

-- Выберите ваше любимое приложение или приложение, которым вы чаще всего пользуетесь (зафиксируйте, что это за приложение в ответе), опишите почему оно вам нравится и почему вы выбрали именно его.

Я выбрала приложение **YouTube**, так как практически каждый день смотрю там видео. Это самый популярный и удобный видеосервис. Мне YouTube нравится из-за рекомендаций, которые неплохо работают даже если не подписываться на каналы, и из-за большого количества разнообразного контента.

-- Опишите данные и события, которые бы вы собирали на этапах прохождения регистрации, а также опишите, почему вы выбрали именно эти события и на какие вопросы они помогут вам ответить.

Общие для всех этапов данные:

- Идентификатор пользователя – чтобы отличать повторные вхождения пользователей.
- События клика по кнопке и заполнения полей – помогут понять на каком этапе регистрации остановился пользователь.

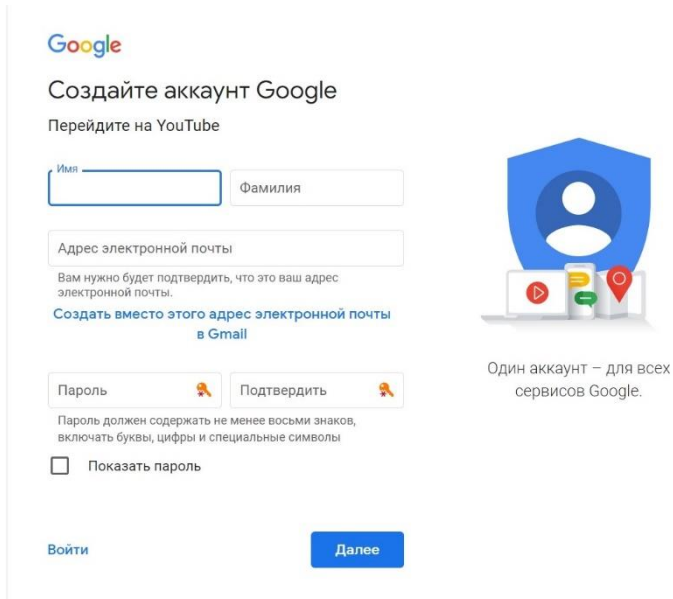
Для сбора статистики:

- Устройство, с которого заходил пользователь.
- Браузер пользователя.
- Геолокация.

1-й этап:

- Событие клика на все кнопки.
- Дополнительно отмечать, есть ли уже у пользователя аккаунт (в этом случае в форме ему будет предлагаться выбрать email).
Хорошо, если пользователь не регистрируется повторно. В таком случае будет меньше дубликатов, человек быстрее будет проходить этап регистрации (входа).

2-й этап:



Google

Создайте аккаунт Google

Перейдите на YouTube

Имя Фамилия

Адрес электронной почты

Вам нужно будет подтвердить, что это ваш адрес электронной почты.
[Создать вместо этого адрес электронной почты в Gmail](#)

Пароль Подтвердить

Пароль должен содержать не менее восьми знаков, включать буквы, цифры и специальные символы

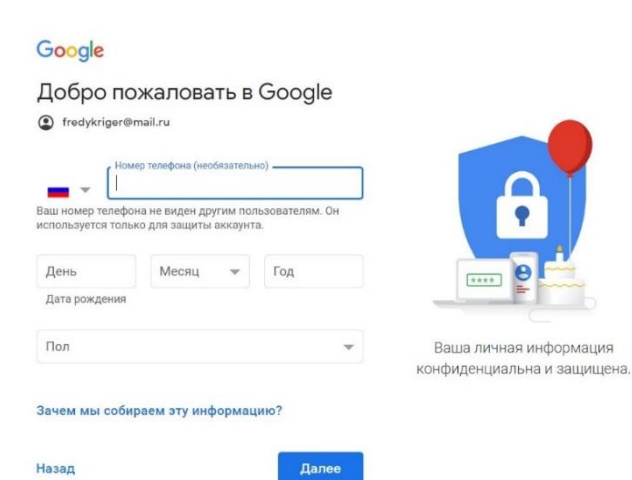
☐ Показать пароль

Войти Далее

Один аккаунт – для всех сервисов Google.

- События клика по кнопкам и заполнения форм.
- Сколько раз человек неправильно вводит пароль.
- Клик по кнопке Войти. Если много человек входят в аккаунт на этом этапе, значит они попадают сюда по ошибке и на 1-м этапе что-то надо исправить.
- Подтвердил ли человек email.

3-й этап:



Google

Добро пожаловать в Google

fredykriger@mail.ru

Номер телефона (необязательно)

Ваш номер телефона не виден другим пользователям. Он используется только для защиты аккаунта.

День Месяц Год

Дата рождения

Пол

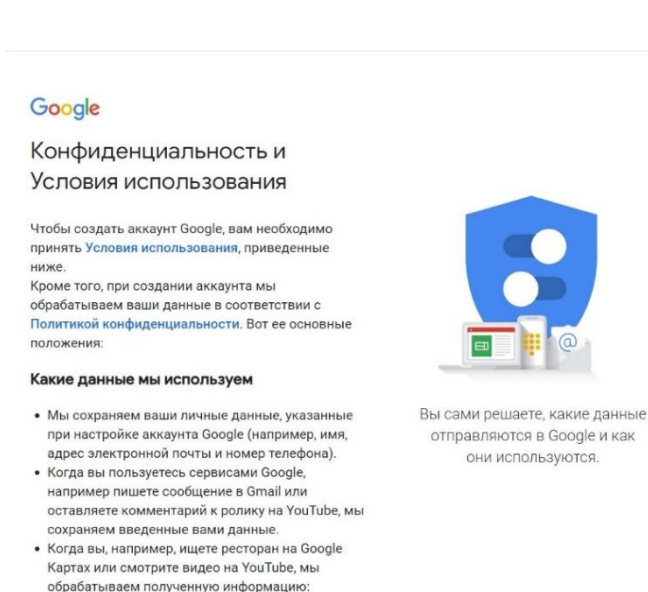
Зачем мы собираем эту информацию?

Назад Далее

Ваша личная информация конфиденциальна и защищена.

- События клика по кнопкам и заполнения форм.
- Заполняет ли человек обязательные поля «Дата рождения» и «Пол» с первого раза (сначала может быть непонятно, что поля обязательные).
- Как часто неправильно определяется страна для номера телефона.

4-й этап:



Google

Конфиденциальность и Условия использования

Чтобы создать аккаунт Google, вам необходимо принять [Условия использования](#), приведенные ниже.

Кроме того, при создании аккаунта мы обрабатываем ваши данные в соответствии с [Политикой конфиденциальности](#). Вот ее основные положения:

Какие данные мы используем

- Мы сохраняем ваши личные данные, указанные при настройке аккаунта Google (например, имя, адрес электронной почты и номер телефона).
- Когда вы пользуетесь сервисами Google, например пишете сообщение в Gmail или оставляете комментарий к ролику на YouTube, мы сохраняем введенные вами данные.
- Когда вы, например, ищете ресторан на Google Картах или смотрите видео на YouTube, мы обрабатываем полученную информацию:

Вы сами решаете, какие данные отправляются в Google и как они используются.

- События клика по кнопкам.
- Сколько времени человек читает условия использования перед тем, как принять их.

-- Опишите дизайн эксперимента по внедрению нового дизайна и метрики, которые бы вы использовали для оценки его успеха.

Дизайн эксперимента зависит от объёма изменений. Чем больше изменения, тем дольше проводится эксперимент. Также большие изменения следует выкатывать постепенно – сначала, например, на 10% пользователей, потом на 50%.

Будем считать, что у нас изменения небольшие, поэтому сразу разделим пользователей пополам – чётные и нечётные uuid. Эксперимент будем проводить в течение недели без праздников.

Одной группе показываем новый дизайн, другой старый. Собираем данные, описанные выше. По данным считаем метрики и делаем выводы.

Какие метрики будем считать:

- Время прохождения воронки. Можно считать общее время и/или время прохождения каждого этапа. Время может показать, стал ли дизайн понятнее пользователям.
- Конверсия на каждом этапе воронки. Считаем, чтобы понять, сколько пользователей дошли до конца регистрации и могут приносить деньги.
- Конверсия определённых кнопок. Например, в которых произошли изменения.
- Краткосрочный retention. Например, сколько людей зашли в приложение на следующий день. Retention считаем, чтобы узнать, повлиял ли дизайн регистрации на качество пользователя. Считаем краткосрочный retention, так как для долгосрочного необходимо больше времени, а регистрация скорее всего не влияет на него.

Чтобы понять был ли эксперимент успешным, сравниваем метрики двух групп и с помощью тестов проверяем, значимое ли отличие результатов.

-- Что в целом можно улучшить в воронке регистрации, выбранного вами приложения?

- В конце регистрации можно добавить предложение о покупке подписки и информацию о плюсах подписки, чтобы больше пользователей узнали о подписке и могли сразу её оформить.
- Можно было бы перенести этап с подтверждением условий использования на 3-й этап. Например, добавить галочку внизу страницы. Потому что чем меньше этапов регистрации, тем быстрее время прохождения и выше конверсия. Но скорее всего Google не просто так сделал отдельный этап для этого, возможно есть какие-то законодательные требования.
- Также можно добавить анимацию в кнопки, чтобы они были заметнее и можно было бы «вести» пользователя по воронке.