



---

# ОТЧЕТЫ LEXUS

---

---

Brand Studio

---

01/2019

# ОФОРМЛЕНИЕ

- Единая шапка для всех отчетов.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Lexus UX page analysis		05.03.2018 - 06.09.2018				
2							
3							
4	<b>1. Источники трафика на странице</b>						
5	Дата 05.03.2018 - 06.09.2018						
6	Default Channel Grouping	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate	% Exit
7	Organic Search	14 743	10 402	0:00:31	3796	22,00%	13,84%
8	Referral	6 209	4 375	0:00:39	2370	22,09%	17,72%
9	Direct	5 749	4 131	0:00:36	1420	24,82%	16,05%

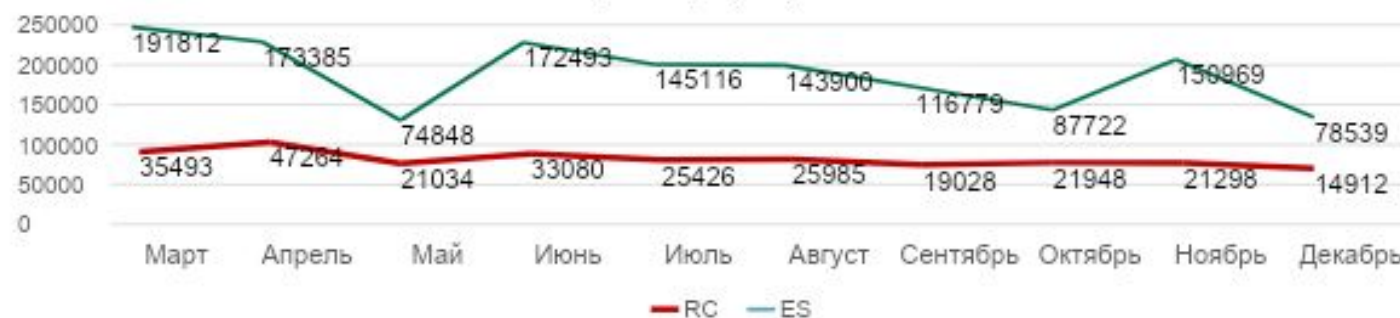
Требования к оформлению по умолчанию:

1. Excel формат документа;
2. В шапке название отчета и период данных;
3. Шрифт Colibri;
4. Основные цвета – белый, серый, голубой;
5. Размер шрифта заголовков 14;
6. Размер шрифта (основной) 10-12;
7. Название - главный лист Report с основной сводкой;
8. Листы с черновыми данными скрыты и закрашены серым;
9. Допускается цветное условное форматирование ячеек с данными.

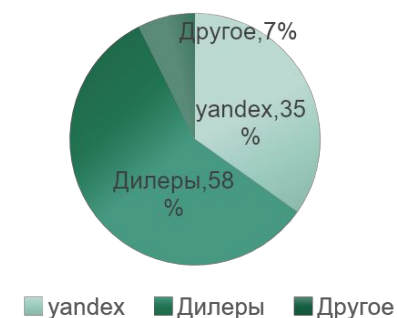
# ОФОРМЛЕНИЕ

- Добавление визуализации – графика или воронки.

Пример графика

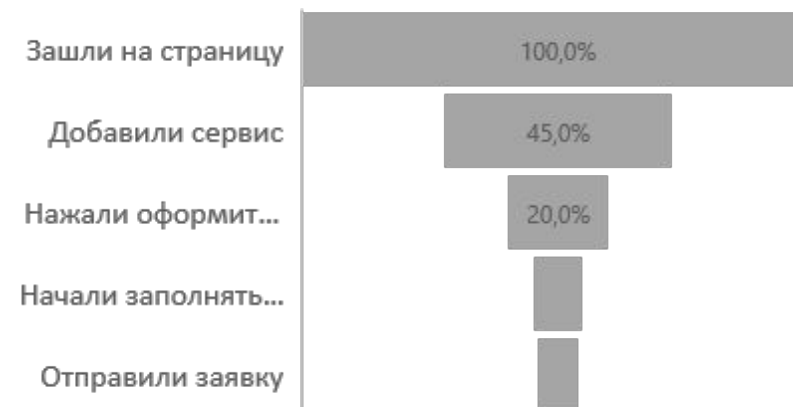


Пример диаграммы



1. Шрифт Colibri;
2. Размер шрифта может варьироваться в зависимости от объема данных;
3. Допускается цветное условное форматирование элементов с данными.

Пример воронки



# НАПОЛНЕНИЕ

Наполнение отчета зависит о задач, которые обсуждаются перед его предоставлением, совместно с Lexus. На основании задач, предлагаются соответствующие метрики для использования в отчете.

## Основные задачи:

- Сбор и анализ информации о посетителях и их активности: количество просмотренных страниц, время, проведенное на сайте, географическое расположение.
- Выявление источников трафика: из поискового запроса, рекламных блоков или посредством ввода прямой ссылки ресурса.
- Детальная оценка посещаемости ресурса или раздела. На этом этапе оценивается, какие страницы наиболее популярны, что привлекает пользователей больше всего: контент, контактные данные, автомобили. Также, сколько времени посетители проводят на страницах, анализ глубины просмотра сайта, показатели отказов, маршрут по страницам, заполнение форм, отправка заявок и т. д.
- Действия посетителей – какая часть пользователей последовала призыву к действиям: совершила переход по ссылке, оформила покупку, подписалась на рассылку уведомлений.

# НАПОЛНЕНИЕ

- Добавление выводов и рекомендаций к большинству цифр.
- **Привязка всех показателей к основным KPI.**
- Необходимо предоставлять больше рекомендаций и выводов по user journey.

69																			
70	5.1 Рассылка	Количество	% от предыдущего шага	Ср, % от зашедших на страницу	<p>Лишь четверть зашедших на форму подписки заполнили ее. В форме очень много полей(11), из них 6 обязательных. Для подписки достаточно полей почтового адреса и имени. Нужно тестировать сокращение полей до минимума. Это должно помочь увеличить конверсию в подписки. Проанализировать воронку формы подписки отдельно.</p>														
71	Уникальные просмотры страницы	5 251																	
72	Перешли на форму рассылки	140	2,67%	2,67%															
73	Заполнили форму	36	25,71%	0,69%															
74																			
75																			
76	5.2. Предзаказ	Количество	% от предыдущего шага	Ср, % от зашедших на страницу															
77	Уникальные просмотры страницы	5 251																	
78	Перешли на форму предзаказа	512	9,75%	9,75%															
79	Заполнили форму	63	12,30%	1,20%															

# НАПОЛНЕНИЕ

- На основе отчетности необходимо предлагать список АБ тестов.

Последовательность:

Выбрать  
определенный  
раздел для изучения/  
улучшения.

Снять статистику и  
найти  
закономерность,  
чтобы использовать  
ее.

Провести АБ  
тест, чтобы  
проверить  
гипотезу.

Если тест дал  
результаты -  
гипотеза отработала-  
включить в  
разработку.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе отчетов в excel, необходимо регулярно, предоставлять **отчет в презентации**, с общими выводами и главными рекомендациями, на нескольких слайдах. **Обязательна привязка показателей к основным KPI.**

На первом слайде отчета дается общее описание проекта. На промежуточных страницах - аналитика. На последнем слайде отчета предоставляются основные выводы и PDCA.

## **Общий excel файл для всех отчетов.**

Ключевые рекомендации, выводы и гипотезы нужно фиксировать не только в самом отчете, но и в специальном файле, общем для всех отчетов.

Также в этом в этом файле будет зафиксировано, какие рекомендации приняты, какие АБ тесты планируются, какие в работе, какие уже реализованы и какие дали результаты согласно достижения KPI.

Цель создания общего файла сохранить все рекомендации в одном месте и отслеживать процессы по улучшению сайта.

