



Сегментируйте!

Алексей Долотов

Руководитель отдела исследований и аналитики

twitter: @dolotov

Одесса, #YaConf, 14 июля 2011

Почему сегментация?

Потому что среднее по больнице неинформативно.

Чтобы видеть картину мира более детально,
понимать суть и мотивы аудитории.

Зная сегменты аудитории, можно анализировать их
отдельно. Можно понимать их мощности, иметь
отдельные метрики.

Например, бывают показатели, которые в одном сегменте
меньше=лучше, а в другом больше=лучше.

Или свойства, имеющие смысл только в части классов.

Например, для изучающих товар: нашли ли ответ на свой вопрос.

Как ее делать?

Есть два основных пути. Лучше идти обоими одновременно:

1. Придумать классы из головы. Затем придумать критерии, по которым эти классы различать.
2. Кластеризовать «математикой» по всем значащим факторам.

Сегментация бывает разная

Социально-демографическая	пол, возраст, соц. статус
Географическая	город, страна, близость к магазину
Тематическая	развлечения, новости, авто
Платформы	десктоп/мобильные, iOS/Android/MS
Временная	старички/новички, время суток
Поведенческая	активные/пассивные
По целям	заказать, выбрать, случайные
Сегментация рынка	по цене, уровню конкуренции

Что нам даст сегментация?

- Понимание своей аудитории, своего рынка.
- Возможность измерять сегменты, их мощности по-отдельности.
- Возможность нацеливать продукты на сегменты, диверсифицировать

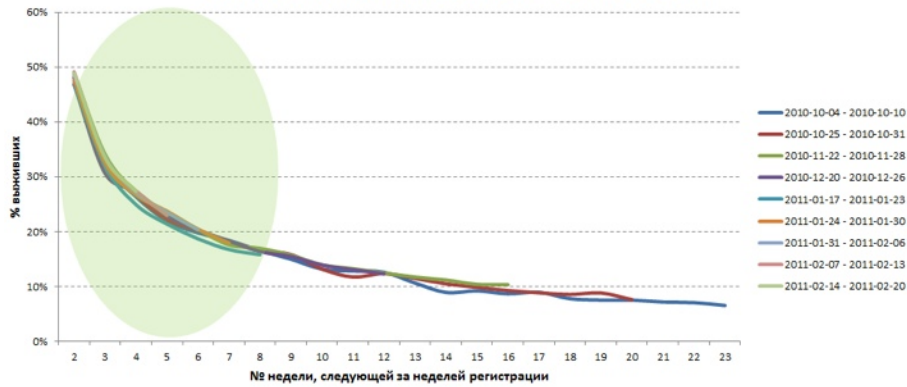
Примеры из жизни

Не всякая сегментация одинаково простая!

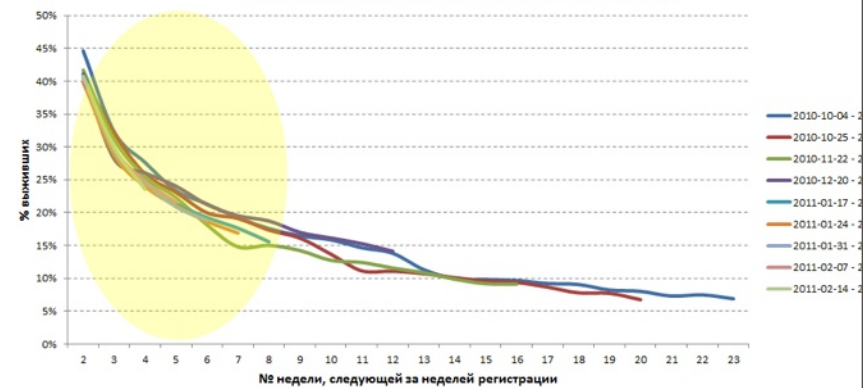
МЯП: churn rate по платформам

Только в срезе платформы был виден рост залипаемости МЯП

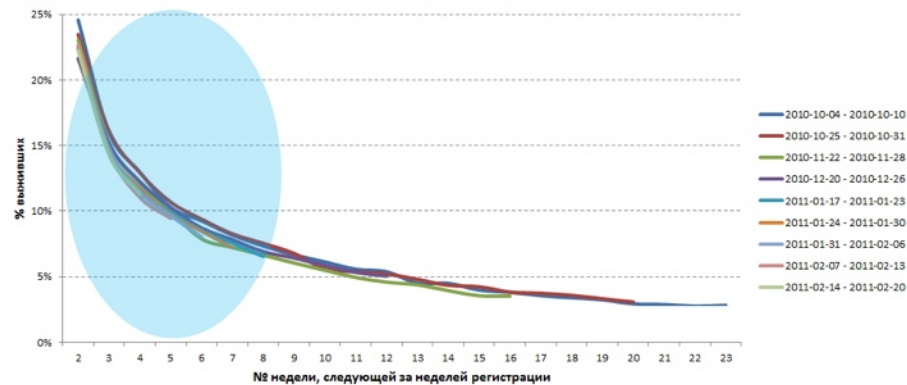
Выживаемость на Windows Mobile, недельные срезы



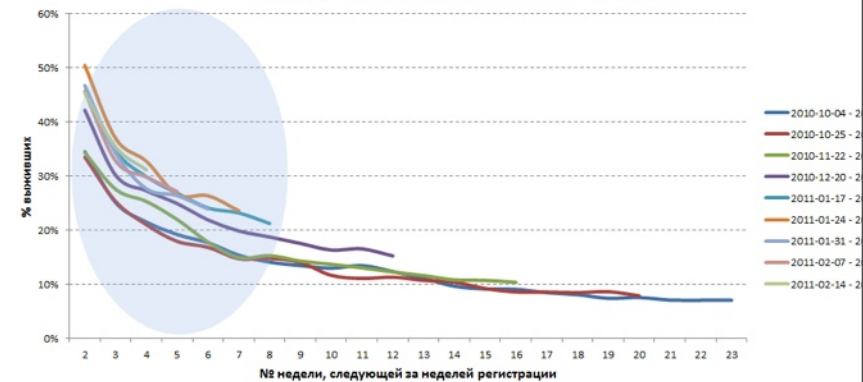
Выживаемость на Symbian, недельные срезы



Выживаемость на Java, недельные срезы



Выживаемость на Андроиде, недельные срезы



Студенты vs. нормальные люди Как сделали?

Взяли развернутые top properties по comScore и вручную/классификаторами раскрасили по «структуре» и «интентам».

Посчитали affinity молодой аудитории в каждом проекте и наложили на знание структуры и интентов.

Насладились результатом.

Студенты vs. нормальные люди

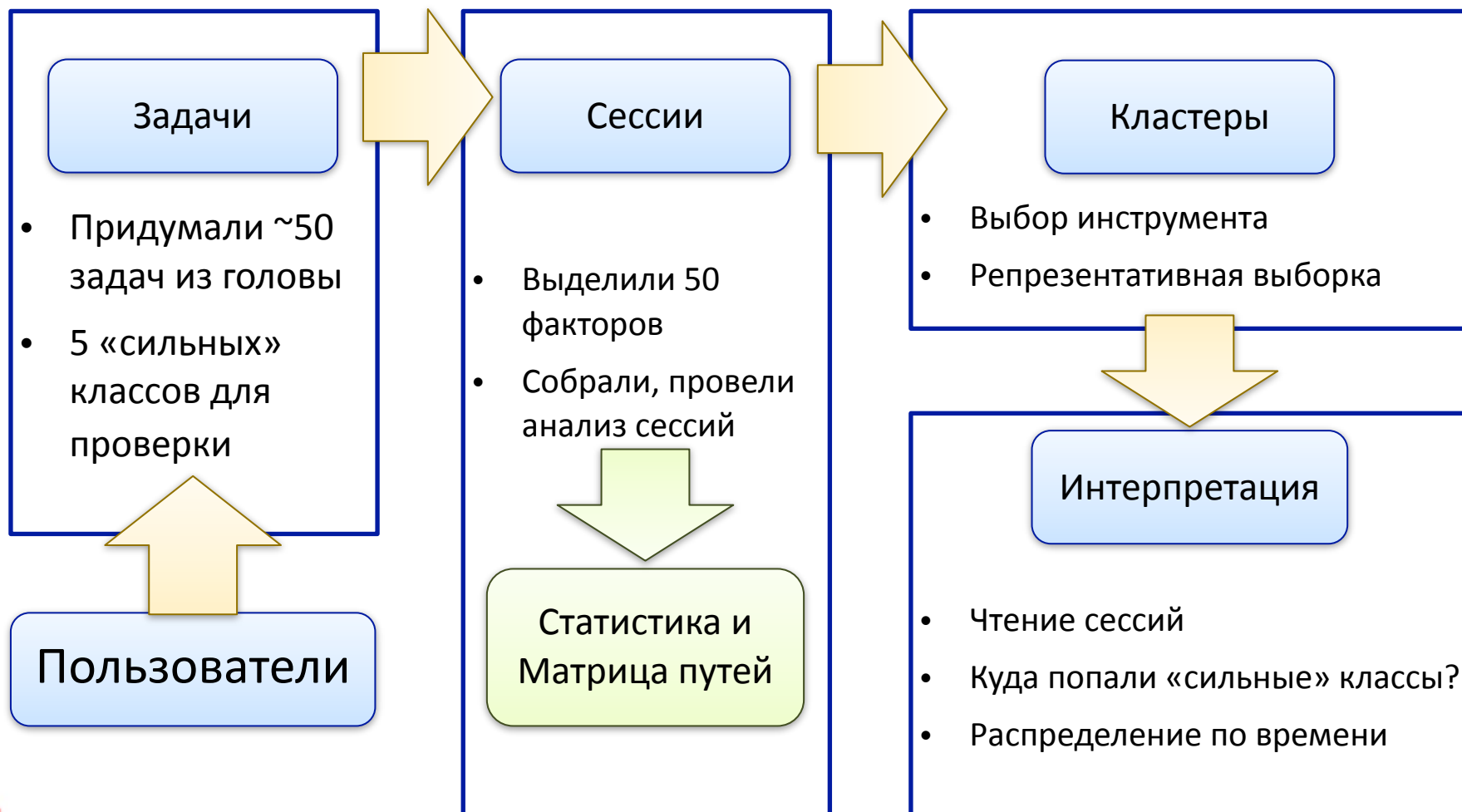
affinity по интентам

intents	top_1524	top_all	diff
СКАЧАТЬ	2,5	2,2	0,2
ОБЩЕНИЕ	5,1	5,0	0,1
ИГРЫ	0,3	0,2	0,1
ОБРАЗОВАНИЕ	0,4	0,4	0,0
ПЕРЕВОД	0,1	0,1	0,0
ЧИТАТЬ ОНЛАЙН	0,1	0,1	0,0
РАБОТА	0,1	0,1	0,0
АПДЕЙТЫ	0,8	0,8	0,0
ОТВЕТЫ	0,0	0,1	0,0
КУПОНЫ	0,1	0,1	0,0
СКИДКИ	0,1	0,1	0,0
ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ	0,2	0,2	0,0
ПОКУПКА	0,5	0,5	0,0
ШТЫРИТЬ	1,4	1,4	-0,1
ПОИСК	2,7	2,7	-0,1
НОВОСТИ	1,5	1,6	-0,2

Студенты vs. нормальные люди affinity по структуре

structs	top_1524	top_all	diff
СОЦСЕТЬ	1,6	1,5	0,1
ФАЙЛООБМЕННИК	1,2	1,1	0,1
КАТАЛОГ	0,5	0,4	0,1
БЛОГИ	0,9	0,8	0,1
ТОРРЕНТЫ	0,7	0,6	0,1
СПРАВОЧНИК	0,2	0,2	0,0
ФОРУМ	0,3	0,2	0,0
ФОТОХОСТИНГ	0,1	0,1	0,0
БИБЛИОТЕКА	0,1	0,1	0,0
ВИДЕОХОСТИНГ	0,1	0,1	0,0
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН	0,4	0,4	0,0
АГРЕГАТОР	0,0	0,1	0,0
ИНТЕРНЕТ-АУКЦИОН	0,1	0,1	0,0
ГОВНОТРАФИК	0,2	0,2	0,0
ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ	0,3	0,3	0,0
ПОРТАЛ	5,1	5,2	0,0
ОБЪЯВЛЕНИЯ	0,6	0,7	0,0
НОВОСТИ	0,9	1,1	-0,2

Сегментация сессий Картинок





Вывод: надо мыслить сегментами ;)

Отвечу на ваши вопросы,
но чуть позже.

Алексей Долотов

Руководитель отдела исследований и аналитики

adolotov@yandex-team.ru

[@dolotov](#)