

# Просенюк Вячеслав

## Head of Product / CPO

Санкт-Петербург, Россия / [prosenyuk.v@gmail.com](mailto:prosenyuk.v@gmail.com) / TG: [@Prosenyuk](https://www.t.me/Prosenyuk)

7 лет в управлении цифровыми продуктами в B2B SaaS, e-commerce и платформенных моделях. Запускал продукты с нуля на стадии 0→1 (гипотезы, поиск PMF, MVP) и развивал зрелые цифровые продукты в структурах крупных компаний (Контур, Красцветмет), отвечая за продуктовую стратегию, монетизацию, юнит-экономику, рост выручки, Retention и LTV.

Зона ответственности — продуктовая стратегия, монетизация и юнит-экономика, рост выручки, Retention и LTV, а также развитие продуктовой функции и процессов Discovery → Delivery.

Экспертиза: формирование продуктовой стратегии и фокуса развития, монетизация и юнит-экономика, управление Retention и LTV, сегментация и ценностная архитектура продукта, построение системы продуктовой аналитики, развитие продуктовой функции и процессов Discovery → Delivery.

Использую AI-подходы и vibe-coding инструменты (Bolt, Lovable, Cursor) в Discovery-процессах для ускорения проверки гипотез, удешевления экспериментов и сокращения цикла «идея → прототип → обратная связь» со стейкхолдерами и пользователями.

## Профессиональный опыт (7 лет)

### Контур.Маниплейс (Август 2024 – Декабрь 2025), Россия, Санкт-Петербург

Moneyplace — B2B SaaS-платформа аналитики и автоматизации для продавцов маркетплейсов (WB, Ozon, Яндекс.Маркет, Lamoda).

#### Chief Product Officer / Руководитель продукта

Отвечал за стратегию продукта, структуру продуктовых юнитов, монетизацию, Retention и LTV. Руководил продуктовой функцией (PM, аналитика, дизайн), отвечая за приоритизацию на уровне юнитов, качество решений и связку продуктовых инициатив с бизнес-метриками. Перезапустил ключевые направления: Биддер, Репрайсер, Финансы, Внешняя аналитика.

- Пересобрал продуктовую стратегию с фокусом на действующих селлеров и ценность профессиональных инструментов → 3-month Retention вырос с 44% до 54% (+9,8 п.п.) в сегменте SMB (100 тыс–1 млн оборота) и с 60% до 63% (+2,9 п.п.) у Enterprise (1 млн+).
- Изменил модель монетизации: вместо единой подписки на весь сервис ввел отдельные тарифы за модули → выручка новых продаж выросла в первый месяц после запуска эксперимента на 18%.
- Перестроил активацию: регистрация, онбординг, сценарии первого ценностного действия:
  - конверсия в регистрацию: 74% → 93%
  - конверсия в первую оплату: с 8% → 12%.
  - доля самостоятельных оплат: 1% → 10% (снижение нагрузки на продажи).
- Управлял развитием стрима «Внешняя аналитика», в результате удалось повысить качество данных, что сократило долю возвратов и снизило количество обращений в поддержку.
- Запустил системную работу с продуктовой аналитикой: наладил сбор и визуализацию и регулярный анализ ключевых метрик продукта (MAU, Retention, конверсии, продления)

Контур.Логистика (Октябрь 2025 – Декабрь 2025), Россия, Москва

[Контур.Логистика: Электронный путевой лист](#)

### Менеджер продуктов (стратегическое усиление, 3 месяца)

Подключился как временное усиление в направление ЭПЛ на этапе перехода к формату 5.02, где при отсутствии зафиксированной продуктовой стратегии, приоритетов и сформированного рыночного спроса требовалось структурировать работу команды и определить реалистичный вектор развития в условиях ограниченных ресурсов.

- Провел комплексную продуктовую диагностику (рынок, конкуренты, сегменты, регуляторные факторы, текущее состояние продукта и поведения пользователей), чтобы снять стратегическую неопределённость направления и заложить основу для обоснованной стратегии и приоритизированного роадмапа.
- Сформировал ближайшую стратегию развития с учётом регуляторного горизонта 2026 года и ресурсных ограничений.
- Зафиксировал роадмап 2026, связав инициативы с бизнес-ценностью и возможностями команды.
- Определил North Star и систему ключевых метрик; инициировал создание дашбордов (бизнес + поведение пользователей) и регулярный цикл принятия решений по данным.
- Провел валидацию приоритетного функционала через vibe-coding прототипирование (Bolt): быстро создал интерактивный прототип и использовал его для проверки гипотез с пользователями и стейкхолдерами, сократив цикл «идея → обсуждение → обратная связь».
- Выявил и снял барьер клиентов неопределённой экономической выгоды перехода на ЭПЛ, разработав калькулятор расчёта эффекта для отдела продаж, что сделало ценность продукта измеримой и повысило конверсию в запуск пилота с  $\approx 21\%$  до  $26\%$ .

MVP Lab (Октябрь 2021 – Май 2024), Россия, Санкт-Петербург

[Студия продуктовой разработки для IT стартапов](#)

### Менеджер продуктов

Отвечал за формирование продуктовой стратегии на ранней стадии, поиск product-market fit, определение ценностных предложений, проектирование MVP, запуск первых пользовательских сценариев и подготовку продуктов к масштабированию или привлечению инвестиций. Управлял кросс-функциональными командами (дизайн, разработка, аналитика), выстраивал процессы Discovery → Delivery.

- Руководил разработкой 6 продуктов с нуля в разных доменах (Logistics Tech, TravelTech, Social/Community, Care services и др.) — от идеи до работающего MVP с первыми пользователями.
- Выступал как продуктовый партнёр фаундеров: помогал формулировать продуктовую гипотезу, сегментацию, ценностное предложение и модель монетизации.
- Провёл 8 полноценных продуктовых исследований (JTBD, глубинные интервью, анализ конкурентов), на основе которых принимались решения о конфигурации MVP и Go-To-Market подходах.
- Определял границы MVP и архитектуру пользовательских сценариев, снижая избыточную разработку и фокусируя команды на проверке ключевых гипотез.
- Управлял несколькими командами параллельно (до 15+ человек суммарно), обеспечивая предсказуемость сроков и согласованность между бизнес-целями и реализацией.
- Запустил тестирование логистической платформы грузоперевозок и цифрового решения для дома престарелых с первыми пользователями, переведя идеи из концепта в реальные сценарии использования.

Terra-Ferra (Ноябрь 2021 – Август 2023), США, Майями

[Fashion Influencer Marketing Agency](#), стартап

### Менеджер продукта

Руководил разработкой первой версии платформы для fashion-креаторов на рынок US

- Провел анализ рынка и существующих решений в сферах Creator Economy, Crowdfunding, Web3, для определения уникальных возможностей и конкурентных преимуществ нашего MVP продукта.
- Провел исследование 15+ клиентов конкурентных решений, применив методологию Jobs-To-Be-Done, в результате чего полученные данные помогли сформулировать гипотезы и определить функционала MVP, для проверки гипотез.
- Определил функционал решающий задачи пользователей и роадмап развития платформы от MVP до полнофункционального продукта.
- Спроектировал продукт в части пользовательских сценариев и первичных вайрфреймов продукта перед началом этапа дизайна
- Организовал и провел 20 UX-тестов перелинкованном прототипе, что позволило внести корректировки и убить несколько фичей до начала разработки.
- Управлял кросс-функциональной командой разработки, что позволило разработать первую версию продукта за 6 месяцев. И в дальнейшем реализовать еще несколько релизов обновления продукта на основе обратной связи от первых пользователей.
- В итоге реализовано мобильное приложение на iOS и Android, готовое запуску.

Проект остановлен на стадии готового к запуску продукта по инвестиционным причинам.

## Красцветмет (Январь 2019 – Август 2021), Россия, Красноярск

[Крупнейший в России производитель драгоценных металлов и изделий из них](#)

### Менеджер продукта

Управлял ростом [Интернет-магазин цепей и браслетов](#) (B2C)

- Управлял полным циклом разработки с кросс-функциональной командой из 6 человек по методологии SCRUM: дизайнер, аналитик, 3 разработчика, тестировщик.
- Внедрил систему аналитики продукта на основе кастомных событий и сбора контекста, что позволило гибко анализировать данные с помощью SQL запросов.
- Внедрил инструмент дизайна гипотез для организации и проведения экспериментов роста. Составлен и приоритезирован бэклог из 40 гипотез на разных этапах воронки продукта, проверено 35, успешных 18.
  - Увеличена конверсия в покупку на 17,5% (с 0,85% до 1,07%) при [бенчмарке 1.57%](#)
  - Реализован функционал бесплатной примерки, что сократило количество брошенных корзин на 20%.
  - Внедрение персонализированных предложений помогло увеличить средний чек на 12% с 37,410 руб. до 41,950 руб.
  - Оптимизация маркетинговых кампаний и каналов привлечения клиентов позволила снизить стоимость привлечения клиента на 10%.
  - Комплексные меры помогли увеличить показатели Revenue на 41,6%.

Управлял ростом [Портала заказа ювелирных изделий оптом](#) (B2B)

- Провел JTBD-интервью с 30 клиентами и составил дерево работ, что позволило определить основные потребности пользователей, сегменты, построить CJM и выявить барьеры в пользовательском сценарии.
- Разработал и защитил стратегию развития продукта с основными стейкхолдерами и руководством ювелирного дивизиона.
- Увеличил метрику LTV (Lifetime Value) клиентов на 45%.
  - Увеличил долю самостоятельно оформленных заказов на 24%, что снизило нагрузку на менеджеров и повысило эффективность работы.
  - Сократил срок получения заказа на 12,5%, улучшив удовлетворенность клиентов и ускорив цикл продаж.
  - Реализовал акции дегустации ювелирных изделий, что повысило объем и частоту заказов на 15% в период пандемии.
  - Внедрил систему уведомлений о событиях портала, что повысило возвращаемость клиентов и частоту оформления заказов на 18%.

# Высшее образование (бакалавр)

Красноярский институт экономики Санкт-Петербургского университета управления и экономики,  
Производственный менеджмент

## Дополнительное образование

Как делать продукт, авторский курс Ивана Замесина • 2024

Симулятор управления ML/AI-проектами, GoPractice • 2023

Школа трекинга, Евгений Калинин • 2022

Симулятор управления продуктом на основе данных, GoPractice • 2019

## Дополнительная информация

Russian – native, English – B2

Хобби: vibe-кодинг, путешествия, спорт