



1

Introdução

2

Objetivos

3

Atividade

4

Conclusão

5

Referências

6

Apresentação

7

Conclusão

8

Referências

9

Apresentação

10

Conclusão

11

Referências

12

Apresentação

13

Conclusão

14

Referências

15

Apresentação

16

Conclusão

17

Referências

18

Apresentação

19

Conclusão

20

Referências

21

Apresentação

22

Conclusão

23

Referências

24

Apresentação

25

Conclusão

26

Referências

27

Apresentação

28

Conclusão

29

Referências

30

Apresentação

31

Conclusão

32

Referências

33

Apresentação

34

Conclusão

35

Referências

36

Apresentação

37

Conclusão

38

Referências

39

Apresentação

40

Conclusão

41

Referências

42

Apresentação

43

Conclusão

44

Referências

45

Apresentação

46

Conclusão

47

Referências

48

Apresentação

49

Conclusão

50

Referências

51

Apresentação

52

Conclusão

53

Referências

54

Apresentação

55

Conclusão

56

Referências

57

Apresentação

58

Conclusão

59

Referências

60

Apresentação

61

Conclusão

62

Referências

63

Apresentação

64

Conclusão

65

Referências

66

Apresentação

67

Conclusão

68

Referências

69

Apresentação

70

Conclusão

71

Referências

72

Apresentação

73

Conclusão

74

Referências

75

Apresentação

76

Conclusão

77

Referências

78

Apresentação

79

Conclusão

80

Referências

81

Apresentação

82

Conclusão

83

Referências

84

Apresentação

85

Conclusão

86

Referências

87

Apresentação

88

Conclusão

89

Referências

90

Apresentação

91

Conclusão

92

Referências

93

Apresentação

94

Conclusão

95

Referências

96

Apresentação

97

Conclusão

98

Referências

99

Apresentação

100

Conclusão

101

Referências

102

Apresentação

103

Conclusão

104

Referências

105

Apresentação

106

Conclusão

107

Referências

108

Apresentação

109

Conclusão

110

Referências

111

Apresentação

112

Conclusão

113

Referências

114

Apresentação

115

Conclusão

116

Referências

117

Apresentação

118

Conclusão

119

Referências

120

Apresentação

121

Conclusão

122

Referências

123

Apresentação

124

Conclusão

125

Referências

126

Apresentação

127

Conclusão

128

Referências

129

Apresentação

130

Conclusão

131

Referências

132

Apresentação

133

Conclusão

134

Referências

135

Apresentação

136

Conclusão

137

Referências

138

Apresentação

139

Conclusão

140

Referências

141

Apresentação

142

Conclusão

143

Referências

144

Apresentação

145

Conclusão

146

Referências

147

Apresentação

148

Conclusão

149

Referências

150

Apresentação

151

Conclusão

152

Referências

153

Apresentação

154

Conclusão

155

Referências

156

Apresentação

157

Conclusão

158

Referências

159

Apresentação

160

Conclusão

161

Referências

162

Apresentação

163

Conclusão

164

Referências

165

Apresentação

166

Conclusão

167

Referências

168

Apresentação

169

Conclusão

170

Referências

171

Apresentação

172

Conclusão

173

Referências

174

Apresentação

175

Conclusão

176

Referências

177

Apresentação

178

Conclusão

179

Referências

180

Apresentação

181

Conclusão

182

Referências

183

Apresentação

184

Conclusão

185

Referências

186

Apresentação

187

Conclusão

188

Referências

189

Apresentação

190

Conclusão

191

Referências

192

Apresentação

193

Conclusão

194

Referências

195

Apresentação

196

Conclusão

197

Referências

198

Apresentação

199

Conclusão

200

Referências

201

Apresentação

202

Conclusão

203

Referências

204

Apresentação

205

Conclusão

206

Referências

207

Apresentação

208

Conclusão

209

Referências

210

Apresentação

211

Conclusão

212

Referências

213

Apresentação

214

Conclusão

215

Referências

216

Apresentação

217

Conclusão

218

Referências

219

Apresentação

220

Conclusão

221

Referências

222

Apresentação

223

Conclusão

224

Referências

225

Apresentação

226

Conclusão

227

Referências

228

Apresentação

229

Conclusão

230

Referências

231

Apresentação

232

Conclusão

233

Referências

234

Apresentação

235

Conclusão

236

Referências

237

Apresentação

238

Conclusão

239

Referências

240

Apresentação

241

Conclusão

242

Referências

243

Apresentação

244

Conclusão

245

Referências

246

Apresentação

247

Conclusão

248

Referências

249

Apresentação

250

Conclusão

251

Referências

252

Apresentação

253

Conclusão

254

Referências

255

Apresentação

256

Conclusão

257

Referências

258

Apresentação

259

Conclusão

260

Referências

261

Apresentação

262

Conclusão

263

Referências

264

Apresentação

265

Conclusão

266

Referências

267

Apresentação

268

Conclusão

269

Referências

270

Apresentação

271

Conclusão

272

Referências

273

Apresentação

274

Conclusão

275

Referências

276

Apresentação

277

Conclusão

278

Referências

279

Apresentação

280

Conclusão

281

Referências

282

Apresentação

283

Conclusão

284

Referências

285

Apresentação

286

Conclusão

287

Referências

288

Apresentação

289

Conclusão

290

Referências

291

Apresentação

292

Conclusão

293

Referências

294

Apresentação

295

Conclusão

296

Referências

297

Apresentação

298

Conclusão

299

Referências

300

Apresentação

301

Conclusão

302

Referências

303

Apresentação

304

Conclusão

305

Referências

306

Apresentação

307

Conclusão

308

Referências

309

Apresentação

310

Conclusão

311

Referências

312

Apresentação

313

Conclusão

314

Referências

315

Apresentação

316

Conclusão

317

Referências

318

Apresentação

319

Conclusão

320

Referências

321

Apresentação

322

Conclusão

323

Referências

324

Apresentação

325

Conclusão

326

Referências

327

Apresentação

328

Conclusão

329

Referências

330

Apresentação

331

Conclusão

332

Referências

333

Apresentação

334

Conclusão

335

Referências

336

Apresentação

337

Conclusão

338

Referências



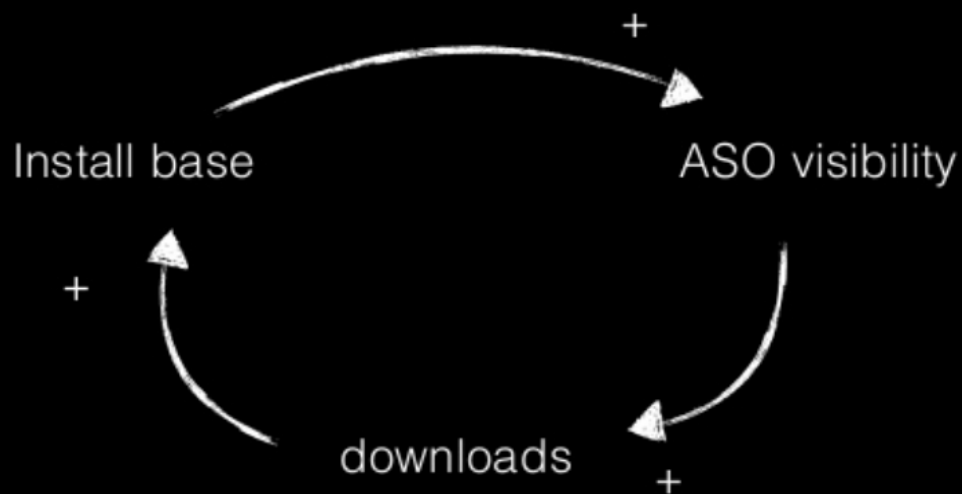
Лекция 2 Как получить больше пользователей за те же деньги

07 th April 2016

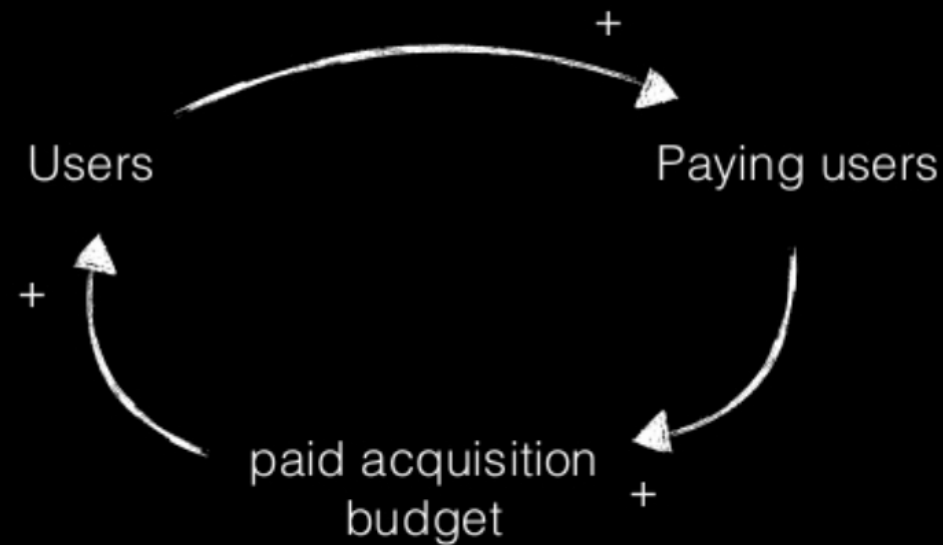
sabirov@devtodev.com
www.devtodev.com

Автор курса
VASILY SABIROV
Ведущий аналитик devtodev

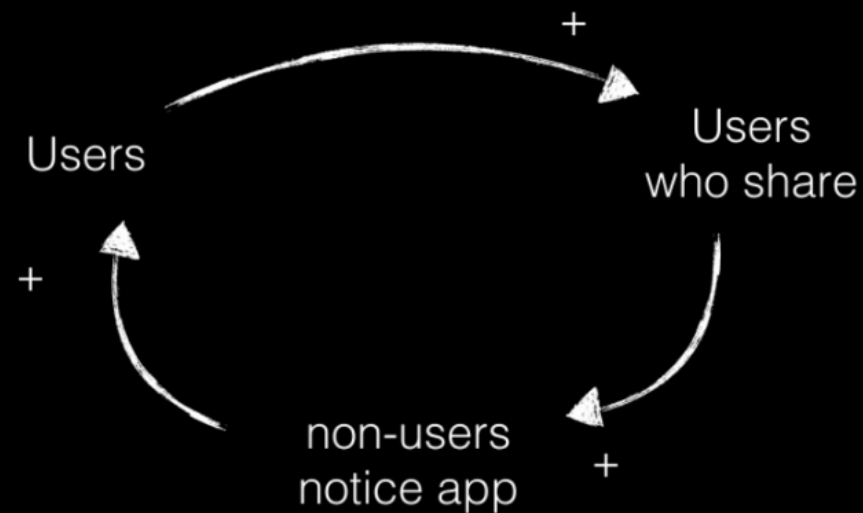
ASO Loop



Paid Acquisition Loop



Viral Loop



Платный трафик

20-60% - это фейк:

- фрод
- мотивированный трафик
- просто плохой

Анализ трафика

Краткосрочные метрики:

- прохождение туториала
- конверсия в регистрацию
- конверсия в установку
- level 1 / просмотр N товаров в магазине / M разделов на сайте

Анализ трафика

Долгосрочные метрики:

- retention (1 day, 2 days, ..., 7 days etc.)
- сессии
- конверсия в первую покупку
- cumulative ARPU N days
- ROI N days
- LTV (**LTV > CPI**)



Анализ трафика

Сформируйте целевые события:

- что отличает правильно мотивированного пользователя?
- замеры через 1 час, через 1 день
- убедитесь, что события считаются правильно
- считайте не только события, но и уникальных пользователей

Анализ трафика

Используйте когортный анализ:

- сравнивайте метрики по разным каналам за одно время

Соберите достаточно данных:

- сколько дней нужно для принятия решения?
- статистическая значимость



Анализ трафика

Как работать с сетями?

- Анализируйте не только сети, но и источники
- Собирайте ID и SubID
- Вычитайте китов из анализа
- Нет графе "Прочее"!
- Выработайте регулярную процедуру



Анализ трафика

Как работать с сетями?

- Диверсифицируйте свой трафик
- Работайте с несколькими сетями
- Начните с проверенных партнёров
- Но не бойтесь экспериментировать
- Установите лимиты
- Оптимизируйте структуру трафика поэтапно

Анализ трафика

Алгоритм

1. Интеграция с сетями
2. Slice & dice
3. Оценка
4. Отключение плохих каналов
5. Новая интеграция (см. пункт 1)



Анализ трафика

С чем сравнивать?

- Нужно знать бенчмарки:
 - retention
 - конверсия
 - cumulative ARPU
 - ROI
- Soft Launch
- Quora etc.

Никто не знает ваш трафик лучше вас.
И это ваше преимущество.

Анализ трафика

AppsFlyer:

- По нашим исследованиям каждая платная установка в среднем приносит 3 органических.



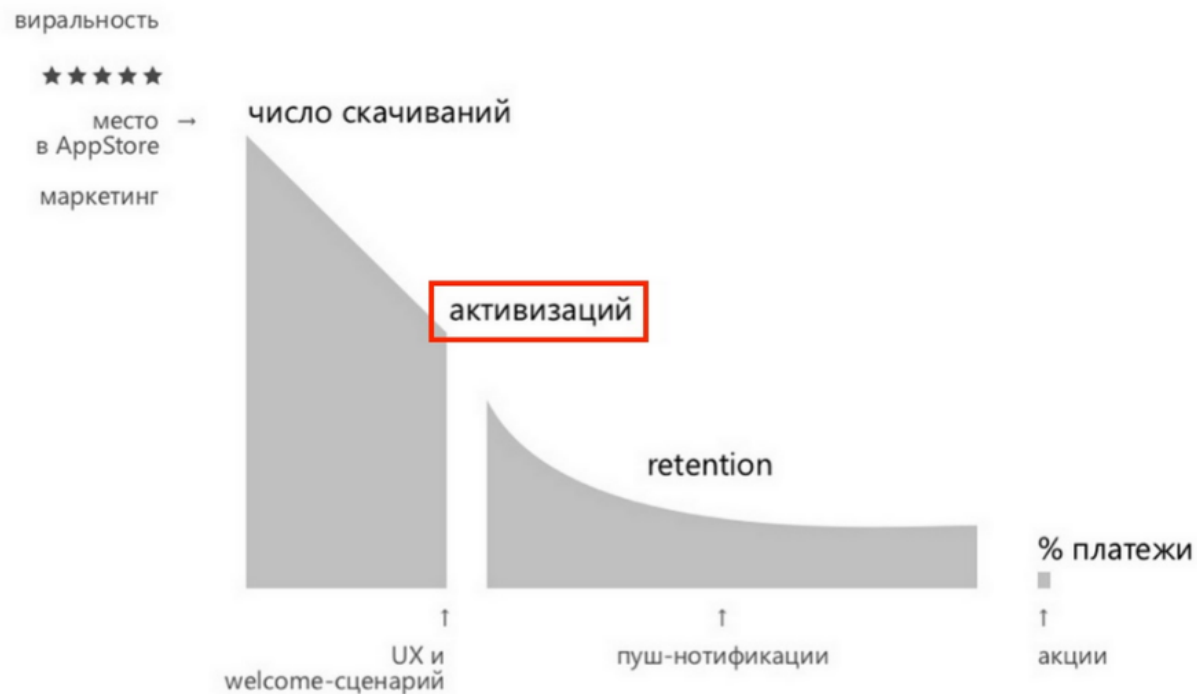
Анализ трафика

- Сеть A: 100 users -> \$25
- Сеть B: 100 users -> \$15
- Сеть C: 100 users -> \$20



СЛОВО Роману Епишину

Активация



Вот как это видит Яндекс (и я с ними согласен)

Активация

- 1-day retention
- rolling 1-day retention (% пользователей, зашедших хотя бы в один из последующих дней)
- N-day retention
- rolling N-day retention
- % пользователей, совершивших вторую сессию
- paying share
- paying share (first payment)
- cumulative ARPU 1,7,14,30 days
- ARPPU



Активация



Активация

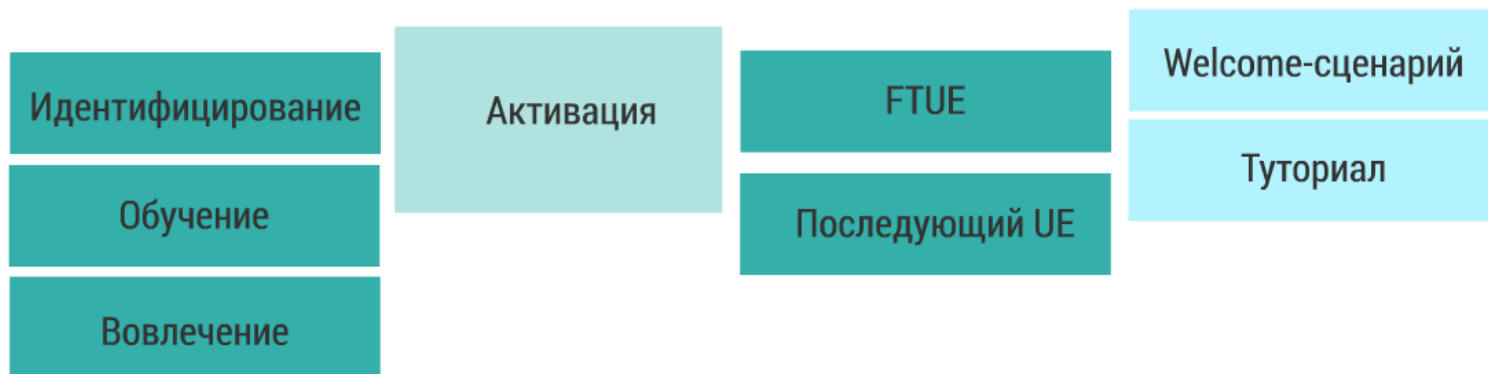
Aha-момент у Twoodo. Всё поняли те, кто:

- Пригласили, по крайней мере, по два человека во время своего первого визита.
- Ввели свои имена и фамилии.
- Загрузили изображение в свой профиль.
- Почти все загрузили логотип компании.
- В первый визит создали не меньше 5 задач.
- Постоянно возвращались в приложение на протяжении хотя бы 7 дней.
- Просматривали задачи или календарь.

	Activated visitors	Average number of invites sent	Average number of posts on 1st visit
A: Old Onboarding	16%	0.8	2.3
B: New onboarding	28%	1.7	5.5
	+75%	+112%	+139%

Активация

Как улучшить активацию?



Вам никогда не удастся завладеть вниманием пользователей больше, чем во время их первого визита на ваш сайт.

Активация

- Идентифицирование - уменьшаем барьеры
- Обучение:
 - пользователь должен сразу понять, что делать и зачем
 - почему бы не попробовать видео?
 - хороший копирайт
 - b2b: бесплатная демонстрация

Активация

Вовлечение

- пользователь должен чего-то добиться (чтоб жалко было терять)
- ставьте цели
- интригуйте
- пробная версия / триал

Активация

Вовлечение (engagement)

- Не должно быть сложно.
- Не должно быть легко.
- Радость игрока $\sim 1/[(s1-s2)^2]$
 - $s1$ - фактическая сложность
 - $s2$ - ожидаемая сложность



Активация

Первая сессия (FTUE)

- Запишите первых сессий нескольких пользователей
- Посмотрите эти записи
- После третьего пользователя вы обнаружите типовые проблемы

Активация

Welcome-сценарии (Илья Курылёв):

- Пользователь ничего не знает, кроме того, что мы ему скажем в w-c
- Что это? Зачем это мне? Во сколько это мне обойдётся?
- W-c - это не только слова, но и дела
- Геймификация помогает заинтересовать
- Вдохновите пользователя, дальше он разберётся



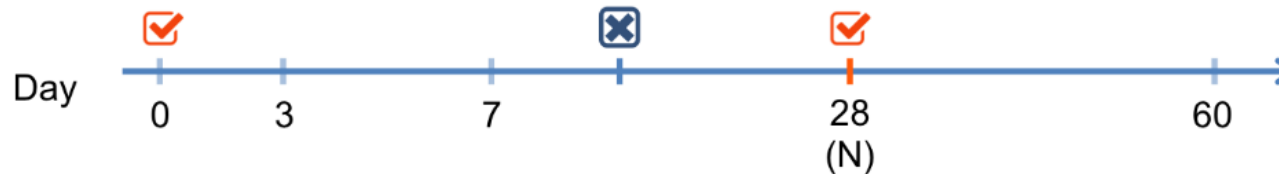
Retention

= оставшиеся / пришедшие (%)

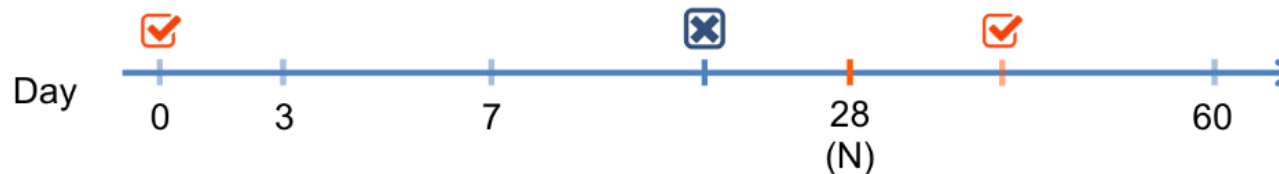
Full Retention



Classic Retention

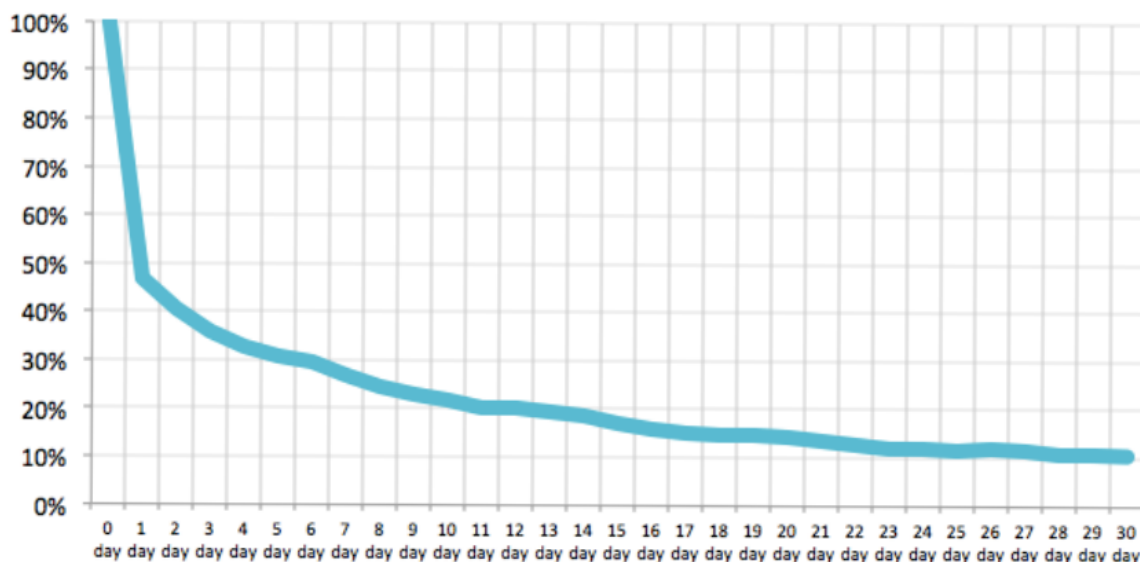


Rolling Retention



Удержание

Retention



Days from the first launch	Classic retention	Rolling retention
1	35-40%	60-65%
3	20-25%	50-55%
7	15%	40-45%
30	5%	20%

Retention

Revenue = Quality * Quantity

Revenue = Audience * Loyalty

Revenue = MAU * ARPU

$LTV = \sum \text{retention} * ARPDAU$

Retention

От чего зависит?

- Структура трафика
- Retention стареет
- День недели
- Рынок / платформа
- Фаза жизненного цикла

Group	1-day retention		7-day retention	
	1 week from launch	3 months from launch	1 week from launch	3 months from launch
Group 1 (most successful games)	30-31%	25-26%	16-17%	8-9%
Group 2	25-26%	20-21%	8-9%	5-6%
Group 3	23-24%	15-16%	6-7%	2-3%
Group 4 (less successful games)	23-24%	15-16%	5-6%	2-3%



Retention

SaaS:

Open Startups - 2015

Companies profile

- * 12 companies
- * median ARR \$227k (~\$18.9k MRR)
- * 552\$ median ACV

Churn Rates

- * median annual customer churn = 46% ~ 5.4% monthly
- * median annual gross \$ churn = 75% ~ 11.2% monthly

Segment	Monthly Customer Churn %	Annual Customer Churn %
SMB	3-7%	31%-58%
Mid-Market	1-2%	11%-22%
Enterprise	0.5-1%	6%-10%



Retention

Как улучшить?

- Постепенное открытие функционала (как в сериалах)
- Коммуникация с пользователем, push, рассылки
- Геймификация
- Социализация
- Непредсказуемость и случайность
- Циклы



Ключевые идеи

Анализ трафика

- установите регулярную процедуру анализа
- найдите бенчмарки
- оптимизируйте структуру трафика поэтапно

Активация

- сосредоточьтесь на первой сессии (второй может и не быть)
- найдите aha-момент и пускайте всех по этому пути
- снимайте основные вопросы с пользователя, но оставьте ему интригу

Удержание

- retention -> деньги
- retention - очень чуткая метрика
- цикл: триггер - действие - переменная награда - инвестиция



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

www.devtodev.com



sabirov@devtodev.com



[vasily.sabirov](#)



[vsabirov](#)