

Пример

аудита сайта

Что это за документ?

Команда Antro проанализировала соответствие сайта стандартам визуальной коммуникации и проверила качество обеспечиваемого пользовательского опыта.

Приятного чтения!

Основание экспертности

Наша критика и предложения основаны на данных, опыте в eCommerce и исследованиях независимых институтов, научных журналов, консалтинговых компаний.

Baymard Institute

NN/g

GfK

Ipsos

Nielsen

Gartner

D.

EY

pwc

KPMG

BCG

shopify

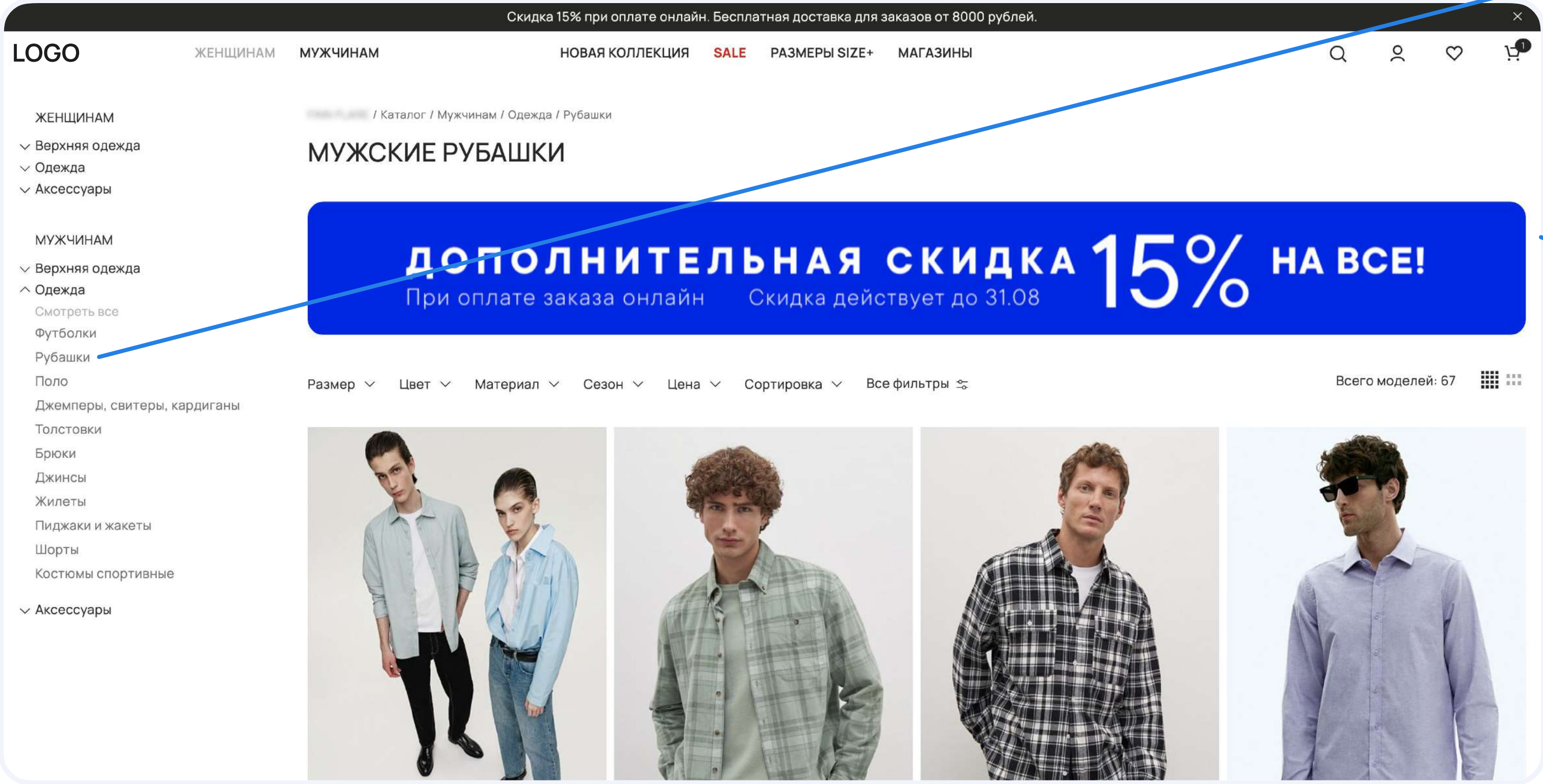
NielsenIQ

McKinsey
& Company

Каталог

ДЕСКТОП

Каталог



Категория, в которой находится пользователь в данный момент, не выделяется. При скролле вниз — заголовок страницы и крошки скрываются и сходу сложно понять, в какой именно категории товаров ты сейчас находишься.

Баннер с плохим качеством — выглядит, как реклама стороннего ресурса, т.к. не консистентен концепции сайта. Плохо располагает к нажатию на него.



Добавить в корзину
S M L XL 2XL



Добавить в корзину
S M L XL 2XL





хлопковые мужски5 219 Р 5 799 Р -10%

мужское поло с длинным рука3 799 Р

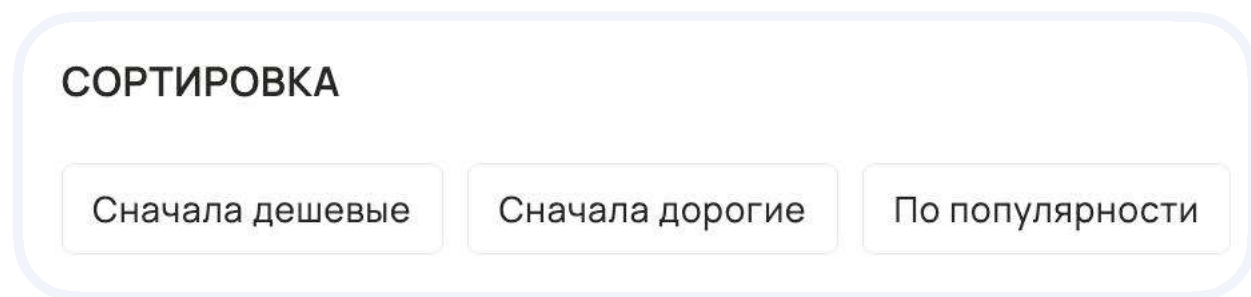
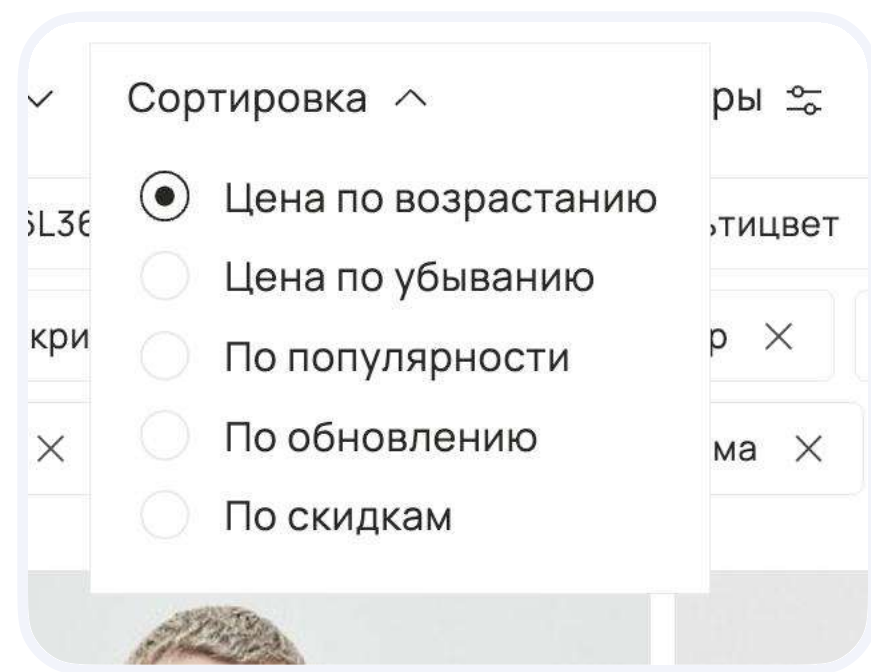
хлопковые мужски5 219 Р 5 799 Р -10%

мужская рубашка с длинным рука4 299 Р

На карточках товаров недостаточно информации. Baymard Intitute во время юзабилити тестирования выявил, что в списке продуктов часто не хватало визуальной или текстовой информации. Это приводит к тому, что пользователи постоянно прыгают между списком продуктов и их страницами, чтобы узнать интересные характеристики или наличие.

Рекомендуем добавить на карточку наличие вариации цветов и отзывы пользователей

В fashion-отрасли ценится минимализм, поэтому эти характеристики можно поместить в состояние «по наведению», как и текущую размерную сетку.

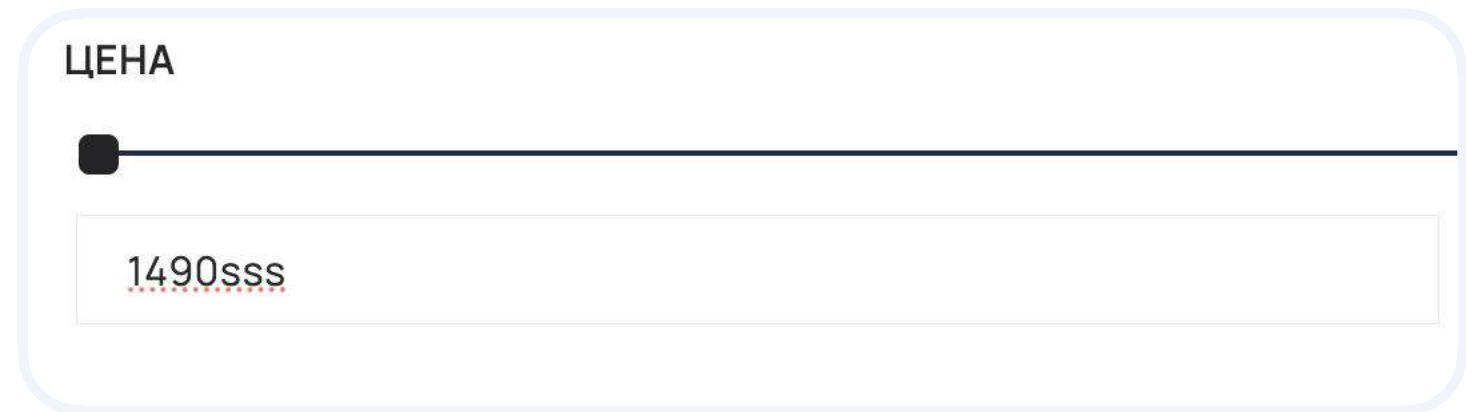


Небольшая неконсистентность названий сортировки. В выпадающем окне сортировка:

- цена по возрастанию
- цена по убыванию

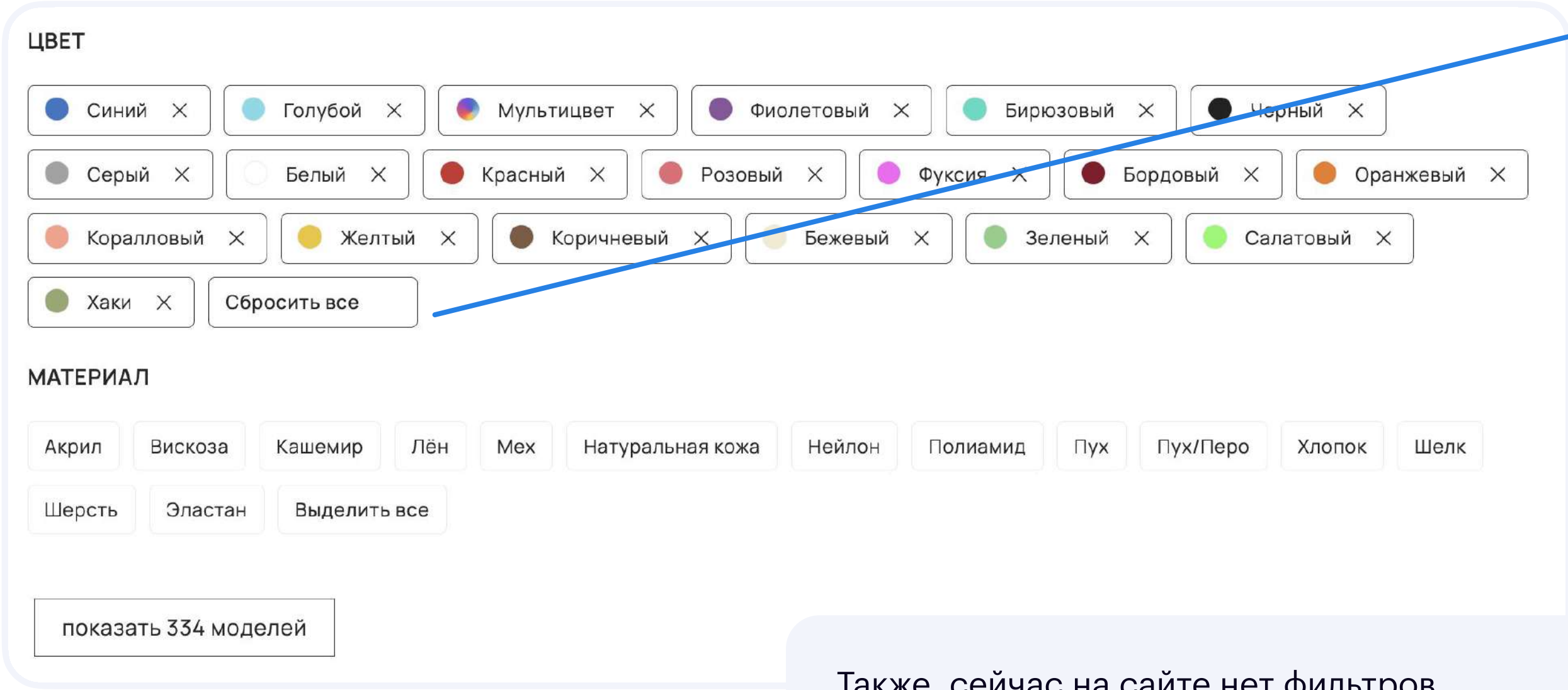
А в окне «Все фильтры»:

- сначала дешевые
- сначала дорогие



С фильтром по цене есть пару проблем:

1. В поле с фильтром по цене можно вводить любые символы, а не только цифры
2. Невозможно применить фильтр по цене. При введенном числе и нажатии на «Enter» — страница просто обновляется. А если ввести число и нажать на свободную область, то число сбросится на первоначальное. Получается, что воспользоваться фильтром по цене можно только передвигая ползунок.



Если нажать «Сбросить все» в окне у какого-нибудь раздела фильтра, например, у цвета. То количество моделей в кнопке не обновляется и фильтры не сбрасываются.

Сбросить все фильтры можно только нажав на ссылку «Очистить фильтры» в каталоге.

На странице каталога отсутствует раздел с часто задаваемыми вопросами, которые могли бы сразу закрыть вопросы пользователя о доставке, возврате и цене этих процессов.

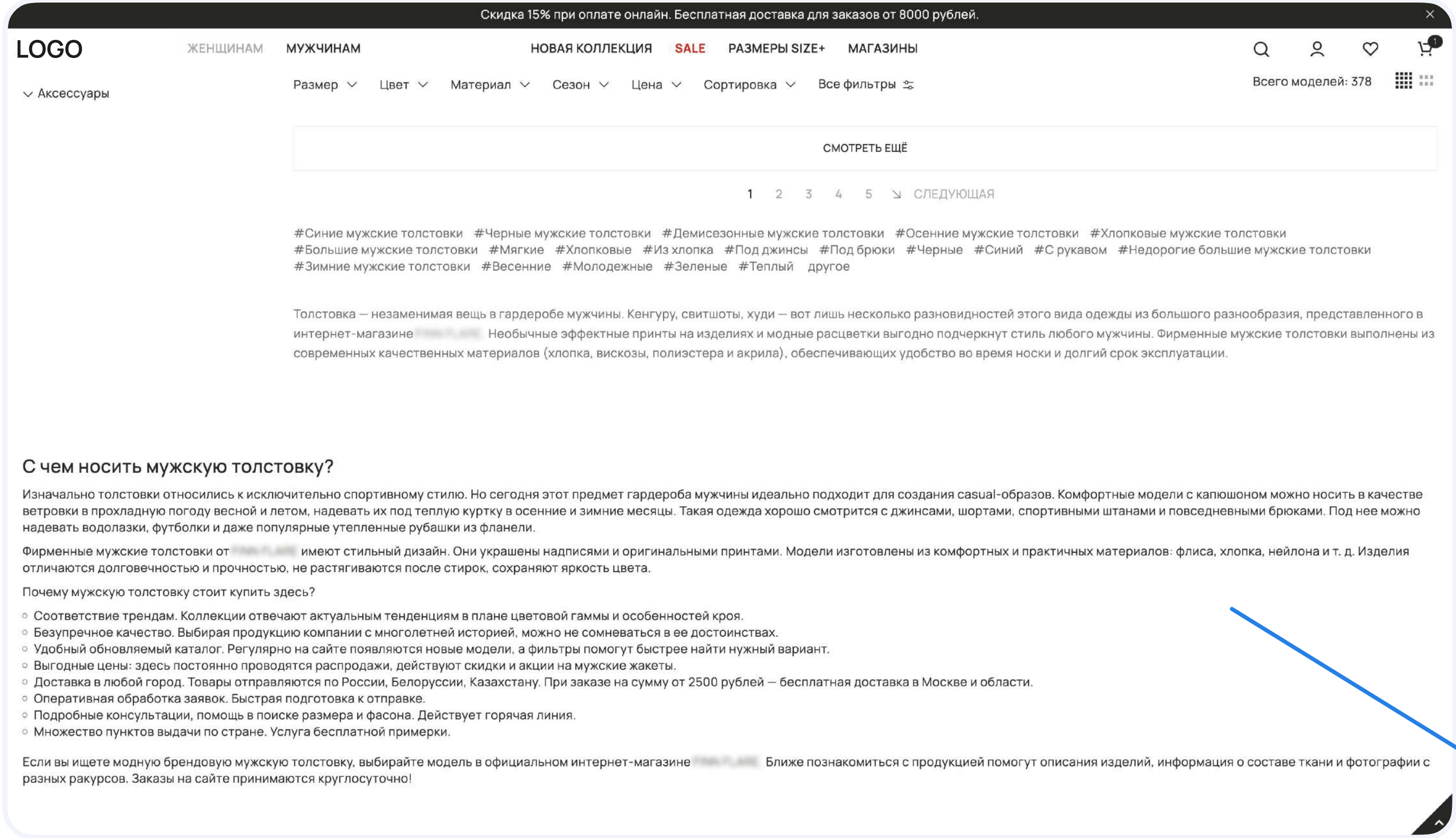
Так пользователь может быстро получить ответы на часто возникающие вопросы, без нужды переходить на информационные страницы.

Об остальных плюсах говорит NNG

Также, сейчас на сайте нет фильтров по утеплителю, наличию мембраны, технологиям, температурному режиму и другим категориям, которыми могут интересоваться пользователи.

Такие категории, можно увидеть например у Озона или Columbia.

Каталог



По результатам исследований Baymard Institute, максимальная длина строки основного текста составляет — 50–75 символов.

На сайте, длина строки составляет — 206 символов. Это сильно ухудшает читабельность текста.

Рекомендуем уменьшить длину строки до 55–60 символов

Не смотря на то, что это SEO-текст, стоит сделать его более аккуратным:

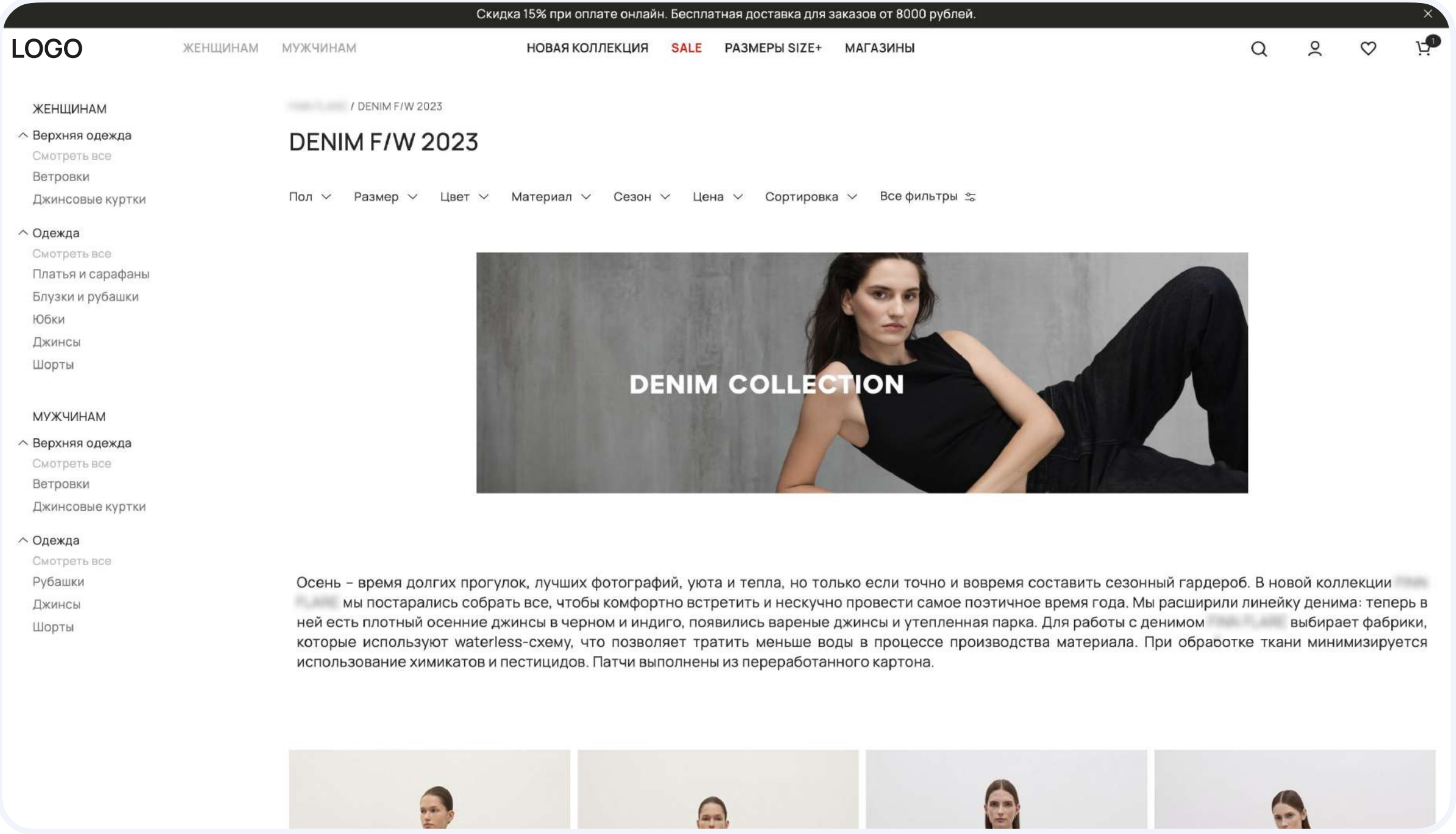
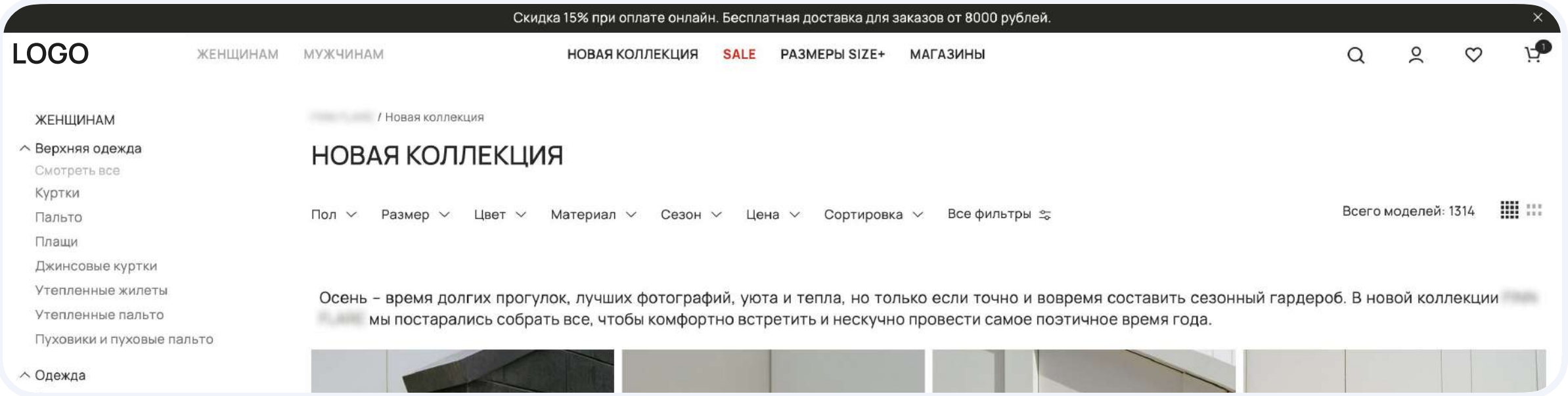
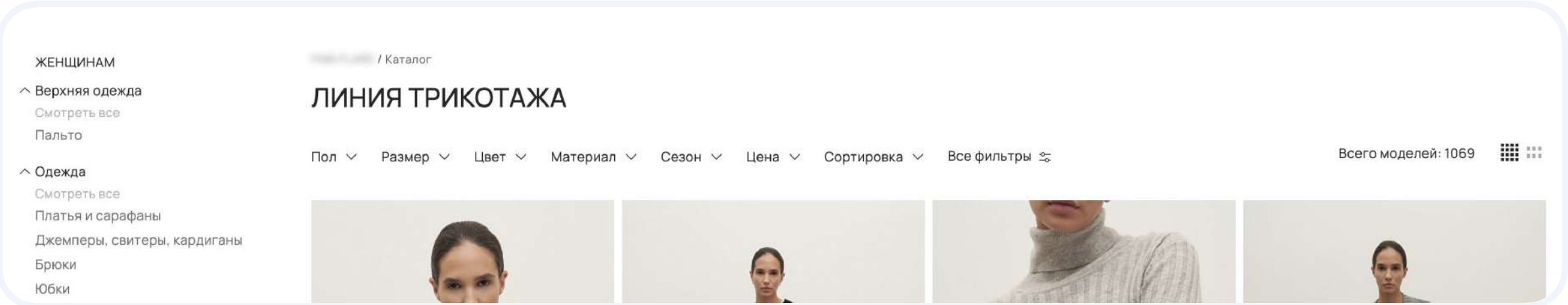
- сверстать в несколько столбцов
- дополнить иконками
- соблюдать иерархию заголовков и отступы
- использовать допустимую длину строки

Ведь этот текст, также как и остальные элементы на сайте, влияет на общее впечатление о продукте.

Страницы каталога с коллекциями и подборками сейчас практически ничем не отличаются от обычного каталога.

У страниц с коллекциями, разве что, есть небольшое текстовое описание и изображение с баннера на главной странице.

При этом длина строк с описанием настолько велика, что пользователи вряд ли предпочтут ее читать из-за высокой когнитивной нагрузки.



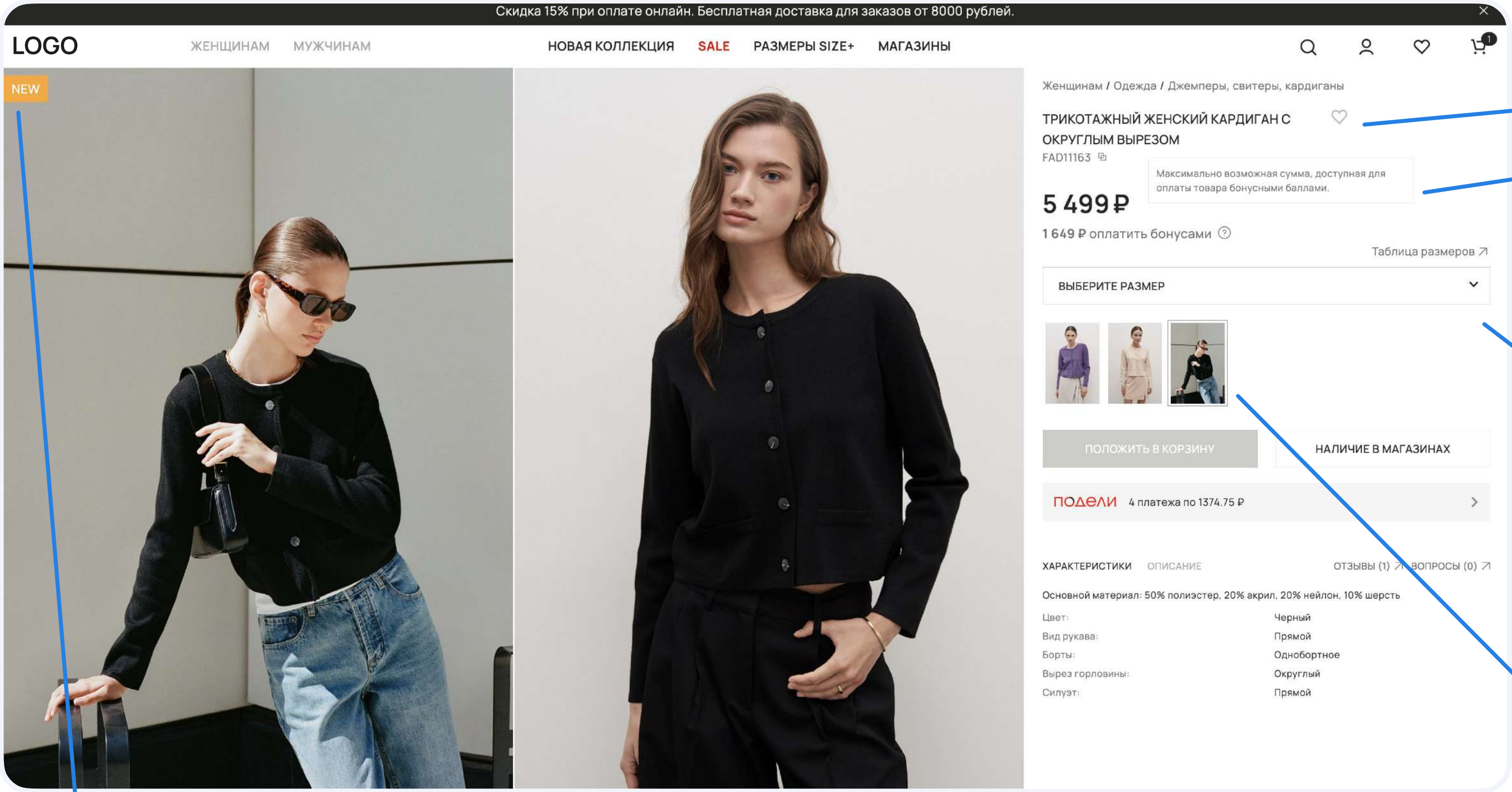
Проблемы страницы

1. Отсутствует выделение выбранной категории в навигации,
2. Недостаточная информативность карточки товаров,
3. Проблемы с фильтрами: частичная неработоспособность фильтра по стоимости, невозможно сбросить все фильтры одной категории, отсутствие некоторых категорий фильтров,
4. Отсутствие типографики и верстки seo-текста в конце страницы,
5. На страницах с коллекциями и подборками никак не раскрывается их идея.

Страница товара

ДЕСКТОП

Страница товара



Иконка добавления товара в избранное визуально выглядит странно, т.к. обособленно висит в воздухе.

Особенно хорошо заметно на заголовках в 2 строки.

В тултипе с бонусами нет объяснения, что это вообще за бонусная программа. Также, у текста очень маленький размер — 12pt.

Пользователю, который покупает на сайте впервые, не удастся узнать, как работает бонусная программа и где о ней можно почитать.

Кнопки с выбором размера — лучше сразу отображать без выпадающего списка. Иначе пользователь может не узнать, что его размера нет в наличии и продолжать изучать товар. А после — разочаруется, когда узнает, что товара в подходящем цвете и размере просто нет.

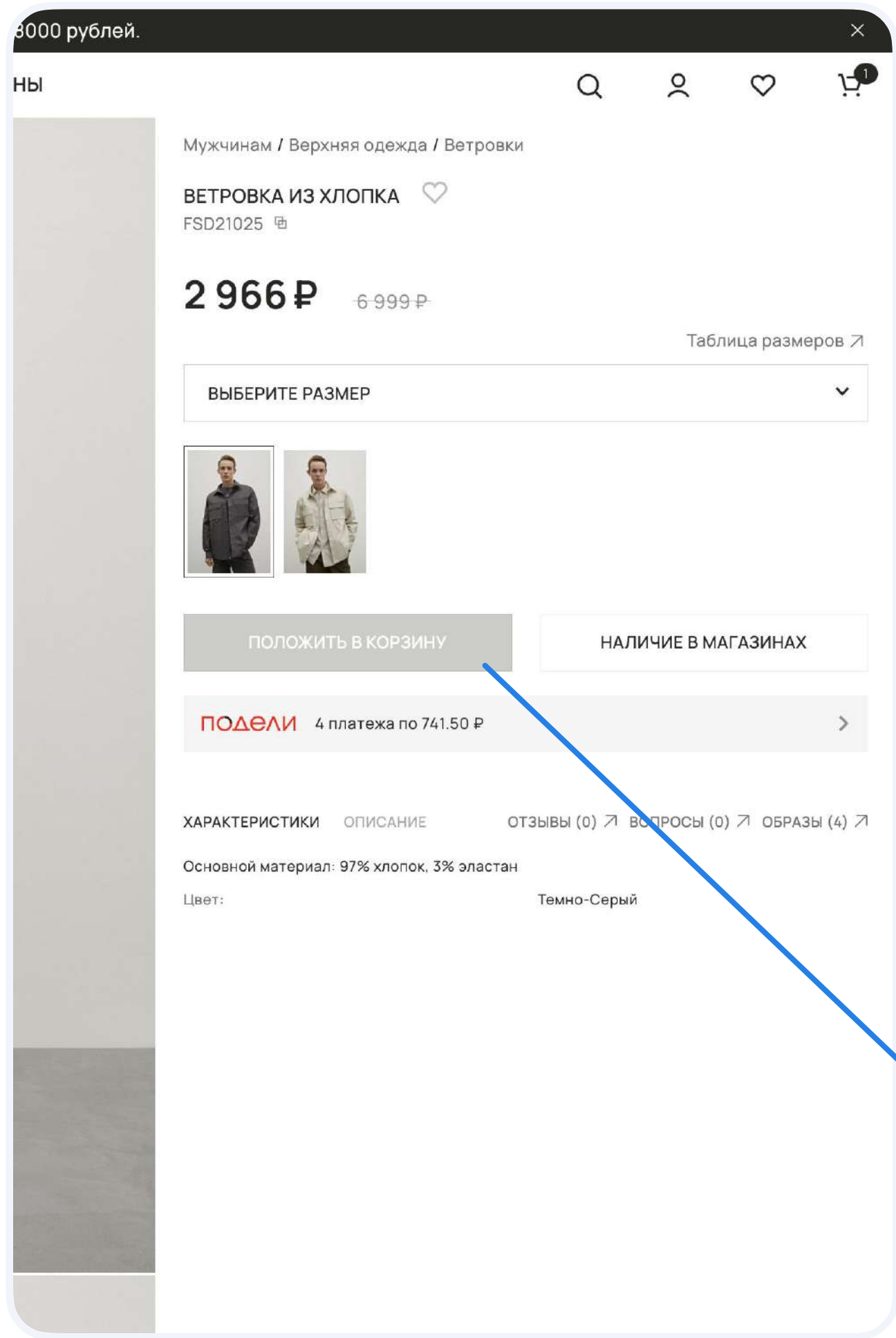
Об этом говорит исследование от Baymard

Отличный способ представления вариации по цвету. Рекомендуем его улучшить и добавить название цвета над выбранной миниатюрой, например, как это делает Озон, НМ и другие.

Цвет: белый



Страница товара



На странице товара нет информации о доставке. Это большая ошибка, т.к размещение этой информации:

1. **Улучшает пользовательский опыт.** Когда пользователь видит информацию о доставке на странице товара, он может сразу оценить, насколько быстро получит товар и сколько стоят способы доставки. Это напрямую влияет на решение о покупке.
2. **Уменьшает отказы от покупки.** Если покупатель не видит информации о доставке на странице товара, он может начать искать эту информацию на других страницах сайта или бросить корзину, когда узнает новую цену или об отсутствии подходящих способов доставки.
3. **Помогает сократить количество вопросов** от покупателей, что поможет сэкономить время и ресурсы тех. поддержки.

Размещение информации о доставке на странице товара является хорошей практикой для интернет-магазинов и может помочь улучшить пользовательский опыт и повысить конверсию в покупку.

Так же, об этом пишет NNG в своей статье.

Для ключевого действия на странице используется неактивная кнопка с малым контрастом.

Да, при нажатии на нее открывается дроп-даун с выбором размера. Но стоит учитывать, что часть пользователей может даже не попытаться нажать на неактивную кнопку. И такое решение, в конечном итоге, может плохо влиять на конверсию в покупку.

При проектировании рекомендуется:

1. Давать пользователю возможность изменить город. Автоопределение геолокации легко может ошибиться с местоположением пользователя.
2. Показывать не только стоимость, но и когда будет доставлен товар.

Пример:

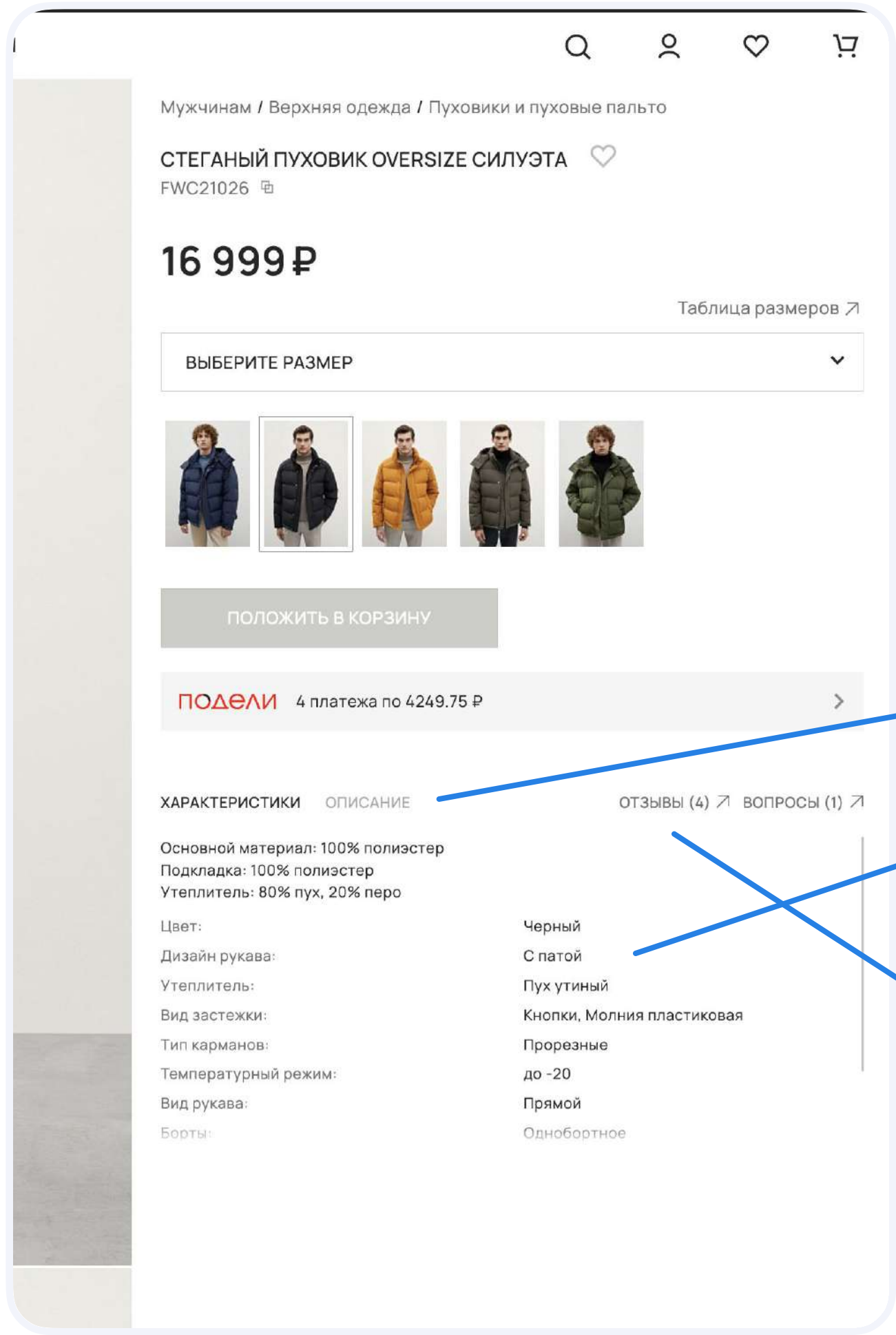
Доставка в город Санкт-Петербург ▾

Почтой России, Авиа
4 февраля, 400 Р

В пункт Voxberry
5 февраля, бесплатно

Курьером Voxberry
5-6 февраля, от 300 Р

Страница товара



Советуем вынести информацию из табов и расположить на странице, так как:

- 1. Это вынуждает пользователей искать информацию. Табы могут раздражать, особенно, если пользователь открывает несколько товаров, и на каждой странице должен кликнуть нужный таб.
- 2. Если информация спрятана, следовательно, пользователи могут не найти ее. Данное правило распространяется не только на табы.
- 4. В определенных случаях, это может повлиять на SEO-оптимизацию сайта и индексацию поисковиками.

В целом, лучше размещать информацию на странице товара, чтобы пользователи могли быстро и легко ее найти.

Также, размер наборного текста составляет 12pt — что является недопустимым размером даже для людей, у которых нет проблем со зрением. Т.к. такой маленький текст читать довольно сложно. А большая часть аудитории интернет-магазина, это люди в возрасте от 45 до 55+ лет, которые склонны иметь проблемы со зрением.

В дополнение к первому пункту — крайне важные разделы с отзывами и вопросами, наличие которых может влиять на решение о покупке пользователей, — скрыты в табы и имеют очень маленький размер кегля.

При этом отзывы о товаре не размещаются около стоимости и заголовка или на карточке товара в каталоге.

Страница товара

ОБРАЗЫ



Блок с образами спрятан в табы и совсем не информативен.

Отличная идея — предоставлять пользователю товары из образов на фото. Но сейчас блок найти настолько сложно, что, скорее всего, пользователи практически его не находят.

ТАБЛИЦА РАЗМЕРОВ МУЖСКОЙ ОДЕЖДЫ

ОДЕЖДА

РАЗМЕР	МЕЖДУНАРОДНЫЙ	XS	S	M	L	XL	2XL
	РОССИЙСКИЙ	46	48	50	52	54	56
РОСТ	(CM)	170	176	176	182	182	188
ОБХВАТ	ГРУДЬ (CM)	92	96	100	104	108	112
	ТАЛИЯ (CM)	82	86	90	94	98	102
	БЕДРА (CM)	94	98	102	106	110	114
	ШЕЯ (CM)	39	40	41	42	43	44

ДЖИНСЫ

РАЗМЕР	ТАЛИЯ	W28	W30	W32	W34	W36
	ДЛИНА	L32	L32	L32	L32	L32
РОСТ	(CM)	182	182	182	182	182
ОБХВАТ	ГРУДЬ (CM)	92	96	100	104	108
	ТАЛИЯ (CM)	82	86	90	94	98
	БЕДРА (CM)	94	98	102	106	110

СПАРЕННЫЕ РАЗМЕРЫ

РАЗМЕР	МЕЖДУНАРОДНЫЙ	S/M	L/XL	2XL/3X
РОСТ	(CM)	176	182	188
	ГРУДЬ (CM)	96-100	104-108	112-11

Размерную сетку — лучше сверстать непосредственно на сайте. Текущая версия в виде .jpg выглядит не очень привлекательно из-за плохого качества и портит общее впечатление от сайта.

Страница товара



Функциональность зума фотографий не выглядит ценным преимуществом:

1. При открытии интерфейса зума — на экране открывается фотография меньше, чем была до этого на странице товара
2. Кнопки для приближения фото находятся в крайнем верхнем углу экрана и нужно постараться сообразить, как приблизить фото
3. Фотографии недостаточно качественные, чтобы давать возможность их приближать. При максимальном приближении — фото бьется на пиксели.



Страница товара

ОТЗЫВЫ

Сортировка: Новые

Юлия
Срок использования: Менее месяца

На высокого стройного парня (190см) , размер М оказался короток по длине. Не хватило также длины мешковато, но возможно так и должно быть...

Илья
Срок использования: Менее месяца

Минусы
Пуховик пришёл с дыркой в кармане
Пуховик хороший

Наталья
Срок использования: Менее месяца

Плюсы
Состав пух-перо
Минусы
Нет
Отличная куртка легкая и удобная, состав пух-перо, купили мужу с хорошей скидкой, именно нужна для машины.

Елена
Срок использования: Менее месяца

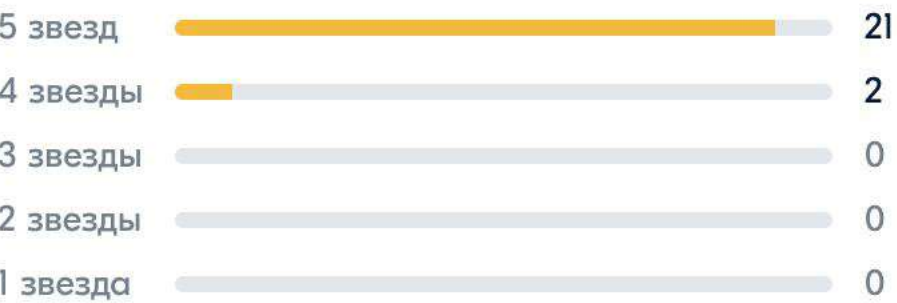
Плюсы
Аккуратненький, качественно пошит.
Минусы
нет
Отличный пуховичок. Купила сыну в подарок темно-зеленый цвет, не яркий и цена хорошая со скидкой в машине, оверсайз не сковывает движения. Сын доволен подарком.

+100 бонусов за отзыв

В отзывах нет статистики по отзывам и среднего балла. Хорошую практику использует, например, Ozon:



4.9 / 5



Отзывы могут оставлять только те, кто купил товар. Так мы формируем честный рейтинг

Страница товара

ВАМ МОЖЕТ ПОНРАВИТЬСЯ



УТЕПЛЕННОЕ МУЖСКОЕ ПАЛЬТО 29999 Р



ПОЛУПАЛЬТО МУЖСКОЕ 24799 Р



ПОЛУПАЛЬТО МУЖСКОЕ С КАПЮШОЙ 23999 Р



ПОЛУПАЛЬТО МУЖСКОЕ 15999 Р

НЕДАВНО ПРОСМОТРЕННЫЕ ТОВАРЫ



Утепленное женское пальто 15 799 Р



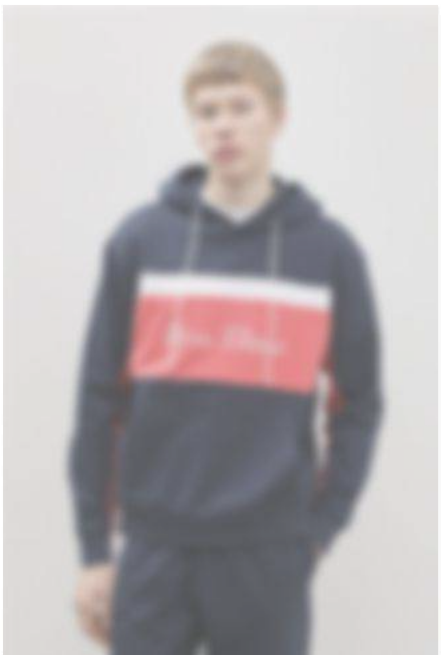
Трикотажный жемчужный топ 3 799 Р -4-299 Р



Толстовка мужская 7 019 Р -7-799 Р



Толстовка мужская 4 949 Р -5-499 Р



Худи с принтом 2 990 Р -5-999 Р



Толстовка на молнии 5 390 Р -5-999 Р

Кросс-продажи — это хорошее решение.

Сейчас, если у пользователя нет просмотренных товаров, а блок «Вам может понравиться» — есть не у всех товаров, то у пользователя может вовсе не быть блока кросс-продаж.

Поэтому, рекомендуем добавить более разнообразные блоки с товарами, которые будут повышать вовлеченность и стимулировать пользователей к покупкам. Например: похожие товары, в таком же стиле, с этим товаром покупают и другие.

Также, сейчас есть неконсистентность у блоков одной сущности кросс-продаж.

Блок с товарами, которые могут понравиться — имеет карточки больше и заголовки набранные капсом, а блок ниже — карточки меньше и заголовки без капса.

Страница товара

Проблемы страницы

1. Отсутствие информации о бонусной программе,
2. Размеры товара спрятаны в дропдаун,
3. Нет названия у вариации цветов,
4. Отсутствие информации о скорости, дате, стоимости и способах доставки,
5. Скрытая информация в табы,
6. Маленький размер основного текста на странице,
7. Таблица размеров в виде изображения с низким качеством, а не в виде сверстанной информации,
8. Функциональность зума — не помогает разглядеть фотографии подробнее,
9. В отзывах нет средней оценки,
10. Отсутствие разнообразных блоков с кросс-продажами, и неконсистентность блоков
11. Блок с образами спрятан в табы и выглядит малоинформативным,
12. Ключевое действие на странице имеет неактивную кнопку и малый контраст.