

Домашнее задание

«Рефлексия по юнит-экономике»

Захаров Даниил

Сама лекция была довольно полезная.

Основные инсайты, которые я узнал из неё, это:

- Примерные числа, которыми можно оценивать показатели юнит-экономики (при расчете ARPPU и ARPU), какие бывают конверсии и т.д.
- Способы увеличения Revenue, их плюсы и минусы: например, что просто привлечение новых юзеров — не всегда хорошо.
- Конверсия первой и второй покупки полностью описывают динамику всех покупок, и показывают, насколько мы умеем продавать товары с нуля и повторно, а все остальные покупки важны уже в разы меньше.

Очень важный тезис, который мне показался наиболее полезным: исправлять надо не «симптомы» или «грабли» проблемы, а её предпосылки и основы. Это действительно важно, и не только в юнит-экономике. В противном случае (о чем также упоминает лектор), исправляя только некоторые поверхностные проблемы и пропуская глубинные, можно привести свой продукт к полному краху, и потери всех клиентов — и даже не понять, в чем была твоя ошибка. Для правильного исправления ошибок полезно оценивать различные продакт-метрики, которые «выше по важности» простых показателей. Например, если конверсия мала, то сколько не повышай цену продукта, кардинально лучше суммарные показатели выручки и прибыли не станут.

Довольно спорный тезис заключается в том, что мы не можем повышать метрики и конверсии, а должны пытаться понять «субъективную выгоду», которая интересует пользователя. Само по себе это — не очень конструктивные, а лишь общие слова. Поскольку, в любом случае, мы должны и будем повышать саму конверсию, и в другой части лекции автор именно это и говорит: «числа это то, что видно наглядно, и наиболее объективно». Автор считает, что это происходит, в основном, из проблемы различия разработчика или создателя, и пользователя продукта. Но, по-моему, это не совсем так, даже на примере Авито известно (и многие разработчики или аналитики Авито это говорят): нетрудно самому зайти на сайт и «посёрфить» его, посмотреть, что есть, и чего может не хватать. Например, в фильме Авито про своё создание («Авито. Вся правда об интернет-гиганте»), рассказывается, как один из разработчиков догадался добавить несколько фишек в рекомендациях, просто просматривая эти рекомендации (это, оказывается, называют «авитить») — что очень сильно улучшило пользовательский experience, увеличило конверсию и улучшило отзывы. Ясно, что если бы разработчик сам не пользовался сайтом и не пытался поставить себя на место пользователей, у него бы не получилось придумать такие улучшения. При этом, хотя он и нашел данное улучшение во время исследования «субъективной выгоды», он не перестал от этого быть разработчиком, и радовался улучшенным показателям работы не меньше, чем просто полученной удобной кнопке на сайте.