

Команда №1



27-28 мая

Сезонность трат в категориях покупок

Машталер Максим
Алтынов Егор
Сасин Иван
Паутов Николай
Панов Федор

Введение

Мотивация

Улучшить экосистему
Тинькофф Города

Исследовательский вопрос

Что влияет на активность
пользователей в
экосистеме Тинькофф

Гипотеза

Сезонность трат в
категориях покупок

Механизм

В праздничные периоды
люди делают больше
покупок в некоторые
категориях (подарки)

Данные

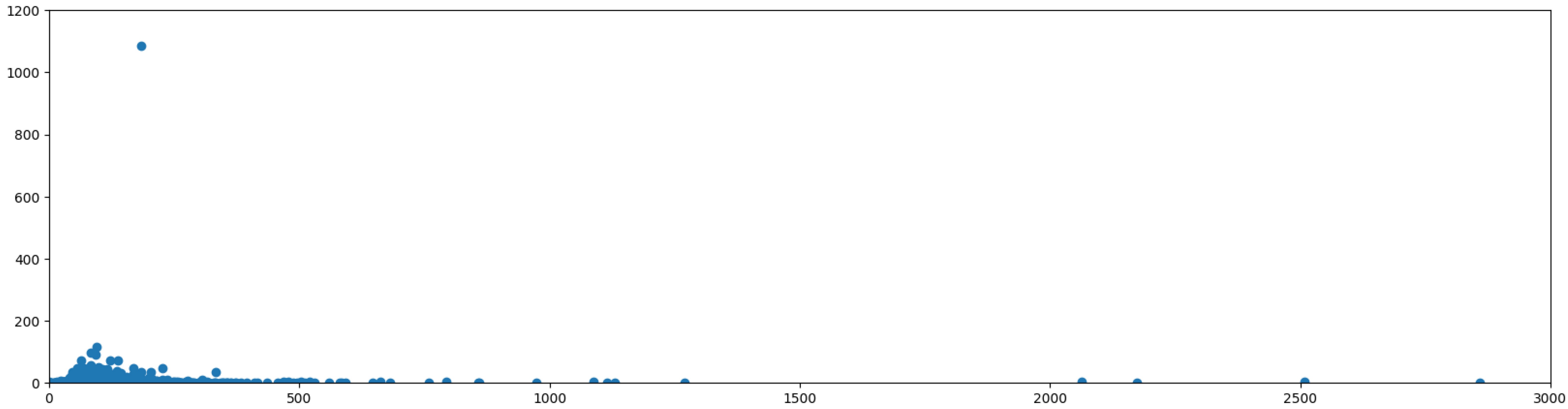
Признак	Краткое описание	Тип	Пример
Пол	Гендерная принадлежность пользователя	Категориальный	Мужчина / Женщина
Регион	Местоположение пользователя	Категориальный	Алтайский край
Наличие подписки	Текущий план	Категориальный	Tinkoff Pro
Количество сессий	Количество входов в приложение за год	Числовой	158 входов
Среднее время сессии	Усредненное количество секунд проведенное в приложении за одну сессию	Числовой	107 секунд
Категория покупки	Категория в которой был осуществлен заказ	Категориальный	Топливо
Дата заказа	День совершения покупки	Числовой	03.12.2022
Возраст	Возраст пользователя на момент покупки	Числовой	16 лет



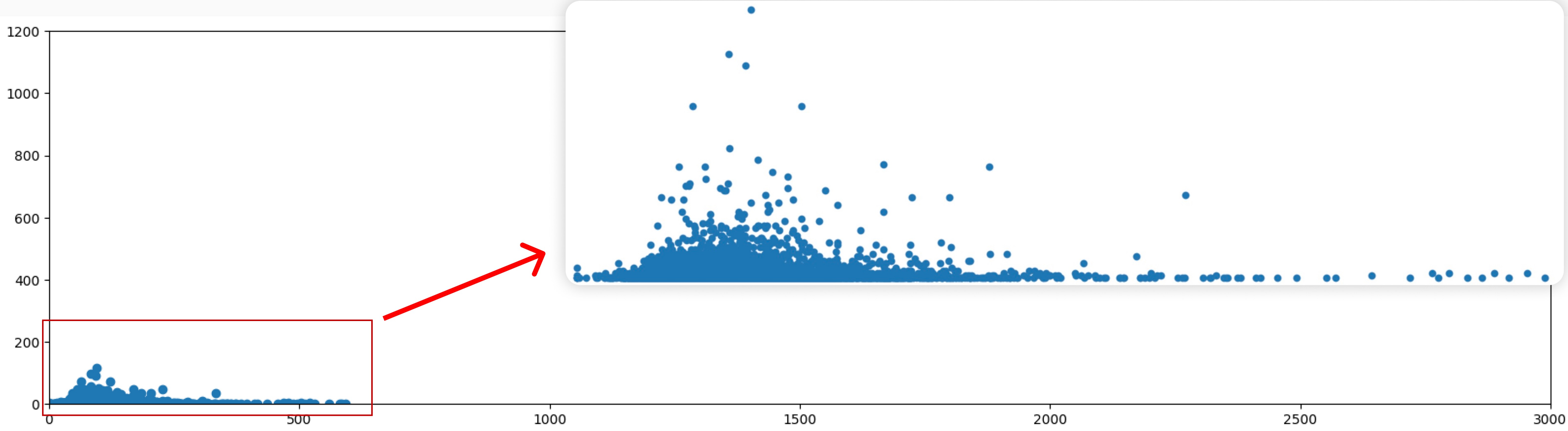
Разведывательный анализ • Выбросы

Кол-во заказов от ср. длины сессии

до



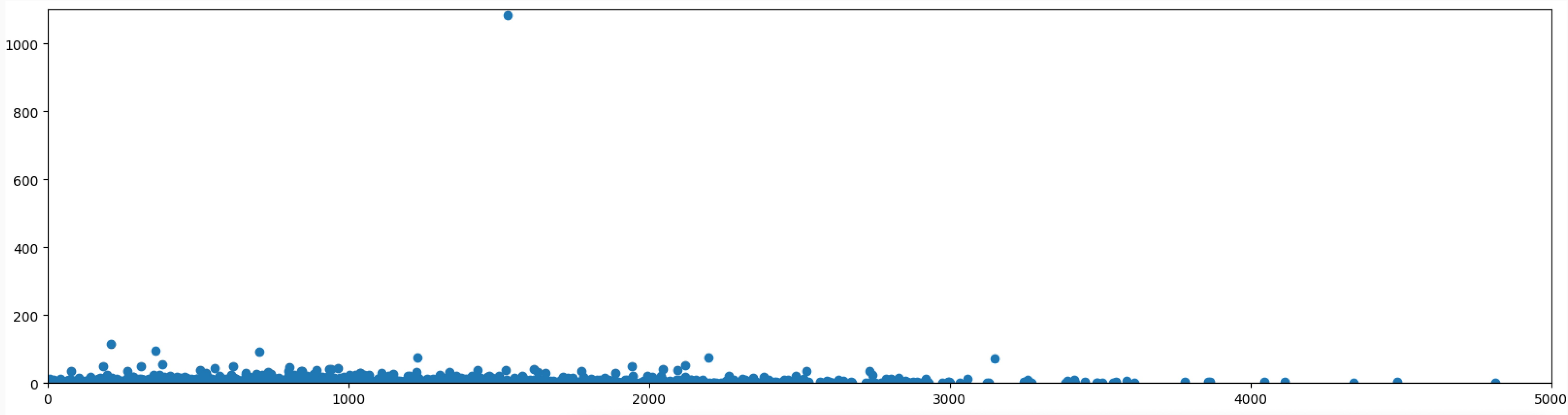
после



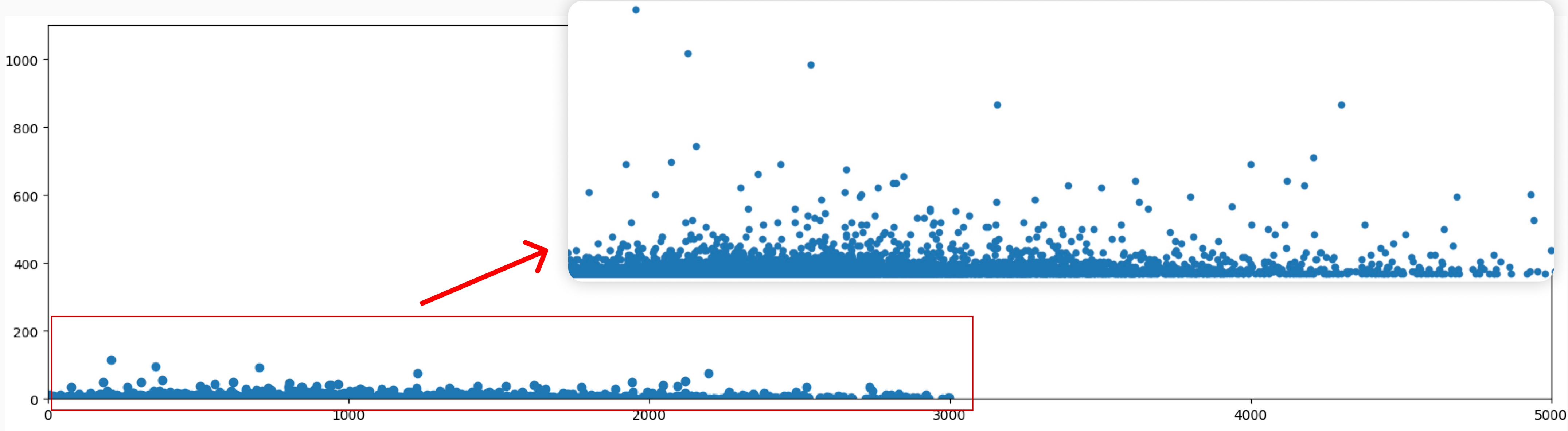
Разведывательный анализ • Выбросы

Кол-во заказов от кол-ва сессий

до

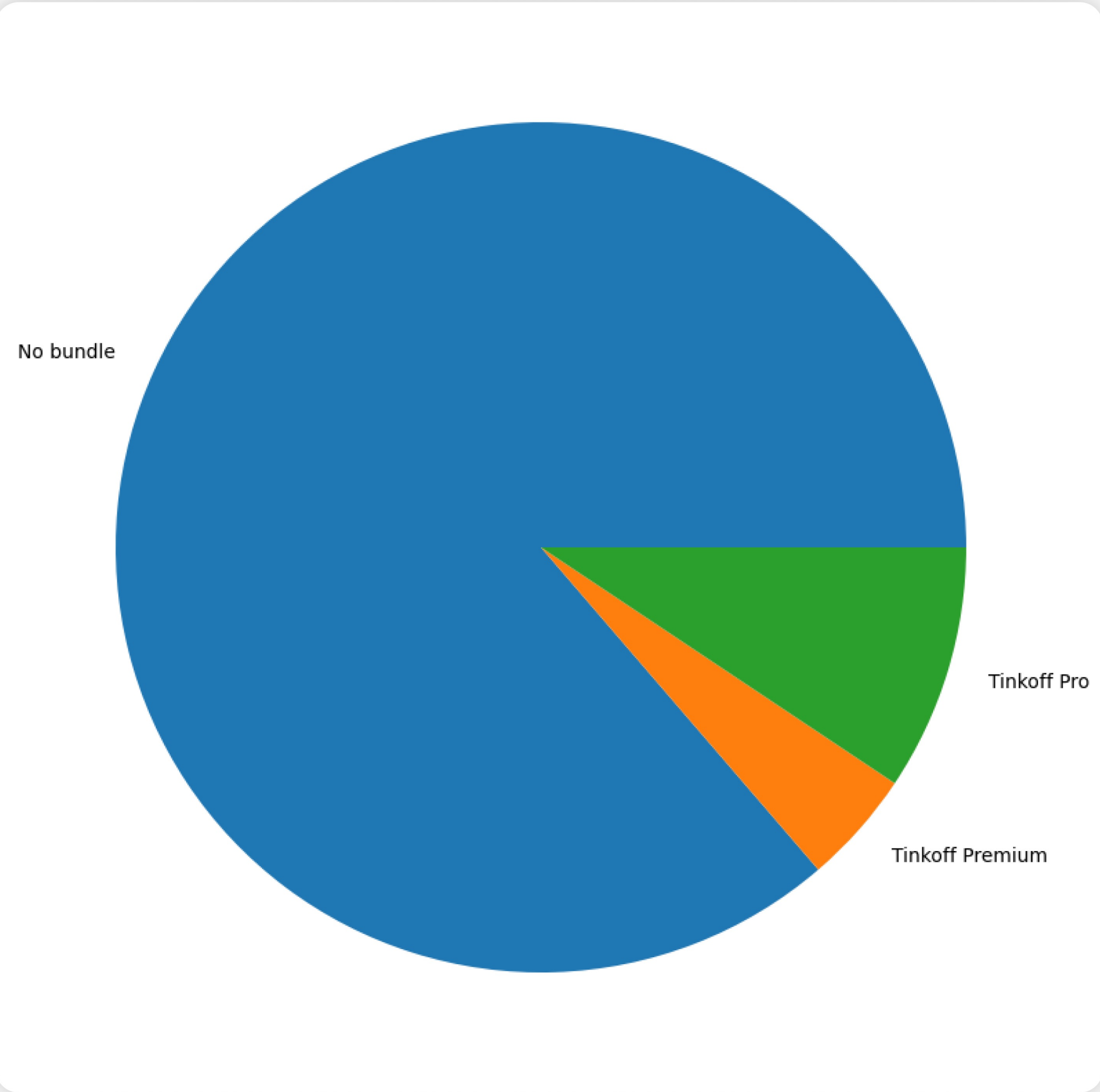


после



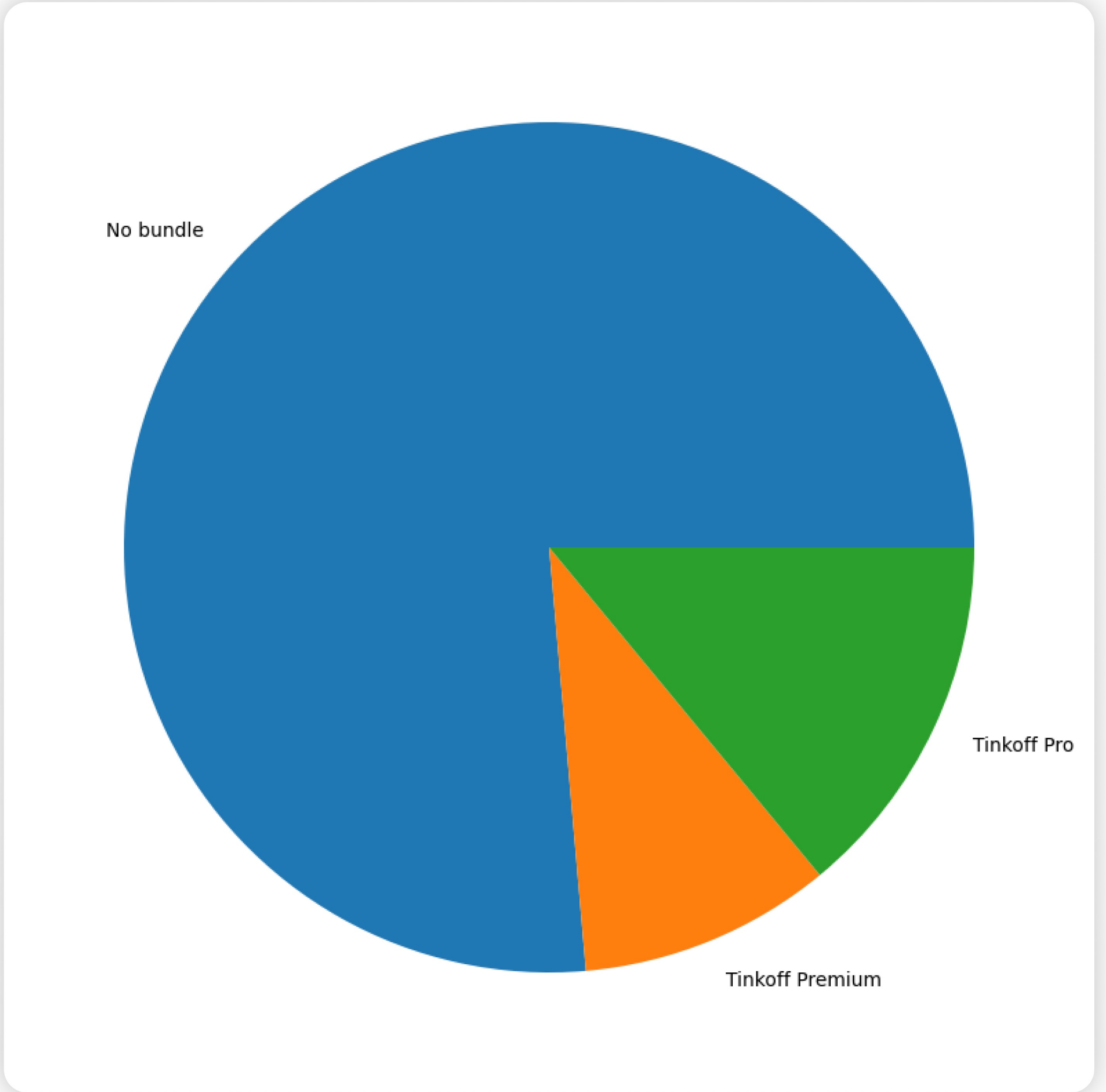
Разведывательный анализ • Корреляции

Распределение подписок по гендеру



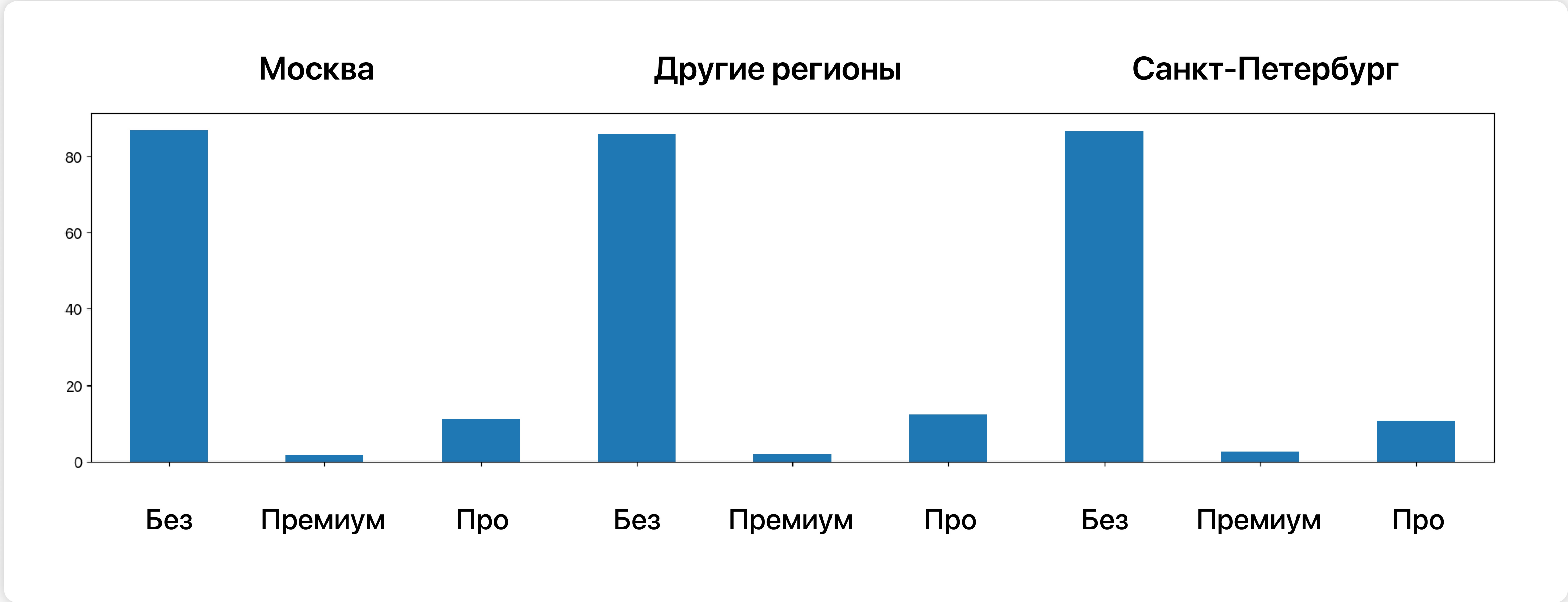
Ж

	price
sex	
F	829.417061
M	1208.929295



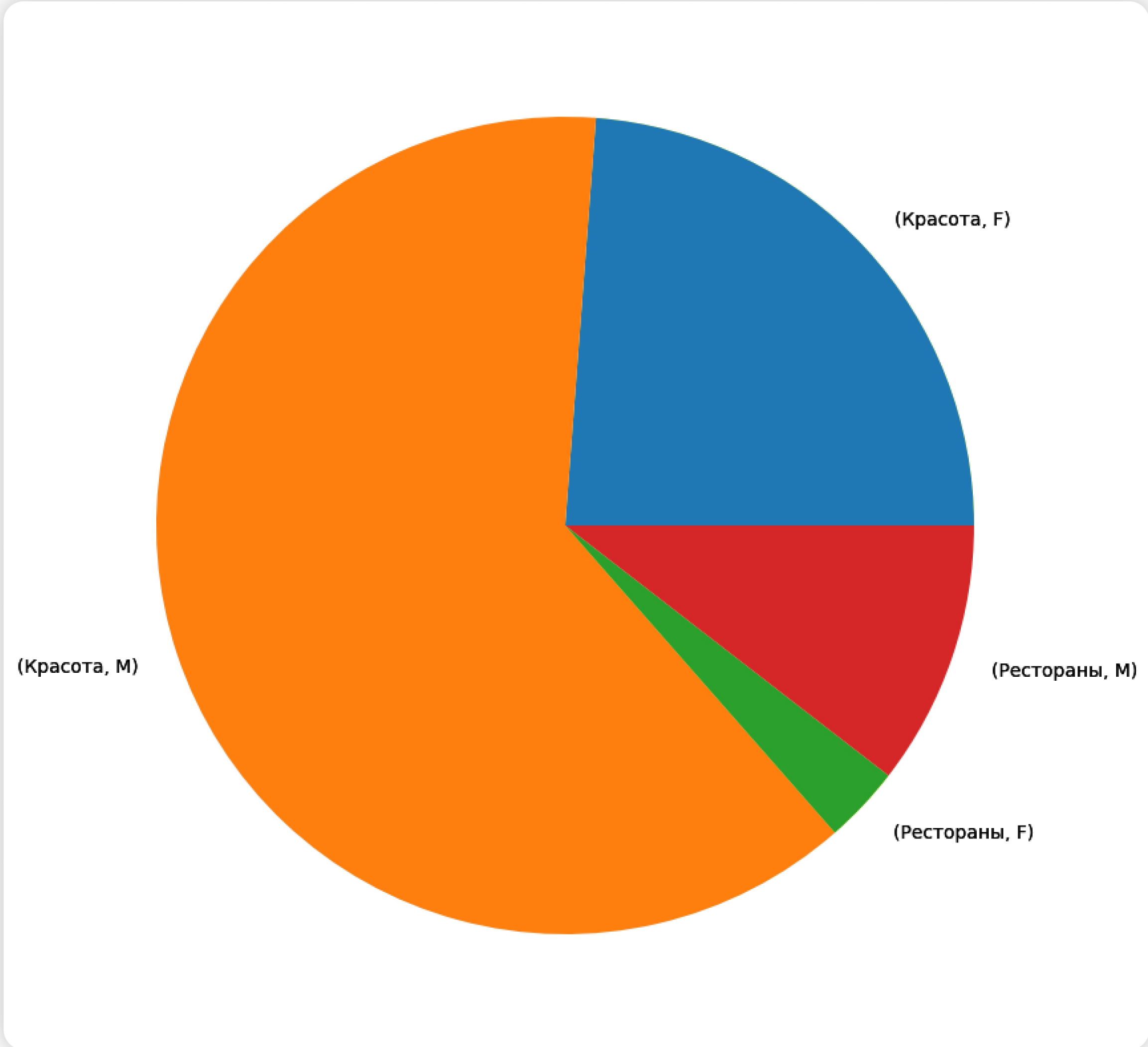
М





Разведывательный анализ • Корреляции

Категории и гендеры бронирований

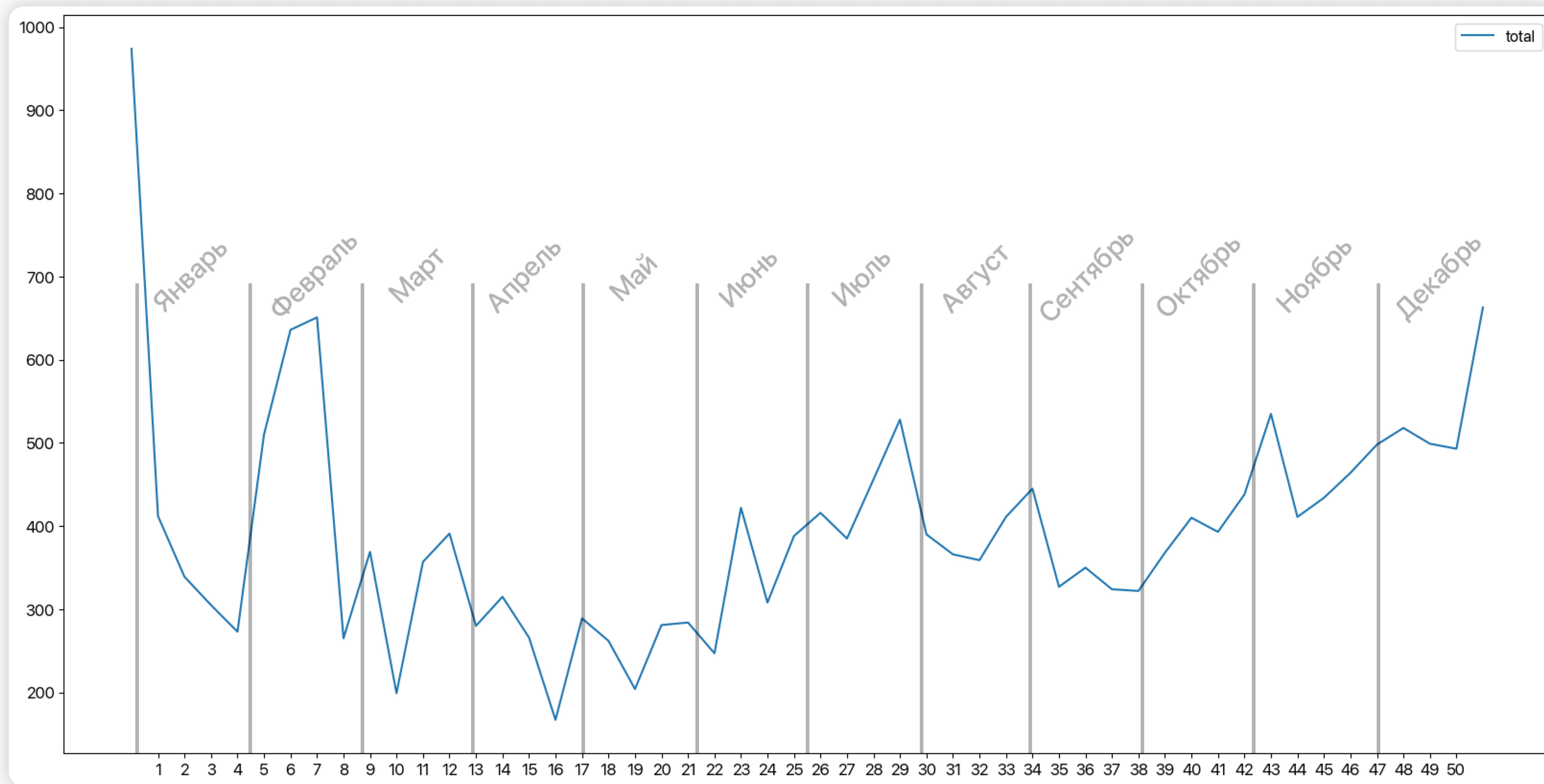


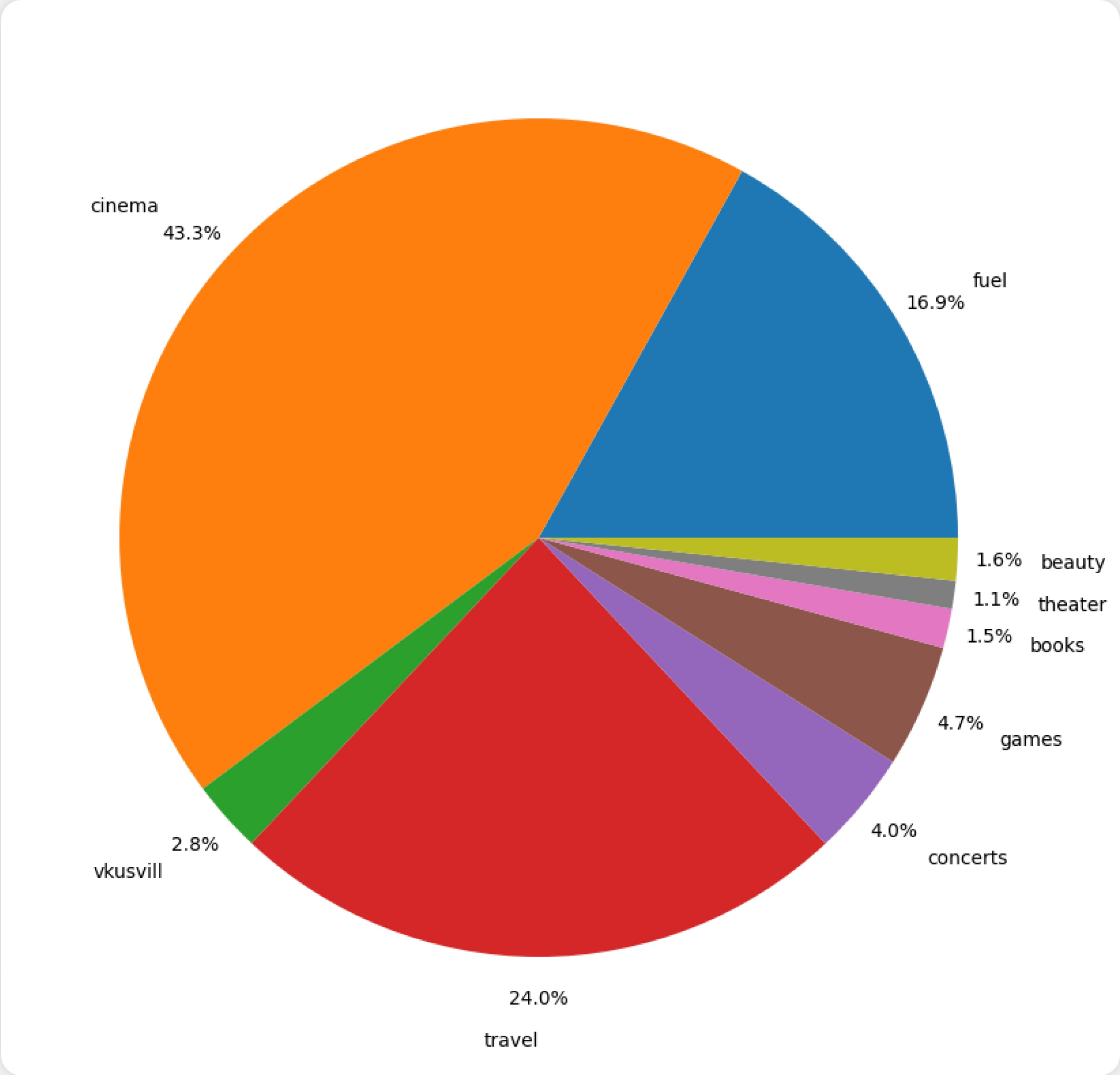
	avg_session
sex	
F	88.223800
M	98.249478

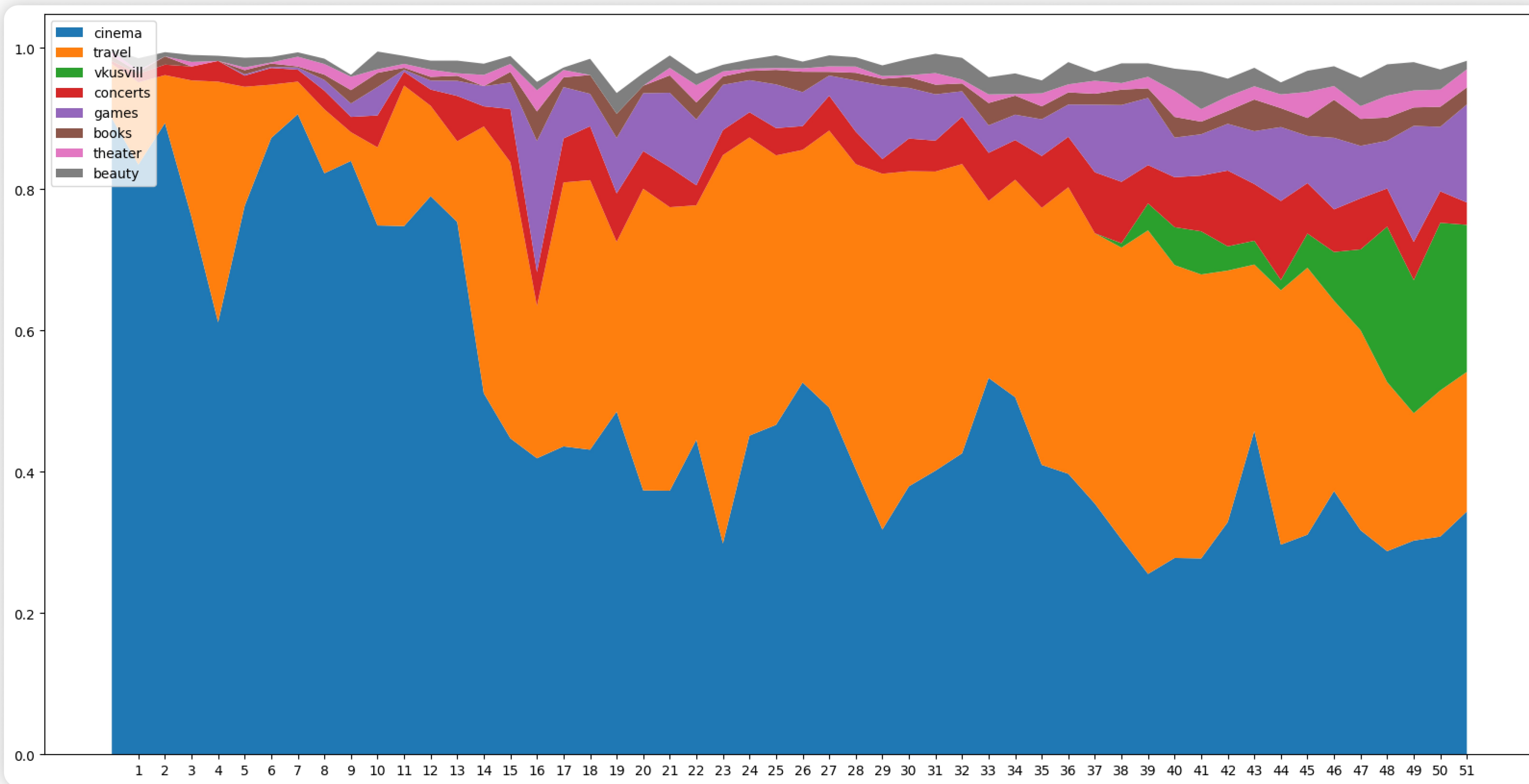


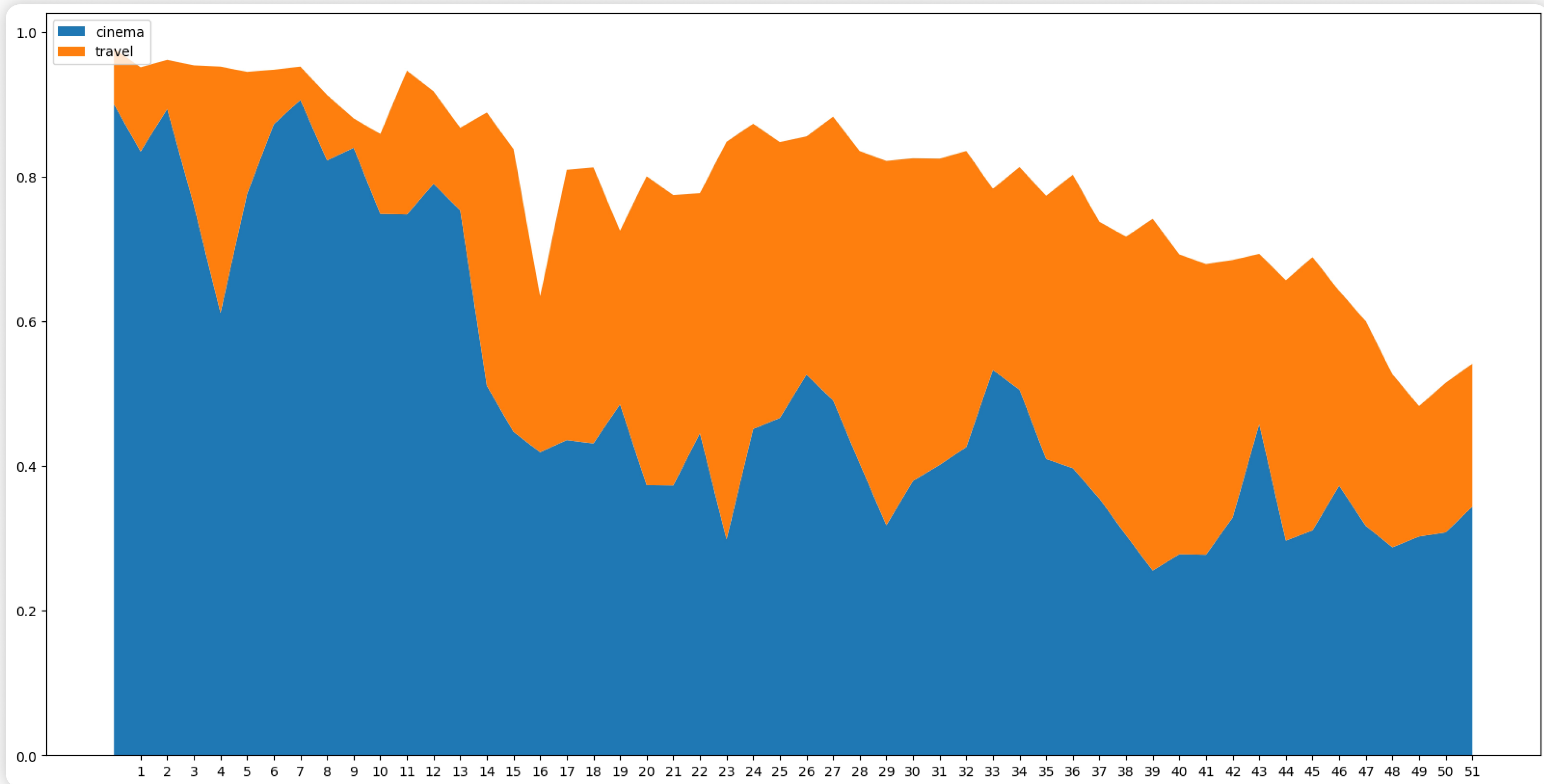
Результаты • Визуализация

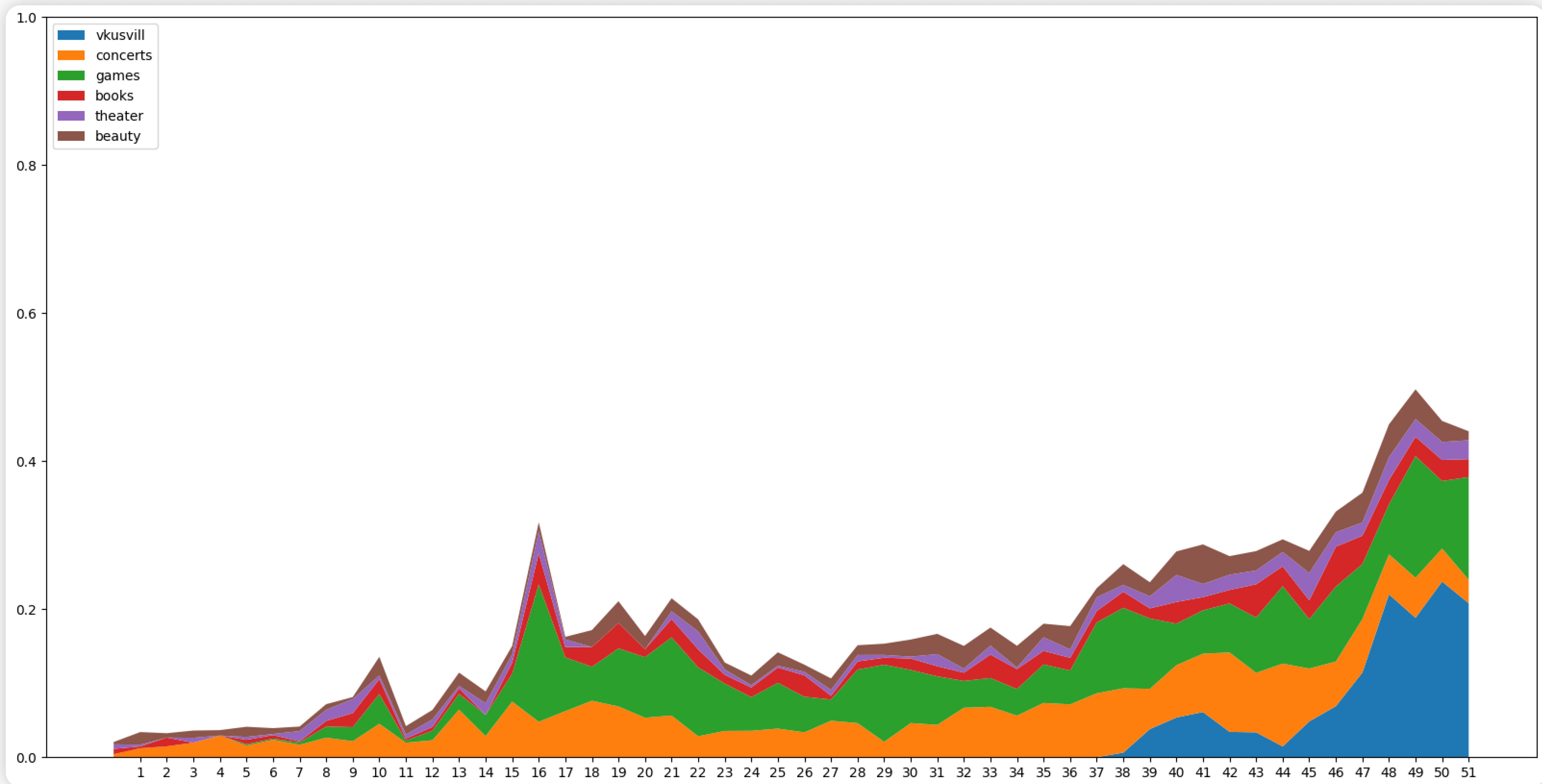
Количество заказов по неделям

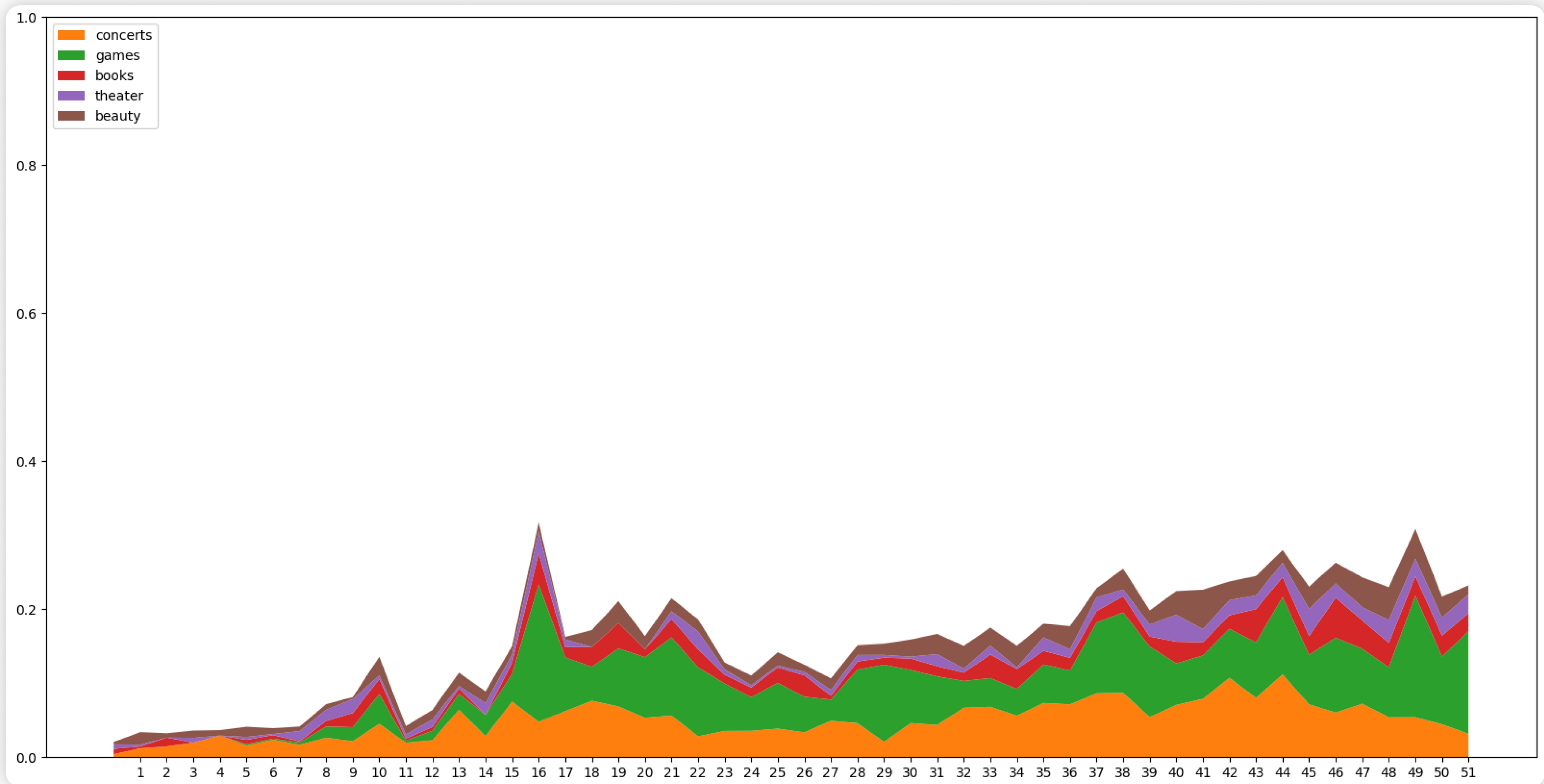












Применяемость результатов нашего исследования

**Как можно улучшить наше
исследование?**

Спасибо за внимание <3

