

# Money Driven Design

9 октября 2020  
Москва



ANALYST  
DAYS #11  
[analystdays.com](http://analystdays.com)



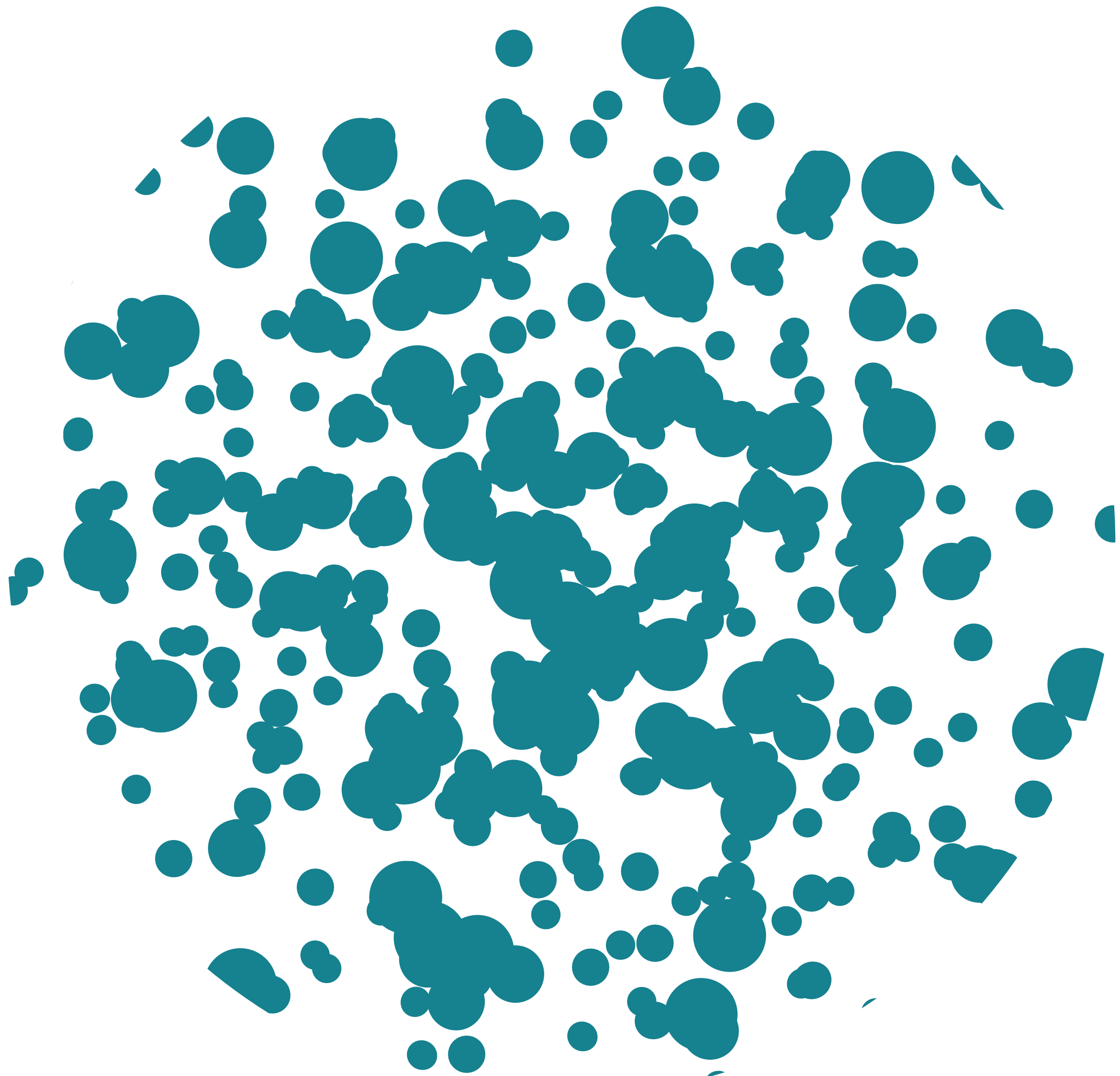
**Дмитрий Подлужный**

Руководитель направления  
проектирования  
интерфейсов

AGIMA, Москва

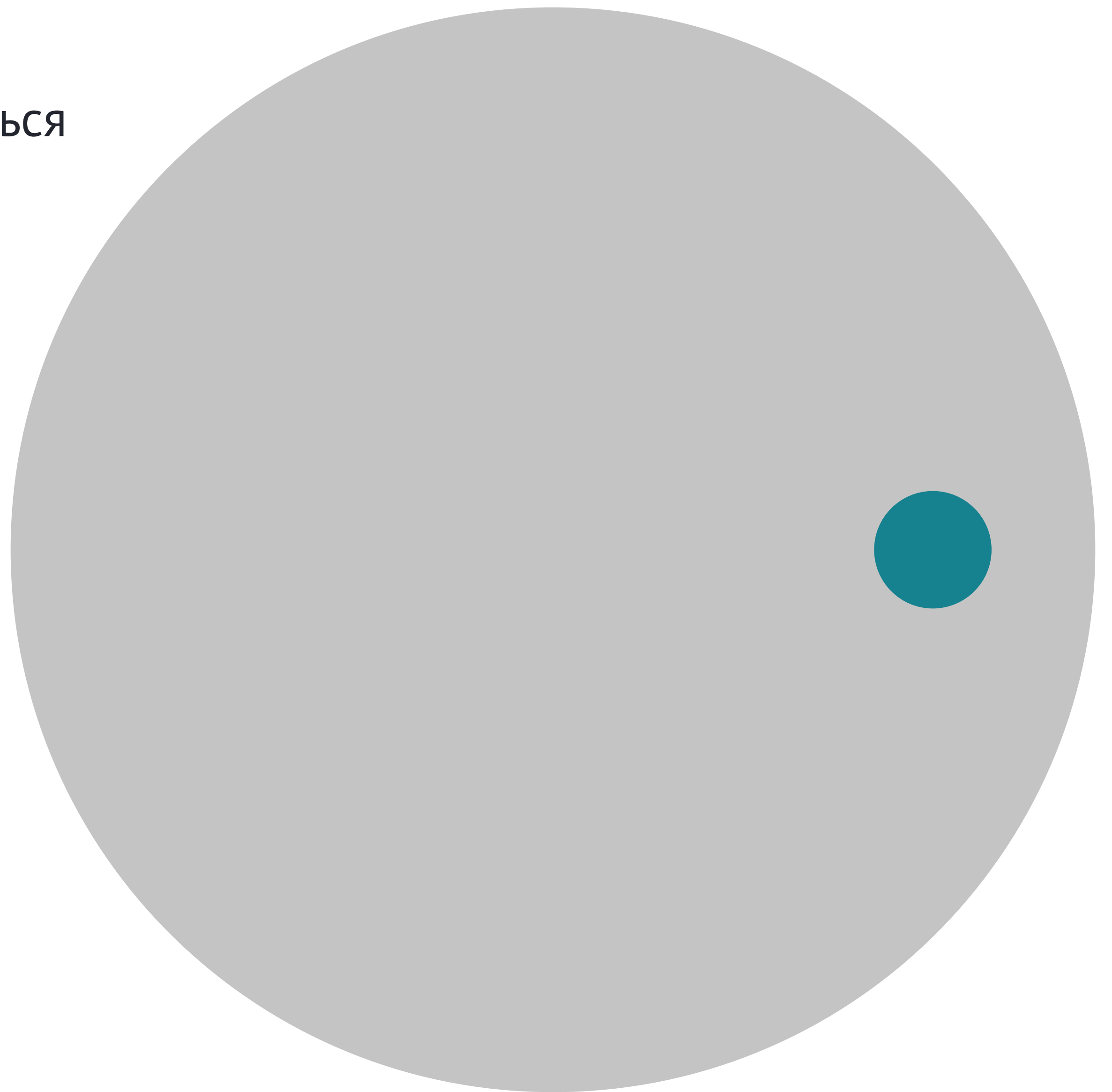
Есть большой мир

# Data-Driven Design



Можно сфокусироваться

Money



Преимущества

Понятность

|

Преимущества

Понятность

I

Эмоциональная сила

II

## Преимущества

Понятность I

Эмоциональная сила II

Измеримость результата III



By IconMark



**Business done =**

**Visitors × Conversion × Loyalty**

Jakob Nielsen, 2008

<https://www.nngroup.com/articles/usability-roi-declining-but-still-strong/>

Business done =

Visitors × Conversion × Loyalty

Business done =

Visitors  $\times$  Conversion  $\times$  Loyalty

Для чего можно использовать

Приоритезация бэглога

|

Для чего можно использовать

Приоритезация бэглога I

Формирование стратегии II

# Приоритезация гипотез в бэглоге

## Гипотезы

- 1 На уровне 3-4 абзаца ставим блоки рекомендуемых статей
- 2 Статьи в продолжение темы
- 3 Информация о комментариях только с существенным числом
- 4 В материалы добавляем дополнительные статьи
- 5 Меню с темами
- 6 Улучшить раздел информации о рекламных возможностях
- 7 Информация о комментариях в верху статьи
- 8 Убрать с первого экрана много баннеров
- 9 Предложение отключить адблокер
- 10 Рекламу помещаем в блоки
- 11 Внимание к горячим новостям
- 12 Комментарии сразу после окончания статьи

A large teal circle is centered on a white background. Inside the circle, the word "Аудитория" is written in white, sans-serif font.

Аудитория

## Гипотезы

## Аудитория

На уровне 3-4 абзаца ставим б

58%



Статьи в продолжение темы

18%



Информация о комментариях

4%



В материалы добавляем допол

4%



Меню с темами

2%



Улучшить раздел информации

2%



Информация о комментариях

25%



Убрать с первого экрана много

4%



Предложение отключить адбл

4%



$$B = V \times \underline{C} \times L$$



Conversion

## Гипотезы

Влияние на конверсию

В деньгах

На уровне 3-4 абзаца статьи	58%	4%	23 200 000	
Статьи в продолжение тем	18%	1%	900 000	
Информация о комментариях	4%	2%	800 000	
В материалы добавляем	4%	15%	6 000 000	
Меню с темами	2%	30%	6 000 000	
Улучшить раздел информации	2%	5%	1 000 000	
Информация о комментариях	25%	6%	15 000 000	
Убрать с первого экрана	4%	15%	6 000 000	
Предложение отключить	4%	2%	800 000	

$$B = V \times C \times \underline{L}$$

Loyalty

## Гипотезы

		Влияние на лояльность	В деньгах	
На уровне 3-4 абзаца статьи	58%	0	-	
Статьи в продолжение тем	18%	1%	2 900 000	■
Информация о комментариях	4%	0	-	
В материалы добавляем	4%	0	-	
Меню с темами	2%	2%	5 700 000	■
Улучшить раздел информации	2%	2%	5 700 000	■
Информация о комментариях	25%	10%	28 600 000	■
Убрать с первого экрана	4%	15%	42 900 000	■
Предложение отключить	4%	0	-	

$$\underline{B} = V \times C \times L$$

Результат

## Гипотезы

Поток

На уровне 3-4 абзаца с

23 200 000



Статьи в продолжение т

3 800 000



Информация о коммент

800 000



В материалы добавляем

6 000 000



Меню с темами

11 700 000



Улучшить раздел инфор

6 700 000



Информация о коммент

43 600 000



Убрать с первого экран

48 900 000



Предложение отключит

800 000



## Алгоритм

1. **Оценить долю аудиторию** на которую гипотеза будет влиять.
2. Дать экспертную **оценку влияния на конверсию** и рассчитать в денежном выражении потенциальные преимущества.
3. Дать экспертную оценку **влияния на лояльность** и рассчитать в денежном выражении ожидаемый результат.
4. Сложить расчеты 2 и 3, **ранжировать гипотезы по денежному потоку.**

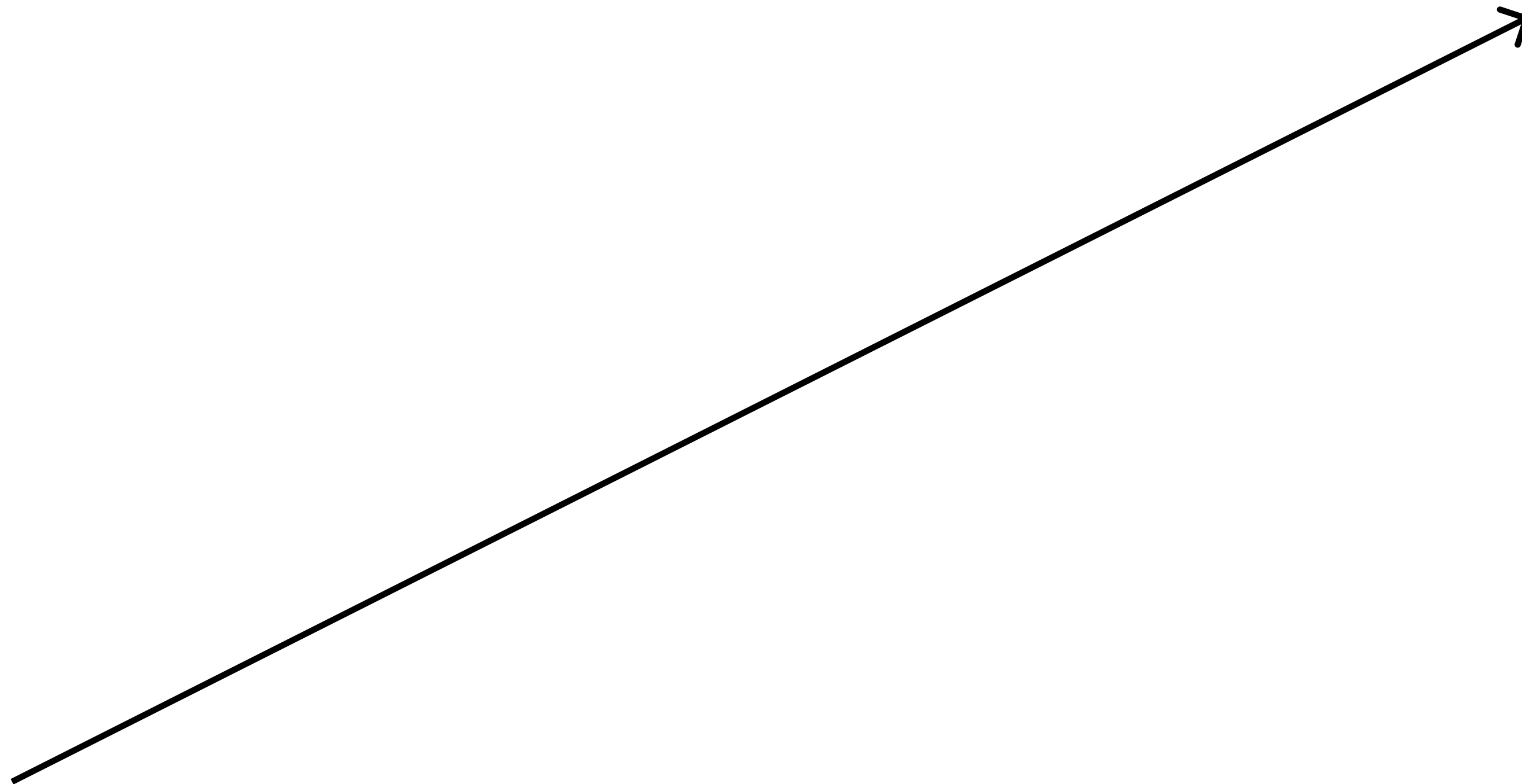
# Формировании стратегии

Пример  
из жизни

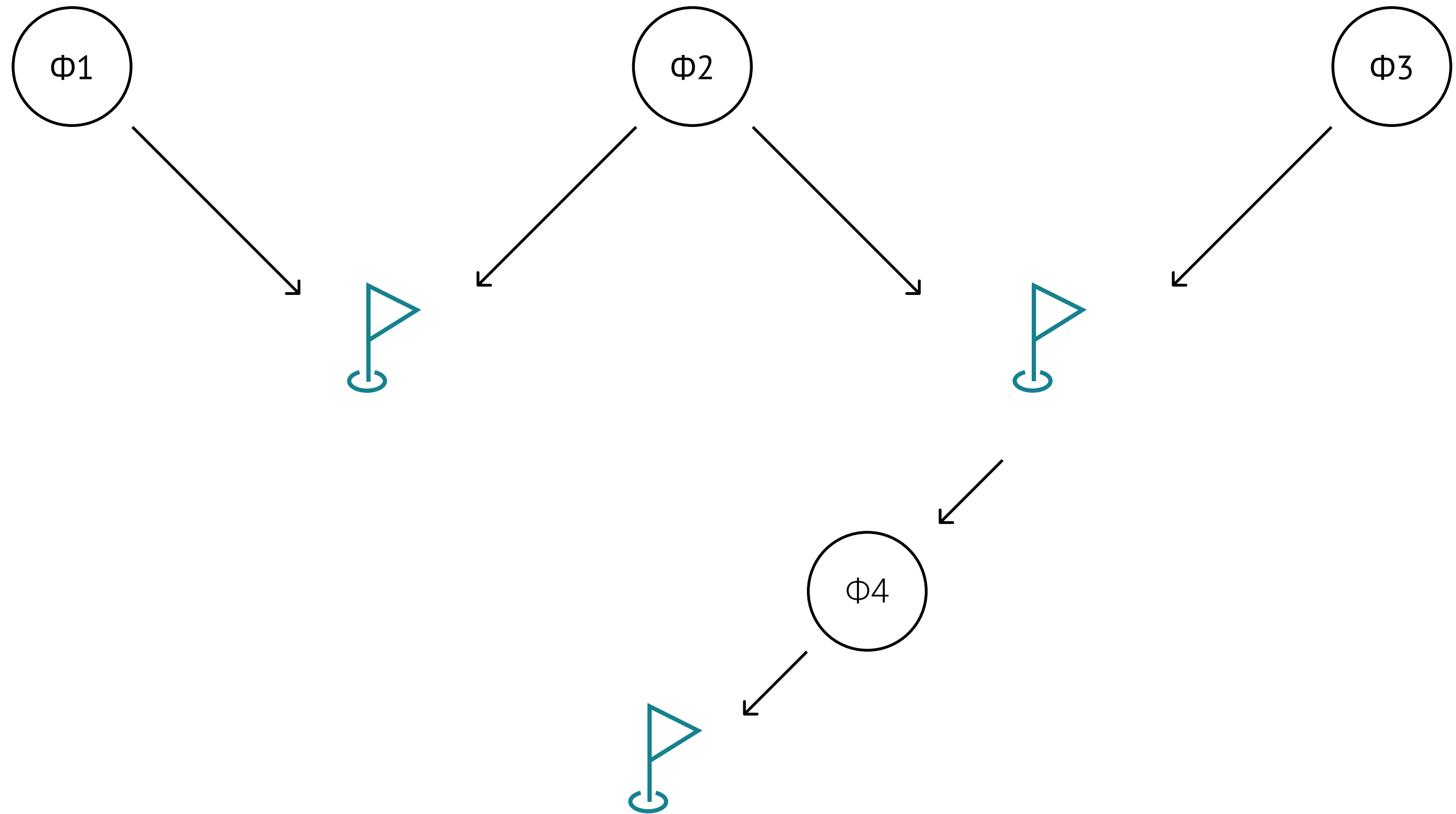
**Увеличить**  
**доход от рекламы**  
на 10%



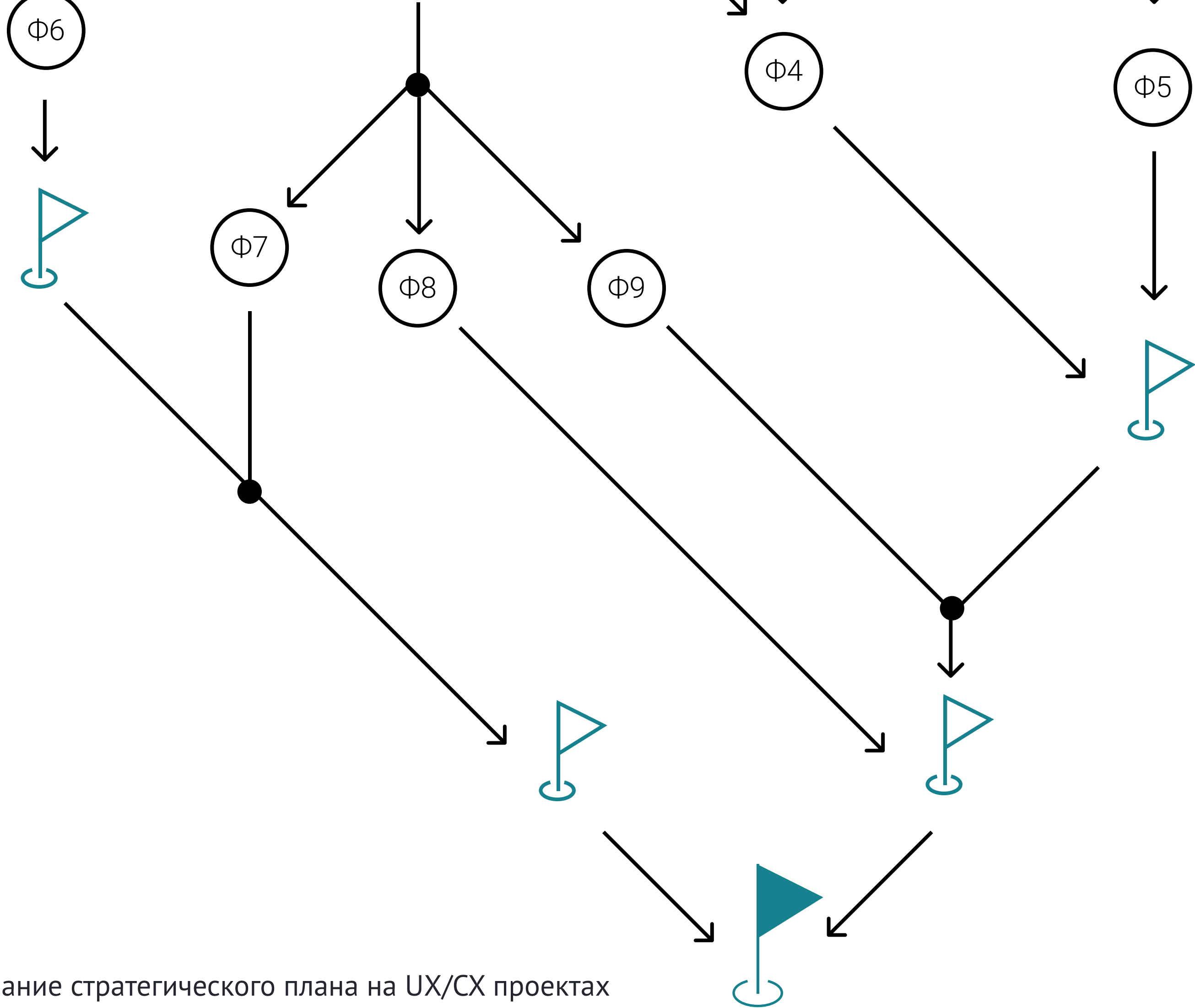
Сложно определить  
оптимальный путь



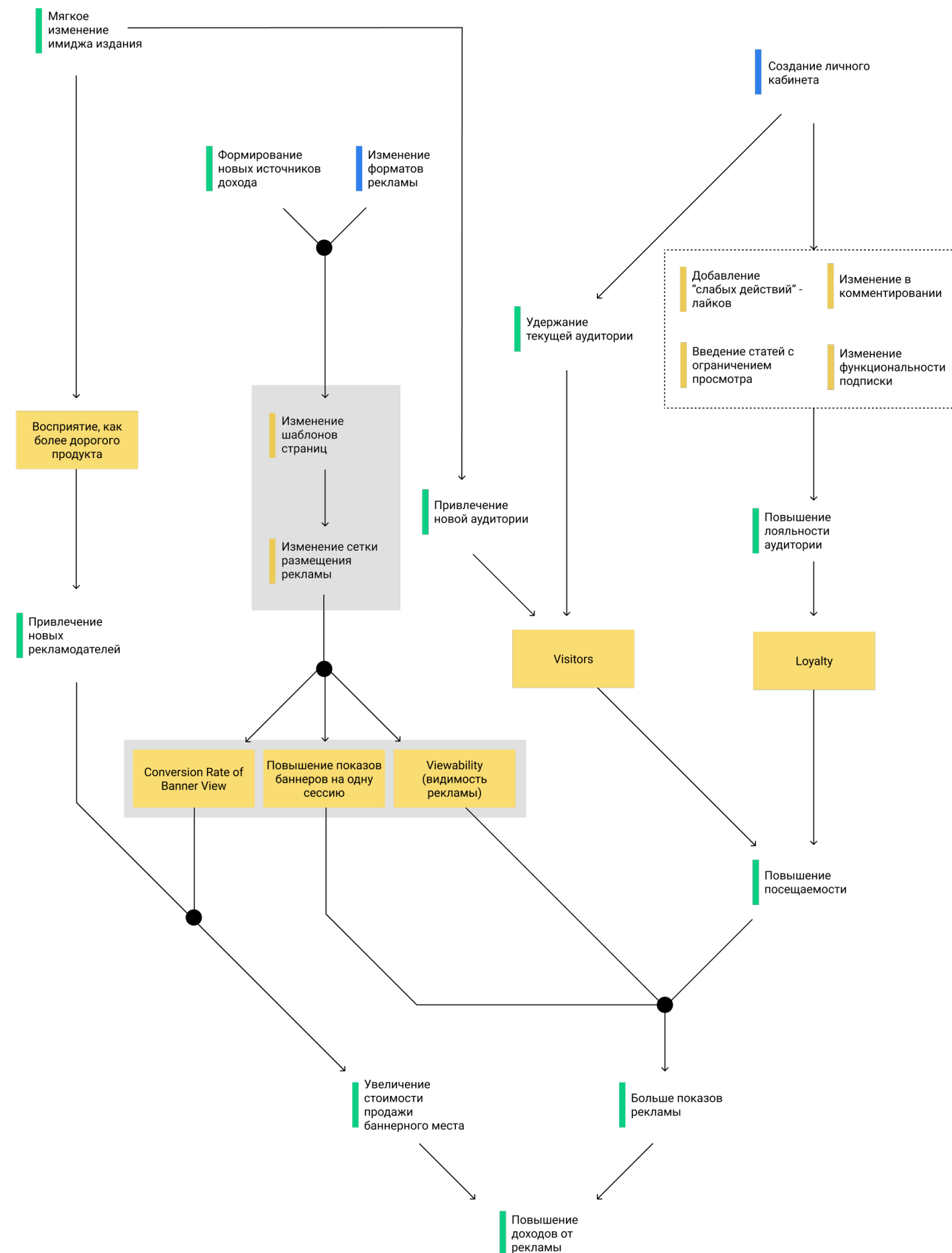
# Много влияющих факторов



Использование стратегического плана на UX/CX проектах  
<https://bit.ly/34lMwpz>



Использование стратегического плана на UX/CX проектах  
<https://bit.ly/34lMwpz>

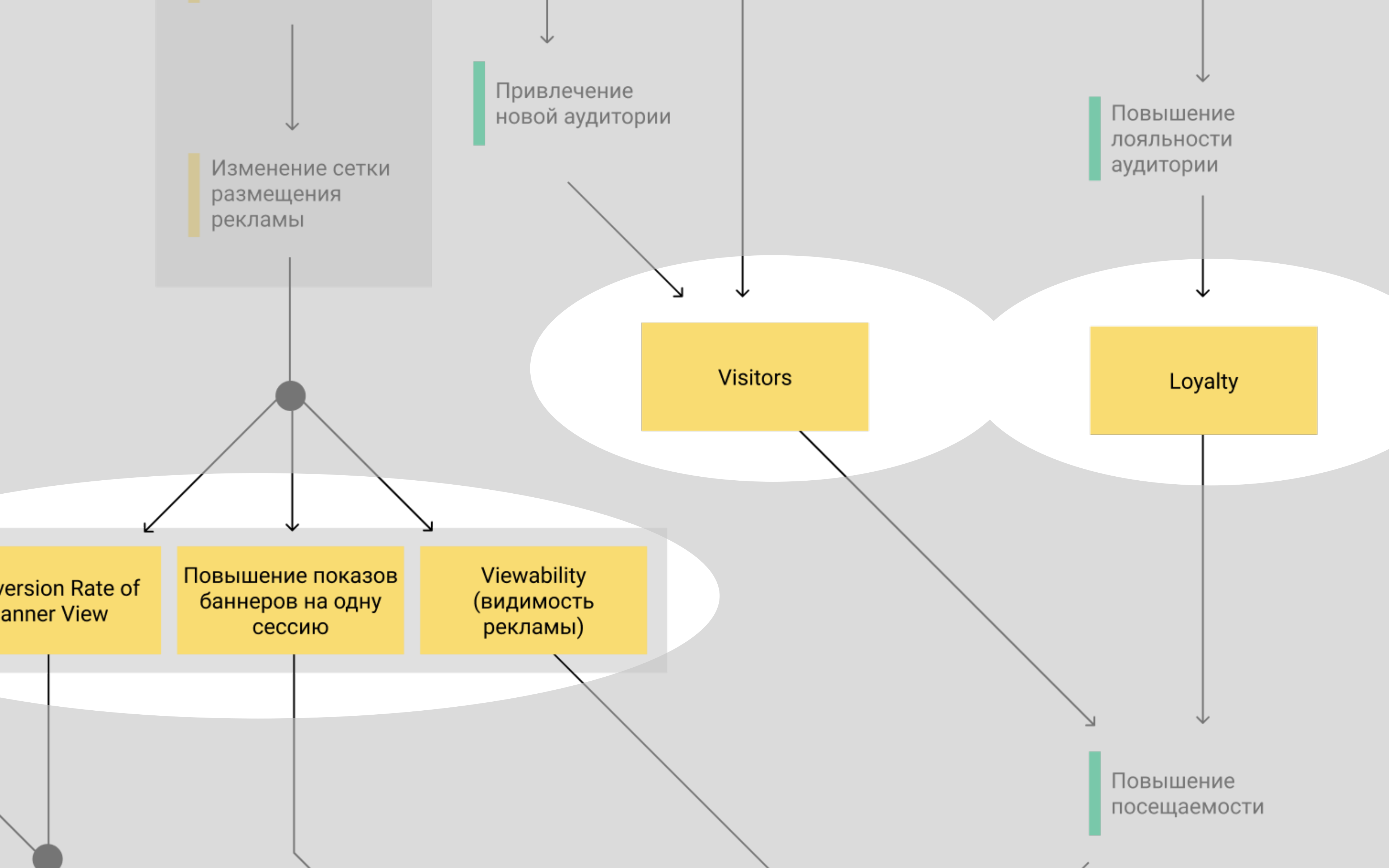


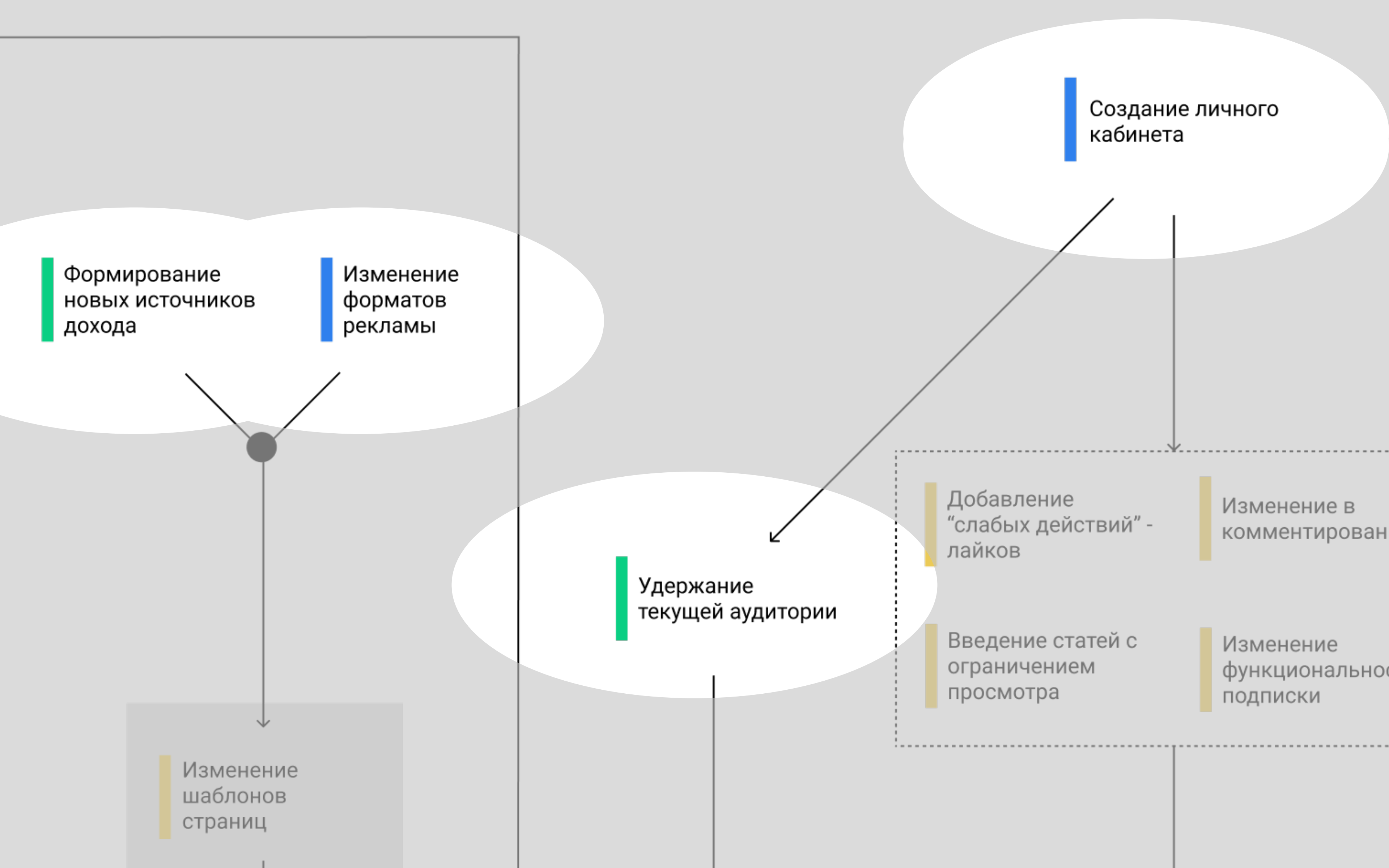
Проектирование нового сайта Комсомольской правды  
<https://bit.ly/3l4bsZs>

↑  
Увеличение  
стоимости  
продажи  
баннерного места

↓  
Больше показов  
рекламы

↑  
Повышение  
доходов от  
рекламы





## Алгоритм

1. Можно выбрать **в качестве главной цели денежный показатель**. Это упрощает коммуникацию по всем остальным задачам и делает работу более прозрачной.
2. Главная цель должна быть **представлена в виде набора действий**, которые приведут к ее достижению.
3. Удобно все действия проводить **через воронку: посещаемость, конверсия, лояльность**. Если вы понимаете, что реализуемая задача как-то влияет на один из показателей, то скорее всего будет влияние и на главной.

## Подводя итоги



Аналитик на  
проекте может  
быть немного  
Product Owner.



Деньги - хороший  
способ определить  
задачи, которые стоит  
делать и не  
заниматься фигней.

# Вопросы?



**Дмитрий Подлужный**

Руководитель направления  
проектирования интерфейсов  
AGIMA, Москва

[d.podluzny@agima.ru](mailto:d.podluzny@agima.ru)

[fb.com/podluzny](https://fb.com/podluzny)

[medium.com/@podluzny/](https://medium.com/@podluzny/)