

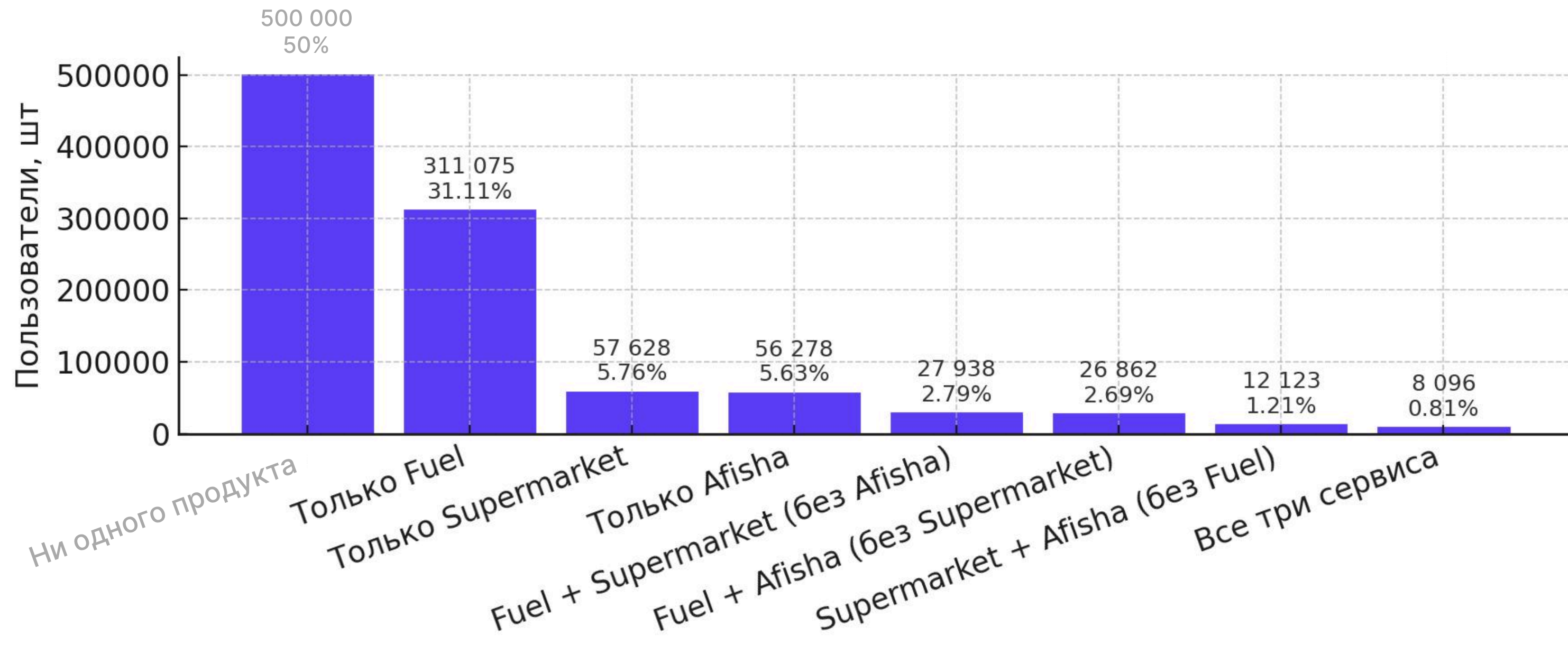
Мульти

Каждый аналитик желает знать как
улучшить продукт

TG @Anyyashh

ДАННЫЕ ГОВОРЯТ..

Топливо пользуется большой популярностью,
продукты и афиша - нет



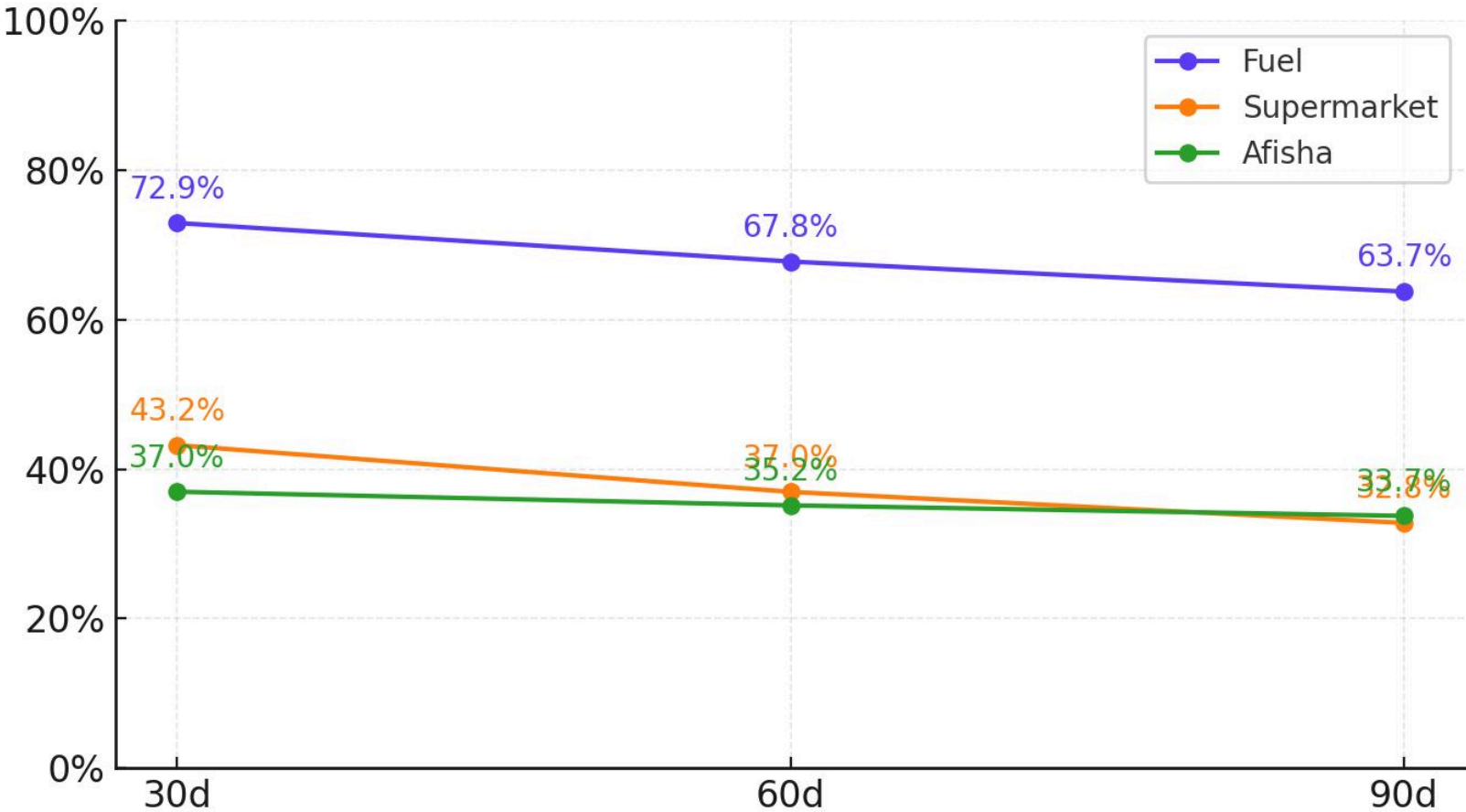
Топливо — регулярный сервис с устойчивым возвратом, у других с этим проблемы

Ушли после 1-го заказа



В Продуктах и Афиши многие не делают второй заказ → отличные кандидаты на эксперименты по удержанию (купоны на 2-й заказ, one-tap reorder, триггеры по выходным и т.п.)

Rolling retention



А вот и проблема..

Одни уходят после первого раза, а другие и вовсе не хотят пробовать.. ведь им неинтересно

Как решить? Гипотезы в студию:

Гипотеза 1. Если показывать на главном экране сразу после захода в приложение ненавязчивую плашку «в приложении теперь есть игра с призами после покупки», а саму игру открывать только после успешной транзакции (например, заправки или заказа), то мы повысим конверсию к покупке и повторные заказы за счёт ожидания награды и «момента радости» после оплаты

*шире охват, безопаснее экономика, мульти-эффект на LTV

Гипотеза 2. Если после успешной заправки в Мульты показать пользователю купон на заказ в “Продуктах” с ограниченным сроком действия (24 часа) и автоприменением в корзине, то вырастет доля пользователей, оформивших заказ в “Продуктах” в течение 7–14 дней, и число вторых заказов, потому что снижается барьер «дорого/лень собирать корзину».

*хорош как точечный ускоритель для Продуктов, когда готовы к операционным и скидочным издержкам

Что же лучше? Приоритизируем!

Фреймворк ICE:

| Гипотеза | Impact | Confidence | Ease |
|-------------------------------------|--|---|--|
| 1. Плашка + игра после покупки | 8 – затрагивает все вертикали, растит Repeat30/Second-order, мультисервисность | 7 – механика понятная, риски по марже низкие; подтверждают кейсы retention через «момент радости» | 8 – MVP: баннер, экран «успех», простая игра, интеграция с купонами/кэшбэком |
| 2. Купон на Продукты после заправки | 7 – ускоряет adoption Supermarket и 2-й заказ в узком сегменте Fuel | 6 – сильная зависимость от SLA/каннибализации, нужно следить за CPA и фродом | 5 – купонная логика, капы, автоприменение, антифрод; операционные |

Итого: приоритет у гипотезы №1 (448 > 210)

