

 promodo

Case
Study

deka.ua

Описание проекта



Deka – сеть часовых магазинов.

Более 30 представительств по Украине. Работает с 1993 года.

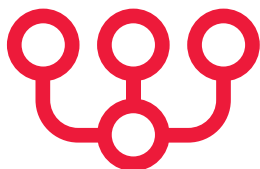
Интернет-магазин работает
с 2007 года.

Цель

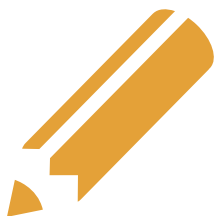
+20%

увеличить количество
продаж на 20%

Что было сделано



Полностью переработана информационная архитектура сайта. Подбор часов стал легче. На главной и порталных страницах добавлены «точки входа», соответствующие ментальным моделям покупателей.



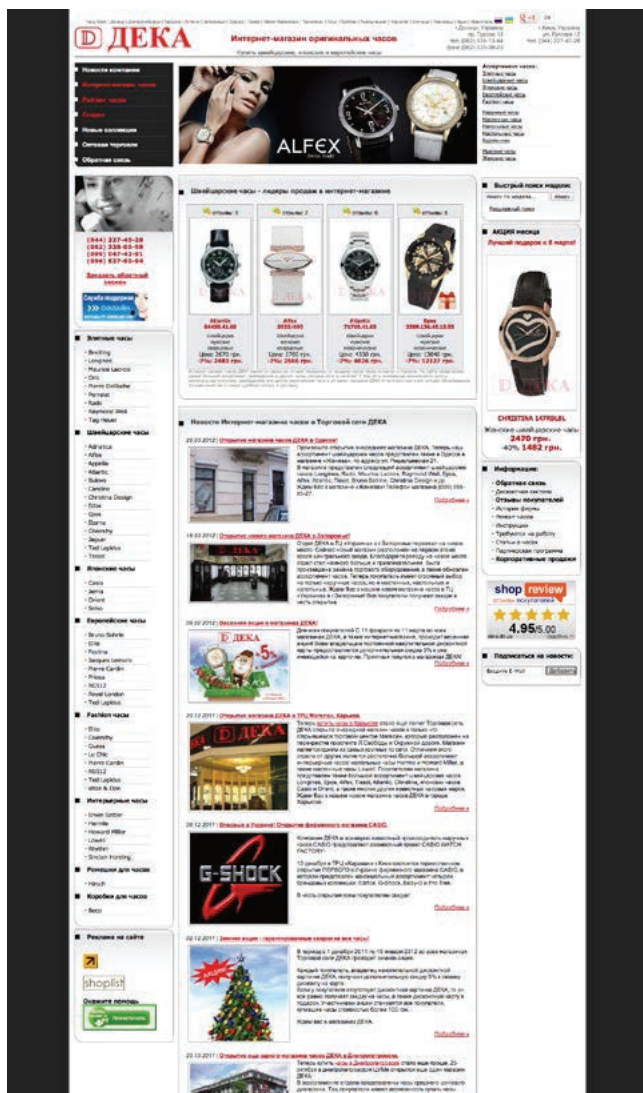
Сделан новый дизайн всех страниц сайта. Уменьшен визуальный шум. Добавлены продающие элементы на страницы каталога и товара — воблеры «топ продаж», «скидка» и другие. Структурирована информация о товаре.



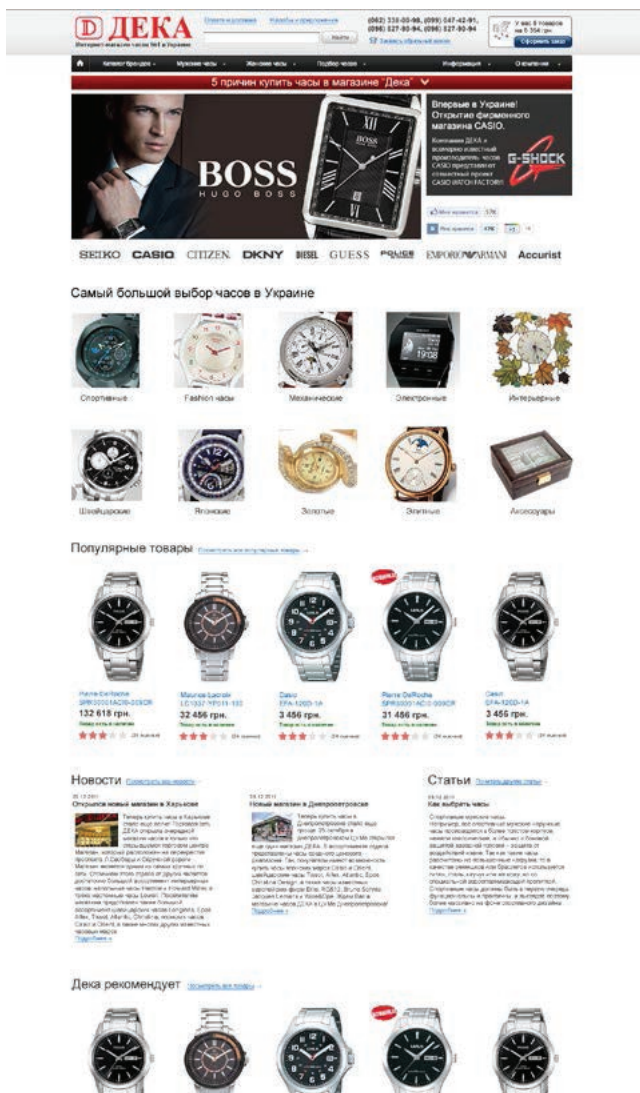
Внедрены блоки дополнительных продаж: похожие и просмотренные товары, а также блок поддержки пользователя. Исключен весь визуальный шум — теперь покупатель сосредоточен на выборе и покупке товара.

Главная страница

Было



Стало



Каталог

Было

The screenshot shows the DEKA website's catalog page. At the top, there is a header with the DEKA logo and contact information. Below the header, there are several navigation menus and promotional banners. The main content area is a grid of watch listings, each with a small image, a price, and a discount percentage. The grid is organized into several columns and rows. On the right side of the grid, there are additional promotional banners and a 'shop review' badge. At the bottom of the grid, there is a 'Только оригинальные мужские часы' section. The overall layout is clean and professional, with a focus on showcasing a variety of watch models.

Стало

The screenshot shows the DEKA website's catalog page with a more detailed view of the watch listings. The grid of watches is more prominent, and each listing includes a star rating and a 'Купить' button. On the right side, there is a comprehensive filter panel with various options for selecting watches, such as brand, price range, and features. Below the filter panel, there is a 'Вы также смотрите' section with more watch recommendations. At the bottom of the page, there is a 'shop review' badge and a footer with contact information and social media links. The overall layout is more user-friendly and provides more options for filtering and viewing the products.

Страница товара

Было

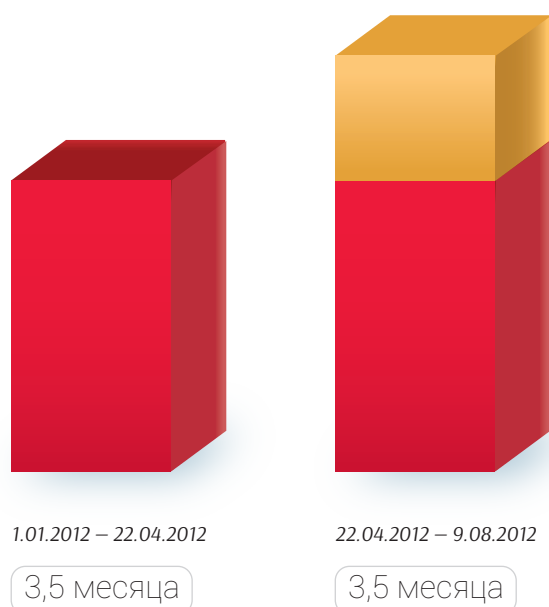
The screenshot shows a product page for the ALFEX watch. The main image features a woman wearing the watch. The price is listed as 2483 грн. The page includes a navigation menu on the left with categories like 'Женские часы', 'Мужские часы', and 'Детские часы'. A sidebar on the right contains a 'Выгодные модели' section with other watch offers. The main content area includes a detailed description of the watch, its features, and a 'Купить' button. There is also a 'shop review' badge and a 'Помощь' link.

Стало

The screenshot shows a product page for the CASIO EFA-120L-1A1 watch. The main image shows the watch with a metal bracelet. The price is 2483 грн. The page features a detailed technical specification table, a 'Список сравнений' (Comparison list) on the right, and a 'Положительные отзывы' (Positive reviews) section at the bottom. The technical specifications table includes details like 'Модель: EFA-120L-1A1', 'Колесики: 3', 'Стекло: минеральное', and 'Вес: 56 г'. The comparison list shows other watch models with their prices. The reviews section contains several user comments with dates and ratings.

Модель	Цена
EFA-120L-1A1	2483 грн.
EFA-120L-1A1	2483 грн.
EFA-120L-1A1	2483 грн.
EFA-120L-1A1	2483 грн.

Конверсия



+40%

Конверсия увеличилась почти на 40%.
Сравнительно за 3 месяца после внедрения
было продано на 346 часов больше,
чем за тот же период до внедрения.

Показатель отказов

Предположение о том, что показатель отказов связан с качеством дизайна сайта или объемом текста на странице частично подтвердилось.

-4,21%

После внедрения изменений
показатель отказов по сайту
незначительно снизился.

для измерения конверсии использовалась цель
«Заказ товара» настроенная заказчиком.

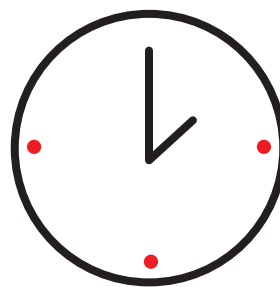
Время, проведенное на сайте

Предположение о том, что время, проведенное на сайте связано с качеством дизайна или объёмом текста на странице частично подтвердилось.



5 мин. 20 сек.

Все посещения



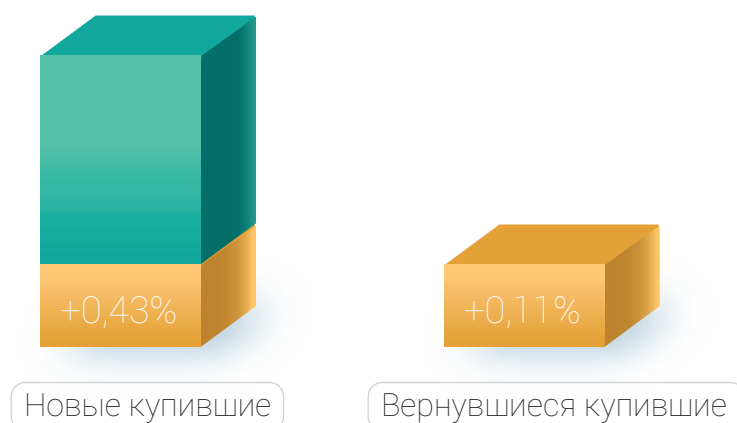
26 мин. 2 сек.

Только купившие

Среднее время на сайте у покупателей значительно выше, чем у посетителей, не совершивших покупку.

Конверсия при повторных заходах

Конверсия при повторных посещениях сайта должна быть выше, чем при первом посещении, что связано со стратегией выбора товаров разных ценовых групп. Чем дороже товар, тем большее количество раз человек зайдет на сайт прежде чем его купить (и тем больше пройдет времени от первого посещения до покупки).



x 3,9

Предположение полностью подтвердилось, конверсия при повторных посещениях в 3,9 раза выше, чем для покупателей которые зашли в магазин в первый раз, 0,43% и 0,11% соответственно.

Окупаемость

2000

Условная сумма чека – 2000 грн. Исходя из ассортимента магазина и данных о том, что большинство покупателей покупает одну единицу товара.

115

В результате редизайна интернет-магазин стал продавать в среднем на 115 единиц товара больше каждый месяц.

Окупаемость

46 000 000

При рентабельности в 20%
проведённые работы привели к увеличению
прибыли (до налогообложения)
на 46 тыс. грн. в месяц.

Окупаемость

34 000 000

Стоимость услуг по проектированию
составила 34 тыс. грн

Предположительно, разработка потребовала
примерно равных вложений.

Окупаемость

1,5 месяца

Редизайн магазина окупился
за полтора месяца

Составлено
в КОМПАНИИ



Центральный офис:

Украина, г. Харьков, 61072,
ул. 23 Августа, 31Б, офис 305
+38 (057) 752-54-62

Представительство в Киеве:

Украина, г. Киев, ул. Игоревская, 1/8
+38 (044) 201-10-21

www.promodo.ua