# **Ключевые метрики успеха MVP «ЖильеGO»**

## **🎯 7 ключевых KPI для оценки успешности**

### **1. 📊 Конверсия воронки бронирования (Booking Funnel Conversion)**

**Определение**: Процент пользователей, прошедших полный путь от начала поиска до оплаченного бронирования

**Формула расчета**:

CR = (Количество оплаченных броней / Количество начавших поиск) × 100%

**Детализация воронки**:

* 🔍 Начало поиска → Просмотр результатов: **60-70%**
* 📋 Просмотр → Клик "Забронировать": **15-20%**
* 📅 Выбор дат → Переход к оплате: **40-50%**
* 💳 Оплата инициирована → Успешная оплата: **70-80%**
* **Общая конверсия (целевая)**: **> 5%**

**Почему важно**: Основной показатель эффективности продукта и UX

**План действий при низких показателях**:

* < 3% - критично, требуется редизайн флоу
* 3-5% - оптимизация отдельных шагов
* 5% - успешный запуск

### **2. 💰 Средний чек бронирования (Average Booking Value - ABV)**

**Определение**: Средняя сумма одного подтвержденного бронирования

**Формула расчета**:

ABV = Общая сумма бронирований / Количество бронирований

**Целевые показатели**:

* **Минимум**: 15,000 ₸ (1 ночь, эконом)
* **Цель**: 35,000 ₸ (2-3 ночи, комфорт)
* **Оптимум**: 50,000+ ₸ (длительное проживание)

**Сегментация**:

* По классу жилья (эконом/бизнес/премиум)
* По длительности (1 ночь / 2-3 / неделя+)
* По городам

**Почему важно**: Определяет экономику проекта и комиссионные доходы

### **3. 🔄 Коэффициент повторных бронирований (Repeat Booking Rate)**

**Определение**: Процент пользователей, совершивших 2+ бронирования

**Формула расчета**:

RBR = (Пользователи с 2+ бронями / Все пользователи с бронями) × 100%

**Временные рамки и цели**:

* **30 дней**: > 10% (быстрый повтор)
* **90 дней**: > 25% (лояльность)
* **180 дней**: > 40% (retention)

**Cohort анализ**:

Месяц 0: 100% (первая бронь)

Месяц 1: 15% (вернулись)

Месяц 2: 20% (накопительно)

Месяц 3: 25% (целевой показатель)

**Почему важно**: Показывает качество сервиса и потенциал LTV

### **4. ⏱️ Время до первой брони (Time to First Booking - TTFB)**

**Определение**: Среднее время от регистрации до первого оплаченного бронирования

**Формула расчета**:

TTFB = Σ(Время первой брони - Время регистрации) / Количество пользователей

**Целевые показатели**:

* **< 5 минут**: 20% (горячие лиды)
* **< 24 часа**: 50% (целевой показатель)
* **< 7 дней**: 80% (общий охват)

**Распределение по сегментам**:

* Туристы: 1-3 дня (планируют заранее)
* Командировочные: < 24 часа (срочные поездки)
* Релоканты: 3-7 дней (тщательный выбор)

**Почему важно**: Показывает эффективность onboarding и актуальность предложения

### **5. 🏠 Коэффициент загрузки объектов (Occupancy Rate)**

**Определение**: Процент занятых ночей от общего количества доступных

**Формула расчета**:

OR = (Забронированные ночи / Доступные ночи) × 100%

**Целевые показатели по сегментам**:

* **Эконом класс**: > 70%
* **Бизнес класс**: > 60%
* **Премиум класс**: > 50%
* **Общий портфель**: > 65%

**Сезонность (Казахстан)**:

* Высокий сезон (май-сентябрь): > 80%
* Средний (март-апрель, октябрь): > 65%
* Низкий (ноябрь-февраль): > 50%

**Почему важно**: Ключевая метрика для арендодателей, влияет на retention supply

### **6. 📱 Активность и вовлеченность в боте (Bot Engagement Rate)**

**Определение**: Процент пользователей, активно взаимодействующих с ботом

**Компоненты метрики**:

DAU (Daily Active Users) = Уникальные пользователи за день

WAU (Weekly Active Users) = Уникальные пользователи за неделю

Stickiness = (DAU / WAU) × 100%

**Целевые показатели**:

* **DAU/MAU**: > 15% (вовлеченность)
* **Сессий на пользователя**: > 3 в месяц
* **Сообщений за сессию**: > 10
* **Completion Rate**: > 60% (доходят до результатов поиска)

**Сегментация активности**:

* Поисковики (только ищут): 60%
* Конверторы (бронируют): 20%
* Лояльные (повторные): 20%

**Почему важно**: Показывает качество UX и потенциал монетизации

### **7. 💵 Unit-экономика пользователя (Customer Lifetime Value - CLV)**

**Определение**: Прогнозируемая прибыль от одного пользователя за весь период

**Формула расчета**:

CLV = (Средний чек × Частота покупок × Срок жизни) × Маржинальность

**Компоненты для расчета**:

* **ARPU** (средний доход): 2,500 ₸/мес
* **Churn Rate**: 20% в месяц
* **Срок жизни**: 1/0.2 = 5 месяцев
* **Комиссия платформы**: 10%

**Целевые показатели**:

* **CLV**: > 12,500 ₸
* **CAC** (стоимость привлечения): < 2,500 ₸
* **CLV/CAC**: > 3:1 (целевое соотношение)

**Сегментация CLV**:

* Туристы: 8,000 ₸ (редкие поездки)
* Командировочные: 25,000 ₸ (регулярные)
* Релоканты: 50,000 ₸ (длительные)

**Почему важно**: Определяет экономическую устойчивость бизнеса

## **📈 Дашборд метрик для MVP**

### **Ежедневный мониторинг:**

1. **Количество новых регистраций**
2. **Количество поисковых сессий**
3. **Количество бронирований**
4. **Сумма транзакций**
5. **Техническая доступность (uptime)**

### **Еженедельный анализ:**

1. **Конверсия воронки** (по шагам)
2. **Средний чек** (по сегментам)
3. **Загрузка объектов** (по категориям)
4. **NPS** (опрос после выезда)

### **Ежемесячный отчет:**

1. **CLV/CAC** соотношение
2. **Retention cohorts**
3. **Churn rate** анализ
4. **Revenue growth** (MoM)

## **🎯 Целевые показатели для успешного MVP (первые 3 месяца)**

### **Месяц 1 (Soft Launch):**

* Регистрации: 500+ пользователей
* Бронирования: 50+ успешных
* Конверсия: > 3%
* NPS: > 30

### **Месяц 2 (Рост):**

* Регистрации: 1,500+ пользователей
* Бронирования: 200+ успешных
* Конверсия: > 4%
* Повторные брони: > 15%

### **Месяц 3 (Масштабирование):**

* Регистрации: 3,000+ пользователей
* Бронирования: 500+ успешных
* Конверсия: > 5%
* CLV/CAC: > 2:1

## **🚨 Триггеры для корректировки стратегии**

### **Красные флаги:**

* Конверсия < 2% более недели
* Churn > 30% в месяц
* Загрузка < 40% в высокий сезон
* CAC > CLV

### **Желтые флаги:**

* TTFB > 48 часов для 50% пользователей
* Средний чек падает на 20%+ MoM
* Completion rate < 50%
* Жалобы > 10% от бронирований

### **План реагирования:**

1. **Немедленно**: A/B тесты критических экранов
2. **В течение недели**: Глубинные интервью с пользователями
3. **В течение месяца**: Корректировка продуктовой стратегии

Я определил 7 ключевых метрик для оценки успеха MVP «ЖильеGO». Вот краткая summary:

## **🎯 Топ-3 критические метрики для старта:**

**1. Конверсия воронки (> 5%)**

* Самый важный показатель здоровья продукта
* Если < 3% - остановить все и фиксить UX

**2. Средний чек (> 35,000 ₸)**

* Определяет выживаемость бизнеса
* При комиссии 10% = 3,500 ₸ с брони

**3. Time to First Booking (< 24 часа)**

* Показывает "горячесть" аудитории
* Если больше - проблема с product-market fit

## **💡 Практические рекомендации:**

**Для быстрого старта отслеживания:**

1. Настройте Google Analytics/Amplitude для воронки
2. Добавьте в код бота события на каждый шаг
3. Создайте простой дашборд в Google Sheets
4. Настройте алерты на критические падения

**Минимальный набор событий для трекинга:**

python

*# В вашем handlers.py добавить:*

track\_event('search\_started', user\_id, {'city': city})

track\_event('results\_viewed', user\_id, {'count': results\_count})

track\_event('booking\_initiated', user\_id, {'property\_id': prop\_id})

track\_event('payment\_started', user\_id, {'amount': amount})

track\_event('booking\_completed', user\_id, {'booking\_id': booking\_id})

**Quick wins для улучшения метрик:**

* Добавить "Забронировать за 2 клика" для горячих дат
* Push-уведомления через 3 часа неактивности
* Скидка 10% на вторую бронь

Готов помочь с настройкой системы аналитики или созданием SQL-запросов для расчета этих метрик!