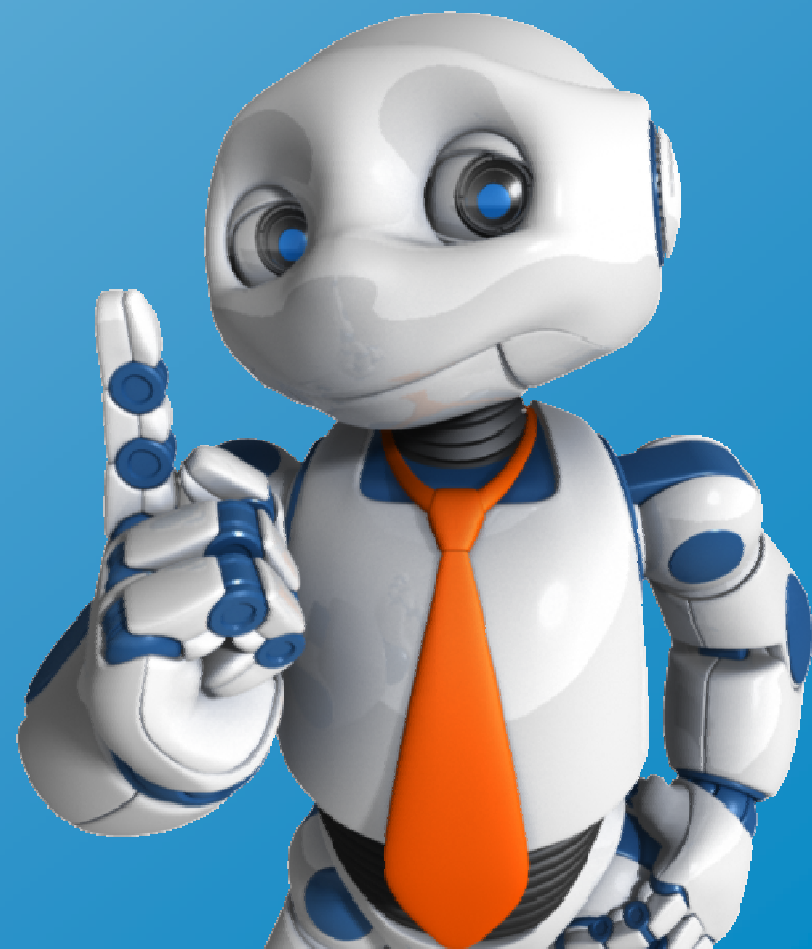


Пример отчета об удобстве ПОЛЬЗОВАНИЯ сайтом



Вводная информация (Introduction)

Название компании:

Сфера деятельности компании:

Услуги / продукты компании:

Профиль пользователя:

Целевую аудиторию составляют носители языков:

Прежде всего посетители ищут на сайте следующую информацию:

Средняя посещаемость сайта:

Методология (Methodology)

Оценка удобства пользования сайтом проводилась нашими usability специалистами по 5 ключевым критериям:

- Доступность сайта
- Внешний вид
- Навигация
- Кроссбраузерность
- Контент

Мы проанализировали, насколько эффективно типичный пользователь сайт может выполнить следующие действия:

- Попасть на сайт
- Понять, что предлагает компания
- Перемещаться по сайту
- Быстро найти необходимую информацию
- Воспринять предоставленную информацию и сформировать позитивное отношение к компании
- Связаться с представителем компании

Кроме того, в анализ включены базовые технические рекомендации по улучшению параметров сайта.

Общая оценка (Summary)

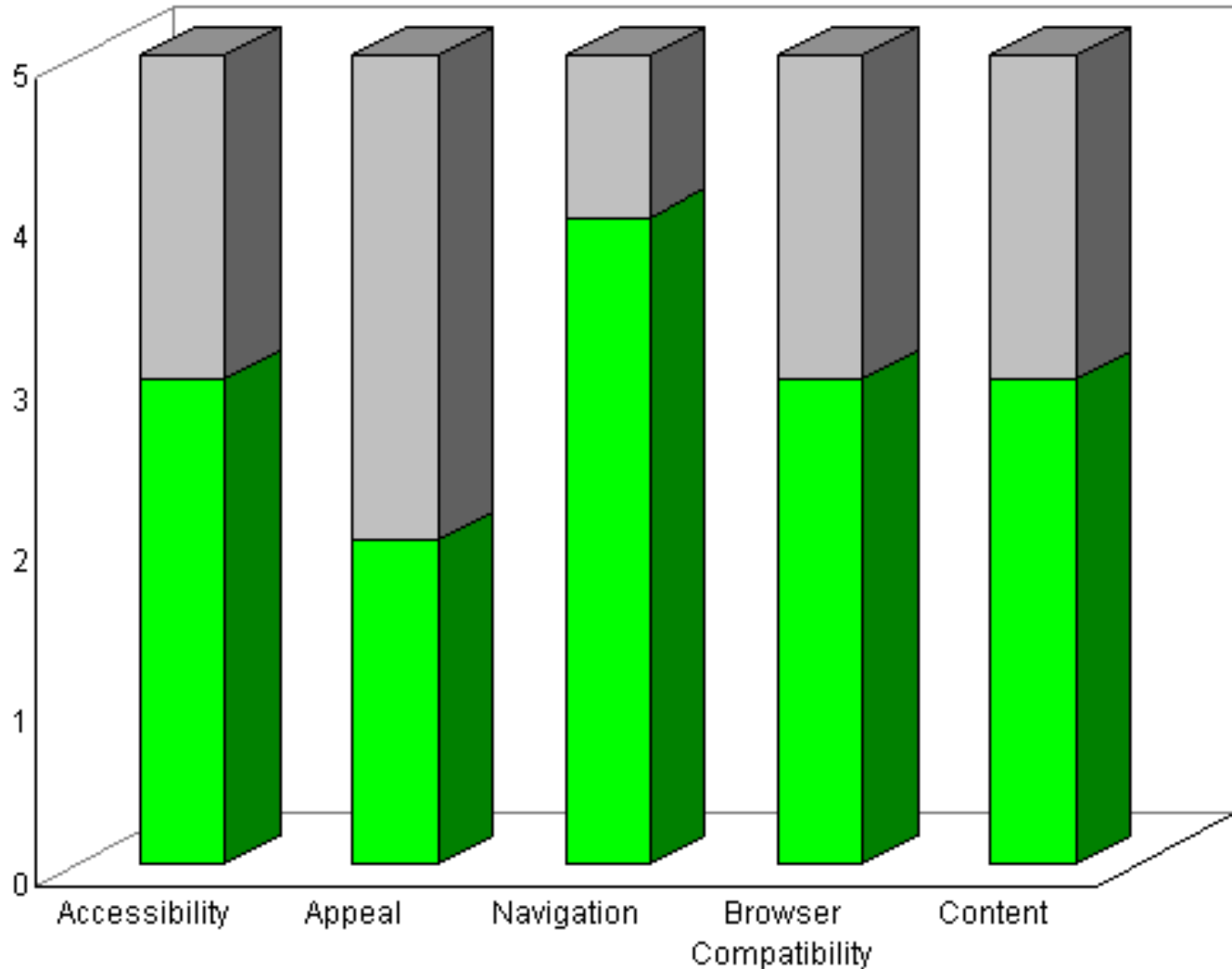
Доступность сайта: 3/5

Внешний вид: 2/5

Навигация: 4/5

Кроссбраузерность: 3/5

Контент: 3/5



Общая оценка (Summary)

Доступность сайта: 3/5

Зная название домена, посетитель не всегда может на него попасть из-за необходимости обязательно указывать www. Целостность ссылок хорошая, скорость загрузки – высокая.

Внешний вид: 2/5

Имеются серьезные недостатки в оформлении страниц и текстов, плохая оптимизация для не англоговорящих посетителей, плохо читаются тексты на баннерах. Имеются различия в стилевом оформлении.

Навигация: 4/5

Навигационные меню выполнены удачно. Пользователь может быстро найти интересующую его информацию. Рекомендуется оптимизировать навигацию определенных разделов.

Кроссбраузерность: 3/5

В целом, сайт приемлемо выглядит во всех популярных браузерах. Отмечается невысокое качество верстки, css, html-кода. Несоответствие стандартам W3C. В некоторых браузерах ошибки при отображении страниц, применяются не кроссбраузерные решения.

Контент: 3/5

Требуется более детальная проработка контента, системы перекрестных ссылок. Рекомендуется использовать стандартный заголовочный комплекс h1-h6 при оформлении и прочие элементы оформления.

Доступность сайта (Accessibility)

- Сайт недоступен по ссылке <http://> без префикса www, что снижает количество потенциальных посетителей.
- При загрузке сайта автоматически определяется язык пользователя, и происходит переадресация с ошибкой 302 (Moved temporarily). Это негативно сказывается на видимости разноязычных сайтов в поисковиках. Согласно RFC 2616 (<http://www.w3.org/Protocols/rfc2616/rfc2616-sec10.html>) и с учетом логики работы поисковиков, переадресация должна производиться при помощи кода 301 (Moved Permanently).
- + Результат анализа целостности ссылок хороший. На всем сайте недоступна лишь одна ссылка на файл, например, со страницы
- + Скорость загрузки страниц достаточно высокая, графические элементы оптимизированы. Рекомендуется использовать компрессированный javascript и css код.

Внешний вид (Appeal)

- При попытке увеличить сайт стандартными средствами браузера (держат **Ctrl** и одновременно прокручивать колесо мыши), сайт некорректно масштабируется в браузере Internet Explorer 7 – фон отделяется от текста. **См. пример 1.**

+ Сайт оптимизирован под экранное разрешение 1024px*768px и фиксирован по центру, что позволяет примерно 90% аудитории легко воспринимать оформительские элементы и контент.

Мы предполагаем, что количество пользователей с экранным разрешением менее 1024px*768px пренебрежимо мало среди целевой аудитории.

Остальные 10% - это пользователи с экранным разрешением более 1280px*1024px.

При экранном разрешении шириной 1400px и выше, пустые полосы слева и справа начинают занимать более 30% экрана, а контентная область занимает менее 50% экрана. Это затрудняет восприятие текстов.

Скриншот

Пример 1

Внешний вид (Appeal)

При редизайне, мы рекомендуем учесть это обстоятельство и реализовать эластичную верстку так, чтобы сайт равномерно растягивался в пределах до 1400px, а далее фиксировался по центру, при масштабировании сайт должен оставаться по центру экрана.

- Большинство текстов читается без проблем, люди с хорошим зрением не испытывают трудностей. Для людей с ослабленным зрением текст выглядит мелко. Рекомендуется увеличить базовый размер шрифта, с учетом расширения контентной области.

Внешний вид (Appeal)

- Рекомендуется отделить три верхние кнопки «Связаться с нами», «Прямая связь с нами», «Запрос: связаться с вами» от баннеров, чтобы они визуально не сливались друг с другом.

Вероятно, с целью упрощения программирования, для главной страницы и для внутренних страниц был использован один и тот же шаблон. В результате, на главной странице левая колонка, содержащая на других страницах меню, выглядит пустой и не несет функциональной нагрузки. Изображения сертификатов ISO можно было бы разместить в другом месте, а левую колонку сузить и с пользой распорядиться дополнительным пространством. Это особенно актуально для пользователей с экраном разрешением 1024px*768px, т.к. при входе на сайт у них на экране не помещаются новости, события и баннеры: информация для партнеров и интервью.

- Пользовательские мониторы обладают широким диапазоном яркости и контраста.

На некоторых мониторах бледные оттенки могут быть незаметными, из-за чего текст на сером баннере и текст внизу страницы у некоторых пользователей не читаемы.

См. пример 2.

Скриншот

Внешний вид (Appeal)

- При экранном разрешении 1024px*768px выпадающее меню с пункта «Ресурсы» частично выходит за пределы экрана и появляется полоса горизонтальной прокрутки. **См. пример 3**



Скриншот

Пример 3

Внешний вид (Appeal)

- Сайт недостаточно оптимизирован для альтернативных языковых версий. Некоторые пункты меню, тексты, баннеры и элементы управления не переведены. **См. пример 4.**

Скриншот

Пример 4

Внешний вид (Appeal)

- Сайт не оптимизирован для носителей арабского языка. Не учтены особенности языка, когда чтение происходит справа налево. Необходимо поменять выравнивание всех элементов, текста расположить пункты меню в обратном порядке (т.к. наиболее важные пункты в этом случае должны быть справа, а не слева). Хорошим примером является Google. **См. пример 5.**

- Не всегда соблюдено стилевое единство, например, в разделе Request callback поля форм красного цвета, а в других разделах – белого.

Скриншот

Пример 5

Навигация (Navigation)

Анализ навигации проведен для основных языковых версий, т.к. в арабской, японской, турецкой версиях имеется неполный перевод, кроме того, арабская версия не оптимизирована с точки зрения особенностей языка.

+ Основные функции доступны пользователям при помощи главного меню и баннеров. Пользователи с различным экраным разрешением могут быстро получить доступ к информации об открытии счета, разделу Trading conditions, пробной версии ПО для скачивания и информации о компании. Хорошо заметна кнопка для связи с представителем компании.

+ Отлично организовано верхнее меню, строка поиска сразу доступна посетителям, при наведении на языковую панель сразу появляется список языков.

+ Выпадающее меню, а также боковое меню организованы удачно: разделы третьего уровня доступны без дополнительных кликов, имеется четкая идентификация текущего раздела.

+ Удачно выполнены сворачивающиеся списки, доступна возможность свернуть и развернуть все.

- Рекомендуем использовать «хлебные крошки», т.е. выводить путь до текущего раздела, например, в виде:

[Home](#) / [Trading](#) / [Open an Account](#) / Standard Account

Каждое название раздела является ссылкой на соответствующий раздел, кроме текущего.

Навигация (Navigation)

- Не лучшим образом организован глоссарий.

[http://](#)

Удобнее расположить буквы в линию, причем только те, по которым есть термины (сейчас выводятся пустые буквы: U, V, W и т.д.), по на клику на букву подгружать список терминов, причем делать это без полной перезагрузки страницы, с применением технологии Ajax.

- Недостаточно понятно организовано листание брошюры

[http://](#)

Правый нижний угол незначительно гнется только при наведении на него мышью, тем не менее при загрузке пользователю выводится сообщение: «Double click for zooming». Двойной клик приводит к тому, что страница становится серой. Рекомендуем при загрузке flash-брошюры сразу дать понять, что брошюру можно листать.

Навигация (Navigation)

- Не оптимально организовано постраничное листание в результатах поиска, не следует дублировать слово «Page», в качестве разделителя вместо «+» лучше использовать «|». **См. пример 6.**



Скриншот

Пример 6

Навигация (Navigation)

- При подписке на новости <http://> приходит письмо, содержащее текст: If you want to unsubscribe, please [click here](#)

По клику на «click here» посетитель получает неадекватную реакцию. Должно выводиться сообщение о том, что адрес удален из базы подписки. Вероятно, для этого требуется реорганизовать систему подписки.

- На страницах, где есть формы с переключателями (checkbox, radiobutton), например, <http://>, следует использовать <label for>, чтобы переключение происходило при клике мышью на текст возле переключателя. Сейчас для переключения необходимо попасть курсором мыши именно в переключатель.

Кроссбраузерность (Browser compatibility)

+ В наиболее популярных браузерах: Firefox 3 и выше, Opera 9.62 и выше, Internet Explorer 7, Safari 3.1 и выше, сайт выглядит корректно, и достаточно единообразно без явных ошибок, мешающих нормальной работе с сайтом.

- В браузере Internet Explorer 6 наблюдается «отъезжание» колонки с баннерами вниз влево. **См. пример 7.**

Пример 7

Скриншот

Кроссбраузерность (Browser compatibility)

- На странице <http://> в браузерах Firefox и Opera наблюдается сдвиг бегущей строки. **См. пример 8.**

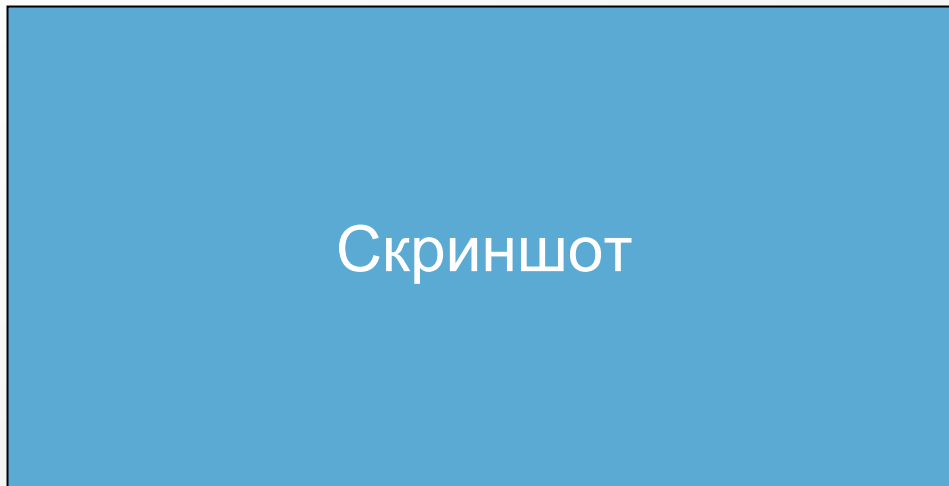


Скриншот

Пример 8

Кроссбраузерность (Browser compatibility)

- Для вывода бегущей строки с курсами применяется технология фреймов (iframe). В случае, если политика безопасности браузера или брандмауэра запрещает вывод iframe, пользователи не увидят бегущую строку. Рекомендуется не применять фреймы.
- В браузере Firefox при клике на некоторые изображения, появляется рамка неадекватных размеров, см. **пример 9**, рекомендуется правильно устанавливать значение `focus { outline }`.



Пример 9

Кроссбраузерность (Browser compatibility)

- + Правильно используются отдельные стили для вывода сайта на принтер и проектор.
- CSS низкого качества, часть стилей вынесена прямо в HTML-код, нет переназначения стандартных стилей браузера, отсутствует назначение стилей для H1-H6 и иных элементов
- В HTML-коде замечены незакрытые или только завершающие теги

Контент (Content)

- На большинстве страниц перед текстом наблюдается лишнее пустое пространство



Скриншот

Пример 10

Контент (Content)

- На некоторых страницах, например <http://> , а также <http://> и <http://> крупная картинка и небольшое количество текста кажутся лишними и не несут полезной нагрузки. Посетителя следует сразу направлять на раздел с полезной информацией, чтобы ему не пришлось делать дополнительный клик.
- Для оформления контента не применяется стандартный заголовочный комплекс H1-H6, не для всех изображений предусмотрены alt и title, это ухудшает поисковую видимость сайта. Если у пользователя отключены изображения, то он не поймет назначения изображений без alt и title.
- Контент недостаточно оптимизирован для альтернативных языковых версий, часто встречаются английские тексты в других версиях.

Контент (Content)

- Текст плохо читается на баннерах, например на странице <http://>, особенно сильно это заметно при экранном разрешении 1400 и выше, см. пример 11
- Практически отсутствуют перекрестные ссылки. Рекомендуется сопровождать тексты ссылками на другие публикации, например: «Ссылки по теме», «Читайте также», «Предлагаем также» и проч.
- Не предусмотрены стили для смыслового или логического усиления текстов.

Пример 11

Скриншот

Отчет подготовлен компанией iTrack

Телефон: +7 (495) 638 52 14

Факс: +7 (499) 369 19 75

www.itrack.ru

info@itrack.ru