

[Для сайта ev.ru](#)

Экспресс-аудит

Мы оценим дизайн и простоту использования вашего сайта, сделаем его удобнее для пользователей и повысим конверсию

01

Страхование – сложная тематика, а первое действие, которое пользователь вынужден совершить на сайте, это поиск страховки и изучение огромной таблицы с данными. Рекомендуем учесть более простой сценарий и добавить форму обратной связи, а так же кнопку обратного звонка в меню.

Ссылка или пример:

02

На сайте нет call-to-action блока и/или лид-магнита, а так же призывов к действию. Эти элементы могут существенно повысить конверсию.

Ссылка или пример:

03

Превью страховок на главной странице не имеют описания, что не мотивирует к переходу. Рекомендуем сделать короткий абзац, отражающий суть предложения

Ссылка или пример:

04

В этих же превью рекомендуем не использовать текущее написание цены и несколько начертаний шрифта. Идеальный пример для формирования превью карточки можно посмотреть на Ozone или WildBerries.

Ссылка или пример:

05

На сайте не используется top-bar, хотя его необходимость очевидна: сейчас меню имеет 7 пунктов, но в нем не хватает контактных данных, кнопок для обратной связи, ссылок на мессенджеры и других важных элементов. Лучшим вариантом будет разработка дополнительного меню.

Ссылка или пример:

06

В форме выбора страны дублируются страны на двух языках. Если вы хотите мультиязычный сайт, рекомендуем добавить переключатель языка и переводит весь контент сайта. Иначе, рекомендуем исключить англоязычные дубликаты.

Ссылка или пример:

07

Текст раздела "Включает в себя:" написан тонким начертанием, серым цветом на белом фоне – это нечитабельное решение для пользователей.

Ссылка или пример:

08

После изучения карточки страховки и сравнительной таблицы, пользователю не предлагается выбрать тот или иной тариф. Вместо этого, ниже, следует стандартная форма о подборе страховки, никак не учитывающая сценарий, где пользователь выбрал определенную страховку. Это нивелирует все усилия, потраченные на изучения карточки и может вызывать неприятные чувства.

Ссылка или пример:

09

На общей странице продуктов так же выбраны неудачные варианты цвета шрифта и фона: черный на желтом, желтый на фиолетовом, а так же нет единообразия шрифтов.

Ссылка или пример:

09

На общей странице продуктов так же выбраны неудачные варианты цвета шрифта и фона: черный на желтом, желтый на фиолетовом, а так же нет единообразия шрифтов.

Ссылка или пример:

Ссылка или пример:

09

После заголовка на главной странице сайта есть только текст "Рассчитать страховку". Вместо это рекомендуем сделать полноценное описание услуги с преимуществами.

Ссылка или пример:

10

После заголовка на главной странице сайта есть только текст "Рассчитать страховку". Вместо это рекомендуем сделать полноценное описание услуги с преимуществами.

Ссылка или пример:

11

Лучший вариант расположения формы с кнопкой "Оплатить" будет как внизу страницы, после изучения информации, так и в самом верху, например справа. Хороший пример расположения таких форм

Ссылка или пример: <https://vk.cc/cqDj1g>

12

На странице покупки туристического полиса, непонятно из чего складывается цена (нет статей расходов, учета количества человек и пр.). Рекомендуем сделать это короткое описание с кнопкой "Оплатить".

Ссылка или пример: <https://prnt.sc/CSac9S-B7mUi>

✦ И еще 140+ рекомендаций...

Закажите полный аудит

Оцениваем дизайн и UX вашего сайта по 140 критериям, отчетам Метрики, создаем фокус-группы и привлекаем нейронную сеть



Полный аудит юзабилити по 140 критериям с рекомендациями



Мы соберем от 30 человек и вы получите объективную рецензию с рекомендациями



Анализ показателей сайта в Яндекс.Метрике или Google Analytics



Нейронная сеть моделирует поведение 40 пар глаз на вашем сайте