

Аудит сайта Банка



Департамент интернет-проектов
Дизайн-студия Armexdesign

Москва, 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ОБЩИЙ АНАЛИЗ..... | 3 |
| Анализ корректности работы | 3 |
| Скорость загрузки | 3 |
| Проверка на ошибки сервера..... | 3 |
| ДИЗАЙН И ЮЗАБИЛИТИ | 4 |
| Главная | 4 |
| ЧАСТНЫМ КЛИЕНТАМ | 7 |
| КОРПОРАТИВНЫМ КЛИЕНТАМ и МАЛОМУ БИЗНЕСУ | 9 |
| Боковое меню | 9 |
| ИТОГ АУДИТА | 10 |
| С нами работают..... | 12 |
| Примеры работ из портфолио..... | 13 |
| Почему именно мы?..... | 14 |
| Заключение | 15 |

ОБЩИЙ АНАЛИЗ

Анализ корректности работы

На главной странице не работает кнопка RSS. Вместо окна или формы подписки на новости пользователю открывается исходный код без стилей.

Подразделы Вертикального меню, доступны только при переходе на соответствующий раздел меню, что заставляет пользователя совершать дополнительные лишние действия при поиске необходимой информации.

Скорость загрузки

В целом скорость загрузки страниц приемлемая. Однако проведенный анализ данных показывает результат эффективности только 57%. Ресурс может работать быстрее и четче:

1. Сжатие ресурсов с помощью функций gzip или deflate позволяет сократить объем данных, передаваемых по сети.
Включив сжатие вы сможете уменьшить объем передаваемых данных на 72%.
2. Если указывать в заголовках HTTP дату или срок действия статических ресурсов, браузер будет загружать уже полученные ранее ресурсы с локального диска, а не из Интернета.
3. Правильный формат и сжатие изображений позволяет сократить их объем на 43%, что также ускорит работу сайта.

Проверка на ошибки сервера

При загрузке страницы запрашивается слишком много хостов.

Слишком большое количество различных хостов при обращении к ресурсам страницы способно замедлить ее загрузку (потому что уходит определенное время на установление соединения с каждым). Рекомендуется ограничиться 4 хостами. Зафиксированное число хостов: **7**

При загрузке вебсайта обнаружены редиректы.

Каждое перенаправление (*redirect*) увеличивает время загрузки конечного ресурса на клиенте, необходимо устранить все такие перенаправления. Всего зафиксировано редиректов: **3**.

ДИЗАЙН И ЮЗАБИЛИТИ

Нынешняя версия сайта технически и морально устарела.

Задача современных сайтов – давать клиентам ответы на их вопросы быстро и в понятной форме. Тенденция упрощения пользовательских сценариев взаимодействия с ресурсами и уменьшения информации в наше время уже становится необходимостью.

Главная

1. Тематические, рекламные, новостные блоки, разделы меню выглядят довольно мелко. При заходе и взаимодействии с интерфейсом сайта приходится сильно напрягать зрение.
2. На главной странице отсутствуют явно выраженные цветовые акценты, привлекающие внимание, что приводит к потере пользователя в виду явных и видных сценариев пользовательского взаимодействия.
3. Структура главной страницы мешает пользователям находить то, что им нужно, в виду наличия большого количества разрозненной информации и отсутствия фокусировки на основных блоках, необходимых для главной страницы:
 - ясное и простое меню, с видимыми при наведении (или другом виде взаимодействия пользователя с системой) подразделами соответствующего меню;
 - четкие продуктовые блоки (кредиты, вклады и т.д.);
 - рекламные и акционные блоки;
 - видная и доступная необходимая информация (курсы валют, индексы).

2.1.1 Рекламные баннеры

Есть несколько причин, по которым рекламные баннеры на главной странице **требуют переработки:**

1. Сейчас большая часть информации на баннерах – тезисы и сухие факты
2. Отсутствует четкое понимание какие конкретно важные преимущества и выгоды несут предложения
3. Для выяснения деталей предложения пользователю требуется совершить лишнее действие – нажать на баннер и перейти на внутреннюю вкладку








4. В нижней части страницы расположено 2 дополнительных рекламных блока, которые судя по их месторасположению должны быть важными. Но сайт не удовлетворяет это впечатление, по следующим причинам:

- возникает вопрос, почему они отделены от остальных рекламными блоками, расположенных в баннерах?
 - если данные блоки вынесены отдельно, значит подразумевается, что это значимые продукты банка, которые нужно активно продавать. Тогда почему о них так мало информации и они такие мелкие?
- Блоки не вызывают интереса, так как в предложении отсутствуют реальные выгоды, мотивирующие, чтобы нажать кнопку «Подробнее»
- с точки зрения внешнего вида блоки довольно блеклые и маловыразительные.



2.1.2 Продуктовые блоки

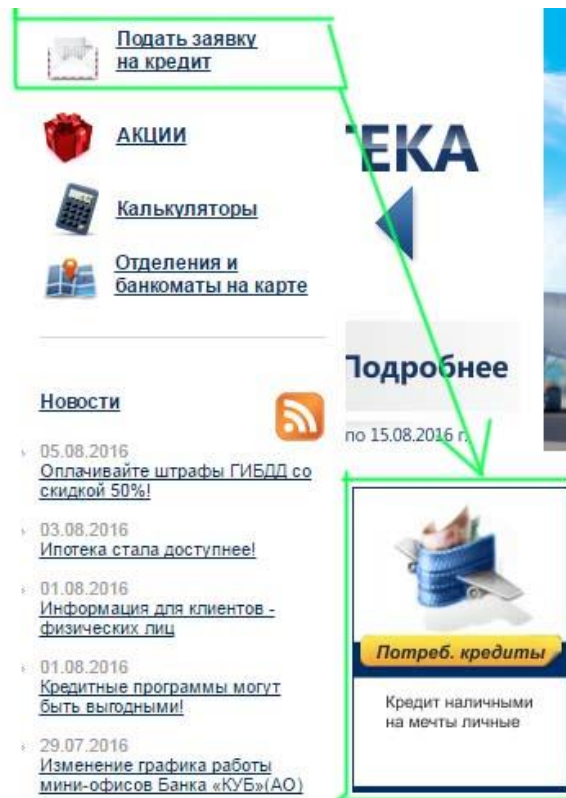
Блоки продуктов маленькие и мало привлекают внимания. На них не хочется нажимать. Все блоки являются только ссылками на внутренние страницы, которые наполнены сухим текстом, описывающим тот или иной продукт, услугу.

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
|  <p>Потреб. кредиты</p> <p>Кредит наличными на мечты личные</p> |  <p>Ипотека</p> <p>Решение вашего квартирного вопроса</p> |  <p>Кредиты бизнесу</p> <p>Индивидуальный подход к каждому клиенту</p> |  <p>Автокредиты</p> <p>Стать автовладельцем просто</p> |  <p>Срочные вклады</p> <p>Надежный способ сохранить и приумножить сбережения</p> |
|---|---|--|---|--|

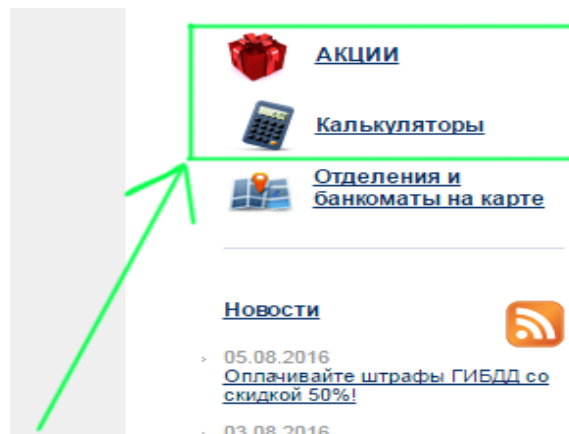
2.1.3 Юзабилити

Количество потенциальных пользовательских сценариев доступное на главной странице, при этом еще и компактно расположенных, превышает допустимое значение для эффективного и качественного взаимодействия посетителя с ресурсом.

1. На главной странице есть пересекающиеся пользовательские сценарии. Данная схема очень плохо сказывается на качестве взаимодействия сайта с пользователем.



2. На главной странице сайта присутствуют обобщенные блоки, что является недопустимым с точки зрения пользовательского взаимодействия – клиент не будет заходить в директорию типа «кот в мешке».



3. На экранной версии продукта зачем-то есть ссылка на мобильную версию. Это выглядит довольно странно и непонятна причина такой реализации.
 - во-первых зачем пользователю экранной версии мобильная (если только он не разработчик, конечно, однако среди клиентов банка таких скорее меньшинство);
 - во-вторых, адаптивность ресурса должна быть автоматизирована, в настоящее время это уже необходимость, ведь по данным аналитического отдела Яндекса на данный момент объем пользователей Мобильного интернета составляет 43% в московском регионе и около 35% по всей России продолжая неуклонно расти.

ЧАСТНЫМ КЛИЕНТАМ

Блоки продуктов для частных клиентов выглядят не привлекательным, **из-за отсутствия визуально понятных иконок.**

Для качественного привлечения внимания пользователя необходимо эмоциональное вовлечение и яркие образы.

Например, тем клиентам, которые интересуются Потребительскими кредитами необходимо показать картинки со Счастливыми людьми в окружении товаров, на которые чаще всего берут кредиты (велосипед, мебель, техника и т.д)

Тоже касается и остальных продуктовых разделов. Пользователь, который ищет Ипотечный кредит с выгодными условиями, ищет не сам по себе кредит – его интересует уютная квартира в его персональной собственности – именно эти образы, которые отражаются в запросах и ожиданиях клиентов и работают наиболее эффективно в подобных продуктах.

2.2.1 Подразделы страницы ЧАСТНЫМ КЛИЕНТАМ

1. Во внутренних подразделах **нет четкой и понятной структуры расположения продуктов,** которые предоставляются в банке.

Контентная неразбериха. Например, большое количество ненужных ссылок: вместо кредитного калькулятора, страница с ссылкой на кредитный калькулятор

Главная страница - [Частным лицам](#) - [Кредиты](#) - [Потребительские кредиты](#) - [Кредиты без обеспечения](#)

Кредиты

- [Ипотека](#)
- [Автокредиты](#)
- Потребительские кредиты**
- [Кредиты без обеспечения](#)
- [КУБ-Комфорт](#)
- [КУБ-Деньги сейчас](#)
- [Рефинансирование кредитов без обеспечения](#)

Кредиты без обеспечения

- › [КУБ-Комфорт](#)
- › [КУБ-Деньги сейчас](#)
- › [Рефинансирование кредитов без обеспечения](#)

[Калькулятор по кредиту без обеспечения](#)

2. Также присутствуют просто пустые ссылки, что сильно бьет по рейтингам сайта в процессе выдачи поисковых запросов, а соответственно уменьшает количество потенциальных клиентов банка.

Главная страница - Частным лицам - Кредиты - Потребительские кредиты - Кредиты под поручительство

Кредиты

- [Ипотека](#)
- [Автокредиты](#)
- Потребительские кредиты**
 - [Кредиты без обеспечения](#)
 - Кредиты под поручительство**
 - КУБ-Помощь**
- [Калькулятор потребительского кредитования](#)
- [Рефинансирование кредитов](#)

Кредиты под поручительство

- ✦ [КУБ-Помощь](#)

3. На странице Корпоративным клиентам ([ссылка](#)) ни одна из ссылок не работает
- Условия кредитования
 - Перечень документов
 - Тарифы на допугслуги

Что также является очень плохим показателем для поисковых систем при выдаче и сильно смущает пользователя в процессе взаимодействия с ресурсом.

В целом, в разделе ЧАСТНЫМ КЛИЕНТАМ пользователю, чтобы отыскать нужную информацию приходится совершать очень много дополнительных и порой неочевидных действий.

Отсутствует прямое взаимодействие системы с пользователем.

Скажем, Единый калькулятор по различным видам кредитов сильно сэкономил бы время клиентам (за что они без сомнения были бы только благодарны) + предоставил бы реальную, актуальную информацию в момент ее необходимости.

КОРПОРАТИВНЫМ КЛИЕНТАМ и МАЛОМУ БИЗНЕСУ

Данный раздел, как и остальные, перенасыщен текстом. Отсутствуют яркие рекламные блоки, продающие тот или иной банковский продукт. В лице корпоративных клиентов выступают те же пользователи, с разницей в том, что в корпоративном сегменте это менеджеры, директора и владельцы бизнесов.

Это тоже реальные люди и реальные пользователи сайта, которым также можно хорошо продавать банковские продукты.

Интересные выгодные предложения, акции, эмоциональные визуальные образы и т.д.

Также имеет смысл более тщательно проработать и проанализировать цели и потенциальные сценарии взаимодействия групп Корпоративных клиентов и Малого бизнеса. Возможно, их имеет смысл объединить в единую категорию с включением туда подразделов.

Боковое меню

В целом боковое меню – это одно из хороших решений для интернет ресурсов с большой картой сайта.

Однако **текущее длинное** меню требует обновления и доработки.

В данный момент оно сложно и неудобно в использовании - с главной страницы невозможно увидеть или найти нужные подразделы меню, пользователю приходится **делать усилия, чтобы найти нужный раздел**, просматривать лишние страницы:

- отсутствует визуальная отбивка блоков, особенно это касается внутренних страниц с «раскрытым» меню.
- на некоторых внутренних страницах списки меню становятся очень объемными

[Кредиты](#)

[Вклады и счета](#)

Банковские карты

[Заказ дебетовой карты online](#)

[Виды карт](#)

[Привилегии для держателей карт](#)

[Дополнительные услуги](#)

[Платежный сервис Handy Bank](#)

[Карта «ММК Plus»](#)

[Карта «Магнитка Plus»](#)

[Школьная карта](#)

[Карта МГТУ им. Г.И. Носова](#)

[Где можно оформить карту](#)

[SMS-сервисы](#)

[Акции](#)

[Технология 3-D Secure](#)

[Полезные советы](#)

[Уведомление о мошенничестве](#)

[Вопросы и ответы по картам](#)

[Территория Бизнес-класс](#)

[Интернет-банкинг](#)

[Платежи и переводы](#)

[Валютно-обменные операции](#)

[Индивидуальные сейфы](#)

[Зачисления на счет](#)

[Ценные бумаги](#)

[Сборник тарифов по операциям физических лиц](#)

[Страхование](#)

[Реализация залогового имущества](#)

[Раскрытие информации о наличии статуса налогового резидента США](#)

ИТОГ АУДИТА

Устаревший дизайн и структура сайта.

Много текста в комплексе с малым количеством визуальных отбивок и акцентов.

Сложная и местами непонятная структура.

Мелкие блоки, мелкий шрифт, общаться пользователю с сайтом тяжело.

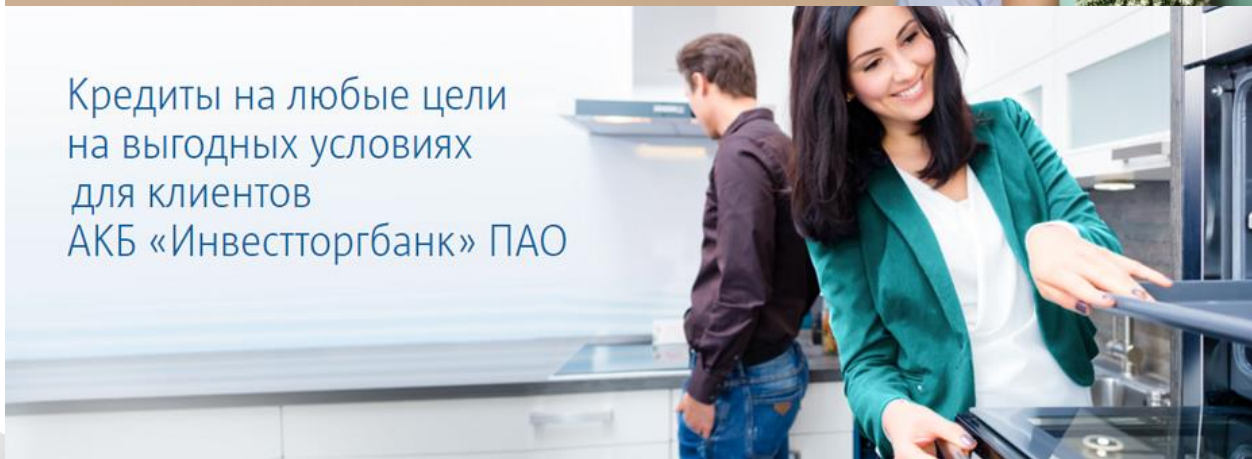
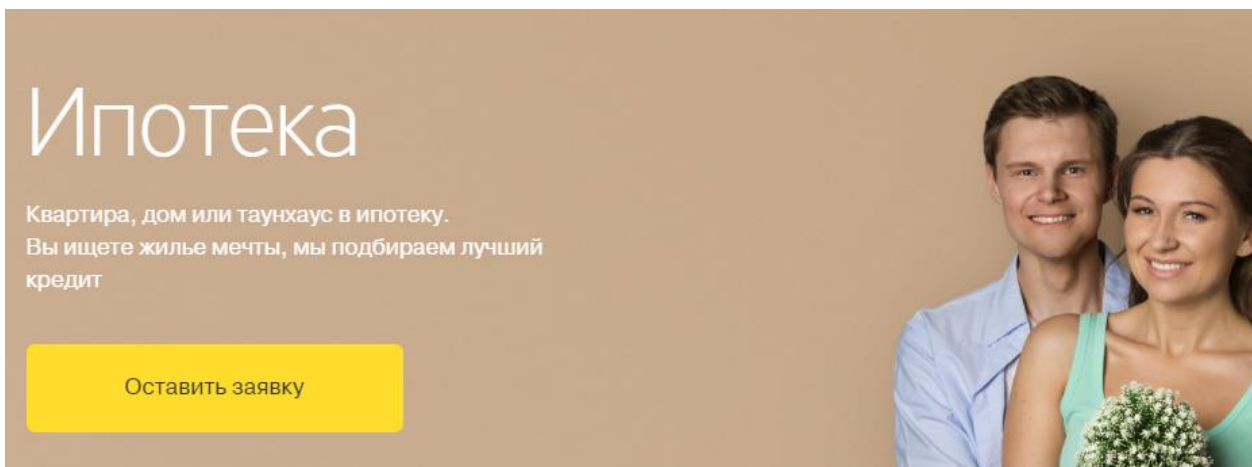
Дизайн десктопной и мобильной версий сильно отличается.

Для современных компаний в среде с высокой конкуренцией крайне важно формирование яркого, узнаваемого и запоминающегося бренда, который повышает степень узнаваемости и запоминаемости в сознании потребителя – это достигается за счет многих факторов и маркетинговых инструментов. Один из которых: единообразие в инструментах, ресурсах и материалах, которые предоставляет и афиширует для взаимодействия с клиентами компания. (в качестве сравнительного примера по обоим пунктам подойдет сайт банка Тинькофф <https://www.tinkoff.ru>).

Большое количество объемной текстовой информации на всех страницах и подразделах.

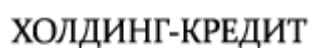
Для качественного взаимодействия с пользователем необходимо создание Ярких, образных эмоциональных блоков и материалов.

Примеры:



С нами работают

Некоторые наши клиенты:



Примеры работ из портфолио

Компания Армекс выполнила более 250 Интернет-проектов различной сложности, среди которых:

Банки:

Корпоративный сайт «Связь-Банк» – www.sviaz-bank.ru

Корпоративный сайт «Московский Кредитный Банк» – www.mkb.ru

Корпоративный сайт «Московское Ипотечное Агентство» – www.mia.ru

Корпоративный сайт «СДМ-Банк» – www.sdm.ru

Корпоративный сайт «Кредит Урал Банк» – www.creditural.ru

Корпоративный сайт банка «Славянский Кредит» – www.slavcred.ru

Корпоративный сайт «Мир Бизнес Банк» - mbbru.ru

Корпоративный сайт банка «Кремлевский» - www.kremlinbank.ru

Корпоративный сайт «БайкалИнвестБанк» – www.baikalinvestbank.ru

Корпоративный сайт «Банк Жилищного Финансирования» – bgfbank.ru

Сайт платежной системы «Sentry» - sentry.land

Авто и мото:

Сайт сети мотосалонов «Байк Ленд» – www.bikeland.ru

Интернет-магазин «СкутерМир» – www.scootermir.ru

Интернет-магазин для компании MotoPlaneta – www.motoplaneta.ru

Другие тематики:

Промо-сайт компании APC – www.apchome.ru

Сайт рекламного агентства А-Айсберг – www.proreklam.ru

Корпоративный сайт сервисной компании «ТехноЛогистик» - www.tlogistik.ru

Сайт компании Дигл Дизайн – www.digl.ru

Сайт Торгового дома "Одиссей" – www.odissey.ru

Со многими этими и другими компаниями мы сотрудничаем на протяжении нескольких лет, поддерживая и развивая созданные для них веб-сайты и реализуя новые проекты.

Познакомьтесь с другими проектами в нашем [портфолио на сайте](#) или скачайте [презентацию в PDF](#).

Почему именно мы?

1. 15 лет успешной работы на рынке создания сайтов.
2. Свыше 40 клиентов среди банков РФ и ближнего зарубежья, и свыше 10 банковских сайтов на постоянной поддержке. Свыше 300 реализованных проектов в различных отраслях бизнеса.
3. Компания является разработчиком одной из популярных систем управления сайтом АВО.СMS. Продукт входит в ТОП-10 популярных коммерческих систем в России по рейтингу РейтингРунета за 2007г-2020г. В 2011 году разработана специализированная редакция CMS для банков.
4. Компания является партнером CMS 1С-Битрикс с 2011 года.
5. Успешный опыт поддержки и сопровождения банковских сайтов. Система технической поддержки Helpdesk и гибкие тарифные планы.
6. Компания имеет успешный опыт продвижения банковских сайтов в поисковых системах Яндекс и Google.
7. Компания входит в ТОП-100 лучших разработчиков России по рейтингу Тэглайн и РейтингРунета за 2007г.-2016 г.

Заключение

Мы будем рады ответить на все ваши вопросы в удобное для вас время!

Контакты:

Наш офис: Москва, ул. Марксистская 34 к 4
ст.м. Пролетарская
E-mail: web@armex.ru

Телефон: 8 (495) 585-06-59

Наши сайты:

- ✓ Сайт компании Армекс
www.armex.ru
- ✓ Сайт студии дизайна Armexdesign
www.armexdesign.ru
- ✓ Решение для банков от Armexdesign
www.site4bank.ru
- ✓ Сайт рекламного агентства Optimality
www.optimality.ru
- ✓ Сайт программного продукта ABO.CMS
www.abocms.ru



ABO.CMS

