

Бутерброд с сыром

Ирина Смирнова, Наира Казарян,
Юрий Шляхин, Вадим Клемешов, Виктория Назарова



Описание и цели проекта

Проект Наиры Казарян

Проект представляет собой мобильное приложение (социальную сеть) для поиска друзей и единомышленников.

Цели: цель на данном этапе – выйти на MVP, чтобы реализовать следующие непосредственные цели проекта:

- 1) Быстрый поиск единомышленников поблизости для прогулки вечером недалеко от дома и/или поиск людей по интересам для совместного времяпрепровождения и хобби (поход в театр, на выставку, в кино, игра в теннис, бег и т.д.);
- 2) Помощь жителям большого города избавиться от одиночества;
- 3) Помощь иногородним людям найти знакомых людей в большом городе;
- 4) Извлечение прибыли путем внедрения в приложение рекламы различных площадок для проведения культурных мероприятий или кафе/ресторанов, различных спортивных секций (в будущем с возможностью синхронизации для приобретения билетов непосредственно через приложение).

Роль и функционал специалистов, для которых разрабатывается KPI и OKR

KPI и OKR разрабатываются для маркетолога и дизайнера.

Функционал специалистов:

1) Маркетолог: разработка и запуск маркетинговых активностей, создание рекламных сообщений, систематизация и анализ данных об эффективности рекламы, управление отношениями с клиентами;

2) Дизайнер: проектирование пользовательских сценариев, создание макетов и прототипов.

КРІ показатели

1) Маркетолог: количество новых пользователей в месяц, стоимость привлечения одного уникального пользователя, окупаемость маркетинговых вложений (ROMI)

Коэффициент рассчитывается исходя из следующего : кол-во скачиваний приложения, стоимость одного скачивания, стоимость привлечения

2) Дизайнер: удобство интерфейса юзабилити приложения, привязанная к конверсии на разных этапах пользовательского опыта взаимодействия с интерфейсом)

Коэффициент рассчитывается исходя из следующего: настройка в аналитике цели для того, чтобы построить воронку пользовательских сценариев.

Воронка юзабилити: конверсия скачанных приложений и регистрации нового пользователя

конверсия кол-ва зарегистрированных пользователей и тех, кто заполнил подробную анкету, а далее тех, кто фактически начал пользоваться и создал встречу в приложении.

OKR

1) Маркетолог:

Достичь 1000 скачиваний приложения в месяц.
Привлекать 100 новых пользователей каждую неделю.

2) Дизайнер:

Достичь следующих целей:

Повысить юзабилити, чтобы:

100% пользователей, скачавших приложение, зарегистрируются в нем.

98% зарегистрированных пользователей заполнят анкету.

98% заполнивших анкету пользователей создадут встречу в приложении.

При выявлении больших «разрывов» между указанными соотношениями быстро доработать юзабилити.