

Студ. М.П. Возненко
Науч. рук. ст. преп. А.Н. Щербакова
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ОБЗОР ЛУЧШИХ ПРАКТИК В ДИЗАЙНЕ САЙТОВ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Сегодня сайты электронной коммерции очень востребованы. Для обеспечения высоких продаж на сайте важно иметь качественный и эффективный дизайн, направленный на увеличение конверсии.

Существуют классические продающие механики [1]: лидеры продаж, распродажа. Лидеры продаж – эта категория товаров близка пользователям, которые любят все популярное. Распродажи – данная категория привлекает людей, которые стараются экономить, покупая товары со скидкой. Данная категория очень популярна.

Также хорошо работают механики контекстной рекламы: похожие, ранее просмотренные. Похожие – показ альтернативных товаров на странице карточки товара. Ранее просмотренные – показ пользователю товаром, которые он уже смотрел, но не купил.

Предпросмотр поиска – важный элемент интернет-магазина. Удобство предпросмотра заключается в том, что пользователь сразу видит результаты запроса, без перехода на другую страницу.

Покупка в один клик ускоряет процесс оформления, для этого пользователю достаточно ввести номер телефона.

Сложный процесс регистрации – одна из причин низкой конверсии на сайте. Регистрация должна быть максимально простой и предоставлять несколько вариантов входа, в том числе через социальные сети. Пользователь должен иметь возможность добавлять товары в корзину, избранное и сравнивать товары без регистрации.

Вышеперечисленные примеры помогают увеличить конверсию интернет-магазина за счет сочетания маркетинговых приемов и лучших UX-практик в дизайн интернет-магазинов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лучшие UX-практики в области электронной коммерции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.uprock.ru/articles/na-puti-k-pokupke-luchshie-ux-praktiki-v-oblasti-elektronnoy-kommercii>. – Дата доступа: 12.04.2023.