

Как сделать аналитику ПОНЯТНОЙ

Вера Карпова
аналитик



О компании

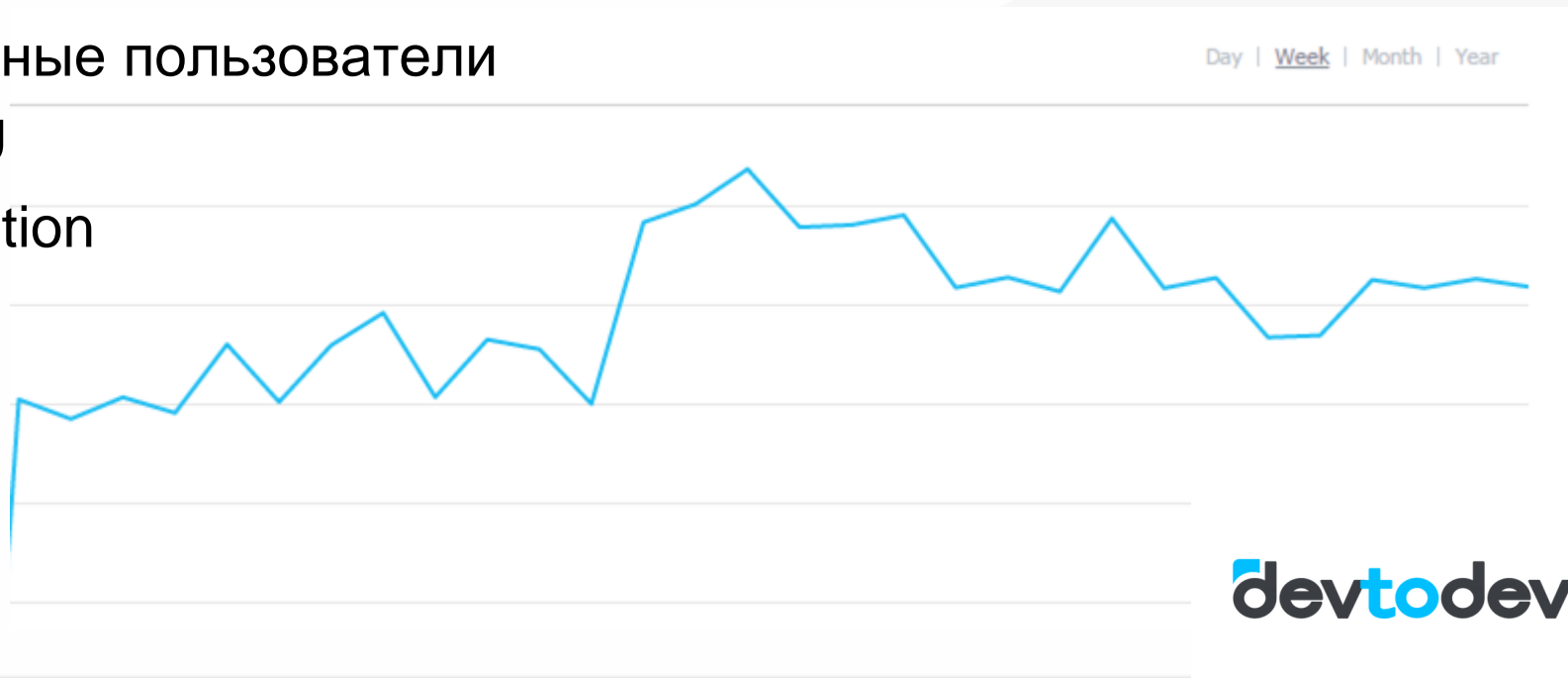
- Сервис аналитики для разработчиков игр
- Анализ всех этапов жизненного цикла продукта
 - статистика сторов
 - трафик
 - поведение пользователей
 - экономика продукта
 - отправка push
- Консалтинг

Что такое аналитика и зачем она нужна?



Контроль только базовых показателей

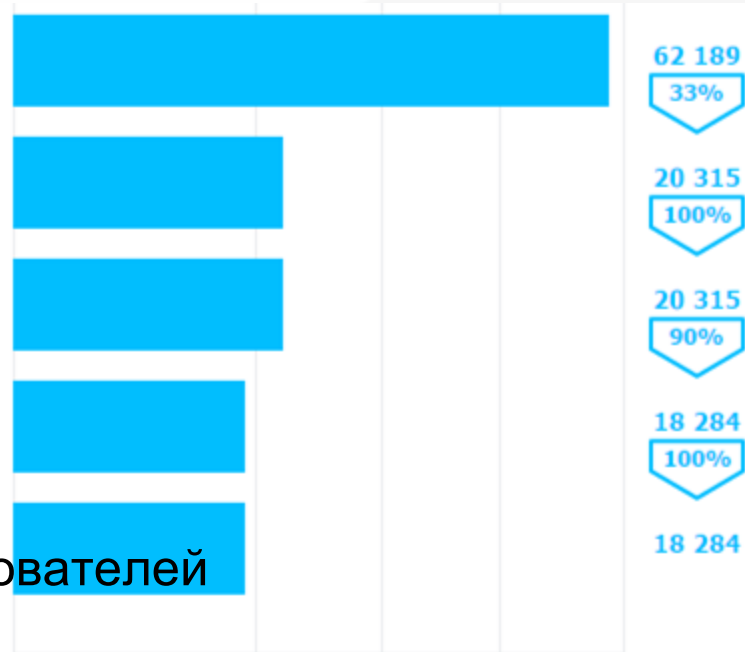
- Доход
- Новые пользователи
- Активные пользователи
- ARPU
- Retention



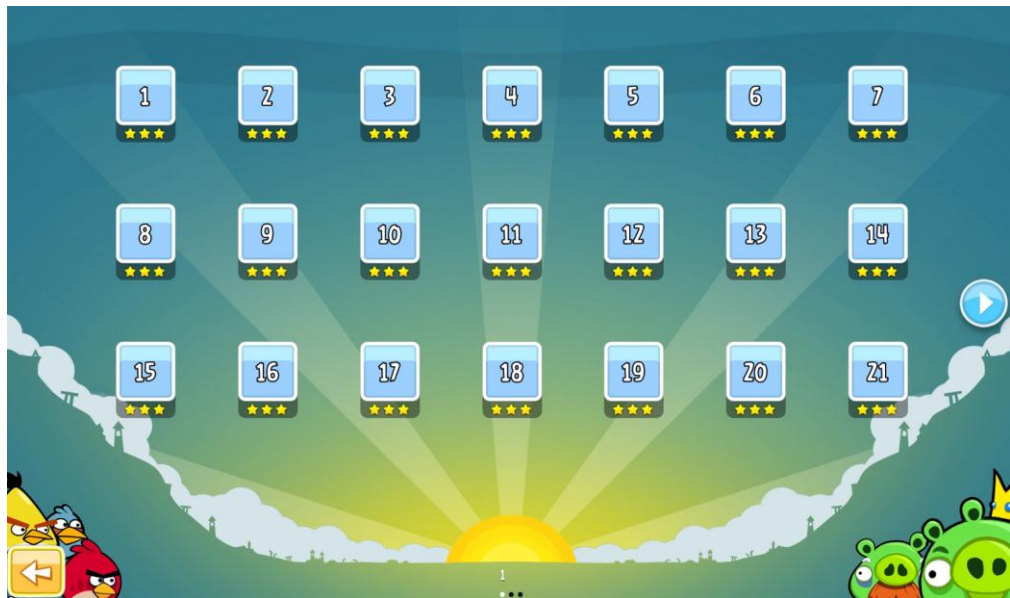
Правильное использование аналитики позволяет:

- Повысить доход и эффективность продукта в несколько раз
- Найти слабые места в проекте
- Заранее предотвратить падение показателей
- Обнаружить точки роста
- Найти причину ухудшения метрик
- Выделить “прибыльные” сегменты пользователей

и т.д.



Чем отличается игровой продукт и его анализ

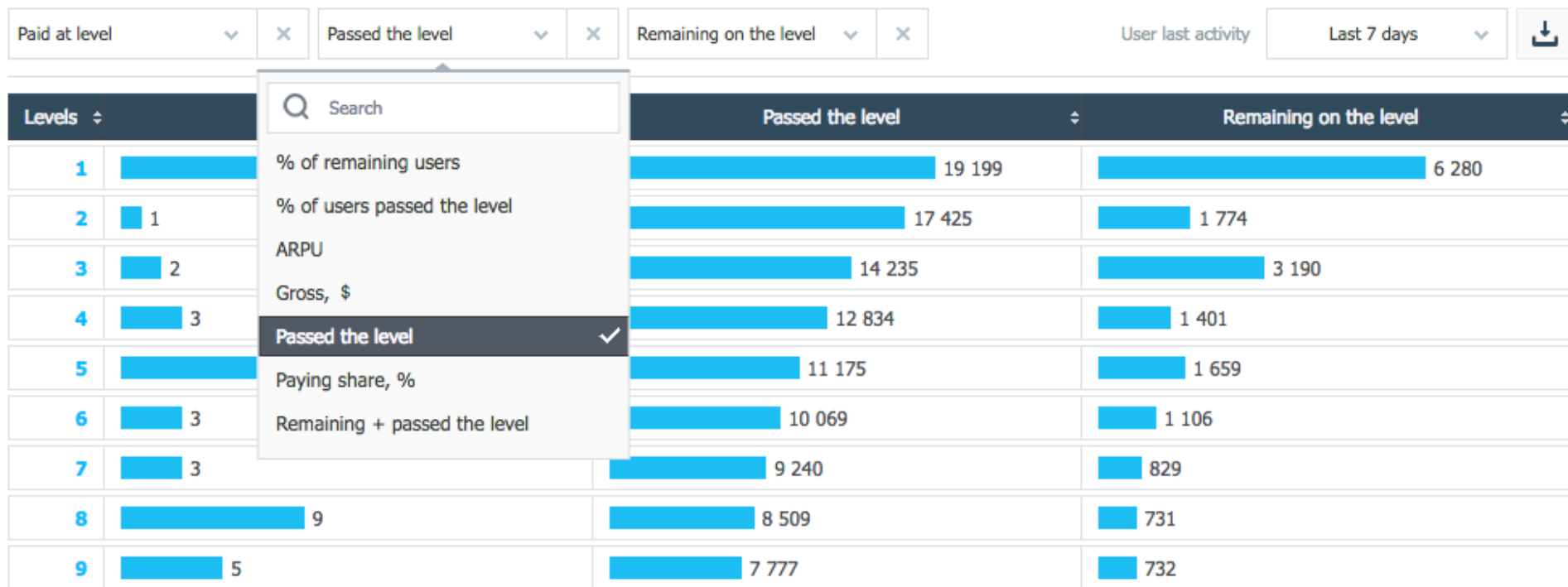


Чем отличается игровая аналитика

Crystals | Money

Level	Events count	Earned	Bought	Spent	Account
1	67 899	799.2	0	719.36	55.89
2	16 975	1 398.6	0	1 482.57	58.78
3	7 544	2 097.9	0	3 222.42	787.16
4	4 244	2 797.2	0	4 815.7	1 816.65
5	2 716	6 993	0	10 627.83	3 271.35
6	1 886	9 590.4	4 121.2	19 471.54	8 893.03
7	1 386	11 188.8	4 392.47	21 031.68	6 890.02
8	1 061	12 787.2	8 144.9	37 767.4	22 482.18
9	838	12 587.4	4 871.74	44 181.24	22 115.69
10	679	13 986	2 433.63	42 420.61	22 747.69
11	561	17 582.4	6 582.44	59 926.91	33 875.61

Чем отличается игровая аналитика



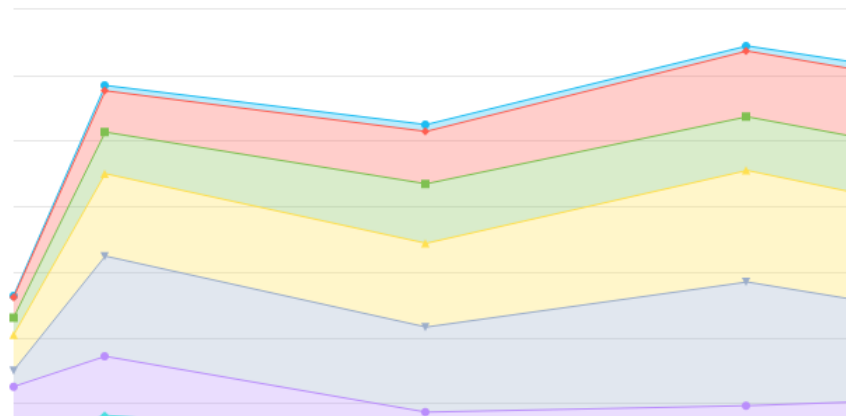
Как продать все эти отчеты?

- RFM-анализ
- LTV Forecast
- Currency balance
- Audience structure etc.

Number of paying users

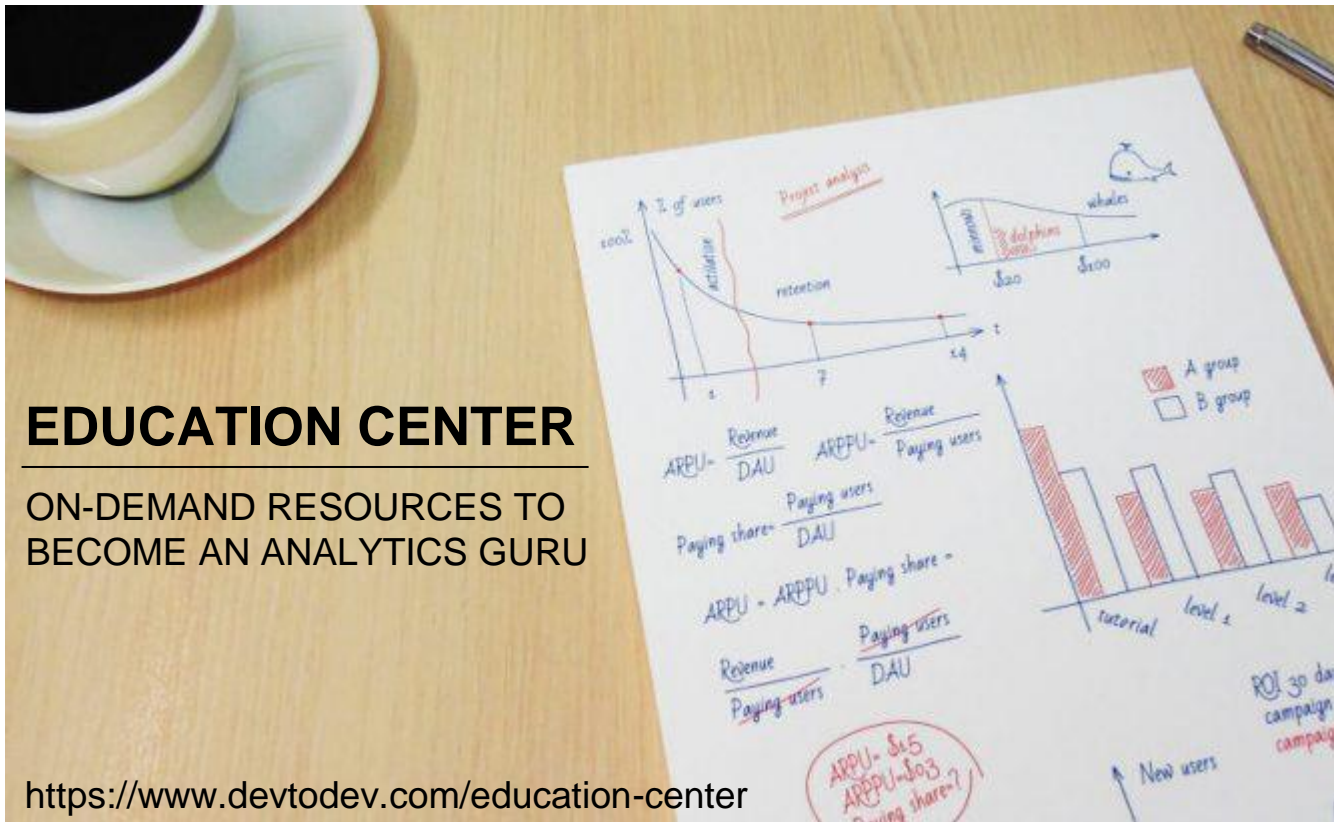
Frequency	Recency	Monetary		
		High	Medium	Low
Pay frequently	Paid recently	11	14	23
	Paid a while ago	47	95	112
	Paid long time ago	198	288	361
Pay sometimes	Paid recently	1	3	3
	Paid a while ago	12	15	9
	Paid long time ago	8	10	9
Pay rarely	Paid recently	0	1	0
	Paid a while ago	1	0	2
	Paid long time ago	0	0	0
Only one payment	Paid recently	6	32	64
	Paid a while ago	36	58	99
	Paid long time ago	84	90	328

Gross structure



Научить, как использовать аналитику

- Курсы
- Вебинары
- Статьи



EDUCATION CENTER

ON-DEMAND RESOURCES TO
BECOME AN ANALYTICS GURU

<https://www.devtodev.com/education-center>

Более 50 вебинаров

- Каждые три недели
- 200-300 регистраций на каждый вебинар
- На двух языках
 - *Эвенты и воронки. Как найти слабые места продукта*
 - *Активация пользователей. Как не дать им уйти*
 - *Lifetime и LTV. Как измерить, использовать и улучшить*
 - *Лояльность игроков. Зачем нужна и как ее посчитать*
 - *Детальный анализ изменений в играх*

Около 80 статей по аналитике

Опубликованных в:

APPTRACTOR

App2Top.ru

GAMASUTRA

DTF VC.ru

CoSSA

- Как улучшить качество трафика
- Как измерять виральность продукта
- Как сделать свои прогнозы более точными?
- Как распознать проблему на этапе soft launch
- 25 метрик пользовательской лояльности

devtodev

2 аналитических курса и готовящийся к выпуску 3-й

1 курс - базовый

общее кол-во слушателей - 1 500

сдали экзамен и получили дипломы - 150

2 курс - продвинутый

общее кол-во слушателей - 2 000

сдали экзамен и получили дипломы - 250

3 курс в разработке

предположительная дата выхода - осень 2017

- *Как получить побольше пользователей за те же деньги?*

- *Почему пользователи не делают того, что я от них хочу?*

- *Как перейти от гадания к прогнозам?*

Тест “Можно ли вам доверить развитие проекта”

<https://www.qzr.com/c/quiz/188535/865142ec-b7ec-495c-8369-83157afae4a>

Приглашенные спикеры курсов и вебинаров

- Pixonic
- Playrix
- Game Insight
- SEGA
- Enaza
- iLogos
- AlternativaPlatform

playrix



SEGA®



PIXONIC



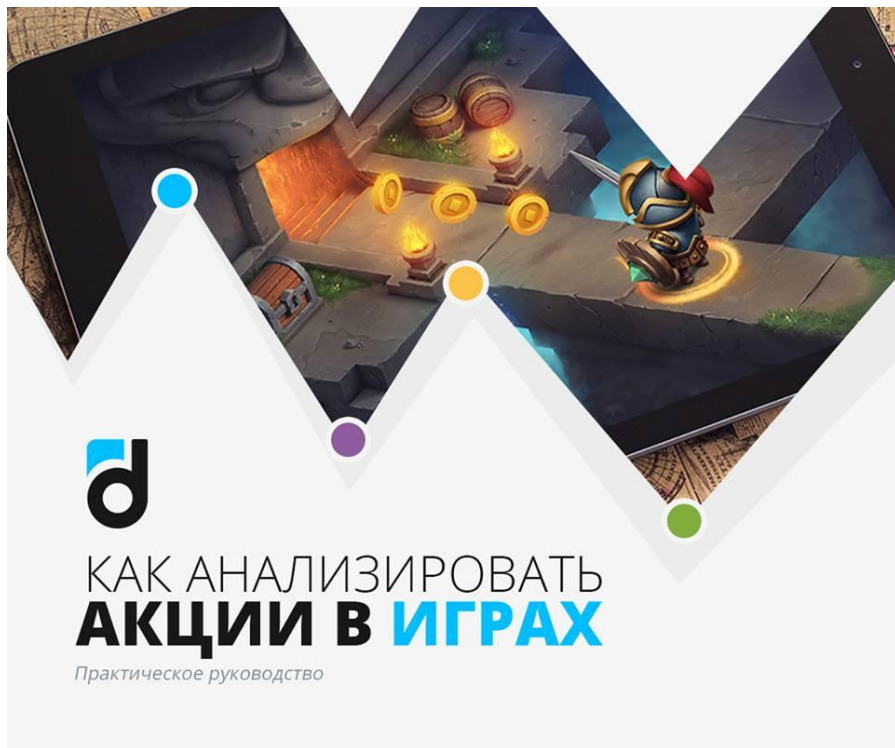
alternativaplatform



iLOGOS
PART OF YOUR TEAM

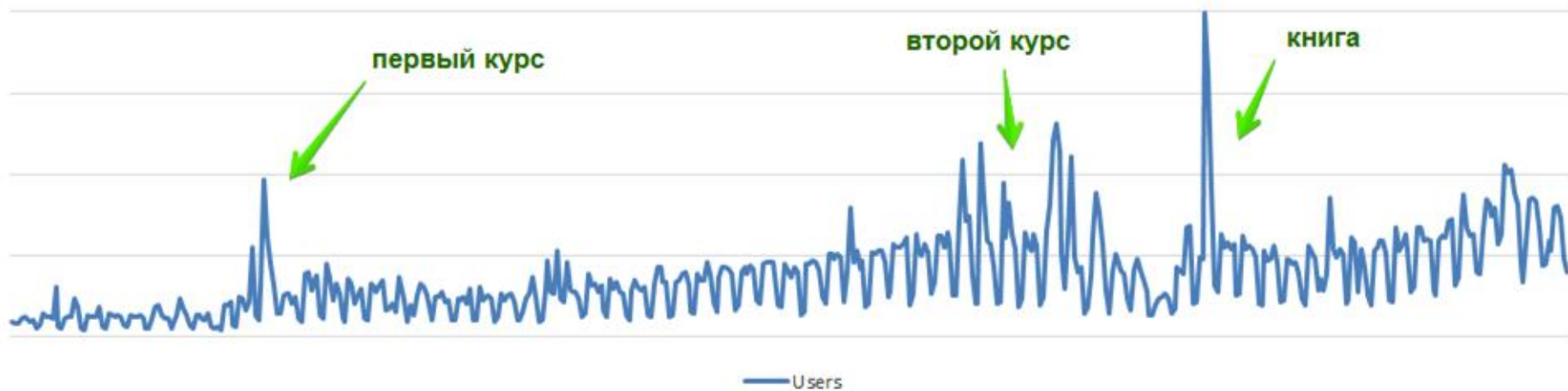
devtodev

И даже книга!



- Более **2 000** скачиваний
- На двух языках
- *Как выбрать самое лучшее время и срок проведения акции*
- *Как выбрать товар и размер скидки*
- *Как правильно анализировать акции*

Результат



Другие результаты

- К нам стали обращаться за советами и экспертной оценкой
- Мы узнали об актуальных проблемах, тенденциях и потребностях рынка
- Получили идеи для новых отчетов, фидбэк о работе с сервисом

Жизненный цикл идеи

клиенту потребовалось решить задачу

→ убедились в ее востребованности

→ придумали решение и интерфейс

→ провели бета-тестирование

→ получили фидбэк

→ сделали эту разработку доступной для всех

История отчета “User progress”

Complexity ▼ ✕ % of users passed the l... ▼ ✕ Audience ▼ ✕ Report time frame Last 7 days ↓

Locations	ed the location	Audience
Estate. Basement	5	83.56 67 899
Estate. Barn	9	69.59 57 714
Estate. Kitchen	9	:72 49 057
Estate. Living room	12	41 698
Estate. Cabinet	15	35 443
City. Supermarket	2	30 127
City. Office		25 608
City. Museum		21 767
City. City Hall		18 502
City. Bank		15 727
Park. Carousel	33	8.77 13 368

Search

- Flashlite spent per successful attempt
- Flashlite spent per unsuccessful attempt
- Gross
- Stars earned
- Stars earned per successful attempt
- Stars earned per unsuccessful attempt**
- Successful attempts
- Successful attempts per user
- Unsuccessful attempts
- Unsuccessful attempts per user
- Users passed the location

Принципы создания отчетов

- Решение конкретной проблемы
- Понятность
- Простота
- Удобство в использовании





Спасибо за внимание!

Карпова Вера
karpova@devtodev.com
facebook.com/vera.karpova.94