

# Отчет по юзабилити посадочной страницы

## 1. Анализ производительности страницы.

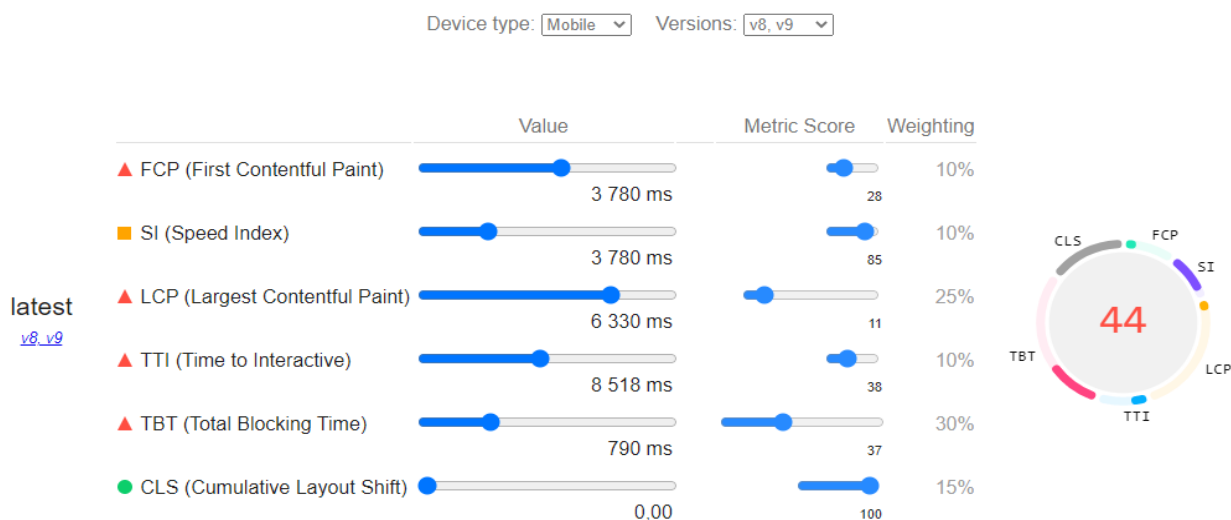
Проведем оценку производительности на **мобильных устройствах** - это 78% от всех посетителей сайта.

Средневзвешенная оценка метрик производительности у нас равна - 44.

Результат от 90 баллов и выше считается хорошим, от 50 до 90 – средним. Если набрано меньше 50 баллов, значит страница требует улучшения.

**Показатели**, из которых рассчитывается средневзвешенная оценка:

### Lighthouse Scoring Calculator



Оценки метрик окрашиваются в соответствии с этими диапазонами:

- От 0 до 49 (красный треугольник): плохо.
- От 50 до 89 (оранжевый квадрат): требуется улучшение.
- От 90 до 100 (зеленый круг): хорошо.

Чтобы обеспечить удобство работы пользователей, сайты должны стремиться к хорошей оценке (90–100).

Рассмотрим подробнее каждый показатель, из которых рассчитывается средневзвешенная оценка:

#### ▲ First Contentful Paint

**3,8 сек.**

Первая отрисовка контента – показатель, который определяет интервал времени между началом загрузки страницы и появлением первого изображения или блока текста. [Подробнее...](#)

#### ■ Speed Index

**3,8 сек.**

Индекс скорости загрузки показывает, как быстро на странице появляется контент. [Подробнее...](#)

#### ▲ Largest Contentful Paint

**6,3 сек.**

Отрисовка самого крупного контента – показатель, который определяет время, требуемое на полную отрисовку самого крупного изображения или текстового блока. [Подробнее...](#)

#### ▲ Time to Interactive

**8,5 сек.**

Время загрузки для взаимодействия – это время, в течение которого страница становится полностью готова к взаимодействию с пользователем. [Подробнее...](#)

#### ▲ Total Blocking Time

**790 мс**

Сумма (в миллисекундах) всех периодов от первой отрисовки контента до загрузки для взаимодействия, когда скорость выполнения задач превышала 50 мс. [Подробнее...](#)

#### ● Cumulative Layout Shift

**0,001**

Совокупное смещение макета – это процентная величина, на которую смещаются видимые элементы области просмотра при загрузке. [Подробнее...](#)

1. FCP (Первая отрисовка контента) = 3,8 сек - это медленная загрузка. Оптимально должно быть 1,5 сек, [здесь](#) технические рекомендации по улучшению показателя.

2. Индекс скорости = 3,8 сек - средняя скорость. Оптимально - 3,4 сек.
3. LCP (Скорость загрузки основного контента) = 6,3 сек - медленная загрузка. Оптимально - 2,5 сек.
4. Время до интерактивности (TTI) = 8,5 сек - медленно. Оптимально - 3,8 сек.
5. Общее время блокировки (TBT) = 790 мс - медленная загрузка. Оптимально - 200 мс.
6. Совокупное смещение макета (CLS) = 0,001 - очень хороший результат. Оптимально, чтобы показатель CLS не превышал 0,1.

- **Оптимизация.**

В этом разделе даются рекомендации по поводу того, как улучшить показатели скорости загрузки страницы. Кроме того, здесь указывается, насколько быстрее будет загружаться страница, если реализовать ту или иную рекомендацию.

1. Чтобы сократить расход трафика, удалите неиспользуемый код JavaScript, это сэкономит 1,05 сек, напр. [...maskedinput/jquery.inputmask.bundle.min.js](#), [/metrika/tag.js](#).
2. Настроить отложенную загрузку скрытых изображений, тогда основные ресурсы сайта будут загружаться в первую очередь, напр. [...img/flags@2x.png](#) - потенциальная экономия 0,75 сек.
3. Встроить критическую часть данных JS/CSS в код HTML и отложить загрузку остальных ресурсов, напр. [...js/utils.js](#), экономия 0,6 сек.
4. Используйте современные форматы изображений - экономия 0,45 сек.
5. Используйте новую стратегию развертывания скриптов в пакетах JavaScript. Средство обнаружения модульных и немодульных функций сократит объем кода в современных браузерах и обеспечит поддержку устаревших браузеров, напр. [...maskedinput/jquery.inputmask.bundle.min.js:17:80896](#), экономия 0,45 сек.

- **Диагностика.**

В этом разделе представлены сведения о соответствии страницы рекомендациям в отношении веб-разработки.

1. Используйте свойство CSS font-display, чтобы пользователи могли видеть текст во время загрузки веб-шрифтов, напр. [...Gilroy-Regular/Gilroy-Regular.woff2](#), [...Montserrat-Bold/Montserrat-Bold.woff2](#), [...Gilroy-SemiBold/Gilroy-SemiBold.woff2](#), экономия около 3 сек.
2. Уменьшите влияние стороннего кода. Сторонний код Яндекс метрики заблокировал основной поток на 8 сек.
3. Не используйте метод document.write(), может значительно замедлять загрузку страницы для пользователей с низкой скоростью подключения.
4. Рекомендуется всегда явным образом задавать ширину и высоту для изображений - атрибуты width и height.
5. Регистрируется прослушиватель для события unload. Для Яндекс метрики рекомендуется использовать события `pagehide` или `visibilitychange`.
6. Минимизируйте работу в основном потоке - 3,7 сек, для этого нужно уменьшить размер фрагментов кода JS, напр. Script Evaluation, Other, Script Parsing & Compilation, Style & Layout.

- **Успешные аудиты.**

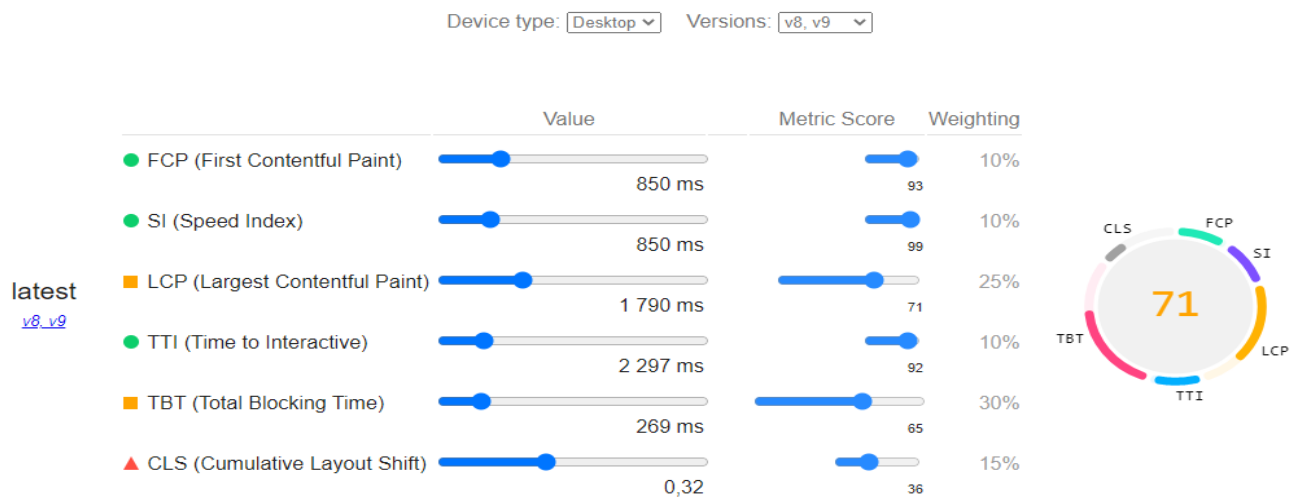
В этом разделе перечислены аудиты страницы, которые были пройдены с хорошим результатом.

1. Уменьшите размер кода CSS, напр. [...css/media.css](#). Потенциальная экономия – 3 КиБ.
2. Удалите неиспользуемый код CSS, напр. [...build/form-defaults.css?0](#). Потенциальная экономия – 21 КиБ
3. Настройте эффективную кодировку изображений.

- Чтобы уменьшить расход сетевого трафика, включить сжатие текстовых ресурсов (gzip, deflate или brotli).

Далее представлена оценка производительности страницы для **десктоп версии** - 22% посетителей.

### Lighthouse Scoring Calculator



Здесь уже более высокая оценка - 71, но все же есть к чему стремиться (от 90).

Показатели, из которых рассчитывается средневзвешенная оценка:

<div>● First Contentful Paint</div> <div>0,9 сек.</div> <div>Первая отрисовка контента – показатель, который определяет интервал времени между началом загрузки страницы и появлением первого изображения или блока текста. <a href="#">Подробнее...</a></div>	<div>● Time to Interactive</div> <div>2,3 сек.</div> <div>Время загрузки для взаимодействия – это время, в течение которого страница становится полностью готова к взаимодействию с пользователем. <a href="#">Подробнее...</a></div>
<div>● Speed Index</div> <div>0,9 сек.</div> <div>Индекс скорости загрузки показывает, как быстро на странице появляется контент. <a href="#">Подробнее...</a></div>	<div>■ Total Blocking Time</div> <div>270 мс</div> <div>Сумма (в миллисекундах) всех периодов от первой отрисовки контента до загрузки для взаимодействия, когда скорость выполнения задач превышала 50 мс. <a href="#">Подробнее...</a></div>
<div>■ Largest Contentful Paint</div> <div>1,8 сек.</div> <div>Отрисовка самого крупного контента – показатель, который определяет время, требуемое на полную отрисовку самого крупного изображения или текстового блока. <a href="#">Подробнее...</a></div>	<div>▲ Cumulative Layout Shift</div> <div>0,32</div> <div>Совокупное смещение макета – это процентная величина, на которую смещаются видимые элементы области просмотра при загрузке. <a href="#">Подробнее...</a></div>

- FCP (Первая отрисовка контента) = 0,9 сек - быстрая загрузка.
- Индекс скорости = 0,9 сек - высокая скорость.
- LCP (Скорость загрузки основного контента) = 1,8 сек - быстрая загрузка.
- Время до интерактивности (TTI) = 2,3 сек - быстро.
- Общее время блокировки (TBT) = 270 мс - средняя загрузка. Оптимально - 200 мс.
- Совокупное смещение макета (CLS) = 0,32 - низкий результат. Оптимально, чтобы показатель CLS не превышал 0,1.

Неожиданное перемещение содержимого страницы обычно происходит из-за асинхронной загрузки ресурсов или динамического добавления элементов DOM к странице поверх уже существующего контента. Причиной может быть изображение или видео с неизвестными размерами, шрифт, отображаемый крупнее или меньше, чем его запасной вариант, сторонние объявления или виджеты, которые динамически изменяют размер.

Возможности для **оптимизации** работы страницы - такие же, как и для мобильной версии.

## 2. Анализ поведения на странице.

Посетители страницы в разрезе возраста:

55 лет и старше	72,6 %
45-54 года	11,9 %
35-44 года	6,08 %
25-34 года	3,56 %
младше 18 лет	3,31 %
Остальные	2,57 %

Тип устройства:

Смартфоны	78,2 %
ПК	19,2 %
Планшеты	2,65 %
ТВ	0,04 %

Среднее время на странице - 2,5 сек, показатель отказов - 8% посетителей, которые покинули страницу, не выполнив на ней никаких действий и пробыли на сайте менее 15 секунд.

Самые посещаемые часы: 19.00, 22.00, 17.00, 06.00, 18.00.

## 3. Рекомендации.

Возможные действия, которые могут привести к повышению конверсии в лид:

1. Так как 72% наших посетителей относятся к возрастной группе старше 55 лет, то блок с датой/временем вебинара и фразу “Бесплатный вебинар” можно увеличить и выделить поярче.
2. В десктоп версии добавить графический элемент типа плавающей стрелки, чтобы показать, что сайт нужно скроллить, чтобы увидеть больше информации, т.к. не все об этом знают. На карте скроллинга видно, что мало кто прокручивают страницу вниз.
3. В десктоп версии сократить высоту шапки, чтобы была лучше видна фраза про подарок при регистрации.
4. Можно ниже на странице после описания вебинара добавить также сколько людей уже прошли данный вебинар и их благодарные отзывы.
5. В раздел “Ответы на частые вопросы” можно добавить вопрос про длительность вебинара, вопрос про то, что будет после просмотра вебинара. И можно добавить возможность посетителям оставлять свои вопросы, так будет больше интерактива.
6. В футере более визуально выделить телефон и мейл (на карте кликов видно, что многие кликают на телефон), можно сделать их в виде кнопки “Позвонить нам” и “Написать нам”, так как большинство пользователей заходят с телефона - им удобно сразу позвонить с сайта, плюс это люди старшего поколения, которым проще позвонить и поговорить с живым человеком, задать вопросы, нежели искать инфо в интернете.
7. Можно там же добавить кнопки наших соцсетей (которые сейчас активны).
8. В блоке про доктора можно добавить ссылку на блог с его статьями, для повышения доверия и авторитетности доктора, если, конечно, позволяет цель данной страницы .
9. Кнопку “Зарегистрироваться” изменять при наведении на нее курсора, чтобы сделать ее более тактильной и визуалью заметной.

10. Можно провести A/B тест и поиграть с названием кнопки, например, “получить доступ к вебинару”, “хочу на бесплатный вебинар” и т.д.. Возможно кого-то останавливает слово “зарегистрироваться” - человек ожидает, что придется вносить много данных.
11. Во всплывающем окошке регистрации нужно исправить предложение, так как написано “нажмите на кнопку РЕГИСТРАЦИЯ”, а далее идет кнопка с названием “Зарегистрироваться”.

The screenshot shows a registration page for a webinar. A modal window is open in the center, titled "Чтобы получить ссылку на вебинар введите Ваш электронный адрес, нажмите на кнопку 'РЕГИСТРАЦИЯ'". The modal contains an email input field with "username@gmail.com", a checkbox for SMS reminders, a phone number input field with "+39 1234567890", and a "ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ" button. Below the button is a small link to the privacy policy. The background page has a header "Бесплатный вебинар", a main title "КАК ИЗБАВИТЬСЯ ОТ ОСТЕОХОНДРОЗА И ВОССТАНОВИТЬСЯ", and a "ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ" button. At the bottom, it mentions a gift (electronic book) and the speaker's name, "Шишонин Александр Юрьевич".

12. Фразу про политику конфиденциальности обычно делают кликабельной, чтобы человек при желании мог ознакомиться с чем он соглашается.
13. При добавлении имейла всплывают подсказки на домены, но среди них все иностранные. Нужно добавить те, которые используют наши посетители: @mail.ru, @yandex.ru, @list.ru, @inbox.ru, @bk.ru, @rambler.ru.
14. После оформления регистрации всплывает сообщение про то, что на вашу почту ушло первое письмо. Сразу возникает мысль: “почему первое? их будет много? меня сейчас закидают спамом?” Может заменить на фразу с благодарностью за регистрацию или пожеланием здоровья?

#### Общая оценка навигации:

В целом навигация удобная, логичная и понятная. Можно внести небольшие доработки, указанные выше, для повышения удобства пользования и, как следствие, повышения конверсии в регистрацию на вебинар.