

Лекция 1. Введение в веб-дизайн

Курс «Веб-дизайн»

Преподаватель: Иванова Елена Владимировна, к.ф.-м.н.,
доцент кафедры «Системное программирование»

Организация курса

Организация курса

- Лекционные занятия – 8 занятий (16 ак.ч.)
- Практические занятия – 16 занятий (32 ак.ч.)
- Вид контроля: **зачет**

Система оценок в курсе

- Контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля:
 - 8 минитестов
 - 6 практических работ
- Бонусы
 - не предусмотрены
- Промежуточная аттестация
 - Тест

Контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля: минитесты

- Минитест проводится в виде электронного теста **в конце каждого лекционного занятия.**
- Тест содержит 5 вопросов, за каждый из которых можно получить максимум 1 балл. Студент получает 1 балл за вопрос, если ответ полностью верный, 0 баллов - иначе. Оценка студента за тест - это сумма баллов за каждый вопрос. Время, отведенное на опрос, 10 минут.



Минитест 1

Контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля: практически задания

Практическое задание 1. Техническое задание

Задание

Разработайте техническое задание для сайта Landing Page. Тематику сайта выберите самостоятельно по вашим интересам.

1. В шаблоне технического задания заполните раздел "1. Основная информация".
2. Заполните раздел "2. Анализ сайтов конкурентов". Количество исследуемых сайтов должно быть не менее 3. Запишите следующее: Название, URL, проанализуйте структуру сайта, цвета (уместность цветовой гаммы для данной тематики), графические элементы, эмоциональное воздействие сайта на посетителя. Проанализуйте, есть ли у всех рассмотренных вами сайтов общие элементы.
3. Проведите анализ целевой аудитории вашего сайта.
На кого ориентирован продукт/услуги? Каковы социально-демографические характеристики (пол, возраст, доход, образование, стиль жизни) пользователя? Опишите 1-3 типичных пользователя сайта. Для каждого типа пользователей укажите его социально-демографические характеристики, какую его проблему решаем, какой результат ожидает пользователь. Полученные результаты опишите в разделе "3. Анализ целевой аудитории".

Загрузите файл с техническим заданием в качестве ответа на задание.

Критерии оценки:

5 баллов: задание полностью выполнено.

3 балла: написаны только 1й и 2й разделы технического задания.

0 баллов: задание не выполнено.

 Техническое задание.docx

4 февраля 2022, 18:06

Вклад оценки в курс

- Оценка минитеста, задания и др. не равна вкладу в оценку курса!
- Например, для минитеста максимальная оценка составляет 5 баллов, а **вес** равен 2.5. Это значит,
 - если вы написали тест на 5 баллов, то вклад в общий рейтинг будет 2.5
 - если на 3 балла, то вклад в общий рейтинг будет $3 * 2.5 / 5 = 1.5$.

Контрольно-рейтинговое мероприятие (КРМ)	Вес
1	2
Текущий контроль	
Минитест 1	2.5
Минитест 2	2.5
Минитест 3	2.5
Минитест 4	2.5
Минитест 5	2.5
Минитест 6	2.5
Минитест 7	2.5
Минитест 8	2.5
Практическое задание 1. Техническое задание	5
Практическое задание 2. Фирменный стиль	5
Практическое задание 3. Прототип сайта	10
Практическое задание 4. Верстка	15
Практическое задание 5. Интеграция в CMS	15
Практическое задание 6. Юзабилити-тестирование	15
Практическое задание 7. Поисковая оптимизация	15
Промежуточная аттестация	
Итоговое тестирование (зачет)	—

Зачет

- У студента есть возможность получить итоговую оценку только на основе рейтинга текущего контроля, то есть **"автоматом"**:

- В этом случае оценка за дисциплину выставляется по формуле $R_d = R_{тек}$

Зачтено	Незачтено
60-100	0-59

- Если по результатам текущего контроля студент не набрал необходимого количества баллов для положительной оценки, он может **пройти промежуточную аттестацию**:
 - проходит **в виде компьютерного тестирования**, состоящее из 20 вопросов. На ответы отводится 1 час.
 - В этом случае оценка за дисциплину выставляется по формуле

$$R_d = 0.6 \times R_{тек} + 0.4 \times R_{ПА}$$

Вклад в итоговую оценку для «автомата» и промежуточной аттестации

Контрольно-рейтинговое мероприятие (КРМ)	Вес	Вклад в итоговую оценку по результатам текущего контроля	Вклад в итоговую оценку при прохождении промежуточной аттестации
1	2	3	4
Текущий контроль			
Минитест 1	2.5	2.5%	1.5%
Минитест 2	2.5	2.5%	1.5%
Минитест 3	2.5	2.5%	1.5%
Минитест 4	2.5	2.5%	1.5%
Минитест 5	2.5	2.5%	1.5%
Минитест 6	2.5	2.5%	1.5%
Минитест 7	2.5	2.5%	1.5%
Минитест 8	2.5	2.5%	1.5%
Практическое задание 1. Техническое задание	5	5%	3%
Практическое задание 2. Фирменный стиль	5	5%	3%
Практическое задание 3. Прототип сайта	10	10%	6%
Практическое задание 4. Верстка	15	15%	9%
Практическое задание 5. Интеграция в CMS	15	15%	9%
Практическое задание 6. Юзабилити-тестирование	15	15%	9%
Практическое задание 7. Поисковая оптимизация	15	15%	9%
Промежуточная аттестация			
Итоговое тестирование (зачет)	—	—	40%

Пример вычислений оценки для промежуточной аттестации

1) Пусть текущий рейтинг $R_{тек} = 33\%$. Это оценка автоматом «не зачтено».

2) Пусть экзаменационный тест $R_{ПА} = 100\%$.

3) Тогда

$$\begin{aligned} R_d &= 0.6 \times R_{тек} + 0.4 \times R_{ПА} = \\ &= 0.6 \times 33\% + 0.4 \times 100\% = 59.8\%. \end{aligned}$$

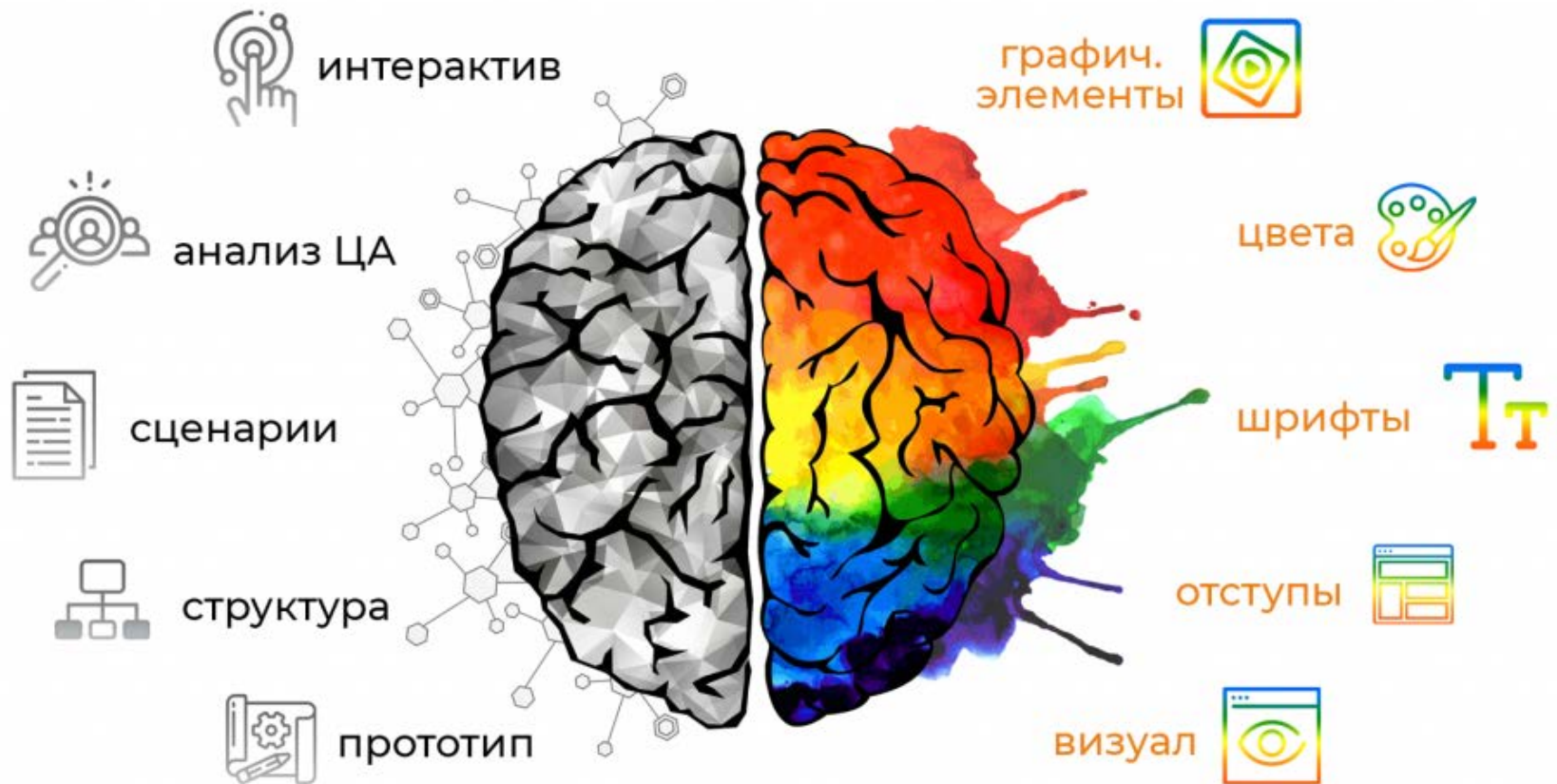
«Зачтено» с учетом округления в пользу студента.

Что такое веб-дизайн

Что такое веб-дизайн

- Современный веб-дизайн эволюционировал от рисования «красивой картинке» до проектирования продуманного веб-сервиса.
- Разделились понятия для проектирования и для рисования веб-интерфейса:
 - **UI (User Interface)** – это то, как выглядит интерфейс: определяет, какого цвета будет сайт, удобно ли будет человеку попадать пальцем в кнопки, читабельным ли будет текст и т. п.
 - Один из авторов термина, Джесс Гарретт, определяет UI как сферу интерфейсных элементов: таблиц цветовых кодов, текста и кнопок.
 - **UX (User Experience)** – это то, какой опыт/впечатление получает пользователь от работы с интерфейсом, удастся ли ему достичь цели и насколько просто или сложно это сделать. UX — это сфера между дизайном и аналитикой.
 - Словосочетание UX придумал Дональд Норман в 1993 году, когда работал в Apple.
 - Иногда UX называют UXD или UED — user experience design, XD — experience design.

UI & UX



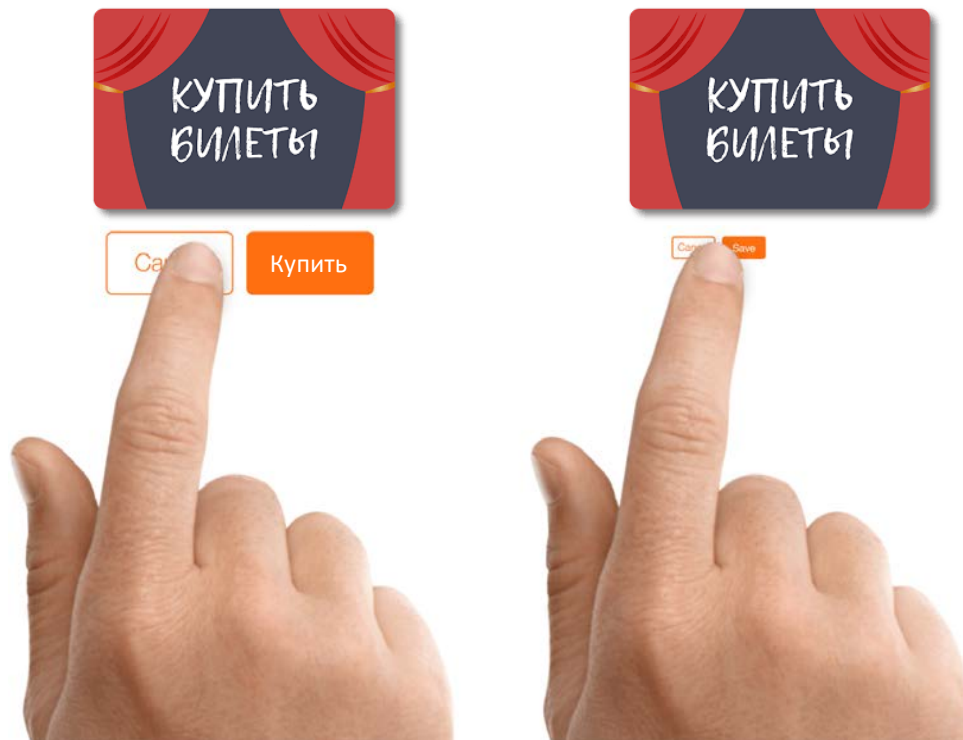
Пример UI и UX

UX-дизайнер

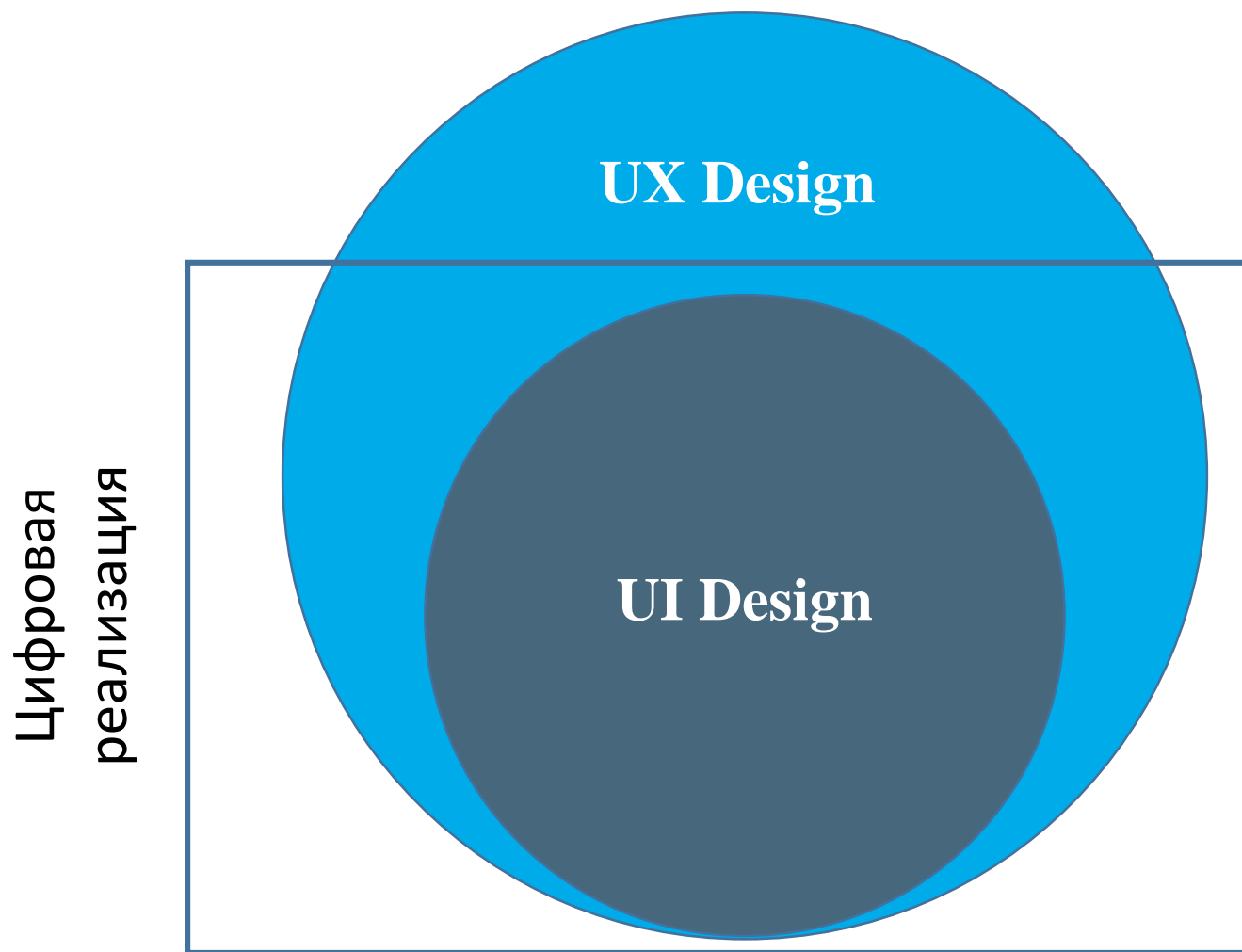
- проводит анализ ЦА и определяет цели пользователя сайта (купить билеты)
- продумывает сценарий поведения пользователя на сайте и определяет какие элементы на веб-странице должны быть и где (кнопки, др.)

UI-дизайнер

- прорабатывает детали интерфейса, выбирает цвет, размер, расположение кнопок на основе
 - идеи UX-дизайнера
 - композиции



Отношения между UI, UX



Компетенции дизайн-команды большого проекта

- аналитика;
- пользовательские исследования;
- UX-дизайн;
- UI-дизайн;
- frontend- и backend-разработка;
- контент-стратегия и копирайтинг;
- контроль качества;
- маркетинг и PR;
- управление проектами и продуктами

Цифровая
реализация

Этапы создания дизайна сайта

Этапы создания дизайна сайта

№	Этап	Результат
1	Формулировка требований к сайту. Анализ сайтов конкурентов	Техническое задание
2	Проектирование, UX-дизайн. Подготовка контента	Прототип сайта
3	UI-дизайн	Визуальный прототип сайта
4	Вёрстка, программирование, интеграция с CMS	Готовый сайт
5	Тестирование	Отчет о тестировании
6	Публикация сайта в Интернет. Поисковая оптимизация	Опубликованный сайт

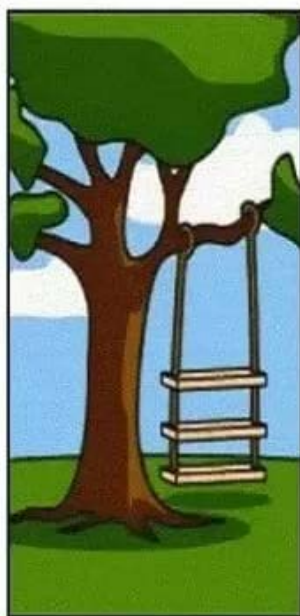
1

Этап 1. Формулировка требований к сайту

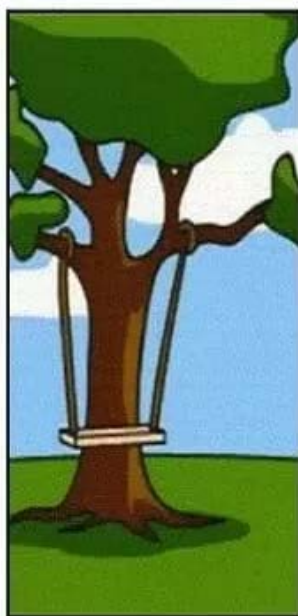
- **Цель первого этапа** – помочь клиенту сформулировать свои пожелания, а разработчикам выявить требования к дизайну и технологической основе веб-проекта.
- Результатом этапа является ***техническое задание (ТЗ)***.
 - ТЗ утверждается заказчиком и подписывается с двух сторон.
 - Составление ТЗ занимает $\sim 1/5$ часть времени от всех работ.

1 Почему важна формулировка требований к сайту?

Когда нет продуманного и четкого технического задания



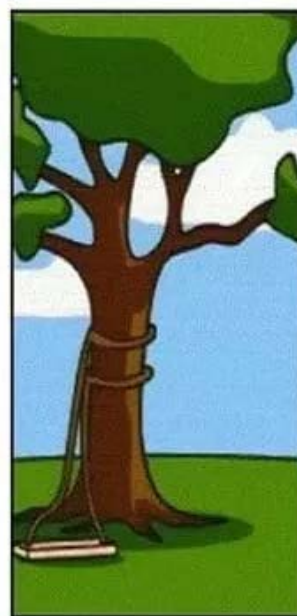
Как это объяснил заказчик



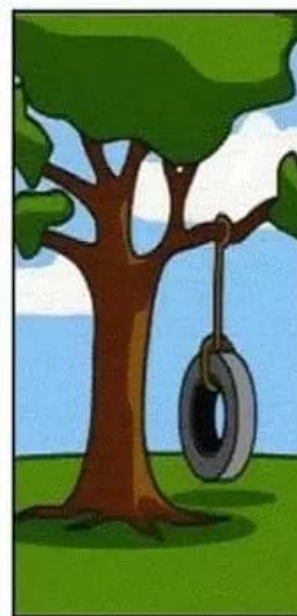
Как это понял руководитель проекта



Как спроектировал дизайнер



Как это реализовал программист



Что реально хотел заказчик

1 Бриф

- Клиент может формулировать свои предварительные требования в документе-опроснике, который называется бриф.
- **Бриф** – краткая описательная форма согласительного порядка между заказчиком проекта и его исполнителем. Бриф представляет собой документ в свободной форме с подготовленными вопросами от разработчика и ответами заказчика.
- Бриф используется как **заявка заказчика на сайт**



Задача специалиста – задать правильные вопросы и дать предложения по созданию сайта

Решение: Москва
ул. Батумская, 24, стр. 2
+7 495 772-35-32
office@mastayt.ru
www.mastayt.ru

Бриф на разработку сайта
Дата брифа: _____

Информация о компании

Наименование компании	_____
Адрес	_____
Телефон	_____
Факс	_____
Сайт	_____
Электронная почта	_____
Директор	_____
Менеджер	_____
Специалист	_____
Дизайнер	_____
Программист	_____
Другие специалисты	_____
Другие контакты	_____



Примеры брифа

Техническое задание

- Техническое задание **составляется профессионалами** на основе требований заказчика (например, брифа), исследования конкурентов и целевой аудитории.
- **Техническое задание** – официальный документ, соответствующий требованиям государственного стандарта (ГОСТ 34.602-89 Техническое задание на создание автоматизированной системы).

наименование организации - разработчика ТЗ на АС
УТВЕРЖДАЮ
Руководитель (должность, наименование предприятия - заказчика АС)
Личная подпись Расшифровка подписи
Печать
Дата
УТВЕРЖДАЮ
Руководитель (должность, наименование предприятия - разработчик" АС)
Личная подпись Расшифровка подписи
Печать
Дата

Содержание технического задания

1. Формулировка цели, задач и описание проекта

- Определить, что хотят получить от сайта его владельцы, и проанализировать, что хотят получить пользователи.
- Предварительная структура сайта.
- Расчет объема работ и сроки их выполнения.

2. Предпочтения заказчика по дизайну

- соотношение графической и текстовой информации, использование фирменных цветов и пр.

3. Технические требования к сайту

- средства, используемые при разработке; характеристики серверов заказчика и ПО.

4. Материалы от заказчика, необходимые в работе

- логотип, фирменные цвета и шрифты, фотоиллюстративный и текстовый материал от заказчика и др.

5. Анализ сайтов конкурентов

Анализ сайтов конкурентов

Необходим по двум причинам:

- Во-первых, **описания данного заказчиком зачастую недостаточно**, так как он, как правило, не имеет опыта разработки сайта.
- Во-вторых, возможно, что **в отрасли**, к которой принадлежит компания, **есть свои правила** оформления сайтов.
 - Посмотрите сайты конкурентов и найдите хорошие решения. Оценивайте не только, как они выглядят, но и содержание: из чего состоит меню, что они вынесли на главную страницу, какие разделы на сайте, что они пишут и как.
 - Сайты конкурентов могут не иметь стиля и выглядеть плохо, но если они зарабатывают деньги, значит что-то там работает. Ваша задача — понять, что именно.

Этап 2. Проектирование, UX-дизайн

UX-дизайн включает в себя:

- Исследование целевой аудитории
- Разработка информационной архитектуры сайта
- Прототипирование сайта

Результатом этапа является

- ***информационная архитектура,***
- ***прототип сайта.***

Результаты могут включаться в техническое задание.

2

Исследование целевой аудитории

- Кто пользователь сайта?
- Какие у него задачи/потребности?
- Предсказать, как пользователи будут работать с сайтом (сценарии).



Пример пользовательского сценария

2 Разработка информационной архитектуры сайта

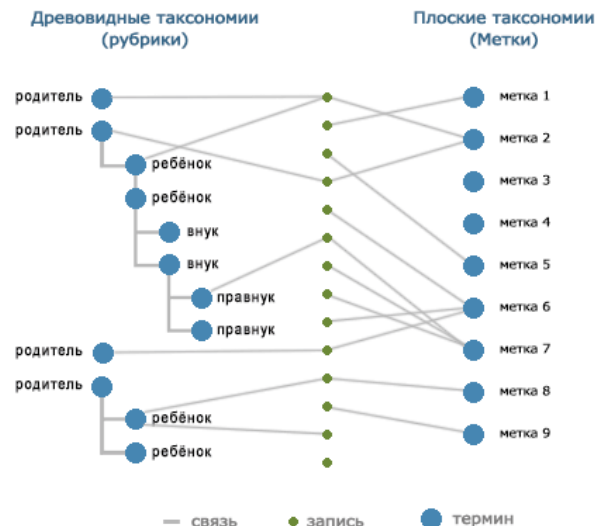
- ***Информационная архитектура (Information architecture)***
 - занимается принципами систематизации информации и навигации по ней с целью помочь людям более успешно находить и обрабатывать нужные им данные
 - правильная структура позволяет поисковым роботам быстро совершать обход ресурса

2 Представление информационной архитектуры

- ИА может быть представлена в виде карты сайта, таксономий т.п.



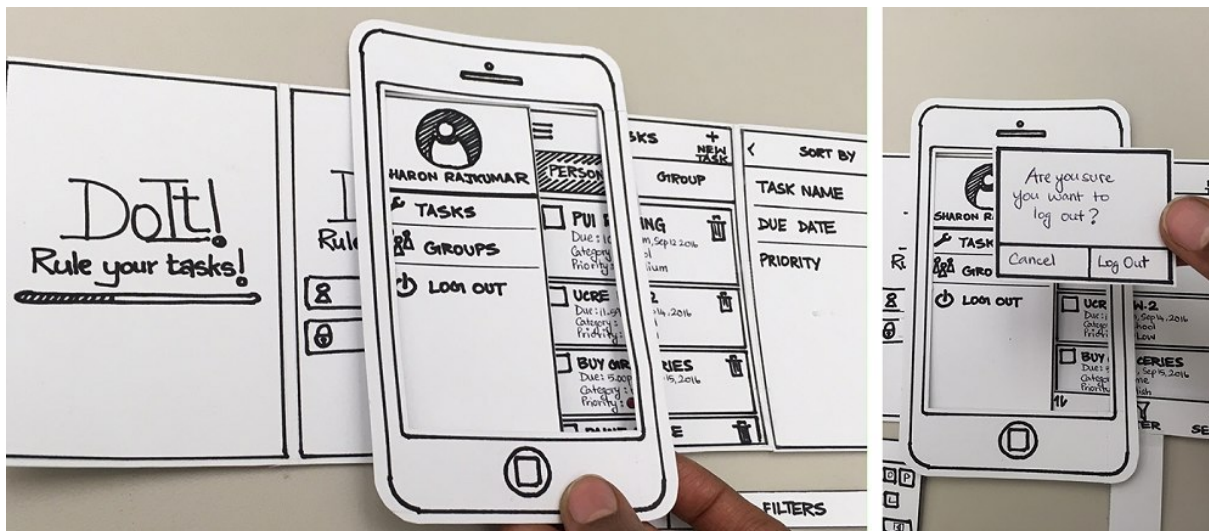
Пример карты сайта



Таксономия WordPress

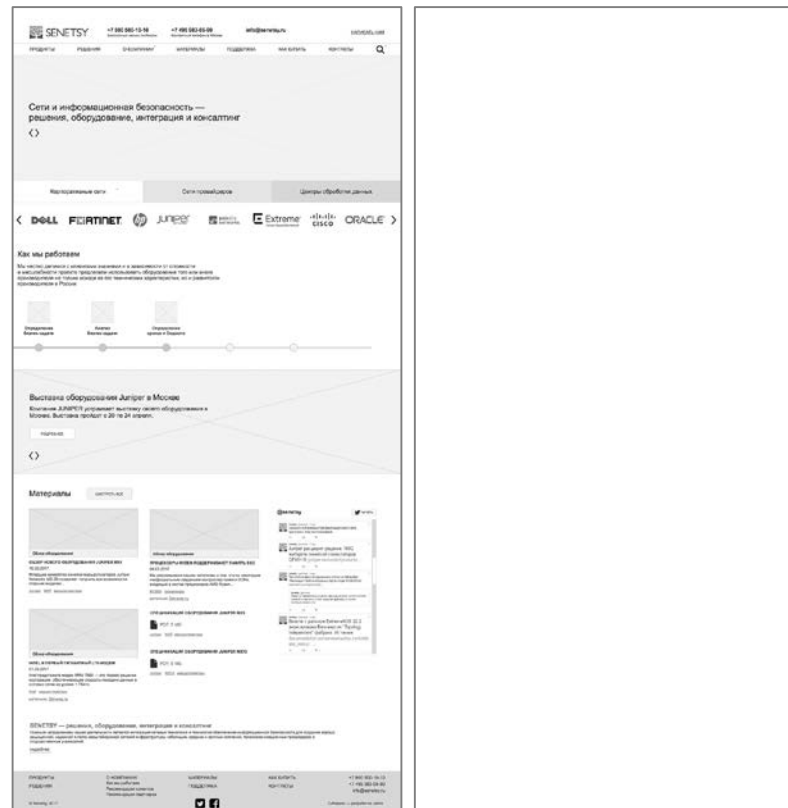
2 Прототипирование

- **Прототип (wireframe)** – детальный план веб-страницы.
 - Нужен для того, чтобы продумать интерфейс до того, как переходить к графическому оформлению.
- **Живой прототип (prototype)** – кликабельный прототип.
- **Прототипирование** — это процесс создания прототипа.



2 Прототип (wireframe)

- Прототип отвечает на 4 вопроса:
 - что есть на странице?
 - зачем?
 - где расположено?
 - и как оно работает?
- Визуал — второстепенное.
 - Основное внимание уделяют структуре и функциям проекта.
 - Типографика и цветовые предпочтения выбираются на следующем этапе.
- Итоговый эскиз сайта может отличаться от прототипа.

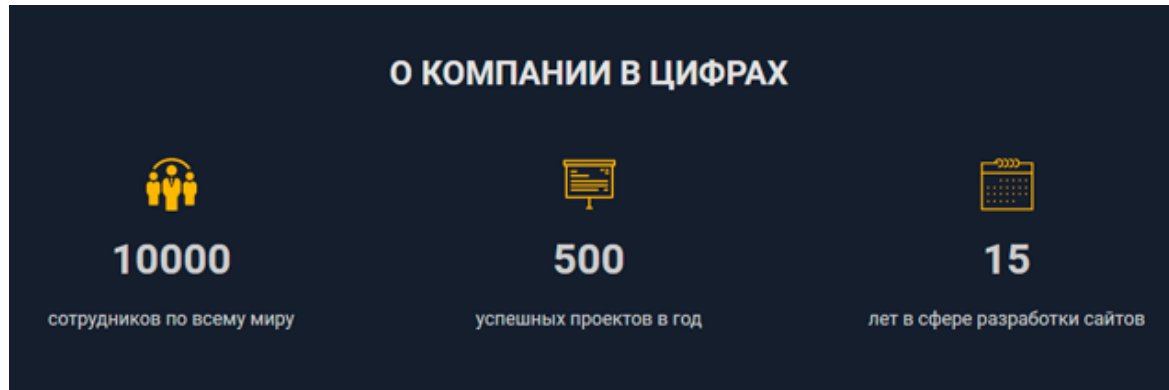


Пример прототипа и итогового эскиза
(<https://blog.sibirix.ru/2018/10/23/proto-design/>)

Наполнение прототипа

- Контент на прототипе приблизительный, и если он не влияет на структуру — его **можно поменять**.
- Контент, влияющий на смысл проекта, нужно **подготовить заранее**.
 - Здесь пригодятся материалы, которые собрали на этапе составления ТЗ: презентации, брошюры, публикации, само ТЗ.

2 Пример подготавливаемого контента — «Ключевые числа»



Рекомендация: числа должны быть осмысленными, понятными и что-то сообщать пользователю

Избегайте абстрактных величин, типа:

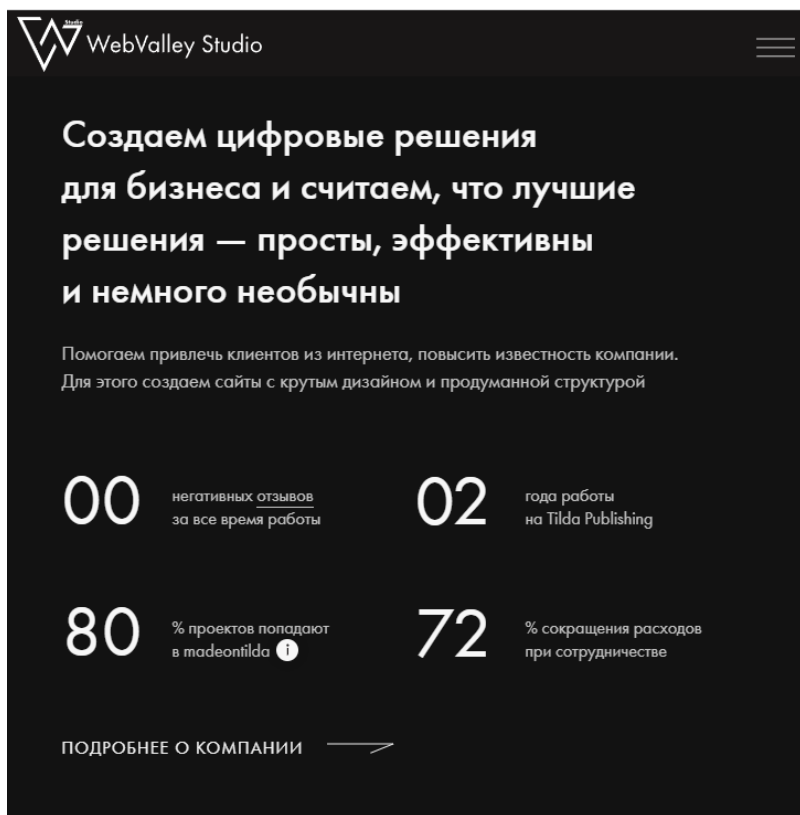
- обслужили 1000 клиентов, выпили 200 литров кофе, продали 38 000 плюшевых медведей.

Хорошие примеры:

- 7,5 — средний балл IELTS среди наших выпускников.
- 3 минуты — копируется фильм с одного устройства на другое при помощи нашего приложения.

Упражнение

Где ключевые числа лучше? Почему?



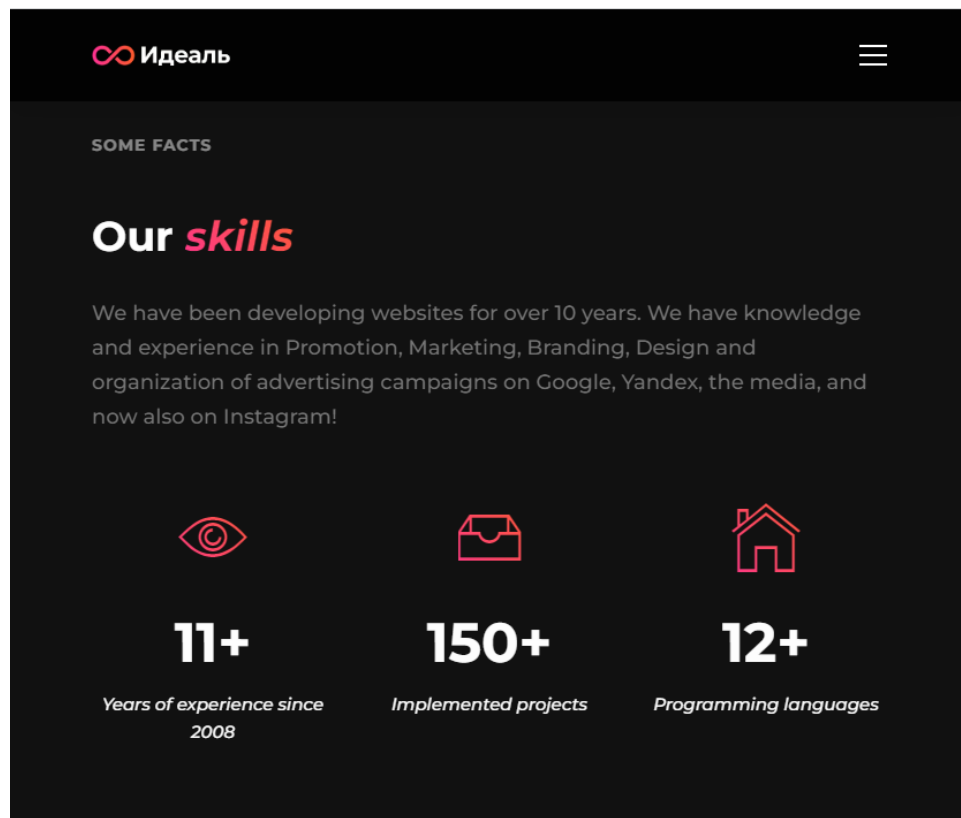
WebValley Studio

Создаем цифровые решения для бизнеса и считаем, что лучшие решения — простые, эффективны и немного необычны

Помогаем привлечь клиентов из интернета, повысить известность компании. Для этого создаем сайты с крутым дизайном и продуманной структурой

00	негативных отзывов за все время работы	02	года работы на Tilda Publishing
80	% проектов попадают в madeontilda	72	% сокращения расходов при сотрудничестве

ПОДРОБНЕЕ О КОМПАНИИ →






Идеаль

SOME FACTS

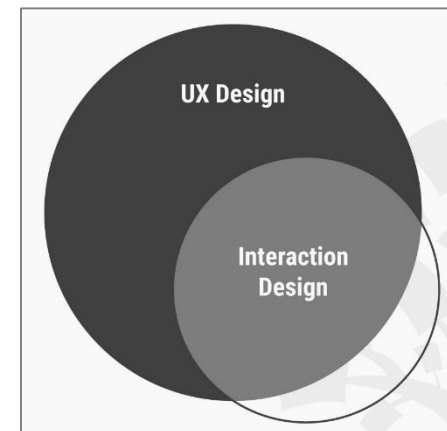
Our skills

We have been developing websites for over 10 years. We have knowledge and experience in Promotion, Marketing, Branding, Design and organization of advertising campaigns on Google, Yandex, the media, and now also on Instagram!

		
11+	150+	12+
Years of experience since 2008	Implemented projects	Programming languages

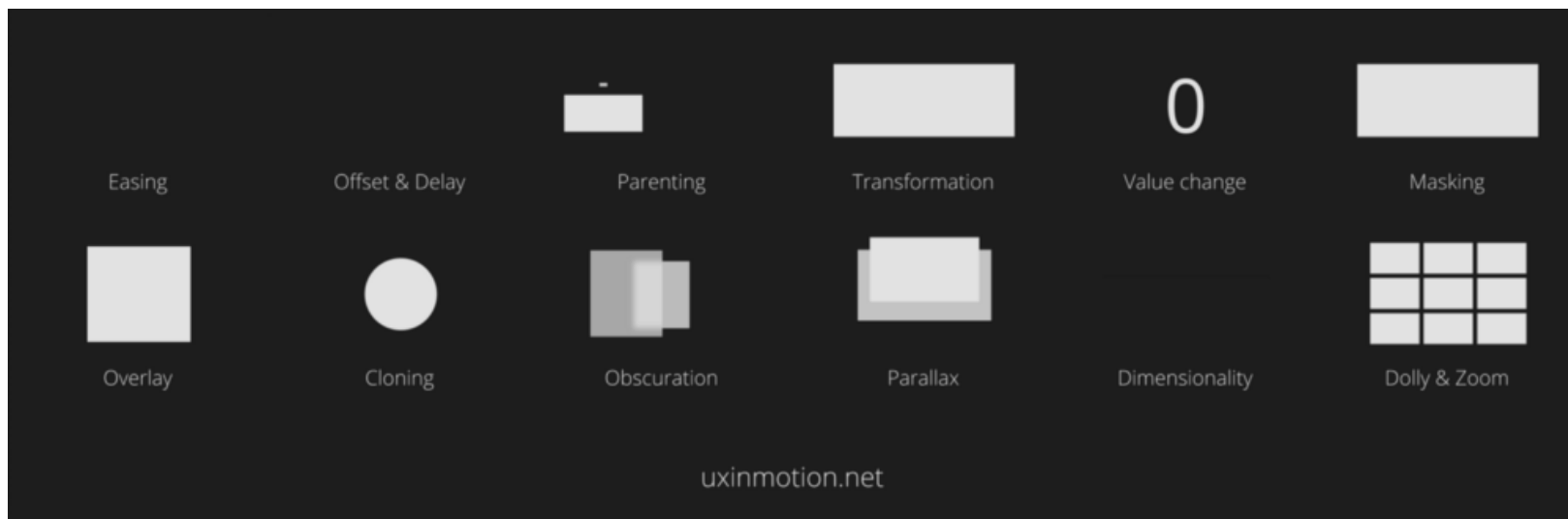
2 Проектирование взаимодействия с пользователем сайта (IxD)

- С UX-дизайном связано **проектирование взаимодействия (Interaction design, IxD)** – это процесс, направленный на создание привлекательных для пользователей веб-интерфейсов с логичной и продуманной схемой поведения и действий.
- Термин ввел Билл Моггридж, работая над первым ноутбуком GRiD Compass в 1984 году.
- Применение IxD позволяет создавать интерфейсы, которые дают пользователям:
 - подсказки с помощью форм, размеров и цветов элементов;
 - предотвращать допущение ошибок или устранять возникшие проблемы;
 - высокий уровень обучаемости при работе с продуктом благодаря простоте и стандартности формата системы и др.



IxD-анимация

- Подвижные иконки, меню, переходы и пр.
- Анимация интерфейсов – это не просто красивый интерфейс: когда что-то выезжает, выплывает, пролетает или плавно появляется на экране. В первую очередь, это смысл, который должен быть ценным для пользователя и только потом красивым.
- Над созданием IxD-анимации работают моушн-дизайнеры.

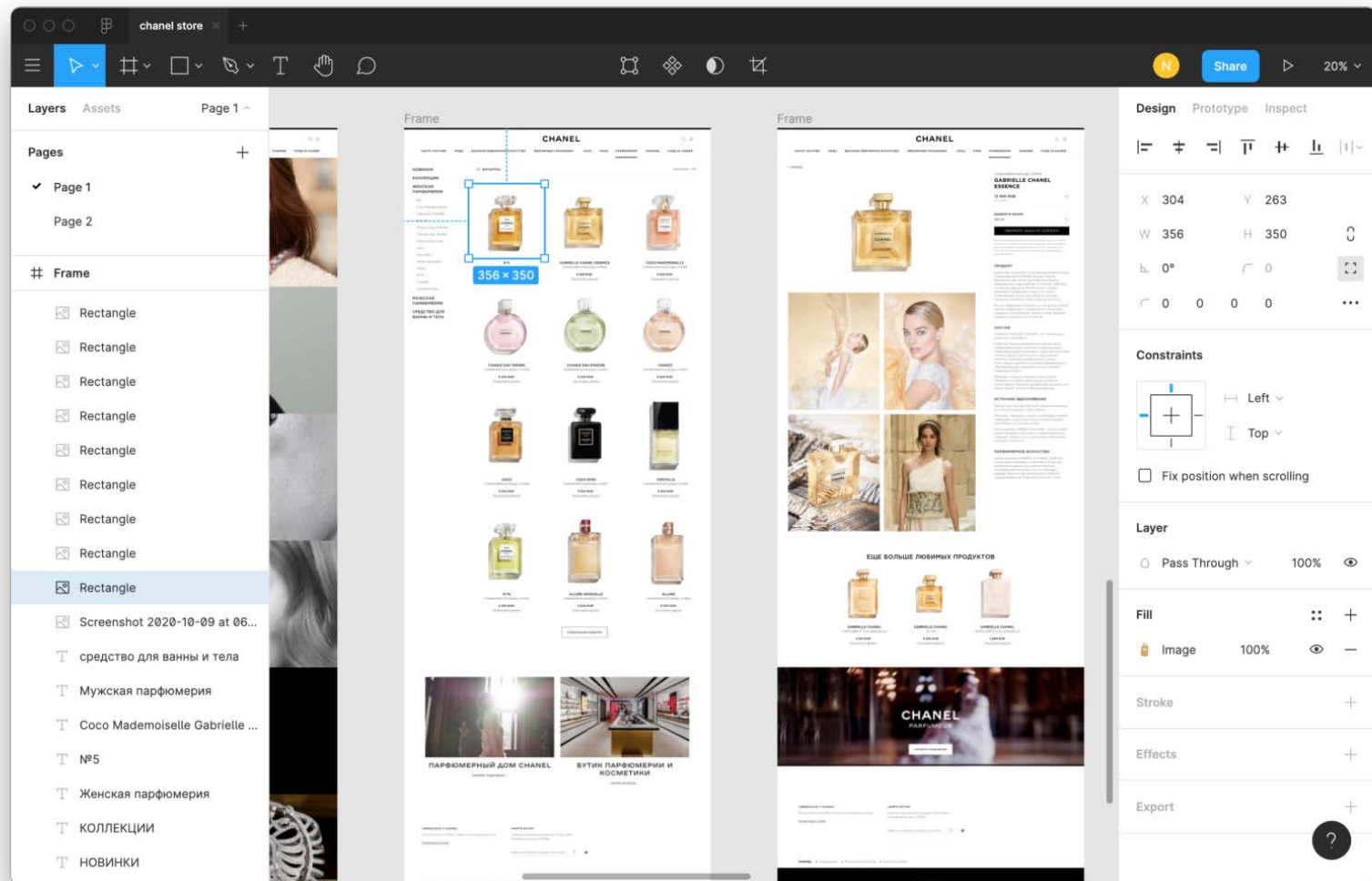


Этап 3. UI-дизайн

- На этапе UI-дизайна объединяются все предыдущие стадии. Прототипы обрабатываются в уникальный визуальный стиль, наполняются графикой, текстовыми элементами, сайт обретает свой финальный облик.
- Работы начинаются с главной страницы — она ключевая.
 - Сначала приходит понимание, как будет выглядеть главная страница, затем найденное визуальное решение тиражируется на внутренние страницы.
- Для разработки визуального дизайна используются
 - понятие композиции,
 - цвета,
 - модульные сетки,
 - типографика.
- Результат этапа — **визуальный прототип (эскиз)**.



3 Пример визуального прототипа в программе Figma



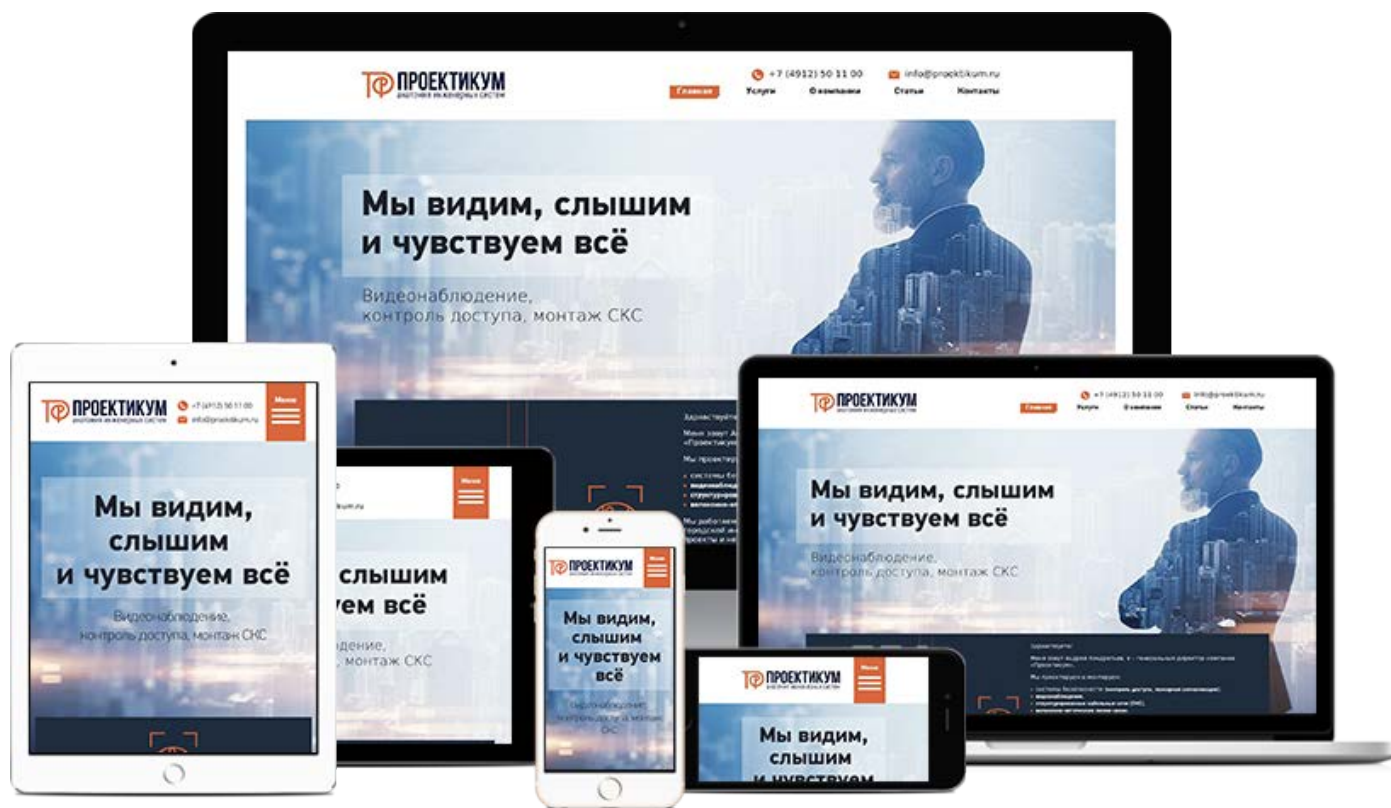
4

Этап 4. Вёрстка, программирование, интеграция с CMS

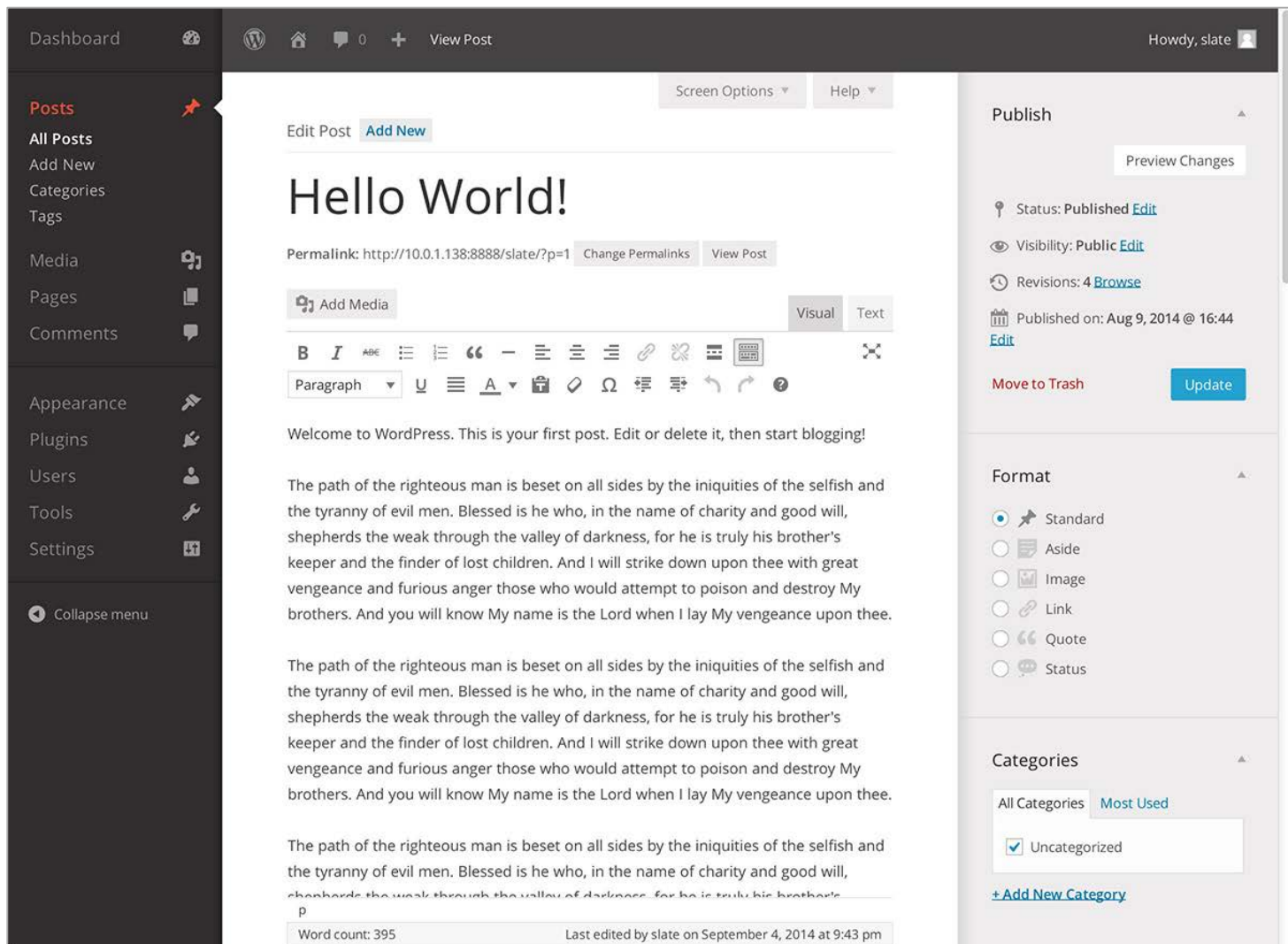
- После утверждения заказчиком визуального прототипа начинаются работы по реализации веб-сайта. Этапы реализации:
 1. **HTML-верстка**
 - Верстальщик переводит «картинку» в HTML+CSS+JavaScript-код. Полученный файл уже можно просмотреть в браузере, но функциональная часть сайта не работает.
 2. **Интеграция верстки в систему управления сайтом (CMS).**
 - Эту задачу выполняет программист. Верстка превращается в шаблоны, выбранной системы управления сайтом. CMS дополняется нужными функциональными модулями (например, интернет магазин). Теперь сайт может редактировать специалист без знания HTML и CSS. Весь функционал готов.
 - Наиболее популярные CMS: WordPress, Bitrix, Drupal, Joomla, конструкторы сайтов, например, Tilda.
 3. **Наполнение сайта контентом**
 - Окончательное наполнение сайта, осуществляется сотрудником компании.
 - Наполнение происходит с помощью «админки» CMS через визуальные редакторы (WYSIWYG — What You See Is What You Get).
- Результат этапа — **готовый сайт**.

Адаптивная верстка






- **Адаптивная верстка** - верстка веб-страниц, динамически подстраивающаяся под заданные размеры окна браузера.
- Адаптивность проектируется на этапе UX-дизайна.





Пример «админки» Wordpress



The screenshot displays the WordPress admin interface. On the left is a dark sidebar menu with options like Dashboard, Posts, Media, Pages, Comments, Appearance, Plugins, Users, Tools, and Settings. The main content area shows the 'Edit Post' screen for a post titled 'Hello World!'. The post content includes a welcome message and a paragraph of text. The right sidebar contains the 'Publish' section with status and visibility settings, the 'Format' section with a list of post formats, and the 'Categories' section with a list of categories. The bottom of the screen shows the word count and the last edit time.



Dashboard    0  View Post Howdy, slate 











Screen Options  Help 










Edit Post [Add New](#)

Hello World!

Permalink: <http://10.0.1.138:8888/slate/?p=1> [Change Permalinks](#) [View Post](#)

 Add Media Visual 

B *I* ABC          

Paragraph         


Welcome to WordPress. This is your first post. Edit or delete it, then start blogging!

The path of the righteous man is beset on all sides by the iniquities of the selfish and the tyranny of evil men. Blessed is he who, in the name of charity and good will, shepherds the weak through the valley of darkness, for he is truly his brother's keeper and the finder of lost children. And I will strike down upon thee with great vengeance and furious anger those who would attempt to poison and destroy My brothers. And you will know My name is the Lord when I lay My vengeance upon thee.


The path of the righteous man is beset on all sides by the iniquities of the selfish and the tyranny of evil men. Blessed is he who, in the name of charity and good will, shepherds the weak through the valley of darkness, for he is truly his brother's keeper and the finder of lost children. And I will strike down upon thee with great vengeance and furious anger those who would attempt to poison and destroy My brothers. And you will know My name is the Lord when I lay My vengeance upon thee.


The path of the righteous man is beset on all sides by the iniquities of the selfish and the tyranny of evil men. Blessed is he who, in the name of charity and good will, shepherds the weak through the valley of darkness, for he is truly his brother's keeper and the finder of lost children. And I will strike down upon thee with great vengeance and furious anger those who would attempt to poison and destroy My brothers. And you will know My name is the Lord when I lay My vengeance upon thee.


Word count: 395 Last edited by slate on September 4, 2014 at 9:43 pm


Publish 

[Preview Changes](#)


 Status: Published [Edit](#)


 Visibility: Public [Edit](#)


 Revisions: 4 [Browse](#)


 Published on: Aug 9, 2014 @ 16:44 [Edit](#)


[Move to Trash](#) [Update](#)


Format 


☒  Standard


☐  Aside

☐  Image

☐  Link

☐  Quote

☐  Status

Categories 

[All Categories](#) [Most Used](#)

☒ Uncategorized

[+ Add New Category](#)

Этап 5. Тестирование

- Перед сдачей проекта во избежание ошибок и недоработок сайт **тестируется**:
 - Тестирование функциональности
 - Тестирование безопасности
 - Тестирование интерфейса и др.
- Результат этапа – ***отчет о тестировании***.



6 Этап 6. Публикация сайта в Интернет.

Поисковая оптимизация

- **Публикация сайта в Интернет** – размещение файлов сайта на веб-хостинге.
- **Поисковая оптимизация (search engine optimization, SEO)** – комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации сайта для поисковых систем (Яндекс, Google, др.) с целью увеличения количества потенциальных клиентов компании.
- Результат этапа – **опубликованный сайт**.



Целевая аудитория

Целевая аудитория веб-сайта

Целевая аудитория (ЦА) веб-сайта – это заинтересованные и потенциально заинтересованные в контенте сайта (в информации, товарах или услугах) интернет-пользователи.

- Пользователи, которые являются постоянными клиентами.
- Потенциальные пользователи, которые еще не знают, что им нужен данный контент.
 - похожие на постоянных клиентов
 - новая группа пользователей



Пример



**Породистые
ХОМЯЧКИ**

Постоянные клиенты

Кто пользователь сайта?

- заводчики хомячков

Какие у него задачи/потребности?

- купить здоровых породистых особей

Новая группа пользователей

Кто пользователь сайта?

- молодые мамы

Какие задачи/потребности?

- отдых от забот о ребенке
- развитие ребенка
- безопасность ребенка

пользовательская
история

«Наш хомячок станет лучшим другом для вашего ребенка. Игра с хомячком развивает мелкую моторику, учит аккуратности и ответственности, займет вашего ребенка на 3 часа в день. Наши хомячки не кусаются, привиты и долго живут»

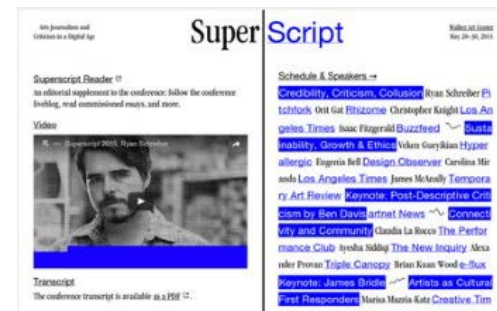
Использование знаний о ЦА

- На веб-сайте:

- в UI-дизайне

- Например, если целевая аудитория брутальные мужчины, то оформляем сайт в брутальном стиле.

- в текстах



Текст для заводчиков	Текст для молодых мам
«Наши хомячки имеют родословную в 10 поколений...»	«Наш хомячок станет лучшим другом для вашего ребенка...»

- в структуре сайта

Абитуриентам

Студентам ▾

Аспирантам ▾

Выпускникам ▾

Сотрудникам ▾

Для прессы и гостей ▾

- в структуре сайта – реализация пользовательского сценария

- Вне веб-сайта:

- реклама в соцсетях и др.

Пользовательские сценарии

- **Пользовательский сценарий (scenarios)** – путь, который проходит пользователь сайта от первого контакта с сайтом (рекламное сообщение, сниппет в поиске, главная страница сайта) до достижения своей цели.
- Примеры:
 - Узнать, как проехать в офис компании:



- Купить чайник:



Пример пользовательского сценария, описанного через Use Case*

Задача: спроектировать на сайте импорт перевозчиков посредством CSV-файла

Название (Name)	Импорт списка перевозчиков посредством CSV
Главный участник (Main actor)	Пользователь системы
Триггер (Trigger)	Пользователь решает перенести объемный список перевозчиков в систему из внешнего источника. Пользователь заходит в раздел перевозчиков и начинает импорт.
Результат (Post Conditions)	Перевозчики из списка добавлены и сохранены в системе. Пользователь понимает, что список успешно перенесен в систему.

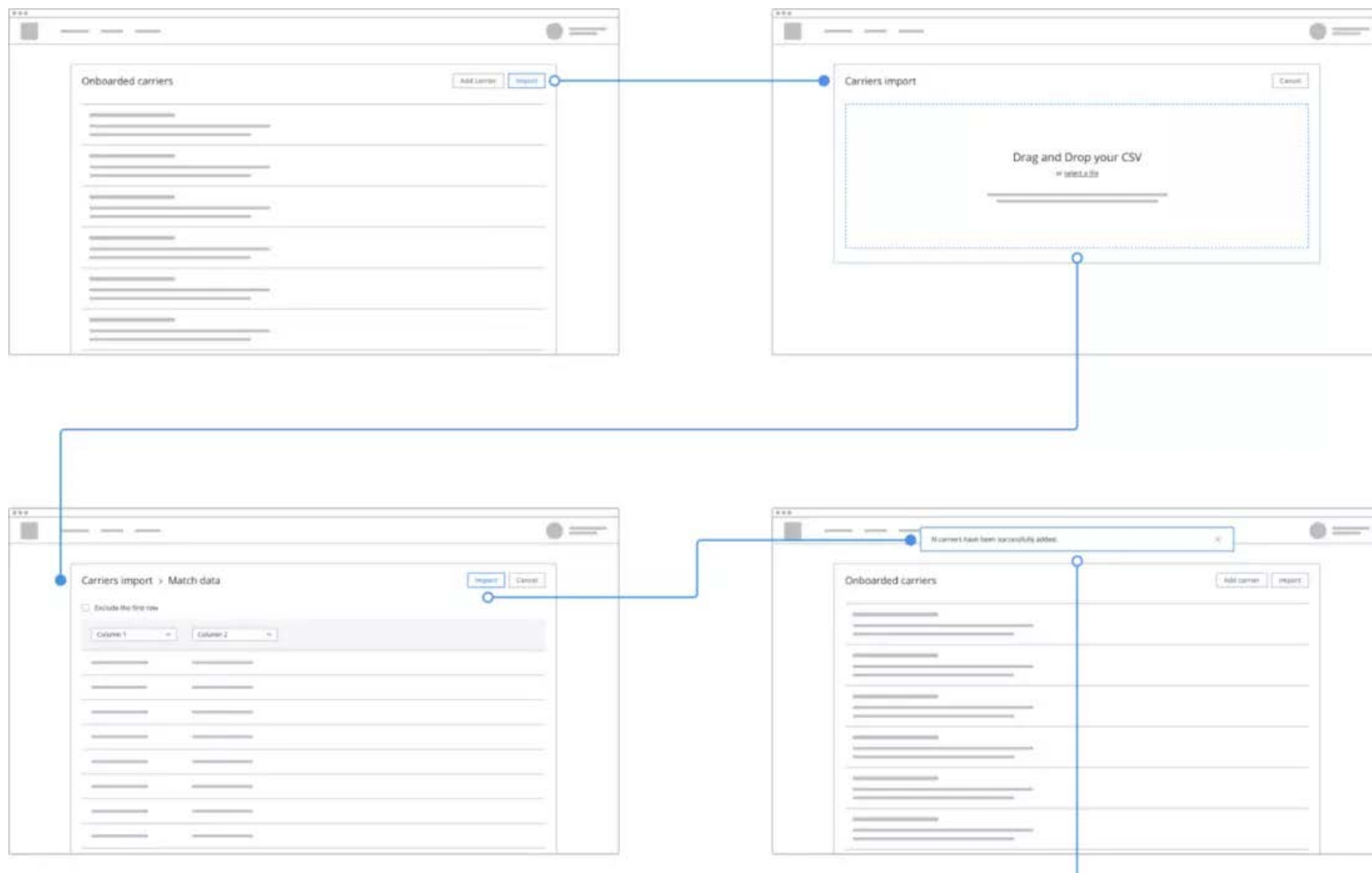
* <https://vc.ru/flood/18197-trucker-path-design>

Пример пользовательского сценария, описанного через Use Case*

Опишем базовый сценарий:

1. Пользователь нажимает импорт перевозчиков через CSV-файл.
2. Система дает возможность выбрать файл с компьютера или перетащить его для загрузки.
3. Пользователь использует выбор файла с компьютера.
4. Пользователь выбирает CSV-файл со списком перевозчиков.
5. Система обрабатывает выбранный файл.
6. Система проверяет файл на наличие ошибок.
7. Система не находит ошибок, препятствующих дальнейшей работе.
8. Система выводит предпросмотр данных загруженного файла.
9. Система предлагает сопоставить типы данных.
10. Пользователь сопоставляет типы данных с теми, что есть в системе.
11. Пользователь нажимает импорт.
12. Система импортирует данные.
13. Система проводит все необходимые проверки.
14. Система успешно заканчивает импорт перевозчиков.
15. Система показывает обновленный список перевозчиков.
16. Система информирует пользователя об успешном завершении задачи.
17. Пользователь видит обновленный список перевозчиков.

Пример пользовательского сценария, описанного через Use Case*



Изучение целевой аудитории

- Метод 5W
- Метод персон
- Метод Jobs To Be Done

Метод 5W

Целевая аудитория определяется по 5 вопросам:

- **Что? (What?)**

сегментация по типу товара: что вы предлагаете потребительской группе? какие товары/услуги?

- **Кто? (Who?)**

сегментация по типу потребителя: кто приобретает товар/услугу? какой пол, геоположение, возраст?

- **Почему? (Why?)**

сегментация по типу мотивации к совершению покупки и потребления: какова потребность или мотивация клиента? какую проблему решает товар/услуга?

- **Когда? (When?)**

сегментация по ситуации в которой приобретается продукт: когда потребители хотят приобрести товар/услугу?

- **Где? (Where?)**

сегментация по месту покупок: в каком месте происходит принятие решения о покупке и сама покупка? — имеются ввиду точки контакта с клиентом, где можно повлиять на решение.

5W

Вопрос	1 группа	2 группа	3 группа	4 группа
What (Что?)	Силовые тренировки с быстрым увеличением мышечной массы	Силовые тренировки для снижения веса	Занятия аэробикой	Силовые тренировки, единоборства
Who (Кто?)	Молодые парни 18-27 лет	Девушки 18-26 лет	Молодые мамы в возрасте 22-30 лет	Мужчины 29-45 лет
Why (Почему?)	Желание понравится противоположному полу	Желание понравится противоположному полу, похудеть	Восстановление после родов, похудеть	Желание привести себя в форму, забота о здоровье
When (Когда)	Март - Май, ближе к летнему сезону	Март - Май, ближе к летнему сезону	Весь год	Весь год
Where (Где?)	Группы знакомств, игровые сообщества в соц. сетях	Центры красоты, сообщества о моде, группы знакомств, сообщества модных брендов	“Детские” сообщества в соц. сетях, форумы молодых мам	Группы в соц. сетях по профессиональным интересам, сообщества о здоровом образе жизни

Метод персон

- ***Персона*** — это совокупность характеристик наиболее вероятного посетителя сайта.
- Персона – собирательный образ.
- **Примеры персон:**
 - Анна, 29 лет, исполнительный директор. Активный пользователь интернета в течение последних пяти лет, для выхода в сеть использует всё, что есть под рукой — MacBook, iPad или свой iPhone.
- ***Моделирование персон*** — мощное средство для изучения целевой аудитории. Известно и активно применяется западными разработчиками уже более 10 лет.

Метод персон

- Метод используется для анализа характеристик постоянных клиентов с целью поиска похожих клиентов.
- Для метода важен сбор информации о клиентах.
 - Чем больше, тем лучше.



ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ

- пол
- возраст
- национальность
- семейное
- положение

СОЦИАЛЬНЫЙ

- образование
- специальность
- источник дохода
- уровень дохода
- религиозные убеждения

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ

- страна
- населенный пункт
- численность населения
- климат

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ

- жизненная позиция
- ценности
- интересы
- образ жизни
- референтная группа и кумиры

Метод персон

- Каждая персона должна утверждаться заказчиком.
- У каждой персоны определённые цели: как сайт может помочь конкретно этому человеку?
- Моделируйте не более двух-трёх персон в рамках одного проекта.

Пример: Сайт по продаже краски Dulux*

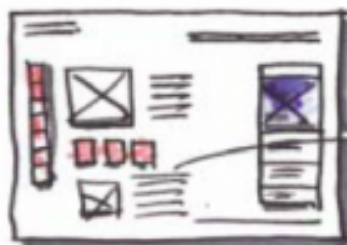
Персоны:

- **Впервые совершает покупку на сайте** — Пенни Эдвардс, 27 лет. Семейное положение: есть друг (зовут Бэн). Живёт в Манчестере. Род занятий — продажи.
- **Дама в положении** — Джейн Лоуренс, 37 лет. Муж — Джо. Живёт в Манчестере. Род занятий — PR (частичная занятость).
- **Мать-одиночка** — Рэйчел Уилсон, 40 лет. Бизнес-аналитик.

Сценарий для Пенни Эдвардс: «Хочу покрасить комнату. У меня много идей и желаний, я просто не знаю, с чего начать».



Пенни меняет свои взгляды в процессе чтения статьи - только что она хотела покрасить комнату в голубой цвет, а сейчас думает: "А почему бы не прислушаться к автору и не покрасить в жёлтый?"



Пенни переходит по ссылке на страницу подбора цвета, где ей предлагается перейти в *mousepainter* - сервис по оформлению помещений красками Dulux.



Проблема применения метода персон

- Моделирование персон строится на догадках.
 - Представим, что вы смоделировали персону и можете предположить, как этот воображаемый пользователь будет вести себя на сайте, изучать товары и делать заказ. Однако вы не можете быть уверены в своих предположениях наверняка.
- Метод персон хорошо справляется, когда вы работаете с уже известной аудиторией продукта, но не дает ответы, если аудитории еще нет.
 - Но невозможно строить продукты будущего, ориентируясь только на запросы и ожидания пользователей от текущего продукта.

Метод Jobs To Be Done

- У пользователя есть ***задача, которую надо выполнить (job to be done)***, и он ищет лучший продукт, который поможет ему в этом».
- Фокусироваться надо на том, чего **стремится достичь** пользователь **в определенных обстоятельствах**.
- Пример.
 - Петя 32 года, у него жена и двое детей. Петя трудолюбивый, веселый и добрый. По выходным Петя ходит в бассейн, а раз в месяц встречается с друзьями в баре. 5 минут назад Петя купил подписку на Dropbox.
 - Повлияла ли одна из характеристик выше на факт покупки? Нет. Петя купил подписку на Dropbox не потому, что ему 32 года, а потому что ему нужно поделиться документом с коллегой. «Поделиться документом» — это и есть job to be done.

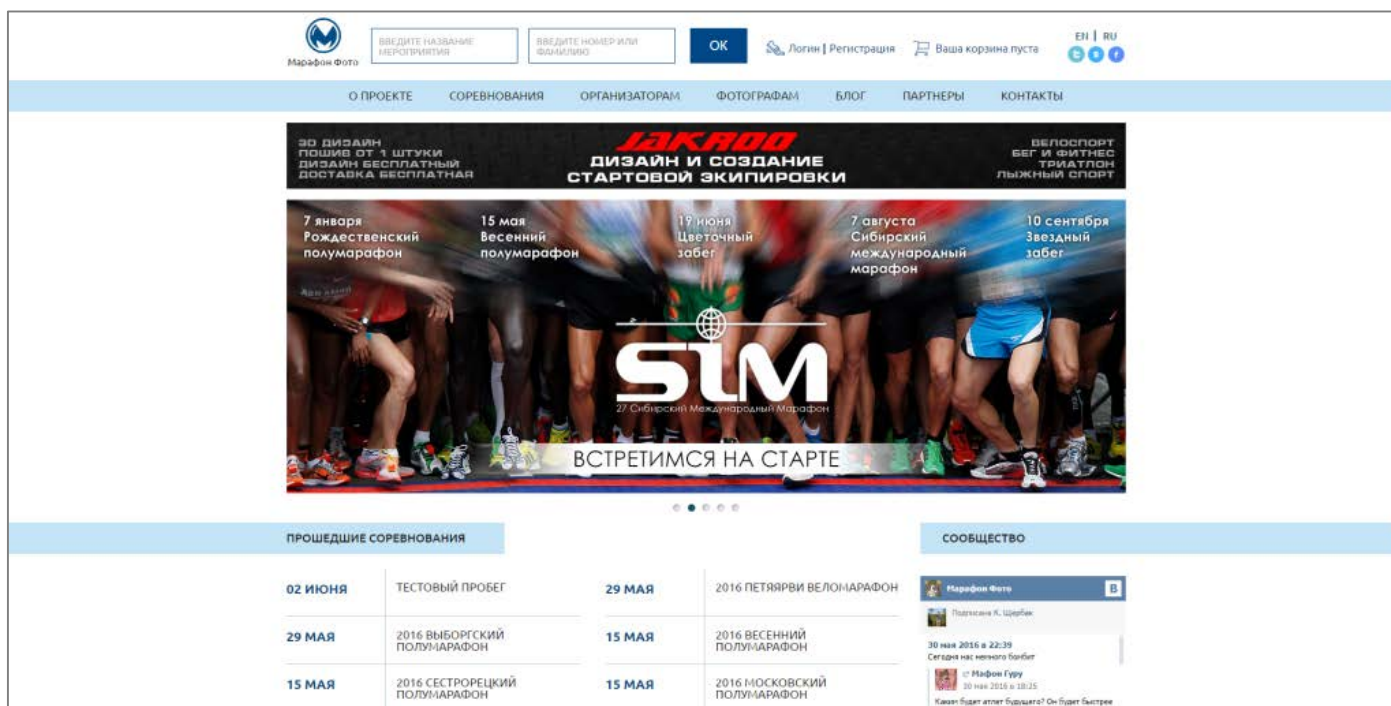
Стили сайта

Стили сайта

- **Стиль** — это один из аспектов дизайна. С его помощью можно также передать фирменные отличия компании, ее конкурентные преимущества.
- Классификация стилей **по функциональному назначению** сайта:
 - интернет-портал,
 - интернет-магазин, ...
- Классификация стилей **по графическому оформлению**:
 - стиль гранж,
 - минимализм,
 - flat дизайн,
 - скевоморфизм, ...

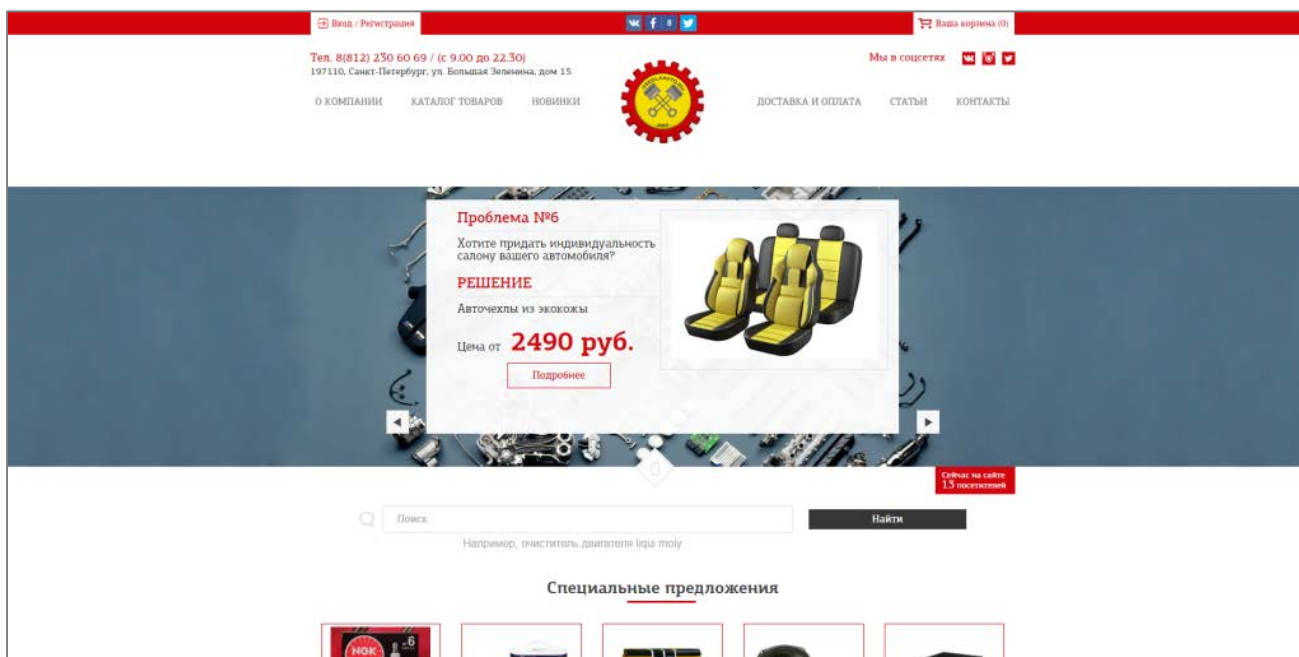
Интернет-портал

- **Порталом** называется сайт, основной задачей которого является предоставление огромного количества информации.
- Как правило, порталы являются тематическими.



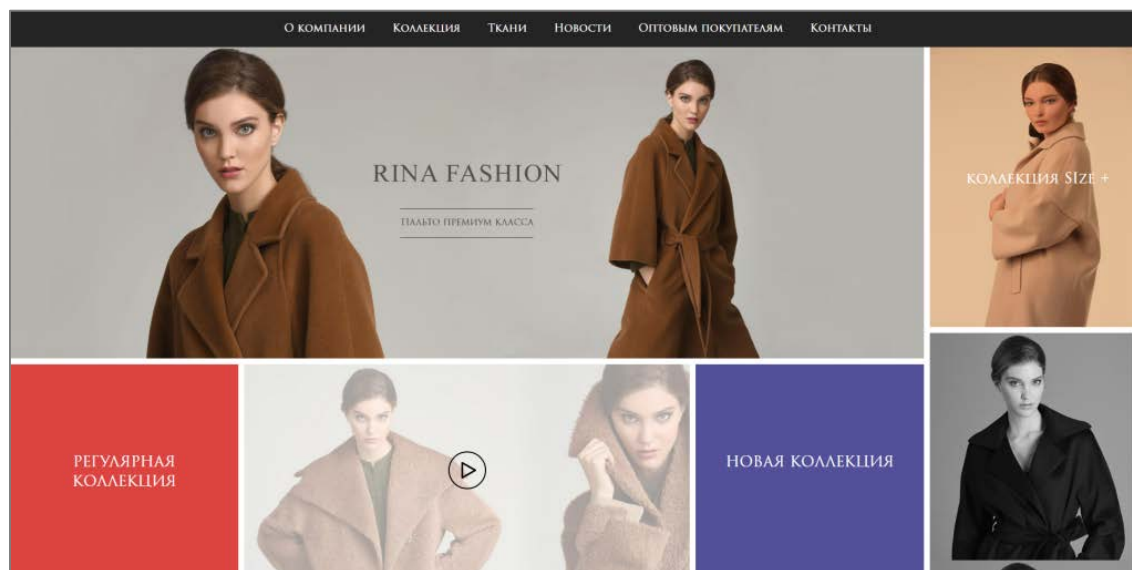
Интернет-магазин

- Виртуальный аналог магазина в Интернет, предлагает своим клиентам каталог товаров с возможностью онлайн-заказа.



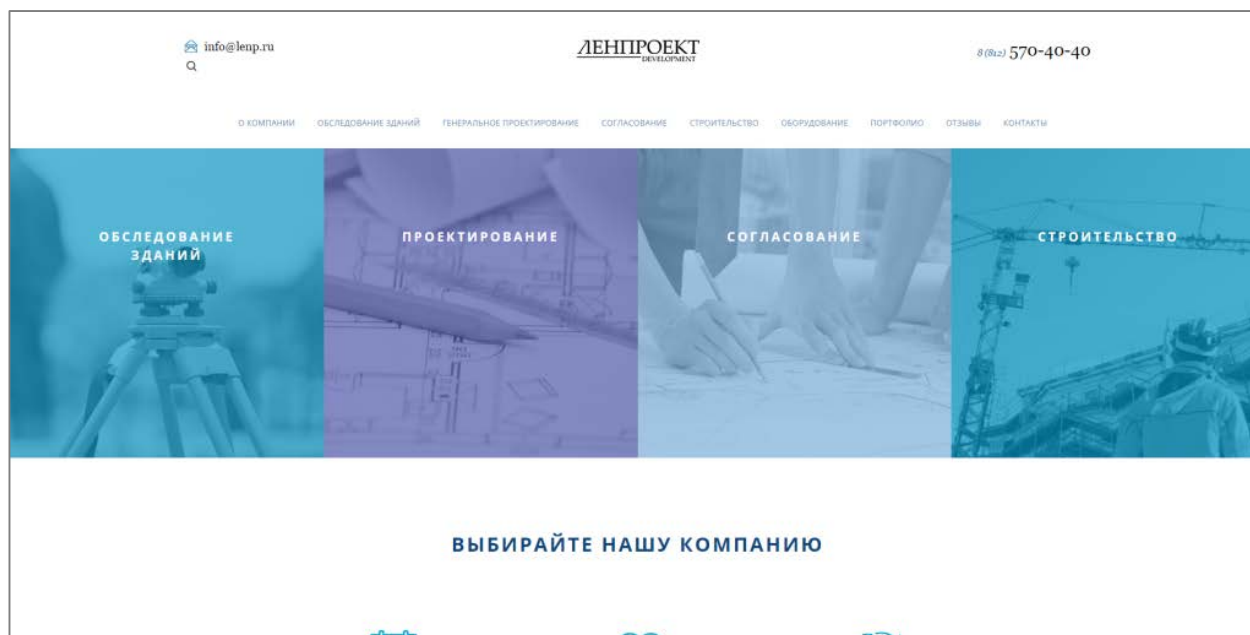
Корпоративный сайт

- Официальное представительство компании в Интернет. Корпоративный сайт предполагает размещение актуальной информации о компании (услуги, новости) и обеспечение удобной коммуникации с клиентами.
- Как правило, корпоративный сайт используется для повышения узнаваемости бренда, а также непосредственно для увеличения продаж фирмы.



Сайт-визитка

- Представляет собой очень небольшой и предельно информационный сайт на 1-10 страниц.
- На ресурсе можно разместить краткую информацию о компании, ее услугах и контактах.



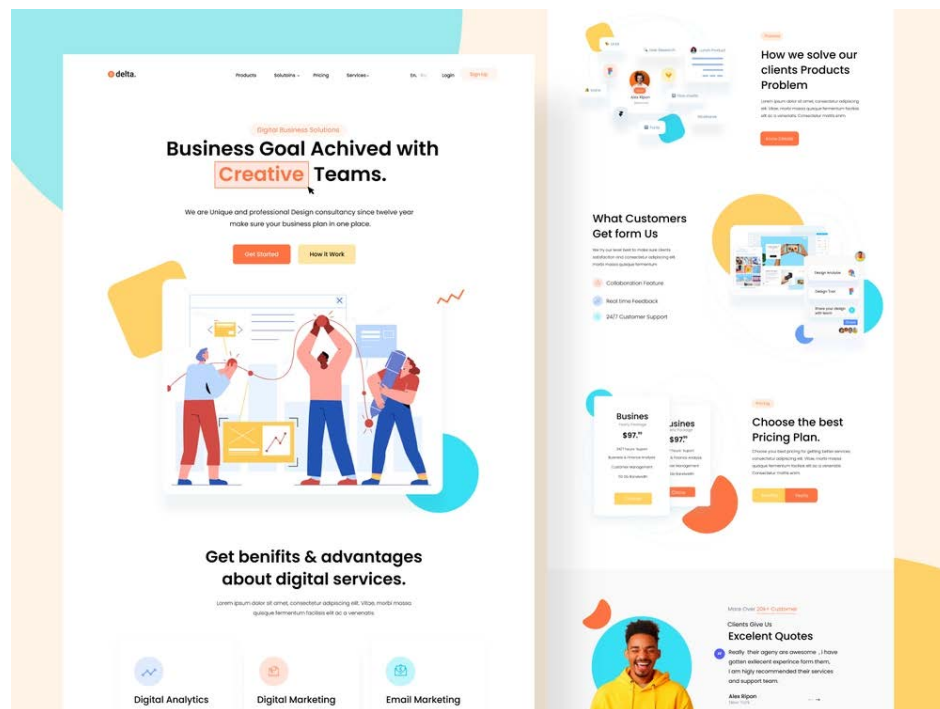
Лендинг (Landing page)

Лендинг является мини-сайтом.

Имеет определенную **структуру**:

- заголовок,
- картинка,
- СТА (Call To Action),
- отзывы, преимущества и т.п.


Такие страницы создают **для узкой аудитории**.



CTA (Call To Action)


- Лендинг **призывает пользователя что-то сделать (CTA, Call To Action, призыв к действию)**.
 - подписаться на рассылку
 - купить билет на конференцию,
 - запросить смету
 - скачать презентацию и др.
- В отличие от сайта, на лендинге пользователю предлагают **сделать что-то одно**.
- Лендинг полезен всегда, когда **предложение можно поместить на кнопку**
- Классический сценарий лендинга — **пришел, понял, сделал**.

Примеры СТА



Онлайн школа
английского языка

Ст [iknowenglish](#)




Выучите английский на индивидуальных занятиях по **Skype**

с носителями языка за 30 дней!

Запишитесь на первое
бесплатное занятие!

Мы свяжемся с Вами в ближайшее время!



Call Us 1.877.425.2624

Language English

Solutions Intelligent Platform Industries Customers Partners Contact

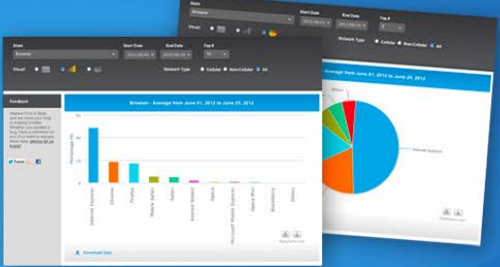
Search




Akamai IO beta


The Internet Observatory

Get the data you need on
Internet trends and traffic

LEARN MORE >








ВАШ ДОМ

АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ

7 (495) 555-45-45



НУЖНЫ УСЛУГИ РИЭЛТОРА?

Проводим сделки любой сложности — от срочной
продажи до регистрации прав собственности


ГАРАНТИРУЕМ СОВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ ЗА 50 ДНЕЙ

или предоставим скидку 25%
на все услуги!

- ✓ Покупка квартиры - экономно
- ✓ Продажа квартиры - выгодно
- ✓ Юридическое сопровождение сделки -
надежно
- ✓ Регистрация прав собственности -
оперативно

ЗАПОЛНИТЕ ЗАЯВКУ ПРЯМО СЕЙЧАС,

чтобы получить бесплатную консультацию
нашего специалиста!



Цели лендинга

- **Продавать товары и услуги**

- На лендинге можно продавать что угодно: дизайнерские часы, билеты в театр, консультации и мягкие игрушки. Важное условие — товаров должно быть мало. Если у вас каталог товаров на 10 категорий, лучше сделать интернет-магазин.

- **Собирать базу данных потенциальных пользователей**

- Лидом называют посетителя, который с большой вероятностью что-то купит у вас. Например, на сайт пришли 20 человек, 10 дошли до раздела с презентацией, двое скачали ее. Эти два — и есть лиды, с которыми вы можете работать. Им можно отправлять письма, рекламу, продавать дополнительные услуги.

- **Рекламировать отдельное мероприятие**

- Если у вас есть обычный сайт, лендинг можно использовать для отдельных рекламных кампаний. Например, у вас агентство по организации мероприятий. На сайте можно рассказывать о себе, условиях сотрудничества и выполненных проектах.

- **Понять, нужен ли ваш продукт рынку**

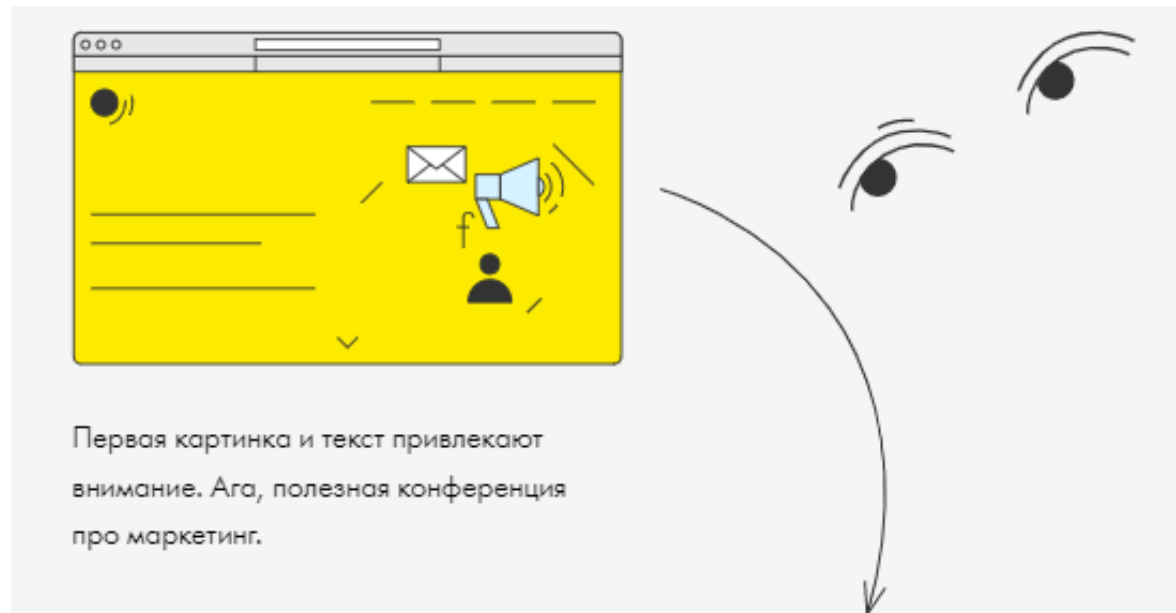
- **Когда только начинаешь бизнес** лендинг поможет понять, нужен ли ваш продукт рынку. Запустить одностраничный сайт можно за несколько часов, а реклама приведет на него первых покупателей.

- **Понять, нужен ли полноценный сайт**

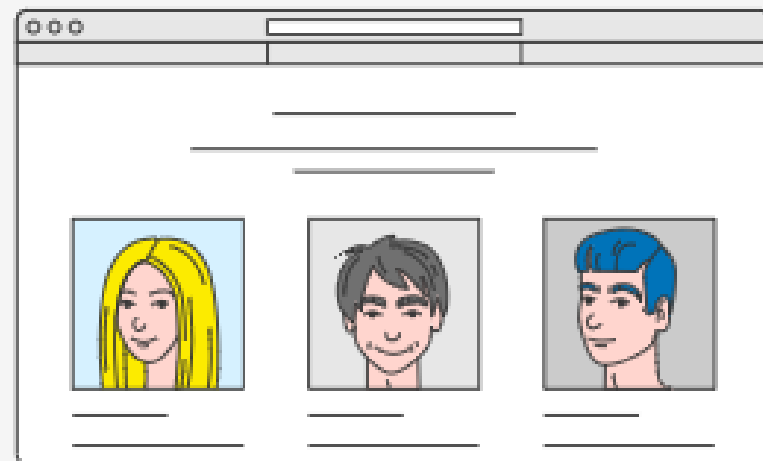
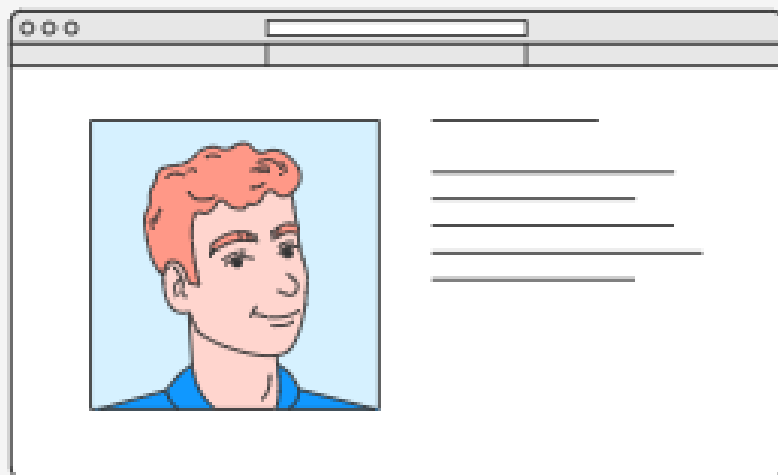
- Если вы шьете кожаные сумки, вам необязательно притворяться большим ателье. Достаточно сделать сайт, который будет рекламировать только ваши сумки.

Пример

- Вы – маркетолог. Как-то раз листаете фейсбук и вдруг видите рекламу «Приходите на конференцию по маркетингу».
- Что за конференция не ясно, но уже любопытно. Вы кликаете и попадаете на сайт. Теперь у авторов сайта есть всего несколько секунд, чтобы захватить ваше внимание и доказать, что на конференцию стоит потратить тысячу рублей и пятничный вечер. Иначе вы сразу вернетесь на фейсбук, потому что там интереснее.



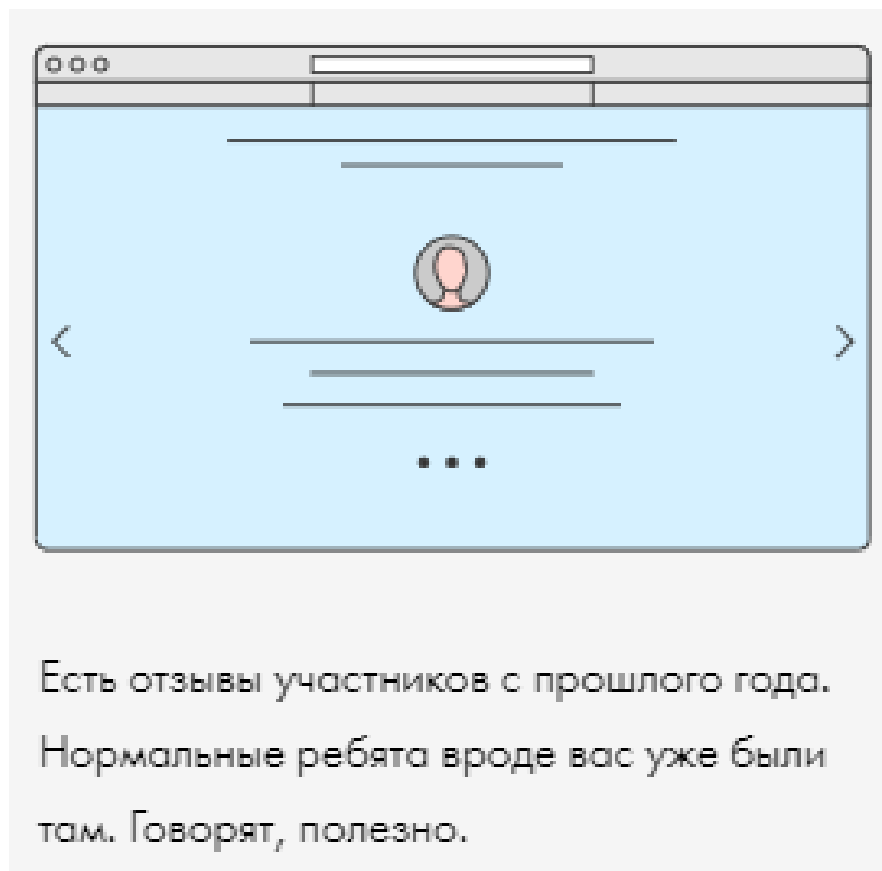
Пример



Главным спикером будет весьма известный в России маркетолог. Еще интереснее.

В программе еще пять спикеров: маркетологи небольших заводов и магазинов. Историй с астрономическими бюджетами не будет.

Пример



Ну ладно.
Подписываетесь
на рассылку.
Может быть,
билет купите
позже.
И возвращаетесь
на фейсбук.