

ОТЧЕТЫ LEXUS

Brand Studio

01/2019



ОФОРМЛЕНИЕ

- Единая шапка для всех отчетов.

A	A	В	C	D	E	F	G	
1	Lexus UX page analysis		05.03.2018 - 06.09.2018					
2								
3								
4	1. Источники трафика на странице							
5	Дата 05.03.2018 - 06.09.2018							
6	Default Channel Grouping	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entranc es	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%	
q	Direct	5 749	A 131	0.00.36	1420	24 82%	16.05%	

Требования к оформлению по умолчанию:

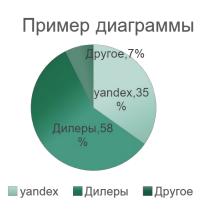
- 1. Excel формат документа;
- 2. В шапке название отчета и период данных;
- 3. Шрифт Colibri;
- 4. Основные цвета белый, серый, голубой;
- 5. Размер шрифта заголовков 14;
- 6. Размер шрифта (основной) 10-12;
- 7. Название главный лист Report с основной сводкой;
- 8. Листы с черновыми данными скрыты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



ОФОРМЛЕНИЕ

- Добавление визуализации – графика или воронки.





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





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 КРІ.
- Необходимо предоставлять больше рекомендаций и выводов по user journey.

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

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 КРІ.

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



