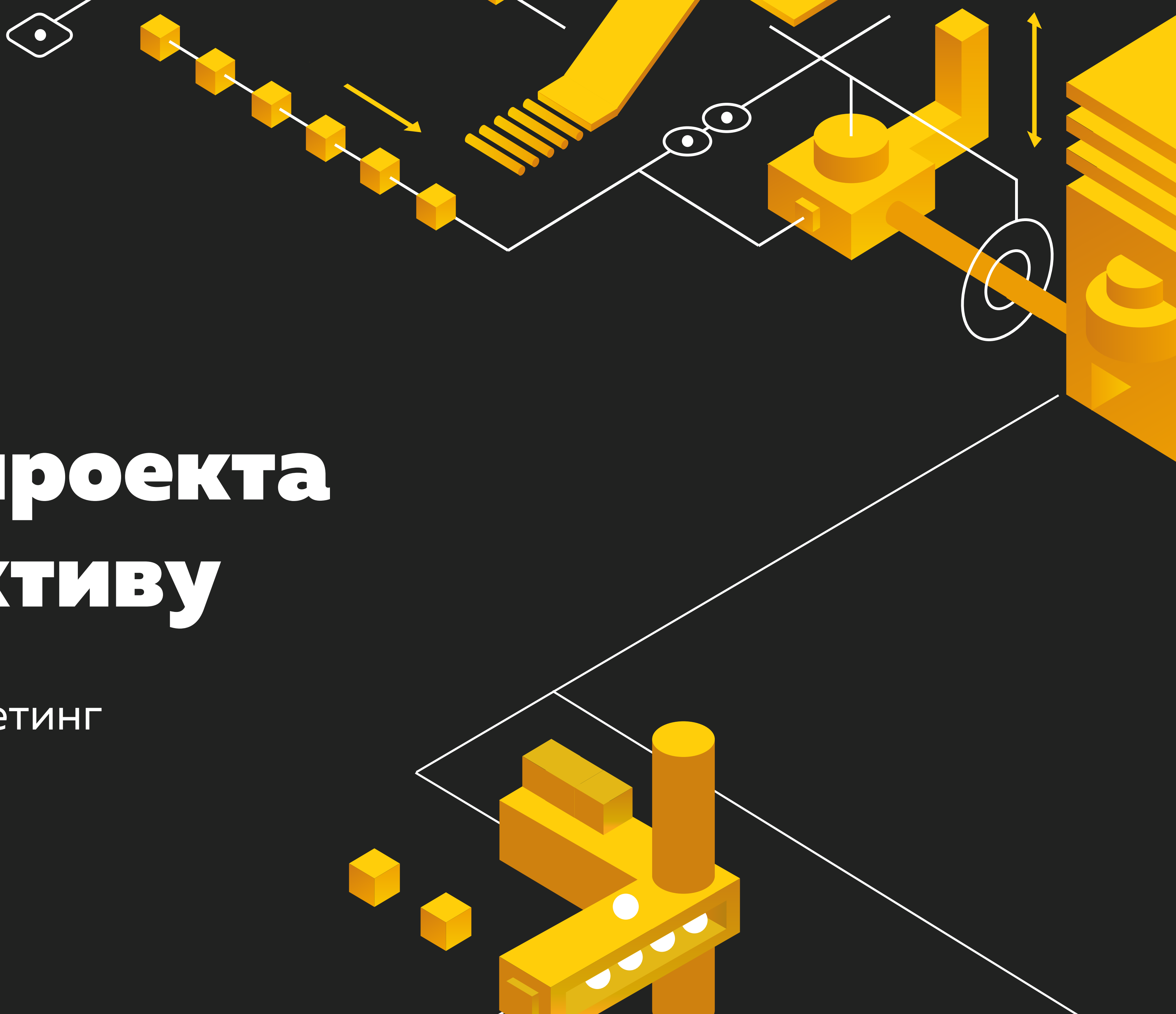


HEADS  
*and*  
HANDS

# Развитие проекта на перспективу

growth hacking + маркетинг



# Разработка мобильного приложения: начало

- 🟡 появление простой и блестящей идеи
- 🟡 обрастание ядра дополнительным функционалом
- 🟡 долгая разработка
- 🟡 первый релиз
- 🟡 **БОЛЬ**



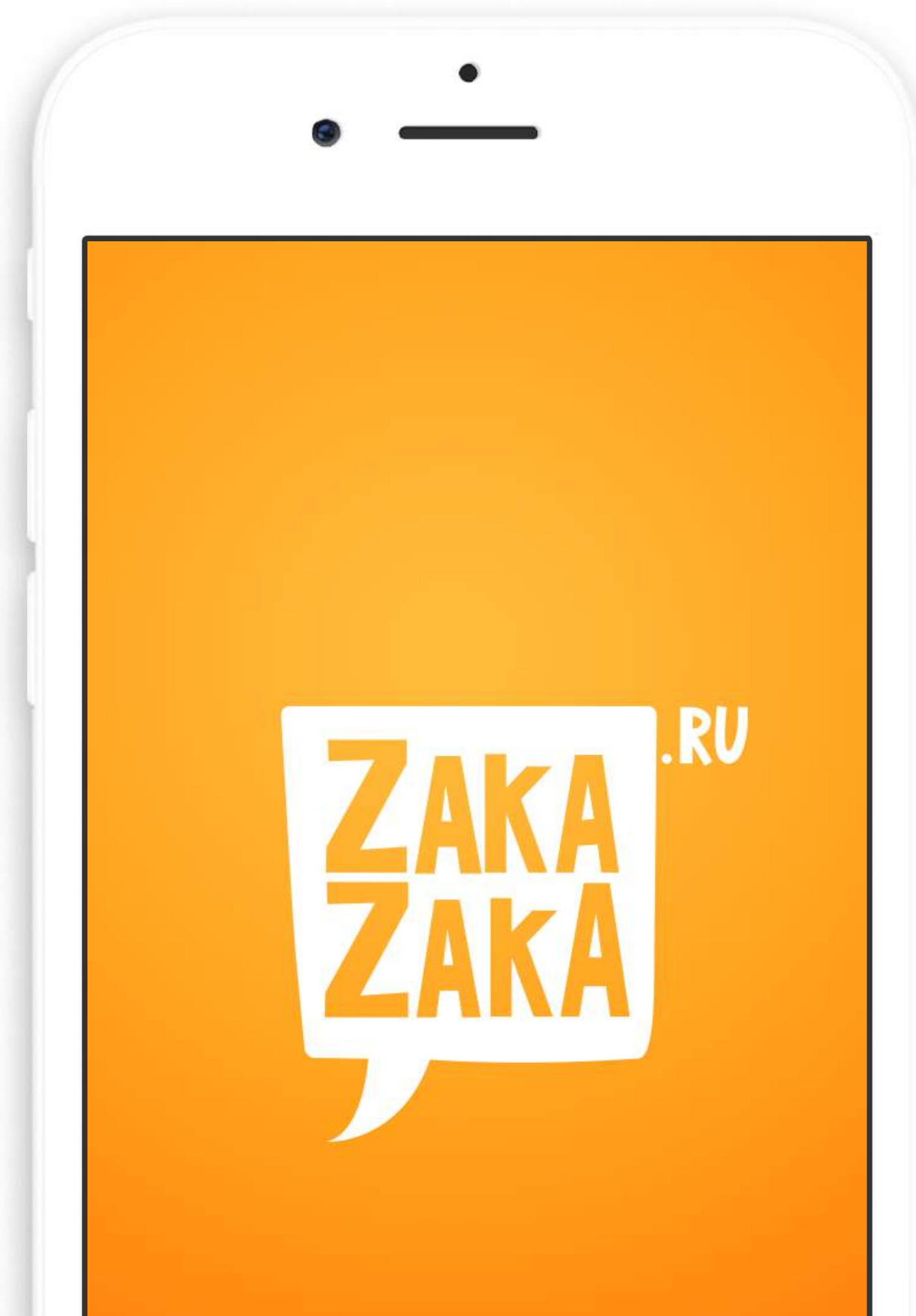
**ПЕРВЫЙ РЕЛИЗ - ТОЛЬКО  
НАЧАЛО ПРОЕКТА**



# ZakaZaka

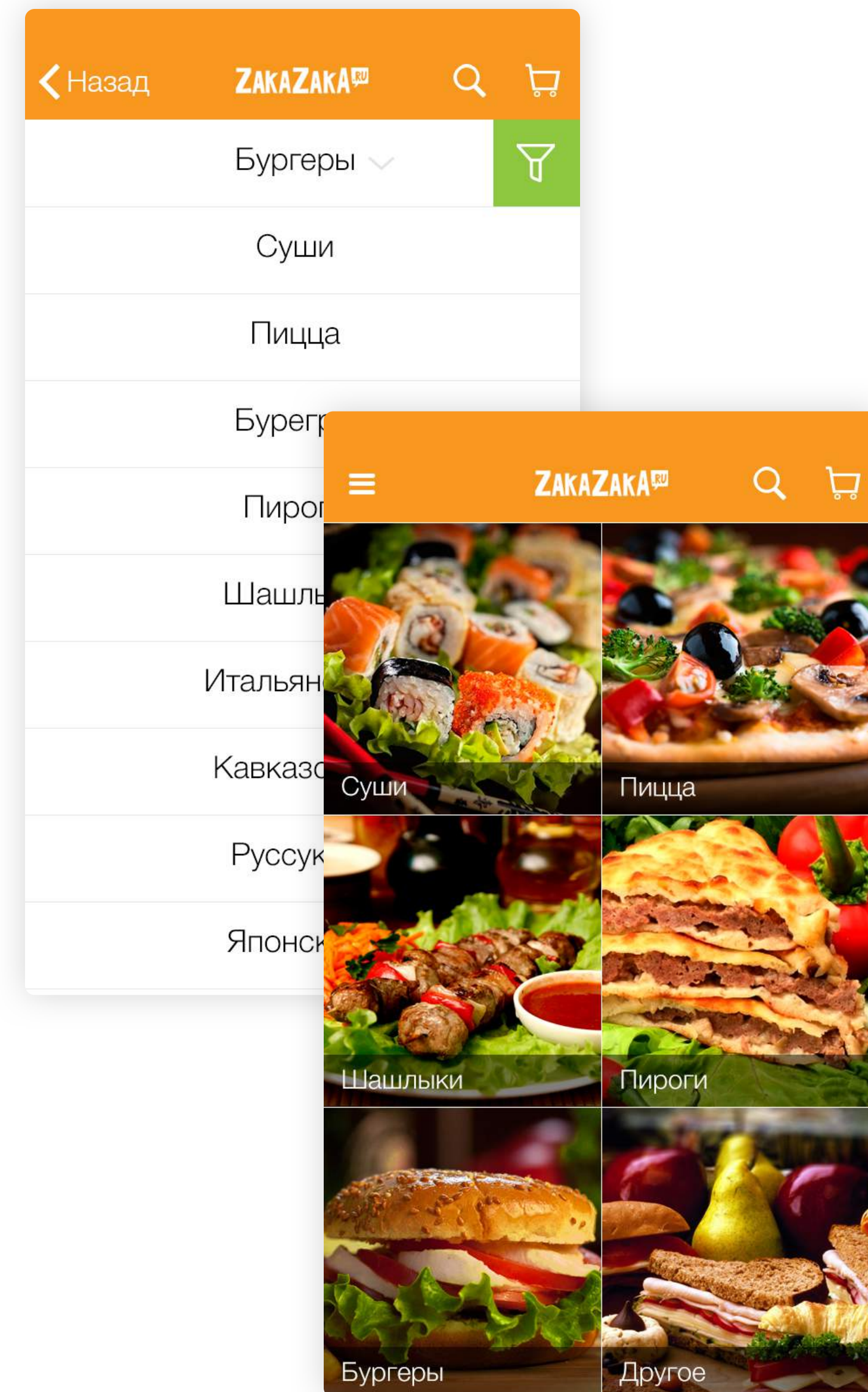
## Задача

Создать самое удобное приложение по доставке еды из ресторанов



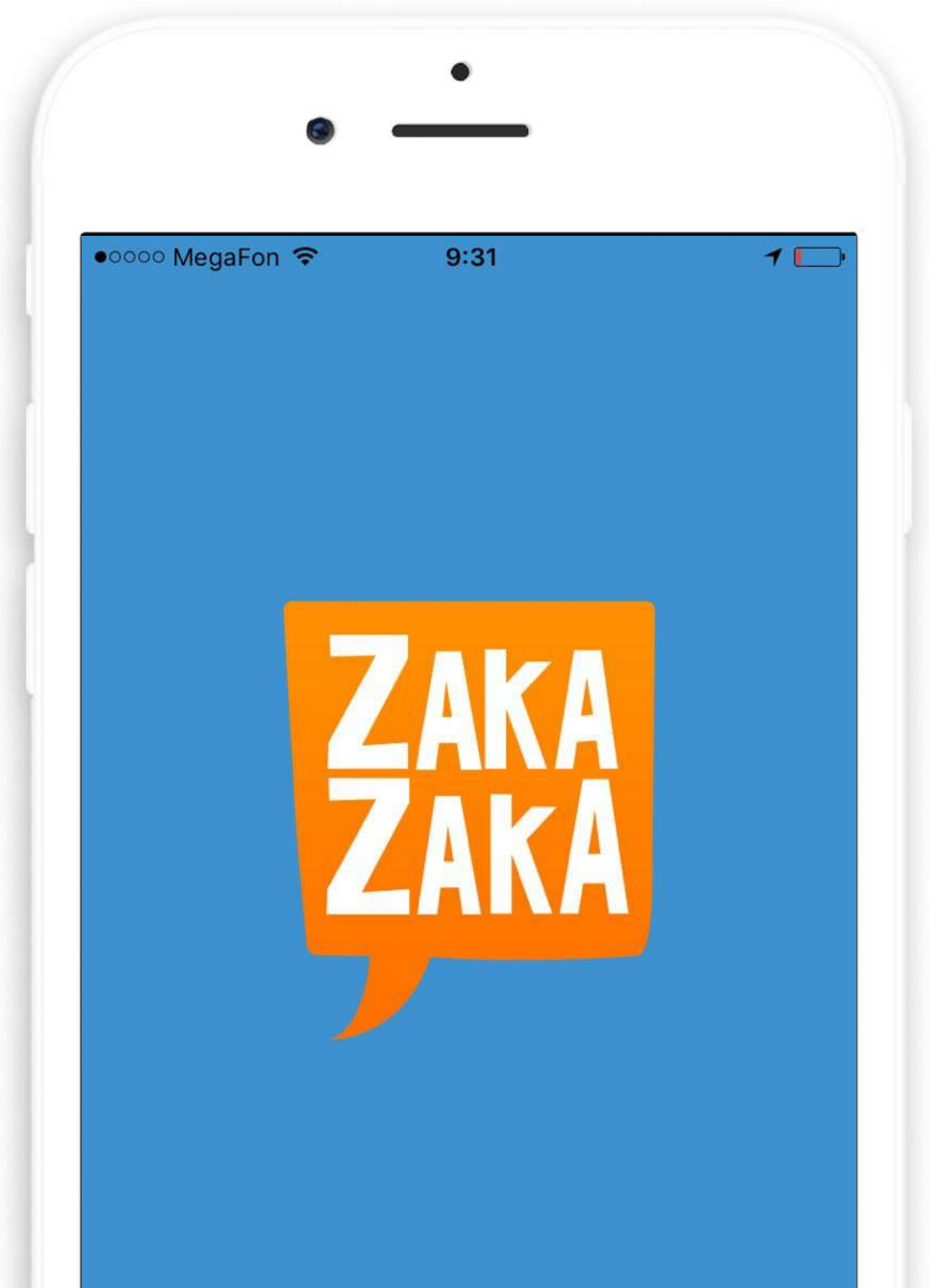
## Результат первой итерации

- 🍕 стартап превратился в полноценного игрока на рынке доставки еды в России
- 🍕 собственная лояльная аудитория
- 🍕 новый набор идей

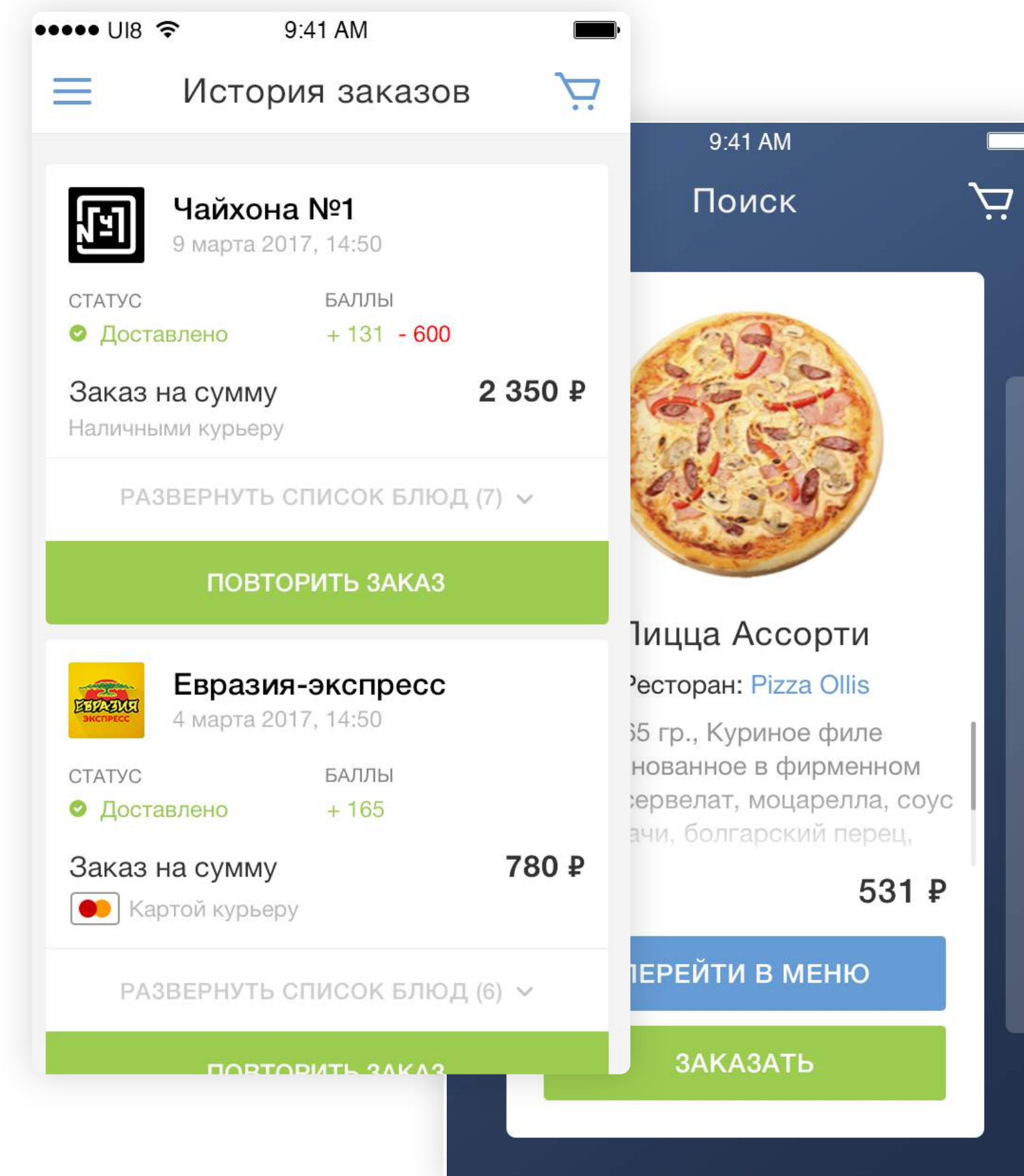


## Как это было дальше

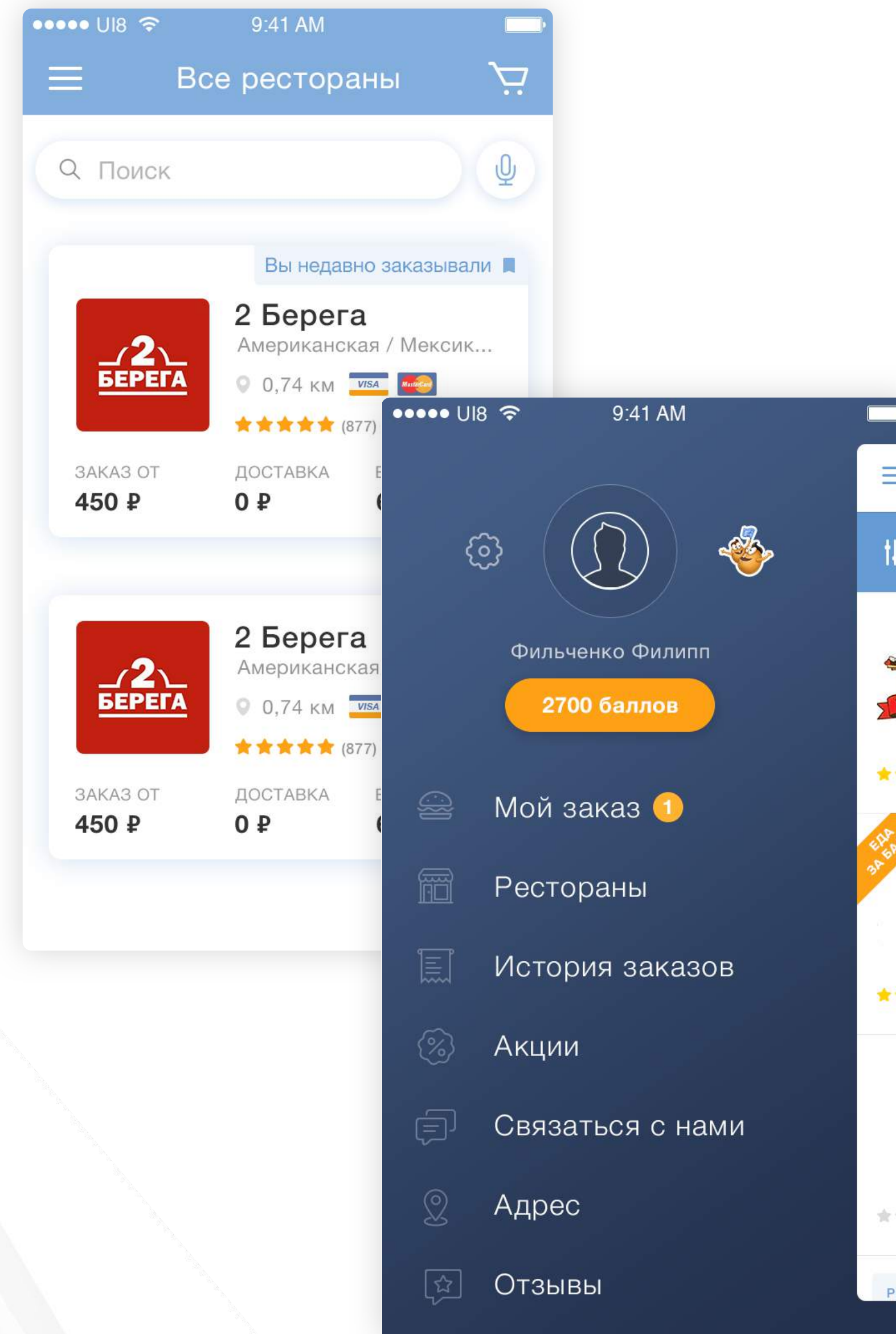
- 🍕 спустя год мы сделали приложение заново с новым проектированием и дизайном
- 🍕 фокус - краткие сроки и ключевые функции на базе аналитики
- 🍕 после 2-го релиза около десяти функциональных апдейтов за год с небольшим



- 🍕 регистрация – болезненный шаг, поэтому не требуем ее на старте
- 🍕 при оформлении заказа – автоматическая через телефон
- 🍕 оправданные запросы контактных данных
- 🍕 шаринг – болезненный шаг, поэтому делаем его взаимовыгодным и только в отдельных сценариях



- 🍕 локацию просим при старте как ключевой параметр
- 🍕 изучили поведение – позволяем сменить локацию на этапе оформления
- 🍕 изучили фидбэк – добавляем смену номера телефона
- 🍕 Spotlight и Google Now
- 🍕 первыми внедрили оплату через Apple Pay среди конкурентов





# Этот модный термин growth hacking

Принцип постоянных тестов, аналитики  
и внесения правок

**Better fail fast**



# Отличие от маркетинга

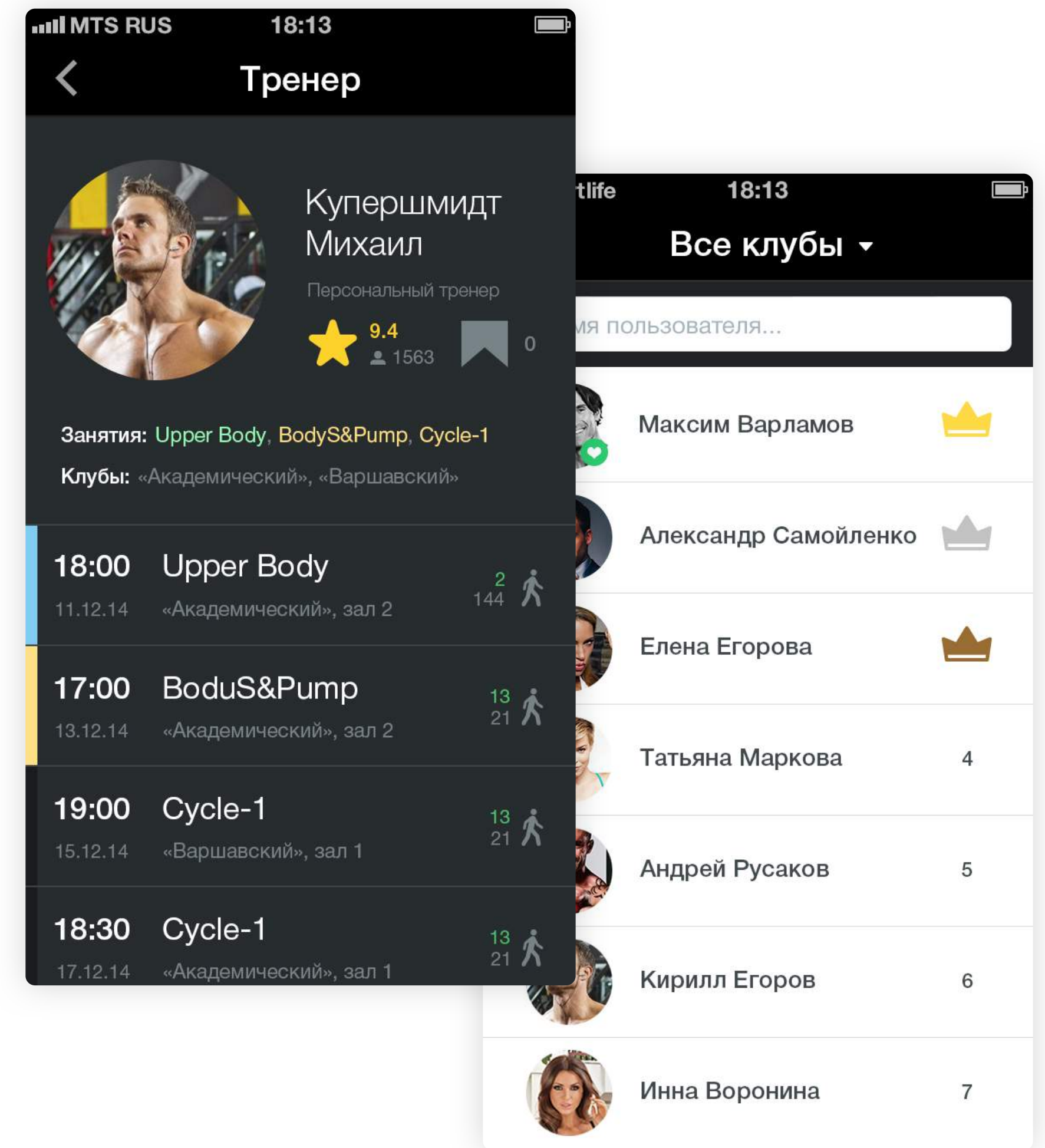
Продвижение существующего продукта за счет **игры** на современных технологиях, которая требует не только знаний маркетинга, но еще и инженерных навыков, понимания технической стороны вопроса.







# Sportlife

## Задача

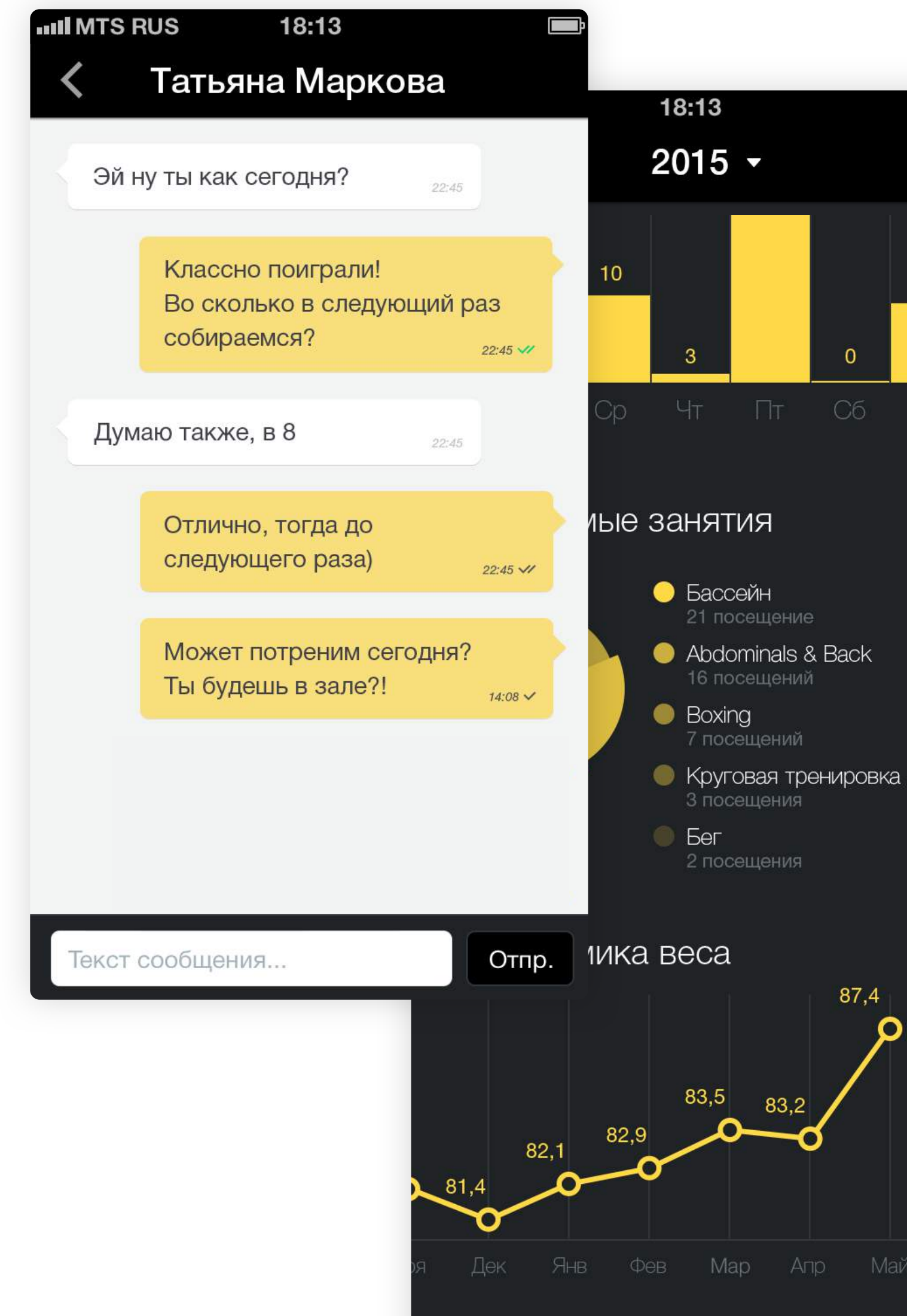
создать приложение, повышающее лояльность клиентов и не имеющее аналогов в своей сфере



## Первоначальный релиз:

-  уникальная социальная сеть с геймификацией для клиентов клуба
-  большой блок функционала: расписание, тренера, страница клуба, рейтинги, профили, друзья, сообщения и т. п.
-  несколько разработанных, но убранных до релиза идей
-  две идеи, не получившие отклика у аудитории – фильтр занятий и мероприятия

**1 год 2 месяца** – сроки разработки первой итерации



## Как это было дальше



аналитика + публичный фидбэк пользователей  
+ интервью клиентов сети



постоянное улучшение продукта короткими итерациями



убираем лишний функционал и добавляем  
востребованный пользователями



## Результат



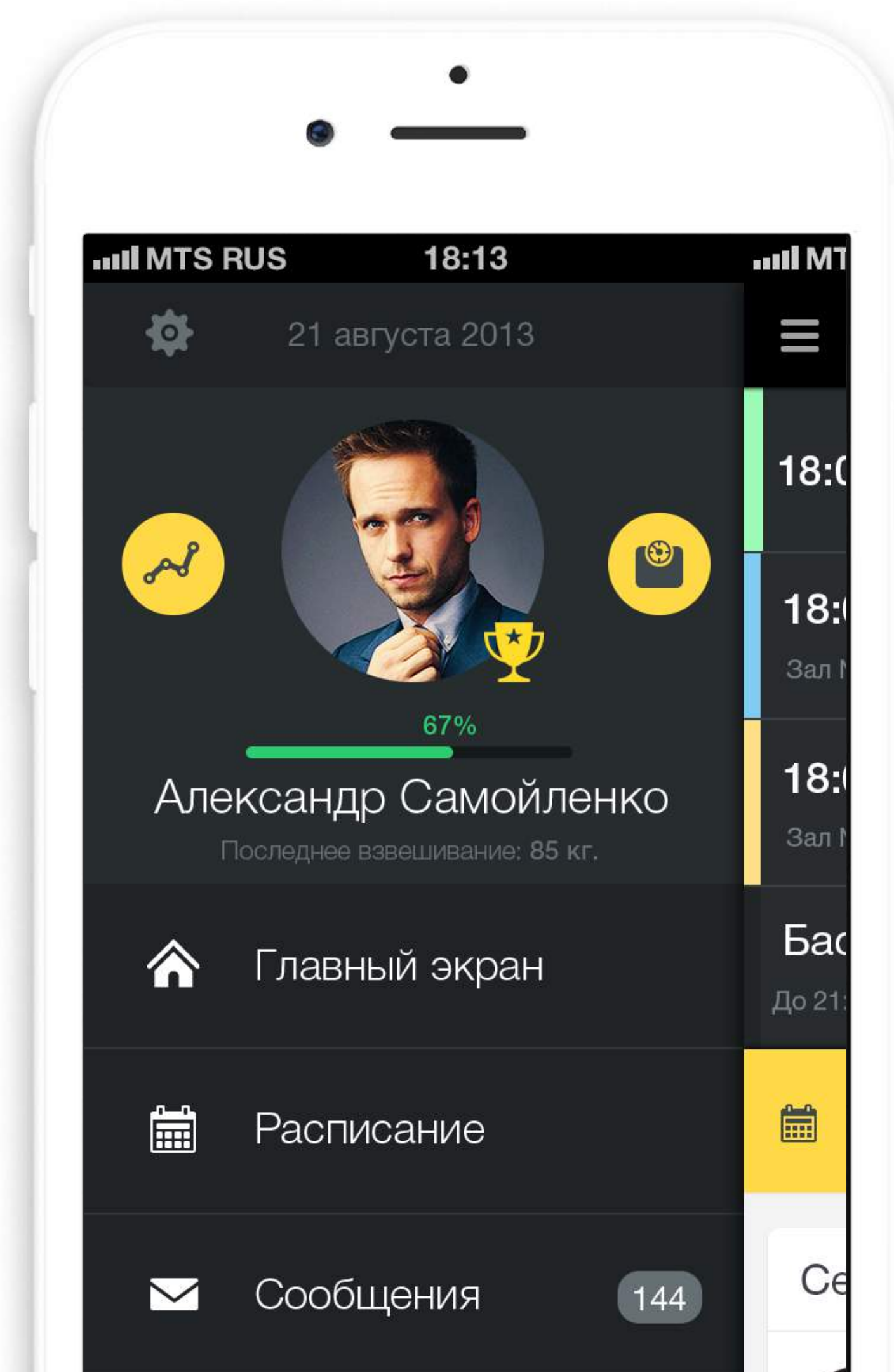
каждая функция востребована



продукт становится известным через «сарафанное радио»



приложение – часто аргумент в пользу Sportlife при выборе абонемента в спортзал



# ВСЕ ПРОСТО, КАРЛ!



не пытайтесь «упихать» всё в первый релиз



настройтесь на постоянное улучшение продукта,  
жизнь не заканчивается после первого релиза



лучше 10 мелких апдейтов, чем два больших



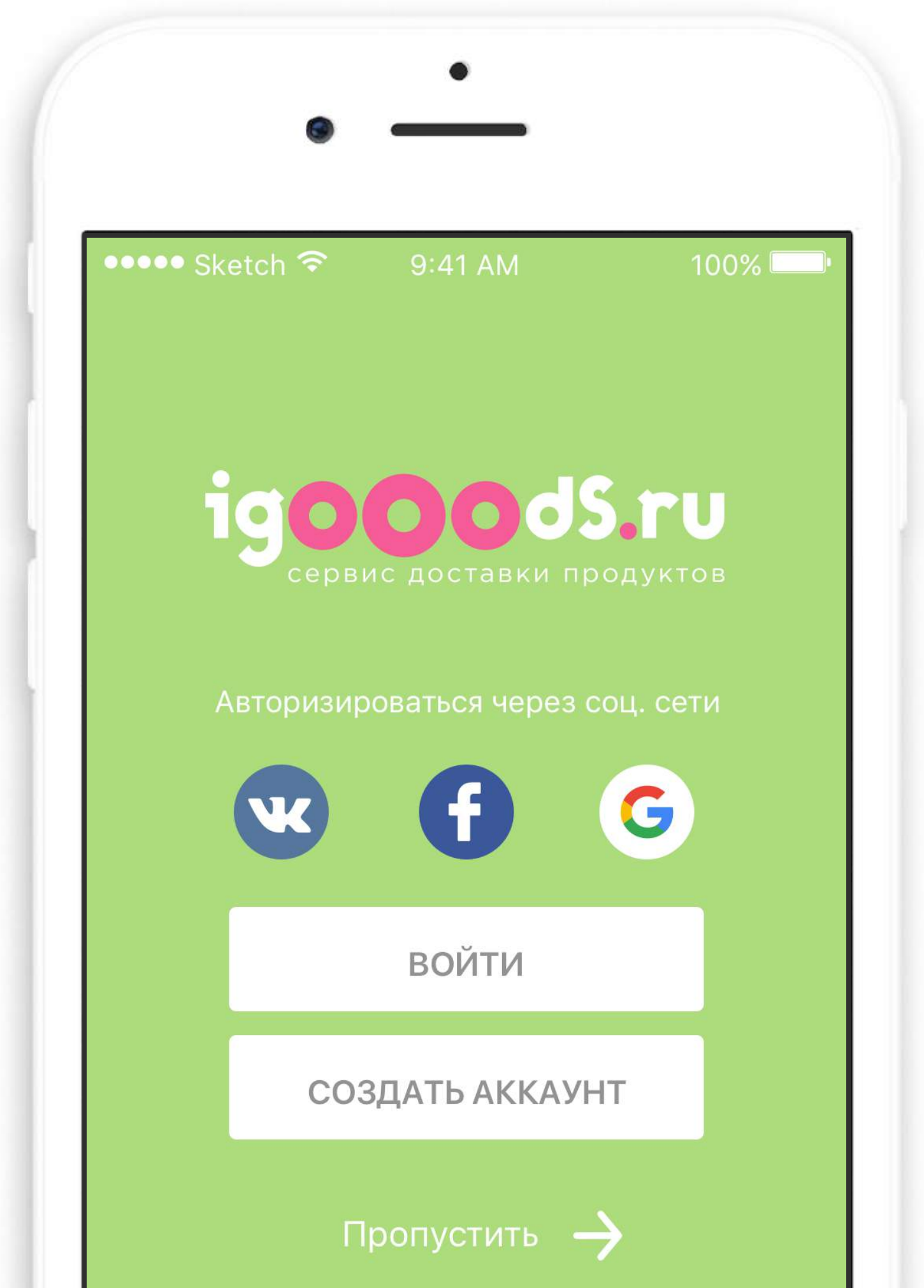
одна итерация - проверка одной гипотезы



# iGoods

## Задача

Создать простое и удобное приложение по доставке продуктов







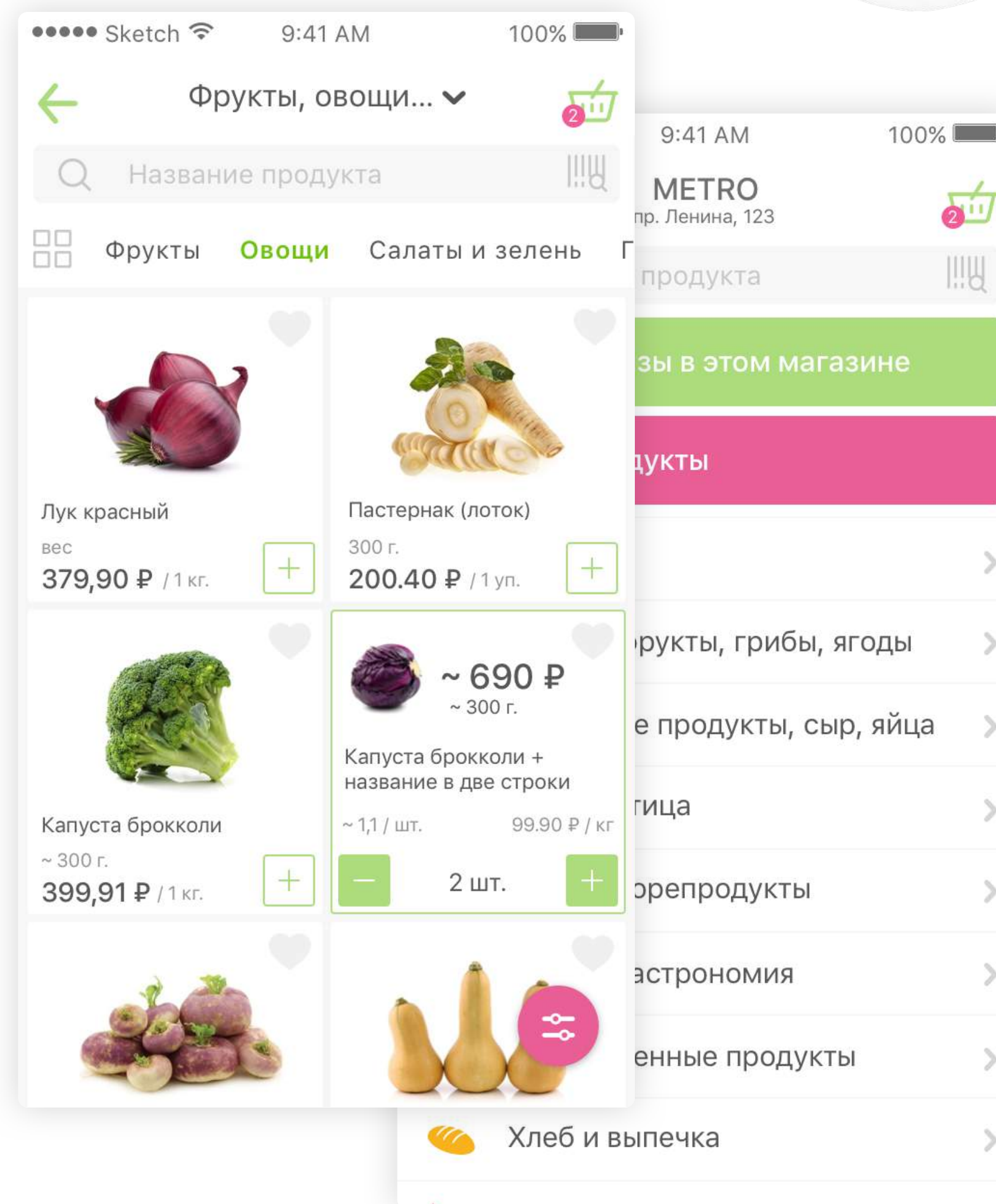
## Как это было

 сознательное упрощение интерфейса

 подсказки на всех этапах работы

## После релиза

Возникла необходимость в ведении онлайн оплаты – не стали дожидаться следующего релиза – ввели сразу



# Где проблема?

- в собственном продукте все идеи кажутся безусловно необходимыми и критичными
- собственное мнение о ценности фич
- «хороший продукт продвигает сам себя»
- «мы должны быть лучше всех вместе взятых конкурентов в каждой детали»



# Спасибо, кэп!

Абстрактно все тезисы очевидны, но в применении к своему проекту требуют постоянного напоминания

- 🟡 главная идея – необходимое и достаточное ядро продукта
- 🟡 минимальные по протяженности итерации и принцип Fail fast
- 🟡 внедрение аналитики (не переусердствовать) и изучение фидбэка
- 🟡 HADI циклы, постоянная эволюция продукта в соответствии с реакцией аудитории



**ИНВЕСТИРУЙТЕ  
В ДОЛГОСРОЧНО-УСПЕШНЫЕ  
ПРОЕКТЫ!**





# СПАСИБО!



**Елена Лысякова**

Marketing and PR specialist

+ 7 (812) 971 - 17 - 73

el@handh.ru

<https://www.facebook.com/lysiakova>