Максим Степаненко

Product Hunt: как попасть в топ и получить первых 1000 пользователей

Подготовка, запуск, hunter стратегия и конвертация трафика

Product Hunt: как попасть в топ и получить первых 1000 пользователей

Подготовка, запуск, hunter стратегия и конвертация трафика

Максим Степаненко

Innova Publishing · 2026

Страница книги, свежая версия и другие гайды серии: guides.mmix.biz/producthunt

Помощь специалистов по теме «Маркетинговая стратегия стартапа»: Marketing MIX — mmix.ua

ГЛАВА 1

Что такое Product Hunt и почему он работает

Product Hunt — ежедневный список новых продуктов где community голосует upvotes за лучшие запуски. Основан Райаном Хувером в 2013 году. Сегодня: 3+ миллиона зарегистрированных пользователей. 30,000–50,000 ежедневных посетителей. Место где tech-ранние пользователи ищут что попробовать.

Почему Product Hunt важен для стартапов: первый трафик — самый дорогой. PH даёт органический трафик от целевой аудитории (tech-savvy early adopters). Социальное доказательство: «#1 Product of the Day» — сигнал для инвесторов, прессы и будущих пользователей. Media coverage: TechCrunch, The Next Web и другие медиа мониторят PH топ-продукты. Инвестор-радар: многие angels и VCs смотрят Product Hunt ежедневно.

Реальные результаты успешных запусков: Notion: первый запуск помог собрать начальную user base. Loom: #1 Product of the Day → 1,400 signups в первый день. Superhuman: PH launch сгенерировал 10,000+ запросов на waitlist. Buffer: PH дал первых 100 paying customers. Это не гарантия, но это самый дешёвый способ получить quality early adopters.

Механика PH: каждый день в 12:01 AM Pacific Time начинается новый «день». Продукты соревнуются в течение 24 часов. В конце дня определяются: #1, #2, #3 Product of the Day. Еженедельно: Product of the Week. Ежемесячно: Product of the Month. Upvotes от «влиятельных» пользователей (большая аудитория, активная история) весят больше. Комментарии также влияют на ranking.

Кому подходит Product Hunt launch: consumer tech продукты. Developer tools. SaaS для general audience. No-code tools. AI

продукты (сейчас особенно popular). Менее подходит: узкоспециализированный B2B enterprise. Localized products (только для одной страны). Продукты без английского интерфейса.

ГЛАВА 2

Подготовка за 4 недели до запуска

Провальный запуск — результат недостаточной подготовки. Успешный запуск готовится месяц. Вот план по неделям.

Неделя 4 (за месяц): определите дату запуска. Вторник или среда — оптимальные дни по статистике (больше трафика). Понедельник — конкурентный. Пятница — меньше аудитории. Создайте аккаунт на PH если ещё нет. Начните активно комментировать другие запуски — это строит reputation. Найдите потенциальных hunters (см. следующую главу).

Неделя 3: Создайте landing page специально для PH трафика. Ясный headline что ваш продукт делает. Social proof если есть (testimonials, logos). Email capture (важно — PH трафик конвертируется лучше всего в email). Clear CTA: «Get early access», «Try free», «Sign up». Подготовьте assets: thumbnail (240×240px), gallery images (1270×760px), video (опционально но очень рекомендуется, 30–90 секунд).

Неделя 2: напишите maker comment (первый комментарий от себя). Это самый важный контент на PH странице. Должен содержать: backstory почему создали. Для кого продукт. Что особенного. Invitation к feedback. Должен быть честным и личным — PH community отвергает corporate speak. Начните building pre-launch list: добавьте «Coming to PH on [date]» на сайте. Собирайте emails людей готовых поддержать запуск.

Неделя 1: финализируйте все тексты: tagline (ёмко: max 60 символов), description (до 250 символов), topics (до 5 категорий). Сделайте тестовый прогон: покажите PH страницу 5–10 людям, получите feedback. Создайте список 50+ людей которых попросите поддержать в день X. Подготовьте templates для outreach в день запуска.

ГЛАВА 3

Hunter стратегия: кто должен вас запустить

Hunter — это человек который «охотится» на вас и постит на PH. Это важное решение. Hunter с большой аудиторией и хорошей репутацией на PH получает email-рассылку своим followers — это бесплатный дополнительный охват.

Кто такие hunters: любой может запостить продукт (включая вас самих). Но: топ-hunters имеют тысячи followers на PH. Когда они постят — их followers получают notification. Chris Messina, Rohan Gupta, Sriram Krishnan — примеры известных hunters. Охват топ-hunter vs self-post: разница в upvotes может быть 2–5x.

Как найти подходящего hunter: PH leaderboard (producthunt.com/leaderboard). Ищите тех кто активно постит (10+ hunts за год). Смотрите тематику их hunts (tech tools, SaaS, AI — ваша ниша). Follower count на PH. Чем выше follower count, тем лучше. Используйте Hunted.space или KittenHunt для поиска.

Как обратиться к hunter: коротко и конкретно. Twitter DM или LinkedIn: «Привет [имя], я основатель [Company]. Мы делаем [одна строка]. Запускаемся на PH [дата]. Я видел что вы хантили [подобные продукты]. Не хотели бы запустить нас? Могу прислать полный briefing.» Если несколько кандидатов — подходите к нескольким параллельно, выберите первого согласившегося.

Alternatively: self-hunt. Многие успешные продукты запускаются самостоятельно (maker posts own product). Это абсолютно нормально. В этом случае: особенно важно иметь pre-built audience которую просите поддержать. Качество вашего maker comment становится ещё важнее.

После договорённости с hunter: предоставьте полный briefing: все тексты, images, tagline. Попросите подтвердить точную дату и время постинга. Договоритесь о том что вы будете доступны весь день отвечать на комментарии.

ГЛАВА 4

День X: первые 6 часов решают всё

Ranking на Product Hunt во многом определяется первыми часами. Алгоритм PH взвешивает скорость набора upvotes и активность. Вот почему первые 6 часов критические.

12:01 AM Pacific: продукт появляется на PH. Если вы сами постите — постите ровно в 12:01. Напишите maker comment немедленно.

12:01–6:00 AM: разошлите подготовленные email/Slack/Telegram нотификации людям которых просили поддержать. Шаблон сообщения: «Сегодня день X! Мы запустились на Product Hunt: [link]. Я буду очень признателен за upvote и комментарий. Займёт 30 секунд. Это много для нас значит!» Не пишите «пожалуйста проголосуйте» — PH может посчитать это manipulation. Пишите «поддержите» или «посмотрите».

Важно: просите только genuine supporters. PH детектирует fake upvotes (VPN, новые accounts, одновременные upvotes из одного IP). Пойманные на manipulation — удаляются. Просите только людей кто реально заинтересован в вашем продукте.

6:00 AM–12:00 PM: пиковые часы PH. Большинство US аудитории просыпается и проверяет PH. В это время нужно максимальное momentum. Продолжайте reach out к вашей сети. Постите в Twitter/X, LinkedIn, Telegram о запуске. Отвечайте на каждый комментарий на PH странице — это критически важно.

Maker comment engagement: когда кто-то оставляет комментарий на PH — отвечайте в течение минут. Искренне, с деталями, не скучно. «Спасибо! Да, именно эту проблему мы и решаем — как вы обычно справляетесь сейчас с X?» PH любит когда founders вовлечены.

12:00 PM–12:00 AM (конец дня): следите за ranking. Если отстаёте — дополнительный push в соцсетях. Отвечайте на все комментарии. Engage с другими продуктами дня (это строит goodwill). В конце: поблагодарите community независимо от результата.

ГЛАВА 5

Конвертация PH трафика в платящих пользователей

Попасть в топ на Product Hunt — это не цель. Цель — пользователи которые остаются. PH трафик высококачественный но быстро уходит. Конвертация — ваша работа.

Landing page для PH трафика: создайте dedicated page или UTM-tagged URL. Например: yourproduct.com/ph. На этой странице: чёткий headline (решает ли продукт проблему PH аудитории). Special offer для PH visitors (discount, extended trial, bonus feature). Social proof (upvotes count, testimonials). Форма email capture обязательна даже если пользователь не готов купить сейчас.

PH special offer: работает очень хорошо. «Product Hunt exclusive: 30% discount on first year» или «Extended trial: 60 days instead of 14». Ограничение по времени (valid until midnight today) создаёт urgency. Называйте вещи своими именами: «Product Hunt exclusive» — это не скидка для всех.

Email onboarding для PH signups: первое письмо — в момент signup. «Добро пожаловать! Я [имя], основатель [Company]. Мы запустились сегодня на Product Hunt и рады видеть вас среди первых. Что привлекло вас к нашему продукту? Ответьте на это письмо — я читаю каждый ответ.» Personalized, human, не automated-sounding.

Onboarding sequence: следующие 7 дней — критические для retention. День 1: welcome + getting started guide. День 2: «как решить главную проблему которую мы видим у новых пользователей». День 4: success story от existing user. День 7: check-in + offer help. 80%+ users принимают решение остаться или уйти в первые 7 дней.

Метрики PH запуска: upvotes за день. Переходы на сайт (из PH analytics). Signups/registrations. Activation rate (% signups кто выполнил key action). 7-day retention. Revenue (если платный). Типичные результаты: топ-5 Product of Day: 2,000–10,000 переходов. Conversion rate в signup: 5–20%. Retention через неделю: 15–40% (зависит от onboarding).

Что дальше

Спасибо, что прочитали «Product Hunt: как попасть в топ и получить первых 1000 пользователей».

Обновления этой книги, файлы EPUB и PDF и все гайды серии — на странице книги: guides.mmix.biz/producthunt

Если нужна помощь специалистов по теме «Маркетинговая стратегия стартапа»: Marketing MIX — mmix.ua.

Максим Степаненко, Innova Publishing.