Yota

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

Аудит

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

01

YOTA — ЭТО

Активные пользователи мобильного интернета, 18-38 лет. Для них нет незыблемых авторитетов и правил, а слова «так принято» вызывают у них лишь лёгкую усмешку и желание попробовать сделать по-другому, так, как они сами считают правильным. Они никогда не останавливаются, и у них всегда в голове звучит вопрос «а возможно по-другому / проще / удобней / лучше / интереснее / правильнее?».

ВИКТОР

Возраст:
26 лет

Доход:
Средний

Место работы:
ПРИЛИВ

Тип устройства:
Пк, планшет, смартфон

Семейное положение:
Холост

Платформа:
Windows 10, Android

Образование:
Высшее

Разрешение экрана:
2560×1440, 1280×800, 1920×1080

ФАКТОРЫ ВЫБОРА:

- Скорость загрузки страниц.
- Удобная навигация.
- Наличие поиска, и качество выдачи поисковых результатов.
- Качественное контент товара и наличие видеообзоров.
- Скорость и прозрачность оформления и оплаты заказа.
- Бонусы или акции.

ЭЛЬНАРА

Возраст:
31 год

Место работы:
«NextMedia»

Семейное положение:
Замужем

Образование:
Высшее

Доход:
Выше среднего

Тип устройства:
Ноутбук, смартфон

Платформа:
MacOs. iOs

Разрешение экрана:
1334×750, 2880×1800

ФАКТОРЫ ВЫБОРА:

- Наличие адптивной или мобильной версии, а еще лучше приложения.
- Качественное описание товара.
- Возможность отложить товар в избранное
- Наличие экспертного мнения или социальных доказательств
- Возврат товара без головной боли.

Аудит

ТРЕНДЫ

02

01

МНЕ БЕЗ РАЗНИЦЫ ГДЕ ПОКУПАТЬ, ЕСЛИ ЭТО ВЫГОДНО И УДОБНО

Открытые границы и запуск онлайн гипермаркетов, где передставлены все основные бренды, а также зачастую более выгодные предложения (сейчас чаще за счёт персональных скидок и акций) изменили поведение потребителей. Теперь многие стали думать, что им доступен любой товар в любой стране по оптимальной цене. Этот общий тренд изменения потребительского поведения пока затронул крупные города, но с активным развитием логистики в регионах тренд активно развивается по всей стране.

02

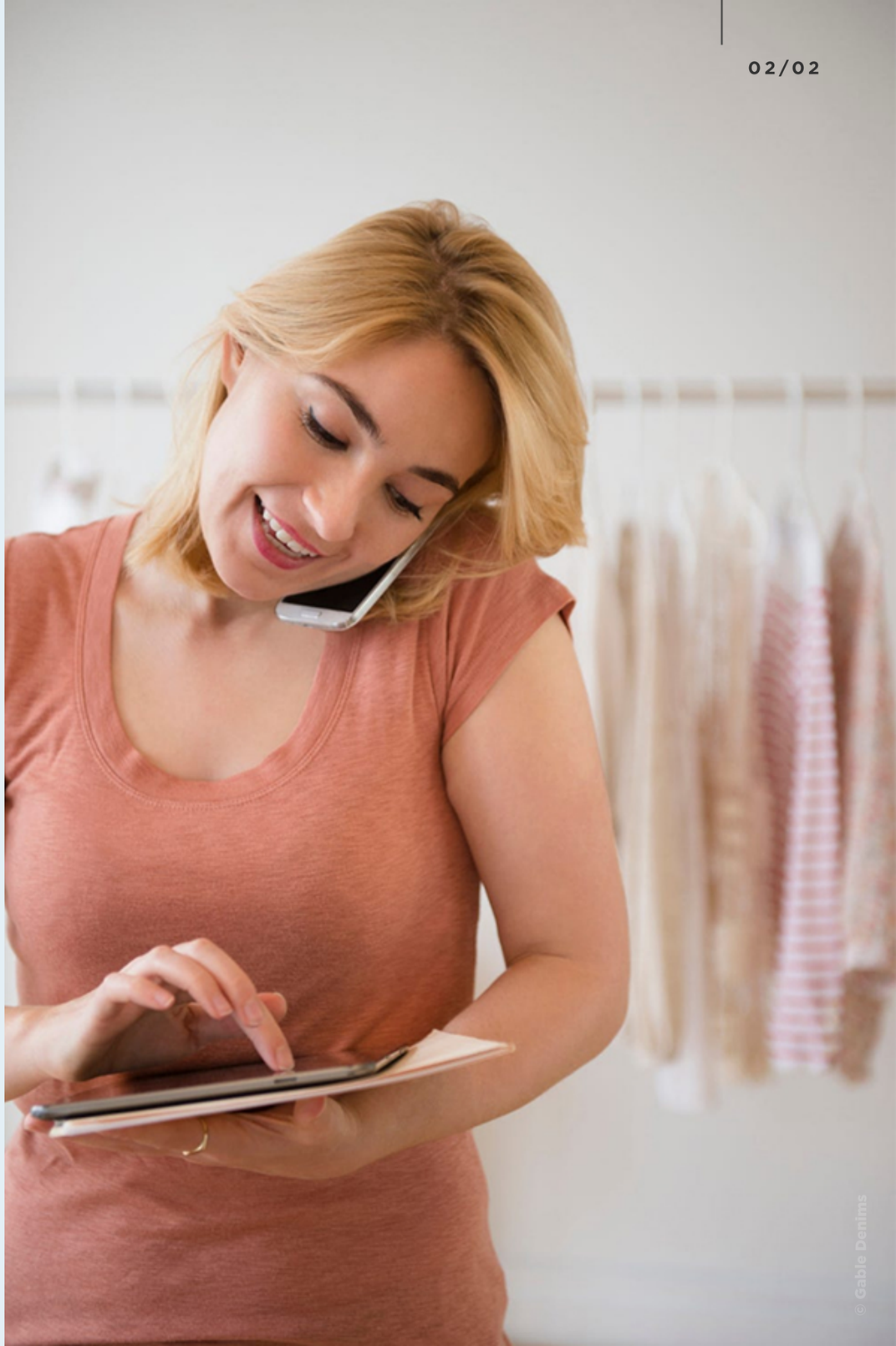
MOBILE FIRST И ONLY

В этом году настал переломный момент, и в России начали активно покупать товары с мобильных устройств. Огромную роль в этом сыграл AliExpress, особенно в регионах, где многие узнали про онлайн торговлю ради дешёвого китайского ширпотреба. Люди теперь вечером в постели не любят друг друга, а гуляют по онлайн магазинам и выбирают одежду, технику и т.д.

Федор Вирин

Основатель DataInsight

По итогам 2016 года >40% продаж совершаются через мобильные устройства.



03

ДАННЫЕ КАК УСЛУГА

92% интернет-пользователей постоянно читают отзывы о товарах и комментарии других покупателей. Это говорит о том, что неопределенность является большим препятствием при онлайн-покупках. Чем больше информации будет доступно о продукте (фотографии, описания, отзывы, спецификации и т.п.), тем меньше сомнений будет у покупателя. Но постоянно обновлять информацию о каждом отдельном продукте практически невозможно.

В 2017 году многие ритейлы начнут работать с агрегаторами данных, которые будут обрабатывать информацию о миллионах товаров: изображения, описания, сравнения цен, отзывы, комментарии и обзоры. Существуют даже агрегаторы, которые могут собирать информацию о разных предметах одежды и предлагать идеальный размер. Продавец сможет подключить свой магазин к такой базе данных и автоматически получать обновления о продуктах. Так что попрощайтесь с неопределенностью и плохим описанием товаров!

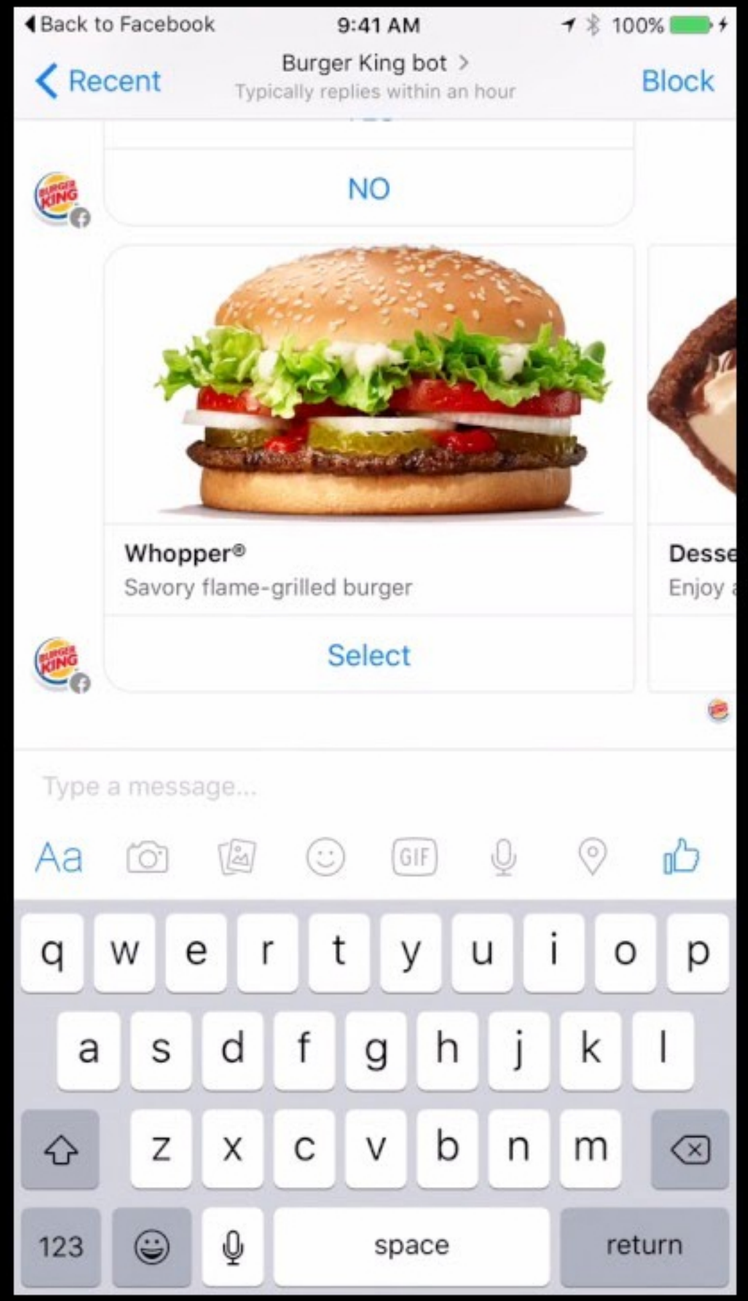
В швейной и обувной отрасли, некоторые бренды и торговые сети используют агрегатор TrueFit, который на данный момент сотрудничает с 400 брендами одежды и обуви, что позволяет предлагать пользователям идеальные по размеру предметы одежды, на основании информации о их гардеробе и замерах.

04

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

В 2017 году многие пользователи впервые столкнуться с чат-ботом, полностью автоматизированным чат-агентом, который ответит на все вопросы и будет выступать в качестве первой точки соприкосновения с брендом. Чат-боты в разы увеличивают количество платформ, на которых компания может вести коммуникацию с пользователями.

Пользователи, которые пообщались в live-чате тратят на 5-30% больше. Конверсия возрастает в 5-10 раз.



05

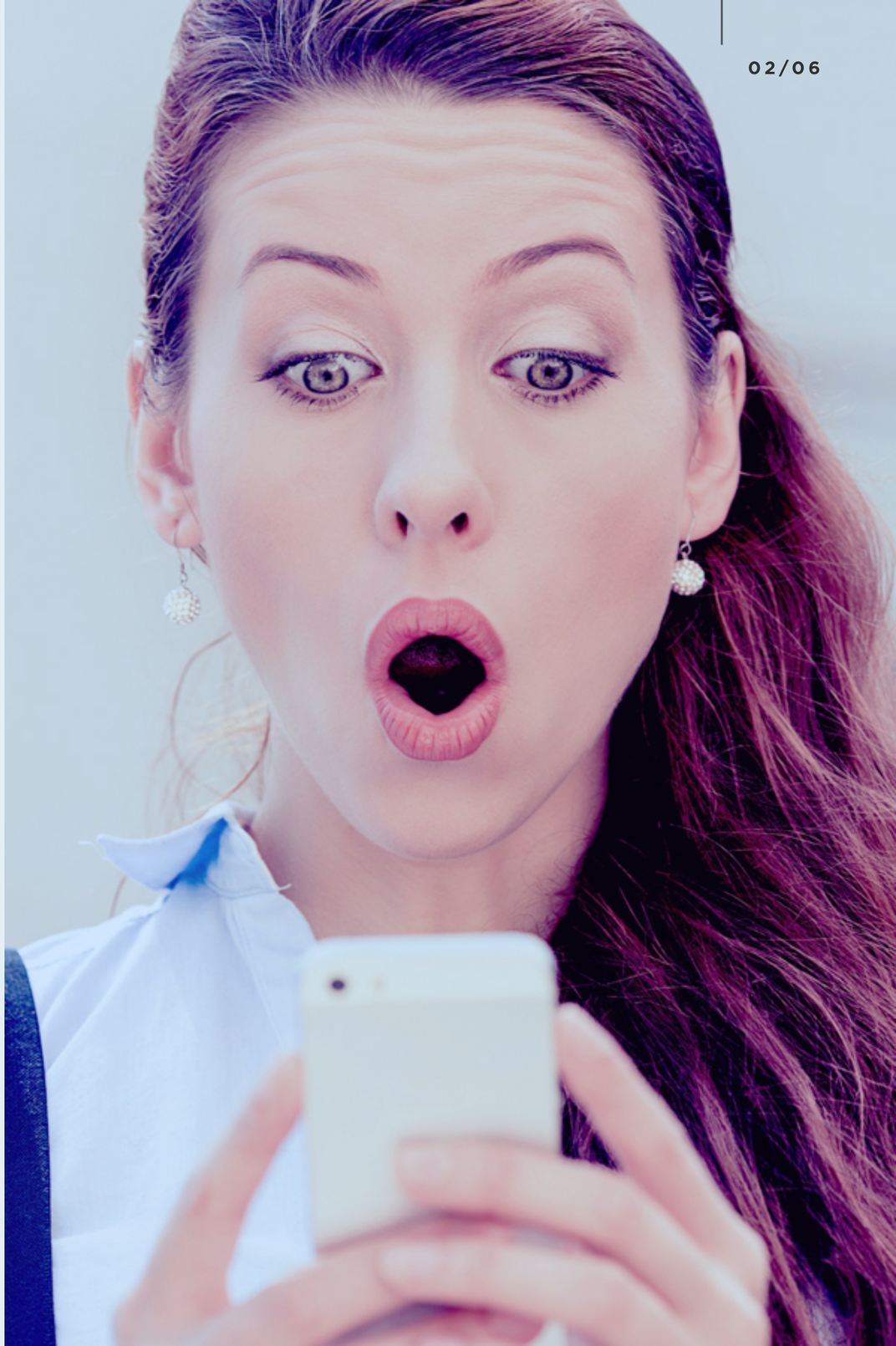
ТОРГОВЛЯ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ В ЭПОХУ ГИПЕР-ЛОКАЛИЗАЦИИ

Теперь компании могут полагаться на датчики - технологии, которые определяют устройства поблизости - и создавать индивидуализированные предложения в реальном времени только для тех пользователей, которые находятся в определенном месте и в нужное время. Компании больше не продают только товары и услуги, они обеспечивают опыт и взаимодействие.

06

ДИНАМИЧЕСКИЙ ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ, КОТОРЫЙ ПРИСПОСАБЛИВАЕТСЯ К ПОКУПАТЕЛЮ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

У каждого пользователя будет доступ к уникальному контенту: рекомендации продукта и дополнения, подобранные исходя из их предпочтений, географического положения, тенденций рынка, демографических групп, прошлых покупок. И все это абсолютно автоматически. Более того, следующий визит пользователя будет совершенно иным, ведь он будет основан на предыдущем посещении и текущих акциях продавца. Пользователю будет казаться, что он заходит в обычный магазин, в котором продавцы давно знают его и его предпочтения.



Аудит

БЕНЧМАРКИНГ

03

КРИТЕРИИ ВЫБОРА

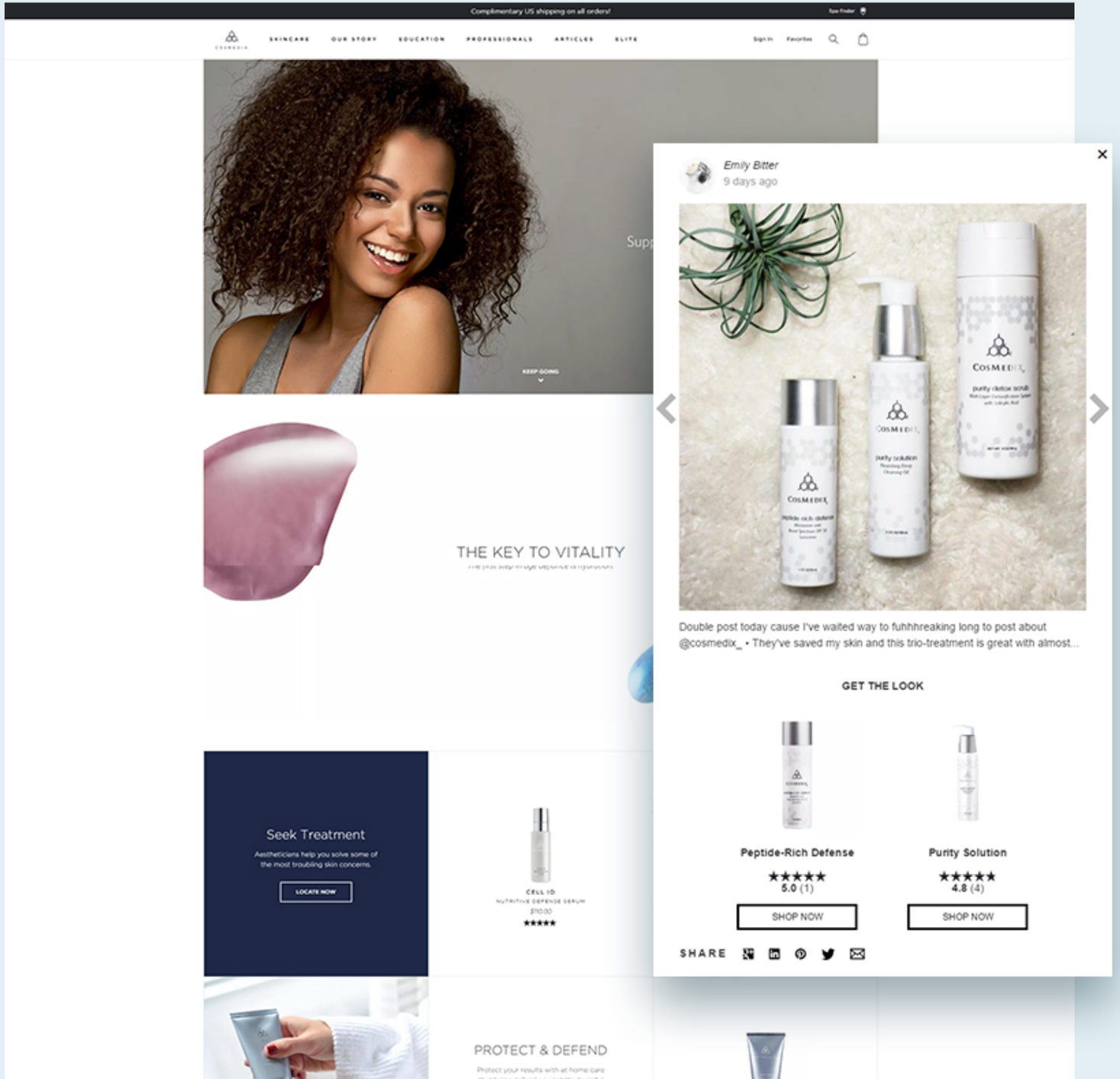
1. Простота и удобство навигации для всех типов устройств
2. Скорость загрузки сайта
3. Уникальность контента
4. Скорость оформления заказа
5. Анимация

APPLE.COM

- Уникальный контент.
- Страница с допродажами после выбора устройства.
- Онлайн консультант при оформлении заказа.

COSMEDIX.COM

- Минимум дизайна.
- Социальные доказательства и рейтинг продукции.
- Интересная интеграция с соц. сетями.

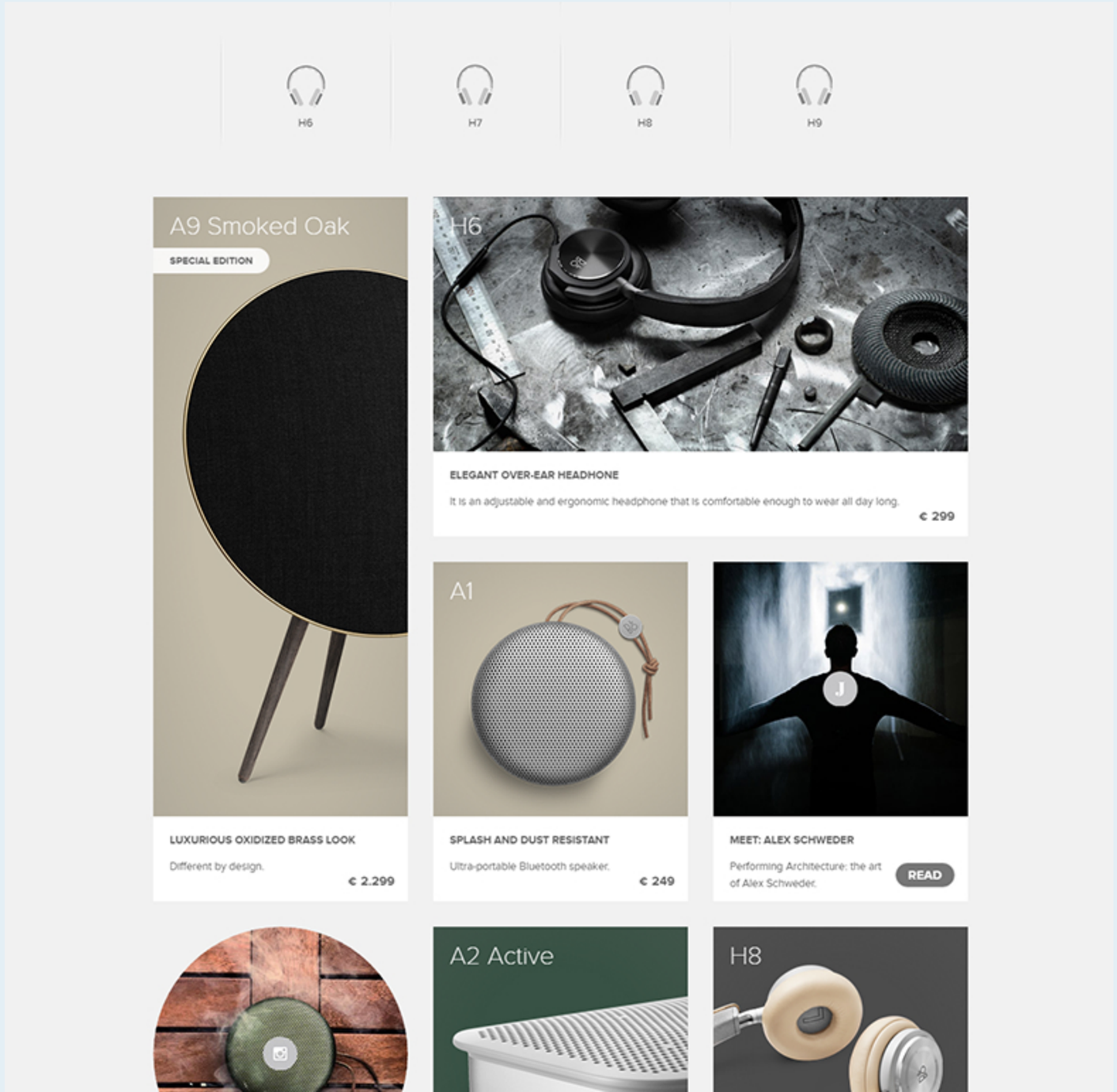


BEOPLAY.COM

- Безпроигрышный варинт – карточный дизайн, легко адаптируется под любой вид устройств.

- Для кажой продукции свой лэндинг с уникальным контентом. (пожалуй даже лучше чем у Apple)

- Лёгкая и простая навигация.



LECOQSPORTIF.COM

- Минимум графического дизайна, что позволяет пользователю сосредоточиться на товаре.

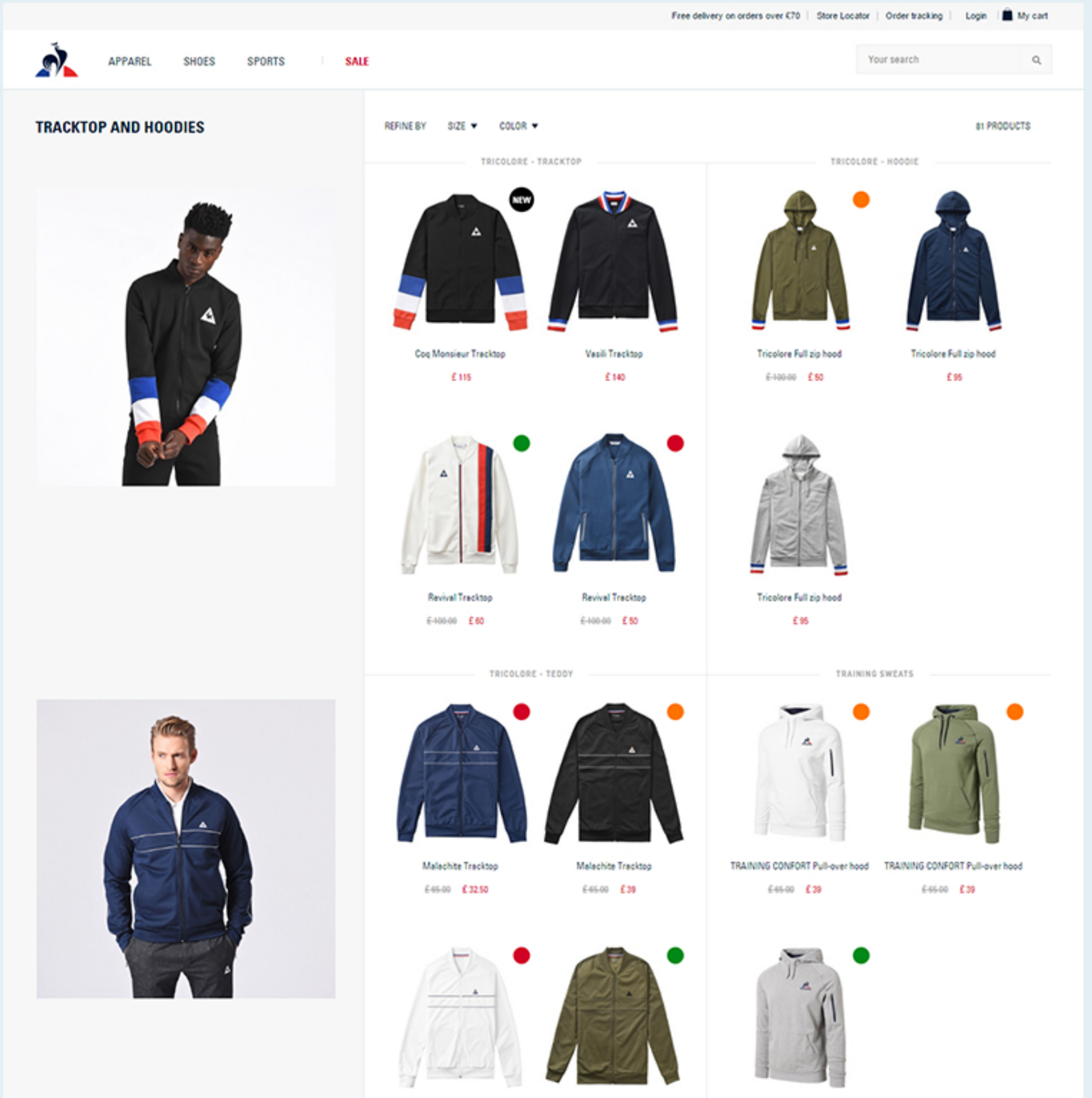
- Гарантия доставки в течении 5 дней.

- При скроле появляется меню каталога с выбраным текущим разделом, это позволяет выбстро поменять раздел для просмотра других товаров в интересующих разделах.

- Трэкинг заказа.

- Если есть неохбходимость, возможно вернуться из оформления заказа для добавления товара, данные в заполненых полях сохраняться.

- Отличная работа с контентом.



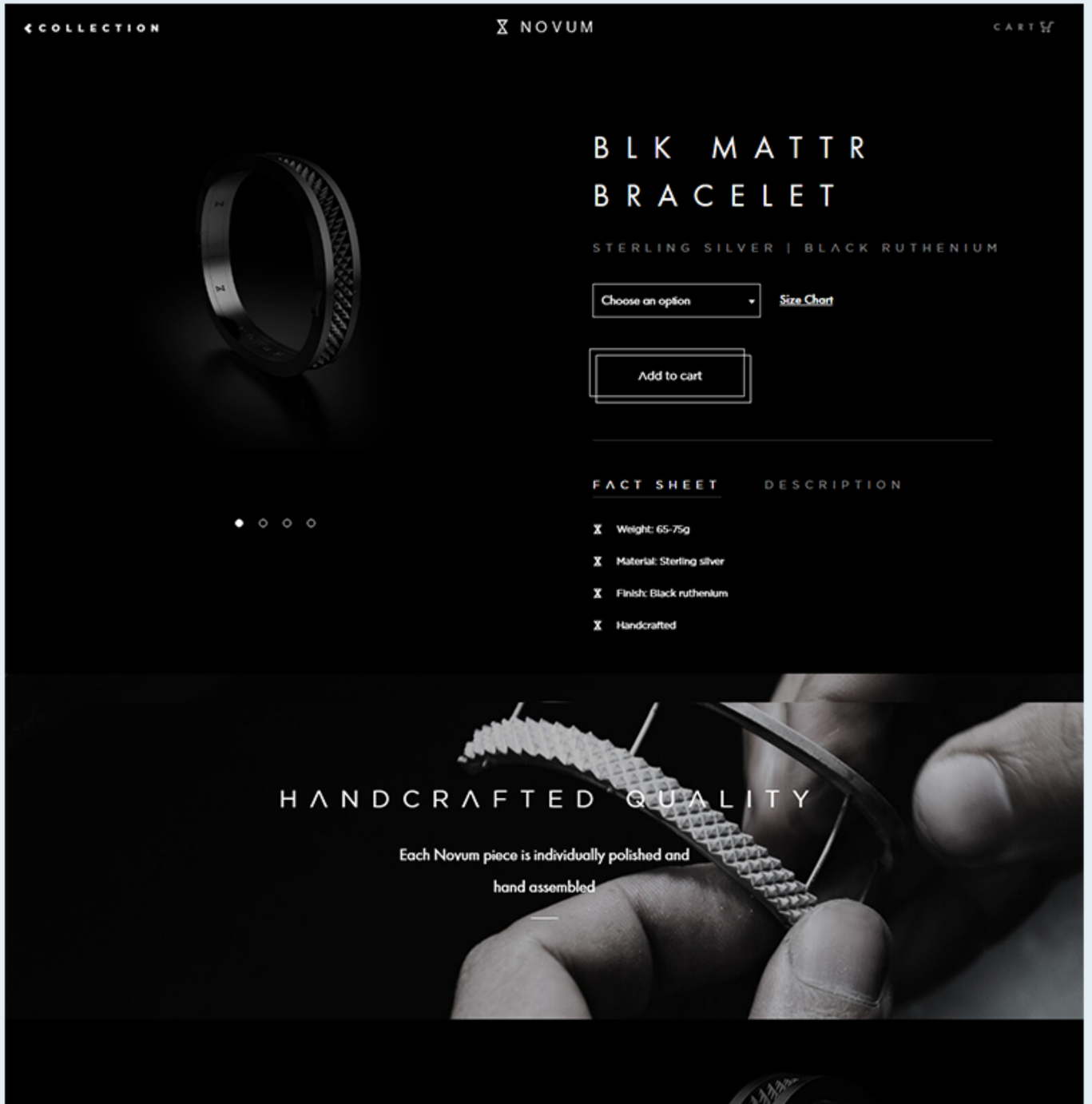
NOVUMCOLLECTION.COM

• Сайт отлично адаптирован под любой вид устройств.

• Хорошо проработаны микровзаимодействия. (добавление товара в корзину)

• Уникальный контент.

• Дизайн в тренде ZERO UI



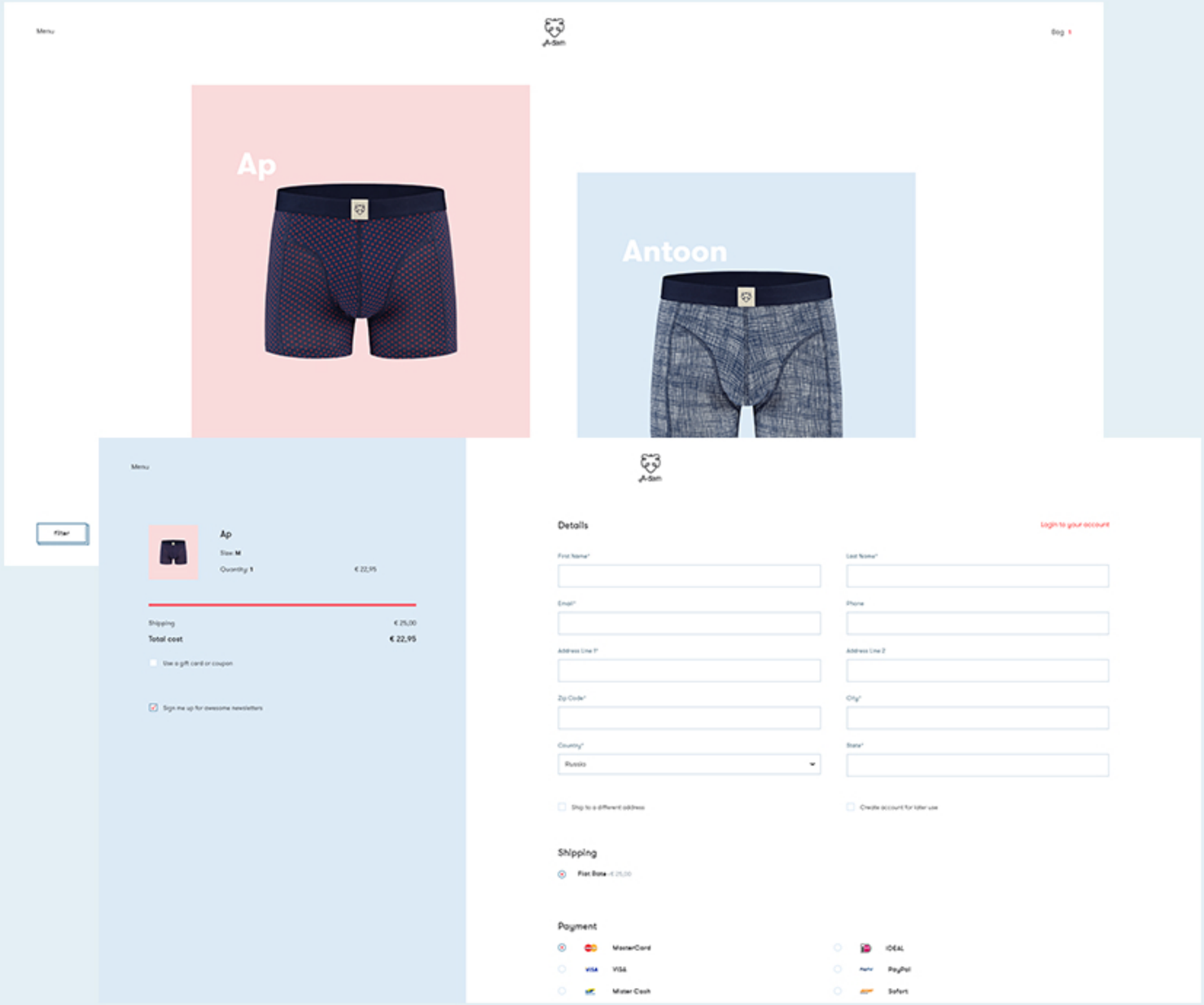
ADAMUNDERWEAR.COM

• Нет привычной загрузки страниц (бесшовный сайт)

• Истории связанные с товаром

• Микровщаимодействия

• Нестандартная сетка



Аудит

ВЫВОДЫ

04

КЛЮЧЕВЫЕ

1. Для пользователей всё меньше имеет значимость где покупать главное, что бы было одинаково удобно на всех устройствах так как пользователь может начать на ПК, а закончить покупку с мобильного телефона.

2. Большое значение имеет скорость загрузки страницы, более 50 % покупателей покидает сайт, если он загружается более трех секунд, около 80 % из них никогда не возвращается на этот сайт, а так же если есть видео или фото контент, то и его скорость загрузки очень важна, пользователи ценят своё время.

3. Наличие социальных доказательств в виде отзывов, комментариев, обзоров, помогает пользователям быстрее определиться с покупкой товара, но так же важно, что бы и бренд не оставался в стороне, и давал экспертное мнение в виде историй или же в виде статей.

4. Так как товар в интернет магазине нельзя потрогать пользователю необходимо показать товар как можно лучше, по это тому необходимо создавать качественный и уникальный контент, страницы и карточки товаров с качественными изображениями получают на 94 % больше просмотров по сравнению со страницами, имеющими только текстовое описание, но достоверное и подробное описание так же немаловажно.

5. Ну и самым главным является удобство оформления и прозрачность оплаты заказа.

НОВШЕСТВА

1. Чат боты набирают популярность и позволят помогать пользователю с выбором, не отнимаю время у косультантов.

2. Бесшовность, позволяет пользователю не ждать пока загрузиться страница.

3. Персонализация контента.

4. Нестандартные гайдлайны.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

ИСТОЧНИКИ:

10ECOMMERCETRENDS.COM,
RUSABILITY.RU/CONTENT-MARKETING/5-TRENDOV-KONTENTA-DLYA-SFERY-ECOMMERCE-2017,
BLOG.ECOMSOL.RU/TRENDS_2016-2017
S-MEDIA.SU/NEWS/792/INDEX.HTML
TEXTERRA.RU/BLOG/CHEGO-KHOTYAT-ONLAYN-POKUPATELI.HTML
FROSMO.COM/EN/BLOG/11-BEST-PRACTICES-FOR-ECOMMERCE-HOMEPAGE-UX