

Как создать продукт за 30 дней и 30 ночей

ДЕНЬ 10: Юнит-экономика (часть 2)
Определяемся, какие каналы будут
самыми эффективными, и в которые мы
будем вкладываться





Как будем работать мы?

Подумаем над привлечением аудитории и
посмотрим что там у конкурентов, ~~и есть ли они:~~

Как привлечь пользователей? Выбираем каналы продвижения для нашего продукта

Как привлечь пользователей? Юнит-экономика (часть 1)

Как привлечь пользователей? Юнит-экономика (часть 2) Определяемся, какие каналы будут самыми эффективными, и в которые мы будем вкладываться

Конкурентный анализ: Анализируем конкурентов и их буткемпы.



Юнит-экономика

Метод оценки экономической модели продукта, путем расчёта прибыльности одного юнита. Юнит – может быть клиент, продажа, транзакция, объем ресурсов.

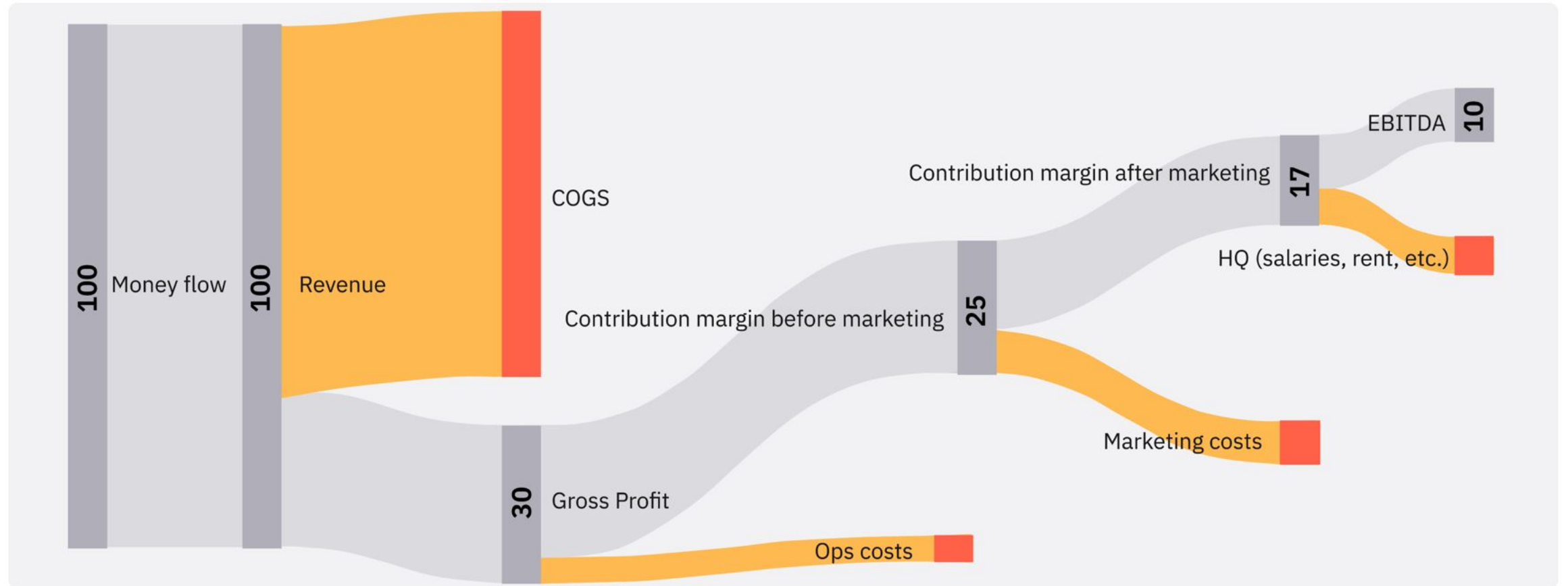
Подходы к расчету юнит-экономики:

- Продуктовая юнит- экономика: Юнит-экономика как операционная эффективность канала привлечения
 $LTV^* > CAC$
- Юнит-экономика с учетом всех затрат на 1 юнит: Юнит-экономика как окупаемость 1 юнита с учетом всех затрат на него
 $LTV > CAPEX \text{ и } OPEX \text{ на } 1 \text{ юнит}$

**Иногда может встречаться понятие net LTV - LTV за вычетом себестоимости*



Экономика компании



Так с чего же начать?

- 1 **выделяем юнит**
- 2 **рассчитываем доходную часть**, к примеру, при продаже единицы продукции или LTV
- 3 **рассчитываем затраты**: на привлечение, себестоимость и др. затраты на 1 юнит
- 4 **вычитаем** из приведенной выручки от продажи единицы продукции или LTV приведенные COGS, затраты на привлечение CPA и другие затраты на 1 юнит
- 5 **оцениваем** полученный результат
- 6 **profit или нет**



Давайте построим нашу юнит-экономику!





Приоритезация

– процесс упорядочивания беклога продукта в зависимости от потенциальной пользы изменения.

Параметры, влияющие на приоритет:

- 1** **Потенциальное влияние на продукт.** Например, степень влияния на САС или LTV.
- 2** **Степень уверенности в гипотезе.** Вероятность, что гипотеза “выстрелит”. Гипотеза, подтвержденная интервью или цифрами с бОльшей вероятностью выстрелит, чем неподтвержденная хотелка.
- 3** **Затраты на производство изменений.** Переименовать кнопку – 30 минут, а создать систему лояльности – 3 месяца. Не все фичи одинаково легко произвести.

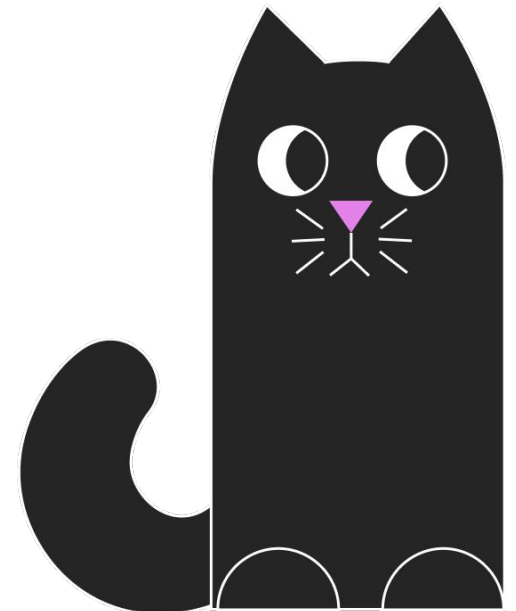


А что будет дальше?

ДЕНЬ 11: Конкурентный анализ: Анализируем конкурентов и их буткемпы.

Домашнее задание:

Составить анализ рынка нашего продукта





Вопросы?





Спасибо
за внимание

A yellow hand-drawn smiley face is positioned to the right of the text. It has two vertical lines for eyes and a large, curved line for a smile, partially overlapping the word 'за'.