

Удобство интернет-магазина для пользователя

*Станислав
Горбатовский*



Адрес: Москва, Мажоров переулок, дом 10/1, 4 этаж.
Телефон: (495) 646-06-82
Электронная почта: web@magnaweb.ru

Содержани

- Немного статистики
- Измерение удобства интернет-магазина
- Формирование заказа в голове клиента
- Структура сайта, «путь покупки»
- Барьеры на «пути покупки»
- Оформление категорий и товаров
- Сомнение посетителя
- Процесс работы с удобством



Немного статистики...

92% пользователей Рунета (**32,5 млн. чел.**)

используют сервисы Интернет-магазинов
12.2010

*TNS Web Index,

Из них:

80% ищут там информацию об искомым товарах,

42% покупают товары,

20% заходят с целью купить какой-то конкретный товар.

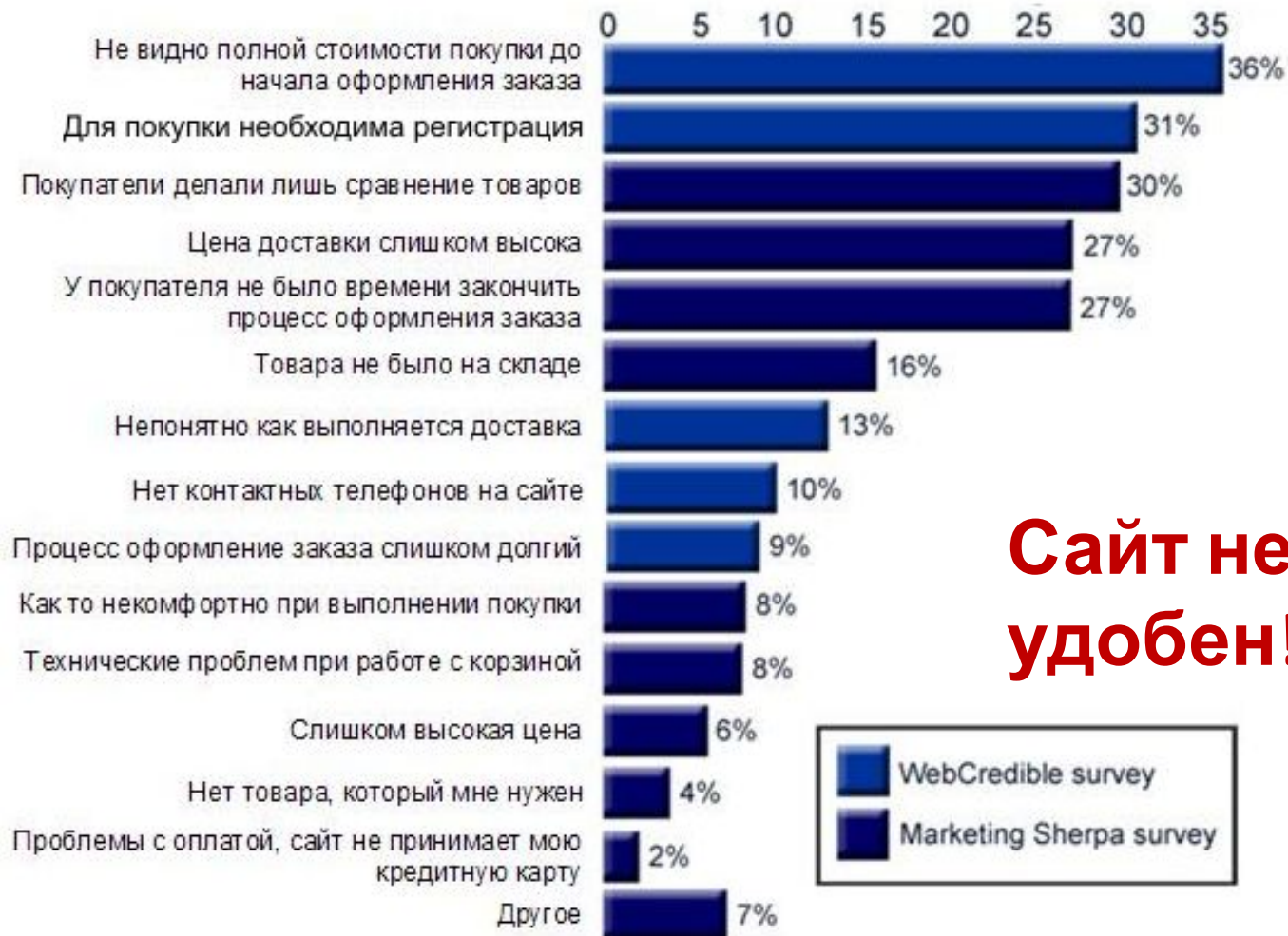
* по материалам Subscribe.ru

Немного статистики...

В среднем около **50%** посетителей интернет-магазинов, помещают товары в корзину, **покидают магазины без покупки**

Этот показатель меняется **от 15% до 90%** для разных магазинов.

Процент покупателей, которые положили товар в корзину, но потом по разным причинам не оплатили заказ



Сайт не удобен!

Показатели удобства

Обманчивые показатели:

1. Количество посетителей – а все ли они ваши клиенты?
2. Количество продаж – а можно ли больше?
3. Просмотров страницы, времени на сайте – что они делают?

Полезные показатели:

1. Конверсия посетителей в покупателей
2. Конверсия в регистрации, целевые контакты, подписку
3. Возвращающиеся посетители (лояльные)

(Стоимость постоянного пользователя = 1/5 новичка)

Конверс

ия — это **отношение** числа посетителей, выполнивших на нем **целевые действия** (скрытые или прямые указания - покупку, регистрацию, подписку, посещение страницы, переход по ссылке), к **общему числу** посетителей сайта.

$$\text{Конверсия} = \frac{\text{Успешное посещение}}{\text{Все посещения}}$$



Заказ в голове клиента

1. «О, а что это?» - **Первичное узнавание**
2. «Как это работает? Мне подойдет?» - **Поиск информации**
3. «Хочу купить!» - **Поиск магазина**
 - Идеально – ваш магазин в «Избранном» и покупатель ваш
 - Хорошо – ищет с поиске и находит вас
 - Иногда пункты 1-3 происходят сразу – импульсная покупка
4. «А может мне это не надо?» - **Стадия сомнения**
 - Важно сохранить и увеличить интерес покупателя, дать ему легко произвести покупку, показать что вам можно доверять.

Что интересует пользователя?

- Я могу купить товар здесь? Что это такое? Какие у него свойства? – **Поиск**
- Как мне выбрать? Что лучше из этого класса товаров? Почему я должен купить именно у вас? – **Выбор**
- Сколько в целом стоит товар из этой группы? Сколько стоит этот конкретный товар? Будут ли дополнительные траты? Доставка и т.п.? Можно ли получить скидку? – **Деньги**
- Как организован процесс покупки? Как будет происходить оплата? Получу ли я товар в срок? Что делать если что-то пойдет не так? – **Нервы**
- Как начать процедуру покупки? – **Уговорили!**

Не мешайте посетителю покупать!

А еще лучше - проведите его за руку по нужному вам

Пример из жизни

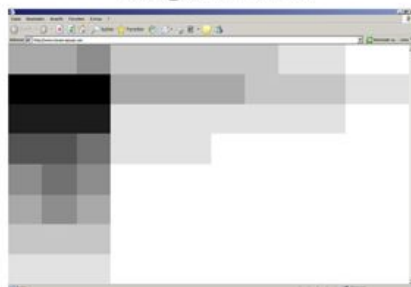
- Что это?
- Основное назначение?
- Как им пользоваться?
- Какой результат ждать?
- Что он может еще?
- Как начать?
- Он не сломан?
- ...



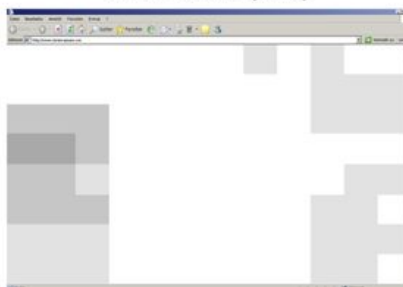
Составление структуры сайта

- Располагайте то что хочет найти посетитель **на видном месте**
- Обеспечьте **понятность и простоту навигации**
(логичное и структурированное меню, вертикальные переходы)
- Концентрируйте **внимание на УТП** (уник. торг. предложении)
- Уменьшайте количество барьеров, **сокращайте «путь покупки»**

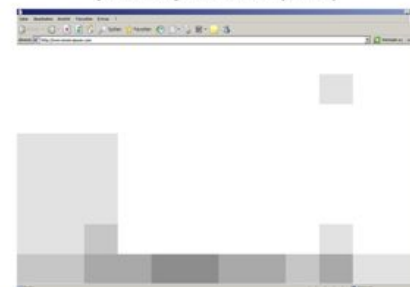
navigation area



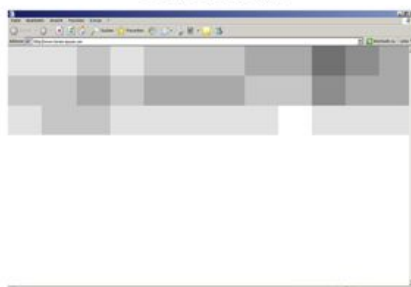
newsletter (link)



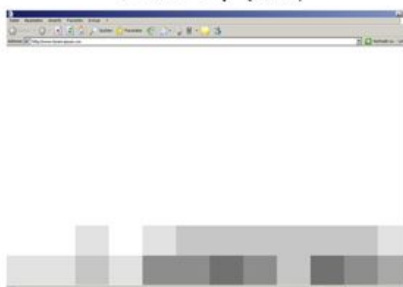
privacy notice (link)



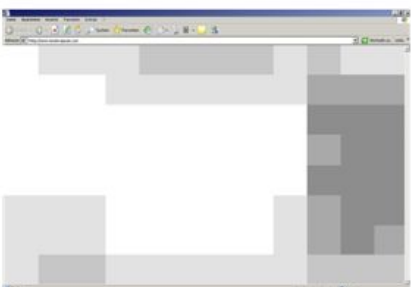
search field



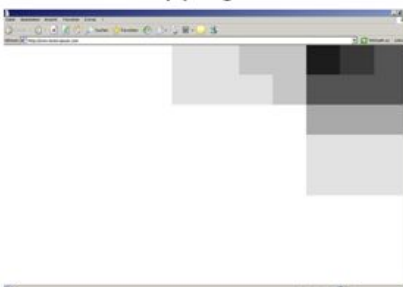
to the top (link)



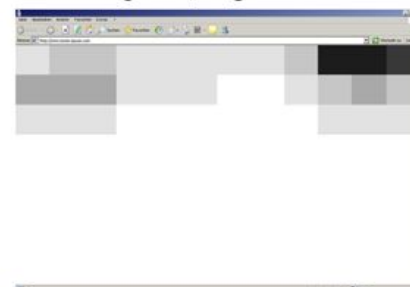
advertisement area

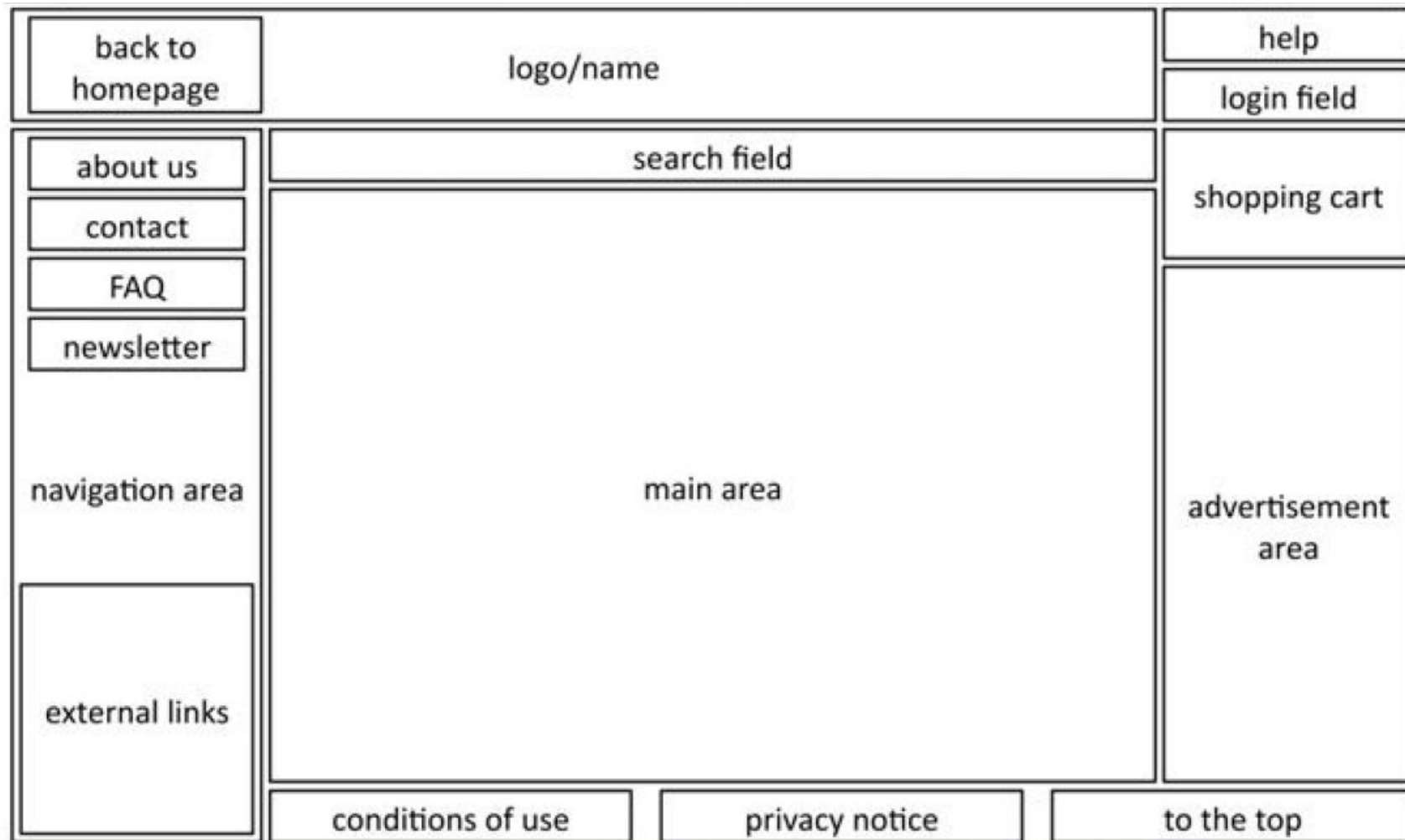


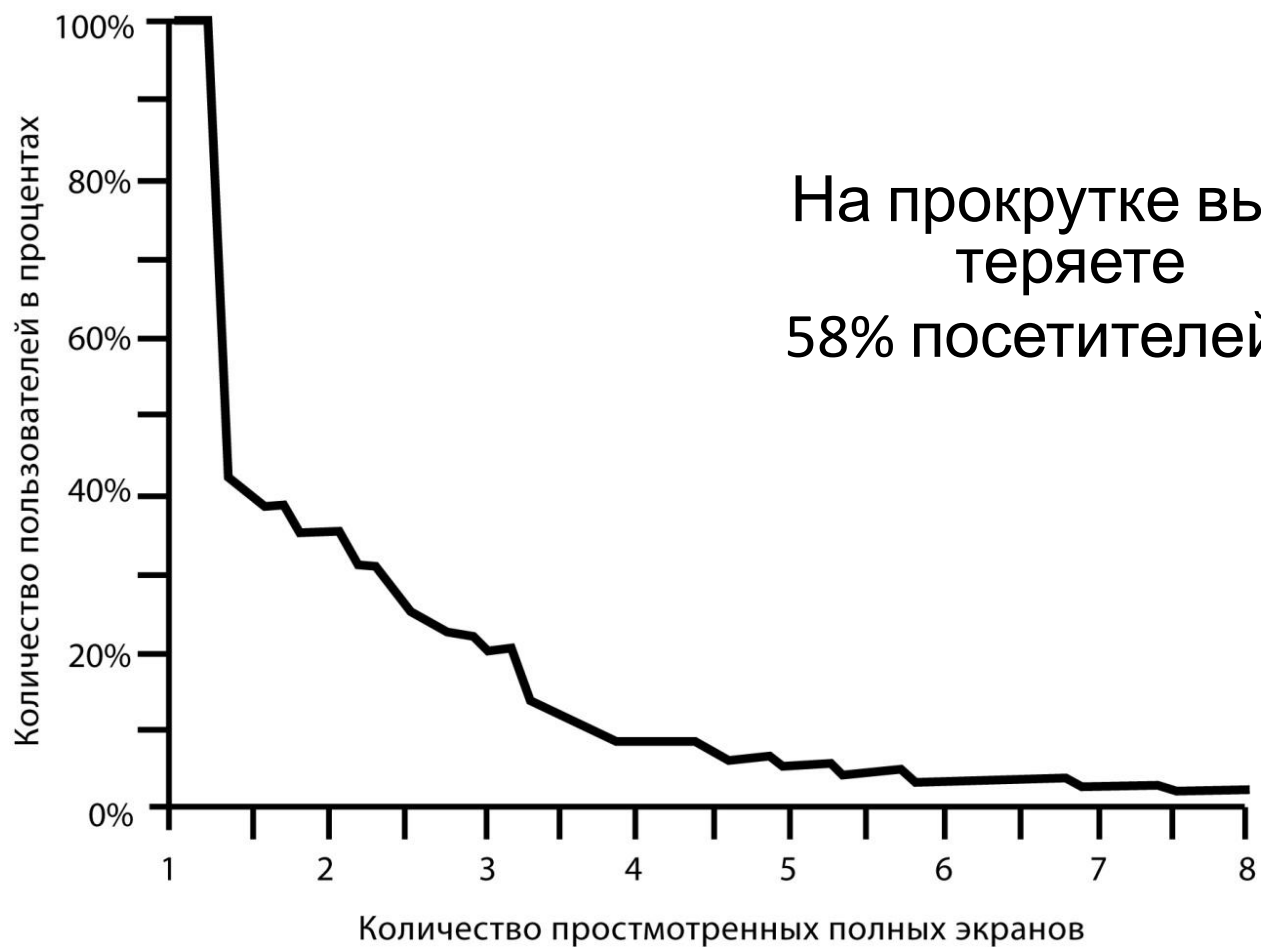
shopping cart



sign in / login field







Примеры барьеров

- **Корзина** там, где она не нужна
- **Регистрация** там, где она не нужна
- Огромные и сложные **формы заказа**
- Порядок вопросов, структура формы заказа
- **Контакты** трудно найти, мало вариантов контакта
- Нет формы обратной связи
- Нет указания города, времени работы

Меньше

* imobilco.ru

[Как платить](#)  [Помощь](#)

Ай мобилко

ПОИСК

[Все жанры](#)

[Chillout](#)

[New Age](#)

[R&B](#)

[Rap/Hip Hop](#)

[World Music](#)

[Авторская песня](#)

[Альтернатива](#)

[Барды](#)

[Религиозные](#)

[Детская](#)

[Классика](#)

[Танцевальная](#)

[Легкая музыка](#)

Быстрая покупка



Piano Airways
Дмитрий Михайлин
100 р.

Внесено 0 р.

Осталось внести 100 р.

Чтобы купить товар, просто оплатите его удобным вам способом.*


Электронными деньгами

Вы будете перенаправлены на сайт платежной системы чтобы совершить платеж:


[PayPal](#) 

[Яндекс.Деньги](#) 

[WebMoney](#) 

Через SMS 

[МТС](#) 

[Билайн](#) 

[Мегафон](#) 

[другой оператор](#)

Отправьте СМС
vedro 574960631
на номер 1171.

С телефона спишется 203,2 р.

[все тарифы](#)



Ожидаем прихода СМС...
Через несколько секунд после отправки СМС вы сможете скачать «Дмитрий Михайлин – Piano Airways».

* Совершая покупки товаров и услуг в магазине Аймобилко, вы подтверждаете, что ознакомились с Пользовательским соглашением, размещенным в постоянном публичном доступе на сайте по адресу <http://www.imobilco.ru/help/agreement/> и безоговорочно принимаете все его условия.

Пластиком

Оплатить и

[Оплатить](#)

партии рояля для проектов «Billy's Band», "Shock'olady», «Ступени» и др. Первый сольный альбом маэстро вышел в свет в 2008 году. В 2010 году состоялся концерт в рамках программы «Музыка для всех» в рамках которой артист исполнил композиции для детей с ограниченными возможностями. В 2011 году состоялся концерт в рамках программы «Музыка для всех» в рамках которой артист исполнил композиции для детей с ограниченными возможностями. В 2012 году состоялся концерт в рамках программы «Музыка для всех» в рамках которой артист исполнил композиции для детей с ограниченными возможностями.

Внимание на

* imobilco.ru

[Как платить](#)  [Помощь](#)  57491

Ай мобилко

ПОИСК

слушай

ЧИТАЙ

СМОТРИ

ЛЕНТА

АЙЧИТАЛКА

[Электронные книги](#)

[Журналы](#)

[Газеты](#)

[Авторы](#)

[Айчиталка](#)

Айчиталка — это устройство для чтения электронных книг.

всего за **6499 руб.** вместе с доставкой по Москве

Легкое и компактное устройство для чтения электронных книг с Wi-Fi, добротным сенсорным экраном, встроенным магазином, музыкальным плеером и доступом в интернет.

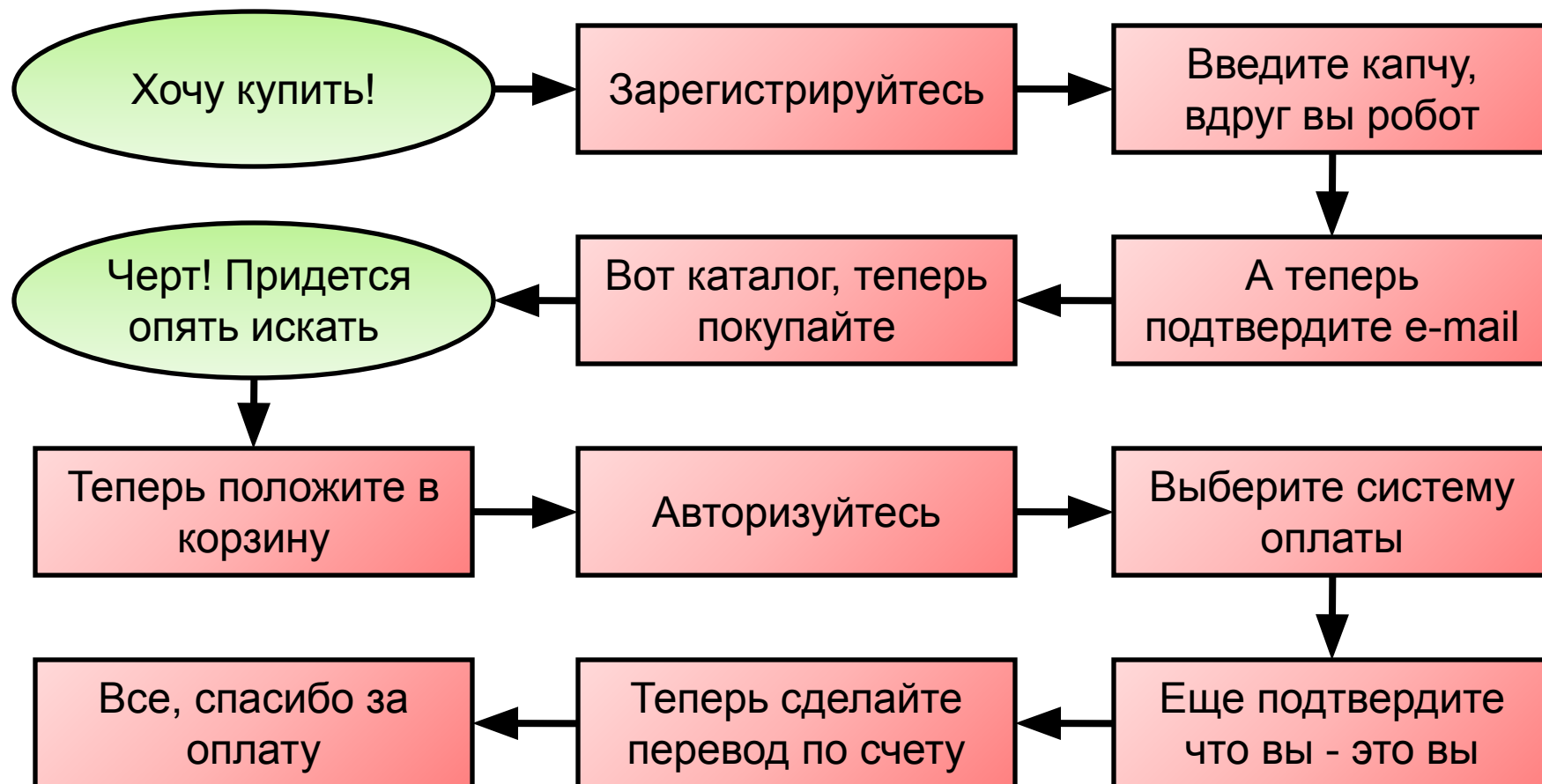
Файлы для скачивания

[Прошивка v.1103 для \(с инструкцией по установке\) ZIP](#), 75

Встроенный магазин электронных книг Аймобилко —

это более 20 000 электронных книг, каждую из которых можно скачать прямо с Айчиталки.

Барьеры для конверсии



Результат

ИЗМ 

Welcome - Already a member? [[Sign In](#)] [My Itinerar](#)

NO FEES

Home Vacation Packages Hotels Cars Flights Cruises Activities **DEALS & OFFERS** Rewards

Where you book matters.™

Flight Flight + Hotel
 Hotel Flight + Car
 Car Flight + Hotel + Car
 Cruise Hotel + Car
 Activities

Roundtrip One way Multiple destinations

My dates are flexible (popular US routes only)

Leaving from: Going to:

Departing: mm/dd/yy Time: Anytime Returning: mm/dd/yy Time: Anytime

**Book FLIGHT + HOTEL
SAVE UP TO \$450***
[Learn more](#)

TODAY'S

Убрали лишнее поле - **12 млн. долларов** дополнит.
прибыли

Подача информации о каталоге

- **Понятность для пользователя**
(мультикатегорийность, местонахождение на сайте, призыв к действию)
- **Простота и удобство выбора**
(сортировка, фильтры и поиск по нужным параметрам, варианты форм)
(разнородные товары отдельно, однородных не должно быть много)
- **Видимость специальных условий, отличий**
(специальные страницы «Распродажи» и «Новинки»)
- **Видимость цены**
(цена должна отображаться, покажите ориентировочную цену за группу)

Подача информации о товаре

- **Понятность для пользователя**
(призыв к действию, идентификация товара, местоположение на сайте)
- **Доступность информации**
(не защищайте информацию от хищения; больше информации, но не показывайте все сразу; акценты на отличия, много фото с увеличением)
- **Видимость цены**
(выделите цену; возможность получения скидки, опишите как получить)
- **Возможность выбора**
(дайте возможность посмотреть похожие товары)

Борьба с

• **сомнением**

• Знания о продавце

(четкое позиционирование; больше данных о компании, ее местоположении, времени работы; изобилие контактов)

• Облик надежности

(логотипы партнеров, отзывы; контакты для жалоб и предложений; опишите как вернуть, обменять товар, гарантийный срок и сервис центры)

• Знание о товаре

(система скидок и подарков; полное и честное описание товара; обсуждения, анонсы, опросы, комментарии)

• Устраните негативные последствия

(цена не меняется, о доп. тратах предупредите заранее)

Процесс работы с удобством сайта

- **Работа над ресурсом**
(обращайте внимание на обратную связь, стройте планы развития; следите за временем отклика и работоспособностью ссылок и т. п.)
- **Работа с посетителями**
(отвечайте на вопросы пользователей, следите за сроком жизни информации)
- **Потеря клиента**
(не убирайте отсутствующий товар, следите за грамотностью текстов, правильностью материалов)

Спасибо за внимание!

*Станислав
Горбатовский*

+7 (383) 251-0144

stas@magnaweb.ru



Адрес: Москва, Мажоров переулок, дом 10/1, 4 этаж.
Телефон: (495) 646-06-82
Электронная почта: web@magnaweb.ru