

## USABILITY LAB

### **USABILITYLAB увеличит продажи любого Интернет-магазина в 2 раза!**

Несмотря на кризис, интерес к вопросам юзабилити в России растет. И это не случайно. В условиях кризиса люди перестают бросать деньги на ветер, начинают внимательней их считать, более тщательно контролировать расходы и осознают, наконец, значение экономии и важность не упустить ни одного клиента. В электронной коммерции юзабилити позволяет достичь именно этих целей.

При одинаковом притоке посетителей больше денег зарабатывает тот интернет-магазин, на сайте которого пользователи реализуют свои потребности быстрее и результативнее. «Правило трех кликов» работает здесь на 100%. Если за 3-4 клика мышкой пользователю не удастся сделать заказ или хотя бы положить товар в корзину, он уходит с сайта. Если, перейдя по ссылке, пользователь не видит сразу же изображение и описание интересующего его товара – он закрывает страницу сайта. Если кнопка «купить» расположена вне зоны его видимости, это в 2 раза уменьшает шансы товара быть купленным. Если на странице с интересующим пользователя товаром находится множество фотографий с другими предложениями, это отвлекает пользователя от его основной цели – и он уходит, задумавшись, но ничего не купив.

А ведь все в Интернет-магазине должно служить главной цели – продать товар.

Дмитрий Сатин, генеральный директор USABILITYLAB: «На большинстве сайтов интернет-магазинов - множество недостатков, грубых ошибок, недочетов, мешающих осуществлению продажи. Улучшив юзабилити Интернет-магазинов, можно вдвое увеличить их продажи. В среднем, каждое исправление повышает продажи примерно на 10%».

Новая услуга USABILITYLAB разработана специально для Интернет-магазинов, учитывает специфику электронной коммерции. Кроме того, услуга разработана с учетом того, что многие Интернет-магазины – представители малого бизнеса, которые часто не могут позволить себе большие вложения в улучшение интерфейсов

Бизнес-эффективность повышается благодаря улучшению потребительских свойств пользовательских интерфейсов. Метод позволяет повысить продажи практически любого интернет-магазина в 2 раза. Улучшать можно как существующий интернет-магазин, так и интернет-магазин, находящийся в разработке. Несмотря на схожесть бизнес-моделей, все интернет-магазины уникальны. Интерфейс магазина, ориентированный на продажу программного обеспечения, нельзя использовать для торговли модной одеждой, и наоборот. В каждом конкретном случае нужно учитывать и специфику целевой аудитории, и специфику продаваемого товара.

Юзабилити-оптимизация проводится по проверенным методикам, что означает быстроту её реализации. Кроме этого, пакетная услуга дешевле полномасштабного юзабилити-тестирования и при этом эффективно выявляет большинство ключевых проблем интерфейса, т.к. она основана на масштабном исследовании российских Интернет-магазинов.

Методология программы:

- Проверка сайта интернет-магазина по более чем 70 критериям эффективности
- Применяется комбинация методов, основанная на исследовании интернет-магазинов, проведенном в USABILITYLAB

- Применяемые в оценке эвристики сгруппированы в модули, отражающие те или иные потребности пользователя в процессе прохождения по сценариям
  - После проведения оценки разрабатываются рекомендации по решению найденных проблем
- 

USABILITYLAB ([www.usabilitylab.ru](http://www.usabilitylab.ru)) – крупнейшая юзабилити-компания России, обладающая наиболее оснащенной и современной юзабилити-лабораторией. Компания работает с крупнейшими и широко известными российскими и зарубежными заказчиками, предоставляя им полный спектр юзабилити услуг:

- исследование потенциальных/существующих пользователей продукта;
- юзабилити-тестирование продукта/прототипа;
- проектирование пользовательских интерфейсов;
- аудит качества пользовательских интерфейсов.