

В результате разработан трехмерный анимационный ролик здания музея, созданный на основе двумерной фотографии. Процесс добавления анимации представляет собой трудоемкий процесс, требующий программных устройств больших мощностей для просмотра анимации в процессе работы и рендеринга модели. В ходе дальнейшего развития данной темы возможно создание роликов, показывающих экспозиционные залы музея.

ЛИТЕРАТУРА

1. Трехмерная графика[Электронный ресурс] / Estate.– 2015. – Режим доступа: http://esate.ru/article/cg/dizayn/trekhmernaya_grafika. – Дата доступа: 11.04.2019.
2. Преимущества 3D-графики перед 2D-объектами[Электронный ресурс] /Cpu3d. – 2015. – Режим доступа: <http://cpu3d.com/preimushestva-3d-grafiki-pered-2d-obektami/>. – Дата доступа: 12.04.2019.
3. Средства трехмерной графики[Электронный ресурс] /OpenGL. – 2015. – Режим доступа: <http://www.opengl.org.ru/teachpro-web-dizain/trekhmernaya-grafika.html>. – Дата доступа: 12.04.2019.

УДК 004.738.5:339:004.92

Студ. В. С. Шаплыко

Науч. рук. ст. преп. Т. В. Кишкурно
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА НА ПРОДАЖИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Сегодня всё больше людей совершают покупки в интернет-магазинах. Их сейчас становится всё больше и больше. Единицы из них имеют хорошую конверсию и высокую прибыль. Кроме грамотно продуманной стратегии и хорошего маркетинга, необходимо создать привлекательную оболочку, внешний вид. По статистике, человек в течение лишь нескольких секунд решает, оставаться ему на сайте или нет. Задача сайта интернет-магазина задержать пользователя, сформировать у него хорошее мнение о магазине, вызвать доверие и привести к покупке.

Многие владельцы коммерческих сайтов часто недооценивают значение дизайна для успеха своего бизнеса. Однако качественный и приятный на вид дизайн вызывает соответствующие положительные ощущения у посетителей сайта. Он привлекает внимание пользователя, вызывает желание и интерес, что приводит к действию, то есть к совершению покупки. Некрасивый и устаревший внешний вид сайта, наоборот – делает единственным желанием пользователя стремление поскорее закрыть вкладку в браузере.

Обновление дизайна сайта, при условии грамотной реализации, обеспечивает целый ряд преимуществ:

- повышение лояльности со стороны существующей аудитории и новых посетителей;
- увеличение коэффициента конверсии;
- рост общего уровня продаж товаров или услуг;
- снижение показателя отказов и улучшение поведенческих факторов;
- соответствие сайта современным технологиям верстки и тенденциям в дизайне;
- оптимизация структуры проекта и т. п.

Ранее адаптивная верстка на сайте рассматривалась как приятный бонус, сейчас является настоящей необходимостью. Доля трафика с мобильных устройств стремительно растет, и в ряде тематик уже превышает переходы с десктопных РС и ноутбуков. Адаптивная верстка – обязательно условие, которому должен соответствовать дизайн современного сайта интернет-магазина. На экране смартфона и планшета интернет-магазин с устаревшим, неадаптивным дизайном, не только некрасиво выглядит, главное – им совершенно неудобно пользоваться и делать покупки.

На главной странице предпочтительно использовать правило 7 ± 2 , которое говорит, что одновременно человек может воспринимать только 7 ± 2 объекта. Данное правило исключает появление информации, назначение которой может быть не понятно. Блоки будут явно выражены. Простота – это то, к чему нужно стремиться при разработке интернет-магазина.

Фильтр и сравнение товаров – неотъемлемая часть покупки товара в интернет-магазине. Только выбирая, клиент может разрешить свои сомнения при покупке. Давая пользователю множество возможностей фильтровать товар, система не помогает, а только путает. Форму фильтрации необходимо сделать максимально лаконичной с дополнительной возможностью погрузиться в детали фильтрации, если основных фильтров окажется недостаточно. В момент фильтрации желательно использовать все экранное пространство, поскольку пользователь в это время все равно ничего другого осознанно делать не сможет.

Подходы к композиции, дизайну интернет-магазина зависят от его масштаба. Интернет-магазин, содержащий 100 позиций, и интернет-магазин, содержащий миллион позиций, будут иметь разные подходы к прототипам дизайна. Если в интернет-магазине присутствует один товар, то необходимо использовать одностраничный сайт с описанием данного товара. С увеличением роста количества товара добавляется обязательное расположение категорий, дополнительных разделов, фильтрации, поиск.

Акценты – визуальные элементы для привлечения внимания, которые должны выделить главное, предложить альтернативу, сфокусировать внимание. Один из акцентов встречается в интернет-магазинах – бирки на товар.

Баннер – это большое изображение в верхней части страниц магазина, которое может рекламировать товары или акции. Яркий баннер призван не только остановить взгляд и вызвать приятные эмоции у покупателя – на него следует добавить ссылку. Баннер должен быть как для красоты, так и для пользы.

Группа товаров, выдаваемая при прямом заходе на главную страницу сайта, именуется витриной. Товары в витрине являются визитной карточкой интернет-магазина. Главная страница – самая посещаемая на сайте, поэтому так важно разместить на ней анонсы самых лучших ваших товаров. Неактуальные цены и товары являются проблемой в любом месте интернет-магазина, но находясь на витрине, они наносят куда больший ущерб продажам. В витрине стоит отображать лучшие предложения, выбирая для них превью наиболее профессиональные фото.

Промопанель – это панель с информацией и кнопкой с призывом к действию, которая выводится над шапкой сайта на всех страницах, где ее точно заметит потенциальный клиент. Там находится наиболее важная информация.

Хороший веб-дизайнер должен практиковать «эстетическое преобразование», чтобы создавать визуально потрясающие веб-сайты, которые сочетают ваши цели увеличить спрос на продукцию или услугу. Они должны разработать дизайн интернет магазина и учитывать весь путь, который должен пройти пользователь, создать привлекательные визуальные эффекты, которые на самом деле помогут вам в достижении высоких показателей конверсии, от заголовков к кнопкам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Habr [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/advantshop/blog/160245/> – Дата доступа: 05.04.2019
2. Sezzam [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://sezzam.com.ua/vliyanie-dizayna-internet-magazina-na-uvelicheniya-prodazh/> – Дата доступа: 05.04.2018
3. Webexpert [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://webexpert.com.ua/design-and-sales> – Дата доступа: 06.04.2018
4. Evo.business [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://evo.business/8-fishek-dizajna-internet-magazina/> – Дата доступа: 06.04.2018