



# > Конспект > 1 урок > КАК ИСКАТЬ РАБОТУ

## > Оглавление урока

### Роль аналитика в бизнесе

1. Какой бывает аналитика
2. Ценность продуктовой аналитики для бизнеса
3. Типовые задачи продуктового аналитика
4. От чего зависит круг задач аналитика
5. Чеклист развитой аналитики в команде

### Материалы:

- [Презентация](#) с лекции.

## > Какой бывает аналитика

Аа Вид аналитики	☰ Направление работы	☰ Примеры задач
---------------------	-------------------------	-----------------

Аа Вид аналитики	≡ Направление работы	≡ Примеры задач
<u>Бизнес- и системная.</u>	Создание и улучшение бизнес-процессов и систем	– Определить требования к будущей системе учета движения товаров на складе. – Определить структуру хранения данных в системе учета денежных транзакций пользователей.
<u>Маркетинговая</u>	Повышение эффективности маркетинга (продвижения продукта) в компании	– Посчитать метрики успешности привлечения новых клиентов через контекстный таргетинг Гугла и Яндексa. – Выделить наиболее эффективные каналы маркетинга.
<u>Продуктовая</u>	Поиск направлений для улучшения продукта (конверсии на каждом этапе воронки, возвращаемости и удовлетворенности пользователей и тп.).	– Изучить ЦА продукта и как пользователи взаимодействуют с продуктом. – Определить, как новая функциональность в приложении повлияла на поведение пользователей и основные метрики. – Составить и проверить ряд гипотез по увеличению ретеншена.

А еще финансовая, инвестиционная, BI-аналитика, веб-аналитика и т.д.

## > Зачем компаниям продуктовые аналитики?

- Помогают находить слабые и сильные места продукта.
- Помогают находить инсайты и точки роста продукта.
- Помогают улучшать пользовательский опыт.
- Помогают удерживать пользователей в продукте.
- Помогают растить и совершенствовать продукт.
- Помогают принимать осознанные решения.

### Развитая аналитика в команде способствует

1. Поиску направлений для увеличения выручки и/или сокращения издержек:– Оптимизации / автоматизации– Поиску новые

направлений для роста– Улучшению существующих продуктов / процессов

2. Повышению эффективности продукта и компании
3. Принятию взвешенных и наиболее эффективных решений

## > **Основные направления работы**

- Формализация задач заказчиков
- Сбор данных
- Исследование (анализ) данных
- Предварительная обработка данных (очистка от ошибок и повторов, упорядочивание и тп)
- Интерпретация данных (анализ для решения конкретной задачи)
- Формулирование выводов и рекомендаций
- Визуализация
- Отчетность о результатах соответствующим участникам бизнеса.
- Проведение АБ тестов.
- Работа вместе с командами внутри бизнеса или с командой менеджеров для определения потребностей бизнеса.
- Определение новых процессов сбора и анализа данных.
- Обеспечение качества и консистентности данных.
- Ведение документации.

## **Типы задач**

- Определить ключевые метрики продукта
- Сделать выгрузку
- Провести АБ тест и подвести итоги
- Провести продуктовое исследование
- Проанализировать поведения пользователей / эдопшн фич / причины аномалии в метриках и тп.

- Построить дашборд
- Сделать аналитический отчет
- Помочь в проведении юнит-анализа
- Настроить сквозную аналитику
- Обеспечить логирование необходимых данных
- Разработать и применить предиктивные алгоритмы для решения задачи X.

## Примеры задач

- Расскажи о том, кто наши клиенты (портрет, поведение, сегменты).
- Помоги проверить гипотезу (проведи A/B-тест).
- Хотим понять, из-за чего просели в этом месяце (какое направление оптимизировать).
- Выгрузи отвалившихся клиентов для обзвона / таргетинга.
- Помоги понять, какой маркетинговый канал сработал лучше.
- Что-то случилось с показателем конверсии.
- Помоги найти проблемное место.
- Мы выпустили новую фичу, помоги с дашбордом.

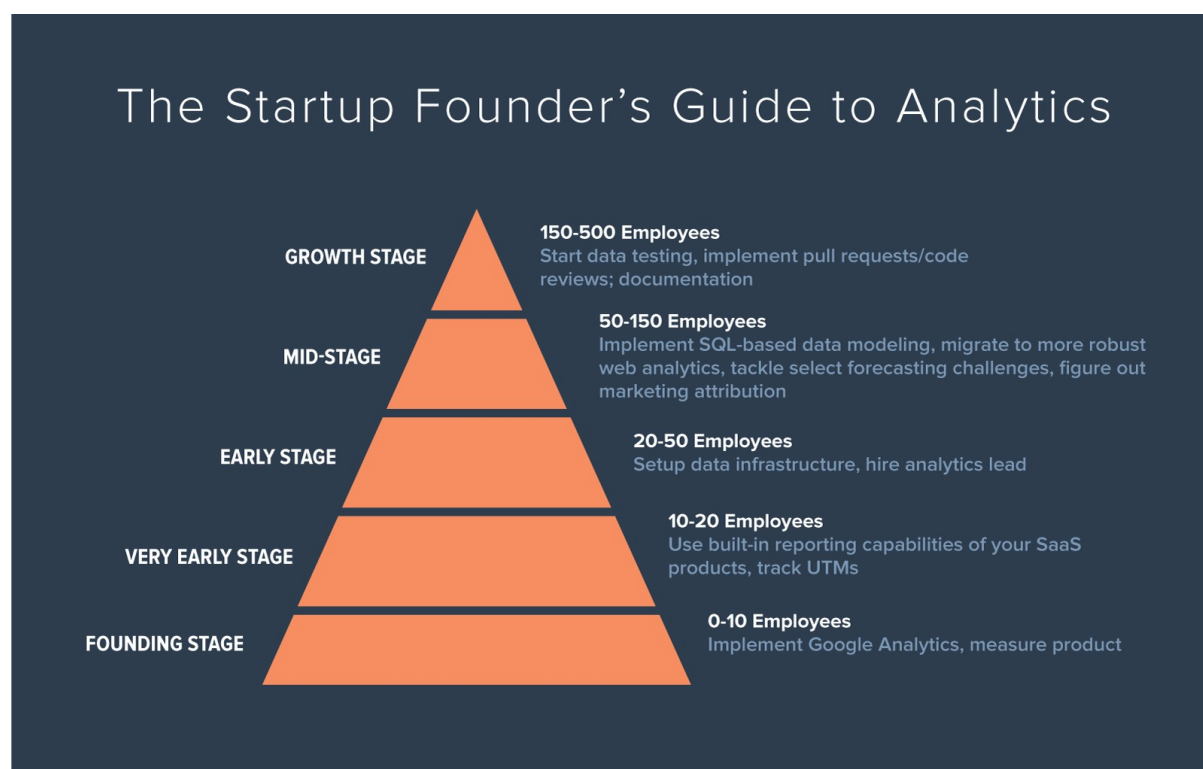
## > От чего зависит круг задач аналитика?

- Зрелость компании / этап развития продукта.
- Организационная структура компании.
- Размер компании / продуктовой команды.

## Роль аналитика в зависимости от орг. структуры:

1. **1 вариант:** Команда аналитики обслуживает отдел (маркетинга / финансов и т.п.) или всю компанию.
2. **2 вариант:** Аналитик работает в связке с продуктовой командой.

## Роль аналитика в зависимости зрелости и размера компании:



## > Чеклист развитой аналитики в компании

1. Все в команде понимают кто является основными пользователями продукта, какие у них потребности и как они взаимодействуют с продуктом.
2. Все в команде могут назвать значения всех ключевых продуктовых метрик и знают, где / на каком дашборде их посмотреть.
3. Всегда исследуются альтернативные варианты достижения целей. Есть понимание драйверов роста продукта и взаимосвязи метрик. Решения принимаются на основе данных.
4. Происходит постоянная генерация и проверка гипотез (проводятся АБ тесты и активно идет общение с пользователями).
5. Нет проблем неконсистентности или недостатка данных. В компании доверяют данным.
6. В компании можно быстро получить ответ на любой вопрос.

7. Аналитика является драйвером продукта.