

Если кто-то хочет записаться на разборы - пишите @SergeKoloskov или отправляйте заявку на <https://productcaseclub.tilda.ws/>. Также можно приобрести доступ к записям

Разборы №1

Кейс 1. Очень хорошее тестовое задание составили в Практикуме, недавно на одном из моих курсов разбирали - <https://praktikum.notion.site/ca7c1e7c204248a99842f164f1adfd35> (Особенно первое задание интересно!). Давайте сначала версии, что правильно сделать, и позже напишу свой вариант и поразбираю ваши

Кейс 2. <https://dominternet.ru/> - как увеличить возвращаемость на данном продукте, если на разработку есть только 1млн руб / 3 мес?

Разборы №2

Кейс 3 Кредиты на Финуслугах: что придумать, чтобы отстроиться?

Кейс 4 Тестовое задание от банка Точка с финансовой моделью

Разборы №3

Кейс 5 Экономика с картами цифровых товаров Global Payment

Разборы №4

Кейс 6. <https://level.ru/projects/savvinskaya-27/> - критично мало продаж от агентов/аккаунтов, хотя у конкурентов - объектов все хорошо на рынке делюкса. В бизнес-классе проседания по данному каналу нет. Это первый объект Level в делюксе, но не спешите говорить, что раз первый - значит пока нет бренда)) Проблема в другом, давайте искать причины вместе

Кейс 7. <https://putin-team.com/> - стояла серьезная продуктовая развилка по бренду и позиционированию, CEO хочет выйти на аудиторию 25-35 лет: каких фичей и настроек не хватает? нужно ли что-то делать с брендом и позиционированием? кейс на стыке екомма и оффлайна

Разборы №5

Кейс 8. Разминка на кейсе <https://pandora10.ru/> - у которого всего 5 продаж на подписках

Кейс 9. Тестовое задание про цифровизацию оптовой базы

Кейс 10. Продуктовые игры по победителю в АВ-тестах от Сергея Колоскова

Разборы №6

Кейс 11. <https://fango.ru/> стратегия продукта + прожарка

<https://docs.google.com/document/d/1TNSe9mRkvf5b-dTOIMtnHKFrORNjdeDXZmN6fIF6cZ4/>

Кейс 12. по-прежнему очень слабый показатель клика и подключения в тариф - <https://dominternet.ru/tyumen/tariffs/> , будем прожаривать, что не так

Разборы №7

Кейс 13. ребята из <https://proglib.io/> хотят понять, как монетизировать аудиторию, не хотят ничего рекламного дополнительно делать, куда бы развивали его?

Кейс 14. <https://app.inples.io/login> + презентация от @artvak

Кейс 15. разбор тестового задания от SkyEng (начало)

Разборы №8

Кейс 16. Разбор МТС Тестового

Кейс 15 (продолжение). Разбор тестового скайнэнг датасета

Разборы №9

Кейс 17. Банк <https://davrbank.uz/> пришел с запросом на редизайн посадочной страницы. Ваши действия?

Кейс 18. Одна из самых слабых категорий продаж в Ozon - стиральные машины. Почему так остается и что нужно делать / делает команда чтобы так не было?

Разборы №10

Кейс 19. Как монетизировать продукт на алом океане школьного образования? -

<https://ismart.org/>

Кейс 20. Что и почему надо делать, чтобы монетизировать сайт ярмарки (сейчас 1-2 продажи в день) - <https://www.unona.market/>

Разборы №11

Кейс 21. Создаем платформу для спортивных клубов по поиску партнеров/спонсоров с одной стороны и бизнеса, связанного со спортивной индустрией(производители экипировки, спортивные магазины и тд). Основной запрос связан с позиционированием продукта и со стратегией выхода на рынок.

Кейс 22. <https://www.instavpn.online/> - низкая конверсия из триала в покупку, неустаревающая классика

Кейс 23. Короткая прожарка кейса от Бори - нужно определить, в чем точка роста для активации в первую покупку, чего не хватает - random-bouquet.moscow

Разборы №12

Кейс 24. Кейс

<https://docs.google.com/document/d/1iftxUib6hSqzc23V-RrUT01-yAOHy9x3iZk7tOX36jY/edit?usp=sharing> : “Сейчас воронка совсем испортилась, на оплату выходит катастрофически мало клиентов, надо разобраться что самое проблемное и с этого начать решать.

Кейс 25. Разберем апп 12 Storeez и попробуем определить, что решает задачу среднего чека и возвращаемости и что для этого не хватает

Разборы №13

Кейс 26. Как прокачать реферальный или вирусный трафик у сайта разборов, чтобы продуктом делились - [<https://productcaseclub.tilda.ws/>]

Кейс 27. <https://arnurcredit.kz/ru> - почему лендинг приносит 0 заявок? (не спешите с выводами про дизайн 2010х)

Кейс 28. Интернет-магазин одежды не создаёт продажи и заявки. В чем проблема: в сайте или в продукте? Как проверить гипотезу ценности специфического продукта - одежда?

<http://kirumi.ru/> (ssl сертификат не продлевали, но сайт безопасный)

под конец работы изменили путь клиента и решили вручную обрабатывать заявки: соединили этап корзины с оформлением, убрали калькулятор расчёта доставки(сдэк) и оплату интернет-эквайринга.

Кейс 29. Как выбрать модель для запуска стартапа

[<https://www.notion.so/armotion/FuckTure-Jew-4679df127d8646ec9b1b1c5da4a11398?pvs=4>]

Кейс 30 (только в группе разборов!) - <https://www.o-plati.by/> - почему кошелек не создает “прилипаемости”? тут хороший кейс, когда продукт скорее всего никто не сможет посмотреть, потому что нужен паспорт Беларуси, но изучить надо. Интересно, каким образом вы сделаете предварительное исследование)

Разбор №14

Кейс 31. Кейс с консалтинга - hr-tech проект в стиле тиндера для ит по поиску работы с хорошим показателем в активацию и плохая возвращаемость <https://headz.io/> -

Кейс 32. Кейс с тестовых заданий (прикрепил скриншот): про уведомление в Тинькофф: как увеличить конверсию по этой фишке? И в целом как улучшить эту фишку? Фича - когда заходишь в приложение Тинькофф, если в буфере номер карты или номер телефона, то появляется всплывающее окно с предложением сделать перевод.

Кейс 33. Кейс с консалтинга - <https://megaplan.ru/> - покупка из триала меньше 1% (у 1С-Битрикс - 2.5%). Что правильно сделать, чтобы повысить покупку из триала? Или просто сфокусироваться на других метриках?)

Разборы №15

Кейс 34. Дообсудим диван.ру на предмет точек роста в карточке товара и каталоге: где еще барьеры?

Кейс 35. У компании <https://limehd.ru/> проблема с построением дерева метрик: как правильно

построить? **Кейс 36.** Тестовое от Леруа: самостоятельно определить путь клиента в онлайн/омниканале в отделе Освещение и на основе него предложить улучшения на каждом из шагов, если это необходимо. ТОП3 инструмента выбрать внутри CJM, которые могут его улучшить. Цель – увеличение CTR, AOV. Тут будет пример решения, мы можем его обсудить тоже (докину ближе к встрече)

Разборы №16

Кейс 37: Кейс от Кирилла, который не успели разобрать ранее

https://docs.google.com/document/d/1nuYOckxBZUJy67NR_MoQN85dW7mUETyJ5xaDIUpXMCA/edit?usp=sharing

Кейс 38: Кейс с комиссионкой Победа 63, как биться на рынке, где есть Авито и полуживая Юла, какая стратегия должна быть, чтобы самим расти и отгрызать долю на рынке

Разборы №17

- <https://finuslugi.ru/> - кредиты обсуждали уже, а что делать с депозитами, чтобы победить других, можно ли что-то сделать, чтобы не только ставку перебивать

- <https://ibs.ru/> - 0 продаж приходит с корп сайтов. Давайте обсудим, какая должна быть выигрышная стратегия у такого рода сайтов

- и тестовое задание 2GIS (почему-то оттуда много запросов в лс было на консультацию по трудоустройству за последние недели) -

<https://mr-powerlifter.notion.site/2GIS-Product-Manager-dcde86e1fcea45ee872ee592ac01da23>

Разборы №18

- **Кейс 41:** После релиза у известного нам Лайма HD упала метрика времени просмотра контента. Почему? И что делать? Скрины дошло в следующем приложении, что изменилось

- **Кейс 42:** Разберем еще раз Финуслуги, но поговорим про Страхование -

<https://osago.finuslugi.ru/>, <https://kasko.finuslugi.ru/> - что можно делать, чтобы переиграть Сравни.ру и проч. в рамках нашей платформы?

- **Кейс 43:** В Авито любят тест на уровень продакта давать - построй ключевую воронку в категории https://www.avito.ru/moskva_i_mo/tovary_dlya_detey_i_igrushki и определи, что сделать на каждом шаге

Разборы 19

Кейс 44: Погенерить гипотезы и определить, куда лучше пойти продукту на стыке оффлайн-онлайна <https://neiry.ru/>

Кейс 45: и тестовое задание из hh во вложении.

Разборы 20

Кейс 46: <https://royalfive.store/> - данная линия одежды хорошо продается в ЦУМ, но на сайте нулевые продажи. Что сделать, чтобы было хорошо на сайте? Вот товары в ЦУМ:

https://www.tsum.ru/brand/detskie_tovary-2518/royal_five_collection-289038.html

Кейс 47: <https://www.kartoshka.com/> - думает делать или нет мобильное приложение.

Особенность - в небольшом ассортименте. Как бы вы принимали решение, надо или нет?

Разборы 21

Кейс 48. Тинькофф Мобайл тестовое. На доске скрины 3-х мобильных приложений и вопросы, которые было бы интересно обсудить:

<https://miro.com/app/board/uXjVPJ2Q07g=?moveToWidget=3458764576863482057&cot=14>

Кейс 49. Магнит тестовое -

https://docs.google.com/document/d/1dLUJvZhZKG9h5_jwodC4J81U1qGGWkWfNz7IFlas4aCk/edit

Кейс 50. Разобрать вопросы с хардсекции Маркета

Кейс 51. Блиц-вопросы с собеседований

Разборы 22

Кейс 52: доразберем кейс "Платформа CashDeals (<https://cashdeals.ru/>) - финансовая коммуникационная B2B платформа для поиска финансирования. Алгоритм работы- аналог соц сети для бизнеса на тему финансирования, прототип платформы hh.ru только для поиска финансирования, а не сотрудников: через публикации объявлений-финансовых запросов от потенциальных заемщиков. Доступ к объявлениям открывается только зарегистрированным и подтвержденным инвесторам и кредиторам, у которых есть возможность откликнуться на финансовый запрос и создать чат к каждому из объявлений.

Заемщиков достаточно легко привлечь на платформу, но пока на платформе нет инвесторов, банков, лизинговых и факторинговых организаций

Кейс 53: разберем тестовое велтори -

<https://mr-powerlifter.notion.site/Welltory-Product-Manager-8dcfde5cff4e4c7dbc7894223a17d3dc>

Кейс 54: какая продуктовая стратегия подходит для продукта -

<https://plan-krasoty.ru/https://www.instagram.com/plan.krasoty>

Разборы 23

Разборы 55: <https://www.ozon.ru/product/compare> - известно, что в яндекс маркете около 30% электроники покупается через сравнение, но на озон это всего 2%. Почему так и что нужно делать? Обязательно потестируйте оба магазина

Разборы 56: www.morpheusxr.com - платформа виртуальной реальности для бизнеса.

Успешно продавали тимбилдинги и тренинги американским топовым компаниям - adobe, google, gensler и т.д. Рынок изменился год назад, бюджетов на тимбилдинги больше нет, а новое направление так и не нашли. Что думаете? Куда копнуть?

Разборы 57: разберем вопрос с собеседований)) в резюме есть пункт " Увеличила CR новых подключений на 2,5 пп". Как понять это хорошо? Как понимать что нужно продолжать растить конверсию? Как понять что нужно растить конверсию именно в этом направлении?

Разборы 24

Кейс 58: <https://cvety.kz/> - как определить, чем заапсейлить основной продукт и повысить чек в 2 раза?

Кейс 59: <https://3dhamster.ru/> - маркетплейс ассетов по подписке для 3Dвизуализации интерьера и экстерьера. Запрос - увеличить количество пользователей x3 к сентябрю 2024

Кейс 60: Разберем тестовое от ВК -

<https://mr-powerlifter.notion.site/Product-manager-73815e8336974848a90381c90a0e0a8d>

Разборы 25

Кейс 61: <https://www.ismart.org/#Prices> - почему-то из этого оффера нет продаж))

Кейс 62: <https://www.divan.ru/> : у них большие проблемы с дизайном первой сессии на мобильной версии. Что думаете, что там не так относительно десктопа?)

Кейс 63: тестовое для яндекс финтех

<https://ekalinina.notion.site/Y-19a1c74bdfaf49d187a384451b84fa74?pvs=4>

Разборы 26

Кейс 64: Почему доходимость на курсах <https://wiki.merionet.ru/merion-academy/> выше в 4 раза, чем доходимость у <https://skillbox.ru/> ?

Кейс 65: <https://haieronline.ru/> - почему тут конверсия из посетителя в покупку ниже на 30%, чем у маркетплейсов, хотя магазин официальный и трафик лояльный.

Кейс 66: тестовое Яндекс Еда

<https://ekalinina.notion.site/FoodTech-9782b1670ebd4fe0b3ebb42af343540f?pvs=4>

Разборы 27

Кейс 67: <https://www.anywayanyday.com/> - конверсия в оформление ниже, чем у авиасейлз в 1.5-2 раза в зависимости от направления

Кейс 68: какой барьер на лендинге не отыгран тут, где можно повысить конверсию на 20-30% -

<https://benchmark.ru.com/online-course>

Кейс 69: разбор кейса от Яндекс

Разборы 28

Кейс 70: тестовое от йоты

Кейс 71: тестовое Сбердиск

Представьте, что вы — Продакт Менеджер СберДиска.

Вы получили продукт ровно в том состоянии, в котором он находится на сегодняшний день.

По оценке руководства продукт сильно отстает от конкурентов и нуждается в радикальном переосмыслении. Задача на год сформулировать новую стратегию продукта, которая позволит а) изменить текущее положение продукта на рынке, б) наметит путь к прибыльности.

Это вся информация, которая у вас есть на текущий момент.

Ваша задача определить стратегию и тактику движения.

Ответы на какие вопросы нужно получить (но не ограничиваться ими):

Что вы сделаете в первую очередь? Какие цели ставить и как? Как оценивать прогресс? На чем можно будет зарабатывать и как?

Разборы 29

кейс 72: <https://www.ecredit.one> - почему кредитные менеджеры не особо пользуются продуктом и что нужно сделать, чтобы пользовались?

кейс 73:

2. Вопрос: Ключевой продукт компании - платформа лояльности для крупных клиентов. Компания разрабатывает новую версию платформы, имеется возможность заложить любые фичи/функционалы/интеграции/свойства, которые позволят повысить привлекательность продукта для клиентов.

- Что ожидают клиенты от платформы лояльности внешнего вендора?
- Что реально должны предоставлять вендоры?
- В чём может заключаться ценность/преимущество одних решений по сравнению с другими на рынке?

3. Кейс: команда постоянно задерживает выполнение задач, хотя оценку сроков дают сами; качество выполнения задач не соответствует требованиям внутренних и внешних заказчиков, иногда из-за качества разработки возникают убытки компании в связи с сбоями, отражающимися на конечных клиентах, и несоблюдением SLA.

Продукт не генерирует прибыли и руководство в шаге, чтобы его закрыть. Разработчики молча держат в столе заявления по собственному желанию, готовые выложить их в случае давления. Тебя привлекли как специалиста по процессам, чтобы спасти ситуацию.

- Какие дисфункции и проблемы ты видишь в работе команды?
- Какие варианты ты видишь для их исправления?
- Опиши последовательность твоих действий? Что ты как специалист по процессам будешь делать?

Разборы 30

Кейс 73: вопрос кнопок в каталоге с ключевым СТА вообще один из самых горячих. Давайте разберем, почему у разных магазинов разные кнопки. Особенно интересует, почему у Соколов такая (см. скриншот), у Али убрали, а на Озон срок доставки?

Кейс 74: пройдемся тут по заданию 3: B2B, продукт для малого бизнеса

<https://docs.google.com/document/d/1PdEh1gNWsBtd8yv781Ou-dflc5GUX52tXGlenMLxDi4/>

Разборы 31

Кейс 75: <https://www.ingosinvest-am.ru/> - почему не получилось раскатать онлайн-канал продаж у Ингоса?

Кейс 76: Вы продакт почты (например, gmail, mail.ru... не важно). Тенденция последних нескольких лет - сокращение активной аудитории. По исследованиям знаете, что почтой не пользуются люди моложе 35 лет (условно). Эта аудитория не понимает что такое почта, потому что привыкли все почтовые джобы закрывать мессенджером или облачными сервисами.

Разборы 32

Кейс 77: <https://classlytics.io/> - почему лмска не активировала ни одного с лендинга и что с этим делать?

Кейс 78: почему в Сетке (успели уже зарегистрироваться?) на старте такие разрывы в подписчиках, что из человеческих (не алгоритмов) факторов растит количество подписчиков

Разборы 33

Кейс 79: Почему <https://job.psbank.ru/> не привлекает лидов и кандидатов

Кейс 80: Вот есть такой результат брифинга клиента для строительно-ремонтного бизнеса, у которого не пошел онлайн сайт. Какие основные ошибки совершил клиент и что с ними делать?
<https://rhombus.house/>

Кейс 81: Тестовое задание посмотрим: 1,2 и может 4 отсюда

https://docs.google.com/document/d/1NpT_CQ8NZEVE9EhtuUVswivrYtQMOWEyeFHSRphDAZc0/edit

Разборы 34

Кейс 82: <https://petsee.ru> / - 99% продаж сейчас делает сам трекер и его обновления (если собака перекусила трекер, потеряли, стал сильно разряжаться). Какие есть идеи, что по контексту может подойти с точки зрения апсейла и кросс-сейла? Есть еще нюанс - трекер разряжается в среднем в течение 30 часов, что не очень удобно, но чтобы трекать движение собаки нужно быть постоянно включенным.

Кейс 83: тестовое от @nixonkuznetsov : сначала давайте внутри обсудим, а потом Никита презентует свое решение, которое можно будет обсудить

Context: Smartcat plans to introduce a new AI-powered feature to enhance language translation accuracy. You must develop a 6-month roadmap outlining key milestones, resource allocation, and expected outcomes.

Task: Create a detailed product roadmap including feature specification, prioritization, key milestones, risk assessment, and expected impact on user engagement and revenue.

Deliverable: A comprehensive product roadmap document or presentation.

Понятно, что у тебя мало контекста, нам не нужно попадание в реальность, можешь придумывать любые допущения, которые тебе нужны.

Что я буду оценивать: направление мышления, прозрачность и его глубина. то как четко ты обосновываешь свои решения, так же как ты сможешь заэлайнить предложенное решение с тем что тебе доступно о текущей стратегии (предполагаю, что ты сможешь сделать вывод по тому, что мы коммуницируем сейчас на сайте)

Разборы 35

Кейс 84: <https://stemco.org/> - групповая работа, какой кросс-сейл к данному продукту идеально подошел?

Пару слов про олимпиадный бизнес 😊

- Олимпиады проходят в среднем раз в полгода
- Олимпиады развивают свой бренд и не любят коллаборации с другими олимпиадами
- На платформу согласились зайти, потому что она автоматизирует ряд процессов и помогает с вычислением читеров

Разборы 36

Кейс 85:

- задачка про удержание в Кейс Клубе:) - провели аналитику, увидели, что не хватает времени и когнитивки у людей, но очень хотят продолжать получать насмотренность. Какие форматы могут быть? + почелленджим форматы от автора Клуба

Кейс 86:

- с уже знакомым нам проектом <https://petsee.ru/> - поговорим про то, какой пакет подписки можно предложить для оттока и сегмента B

Разборы 37

Кейс 87:

- Про экосистему продуктов - <https://btsdigital.kz/#about> , куда ее правильно было бы монетизировать?

Кейс 88:

- Тестовое задание Яндекс Еды

Кейс 89:

- Разбор кейса Акварели: почему на новом сайте упали продажи. Было: <https://old.akvarel.ru/> - дизайн был 5 лет

Стало: <https://akvarel.ru/> - конверсия в покупку упала на 30%, переходов на старую версию 20% от всего трафика, потерь на объемах трафика нет.

Разборы 38**Кейс 90:**

Разбор кейса для вертикали Авито.Работа. В чем кейс:

- Надо придумать, как раскатать по воронке поиск вакансии со стороны соискателя
- Проблема - очень мало вакансий и слабый контент в них, команда контента сможет помочь через год-полтора только
- и еще проблема - сами работодатели пока тоже не сильно много загружают и верят в раздел, повлиять на их воронку можно только через другого продавца

Разборы 39

Кейс 91: Тинькофф рефералка (тестовое задание) и место рефералки в банковском приложении (по мотивам тестового задания)

Кейс 92: Учи.ру: как решить проблему апсейла и начальной в среднюю школу, чтобы переход был в 99%, а не значительно ниже, чем сейчас

Кейс 93: ВК Мессенджер: как определиться с фокусом в стратегии с учетом контекста этого продукта?

Разборы 40

Кейс 94: Додо Пицца и выход на рынок Дубай/ОАЭ: давайте обсудим, что нужно предусмотреть для выхода на новый рынок такому продукту

Кейс 95: Разбор кейсов с технического интервью Т-Бизнес

Задача

В Т-Банке много направлений, одно из них - Т-Бизнес

Идея Т-Бизнес состоит в том, что клиент-предприниматель получает все услуги в едином окне, и думает только о бизнесе, а не о том, где найти какой-то полезные сервис.

В числе продуктов для Т-Бизнеса: онлайн-регистрация бизнеса, обслуживание счетов, эквайринг, онлайн-бухгалтерия, кредитование и т.д. Один из продуктов, созданных для Бизнеса - Конструктор сайтов.

Конструктор работает уже больше пары лет.

Он бесплатный, там есть функционал создания лендингов и простая корзина.

Мы заметили, что аудитория продуктов для Т-Бизнеса растёт, однако аудитория пользователей услуги "Конструктор" остаётся на месте, не падает и не растёт в абсолюте; доля пользователей Конструктора среди всех пользователей Т-Бизнеса составляет 2% на момент рассмотрения кейса.

Ты приходишь на роль руководителя этого продукта и есть несколько вопросов...

Разборы 41

Кейс 96: И Кейс с технического интервью Skyeng

- 1)Как будете оценивать эффективность рекомендационных алгоритмов для сценария подбора преподавателя
- 2)Представь ты работаешь в крупном есот сервисе с MAU 10 млн, сейчас сервис падает до 30 минут в сутки, нужно объяснить CEO что можно сделать и продать идею

Кейс 97: <https://www.donresort.ru/> У санатория есть 2 метрики - бронирования и количество ночей. На санаторий ведется трафик из разных источников (контекст, таргет, посеы). Сам сайт не без проблем, но работает, приводит бронирования.

Система бронирования оч проблемная, там сложно работать с воронкой, но тоже работает.

Уровень влияния(ограничения): сайт и реклама + можно предлагать в клиента конкретные изменения в акциях и предложениях. Качественные исследования: не проводились, но сейчас начали одно...с трудом собираются респы. Цифры будут в чате разборов.

Цель: увеличить кол-во бронирований с от 5 ночей, придумать решения для такого роста

Разборы 42

Кейс 98:

- Кейс ВБ, связанный с ML и новым перспективным направлением -

<https://docs.google.com/presentation/d/1aYFS-tyht7T3cZwrwxz-0UWMp8BpDrEeAvbo9Z1aWXY/edit?usp=sharing>

Кейс 99: Кейс краудшипинга (P2P доставки) - <https://bridge.travel/>.

Инфа о проекте: Сейчас сервис бесплатный, пользователей немного. Помимо сайта есть кривое приложение в AppStore и рабочий телеграм бот, где больше всего юзеров.

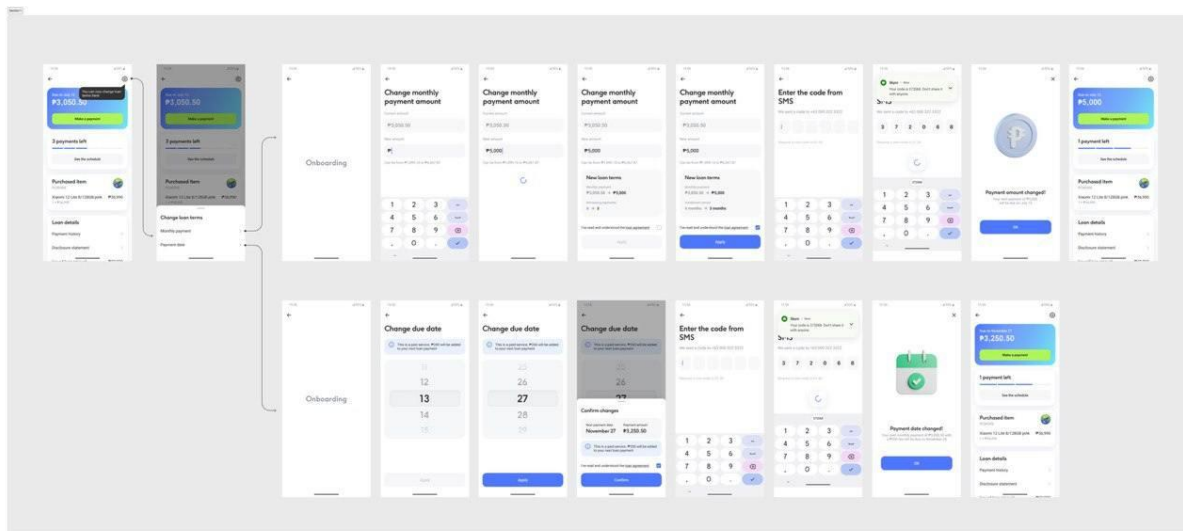
В проекте фаундер, который уже не особо хочет что-то делать и инвесторы, которые хотят монетизировать продукт, но вкладываться особо деньгами уже не хотят.

Задача: подумать, что можно сделать в такой ситуации. Как сделать трэшн в деньгах и найти новые инвестиции, учитывая ограниченные ресурсы.

Разборы 43

Кейс 100: Есть бэк офисные системы в продукте Click up (Узбекистан) - АРМ, АБС, 1С, CRM. У них есть продакт. Надо понять, как оцифровать их влияние на развитие продукта и бизнеса, какие метрики это могут быть и почему.

Кейс 101: Кейс с рынка Филиппин: “You are developing a new feature – flexible loan. With that your customers will be able to change payment amount and payment due date of their loans. Nobody on the market has done something like that before. Here (in the separate file) is the current flow which was proposed from your designer. Propose some changes from yourself and describe why you have decided to do that. Otherwise, if there is nothing to improve, explain why do you think so.” Картинка фичи прикреплена к сообщению



Разборы 44

Кейс 102: Teez - новый маркетплейс на рынке Казахстана (где есть Каспи, Халык и др.), как улучшить воронку в покупку, когда только запустился

Разборы 45

Кейс 103: W2W Match – сервис коллабораций для брендов. Сервис позволяет предпринимательницам объединяться по ценностям для более эффективного решения бизнес-задач. Бизнес-модель: подписка на сервис с доступом к каталогу брендов. На данный момент для нас актуальна проблема продаж в проекте. - <https://w-2-wmatch.ru/>

Кейс 104: Sellstat - <https://sellstat.kz/> - предназначенный для автоматизации продаж на маркетплейсах. Мы предоставляем продавцам инструменты для управления ценами с помощью демпинг-бота, управления остатками товаров и аналитики продаж. Наш продукт

работает по модели ежемесячной подписки: пользователи выбирают тариф, получают доступ к нашему функционалу и могут оптимизировать свои бизнес-процессы на маркетплейсах. Проблема, с которой мы пришли: Нам необходимо увеличить количество платящих пользователей. Несмотря на то, что продукт успешно решает задачи автоматизации для продавцов, нам нужно найти способы конвертировать больше бесплатных пользователей в платные, улучшить удержание клиентов и расширить нашу клиентскую базу. Помощь, которая нам нужна: Мы ищем рекомендации и стратегии, которые помогут повысить конверсию, удержание пользователей и масштабировать наш бизнес. Нам важен разбор текущей бизнес-модели, чтобы понять, как сделать продукт более привлекательным и убедительным для потенциальных клиентов.

Кейс 105:

B2B SaaS <https://mongers.io> , запускаем MVP, как повысить конверсию в покупку?

Разборы 46

Кейс 106: Ранее разбирали с вами, как двигаться екомму на рынке с локальным Амазоном. Теперь поговорим про банк <https://home.kz/business> - как лучше в условиях победившего Каспи двигаться, какая стратегия и какие продукты нужны для такой ситуации

Разборы 47

Кейс 107: Списки товаров, которые создают, ранее обсуждали. Ими пользуются менее 1% - нужны ли? надо ли их развивать и как? На примере <https://www.ozon.ru/my/favorites> будем разбирать

Кейс 108: Задание из Авито Product Bootcamp – Зима 2025 <https://t.me/productcasebar/43>

Разборы 48

Кейс 109: Какая метрика роста и на какие метрики дополнительно надо обратить внимание в продукте. Как метрику вырастить? joinee.io - платформа для развития сообществ.

Кейс 110: тестовые задания от МТС про сервис “Секретарь” и Фитмост про баллы и ретеншн

Кейс 111: фидбеки по развитию сайта <https://koloskoveducation.tilda.ws/> и курсами внутри: как увеличить продажи, когда вообще-то кризис отрасли образования

Разборы 49

Кейс 112: Как повысить конверсию в регистрацию для сервиса <https://yourtunes.net/> (сейчас условно 4000 регистраций, 1000 триалов из них 200-250 оплат)

Кейс 113: Для приложения по Мнемотехнике надо предложить ТОП-3 улучшения и гроусхака для рынка США (есть цифры на РФ рынке) - <https://apps.apple.com/app/id1546896959>

Разборы 50

Кейс 114:

- Несколько тестовых заданий: в Альфа Банк Исследовательский отдел -

https://docs.google.com/document/d/1famsq_XsLgCPNmoOGBRJRKBTehdXFeV9LzxvASJhoxM/edit?pli=1&tab=t.0

Кейс 115:

- MVP для dark kitchen. Будет сборка информации к кейсу (по локации, по бюджету и др.), насмотренность на новом рынке разовьем

Разборы 51

Кейс 116:

Кейс <https://brainy-prof.ru> (во вложении скриншот задания)

Продукт - профориентация. Сервис, который проводит тесты.

Проблема: человек прошел тест, остался доволен, порекомендовал сервис друзьям и ушел. Мы больше его не монетизируем.

Задача - разработать 3-5 гипотез для роста выручки за счет монетизации тех, кто прошел тест и посчитать потенциальное велью

Второй этап: проверка этих гипотез: по каждой предложить механики проверки.

Доп задача: покапать в новых пользователей.

Кейс 117:

<https://q4tulpar.kz> / как увеличить конверсию с доработками XS уровня (денег на развитие дадут только если конверсия улучшится)

Разборы 52

Кейс 118: Продолжили разбор кейса Как повысить конверсию в регистрацию для сервиса <https://yourtunes.net/> (сейчас условно 4000 регистраций, 1000 триалов из них 200-250 оплат) - там прошли глубинки, посмотрим по ним теперь

Кейс 119: Разобрали обычный кейс на 3м этапе в Авито по HR - продукту. Постарались разобрать таким образом, чтобы и на другие кейсы Авито подход ложился

Разборы 53

Кейс 120: Раскачали тему детских продуктов, связанных с коммьюнити, знакомствами, дружбой и общением детей совместно с предпринимателем, который прямо сейчас тестирует реальные гипотезы и бизнесы по данному направлению. Была работа в командах, много обсуждений, оффтопов и продуктовых инсайтов.

Разборы 54

Кейсы 121 - 126: Разобрали из собеседований и тестовых заданий:

- Активность Одноклассники-сообществ упала на 5% по сравнению с прошлым месяцем. Что нужно сделать в этой ситуации?

- Какой эксперимент запустил бы, чтобы повысить конверсию из корзины в покупку в мобильной версии Ozon

- Доход Aviasales зависит от количества совершенных пользователями покупок. Но продуктовая команда обратила внимание, что в последние несколько месяцев конверсия из просмотра страниц с билетами в покупку стабильно падает. Назови ТОП-3 запроса в аналитику, чтобы точно понять проблему?

- Представим, что есть идея запустить курс по обучению домашних животных в Яндекс.Практикуме. Опиши, что ты будешь делать и какие артефакты собирать, чтобы принять решение о запуске. Представь, что все данные говорят, что надо запускать курс. Какой MVP будет?

- У Zoom есть приложение и десктопная версия, но, по мнению пользователей, десктопная версия далека от идеала. NPS у десктопа 50%, у мобильного приложения 70%. Что нужно сделать в десктопной версии?

- Придумай до 5 улучшений для страницы

<https://alfabank.ru/get-money/credit-cards/60-days-grace/> с использованием AI, определи ТОП-1 улучшение и как его проверить

Кейс 127: Опау про то, куда лучше монопродукты продвинуть, какой апсейл траффика сделать

Разборы 55

Кейс 128: Поищем точки роста выручки у <https://www.berlingo.ru/> - сайт без прямых продаж, продает через оффлайн точки и маркетплейсы

Кейс 129: Поищем точки роста по ARPPU в <https://create8.ru/> - нет и не может быть прямых продаж, но как-то зарабатывать может 😊

Разборы 56

Разборали много кейсов из тестовых заданий в B2B - продуктах. Это были:

Кейс 128: Представьте, что вы находитесь в позиции менеджера по продукту модуля рекрутинга HRM-системы. Сейчас мы видим, что наши пользователи рекрутинга собирают большие базы кандидатов, но используют эти данные только один раз (свой набор резюме для каждой вакансии), превращая результаты своей работы в “кладбище CV кандидатов”. Мы предполагаем, что переиспользование данных из уже собранных вакансий позволяет сократить время закрытия новых вакансий и повысить ценность использования системы. Как может выглядеть функциональность для решения предложенной задачи? Предложите 3-4 идеи.

Почему именно они?

Какой путь проверки ваших идей вы видите?

Кейс 129: у вас есть список гипотез, связанных с улучшением системы проверки и утверждения документов, вы их провалидировали и уверены, что они точно принесут значимый бизнес-эффект, но за один спринт можно взять только одну из них. Эти задачи включают добавление дашбордов по работе проверяющих для руководителей, добавление поиска документов, добавление возможности удалять замечания, апгрейд статусной модели согласования с добавлением промежуточного статуса “На доработку”.

Опишите, как вы будете оценивать задачи с точки зрения влияния на бизнес-процесс.

Как вы будете приоритизировать задачи? Какие метрики и критерии вы будете учитывать?

Кейс 130: Приведите пример, как вы объясните свою логику приоритизации бизнес-заказчику. СКБ Контур — документооборот, бух.сервисы Падение NPS среди ИП в продукте «Контур.ОФД» Исходные данные:

10 000 MAU

85% пользователей — ИП с 1–2 сотрудниками

Средний NPS 3 месяца назад: 58 → сейчас: 43

Саппорт: рост обращений на 60% по тегу "чек не пробился"

80% используют мобильную версию

Разберите, в чём проблема. Постройте CJM, опишите гипотезы. Какие точки интерфейса требуют изменений? Как вы улучшите retention и satisfaction?

- Битрикс 24: Провал воронки активации — 40% новых команд не создают ни одной задачи

Исходные данные:

1000 новых команд в сутки

Из них 400 не создают задач → только 250 активны через 7 дней

70% из неактивных приходят с лендинга "управление задачами"

Текущий флоу: после регистрации → попап "создай задачу" → переход в "пустой экран"

Задание:

Какие способы повышения активации вы предлагаете? Какое исследование стоит провести?

Кейс 131: Mindbox — CDP, маркетинг-автоматизация

Клиенты плохо используют сегментацию — создают 1–2 сегмента вместо 10+

Исходные данные:

MAU B2B клиентов: 800

Среднее число сегментов на клиента: 1.8

60% создают только один сегмент — "все клиенты"

Кликрейт кампаний у них на 30% ниже

Консультанты вручную объясняют про lookalike/retargeting

Задание:

Придумайте дашборд или флоу, который подтолкнёт к более продвинутому использованию сегментации. Какие метрики вы будете улучшать? Как замерите uplift?

Кейс 132: amoCRM / Kommo — сделки, звонки, small biz

Пользователи жалуются, что сложно понять, кто из клиентов возвращается, кто ушёл

Исходные данные:

Типичный пользователь: 3 менеджера, 1200 контактов, 300 сделок в месяц

10% сделок — от "старых клиентов", но они не выделяются визуально

Вариант обхода: менеджеры вручную помечают "вернувшихся"

Никакой воронки повторных сделок не существует

Задание:

Опишите сценарии, как пользователь мог бы видеть, что это повторный клиент. Какие фичи можно сделать? Как это повлияет на работу менеджера?

Разборы 57

Кейс 133: Продукт — это программа для автоматизации малого и среднего бизнеса в сфере оптовой и розничной торговли. Она включает функции учёта товаров, расходов, долгов, генерации штрихкодов и работы с кассой. Распространяется по freemium-модели: базовая версия бесплатна, монетизация идёт за счёт рекламы и подписки на расширенные функции (например, ИИ-аналитика).

С какой проблемой пришёл:

Мне важно понять, насколько жизнеспособна текущая бизнес-модель: freemium + реклама + подписка. Есть сомнения, будет ли такая модель работать в моём сегменте — особенно в СНГ и Центральной Азии, где пользователи не всегда готовы платить за софт.

Какая помощь нужна:

- Реалистичны ли каналы монетизации

- Есть ли потенциальные риски и узкие места

Кейс 134-135: По проведенным исследованиям в контекстах Заказ сиделки для пожилых и AI-помощник для врача и психолога как второе мнение определяем, какие MVP запуски могут быть у таких продуктов

Разборы 58

Кейс 136: Процессно-структурный. Есть крупный финтех. У них сложности с дискавери, вызванные рядом факторов: продакты не успевают дискаверить, сильная включенность акционеров в беклоги и слишком сложная платформа, чтобы делать что-то быстро. Также нюансами можно считать, что рынок меняется, конкуренты не дремлют, какой-то перестройки делать сейчас не можем, кратко вырастить найм тоже сложно и не только по финансовой части. Посмотрим на метрики, нюансы и решим, как лучше перестроить работу, чтобы ничего не остановилось, а дискавери пошло.

Кейсы 137-139: Тестовые задания из ВК.Видео, Магнит, Клик (Узбекистан)

Разборы 59

Кейс 140: Прожарка идеи нового продукта для оценки идей - <https://cofounder.daongp.tech/>

Кейс 141: Платформа Профессионалы 4.0 (<https://professionals4-0.ru/>) хочет выйти на рынок B2C. Посмотрим аналитику и порассуждаем, как лучше

Кейс 142: Новое тестовое из Точка Банк

Разборы 60

Кейс 143: Ординаторская.онлайн - определить, как повысить ретеншн врачей. Посмотрим аналитику и порассуждаем.

Кейс 144: Кейс по разбору финансовой модели в SaaS продукте, сервисе по учету времени сотрудника. Куда двигаться и что делать исходя из текущей финмодели?

Кейс 145-146: Тестовые Туту и оператора Дом.ру

Разборы 61

Кейс 147: Запрос на улучшить время на сайте (точно надо ли?) для <https://m-infogroup.ru/>

Кейс 148: Процессный кейс: как в банке внедрить фокус на UX/SUM метрики

Кейс 149: Тестовое задание от Яндекс.Еда про запуск нового направления - доставку пиццы

Кейс 146: Доразобрали Дом.ру тестовое

Если кто-то хочет записаться на разборы - пишите @SergeKoloskov или отправляйте заявку на <https://productcaseclub.tilda.ws/>. Также можно приобрести доступ к записям