

Тестовое задание для менеджера по продукту в eLama

Привет, это тестовое задание для менеджера по управлению целым продуктовым направлением в eLama. Мы хотим найти ответственного и способного человека, который смог бы не только писать тикеты в Jira для разработчиков, но и выстроить стратегию развития своего направления. Поэтому такой человек должен уметь управлять продуктом как “в моменте”, так и учитывая долгосрочные цели компании. Давай вместе посмотрим, может быть именно ты - тот, кто нам нужен :)

Задание 1

Компания eLama решила выйти на рынок Англии и сейчас прорабатывает разные гипотезы ценности своего текущего продукта исходя из потребностей нового рынка. На российском рынке компания существует уже более десяти лет и провела много исследований, однако, пользователи в России и пользователи в Англии - это два разных типа пользователей. Что для одного является истиной, для другого истиной не является. Одна из гипотез, которую рассматривает компания, звучит так: “Бид-менеджер - это та фишка, ради которой клиенты и будут приходить в продукт”. Главным аргументом против такой гипотезы является то, что в Google Adwords (для автоматизации работы с которой в том числе и нужна eLama) есть собственный бид-менеджер. Как бы вы проверили эту гипотезу? И какое решение бы по ней приняли?

Задание 2

Компания eLama - это сервис для автоматизации работы с рекламными системами в основе которого лежит комиссионная модель доходов. Соответственно, чтобы получать больше денег с одного клиента, необходимо, чтобы клиент увеличивал свой бюджет, который он “прокручивает” через eLama. Однако, чтобы клиент смог вкладываться в продукт (увеличивать свой бюджет), продукт должен продемонстрировать ему ценность. Как вы думаете, в чем ключевая ценность eLama для клиентов? Предложите фишку, которая бы увеличивала эту ценность (user story mapping + mockups). Каким образом мы поймем после релиза, что фишка действительно приносит пользу? За какими метриками будем смотреть?

** Мы будем оценить качество логики, а не качество реализации (смысл важнее дизайна), поэтому, пожалуйста, не тратьте время на лишнюю красоту.*

Задание 3

В компании eLama очень много разных идей, но, как и везде, не хватает ресурсов на их реализацию, поэтому приоритезация является важной задачей. Компания хочет принять решение о том, какую из трех фич брать первой в работу. Первая фича - это добавление управления рекламной в Tik-Tok. Новое направление в компании, которое требует месяц разработки. Вторая фича - это чат-бот для получения статистики о неэффективных кампаниях в сети Facebook, чтобы пользователь сумел вовремя среагировать и отключить их. Чат-бот требует двух недель разработки. Третья фича - это рефакторинг онбординга в личном кабинете клиента, который "стоит" три недели разработки. На какой фиче нужно остановиться компании? Опишите ваш ход мыслей.