12.04.2016

PIXOMATICA / Игорь

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>

30.05.2016

Михаил

1. Размещаем баннер-растяжку вверху тела страницы
2. Следующие версии показываем без гуру-мастера. Займёмся им отдельно.
3. Необходимо рассмотреть возможность отображения выбранных фильтров текущей выдачи. задача: показать юзеру в одном месте по каким критериям ограничена выдача.
4. Цены у нас бывают очень немалеьнкие. В это поле не войдет <http://joxi.ru/dp27vYLc56jXm7.jpg> .

Пример: <http://santehnika-online.ru/product/gazovyy_kotel_acv_heatmaster_201_45_8_220_0_kvt/>

1. Нам очень нравится фильтр техносилы, именно по общему восприятию.
2. Также стоит вернуть возможность сворачивать значения параметров.
3. На макете надо отражать экстремальные состояния (2х строчные названия/ значения фильтров, характеристик товаров и т.п.)
4. В сортировку “Сначала дешевые” добавляем пункт “Со скидкой”
5. Убираем сверху пагинацию
6. Внизу пагинацию делаем с оглядкой на тач интерфейсы. Кнопками. Нравится тут: <http://www.tehnosila.ru/catalog/kompjutery_i_orgtehnika/ustroystva_vvoda>
7. Показать всё убираем, ставим показать по….
8. Фильтр адаптируем под тачи.

* Большая кликабельная область для сворачивания/разворачивания
* Большие контролы диапазонов

1. Параметр “Цвет” переименовываем в “Базовая гамма”. Используем только базовые цвета для пиктограмм. Надо состояния “выбрано” и “неактивно”
2. Блок “Вам также может быть интересно” - потерялись ценники и переходы на карточку.
3. Кнопку переименовываем из “Купить” в “Подробнее”

**<Левая колонка под фильтром>**

1. Спецпредложение в левой колонке. Надо выделить как-то, просто как выдача - теряется блок. Было предложение о растяжке или фиксированном в раскрытом состоянии шилдика “-10%”
2. “Как выбрать" - будет 1 статья. Делаем по типу баннера. С заливкой.
3. Популярные категории: сео-блок. Показываем 30 строк сегментированных по абзацам.
4. Популярные бренды: сворачиваются в короткий список
5. Если текущая “подкатегория”, показывается ещё один блок “Популярные бренды подкатегории”. До 5 штук, не сворачивается. Пример: http://santehnika-online.ru/smesiteli/na\_kukhnyu/
6. Смотрите также, показываем 10 строк

**</Левая колонка под фильтром>**

1. Внизу логотипы брендов. Делаем менее заметно, сео-блок. Лого без подложки и на порядок меньше.
2. Линкопомойка над “Вы смотрели”. Сео-блок - нужно показать.

02.06.2016

Михаил

Мы задумались над стилистикой вцелом.

И хотим вашей фантазии, без оглядки на АЭРО!

* Не нравится рваность, лоскутность, может серый фон. Короче что-то не то

Варианты: может левую колонку пустить в 1 полотно, изменить цвет фона, фообще убрать фон.

* Анонс товара: у нас не будет быстрой покупки, поэтому надо что-то делать с кнопкой купить и анонсом вцелом.

Хотим видеть не менее 3х разных вариантов анонсов опять же без оглядки на АЭРО.

Варианты к размышлению:

* “Подробнее” ссылкой, не кнопкой
* Ценник на желтый как сейчас у нас, без кнопок
* Общее поджатие, сворачивая сравнить и избранное в иконки

Короче хотим творчества, хотим выбирать :)

03.06.2016

Игорь

Готово! <https://www.dropbox.com/s/yjmiqql0fd91gl8/catalogue-1200-20160603.png?dl=0>

1. Размещаем баннер-растяжку вверху тела страницы

OK.

1. Следующие версии показываем без гуру-мастера. Займёмся им отдельно.

OK.

1. Необходимо рассмотреть возможность отображения выбранных фильтров текущей выдачи. задача: показать юзеру в одном месте по каким критериям ограничена выдача.

OK. Давайте думать вместе. Варианты:

1. На левом фильтре подсвечивать выбранные опции. Можно подсвечивать стрелочками/линиями. Это самый правильный вариант.
2. Где-то выводить блок со всеми выбранными слева параметрами (то есть полное дублирование). Этот блок не может выводиться в горизонталь, потому что параметров может быть очень много, только в вертикаль. В вертикаль — где? Слева (над фильтром) или справа (на выдачей). Опускать выдачу — плохо и некрасиво, опускать фильтр можно, но получается, у нас будет два одинаковых фильтра один над другим (верхний, типа read only, нижний полноценный). В общем, этот вариант какой-то не вариант.

Попробовали вариант А, так как B — никакой.

1. Цены у нас бывают очень немалеьнкие. В это поле не войдет <http://joxi.ru/dp27vYLc56jXm7.jpg> .

Пример: <http://santehnika-online.ru/product/gazovyy_kotel_acv_heatmaster_201_45_8_220_0_kvt/>

OK. Но даже если там будут миллиарды, то там же смещаются символы.

1. Нам очень нравится фильтр техносилы, именно по общему восприятию.
2. Также стоит вернуть возможность сворачивать значения параметров.

Как «вернуть», если этого не было даже в прототипе. :-) Сделали. Свернули «Тип подводки» для примера.

1. На макете надо отражать экстремальные состояния (2х строчные названия/ значения фильтров, характеристик товаров и т.п.)

Мы это учитываем, когда рисуем. Так что нет проблем.

1. В сортировку “Сначала дешевые” добавляем пункт “Со скидкой”

Не нужно путать. Сортировка — это сортировка, у неё есть направление сортировки (прямое, обратное).

«Со скидкой» — это фильтр, а не сортировка. У фильтра обязательно должна быть опция отключения («Все | Со скидкой»). Этот фильтр существует параллельно с сортировкой (со скидкой И сначала дешевые).

А для этого нужны разделители.

1. Убираем сверху пагинацию
2. Внизу пагинацию делаем с оглядкой на тач интерфейсы. Кнопками. Нравится тут: <http://www.tehnosila.ru/catalog/kompjutery_i_orgtehnika/ustroystva_vvoda>

ОК. А вот вопрос — зачем вообще внизу пажинация, если есть кнопка «Показать еще». Обычно это или/или, так как механизмы разные и взаимоконфликтующие (что мы увидим на второй странице, если на первой нажать три раза «Показать еще», а затем нажать на пажинаторе выбрать вторую страницу? то же самое, что и на первой). Надо выбрать что-то одно.

1. Показать всё убираем, ставим показать по….

ОК.

1. Фильтр адаптируем под тачи.

* Большая кликабельная область для сворачивания/разворачивания
* Большие контролы диапазонов

Тут секунду. Когда дойдем до тачей, будем делать тачи. И контролы диапазонов вообще не факт что будут там (скорее не будут, потому что событие «таскания» пальцем — это мука и для разработчика и для пользователя). Это на паузе, потому что на десктоп версии сейчас всё в порядке. А для тачей нужно вообще отдельный прототип.

1. Параметр “Цвет” переименовываем в “Базовая гамма”. Используем только базовые цвета для пиктограмм. Надо состояния “выбрано” и “неактивно”

А что такое базовые цвета? Красный/зеленый/синий, или что?

Неактивные цвета просто не надо показывать. Выбранного состояния тут тоже нет, есть состояние «невыбрано». Как это работает: по умолчанию все цвета яркие > выбираем один (кликаем по нему) > выбранный остается, а все остальные гаснут и по наведению подсвечиваются в нормальное состояние (можно выбрать несколько цветов).

В прототипе не решена следующая задача. Если я выбрал один (два, три) конкретных цвета, то как мне обратно вернуться ко всем цветам (скинуть этот фильтр). Сейчас только потыкать на все остальные цвета, что долго и криво. Надо как то сбрасывать этот фильтр (или сделать квадратик «все цвета», или дорисовывать крестик в случае активизации фильтра).

1. Блок “Вам также может быть интересно” - потерялись ценники и переходы на карточку.

У нас всё точно согласно прототипу (http://32k100.axshare.com/#g=1&p=категория\_плиткой): <https://gyazo.com/68154abc6e66ac8964bb9c168b31760d>, так что потерялось там.

Мы без проблем сделаем, но кроме ценников и переходов на карточку что там еще должно быть? Название?

1. Кнопку переименовываем из “Купить” в “Подробнее”

ОК!

**<Левая колонка под фильтром>**

1. Спецпредложение в левой колонке. Надо выделить как-то, просто как выдача - теряется блок. Было предложение о растяжке или фиксированном в раскрытом состоянии шилдика “-10%”

Тут вопрос. Что такое растяжка и какое раскрытое состояние у “-10%” (вообще сюрприз, что там есть раскрытое состояние)?

1. “Как выбрать" - будет 1 статья. Делаем по типу баннера. С заливкой.

ОК! Хвала сетке, мелкие баннеры у нас как раз такой ширины.

1. Популярные категории: сео-блок. Показываем 30 строк сегментированных по абзацам.

30 строк даже без абзацев — это аж 780px высоты (780px — это полтора ряда карточек). Это очень-очень много. Или подразумевается прятать эти строки?

1. Популярные бренды: сворачиваются в короткий список

Сворачиваются и разворачиваются? Кнопка нужна?

1. Если текущая “подкатегория”, показывается ещё один блок “Популярные бренды подкатегории”. До 5 штук, не сворачивается. Пример: http://santehnika-online.ru/smesiteli/na\_kukhnyu/

Миша, прости, я прочитал этот абзац много раз, посмотрел на приложенную ссылку и всё равно ничего не понял. Что такое «если текущая “подкатегория”» (я пробовал подставлять разные глаголы, но ничего не собирается). «Популярные блоки подкатегории» — это так называется блок? Имеется ввиду «Популярные бренды на кухню»? Огромная просьба писать понятнее.

1. Смотрите также, показываем 10 строк

OK.

**</Левая колонка под фильтром>**

1. Внизу логотипы брендов. Делаем менее заметно, сео-блок. Лого без подложки и на порядок меньше.

Нельзя лого без подложки. 90% из них не на прозрачном фоне. (в основном на белом) Много кривых и косых. Поэтому, подложка тут не просто так.

Вопрос. Зачем вообще нужен этот блок?

1. Линкопомойка над “Вы смотрели”. Сео-блок - нужно показать.

Тут вообще непонятно, о чем речь. Просьба написать понятнее и показать нагляднее (над «Вы смотрели» нет никакой «линкопомойки»).

Мы задумались над стилистикой вцелом.

И хотим вашей фантазии, без оглядки на АЭРО!

* Не нравится рваность, лоскутность, может серый фон. Короче что-то не то

Варианты: может левую колонку пустить в 1 полотно, изменить цвет фона, фообще убрать фон.

Про это еще думаем (даже не рисуем, а думаем, потому что понимания в голове нет, куда копать).

* Анонс товара: у нас не будет быстрой покупки, поэтому надо что-то делать с кнопкой купить и анонсом вцелом.

Хотим видеть не менее 3х разных вариантов анонсов опять же без оглядки на АЭРО.

Варианты к размышлению:

* “Подробнее” ссылкой, не кнопкой
* Ценник на желтый как сейчас у нас, без кнопок
* Общее поджатие, сворачивая сравнить и избранное в иконки

Попробовали: <https://www.dropbox.com/s/waz4t5th824uwr7/card.png?dl=0>

Хочу отметить, что нам кажется, что карточка товара в оригинале сделана отлично. Всё на своих местах. Например, желтая кнопка «Купить» (именно «Купить» с императивным глаголом, а не «Подробнее», который никакой не глагол) с максимальным call-to-action была ровно на своём месте.

И сейчас, нам непонятно, что тут не так с вашей точки зрения, а оттого нам сложно решать несуществующую проблему.

Сделали несколько вариантов в слепом блуждании.

29.06.16

Михаил

1. Блок навигационых тегов (каталогизатор) переносим на полную версию (с выдачей) 2 состояния: 1) когда всё есть, 2) когда ничего нет

2. Фильтр кажется грязным/шумным/неструктурировнным

Причины на наш взгляд:

· Жирным, чёрным названия параметров

· Синие уголки (вообще убрать у значений). Отметку перенести на название параметра, отметив сам факт выбранности значений в нём.

· Не тонкий шрифт (нравится в Техносиле)

· Большие отступы по вертикали между пунктами

· Кнопка «показать все» оторвалась от своей группы, надо поднимать

Просим приблизить вплоть до почти полного соответствия с фильтром Техносилы.

Нам нравится группировка всех элементов, все отступы (особенно вертикальные) и тд.

Выделение чекбоксов надо стилизовать в нашем цвете. (например, залить).

Фильтр на макете надо показать с рабочим набором параметров и значений. На примере, допустим, категории «Смесители».

Также добавляем блок Бренд-серия.

Состояние:

· Блок бренды открыт

· Блок серии открыт, но содержит не значения, а текст – заглушку: *Сначала выберите бренд*

3. Как выбрать – хотим не баннер в нормальном его понимании, а универсальную плашку, на которую будем динамически выводить «Как выбрать %категория%». Нравится лист с загнутым краем как на Я.маркете.

4. Ссылочные сео блоки в левой колонке мало того, что не сворачиваются, также должны быть разбиты на абзацы. Опять же в идеале взять текущую страницу «Смесители». Блок «Популярные категории»

5. Не нравится, что, не вглядываясь содержание левой колонки под фильтром, нетрудно спутать с продолжением фильтра, надо изменить стиль, надо снизить акцент на блоке/заголовках.

6. Надо наводить порядок с пагинацией. Сейчас выглядит так что показать 30/60/120 – это продолжение пагинации. Также надо добавить контролов пагинации: вперед/назад, к первой/к последней и ессно показать это на макете.

7. Сео блок с лого<http://joxi.ru/Y2LpKqQFn4M742>

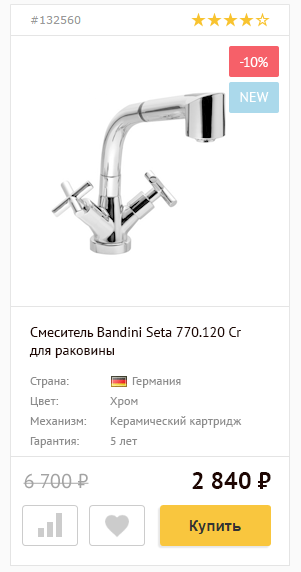
Лого точно будет сопровождаться текстовой ссылкой: %категория% %бренд% (сместиели AEG)

Предложение – сделать область с лого прямоугольником, разместив вдвое меньше логотипов в ряд и добавив текстовые ссылки.

**Анонс товара**

Решил сам собрать вариант, который кажется хорошим. Надо его причесать.

Вот он: *см.ниже*



· Изменился вид артикула;

· Возможно стоит убрать верхнюю линию;

· Избранное – сердце, не звезда;

· Положить в избранное, в сранение, смотреть подробнее – в обной горизонтали;

· Ценник тоже имеет свою горизонталь;

· Нет лишней линии.

Надо причесать и показать в выдаче.

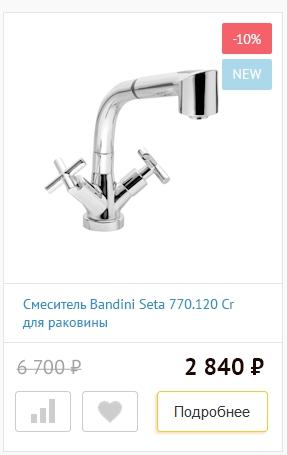
8. *В прототипе не решена следующая задача. Если я выбрал один (два, три) конкретных цвета, то как мне обратно вернуться ко всем цветам (скинуть этот фильтр). Сейчас только потыкать на все остальные цвета, что долго и криво. Надо как то сбрасывать этот фильтр (или сделать квадратик «все цвета», или дорисовывать крестик в случае активизации фильтра).*

Выбор цвета чаще всего ограничен одним цветом, реже 2-3мя, предлагаю сделать состояния выбранного цвета “вжатым”, т.е. кнопкоподобным с внутренней тенюшкой. Так будет ясно, что чтобы отменить - надо нажать ещё раз.

9. *У нас всё точно согласно прототипу (http://32k100.axshare.com/#g=1&p=категория\_плиткой):* [*https://gyazo.com/68154abc6e66ac8964bb9c168b31760d*](https://gyazo.com/68154abc6e66ac8964bb9c168b31760d)*, так что потерялось там.*

*Мы без проблем сделаем, но кроме ценников и переходов на карточку что там еще должно быть? Название?*

Что-то такое:



04.07.2016

PIXOMATICA / Игорь

Почти всё готово: <https://www.dropbox.com/s/21fmvtpq6u3fxde/catalogue-1200-20160701.png?dl=0>

1. Блок навигационых тегов (каталогизатор) переносим на полную версию (с выдачей) 2 состояния: 1) когда всё есть, 2) когда ничего нет

Ээээээ. На полную версию чего? Это вообще непонятно, что такое. :-)

2. Фильтр кажется грязным/шумным/неструктурировнным

Причины на наш взгляд:

· Жирным, чёрным названия параметров

· Синие уголки (вообще убрать у значений). Отметку перенести на название параметра, отметив сам факт выбранности значений в нём.

· Не тонкий шрифт (нравится в Техносиле)

· Большие отступы по вертикали между пунктами

· Кнопка «показать все» оторвалась от своей группы, надо поднимать

Просим приблизить вплоть до почти полного соответствия с фильтром Техносилы.

Нам нравится группировка всех элементов, все отступы (особенно вертикальные) и тд.

Выделение чекбоксов надо стилизовать в нашем цвете. (например, залить).

Всё сделали, поджали, чекбоксы покрасили и тд. Получилось отлично. Непонятно, правда, зачем мы этот фильтр поджимаем по вертикали, если ниже у нас идет 2000px неиспользуемых юзером напрямую сео-штук. Наоборот же, чем больше воздуха, тем проще работать. (У Техносилы, кстати, этот блок должен занимать минимум, потому что у них кроме фильтра в левой колонке ничего нет — и это правильно с точки зрения удобства использования).

Не сделали только про «не тонкий шрифт», потому что это снова тысячу раз обсужденный момент про растеризацию (нельзя на макетах имитировать растеризацию браузеров 1:1, для этого просто нет технических средств — да и не нужно). Шрифт у нас единый и сквозной на всём сайте — PT Sans. Он бывает или regular (им всё набрано), или bold (им набраны заголовки). Между ними не бывает промежуточных значений (на всякий пожарный, менять шрифт сейчас = менять его везде = переделывать главную, переделывать каталог).

Фильтр на макете надо показать с рабочим набором параметров и значений. На примере, допустим, категории «Смесители».

Это точно не сделать рабочим без прототипа. Потому что между нынешним сайтом и новым фильтром целая пропасть несоответствий, и решать их сразу в дизайне — потратить кучу ресурсов, вместо того, чтоб по-быстрому вчерновую утвердить прото. Ждем прото.

Кроме того, считаю необходимым выделить это в отдельную задачу, и уже рубиться там (нужно определить типы фильтров, и все их нарисовать в разных состояниях, чтоб потом уже из этих кусков собирать рабочий фильтр для любого раздела налету).

Сделали пока быстро и просто. Непонятен порядок полей, непонятно, какие из них открытые, а какие нет. Ничего непонятно. :-)

Также добавляем блок Бренд-серия.

Состояние:

· Блок бренды открыт

· Блок серии открыт, но содержит не значения, а текст – заглушку: *Сначала выберите бренд*

Непонятно, нужна картинка или более подробное описание, потому что нынешний сайт вообще ответов на кучу вопросов не дает (у него принципиально другая структура). Придумали сами.

Кнопку вызова попапа с выбором серии вообще надо прятать, пока не выбран бренд. Тогда не будет ситуации с вызовом пустого попапа.

3. Как выбрать – хотим не баннер в нормальном его понимании, а универсальную плашку, на которую будем динамически выводить «Как выбрать %категория%». Нравится лист с загнутым краем как на Я.маркете.

Ну, то есть нужен универсальный шаблон. Давай начнем с чего-то простого. Потому что рисовать баннер одновременно с таким сложным экраном — это неправильно (еще может всё поменяться).

4. Ссылочные сео блоки в левой колонке мало того, что не сворачиваются, также должны быть разбиты на абзацы. Опять же в идеале взять текущую страницу «Смесители». Блок «Популярные категории»

ОК. Но это получается очень-очень-очень-очень длинная слабоструктурированная колбаса. Люди таким не пользуются.

5. Не нравится, что, не вглядываясь содержание левой колонки под фильтром, нетрудно спутать с продолжением фильтра, надо изменить стиль, надо снизить акцент на блоке/заголовках.

Давай его потушим. Но почему этит блоки вообще не свернуть или засунуть куда-то в другое место (мне кажется, левая колонка фильтра — довольно крутое место для важных для глаз юзера вещей, и совсем не то место для служебного визуального шума).

6. Надо наводить порядок с пагинацией. Сейчас выглядит так что показать 30/60/120 – это продолжение пагинации. Также надо добавить контролов пагинации: вперед/назад, к первой/к последней и ессно показать это на макете.

Там очень много лишнего, потому что сначала было ок, а потом решили скрестить ежа с ужом. Давай всё это выкинем. И «к последней» договорились не делать в скайпе.

7. Сео блок с лого<http://joxi.ru/Y2LpKqQFn4M742>

Лого точно будет сопровождаться текстовой ссылкой: %категория% %бренд% (сместиели AEG)

Предложение – сделать область с лого прямоугольником, разместив вдвое меньше логотипов в ряд и добавив текстовые ссылки.

Что-то мы ходим кругами, в прошлой итерации их нужно было сделать, наоборот, в два раза больше. :-) Вариант, который ты просишь уже был нарисован в мае и бы отвергнут. Вернули.

**Анонс товара**

Решил сам собрать вариант, который кажется хорошим. Надо его причесать.

Вот он: *см.ниже*

· Изменился вид артикула;

· Возможно стоит убрать верхнюю линию;

· Избранное – сердце, не звезда;

· Положить в избранное, в сранение, смотреть подробнее – в обной горизонтали;

· Ценник тоже имеет свою горизонталь;

· Нет лишней линии.

Надо причесать и показать в выдаче.

Прошлая версия, мне кажется, была сильнее (цены искать было проще). Но и тут всё классно. Мне только не нравится значок решетки в артикуле, который ничего не значит (в русской типографике номер набирается по-другому). И скидку, хоть это и красиво, ни за что нельзя уносить от финальной цены, т.к. теряется весь эффект.

Я трижды переписывал абзац выше. И решил написать четвертый раз, не удаляя третью версию. Сначала мне нравилась твоя версия, потом что-то смущало, а теперь вообще не нравится момент с ценами: они потерялись, они зажаты кнопкой желтой, всё плохо. :-( Раньше было лучше, мне совсем не нравится по объективным, как мне кажется, причинам (работать будет хуже прошлой версии).

8. *В прототипе не решена следующая задача. Если я выбрал один (два, три) конкретных цвета, то как мне обратно вернуться ко всем цветам (скинуть этот фильтр). Сейчас только потыкать на все остальные цвета, что долго и криво. Надо как то сбрасывать этот фильтр (или сделать квадратик «все цвета», или дорисовывать крестик в случае активизации фильтра).*

Выбор цвета чаще всего ограничен одним цветом, реже 2-3мя, предлагаю сделать состояния выбранного цвета “вжатым”, т.е. кнопкоподобным с внутренней тенюшкой. Так будет ясно, что чтобы отменить - надо нажать ещё раз.

Это не решение проблемы со сбрасыванием, а предложение по-другому нарисовать уже нарисованное (всё, о чем ты пишешь у нас реализовано — и всё равно придется повторно тыкать на уже выбранные цвета). Предложение не принимается :-)), потому что мимо стилевой концепции (ты хочешь skeuomorph, а у нас везде практически flat) и функционально хуже. Я придумал, как ситуацию со сбрасываением фильтра исправить: <https://gyazo.com/37c7d3df03ef0316275dd106e4d1a81b>, в ценах надо так же делать.

9. *У нас всё точно согласно прототипу (http://32k100.axshare.com/#g=1&p=категория\_плиткой):* [*https://gyazo.com/68154abc6e66ac8964bb9c168b31760d*](https://gyazo.com/68154abc6e66ac8964bb9c168b31760d)*, так что потерялось там.*

*Мы без проблем сделаем, но кроме ценников и переходов на карточку что там еще должно быть? Название?*

Что-то такое:

Ага, ОК! Только кнопка желтая.

*05.07*

*Михаил*

**1**. Блок навигационых тегов (каталогизатор) переносим на полную версию (с выдачей) 2 состояния: 1) когда всё есть, 2) когда ничего нет

Ээээээ. На полную версию чего? Это вообще непонятно, что такое. :-)

Имеется ввиду макет в идеале принимает 2 состояния:

* когда в навигационных тегах (каталогизатор) есть и картинки и текст. ссылки и смотрите также;
* и где есть минимум, только текстовые ссылки в 1 ряд без смотрите также.

**2.** Как выбрать – хотим не баннер в нормальном его понимании, а универсальную плашку, на которую будем динамически выводить «Как выбрать %категория%». Нравится лист с загнутым краем как на Я.маркете.

Ну, то есть нужен универсальный шаблон. Давай начнем с чего-то простого. Потому что рисовать баннер одновременно с таким сложным экраном — это неправильно (еще может всё поменяться).

То что сейчас нам уже нравится, надо только

* Принять 1 цвет для всей помощи в подборе (как выбрать, гуру-мастер) например зеленый типа как в лого. Оранжевый у нас идёт для всего сервиса.
* Угол загнуть.
* Формулировку сделать “Как выбрать *%категория%*?”

**3.** ОК. Но это получается очень-очень-очень-очень длинная слабоструктурированная колбаса. Люди таким не пользуются.

Ты удивишься, но сам лично вижу как пользуются. И да колбаса и да останется.

**4.** Надо наводить порядок с пагинацией. Сейчас выглядит так что показать 30/60/120 – это продолжение пагинации. Также надо добавить контролов пагинации: вперед/назад, к первой/к последней и ессно показать это на макете.

Там очень много лишнего, потому что сначала было ок, а потом решили скрестить ежа с ужом. Давай всё это выкинем. И «к последней» договорились не делать в скайпе.

Последнюю на последнее место всё-таки ставим. Судя по всему в Скайпе я что-то недо понял

**5.** Я придумал, как ситуацию со сбрасываением фильтра исправить: <https://gyazo.com/37c7d3df03ef0316275dd106e4d1a81b>, в ценах надо так же делать.

Берём это и вставляем в макет.

**6. Фильтр**

**Извольте прототип необходимого состояния фильтра:** [**http://32k100.axshare.com/%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80.html**](http://32k100.axshare.com/%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80.html)

6.1. Пропала **индикация выбранного параметра**, надо вернуть.

6.3. **Выбранный цвет** для цветовой гаммы делаем в том же жёлтом стиле, что и у чек-боксов

6.4. Вставляем чек-бокс в параметр Цена: “**Товары со скидкой**”, убираем из шапки выдачи соответствующий селектор.

**7. Шрифты:**

* Значения в фильтре
* Невыбранные значения сортировки в шапке выдачи (http://joxi.ru/eAO0R4WF4XKdkr)

Надо ослаблять, очень черными выглядят, осложняют восприятие.

Вместе с тем:

* Чисто информационный текст без взаимодействия выглядит почему-то неактивным

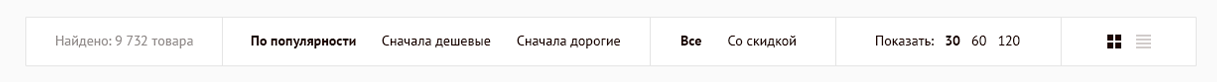
<http://joxi.ru/V2VRde3S0oXNZ2>

* Также неактивными выглядят эти ссылки: <http://joxi.ru/v29dXJGfGyKq1m>

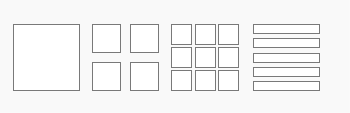
Итого: необходимо выработать следующие типы набора текста

1. Выбранная/текущая/активная ссылка (как сейчас нравится)
2. Невыбранная/дефолтная ссылка в блоке (может стоит в сторону синего оттенок цвета шрифта сделать)
3. Неактивная ссылка (бледно серый, цвет как сейчас “найдено: 1 999 товаров”)
4. Просто текст, без возможности взаимодействия (не черный, но и не бледный)

**8. Шапка выдачи:**



Выпиливаем “Все/Со скидкой”, увеличиваем иконки вида выдачи, подразумевая, что там будут ещё 2 иконки, можно сразу вставить



И пытаемся причесать относительно сетки все блоки шапки.

**9. Сео-блоки**

Стало лучше, после ослабления цвета.

* Делаем больше отступ между абзацами
* Может добавить маркеры ненумерованного списка (как сейчас на сайте)
* Моожет сделать шрифт меньше

Давайте поглядим как это будет.

**10. Спец. предложения**

* Добавить 1 блок, всего должно быть 2 друг за другом.
* Разместить сразу после “как выбрать”

*05/07*

*Михаил забывчивый :)*

Про анонс карточки: возвращаем старый вариант, только из-за вываливания ценника из поля зрения. Если с этим конечно не справится, то остаемся на предыдущем.

06.07.

Михаил

Анонс товара необходимо сопроводить ярлычком “видео”

06.07

Игорь

<https://www.dropbox.com/sh/ewyh0d2mnrzo76h/AABYbBU8uz0mWCRWZcIWhDfTa?dl=0>

**1**. Имеется ввиду макет в идеале принимает 2 состояния:

* когда в навигационных тегах (каталогизатор) есть и картинки и текст. ссылки и смотрите также;
* и где есть минимум, только текстовые ссылки в 1 ряд без смотрите также.

OOK!

**2.** То что сейчас нам уже нравится, надо только

* Принять 1 цвет для всей помощи в подборе (как выбрать, гуру-мастер) например зеленый типа как в лого. Оранжевый у нас идёт для всего сервиса.
* Угол загнуть.
* Формулировку сделать “Как выбрать *%категория%*?”

Зеленый из лого уж больно ядовитый (забьет всё вокруг). Надо что-то спокойно-нейтральное. (Помощь обычно желтого цвета, но желтый мы уже используем с другими целями.) Притушили зеленый.

**3.** ОК. Но это получается очень-очень-очень-очень длинная слабоструктурированная колбаса. Люди таким не пользуются.

Ты удивишься, но сам лично вижу как пользуются. И да колбаса и да останется.

Чего только не бывает! :-)

**4.** Последнюю на последнее место всё-таки ставим. Судя по всему в Скайпе я что-то недо понял

Напомню. Никто — ни Яндекс, ни Гугл, ни твоя любимая Техносила, никто не ставит ссылку «В конец», потому что скорее всего по статистике нет такого юзкейса, в котором пользователь хочет отмотаться в конце. В начало — да, на следующую/предыдующую страницу — да, но не в конец. (Скорее, юзер поменяет направление сортировки и перейдет в начало). А держать на всякий пожарный такую ссылку, перегружать блок и красть место у номеров страниц — это неправильно. Ты тогда согласился, что и мы за здравый смысл.

**6. Фильтр**

**Извольте прототип необходимого состояния фильтра:** [**http://32k100.axshare.com/%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80.html**](http://32k100.axshare.com/%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80.html)

6.1. Пропала **индикация выбранного параметра**, надо вернуть.

6.3. **Выбранный цвет** для цветовой гаммы делаем в том же жёлтом стиле, что и у чек-боксов

6.4. Вставляем чек-бокс в параметр Цена: “**Товары со скидкой**”, убираем из шапки выдачи соответствующий селектор.

Бинго! :-)

**7. Шрифты:**

* Также неактивными выглядят эти ссылки: <http://joxi.ru/v29dXJGfGyKq1m>

Да, у них слетел цвет. Давай приведем их к стандартному цвету (об этом написано ниже).

Итого: необходимо выработать следующие типы набора текста

1. Выбранная/текущая/активная ссылка (как сейчас нравится)

ОК!

1. Невыбранная/дефолтная ссылка в блоке (может стоит в сторону синего оттенок цвета шрифта сделать)

Этот случай непонятный. Дефолтная = выбранная по умолчанию. Как может быть дефолтная и невыбранная?

1. Неактивная ссылка (бледно серый, цвет как сейчас “найдено: 1 999 товаров”)
2. Просто текст, без возможности взаимодействия (не черный, но и не бледный)

Значит, сейчас у нас система такая. Она почти целиком наследована от концепции АЭРО за небольшими правками. У нас нет единой системы, что, мол, везде ссылки синие и всё тут. Она и не нужна — для фильтра у нас свои законы, которые там лучше работают, для текста — другие, и т.д. Это делает нас очень гибкими и дает возможность делать максимально эффективно не стесняясь искусственных рамок в каждом случае.

1. Просто текст у нас сейчас обычный. Не черный, #1e0602. Хороший цвет.
2. Ссылка. Сделана так, что ссылок у нас почти нет — всё на кнопках. Поэтому явного цвета ссылки тоже нет, она такого же цвета, как и черный текст. Если же ссылка нужна прям посреди текста, мы делаем подчеркивание. Или можно в это случае красить ее синим. При этом, поверь мне, мы пробовали перекрасить все ссылки на макете в синий (в самом начала, когда рисовали главную). Получается фигня. Даже Яндекс практически везде ушел от цветных ссылок, перейдя на кнопки (это из-за эволюции мобильных случилось).
3. Невыбранную ссылку (типа невыбранного параметра фильтра) можно чуть тушить вдобавок к ее не-болдовости (выбранный параметр - черным болдом, невыбранный - серым неболдом).

**8. Шапка выдачи:**

Выпиливаем “Все/Со скидкой”, увеличиваем иконки вида выдачи, подразумевая, что там будут ещё 2 иконки, можно сразу вставить

И пытаемся причесать относительно сетки все блоки шапки.

Окей!

**9. Сео-блоки**

Стало лучше, после ослабления цвета.

* Делаем больше отступ между абзацами
* Может добавить маркеры ненумерованного списка (как сейчас на сайте)
* Моожет сделать шрифт меньше

Давайте поглядим как это будет.

Окей!

Только уменьшать шрифт нельзя. Это выглядит крайне неаккуратно, и если, как ты говоришь, этим пользуются люди, то зачем усложнять им жизнь. В остальном всё готово.

**10. Спец. предложения**

* Добавить 1 блок, всего должно быть 2 друг за другом.
* Разместить сразу после “как выбрать”

ОК!

Про анонс карточки: возвращаем старый вариант, только из-за вываливания ценника из поля зрения. Если с этим конечно не справится, то остаемся на предыдущем.

Так ну как с этим справиться, там нет места для ценника просто. Это же твое решение, а не наше. :-) Прошлый вариант анонса всем хорош, я за него.

Анонс товара необходимо сопроводить ярлычком “видео”

<https://gyazo.com/1c183a9cf6d3eaecf445dca60e855034> Как-нибудь так?

07.07.

Михаил

Напоминаю про необходимость указания часов, затраченных на итерацию

1. Убираем шапку анонса, код уносим под фото, рейтинг выпиливаем.
2. Значения фильтра по прежнему кажутся очень черными и жирными, ослабляем черный
3. Спецпредложения выглядят съехавшей версткой по 4 анонса в ряду, надо дополнять, изменять анонс спецспердложения
4. Желтый на кнопке купить и соответствено везде надо попробовать облегчать, выглядит грязно тяжелым

06.07

Игорь

Длительность: 2 часа

<https://www.dropbox.com/s/an5lo5eo8vx9p33/catalogue-1200-20160708.jpg?dl=0>

1. Убираем шапку анонса, код уносим под фото, рейтинг выпиливаем.

ОК!

1. Значения фильтра по прежнему кажутся очень черными и жирными, ослабляем черный

Погоди. Тут, мне кажется, кого-то штормит. :-) На прошлой итерации этот шрифт был недостаточно жирным (“хотим нетонкий шрифт, как на Техносиле”). Теперь хотим наоборот. Как надо в итоге? И в чем проблема? (Со шрифтом сейчас всё нормально.)

Подозреваю, что дело тут вообще не в шрифте. Ты попросил отступы, как в Техносиле. Мы сделали, как в Техносиле. Но там фильтр намного проще. (У нас тут и цвета, и кнопки и еще куча всего). Стало зажато (я об этом предупреждал). Может, нам вернуться к прошлым отступам (https://www.dropbox.com/s/yjmiqql0fd91gl8/catalogue-1200-20160603.png?dl=0), где сложность компенсировалась воздухом и всё было сбалансировано? То есть дело вообще не в шрифте?

Чуть-чуть затушили.

1. Спецпредложения выглядят съехавшей версткой по 4 анонса в ряду, надо дополнять, изменять анонс спецспердложения

Давай! Как менять и чем дополнять? (Это проблема layout’а, или проблема содержания карточки. И то и другое определяется прототипом — я бы, повторюсь, вообще разгрузил левую колонку.)

1. Желтый на кнопке купить и соответствено везде надо попробовать облегчать, выглядит грязно тяжелым

Странно, потому что наш желтый на 95% совпадает с желтым Яндекс.Маркета и желтым Техносилы (<https://gyazo.com/f899d09c0f4d1eff1b6b6f7c256800e1>). Ну ок, давай чуть осветлимся.

11.07

Игорь

Длительность: 2 часа

<https://www.dropbox.com/sh/v3qftolbo84ocn3/AABuKTwwYSH6a0hC172I8dv6a?dl=0>

Сделали первую версию 320 на основе прото ([http://32k100.axshare.com/320\_выдача.html](http://32k100.axshare.com/320_%D0%B2%D1%8B%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0.html)). Но 1280 еще не утвержден. И 320 еще может поменяется, даже если она попадает в прототип.

19.07.

Михаил

**1200**

1. Желтый возвращаем из прошлых итераций от безысходности :)

Новый кажется очень светлым, старый немного темнее чем надо.

В идеале надо осветилить на микроединицы старый желтый.

1. Спецпредложения: в качестве прототипа можно брать текущую версию блока.

Например тут: http://santehnika-online.ru/vanny/akrilovye/



* Оставляем только название и ценники.
* Разворачиваем красную плашку с названием “Распродажа” на всю ширину анонса. “Специальные предложения” как заголовок блока- убираем.
* Разделители красим красным.

**320** *прототип обновил* [*http://32k100.axshare.com/320\_%D0%B2%D1%8B%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0.html*](http://32k100.axshare.com/320_%D0%B2%D1%8B%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B0.html)

Анонс товара

1. Код товара не выводим
2. Дискрипшн (страна, цвет и тп) не выводим

Область выбранных значений фильтра

1. Выбранные значения фильтра визуально надо связать с кнопкой фильтр, т.к. человек может зайти из поисковика уже на выдачу с предустановленными значениям фильтра и надо чётко дать понять что это вообще такое выведено.
2. Чек-боксы для выбранного посыл хороший, но предвидим тыкание в статические элементы. Поэтому пробуем через • точку
3. Также пробуем впилить слово “Выбрано”
4. Надо вернуть нумерацию страниц и “Показано с 1 по 10 из 1239”
5. Контрол “Назад” делаем заметнее
6. Фильтр 320:

<http://32k100.axshare.com/#g=1&p=320_%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80_%D0%B2%D1%8B%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B8>

**Значения фильтра отсюда:** <http://32k100.axshare.com/#g=1&p=%D0%BD%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%80_%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80%D0%B0>

Все сущности анонсов товаров тут:

<http://32k100.axshare.com/#g=1&p=%D1%81%D1%83%D1%89%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%B0_%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%87%D0%BA%D0%B8_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B0>

Очень интересует судьба этой страницы:

<http://joxi.ru/V2VRde3S07Bz92>.

Начинаем волноваться за состояния.

Когда будем их отрисовывать?

Как будем отделять всплывашки от состояний кнопок?

01.08

Игорь

**1200**

Сделали! <https://www.dropbox.com/s/sxyvqhhtpumybht/catalogue-1200-20160801.png?dl=0>

1. Желтый возвращаем из прошлых итераций от безысходности :)

Новый кажется очень светлым, старый немного темнее чем надо.

В идеале надо осветилить на микроединицы старый желтый.

Ну микро, так мирко! :-)

1. Спецпредложения: в качестве прототипа можно брать текущую версию блока.

Например тут: <http://santehnika-online.ru/vanny/akrilovye/>

* Оставляем только название и ценники.
* Разворачиваем красную плашку с названием “Распродажа” на всю ширину анонса. “Специальные предложения” как заголовок блока- убираем.
* Разделители красим красным.

ОК, мы сделали, точно как ты просишь, но получается фигня (от режима удаленного фотошопа всегда получается фигня). Не нужно там делать красные разделители (слишком шумно, ничего не дает — только мешает). И плашку на всю ширину не нужно (вообще мимо правил остального дизайна, ничего не дает — только мешает). Сделали альтернативный вариант: <https://www.dropbox.com/s/8ohvdfrj8hwvhnc/card2.png?dl=0>

**320**

Готово:

<https://www.dropbox.com/s/00lydn7st0qp3mk/catalogue-320-20160801.png?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/r4zxorx7xnidp2i/catalogue-320-20160801-collapsed.png?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/1l56stezlbke7i0/catalogue-320-20160801-expanded.png?dl=0>

Анонс товара

1. Код товара не выводим
2. Дискрипшн (страна, цвет и тп) не выводим

ОК!

Область выбранных значений фильтра

1. Выбранные значения фильтра визуально надо связать с кнопкой фильтр, т.к. человек может зайти из поисковика уже на выдачу с предустановленными значениям фильтра и надо чётко дать понять что это вообще такое выведено.
2. Чек-боксы для выбранного посыл хороший, но предвидим тыкание в статические элементы. Поэтому пробуем через • точку
3. Также пробуем впилить слово “Выбрано”

ОК! Но я всё же за то, чтоб люди тыкали в этот блок, пусть и ошибочно, и получали фильтр с предустановленными соответствующими параметрами (тем не менее, мы же специально утушили этот чекбокс, чтоб снизить желание ткнуть :-). Сделали с middot’ом, как ты просишь.

1. Надо вернуть нумерацию страниц и “Показано с 1 по 10 из 1239”
2. Контрол “Назад” делаем заметнее

ОК!

1. Фильтр 320:

<http://32k100.axshare.com/#g=1&p=320_%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80_%D0%B2%D1%8B%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B8>

**Значения фильтра отсюда:** <http://32k100.axshare.com/#g=1&p=%D0%BD%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%80_%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80%D0%B0>

ОК! Но не нужно делать кнопки внизу, как на прототипе (две в ряд). Потому что слабее конверсия на основной кнопке. Потому что нельзя перейти ко всем фильтрам.

Также попробовали сделать параметры по отдельным полосам: <https://gyazo.com/bea549633ed10aaa0b2556e5f72fb0a1>, но плохо, потому что по высоте будет занимать космическую высоту. Плюс плохо, что слишком полосато. Плюс плохо, что слишком отличается от фильтра 1200.

И попробовали увеличить расстояние между чекбоксами:

<https://gyazo.com/a479f10cd57d46f7eb0fe0625c3366b4>, и тут вроде бы всё хорошо, учитывая, что чекбокс будет чекаться и по клику на тайтле.

2.08.

Михаил

**1200**

1. Меняем description (<http://joxi.ru/Drl7bOBC4lD1eA>)
   1. **Используем алиасы характеристик. Т.е.:**

Страна: Германия → Германия (с флажком)

Цвет: Хром → Хром

Механизм: керамический картридж → Керамический картридж

Гарантия: 5 лет → 5 лет гарантии

Габариты (дшг): 170x75x40 → 170x75x40

Ручки: есть, в комплекте → Есть ручки

Ручки: нет, установка не предусмотрена → Без ручек

Исполнение шланга: усиленный / нескручивающийся → Усиленный, нескручивающийся шланг

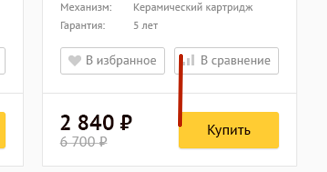
На макете показываем 2х-3х строчные варианты значений.

Также сочетания из 3 стран для 1 товара (такое бывает). <http://joxi.ru/823nzjvI6RY1bm>

* 1. **Код товара**

Неясно как лежит (на фото/под фото) вмещаем его в description первым пунктом. Вместо слово код пробуем всё же: #

1. Ценники, купить

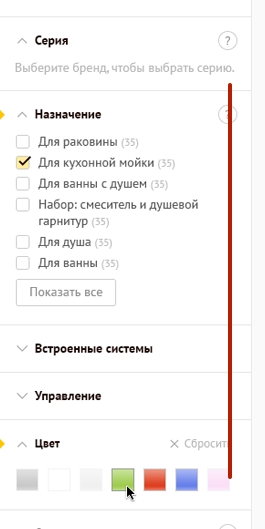


* 1. **Почему кнопка не вровень?**
  2. **Показать на макете ценники:**
* 99 рублей со скидкой и без
* 9 999 999 рублей со скидкой и без

1. Фильтр

Показываем 2хстрочные наименования свойств и и значений фильтра.

Планирую вводить сброс для свойств с большими наборами значений. Поэтому надо совмещать сброс с вопросом:



1. Состояния

Ждём состояния элементов.

Описаны тут: <https://docs.google.com/document/d/1WzomiH_ZXsEyBdX4dLBuVqwdgqsM6UPebrBdNLqyRlU/edit>

Отрисованы тут:

<http://32k100.axshare.com/%D1%81%D1%83%D1%89%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%B0_%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%87%D0%BA%D0%B8_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B0.html>

**320**

1. Анонс карточки:

* Пробуем пережимать в такой вид: <http://joxi.ru/DmB1zEZiN7OJXr>

Отсюда: [http://32k100.axshare.com/#g=1&p=сущности\_анонса\_карточки\_товара](http://32k100.axshare.com/#g=1&p=%D1%81%D1%83%D1%89%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%B0_%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%87%D0%BA%D0%B8_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B0)

Задача: больше товаров на высоту экран.

1. Фильтр

* 2 кнопки: Сброс и Показать будут в ряд и будут прибиты намертво к нижней части вьюпорта браузера. Они должны быть компактны, чтобы не красть драгоценную вертикаль.

Конверсия этих кнопок нас не интересует, нас интересует

избавление от бесконечных скролов по гигантскому полотнищу

фильтра.

* Все фильтры: используем вариант: <http://joxi.ru/YmE19k3iZRkJdm> в конце основных параметров.
* Значения: *ты не хуже меня знаешь, что контрол меньше 40pt - это насилие над обладателем смартфона, тем более в фильтре. В этой связи мы не можем думать о соответствии фильтра десктопа и мобилы.*

Работаем над вариантом:

<https://i.gyazo.com/bea549633ed10aaa0b2556e5f72fb0a1.png>

* Кликабельна вся область значения/параметра по всей её ширине и высоте. Активность значения показана и заливкой в том числе.
* Разделители ослабляем по цвету.
* Бегунки в диапазонах адаптируем под палец.
* Помним и показываем сочетание “сброс” и подсказка
* Подсказка - по клику поп-ап. Надо показывать. Кликается тут: <http://32k100.axshare.com/#g=1&p=320_%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80_%D0%B2%D1%8B%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B8>

03.08

Игорь

**1200**

Готово!

<https://www.dropbox.com/s/ctj7t6xsgl5cbwx/catalogue-1200-20160802.png?dl=0>

1. Меняем description (<http://joxi.ru/Drl7bOBC4lD1eA>)
   1. **Используем алиасы характеристик. Т.е.:**

Страна: Германия → Германия (с флажком)

Цвет: Хром → Хром

Механизм: керамический картридж → Керамический картридж

Гарантия: 5 лет → 5 лет гарантии

Габариты (дшг): 170x75x40 → 170x75x40

Ручки: есть, в комплекте → Есть ручки

Ручки: нет, установка не предусмотрена → Без ручек

Исполнение шланга: усиленный / нескручивающийся → Усиленный, нескручивающийся шланг

На макете показываем 2х-3х строчные варианты значений.

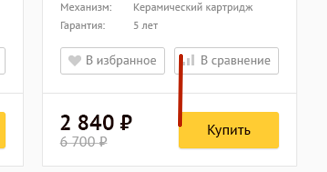
Также сочетания из 3 стран для 1 товара (такое бывает). <http://joxi.ru/823nzjvI6RY1bm>

ОК.

* 1. **Код товара**

Неясно как лежит (на фото/под фото) вмещаем его в description первым пунктом. Вместо слово код пробуем всё же: #

1. Ценники, купить



* 1. **Почему кнопка не вровень?**

Потому что нужно было выводить 999 999. (Сейчас кнопка еще уменьшилась, чтоб вывести миллион.)

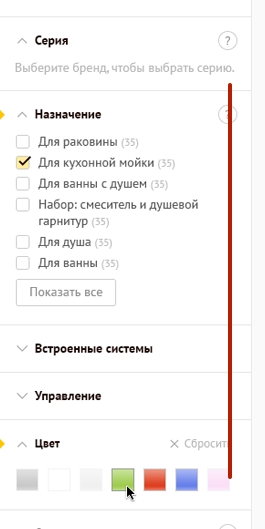
1. Фильтр

Показываем 2хстрочные наименования свойств и и значений фильтра.

Так мы и так показали, как выглядит 2-строчные (Набор).

Планирую вводить сброс для свойств с большими наборами значений. Поэтому надо совмещать сброс с вопросом:

Тогда вопрос жестко прибиваем к тайтлу, а сброс всегда справа. Это решает проблему с одновременным длинным заголовком (2 строки) + вопросом + сбросом.



Сейчас уже всё по-другому, но не нужно там было ничего ровнять. Всё у нас было правильно. Там была сложная система остпупов и расположения вопроса, завязанная на сочетание с первой строкой.

1. Состояния

Ждём состояния элементов.

Описаны тут: <https://docs.google.com/document/d/1WzomiH_ZXsEyBdX4dLBuVqwdgqsM6UPebrBdNLqyRlU/edit>

Отрисованы тут:

<http://32k100.axshare.com/%D1%81%D1%83%D1%89%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%B0_%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%87%D0%BA%D0%B8_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B0.html>

Ждите! Мы рисуем.

**320**

Готово!

<https://www.dropbox.com/s/gi57v43wqk9ui6d/catalogue-320-20160802a.png?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/jlirjvv88l83xg0/catalogue-320-20160802b.png?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/ukxliysq6kfqbdo/catalogue-320-20160802c.png?dl=0>

1. Анонс карточки:

* Пробуем пережимать в такой вид: <http://joxi.ru/DmB1zEZiN7OJXr>

Отсюда: [http://32k100.axshare.com/#g=1&p=сущности\_анонса\_карточки\_товара](http://32k100.axshare.com/#g=1&p=%D1%81%D1%83%D1%89%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%B0_%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%87%D0%BA%D0%B8_%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B0)

Задача: больше товаров на высоту экран.

Во! Спасибо за задачу. Решили ее. Предлагаемый вид не подходит, тк рождаются две супер-проблемы: перенос ценника в другую сторону (нельзя!) и отсутствие явной кнопки перехода/действия (всё выглядит задизейбленным из-за этого).

1. Фильтр

* 2 кнопки: Сброс и Показать будут в ряд и будут прибиты намертво к нижней части вьюпорта браузера. Они должны быть компактны, чтобы не красть драгоценную вертикаль.

Конверсия этих кнопок нас не интересует, нас интересует

избавление от бесконечных скролов по гигантскому полотнищу

фильтра.

Ага. Тут тоже спасибо за развернутый ответ про мотивацию. Сразу всё понятно. Попробовали сделать хорошо.

* Все фильтры: используем вариант: <http://joxi.ru/YmE19k3iZRkJdm> в конце основных параметров.
* Значения: *ты не хуже меня знаешь, что контрол меньше 40pt - это насилие над обладателем смартфона, тем более в фильтре. В этой связи мы не можем думать о соответствии фильтра десктопа и мобилы.*

Работаем над вариантом:

<https://i.gyazo.com/bea549633ed10aaa0b2556e5f72fb0a1.png>

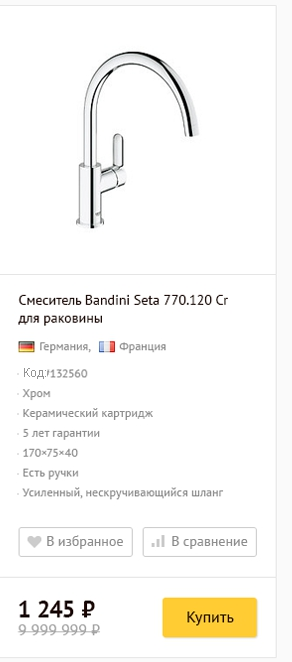
* Кликабельна вся область значения/параметра по всей её ширине и высоте. Активность значения показана и заливкой в том числе.
* Разделители ослабляем по цвету.
* Бегунки в диапазонах адаптируем под палец.
* Помним и показываем сочетание “сброс” и подсказка
* Подсказка - по клику поп-ап. Надо показывать. Кликается тут: <http://32k100.axshare.com/#g=1&p=320_%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%80_%D0%B2%D1%8B%D0%B4%D0%B0%D1%87%D0%B8>

ОК!

11.08

Михаил

1. **Анонс товара пробуем так:**



* Страна на первое место
* Код на второе со словом “код:”
* Список через мироскопические точки, реально еле видные

1. **В фильтре показываем название значения в 2 строки с вопросом и “сбросить”.**

Вопрос и сбросить будут показываться только по ховеру

*прим.: “Типоразмер шлангового подключения”*

1. **Пояснение в блоке “Серия” вернуть по левому краю.**

**320**

1. **В анонс пытаемся вставить страну** (до 2х стран) **и габариты** (первая основная характеристика)
2. **Фильтр**

Много глядели примеров, много спорили и думали и вывод таков:

* Стиль блоков “Свойство - значение” берём с техносилы. Без линий, с большими чекбоксами. Отличие будет лишь одно - кликаться будет вся горизонталь, с соответствующим эффектом по тапу.
* “Сбросить” у каждого свойства убираем, а вопросик оставляем. И показывается он всегда (ховера нет ессно).
* Открытие полного списка параметров называем “Больше параметров” и показываем в виде кнопки в конце основных параметров так, чтобы не было путаницы с основной фиксированной “Показать 173 товаров”.
* Во избежании путаницы с кнопкой “Больше параметров” делаем кнопку “Показать все” (значения свойства) уже в духе десктопа (на 50% по левому краю).
* Закреплённая панель по низу понравилась тоже у Техносилы. Тем что это похоже на кнопки, нет путаницы например с отбивкой и ещё чем-нить. Сбросить видится с синей обводкой.
* Кнопку “Показать 128 товаров” расширяем, “сбросить” сужаем в соотношении 30/70%, оставляя “Показать” справа.

12.08

Игорь

1200: <https://www.dropbox.com/s/t24522fuxv0yj1a/catalogue-1200-20160812.png?dl=0>

16.08

Игорь

**1200**

<https://www.dropbox.com/s/xodnrqp0o1z9cf2/catalogue-1200-20160815.png?dl=0>

По-другому реализовали функцию стирания (спрятали слово «Сбросить»), чтоб оно было устойчивей к двустрочным параметрам.

**320**

<https://www.dropbox.com/s/np3yf6te2fw4xrq/catalogue-320-20160815a.png?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/sgpc8bdhyjh2k58/catalogue-320-20160815b.png?dl=0>

<https://www.dropbox.com/s/x1gv4ao518wrbqv/catalogue-320-20160815c.png?dl=0>

Всё ОК. Сделали. Тебе, как UX-дизайнеру, видней. Но по мне тут какая-то путаница. Смотри.

У нас есть следующие «кнопки» в фильтре:

1. Показать все — раскрывает все значения в конкретном параметре.
2. Больше параметров — раскрывает все **основные** параметры.
3. Перейти ко всем фильтрам — раскрывает **все** параметры (которых 100500).
4. Показать 182 товара — применяет фильтр на выборку.

Ты предложил убрать сбросы, убрать «Перейти ко всем фильтрам» (вместо этого как на Техносиле сделать общий сброс). Тогда вопрос. Как перейти к вообще всем фильтрам (не к основным, которые покажутся по кнопке Больше параметров), а ко всем-всем-всем?

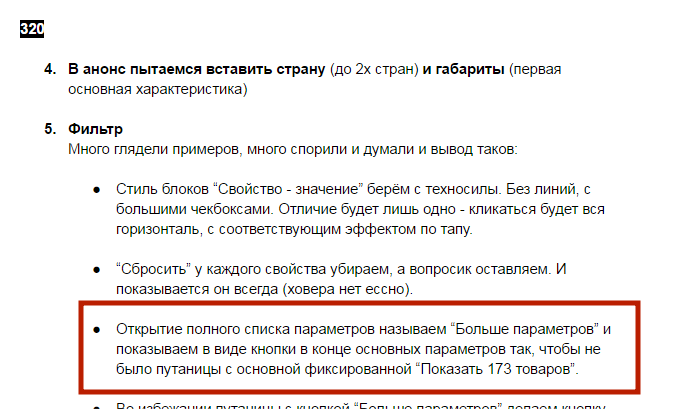
Кроме того, ты забываешь, что у Техносилы для мобильных — отдельный сайт. Вообще отдельный, никак не связанный с основным. А у нас адаптив. Нельзя сделать на 1200-версии фильтр организованным по-одному принципу, а в 320 — по-другому (расположение/размер/внешний вид элементов можно менять, принцип работы — нет).

17.08

Михаил

1. *Тогда вопрос. Как перейти к вообще всем фильтрам (не к основным, которые покажутся по кнопке Больше параметров), а ко всем-всем-всем?*

Произошло взаимонепонимание:



1. На фильтре покажите состояние по тапу (~mousedown). По тапу закрашивается вся горизонталь значения.

*Мне кажется будет неплохо использовать тот же бледножелтый, что в заливке чекбокса. При отметке (поставить галку) будет ощущение перехода области заливки внутрь чекбокса.*

1. Вылезащая галка из чекбокса выглядит не очень.

17.08

Игорь

45 мин

<https://www.dropbox.com/s/cloujqolwkaoxij/catalogue-320-20160817.png?dl=0>

Произошло взаимонепонимание:

Да нет же, я правильно тебя вроде бы понял с самого начала. Ты хочешь внизу кнопку — «Больше параметров», которая будет открывать все параметры вообще, а не «Основные», как это сделано в 1200 (там для всех вообще параметров у нас планировался поп-ап/отдельная страница как на Маркете). И таким образом ты меняешь логику работы при переходе от 1200 к 320. Так делать нельзя. (Это касается и кнопки «Сбросить», которой нет на 1200.) Техносила — не аргумент (почему, см. мой предыдущий коммент), у нас концептуально другой подход.

Или ты хочешь менять и 1200 тоже по тому же принципу? (Правка написана в секции про 320 only).

Нам это нарисовать не сложно, ты просто верстальщикам объясни, как происходит траснформация элементов из 1200 в 320, чтоб всё было однозначно и четко. Я не могу, потому что пока это выглядит двумя фунционально не связанными друг с другом механизмами. :-)

1. На фильтре покажите состояние по тапу (~mousedown). По тапу закрашивается вся горизонталь значения.

Не согласен. Это избыточно, то есть ничего не добавляет (гигантский желтый чекбокс и так явно показывает, что выбрано), а только отнимает (группа параметров разлетается на два независимых куска, нижний из которых остается без заголовка, а значит непонятно к чему он). Тем более желтым цветом (это какая-та запредельная фантазия про чекбоксы из Властелина колец), так не делают.

Не стоит этого делать, в общем.

18.08

Михаил

**Приняли последнюю версию с “ховером” по тапу и раскрывашкой**

* Обсудил проблему перехода из десктопа в 320. Со слов верстальщика - нет ничего особенного, вполне реализуемо.
* При нажатии на 320 эффект пока пилим, будет плохо - выпилим

26.08.2016

PIXOMATICA / Игорь

Пересчитали еще раз вертикальную карточку (там всё подвинулось плюс-минус пиксель, зато теперь как в учебнике по арифметике). И на основании ее нарисовали горизонтальную: <https://www.dropbox.com/s/ygkp9z16vprz7sx/card-tiles.png?dl=0>

И добавили на страничку: <https://www.dropbox.com/s/528vcgzq741rc8r/catalogue-1200-20160826.png?dl=0>

29.08.2016

Михаил

Выдача списком десктоп принята

31.08.2016

Игорь

Выдача списком 320: <https://www.dropbox.com/s/94p6e6lkfchcxdx/catalogue-320-20160831.png?dl=0>

Выдача б.плиткой 1200: <https://www.dropbox.com/s/j83wyo56cmr0go7/catalogue-1200-20160831.png?dl=0>

01.09.2016

Михаил

**Выдача списком 320:**

1. Показываем двухстрочные значение в дескрипшенах
2. Показываем фото и на белом фоне и интерьеры
3. Пробуем уменьшить боковые отступы до минимума, увеличив фото товара

**Выдача б.плиткой 1200:**

1. Пробуем всунуть сравнение и избранное. Видится внедрения варианта из 3х кнопок с моб. состояния.

06.09.2016

Игорь

**320**

<https://www.dropbox.com/s/fv4ytu6iahgmwr4/catalogue-320-20160906.png?dl=0>

1. Показываем двухстрочные значение в дескрипшенах

ОК, но я предлагаю не делать двустрочные названия, а обрезать их! Это ж 320. Там и заголовок должен обрезаться.

1. Показываем фото и на белом фоне и интерьеры

OK!

1. Пробуем уменьшить боковые отступы до минимума, увеличив фото товара

Там уже и так минимум. Поверь. Если дальше уменьшать, то правая часть будет пережатая по сравнению с левой. (Уже обсуждали это в скайпе). И мы вообще ничего не выигрываем (фото сколько-нибудь значимо не увеличивается). Вот смотри: <https://gyazo.com/13bc63e62814c5870d88161d85999cb2>.

Реально у нас сейчас выбран самый маленький формат на самом маленьком устройстве, чтоб влезло побольше инфы. Это пользователь сам выбрал (автоматом по дефолту у него другой вид). Значит юзер готов к определенным лишениям. И нет ничего страшного, что фото мелкое. Потому что там оно и должно быть мелким.

Если нужно фото крупнее, надо другую компановку использовать (например, фото и описание выводить в карусели). Но никак не насиловать текущую, она уже и так нагружена на 101%.

**1200**

1. Пробуем всунуть сравнение и избранное. Видится внедрения варианта из 3х кнопок с моб. состояния.

Тут вот какие варианты: <https://www.dropbox.com/s/96nf27v2mnugg1g/cards.png?dl=0>

Я за третий.

**768**

Тут долго-долго прикидывали. С одной стороны — это же тач, с другой, места много. Поэтому скрестили одно с другим: <https://www.dropbox.com/s/95vh34l8r7kjru5/frontpage-catalogue-768-20160906.png?dl=0>

09.09.2016

Михаил

* **320 список - принято**
* **1200 б.плитка** 
  + Код перетаскиваем справа от стран (Бывает максимум 3, должно влезть)
  + Оставляем 1 строку дескрипшена

**768**

1. **Выдача на 768 будет иметь все виды выдачи десктопа**
2. Смотрите также - убираем. Нав. теги на всю ширину
3. Блок выбрано: выводим 2 строки значений
4. **Для всей десктоп выдачи - при клике на значение в фильтре надо показать немодалку *“Показать 1831 товаров”***
5. **Для всех вариантов логотипы в этом блоке** [**http://joxi.ru/82QpO7LF1Ezd1m**](http://joxi.ru/82QpO7LF1Ezd1m) **на логотипы надо меньше внимания (обесцвечивать, уменьшать).**

*Пример фраз-ссылок под лого: Зеленые унитазы Grohe, Унтиазы с косым*

*выпуском Ceresit.*

09.09.2016

Игорь

Эксперименты с 768/1024:

<https://www.dropbox.com/sh/z9s8ioq7wyipmhb/AADHFEL8C2LBRH4OiKXifj-Fa?dl=0>

12.09.2016

Игорь

Еще эксперимент с 768/1024:

<https://www.dropbox.com/s/kw2d75cz96mt1oh/another-experiment.png?dl=0>

13.09.2016

Игорь

**768**

**Выдача на 768 будет иметь все виды выдачи десктопа**

Так она же и так имеет! https://gyazo.com/08ae1631ac9b6a53045801986c726938

Смотрите также - убираем. Нав. теги на всю ширину

Отлично!

Блок выбрано: выводим 2 строки значений

ОК!

768: <https://www.dropbox.com/s/172fatsxyzxrj9h/frontpage-catalogue-768-20160913.png?dl=0>

**Для всей десктоп выдачи - при клике на значение в фильтре надо показать немодалку *“Показать 1831 товаров”***

ОК!

**Для всех вариантов логотипы в этом блоке** [**http://joxi.ru/82QpO7LF1Ezd1m**](http://joxi.ru/82QpO7LF1Ezd1m) **на логотипы надо меньше внимания (обесцвечивать, уменьшать).**

*Пример фраз-ссылок под лого: Зеленые унитазы Grohe, Унтиазы с косым*

*выпуском Ceresit.*

ОК!

1200: <https://www.dropbox.com/s/6bw5pox7qvmocwi/catalogue-smalltiles-1200-20160913.png?dl=0>

14.09.2016

Михаил

**1024**

Для состояния 1024 принимаем выдачу 768 с ушами.

Но держим в голове 4хколоночное отдельное состояние.

Будем реализовывать вторым эшелоном.

**1200**

* Кнопка “Показать” не может быть настолько прозрачно контурной.
* Блока сео-тегов с логотипами надо переделать, см. след. пункт.

**768**

* Блок <http://joxi.ru/Drl7bOBC4LMJMA> имеет невозможное состояние

Давайте всё же: уменьшим лого, увеличим число сущностей в строку, логотипы

обесцветим. *Причины- см. прошл. итерацию.*

* Анонс товара - убираем 2 пункта из деспкрипшена. Т.е. остается: код и 4 свойства.

15.09.2016

Игорь

**1200**

* Кнопка “Показать” не может быть настолько прозрачно контурной.

Ну ок! А почему не может?

* Блока сео-тегов с логотипами надо переделать, см. след. пункт.

<https://www.dropbox.com/s/fhht7m5z5c1jvjy/catalogue-smalltiles-1200-20160915.png?dl=0>

**768**

* Блок <http://joxi.ru/Drl7bOBC4LMJMA> имеет невозможное состояние

Давайте всё же: уменьшим лого, увеличим число сущностей в строку, логотипы

обесцветим. *Причины- см. прошл. итерацию.*

Так уже меньше в 2 раза! И меньше нельзя, потому что внизу длинные ссылки под каждым лого. Или ты хочешь отказаться от ссылок? Тогда да. Ну и обесцветить можно. Зачем там вообще логотипы, если их надо мелко и серыми? Какой в них смысл?

* Анонс товара - убираем 2 пункта из деспкрипшена. Т.е. остается: код и 4 свойства.

ОК!

<https://www.dropbox.com/s/62bxcqirdtqdsia/catalogue-smalltiles-768-20160915.png?dl=0>

19.09.2016

Михаил

**768 и 320**

В блоке “Выбрано” покажите пожалуйста вид вывода не “значение”, а “свойство1: значение1, значение2”, “свойство2: значение” . Это скорее хотелка, но нам надо :)

19.09.2016

Игорь

2 идеи про большую плитку:

<https://www.dropbox.com/sh/s725px8ev2f7p4i/AAADVRv4PJUJaAGwNfJcOq70a?dl=0>

И вывод списком:

<https://www.dropbox.com/s/g3rjcnlo26n9ktj/catalogue-list-768-20160919.png?dl=0>

22.09.2016

Михаил

Большая плитка 1200 - вариант 3, но или с кодом справа и одной или с 2мя строками деспкрипшена.

Большая плитка 768 - вариант с 2мя столбцами, надо добавить сравнение и избранное

22.09.2016

Игорь

Большая плитка 1200:

<https://www.dropbox.com/s/u61ypd6am40xo8n/catalogue-bigtiles-1200-20160922.png?dl=0>

Большая плитка 768:

<https://www.dropbox.com/s/sj91hhj9ri9pqec/catalogue-bigtiles-768-20160922.png?dl=0>

28.09.2016

Михаил

**1200 Б.плитка**

**768 Б.плитка**

**768 список**

**Принято**

14.10.2016

Игорь

Альтернативная раскраска фильтра и сравнение с Яндексом:

<https://www.dropbox.com/s/ps9i9qw9ervwnmo/so-leftfilter.png?dl=0>

19.10.2016

Михаил

ЗАБИРАЕМ СИНЮЮ

Надо подумать, нет ли ещё мест, что стоит так переработать?

28.10.2016

Михаил

Мелкие правки:

1. Для сбросить используем везде одну иконку, у нас уже 2

* <http://joxi.ru/nAyLbXJhXO7DM2>
* <http://joxi.ru/ZrJOdqkt1JX8ym>

1. Про это слишком серый описал в личном кабинете. Везде его надо очернить <http://joxi.ru/VrwWbQzfKB1eyr>
2. Нам надо показать как будет выглядеть развернутая зона под выдачей, назовем ее сео-зоной.

Берем страницу <http://santehnika-online.ru/rakoviny/brand-ideal_standard/>

И переносим нижнюю часть на макет.

* <http://joxi.ru/l2ZnlVxI86gqM2>
* <http://joxi.ru/brREQ8KSQwKxzA>

1. Цвета в палитре фильтра меняем на флэт - сплошные цвета. <http://joxi.ru/KAxdb5Jf4WyN7A>
2. Во всех анонсах товаров, не относящихся к выдаче, в кнопке мы пишем не “купить”, а “подробнее”. Все кнопки “Подробнее” сделать контурными без заливки. Речь про
   1. <http://joxi.ru/bmo60OJuM6VJVr>
   2. <http://joxi.ru/eAO0R4WF4yN3qr>
   3. и т.д.
3. Вы смотрели

Логика у нас такая:

* В этом блоке <http://joxi.ru/zANpa56Flb4MKm> показываем всё что человек

смотрел.

* Потом идёт по логике “Интересное” список товаров, заинтересовавших юзера (по времени на странице)
* Потом избранное
* Потом сравнение
* Потом корзина

<http://joxi.ru/zANpa56Flb4MKm> сюда просят добавить ссылку на раздел

“Интересное” словами “Вам было интересно” со счетчиком товаров.

30.10.2016

Игорь

<https://www.dropbox.com/s/hh8avx5vmgkizds/catalogue-smalltiles-1200-20161030.png?dl=0>

1. Для сбросить используем везде одну иконку, у нас уже 2

* <http://joxi.ru/nAyLbXJhXO7DM2>
* <http://joxi.ru/ZrJOdqkt1JX8ym>

Это разные функции — сброс фильтра и очистка истории. Но вообще нижний блок надо переделать в контексте всего. Кстати, зачем там вообще кнопка «Свернуть»? Кто в здравом уме ее будет жать, если этот блок всегда внизу страницы.

<https://gyazo.com/d00d80f4821875be13f161254a8bb14a>

1. Про это слишком серый описал в личном кабинете. Везде его надо очернить <http://joxi.ru/VrwWbQzfKB1eyr>

<https://gyazo.com/fa6a0e643de265b7d4943b24aade6d9f>

1. Нам надо показать как будет выглядеть развернутая зона под выдачей, назовем ее сео-зоной.

Берем страницу <http://santehnika-online.ru/rakoviny/brand-ideal_standard/>

И переносим нижнюю часть на макет.

* <http://joxi.ru/l2ZnlVxI86gqM2>
* <http://joxi.ru/brREQ8KSQwKxzA>

ОК! <https://www.dropbox.com/s/mc06ickjjvzcrcq/expand.png?dl=0>

1. Цвета в палитре фильтра меняем на флэт - сплошные цвета. <http://joxi.ru/KAxdb5Jf4WyN7A>

ОК!

1. Во всех анонсах товаров, не относящихся к выдаче, в кнопке мы пишем не “купить”, а “подробнее”. Все кнопки “Подробнее” сделать контурными без заливки. Речь про
   1. <http://joxi.ru/bmo60OJuM6VJVr>
   2. <http://joxi.ru/eAO0R4WF4yN3qr>
   3. и т.д.

ОК!

1. Вы смотрели

Логика у нас такая:

* В этом блоке <http://joxi.ru/zANpa56Flb4MKm> показываем всё что человек

смотрел.

* Потом идёт по логике “Интересное” список товаров, заинтересовавших юзера (по времени на странице)
* Потом избранное
* Потом сравнение
* Потом корзина

<http://joxi.ru/zANpa56Flb4MKm> сюда просят добавить ссылку на раздел

“Интересное” словами “Вам было интересно” со счетчиком товаров.

Не понял. У нас же уже есть блок «Вам также может быть интересно» — отдельный и с крутилкой. «Вы смотрели» — это история просмотренных товаров. Ты хочешь по кольцу показывать еще и интересное там? Тогда зачем ссылка?

01.11.2016

Игорь

<https://www.dropbox.com/s/e6qy6so2w6bqawr/catalogue-smalltiles-1200-20161101.png?dl=0>

07.11.2016

Михаил

1. Надо уточнить механику появления вопросика и крестика

<http://joxi.ru/vAWRLYOS1jb7p2>

1. <http://joxi.ru/KAg7PMBC4nwo3A>

Заголовок - **Вы смотрели**

12.11.2016

Игорь

Надо уточнить механику появления вопросика и крестика

<http://joxi.ru/vAWRLYOS1jb7p2>

Тут всё просто: <https://gyazo.com/5012384481c3a4a4204bb07adc4c59c0>

Вопросик всегда виден при наведении, а крестик появляется только если параметры какие-то выбраны **и одновременно** наведен курсор. Поэтому они разнесены (вопросик прибит к названию параметра, а крестик — к правому верхнему уголку).

Заголовок - **Вы смотрели**

<https://www.dropbox.com/s/oud3d303o9h681v/catalogue-smalltiles-1200-20161112.png?dl=0>

17/01

Михаил

1. <http://joxi.ru/KAxdb5JfMVjJdA.jpg> Должно быть фиксировано прибито к нижней границе вьюпорта
2. <http://joxi.ru/v29dXJGf34w0Xm> Чекбоксы должны быть с голубой заливкой, “Показать 1 товар” - желтым, “Сбросить” таким стилем <http://joxi.ru/Dr8W4nPf4K64xA>.
3. Раскрыл браузер из 1024 в 1200 при открытом поп-апе

<http://joxi.ru/L21pXjGF8wx7Xm>

1. Схлопывая бегунки цены в один, надо чтобы захват производился того, который был последним приведен в точку. Т.е. если я правый подогнал на левый, то тянуться должен правый (влево). Сейчас тянется только правый при любых раскладах.

1. Автопрокрутка 5000 ms <http://joxi.ru/KAxdb5JfMVEn0A>

Останов прокрутки по ховеру

1. Нет ховеров на текстовых ссылках (сортировка, левая колонка под фильтром)