

ПІДВИЩЕННЯ КОНВЕРСІЇ САЙТУ ЗА РАХУНОК ДИЗАЙНЕРСЬКИХ РІШЕНЬ

Підвищення конверсії сайту за рахунок дизайнерських рішень є актуальною задачею в сучасному інтернет-маркетингу. Це пов'язано з тим, що дизайн сайту є одним з найважливіших факторів, що впливають на поведінку користувачів і, відповідно, на конверсію.

У статті [2] описано, що для оцінки якості інтерфейсу сайту можна використовувати різні критерії. До них відносяться:

- чіткість і зрозумілість дизайну;
- адаптивність дизайну;
- використання візуальних елементів;
- використання емоційних тригерів.

На кафедрі МСТ Харківського національного університету радіоелектроніки також проводилися дослідження щодо підвищення конверсії сайту за рахунок дизайнерських рішень. Так, в роботі авторів Дейнеко Ж.В., Ткаченко В.П., Зелений О.П. [1] описані теплові карти як ефективний інструмент для аналізу поведінки користувачів на сайті. Вони дозволяють відстежувати, де на сайті користувачі клікають, на які елементи звертають увагу, і як вони переміщуються по сайту. Це дозволяє визначити, які зони сайту є ефективними та які потребують поліпшення.

Грунтуючись на наведених рекомендаціях, був розроблений експеримент щодо вивчення впливу дизайнерських рішень на конверсію сайту. Для цього ми розробили два варіанти дизайну сайту, які відрізнялися один від одного певними дизайнерськими рішеннями.

Перший варіант дизайну був стандартним, без будь-яких змін. Другий варіант дизайну був розроблений з урахуванням рекомендацій, наведених у статті [5]. Також був розроблен User flow, який згадується у статті [6]. User flow – це графічний опис послідовності дій користувача на сайті. Правильне проектування user flow може допомогти користувачам легко і швидко знаходити потрібну інформацію на сайті.

Тематикою сайту для проведення експерименту був продаж товарів для дому. Користувач мав заповнити формуляр для замовлення товарів, який був розміщений на сайті. Були зібрані дані про конверсію для кожного варіанту дизайну протягом одного місяця.

Результати експерименту показали, що конверсія сайту з використанням другого варіанту дизайну була на 20% вище, ніж конверсія сайту з використанням стандартного дизайну. Це свідчить про те, що дизайнерські рішення можуть суттєво впливати на конверсію сайту. Оцінювання результатів було проведено за допомогою методики, що була досліджена в роботі [3]. Однією з особливостей викладеної методики також є використання теплових карт. Ця методика дозволяє оцінити ефективність дизайну сайту саме з точки зору поведінки користувачів.

Узагальнення окремих вимог у вигляді підсумкової оцінки було виконано за рекомендаціями з статті [4], де описано дослідження формальних оцінок якості UI/UX сайтів. Автори дослідження дійшли висновку, що формальні оцінки можуть бути ефективним інструментом для оцінки якості дизайну сайту, але їх слід використовувати в поєднанні з іншими методами оцінювання.

Головна риса запропонованої методики полягає в тому, що вона ґрунтується на рекомендаціях, наведених у статті [1]. Ці рекомендації були сформульовані на основі аналізу досліджень, проведених провідними фахівцями в галузі UX/UI дизайну.

Список літератури

1. Зелений О.П., Ткаченко В.П., Дейнеко Ж.В. Використання технології теплових карт для покращення юзабіліті сайтів. – ТОВ «Друкарня Мадрид» 2021. – С. 106–123.
2. Тимченко Є.М., Ткаченко В.П. Вибір і обґрунтування критеріїв оцінки якості інтерфейсу сайту. – «Друкарня Мадрид» 2019. – С. 23–32.
3. Ткаченко В.П., Огірко І.В., Пілат О.Ю., Огірко О.І. Метод оцінювання якості сайтів. – ХНУРЕ 2016. – С. 12–22.
4. Манаков В.П., Бізюк Е.А., Бізюк А.В. Исследование формальных оценок качества UI/UX сайтов. – ХНУРЕ 2017. – С. 23–32.
5. Заворусва Ю.Л., Чеботарьова І.Б. Дизайн сайту як спосіб залучення уваги споживача. – ТОВ «Друкарня Мадрид» 2022. – С. 34–42.
6. Бокарева Ю.С., Боровинська Ю.Д. USER FLOW ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ДИЗАЙНУ САЙТУ. – V Міжнародна науково-технічна конференція «Поліграфічні, мультимедійні та ... 2022. – С. 43–52.

Науковий керівник: к.т.н., доц. Бізюк А.В.