

Перспективы развития Кикшеринга

Лекомцев Андрей, Младший продуктовый аналитик



Пару слов обо мне

2018 - н.в. Высшая школа экономики,
Бизнес-информатика

2019 - МТС, Стажер-аналитик

2020 - н.в. Ситимобил,
Младший продуктовый аналитик





Для начала небольшая история

Давайте знакомиться, это Ваня!



Ваня – руководитель продукта,
у него много классных идей и задач,
которые нужно выполнить в ограниченный
срок.



/ А ещё, у Вани много Стейкхолдеров!



Маркетинг



Операции



Экосистема



Стратегия



Технический
и
продуктовый
долг



Продукт



Воронка продуктовой фичи



- CX (баги, фича реквесты, отзывы, саппорт);
- Researches / UX;
- Ситуация на рынке и действия конкурентов;
- Стратегия (plan VS fact / IR / GR);
- Инсайты и точки роста на основе данных.

- Генерация и проверка гипотез на данных;
- Сбор нужной для разработки решения информации;
- Ответы на вопросы;
- Принятие решения (делаем/не делаем).

- Сравниваем решения между собой;
- Дизайн и проводим эксперименты (в том числе выбираем метрики для оценки эффективности решения);
- **Даем оценки для приоритизации и планирования.**



/ Чем мы можем помочь Ване?



1. Дать **верхние оценки** для всех задач
2. **Приоритезировать** задачи на основе вашей методологии





А теперь к нашей основной теме

/ Ситимобил берет курс на мультимодальность



Мультимодальные поездки - поездки, выполненные на более чем одном виде транспорта

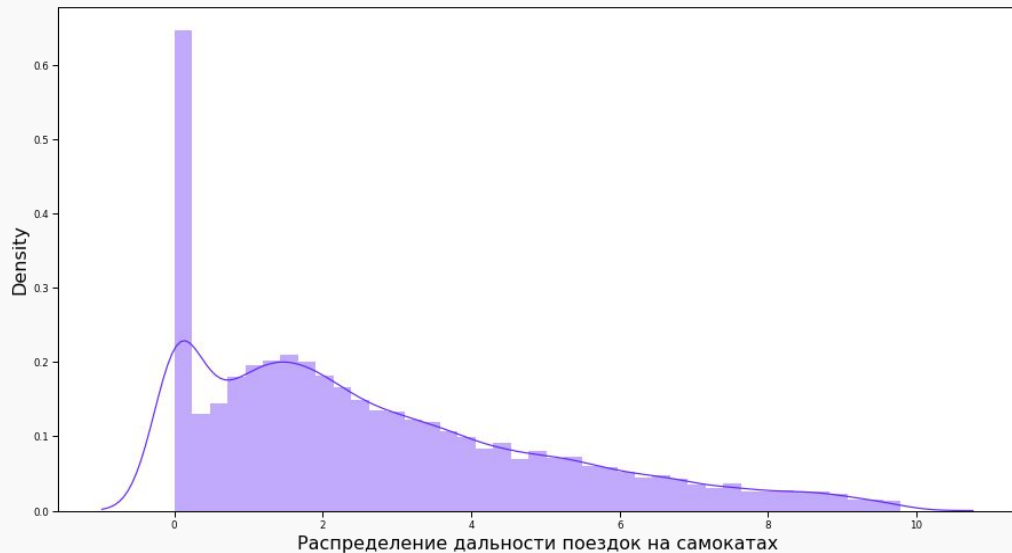
Для этого нам нужен **кикшеринг!**

Кикшеринг - краткосрочная аренда самокатов

Сейчас **Ситимобил** выступает в качестве агрегатора самокатов



Самокаты как транспорт



- **Сезонность**
 - В Москве с **1 апреля** по **15 ноября**
 - В Адлере сезон не заканчивается
- **На самокате может ездить только один человек**

/ Как и на какие кейсы разбили задачу?



Поездки от метро

Когда не хочешь от или до метро идти пешком, потому что слишком далеко или устал



Короткие поездки

Когда на самокате точно можешь быстрее добраться по делам, потому что не будешь стоять в пробках и можешь выбрать компактный маршрут



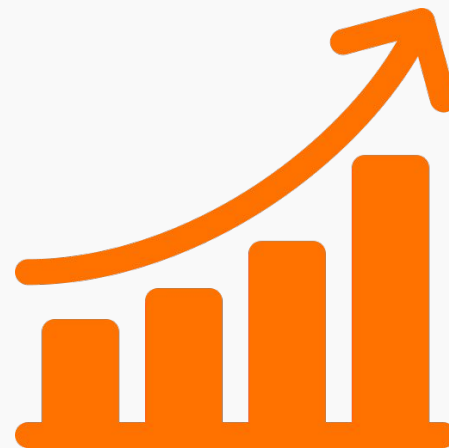
Последняя миля

Когда куда-то нельзя доехать на такси и приходится идти пешком

/ На какие метрики мы опираемся для оценки?



- Изменение **GMV** в %
(**Gross Merchandise Volume**)
- Изменение Клиентских и Водительских стимулов
(скидки и доплаты водителям)



/ Как оценивали каждый кейс?



Для коротких поездок и поездок для метро

ΔGMV = сумма возможных чеков самокатов – сумма водительских чеков

Стимулы = сумма водительских чеков – сумма клиентских чеков

Для поездок “Последней мили”

ΔGMV = количество поездок на самокатах * чек поездки на самокате * конверсия,
конверсия \in {пользователи, ездившие на самокатах/все пользователи Ситимобила, 1}

Что мы насчитали?



- Верхняя оценка **сокращения Стимулов** в Москве: **Y%**
- Верхняя оценка **увеличения GMV** в Москве: **X%**

/ Поездки до метро

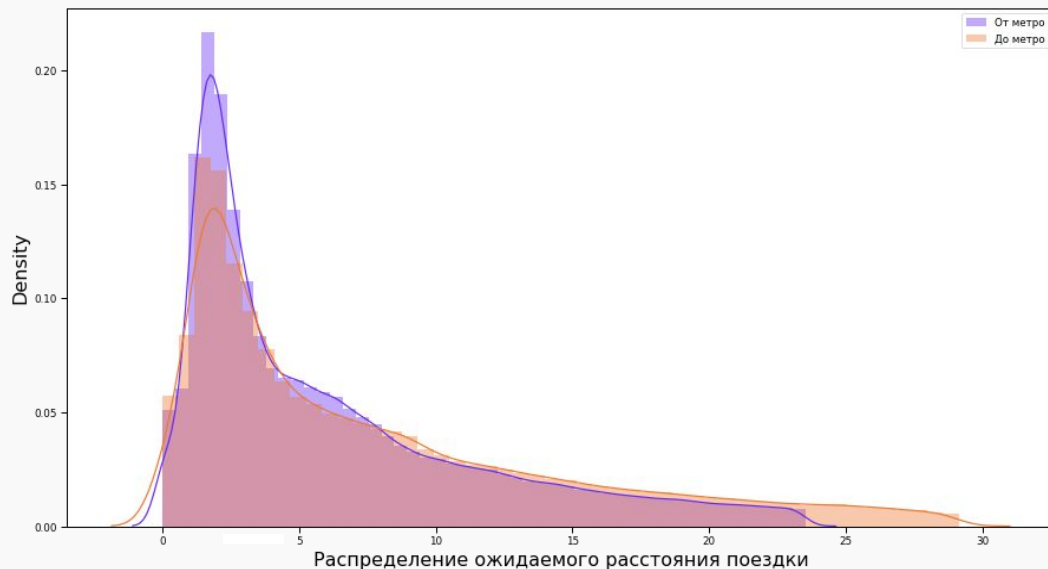


~3% от всех поездок в
Москве

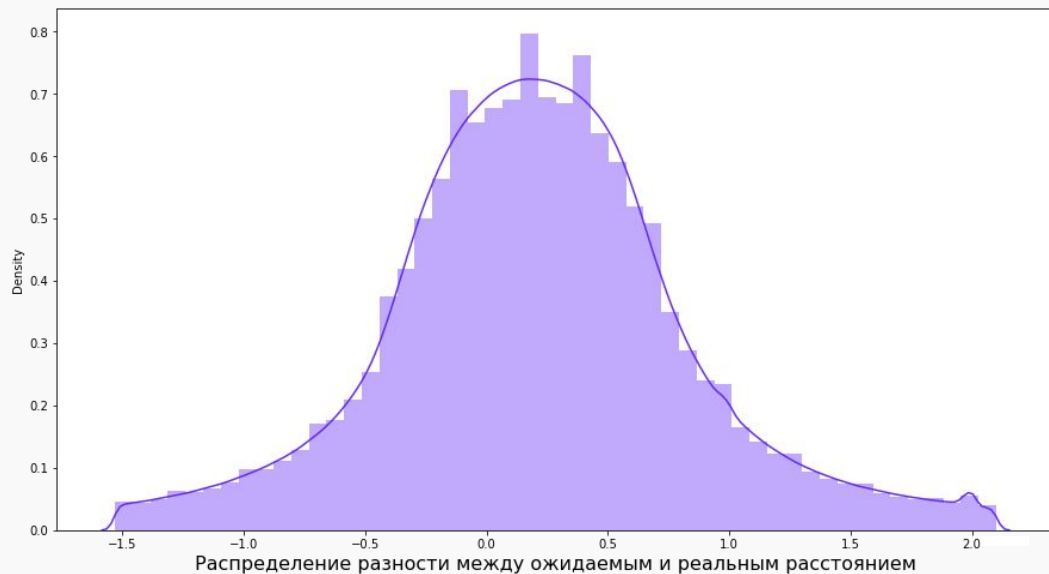
Клиентские доплаты

-0,02*Y% ↓

GMV на 0.175*X% ↑



Поездки “Последней мили”



Под критерии
подпадают **~15%** от
всех поездок в
Москве

По верхней оценке:
+3/4*X% GMV

За счет **дополнительных
поездок** на самокатах

/ Короткие поездки

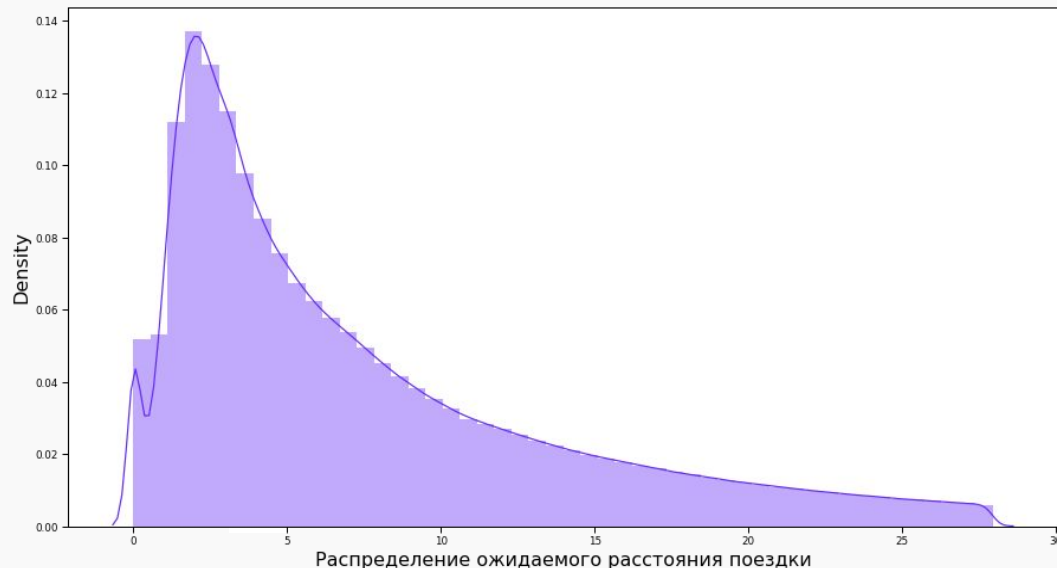


~1/4 от всех поездок в
Москве

GMV $+1/4 * X\%$ 

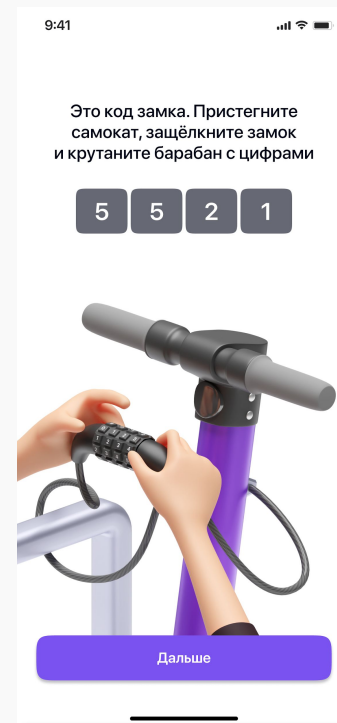
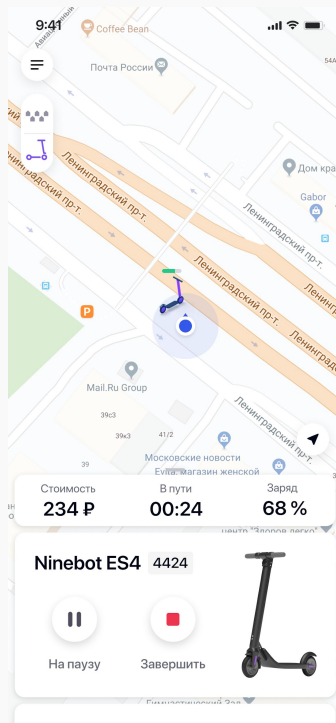
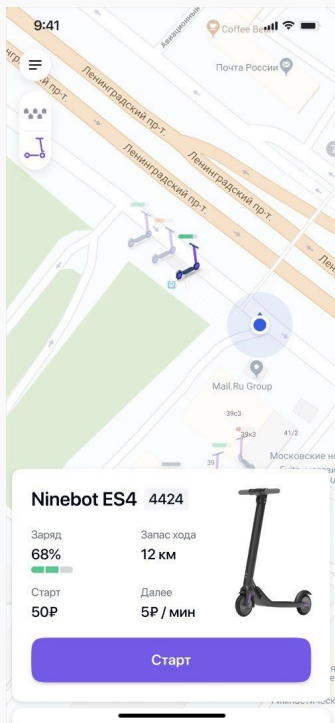
Стимулы

$-0,98 * Y\%$ 



Снижать затраты – это хорошо!

Как мы использовали результаты?





Спасибо!

Самое время задавать вопросы