



команда роста на аутсорсе  
для системного улучшения ключевых метрик

## Матрица оценки юзабилити и контентной релевантности

Визуальный фреймворк для быстрой идентификации слабых мест на веб-страницах

### Шкала критичности: Оценка проблем

<b>Красный (К)</b>	Критично. Требуется немедленного вмешательства. Оказывает сильное негативное влияние на пользовательский опыт и конверсию.
<b>Желтый (Ж)</b>	Важно. Требуется внимания в ближайшее время. Может снижать эффективность страницы и вызывать фрустрацию.
<b>Зеленый (З)</b>	Хорошо. Соответствует ожиданиям. Не является источником проблем.

### Секция 1: Оценка юзабилити (на страницу)

Категория оценки	Критерии и оценки	Ваша оценка (К/Ж/З)	Комментарии
Скорость загрузки	Отлично (< 1-2 сек): Мгновенная загрузка. Хорошо (2-3 сек): Быстрая загрузка, без задержек. Удовлетворительно (3-5 сек): Заметные задержки, но терпимо. Плохо (> 5 сек): Долгая загрузка, высокий риск отказа (до 90% при >5 сек, Google).		
Адаптивность	Полная: Идеально отображается на всех устройствах (десктоп, планшет, смартфон). Частичная: Есть проблемы на некоторых устройствах (например, текст вылезает, кнопки не нажимаются). Отсутствует: Сайт не адаптирован под мобильные устройства (2 из 3 минут в сети пользователи проводят на мобильных устройствах, Comscore).		
Навигация	Интуитивная: Понятная структура, «хлебные крошки», логичные меню. Запутанная: Сложно найти нужную информацию, много кликов. Отсутствует: Нет четкой структуры, пользователь теряется.		

Категория оценки	Критерии и оценки	Ваша оценка (К/Ж/З)	Комментарии
Поиск на сайте	<p>Есть, эффективный: Быстрый, релевантный, с автоподсказками.</p> <p>Есть, неэффективный: Медленный, выдает нерелевантные результаты.</p> <p>Отсутствует: Нет строки поиска (критично для крупных сайтов).</p>		
Типографика и читабельность	<p>Отлично: Комфортный шрифт, межстрочный интервал, контраст.</p> <p>Хорошо: Незначительные недочеты, но читабельно.</p> <p>Плохо: Мелкий шрифт, низкий контраст, стена текста (10-20% пользователей дочитывают текст до конца, Nielsen Norman Group).</p>		
Отсутствие отвлекающих элементов	<p>Нет рекламы/попапов: Чистый интерфейс, ничего не мешает.</p> <p>Есть: Единичные, ненавязчивые элементы (попап после 30-40 сек, exit-intent).</p> <p>Много: Агрессивная реклама, навязчивые всплывающие окна, автовоспроизведение медиа.</p>		
Общий дизайн	<p>Современный: Актуальный, минималистичный, приятный.</p> <p>Устаревший: Выглядит неактуально, но не отталкивает.</p> <p>Перегруженный: Визуальный хаос, много элементов, отвлекающих внимание (2/3 пользователей предпочтут контент с красивым дизайном).</p>		

## Секция 2: Оценка контентной релевантности и качества (на страницу)

Категория оценки	Критерии и оценки	Ваша оценка (К/Ж/З)	Комментарии
Соответствие запросу	<p>Полное: Контент страницы на 100% соответствует ожиданиям пользователя (заголовку объявления, сниппету).</p> <p>Частичное: Есть расхождения, но основная информация присутствует.</p> <p>Нет: Контент не соответствует запросу, вводит в заблуждение.</p>		
Полнота информации	<p>Достаточно: Вся необходимая информация (цены, условия, контакты, кейсы) легкодоступна.</p> <p>Недостаточно: Отсутствуют ключевые данные, приходится искать или запрашивать.</p> <p>Критически мало: Нет важной коммерческой информации, вызывает недоверие.</p>		
Ценностное предложение	<p>Четкое: УТП сформулировано ясно, пользователь понимает выгоды.</p> <p>Нечеткое: УТП размыто или спрятано.</p> <p>Отсутствует: Пользователь не понимает, почему должен выбрать именно вас.</p>		

Категория оценки	Критерии и оценки	Ваша оценка (К/Ж/З)	Комментарии
Призывы к действию (СТА)	Эффективные: Заметные, понятные, релевантные, ведут к логичному шагу. Слабые: Невыразительные, неясные, плохо расположены. Отсутствуют: Нет четких инструкций, что делать дальше.		
Качество текста	Экспертный, грамотный: Профессиональный, без ошибок, легко читается, продает. Грамотный: Без ошибок, но может быть сухим или не продающим. Низкое: Ошибки, переоптимизация, канцелярит, не вызывает доверия.		
Социальные доказательства	Есть: Отзывы, кейсы, логотипы партнеров, сертификаты, цифры продаж. Нет: Отсутствуют элементы, повышающие доверие.		
Актуальность контента	Актуальный: Информация регулярно обновляется, нет устаревших данных. Устаревший: Есть устаревшие новости, акции, посты. Страницы 'в разработке': Подрывает доверие, создает впечатление заброшенности.		

### Пример заполнения: Тестовая страница 'Каталог смартфонов'

Категория оценки	Критерии и оценки	Ваша оценка (К/Ж/З)	Комментарии
Скорость загрузки	Отлично (< 1-2 сек): Мгновенная загрузка. Хорошо (2-3 сек): Быстрая загрузка, без задержек. Удовлетворительно (3-5 сек): Заметные задержки, но терпимо. Плохо (> 5 сек): Долгая загрузка, высокий риск отказа (до 90% при >5 сек, Google).	Ж	Загрузка 3.5 секунды на мобильных, PageSpeed Insights рекомендует оптимизировать изображения.
Адаптивность	Полная: Идеально отображается на всех устройствах (десктоп, планшет, смартфон). Частичная: Есть проблемы на некоторых устройствах (например, текст вылезает, кнопки не нажимаются). Отсутствует: Сайт не адаптирован под мобильные устройства (2 из 3 минут в сети пользователи проводят на мобильных устройствах, Comscore).	Ж	На iPhone SE кнопки фильтров наезжают друг на друга. Слайдер товаров не всегда корректно свайпается.
Навигация	Интуитивная: Понятная структура, «хлебные крошки», логичные меню. Запутанная: Сложно найти нужную информацию, много кликов. Отсутствует: Нет четкой структуры, пользователь теряется.	3	Хорошая навигация, есть «хлебные крошки», удобное боковое меню с категориями.

Категория оценки	Критерии и оценки	Ваша оценка (К/Ж/З)	Комментарии
Поиск на сайте	<p>Есть, эффективный: Быстрый, релевантный, с автоподсказками.</p> <p>Есть, неэффективный: Медленный, выдает нерелевантные результаты.</p> <p>Отсутствует: Нет строки поиска (критично для крупных сайтов).</p>	Ж	Поиск есть, но не выдает подсказки при вводе. При ошибке в слове (напр. 'самсунг' вместо 'samsung') результаты нерелевантны.
Типографика и читабельность	<p>Отлично: Комфортный шрифт, межстрочный интервал, контраст.</p> <p>Хорошо: Незначительные недочеты, но читабельно.</p> <p>Плохо: Мелкий шрифт, низкий контраст, стена текста (10-20% пользователей дочитывают текст до конца, Nielsen Norman Group).</p>	3	Шрифт читабельный, контраст хороший. Описания товаров разбиты на абзацы.
Отсутствие отвлекающих элементов	<p>Нет рекламы/попапов: Чистый интерфейс, ничего не мешает.</p> <p>Есть: Единичные, ненавязчивые элементы (попап после 30-40 сек, exit-intent).</p> <p>Много: Агрессивная реклама, навязчивые всплывающие окна, автовоспроизведение медиа.</p>	Ж	Попап с подпиской на рассылку появляется через 5 секунд после входа, перекрывая контент. Нет кнопки 'закрыть'.
Общий дизайн	<p>Современный: Актуальный, минималистичный, приятный.</p> <p>Устаревший: Выглядит неактуально, но не отталкивает.</p> <p>Перегруженный: Визуальный хаос, много элементов, отвлекающих внимание (2/3 пользователей предпочтут контент с красивым дизайном).</p>	3	Дизайн чистый, современный, без лишних элементов.
Соответствие запросу	<p>Полное: Контент страницы на 100% соответствует ожиданиям пользователя (заголовку объявления, сниппету).</p> <p>Частичное: Есть расхождения, но основная информация присутствует.</p> <p>Нет: Контент не соответствует запросу, вводит в заблуждение.</p>	3	Страница полностью соответствует запросу 'купить смартфон'.
Полнота информации	<p>Достаточно: Вся необходимая информация (цены, условия, контакты, кейсы) легкодоступна.</p> <p>Недостаточно: Отсутствуют ключевые данные, приходится искать или запрашивать.</p> <p>Критически мало: Нет важной коммерческой информации, вызывает недоверие.</p>	Ж	Цены указаны, но нет информации о наличии в магазинах и сроках доставки на странице товара. Нужно переходить в корзину.
Ценностное предложение	<p>Четкое: УТП сформулировано ясно, пользователь понимает выгоды.</p> <p>Нечеткое: УТП размыто или спрятано.</p> <p>Отсутствует: Пользователь не понимает, почему должен выбрать именно вас.</p>	Ж	Нет явного УТП магазина. Просто список товаров. Почему купить здесь, а не у конкурентов?
Призывы к действию (СТА)	<p>Эффективные: Заметные, понятные, релевантные, ведут к логичному шагу.</p> <p>Слабые: Невыразительные, неясные, плохо расположены.</p> <p>Отсутствуют: Нет четких инструкций, что делать дальше.</p>	3	Кнопка 'Купить' заметная, ведет в корзину. Все логично.

Категория оценки	Критерии и оценки	Ваша оценка (К/Ж/З)	Комментарии
Качество текста	Экспертный, грамотный: Профессиональный, без ошибок, легко читается, продает. Грамотный: Без ошибок, но может быть сухим или не продающим. Низкое: Ошибки, переоптимизация, канцелярит, не вызывает доверия.	3	Описания товаров грамотные, без ошибок, но немного суховаты. Нет акцента на выгодах.
Социальные доказательства	Есть: Отзывы, кейсы, логотипы партнеров, сертификаты, цифры продаж. Нет: Отсутствуют элементы, повышающие доверие.	Ж	Есть рейтинг товаров, но нет текстовых отзывов на странице каталога. Нет информации о количестве проданных товаров.
Актуальность контента	Актуальный: Информация регулярно обновляется, нет устаревших данных. Устаревший: Есть устаревшие новости, акции, посты. Страницы 'в разработке': Подрывает доверие, создает впечатление заброшенности.	3	Все модели смартфонов актуальны, цены обновляются ежедневно.

# Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

