

L'Oreal: Культура UX оптимизации как инструмент увеличения конверсии eCommerce сайтов



**Елена
Эпштейн**

L'Oreal



**Юлия
Тертерян**

Oggetto



Цель:
Повысить коэффициент
конверсии

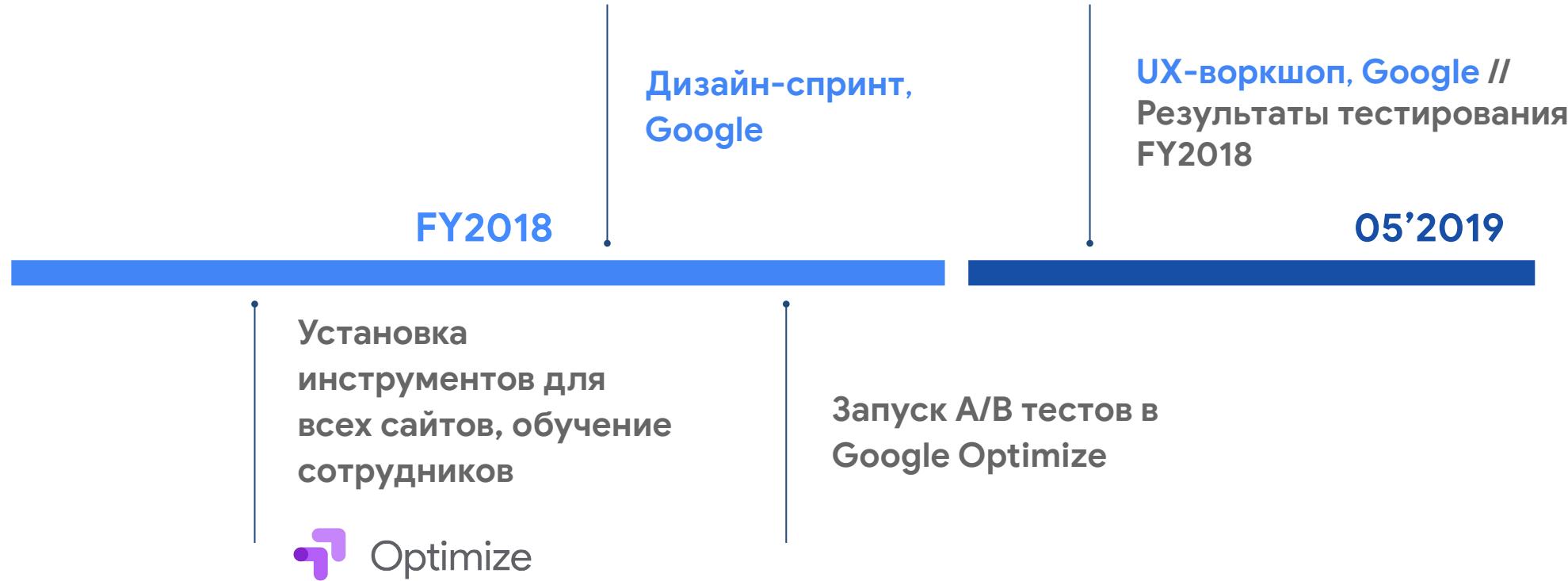


Дизайн

Пользовательский
опыт



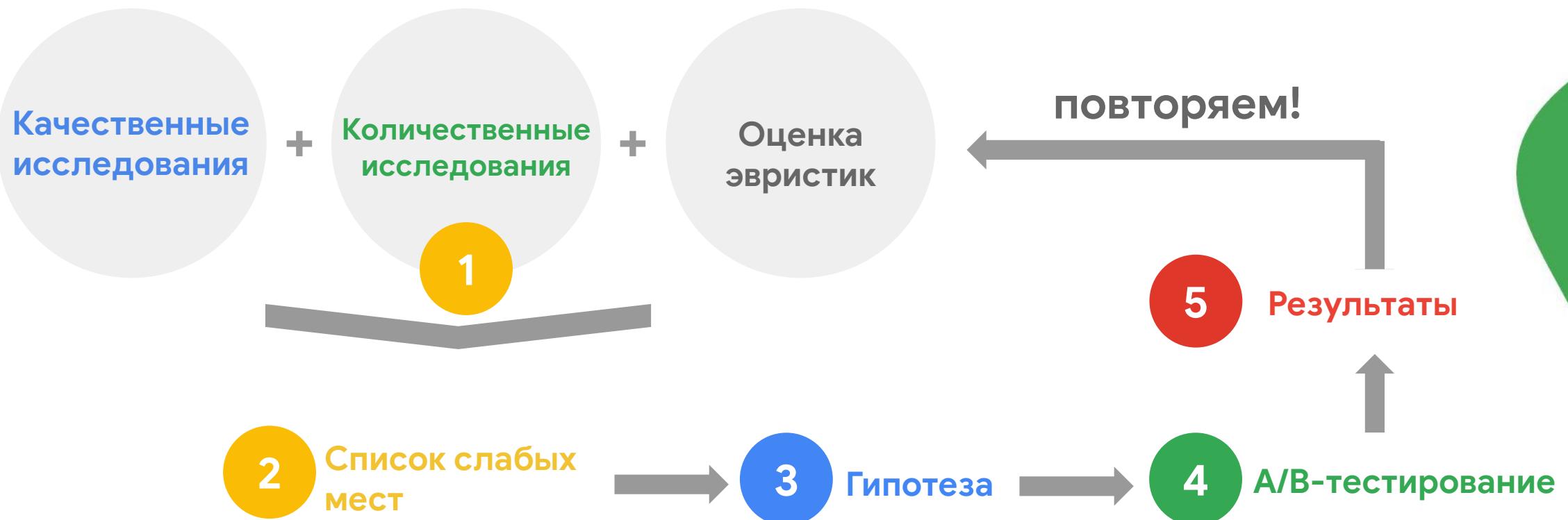
Результат:
+8% КК в целом по всем
сайтам



UX-воршкоп с Google 05/2019

Proprietary + Confidential

Процесс оптимизации коэффициента конверсии (рекомендованный Google)



Что мы мы стали делать по-другому после воркшопа с Google?



**Количественные /
качественные
исследования**



Обучение



**Построение
знания**



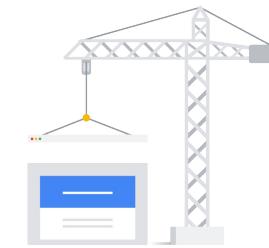
UX Playbook

Качественные
исследования
на стороне
разработки

Преимущества качественного исследования на стороне разработки



Глубокое
знание проекта



Знание текущих и
предстоящих
задачах



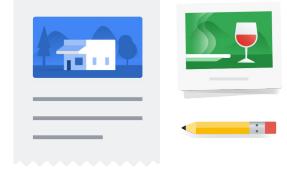
Коммуникация с
командой



Доступ к веб-
аналитике



Знание
технических
возможностей



Разработка
рекомендаций
360

Выводы исследований

Usability Score



Выводы исследований

Usability Score



Элементы веб-сайта для оптимизации

- Баннер cookie consent
- Внутренний поиск
- Дерево категорий
- Страница поисковых результатов
- Pop-up подписки на email-рассылку
- Фильтры и сортировка на мобильных
- Список товаров в категории после применения фильтров
- Посадочная страница специальных предложений
- Контент веб-сайта
- “Наш блог” на мобильных
- Корзина
- Страница оформления заказа
- Регистрация на странице оформления заказа
- Заполнение адреса на странице оформления заказа
- Заполнение персональных данных

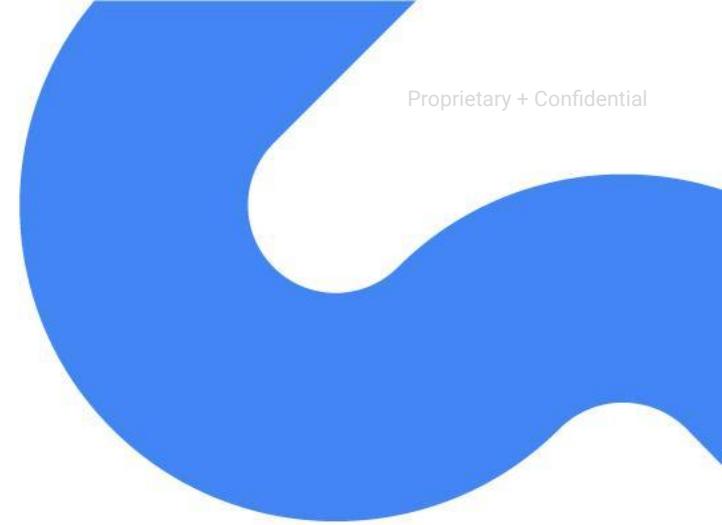
Первые результаты после оптимизации



Ценность страницы
для страницы со
спецпредложениями



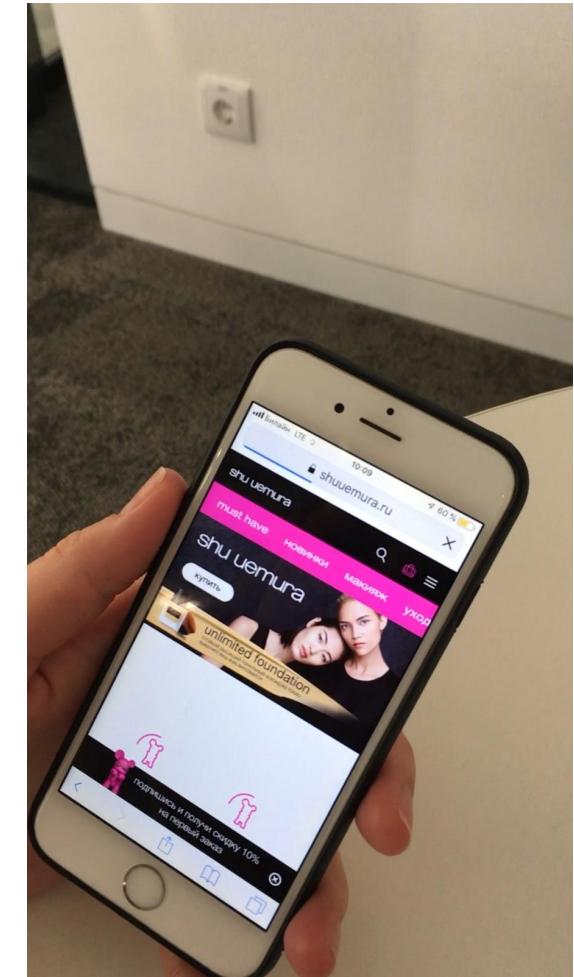
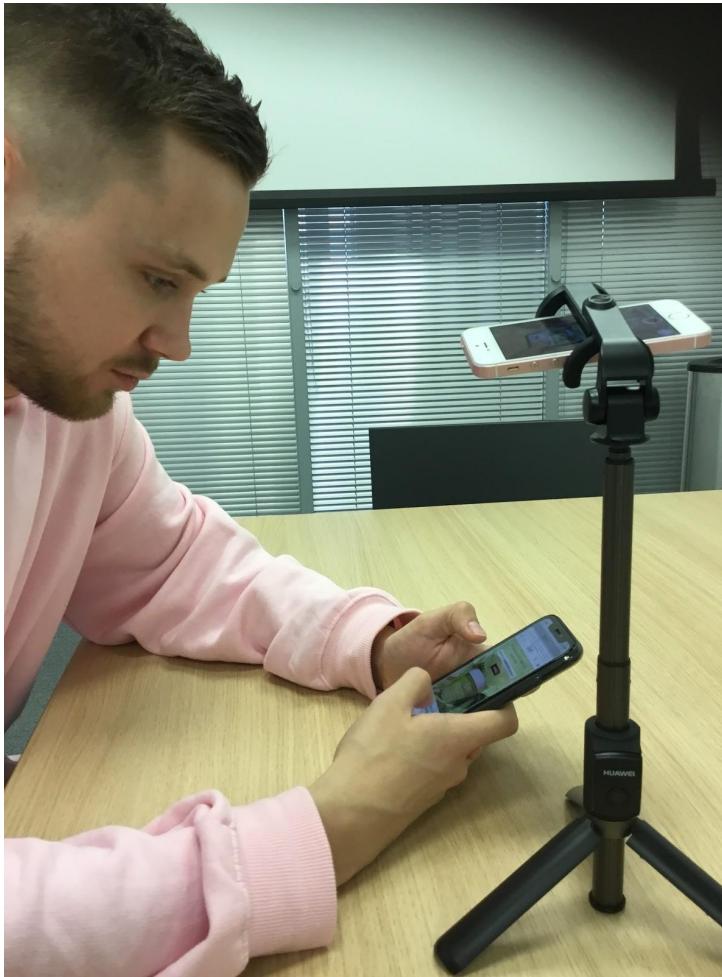
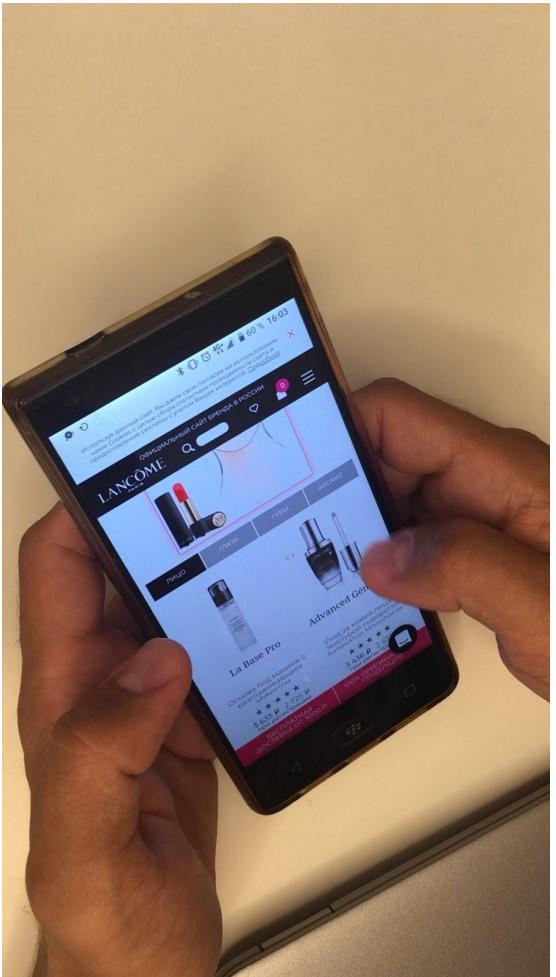
КК для сессий с
внутренним поиском



**Что делать, если у вас нет ресурсов для
полноценного качественного
исследования?**



Внутренние качественные исследования



Структура UX-плейбука

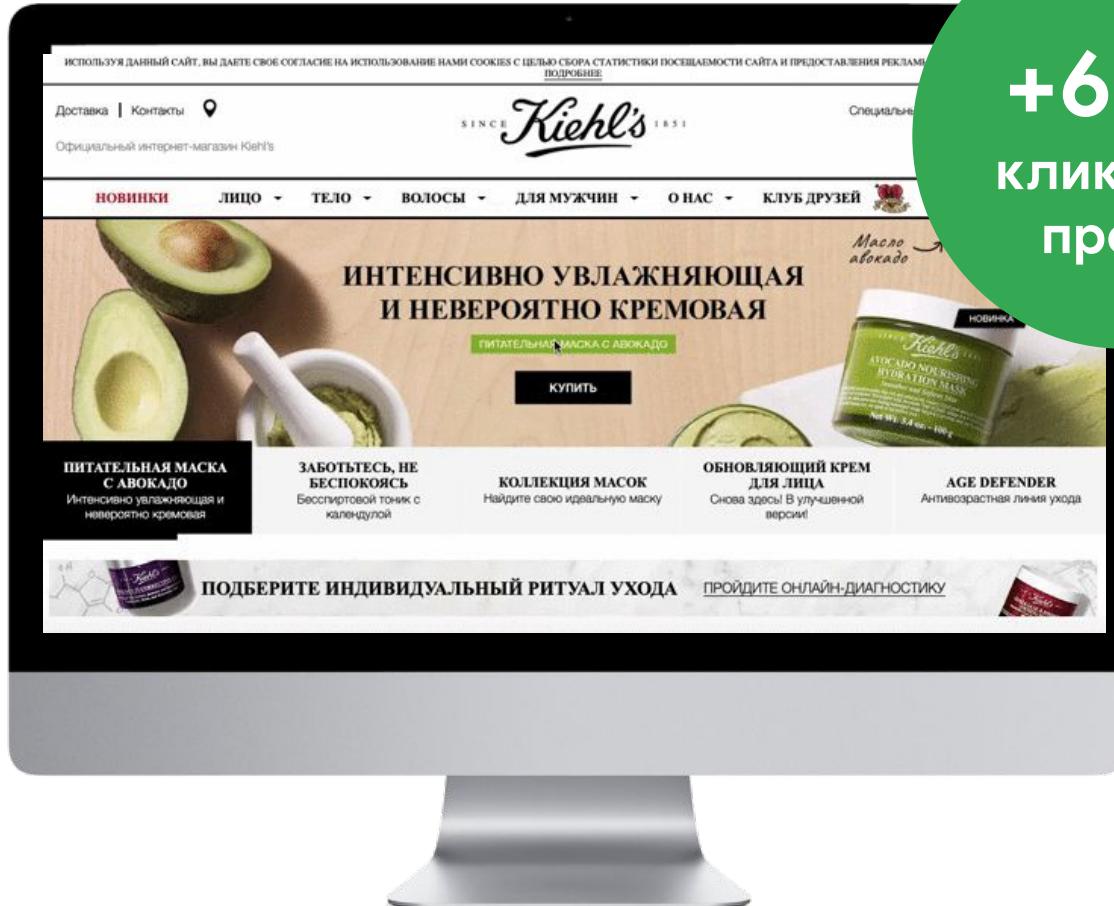


1 Первая часть.
Лучшие практики



2 Вторая часть.
Чеклист для улучшения КК

Кейсы UX-плейбука



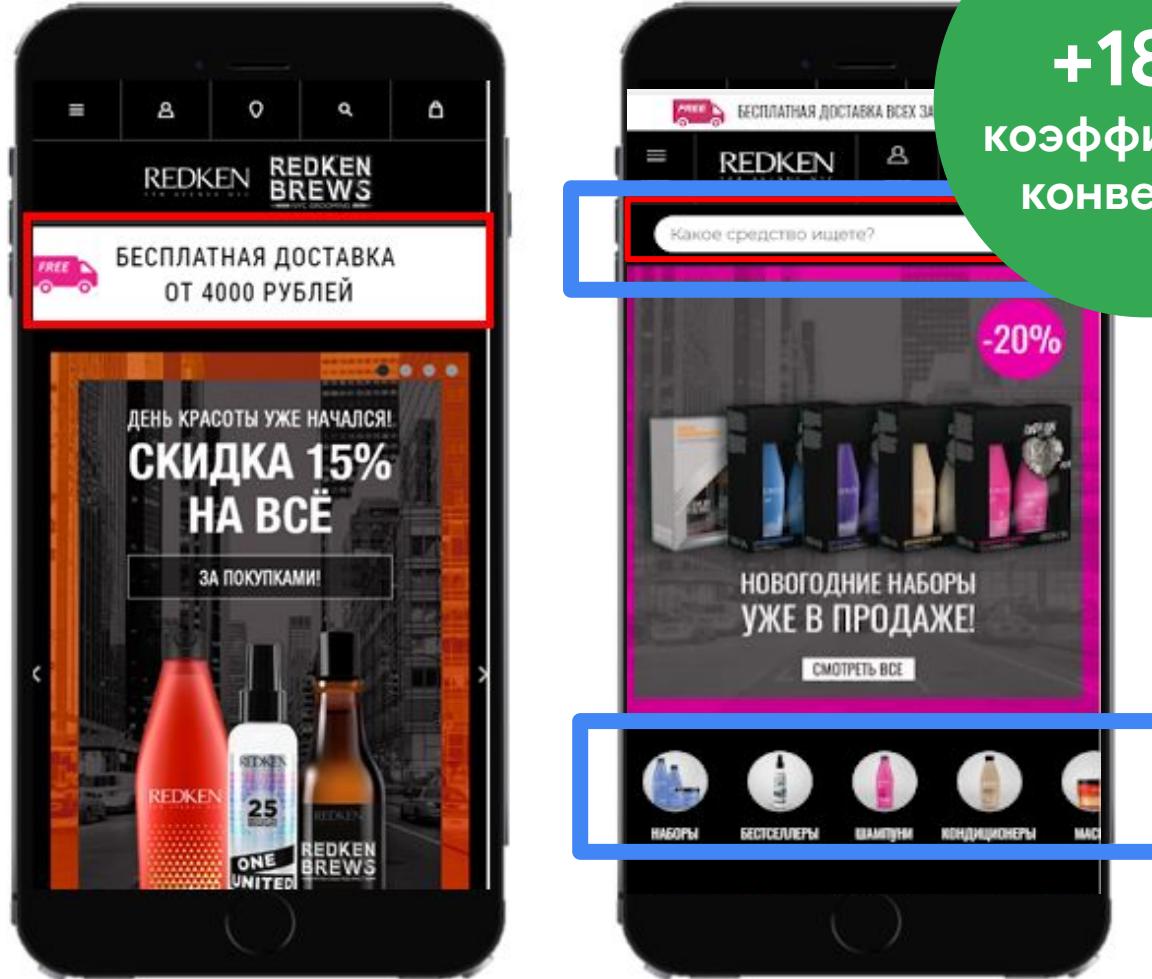
Карусели с навигацией и progress bar

YSL оптимизация отображения цен



Вариант-победитель: скидка на черном фоне +
стандартная цена на сером фоне

Редизайн главной страницы Redken



+18%
коэффициент
конверсии

Коротко о
главном

