

Продуктовые метрики сервиса по продаже авиабилетов

Как мы измеряем эффективность собственных продуктов без
аналитиков?

E-travel, что это?

Как SaaS, только E-
commerce

Немного контекста

AEROFLOT  Авиакомпания «Аэрофлот»

55543272050CT06
DATE
YAROSLAVSKAYA17
MOSCOM /RU
A65

SV06YO
04 0 AA/GPHDIN

VALID ON SU/NO
NRREF/ SU ONLY 10SD-32RUP

NO	FROM	TO	CLASS	FARE BASIS	ORIGIN	DESTINATION	STATUS	FARE	TAXES	TOTAL
	MOSCOM	SV0	SU	567	V	28DEC 2010	OK	V8X2M1		28DEC28DEC20K
	MUMBAI	SU	566	K	14JAN 0655	OK	KPX3M1			14JAN14JAN20K
	MOSCOM	SV0				VOID		VOID		
						VOID		VOID		

--VOID--
--VOID--

USD 595.00 **HOW SU*FE*BOX280** **00V8X2M1** **SU*FE*HOW315.00** **KPX3M1** **RUC595.00EN**
RUB 190400 **ROR1.00**
32RU
183WO
1920Y2
RUB 21175
0005083148 0

CASH

1 555 2439673399 2 □



На дворе был 2015 год...

The screenshot shows the anywayanyday website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo, a menu with 'Авиабилеты' (flights) highlighted, and other options like 'Отели' (hotels), 'Мой anyway', and currency settings (RU, RUB). Below the navigation bar is a calendar for June 2015, with days of the week labeled at the top. The calendar shows dates from 25 to 31. Below the calendar is a month navigation bar with 'Июнь' (June) selected. The main content area is divided into several sections: a search form with 'Откуда' (from) and 'Куда' (to) fields, a 'Класс обслуживания' (service class) section with 'эконом' (economy) selected, and a 'Пассажиры' (passengers) section with '1' adult, '0' children 2-12, and '0' children under 2. There are also buttons for 'Добавить перелёт обратно' (add return flight) and 'Продолжить маршрут' (continue route). At the bottom, there is a footer with contact information, social media links, and app download buttons for App Store, Google Play, and Windows Phone.

anywayanyday

Авиабилеты

Отели

Мой anyway

RU RUB

понедельник 25 вторник 26 среда 27 четверг 28 пятница 29 суббота 30 воскресенье 31

Июнь '15 1 2 3 4 5 6 7

8 9 10 11 12 13 14

15 16 17 18 19 20 21

22 23 24 25 26 27 28

Май Июнь Июль Август Сентябрь Октябрь Ноябрь Декабрь 2016 Январь Февраль Март Апрель

Выберите дату вылета

Откуда

Куда

Добавить перелёт обратно

Продолжить маршрут

Класс обслуживания

эконом бизнес / первый

Пассажиры

взрослые 1 2 3 4 5 6 дети 2 – 12 0 1 2 3 4 дети до 2 0 1 2

найти

Присоединяйтесь

163 688 Нравится

140 742 Нравится

7 280 Читают

Новости

Скидка до 15% на одно бронирование отеля — в приложении Anywayanyday, предустановленном в первых металлических смартфонах Samsung GALAXY A3 и Samsung GALAXY A5

Ануwayанудай и Ренессанс страхование: страховка на случай, если вам не дадут визу, и на случай, если в перелёте у вас потеряется багаж.

Мобильное приложение Ануwayанудай — лауреат премии Digital Communications AWARDS — 2015!

anywayanyday для мобильных устройств

Available on the App Store

Get it on Google play

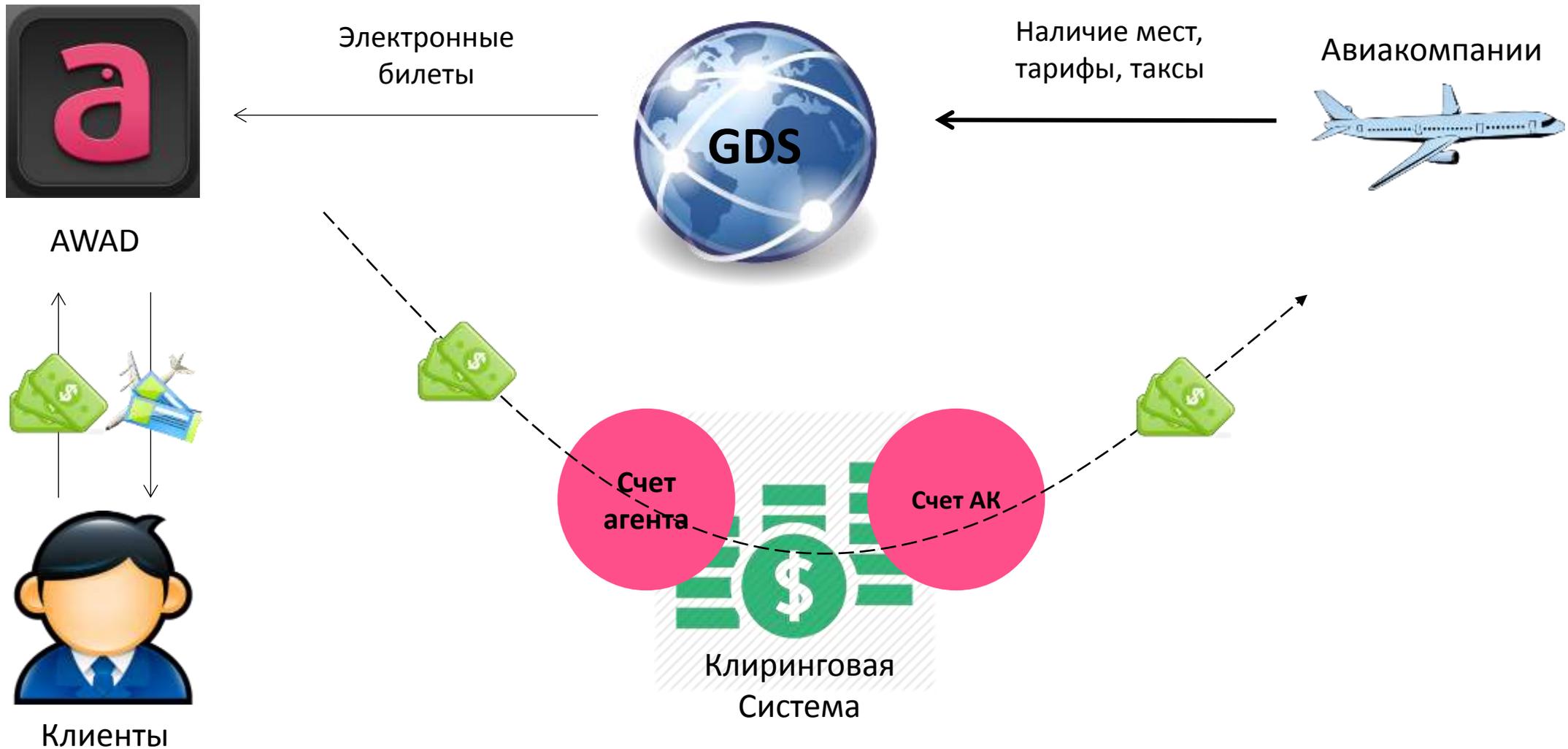
Windows Phone

Москва ⇄ Санкт-Петербург 29 май, 31 май

Компания

8 800 700 86 62 0 800 500 532 1-888-buy-anyway 0 800 700 8662 +7 495 363 61 64 для звонков из-за рубежа

Этим продуктом нужно управлять?



Или это наш продукт?



Travel - Трафик



AWAD



Монетизация



Бизнес-механика



Продуктовые метрики

- Клиент покупает
- Клиент доволен
- Клиент покупает еще раз

Потому что деньги, Карл!

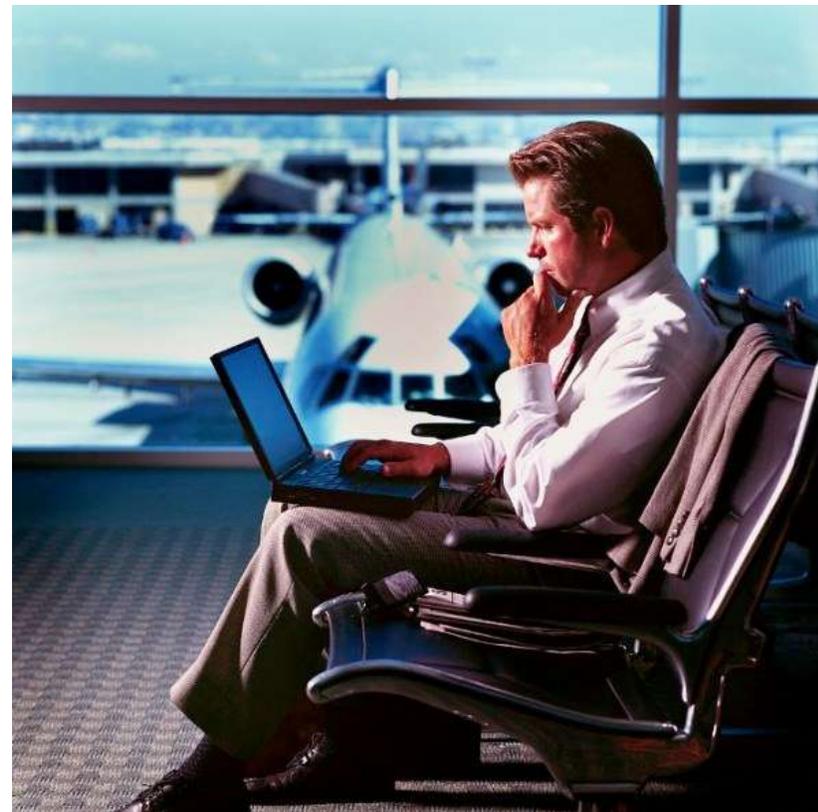
Case study для Product Portfolio Manager

- Смысл его жизни – максимизировать выручку (доход) бизнеса
- Есть задача – увеличить объем новых когорт и выручку с них, не потеряв выручку старых.
- Пока нет воронки на этот слайд можно смотреть бесконечно.

Наша воронка

- Знакомство
- Сравнение
- Подбор билета
- Выбор билета
- Оформление заказа
- Апсейл
- Покупка
- Кросс-сейл
- Обмен / Возврат / Изменение данных
- Рекомендация
- Лояльность
- Повторная покупка

Специфика аудитории

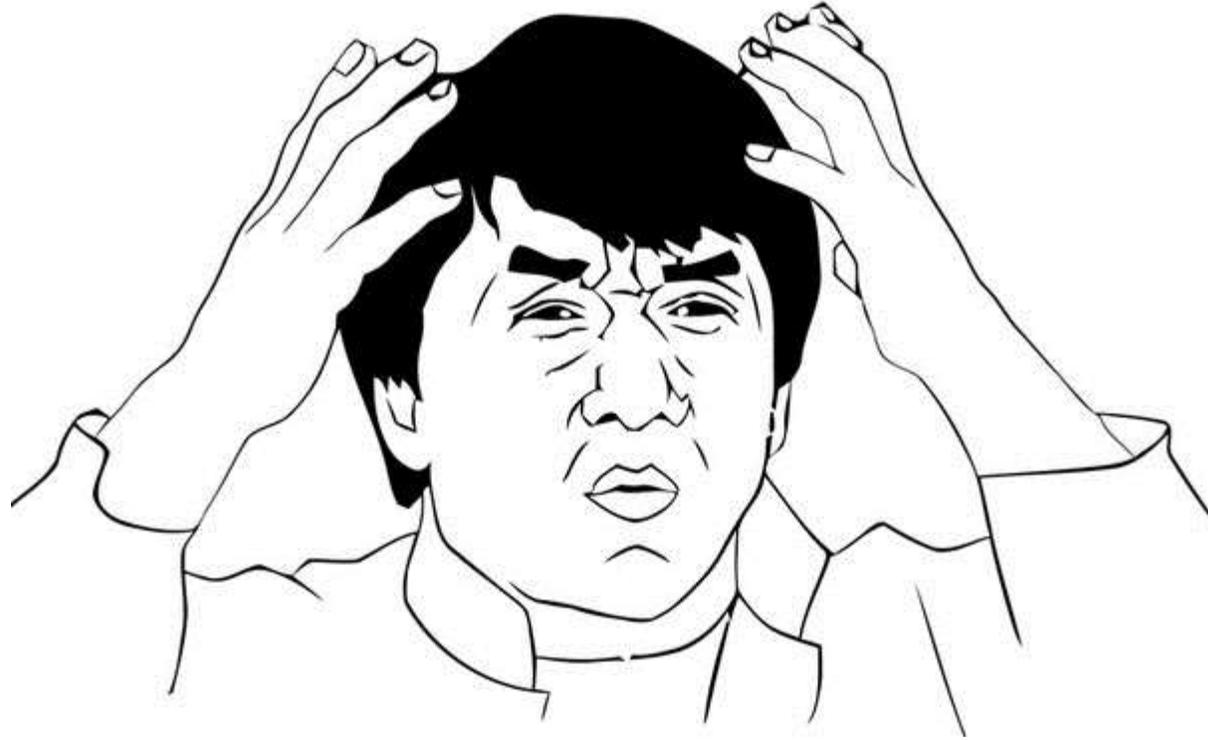


Чем это мерить?

- Revenue
- Visits
- Revenue Per Visit
- Sale CR
- Average Order Value
- Up-sale CR
- Cross-sale CR
- Объем когорт
- Service Satisfaction Rate
- NPS
- Loyalty?
- Transaction Retention

В каких разрезах?

- Источники трафика
- Соцдем
- Когорты
- Сегменты
- В витринах
- В продуктах
- В витринах - продуктах



Где LTV о которой все
говорят?

Что можно унести

- Сформулировать, что такое продукт в своей компании – это большое дело.
- В конце концов нас интересуют только деньги.
- Чтобы деньги были, клиент должен быть счастлив и покупать.
- Продуктовые метрики обслуживают подсчет монетизации, а не измерение юзабилити.
- О юзабилити метриках – если есть кнопка на нее будут нажимать.
- Логикой анализа должны владеть менеджеры продуктов.
- Без аналитика можно жить, но лучше жить с ним.

Спасибо!

Андрей Арефьев

команда продуктового департамента anywayanyday.com

[andrey.arefyev at anywayanyday.com](mailto:andrey.arefyev@anywayanyday.com)