

УДК 65.011.8
ББК 65.291.2
М29

Редактор Дмитрий Беломестнов

Мартынцев Д.

М29 Взлом роста: Как ускорить развитие продукта и масштабировать бизнес / Денис Мартынцев. — М. : Альпина Паблишер, 2021. — 136 с.

ISBN 978-5-9614-4118-5

Для молодой интернет-компании стремительный рост — не блажь, а вопрос выживания. Если в первые месяцы она не показывает существенных результатов, инвесторы теряют к ней интерес и прекращают финансирование. Пока маркетолог, использующий традиционные методы, будет исследовать рынок и разрабатывать стратегию, у компании могут закончиться деньги, а новых никто не даст, потому что все это время она не росла. Поэтому стартапам необходимы хамеры роста, то есть люди, нацеленные на быстрый результат и готовые добиться его любым способом.

В своей книге консультант по организации Growth-процессов Денис Мартынцев рассказывает о сути взлома роста, о том, как вырастить у себя в компании хамеров роста и построить команду роста. Денис приводит множество кейсов, в том числе российских компаний, когда простейшие действия, не требующие больших усилий и затрат, приводили к существенному росту показателей цифрового бизнеса, и советует, как воспроизвести подобный успех в своем проекте.

УДК 65.011.8
ББК 65.291.2

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу tylib@alpina.ru.

© Денис Мартынцев, 2021
© ООО «Альпина Паблишер», 2021
ISBN 978-5-9614-4118-5

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 1. История	5
История взлома роста	6
Формирование команд роста	12
Пять правил успешного менеджмента роста	14
В каких компаниях применим менеджмент роста	17
Секретные приемы менеджмента роста	20
Чужие кейсы — источник идей, а не руководство к действию	22
Глава 2. Метрики	25
Главная метрика роста	26
Как определить NSM	27
Измерение NSM через входящие метрики	30
Момент осознания клиентом ценности продукта	32
Поиск Aha-момента в продукте	35
Воронка метрик AARRR	37
Петли роста	42
Продвинутые подходы в работе над ростом	45
Глава 3. Команда	49
С чего начать построение команды роста	50
Организация работы команды роста	52
Лидер команды роста	55
T-образные навыки менеджера роста	57
Роль аналитика в команде роста	60

OKR для управления командой роста	62
Основные возражения против создания команды роста	64
Почему проваливаются команды роста	66
HIRPO-эффект	69
Как формируется культура роста в компании	70
Три уровня развития команды роста	74
Регламент работы команды роста	76
KPI команды роста	81
Восемь вопросов для собеседования при подборе людей в команду роста	84
Глава 4. Инструменты	89
Работа с инструментами поиска точек роста	90
Поиск ценности продукта для потребителя с помощью шаблона для разработки ценностных предложений	93
Задачи пользователей и контекст их решения	95
Модель крючка — инструмент удержания и вовлечения пользователей	98
Петля виральности: как привлекать новых пользователей за счет старых	101
CRO — оптимизация конверсий	104
Глава 5. Процесс	107
Сколько гипотез нужно проверять	108
Непрерывный процесс экспериментирования	110
Как выстроить процесс работы над экспериментами	112
Как проверять больше продуктовых гипотез	118
Как сделать встречи команды роста продуктивнее	122
Как формулировать гипотезы роста	125
Где брать хорошие гипотезы	127
Несколько полезных мыслей о системной работе над ростом	130
Фреймворк для командной работы над проверкой гипотез	133
Growth-манифест	135