

Arrivo Media

КЕЙС **USABILITY**

В 8 раз увеличили динамику целевых действий на сайте.

МЯСНОЕ ПРОИЗВОДСТВО
РЕМИТ



О КОМПАНИИ

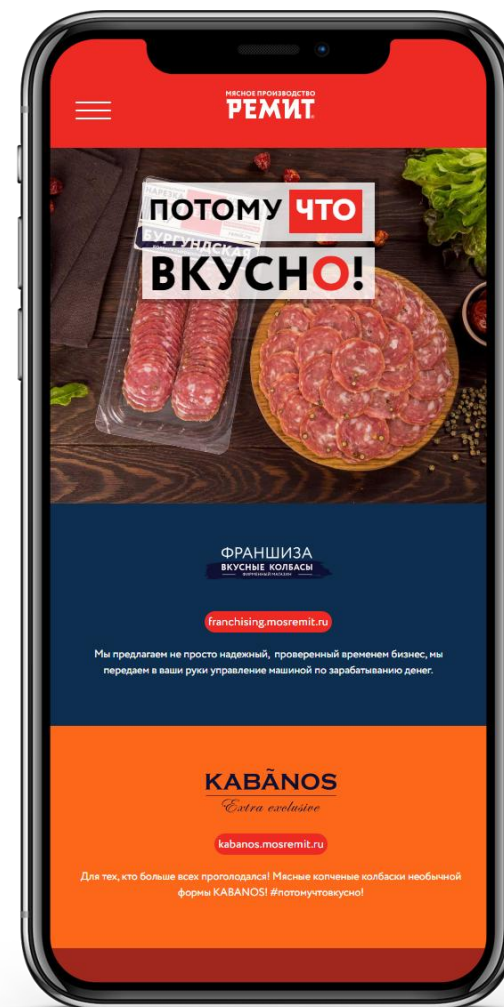
МПЗ «РЕМИТ» спроектирован и построен в 2001 году в городе Подольске и является одним из самых крупных и современных предприятий Московской области.

Продукция завода, а это более 300 наименований колбас и полуфабрикатов, реализуется в рознице, крупнейших федеральных сетях, через фирменную сеть магазинов «РЕМИТ. Вкусные колбасы» и «Настоящий мясной», крупнейшие транснациональные компании сегмента HoReCa. Завод оснащен самым современным и высокотехнологичным оборудованием.



ЗАДАЧИ

- 01. УВЕЛИЧИТЬ КОНВЕРСИЮ**
Процент пользователей, совершивших целевое действие.
- 02. УВЕЛИЧИТЬ ГЛУБИНУ ПРОСМОТРА**
Количество страниц, просмотренное клиентом за одну сессию.
- 03. УВЕЛИЧИТЬ ВРЕМЯ НА САЙТЕ**
Количество времени, проведенное клиентом на сайте.
- 04. УМЕНЬШИТЬ ОТКАЗЫ**
Когда пользователь не получил нужную информацию.



01
АУДИТ

02
ОШИБКИ ИНТЕРФЕЙСА

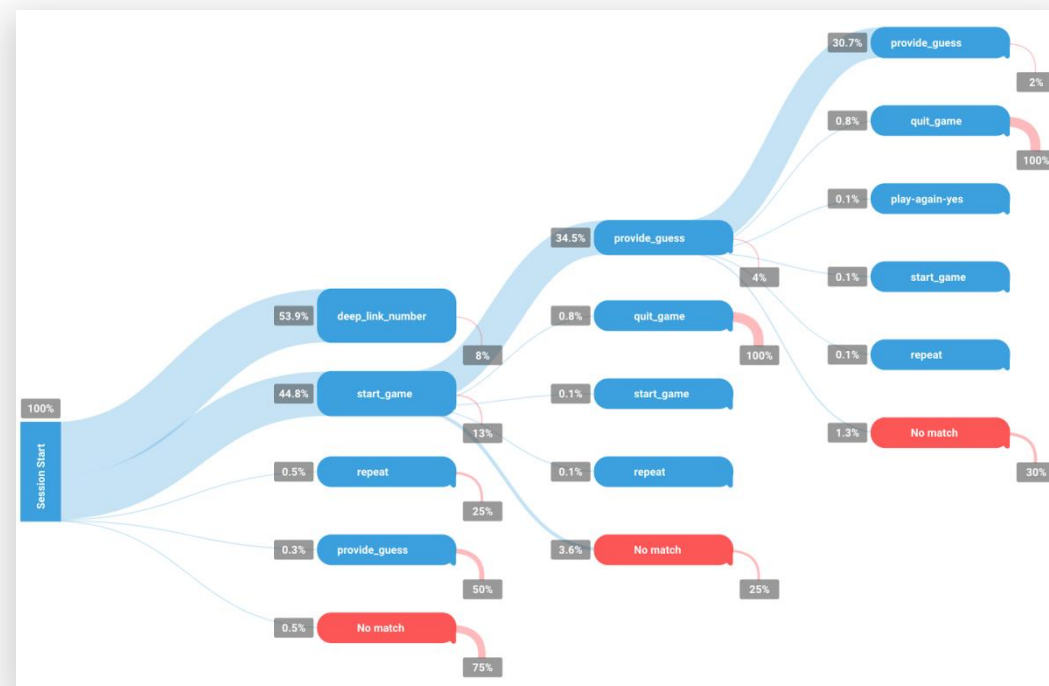
03
ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

04
РЕКОМЕНДАЦИИ

АУДИТ

Протестировали технические платформы ресурсов конкурентов, метатеги, подключенные сервисы, html-код, ранжирование в поисковых системах. Сделали слепки страниц, составили предполагаемые карты путей клиентов. Проанализировали портрет целевой аудитории. Благодаря анализу конкурентов стало понятно, как сделать лучший сайт среди мясных производителей.

Необходимо оптимизировать изображения, переработать их в правильный формат и сократить объем. Удалить лишние JS-скрипты, остальные сделать асинхронными. Настроить кеш браузера, ускорить работу сервера. Исправить ошибки интерфейса, доработать функционал.

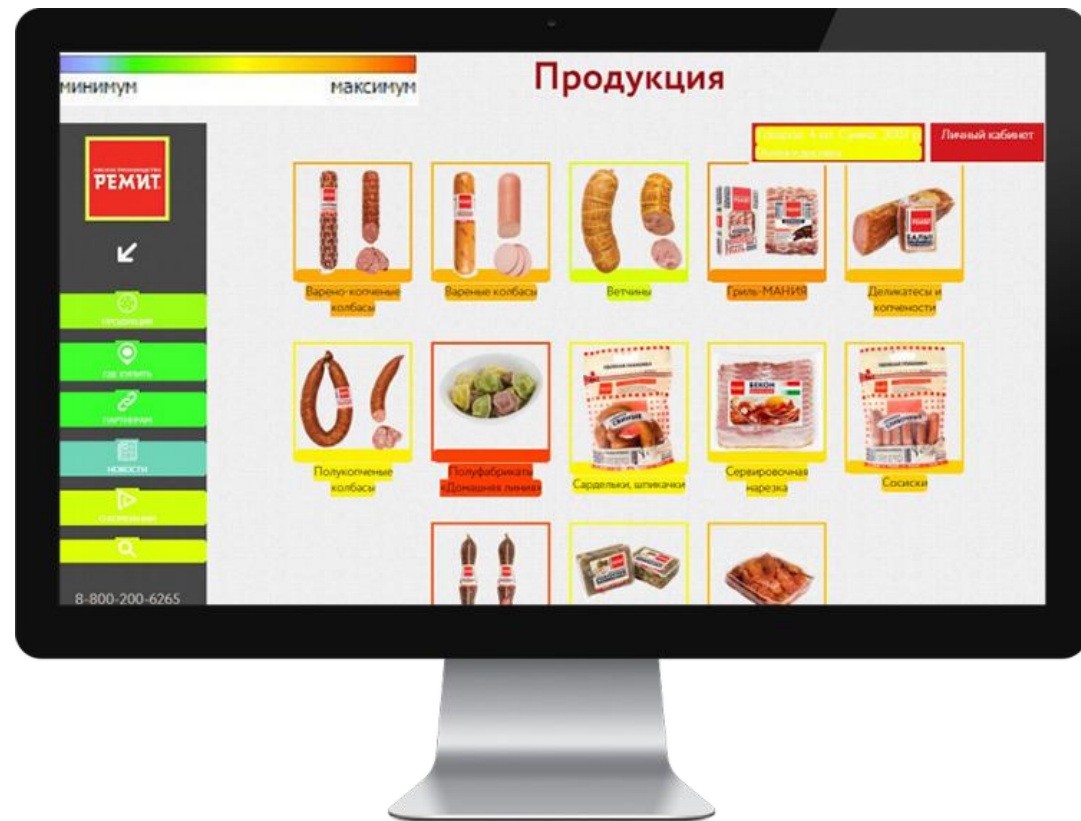


На 40% сократилось время отклика сервера. Разработчики работают в 2 раза быстрее благодаря аккуратному коду.

ОШИБКИ ИНТЕРФЕЙСА

Параллельно с аудитом конкурентов и анализом платформы тестировщики выявили логические и технические недочеты сайта, используя сервис Lambdatest.com, сайт был протестирован практически на всех устройствах, операционных системах и браузерах. Полный список ошибок был предоставлен клиенту. Среди них:

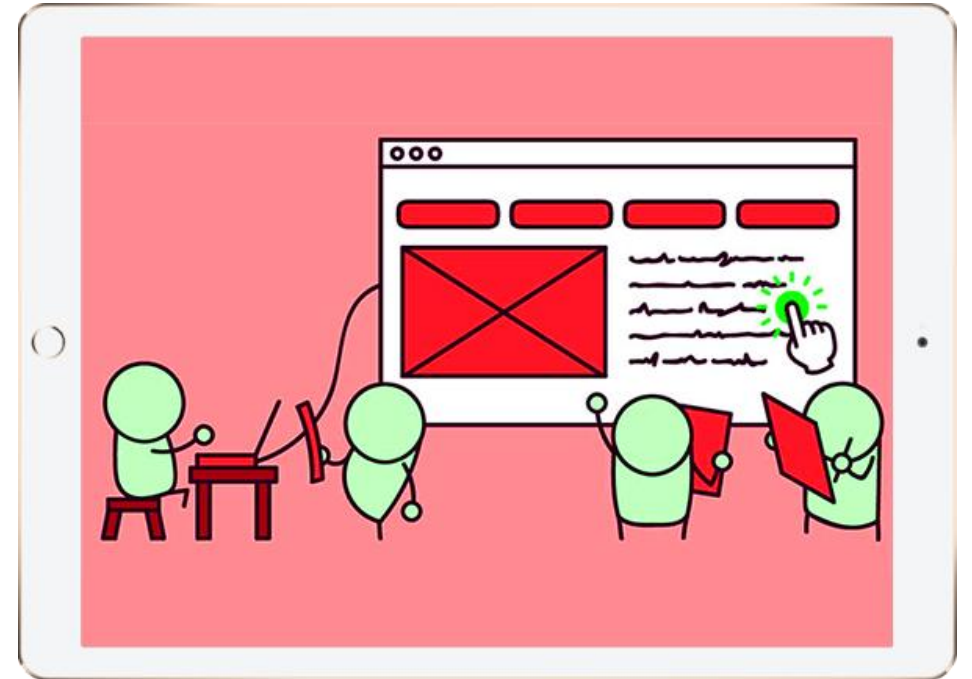
- Разные интерфейсы страницы поиска мешают пользователю привыкнуть к сайту и однозначно определить свое местоположение.
- При прокручивании колеса мыши в модальном окне меняется фон левого меню, что вызывает ощущение нестабильности работы сайта.
- Битые изображения на странице продукта
- Карта популярных разделов продемонстрировала востребованность интернет-магазина



ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

Использовалась методика «5W» Марка Шеррингтона, в которой мы ответили на вопросы:

- **Что?** Мясная продукция: колбасы, деликатесы, полуфабрикаты, сосиски и сардельки, HoReCa Line, Organic.
- **Кто?** Физические лица, мужчины и женщины от 20 лет. Все, кто употребляет колбасную и мясную продукцию. Организации общественного питания.
- **Почему?** Вкусная, качественная продукция с широким ассортиментом по среднерыночной цене. Удобный клиентский сервис для юридических лиц.
- **Когда?** Ежедневный спрос. Повышенный спрос в выходные и праздники.
- **Где?** Москва и Подмосковье. Розничные магазины, супермаркеты, фирменные магазины, интернет-магазин, предприятия общественного питания.



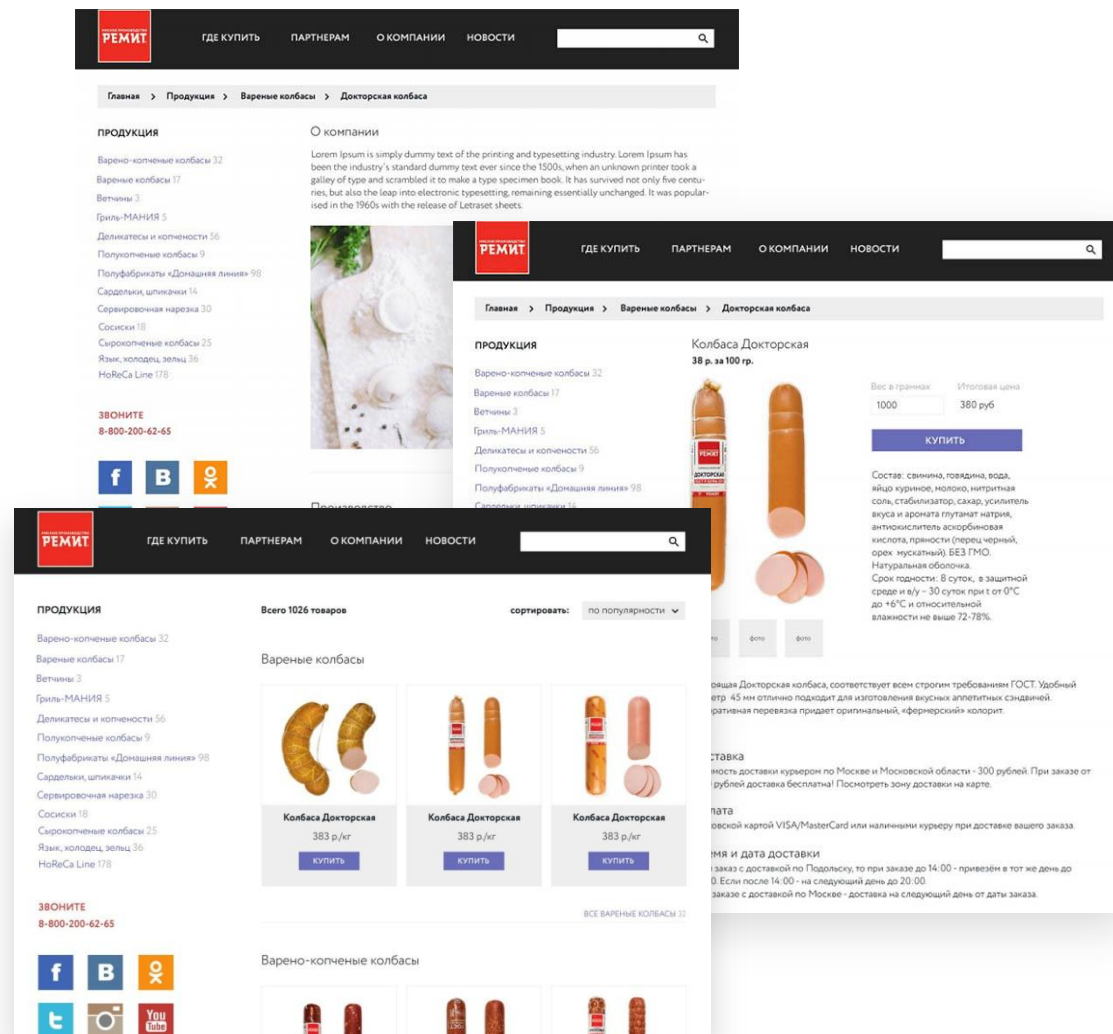
Выяснили базовые характеристики аудитории. Благодаря работе с социальными сетями удалось дополнить их интересами и поведенческими характеристиками. В результате мы получили узкий сегмент, на котором можно проводить моделирование нового интерфейса.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Согласно данным тепловой карты ссылок за три месяца раздел «Продукция» самый популярный раздел, с долей посетителей 25,7 %, поэтому решили сфокусироваться на развитии интернет-магазина. Полный список рекомендаций был предоставлен клиенту. Среди них: Создать «сквозное» меню с продукцией. Быстрая доступность каталога увеличит конверсию.

Отображать кнопки «Купить» на первом экране. Наличие заметных кнопок позволит пользователю сразу идентифицировать сайт, как официальный интернет-магазин, чтобы увеличить отложенные продажи. Предложены варианты организации интерфейса, расширить текстовую тематику новостного раздела, разработать личный кабинет клиента.

Зная историю, можно вычислить средний чек и периодичность покупок. Эти данные помогут для составления индивидуальных предложений.



РЕЗУЛЬТАТЫ

РОСТ ЗАЯВОК В 5 РАЗ

Динамика достижения цели “Купить/Позвонить” из всех источников трафика.



РОСТ ВРЕМЕНИ НА САЙТЕ В 12 РАЗ

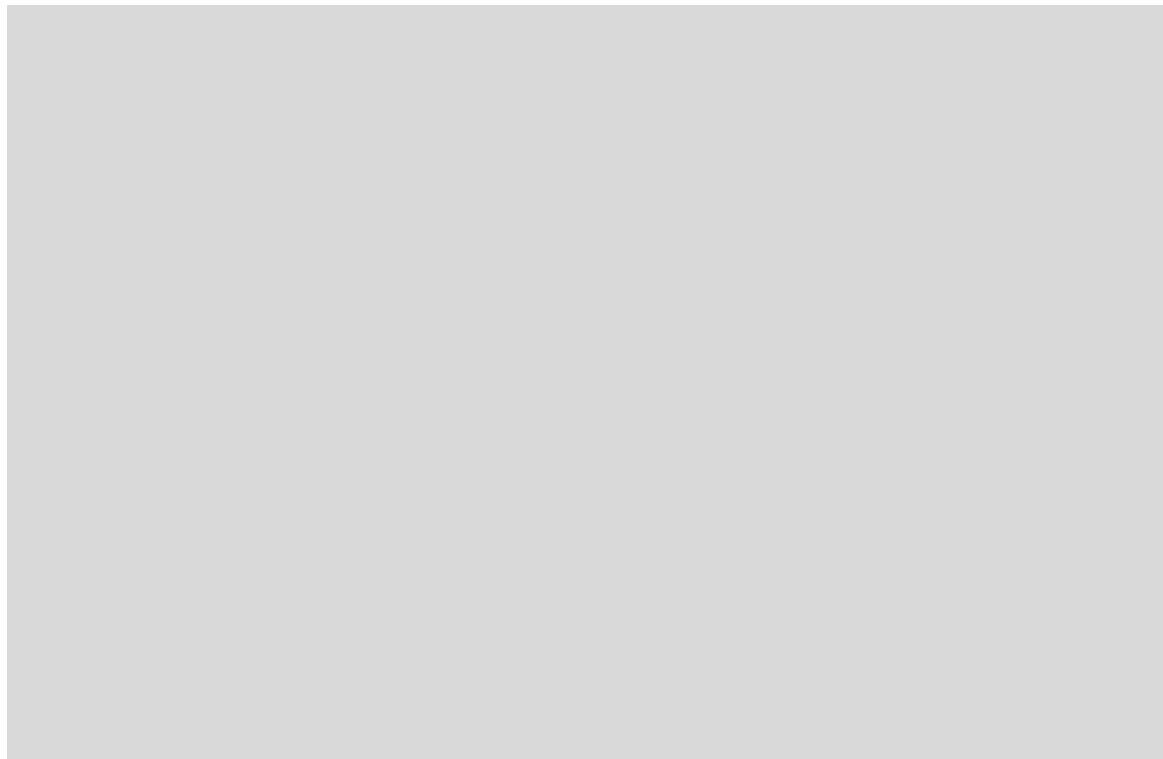
Длительность уникальной браузерной сессии на одного посетителя сайта бренда.



СНИЖЕНИЕ ОТКАЗОВ В 7 РАЗ

Динамика изменения количества пользователей не взаимодействующих с интерфейсом или задержавшихся на сайте менее 15 секунд.

35 %



БЫЛО

5 %



СТАЛО

РОСТ ГЛУБИНЫ ПРОСМОТРА В 10 РАЗ

Количество страниц на уникального пользователя за одну браузерную сессию.



**ОСТАЛИСЬ
ВОПРОСЫ?**

Позвоните +7 495 741 88 27

ОТПРАВЬТЕ ЗАЯВКУ

info@arrivomedia.ru
arrivomedia.ru

Головинское шоссе, 13/2,
Москва, 125212

Arrivo

Media