



Рисунок 1 – Дизайн-макет сайта GreenHome

Существуют сотни правил и намного больше принципов, когда речь идет о создании качественного дизайна в сети и за ее пределами, но это основные элементы, которые обеспечат привлекательность, профессионализм и совершенство всего, что вы создаете.

ЛИТЕРАТУРА

1. Элементы и принципы дизайна[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sveres.ru/articles/kompozitsiya/osnovy-kompozitsii-v-dizayne.html>. – Дата доступа: 12.04.2019 г.

2. The 5 rules of design composition and layout[Электронныйресурс] – Режим доступа: <https://99designs.com/blog/tips/design-composition-and-layout/> <https://www.osp.ru/pcworld/2008/06/5371423/>. – Дата доступа: 14.04.2019 г.

3. Элементы и принципы дизайна. [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://medium.com/основы-визуального-дизайна/элементы-и-принципы-дизайна>. – Дата доступа: 17.04.2019 г.

УДК 004.5:004.738.1

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

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ЮЗАБИЛИТИ В СОВРЕМЕННЫХ ВЕБ-САЙТАХ

В современном мире понимание основ юзабилити является необходимостью. Большинство посетителей сайта не совершают действий, которых от них ждут владельцы ресурсов. Люди не заказывают товар, не регистрируются, не подписываются на обновления и т.д. В

чем причина такого поведения пользователей? Причина проста – ресурс оказывается неудобным для пользователя [1].

Юзабилити (от английского usability – «удобство использования») – это качественная оценка простоты и комфорта работы с сайтом. Пользователь должен без труда находить нужную информацию, не теряясь в функционале и многочисленных страницах, и при этом получать эстетическое удовольствие от работы с ресурсом. Цель данной работы – проанализировать основные принципы юзабилити, которые позволят улучшить конверсию и посещаемость сайта.

Почему важно соблюдать принципы юзабилити сайтов?

1. Конверсия. Правильно продуманная навигация подтолкнет пользователя выполнить целевое действие: позвонить в компанию, скачать прайс-лист, заказать товар, воспользоваться услугой и т.д. Важно грамотно выстроить повествование и структуру, ведь если посетитель задумается хотя бы на несколько секунд или не сразу поймет, что делать дальше – можно его потерять. К примеру, если, попав на главную страницу, он с первых же строк не узнает о сфере работы компании, не сориентируется, где находится и что делать дальше – он без сожалений закроет вкладку. Если он не найдет развернутых ответов на интересующие вопросы в виде статьи, видео, графики – произойдет то же самое.

2. Посещаемость. Пользователь вернется на сайт только в том случае, если ему понравится с ним работать. А потому ресурс должен быть удобным и понятным со всех позиций: текст, навигация, интерфейс, последовательность действий и т.д. Благодаря обилию выбора современному потребителю не приходится долго разбираться в тонкостях работы с сайтом: сложно здесь – он перейдет к конкурентам, у которых понятнее и проще [2].

Основные принципы юзабилити, которые должны использоваться в современных сайтах:

– Лучший цвет для ссылок это синий. Разработка юзабилити сайта базируется на главном правиле: «чем проще – тем лучше». Чем более привычную структуру и интерфейс видит пользователь – тем легче ему сориентироваться и тем меньше времени он потратит, чтобы найти нужный раздел, т.к. будет чувствовать себя более уверенно. Цвет ссылок браузера по умолчанию это синий, так что люди ожидают увидеть именно этот цвет [3].

– Дизайн – залог доверия к сайту. Грамотно продуманный «внешний вид» сайта – залог доверия со стороны потребителя, попавшего к вам впервые. Простота и доступность использования, цветовые сочетания, стиль, подходящие вашей целевой аудитории кар-

тинки, качество контента, отсутствие ошибок – все это влияет на расположение к ресурсу [2].

– Логичный структурированный контент. Один из главных факторов юзабилити – удобное восприятие текстов. Структура, оформление, информативность, логическая разбивка, оптимизация, отсутствие ошибок – все эти параметры важно учитывать при написании статьи. Если это длинный текст-руководство – сделайте оглавление в виде ссылок, чтобы пользователь мог быстро найти нужный раздел [2].

– Свободное пространство улучшает понимание. Сайт можно сравнить с жилой комнатой: если каждый квадратный метр чем-то занят – человек будет чувствовать себя неуютно. Аналогично и здесь: если страница будет переполнена полезными блоками, разделами, ремарками и прочей информацией – посетитель потеряется и не поймет, куда устремить внимание в первую очередь. Современный дизайн склонен к минимализму: на странице – только самое важное [3].

– Важная информация – в левом углу. Посетители просматривают web страницу по F-образному шаблону: внимание концентрируется в верхнем левом углу и ограничивается первыми несколькими абзацами текста в убывающем порядке. Потому при распределении важной информации использование такой схему увеличит вероятность того, что посетитель быстро найдет нужные данные, увидит самое важное, бегло пробежавшись по разделу взглядом [2].

– Правило 7-ми. Известно, что способности человеческого мозга неограниченные. Человек способен держать в кратковременной памяти не более 5-9 сущностей. Поэтому не следует размещать в навигации больше 7 пунктов [1].

– Пользователи концентрируются на лицах. Люди инстинктивно замечают других людей сразу же, как они приходят в поле зрения. На веб-страницах мы обращаем основное внимание на лица и глаза, что дает маркетологам хороший инструмент для привлечения внимания. Но наше внимание к лицам и глазам людей это только начало, оказывается, на самом деле мы даже начинаем смотреть в том направлении, куда смотрит человек на картинке [4].

– Общение с пользователем. Успешная регистрация, принятый заказ, несуществующая страница – человек должен быть всегда в курсе происходящего. Причем во всех подробностях. Если он зарегистрирован в системе – расскажите, что делать дальше, если заказ принят: укажите номер, время ожидания звонка, контактные данные; если попал на страницу 404 – как найти нужную информацию или куда вернуться [2].

– Отмена действия. У человека должна быть возможность передумать. К примеру, социальная сеть ВКонтакте позволяет восстано-

вить страницу после ее удаления. Некоторые интернет-магазины – изменить или удалить заказ после его оформления, откорректировать способ доставки и оплаты. Все это – составные части юзабилити веб-сайта [2].

– Ненавязчивое предложение помощи. Не нужно настаивать на общении. Большие выскакивающие окна с предложением помочь в выборе, цветная полоска с номером телефона, занимающая треть экрана – подобные элементы не только смотрятся навязчиво, отталкивают посетителя, но и закрывают часть функционала [2].

– Разговор на понятном языке. Не делайте упор на специализированные термины – говорите проще, чтобы пользователю не пришлось тратить время на толкование непонятного слова. Если без узких понятий, пояснений не обойтись – разрабатывайте всплывающие окна. Это же касается заполнения форм: если вы диктуете определенные условия в виде длины имени, пароля, формата телефона, допустимой географии – укажите это в виде подсказок [2].

– Все возможности – на виду. Удачное решение – когда пользователь видит все разделы, в которые может перейти, т.к. в любой момент может быстро сориентироваться, где находится и как вернуться обратно. Если на сайте планируется много контента – резонно предусмотреть горизонтальное верхнее, вертикальное меню (и то, и другое – возможно, с подразделами), а также «подвал». Если речь идет о минималистичной «визитке» или landing page – достаточно только верхнего горизонтального меню [2].

– Если категорий очень много – добавьте пункт «Карта сайта», который позволит пользователю сориентироваться, какие разделы содержит ресурс и как ему туда попасть. Не стоит пренебрегать «хлебными крошками» – навигационной цепочкой в верхней части блока контента, которая подсказывает, по какой схеме человек попал на страницу.

– Форма регистрации и заказа: чем лаконичнее – тем лучше. Чем больше полей для заполнения – тем меньше пользователю хочется тратить на это время. Причем компоновка полей, надписей, подбор шрифтов могут быть идеальными, а вот длина – отталкивающей. Современные основы юзабилити заставляют веб-разработчиков сокращать длину этих форм до минимума, нещадно выкидывая вопросы об образовании, уровне дохода, профессии и т.д. [2].

– Заметное длинное поле поиска. Соответствующая кнопка – лучший помощник посетителя. Особенно если речь идет о крупном ресурсе. Строку поиска пользователь должен обнаружить без труда. Чтобы при первом знакомстве он не тратил на обнаружение соответствующей строки даже несколько секунд [5].

– Еще один важный момент – длина поля поиска. Согласно исследованию Якоба Нильсена, в среднем туда вмещается 18 символов, а оптимальная длина – 27 символов. В 90% случаев сюда поместится даже длинный запрос, чтобы пользователь его полностью увидел и исправил при надобности. Для установки нужной ширины используйте относительную единицу «em», равную размеру используемого шрифта.

После того как все принципы юзабилити учтены, переходят к тестированию, которое проводится постоянно, т.к. любая ошибка может оттолкнуть потенциального клиента.

Важно применять правила юзабилити не в самый последний момент: чем раньше разработчик начнет планировать структуру и внешний вид будущего ресурса – тем больше аспектов продумает, более качественный результат получит и сможет без спешки внести все коррективы. Предварительно следует проанализировать сайты конкурентов, выявив их слабые и сильные стороны, а также оценить предыдущий ресурс при его наличии, обнаружив моменты, требующие улучшения [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Хабрахабр [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/webprofessionals/blog/132564/> – Дата доступа: 4.04.2019.
2. Ашматов и партнеры [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://www.ashmanov.com/education/articles/yuzabiliti/> – Дата доступа: 5.04.2019.
3. Хабрахабр [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/70787/> – Дата доступа: 4.04.2019.
4. WebforMyself [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <https://webformyself.com/10-poleznyx-yuzabiliti-principov-i-naxodok/> – Дата доступа: 5.04.2019.
5. WebforMyself [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://webformyself.com/principy-i-pravila-yuzabiliti-sajta-dlya-masterov-veb-dizajna/> – Дата доступа: 5.04.2019.