

# OZON



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

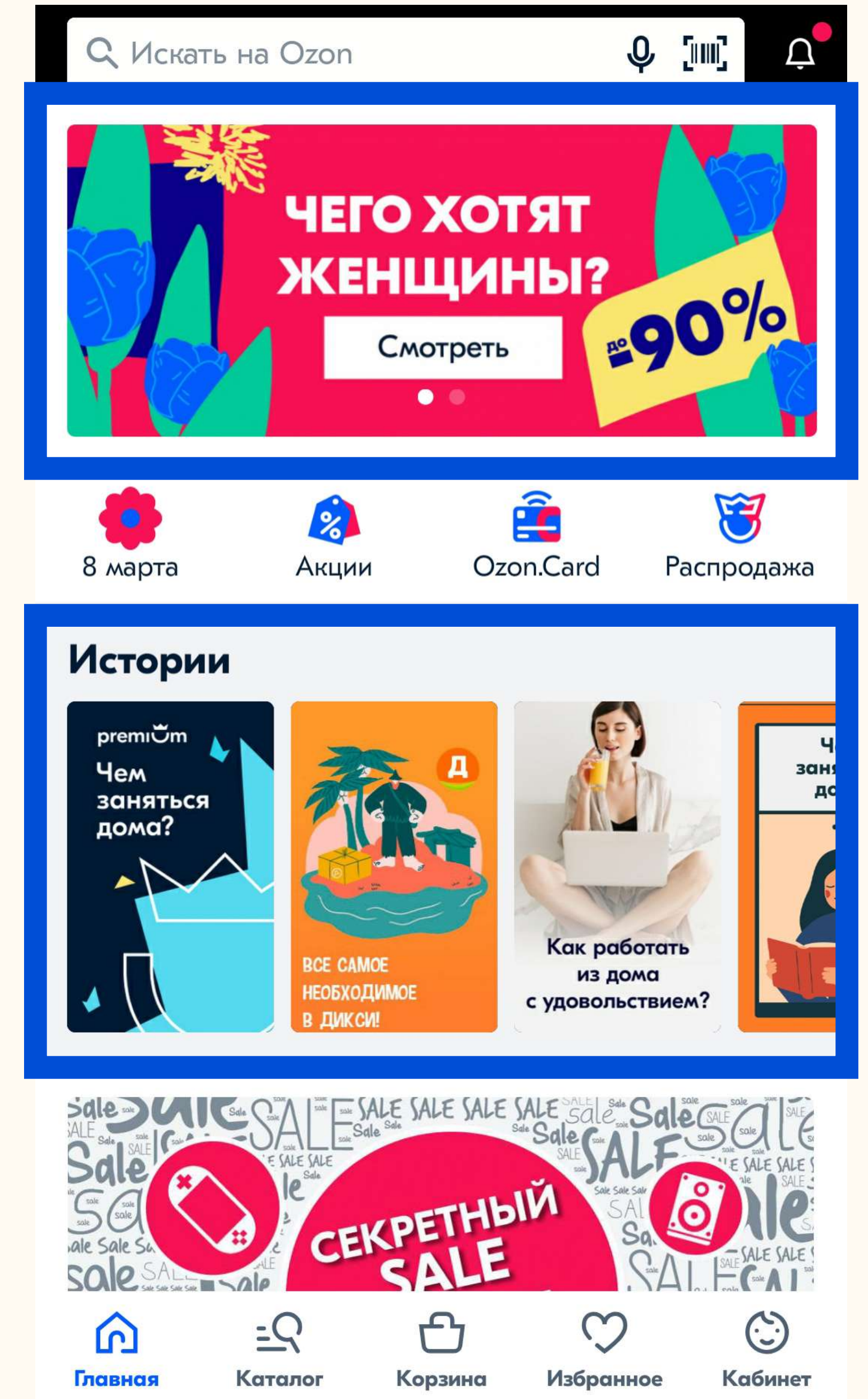
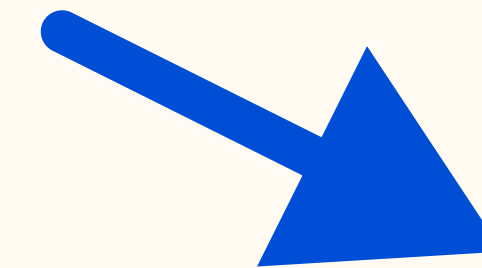
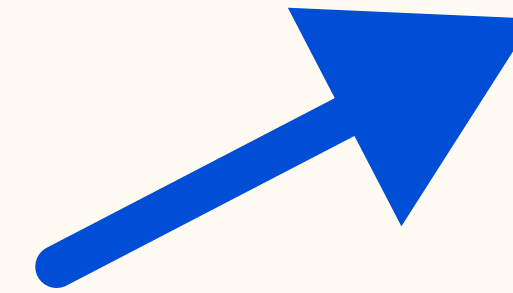
## OZON PROMO AND BANNERS

Ekaterina Polyakova and Artyom Antonyan



# Background of the project

The main page of the OZON mobile application contains advertising materials: banner and stories. They are on the first screen, but they are not in demand among buyers - they are very few clicks, and these materials do not fulfill their potential. Thus, OZON loses part of its income from impulse purchases or purchases of more expensive products from the collections.



# Research objectives

- Evaluate the path of choosing a store to make a purchase
- Reveal attitude towards promotions and experience of participation in them
- Identify mobile app usage patterns
- Evaluate the perception of advertising materials on the main page of the OZON application (banner and stories)





# Study design

## Research task

Deep  
interview

Usability  
testing

Evaluate the path of choosing a store to make a purchase



Reveal attitude towards promotions and promotions and experience of participation in them



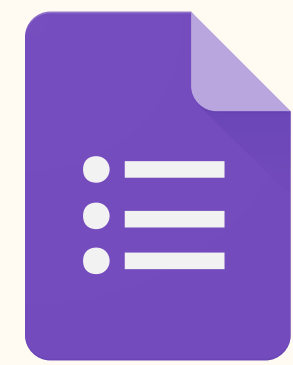
Identify mobile app usage patterns



Evaluate the perception of advertising materials on the main page of the OZON application (banner and stories)



# How did we select the respondents?



## Google Forms

- General questions (name, age, gender)
- Clarifying questions (Have you made any purchases in online stores? In which ones? Where most often? How often?)
- Cherry picker identification question



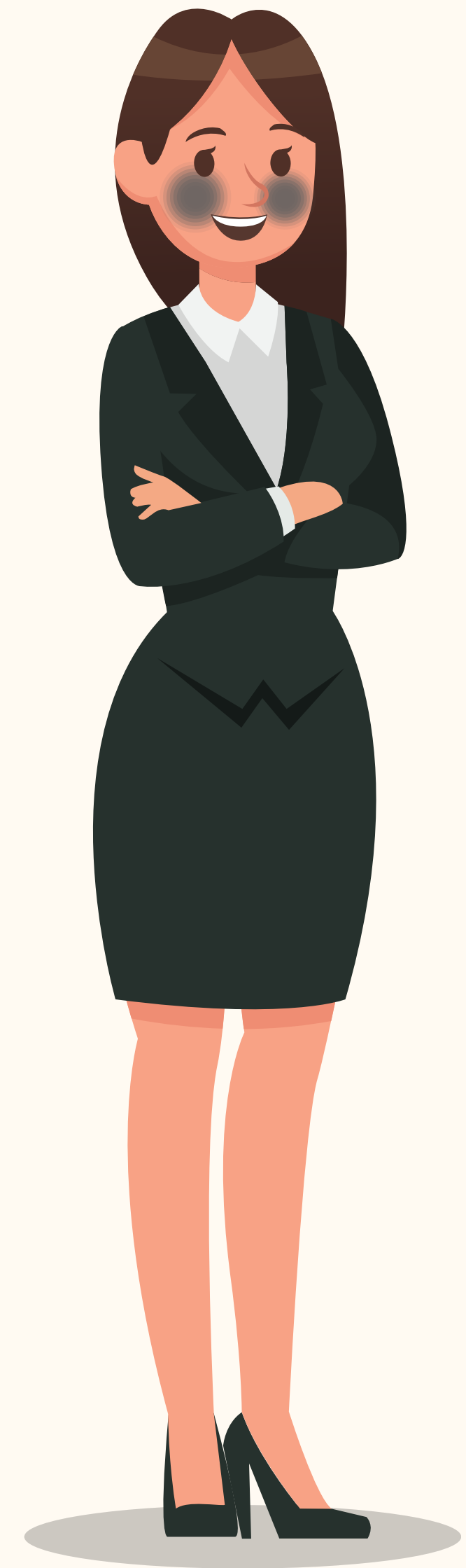
# Screening results

Как тебя зовут? (Фамилия Имя)	Сколько тебе лет?	Твой пол	Совсем недавно	Совершал (-а) ли ты покупки в интернет-магазине?	В каких интернет-магазинах ты совершаешь покупки?	В каком интернет-магазине ты совершаешь покупки чаще всего?	Как часто ты совершаешь покупки?	Как ты совершаешь покупку?	
Фомин Роман	31	Мужской	Да	Да, через приложение интернет-магазина на телефоне	Wildberries, Beru.ru, Ozon, Другие	Другой	1 раз в месяц и чаще	Покупаю нужный товар нужного бренда в проверенном магазине	
Руслан Переведенцев	28	Мужской	Да	Да, через браузер на телефоне	Другие	Другой	1 раз за последние 6 месяцев	Покупаю нужный товар нужного бренда в проверенном магазине	
Лашин Наталья	29	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Другие	Другой	1 раз в 2-4 месяца	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Юлия Мандровская	36	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Wildberries, Ozon, La moda	Ozon	1 раз в 2-4 месяца	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Никифорова Алина	26	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Wildberries, Ozon, Asos, Другие	Ozon	1 раз в месяц и чаще	Покупаю нужный товар нужного бренда в проверенном магазине	
Зеленкова Алиса	29	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Wildberries, Goods, Ozon, La moda	Другой	1 раз в месяц и чаще	Отложу покупку, если не будет скидки на товар, это не срочно.	
Пласкун Александр	30	Мужской	Да	Нет	Wildberries, Ozon, Другие	Ozon	1 раз за последние 6 месяцев	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Островерхова Екатерина	29	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Wildberries, Beru.ru, Ozon, Asos	Asos	1 раз в месяц и чаще	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Кириллова Ксения	27	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Wildberries, Ozon, La moda, Другие	Другой	1 раз в месяц и чаще	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Игнатова Елена	28	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Goods, Ozon, Другие	Goods	1 раз в месяц и чаще	Бренд и магазин не так важны, могу купить аналог если есть акция	
Михаил Гончаров	30	Мужской	Да	Да, и через приложение и через браузер	Beru.ru, Ozon, Другие	Другой	1 раз в 2-4 месяца	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Новацкий Влад	30	Мужской	Да	Да, через приложение интернет-магазина на телефоне	Другие	Другой	1 раз в месяц и чаще	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Никита Большаков	28	Мужской	Да	Да, через приложение интернет-магазина на телефоне	Ozon, Другие	Другой	1 раз в месяц и чаще	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Лопатина Наталья	33	Женский	Да	Да, через браузер на телефоне	Другие	Другой	1 раз за последние 6 месяцев	Покупаю нужный товар нужного бренда в проверенном магазине	
Новгородов Александр	30	Мужской	Да	Да, через браузер на телефоне	Другие	Другой	1 раз в 2-4 месяца	Покупаю нужный товар нужного бренда в проверенном магазине	
Гончарова Надежда	31	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Wildberries, Beru.ru, Ozon, La moda	Другой	1 раз в месяц и чаще	Бренд и магазин не так важны, могу купить аналог если есть акция	
Дудников Иван	28	Мужской	Да	Да, через приложение интернет-магазина на телефоне	Ozon	Ozon	1 раз в месяц и чаще	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Полунина Виктория	30	Женский	Да	Да, через приложение интернет-магазина на телефоне	Wildberries, Beru.ru, Goods, Ozon	Ozon	1 раз в месяц и чаще	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Пичугин Дмитрий	27	Мужской	Да	Да, через браузер на телефоне	Ozon, Другие	Ozon	1 раз в 2-4 месяца	Покупаю нужный товар нужного бренда в проверенном магазине	
Олеся	29	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	La moda, Другие	Другой	1 раз за последние 6 месяцев	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Gadget Hackwrench	30	Женский	Да	Да, через приложение интернет-магазина на телефоне	Beru.ru, Ozon, La moda, Другие	Ozon	1 раз в 2-4 месяца	Выбираю из нескольких магазинов тот, в котором нужный товар дешевле	
Архангельская Анна	29	Женский	Да	Да, и через приложение и через браузер	Wildberries, Beru.ru, Ozon, Другие	Wildberries	1 раз за последние 6 месяцев	Покупаю нужный товар нужного бренда в проверенном магазине	
Маргарита	30	Женский	Да	Нет	La moda, Другие	Другой	1 раз за последние 6 месяцев	Покупаю нужный товар нужного бренда в проверенном магазине	

Based on the screening results, 7 in-depth interviews were planned with primary usability testing and 3 respondents for secondary usability testing to test the hypothesis.



To begin with, we decided  
to find out what way  
people go from the  
moment a need arises to a  
purchase ...



# The path is quite simple and clear




but there are ordinary, "rational" buyers, and there are "discount hunters"






# The emergence of a need




*"So, I'm running out of buckwheat, toilet paper and broccoli ... I need to replenish my stocks urgently!"*




*"OH, God! Garden Tools Sale! I need everything! So what if I have not country house! By the time I retire, I will definitely have it ..."*

# Clarification of needs and selection of goods



*"Buckwheat, toilet paper and broccoli are best ordered in the supermarket, there should definitely be everything in stock"*

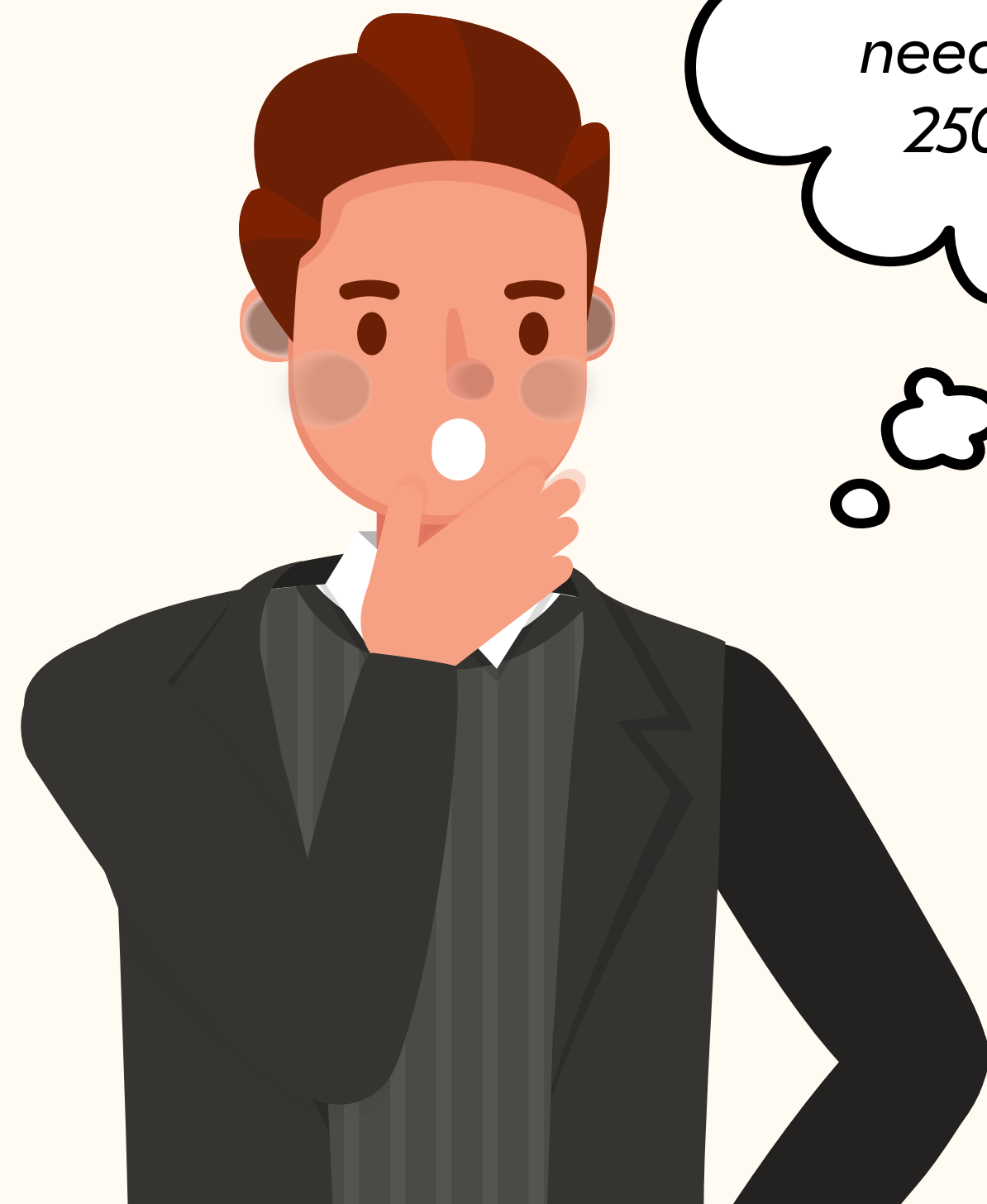


*"What if other stores also have hoes on sale, but they just haven't sent the letter yet? I need to check it on Yandex.Market ... Oh, I'm still out of toilet paper, for sure! "*

NB! When looking for and choosing a new product, most buyers first read reviews of the product, both in online stores and on specialized sites. After that, they are determined with the model.



# Shop selection



*"Yeah. Here they will bring it only after 3 days, but the order is from 1000 rubles, and here tomorrow, but we need to collect a basket for 2500. I can wait 3 days. I think yes"*



*"Ok Google: buy a hoe and toilet paper at a discount"*

# The opinion of "rational" buyers about discounts and promotions

- Discounts are just there. Always. Not in one store, but in another.
- There are too many letters and messages from shops. And they pissed off. Therefore, only the most important ones remained.
- No one remembers or tracks promotions and discounts. They remember only the most famous, such as Black Friday, and the most massive, such as seasonal sales.





# Initial usability testing

## The task

You need to find a gift for your aunt on March 8 using the OZON mobile application, as well as using the applications of your other popular online stores. At the same time, you do not know exactly what to buy, but you want to somehow save money by making a good gift at a bargain price.

And also find stories in the OZON application.



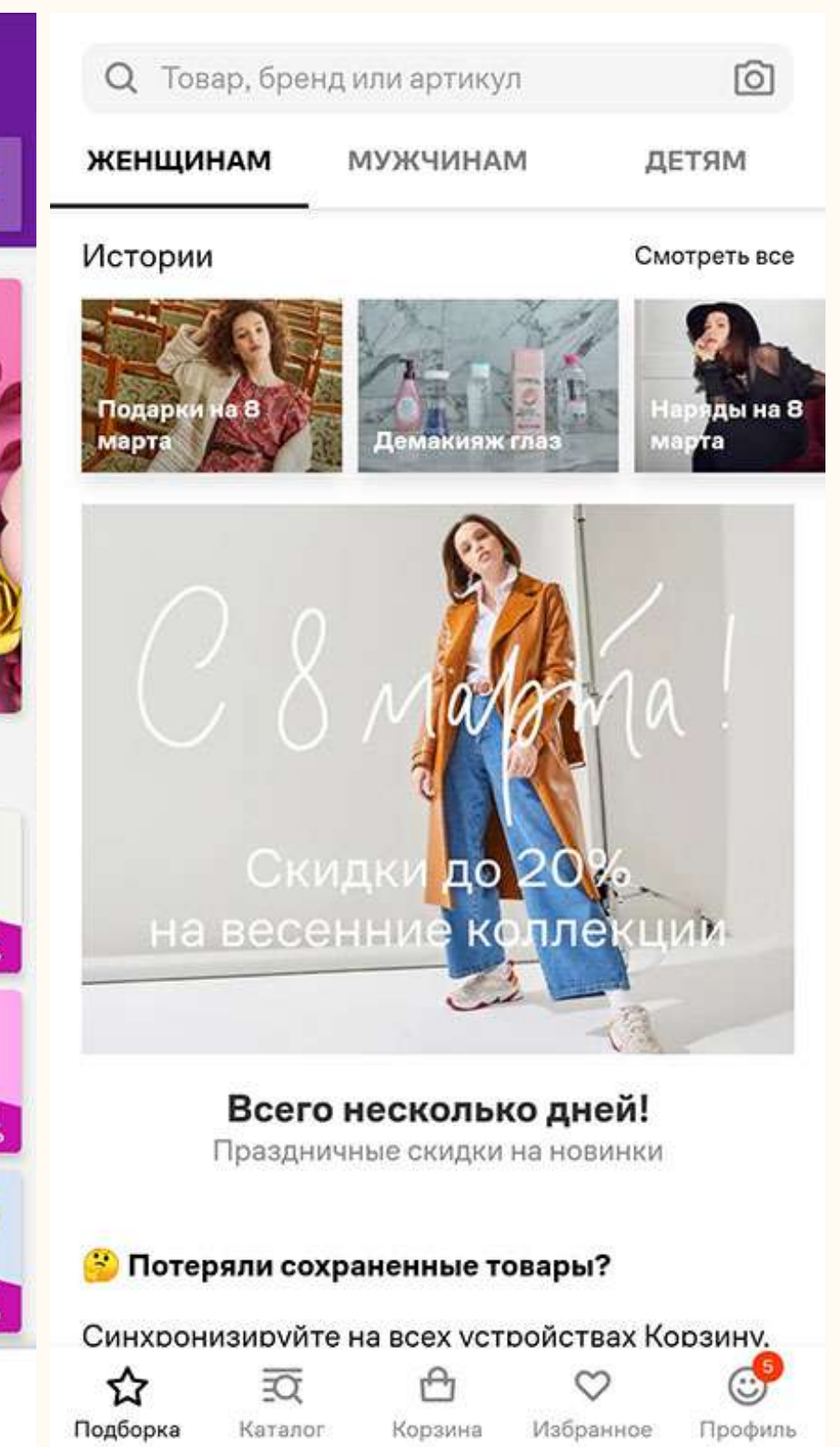
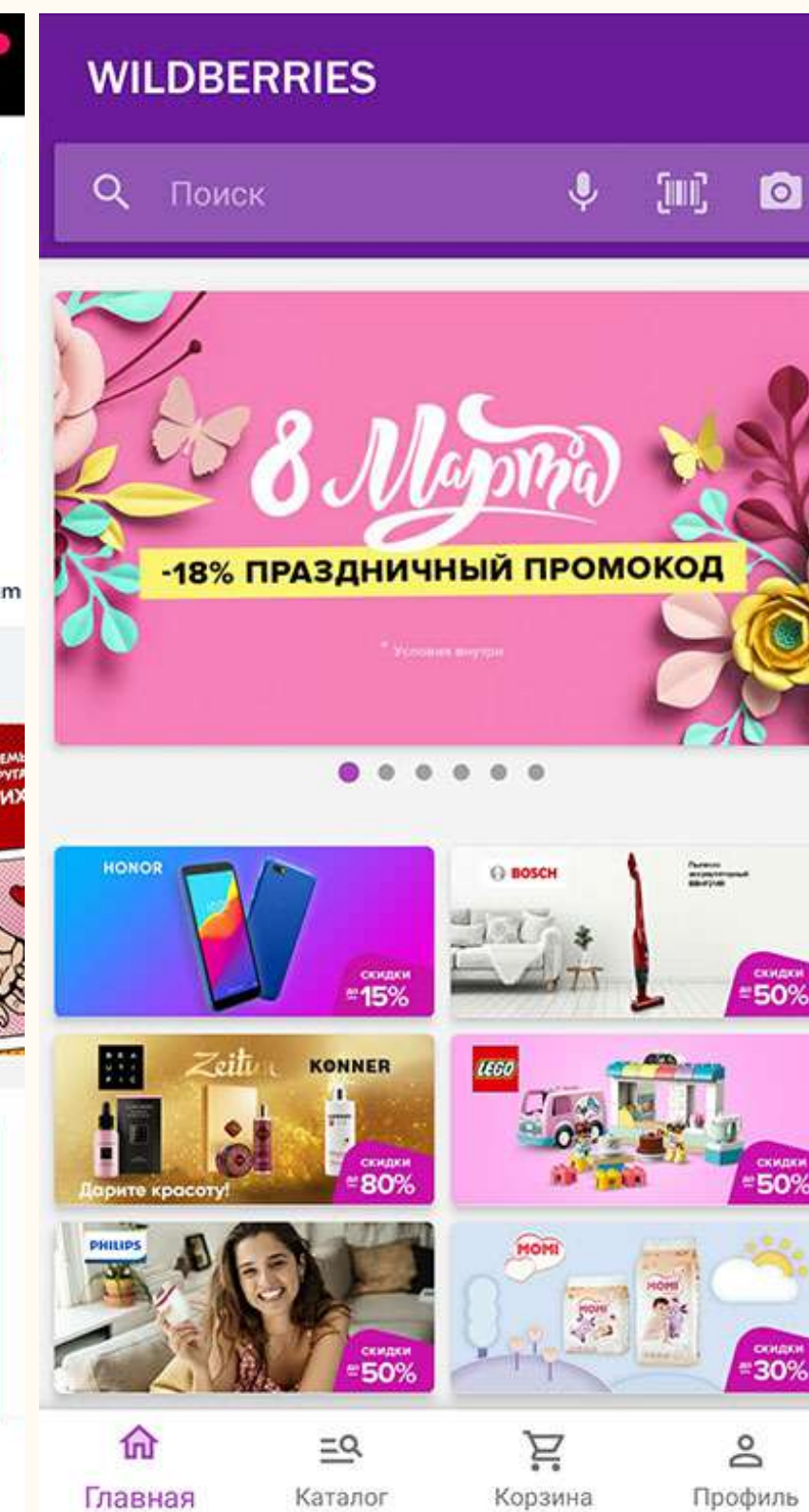
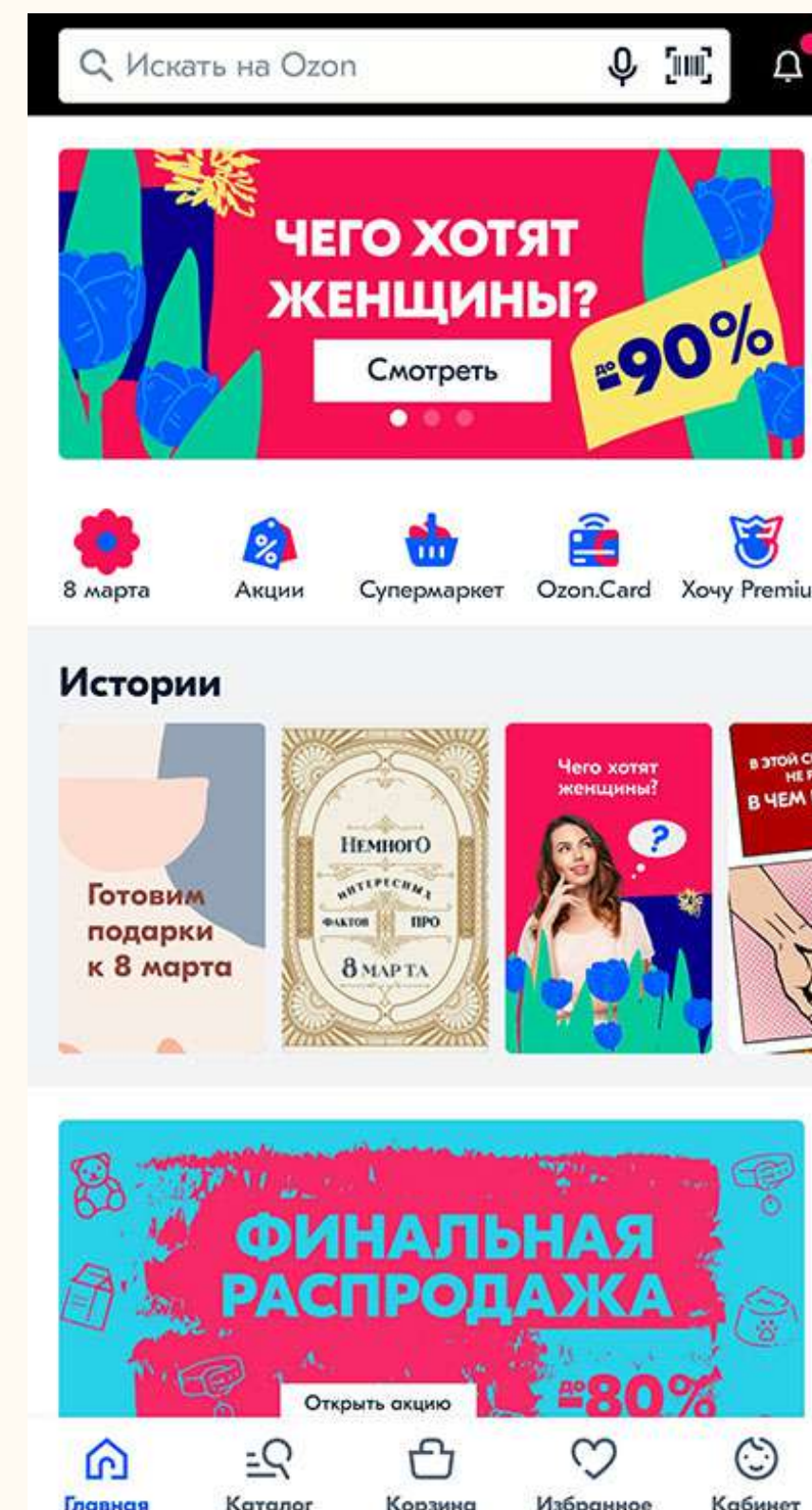


# Initial usability testing

## results

The respondents could not find a banner or a story, but on sites such as La Moda, Wildberries, Goods, respondents clicked on the banner.

When asked to find a story in the OZON mobile application, users again could not understand where they were.





# Creating a new prototype

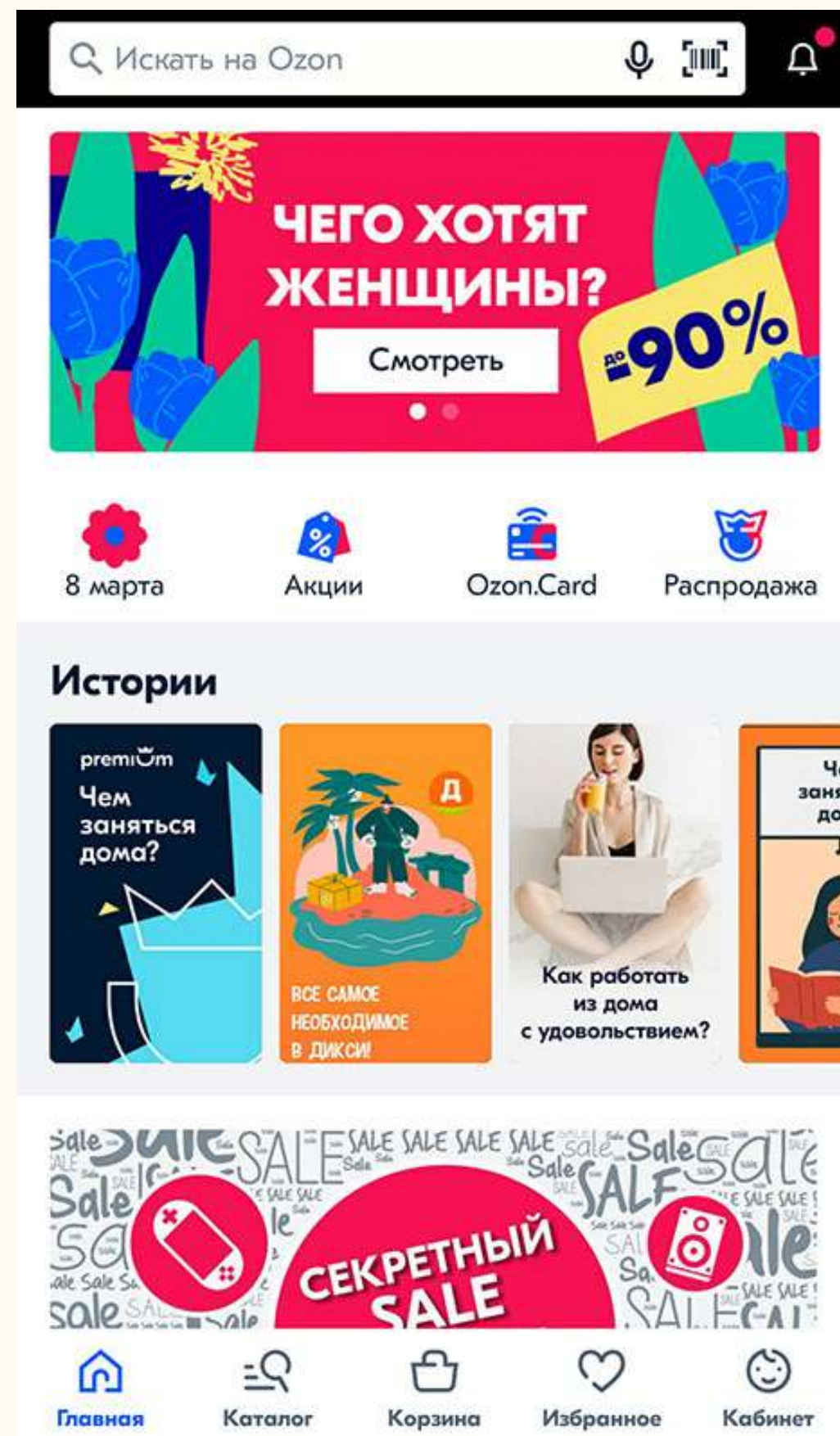
Based on the results of in-depth interviews and usability testing, a working prototype was developed.

The banner was lowered to the center of the screen and enlarged due to the changed "History" field. And the stories themselves were removed to the top, as the users were accustomed to, the title "Stories" was removed and the stories themselves were reduced in height.

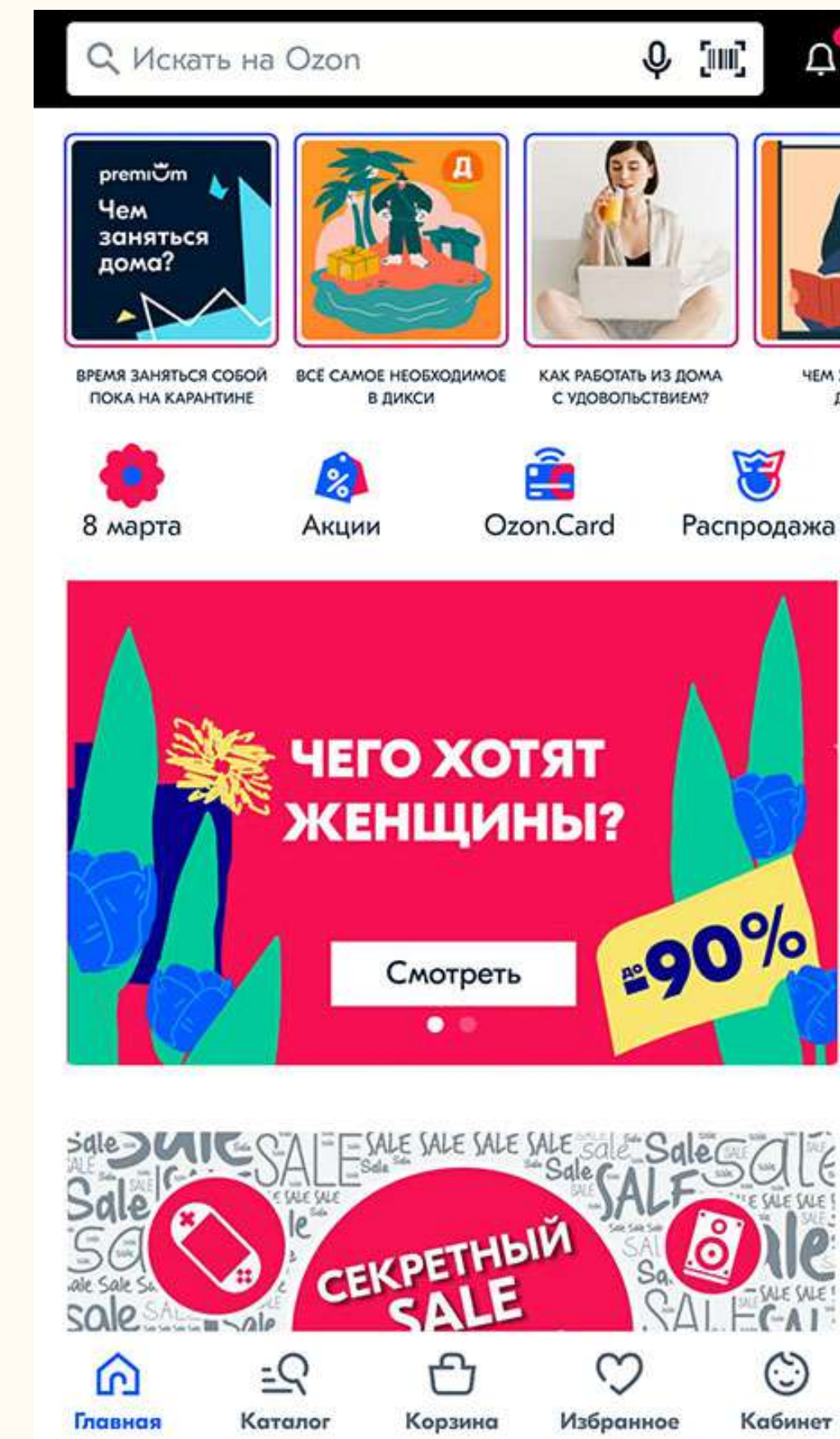


# The resulting result

It was



Has become





# First responder

*I saw the banner, but didn't click, as the banner message was too inappropriate in my opinion.*



# Second respondent

*I immediately saw the banner and since there was no clear plan of what gift I wanted to buy, I decided to see what the ozone selection could show for inspiration.*

*I found the stories, because on Instagram it is the same, but initially I regarded it as an advertisement, and in ordinary life I would not use it.*





# Third respondent

*It seems to me that for stories it would be possible to add the first square of the user and his purchases.*

*I saw the banner, but did not click as the colors of the banner were repellent.*



# Conclusions and recommendations



- There are always promotions and promotions. Why rush?
- There are too many ads, and buyers are trying to minimize their amount.
- “-70% for everything” - no one believes in this anymore.
- Buyers want personalized offers.
- The blind spot is not a good spot for a central banner.
- There is no need to break the existing patterns of behavior.