

# Юзабилити-тестирование сайта

[site.com](https://site.com)

## Общая информация:

Дистанционное юзабилити-тестирование вебсайта сервиса доставки еды [site.com](https://site.com) выполнено с помощью платформы [UseTest.net](https://usetest.net). В тестировании участвовало 5 случайных респондентов, попадающих под критерии целевой аудитории клиента.

## ЦА:

Основной сегмент - 25-34, со средним и выше среднего уровнем дохода (могут позволить себе заказывать еду).

## Сценарий теста:

- 1) Посещение сайта впервые и общие впечатления (без детального изучения текстов): о чем он и что можно сделать с его помощью.
- 2) Заказ специфической единицы товара (Салат из ушей вьетнамских поросят»), имитация 3-х порций «на сейчас».
- 3) Создание профиля на сайте и повторная имитация совершения заказа нескольких блюд из одного ресторана «на утро послезавтра».
- 4) Можно ли на сайте заказать набор из блюд разных ресторанов? Попробовать сделать это из 2 ресторанов своего города.

## Видео-отчеты:

Екатерина, 26. <https://youtu.be/>

Илона, 29. <https://youtu.be/>

Константин, 34. <https://youtu.be/>

Андрей, 28. <https://youtu.be/>

Мария, 25. <https://youtu.be/>

## Метрики (для заданий 2-4):

Completion Rate (коэффициент выполнения): средний - 47%, задание 2 - 80%, задание 3 - 60%, задание 4 - 0%.

Task time (время выполнения, по формуле среднего геометрического для <25 респондентов): задание 2 - 1 мин 17 сек, задание 3 - 2 мин 48 сек, задание 4 - NA из-за 0% completion rate.

## Результаты тестирования, ключевые проблемные места и рекомендации по устранению

- 1. Первые впечатления.** Всего 2 респондента легко и быстро определили целевое назначение сайта. Оформление главной страницы получило положительный отклик у аудитории за исключением наличия длинных текстов в нижней части страницы. Кроме того, у сайта нет четкой ассоциации с сервисом доставки еды. Возможно, стоит добавить некий слоган на главной «Доставка еды из ресторанов вашего города» или что-то похожее для формирования мгновенного образа сайта. Согласно правилу [«первых 7 секунд»](#), именно столько времени есть у вебсайта для того, чтобы донести пользователю информацию о том, что он находится в «нужном» ему месте.
- 2. Отсутствие (неприметность) привычных элементов.** Тестирование показало, что пользователи привыкли видеть классическое меню-навигацию вверху страницы (О нас, Доставка, Оплата, Корзина и т.д.). Как показали результаты тестирования, респонденты в первую очередь ожидают видеть «Корзину» вверху справа, поэтому на анализируемом сайте рекомендуем переместить ее на более привычное место. Кнопку «Регистрация», если это необходимый процесс во время взаимодействия с вашим бизнесом, следует добавить непосредственно на сайт, чтобы пользователю не приходилось делать лишние действия: сначала кликать «Войти», а только после этого искать неприметную кнопку «Зарегистрируйтесь». Однако, существует мнение, что регистрация является [барьером для пользователей](#). Форму поиска также рекомендуем сделать визуально более заметной.
- 3. Навигация по сайту.** Рекомендуем усовершенствовать систему навигации по сайту: в частности, отображать, где находится пользователь (например, с помощью «хлебных крошек»), а также сделать возможной опцию беспрепятственного возврата в то место, откуда он пришел (например, простым нажатием кнопки «Назад» в браузере). Кроме того, советуем изначально не ограничивать пользователя необходимостью введения адреса, а дать возможность навигации по всем страницам сайта, детального изучения блюд, условий доставки и т.д., а уже после этого (при оформлении заказа) требовать адрес. В случае, если по введенному городу заказанные блюда будут недоступны, можно предложить похожие блюда или другие рестораны. В качестве альтернативы можно оставить текущий формат фильтрации пользователей по городам, но тогда лучше сделать эту процедуру более понятной (например, анимировать и доступно прописать при загрузке сайта: «Пожалуйста, укажите город, где вы находитесь, чтобы мы показали доступные вам рестораны», но не навязывать непонятное окошко во всевозможных местах).
- 4. Движок ввода адреса.** Советуем не пользоваться готовым решением ввода адреса от Google в одной строке, поскольку у пользователей возникли трудности с вводом данных о своем местонахождении, а также при регистрации (вероятно, эта фишка может спровоцировать значительный процент отказов как во время совершения заказа, так и при регистрации). Можно разбить ввод адреса на несколько строк (отдельно город, улица, дом) и сделать процесс более понятным, либо воспользоваться альтернативным движком адресов.

5. **Поиск по сайту.** Во время тестирования все респонденты использовали поиск вместо меню. В связи с этим рекомендуем концептуально переработать работу поискового движка: после введения блюда в строку поиска недопустимо показывать результаты с ресторанами, в которых нет искомого блюда. Более того, при поиске блюда пользователь ожидает увидеть блюда, или по крайней мере четкое сообщение, что искомое блюдо доступно в отображенных ниже ресторанах. Исключите необходимость поиска блюда по несколько раз (результаты сбиваются), что раздражало тестеров и может привести к покиданию сайта. Кроме того, советуем доработать всплывающие подсказки: не стоит отображать дубли (в частности, несколько одинаковых «Маргарит», из разных ресторанов) либо коммуницировать дубли четче. После поиска были прецеденты, когда пользователю вываливались одновременно активные и неактивные рестораны, а иногда отображало о результатов, поэтому советуем стандартизировать результаты поиска.
6. **Анимация заказа.** При добавлении товара в корзину советуем сделать более заметной анимацию, а по возможности сохранять добавленные товары даже после повторного визита на сайт (через cookies). Кроме того, во время оформления заказа некоторые функции на сайте отображаются как undefined, а также всплывает окно «Минимальное время доставки - 2 часа», которое не дает возможности совершить заказ, поэтому советуем исправить эти баги.
7. **Всплывающее окно «Введите адрес».** По мнению тестеров, лучше отключить это всплывающее окно: оно появляется слишком часто и сильно путает пользователей, ассоциируется с какой-то ошибкой, ограничивает возможности навигации по сайту (чаще всего во время сбора информации о блюдах) и подталкивает к тому, чтобы покинуть сайт.
8. **Левое вертикальное меню.** Пользователи не пользовались левым меню сайта по причине непонятной архитектуры. Настоятельно советуем стандартизировать и упростить его. Попробуйте убрать длинное полотно из кнопок и заменить его на понятное разворачивающееся меню из 5-10 основных кнопок, где не будет неактивных (серых) пунктов, а также текущих радио-баттонов.
9. **Дизайн кнопок.** У пользователей были сложности с совершением целевых действий из-за одинакового текста на всех кнопках. Если это кнопка заказа – подпишите «Заказать», если поиска – «Поиск» и т.д. Кроме того, ключевые кнопки, которые пользователь проходит на пути к конверсии можно сделать более заметными (увеличить в размерах).
10. **Выбор блюд из разных ресторанов.** Наличие этого функционала на сайте прокоммуницировано хорошо, что сразу было замечено респондентами. Однако, сам конструктор не работал у всех тестеров. В частности, есть проблемы с выбором ресторанов для своего города (по умолчанию выбран первый по алфавиту, а изменить его не получается). Один респондент пытался предварительно выбрать город на «Главной», но тоже не смог справиться с задачей.