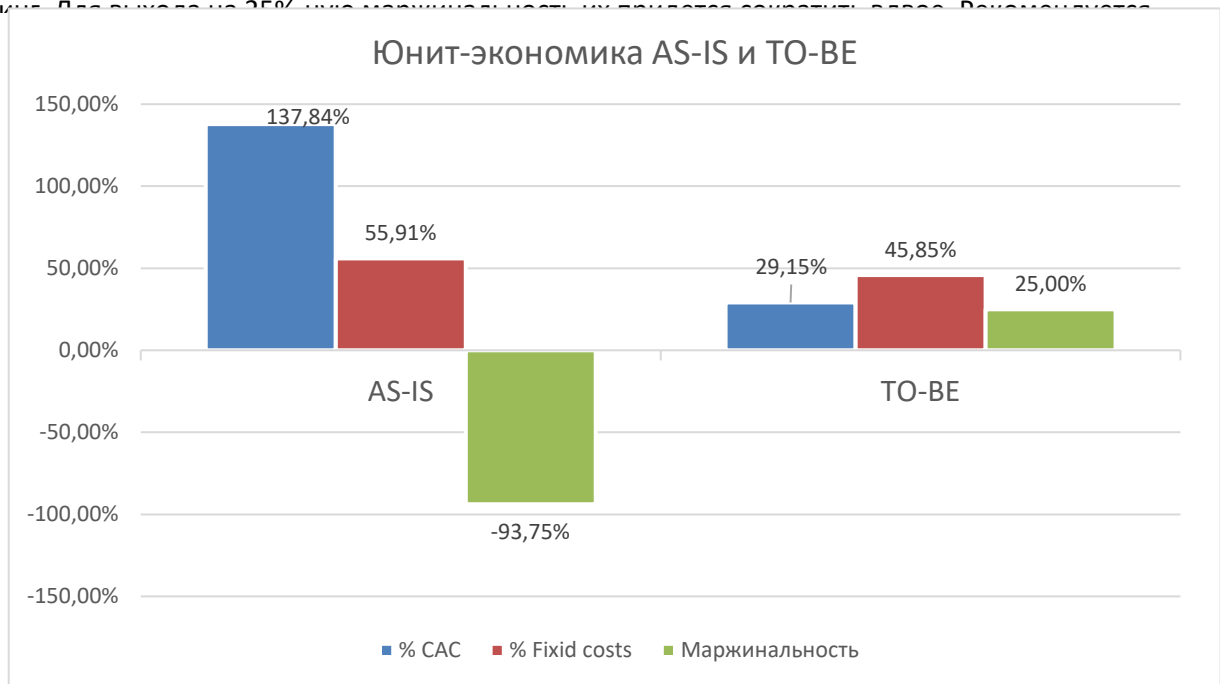


## Выводы:

1. Исходя из предоставленных исходных данных была рассчитана юнит-экономика онлайн-кинотеатра. За юнит был взят один подписчик.

За рассматриваемый период март-август 2021 г. средний Retention составил 80,6%, средний Lifetime 5,15 месяцев. При цене 1 месяца подписки в 350 руб. и среднем объеме скидок за рассматриваемый период 9,33% фактическая цена 1 месяца подписки составила 317,36 руб. А средний Lifetime Revenue 1 635,57 руб. При этом средний CAC составил 2 254,52 руб. То есть на привлечение 1 пользователя мы тратили на 618,96 руб. больше, чем весь суммарный доход, который мы получаем от этого. По итогам расчетов маржинальность за период с марта по август 2021 г. была отрицательной и составила - 93,75%.

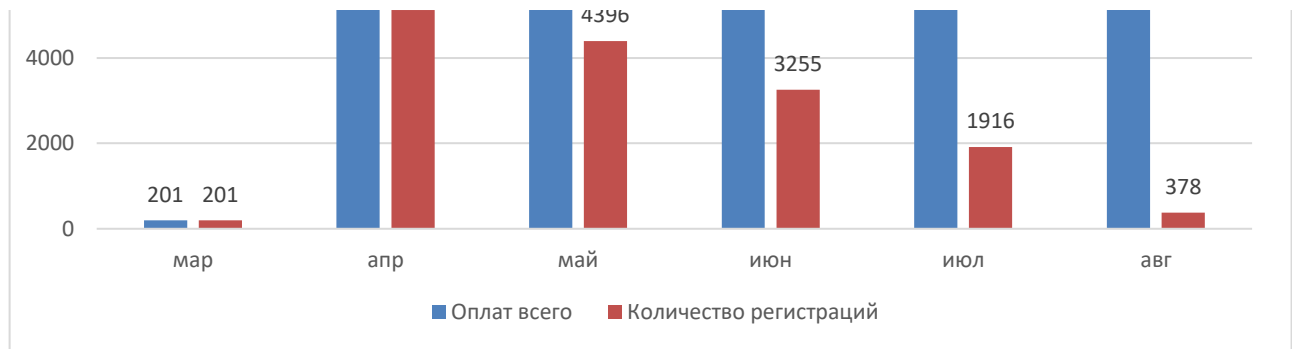
Был рассчитан сценарий по настройке параметров для выхода на 25%-ную маржинальность. Для этого необходимо увеличить Retention до 90%, исключить скидки, повысить цену месячной подписки до 387 руб. и вдвое сократить CAC (до 1128 руб.). При этом основная задача - увеличить Lifetime пользователя. Для этого и необходимо увеличить Retention. Для выхода на 25% маржинальность придется увеличить цену подписки, однако не следует увеличивать цену значительно, иначе это приведет не к увеличению, а, наоборот, к снижению Retention. И обязательно снижение затрат на маркетинг. Для выхода на 25% маржинальность необходимо сократить CAC в 2 раза. Рекомендуемые



2. Кроме этого были исследованы данные о пользователях и их поведении.

Максимальное количество регистраций за рассматриваемый период было зафиксировано в апреле (5122). После этого количество регистраций стабильно снижалось. Общее количество пользователей

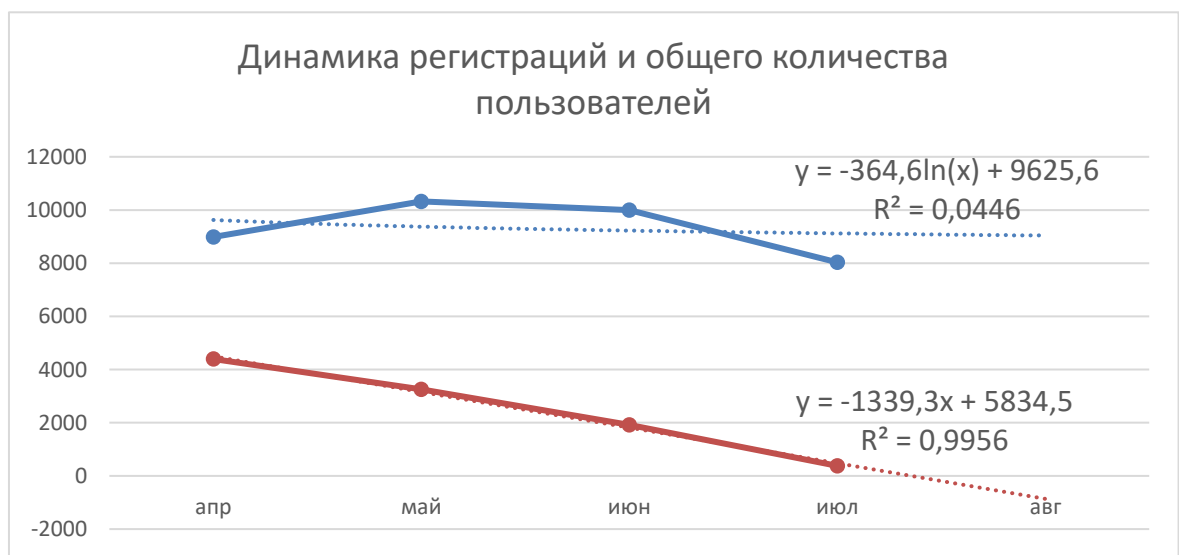


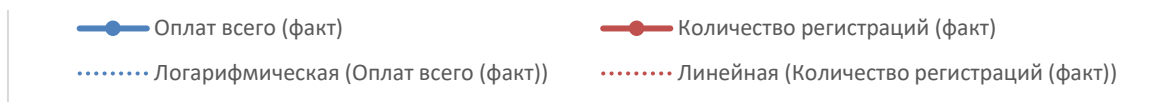


Если рассмотреть динамику количества регистраций по дням, прослеживается тренд на снижение этого количества. Однако делать прогнозы по линии тренда динамики регистраций по дням



Если рассмотреть ту же динамику по месяцам, то здесь уже высокая степень достоверности расчета линии тренда ( $R^2 = 0,9834$ ). Если по полученной линии тренда построить прогноз на ближайшие месяцы, то прогноз будет весьма неблагоприятным. Согласно сформированного тренда, уже с сентября у нашего онлайн-кинотеатра не будет новых регистраций. И хоть данный вид прогноза

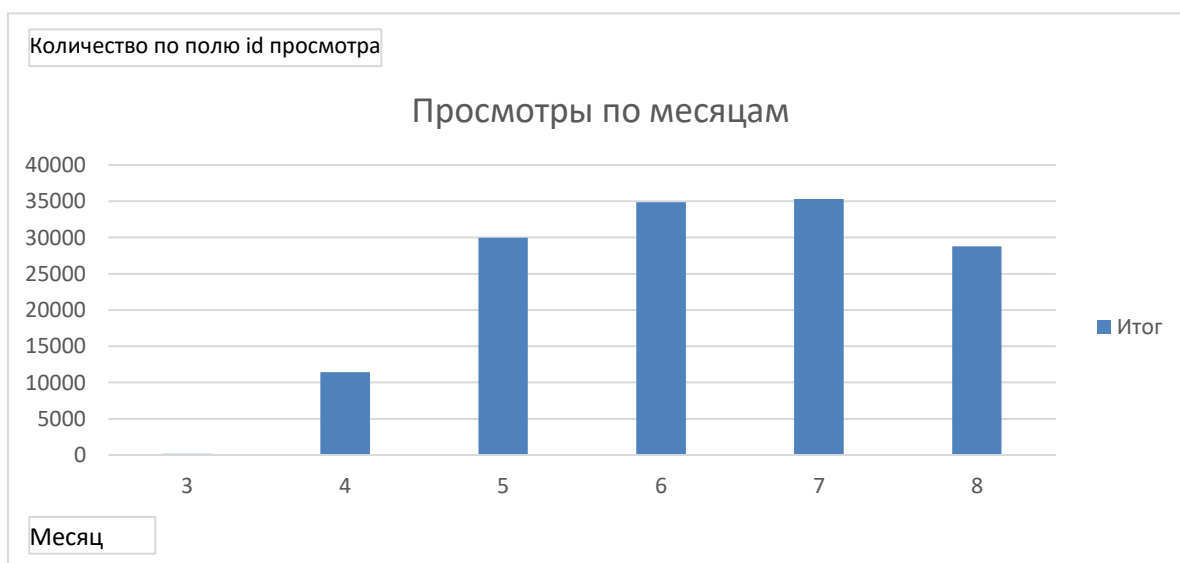




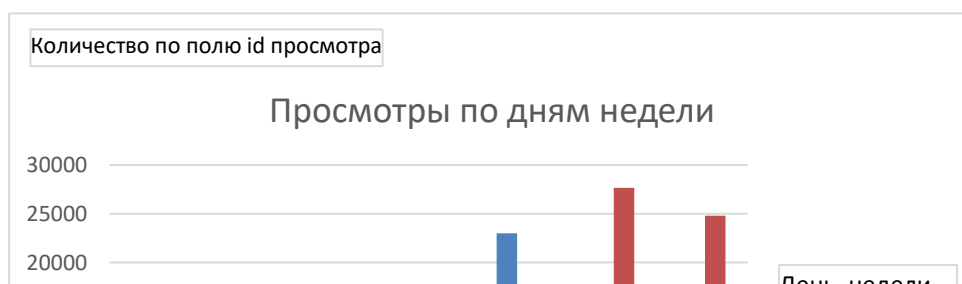
Была изучена структура пользователей. Выявлено, что большинство подписчиков (30% от всего количества пользователей) находятся в тайм-зоне UTC+1. Следующие по популярности зоны UTC+2 и

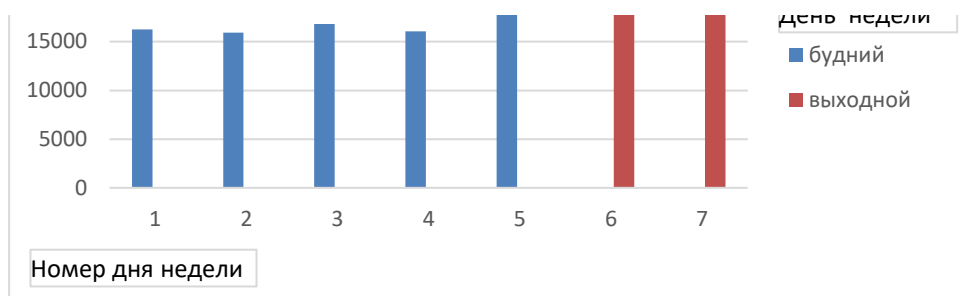


Была отслежена динамика активности просмотров фильмов по месяцам. Больше всего промсмотров пришлось на июнь и июль. Из чего можно предположить наличие сезонности. Летом многие люди



При рассмотрении активности просмотров в течение недели выявлено, что большинство просмотров приходятся на выходные дни, преимущественно на субботу. Наименьшая активность прослеживается

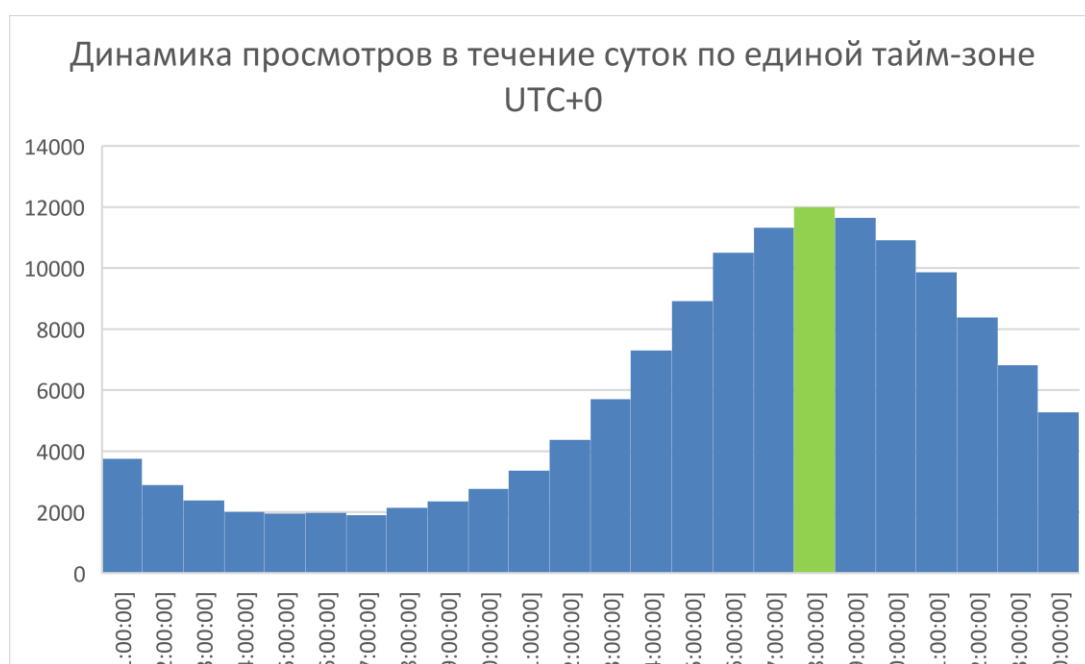




Количество просмотров в течение суток также распределено неравномерно. Наименее активный период с 3 до 11 ч. А наиболее активный период с 16 до 22. Максимальная активность прослеживается



Если перевести время всех просмотров в единую тайм-зону, например в UTC+0, то прослеживается тенденция, что большинство просмотров приходится на период с 15 до 21 ч. Максимальное в период с 17 до 18 ч. А минимальное - с 3 до 7 ч по UTC+0. Соответственно, при планировании технических работ



[0:00:00, 0]
(1:00:00, 0]
(2:00:00, 0]
(3:00:00, 0]
(4:00:00, 0]
(5:00:00, 0]
(6:00:00, 0]
(7:00:00, 0]
(8:00:00, 0]
(9:00:00, 0]
(10:00:00, 0]
(11:00:00, 0]
(12:00:00, 0]
(13:00:00, 0]
(14:00:00, 0]
(15:00:00, 0]
(16:00:00, 0]
(17:00:00, 0]
(18:00:00, 0]
(19:00:00, 0]
(20:00:00, 0]
(21:00:00, 0]
(22:00:00, 0]
(23:00:00, 0]

3. Была проанализирована популярность фильмов, предоставляемых нашим онлайн-кинотеатром.

Среднее количество просмотров каждого фильма 27,34.

При этом самое часто встречаемое количество просмотров = 1

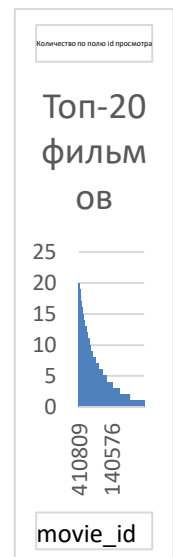
Медианный фильм имеет 5 просмотров. Половина выборки имеет менее 5 просмотров, другая

Самый популярный фильм имеет 8 071 просмотр. ID этого фильма 411922.

18% фильмов имеют лишь 1 просмотр.



Половину всех просмотров покрывают 73 самых популярных фильма онлайн-кинотеатра



4. Была также проанализирована активность пользователей.

Среднее количество просмотров одного пользователя составило 9,71.

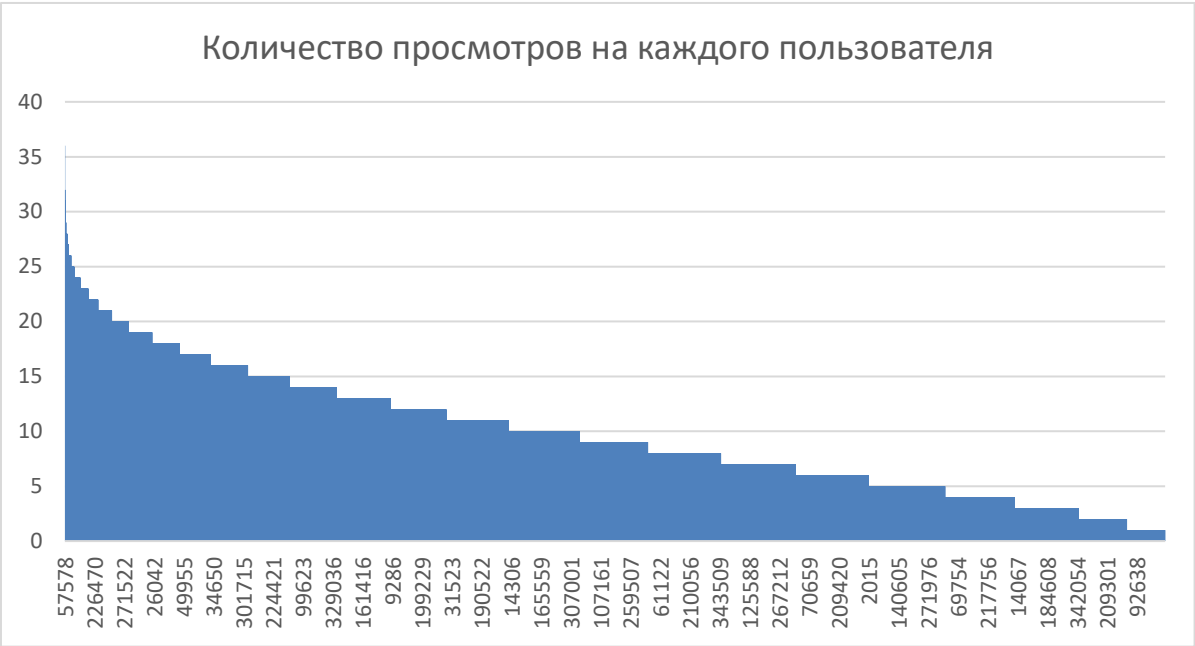
Медианный пользователь посмотрел за это время 9 фильмов. Половина выборки посмотрела менее 9

При этом самое часто встречаемое количество просмотров одного пользователя равно 5.

Максимальное количество просмотров одного пользователя составило 36 просмотров. ID самого

Всего за период с марта по август 2021 г. Всеми пользователями было совершено 140 568 просмотров.

При этом анализ показал, что 80% пользователей за все время смотрят до 15 фильмов.  
Лишь 3% пользователей за все время посмотрели только 1 фильм.  
59% пользователей посмотрели до 10 фильмов (включительно)



5. Была также изучена корреляция между датой регистрации и количеством просмотров. Она составила -32%. То есть наблюдается обратная зависимость между датой регистрации и количеством

