

SE *Studio*

Оценка дизайна и юзабилити
сайта <http://license.ru/>

Основная проблема конверсии посетителей сайта в клиенты компании состоит, на наш взгляд в том, что главная страница сайта не выполняет своей задачи, а, следовательно, и сайт целиком не выполняет своих задач.

Прежде всего, необходимо определить основное назначение сайта. Какую задачу он выполняет? Сайт – это прежде всего бизнес-инструмент, один из способов привлечения клиентов компании. Следовательно, сайт должен ответить посетителю на вопрос: «Почему я должен выбрать именно эту компанию для решения своей проблемы?»

Сайт <http://license.ru> в недостаточной степени выполняет эту задачу по нескольким причинам:

1. Посетитель, зайдя на сайт, прежде всего хочет узнать, куда он попал. Эта задача решена лишь наполовину. На главной странице легко читается логотип компании, ее название, в «шапке» кратко прописана основная деятельность компании – это помогает посетителю ориентироваться в информации. Однако некоторые элементы мешают или отвлекают от главного. Прежде всего, посетителя отвлекает надпись «flash-заставка» под логотипом компании. Место в левом верхнем углу страницы является очень ценным, так как от 80% до 90% посетителей, заходя на страницу сайта, первым делом смотрят в верхний левый угол (так европейцы воспринимают информацию из-за особенностей письменности – слева направо, сверху вниз). В данном случае, посетитель видит надпись «flash-заставка», которая не является важным элементом сайта. Более того, заставка абсолютно не нужна. Посетитель не станет смотреть заставку, уже попав на сайт.
2. Блок «Новости» безусловно является важным элементом главной страницы. Тем не менее, с точки зрения юзабилити, этот блок мешает решению основной цели – предоставления посетителю актуальной и нужной информации. Блок «Новости» на сайте слишком большой. Большая часть информации, содержащейся в нем, новостями уже давно не является, а, следовательно, мешает восприятию актуальной информации. Необходимо сократить блок до 3-4 новостей, после которых добавить ссылку «Все новости», перейдя по которой пользователь сможет попасть в архив новостей (<http://license.ru/news/>).
3. Основными способами передвижения посетителей по сайту являются панель навигации и форма «Поиск». Оба этих элемента присутствуют на сайте. Это положительный момент. Однако оба элемента нуждаются в доработке. Панель навигации является одним из важнейших элементов сайта. Навигационная структура должна быть хорошо продуманна, главные разделы сайта должны быть вынесены в панель на главной странице. К сожалению, панель навигации на сайте плохо видна. Это связано, во-первых, с тем, что она абсолютно не выделяется среди окружающего ее текста. Номер телефона компании и адрес сайта в «шапке» страницы написаны большим шрифтом, чем панель навигации.

SE *Studio*

Это – грубая ошибка. Большинство посетителей не станут терять время на поиск информации, если навигация им непонятна.

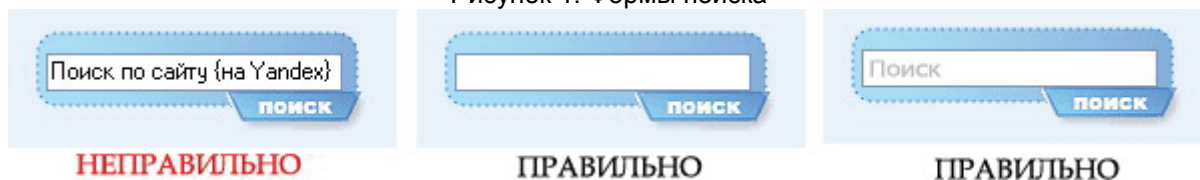
Решение – необходимо сделать более заметную панель навигации. Уместно выделить панель навигации цветом, отличным от основных цветов сайта.

4. Часть посетителей ищет информацию на сайте с помощью формы поиска. Зайдя на главную страницу сайта, посетители ищут форму поиска и, не найдя ее, покидают сайт. Поэтому настоятельно рекомендуется размещать форму поиска на странице так, чтобы она была видна посетителю без прокрутки страницы. В данном случае форма поиска не видна на странице даже на 19” мониторе с разрешением 1280x1024 пикселей. Это – грубая ошибка, которая приводит к потере части посетителей.

Решение – удалить надпись «flash-заставка» и поместить форму поиска над новостями.

Немаловажным аспектом является внешний вид формы поиска. Недопустимо заполнять форму, как это сделано на сайте. Рекомендуется оставить поле формы пустым. В крайнем случае, для обозначения поля можно оставить надпись «поиск» и сделать ее бледно-серым цветом.

Рисунок 1. Формы поиска



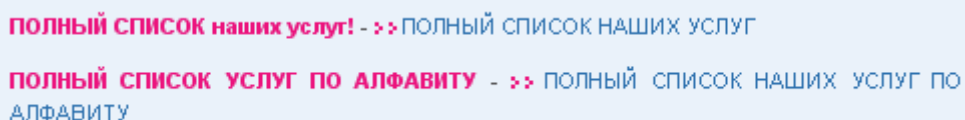
5. Разделы «Ваше мнение», информеры и рекламные баннеры, безусловно, являются менее важными атрибутами сайта, следовательно, должны быть расположены ниже, чем основные элементы.

6. Еще одним немаловажным аспектом является текстовое наполнение главной страницы. В случае с публикацией текстов в интернете необходимо помнить основное правило – тексты должны быть короткими, четкими, состоящими преимущественно из коротких, емких предложений. Длинные тексты должны быть разбиты на части. Абзацы в тексте должны быть отделены друг от друга интервалом в 2-3 раза больше межстрочного. Тексты должны быть выровнены по левому краю страницы. Нежелательно выравнивать тексты по ширине, так как это создает разный промежуток в строке между словами, что затрудняет чтение и, как следствие, восприятие информации. Объем текста на главной странице стоит сократить в 2 раза, оставив один небольшой текстовый блок, в котором коротко описывается основная деятельность компании, а главное – что именно компания предлагает. Остальная

информация может быть более подробно изложена в разделе «О компании».

7. Еще одной ошибкой главной страницы является дублирование присутствующей на ней информации. Во-первых, дублируется меню навигации. В «шапке» сайта обозначены основные разделы сайта, в нижней части эти разделы продублированы с расширенным списком меню. У пользователя возникает резонный вопрос: «Каким из этих меню пользоваться?» Тем самым, пользователь начнет размышлять над второстепенными вопросами и не сконцентрируется на главном. Дублирующую панель навигации следует удалить с главной страницы. Развернутое меню должно присутствовать непосредственно на странице того раздела, в который пользователь перейдет с главной страницы. Еще одним отрицательным моментом является дублирование информации в нижней части страницы (см. рис. 2). Очевидно, что достаточно обойтись одной ссылкой без повторения текста.

Рис. 2. Дублирование информации



ПОЛНЫЙ СПИСОК наших услуг! - >> ПОЛНЫЙ СПИСОК НАШИХ УСЛУГ
ПОЛНЫЙ СПИСОК УСЛУГ ПО АЛФАВИТУ - >> ПОЛНЫЙ СПИСОК НАШИХ УСЛУГ ПО АЛФАВИТУ

8. Цветовое решение сайта также вызывает ряд вопросов. Синий шрифт на голубом фоне воспринимается достаточно легко, однако наилучшим решением, на наш взгляд, было бы использование более контрастного сочетания цветов.
9. Используемые шрифты на сайте также воспринимаются достаточно свободно, однако стоит более грамотно подойти к выбору шрифтов. Возможно, наилучшим решением будет использование антиквенных (с засечками) шрифтов вместо используемых гротескных (без засечек). Антиквенные шрифты легче воспринимаются человеком, что делает чтение и восприятие текста более легким.
10. Грубая ошибка, допущенная на сайте – оформление ссылок. На сайте ссылки ничем не отличаются от обычного текста, что создает дополнительные сложности для посетителей. Следует придерживаться основных правил оформления ссылок. Во-первых, все ссылки должны быть подчеркнутыми. Подчеркивание является главным идентификатором ссылки, принятым в интернете. Во-вторых, ссылки должны отличаться по цвету от основного текста страницы и быть хорошо видимы при беглом взгляде на страницу. Наконец, желательно, чтобы посещенные пользователем ссылки окрашивались в цвет, отличный от основного цвета ссылки. Это предотвратит случайное

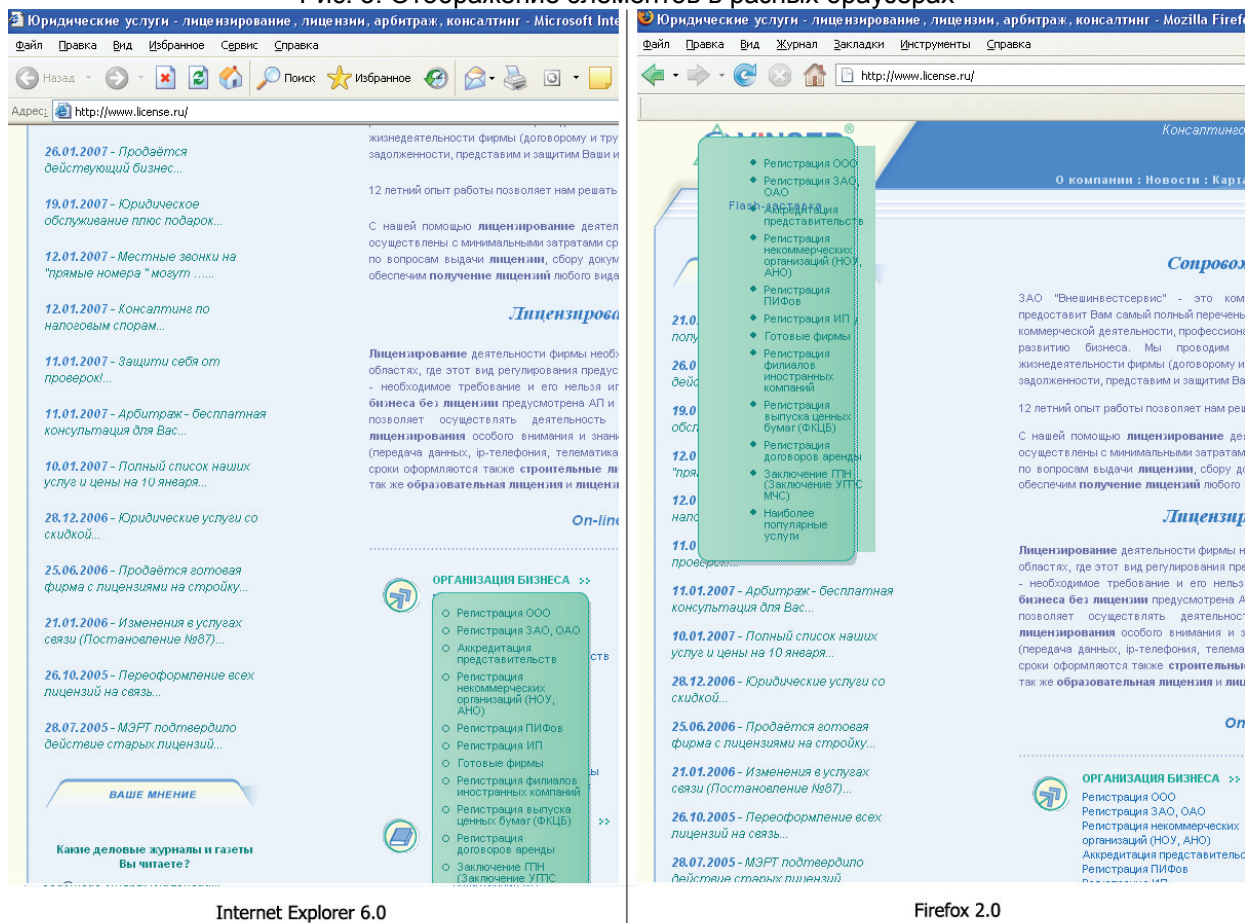
SE Studio

попадание посетителя на одни и те же страницы, и, следовательно, увеличит объем информации, воспринимаемый посетителем сайта, за единицу времени.

11. На сайте не используется от 30% до 40% свободного места. Вместо этого посетителю приходится несколько раз прокручивать экран, чтобы ознакомиться с той информацией, которая могла быть доступна и без прокрутки экрана. Желательно сделать сайт «резиновым», то есть одинаково воспринимаемым на мониторах разной диагонали и разного разрешения.

12. Еще одним недостатком сайта является отсутствие кроссбраузерности некоторых элементов. В целом, сайт выглядит одинаково при просмотре в основных версиях популярных браузеров (Internet Explorer, Firefox, Opera). Однако некоторые элементы отображаются в браузерах Firefox и Opera неправильно (см. Рис. 3).

Рис. 3. Отображение элементов в разных браузерах



SE *Studio*

Таким образом, подводя общий вывод отчету о юзабилити и дизайне сайта <http://license.ru/>, стоит отметить, что основная задача сайта на данный момент решается в недостаточном объеме. Это, в свою очередь, является препятствием для конверсии части посетителей в потенциальных клиентов компании. Устранение основных недостатков сайта, его редизайн и улучшение юзабилити, на наш взгляд, решат проблему конверсии посетителей сайта в клиентов компании.

Необходимые изменения:

1. Сделать сайт «резиновым», заполняющим 100% ширины окна браузера;
2. Изменить панель навигации, сделать ее более заметной;
3. Сократить раздел «Новости» до 3-4 сообщений;
4. Удалить «flash-заставку»;
5. Переместить форму поиска в верхнюю часть страницы;
6. Сделать сайт полностью кроссбраузерным;
7. Продублировать все ссылки, оформленные с помощью javascript, текстовыми ссылками;
8. Изменить цветовое и шрифтовое оформление сайта;
9. Продумать оформление ссылок на страницах;
10. Удалить повторяющуюся информацию.

Ошибки, допущенные на главной странице, в большинстве своем повторяются и на внутренних страницах сайта. Стоит отметить, что дизайн главной и внутренних страниц абсолютно идентичен. Это не совсем правильно. Безусловно, внутренние страницы должны иметь схожий дизайн с главной страницей, чтобы посетитель мог без труда определить, что он находится на одном и том же сайте. Вместе с тем, необходимо четко разграничивать главную страницу от внутренних. Главная страница должна иметь характерные признаки, свойственные только ей. Внутренние страницы могут отличаться от главной в некоторых элементах дизайна.

Для сравнительного анализа в данном случае стоит привести сайт <http://protos-consulting.ru/> (См. Рис. 4).

Безусловно, этот сайт не лишен недостатков, например, совершенно неразличимы ссылки среди обычного текста. Тем не менее, множество минусов сайта <http://license.ru/> на сайте Протос-Консалтинг отсутствует. Например, отчетливо видна панель навигации сайта. Сайт является «резиновым», вся информация на главной странице четко структурирована, видна без прокрутки экрана. Отсутствуют большие описания и тексты, вся информация представлена сжато. Цветовое решение сайта выполнено с максимальным контрастом (черный текст на белом фоне),

Все это положительным образом влияет на повышение юзабилити сайта, а также быстрое нахождение необходимой информации посетителем сайта и, как следствие, его конверсию в клиента компании.

Сайт визуально легче воспринимается из-за разумного использования всей ширины экрана, а также отсутствия длинных текстов на главной странице. Вся

SE Studio

главная информация расположена в верхней части страницы, легко видна контактная информация компании.

Рис. 4. Сайт Протос-Консалтинг

Протос Консалтинг

221-92-84
(495) 995-95-29

ГОТОВЫЕ ФИРМЫ С ЛИЦЕНЗИЯМИ
ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ
ЗАКОНЫ
РЕГИСТРАЦИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ
ВОПРОСЫ-ОТВЕТЫ
КОНТАКТЫ

Протос Страхование
Страхование любых рисков

Fsetan.ru
Законодательство о Ростехнадзоре РФ, Госгортехнадзоре

Prс.su
Исчерпывающая информация о лицензиях МЧС

Оформление лицензий

- ▶ Строительные лицензии
- ▶ Лицензия МЧС
- ▶ Лицензии Госгортехнадзора
- ▶ Лицензии Минэнерго
- ▶ Лицензия на черные металлы
- ▶ Лицензия на цветные металлы

Продажа фирм с лицензиями

- ▶ Готовая фирма со строительной лицензией
- ▶ Готовые фирмы с лицензией на черные и цветные металлы

Законы

Законы по регистрации

- ▶ Законодательство по регистрации юридических лиц
- ▶ Закон о государственной регистрации юридических лиц
- ▶ ГК РФ ст.48-123 Глава 4. Юридические лица
- ▶ ФЗ о акционерных обществах
- ▶ Закон об ООО
- ▶ ГК РФ ст.23-24 про ПБОЮЛ

Законы по лицензированию

- ▶ Закон о лицензировании
- ▶ № 80-ФЗ о внесении изменений в закон о лицензировании

Регистрация фирм

- ▶ Регистрация ООО
- ▶ Регистрация ЗАО
- ▶ Регистрация ОАО
- ▶ Регистрация выпуска акций в ФСФР
- ▶ Внесение изменений в учредительные документы
- ▶ Регистрация ИП (ПБОЮЛ)

Вопросы и ответы

- ▶ Смена учредителя в ООО
- ▶ Введение нового участника в ООО
- ▶ Исключение участника ООО
- ▶ Приобретение доли в ООО
- ▶ Ускоренная процедура ликвидации ООО
- ▶ Филиалы и представительства ООО
- ▶ Малое предприятие
- ▶ Совместная деятельность
- ▶ Квартира в качестве юридического адреса
- ▶ Документы для внесения изменений
- ▶ Срок внесения изменений

127473, Россия, г. Москва,
ул. Селезневская, 11а, стр.2, офис 412
Тел.: +7 (495) 221-92-84, 995-95-29, 506-40-71
E-mail: mail@protos-consulting.ru

Дизайн сайта: [AprilStudio](http://AprilStudio.ru)
Copyright © 2002-2006 Protos Consulting

[Каталог сайтов](#)

Готово