

[**ВЕБИНАР**]



ОШИБКИ ЮЗАБИЛИТИ, ИЗ-ЗА КОТОРЫХ ВЫ ТЕРЯЕТЕ КЛИЕНТОВ

ВЕДУЩИЙ: АРТЕМ АЛЕЙНИК

Руководитель отдела разработки
интерфейсов агентства Texterra

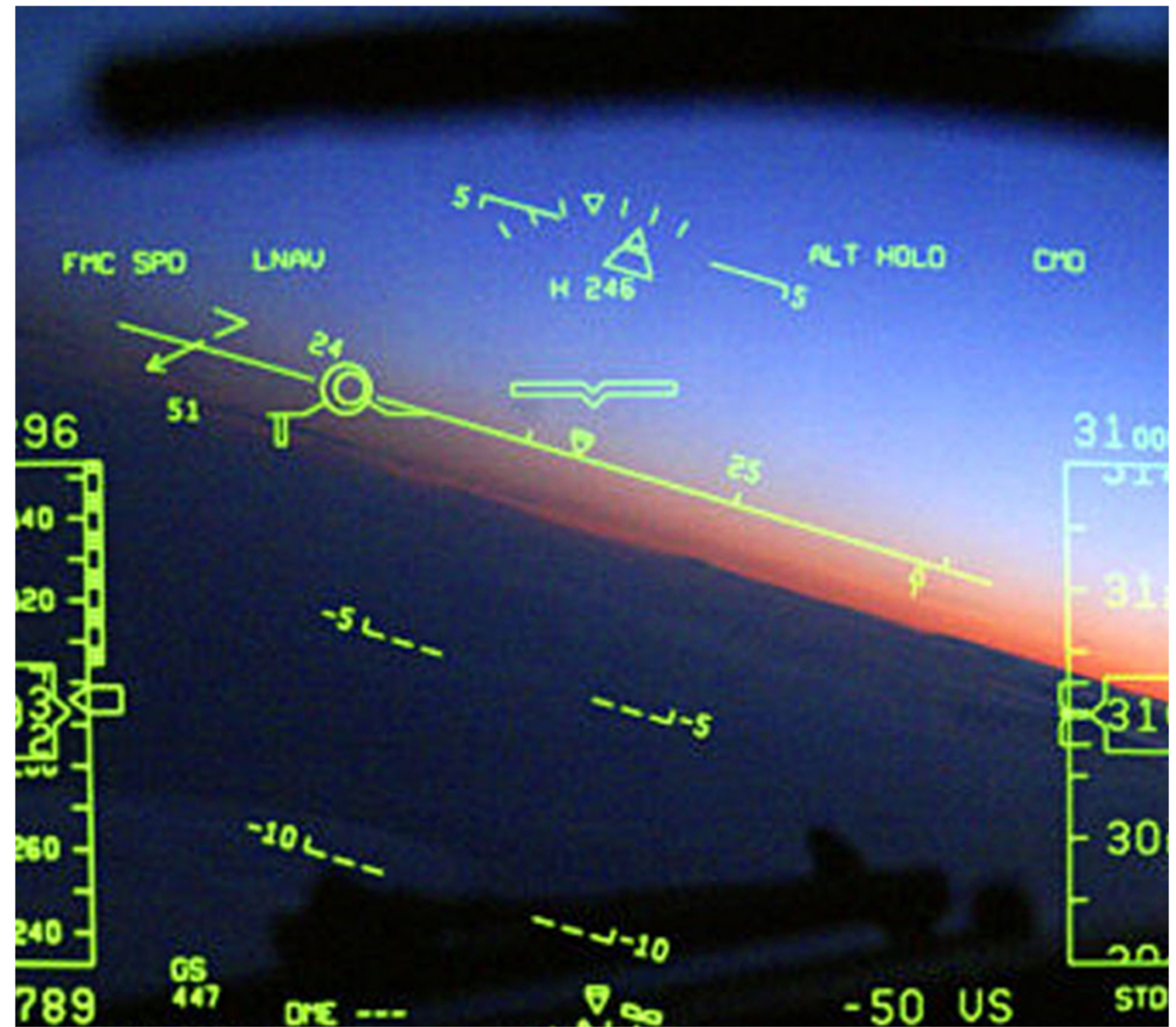


Глобальная задача проверки:

- ▶ Улучшить взаимопонимание между вашим ресурсом и пользователем для достижения ваших целей.

Поэтому...

► ...сначала определитесь с целями





ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:



Самостоятельная оценка

ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:
Самостоятельная оценка

Нет ли явных
неудобств?



ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:
Самостоятельная оценка

Основываемся
на ключевых
принципах



Якоб Нильсен

Основатель компании «Nielsen Norman Group»,
автор 10 ключевых принципов юзабилити

ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:
Самостоятельная оценка

как вам шрифт →

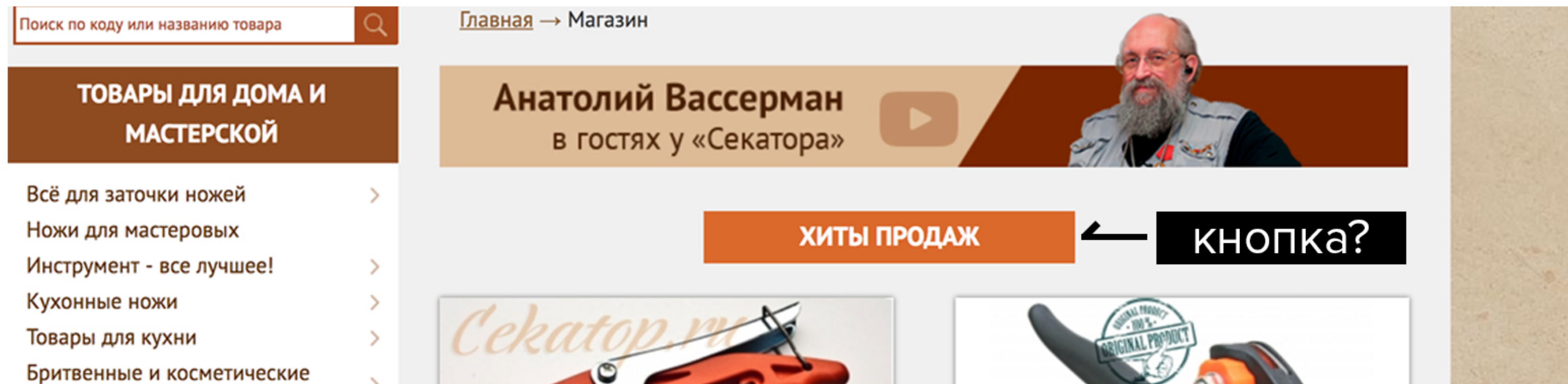
НОВОСТИ
Снимки Джейн Биркин и Сержа
Генсбура — у вас дома



ЭСТЕТИКА

пользователя
ничего не должно
раздражать

ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ: Самостоятельная оценка

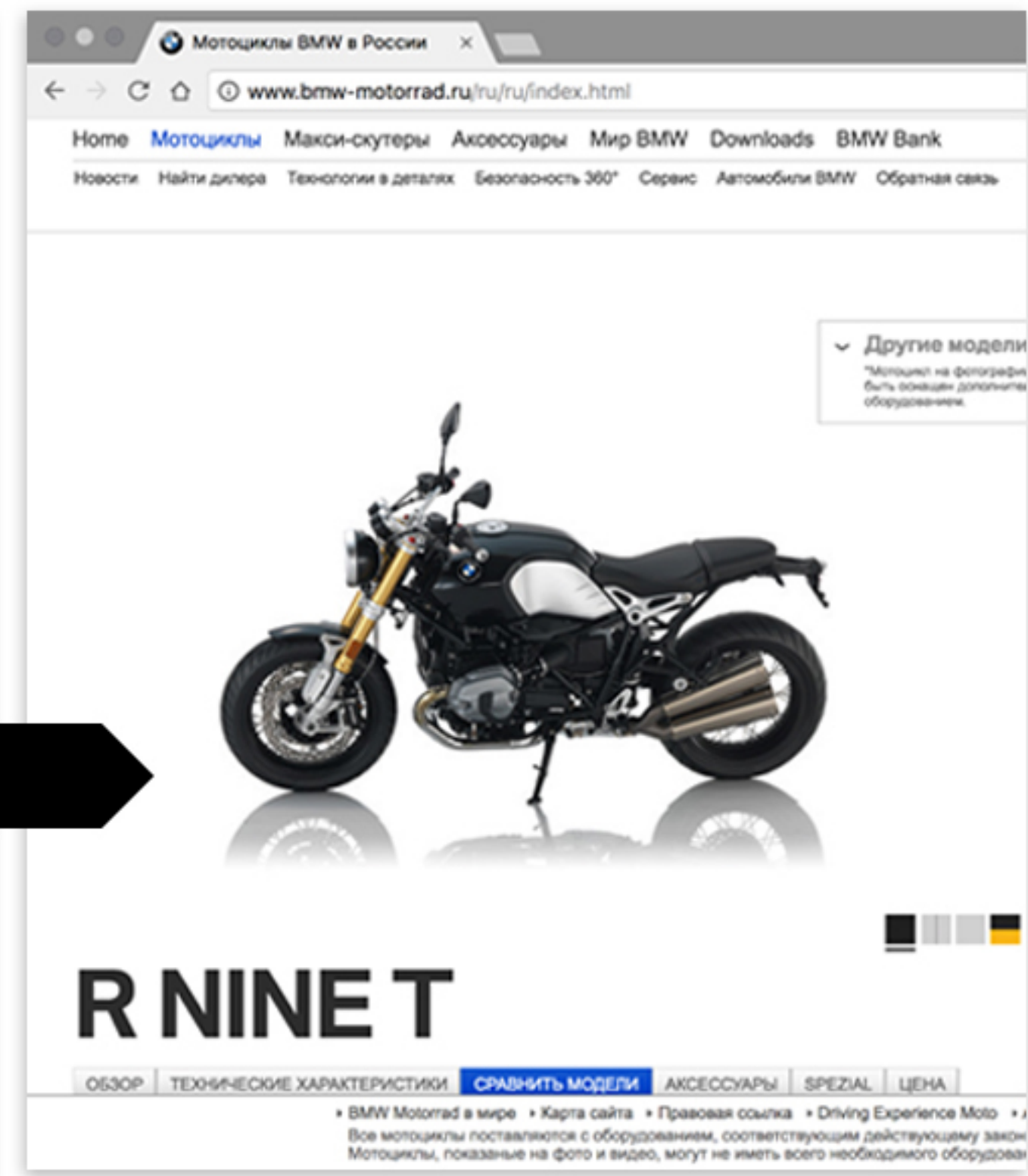
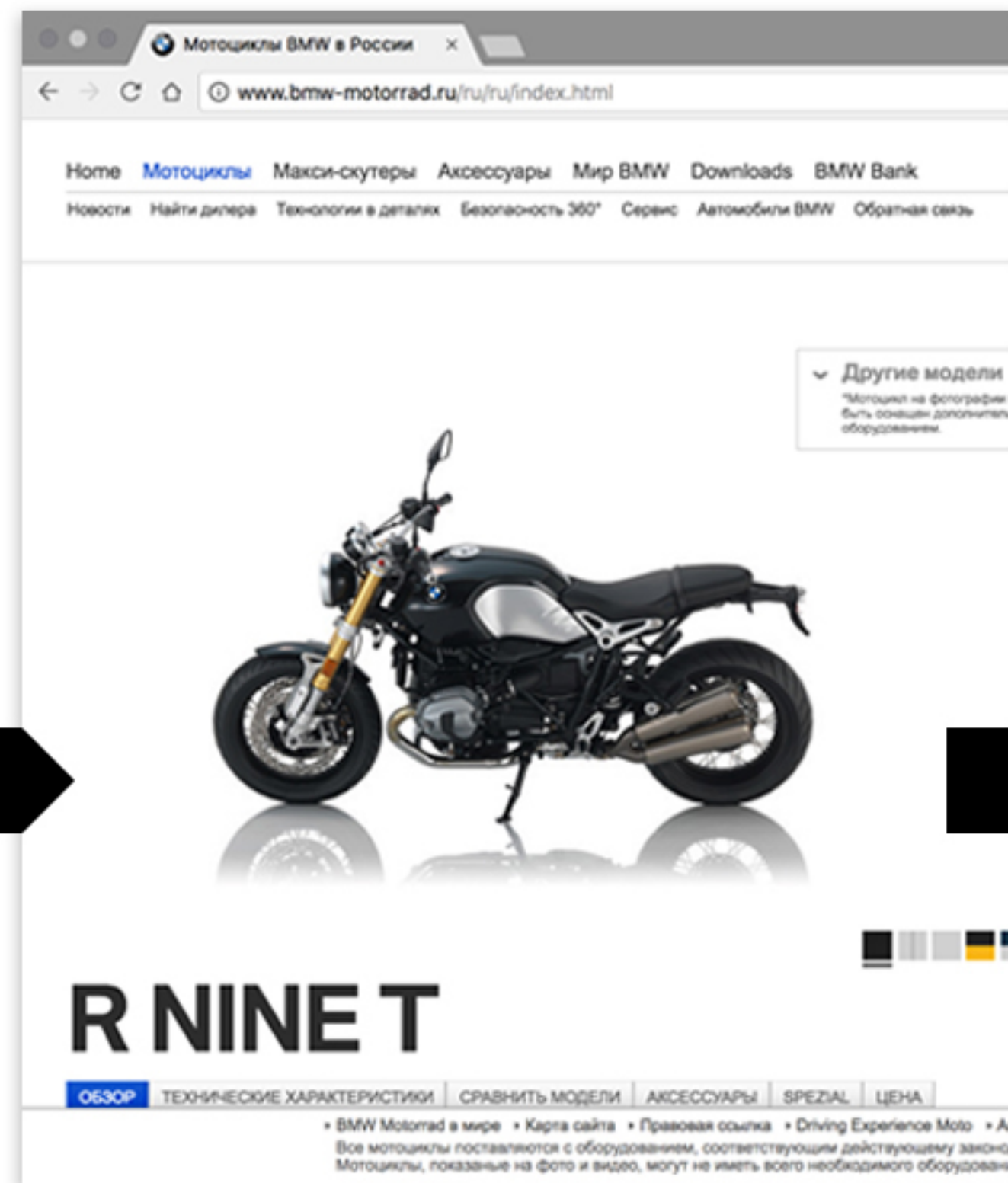


единообразие

элементы взаимодействия
должны быть привычны
и понятны

ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ: Самостоятельная оценка

А что изменилось?



текущий статус

пользователь должен
понимать состояние
системы



ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:

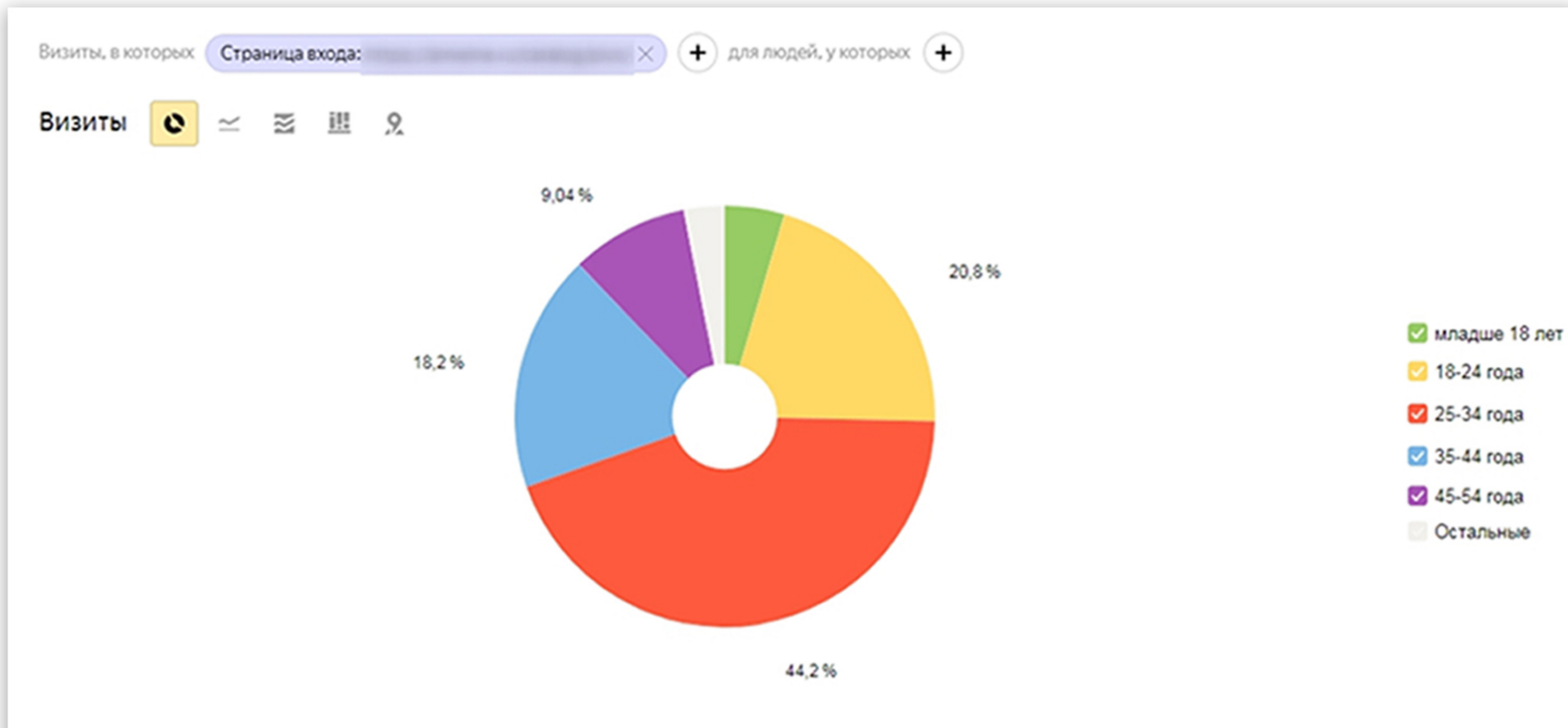
- 2 Системы статистики

ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ: Системы статистики

У мужчин и женщин биологически разное зрение: женщины обращают внимание на детали и окружение, мужчины – на цель и образ целиком.

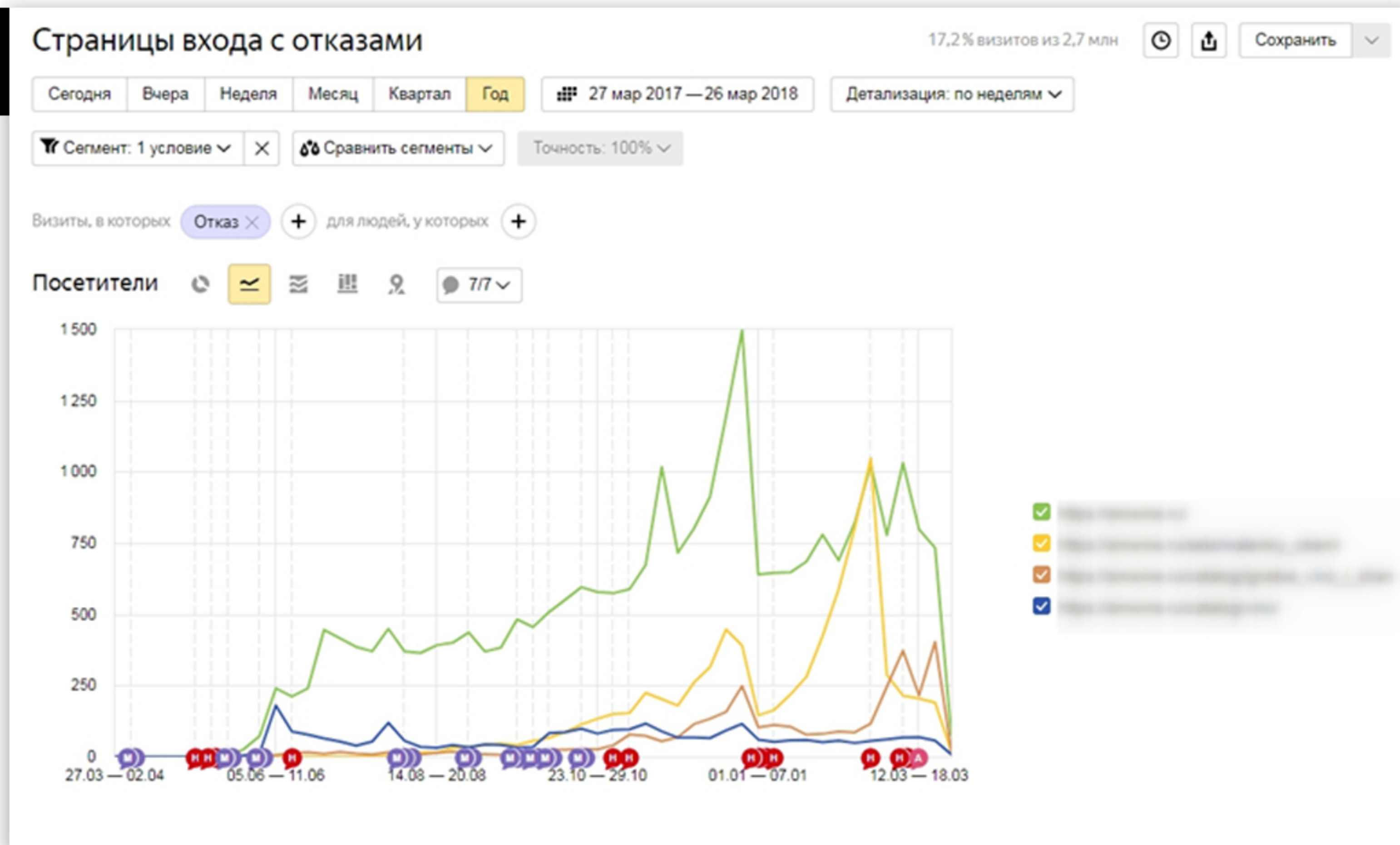
Целевая аудитория

Пожилым людям или детям – лучше все крупно и буквально



ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ: Системы статистики

Отказы



ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:

Системы статистики:
Яндекс.Метрика

«Вебвизор»

- Общую информацию о бизнесе (что это за компания/сайт).
- Общую информацию о продуктах (что здесь можно купить).
- Информацию о выгодах (почему стоит сотрудничать с этой компанией и покупать ее продукт).

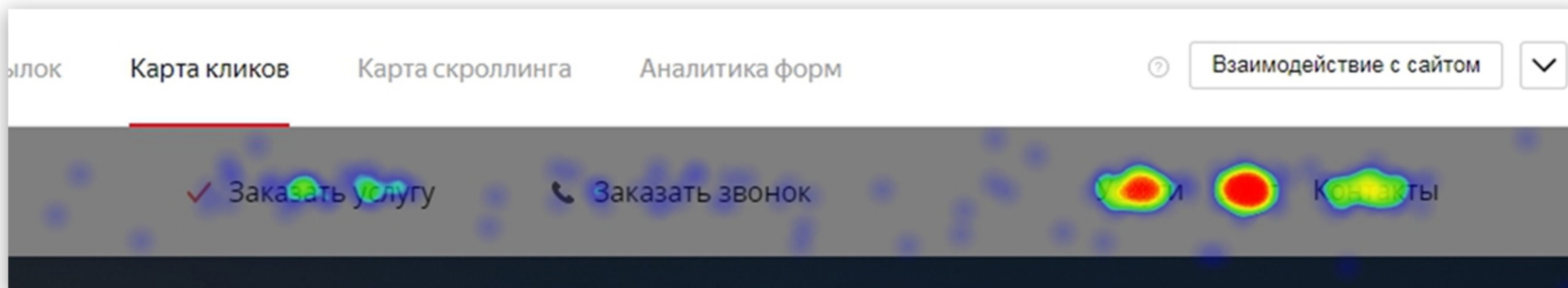
Если речь идет о главной странице известных брендов, например, «Сбербанка» или Microsoft, информацию о бизнесе и выгодах можно пропустить.

2. Резонанс с целевой аудиторией. Главная должна обращаться к потенциальным и существующим клиентам проекта на их языке. Избегайте профессионального сленга и не перехваляйте себя.
3. Убеждающее ценностное предложение. Вы должны в двух словах рассказать посетителю, почему стоит сотрудничать с вами. Кстати, эту информацию можно

ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:

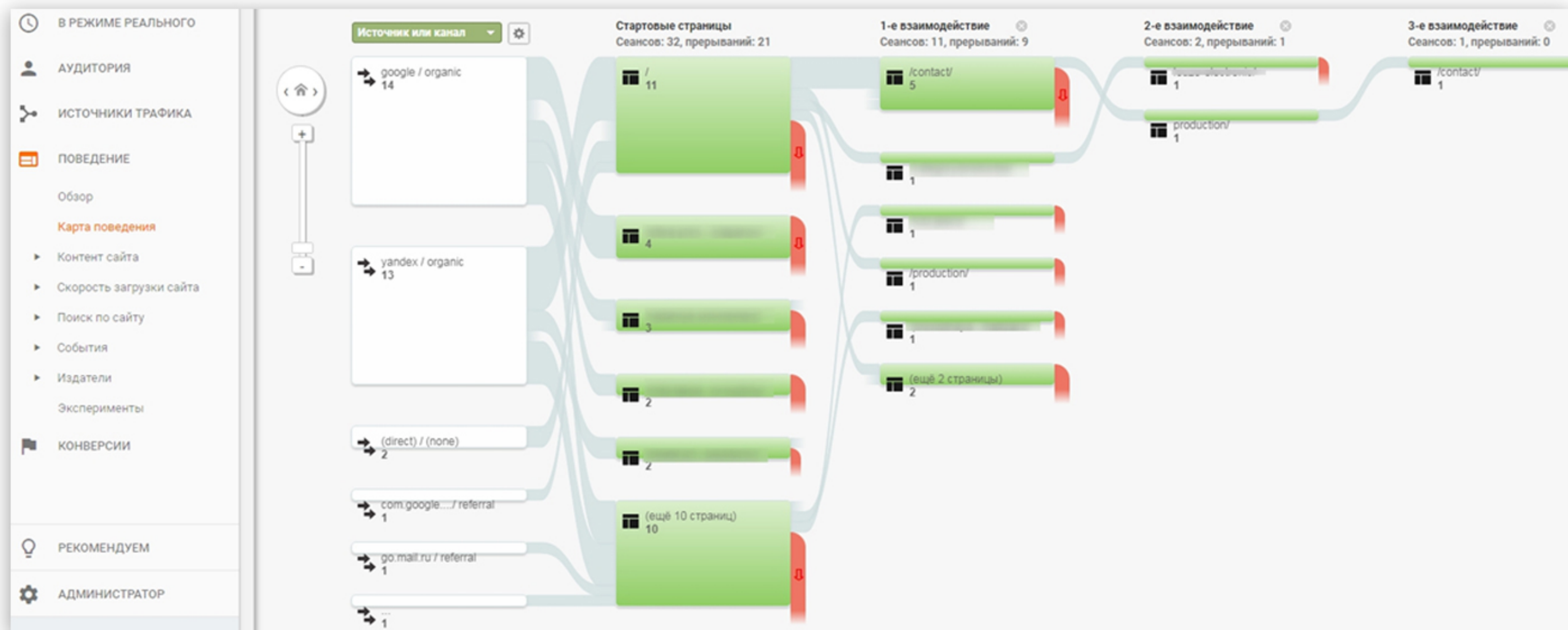
Системы статистики:
Яндекс.Метрика

Карты кликов/ссылок/скролла



ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ: Системы статистики: Google Analytics

Карта поведения





ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:

- 3** Фокус-группы
Спросите у людей

ВЫЯВЛЯЕМ ОШИБКИ:

Фокус-группы

Спросите у людей



Польза

- вне зависимости от результата:
ценны как индивидуальные
комментарии, так и совпадение
во мнениях

Что сейчас в тренде?

Стоит ли сделать, как вон тот парень?

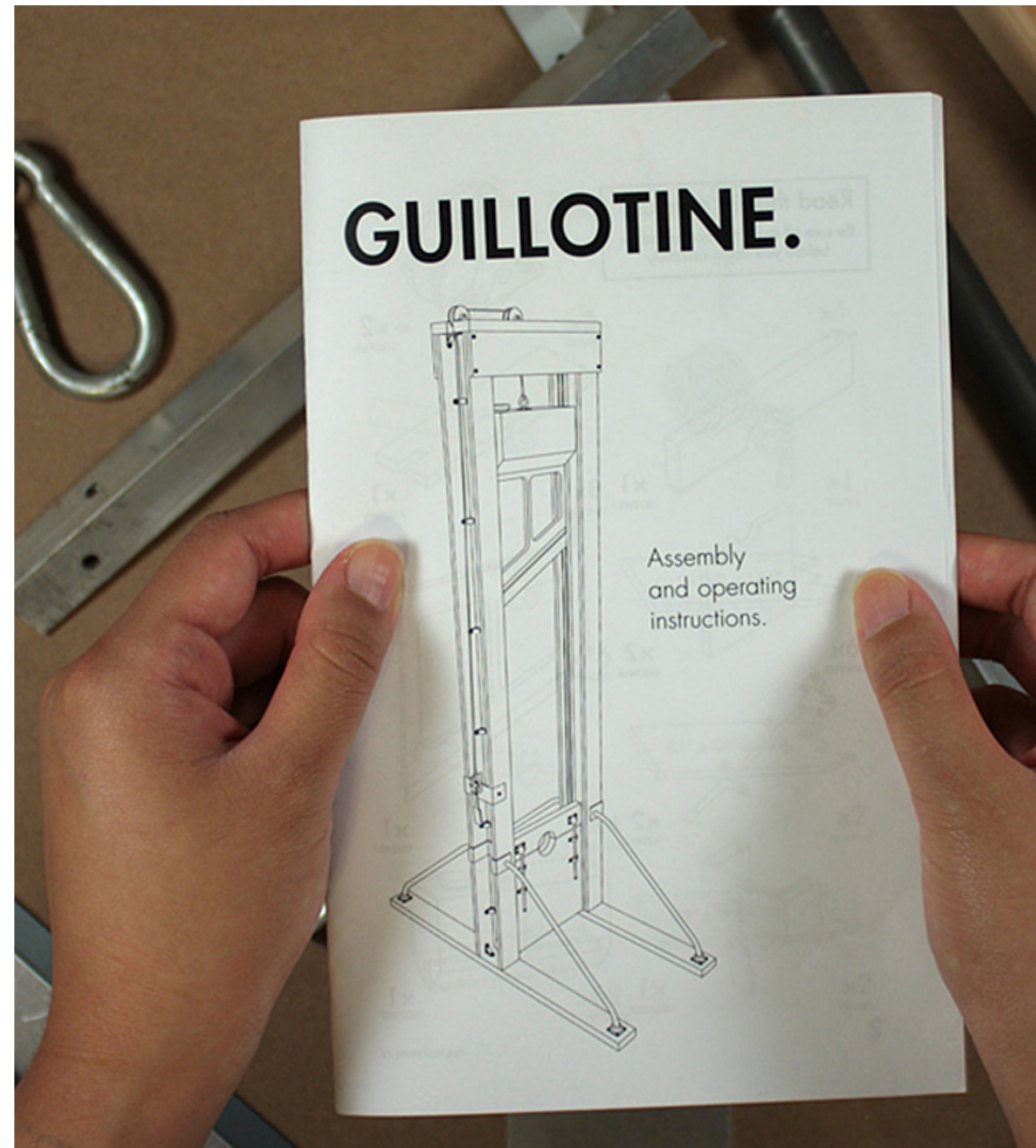


Выбирать – с умом

Не все, что сейчас в тренде, подойдет для вас.
«Отсеивайте» необходимое



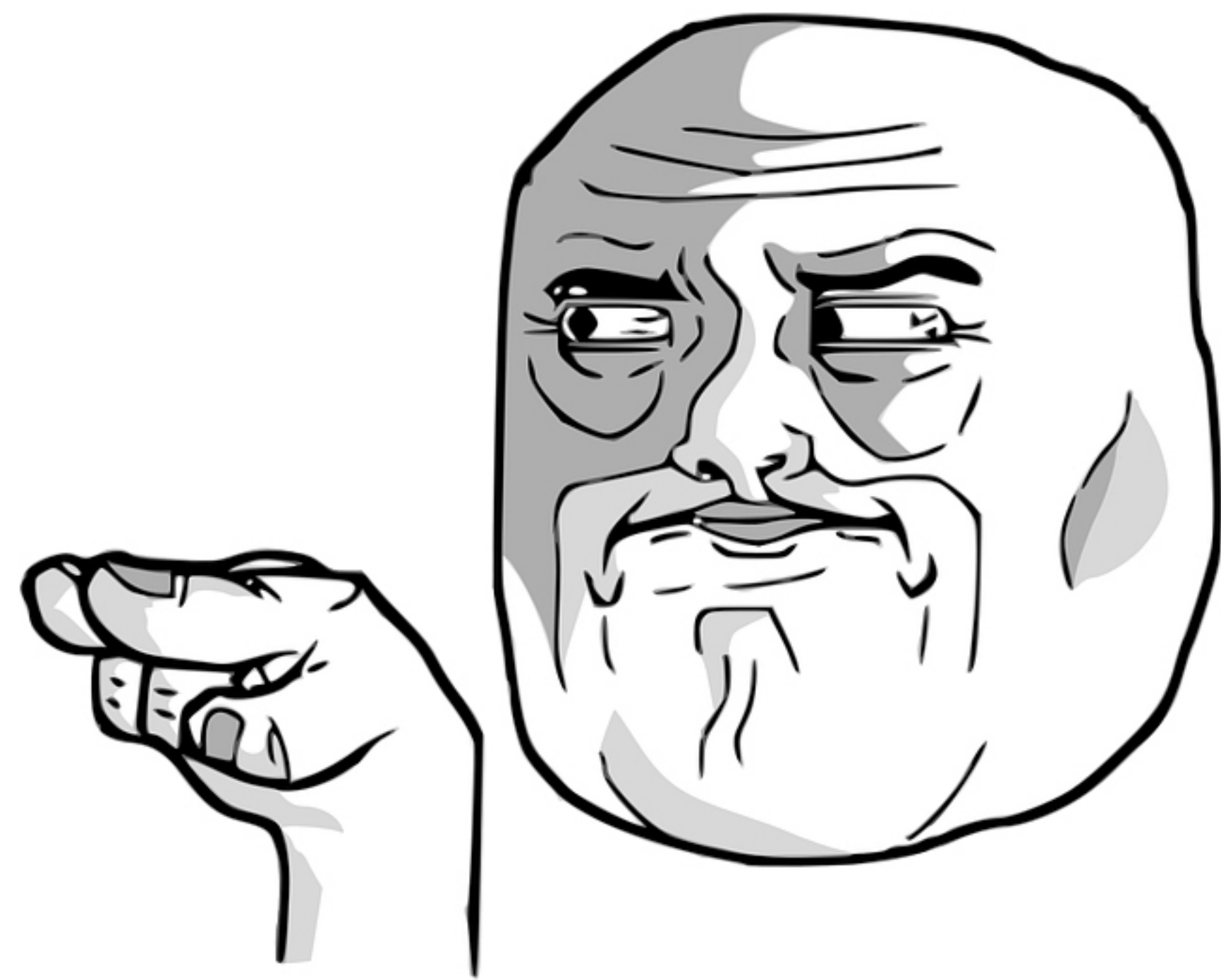
**Как делать
правильно?
Чек лист.**



НИКАК

Чек-листа нет.

Уделите внимание
главному:



РЕЛЕВАНТНОСТЬ:

текстовая и фактическая



Увязываются ли...

- ▶ поисковые запросы для страницы и ее контент?
- ▶ текст ссылки, которая ведет на страницу и ее содержание?
- ▶ призыв СТА-элемента и результат взаимодействия?
- ▶ полезное содержимое ресурса и навигация?

Кстати, о навигации...

Что пишут в окне поиска
у вас на сайте?
Проанализируйте



Q Search...

КАК ПРОВОДИТСЯ РАБОТА? НЕБОЛЬШОЙ ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ.

*Сайт по заказу
алкогольной
продукции.*

Проблема

По результатам аудита юзабилити замечено:

Факт 1:

В разделе каталога присутствует достаточно подробный фильтр в виде выпадающих списков. В меню представлен аналогичный фильтр по параметрам, но в полном, развернутом виде.


КАК ПРОВОДИТСЯ РАБОТА? НЕБОЛЬШОЙ ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ.

Сайт по заказу алкогольной продукции.

Фильтр в шапке

Каталог товаров	Тип	Содержание сахара	Гастрономическое соответствие
Вино	Безалкогольное вино	Сухое	К мясу
Шампанское и игристые вина	Винные напитки	Полусухое	К рыбе
Крепкие напитки	Кагор	Полусладкое	К морепродуктам
Пиво	Портвейн	Сладкое	К салатам
Сидр	Херес		К десерту
Безалкогольные напитки	Цвет	Страна	К сыру
Гастрономия	Красное	Австралия	
Аксессуары	Белое	Аргентина	Специальные предложения
Дисконтные карты	Розовое	Грузия	Винные сеты
Подарочные сертификаты	Цена	Испания	Вина большого объема
	до 500 рублей	Италия	
	500 - 1500 рублей	Португалия	
		Россия	
		Франция	

Фильтр в разделе каталога

Цвет	Цена	Содержание сахара	Страна	Очистить	Развернуть ↓
Выбрать ▾	от 0 Р  до 50599 Р	Выбрать ▾	Выбрать ▾		

КАК ПРОВОДИТСЯ РАБОТА? НЕБОЛЬШОЙ ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ.

*Сайт по заказу
алкогольной
продукции.*

Проблема

По результатам аудита юзабилити замечено:

Факт 1:

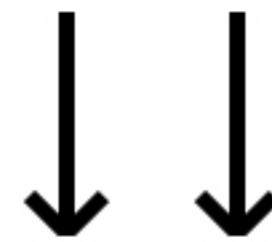
Люди, пришедшие из органического поиска достаточно долго листают страницу каталога и во многих случаях покидают страницу ничего не выбрав.

**КАК ПРОВОДИТСЯ
РАБОТА? НЕБОЛЬШОЙ
ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ.**

*Сайт по заказу
алкогольной
продукции.*

Гипотеза

Слишком много разных данных для конфигурации необходимого результата, но нет конкретных предложений.



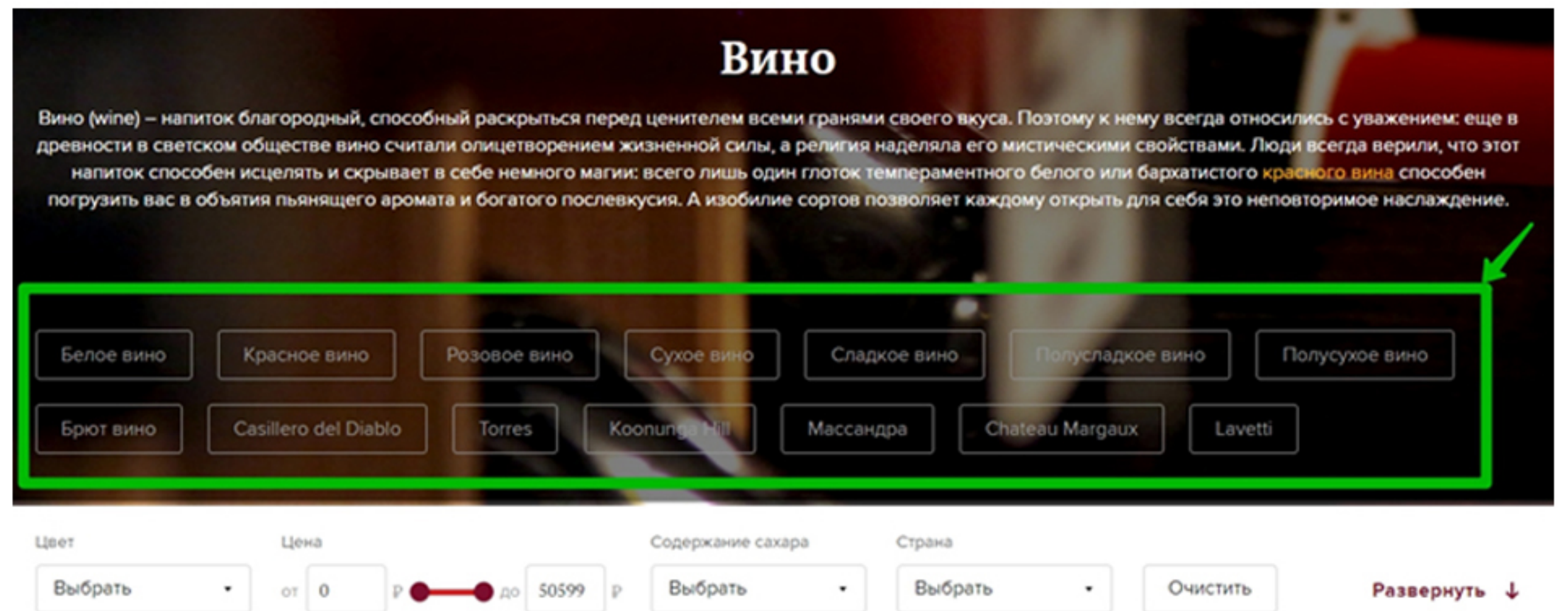
Нужно «помочь» пользователю сориентироваться, предложив какие-то конкретные решения, на дружелюбном, естественном языке.

КАК ПРОВОДИТСЯ РАБОТА? НЕБОЛЬШОЙ ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ.

Сайт по заказу алкогольной продукции.

Изменения

Доработка с точки зрения интерфейса произошла совсем небольшая. В верхнюю часть каталога добавлены вспомогательные ссылки на конкретные разделы с релевантными названиями, которые по исследованиям наиболее востребованы:

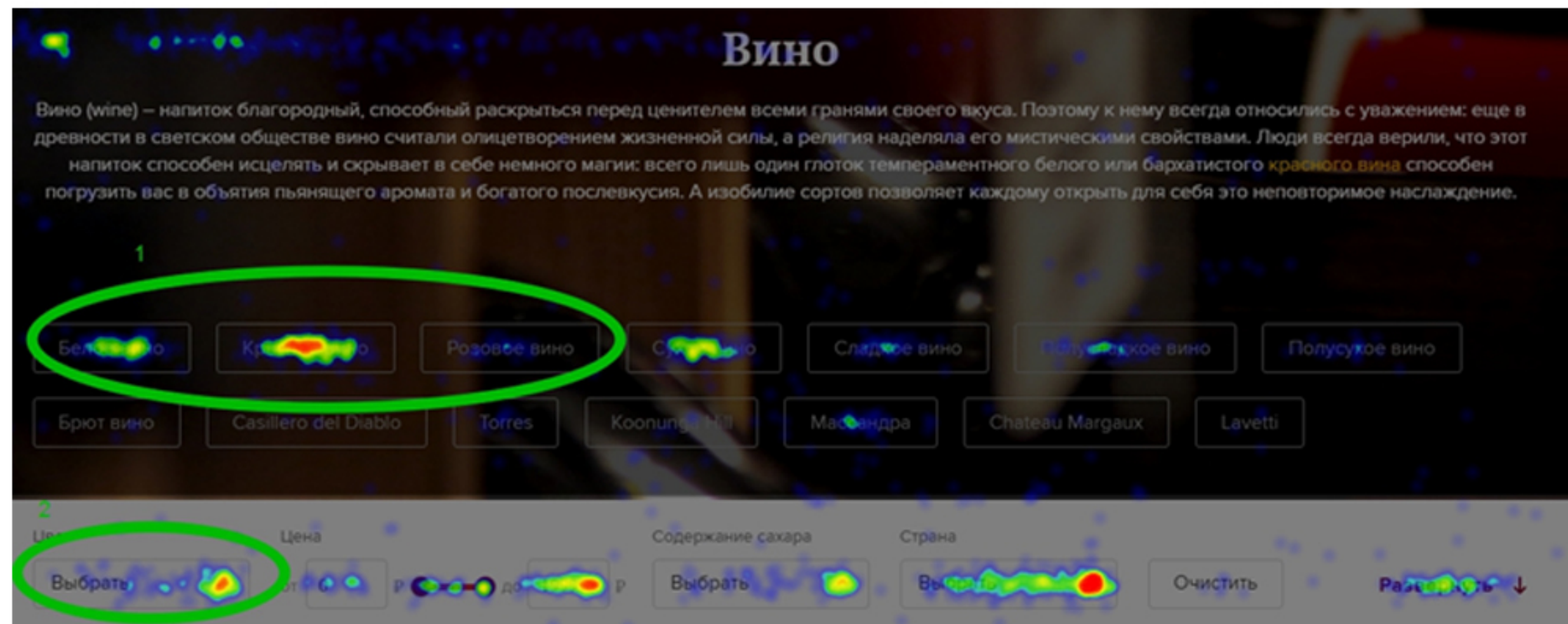


КАК ПРОВОДИТСЯ РАБОТА? НЕБОЛЬШОЙ ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ.

Сайт по заказу алкогольной продукции.

Результат

Спустя несколько месяцев, смотрим карту кликов. Обратите внимание, сколько кликов на ссылки с винами разных цветов (1) и для интереса сравните с первым параметром фильтра (2). Интенсивность на ссылках стала выше, при том, что теперь человеку нужно сделать просто один клик.



Напоследок

Еще один из принципов Нильсена:
на сайте - как в естественной среде.

Старайтесь сделать максимально «человечно»



Всем спасибо!

По возникшим у вас
вопросам пишите сюда



aleyunik@texterra.ru

