

Проєкт: BeautyStore

1. Мета дослідження

Метою дослідження було визначити ключові потреби користувачів інтернет-магазинів косметики та виявити проблеми існуючих рішень для формування маркетингових вимог до продукту.

Результати опитування стали основою для визначення функціоналу, UX-рішень та пріоритетів розробки BeautyStore.

2. Портрет користувача (узагальнено)

Опитані користувачі:

- активно користуються онлайн-магазинами
- регулярно купують косметику онлайн
- очікують швидкого та простого інтерфейсу
- звертають увагу на відгуки та опис товару

Це підтверджує доцільність створення UX-орієнтованого магазину.

3. Ключові інсайти дослідження

Найважливіші характеристики магазину

Характеристика	% користувачів
Зручність користування	52.5%
Швидкість роботи сайту	50%
Детальні описи товарів	45%
Наявність відгуків	35%
Надійність і безпека	22.5%

ВИСНОВОК:

Користувачі найбільше цінують:

- простий інтерфейс
- швидкість
- інформативність товару

Тому UX і контент - критичні для конверсії.

Що підвищує довіру до магазину?

Фактор	%
Реальні відгуки з фото	75%
Чіткі умови доставки та повернення	50%
Сертифікати якості	40%
Інформація про компанію	20%
Контактні дані	17.5%

ВИСНОВОК:

Відгуки з фото - найсильніший фактор довіри.

Як користувачі шукають товари?

Спосіб пошуку	%
Через фільтри	57.5%
Через пошук за назвою/брендом	57.5%
Через категорії	47.5%

ВИСНОВОК:

Користувачі використовують кілька сценаріїв пошуку.

У BeautyStore критично потрібні:

- розумні фільтри
- пошук
- структуровані категорії

Основні проблеми сайтів конкурентів

Проблема	%
Недостатня інформація про товар	57.5%
Відсутність відгуків	47.5%
Складна навігація	32.5%
Перевантажений дизайн	30%
Повільна робота сайту	25%

ВИСНОВОК:

Головні pain points ринку:

- слабкі картки товарів
- брак відгуків
- погана навігація

BeautyStore має закрити ці прогалини.

Візуальні вподобання

Стиль	%
Мінімалістичний (з акцентом на продукт)	≈47.5%
Преміальний / стриманий	22.5%
Яскравий перевантажений	15%
Важко визначити	15%

ВИСНОВОК:

Користувачі чітко віддають перевагу мінімалізму.

Це підтверджує вибір clean beauty дизайну.

4. Маркетингові вимоги до BeautyStore

UX та навігація (високий пріоритет):

Обґрунтування:

- 52.5% - важлива зручність
- 32.5% - скарги на навігацію

Вимоги:

- проста структура меню
- логічні категорії
- швидкий пошук
- фільтри за параметрами

Сторінка товару (критичний пріоритет)

Обґрунтування:

- 57.5% - бракує інформації
- 45% - важливі детальні описи
- 75% - важливі відгуки

Вимоги:

- детальний опис
- склад
- характеристики
- рейтинг
- відгуки користувачів
- якісні фото

Система відгуків (must-have)

Обґрунтування:

75% користувачів потребують відгуки з фото.

Вимоги:

- текстові відгуки
- рейтинг
- можливість додати фото (можна як future)

Дизайн

Обґрунтування:

47.5% обрали мінімалізм.

Вимоги:

- clean дизайн
- акцент на продукт
- без перевантаження
- адаптивність

ВИСНОВОК

Проведене дослідження ($n=40$) показало, що користувачі інтернет-магазинів косметики найбільше цінують:

- зручність інтерфейсу
- швидкість роботи
- детальну інформацію про товар
- наявність відгуків
- мінімалістичний дизайн

Запропоновані маркетингові вимоги BeautyStore безпосередньо відповідають виявленим потребам користувачів і спрямовані на підвищення конверсії та довіри до платформи.