

		Визиты		Посетители		Комментарии		Источник	
<b>Каталог (вовлечение)</b>									
Метрика		Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Показатель, цель			
<b>! CR: каталог → страница товара</b>	Конверсия в переход со страниц каталога на страницы товара	46,2%	46,7%	—	—	40–60%			Условный ориентир, основанный на нашей практике и опыте
<b>! Доля посетителей/визитов с использованием фильтров или сортировки</b>		—	—	1,4%	0%				
CR: использование фильтров или сортировки → покупка	Конверсия в покупку с использованием фильтров или сортировки	1,4%	1,4%	—	—				
CR: без использования фильтров/сортировки → покупка	Конверсия в покупку БЕЗ использования фильтров или сортировки	1,4%	1,4%	—	—				
<b>Страница товара (выбор товара)</b>									
Метрика		Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Показатель, цель			
CTR: страница товара → добавление товара в корзину	Доля кликов на кнопку «добавить товар в корзину» на странице товара	6,7%	6,8%	—	—	5–7%			Mastercard Dynamic Yield = 6,23% Littledata = 5,4%
CR: добавление товара в корзину (каталог/страница товара) → страница корзины	Конверсия в переход на страницу корзины после добавления товара в корзину на странице товара/каталога	6,8%	6,8%	—	—				
<b>Корзина</b>									
Метрика		Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Показатель, цель			
<b>CR: корзина → оформление заказа</b>	Конверсия в переход со страницы корзины на страницу оформления	46,2%	46,7%	—	—	40–60%			Условный ориентир, основанный на нашей практике и опыте
<b>➔ % брошенных корзин</b>	Отношение купивших к добавившим в корзину и не купившим	76,8%	76,8%	76,7%	76,8%	70–76,8%			Baymard Institute = 70,2% Dynamic Yield by Mastercard = 76,8%
Выходы со страницы корзины	Визиты, в которых страница корзины стала последней страницей визита на сайт	1,4%	1,4%	—	—				
<b>Оформление</b>									
Метрика		Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Показатель, цель			
CR оформление заказа → покупка	Конверсия в покупку после перехода на страницу оформления	42,4%	42,4%	—	—	52.5% (десктоп) 42.4% (мобайл)			Bold Commerce = 52.5% (десктоп) = 42.4% (мобайл)
Выходы со страницы оформления	Визиты, в которых страница оформления стала последней страницей визита на сайт	4,7%	4,7%	—	—				
<b>Общие метрики</b>									
Метрика		Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Факт, Десктоп	Факт, Мобайл	Показатель, цель			
<b>➔ CR: визит → покупка</b>	Общая конверсия в покупку относительно всех визитов/пользователей	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4–1,6% (визиты) ~3,0% (посетители)			MobilLoud = 1,57% (sessions) IRP Commerce = 1,41% (sessions) Dynamic Yield by Mastercard = 3,06% (users)
<b>! Повторные покупки за последний месяц</b>	Отношение посетителей, которые купили 2 и более раз ко всем посетителям с покупками	—	—	1,4%	1,4%	25–26%			MobilLoud = 25–26%
<b>! Повторные покупки за последние 2 месяца</b>		—	—	1,4%	1,4%				