

Аудит юзабилити и оптимизации карточки товара для __.ru

Уважаемый Сергей Петрович,

мы подготовили для Вас рекомендации по карточкам товара с двух точек рассмотрения:

- [usability](#) (рекомендации по юзабилити для удобства пользователей)
- [SEO](#) (рекомендации по продвижению в поисковых системах)

Мы рассмотрели примеры карточек товара, изучили сайты конкурентов и некоторые другие примеры, просмотрели несколько сессий вебвизора, изучили карты кликов и ссылок и дали рекомендации, используя также свой опыт и экспертное мнение.

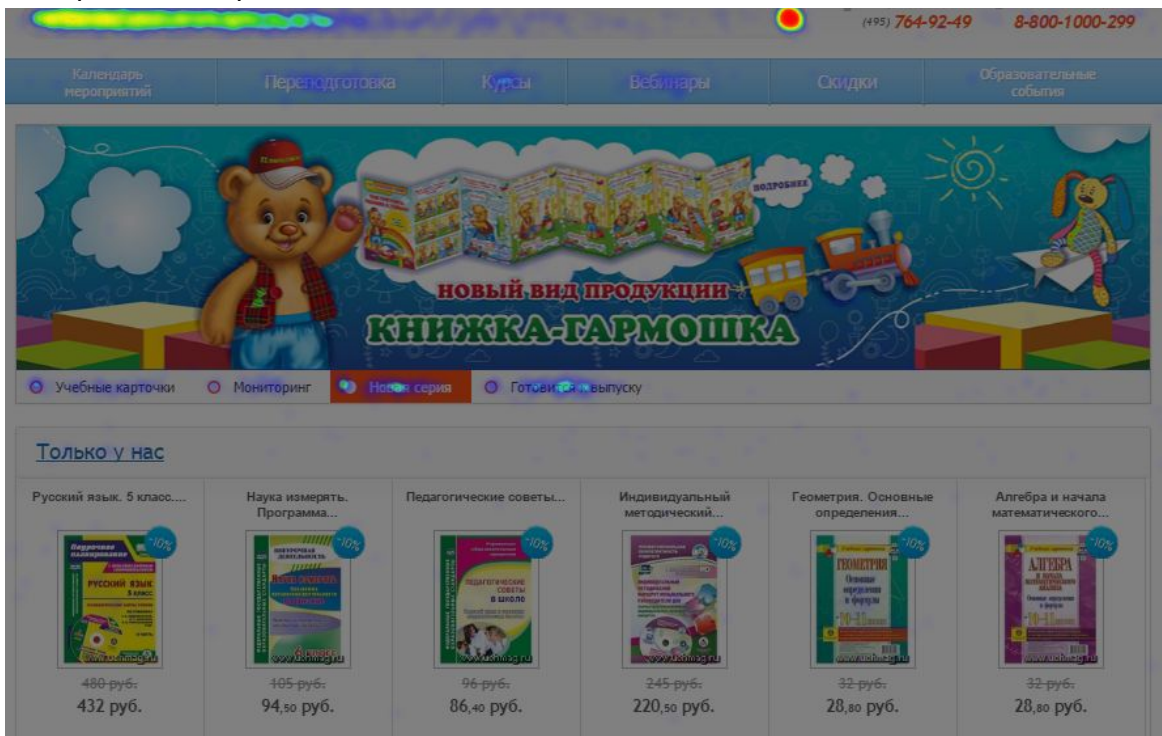
Usability

Анализ карты кликов

На основании карты кликов можно сказать следующее:

Главная

На карточки товаров с главной мало кто кликает:



Задача: добавить кнопку “Подробнее” (предпочтительнее) или “В корзину” (тоже возможно, но менее предпочтительно, т.к. несмотря на то, что наша цель — дать пользователю возможность совершить действие, он не всегда готов купить товар без прочтения информации о нем) при выводе карточек товаров на главной. Необходимо не просто реализовывать изменения, но и следить, как это увеличит количество кликов и конверсию в целом.

Для качественного анализа советуем настроить детальную веб-аналитику и электронную коммерцию в частности.

И еще рекомендуем выводить рейтинг на все ленты вывода товаров, включая блоки в карточке товара. Ведь рейтинг, особенно если он составляется большой выборкой пользователей, тоже влияет на решение о покупке той или иной книги.

Каталог



Из скриншота выше видно, что многие кликают на свободное поле карточки товара при выводе в каталоге. Причем такая тенденция только для десктопных устройств, при выборе только мобильных устройств в данном отчете — нет случайных кликов в свободные области (что исключает такую возможную причину как “неудобная верстка на мобильных”).

Учитывая, что на десктопных версиях кнопка “В корзину” на видном месте и нормального размера, то эти клики не из-за “непопадания” по кнопке. Скорее всего пользователи пытаются перейти на карточку товара, и нажатие по заголовку для них не всегда очевидный путь.

Принимая во внимание опыт ведущих интернет-магазинов, например, ru.aliexpress.com или www.lamoda.ru, можно сделать клик пользователя на любую свободную область вывода карточки товара в списке (кроме конкретных ссылок, например, на издательство) переходом на подробную карточку товара. А там уже человек посмотрит описание и нажмет “в корзину”. Учитывая данные выборки из просмотренных сессий веб-визора, многие изучают характеристики товара, это важно для принятия окончательного решения о покупке.

Также мы видим, что не много пользователей покупают из подобных списков, не оценив подробное описание товара, хотя исключения все же есть.

Поэтому логичнее сделать переход в карточку товара наиболее доступным для пользователя. В качестве примера можно еще привести <http://www.labirint.ru/books/>

Лучшие книги



Диана Спенсер
Балашова Виктория Викторо
Молодая гвардия: Жизнь замечательных людей

558 **474 р.**

В КОРЗИНУ



Мир русской женщины. Семья, профессия, домашний уклад. XVIII - начало XX века
Пономарева Варвара Витальевна
Ломоносовъ: История. География. Этнография

496 **422 р.**

В КОРЗИНУ



Обратная сила. Том 1. 1842 - 1919
Маринина Александра
Эксмо: А.Маринина. Больше чем детектив

428 р.

В КОРЗИНУ



Любовь в письмах выдающихся людей XX века
Вече: Историческая литература

423 **360 р.**

В КОРЗИНУ

При клике на свободную область также осуществляется переход на карточку товара.

Задача:

или сделать клик на пустую область переходом на подробное описание карточки товара
или добавить кнопку подробнее в ту область, куда кликают пользователи на скриншоте выше

Но не советуем убирать возможность положить в корзину из списка вовсе, это может уменьшить конверсию.

Неочевидные конверсии

Несколько хороших ходов можно почерпнуть у одного из конкурентов, которых Вы перечислили <http://www.labirint.ru/>

Пономарева, Хорошилова: Мир русской женщины. Семь века

✓ На складе

Автор: Пономарева Варвара Витальевна, Хорошилова Любовь Борисовна
Редактор: Кузьмин М.
Издательство: Ломоносовъ, 2016 г.
Серия: История. География. Этнография

Цена для всех **496** Ваша цена (-15%) **422 руб.**

Добавить в корзину

★ Отложить + к сравнению

ID товара: 533738
ISBN: 978-5-91678-327-8
Страниц: 288 (Офсет)
Оформление
Масса: 448 г
Размеры: 217x147x19 мм
Содержание

Обращение к покупателю: Ваша цена / цена для всех вместо банального перечеркивания цены. Это классический маркетинговый ход, когда мы говорим о товаре с притяжательными местоимениями, как будто он уже принадлежит покупателю плюс еще один ход обращения к покупателю как к избранному.

Отложить: сейчас у Вас можно либо купить, либо уйти. Дайте возможность собрать “пакет” из нескольких книг, подумать, сравнить, подождать новых поступлений — для чего бы ни было время покупателю перед покупкой, Вы должны ему это время предоставить.

1 акция по этому товару сегодня

Осталось:

0 1

день

1 0

часов

15%



Акция с обратным счетчиком по-прежнему работает, особенно если это по конкретной книге, которую уже хочется купить. Необходимо разработать подталкивающий механизм к покупке.

Задача: подключить отдел маркетинга, обсудить возможность акций, особенности скидок в разрезе каждого раздела в перспективе долгосрочного периода, разработать дизайн дополнительных блоков и реализовать.

В примере есть потенциально желаемое конверсионное действие, но опять же спрятано за не приметной ссылкой вместо большой кнопки:

Код: КЖ-100
Издательство: [ТД "Учитель-Канц."](#), 2016
Рейтинг: ★★★★★
Страниц: 40
Штрих-код: 4607128447425
[Дополнительные характеристики](#) ▼

Материалы:

на блок - бумага газетная, пл. 45.00;
на обложку - бумага офсетная, пл. 120.00.



Принимаются заказы на [изготовление журнально-бланочной продукции.](#)

Задача: сделать кнопкой конверсионные действия вместо ссылок.

Процесс покупки

На основании сессий вебвизора можно сказать, что галочка “не показывать это окно 1 час” не для всех видима.

Задача: выделить этот текст на форме при добавлении в корзину полужирным или увеличить шрифт или добавить обводку.

Пример

Также не очевидно для пользователя, что нужно сделать, чтобы добавить несколько товаров в корзину. У Вас большая доля оптовых и полуоптовых (совместные покупки) покупателей? В среднем у Вас больше одной позиции в чеке одного и того же товара? Если на эти вопросы Вы ответили “да”, то очевидно необходимо:

Задача: добавить выбор кол-ва на первом же этапе транзакции.

Дополнительные блоки на карточке

Например:

Самые популярные книги издательства

Самые популярные книги автора

По данным Wordstat многие интересуются конкретным издательством, а в карточке товара сейчас только 1 скромная ссылка на категорию товара.

Пример:

Все Мобильные Только телефоны Только планшеты

Последнее обновление: 12.10.2016

Что искали со словом «издательство учитель» — 9 337 показов в месяц

[Добавить все слова](#) / [Удалить все слова](#)

Статистика по словам	Показов в месяц
+ издательство учитель	9 337
+ сайт издательства учитель	2 247
+ учитель издательство официальный	2 055
+ учитель издательство официальный сайт	2 039
+ издательство учитель волгоград	1 812
+ издательство учитель скачать	1 021
+ учмаг издательство учитель	1 012
+ учмаг официальный сайт издательства учитель	851
+ магазин издательства учитель	789
+ издательство учитель интернет магазин	757
+ сайт издательства учитель волгоград	647




Запросы, похожие на "издательство учитель"

[Добавить все слова](#) / [Удалить все слова](#)

Статистика по словам	Показов в месяц
+ издательство дрофа	30 519
+ учмет официальный сайт	792
+ издательство просвещение	89 433
+ книга м	61 103
+ переподготовка учитель	12 237
+ издательство волгоград	2 340
+ издательство официальный сайт	145 871
+ купить издательство	14 143
+ издательство вако	3 364
+ сайт учитель	151 542
+ переподготовка педагог	8 468

Также по данным карты кликов можно сказать, что на Автора и издательство многие кликают:

Сортировка: Рейтингу Цена Новизне Названию Производителю

	<p>Физическая культура, 1-11 классы: комплексная программа физического воспитания учащихся В. И. Ляха, А. А. Зданевича</p> <p>Код: 4602 Авторы-составители: Кайров А. Н., Курьерова Г. И. Издательство: Учитель Серия: Рабочие программы Рейтинг: ★★★★★</p>	<p>• есть на окладе 232 руб. 208,80 руб.</p> <p>В КОРЗИНУ</p>
	<p>Экологические проекты в детском саду</p> <p>Код: 882г Авторы: Масленникова О. М., Филиппенко А. А. Издательство: Учитель Серия: Образовательное пространство ДОО Рейтинг: ★★★★★</p>	<p>• есть на окладе 149 руб. 134,10 руб.</p> <p>В КОРЗИНУ</p>
	<p>Физкультура, 5-11 классы: годовые и рабочие планы-графики реализации программы</p> <p>Код: 79я Авторы-составители: Сыжэнко В. И. Издательство: Учитель Серия: В помощь преподавателю Рейтинг: ★★★★★</p>	<p>• есть на окладе 199 руб. 179,10 руб.</p> <p>В КОРЗИНУ</p>

Еще примеры дополнительных блоков:

Торговые предложения по сериям

[Пример 1:](#)

<p>Книга входит в серию «Роберт Лэнгдон»</p>		<p>КУПИТЬ СЕРИЮ ЗА 756 р. 642,60 р.</p>
---	---	--

[Пример 2:](#)

Книги из серии [История. География. Этнография](#)

 <p>Волшебники, богохульники, еретики в сетях российского сыска XVIII века Смилянская Елена Ломоносовъ: История. География. Этнография 518 440 р. В КОРЗИНУ</p>	 <p>Мир английской леди. Воспитание, образование, семья. XVII - начало XVIII века Лабутина Татьяна Ломоносовъ: История. География. Этнография 447 380 р. В КОРЗИНУ</p>	 <p>Занимательная история Древней Церкви. На пути к расколу Соколов Владимир Ломоносовъ: История. География. Этнография 442 376 р. В КОРЗИНУ</p>	 <p>Быт и нравы пушкинской эпохи Марченко Нонна Ломоносовъ: История. География. Этнография 465 395 р. В КОРЗИНУ</p>	 <p>Повседневная жизнь русской школы от монастырского учения до ЕГЭ Петрова Наталья Ломоносовъ: История. География. Этнография 585 497 р. В КОРЗИНУ</p>	 <p>Русские земли в Средние века Вернадский Георгий Влади Ломоносовъ: История. География. Этнография 458 389 р. В КОРЗИНУ</p>
--	--	--	---	---	---

Задача: пересмотреть блоки в карточке товаров, учитывая рекомендации по [SEO](#) (1- новых блока) из списка предлагаемых.

На карточке товара можно сократить кол-во выводимых элементов, изменить верстку и пр. Это уже задача проект-менеджера по составлению новой сетки.

Версии товара

Версии товара:  [Версия для скачивания](#) [Диск](#) [Книга](#)

Есть бумажная книга, электронная версия для скачивания и компакт-диск.

Однако это не очевидно, на это нет акцента и никакого привлекательного дизайна: просто ссылки с анкерами.

Возьмем за пример тот же Литрес:

Другие версии



Аудиокнига
Читает Владимир Ма...
279 р.



Бумажная версия
от 196 р.



1 Аудиокнига 279 р.

9 Бумажных версий от 196 р.

1 Переиздание 137 р.

Плюсы: на карточке товара можно совершить выбор, видеть цену иной версии продукта и перейти к ее покупке.

Задача:

- сделать вывод версий товара с ценой и анонсной картинкой
- если анонсная картинка есть не везде или не везде хорошего качества: сделать вывод цены, а вместо картинки разработать аккуратные интуитивно понятные иконки, что сделает дизайн более современным и исключит проблему разного контента.

Необходимо сделать более привлекательный вид с т.з. дизайна и добавить систему оценок отзывов самими покупателями.

Перелинковка

В целом ошибок не замечено, но и выборка была небольшая с учетом заявленной трудоемкости на данный аудит.

Но в примере мы увидели, что по клику на материалы

Мы уходим на http://www._____.ru/estore/s7989/?f_set=1&f_p_TAG_KEYWORDS%5B%5D=15779

Где видим



По заданному фильтру не найден ни один товар. Задайте другие настройки или воспользуйтесь [поиском](#). Ниже выведен список товаров без учета фильтра.

Задача: убрать перелинковку там, где нет товаров.

Адаптивный дизайн

Это дорого. Однако судя по последнему году доля смартфонов и планшетов не маленькая:



Вкупе это более 400 тыс. визитов за год.

SEO

Индексация

Первое, на что мы обратили внимание: некоторые карточки товара вообще отсутствуют в индексе Яндекса и Google или только Google:

Пример 1.

Яндекс: http://shot.qip.ru/___/ и без гет-параметра http://shot.qip.ru/___/ и канонический УРЛ данного товара http://shot.qip.ru/___/

Google: http://shot.qip.ru/___/ и без гет-параметра http://shot.qip.ru/___/ и канонический УРЛ данного товара http://shot.qip.ru/___/

Пример 2.

Яндекс: http://shot.qip.ru/___/ есть

Google: http://shot.qip.ru/___/ нет

Проследить логику индексации и не индексации на маленькой выборке невозможно. Без глубокого seo-аудита трудно высказать предположение, возможно это касается недавно выгруженных товаров, возможно есть более глубокая проблема.

Задача: выгрузить все УРЛ товаров, проверить их на индексацию, выявить алгоритм и возможные проблемы индексации, поставить seo-задачи.

rel="canonical"

То, что прописан канонический УРЛ — с т.з. SEO очень хорошо. Но обычно каноническим делают УРЛ без “масок”, т.е. без добавлений всевозможных гет-параметров, “хвостов” от вывода результата фильтра и прочее. Однако, у Вас эти страницы с хвостом типа “УРЛ//?s=8158”, некоторые все же проиндексированы, и изменения опасны потерей SEO-трафика на неопределенный период на переиндексацию. Поэтому мы не рекомендуем вносить изменения в rel="canonical".

Ссылки

На данный момент увидели :

- Товарные блоки:
 - Рекомендуем (5 шт)
 - С этим товаром покупают (5 шт)
 - Вы недавно смотрели (5 шт)
- Товар размещен в разделах (дополнительные хлебные крошки)
- Ключевые слова (теги)
- Ссылки на авторов, издательство, серию
- Перелинковка в описании (если есть)
- Ссылки на авторов отзывов (если есть)
- Версия для скачивания, диск
- Не нужно забывать, что роботы поисковых машин видят страницу целиком, и ссылки в меню, хлебных крошках, в подвале и пр. тоже учитываются.

Рекомендуется не более 150 внутренних ссылок на странице. На текущий момент по ощущениям в данную рекомендацию укладываемся, исходя просмотренной выборки.

В рекомендациях Google и Яндекс по продвижению интернет-магазинов и по нашему опыту мы сталкиваемся с мыслью “нужно много динамичных блоков” (как у Вас, например, “Вы недавно смотрели”). Однако перегруженность страницы ссылками с т.з. SEO тоже будет излишней. Как и с т.з. пользователей, особенно если речь идет о мобильных устройствах.

Рекомендуем добавить не более 1-2 дополнительных динамических блока, чтобы не перегружать страницу.

Мета-теги

Задача: необходимо создать на основе шаблонов title и description для карточек товара.

Пример:

<title>%название товара% - купить в интернет-магазине _____.ru по выгодной цене</title>

<description>%Название товара% - %Автор%, %Издательство%, можно купить по цене %цена%.

Доступна доставка курьером, почтой и самовывоз. Читайте отзывы покупателей, аннотации и оставляйте свои комментарии.</description>

Что нужно предусмотреть:

- принципиальные отличия в категориях
- минимальную и максимальную длину названия товара
- как часто меняется цена товара и как формируется скидка (старая цена/новая цена)

Написания шаблонов и предусмотрение всех нюансов, это уже отдельная seo-задача.

Дополнительные рекомендации

Рекомендуем также провести более серьезную работу по SEO, т.к. выявили на первичном этапе следующие нарушения:

- нет sitemap.xml
- нет rel=canonical главной страницы, отчего много “масок” страницы в индексе
http://www._____.ru/?40400
- не оптимизированы h1 и title на категориях и подкатегориях каталога

Пример 1.

[Главная](#) → [Каталог](#) → [УчМаг](#) ▾ [Преподавателям](#) ▾ [Инклюзивное образование](#) ▾

Инклюзивное образование

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <title>Инклюзивное образование</title>
```

Необходимо сделать несколько десятков шаблонов формирования h1, как и title. При этом h1 не должен равняться title.

- хлебные крошки не отражаются в сниппете

Из-за отсутствия [товарной микроразметки](#). Это поможет улучшить кликабельность, а, соответственно увеличить SEO-трафик.

- Низкая скорость загрузки, инструмент [Page Speed Tools от Google](#)

Алиса Островская
ведущий специалист
отдела интернет-маркетинга

8-988-015-34-22
alisa@intervolga.ru

IV Разработка и продвижение сайтов —
Интернет-агентство **ИНТЕРВОЛГА**