**Задание 1.**

Выберите любой продукт, например, ваш продукт:

ozon.ru

citilink.ru

telegram

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

**OZON.RU**

Средний чек (AOV) — показывает среднюю сумму покупки клиента.

Стоимость привлечения клиента (CAC) — стоимость, в которую обходится новый клиент.

Цена за лид (CPA) — показывает цену за целевое действие.

Прибыль компании, полученная от одного клиента за всё время сотрудничества с ним (LTV) — показывает сколько денег приносит клиент.

Уникальные пользователи (MAU, WAU, DAU) - показывает уникальных пользователей за месяц, которые посещают платформу за месяц, неделю, день.

Конверсия в покупку (Conversion Rate) — процент посетителей платформы, совершивших покупку.

Средний доход на одного пользователя (ARPU) — показывает, сколько денег приносит нам один посетитель платформы.

Показатель кликабельности (CTR) — процентное соотношение количества кликов по объявлению к его показам. Чем она выше, тем лучше.

Процент отказа от корзины — процент людей, которые покинули корзину после того, как заполнили её на платформе.

Индекс потребительской лояльности (NPS) — индекс потребительской лояльности показывает, насколько клиенты довольны услугами.

**Задание 2.**

Сформулируйте 5-10 гипотез для выбранного продукта.

**Гипотеза 1:** Если мы упростим процесс регистрации путем ликвидации обязательных полей, благодаря чему людям будет проще зарегистрироваться, то мы ожидаем увеличения проходимости по форме, поскольку упрощенная процедура регистрации может привлечь больше пользователей, что, вероятно, повысит количество зарегистрированных пользователей.

**Гипотеза 2:** Если мы предложим пользователям подписаться на уведомления о новостях через электронную почту, благодаря чему они будут получать информацию о распродажах, то мы ожидаем увеличения конверсии пользователей в клиентов, потому что уведомления о распродажах могут стимулировать пользователей совершать покупки.

**Гипотеза 3:** Если мы проведем внезапные распродажи, то это увеличит средний чек, так как большее количество пользователей приобретут различные товары, привлеченные распродажами.

**Гипотеза 4:** Если мы введем купоны на скидки, благодаря чему увеличится количество товаров в заказе, то это увеличит средний чек.

**Гипотеза 5:** Если мы усовершенствуем систему рекомендаций, благодаря чему увеличится количество товаров в заказе, то это позволит увеличить средний чек.