

АНАЛИЗ SEO-ОШИБОК: КАК ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ САЙТА



ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА?

- Вы решили заняться продвижением своего сайта в поисковых системах?
- Вы хотите обеспечить веб-ресурсу стабильно растущий поток посетителей?
- Вы стремитесь получать больше прибыли от работы вашего сайта?

Тогда наша книга, несомненно, для вас!

Наши эксперты – ведущие специалисты Ingate – представляют подробные аудиты сайтов различной тематики, анализируя ошибки, многие из которых являются типичными для веб-ресурсов. Устранив подобные проблемы на своем сайте, вы сможете значительно повысить эффективность ресурса и успешно продвигать его в поисковых системах.

Читайте, и вы узнаете:

- **КАК НАЙТИ И УСТРАНИТЬ ОШИБКИ, МЕШАЮЩИЕ САЙТУ ЗАНЯТЬ МЕСТО В ТОПЕ ВЫДАЧИ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ**
- **КАК СДЕЛАТЬ САЙТ МАКСИМАЛЬНО УДОБНЫМ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ**
- **КАК ИЗБЕЖАТЬ ЛИШНИХ ТРАТ И УСКОРИТЬ ПРОЦЕСС РАСКРУТКИ САЙТА**

СОДЕРЖАНИЕ

Наши эксперты.....	4
Введение.....	5
Как найти и устранить SEO-ошибки на сайте.....	6
Аудит сайта-визитки: типичные SEO-ошибки.....	16
10 золотых правил юзабилити.....	24
Сайт турагентства: что может спугнуть клиентов?.....	40
10 приемов, которые помогут сайту увеличить конверсию.....	59
Какие seo-ошибки мешают интернет-магазинам продавать	73
Секреты юзабилити интернет-магазинов: где быстрее раскупят новогодние подарки?.....	91
Заключение: 4 правила успешного продвижения сайта.....	108

НАШИ ЭКСПЕРТЫ



Вадим МИКЛУХА

Руководитель направления поисковой оптимизации холдинга Ingate

Работает в сфере SEO более 8 лет. В числе профессиональных достижений — эффективное продвижение таких крупных компаний, как Peugeot, МИАН, Philips, РОСНО, Миэль, E-port, Спортмастер, МФ Мария, Хегох и многих других. В настоящий момент ведет направление оптимизации в производственном отделе холдинга.

Анастасия БАДИНА

Ведущий специалист по поисковому продвижению холдинга Ingate

Работает в сфере SEO с 2008 года, с 2009 года — в холдинге Ingate. С успехом занималась продвижением проектов компаний РОСНО, МИАН, МФ Мария, Philips и Neotech. В настоящий момент работает ведущим специалистом по поисковому продвижению, активно занимается изучением смежных с SEO областей, таких как юзабилити и web-дизайн.

ВВЕДЕНИЕ

67% НЕ МОГУТ ВЫЙТИ В ТОП ВЫДАЧИ
ПРОДВИГАЕМЫХ САЙТОВ ТЕХНИЧЕСКИХ ОШИБОК НА РЕСУРСЕ*

Поисковое продвижение сайта (SEO), как и любая другая работа, требует подготовки: необходимо найти проблемы на веб-ресурсе, мешающие поисковым системам его корректно индексировать, а посетителям – пользоваться сайтом. Все эти ошибки выявляются в ходе SEO-аудита сайта.

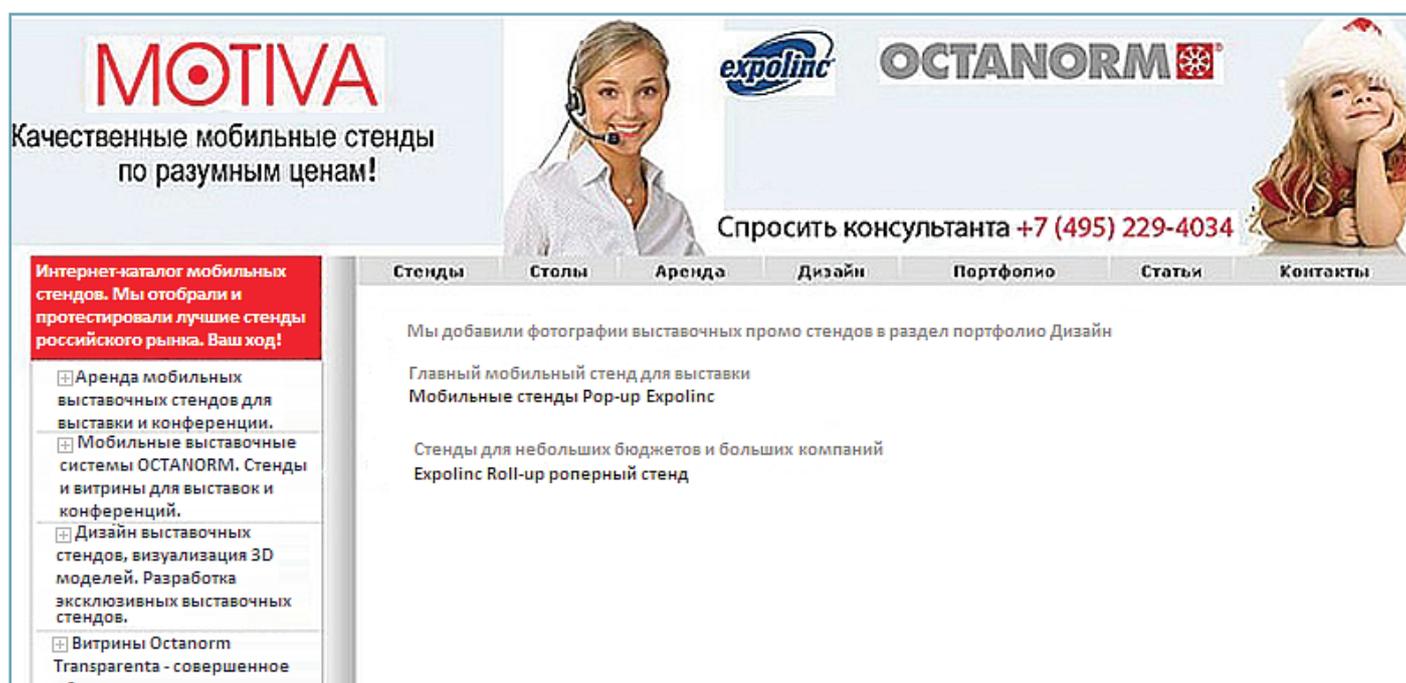
В этой книге мы представляем 8 аудитов, в которых наши эксперты подробно анализируют достоинства и недостатки различных интернет-ресурсов, а также дают практические рекомендации для повышения продаж с сайтов и их успешного продвижения в поисковых системах.

* Согласно внутренним исследованиям компании Ingate

КАК НАЙТИ И УСТРАНИТЬ SEO-ОШИБКИ НА САЙТЕ

Вадим Миклуха

Параметры сайта



Анализируемый сайт	motiva.ru
Тематика сайта	Производство выставочных стендов
Дата начала продвижения в ROOKEE	18.08.2011
SEO-показатели сайта в поисковых системах	<ul style="list-style-type: none"> • PR главной страницы – 2 • ТИЦ – 10
Дата создания домена	03.05.2006
Страниц в индексе поисковой системы	<ul style="list-style-type: none"> • Яндекс – 120 • Google – 124
Регистрация в Яндекс.Каталоге	Нет
Система управления сайтом	WordPress

Ошибки юзабилити

Юзабилити является важнейшим элементом, влияющим на конверсию посетителей в покупателей. Поисковые системы также учитывают поведенческие факторы при ранжировании сайтов, поэтому исправление ошибок, которые делают ресурс неудобным для пользователя, заметно влияет на его положение в результатах поиска.

Итак, замеченные ошибки:

1. В шапке сайта расположены сразу 3 бренда: Motiva, Expolinc и Oktanorm. Это может запутать пользователя.
2. Логотип motiva, размещенный в шапке сайта, некликабелен, но текст под ним будет являться ссылкой. Пользователям привычнее, если именно логотип будет ссылкой на главную страницу.
3. В шапке сайта номер телефона представлен картинкой, а не текстом. Его нельзя скопировать и, например, в Skype он подсвечиваться не будет. При использовании мобильного интернета придется переписывать номер, так как кликнуть на него для звонка не получится. Всё это — лишние преграды для пользователей. Кроме того, рядом с телефоном нет указания режима работы и приема звонков.
4. Левое меню перегружено текстом. Каждый пункт содержит по 3–4 строчки. Найти среди этой информации нужный товар крайне сложно.
5. В структуре меню есть иконки «плюсы», которые предполагают наличие вложения. Оно должно развернуться при нажатии, однако при клике ничего не происходит. Не следует обманывать ожидания пользователей.
6. В правой части экрана помещен блок **«Спецпредложения»**. В нем расположена картинка, а под ней текст, который написан слишком светлым шрифтом. Создается впечатление, что владельцы сайта специально хотят скрыть эту информацию. На многих экранах такой текст с фоном будет иметь минимальный контраст и, следовательно, плохо читаться.
7. Верстка текстов на сайте выполнена не лучшим образом. Контента много, но выглядит он как сплошной, монолитный блок. Следует структурировать информацию: разделить ее на группы, добавить списки и картинки. Исправление указанных ошибок позволит значительно улучшить отношение посетителей и поисковых машин к сайту.

SEO-ошибки

Проблемы юзабилити относятся, прежде всего, к недостаткам дизайна и их устранение требует значительного времени. Однако почти все SEO-ошибки, препятствующие правильной индексации сайта, вполне реально исправить буквально за несколько часов. Можно выделить два вида внутренних ошибок с точки зрения их важности для продвижения сайта:

критичные – влияют непосредственно на качество продвижения сайта в поисковых системах; чем больше таких ошибок на сайте, тем сложнее ему попасть в ТОП;

средне критичные – непосредственно на поисковое продвижение не влияют, однако вызывают значительное неудобство для пользователей сайта в плане общего восприятия и использования ресурса, навигации по сайту; в конечном счете, это также может неблагоприятно сказаться на позициях в выдаче.

Критичные внутренние ошибки данного сайта:

1. Не осуществлена настройка основного зеркала.

- В поисковой системе Яндекс страницы проиндексированы без [www](http://www.motiva.ru) (<http://yandex.ru/yandsearch?serverurl=motiva.ru&lr=213>). При этом, если зайти на главную страницу через [www](http://www.motiva.ru) (пример: www.motiva.ru), не произойдет 301-го редиректа на <http://motiva.ru/>.
- Ссылки в тексте имеют вид с [www](http://www.motiva.ru), а ссылки в верхнем и левом меню – без [www](http://www.motiva.ru).
- Отсутствуют файлы **robots.txt** и **sitemap.xml**. Эти файлы предназначены для указания параметров индексирования роботам поисковых систем: <http://www.motiva.ru/robots.txt>, <http://www.motiva.ru/sitemap.xml>. Вместо файла **robots.txt** открывается страница, выдающая ответ от сервера 404 Not Found (страница не найдена).

2. Обнаружены дубликаты контента.

Часть страниц имеют дубликаты контента внутри сайта. Например:

- главную страницу <http://motiva.ru/> дублируют: <http://motiva.ru/index.php/> и <http://motiva.ru/index.php>;
- страница <http://motiva.ru/index.php/ms/mb/> содержит дубль по адресам: <http://motiva.ru/index.php/ms/mb> , <http://motiva.ru/index.php/mobilnyie-bukletnitsyi-sleva/>;

- страница «Аренда» <http://motiva.ru/index.php/servis/> одинакова с <http://motiva.ru/index.php/design/>; отличаются они лишь разными заголовками.

3. Слишком много ключевых слов на странице.

На странице <http://motiva.ru/index.php/mobilnyie-bukletnitsyi-sleva/> обнаружено большое количество ключевых слов «буклетница», заключенных в теги **[strong]**, **[/strong]**, что визуально бросается в глаза пользователю и может быть расценено поисковой системой как спам и манипуляции поисковым рейтингом.

Буклетницы и рекламные стойки, подставки под буклеты: напольные, навесные и настольные стойки, информационные стенды.

Буклетницы

Все виды рекламных стоек **буклетниц** вы можете найти на этом сайте. Буклетницами называются **рекламные стойки** для размещения буклетов, каталогов и другой рекламной печатной продукции. Мы предлагаем **буклетницы** и информационные стенды всех типов.

Информационные системы и рекламные стойки **буклетницы** уже давно стали неотъемлемой частью оформления бизнес-предприятия, стремящегося донести какую-либо информацию до своих потенциальных клиентов. Буклетницы активно используются предприятиями, предлагающими печатную продукцию. Рекламные стенды **буклетницы** или стойки для печатной продукции различной модификации. Наши **буклетницы** представлены в любых размерах.

Также предлагаемые нами рекламные стойки **буклетницы** представлены в различных вариантах: напольные, навесные, поворотные, из перфорированного листа и с различными карманами. Функциональные рекламные стойки могут выступать как стенд для раскладки открыток и буклетов, так и **буклетницы** для журналов с различным количеством карманов. В нашем ассортименте имеется более 100 видов рекламных стендов и буклетниц, в том числе, **вращающиеся буклетницы** с поворотным механизмом.

Если помещение отличается ограниченной площадью, весьма кстати будет **настенные буклетницы** с карманами. Такие **буклетницы** сэкономят Вам большое количество торговой площади при своей доступной цене и высоком качестве исполнения. Она легко собирается и монтируется на стену, а также обладает большой запасом прочности. Также мы предлагаем перфобуклетницы и новые разработки для тех, кто ищет что-то необычное - эксклюзивные рекламные стойки и рекламные стенды.

Наша продукция изготавливается из современных материалов и отличается высоким качеством. Мы можем поставлять как отдельные рекламные стенды, так и целые информационные системы (**разборная буклетница** в виде стойки и прочее), которые незаменимы в современном бизнесе. Предлагаемые нами **буклетницы** являются частью широкого модельного ряда рекламного оборудования, которое Вы сможете найти в нашей компании. Для нашей продукции характерны оптимальные цены и

Средне критичные внутренние ошибки данного сайта:

1. Не указан альтернативный текст для изображений.

Для изображений на сайте не прописан параметр **alt**. Он устанавливает альтернативный текст для области картинки, который отображается в виде всплывающей подсказки при наведении на нее курсора. Пользователям, у которых отключены изображения в браузере, а также поисковым роботам довольно сложно ориентироваться там, где параметр **alt** не прописан:

Дабл 14934руб.	Космо 26562руб.	Экслипс 19374руб.	Soft Expolinc Table 25400руб.
			
Стол ресепшен Сектор 10450руб.			
			

2. На сайте есть «битые» ссылки (ссылки, выдающие ошибку 404 для поискового робота и для пользователя).

- На странице <http://motiva.ru/index.php/ms/roll-up/st3/> ссылка с изображения Eurostand Roll Up Double ведет на несуществующую страницу <http://motiva.ru/index.php/ms/roll-up/euro-doubl/>.
- Изображение <http://www.motiva.ru/wp-content/0.jpg> для BrandStand Roll Up отсутствует.
- На странице <http://motiva.ru/index.php/reklamnyie-stendyi/flagi/pole/> ссылка на «Видео сборки стенда Pole System скачать» является битой.
- Ссылка в верхнем сквозном меню со слова «Портфолио» имеет 2 слеша на конце: <http://motiva.ru/index.php/design/portfolio//>.

3. Неоднородное оформление контента.

На сайте присутствуют различные размеры шрифта, в результате чего тяжело воспринимать текст.

Мобильный баннерный стенды X Баннер, L-Баннер, Y-Баннер (Баннерные стойки X Banner) - достоинства и свойства

У Вас конференция или семинар?

Выставка или презентация компании?

Вам необходимо мобильно перемещаться и иметь при себе красивый лёгкий недорогой задник?

Вам просто необходима рекламная стойка или мобильный баннерный стенд или X-стенд.

Баннерные стенды приходится сворачивать в ручную, не так как roll-up (ролерные) стенды, но при этом они легкие и изящные.

Мобильные баннерные стенды, баннерные стойки - производство мобильных баннерных стендов или других выставочных мобильных стендов это очень популярный и распространенный вид продукции, где применяется широкоформатная печать. Мобильные баннерные стенды идеально подходят для привлечения новых клиентов, формированию имиджа Вашей компании, продвижению Вашего бренда на рынке. Удобство транспортировки этих промо-стендов, простота сборки, практичность конструкции и невысокая стоимость мобильных баннерных стендов выдвинули их на первое место по востребованности среди всех видов выставочного оборудования. Конструкций промо стендов и мобильных баннерных стендов на данное время существует великое множество.

Баннерные стойки – это конструкции изготовленные из углепластика или алюминия с фотопанелью. Размер конструкции является определяющим для размера фотопанели. Материал для изготовления фотопанели промо-стенда выбирается в зависимости от назначения стенда. Это может быть фотобумага ламинированная с двух сторон, баннерная ткань или баннерная сетка. Фотобумага используется тогда когда требуется достичь максимального качества передачи изображения. Баннерная сетка используется там где требуется небольшой вес или устойчивость к ветровым нагрузкам представляет из себя ячеистую структуру из винилового нетканого материала. Материал для фотополотна мобильных баннерных стендов наиболее часто выбирается белого цвета, белый фон естественно передает цвета и

4. Пустые и малоинформативные страницы.

На сайте содержится ряд пустых и малоинформативных как для пользователя, так и для поисковых систем страниц:

<http://motiva.ru/index.php/16072009/>

<http://motiva.ru/index.php/21102009/>

<http://motiva.ru/index.php/inf/planshet/>

<http://motiva.ru/index.php/inf/ykazayel/>

<http://motiva.ru/index.php/ms/lx/4scr/video-sborki-stenda-4-screen/>

<http://www.motiva.ru/xmlrpc.php>

5. Практически отсутствует перелинковка с ключевых слов на сайте.

Перелинковка – это наличие в текстах на страницах сайта внутренних (или внешних) гиперссылок на другие страницы сайта или другие сайты. С точки зрения пользователя, перелинковка позволяет довольно просто и легко осуществлять навигацию по сайту и быстрее находить нужную информацию. С точки зрения поисковых роботов, перелинковка помогает осуществлять навигацию по структуре сайта; также повышается статический вес страницы, на которую ведет ссылка, что в свою очередь влияет на соответствие (релевантность) страницы запросу в поисковых системах.

На сайте было выявлено только несколько ссылок из текста страниц. Кроме того, пользователю не всегда видно, что на странице присутствует ссылка.

Прошло 10 лет, как мы профессионально занимаемся мобильными выставочными стендами. За это время на рынке появилось большое разнообразие конструкций **Pop-up, Roll-up**, различные банерные **X-Стенды L-Стенды**. Похожие внешне, похожие по функционалу, но разные по качеству и разные по цене.
Сделать осознанный выбор даже нам стало сложнее.
Какую конструкцию предпочесть, когда тебе предлагают 20 одинаковых вариантов Шведских, Китайских, Российских производителей?
Как сделать выбор, если реальное качество проявится только на 30-й день использования?
И как вообще, два одинаковых стенда могут стоить в одном месте 500, а в другом 1500?
Не пора ли навести порядок в этой мутной воде?
Не пора ли назвать **красную цену** мобильным стендам?
Мы отобрали, протестировали и сняли на видео лучшие выставочные стенды российского рынка. Полученные результаты мы выложили на сайте торговой системы **MOTIVA.ru**, чтобы каждый смог принять осознанное решение.

6. Не обнаружены метатеги.

При проведении SEO-аудита в описании страниц не обнаружены заполненные метатеги **description** и **keywords**, которые важны для поисковых машин. Они должны помещаться внутри тега **head** в HTML-документах. Эти теги используются для описания страницы и не видны посетителям.

7. Отсутствие разметки заголовков.

На главной странице в текстовой части отсутствуют заголовки **h1 – h3**, необходимые для структурирования контента. Их правильное оформление в тексте помогает пользователю быстрее сориентироваться на странице, а поисковой машине – понять ее содержимое.

8. Нетематические и внешние ссылки, не закрытые от индексации.

На сайте присутствуют внешние и нетематические ссылки. Они могут уменьшить вес сайта для поисковых систем.

- На странице <http://motiva.ru/index.php/spetspredlozheniya/jj/> есть ссылки на сайт <http://expolinc.livejournal.com/>.
- На странице <http://motiva.ru/index.php/kontakty/> ссылка на <http://www.cmaf.ru/>.

Выводы и рекомендации

1. Рекомендуется зарегистрировать сайт в Яндекс.Каталоге. При выдаче Яндекс учитывает географическое положение пользователя. При регистрации в Яндекс.Каталоге в некоторых случаях может быть установлен регион сайта, что позволит ему быть полноценно представленным, когда пользователь ищет что-либо в своем городе, области т.п. Кроме того, Яндекс.Каталог – наиболее полный и качественный сборник полезных сайтов для пользователей.
2. Нет раздела **«Новости»**. Рекомендуется создать отдельный раздел под новости и спецпредложения и регулярно наполнять его полезным для пользователя контентом.
3. Рекомендуется обновить дизайн сайта и копирайт. Сейчас «© 1998 by „Motiva“ – All Rights reserved». После редизайна рекомендуется сделать: «© 1998–2012 by „Motiva“ – All Rights reserved». Наличие неактуальной даты года в копирайте сообщает пользователям о том, что над дизайном сайта не работали с 1998-го года.
4. Настройка основного зеркала не осуществлена. Рекомендуется привести все ссылки на сайте к единому виду – без www и осуществить настройку 301-го редиректа с <http://www.motiva.ru/> на <http://motiva.ru/>, иначе можно потерять часть пользователей, которые будут искать сайт по разным адресам: с www и без www.
5. Необходимо исправить «битые ссылки» (выдают ошибку 404 для поискового робота и пользователя) на сайте.
6. Нужно создать файл **robots.txt** и **sitemap.xml**. В файле **robots.txt** следует прописать запрет индексации служебных страниц сайта, страниц-дубликатов контента, малоинформативных и пустых страниц, а также прописать директивы **host** и **sitemap**. Это позволит поисковым роботам лучше индексировать страницы. Созданный файл **robots.txt** необходимо разместить в корневой директории сайта. Чтобы проверить правильность обработки, можно воспользоваться [анализатором](#) файла **robots.txt**.
7. Для шаблона ошибки 404 следует прописать содержимое, позволяющее посетителю найти необходимую информацию. Например:

Страница не найдена (404 Not Found)

Здравствуйте, уважаемый посетитель.

К сожалению, запрашиваемая Вами страницы не найдена на сайте нашей компании.

Возможно, это случилось по одной из этих причин:

- ❑ Вы ошиблись при наборе адреса страницы (URL)
- ❑ перешли по «битой» (неработающей, неправильной) ссылке
- ❑ запрашиваемой страницы никогда не было на сайте или она была удалена

Мы просим прощение за доставленные неудобства и предлагаем следующие пути:

- ❑ вернуться назад при помощи кнопки браузера back
- ❑ проверить правильность написания адреса страницы (URL)
- ❑ перейти на [главную страницу](#) сайта
- ❑ воспользоваться [поиском](#)
- ❑ посетить основные разделы сайта: [группа компаний](#), [услуги](#), [системы очистки воды](#)

8. На сайте найдены страницы, не представляющие интерес для пользователя и роботов поисковых систем. Необходимо заполнить их уникальным контентом или закрыть от индексации.

<http://motiva.ru/index.php/16072009/>

<http://motiva.ru/index.php/21102009/>

<http://motiva.ru/index.php/inf/planshet/>

<http://motiva.ru/index.php/inf/ykazayel/>

<http://motiva.ru/index.php/ms/lx/4scr/video-sborki-stenda-4-screen/>

9. Рекомендуется прописать для всех страниц сайта уникальные метатеги **title**, добавить на страницы метатеги **description** и **keywords** с содержанием ключевых слов. Уникальные метатеги (в частности, **title**) влияют на релевантность сайта в поисковых системах.

10. Необходимо выполнить перелинковку с ключевых слов и для всех ссылок, в правилах CSS прописать подчеркивание в обычном виде и при наведении на ссылку. Пример корректного оформления вида ссылки:

- ▣ перейти на [главную страницу](#) сайта
- ▣ воспользоваться [поиском](#)
- ▣ посетить основные разделы сайта: [группа компаний](#), [услуги](#), [системы очистки воды](#)

11. Следует прописать заголовки **h1– h3**, чтобы пользователям и поисковым роботам было проще ориентироваться в контенте страницы.
12. Рекомендуется для всех внешних ссылок прописывать атрибут **rel="nofollow"**. Он закрывает эти ссылки от индексации, благодаря чему вес сайта не будет уменьшаться.
13. Рекомендуется для всех изображений на сайте прописать соответствующий им параметр **alt**.
14. Для большинства страниц сайта отсутствует оптимизация URL. Необходимо привести страницы сайта к виду ЧПУ (человекопонятные урлы). Например, для страницы <http://motiva.ru/index.php/ms/> сделать следующий URL – http://motiva.ru/index.php/mobilnye_stendy/.
15. Настроить 301-й редирект со всех страниц без слеша на конце: <http://motiva.ru/index.php/produktsiya-octanorm>, <http://motiva.ru/index.php/ms/mb> на страницы со слешем на конце <http://motiva.ru/index.php/produktsiya-octanorm/>, <http://motiva.ru/index.php/ms/mb/>.
16. Необходимо удалить дубликаты контента на сайте, либо закрыть их от индексации, используя корректные директивы в файле **robots.txt**.
17. Нужно убрать чрезмерное выделение тегом ключевого слова «буклетница» на странице <http://motiva.ru/index.php/mobilnyie-bukletnitsyi-sleva/>.

Работая над устранением технических ошибок, мешающих поисковым роботам корректно индексировать сайт, не забывайте и о своих пользователях: ресурс должен быть максимально удобным для посетителей и современно выглядеть. Так вы увеличите шанс того, что поисковые системы будут считать ваш сайт более интересным, чем сайты ваших конкурентов и повышать его позиции в выдаче.

Опубликовано в «[Прожектор ROOKEE](#)», март 2012.

АУДИТ САЙТА-ВИЗИТКИ: ТИПИЧНЫЕ SEO-ОШИБКИ

Вадим Миклуха

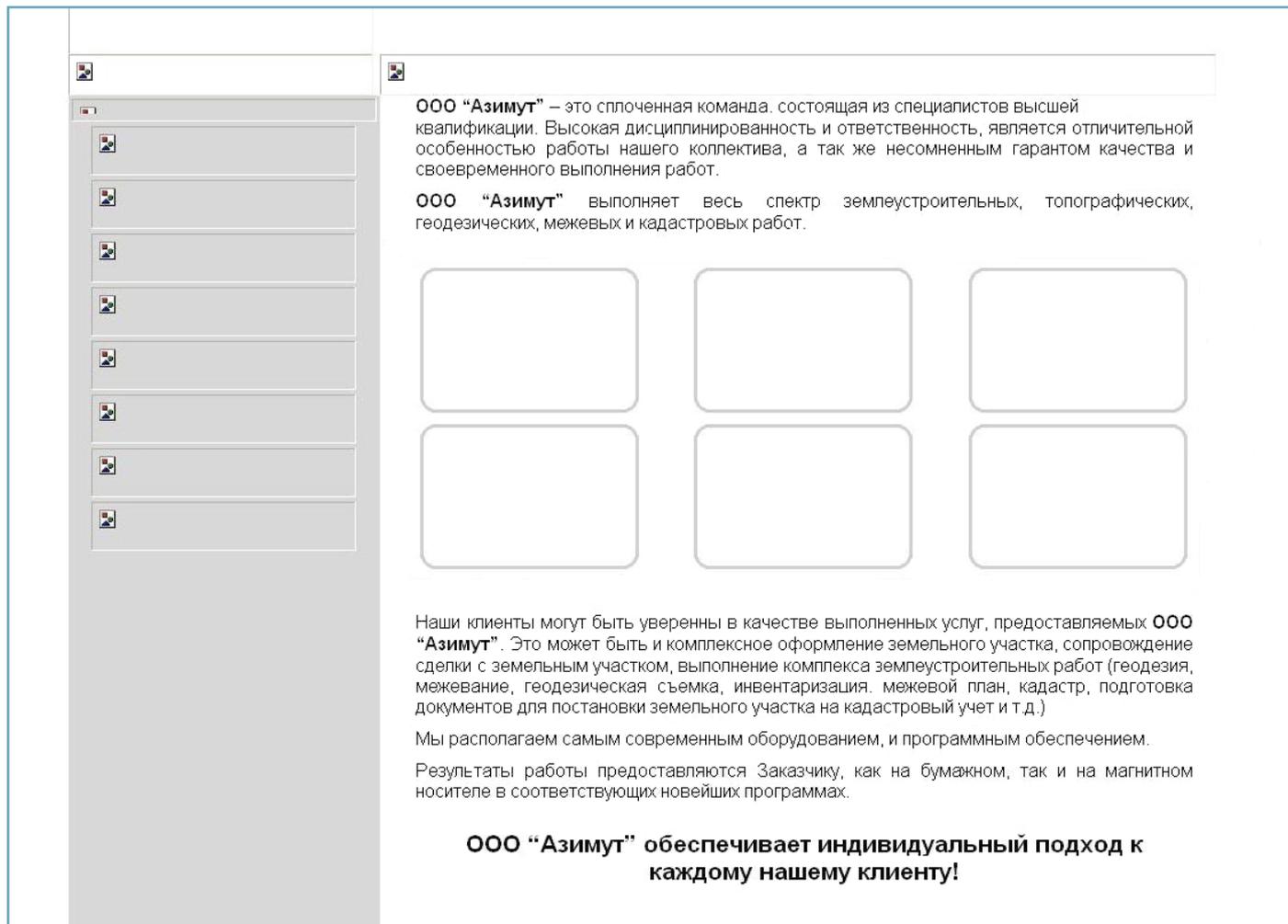
Параметры сайта

Анализируемый сайт	www.geo-azimut.ru
Тематика сайта	Кадастровые и геодезические работы
Дата начала продвижения в ROOKEE	15.04.2011 (15:06)
SEO-показатели сайта в поисковых системах	<ul style="list-style-type: none">• PR главной страницы – 0• тИЦ – 0
Дата создания домена	23.10.2009
Страниц в индексе поисковой системы (на 31 января 2012 года)	<ul style="list-style-type: none">• Яндекс – 11• Google – 11 (без www)
Регистрация в Яндекс.Каталоге	Нет
Система управления сайтом	Нет

Сайт компании ООО «Азимут» является типичным представителем сайта-визитки. На главной странице представлено описание деятельности компании и 6 изображений, ссылки с которых ведут на основные страницы сайта.

Ошибки юзабилити

1. Если у пользователя в браузере отключены изображения, страница выглядит таким образом:



2. На внутренних страницах сайта с логотипа невозможно попасть на главную страницу.
3. На ресурсе не используется внутренняя перелинковка. Без изображений текст выглядит однообразным и неинтересным для пользователя.
4. На сайте нет формы заказа услуг компании.
5. Отсутствует подробная контактная информация на странице <http://www.geo-azimut.ru/contacts.html>.
6. В верхнем левом меню ссылка «Документация» ведет на страницу <http://www.geo-azimut.ru/>, то есть фактически не удовлетворяет запросу пользователя, так как никакой документации не предоставляет.

SEO-ошибки

В процессе аудита были выявлены следующие внутренние ошибки сайта:

1. Неуникальный контент.

Текст на сайте является неуникальным и присутствует на других сайтах:

- Контент главной страницы ресурса частично совпадает с контентом на сайте бесплатных объявлений <http://moscow.olx.ru/iid-91634148>
- Главная страница <http://www.geo-azimut.ru/> содержит дубликат по адресу <http://www.geo-azimut.ru/index.html>
- Внутренняя страница, например <http://www.geo-azimut.ru/cadastr.html>, также имеет неуникальный контент, который на 94% дублируется контентом другого сайта компании ООО «Азимут» – <http://www.almaks-geo.ru/kadastr.html>
- Уникальность текста на странице «Землеустройство» очень низкая, найдено 76% совпадений по адресу: <http://bol-sov-encikloped-3.narod.ru/1/619.html> (по данным Advego Plagiatus). Кроме того, можно заметить, что ключевое слово «землеустройство» не всегда согласуется в предложении и со стороны может показаться, что текст не направлен на пользователя, а создан исключительно для роботов поисковых машин:

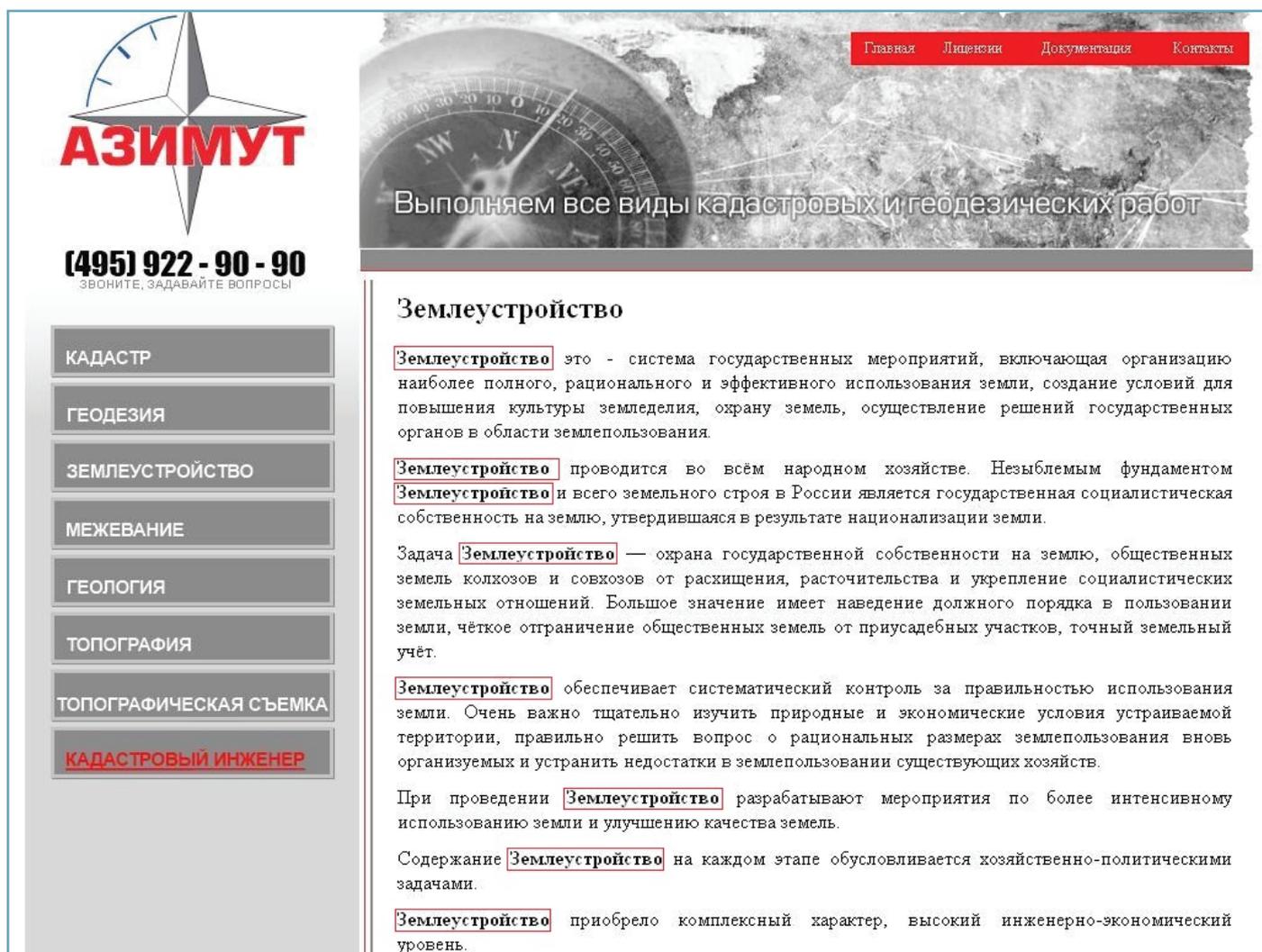
«Незыблемым фундаментом Землеустройство и всего земельного строя в России является государственная социалистическая собственность на землю, утвердившаяся в результате национализации земли».

«Задача Землеустройство – охрана государственной собственности на землю, общественных земель колхозов и совхозов от расхищения, расточительства и укрепление социалистических земельных отношений».

«Содержание Землеустройство на каждом этапе обуславливается хозяйственно-политическими задачами».

2. Страница перенасыщена ключевыми словами.

На странице «Землеустройство» <http://www.geo-azimut.ru/zemleustr.html> слишком большое количество ключевых слов «землеустройство», содержащихся в тегах ``.



3. Проблемы с метатегами.

На странице сайта произведена оптимизация метатегов **title**, **description** и **keywords** под ключевые слова.

```

1 <html>
2 <head>
3 <title>Землеустроительная компания, 922-90-90, геодезическая фирма, землеустроительные и кадастровые работы, землеустроительная фирма, землеустроительное предприятие,
4 организация [Землеустроительных работ] ООО "Азимут"/title>
5 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=windows-1251">
6
7 <meta http-equiv="Content-Language" content="ru">
8 <meta http-equiv="Expires" content="0">
9 <meta http-equiv="pragma" content="no-cache">
10 <meta http-equiv="cache-control" content="no-cache">
11 <meta name="description" content="ООО Азимут осуществляет полный комплекс землеустроительных, оформление земли, кадастровых, геодезических, топографических и геологических работ. Все работы выполняются с использованием самых современных приборов и программного обеспечения">
12 <meta name="keywords" content="Кадастр, межевание, межевой план, кадастровый план, геодезия, оформление земли, землеустройство, земельный кадастр, топографическая съемка, землеустроительные работы, землеустроительное проектирование, землеустроительная экспертиза, геологические работы, геологические изыскания москва, геодезические работы, геодезические изыскания, инженерно геодезические изыскания, топографические работы, кадастровые работы, кадастровый паспорт, кадастровая выписка, геодезическая съемка, кадастровый план земельного участка, геодезические работы в строительстве, геодезические работы межевание, межевание земельных участков, межевание земельного участка, топография, топографическая съемка местности, геологическое исследование, инженерно геологические исследования, геодезия картография, топографические знаки, геоподоснова, инженерная геология ">
13 <meta name="abstract" content="ООО Азимут">
14 <meta name="distribution" content="global">
15 <meta name="rating" content="general">
16 <meta name="category" content="geodesy">
17 <meta name="subcategory" content="">
18 <meta name="coverage" content="Global">
19 <meta name="audience" content="all">
20 <meta name="class" content="open">
21 <meta name="page-topic" content="">
22 <meta name="title" content="Землеустроительная компания, геодезическая фирма, оформление земли, геодезическая компания, землеустроительные и кадастровые работы, оформление земли, землеустроительная фирма, землеустроительное предприятие, организация землеустроительных работ ООО Азимут">
23 <meta name="lifecycle" content="none">
24 <meta name="revisit" content="3 days">

```

- В метатеге **title** содержится слово с ошибкой – «землеустроиетльных».
- Метатег **description** содержит в себе ключевое слово «оформление земли», которое вставлено не к месту и не несет смысловой нагрузки.
- Метатег **keywords** изобилует ключевыми словами, не представленными на странице.
- В коде страницы присутствует название организации, отличное от названия владельца данного сайта – ООО «Алмакс».
- На странице содержатся заголовки **h1** и **h2**, однако они недостаточно хорошо оптимизированы под ключевые слова. Большинство из ключевых слов, которые прописаны в метатеге title, не встречаются в тексте на странице сайта.

По представленным в метатеге **title** ключевым словам сайт не имеет высоких позиций в поисковой системе Яндекс, несмотря на использование системы [ROOKEE](#).

ЗАПРОСЫ	ЯНДЕКС (МОСКВА)	URL В ЯНДЕКС (МОСКВА)
землеустроительная компания	0	
геодезическая фирма	0	
землеустроительные работы	85	http://www.geo-azimut.ru/
кадастровые работы	121	http://www.geo-azimut.ru/cadastr.html
землеустроительная фирма	0	
землеустроительное предприятие	0	
организация землеустроительных работ	0	

4. Настройка основного зеркала не осуществлена.
5. Файл **robots.txt** содержит несуществующие на сайте директивы **/docs/** и **/img/** (выдают 404 ошибку).
6. Отсутствие изображений и информативных разделов на сайте.
 - На всех внутренних страницах в тексте не содержатся изображения, в результате чего он выглядит «сухим» для пользователя.
 - На сайте отсутствуют полезные, информативные разделы по его тематике.

7. Наличие сайтов, схожих с www.geo-azimut.ru.

Компании «Алмакс» принадлежат следующие сайты: <http://www.zem-lyane.ru/> и <http://www.almaks-geo.ru/>, которые могут быть признаны поисковой системой аффилиатами анализируемого сайта, т.к. предоставляют одни и те же услуги и имеют схожий контент.

Выводы и рекомендации

Рекомендации по юзабилити:

1. Рекомендуется реализовать навигацию по сайту с простановкой текстовых ссылок, а в случае использования изображений, прописывать для них параметр **alt** с соответствующими ключевыми словами.
2. Необходимо поставить ссылку на главную страницу <http://www.geo-azimut.ru/> с логотипа «Азимут» <http://www.geo-azimut.ru/images/logo.gif> для лучшей навигации пользователей по сайту.
3. После создания дополнительных разделов на ресурсе рекомендуется провести перелинковку с ключевых слов.
4. Следует разработать форму заявки на услуги компании. Это позволит заинтересованным пользователям достигать своей цели на сайте.
5. Рекомендуется разместить на сайте схему проезда до офиса компании.

Рекомендации по улучшению позиций продвигаемых запросов:

1. Необходимо оптимизировать контент страниц, сделать его уникальным для поисковых систем (чтобы он не встречался на других сайтах).
2. Рекомендуется разделить контент на удобные текстовые блоки с использованием заголовков **h1-h3**.
3. Следует исправить ошибки в метатегах, устранить из **keywords** ключевые слова, которые не представлены на странице.

4. После этого нужно скорректировать список запросов в системе [ROOKEE](#).
5. Рекомендуется разбавить текст изображениями, описывающими предлагаемые компанией услуги.
6. Рекомендуется переписать контент на странице «Землеустройство» <http://www.geo-azimut.ru/zemleustr.html>, сделать его уникальным, не использовать большое количество ключевых слов в тегах ``.
7. Необходимо настроить 301-й редирект с <http://geo-azimut.ru/> на <http://www.geo-azimut.ru/>.
8. Следует устранить несуществующие директивы `/docs/` и `/img/` из файла `robots.txt`.
9. Необходимо прописать путь к файлу `sitemap.xml` с `www`.
10. Нужно составить обновленный файл `sitemap.xml`, который должен содержать `www` в домене, т.к. в настоящий момент основное зеркало сайта для Яндекса – www.geo-azimut.ru.

This XML file does not appear to have any style information associated with it. The document tree is shown below

```
▼<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  ▼<!--
    created with Online Sitemap Generator www.sd-company.su/online/sitemap.php
  -->
  ▼<url>
    <loc>http://geo-azimut.ru</loc>
    <changefreq>daily</changefreq>
    <priority>1.0</priority>
  </url>
  ▼<url>
    <loc>http://geo-azimut.ru/cadastr.html</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <priority>1.0</priority>
  </url>
  ▼<url>
    <loc>http://geo-azimut.ru/contacts.html</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <priority>0.5</priority>
  </url>
  ▼<url>
    <loc>http://geo-azimut.ru/geodesy.html</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <priority>0.9</priority>
  </url>
  ▼<url>
    <loc>http://geo-azimut.ru/geology.html</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
  ▼<url>
```

11. Следует заменить ссылку **«Главная»** в меню сайта с <http://www.geo-azimut.ru/index.html> на <http://www.geo-azimut.ru/>, со страницы <http://www.geo-azimut.ru/index.html> настроить 301-й редирект на главную страницу.

12. Для успешного продвижения необходимо постоянно развивать сайт, добавляя новые разделы, такие как **«Статьи»**, **«Новости»** и т.д.

13. Если сайты

<http://www.zem-lyane.ru/>,

<http://www.almaks-geo.ru/>,

<http://www.geo-azimut.ru/>,

также принадлежащие компании «Алмакс», продвигаются по одним и тем же ключевым словам, рекомендуется провести дополнительный анализ на предмет аффилиации запросов. Если все 3 (или 2) сайта продвигаются по одинаковым запросам, в выдаче останется только один. Остальные будут признаны сайтами-аффилиатами и могут либо полностью отсутствовать в выдаче по этим запросам, либо находиться на очень низких позициях.

Необходимо устранить основные проблемы сайта – низкую уникальность текстового контента и отсутствие его оптимизации под ключевые слова, повысить показатель трастовости и увеличить количество страниц для продвижения по тематике «Кадастровые и геодезические работы». Для этого рекомендуется провести полный комплекс работ по оптимизации и в дальнейшем развивать сайт: создавать новые страницы, наполнять их уникальным полезным контентом и т.п.

Оптимизация сайта – одно из важнейших условий успешного продвижения. Делая сайт удобным и информативным, направленным на пользователя, а не на роботов поисковых систем, вы увеличиваете его шансы оказаться в поисковой выдаче выше конкурентов.

Опубликовано в [«Прожектор ROOKEE»](#), март 2012.

10 ЗОЛОТЫХ ПРАВИЛ ЮЗАБИЛИТИ

Вадим Миклуха

Ваш сайт в ТОПе по нескольким высокочастотным запросам, и каждый день поисковые системы приводят на него хороший трафик. Но для владельцев интернет-магазинов важно в первую очередь не то, сколько человек за день посетило сайт, а то, сколько из них совершило покупку и стало клиентами.

Что же может помешать посетителю покупать? Это могут быть вполне очевидные факторы, такие как слишком высокая цена, узкий ассортимент товаров, отсутствие искомой модели и др.

Многие упускают из виду, что и сам сайт может помешать совершить покупку. Выявить, чем именно ресурс может оказаться неудобен для пользователя, почему посетитель не совершает покупку и не задерживается на сайте, поможет **аудит юзабилити**. Рассмотрим наиболее важные моменты юзабилити на примере интернет-магазина сантехники www.aquatika.ru.

Многие наверняка не раз слышали такое понятие, как **«дружественный интерфейс»** (friendly interface), обеспечивающий пользователю максимально удобное взаимодействие с ресурсом за счет наглядных и понятных изображений, значков, меню, кнопок, подсказок и т.п. На исследуемом сайте интерфейс совсем не побуждает пользователей к совершению покупки. Какие ошибки есть на сайте и как их исправить, вы узнаете из проведенного аудита. Стоит заметить, что в вопросах юзабилити не всегда правильное решение единственно верное, и вполне может быть несколько способов устранения одной проблемы.

Главная страница сайта

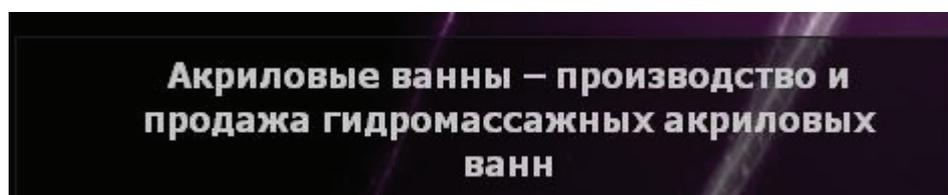
Для большинства сайтов основной приток трафика приходится на главную страницу. Поэтому очень важно позаботиться о ее максимальном удобстве для пользователя. Разберем основные проблемы с юзабилити главной страницы:

- Использование в шапке заголовка ссылки «**Главная**» излишне, так как она находится непосредственно под одноименным пунктом основного меню:



Рекомендация: удалить лишнюю ссылку.

- Заголовок **h1** представляет собой некорректную фразу:



Пользователь может подумать, что фирма называется «Акриловые ванны». Некоторых посетителей может оттолкнуть уже сам факт неграмотно построенного предложения.

Рекомендация: исправить эту фразу на более корректную, например, «Акватика – производство и продажа гидромассажных акриловых ванн».

- Из четырех баннеров, находящихся слева от основного контента, два верхних являются видеопрезентациями.



Пользователю догадаться об этом до нажатия на баннер почти невозможно. Следовательно, кликать по ним никто не будет – большинство пользователей «слепы» к рекламным баннерам, а остальные, скорее всего, не станут нажимать на баннер, если не будут знать, что он рекламирует.

Рекомендация: Реализовать видеопрезентации в виде встроенного проигрывателя (без необходимости перехода на другую страницу), поместив их при этом ниже бокового меню, чтобы они могли занимать больше места в ширину. Обязательно снабдить получившийся блок с видеороликами понятным заголовком.

- Перейдя по баннеру «Скидки здесь», мы попадем на страницу, где должна находиться информация о скидках. Но самой информации там нет – есть лишь предложение узнать о скидках в розничных точках продаж. Кроме того, в блоке слева от текста находится баннер «Скидки здесь». Его наличие здесь излишне, так как мы уже находимся на странице, где должна быть информация о скидках.

Рекомендация: Добавить информацию о скидках и убрать лишний баннер «Скидки здесь».

- В первый экран пользователя попадает верхний участок баннера с очень быстро меняющимися изображениями. Такое мерцание внизу экрана отвлекает посетителей от усвоения основной информации и может вызвать их недовольство:



Рекомендация: Три больших баннера, которые идут ниже категорий ванн, объединить в один слайд-блок, как, например, изображенный на этом скриншоте:



Частоту смены слайдов необходимо снизить, а сам блок поместить под шапку. На место этих баннеров перенести блок текста «Покупая акриловые гидромассажные ванны в компании Акватика, вы получаете:...», который расположен внизу страницы. В нем описаны преимущества компании, поэтому важно, чтобы пользователь увидел эту информацию, а далеко не каждый прокрутит такую длинную страницу до самого конца.

- Удачно, что блок **«Популярные модели»** находится на главной странице. Но он занимает слишком большое пространство, и, чтобы добраться до конца страницы, придется долго прокручивать ее вниз. В самих карточках используются звездочки после слова «гидромассаж» и цены. При этом на самой странице нет никакого описания этих сносок:



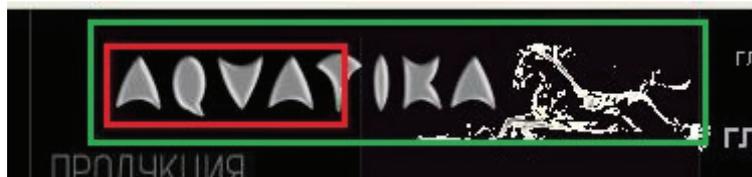
Рекомендация: Данный блок рекомендуется сделать более компактным, наглядным и удобным для пользователей. Например, огромную ленту популярных моделей, растянувшуюся на главной странице, можно переделать в слайд-блок (галерею), например, по такой схеме:



Если щелкнуть по любому из мини-изображений, в галерее справа отобразится увеличенное изображение данной модели, а ниже – ее краткое описание. Такой способ будет удобен для пользователей, так как они смогут посмотреть несколько конкретных моделей или перелистывать слайды с самыми популярными из них.

Навигация по сайту

- На главную страницу есть ссылка с логотипа компании, что является плюсом. Но то, что кликабельная область значительно меньше самого логотипа, не совсем удобно. Пользователь может щелкнуть в ближнюю к центру страницы половину логотипа, перехода на главную страницу не произойдет, и он подумает, что ссылки с логотипа нет.



Рекомендация: Расширить кликабельную область логотипа примерно до масштабов, выделенных на скриншоте зеленым.

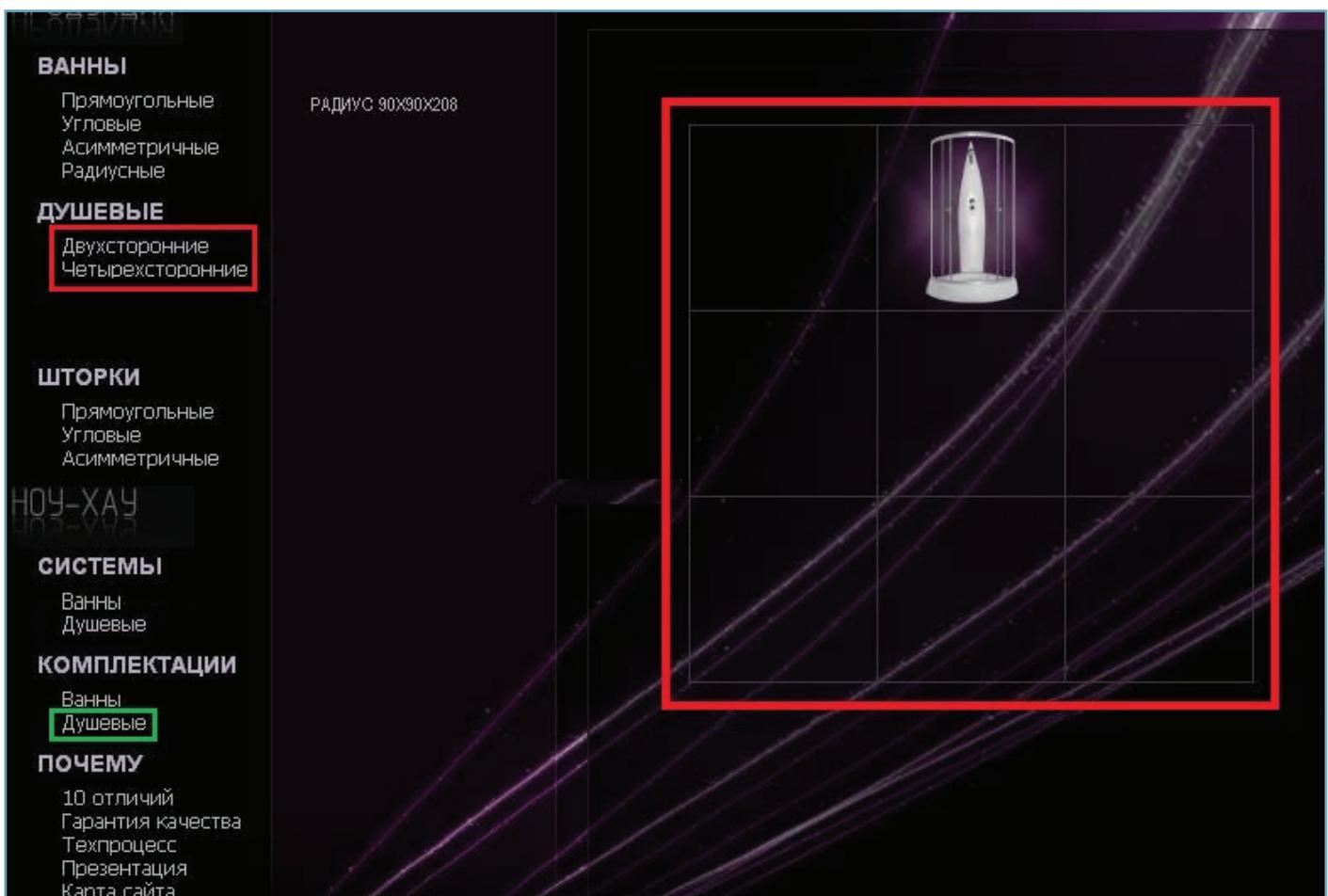
- На внутренних страницах сайта не используются так называемые «хлебные крошки» – элемент навигации, который показывает посетителю, на какой странице он находится и сколько разделов отделяет его от «корня».

Рекомендация: применять «хлебные крошки» – с их помощью пользователи смогут лучше ориентироваться на сайте и возвращаться в разделы, из которых они попали на текущую страницу.

- В основном меню отсутствуют такие полезные для пользователей пункты, как «Отзывы», «Статьи», «Новости», «FAQ».

Рекомендация: Сделать главное меню с выпадающими подпунктами. Пункты «Магазины» и «Сервис-центр» сделать подпунктами «Контакты». В пункт «О компании» стоит добавить подпункты «Новости», «Сертификаты» (для большего доверия со стороны пользователей), «Отзывы клиентов». В освободившиеся места можно вставить пункты «FAQ» и «Статьи».

- В дополнительном меню, расположенном слева от основного контента, названия многих пунктов дублируются. Этого следует избегать – каждый пункт должен иметь уникальное название. Прочитав его, пользователь должен понять, о чем будет страница, на которую он попадет, перейдя по ссылке. Пункты меню, выделенные красным на скриншоте, ведут на страницы подкаталога, на которых присутствует только одна модель, а остальные ячейки пусты. Пункт **«Душевые»** (выделен на скриншоте зеленым) ведет на пустую страницу:



Рекомендация: Стоит сделать так, чтобы пункты дополнительного меню под заголовком **«Душевые»** сразу вели на страницу карточки единственной имеющейся модели. Это сократит количество шагов, которые надо сделать пользователю, чтобы дойти до страницы заказа. Если ассортимент для данных категорий расширится, можно будет вернуть страницу подкаталога, предварительно добавив на нее новые модели. Пункт меню **«Душевые»**, находящийся под заголовком **«Системы»**, лучше удалить, пока не появятся модели, подходящие под эту категорию.

Шапка и футер

- В шапке сайта нет телефона и адреса компании. Также здесь отсутствуют форма поиска и слоган компании, наличие которого повысило бы ее узнаваемость.

Рекомендация: Указать адрес, телефон и слоган компании в шапке сайта. Если будет мало места, можно сдвинуть заголовок ниже. Также рекомендуется разместить форму поиска на всем сайте.

- Отсутствует **«Корзина»**, которая, безусловно, должна быть на сайте любого интернет-магазина.

Рекомендация: Создать **«Корзину»** и, что также немаловажно, отображать в ней информацию о товарах, разместить ее пиктограмму со ссылкой в шапке сайта.

- В футере нет ссылок на полезные и важные для пользователя разделы сайта.

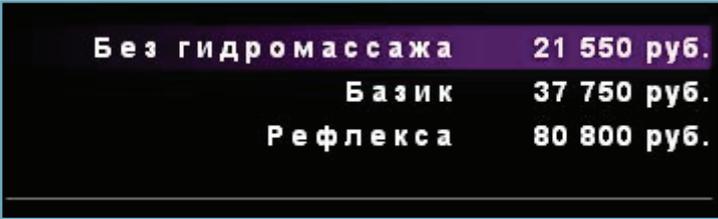
Рекомендация: Добавить ссылки в футер: их наличие упростит пользователю перемещение, особенно на страницах с большой полосой прокрутки.

Карточка товаров

- На сайте отсутствует уникальное описание для каждого товара, это мешает пользователю лучше оценить товар и совершить покупку.

Рекомендация: Добавить небольшие тексты, описывающие каждую модель. Большим плюсом было бы наличие видеороликов о товаре (рекламный ролик, эксплуатация, установка и т.п.).

- Меню на скриншоте с выключенным JavaScript не работает:



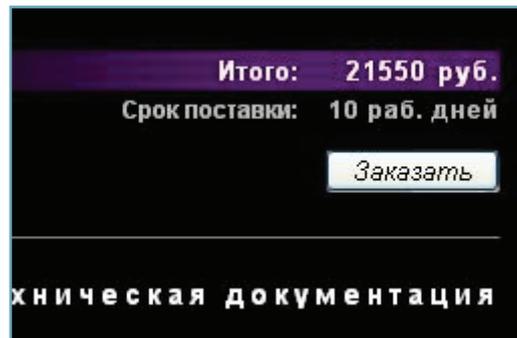
Без гидромассажа	21 550 руб.
Базик	37 750 руб.
Рефлекса	80 800 руб.

Рекомендация: Переделать локальное меню на страницах карточек товаров так, чтобы оно работало и при выключенном JavaScript.

- Отзывы покупателей не предусмотрены.

Рекомендация: Добавить для пользователей возможность оставлять комментарии о товаре, которые рекомендуется модерировать. Наличие отзывов других посетителей может помочь пользователю принять решение о покупке товара.

- Кнопка «**Заказать**» не привлекает внимание, так как у нее слишком простой дизайн:



Рекомендация: Изменить дизайн кнопки «**Заказать**» – сделать ее более примечательной. Также рекомендуется реструктурировать страницы карточек товаров под общий шаблон сайта, так как они напоминают версии для печати.

- Нет блока похожих товаров, который бы мог упростить пользователям процесс подбора товара.

Рекомендация: Добавить блок похожих товаров с их мини-изображениями.

- Отсутствует прямой возврат к разделу подкаталога.

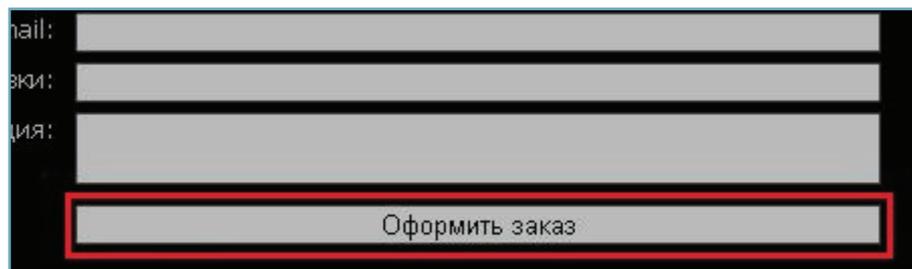
Рекомендация: Создать возможность возврата на предыдущую страницу.

Страница заказа

- Страница заказа перенасыщена информацией, хотя ее здесь должно быть минимум, только самое необходимое. Большие тексты, анкеты или громоздкие формы заказа могут отпугнуть потенциального клиента.

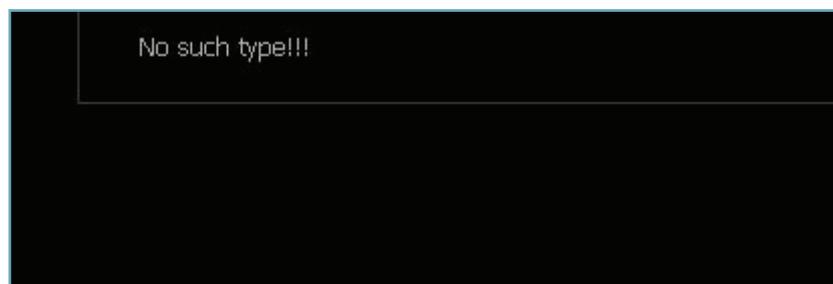
Рекомендация: Пункты «**Доставка**» и «**Установка**» лучше объединить в один – это сэкономит место. Пункт «**Как вы узнали о нас**» следует перенести на страницу подтверждения заказа, чтобы он не отвлекал пользователя от оформления покупки. Пункт «**Где оплатить**» тоже желательно перенести на страницу подтверждения заказа: он содержит полезную информацию, но при этом слишком большой.

- Кнопка «**Оформить заказ**» по внешнему виду сливается с полями формы заказа и не привлекает внимание пользователя:



Рекомендация: Изменить дизайн кнопки, сделать ее более заметной.

- При попытке заказать (перейти на страницу заказа) любую штору из представленных на сайте вместо страницы заказа мы попадаем на пустую страницу:



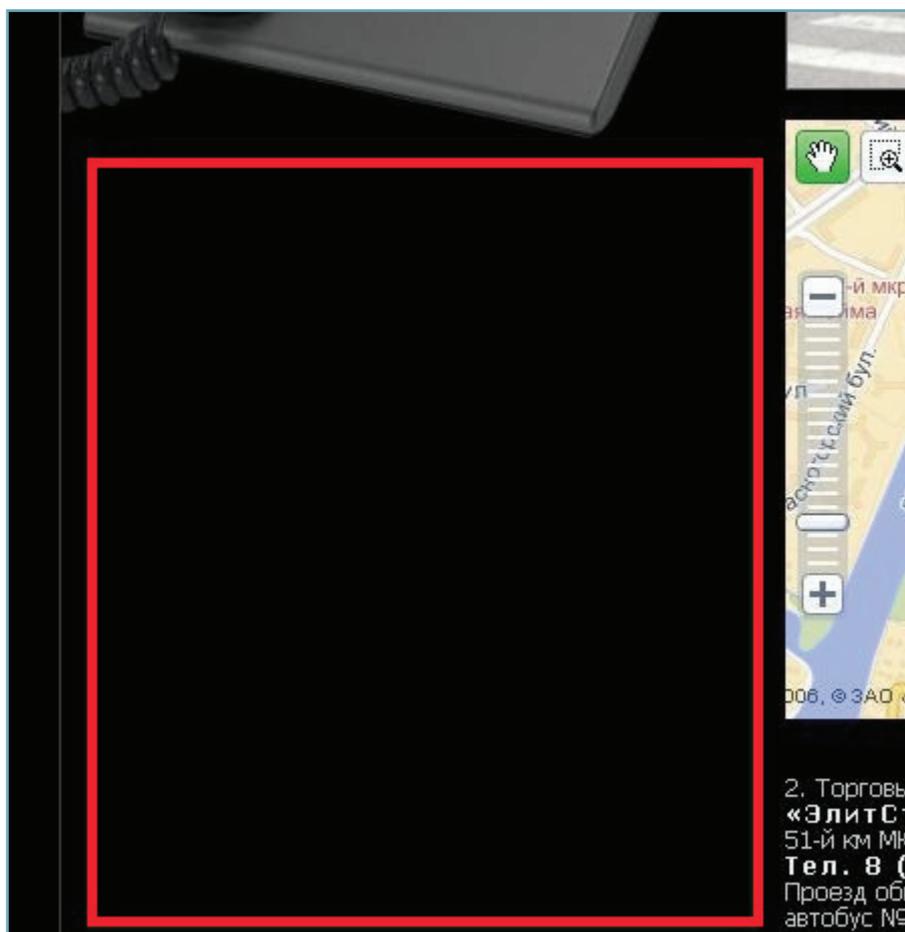
Рекомендация: Восстановить работоспособность страницы заказа для каждой из штор, либо, если их нет в наличии, удалить из каталога.

Страница «Контакты»

Наличие страницы **«Контакты»** является обязательным для любого сайта интернет-магазина, и анализируемый сайт www.aquatika.ru не исключение. В нашем случае страница реализована достаточно грамотно, и на нее имеется ссылка в основном меню.

На самой странице нет лишней информации, указаны адреса, телефоны, почта, ICQ, время работы и даже Skype. На картинках изображены подходы к розничным точкам продаж и их вид внутри помещения торгового центра. Кроме того, имеются масштабируемые карты на API Яндекс.Карт. По сути, это вся необходимая информация, которая может понадобиться покупателю, чтобы связаться с менеджерами компании, добраться до розничных точек продаж или склада.

Рекомендации: Добавить на страницу **«Контакты»** форму обратной связи и поместить ее в пустующую область слева от основного контента (примерная позиция выделена красным на скриншоте):



Страница видеопрезентаций

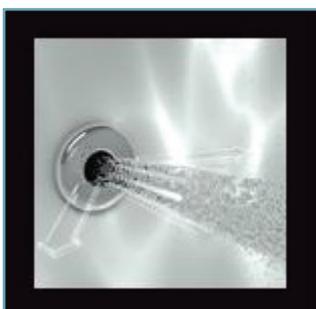
Видеоролики на сайте представлены не только в виде двух баннеров на главной странице, которые мы уже рассмотрели, поэтому проанализируем страницу видеопрезентаций подробнее (кроме перехода через баннер на нее можно попасть с помощью пункта дополнительного меню «Презентация»):

- Правый край проигрывателя сильно заходит за визуальную границу сайта, что смотрится не очень красиво:



Рекомендация: Уменьшить габариты проигрывателя, чтобы он не нарушал визуальную границу основной области страницы.

- Баннер (на скриншоте), ведет на ту же страницу, на которой находится посетитель. Его наличие бессмысленно, так как пользователю незачем переходить туда, где он пребывает в данный момент.



Рекомендация: Удалить данный баннер. Вместо него можно разместить баннер со ссылкой на другой видеоролик с подписью либо просто рекламные баннеры. Второй ролик можно разместить ниже текущего в основной области страницы. В таком случае баннер на него сбоку размещать уже не нужно.

Анализ форм на функциональность

Помимо формы поиска, в данный момент на сайте имеются только две формы: онлайн-консультант и форма заказа. Рассмотрим их подробнее:

- Для пользователей наиболее привычны онлайн-консультанты, похожие внешней структурой на ICQ или QIP, но на данном сайте форма совсем другая. Неудобно и то, что консультант открывается в новом окне. Кроме того, поля ввода визуально сливаются с фоном:



Рекомендация: Сделать так, чтобы по щелчку на ярлык онлайн-консультанта в нижнем правом углу сайта он разворачивался до размеров, достаточных для комфортного ввода и прочтения информации. Дизайн при этом должен сохраняться, а все элементы отличаться друг от друга. Форма должна всегда отображаться поверх контента страницы, а у посетителя должна быть возможность поменять ее размер. Советую сделать так, чтобы в любой момент пользователь мог свернуть форму онлайн-консультанта до ярлыка и продолжить перемещаться по сайту. При этом если ему придет сообщение, то ярлык начнет мигать, либо появится всплывающее уведомление.

- В форме заказа отсутствуют сообщения об ошибках при неправильном заполнении поля. Не поддерживаются маски ввода данных и автоматическое приведение их к нужному формату (форматы для телефонов, адрес в виде «Страна – Область – Город – Адрес» и т.п.). Отсутствует механизм запоминания уже введенной информации и блокировка кнопки **«Оформить заказ»** до корректного заполнения обязательных полей формы:

*(поля, отмеченные *, обязательны для заполнения)*

Ф.И.О:	йцайпйцп
*Контактный телефон:	йруйаувуй
E-mail:	йупайай
Адрес доставки:	йцлупйруйпыв
Доп. информация:	йупвыцпй
Оформить заказ	

- Рекомендация:** Если какое-либо поле в форме заказа заполнено некорректно, справа от него должно появиться сообщение об ошибке, выделенное красным цветом. Нужно сделать маску ввода для телефона и желательно для ФИО, а также организовать автоматическое приведение данных к нужному формату для поля «Адрес доставки». До тех пор пока контактный телефон не будет корректно введен, кнопка **«Оформить заказ»** должна быть недоступна для нажатия.

Читабельность текста

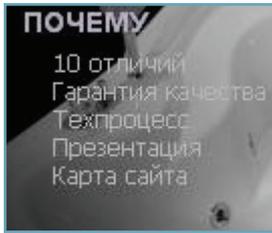
- Размер основного шрифта на сайте слишком мелкий, а интервалы между строками очень маленькие. Все это делает чтение информации затруднительным:

- Возможность реализации любых дизайнерских решений.**
Акриловые ванны асимметричной формы гармонично впишутся в интерьер ванной комнаты, подчеркнув ее уникальность или решив вопрос экономии пространства.
- Удобство при использовании.**
Изящные формы асимметричных ванн позволят расположиться с комфортом и погрузиться в мир релаксации, что так важно для снятия напряжения в конце трудного дня. Утром освежающие потоки воды зарядят Вас бодростью на весь день.

Рекомендация: Увеличить размер шрифта и отступ между строками и между

пунктами списков.

- Текст едва различим на фоновых картинках:



Рекомендации: Отказаться от использования фоновых картинок. Они не только мешают читать текст, но и могут отвлекать пользователя от важной информации. Как компромиссный вариант можно использовать фоновые картинки за границей сайта слева и справа (т.е. по краям экрана, где сейчас пустые участки).

Внешний вид ресурса

Хороший дизайн сайта и его элементов очень важен. При этом необходимо помнить о том, что сайт должен быть, в первую очередь, удобным для пользователей, но если красота не мешает удобству, то она только приветствуется.

На анализируемом сайте мы уже рассмотрели много элементов, которые так или иначе относятся к внешнему виду, поэтому опишем один недостаток в общем стиле оформления сайта – фон.

Для сайтов, связанных с тематикой воды, наиболее подходящими являются светло-синий цвет фона и белый текст либо белый цвет фона и синий/светло-синий цвет шрифта. Такая расцветка привычнее и лучше всего ассоциируется с водой. Кроме того, когда в самом названии компании присутствует слово «вода» (например, как в случае с нашим сайтом – «Акватика»), такая расцветка улучшает запоминаемость названия.

Выводы и рекомендации

Анализ www.aquatika.ru показал, что на сайте необходимо провести работу по улучшению факторов юзабилити, которые будут способны увеличить количество покупателей в 2 раза. Из проведенного аудита можно вывести 10 основных правил, которые можно применять не только для этого сайта, но и для всех интернет-магазинов:

1. Позаботьтесь о максимальном удобстве главной страницы для пользователя и помните, что «встречают по одежке».
2. Проследите путь клиентов от главной страницы до заполнения формы заказа. Устраните все возможные помехи на этом пути и сделайте его максимально коротким,

чтобы пользователю не нужно было совершать лишних действий.

3. Предоставьте пользователю возможность получить информацию о доставке, контактные данные и FAQ на любом шаге до оформления заказа.
4. Обязательно добавьте на сайт те элементы, без которых пользователю трудно сделать заказ (например, **«хлебные крошки»**, **«Корзина»**).
5. Используйте социальные плагины – дайте возможность посетителям поделиться понравившимися товарами с друзьями в сети.
6. Предоставьте посетителям всю необходимую информацию о товаре. При этом важно помнить, что слишком большие тексты хуже воспринимаются. Выделите самое основное и разместите на карточке товара, а для тех посетителей, кто хочет узнать о нем подробнее, дайте ссылку на дополнительную информацию.
7. Проследите, чтобы никакие лишние элементы не раздражали пользователей и не мешали им выбрать товар и совершить заказ.
8. Проверьте, на всех ли страницах текст легко читается. Сделайте подходящий фон, на котором слова не теряются, а также оптимальный размер шрифта и отступов между строками и абзацами.
9. Размещайте отзывы других покупателей о товаре, это существенно повысит доверие клиентов.
10. Постарайтесь учесть при разработке дизайна сайта тематику фирмы. Правильно выбранные цвета помогут улучшить запоминаемость вашей компании пользователями.

Помните, чем удобнее будет ваш ресурс для пользователей, тем быстрее они будут находить нужную им информацию и товары, заполнять формы заказов. Если элементы сайта будут полезными и уместными, то и клиентов у такого интернет-магазина станет гораздо больше.

Опубликовано в [«Прожектор ROOKEE»](#), июль 2012.

САЙТ ТУРАГЕНТСТВА: ЧТО МОЖЕТ СПУГНУТЬ КЛИЕНТОВ?

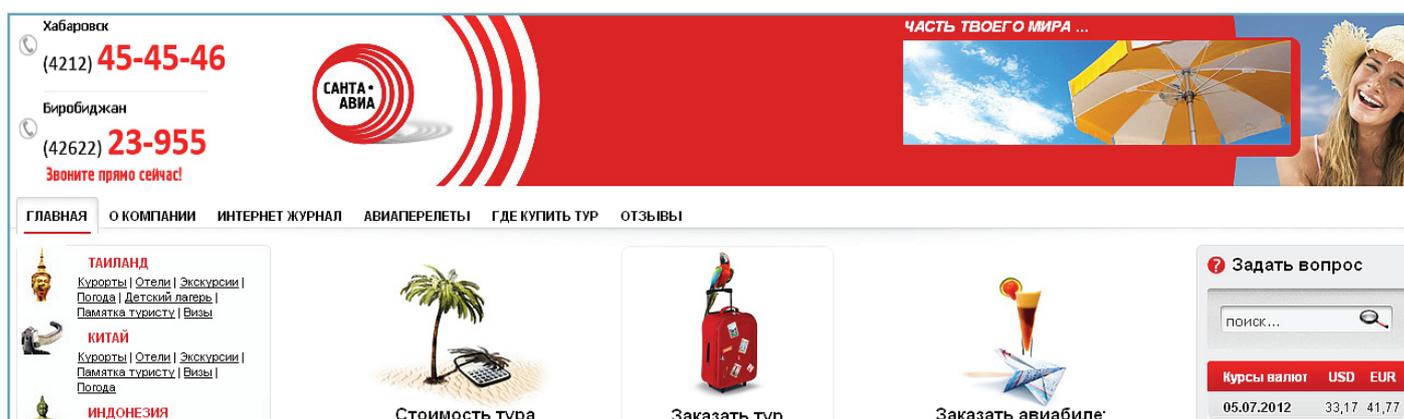
Анастасия Бадина

Практически у каждого турагентства и туроператора имеются свои сайты, и их владельцы заинтересованы, чтобы ресурсы занимали высокие места в поисковой выдаче и имели хорошие показатели конверсии. Что же может спугнуть клиентов? Чтобы ответить на этот вопрос, проведем анализ основных составляющих юзабилити на примере сайта туристического агентства «Санта-Авиа». Особое внимание мы уделим тестированию его функционала, выступив в роли потенциального клиента этого турагентства.

На первый взгляд, сайт сделан хорошо, имеет приятный дизайн и обширный функционал: здесь можно заказать тур, авиабилеты или выбрать горящее предложение.

Главная страница сайта

- Первое, что обращает на себя внимание – шапка сайта. Телефон расположен в левом углу, при этом правый угол и центр совсем не заняты информацией.



The screenshot shows the top section of the website. On the left, there are phone numbers for Khabarovsk (4212) 45-45-46 and Birobidzhan (42622) 23-955, with a call to action 'Звоните прямо сейчас!'. The logo 'САНТА-АВИА' is in the center. On the right, there is a banner with the text 'ЧАСТЬ ТВОЕГО МИРА ...' and an image of a woman and a beach umbrella. Below the header is a navigation menu with links: ГЛАВНАЯ, О КОМПАНИИ, ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛ, АВИАПЕРЕЛЕТЫ, ГДЕ КУПИТЬ ТУР, ОТЗЫВЫ. The main content area features three columns: 'ТАИЛАНД' with links to resorts, hotels, excursions, weather, children's camps, tourist tips, and visas; 'КИТАЙ' with similar links; and 'ИНДОНЕЗИЯ' with a link to weather. There are also three large buttons: 'Стоимость тура' (with a palm tree icon), 'Заказать тур' (with a suitcase icon), and 'Заказать авиабилет' (with an airplane icon). On the far right, there is a 'Задать вопрос' section with a search bar and a currency converter table.

Курсы валют	USD	EUR
05.07.2012	33,17	41,77

На преобладающем большинстве ресурсов телефоны в шапке сайта размещаются справа. Пользователям привычно видеть контактную информацию именно там, а слева, как правило, располагается логотип.

Рекомендация: Необходимо изменить расположение элементов в шапке сайта: телефоны переместить в правый угол шапки, а логотип сместить влево и увеличить. Его также стоит сопроводить слоганом, отражающим деятельность компании, например, «Лучшее туристическое агентство Хабарововска» или «Туры из Хабарововска в любую точку Земли» и т.п. Пустое пространство по центру шапки рекомендуем заполнить 1–2 главными преимуществами покупки тура или авиабилета у этой турфирмы. Тем более что они уже представлены, но [на другой странице](#):

[Главная](#) > 9 причин, почему нужно путешествовать с компанией «Санта-Авиа»!!!

9 причин, почему нужно путешествовать с компанией «Санта-Авиа»!!!

- Компания «Санта-Авиа» - **лучшее турагентство Хабарововского края**
- Ваш отдых застрахован на **30 млн. рублей!**
- В компании «Санта-Авиа» работает круглосуточная поддержка туристов за рубежом: 24 часа в сутки, 7 дней в неделю.
- Все необходимые услуги для путешественников в одном месте. Вам не придется покупать авиабилеты и турпакеты в разных частях города. Все необходимое Вы сможете получить в офисах компании «Санта-Авиа»
- Интереснейшие туристические программы по доступным ценам.
- Индивидуальный подход ко всем клиентам.
- Сайт компании «Санта-Авиа» позволяет сделать предварительный заказ и получить ответ, не выходя из дома.
- Уникальная бонусная программа для постоянных клиентов.
- И наконец, «Санта-Авиа» - компания клиентоориентированная – у нас приятно покупать!

Заказать тур



Заказ авиабилетов



Стоимость тура



- На главной странице в первом экране расположены спецпредложения и горящие туры агентства. Это наиболее подходящее место для такой полезной информации, однако эти предложения не привлекают внимания посетителей и не побуждают перейти на них:



Стоимость тура



Заказать тур



Заказать авиабилет

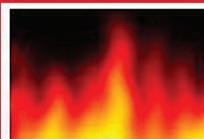
ПРЕДЛОЖЕНИЯ МЕСЯЦА



Таиланд регулярные рейсы



Гонконг прямой рейс



Горящие туры



Бэйдайхэ заезд 7 - 14 июля по СУПЕР цене!

Во-первых, подписи к картинкам не оформлены как ссылки и пользователи просто могут не понять, что по ним можно перейти. Во-вторых, картинки сопровождаются совсем не мотивирующими заголовками, такими как «Таиланд регулярные рейсы», которые ничего не сообщают пользователю и не вызывают интереса. «Заезд в Бэйдайхэ по СУПЕР цене» также не содержит побуждения (неизвестно, где этот город/место, какая цена подразумевается данным агентством под словом «супер»).

Рекомендация: Горящие туры вынести в отдельную линейку на главной странице: 3–4 таких предложения с ценами и ссылкой на страницу со списком всех предложений. Как, например, это реализовано у конкурентов:

Горящие туры из Москвы ▾

Турция

Цена за человека



Liman Park

3★ **НВ** 31 авг. Пт. 2 нч.

265\$ →

≈ 8 666 руб.



Pelin Beach

4★ **AI** 1 сен. Сб. 6 нч.

299\$ →

≈ 9 777 руб.



Daima Resort

5★ **UAI** 2 сен. Вс. 2 нч.

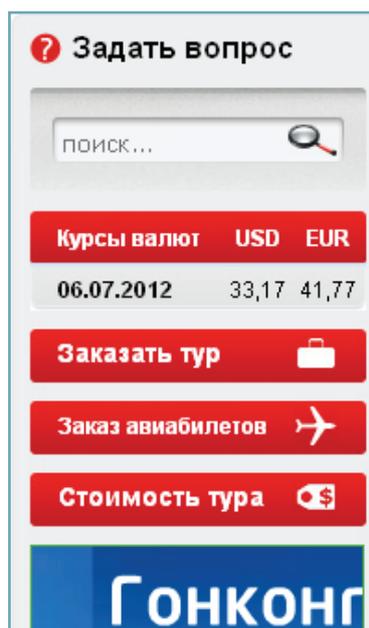
401\$ →

≈ 13 113 руб.

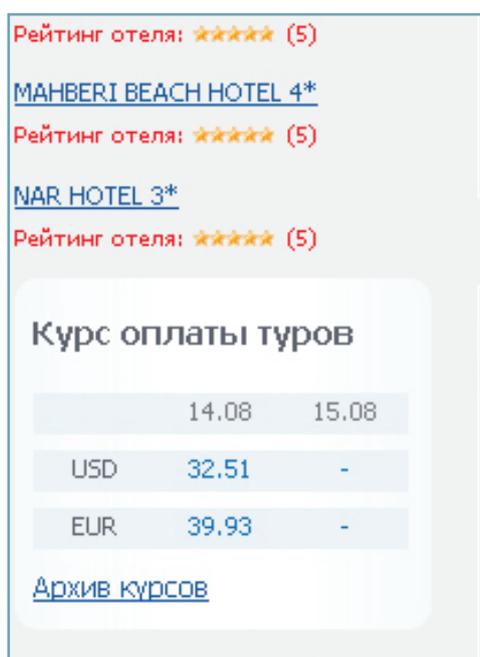
Картинки и подписи к ним для спецпредложений рекомендуем сделать более информативными и привлекательными для пользователей, например, так: «Спецпредложение на туры в Китай от 300 долларов! Осталось всего три дня!».

Навигация по сайту

- Справа на внутренних страницах есть меню сервисов: «Заказать тур», «Заказ авиабилетов», «Стоимость тура», «Курсы валют». Они выполнены в виде ничем не отличающихся друг от друга красных кнопок, при этом «Курс валют» не является кликабельным элементом. Различаются и размеры шрифта на этих кнопках:



Рекомендация: Визуально выделить сервисы в виде картинок и ссылок, а курс валют представить в виде привычного блока курса валют на сайтах, например, так, чтобы он визуально отличался от сервисов:



- Почти на всех внутренних страницах сайта не полностью отображается меню «хлебных крошек». Например, в разделе «**О компании**» есть подраздел «**Вакансии**». Перейдя на конкретную вакансию, например, бухгалтера, мы видим следующую страницу:

[ЕТ ЖУРНАЛ](#) [АВИАПЕРЕЛЕТЫ](#) [ГДЕ КУПИТЬ ТУР](#) [ОТЗЫВЫ](#)

[Главная](#) » Бухгалтер

Бухгалтер

Требования:

Профильное образование, гражданство РФ.
 Ответственность, оперативность, активность, коммуникабельность.
 Знание 1С 8. 2
 Уверенный пользователь основного пакета офисных программ.
 Высокие аналитические способности, динамичность, инициативность, ответственность, исполнительность, стремление к совершенствованию знаний и навыков, стрессоустойчивость.

Условия:

Работа и условия согласно ТК РФ.
 График работы с 9:00 до 18: 00, 5/2;

Собеседование состоится после рассмотрения письменных резюме. Резюме принимаются по e-mail

Контактные данные

Адрес: Проспект 60 лет Октября, 201 оф. Б 2-8
 E-mail: kozina@santa-avia.ru
 Тел. (4212) 72-85-96
 Факс 72-94-42

Таким образом, «хлебные крошки» не позволяют нам вернуться в раздел «**Вакансии**» и посмотреть все вакансии раздела, или просто перейти в другой подраздел в меню «**О компании**». Существующие «крошки» могут вернуть нас только на главную страницу.

Рекомендация: Необходимо доработать «хлебные крошки» на всех страницах меню по следующему принципу: **[полный путь до страницы в соответствии со структурой сайта] + [название текущей страницы сайта]**.

Функционал ресурса

На сайте представлен следующий функционал: пользователи могут узнать стоимость тура, заказать тур и авиабилеты. Протестируем все три сервиса по порядку.

- На главной странице есть крупная кнопка с изображением калькулятора и надписью «**Стоимость тура**»:



Логично было бы предположить, что после перехода по кнопке можно будет произвести расчет стоимости туров. После ее нажатия мы попадаем на страницу, где в виде ссылок представлены прайс-листы с программами туров и ценами. Но для того чтобы добраться до цены (а именно за этим пользователи и приходят по ссылке «**Стоимость тура**») и выбрать подходящую, придется открыть не один прайс-лист в формате Word:

[Главная](#) » [Стоимость тура](#)

Стоимость тура

ГРУППОВЫЕ ТУРЫ с руководителем из Хабаровска

- [Пекин с экскурсиями 1-7 ноября](#)

ТАИЛАНД:

- [Паттайя 15 дней регулярные рейсы](#)
- [о. Пхукет 15 дней регулярные рейсы](#)
- [Паттайя + о. Самет 15 дней](#)
- [Паттайя + о. Ко Чанг 15 дней](#)
- [Бангкок + о. Пхукет 15 дней](#)
- [Бангкок + о. Самуи 15 дней](#)
- [о. Пхукет + Паттайя 14 дней](#)
- [Таиланд + Малайзия + Китай](#)
- [Паттайя + Непал 15дн/14н](#)
- [Паттайя + Лаос 15дн/14н](#)
- [Паттайя + Мьянма 15дн/14дн](#)

СВАДЕБНЫЕ ТУРЫ:

- [Свадебная церемония на Филиппинах \(о. Себу\)](#)
- [Таиланд \(Паттайя\)](#)
- [Таиланд \(Паттайя\) + Чешитомый остров](#)

ВЬЕТНАМ:

- [Фантьет 15 дней](#)
- [Нячанг 15 дней](#)
- [Вьетнам + Камбоджа 16 дней](#)

КАМБОДЖА + ВЬЕТНАМ:

- [Сиём Рип + Фантьет 15 дней](#)
- [Пном Пень + Сиём Рип 6дн/5н \(комби тур\)](#)
- [Сиём Рип 3 дня \(комби тур\)](#)

ФИЛИППИНЫ:

- [о. Боракай 15 дней через Гонконг](#)
- [о. Боракай 15 дней через Сеул](#)
- [о. Боракай 15 дней через Пекин](#)
- [о. Себу 15 дней через Гонконг](#)
- [о. Себу 15 дней через Сеул](#)
- [о. Себу + о. Бохол 15 дней](#)

МАЛАЙЗИЯ:

- [о. Борнео 13 дней](#)
- [о. Борнео 17 дней](#)

Уже после открытия первого прайс-листа такой список гиперссылок не побуждает к дальнейшему просмотру всех остальных предложений. А если одновременно открыть несколько таких документов Word, то сориентироваться среди них и выбрать тур становится очень сложно.

Еще один проблемный момент: посетители смотрят прайс-лист с предложением, их устраивает цена и они готовы заказать такой тур. Однако просто и быстро осуществить заказ у них не получится: ведь нужно запомнить название тура, скопировать на свой компьютер документ с этим предложением, потом отправить этот файл менеджеру турагентства и указать нужные даты. Это серьезно снижает шансы на заказ таких пакетных туров.

Рекомендация: Так как пользователи всё-таки ожидают увидеть на странице со стоимостью цены, то можно разместить рядом с названием каждого тура его цену в формате «От ... долларов». Например, так:

Стоимость тура

ГРУППОВЫЕ ТУРЫ с руководителем из Хабаровска

- Пекин с экскурсиями 1-7 ноября

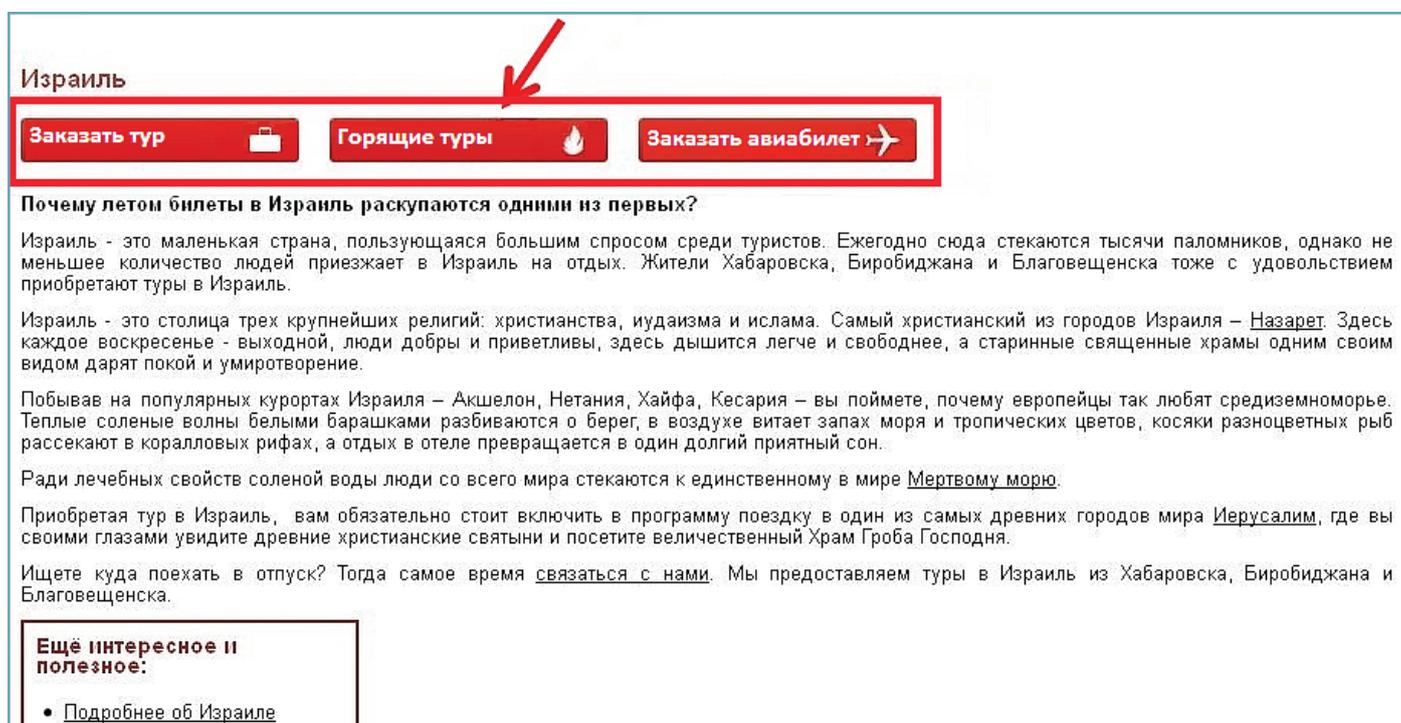
ТАИЛАНД:

- Паттайя 15 дней регулярные рейсы от 380\$
- о. Пхукет 15 дней регулярные рейсы от 490\$
- Паттайя + о. Самет 15 дней
- Паттайя + о. Ко Чанг 15 дней
- Бангкок + о. Пхукет 15 дней
- Бангкок + о. Самуи 15 дней
- о. Пхукет + Паттайя 14 дней
- Таиланд + Малайзия + Китай
- Паттайя + Непал 15дн/14н
- Паттайя + Лаос 15дн/14н
- Паттайя + Мьянма 15дн/14дн

Для удобства пользователей рекомендуется сделать так, чтобы при переходе по ссылкам предложений туров открывался не документ Word, а новая страница сайта с этим предложением и кнопкой «Заказать этот тур», и чтобы при клике по кнопке информация о понравившемся туре сразу поступала менеджерам турфирмы для обработки заказа. В таком случае от заказа пользователя отделяет всего один клик мыши – одно действие, а не череда манипуляций с открытием и сохранением многочисленных файлов.

- Важный функционал на данном сайте – подбор и заказ тура. Итак, попробуем выбрать тур на интересующую дату, узнать его примерную цену и заказать. Для этого вооружимся вполне реальным сценарием: мы хотели бы поехать в Израиль в октябре, но не знаем, можно ли там купаться в это время, а также долго ли туда лететь, и какие курорты имеются. На поездку у нас всего неделя и бюджет 45–50 тыс. рублей на двоих. Мы не знаем, будет ли этого достаточно, поэтому нас очень интересуют горячие туры и спецпредложения.

На главной странице в меню слева сразу видим страны, выбираем нужную. После клика попадаем на описание страны, прямо над текстом расположены кнопки **«Заказать тур»**, **«Горячие туры»**, **«Заказать авиабилет»**.



Израиль

Заказать тур  **Горячие туры**  **Заказать авиабилет** 

Почему летом билеты в Израиль раскупаются одними из первых?

Израиль - это маленькая страна, пользующаяся большим спросом среди туристов. Ежегодно сюда стекаются тысячи паломников, однако не меньшее количество людей приезжает в Израиль на отдых. Жители Хабаровска, Биробиджана и Благовещенска тоже с удовольствием приобретают туры в Израиль.

Израиль - это столица трех крупнейших религий: христианства, иудаизма и ислама. Самый христианский из городов Израиля – Назарет. Здесь каждое воскресенье - выходной, люди добры и приветливы, здесь дышится легче и свободнее, а старинные священные храмы одним своим видом дарят покой и умиротворение.

Побывав на популярных курортах Израиля – Акшелон, Нетания, Хайфа, Кесария – вы поймете, почему европейцы так любят средиземноморье. Теплые соленые волны белыми барашками разбиваются о берег, в воздухе витает запах моря и тропических цветов, косяки разноцветных рыб рассекают в коралловых рифах, а отдых в отеле превращается в один долгий приятный сон.

Ради лечебных свойств соленой воды люди со всего мира стекаются к единственному в мире Мертвому морю.

Приобретая тур в Израиль, вам обязательно стоит включить в программу поездку в один из самых древних городов мира Иерусалим, где вы своими глазами увидите древние христианские святыни и посетите величественный Храм Гроба Господня.

Ищете куда поехать в отпуск? Тогда самое время связаться с нами. Мы предоставляем туры в Израиль из Хабаровска, Биробиджана и Благовещенска.

Ещё интересное и полезное:

- [Подробнее об Израиле](#)

После прочтения информации решаем перейти к заказу тура, и желательно, чтобы он был дешевый. Для этого кликаем по кнопке **«Горячие туры»**. Открывается страница не с горячими турами в Израиль (как ожидалось), а на все страны, что усложняет выбор. Но горячий дешевый тур по-прежнему интересен, поэтому ищем в выпадающем списке нужную страну. Ее там, к сожалению, не оказалось:

Горящие туры

Что такое горящий тур

Страна:
 Все
 Все
 Вьетнам
 Индонезия
 Испания
 Италия
 Китай
 Малайзия
 Таиланд
 Турция
 Шри-Ланка
 17.08.12
Пхукет

Как "поймать" горящий тур

Тур: Все
Город вылета: Хабаровск

Подписаться на горящие туры

Дата вылета:
Дата возврата:
Категория: Все
Выбрать

	Отели	Категория номера	Питание	Ночей	Цена	Заказать	
	Royal Crown & Palm Spa Resort ★ ★ ★	ROH	BB	12	33818 р	Заказать	Подробнее
	Rattana Beach Hotel ★ ★ ★	Superior	BB	12	35143 р	Заказать	Подробнее
17.08.12	<i>Таиланд / о. Пхукет</i> Phuket Heritage Hotel ★ ★ ★	Superior	BB	12	35143 р	Заказать	Подробнее
17.08.12	<i>Таиланд / о. Пхукет</i> Kata Sea Breeze ★ ★ ★	Superior	BB	12	35143 р	Заказать	Подробнее
17.08.12	<i>Таиланд / о. Пхукет</i> Baumancasa ★ ★ ★	Deluxe	BB	12	35143 р	Заказать	Подробнее
17.08.12	<i>Таиланд / о. Пхукет</i> PGS Hotels The Kris Resort & Spa ★ ★ ★	Deluxe	BB	12	34315 р	Заказать	Подробнее
28.08.12	<i>Малайзия / г. Куала-Лумпур</i> Citrus Hotel ★ ★ ★ ★	Standard	BB	9	35408 р	Заказать	Подробнее
28.08.12	<i>Малайзия / г. Куала-Лумпур</i> Citin Hotel Masjid Jamek ★ ★ ★	Standard	BB	9	35242 р	Заказать	Подробнее
28.08.12	<i>Шри-Ланка / Велигамма</i> Bay Beach Hotel ★ ★ ★	Standard	BB	9	35242 р	Заказать	Подробнее

Кстати, на странице с описанием страны не было информации о климате и погоде в стране в разное время года. На одной из страниц с описанием курортов имеется блок с текущей погодой, но почему-то не в стране, о которой шла речь, а в Хабаровске:

[Главная](#) » [Израиль](#) » [Курорты](#) » Сафед

Сафед

Заказать тур 

Горящие туры 

Заказать авиабилет 

Сафед (в русской традиции) или Цфат (на иврите) – город на севере Израиля, расположен на вершине одной из гор Верхней Галилеи. С высоты города (900 метров над уровнем моря) открывается прекрасный вид: на западе – Средиземное море, на юго-востоке – озеро Кинерет, на севере – покрытая снегами вершина горы Хермон. Отсюда и происходит название города, которое переводится как «наблюдать».

Цфат – один из двух городов Израиля, в которых зимой идёт снег (второй снежный город страны – Иерусалим). Средняя зимняя температура воздуха +10°C, летняя - +27°C. Это идеально место для людей, предпочитающих умеренный климат.

По легенде, Цфат был основан сыном Ноя после окончания Всемирного потопа. В XII веке был иерусалимским центром крестоносцев, которые построили здесь крепость, укрепленную двойной стеной с семью башнями. Она и является главной достопримечательностью города в наши дни. К сожалению, большая её часть теперь скрыта под землёй. Во дворе крепости находится колодец, с такой непростой конструкцией, что его механизм приводили в движение животные. В XIII веке султан Бейбар вырезал всё христианское население города. Сафед достиг пика своего развития в XVI веке, став мировым центром Каббалы – мистического учения в иудаизме, основанного на символическом толковании слов и чисел в Торе.

Сафед знаменит своими художниками, мастерами-ремесленниками, галереями и мастерскими. Кроме того, город отличается своей необычной архитектурой: улицы застраивались здесь сверху вниз и выходами из разных стран. В Цфате проводятся ежегодный всемирный фестиваль клейзмерской музыки – традиционной музыки восточноевропейских евреев.

В Сафедде есть музей графики и скульптуры имени Хануха Глиценштерна, основанный сыном художника. Также есть Музей книгопечатания – ведь именно в Цфате появилась на свет первая в Османской империи газета.

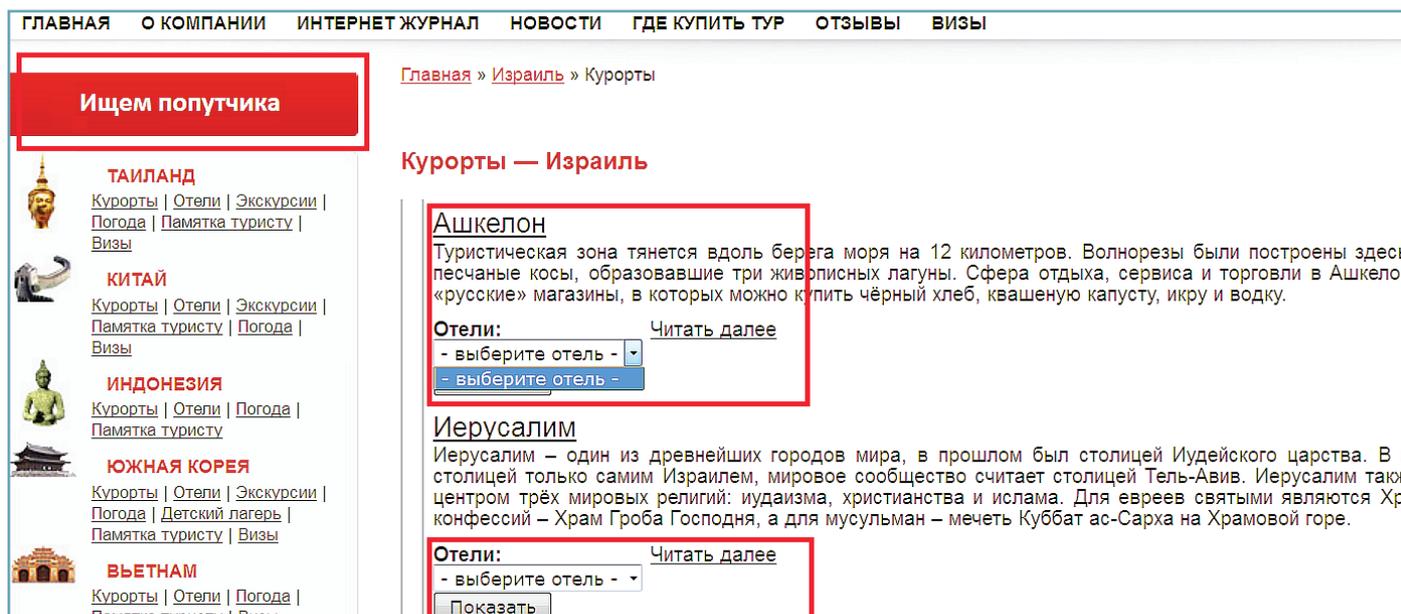
Цфат – один из священных городов для евреев. Недалеко от него находятся могилы еврейских мудрецов прошлого. Самая известная из них – могила Рашби и его сына. Не менее известна могила раби Ионатана Бен Узизля. Чтобы добраться до неё, нужно совершить длительный спуск по извилистой дороге, поэтому место, где она находится, называется Амук – «глубокий». Сам Ионатан Бен Узизль был неженат, но завещал, что каждый, кто придёт на его могилу и помолится, женится в течение года.

Полезная информация для вас:

- [Отели](#)
- [Экскурсии](#)
- [Визы](#)



Желание посетить Израиль осталось, и мы, не найдя никакой дополнительной навигации («хлебные крошки» неполные), возвращаемся на главную страницу кликом по логотипу, чтобы заново выбрать страну и начать поиск тура. Снова на странице Израиля решаю ознакомиться с [информацией о курортах](#). На странице есть их небольшие описания, около каждого – форма, в которой предлагается выбрать отель. Отелей для выбора не оказывается, да и если бы имелись их названия, сделать выбор проблематично, потому что названия большинству посетителей ни о чем не говорят:



Слева видим новую кнопку [«Ищем попутчика»](#). Совсем непонятно, что там, и возникает закономерный вопрос: если это важный сервис, почему он появился только на пятой просмотренной нами странице?

Пробуем кликнуть по этой кнопке. Попадаем на страничку с объявлениями тех, кто ищет попутчиков в некоторые страны на определенные даты (но не в Израиль):



На всех страницах сайта присутствует кнопка **«Заказать тур»**, и при клике на нее мы попадаем на форму заполнения заявки:



Главная » Заказать тур

Заказать тур

ФИО: *

Телефон: *

E-mail:

Страна отдыха: *

Курорт:

Предполагаемые сроки поездки: *

Примечание:

АНТИСПАМ

Ответ на этот вопрос нужен для проверки того, что Вы являетесь человеком, а не спам-рассылкой.

A 8 4 f N

Какой код вы видите на картинке? *

Введите символы изображенные на картинке.

Пользователи могут прибегнуть к заказу тура из любой точки сайта, и это очень удобно, однако здесь есть два существенных недостатка:

1. Кнопка **«Заказать тур»** расположена на всех страницах сайта, в том числе на страницах описания отелей, курортов и т.п. При этом форма одинаковая на всех страницах и не соотносится с той информацией, которую изучал клиент на странице с этой кнопкой.
2. В форме значительное место отведено разгадыванию капчи. Владельцы сайта пытаются выяснить, не бот ли пользователь, что может посчитаться неуважением к тем, кто уже решил заказать тур. При ошибке с капчей (а она довольно сложная, требует смены регистра) потенциальные клиенты видят сообщение об ошибке на английском языке, которое не вызывает желания продолжить заполнение формы:

Заказать тур

- CAPTCHA session reuse attack detected.
- The answer you entered for the CAPTCHA was not correct.

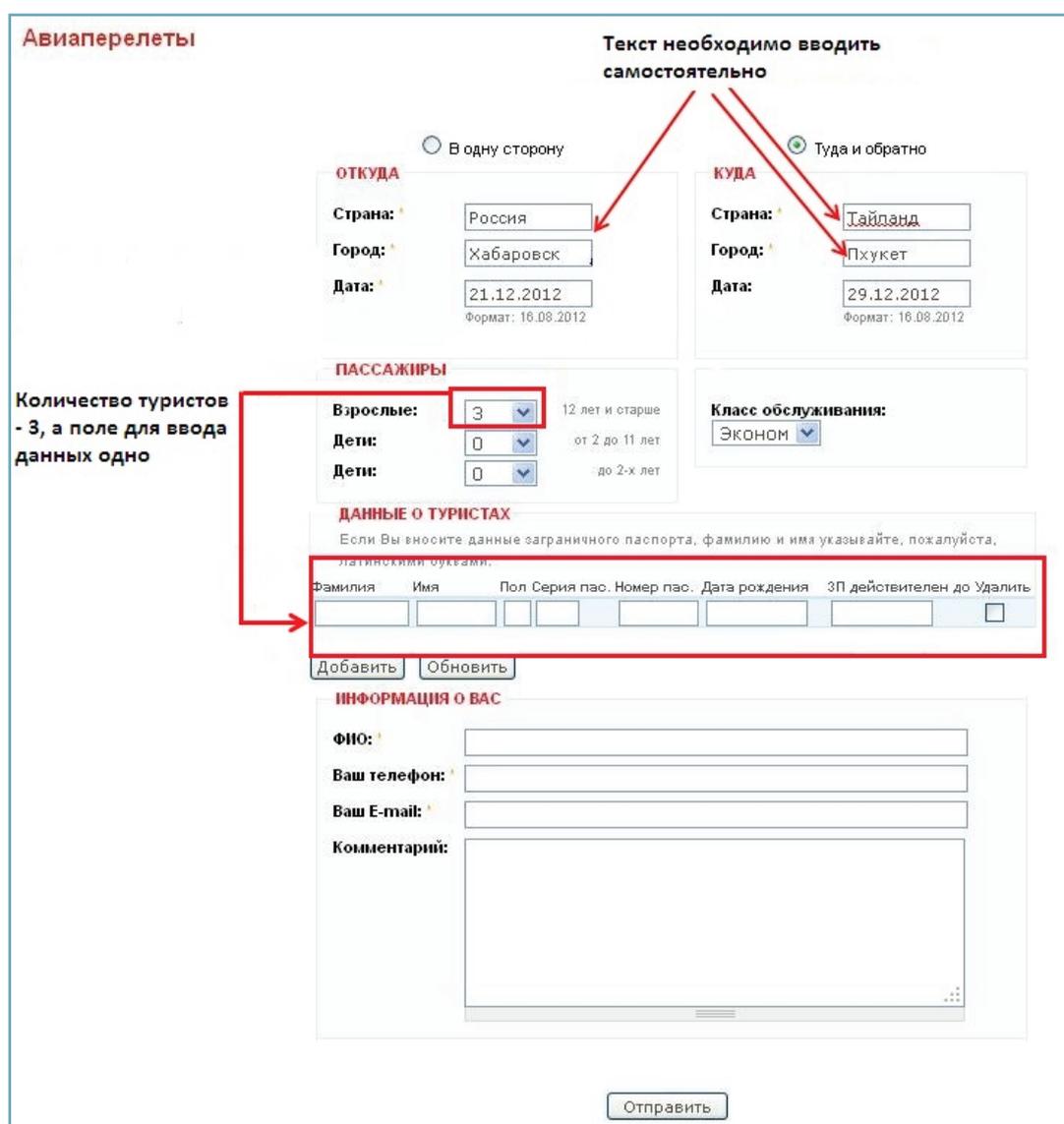
ФИО: *	<input type="text" value="Алексей"/>
Телефон: *	<input type="text" value="89207892743"/>
E-mail:	<input type="text"/>
Страна отдыха: *	<input type="text" value="Камбоджа"/>
Курорт:	<input type="text"/>
Предполагаемые сроки поездки: *	<input type="text" value="ноябрь 2012 года"/>
Примечание:	<input type="text" value="интересует стоимость туров на 7 дней"/>

Рекомендации:

1. Достаточная информация о каждой стране размещена не везде, поэтому, чтобы помочь пользователю принять решение о ее посещении, рекомендуется добавить недостающий контент на страницы сайта.
2. Не стоит размещать кнопки рядом с описанием страны, если при нажатии на кнопку пользователю не предоставляется информация, имеющая отношение к этой стране. Следует сделать так, чтобы у посетителя после ознакомления с отелем была возможность заказать тур именно в этот отель. На веб-страницах с предложениями необходимо разместить кнопку заказа тура, чтобы при щелчке по ней открывалась не стандартная общая форма, а форма уже с автоматически заполненным полем «Название тура/Курорт/Отель».
3. На странице стоимости туров необходимо добавить к предложениям их цены, а также реализовать предложения туров в виде страниц сайта, а не скачиваемых документов Word.
4. Ни в коем случае не размещайте капчу на последнем шаге до заказа. Лучше отсеять спам в почте, чем лишиться потенциальных клиентов, запутавшихся в разгадывании капчи.

- Еще один сервис сайта – заказ авиабилетов.

Представим, что мы запланировали отдых в Таиланде на Новый год, но предпочитаем самостоятельные поездки и хотим заказать только авиабилеты. Предположим, что мы полетим втроем с друзьями. Переходим по кнопке [«Заказать авиабилеты»](#) со страницы о Таиланде:



Авиаперелеты

Текст необходимо вводить самостоятельно

В одну сторону Туда и обратно

ОТКУДА

Страна:

Город:

Дата:
Формат: 16.08.2012

КУДА

Страна:

Город:

Дата:
Формат: 16.08.2012

ПАССАЖИРЫ

Взрослые: 12 лет и старше

Дети: от 2 до 11 лет

Дети: до 2-х лет

Класс обслуживания:

ДААННЫЕ О ТУРИСТАХ

Если Вы вносите данные заграничного паспорта, фамилию и имя указывайте, пожалуйста, латинскими буквами.

Фамилия	Имя	Пол	Серия пас.	Номер пас.	Дата рождения	ЗП действителен до	Удалить
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>						

ИНФОРМАЦИЯ О ВАС

ФИО:

Ваш телефон:

Ваш E-mail:

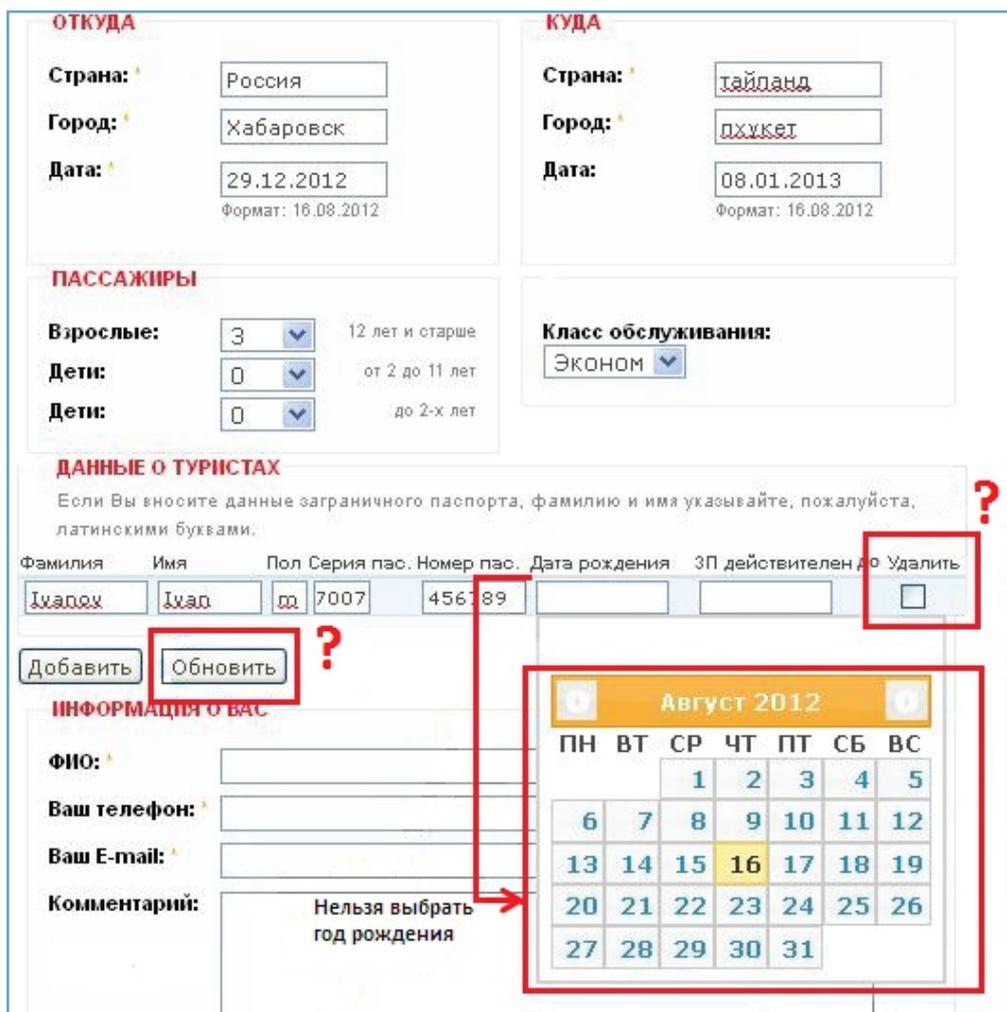
Комментарий:

Количество туристов - 3, а поле для ввода данных одно

Первая проблема, с которой мы сталкиваемся: нет выбора страны и города с помощью выпадающего списка. Пользователям нужно вписывать страну и город самостоятельно. При этом не исключены ошибки в написании названий.

Хотя мы ввели число туристов «3», количество полей для заполнения паспортных данных туристов не обновилось автоматически, а осталось без изменения – только для одного туриста.

Заполняем паспортные данные: на вопросе о дате рождения из календаря нам надо будет выбрать дату и год, однако год изменить можно, только пролистывая календарь назад месяц за месяцем. Следовательно, если пассажиру 20 лет, то ему придется сделать порядка 240 кликов, чтобы добраться до даты своего рождения. Также не очень понятны назначения чекбокса «Удалить» и кнопки «Обновить»:



ОТКУДА

Страна: Россия
 Город: Хабаровск
 Дата: 29.12.2012
Формат: 16.08.2012

КУДА

Страна: тайланд
 Город: ПХУКЕТ
 Дата: 08.01.2013
Формат: 16.08.2012

ПАССАЖИРЫ

Взрослые: 3 12 лет и старше
 Дети: 0 от 2 до 11 лет
 Дети: 0 до 2-х лет

Класс обслуживания: ЭКОНОМ

ДААННЫЕ О ТУРИСТАХ

Если Вы вносите данные заграничного паспорта, фамилию и имя указывайте, пожалуйста, латинскими буквами.

Фамилия	Имя	Пол	Серия пас.	Номер пас.	Дата рождения	ЗП действителен до	Удалить
Iuapox	Iuap	д	7007	456789			<input type="checkbox"/>

Добавить Обновить

ИНФОРМАЦИЯ О ВАС

ФИО: _____
 Ваш телефон: _____
 Ваш E-mail: _____
 Комментарий: Нельзя выбрать год рождения

Календарь: Август 2012

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

При попытке добавить поля для ввода данных о других пассажирах форма выдала ошибку:

В одну сторону
 Туда и обратно

ОТКУДА

Страна:

Город:

Дата:
Формат: 16.08.2012

КУДА

Страна:

Город:

Дата:
Формат: 16.08.2012

ПАССАЖИРЫ

Взрослые: 12 лет и старше

Дети: от 2 до 11 лет

Дети: до 2-х лет

Класс обслуживания:

- warning: array_shift() [function.array-shift]: The argument should be an array in /usr/home/santa-avia.ru/data/www/santa-avia.ru/sites/santa-avia.ru/modules/adv_aviatickets/adv_aviatickets.module on line 479.
- warning: call_user_func_array() [function.call-user-func-array]: First argument is expected to be a valid callback, " was given in /usr/home/santa-avia.ru/data/www/santa-avia.ru/includes/form.inc on line 378.

ИНФОРМАЦИЯ О ВАС

ФИО:

Ваш телефон:

Ваш E-mail:

Комментарий:

После ввода паспортных данных пользователей просят ввести ФИО. Зачем это нужно, если мы уже вводили данные об именах и фамилиях пассажиров?

Несмотря на все возникшие вопросы и проблемы при заполнении данной формы, попробуем все-таки оставить заявку на авиабилет. Нажимаем **«Отправить»**. В итоге страница обновилась, но пользователь ничего не увидел. «Свяжутся ли со мной? Все ли я верно заполнил? Когда мне позвонят?» – все эти вопросы возникают у пользователя, смотрящего на пустой экран:

[Главная](#) » [Авиаперелеты](#)

Авиаперелеты

[Электронный авиабилет](#)

[Страхование пассажиров](#)

[Возврат авиабилета](#)

[Как отчитаться, если вы летите в командировку?](#)

Рекомендации:

В форме заказа авиабилетов необходимо исправить технические недочеты, а также реализовать пункты, способствующие удобной работе пользователей:

- выбор стран и городов с помощью выпадающего списка;
- автоматическое добавление количества полей для паспортных данных в зависимости от количества туристов;
- возможность выбора года рождения без пролистывания календаря назад месяц за месяцем.

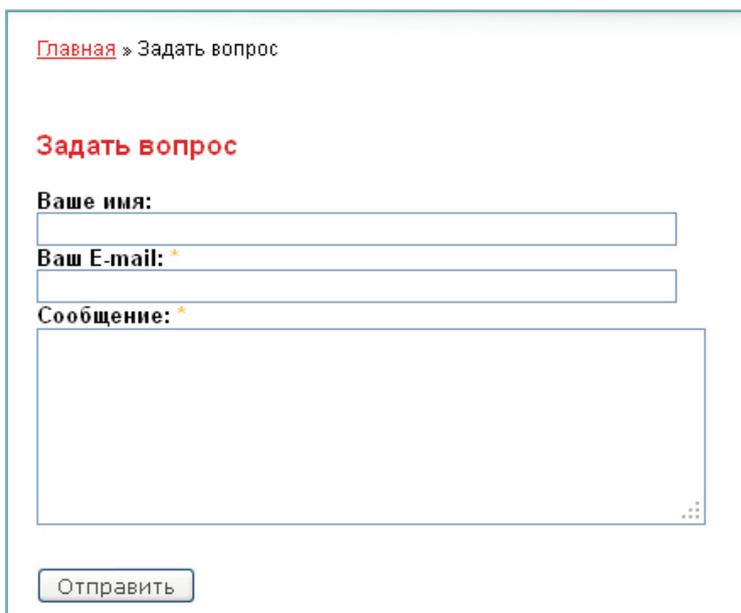
Также необходимо удалить лишние чекбоксы и поля («Удалить», «Обновить», повторяющееся поле «ФИО»). Или, например, оставить поле «Ваше имя», сделав его необязательным.

После заполнения формы пользователю обязательно должна сообщаться информация о том, что его заявка уже в работе, должны обозначаться сроки, в которые с ним свяжутся менеджеры турагентства.

Обратная связь с клиентами

На сайте есть два типа обратной связи: **«Задать вопрос»** и **«Прямая связь с кабинетом директора»**. Обе формы имеют разный вид.

- Форма **«Задать вопрос»** выглядит вполне стандартно, из обязательных полей для заполнения здесь есть только почта (на нее и придет ответ на вопрос) и сам вопрос:



Главная » Задать вопрос

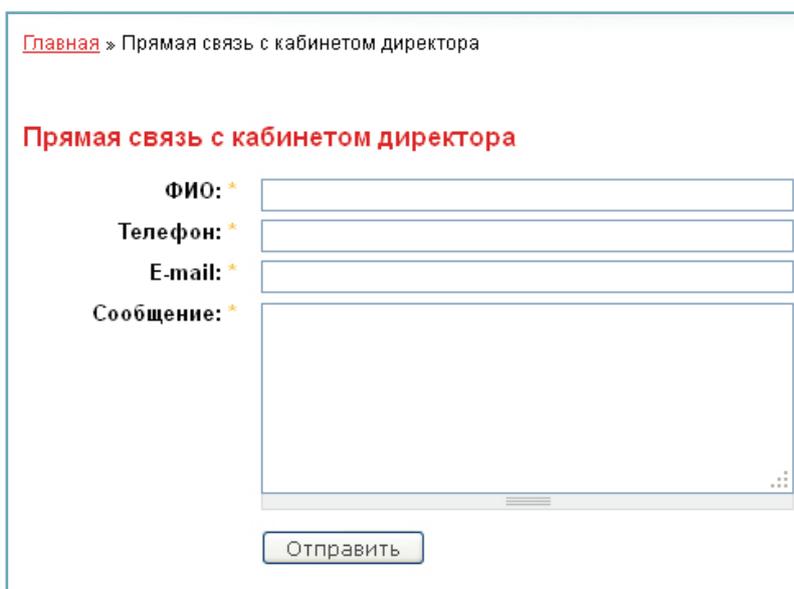
Задать вопрос

Ваше имя:

Ваш E-mail: *

Сообщение: *

- В форме **«Прямая связь с кабинетом директора»** обязательными являются все поля – необходимо ввести и телефон, и отчество, и фамилию:



Главная » Прямая связь с кабинетом директора

Прямая связь с кабинетом директора

ФИО: *

Телефон: *

E-mail: *

Сообщение: *

У пользователя может возникнуть непонимание – зачем нужны две формы. Или на первую могут некомпетентно ответить обычные сотрудники компании, а на вторую – сам директор? Или прямая связь с директором служит для того, чтобы пожаловаться на плохую работу менеджеров? Тогда справедливо возникает подозрение, что такие случаи не редки, раз на сайте есть специальная форма для такого негатива.

Рекомендация:

Нужно оставить только одну форму **«Задать вопрос»**, но добавить поле «Тема обращения», где сделать выпадающим списком категории, например, «Вопрос по заказу тура», «Вопрос по авиабилетам», «Другое» и категорию «Отзыв по работе турагентства» (соответственно, обращения по этой теме будут попадать на почту директора компании).

Выводы и общие рекомендации

Для большего эффекта аудит юзабилити должен проводиться в комплексе с анализом технического состояния сайта. И если ошибки оптимизации можно обнаружить с помощью специализированного сервиса (например, [Rooletka](#)), то многие недочеты юзабилити сайта можно выявить только при детальном тестировании ресурса пользователями.

Если ваш сайт предоставляет посетителям большие функциональные возможности, то обязательно проверяйте эти сервисы на деле: пробуйте сами заполнять и отправлять формы и заявки, прибегайте к помощи сотрудников компании и даже ваших друзей и родственников. Даже непрофессиональное тестирование гораздо лучше, чем его отсутствие. Помните: ничто так не портит впечатление от сайта, как обещанный полезный функционал, который на деле оказывается неудобным или совсем неработающим.

Опубликовано в [«Прожектор ROOKEE»](#), август 2012.

10 ПРИЕМОВ, КОТОРЫЕ ПОМОГУТ САЙТУ УВЕЛИЧИТЬ КОНВЕРСИЮ

Вадим Миклуха

Чтобы привлечь клиентов на сайт, необходимо, чтобы он имел хорошую видимость в поисковых системах и был известен пользователям. Как этого добиться? Интернет-маркетинг представляет множество способов привлечения аудитории, и мы рассмотрим два основных из них – SEO и юзабилити. Они очень эффективно дополняют друг друга и увеличивают конверсию на сайте.

Рассмотрим более детально их действие и способы увеличения конверсии на конкретном примере интернет-магазина led-complect.ru, продающего светодиодное освещение.

1. Подбирайте ключевые слова правильно

- Владелец сайта led-complect.ru выслал нам список ключевых слов, по которому он продвигает свой ресурс. Среди них были такие, как «дневные ходовые огни» или «точечные светильники», о которых на сайте нет ни слова. Компания этим не занимается, но почему-то продвигается по ним в поисковой системе.

Рекомендация: продвигайте только те запросы, по которым придет целевой посетитель. Это позволит улучшить конверсию. Иными словами, не используйте для продвижения слова, по которым вы не можете предложить клиенту то, что он ищет. Даже если вы будете находиться на хороших позициях в поисковой выдаче по этим запросам, конверсии от них не будет.

2. Оптимизируйте целевые страницы под выбранные запросы

- На сайте led-complect.ru имеется карточка товара, но нет детального описания продукции:

Диммеры, усилители

Скачать весь наш прайс лист можно тут - [Скачать](#) 

Сортировка:   Количество: 



RGB-усилитель RG-1224
Старая цена: 1 410 Руб.
Цена: 1 000 Руб.

[Купить](#) [Подробнее](#)



RGB-усилитель RG-1290
Старая цена: 690 Руб.
Цена: 490 Руб.

[Купить](#) [Подробнее](#)

Рекомендация: заполните каждую целевую страницу уникальным контентом, дайте подробное описание товара, расскажите о его преимуществах. Выделяйте смысловые части текста специальными тегами (****, ****). Например, таким образом:

Диммеры

Диммер - это устройство благодаря которому можно изменять напряжение источника света (лампы, светильника, светодиодных лент и т.д.), с целью изменения ее яркости. Диммеры находят применение во многих сферах, связанных с использованием профессионального света. И так же на данный момент нашло широкое применение в домашних условиях.

***При заказе на сумму более 30 000 руб., действует оптовая цена.**

С потециометром



Диммер LN-X-1CH
Одноканальный диммер без ПДУ. Регулировка яркости с помощью 1 потенциометра.

- Сила тока: 8 А
- Напряжение: 12 В (DC)
- Мощность: 96 Вт
- Размеры: 89x59x35 мм, вес: 85 гр.
- Подключение до 15 м ленты.

Цена: **320 руб.**

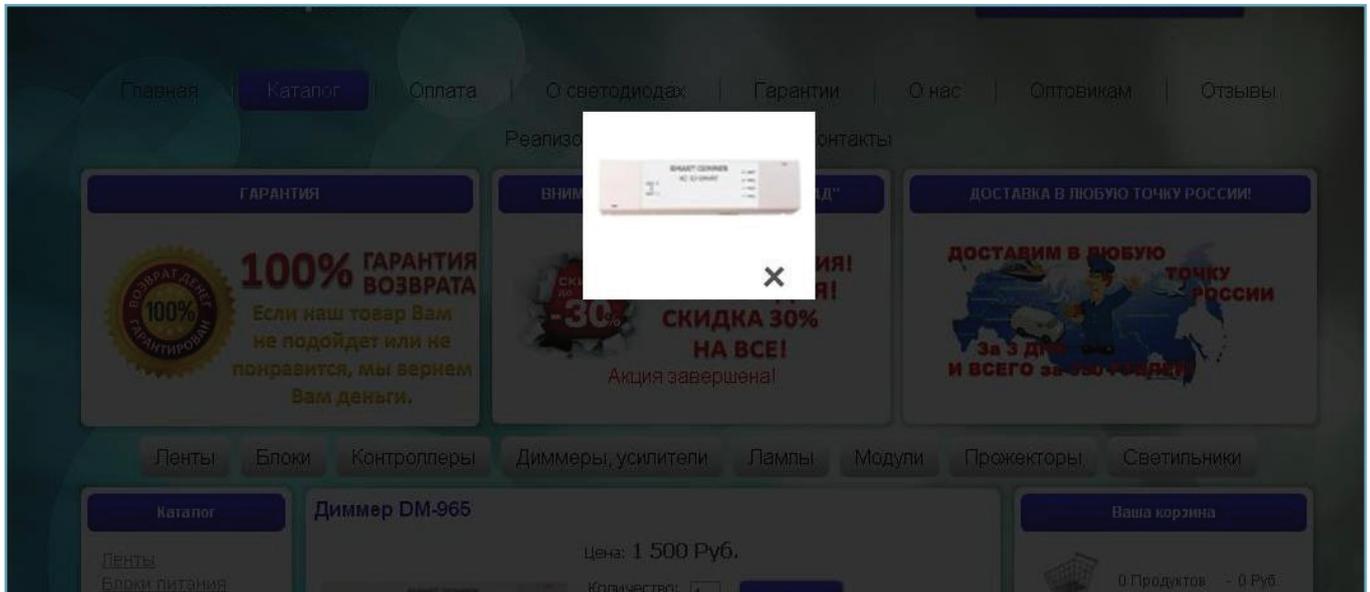


Настенный диммер LN-MX-12V
Одноканальный диммер без ПДУ. Регулировка с помощью 1 потенциометра.

- Сила тока: 8 А
- Напряжение: 12В / 24В (DC)
- Мощность: 96 Вт (для 12В), 192Вт (для 24В)
- Размеры: 86x86x62 мм, вес: 105 гр.
- Подключение до 20 м ленты.

Цена: **400 руб.**

- Изображения на данном сайте мелкие, нет возможности рассмотреть товар детально:



Рекомендация: покажите качественные изображения продукта в развернутом виде так, чтобы у пользователя не оставалось сомнения, что купить товар следует именно у вас. Например, так, как это сделано на сайте конкурентов:



3. Обращайте внимание на ключевые метатеги (title, description, keywords) и прописывайте их

- На скриншоте ниже представлена позиция сайта led-complect.ru по запросу «светодиодная лента» в выдаче поисковой системы Яндекс. Видно, что метатег **title** не релевантен запросу, а в сниппете приведен кусок текста из отзывов:

Ленты

Скидка 15% на каждый 2-ой блок питания, при заказе **светодиодной ленты** от 100 п.м. ... Сомневалась, а стоит ли вообще **покупать** в интернет-магазине. Решилась и заказала. Все привезли в магазин и даже в срок.

Рекомендация: оптимизируйте **title** так, чтобы он отражал суть страницы и был читабельным, связанным текстом с включением максимально возможного количества ключевых слов, по которым продвигается страница. Например, как в сниппете сайта-конкурента по аналогичному запросу в выдаче Яндекса. Здесь мы видим, что в **title** присутствуют ключевые слова, а в сниппете есть информация, побуждающая кликнуть на ссылку и узнать о преимуществах:

Светодиодная лента, купить светодиодные ленты ОПТОМ

Речь идет о подсветке потолка при помощи **светодиодов**. ... **Где купить светодиодную ленту?** Наша компания приглашает Вас в магазин **светодиодных конструкций**. Обратившись к нам, вы получите массу преимуществ
NeonSale.ru > **svetodiодnaja-lenta/** Москва

Обязательно оптимизируйте сниппеты, так как именно от них складывается первое впечатление о вашем сайте.

4. Работайте над технической оптимизацией сайта

- На сайте led-complect.ru не используется ЧПУ (человекопонятный урл). Из названия страницы невозможно догадаться, чему она посвящена:

Пржекторы - Главная

led-complect.ru/index.php/2012-04-13-14-16-09/category/view/25

Компания **Led-Complect** осуществляет 3D-моделирование и расчет освещенности торговых и ... Питание 24В, потребляемая мощность Вт-25, световой поток 1500 Лм, металлический корпус ... Спасибо магазину **led-complect.ru**, обязательно к вам еще обращусь, уже есть задумки. г. ... <http://vk.com/id21686130> ...

Рекомендация: делайте ЧПУ. Это позволит вашим посетителям легче ориентироваться на сайте и приблизительно понимать, чему посвящена страница. Например, из следующего скриншота сразу видно, о каком разделе сайта и продукции идет речь:

Светодиодный прожектор, светодиодное ... - **CentrSvet.ru**

www.centrsvet.ru/produkcija/prozhektory

Современные и специальные элементы освещения - Светодиодный прожектор светодиодное освещение – в магазине Центрсвет.

- На анализируемом сайте в файле **robots.txt** прописаны директивы, по умолчанию созданные CMS:

```
User-agent: *
Disallow: /administrator/
Disallow: /cache/
Disallow: /components/
Disallow: /images/
Disallow: /includes/
Disallow: /installation/
Disallow: /language/
Disallow: /libraries/
Disallow: /media/
Disallow: /modules/
Disallow: /plugins/
Disallow: /templates/
Disallow: /tmp/
Disallow: /xmlrpc/
```

Рекомендация: правильно составляйте файл **robots.txt** и **sitemap.xml**. Закрывайте от индексации страницы-дубликаты, пустые и неинформативные страницы, технические страницы, которые не нужны вашему посетителю. Не загружайте поисковый индекс лишней информацией, дайте возможность роботу быстрее добраться до всех важных страниц вашего сайта с помощью **sitemap.xml**.

Положительный пример показан на скриншоте ниже, где прописан запрет индексации форм регистрации, пустых страниц, страниц-дублей, технических страниц. Прописана директива **Host** и путь к файлу **sitemap.xml**:

```
User-agent: *
Disallow: /cart_items
Disallow: /product_by_id
Disallow: /auth
Disallow: /login
Disallow: /orders
Disallow: /client_account
Disallow: /*Moschnost*
Disallow: /*vhodnoe-napryazhenie*
Disallow: /collection/30-svetodiodov
Disallow: /collection/60-svetodiodov
Disallow: /collection/120-svetodiodov
Disallow: /collection/240-svetodiodov
Disallow: /collection/otkrytaya-svetodiodnaya-lenta
Disallow: /collection/germetichnaya-svetodiodnaya-lenta
Disallow: /collection/smd-3528*
Disallow: /collection/smd-5050*
Disallow: /collection/smd-335*
Disallow: /collection/smd-3020*
Disallow: /collection/kategoriya
Disallow: /collection/kategoriya-1
Disallow: /collection/all
Disallow: /collection/frontpage
Disallow: /collection/special/
Disallow: /page/novosti/
Host: www.ledstrade.ru
Sitemap: http://www.ledstrade.ru/sitemap.xml
```

- На анализируемом сайте есть битые ссылки. Например, на главной странице есть градация товаров. При нажатии на ссылку «Лампы» открывается [страница с ошибкой](#):



Рекомендация: устраняйте битые ссылки на сайте. Вы никогда не увеличите конверсию, если пользователь, путешествуя по ссылкам, не сможет найти нужную ему информацию.

5. Исключайте из поискового индекса тестовые версии сайта

- В индексе поисковой системы Яндекс присутствует тестовая версия сайта компании-разработчика (diod.bmsite5.ru), являющаяся полной копией анализируемого сайта:

 Led-complect.ru | Светодиодное освещение
Внимание Акция! Оптовикам! При покупке от 15 000 в мес. Скидка до 50 % на всю продукцию магазина! До конца акции осталось...
diod.bmsait5.ru

Рекомендация: если компания, разработавшая вам сайт, оставляет на своем домене зеркало вашего ресурса, позаботьтесь о том, чтобы оно не попало в индекс поисковых систем.

6. Главная страница интернет-магазина – это витрина. Сделайте так, чтобы посетитель захотел пройти внутрь магазина и купить ваш товар

- На сайте led-complect.ru отсутствует логотип, который бы мог визуально запоминаться посетителям:



Рекомендация: пользователи доверяют тем компаниям, которых знают «в лицо». Разработайте яркий, запоминающийся логотип для вашей фирмы, например:



- На первом экране сайта led-complect.ru нет текстовой информации, которую было бы полезно изучить, чтобы понять, чем занимается компания, какую продукцию предлагает, в чем ее преимущества:



Если пользователь зайдет на сайт из поиска и не получит релевантный ответ на свой запрос, то скорее всего он не задержится там надолго, а следовательно, и на конверсию вам рассчитывать не стоит.

Рекомендация: разместите в первом экране всю важную информацию, из которой будет ясно:

- как называется ваша компания (логотип, слоган),
- как передвигаться по вашему сайту (основное меню),
- что предлагает ваша компания (текстовая информация об услугах, преимуществах),
- как купить ваш товар (корзина, адреса, телефоны, контакты).

Например, на сайте www.complar.ru в первом экране пользователя имеется вводная информация, позволяющая создать первое впечатление о компании. Ниже представлены новинки каталога с продукцией. После того как пользователь ознакомится с деятельностью компании, ему будет легче принять решение о дальнейшем продвижении по сайту и покупке товаров:



- На анализируемом сайте присутствует блок контента, написанный мелким шрифтом. Читать этот блок затруднительно:



Рекомендация: увеличьте размер шрифта для удобства пользователей.

Лучшая цена



Светодиодная лампа трубка (замена люминесцентных L=600мм) 10Вт цвет белый, молочное стекло

Артикул: CL10-600WD
 Высокоэффективная, мощная светодиодная лампа заменяющая стандартную люминесцентную лампу длиной 600мм.
 Типоразмер T8. С матовым пластиковым стеклом. Белого цвета. С поворотным цоколем.

Цена 690 руб.

- На главной странице сайта led-complect.ru присутствует пустое пространство, которое можно было бы использовать более рационально:

The screenshot shows the website layout for led-complect.ru. On the left is a vertical text column. The main content area is mostly empty, with a large red rectangle highlighting this space. On the right, there is a sidebar with contact information and customer reviews.

Садретдинов Урал
www.studioa2.ucoz.ru
 тел. 8 987 2549849, 8 347 294 5674

• **Зинфира Данилина**

 Долго выбирали с мужем какую подсветку лучше использовать для наших витрин, позвонили в лэд комплект, ребята помогли подобрать лучшую. Доставили в срок, витрина просто красавица так и манит к себе. Спасибо вам за вашу работу и больше клиентов.
 г.Уфа 89018113252

• **Земфира Байбурина**

 Сомневалась, а стоит ли вообще покупать в интернет-магазине. Решилась и заказала. Все привезли в магазин и даже в срок. Спасибо магазину led-complect.ru, обязательно к вам еще обращусь, уже есть задумки.
 г. Уфа 89191424020.

Оставить отзыв
 Смотреть все отзывы
 Только что купили!

Рекомендация: не оставляйте пустых областей, заполните их полезной информацией: разделите ее на блоки, которые легко воспринимаются визуально.

7. Удержите внимание посетителей, которые дошли до товара

- В карточке товара на анализируемом сайте присутствует блок текстового контента, дублирующийся на всех страницах карточек товара:

RGB-усилитель RG-1290



Старая цена 699 Руб.
Цена: 490 Руб.

Количество: [Купить](#)
[Купить в 1 клик](#)

Входное напряжение, V	DC 12/24
Подключение	до 15 м светодиодной ленты
Выходной ток	4 А на канал (общий 12 А)
Выходная мощность, Вт	144/288
Размеры (д×ш×в), мм	122×85×42
Цена	490

Уважаемые клиенты интернет-магазина Led-complect.ru, обращаем Ваше внимание, что минимальная сумма заказа составляет 2 000 рублей. Светодиодная лента продается бухтами по пять метров. (цена в каталоге указана за ОДИН метр светодиодной ленты).

AL-PL1-D240S-CW153



Старая цена 2-250 Руб.
Цена: 1 740 Руб.

Количество: [Купить](#)
[Купить в 1 клик](#)

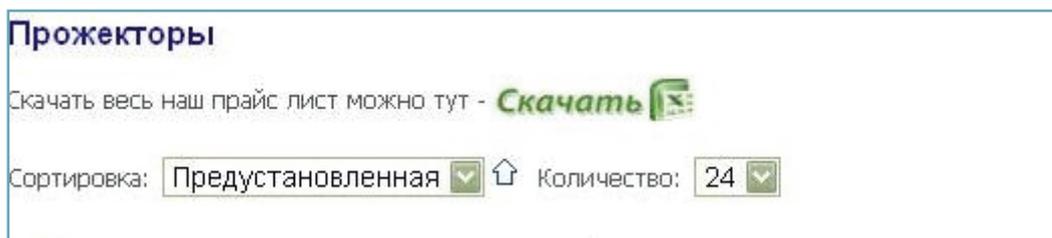
Мощность	15W
Световой поток	1100 Lm
Панель	серый круг
Цвет свечения	холодный белый
Размеры	D=240mm H=12mm
Цена	1 740р.

Уважаемые клиенты интернет-магазина Led-complect.ru, обращаем Ваше внимание, что минимальная сумма заказа составляет 2 000 рублей. Светодиодная лента продается бухтами по пять метров. (цена в каталоге указана за ОДИН метр

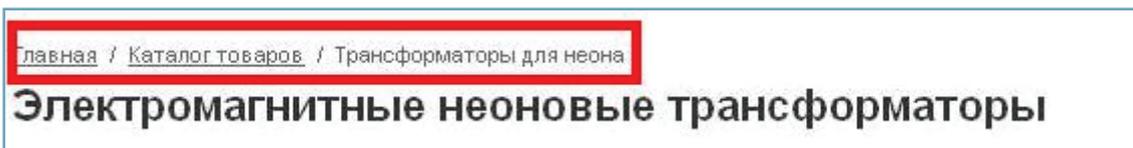
Рекомендация: вместо данного текста разместите уникальное описание каждого изделия. Добавьте фотографию товара, которую можно увеличить, цену, ссылку на доставку и оплату в видимой области экрана – пусть ваш потенциальный клиент больше узнает о продукции, которую хочет купить. И, самое главное, замотивируйте посетителя сделать заказ.

8. Укажите вашему посетителю путь к товару

- На сайте led-complect.ru отсутствует меню «хлебные крошки», которое помогает осуществлять навигацию по ресурсу:

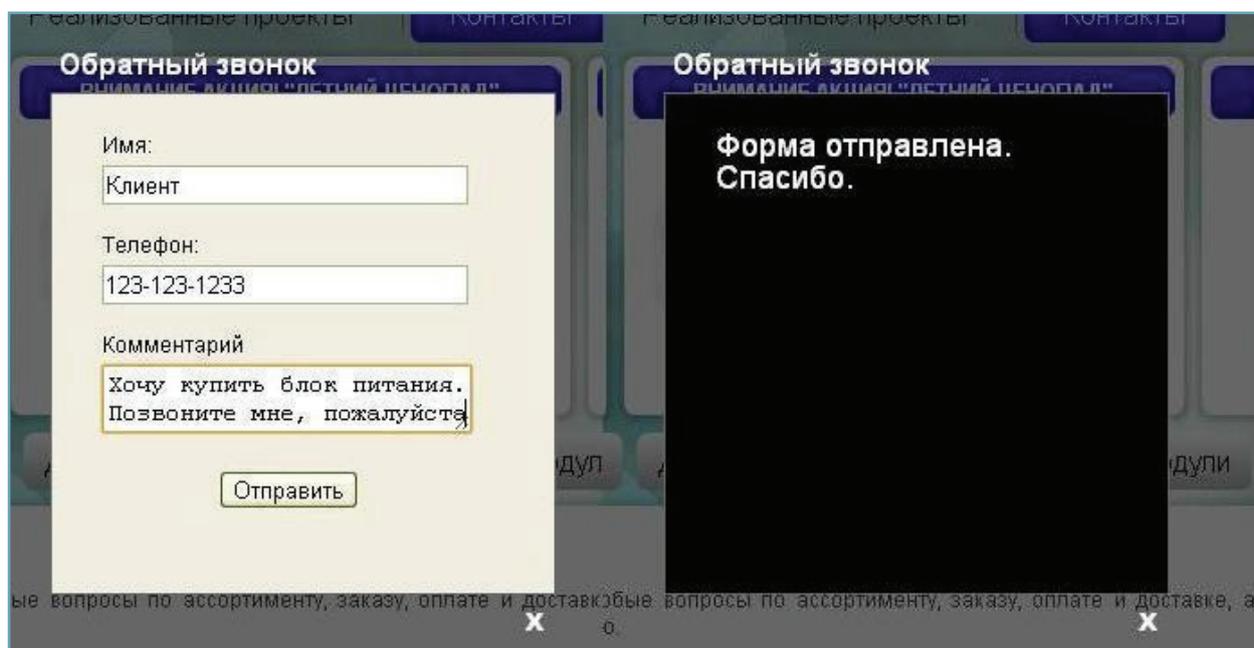


Рекомендация: добавьте «хлебные крошки» – дайте пользователям возможность легко ориентироваться во всех разделах сайта. Например, на сайте конкурентов есть возможность выйти с карточки товара как на разводящую страницу с каталогом товаров, так и на главную страницу ресурса:



9. Общайтесь с вашим клиентом

- На сайте led-complect.ru некорректно составлена форма обратного звонка. Она не предлагает пользователю информацию о том, когда будет обработана заявка и получит ли он ответ на нее:



Рекомендация: добавьте в форму обратного звонка необходимую информацию. Предоставьте своему клиенту возможность интерактивного общения на сайте. Будьте готовы четко отвечать на все его вопросы в ожидаемые клиентом сроки. Распишите максимально полно, кто и когда может с ним связаться и удовлетворить его запрос.

Например, ниже представлены варианты грамотно составленной формы обратного звонка. Сначала идет информация о том, что нужно сделать и когда ждать ответ, а после заполнения – дополнительная информация о том, что заявка принята на рассмотрение и ответ будет в ближайшее время:

Заполните форму ниже, и наш менеджер свяжется с вами в течение часа для того, чтобы согласовать детали.

Ваше имя и фамилия(обязательно)

Спасибо Ваша заявка принята!
Наши менеджеры свяжутся с Вами
в ближайшее время!

10. Используйте SEO и юзабилити совместно – помогите клиенту купить то, что он хочет

Оптимизируя сайт под требования поисковых систем, работая с внешним ссылочным окружением, вы повышаете свой рейтинг в поисковых системах. Каждый магазин (обычный или онлайн-магазин) рано или поздно должен подвергаться «ревизии». В обычном магазине проводится инвентаризация, анализ финансовой отчетности, оптимизируются бизнес-процессы продажи товаров или график работы продавцов. В онлайн-магазине необходимо проводить анализ посещаемости (используя системы [Google Analytics](#) и [Яндекс.Метрика](#)), анализ навигационной структуры, анализ контента и т.д. Используя юзабилити совместно с грамотным подходом к SEO, вы сможете значительно увеличить конверсию сайта.

10 приемов, с помощью которых можно увеличить конверсию интернет-магазинов примерно в 5 раз:

1. Подберите для продвижения те ключевые слова, которые помогут привести на ваш сайт значительный целевой трафик из поисковых систем.
2. Оптимизируйте целевые страницы под выбранные запросы.
3. Заполняйте метатеги информацией, релевантной поисковым запросам и привлекательной для посетителей.
4. Работайте над технической оптимизацией сайта.
5. Не позволяйте дубликатам сайта присутствовать в поисковом индексе.
6. Работайте над юзабилити вашего сайта.
7. Удерживайте внимание вашего клиента, если он заинтересовался товаром.
8. Помогайте посетителям ориентироваться в магазине.
9. Помните, что дружеский тон общения с клиентом – залог лояльности и повышения конверсии.
10. Используйте имеющиеся у вас инструменты интернет-рекламы в комплексе.

Помните: чтобы о вас говорили, вы должны создать себе имя. Поднять ваш ресурс в ТОП поисковой системы и привести посетителей можно с помощью сервиса [ROOKEE](#). Провести анализ сайта и исправить технические ошибки и недоработки контента поможет сервис [Rooletka](#). Но только ваше желание и стремление улучшить ресурс – сделать его продающим и успешным – сыграет роль в увеличении конверсии сайта.

Опубликовано в «[Прожектор Rookee](#)», сентябрь 2012.

КАКИЕ SEO-ОШИБКИ МЕШАЮТ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАМ ПРОДАВАТЬ

Анастасия Бадина

Все больше людей предпочитают делать покупки, не выходя из дома: в интернет-магазинах можно найти все – от продуктов питания до автомобильных запчастей. Последние, кстати, весьма востребованны интернет-пользователями, так как количество автомобилей на российских дорогах стремительно растет, и покупка, например, шин онлайн уже стала для многих нормой.

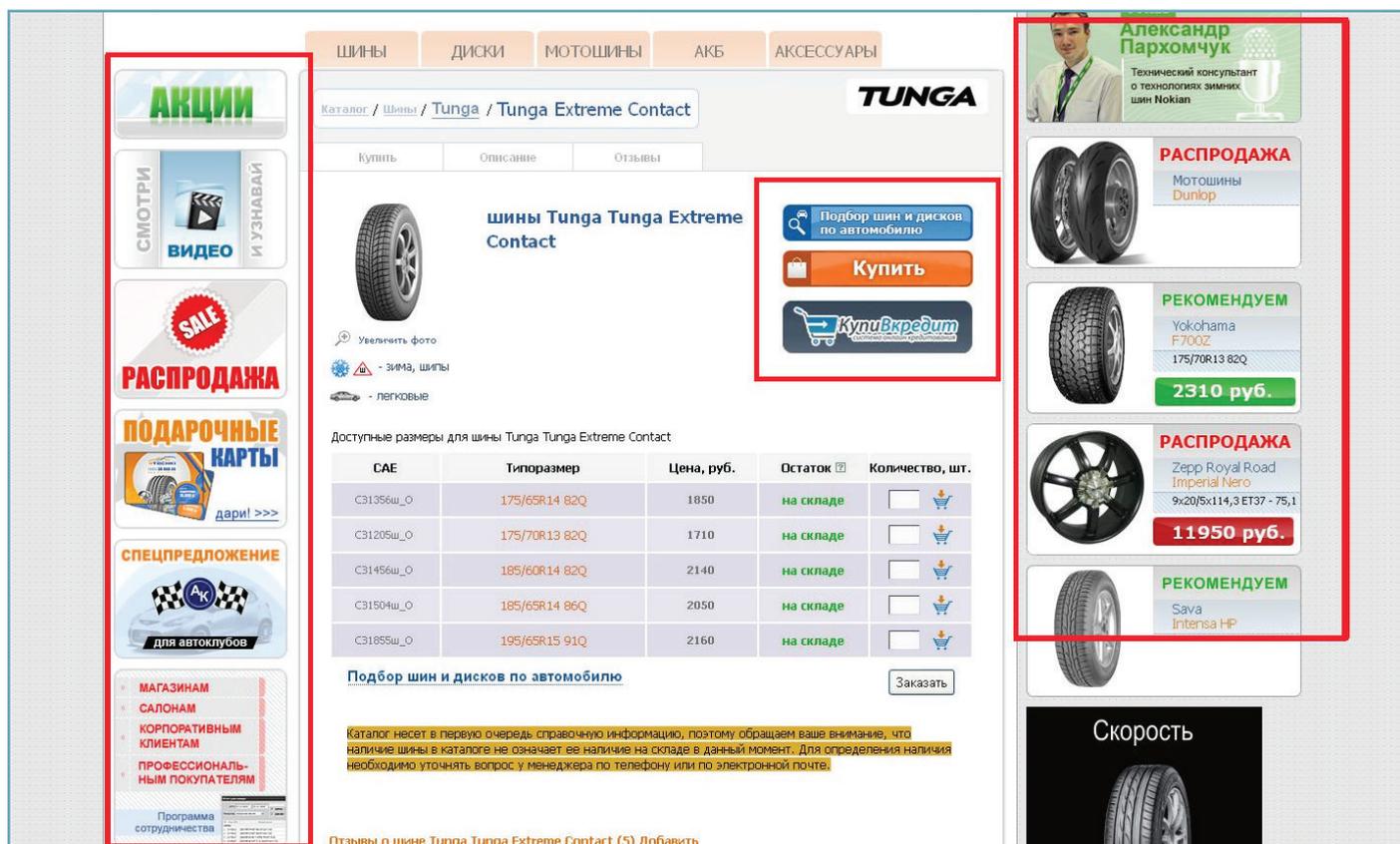
Чтобы горячий сезон принес интернет-магазину желаемый уровень продаж и, соответственно, прибыли, мы предлагаем аудит юзабилити 7 коммерческих сайтов, которые находятся в ТОП 11–20 Яндекса по запросу **«зимние шины»** (выдача поисковика не статична, поэтому за время анализа позиции сайтов менялись, и одному из них удалось выйти в ТОП 10).

В процессе аудита этих ресурсов были выявлены те недостатки их юзабилити, устранение которых могло бы улучшить поведенческие характеристики, а значит, добавить плюсов сайту в глазах пользователей и поисковой системы Яндекс.

1. www.4tochki.ru

(11-е место по запросу «зимние шины» на 06.10.2012)

- Одна из наиболее серьезных ошибок на сайте – избыточность информации на странице с конкретным товаром:



ШИНЫ ДИСКИ МОТОШИНЫ АКБ АКСЕССУАРЫ

Каталог / Шины / Tunga / Tunga Extreme Contact

TUNGA

Купить Описание Отзывы

шины Tunga Tunga Extreme Contact

Увеличить фото

- зимы, шипы

- легковые

Доступные размеры для шины Tunga Tunga Extreme Contact

CAE	Типоразмер	Цена, руб.	Остаток	Количество, шт.
C3135ш_0	175/65R14 82Q	1850	на складе	<input type="text"/>
C31205ш_0	175/70R13 82Q	1710	на складе	<input type="text"/>
C3145ш_0	185/60R14 82Q	2140	на складе	<input type="text"/>
C31504ш_0	185/65R14 86Q	2050	на складе	<input type="text"/>
C31855ш_0	195/65R15 91Q	2160	на складе	<input type="text"/>

Подбор шин и дисков по автомобилю

Заказать

Каталог несет в первую очередь справочную информацию, поэтому обращаем ваше внимание, что наличие шины в каталоге не означает ее наличие на складе в данный момент. Для определения наличия необходимо уточнить вопрос у менеджера по телефону или по электронной почте.

Отзывы о шине Tunga Tunga Extreme Contact (5) Добавить

АКЦИИ

СМОТРИ ВИДЕО И УЗНАВАЙ

РАСПРОДАЖА

ПОДАРОЧНЫЕ КАРТЫ

СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

МАГАЗИНАМ САЛОНАМ КОРПОРАТИВНЫМ КЛИЕНТАМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ПОКУПАТЕЛЯМ

Александр Пархомчук
Технический консультант о технологиях зимних шин Nokian

РАСПРОДАЖА
Мотошины Dunlop

РЕКОМЕНДУЕМ
Yokohama F700Z 175/70R13 82Q
2310 руб.

РАСПРОДАЖА
Zepp Royal Road Imperial Nero 9x20/5x14,3 ET37 - 75,1
11950 руб.

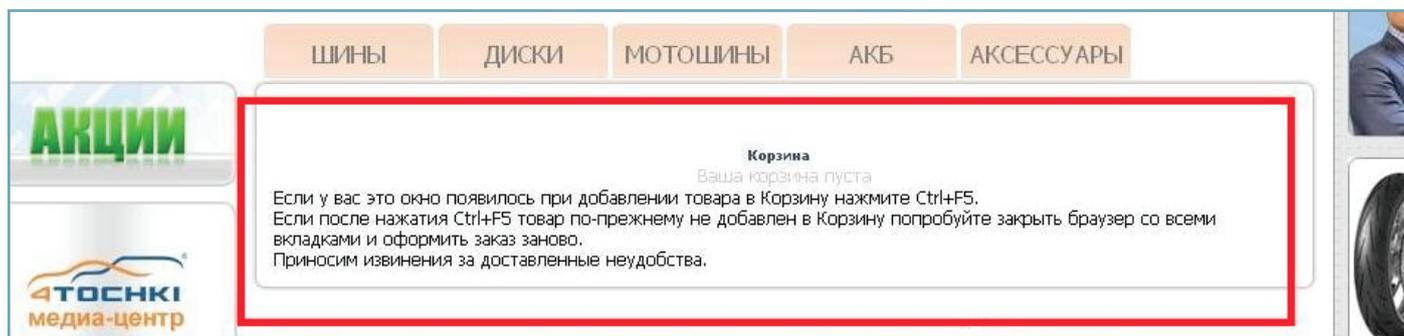
РЕКОМЕНДУЕМ
Sava Intensa HP

Скорость

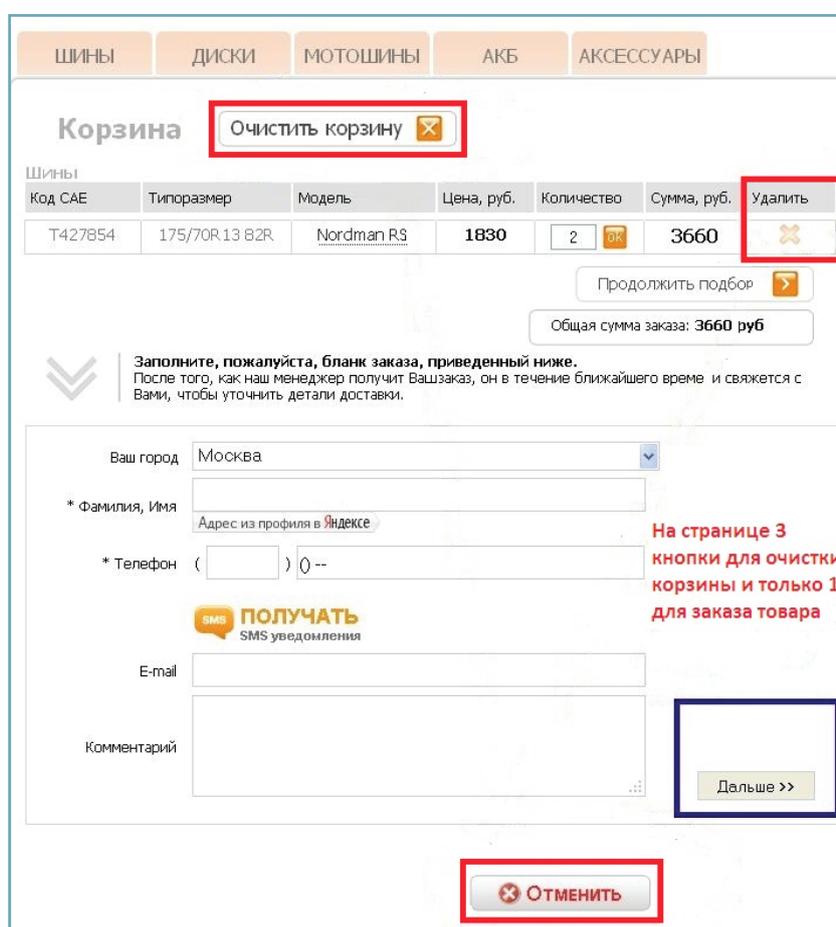
Теряется не только кнопка «**Купить**», но и вообще становится непонятно, что именно на странице можно сделать. Вся лишняя информация на странице отвлекает пользователя, уводит его от покупки товара, который он уже выбрал.

К сожалению, нажатие на кнопку «**Купить**» ни к чему не приводит (видимо, техническая проблема). Это полностью исключает возможность заказа через сайт.

- При попытке сделать заказ пользователя также может ожидать «инструкция по использованию ПК»:



- Владелец сайта явно не хочет получать много заказов:



Ни одной кнопки **«Оформить заказ»** не было найдено. Зато обнаружены целых три кнопки **«Удалить/Очистить»**, которые привлекают внимание намного сильнее, чем скромная кнопка заказа **«Дальше»**.

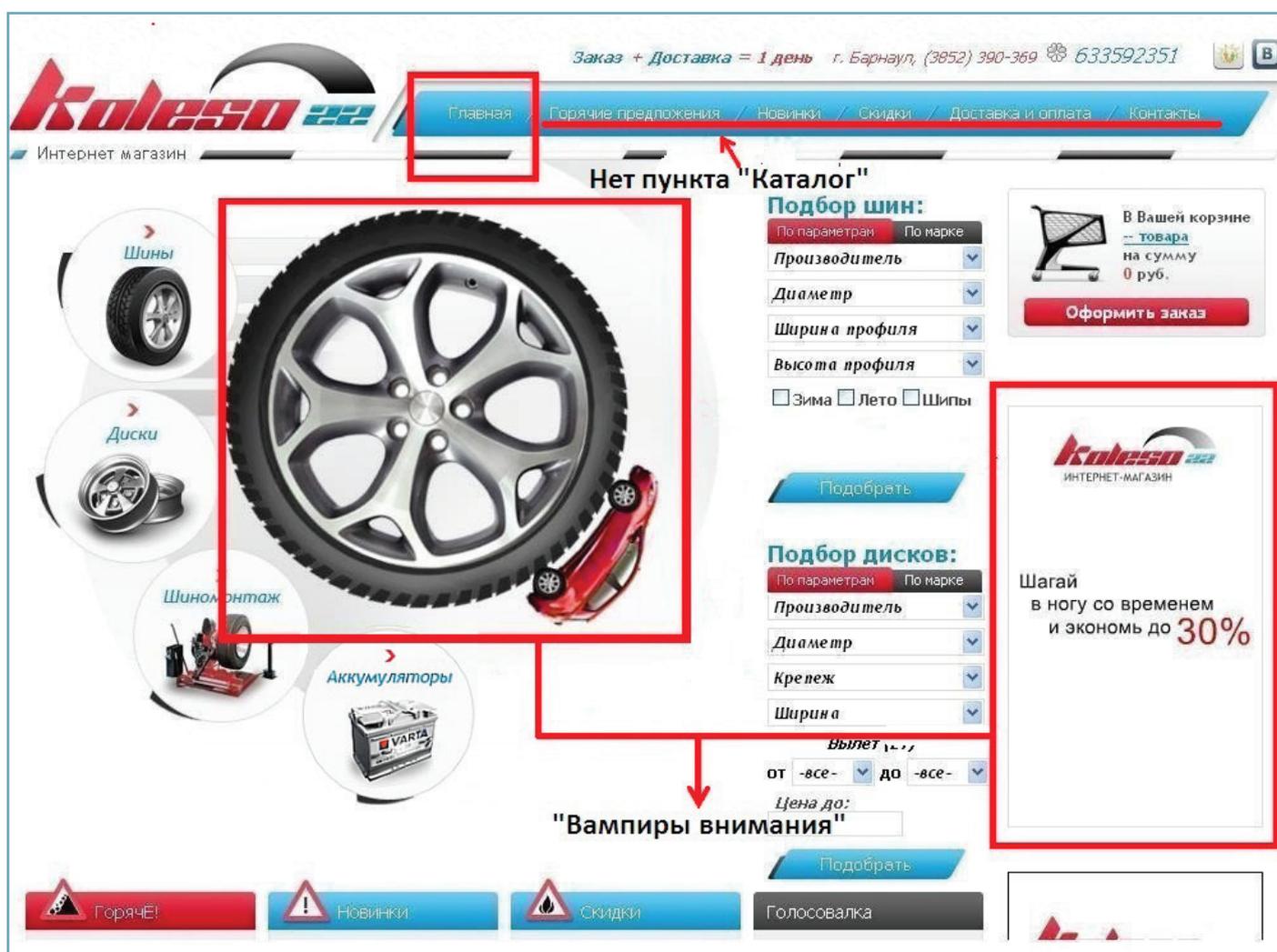
Также видим кнопку **«Продолжить подбор»** (с классической пиктограммой, обозначающей обычно «Далее»), которую ошибочно по изображению и местоположению можно принять за кнопку продолжения оформления заказа. Но нажатие на нее только вернет нас обратно в магазин.

2. www.koleso22.ru

(13-е место по запросу «зимние шины» на 06.10.2012)

- Перенасыщенный элементами дизайн и мощные «вампиры внимания» на сайте сильно отвлекают от поиска нужной информации.

Так, на главной странице анимационный автомобиль и никуда не ведущий баннер с меняющимися изображениями отвлекают внимание пользователя от поиска общего каталога шин и дисков. Последний не сразу удалось заметить, особенно если учесть, что в основном меню пункт **«Каталог»** отсутствует.



- Неочевидная кнопка добавления товара в «Корзину».

Небольшое изображение «Корзины» (нажатием на которую и реализован на данном сайте заказ товара) теряется в списке предлагаемых шин:

Найдено 8 размеров R15 185/60 Сортировать по: [цене](#) | [пр](#)

Фото	Размер	Производитель	Серия	Стоимость	Количество	Я покупаю (шт.)
	R15 185/60	Hankook	w409	3 200 руб.	10	<input type="text" value="4"/> 
✔ Наличие						

- Недочеты в «Корзине».

«Корзина» на сайте не имеет кнопки «Оформить», но снабжена кнопкой «Печатная форма»:

Ваша корзина

Наименование	Кол-во	Операции	Цена за единицу	Стоимость
 <p>R15 18560 Goodride SP06</p> <p>Описание отсутствует</p>	<input type="text" value="4"/>	 	2130 руб	8520 руб
Итого:	4 (шт.)			8 520 руб
Скидка:				0 %
Доставка:				0 руб
К оплате с учетом скидки:				8520 руб

Очистить Печатная форма

Орфографические ошибки («Цена за единицу») на таких важных страницах сайта недопустимы. Кроме того, описание товара на странице «Корзины» уже можно не размещать, а надпись о том, что описания не существует – тем более.

3. www.pokrishka.ru

(15-е место по запросу «зимние шины» на 06.10.2012)

- «Резиновая» верстка страницы вместе с мелким шрифтом серьезно затрудняет чтение и без того больших текстов (слишком длинные по ширине строки):

помощь

- Задать вопрос специалисту
- Как сделать заказ?
- Доставка шин и дисков
- Вся об оплате
- Часто задаваемые вопросы
- Как заработать вместе с Покрышка.ру
- Карта сайта
- Контакты

о шинах

- Маркировка шин
- Параметры дисков
- Давление в шинах
- Неравномерный износ шин
- Спускает колеса?
- Ремонт шин
- Калькулятор шин
- Информация: шины, диски

новости

- Юмор на дороге
- Грыжа на колесе
- Всесезонные или зимние шины?
- Тест - летних, всесезонных и зимних шин на льду
- Шины RunFlat
- Что выбрать: шипованные или нешипованные (фрикционные) шины?
- Азот в шинах - обман?

Как изготавливаются ШИНЫ

почему у нас дешевле?

Продажа шин и дисков в магазине

Покупая колеса в интернет-магазине шин и дисков Покрышка.ру, вы никогда не встретите подделок. Наша компания закупает только оригинальные товары у официальных дилеров. В нашем интернет-магазине вы покупаете исключительно качественные диски и лучшие шины, которые произведены на заводах-изготовителях ведущих производителей. Мы добиваемся больших скидок, закупая товар большими партиями и в широком ассортименте, который представлен на страницах нашего магазина автошин и автодисков.

Почему выгодно покупать в магазине Покрышка.ру?

- В первую очередь это **бесплатная доставка шин** (дисков) по Москве и ближнему Подмосквью при покупке комплекта!
- Во вторую - это гарантия того, что вы приобретете исключительно качественные колеса. У нас в продаже только сертифицированные новые шины.
- Прямые непосредственные поставки от производителей и дилеров позволяют продавать колеса по низким ценам.
- Удобный **подбор дисков и шин** по марке автомобиля, а также легкий **поиск шин по параметрам** или **дисков**, рекомендованным заводом-изготовителем вашего автомобиля, не отнимет у вас много сил. Вы потратите минимум своего времени на приобретение нужного вам товара.
- В разделах **автошины и диски** нашего сайта только качественные фотографии и описания продаваемой продукции.
- Мы будем рекомендовать вам действительно только лучшие шины и диски, которые существуют на рынке автомобильных колес.
- На нашем сайте очень много важной информации о параметрах колес и полезных разделах: правильное **давление в шинах**, **износ шин**, **балансировка колес**, самостоятельный **ремонт бескамерных шин** (одна из самых частых ситуаций, возникающих в дороге) и многое другое.
- В новостях вы можете прочитать, что творится в мире летних и зимних колес, а также узнать, **какие шины лучше** купить и какие модели шин лучшие для зимы или лета.

- Нестандартное расположение «Корзины» приводит к тому, что она теряется на странице среди прочего текста:

Покрышка.ru
интернет-магазин шин и дисков

Неконтрастный и мелкий шрифт

Шинный калькулятор | Новости | Помощь | Контакты

Поиск по сайту...

Доставка комплекта шин по Москве и ближнему Подмосквью — бесплатно!

выбор шины

- Каталог шин
- Подбор шин по размеру
- Подбор шин по марке автомобиля
- Каталог дисков
- Подбор дисков по марке автомобиля
- Что такое типоразмер?
- Как расшифровывается маркировка шин
- Как узнать параметры диска?
- Четыре способа узнать параметры диска
- Какие выбрать шины?
- 9 основных вопросов, задаваемых покупателями
- Помощь специалиста
- Задать вопрос нашему специалисту

выбор шины по типоразмеру

ширина: 175/70 R13 H
профиль:
диаметр:

Лето Зима

195 / 65 R 15 Поиск

выбор шины по марке автомобиля

ACURA Поиск

Корзина У вас 0 товаров на сумму 0 рублей

"Корзина" сливается с фоном страницы

помощь

- Задать вопрос специалисту
- Как сделать заказ?

о шинах

- Маркировка шин
- Параметры дисков

новости

- Юмор на дороге
- Грыжа на колесе

Неравномерный износ ШИНЫ

4. www.ultrashina.ru

(15-е место по запросу «зимние шины» на 06.10.2012)

- Переизбыток информации на главной странице и неудачное расположение важных элементов сайта.

Самые важные сервисы (подбор шин и дисков) и информация (например, «Контакты») вынесены на левый сайдбар, а в первом экране пользователя прямо по центру страницы видим сообщение, предупреждающее нас, что наличие товара надо уточнить у менеджеров. Это может отпугнуть пользователей и даже создать ощущение, что это сообщение об ошибке на неработающем сайте.

The screenshot shows the homepage of **ULTRASHINA.RU**. At the top left is the logo. A navigation bar contains links: Главная, Таблица цветов дисков, Гарантия, Доставка, Индекс нагрузки, Индекс скорости, and Специальные предложения. On the right, a cart icon shows 'Товаров: 0' and 'Сумма: 0 руб.' with a 'Посмотреть корзину' button.

The main content area features a large banner with tires and wheels. Below it, a red-bordered box contains a warning message: **Сайт "Ультрашина" размещает прайс-лист с ассортиментом авто шин и дисков. Наличие товара на складе уточняйте у менеджеров по телефону.** The message is flanked by warning triangle icons.

Below the warning, there are two columns of product lists:

Авто шины	Авто диски
— Шины Amtel / Амтел	— Диски Abates / Абуатек
— Шины BF Goodrich / БФ Гудрич	— Диски KFZ / КФЗ
— Шины Bridgestone / Бриджстоун	— Диски Replica / Реплика
— Шины Continental / Континенталь	— Диски Replica 1 / Реплика 1
— Шины Cordiant / Кордиант	— Диски RW

On the left side, there is a sidebar with contact information (info@ultrashina.ru, phone numbers), a 'Подбор шин' section with dropdown menus for manufacturer, season, width, height, and radius, and a 'Летние шины' / 'Зимние шины' section.

- Избыточная карточка товара.

Нет выбора количества шин, которые нужно заказать, но есть непонятное число 25 около кнопки «В корзину» для всех шин:

Главная
Таблица цветов дисков
Гарантия
Доставка
Индекс нагрузки
Индекс скорости
Специальное предложение



Roadstone N3000

Шины отличаются очень низким уровнем шума, повышенной износостойкостью, высоким процентом содержания кремния и натурального каучука. Низкий профиль и широкий протектор придает автомобилю более надежную управляемость при высоких скоростях, курсовую устойчивость и уменьшает тормозной путь.

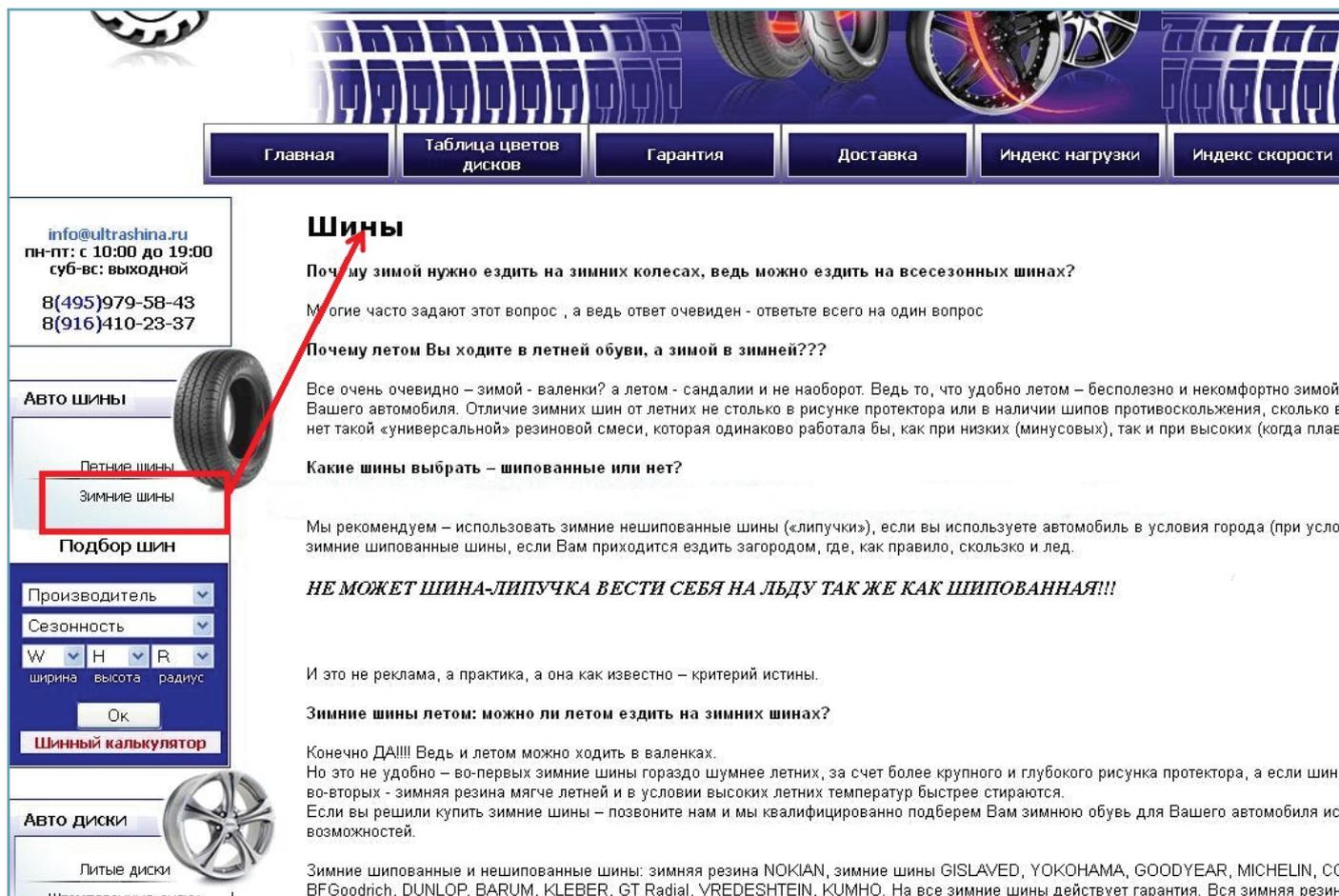
увеличить

Шина	W	H	R	Индекс S	Индекс H	Шиповка	Сезон	Цена	Заказ
Roadstone N3000	245	40	17	91	W		☀	6700.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	205	40	17	84 XL	W		☀	5700.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	205	45	16	87 XL	W		☀	5000.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	225	45	17	94 XL	W		☀	5900.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	245	45	17	95	W		☀	6500.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	205	50	16	87	W		☀	4850.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	215	50	17	91	W		☀	5800.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	205	55	16	94 XL	W		☀	4200.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	215	45	17	91	W		☀	5200.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	215	55	16	97	W		☀	5300.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	225	50	17	94	W		☀	6400.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	225	55	16	95	W		☀	5570.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	235	45	17	94	W		☀	5500.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>
Roadstone N3000	255	45	18	103 XL	Y		☀	8700.00 руб.	25 <input type="button" value="В корзину"/>

В одной таблице на каждой карточке товара приведен список всех шин данной марки, они отличаются только типоразмером. Можно было не размещать таблицу каждый раз, а реализовать выбор типоразмера из выпадающего списка.

- Несоответствие названия пункта меню и контента при переходе по клику.

При переходе в каталог http://www.ultrashina.ru/catalog_tyrewinter.html пользователю выдается статья о том, почему зимой нужно ездить на зимней резине, а сам каталог шин (а точнее, их производителей) находится на третьем экране пользователя и доступен только после прокрутки.



Шины

Почему зимой нужно ездить на зимних колесах, ведь можно ездить на всесезонных шинах?

Многие часто задают этот вопрос, а ведь ответ очевиден - ответьте всего на один вопрос

Почему летом Вы ходите в летней обуви, а зимой в зимней???

Все очень очевидно – зимой - валенки? а летом - сандалии и не наоборот. Ведь то, что удобно летом – бесполезно и некомфортно зимой Вашего автомобиля. Отличие зимних шин от летних не столько в рисунке протектора или в наличии шипов противоскольжения, сколько в нет такой «универсальной» резиновой смеси, которая одинаково работала бы, как при низких (минусовых), так и при высоких (когда плав

Какие шины выбрать – шипованные или нет?

Мы рекомендуем – использовать зимние нешипованные шины («липучки»), если вы используете автомобиль в условия города (при усло зимние шипованные шины, если Вам приходится ездить за городом, где, как правило, скользко и лед.

НЕ МОЖЕТ ШИНА-ЛИПУЧКА ВЕСТИ СЕБЯ НА ЛЬДУ ТАК ЖЕ КАК ШИПОВАННАЯ!!!

И это не реклама, а практика, а она как известно – критерий истины.

Зимние шины летом: можно ли летом ездить на зимних шинах?

Конечно ДА!!! Ведь и летом можно ходить в валенках.
Но это не удобно – во-первых зимние шины гораздо шумнее летних, за счет более крупного и глубокого рисунка протектора, а если шина во-вторых - зимняя резина мягче летней и в условия высоких летних температур быстрее стираются.
Если вы решили купить зимние шины – позвоните нам и мы квалифицированно подберем Вам зимнюю обувь для Вашего автомобиля ис

возможностей.

Зимние шипованные и нешипованные шины: зимняя резина NOKIAN, зимние шины Gislaved, YOKOHAMA, GOODYEAR, MICHELIN, CO BFGoodrich, DUNLOP, BARUM, KLEBER, GT Radial, VREDESSTEIN, KUMHO. На все зимние шины действует гарантия. Вся зимняя резин

5. www.shinatut.ru

(16-е место по запросу «зимние шины» на 06.10.2012)

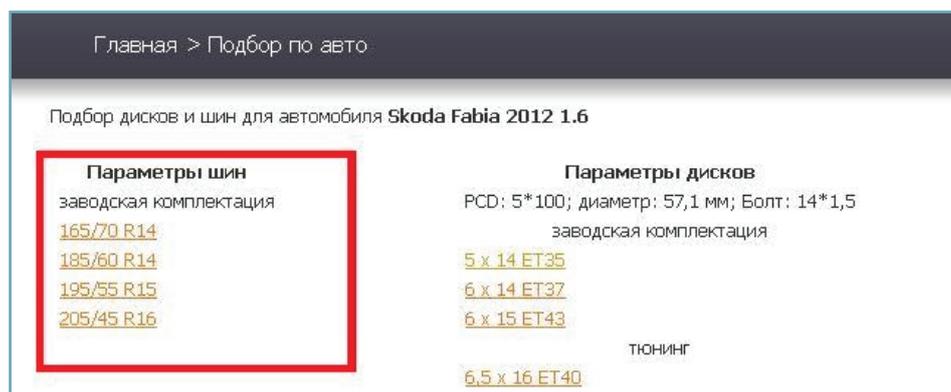
Обратим внимание на такой полезный функционал, как подбор шин.

- Поля формы не содержат подсказки для пользователя. Если не нажать на выпадающий список, будет непонятно, что вводить. Рекомендуется убрать слово «Выбрать» из формы как неинформативное, а в полях оставить только значимые слова – «Марка», «Модель», «Год выпуска», «Объем двигателя».



- Неинформативные результаты поиска по марке автомобиля.

Люди, которые используют функцию подбора шин по модели машины, скорее всего, затрудняются с точным типоразмером шин, который им нужен (или делают это впервые), поэтому результаты поиска, которые снова приведут их к необходимости выбора шин по параметрам (высота, ширина, радиус и т.д.), могут быть бесполезными для них.



- Отсутствие отзывов.

На страницах с карточками товаров видим, что отзывов почти нигде нет. Это происходит из-за того, что пользователям необходимо авторизоваться, чтобы оставить комментарий.

Типоразмер	Наличие	Цена (шт)	Кол-во	Корзина
195/55 R15 85H KW-23	>20	3 300 руб	<input type="text" value="4"/>	В корзину

[Купить](#)

[Назад в раздел](#)

Отзыв пользователей(посетителей):

Отзывы отсутствуют

Авторизуйтесь, чтобы оставить отзыв

Между тем отзывы – мощнейший инструмент, побуждающий пользователей совершать покупку. Жаль, что на сайте им не нашлось места.

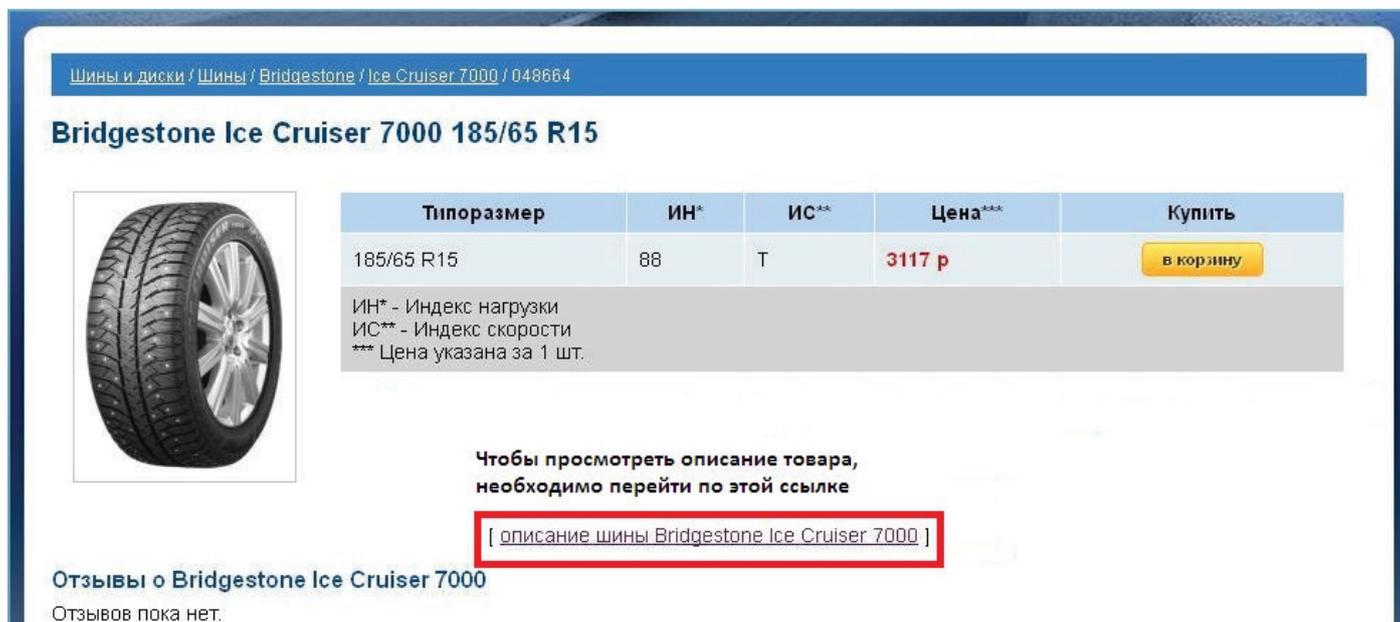
6. www.internet-koleso.ru

(17-е место по запросу «зимние шины» на 06.10.2012)

Пользователи, заходящие на сайт интернет-магазина шин и дисков, должны легко находить каталог товаров (ведь именно за этим они и пришли). На данном ресурсе переход в каталог зимних шин замаскирован под изображение в шапке сайта – не сразу понятно, что по клику на картинку можно попасть в каталог зимних шин:



- При клике на баннер (пункт меню?) с надписью «Шины» переход на другую страницу не осуществляется, просто обновляется главная страница.
- Карточка товара требует явно лишних действий от пользователя:



- Очень мелкий шрифт текста, что особенно заметно при попытке выбрать параметры в форме подбора шин:

The screenshot shows a website interface for selecting tires. At the top, there are three main categories: **Шины** (Tires), **Диски** (Rims), and **Шиномонтаж** (Tire fitting). Below these is a navigation bar with links for **СТАТЬИ**, **ОПЛАТА И ДОСТАВКА**, and **КОНТАКТЫ**.

The main section is titled **Поиск шин:** (Tire search). It contains a search form with the following fields:

- Типоразмер:** (Type size) with dropdowns for width, height, and rim diameter, all set to "- Все -".
- Производитель:** (Manufacturer) with a dropdown menu currently open, showing a list of brands including BF Goodrich, Bridgestone, Continental, Cooper, Cordiant, Dunlop, Dunlop (EU), Falken, Fulda, Gislaved, Goodyear, Hankook, Kelly, Kleber, Kumho, Michelin, Nexen, Nokian, and Pirelli. This dropdown is highlighted with a red box.
- Шип:** (Sipes) with a dropdown set to "- Все -".
- Найти** (Find) button.

Below the search form, there are additional options:

- Дополнительные параметры:** (Additional parameters) with a "Найти" button.
- Искать только шины:** (Search only tires) checkbox.
- Допустимы отклонения:** (Allow deviations) checkbox, with a note: "Допустимы отклонения в размерах до 10%".
- Цена:** (Price) field showing "рублей из 1 шт." (ruble from 1 piece).
- Отклонение диаметра:** (Diameter deviation) field showing "0 %".
- Искать шины с:** (Search tires with) dropdown menu.

On the right side of the page, there is a text block:

На автомобиль допустимо устанавливать шины только заводского размера, но и шины с допустимым отклонением размеров - внешнего диаметра и ширины. Кроме того допустимо устанавливать шины с другими близкими параметрами внешнего диаметра и ширины с другим внутренним диаметром. Наша система поиска позволяет автоматизировать и упростить процесс поиска.

Как искать:
Заполните базовый типоразмер шины, который указан в инструкции к автомобилю и нажмите "Найти".

Если заполнить не все поля типоразмера будет произведен обычный поиск всех шин удовлетворяющих введенным условиям.

- Отсутствие сортировки в каталоге шин серьезно затрудняет выбор:

Internet-Koleso.ru

Шины

Подбор по типоразмеру, по марке автомобиля, шинный калькулятор.

Диски

Литые диски. Штампованные диски. Подбор по марке авто.

Шиномонтаж

Профессиональное оборудование. Наканка шин азотом. Монтаж шин RunFlat.

Консультации

Бесплатное консультирование по подбору шин и дисков.

звоните: **(495) 972-02-87**

Корзина
Товаров: 1 шт..
На сумму: 3247 р.
[оформить заказ](#)

[СТАТЬИ](#) [ОПЛАТА И ДОСТАВКА](#) [КОНТАКТЫ](#)

[Шины и диски / Шины / Dunlop](#)

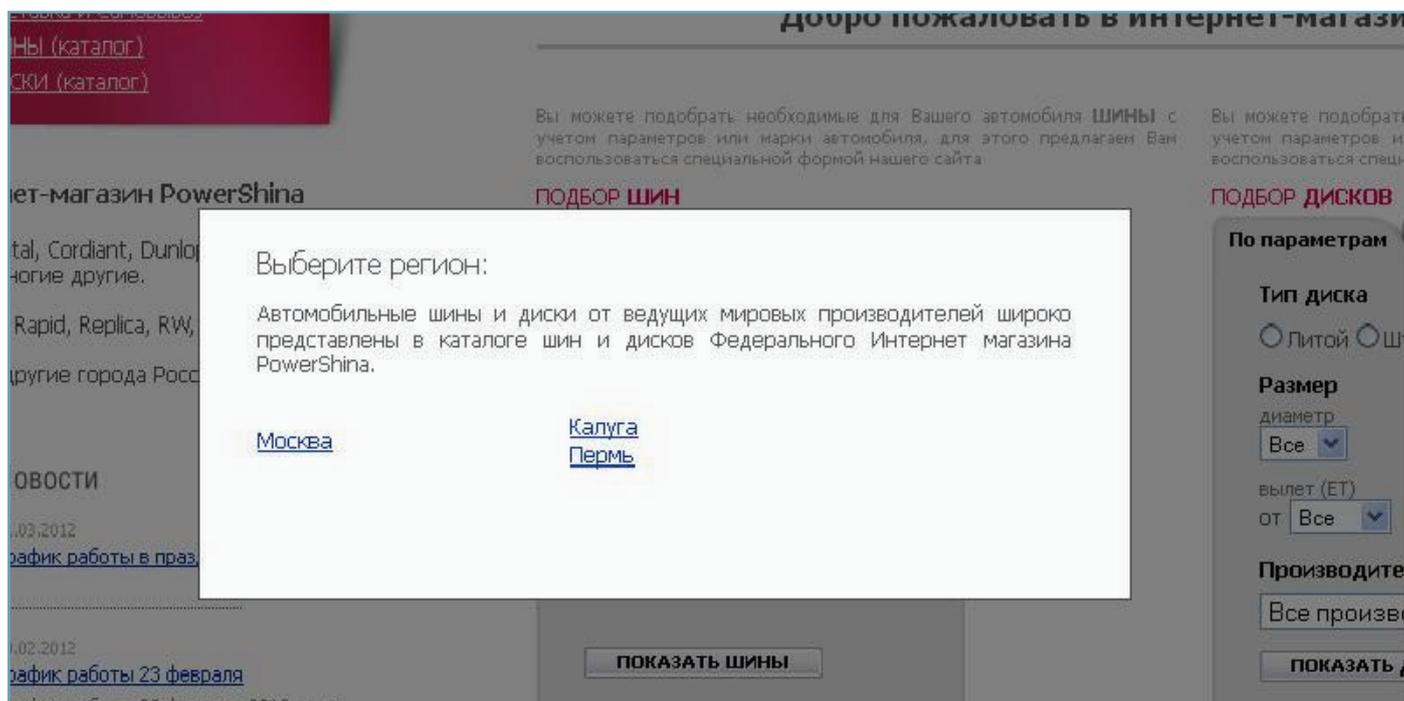
Шины Dunlop

Фото	Модель	Сезонность	Диаметр	Цена
	Dunlop D209 (Rear) моторезина	Мотошины шины	R17	4758 р.
	Dunlop Direzza DZ101	Летние шины	R17, R18	4921-7068 р.
	Dunlop Eco EC201	Летние шины	R15	2618 р.
	Dunlop Grandtrek AT20	Летние шины	R18	8837 р.
	Dunlop Grandtrek AT3	Летние шины	R18	9641 р.
	Dunlop Grandtrek PT2	Летние шины	R16, R18, R20	4246-15454 р.
	Dunlop Grandtrek SJ-5	Зимние (не шипованные) шины	R20	8342 р.
	Dunlop Grandtrek SJ-6	Зимние (не шипованные) шины	R16, R17, R18, R19, R21	5145-10675 р.

7. www.powershina.ru

(20-е место по запросу «зимние шины» на 06.10.2012)

- Экраны блокировки при входе на сайт. Первое, что видит пользователь, попавший на сайт – это заблокированный экран и окно, в котором посетителя просят выбрать регион из трех представленных, при этом два из них просто адресуют на неработающие поддомены. Пользователи теряются при появлении блокирующих окон с требованием что-нибудь указать.



- Ошибки подачи информации о спецпредложениях.

По странице/блоку со спецпредложением должно быть понятно, в чем его суть. В данном случае не указана разница цен до и во время распродажи (хотя есть надпись «Скидка»). Также присутствуют непонятные числа под изображением товара. Любопытно, что такие же числа присутствуют и в каталоге шин:



- Подбор по марке автомобиля не работает, а подбор по параметрам зачастую работает очень долго (более минуты).

- Результаты расширенного поиска по параметрам тоже содержат ряд недочетов, которые не способствуют простому и быстрому выбору шин: не хватает сортировки товаров по цене, популярности; количество шин в заказе по умолчанию выставлено или 1, или 4.

8-909-688-33-55
8-903-004-35-67
+7 (495) 787-7171 (доб.1135)

Москва

Корзина пусто

в покупателю > ШИНЫ (каталог)
ка и Самовывоз > ДИСКИ (каталог)

PowerShina.ru /
Результат поиска

Отсутствие сортировки по цене, популярности

GoodYear

GoodYear C Cargo Ultra Grip

GoodYear C Cargo Ultra Grip 185/75 R14 104/102/104/102R 1445.00 руб. 1

GoodYear DuraGrip

GoodYear DuraGrip 185/65 R14 86/86T 2499.00 руб. 4

GoodYear GT3

GoodYear GT3 165/70 R14 81/81T 1150.00 руб. 1

GoodYear Ultra Grip 7+

GoodYear Ultra Grip 7+ 165/70 R14 89/87/89/87R 3300.00 руб. 4

Установлено разное количество шин по умолчанию в заказе

Выводы и рекомендации

Ошибки, найденные на сайтах продавцов шин и дисков, типичны для любых интернет-магазинов. В основном это:

- непривычное расположение корзины,
- нестандартный вид и название кнопки заказа,
- отсутствие фильтров сортировки в результатах поиска,
- неработающий функционал,
- блокирующие окна.

Как обнаружить, есть ли на вашем сайте ошибки юзабилити? Вот несколько советов:

1. Анализируйте данные статистических систем [Google Analytics](#) и [Яндекс.Метрика](#).
2. Используйте специализированные сервисы поиска ошибок на сайте. Например, аудит в сервисе [Rooletka](#) поможет вам выявить многие технические ошибки оптимизации (долгое время загрузки сайта, некорректная настройка зеркал т.п.).
3. Как можно больше тестируйте ресурс на реальных пользователях (начните со своих родственников, коллег и друзей).

Чем меньше на вашем сайте будет ошибок юзабилити, тем удобнее посетителям будет с ним работать. Во-первых, это поможет вам улучшить поведенческие факторы, которые учитывают поисковые системы при ранжировании ресурсов в выдаче. Во-вторых, это напрямую повлияет на конверсию, лояльность клиентов и, соответственно, вашу прибыль.

Работайте над вашим сайтом и не теряйте клиентов в самый горячий сезон.

Опубликовано в [«Прожектор Rookee»](#), ноябрь 2012.

СЕКРЕТЫ ЮЗАБИЛИТИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ: ГДЕ БЫСТРЕЕ РАСКУПЯТ НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ?

Анастасия Бадина

Как сделать сайт привлекательным для пользователей и поисковых систем одновременно? Именно об этом идет речь [в разделе помощи Яндекс.Метрики](#), где поисковик дает список рекомендаций владельцам интернет-магазинов, которые помогут улучшить удобство своего ресурса для посетителей и повысить его шансы выйти в ТОП.

Сегодня мы возьмем этот чек-лист за основу для сравнения и оценки двух сайтов по критериям Яндекса. В статье будут приведены те пункты, которые наиболее явно показывают разницу в уровне юзабилити ресурсов. Для аудита были выбраны интернет-магазины подарков: первый сайт www.pum-pu.ru находится на 5 месте по региону Москва в Яндексе по запросу **«новогодние подарки»**, а второй (www.dostavka-podarkov.ru) – на 15 месте по тому же запросу (на момент написания статьи). Оценка по критериям выставлялась по 3-балльной шкале.

Критерий 1. Наличие контактных данных

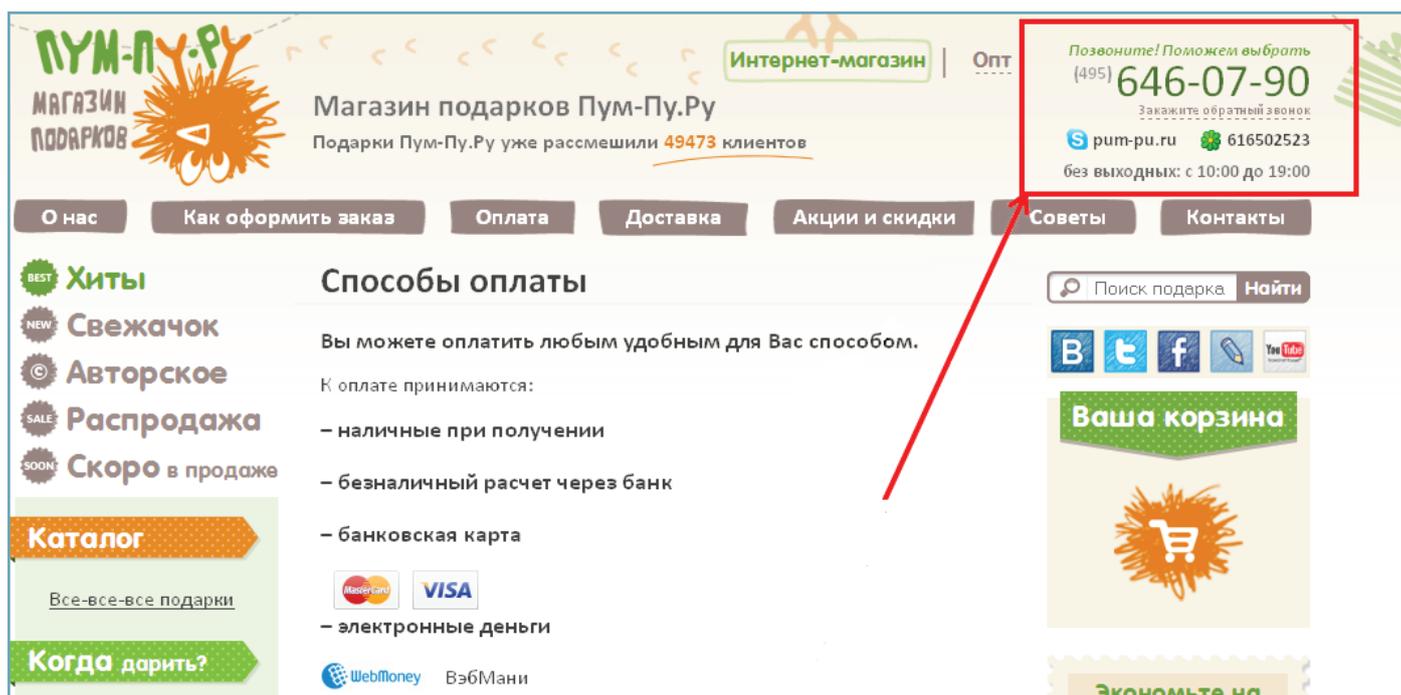
По рекомендациям Яндекса, хорошая страница с контактными данными должна содержать:

- телефон и другие контактные данные, которые необходимо указывать на каждой странице сайта;
- максимально полные контакты: телефон, email, Skype, ICQ и т.д.;
- городской номер телефона, т.к. он вызывает больше доверия, чем мобильный;
- точное время работы оператора и офиса;
- пункты самовывоза (если есть);
- удобную и понятную карту для сайта;
- информацию, как добраться на общественном транспорте, и фотографии здания.

Давайте проверим, как это реализовано на сравниваемых сайтах.

www.pum-pu.ru

- На любой странице сайта контакты хорошо заметны и расположены в привычном для пользователей месте – в правом верхнем углу.
- Есть возможность заказать обратный звонок, приведен график работы магазина.



- Страница [Контакты](#) сделана в полном соответствии с рекомендациями Яндекса: приведены несколько способов связи (телефон, почта, ICQ, Skype), есть адреса и график работы пунктов самовывоза, понятная карта проезда, подробное описание, как добраться до склада на общественном транспорте. Единственное, что можно было бы добавить, – фотографии здания, чтобы клиентам было легче его найти.

Пункт самовывоза м. Таганская: Москва, м. Таганская, Тетеринский переулок, д.4, стр.2, цокольный этаж, компания "Темп".

Режим работы:

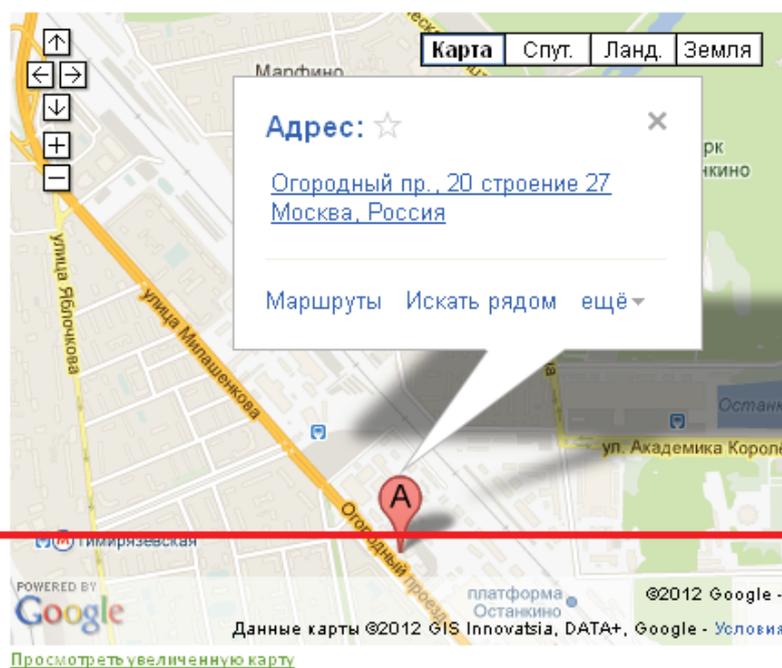
Будни: с 9.00 до 20.00,

Выходные: с 12 до 18 часов.

Адрес склада – можно забрать товар самовывозом!

Пожалуйста, обратите внимание, что это именно склад, а не магазин! Мы очень просим звонить нашим операторам и предупреждать о том, что Вы планируете к нам приехать.

г. Москва, Огородный проезд, д. 20, стр. 27 оф. 408. Ближайшее метро: Тимирязевская.



Как добраться общественным транспортом:

Огородный проезд, д. 20, стр. 27 оф. 408.

Ближайшее метро: Тимирязевская.

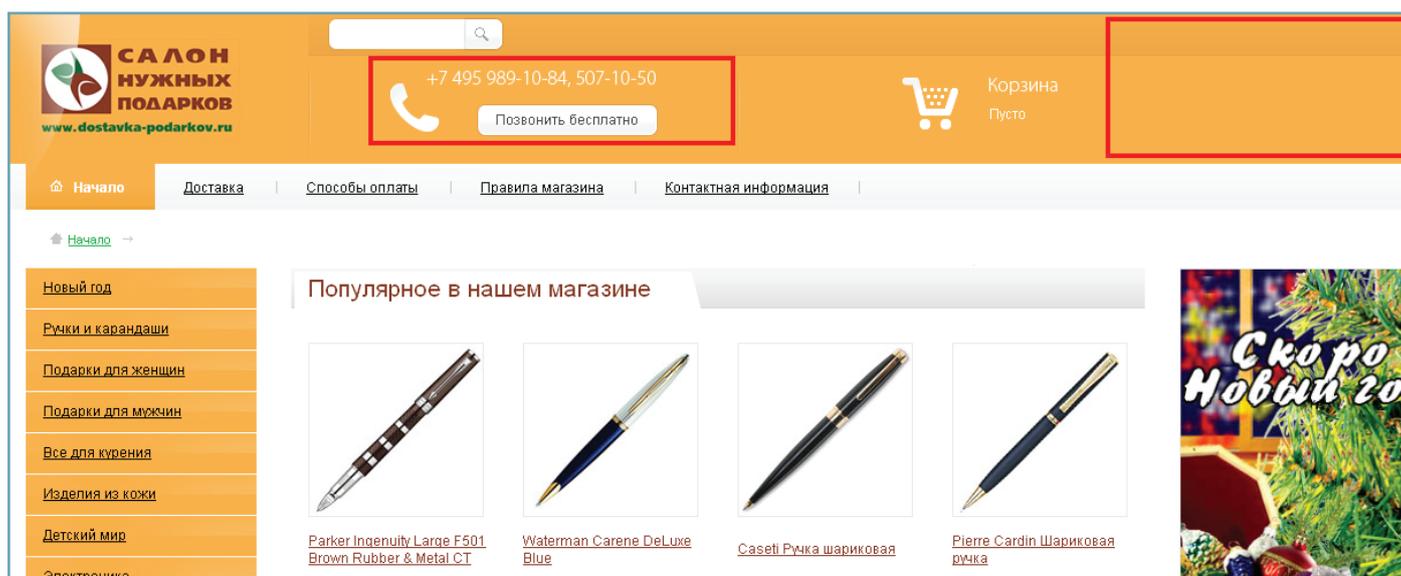
Необходимо выйти на станции метро Тимирязевская, первый вагон из центра. Из стеклянных дверей направо до конца, далее выход направо по ступеням вверх.

После выхода из подземки поверните налево в сторону торгового центра. Дойдите до торгового центра и обойдите его правее.

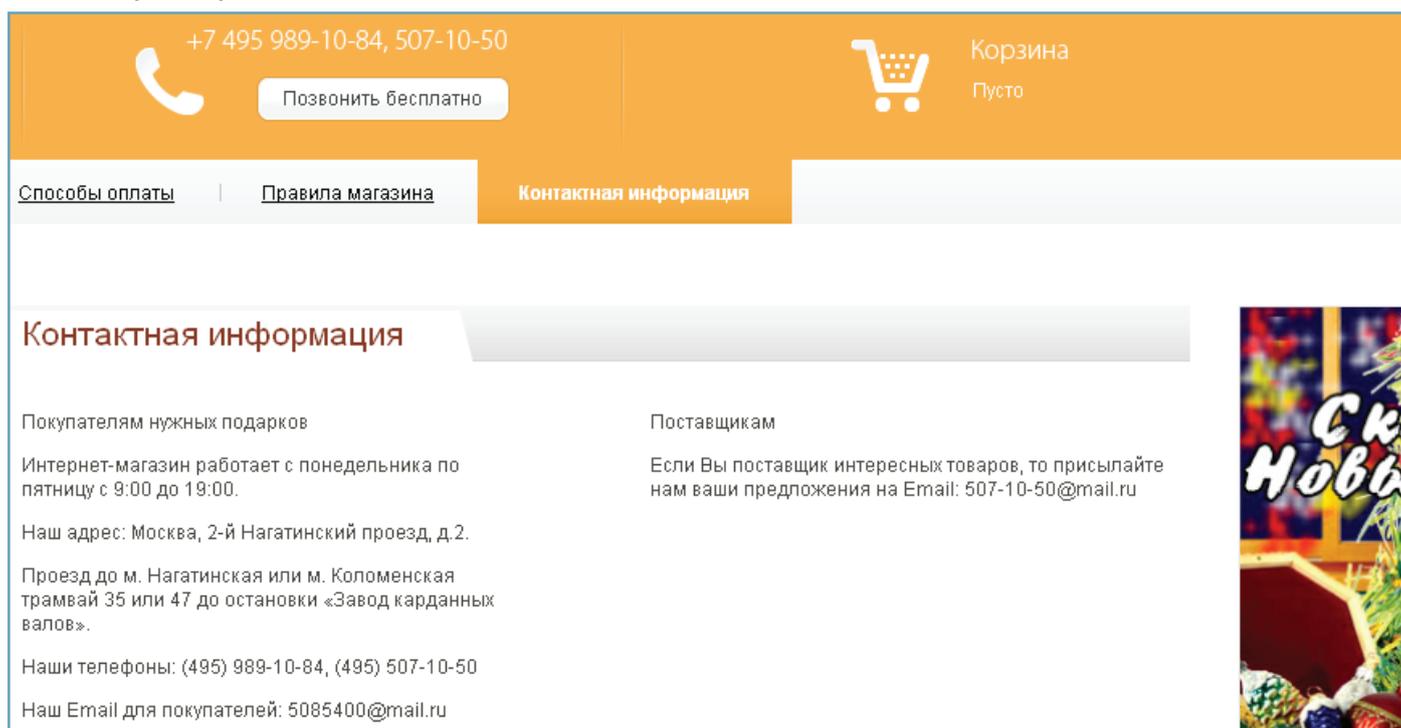
Оценка по критерию: 3 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

- На любой странице сайта присутствуют контакты для связи, но они расположены не в самом удачном для восприятия месте (правый верхний угол на сайте пустует).
- Из контактов есть только телефон для связи, к тому же использовано неконтрастное сочетание цветов шрифта и фона.



- На странице **Контакты** тоже все довольно аскетично, ограничены способы связи, а карты проезда вообще нет.



Оценка по критерию: 1 балл.

Критерий 2. Наличие кнопки «Купить» («Заказать»)

Яндекс рекомендует делать как можно заметнее кнопку «Купить» рядом с описанием товара. Проанализируем карточки товаров на сравниваемых сайтах:

www.pum-pu.ru

Кнопка **«В корзину»** яркая, крупная, также она продублирована после описания товара. Однако если описание небольшое, обе кнопки оказываются рядом, что может смутить покупателя – куда ему следует нажимать? Можно порекомендовать оставить одну кнопку сразу под фотографиями товара в первом экране пользователя.

Подарки / День Святого Валентина / Стрела с тайным посланием

Стрела с тайным посланием

Стрела с тайным посланием - это чудесная возможность показать любимому человеку, насколько он Вам дорог. На первый взгляд это просто симпатичный сувенир, но... представьте восторг человека, которому таким образом доставлено Ваше тайное любовное письмо! Конечно, передавать послание можно и по-пиратски в бутылке, и в криминальном стиле - в батоне с напильником или просто смской... Но, согласитесь, только стрелы Амура поражают в самое сердце;)





В корзину

Цена: 825 руб.

Одна из кнопок "В корзину" лишняя

В корзину

Заказать в 1 клик

Артикул: 919

Габариты: длина 50.00см

Нужна помощь? Позвоните нам!

 (495) 646-07-90

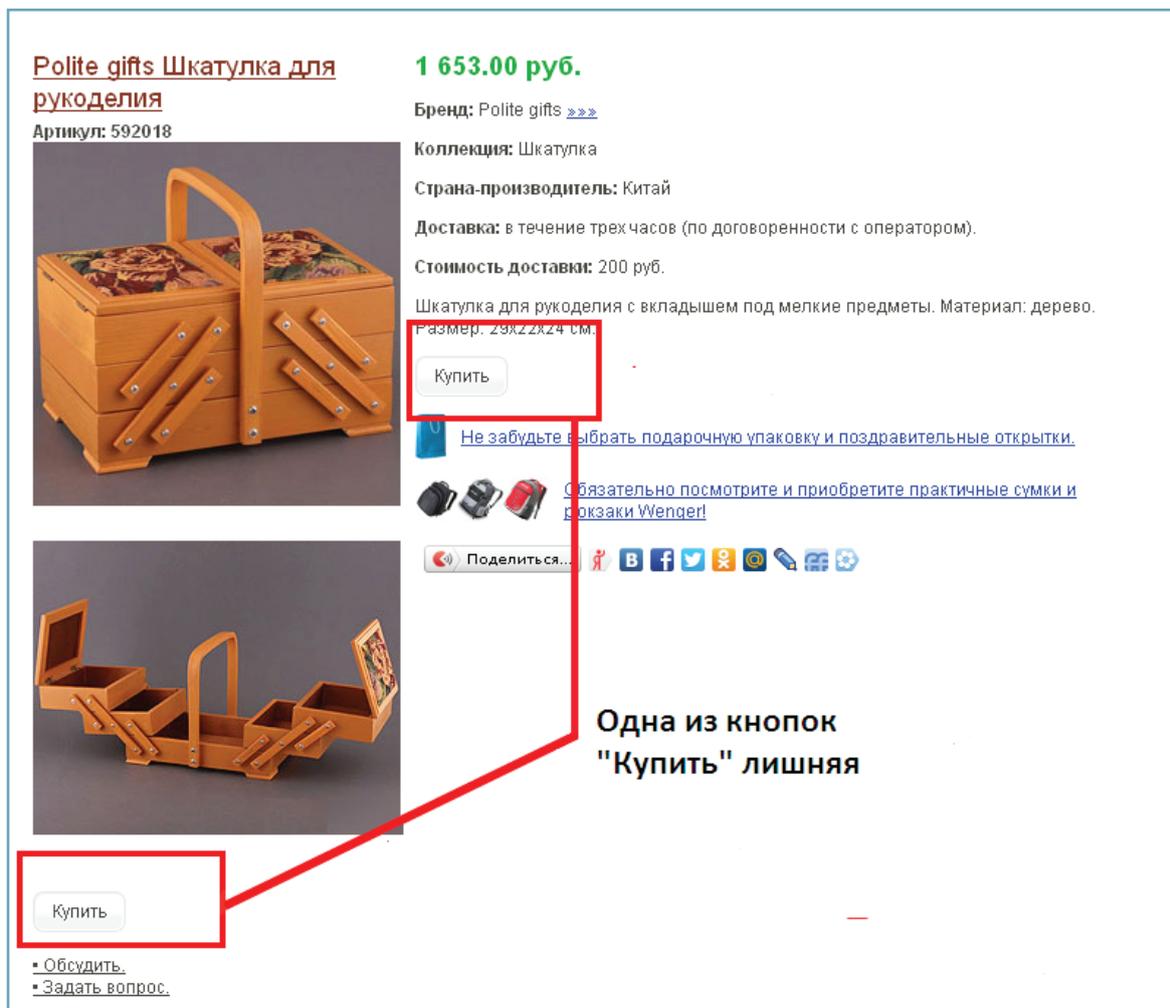
← Закажите обратный звонок

 ICQ консультант: 616502523

Оценка по критерию: 2 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

Кнопка «**Купить**» тоже две, лучше использовать одну, но заметную.



Polite gifts Шкатулка для рукоделия
Артикул: 592018

1 653.00 руб.

Бренд: Polite gifts >>>
Коллекция: Шкатулка
Страна-производитель: Китай
Доставка: в течение трех часов (по договоренности с оператором).
Стоимость доставки: 200 руб.

Шкатулка для рукоделия с вкладышем под мелкие предметы. Материал: дерево. Размер: 29x22x24 см.

Купить

Не забудьте выбрать подарочную упаковку и поздравительные открытки.

Обязательно посмотрите и приобретите практичные сумки и рюкзаки Wenger!

Поделиться...

Одна из кнопок "Купить" лишняя

Купить

- Обсудить
- Задать вопрос

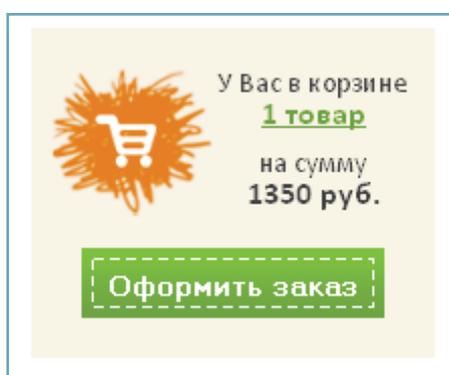
Оценка по критерию: 0 баллов.

Критерий 3. Возможность перейти в «Корзину»

Яндекс рекомендует делать так, чтобы пользователь мог перейти в **«Корзину»** в любой момент и с любой страницы сайта. Посмотрим, так ли это на рассматриваемых сайтах.

www.pum-pu.ru

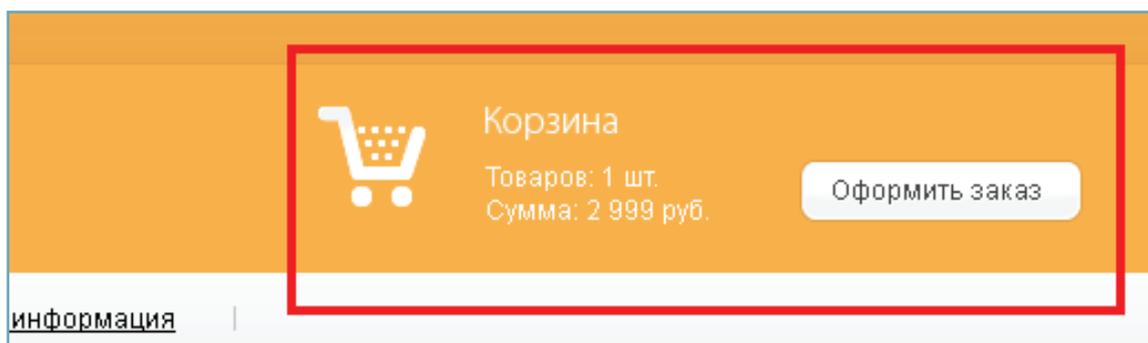
- С любой страницы можно перейти в **«Корзину»** и увидеть, что там находится, не переходя в **«Личный кабинет»**.
- Есть возможность перейти к оформлению заказа с любой страницы сайта.



Оценка по критерию: 3 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

- В шапке сайта расположена сквозная **«Корзина»**. Из минусов – неконтрастные цвета шрифта и фона.



Оценка по критерию: 2 балла.

Критерий 4. Наличие цены товара

Яндекс рекомендует размещать [цену](#) рядом с описанием и фотографиями. Товар с ценой продается лучше, чем товар, стоимость которого нужно узнавать дополнительно. Проверим наличие цены на сравниваемых сайтах.

www.pum-pu.ru

- Если описание товара слишком длинное, то цена товара уходит далеко вниз и, чтобы ее увидеть, придется прокручивать страницу. Необходимо расположить цену сразу под фотографиями товара рядом с кнопкой «**В корзину**».

Оценка по критерию: 1 балл.

www.dostavka-podarkov.ru

- Цена расположена рядом с товаром и выглядит контрастно. Минус в том, что цена находится далеко от кнопки «**Купить**». Кроме того, впечатление портит неуместное расположение рекламного баннера: если покупатель выбирает серьги, зачем ему рюкзак?

Valori D`Arte Серьги Classic

Артикул: VA-E10286



992.00 руб.

Бренд: Valori D`Arte >>>

Коллекция: серьги

Страна-производитель: Италия

Доставка: в течение двух дней.

Стоимость доставки: 200 руб.

Серьги. Материал: ювелирная латунь. Отделка: матовая позолота. Декорирование: цветные кубики циркония.

Купить

[Не забудьте выбрать подарочную упаковку и поздравительные открытки.](#)

 [Обязательно посмотрите и приобретите практичные сумки и рюкзаки Wenger!](#)

Поделиться...

Купить

- [Обсудить.](#)
- [Задать вопрос.](#)

Оценка по критерию: 2 балла.

Критерий 5. Информация на странице товара

Вот что рекомендует размещать Яндекс:

- несколько фотографий товара в разных ракурсах (они должны быть хорошего качества);
- подробное описание;
- отзывы тех, кто уже купил товар;
- блок «Похожие товары»;
- блок «Вместе с этим покупают».

Проанализируем информацию о товарах на сравниваемых сайтах.

www.pum-pu.ru

Интересное, красочное описание товара вместе с техническими характеристиками, несколько фотографий хорошего качества с разных ракурсов, блок **«С этим товаром покупают»**, **«Популярные товары»** – всё как рекомендует Яндекс. Единственное, что можно было бы добавить – отзывы о товаре от тех, кто его купил, использовал.

Подарки / Самое-самое / Портативный столик для ноутбука (бамбуковый)

Портативный столик для ноутбука (бамбуковый)

Для ценителей мебели из натуральных материалов!

Лёгкий и прочный деревянный столик для ноутбука украсит интерьерную составляющую и создаст в доме особенный уют. Эта модель специально создана, чтобы работать за ноутбуком в положении лёжа, благодаря чему **Вы снизите нагрузку на мышцы спины и шеи**. Регулируемая часть крышки поднимается на разные углы наклона, а **фиксированная часть** сделана специально, чтобы разместить на ней мышку и любимый напиток. В маленьком **ящичке** сбоку можно хранить провода, сладости или блокнот с ручкой.

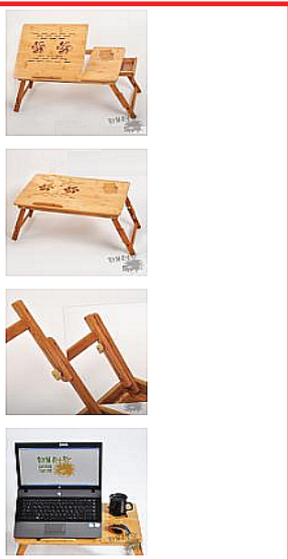
Дополнительные вентиляторы, которые работают от USB порта, встроенные в столик помогут Вашему любимому ноутбуку не перегореть "на работе".

Столик станет радостным подарком для тех, кто много времени проводит за ноутбуком!



В корзину

Цена: 2220 руб.



Оценка по критерию: 3 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

- На странице всего одна фотография товара, рассмотреть его с разных ракурсов не удается.
- Описание есть, но максимально «сухое», техническое. Для такой тематики, как **«Подарки»**, рекомендуется писать интересные, «живые» тексты, подчеркивая в них удовольствие и радость, которые вещь принесет ее обладателю.
- Слишком много места в первом экране отведено абсолютно ненужной, нетематической рекламе рюкзаков и сумок, а также социальным кнопкам.
- Блок похожих товаров присутствует, но добраться до него можно, только многократно используя клавишу **Scroll Lock**.

Charmelle Серьги
Артикул: EE0219AA



945.00 руб.

Бренд: Charmelle >>>

Коллекция: серьги

Страна-производитель: США

Доставка: в течение двух дней.

Стоимость доставки: 200 руб.

Основной материал: гипоаллергенный сплав металлов. Гальванопокрытие: родий. Вставки: кубик циркония, кристаллы «Swarovski». Ручная вправка «rave». Размер: 2 x 2,2 см.

[Купить](#)

Не забудьте выбрать подарочную упаковку и поздравительные открытки.

[Купить](#)

• [Обсудить](#)

• [Задать вопрос](#)



Обязательно посмотрите и приобретите практичные сумки и рюкзаки Wenger!

Поделиться...





Оценка по критерию: 1 балл.

Критерий 6. Форма заказа

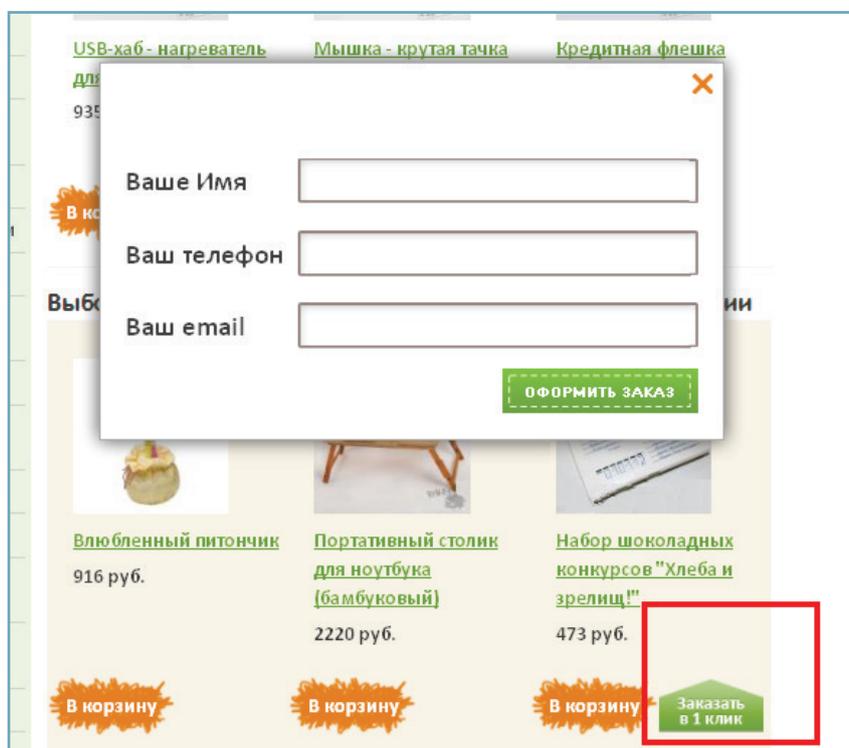
Согласно рекомендациям Яндекса форма заказа должна быть максимально простой. Необходимо спрашивать только существенную для заказа информацию, например, при доставке – телефон или email и адрес заказчика, а при самовывозе – только телефон или email.

Проверим, все ли верно на наших сайтах.

www.pum-pu.ru

- Обычное оформление заказа сделано в виде шагов, все достаточно просто и понятно.

Есть возможность заказа в 1 клик: нужно указать только номер телефона и электронную почту. В таком случае рекомендуется сделать обязательным какое-то одно средство связи, а не два сразу.



The screenshot shows a web page with a checkout form overlay. The form has three input fields: 'Ваше Имя', 'Ваш телефон', and 'Ваш email', followed by a green 'ОФОРМИТЬ ЗАКАЗ' button. Below the form, there are three product cards. The third card, 'Набор шоколадных конкурсов "Хлеба и зрелищ!"', has a red box around its 'Заказать в 1 клик' button. The background shows other products like 'Влюбленный питончик' and 'Портативный столик для ноутбука (бамбуковый)'.

Оценка по критерию: 3 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

- Форма заказа достаточно громоздкая, с сочетанием нескольких размеров и цветов шрифта, присутствует избыточный текст. Достаточно пометить обязательные поля звездочкой, и тогда не придется писать дополнительных предупреждений.
- Есть просьба прочитать подробнее условия заказа, перейдя по ссылке, уводящей покупателей из «Корзины».

Оформление заказа:

Для скорейшего получения заказанных Вами подарков заполните, пожалуйста, подробно все поля формы.

Внимание! Правильно заполняйте поле e@mail. На указанный Вами e@mail придет письмо с просьбой подтвердить Ваш заказ. Если нет e@mail'a, то заказ не будет доставлен!

Подробный адрес доставки (включая ст. метро):

ФИО заказчика:

Контактный e@mail:

Контактный телефон (не забудьте указать!):

Форма оплаты и способ получения товара:

-  Наличными курьеру при получении заказа (Москва, ближнее Подмосковье).
-  Предоплата через любой банк.
Внимательно прочитайте п. 5.4.2. на странице о доставке заказов.
— Для физических лиц, проживающих за пределами Московской области, предоставляется скидка 3% на весь товар при оплате счета через любой банк.
-  Наложенным платежом (до 3000 руб.).
Внимательно прочитайте п. 5.4.1. на странице о доставке заказов.
-  Яндекс.деньги.
-  RBK Money.
-  Банковские карты VISA, MasterCard, Maestro.
-  Мобильный платеж: МТС, Билайн, Мегафон, Теле2, Смартс.

Код скидки (если есть):

Оценка по критерию: 1 балл.

Критерий 7. Удобство навигации

Рекомендации Яндекса:

- сделайте однозначные названия разделов сайта,
- не используйте профессиональные термины,
- сделайте кликабельным логотип сайта,
- создайте строку с «хлебными крошками»,
- графически выделите в меню сайта раздел и подраздел, в котором пользователь находится в данный момент.

Проанализируем удобство навигации у наших сайтов.

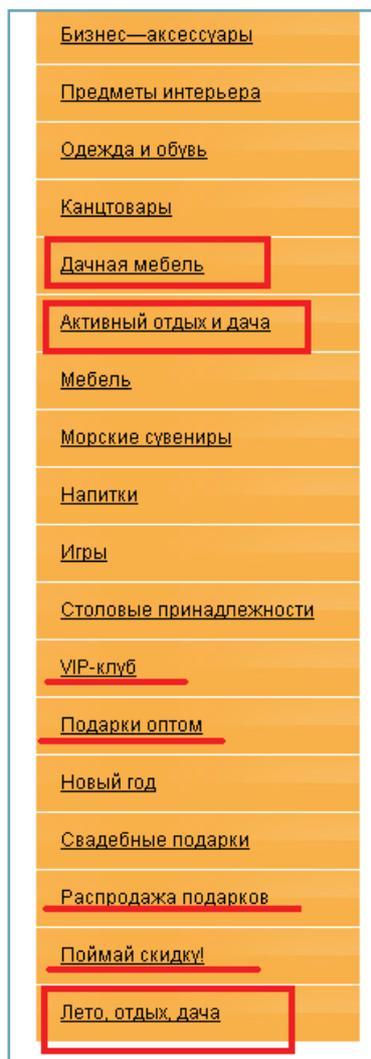
www.pum-pu.ru

- Некоторые разделы сайта имеют достаточно креативные названия – **«Свежачок»**, **«Авторское»** и т.п. Но это не противоречит целевой аудитории сайта (молодежь) и ее особенностям.
- Есть и «хлебные крошки», и кликабельный логотип.
- Отличная структура меню – подарки можно искать по тематике, по характеристикам того, кому дарят подарок, по виду праздника и по цене.
- Не хватает графического выделения местоположения пользователя в меню.

Оценка по критерию: 2 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

- Есть «хлебные крошки».
- Названия категорий товаров неоднозначные, например, присутствуют три раздела со сходными названиями: **«Дачная мебель»**, **«Отдых и дача»**, **«Лето-отдых-дача»**. Непонятно, чем отличаются товары в этих категориях, и где находится то, что ищет пользователь. Также в одном меню, которое представляет собой каталог, безо всякого выделения находятся пункты, не имеющие к нему прямого отношения (**«Подарки оптом»**, **«VIP-клуб»**, **«Скидки»** и т.п.).



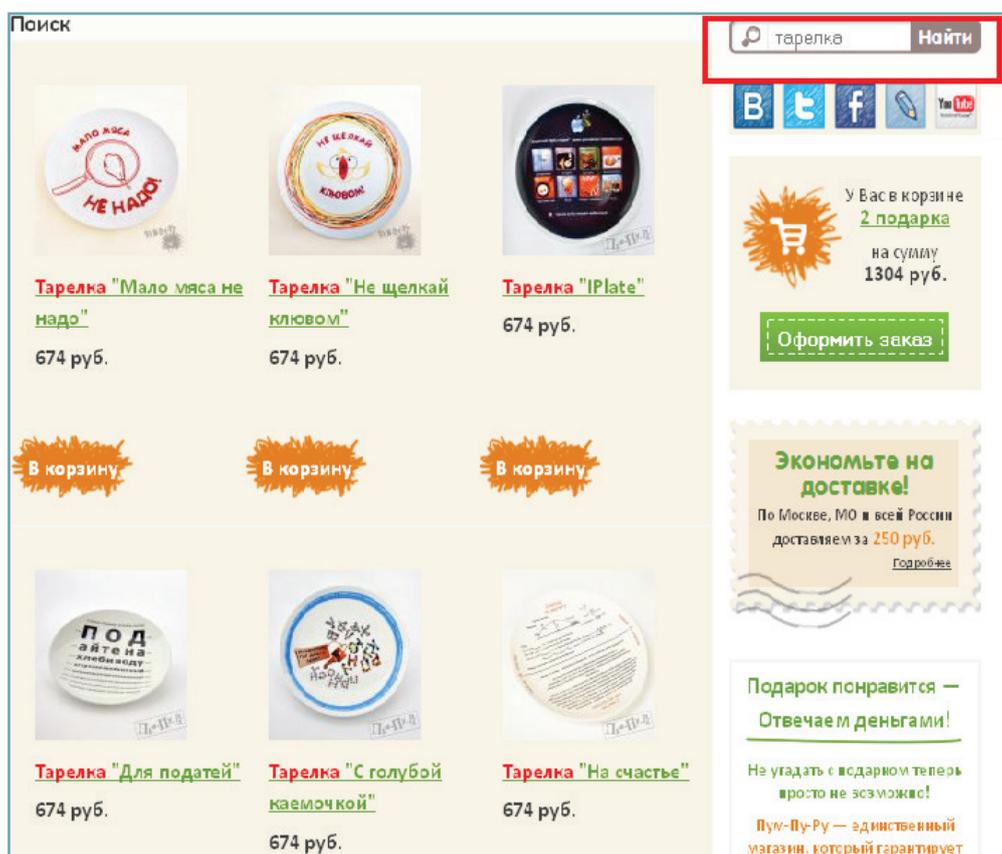
Оценка по критерию: 1 балл.

Критерий 8. Качество поиска по содержанию

Яндекс рекомендует добавить поиск по сайту, результаты которого должны точно соответствовать запросу. Рекомендуется дополнить сайт возможностью сравнения и сортировки результатов поиска (например, по цене, популярности, новизне и т.д.). Проверим, как работает поиск на исследуемых сайтах.

www.pum-pu.ru

- Введя в строку поиска на сайте название искомого предмета, например, «тарелка», пользователь получает страницу с отсортированным товаром:



- Функции расширенного поиска нет, но его заменяет подробный каталог, разбитый на категории.
- Сортировка по цене есть, но она расположена после каталога товаров, что делает ее практически незаметной на странице. Рекомендуется перенести ее выше каталога.

Оценка по критерию: 2 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

- На сайте есть поиск, который корректно подбирает товары.
- Реализована сортировка по бренду. К сожалению, это не всегда удобно – часто бренд, например, шариковых ручек, ни о чем не говорит.
- Сортировка по цене не найдена.

Оценка по критерию: 2 балла.

Критерий 9. Структурированность текстов

Яндекс рекомендует размещать на сайте только важную и интересную информацию. Если на сайте много больших текстов, их лучше разбить на логические части и снабдить подзаголовками. Посмотрим, какие тексты размещены на наших сайтах.

www.pum-pu.ru

- Важная информация значительного объема структурирована. Например, это хорошо сделано на странице доставки:

Способы доставки

Если коротко: Мы находимся в Москве, но доставляем по всей России

<p>Доставка по Москве</p>  <p>250 руб. При заказе от 2000 руб. – бесплатно Есть срочная доставка</p>	<p>Доставка по России</p>  <p>250 руб. Единый тариф</p>
---	--

Подробнее: КОГДА и КАК мы доставим Вам товар

Мы доставляем заказы в любое удобное для Вас время. Утром, днем, вечером, можно даже ночью. Есть **срочная доставка**. Наша служба доставки работает для Вас и всегда идет навстречу клиенту.

по Москве (в пределах МКАД)

- **Курьер** — 250 руб.
Доставим на следующий день
- **Самовывоз** — бесплатно
м: Тимирязевская. ([Карта](#))
Огородный проезд, д. 20, стр. 27 оф. 408. Забрать заказ самовывозом можно по будням с 11:00 до 18:30
- м. Таганская. ([Карта](#))
Москва, Тетеринский переулок, д.4, стр.2, цокольный этаж, компания "Темп".
Режим работы:
Будни: с 9.00 до 20.00,
Выходные: с 12 до 18 часов.
- **Заказ от 2000 руб.** — бесплатно
- **Срочная доставка** — 350 руб.
Доставим в день заказа

по Московской области (и по Москве за МКАД)

- **За МКАД (до 10 км)** — 250 руб.
Доставим на следующий день

Оценка по критерию: 3 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

- Информация часто подается в виде длинных сплошных текстовых блоков, и это особенно бросается в глаза из-за дизайна сайта.

Оценка по критерию: 0 баллов.

Критерий 10. Продуманность дизайна

Яндекс говорит, что дизайн сайта должен быть удобным, приятным для глаз и не должен мешать восприятию информации. Желательно, чтобы стиль сайта соответствовал его тематике. Проанализируем дизайн на наших сайтах.

www.pum-pu.ru

- Дизайн интересный, соответствует тематике продаваемых товаров, хорошо продумана стилистика.

Оценка по критерию: 3 балла.

www.dostavka-podarkov.ru

- Все смотрится очень сухо, строго и аскетично. Больше напоминает сайт учебного заведения, но не интернет-магазин подарков.

Оценка по критерию: 0 баллов.

Выводы и рекомендации

Исходя из проведенного анализа, мы получили суммарные баллы по обозначенным пунктам у каждого сайта: www.pum-pu.ru – 25 баллов; www.dostavka-podarkov.ru – 10 баллов. Вполне очевидно, какой сайт выиграл в данном сравнительном анализе, и чье место в ТОП 10 вполне заслуженно.

Как обнаружить, есть ли на вашем сайте эти и другие ошибки юзабилити? Вот несколько способов:

1. Можно самостоятельно провести подобный небольшой анализ по всему [чек-листу](#) от Яндекса.
2. Также рекомендуется использовать специализированные сервисы поиска ошибок на сайте. Например, аудит в сервисе [Rooletka](#) поможет вам выявить многие технические ошибки оптимизации (долгое время загрузки сайта, проблемы с конверсионной информацией и т.п.), которые непосредственно влияют на лояльность пользователей к вашему сайту.
3. И, конечно, большое количество информации можно получить, используя данные систем статистики [Google Analytics](#) и [Яндекс.Метрика](#).
4. Наконец, прибегайте к помощи знакомых и друзей, наблюдая за тем, как они пользуются вашим сайтом.

Опубликовано в «[Прожектор Rookee](#)», декабрь 2012.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: 4 ПРАВИЛА УСПЕШНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА

На примере сайтов, занимающихся продажей различных товаров и услуг, мы познакомили вас с типичными SEO-ошибками, которые могут стать серьезным препятствием для продвижения, и дали рекомендации по их устранению.

Помните, чтобы ваш сайт (независимо от его тематики) эффективно работал и занимал прочные позиции в ТОПе поисковой выдачи, вам необходимо следовать 4 правилам:

1 Проводите комплексный аудит вашего сайта регулярно. Систематический анализ с технической и маркетинговой точки зрения поможет оперативно реагировать на все изменения в поведении пользователей и поисковых систем. Используя сервис [Rooletka](#), вы можете самостоятельно провести комплексный аудит своего сайта и сравнить его с ресурсами конкурентов. Можно также воспользоваться новой услугой сервиса ROOKEE «[Персональный консультант](#)». Личный интернет-маркетолог проведет комплексный аудит, предоставит рекомендации не только по оптимизации вашего сайта и его функциональному развитию, но и осуществит контроль над реализацией необходимых доработок.

2 Проводите техническую оптимизацию сайта. Технические характеристики ресурса – это его визитная карточка для поисковой системы. Своевременно устраняйте технические ошибки, мешающие правильной индексации страниц сайта.

3 Работайте над юзабилити. Делая ресурс максимально удобным для пользователей, вытемсамымповышаетенетолькоуровеньконверсии,ноиулучшаетеповеденческие факторы, которые учитываются поисковыми системами при ранжировании.

4 Развивайте ваш сайт. Чтобы сайт занял высокие позиции в выдаче, необходимо сделать его привлекательным не только для поисковых роботов, путем покупки ссылок, но и интересным для посетителей. Для этого необходимо работать над дизайном и структурой сайта, добавлять новые опции, улучшать навигацию по ресурсу, наполнять его уникальным, интересным и полезным контентом.

Следуйте правилам, учитывайте рекомендации экспертов, и вы сможете повысить эффективность вашего ресурса и его позиции в выдаче поисковых систем.

ХОТИТЕ УЗНАТЬ СЕКРЕТЫ УСПЕШНОГО SEO-ПРОДВИЖЕНИЯ? ТОГДА...

1 Подпишитесь на бесплатную рассылку от сервиса – [«Прожектор ROOKEE»](#)

В ней вы найдете рекомендации, мастер-классы по оптимизации и продвижению сайтов, интервью с ведущими экспертами сферы SEO и интернет-рекламы и еще много всего, что пригодится вам в работе.

2 Обучайтесь

Читайте портал [SEOnews](#) – мы собрали из многочисленных источников все полезное, что поможет вам разобраться в специфике интернет-рынка.

3 Следите за нашими публикациями

В серии [«Спроси Ingate»](#) уже вышли книги:

- [Энциклопедия поискового продвижения Ingate](#)
- [10 грехов оптимизатора](#)
- [Casebook. ROOKEE для бизнеса](#)
- [Корпоративный блогинг. 33 полезных советов](#)
- [Интернет-маркетинг за 55 минут](#)
- [Как получить в 2 раза больше клиентов с сайта](#)
- [100 идей контента](#)
- [Учебник по SMM](#)
- [75 фактов, графиков и диаграмм об интернет-маркетинге](#)
- [Как увеличить продажи с сайта. Веб-аналитика в деталях](#)

4 Общайтесь с профессионалами

Присоединяйтесь к проекту [«Лайкни»](#) и вступайте в дискуссионный клуб [«Собаچه мнение Ingate»](#). Здесь вы найдете максимум полезной информации по вопросам интернет-маркетинга.



Система автоматизированного продвижения сайтов

