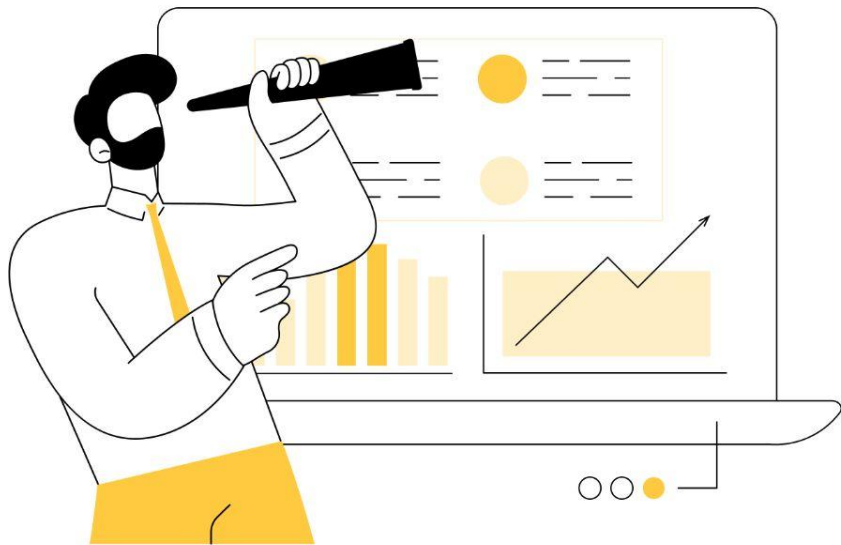


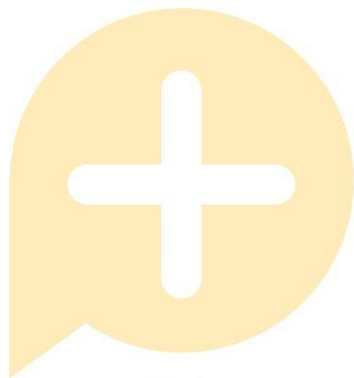
Вебинар 4

Работа с удержанием и оттоком

Опыт других компаний
и расчет экономики привлечения



Хорошо ли меня слышно и видно?



ДА

Поставьте +



НЕТ

Поставьте -



Никита Носков

- ☆ Руководитель проектов привлечения водителей в Яндекс.Такси
- ☆ Работает над выстраиванием эффективных процессов привлечения и удержания водителей
- ☆ Занимается привлечением и удержанием водителей в рамках глобальных сервисов в 40+ странах



Серия вебинаров о лучших практиках работы с водителями

Возможность обмениваться опытом и получить инструменты для развития бизнеса.





- 03.04** Привлечение водителей через Яндекс.Директ: разбор кейса и полезные советы
- 10.04** Привлечение водителей через ВКонтакте: разбор кейса и полезные советы
- 17.04** Новые правила работы на Авито: что изменилось и как повысить эффективность объявлений

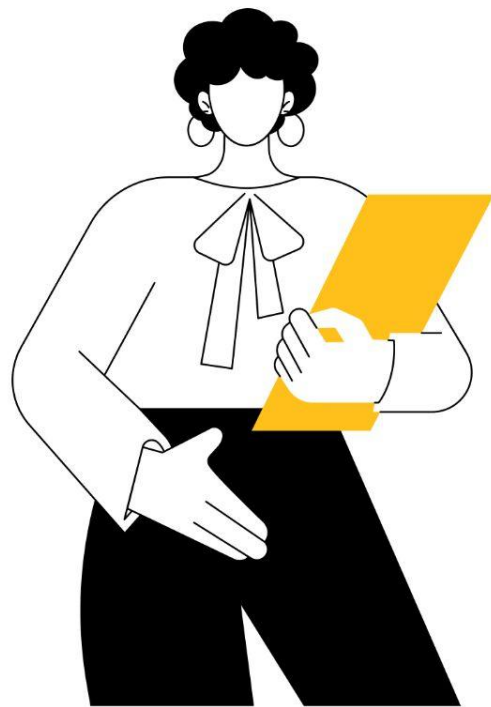
24.04 Работа с удержанием и оттоком: опыт других компаний и расчёт экономики привлечения

02.05 Использование Диспетчерской и нового функционала для эффективной работы с водителями



Чем вебинар будет полезен

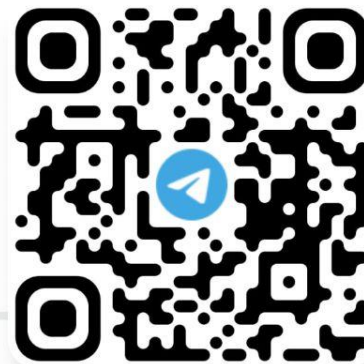
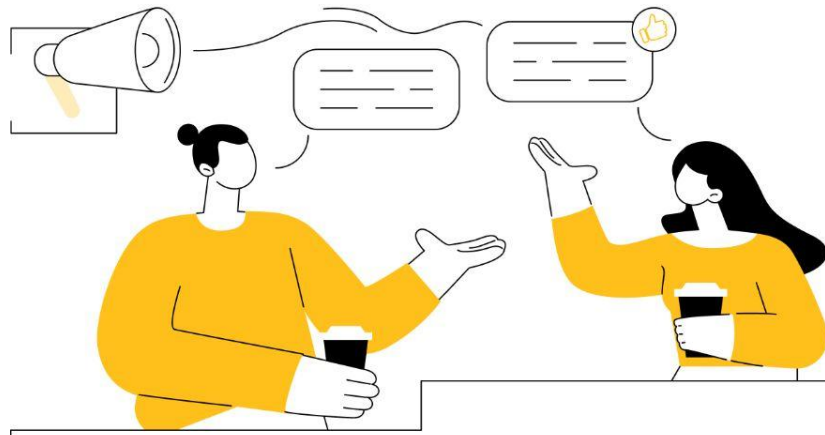
-  Узнаете как отток водителей влияет на активную базу
-  Выясните, почему водители уходят и как их удержать
-  Разберётесь, что такое «первые дни жизни» в контексте сотрудничества с водителями и почему это так важно
-  Узнаете механики, которые помогут удерживать и возвращать водителей





Как организован вебинар

1. 1 час общения
2. После — общение с экспертом и возможность задать вопросы
3. Розыгрыш промокода на **60 тыс. рублей** от Яндекс Директ



Наша группа в TG

Новички или реактиванты?



Новички и реактиванты

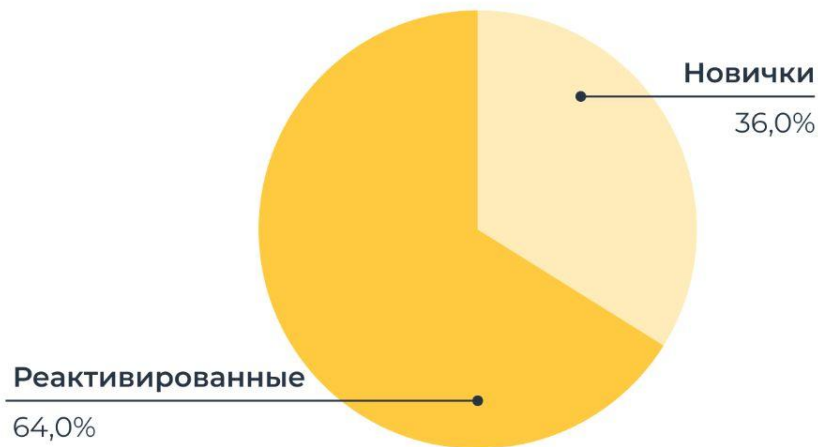
Привлеченные водители условно делятся на два типа:

Водители новички:

те, кто никогда не выполнял заказы в сервисе

Реактивированные водители:

те, кто не выполнял заказы в сервисе
больше 45 дней подряд



Новички и реактиванты

Важные метрики



Доля оттока от активной базы

-13%

-13%

-12%

-12%

-12%

-10%

07/23

08/23

09/23

10/23

11/23

12/23

Новички и реактиванты

Основные причины оттока

- ☆ Плохой онбординг новичка
- ☆ Водитель не получает необходимый заработок
- ☆ Попадание в блокировки сервиса
- ☆ Снижение показателей в сервисе
- ☆ Сложность в освоении приложения Яндекс ПРО
- ☆ Легализация сервиса
- ☆ Недостаточно свободного времени для выхода на линию



Новички и реактиванты

Значимость реактивантов

- ☆ До момента ухода из сервиса водитель, как правило, выполняет 1000 заказов.
- ☆ После возвращения в сервис, в среднем, 600 заказов.
- ☆ Обычно возвращение происходит через 50 дней после оттока, это значит, что самую активную работу вам надо проводить в первые 50 дней после ухода водителя.

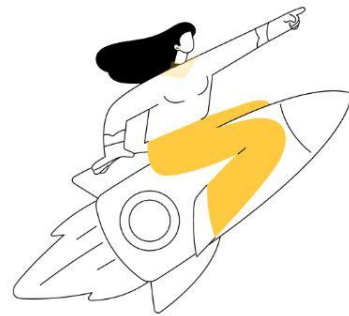


Важные метрики



Важные метрики

LTV водителя в сервисе



- ☆ **LTV (lifetime value)** — это прибыль компании, полученная от одного клиента за всё время сотрудничества с ним.

LTV

=

Средний доход
за одного
водителя (ARPD)

-

Затраты на
привлечение
водителя (DAC)

-

Затраты
на удержание
водителя (DRC)

- ☆ LTV показывает сколько вы можете инвестировать на привлечение одного водителя, чтобы оставаться в плюсе. Если LTV с водителя X рублей, то значит, что вы можете инвестировать в удержание и стараться соотносить рост DRC и рост ARPD таким образом, чтобы рост выручки перекрывал рост затрат на привлечение.



Важные метрики



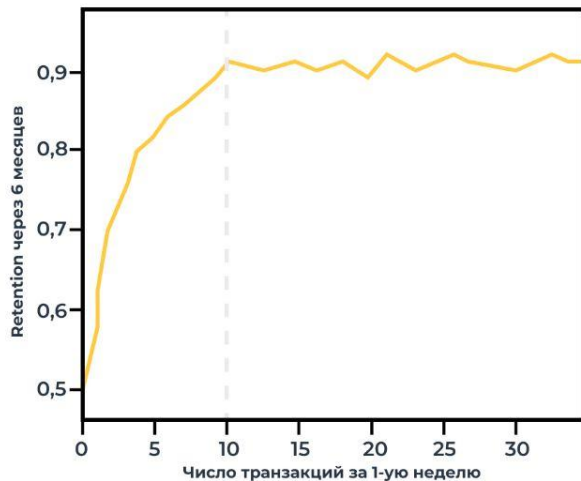
Aha-moment

Aha-moment — это момент, когда клиент осознает ценность продукта.

Например, в Facebook, aha-moment — это момент, когда пользователь добавил в друзья 5 человек.

Пример aha-moment в Тинькофф:

Если пользователь за первую неделю совершает 10 транзакций, то наиболее высока вероятность того, что он останется в сервисе на следующие 6 месяцев



Важные метрики

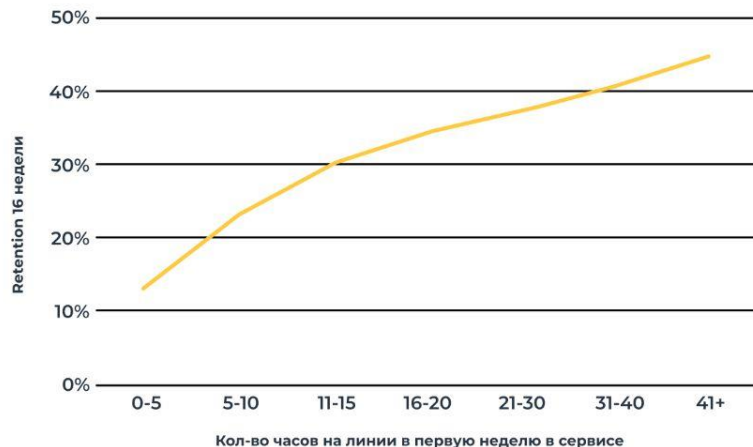


Наш aha-moment

Важность данной метрики для парка в том, что понимая aha-moment и зная ltv вашего клиента, вы можете наиболее эффективно инвестировать средства на удержание водителей.

Что это значит?

Например, ltv вашего водителя 4000 рублей, aha-moment в нашем сервисе 50 поездок и вероятность удержания на 6 месяцев 35% => при наличии водителя, который остановился на X поездок до 50ой, вы можете потратить на его удержание до 4000 рублей * 0,35 = 1600 рублей.



Какие механики: Монетарные или немонетарные?



Какие механики выбрать

Монетарные механики работы с удержанием и оттоком

- ☆ В нашем продукте (Диспетчерская) в ближайшее время появится возможность заводить реферальное правило на приглашение водителей в ваш таксопарк, и оно будет отображать у ваших текущих водителей в Про.
- ☆ Следует обратить особое внимание на данный канал привлечения, так как зачастую он является одним из самых дешёвых, самых эффективных и крупных.
- ☆ У некоторых таксопарков реферальная программа занимает до 50% объема привлечения.



Какие механики выбрать

Монетарные механики работы с удержанием и оттоком

Варианты удержания водителей:



● Соревнования

● Розыгрыши

Это одни из самых простых механик с точки зрения организации и эффекта на водительскую базу. Вы можете устраивать розыгрыши среди тех, кто выполнил в вашем парке X поездок, организовывать регулярные соревнования по разным критериям (кол-во поездок, выручка, кол-во приглашенных друзей и тд). Все это будет повышать лояльность водителей к вашему таксопарку, а так же их эффективность и удержание в сервисе в целом.

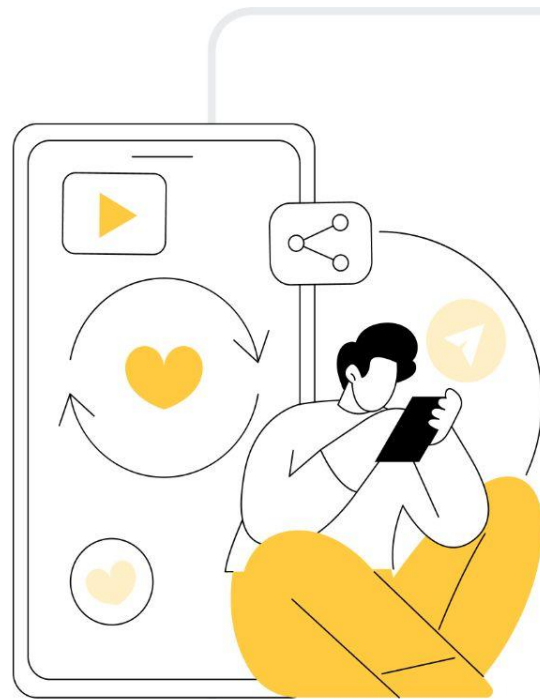
Какие механики выбрать

Немонетарные механики работы с удержанием и оттоком

Важно уметь использовать немонетарные методы воздействия на водителей. Например, СТА (call to action) коммуникации.

Две основные — это:

- звонки (достаточно дорогие ввиду затрат на операторов и тд)
- Пуш-уведомления (у вас есть огромная прерогатива в сравнении с другими мировыми сервисами заказа такси — вы можете самостоятельно отправлять уведомления внутри приложения своим водителям)



Какие механики выбрать

Немонетарные механики работы с удержанием и оттоком

Запомните три важных правила для эффективной работы:

- 1** Коммуницируйте по сегментам (в ближайшее время эта возможность появится в деспетчерской) — на водителя, который ушёл из парка/сервиса, и который просто мало катает, нужно взаимодействовать по разному.
- 2** Не отправляйте более одной коммуникации в день на водителя (если только это не важные информационные сообщения).
- 3** Кратко и четко формулируйте то, что хотите донести — используйте современные методы написания текстов: GPT-модели и тд.



Возвращайте водителей

Сокращайте расходы, риски и трудозатраты. До 15% водителей снова будут выполнять заказы в вашем парке.

Преимущества:



Сокращение расходов на привлечение

Вернуть водителя на 80% дешевле,
чем найти нового.



Экономия ресурсов сотрудников

Автоматизируйте работу
с ушедшими водителями.



Работа с надёжными водителями

Возвращайте тех,
с кем вы уже сотрудничали.



Подробные отчёты каждую неделю

По тем, кто вернулся
и кого пытались вернуть.

Подробнее
о подключении:



Ваши вопросы!

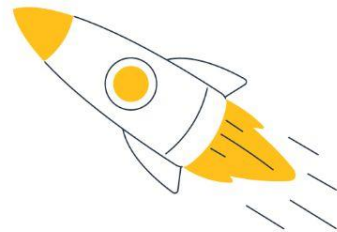
Розыгрыш!

Чтобы принять участие в розыгрыше промокода на **60 тыс. рублей** от Яндекс Директ, переходите по QR коду на экране или по ссылке в чате и заполняйте анкету до конца вебинара.



Анонс следующего вебинара

Использование Диспетчерской и нового функционала для эффективной работы с водителями



ТЕМЫ:

- Раздел «Исполнители»
- Интеграция Диспетчерской с Авито
- Функции для сегментации водителей
- Условия Аренды и парковая выдача
- Парковая рефералка

ПОЛЬЗА:

- Обзор новых разделов и функций
- Актуальные данные
- Практические рекомендации

2 МАЯ



Спасибо!
До новых встреч!

