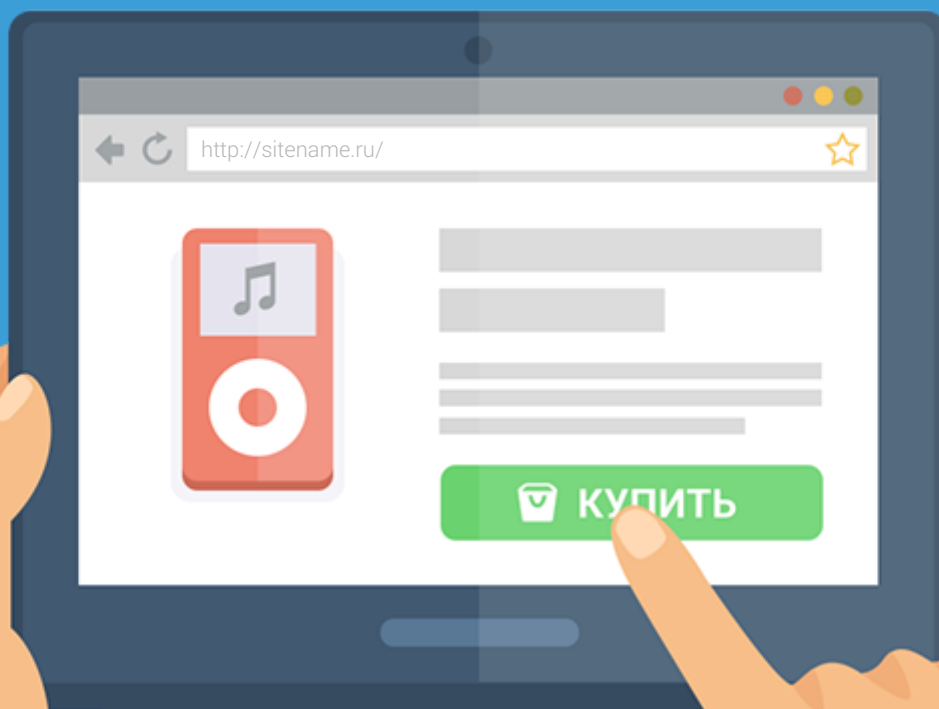


Аудит сайта

sitename.ru





Оценка юзабилити

Юзабилити сайта (от англ. usability) - качественная мера, определяющая удобство пользования интерфейсом сайта.

Юзабилити определяется комбинацией факторов, оказывающих влияние на опыт пользователей:

- **Простота.** Насколько быстро пользователи смогут освоиться с выполнением простых задач и действий, если видят интерфейс сайта впервые.
- **Эффективность.** Определяется скоростью и удобством посетителей при использовании сайта и выполнении задач.
- **Запоминаемость.** Определяется тем, насколько пользователи запомнили интерфейс и навигацию сайта.
- **Серьезность и количество ошибок.** Насколько часто пользователи совершают ошибки при работе с сайтом, а также уровень их серьезности.
- **Субъективное восприятие.** Насколько пользователям «нравится» пребывание и работа на сайте.

Соответствие структуры навигационной панели «Хлебные крошки» структуре сайта

Оценка юзабилити/Вопрос 1



Ошибка

На сайте sitename.ru структура навигационной панели «Хлебные крошки» не соответствует структуре сайта. Рекомендуется исправить данное несоответствие.

Примеры страниц с данной ошибкой:

<http://sitename.ru/sverlilnye-stanki/>

<http://sitename.ru/kamnerezy-i-plitkorezy/>

<http://sitename.ru/sadovaja-texnika/motokosy/stiga-s8jd/>

<http://sitename.ru/stroitel'naya-tekhnika/benzorezy-makita/>

Тип источника питания	Сетевой
Производитель	Stern
Тип	Машина углошлифовальная (УШМ, болгарка)
Мощность	900 Вт

Комментарий аудитора:

Анализ показал, что на страницах товаров все ссылки, входящие в навигационную панель «Хлебные крошки», при клике по ним перенаправляют пользователя на главную страницу. Рекомендуется исправить сложившуюся ситуацию.



Почему важно

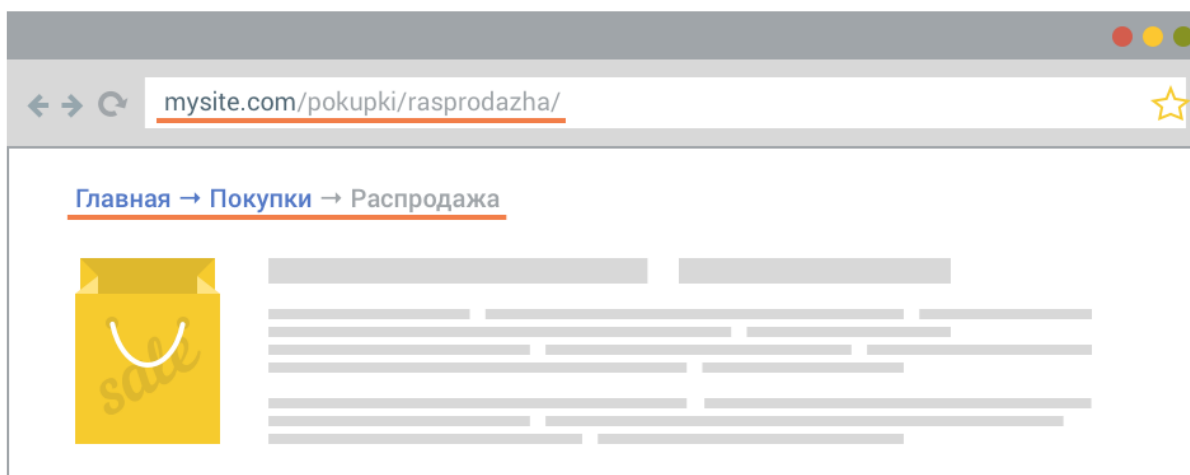
«Хлебные крошки» - это один из основных навигационных элементов страницы, который позволяет пользователю понять, где он находится на сайте в данный момент. В свою очередь это позволяет легко и быстро перемещаться по сайту, находить интересующую информацию, совершать целевые действия. Как следствие, рост конверсии, улучшение поведенческих факторов и лояльности пользователей.

В случае отсутствия навигационной панели или же ее не соответствия структуре сайта, наблюдается рост показателя отказов, уменьшение глубины просмотров и времени пребывания на сайте.



Бенчмарк

Пример корректной реализации:



Рекомендации

В списке ниже представлен перечень рекомендаций, которых следует придерживаться при использовании на сайте навигационной панели "Хлебные крошки":

- Панель навигации по принципу «Хлебные крошки» рекомендуется размещать на всех сайтах, где ее использование обосновано. Исключением являются сайты визитки и «одностраничники»;
- Каждый шаг в навигационной панели должен быть выполнен в виде гиперссылки на предыдущую страницу, которая привела к текущей;
-

- Ссылка на текущую страницу (последняя в цепочке) должна быть неактивной. В противном случае на странице появится кольцевая ссылка;
- Структура навигационной панели «Хлебные крошки» должна соответствовать структуре сайта.

Расположение на странице кнопки добавления товара в список покупок

Оценка юзабилити/Вопрос 2



Ошибка

На сайте sitename.ru кнопка для добавления товара в список покупок плохо заметна пользователю. Рекомендуется доработать внешний вид кнопки, максимально выделив ее на фоне других элементов карточки товара/услуги.

Примеры страниц с данной ошибкой:

<http://sitename.ru/stroitel'naya-tekhnika/benzorezy-makita/>
<http://sitename.ru/stroitel'naya-tekhnika/betonomeshalki-bsm/bsm250/>
<http://sitename.ru/stroitel'naya-tekhnika/sverlilnye-stanki/dewalt/>



Комментарий аудитора:

На данный момент кнопка «Купить» не работает на большинстве мобильных устройств. Рекомендуется доработать используемый для ее работы JavaScript или применить другие инструменты, например, заключить кнопку «Купить» в форму.



Почему важно

Расположение, цвет, размер и семейство используемого шрифта кнопки добавления товара в список покупок напрямую влияет на конверсию сайта. Как следствие, веб-мастера, которые после разработки ресурса ни разу не занимались оптимизацией страницы товара и кнопки «Купить» ежегодно теряют до 70% потенциальных клиентов.

Согласно исследованиям за счет только правильного расположения и корректно подобранного цвета кнопки возможно увеличить конверсию в 2 раза.



Бенчмарк

Пример корректной реализации:

Компьютер Apple iMac 21.5
20 000 руб.
Купить

В след за обновлением линейки MacBook Air компания Apple обновила всю линейку iMac. По словам производителя новые настольные компьютеры стали в полтора раза быстрее. Все это благодаря новым процессорам Intel Core 4-го поколения под названием Haswell. Также обновились и графические карты, теперь iMac комплектуется видеокартами NVIDIA GeForce 700 серии, кроме самой младшей модели iMac. Она оснащена видеокартой Intel Iris Pro.



Рекомендации

- При разработке структуры карточки товара особое внимание следует уделить расположению, цвету, размеру, шрифту текста расположенного на кнопке добавления товара в список покупок;
- Для выбора оптимальной структуры и варианта оформления карточки товара рекомендуется использовать A/B тестирование. Данный метод позволяет выбрать из неограниченного числа разработанных вариантов наиболее оптимальный.

Анализ корректности формирования блока «Похожие товары»

Оценка юзабилити/Вопрос 3



Ошибка

На сайте sitename.ru товары, представленные в блоке «Похожие товары», оформлены некорректно. В блоке "Похожие товары" присутствуют текстовые ссылки на страницы альтернативных товаров, однако отсутствуют ссылки-картинки с их изображением.

Примеры страниц с данной ошибкой:

<http://sitename.ru/sadovaja-texnika/motokosy/stiga-s8jd/>

<http://sitename.ru/gajkoverty/makita-69h/>

<http://sitename.ru/stroitel'naya-tekhnika/betonomeshalki-bsm/bsm250/>

<http://sitename.ru/stroitel'naya-tekhnika/sverlilnye-stanki/dewalt/>



Комментарий аудитора:

Рекомендуется доработать алгоритм формирования перечня похожих товаров. Сейчас в данный блок выводятся товары, находящиеся в том же разделе, что и основной товар. Данный метод в большинстве случаев не позволяет предложить пользователю максимально релевантный основному товару товар. А это негативно сказывается на конверсии.



Почему важно

Согласно исследованиям использование инструмента «Похожие товары» позволяет увеличить объем продаж на сайте до 5 раз. Данный эффект достигается за счет продажи не только основного, но и сопутствующих ему товаров. Также за счет того, что большинство пользователей хотят перед покупкой ознакомиться со всеми представленными на сайте товарами интересующей их группы, выбрав оптимальное соотношение цена/качество, использование данного инструмента позволяет положительно повлиять и на поведенческие факторы: увеличить глубину просмотра, время пребывания на сайте и т.д.



Бенчмарк

Пример корректной реализации:

The screenshot shows a browser window with a product page for an HP Pavilion 15 Black laptop. The main product is priced at 50 999 руб. with a 'Купить' (Buy) button. Below the main product, there is a 'Похожие товары:' (Similar products) section with four items:

Product Name	Price (руб.)
HP Pavilion 17 EX	50 199
ASUS R-200	50 500
Samsung 1000 Y	50 650
Acer 500 WT	60 100



Рекомендация

При использовании данного инструмента на сайте следует придерживаться представленных ниже рекомендаций:

- Сопутствующие/похожие товары должны соответствовать основному товару. От того, насколько корректно они будут подобраны, зависит эффективность данного блока;
- В блоке “Похожие товары”, у каждого сопутствующего/похожего товара должна присутствовать текстовая ссылка на страницу данного товара, а также ссылка-картинка;
- Тщательно подбирайте используемые графические материалы. Изображения товаров должны быть высокого качества и привлекать внимание пользователей.

Действие пользователя после добавления товара в корзину

Оценка юзабилити/Вопрос 4



Ошибка

После нажатия на кнопку «Добавить товар в корзину» или ее аналоги выбранный пользователем товар попадает в корзину/список товаров для покупки. После чего пользователю необходимо предоставить выбор: продолжить поиск необходимых ему товаров или перейти к оформлению заказа. К сожалению, на сайте sitename.ru данный этап отсутствует. Рекомендуется добавить данный этап в схему формирования заказа на сайте.



Почему важно

Формирование заказа пользователем является одним из наиболее важных и ответственных процессов на сайте. От того, насколько хорошо проработана его логика, технически реализованы этапы оформления заказа, зависит значение конверсии и, как следствие, объем получаемого дохода.

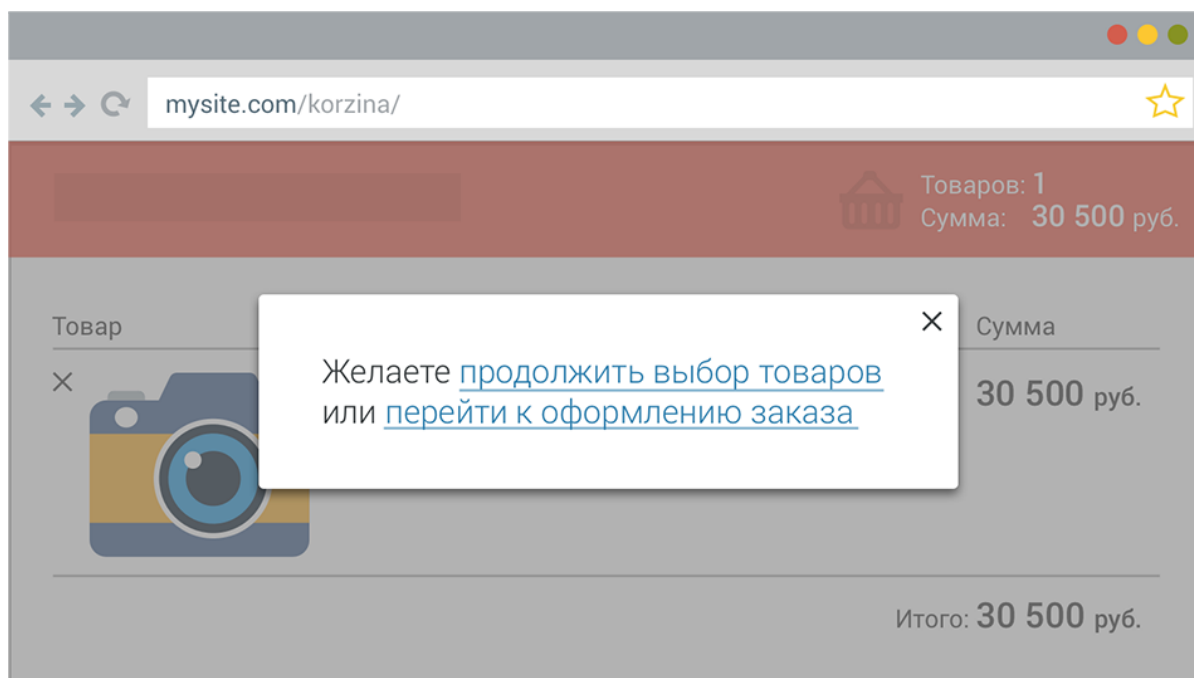
В списке ниже представлен перечень основных показателей сайта, на которых непосредственно сказывается качество реализации процесса формирования заказа:

- Уровень конверсии и дохода сайта;
- Поведенческие факторы: показатель отказов, время пребывания на сайте;
- Лояльность пользователей;



Бенчмарк

Пример корректной реализации:



Рекомендации

Ниже представлена привычная для большинства пользователей схема формирования заказа на сайте. В ситуации, если специфика сайта не подразумевает каких-либо дополнительных этапов/процессов, рекомендуется использовать данную схему в качестве базовой.

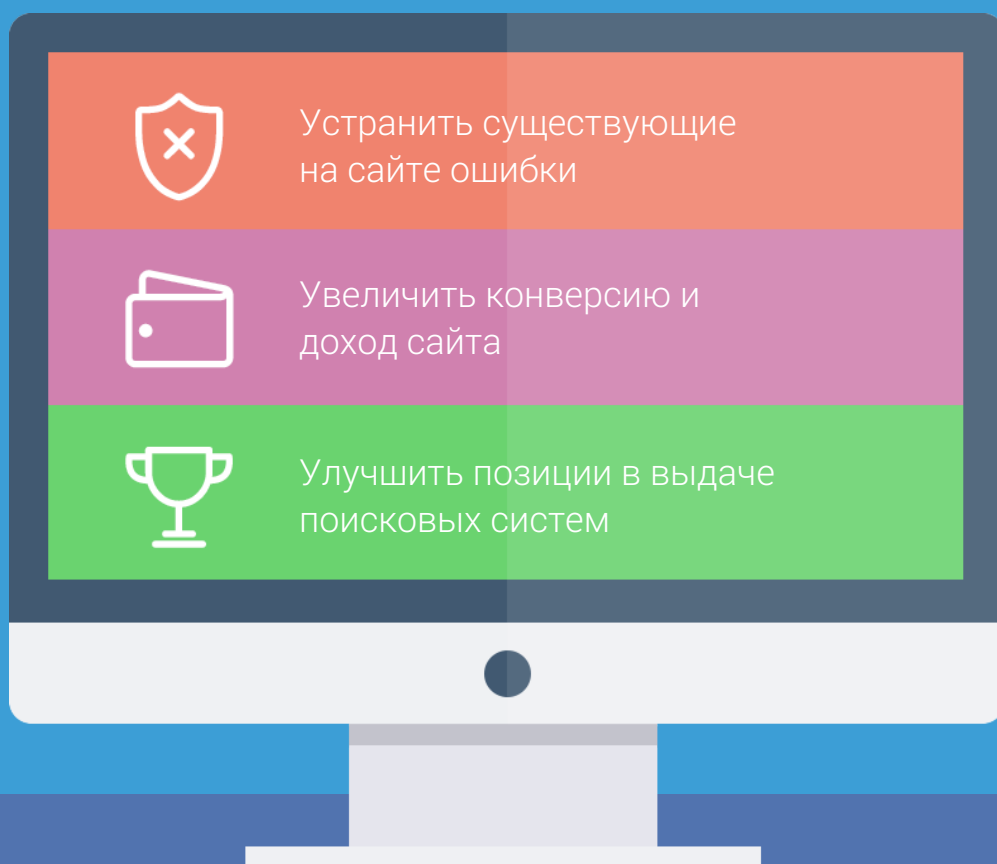
- **Этап 1.** После нажатия на кнопку «Добавить в корзину», товар попадает в список товаров, выбранных для покупки. Об этом пользователю становится понятно благодаря всплывающему окну с соответствующим уведомлением и/или перенаправлению его в «Корзину»;
- **Этап 2.** После добавления товара в корзину пользователю необходимо предоставить выбор: продолжить выбор товаров или перейти к оформлению заказа.

Учитывая специфику сайта и опираясь на результаты анализа данных, собранных с помощью используемой на сайте системы сбора статистики, можно менять последовательность этапов формирования заказа. Например, если магазин продает дорогие товары, или согласно собранным данным большинство клиентов заказывают только один товар, то имеет смысл на первом месте расположить кнопку или ссылку для оформления заказа.

Благодарим за то, что воспользовались услугами нашей компании



Мы уверены, что следуя нашим
рекомендациям вы сможете:



Остались вопросы? Наша служба поддержки, с
удовольствием ответит на них:

 +7 (495) 788-77-72

+7 (495) 787-77-96

 sale@klondike-studio.ru