**Vkusvill.ru**

**Метрики:**

1)коэффициент удержания клиентов- доля пользователей, которые остаются или совершают повторные покупки.

Эта метрика говорит о качестве клиентского сервиса. С её помощью можно понять поведение клиентов и проанализировать эффективности бизнес-стратегии.

2) средний чек- сколько в среднем зарабатываем на одном заказе.

Это определяет ценообразование и расходы на рекламу, чем он выше, тем больше выручка.

3) вернувшиеся пользователи- это постоянная аудитория и помощники в развитии ресурса. Они помогут понять, верные ли изменения делаются на сайте.

4) уровень конверсии- сколько посетивших сайт пользователей впоследствии купили товары.

5) коэффициент брошенных корзин- показывает процент пользователей, которые добавили товар в корзину, но не совершили покупку.

**Гипотезы:**

1. В каталоге товаров на первое место поставить блок “Красный ценник:скидки от 40%”. Это поможет увеличить средний чек и привлечь новых пользователей.
2. Добавить рулетку на основную страницу с возможностью выиграть скидку или бесплатный продукт в дополнение к заказу. Это привлечет большее количество пользователей и увеличит средний чек.
3. Название магазина на стартовой странице выделить более ярким зеленым цветом и сделать больше по размеру. Это поможет быстрее сориентироваться, на каком именно сайте пользователи находятся, также будет способствовать увеличению числа новых пользователей.
4. Добавить возле кнопки с корзиной картинку корзины с более ярким цветом и надписью “заполни меня быстрее:)”. При заполнении корзины она должна гореть красным цветом, если сумма заказа до 1 тыс рублей и зеленым цветом, если сумма заказа более 1 тыс рублей. Это может увеличить средний чек.
5. Уменьшить размер иконок на стартовой странице, чтобы пользователи могли видеть большее количество информации, не листая долго вниз. Это поможет увеличить уровень конверсии, средний чек и повысить коэффициент удержания клиентов.

**Задание 1 Сделайте приоритезацию гипотез из предыдущего урока с помощью ICE**

**ICE Score гипотез**

| **Idea** | **Impact** | **Confidence** | **Ease** | **ICE Score** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | 7 | 7 | 8 | **392** |
| **2** | 9 | 8 | 7 | **504** |
| **3** | 6 | 6 | 9 | **324** |
| **4** | 6 | 7 | 7 | **294** |
| **5** | 5 | 6 | 9 | **270** |

**Задание 2.**

**Составьте шаблон дизайна эксперимента для гипотезы, которая набрала больше всего баллов в практическом задании предыдущего урока**

Максимальное значение ICE Score у 2 гипотезы — 504 , проверяем первой её.

**Шаблон дизайна эксперимента для гипотезы:**

**Гипотеза**

Если добавить рулетку на основную страницу с возможностью выиграть скидку или бесплатный продукт в дополнение к заказу, то это привлечет большее количество пользователей и увеличит средний чек на 10%, так как скидка и бесплатный продукт в подарок для них важнее, чем просто оформление необходимых товаров без данных дополнений.

**Что делаем**

*Контрольная версия:* оставляем текущий вид страницы. *Тестовая версия:* добавляем рулетку на главную страницу.

**На каких пользователях тестируем:** на новых и действующих пользователях.

**Метрики:** Процент конверсий в заявку (%CR) — primary. Процент показателя отказов — secondary.

**План действий**

**Если** наш эксперимент будет положительным, и мы зафиксируем ожидаемое улучшение в ключевых метриках и не посадим добавочные, то масштабируем изменение и «выкатываем» его на всех пользователей.

**Если** основные метрики падают или растут недостаточно либо добавочные метрики падают, откатываем эксперимент.