

Суперменеджер в Интернете

**УЛУЧШАЕМ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
ВАШЕГО САЙТА**



за 30 минут

**Лариса Бялык
Илья Валерьевич Мельников
Улучшаем эффективность
и конкурентоспособность
вашего сайта**

**Серия «Суперменеджер в
Интернете за 30 минут»**

*Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=2889955*

Аннотация

Итак, вы создали свой сайт. Прделали большую работу и постарались сделать все, чтобы его заметили. Однако для того, чтобы главная функция вашего сайта «Продавать» выполнялась, не всегда необходимо, чтобы он находился в Топе поисковых систем. Важно сделать так, чтобы он еще и нравился, и был понятным пользователям.

Илья Мельников, Лариса Бялык Суперменеджер в Интернете за 30 минут: Улучшаем эффективность и конкурентоспособность вашего сайта

В настоящее время становится довольно популярным в среде специалистов, работающих в области Интернет-технологий, термин «веб-юзабилити», который определяет то, насколько комфортно чувствует себя пользователь при работе с сайтом и чем в значительной степени определяется отношение пользователя к этому сайту. Веб-юзабилити представляет собой прикладную дисциплину, которая изучает удобство не ради самого процесса повышения удобства, а направлена на решение конкретных практических задач в виде улучшения эффективности работы сайта и конкурентоспособности.

Итак, вы создали свой сайт. Прделали большую работу и постарались сделать все, чтобы его заметили. Однако для

того, чтобы главная функция вашего сайта «Продавать» выполнялась, не всегда необходимо, чтобы он находился в Топе поисковых систем. Важно сделать так, чтобы он еще и нравился, и был понятным пользователям.

Специалисты отмечают, что бывают ситуации, когда на сайте при большом количестве посетителей оформляется мало покупок. В качестве возможных причин такого несоответствия называются:

- был использован дизайн, который оказал отталкивающее действие на пользователей,
- применяется сложная и непонятная навигация,
- используется непродуманный процесс регистрации,
- невозможно выполнить некоторые действия (ошибки при отправке писем, заказов и т. д.), а также другие сложности и проблемы.

Для того, чтобы выявить все недоработки и получить точный ответ, необходимо провести анализ юзабилити вашего сайта. Под самим термином («юзабилити») обычно подразумевается удобство пользования ресурсом, а также соответствие его страниц ожиданиям пользователей.

Итак, первое, о чем стоит позаботиться – как удержать уже пришедшего на ваш сайт потенциального пользователя. Ведь его нужно не просто привлечь, но и помочь ему выполнить нужное вам действие. Это может быть функция «купить», «написать письмо», «позвонить», «задать вопрос», «написать отзыв» и многое другое. А заодно предвидеть все слож-

ности, которые могут испытать пользователи.

Вот некоторые варианты сложностей, с которыми сталкиваются пользователи, заходя на новый для них сайт:

- дизайн сайта «разваливается»; проявляется в следующем виде – перестают работать некоторые функции при просмотре сайта в некоторых браузерах;

- текст сайта становится нечитаемым;

- неудобная навигация по сайту;

- частое возникновение ошибок;

- на сайте размещена неактуальная и даже бесполезная информация, представляющая собой непродávующий или неинтересный текст;

- выданная на сайте первоочередная (с вашей точки зрения) информация не привлекает внимания пользователя;

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.