Кнопка для быстрой покупки:

* Добавить кнопку "Купить в 1 клик" рядом с описанием товара, которая будет перенаправлять пользователя на страницу с формой заказа, уже заполненной данными товара.
* Метрики: Количество кликов на кнопку, количество успешных заказов через данную кнопку, конверсия (отношение количества успешных заказов к количеству кликов на кнопку).

Рекомендательный алгоритм:

* Использовать данные предыдущих покупок пользователей, чтобы рекомендовать им товары, которые могут заинтересовать.
* Метрики: Количество переходов на рекомендованные товары, количество успешных заказов этих товаров, конверсия.

A/B-тесты:  
1) Тестирование различных цветов кнопки "Купить в 1 клик":

* Разделить аудиторию на две группы: контрольную и тестовую.
* В тестовой группе изменить цвет кнопки, в контрольной оставить прежний цвет.
* Метрики: Количество кликов на кнопку, количество успешных заказов через данную кнопку, конверсия.  
  2) Тестирование дизайна рекомендованных товаров:
* Разделить аудиторию на две группы: контрольную и тестовую.
* В тестовой группе изменить дизайн блока с рекомендованными товарами, в контрольной оставить прежний дизайн.
* Метрики: Количество переходов на рекомендованные товары, количество успешных заказов этих товаров, конверсия.

План эксперимента:

* Разделить аудиторию на 4 группы (каждый A/B-тест будет иметь свою тестовую и контрольную группы).
* Назначить каждой группе свой вариант эксперимента.
* Собирать данные по метрикам в течение определенного времени (например, недели).
* Проанализировать результаты каждого A/B-теста отдельно.
* Для избежания Peeking Problem, провести анализ результатов только после окончания всего эксперимента (загрузить аналитика работой, чтобы не мог подсмотреть).
* Использовать статистические методы, такие как t-тест или z-тест, для определения статистической значимости изменений.