

# Основной продукт vs. мобильный

Анатолий Шарифулин  
ProductCamp, Минск  
9 августа 2014 г.

# Анатолий Шарифулин

Руководитель мобильных продуктов  
[Ostrovok.ru](http://Ostrovok.ru)

Технический руководитель Applifto Inc.  
и Точка Кипения (Ростов-на-Дону)



Основной продукт

**vs.**

Мобильный продукт

# Основной продукт

The screenshot shows the Ostrovok.ru website interface. At the top, there is a navigation bar with the company logo, contact information (+7 499 215-65-25), and user options (login, currency, guest number). Below this is a search section titled "Поиск отелей, хостелов и апартаментов" with a search form. The form includes a destination input field (pre-filled with "Вена"), date selection (30 avg - 31 avg), and guest count (2 adults, 0 children). A prominent orange button labeled "НАЙТИ ОТЕЛИ" is positioned at the bottom right of the search form. To the right of the search form, a large statistic displays "301 287 человек бронируют отели через мобильные приложения Островка." Below this, there are links to the App Store and Google Play. The bottom section features three promotional banners: "ПРЕВОСХОДСТВО В ЦЕНАХ" (accompanied by a lion image), "ПРЕВОСХОДСТВО В ВЫБОРЕ" (accompanied by an elephant image), and "ПРЕВОСХОДСТВО В СВОБОДЕ" (accompanied by an eagle image). A vertical sidebar on the right contains the text "Форма обратной связи".

ostrovok.ru  
БРОНИРОВАНИЕ ОТЕЛЕЙ

+7 499 215-65-25  
Другие телефоны Островка

Гость № 803-910  
RUB  
ВОЙТИ

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ О НАС СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Поиск отелей, хостелов и апартаментов 18+

Куда вы хотите отправиться? **Вена**, например.

Укажите город или отель

Даты заезда и выезда  
30 авг - 31 авг  Даты неизвестны

Взрослых и детей  
2 0

НАЙТИ ОТЕЛИ

301 287  
человек бронируют отели через  
мобильные приложения Островка.

Потому что это действительно удобно.

Доступно в App Store  
ЗАГРУЗИТЕ НА Google play

**ПРЕВОСХОДСТВО В ЦЕНАХ**  
Мы уверены в своей ценовой политике и готовы компенсировать разницу, если вы найдёте дешевле.

**ПРЕВОСХОДСТВО В ВЫБОРЕ**  
Более 300 000 отелей, хостелов и апартаментов по всему миру. Больше, чем у кого-либо во вселенной.

**ПРЕВОСХОДСТВО В СВОБОДЕ**  
Орёл не тратит время на заполнение полей. Орёл не думает о наличии на счету. Орлу не нужны банковские карты. Орёл любит свободу.

Форма обратной связи

# Основной продукт

The screenshot displays the Ostrovok.ru website interface for searching hotels in Minsk. The page is structured as follows:

- Header:** Includes the site logo, current location (Minsk), dates (9-10 August), number of guests (2), and contact information (+7 499 215-65-25).
- Search Sidebar (Left):** Contains filters for price per night (1100-21400 rub), star rating (1-5 stars), distance from center (10.6 km), guest rating (1-5 stars), and booking conditions (e.g., "Without bank card").
- Main Content Area (Center):** Shows a summary of 70 hotels in Minsk, with 39% available for the selected dates. A list of hotels is displayed with columns for popularity, rating, price, and distance from the center. Three hotels are highlighted:
  - Отель Минск:** 4 stars, 2.2 km from center, price 4817 rub/night. Includes a "100 SNOW" promotion.
  - Гостиничный комплекс Турист:** 3 stars, 6.8 km from center, price 2964 rub/night. Includes a 10% discount.
  - Отель Президент:** 5 stars, 2.2 km from center, price 8258 rub/night. Includes a "200 SNOW" promotion.
- Map (Right):** A map of Minsk with a search overlay for "Отель Минск" at пр-т Независимости, д.11. The map shows various districts and landmarks.

# Основной продукт

The screenshot displays the Ostrovok.ru website interface for a hotel listing. At the top, the site logo 'ostrovok.ru' is visible, along with the location 'Минск' and dates '9 августа — 10 августа, 2 гостя'. A phone number '+7 499 215-65-25' and a 'ВОЙТИ' button are also present. The main header includes navigation links like 'Новый поиск', 'ВСЕ ОТЕЛИ', and 'МОЙ ВЫБОР'. The hotel 'Отель Минск' is featured with a 4-star rating, address 'пр-т Независимости, д.11, Минск', and a price of 'от 4817 руб. за 1 ночь'. A 'ПОСМОТРЕТЬ ЦЕНЫ' button is prominent. Below the hotel name, there are icons for amenities: 'Парковка', 'Трансфер от/до аэропорта', 'Фитнес', 'Спа-услуги', and 'Бар/Ресторан'. A gallery of images shows the hotel's exterior and interior. A rating section indicates 'отлично 8,2' with a bar chart for 'Расположение', 'Сервис', 'Чистота', and 'Цена / Качество'. A 'ЧИТАТЬ ОТЗЫВЫ' button is also visible. The 'Расположение отеля' section includes a map and text describing the hotel's location in the central district of Minsk. A sidebar on the left shows 'Список отелей' and a vertical button 'Форма обратной связи'. At the bottom, a 'Стандартный двухместный номер · 22м²' is listed with a 'ЗАБРОНИРОВАТЬ' button and a price of '4817 руб. за 1 ночь'. A 'Без банковской карты' icon is also present.

ostrovok.ru  
БРОНИРОВАНИЕ ОТЕЛЕЙ  
Минск  
9 августа — 10 августа, 2 гостя  
+7 499 215-65-25  
Другие телефоны Островка  
Гость № 803-910  
RUB  
ВОЙТИ  
Новый поиск  
ВСЕ ОТЕЛИ  
МОЙ ВЫБОР  
ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ  
О НАС  
СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

★★★★  
**Отель Минск**  
пр-т Независимости, д.11, Минск, +7 499 215-65-25 | [Добавить в избранное](#)  
от **4817** руб. за 1 ночь  
[ПОСМОТРЕТЬ ЦЕНЫ](#)

ВЫБОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ  
Парковка  
Трансфер от/до аэропорта  
Фитнес  
Спа-услуги  
Бар/Ресторан

отлично 8,2  
Расположение  
Сервис  
Чистота  
Цена / Качество  
Основано на 501 оценке гостей  
[ЧИТАТЬ ОТЗЫВЫ](#)

Список отелей

**Расположение отеля**  
Четырехзвездочный отель «Минск» расположен в центральном районе Минска, в 5 минутах ходьбы от станции метро «Площадь Ленина». Прогулка до стадиона «Динамо» займет у вас около 15 минут.

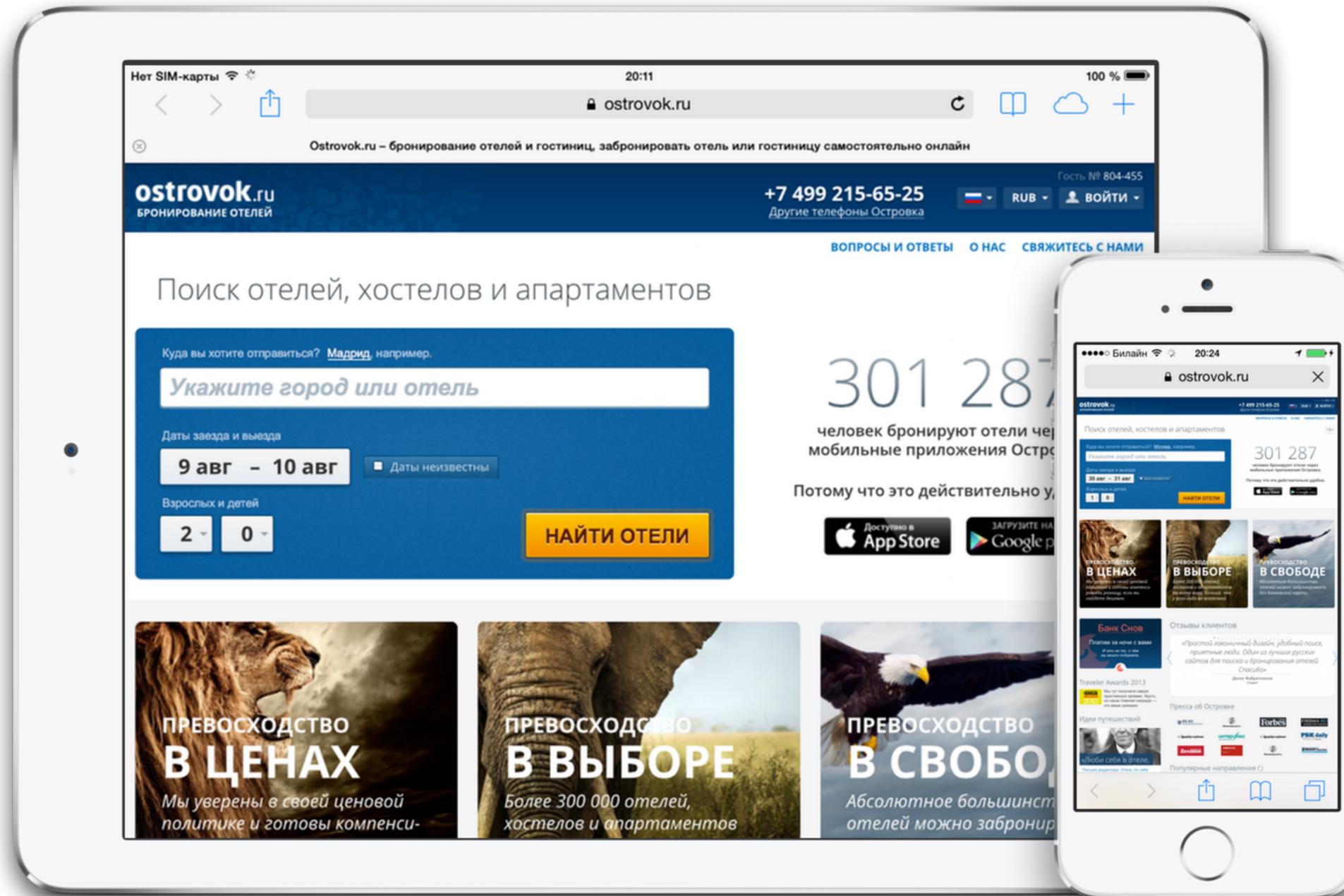
Регистрация заезда с 14:00  
Регистрация выезда до 12:00  
Отель принимает наличные, Maestro, Visa, Euro/Mastercard

Бронируйте онлайн или по телефону  
**+7 499 215-65-25**

Форма обратной связи

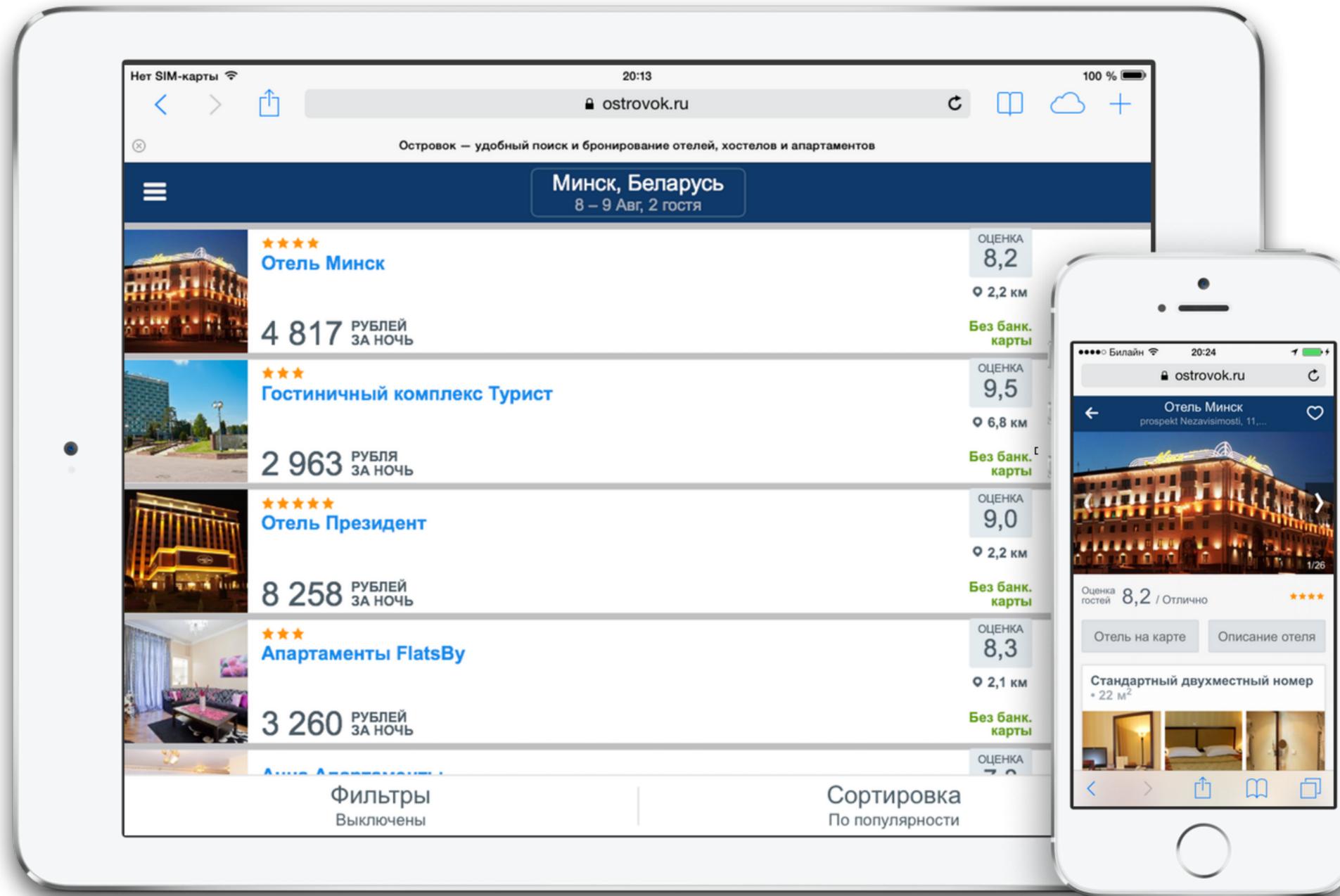
Стандартный двухместный номер · 22м²  
[ОПИСАНИЕ](#)  
Бесплатная отмена до 9 августа!  
Оплата в отеле  
4817 руб. за 1 ночь  
Лучшая цена в этом отеле  
ЗАБРОНИРОВАТЬ  
Без банковской карты

# Мобильный продукт



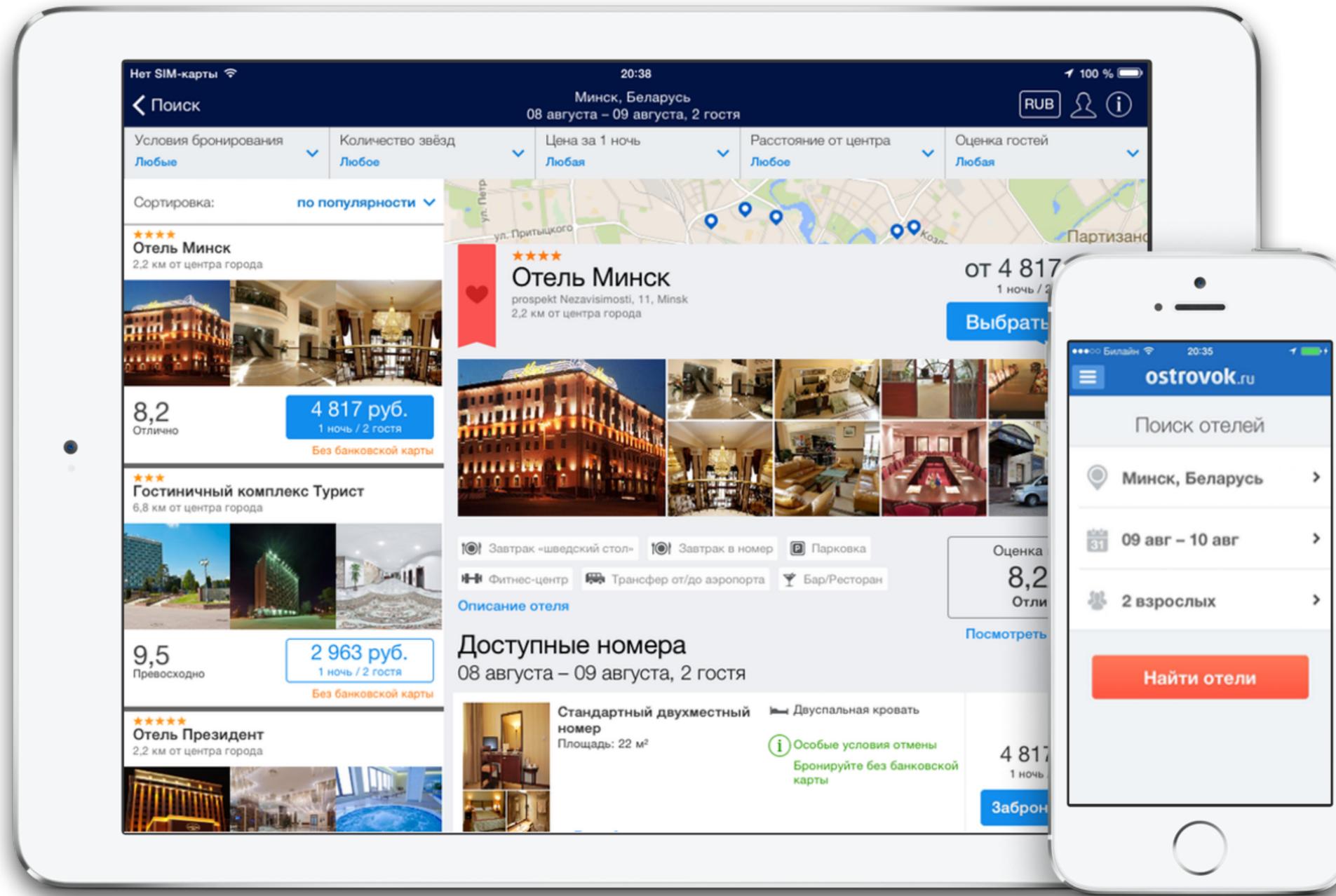
Адаптивный сайт

# Мобильный продукт



Отдельная мобильная версия сайта

# Мобильный продукт



Мобильные приложения

Кажется, что продукты  
не отличаются

Это не так!

# Очевидные отличия

- Разные условия и задачи пользователей:  
*интернет-соединение, количество времени на выбор, срочность вопроса, ...*
- Разные платформы:  
*типы устройств, размеры экранов и рабочей области, ОС, ...*
- Различные пользовательские кейсы:  
*отель через 3 месяца с лучшими отзывами **vs.** отель на сейчас рядом с текущим местоположением*

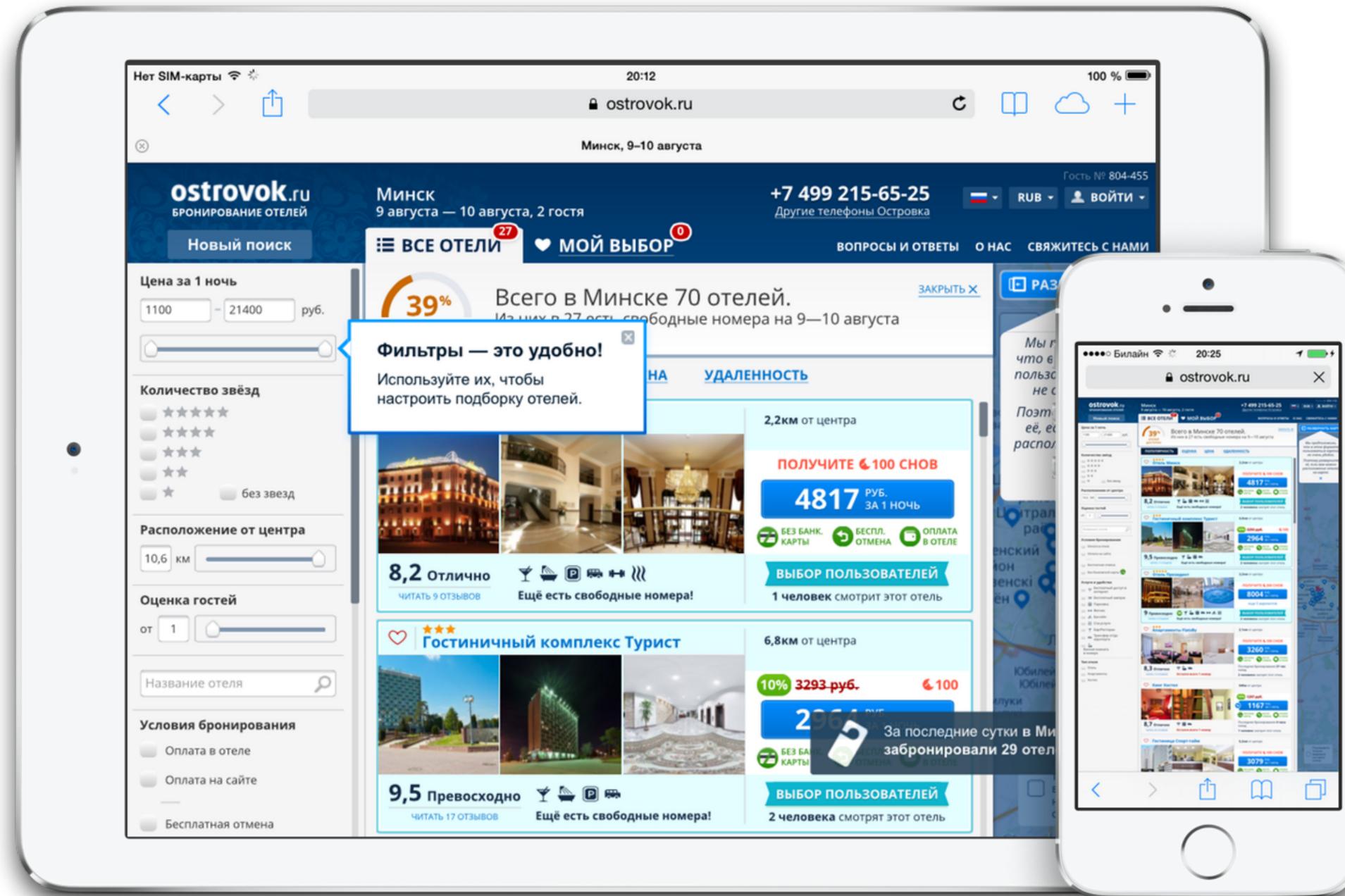
# Сравнение метрик

- Средний чек (ATV) **ниже** на телефонах (особенно на **Android**), но **выше** на планшетах, чем на десктоп
- Среднее время до бронирования по медиане (Booking Window)
  - На телефонах: **1–2 дня** Телефоны предоставляют возможность для **last-minute** бронирований
  - Планшеты: 7 дней, десктоп: 8+ дней
- Процент отмен и топовые направления практически **совпадают**

Но мы делаем **один продукт!**

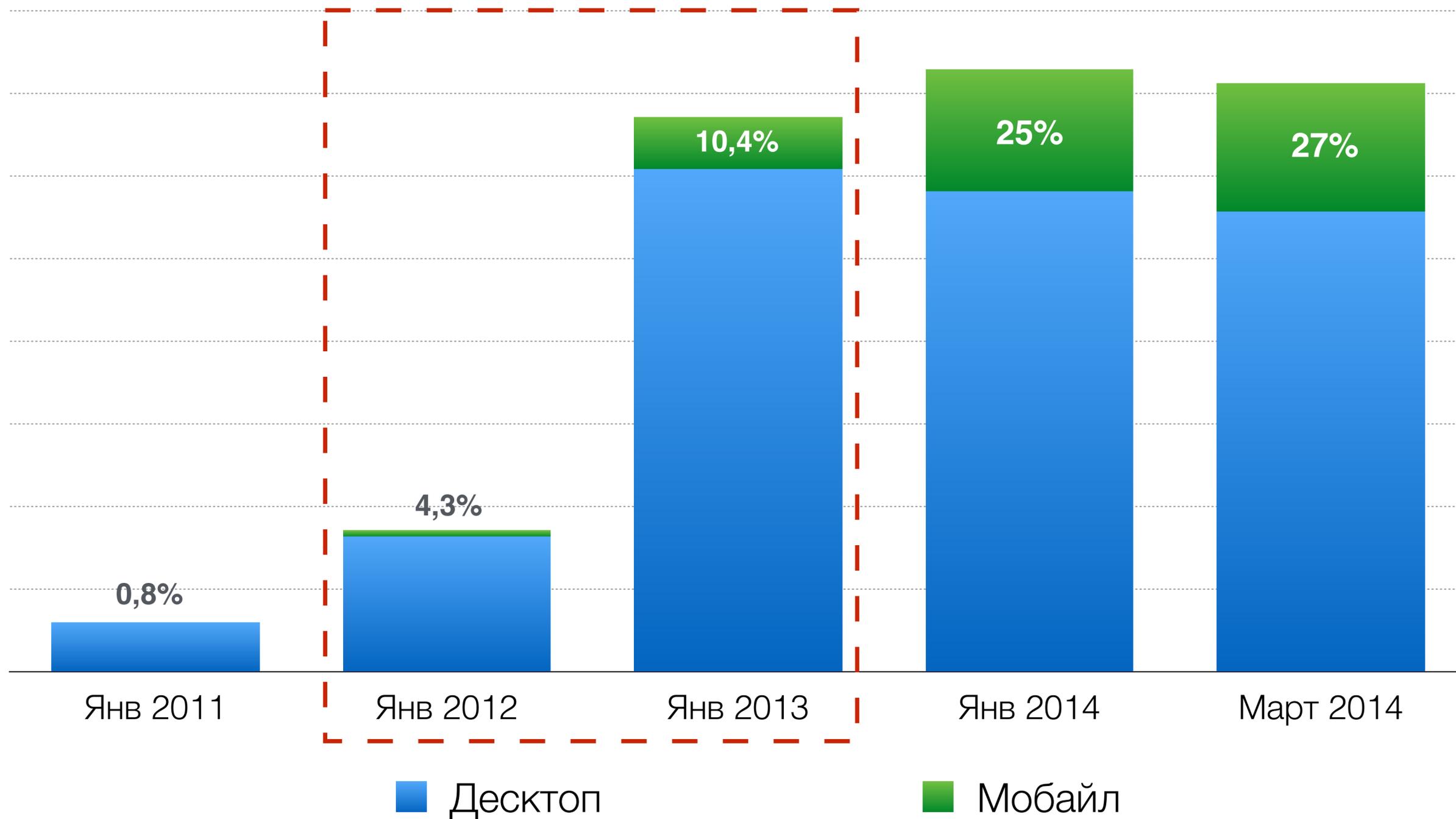
Хотя...

# Мелко и не совсем удобно



Неожиданно пропустили момент,  
когда нужно было сделать  
мобильный продукт

## Доля мобильных веб-визитов от общего числа



# Конверсия **ниже** минимальной десктопа

— Как давно проверяли, что работает  
оплата картой под Safari на iOS 6?

Хорошо, начинаем заниматься  
мобильным продуктом

# Мобильный сайт **или** приложение?

Делаем iPhone-приложение,  
это же новый маркетинговый канал!

# Мобильный сайт **или** приложения?

Моб. сайт оставляем на потом,  
забывая про SEO-канал («почти» бесплатный трафик)

# Мобильный сайт **или** приложения?

Моб. сайт оставляем на потом,  
забывая про SEO-канал («почти» бесплатный трафик)

**Fail!**

Трудности, которые  
пришлось преодолеть

# 1. Разработка

- Быстрый старт:
  - Силами основной команды можно запустить MVP
  - Использовать общее API
- Далее:
  - Для поддержки и разработки нужна **отдельная** команда!
  - Желательно фул-стек, чтобы свести кол-во зависимостей к минимуму

# 1. Разработка

- «Идеальный» вариант архитектуры:
  - есть ядро («склад»), взаимодействие с ним через API
  - есть клиенты («магазины», полки с менчендайзингом)
    - десктоп, мобайл, партнерские решения, ...

## 2. QA и тестирование

- Недостаточно тестирования и фидбека по мобильным продуктам
- Основной продукт тестируют почти все:  
разработчики, служба поддержки, отельеры, b2b и обычные пользователи
- Для понимания мобильных пользователей **необходимы** user tests

# 3. Маркетинг

- Разные маркетинговые каналы и специфики продвижения для основного продукта: после клика по рекламе — почти сразу происходит бронь, в мобайле совсем не так
- Привлечение пользователей в приложение через установки установки — не являются активацией пользователя
- Аналитика сложнее в мобайле трекинг каналов, платный или бесплатный пользователь, типы трафика (base organic, paid: incent / non-incent, organic over paid)

# 4. Аналитика

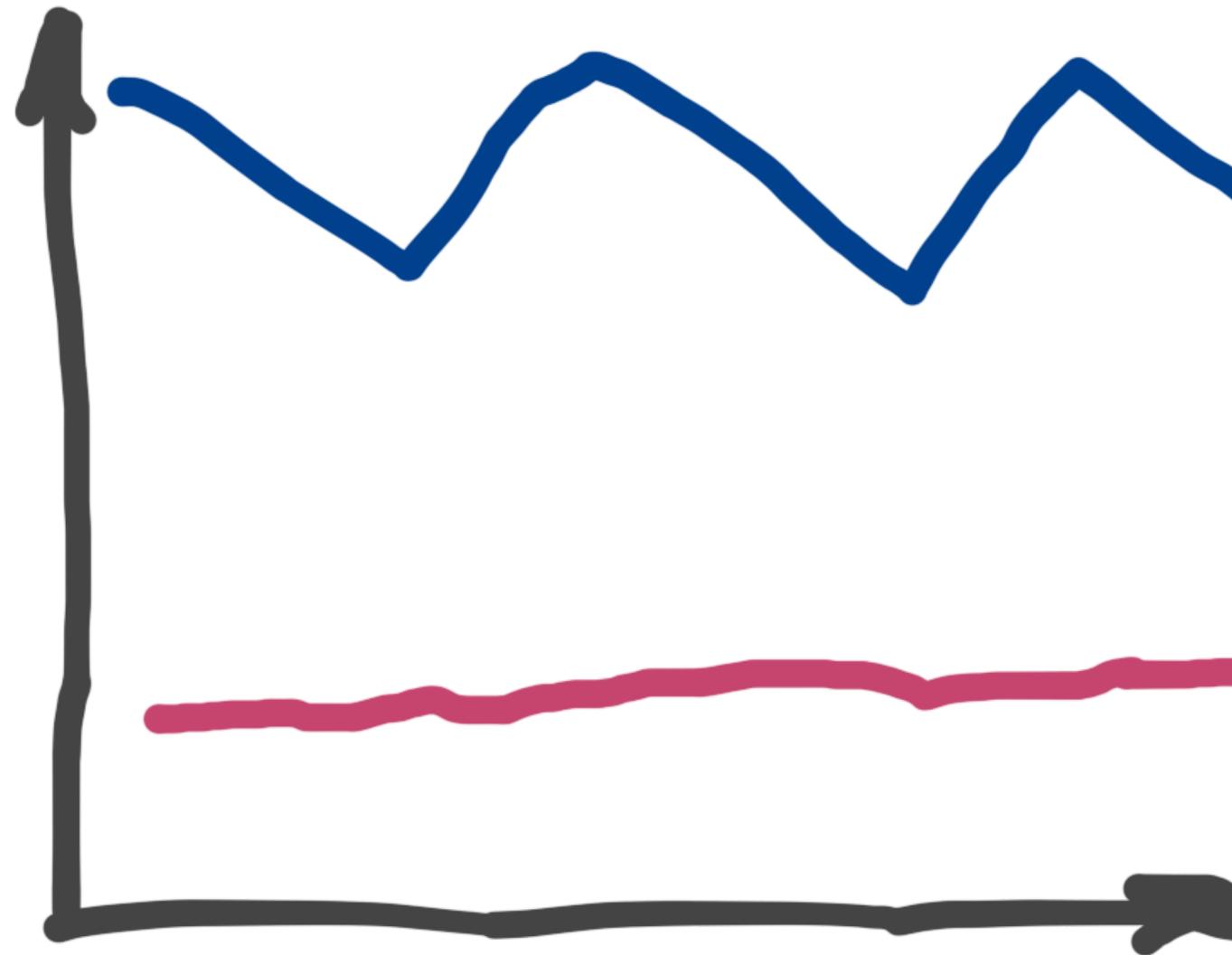
- **Самое узкое место** во всех продуктах, в мобайле тем более!
- Для основного продукта создавалась одновременно, для мобайла не всё применимо (новые метрики) и нужны доработки
- Внешние сервисы **полностью** не удовлетворяют потребностям (влияет специфика продукта: отмены, комиссия, сложные расчёты)
- **A/B** — основной инструмент для тестирования функционала на основном продукте, в мобайле — пока не так

# Инструменты для получения моб. аналитики

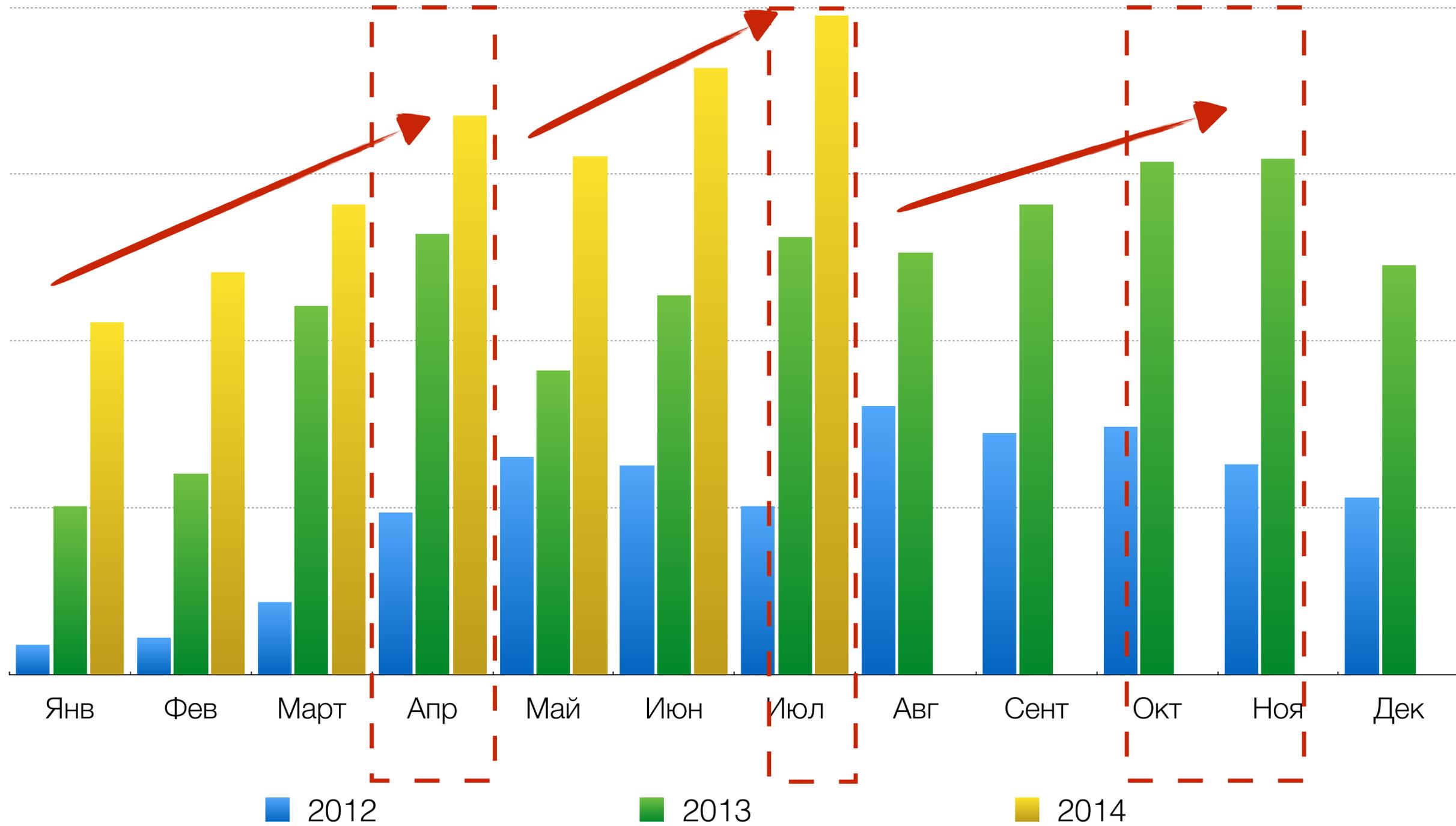
- Внешние сервисы
  - Google Analytics, Mixpanel, Crashlytics/BugSense, AppsFlyer
- Собственная аналитика
  - Система дашбордов и отчётов
  - Кубы (OLAP), база данных
  - Сырые данные (работа с логами)

# Инсайты

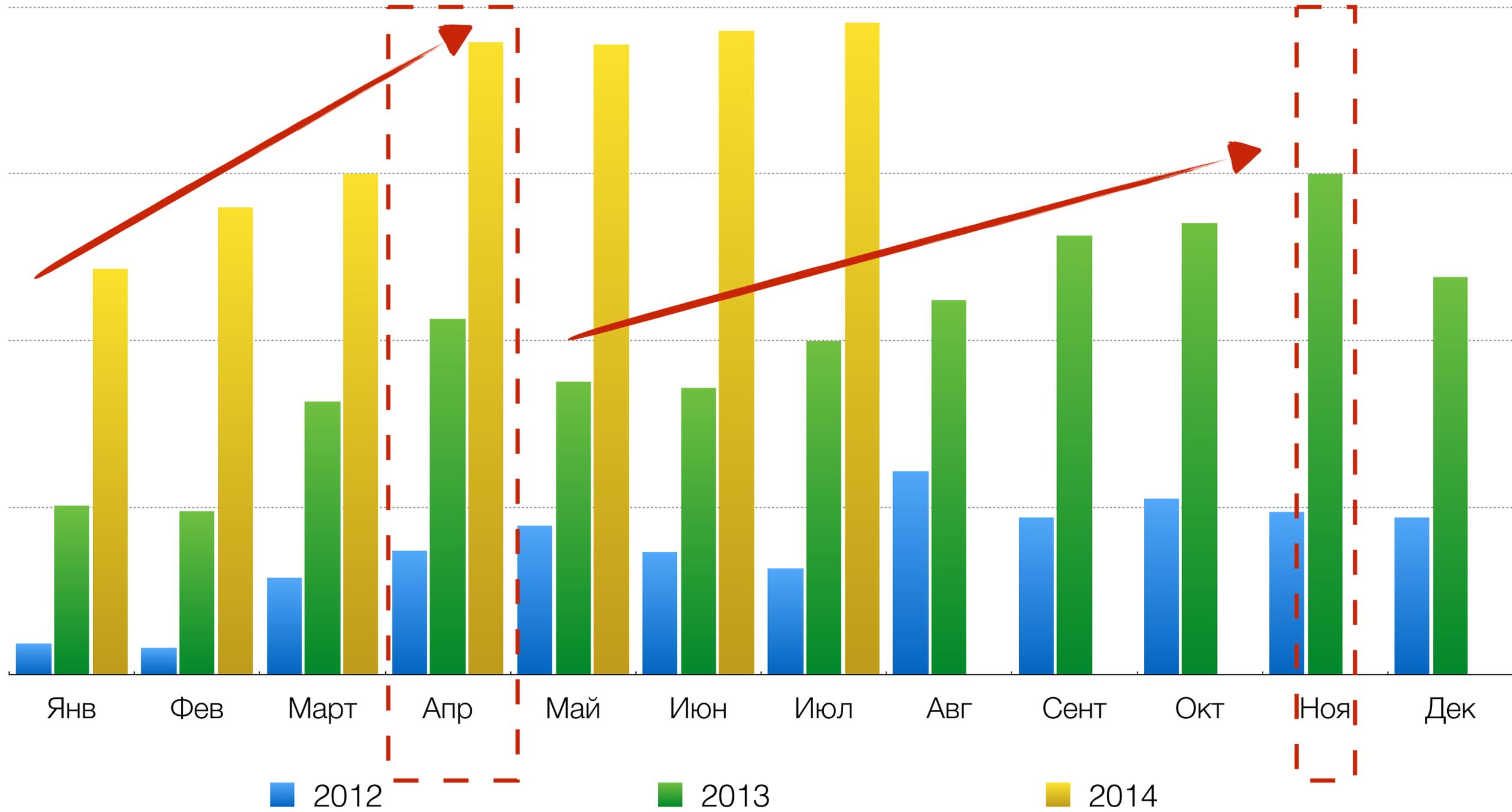
# 1. Влияет ли сезонность?



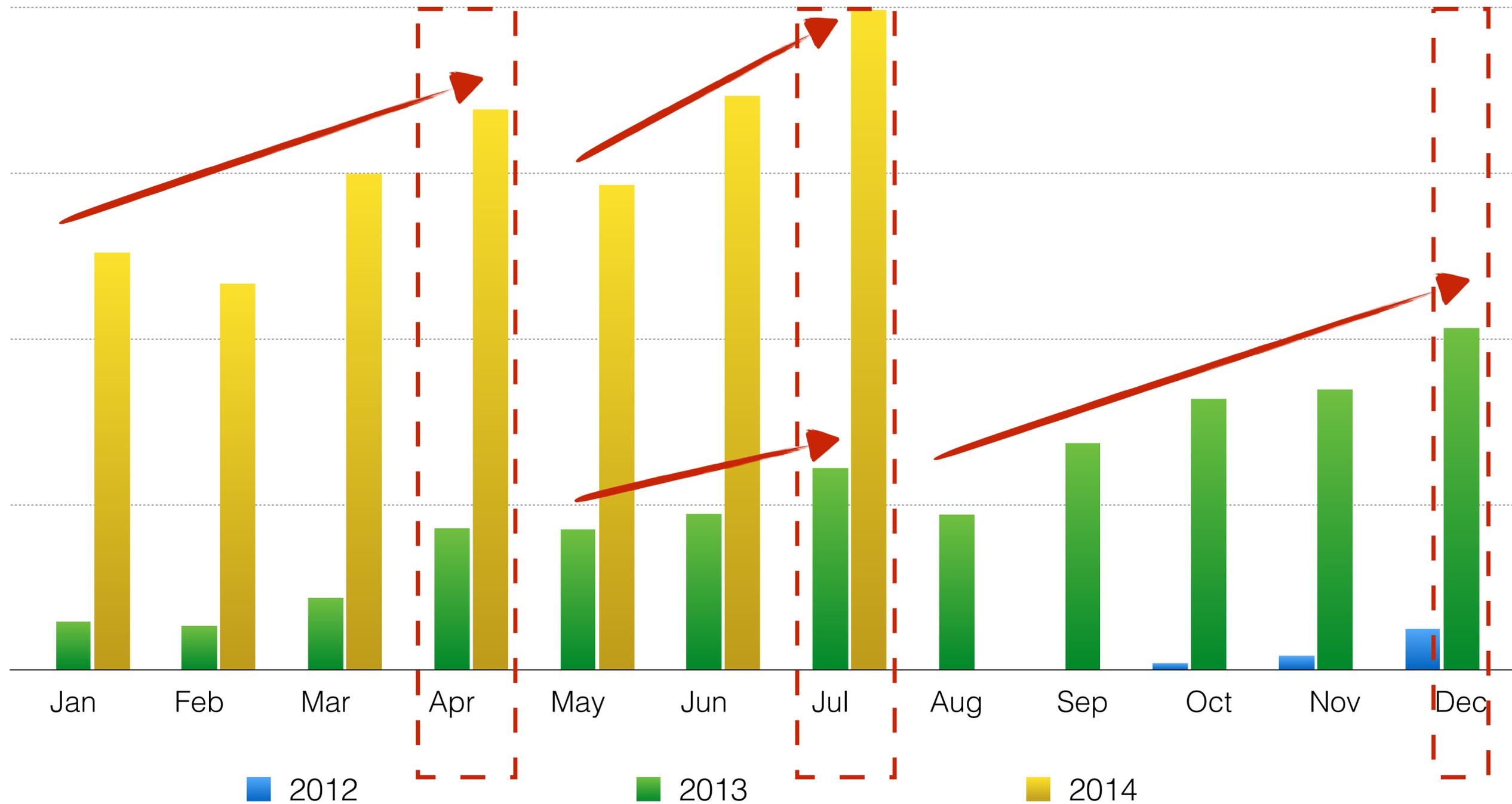
# Бронирования за всё время



# Бронирования через моб. сайт

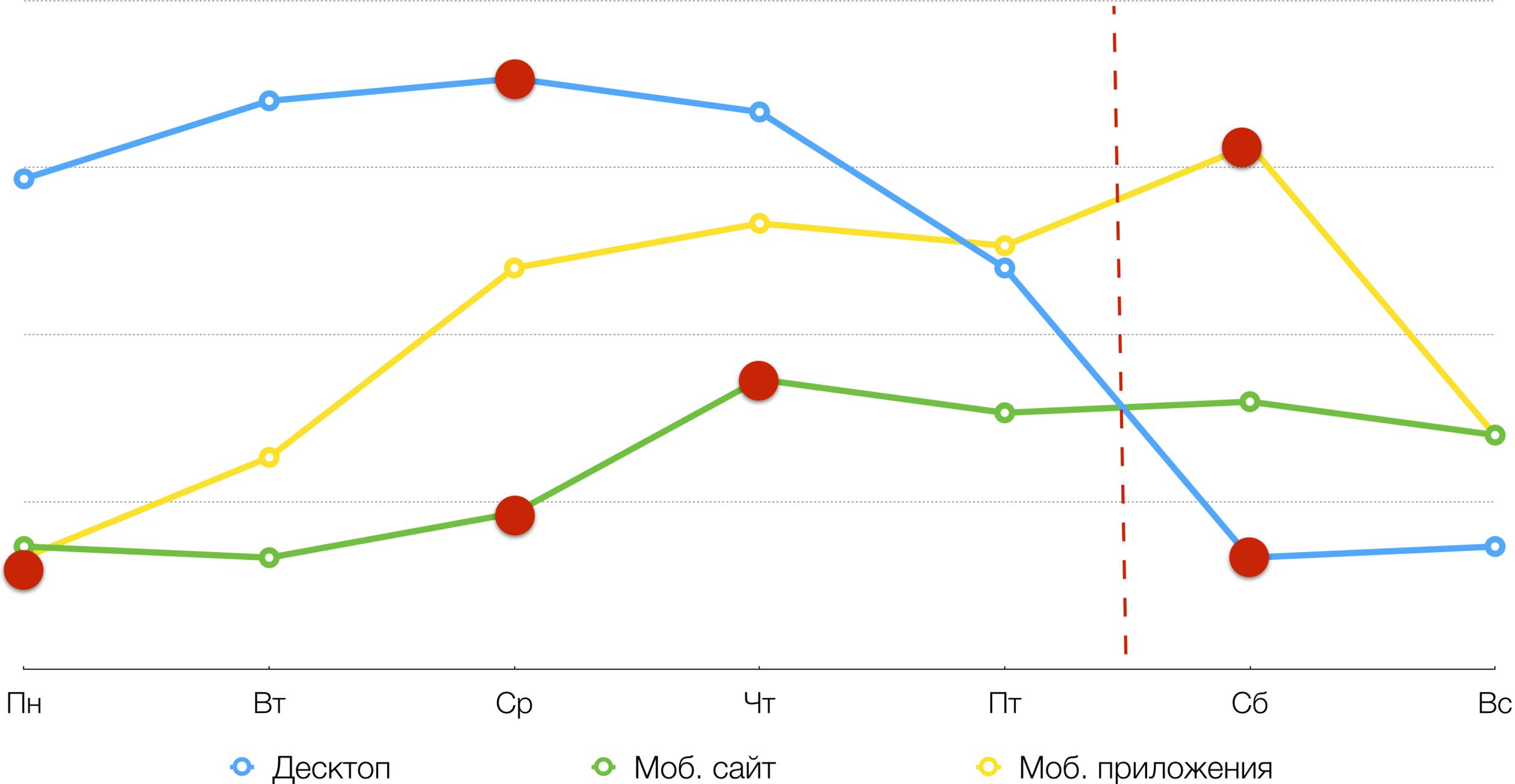


# Бронирования через моб. приложения



2. В какие дни больше  
бронировуют?

# Нормированные бронирования по дням недели

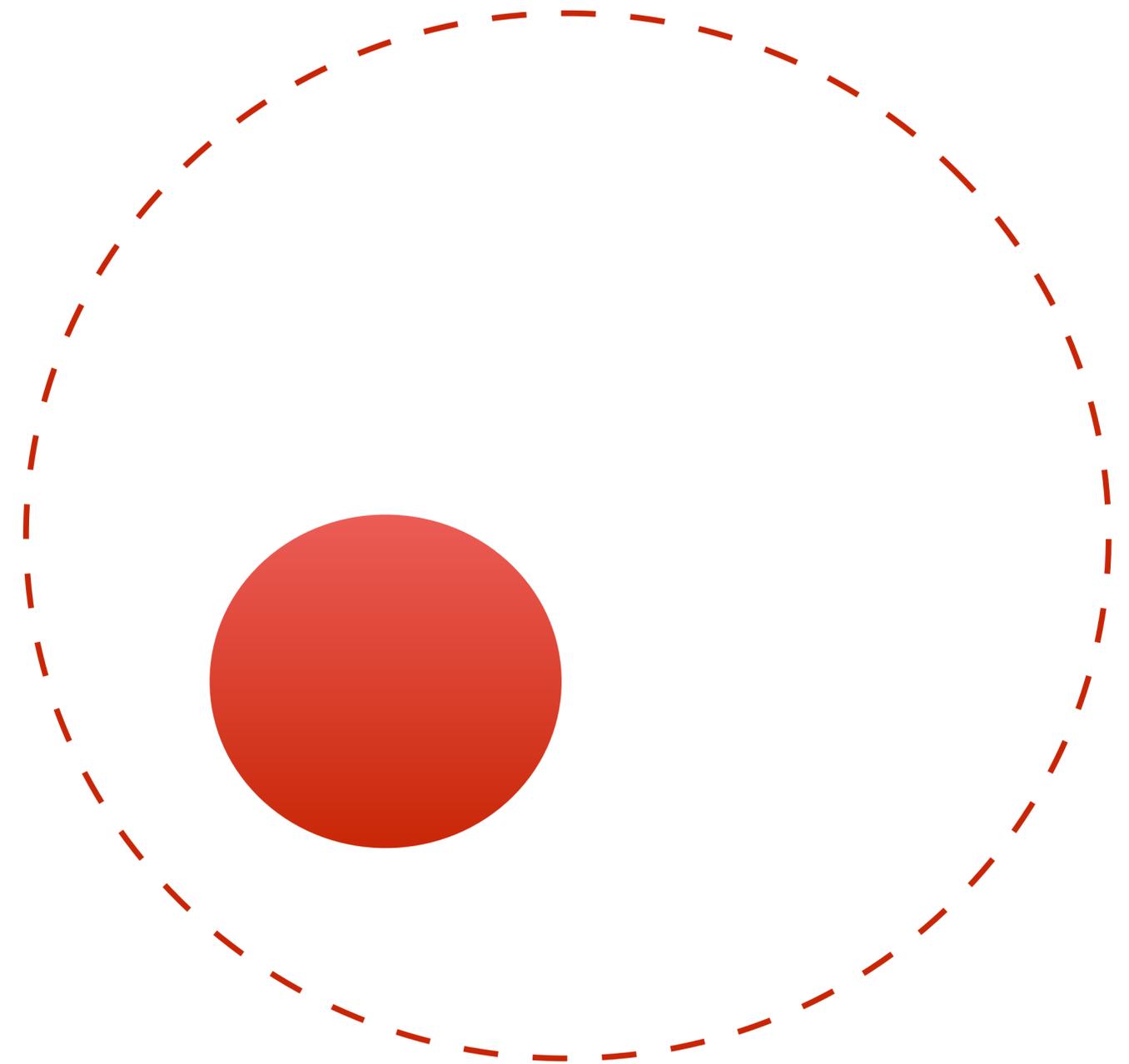


# Резюмируя

- Немного опоздали с мобайлом, не начав вовремя
- Потеряли время на реструктуризацию и налаживание процессов
- Не Mobile First
- Пришли к понимаю, как нужно делать, нашли «идеальную» схему
- В ближайшем будущем мобильный продукт должен превратиться из догоняющего в преуспевающий!

# «Идеальная» схема

- Фул-стек мобильная команда
- Модель «стартап-в-стартапе»



Так, **СТОП!**

# Если мобильный продукт — это

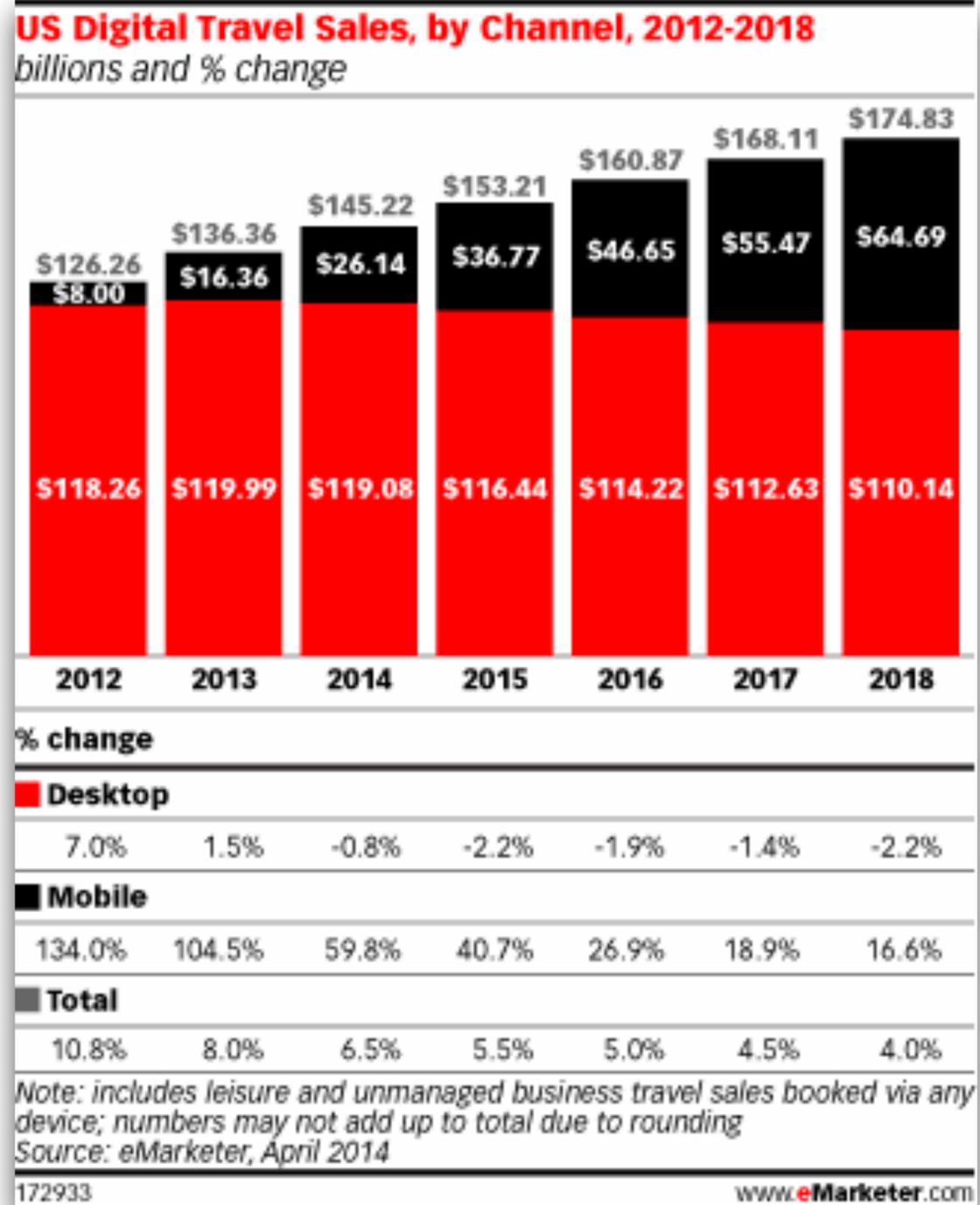
1. Мобильный сайт
2. Приложение iPhone
3. Приложение iPad
4. Приложение Android
5. Приложение Windows Phone

Мобильный бекенд:  
API, сервисы, мониторинг, ...

*«Стартап-в-стартапе-в-стартапе»*

**Готовиться ли к этому? :-)**

P. S.



<http://www.emarketer.com/Article/US-Mobile-Travel-Sales-Increase-60-2014/1010828>

# Дзякуй, калі ласка!

Вопросы?

Анатолий Шарифулин  
[sharifulin.ru](http://sharifulin.ru)