

# Обзор текущей ситуации

⚠ По данным Яндекс.Метрики  
общий % отказов по сайту —  
18,4%. Роботность низкая —  
0,69%.

Наивысший % отказов —  
28,1% по Google Adwords.

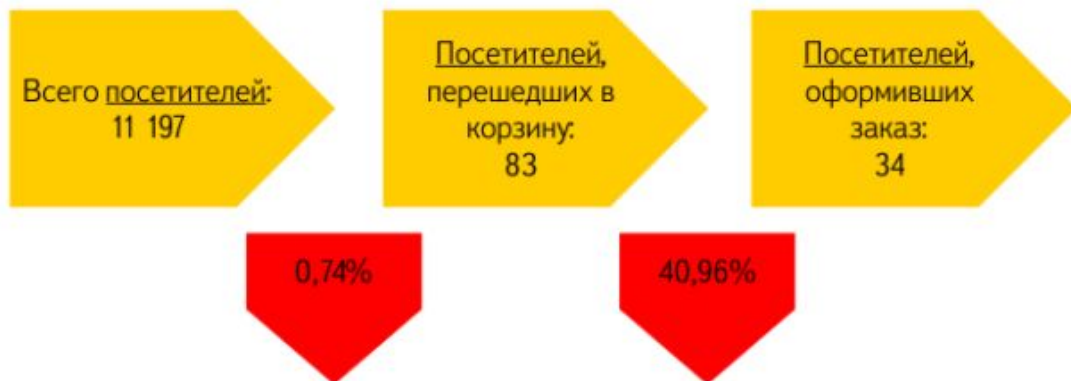
Наименьший % отказов —  
13,4% (прямые заходы).

Источники	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Роботность
Итого и средние			18,4 %			0,69 %
Google Adwords			19,6 %			
Прямые заходы			18,1 %			
...			28,1 %			
...			15,5 %			
...			28,4 %			
...			17,5 %			
...			13,4 %			
...			13,6 %			

# Обзор текущей ситуации

! Только 0,3% посетителей сайта в итоге оформили заказ.

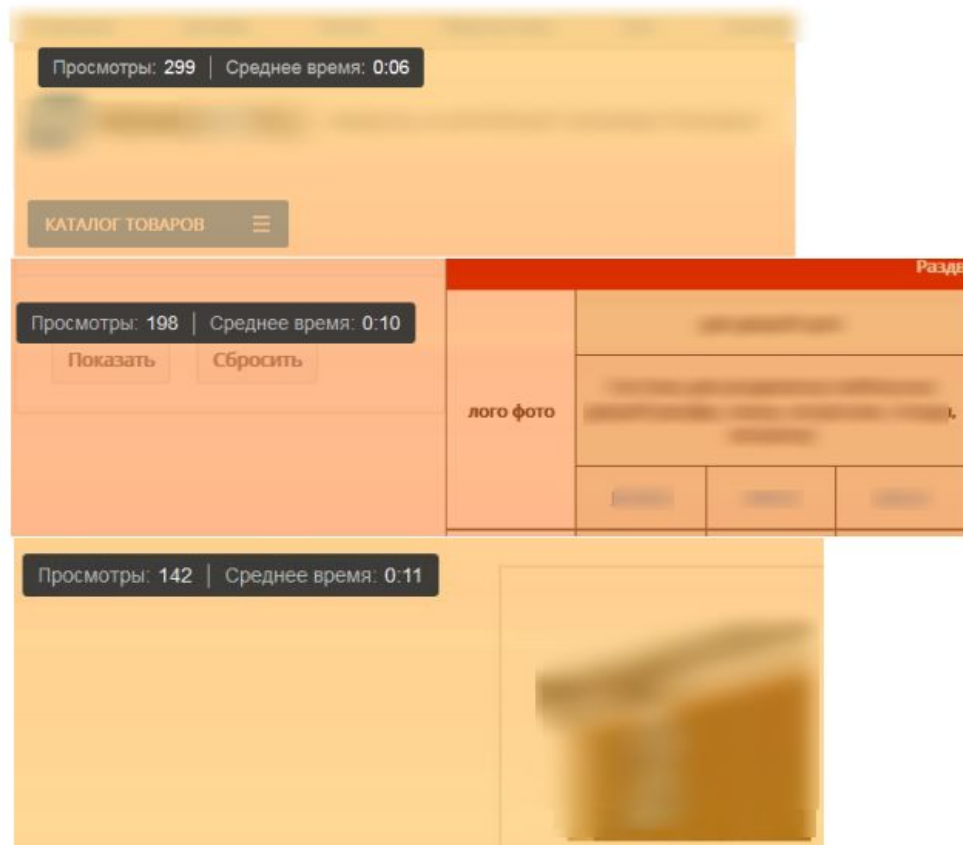
Далее будет рассмотрено, как можно увеличить % конверсии и снизить % отказов.



# Рациональность использование пространства

✗ Судя по карте скроллинга Яндекс.Метрики, почти 35% не досматривают страницу до подробного описания серии товара, более 50% пользователей не досматривают страницу до каталога товаров. Рекомендуем проводить А/Б тестирования дизайна страниц сайта (отказ от использования больших баннеров, более компактный каталог и т.д.) для поиска наиболее конверсионного варианта.

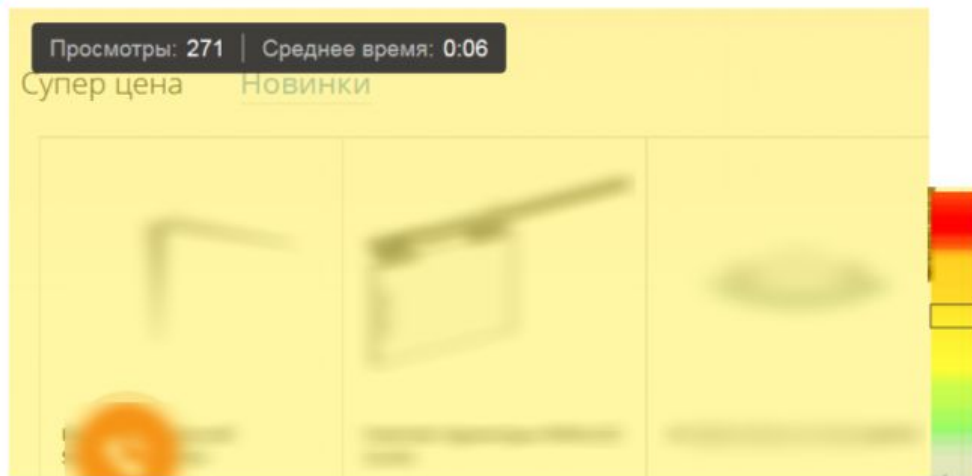
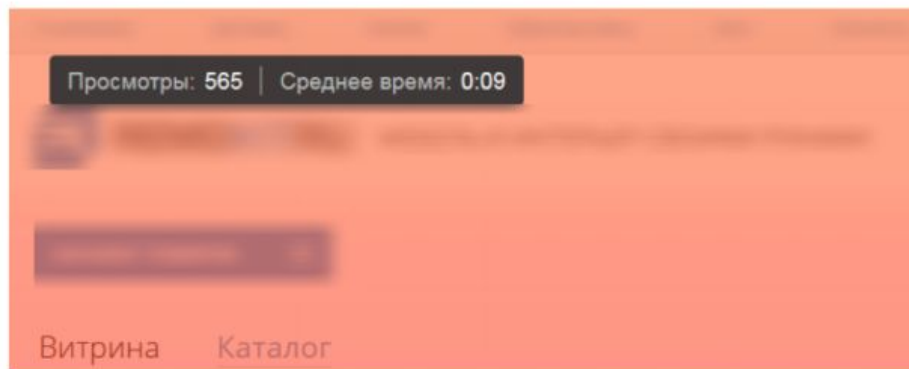
Рекомендуется расположить элементы более компактно, чтобы в рамках одного экрана помещалось больше полезной для принятия решения информации.



# Зашумленность страниц

⊗ На страницах присутствует «визуальный шум». На главной странице сайта присутствуют большой баннер вверху, каталог популярных товаров, раздел «Супер цены», огромное количество дополнительной информации и т.д. Судя по [карте скроллинга Яндекс.Метрики](#), 50% пользователей не просматривают ее даже до середины. Рекомендуем проводить А/Б тестирования дизайна главной страницы сайта (размещая информацию более лаконично) для поиска более конверсионного варианта.

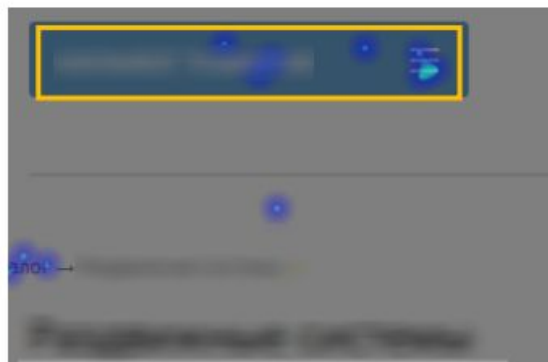
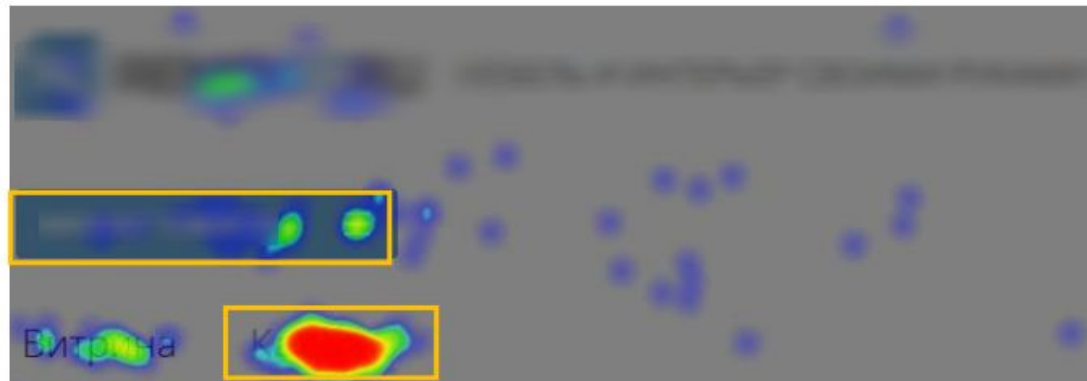
Желательно использовать группировку объектов. Не перегружать страницу информацией. Дополнительную или второстепенную информацию лучше размещать под основной.



# Сквозное меню

! Судя по [карте кликов Яндекс.Метрики](#), пользователи почти не кликают на выпадающее меню «Каталог товаров» на главной странице сайта, так как кнопка «Каталог» ниже дублирует его. При этом на всех остальных страницах кнопка «Каталог» не используется. Рекомендуем проводить А/Б тестирования меню сайта для поиска наиболее конверсионного варианта.

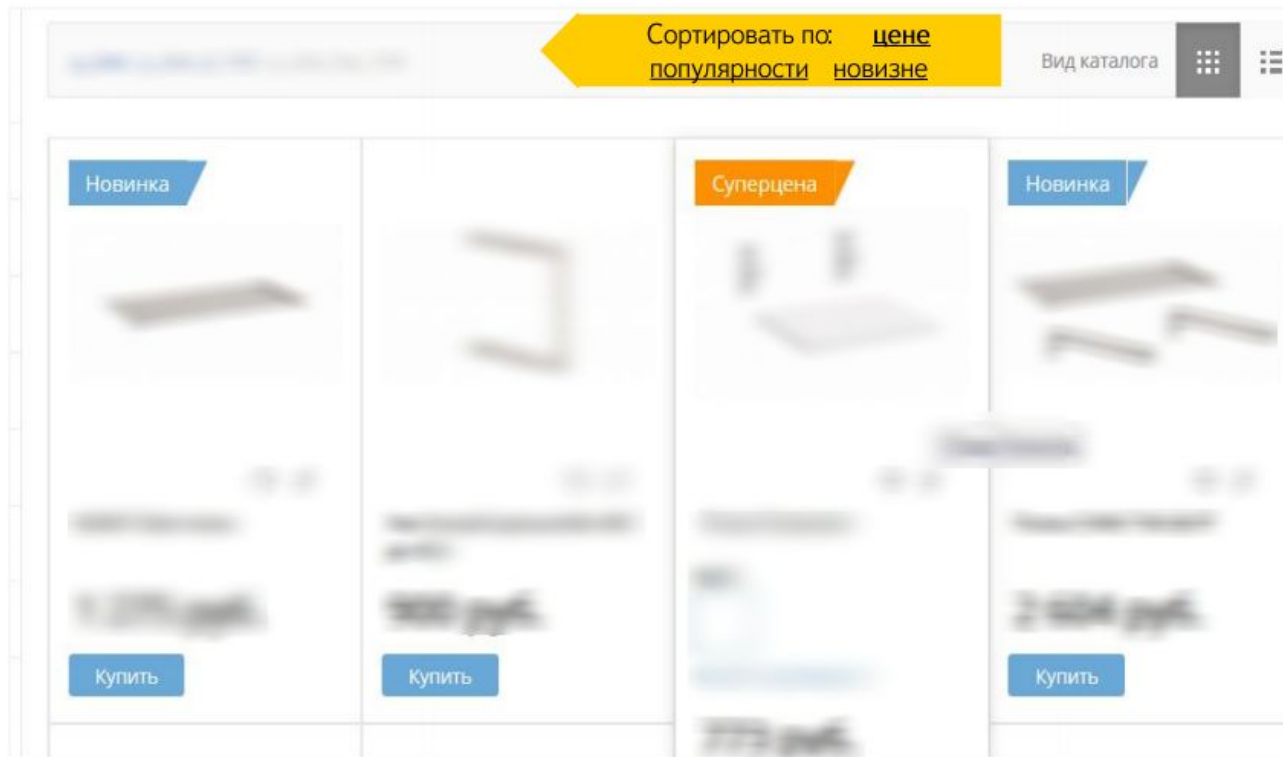
Навигация не должна меняться от страницы к странице, чтобы обеспечить переход ко всем разделам с любой страницы сайта. Исключениями могут быть страницы заявок, анкет, форм, корзина.





# Сортировка

! Отсутствует сортировка по важным параметрам. Рекомендуем добавить сортировку по основным параметрам (по цене, популярности, новизне и т.д.).



Сортировка значительно облегчает поиск, а значит приближает пользователя к цели. Кроме наиболее важных параметров сортировки (например, по цене) желательно иметь на сайте и другие виды сортировки (например, по популярности, новизне товара, наличию скидки).

# Количество обязательных для заполнения полей

! Количество обязательных для заполнения полей можно сократить. Судя по данным аналитики форм Яндекс.Метрики, многие пользователи не заполняют поля город, адрес доставки, следовательно, эти поля можно сделать необязательными к заполнению.

Как вас зовут? 1

Телефон 2

E-Mail 3

Город 4

Адрес доставки 5  Или офис

Дата доставки 13.03.17  Удобное время уточнит менеджер

8 Ваш комментарий

Форма №2 Конверсия формы Поля формы

	Время заполнения поля, сек	Незаполненные при отправке поля, %	Поля, на которых уходят с формы, %
1	5.25	-10.34	12.50
2	7.50	13.79	12.50
3	14.95	3.45	0.00
4	7.80	34.48	0.00
5	21.25	34.48	0.00
6	9.55	72.41	12.50
7	0.00	34.48	62.50

Лишние поля для ввода уменьшают вероятность заполнения формы до конца. Оставьте только необходимые для обработки заявки поля.

# Формат заполнения полей

⚠ Также для повышения конверсии формы рекомендуем добавить подсказки по формату заполнения полей.

Как вас зовут?

Телефон

E-Mail

Город

Адрес доставки

Дата доставки   Удобное время уточнит менеджер

Ваш комментарий

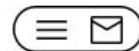
Формат заполнения полей поможет свести к минимуму ошибки пользователей при вводе данных.

Форма №2 ▾ Конверсия формы Поля формы

	Время заполнения поля, сек	Незаполненные при отправке поля, %	Поля, на которых уходят с формы, %
1	5.25	-10.34	12.50
2	7.50	13.79	12.50
3	14.95	3.45	0.00
4	7.80	34.48	0.00
5	21.25	34.48	0.00
6	9.55	72.41	12.50
7	0.00	34.48	62.50



# Обязательные / необязательные для заполнения поля



⚠ Обязательные для заполнения поля не отличаются от необязательных. Для повышения конверсии формы рекомендуем отметить обязательные для заполнения поля.

\*Обязательные поля для заполнения

Если форма содержит обязательные и необязательные для заполнения поля, то желательно отметить звездочками обязательные (или необязательные) для заполнения поля.

### Контактная информация

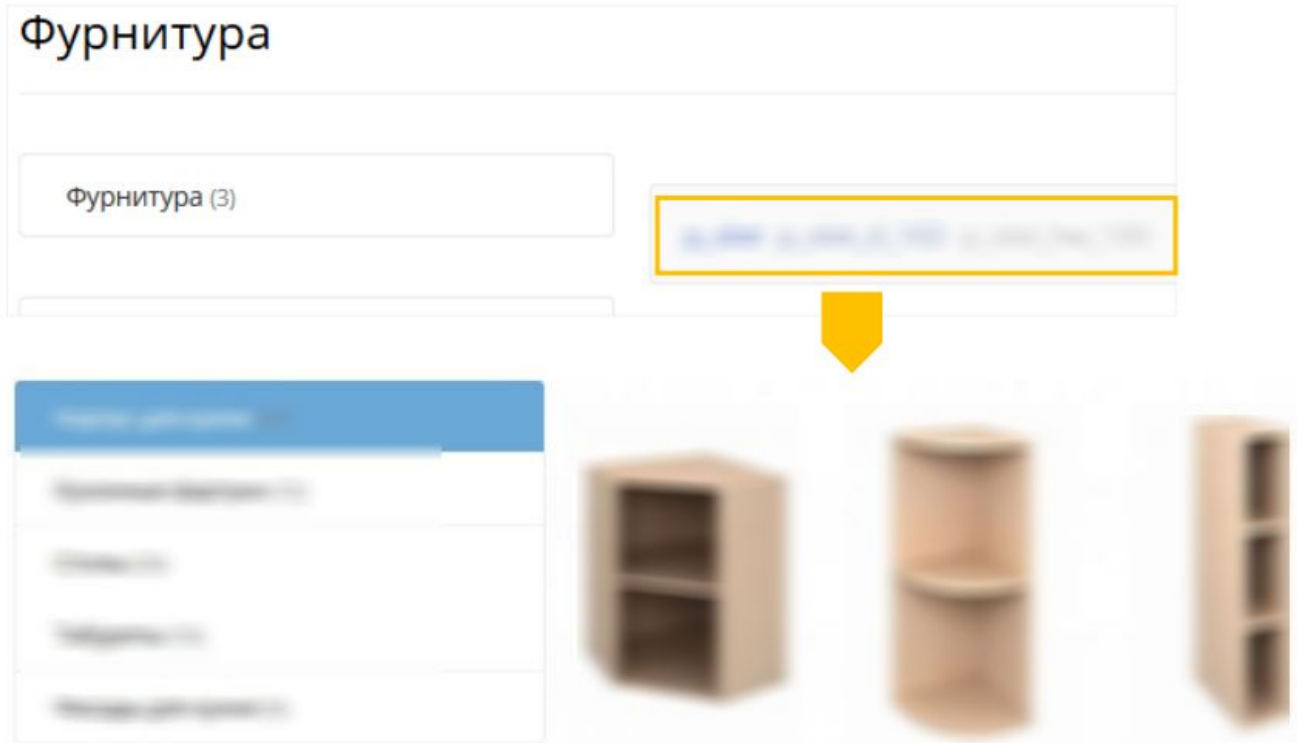
*Как вас зовут?	<input type="text" value="Иван"/>
*Телефон	<input type="text"/> <span>Укажите свой телефон</span>
E-Mail	<input type="text"/> <span>Укажите свой email</span>
Город	<input type="text"/> <span>Укажите город</span>
Адрес доставки	<input type="text"/> <span>Укажите адрес доставки</span> <input type="text" value="кв. или офис"/>
Дата доставки	<input type="text" value="13.03.17"/> <span>Удобное время уточнит менеджер</span>

# Ориентация на пользователя

⚠ Присутствуют ссылки с непонятными символами и обозначениями. При переходе по этой ссылке открывается страница с некликабельными изображениями, без какой-либо информации. Для повышения конверсии рекомендуем сделать все обозначения на сайте понятными для пользователя.

## Символы, аббревиатуры и терминология

Рекомендуем использовать общепринятые и простые формулировки, понятные всем категориям пользователей. Это способствует донесению информации в полном и точном виде.

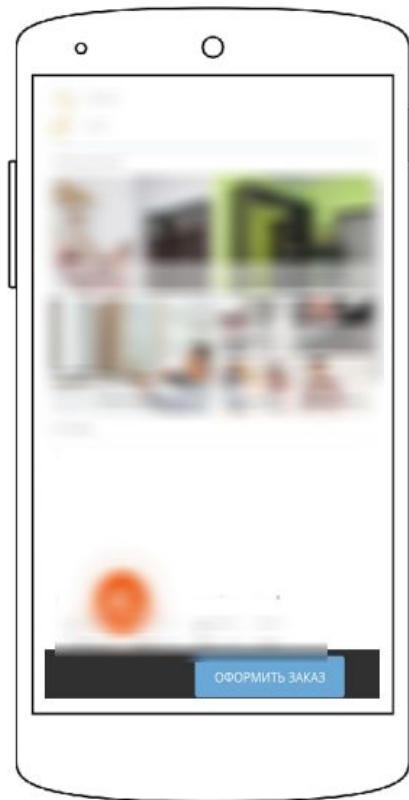


# Мобильная версия сайта

❌ Сайт не адаптирован для мобильных устройств:

- интерактивные элементы расположены слишком близко
- контент шире экрана

По данным Яндекс.Метрики почти 22% визитов на сайт приходится на смартфоны, однако качество трафика (% отказов, глубина просмотра, время на сайте, % конверсии) хуже, чем с ПК и планшетов. Рекомендуем адаптировать сайт для мобильных устройств.



## Адаптация сайта для просмотра с мобильных устройств

Неудобство взаимодействия с сайтом могут оттолкнуть пользователей. Кроме того, при увеличении и прокрутке неоптимизированных сайтов можно пропустить важную информацию, ссылки или кнопки, призывающие пользователя к конверсионному действию.

Группировки	Метрики	Выберите цель			
<input checked="" type="checkbox"/> Тип устройства	<input checked="" type="checkbox"/> Визиты	<input checked="" type="checkbox"/> Отказы	<input checked="" type="checkbox"/> Глубина просмотра	<input checked="" type="checkbox"/> Время на сайте	<input checked="" type="checkbox"/> Конверсия Успешно оформлено
	▼ %	▼	▼	▼	▼
<input type="checkbox"/> Итого и средние	15 313	18,4 %	2,89	2:17	0,22 %
<input checked="" type="checkbox"/> ПК	11 792	16,9 %	3,04	2:26	0,23 %
<input checked="" type="checkbox"/> Планшеты	1 937	21,2 %	2,51	1:51	0,21 %
<input checked="" type="checkbox"/> Смартфоны	1 584	26,3 %	2,23	1:40	0,19 %

# Скорость работы сайта

! По данным отчета Яндекс.Метрики скорость загрузки некоторых популярных страниц достаточно низкая. Рекомендуемое время до отрисовки — до 2-х секунд, время до загрузки DOM — до 5-ти секунд. Оптимизация времени загрузки страницы поможет сократить % отказов на сайте.

## Скорость загрузки страниц

Скорость загрузки влияет на показатели отказов на сайте. Желательно, чтобы страницы загружались быстро.

Адрес страницы	Просмотры	Посетители	Время до отрисовки	Время до загрузки DOM
<input type="text" value="Найти"/>				
Итого и средние	44 251	11 198	01.474	04.887
	657	521	03.111	07.672
	54	27	02.554	04.649
	58	43	02.230	04.813
	70	60	02.201	05.007
	74	63	02.174	05.498
	162	105	02.143	04.967
	149	60	02.096	03.599

# ВЫВОДЫ

Для снижения % отказов рекомендуем:

- › использовать пространство более рационально;
- › использовать меньшее число элементов на странице, а больше «воздуха»;
- › использовать сквозное меню на всех страницах сайта;
- › добавить сортировку товаров;
- › сократить количество полей в заявке;
- › указывать формат заполнения для максимально возможного количества полей;
- › отметить поля, обязательные/необязательные для заполнения;
- › вместо специальной терминологии использовать более простой язык и знакомые пользователю обозначения.

Для увеличения конверсии рекомендуем:

- › адаптировать сайт для мобильного просмотра;
- › изучить причины медленной загрузки страниц и найти способ ускорить ее;