



**Комплексный
юзабилити-аудит сайта
e[REDACTED].ru**



ОПТИМИЗМ.РУ
НАСТРОЙ НА РЕЗУЛЬТАТ

Оглавление

Оглавление.....	2
Введение.....	3
Что такое юзабилити аудит?	3
Что даёт юзабилити аудит?	3
Что делать с результатами аудита?.....	3
Общая информация.....	3
Как происходит юзабилити-тестирование.....	4
Информация из брифа на исследование сайта	4
Список ассессоров.....	5
Вопросы и ответы.....	9
Обработка данных.....	21
Отчет по сайту UX-специалиста	26
Статистическое исследование посетителей сайта	43
Разрешение экрана.	43
Используемые браузеры.....	45
Мобильные устройства.....	47
Демография посетителей.....	49
Выводы.....	51

Введение

Что такое юзабилити аудит?

Юзабилити (англ. Usability) – это легкость и доступность применения. Если мы говорим о веб-сайтах, то это простота взаимодействия с веб-сайтом, насколько легко на нем все запоминается, и насколько сайт подвержен различным ошибкам и сбоям, а также насколько пользователям приятно и удобно работать с ним.

Исследование включает ответы асессоров на ряд заранее подобранных вопросов, а так же их компиляция и заключение UX-специалиста. Ответы на вопросы позволят получить список проблем сайта, а последующая обработка данных позволит определить оптимальные решения по улучшению интерфейса сайта.

Что даёт юзабилити аудит?

Юзабилити аудит позволяет выявить основные ошибки на сайте, с которыми сталкиваются посетители. По итогам юзабилити аудита вы получаете документ, содержащий описание основных проблем сайта и рекомендации по их исправлению.

Что Вы получаете после внесения изменений на сайт:

- увеличение числа клиентов
- увеличение лояльности посетителей

Внесение изменений с учётом данных рекомендаций, положительно повлияет на взаимодействие пользователей с сайтом и облегчит выполнение поставленных перед сайтом задач.

Что делать с результатами аудита?

Была предложена гипотеза или указана проблема - для вас это не должно иметь большого значения, так как любые правки на сайт нужно вносить подготовившись. А это значит, что вам надо точно понимать:

- для чего вы это делаете;
- что хотите получить;
- и как будете замерять результат.

Поэтому прежде чем, что-либо менять на сайте, подумайте - «что это вам даст?». Определите показатели эффективности, как будут проводиться замеры, и с чем вы будете сравнивать полученные результаты.

Общая информация

Отчет о юзабилити аудите построен по принципу «проблема - решение». Мы постарались наиболее полно отразить все возможные проблемы и описали наиболее благоприятный вариант решения данных проблем.

Вам стоит серьёзно отнестись ко всем замечаниям с целью увеличения числа откликов от Вашего сайта.

Как происходит юзабилити-тестирование

1. С помощью брифа определяем главные цели и задачи, которые должен решать сайт, портрет целевой аудитории.
2. Определяем сценарии поведения пользователей направленных на решение задач сайта, и придумываем соответствующие вопросы для ассессоров.
3. Проводим анкетирование на выбранной целевой аудитории. Достаточное количество ассессоров – 7 человек. Анкетирование можно провести на любом количестве пользователей, однако значительное увеличение числа пользователей может быть неэффективно и неоправданно.
4. Структурируем данные полученные от ассессоров, разбиваем их на «группы», объединяем не противоречащие друг другу гипотезы и замечания. В отчете мы описываем все возникшие у респондентов проблемы. Исходя из частоты их возникновения у разных респондентов, определяем степень их критичности и даем рекомендации по необходимости их устранения.

Информация из брифа на исследование сайта

1. **Опишите сферу деятельности компании.**
Живые подарки оптом и в розницу.
2. **Опишите характеристики основных товаров, услуг. Что является вашим уникальным торговым предложением?**
Уникальные подарки.
3. **Какова география реализации товаров, услуг?**
РФ.
4. **Опишите свою целевую аудиторию.**
b2b и b2c.
5. **Опишите ваши конкурентные преимущества.**
—
6. **Основные конкуренты.**
—

Список ассессоров

Ассессор №1



Днепропетровск

Возраст: 31

В браке: Да

Дети: Да

Пользователь интернет:

Уверенный

Автолюбитель:

Да

Уровень дохода:

Средний

Ольга Георгиевна [Ж]

Профессии:

Домохозяйка, Ведущий,
Копирайтер, Фрилансер, SEO-специалист, интернет-маркетолог

Черты характера:

адекватный, вежливый,
впечатлительный, деликатный,
доброжелательный

Тематики в которых разбирается:

Бытовая техника, Дом и офис,
Красота и здоровье, Продукты
питания, Семья и дети

О себе:

Хобби:

Видеоигры, Животные, Кино,
Кулинария, Туризм

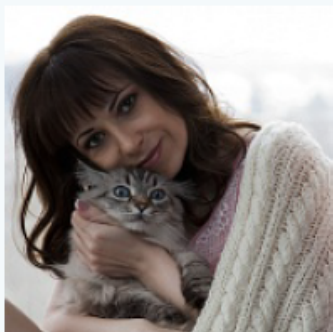
Знание иностранных языков:

Английский: Средний
Украинский: В совершенстве

Тематики в которых НЕ разбирается:

Финансовые услуги, Юридические
услуги

Ассессор №2



Ростов-на-Дону

Возраст: 44

В браке: Нет

Дети: Да

Пользователь интернет:

Уверенный

Автолюбитель:

Да

Уровень дохода:

Средний

Наталья Александровна [Ж]

Профессии:

Дизайнер, Администратор,
Консультант, Менеджер, Секретарь,
Специалист

Черты характера:

аккуратный, дипломатичный,
коммуникабельный, увлекающийся,
честный

Тематики в которых разбирается:

Досуг и отдых, Красота и здоровье,
Личные вещи, одежда, Мебель и
интерьер, Услуги в Интернете

О себе:

Могу точно охарактеризовать несколько своих, так называемых,
положительных рабочих качеств))) : усидчивость, исполнительность,
внимательность, активность...и т.д. из личного))) : люблю спорт, водить
автомобиль, как ни странно вязать)

Хобби:

Дизайн, Рисование, Рукоделие,
Спорт, Цветы и растения

Знание иностранных языков:

Английский: Базовый
Немецкий: Базовый
Украинский: Базовый

Тематики в которых НЕ разбирается:

Политика, Программы, Финансовые
услуги, Юридические услуги

Ассессор №3



Краснодар
Возраст: 29
В браке: Да
Дети: Да
Пользователь интернет:
Уверенный
Автолюбитель:
Да
Уровень дохода:
Средний

Марина Александровна [Ж]

Профессии:

Архитектор, Дизайнер,
Домохозяйка, Консультант,
Косметолог, садовод

Хобби:

Животные, Кино, Кулинария,
Ландшафтный дизайн, Шитье

Черты характера:

дисциплинированный,
жизнерадостный, наблюдательный,
объективный, требовательный

Знание иностранных языков:

Немецкий: Начальный

Тематики в которых разбирается:

Дом и офис, Красота и здоровье,
Личные вещи, одежда, Продукты
питания, Семья и дети

Тематики в которых НЕ разбирается:

Поиск персонала, Политика,
Промышленность, Религия,
окультизм, Юридические услуги

О себе:

По профессии - архитектор. Есть опыт работы в этой сфере, а также в области ландшафтного дизайна. Сейчас в декретном отпуске. Люблю готовить, увлекаюсь кройкой и шитьём.

Ассессор №4



Санкт-Петербург
Возраст: 27
В браке: Нет
Дети: Нет
Пользователь интернет:
Профи
Автолюбитель:
Нет
Уровень дохода:
Средний

Кристина Эдуардовна [Ж]

Профессии:

Менеджер, Косметолог,
Медработник, Психолог,
Соцработник, Фрилансер

Хобби:

Животные, Кино, Путешествия,
Рукоделие, Цветы и растения

Черты характера:

весёлый, коммуникабельный,
правдивый, рассудительный,
творческий

Знание иностранных языков:

Английский: Средний

Тематики в которых разбирается:

Красота и здоровье, Медицина,
Образование, Поиск персонала

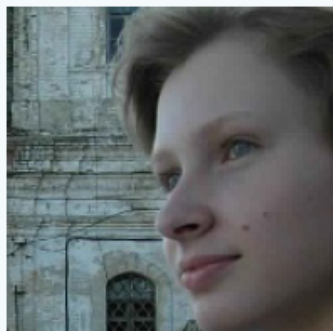
Тематики в которых НЕ разбирается:

Безопасность

О себе:

Закончила двухступенчатое высшее образование, степень бакалавра психолого-социальной работы и степень магистра по направлению психология. На данный момент работаю в крупной компании в сфере HR (подбор и обучение персонала). Продолжаю увлекаться психологией. Имею прекрасные аналитические способности.

Ассессор №5



Санкт-Петербург

Возраст: 27**В браке:** Да**Дети:** Да**Пользователь интернет:**

Профи

Автолюбитель:

Нет

Уровень дохода:

Средний

Ирина Геннадьевна [Ж]

Профессии:

Инженер, IT-специалист,
Домохозяйка, Проектировщик,
Специалист

Черты характера:

активный, гостеприимный,
ответственный, пунктуальный,
увлекающийся

Тематики в которых разбирается:

Компьютеры, Личные вещи, одежда,
Ремонт жилья, Семья и дети, Услуги
в Интернете

О себе:

Образование: 1. Среднее техническое СПбКТ "Программное обеспечение вычислительной техники и автоматизированных систем", очное, техник. 2. Высшее НМСУ "Горный" (бывший СПГГИ ТУ) "Инженерная защита окружающей среды", очное, специалист.

Хобби:

Настольные игры, Плавание,
Путешествия, Ремонт, Театр

Знание иностранных языков:

Английский: Средний
Немецкий: Начальный
Украинский: Начальный

Тематики в которых НЕ

разбирается:
Авто, Знакомства

Вопросы и ответы

1. **Посмотрите основные страницы сайта. К какой тематике относится данный сайт? Как быстро вы это определили? Какая информация является, по-вашему, самой важной для сайтов данной тематики?**

Назовите 2-3 элемента, которые вы бы добавили на сайт и почему именно? Какие элементы на сайте могут быть лишними?

№1

Просмотрев страницы, сразу понятно тематику сайта, сайт подарков, необычных подарков. Определила я это быстро, посмотрев на главную страницу, и по заголовку "Живые подарки", сразу понятно, что сайт предлагает сувенирную продукцию. самая важная информация, по моему мнению, это информация о товаре, по отдельности к каждому товару. Описание его, как применять и к какому торжеству или по какому поводу подойдет этот презент.

Я бы добавила больше товаров, их маловато, очень маленький ассортимент. Далее добавить инструкцию к каждому товару, описание есть, но нет инструкции. Лишнего на сайте ничего не нашла.

№2

Тематика данного сайта оригинальные подарки и сувениры ("эко-подарки") Определить можно сразу при попадании на главную страницу сайта.

Для меня, важной информацией на сайтах данной тематики является в общем-то на сколько предлагаемая продукция оригинальна и каким образом покупая ее мы спасаем планету;)

При переходе на страничку "Блог" в разделе «О компании» - "Страница не найдена. Ошибка 404" В разделе "Доставка" хорошо бы обозначить стандартную сумму доставки

В разделе "Многоразовая тетрадь" для меня не хватило информации, на сколько устойчивы чернила к смазыванию, если "легко стереть", что и легко смазать, и потерять нужную информацию?

Еще следует уточнить плотность бумаги.

Интересно, можно ли в этой тетради писать или рисовать обычными канцелярскими принадлежностями или "растущим карандашом"?

В некоторых формах с описанием продукции есть лишние вкладки, например, "инструкция". Если все описано во вкладке "описание" стоит убрать ненужные вкладки.

В разделе "Живой брелок" не хватает информации с габаритами.

Считаю, что на сайте с данной тематикой нужна информация о производстве (не только то, что компания сама все производит из экологичных материалов и т.д.), например, может вы сами выращиваете растения из которых производите продукцию или каким-то образом занимаетесь самостоятельной высадкой, восполняя ущерб, причинённый природе при производстве продукции и т.д.

Думаю, общее описание (более подробное, повторяющееся) в разделах по каждому отдельному товару можно вынести в отдельный блок, который уже есть и характеризует товар, но раскрывает неполную информацию, а в "описании" к самому продукту уже только индивидуальную конкретную информацию.

Конечно не хватает информации в разделе "Блог" - живое общение

№3

Т.о. тематика определяется просто, но не так быстро и однозначно, как хотелось бы.

Это нестандартные товары. Поэтому для сайтов такой тематики на мой взгляд важным является фото товара (это есть) и краткое описание, помогающее посетителю наиболее быстро понять суть и назначение товара.

Элементы, которые добавила бы:

1. На главную добавила бы небольшой текстовый блок, где вкратце ввела бы посетителя в суть предлагаемых товаров: что это, для кого, преимущества.
2. По описаниям товаров например карандашей поняла, что их можно посадить в землю и вырастет растение. Но это не очевидно. Поэтому добавила бы блок с фотографиями, как именно в итоге это выглядит. Такой блок вроде бы есть на главной, но он не озаглавлен и фото небольшого размера. Также подумала бы над видеороликами.

Лишних элементов на сайте нет. Информации должно быть много. Единственное, что показалось лишним - верхняя строчка меню (рис. 1). Она какая-то незаметная и отнимает место на экране.

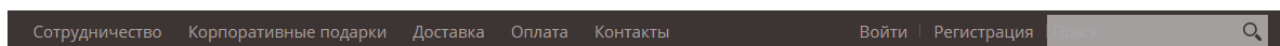


Рис. 1

№4

Тематика сайта: подарки, развлечения.

Определила тематику сайта в течение первых секунд на сайте.

Информация, которая важна для сайтов данной тематике: соответствующая инфографика: цветные подарочные упаковки, яркий, праздничный дизайн. Сайт должен вызывать позитив и ощущение праздника

2-3 элемента, которые бы я добавила

1. Информацию об адресе, только по номеру телефону можно догадаться, что это город Москва, данную информацию я бы добавила в левом углу вверху, рядом с номером телефона. 2. Возможность он-лайн обратной связи.

3. Увеличить количества товара.

не понравилось:

товар с живыми цветами в колбах, брелки с живыми цветами внутри - это очень негуманно.

№5

Только по адресу самого сайта я поняла, что речь идёт о неких экологических или экологически чистых подарках.

По самому названию сайта я поняла, что сайт является интернет-магазином живых подарков. После просмотра нескольких страниц сайта я окончательно поняла, что такое живые подарки. Просмотрев несколько типов подарков, считаю, что самая важная информация на данном сайте:

1. Подробное описание подарков;

2. Доступная инструкция по использованию подарка; а самое главное простота их использования. Как мне кажется, люди не согласны долго возиться с растущим карандашом;

3. Функциональность подарка, она должна быть очевидной. Если говорить о тех же карандашах, как я буду их использовать после того, как посажу их в горшок?

В каждой из вкладок: Экокуб, карандаши, тетрадь, рядом с описанием не хватает фотографии. Как мне кажется, само название живой брелок у многих ассоциируется с животными внутри брелка (скандал в Китае с черепашками и рыбками в брелках). Следует уделить акцентировать внимание на том, что речь идёт именно о растениях.

Моё мнение по поводу элементов сайта:

1. По поводу слайдера: Наши подарки спасают планету и крутые подарки. Слайд занимает много места и совершенно не информативен;

2. Кнопка на слайдере "О компании" попросту не видна, Ваше приветствие может найти только дотошный тестировщик;

3. Популярны товары пестрят, их много и все почти одинаковые "Экокуб";

4. Инстаграм лишний.

На мой взгляд добавить можно следующее:

1. Вкладку "О компании" в меню наверху;

2. На слайдёр вынести те подарки, которые Вы изготавливаете.

№6

Оригинальные подарки. Определял я довольно долго, и сейчас немного в растерянности) больше

всего запутало это меню товаров, я как-то всматривался, но оно само по себе не несет информации, кликаешь как маленький ребенок, который изучает мир.

Самой важной является страница о компании, которая спрятана в футер. Там информация не раскрыта именно о том, как позиционирует себя сайт. Люди что-то производят, команда молодых, открыты для диалога...а как вас назвать то в своей голове. Продукт довольно нестандартный, поэтому хочется понять главный посыл бизнеса.

Добавил бы:

1. Назовите себя в шапке интернет магазин. Живые подарки, конечно красиво звучит, но я подумал вы мышей продаете или каких-то животных.
2. Онлайн консультант, так как не задать вопрос по данным товарам сложно.
3. Позиционирование компании. Куда угодно, можно сквозняком, можно в о компании, но нужно заявить - "мы ...!"

№7

Данный сайт относится к тематике уникальных подарков.

То, что это интернет-магазин подарков - я определил быстро. Но то, что товар совсем необычный - я определил не сразу, т.к. такого ещё не встречал.

На мой взгляд, самой важной информацией для интернет-магазина по продаже таких уникальных вещей - это информация о продукте, чтобы человек получил максимально полное представление и уникальность таких вещей.

Я бы обязательно добавил качественное ВИДЕО на разводящих страницах. Я признаюсь, что ссылку на видео я нашёл, но оно должно быть прямо на странице <http://ecopresents.ru/catalog/ekokub/> Почему? потому что сейчас все визуалы, никто не читает текст, а в видео можно всё грамотно рассказать. Так же мне не сразу бросилось в глаза верхнее меню (сотрничество, доставка и т.д.). На странице "доставка" - следует сделать акцент, что доставка осуществляется по всей России, и "Что Вы можете забрать ваш заказ в любом почтовом отделении".

Лишних элементов на сайте не обнаружил.

2. Сколько товаров предлагает компания? Это много или мало? Качественные ли товары продаются на сайте? Почему вы так решили?

Найдите на сайте интересующий вас товар. Какой информации для вас, как покупателя, не хватает на странице с товаром.

№1

Компания предлагает 4 вида товара(эокуб, растущие карандаши, многоцветная тетрадь, живой брелок), в каждом товаре еще еще небольшой ассортимент, отличающийся цветом, видом. По моему мнению мало товаров, всего 4 позиции , для такого интересного сайта, это очень мало. Судя по фото, товар качественный, ну и судя по производителю, можно немного предположить качество товара. Нашла товар, растущие карандаши, мне не хватает инструкции, как пользоваться и как растить их, так же не хватает отзывов, что у покупателей удалось вырастить, к примеру.

№2

Компания предлагает четыре вида товаров. Для молодой, развивающейся компании - это не мало. Главное, чтобы товары были интересные и качественные. И в том, и другом у меня есть уверенность. О том, что товар качественный я решила, просматривая изображения, видеоролики, количестве участников в соцсетях (в частности "ВКонтакте"), также из информации в разделе "О компании". Мне интересны все товары, предоставленные компанией. Очень оригинальны и необычны. Для некоторых, недостающую информацию указала в вопросе №1 данного задания:

1. В разделе "Многоразовая тетрадь" для меня не хватило информации, на сколько устойчивы чернила к смазыванию, если "легко стереть", то и легко смазать, и потерять нужную информацию? Еще следует уточнить плотность бумаги.

Интересно, можно ли в этой тетради писать или рисовать обычными канцелярскими принадлежностями или "растущим карандашом"?

2. В разделе "Живой брелок" не хватает информации с габаритами.

№3

Товаров немного. Насчитала 4 товарных позиции. Много это или мало? Затрудняюсь сказать. Наверно для этой тематики это норма. Но хотелось бы большего разнообразия.

Товары скорее всего качественные. Фото достойные. Сайт сделан красивым, видно, что организаторы не хотят терять репутацию, предлагая некачественный товар.

Найдите на сайте интересующий вас товар. Например этот:

http://ecopresents.ru/catalog/rastushchie_karandashi/green_stick_pryannye_travy_chernografitnye/

В целом вся информация есть - и фото и описание. Что хотелось бы - фото "выращенного карандаша" :) Сейчас оно есть, но на белом фоне. Хотелось бы более реальные фотки растений на подоконнике, или на столе в офисе например. Т.е. в реальной обстановке. Было бы интересно видео.

№4

Ассортимент товара маленький. Кажется, что товары качественные, что подтверждается фото товара, где видно, что товар качественный, а также цена за товар достойная.

Нашла растущий карандаш, прочитала инструкцию и не сразу поняла в чем его "фишка", пришлось перечитать много текста. было бы хорошо, если бы было более удачно описано в чем его "фишка".

№5

4 группы товаров представлены на сайте.

Живых брелков у Вас нет, итого всего 3 группы. Это мало.

Информация с сайта: "На данный момент живых брелков нет в наличии, если вы желаете их приобрести, то необходимо сделать предзаказ от 3000 шт." Тем не менее внизу выведено 10 товаров и можно нажать на кнопку: "Добавить в корзину", что сбивает с толку.

По поводу качества не могу сделать вывод. Написано, что производитель Россия, но почему-то кажется, что на самом деле Китай. Интересна информация о городе-изготовителе. Там, где тетрадь, отсутствует состав, то, что на сайте указано составом называется "Комплектация" или другим каким-нибудь синонимом. Если есть вкладка инструкция в ней что-то должно быть.

Там, где тетрадь не хватает возможности выбора цвета. Не хватает информации:

Экокуб - инструкция (не отдельный pdf файл, а на сайте);

Карандаши - на сайте нет инструкции, есть условия выращивания, а как это делать - загадка. Если Ваша компания занимается изготовлением подарков, то какие делаете сами? Для большей уверенности мне, как покупателю, хочется больше информации о Вас.

№6

Компания предлагает немного товаров. Это мало, если сравнивать с классическими магазинами подарков и на мой взгляд не совсем достаточно для оригинального магазина подарков. Хотелось бы больше выбора. В целом подарки очень прикольные, я бы обязательно приобрел.

На мой взгляд товары продаются качественные, так как это собственное и не массовое производство.

Интересующий

товар

http://ecopresents.ru/catalog/rastushchie_karandashi/green_stick_tsvetushchiy_sad_chernografitnye/

В целом все понятно, однако хотелось бы увидеть растение именно из карандаша. Есть красивые картинки растений, но хочется увидеть немножко невзрачный горшок и так сказать результат посаженного карандаша.

№7 Компания предлагает 4 группы товаров. Я считаю, что этого достаточно, ведь в каждой группе ещё с десяток разновидностей.

Я думаю, что товары высокого качества. Взять тот же экокуб: красивая упаковка, приятный принт, сам куб из натурального дерева.

Меня заинтересовал экокуб. Например, сосна обыкновенная
http://ecopresents.ru/catalog/ekokub/ekokub_sosna_obyknovennaya/

Всей информации хватает. Но, как заметил раньше - неплохо бы было прикрепить видео с описанием. Да, это затратно, но этим точно будите отличаться от других.

В остальном же, всё сделано грамотно. Понравились вкладки на карточке товара (описание, инструкции, как купить, доставка и прочее) - всё на одной странице и не нужно искать по сайту.

3. Попробуйте заказать заинтересовавший вас товар online. Какие сложности возникли? За счет чего можно было бы сделать оформление заказа удобнее?

Какие еще способы заказа вам были бы удобны?

№1 При оформлении заказа онлайн, совсем не понятно про способ доставки и способ оплаты, не понятно как выбрать, что подходит. Судя по всему, это нужно указывать в комментариях, но было бы удобнее, чтоб можно было это сделать кликом....Понажимав на иконки оплаты и доставки я поняла, как их выбирать, но всё же было бы удобнее, если б возле способов доставки и оплаты были кружочки и можно было выбрать нажав на них.

В принципе, на сайте несколько способов доставки, но можно было бы еще добавить онлайн техподдержку и там консультироваться и делать заказ.

№2 Главная/Товары/Растущие карандаши/Растущие карандаши Пряные травы черные/В корзину/Оформить заказ/Заполняю форму "оформление заказа", Самовывоз, в поле "Комментарий к заказу" указала "ТЕСТ"/Оформить заказ/ Ваш заказ №ЕСО-194 от 13.10.2016 13:47:01 успешно создан Сложностей при заказе не возникло. На указанный e-mail сразу пришло информационное письмо с деталями заказа.

Оформление заказа можно было бы сделать удобнее за счет сокращения обязательных полей в форме (если я указываю "Самовывоз", то достаточно полей: телефон и ФИО)

Предоставленные способы заказа вполне удобны. Как для самостоятельного оформления заказа с помощью корзины, так и "купить в один клик" с помощью менеджера. Другие способы считаю излишними.

№3 1. После клика "добавить в корзину" хотелось бы видеть не просто сообщение, что товар добавлен в корзину, а диалоговое окно с двумя опциями - продолжить покупки или перейти к оформлению.

2. Возникли вопросы с доставкой. Всё. разобралась. Поясню: служба доставки всего одна (хотелось бы видеть несколько, вдруг этой транспортной нет в моём городе) и для меня незнакомая. Поэтому не знаю, где расположены пункты выдачи. При более внимательном просмотре увидела список пунктов: (рис.2). Нужно сделать этот текст заметнее.

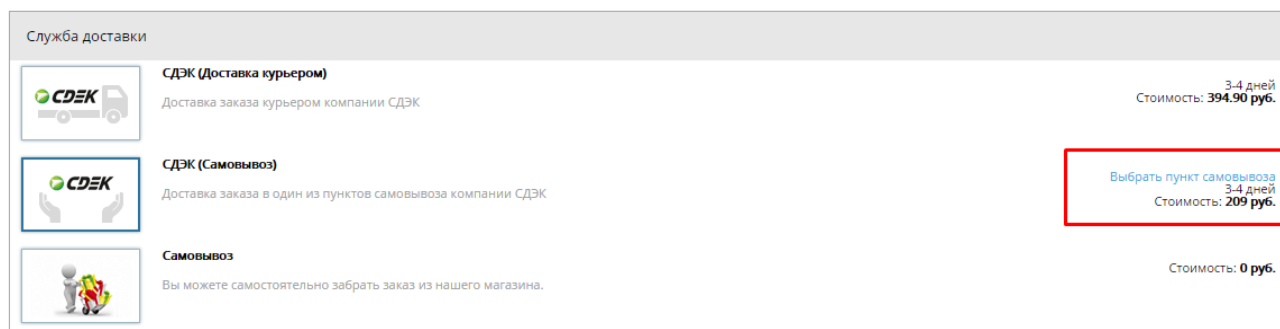


Рис. 2

Было бы более удобно разместить ссылки на прямую оплату, например в вебмани или яндекс деньги, а не через сервис.

Остальная процедура покупки стандартная и проблем не возникло.

№4

Сложностей при заказе товара не возникло.

Удобнее можно было бы сделать:

1. Не заполнять лишние графы типа ФИО
2. удобно если бы сразу выходил город из списка Санкт-Петербург
3. Самовывоз: указано, что просто самовывоз, опять не указана адрес, как будто бы существует только Москва и все. надо добавить локацию и адрес.

Самый удобный способ заказа - это тот, что представлен на сайте.

№5

Возникли сложности:

1. Как осуществляется доставка в другие регионы? Поставляете ли Вы товары в другие регионы или пока нацелены работать только в Москве и области?
 2. Если Вы поставляете товары в другие регионы, то какова стоимость?
- Ответы на эти вопросы я получила только в процессе оформления заказа. Но мне кажется, что другие потенциальные заказчики, не получив эту информацию перед заказом, не станут тратить время на оформление заказа, посчитав, что доставка за пределы Москвы не осуществляется.

3. Система не позволила мне оплатить заказ. Ошибка при установлении защищённого соединения. Люди не оплатив сразу заказ могут отказаться от покупки.

Купить в один клик - просто и удобно. Можно добавить заказ обратного звонка.

№6

Сложности и полусложности:

1. Это не сложность, скорее небрежность. Товар добавлен, необходимо конечно сообщить, но рядом с сообщением должна быть ссылка перехода в корзину. Это просто ожидаемая классическая логика (рис. 3).

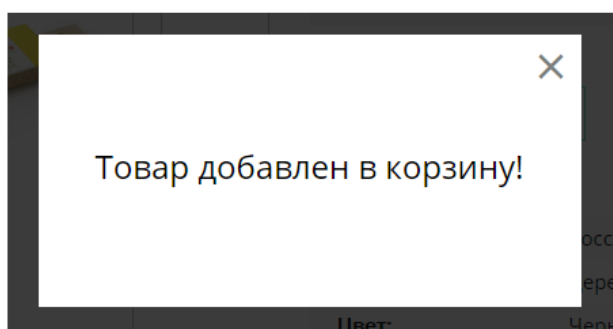


Рис. 3

2. Хочется сказать - Что? какая памятка? (рис. 4)

Оформление заказа

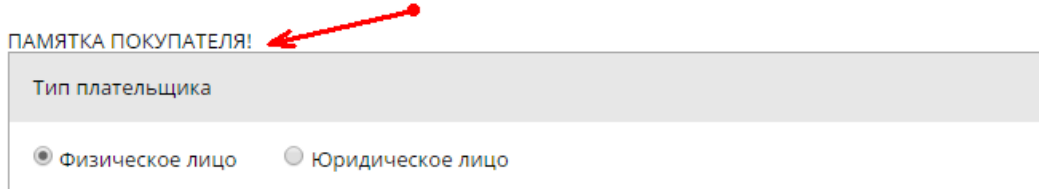


Рис. 4

3. Мб я ошибаюсь, но мне кажется ссылка не на своем месте (рис. 5). Хотя я потом засомневался, в целом в общем не понял ничего.



Рис. 5

4. Причем тут курьер и самовывоз? (рис. 6)

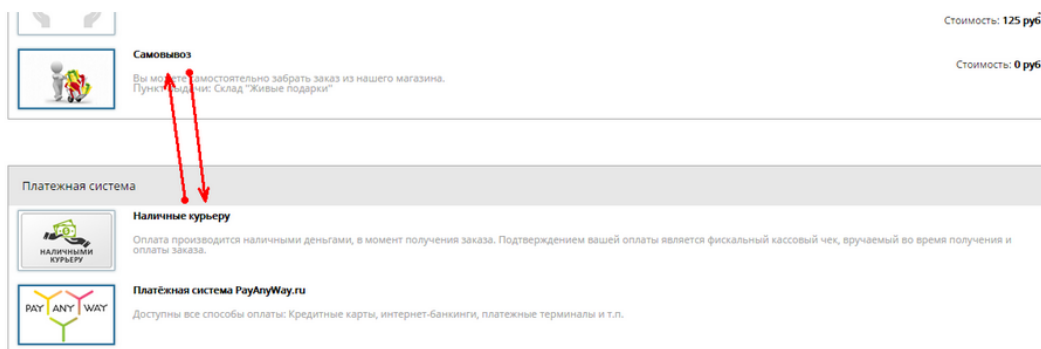


Рис. 6

5. В самом конце fatal error произошел. Во первых я выбрал оплату налом, во вторых кнопка настолько скромна, что кажется, что все оформлено (рис. 7)

Главная / Мой кабинет / Мои заказы / Оформление заказа

Оформление заказа

Заказ сформирован

Ваш заказ №ЕСО-192 от 12.10.2016 17:34:16 успешно создан.

Вы можете следить за выполнением своего заказа в [Персональном разделе сайта](#). Обратите внимание, что для входа в этот раздел вам необходимо будет ввести логин и пароль пользователя сайта.

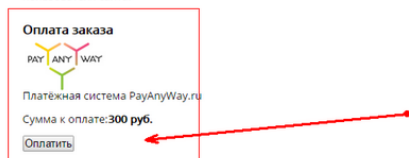


Рис. 7

Удобнее можно сделать за счет заказа в одном экране с визуализацией процесса заказа. Пример (рис. 8).

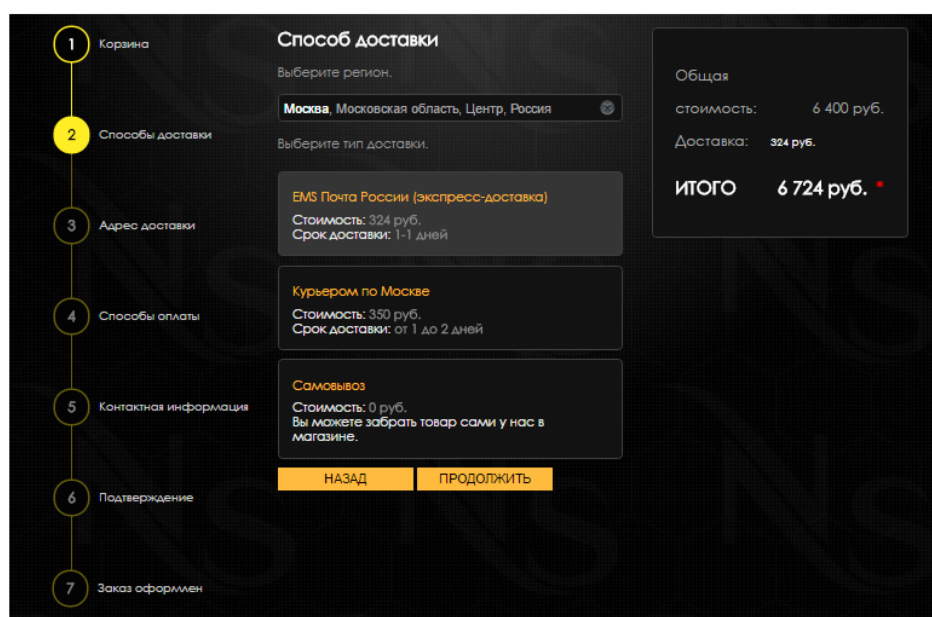


Рис. 8

Были бы еще удобны: быстрое оформление, форма телефон и имя.

№7

Попробовал.

Сразу возникла мысль, а что если на всплывающем окне "Товар добавлен в корзину" - сделать ссылку "Продолжить оформление заказа" (вела бы на корзину, страницу оформления) и "Заказать что-то ещё" (эта бы закрывала окно). Мне кажется - было бы очень кстати! А так - надо закрывать окно, потом прокручивать страницу вверх, кликать на корзину - в общем, больше телодвижений для пользователя!

А вот по процессу оформления заказа - есть вопросы. Я предлагаю другую концепцию:

- 1) Первым пунктом сделать блок с вариантом доставки (самовывоз либо курьером, либо по почте (если планируете)).
- 2) Блок личных данных. Сделать его динамическим. Если клиент выбрал "самовывоз", то зачем заставлять его оставлять ФИО, индекс, местоположение, адрес доставки? Достаточно телефона, и накроянок e-mail. А если он выбрал курьера или доставку почтой - то там собирать дополнительные данные.
- 3) И потом уже блок выбора способа оплаты.

В принципе - я описал идеальный на мой взгляд способ заказа.

Других я не представляю. Лично я, взял бы и позвонил по телефону, уверен большинство так и делает).

4. Данный сайт вызывает у вас доверие? Стали бы вы заказывать продукцию в этой компании? Почему?

Оцените свой уровень доверия к данному сайту по десятибалльной шкале.

- №1** По десятибалльной шкале я оцениваю сайт на 10 баллов, сайт вызывает у меня доверие, оформлен хорошо, грамотно, есть много средств связи, есть контакты, адрес, так же сайт предлагает самовывоз, тем самым, можно убедиться в качестве товара приехав и посмотрев его, в дальнейшем купив.
- №2** Да, данный сайт вызывает у меня доверие, при необходимости воспользовалась бы услугами данной компании. Так как компания предлагает оригинальные товары, не встречающиеся на других сайтах с тематикой «подарков» (по крайней мере, я столкнулась впервые).
Оцениваю свой уровень доверия к данному сайту на 9 баллов:
1. Приятное оформление сайта (как цветовое решение, так и понятная навигация)
 2. Привязка к соцсетям
 3. Видеоролики
 4. Новостной блог
 5. Контактная информация отражается с любой страницы сайта
 6. Доступная к пониманию информация, структурированные тексты в разделах Немного не понятна ситуация с доставкой и не хватает отзывов.
- №3** Доверие есть. Сайт сделан качественно, с приятным дизайном.

Контактные данные указаны очень подробно. Есть подробное описание способов доставки и оплаты. Есть информация о компании с фотками.

Имеется новостной раздел. Но последняя новость размещена давно, что заставляет задуматься.

Смазывает впечатление отсутствие блога: <http://ecopresents.ru/blog/> и незаполненный раздел "благотворительность" <http://ecopresents.ru/company/charity/>

Также хотелось бы почитать отзывы покупателей.
- №4** Данный сайт вызывает доверие.
Возможно, сделала бы заказ на сайте, но политика сайта говорит о том, что это эко-подарки в том числе. Да, согласна, что многоразовые тетради - это супер экологично, не развивается общество потребления, но живые брелки - это негуманно, так как растение помещено в колбу и не долго проживет, тк не предусмотрен полив и прочее, получается, что оно обречено на гибель и тогда призыв сайта сохранить планету не работает. Уровень доверия 8 (снизила баллы за живые брелки)
- №5** Степень доверия на 6 баллов:
1. Компания маленькая, товаров мало;
 2. О производителе и о компании практически нет информации, нет информации по юридическому лицу;
 3. О стоимости и сроках доставки тоже нет информации;
 4. Договор-оферта должен быть.
- Я бы стала заказывать продукцию не этом сайте, если не нашла аналогичную продукцию на других сайтах, вызывающих большее доверие.
В целом сайт довольно симпатичный.

№6 Да, сайт вызывает доверие. Однозначно стал бы заказывать продукцию. Во-первых компания не прячет своих лиц, во-вторых товары не массового спроса обязывают компанию делать хороший сервис, поэтому чисто логически, мне кажется, что нет никаких поводов не доверять. Хотя конечно развитие контента не помешало бы, блог есть, но он не работает. Не нужно тонны информации, достаточно простых человеческих вещей, покажите свои будни, отзывы клиентов, их горшки с карандашами.

<http://ecopresents.ru/blog/> - отдает 404 Уровень доверия 9.

№7 Да, данный сайт мне понравился, уникальная продукция, всё сделано красиво. Я бы заказал продукцию в этой компании. Во-первых, она уникальна и неизбита. Всегда приятно поставить на стол что-то особенное, и поливать иногда. Даже интересно, вырастит ли эта ель обыкновенная в таких условиях) А во-вторых, вроде и цена демократичная. 450 рублей за оригинальную вещь - нормально!

Уровень доверия - 8 из 10. Проработайте страницу оформления заказа и подумайте над видео. Будет ещё лучше.

5. Посмотрите мобильную версию сайта. Предложите 2-3 рекомендации по ее улучшению.

№1 Первое, чтоб улучшила, это сразу на главной странице разместила 4 категории товара, чтоб можно было кликнуть и перейти в ассортимент. Убрать популярные товары и поставить 4 иконки "растущие карандаши", "Экокуб", "Многоразовая тетрадь" "Живой брелок".

№2

1. Попав на главную страничку мобильной версии, смутил развернутый блок с популярными товарами на пол экрана. Думаю, если покупатель захочет, может просмотреть самостоятельно.
2. В разделе "Экокуб" считаю лишним функцию "показать фильтры" достаточно предоставленной сортировки. В остальных категориях тоже самое
3. Стоит убрать лишние подразделы в некоторых разделах меню, например, "Доставка" зачем целый блок подразделов (о компании, новости, видео и т.д.) закрывающий добрую часть экрана
4. Стоит указать иконкой (например, в виде человечка) личный кабинет в верхнем правом углу, рядом со значком "корзина"

№3 1. В мобильной версии почему-то 2 кнопки "наверх" (рис.9)

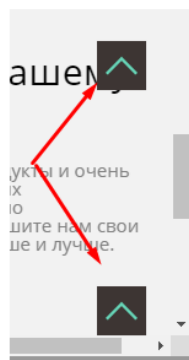


Рис. 9

2. Кнопку "Показать категории" лучше сделать развёрнутой. Так легче понять номенклатуру товаров. В мобильном меню ссылки на товары вообще нет.
3. Слайды некликабельные.

№4

рекомендации:

1. уменьшить количество сайта вниз, то есть очень много информации приходится прокручивать вниз, это очень неудобно и тяжело.
2. в верхнем левом углу во вкладке добавила бы информацию о компании, чтобы и с мобильной версии можно было ознакомиться с миссией компании, сайта.

№5

1. Если бы просматривала его сперва с телефона, я бы не поняла, что есть: "Показать категории". Может, лучше написать: "Категории товаров";
2. Почти всю страницу занимают "Популярные товары", хотя там нет ничего нового;
3. А вот тут Инстаграм смотрится хорошо;
4. Опять же надо вынести информацию о компании в верхнее меню;
5. Некорректно отображается описание товара, таблица в ширь сильно растянута (карандаши).

№6

Рекомендации:

1. Не совсем понятно, что это за конструкция (рис. 10). Наверное, нужно починить.

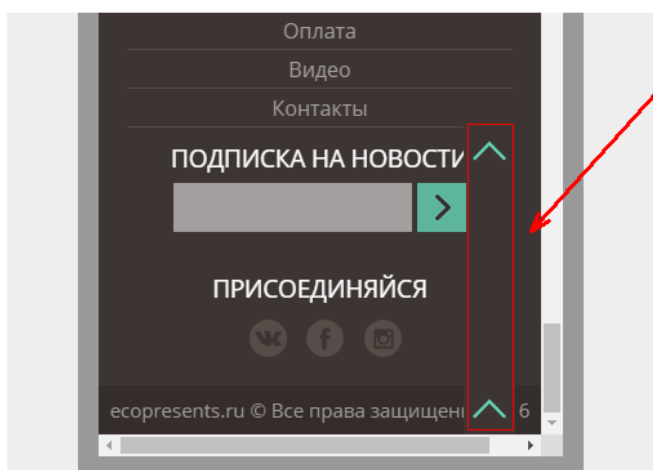


Рис. 10

2. Есть горизонтальная линейка прокрутки (рис. 11), видимо ошибка в верстке, нужно исправить.



Рис. 11

3. Не знаю почему, но меня загнало перейти в категорию по этой раскрывашке (рис. 12). Она

открывается и закрывается, но фактически перехода в категорию нет.

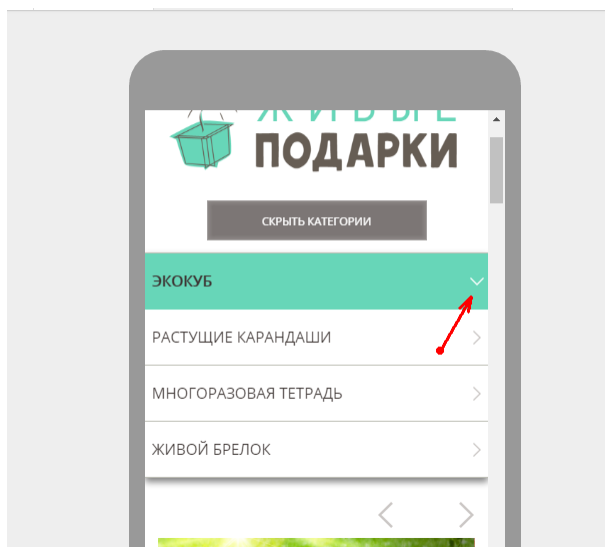


Рис. 12

№7

Сразу обратил внимание, что здесь есть кнопка "Купить в один клик". Почему-то на десктопе она мне не бросилась в глаза. Это хорошо, минимум обязательных полей.

Мобильная версия хорошая, но я предлагаю изменить верстку блока с описанием, инструкцией, как купить и т.д. - Лучше пускай названия будут сверху по три на строке, а внизу на всю ширину будет динамический блок описания. - Так будет лучше читаться.

В остальном - у меня нет никаких претензий, по крайней мере, в глаза ничего не бросилось, что что-то не так!

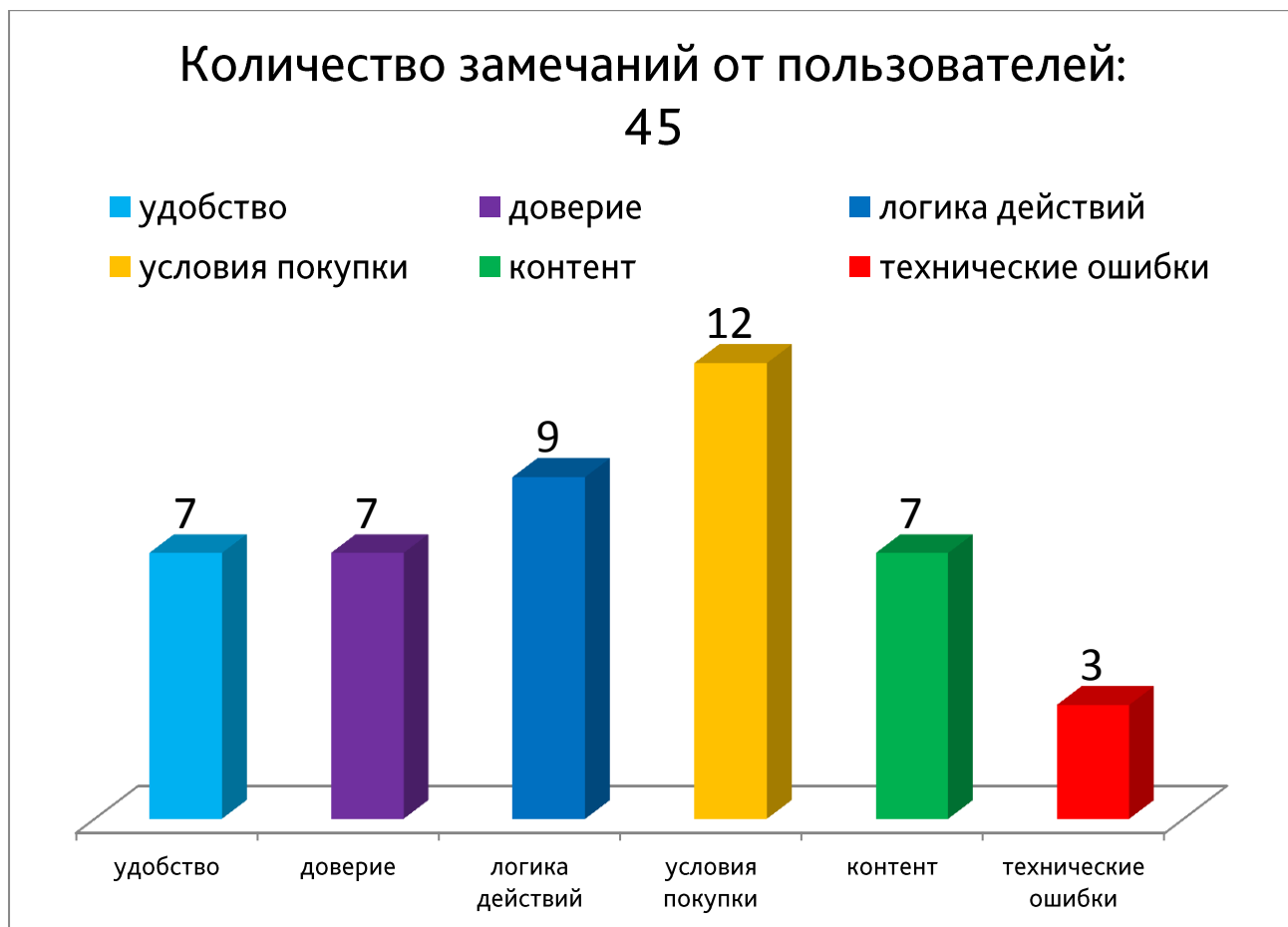
За номер телефона в шапке большим шрифтом - огромный плюс!

Обработка данных

Для того чтобы сделать правильные выводы из проведенного исследования и отдать в работу самые необходимые правки мы «разбили» все ошибки, замечания и гипотезы на определенные группы (диаграмма 1).

Теперь можно наглядно увидеть основные направления, над которыми нужно работать, и правильно расставить приоритеты в своей работе по улучшению удобства и повышению конверсии сайта.

Диаграмма 1



Группировка найденных на сайте замечаний по типам

Потом посчитали количество пользователей указавших на ошибку и объединили не противоречащие друг другу гипотезы и замечания, которые касаются одного и того же элемента сайта в один пункт. Это поможет посмотреть на проблему более многогранно и позволит найти оптимальное решение в UI сайта, и определить исправление какой ошибки может принести наибольший профит (таблица 1).



Рекомендуем к исправлению.



Важно, но не является первоочередной задачей.



Стоит провести дополнительное исследование или A/B тестирование.











Можно не править.

Таблица 1

Количество ассессоров указавших на ошибку	Суть замечания, ошибки, предложения	Тип	Мнение UX специалиста о внедрении
3	На сайте отсутствует онлайн-консультант.	Удобство	
3	Не хватает информации о производстве, о компании.	Доверие	
3	На некоторых страницах с товарами вместо инструкции пустая вкладка.	Контент	
3	Отсутствуют страницы блог, благотворительность.	Технические ошибки	
3	На страницах не представлено видео о товарах.	Условия покупки	
3	Сократить количество обязательных полей на форме оформления заказа (при самовывозе).	Логика действий	
3	Расширить окно подтверждающее покупку товара, ссылкой для перехода в корзину.	Удобство	
3	Некорректная последовательность полей на форме заказа.	Логика действий	
2	Кнопка «О компании» не заметна.	Логика действий	
2	Отсутствуют реальные фотографии продукции (то, что выросло на окошке).	Условия покупки	
2	На сайте нет отзывов покупателей.	Доверие	
2	Доступна лишь одна служба доставки.	Условия покупки	
2	Не четко указано, в какие регионы, и какие сроки происходит доставка.	Условия покупки	
1	Нет возможности выбора цвета товара (тетради).	Удобство	
1	На главной странице не указаны преимущества магазина.	Доверие	

Продолжение таблицы 1

Количество ассессоров указавших на ошибку	Суть замечания, ошибки, предложения	Тип	Мнение UX специалиста о внедрении
1	Кнопка «В корзину» есть у товара которого нет в наличии (брелоки).	Логика действий	
1	Верхнее меню плохо заметно.	Контент	
1	Добавить инструкции сразу на страницу сайта, а не как ссылку на pdf.	Удобство	
1	Слайдер на главной странице занимает много места и при этом не информативен.	Контент	
1	Последняя новость была опубликована давно.	Доверие	
1	На карточке не выделена главная фишка товара.	Условия покупки	
1	В блоки популярные товары на главной странице схожая продукция.	Контент	
1	Реализовать прямую ссылку оплаты (Киви, Яндекс деньги), а не через сервис.	Условия покупки	

В таблице 2 представлена качественная оценка сайта ассессорами.

Таблица 2

Ассессор\Вопрос	Количество и качество товара на сайте.	Важно для данного типа сайта.	Оценка доверия к сайту.
1	Мало. Товар качественный, определил по фото.	Информация о товаре, кому и для кого праздника.	10. Аккуратное оформление, полные контакты.
2	Нормально. Товар качественный, определил по фото и роликам из «Вконтакте».	Оригинальность продукции.	9. Необычные подарки, приятный сайт, есть соц. сети.
3	Нормально. Товар качественный, определил по фото и оформлению сайта.	Фото продукция и описание товара.	8. Приятный сайт, полные контакты.
4	Мало. Товар качественный, хорошие фото и достойная цена.	Дизайн, должно быть ощущение праздника.	8. Не понял фишку товара «Живой брелок».
5	Мало. Затрудняется оценить качество.	Подробное описание продукции, инструкции.	6. Маленькая компания, не нашел информацию о юридическом лице.
6	Мало. Товар качественный, так как собственное производство.	Страница о компании.	9. Не прячет лиц представителей компании.
7	Достаточно. Товар качественный, красивая упаковка, приятный принт.	Подробная информация о товарах.	8. Оригинальная вещь, адекватная цена.

По таблице видно, что ассессоры оценивают товар на сайте как качественный и оригинальный, однако считают, что разнообразие товара недостаточно для интернет-магазина. Средняя оценка доверия к сайту по десятибалльной шкале 8.3, что является хорошим показателем и говорит о том, что пользователи доверяют сайту и готовы совершать покупки.

В таблице 3 представлены комментарии ассессоров для версии сайта адаптированной под мобильные устройства.



Рекомендуем к исправлению.



Важно, но не является первоочередной задачей.



Стоит провести дополнительное исследование или A/B тестирование.



Можно не править.

Таблица 3

Количество ассессоров указавших на ошибку	Суть замечания, ошибки, предложения	Тип	Мнение UX специалиста о внедрении
3	Заменить блок с популярными товарами на главной странице на разделы каталога в виде картинок.	Контент	
3	Свернуть меню раздела на страницах с информацией (о компании, доставка), иначе оно занимает много места.	Логика действий	
2	Сделать категории товаров развернутыми, иначе плохо виден ассортимент.	Контент	
2	В верхнее меню добавить ссылку «О компании».	Удобство	
2	Фильтр товаров лишний, достаточно сортировки.	Логика действий	
2	Неаккуратно выводится описание товара.	Контент	
2	Двойная стрелка «Вверх» в мобильной версии выглядит как ошибка.	Логика действий	
1	Есть горизонтальная прокрутка.	Технические ошибки	
1	Слайды на главной странице некликабельны.	Контент	
1	Ошибка оформления меню категорий, переход на страницу происходит только по клику на область с текстом.	Технические ошибки	

Отчет по сайту UX-специалиста

1. Главная страница

Важность: ★★★★★
 Сложность: ⚙️⚙️⚙️

1. Слайдер на главной странице, некликабельный, он плохо представляет продукцию, при этом он занимает большую часть экрана рис. 13.

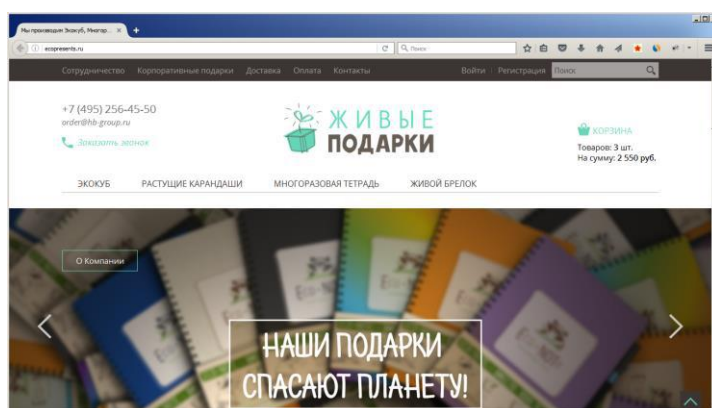


Рис. 13 Большую часть экрана при разрешении экрана 1366x768 занимает слайдер

2. На главной странице нет вступительного текста о компании, отсутствует описание преимуществ работы с магазином.
3. В блоке популярные товары представлен одинаковый товар.
4. Новостной блок давно не обновлялся, он выглядит неинтересным.

Решение

Рекомендуется:

- 1) Убрать слайдер, поместив вместо него предложения товаров рис. 14., либо сделать его функциональным и кликабельным, представляющим товар и акции.

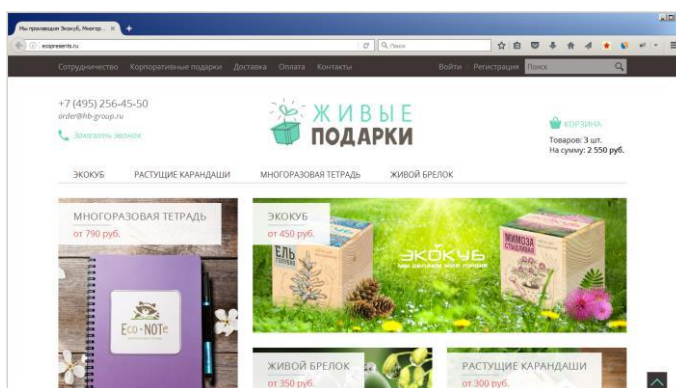


Рис. 14 На странице сразу представлен ассортимент

- 2) Добавить на главную страницу краткое описание магазина, преимущества работы с ним. Рекомендуется использовать инфографику. Пример оформления рис. 15.

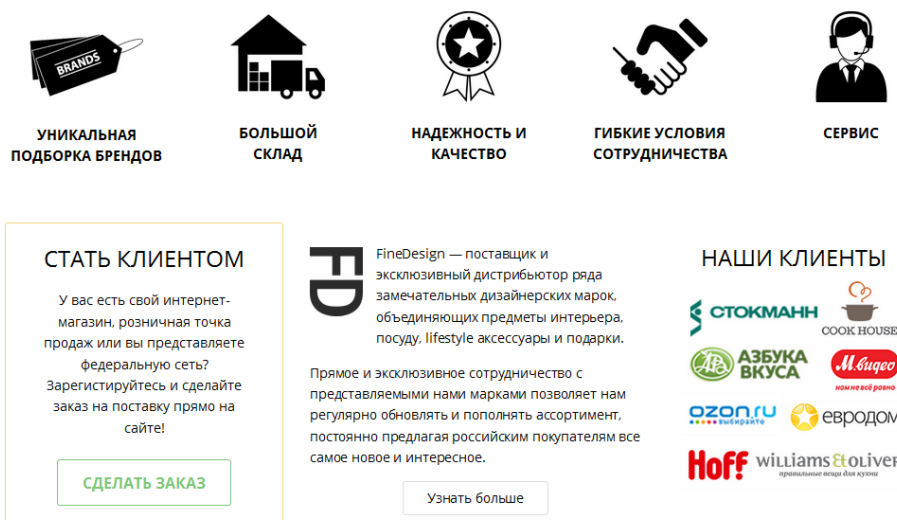


Рис. 15 Пример описания магазина и оформления преимуществ

- 3) Разнообразить товары в блоке «Популярное».
- 4) Обновить новостной блок. Поднять выше блок с фотографиями из Instagram, так как по карте кликов видно, что он является кликабельным и интересным для посетителей.

2. Каталог товара

Важность: ★★★★★
Сложность: ⚙️⚙️⚙️

1. После добавления товара в корзину появляется диалоговое окно, которое сообщает об успешном действии, при этом оно не функционально рис. 16.

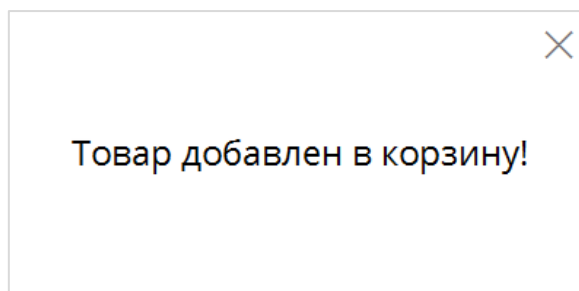


Рис. 16 Окошко, подтверждающее добавление товара в корзину

2. Название раздела, размещённое на превью карточки товара излишне и лишь визуально усложняет элемент рис. 17. Значок «Лупа» подразумевает увеличение фото товара, здесь же он используется как быстрый просмотр карточки. При наведение на значок «Сердечко» появляется подсказка «отложить товар в корзину» — формулировка непонятна.

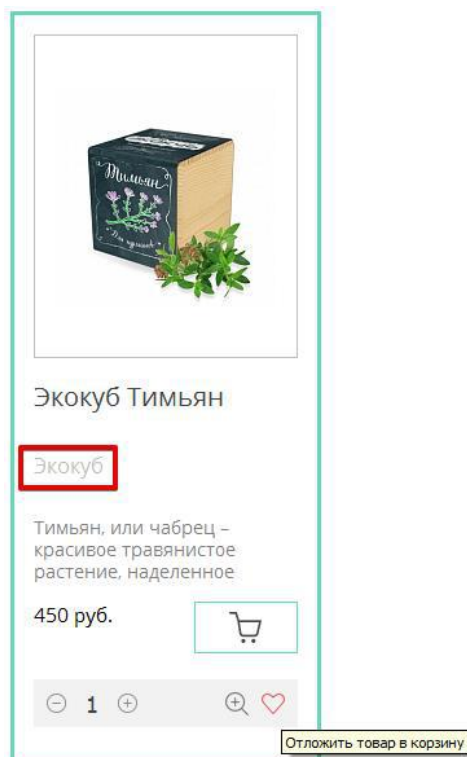


Рис. 17 Превью карточки в каталоге

3. В левом сайдбаре размещён нерабочий фильтр товаров рис. 18.

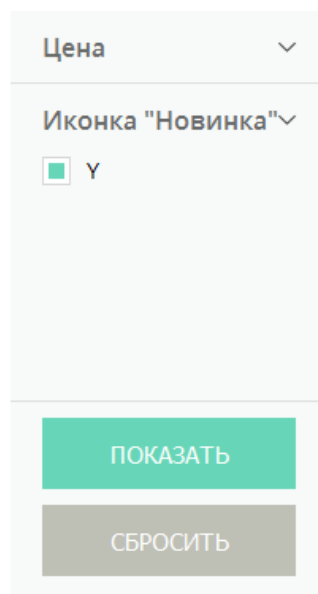


Рис. 18 Фильтр товаров на странице [Экокуб](#)

4. На страницах разделов отсутствует видео с описанием продукции.
5. Функционал позволяющий скрыть или развернуть плавающую строку с корзиной в футере сайта излишен, кроме того по своему оформлению он дублирует кнопку «Вверх».
6. Баннеры на страницах каталога недоработаны рис. 19.

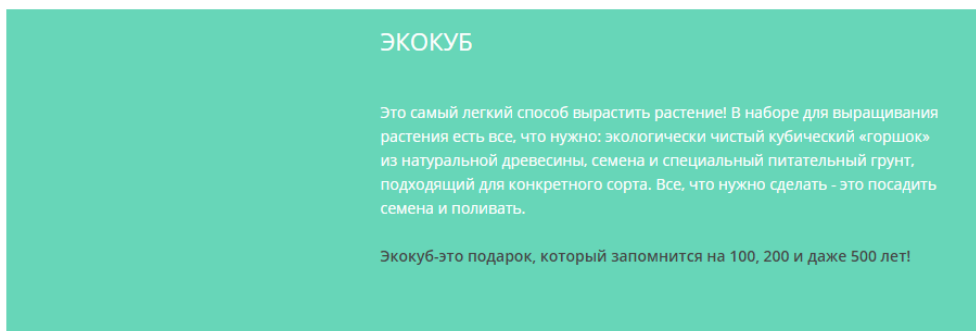


Рис. 19 Баннер на странице [Экокуб](#)

Решение

Рекомендуется:

- 1) Расширить функционал окна подтверждающего добавление товара в корзину. Пример оформления рис. 20.

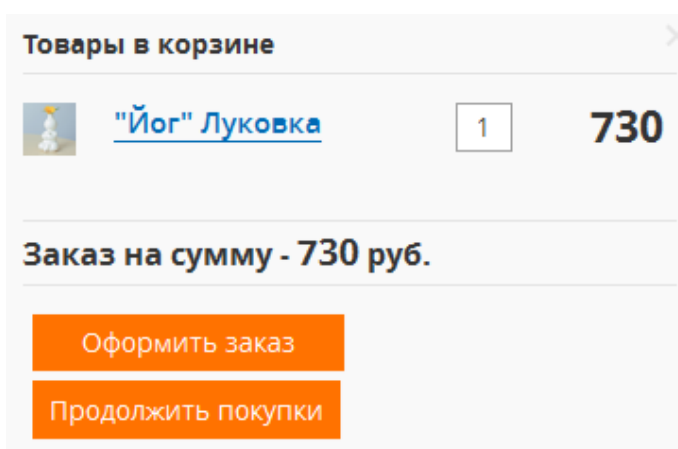


Рис. 20 Окно подтверждающие добавление товара

- 2) Изменить превью карточки товара, убрать с неё название раздела. Сделать карточку проще, чище. Пример оформления рис. 21.



Рис. 21 Пример оформления превью карточки

- 3) Убрать фильтр товаров со страниц каталога.

- 4) Добавить на страницы разделов видеозаписи представляющие продукцию.
- 5) Необходимо определить, нужна или нет плавающая строка с корзиной в футере сайта. Если нужна, то убрать возможность ее свернуть, и выделить основные кнопки действия. Пример оформления рис. 22.

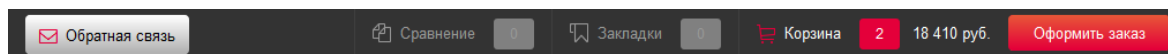


Рис. 22 Плавающая строка с корзиной в футере сайта

- 6) Доработать баннеры в разделах каталога.

3. Карточка товара

Важность: ★★★★★
Сложность: ⚙️⚙️⚙️

1. На карточке товара не хватает фотографий продукции в реальных условиях, растений выращенных покупателями на окошке.
2. На вкладке инструкция находится ссылка на pdf файл, вместо самой инструкции.
3. Кнопка «Купить в один клик» почти незаметна на карточке товара. Сама форма очень сложная с большим количеством полей рис. 23.

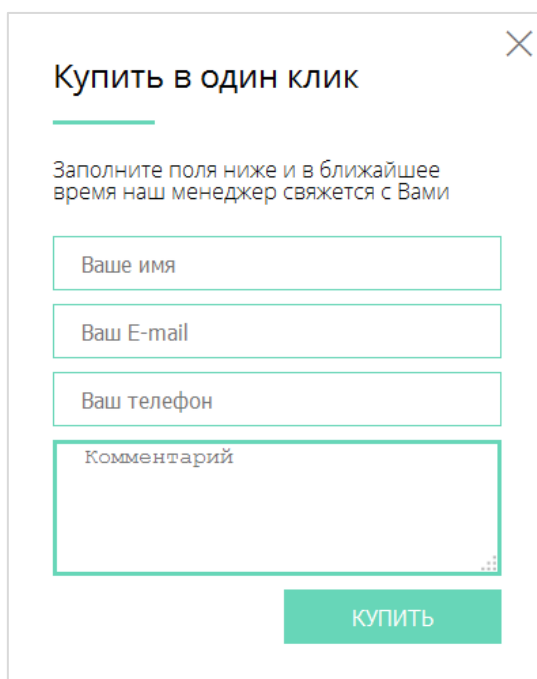


Рис. 23 Форма «Купить в один клик»

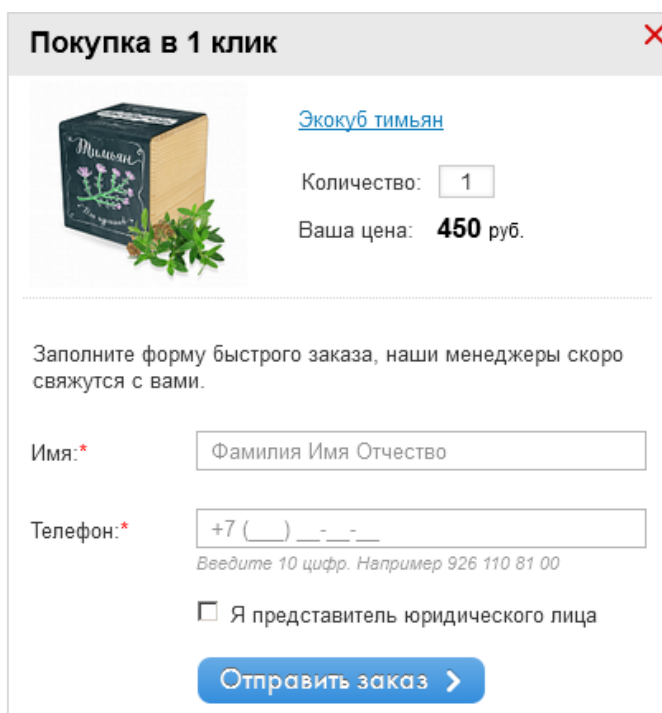
4. На карточке очень сложное описание, как самого продукта, так и процесса заказа, оплаты и доставки.

Решение

Рекомендуется:

- 1) Добавить на карточку фотографии товаров от покупателей, можно в виде ленты Instagram. Добавить отзывы.

- 2) Вместо ссылки на pdf файл во вкладке поместить инструкцию.
- 3) Расположить «Купить в один клик», под кнопкой «В корзину». Изменить форму «Купить в один клик», достаточно двух полей «Имя» и «Телефон». Пример оформления рис. 24.



The screenshot shows a modal window titled "Покупка в 1 клик" with a close button (X). It features a product image of a tea box and a sprig of thyme. The product name is "Экокуб тимьян", the quantity is set to 1, and the price is 450 rubles. Below the product information, there is a text prompt: "Заполните форму быстрого заказа, наши менеджеры скоро свяжутся с вами." The form contains two main input fields: "Имя:*" with a placeholder "Фамилия Имя Отчество" and "Телефон:*" with a placeholder "+7 () _-_-_" and a note "Введите 10 цифр. Например 926 110 81 00". There is also a checkbox for "Я представитель юридического лица" and a blue button labeled "Отправить заказ >".

Рис. 24 Пример формы «Купить в один клик»

- 4) Сделать описание товара, его заказа, оплаты и доставки, более простым. Использовать инфографику, пример оформления рис. 25.



**Возврат
товара**

В течении 30 дней
без объяснения
причины



**Сервис
доставки**

По России,
Беларуси и
Казахстану



**На любой
вкус**

Более 50
идей для выбора
подарка

Рис. 25 Пример инфографики на карточке товара



Для того чтобы перенести обсуждения и получить дополнительный контент на сайт, вместо блога можно сделать на карточке функционал — «задать вопрос по товару». Рекомендуется перенести уже заданные ранее вопросы и ответы на сайт. Пример оформления рис. 26.

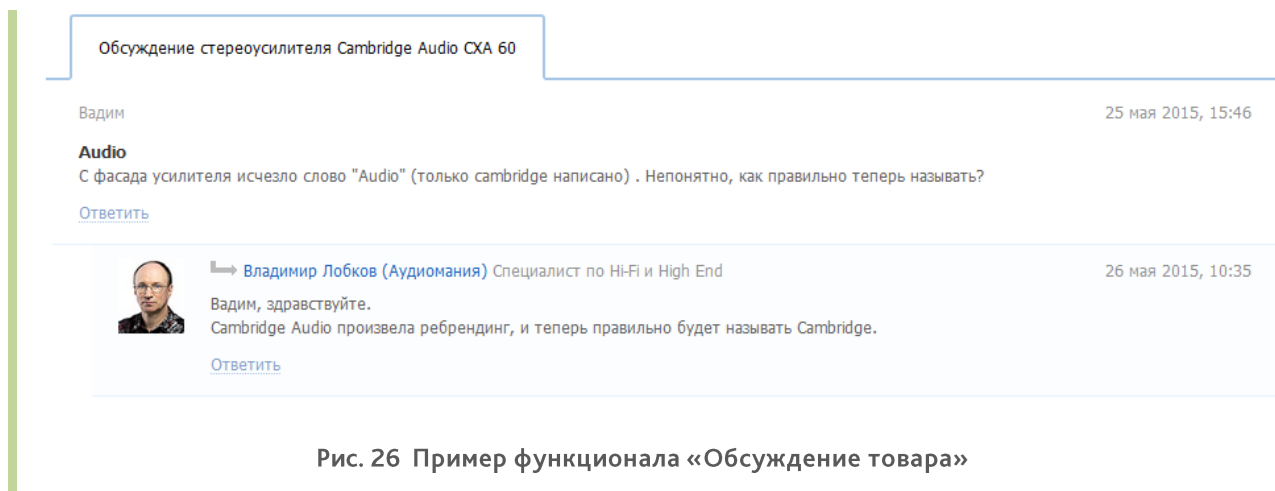


Рис. 26 Пример функционала «Обсуждение товара»

4. Оформление заказа

Важность: ★★★★★
Сложность: ⚙️⚙️⚙️⚙️

1. Порядок расположения полей на форме заказа непоследователен и нелогичен. Например, обязательным для заполнения является поле «Адрес», который не нужен при выборе способа доставки «Самовывоз»; присутствует несоответствие города и доступных способов доставки.
2. Ошибки валидации полей, выводятся одним блоком над формой, что неудобно для их исправления рис. 27.

Оформление заказа

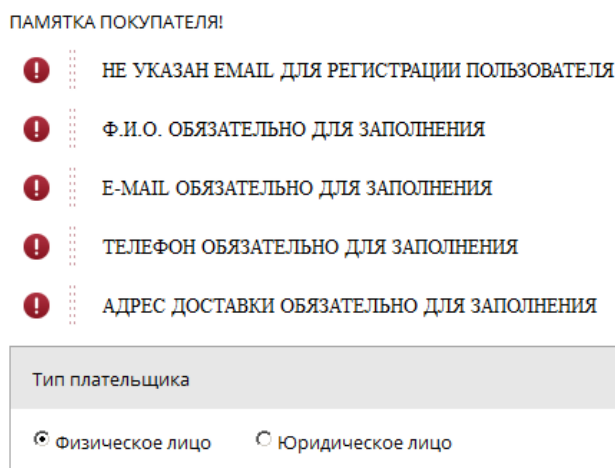


Рис. 27 Ошибки валидации полей

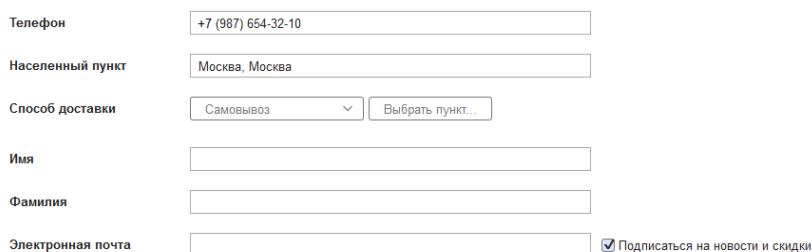
3. То, что есть два способа доставки, которые называются «Самовывоз» путает пользователя.
4. Форма не компактна и растянута по странице. Вверху формы неясный текст —«Памятка пользователю».

Решение

Рекомендуется:

- 1) Реализовать динамическую смену полей при последовательном заполнении пользователем формы рис. 28-29, либо реализовать форму с заданной последовательностью шагов рис. 30.

Оформление заказа

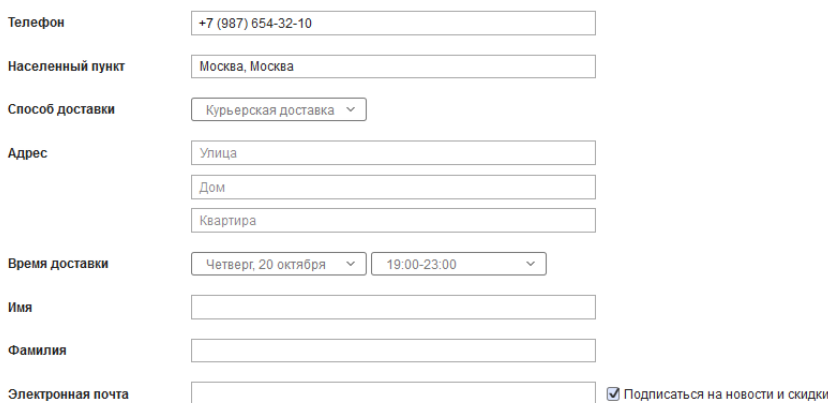


Формы для заполнения:

- Телефон: +7 (987) 654-32-10
- Населенный пункт: Москва, Москва
- Способ доставки: Самовывоз (выбрано) | Выбрать пункт...
- Имя: [Поле ввода]
- Фамилия: [Поле ввода]
- Электронная почта: [Поле ввода] Подписаться на новости и скидки

Рис. 28 Поля формы при выборе способа доставки «Самовывоз»

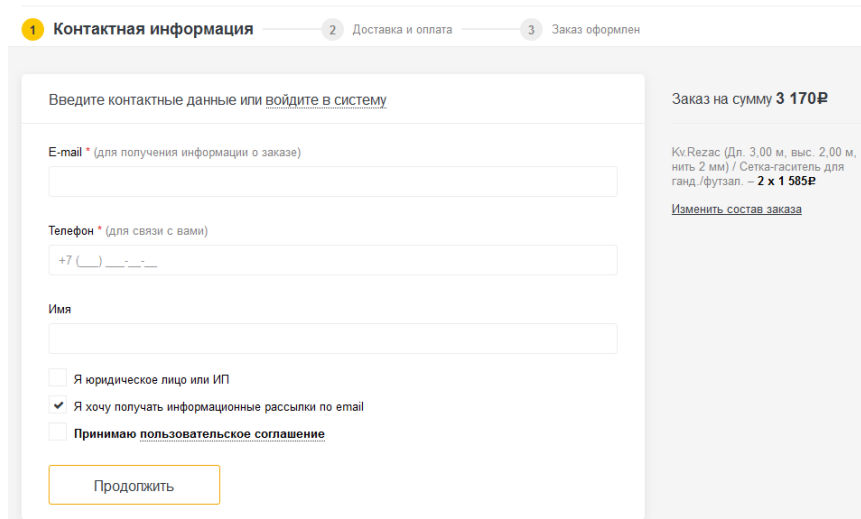
Оформление заказа



Формы для заполнения:

- Телефон: +7 (987) 654-32-10
- Населенный пункт: Москва, Москва
- Способ доставки: Курьерская доставка (выбрано)
- Адрес: Улица [Поле ввода], Дом [Поле ввода], Квартира [Поле ввода]
- Время доставки: Четверг, 20 октября (выбрано) | 19:00-23:00 (выбрано)
- Имя: [Поле ввода]
- Фамилия: [Поле ввода]
- Электронная почта: [Поле ввода] Подписаться на новости и скидки

Рис. 29 Поля формы при выборе способа доставки «Курьерская»



Пример формы с последовательностью шагов:

- Шаг 1: Контактная информация (активен)
- Шаг 2: Доставка и оплата
- Шаг 3: Заказ оформлен

Введите контактные данные или [войдите в систему](#)

Заказ на сумму **3 170Р**

Кв.Резас (Дл. 3,00 м, выс. 2,00 м, нить 2 мм) / Сетка-гаситель для ганд./футзал. – 2 x 1 585Р

[Изменить состав заказа](#)

Поля для заполнения:

- Е-mail * (для получения информации о заказе): [Поле ввода]
- Телефон * (для связи с вами): +7 () - - - - [Поле ввода]
- Имя: [Поле ввода]
- Я юридическое лицо или ИП
- Я хочу получать информационные рассылки по email
- Принимаю пользовательское соглашение

Кнопка: **Продолжить**

Рис. 30 Пример формы с последовательностью шагов

- 2) Показывать сообщения об ошибке рядом с неправильно заполненным полем, само поле подсвечивать красным цветом.
- 3) Более ясно разграничить названия вариантов доставки.
- 4) Сделать форму более компактной, убрать ненужный тест над формой.

5. Информационные страницы

Важность: ★★★★★
Сложность: ⚙️⚙️

1. Страницы «[Сотрудничество](#)» и «[Корпоративные подарки](#)» оформлены скучно и не выглядят привлекательно. Не указаны оптовые скидки, не выделены преимущества компании, нет отзывов оптовых и корпоративных покупателей, не представлены варианты оформления брендированных подарков.
2. На странице «[О компании](#)», не хватает информации о производстве, реквизитов.
3. На странице «[Контакты](#)» отсутствует описание схемы проезда к офису, а так же фото по которым его можно найти.

Решение

Рекомендуется:

- 1) Разнообразить текст на страницах «[Корпоративные подарки](#)» и «[Сотрудничество](#)». Страница «[Корпоративные подарки](#)» корпоративные подарки должна быть целевой, и представлять собой развернутое рекламное предложение. На странице кроме текста можно поместить следующие блоки:
 1. Краткое описание общего торгового предложения рис. 31, либо ориентированного на конкретный случай рис. 32.



Рис. 31 Пример торгового предложения



Рис. 32 Скидка на корпоративные подарки к новому году

2. Варианты брендирования подарков рис. 33, описание процесса рис. 34.



Рис. 33 Брендирование подарка



Главная «изюминка» концепции – разработать такой новогодний подарочный набор, который бы показал объединение трёх компаний. Наш креативный отдел придумал три идеи подарка, которые наглядно и по содержанию полностью отражали данную концепцию: «Трое в лодке», «Богатырская сила» и «Вместе вкуснее». Каждый из придуманных подарков по-своему привлёк внимание заказчиков и не оставил никого равнодушным.



Но предпочтительным оказался подарочный набор «Вместе вкуснее!» Объединив в подарке вкусный карельский мёд, донское варенье и петербургские конфеты, упакованные в новогодний ящик-посылку, в подарке была полностью выдержана оригинальность задумки и показана суть идеи!



Рис. 34 Процесс создания корпоративного подарка

3. Преимущества работы с компанией рис. 35, ответы на важные вопросы рис. 36.

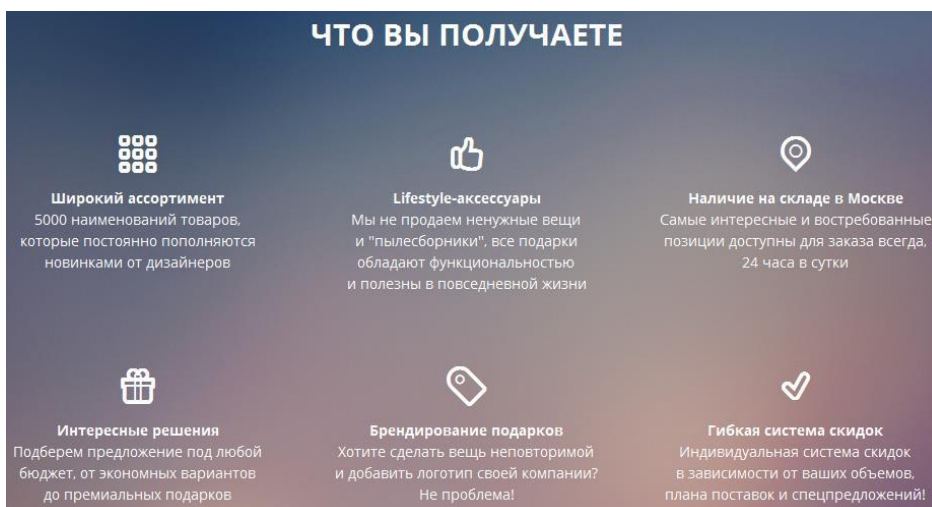


Рис. 35 Преимущества работы

А у Мосигры своё производство?

Да, работаем напрямую. У нас есть собственное производство «Магеллан» в Подмосковье. 95% корпоративных настольных игр делается именно там.

Ок, мне нужно прямо завтра. Получится срочное изготовление?

Да, но не так быстро. Есть возможность выполнения срочных заказов. Детали — по телефону +7926-001-10-49 (Анна).

Рис. 36 Важные для пользователя вопросы

4. В конце страницы добавить блоки с контактной информацией рис. 37-38.

Кому писать



Анна Загребельная

Руководитель оптового отдела az@mosigra.ru



Алексей Костин

Менеджер корпоративного отдела kostin@mosigra.ru

Номер телефона: 8 (925) 001-04-53

Рис. 37 Блок «Комму писать»

ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ?

Оставьте заявку и мы поможем сделать оригинальные дизайнерские подарки для клиентов и сотрудников!

Ваше имя

Телефон

E-mail

Комментарий

[Отправить заявку](#)

Контакты

8 (495) 748-87-31

gifts@finedesigngroup.ru

Режим работы

Понедельник — пятница с 09:00 до 19:00

Наш адрес

Москва, Нижняя Сыромятническая улица, д. 10, стр. 2 (м. Чкаловская, Центр дизайна ArtPlay)

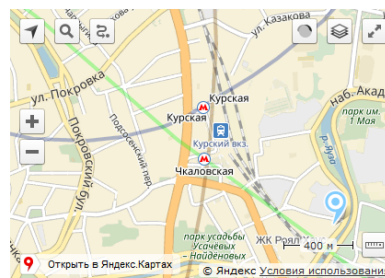


Рис. 38 Более строгий блок с контактными данными

Страница «[Сотрудничество](#)» может содержать следующие блоки с информацией для оптовых покупателей:

1. Таблицу сравнения разных вариантов сотрудничества рис. 39.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА	ЗАКУПКА ОТ 1 ШТУКИ	ЗАКУПКА ОТ 15000 р.	ЗАКУПКА ОТ 30000 р.
Весь оптовый ассортимент MagicMag	•	•	•
Отгрузка в день оплаты	•	•	•
Доставка по Москве или до ТК - Бесплатно	-	-	•
Самовывоз со склада в Москве	•	•	•
Обмен-возврат брака	•	•	•
Обмен-возврат плохо реализуемого товара	•	•	•
Полная юридическая чистота	•	•	•
Полный набор документов	•	•	•
Любые виды платежей	•	•	•
Отсрочка платежа	-	•	•
Договор реализации (комиссии)	-	•	•
Ваша прибыль до 60%	-	-	-
Ваша прибыль до 90%	•	-	-
Прибыль до 110%	-	•	-
Ваша прибыль до 125%	-	-	•
Средства необходимые для начала сотрудничества	0 рублей	15000 р.	30000 р.

Рис. 39 Таблица сравнения условий сотрудничества

2. Преимущества работы с компанией рис. 40.

Мы поможем начать и расскажем



Какие виды человечков популярнее



Как представлять продукт и кто ваши клиенты



Как мы готовим продукцию к транспортировке, срок и стоимость доставки в ваш город



Предоставим фото и рекламные материалы для продвижения

Преимущества работы с нами



Собственное производство контроль качества на всех этапах



Оперативность поставок и наличие товара на складе



Документация о торговой марке Экочеловечки и сертификации

Рис. 40 Преимущества работы для оптовиков

3. Истории успеха, отзывы рис. 41.

Истории наших партнеров



Андрей Устроев г. Санкт-Петербург

podarkisosmislom.ru

Занимается продажей интересных и оригинальных подарков , а так же прикольных штук для дома.

Каждый день начиная с 2009 года наши менеджеры посещают разнообразные выставки и мероприятия посвященные миру подарков. В 2012 г произошло первое знакомство с продукцией «Мастерской Экочеловеки».

В соц.сетях мы увидели чудесное трио Экочеловечков Танцор Малыш и Мечтатель-это то, чего нам не хватало решили мы и не прогадали. Быстро наладили контакты с руководителем и менеджерами. За эти несколько лет ассортимент «мастерской» вырос в разы, наши партнерские отношения стали доверительными.

А главное Экочеловечки и другая Эко продукция остается одним из лидеров продаж, а интерес к ней у покупателей растет с каждым годом. Желаем успеха и творческих идей «Мастерской Экочеловеки».

Рис. 41 История успеха

4. Форму для запроса прайс-листа и подробных условий рис. 42.

ИНТЕРЕСУЕТ НАЛИЧИЕ ТОВАРА И ПРАЙС-ЛИСТ?

ЗАПОЛНИТЕ ФОРМУ НИЖЕ И МЫ ВЫШЛЕМ ВАМ ПРАЙС-ЛИСТ В ТЕЧЕНИЕ 1 РАБОЧЕГО ДНЯ:

ВАШЕ ИМЯ:

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА:

ГОРОД:

СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

ССЫЛКА ИЛИ НАЗВАНИЕ МАГАЗИНА:

ОБРАЩЕНИЕ:



ЗАПРОСИТЬ ПРАЙС-ЛИСТ

Рис. 42 Форма запроса прайс-листа для оптовых клиентов

Блоки на страницах должны быть расположены в логической последовательности и представлять единую историю. Для усиления эффекта надо использовать побуждающие и призывающие к действию слоганы, яркие и крупные кнопки, акценты на основных преимуществах предложения.

- 2) Добавить на страницу «[О компании](#)» информацию о производстве и собственной продукции, реквизиты компании.
- 3) На странице «[Контакты](#)» поместить схему проезда, фотографии офиса.

6. Шапка сайта

Важность: 
Сложность: 

1. Меню, прилипшее к верхней границе экрана тусклое и не заметное рис. 43. В нем нет важных ссылок — «[О компании](#)», «[Благотворительность](#)».

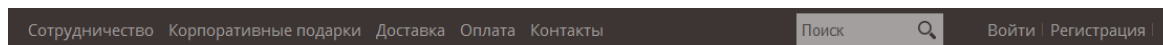


Рис. 43 Меню в шапке сайта

2. В шапке отсутствует номер телефона 8-800 удобный для покупателей из регионов. Отсутствует информации о том, в какое время можно делать заказ по телефону.

Решение

Рекомендуется:

- 1) Переработать меню в шапке сайта, меню сделать более контрастным, добавить ссылки на страницы «[О компании](#)», «[Благотворительность](#)».

Рекомендуемая последовательность пунктов меню в шапке: О компании → Мы помогаем → Партнерам → Корпоративные подарки → Доставки и оплата → Контакты

2) Заменить телефон в шапке на 8-800, добавить информацию о графике работы.

Пример качественного оформления шапки сайта рис. 44-45.



Рис. 44 Пример шапки на сайте enjoyme.ru

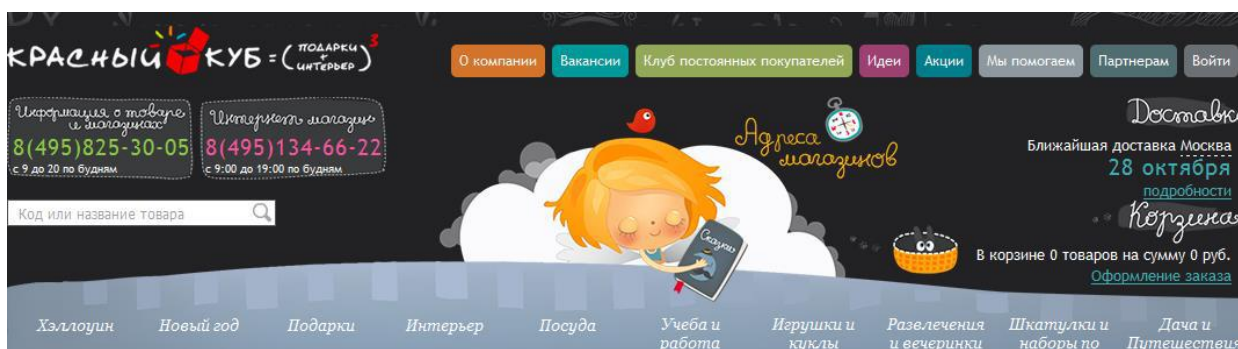


Рис. 45 Пример оформления шапки redcube.ru

7. Мобильная версия

Важность: ★★★★★
Сложность: ⚙️⚙️⚙️

1. В меню категорий ссылкой на страницу является только текст рис. 46, поэтому может возникать ситуация что при нажатии на кнопку, она становится активной, видна анимация стрелки, но не происходит переход на страницу.

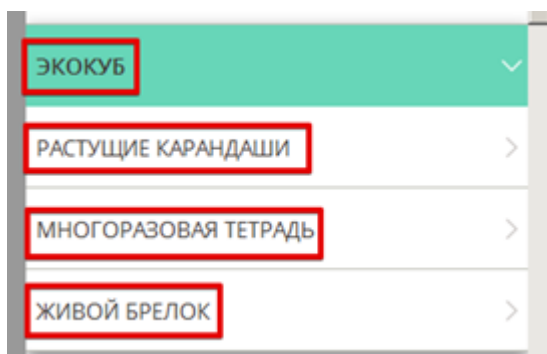


Рис. 46 Красным выделены области, по нажатию на которые происходит переход на страницу

2. Некорректно отображаются вкладки с описанием продукции, на странице появляется горизонтальная прокрутка рис. 47.

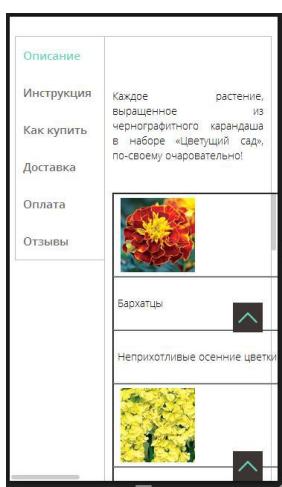


Рис. 47 Описание товара в мобильной версии

3. Некорректно отображается таблица с составом заказа на странице «Оформить заказ» рис. 48.

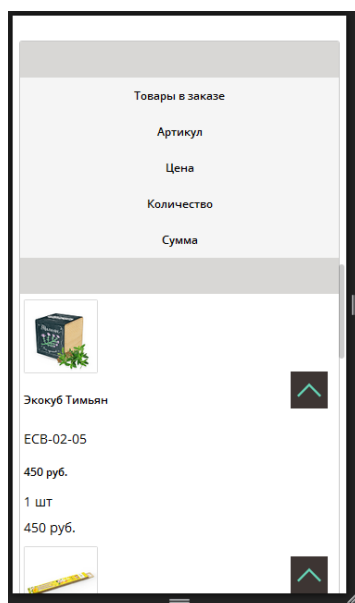


Рис. 48 Таблица с составом заказа

Решение

Рекомендуется:

- 1) Поправить меню категорий, активной ссылкой должна быть вся кнопка. Сделать меню категорий раскрытым по умолчанию дополнив его графическими значками. Пример оформления рис. 49.

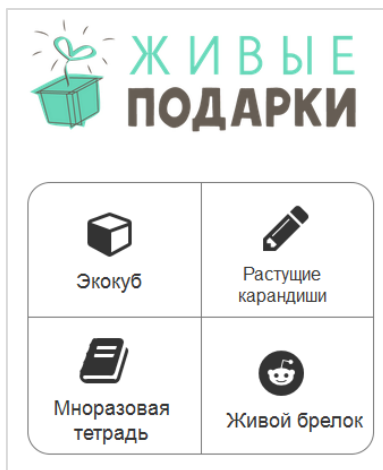


Рис. 49 Пример оформления меню категорий

- 2) Поправить верстку информации о продукте.
- 3) Сделать аккуратную таблицу состава заказа.

Так как мобильная версия сайта – это адаптированная десктопная версия, то в ней присутствуют те же ошибки. Отсутствие в верхнем меню пункта «О компании», двойная стрелка «Вверх», ошибки на форме оформления заказа. При исправлении ошибок в обычной версии сайта, доработки должны быть перенесены и на мобильную.

Статистическое исследование посетителей сайта

Ниже представлена статистическая информация согласно данным сервиса Яндекс-Метрика за период с 20.07.2016 по 19.10.2016 года.

Разрешение экрана.

Учет разрешения монитора, на котором посетители будут просматривать сайт — важный составной момент, как разработки, так и редизайна сайта. Увеличение среднего разрешения экрана монитора у посетителей сайта — одна из основных причин необходимости периодического редизайна сайта.

Ежегодно среднее разрешение экрана монитора увеличивается примерно на 25-30 % (1/2 дюйма в год). Ниже представлены данные из сервиса Яндекс-Метрика по нескольким самым популярным разрешениям экрана посетителей сайта.

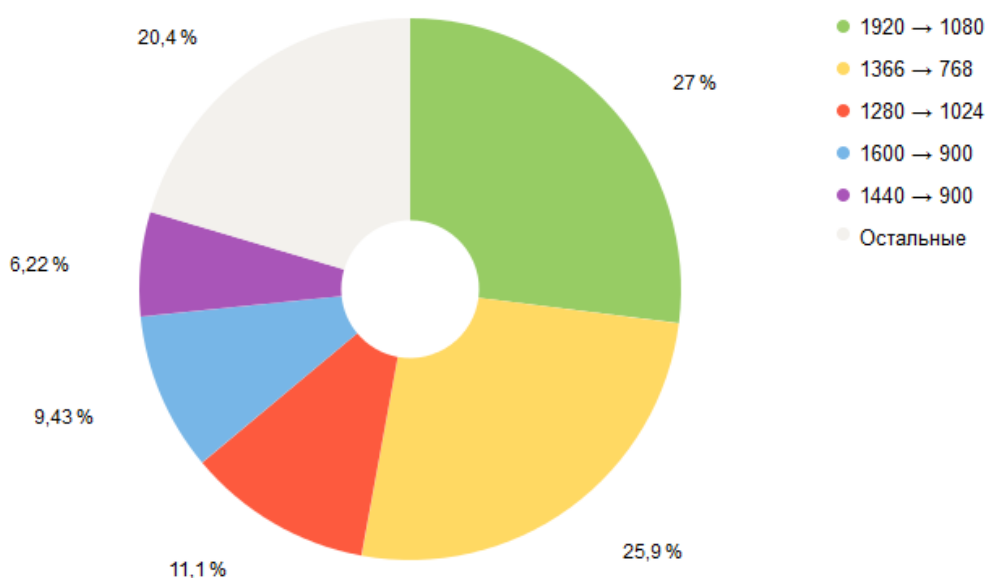
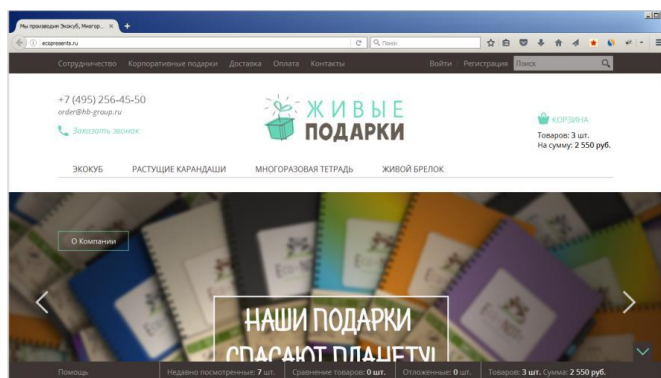


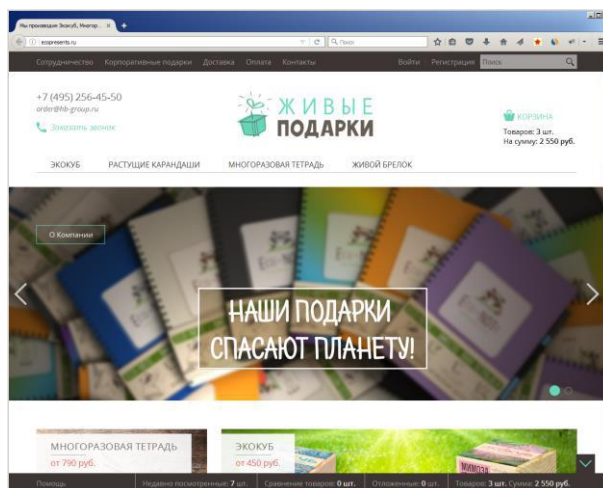
Рис. 50 Распределение количества посещений по разрешениям экрана пользователей в долях

Ниже приведены скриншоты сайта при использовании трех наиболее популярных разрешений:

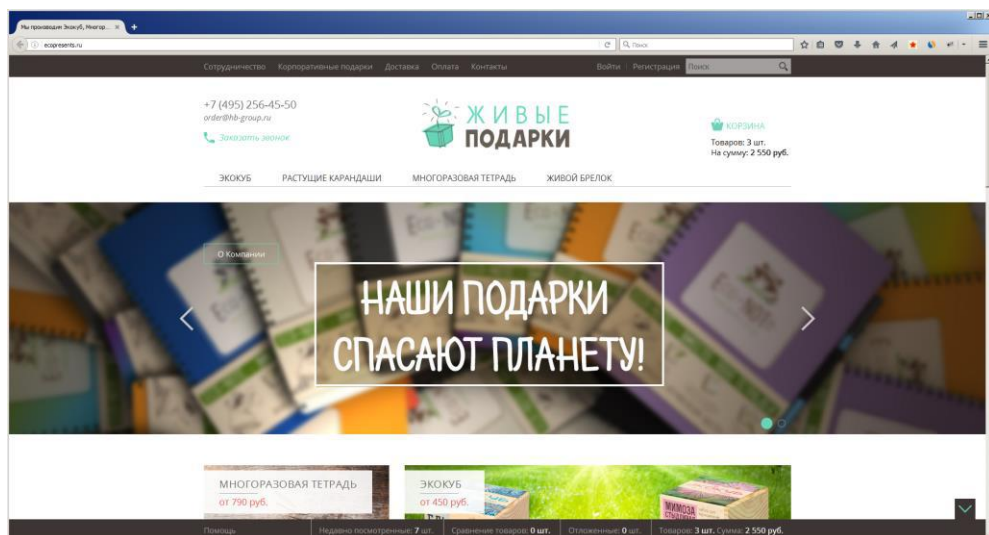
1366x768



1280x1024



1920x1080



Вывод

В представленном браузере был выставлен масштаб в 100% и отключены все надстройки и дополнения, которые могли исказить отображение сайта. Во всех представленных разрешениях экрана сайт отображается корректно.

Используемые браузеры

Ниже представлены данные по самым популярным браузерам, с помощью которых пользователи приходят на сайт и соответствующие средние показатели по ним.

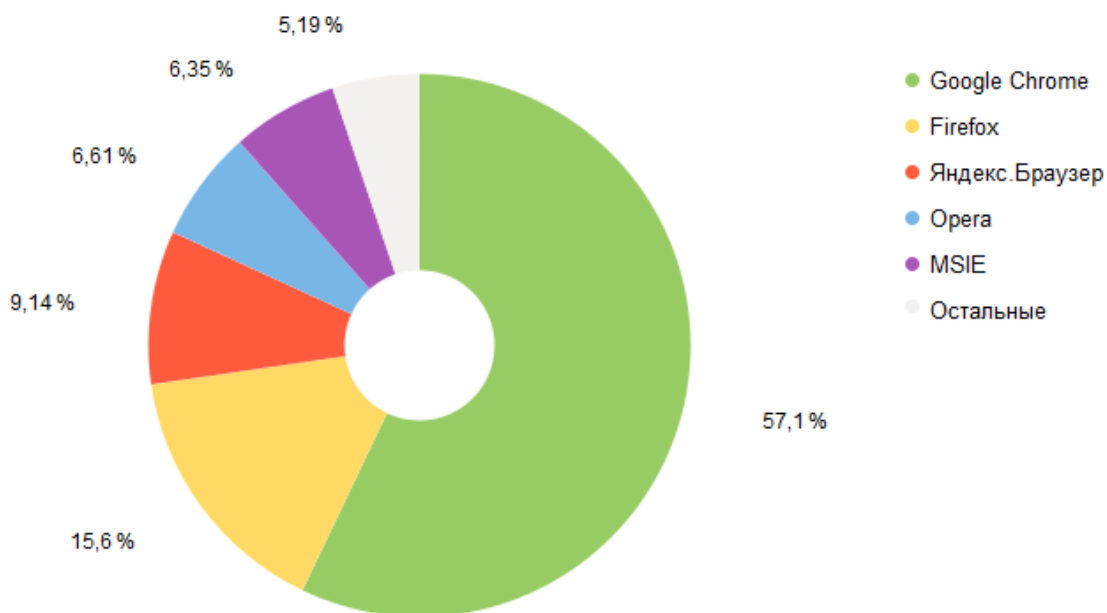
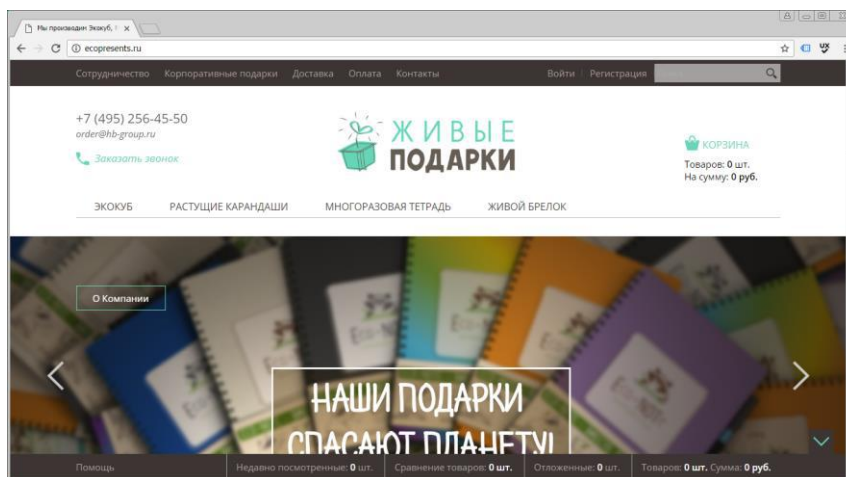


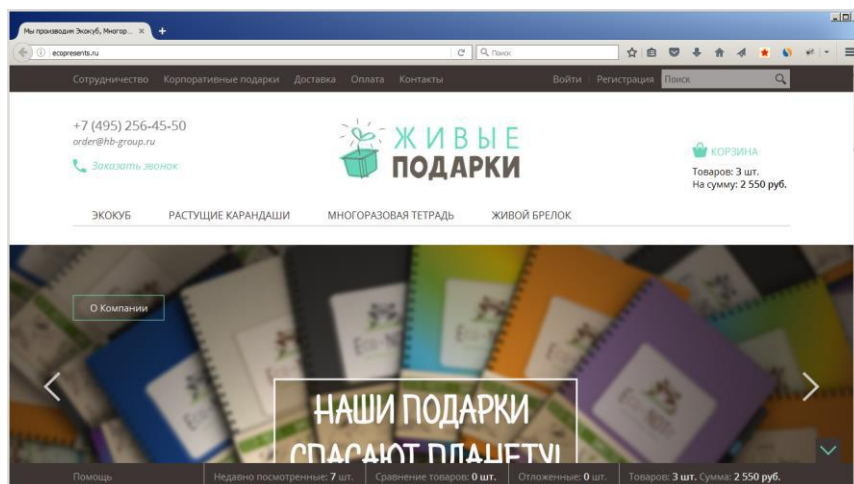
Рис. 51 Распределение количества посещений по браузерам пользователей в долях

Ниже показано, как отображается сайт в 3-х самых популярных браузерах, разрешение экрана 1366x768.

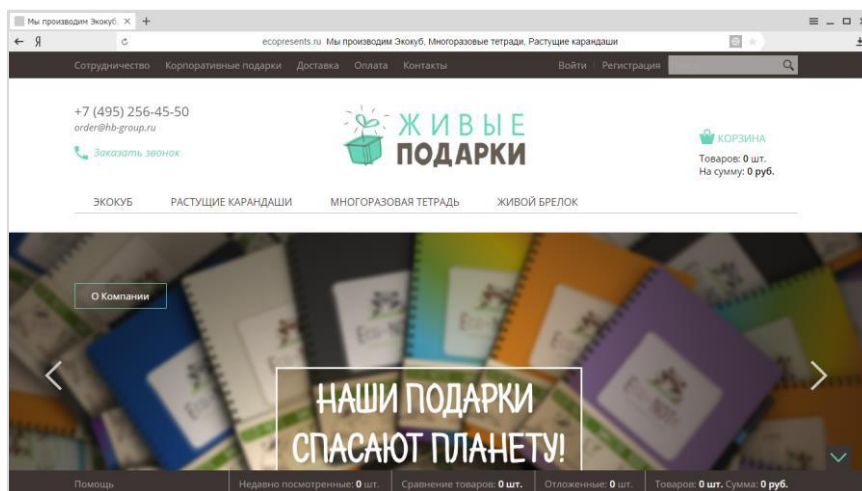
Google Chrome



Firefox



Яндекс.Браузер



Вывод

Во всех представленных браузерах был выставлен масштаб в 100% и отключены все надстройки и дополнения, которые могли исказить отображение сайта. Во всех представленных браузерах сайт отображается корректно.

Мобильные устройства

Ниже приведена информация по мобильным устройствам (операционным системам), с которых посетители просматривают сайт и средние показатели по ним.

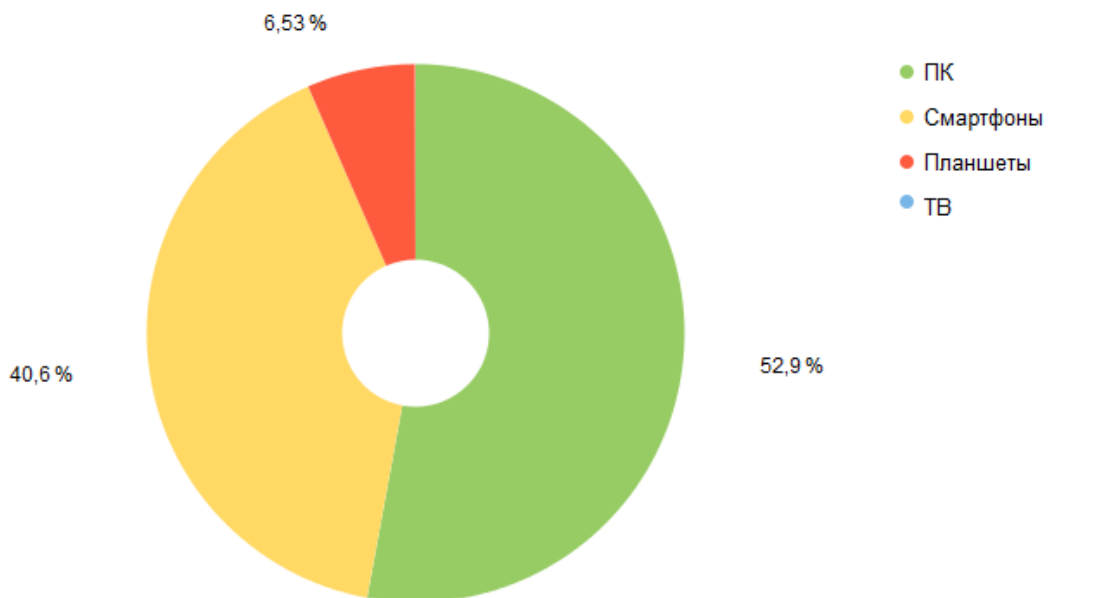


Рис. 52 Распределение количества посещений по типам устройств в долях

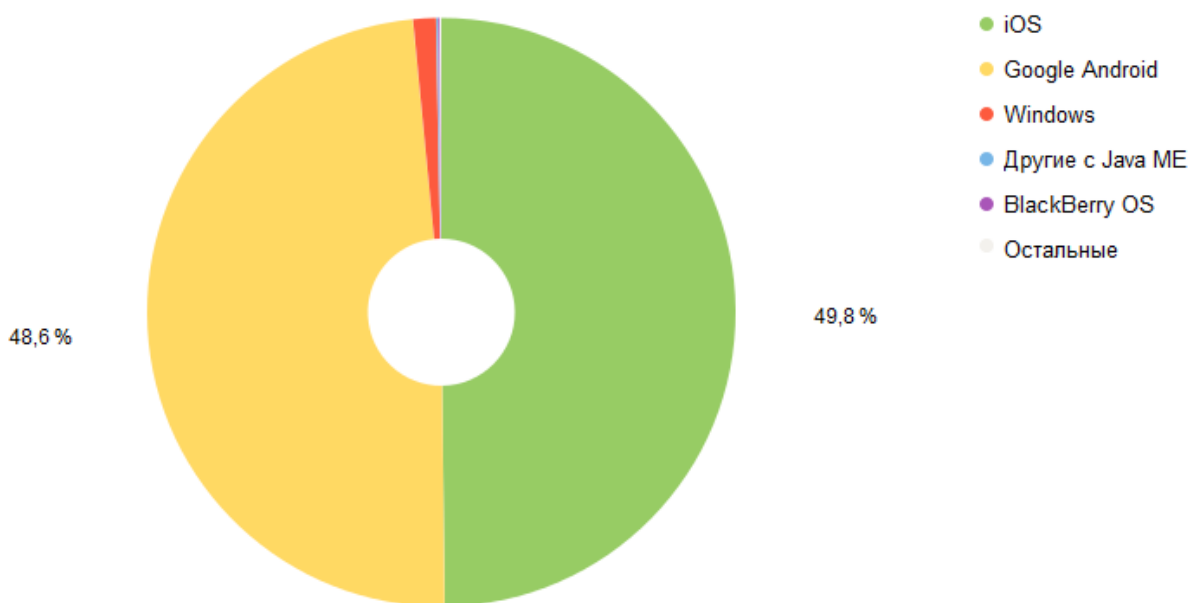


Рис. 53 Операционные системы устройств, с которых заходили посетители сайта

Как видно, посещения с мобильных устройств составляют 47,1% от общего количества посещений. Большую часть из них составляют устройства под управлением Android и iOS (iPad, iPhone).

Отлично! Страница оптимизирована для мобильных устройств.

Как робот Googlebot видит страницу

На странице есть ресурс, доступ к которому запрещен в файле robots.txt. Результаты и скриншот могут не соответствовать действительности.



Рис. 54 [Тест на удобство просмотра на мобильных устройствах](#)

<input checked="" type="checkbox"/> Тип устройства	<input checked="" type="checkbox"/> Визиты ▾	<input checked="" type="checkbox"/> Посетители	<input checked="" type="checkbox"/> Отказы	<input checked="" type="checkbox"/> Глубина просмотра	<input checked="" type="checkbox"/> Время на сайте
	▾ % 📊	▾ % 📊	▾ 📊	▾ 📊	▾ 📊
Итого и средние	16 278	10 855	13,3 %	3,93	3:47
<input checked="" type="checkbox"/> ПК	52,9 %	5 169	9,75 %	4,56	4:38
<input checked="" type="checkbox"/> Смартфоны	40,5 %	4 971	17,9 %	3,05	2:39
<input checked="" type="checkbox"/> Планшеты	6,52 %	717	14,2 %	4,25	3:59

Рис. 55 Основные показатели для мобильных и не мобильных устройств

Вывод

На мобильных устройствах сайт отображается корректно. По результатам [теста](#) рис. 54 он соответствует стандартам сайтов удобных для просмотра на мобильных устройствах.

Демография посетителей

Ниже представлено распределение посетителей по странам и регионам с соответствующими средними показателями.

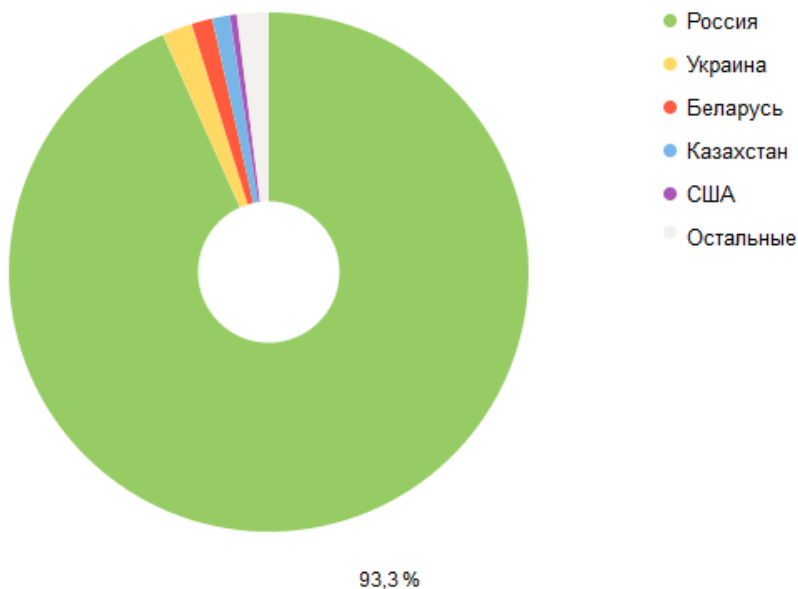


Рис. 56 Распределение посетителей по странам

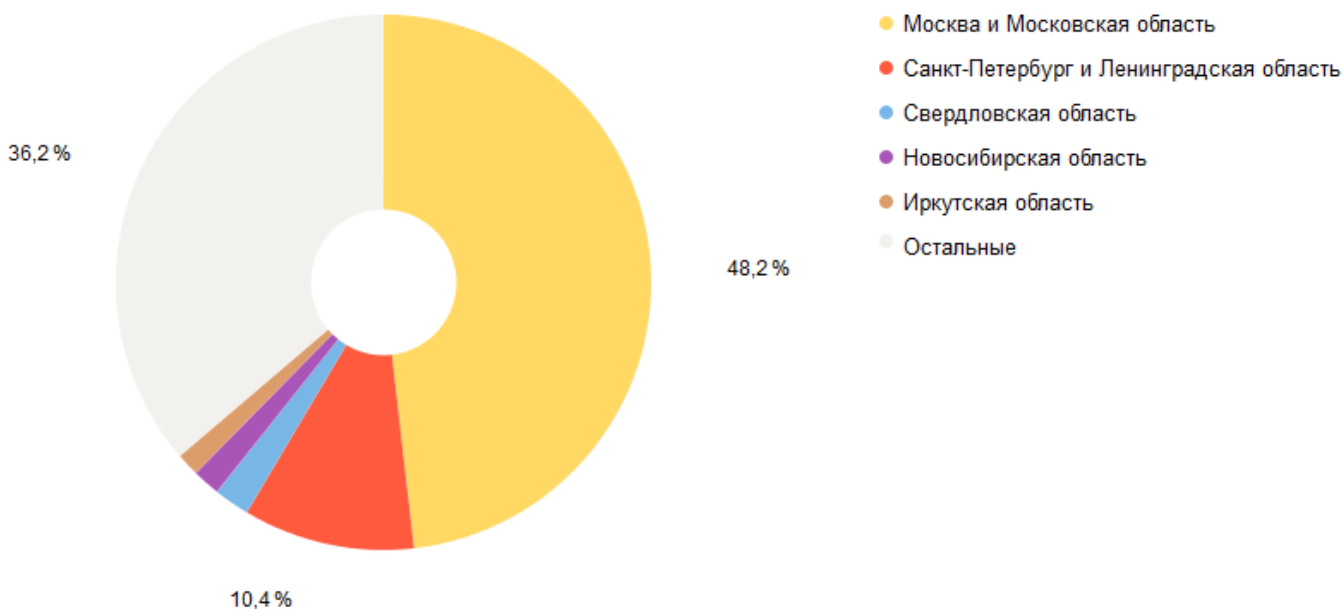


Рис. 57 Распределение посетителей по регионам России

Далее рассмотрим распределение посетителей по половозрастной структуре и по времени суток.

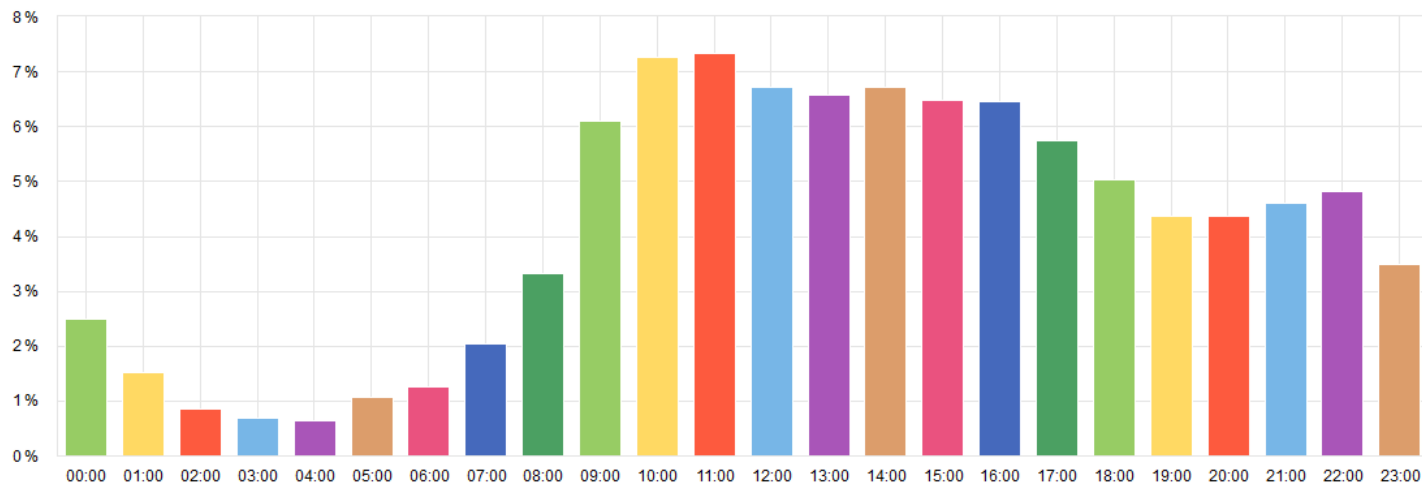


Рис. 58 Распределение посетителей по времени суток

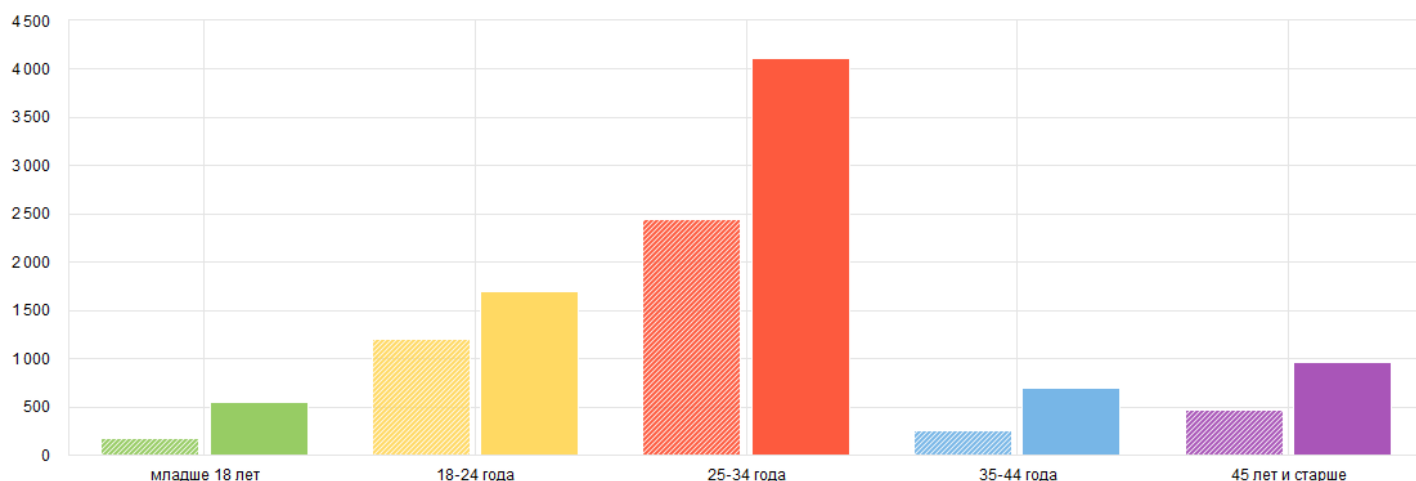


Рис. 59 Распределение посетителей по половозрастной структуре (штриховка мужской, полные колонки женский пол)

Вывод

Сайт не имеет четко-выраженной географической принадлежности. К региону Москва и Московская область относится только 48,2% посетителей. Для удобства покупателей из различных регионов России рекомендуется добавить на сайт единый бесплатный номер 8-800. Активность пользователей на сайте распределена в промежуток времени с 9:00 до 22:00. Важно чтобы во время пика активности был доступен консультант, готовый ответить на вопросы пользователя, и форма для обратной связи, когда консультант находится офлайн. При написании текстов, составлении маркетинговых предложений, формировании преимуществ сайта, рекомендуется ориентироваться на женскую аудиторию 25-34 года.

Выводы

При проведении экспертной оценки были сделаны следующие выводы. Изначально дизайн сайта производит нейтральное впечатление. На сайте было обнаружено несколько ошибок. По всем обнаруженным недостаткам были даны рекомендации. После их выполнения сайт станет более удобен для посетителей, что напрямую влияет на их количество и впечатление (как от самого сайта, так и о самой компании). Чем больше число довольных посетителей и чем удобнее сам сайт, тем больше вероятность, что среди них есть потенциальный клиент и, что он выберет именно вашу компанию.

Основные проблемы сайта:

- ошибки формы оформления заказа;
- недоработки каталога и карточек продуктов;
- ошибки в оформлении контента главной страницы сайта.