

D A N 

**Активность
пользователей на платформе
«Тинькофф Город»**



Платформа «Город»

X

- В конце декабря 2022 года «Тинькофф» представил платформу «Город».
- Платформа позволяет пользователям легко и удобно найти и заказать различные продукты и услуги, а также узнать о событиях и мероприятиях.
- «Городу» отводится ключевая роль в формировании «экосистемы» «Тинькофф».
- «Город» объединяет на базе суперприложения банка функции маркетплейса, туроператора, страхового агента, гида, афишы, СМИ, социальной сети и мессенджера.

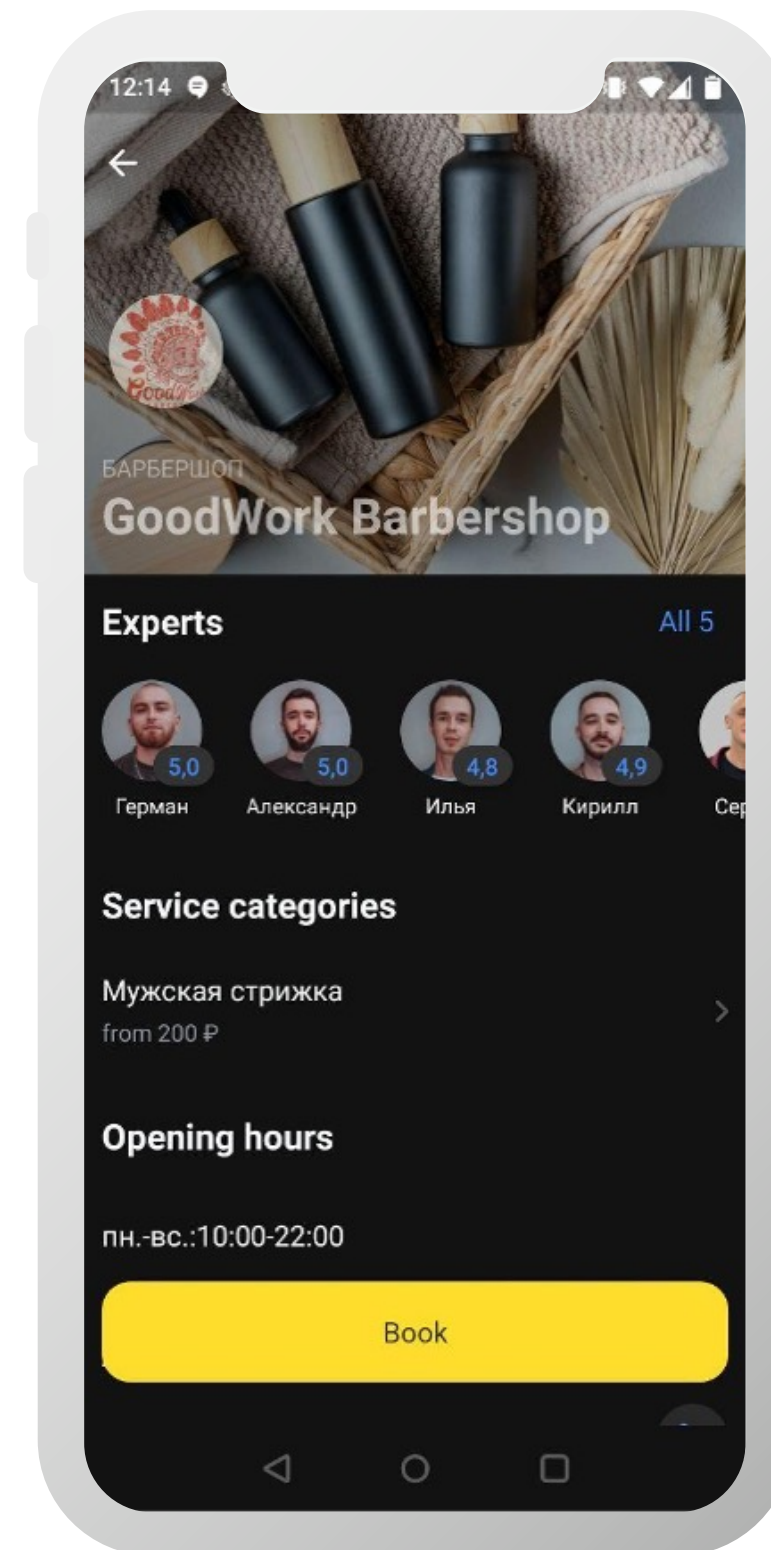
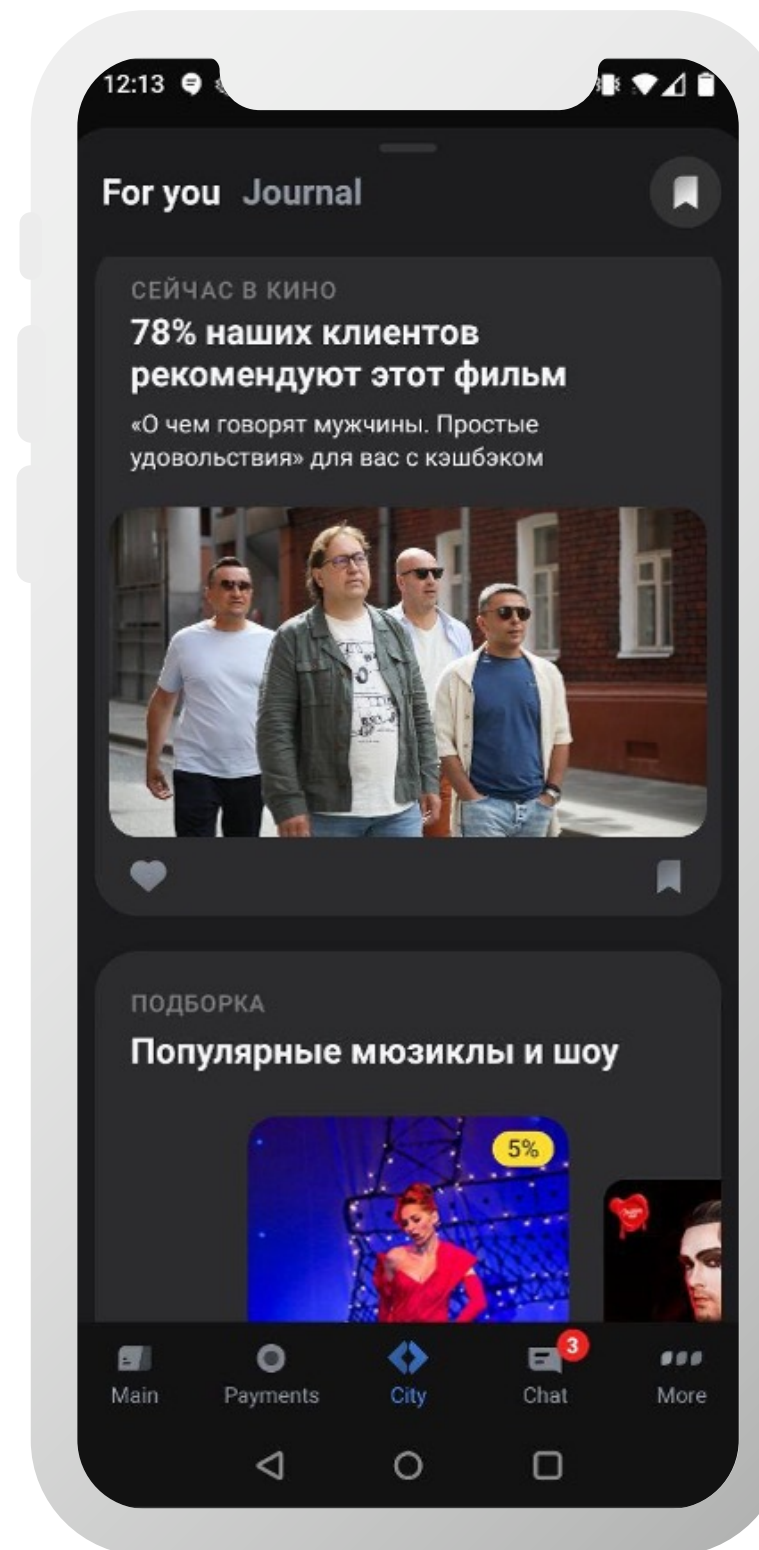
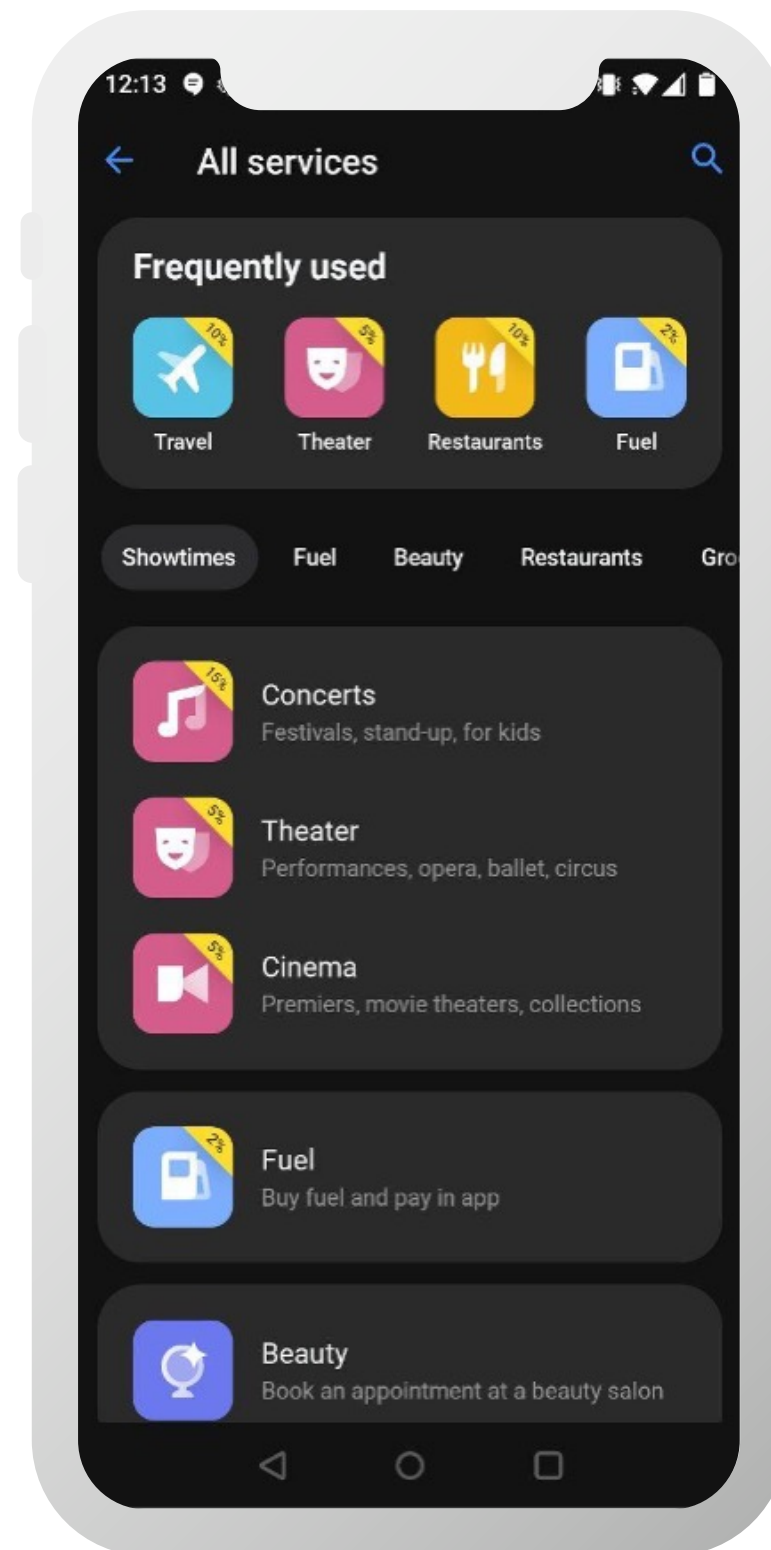
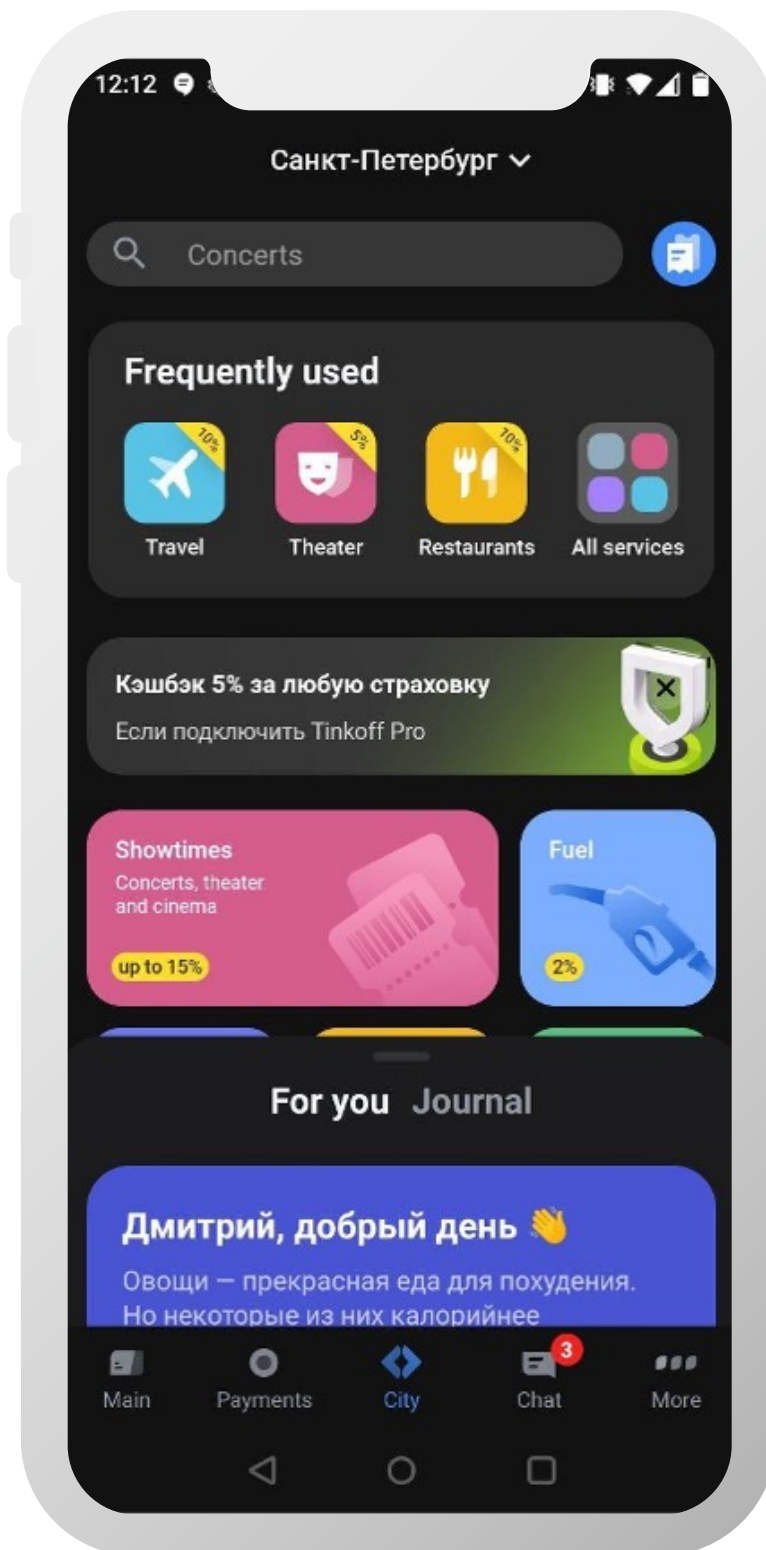


**Контент «Город»
отличается
в зависимости
от истории покупок
и активности
пользователя.**

Интеграция с “Тинькофф Журналом” позволяет наполнить ленту пользователям полезным контентом на близкие ему темы.



Платформа «Город»



Молодые пользователи

01

Развитие платформы “Город” имеет целью и расширение клиентской базы, в том числе ее возрастных границ.

02

Особый интерес для банка представляет анализ потребительского поведения подростков (пользователей 14-18 лет), особенно учитывая более активное использование ими мобильных приложений.

03

Анализируя особенности потребительского поведения подростков мы получаем представление о потребительском поведении ядерной целевой аудитории (25-45 лет) в будущем.



Описание данных

- Предшественником “Тинькофф Города” был “Тинькофф Лайфстайл”, включавший те же сервисы, которые позже стали частью “Города”.
- В датасете, который вы получили, представлены данные, о том, какие покупки совершали подростки (14-18 лет) в сервисах “Тинькофф Лайфстайл” с 01.01.2022 по 01.01.2023.
- Одной записью представлен заказ. Всего в базе 24716 наблюдений (=заказов), сделанных 10069 уникальными клиентами.



Описание переменных

user_id	Уникальный идентификатор клиента
sex	Пол (М=мужской, F=женский)
age	Возраст клиента
region	Актуальный регион (отражающий, где клиент находится в данный момент)
bundle	Наличие подписки (No bundle = нет подписки, Tinkoff Pro, Tinkoff Premium - соответствующие подписки)

Описание переменных

num_sessions	Количество сессий* у пользователя за 2022 год
avg_session	Средняя длина сессии* (в секундах)
fuel, cinema, food, travel, restaurants, concerts, games, books, theater, sports, beauty, flowers, technology	Бинарные переменные, описывающие категорию заказа (Топливо, Кино, Вкусвилл, Путешествия, Рестораны, Концерты, Игры, Книги, Театр, Спорт, Красота, Цветы, Техника). Например, если заказ осуществляет в категории “Топливо”, переменная fuel будет равна 1, все остальные переменные равны 0.

* Сессия - это время от открытия приложения до его закрытия, включает в себя все действия совершенные в мобильном банке.

Описание переменных

order_date	Дата создания заказа
price	Стоимость заказа (price=0 означает, что осуществлено бронирование)

«Тинькофф Город» предоставляет удобный сервис бронирования, что особенно важно для таких категория как «Рестораны» и «Красота»

X

Исследовательский вопрос

**Что влияет на активность
пользователей в экосистеме
«Тинькофф»?**





Меры активности

01 Что мы можем использовать в качестве меры активности?

- Банк стремится создать универсальную платформу, которая будет использоваться потребителями для покупок всех возможных товаров и услуг.
- Нас может интересовать: 1) объем покупок (измеренный в количестве заказов, общей сумме заказов, средней сумме заказа) и 2) разнообразие покупок (с точки зрения используемых категорий).
- Выберите одну или несколько мер активности пользователей и обоснуйте свой выбор.



**Что мы
ожидаем?**

02 Какие доступные в базе данных характеристики пользователей могут быть связаны с активностью пользователей? Какие зависимости вы ожидаете?

- Демографические характеристики (пол и возраст)
- Географические характеристики (регион проживания)
- Поведение пользователя в приложении (количество и средняя длина сессий)
- Наличие подписки
- Использование услуги бронирования



Агрегирование данных

03 Агрегируйте данные на уровне пользователей

Это необходимо, чтобы исследовать связь между характеристиками пользователей и их активностью в “Тинькофф Город”, так как сейчас единицей наблюдения является заказ, к базе данных, где единицей наблюдения будет пользователь.

**Как агрегировать?
(суммы, средние, общее количество...)**



Как классифицировать пользователей?

04 На какие группы можно разделить потребителей с точки зрения числа заказов? Как эту классификацию можно использовать в анализе?

Распределение пользователей по числу заказов устроено следующим образом: большинство пользователей сделали всего лишь один заказ, но при этом есть и потребители сделавшие более 10 заказов.



Анализ

- 05** Учитывая все вышеперечисленное, проведите анализ данных и выявите ключевые факторы, влияющие на активность пользователей на платформе «Тинькофф Город».



Выводы и практические рекомендации

06 Подведите итог проведенному исследованию.

- Что именно вы хотели выяснить?
- Какие результаты были получены?
Как эти результаты могут быть использованы на практике?
- Какие ограничения своего исследования вы видите?
- Если бы у вас было больше времени и не было ограничений, связанных с доступностью данных, как вы могли бы дополнить и улучшить свое исследование?

Помните

- Представленные ранее пункты являются примерными и отражают “программу максимум”.
- Успешная работа не обязательно требует выполнения всех из них - вы можете сфокусироваться на отдельных аспектах.
- Более того – работа, глубоко исследующая какой-то один важный аспект представляет большую ценность, чем работа, исследующая все, но поверхностно.

X



D A N 

**Желаю вам хорошо
поработать на хакатоне!**

