Домашняя работа к семинару 1 по AB тестированию

Продукт – ozon.ru

Метрики

1. Отказы (необходимо понимать почему посетитель сайта практически сразу покинул его. Большое количество отказов приводит к низкой конверсии)

2. конверсия (главное в интернет магазине – это получение прибыли)

3. Брошенная корзина (необходимо понять почему посетитель бросил корзину, не довел дело до конца (совершил покупку))

Гипотезы:

если изменить расположение рекламы, при помощи исключения рекламы на неактуальных сайтах, то это уменьшит количество отказов, так как люди не будут по ошибке проходить по ссылке.

если в покупках выводить приобретенные товары в столбик, а не в строчку, при помощи корректировки сайта, то это уменьшит отказов от повторного приобретения, так как покупатель не перейдет на более удобный маркеплейс.

Если в поисковой строке добавить поиск по фото, при помощи корректировки сайта, то это увеличит количество покупателей, так как поисковая система даст еще один вариант поиска конкретного товара.