AskUsers

Результаты юзабилити-тестирования сайта site.ru

UX-маркетолог: Мария Плуталова

Модератор проекта: Антон Снурников

Руководитель сервиса AskUsers: Марьенко Юрий, y.maryenko@askusers.ru

29 декабря 2025г.

Оглавление

Об исследовании

Метод исследования

Информация об участниках исследования

Вопросы заданные респондентам

Критические ошибки, влияющие на конверсию

Замечания респондентов

Приоритеты внедрения рекомендаций

Общее количество выявленных проблем

Высокий приоритет. Напрямую влияет на конверсию

Средний приоритет. Косвенно влияет на конверсию

Низкий приоритет. Влияет на общее впечатление о сайте

Результаты юзабилити-тестирования

Общие проблемы сайта

Навигация по сайту

Функционал поиска по сайту

Категория каталога. Общие проблемы

Карточки товаров в списке

Сортировка и фильтрация товаров в каталоге

Карточка товара

Оформление заказа. Иконка корзины

Корзина

Оформление заказа

Сравнение с конкурентами

AskUsers

Методы, респонденты и вопросы, выбранные для исследования

Какую проблему решает аудит

Проблема выбора и заказа товаров

1. Чтобы понять, с какими именно проблемами сталкиваются пользователи сайта при выборе и заказе товаров, и как можно сделать процесс более удобным для посетителей, мы провели смешанное сравнительное UX-исследование с привлечением фокус групп и штатных UX-специалистов.
2. Проанализировали проблемы, с которыми сталкивались пользователи во время работы с сайтом.

Что сделано для решения проблемы

1. **Собраны примеры** удачных решений на каждом из этапов оформления заказа.
2. **Выявлены причины**, по которым покупатели не оформляют заявку, уже после изучения карточки с описанием услуги.
3. **Сформулированы рекомендации**, которые помогут сделать выбор услуг и оформление онлайн заявки на сайте более удобными.

AskUsers

AskUsers

Метод исследования

1. Используем удаленное немодерируемое юзабилити-исследование — метод оценки удобства интерфейса продукта, основанный на привлечении пользователей к тестированию, в процессе которого они выполняют типовые задания с продуктом удаленно у себя на компьютерах.
2. Во время тестирования при помощи специального программного обеспечения записывается экран пользователей.
3. Ответы респондентов сгруппированы по типу ошибки и отмечены условными обозначениями.

AskUsers

Информация об участниках исследования

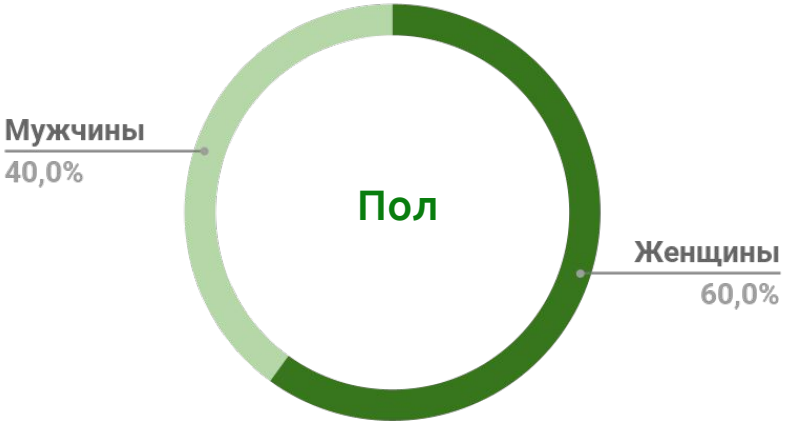
Общие требования

- Количество: 10 человек
- Пол: 6 женщин, 4 мужчин
- Возраст: 22 — 60 лет
- Уровень дохода: средний — высокий
- География: Россия

Две группы респондентов

- Ищут и покупают товары (.....): 5 человек.
- Ставят задачи по покупке ……. и …….: 5 человек.

Пол и возраст респондентов



60% Женский

40% Мужской

40% 25-34 года

60% 35-44 года

AskUsers

AskUsers

Вопросы заданные респондентам

1. **Проверка навигации / меню.** Опишите все проблемы, с которыми столкнулись при поиске товаров через меню на сайте и предложите решения, которые сделают меню более удобным и понятным.

2. **Онлайн-заказ.** Сделайте заказ 4 товаров из 3 любых категорий сайта, при оформлении указывайте: ФИО: test_UX email: test_UX@mail.ru телефон: +7 (999) 999-99-99. Подробно опишите, с какими сложностями столкнулись при заказе и на каком этапе? Что тут лишнее и какой информации не хватает?

3. **Сравнение с конкурентами.** Найдите в поиске 2 сайта, конкурирующих с исследуемым сайтом по удобству, в ответе укажите ссылки на эти сайты. Подробно опишите, чем именно исследуемый сайт уступает сайтам конкурентов и что можно у них позаимствовать?

4. **Оценка доверия.** Вы заказчик оценивающий сайт с точки зрения доверия к нему. Чего конкретно вам не хватает для того, чтобы сайт вызывал доверие и побуждал к совершению покупки/заказа?

5. **Функционал поиска**. Найдите на сайте произвольный товар (в ответе укажите, что искали), при помощи функционала Поиска по сайту. Подробно опишите с каким сложностями столкнулись при поиске товара, что именно нужно улучшить?

AskUsers

AskUsers

Вопросы заданные респондентам

6. **Улучшение карточки товара.** Перейдите в карточку выбранного товара из категории каталога ….. Какой информации для вас, как покупателя, не хватает о товаре? Что именно и как как конкретно нужно улучшить, чтобы карточка стала удобной и понятной?

7. **Фильтры / сортировка в каталоге.** Перейдите в раздел каталога ….. Подробно опишите, каких именно фильтров и сортировки по каким параметрам вам не хватает для подбора товаров?

AskUsers

Результаты юзабилити-тестирования с рекомендациями UX-маркетологов

AskUsers

Принцип подготовки рекомендаций

1. Каждая из рекомендаций, подготовленных UX-маркетологом, формируется на основании личного исследования сайта и замечаний, указанных респондентами в ответах на поставленные им вопросы.
2. UX-маркетолог:
   - **a.** Изучает сайт и замечания респондентов.
   - **b.** Группирует выявленные проблемы их по тематике.
   - **c.** Подготавливает скриншоты с проблемными местами и рекомендации по доработкам на сайте, необходимым для решения выявленных проблем с юзабилити.

Из чего состоят рекомендации

1. **Скриншот** исследуемой страницы сайта, с указанием места для внедрения рекомендаций. Два скриншота: общий план и увеличенная область с выявленной проблемой.
2. **Критичность проблемы.** Определена по итогам квалификационного опроса 300+ респондентов.
3. **Встречаемость проблемы.** Сколько респондентов в ходе исследования столкнулись с проблемой.
4. **Рекомендация UX-маркетолога.** Указывается, если рекомендация дана нашим специалистом сверх проблем выявленных респондентами.
5. **Платформа**, на которой обнаружена проблема — ПК / мобайл.
6. **Страница,** ссылка на страницу с проблемой.
7. **Описание сути проблемы**.
8. **Комментарии респондентов** (прямая цитата из ответов пользователей).
9. **Предлагаемое решение проблемы.** 2-4 рекомендации по исправлению выявленной проблемы.

AskUsers

AskUsers

Критические ошибки, влияющие на конверсию: 8

№	Тестировщик	Встречаемость*
01	Нет фильтра по характеристикам в категориях каталога	10
02	Низкая скорость загрузки сайта	7
03	Нет сортировки по цене в категориях каталога	7
04	Нет сортировки по наличию на странице результатов поиска	4
05	Нет возможности заказать товар в один клик	2
06	Нет возможности добавить товар в избранное	2
07	В карточках товаров в списке нет информации о наличии товара	1
08	Не сохраняются введенные данные в форме заказа при перезагрузке страницы	1

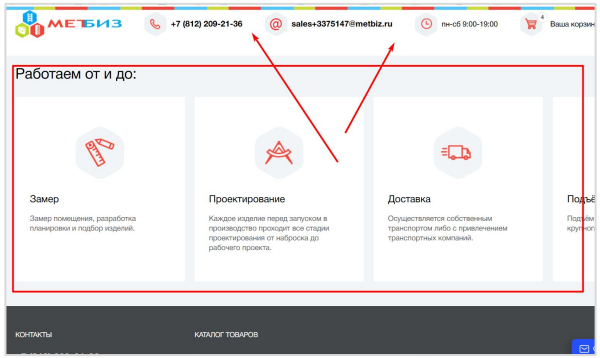
Цифры в правом столбце таблицы означают количество тестировщиков, указавших на ошибку

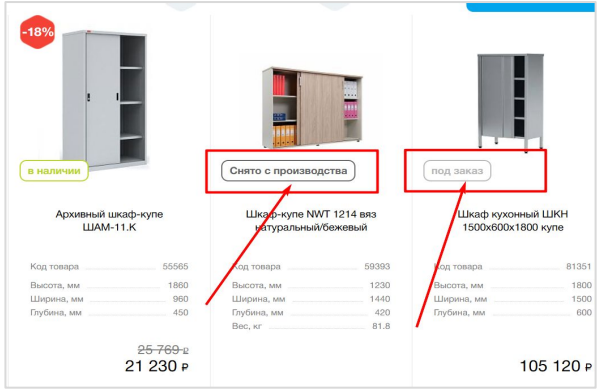
AskUsers

Ключевые проблемы

Самые критичные проблемы, которые влияют на принятие решения о покупке товаров:

- **Блок преимуществ сотрудничества с компанией расположен слишком низко**. Если переместить ключевую информацию о преимуществах сотрудничества с компанией на первый экран, то конверсия в покупки увеличится на 12–18%, за счёт того, что пользователи сразу получат данные, необходимые для принятия решения, без необходимости прокручивать страницу.
- **В верхней части списка выводятся товары отсутствующие в наличии**. Пользователи тратят дополнительное время на просмотр товаров, которые нельзя приобрести в данный момент. Это увеличивает время, необходимое для выполнения задачи, и может привести к тому, что пользователь покинет сайт в поисках более удобного ресурса.
- **Стоимость доставки не пересчитывается с учётом выбранного способа**. Пользователи ожидают, что стоимость доставки будет рассчитываться автоматически при выборе способа доставки. Отсутствие этой функции требует от них дополнительных действий или ожидания, что может привести к отказу от покупки.





AskUsers

Юзабилити-проблемы: Общие проблемы сайта

AskUsers

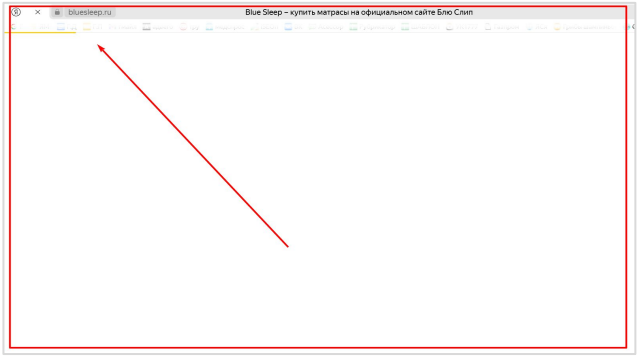
Низкая скорость загрузки сайта

Критичность: Высокая

Платформа: Десктопная

Встречаемость: 7

Страница: Ссылка



Гипотеза роста конверсии:

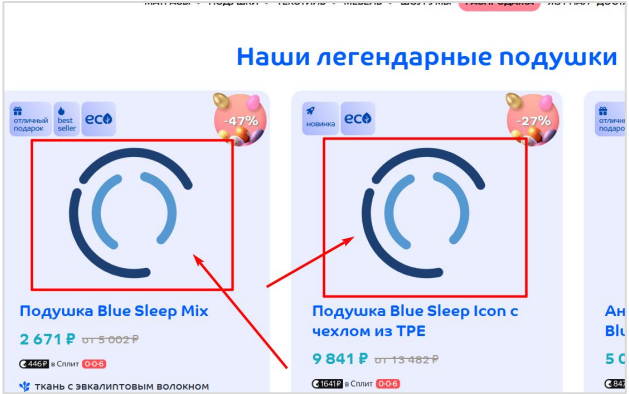
Если сократить время загрузки страниц до менее чем 2 секунд, то конверсия в покупки может увеличиться на 10-15%, за счёт того, что пользователи не будут покидать сайт из-за долгого ожидания.

Комментарии респондентов — что говорят пользователи:

«Портит впечатление плохая загрузка, зашла на страницу о компании — очень долго грузилась информация».

«Есть замечание, что иногда долго загружается информация».

«Долгое обновление страницы при увеличении или уменьшении количества товара в корзине».



Рекомендуемое решение:

- Используйте асинхронную загрузку для скриптов, чтобы они не блокировали загрузку других элементов на странице. Сократите количество запросов, объединяя CSS и JavaScript файлы, используя спрайты для изображений и удаляя ненужные плагины.
- Настройте кэширование на стороне сервера и клиента, чтобы повторные посетители загружали сайт быстрее.
- Реализуйте ленивую загрузку изображений и других медиафайлов, чтобы они загружались только тогда, когда пользователи прокручивают страницу до них.

AskUsers

Юзабилити-проблемы: Навигация по сайту

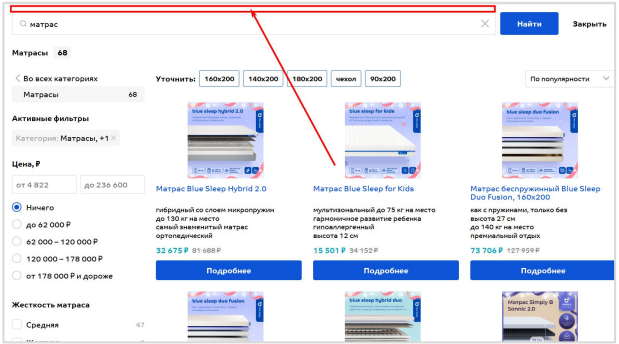
Ссылки на главные разделы каталога не видны в результатах поиска

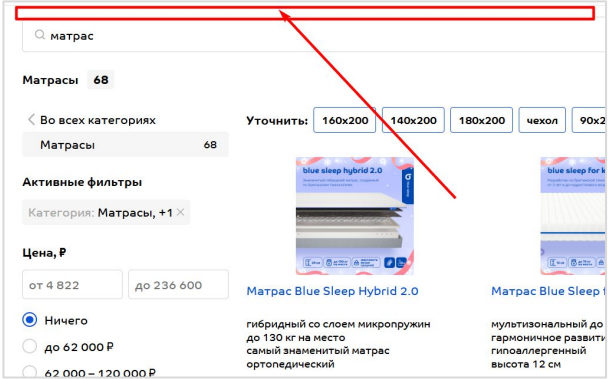
Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная

Встречаемость: 2

Страница: Ссылка





Гипотеза роста конверсии:

Если добавить на страницу результатов поиска видимые ссылки на главные разделы каталога, то конверсия в покупки может увеличиться на 5-8%, за счёт упрощения навигации и быстрого перехода к нужной категории.

Комментарии респондентов — что говорят пользователи:

«В результатах поиска, когда перешла — куда-то пропали ссылки на основные разделы сайт, как вернуться на главную или перейти в каталог - не понятно».

«На странице поиска нет кнопки или иконки домой».

Рекомендуемое решение:

- Убедитесь, что навигационное меню видно и доступно на всех страницах сайта, включая результаты поиска. Можно использовать фиксированное (закрепленное) меню, которое остается на экране при прокрутке страницы.
- Следите за тем, чтобы стиль навигационного меню оставался неизменным на всех страницах сайта. Разные варианты будут сбивать пользователя и ухудшать восприятие информации.

AskUsers

Юзабилити-проблемы: Функционал поиска по сайту

AskUsers

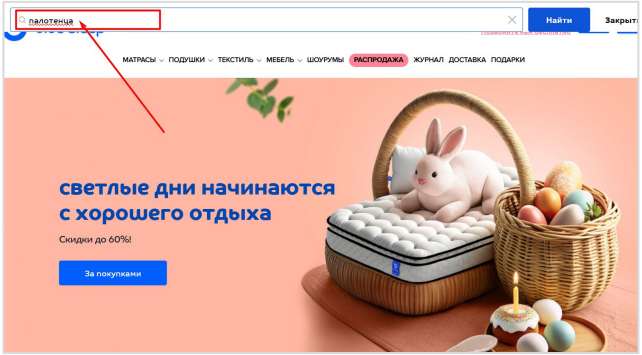
Не предлагаются варианты исправления ошибок при вводе поискового запроса

Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная

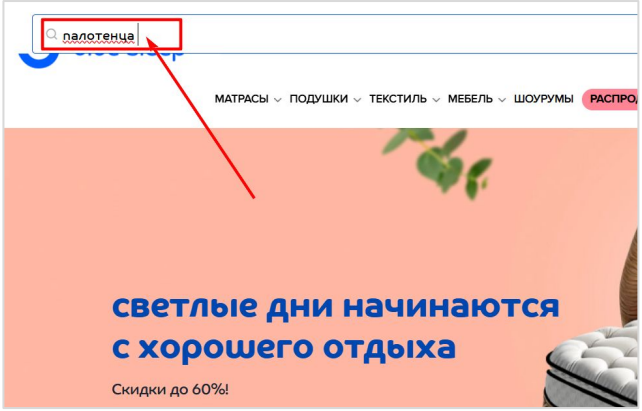
Рекомендация UX-маркетолога

Страница: Ссылка



Гипотеза роста конверсии:

Если добавить в строку поиска функцию автокоррекции с предложением исправленных вариантов при ошибочном запросе, то конверсия в покупки может увеличиться на 5-8%, за счёт упрощения нахождения нужных товаров даже при опечатках.



Рекомендуемое решение:

- Внедрите алгоритмы, которые автоматически исправляют опечатки и ошибки в запросах.
- Если пользователь делает ошибку, предложите варианты похожих запросов.
- Реализуйте функцию автодополнения, которая будет предлагать варианты завершения запроса по мере ввода текста.
- Добавьте подсказки или обучающие элементы, которые объясняют, как эффективно использовать поиск на сайте.

AskUsers

Юзабилити-проблемы: Категория каталога. Общие проблемы

AskUsers

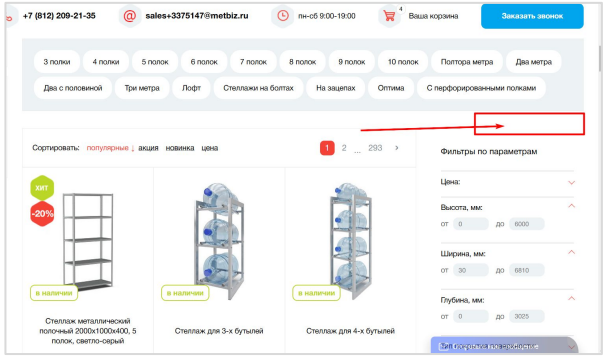
Нет выбора отображения списка товаров: кратко или подробно

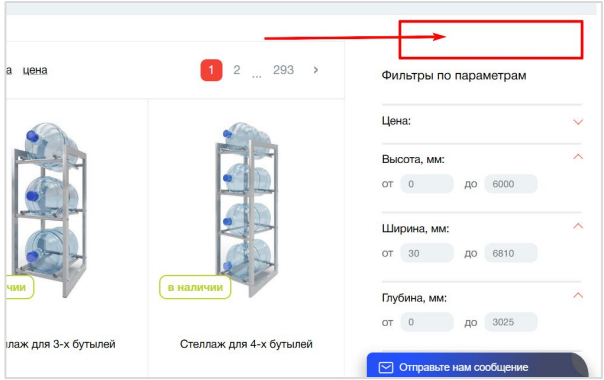
Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная

Встречаемость: 1

Страница: Ссылка





Гипотеза роста конверсии:

Если внедрить переключатель отображения списка товаров, то конверсия в добавление товаров в корзину может увеличиться на 5-8%, за счёт того, что пользователи смогут выбрать удобный формат просмотра, соответствующий их потребностям в информации.

Комментарии респондентов — что говорят пользователи:

«Можно добавить несколько видов списка товаров, не только как сейчас, но например: краткий список, больше описания и т.д.».

Рекомендуемое решение:

- Создание переключателя видов отображения:
  — Добавить в верхней части страницы каталога иконки или кнопки для переключения между видами: «Кратко» (сетка с названием, ценой, фото) и «Подробно» (список с характеристиками, кратким описанием).
  — Для краткого вида показывать минимальные данные: название, миниатюра, цена, кнопка «Купить».
  — Для подробного вида включать дополнительные параметры (например, размеры, совместимость, наличие) и кнопку «Подробнее».

© ООО ASKUSERS

Юзабилити-проблемы: Карточки товаров в списке

AskUsers

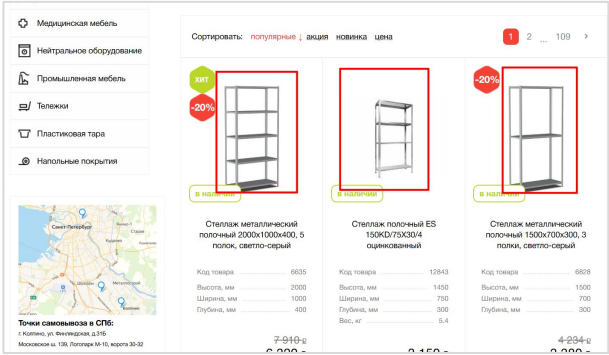
Нельзя посмотреть фотографии товара, не переходя в карточку

Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная

Встречаемость: 2

Страница: Ссылка



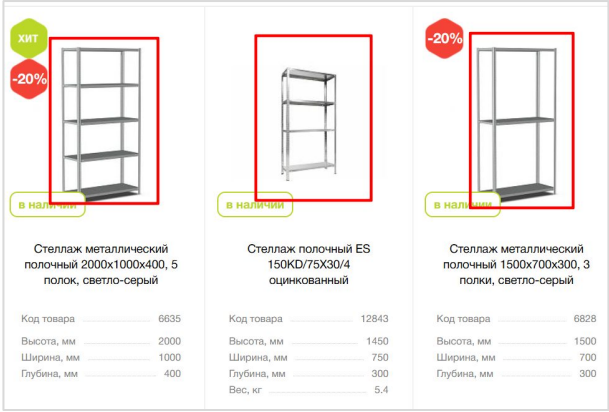
Гипотеза роста конверсии:

Если добавить возможность просмотра мини-галереи фотографий товара при наведении курсорана карточку в листинге каталога, то конверсия в покупки может увеличиться на 5-8%, за счёт предоставления визуальной информации без необходимости перехода, что ускоряет выбор.

Комментарии респондентов — что говорят пользователи:

«Слабая интерактивность: Нет быстрого просмотра товара без перехода на отдельную страницу».

«Стоит добавить функции при листинге, доступные, не открывая карточку товара: функцию листать фото».



Рекомендуемое решение:

- Предпросмотр при наведении: Добавить hover-эффект в каталоге: при наведении на миниатюру товара показывать увеличенное изображение или карусель нескольких фотографий. Для сенсорных устройств заменить hover на касание (tap) с чёткой областью клика (мин. 44x44px).
- Всплывающее окно с галереей: При клике на миниатюру в каталоге открывать всплывающее окно с каруселью фотографий товара (поддержка свайпа/кнопок для переключения). Добавить в окне ключевую информацию: название, цена, кнопки «В корзину» и «В карточку товара».

AskUsers

Юзабилити-проблемы:
Сортировка и фильтрация товаров

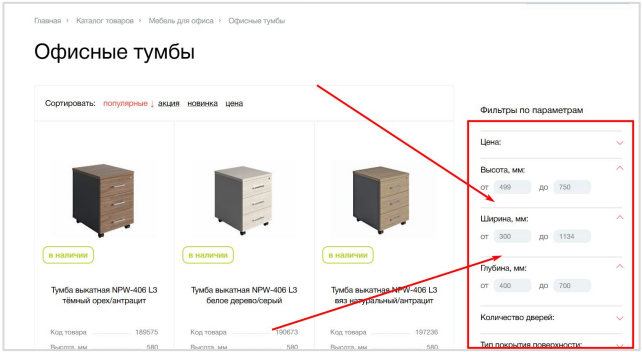
Недостаточно фильтров по характеристикам (по цвету и весу)

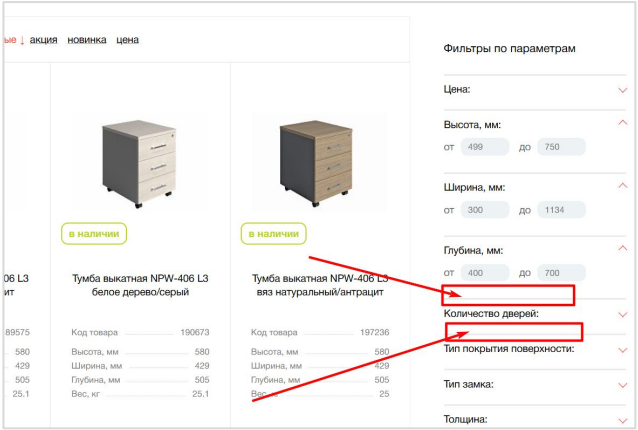
Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная

Встречаемость: 2

Страница: Ссылка





Гипотеза роста конверсии:

Если добавить фильтры по цвету и весу в категориях товаров, то конверсия в добавление товаров в корзину может увеличиться на 5-8%, за счёт того, что пользователи смогут быстрее находить товары с нужными характеристиками, сокращая время на поиск.

Комментарии респондентов — что говорят пользователи:

«Можно еще добавить фильтр вес товара».

«В фильтрах не хватает важного параметра Цвет. Например в категории Офисные тумбы, это важно. И у товаров в названии, цвет указан, а значит и фильтр необходим».

Рекомендуемое решение:

- Добавить фильтры по цвету: В блоке фильтров на страницах категорий внедрить параметр «Цвет» с выбором через визуальную палитру. Для текстового отображения использовать выпадающий список. Показывать количество товаров для каждого цвета (например, «Синий (15)»).
- Добавить фильтры по весу: Внедрить фильтр «Вес» с выбором диапазона (например, ползунки «от 1 кг до 10 кг» или поля ввода). Для популярных диапазонов веса предложить пресеты (например, «До 3 кг», «3–10 кг», «Свыше 10 кг»). Отображать количество товаров в каждом диапазоне (например, «До 5 кг (20)»).

© AskUsers

Юзабилити-проблемы: Карточка товара

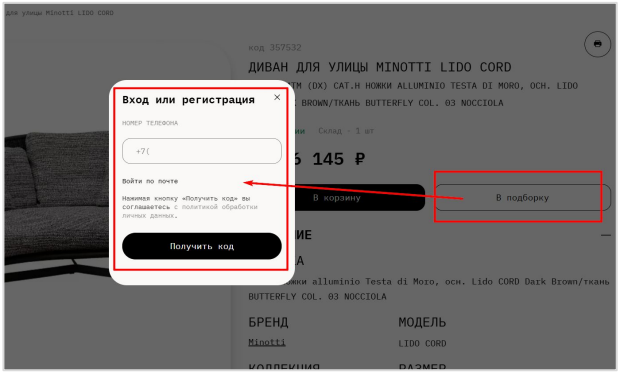
Нет возможности добавить товар в избранное (подборку) без регистрации на сайте

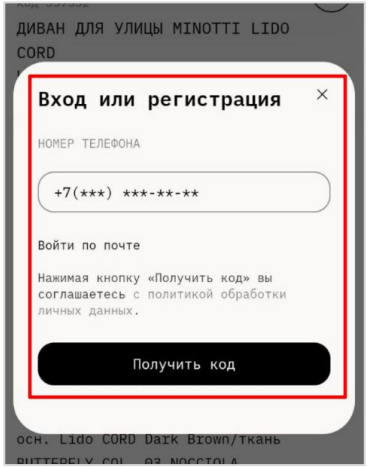
Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная | Мобильная

Рекомендация UX-маркетолога

Страница: Ссылка





Гипотеза роста конверсии:

Если разрешить добавление товара в избранное без регистрации с сохранением в локальном хранилище браузера, то конверсия в использование функции «Избранное» может увеличиться на 15-20%, за счёт того, что устранение барьера регистрации делает процесс проще и доступнее.

Рекомендуемое решение:

- Реализовать локальное хранение избранных товаров в браузере (например, с использованием localStorage для массива идентификаторов товаров: { favorites: "id1", "id2" }).
- Обновить API, чтобы принимать и возвращать данные об избранных товарах для неавторизованных пользователей (например, временный ключ в localStorage для синхронизации).
- В карточке товара добавить кнопку «Добавить в избранное» (например, <button class="favorite-btn">★</button>), доступную без регистрации.

AskUsers

Юзабилити-проблемы: Оформление заказа. Иконка корзины

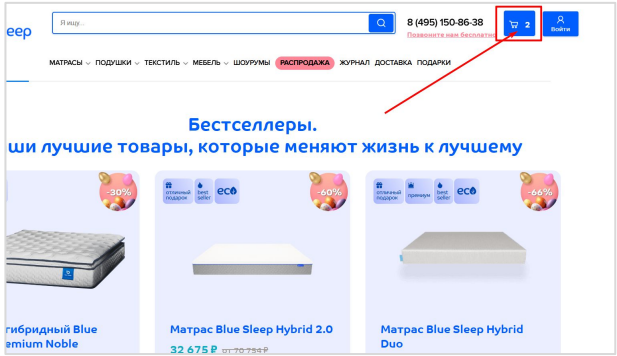
Рядом с иконкой корзины не выводится стоимость заказа

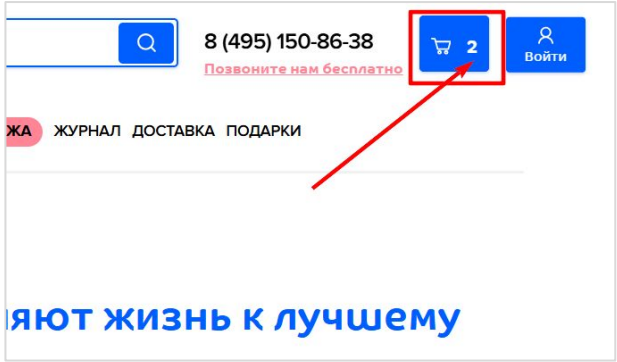
Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная

Встречаемость: 2

Страница: Ссылка





Гипотеза роста конверсии:

Если внедрить рядом с иконкой корзины динамическую подсказку с текущей стоимостью заказа, обновляемую в реальном времени, то конверсия может вырасти на 4-7%, за счёт упрощения контроля затрат и мотивации завершить покупку.

Комментарии респондентов — что говорят пользователи:

«На значке корзины нет общей суммы товаров в ней. Сумма не отображается и при наведении курсора на значок корзины. В итоге пользователь не знает, на какую сумму уже набрал товаров».

«Рядом с иконкой корзины не выводится сумма заказа».

Рекомендуемое решение:

- Добавьте элемент интерфейса рядом с иконкой корзины для отображения стоимости заказа. Это может быть простой текст или более сложный элемент с возможностью раскрытия для показа дополнительных деталей.
- Используйте JavaScript для динамического обновления стоимости заказа на странице. Это может быть сделано с помощью AJAX-запросов или WebSocket, чтобы получать обновления без перезагрузки страницы.

Юзабилити-проблемы: Корзина

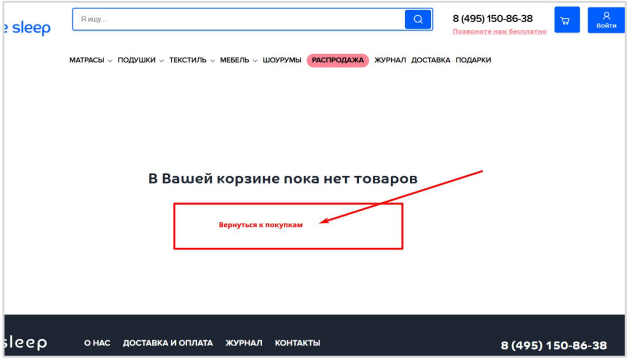
После удаления всех товаров нет советов, что посетитель может делать дальше

Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная

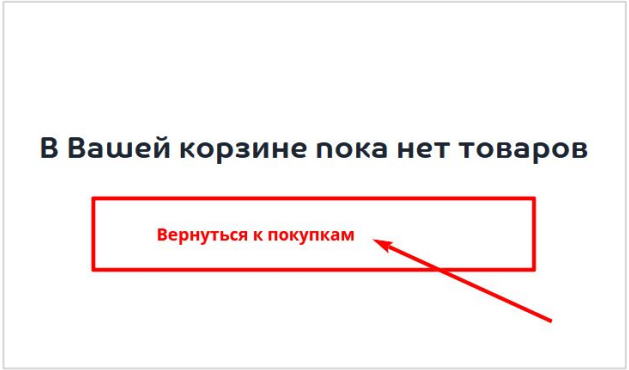
Рекомендация UX-маркетолога

Страница: Ссылка



Гипотеза роста конверсии:

Если после удаления всех товаров в корзине отображать блок с персонализированными рекомендациями товаров, то конверсия в покупки может увеличиться на 5-8%, за счёт направления внимания посетителя на релевантные продукты и удержания его на сайте.



Рекомендуемое решение:

- Показывайте рекомендованные товары, основанные на истории просмотров или покупок пользователя.
- Включите блок «Популярные товары» или «Новинки», чтобы привлечь внимание к актуальным предложениям.
- Включите кнопку «Вернуться к покупкам», которая перенаправит пользователя на главную страницу или в каталог.

Юзабилити-проблемы: Оформление заказа

AskUsers

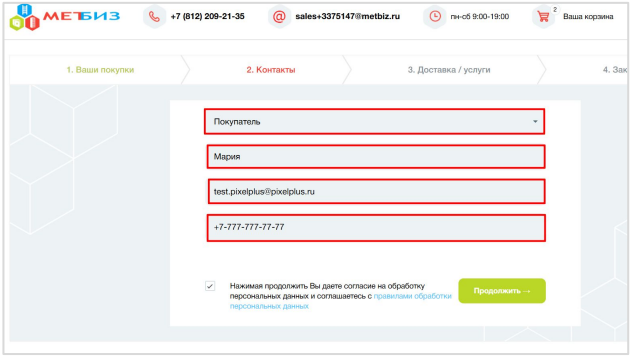
Обязательные для заполнения поля не помечены звёздочкой*

Критичность: Высокая

Платформа: Десктопная

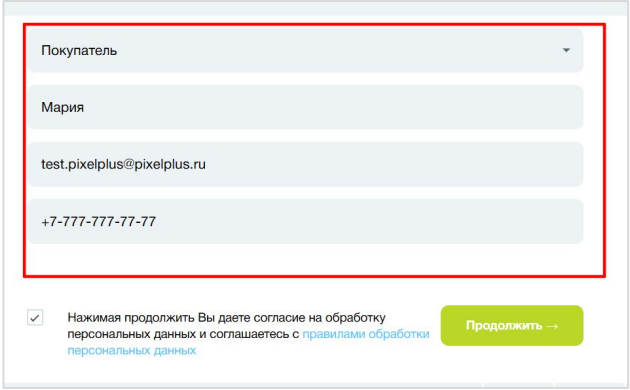
Рекомендация UX-маркетолога

Страница: Ссылка



Гипотеза роста конверсии:

Если пометить обязательные поля ввода в форме оформления заказа звёздочкой (), то конверсия в успешное оформление заказа может увеличиться на 5-8%, за счёт того, что пользователи сразу поймут, какие поля нужно заполнить, снижая вероятность ошибок и раздражения.



Рекомендуемое решение:

- Добавьте красную звёздочку (*) рядом с метками обязательных полей. Это стандартный и общепринятый способ обозначения обязательных полей, который пользователи легко распознают.
- Используйте цветовое выделение для обязательных полей, например, сделайте рамку или фон поля красного цвета, чтобы визуально выделить их среди остальных.
- Разместите текстовую подсказку в верхней части формы, объясняющую, что поля, отмеченные звёздочкой, обязательны для заполнения.

AskUsers

Юзабилити-проблемы: Сравнение с конкурентами

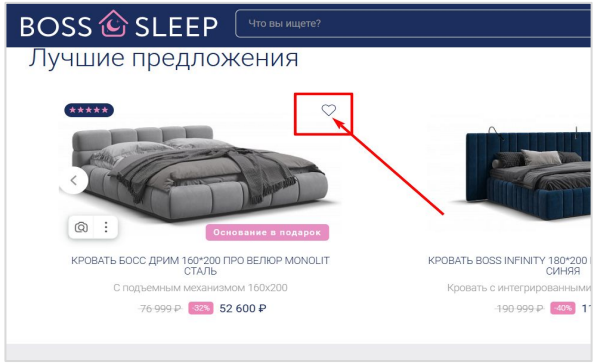
Нет функционала добавления товара в избранное

Критичность: Средняя

Платформа: Десктопная

Встречаемость: 2

Страница: Ссылка



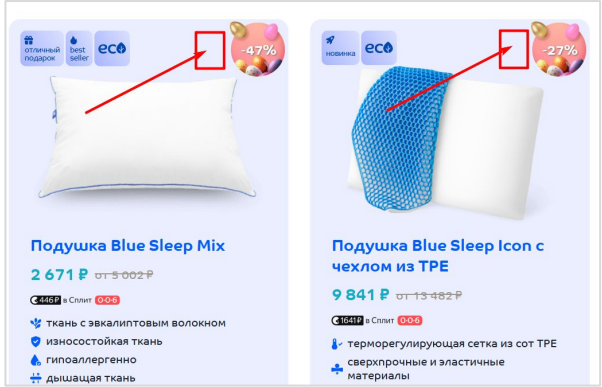
Гипотеза роста конверсии:

Если интегрировать функционал «Избранное» с отправкой email-напоминаний о сохранённых товарах с акционными предложениями, то конверсия может увеличится на 5-9%, за счёт мотивации вернуться к покупке и персонализированного подхода.

Комментарии респондентов — что говорят пользователи:

«https://smart-matras.ru/ https://www.askona.ru/ Есть функции избранное».

«bosssleep.ru — понравилось, что есть функция добавления товаров в избранное, это очень удобно. На вашем сайта не нашла такой возможности».



Рекомендуемое решение:

- Добавьте иконку (например, сердечко или звездочку) на карточку товара, которая будет обозначать добавление в избранное.
- Реализуйте возможность сохранения товара в избранное на стороне клиента (например, с помощью JavaScript) и на сервере (для сохранения данных в базе).
- Настройте базу данных для хранения информации о товарах, добавленных в избранное, с привязкой к конкретным пользователям.

Замечания тестировщиков

Замечания респондентов после оформления онлайн-заказа

1. «На значке корзины нет общей суммы товаров в ней. Сумма не отображается и при наведении курсора на значок корзины. В итоге пользователь не знает, на какую сумму уже набрал товаров» (Евгения Леонидовна).
2. «Не сохраняются заполненные поля, если выйти из корзины на стадии оформления заказа. Например, я вспомнила что-то и решила дозаказать или случайно удалила товар уже после того, как заполнила поля. Я снова добавила товар, вернулась в корзину, а поля снова пустые и мне нужно их заполнять по новой» (Евгения Леонидовна).
3. «Поле для промокода/ сертификата. Если ввести значение с ошибкой, то страница обновится, и пользователь не поймет, почему сумма не меняется. Может быть, стоит добавить красным информацию, что введено некорректное значение. Так будет понятно, что где-то ошибка» (Евгения Леонидовна).
4. «Не предлагается вернуть удаленный товар. Если товар удалили случайно, пользователю придется снова переходить в карточку товара и добавлять его в корзину. А там снова нужно заполнять данные» (Евгения Леонидовна).
5. «Долгое обновление страницы при увеличении или уменьшении количества товара в корзине. Некорректное отображение товаров, категории вам могут пригодиться» (Лилия Александровна).

Замечания респондентов после оформления онлайн-заказа

6. «Шрифт не всегда комфортно выглядит, мелкий и сильно светлый» (Андрей Олегович).
7. «Картинки долго загружаются» (Дмитрий Владимирович).
8. «Не увидела возможности купить в один клик на сайте» (Мария Ильинична).
9. «При переходах по страницам медленно загружаются элементы, в частности - графические» (Мария Ильинична).
10. «Рядом с иконкой корзины не выводится сумма заказа» (Мария Ильинична).
11. «Не понятно, когда именно перезвонит менеджер, нет хотя бы ориентировочного времени обратного звонка» (Мария Ильинична).

Приоритеты внедрения рекомендаций

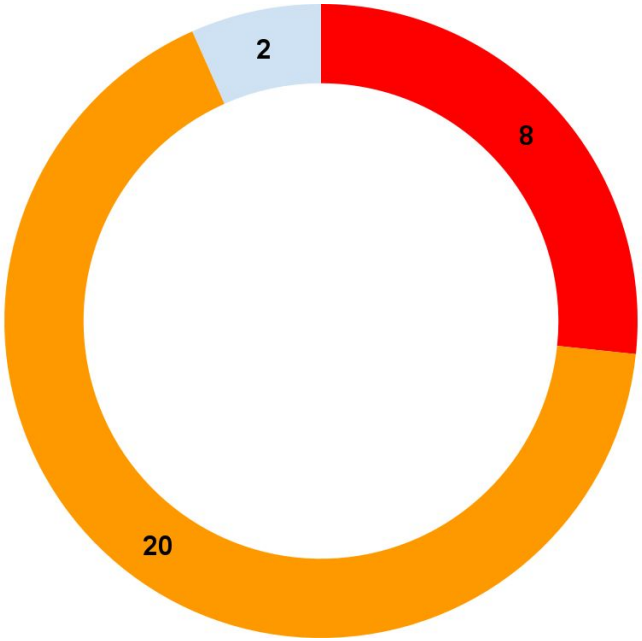
AskUsers

Всего по итогам исследования выявлено 30 проблем

Очередность внедрения подготовленных нами рекомендаций определяется их влиянием на рост конверсии и сложности внедрения.

Каждой из проблем присвоена критичность* в зависимости от того, насколько проблема влияет на принятие решения посетителей совершить целевое действие на сайте.

- **Высокая** — влияет на принятие решения о совершении покупки на сайте.
- **Средняя** — является косвенной причиной отказа в покупке.
- **Низкая** — влияет на общую удовлетворенность взаимодействия с сайтом.



**Сложность внедрения зависит от трудозатрат и количества привлекаемых к внедрению специалистов.*
***Критичность определялась нами по итогам опроса 660+ респондентов.*

(c) AskUsers

AskUsers

Высокий приоритет. Ошибки напрямую влияют на конверсию: 8

№	Ошибки	Сложность внедрения
01	Нет фильтра по характеристикам в категориях каталога	Средняя
02	Нет сортировки по цене в категориях каталога	Средняя
03	Нет сортировки по наличию на странице результатов поиска	Средняя
04	В карточках товаров в списке нет информации о наличии товара	Средняя
05	Не сохраняются введенные данные в форме заказа при перезагрузке страницы	Средняя
06	Нет возможности заказать товар в один клик	Высокая
07	Нет возможности добавить товар в избранное	Высокая
08	Низкая скорость загрузки сайта	Высокая

**Цифры в правом столбце таблицы означают коэффициент сложности внедрения рекомендаций*

AskUsers

AskUsers

Средний приоритет. Ошибки косвенно влияют на конверсию: 20

№	Ошибки	Сложность внедрения
01	Нет кнопки «Наверх»	Низкая
02	Ссылки на главные разделы каталога не видны в результатах поиска	Низкая
03	Нет точной информации об обратной связи после отправки посетителем заявки	Низкая
04	Нет кнопки или иконки, инициирующей поиск	Низкая
05	Нет онлайн-консультанта	Средняя
06	В карточках товаров в списке не выводятся основные характеристики (размер)	Средняя
07	Трудночитаемый шрифт	Средняя
08	Рядом с иконкой корзины не выводится стоимость заказа	Средняя
09	Нет сертификатов в карточке товара	Средняя
10	Нет сортировки по скидке на странице результатов поиска	Средняя

**Цифры в правом столбце таблицы означают коэффициент сложности внедрения рекомендаций*

AskUsers

AskUsers

Средний приоритет. Ошибки косвенно влияют на конверсию: 20

№	Ошибки	Сложность внедрения
11	Не указан общий вес заказа	Средняя
12	Нет раздела «Гарантии»	Средняя
13	После удаления всех товаров нет советов, что посетитель может делать дальше	Средняя
14	Не предлагаются варианты исправления ошибок при вводе поискового запроса	Средняя
15	Нет частых запросов или популярных категорий в виде фильтров-ссылок	Средняя
16	Нельзя посмотреть фотографии товара, не переходя в карточку	Средняя
17	Отсутствуют отзывы о конкретном товаре	Высокая
18	Нет функционала сравнения товаров	Высокая
19	Нельзя восстановить удаленный товар	Высокая
20	Нет мини-корзины, со списком товаров и итоговой стоимостью заказа	Высокая

**Цифры в правом столбце таблицы означают коэффициент сложности внедрения рекомендаций*

AskUsers

AskUsers

Низкий приоритет. Ошибки влияют на общее впечатление о сайте: 2

№	Ошибки	Сложность внедрения
01	Недостаточно сведений о компании	Низкая
02	Не указан артикул товара	Средняя

*Цифры в правом столбце таблицы означают коэффициент сложности внедрения рекомендаций

AskUsers

Об AskUsers

AskUsers — сервис для роста конверсии вашего сайта, пользовательских исследований и юзабилити-тестирований. Работаем с 2014 года.

AskUsers.ru

t.me/askusers_ux

+7 (495) 181-19-29

info@askusers.ru

AskUsers