

Аудит «Юзабилити»

Цель аудита – дать рекомендации, которые:

- Сделают сайт удобнее для посетителей,
- Снизят показатель отказов,
- Увеличат глубину просмотра сайта и среднее время визита,
- Увеличат количество конверсий.

Важно внедрить все рекомендации из аудита, чтобы получить максимальный эффект.

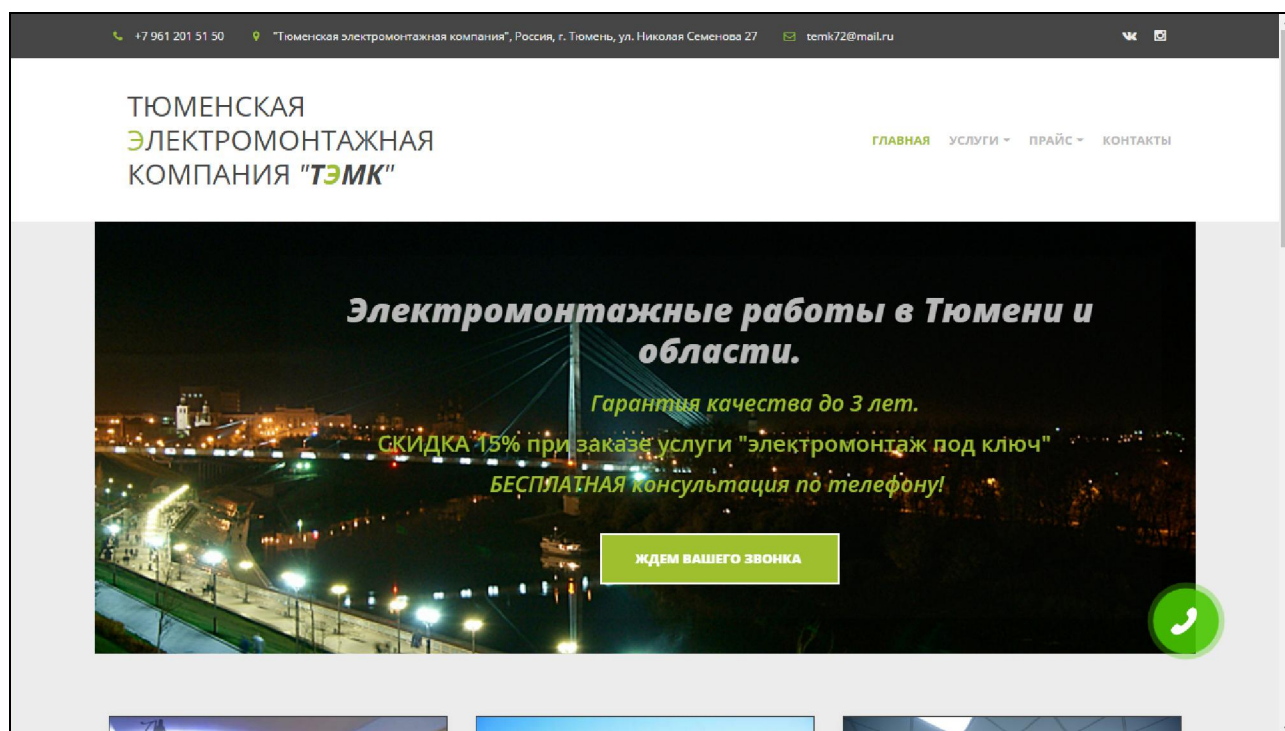
1. Исходные данные

Адрес сайта	http://temk72.ru/
Дата проведения аудита	17.02.2017 г.
Описание ситуации	Необходимо провести аудит юзабилити для корпоративного сайта. Задача аудита: дать рекомендации, которые позволят сделать сайт удобнее для потенциальных клиентов.

2. Анализ главной страницы сайта

Анализ главной страницы и общего макета сайта выявляет типичные проблемы в дизайне сайта, которые могут снижать конверсию сайта, а значит – количество клиентов, которые обращаются в Вашу компанию.

Ниже представлен скришот главной страницы и рекомендации, которые необходимо реализовать для улучшения юзабилити сайта.



Скриншот главной страницы

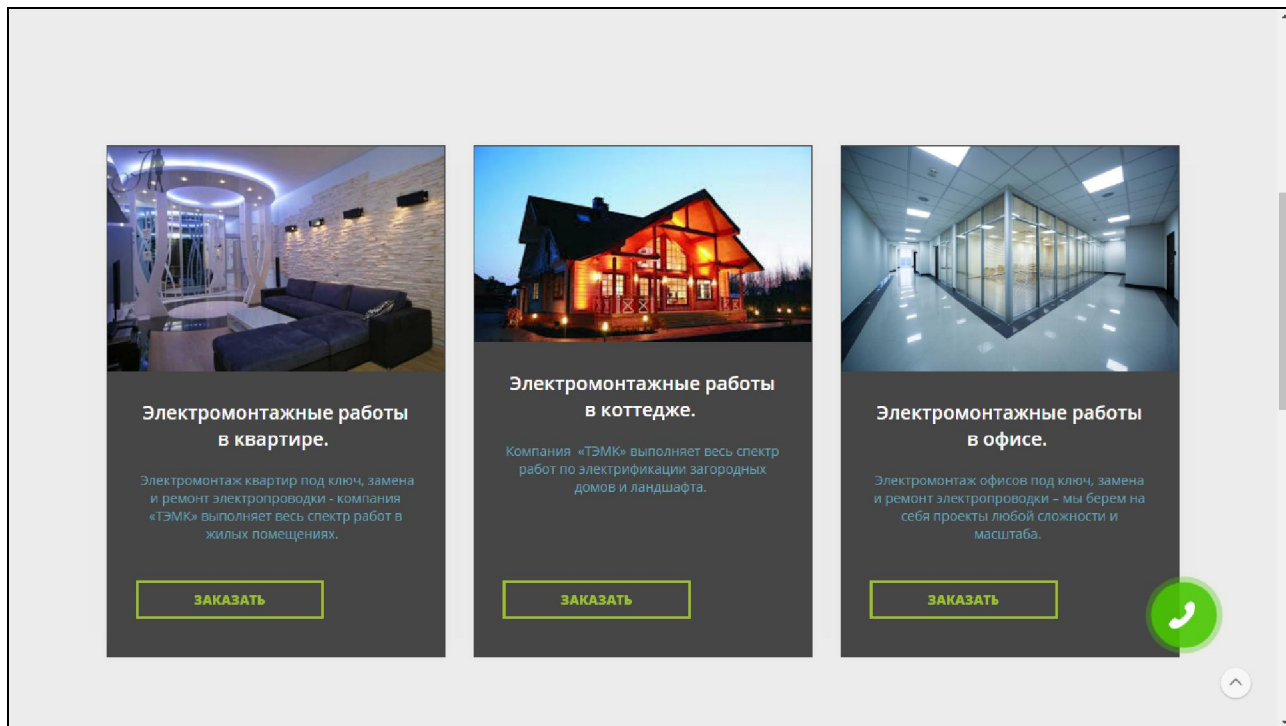
Рекомендации:

1. Нестандартное размещение элементов в шапке сайта может создавать сложности для посетителей. Например, телефон над логотипом будет сложно заметить – он находится в нестандартном месте и набран мелким шрифтом.

Рекомендуем внести следующие правки в шапку:

- Разместить телефон и другие контакты (адрес эл. почты) в правом верхнем углу. Номер телефона необходимо набрать крупным шрифтом, чтобы он привлекал внимание.
- Кнопки соц. сетей убрать из шапки, т.к. это второстепенная информация. В шапке необходимо разместить только самую важную информацию.

- Адрес компании рекомендуем убрать, поскольку посетители смогут найти его на странице с контактами. В шапке важно сделать акцент на номер телефона.
2. Баннер по центру заметно выделяется – это плюс. Он содержит ценную для посетителя информацию – это плюс. Однако цвет шрифта читается не достаточно хорошо, особенно текст, набранный зеленым цветом. Необходимо разместить текст на подложке или иным образом оформить его, чтобы повысить читабельность.
 3. Ниже баннера на главной странице находятся три блока с описанием услуг компании:



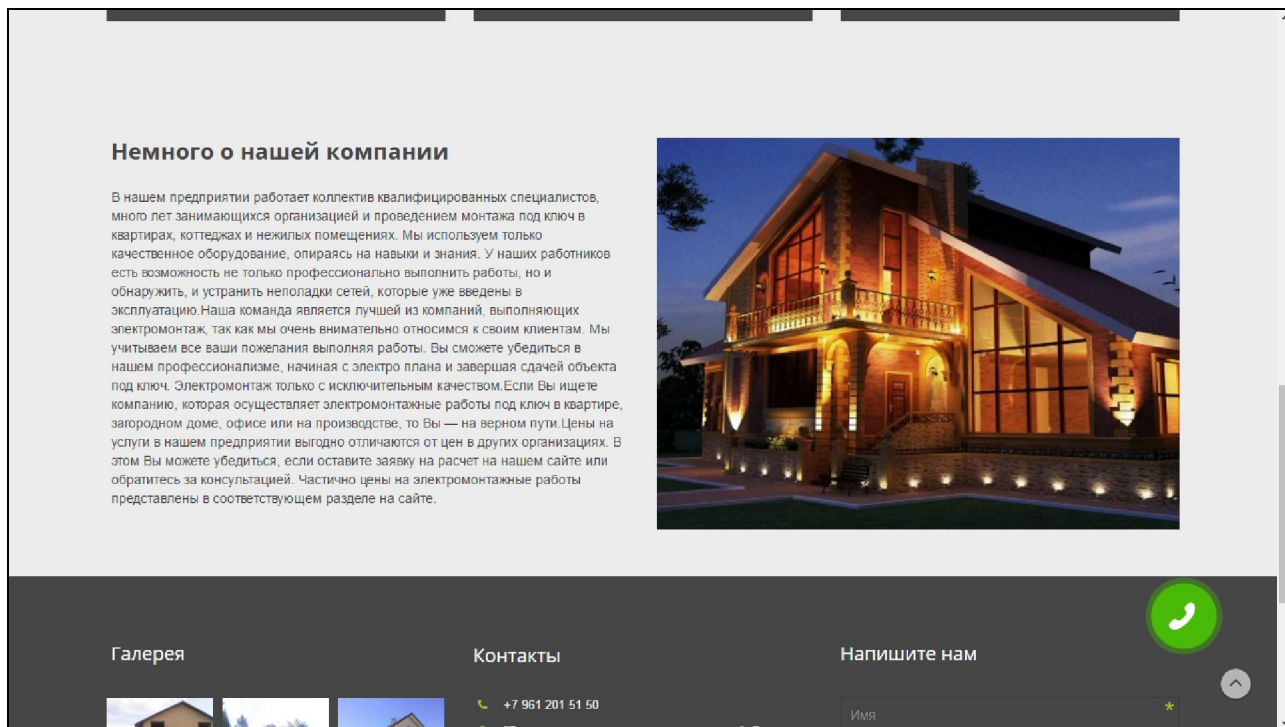
При клике на ссылку «Заказать» происходит переход на страницу контактов. Однако информации в блоке явно не достаточно для принятия решения. Логично сделать ссылку на страницу с подробным описанием услуги, где клиент подробно прочитает о ней и примет решение обратиться в компанию.

Рекомендуем для каждой услуги создать отдельную страницу на сайте. Вместо кнопки «Заказать» сделать кнопку «Подробнее», при клике на которую посетитель откроет страницу с подробным описанием услуги.

Путь клиента на сайте будет выглядеть следующим образом:

Главная страница → Подробное описание услуги → Контакты → Звонок в компанию

4. Блок «Немного о нашей компании» рекомендуем переписать. Добавить в текст больше фактической информации, которая убедит клиента обратиться в компанию. Рекомендуем скорректировать оформление текста: разбить его на абзацы, сделать подзаголовки, перечисления оформить в виде списка. Это повысит читабельность текста:



5. В нижней части сайта (подвале) рекомендуем:
 - a. Убрать галерею. Ее лучше добавить в основное меню.
 - b. Оставить контакты и выделить номер телефона, например, набрав его крупным шрифтом.
 - c. Убрать форму обратной связи, т.к. на корпоративном сайте лучше выводить клиентов на звонок.

3. Анализ навигации (меню)

Навигация (меню) обеспечивает удобный поиск информации на сайте. Проблемы в навигации усложняют взаимодействие с сайтом, могут снижать глубину просмотра и конверсии. Поэтому важно внедрить все рекомендации по навигации, представленные в отчете.

Общая оценка навигации:

В целом у сайта простое и понятное меню. Это плюс, поскольку клиентам будет проще ориентироваться на сайте. Однако имеется ряд вещей, которые стоит изменить в навигации. Ниже перечислены рекомендации, которые помогут Вам повысить конверсию сайта.

Рекомендации:

1. Добавить в меню раздел «Галерея» с примерами работ. В данный момент раздел с фотографиями находится в подвале сайта, где его увидит меньше пользователей.
2. Добавить в меню раздел «О компании», в котором описать историю компании, опыт, преимущества фирмы, разместить фотографию офиса, фотографии с объектов.
3. Добавить в меню раздел «Отзывы», в котором разместить отзывы клиентов. Отзывы хорошо работают на повышение доверия потенциальных клиентов к компании.
4. В разделе «Услуги» создать отдельные страницы с описанием услуг, на которых будет размещена подробная информация об услуге, фотографии, цены на услугу, контакты.
5. Добавить в меню раздел «Гарантии», в котором прописать гарантийные обязательства компании.

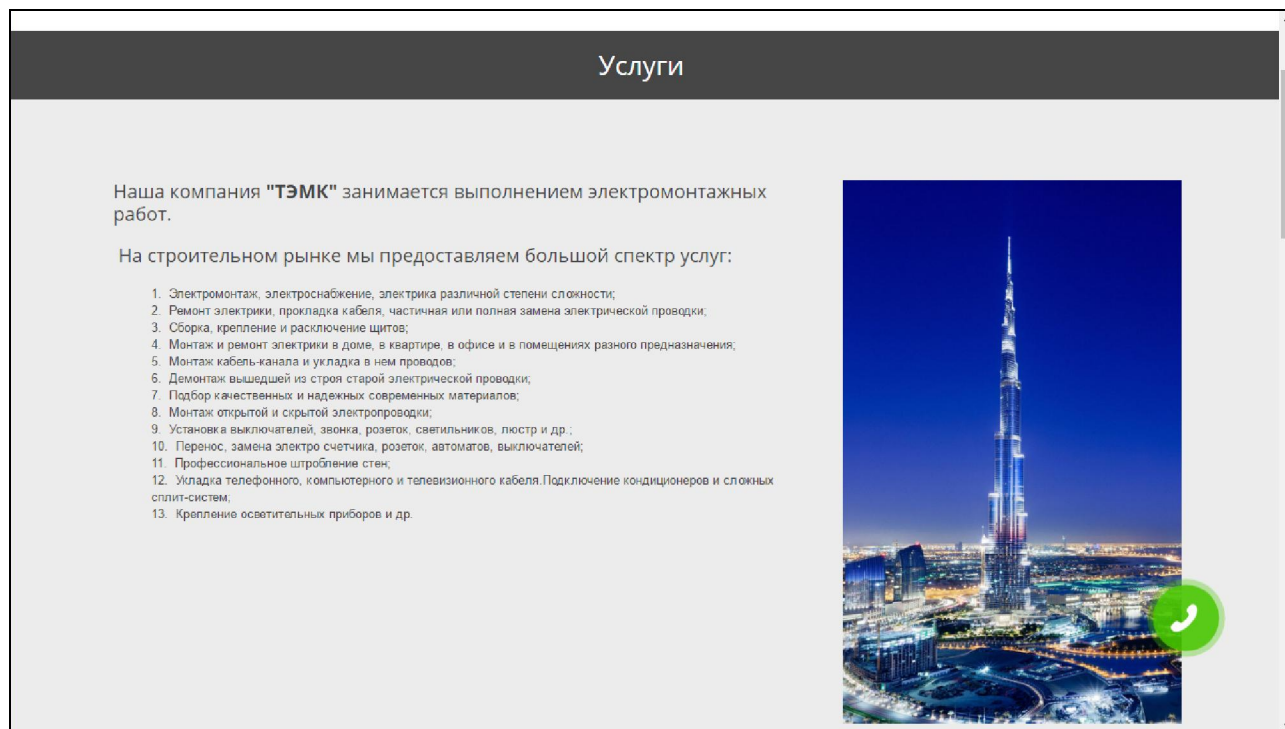
Таким образом, в меню будут следующие разделы:

- Главная
- О компании
- Услуги
 - Услуга 1
 - Услуга 2
 - Услуга 3
 - ...
 - Услуга N
- Прайс-лист
- Галерея
 - Объект 1
 - Объект 2
 - Объект 3
 - ...
 - Объект N
- Отзывы клиентов
- Гарантии
- Контакты

4. Анализ оформления текстовых страниц

От оформления текстов во многом зависит, будут посетители внимательно читать контент или просматривать по диагонали. Грамотно оформленные тексты упрощают восприятие информации, лучше убеждают, улучшают важные показатели качества сайта.

Внедрите размещенные ниже рекомендации на всех текстах на Вашем сайте.



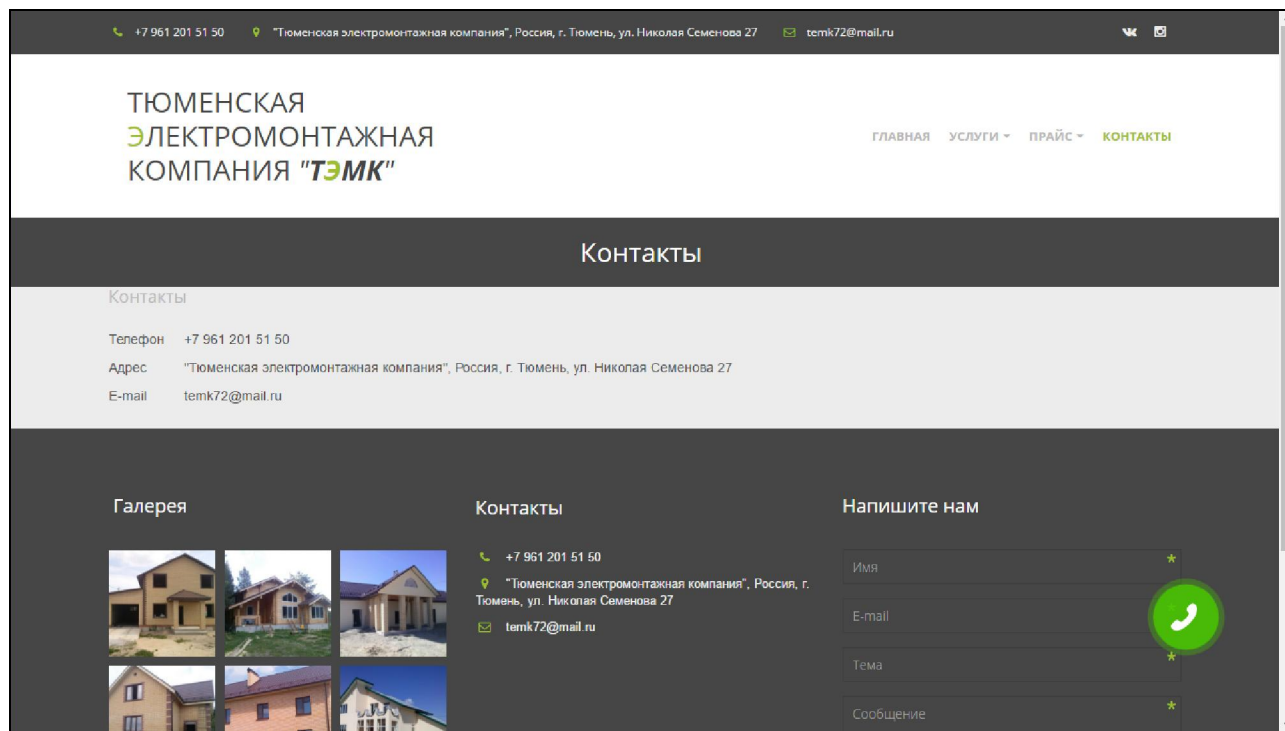
Скриншот текстовой страницы

Рекомендации:

1. Рекомендуем добавить на страницу заголовок, например, «Наши услуги». Заголовок должен отражать смысл текста и быть длиной 3-5 слов.
2. Рекомендуем увеличить размер шрифта, т.к. мелкий шрифт неудобно читать с экрана монитора.
3. Рекомендуем подробнее описывать услуги компании, поскольку потенциальным клиентам необходимо предоставить достаточно большой объем информации, чтобы убедить их обратиться в компанию.
4. Рекомендуем добавить в тексты больше фактов и преимуществ компании, чтобы тексты лучше работали на убеждение клиентов. Например, в тексты можно добавить фотографии с объектов, отзывы, рекомендации.
5. Рекомендуем в конце текста размещать призыв к действию. Например: «Позвоните нам по телефону _____ и закажите бесплатный выезд специалиста на объект». Текст указан для примера, Вы можете разместить на сайте другой призыв к действию. Это может повысить конверсию сайта.

5. Анализ страницы «Контакты»

От оформления страницы «Контакты» напрямую зависит количество обращений в компанию. Просмотр данной страницы, как правило, осуществляют пользователи, близкие к заказу. Поэтому важно уделять оформлению данной страницы особое внимание.



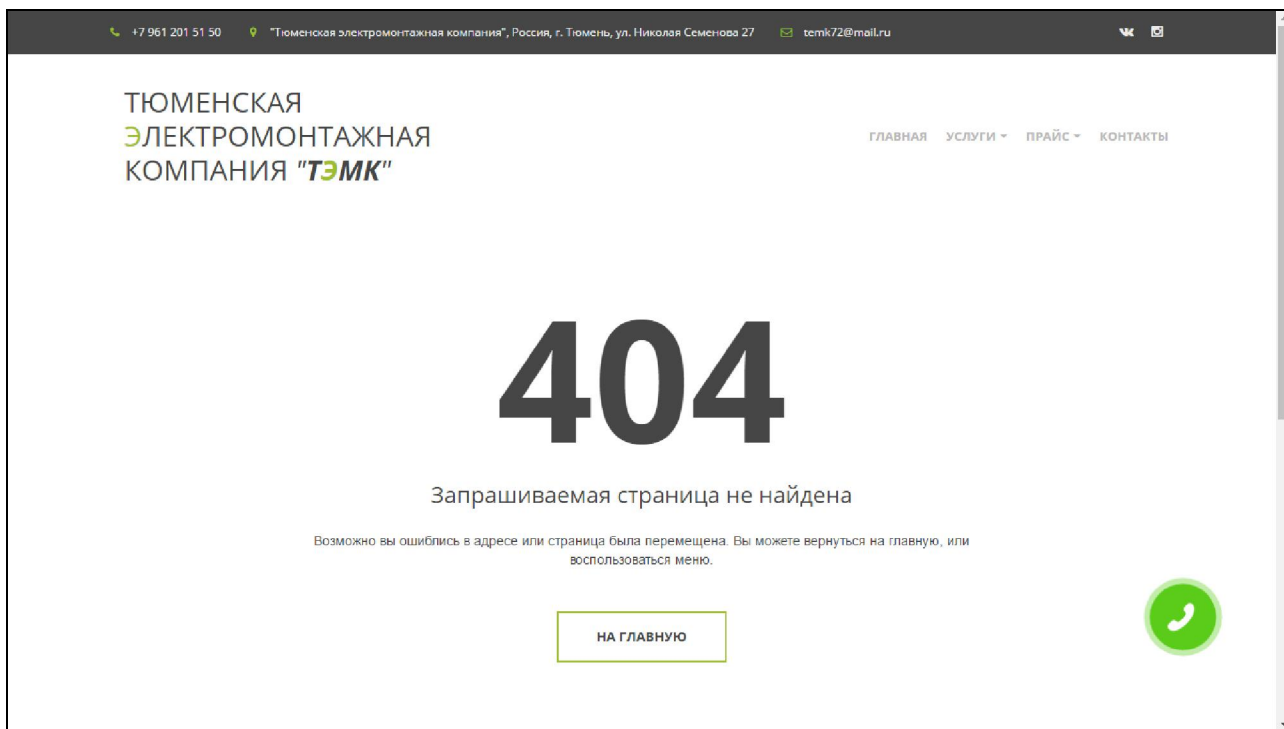
Скриншот страницы «Контакты»

Рекомендации:

1. Рекомендуем выделить контактную информацию на странице. В данный момент контакты размещены между двумя большими блоками (шапка и подвал), которые привлекают к себе внимание, и контакты сложно заметить.
2. Рекомендуем выделить номер телефона жирным шрифтом, чтобы привлечь к нему больше внимания.
3. Рекомендуем добавить на страницу режим работы компании, чтобы клиенты понимали, когда на их звонок смогут ответить.
4. Рекомендуем сделать адрес электронной почты активным (ссылкой).
5. Рекомендуем разместить на странице схему проезда к офису компании и фотографии офиса. Это будет работать на повышение доверия к компании.

6. Анализ страницы 404

Страница 404 выводится при запросе страниц, отсутствующих на сайте. Она позволяет «вернуть» посетителей, которые перешли по «битым» ссылкам или запросили удаленные с сайта страницы.



Скриншот страницы с ошибкой 404

Рекомендации:

1. Рекомендуем изменить текст на страницу 404. Уменьшить шрифт текста «404», чтобы снизить акцент на нем, а ниже разместить призыв позвонить по телефону и получить бесплатную консультацию по услуге, которая интересовала клиента. В случае, если пользователь попадет на страницу 404, он, возможно, не уйдет с сайта и позвонит в компанию.

7. Прочие рекомендации

Рекомендации:

1. Рекомендуем оптимизировать сайт к запросам поисковых систем, чтобы привлекать потенциальных клиентов из поисковых систем. В настоящий момент на сайте не оптимизированы заголовки (TITLE) страниц и тексты.