

ЮЗАБИЛИТИ САЙТОВ-КАТАЛОГОВ НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРАКТИВНОГО КАТАЛОГА НЕДВИЖИМОСТИ HATA.BY

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Кравчук Е.Н.

Яшин К.Д.- к.т.н., доцент

Каталоги достаточно распространенное явление в сети Интернет. Но основной их задачей является структурировать информацию для удобного восприятия и поиска пользователем. Проектируя дизайн и структуру, дизайнеры совместно со специалистами по юзабилити используют различные приемы для того, что бы обеспечить хорошую читаемость информации, а так же возможность поиска в каталоге по заданным параметрам.

Работая в проекте hata.by, я участвовал в обсуждении и проектировании нового облика каталога интерактивной недвижимости. В данной статье хочу поделиться опытом, который я приобрел, тесно сотрудничая с профессионалами по юзабилити и дизайну.

На первом этапе был выбран приоритетный цвет для всех страниц портала и логотипа. При выборе цвета дизайнеры опирались на непохожесть цветовой гаммы на порталы схожей тематики. Например realt.by – синий, Твоя столица (t-s.by) – красный. Для нашего портала был выбран зеленый цвет.

На втором этапе был разработан макет главной страницы. Специалисты по юзабилити постарались сделать ее максимально понятной для восприятия пользователями.

Результат мы можем наблюдать на рисунке 1 (было) и рисунке 2 (стало), на которых изображены верхняя часть страницы портала hata.by.

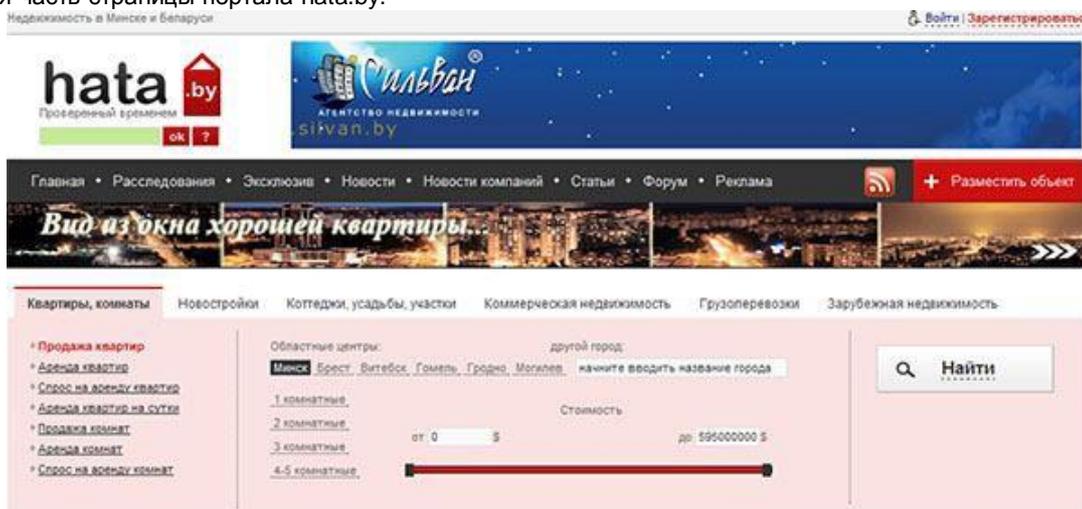


Рисунок 1, старый дизайн



Рисунок 2, новый дизайн

Значительно уменьшена высота верхней части сайта, за счет удаления рекламных баннеров и переноса поиска во всплывающее окошко поискового модуля по нажатию кнопки "поиск недвижимости". Кнопка "разместить объект" поменяла свое название на более понятное "подать объявление" и была перемещена из главного меню в верхнюю часть в одну линию с логотипом и кнопкой поиска, что значительно улучшило ее видимость.

Все написанное выше касалось общего облика и читаемости сайта. Следующим этапом была разработка непосредственно страниц каталога. Весь редизайн и переделка каркаса страниц были задуманы и осуществлены нами после того как мы провели опрос среди пользователей нашего ресурса. Тема опроса звучала следующим образом - "Считаете ли Вы схему подачи и поиска информации в нашем каталоге оптимальной?". В опросе участвовало 756 пользователей портала. 64% опрошенных ответили – нет, 32% - меня все устраивает, 4% -затруднились ответить. Так же были учтены замечания и типичные ошибки пользователей, которые обращались в службу технической поддержки. Одним из часто задаваемых вопросов был "Как добавить объявление?".

На рисунке 3 (было) и рисунке 4 (стало), изображены страницы каталога со списком объектов недвижимости.



Рисунок 3, старый дизайн



Рисунок 4, новый дизайн

Было принято решение увеличить шрифт и межстрочный интервал для лучшей читаемости информации. Мы убрали кнопку “Подробнее”, вместо нее теперь стал кликабельным заголовок объекта, который для понятности, что это ссылка, выделен подчеркиванием. Ближе к центру была смещена цена, поскольку это один из важнейших для пользователя параметров. Появилась возможность загрузки видео - файлов и 3D – туров (небольшие иконки в верхнем правом углу). Закладка “фишка” преобразилась в небольшую иконку в верхнем правом углу страницы.

Изменения так же коснулись и поиска. Теперь поисковый модуль приобрел следующий вид (рисунок 5). Располагается форма поиска в верхней части сайта, рядом с логотипом, на страницах разделов каталога. Формы поиска различаются своими параметрами в зависимости от выбранной страницы каталога. В отличие от старого дизайна (рисунок 1), новая форма поиска отличается привычными для пользователя выпадающими списками и текстовыми окнами для ввода критериев поиска. Дополнительные параметры можно задать в выпадающем модальном окне при нажатии на ссылку “Расширенный поиск”.

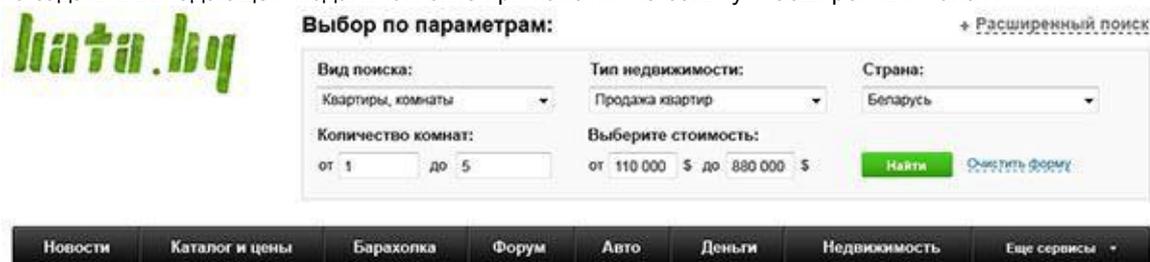


Рисунок 5, новый дизайн

На данном этапе дизайн согласован и ведутся работы по внедрению его на сайте. Был проведен небольшой опрос среди активных пользователей портала (20 человек). Вопрос звучал следующим образом “Полностью ли удовлетворяет новый дизайн Ваши потребности?”. 95% ответили – да. Остальные 5% - нет. Для нас это было показателем хорошо спланированной и проведенной работы над юзабилити нашего каталога, даже несмотря на небольшую выборку пользователей для опроса.

Подводя итоги проделанной работы, мы пришли к выводу, что при планировании структуры и дизайна прежде всего необходимо опираться на потребности пользователей и четко понимать какая информация будет интересовать пользователя в первую очередь, и сделать ее максимально наглядной для визуального поиска на странице.

Список использованных источников:

1. Стив Круг. Как сделать сайт удобным. Целесообразность по методу Стива Круга = Rocket Surgery Made Easy: The Do-It-Yourself Guide to Finding and Fixing Usability Problems. — СПб.: Питер, 2010. — С. 208. — ISBN 978-5-49807-515
2. Гарретт Д. Веб-дизайн: книга Джесса Гарретта. Элементы опыта взаимодействия = The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web. — Символ-Плюс, 2008. — С. 192. — ISBN 5-93286-108-8