

АУДИТ САЙТА

[http://**.ru/](http://****.ru/)**

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЙ АНАЛИЗ	3
1.1. АНАЛИЗ КОРРЕКТНОСТИ РАБОТЫ	3
1.2. СКОРОСТЬ ЗАГРУЗКИ	3
1.3. ПРОВЕРКА НА ОШИБКИ СЕРВЕРА	3
2. ДИЗАЙН	4
2.1. ОЦЕНКА ОФОРМЛЕНИЯ САЙТА	4
2.2. ВОСПРИЯТИЕ САЙТА.....	5
3. ЮЗАБИЛИТИ	6
3.1. УДОБСТВО ПОЛЬЗОВАНИЯ САЙТОМ	6
3.2. НАВИГАЦИЯ.....	6
4. СОДЕРЖИМОЕ	8
4.1. УРОВЕНЬ И КАЧЕСТВО НАПОЛНЕНИЯ САЙТА СОДЕРЖИМЫМ.....	8
4.2. УРОВЕНЬ ОПТИМИЗАЦИИ ГРАФИКИ	8
5. ИНТЕРАКТИВНЫЕ СЕРВИСЫ	8
5.1. ОЦЕНКА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С САЙТА	9
5.2. ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ	9
6. РЕЗЮМЕ	10

1. ОБЩИЙ АНАЛИЗ

1.1. Анализ корректности работы

На главной странице не работает переключатель регионов. Вне зависимости от выбранного региона открывается «Москва». Таким образом, невозможен переход на любой другой регион.

Отсутствует сквозной переход между русской и английской версиями (переход осуществляется только на главную страницу соответствующей версии).

Выпадающая часть горизонтального навигационного меню доступна только на главной странице и пропадает на внутренних.

1.2. Скорость загрузки

Скорость загрузки отдельных страниц неприемлема для работы, превышая 5 сек.

Пример — страница раздела Сеть обслуживания.

1.3. Проверка на ошибки сервера

Не включено кеширование для статических файлов.

Рекомендуется отдавать все ресурсы (картинки, CSS-, JS- и мультимедиа файлы) с кеширующими заголовками (Cache-Control, уменьшая тем самым количество запросов с клиента при последующих посещениях или использовании этих файлов для просмотра других страниц сайта).

Всего файлов не из кеша: 84.

При загрузке страницы запрашивается всего 1 хост.

Рекомендуется увеличить число различных хостов, с которых будут отдаваться все необходимые на данной странице ресурсы. Как показывает практика, не стоит вводить более 4 различных хостов. Для выдачи статичных файлов рекомендуется настроить «легкие» сервера, которые могут очень быстро обслуживать статичные запросы, например, nginx

2. ДИЗАЙН

2.1. Оценка оформления сайта

Слабая привязка к фирменному стилю Банка.

Непродуманная «сетка» (схема расположения элементов на страницах сайта).

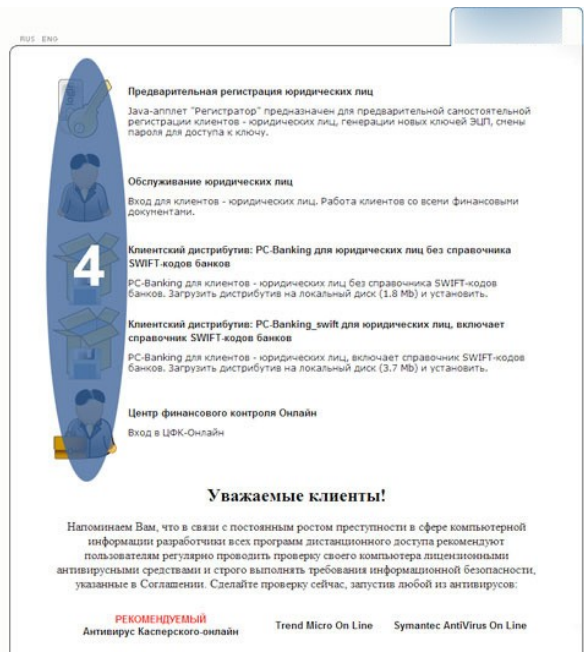
Не рациональное использование экранного пространства.

При взгляде на цветочные пятна главной страницы, можно видеть, что все внимание поглощают рекламные блоки. На этом контрасте не остается места ни фирменной идентификации банка, ни навигации по сайту. «Развесовка» композиции отсутствует как класс, за счет чего отсутствует баланс присутствующих элементов. Схожая картина и на внутренних страницах.



Графика сайта выполнена в разных стилях.

Нет единого стиля в оформлении баннеров, промо-блоков, тематических иллюстраций.



Пример. Главная страница сайта и первая страница интернет-банка. Цифрами отмечены графические элементы, выполненные в разных стилевых решениях.

2.2. Восприятие сайта

Информация на сайте представлена очень «кучно», а навигация – непродуманна. Чрезвычайно неинформативна «сетка» сайта. За счет чего оказались «спрятаны» многие необходимые функции. Правая колонка используется нерационально и перегружена элементами разных категорий: основная навигация, техническая навигация, мини-баннеры и информеры.

3. ЮЗАБИЛИТИ

3.1. Удобство пользования сайтом

Глядя на «сетку» текущего сайта можно сказать, что при его разработке не шло речи о юзабилити.

Навигация присутствует лишь номинально, но не «ведет» пользователя. Основная навигация сливается с технической. Содержание представляется одним потоком. Непропорциональны навигационная, рекламная (баннеры, промо блоки и пр.) и содержательная части сайта.

Очевидные минусы:

- Неинформативность;
- Не самая удобная навигация;
- **Полное отсутствие «продающей» составляющей части** (отсутствие форм онлайн заявок, интернет консультантов, калькуляторы и оффлайн анкеты не представлены на «видных» местах).

3.2. Навигация

Отсутствует интуитивная навигация.

Основная навигация по сайту имеет слабую связь между горизонтальной и вертикальной частью. Горизонтальная часть, разделяющая продукты банка для разных типов клиентов представлена неявно и теряется на фоне баннеров. На главной странице у горизонтальной части навигации существует выпадающее меню, погружающее пользователя сразу на второй уровень сайта, но на внутренних страницах такая опция отсутствует. Вся навигация смещается в правую колонку, где начинает подразделяться на несколько типов, в результате чего приобретает перегруженность.

Техническая навигация не на месте.

Усугубляет проблему техническая навигация (Карта сайта, Отзывы и предложения, English Version, Поиск), находящаяся в одном месте и фактически сливающаяся с основной.

Обычно, эта часть навигации отделена от основной и размещается в более доступных местах для удобства идентификации и использования.

Ситуация с навигацией – результат внедрения непродуманной «сетки» сайта.

▼ **Сбережения**

Срочные вклады
Доходные карты
Операции по счетам
Система страхования вкладов
Часто задаваемые вопросы

Кредиты

Банковские карты

Сейфовые ячейки

Расчетно-кассовое обслуживание

Аккредитивы в российских рублях

Денежные переводы и платежи

Банковское самообслуживание

Пенсионное страхование

ПИФы

Операции с ценными бумагами

Дорожные чеки

Валютно-обменные операции

.....
Новости

Акции, спецпредложения

О Банке

Ваш финансовый советник

Банк и общество

Сеть обслуживания

Тендеры

Контакты

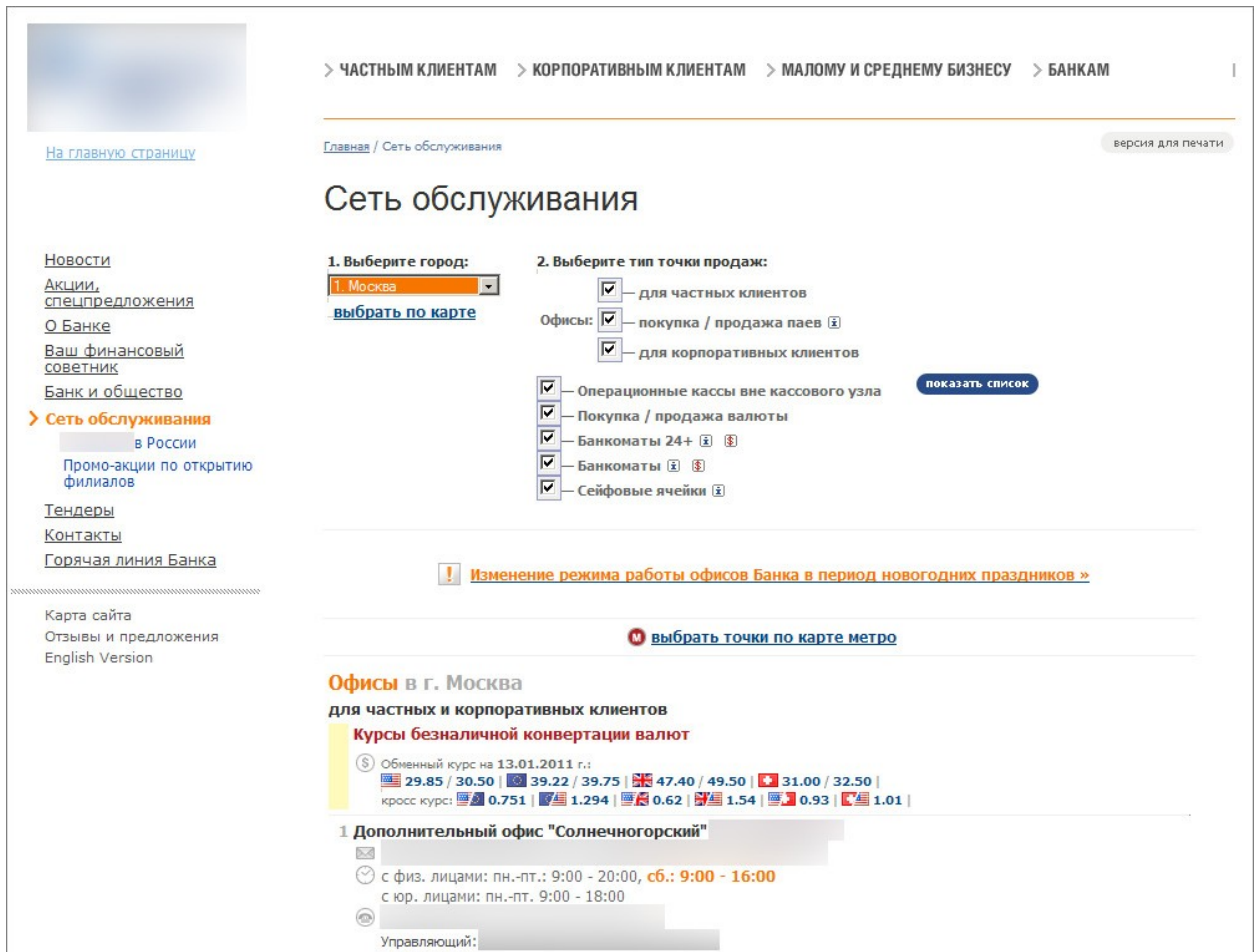
Вопрос - ответ

Пример. Навигационное меню на странице Частным клиентам > Сбережения. Неинформативно и растянуто по-вертикали (не влезет на 1 скролл при минимальном разрешении экрана).

4. СОДЕРЖИМОЕ

4.1. Уровень и качество наполнения сайта содержимым

Текст по разному отформатирован на всем сайте. Разные отступы, размеры шрифта, стили, оформление таблиц. Контраст можно наблюдать даже в рамках просмотра одной страницы:



4.2. Уровень оптимизации графики

Некоторые GIF-изображения можно уменьшить в размере.

На сайте обнаружены GIF-изображения (всего: 35), размер которых можно уменьшить, если преобразовать их в PNG.

Размер фоновых изображений очень большой.

Возможно, его можно уменьшить, если в стилях подключать только необходимые на данной странице правила или использовать другой формат для изображений. Или использовать data:URI для фоновых изображений.

Некоторые PNG-изображения можно уменьшить в размере.

На сайте обнаружены PNG-изображения (всего: 11), размер которых можно уменьшить, если убрать из них ненужную информацию

5. ИНТЕРАКТИВНЫЕ СЕРВИСЫ

5.1. Оценка обратной связи с сайта

Форма обратной связи отсутствует. Ее частично заменяет форма, на странице «вопрос-ответ». В форме не указана обязательность заполнения всех полей, а незаполненные поля выделяются (оранжевым цветом) спорно.

Ссылка на раздел «вопрос-ответ» представлена в сквозном режиме, в навигационном меню, а также на некоторых внутренних страницах (таких как «вклады», или «кредиты», в разделе для физ. лиц), отдельным блоком. Тем не менее, есть смысл преподнести этот блок более заметно, проявляя лояльность к пользователям.

Связь с онлан-консультантами отсутствует как класс.

Страница контактов сверстана аскетично и неинформативно. В домашнем регионе (которым, повторимся, может быть только Москва) представлены лишь координаты головного офиса. Причем, карта проезда открывается в отдельном окне, что неудобно.

До филиалов и банкоматов приходится докапываться по ссылке «Сеть обслуживания», причем, они представлены сплошным списком, без привязке к карте региона. **Находить ближайший офис или банкомат предлагается по названию улиц.** Также, не в полной мере представлены списки услуг и операций, проводимые в офисах.

5.2. Онлайн-сервисы

Интернет-банк выполнен в стиле, отличном от остальных страниц сайта и воспринимается как фирменный продукт Банка. Что немаловажно, ссылка на вход в интернет банк спрятана от глаз пользователя. Для постоянных посетителей, регулярно заходящим именно в интернет-банк это неудобно.

Калькулятор вкладов спрятан от глаз, ссылка на него представлена лишь на третьем уровне сайта. Собран калькулятор некомпактно, за счет чего, по всей видимости и открывается в новом окне, что неприемлемо.

Кредитный калькулятор выполнен в отличном стиле от калькулятора вкладов и имеет схожие с ним проблемы.

Анкета на получение кредита (заявка на кредит) представлена на сайте не в виде электронной формы, а в виде pdf-страницы для распечатки и заполнения вручную. Все минусы такого решения очевидны. **Также стоит отметить, что заявка, являющаяся важной «продающей» функцией сайта представлена весьма блекло (лишь текстовыми ссылками и в «мертвых» частях страниц), лишь на третьем и четвертом уровнях сайта, и в таком виде не побуждает потенциальных клиентов к активному действию.**

6. РЕЗЮМЕ

Сайт выполняет информационные функции лишь условно. Причина тому, невнятная и спрятанная от глаз навигация и аскетичная «сетка». Вместо обзора основных направлений движения по сайту, на глаза пользователя попадает ничем не отфильтрованный ворох информации «обо всем и сразу».

Такой, «кучный» стиль подачи информации, запутывает пользователя, заставляет прилагать больше усилий для идентификации нужной ему информации. Как следствие, представленная информация и доступ к ней могут показаться пользователю некомпетентными.

Некоторые сервисы, которыми регулярно пользуются постоянные клиенты – спрятаны от глаз (например, ссылка на вход в систему iBank 2), не функционируют (переключение «домашнего» региона), дублированы (все те же регионы – переключение «домашнего» города и карта присутствия в РФ ниже), или же расположены не на привычном пользователю месте (например – ссылка на переключение языковой версии сайта).

Функционал сайта - заявки, калькуляторы, обратная связь и сеть обслуживания требуют более внятной подачи.

Таким образом, информация на сайте собрана, но не «подана» и не «продана» клиенту. В результате чего может страдать в том числе и имидж Банка как солидного и компетентного игрока на рынке.