Чек-лист

Проверки работы UX/UI-дизайнера

Этот чек-лист — приблизительный план действий, потому что каждый сайт, сервис и приложение уникальны. Что должно присутствовать в одном, того не должно быть в другом. Но если вы заметили, что многие базовые критерии не выполняются, стоит задать вопросы вашему дизайнеру

Что проверять. На примере интернет-магазина

1. Удобство сайта

- [ ] Есть «хлебные крошки» — ссылки, которые отражают путь пользователя от главной страницы до текущей (на примере интернет-магазина — Главная > Электроника > Мобильные устройства > Название товара)
- [ ] Навигация не меняется при переходе с одной страницы на другую
- [ ] Адрес сайта прост для запоминания, все URL понятны (как слышится, так и пишется)
- [ ] На всех страницах есть окно поиска
- [ ] Работают персонализированные настройки, которые активируются автоматически (валюта, регион, язык, версия сайта)
- [ ] Сайт адаптирован для просмотра с мобильных устройств
- [ ] Всплывающие окна ненавязчивы, показываются только потенциально заинтересованным посетителям

- [ ] По сайту можно перемещаться по tab
- [ ] Ссылки и кнопки расположены на достаточном расстоянии и имеют размер, не затрудняющий клики по ним

2. Доступность контента

- [ ] Логически связанный контент размещается рядом
- [ ] Контент полезен для пользователей: нет страниц, которые не несут смысловой нагрузки
- [ ] На страницах минимум отвлекающих от основного контента элементов
- [ ] Есть контраст между текстом и фоном
- [ ] Текст написан понятным и доступным для аудитории языком, без заспамленности и «воды» (проверка — text.ru и glvrd.ru)
- [ ] Текст удобен для чтения: есть отступы между абзацами, содержание с якорными ссылками, информация в виде списков, подзаголовки, блоки цитат
- [ ] Изображения в галереях можно увеличить, кликнув по ним
- [ ] Ссылки легко различимы на фоне обычного текста
- [ ] Ссылки, по которым недавно были переходы, подсвечиваются другим цветом

3. Формы и регистрация

- [ ] Регистрация должна иметь смысл для пользователей: например, для участия в бонусной программе, доступа к демо-версии. Регистрация ради регистрации недопустима
- [ ] В формах есть только важные поля — e-mail и имя. Если без развернутой формы не обойтись, ее заполнение должно быть разбито на 2 или 3 этапа
- [ ] Есть выпадающие подсказки, например, при указании населенного пункта, либо тултип
- [ ] Указан формат ввода данных, например, для номера телефона или банковской карты
- [ ] При неправильном заполнении формы данные не теряются, а информация об ошибке отражается возле соответствующего поля, обязательно с пояснением

4. Главная страница

- [ ] На главной странице есть ключевая информация, которая позволяет посетителю сориентироваться в деятельности компании
- [ ] Есть призыв к действию
- [ ] Контактные данные расположены на видном месте

5. Страница «О компании»

- [ ] Контент отвечает на основной вопрос посетителя: «Что делает компания, чем она будет полезна?»
- [ ] Контент на странице. Есть инфографики и видеоролики о деятельности компании, фото ключевых сотрудников с описанием их направлений работы и контактных данных
- [ ] Кратко описана история деятельности компании, текст от первого лица
- [ ] Продемонстрированы достижения компании: оценки в рейтингах, участие в конкурсах, премиях, выставках, положительные отзывы довольных клиентов
- [ ] На странице есть ссылки на профили в профессиональных сервисах/группах/сообществах

6. Страница «Контакты»

- [ ] ФИО сотрудников, ответственных за коммуникации
- [ ] Номера телефонов
- [ ] Адрес электронной почты на домене сайта или другие способы связи
- [ ] Ссылки на профили в социальных сетях
- [ ] Физический и юридический адреса
- [ ] Карта проезда
- [ ] Форма обратной связи

7. Карточка товара

- [ ] Есть фотографии товара в высоком разрешении и с разных ракурсов
- [ ] Видеообзор товара
- [ ] Указаны технические характеристики
- [ ] Описание товара/услуги
- [ ] Условия доставки и оплаты
- [ ] Цена, информация о скидках и/или специальных предложениях
- [ ] Информация о наличии
- [ ] Блок с дополняющими или похожими товарами
- [ ] Отзывы и рейтинг

8. Корзина

- [ ] Наименование товара с основными характеристиками
- [ ] Фото товара
- [ ] Цена, указание скидки
- [ ] Кол-во приобретаемого товара
- [ ] Изменение кол-ва товаров
- [ ] Удаление товаров
- [ ] Удаление всей корзины
- [ ] Поделиться корзиной
- [ ] Применение промокода
- [ ] Кнопка для возврата к покупкам

Развивайте бизнес, а UX/UI доверьте нам

+7 (495) 150-85-54
info@pyrobyte.ru
t.me/pyrobyte_team