

Кейс 1.

1.

Рекомендация. Корректное открытие ресурса во всех браузерах (проблема сертификатов безопасности).

Охват аудитории. Все потенциальные клиенты, которые не пользуются Яндекс Браузером. Часть возможных пользователей просто не захочет устанавливать дополнительные сертификаты, чтобы ознакомиться с сайтом.

Объем ресурсов на реализацию. ???

Предполагаемый эффект. Повышение количества трафика в самом начале воронки продаж.

2.

Рекомендация. Разработка второй версии сайта под мониторы компьютеров.

Охват аудитории. Точное количество клиентов, которое заходит на ресурсы Сбера не с мобильных устройств можно узнать, проанализировав веб-статистику.

Объем ресурсов на реализацию. Кратно меньше, чем верстать портал с нуля.

Предполагаемый эффект. Повышение количества трафика в самом начале воронки продаж.

3.

Рекомендация. Сокращение дополнительных пунктов меню + уход от больших анимационных объектов для максимальной "информатизации" основной страницы. Ее структура:

- кто мы и что мы предлагаем
- для кого разработан продукт
- обзор базового функционала системы
- чем мы лучше конкурентов (уникальное торговое предложение)
- сколько это стоит
- что нужно сделать, если предложение заинтересовало
- справка по дополнительным вопросам
- контакты службы поддержки

Охват аудитории. Все новые клиенты сервиса.

Объем ресурсов на реализацию. Кратно меньше, чем верстать портал с нуля, так как нужна лишь перекomпоновка пунктов.

Предполагаемый эффект. Уменьшение количества пользователей, которые отваливаются на первых этапах, не разобравшись с предложением портала до конца.

4.

Рекомендация. Смещение акцента подачи информации с самозанятости на сам продукт.

Охват аудитории. Все новые клиенты сервиса.

Объем ресурсов на реализацию. Нужна переработка отдельных пунктов.

Предполагаемый эффект. Так как большинство пользователей, итак, уже имеют базовые знания о самозанятости, смещение акцента именно на продукт позволит лучше донести до аудитории УТП.

5.

Рекомендация. Раздел с демо-версий продукта для тестового запуска решения.

Охват аудитории. Часть пользователей, которые привыкли сначала тестировать продукты в бесплатном варианте, а лишь потом принимать финальное решение о приобретении.

Объем ресурсов на реализацию. Разработка веб-прототипа с "песочницей".

Предполагаемый эффект. Дополнительный аргумент "за" для части пользователей на этапе подключения услуги.

6.

Рекомендация. Добавление формы обратной связи с предложениями по доработке функционала сервиса.

Охват аудитории. Отдельные активные пользователи сервиса, которым не хватает текущего функционала программы.

Объем ресурсов на реализацию. Минимальные доработки веб-интерфейса стартовой страницы.

Предполагаемый эффект. Удержание людей, которые могут отвалиться только потому, что разработчики не учли какую-то их специфическую потребность.

7.

Рекомендация. Подтягивание со сторонних сайтов положительных отзывов о ресурсе.

Охват аудитории. Часть людей, которым важно чужое мнение на этапе принятия решения.

Объем ресурсов на реализацию. Разработка микросервиса: парсинг сайтов, определение эмоциональной окраски текстов, выделение ключевых фрагментов в положительных отзывах, контейнеризация кода и вывод в прод. Мониторинг качества работы модели.

Предполагаемый эффект. Дополнительный аргумент "за" для части пользователей на этапе подключения услуги.