



WARGAMING.NET

LET'S BATTLE

Связываем воедино аналитику, качественные и количественные
исследования

Сергей Кадомский
Director of Research, Wargaming.net



Давайте знакомиться?

"PowerPoint slides are like children:
No matter how ugly they are, you'll think
they're beautiful if they're yours."



Scott Adams
The Joy of Work

> Идея/прототип – поиск возможностей

- Изучение ЦА: поиск типичных потребителей
- Изучение конкурентов и потенциала рынка
- Емкость рынка
- Fail fast!



> Этнографические исследования

купил айфон а чо с ним делать
где кнопки чтобы нажимать
и как мне позвонить сереге
а вот и он звонит и чо



WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

› Раннее тестирование продукта

- friends & family
- инноваторы
- референсные пользователи

Значительный объём качественных и
незначительный количественных данных

> Контекст потребления

Время суток, длительность сессии, устройства

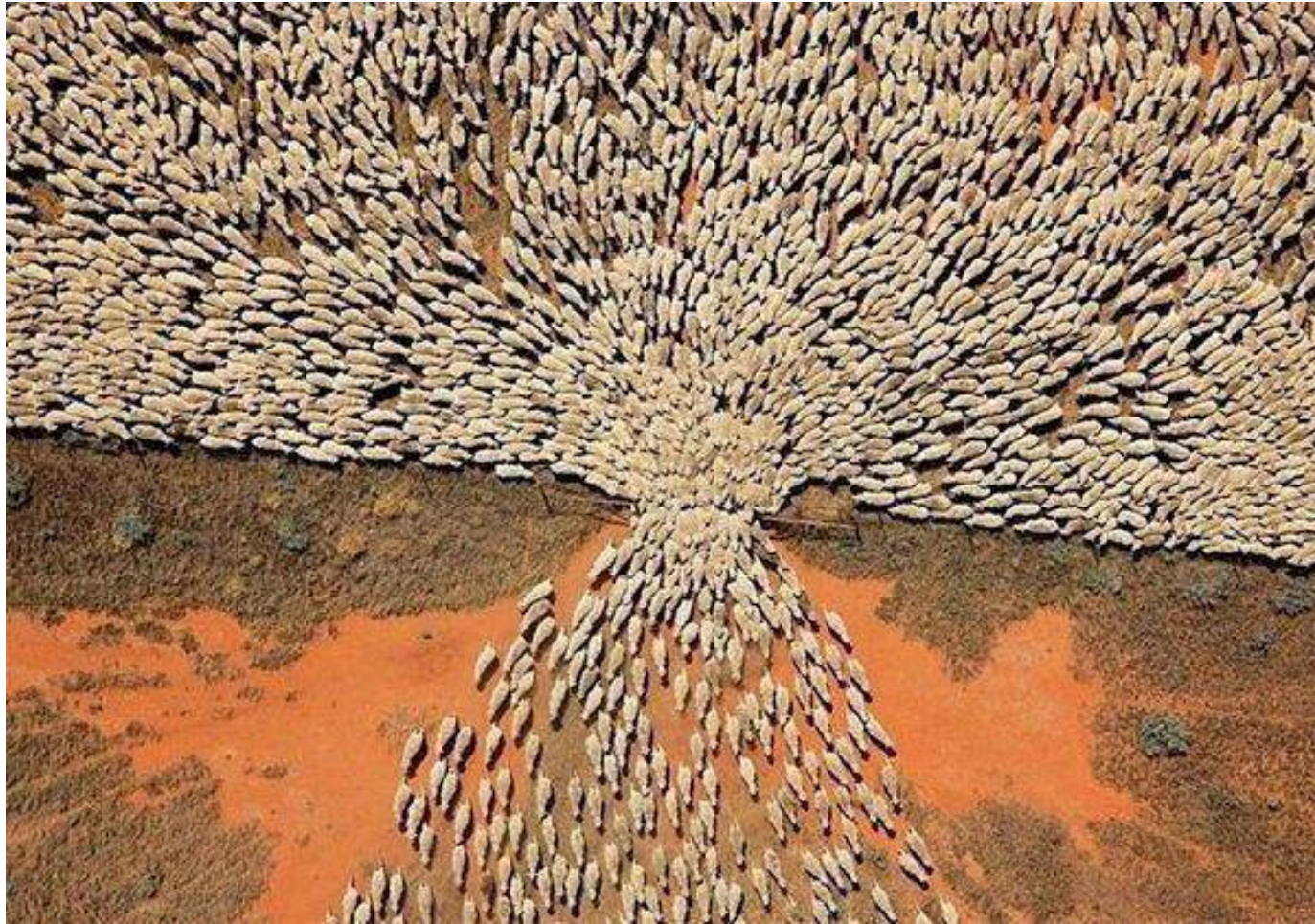


> Слушайте ваших пользователей



WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

> Оптимизируйте конверсионные воронки



WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

> Релиз



> Источник бесконечного потока информации



WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

› Существующие источники информации

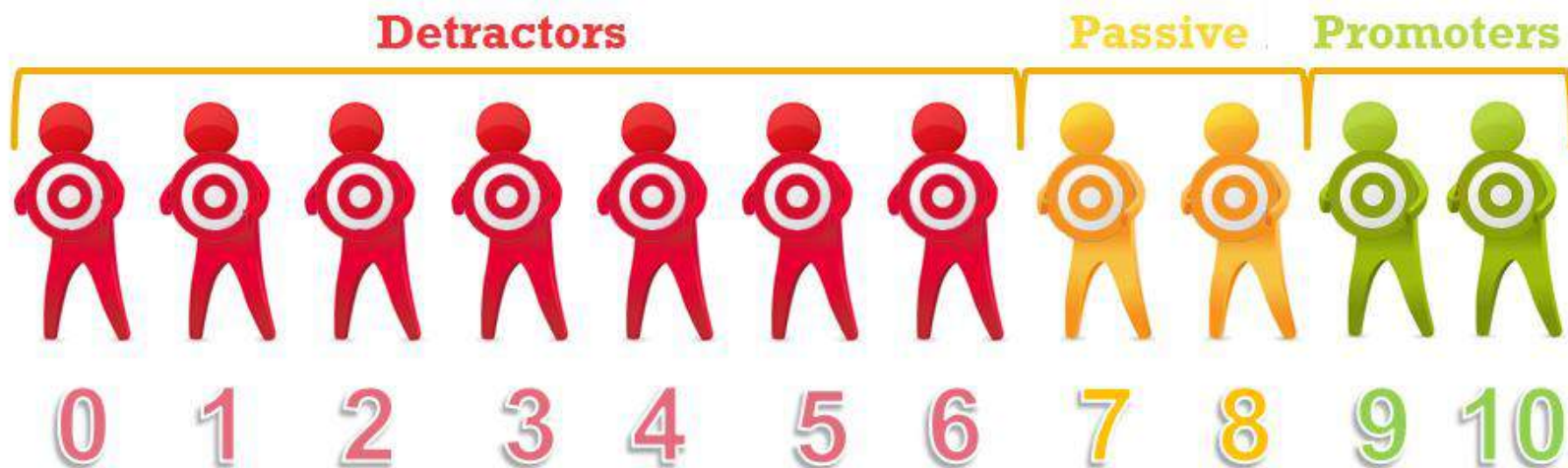
- › Встроенные системы отзывов и комментариев
- › Социальные сети и блоги
- › CRM системы
- › Комьюнити ресурсы (например, фан-форум, посвящённый вашему продукту или тематике)
- › Тикеты техподдержки

› За спрос не бьют в нос: онлайн опросы

- › Очень дешевый способ получения информации
- › Позволяют выявить мнение silent majority
- › Дают репрезентативную картину происходящего
- › Ответы можно (и нужно!) изучать в привязке к портрету пользователей



> Индекс потребительской лояльности



$$\text{NPS} = \text{Promoter \%} - \text{Detractor \%}$$

› Онлайн-опросы, риски

- › Качество выборки имеет значение
- › Ошибка выживших
- › Пользователи – плохо знают чего хотят и совершенно не знают что возможно
- › Тестируйте понимание вопросов на реальных пользователях

> Сегментация пользователей



› Сегментация пользователей - деньги

- › Кто приносит нам деньги?
- › Freemium модель



> Сегментация пользователей - потребление фичей

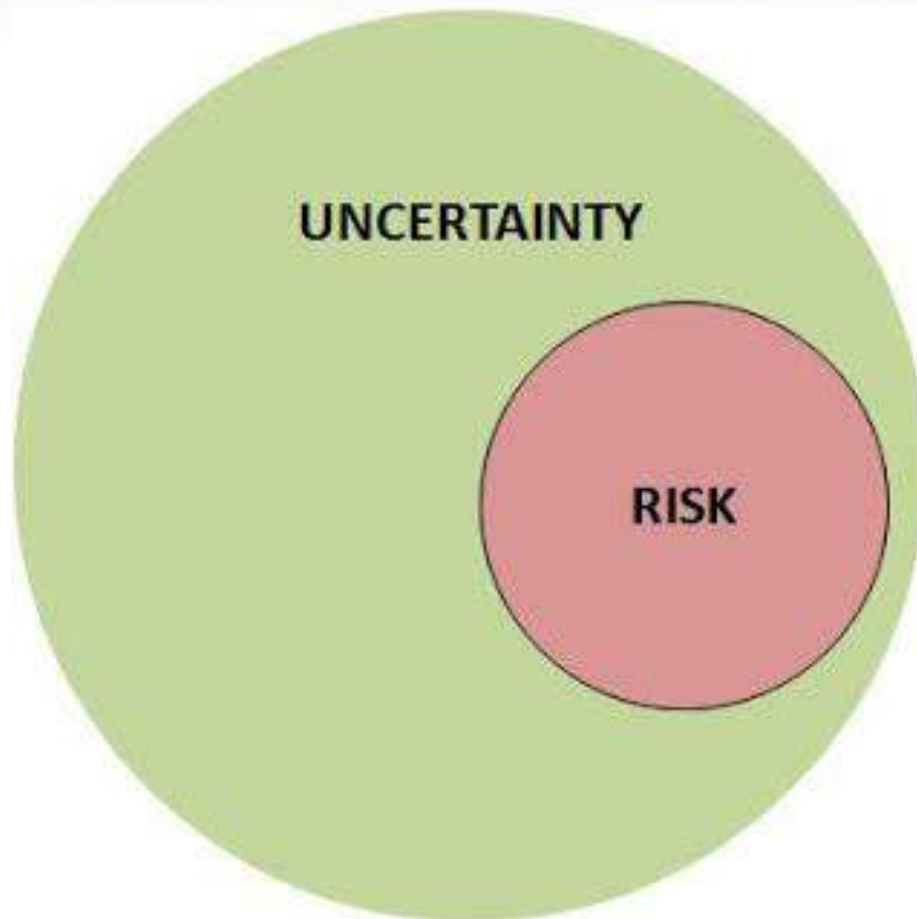


› Персонализированная коммуникация



WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

> Совет: снижайте неопределенность



> Совет: не брезгуйте опытом других отраслей



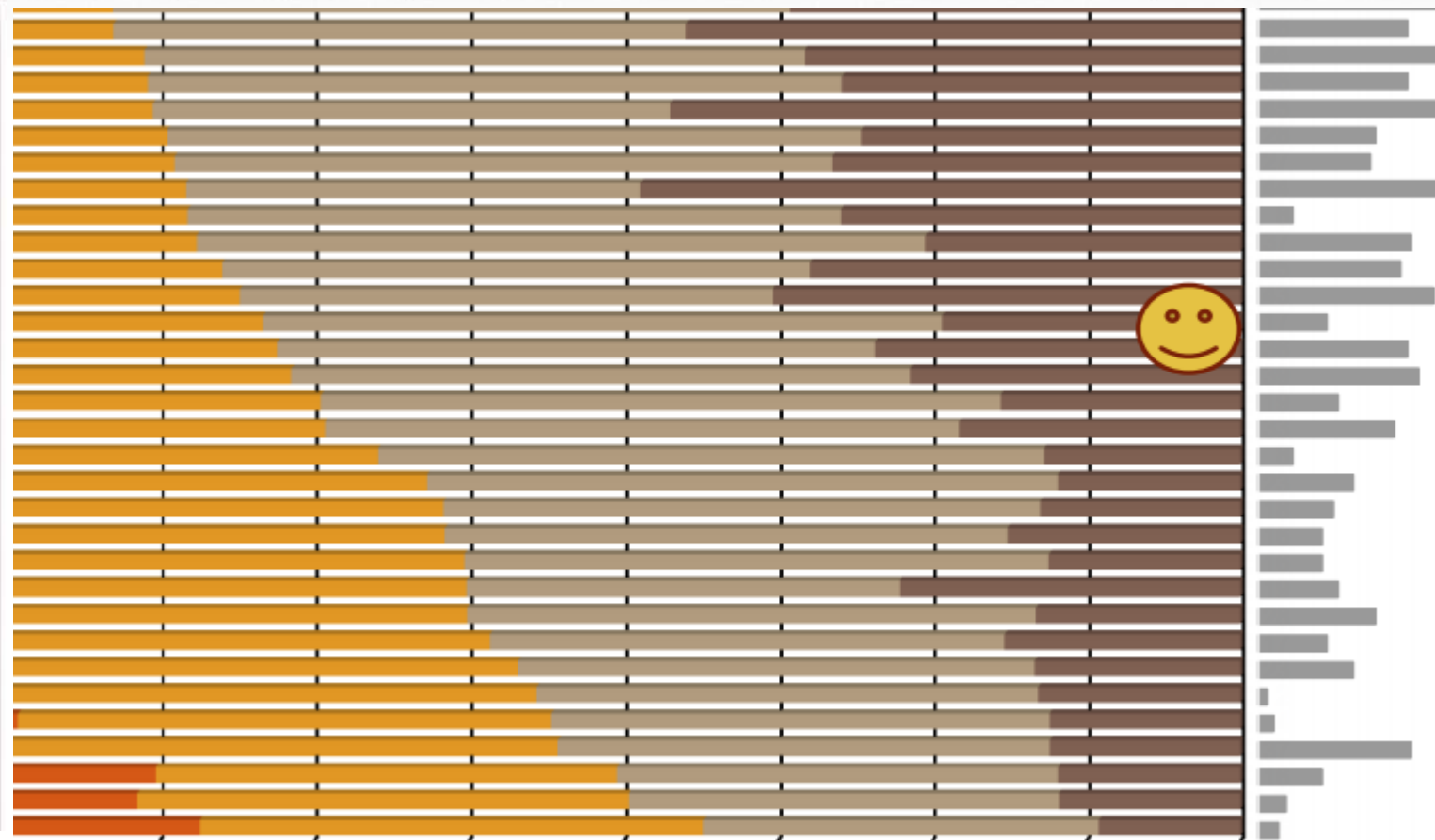
WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

> Совет: остерегайтесь аналитического паралича



WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

> Совет: насыщайте данные

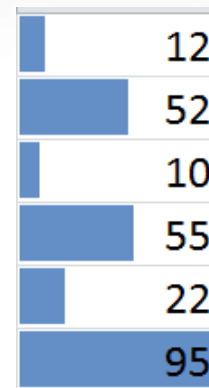
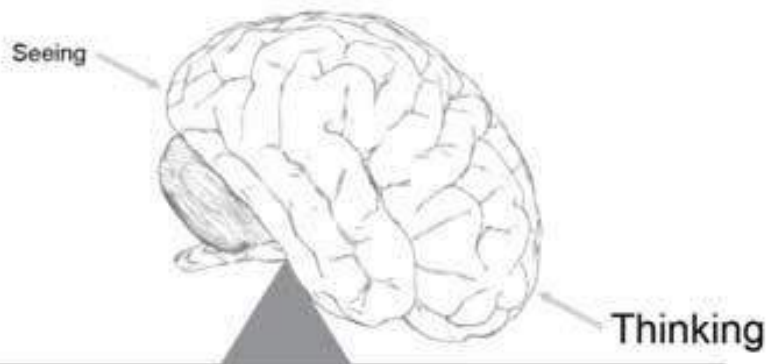


■ скорее не нравится ■ отношусь нейтрально ■ скорее нравится ■ очень нравится

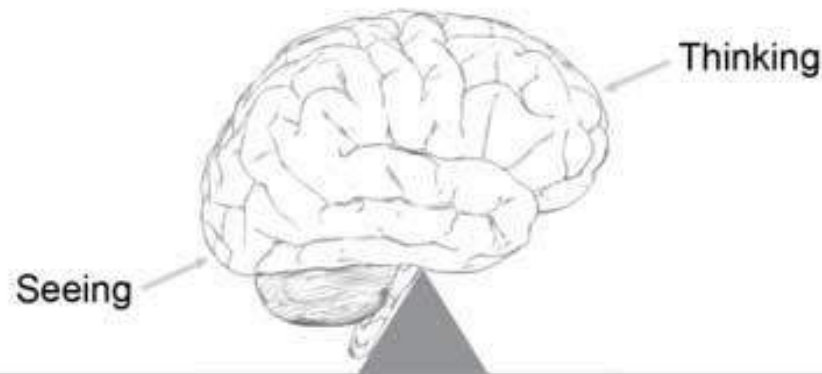
> Совет: визуализируйте коммуникацию

12
52
10
55
22
95

Out-of-Balance



In-Balance



> Волшебный треугольник исследователя



› Используемый инструментарий

Опросы: SurveyMonkey, FluidSurveys, Google Docs

Анализ и визуализация данных: Excel, Tableau

Сложная аналитика: SPSS, SAS, Project R

Дешевый eye-tracking: The Eye Tribe



› Полезные ссылки

Книги:

[Inspired: How To Create Products Customers Love](#)

[How to Measure Anything: Finding the Value of Intangibles in Business](#)

[Freemium Economics: Leveraging Analytics and User Segmentation to Drive Revenue](#)

Сервисы и софт:

[Сервис опросов FluidSurveys](#)

[Инструмент для визуализации данных Tableau](#)



Спасибо!
Вопросы?

Сергей Кадомский

Email: s_kadomsky@wargaming.net

Skype: sergey.kadomsky