

ЩОДО АНАЛІЗУ МЕТОДІВ РЕДИЗАЙНУ САЙТІВ ТА МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ

Заратуйко М.О.

Науковий керівник – професор, к.т.н., доц. Єгорова І.М.
Харківський національний університет радіоелектроніки
61166, Харків, просп. Науки, 14, каф. Медіасистем та технологій
тел.: (057) 702-13-78, e-mail: maksym.zaratuiko@nure.ua

This paper is dedicated to analysis of different redesign methods, their advantages and disadvantages. Such methods as conversions increasing, user experience improving and increasing of user loyalty were identified as the most suitable for achieving an established goal. In addition, it is important to learn what tools and techniques can be used in redesign to achieve the desired result, and what aspects need to be considered when developing a redesign strategy.

У сучасному світі редизайн є важливою стратегією для покращення функціональності та користувацького досвіду на сайті та в мобільному додатку. Перш за все, редизайн є стратегічним інструментом веб-розробки, який дозволяє оптимізувати та поліпшити роботу сайту або додатку, щоб забезпечити кращий досвід для користувачів.

Редизайн як стратегічний засіб веб-розробки:

– дозволяє оновити візуальний вигляд сайту та збільшити його ефективність;

– може відображати зміни в потребах користувачів та бізнес-стратегії компанії.

Правильно проведений редизайн може допомогти залучити нових користувачів та збільшити конверсію на сайті або у додатку.

Існує багато методів редизайну сайтів та мобільних додатків, кожен з яких може використовуватися в залежності від потреб та вимог проекту.

Метод аналізу поведінки користувачів полягає в зборі та аналізі даних про те, як користувачі взаємодіють з сайтом або додатком. На основі отриманих даних можна зрозуміти, які елементи дизайну працюють добре, а які потребують поліпшення. Такий аналіз дозволяє розробникам змінювати дизайн сайту або додатку на основі фактичних даних про користувацький досвід.

Метод опитування користувачів полягає в зборі даних про думки користувачів щодо дизайну сайту або додатку. На основі отриманих відгуків можна зрозуміти, які елементи дизайну користувачам подобаються, а які вони не люблять. Цією інформацією можна скористатися для внесення змін у дизайн веб-сайту чи мобільного додатку з метою поліпшення користувацького досвіду.

Метод тестування полягає в проведенні тестів з користувачами для оцінки ефективності дизайну сайту або додатку. Тестування може

включати проведення тестів стосовно взаємодії користувача з сайтом або додатком, а також збір даних про час відповіді та інші параметри взаємодії.

Одним з методів тестування є А/В тестування. Цей метод дозволяє порівняти ефективність двох різних варіантів дизайну, контенту або функціональності веб-сайту. Він полягає в тому, що дві різні версії сайту (версія А і версія В) випускаються одночасно, а потім проводиться тестування, щоб визначити, який варіант є більш ефективним. Основна ідея А/В тестування полягає в тому, що замість того, щоб приймати рішення на підставі особистих припущень або інтуїції, можна скористатися даними, щоб визначити, який варіант є більш привабливим для користувачів та який може привести до більшої кількості продажів або більш високої конверсії.

Головний інтерес в рамках даної роботи полягає в тому, щоб дослідити і проаналізувати різні методи редизайну, їх переваги та недоліки, а також виявити ті методи, які найбільше підходять для досягнення певної мети, такої як збільшення конверсії, поліпшення користувацького досвіду або підвищення лояльності користувачів. Крім того, важливо дізнатися, які інструменти та техніки можна використовувати при редизайні, щоб досягти бажаного результату, і які аспекти потрібно враховувати під час розробки стратегії редизайну.

У даній роботі здійснено аналіз методів та інструментів редизайну та розроблено рекомендації щодо їх використання задля покращення користувацького досвіду та функціональності. Випробування проведено на прикладі існуючого веб-сайту та мобільного додатку. Застосування певних методів та інструментів редизайну безпосередньо залежить від сучасних трендів веб-дизайну та UI/UX і побажань замовника.

Список використаних джерел:

1. Закірова, В. (2022, 17 жовтня). Як провести аудит юзабіліті сайту: особливості та приклади. Основні принципи юзабіліті: від особливостей дизайну до контенту, інтерфейсу форми замовлення до пошуку. *Можливість тестування.*
<https://www.ashmanov.com/education/articles/yuzabiliti/>.
2. Бурштейн, І. (2022, 2 грудня). Візуальна ієрархія сайту. Як виділити головне та організувати контент, використовуючи інструменти дизайну: колір, контраст, друкарню, відстані. <http://tilda.education/articles-visual-hierarchy>.
3. Нільсен, Я., & Перниче, К. (2010). *Веб-дизайн: аналіз зручності використання веб-сайтів для руху очей.* Вільямс.
4. Нільсен, Я., & Лоранжер, Х. (2007). *Web-дизайн: зручність використання Web-сайтів.* Вільямс.