

## **Общее.**

### **Почему вы хотели бы работать продакт-менеджером?**

*Работа продакт-менеджера объединяет в себе две области навыков. Первая - менеджерская: коммуникация, как средство выяснения потребностей заказчика и аналитики пользовательского опыта; коммуникация как средство управления или сопровождения команд; коммуникация, как способ презентации, для “продажи” продукта, решения или идеи.*

*Вторая - аналитическая. Это поиск информации для принятия стратегически верных решений. Она включает продуктовую аналитику, веб-аналитику, маркетинговую аналитику + навыки расчёта юнит-экономики и умение планировать маркетинговые воронки с упором в пользовательский опыт.*

*Я хочу работать на этой позиции, потому - это интересно. Ты непосредственно участвуешь в создании и развитии продукта, получаешь обратную связь от потребителя, генерируешь идеи и стратегии для роста, проверяешь их.*

*Пожалуй, это самая интересная игра на свете.*

## **Базовые понятия.**

### **1) Как понять, что продукт разработан хорошо?**

*Он удовлетворяет предъявленным требованиям пользователей. Мы видим это через показатели - метрики, это ориентир по которому мы измеряем эффективность продукта. Это могут быть количественные показатели, как конверсия, LTV или Retention. Так и качественные, например индекс NPS - удовлетворенность пользователей.*

*Под каждый продукт можно создать пирамиду метрик или иерархическую схему, чтобы оттолкнуться от ключевых метрик и понять какие метрики 2-го и 3-го уровня нужно подтягивать, чтобы получить на выходе ключевые показатели, свидетельствующие о том, что продукт работает хорошо, а значит разработан хорошо.*

*Я бы добавил сюда еще то, что у разработанного продукта должна быть возможность к итерационному улучшению. Если при разработке сделали “консервную банку”, которую неудобно и дорого улучшать, то это точно не “хорошо разработанный продукт”*

### **2) Предложите новую функцию для сайта lunda.ru. Какие метрики вы будете использовать, чтобы проверить успешность функции?**

*Установить виджет “вы просматривали” в нижней области страницы. Каталог оборудования очень большой и если пользователь не сохранил себе ссылку на оборудование, считай, что потерял.*

*Эффективность можно измерить через метрики взаимодействия показы, просмотры, клики + конверсии из показов в просмотры, из просмотров в клики.*

*Можно настроить модель атрибуции заказа. Что если пользователь кликнул на товар в виджете и купил через 24 часа (а в некоторых случаях ставят до 7 суток), тогда можно будет смотреть заказы через виджет и конверсию из кликов в заказы.*

*Также можно будет считать выручку на просмотревшего пользователя. И даже средний чек.*

### Дополнение:

Ставим этот же виджет + Поп-ап, который всплывает перед уходом с предложением подписаться чтобы:

1) мы отправили пользователю на почту просмотренные товары и какую-то полезность, например проектные рекомендации и скидку на установку.

2) мы отправили ему сообщение, если вдруг на просмотренные товары появится скидка.

Эффективность Поп-ап можно так же мерить через, кол-во показов, кол-во подписавшихся, конверсию в подписчика. Далее мы уже смотрим на письмо - кол-во просмотров и кол-во заказов, конверсию в заказы, конверсию в платящих подписчиков, выручка, выручка на подписавшихся пользователей, средний чек.

### **Приоритеты. Опишите подробный алгоритм действий по каждому сценарию.**

**1) Сценарий: Клиент попросил подготовить новую версию web-сайта к следующему понедельнику. Вы понимаете, что в соответствии с оценкам разработчика вы не успеваете.**

*Для начала нужно понять, какие в этом случае штрафы за срыв сроков.*

*Если штрафные санкции значительны, тогда пробуем действовать по следующему алгоритму.*

*Сначала понять о каком объеме работы идет речь. Что конкретно не успевает сделать разработчик. Какая часть функционала будет реализована к назначенному сроку, а какая нет?*

*Без нереализованной части мы не можем презентовать сайт клиенту в режиме "MVP"?*

*Возможно клиенту не важна та часть функционала, которую мы не успеваем доделать? Тогда сможем с ним договориться на то, чтобы презентовать уже часть работы.*

*Назначаем срок презентации по невыполненной части функционала. Только теперь сначала оценка с командой, а потом озвучивание сроков клиенту.*

*Если этот вариант не подходит?*

*Тогда можно попробовать привлечь больше ресурсов команды разработки.*

*Да, это трата бюджетов, но если мы теряем от срыва сроков поставки продукта больше, чем потратим на дополнительные силы разработов, то стоит воспользоваться этим алгоритмом.*

*Если от срыва сроков штрафов нет, то можно выходить с клиентом на коммуникацию и передвигать сроки, честно признаваясь в том, что первоначальная оценка объема работы была некорректной. Приносим извинения перед клиентом. Озвучиваем новый срок презентации.*

*Провести работу над ошибками. Меняем стратегию оценки объема работ, так чтобы повтор подобной проблемы сводился к минимуму.*

**2) Сценарий: Клиент назначил демонстрацию проекта на завтра на 18:00. У вас уже назначена сдача другого проекта другому клиенту на это же время. Как быть?**

*В этом случае мы не можем быть в двух местах одновременно.*

*Тут нужно тактично сообщить о том, что в назначенный час у меня назначена презентация.*

*Если есть кому вместо меня провести эту презентацию на должном уровне, то назначаем коллегу, и сообщаем об этом клиенту. Тут нужно проследить за подготовкой к презентации и убедиться, что донесение будет точным, верным и эффективным.*

*Коллега должен быть в курсе продукта в курсе потребностей клиента, знать узкие места презентации, которые нужно аккуратно обойти и правильно ответить на все вопросы.*

*Если же мне замены нет?*

*Сообщить клиенту о том, что нам важно что презентация прошла отменно и поэтому никому кроме меня это доверять нельзя. К сожалению на назначенное время уже поставлена презентация.*

*Очень тактично предложить другие варианты дат и времени.*

## **Технологии.**

**Разработчики в команде привыкли использовать PWA-архитектуру при разработке мобильных приложений. Какое ваше мнение о такой архитектуре приложений?**

*Отличие PWA мобильного приложения от обычных нативных приложений в том, что нативное приложение - отдельная программа которая устанавливается на смартфон.*

*PWA приложение использует браузер. В кэше хранится статика, к которой обращается браузер, когда вы запускаете приложение.*

*А иконка на рабочем столе смартфона создает ощущение, что у вас обычное мобильное приложение.*

*Плюс PWA приложений - оно занимает меньше места на смартфоне. Для нас, как для разработчиков содержание и разработка такого приложения выйдет дешевле.*

*Фишка PWA архитектуры в том, что вам не нужно отдельно разрабатывать сайт и мобильное приложение. Вы делаете сайт, который адаптируется в мобильное приложение. Пользователь устанавливает мобильное приложение с вашего веб-сайта*

*Для пользователя оно выглядит как обычное мобильное приложение на его смартфоне.*

*Есть нюансы. Например, пуши не работают на IOS. PWA приложение менее производительные. Так же есть сложности к обмену данными между другими*

сервисами и вашим приложений из-за закрытой архитектуры.

**UX/UI. Дизайнер прислал макет интерфейса регистрации/входа на сайт. Какую обратную связь вы ему дадите об этом интерфейсе?**

Cr  
Wh  
Em  
St  
s. View our  
Last Name\*

*Мы хотим мотивировать пользователя авторизоваться или зарегистрироваться в сервисе.*

*Значит элемент текста, где объясняется пользу действия - “sign in to check out faster”, нужно вынести в заголовок. Сейчас его почти не видно.*

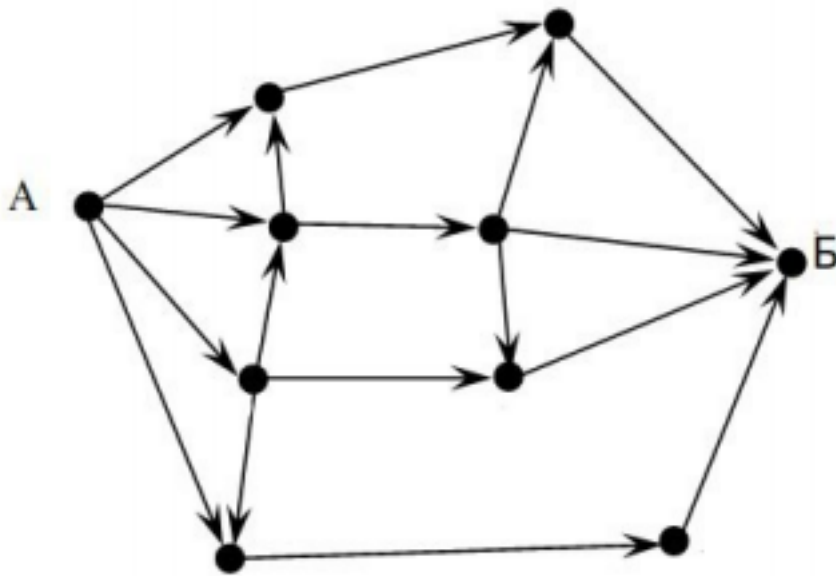
*Можно протестировать вариант с указанием в тексте на сколько быстрее будет сделан заказ “Login to place an order 3 times faster”*

*Строчку “Sign In Or Sign Up” можно убрать совсем в ней нет никакой пользы. И так понятно что это форма входа/регистрации.*

*Можно текст на кнопку регистрации чуть изменить добавить вопрос “New user? Sign UP!”*

*Текст в кнопке можно отцентровать по форме.*

**Задача.**



Выше изображен процесс перехода из точки А в точку Б. Сколько существует различных вариантов попадания в точку Б?

Решение

Индекс вершины А = 1

Индекс вершины F1 = 3, индекс вершины C1 = 5

Индекс F2 = 2, индекс вершины C2= 2

Индекс F3 = 1, индекс вершины C3 = 3

Индекс F4 = 2, индекс вершины C4 = 2

Индекс вершины Б = 12

В точку Б можно прийти 12-ю разными способами.