

УДК 004

*Панібратець О.Д., здобувач,
Фуріхата Д.В., аспірант*

Державний університет «Житомирська політехніка»

МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНВЕРСІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ ЧЕРЕЗ ІНТЕРАКТИВНУ ВІЗУАЛІЗАЦІЮ ПЕРСОНАЛІЗОВАНИХ ТОВАРІВ

Електронна комерція активно розвивається, а персоналізація товарів стає одним із ключових чинників підвищення продажів. Для індивідуалізованої продукції характерна суттєва кількість відмов, що пов'язано з невизначеністю покупця щодо кінцевого вигляду виробу. Середній рівень конверсії в e-commerce становить 2-4 % [1], але для персоналізації цей показник зазвичай нижчий. Дослідження UX підтверджують, що інтерактивна взаємодія з товаром зменшує бар'єри прийняття рішення та підсилює довіру до бренду [4].

У межах роботи створено інструмент інтерактивної візуалізації, що дає змогу користувачеві завантажувати власні зображення, редагувати їх (масштаб, позиція, ротація) та переглядати результат у режимі реального часу. Алгоритми автоматичного позиціонування оптимізують розміщення зображення відповідно до пропорцій виробу. Система підтримує перегляд з різних кутів, що підвищує реалістичність моделі та наближає процес до огляду фізичного товару [2]. Завдяки адаптивному дизайну інструмент коректно працює на мобільних пристроях, які формують понад 60 % трафіку [1].

Для оцінки ефективності проведено А/В-тестування. Контрольна версія інтерфейсу показала конверсію 2,5 %, тоді як варіант із інтерактивною візуалізацією - 3,5-3,6 %, що становить зростання на близько 40 % [3]. Також зафіксовано зменшення показника відмов на 27 % та збільшення часу взаємодії з товаром на 32 %. Підвищення конверсії узгоджується з попередніми дослідженнями щодо впливу візуальних інструментів і рекомендованих систем на поведінку споживачів [4].

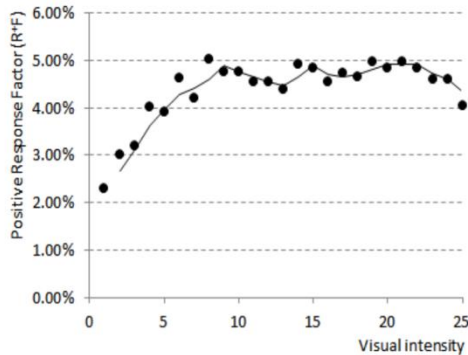


Рисунок 1 – Динаміка зміни коефіцієнта позитивної реакції (R+F) зі зростанням рівня впливу [4]

Отримані результати свідчать, що інтерактивна візуалізація персоналізованої продукції є ефективним засобом збільшення продажів та покращення користувацького досвіду. Подальший розвиток системи може включати AR-функціонал, автоматичний аналіз якості зображень і розширення підтримки 3D-моделей.

Список використаних джерел:

1. Speed Commerce. 2025 eCommerce Benchmarks: Average Conversion Rates by Industry & By Year. URL: <https://www.speedcommerce.com/insights/ecommerce-benchmarks-conversion-rates-by-industry-over-by-year/> (дата звернення: 17.11.2025).
2. Shankar D., Narumanchi S., Ananya H. A. та ін. Deep Learning Based Large Scale Visual Recommendation and Search for E-Commerce. arXiv preprint, 2017. URL: <https://arxiv.org/abs/1703.02344> (дата звернення: 19.11.2025).
- 3.Red Stag Fulfillment. Average Ecommerce Conversion Rate: Industry Data for 2025. URL: <https://redstagfulfillment.com/average-conversion-rate-for-ecommerce> (дата звернення: 18.11.2025).
4. Jankowski J., Hamari J., Wątróbski J. A Gradual Approach for Maximising User Conversion without Compromising Experience with High Visual Intensity Website Elements. arXiv preprint, 2019. URL: <https://arxiv.org/abs/1903.11997> (дата звернення: 19.11.2025).