12.04.2016

PIXOMATICA / Игорь

Коллеги, вот наш первый подход к дизайну нового сайта по следам стиля, предложенного студией Аэро, нашего же тестового задания и конечно же прототипа.

Мы рассмотрели пока два экрана: главную страницу и страницу каталога (в одном конкретном виде).

Стоит отметить, что это даже не технический, а творческий набросок, то есть отправная точка в развитии. Сейчас нам нужно определиться с общим видом, а затем уйти в частности, потому что дальнейшая проработка подразумевает дискретизацию: каждый из преставленных блоков-модулей будет иметь несколько (а иногда и совсем много) состояний. Тем не менее, в некоторой степени мы попытались учесть потенциал и гибкость модулей уже сейчас (давно работаем в e-commerce-проектах).

**Главная страница**

Первоначально мы пошли по пути прототипа. 1:1, за исключением каких-то мелочей:

<https://www.dropbox.com/s/imhknoi0rryhmcs/frontpage-a-20160412.png?dl=0>

Выскажу наше общее мнение, потому что мы столкнулись с непонятным концептом. Сейчас страница кажется избыточно супер-мега-перегруженной однотипными блоками и баннерами. При этом верх страницы вполне годный, а низ (вернее, нижние 2/3) — очень странные. Если абстрагироваться от незамутненных SEO-блоков, то «Всё для вашей ванной», «Плитка для ванной комнаты» и ««Домашнему мастеру» — это три одинаковых блока. Вкупе с кучей баннеров, всё это дело распыляет внимание пользователя настолько, что, как нам кажется, делает конверсию настолько низкой, что смысл теряется. То есть, проще говоря, проблема в том, что слишком много одинакового, с кучей картинок, и очень тяжело в этом разобраться.

Поэтому мы сделали альтернативную версию, выкинув всё «лишнее» в крутилку (которая может переключаться сама по таймингу). Это сильно разгрузило страницу:

<https://www.dropbox.com/s/qy47pdq0vu3rp2n/frontpage-b-20160412.png?dl=0>

**Каталог**

Тут всё было намного проще главной. Просто потому, что мы не трогали пока никакие состояния никаких блоков, некоторые из которых — целая вселенная (у фильтра или пошагового помощника будет их с десяток минимум).

<https://www.dropbox.com/s/f2u8m5y7l0fl3fr/catalogue-20160412.png?dl=0>

13.04.2016

Михаил

Ну с почином нас!

Мы поглядели, подумали и вот что имеем сказать:

*На данном этапе ковыряем Главную.*

Общее направление - верное. Поэтому в путь!)

1. **Общее**
   1. Шрифты: не нравится слишком мелкий основной кегль,
   2. Шрифты: не нравится обилие bold’a
2. **Шапка**
   1. В целом стоит пофантазировать и попробовать иначе расположить блоки
   2. Шапка включает 3 линии, это режет нам глаз (-а), надо сократить до макс 2х.
   3. Вход, регистрация заменяем на 1 кнопку “Личный кабинет”, помним, о выводе имени авторизовнного юзера.
   4. Не нравится, что преимущества не отличаются от пунктов сервисного (верхнего) меню по шрифтам.
   5. Плашка “Каталог товаров” должна быть суть-единым со список сверхкатегорий. Т.е. на Главной “Каталог товаров” нажато/развернуто. На других страницах будет свёрнуто. но выглядеть должно едионобразно везде.
3. **Тело**
   1. “Ситуативка” <http://joxi.ru/LmGq53nTRzbdnA.jpg> - самые важные точки входа в каталог.

Не нравится что: а) Левый блок вываливается из-за вышестоящего меню (п.п. 2.5 может помочь); б) Шрифт совсем скромный и ,кроме п.п. 1.1 и 1.2, стоит сделать намного больше кегль. По важности - это Н1.Фото для блока будут выставляться дизайнером вручную, поэтому использовать нетипичные размеры фото - тут не требуется.

* 1. Преимущества - <http://joxi.ru/brREQ8KSQoVd5A.jpg> - выглядят подчиненные вышестоящему блоку. Стоит сделать отдельной сущностью. Её цель - а) самореклама, б) визуальная горизонтальная отсечка страницы
  2. Слайдер <http://joxi.ru/Y2LpKqQFnoeWJ2.jpg>
     1. Я видел комментарий на тему перебора со сладерами, но. Каждый экран слайдера будет собираться вручную и содержит тематический набор товаров. Таких слайдеров будет не менее 4х, они будут сезонными, праздничными и другими, но основная роль: показать ассортимент на главной. Уже сейчас надо на макете увеличить кол-во этих сладеров на странице до 4-х.

Для разбавления этих лент мы разместили блоки баннеров между ними. Возможно стоит области баннеров сделать более графичными (отсечки, тени и тп). На прототипе закладывали 2 баннера на горизонталь, может стоит попробовать также.

* + 1. Нам очень нравилась идея с такими контролами: <http://joxi.ru/D2PV3Bdfdo1owr.jpg>. Что вы думаете о них? Может стоит показать?
    2. Ховер на товаре сладера мы планировали сделать с 2-мя выходами: 1) на товар, 2) на категорию (см. прототип). Ясно что самый маленький формат товара для этого не подойдет, но для больших идея была неплоха.
    3. На одном из слайдеров стоит показать последний экран слайдера. Схематично это: <http://joxi.ru/KAg7PMBCgxeqbA.jpg>. Задача: показать категории товаров из соответствующего слайдера + логотипы поп. брендов.
  1. Преимущества <http://joxi.ru/DmB1zEZiNyPDqr.jpg>
     1. Сухо подано, просто какой-то текст. Направленность олицетворяет lifetime нашего покупателя.

20.04.2016

PIXOMATICA / Игорь

Отлично! Работаем.

Упомяну важный момент. Шрифты, цвета, отступы — придумывали не мы, мы брали это в точности согласно предоставленному образцу. Исключением была только сетке, которая была уж совсем мрачно-кривой в оригинале. Конечно, остались некоторые непонятные на наш взгляд моменты, однако, я уже говорил, очень много что сделано изначально хорошо, профессионально, главное — мотивированно (понятно почему так, а не эдак). Мои опасения связаны с тем, что в некоторых из ваших комментариев есть риск уйти на второй круг и прийти к изначальному варианту, потратив много времени. Кроме того, мотивация части комментов мне непонятна (детально предлагаю обсудить очно в пятницу), потому что станет очевидно хуже.

*Общее 1. Шрифты: не нравится слишком мелкий основной кегль,*

Мне кажется, там всё хорошо, но можно попробовать чуть увеличить.

*2. Шрифты: не нравится обилие bold’a*

ОК.

*2. Шапка*

*1. В целом стоит пофантазировать и попробовать иначе расположить блоки*

Мне кажется, сейчас блоки расположены максимально правильно: наверху навигация, дальше идентификация (самое правильное место), промо-блок (странный блок, на мой взгляд) и контакты (самое правильное место). Все четко зонировано.

*2. Шапка включает 3 линии, это режет нам глаз (-а), надо сократить до макс 2х.*

Непонятно. Там же четкое зонирование. Давай попробуем от одной линии избавиться.

*3. Вход, регистрация заменяем на 1 кнопку “Личный кабинет”, помним, о выводе имени авторизовнного юзера.*

OK!

*4. Не нравится, что преимущества не отличаются от пунктов сервисного (верхнего) меню по шрифтам.*

Дело не в шрифте, а в цвете. Много кто (в том числе и Я.Маркет) приходят к серым ссылкам (то, что это ссылка понятно только по контексту). Давай попробуем преимущества в шапке притушить (в конце концов их можно динамически подсвечивать по одному время от времени).

*5. Плашка “Каталог товаров” должна быть суть-единым со список сверхкатегорий. Т.е. на Главной “Каталог товаров” нажато/развернуто. На других страницах будет свёрнуто. но выглядеть должно едионобразно везде.*

Тут я категорически не согласен (обсудим в пятницу). Это принципиально разные сущности (навигация на главной — разводящая, а кнопка с разворотом меню на главной там только ради того, чтоб не ломать UX-паттерн у юзера), поэтому их вообще не нужно мешать.

Более того, есть предложение их разделить, это бы исправило то, что мне очень не нравится в прототипе (вот эта Г-образность, как ходит шахматный конь). Сейчас у юзеров уже нет никакого барьера «первого экрана», как 10 лет назад. Все научились скроллить и свайпать. Поэтому можно спокойно каждой группе элементов выделять отдельную полосу.

Можно даже их проиллюстрировать (пока заглушки просто)! Получится, что эти категории у нас, как у того же Яндекс.Маркета.

*3. Тело*

*1. “Ситуативка” http://joxi.ru/LmGq53nTRzbdnA.jpg - самые важные точки входа в каталог.*

*Не нравится что: а) Левый блок вываливается из-за вышестоящего меню (п.п. 2.5 может помочь);*

Решили по-другому.

*б) Шрифт совсем скромный и ,кроме п.п. 1.1 и 1.2, стоит сделать намного больше кегль. По важности - это Н1. Фото для блока будут выставляться дизайнером вручную, поэтому использовать нетипичные размеры фото - тут не требуется.*

Слишком-слишком-слишком много картинок вокруг. Это превращает страницу в фарш. Нужно расставить акценты. Если нужно, чтобы эти пункты было заметно, нужно усилить максимально контраст. Для этого нужно вообще убрать картинки и оставить просто крупный текст.

*2. Преимущества - http://joxi.ru/brREQ8KSQoVd5A.jpg - выглядят подчиненные вышестоящему блоку. Стоит сделать отдельной сущностью. Её цель - а) самореклама, б) визуальная горизонтальная отсечка страницы.*

ОК.

*3. Слайдер http://joxi.ru/Y2LpKqQFnoeWJ2.jpg*

*bq. 1. Я видел комментарий на тему перебора со сладерами, но. Каждый экран слайдера будет собираться вручную и содержит тематический набор товаров. Таких слайдеров будет не менее 4х, они будут сезонными, праздничными и другими, но основная роль: показать ассортимент на главной. Уже сейчас надо на макете увеличить кол-во этих сладеров на странице до 4-х.*

Тут непонятно. Это мы знаем, что набор слайдов тематический, а в формализованном плане это одна и та же структура, наполненная разными товарами. То есть грубо говоря некий формат поисковой выдачи (“сезонное”, “праздничное” etc). Я предлагаю показывать единовременно одну выдачу, и при бездействии каждые 10 секунд менять на другую выдачу. То есть эта такая карусель. В крайнем случае, сделать 2 таких карусели. Но 4 — это овер-тумач, потому что каждая карусель будет работать в 4 раза хуже.

*Для разбавления этих лент мы разместили блоки баннеров между ними. Возможно стоит области баннеров сделать более графичными (отсечки, тени и тп). На прототипе закладывали 2 баннера на горизонталь, может стоит попробовать также.*

Миш, баннеры тут не то, что не разбавят, они только усугубят. Если схематично, картинки не надо разбавлять картинками (для беглого глаза пользователя это просто набор цветных пятен разной яркости, и будучи слепленным воедино всё выглядит как лоскутное одеяло без начала и конца).

Предлагаю эти пункты обсудить в пятинцу.

*2. Нам очень нравилась идея с такими контролами: http://joxi.ru/D2PV3Bdfdo1owr.jpg. Что вы думаете о них? Может стоит показать?*

Если речь идет о работающих листалках, то эти контролы, к сожалению не подходят. Потому что они лишены аффорданса, а именно собраны воедино, в то время как должны иллюстрировать свою сущность. Хорошие контролы: свайп по экрану айфона для перелистывания фотографий, или просто контролы слева и справа — сразу понятно, куда нужно тянуться, чтоб сделать «левее», а куда — «правее». Плохие контролы: забитые в один из углов стрелки, назначение которых можно понять только посмотрев на иконку и распознав ее.

Однако, если нет цели дать рабочий инструмент, а только намекнуть, что можно листать (так тоже бывает), то эти контролы — вполне ОК.

Прошу прощения, если обидел этот элемент.

*3. Ховер на товаре сладера мы планировали сделать с 2-мя выходами: 1) на товар, 2) на категорию (см. прототип). Ясно что самый маленький формат товара для этого не подойдет, но для больших идея была неплоха.*

OK.

*4. На одном из слайдеров стоит показать последний экран слайдера. Схематично это: http://joxi.ru/KAg7PMBCgxeqbA.jpg. Задача: показать категории товаров из соответствующего слайдера + логотипы поп. брендов.*

OK!

*4. Преимущества http://joxi.ru/DmB1zEZiNyPDqr.jpg*

*1. Сухо подано, просто какой-то текст. Направленность олицетворяет lifetime нашего покупателя.*

Мы вообще думали, что это какой-то SEO-блок для роботов. Тут не в подаче, а в том, что эти преимущества — это тема для промо-сайта, и никак не для блока на очень загруженной главной. Живые люди такое просто не замечают, а значит блок не работает, а значит он только перегружает и мешает. То есть сейчас это блок ради блока (вообще без смысловой нагрузки), но если в теории представить его 110%-рабочим, то он не должен быть на главной.

25.04.2016

Михаил

Вспоминаем обсужденное очно

1. Редизайним шапку, экономим вертикаль
   1. Регион ближе к ЛК
   2. Соц. сети из шапки выпиливаем
2. Вместо слайдера пробуем плитку а-ля Я.маркет. Помним о сочетании с нижними товарными слайдерами (тоже “плитка”)
3. Перерабатываем “Почему мы?”
4. Листалка брендов

25.04.2016

Игорь

Сроки доработки главной (как тестового задания) — до 16.05.2016. Далее — тест верстки (параллельно с работой остальных экранов).

Видение главной координально изменилось относительно первоначального прототипа. Перерабатываем экран.

Основные моменты:

1. Переделываем шапку. («шапка слишком высокая», «телефон слишком далеко от города», «соцсети не нужны», «промо-иконки лишние в шапке»).
2. Главный промо-баннер избыточен и слишком сложен в реальной жизни.
3. Ситуативка слишком связана с промо-баннером (поменять местами, отбить преимуществами).
4. Вместо промо-баннера и ситуативки предлагается единый блок тайлов, как на Я.Маркете. Ситуативка вперемешку с рекламой товаров и разделов.
5. Преимущества сделать ссылками.
6. Оставляем одну крутилку. Делаем из нее тематический сет («набор для ванной»), второй кадр (с брендами и товарами категории) исключаем, по кнопкам влево-вправо переключаем тематические наборы.
7. Блок почему мы перерабатываем в стиле https://gyazo.com/bc4fb5abb4b760a200b04f2f2003ba69.
8. По просьбе Татьяны оставляем одну полосу мелких баннеров (про запас).
9. SEO-категории («Популярные категории») можно ловко фейдить и не воровать место.
10. Бренды нужно листать (в пассивном режиме, автоматом, без стрелочек).

Кроме того, от Михаила ждем:

1. Перечень категорий (для оценки бюджета на иконки).

*Задача поставлена, жду список*

1. Перечень формулировок «Почему мы» (кратно 4 или 6).

*Готово*

1. Перечень экранов на дизайн (для оценки бюджета).

*Не добрался ещё*

26.04.2016

PIXOMATICA / Игорь

Вот очередная итерация главной, согласно комментариям со встречи (см. выше).

Там два главных эпизода: шапка и промо-плитка наверху. Мы долго-долго думали про эти две сущности, пару раз переделывали и вот, что получилось. Шапки, причем, два варианта, и оба меньше того, что был в начале.

Кроме того, нарисовали настоящие иконки для верхних категорий (принимаются комментарии).

Подчеркну основное:

**Шапка**

Ввиду того, что шапка становится тоньше, количество элементов сохраняется -> плотность контента возрастает -> меньше воздуха -> слабее зонирование (получается такая каша, как в неудачном тетрисе). Чтобы решить эту проблему мы вернули третью полосу обратно. Деваться некуда.

**Промо-тайлы**

Несмотря на то, что это первый подход к этому блоку, мы уже внутри уже несколько раз перерисовывали его. Сложность в том, что у нас очень тяжелые плитки ситуативки с картинками (а если их делать без картинок, то тяжело будет отличить их от рекламы). Из-за этого весь блок становится слишком нагруженным. Поэтому приходится искать баланс за счет расстояния между плиточками и простых и легких плиток с рекламой и ссылками.

Еще есть риск скатиться, в избыточную похожесть на Яндекс.Маркет. Это в принципе не плохо, но и не хорошо.

Тем не менее, пока всё получилось хорошо и симпатично.

27.04.2016

Михаил

1. Преимущество оставляем только одно - решено

Его надо нормально задизайнить **с пикторгаммой** и шрифтом **отличным** от верхнего меню. Обсуждали.

2. Остаемся на этой компоновке: <http://joxi.ru/GrqdveGfN069XA>. 2я версия вообще не туда.

3. Личный кабинет: снимаем заливку, выделяем цветом текста, обводкой, но не заливкой.

4. По ширине плашку ЛК равняем желтой “Оформить”: <http://joxi.ru/D2PV3BdfdEa5Er>

5. Резко уменьшился текст на наиважнейшей кнопке <http://joxi.ru/5mdNvWBuvd6D7A>. Не гуд!

6.Линию убираем, вот убираем и всё тут. Работаем до часу можно с обводкой как-то сделать в угодну зонированию.

7. Пиктограммы сверхкатегорий: не соответствуют текущей версии, а должны.

<http://joxi.ru/ZrJOdqkt1y6KQm>

Изменения иконок:

* Сантехника: ванна / ванна с душем
* Водоснабжение и отопление: хотим 2 варианта: а) батарея (не как сейчас, а старая и советская гармошка), б) котел отопления в таком духе: <http://joxi.ru/BA0n14GIBR4Eam>
* Вода и водоподготовка: что-то более очевидное, хоть просто каплю
* Клининг: ведро, швабра
* Электроинструмент: сейчас фен, не хватает сверла и аккумулятора в основании

<http://image005.flaticon.com/1/svg/28/28497.svg>

* Пункт “ещё” удаляем
* Добавляем пункт “Распродажа”

Всего минус 1 пункт. Мудрим с распределением итогового набора.

8. Заливка фонов:

Серая заливка должна ограничится слайдером. Далее белый фон, начиная с баннеров.

9. Слайдер товаров: добавляем навигацию в виде отражения названий предстоящего и последующего наборов.

Пример: И*деи для вашей ванной* и *Все для домашнего мастера*

10. Блок баннеров: <http://joxi.ru/a2XaKenHy9VXzA>

Показываем следующий формат:

* 2 ряда
* Первый ряд: саый маленький формат баннера (квадрат) и средний
* Второй - растяжка на всю ширину

Перечень формулировок «Почему мы» (кратно 4 или 6).

*Пока так:*

* Индивидуальный подбор товаров;
* Оплата картой и наличными;
* Точный расчет доставки при оформлении;
* Более 120 пунктов самовывоза по России;
* Гарантия от производителя.

29.04.2016

PIXOMATICA / Игорь

https://www.dropbox.com/s/7k7j4di3371wt11/frontpage-20150428.png?dl=0

Коллеги, в начале оргмомент. Очень прошу присылать нам не готовые решения (залить, покрасить, подвинуть на 10px вправо), а проблему (или хотя бы решения **вместе** с проблемой/задачей). Потому что мы сидим над макетом часами, придумывая ответ на неизвестный вопрос, и в итоге в ряде случаев выясняется, что спускаемые решения вообще ошибочны (не решают задачу, или решают ее неизящно). Мы каждый раз пытаемся найти баланс между кучей блоков/элементов и собрать паззл, и тут готовые решения спускаемые сверху всем плохи: увеличивается время между итерациями и раздувается бюджет. (Наша работа как раз решать задачи, а не быть удаленным фотошопом.)

**Шапка**

Тут как раз иллюстрация описанного мной выше. Предлагается ряд инструкций без объяснения, чего мы хотим добиться. И если выполнить инструкции буквально, то ничего хорошего не выйдет (https://www.dropbox.com/s/c76up6ts0kb9cca/\_0001\_2.png?dl=0). Всё взаимосвязано, и убрав один элемент есть риск разломать всю картинку.

Поэтому мы пересобрали шапку еще раз (с учетом главных моментов из очной беседы), и представили эволюцию заголовков, чтоб можно было понять, откуда растут те или иные изменения: https://www.dropbox.com/sh/6mdk4l1jiyzzkbu/AACxIzvWCiSivHGtX0udEFdJa?dl=0

Мы остановились на самом, на наш взгляд, правильном (№5).

Кроме того, прокомментирую важный момент — иконок в шапке быть почти не должно (в т.ч. и для «работаем до 01:00»). Это связано с тем, что ниже у нас — целая полоса из иконок, и чтоб они работали нужно не перегружать соседние элементы. (Когда этой полоски не было, можно было говорить о промо-иконках в шапке, Аэро тут были правы).

Всё остальное вроде бы сделали.

P.S. Мы собрали разные альтернативные версии иконок в один файл: <https://www.dropbox.com/s/ogdpuy6704h74pf/icos.png?dl=0>

04.05.2016

Михаил (Skype)

*Всё хорошо с главной*

*Только: верхнее меню сдвинуть, сделав ровным относительно поисковой строки*

*И в группе сверхкатегорий просили убрать "ещё"*

04.05.2016

Игорь

Вот апдейт главной — раз она уже почти утверждена, мы еще допилили сетку с учетом вновь открывшихся обстоятельств (промо-плитки, баннеров и т.д.):

<https://www.dropbox.com/s/jmrn5y24ajv7g76/frontpage-20150504.png?dl=0>

Нарисовали поведение блока с корзиной в шапке: <https://www.dropbox.com/s/v7p5vt82hlkyi0v/header-20150504.png?dl=0>, чтоб прояснить, что строка поиска никак не связана с выравниванием служебного меню наверху (оно по центру, а строка поиска — занимает всю свободную ширину). На всякий пожарный напоминаю про сетку:<https://gyazo.com/8dbc44c5201fb7f4354bfc5f974dae41>

Кроме того, ждем фидбека по метафорам для иконок «почему мы»:

<https://www.dropbox.com/s/cshwo2v6doiv8a9/icons-20150504.png?dl=0>

06.05.2016

Михаил

* Список пиктограмм у вас
* Фидбек по метафорам для иконок «почему мы» на нас

**По главной**

1. Работаем до часу- кладём в блоке режим работы 01:00 на рыжую подложку. То что есть сейчас у логотипа не видно и в таком виде не нравится.
2. В ряд сверхкатгорий на последнее место (после распродажи) добавить логотип Grohe.
3. Листалка для блока “Поп. бреды”
4. В блоке соц. сети <http://joxi.ru/V2VRde3S0RN7d2?d=1> добавить вкладки исходя из подвальных ссылок. Т.е.: 

Блок будет переключаемым на нужную соц. сеть. Думаю в виде лого будет нормально

**Подвал**

1. Не хватает Скайпа http://joxi.ru/Drl7bOBC4DoORA.jpg

12.05.2016

Игорь

Привет! Готово.

<https://www.dropbox.com/s/72tu5p6t2tr9lia/frontpage-20150512a.png?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/gcmel4tl2f3xigx/frontpage-20150512b.png?dl=0>

*Работаем до часу- кладём в блоке режим работы 01:00 на рыжую подложку. То что есть сейчас у логотипа не видно и в таком виде не нравится.*

Ну, с рыжий подложкой, мне кажется, перебор. Может, просто рыжим набрать?

*В ряд сверхкатгорий на последнее место (после распродажи) добавить логотип Grohe.*

OK!

*Листалка для блока “Поп. бреды”*

Договорились голосом на встрече, что не нужна там листалка мануальная (никто в здравом уме на нее жать не будет), бренды будут ротироваться автоматом по таймингу.

*блоке соц. сети http://joxi.ru/V2VRde3S0RN7d2?d=1 добавить вкладки исходя из подвальных ссылок.*

Обсудили уже в скайпе. Это не блок «Соцсети», это дефолтный виджет ВК (<https://vk.com/dev/Community>). Соответственно, там не бывает никаких переключалок. Более того, мы его не рисовали (просто заскриншотили ваше сообщество в нужном размере), и работы по его реализации будут 0 часов.

На самом же деле, информационная стоимость этого блока — нулевая, он вообще ничего не дает (равно как и аналогичный блок у ОК - https://apiok.ru/wiki/pages/viewpage.action?pageId=42476655, Твиттера - https://dev.twitter.com/web/overview и Фейсбука), кроме того, что занимает место. Люди, которые пришли из соцсетей, в соцсетях и останутся (никто не станет изуверски потреблять контент через это маленькое окошко). То есть этот блок я вообще предлагаю выкинуть, как избыточный.

Тем не менее, вдруг я чего-то не знаю, и мы, конечно же, можем его сделать со всем соцсетями (нам вообще не лень), но это надо сделать правильно - нарисовать прототип, потом потратить ресурсы на его реализацию, а затем верстальщики и программисты — на верстку и прикручивание. Но надо ли это, при том, что блок никому из пользователей особо не нужен?

*Блок будет переключаемым на нужную соц. сеть. Думаю в виде лого будет нормально*

ОК!

18.05.2016

Игорь

Привет!

Мы нарисовали главную для 320, согласно прототипу (<http://32k100.axshare.com/n_320_%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F.html>), но с небольшими отступлениями.

Вот две версии (отличаются только шапкой):

<https://www.dropbox.com/s/85jcqmukmmlke9y/1.png?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/96wf0ozaayxo56i/2.png?dl=0>

Собственно, основное рацпредложение — это вынести поиск из шапки в развернутый вид. Это сэкономит нам место и в каталоге, и в подвале. Либо есть предложение перенести поиск в меню бургера.

Кроме того, есть сложности с логотипом. У него нет полной компановки предусматривающей размещение на таких мелких областях. Проще говоря, он совсем не компактный. Поэтому единственный симпатичный выход, который мы придумали — это оставить только знак.

24.05.2016

Михаил

Профакапили мы сроки, поэтому ускоряемся

* Лого берем точно такого формата: <http://joxi.ru/KAxdb5Jf49DYEA> и в подвале и в шапке.
* Меню оставляем слева, ярче, не серым
* Показываем пустую корзину на базе этого варианта: <http://joxi.ru/RmzKbgoCWxDQo2>
* Контакты в подвале центрируем
* Лого соц сетей - распределяем по всей горизонтали тела
* В самом низу добавляем ссылку на полную версию.
* То же требуется и на десктоп - “Мобильная версия”

25.05.2016

Игорь

Привет!

Мы обновили 1200:

<https://www.dropbox.com/s/v716f0zyztww1jz/frontpage-1200-20160525.png?dl=0>

Обновили 320:

<https://www.dropbox.com/s/s160w1bbnuynjvg/frontpage-320-20160525.png?dl=0>

И нарисовали 768 (в том виде, как мы себе это представляем):

<https://www.dropbox.com/s/xtrsvxje5s1il55/frontpage-768-20160525.png?dl=0>

768 получился смесью мобильного и десктоп-вида. Из него ушла одна плитка в промо-блоке, и блок ВК (как совершенно бесполезный и непонятный, о чем я уже писал).

Также подумали про альтернативный стиль для «Почему мы» (<https://www.dropbox.com/s/m5zib0tcc2dob44/alt-icons.png?dl=0>), но, если честно, контурный стиль мне кажется тут органичнее.

26.05.2016

Михаил

**Общее:**

* Мы хотим видеть больше версий.

Список версий:

* + 1280 (полная)
  + 1024 (старые моники и горизонтальные планшеты)
  + 768 (вертикальный планшет)
  + 568 (?) (горизонтальная мобила)
  + 375 (вертикальная мобила)
* Адрес надо изменить везде на всех версиях

Верный адрес:

Московская область, Ленинский район,

село Беседы, пр-д Промышленный, д. 7.

* Преимущества (как бы не ссылки) выглядят как сверхкатегории, это очень не нравится на всех версиях.
* Блок “Почему мы”. Контурный стиль оставляем. Но пункт выше важнее. Плохо, что пока не наведешь - не поймешь ссылка, неактивный пункт или просто текст.
* Блок “Почему мы”. Иконка: Индивидуальный подбор. Перерисовать. *“Сейчас таз, унитаз”*
* Подвал надо темнее делать на всех весриях. Сейчас на мобиле нет ощущения окончания страницы вообще.
* Подвал. Убрать навсегда иконку “Каждое утро”
* Смотрели много версий сайтов. Самая близкая к тому, что мы хотим - MediaMarkt.ru. Нравится - перестроение относительно девайсов и ориентации, организация выпадающего меню (гамбургер)

**320:**

* Режим работы в подвале. Отражаем преимущество до 01:00

**768**

* Телефон в шапку
* Может быть оставить регион в шапке
* Каталог товаров кнопку вставляем, где поиск.(в бургере только доп меню), нравится как у медиамаркт.
* В верхней мозаике ссылок пропало 2 блока (почему?)
* Слайдер “товары” у нас ховер с выводом названия товара и ссылкой на категорию. Что будет на таче?

Идея с ховер - 1й тач, клик - 2й тач не оч.

* + Мысль1: сразу выводить ссылки на категории.
  + Мысль1: сразу вести на карточки товаров.
* Подвал не нравится и кажется перегруженным

01.06.2016

Игорь

Почти всё готово!

320: <https://www.dropbox.com/s/woe61ngg910o3an/frontpage-320-20160530.png?dl=0>

768: <https://www.dropbox.com/s/ya76omsgnmgegxr/frontpage-768-20160530.png?dl=0>

1200: <https://www.dropbox.com/s/ek22qrih22du1tf/frontpage-1200-20160530.png?dl=0>

**Общее:**

* Мы хотим видеть больше версий.

Список версий:

* + 1280 (полная)
  + 1024 (старые моники и горизонтальные планшеты)
  + 768 (вертикальный планшет)
  + 568 (?) (горизонтальная мобила)
  + 375 (вертикальная мобила)

Просто хотим видеть все состояния, не боле.

* + 1280 (полная) - **уже есть**
  + 1024 (старые моники и горизонтальные планшеты) - **сокращенная 1200, не требует особых усилий**
  + 768 (вертикальный планшет) - **уже есть**
  + 568 (?) (горизонтальная мобила) - **растянуть 320, не требует особых усилий**
  + 375 (вертикальная мобила) - **уже есть**

Если там просто всё тянется, оставаясь в рамках платформы, то это уже не адаптив, а просто демонстрация «как оно вообще живет».

Вопрос. Это нужно сделать один раз для теста или всегда делать все 5 экранов для каждого экрана? Если первое (сделать для каких-то ключевых экранов один раз), то без проблем, но предлагаю унести это до момента, когда базовые размеры будут утверждены (даже сейчас появляются совсем свежие пожелания).

Если второе (каждый раз на каждой итерации — всё), то с учетом появляющихся новых требований, процесс разработки затянется надолго. (Даже просто технически поддерживать 5 макетов актуальными всегда сложнее чем 3-х). Вопрос сроков.

* Адрес надо изменить везде на всех версиях

Верный адрес:

Московская область, Ленинский район,

село Беседы, пр-д Промышленный, д. 7.

OK!

* + Преимущества (как бы не ссылки) выглядят как сверхкатегории, это очень не нравится на всех версиях.

На начальном этапе - это могут быть просто тексты. И в преимуществах и в почему мы потом будут ссылки.

Но важнее то, что бледносерый текст подойдет для этих блоков.

А для **сверхкатегорий** - точно нет.

А какие варианты? Сделать их синим — это странно (они синеют по ховеру, и это хорошо). Можно их как-нибудь скромно подчеркнуть.

* Блок “Почему мы”. Контурный стиль оставляем. Но пункт выше важнее. Плохо, что пока не наведешь - не поймешь ссылка, неактивный пункт или просто текст.

Не совсем понятно — куда ведут эти ссылки? Например, «Более 5 000 товаров» или «5 звёзд в рейтинге Яндекс.Маркета». Может быть сделать единый блок Преимущества/Почему мы (это суть одно и то же) в формате, который предлагала Татьяна (<https://gyazo.com/68fdf2d9d45552fe9d46b46f0956fcf0>)? И никаких ссылок не понадобится.

* Блок “Почему мы”. Иконка: Индивидуальный подбор. Перерисовать. “Сейчас таз, унитаз”

ОК! Нарисовали скетчи. Утвердили. Нарисовали начисто.

* Подвал надо темнее делать на всех весриях. Сейчас на мобиле нет ощущения окончания страницы вообще.

Пересобрали подвал в темном цвете, и мне кажется, он сильно хуже светлого, потому что он забивает всю страницу:

https://www.dropbox.com/s/x5noqd5anx2wzb6/footer-dark.png?dl=0

* Подвал. Убрать навсегда иконку “Каждое утро”

ОК!

* Смотрели много версий сайтов. Самая близкая к тому, что мы хотим - MediaMarkt.ru. Нравится - перестроение относительно девайсов и ориентации, организация выпадающего меню (гамбургер)

Принято!

**320:**

* Режим работы в подвале. Отражаем преимущество до 01:00

Тут просто режим показываем. Рыжая плашка не при чём. Сам режим и есть отражение этого преимущества. Но ссылку я благополучно потерял, продублируй плз.

ОК! Только как мы отражаем преимущество до 01:00? Что выбрали на прошлом этапе? Мы тогда показали 5 вариантов акцентирования (сейчас выбрали самый удобный):

https://www.dropbox.com/s/72tu5p6t2tr9lia/frontpage-20150512a.png?dl=0

https://www.dropbox.com/s/gcmel4tl2f3xigx/frontpage-20150512b.png?dl=0

https://www.dropbox.com/s/4ib9ttr24kaayia/frontpage-20150512c.png?dl=0

https://www.dropbox.com/s/2xytn7qluws2pvp/frontpage-20150512d.png?dl=0

https://www.dropbox.com/s/tdhyirq886jh0py/frontpage-20150512e.png?dl=0

**768**

* Телефон в шапку
* Может быть оставить регион в шапке
* Каталог товаров кнопку вставляем, где поиск.(в бургере только доп меню), нравится как у медиамаркт.

ОК! Мы вообще переосмыслили блок шапки для 768 и привели его к правильному виду. Теперь всё схлопывается корректно и выглядит симпатично:

https://www.dropbox.com/s/e5ne22gdl8dbnp8/header.png?dl=0

* В верхней мозаике ссылок пропало 2 блока (почему?)

Потому что этот блок стал занимать чересчур много места по вертикали (неприлично много). В адаптиве частью блоком можно жертвовать, и мы грохнули рекламные. (Сейчас вернули).

* Слайдер “товары” у нас ховер с выводом названия товара и ссылкой на категорию. Что будет на таче?

Идея с ховер - 1й тач, клик - 2й тач не оч.

* + Мысль1: сразу выводить ссылки на категории.
  + Мысль1: сразу вести на карточки товаров.

Сразу выводить категории врядли получится, потому что места там вообще нет. Вести на катрочку товаров сразу — да. Тогда ховер убираем.

* Подвал не нравится и кажется перегруженным

Это пофиксили. Но с темным фоном по-прежнему считаю перебором. Со светлым подвалом всё было хорошо.

01.06.2016

Михаил

**1.**

Если там просто всё тянется, оставаясь в рамках платформы, то это уже не адаптив, а просто демонстрация «как оно вообще живет».

Вопрос. Это нужно сделать один раз для теста или всегда делать все 5 экранов для каждого экрана? Если первое (сделать для каких-то ключевых экранов один раз), то без проблем, но предлагаю унести это до момента, когда базовые размеры будут утверждены (даже сейчас появляются совсем свежие пожелания).

Если второе (каждый раз на каждой итерации — всё), то с учетом появляющихся новых требований, процесс разработки затянется надолго. (Даже просто технически поддерживать 5 макетов актуальными всегда сложнее чем 3-х). Вопрос сроков.

**Отбой**

**2.**

А какие варианты? Сделать их синим — это странно (они синеют по ховеру, и это хорошо). Можно их как-нибудь скромно подчеркнуть.

**Отбой. Убираем подчеркивание.**

**3.**

Пересобрали подвал в темном цвете, и мне кажется, он сильно хуже светлого, потому что он забивает всю страницу:

**Черный на тачах норм, на десктопе- фигня.**

**Важно, что синяя отбивка(десктоп) и плашка(тач) (эта:** [**http://joxi.ru/xAeNveBuYy16nr()**](http://joxi.ru/xAeNveBuYy16nr()) **отрисована синей Аэро. И нам не нравится она. И она же влияет на ощущение подвала.**

**Предлагаем: Подвал взять как мы делали изначально, только серые тона берем темнее. И над цветом отбивки подумать вам безотносительно текущего дизайна и идеи АЭРО.**

**4.**

ОК! Только как мы отражаем преимущество до 01:00? Что выбрали на прошлом этапе? Мы тогда показали 5 вариантов акцентирования (сейчас выбрали самый удобный):

**Вы угадали.**

**л**

**5.** Сразу выводить категории врядли получится, потому что места там вообще нет. Вести на катрочку товаров сразу — да. Тогда ховер убираем.

**Да убираем**

01.06.2016

Игорь

Привет! Всё готово.

<https://www.dropbox.com/sh/xhfnxcc03agb8pf/AAA01jClYn6wyfAd7ITF2VWea?dl=0>

Попробовали перекрасить полоску и просто инвертировать подвал (сначала темнее, потом светлее). Может, так?

В любом случае, это общий блок для всех страниц и его можно потом как-то уже тюнить.

02.06.2016

Михаил

Принимаем это вариант, помня о том, что отбивка может потянуть за собой изменения.

Также содержание отбивки будет изменено точно (касаемо её верстки)

Итого главная принята, мои поздравления!