Юзабіліті аудит

https://locoscooters.ie/



Зміст

Аналіз поведінкових факторів 5

Аналіз регіонів основних відвідувачів 6

Аналіз джерел трафіку 7

Аналіз основних браузерів 8

Аналіз основних використовуваних пристроїв 9

Аналіз карти скролінгу 10

Аналіз карти кліків 18

Аналіз шляху до покупки 24

Аналіз юзабіліті (UX/UI) 25

Аналіз адаптивності сайту для різних роздільних здатностей екрана 26

Підсвічування кнопок під час наведення курсора 31

Сторінка "Electric Scooter Ireland Blog" 33

Кнопка "Back to top" 34

Аналіз копірайту 36

Виділення поточного пункту меню 38

Сторінки категорій. Вирівнювання елементів 40

Сторінки товарів. "Write a review" 42

Сторінка "Cycle to work" 44

Сторінка "Sitemap" 46

Футер сайту 48

Розмір блоків 50

Головне меню 51

Розмір форм 52

Аналіз елементів конверсії (CRO) 53

Шапка сайту. "Burger" 54

Блоки з товарами. Елементи дії. Відображення 55

Блоки з товарами. "Quick view" 56

Блоки з товарами. "Quick view". Характеристики 57

Блоки з товарами. "Quick view". Додаткові зображення 58

Блоки з товарами. "Quick view". Ціна товару 59

Сторінки товарів. Структура сторінок 60

Сторінки товарів. Розташування кнопки "Add to cart" 61

"Add to wishlist" 62

"Add to Compare" 64

Блоки з товарами. Вибір варіантів кольору 66

Блоки з товарами. Ціна товару 68
Блоки з товарами. Основні характеристики товарів 70
Авторизація/реєстрація за допомогою соціальних мереж і поштових сервісів 72
Онлайн-консультант 74
Шапка сайту. Контактна інформація на першому екрані 76
Футер сайту. Адреса компанії/магазину 78
Головна сторінка. Банери. Вміст 80
Головна сторінка. Блок із перевагами 82
Головна сторінка. Блоки "Bestsellers", "Promotions / Sale", "New" 84
Головна сторінка. Блоки з товарами. Товари в наявності 86
Головна сторінка. "OUR E-SCOOTER BRANDS" 88
Головна сторінка. Підсумкова структура 90
Сторінки категорій. Посилання в тексті 91
Сторінки категорій. Сортування 93
Сторінки категорій. Відображення кількості товарів на сторінці 95
Сторінки категорій. Відображення товарів, яких немає в наявності 97
Сторінки категорій. Фільтри 99
Сторінки категорій. Таблиця розмірів 101
Сторінки категорій. Товари, яких немає в наявності. Підписка на сповіщення 103
Сторінки товарів. Посилання/кнопки, які переводять користувача з цільової сторінки 105
Сторінки товарів. Основні характеристики на першому екрані 107
Сторінки товарів. Відеоогляд товару 110
Сторінки товарів. Таблиця розмірів 112
Сторінки товарів. Інформація про безкоштовну доставку товару (поруч із кнопкою "Buy") 114
Сторінки товарів. Інформація про терміни доставки 116
Сторінки товарів. Інформація про гарантію 118
Сторінки товарів. "Next step" 120
Сторінки товарів. Варіанти придбання товару 122
Сторінки товарів. Розташування інформації 124
Сторінки товарів. "Similar Products" 126
Сторінки товарів. Related/Recommended Products 128
Іконка кошика 130
Форми для заповнення. Обов’язкові поля 132
Форми для заповнення. Інформація про допустимі значення 136
Форми для заповнення. Перевірка даних форми перед їх надсиланням на сервер 140
Форми для заповнення. Підказки в разі неправильного заповнення форми 146
Форми для заповнення. Поле для введення номера телефону 148
Форми для заповнення. Додавання вкладених файлів 150

Форми для заповнення. Повідомлення про успішне виконання дії 152
Сторінка оформлення замовлення. Вибір країни 154
Сторінка "About us" 156
Верстка 158
Головне меню. Контактна інформація 161
Головна сторінка. Банери 162
Головна сторінка. Блок із зображенням 163
Сторінки категорій. Тексти 164
Сторінки категорій. "Add to cart" 165
Картки товарів. Збільшення зображень 166
Сторінки товарів. Конверсійні елементи 167
Сторінки товарів. Порівняння товарів 168
Висновок 169
Список виправлень за пріоритетністю 170

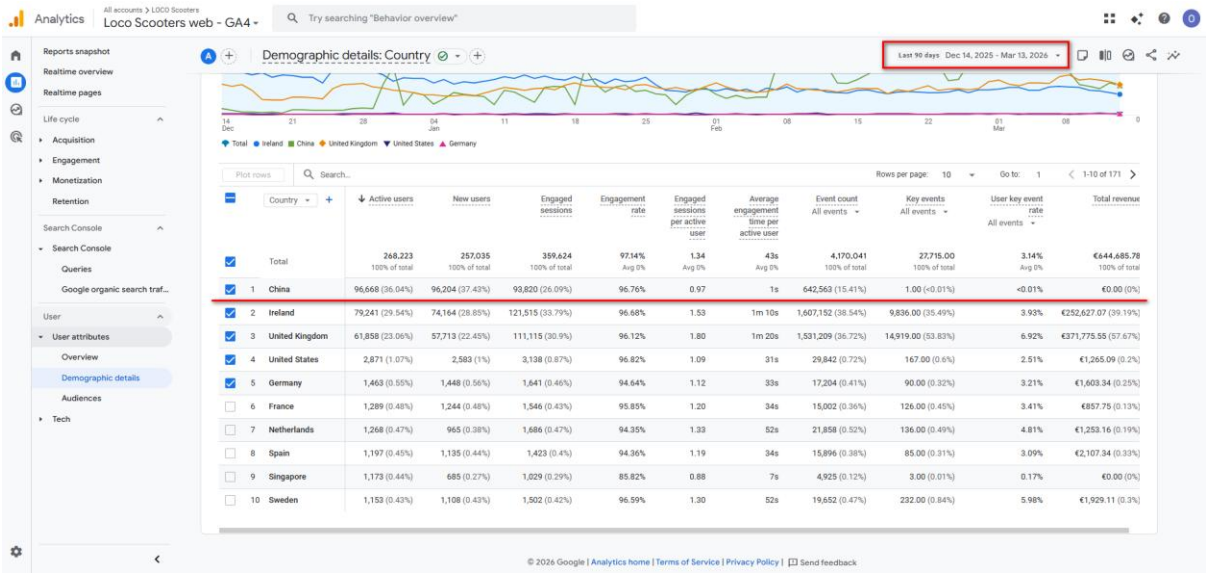
Аналіз поведінкових факторів

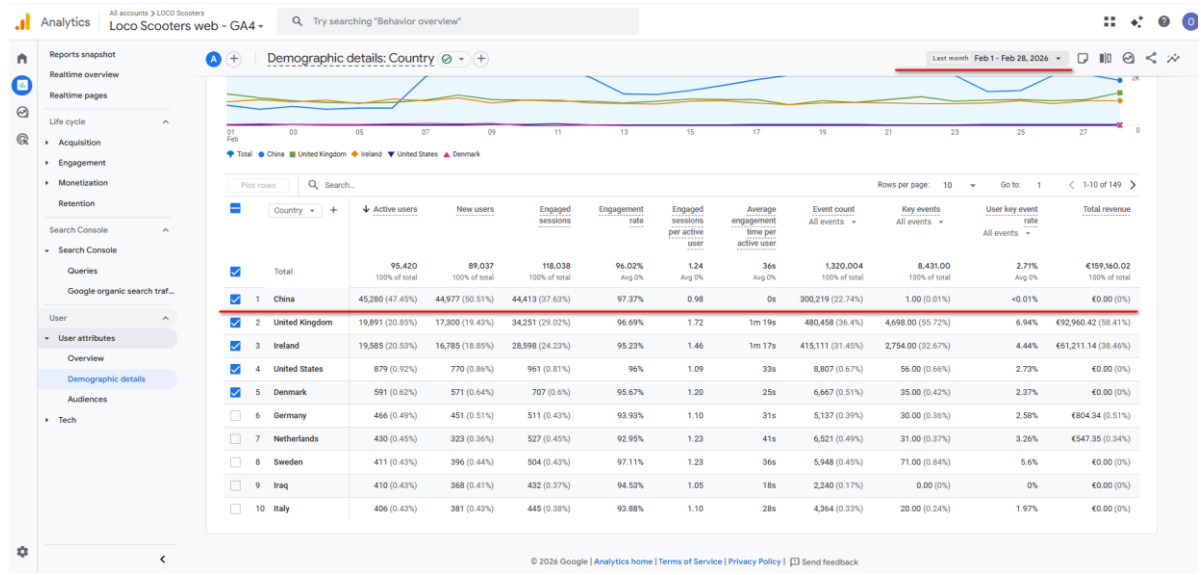


Аналіз регіонів основних відвідувачів

Аналіз поведінкових факторів

Багато користувачів переходять на сайт із країн, які не належать до цільової аудиторії. Це призводить до нецільових відвідувань і, як наслідок, до зростання показника відмов.





Рекомендації

1. **Перевірити налаштування всіх рекламних кампаній і каналів залучення користувачів.**
2. **Звернути увагу на внутрішню оптимізацію сайту.**
3. **У налаштуваннях Shopify заблокувати відображення сайту для регіону "Китай".**

Аналіз джерел трафіку

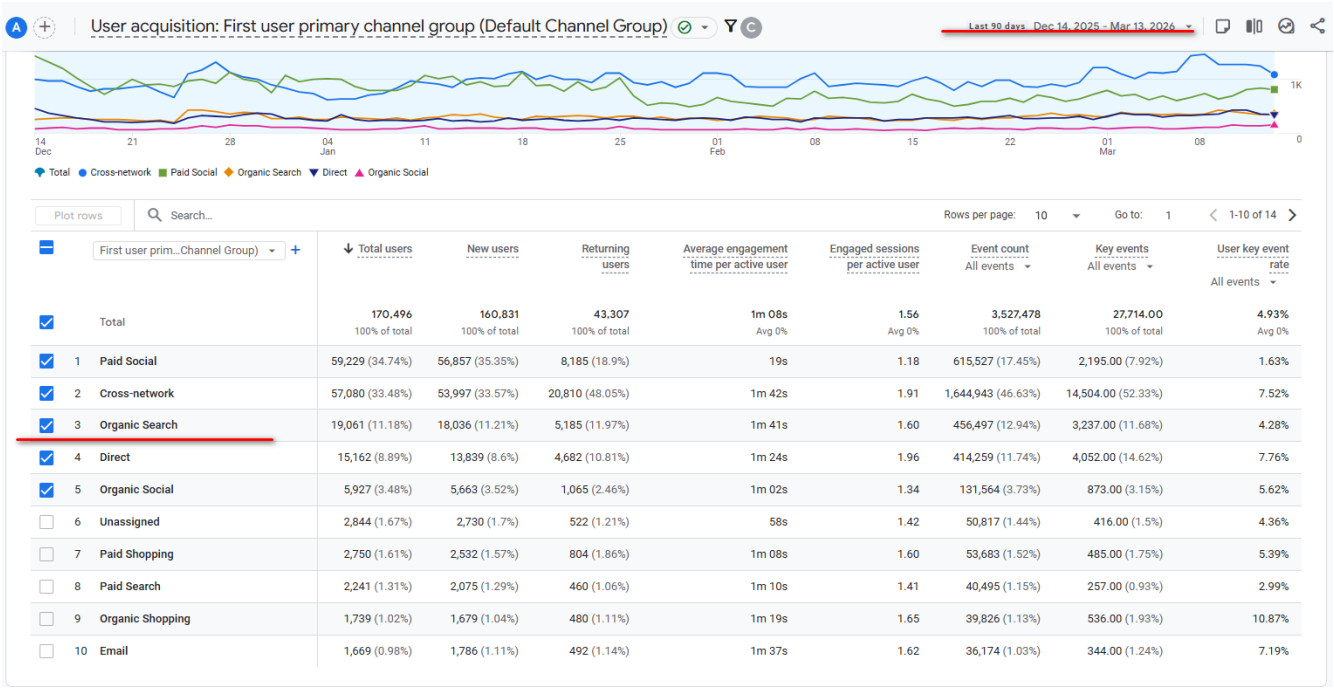
Аналіз поведінкових факторів

Частка переходів на сайт із пошукових систем нижча, ніж частка переходів з інших джерел.

Plot rows | Search... | Rows per page: 10 | Go to: 1 | 1-10 of 14

	First user prim...Channel Group)	Total users	New users	Returning users	Average engagement time per active user	Engaged sessions per active user	Event count All events	Key events All events	User key event rate All events
	Total	268,258 100% of total	257,035 100% of total	43,333 100% of total	43s Avg 0%	1.34 Avg 0%	4,170,041 100% of total	27,715.00 100% of total	3.14% Avg 0%
1	Direct	111,028 (41.39%)	109,933 (42.77%)	4,707 (10.86%)	12s	1.11	1,055,957 (25.32%)	4,053.00 (14.62%)	1.06%
2	Paid Social	59,229 (22.08%)	56,857 (22.12%)	8,185 (18.89%)	19s	1.18	615,530 (14.76%)	2,195.00 (7.92%)	1.63%
3	Cross-network	57,080 (21.28%)	53,998 (21.01%)	20,810 (48.02%)	1m 42s	1.91	1,644,955 (39.45%)	14,504.00 (52.33%)	7.52%
4	Organic Search	19,089 (7.12%)	18,061 (7.03%)	5,190 (11.98%)	1m 41s	1.60	456,789 (10.95%)	3,237.00 (11.68%)	4.28%
5	Organic Social	5,930 (2.21%)	5,666 (2.2%)	1,065 (2.46%)	1m 02s	1.34	131,578 (3.16%)	873.00 (3.15%)	5.62%
6	Unassigned	2,919 (1.09%)	2,806 (1.09%)	522 (1.2%)	57s	1.41	51,238 (1.23%)	416.00 (1.5%)	4.25%
7	Paid Shopping	2,750 (1.03%)	2,532 (0.99%)	804 (1.86%)	1m 08s	1.60	53,683 (1.29%)	485.00 (1.75%)	5.39%
8	Paid Search	2,241 (0.84%)	2,075 (0.81%)	460 (1.06%)	1m 10s	1.41	40,495 (0.97%)	257.00 (0.93%)	2.99%
9	Organic Shopping	1,739 (0.65%)	1,679 (0.65%)	480 (1.11%)	1m 19s	1.65	39,826 (0.96%)	536.00 (1.93%)	10.87%
10	Email	1,669 (0.62%)	1,786 (0.69%)	492 (1.14%)	1m 37s	1.62	36,174 (0.87%)	344.00 (1.24%)	7.19%

Якщо виключити регіон "Китай"



Plot rows | Search... | Rows per page: 10 | Go to: 1 | 1-10 of 14

	First user prim...Channel Group)	Total users	New users	Returning users	Average engagement time per active user	Engaged sessions per active user	Event count All events	Key events All events	User key event rate All events
	Total	170,496 100% of total	160,831 100% of total	43,307 100% of total	1m 08s Avg 0%	1.56 Avg 0%	3,527,478 100% of total	27,714.00 100% of total	4.93% Avg 0%
1	Paid Social	59,229 (34.74%)	56,857 (35.35%)	8,185 (18.9%)	19s	1.18	615,527 (17.45%)	2,195.00 (7.92%)	1.63%
2	Cross-network	57,080 (33.48%)	53,997 (33.57%)	20,810 (48.05%)	1m 42s	1.91	1,644,943 (46.63%)	14,504.00 (52.33%)	7.52%
3	Organic Search	19,061 (11.18%)	18,036 (11.21%)	5,185 (11.97%)	1m 41s	1.60	456,497 (12.94%)	3,237.00 (11.68%)	4.28%
4	Direct	15,162 (8.89%)	13,839 (8.6%)	4,682 (10.81%)	1m 24s	1.96	414,259 (11.74%)	4,052.00 (14.62%)	7.76%
5	Organic Social	5,927 (3.48%)	5,663 (3.52%)	1,065 (2.46%)	1m 02s	1.34	131,564 (3.73%)	873.00 (3.15%)	5.62%
6	Unassigned	2,844 (1.67%)	2,730 (1.7%)	522 (1.21%)	58s	1.42	50,817 (1.44%)	416.00 (1.5%)	4.36%
7	Paid Shopping	2,750 (1.61%)	2,532 (1.57%)	804 (1.86%)	1m 08s	1.60	53,683 (1.52%)	485.00 (1.75%)	5.39%
8	Paid Search	2,241 (1.31%)	2,075 (1.29%)	460 (1.06%)	1m 10s	1.41	40,495 (1.15%)	257.00 (0.93%)	2.99%
9	Organic Shopping	1,739 (1.02%)	1,679 (1.04%)	480 (1.11%)	1m 19s	1.65	39,826 (1.13%)	536.00 (1.93%)	10.87%
10	Email	1,669 (0.98%)	1,786 (1.11%)	492 (1.14%)	1m 37s	1.62	36,174 (1.03%)	344.00 (1.24%)	7.19%

Рекомендації

1. **Звернути увагу на внутрішню та зовнішню оптимізацію сайту.**

Аналіз основних браузерів

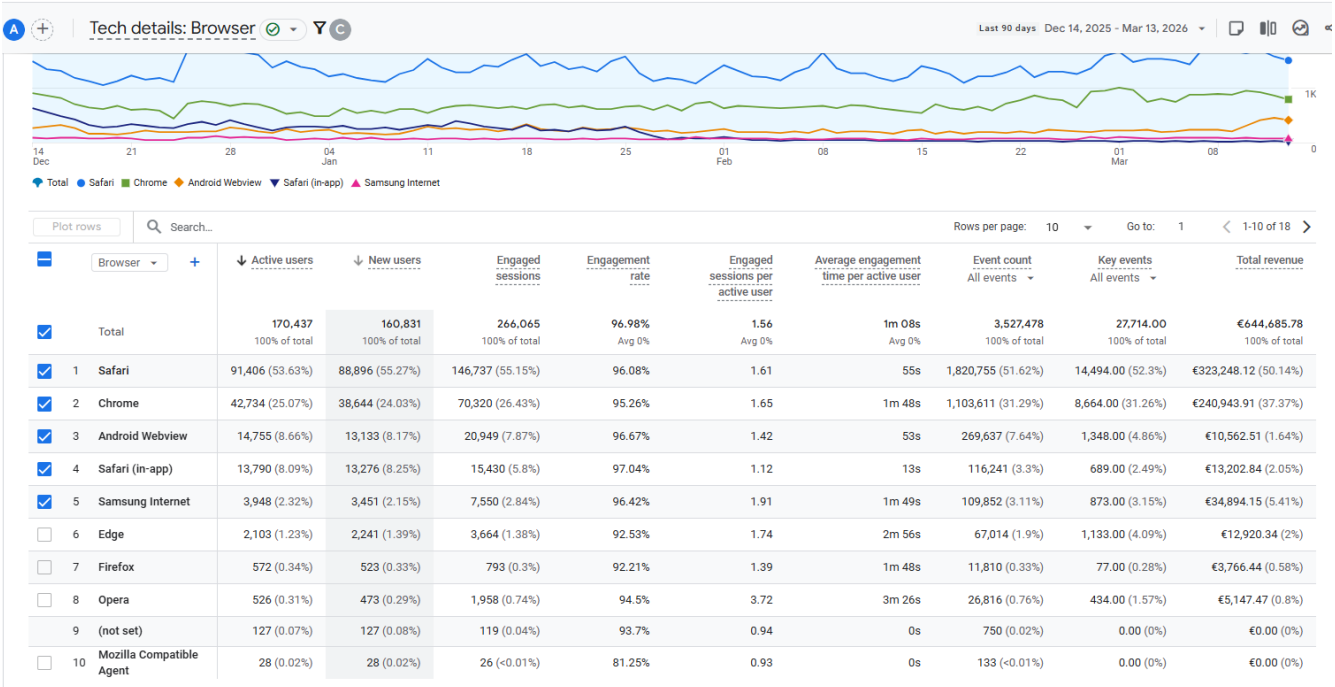
Аналіз поведінкових факторів

Основні використовувані браузери:

Plot rows | Search... | Rows per page: 10 | Go to: 1 | 1-10 of 19

		Browser	Active users	New users	Engaged sessions	Engagement rate	Engaged sessions per active user	Average engagement time per active user	Event count All events	Key events All events	Total revenue
☑		Total	268,223 100% of total	257,035 100% of total	359,624 100% of total	97.14% Avg 0%	1.34 Avg 0%	43s Avg 0%	4,170,041 100% of total	27,715.00 100% of total	€644,685.78 100% of total
☑	1	Chrome	139,364 (51.96%)	134,827 (52.45%)	164,218 (45.66%)	96.03%	1.18	33s	1,745,990 (41.87%)	8,665.00 (31.26%)	€240,943.91 (37.37%)
☑	2	Safari	91,417 (34.08%)	88,899 (34.59%)	146,737 (40.8%)	96.08%	1.61	55s	1,820,797 (43.66%)	14,494.00 (52.3%)	€323,248.12 (50.14%)
☑	3	Android Webview	14,766 (5.51%)	13,147 (5.11%)	20,949 (5.83%)	96.67%	1.42	53s	269,729 (6.47%)	1,348.00 (4.86%)	€10,562.51 (1.64%)
☑	4	Safari (in-app)	13,790 (5.14%)	13,276 (5.17%)	15,444 (4.29%)	97.03%	1.12	13s	116,244 (2.79%)	689.00 (2.49%)	€13,202.84 (2.05%)
☑	5	Samsung Internet	3,948 (1.47%)	3,451 (1.34%)	7,550 (2.1%)	96.42%	1.91	1m 49s	109,852 (2.63%)	873.00 (3.15%)	€34,894.15 (5.41%)
☐	6	Edge	2,107 (0.79%)	2,244 (0.87%)	3,671 (1.02%)	92.47%	1.74	2m 56s	67,053 (1.61%)	1,133.00 (4.09%)	€12,920.34 (2%)
☐	7	Firefox	572 (0.21%)	523 (0.2%)	793 (0.22%)	92.21%	1.39	1m 48s	11,810 (0.28%)	77.00 (0.28%)	€3,766.44 (0.58%)
☐	8	Opera	526 (0.2%)	473 (0.18%)	1,958 (0.54%)	94.5%	3.72	3m 26s	26,816 (0.64%)	434.00 (1.57%)	€5,147.47 (0.8%)
	9	(not set)	127 (0.05%)	127 (0.05%)	119 (0.03%)	93.7%	0.94	0s	750 (0.02%)	0.00 (0%)	€0.00 (0%)
☐	10	Mozilla Compatible Agent	28 (0.01%)	28 (0.01%)	26 (<0.01%)	81.25%	0.93	0s	133 (<0.01%)	0.00 (0%)	€0.00 (0%)

Якщо виключити регіон "Китай"



Plot rows | Search... | Rows per page: 10 | Go to: 1 | 1-10 of 18

		Browser	Active users	New users	Engaged sessions	Engagement rate	Engaged sessions per active user	Average engagement time per active user	Event count All events	Key events All events	Total revenue
☑		Total	170,437 100% of total	160,831 100% of total	266,065 100% of total	96.98% Avg 0%	1.56 Avg 0%	1m 08s Avg 0%	3,527,478 100% of total	27,714.00 100% of total	€644,685.78 100% of total
☑	1	Safari	91,406 (53.63%)	88,896 (55.27%)	146,737 (55.15%)	96.08%	1.61	55s	1,820,755 (51.62%)	14,494.00 (52.3%)	€323,248.12 (50.14%)
☑	2	Chrome	42,734 (25.07%)	38,644 (24.03%)	70,320 (26.43%)	95.26%	1.65	1m 48s	1,103,611 (31.29%)	8,664.00 (31.26%)	€240,943.91 (37.37%)
☑	3	Android Webview	14,755 (8.66%)	13,133 (8.17%)	20,949 (7.87%)	96.67%	1.42	53s	269,637 (7.64%)	1,348.00 (4.86%)	€10,562.51 (1.64%)
☑	4	Safari (in-app)	13,790 (8.09%)	13,276 (8.25%)	15,430 (5.8%)	97.04%	1.12	13s	116,241 (3.3%)	689.00 (2.49%)	€13,202.84 (2.05%)
☑	5	Samsung Internet	3,948 (2.32%)	3,451 (2.15%)	7,550 (2.84%)	96.42%	1.91	1m 49s	109,852 (3.11%)	873.00 (3.15%)	€34,894.15 (5.41%)
☐	6	Edge	2,103 (1.23%)	2,241 (1.39%)	3,664 (1.38%)	92.53%	1.74	2m 56s	67,014 (1.9%)	1,133.00 (4.09%)	€12,920.34 (2%)
☐	7	Firefox	572 (0.34%)	523 (0.33%)	793 (0.3%)	92.21%	1.39	1m 48s	11,810 (0.33%)	77.00 (0.28%)	€3,766.44 (0.58%)
☐	8	Opera	526 (0.31%)	473 (0.29%)	1,958 (0.74%)	94.5%	3.72	3m 26s	26,816 (0.76%)	434.00 (1.57%)	€5,147.47 (0.8%)
	9	(not set)	127 (0.07%)	127 (0.08%)	119 (0.04%)	93.7%	0.94	0s	750 (0.02%)	0.00 (0%)	€0.00 (0%)
☐	10	Mozilla Compatible Agent	28 (0.02%)	28 (0.02%)	26 (<0.01%)	81.25%	0.93	0s	133 (<0.01%)	0.00 (0%)	€0.00 (0%)

Рекомендації

1. **Регулярно перевіряти коректність відображення сайту в найпопулярніших браузерах.**

Аналіз основних використовуваних пристроїв

Аналіз поведінкових факторів

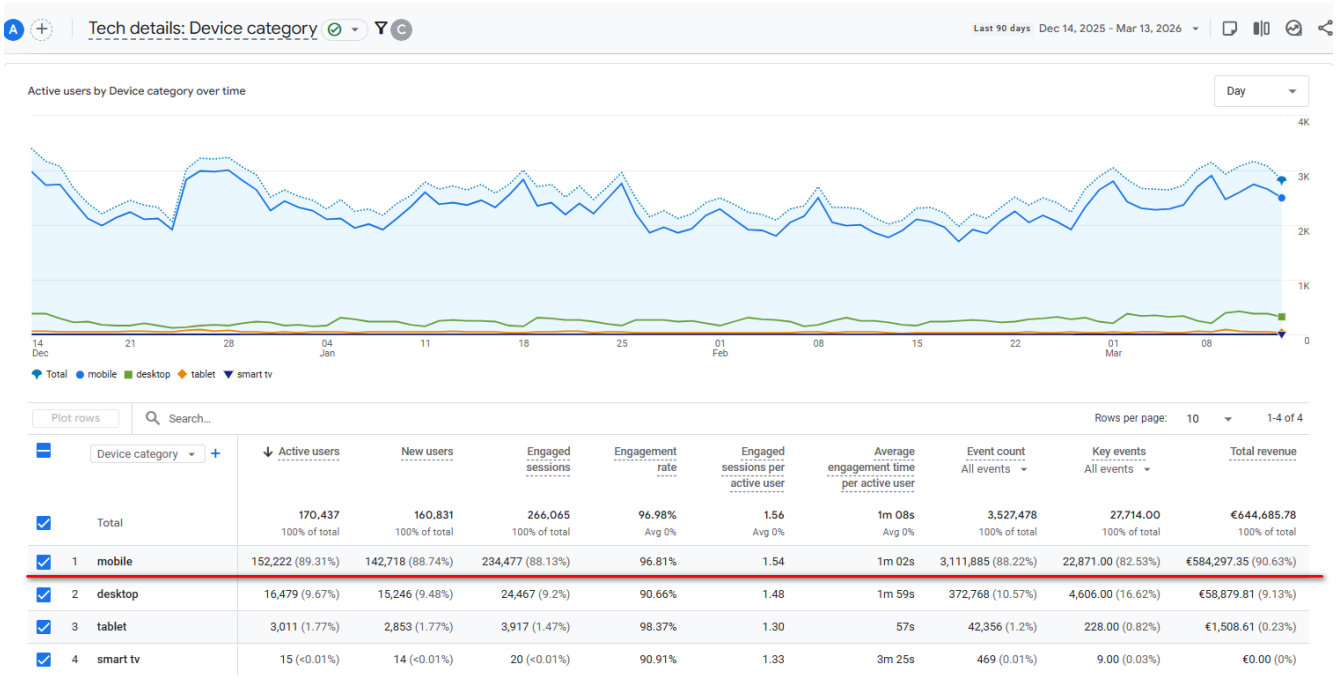
Основні пристрої, за допомогою яких користувачі переходять на сайт:

Смартфони + ПК

Plot rows | Search... | Rows per page: 10 | 1-4 of 4

	Device category	Active users	New users	Engaged sessions	Engagement rate	Engaged sessions per active user	Average engagement time per active user	Event count All events	Key events All events	Total revenue
	Total	268,223 100% of total	257,035 100% of total	359,624 100% of total	97.14% Avg 0%	1.34 Avg 0%	43s Avg 0%	4,170,041 100% of total	27,715.00 100% of total	€644,685.78 100% of total
1	mobile	152,222 (56.75%)	142,741 (55.53%)	234,477 (65.2%)	96.81%	1.54	1m 02s	3,112,048 (74.63%)	22,871.00 (82.52%)	€584,297.35 (90.63%)
2	desktop	112,798 (42.05%)	111,426 (43.35%)	117,921 (32.79%)	95.24%	1.05	18s	1,015,124 (24.34%)	4,607.00 (16.62%)	€58,879.81 (9.13%)
3	tablet	3,012 (1.12%)	2,854 (1.11%)	3,917 (1.09%)	98.37%	1.30	57s	42,400 (1.02%)	228.00 (0.82%)	€1,508.61 (0.23%)
4	smart tv	15 (<0.01%)	14 (<0.01%)	20 (<0.01%)	90.91%	1.33	3m 25s	469 (0.01%)	9.00 (0.03%)	€0.00 (0%)

Якщо виключити регіон "Китай"



Plot rows | Search... | Rows per page: 10 | 1-4 of 4

	Device category	Active users	New users	Engaged sessions	Engagement rate	Engaged sessions per active user	Average engagement time per active user	Event count All events	Key events All events	Total revenue
	Total	170,437 100% of total	160,831 100% of total	266,065 100% of total	96.98% Avg 0%	1.56 Avg 0%	1m 08s Avg 0%	3,527,478 100% of total	27,714.00 100% of total	€644,685.78 100% of total
1	mobile	152,222 (89.31%)	142,718 (88.74%)	234,477 (88.13%)	96.81%	1.54	1m 02s	3,111,885 (88.22%)	22,871.00 (82.53%)	€584,297.35 (90.63%)
2	desktop	16,479 (9.67%)	15,246 (9.48%)	24,467 (9.2%)	90.66%	1.48	1m 59s	372,768 (10.57%)	4,606.00 (16.62%)	€58,879.81 (9.13%)
3	tablet	3,011 (1.77%)	2,853 (1.77%)	3,917 (1.47%)	98.37%	1.30	57s	42,356 (1.2%)	228.00 (0.82%)	€1,508.61 (0.23%)
4	smart tv	15 (<0.01%)	14 (<0.01%)	20 (<0.01%)	90.91%	1.33	3m 25s	469 (0.01%)	9.00 (0.03%)	€0.00 (0%)

Рекомендації

1. **Регулярно перевіряти коректність відображення сайту на смартфонах і ПК.**

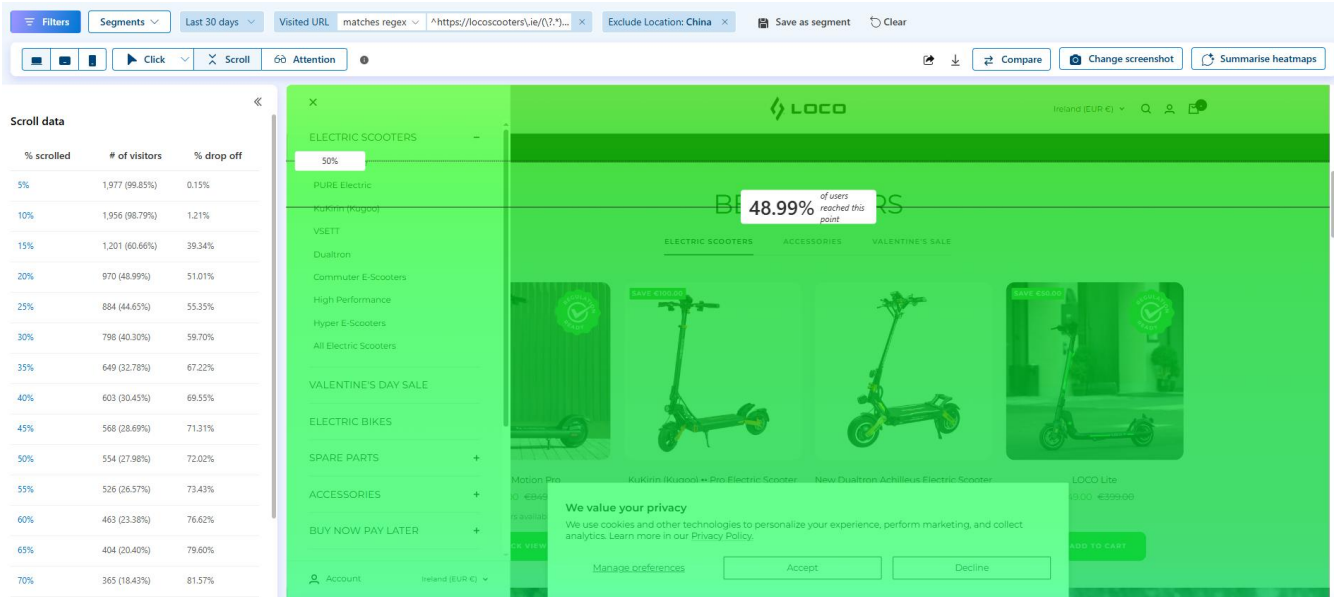
Аналіз карти скролінгу

Аналіз поведінкових факторів

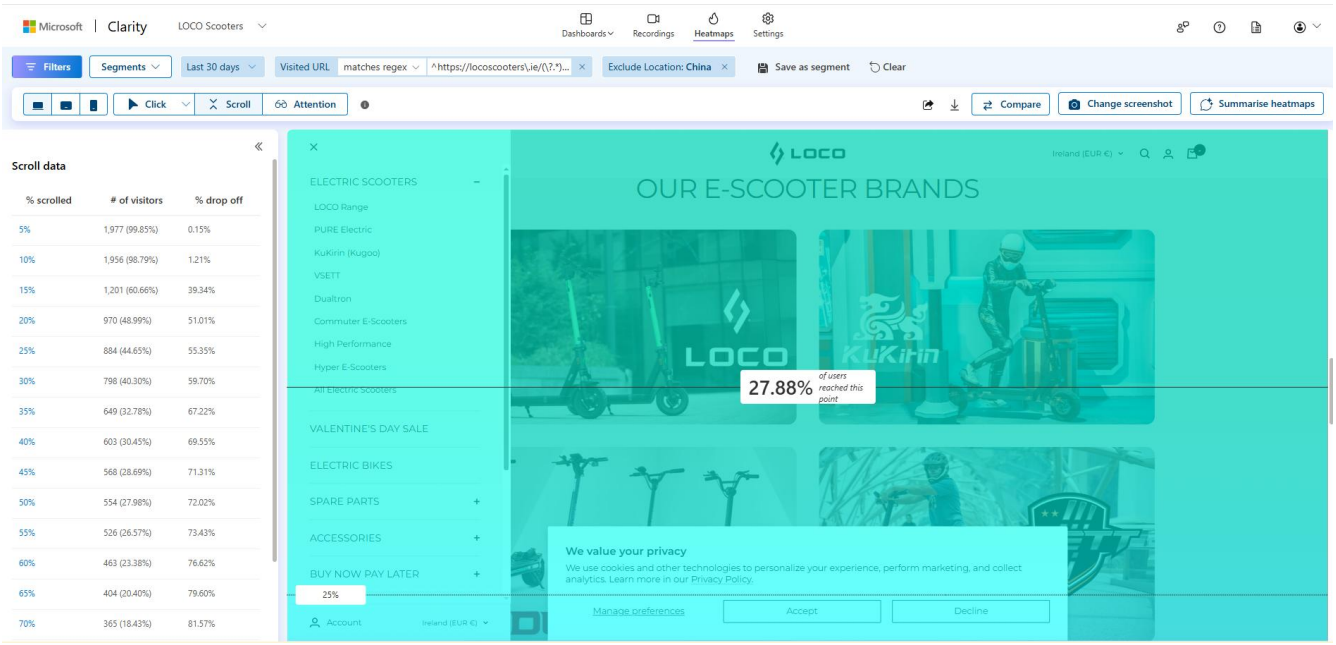
Під час відвідування сайту користувач не переглядає всю цільову сторінку аналізованого сайту.

<u>Десктопна версія (за винятком регіону "Китай")</u>

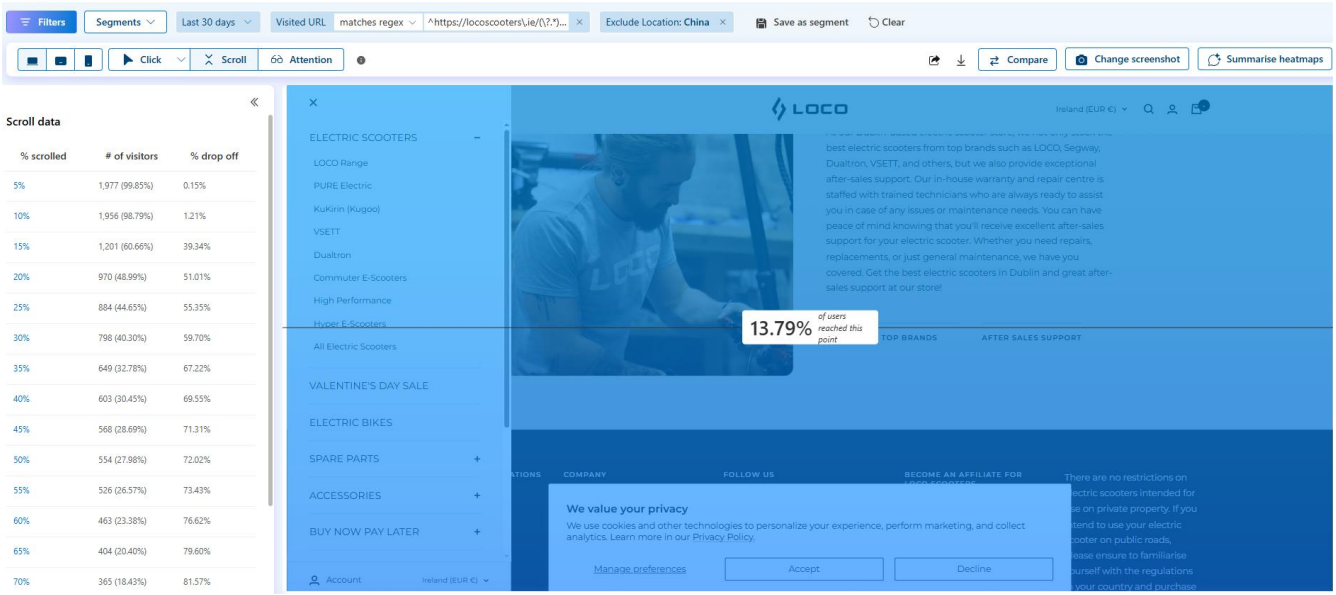
Головна сторінка — близько 50% користувачів доходять до блоку з товарами.



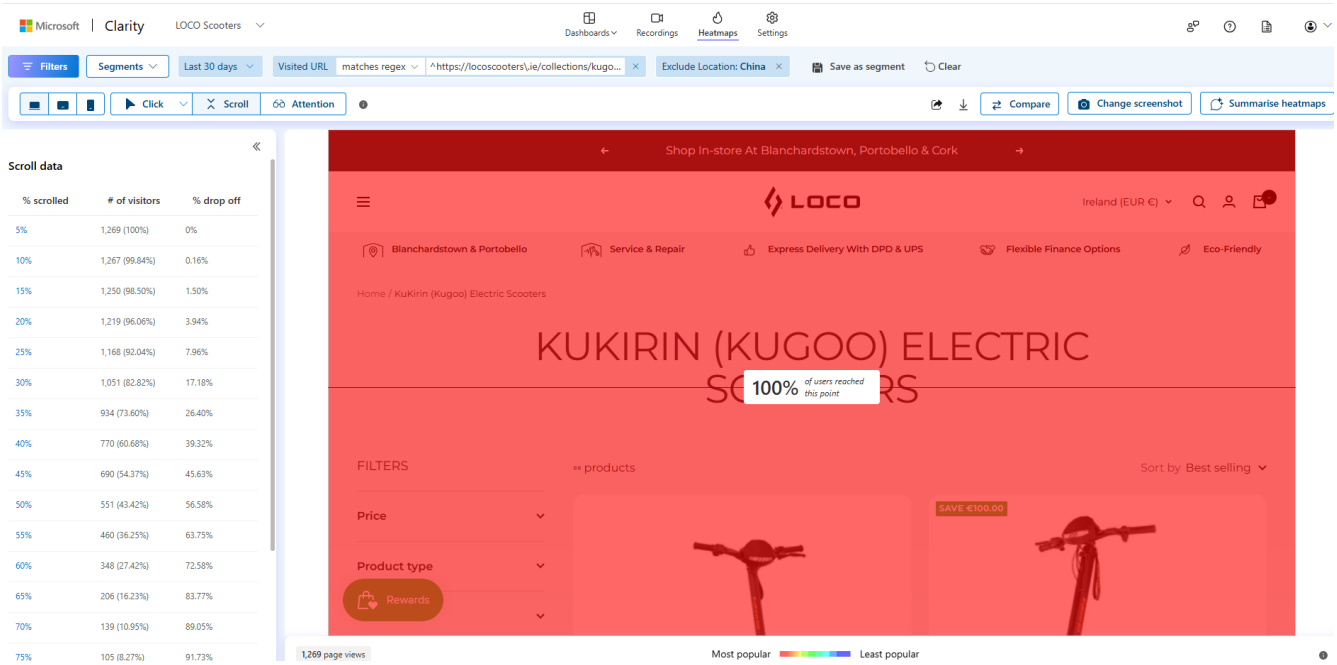
Близько 30% користувачів доходять до блоку з картками категорій товарів.

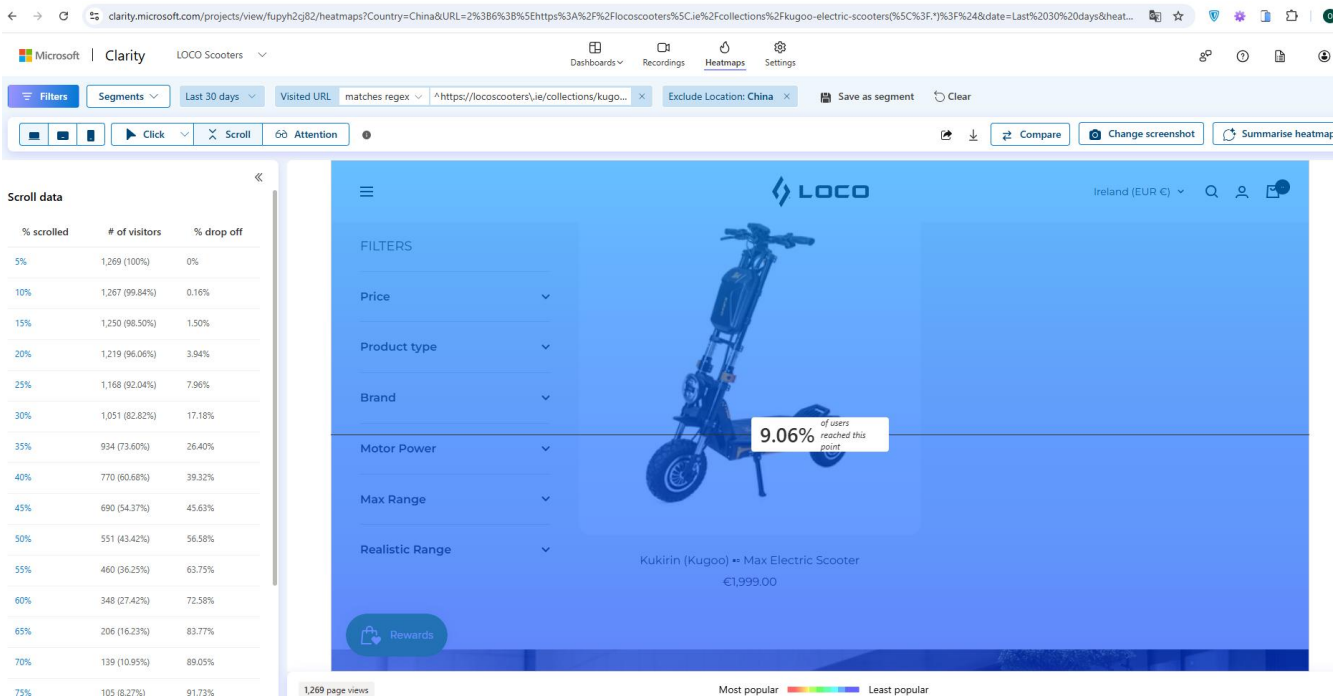


Близько 15% користувачів переглядають усю сторінку.



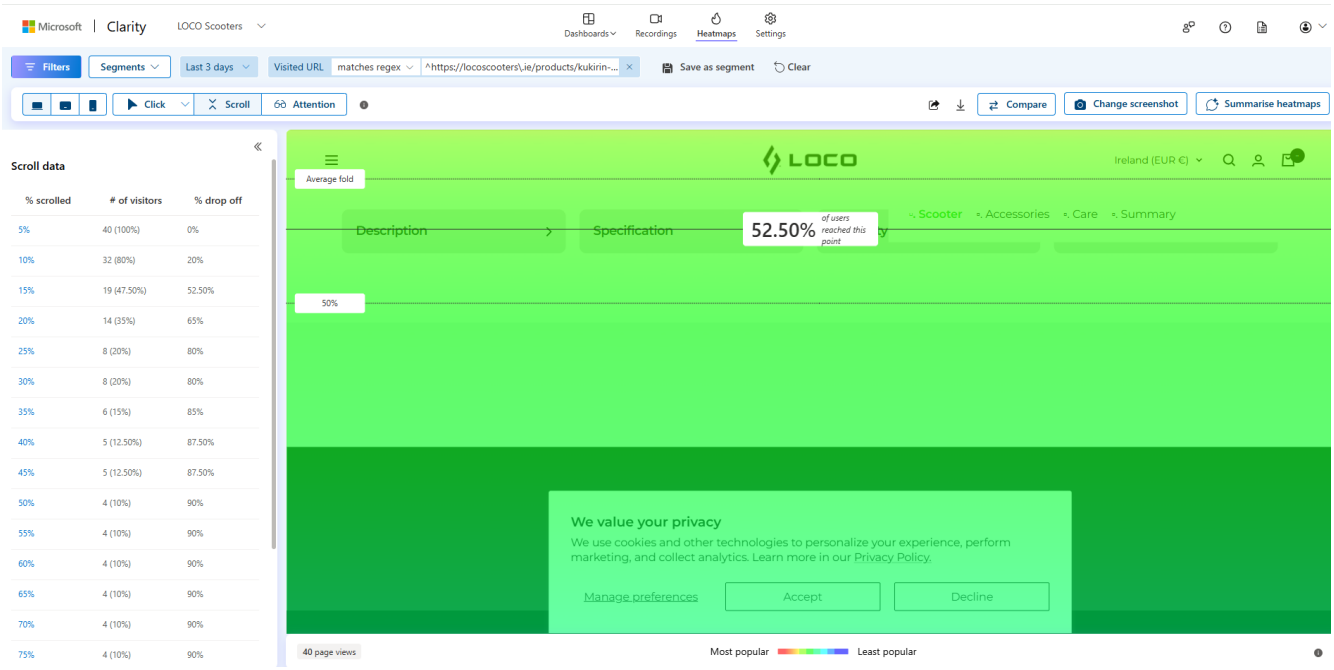
Сторінки категорій — користувачі не переглядають усю цільову сторінку.



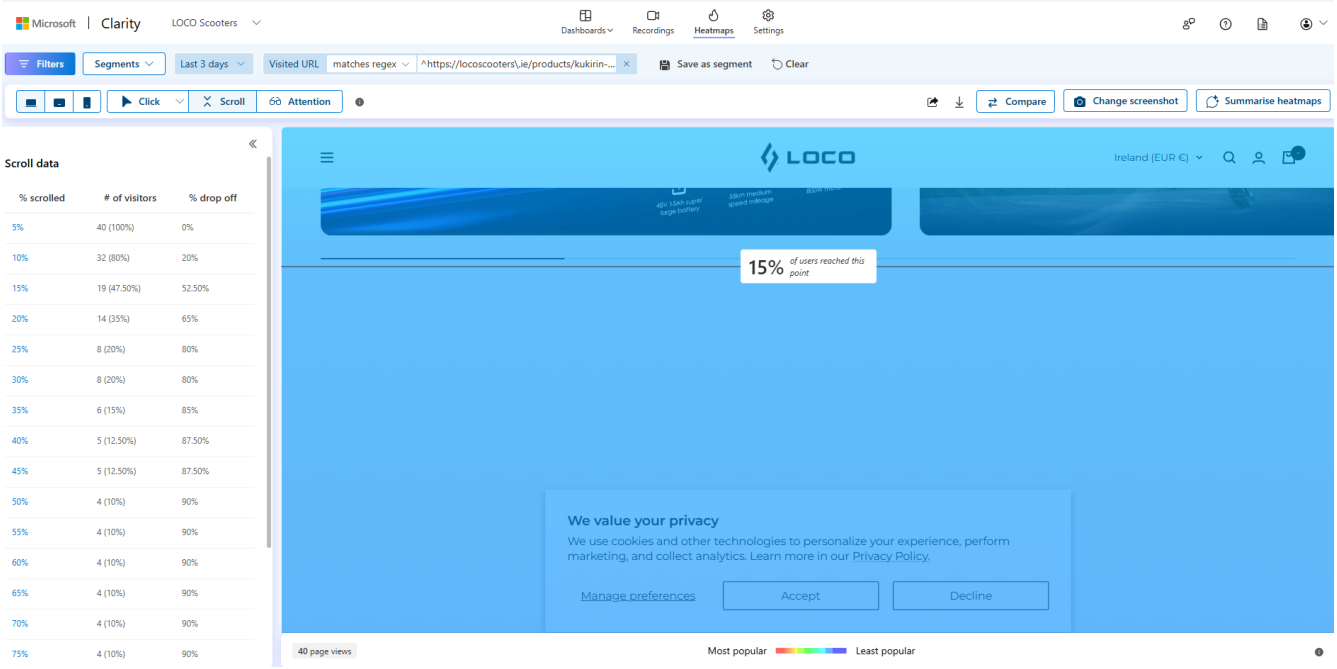


Сторінки товарів

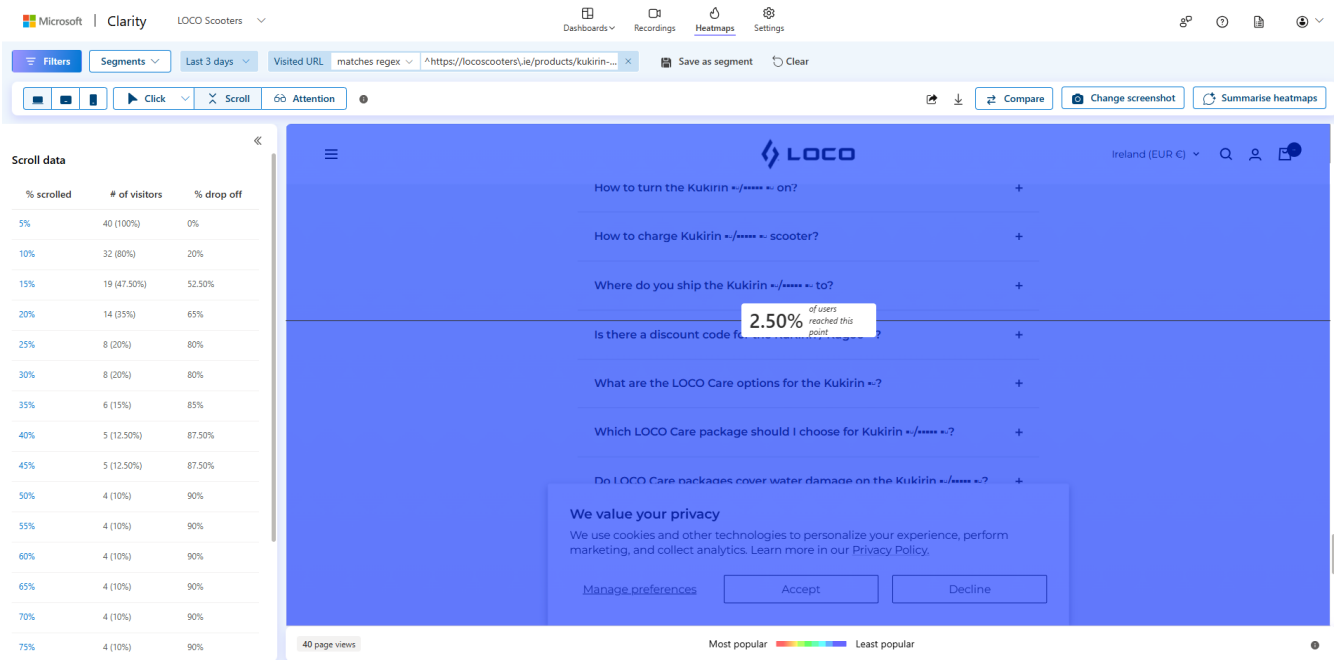
Близько 50% користувачів доходять до блоку з вкладками з інформацією про товар.



Близько 15% користувачів доходять до блоку з характеристиками товарів.

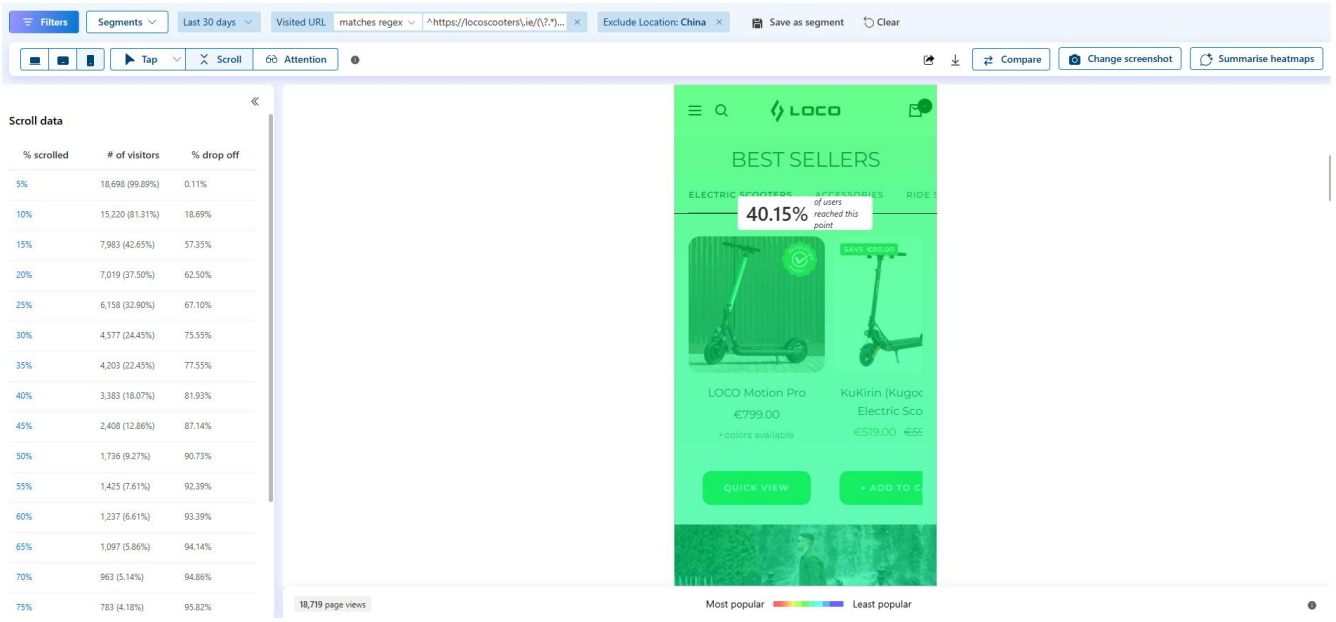


Менше 5% користувачів переглядають усю сторінку.

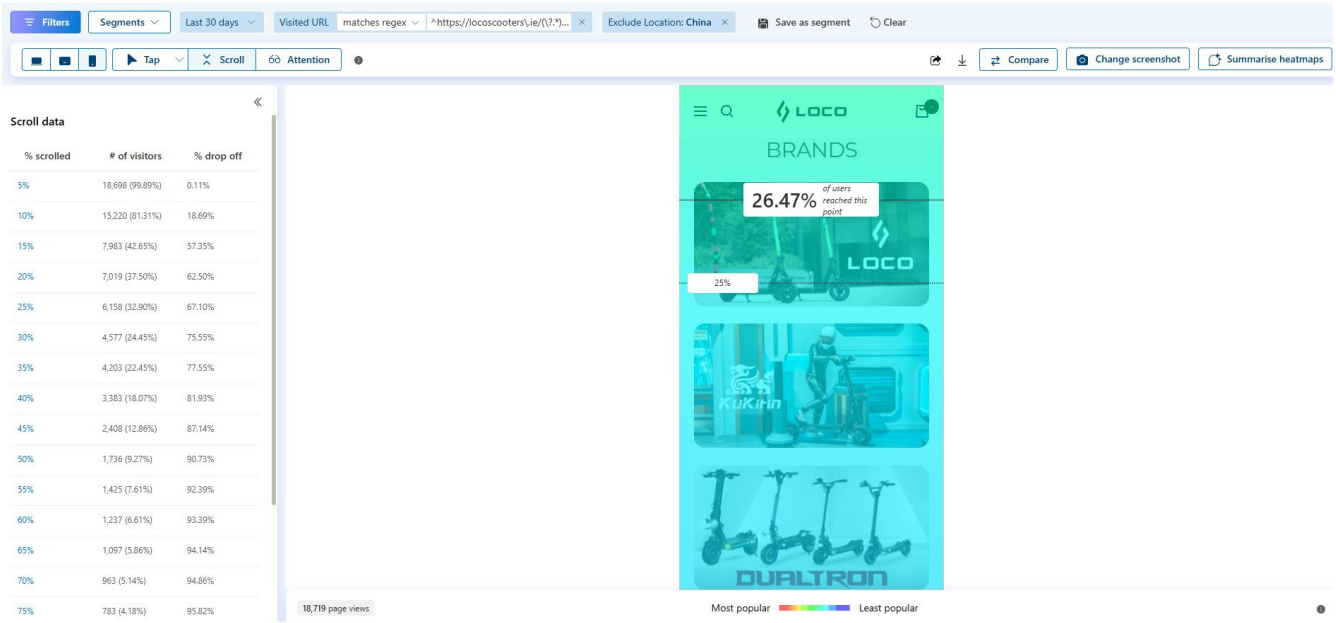


Мобільна версія (за винятком регіону "Китай")

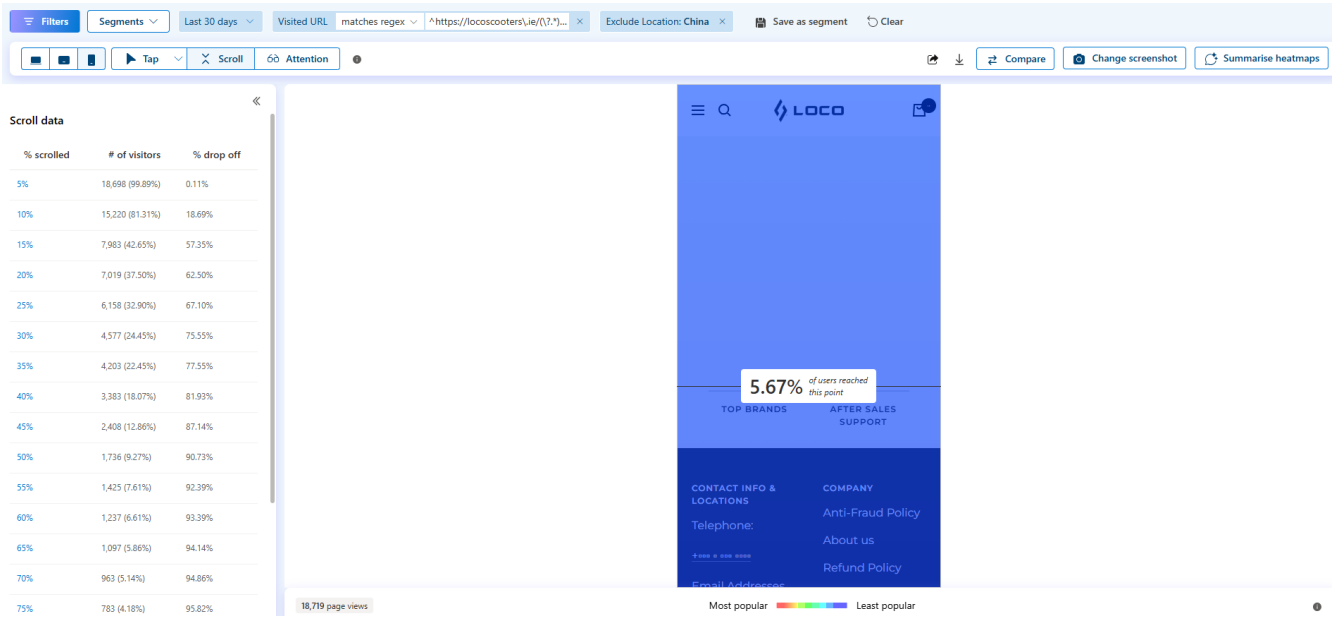
Головна сторінка — близько 40% користувачів доходять до блоку з товарами.



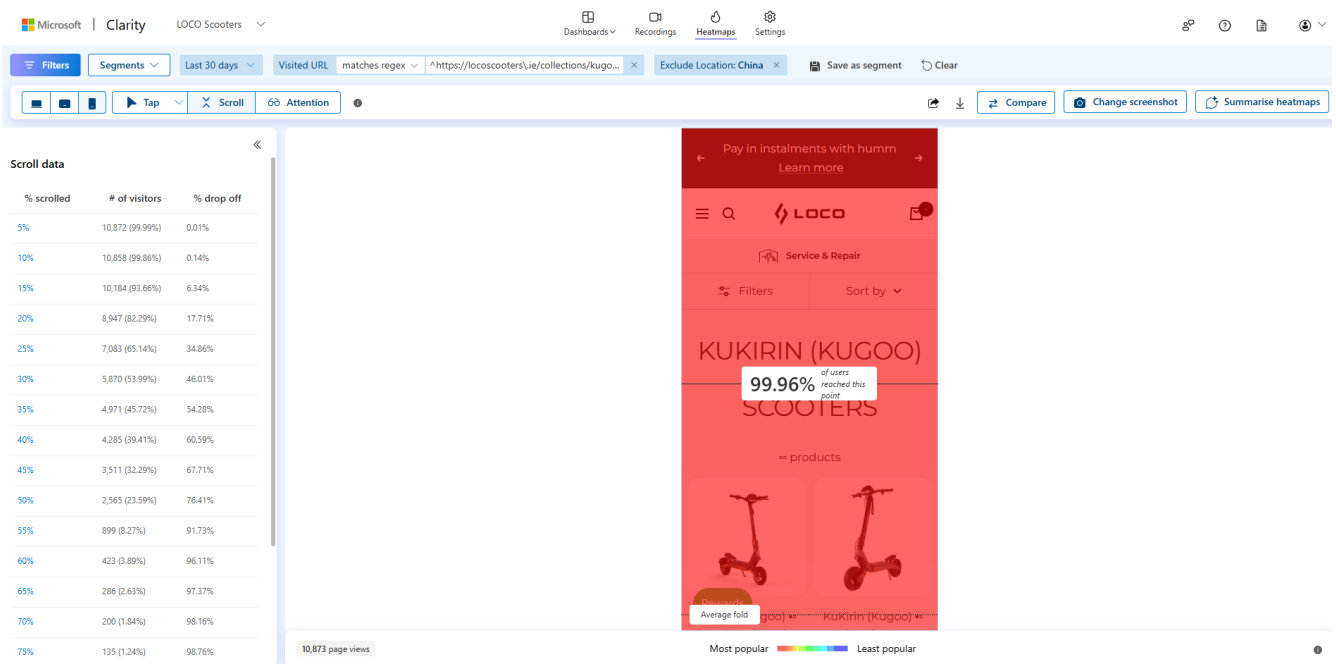
Близько 25% користувачів доходять до блоку з картками категорій товарів.

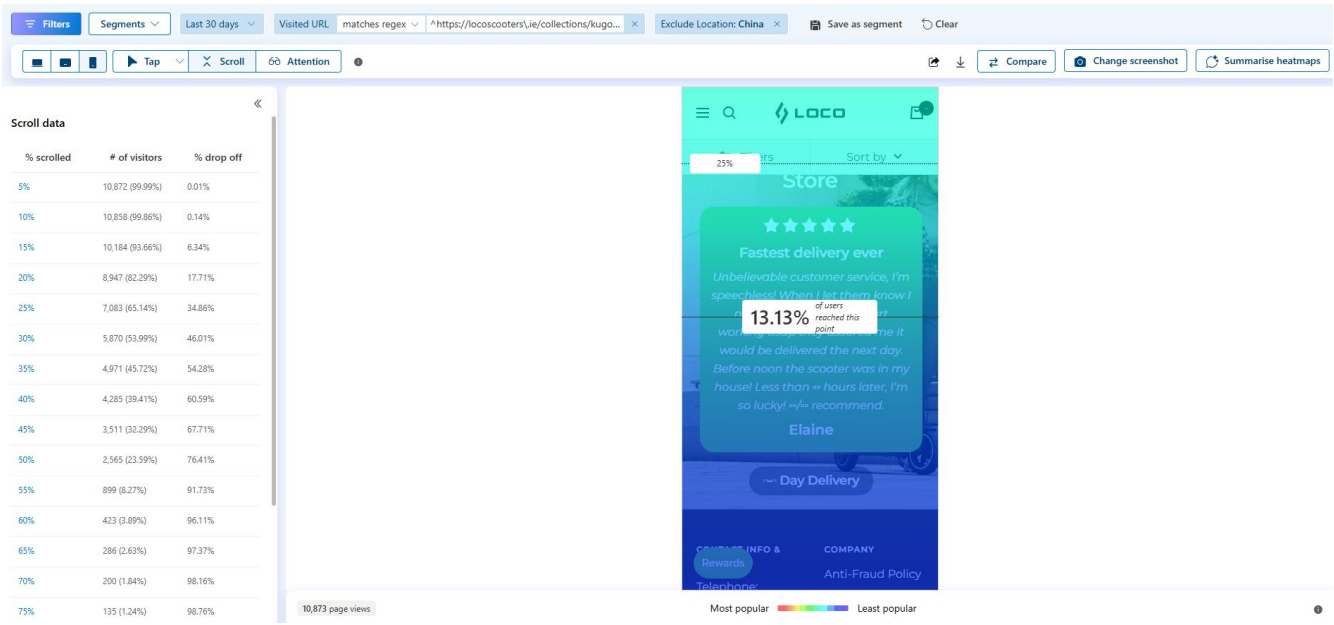


Близько 5% користувачів переглядають усю сторінку.

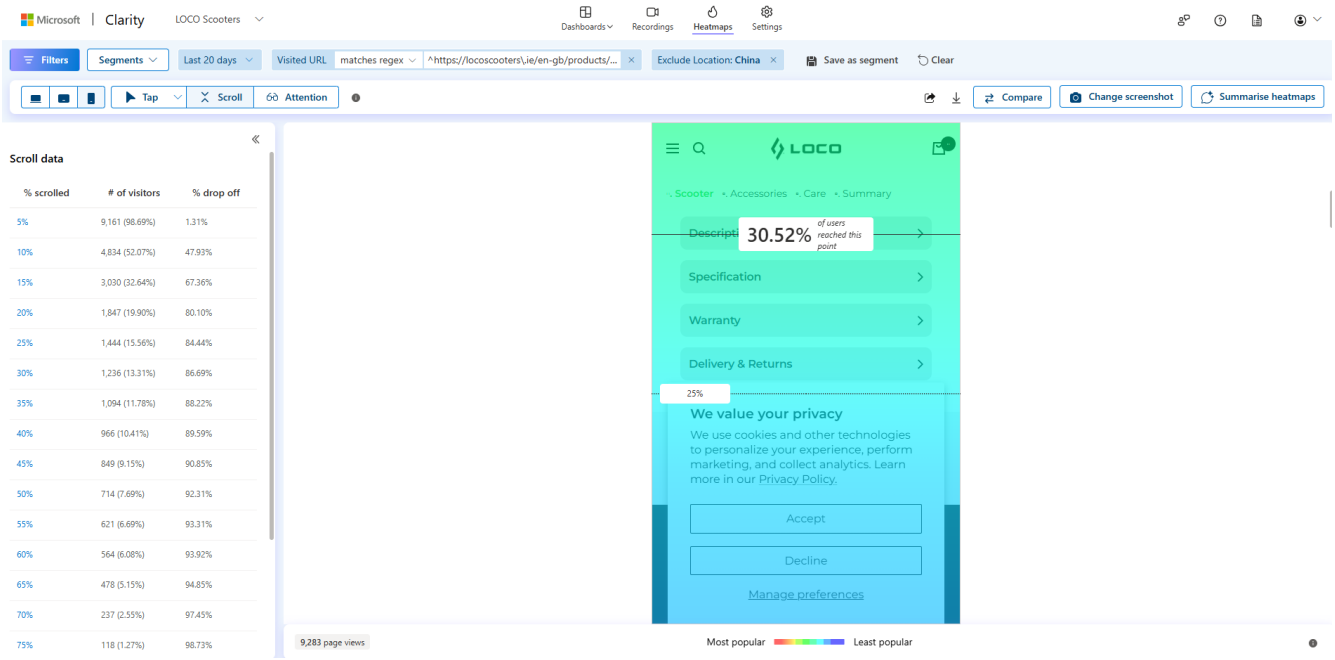


Сторінки категорій.

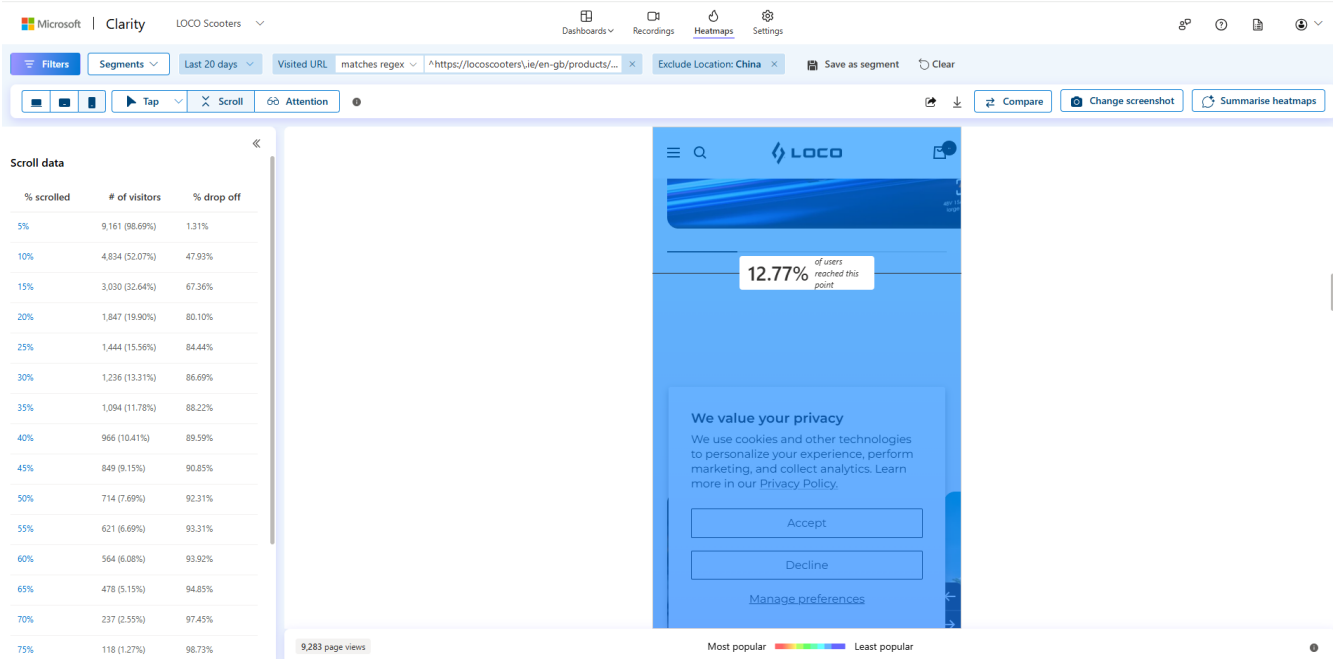




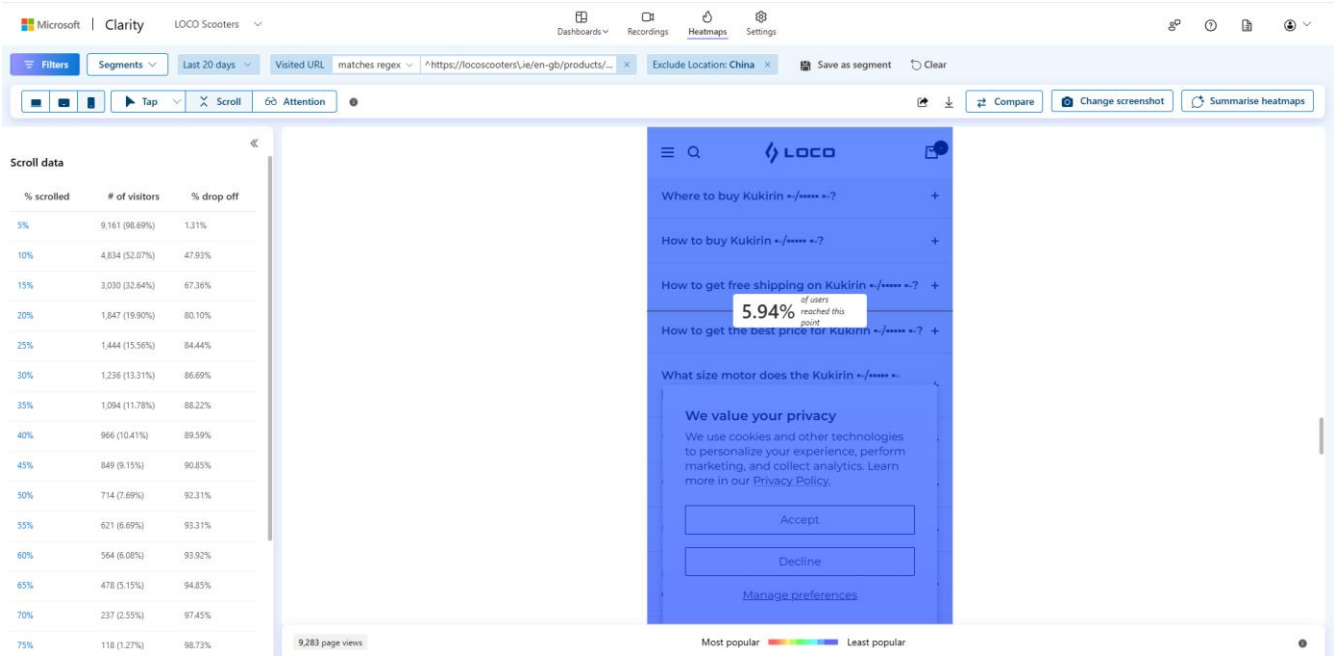
Сторінки товарів — близько 30% користувачів доходять до блоку з вкладками.



Близько 15% користувачів доходять до блоку з характеристиками.



Менше 5% користувачів переглядають усю сторінку.



Рекомендації

1. **Рекомендації щодо покращення ситуації наведені нижче в аудиті.**

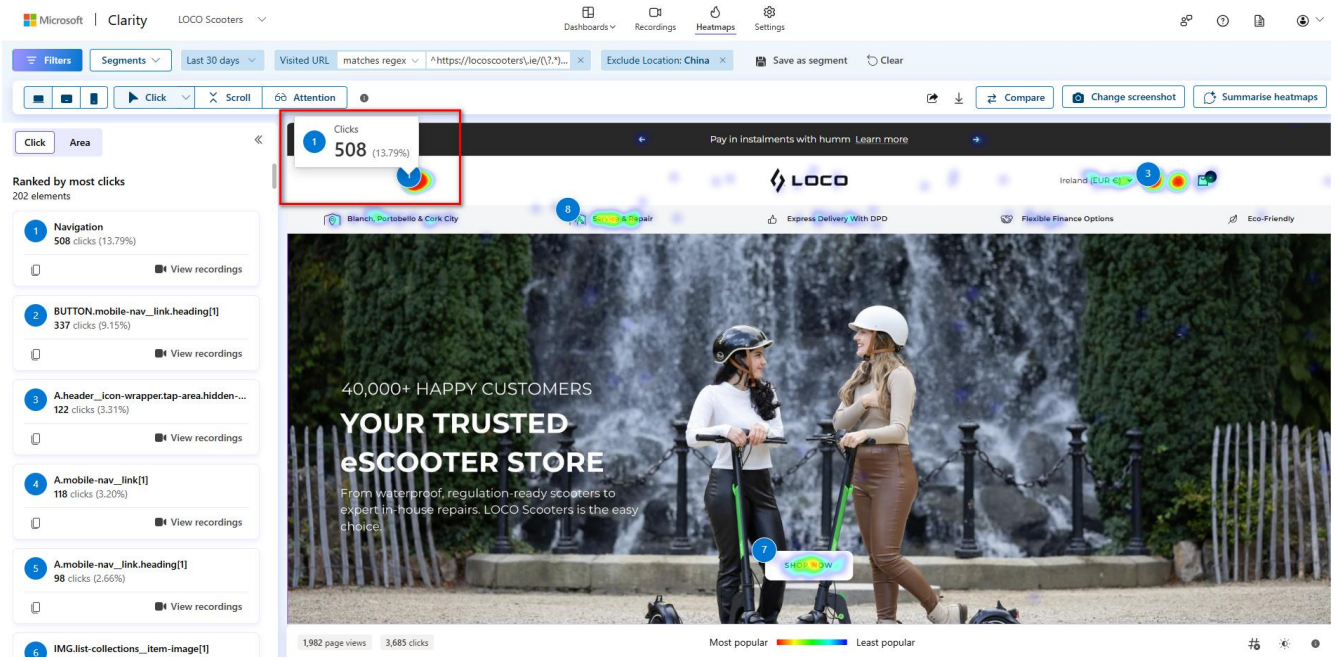
Аналіз карти кліків

Аналіз поведінкових факторів

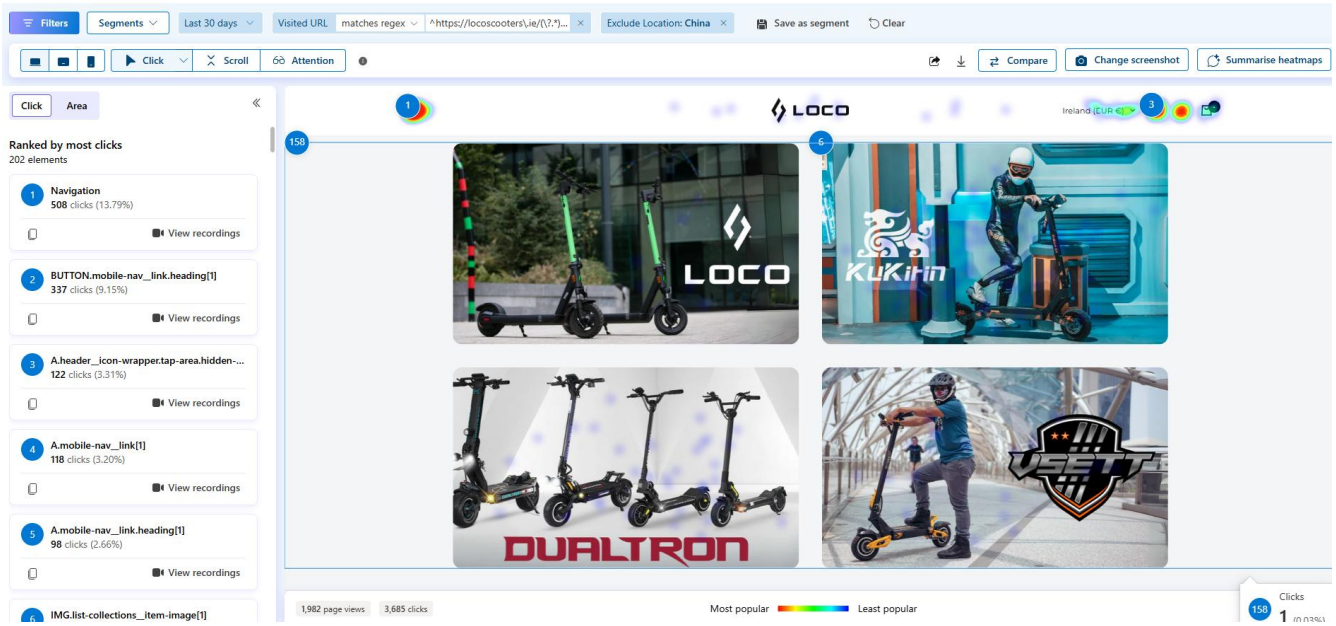
Користувач не використовує весь доступний функціонал.

<u>Десктопна версія (за винятком регіону "Китай")</u>

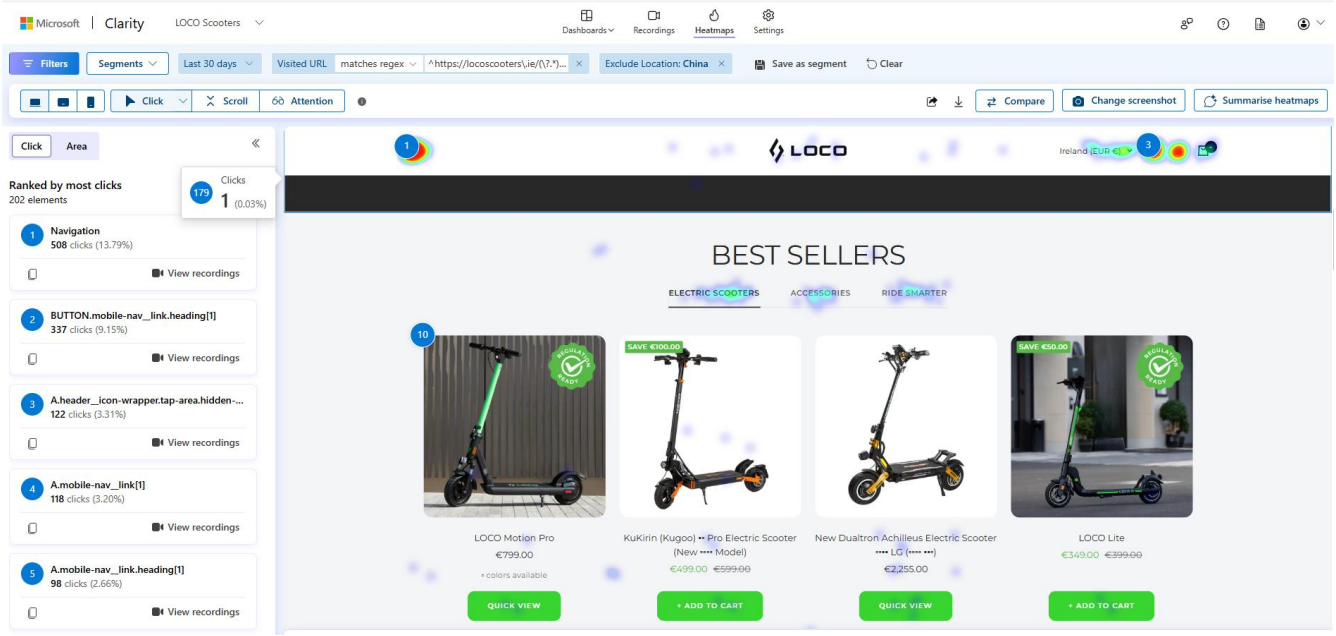
Головна сторінка — найчастіше користувачі натискають на каталог, проте, якщо проаналізувати кількість кліків, на нього припадає лише 13–14% від загальної кількості кліків на сторінці.



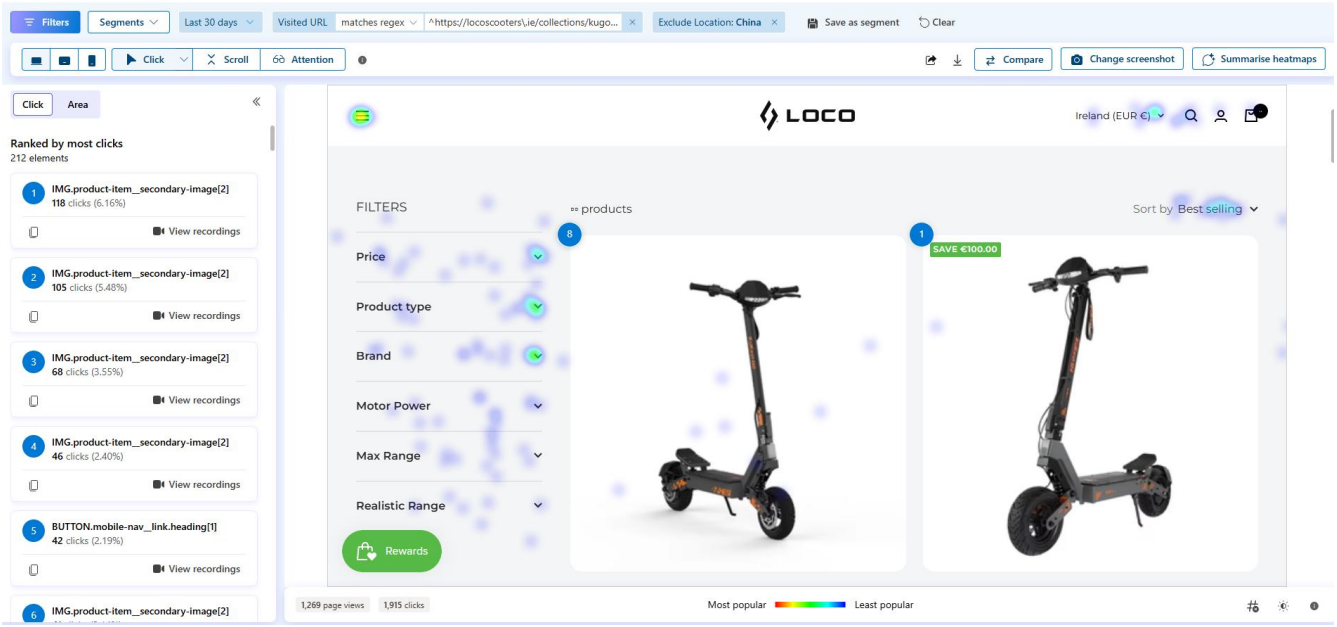
При цьому користувачі рідко взаємодіють із картками категорій.



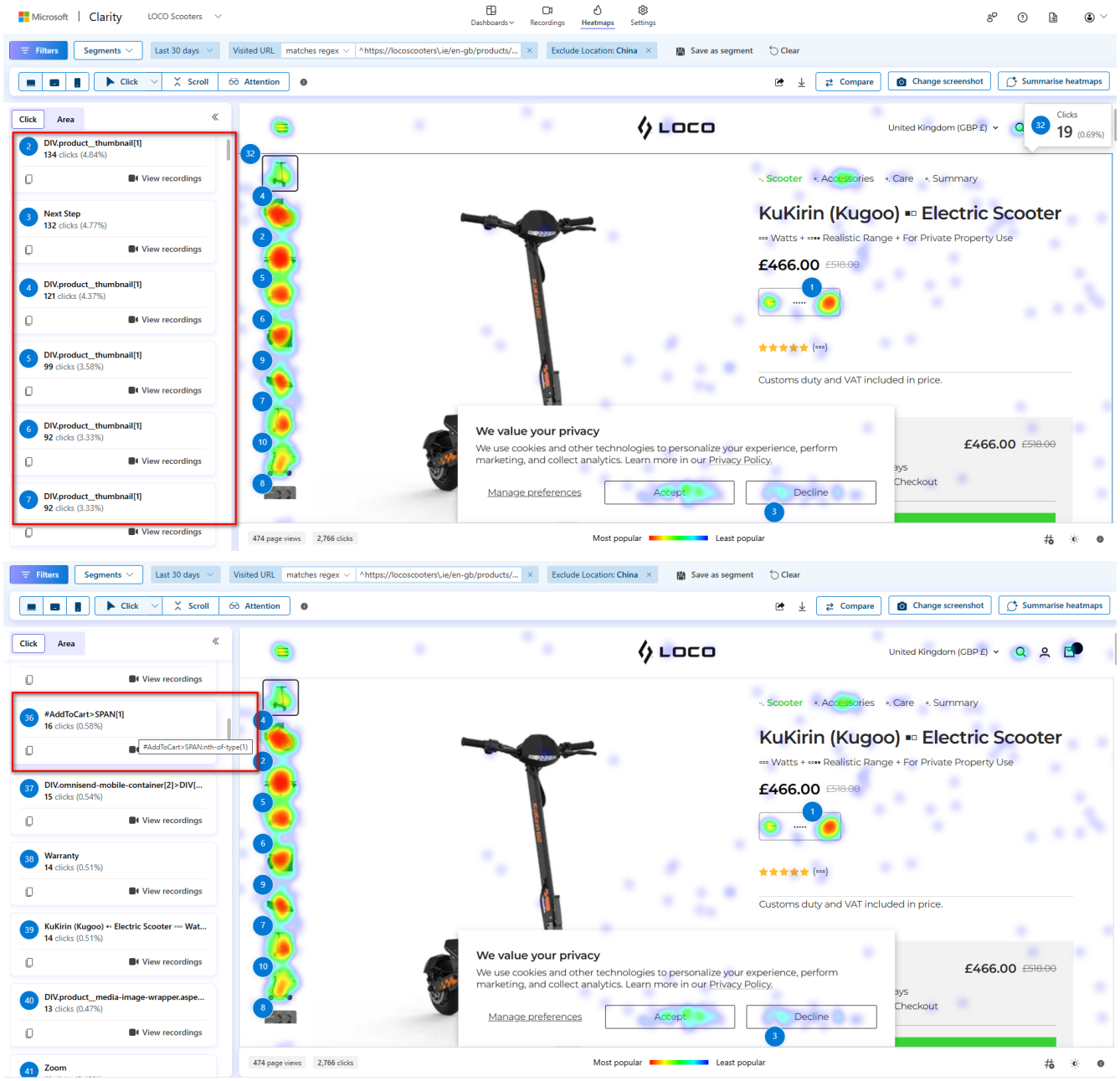
Користувачі рідко взаємодіють із блоком, що містить картки товарів.



Сторінки категорій — користувачі взаємодіють не з усіма елементами.



Сторінки товарів — основними клікабельними елементами є елементи перемикання зображень і кнопка "Next step", при цьому показник клікабельності елемента "Add to cart" становить менше 1%.

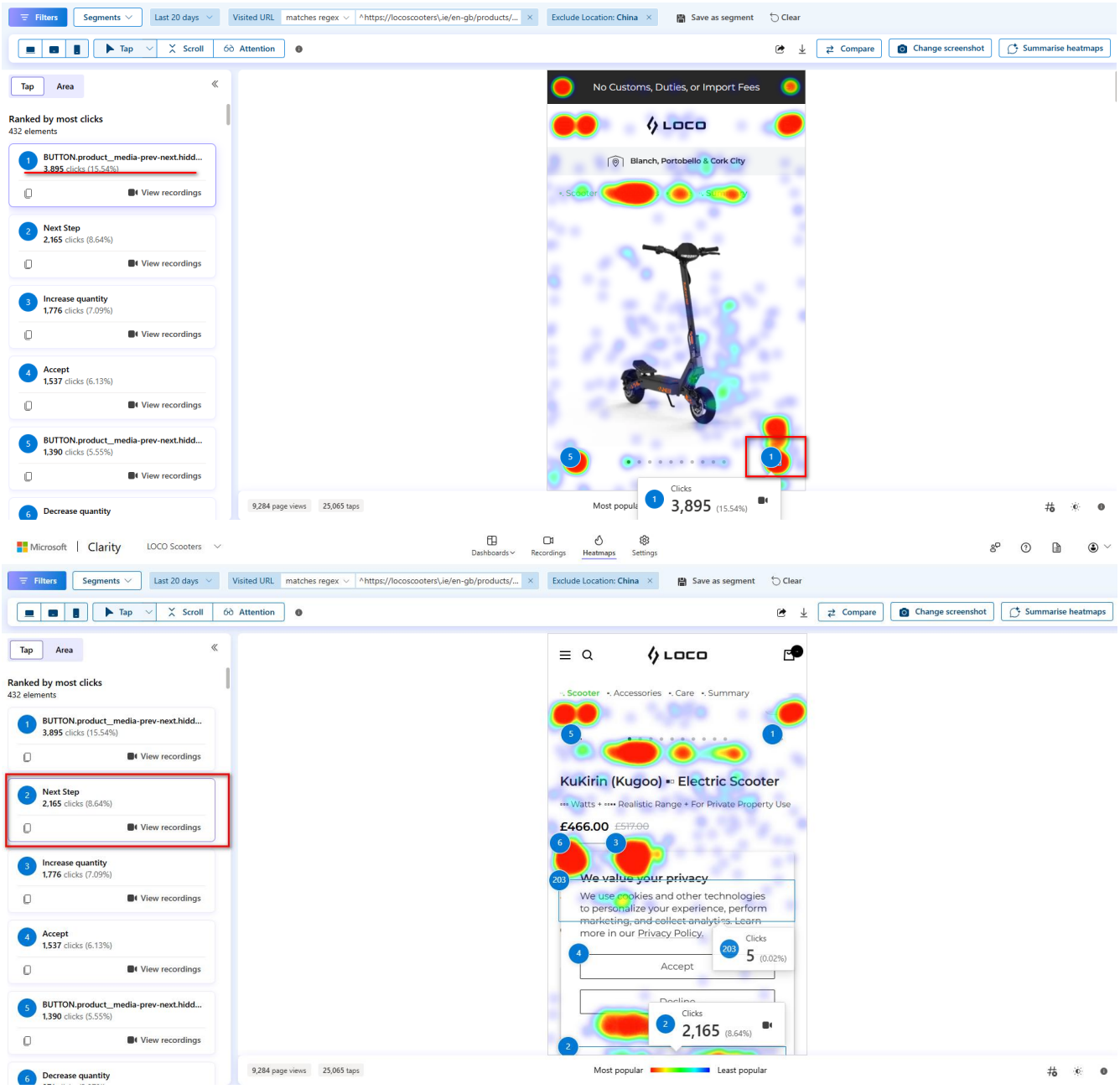


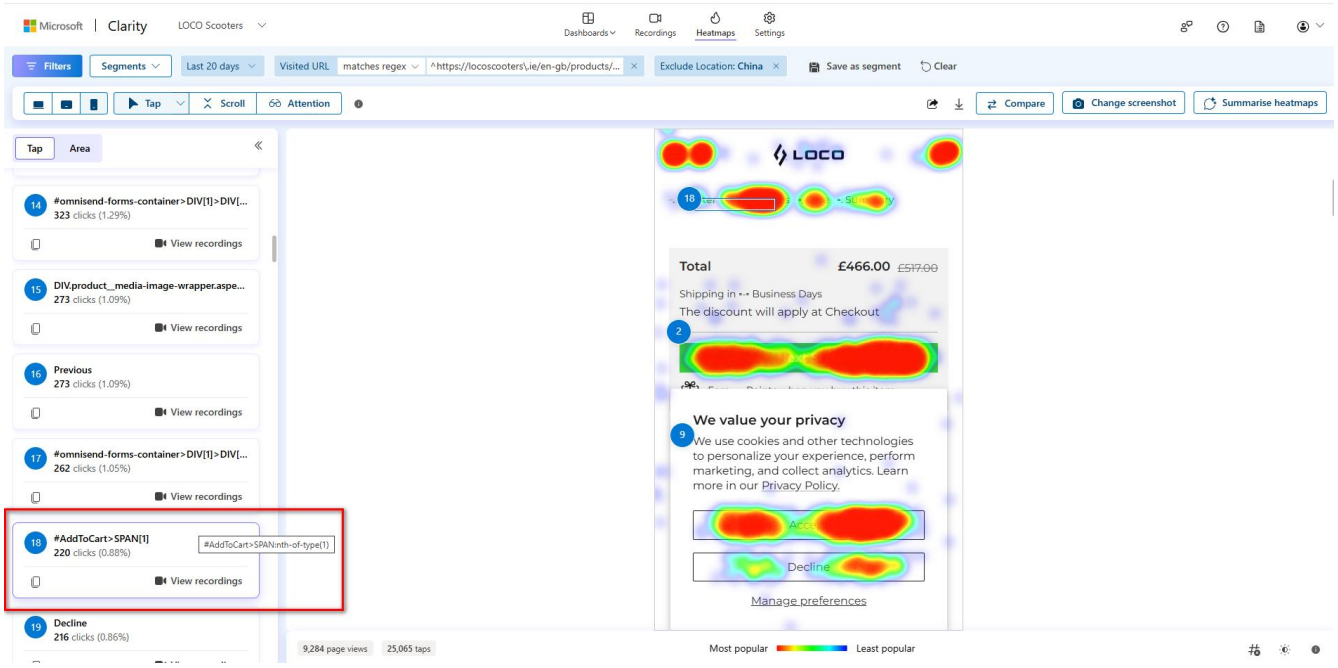
Мобільна версія (за винятком регіону "Китай")

Сторінки категорій — загалом користувачі без проблем взаємодіють зі сторінками.



Сторінки товарів — основними клікабельними елементами є елементи перемикання зображень і кнопка "Next step", при цьому показник клікабельності елемента "Add to cart" становить менше 1%.





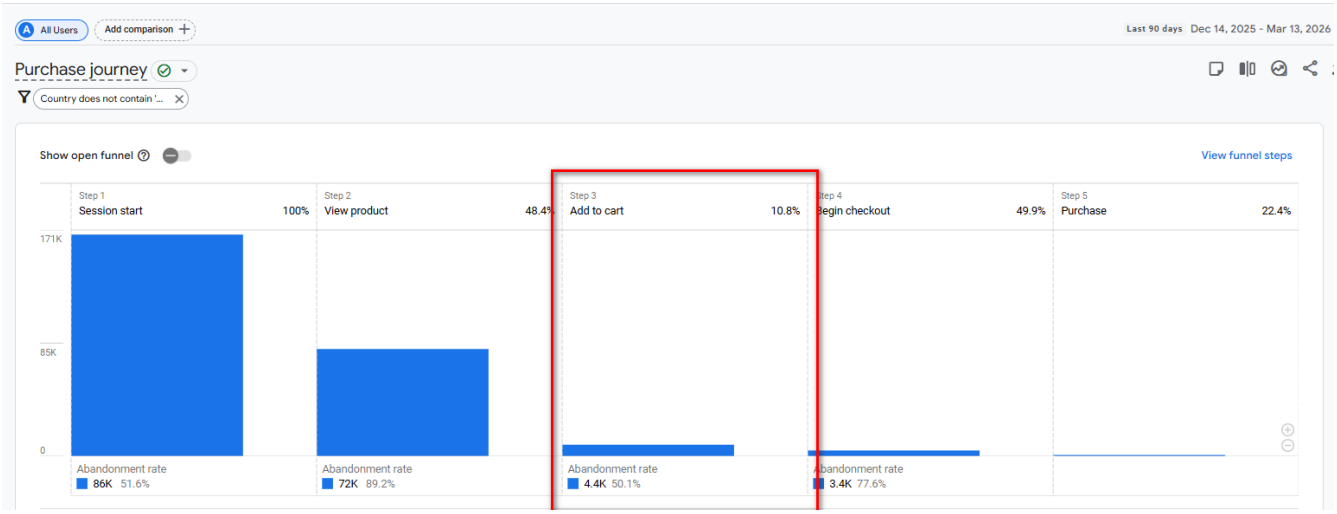
Рекомендації

1. **Рекомендації щодо покращення ситуації наведені нижче в аудиті.**

Аналіз шляху до покупки

Аналіз поведінкових факторів

Якщо переглянути дані в GA4, то основна втрата конверсій відбувається на сторінках товарів — тобто на етапі додавання товару до кошика.



Рекомендації

1. **Рекомендації щодо покращення ситуації наведені нижче в аудиті.**

Аналіз юзабіліті (UX/UI)



Аналіз адаптивності сайту для різних роздільних здатностей екрана

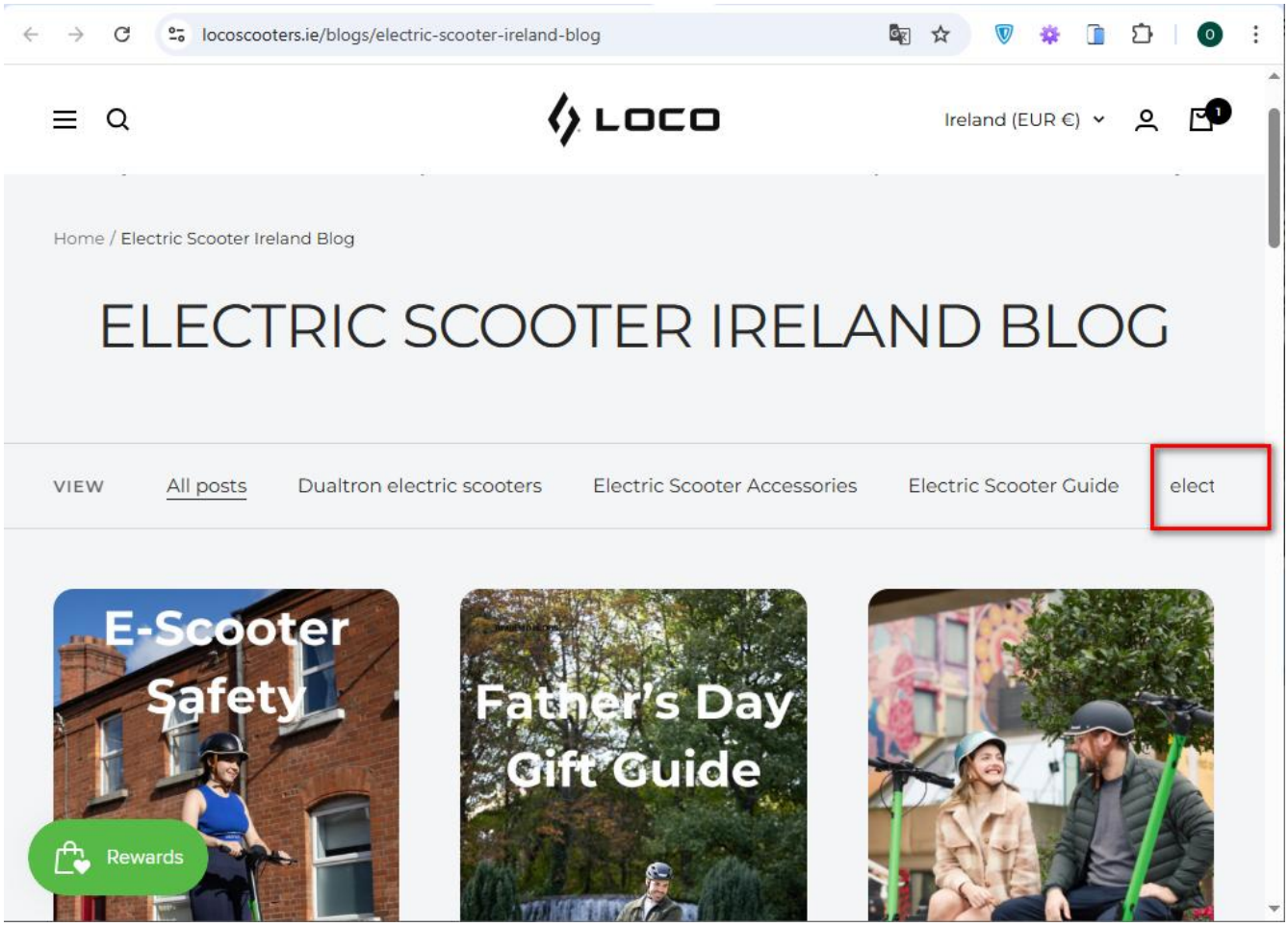
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для десктопної версії)

За невеликої роздільної здатності екрана блоки не адаптуються.

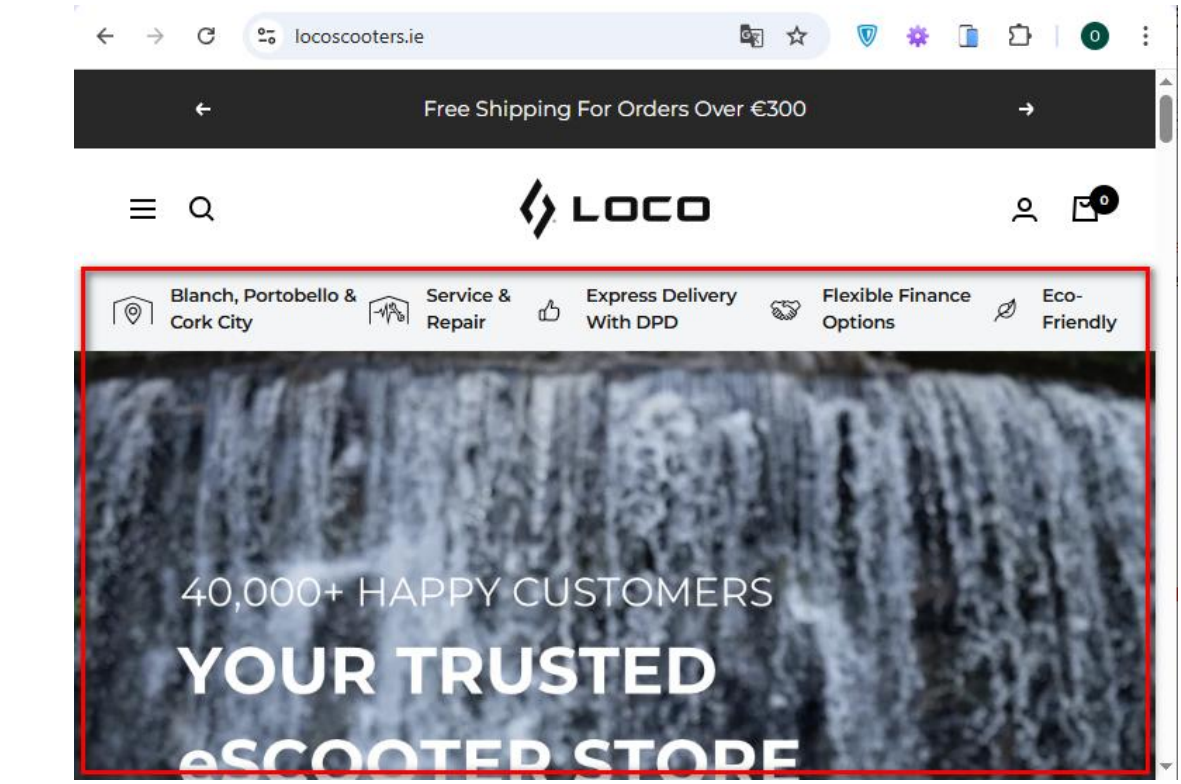
<u>Десктопна версія</u>

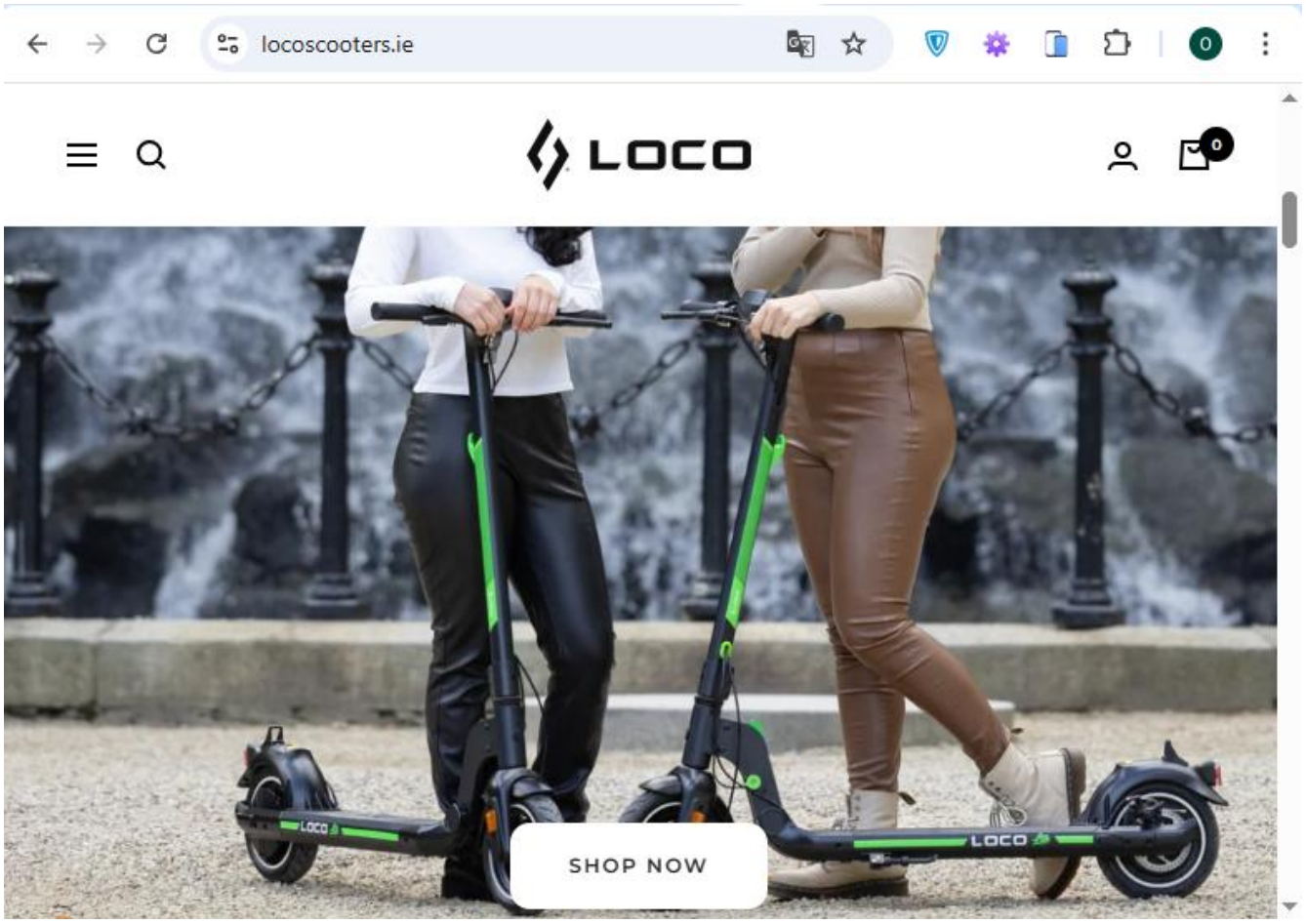
Наприклад:

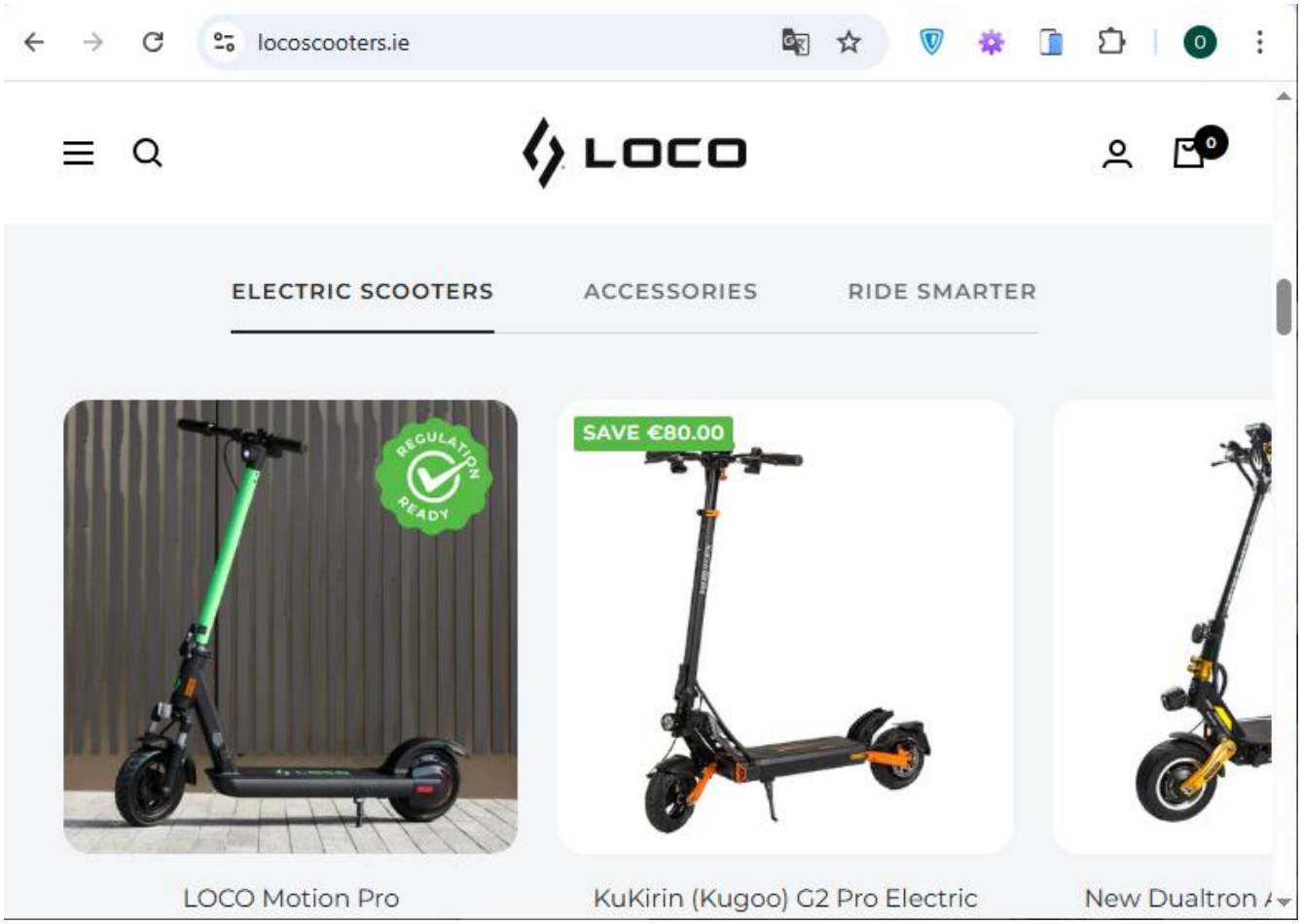
1024x768

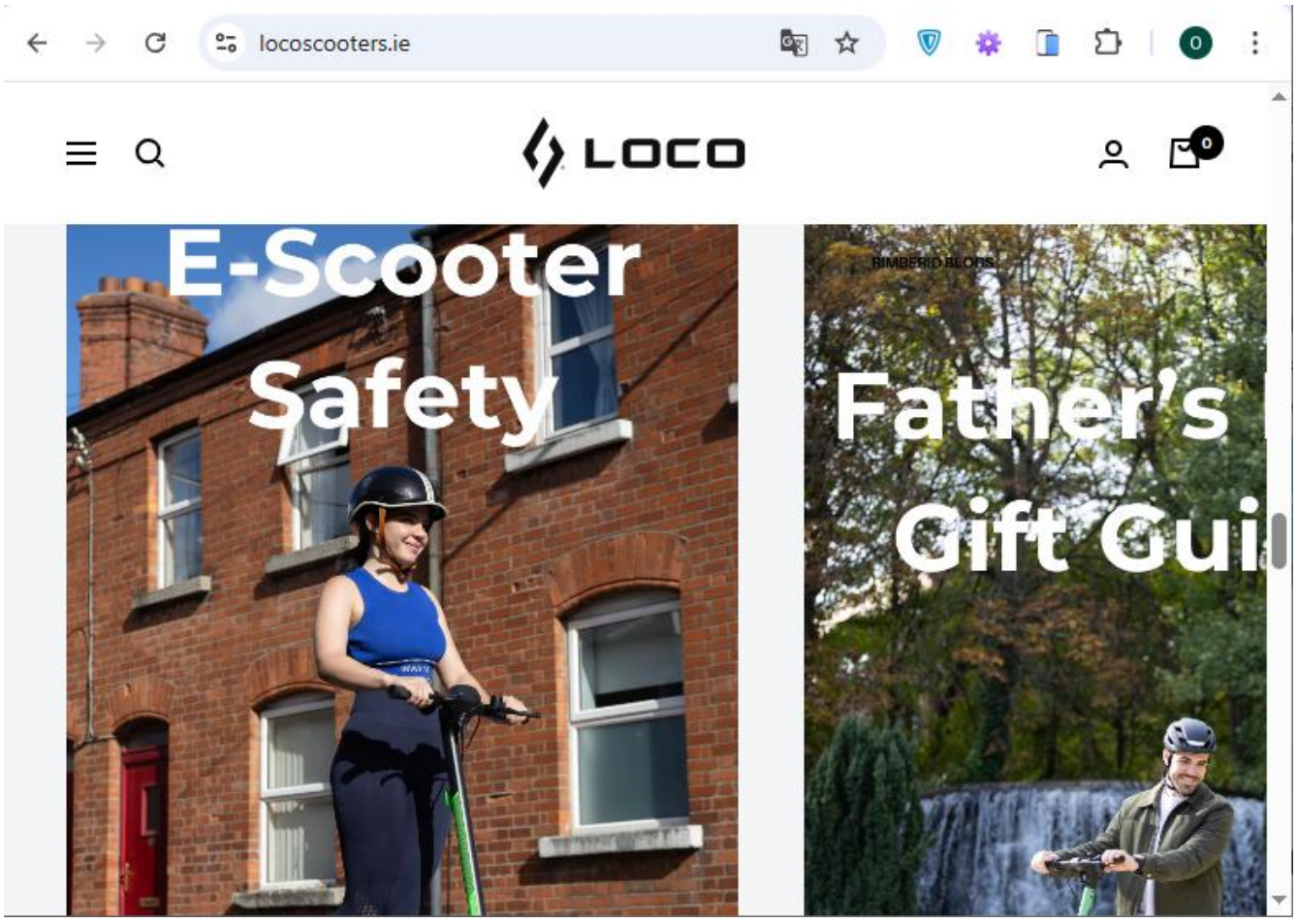


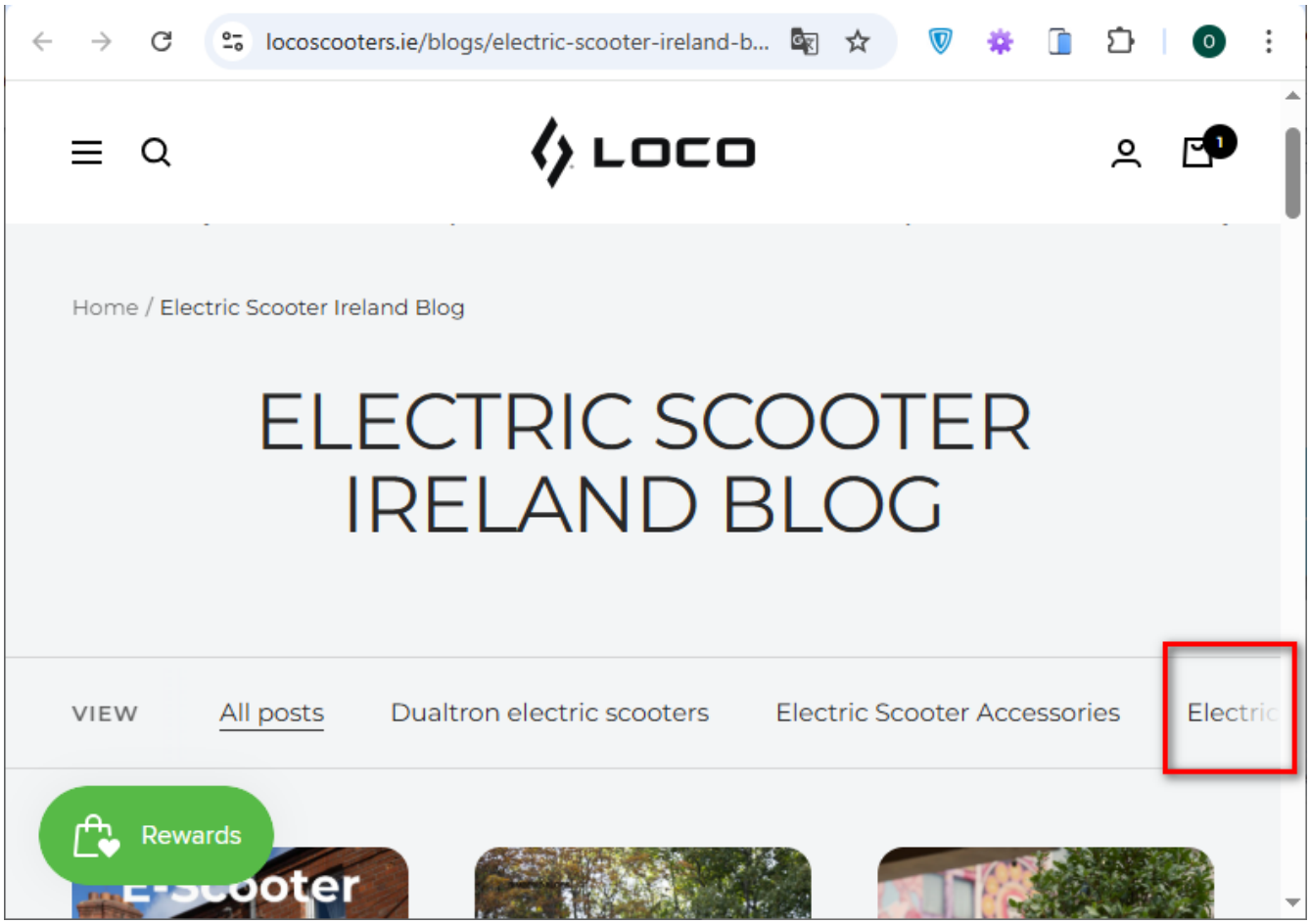
800x600

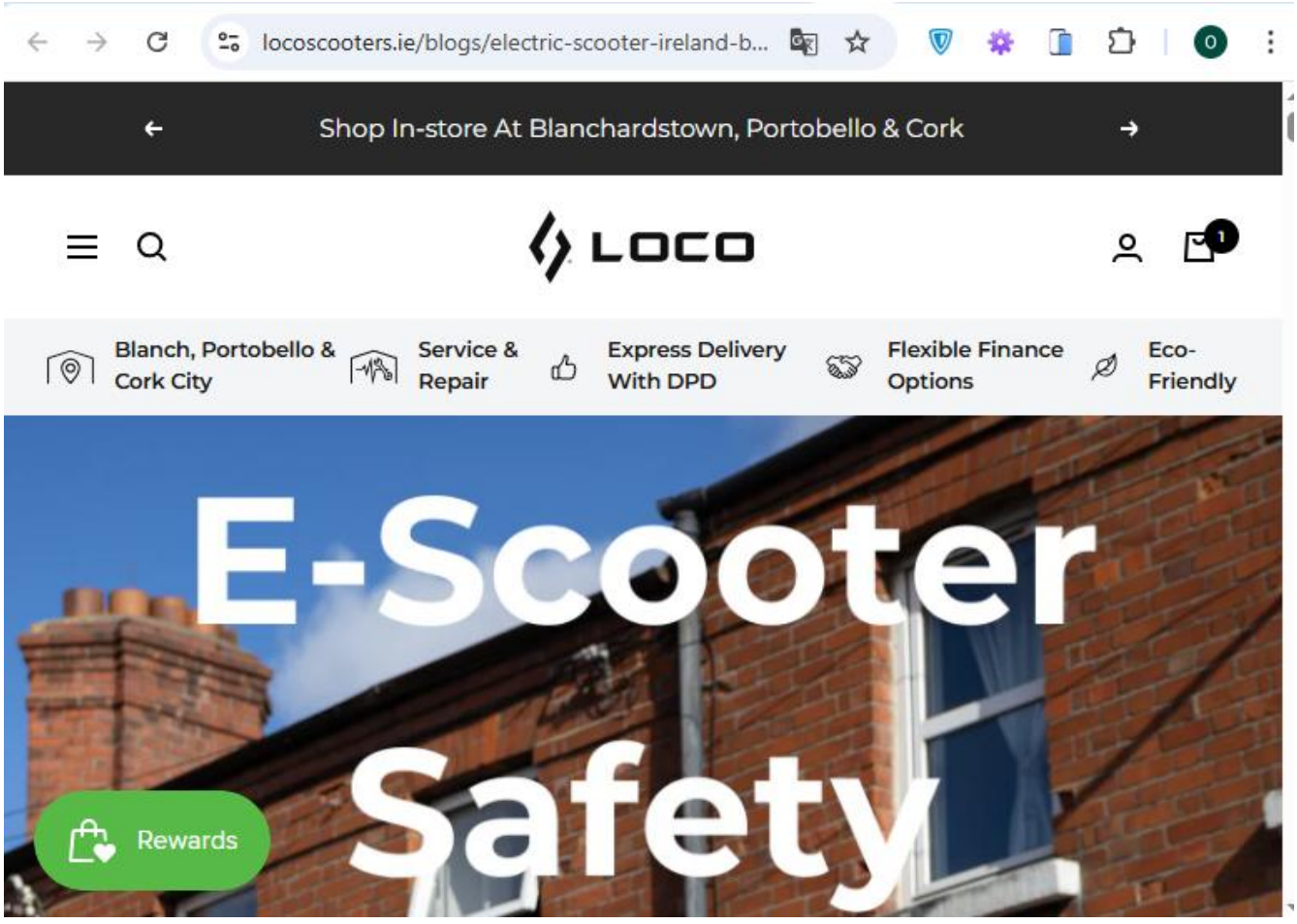

locoscooters.ie
Free Shipping For Orders Over €300
LOCO
Blanch, Portobello & Cork City
Service & Repair
Express Delivery With DPD
Flexible Finance Options
Eco-Friendly
40,000+ HAPPY CUSTOMERS
YOUR TRUSTED

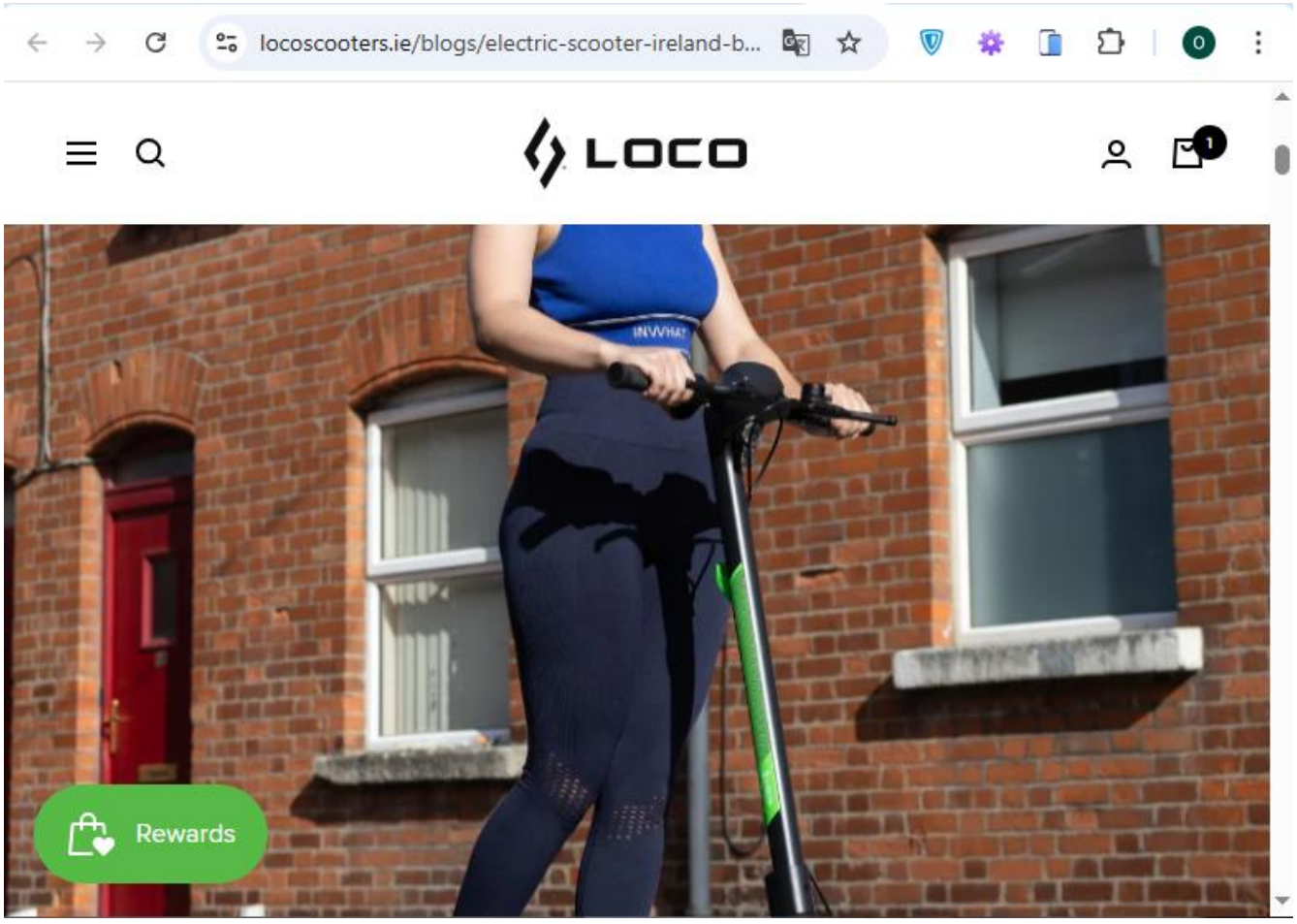

locoscooters.ie
LOCO
SHOP NOW


locoscooters.ie
LOCO
ELECTRIC SCOOTERS
ACCESSORIES
RIDE SMARTER
REGULATION READY
SAVE €80.00
LOCO Motion Pro
KuKirin (Kugoo) G2 Pro Electric
New Dualtron


locoscooters.ie
LOCO
E-Scooter Safety
Father's Gift Gui


locoscooters.ie/blogs/electric-scooter-ireland-b...
LOCO
Home / Electric Scooter Ireland Blog
ELECTRIC SCOOTER IRELAND BLOG
VIEW
All posts
Dualtron electric scooters
Electric Scooter Accessories
Electric
Rewards


locoscooters.ie/blogs/electric-scooter-ireland-b...
Shop In-store At Blanchardstown, Portobello & Cork
LOCO
Blanch, Portobello & Cork City
Service & Repair
Express Delivery With DPD
Flexible Finance Options
Eco-Friendly
E-Scooter Safety
Rewards



Рекомендації

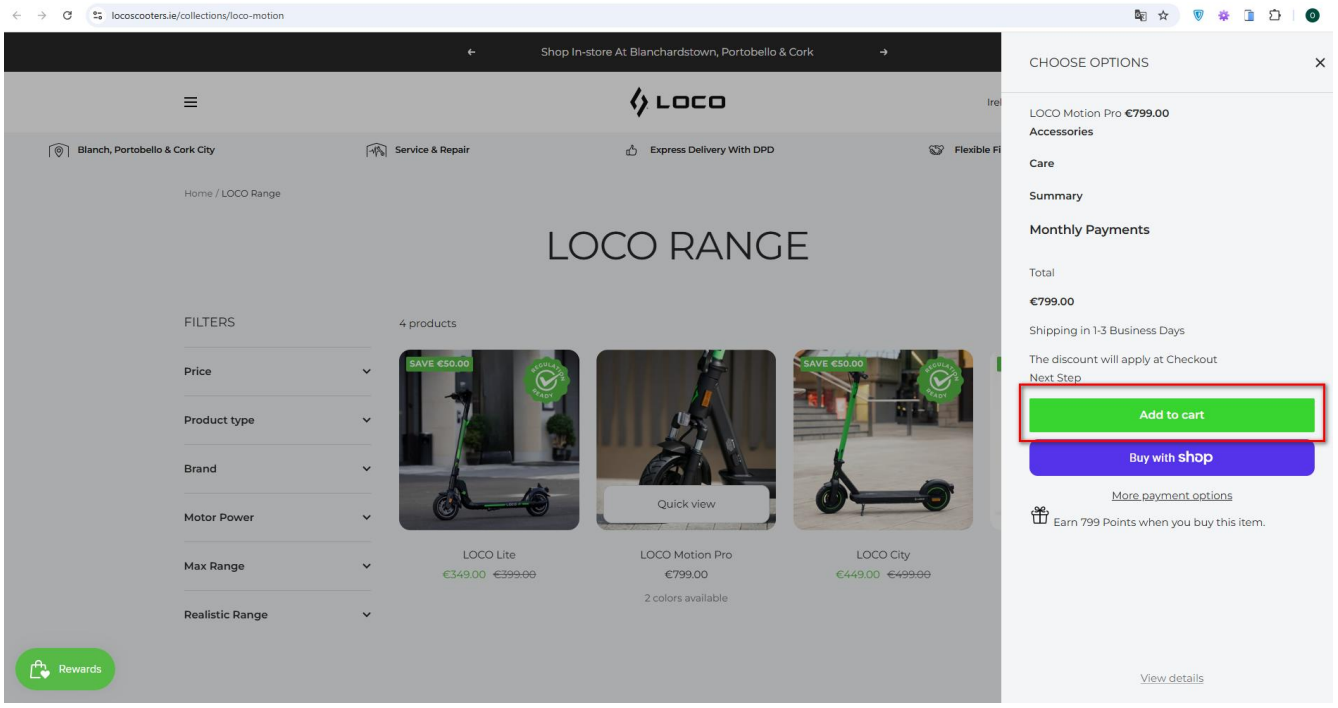
1. **Оптимізувати сайт для екранів із невеликою роздільною здатністю.**

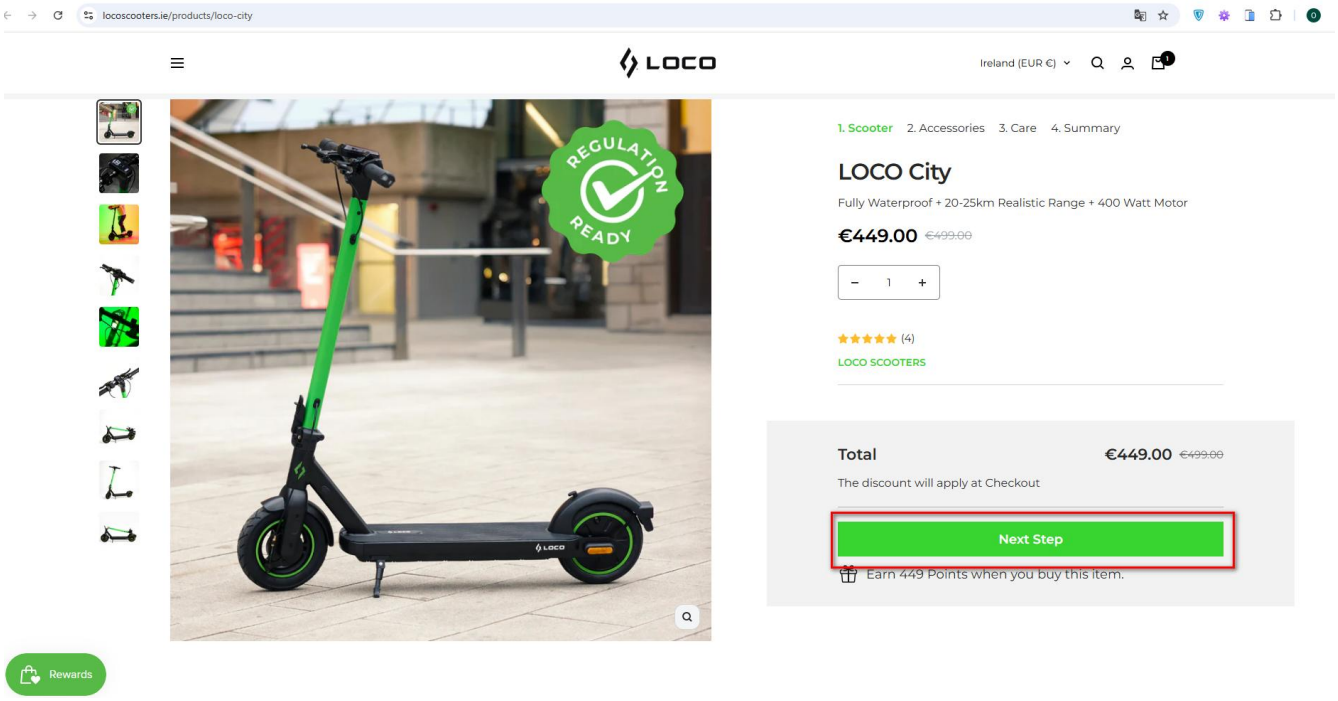
Підсвічування кнопок під час наведення курсора

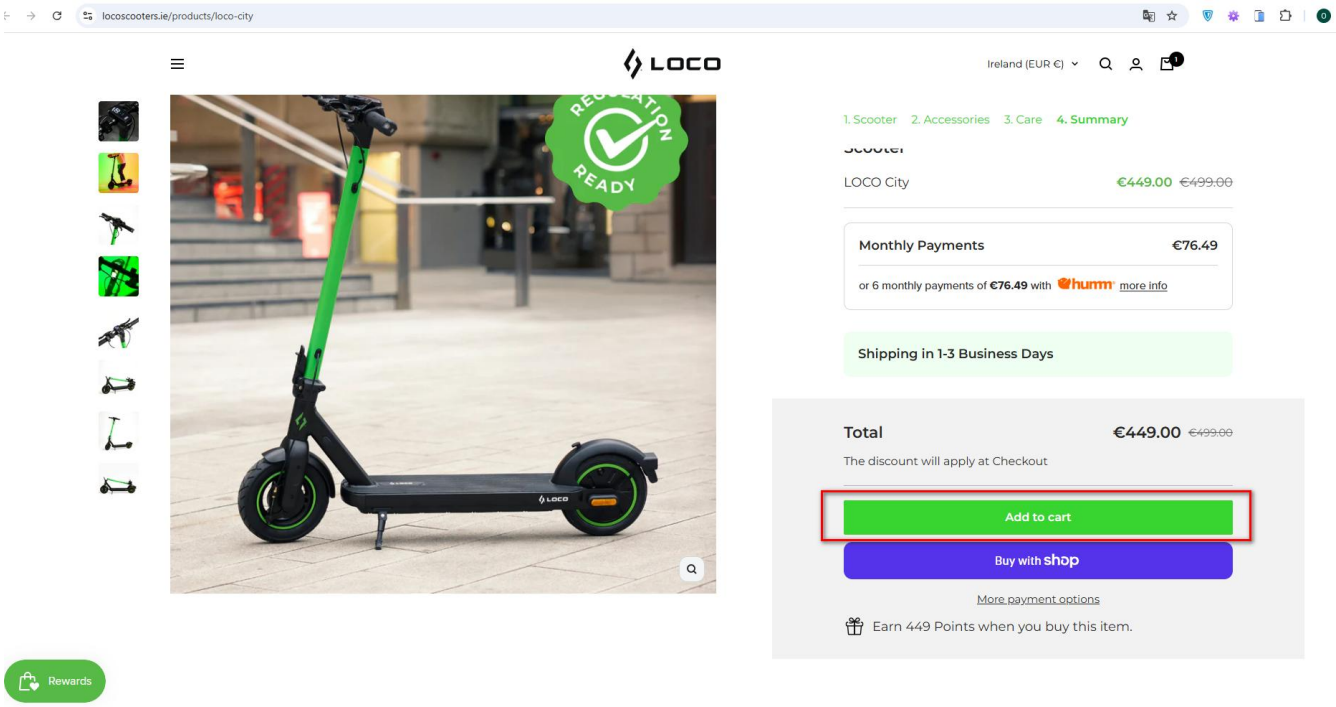
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для десктопної версії)

Під час наведення курсора підсвічуються не всі кнопки.

Десктопна версія







Рекомендації

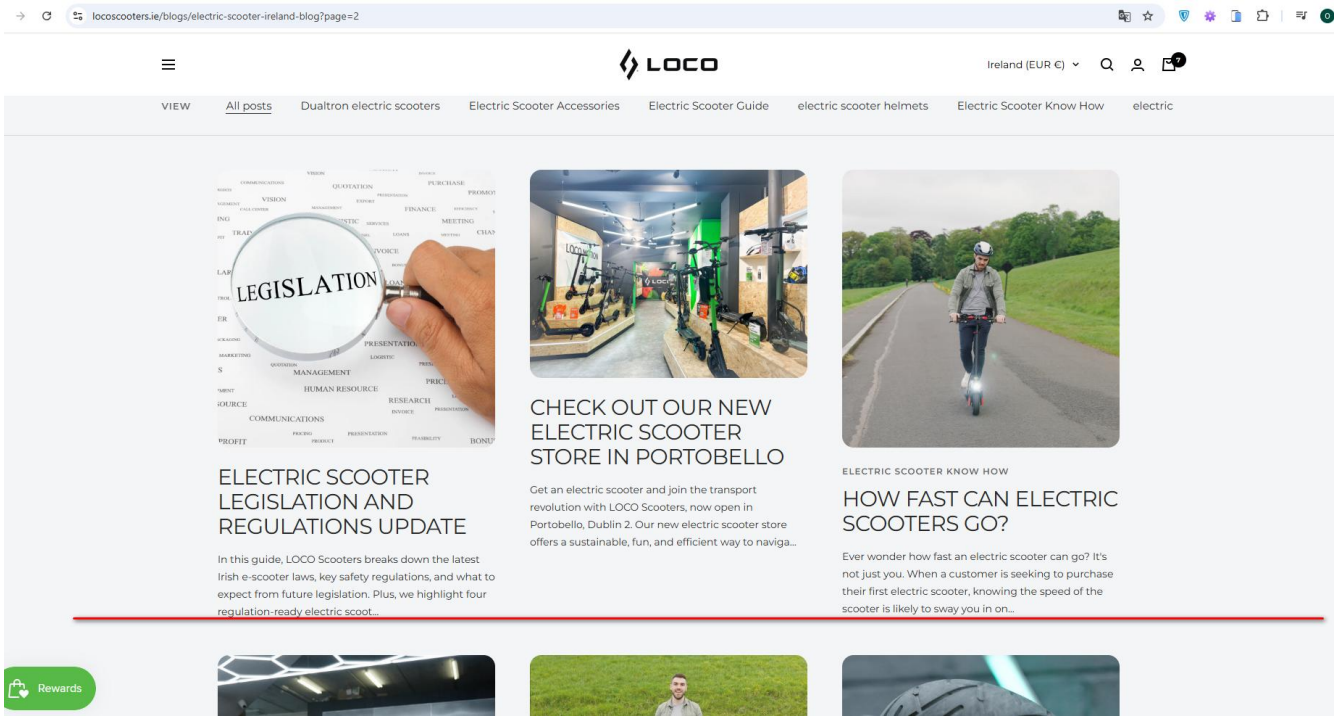
1. **Забезпечити підсвічування всіх кнопок під час наведення курсора.**

Сторінка "Electric Scooter Ireland Blog"

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для десктопної версії)

Картки матеріалів та елементи всередині них не вирівняні відносно один одного.

Десктопна версія



Рекомендації

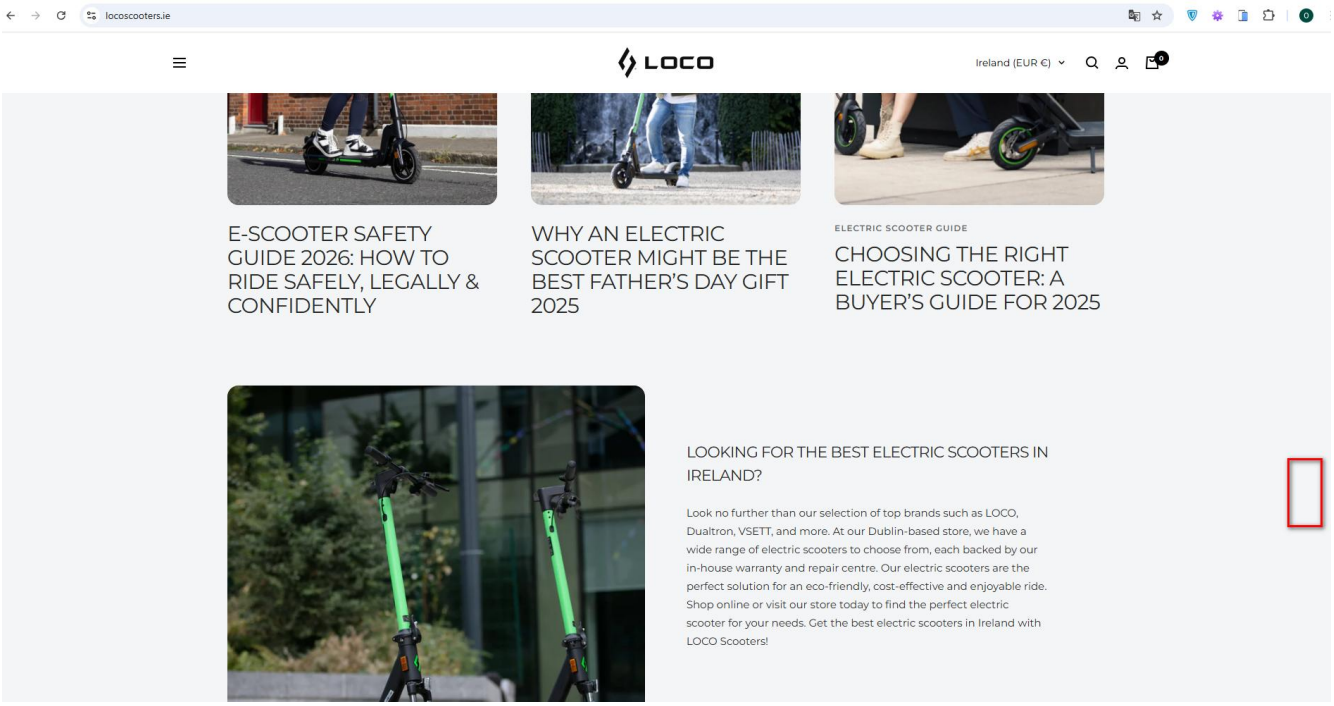
1. **Вирівняти картки товарів та елементи всередині них відносно один одного.**

Кнопка "Back to top"

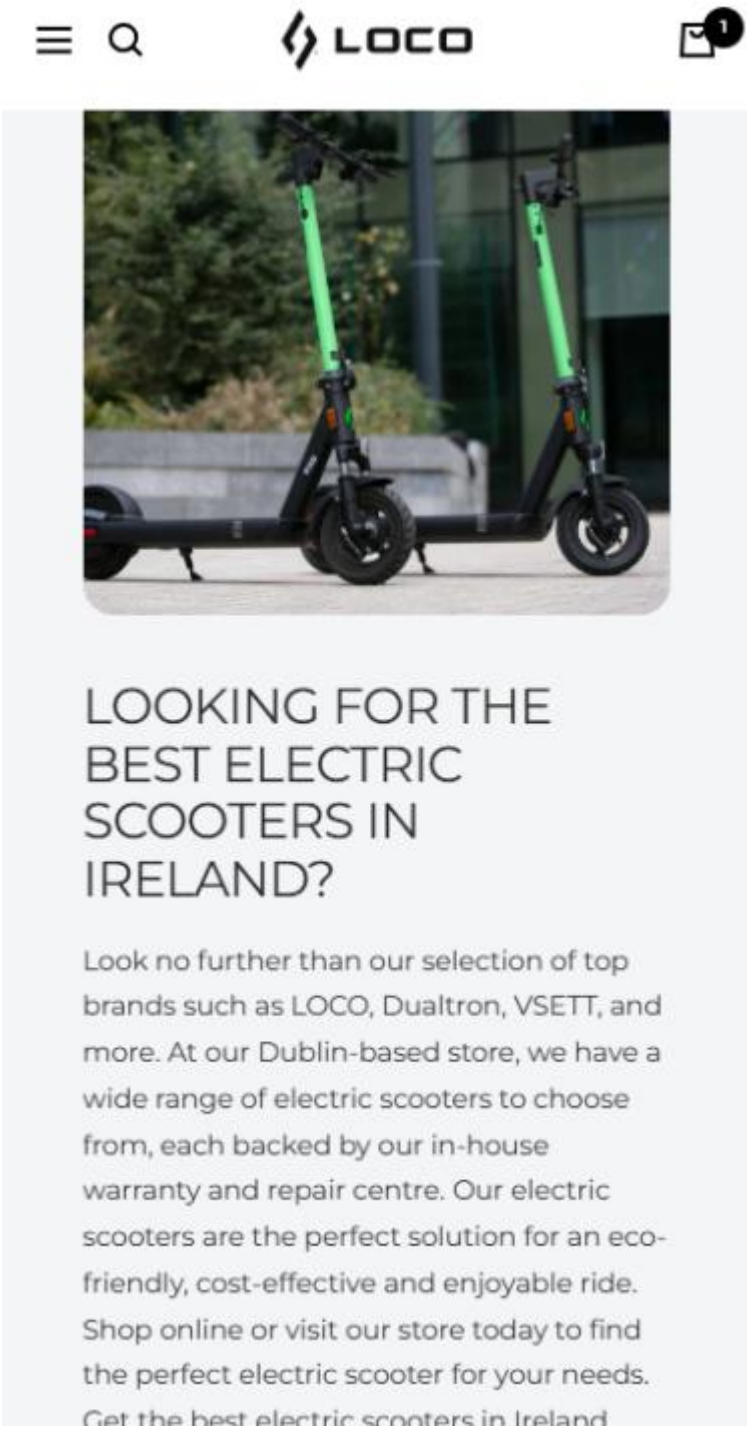
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

На сайті відсутній елемент для швидкого повернення до першого екрана поточної сторінки.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

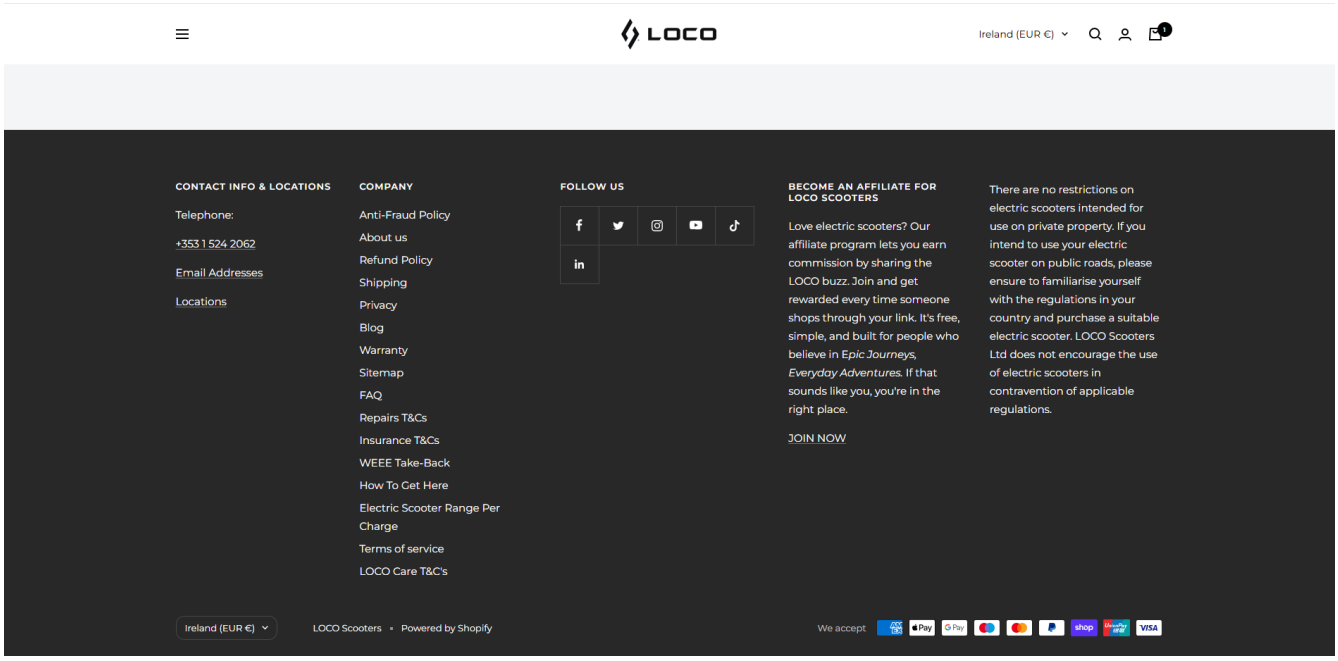
1. **Додати кнопку "Back to Top".**
2. **Розмістити кнопку в нижньому правому або лівому куті екрана.**
3. **Відображати кнопку після прокручування перших двох екранів сторінки.**

Аналіз копірайту

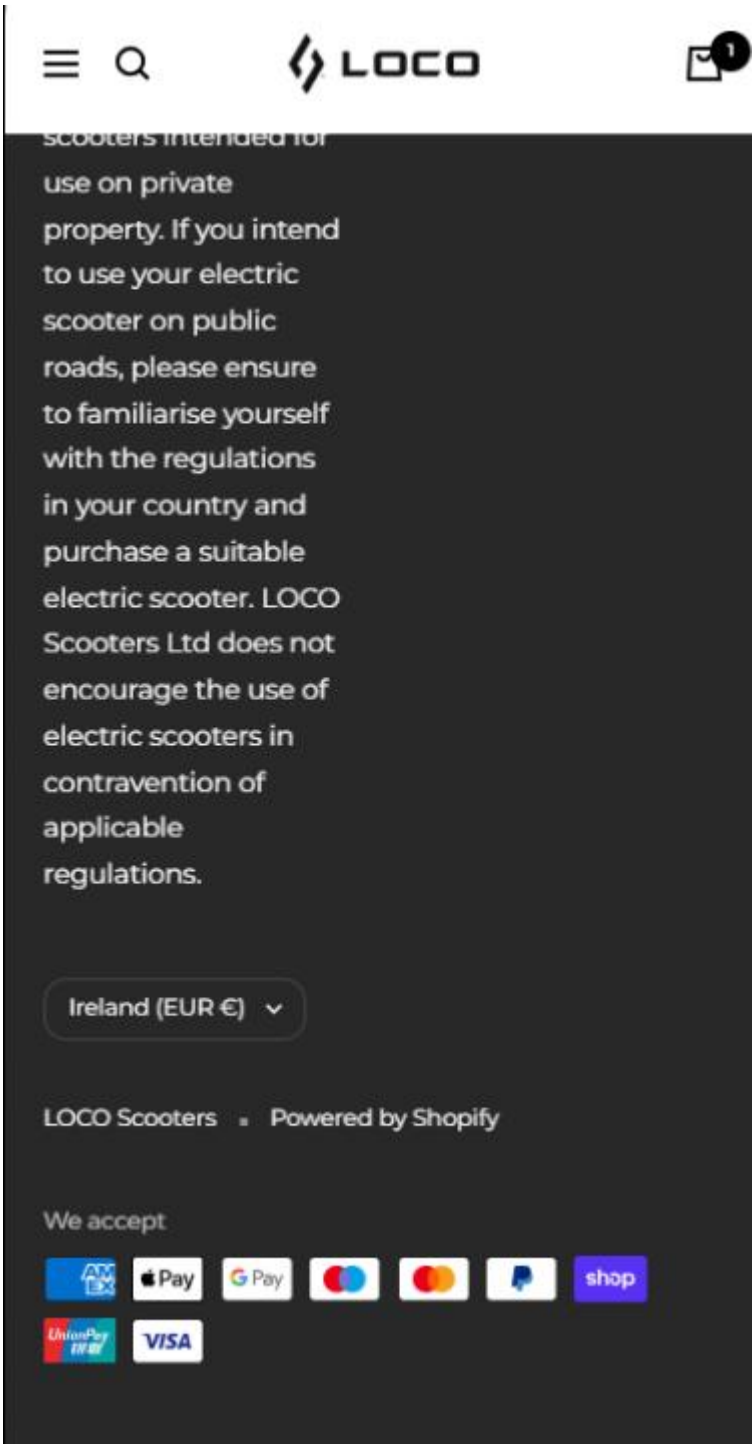
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

На сайті відсутній копірайт.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

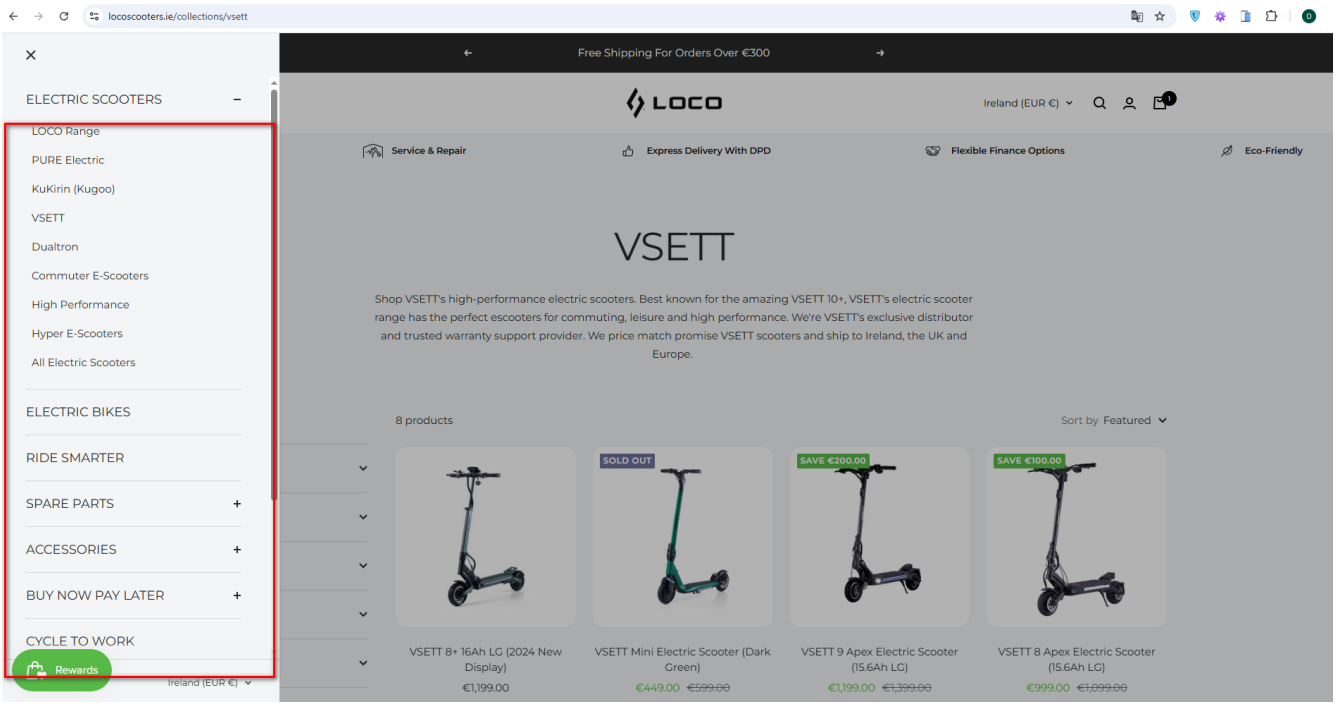
1. **Додати копірайт у такому форматі: © [назва компанії або вебсайту], [поточний рік / діапазон років (від року заснування до поточного року)].**
2. **Налаштувати динамічне формування року в копірайті.**

Виділення поточного пункту меню

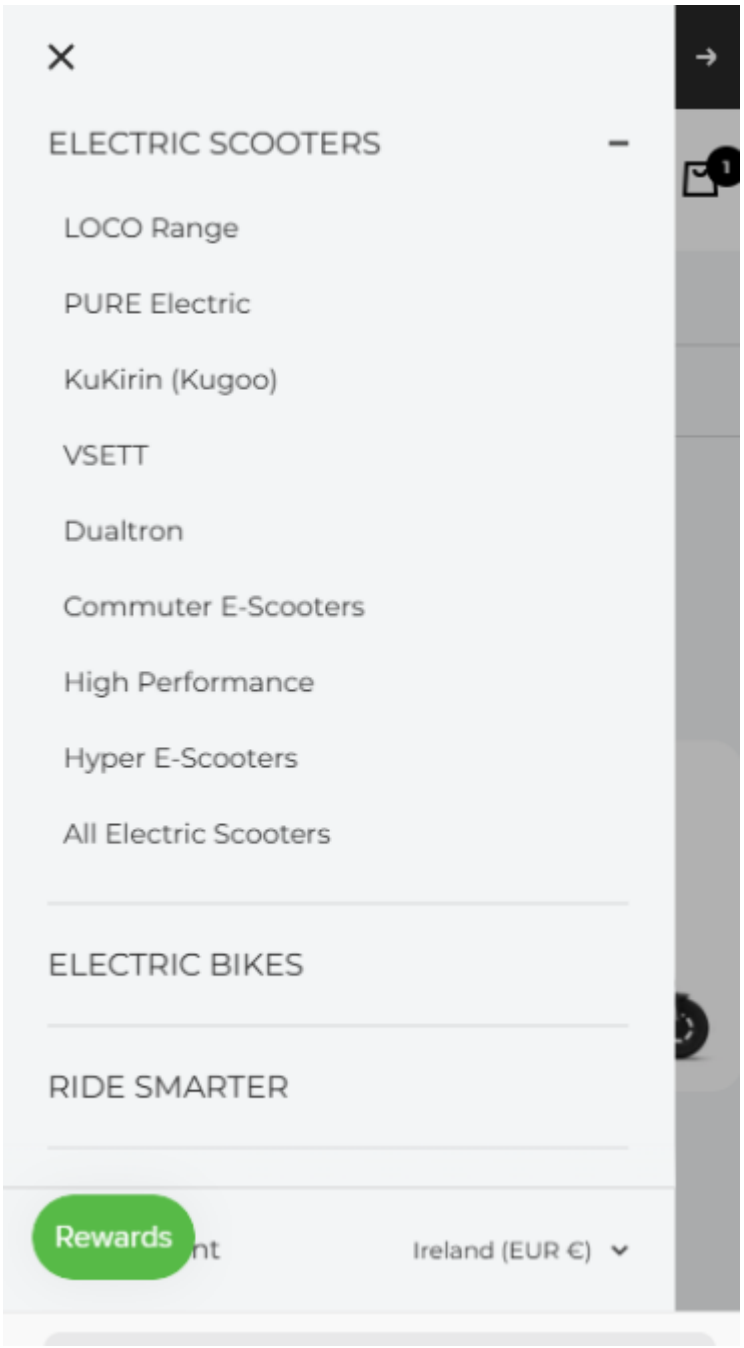
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

Поточний пункт каталогу не виділяється та залишається активним посиланням.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

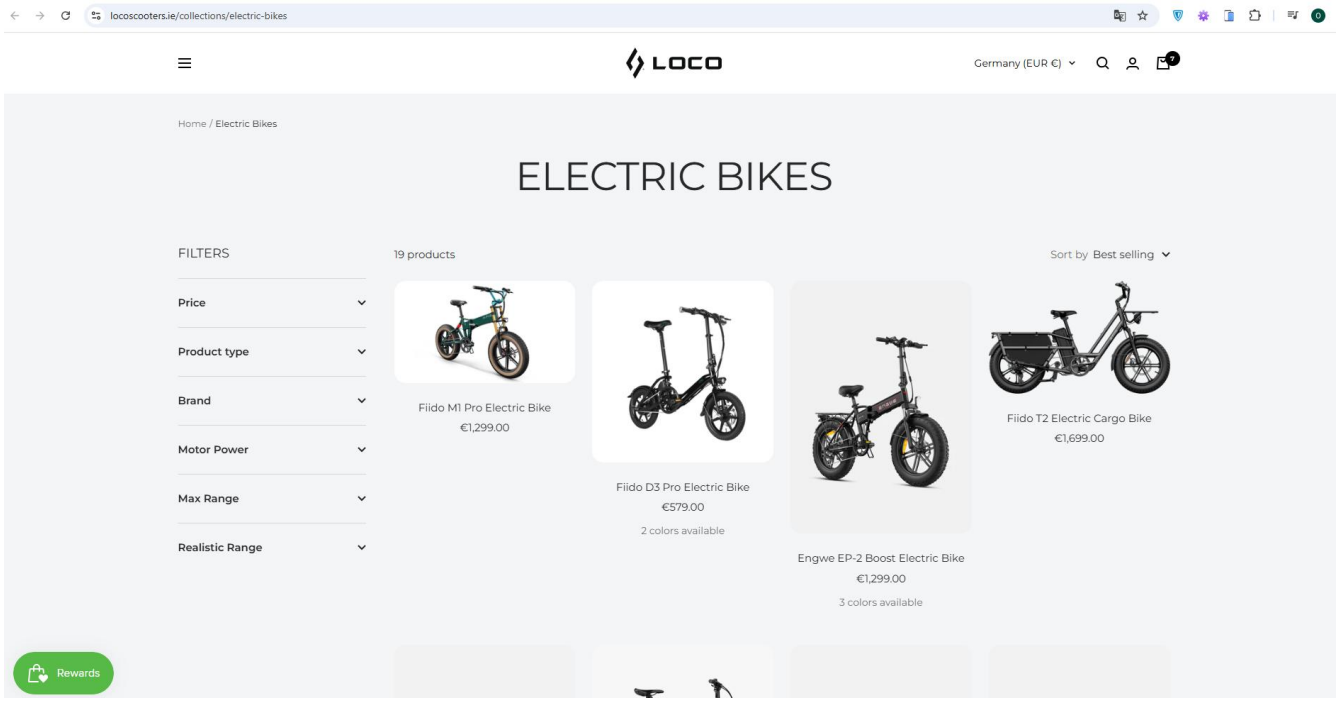
1. **Виділити кольором або іншим способом пункт каталогу, в якому перебуває користувач.**
2. **Зробити пункт каталогу, в якому перебуває користувач, неактивним посиланням.**

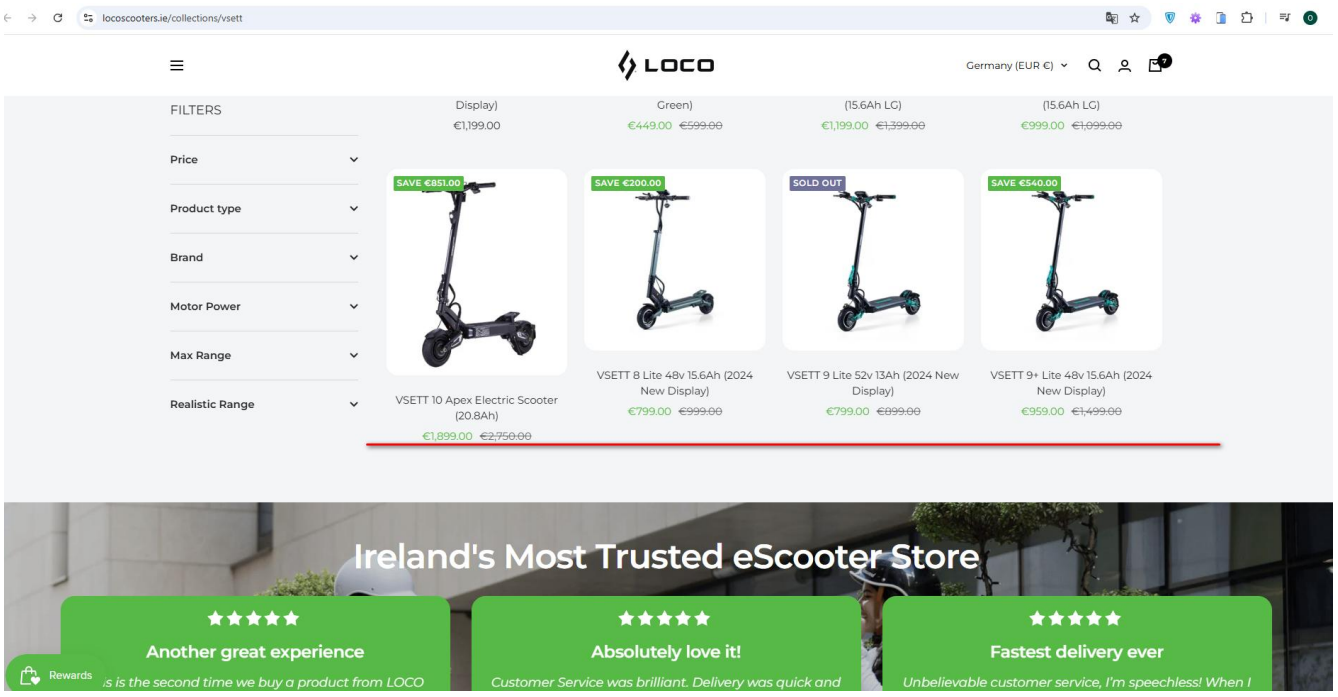
Сторінки категорій. Вирівнювання елементів

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

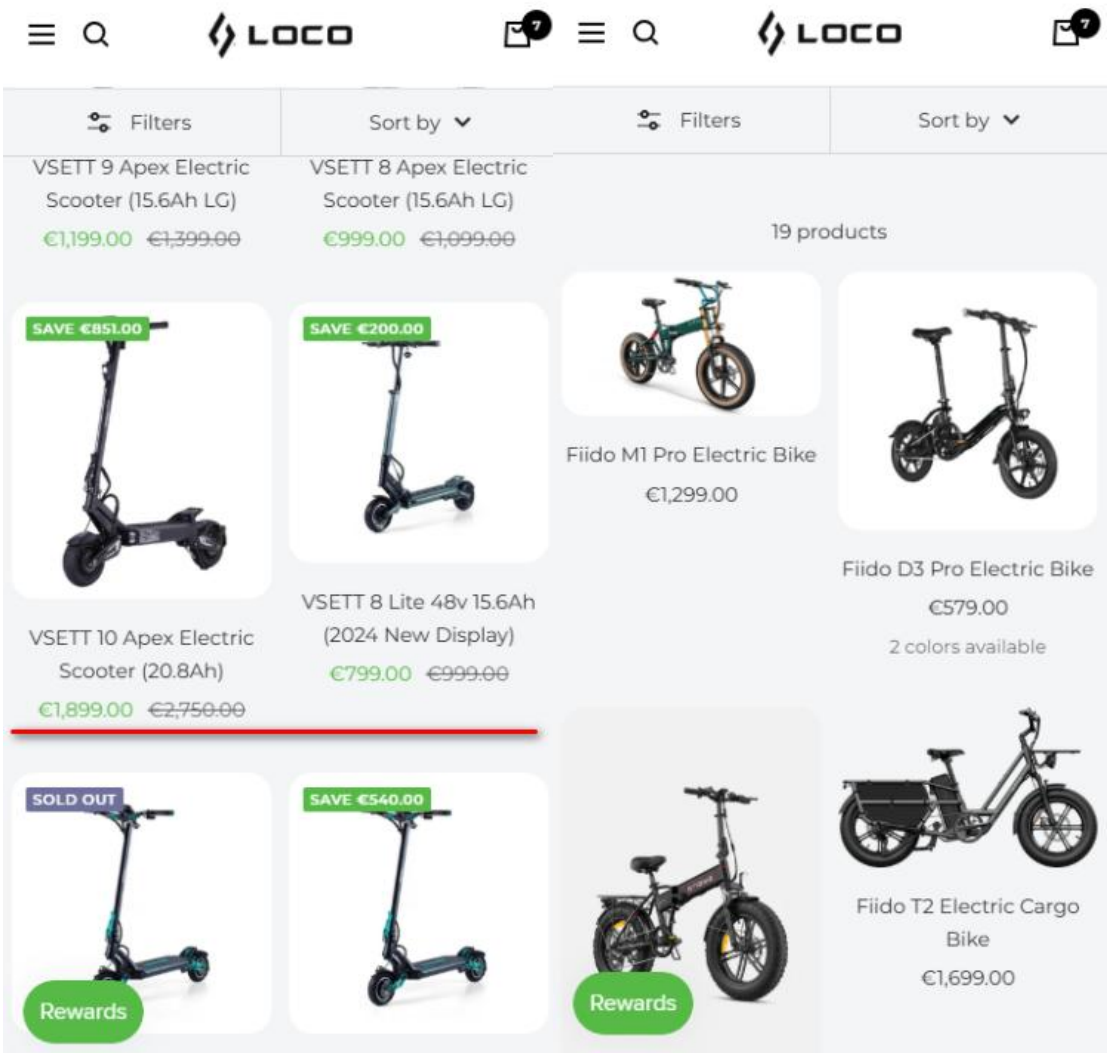
Картки товарів та елементи всередині них не вирівняні відносно один одного.

Десктопна версія





Мобільна версія



Рекомендації

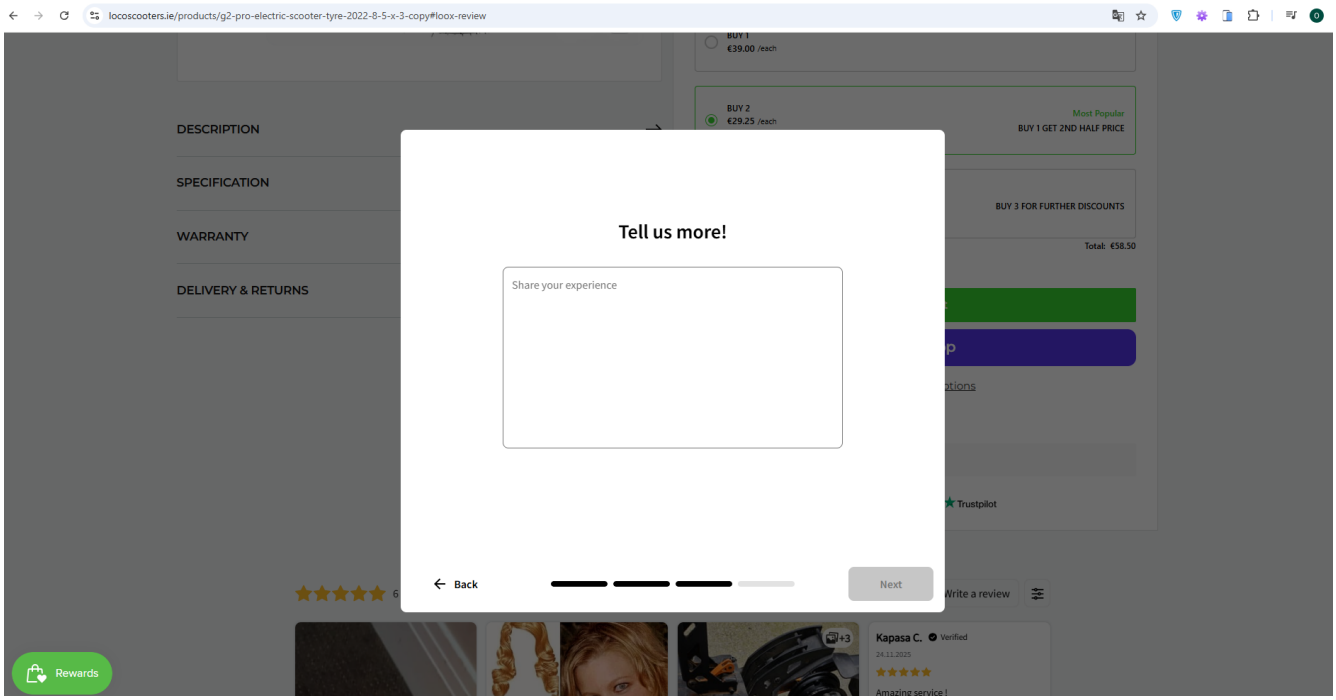
1. **Вирівняти картки товарів та елементи всередині них відносно один одного.**

Сторінки товарів. "Write a review"

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

У спливаючому вікні для написання відгуків відсутній елемент для його закриття; незрозуміло, як закрити це вікно.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

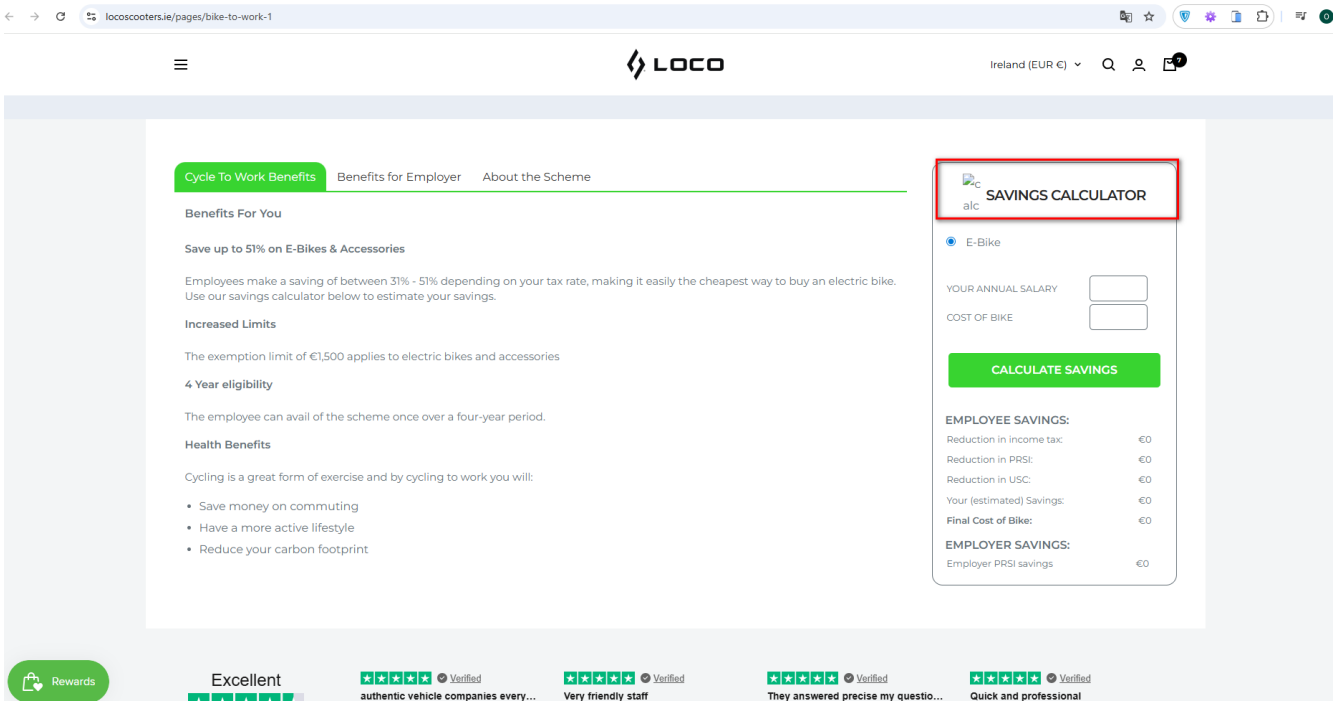
1. **Додати елемент для закриття спливаючого вікна на всіх етапах написання відгуків.**

Сторінка "Cycle to work"

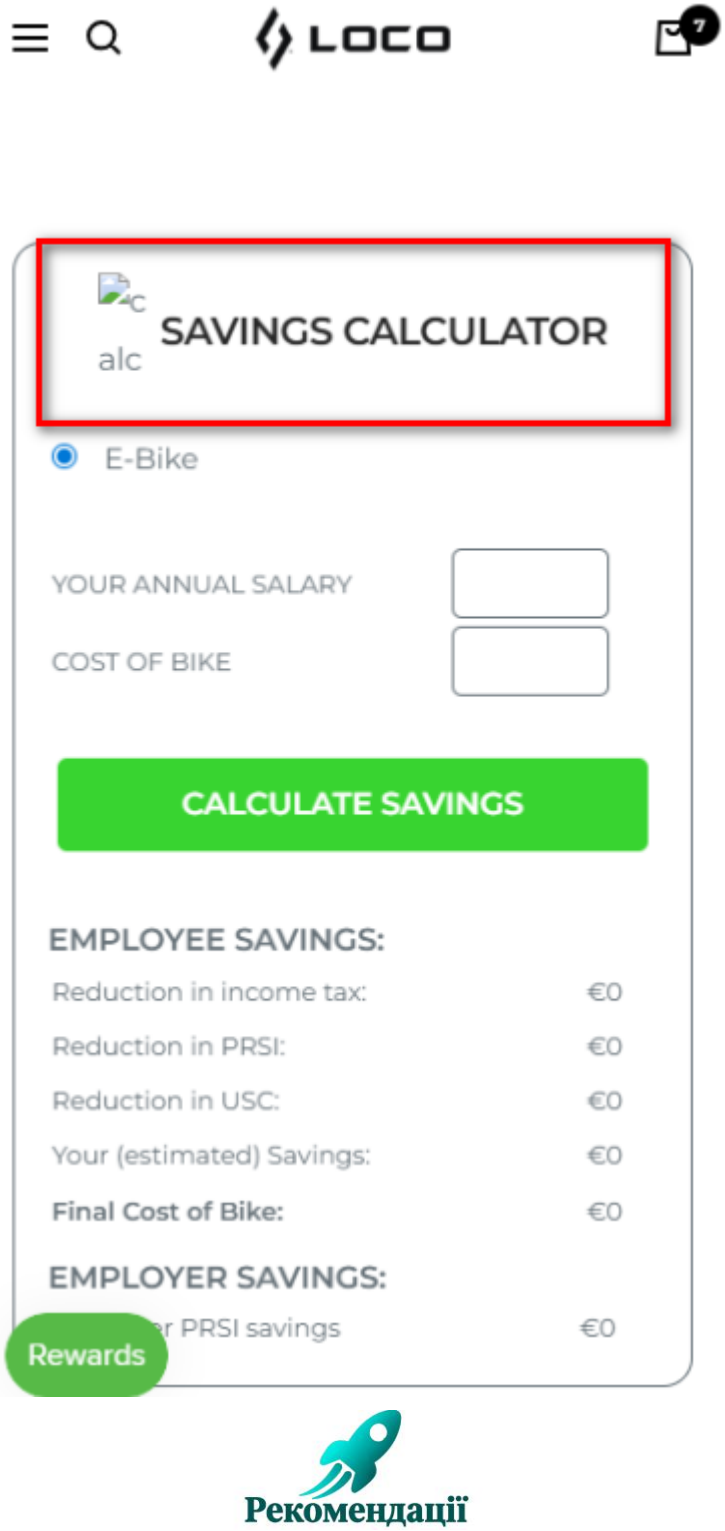
Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

Зображення на сторінці відображається некоректно.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

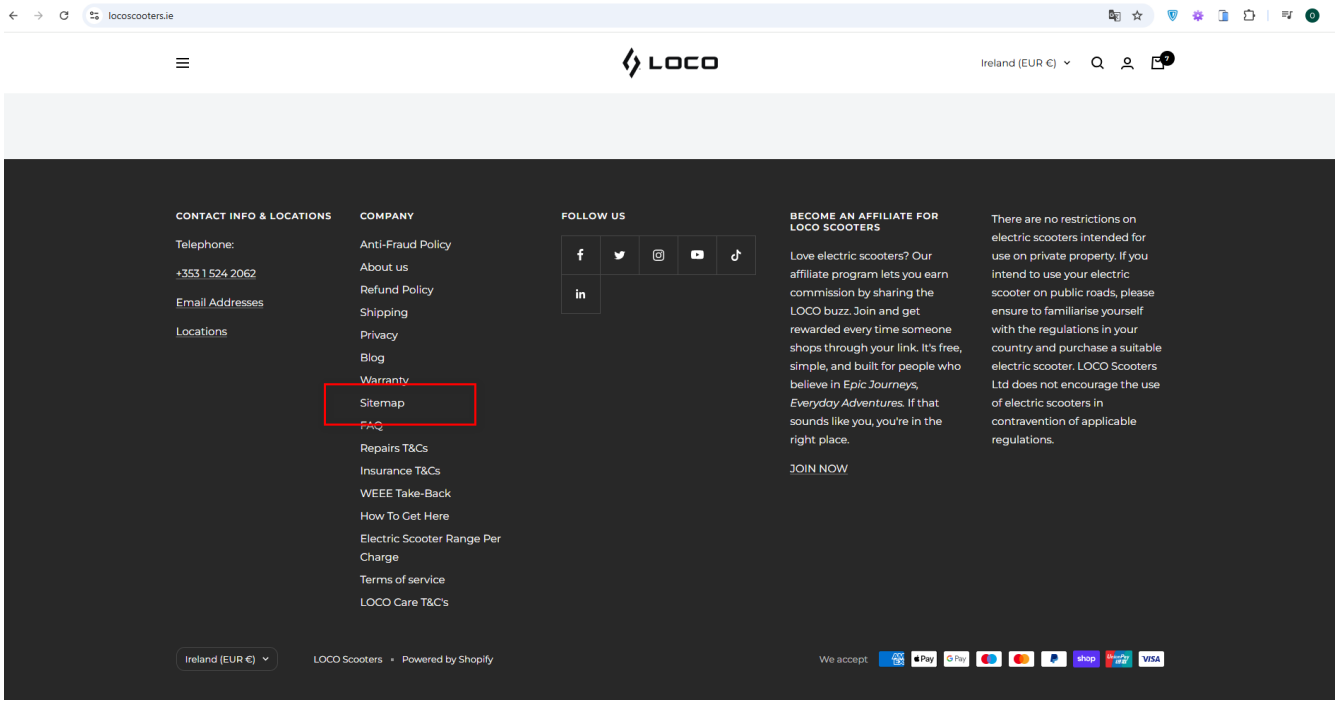
1. **Виправити відображення зображення.**

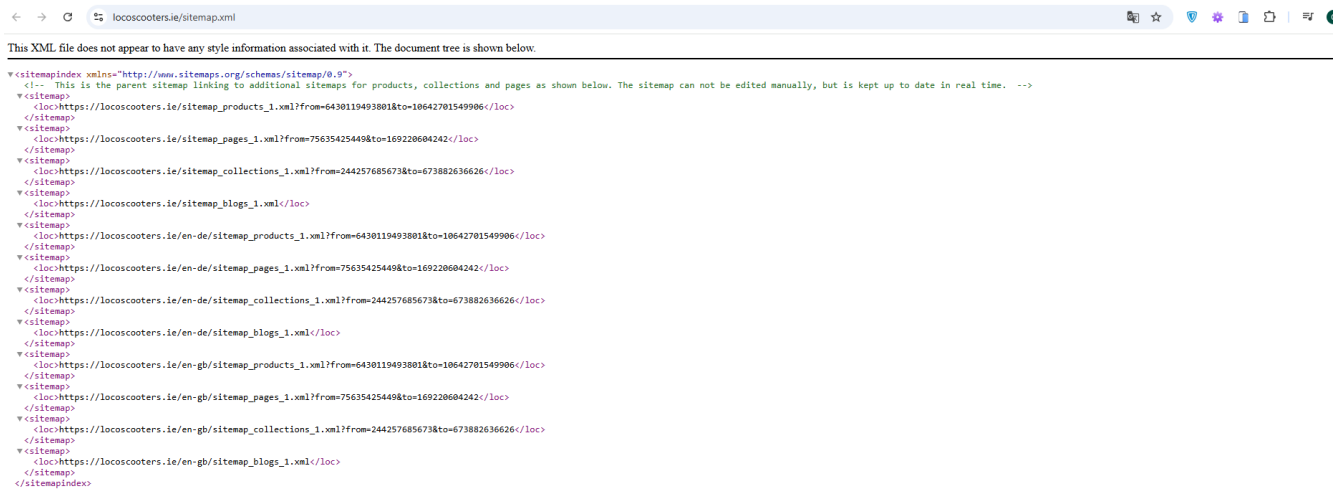
Сторінка "Sitemap"

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (для десктопної та мобільної версії)

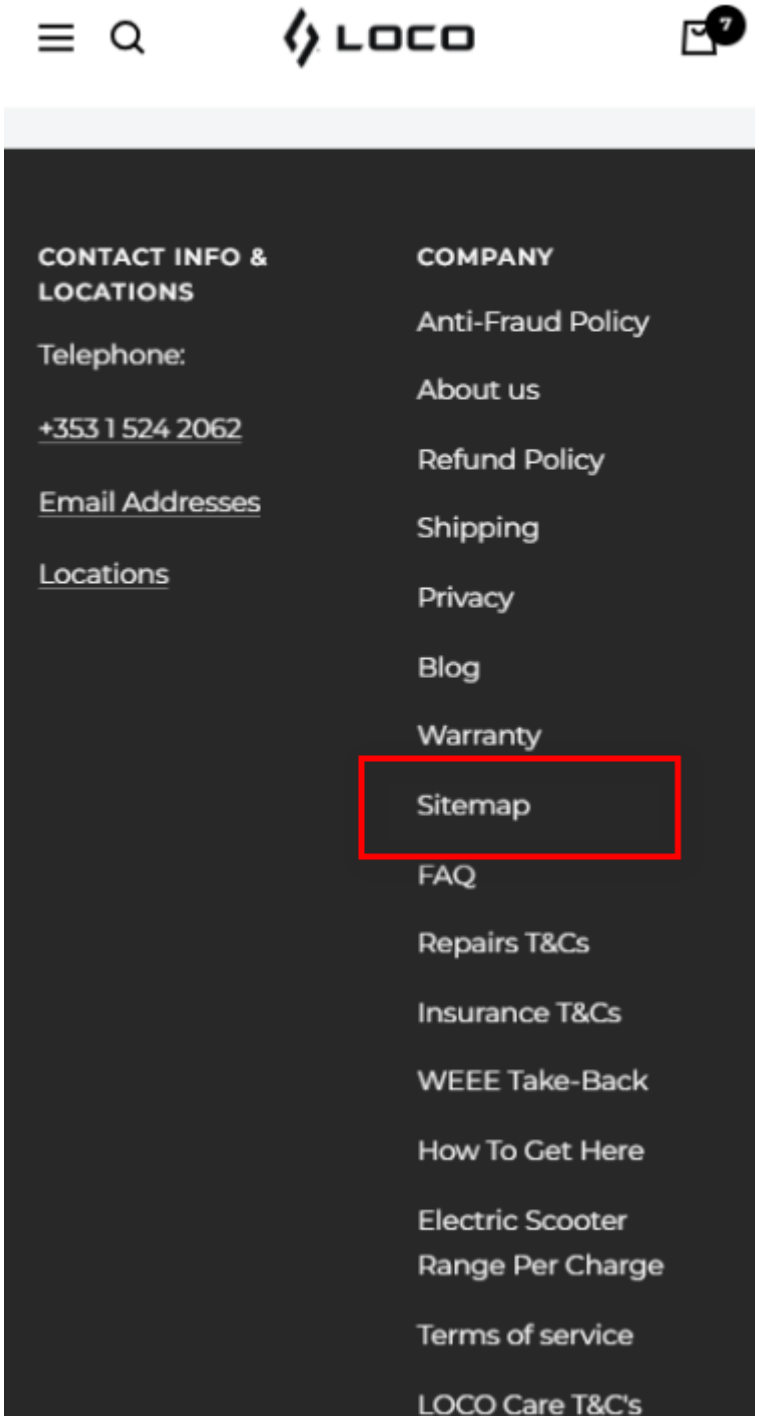
У футері міститься посилання не на сторінку з усіма розділами сайту, а на службовий файл для пошукових систем.

Десктопна версія





Мобільна версія



Рекомендації

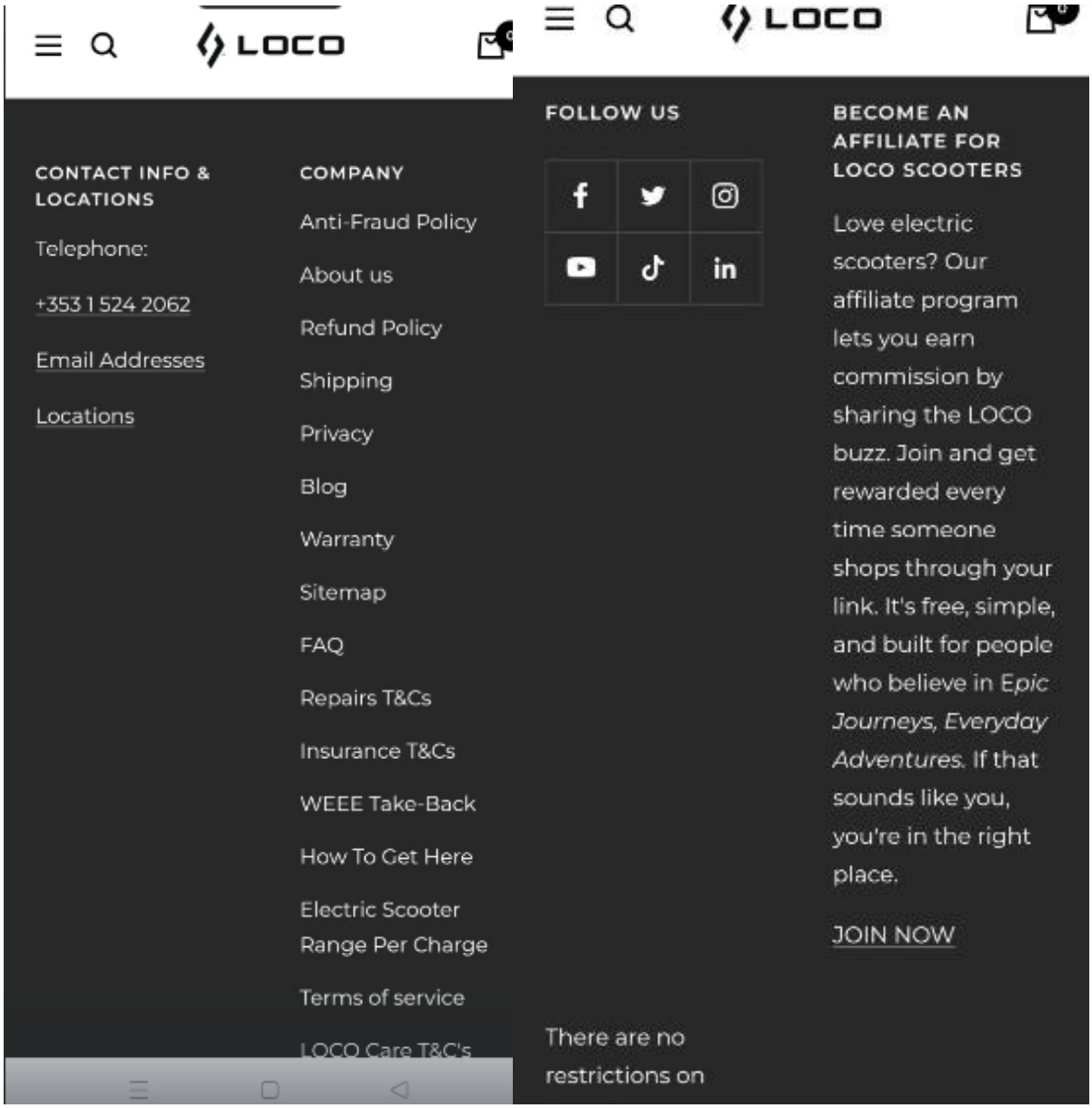
1. **Використовувати посилання на сторінку, де перелічені всі розділи сайту.**

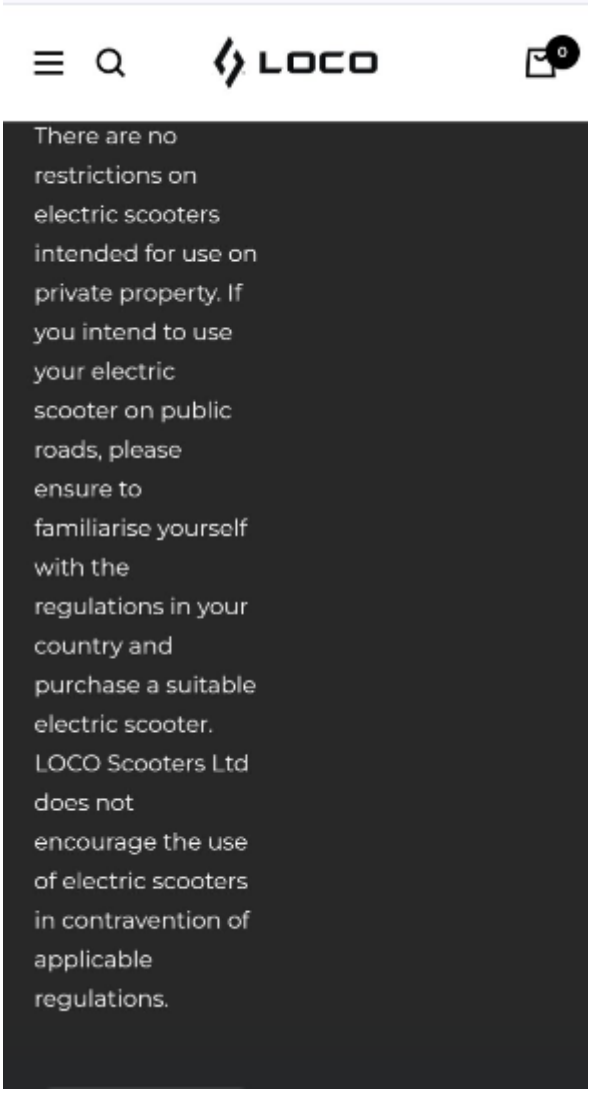
Футер сайту

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для мобільної версії)

Футер сайту занадто великий.

Мобільна версія





Рекомендації

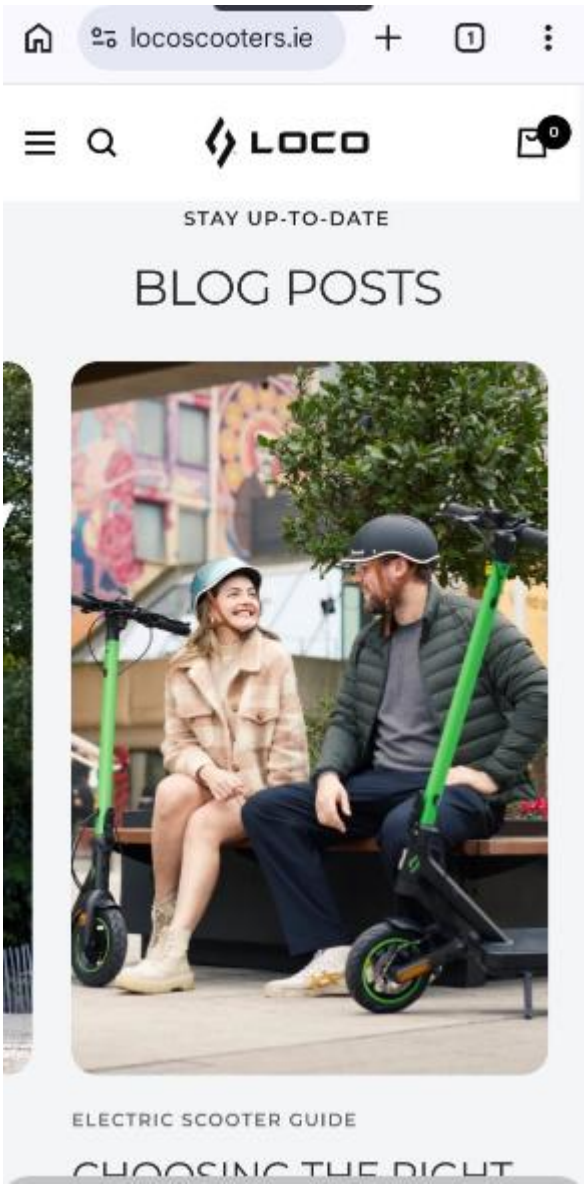
1. **Зменшити висоту футера.**
2. **Розмістити посилання на основні розділи сайту в кілька колонок.**

Розмір блоків

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для мобільної версії)

Блоки на сторінці занадто великі, через що сторінки стають надто довгими.

Мобільна версія



Рекомендації

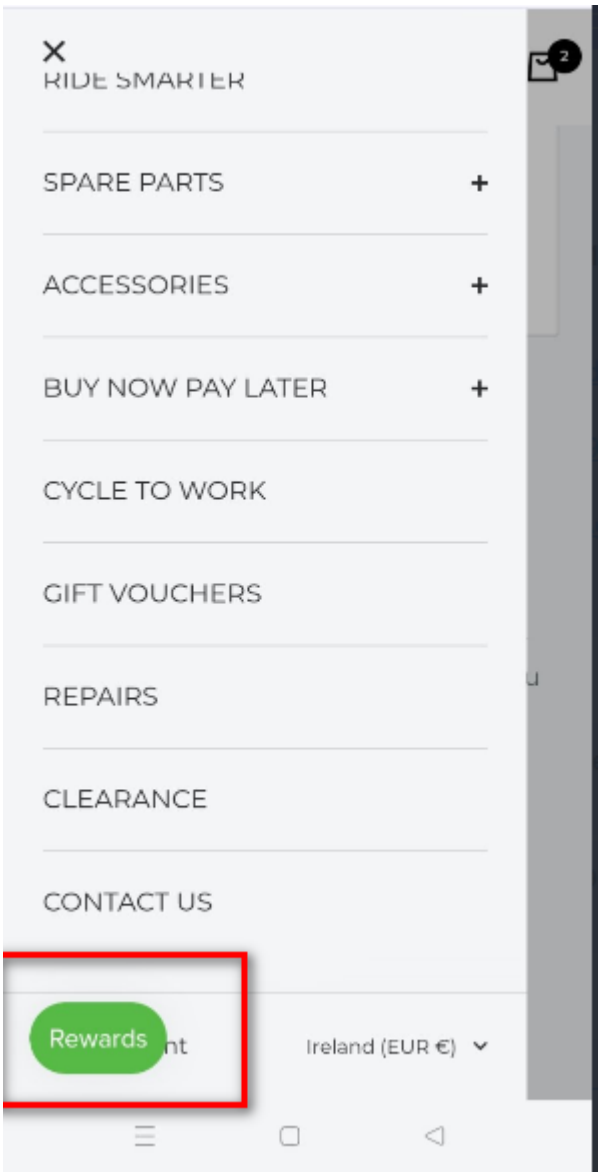
1. **За можливості оптимізувати блоки за принципом "один блок — один екран".**
2. **Для блоків із картками статей використовувати горизонтальні блоки з можливістю гортання.**

Головне меню

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для мобільної версії)

Елемент меню перекритий іншим елементом.

Мобільна версія



Рекомендації

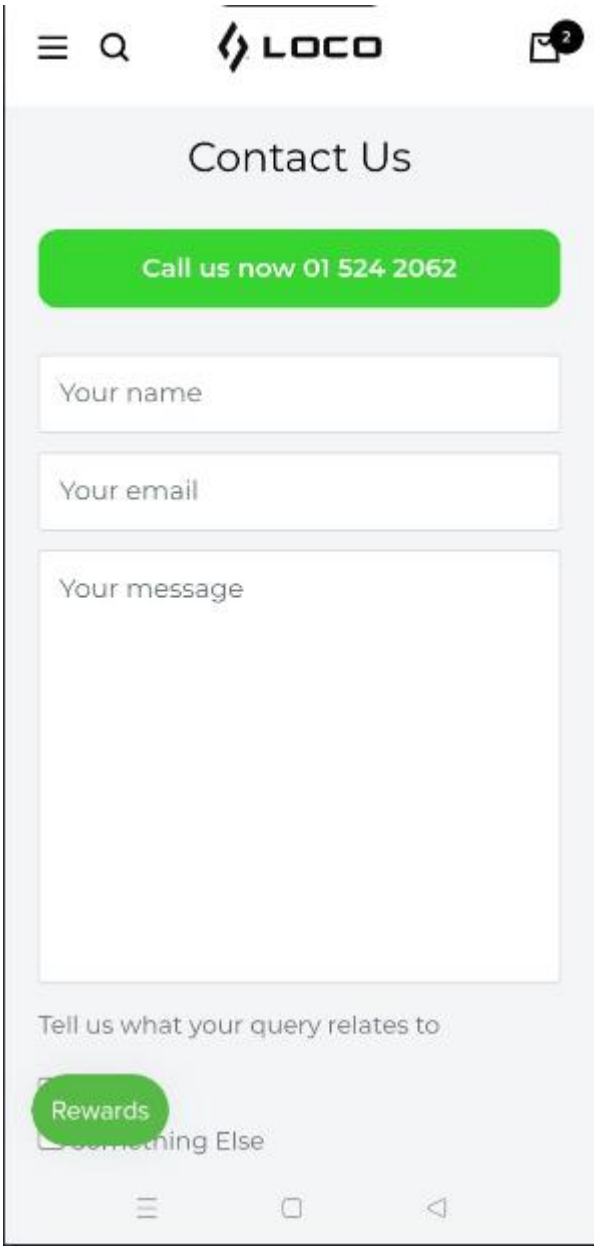
1. **Виправити відображення елементів.**

Розмір форм

Аналіз юзабіліті (UX/UI) (лише для мобільної версії)

Форми не вміщуються на одному екрані.

Мобільна версія



Рекомендації

1. **Зменшити висоту форм.**

Аналіз елементів конверсії (CRO)

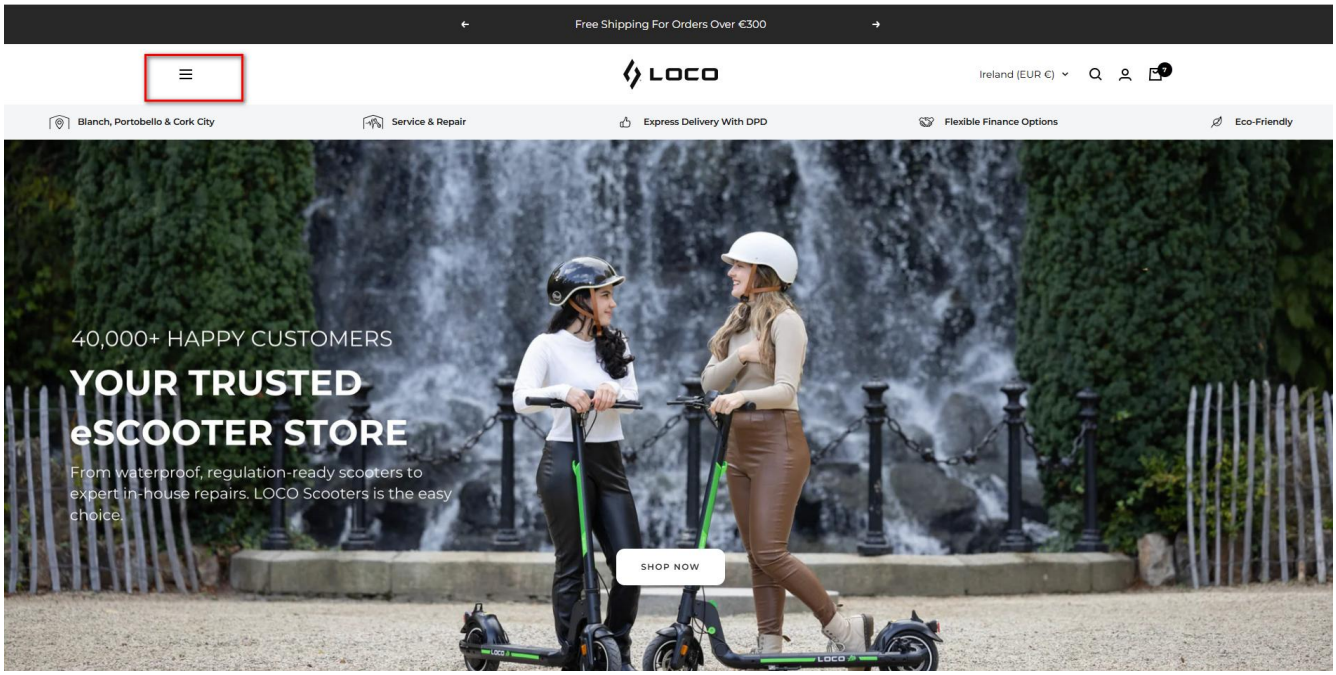


Шапка сайту. "Burger"

Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

Головне меню реалізовано у вигляді "бургера", тому не відразу зрозуміло, що воно містить як каталог, так і пункти меню.

Десктопна версія



Рекомендації

1. **Додати окремі пункти меню до шапки сайту:**
   - **"Repair"**
   - **"Payment and Delivery"**
   - **"About Us"**
   - **"Contact Us"**
2. **Замінити поточний елемент "Burger" на елемент "Catalog".**

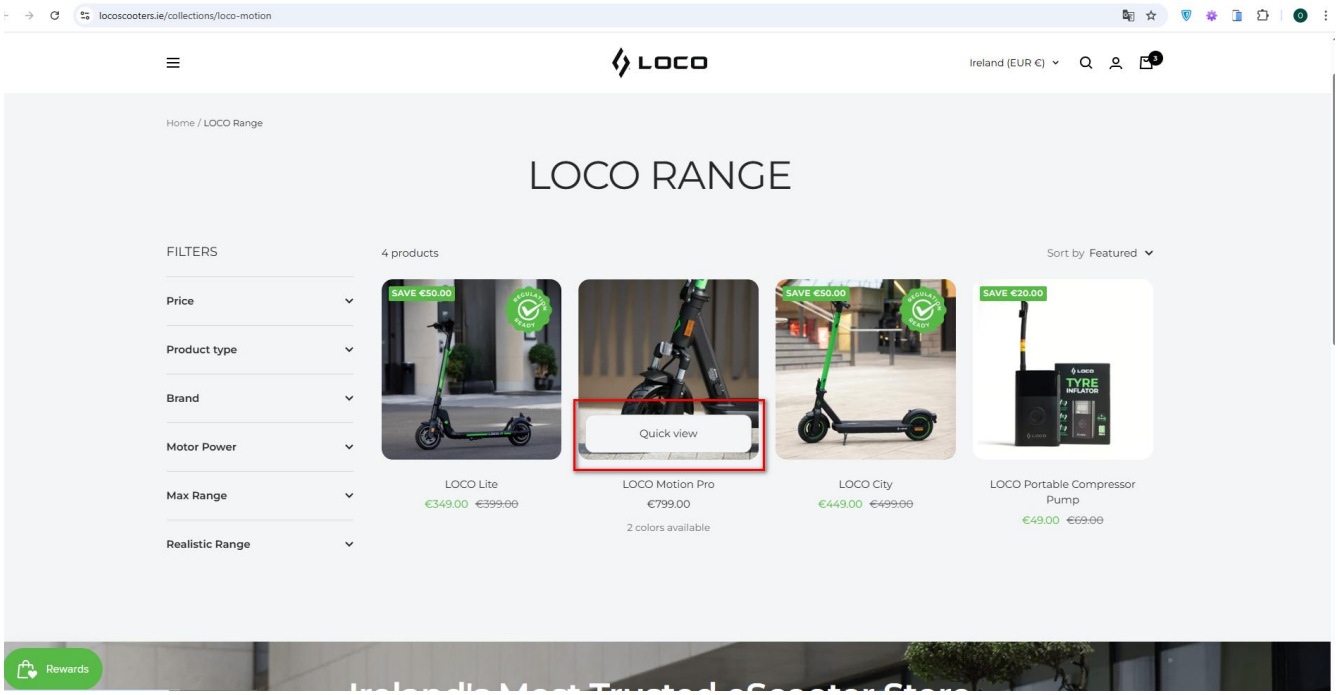
Блоки з товарами. Елементи дії. Відображення

Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

Елементи взаємодії в картках товарів відображаються лише під час наведення курсора.

Актуально для головної сторінки та сторінок категорій.

Десктопна версія



Рекомендації

1. **Зробити всі елементи дії постійно видимими.**

Блоки з товарами. "Quick view"

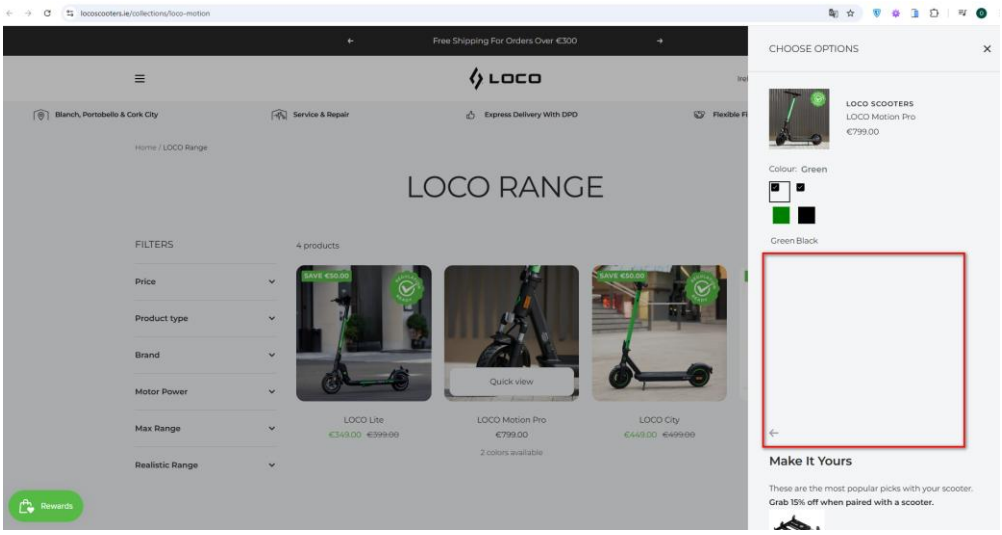
Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

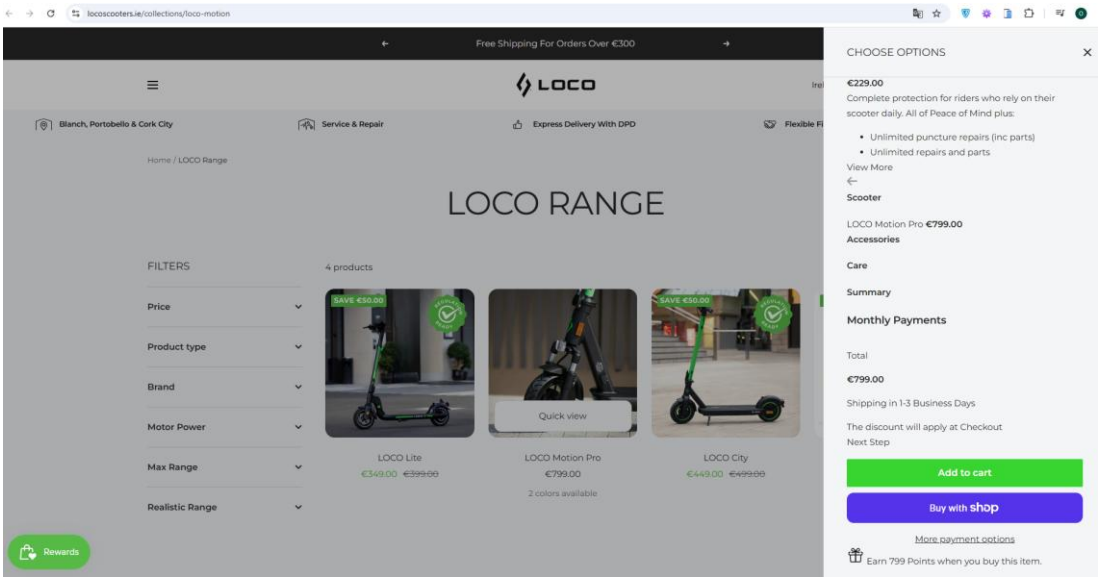
У спливаючому вікні практично немає корисної інформації, а також присутні великі порожні проміжки.

Крім того, у спливаючому вікні відображаються додаткові товари, проте взаємодіяти з ними неможливо. Елементи, що сприяють конверсії, розташовані занадто низько.

Актуально для головної сторінки та сторінок категорій.

Десктопна версія





Рекомендації

1. **У спливаючому вікні залишити лише інформацію про товар (видалити всі описи додаткових товарів).**

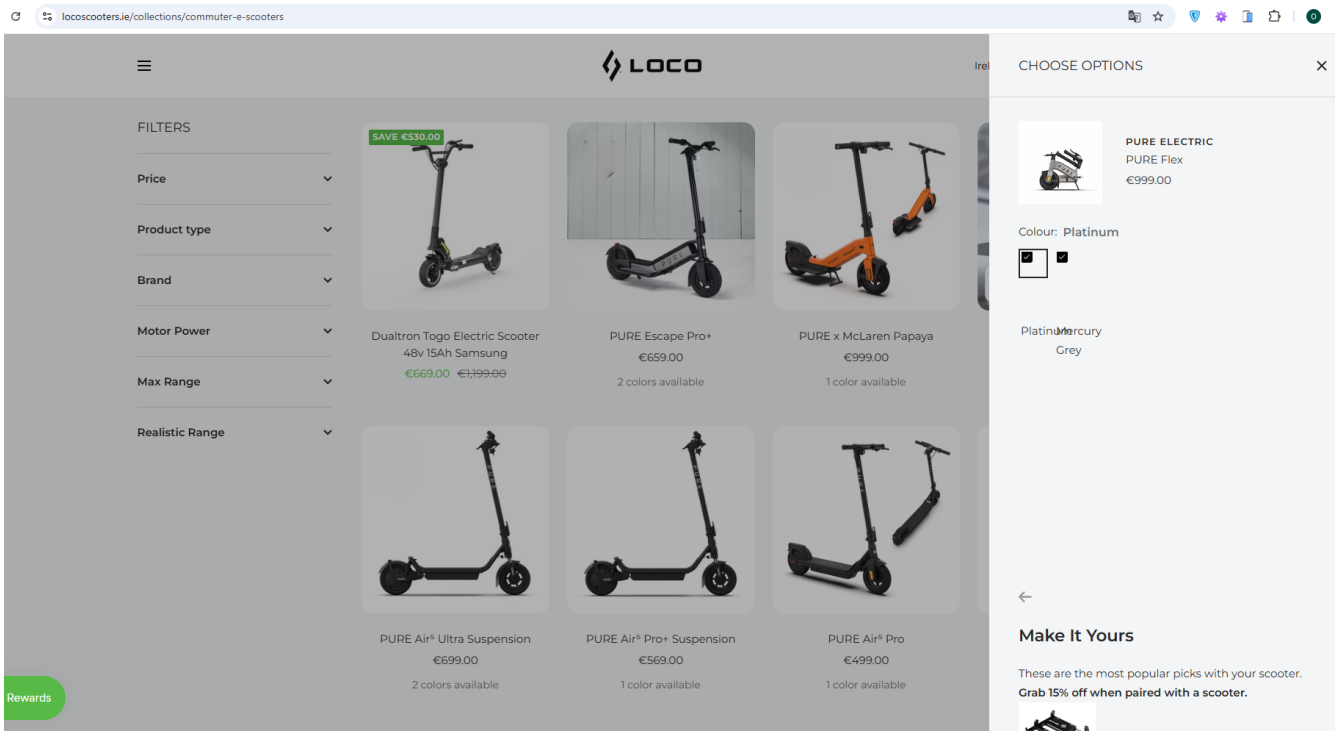
Блоки з товарами. "Quick view". Характеристики

Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

У вікні швидкого перегляду відсутні характеристики товару.

Актуально для головної сторінки та сторінок категорій.

Десктопна версія



Рекомендації

1. **Додати характеристики товару до вікна швидкого перегляду.**

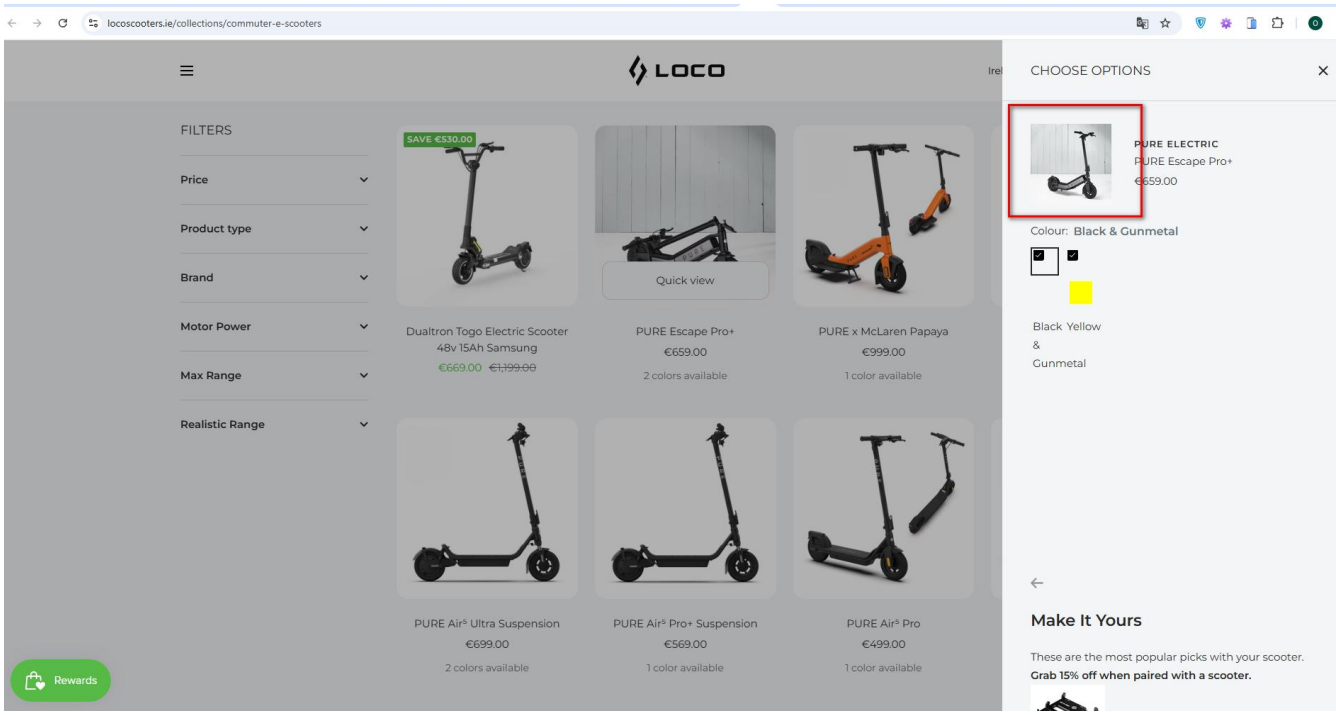
Блоки з товарами. "Quick view". Додаткові зображення

Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

У вікні швидкого перегляду відсутні додаткові зображення товару.

Актуально для головної сторінки та сторінок категорій.

<u>Десктопна версія</u>



Рекомендації

1. **Додати додаткові зображення товару до вікна швидкого перегляду.**
2. **Реалізувати можливість гортання зображень без закриття поточного збільшеного зображення.**

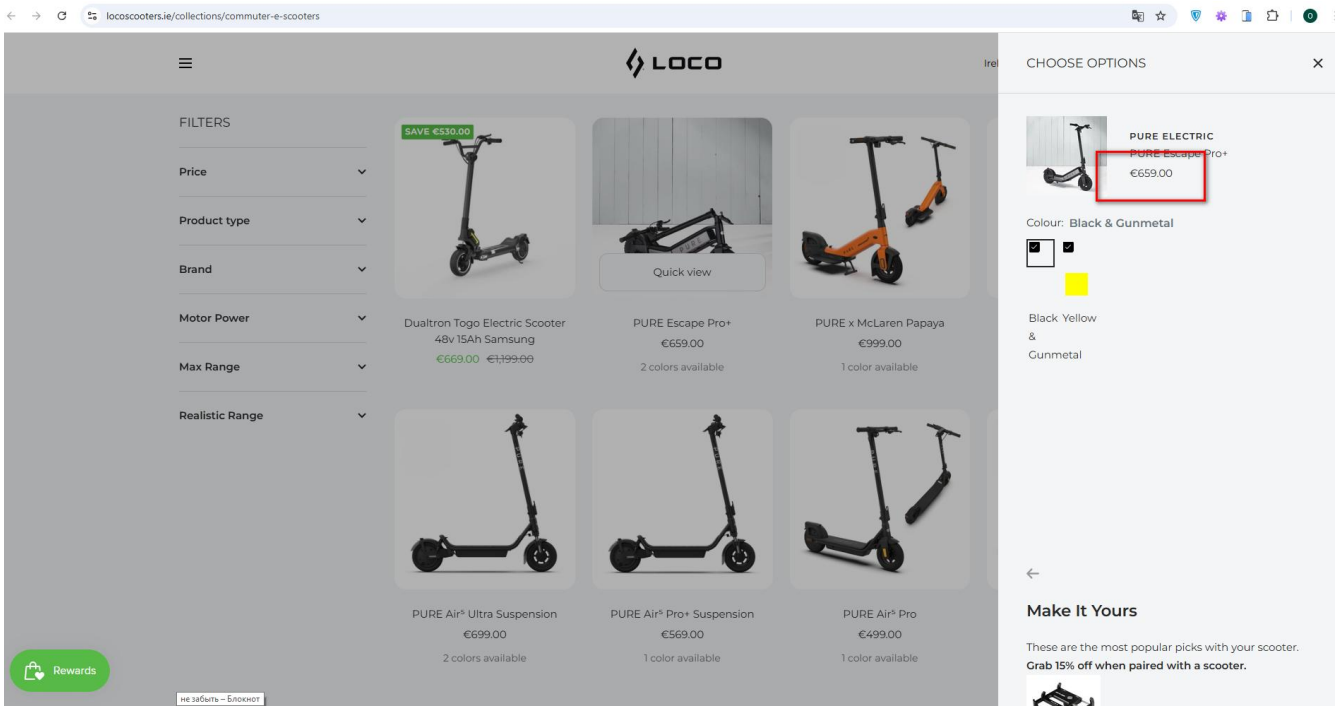
Блоки з товарами. "Quick view". Ціна товару

Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

У спливаючому вікні швидкого перегляду розмір шрифту ціни товару занадто малий.

Актуально для головної сторінки та сторінок категорій.

<u>Десктопна версія</u>



Рекомендації

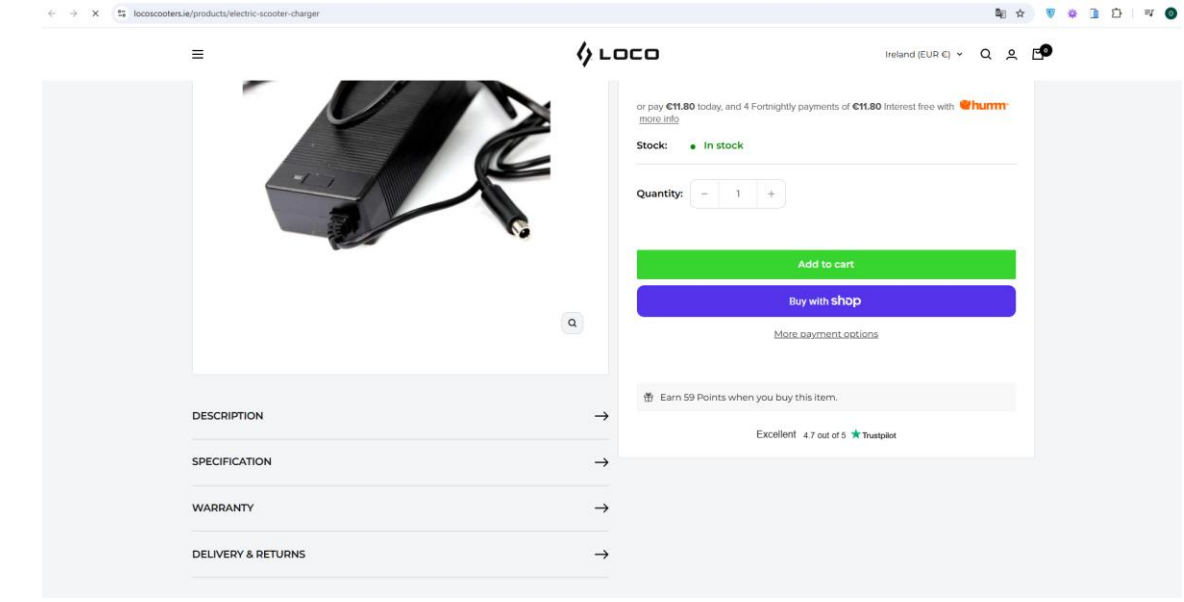
1. **Збільшити розмір шрифту ціни товару.**
2. **Використовувати напівжирний шрифт для відображення цін на товари.**

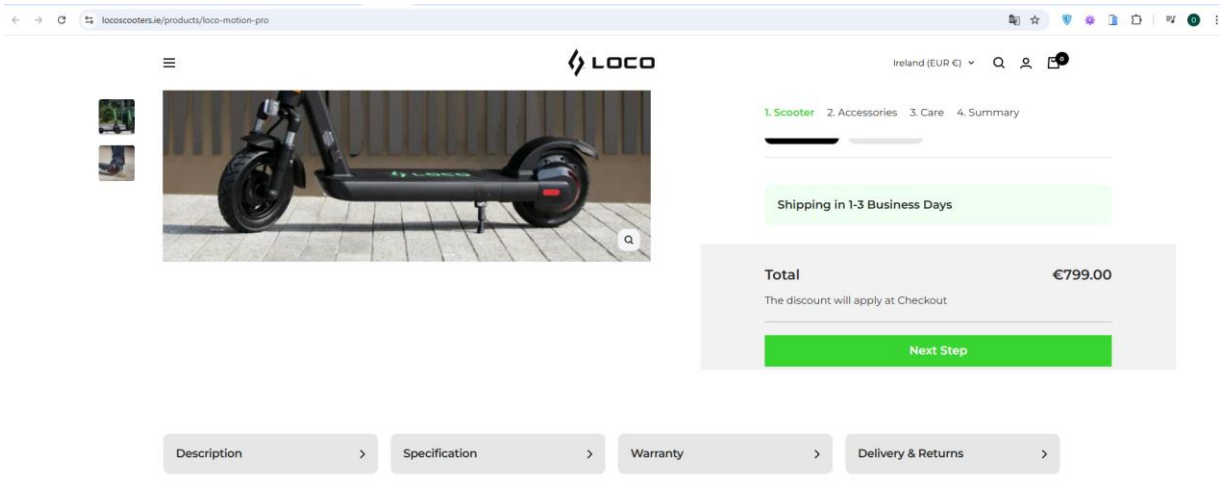
Сторінки товарів. Структура сторінок

Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

Різні сторінки товарів оформлені по-різному.

Десктопна версія







Рекомендації

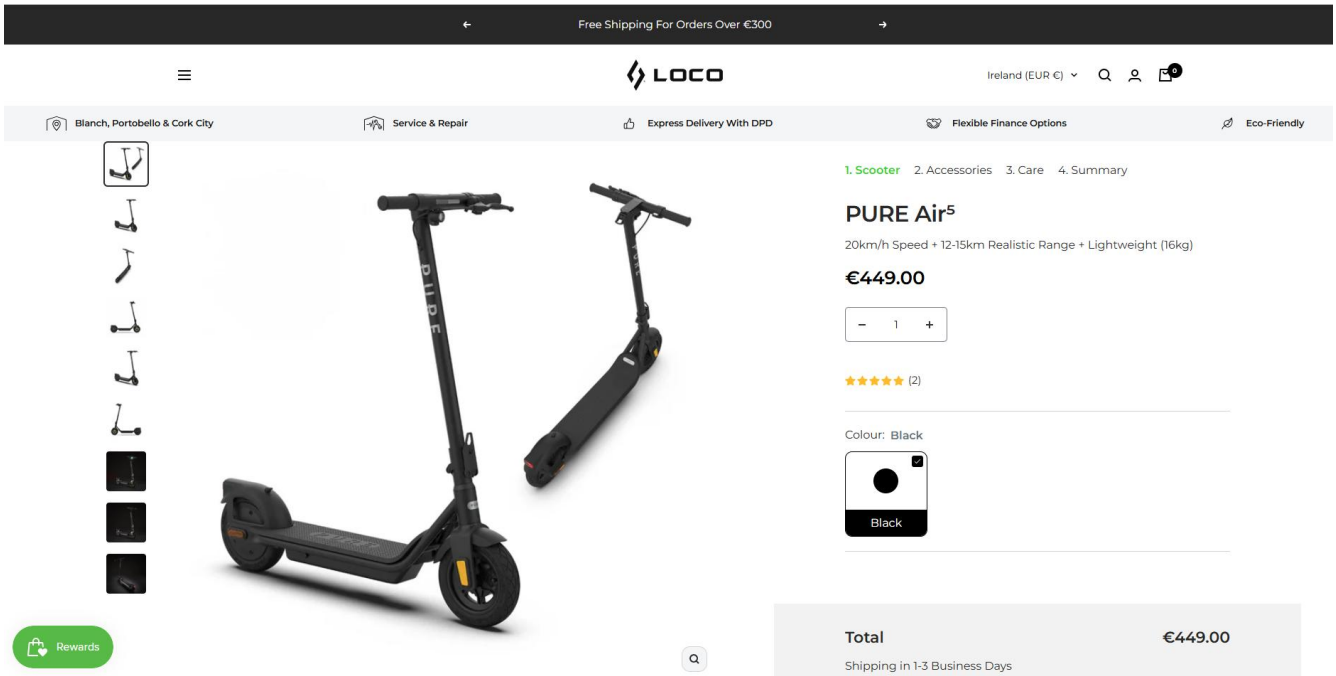
1. **Використовувати єдину структуру для сторінок товарів.**
2. **Рекомендації наведені нижче в аудиті.**

Сторінки товарів. Розташування кнопки "Add to cart"

Аналіз конверсійних елементів (лише для десктопної версії)

Кнопка додавання товару до кошика не відповідає основним вимогам юзабіліті та розташована за межами першого екрана (щоб натиснути кнопку "Add to cart", необхідно прокрутити сторінку)..

Десктопна версія



Рекомендації

1. **Розмістити кнопку додавання товару до кошика в межах першого екрана сайту.**

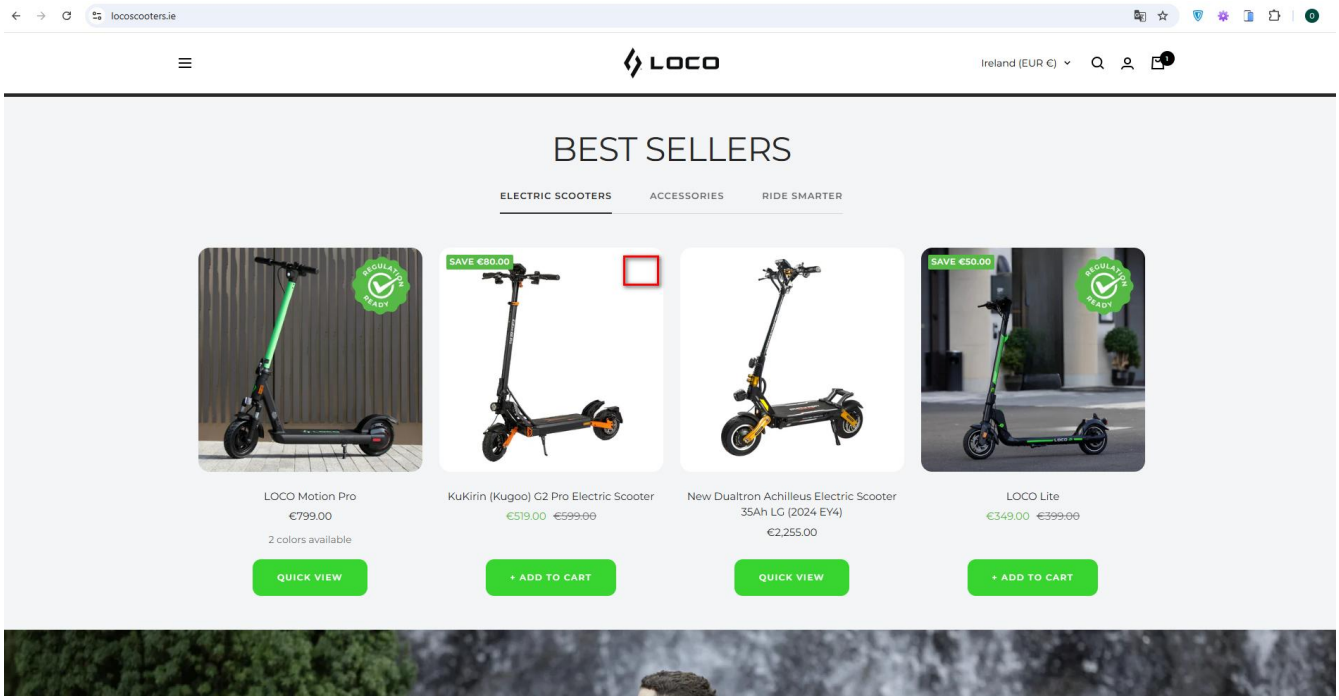
"Add to wishlist"

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

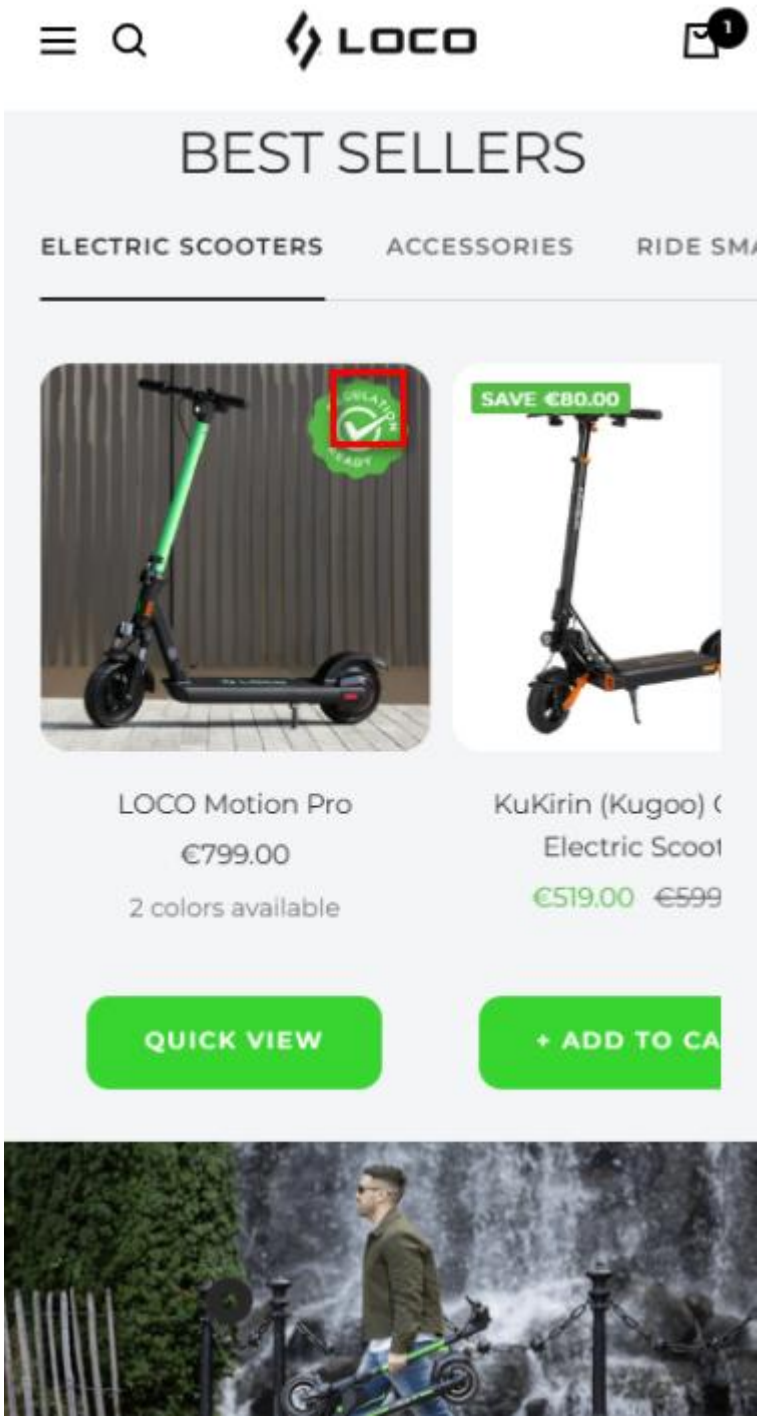
Додати товар до списку бажань із блоку з товарами неможливо.

Актуально для всіх сторінок товарів і блоків.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

1. **Додати елементи та функціонал для додавання товарів до списку бажань.**

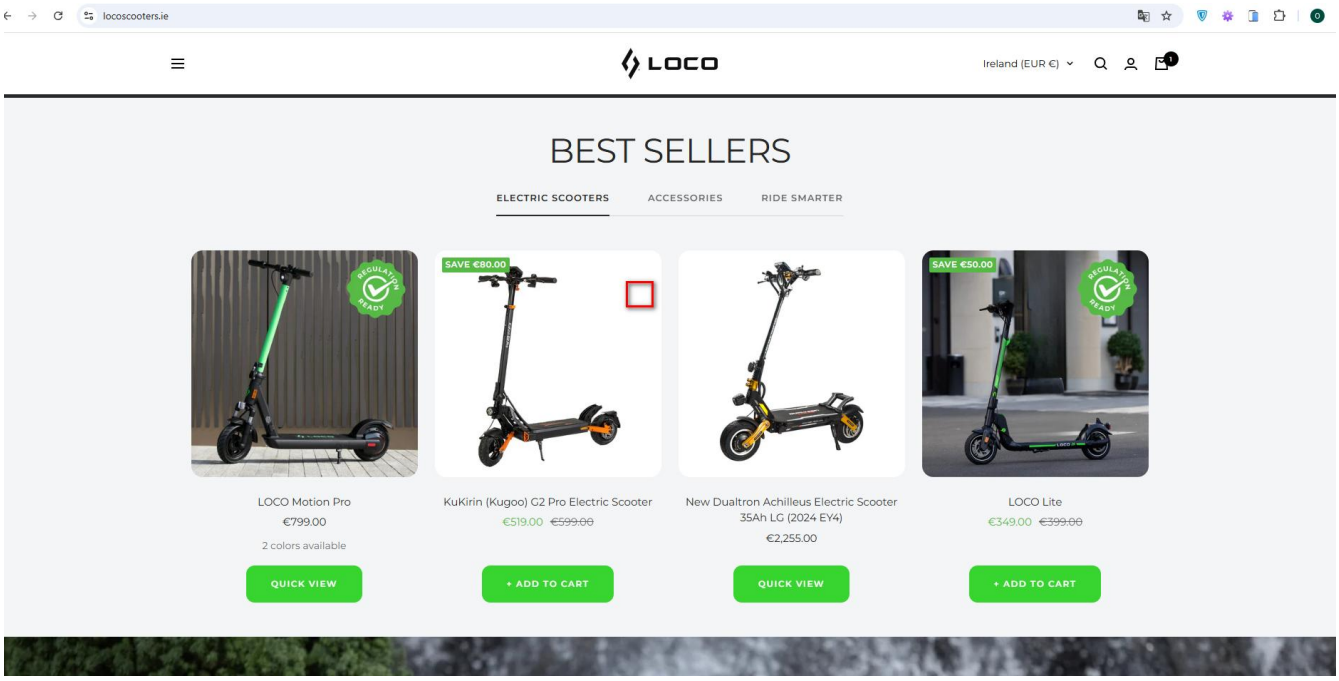
"Add to Compare"

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

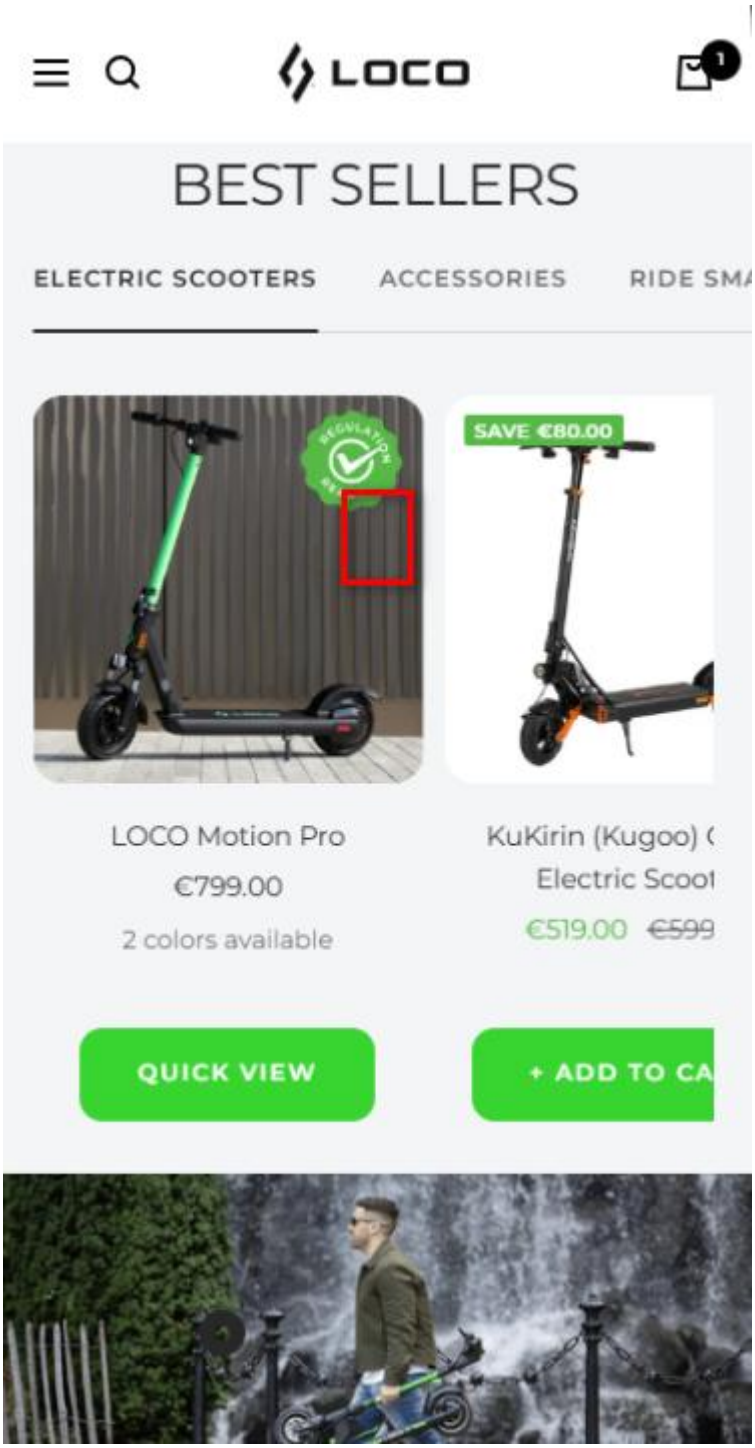
У блоках із товарами відсутня можливість додати товар до порівняння.

Актуально для всіх сторінок товарів і блоків.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

1. **Додати елементи та функціонал для додавання товарів до порівняння.**

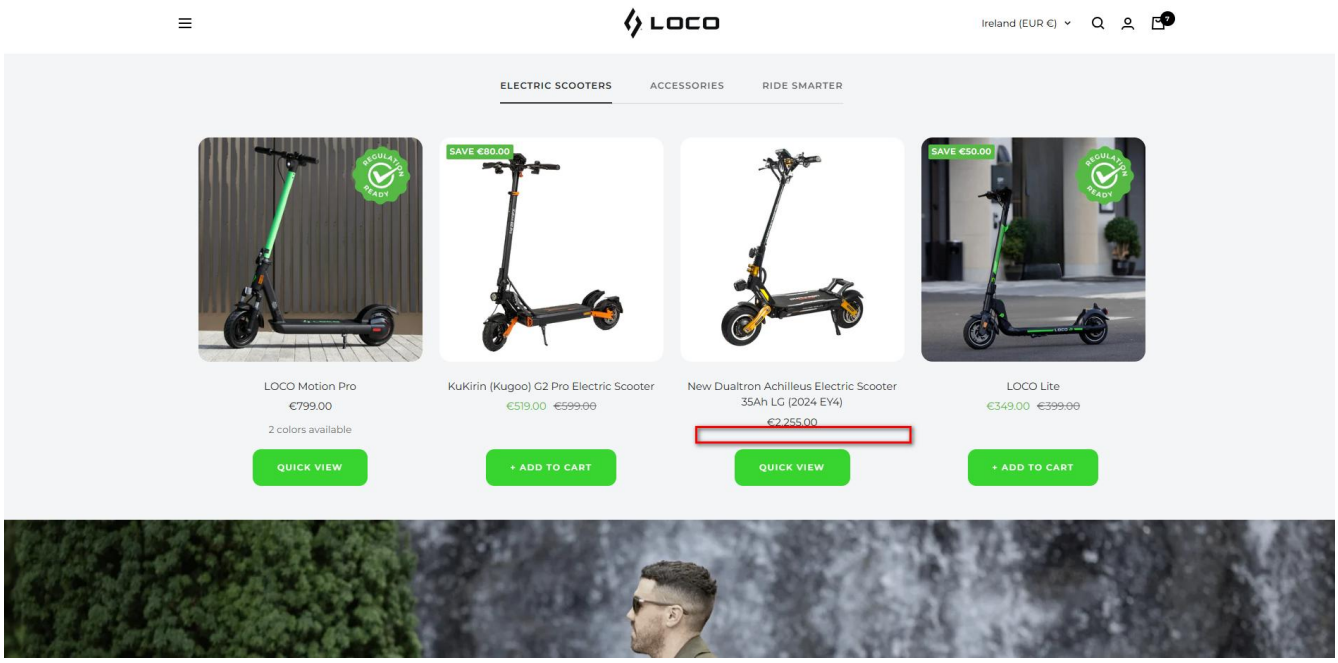
Блоки з товарами. Вибір варіантів кольору

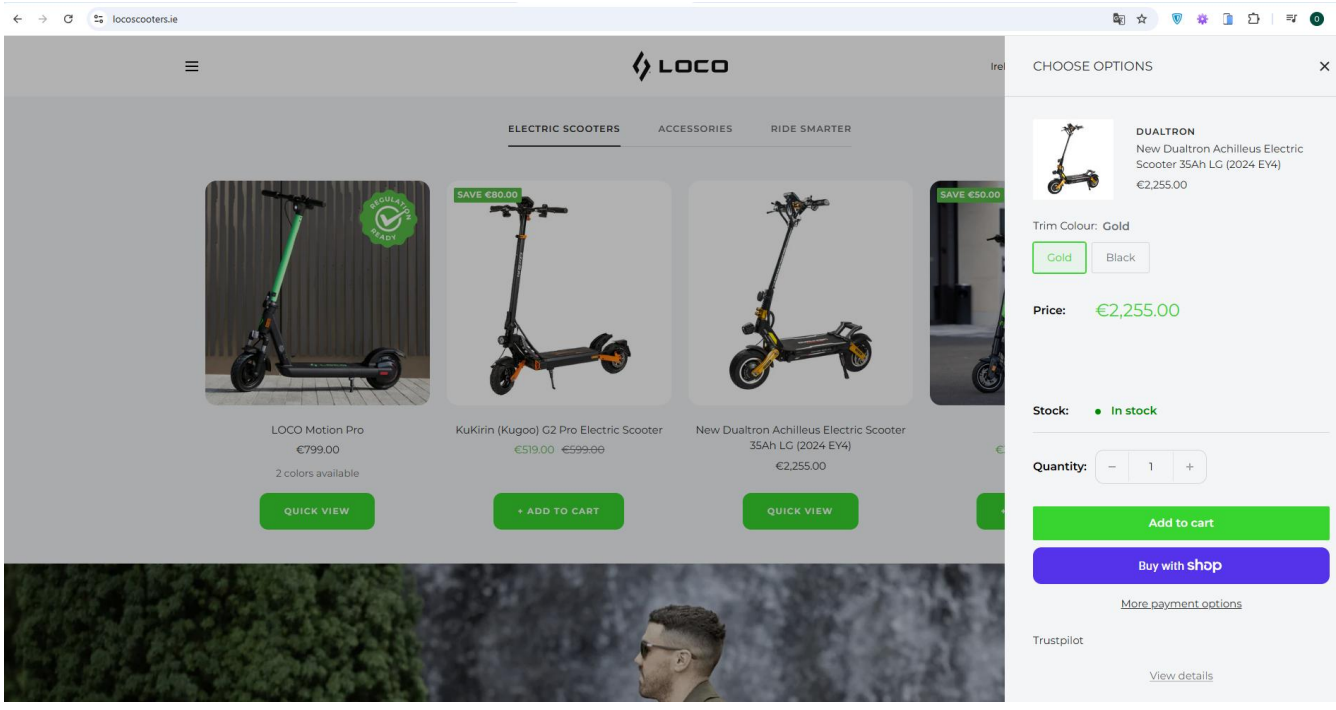
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Для товарів, що потребують вибору кольору, передбачено кнопку та функцію "Швидкий перегляд", проте, окрім елементів вибору кольору, спливаюче вікно не містить жодної корисної інформації. Крім того, у самій картці товару також немає чіткої інформації про те, які кольори доступні.

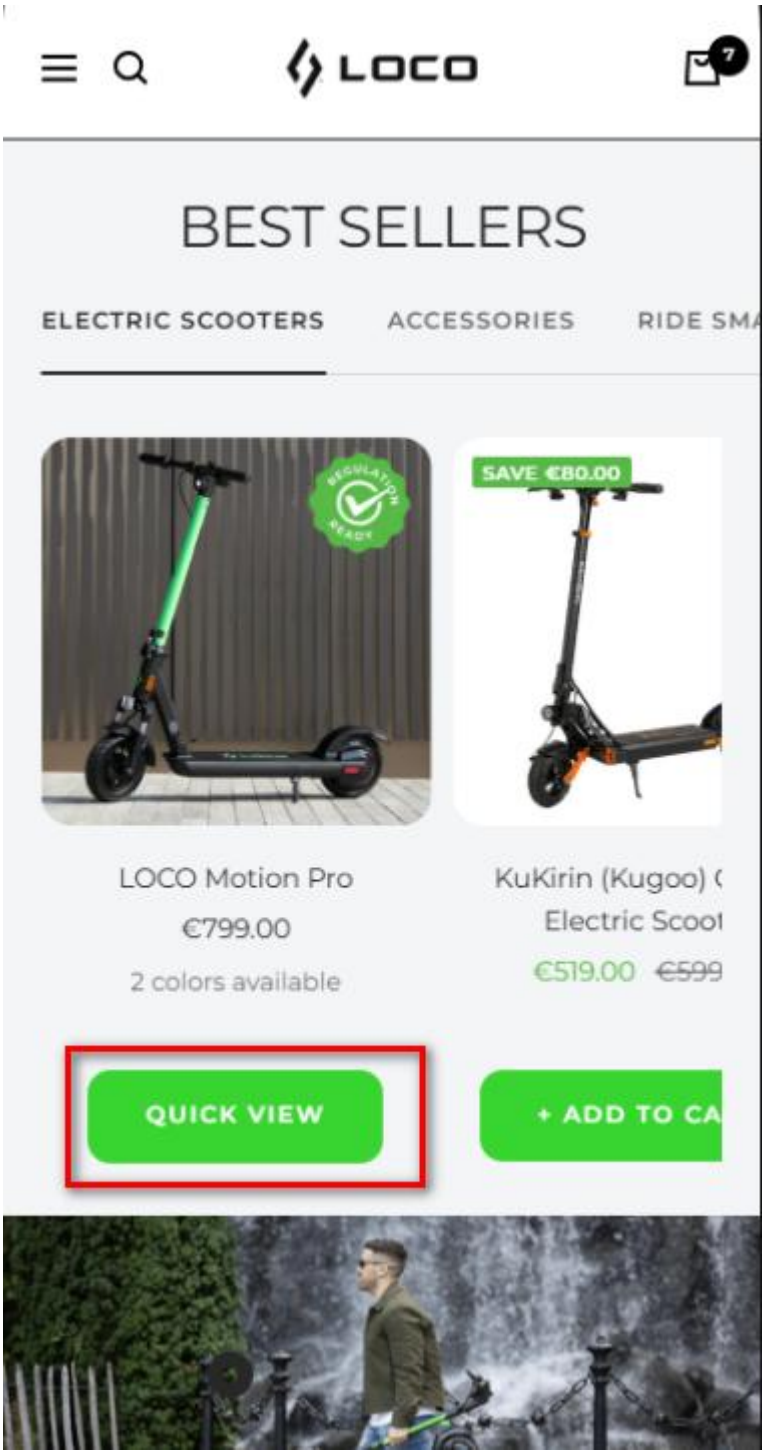
Актуально для головної сторінки та сторінок категорій.

Десктопна версія





Мобільна версія



Рекомендації

1. **Додати елементи, що відображають доступні кольори.**
2. **Додати більше інформації до спливаючого вікна швидкого перегляду.**

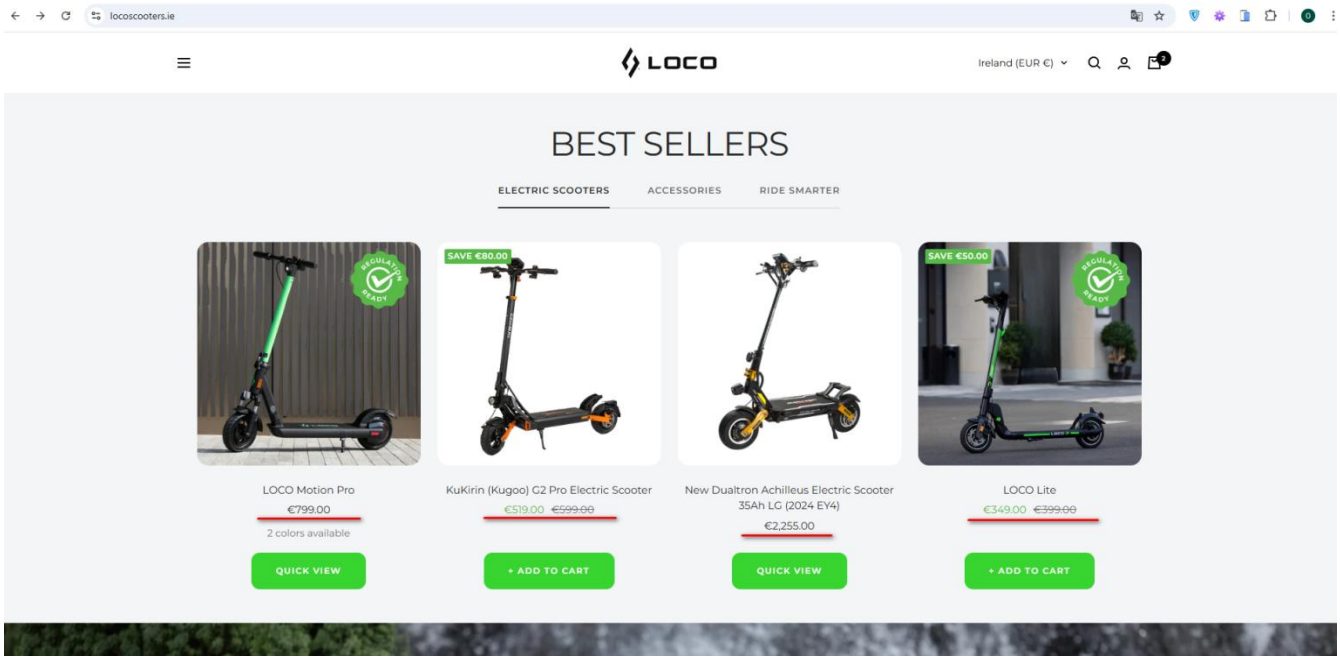
Блоки з товарами. Ціна товару

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

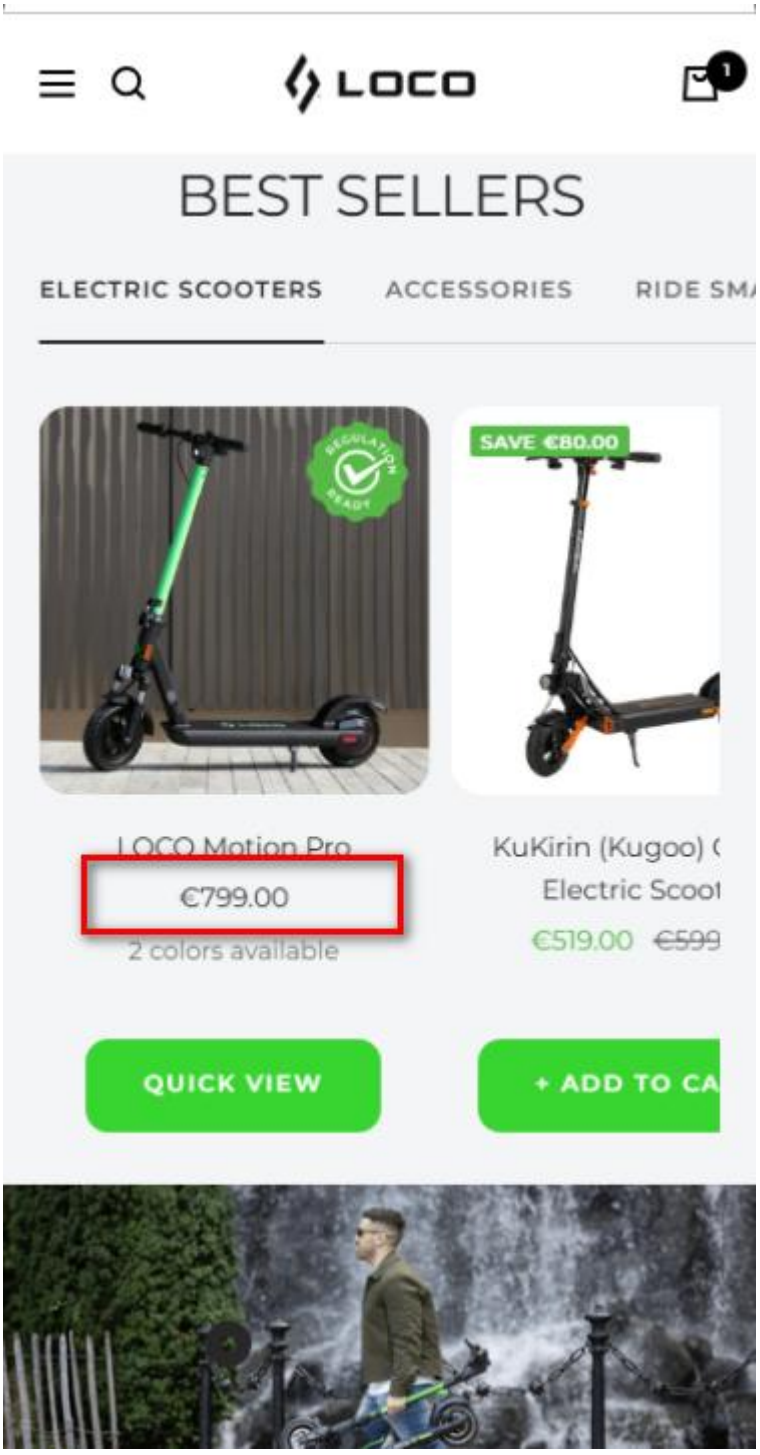
Розмір шрифту ціни товару в блоці занадто малий.

Актуально для головної сторінки та сторінок категорій.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

1. **Збільшити розмір шрифту ціни товару.**
2. **Використовувати жирний шрифт для відображення цін на товари.**

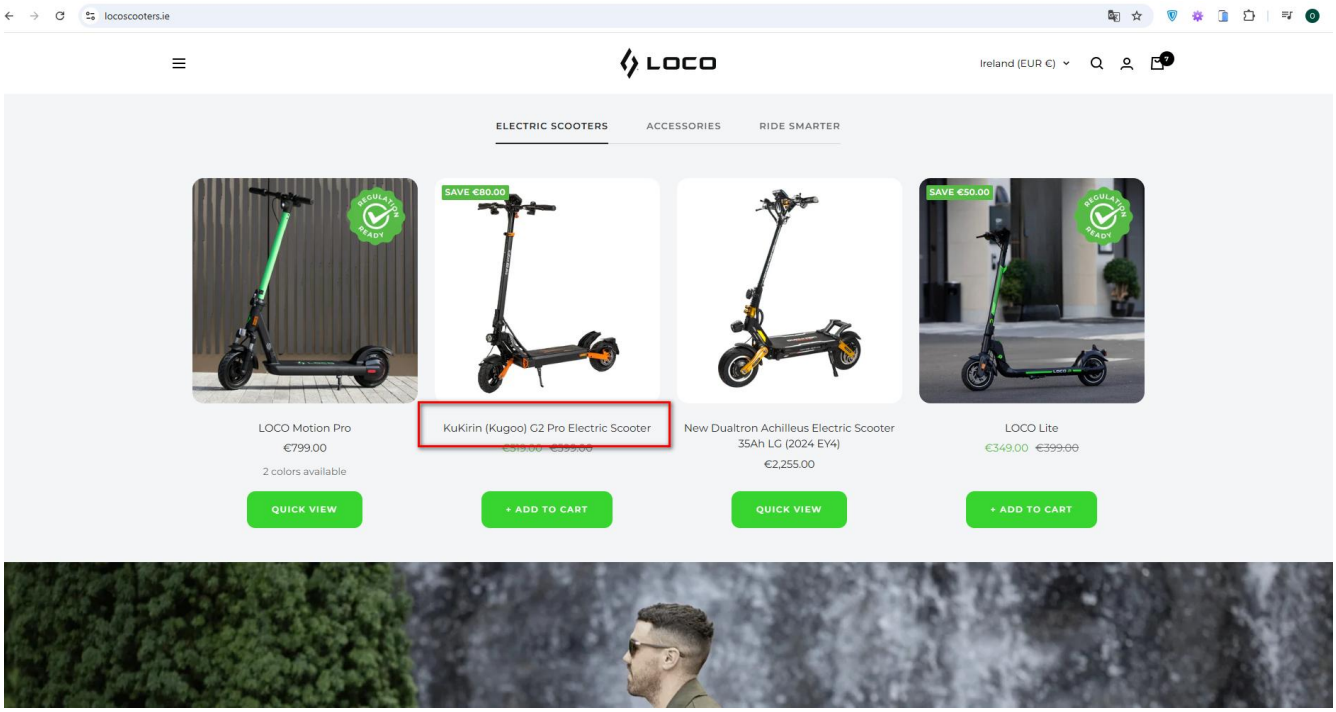
Блоки з товарами. Основні характеристики товарів

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

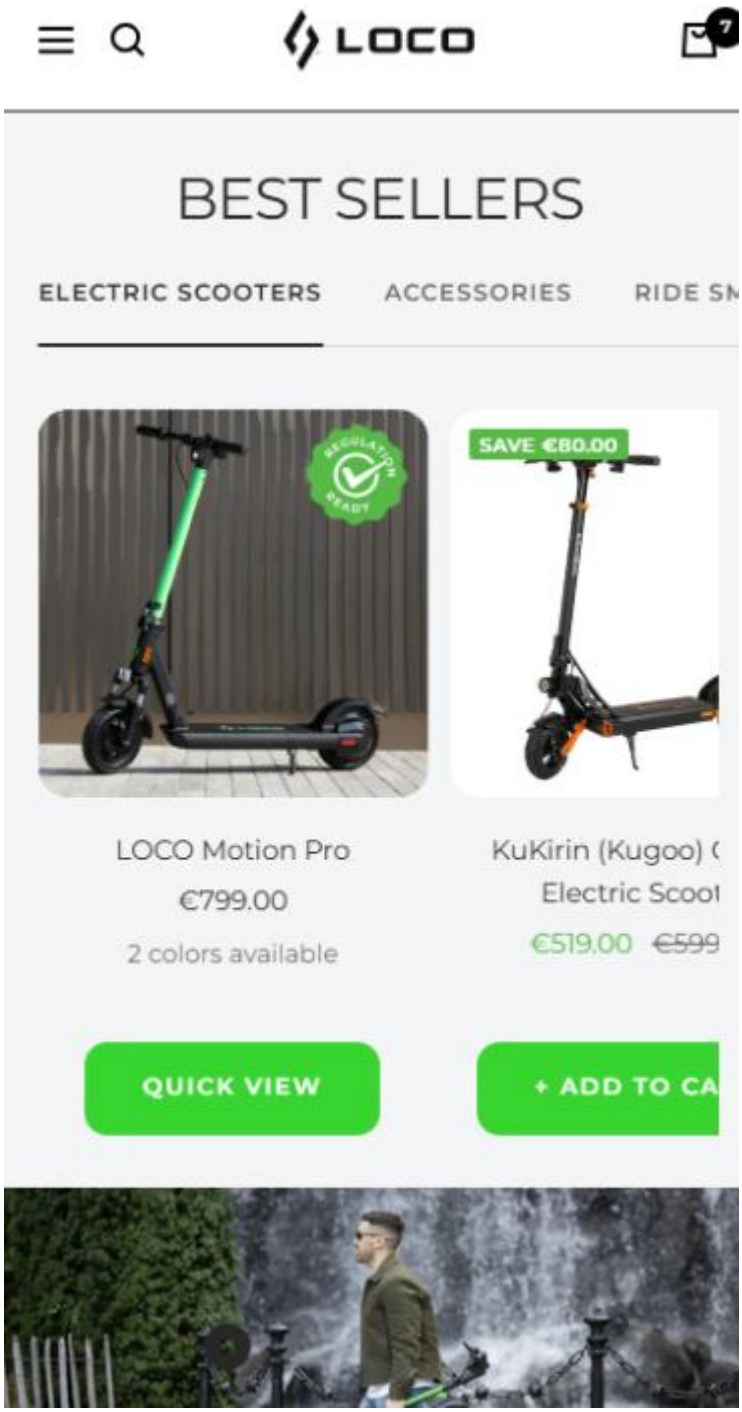
У картках товарів відсутні основні характеристики.

Актуально для головної сторінки та сторінок категорій.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

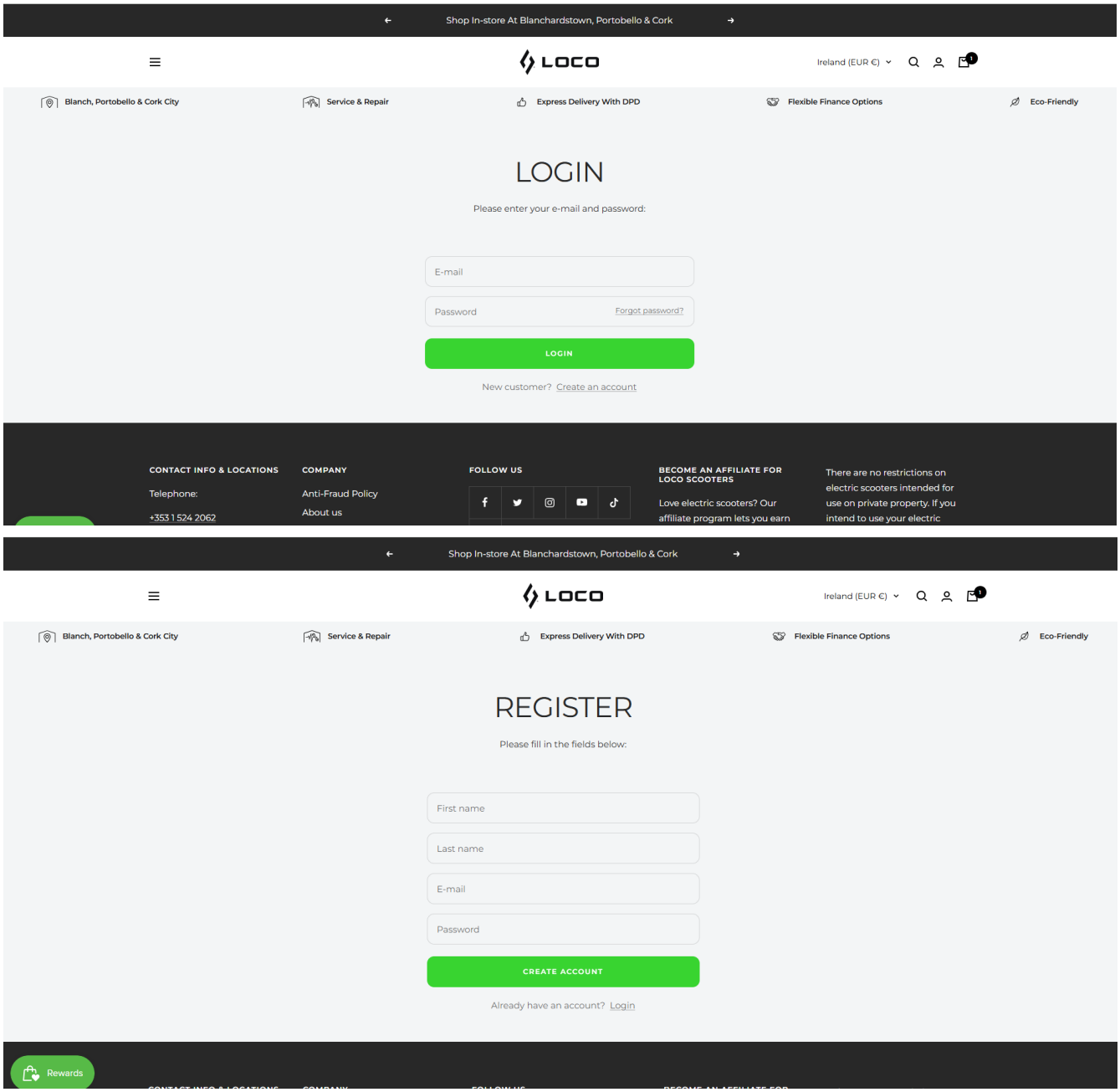
1. **Додати основні характеристики до карток товарів.**

Авторизація/реєстрація за допомогою соціальних мереж і поштових сервісів

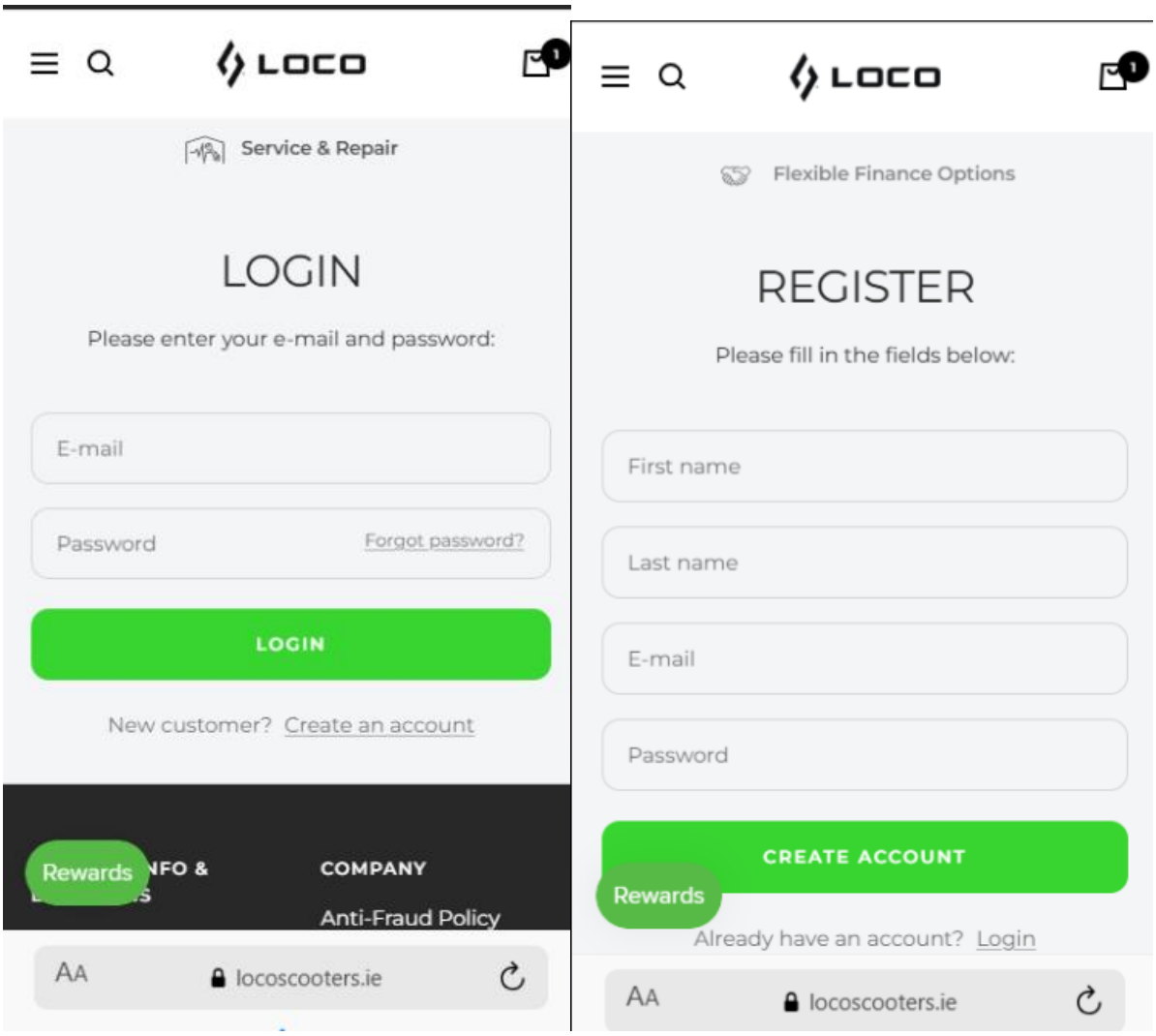
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Авторизація/реєстрація через соціальні мережі та поштові сервіси недоступна.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

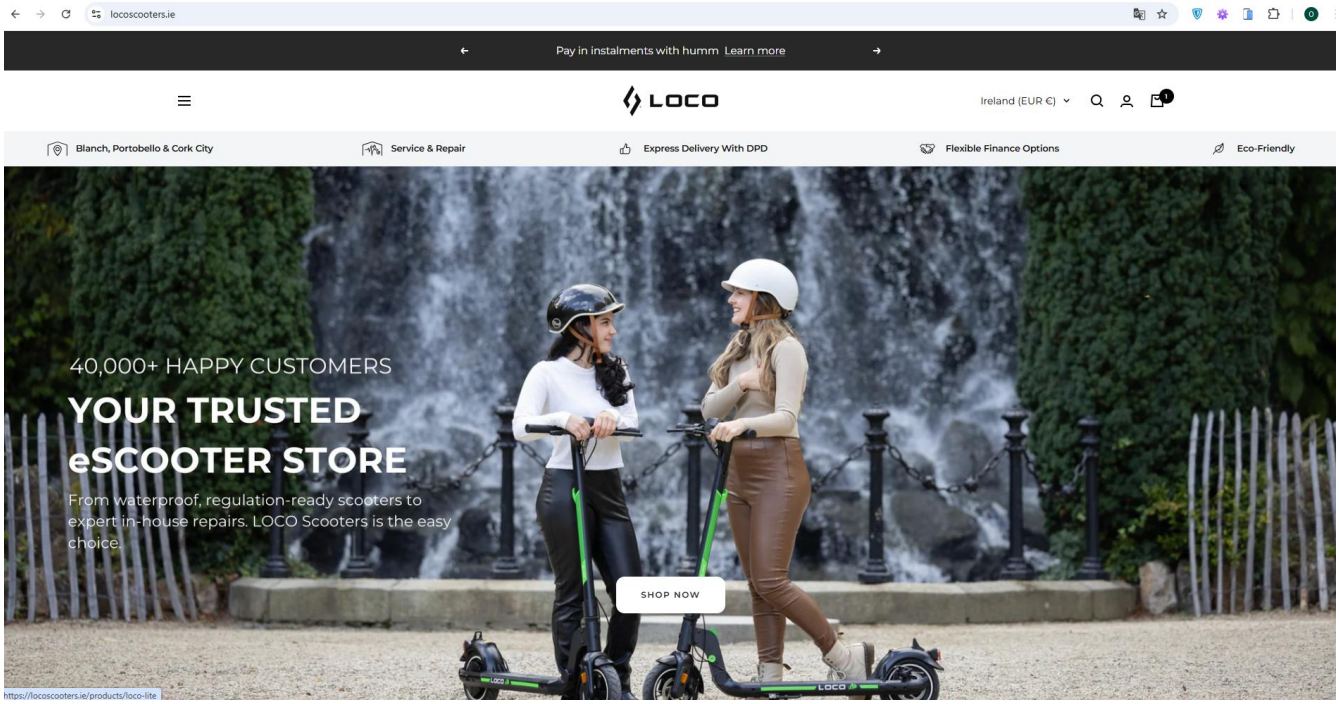
1. **Додати можливість авторизації/реєстрації за допомогою соціальних мереж і поштових сервісів.**

Онлайн-консультант

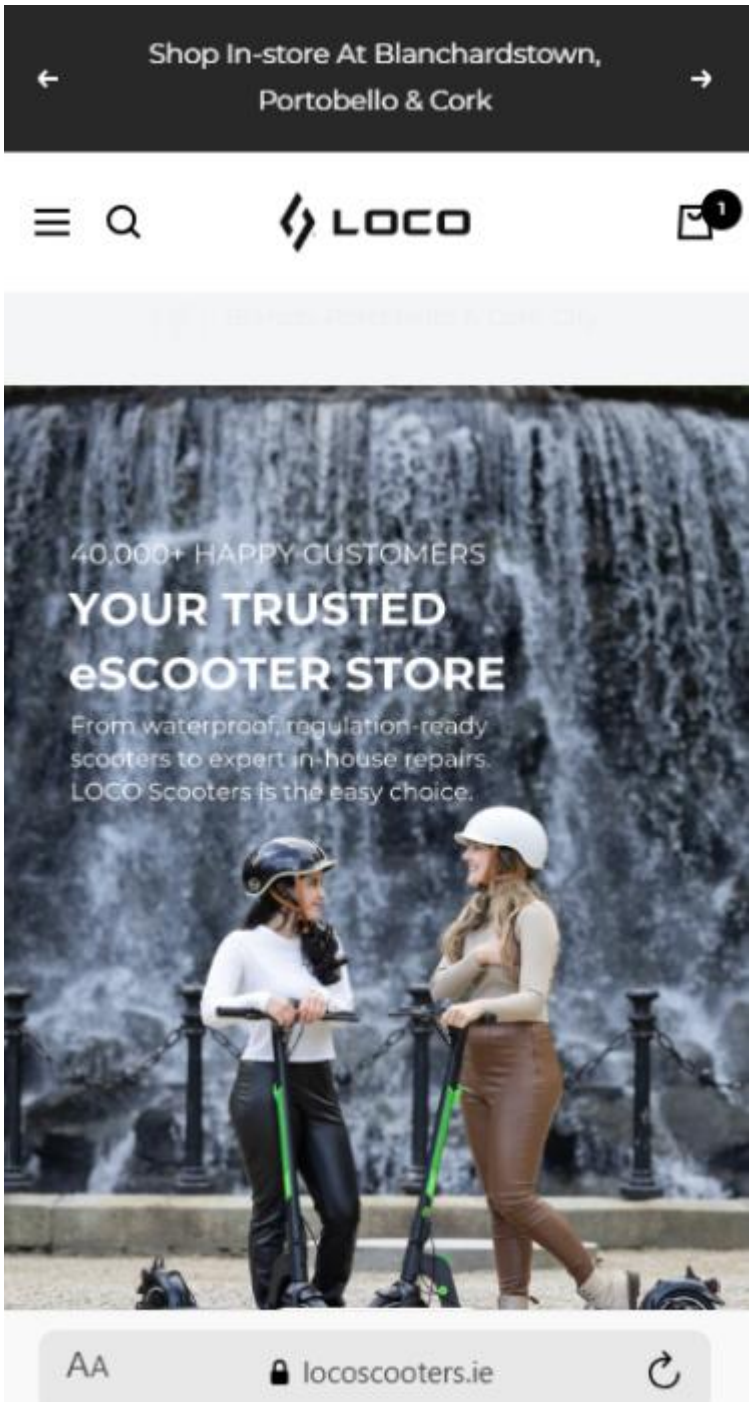
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сайті відсутній функціонал онлайн-консультанта.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

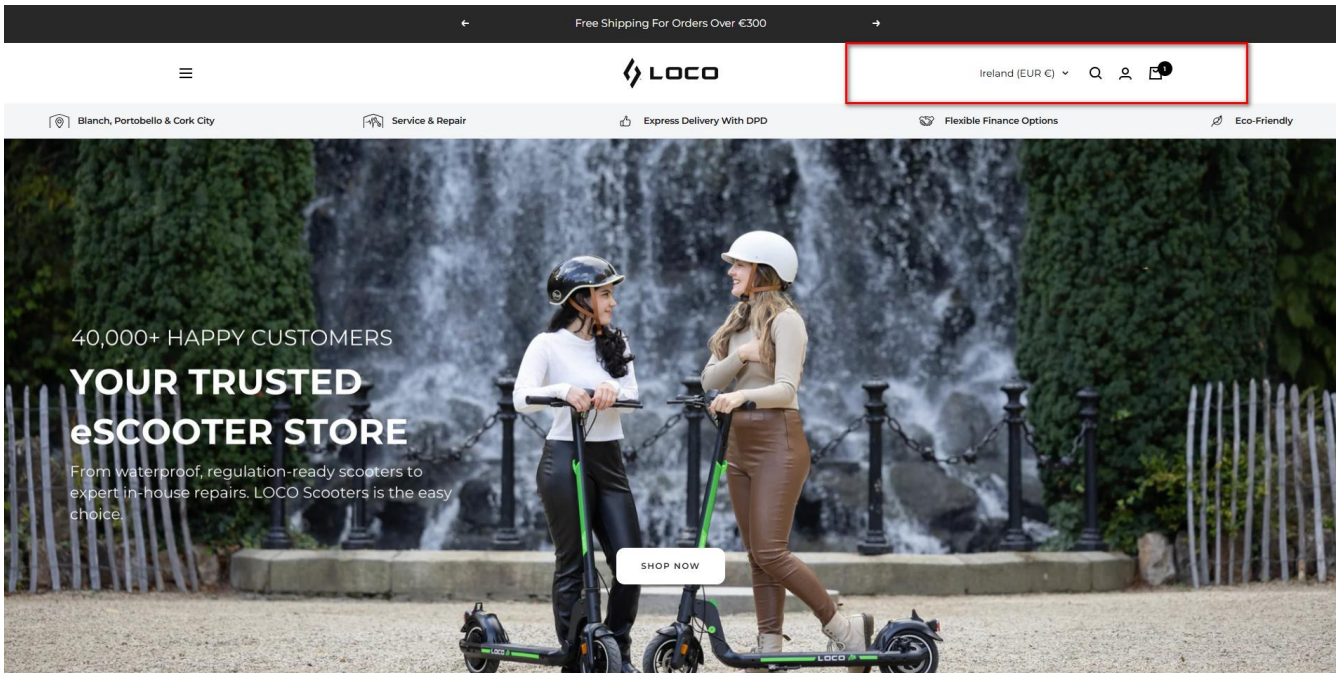
1. **Додати на сайт функціонал онлайн-консультанта з можливістю переходу до месенджерів.**

Шапка сайту. Контактна інформація на першому екрані

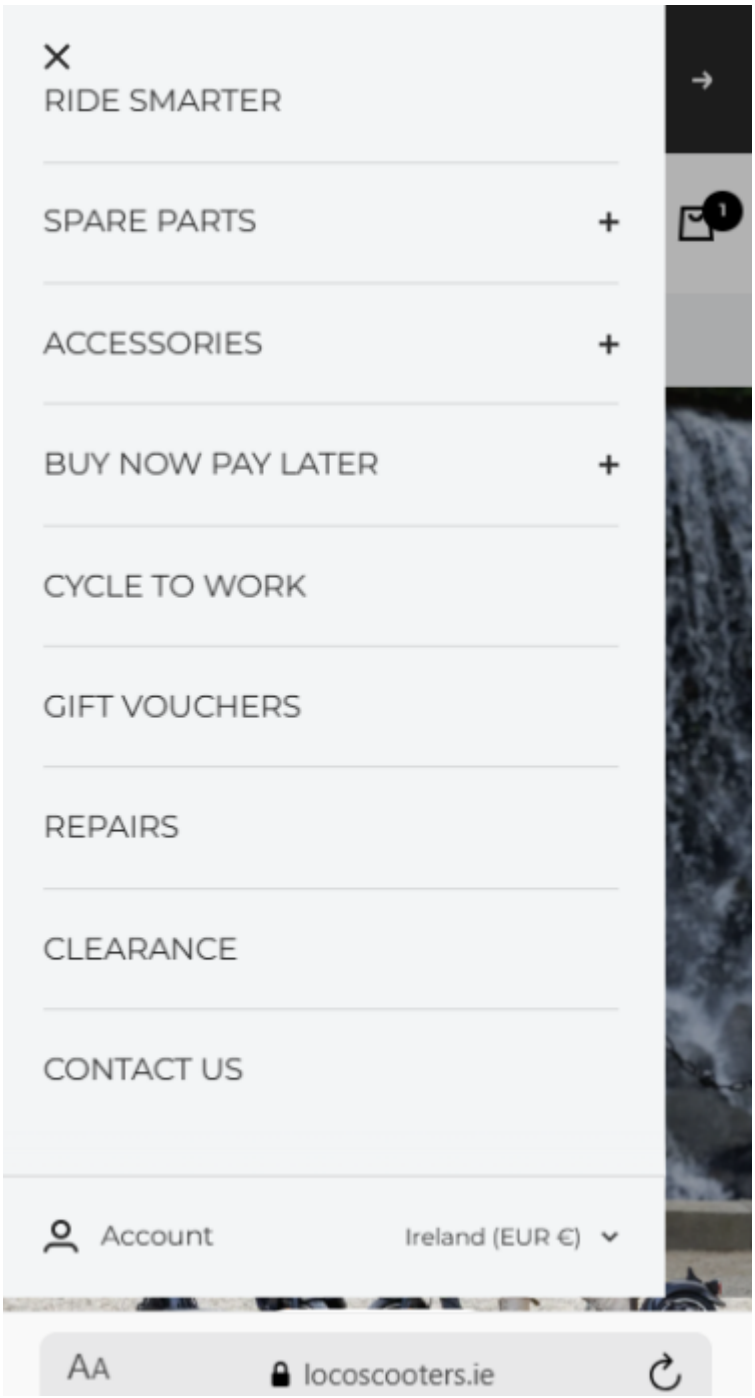
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На першому екрані контактна інформація відсутня, проте вона є у футері сайту.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

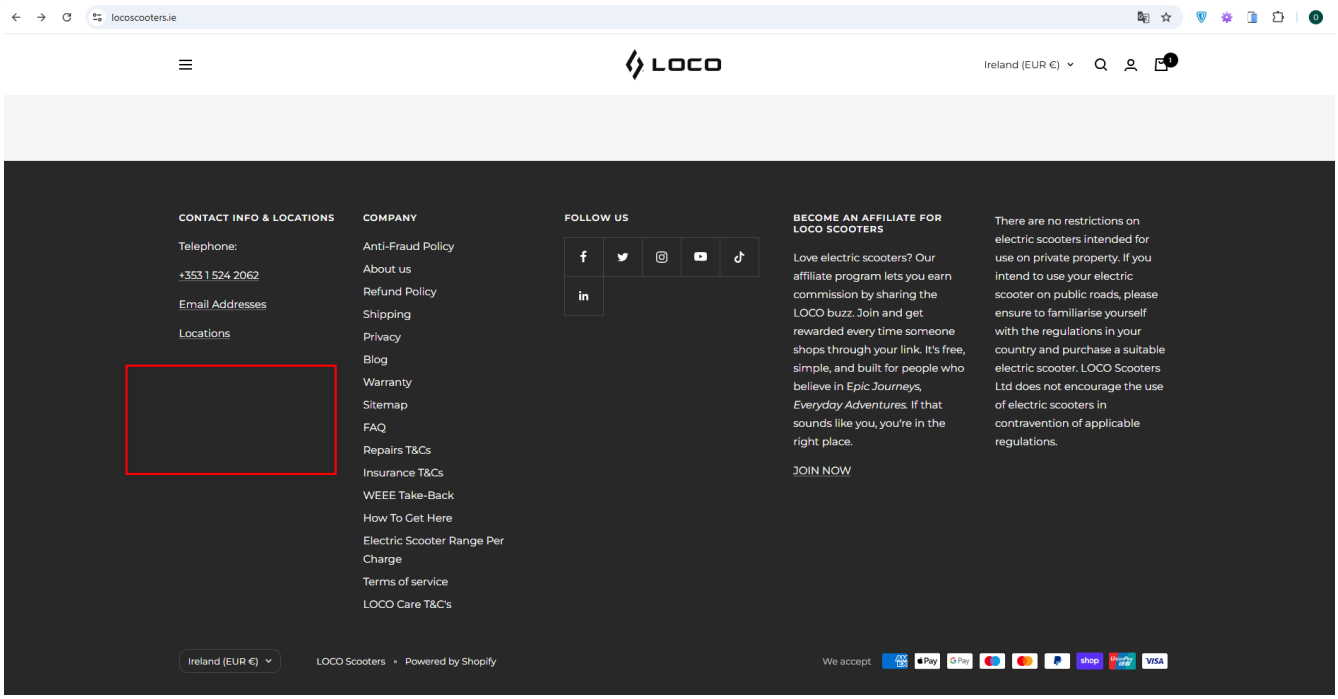
1. **Додати контактну інформацію до шапки сайту.**
2. **Зробити номер телефону клікабельним із можливістю здійснення дзвінка.**

Футер сайту. Адреса компанії/магазину

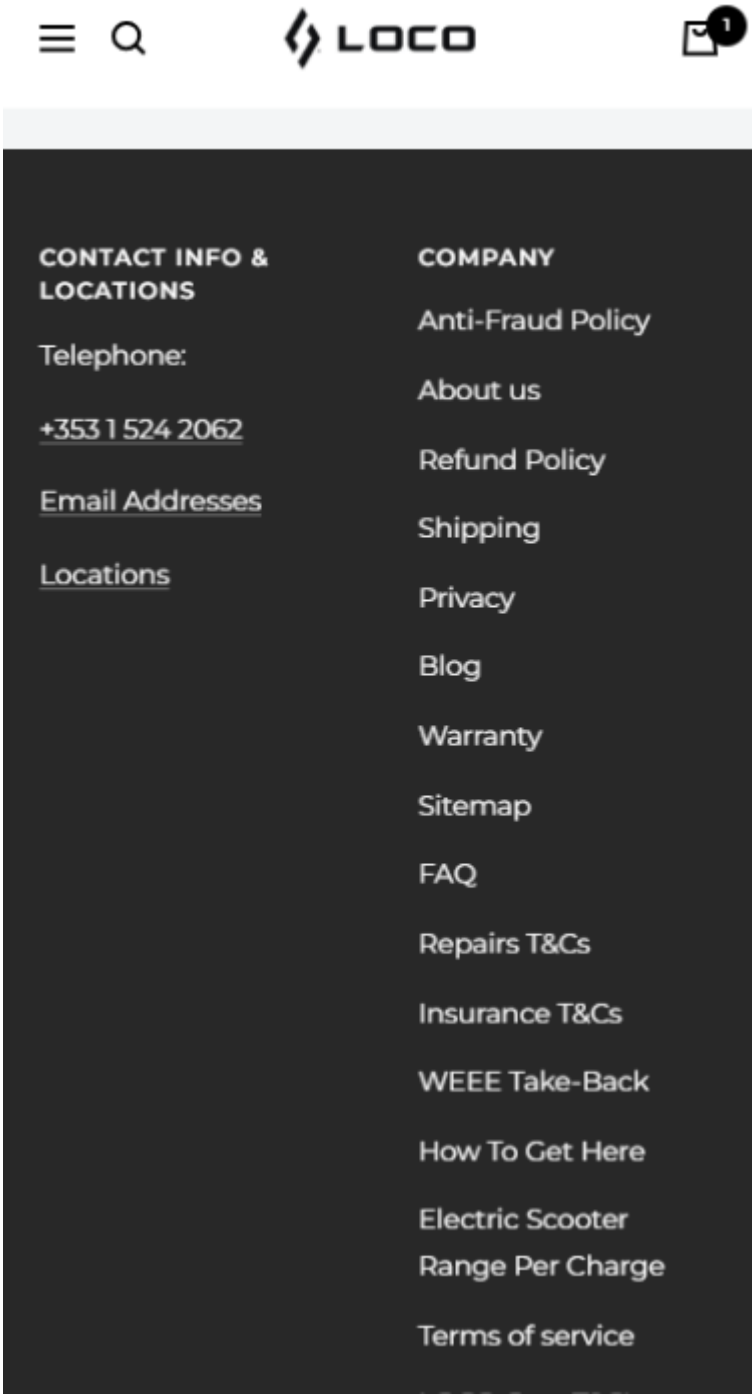
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У футері сайту відсутня адреса компанії/магазину. Користувач не може визначити регіональну належність сайту та компанії загалом, що може знизити рівень довіри до сайту.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

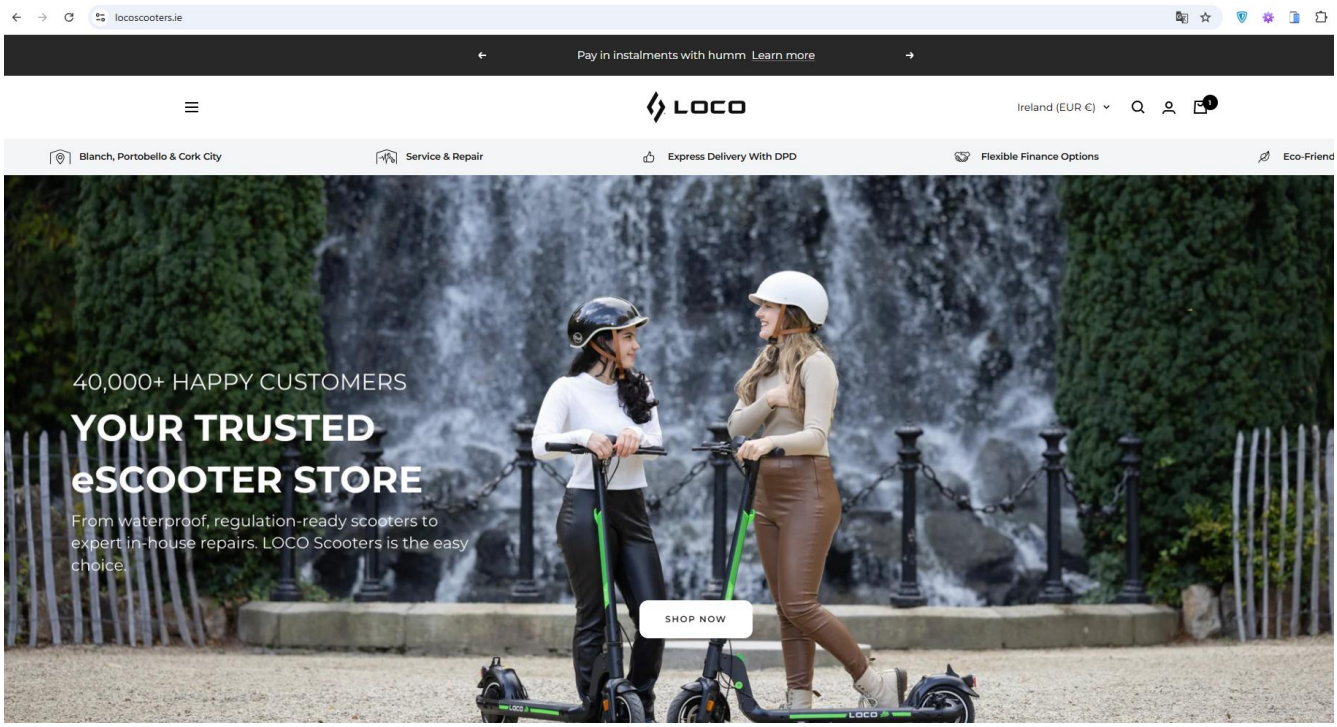
1. **Додати адресу компанії/магазину до футера сайту.**

Головна сторінка. Банери. Вміст

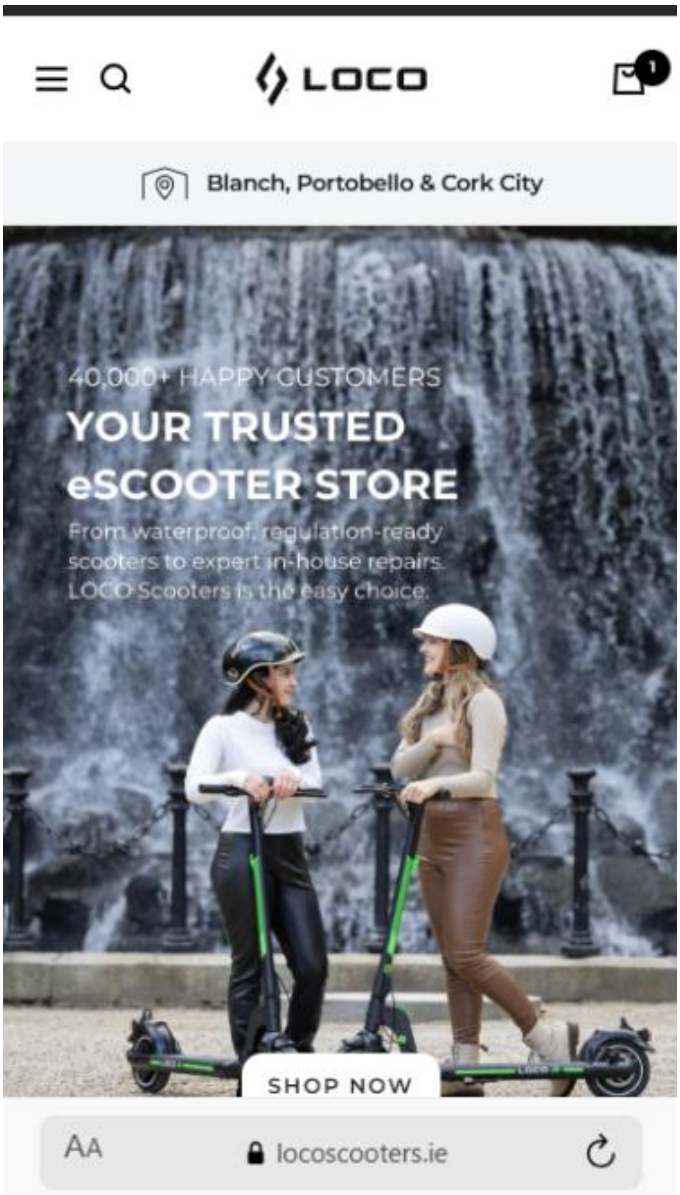
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У блоці розміщено лише один банер. Крім того, незрозуміло, куди потрапить користувач після натискання на цей банер.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

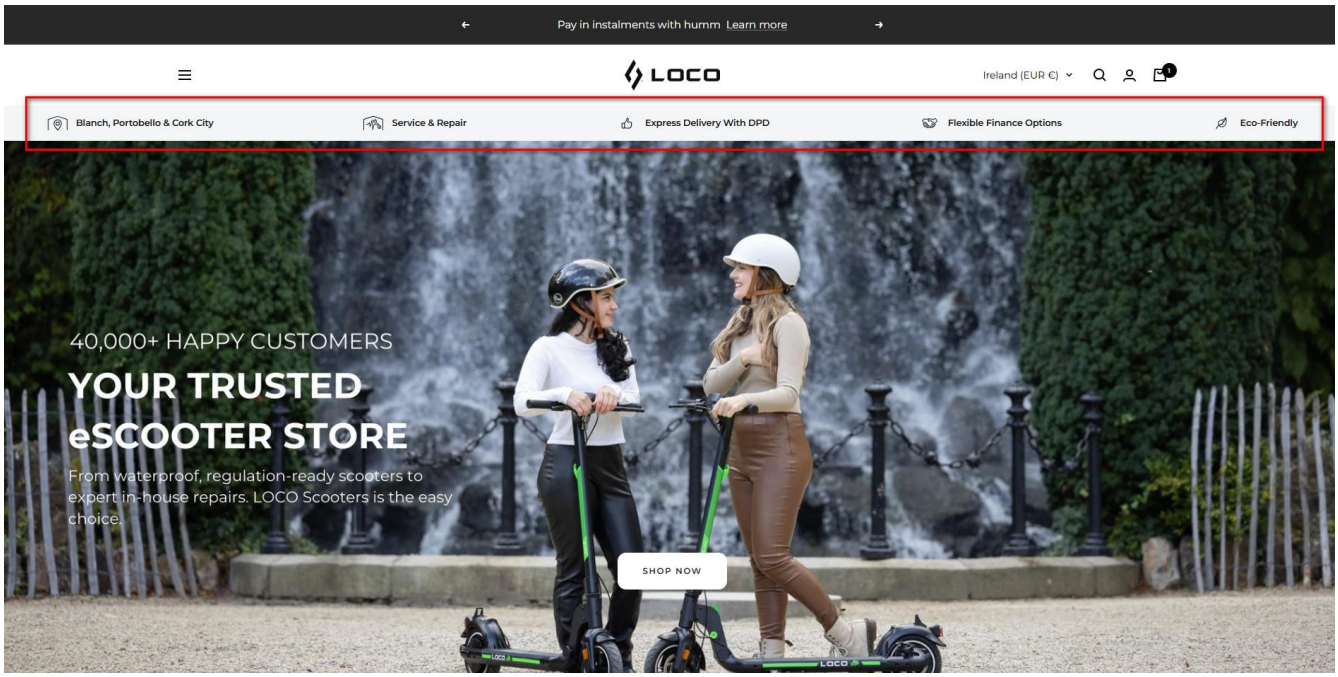
1. **Додати кілька банерів.**
2. **Додати до банерів унікальну торговельну пропозицію (УТП), яка має описувати вигоду або перевагу та викликати довіру.**
3. **Додати кнопки для переходу до потрібного розділу або конкретного товару.**
4. **Зробити елементи банерів клікабельними, щоб користувач міг перейти до відповідного розділу, товару або послуги.**
5. **Налаштувати автоматичне прокручування банерів.**
6. **Встановити інтервал автоматичного прокручування банерів 5–7 секунд.**
7. **Візуально виділити елементи перемикання банерів.**
8. **Зробити елементи перемикання банерів фіксованими (статичними).**

Головна сторінка. Блок із перевагами

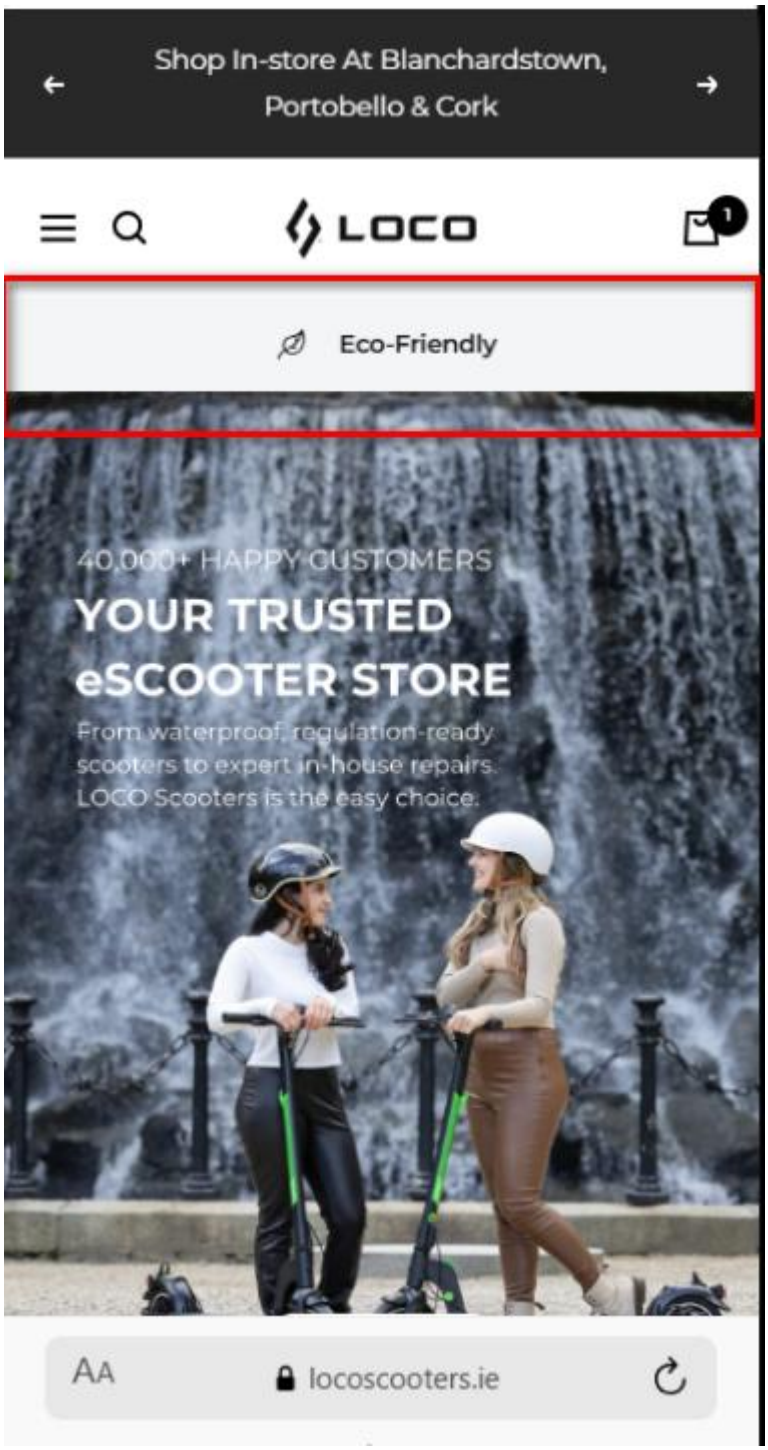
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Блок із перевагами практично непомітний.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

1. **Збільшити висоту блоку в кілька разів.**
2. **Підсумкову структуру розташування блоків наведено нижче в аудиті.**

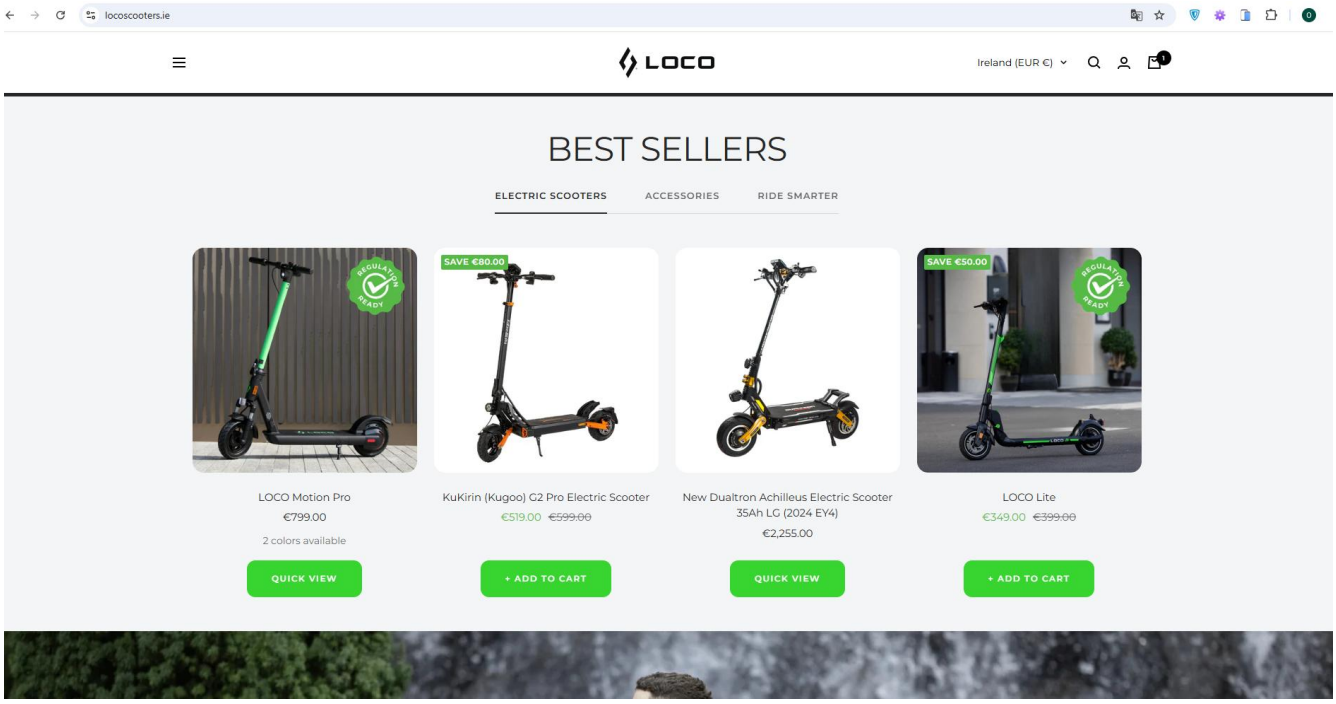
Головна сторінка. Блоки "Bestsellers", "Promotions / Sale", "New"

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

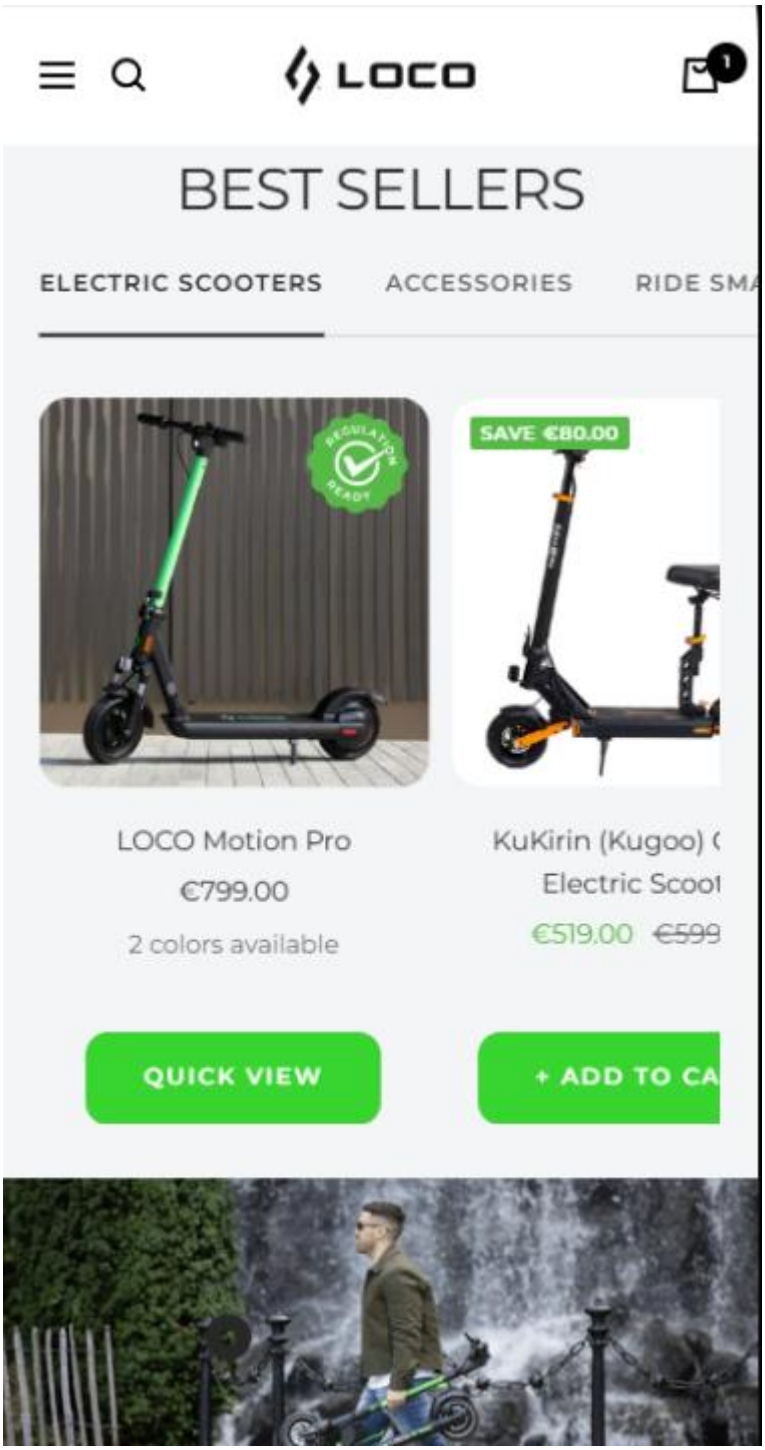
На головній сторінці відсутній блок із товарами "New".

На головній сторінці відсутній блок із товарами "Promotions/sale".

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

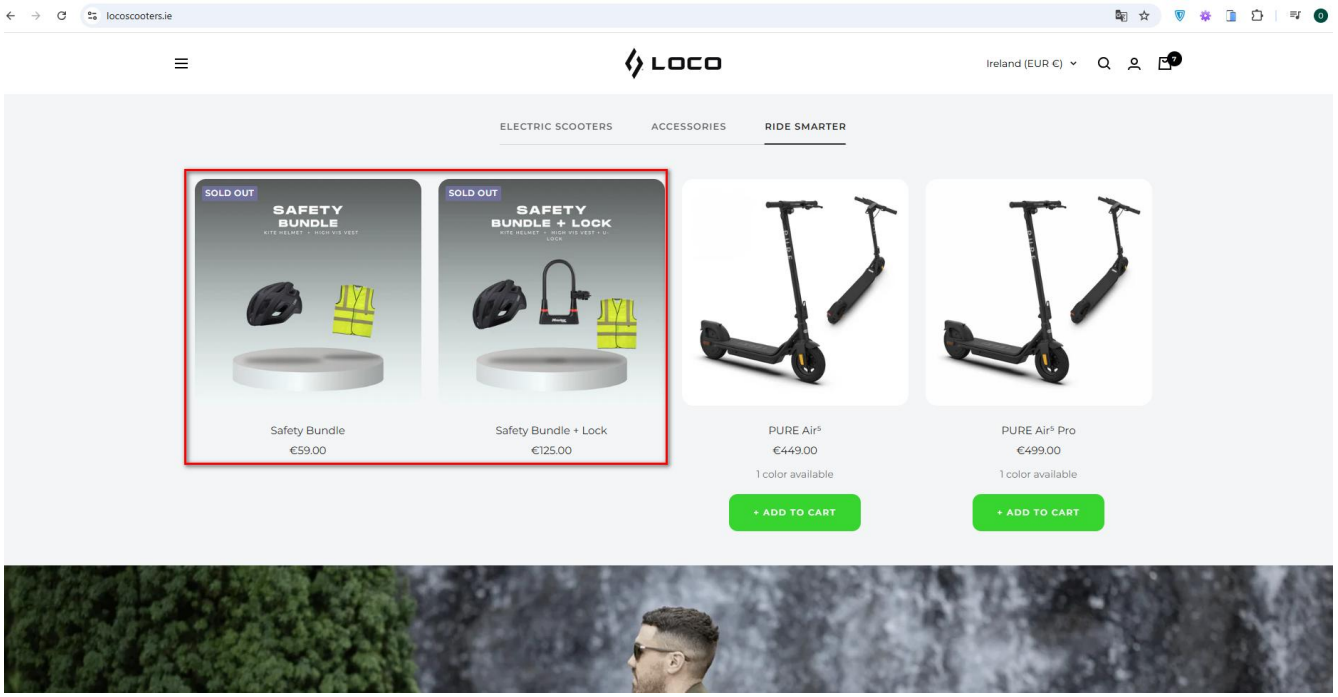
1. **Додати блок із вкладками, між якими можна перемикатися: "Best Sellers", "New", "Promotions/sale".**
2. **Підсумкову структуру розташування блоків наведено нижче в аудиті.**

Головна сторінка. Блоки з товарами. Товари в наявності

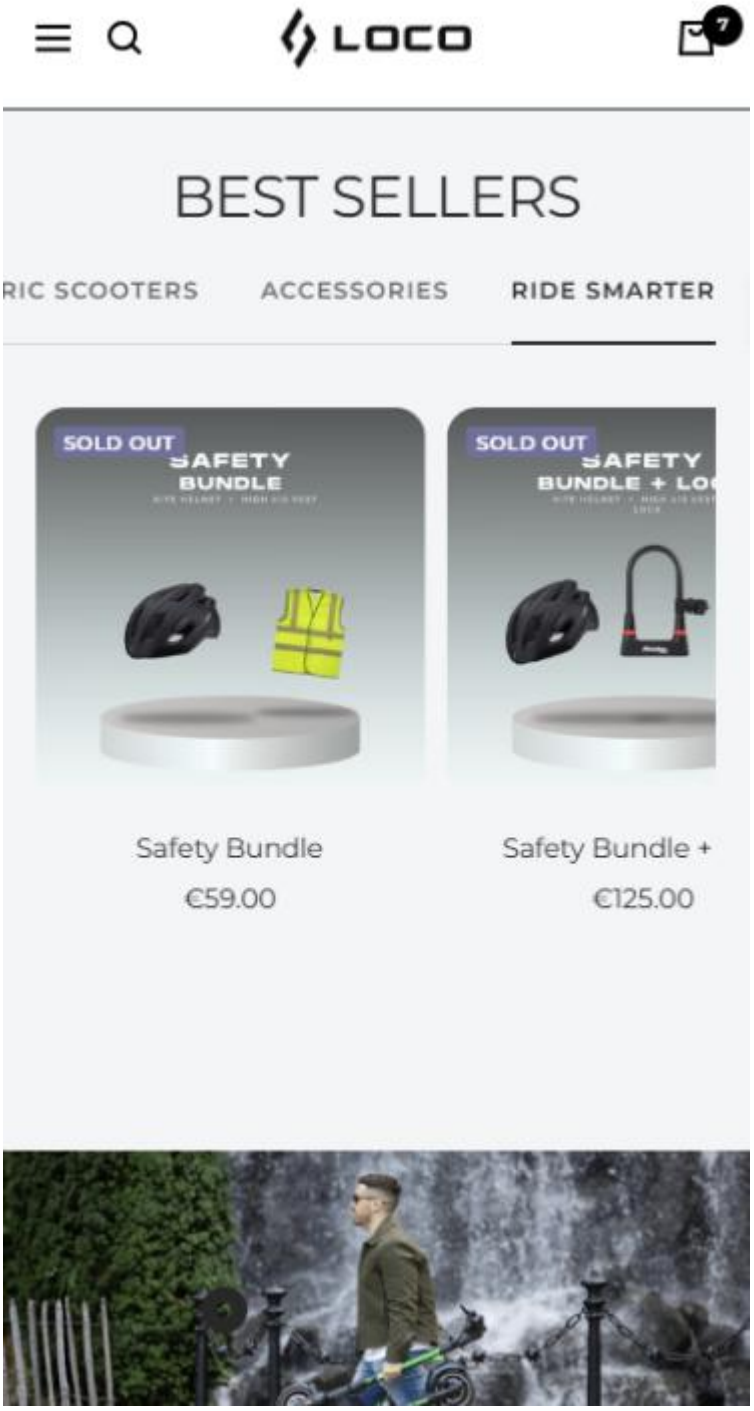
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У блоці відображаються товари, яких немає в наявності.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

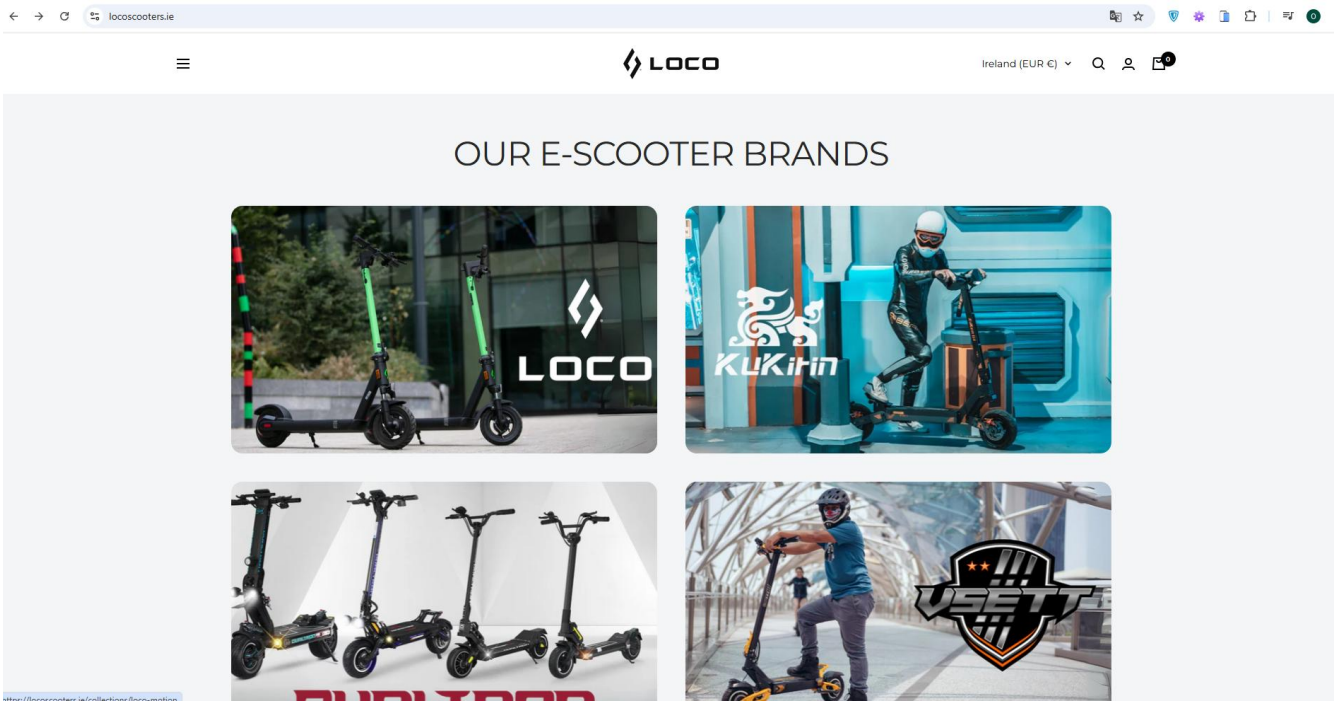
1. **Відображати на головній сторінці лише товари, які є в наявності.**

Головна сторінка. "OUR E-SCOOTER BRANDS"

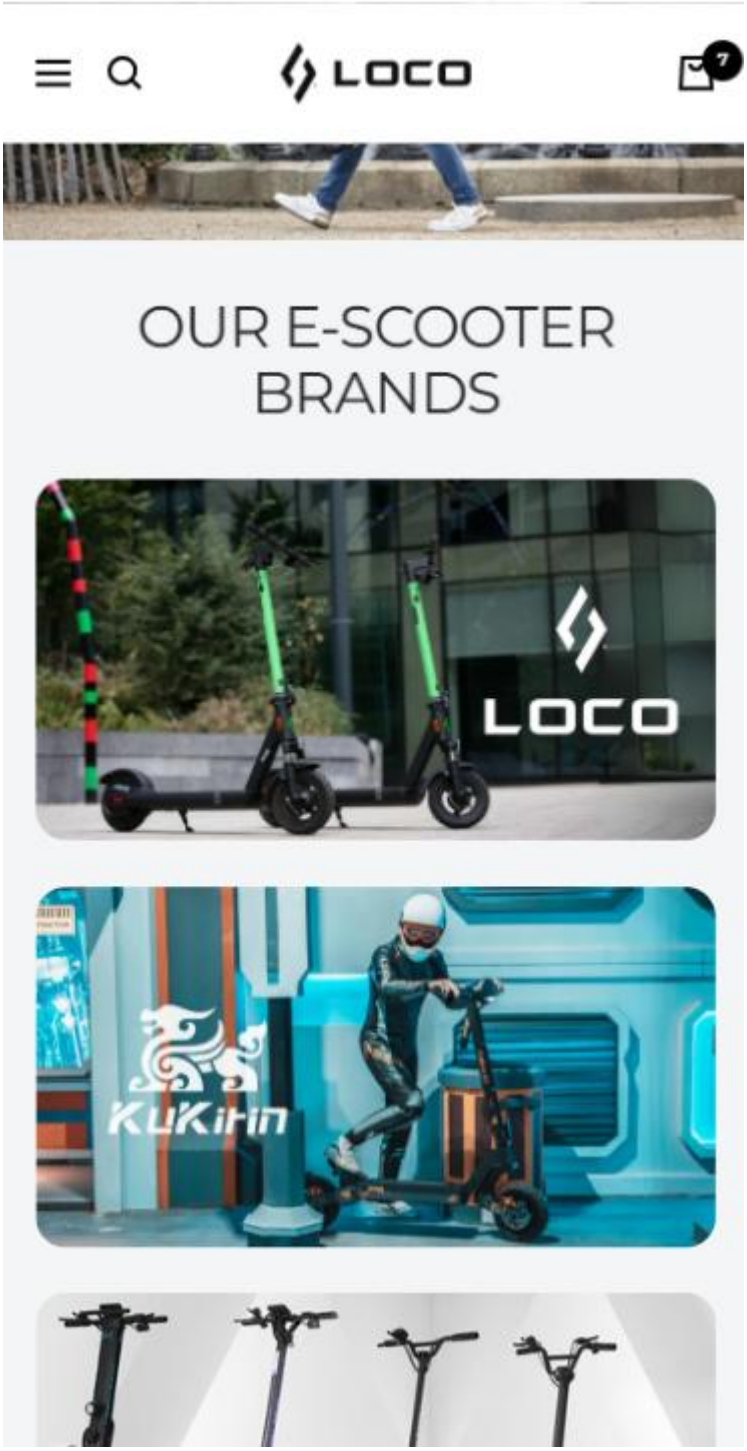
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У блоці представлені картки брендів, які ведуть на відповідні сторінки, проте відсутні посилання "View all" та картка категорії "Electric Bikes".

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

1. **Додати посилання "View All" на сторінку** https://locoscooters.ie/collections/electric-scooters **.**
2. **Додати картку категорії "Electric Bikes".**
3. **Підсумкову структуру розташування блоків наведено нижче в аудиті.**

Головна сторінка. Підсумкова структура

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)



Рекомендована структура головної сторінки:

1. **Блок із банерами та відгуками**
2. **Блок із перевагами**
3. **Блок або блоки з товарами "Bestsellers", "Promotions / Sale", "New"**
4. **Поточний блок із зображеннями**
5. **Блок із картками категорій товарів**
6. **Блок "Looking for the best electric scooters in Ireland?"**
7. **Блок "Blog posts"**

Сторінки категорій. Посилання в тексті

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

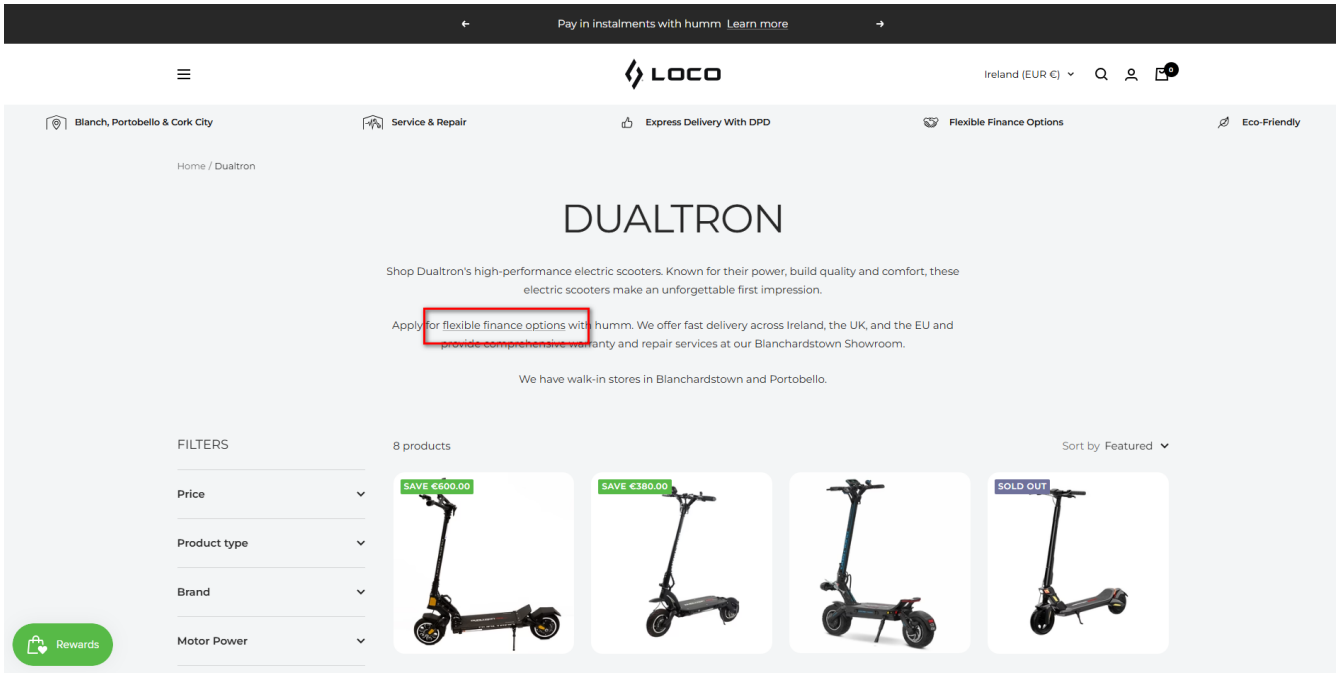
Посилання в тексті веде користувача на неіснуючу сторінку.

Десктопна версія

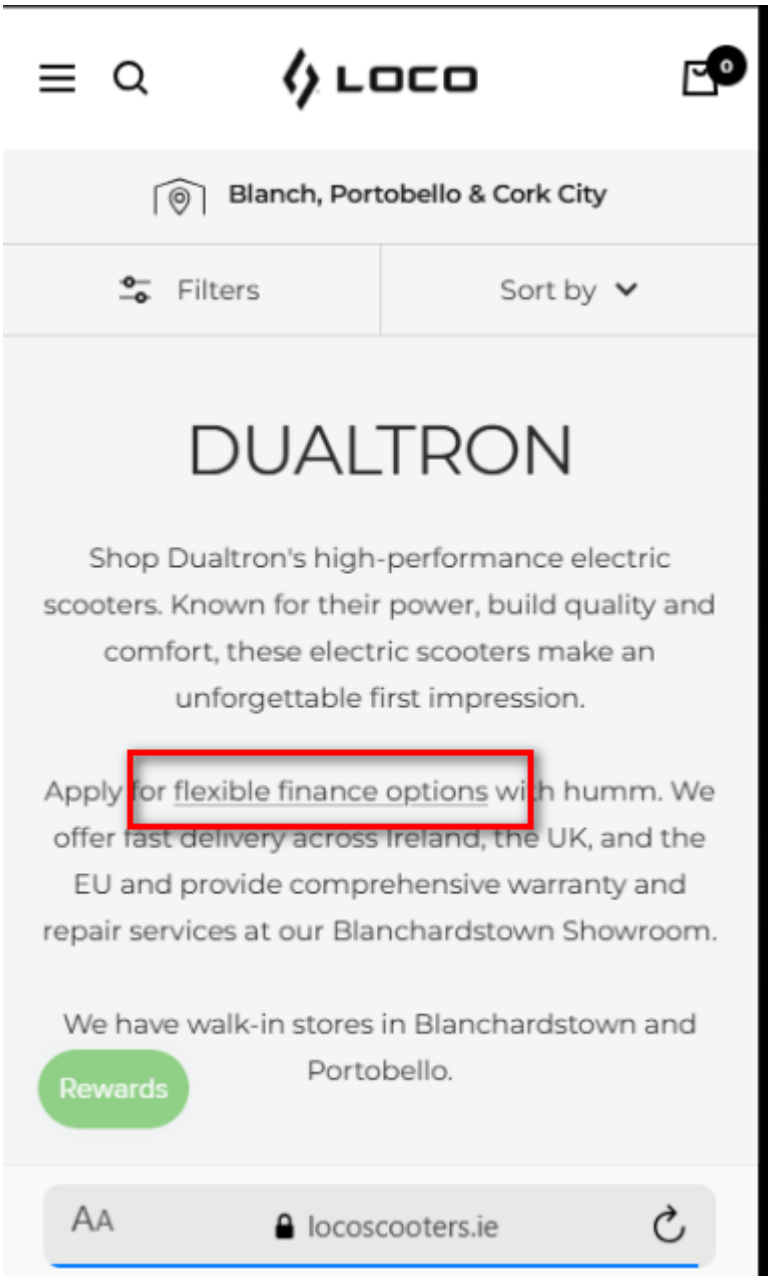
https://locoscooters.ie/collections/dualtron

https://locoscooters.ie/collections/fast-electric-scooters

https://locoscooters.ie/collections/electric-scooters



Мобільна версія



Рекомендації

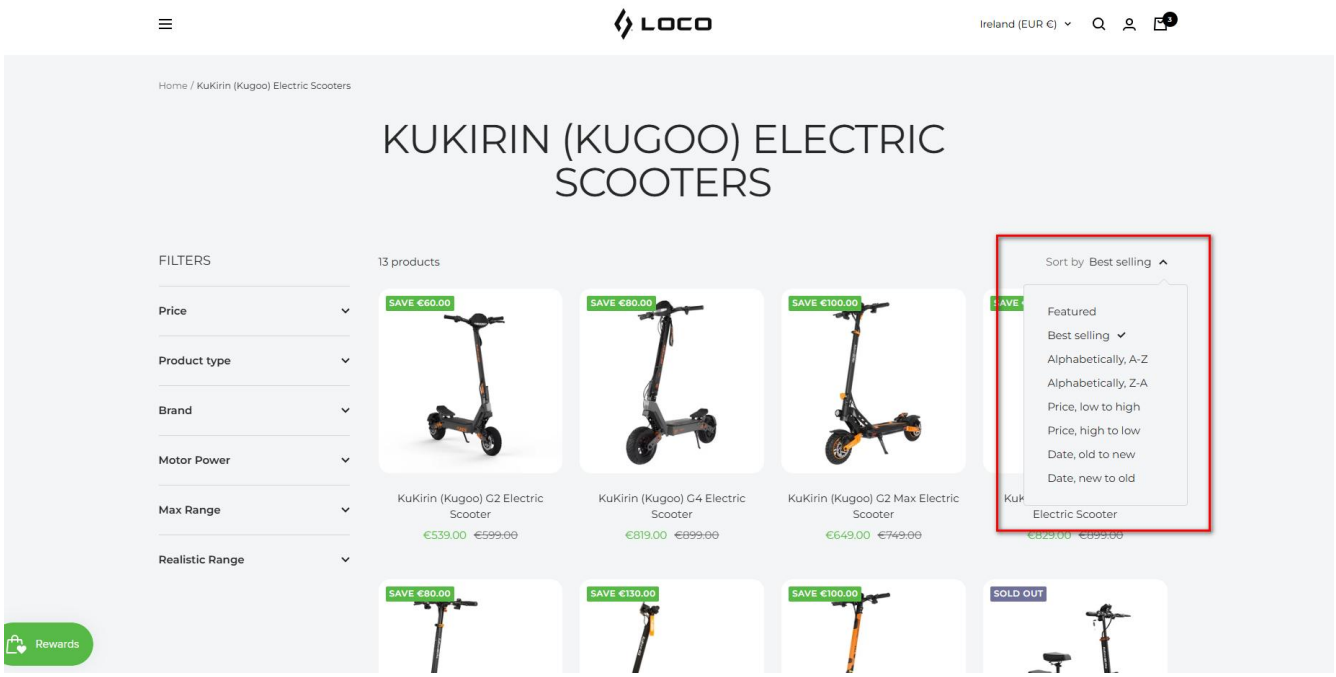
1. **Виправити посилання в тексті.**

Сторінки категорій. Сортування

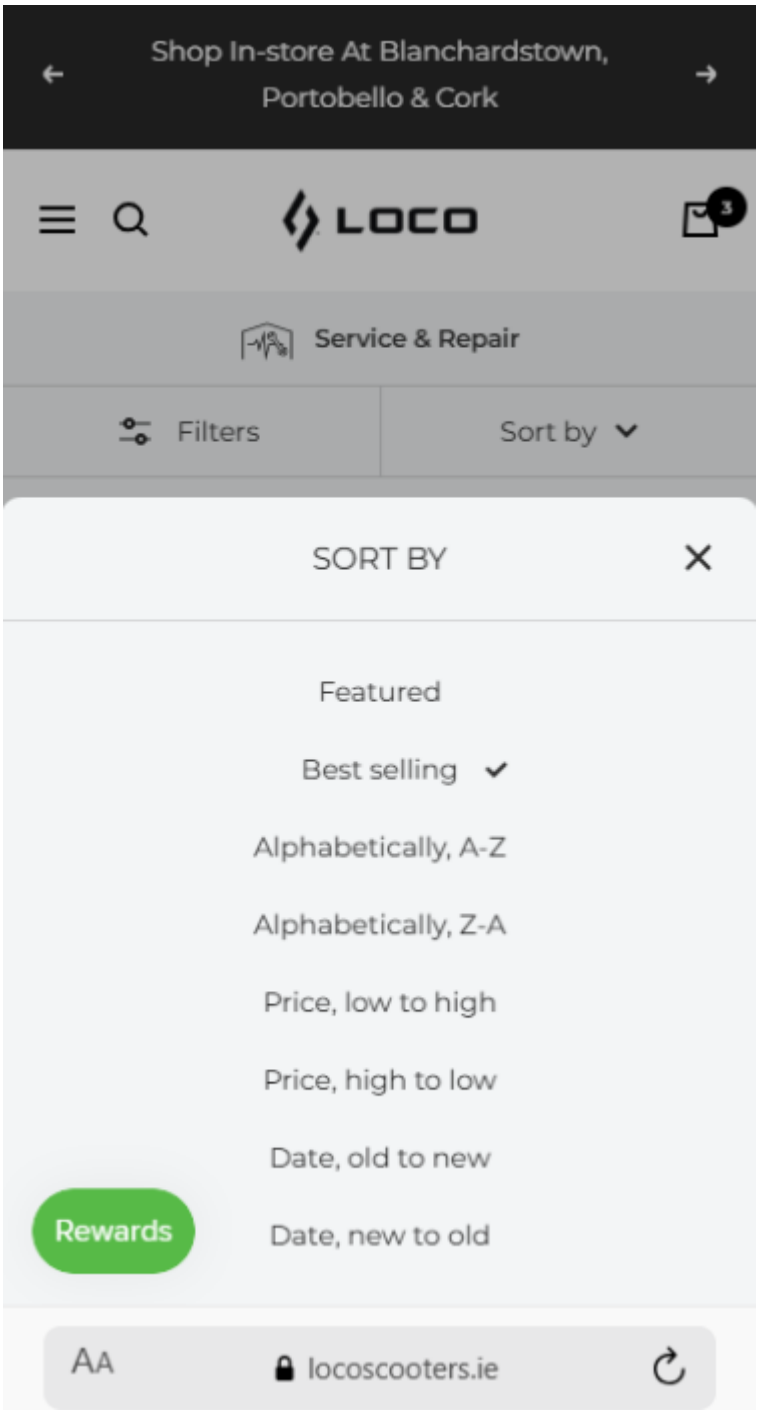
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках категорій відсутнє сортування за акціями та розпродажами.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

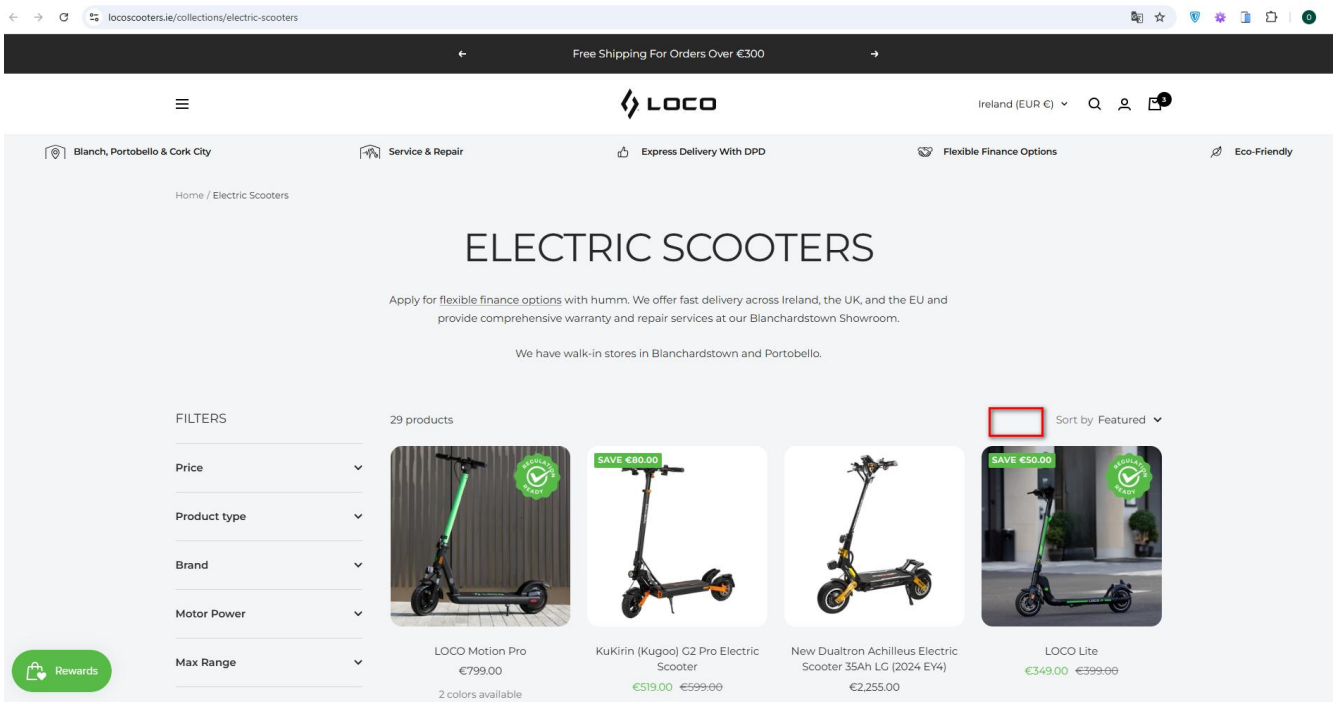
1. **Додати сортування за акціями та розпродажами на сторінки категорій.**

Сторінки категорій. Відображення кількості товарів на сторінці

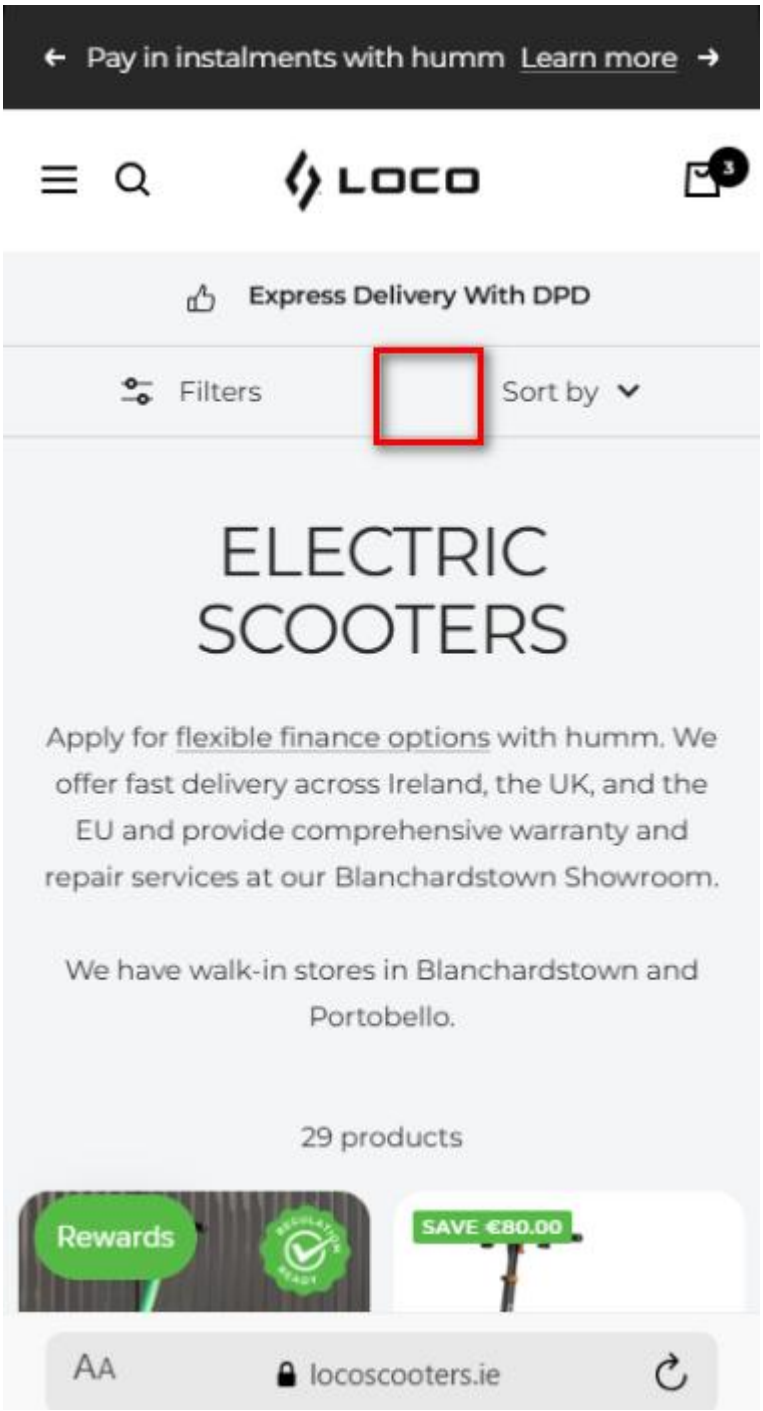
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках категорій немає можливості вибрати кількість товарів для відображення на сторінці.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

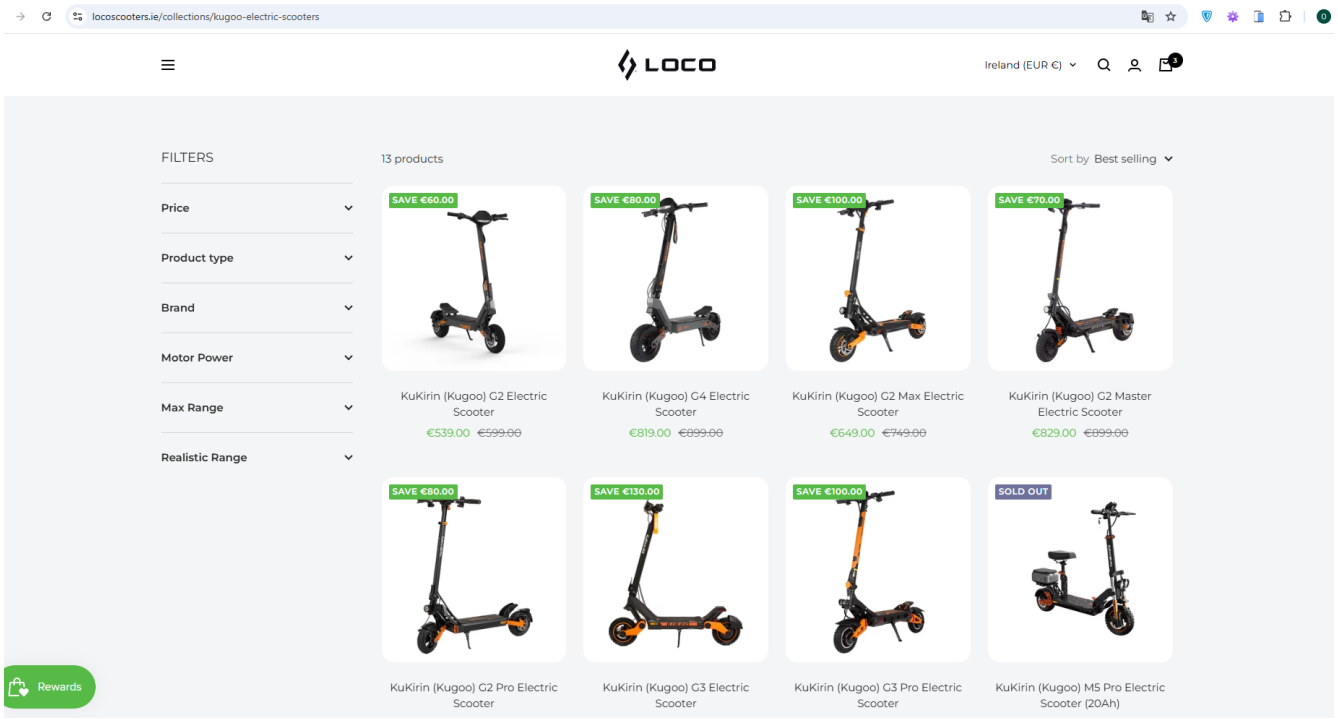
1. **Додати елемент для вибору кількості товарів, що відображаються на сторінці (10, 15, 25, усі).**

Сторінки категорій. Відображення товарів, яких немає в наявності

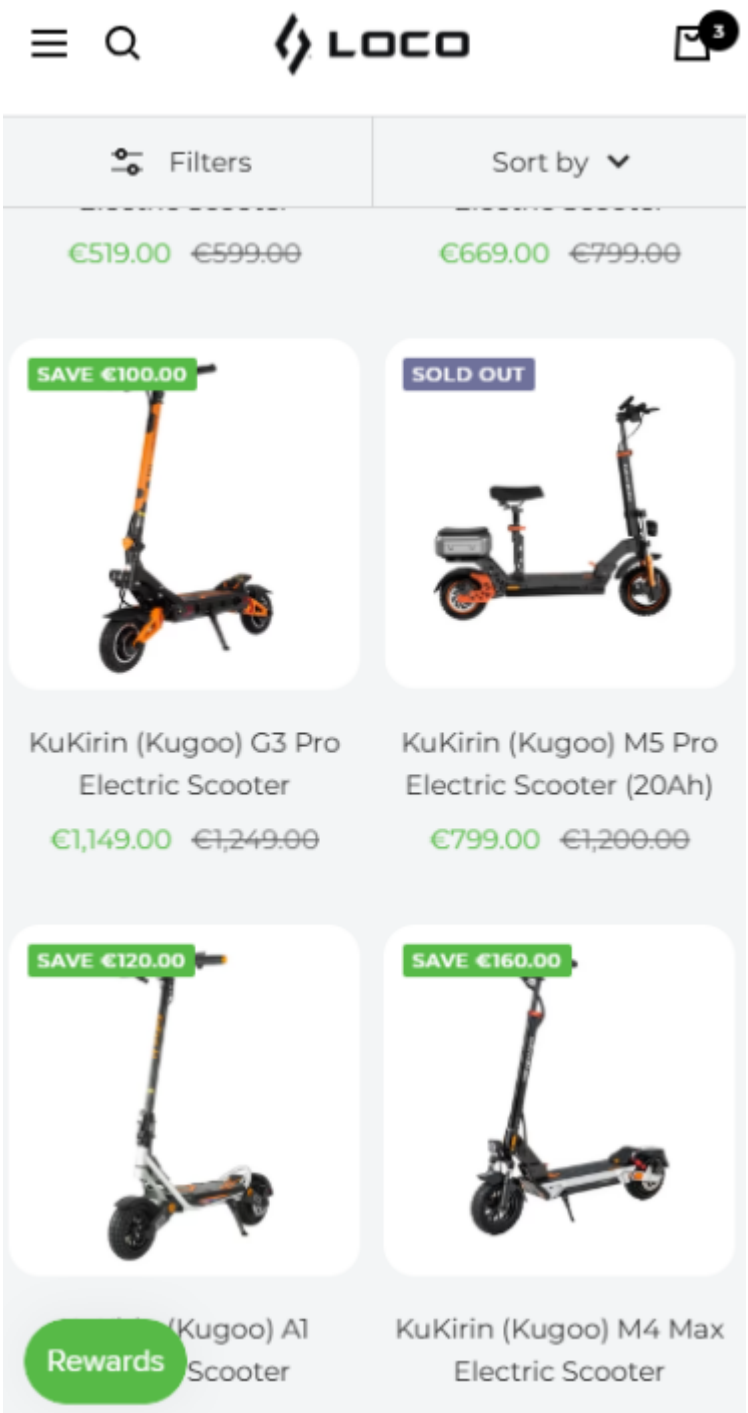
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Товари, які є в наявності, і товари, яких немає в наявності, відображаються впереміш.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

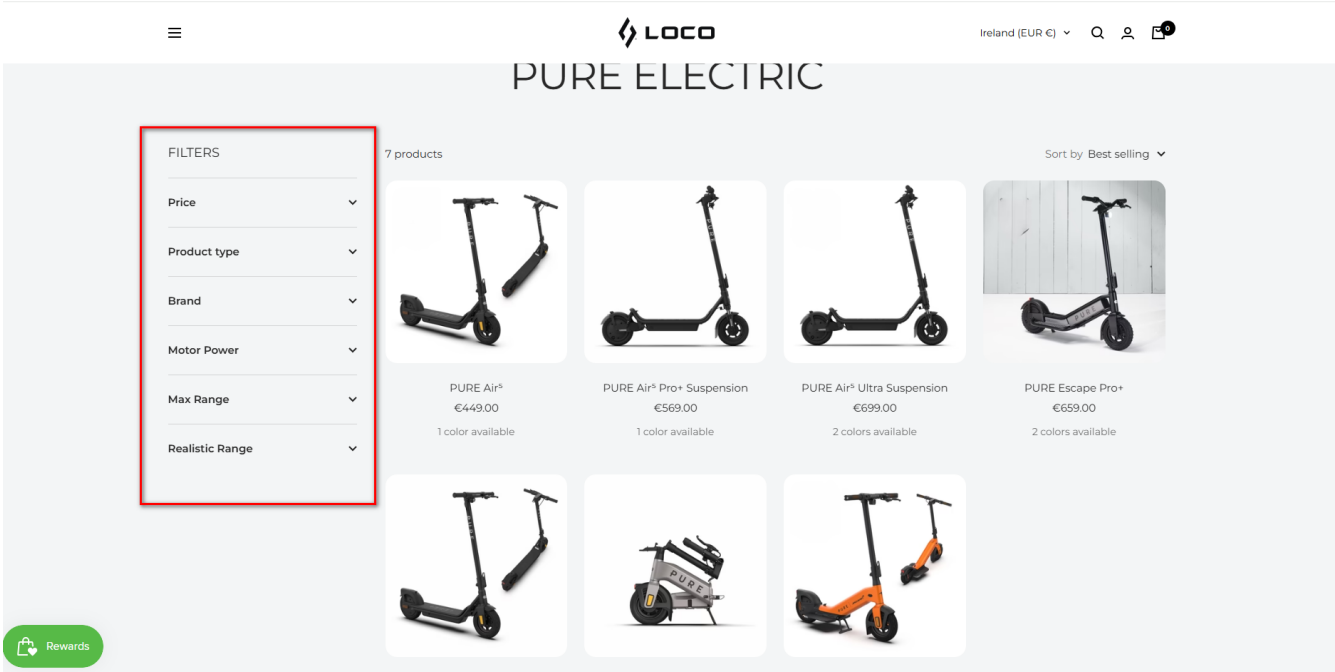
1. **Спочатку відображати товари, які є в наявності, а потім — товари, яких немає в наявності.**

Сторінки категорій. Фільтри

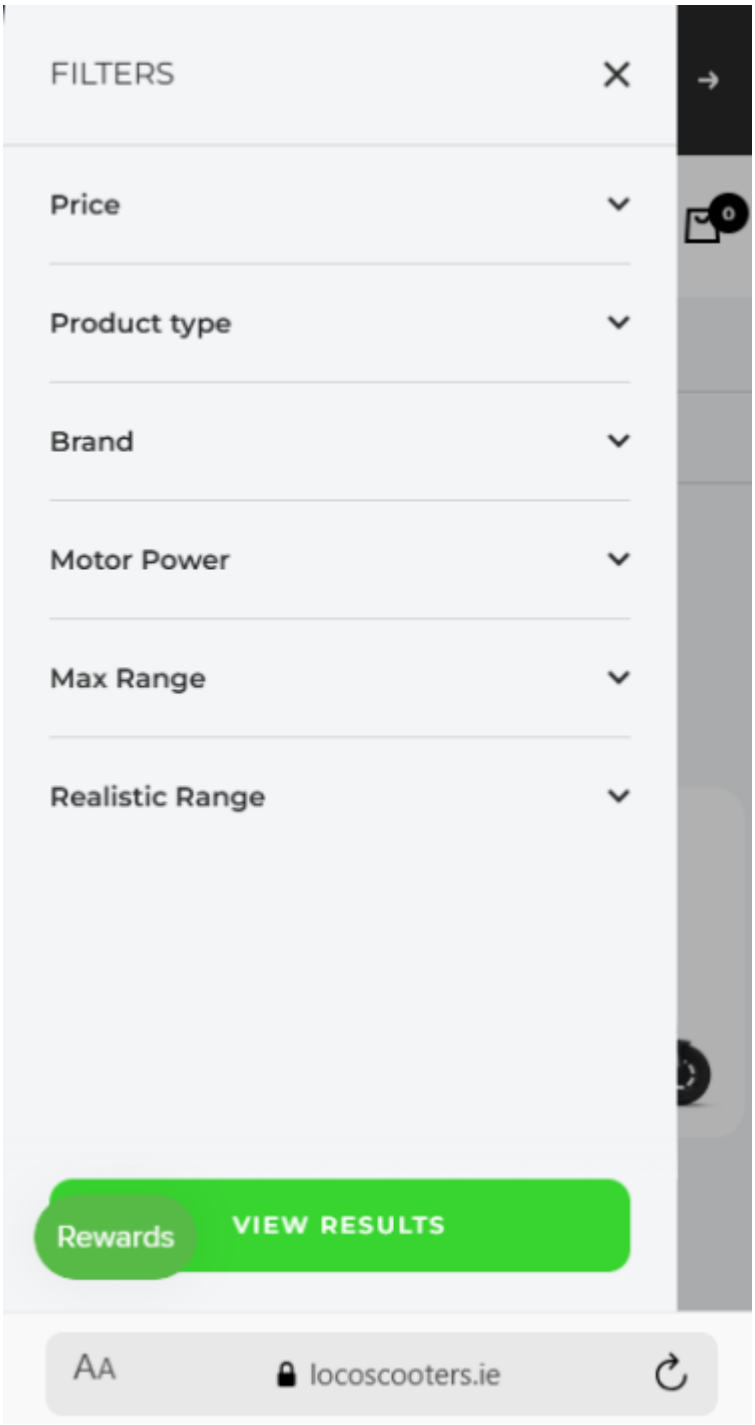
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках категорій представлено мало фільтрів. Наприклад, відсутній фільтр для вибору кольору, хоча в самих категоріях є товари, доступні в різних кольорах. Також немає фільтрів за типом акумулятора, часом його заряджання, максимальним навантаженням на самокат та іншими параметрами.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

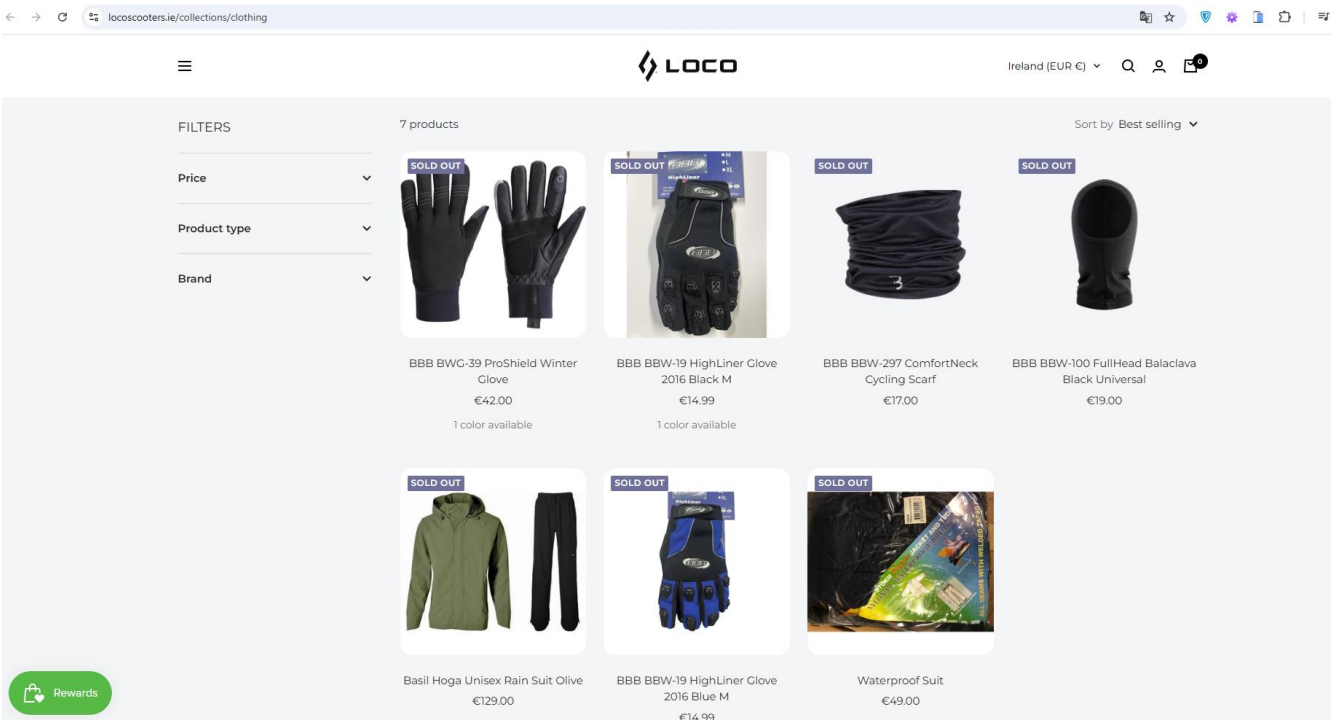
1. **Додати більше фільтрів за ключовими характеристиками, наприклад: тип акумулятора, час заряджання тощо (для кожної категорії товарів передбачені свої характеристики).**

Сторінки категорій. Таблиця розмірів

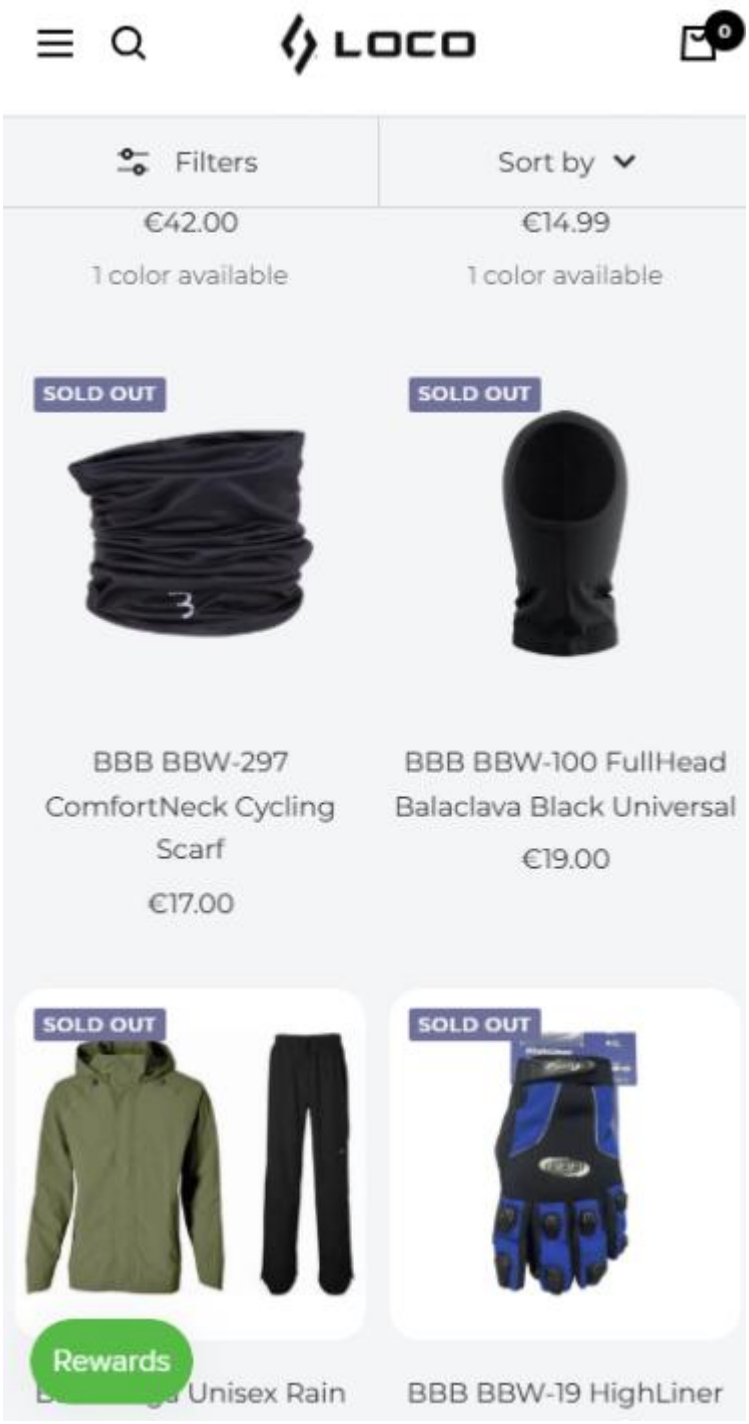
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У картках товарів (для товарів із можливістю вибору розміру) відсутнє посилання на таблицю розмірів.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

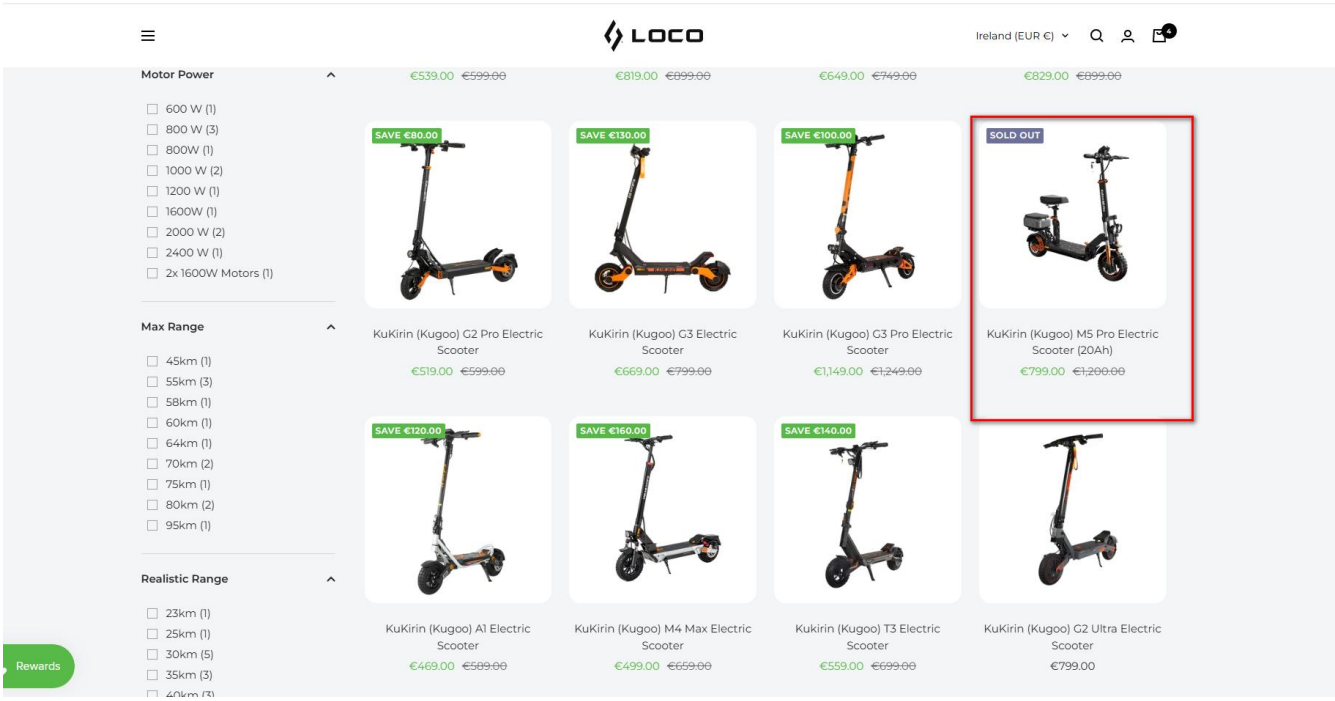
1. **Додати до картки товару посилання на таблицю розмірів.**
2. **Після натискання на посилання відкривати спливаюче вікно з таблицею розмірів.**

Сторінки категорій. Товари, яких немає в наявності. Підписка на сповіщення

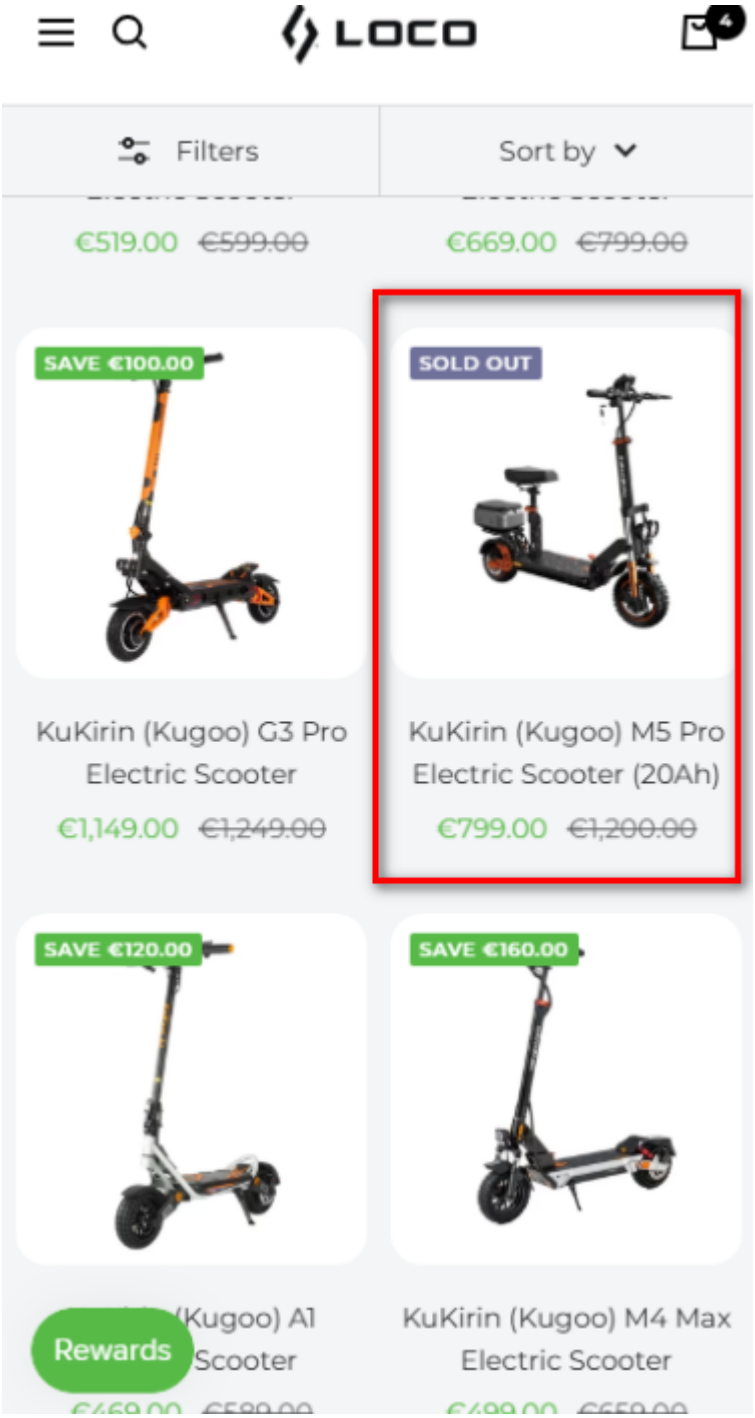
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У картках товарів, яких немає в наявності, відсутній елемент для підписки на сповіщення про надходження товару.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

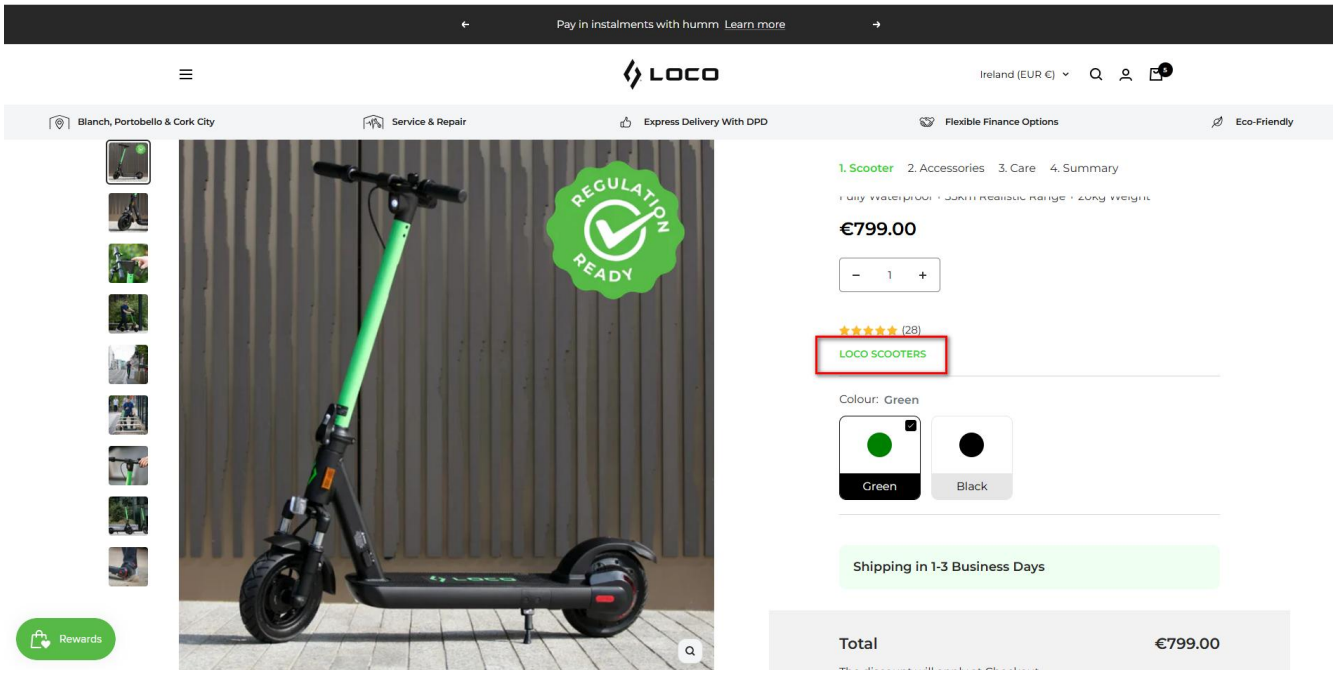
1. **Додати елемент для підписки на сповіщення про надходження товару.**
2. **Після натискання на нього має відкриватися спливаюче вікно з полем для введення адреси електронної пошти або номера телефону.**

Сторінки товарів. Посилання/кнопки, які переводять користувача з цільової сторінки

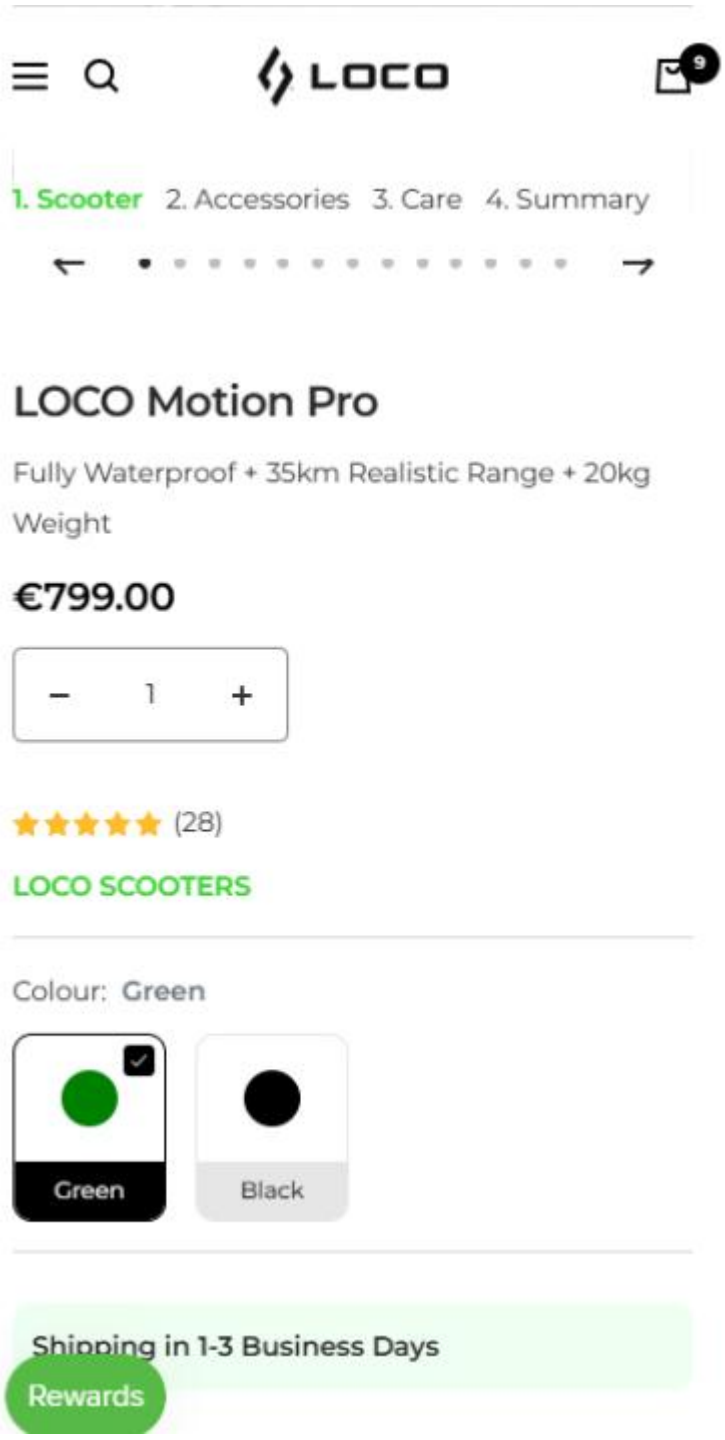
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Після натискання на посилання сторінка відкривається в поточній вкладці, і користувач залишає цільову сторінку.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

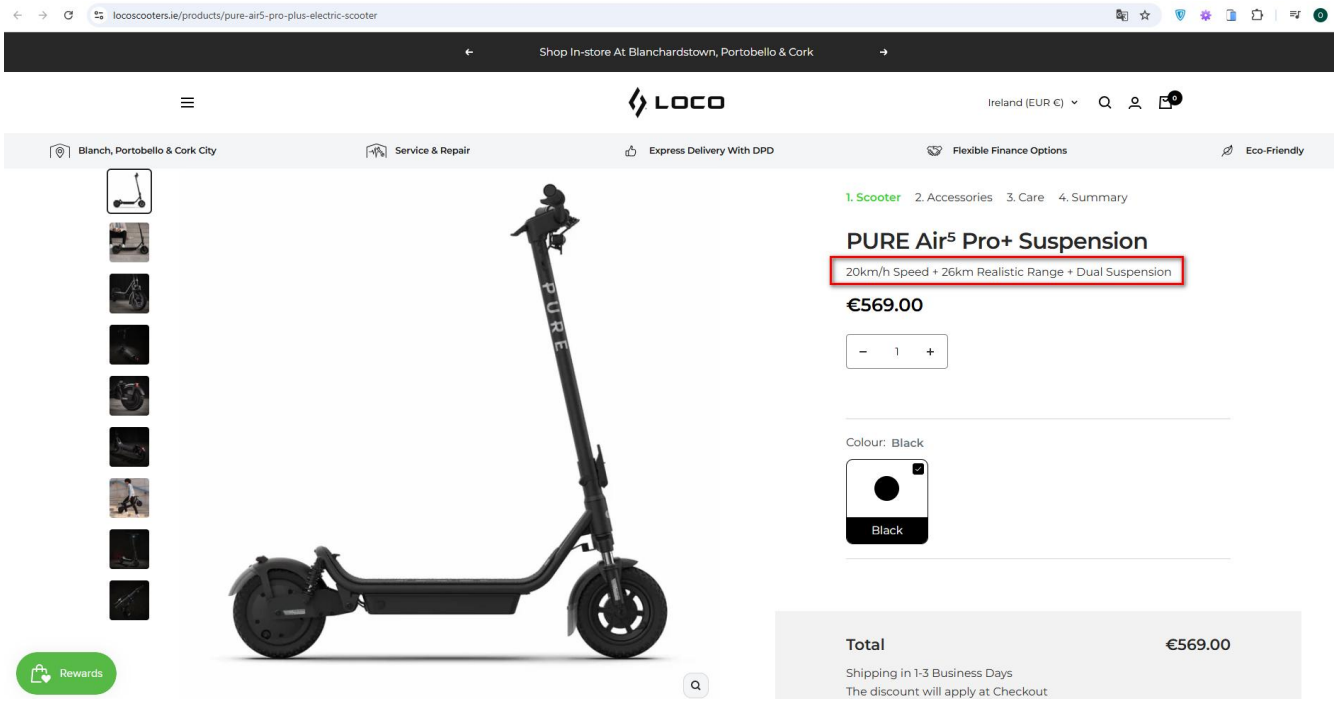
1. **Після натискання на посилання відкривати сторінку в новій вкладці.**

Сторінки товарів. Основні характеристики на першому екрані

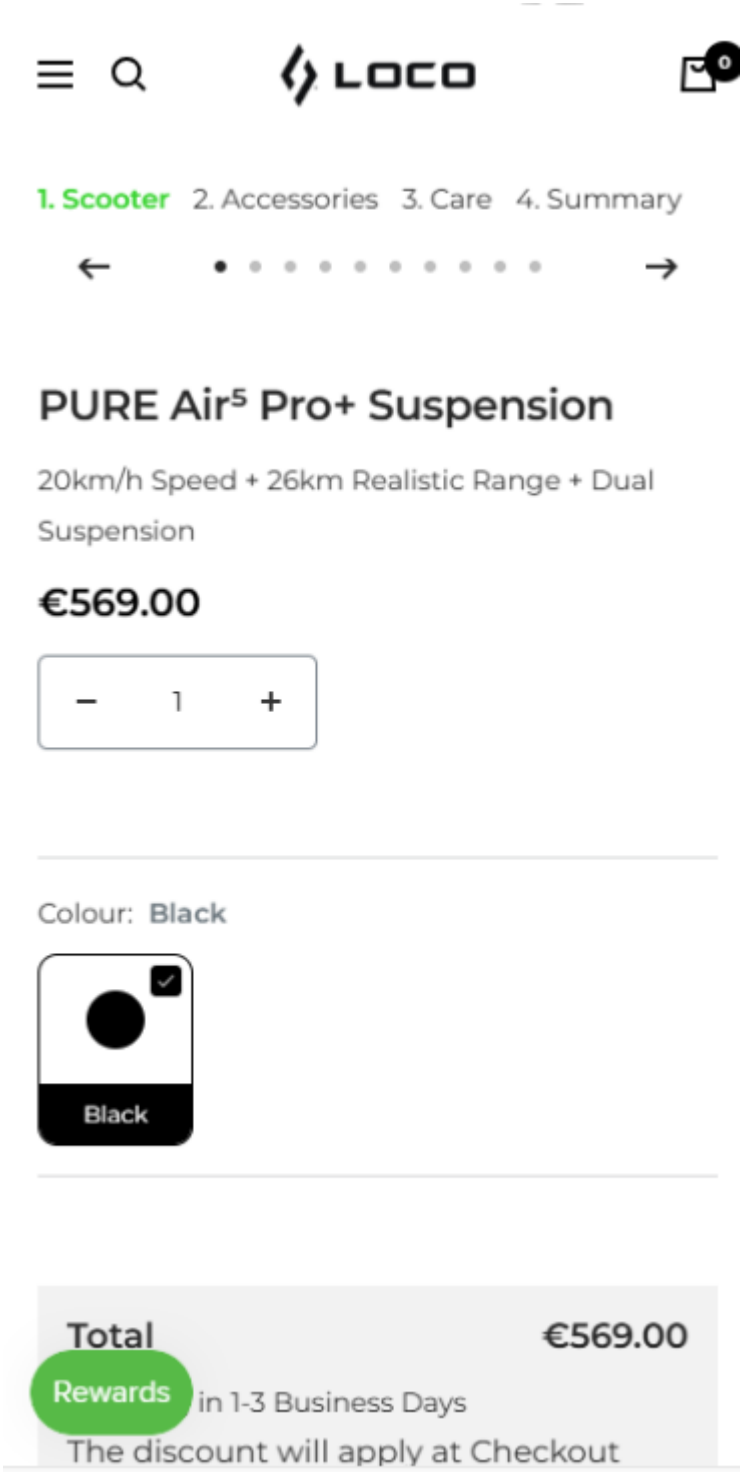
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

В першому екрані сторінки товару представлено лише деякі базові характеристики. При цьому наведено виключно технічні параметри — без жодної згадки про переваги для користувача. Наприклад, для новачка потужність двигуна 400 Вт — це просто цифра; незрозуміло, добре це чи погано.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

1. **Додати більше характеристик в перший екран сторінки (для мобільної версії — на другий екран).**
2. **Додати посилання "More" під характеристиками.**
3. **Після натискання на посилання спрямовувати користувача до вкладки "Specification".**

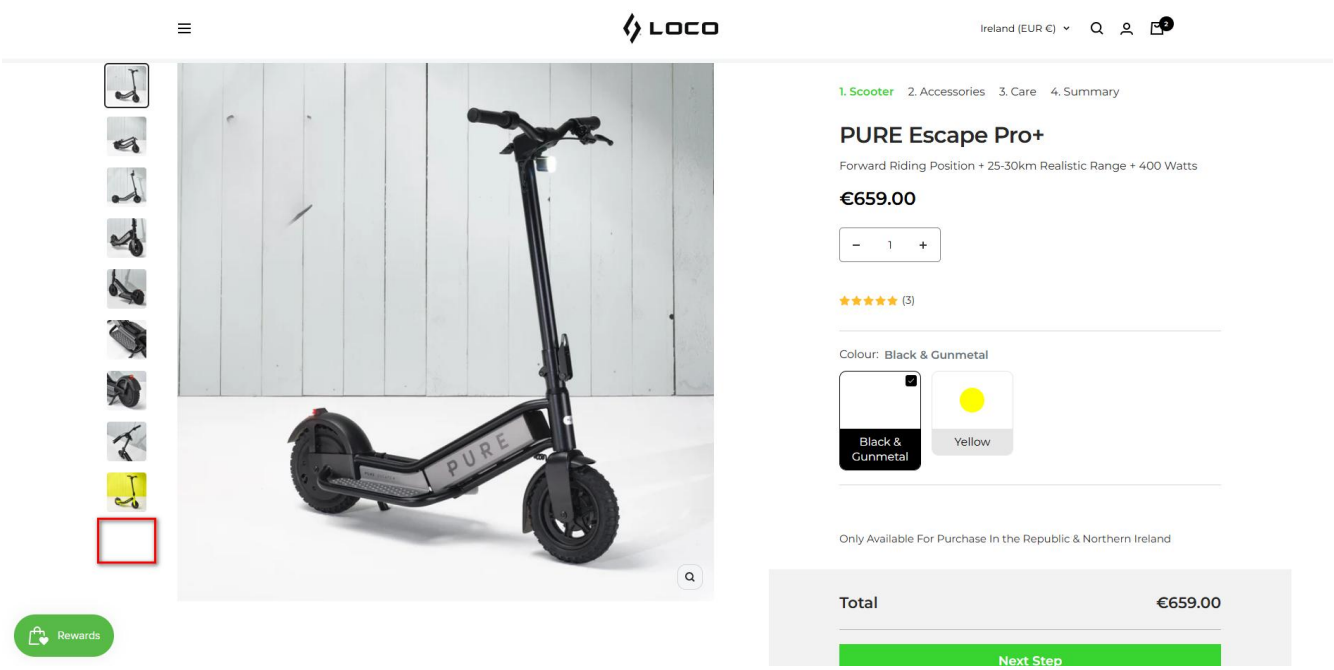
4. **Використовувати характеристики, які розкривають цінність товару для користувача, наприклад:**
    - **"A comfortable city electric scooter for daily commutes"**
    - **Up to 30 km of real-world range**
    - **Comfortable riding position and stable control**
    - **Powerful 400 W motor**

Сторінки товарів. Відеоогляд товару

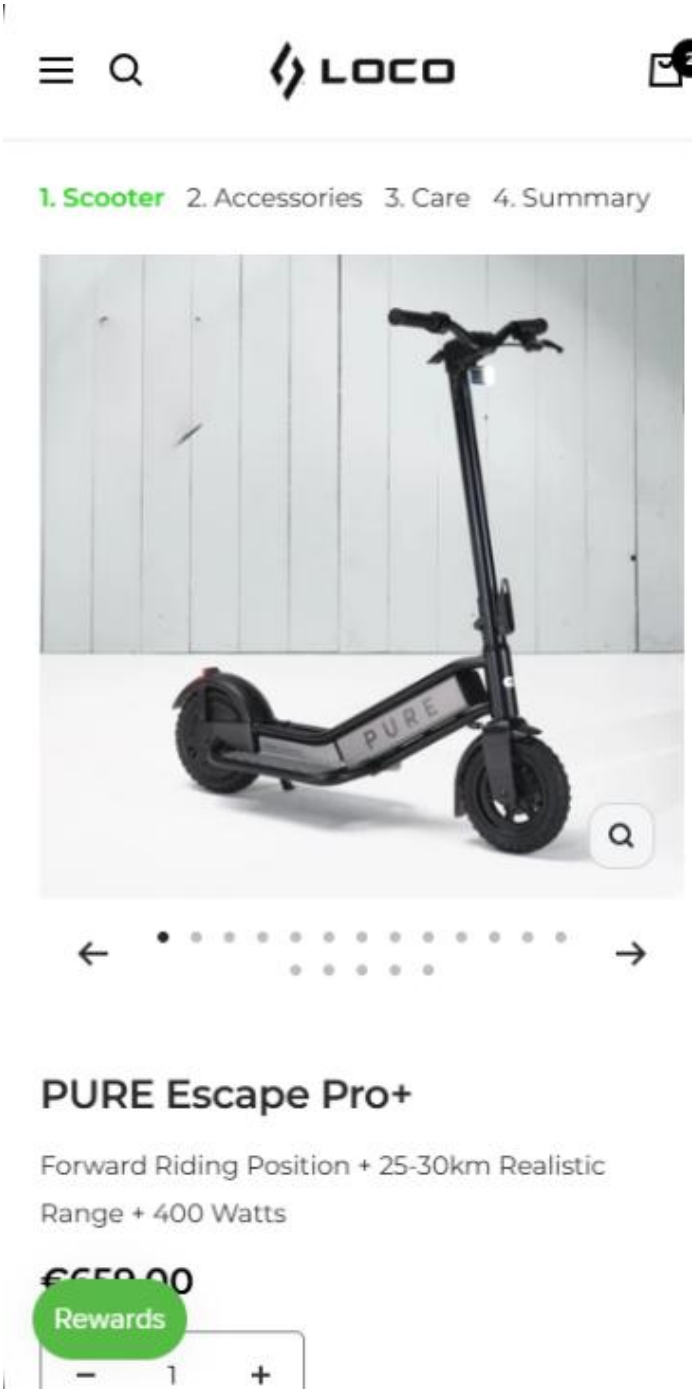
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках товарів відсутні відеоогляди. З огляду на специфіку продукту, такі відео могли б впливати на емоційне сприйняття та стимулювати користувачів до виконання цільової дії.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

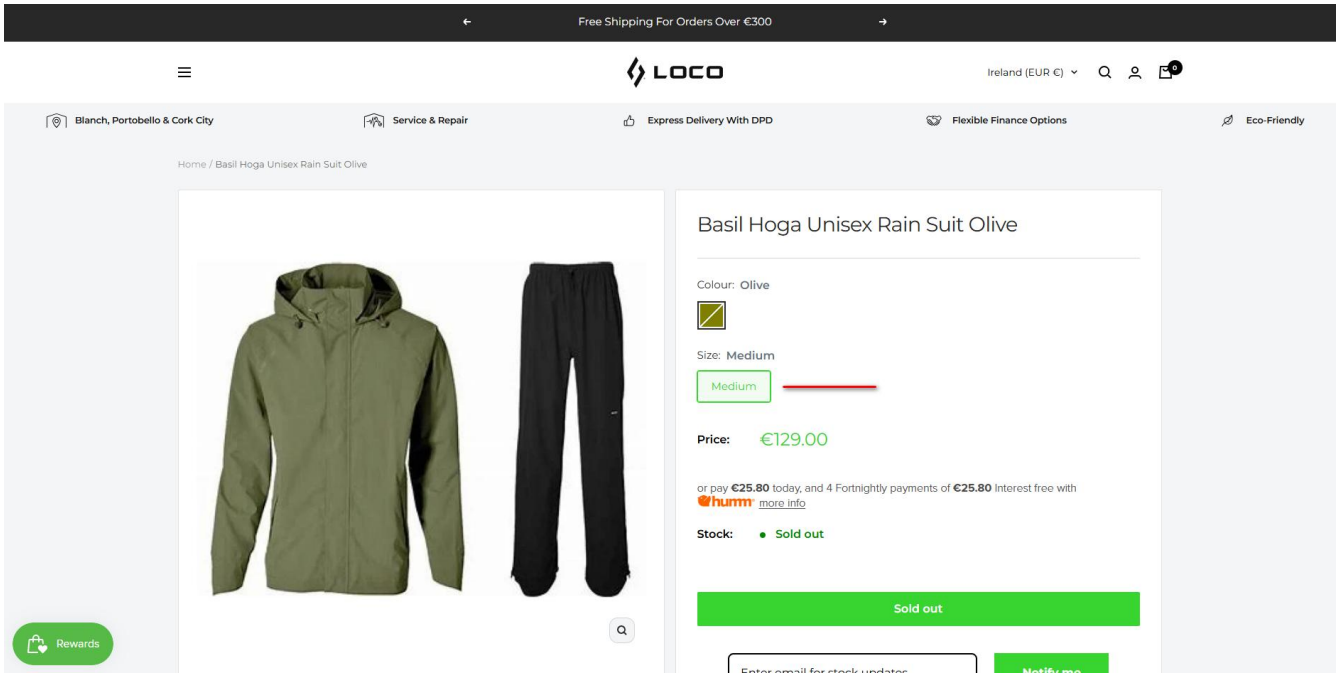
1. **Додати відеоогляди товарів.**
2. **Тривалість відео — близько 2 хвилин.**
3. **Розмістити мініатюри відеооглядів в одному блоці з основним зображенням — у вигляді горизонтальної стрічки мініатюр із можливістю прокручування.**
4. **Після натискання на мініатюру відкривати спливаюче вікно з відеоплеєром для відтворення відео.**

Сторінки товарів. Таблиця розмірів

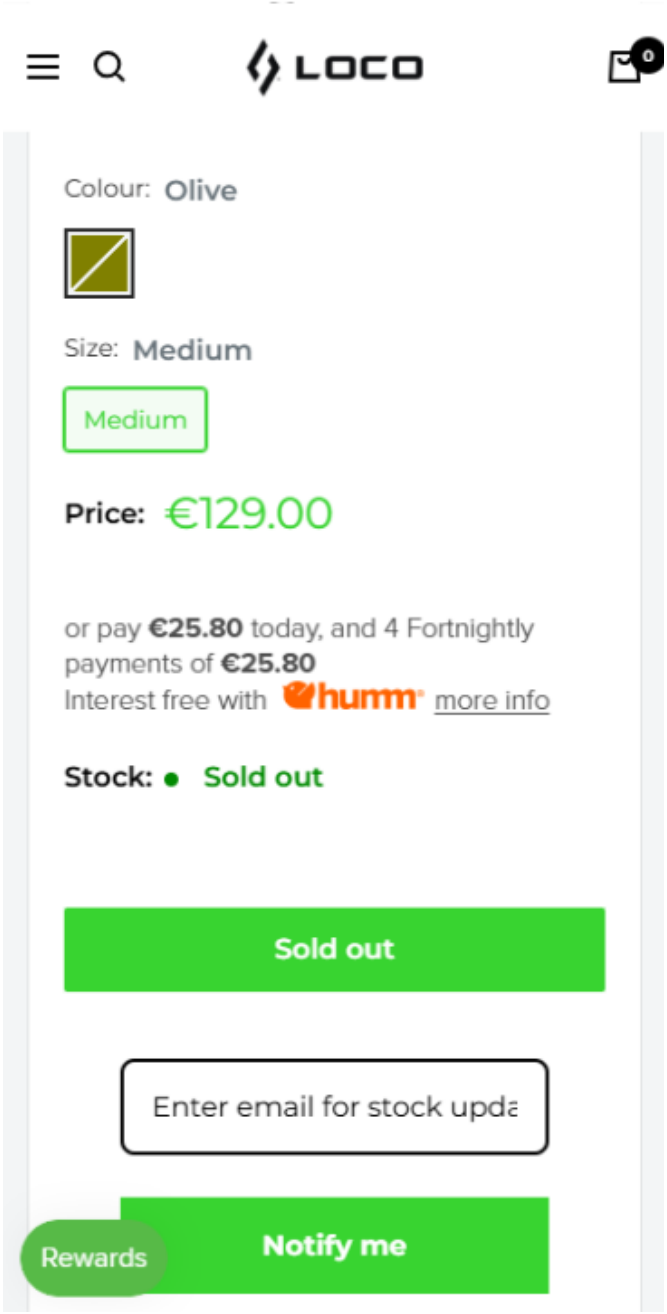
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У картках товарів немає таблиці розмірів, а також відсутнє посилання або кнопка для її перегляду.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

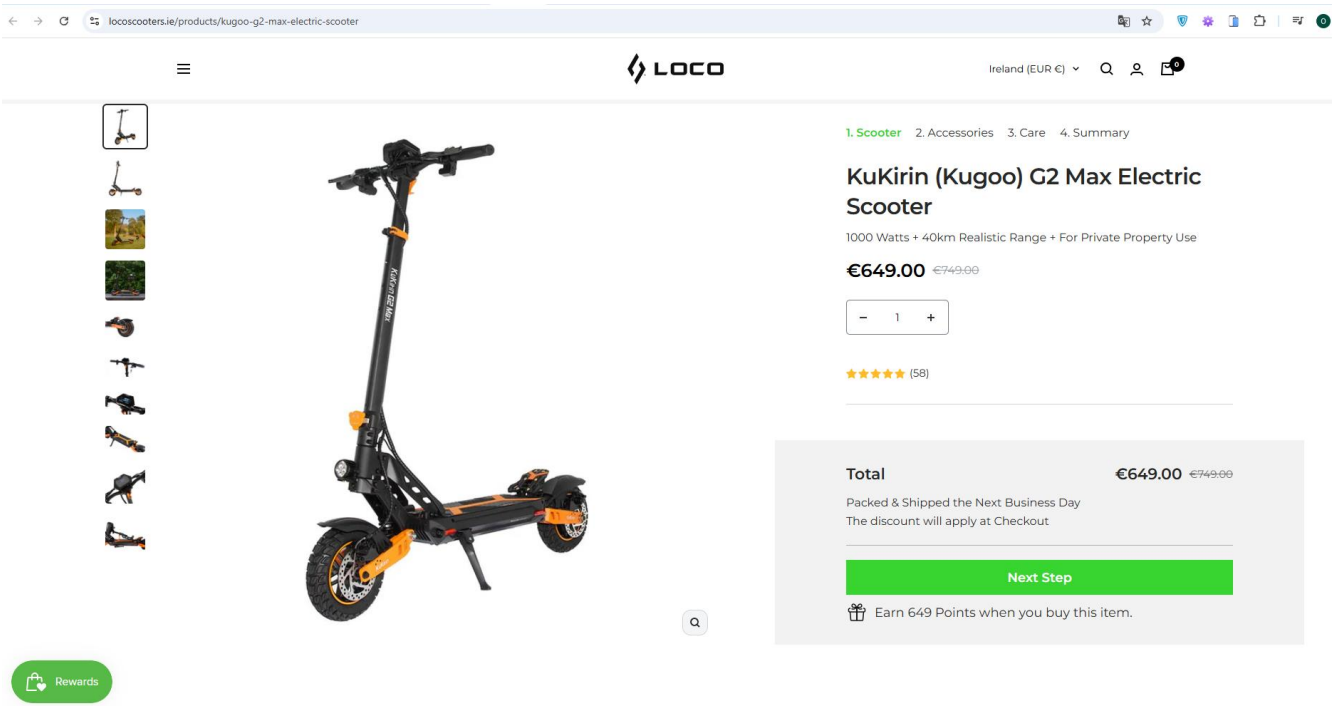
1. **Додати посилання/кнопку "Size chart" до карток товарів.**
2. **Розмістити посилання/кнопку "Size chart" поруч з елементами вибору розміру.**
3. **Після натискання на посилання/кнопку "Size chart" відображати спливаюче вікно з таблицею розмірів.**
4. **Використовувати таблицю розмірів для конкретного товару, а не загальну таблицю розмірів.**
5. **Використовувати загальноприйняті міжнародні позначення розмірів.**

Сторінки товарів. Інформація про безкоштовну доставку товару (поруч із кнопкою "Buy")

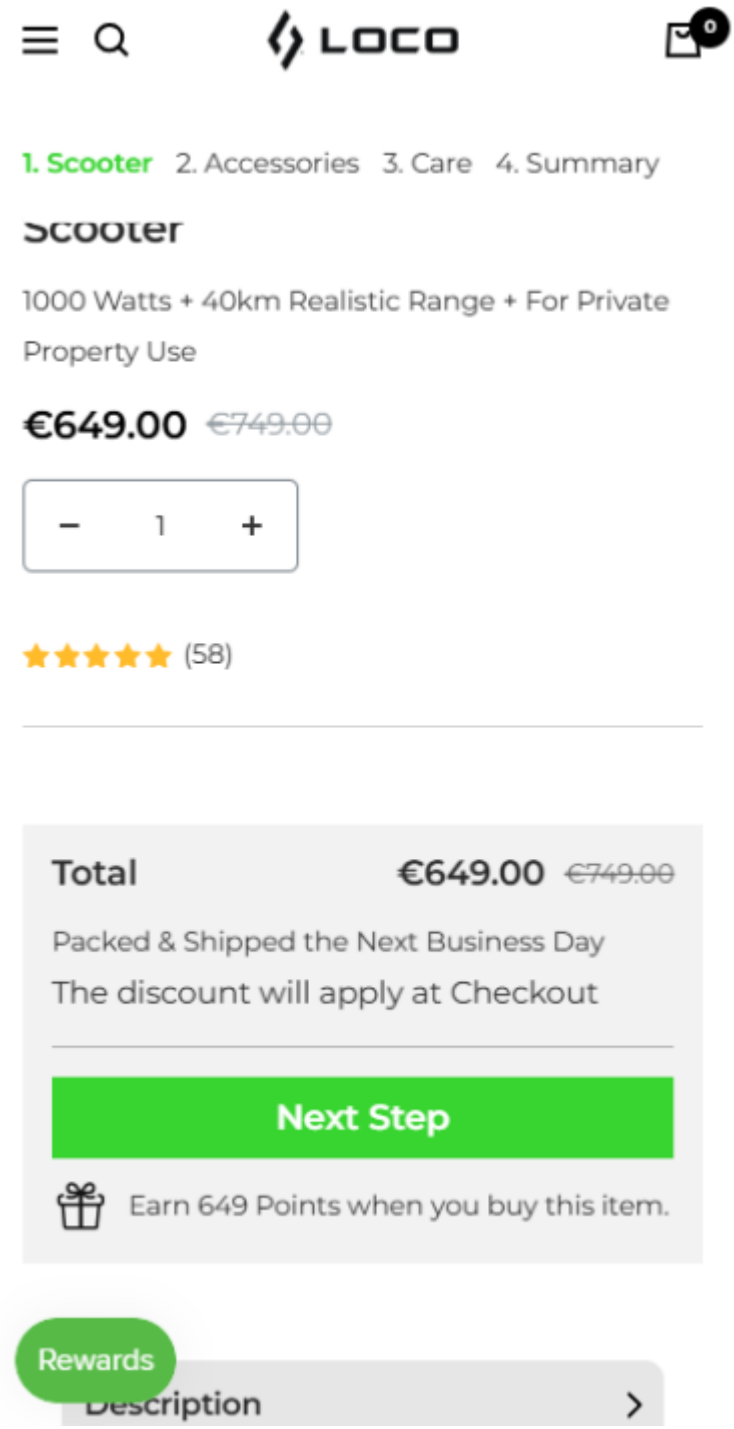
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках товарів відсутня інформація про безкоштовну доставку поруч із кнопкою "Add to cart".

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

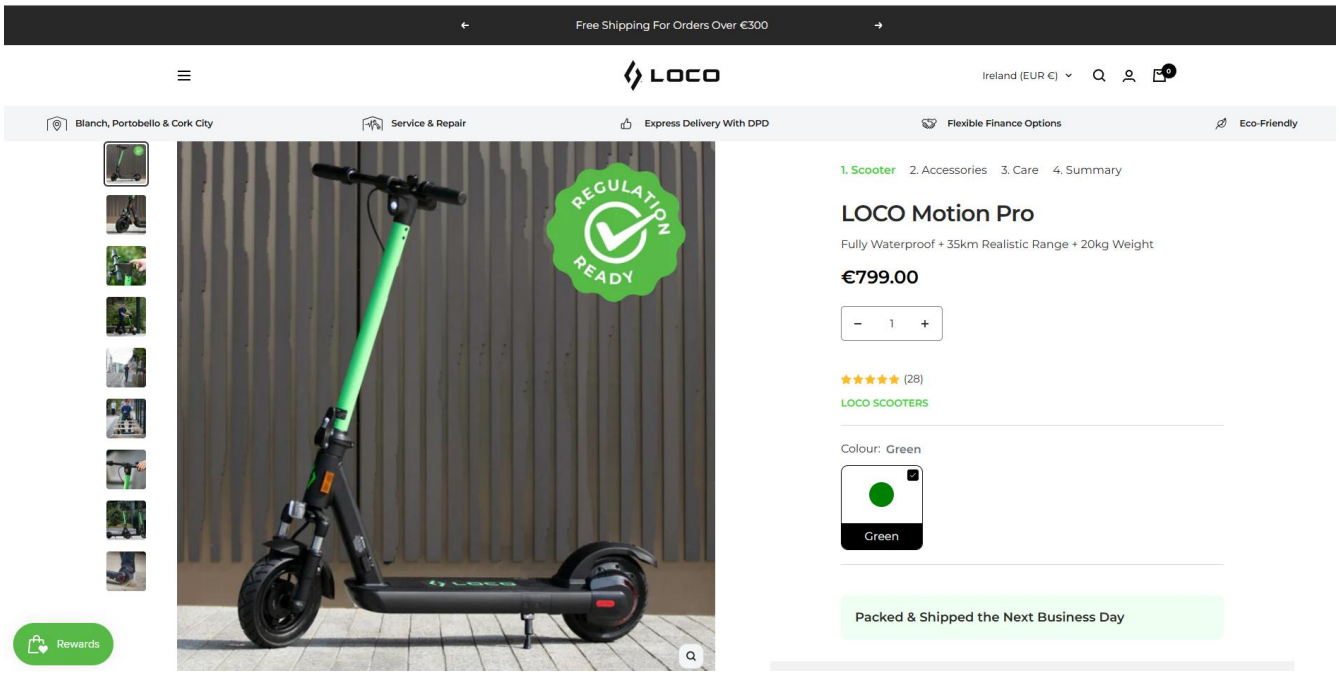
1. **Додати інформацію про безкоштовну доставку поруч із кнопкою "Add to cart".**

Сторінки товарів. Інформація про терміни доставки

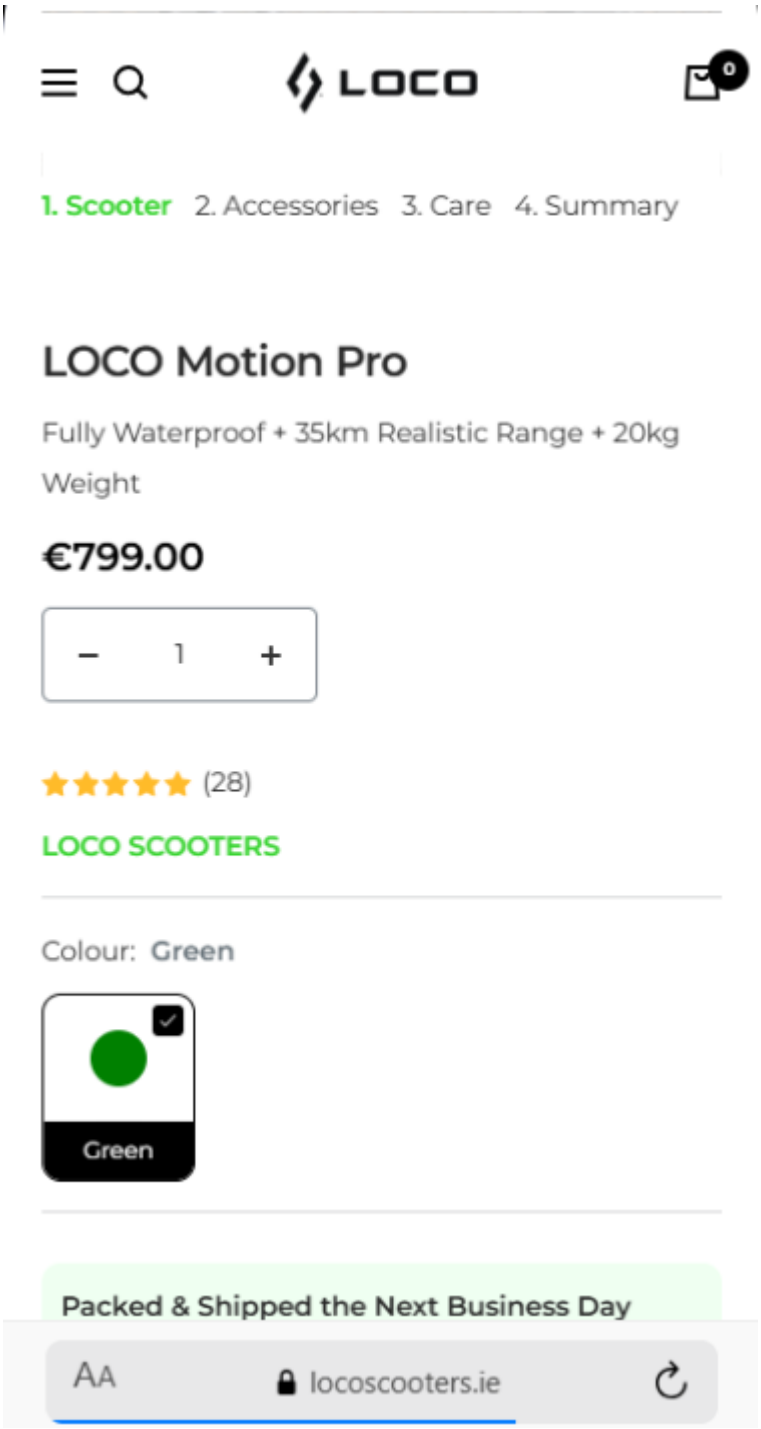
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У першому екрані сторінок товарів (у мобільній версії — у другому екрані) відсутня інформація про терміни доставки.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

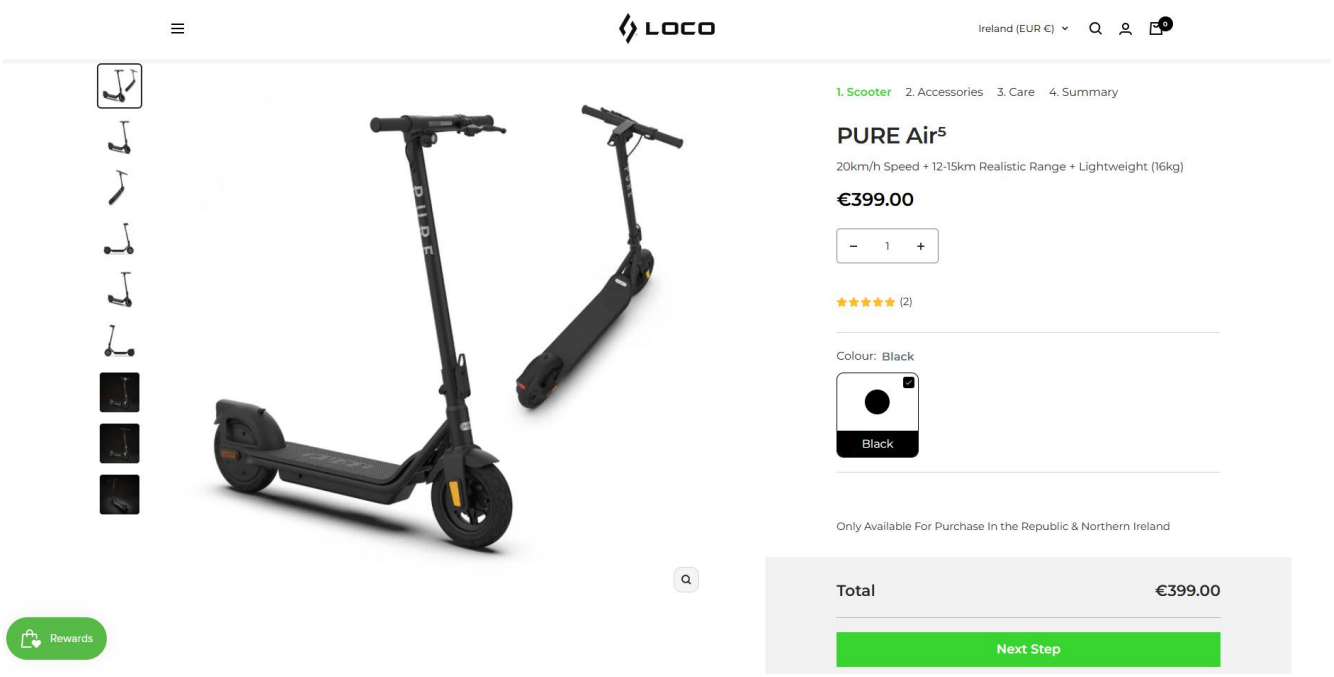
1. **Додати інформацію про терміни доставки, наприклад: "Delivery time: 3-7 days".**
2. **Використовувати відповідну іконку поруч із кнопкою додавання товару до кошика.**

Сторінки товарів. Інформація про гарантію

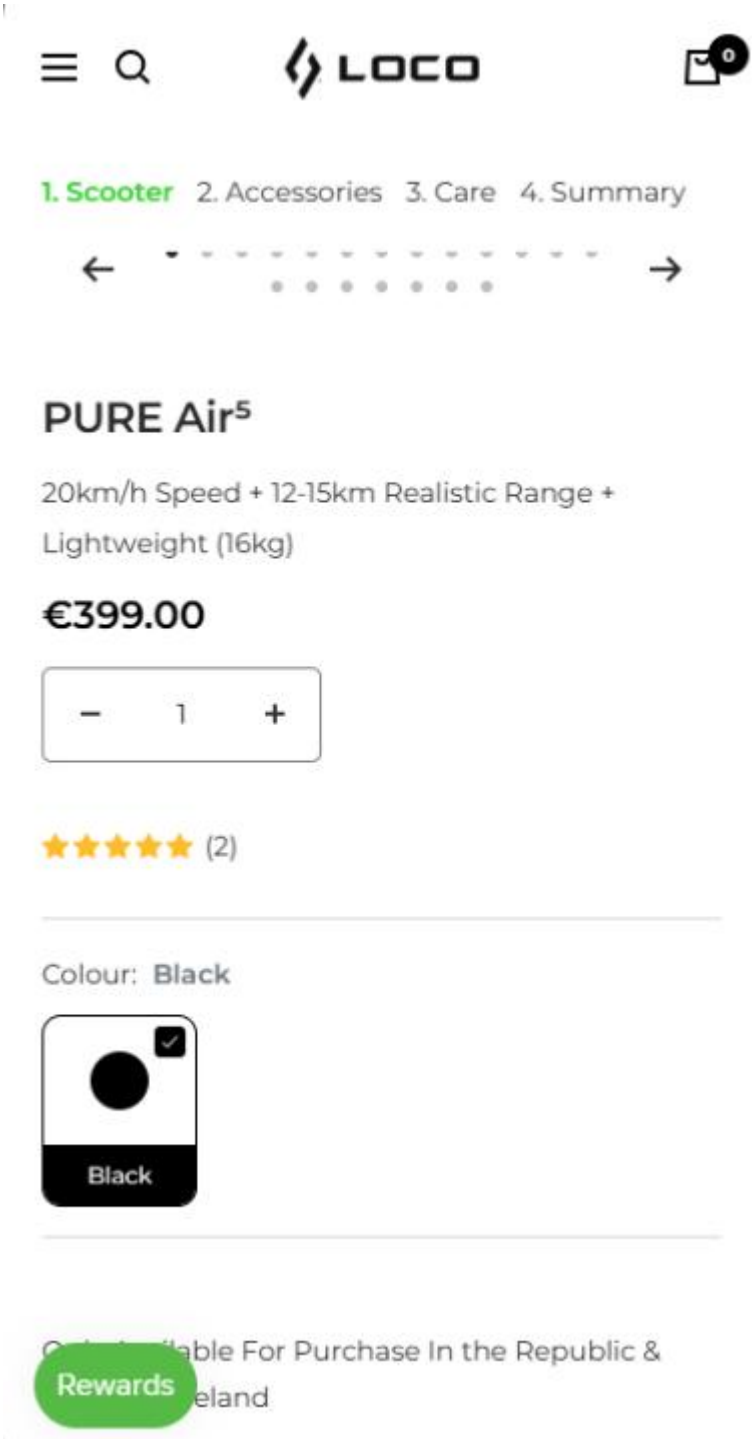
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У першому екрані сторінок товарів (у мобільній версії — у другому екрані) відсутня інформація про гарантію.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

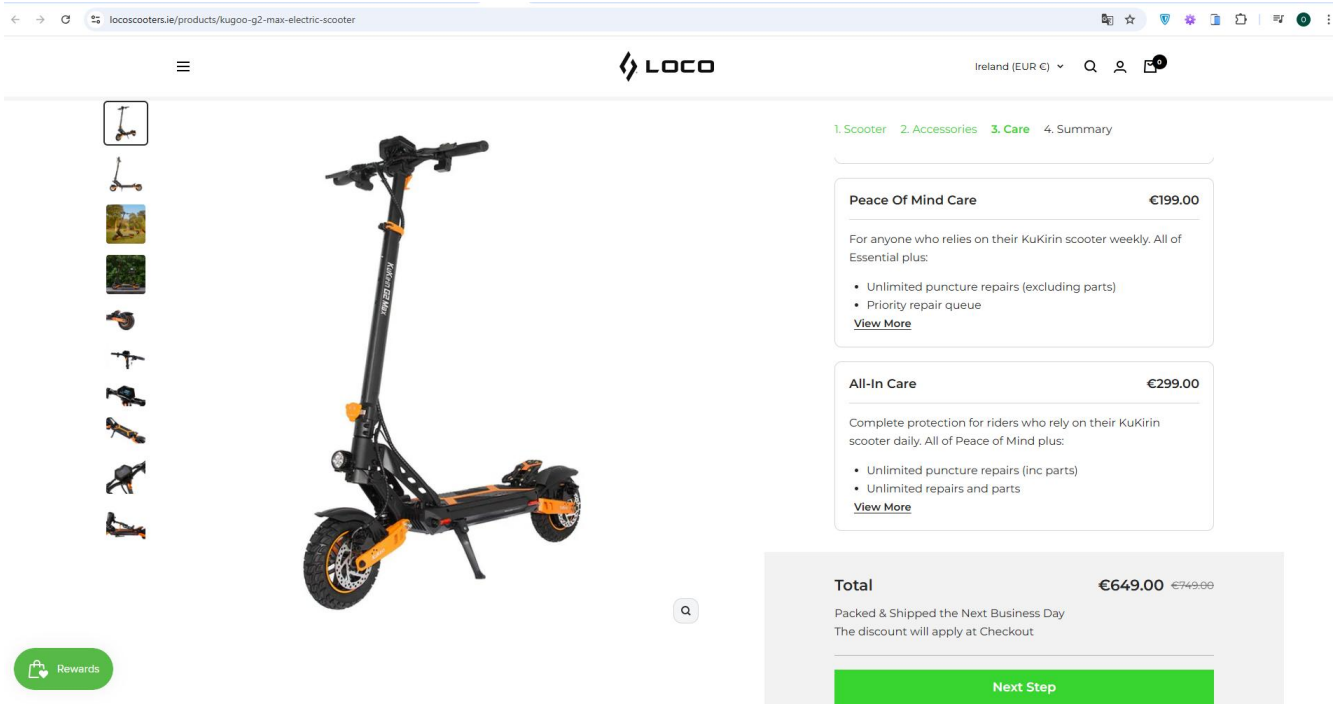
1. **Додати інформацію про гарантію (короткі відомості, наприклад: гарантія 2 роки).**

Сторінки товарів. "Next step"

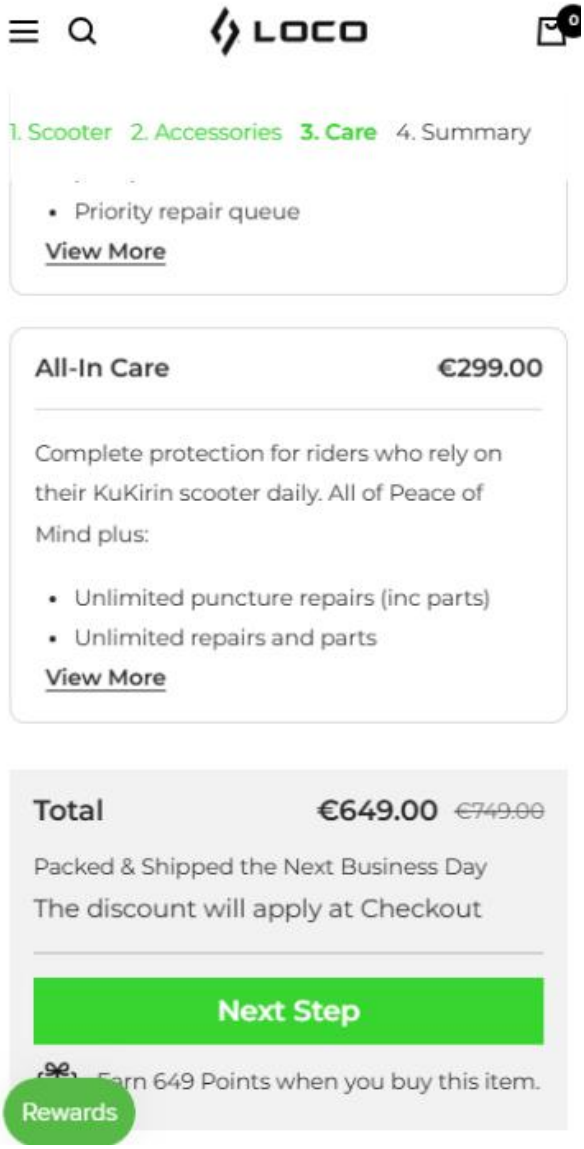
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Щоб додати товар до кошика, користувачеві потрібно виконати ще чотири дії. Незрозуміло, чи можна пропустити ці кроки (і як це зробити), чи вони є обов'язковими. Щоб перейти до наступного етапу, користувачеві доводиться постійно прокручувати сторінку. Повернутися до попереднього кроку неможливо.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

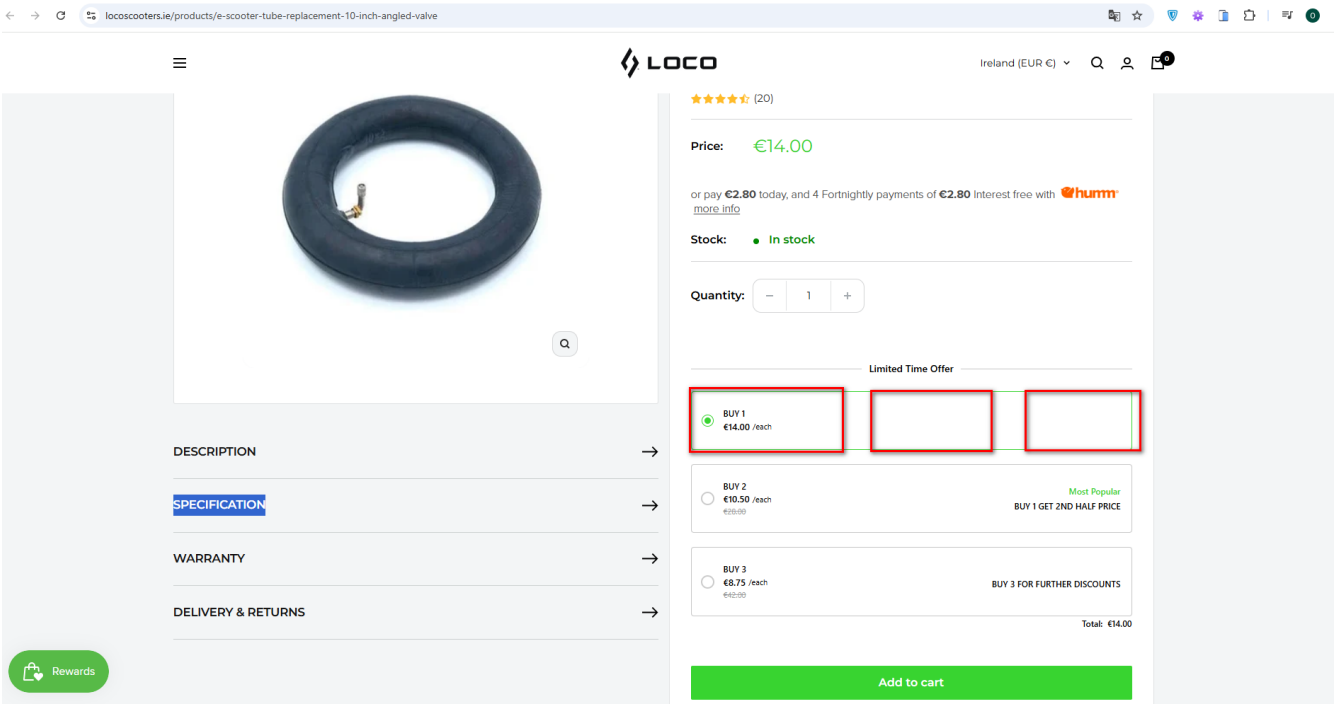
1. **Прибрати додаткові етапи купівлі супутніх товарів.**
2. **Використовувати кнопку "Add to cart".**
3. **Розмістити елементи вибору додаткових товарів і послуг під кнопкою.**
4. **Реалізувати ці елементи у вигляді кнопок "Select accessories" і "Select service and maintenance".**
5. **Після натискання на кнопку відображати спливаюче вікно з можливістю додавання товару/послуги.**
6. **Додати кнопку "Add to order" поруч із кожним товаром/послугою.**
7. **Використовувати блок "Related products".**

Сторінки товарів. Варіанти придбання товару

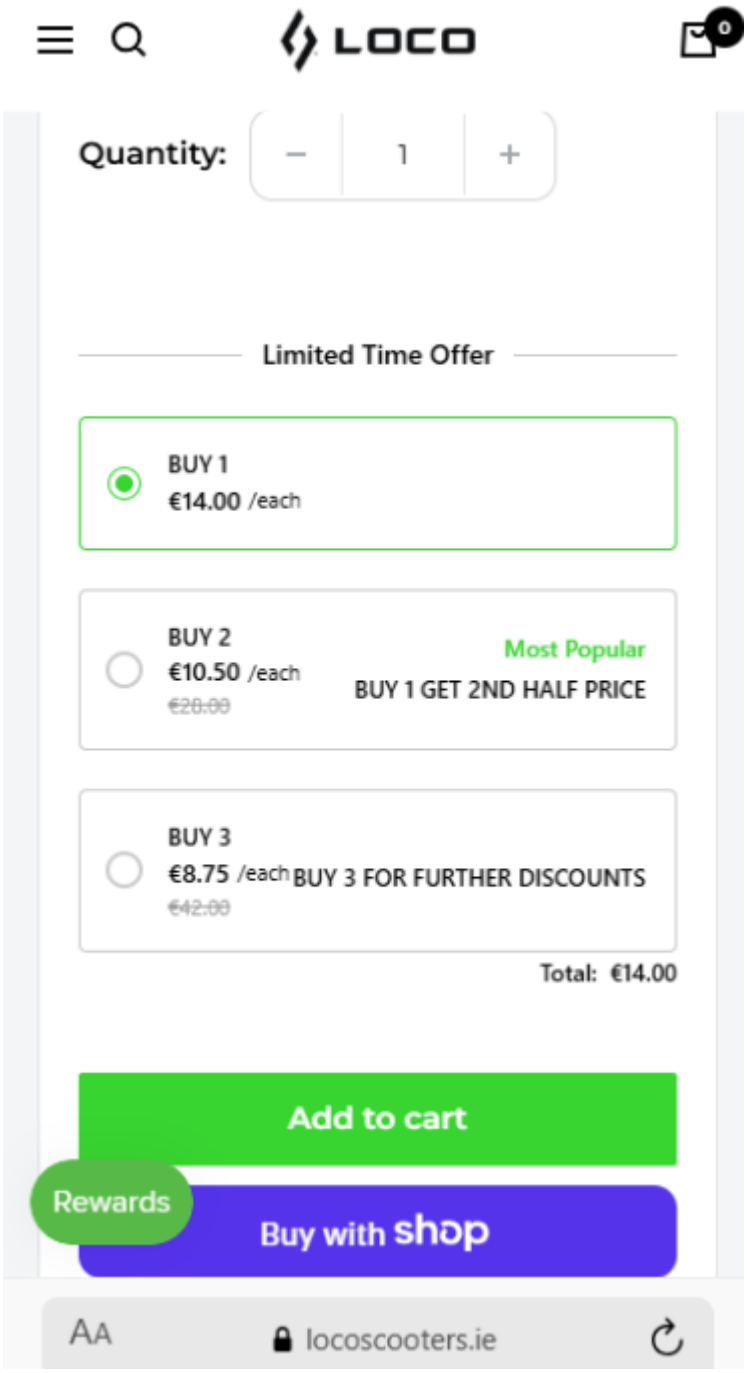
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Варіанти придбання товару займають багато місця.

<u>Десктопна версія</u>



Мобільна версія



Рекомендації

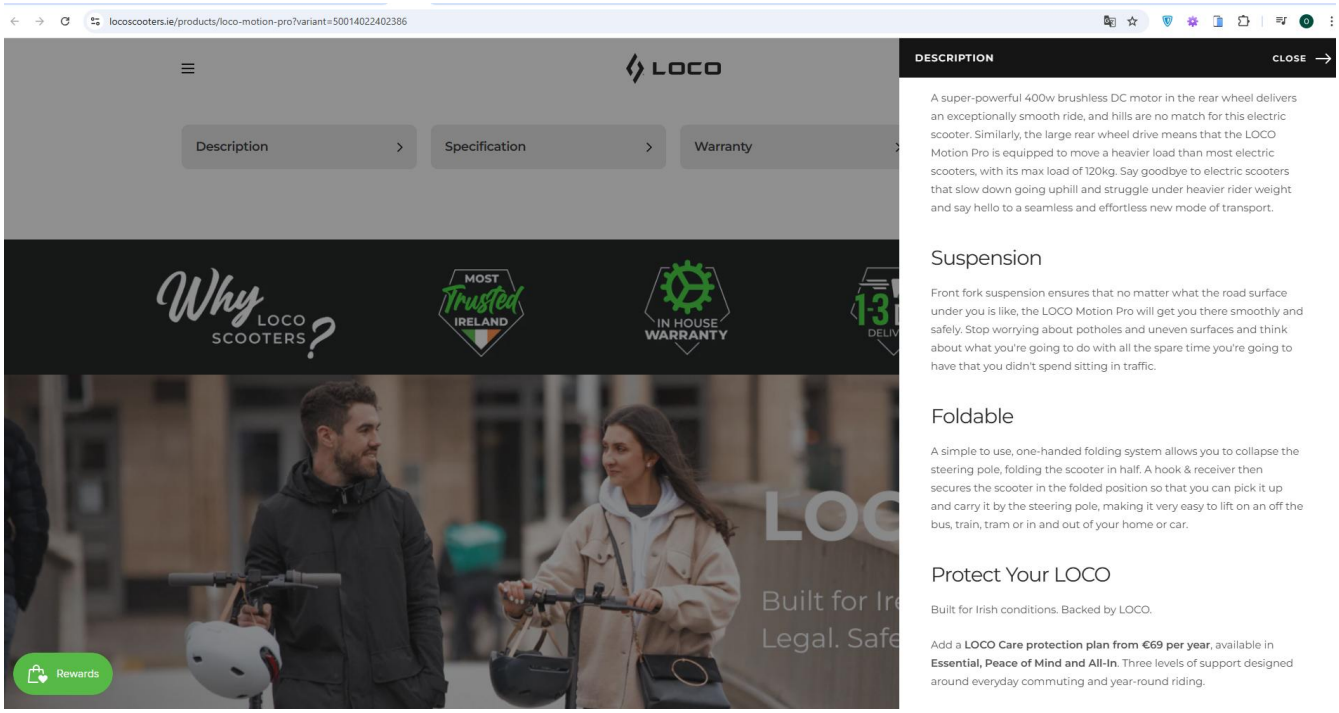
1. **Використовувати невеликі чекбокси та розташувати їх в один горизонтальний ряд.**

Сторінки товарів. Розташування інформації

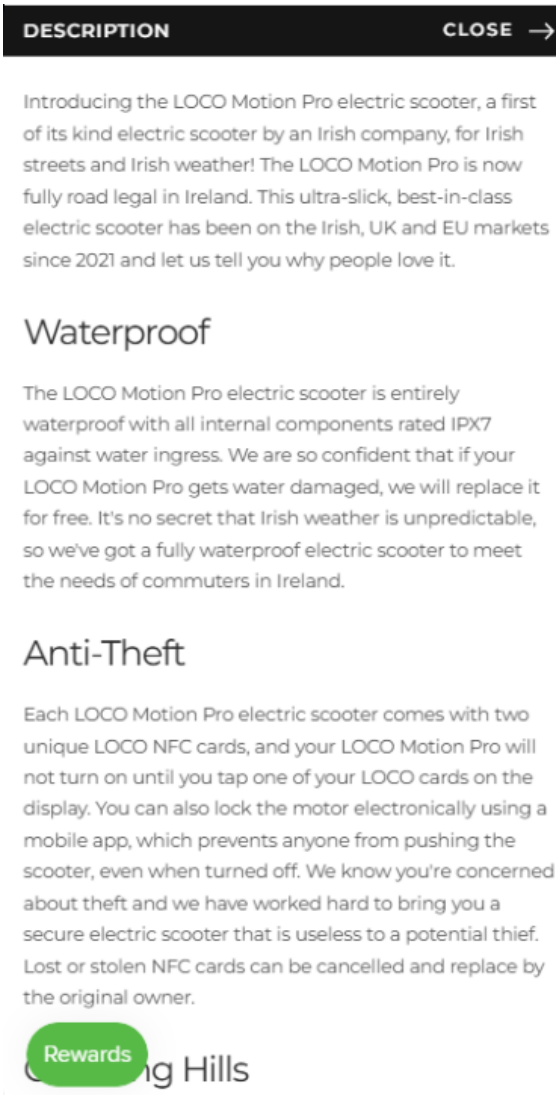
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Після натискання на вкладки відкривається спливаюче вікно, проте на самій сторінці міститься великий обсяг інформації. Крім того, сторінки дуже довгі, і не завжди зрозуміло, де саме шукати ту чи іншу інформацію.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

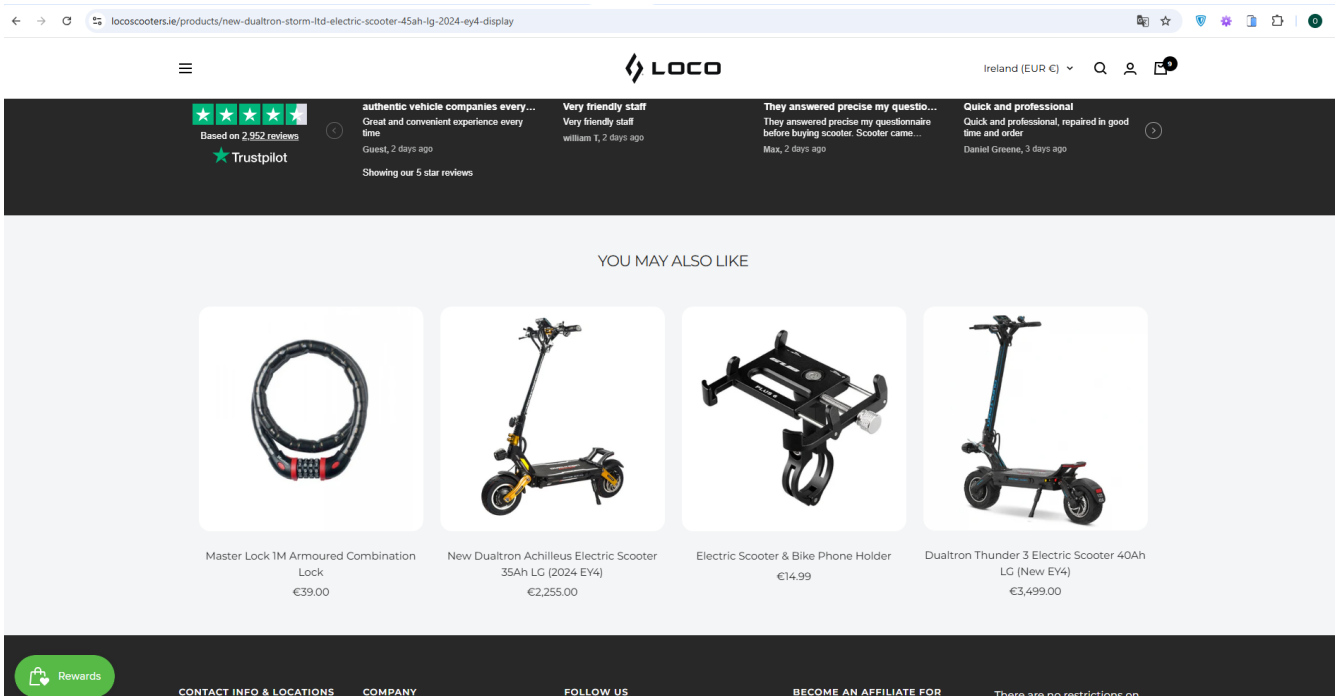
1. **Розподілити всю інформацію на сторінці за вкладками.**
2. **Після натискання на вкладку інформація має відображатися безпосередньо в ній, без використання спливаючих вікон.**
3. **Використовувати такі вкладки (зліва направо для десктопної версії, зверху вниз — для мобільної):**
    - **Characteristics**
    - **Description**
    - **Payment and delivery**
    - **Warranty and returns**
    - **Documentation/Certificates**
    - **Reviews**

Сторінки товарів. "Similar Products"

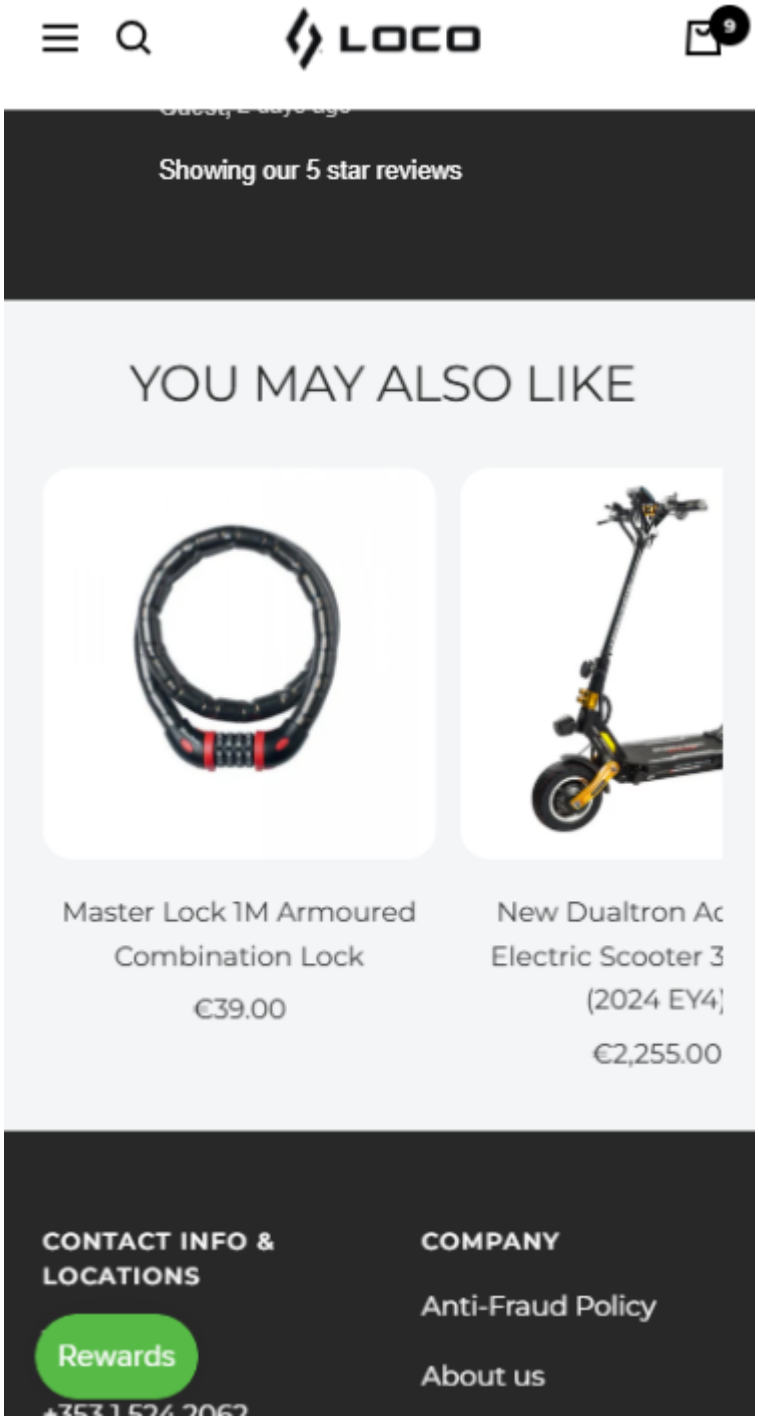
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Товари в блоці "Similar products" не відповідають основному товару на сторінці.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

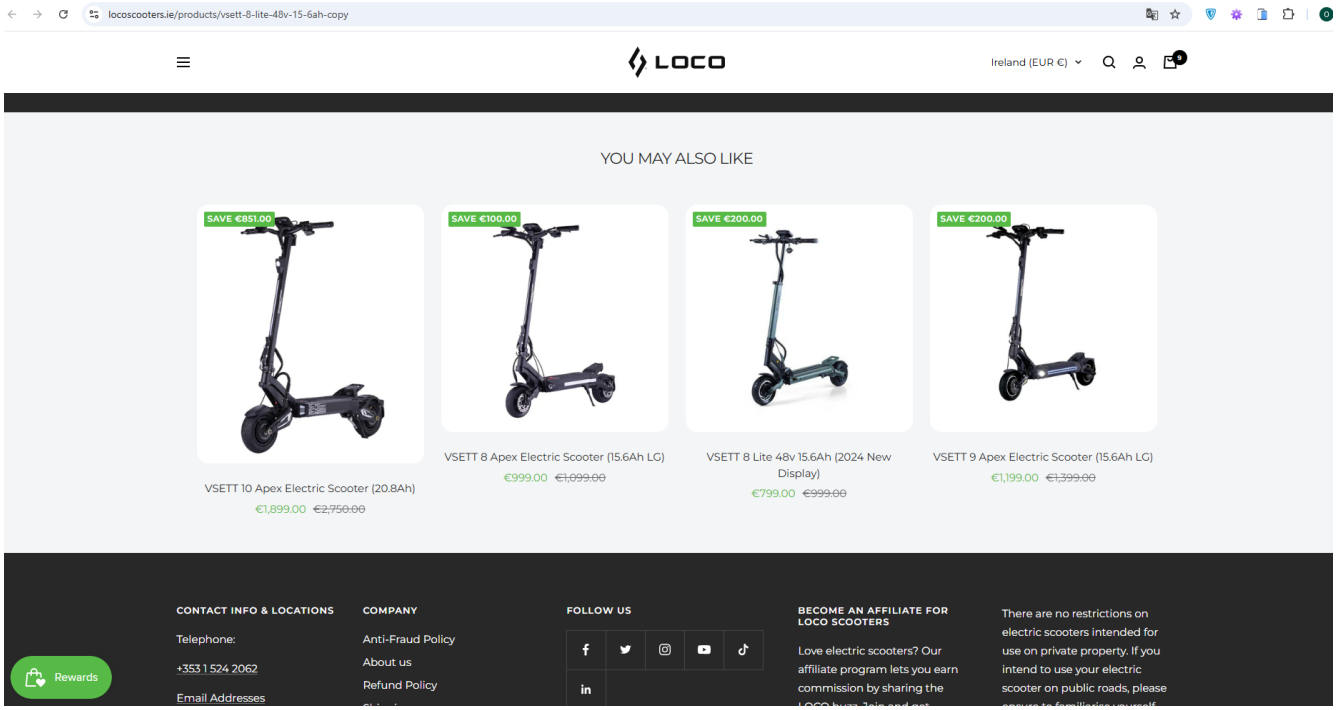
1. **Розробити алгоритм підбору товарів на основі ключових характеристик.**
2. **Додати до карток товарів усі елементи, що сприяють конверсії, — за аналогією з тим, як це реалізовано в картках товарів на сторінках категорій.**

Сторінки товарів. Related/Recommended Products

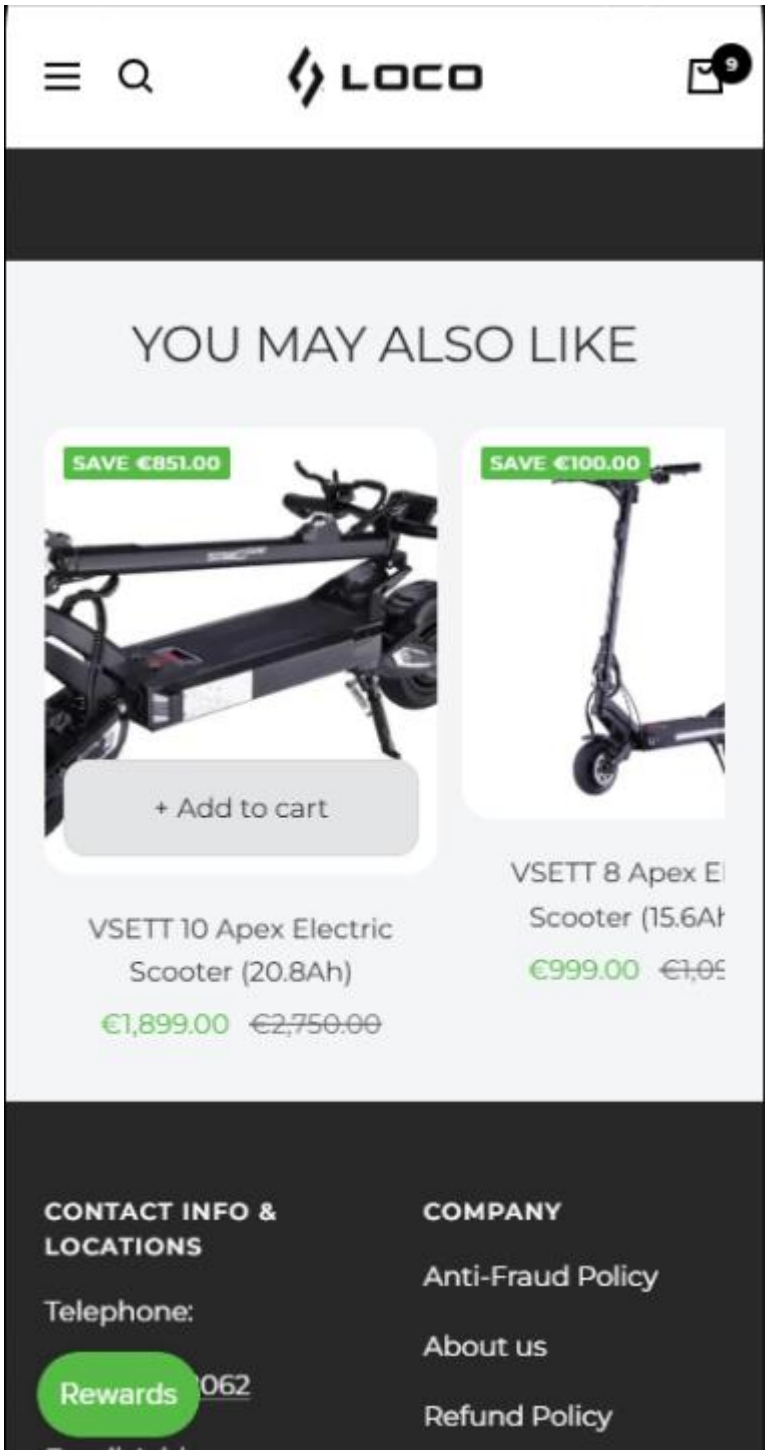
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінках товарів відсутній блок "Related/Recommended Products".

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

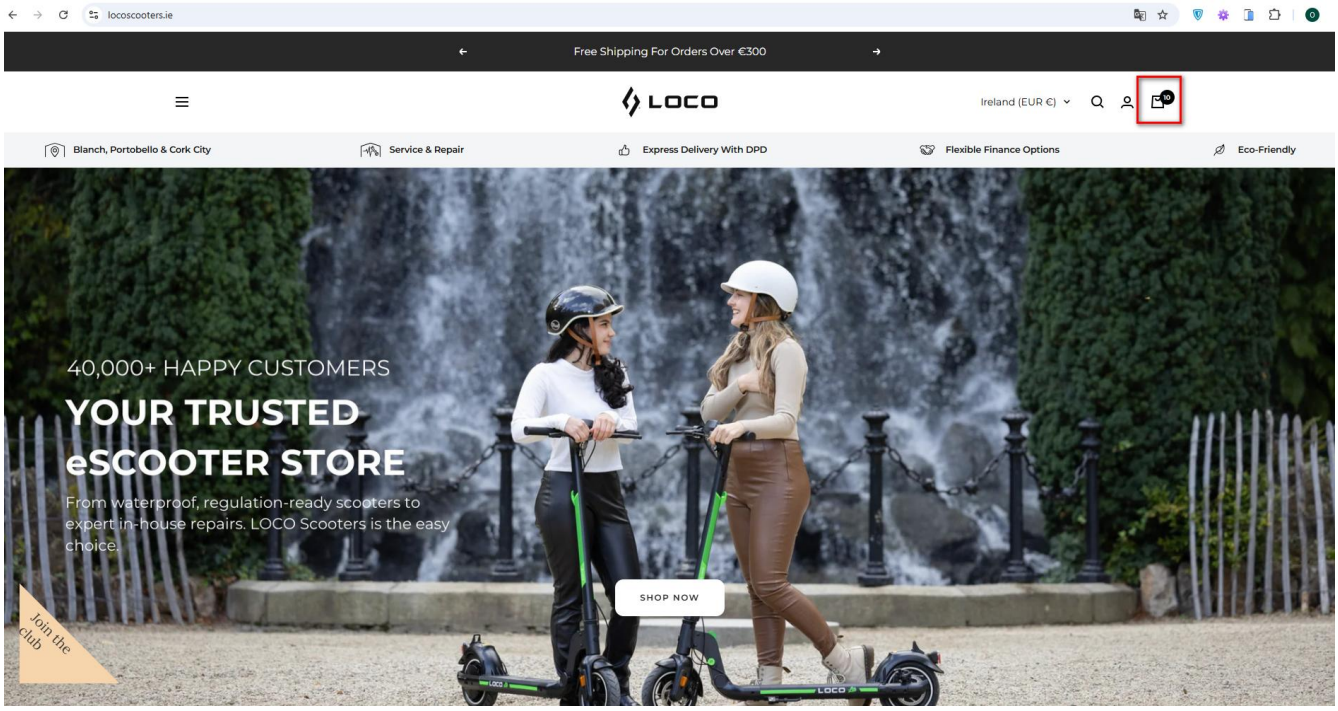
1. **Додати блок "Related/Recommended Products".**
2. **Розробити алгоритм підбору товарів на основі ключових характеристик.**
3. **Розмістити блок під основними блоками картки товару.**
4. **Додати до карток товарів усі конверсійні елементи за аналогією з картками товарів на сторінках категорій.**

Іконка кошика

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

В іконці кошика не відображається вартість товарів у євро — відображається лише їх кількість.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

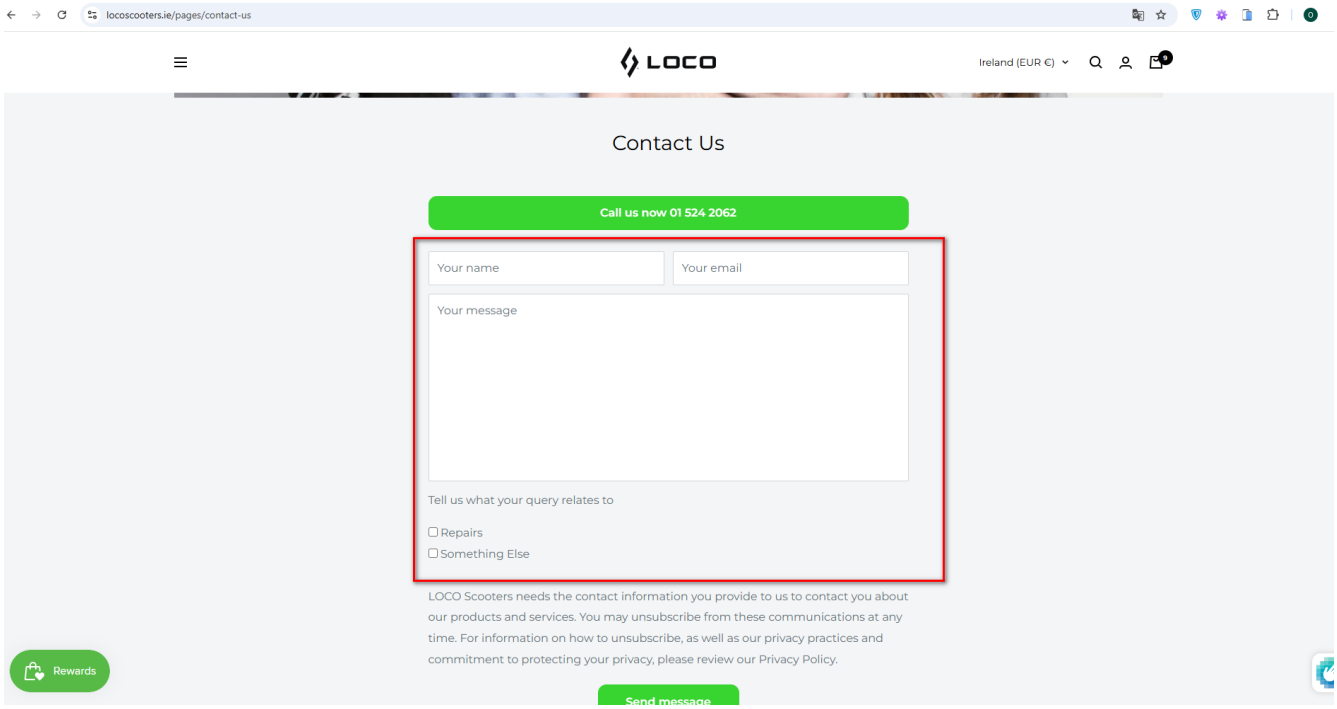
1. **Відображати в іконці кошика кількість товарів та їх загальну вартість у євро.**

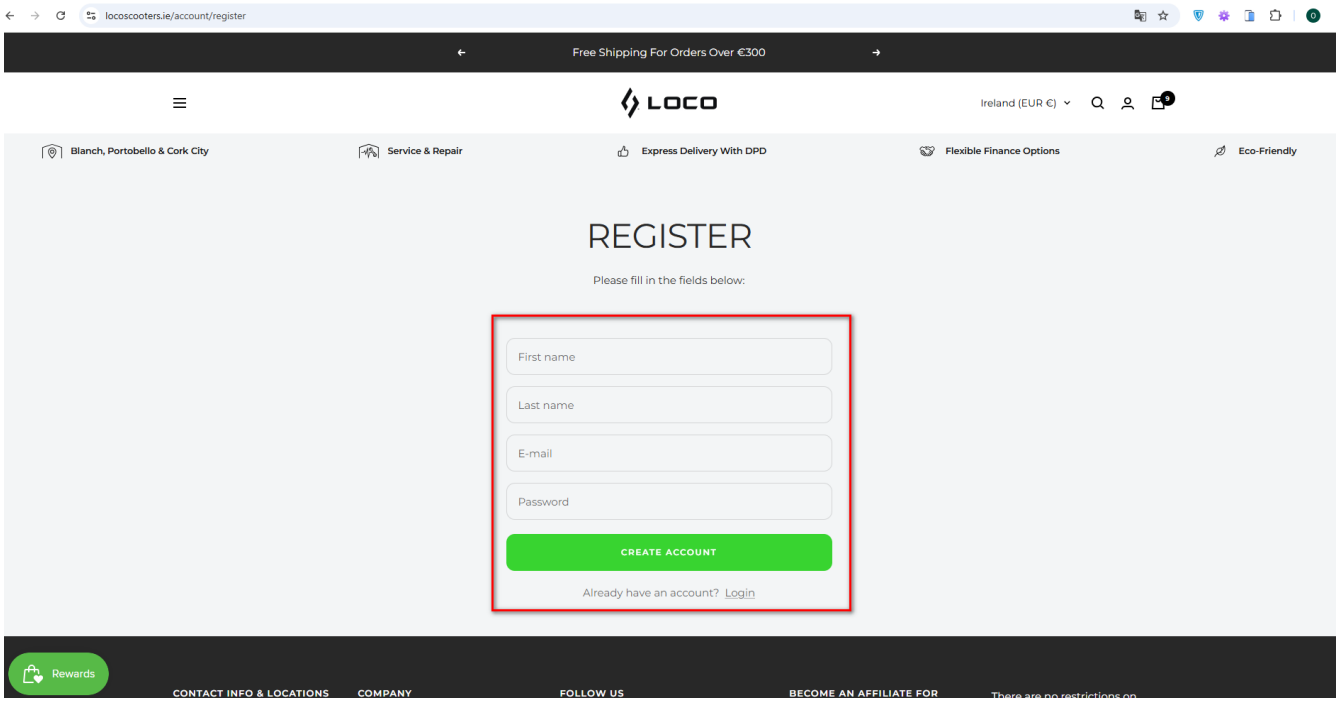
Форми для заповнення. Обов’язкові поля

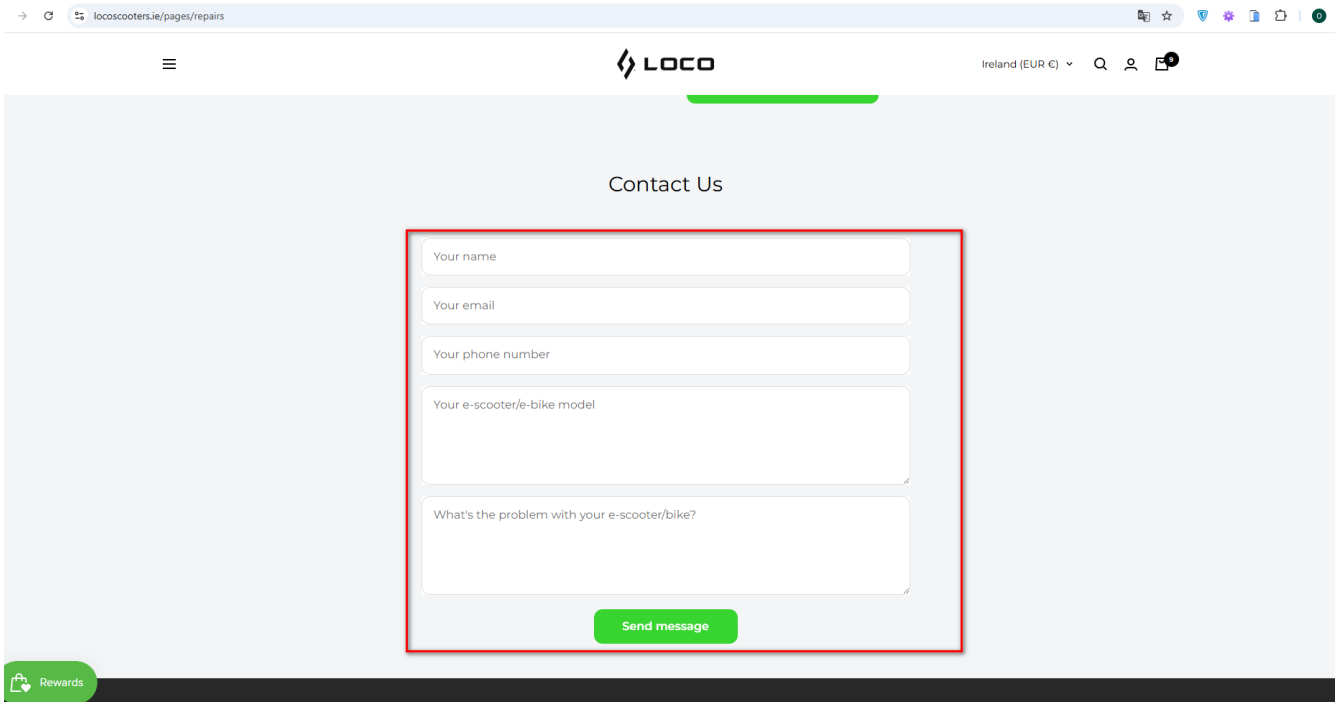
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Обов’язкові для заповнення поля ніяк не позначені.

Десктопна версія

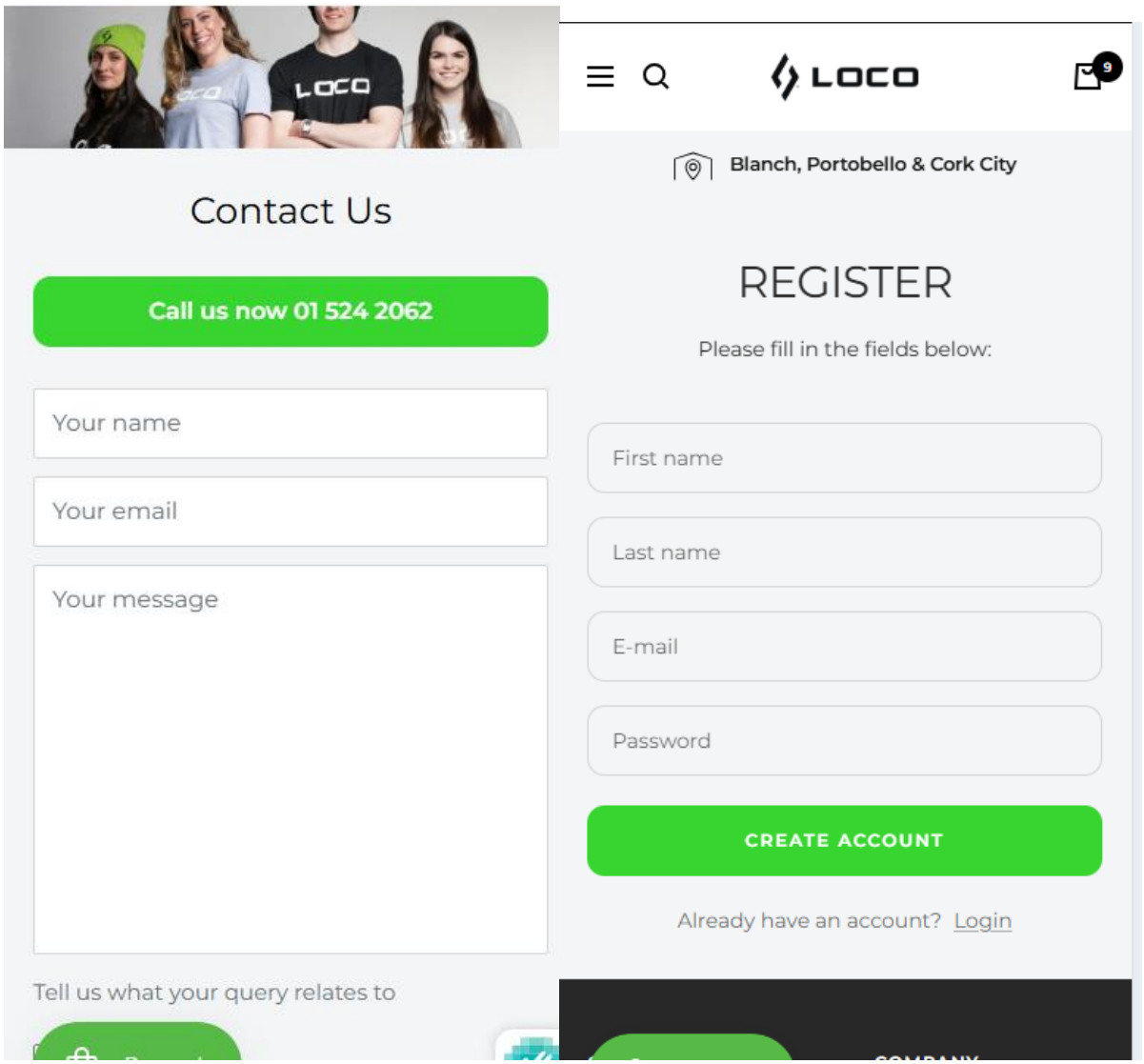


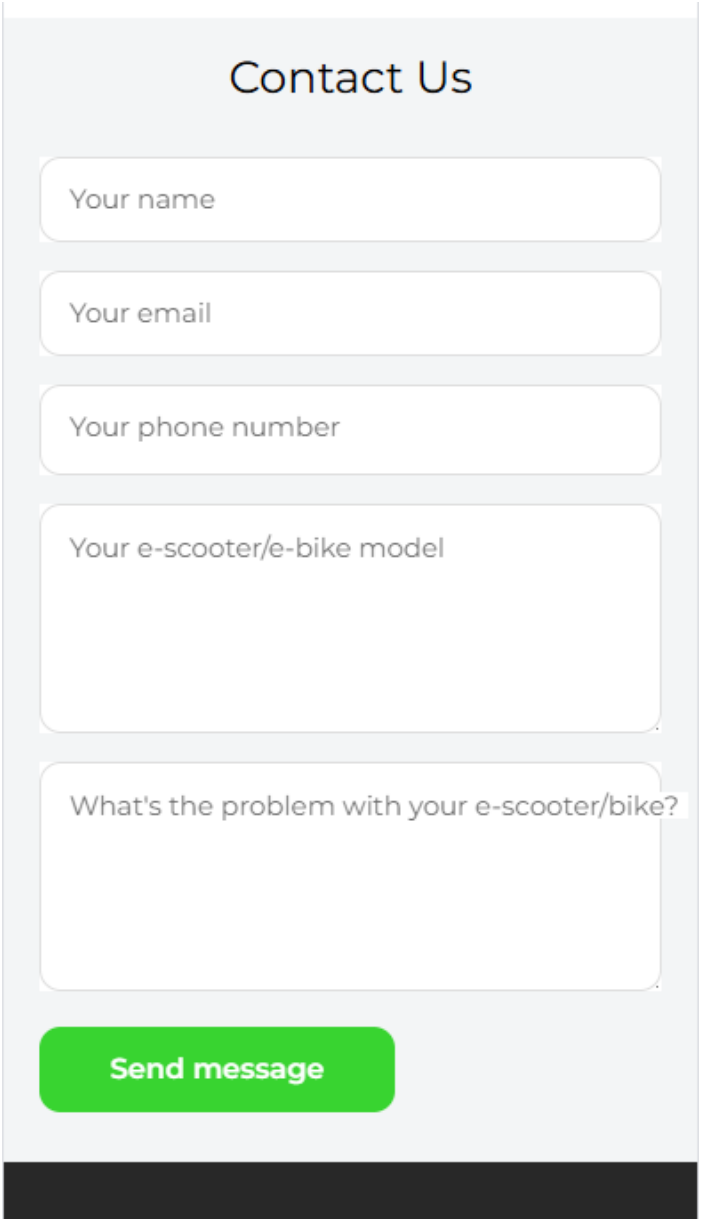




+38(050)637 32 86
info@om-audit.com
OM AUDIT
Аналіз елементів конверсії (CRO)

Мобільна версія





Рекомендації

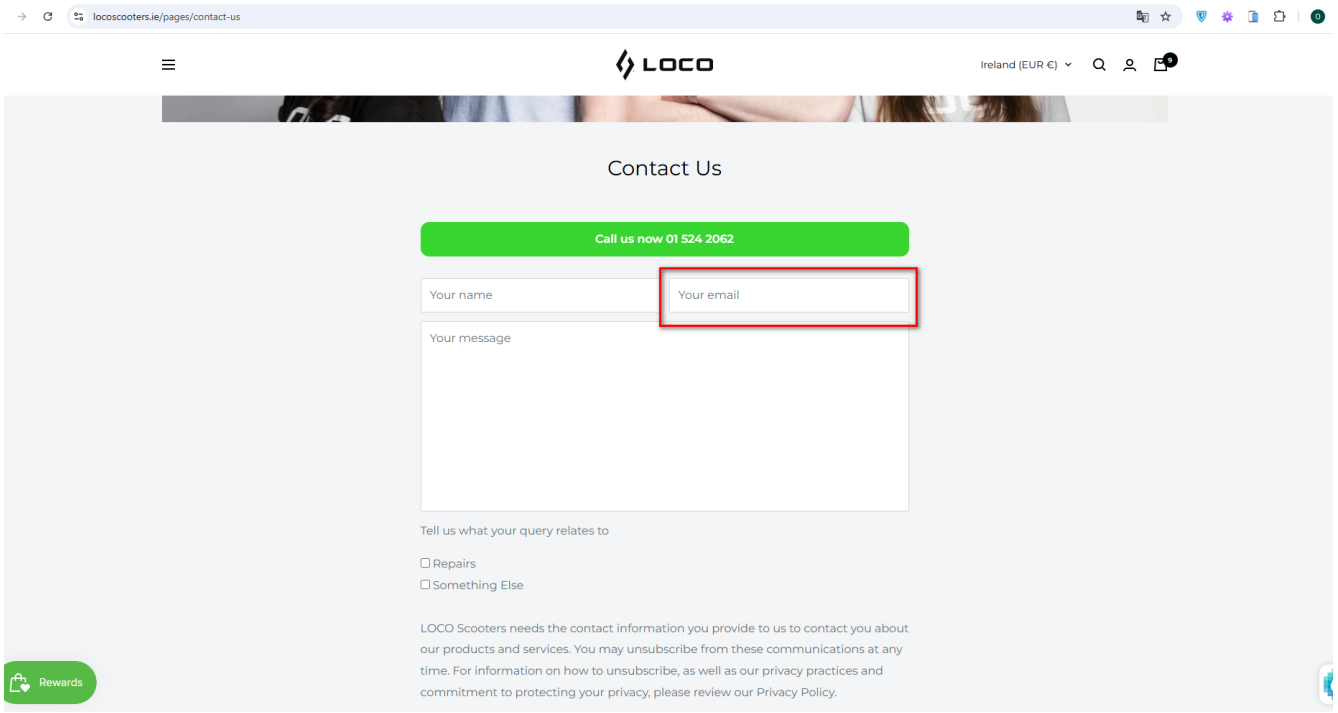
1. **Позначити обов'язкові для заповнення поля символом "*".**
2. **Над формою або під нею додати пояснення: "*" — required fields.**

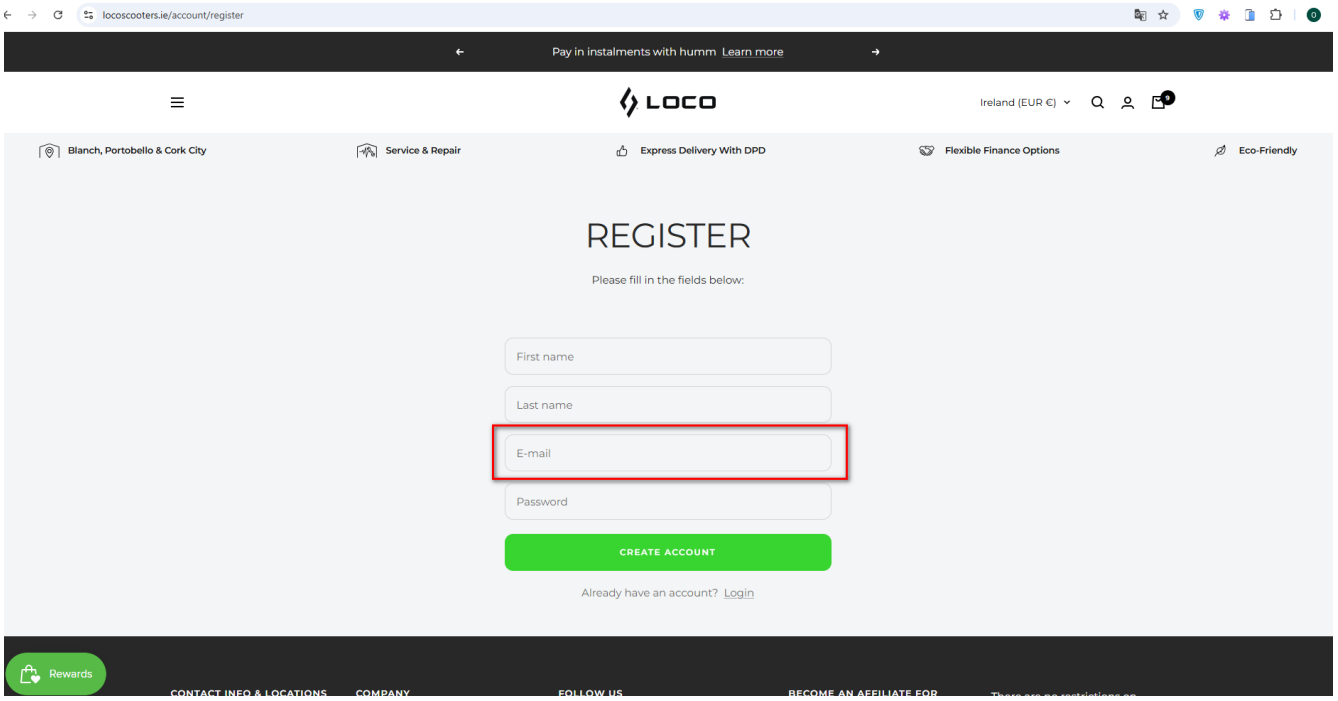
Форми для заповнення. Інформація про допустимі значення

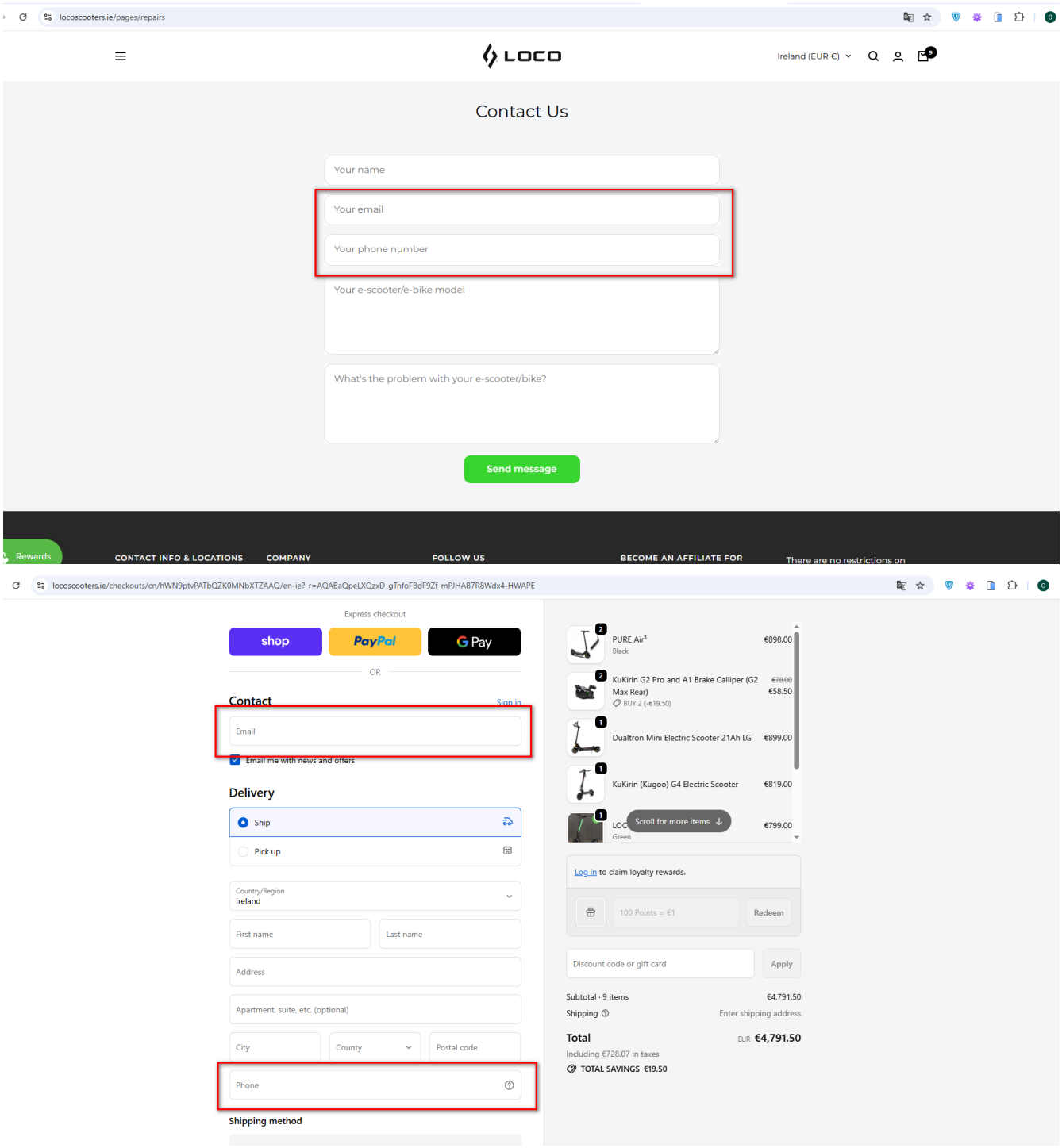
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Під час заповнення форми відсутня інформація про допустимі значення, які можна вводити в поля.

Десктопна версія

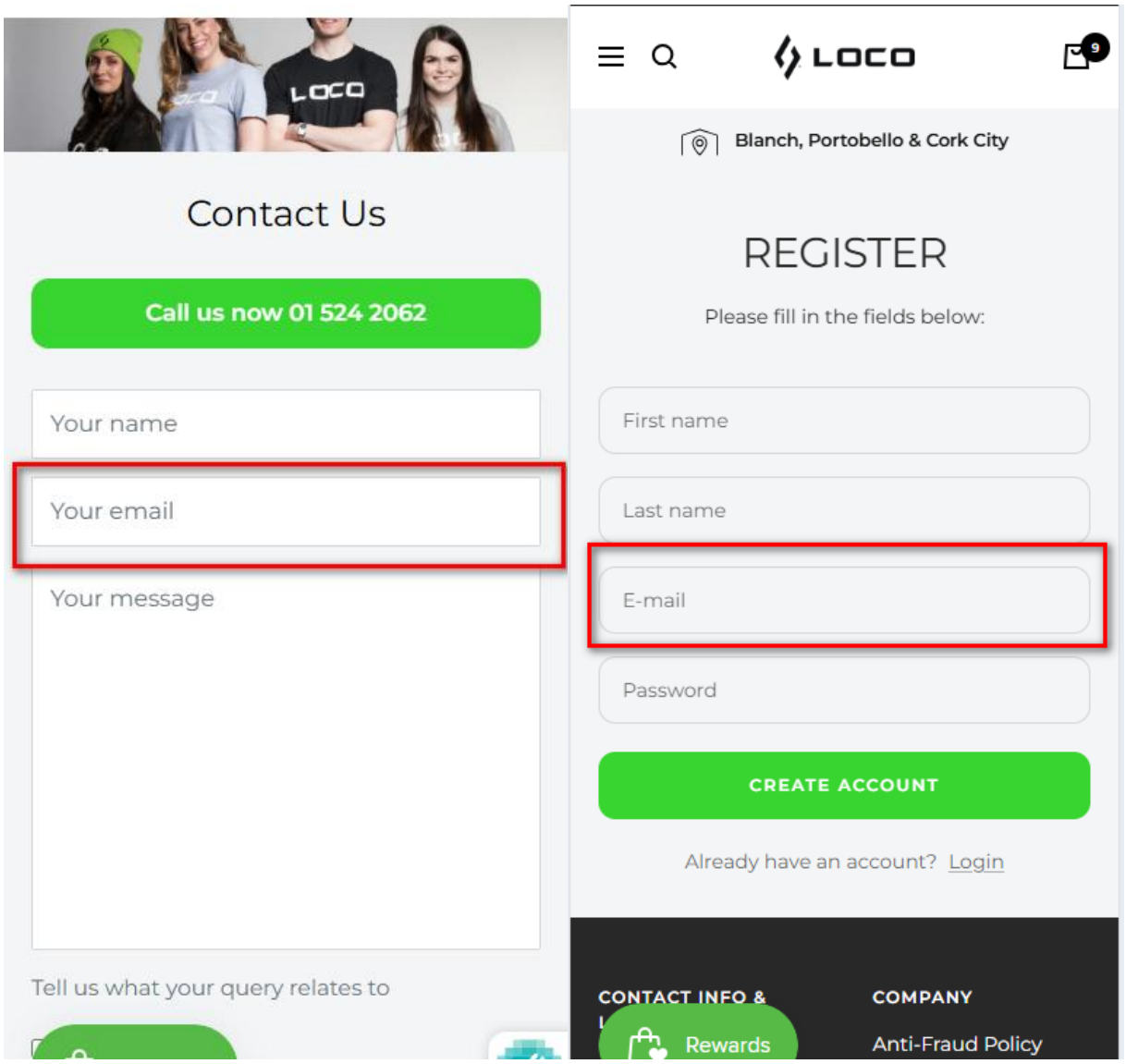


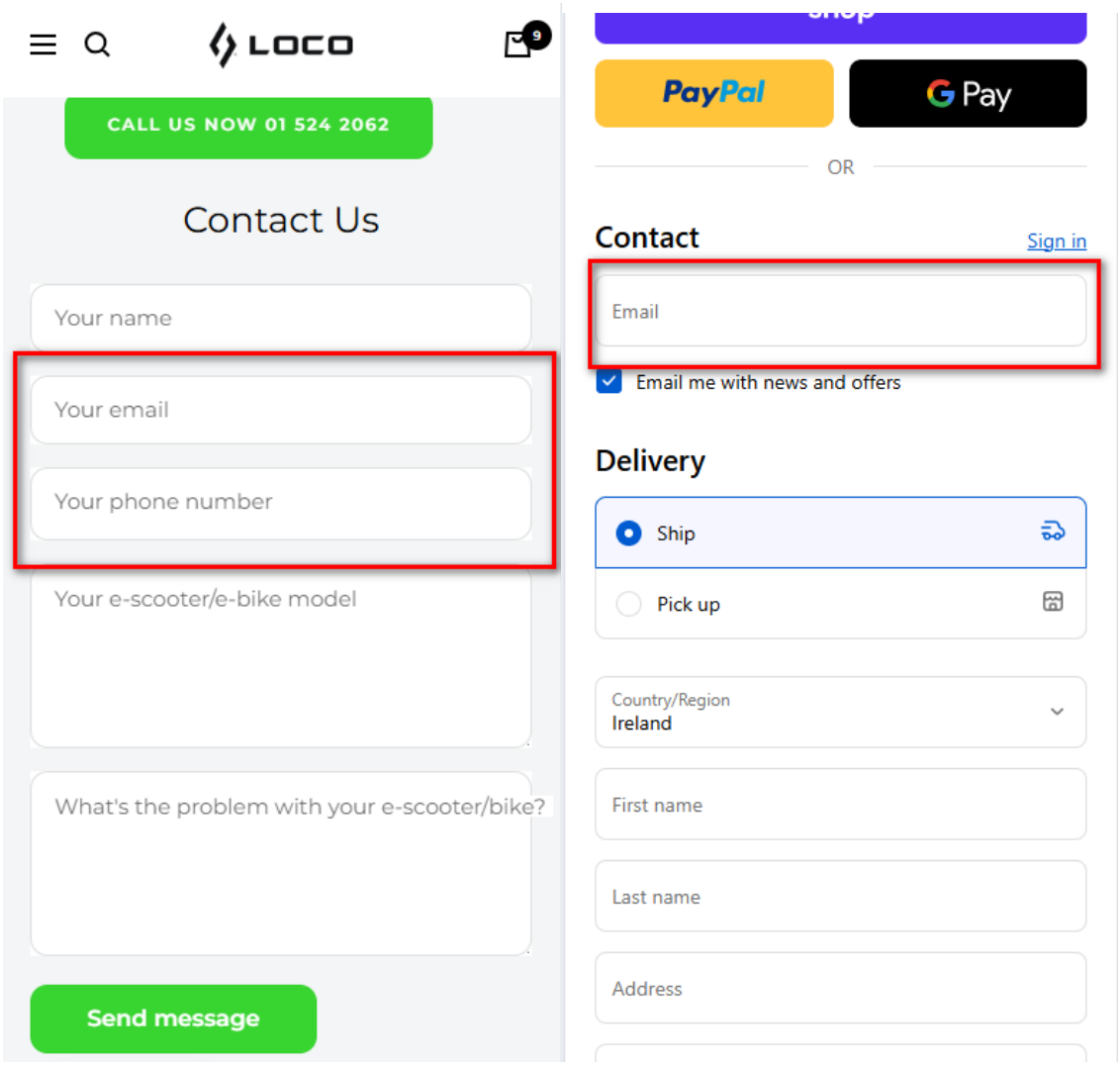




+38(050)637 32 86
info@om-audit.com
OM AUDIT
Аналіз елементів конверсії (CRO)

Мобільна версія

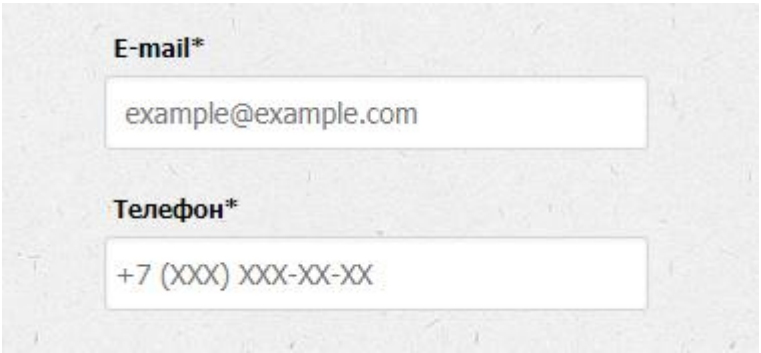




Рекомендації

1. **Додати приклади правильного введення даних в обов'язкові для заповнення поля.**

Наприклад:

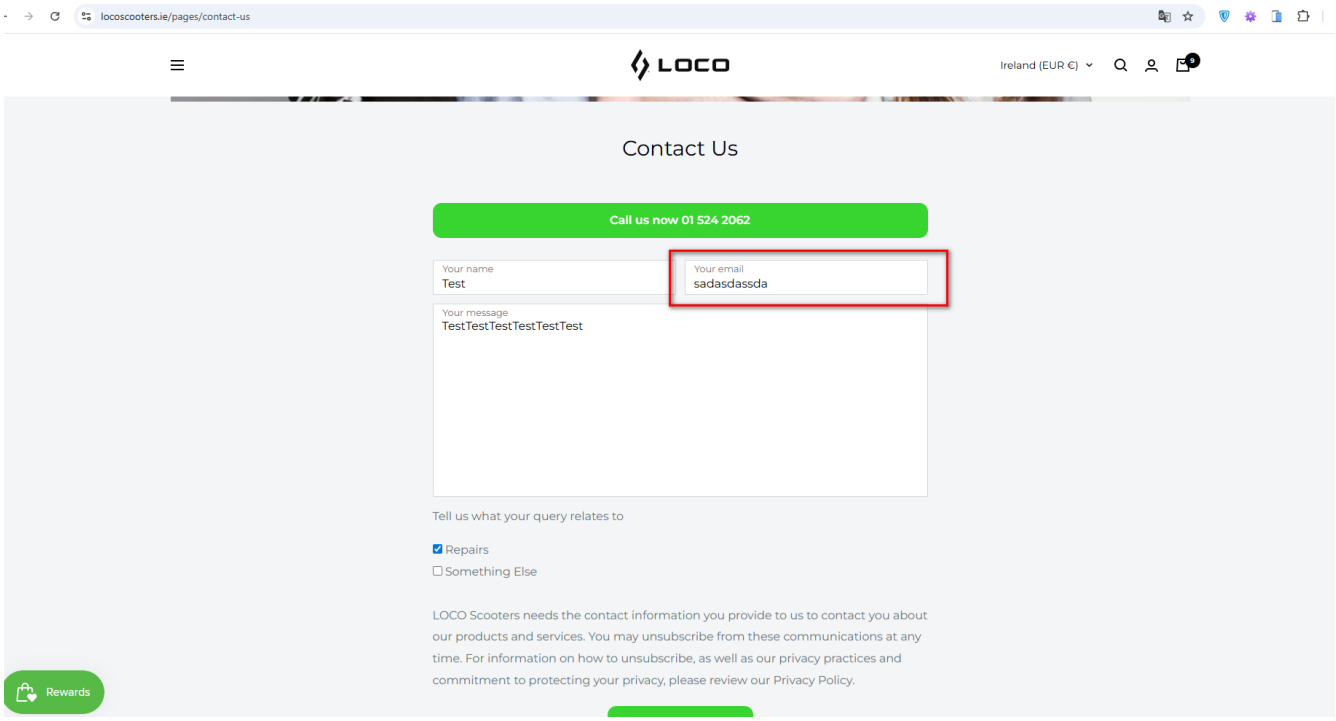


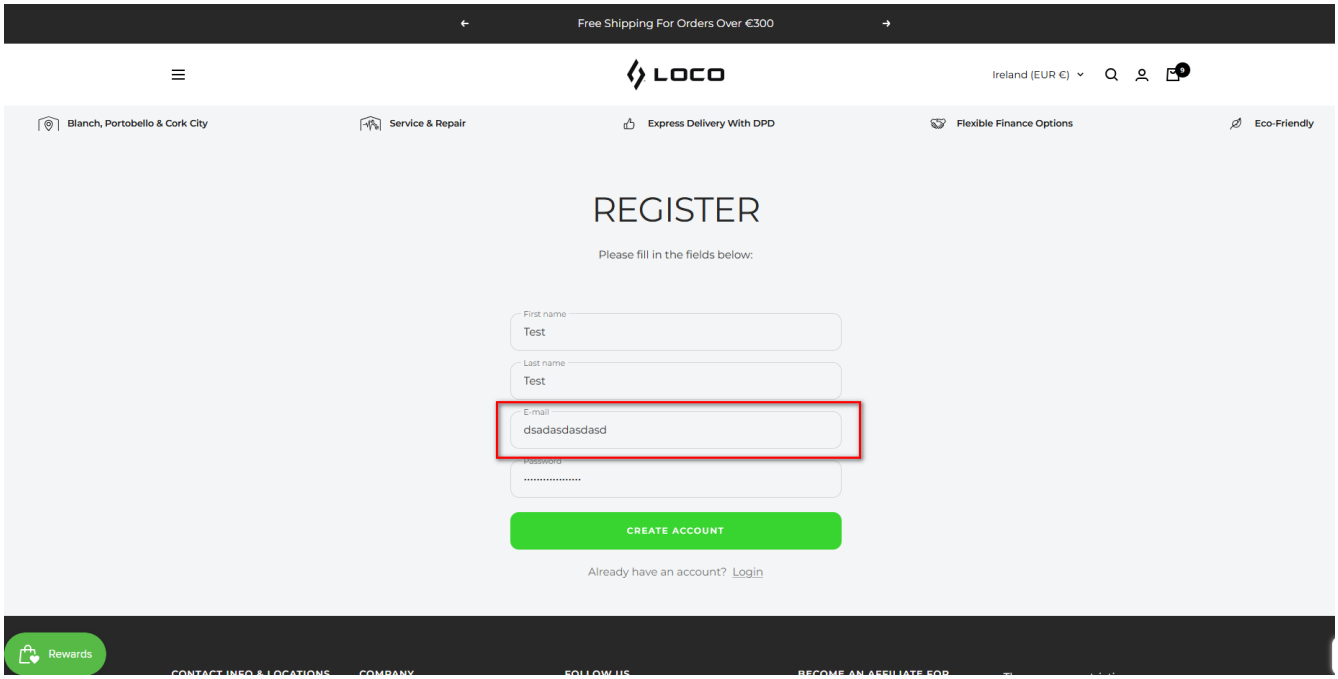
Форми для заповнення. Перевірка даних форми перед їх надсиланням на сервер

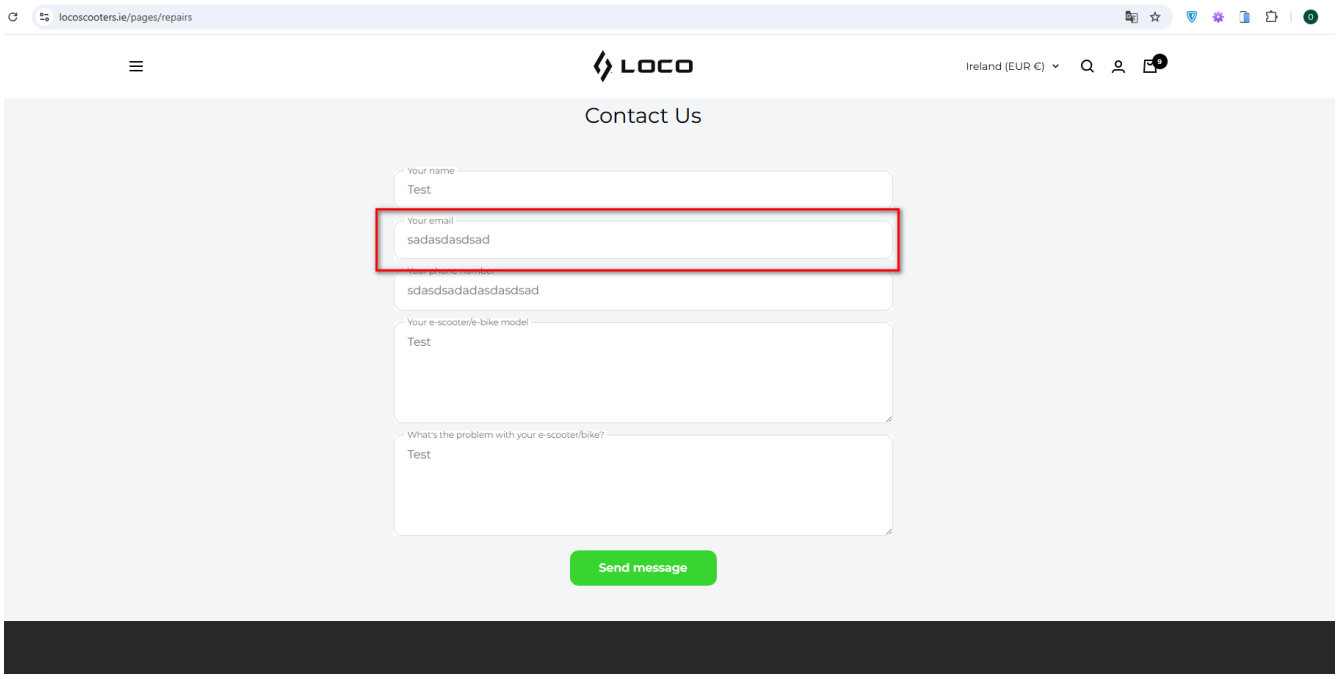
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Під час заповнення форми значення полів перевіряються лише після надсилання даних на сервер.

Десктопна версія

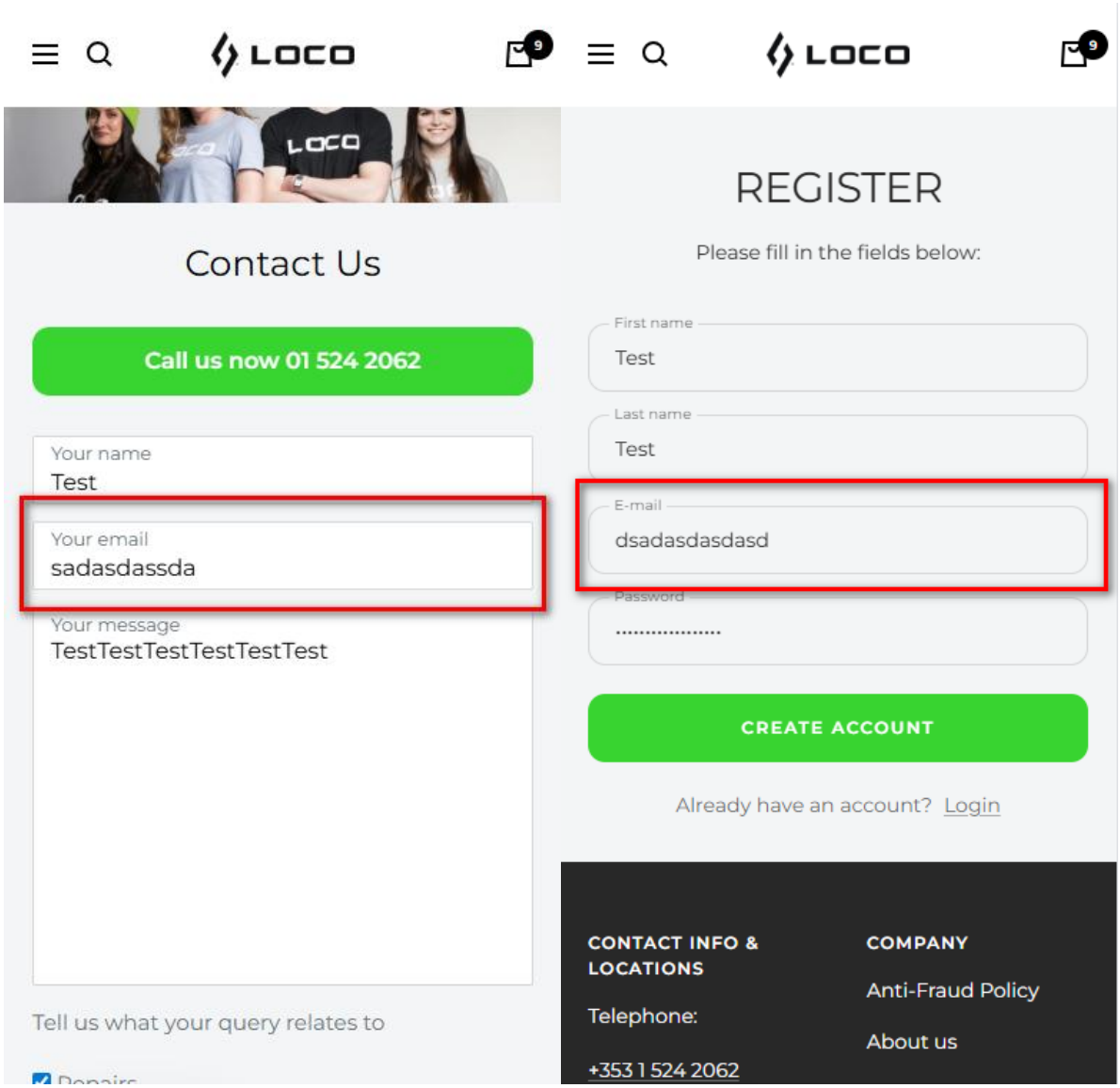


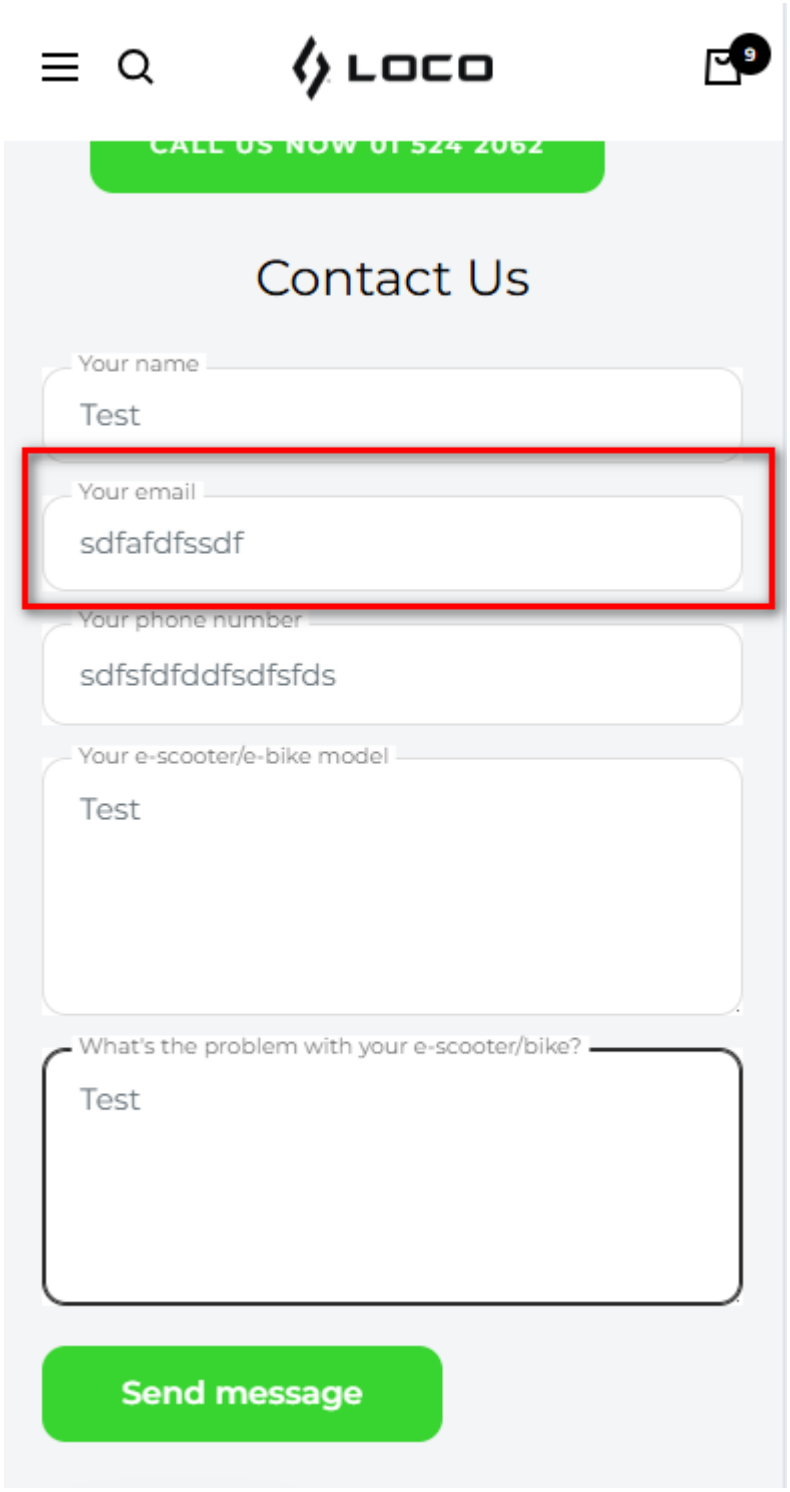




+38(050)637 32 86
info@om-audit.com
OM AUDIT
Аналіз елементів конверсії (CRO)

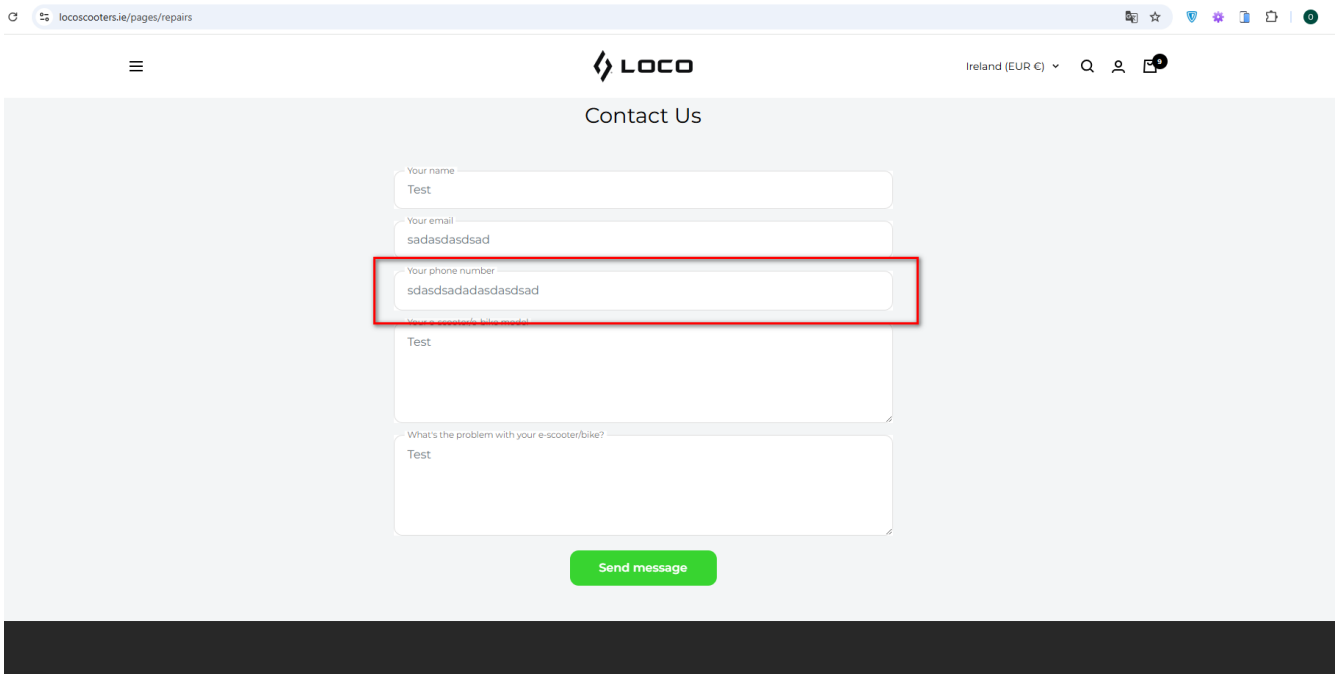
Мобільна версія




LOCO
9
CALL US NOW 01 524 2062
Contact Us
Your name
Test
Your email
sdfafdfssdf
Your phone number
sdfsfdfddfsdfsfds
Your e-scooter/e-bike model
Test
What's the problem with your e-scooter/bike?
Test
Send message

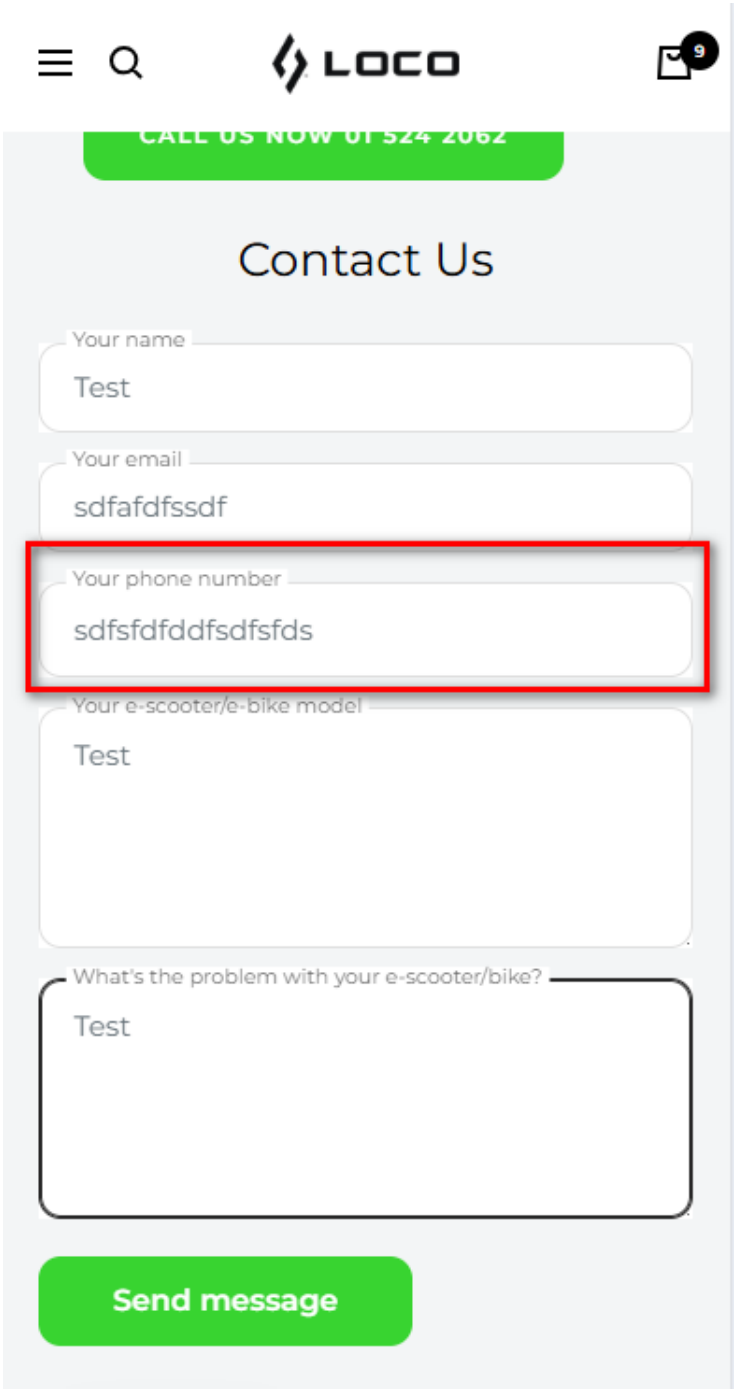
Дані, введені в поля форми, не перевіряються.

<u>Десктопна версія</u>



+38(050)637 32 86
info@om-audit.com
OM AUDIT
Аналіз елементів конверсії (CRO)

Мобільна версія



Рекомендації

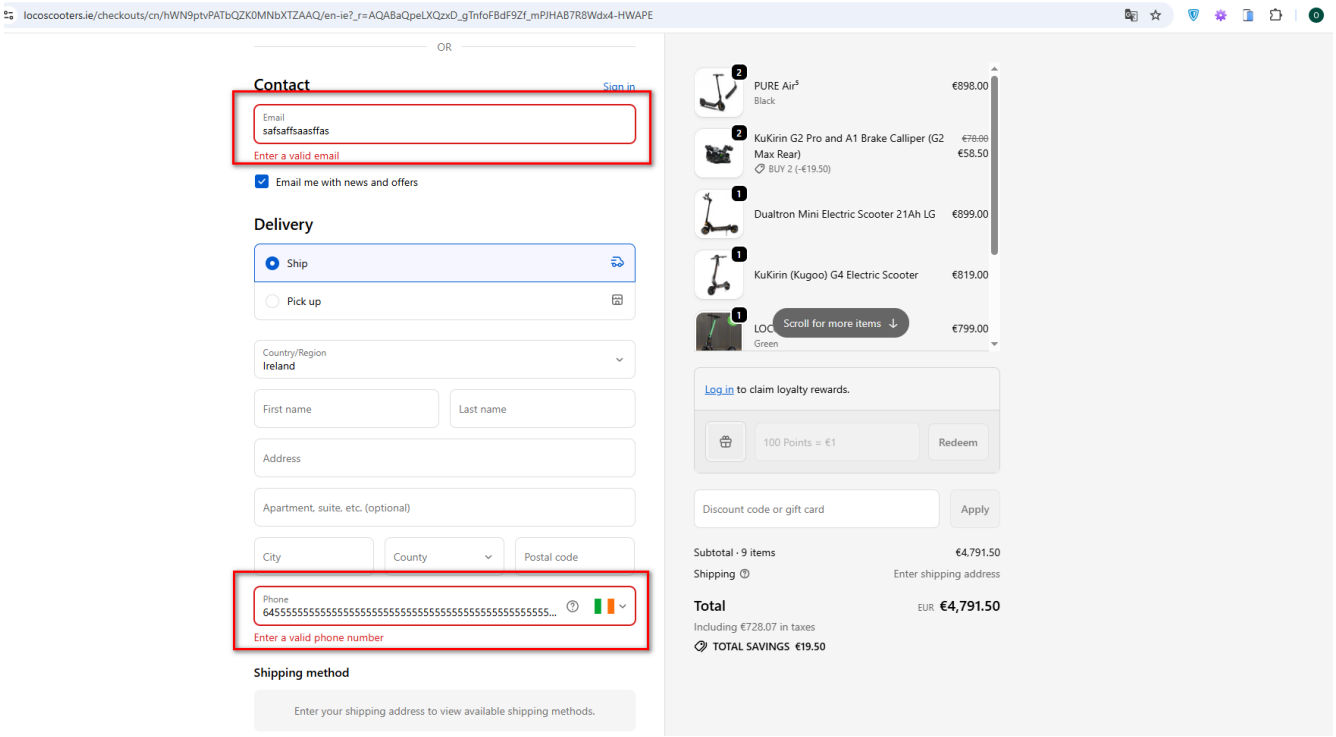
1. **Під час заповнення форми перевіряти дані, які вводяться в обов'язкові поля.**

Форми для заповнення. Підказки в разі неправильного заповнення форми

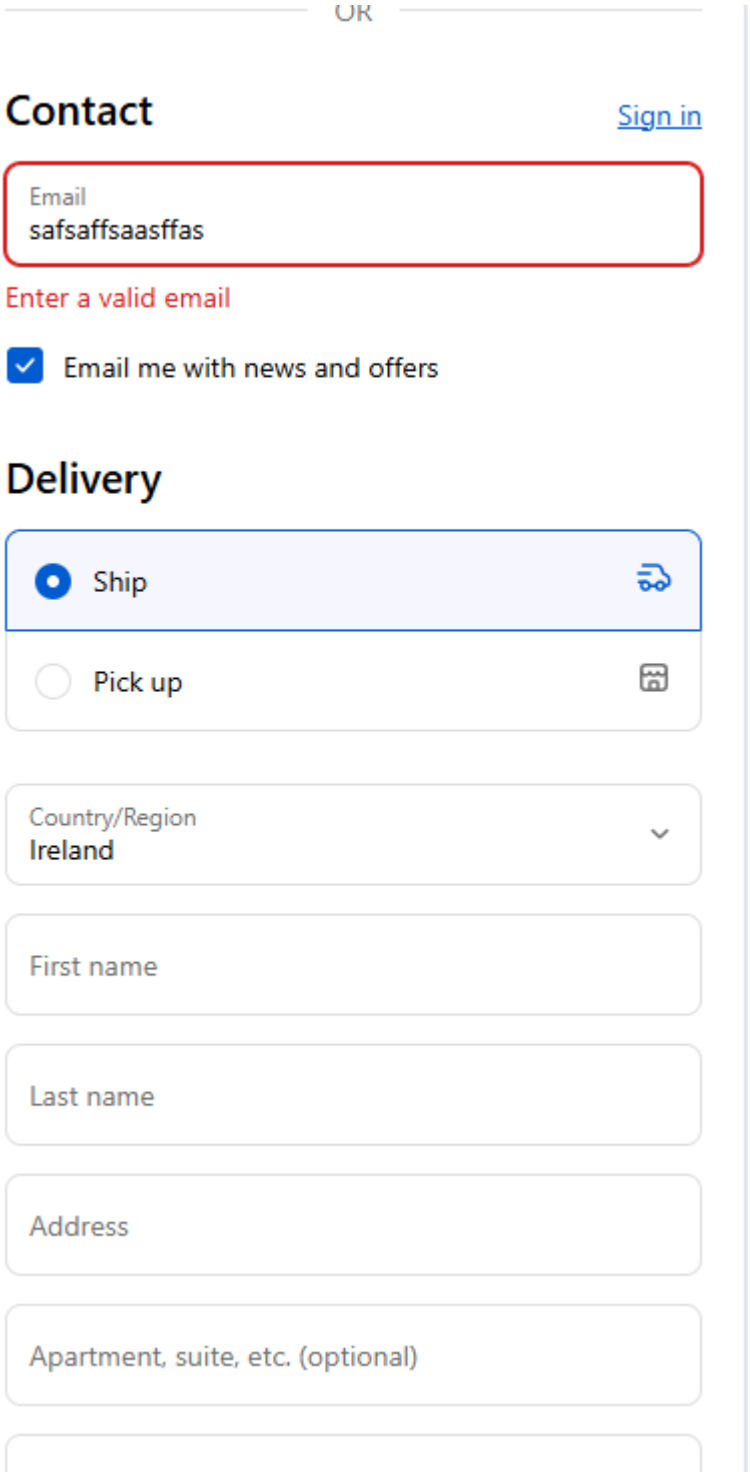
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Повідомлення про помилки під час заповнення форми недостатньо інформативні.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

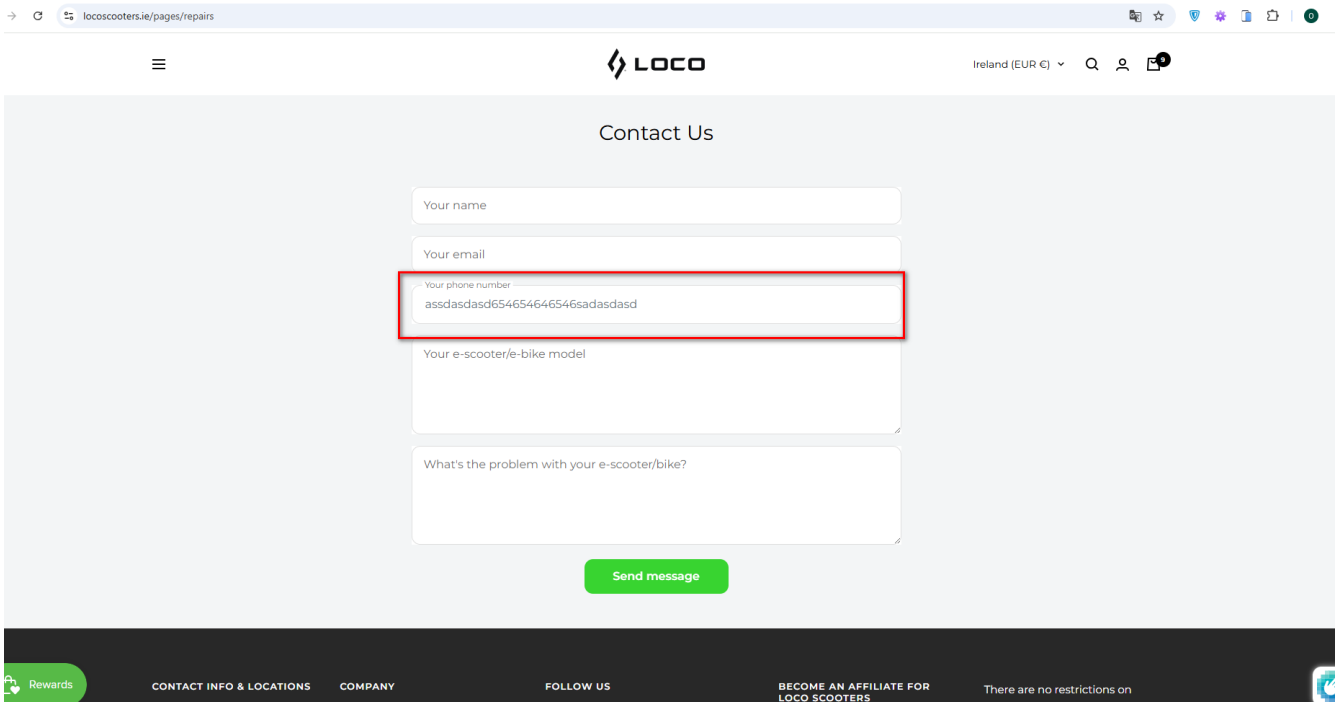
1. **Конкретизувати повідомлення про помилки під час заповнення форм. Наприклад: "e-mail must contain the @ symbol"**

Форми для заповнення. Поле для введення номера телефону

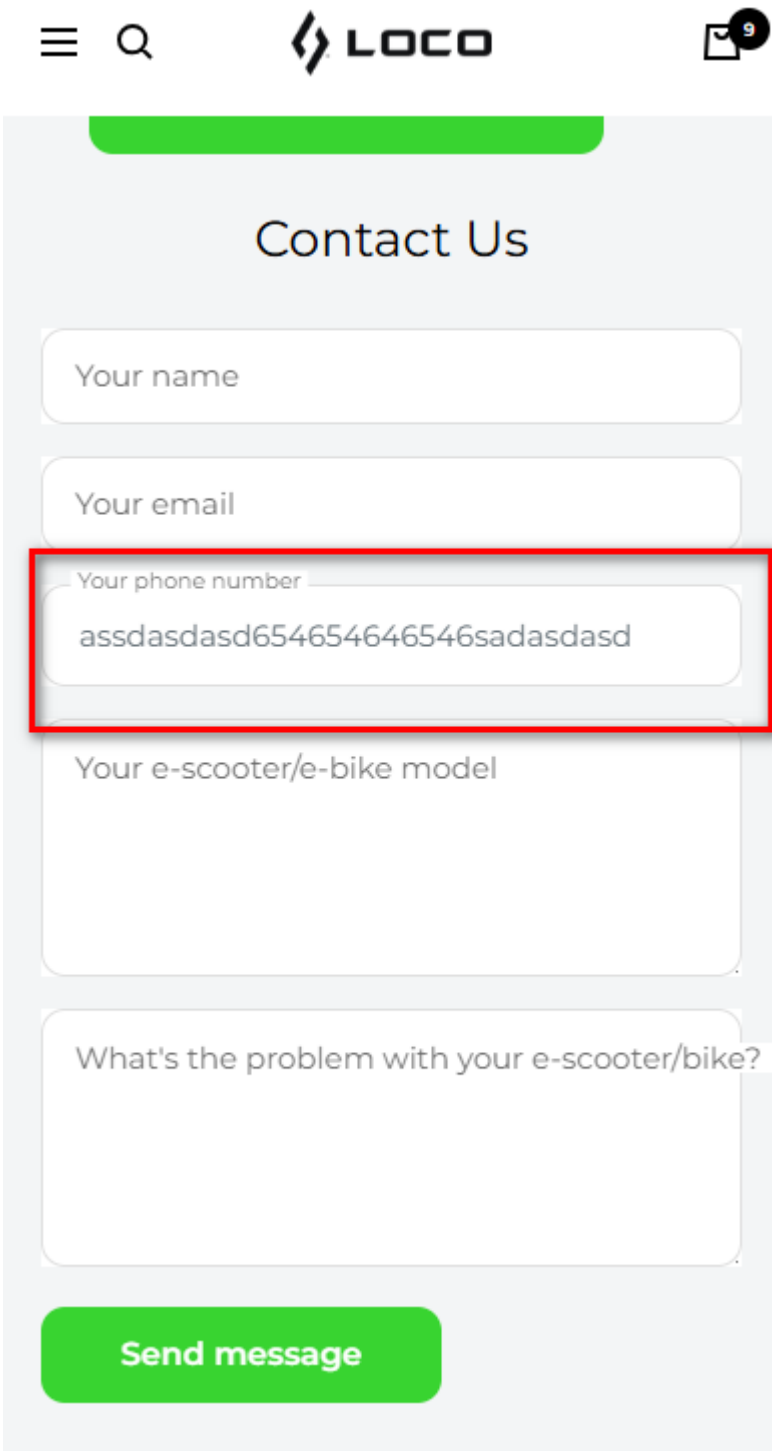
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У поле для введення номера телефону можна ввести будь-яке значення.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

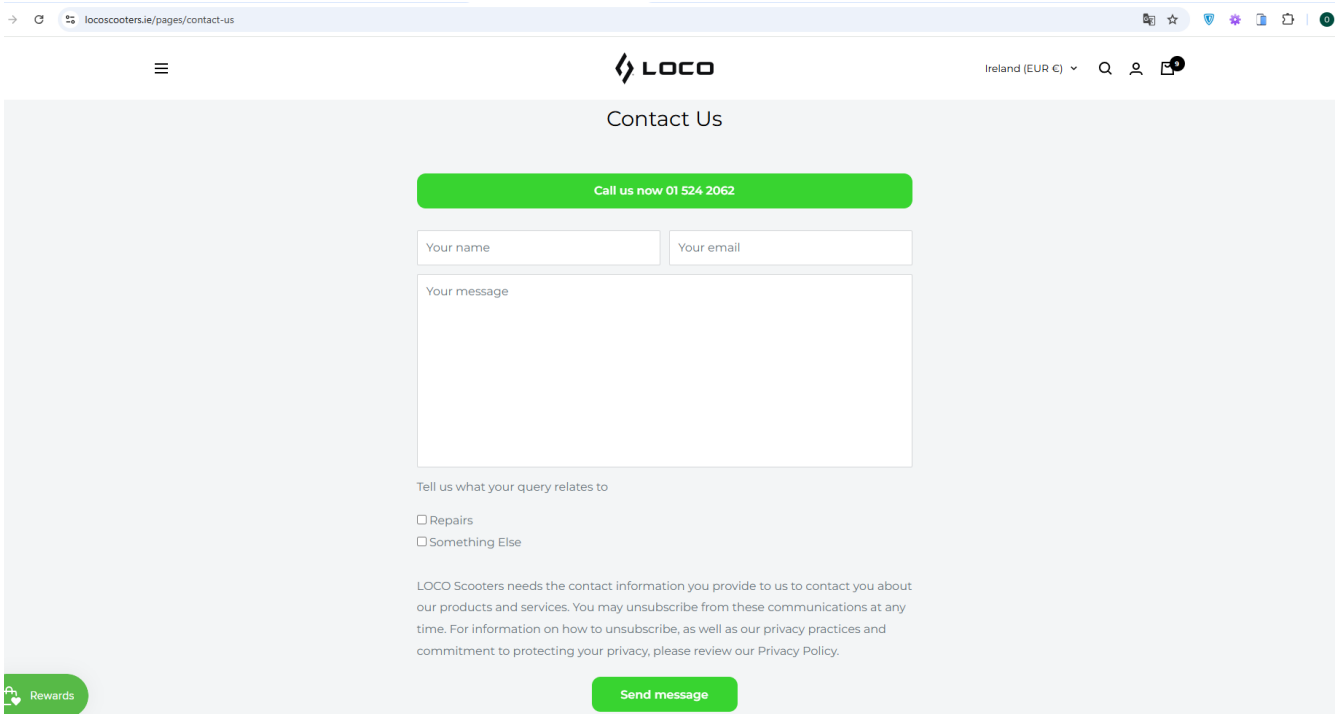
1. **Додати до поля для введення номера телефону обмеження, яке дозволяє вводити лише цифри у визначеному форматі.**
2. **Реалізувати можливість вибору регіону/країни із зазначенням формату введення номера телефону.**

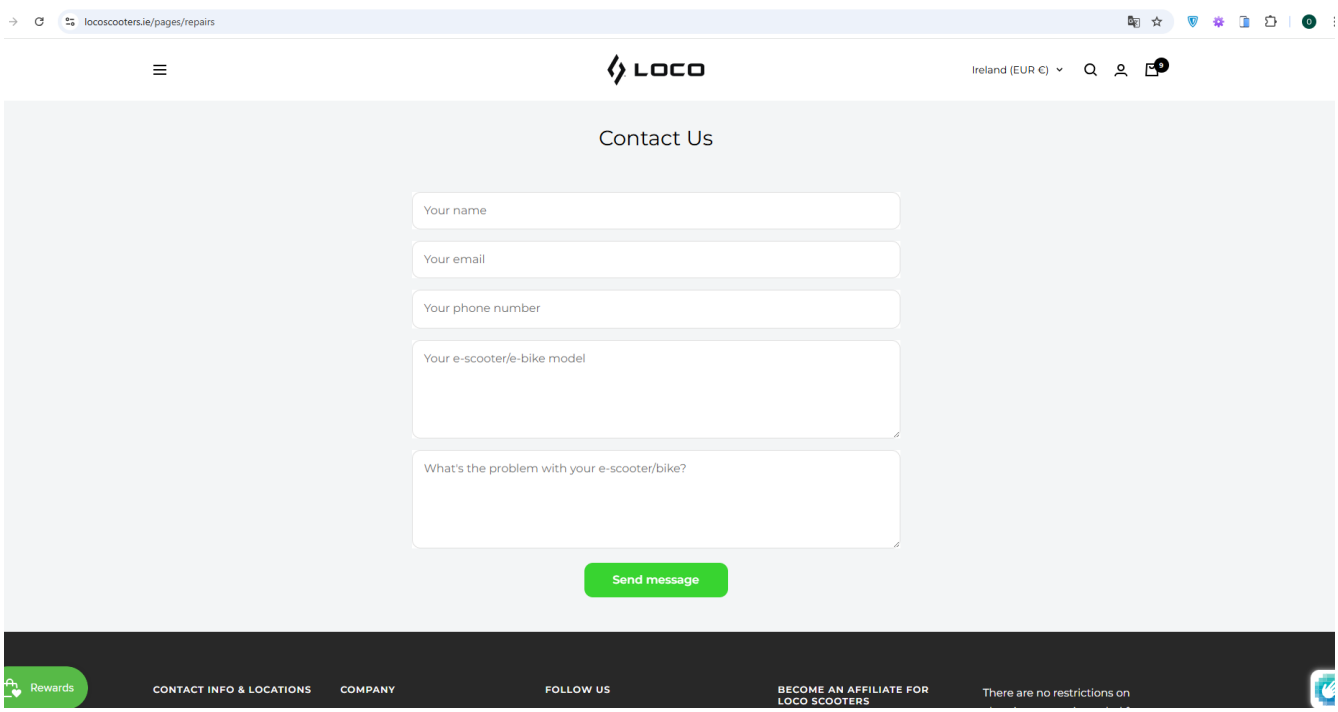
Форми для заповнення. Додавання вкладених файлів

Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

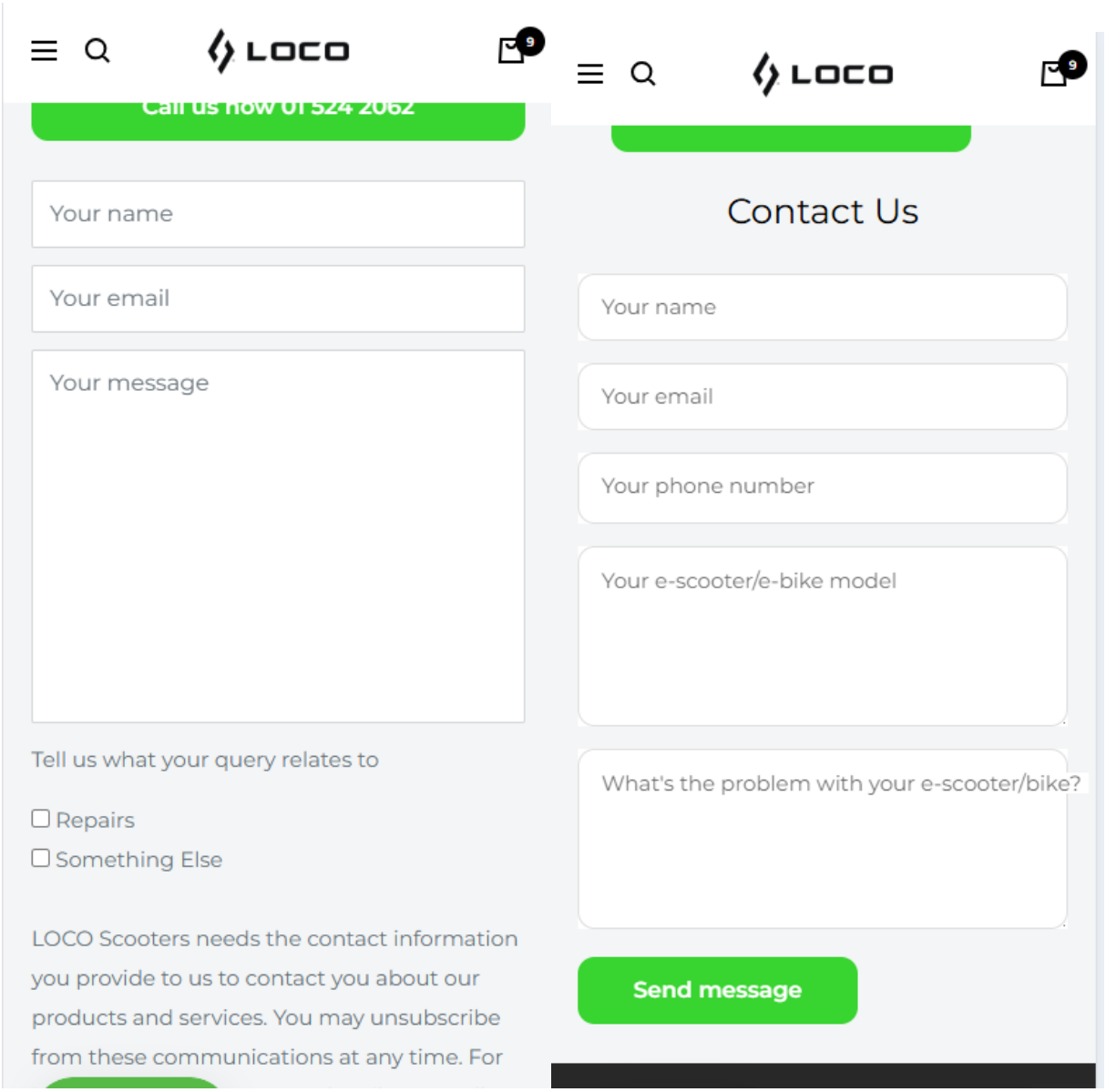
У формах для заповнення відсутній елемент для додавання вкладених файлів.

Десктопна версія





Мобільна версія



Рекомендації

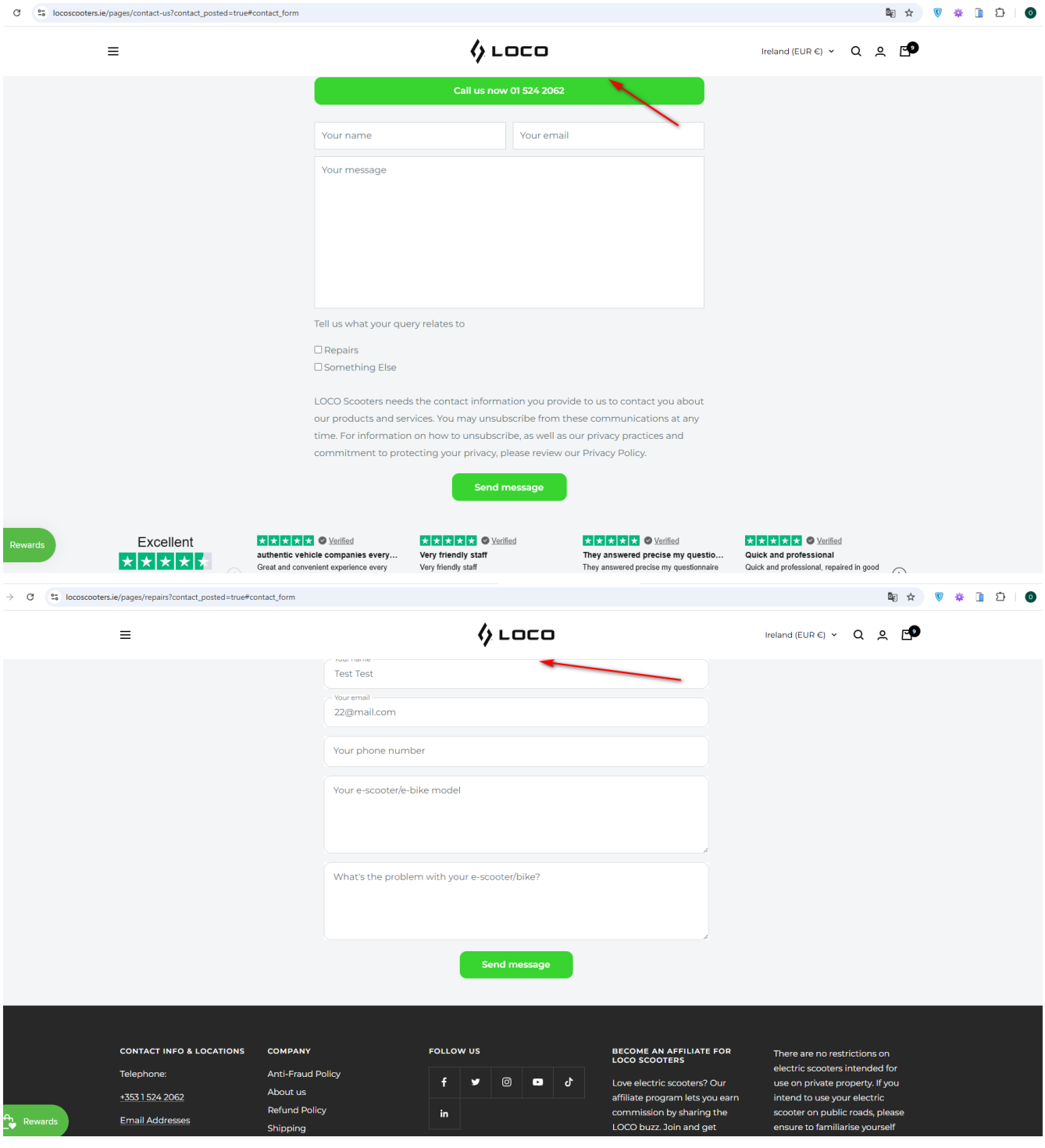
1. **Додати елемент для прикріплення файлів.**
2. **Поруч із цим елементом розмістити інформацію про допустимі формати та розмір файлів.**

Форми для заповнення. Повідомлення про успішне виконання дії

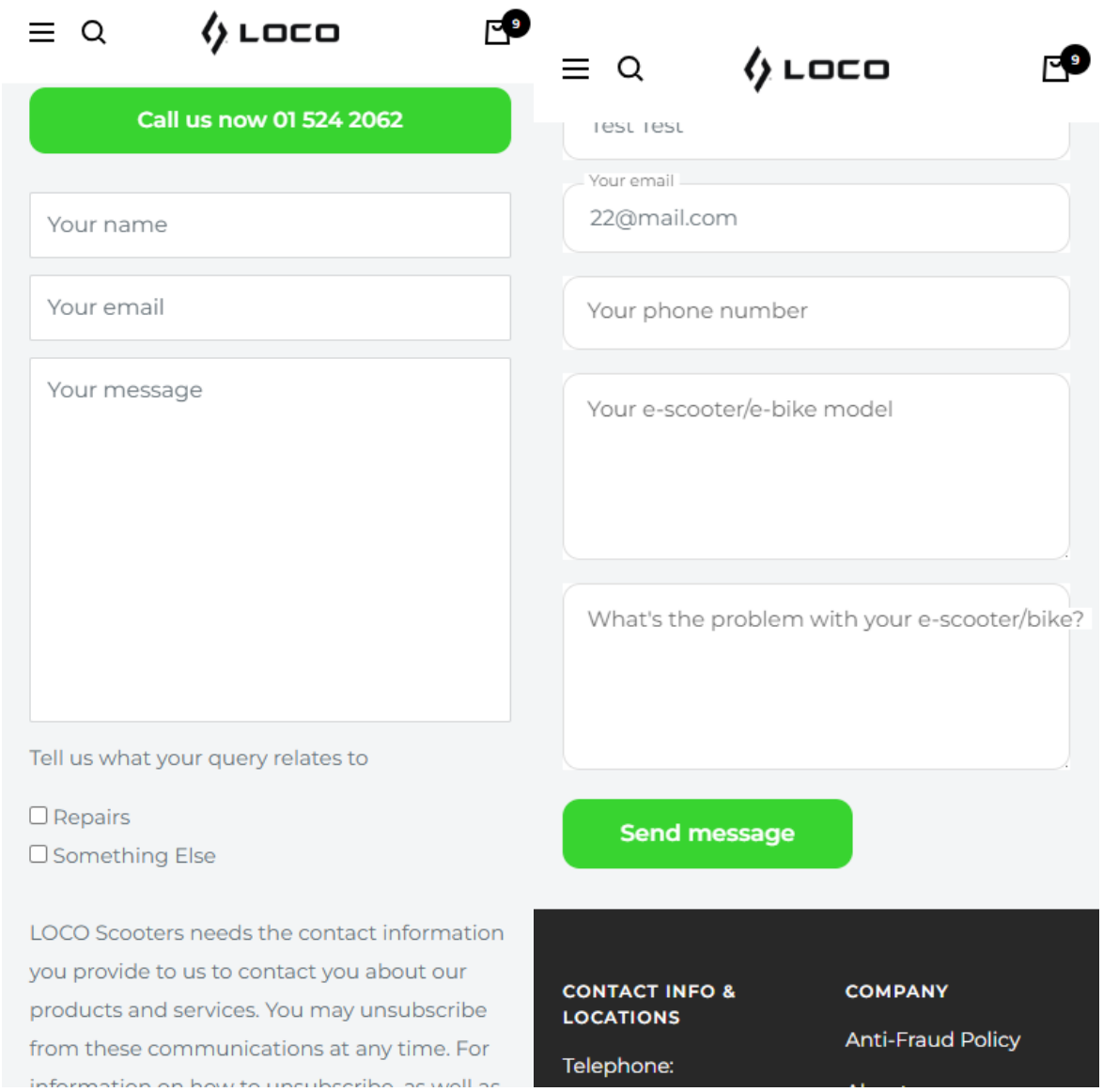
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

Повідомлення про успішне виконання дії відображається над формою та залишається непомітним.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

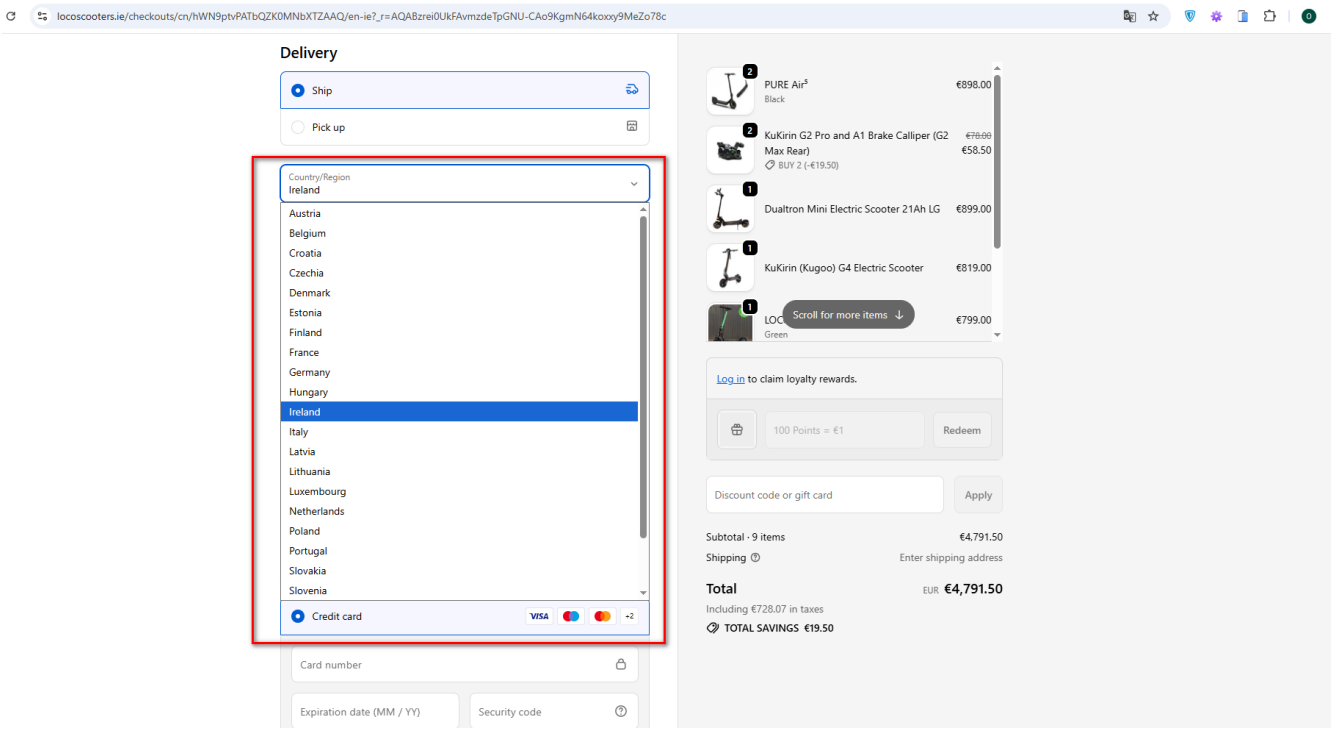
1. **Відображати повідомлення про успішне виконання дії поруч із формою, яку заповнює користувач, у спливаючому вікні або на окремій сторінці.**

Сторінка оформлення замовлення. Вибір країни

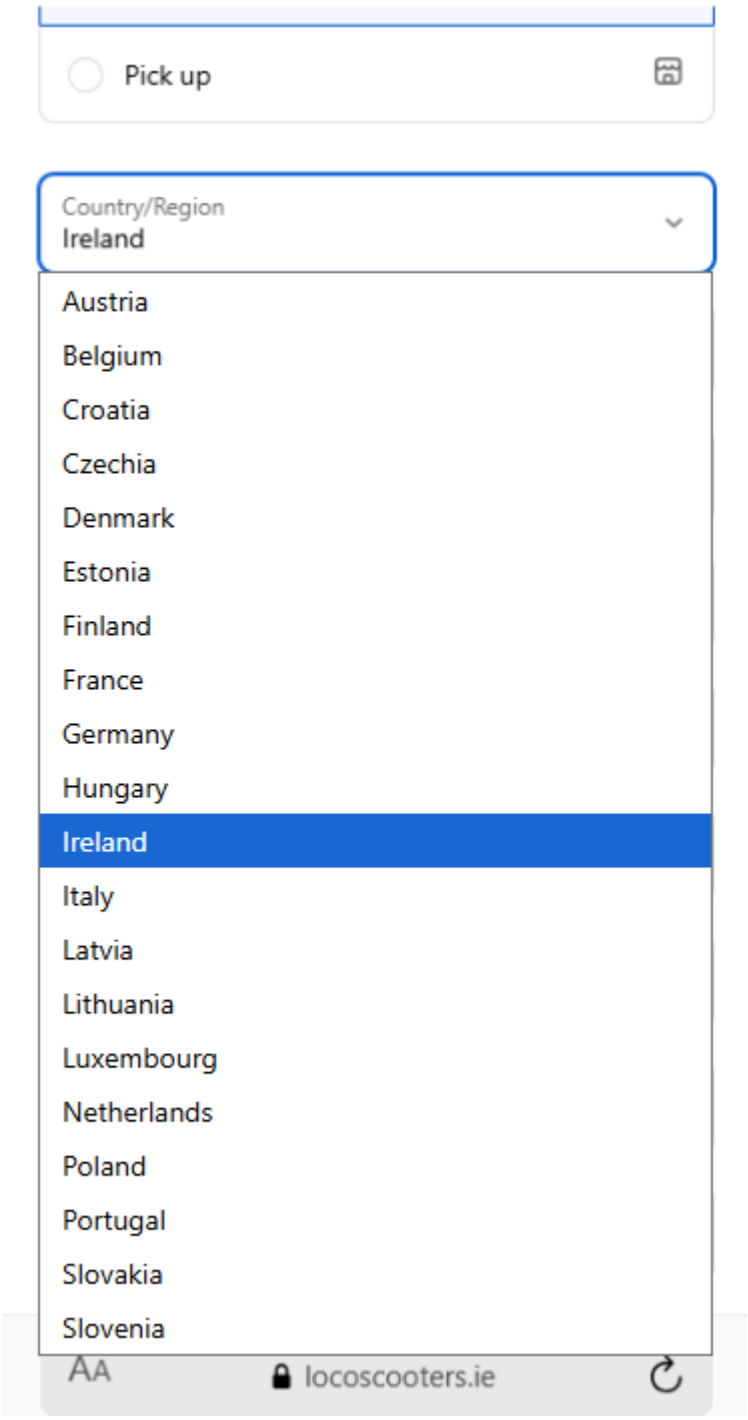
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

У полі відсутній елемент для введення назви країни — передбачено лише випадаючий список країн.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

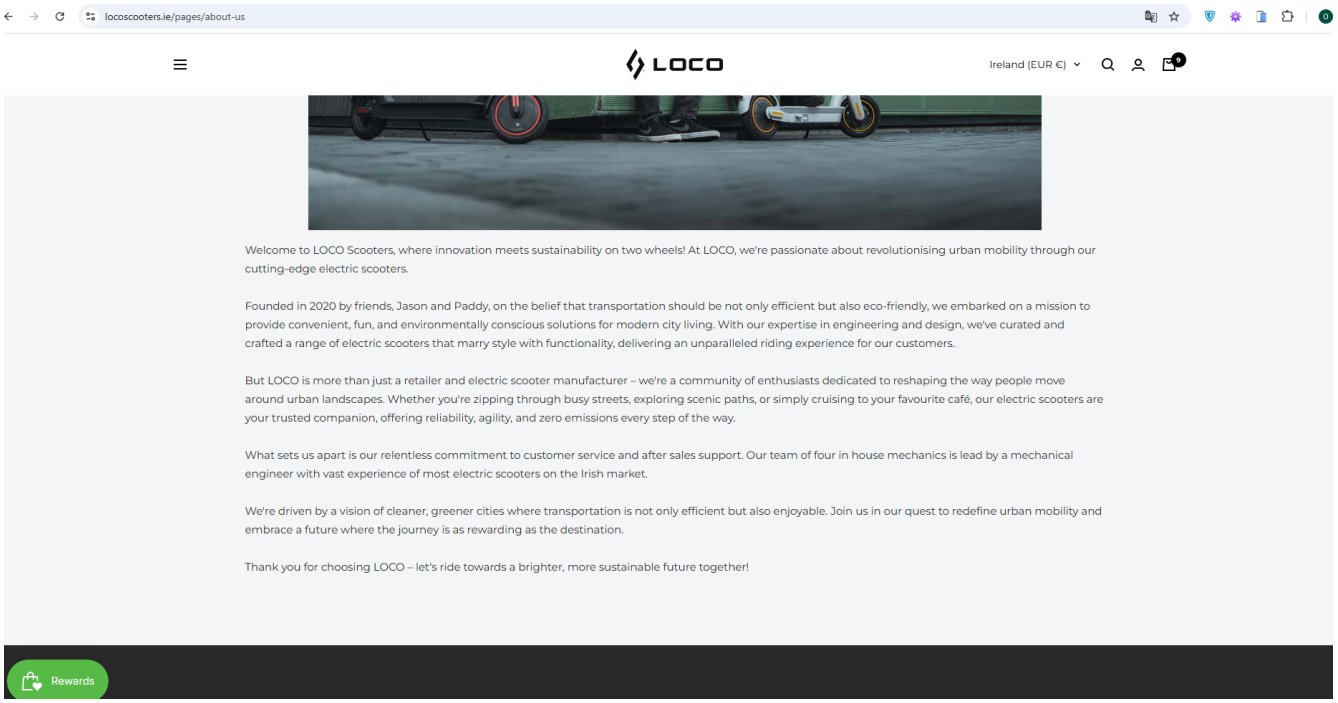
1. **Додати поле для введення назви країни.**
2. **Під час введення перших літер назви країни відображати відповідні варіанти зі списку країн.**

Сторінка "About us"

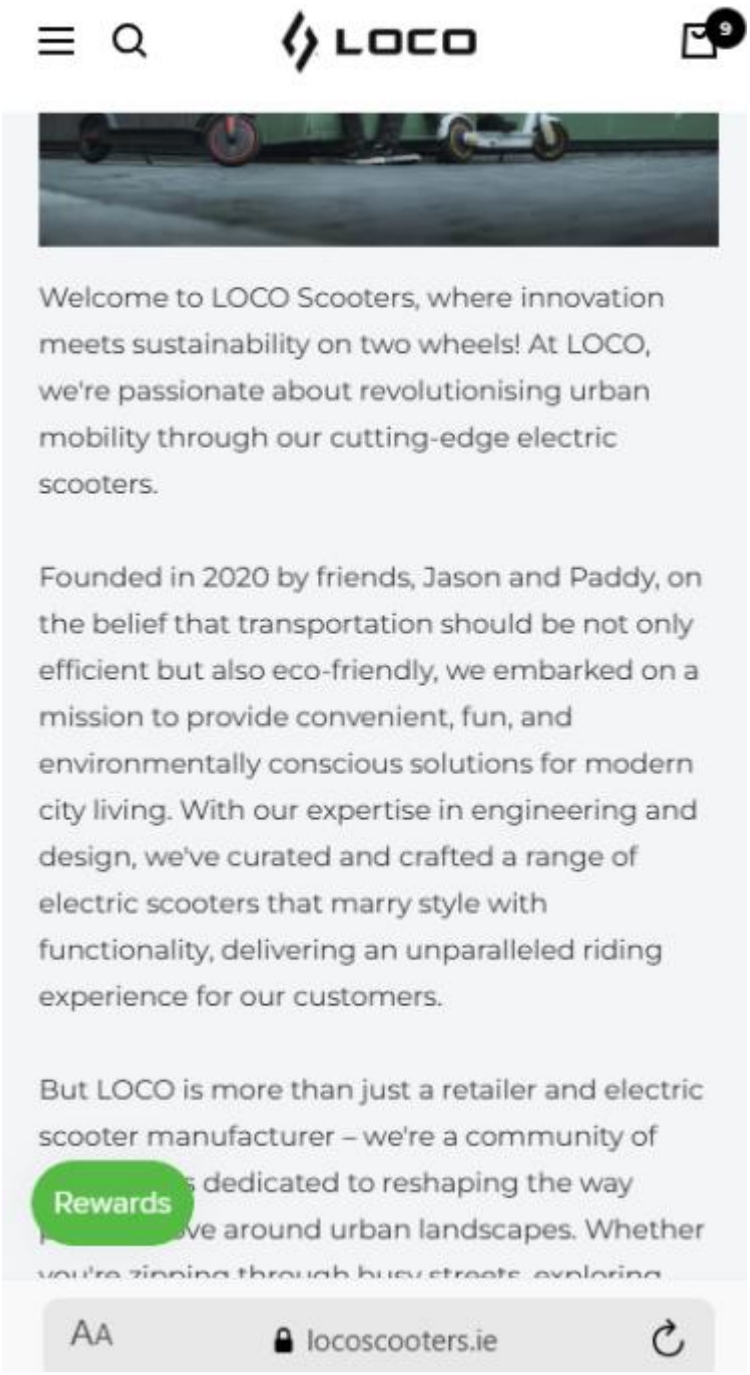
Аналіз конверсійних елементів (для десктопної та мобільної версії)

На сторінці відсутні мініатюри зображень ліцензій, нагород, сертифікатів тощо.

Десктопна версія



Мобільна версія



Рекомендації

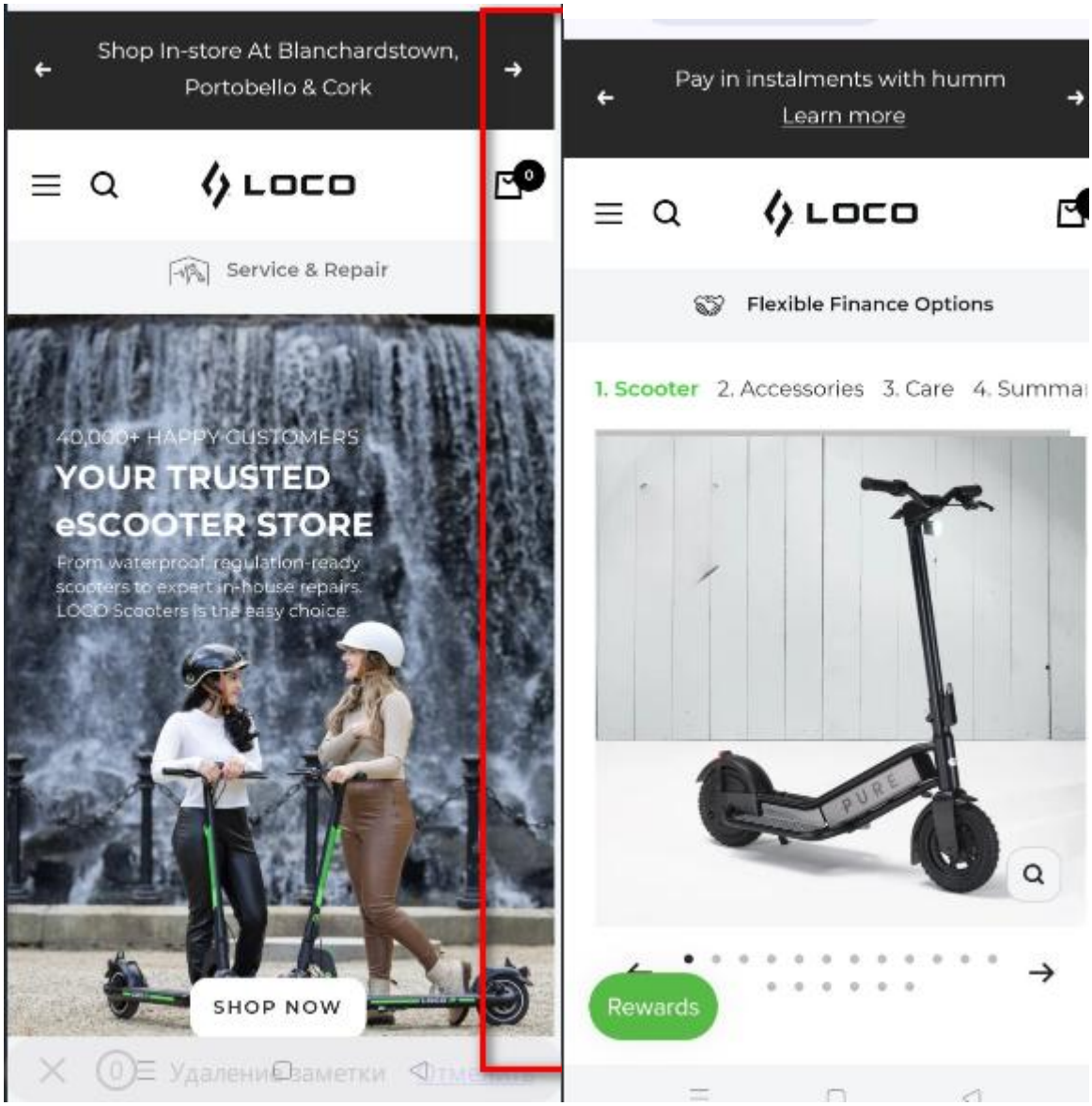
1. **Додати на сторінку блок із мініатюрами зображень ліцензій, сертифікатів, подяк тощо.**
2. **Після натискання на мініатюри зображення мають збільшуватися.**
3. **Реалізувати можливість перегортання збільшених зображень.**
4. **Додати на сторінку блок з основними етапами розвитку компанії (історією її розвитку).**

Верстка

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

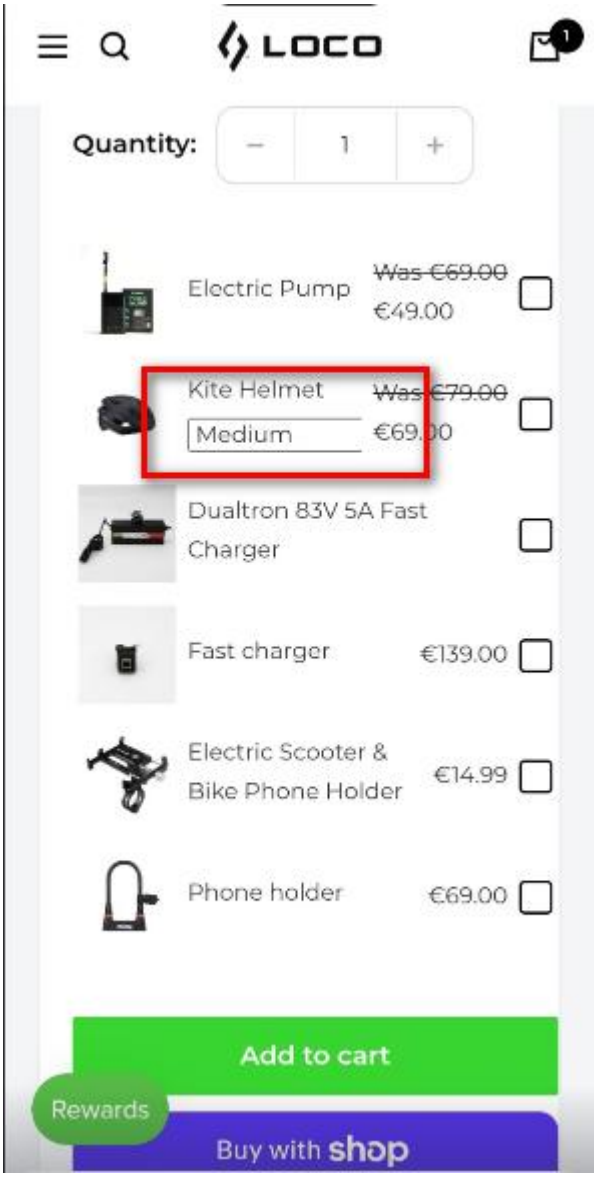
Деякі сторінки зміщуються ліворуч і праворуч.

Мобільна версія




LOCO
2
E-SCOOTER
SAFETY GUIDE
2026: HOW TO
Rewards
SAFELY,

Порушено відображення елемента в картках товарів, що містять випадаючі списки.



Рекомендації

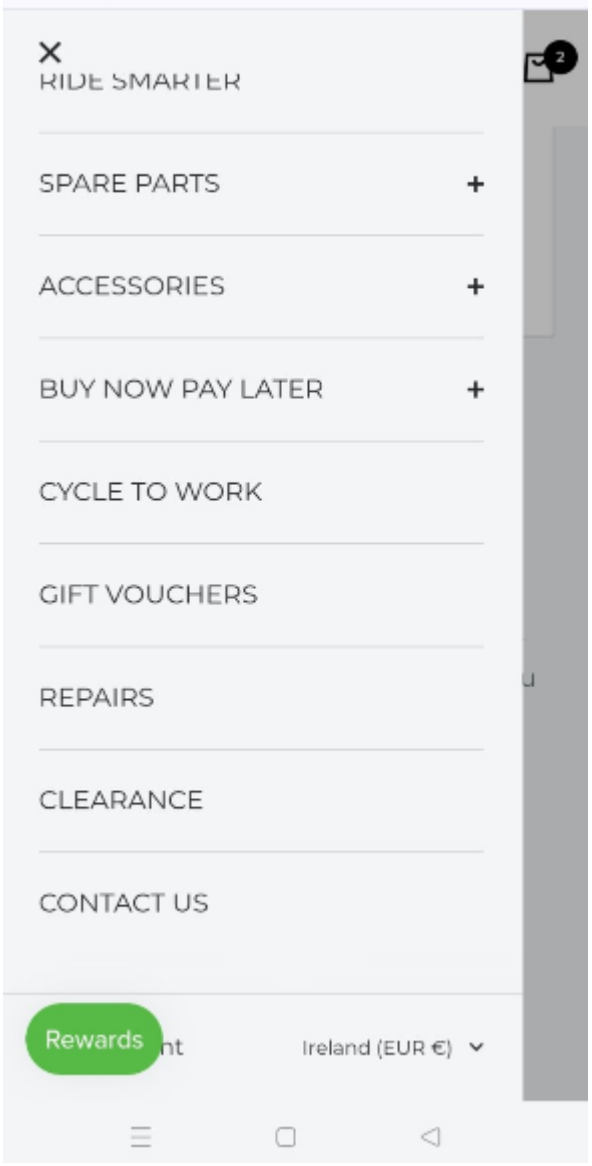
1. **Виправити верстку сторінок та елементів.**

Головне меню. Контактна інформація

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

У головному меню відсутня контактна інформація.

Мобільна версія



Рекомендації

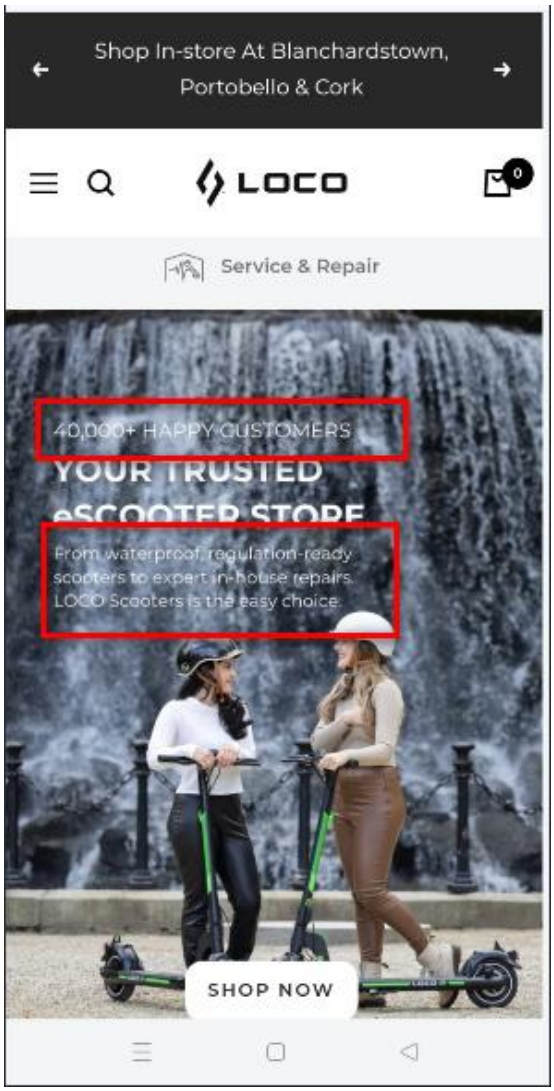
1. **Додати контактну інформацію до головного меню.**

Головна сторінка. Банери

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Текст на банері нечитабельний.

Мобільна версія



Рекомендації

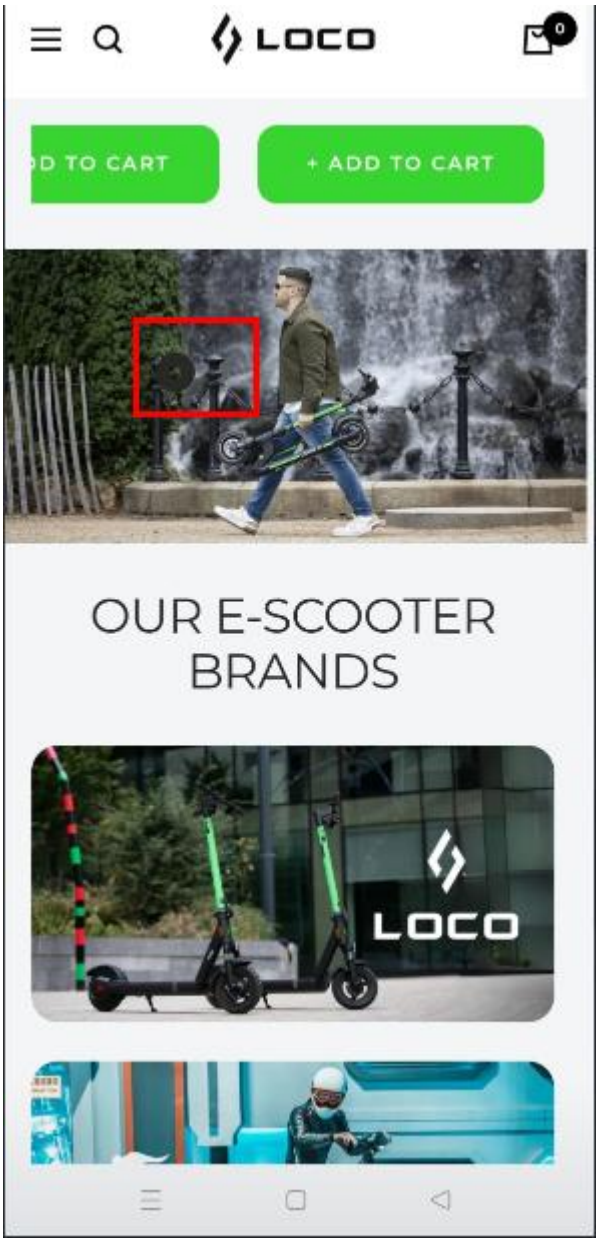
1. **Збільшити розмір шрифту.**
2. **Використовувати жирний шрифт.**

Головна сторінка. Блок із зображенням

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Позначка товару в блоці зливається з фоном і стає непомітною.

Мобільна версія



Рекомендації

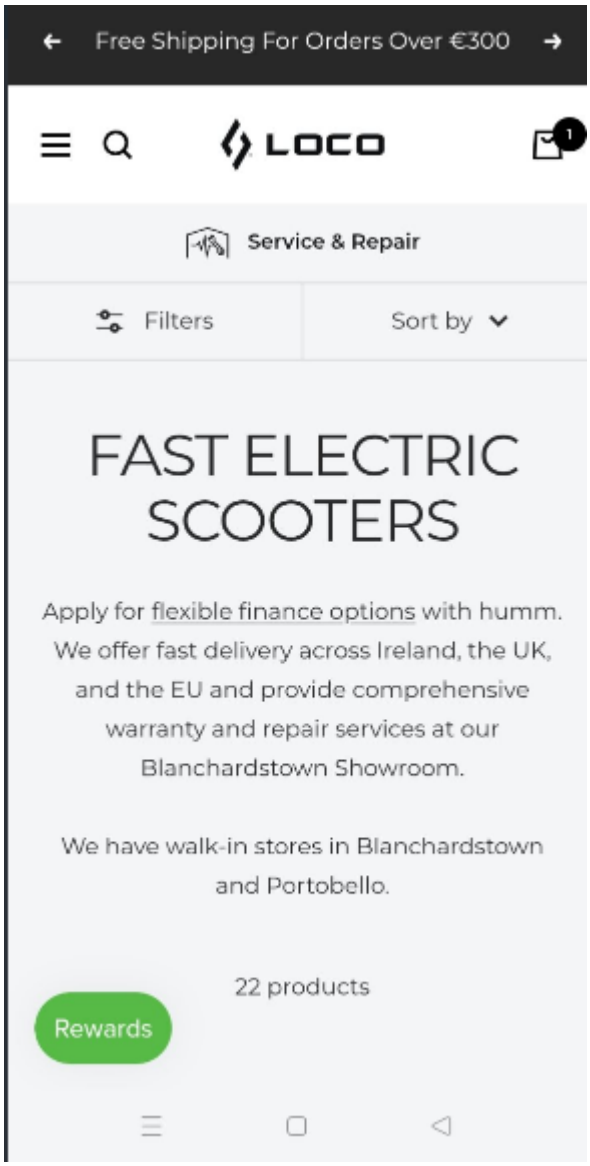
1. **Відображати товар без необхідності натискання на відповідний елемент.**

Сторінки категорій. Тексти

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Перший екран деяких сторінок зайнятий текстами.

Мобільна версія



Рекомендації

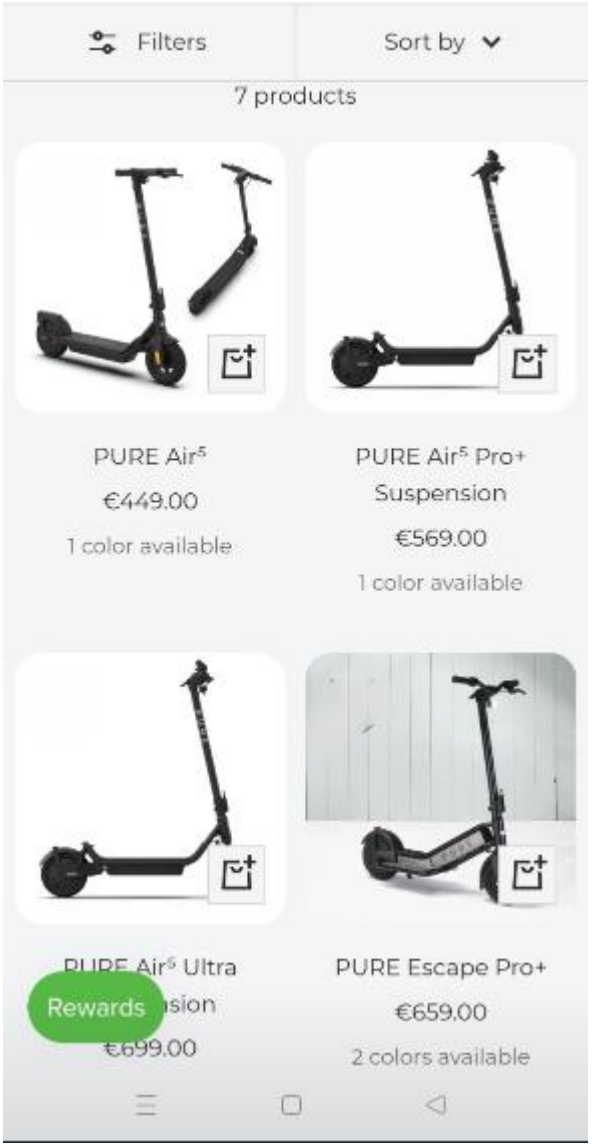
1. **Прибрати тексти з першого екрана в мобільній версії або перемістити їх у нижню частину сторінок.**

Сторінки категорій. "Add to cart"

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

У картках товарів використовуються іконки для додавання товарів до кошика.

Мобільна версія



Рекомендації

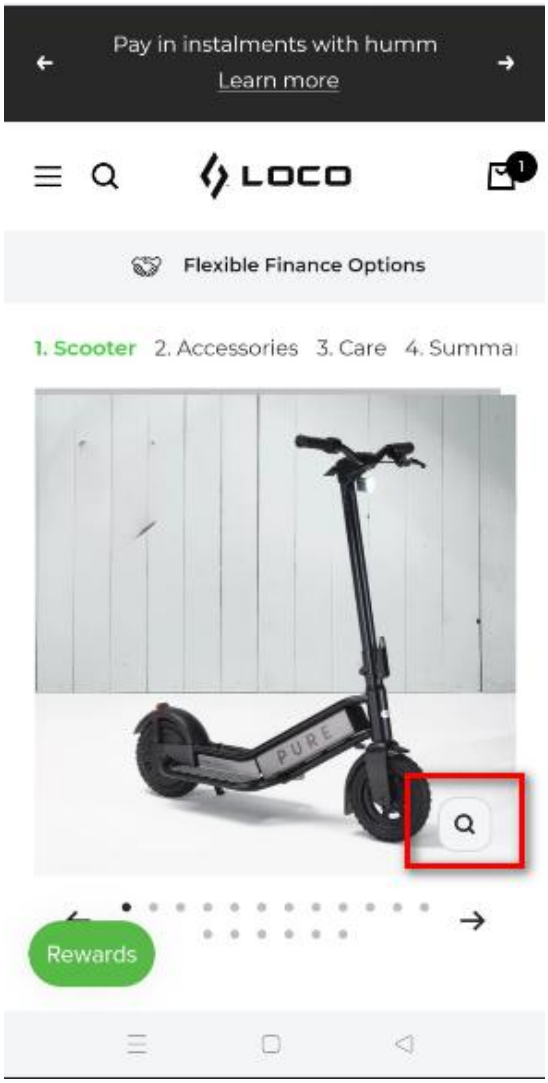
1. **Використовувати кнопку "Add to cart".**

Картки товарів. Збільшення зображень

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Зображення не збільшуються після натискання на них. Щоб збільшити зображення, потрібно скористатися елементом у правому нижньому куті.

Мобільна версія



Рекомендації

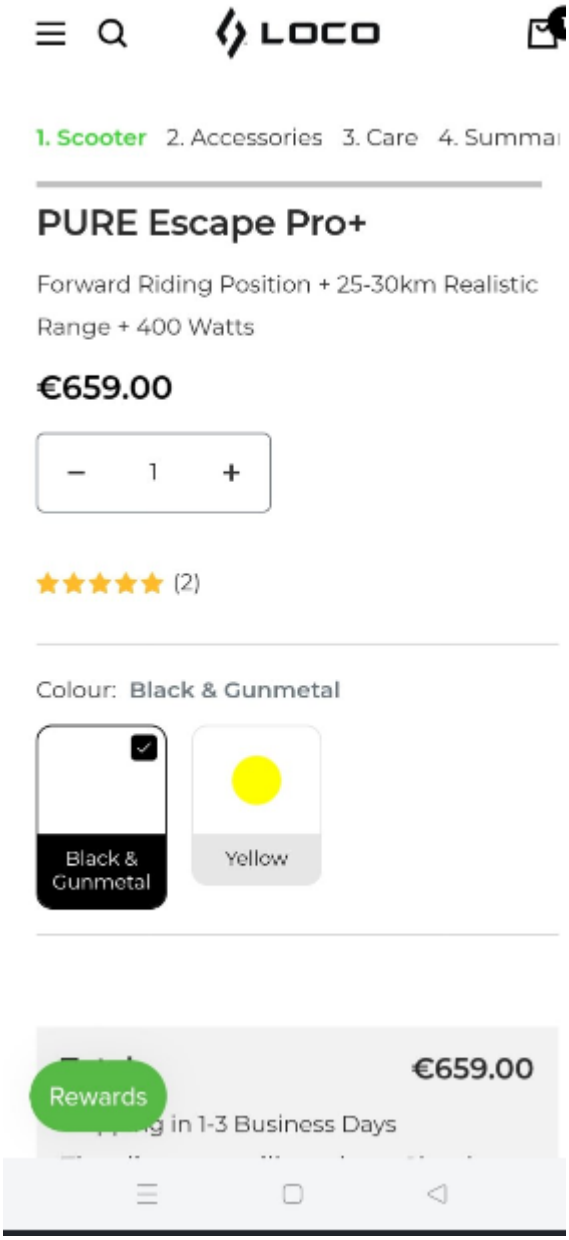
1. **Збільшувати зображення після натискання на нього.**

Сторінки товарів. Конверсійні елементи

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Конверсійні елементи розташовані далеко від основного блоку.

Мобільна версія



Рекомендації

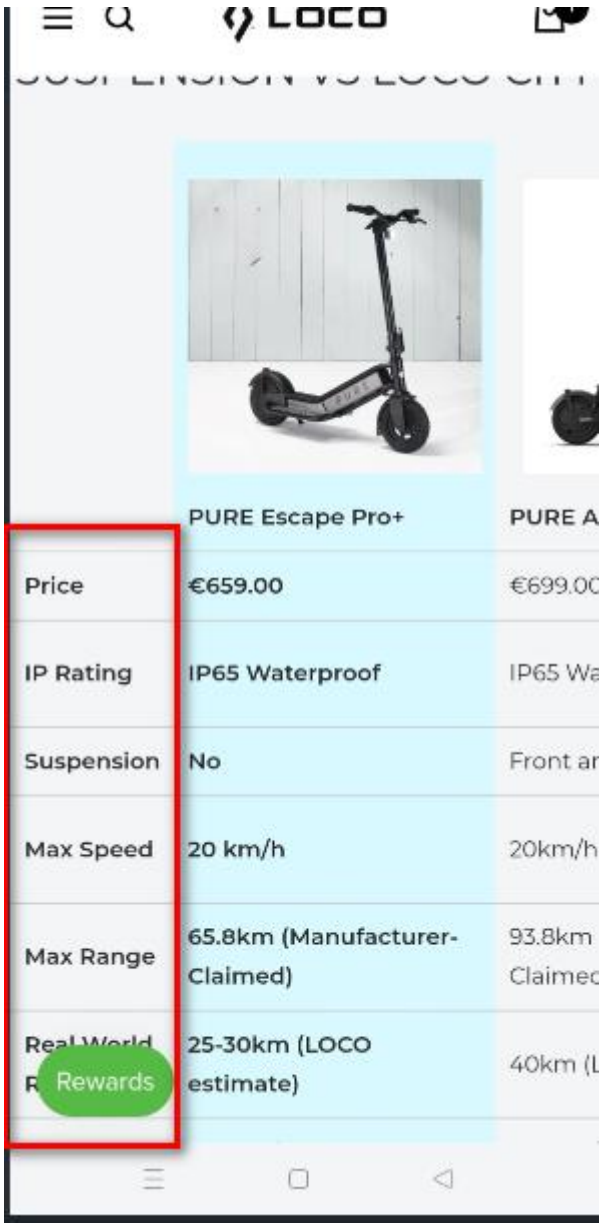
1. **Використовувати плаваючу кнопку "Add to cart" під час прокручування сторінки.**

Сторінки товарів. Порівняння товарів

Аналіз конверсійних елементів (лише для мобільної версії)

Під час прокручування стовпець із параметрами не залишається зафіксованим.

Мобільна версія



Рекомендації

1. **Зафіксувати стовпець із параметрами порівняння.**

Висновок



Проаналізувавши сайт і дані із систем збору статистики, можна зробити такі висновки:

Основна втрата конверсії відбувається на сторінках товарів. Це пов'язано з тим, що такі сторінки виглядають як звичайний каталог із технічними характеристиками, через що користувачеві незрозуміло, які саме переваги він отримає від покупки. Крім того, у першому екрані сторінок товарів відсутні будь-які мотивувальні елементи, тому користувачеві доводиться орієнтуватися виключно на зображення товару та його технічні параметри. При цьому, згідно з картами прокручування, половина користувачів, які переглядають сторінки товарів, навіть не доходять до інформаційних вкладок.

Особливу увагу варто приділити процесу додавання товару до кошика: користувачеві доводиться пройти чотири етапи, перш ніж товар опиниться в кошику. Така логіка перешкоджає імпульсивним рішенням про покупку та затягує процес ухвалення рішення. Крім того, самі етапи додавання товару не завжди зрозумілі, а додаткові дії можуть відволікати користувача від виконання основного цільового завдання.

Сторінки категорій. Вибір товарів на сторінках категорій не завжди простий і зрозумілий. За зовнішнім виглядом карток товарів складно визначити, на що саме варто звернути увагу під час ухвалення рішення про перехід на сторінку конкретного товару: у них відсутні базові характеристики, інформація про доступні варіанти кольорів тощо. Також варто приділити увагу фільтрам, які користувач застосовує для підбору товарів.

Функціональні можливості. Як правило, у вашій ніші користувачі обирають серед кількох моделей, проте на сайті відсутні функції порівняння товарів і додавання їх до "обраного" — через це користувачам доводиться тримати в пам'яті переглянуті позиції. На сторінках товарів передбачено блок для порівняння з іншою моделлю, але, судячи з теплових карт, більшість користувачів його не переглядають.

Нижче наведено список виправлень до поточного звіту, відсортований за пріоритетністю — від найважливіших до найменш важливих.

© Oleh Mazur

Список виправлень за пріоритетністю



Нижче наведено список необхідних виправлень у порядку їх пріоритетності; для кожної рекомендації зазначено номер сторінки в підсумковому звіті.

Високий пріоритет

Product cards. Structure of product cards p. 62

Product cards. Location of the "Add to cart" p. 63

Product cards. Basic characteristics in the first screen p. 109

Product cards. Video review of the product p. 112

Product cards. Size chart p. 114

Product cards. Information about free delivery of goods (next to the "Buy" button) p. 116

Product cards. Information on delivery times p. 118

Product cards. Warranty information p. 120

Product cards. "Next step" p. 122

Product cards. Options for purchasing goods p. 124

Product cards. Information arrangement p. 126

Product cards. "Similar Products" p. 128

Product cards. Related/Recommended Products p. 130

Product cards. Enlarging images p. 168

Product cards. Conversion elements p. 169

Product cards. Product comparison p. 170

Layout p. 160

Category pages. Displaying products that are out of stock p. 99

Category pages. Filters p. 101

Online consultant p. 76

"Add to wishlist" p. 64

"Add to Compare" p. 66

Blocks with goods. Choice of options p. 68

Blocks with goods. Product price p. 70

Blocks with goods. Basic characteristics of the products p. 72

Website responsiveness for different screen resolutions p. 28

Checkout Page. Country selection p. 156

Середній пріоритет

Site header. "Burger" p. 56
Blocks with goods. Action elements. Display p. 57
Blocks with goods. Quick view p. 58
Blocks with goods. Quick view. Characteristics p. 59
Blocks with goods. Quick view. Additional images p. 60
Blocks with goods. Quick view. Product price p. 61
Authorization/registration using social networks and email services p. 74
Site header. Contact information on the first screen p. 78
Site footer. Company / store address p. 80
Home page. Banners. Content p. 82
Home page. Advantages block p. 84
Home page. Blocks "Bestsellers", "Promotions / Sale", "New" p. 86
Home page. Blocks with goods. Products in stock p. 88
Home page. "OUR E-SCOOTER BRANDS" p. 90
Home page. Final structure p. 92
Category pages. Link in the text p. 93
Category pages. Sorting p. 95
Category pages. Displaying the number of products per page p. 97
Category pages. Products that are out of stock. Subscribe to notification p. 105
Product cards. Links/buttons that take the user away from the landing page p. 107
Category pages. Size chart p. 103
Shopping Cart Icon p. 132
Forms to fill out. Required fields p. 134
Forms to fill out. Information about the data that must be entered in the form field p. 138
Forms to fill out. Validating form data before submitting it to the server p. 142
Forms to fill out. Prompts for incorrect form filling p. 148
Forms to fill out. Field for entering a phone number p. 150
Forms to fill out. Adding attachments p. 152
Forms to fill out. Success notification p. 154
Page "About us» p. 158
Main menu. Contacts p. 163
Home page. Banners p. 164
Home page. Block with image p. 165
Category pages. Texts p. 166
Category pages. "Add to cart" p. 167

Низький пріоритет

Highlighting buttons on mouse over p. 33
Page "Electric Scooter Ireland Blog" p. 35
"Back to top" button p. 36
Copyright p. 38
Current menu item p. 40
Category pages. Aligning elements p. 42
Product cards. "Write a review" p. 44
Page "Cycle to work" p. 46
Page "Sitemap" p. 48
Site footer p. 50
Block size p. 52
Main menu p. 53
Size of forms p. 54

Дякую, що скористалися моїми послугами.

Якщо у вас виникнуть запитання щодо аудиту, я буду радий надати детальні відповіді на кожне з них.

Зв'яжіться зі мною

- **Website:** https://om-audit.com/
- **Email:** info@om-audit.com
- **WhatsApp:** +38(050)637-32-86
- **Telegram:** @Om_audit
- **Upwork:** https://www.upwork.com/freelancers/omaudit
- **FL.RU:** https://www.fl.ru/users/auditshurik/portfolio/
- **LinkedIn:** https://www.linkedin.com/in/oleh-m-74476631b/
- **Facebook:** https://www.facebook.com/Omaudit10/

OM AUDIT

