# cititlink.ru

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

1. Конверсия - это самая важная метрика для любого сайта, включая Citilink.ru. Это показатель того, как часто посетители сайта переходят от просмотра купленных товаров. Измерить конверсию можно с помощью уникальных преференциальных ссылок и кодов отслеживания.

2. Среднее время на сайте - это показатель эффективности сайта, который показывает, сколько времени посетители проводят на сайте Citilink.ru. Другими словами, чем дольше пользователь находится на сайте, тем вероятнее, что он совершит покупку. Эта метрика можно измерить с помощью аналитики Google или других представленных на рынке инструментов.

3. Количество просмотренных страниц - это показатель количества страниц, которые посетитель просматривает на сайте. Если посетитель просматривает большое количество страниц, это может означать, что он заинтересован продукции и готов к покупкам. Эту метрику тоже можно измерить с помощью аналитики Google.

4. Скорость загрузки сайта - это важная метрика для определения эффективности сайта. Быстрый сайт, на котором продукты загружаются быстро, в большей степени привлечет пользователей. Медленный сайт, конечно же, не даст этого эффекта. Скорость загрузки сайта можно измерить с помощью специальных веб-сервисов.

5. Соотношение новых и вернувшихся посетителей - это метрика, которую можно измерить с помощью аналитики Google. Она показывает, сколько новых посетителей приходят на сайт и сколько вернувшихся. Лучше, когда у сайта больше вернувшихся посетителей, что может свидетельствовать об их удовлетворенности продукцией и сервисом.

Выбранные метрики позволяют оценить все важные аспекты сайта Citilink.ru по разным параметрам и получить полноценный анализ его эффективности.

### Сформулируйте 5-10 гипотез для выбранного продукта

1. Улучшение мобильной оптимизации сайта может повысить конверсию и время пребывания на сайте, так как большинство людей использует смартфоны для поиска и покупки товаров.

2. Расширение ассортимента товаров может увеличить среднее время пребывания на сайте и страницу, на что можно обращать внимание на главной странице сайта.

3. Запуск программы лояльности с бонусами за покупки и участие в акциях может увеличить количество повторных посещений и относительно конверсии.

4. Добавление новых опций доставки или повышение скорости работы существующих способов доставки могут повысить лояльность клиентов, а также увеличить конверсию.

5. Разработка и интеграция на сайте таких пользовательских функций, как фильтры поиска, порекомендованные товары и подобные, может повысить среднюю корзину и увеличить число продаж.