

Аудит юзабилити сайта

site.ru

Usability-удобство использования. Как бы много качественного трафика мы ни привели на сайт через каналы интернет-рекламы, какими бы сервисами ни старались удерживать пользователей, усилия могут быть перечеркнуты нелогичным интерфейсом, запутанным меню, сложными или неудобными формами и т. д.

Доработки юзабилити сайта служат решению следующих основных задач:

- увеличение конверсии трафика в целевые действия - это может быть и повышение доли взаимодействий, рост числа просмотров карточек товаров, и повышение конверсии форм.
- рост лояльности посетителей к сайту – повышение удобства использования интернет-ресурса, чтобы интерфейс был интуитивно понятен, и они охотно взаимодействовали с сайтом.

Результаты юзабилити-аудита сайта site.ru

1. Мгновенный скроллинг. На длинных страницах, которые занимают несколько экранов, предусмотреть плавающую кнопку «Наверх», «В начало», которая перебрасывает пользователя на первый экран.
Рекомендации: добавить такую плавающую кнопку на сайт для удобства посетителей. Кнопку слева со ссылкой на монтаж изоляции <http://prntscr.com/kl30hd> убрать, по данным Яндекс. Метрики ей никто не пользуется.
2. Обнаружена пустая страница «Клиентам».
Рекомендации: хоть она и не доступна при клике в верхнем меню, рекомендуется наполнить страницу соответствующим контентом.
3. Раздел «Недавно вы смотрели» - отсутствует. Он должен быть доступен на любой странице сайта, чтобы пользователь мог легко найти просмотренный ранее товар.
Рекомендации: добавить функционал на сайт для удобства посетителей.
4. Наличие тега TEL. Очень удобно одним нажатием с мобильного позвонить в компанию. Прибавляет 2% конверсии для мобильных пользователей.
Рекомендации: добавить тег TEL к номерам на странице Контакты.
5. Отзывы и комментарии. Нет возможности оставлять отзывы и комментарии к товарам.
Рекомендации: добавить такой функционал через соц сети, а также небольшие видео ролики довольных клиентов.
6. Заметность ценника. Цена практически не заметна, написана мелким кеглем или не выделена.
Рекомендации: сделать цену более заметной, привлекающей внимание.
7. Гарантия, условия возврата и постпродажное обслуживание. Ссылка на страницу или информация про возврат и обмен товара отсутствует в карточке товара. Информацию о гарантии и сервисном (постпродажном) обслуживании, вариантах оплаты надо размещать на каждой странице с товаром или услугой.
Рекомендации: добавить в карточку товара ссылку на гарантийное и постпродажное обслуживание, варианты оплаты.
8. Фото и видео. На страницах с товаром всего одно фото товара, оптимально несколько с различного ракурса – так, чтобы были видны все особенности конструкции (если это техника), пошива (если это одежда) и т. д. Категорически важно иметь более одной фотографии на товар/услугу. Корреляция с попаданием в Топ-30 - 98%.
Рекомендации: добавить больше фото и видео каждого товара.
9. Страницы с правовой информацией и информацией об обработке персональных данных.
Рекомендации: добавить ссылку на страницу обработки данных персональных данных в футере сайта.
10. Важно наличие видео на продвигаемых страницах, есть прямая корреляция с попаданием в ТОП 30 Яндекс и Гугл.
Рекомендации: добавить видео-обзоры.

Результаты юзабилити-аудита коммерческих факторов

Для розничных клиентов:

1. Проработать больше вариантов доставки, особенно для розничных клиентов, обозначить точки самовывоза (магазины/склады) и наличие конкретного товара в них в карточках товаров. Пример <http://prntscr.com/k136po>
2. Скидки за лайк или шер в социальные сети, за отзыв или рекомендацию. дает распространение информации о нашем продукте/услуги в социальных сетях, естественную ссылочную массу и лояльность клиента.
3. Функционал сравнить и добавить в избранное, чтобы упростить выбор пользователям.
4. Наличие советов по выбору, монтажу, калькуляторы расчета изоляции, видео инструкции «сделай сам» и т.д.
5. Наличие различных вариантов оплаты, обязательно возможность оплаты картой и при получении.
6. Публичный аккаунт в мессенджерах (viber, whatsapp) для консультаций.

Для оптовых клиентов:

1. Желательно предусмотреть отдельную страницу с условиями для оптовых клиентов, описанием системы скидок для них.
2. Цены на товары указаны в зависимости от объема (это есть в некоторых прайсах, но нет на страницах товаров) – пример <http://prntscr.com/k13a82>
3. Рассылки с информацией о новинках, акциях, закрытых распродажах и прочее.
4. Дополнительные сервисные услуги: рассрочка, товарное кредитование и т.д.

Прим. Кроме файла с рекомендациями предоставляется подробный файл анализа сайта более чем по 250 пунктам в Excel. Скрин части файла представлен ниже:

| | A | B | C | H | I | J | K | L | M |
|----|---|--|--|-------------|-------------|----------------------|------------------------------|---|---|
| 1 | | ЮЗАБИЛИТИ | | Комментарии | Критичность | Сложность реализации | Сложно или быстро реализуемо | | |
| 2 | | ОСНОВНОЕ: | | | | | | | |
| 3 | | Скорость загрузки | | | | | | | |
| 4 | | Сайт быстро грузится (1–2 секунды). Если ваш сайт грузится более 3-х секунд – около 40 % посетителей, скорее всего, уйдут, не став ждать | | | | | | | |
| 5 | | домашняя страница | ПК | | | | | | |
| 6 | | каталог | ПК | | | | | | |
| 7 | | | мобильный | | | | | | |
| 8 | | | мобильный | | | | | | |
| 9 | | Скорость ответа сервера | | | | | | | |
| 10 | | Не должна превышать 200-250 мс | | | | | | | |
| 11 | | Подстройка под географию ЦА | | | | | | | |
| 12 | | Сайт оптимизирован для представления в том регионе, для которого предназначен: информация изложена на соответствующем языке (или есть выбор языка), данные представлены в привычной посетителю метрической системе | | | | | | | |
| 13 | | Возможность выбрать город | | | | | | | |
| 14 | | Для мультирегиональных сайтов | | | | | | | |
| 15 | | Большой каталог | | | | | | | |
| 16 | | Сайты, предлагающие больше товаров, считаются более качественными и могут получить приоритет в поисковой выдаче | | | | | | | |
| 17 | | Удобство переключения языка | | | | | | | |
| 18 | | Если на сайте есть выбор языка, то его переключение просто перезагружает страницу, на которой сейчас находится пользователь, а не перебрасывает его на главную страницу сайта | | | | | | | |
| 19 | | Наличие адаптивной верстки | | | | | | | |
| 20 | | для корректного показа на мобильных устройствах | мобильные устройства | | | | | | |
| 21 | | для корректного показа в различных браузерах, на устройствах с разным разрешением экрана | различные браузеры Mozilla Firefox Internet Explorer Yandex | | | | | | |
| 22 | | Быстрый доступ к кнопкам СТА | | | | | | | |
| 23 | | Возможность купить товар/заказать услугу/заказать обратный звонок есть на каждой странице сайта | купить товар/заказать услугу заказать обратный звонок | | | | | | |
| 24 | | Наличие интуитивно понятных иконок | | | | | | | |