**Задание 1** . Выберите любой продукт. Например:

ваш продукт

* [ozon.ru](http://ozon.ru/citilink.ri/telegram)
* [citilink.ru](http://ozon.ru/citilink.ri/telegram)
* [telegram](http://ozon.ru/citilink.ri/telegram)

Какие бы ключевые метрики вы выделили? Опишите почему вы выбрали именно их и можно ли их измерить

**Задание 2**. Сформулируйте 5-10 гипотез для выбранного продукта

На примере : citilink.ru

Это интернет магазин, к нему можно выделить следующие ключевые метрики:

1. Количество заказов клиентов за период **MAU; DAU; NAU;**
2. **AOV (average order value)**- средний чек
3. **Конверсия** из просмотра в заказ
4. Доля брошенных корзин
5. Доступность стока\запас товара
6. **Отток клиентов (Churn rate)** – отношение кол-ва ушедших клиентов к активным клиентам.
7. **Retention n-го дня** – показывает сколько пользователей, пришедших в определенный день вернулось в продукт.
8. **Средний доход с привлеченного пользователя (ARPU, average revenue per user)** – отношение полученного дохода к кол-ву пользователей.
9. **Средний доход с привлеченного клиента (ARPPU, average revenue per paying user)** -- отношение полученного дохода к кол-ву клиентов.
10. **LTV (lifetime value)** – пожизненная ценность клиента. Отражает то, сколько в среднем принесет пользователь денег в продукт до того, как покинет его.

Гипотезы: ***Действие [A] для пользователя [B] позволит увеличить метрику [C] на величину [D], потому что [E].***

1. Перестать показывать в приложении те товары , у которых был низкий остаток на складе , чтобы клиент их не смог заказать. В итоге удастся сократить долю ненайденных товаров, как следствие увеличится средний чек. Повысится удовлетворенность и удержание клиентов в сервисе на на второй месяц с % до %.
2. При нахождении нужного товара на сайте позволит увеличить метрику **Средний доход с привлеченного пользователя** **ARPU** на величину Х, потому чтопо важно сколько в среднем принесет пользователь денег в продукт.
3. Если добавим вкладку Отзывы реальных клиентов (подтверждение о покупке) клиент не фэйковый, которые купили товар, это позволит увеличить **Отток клиентов (Churn rate**) величину Х, что позволит увеличить метрику на % **Retention n-го дня –** показывает сколько пользователей, пришедших в определенный день вернулось в продукт.
4. Если добавим стоимость товара конкурентов ( MVideo, Эльдорадо) c ссылкой на сайт, это позволит клиенту принять решение быстрее о покупке, а нам мониторить и подсвечивать цены с Желтым ярлыком ( скидки), что позволит увеличить **Средний доход с привлеченного пользователя (ARPU, average revenue per user)** – отношение полученного дохода к кол-ву пользователей.
5. Если при покупке кофемашины дарить кофе в подарок на Х рублей , это позволит увеличить метрику **CAC, cost per customer acquisition - Стоимость привлечения клиента** – отношение расходов на привлечение к кол-ву пришедших пользователей, как Х/ кол-ву пришедших пользователей