

ГОТОВ ЛИ ВАШ ВЕБ-СЕРВИС К НОВЫМ РЕАЛИЯМ?

Контакты и обратная связь с пользователями

Чем детальнее и подробнее вы опишете информацию о том, как связаться с вашей организацией для потенциальных клиентов, тем благоприятнее о вас сложится впечатление даже у "случайных прохожих", которые, скорее всего, захотят что-то приобрести или связаться с вами. А грамотно оформленный раздел с обратной связью повысит уровень доверия у целевой аудитории сайта.

Для того, чтобы оставленные контакты организации работали на вас, проверьте, что:

ЧЕК-ЛИСТ:

1. Страница с контактной информацией о вашей компании, условия доставки и возврата товара, а также гарантии, **доступна** вашим пользователям.
2. В контактах содержатся базовые параметры:
 - Адрес вашей организации;
 - Название компании;
 - Номера телефонов;

- E-mail для обратной связи;
- Рабочие часы.

3. Большинство посетителей проявляет интерес к той фирме, у которой дополнительно на сайте есть:
 - Интегрированная карта со схемой проезда до офиса;
 - Номера телефонов сопровождаются контактами и очерченным кругом должностных лиц для распараллеливания потенциальных входящих запросов;
 - Демонстрация возможности связаться с компанией не только через стандартный звонок с телефона, но и через мессенджеры (Skype, WhatsApp, Telegram);
 - Интеграция с автоматическим определением региона пользователя.
4. На сайте реализована **работающая** функция заказа "обратного звонка", а на "той" стороне есть менеджер, готовый проконсультировать пользователя.
5. Для повышения доверия у потенциальных клиентов, можно разместить фото офиса/сотрудников организации, контакты руководителей или их заместителей, какие-либо связанные с фирмой ссылки на внешние публикации, новости, группу в соц. сетях (если она есть).

UI – Внешний вид сайта. Дизайн, контент (содержательная часть)

Как известно, "мужчины любят глазами", а "встречают – по одежке" :) Потребитель всегда сперва оценивает внешний вид продукта, красивое оформление помещения или дизайн сайта, на котором компании размещают информацию о себе и своих услугах.

В совокупности с удобством использования страницы компании, он может либо задержаться, и даже что-то купить, либо пройти мимо, сверкая пятками :)

Задача организации – реализовать через интерфейс ненавязчивое уважительное отношение к своей целевой аудитории, поддержать свой имидж через качественные технические и дизайнерские решения, и учесть следующие особенности, получить позитивную динамику посещений своего сайта:

ЧЕК-ЛИСТ:

1. Логотип компании должен располагаться на видном месте.
2. Логотип кликабелен и перенаправляет пользователя на главную страницу сайта.

3. Шрифт должен быть читаемым, при масштабировании страницы вёрстка не "съезжает".
4. В тексте не должно быть орфографических, пунктуационных и прочих ошибок, а перевод на иностранный язык – корректным. Грамотные тексты повышают доверие к компании. Существует ряд онлайн-сервисов, при помощи которых можно быстро проверить свой контент:
 - LanguageTool (<https://languagetool.org/ru/>),
 - Текст.рф (<https://text.ru/spelling>),
 - Microsoft Word онлайн - Microsoft Office Live (<https://office.live.com/start/Word.aspx?ui=ru-RU>),
 - Google Docs (<https://www.google.ru/intl/ru/docs/about/>).
5. Графическое оформление, правильно подобранные цвета могут сыграть ключевую роль для пользователя на подсознательном уровне.
6. Главная страница – "лицо" компании, ваша визитная карточка. Не стоит перегружать ее всплывающими баннерами и рекламой.
7. Все фото должны быть максимально качественного разрешения, при этом загрузка страниц – быстрая, не превышает 1-3 секунд.
8. Каждая страница имеет свой адрес для возможности легко ссылаться на конкретные разделы сайта.
9. Хороший сайт должен содержать необходимые ключевые слова и описание для поисковых систем.

10. Проведено **профессиональное UI-тестирование** Вашего сервиса. Тестирование – ключевой этап в разработке сайта перед релизом и показом Вашим пользователям. Упущение этого этапа и слишком поверхностное исследование "узких мест" могут привести к падению репутации компании, а также потере времени всей команды разработки.

UX – Функциональность, возможности использования сайта

Хороший веб-сайт помогает пользователю решить какую-либо задачу: быстро найти товар, связаться с вами по email или телефону, быстро переключиться между разделами, зарегистрироваться на сайте.

Все эти и другие действия пользователь может совершать с рабочего ПК, с планшета или смартфона. Хорошо, если все детали учтены, помимо "вкусных" фиш, что предлагает ваш сайт. Проверьте, что:

ЧЕК-ЛИСТ:

1. С главной страницы можно перейти в любой важный раздел, совершая минимум усилий. Главная страница сайта должна быть не только красивой, но и "умной": оформление не мешает пользователю выполнять основные функции.
2. Карточки товаров удобно размещены, а пользователь получает достаточно информации по конкретной продукции: фото, описание, характеристики, название и цена.
3. Реализован бонус для покупателей: отзывы и данные о гарантийном сроке. Качество отзывов не оставляет впечатление "накрученности" и "фейковости".
4. Поисковая строка присутствует на видном месте и доступна из любого раздела веб-сайта.
5. При смене браузера или устройства клиент видит перед собой такой же качественный контент, что и с обычного ПК, способен работать со страницами и быстро связаться с компанией на бегу, из метро или стоя в очереди за бабушкиной пенсией. Проверьте, чтобы сайт правильно открывался в основных браузерах: Google Chrome, Opera, Mozilla Firefox. Заодно посмотрите, как выглядит платформа на экранах с различным разрешением: компьютере, ноутбуке, планшете и смартфоне.
6. Основные стандартные элементы сайта (корзина, кнопка "Логин", заголовок, форма обратной связи и т.д.) расположены верно, доступ к ним интуитивно понятен. Например, правильное расположение корзины — вверху, в правом углу. Несомненным плюсом будет интерактивность значков — при наведении курсора они меняют оттенок, или выводится сумма заказа, появляются необходимые всплывающие подсказки и прочее.
7. Фильтрация каталога отрабатывает идеально. Фильтры помогают быстро найти нужный товар, не пересматривая весь каталог.

8. На сайте представлены удобные способы доставки. Предложите несколько вариантов, а по возможности, сделайте ее бесплатной при заказе на определенную сумму. Плюсом будет показ приблизительной даты и времени прибытия покупки.
9. Форма регистрации на сайте проста и удобна. Так, пользователь оставит о себе как можно больше данных, что позволит из потенциального клиента сделать постоянного. Разрешите регистрацию через социальные сети и не забудьте оставить благодарственное письмо в конце.
10. На сайте есть всеми любимые акции и скидки. Размещать такую информацию лучше на главной странице, чтобы посетители точно заметили. Отлично, если также предусмотрены:
 - Регулярная отправка почтовых рассылок с новостями о новых товарах и акциях зарегистрированным пользователям.
 - Есть опция "список желаний" (wish list). Выводите его клиентам в рекомендациях при каждой покупке. В большинстве случаев такую функцию предоставляют CMS, разработанные специально для интернет-магазинов.
 - Наличие нескольких способов оплаты. Например, электронный кошелек, наличные или банковская карта.

Все эти детали помогают выстроить адекватные отношения с потенциальным потребителем и превратить случайного гостя в постоянного посетителя.

Безопасность

Если вы предлагаете объемный спектр услуг, или собираетесь расширять рынок сбыта и привлекать всё больше аудитории, очень важно, чтобы сайт был безопасным как для пользователя, так и для вас. Веб-сервис должен быть защищен от хакерских атак и утечки данных.

Необходимо проследить, чтобы в вашей системе присутствовали и работали исправно:

ЧЕК-ЛИСТ:

1. Защитные плагины на CMS. Например, на WordPress это iThemes Security, Sucuri Security или Wordfence.
2. Бэкапы. Если платформа часто обновляется или содержит большой объем информации, делать резервное копирование нужно ежедневно. Так появляется возможность восстановить сайт при его поломке.
3. Антиспам. Он защитит от сомнительной рекламы, портящей репутацию компании, и от пустых регистраций, искажающих статистику. Для этого можно нанять модератора, установить автономный или облачный антиспам. Например, Cleantalk.
4. Фильтрация трафика от DDoS-атак. Лучше заранее предостеречь свой ресурс от конкурентов, желающих вывести из строя ваш интернет-магазин. Такие сервисы помогают вовремя заметить паразитные запросы и защититься от них.

5. Соответствие сайта нормативам законов ФЗ-152 (о персональных данных): страница соглашения, чек-бокс в формах/блок внизу страницы с правилами, и ФЗ-54 (О применении ККТ).

Нагрузка и производительность

В один день возможно вы начинали с одной страницы сайта-визитки, теперь вы либо задумываетесь о входящем потоке клиентов, либо уже имеете его.

Удостоверьтесь, что тысяча человек (или сто тысяч), сидящих на веб-сайте, не обрушат сервер многочисленными запросами, а страницы исправно “прогружаются” без ошибок.

Быстрая работа серверов и хорошо написанный код, (хоть они и не заметны глазу вашей целевой аудитории), действительно увеличивают конверсию сайта по сравнению с менее качественными аналогами! Проверьте, что:

ЧЕК-ЛИСТ:

1. Сайт исправно работает, когда на страницах 10 - 100 посетителей и 1 000 - 5 000 посетителей. Сервер не падает с ошибками, текст и фотографии страниц одинаково доступны пользователям.
2. Сайт загружается при медленной скорости Интернета.
3. При средней загрузке страницы не выскакивают старые или не относящиеся к основной странице части интерфейса, а материал постепенно “прогружается” с раннего старта. Проверка нужна для того, чтобы целевая аудитория сайта начала получать релевантную информацию, не дожидаясь полной загрузки всех объектов и дополнительных фич страницы.
4. Убедитесь, что сайт использует новейшие технологии вёрстки, функционирования, архитектуры кода.
5. Настроены мониторинг доступности, основных ресурсов и нотификаций в случае отклонений работы на сервере.
6. Сервис работает одинаково быстро на всех платформах и во всех основных браузерах. Существует много бесплатных сервисов для частичного анализа скорости загрузки страниц. Например, вы можете проверить сайт на быстроедействие через Google Page Speed Insights (<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>) от Google. И всё же, для определения скорости сайта, его юзабилити и нагрузки на сервер, ежегодно разрабатываются всё более новые инструменты и глубокие методики, открывающие возможности развития веб-сайтов как для мобильных, так и для настольных устройств. Только **профессиональное нагрузочное тестирование** поможет определить уязвимые места и предложить **варианты оптимизации** для поддержки сайта.
7. Вы позаботились о плавности прокрутки: незаметная с виду деталь способна порадовать даже самых взыскательных клиентов.

8. Учтены форматы в передаче данных. Например, для ускоренной загрузки страниц, заголовки, сами статьи, описания и комментарии лучше содержать не в картинке (jpg, png, gif), а в текстовом формате. А сами изображения стоит оптимизировать, подобрав подходящее для этого разрешение: gif - если нужна короткая анимация, png - если используется прозрачность слоя, или jpg - самый распространенный и менее ресурсоемкий вариант.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как вы видите, приятные пользователю веб-сервисы с разнообразным функционалом, красивым дизайном и быстрой загрузкой страниц высоко котируются в поисковиках, имеют наименьшую долю отказов и высокий коэффициент конверсии.

Грамотное тестирование же гарантирует удачное, оптимизированное сочетание факторов и параметров работы вашего сайта, а они – напрямую влияют на прибыль компании.