

Юзабилити и поведенческий аудит сайта site.ru

01.01.2023

Задача аудита:

1. Аудит с целью выработки рекомендаций по оптимизации контентной части сайта: навигация, архитектура, тексты
2. Аудит с целью выработки рекомендаций по адаптации контента для улучшения восприятия посетителем
3. Аудит с целью выработки рекомендаций по оптимизации структуры сайта для упрощения пути пользователя и повышения конверсий сайта
4. Формирование рекомендаций на доработки сайта по результатам аудита

Источники информации для формирования рекомендаций:

- Записи поведения пользователей в Вебвизоре Яндекс.Метрики
- Google Analytics - инструмент «Карта поведения»
- Отчеты Google Analytics
- Сайты конкурентов и успешные примеры реализации на сайтах других тематик.

Критичность правок:

■ - высокая

■ - средняя

■ - низкая

1. Кнопка «Купить» для мобильных пользователей ■

На мобильной версии в карточке товара кнопка добавления в корзину спрятана во вторую вкладку «О товаре», по умолчанию открывается вкладка «Детали»

<https://xxx.ru>

Для повышения конверсии добавления в корзину рекомендуем закрепить кнопку «Купить» на мобильных устройствах внизу экрана. Как реализовано у Ozon

<https://xxx.ru>, Inmyroom <https://xxx.ru>.

1.1. Пока текущая рекомендация будет в работе, рекомендуем продублировать кнопку во вкладку «О товаре».

Пример того, как пользователь ищет кнопку (запись доступна до 19.12)

<https://xxx.ru>

2. Цена товара ■

В мобильной карточке товара в явном виде нет цены товара. Она указана в текстовом поле во вкладке «О товаре» <https://xxx.ru>. Так как среднестатистический пользователь интернета не читает информацию, а сканирует ее глазами, рекомендуем в явном виде рядом с кнопкой указать цену, как это сделано на десктопной версии. <https://xxx.ru>

3. Не работает фильтр в мобильной верстке ■

У мобильного пользователя нет возможности отфильтровать товары по параметрам. Пример теста по [ссылке](#). *Фильтр по бренду работает корректно.*

4. Ранжирование товаров в каталоге ■

Пользователь отдает предпочтение доступным товарам. Рекомендуем в первую очередь выводить товары в наличии/с ценой. <https://xxx.ru>

...

7. Информация о доставке ■

При выборе сайта, на котором стоит покупать товар, пользователю среди прочего важна скорость доставки. В карточке нет информации о том, когда будет доставка товара <https://xxx.ru>. Пример из конкурентного окружения <https://xxx.ru>,

<https://xxx.ru>

8. Информация о доставке в Корзине ■

Рекомендуем также на странице Корзины разместить срок доставки товаров <https://xxx.ru>

Возможно, в том числе по причине отсутствия такой информации пользователи отправляют запрос на обратный звонок <https://xxx.ru>

9. Акционные товары ■

В разделе акции <https://xxx.ru> товары указаны с конечной стоимостью, без указания первоначальной цены. В таком случае не происходит эффекта сравнения с большим. Рекомендуем указывать перечеркнутой старую цену и акцентно новую. Как в карточке товара <https://xxx.ru>, так и в каталоге <https://xxx.ru>

10. Фильтры для товаров со скидкой ■

В первую очередь пользователей интернет-магазинов интересуют скидки на дорогостоящие товары. Рекомендуем на странице Распродажа сначала выводить люстры, светильники, торшеры, бра, а потом уже комплектующие.

10.1. На странице Распродажи рекомендуем создать фильтр или теги по категориям <https://xxx.ru>. Пример как это реализовано на других проектах по якорным категориям <https://xxx.ru>.

...

14. Стоимость доставки ■

Для товаров стоимостью выше 10 000 рублей в карточке товаров выводить блок «Бесплатная доставка». Пример реализации такого блока <https://xxx.ru>.

Информацию о бесплатной доставке выводить рядом с целевой кнопкой «В корзину», чтобы повышать мотивацию пользователя купить товар именно на этом сайте.

...

17. Настройка цели и электронной торговли ■

Без достаточной и корректной работы систем аналитики невозможно принимать решения об эффективности маркетинговых коммуникаций. Рекомендуем донастроить системы аналитики, а именно:

- Настроить электронную торговлю в GA <https://xxx.ru>

- Актуализировать список целей их отработку. Например, сейчас цель «Корзина» считается по переходу в Корзину <https://xxx.ru>, но нет цели на Добавление товара в Корзину, Добавить в сравнение (сейчас цель на посещение страницы)

18. Ссылка в фотографии товара на Главной странице ■

Рекомендуем сделать кликабельной (переводящим на карточку товара) фотографии в превью карточки товара на главной странице сайта. <https://xxx.ru>

...

21. Форма перезвоните мне ■

Рекомендуем использовать в форме отправки заявки <https://xxx.ru> рекапчу без необходимости ввода символов. Подробнее в справке Google <https://xxx.ru>

22. Статус Корзины ■

Рекомендуем при добавлении товара в Корзину мобильным пользователем менять статус на активный на иконке Корзины в боковом меню <https://xxx.ru>. Как в десктопной версии <https://xxx.ru>

23. Иконка Корзины в шапке сайта ■

Иконка на некоторых устройствах вне экрана <https://xxx.ru>. У пользователя возникают проблемы с тем, как попасть в корзину с мобильного устройства.

24. Вкладки на Главной странице ■

По карте кликов видно, что пользователи кликают по вкладкам при этом содержимое не меняется. <https://xxx.ru> Рекомендуем или актуализировать содержимое вкладок, или избавиться от ложной навигации.

...

29. Теги верхнего уровня для мобильных пользователей ■ // Зона теста*

На мобильной версии рекомендуем убрать теги верхнего уровня по стилям и переместить их в фильтр <https://xxx.ru> - <https://xxx.ru>

*** Оптимизация конверсии интернет-магазина**

Зона теста означает, что правку рекомендуем проверять не на всем объеме трафика, так как нельзя точно предсказать, как ее внедрение повлияет на поведение пользователей.

Эту и другие новые идеи мы можем проверить с услугой Оптимизация конверсий. Мы берем на себя генерацию и проверку идей. А/В тестирование проводится с помощью Google Optimize. Оплата этой услуги происходит только за фактический рост коэффициента конверсий.

30. Написание цены в превью и карточке товара ■

Рекомендуем при написании цены от четырех цифр разделять по три цифры (1 000, 12 123). <https://xxx.ru>