Чек-лист | Эксперт

Чек-лист по юзабилити сайта

Юзабилити — удобство использования сайта пользователем! Это не только прямо влияет на конверсию и ваши доходы, но и как следствие на количество трафика из поиска. Поэтому, мы представляем вам чек-лист по юзабилити, который собрал в себя основные и ключевые принципы хорошего сайта.

Основной раздел

- [ ] Оформить главную страницу

  Это ведь лицо вашего сайта. По главной странице сразу должно быть понятно, чему посвящен сайт

- [ ] Организовать удобство для новичков

  Девиз этого положения: простота, подсказки, помощь. Все должно быть изложено простым языком, в понятной и доступной форме с необходимой службой поддержки.

- [ ] Предоставить удобство для опытных

  В данном случае это могут быть упрощенные процедуры, автоматическое сохранение данных.

- [ ] Установить геолокацию

  Небоходимо также помнить, что информация должна быть представлена в соответствии с регионом пользователя.

- [ ] Избавиться от лишней информации

  Проверьте, чтобы на вашем сайте не находилась навязчивая реклама в виде баннеров, вкладок и т. д.

- [ ] Разбить большие задачи на отрезки

  В случае, если есть несколько этапов в процессе выполнения задачи, учитывайте показ

всех шагов и текущее положение пользователя в этом процессе.

Структура сайта, навигация

- [ ] Распределить информацию

  Помните: любой контент должен быть разделен и структурирован по определенным разделам, по необходимости иметь подразделы и рубрики.

- [ ] Сделать Подсветку активного пункта меню

  Делается это для того, чтобы пользователю всегда было понятно, в каком разделе сайта он находится

- [ ] Оформить важные пути по сайту

  Например, такие как покупка, подписка и пр. в зависимости от бизнес-целей сайта. Пусть они будут доступны пользователям и предельно просты.

- [ ] Корректно выстроить заголовки

  Сделать все таким образом, чтобы по названию страницы, категории или блока было понятно, о чем идет речь.

- [ ] Закрепить Главное меню

  Оно должно быть в наличии на всех страницах, в одном и том же месте (исключение может составлять процесс покупки).

- [ ] Отструктурировать разделы

  Оформление главной шапки должно быть обыграно таким образом, чтобы каждый раздел меню начинался с заглавной буквы, подменю отличалось от основного меню и располагались в порядке убывания их значимости.

Структура страниц сайта

- [ ] Закрепить положение Логотипа

  Он должен быть расположен в одном и том же месте на всех страницах сайта.

- [ ] Четко отразить слоганом цели сайта

Он должен быть кратким, запоминающимся и располагаться рядом с Логотипом.

- [ ] Соотнести положение информационного блока с пустым пространством

Необходимо проверять, соблюдается ли баланс между информационными блоками и пустым пространством, что конечно же, способствует благоприятному восприятию сайта пользователями.

- [ ] Поработать с оформлением

Понятные и заметные заголовки, правильное использование цветов фона, рамок и пустого пространства позволяет визуально разделять страницу на заметные и логичные информационные блоки.

- [ ] «Цена — рядом с товаром»

Просмотрите, чтобы все связанные элементы находились рядом, друг с другом.

Ссылки и кнопки

- [ ] Проверить сочетание текста с рядом стоящей кнопкой

Текст ссылки (анкор) или около ссылочный текст обозначает объект, к которому она ведёт.

- [ ] Проявить отличие между ссылками

Ссылки для скачивания файлов визуально должны отличаться от ссылок на другие страницы (например, иконками)

- [ ] Кнопки использовать для действий

Заказать, купить, войти, положить в корзину и т.д, чтобы "дожать" вашего потенциального клиента на совершение покупки.

- [ ] Текст на кнопке должен отражать призыв к действию:

При этом, он должен быть построен в инфинитивной форме глагола (пример: найти), а не другую часть речи либо форму глагола (пример: готово)

Формы

- [ ] Прописать обязательные поля в формах

  К примеру, регистрация, оформление заказа, но ничего лишнего, только по делу.

- [ ] Прописать подсказки

  Поля, заполнение которых может вызвать вопросы, тоже должны быть снабжены подсказками (например, даты, номера телефонов и пр.)

- [ ] Соблюдать единообразность элементов

  Подписи полей и других элементов единообразны (либо все с двоеточием в конце, либо все без двоеточия).

- [ ] Отразить информативность сообщений об ошибках

  Плохо, когда: «Вы не заполнили все обязательные поля»; и хорошо, если: «Укажите, пожалуйста, электронную почту»

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: https://checklists.expert

как это убрать?