

Алексей Горностаев CV (RU)

Меня зовут Алексей Горностаев и я занимаюсь созданием медиа и сервисных продуктов. За последние 10 лет я принял участие в создании и развитии сервиса цифровой дистрибуции видеоигр, набора инструментов для маркетинга мобильных игр, медиа с охватом 5+ миллионов человек и, наконец, в качестве сооснователя, информационно-рекомендательной базы данных про видеоигры.

Контакты:

- Email: me@alexey.is
- Вебсайт: alexey.is

Что я умею:

- проектировать и создавать новые продукты
- анализировать, находить и исправлять смысловые ошибки в уже запущенных проектах
- настраивать рабочие процессы и управлять небольшой командой
- понятно формулировать цели (куда хотим прийти), средства достижения (что нужно сделать), и метрики эффективности результата (проверяем получилось ли).

Проекты:

1. RAWG/AG (Ноябрь 2016 - 2020)

- Я соосновал rawg.io. RAWG - это рекомендательная база данных видеоигр. Примерно как если бы дневник просмотренного кино Letterboxd встретился с IMDb.
- Делая игровое медиа мы видели на своем трафике, что большая часть аудитории приходит на сайт ради базы видеоигр, не смотря на то, что у нее очень базовый функционал и мы тратили совсем немного своего времени на ее поддержание и развитие.
- Мы видели здесь потенциал: большой интерес аудитории, подтвержденный количеством запросов про игры в поисковиках, растущие темпы выхода новых игр на всех

платформах и отсутствие продукта на рынке, который бы соединил все это воедино.

- Я занимался подготовкой проекта к старту: сформулировал и описал концепт, подготовил роадмап, питч-дек, нанял первых членов команды и руководил разработкой.
- После релиза первой версии и позитивного фидбека на нее со стороны инвесторов и комьюнити мы получили зеленый свет на дальнейшую разработку и продолжили строить продукт.
- В 2019 мы запустили русскую версию проекта на домене ag.ru - идеологически близким нам и одним из старейших сайтов про видеоигры в рунете.

2. Канобу/Rambler-Games (Январь 2013 - Ноябрь 2016)

- Я вернулся в компанию отвечать за перезапуск kanobu.ru в качестве классического современного медиа с богатой визуальной и мультимедийной подачей материалов в стиле тогда только стартовавшего Polygon.com и других медиа от VOX.
- Запуск получился не без проблем и последующий роадмап был сильно изменен ради исправления ошибок.
- Мы адаптировали шаблоны сайта под мобильный девайсы постранично, чинили SEO и структуру сайта, чтобы как можно быстрее выпускать обновления и исправлять ситуацию с трафиком.
- Я отвечал за концепт и разработку блочного редактора материалов, с помощью которого можно было создавать богатые визуально статьи в духе Look At Me, Polygon и The Verge.
- Руководил проектом seo-оптимизации сайта и к 2016 году нам удалось достичь цели в 2М уникальных пользователей/месяц (50% YoY рост). На тот момент это были рекордные показатели для сайта.
- После того как я перестал отвечать за продукт в компании я вошел в состав совета директоров и продолжил помогать развитию в новом качестве.
- Канобу вырос с 1М до 9М визитов в месяц за 3 года и отстает от ведущих медиа про игры в рунете.

3. Game Insight (Январь 2012 - Январь 2013)

- Нужно было сделать маркетинговую социальную платформу для мобильных игр компании, которая была бы доступна прямо внутри игр и помогла бы улучшить ретеншен

аудитории.

- Мы сделали архитектуру с тонким клиентом и весь контент отправляли с сервера, чтобы иметь возможность оперативно его обновлять и не зависеть от циклов апдейтов приложений.
- В 2012 году встроенные в приложения браузеры были очень ограничены, поэтому много времени заняло преодоление всех технологических проблем, ограничений и оптимизации производительности.
- На тот момент наше решение было возможно наиболее функционально богатым из внутриигровых: система кросс-промо игр, аккаунты пользователей, система отправки тикетов для поддержки, сбор статистики, витрина других игр и новостей.
- Я попал в проект, когда он находился в лимбо и никак не мог запуститься. Пришлось целиком перестраивать команду и резать функционал.
- В итоге мы выпустили проект для всех iOS игр компании (18 наименований, несколько миллионов DAU) и стартовали портирование клиента под Андроид.

4. Epic (Август 2011 - Январь 2012)

- Я отвечал за создание сервиса цифровой дистрибуции игр epic.kanobi.ru для российского рынка.
- Нужно было сделать и запустить проект за 2 месяца.
- Канобу на тот момент целиком зависел от рекламных доходов. Нашей задачей было создать второй источник дохода для компании.
- Я отвечал за роадмап, сроки и руководство разработкой. Команда была маленькой, поэтому приходилось также заниматься понемногу всем: от поддержки пользователей до помощи с UI/UX.

У меня было несколько экспериментальных сайд-проектов:

- **2014 - MixTab.** Веб-сервис для создания коротких компиляций любимых песен. Из каждого трека вырезался 11-секундный отрезок и потом эти отрезки склеивались вместе с транзиционными для плавных переходов между собой. Конечный результат представлял из себя что-то вроде короткого микстейпа.
- **2012 - Text and Glory.** Проект на викенд: ода .txt формату

файлов .

- **2012 - AppCatcher.** Чарт мобильных приложений, о которых пишут ваши друзья в соц.сетях.
- **2011 - Radarica.** В то время в Твиттере было очень сложно следить за диалогами и ответами - не было возможности посмотреть все реплаи к твиту. Я сделал небольшое веб-приложение, которое делало именно это - выводило дискуссии целиком, включая ответы на ответы.
- **2009 - Igromatika.** Агрегатор цен на видеоигры, созданный во время, когда переход на цифровую дистрибуцию еще был в самом разгаре и видеоигры продавались на самых разных носителях: коробках и джевеллах, коллекционных и цифровых изданиях в разных магазинах.