

Юзабилити-исследование сайта Smartus.ru

Отчёт

Версия документа: 1.1

Создан: 29.05.2010

Изменен: 02.06.2010

Ответственный за проект:

Для компании «Смартус»

Представитель Заказчика:

Отчёт подготовлен компанией АИМ “НЛО Маркетинг”

8 (495) 369-07-02

we@nlomarketing.ru

www.nlomarketing.ru

Как пользоваться отчётом

Перед вами отчет о проведенном исследовании сайта Smartus.ru. Цель нашей работы — подготовить рекомендации, которые помогут значительно повысить конверсию на сайте. При этом наша главная задача — добиться максимальной конверсии без существенной переделки сайта. Мы концентрируемся именно на исправлении отдельных ошибок, а не на переделке всего интерфейса. Задача эксперта – найти наиболее важные проблемы и показать, как их можно решить. Для проведения такой экспертизы мы пользуемся накопленной базой знаний, а также измерением поведения посетителей на сайте.

Перед началом исследования мы просим заказчика заполнить **специальный бриф** и рассказать о компании, о сайте, о целях и задачах проекта.

Чтобы вам было удобнее, при составлении отчета мы придерживаемся следующих правил:

1. В самом начале документа мы кратко **описываем основные проблемы** проекта и **даём список ключевых рекомендаций**. Чем важнее ошибка, чем больший результат даст её исправление, тем выше в списке она описана. Некоторые рекомендации дадут больший эффект, если реализовать их совместно. Мы обязательно отмечаем их в отчете.

Важность рекомендаций мы обозначаем звездочками:

★★★★★ — очень важно, необходимо срочно исправлять ситуацию

...

★ ★ ★ ★ ★ — наименее важно, решение можно оставить напоследок

2. **Подробное описание каждой проблемы и ее решения.** Все решения, которые мы предлагаем, не требуют существенных изменений на сайте. Как показывает наш опыт, в большинстве случаев, вам даже не понадобится дополнительного программирования.

3. **Рекомендации по дальнейшему исследованию usability.** Эксперт может обнаружить на сайте проблемы, которые невозможно решить в рамках данного отчета. Мы отмечаем их и советуем вернуться к ним после того, как вы освоите наши рекомендации и будете готовы к следующим шагам.

Дополнительные вопросы по исследованию можно задать специалисту по электронной почте usability@nlomarketing.ru или по телефону 8 (495) 369-07-02.

Бриф на исследование

Тематика и назначение сайта

SmartUs — это система тематического потребительского поиска. Категории товаров: автомобили, гаджеты, компьютеры, техника и электроника. Назначение сайта — предоставить пользователям удобный поиск по товарам, а также необходимую информацию о товаре.

Способы монетизации проекта

1. Информация, размещаемая на сайте, поступает от магазинов и автосалонов, которые оплачивают переходы по ссылкам на их сайты, либо звонки.
2. Позиция магазина в списке предложений зависит от ставки, определяемой с помощью аукциона.
3. Медийная и контекстная реклама.

Цель экспертной оценки

Получить рекомендации, направленные на увеличение количества переходов по объявлениям о продаже машин и количества переходов к товарам в интернет-магазинах.

В первую очередь Заказчику важно решить следующие задачи:

1. Обеспечить пользователям возможность искать новые и подержанные автомобили с помощью единого механизма. Упростить поиск машины.
2. Сконцентрировать максимум полезной информации вокруг модели автомобиля.
3. Добиться увеличения количества переходов в интернет-магазины с вкладки «Цены» (страница товара).

Цели и задачи клиента

В минимальные сроки добиться увеличения дохода от сайта.

Целевая аудитория сайта

Фактически ресурс состоит из двух частей с различной аудиторией: автомобили и остальные товары.

Основная целевая аудитория раздела «Автомобили»: мужчины (до 75%) от 25 до 45 лет, с доходом от среднего и выше, из Москвы и еще 26 городов России.

Целевая аудитория остальных разделов более размыта: примерно пополам мужчин и женщин, от 18 до 45, в основном из Москвы.

Технические особенности ресурса

Платформа, на которой работает сайт, является внутренней разработкой. Вёрсткой и программированием занимается специальный отдел компании «Смартус».

Основные результаты исследования

Сайт отлично показывает различные автомобили, имеет хорошую карточку товара, содержащую не только параметры марки и модели, но и полезную дополнительную информацию (новости, краш-тесты, адреса специализированных автосервисов и т.п.). Удачно реализованы фильтры в разделах товаров. Первая страница интересно и удобно представляет весь спектр товаров.

Основные и легко исправляемые недостатки раздела «Автомобили» — сложная и неочевидная система поиска машин, неудачная организация области фильтров, неудобное представление списка предложений. На страницах других товаров важно перекомпоновать описание предмета и подчеркнуть переход к списку цен.

Ключевые рекомендации для раздела «Автомобили»

1. Единый поиск ★★★★★

Объединить поиск новых и поддержанных машин. Сделать главную страницу раздела основной и единственной точкой входа в подбор автомобиля и упростить, таким образом, поиск нужного объявления.

Подробные рекомендации приведены на [странице 7](#).

2. Подбор машины по параметрам и под задачи ★★★★★

Дать пользователям возможность подбирать автомобили двумя основными способами:

- По списку параметров автомобиля, сформулированных без использования специальных терминов.
- Отталкиваясь от задач и потребностей покупателя (полезно для обычных людей, часто не разбирающихся во внутренностях машины и не владеющих специальной терминологией). В качестве примера можно смотреть инструмент «[Гургу](#)».

Пользователь должен иметь возможность переключиться между способами подбора автомобиля (например, параметр «7-ми местный автомобиль», должен соответствовать характеристикам «для большой семьи», «автомобиль для встреч делегаций» в фильтрах по задачам).

Подробные рекомендации приведены на [странице 8](#).

3. Используемое пространство, визуальные акценты ★★★★★

Сделать верстку страниц раздела «Автомобили» резиновой и, тем самым, увеличить место под фильтры и список предложений для пользователей с большими экранами. Правильно расставить визуальные акценты на страницах.

Подробные рекомендации приведены на [странице 9](#).

4. Таблица объявлений ★★★★★

Разгрузить область шапки таблицы и изменить состав полей списка предложений так, чтобы представить информацию более наглядно.

Подробные рекомендации приведены на [странице 10](#).

5. Гибкость фильтров ★★★★★

Дать возможность выбрать несколько значений одного фильтра (например, показывать и новые, и поддержанные машины, т.е. все, кроме битых). В форме на главной странице

позволять пользователям отмечать несколько параметров (и вилку цен, и кузов, и тип коробки), а только после этого переходить к списку предложений.

6. Область фильтров ★★☆☆☆

Убрать разделение колонки фильтров на «Выбранные фильтры» и все фильтры. Отмеченное значение выделять полужирным начертанием и не скрывать варианты после выбора одного из них.

Рекомендации 5 и 6
желательно реализовывать
вместе

Остальные рекомендации приведены на [странице 12](#).

7. Сравнение объявлений ★★☆☆☆

Дать возможность сравнивать не только модели автомобилей, но и реальные объявления. Для этого необходимо в каждое предложение вставить опцию «Добавить к сравнению». Кроме этого, важно разместить ссылку на страницу сравнения на видном месте (один из вариантов: в правой колонке над баннером).

8. Связь между объявлениями и моделями автомобилей ★★☆☆☆

При переходе к описанию модели автомобиля сохранять настройки фильтра, которые пользователь успел задать, и давать гарантированную возможность вернуться отфильтрованному списку предложений.

Подробные рекомендации приведены на [странице 13](#).

9. Чекбоксы ★★☆☆☆

Добавить возможность «поставить галочку», кликнув по подписи к чекбоксу (использовать тег «[label](#)»).

10. Точка сборки ★★☆☆☆

На странице модели сконцентрировать всю имеющуюся о ней информацию, которая может быть полезна покупателю:

- Фотографии и описание модели, а также её модификаций;
- Ссылки на объявления о продаже автомобилей данной модели;
- Контакты подходящих автосервисов;
- Дополнительную информацию о модели: новости, краш-тесты, видеоролики, форумы, отзывы в блогах и т.п.

11. Устаревшие предложения ★★☆☆☆

Автоматически отслеживать и удалять из базы ссылки на «битые» объявления — по которым выдаются ошибки 404. То же самое относится к устаревшим предложениям.

Ключевые рекомендации для разделов товаров

12. Вкладка «Цены» ★★★★★

Сделать вкладку «Цены» первой, а значит, открытой по умолчанию. Отказаться от вкладки «Главное», вынеся основные характеристики в область над вкладками так, чтобы эта информация была доступна всегда.

Остальные рекомендации приведены на [странице 15](#).

13. Сравнение товаров ★★★★★

Ссылку на сравнение товаров необходимо переместить в самый верх правой колонки и сделать достаточно заметной. Для экономии места в данном блоке размещать только количество и фотографии добавленных в сравнение моделей (убрав название предмета и цену).

14. Работа с фильтрами ★★★★★

Реализовать работу с фильтрами в разделах товаров также, как в разделе «Автомобили».

Подробные рекомендации приведены на [странице 17](#).

15. Социальные функции ★★★★★

Добавить на сайт базовые социальные возможности и личный кабинет, чтобы повысить вероятность возврата посетителя.

Подробные рекомендации приведены на [странице 18](#).

Проблемы и рекомендации

Раздел «Автомобили»

1. Единый поиск ★★★★★

Проблема: В настоящий момент посетитель сайта может перейти к подбору машины с различных страниц с помощью четырёх форм. Все формы по разному выглядят и дают разные возможности. В результате пользователям трудно понять, чем они отличаются, какой из них пользоваться и почему.

Поиск Авто

Подбор Авто

Подбор Авто /

Подбор автомобиля

Если, поискав машину в объявлениях, человек захочет посмотреть каталог моделей, ему придётся задать все параметры автомобиля ещё раз (но теперь уже в другой форме) — так как связь между фильтрами в этих разделах не поддерживается.

Рекомендации: Объединить поиск новых и подержанных машин. Сделать главную страницу раздела основной и единственной точкой входа в подбор автомобиля и упростить, таким образом, поиск нужного объявления. Для этого:

- На первой странице раздела «Автомобили» дать два основных способа начать подбор машины (подробности смотри ниже, в пункте «[2. Подбор машины по параметрам и под задачи](#)») и в любом случае приводить посетителя на страницу со списком объявлений, отфильтрованную нужным образом.
- Сделать страницу объявлений первой в подменю раздела «Автомобили». Изменить её название («Продажа») на более определенное, например, «Поиск автомобиля».
- Изменить название подраздела «Каталог» на более понятное, например, «Подбор модели».

- d. Для каждого объявления в списке предложений показывать ссылку «О модели», обеспечивая легкий доступ к описанию в каталоге, независимо от того краткий вид списка включен или подробный.

2. Подбор машины по параметрам и под задачи ★★★★★

Проблема: В текущей версии сайта для подбора машины необходимо задать определенные технические параметры, т.е. пользователь должен четко понимать, что он хочет. В случае, если покупатель ещё не определился или не очень хорошо разбирается в машинах, ему сложно сказать, каким должен быть тип кузова, объём двигателя, марка автомобиля и т.п.

Поиск Авто

Найти

Марки:

Volkswagen	Mitsubishi	Kia	BA3	Lexus
Honda	Skoda	Hyundai	Toyota	Mercedes-Benz
Audi	Mazda	Volvo	Nissan	Subaru

Модели:

Audi A6	Honda Accord	Toyota Camry	VW Passat
BMW X5	Honda CR-V	Toyota RAV-4	BA3 2110
Ford Focus	Opel Astra	VW Golf	BA3 2112

Кузов:

седан	хэтчбек	универсал
внедорожник	купе	минивэн

Цена:

до 160 000 р.
160 001 - 320 000 р.
320 001 - 480 000 р.
480 001 - 640 000 р.
640 001 - 1 000 000 р.

▼ Объем двигателя:

- до 1,2 л
- 1,2-1,5 л
- 1,5-1,8 л
- 1,8-2,2 л
- 2,2-3,0 л
- больше 3,0 л

▼ КПП:

- автоматическая
- механическая

► Возраст авто:

▼ Кузов:

- седан 11172
- универсал 2253
- внедорожник 2531
- хэтчбек 6975
- минивэн 1628
- купе 880
- другие кузова

▼ Тип двигателя:

- электро 2
- бензин инжектор 3195
- дизель турбо 60
- бензин карбюратор 21
- дизель 101
- ротор 4
- бензин турбо 48

► Привод:

▼ Пробег:

- до 25 000 км
- до 50 000 км
- до 75 000 км
- до 100 000 км
- до 150 000 км
- до 200 000 км

Рекомендации: Дать пользователям возможность подбирать автомобили двумя основными способами:

- По списку параметров автомобиля, сформулированных без использования специальных терминов.
 - ! Удачные формулировки фильтров представлены на ресурсе «[Quto.ru](#)» — это портал о новых автомобилях, причем для людей, которые хорошо разбираются в машинах (читатели «Авторевю», например).
- Отталкиваясь от задач и потребностей покупателя (полезно для обычных людей, часто не разбирающихся во внутренностях машины и не владеющих специальной терминологией). В качестве примера можно смотреть инструмент «[Гуру](#)».

Варианты параметров:

 - размер машины (большой, для всей семьи; обычный; чем меньше, тем лучше);
 - кто за рулем (мужчина, женщина);
 - куда ездить (на работу по городу, за город на пикник, путешествовать по России, возить картошку с дачи, экстремальный туризм, ...);
 - цена (не дороже XXX — граница снизу редко имеет смысл);
 - состояние (новая, подержанная, битая);
 - безопасность водителя и пассажиров (максимальная, обычная, не важно);
 - комфорт (подогрев сидений, автонастройка сиденья водителя, обогрев зеркал, парктроник, круиз-контроль,...);

- коробка (механическая, автомат, вариатор);
- и т.д.

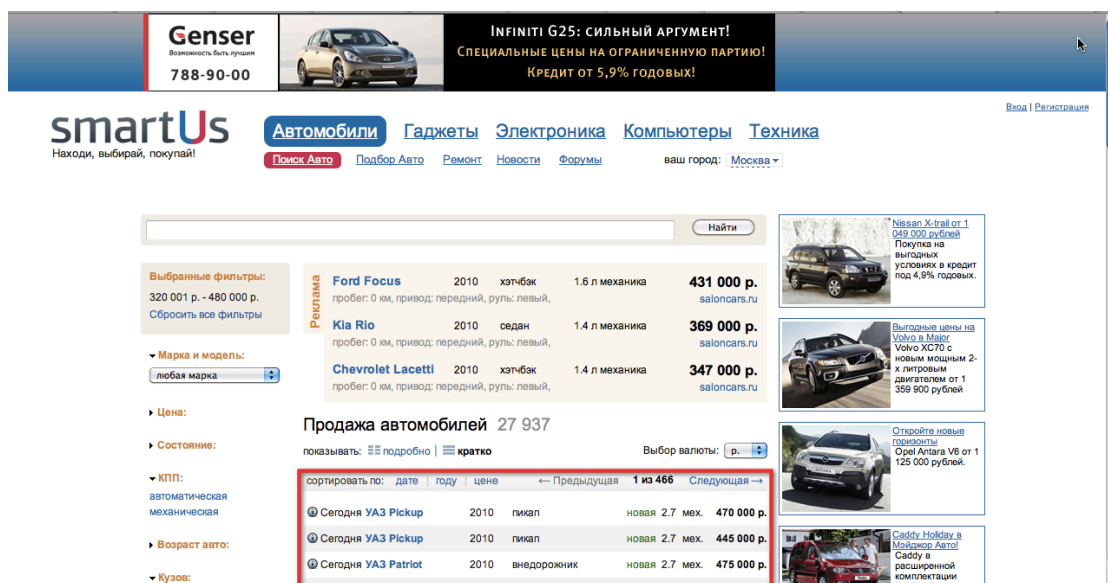
Пользователь должен иметь возможность переключаться между способами подбора автомобиля (например, параметр «7-ми местный автомобиль», должен соответствовать характеристикам «для большой семьи», «автомобиль для встреч делегаций» в фильтрах по задачам).

Также будет полезно:

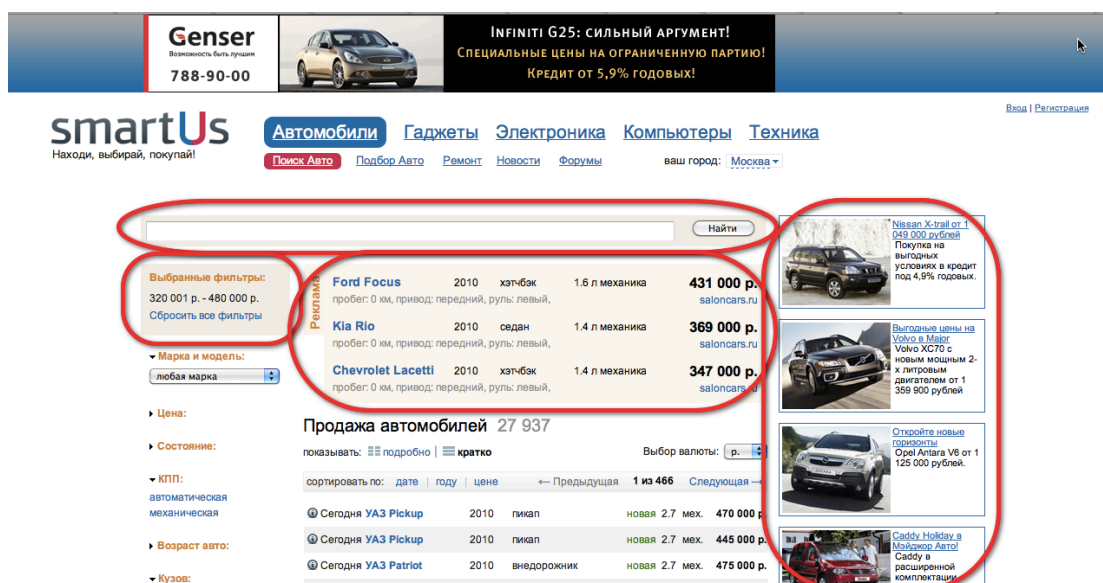
- Добавить возможность быстрого подбора: выбор из перечня частых комплексных запросов пользователей (идем от задач): «Машина для большого города», «Бюджетный автомобиль для сельхоз работ», и т.п.
- Для новичков в случае подбора машины под задачи показывать на странице списка предложений «Совет»: на что нужно обратить внимание при выбранных параметрах. Например, что для поездок по бездорожью важно, чтобы машина имела несущую раму и высокий клиренс (а также пояснения, что это такое, и как это у машины найти). Блок с советами должно быть можно закрыть и развернуть снова (состояние нужно запоминать).

3. Используемое пространство, визуальные акценты ★★★★★

Проблема: Страница со списком предложений в настоящий момент выглядит захламленной, при этом под самую важную информацию — список предложений — отведено неоправданно мало места. При этом на больших разрешениях экранов по бокам остается много пустого пространства.



Ситуация усугубляется тем, что визуально подчеркивается не главное, а вспомогательные блоки и реклама, а значит внимание посетителя рассеивается.



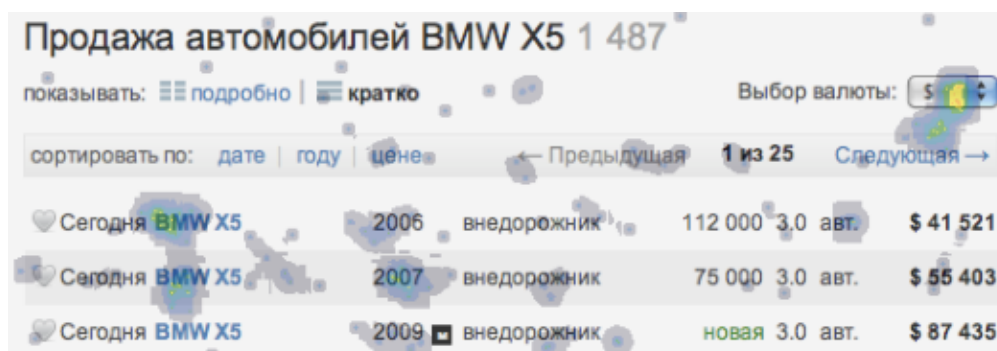
Рекомендации: Сделать верстку страниц раздела «Автомобили» резиновой и, тем самым, увеличить место под фильтры и список предложений для пользователей с большими экранами. Правильно расставить визуальные акценты на странице, а именно:

- Уменьшить или убрать фоновое выделение под рекламными предложениями.
- Убрать область выбранных фильтров из левой колонки и перенести их текст под заголовок страницы, например, так:
«Мы нашли для вас 27 937» подержанных машин не дороже 450 тыс. р., с автоматической коробкой».
- Внести текстовые рекламные предложения под заголовок страницы, чтобы было понятно, что они тоже зависят от установленных фильтров.
- Изменить формат текстовых рекламных предложений на странице: убрать полностью вторую строчку (информация про пробег, привод, руль и сайт, откуда было взято объявление).
- Имеет смысл также убрать бесполезные пустоты (например, отступ между главным меню и строкой поиска).

4. Таблица объявлений ★★★★★

Проблема: В настоящий момент таблица с объявлениями реализована неудобно. Например:

- Отсутствуют заголовки столбцов — а значит не сразу понятно, что за цифры показаны. Можно пробег принять за стоимость машины. Отсутствие заголовков не даёт возможности пользователю гибко сортировать предложения.
- В шапку таблицы вынесен переключатель страниц — он просто не нужен сверху, до того, как пользователь прочитает представленный список.
- По умолчанию выбраны цены в долларах. В соответствии с нашим инструментальным исследованием, большинство пользователей меняет эту настройку (смотри картинку ниже). Вероятно потому, что непонятно, какой курс используется, к тому же не все могут быстро пересчитать цены в уме с нужной точностью.
- Вид таблицы, выбранный по умолчанию («Кратко»), почему-то стоит вторым, а не первым. При этом из иллюстрации ниже (heat map) видно, что пользователи вообще не переключаются в подробный вид.



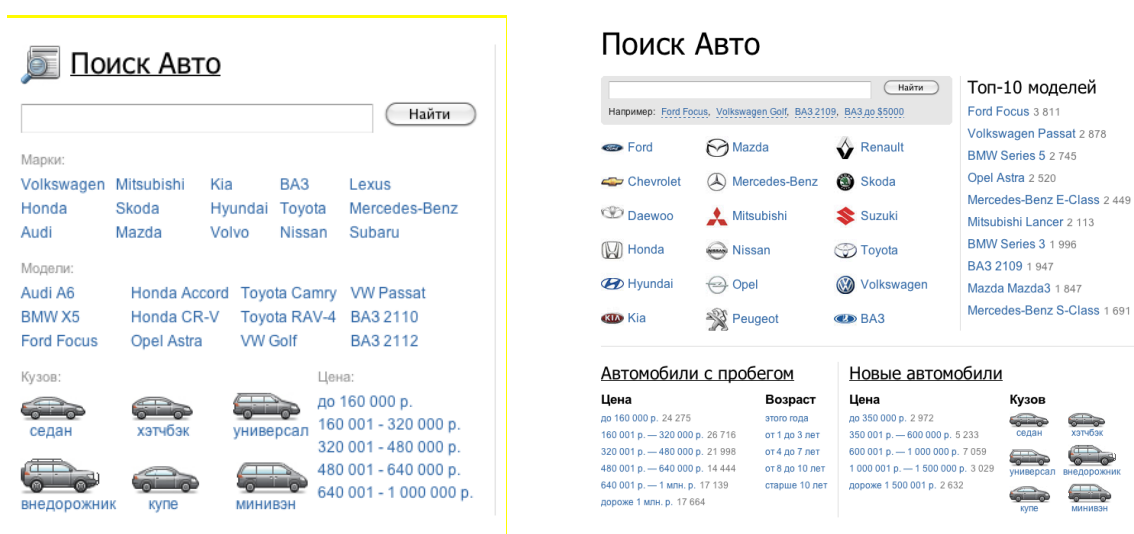
Рекомендации: Разгрузить область шапки таблицы и изменить состав полей списка предложений, чтобы представить информацию более наглядно. Для этого:

- Добавить заголовки столбцов и сделать возможной сортировку по ним.
- Убрать из шапки таблицы переключатель страниц.
- По умолчанию показывать цены в рублях. Переключатель валюты совместить с заголовком столбца «Цена».
- Убрать подробный вид таблицы — он мало чем отличается от краткого, а работать с ним неудобно. Отвести под каждое объявление две строки в штатном режиме. Перенести некоторые опции из подробного вида в обычный (например, «Добавить к сравнению» и «О модели»).
- Добавить возможность группировки предложений по моделям автомобилей.

5. Гибкость фильтров ★★★★★

Проблема: Фильтры раздела «Автомобили» менее гибкие, чем фильтры других товаров. Основная проблема в том, что нельзя выбрать несколько значений одного параметра (например, кузов и седан, и минивэн), в то время как такой функционал часто нужен пользователям.

Кроме этого, в самом начале работы пользователь может выбрать значение только одного фильтра, например, цену (и сразу после этого будет перенесен на страницу с предложениями), хотя показывают ему несколько параметров.



Рекомендации: Дать возможность выбрать несколько значений одного фильтра (например, показывать и новые, и подержанные машины, т.е. все, кроме битых). В форме на главной странице позволять пользователям отмечать несколько параметров (и вилку цен, и кузов, и тип коробки), и только после этого переходить к списку предложений.

- ! Необходимо выносить на первую страницу только важные фильтры: например, тип коробки, состояние, цену и кузов. Марка и модель — менее значимы, поэтому их можно дать в виде выпадающих списков.

6. Область фильтров ★★☆☆☆

Проблема: Со списком фильтров в разделе «Автомобили» неудобно работать: при выставлении галочки страница полностью перегружается, и пользователь оказывается в самом верху. Мало того, что ему приходится скроллить страницу вниз — он ещё и не находит того места, где что-то менять, потому что теперь эти параметры скрыты.

Рекомендации: Убрать разделение колонки фильтров на «Выбранные фильтры» и все фильтры. Отмеченное значение выделять полужирным начертанием и не скрывать варианты после выбора одного из них. Кроме этого:

Рекомендации 5 и 6
желательно реализовывать
вместе

- a. Учитывать взаимосвязь параметров: если человек хочет новую машину — нет смысла спрашивать пробег (этот пункт лучше свернуть); при выборе семейного автомобиля стоит спросить о количестве детей и необходимости места для собаки.
- b. Идеально было бы, если бы при изменении фильтров страница не перегружалась полностью.

Пример удачного решения работы с фильтрами можно посмотреть на сайте «quto.ru»:

Тип двигателя

☒ бензиновый

☐ дизельный

☐ гибридный

Коробка передач

☐ механическая

☒ автомат

☐ вариатор

☐ роботизированная

Привод

☒ полный

☐ передний

☐ задний

Функции и оборудование (Подушки: водителя, пассажира. Сидения: регулировка сидений по высоте.)

Безопасность

Подушки:

☒ водителя

☒ пассажира

☐ боковые

☐ шторки

Системы:

☐ ABS ?

☐ ESP ?

Комфорт

Найдено 123 новых авто

7. Сравнение объявлений ★★☆☆☆

Проблема: Нельзя сравнить машины из объявлений, можно только новые модели. Хотя люди, покупающие подержанный автомобиль заинтересованы в сравнении реальных вариантов, которые они рассматривают (с пробегом, ценами и прочими особенностями).

Рекомендации: Дать возможность сравнивать не только модели автомобилей, но и реальные предложения. Для этого необходимо в каждое объявление вставить опцию «Добавить к сравнению». Кроме этого, важно разместить ссылку на страницу сравнения на видном месте (один из вариантов: в правой колонке над баннером).

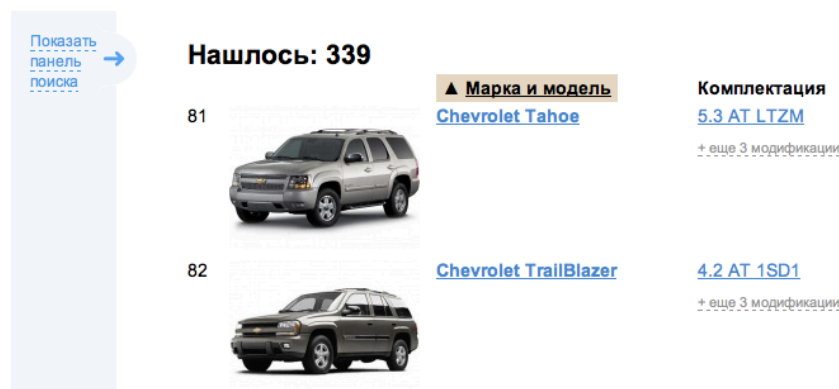
8. Связь между объявлениями и моделями автомобилей ★★☆☆☆

Проблема: В настоящий момент описание модели и отфильтрованный список предложений визуально никак не связаны друг с другом, и у пользователя нет уверенности, что он сможет вернуться к отфильтрованному списку.

Рекомендации: При переходе к описанию модели автомобиля сохранять настройки фильтра, которые пользователь успел задать, и давать гарантированную возможность вернуться отфильтрованному списку предложений. Для этого необходимо:

- а. При клике по ссылке «О модели» выдвигать справа страницу описания модели (желательно используя анимацию). При этом список предложений должен уходить с экрана, а область фильтров сворачиваться в узкую вертикальную полосу слева. При клике по свернутой области фильтров должен происходить возврат к странице списка (тоже анимированно).

Отчасти примером может служить панель фильтров сайта «quto.ru»:



- б. Все объявления, относящиеся к выбранной модели имеет смысл показывать только ссылками (без конкретных предложений), причем разделить эти объявления на три группы с указанием количества:

- полностью подходящие под заданные фильтры (их X);
- чуть дороже/дешевле выбранного варианта (Y);
- та же модель, но другая комплектация или состояние (Z).

Переход по первой ссылке возвращает пользователя к отфильтрованному им списку, а по второй и третьей — инициирует новый поиск.

9. Чекбоксы ★★☆☆☆

Проблема: На сайте некорректно обрабатываются чекбоксы: невозможно поставить «галочку», кликнув по подписи к чекбоксу.

Рекомендации: Добавить возможность «поставить галочку», кликнув по подписи к чекбоксу (использовать тег «[label](#)»).

10. Точка сборки ★☆☆☆☆

Проблема: На сайте сейчас невозможно найти страницу, на которой была бы сведена вся имеющаяся информация о модели. Наиболее близки к цели страницы новостей и страницы описания моделей.

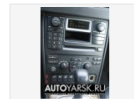
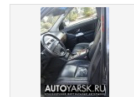
Продажа автомобилей 160 796

показывать: [подробно](#) | [кратко](#)сортировать по: [↓ дате](#) | [году](#) | [цене](#) [← Преды](#)

27 дек.	Infiniti FX	2005	■ внедорожник
8 янв.	Lexus RX	2005	■ внедорожник
14 марта	Volvo XC90	2004	■ универсал
16 сент.	Toyota Passo	2004	■
16 сент.	Mitsubishi Colt	2003	■
16 сент.	Mitsubishi Diamante	2001	■
16 сент.	Mitsubishi Diamante	2003	■
16 сент.	Mitsubishi Diamante	2005	■
16 сент.	Honda Fit	2005	■
16 сент.	Mazda Demio	2002	■

AUTOYARSK.RU
КРАСНОЯРСКИЙ ВИРТУАЛЬНЫЙ АВТОРЫНОК18 июля 2010 г., воскресенье
USD 36,16 EUR 39,13[главная](#) | [доска объявлений](#) | [КАТАЛОГ ФИРМ](#) | [ПРОИЗВОДИТЕЛИ](#) | [КОНСУЛЬТАНТ](#) | [НОВОСТИ](#) | [ФОРУМ](#)[Продажа авто](#) | [Покупка авто](#) | [Услуги](#) | [Спецтехника](#) | [Запчасти](#) | [Разное](#) | [Добавить](#)

Янубор + кран, бурение, установка столбов | Телефон: 2-888-150

Продам Volvo XC90 2006 г.в. №26698 от 29.06.2009 г.
[главная](#) / [объявления](#) / [продажа автомобилей в красноярске](#)

- Такие же авто
- Продажа Volvo
- О марке Volvo

21 000 USD **

Год выпуска: 2006
Объем двигателя: 2500 см³
Мощность: 210 л.с.
Руль: слева
Пробег: 39000 км.
Пробег по РФ: без пробега
Коробка передач: автоматическая
Топливо: бензин
Привод: полный (4WD)

Цвет кузова: темно-серый
Цвет салона: черный
Комплектация: —
Дополнительно:

VOLVO XC 90 2006 Class: SUV - Premium VIN: YV4C292861294526 темно-серого цвета, кожаный черный салон Дата производства март 2006 г. Пробег 38 500 миль Машина прошла гарантийную проверку у дилера VOLVO 2.5 Л. AWD Полный привод Турбо Полный электропакет Прогриватель CD (6 дисков) Рейлинги 3-й ряд сидений Подогрев передних сидений. 3 зоны климата - контроля Отопления/кондиционирования. Кожаный мультимедийный руль. Кнопка стабилизации и контроля движения. Кнопка зимнего режима движения. Складывающееся зеркало Кнопка контроля работы окон 2-го ряда сидений. Новая резина Новые тормозные колодки ЦЕНА в Копее, Финляндия: \$21000 + московская танкозия \$ 10 000

* Автомобиль продан

Автомобиль по этому объявлению уже продан и на сегодняшний день объявление находится в архиве. Информация носит справочный характер.

* Объявление устарело

Это объявление было размещено более 2 месяцев назад и на сегодняшний день находится в архиве. Информация носит справочный характер.

Рекомендации: Автоматически отслеживать и удалять из базы ссылки на «битые» объявления — по которым выдаются ошибки 404. То же самое относится к устаревшим предложениям.

Разделы товаров

12. Вкладка «Цены» ★★★★★

Проблема: Многие пользователи не доходят до списка всех предложений товара (вкладка «Цены» на странице модели), ограничиваясь рекламным блоком из трех вариантов, расположенным над вкладками.

Гаджеты / Телефоны и смартфоны / Nokia

Nokia 5230

Цена от 2 100 руб. [55 предложений](#)

Рейтинг [7 оценок](#)

[Сообщить о снижении цены](#) [Сравнить](#)

5230 All Black	4 590 руб.	СВЯЗЬ-ТЕЛЕКОМ
Nokia 5230	5 500 руб.	FRESH-DEVICE
Nokia 5230 White (Венгрия)	5 500 руб.	AlleAlle

Главное | [Характеристики](#) | [Фото и видео](#) | [Цены 55](#) | [Обзоры и рейтинги 7](#) | [Аксессуары 8](#)

Стандарт мобильной связи	GPRS, EDGE, GSM900, GSM1800, GSM1900
Стандарт 3G	UMTS
GPS-чип	есть
Поддерживаемые аудио форматы	MP3
Размеры	62x115x11 мм, 115 г

Рекомендации: Сделать вкладку «Цены» первой, а значит, открытой по умолчанию. Отказаться от вкладки «Главное», вынеся основные характеристики в область над вкладками так, чтобы эта информация была доступна всегда.

Перекомпоновать область над вкладками, сделав ее более информативной и удобной, можно в рамках детального проектирования.

Я предлагаю дать пользователям возможность снимать группировку по моделям в отфильтрованном списке вариантов. Это позволит им увидеть перечень конечных предложений, не переходя на страницу товара.

13. Сравнение товаров ★★★★★

Проблема: На страницах товаров сложно найти ссылку на сравнение выбранных вариантов: она расположена в нижней части правой колонки, которую большинство пользователей считает рекламной.

The screenshot shows the product page for the Digma DM430B GPS navigator on the Smartus.ru website. The page layout includes a header with the Smartus logo and navigation tabs for various product categories. The main content area features the product image, price (4 352 руб.), and a list of specifications. A sidebar on the right displays a list of prices for the Digma DM430B from different retailers. Below the product details, there is a section for 'Похожие GPS-навигаторы' (Similar GPS navigators) and a 'Сравнить' (Compare) section. The 'Сравнить' section is highlighted with a red circle, showing two items: Digma DM430B and Garmin NUVI 1200. The footer contains copyright information and links to the site's terms of use and contact page.

Рекомендации: Ссылку на сравнение товаров необходимо переместить в самый верх правой колонки и сделать достаточно заметной. Для экономии места в данном блоке размещать только количество и фотографии добавленных в сравнение моделей (убрав название предмета и цену).

Кроме этого, в сравниваемые характеристики необходимо добавить вилку цен.

14. Работа с фильтрами ★★★★★

Проблема: Поведение области фильтров сейчас организовано по-разному в существующих разделах сайта. Это сбивает с толку тех пользователей, которые уже привыкли к определенному способу работы, и им приходится переучиваться.

Гаджеты / GPS-навигаторы 20

Цена
6 000 - 10 000 руб. ✖

Производитель
ASUS 1
Alina 1
Carman 1
Garmin 6
MITAC 2
SHTURMANN 2
Starway 1
xDevice 1
другие производители

Разрешение
480x272 ✖

Особенности
с загрузкой карт 18
встроенные карты ✖
прокладка маршрута ✖
подсказка голосом 20
влагозащищенный 1
поддержка "пробок" 3

Выбранные фильтры:
160 001 р. - 320 000 р.
с пробегом
механическая
Сбросить все фильтры

Продажа автомобилей 7 975
показывать: [подробно](#) | [кратко](#)
сортировать по: [дате](#) | [году](#) | [цене](#)

Сортировка по: [цене](#) | [популярности](#) | [названию](#) | [ре](#)

Марка и модель:
любая марка

Цена:

Состояние:

КПП:

Возраст авто:
этого года 28
1-3 года 1763
4-7 лет 3007
8-10 лет 1089
старше 10 лет 2088

Выбор: [любой](#) | [любой](#) | [Выбрать](#)

Garmin NUVI 1350
автомобильный; экран: 4.3"; загрузка карт: 162 г; USB; flash-карты: SD

Garmin NUVI 1300
1 обзор Сравнить автомобильный; экран: 4.3"; емкость путе маршрута; вес: 162 г; USB; flash-карты: m SmartPhoto 7 505 р. | IPK-SHOP.RU 6 130 р. | Навиком 7 890 р.

Garmin NUVI 215w
Сравнить автомобильный; экран: 4.3"; загрузка карт: flash-карты: SD IPK-SHOP.RU 6 496 р. | alfaPhone 7 100 р. | Навиком 6 990 р.

Garmin NUVI 1310
Сравнить автомобильный; экран: 4.3"; память: 64 Мб; местность; прокладка маршрута; вес: 162

Вчера Volkswagen Passat 1999 универсал

Вчера Volkswagen New Beetle 1999 хэтчбек

Вчера Volkswagen Golf 2001 хэтчбек

Вчера Volkswagen Golf 1994 хэтчбек

Вчера Toyota Hiace 1994 минивэн

Вчера Skoda Octavia 1997 хэтчбек

Вчера Skoda Fabia 2006 хэтчбек

Вчера Skoda Fabia 2003 хэтчбек

Вчера SEAT Ibiza 2004 хэтчбек

Вчера Rover 45 2001 седан

Вчера Renault Symbol 2005 седан

Рекомендации: Реализовать работу с фильтрами в разделах товаров также, как в разделе «Автомобили». А именно:

- Не скрывать варианты фильтра после выбора одного из них (как и сейчас).
- Использовать чекбоксы в случаях, когда возможен мультिवыбор (выбор нескольких вариантов), и радиокнопки – когда невозможен.
- Разместить краткое описание выбранных фильтров под заголовком страницы.
- Учитывать взаимосвязь параметров, там где это возможно.
- Если в настоящий момент не предполагается разрабатывать для каждого типа товаров список «задачных» фильтров, можно ограничиться добавлением к обычным фильтрам нескольких «задачных» вопросов (разных для разных типов товаров). Например, для телефонов это может быть вопрос «Для кого»:
 - для родителей (крупные кнопки — часто этого нет в опциях и людям приходится ориентироваться по картинкам),
 - для ребенка,
 - молодежные модели,
 - женские модели,
 - и т.п.
- Идеально было бы, если бы при изменении фильтров страница не перегружалась полностью.

15. Социальные функции ★★★★★

Проблема: В настоящий момент на сайте можно зарегистрироваться, но не понятно, что это даёт. И на самом деле никаких дополнительных возможностей для зарегистрированного пользователя на сайте нет.

Рекомендации: Добавить на сайт базовые социальные возможности и личный кабинет, чтобы повысить вероятность возврата посетителя. А именно:

- a. Рядом с предложением зарегистрироваться поместить краткое пояснение, о том, что это даст.
- b. Дать возможность пользователям комментировать товары и легко публиковать комментарии в твиттере и других социальных сетях.
- c. Дать возможность пользователям быстро отметить понравившиеся варианты (оценочная шкала или просто «Like - Unlike»). Показывать пользовательский рейтинг товара.
- d. Дать возможность быстро (в один клик) добавить товар или автомобиль в список желаемых вещей в одну из соцсетей или на сайты «пожеланий» (например, <http://mywishlist.ru/> или <http://www.wishpot.com/> и т.п.).
- e. Дать возможность пользователям иметь свое пространство на сайте: работать с избранными товарами и машинами, хранить историю сравнений и список моделей, на отслеживание которых пользователь подписывался и т.п.

Заключение

Как уже было описано выше, основные проблемы подбора автомобиля связаны со сложной и неочевидной навигацией по разделу, недостаточно гибкой фильтрацией, а также неудачным представлением области фильтров и списка объявлений.

Рекомендации, направленные на решение данных проблем, представлены в подразделах:

- [1. Единый поиск](#)
- [2. Подбор машины по параметрам и под задачи](#)
- [3. Используемое пространство, визуальные акценты](#)
- [4. Таблица объявлений](#)
- [5. Гибкость фильтров](#)
- [6. Область фильтров](#)
- [8. Связь между объявлениями и моделями автомобилей](#)

Для страниц товаров в первую очередь важно упростить переход к списку конечных предложений. Способы упрощения описаны в подразделе [12. Вкладка «Цены»](#) данного отчёта.

Кроме реализации рекомендаций отчёта мы советуем с помощью юзабилити-специалистов проработать детальное решение для области фильтров и таблицы объявлений о продаже автомобилей, а также типовую страницу модели. Будет полезно перепроектировать список и типовую страницу товара.

Отчёт подготовлен компанией АИМ “НЛО Маркетинг”

8 (495) 369-07-02

we@nlomarketing.ru

www.nlomarketing.ru