

Red hall

12.12 в 16:30

**БЛОК-КОНФЕРЕНЦИЯ**

**Product day**

**ДИСКУССИОННАЯ ПАНЕЛЬ**

**Продуктовый дизайн:**

**технологии и аналитика**

## **ВЕДУЩИЕ**

Максим

Павлов

Notamedia

Креативный директор, партнер

## **ОПИСАНИЕ СЕКЦИИ**

А также архитектура, интерфейсы, исследования, волк, коза и капуста.

Продолжение секции про продуктовый дизайн с большим акцентом в технологии и аналитику.

## **СПИКЕРЫ**

Giulio

D'Erme

CulinaryOn

Founder

Максим

Годзи

Retentioneering

Управляющий партнёр

Как мы заменили продуктовых аналитиков роботами и чему нас это научило

Основная задача продуктовой аналитики - находить инсайты про неочевидные проблемы продукта и рецепты изменения продукта для роста ключевых бизнес-метрик - конверсий, средних чеков, retention. Несколько лет назад, разработав бесплатный пакет продуктовой аналитики Retentioneering, мы начали сводить ручной труд аналитиков, кликающих на кнопки в системах вроде Google Analytics, к пайплайнам кода на Python и настраиваемым ML решениям для автоматизированной обработки данных. Реализовав таким образом решение типичных задач аналитики для более 30 компаний с цифровыми продуктами из разных отраслей, мы стали находить общие паттерны и тестировать возможность автоматизации пайплайнов.

В итоге мы попробовали заменить работу аналитиков на робота, способного оптимизировать аналитические пайплайны в поисках самого короткого пути к инсайтам. Мы протестировали возможность такой оптимизации на симуляционных данных и показали возможность построения пайплайнов с обратной связью для автоматизированной разметки данных о действиях пользователей на сайте. В докладе мы покажем эти результаты, детально расскажем о компонентах пайплайна и подходах к их оптимизации. Опираясь на свой опыт, мы также обсудим общий роудмап и тренды развития продуктовой аналитики.

Евгений

Бондарев

Redmadrobot

Креативный директор

Проектирование продуктов, формирующих привычки

- Сферы когнитивной психологии, которые важны для проектирования опыта в диджитале и не только.
- Как формируются привычки и как этим пользоваться при проектировании продуктов.
- Прогнозирование выброса дофамина в мозг, посредством цифрового продукта и UX.

Анастасия

Уткина

OZON Group

Product owner Ozon Premium

Метрики для нового продукта на рынке — как мы считали Premium

- Почему мы запустили подписку Premium и на что ориентировались
- Метрики были при запуске
- Триал для продвижения нового продукта
- Почему мы отказались от триала

Александра

Кулачикова

Яндекс

Head of Yandex.Metrica promotion

UX Framework — исследование юзабилити сайта с помощью Яндекс.Взгляда и Яндекс.Метрики

Кейс по улучшению юзабилити сайта с пошаговыми инструкциями. Как быстро протестировать свой сайт и узнать мнение его посетителей.

Дмитрий  
Осадчук  
Mail.ru Group  
Creative Director

Точки контакта продукта с аудиторией

Дарья  
Егорова  
МТС  
Арт-директор веб-продуктов b2b

Как меняются процессы с внедрением продуктовой аналитики

1. Что было до внедрения?

2. Как стало после внедрения аналитики:

- Маркетинговые процессы
- Состав команды
- Общение с бизнесом
- Приоретизация задач
- Выявление неочевидных проблем и пути решения.
- Оценка дизайна

3. Влияние внедренных процессов на компанию в целом. И к чему мы идем