

Сделали не глядя на коронавирус

1. **Провели первый этап Открытого отбора.** Сделали отдельный [сайт конкурса](#), его посетили 138687 человек. Получили 4002 заявки на участие, 7943 авторизации на сайте и 3 запроса на организацию аналогичного конкурса для внешних партнеров.

Благодаря конкурсу привлекли 5719 новых пользователей в Leader-ID — стоимость привлечения с учетом затрат на разработку и продвижение конкурса составила 553 рубля, стоимость удержания участников отбора — 250 рублей.

2. **Запустили [форум сбора идей](#) про развитие Leader-ID.** Голосование и подачу идей сделали доступной только после авторизации, чтобы учитывать репутацию предложившего. Пока не раскрыли в достаточной степени — получили только 24 предложения и 1 негативный отзыв от ближайшего партнера, что для партнеров нужно сделать отдельный vip-канал по учету предложений.

Стоимость удержания за счет форума одного пользователя пока составляет 3000 рублей по формуле: время, потраченное на запуск форума / количество пользователей форума.

3. **Починили 36 багов в системе.** Стоимость починки одного бага составляет 12350 рублей по формуле: затраты на разработчиков / количество багов.
4. **Обработали 1547 обращений в службу поддержки Leader-ID.** Это на 7% больше числа обращений в феврале. На 7% снизилось количество обращений по вопросам работы Leader-ID и на 22% — количество обращений по вопросам работы Точек кипения. 43% всех обращений приходилось на вопросы об Открытом отборе. Стоимость поддержки одного пользователя составила 293 рубля по формуле: затраты на службу поддержки / количество обращений в поддержку.
5. **Вошли в топ-60 блогов Хабра благодаря 4 статьям:** про разработку продуктов Лидера, мероприятие, внутреннюю жизнь и выход в онлайн. Стоимость одного просмотра с учетом затрат на работу редакционной группы — 11,6 рублей.

Публикации	Просмотры	Закладки	Рейтинг
Как развивать сервис, когда вокруг крутые конкуренты	6600	66	+17
Дрон для любителя: устройство и принципы программирования	8200	96	+19
Тапочки для гика: ищем позитив во временных закрытиях офисов	9300	27	+36
Что происходит с онлайн-мероприятиями: немного нашей статистики	956	8	+15
Средние значения по Хабру	6000	50	+17

6. **Сделали 4 новостные рассылки по базе пользователей.** Чтобы рассчитать траты на удержание пользователей и их активизацию, разделили базу на «живую» и «мертвую». К «живым» отнесли пользователей, проявлявших активность в течение месяца. С учетом показателя средней открываемости стоимость удержания составила 0,55 рубля по формуле: затраты на создание одной рассылки / количество открывших рассылку, стоимость активизации пользователей составила 2 рубля.

Рассылки марта	Открываемость	Отписки
Первая неделя	9,08%	1,31%
Вторая неделя	9,59%	1,61%
Третья неделя	11,30%	1,51%
Четвертая неделя	10,55%	1,44%

Показатель	«Мертвая»	«Живая»
Количество респондентов	615 027	308 830
Открываемость	3,98%	24,48%
Переходы по ссылкам	4,86%	4,09%

Отписка	1,93%	1,05%
---------	-------	-------

7. **Опубликовали 9 статей в Риде**, из которых 4 новостные, 3 — про Открытый отбор, 2 — про выход в онлайн. Стоимость просмотра составила 9,3 рубля по формуле: затраты на создание статей / количество просмотров.

Название статьи	Количество просмотров
Leader-ID в начале марта 2020	822
На второй неделе марта	551
На третьей неделе марта	324
На четвертой неделе марта	420
Открытый отбор 2020: 10 фичей на входе	4001
Открытый отбор 2020: 7 фактов об участниках	3598
Открытый отбор 2020: 5 гипотез, которые мы проверили	2527
Топ-5 трансляций в Leader-ID	1370
Как провести крутое мероприятие в онлайн	5771
Средние показатели по Риду	2153

Коронавирус влез

1. Столкнулись со снижением динамики роста показателей системы до уровня выходного дня:
 - регистрации сократились в 2,3 раза (с 1751 человека в день до 755);
 - мероприятий стало меньше в 4 раза (с 85 заявок в день до 22);
 - посещаемость упала в 4 раза (с 20 000 посещений в день до 5000).

Сделали страницу для организаторов и участников онлайн-мероприятий stayathome.leader-id.ru. В результате увеличили

число онлайн-событий в Лидере с 6 до 11 в день — с учетом затрат на разработку страницы стоимость привлечения организатора онлайн-мероприятия составила 4285 рублей.

Дополнительно: для организаторов — подняли онлайн-события наверх в форме создания мероприятий, для участников — вывели формат мероприятия «Вебинар» первым в списке фильтров в Календаре.

2. **Сделали опрос про коронавирус с ФОМ и АСИ.** Потратили на это ресурсы двух разработчиков, одного дизайнера и одного менеджера, стоимость привлечения нового пользователя благодаря опросу составила 4,3 рубля.

Сравнение результативности двух медийных опросов, разработанных для ФОМ и АСИ на 8 апреля

Показатели	healthcare.leader-id.ru (запущен 7 февраля)	covid.leader-id.ru (запущен 19 марта)
Начали проходить	36 414	23 365
Прошли	17 263	7049
Поделились результатом	995	727
Новых пользователей Leader-ID благодаря опросу	9389	3473

3. **Сделали сервис для работодателей home.2035.dev** — им воспользовались АСИ, Платформа НТИ и Университет 20.35 для контроля 345 человек совокупно. Потратили на этот сервис 150 000 рублей из расчета времени разработчиков, продактов, дизайнеров — работа заняла 2 дня. Сервисом также воспользовались 3 вуза и 1 предприятие для решения локальной задачи контроля сотрудников отдела.
4. **Ограничили продвижение сервиса 2035.events** ввиду снижения посещаемости сайта на 28%. Падение обусловлено снижением числа мероприятий — их стало меньше на 30 в месяц. Перераспределили ресурсы по его развитию на другие сервисы — 150 000 рублей в месяц, оставив в качестве основной площадки продвижения онлайн-мероприятий систему Leader-ID.

Команда

Расстались с одним продактом и одним агентом поддержки, нашли специалиста по информационной безопасности. Ищем сейчас:

- руководителя службы поддержки,
- аналитика для проекта Панно,
- продакта для проекта Leader Data,
- backend-разработчика для Leader-ID,
- frontend-разработчика для Leader-ID,
- тестировщика для Leader-ID.

Метрики

1. Количество людей в Leader-ID на 31.03 — 992 173.
2. Среднее время ответа в каналах поддержки — 20 минут.
3. Количество мероприятий не в Точках кипения в марте — 163, из них 57 (35%) онлайн.
4. Средняя конверсия переходов по ссылкам из рассылок — 3,8%.
5. Посетителей [Projects](#) в марте — 1394 человека.