



**К О К О С**  
GROUP

## Оглавление

Введение	3
Аудитория сайта	4
Анализ элементов сайта	5

Шапка сайта	5
Шапка мобильной версии сайта	7
Главное меню и элементы навигации	8
Меню мобильной версии	11
Главная страница сайта	14
Контакты	20
Карточка автосалона	23
Каталог новых автомобилей	26
Каталог автомобилей с пробегом	30
Каталог коммерческого транспорта и спецтехники	32
Каталог внедорожников и кроссоверов	34
Мобильный каталог	34
Каталог марки	36
Карточка модели марки	39
Карточка авто с пробегом	44
Карточка нового автомобиля	45
Trade-in	48
Автокредитование	51
Автострахование	56
Выкуп, авто на комиссию	59
Корпоративным клиентам	65
Коммерческий транспорт	67
Автогермес Такси	68
Каталог спецпредложений	69
Каталог сервисного обслуживания	71
Карточка сервисного обслуживания	72
О компании	75
Вакансии	76
Дополнительные рекомендации	77



## Введение

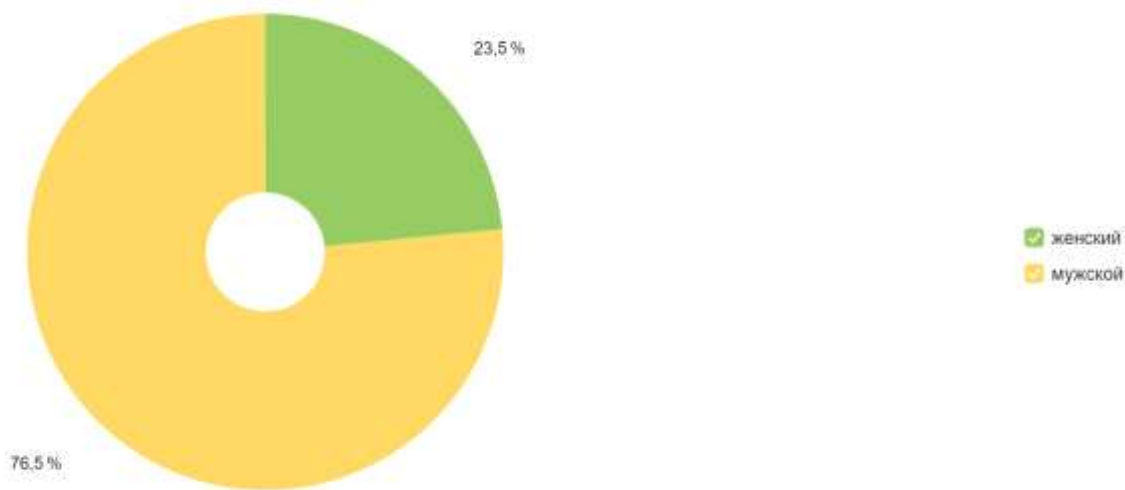
**Что?** Юзабилити является качественным признаком, определяющим, действительно ли легок и удобен интерфейс сайта с точки зрения пользователя. Интернет-сайты постоянно теряют значительную долю посетителей из-за ошибок в юзабилити. С течением времени владельцы интернет-ресурсов начинают понимать важность этого показателя, и вкладывают значительные средства в разработку удобных пользовательских интерфейсов. Сейчас тенденция к улучшению юзабилити принимает массовый характер, таким образом, складываются стандарты в этой области, не следовать которым значит потерять интерес большинства посетителей.

**Для чего?** Цель данного отчета - улучшение качественных пользовательских показателей сайта, таких как удобство и простота использования, скорость восприятия информации, уровень доверия к сайту и т.п. В отчете подробно рассмотрены все функциональные элементы сайта, его структура и содержание. На основе экспертного мнения аналитиков компании Кокос составлены рекомендации по изменению существующих элементов сайта либо добавлению новых.

**Для кого?** Данный отчет должен являться руководством к действию для менеджеров, дизайнеров, программистов, верстальщиков и копирайтеров сайта.

## Аудитория сайта

Основная аудитория сайта мужчины в возрасте 25-44 лет.



Пол	Возраст	Визиты	Процент аудитории
женский	младше 18 лет	10820	1%
женский	Не определено	11793	1%
мужской	младше 18 лет	19009	1%
женский	18-24 года	21408	1%
мужской	Не определено	24759	1%
женский	55 лет и старше	38425	2%
мужской	18-24 года	56139	3%
женский	45-54 года	62743	4%
женский	35-44 года	94834	6%
женский	25-34 года	116581	7%
мужской	55 лет и старше	117186	7%
мужской	45-54 года	258169	16%
мужской	35-44 года	408415	25%
мужской	25-34 года	412852	25%

# Анализ элементов сайта

## Шапка сайта

Сейчас шапка сайта выглядит так:

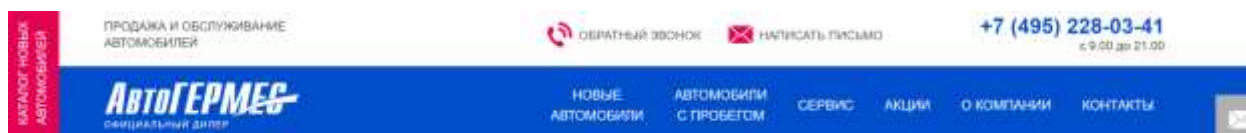


1. Обратный звонок обозначен ссылкой, а не кнопкой. Кнопки более заметны чем ссылки, а также пользователи уже привыкли к тому, что важные действия (например, заявка, обратный звонок и т.д.) обозначаются кнопками. Использование ссылок вместо кнопок занижает приоритет действия, вследствие чего действие может быть проигнорировано.

2. Шапка сайта не всегда имеет единую структуру, отличается визуально страницах. Подобные “скачки” однотипной информации от страницы к странице сильно усложняют восприятие и поиск информации на сайте, а также усложняют поддержку (администрирование) сайта, т.к. исчезает шаблонность интерфейса и возможность централизованного изменения контента в типовых блоках.

*Пример схожих блоков с отличной структурой и компоновкой:*

*первый вариант шапки сайта*



*второй вариант шапки сайта*



Типовые блоки и страницы должны иметь однотипные структуру и компоновку.

3. В шапке сейчас расположены 2 конверсионных элемента – «Написать письмо» и «Обратный звонок», лишь 0,04% аудитории переходят на страницу «Написать письмо», при этом по карте кликов видно, что данный функционал не используется:



Мы рекомендуем оставить только возможность заказа обратного звонка в футере сайта.

4. На данный момент на сайте существует функционал добавления в избранное. За период с ноября 2018 года по март 2019 15% аудитории, добавившей автомобиль в избранное, совершили запрос на покупку, но сам функционал добавления в избранное сайта использовали лишь 0,04% аудитории, мы рекомендуем подталкивать пользователей к добавлению товара в избранное. В данном случае вынести значок «Избранное» в шапку сайта.

5. У всех крупных дилерских центров существует функционал добавления к сравнению. Данный функционал поможет пользователям сравнить основные характеристики автомобилей и в режиме 1 окна сделать выбор в пользу определенной модели.

*Предполагаемый вид шапки сайта*



## Шапка мобильной версии сайта

Сейчас шапка мобильной версии сайта выглядит так:



1. Исходя из тепловой карты сайта, посетители активно кликают на бургер-меню.



На данный момент бургер-меню находится справа, но его открытие происходит слева. Мы рекомендуем разместить бургер-меню с левой стороны сайта, логотип в центральной области меню, а ссылку на сравнение и возможность звонка справа.

*Предполагаемый вид мобильной шапки сайта*



Нижнее зафиксированное меню остается.

Рекомендуется закреплять шапку при скроллинге в десктоп и мобильной версиях сайта.



## Главное меню и элементы навигации

На данный момент главное меню не сгруппировано по типу услуг. Мы рекомендуем реструктурировать меню. Предполагаемая структура главного (горизонтального) меню:

- Автомобили
  - Новые
  - Коммерческий транспорт и спецтехника
  - Внедорожники и кроссоверы
  - Автомобили с пробегом
  - Автомобили такси
- Марки
  - Новые
    - KIA
    - Lada
    - Hyundai
    - Genesis
    - Suzuki
    - Jeep
    - Chrysler
    - Mitsubishi
    - Renault
    - Citroen
    - DS
    - Lifan
    - Chery
    - FAW
    - УАЗ
  - С пробегом
    - Audi
    - Bmw

- Chevrolet
- Citroen
- Daewoo
- Ford
- Jeep
- Renault
- Hyundai
- Kia
- Ваз (lada)
- Mazda
- Mitsubishi
- Nissan
- Peugeot
- Volkswagen
- Toyota
- Opel

- Услуги

- Страхование
- Кредитование
- Trade in
- Выкуп
- Авто на комиссию
- Корпоративным клиентам = организациям
- Тест-драйв

- Сервис

- Техобслуживание
- Слесарный ремонт
- Кузовной ремонт
- Гарантийный ремонт
- Хранение шин
- Прокат авто

- Запчасти
- Запись на ТО
- **Акции**
  - Покупка
  - Сервис
  - Семейный автомобиль
- **Новости**
- **О компании**
- **Дисконтная система**
- **Вакансии**
- **Контакты**

## Меню мобильной версии

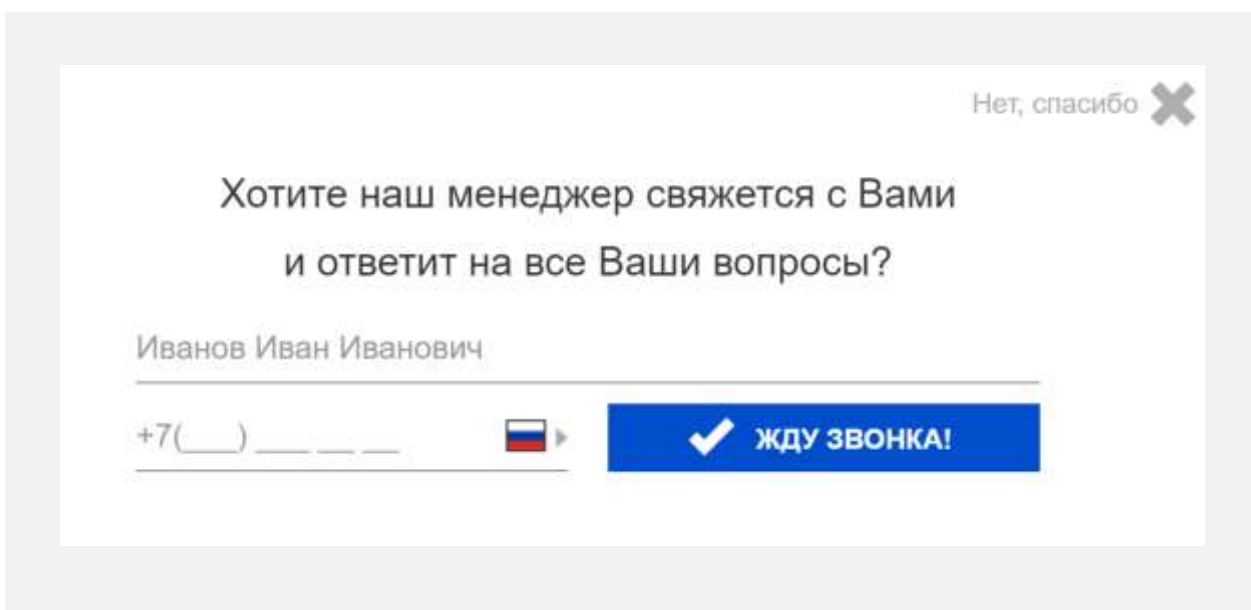
Меню сайта мобильной версии выглядит так:



Меню мобильной версии открывается слева, хотя расположение бургера находится в правом углу. Рекомендуем перенести расположение бургер-меню в левый угол экрана.

Мобильное меню должно быть облегченным, по сравнению с десктоп версией сайта, пункты мобильного меню раскрываются вниз, при нажатии на поле пункта.


## Форма обратного звонка




Нет, спасибо ✕

Хотите наш менеджер свяжется с Вами  
и ответит на все Ваши вопросы?

Иванов Иван Иванович

+7(\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ 

 ЖДУ ЗВОНКА!

Форма обратного звонка содержит минимальное количество полей, но мы рекомендуем убрать надпись «Нет, спасибо» около иконки закрытия окна, а также добавить названия полей.

Контраст цвета вызывает раздражение сетчатки и хорошо привлекает внимание. Контрастный цвет используется для выделения основного действия, конверсионного пути пользователя. Использование одинакового цвета для конверсионных элементов и прочего оформления снижает силу воздействия цветового контраста и, вслед за этим, конверсию страниц.

Так как для оформления сайта и конверсионных кнопок используется один цвет (синий), данное правило нарушается.

Рекомендуется определить контрастный цвет для конверсионных элементов и не использовать его для оформления сайта.

## Футер сайта

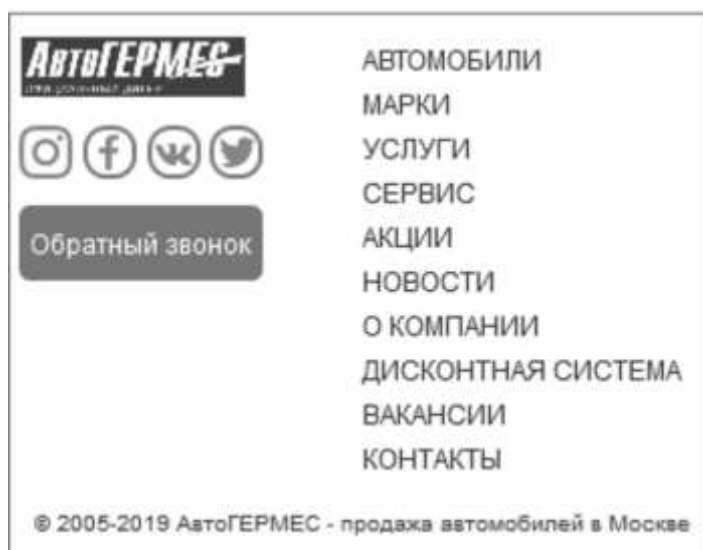
На данный момент в футере нет ссылки на главную страницу, что является критической ошибкой, так как футер является элементом навигации. При достижении низа страницы пользователи активно пользуются развёрнутым меню навигации по сайту. Это также решает проблему неясности следующего действия пользователями, потому как при достижении низа страницы у пользователя есть варианты продолжения изучения сайта, без необходимости прокручивания страницы.

### Предполагаемый вид футера



В мобильной версии мы рекомендуем облегчить футер, чтобы упростить навигацию.

### Предполагаемый вид мобильного футера



## Главная страница сайта

1. Центральный баннер является автокаруселью.



По карте кликов видно, что посетители используют навигацию внутри баннера, рекомендуем отключить автоматическую смену слайдов, так как информация в режиме автоматической прокрутки плохо воспринимается пользователями из-за эффекта баннерной слепоты.

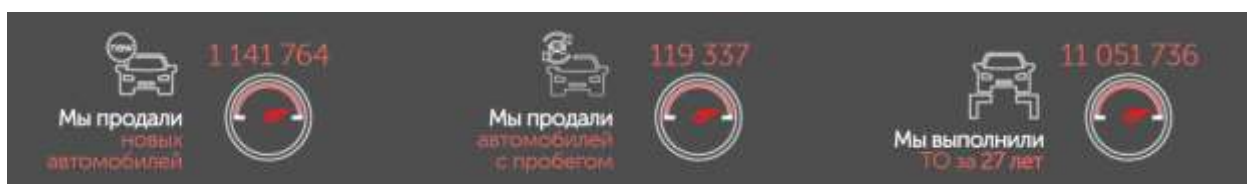
2. Под баннером мы рекомендуем размещать ценностное предложение:

### АВТОСАЛОНЫ МОСКВЫ

21	12	14	12	Более 300 000
год на рынке	дилерских центров	автомобильных брендов	банков-партнёров	продано автомобилей

Для лучшего восприятия информации необходимо разработать инфографику ценностного предложения.

*Примеры конкурентов:*

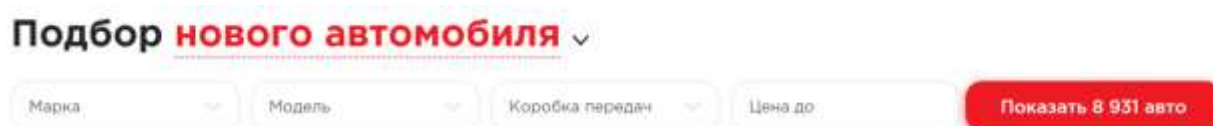


3. Основная целевая аудитория сайта – люди, которые хотят приобрести автомобиль, поэтому функционал подбора автомобиля должен быть доступен с главной страницы сайта. На данный момент функционал подбора разрознен: над баннером можно выбрать марку нового авто, а под центральным баннером необходимо выбирать авто с пробегом. Данная

компоновка информации нарушает принцип целостности и смежности. Мы рекомендуем разместить фильтр подбора под ценностным предложением сайта, скомпоновав подбор новых авто и авто с пробегом. Большая часть целевой аудитории выбирает авто, ориентируясь на фильтр, а не иконки брендов (скриншот ниже), поэтому мы рекомендуем оставить на главной странице лишь фильтр с выпадающими полями:



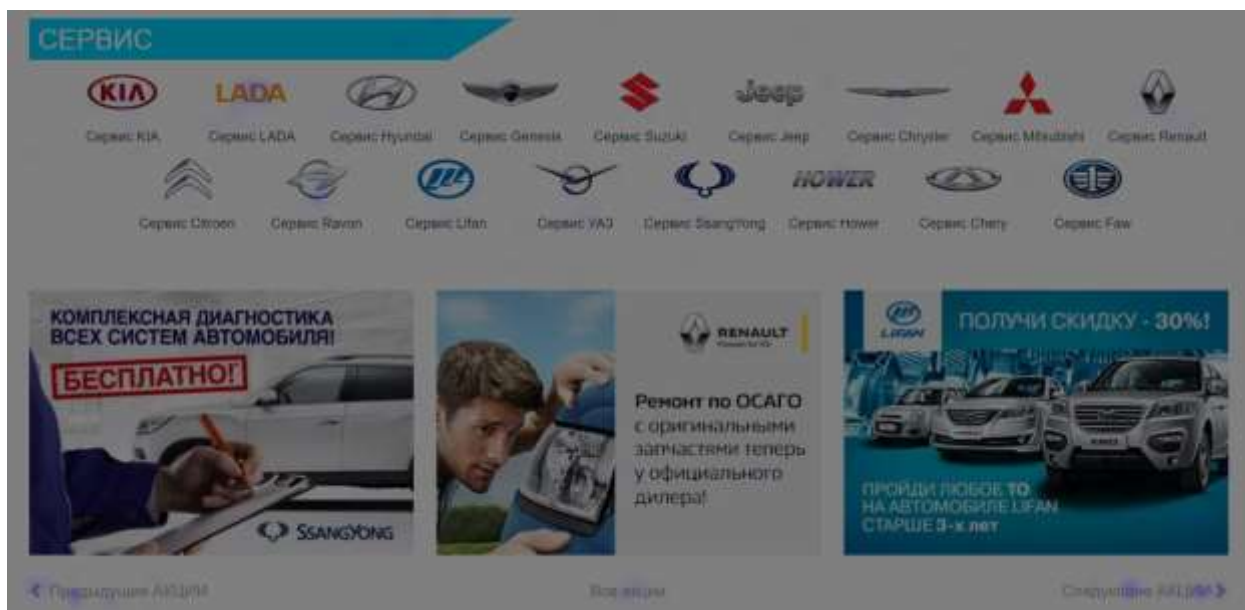
Пример:



4. Несмотря на то, что сервис является одним из основных направлений деятельности компании, целевая аудитория практически не переходит на страницу с услугами сервиса для определенных автомобилей. Также посетители не переходят на акционные предложения.

Карта кликов для блока сервис и акции:

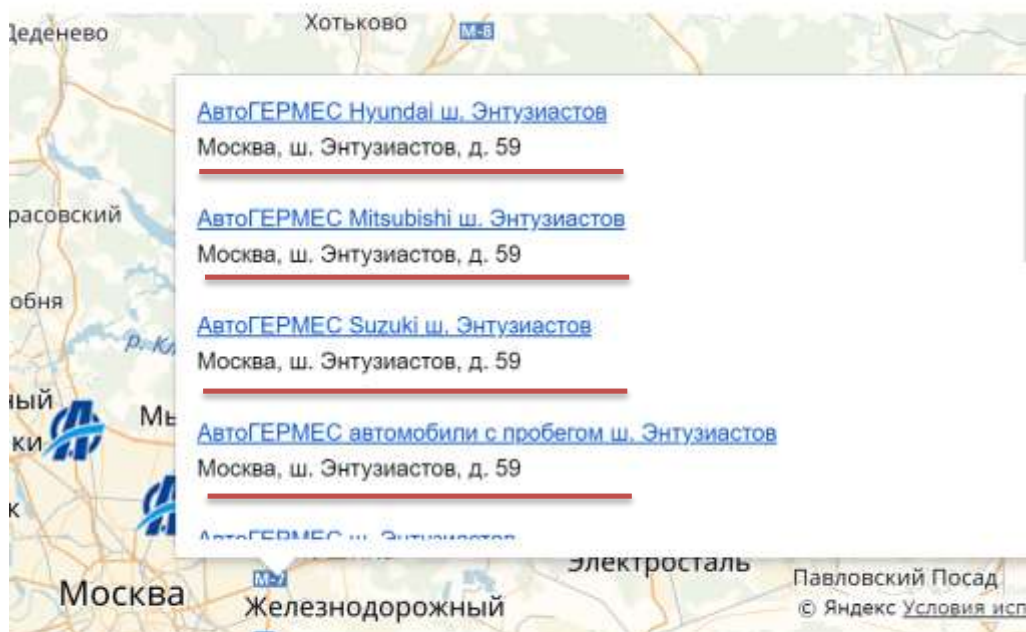




При этом данные блоки просматривают от 26% (для блока «Акции») до 36% аудитории (для блока «Сервис»). После блока подбора автомобиля мы рекомендуем добавить блок – «Популярное» и «Горячее предложение». Данный блок поможет подобрать автомобиль посетителям, которые ещё не определились с выбором.

5. Информация о салонах и дилерских центрах расположена в виде карты в самом конце страницы. На данный момент при клике на название дилерского центра открывается новая страница, что увеличивает число кликов до конверсии. Также важно отметить, что сейчас на карте в одной точке могут быть отмечены несколько различных центров, находящихся в 1 здании:

## КОНТАКТЫ



## НОВОСТИ

Так как дилерские центры повторяются, например, АвтоГермес LADA и АвтоГермес автомобили с пробегом, мы рекомендуем выводить информацию о количестве автомобилей в наличии. Также мы рекомендуем добавить поиск центра по марке авто, чтобы облегчить взаимодействие с картой.

*Пример:*



б. Для мобильной версии главной страницы сайта мы будем придерживаться правила размещения и структурирования информации от Google. Так как первый экран мобильной версии наиболее ценная рабочая область, там должны быть размещены следующие пункты:

**призыв к действию** — все, что мотивирует пользователей пойти дальше по сайту, например, «Купить» или «Сравнить»;

**ценностное предложение** – конкретный товар или конкурентные преимущества, например, быстрая доставка, собственное производство;

**визуализация услуг**– картинки, фотографии, иконки. Любые изображения, которые привлекут внимание посетителей.

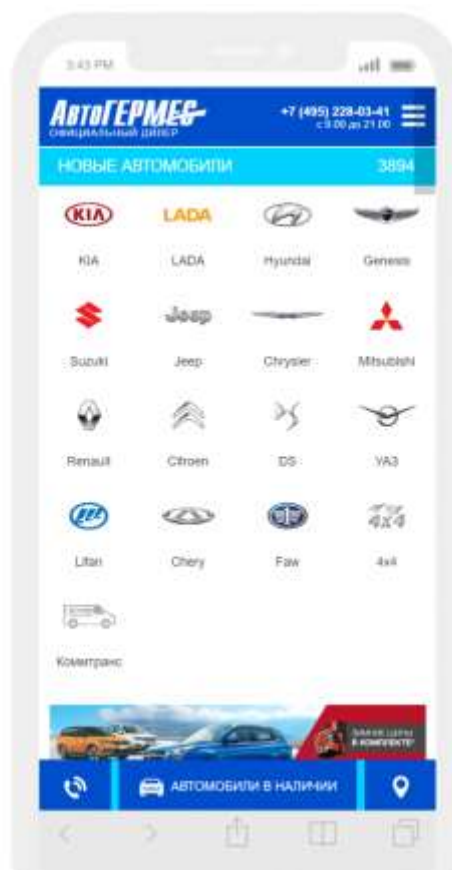
1. Призыв к действию

2. Ценностное предложение

3. Визуализация услуг



На данный момент главная страница мобильной версии выглядит так:



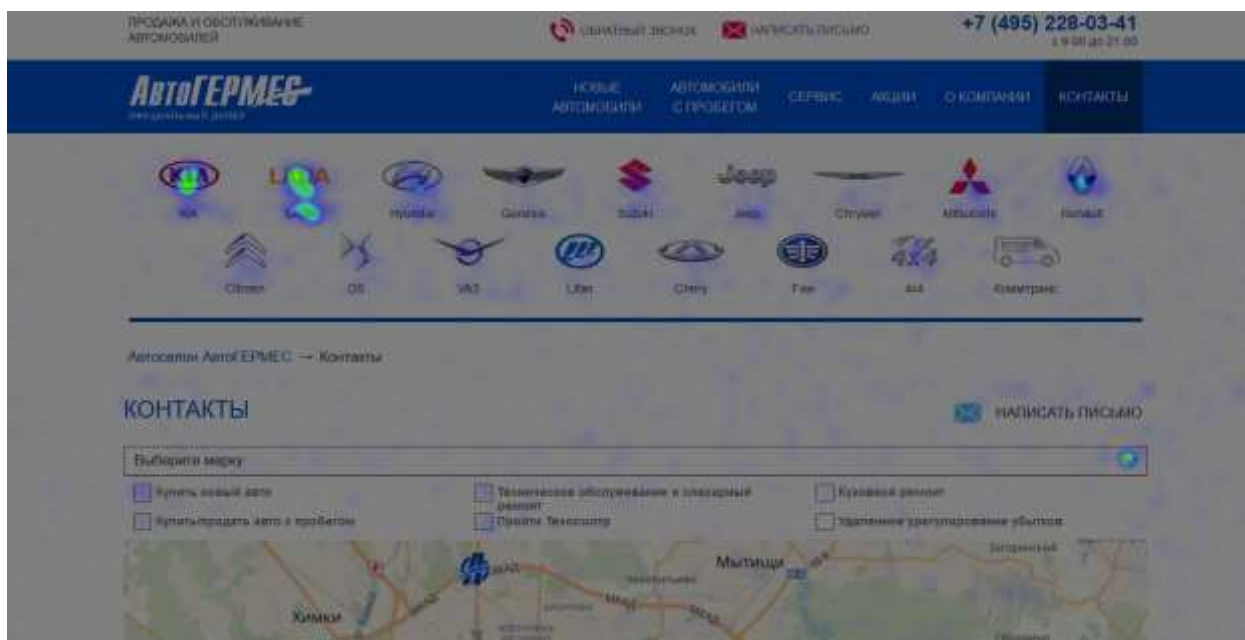
На первом экране отсутствует ценностное предложение. Необходимо разместить конкурентные преимущества, а также выятный призыв к действию на первом экране сайта.

*Предполагаемый вид главной страницы [https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=home\\_1280](https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=home_1280)*

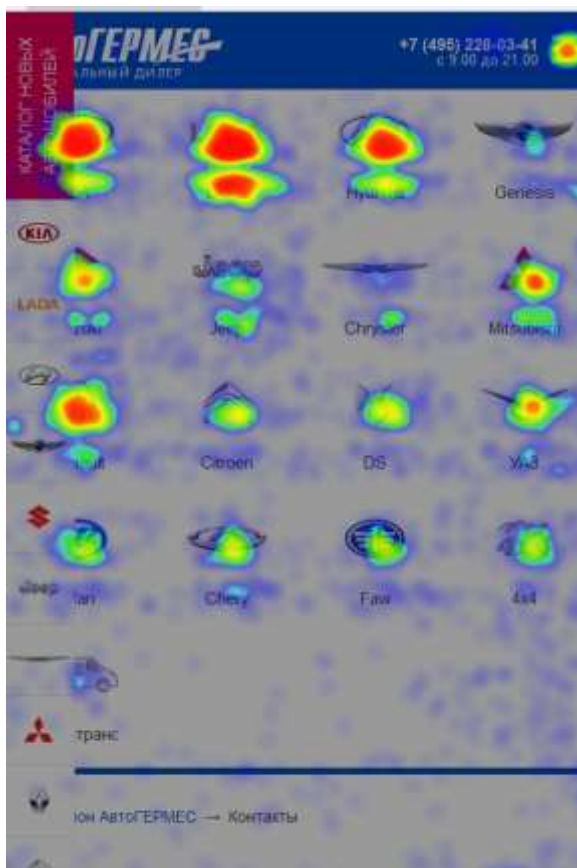
*Предполагаемый вид мобильной главной страницы  
[https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=home\\_320](https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=home_320)*

## Контакты

1. Рекомендуется убрать сквозной блок марок с первого экрана, так как он вводит в заблуждение пользователей, которые ищут салон по марке, кликая на логотип авто, а попадают в каталог машин.



В мобильной версии этот блок занимает весь первый экран.





2. Тепловая карта кликов показывает, что посетители не пользуются блоком с адресами салонов, а выбирают марку авто в выпадающем фильтре и затем взаимодействуют с картой

**МОСКВА**

<p><b>АВТОГЕРМЕС LADA ДМИТРОВСКОЕ Ш.</b></p> <p>127204, Москва, Дмитровское шоссе, д. 161А (МКАД 82 КМ, внутренняя сторона, пересечение с Дмитровским шоссе)</p> <p><b>LADA</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС ДМИТРОВСКОЕ Ш.</b></p> <p>127204, Москва, Дмитровское шоссе, д. 161А (МКАД 82 КМ, внутренняя сторона, пересечение с Дмитровским шоссе)</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ ВАРШАВСКОЕ Ш.</b></p> <p>117587, Москва, Варшавское шоссе, д. 125, стр. 1В</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон: +7 (495) 228-03-41</p>
<p><b>АВТОГЕРМЕС ВАРШАВСКОЕ Ш.</b></p> <p>117587, Москва, Варшавское шоссе, д. 125, стр. 1В</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС LADA ВАРШАВСКОЕ Ш.</b></p> <p>117587, Москва, Варшавское шоссе, д. 56</p> <p><b>LADA</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС ВОЛГОГРАДСКИЙ ПР-Т</b></p> <p>109444, Москва, Сормовская ул., д. 21А</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>
<p><b>АВТОГЕРМЕС LADA ВОЛГОГРАДСКИЙ ПР-Т</b></p> <p>109444, Москва, Сормовская ул., д. 21А</p> <p><b>LADA</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ ВОЛГОГРАДСКИЙ ПР-Т</b></p> <p>109444, Москва, Сормовская ул., д. 21А</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС KIA ЯРОСЛАВСКОЕ Ш.</b></p> <p>129337, Москва, ул. Красная Сосна, д. 5, стр. 1</p> <p><b>KIA</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>
<p><b>АВТОГЕРМЕС LADA ЯРОСЛАВСКОЕ Ш.</b></p> <p>129337, Москва, ул. Красная Сосна, д. 5, стр. 1</p> <p><b>LADA</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС ЯРОСЛАВСКОЕ Ш.</b></p> <p>129337, Москва, ул. Красная Сосна, д. 5, стр. 1</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ ЯРОСЛАВСКОЕ Ш.</b></p> <p>129337, Москва, ул. Красная Сосна, д. 2, стр. 1</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон: +7 (495) 228-03-41</p>
<p><b>АВТОГЕРМЕС CHRYSLER МКАД 44 КМ</b></p> <p>127204, Москва, МКАД 44 км, д. 1 внешняя сторона; пересечение с Ленинским проспектом)</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС CITROEN МКАД 44 КМ</b></p> <p>127204, Москва, МКАД 44 км, д. 1 внешняя сторона; пересечение с Ленинским проспектом)</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС JEEP МКАД 44 КМ</b></p> <p>127204, Москва, МКАД 44 км, д. 1 внешняя сторона; пересечение с Ленинским проспектом)</p> <p><b>Jeep</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>
<p><b>АВТОГЕРМЕС KIA МКАД 44 КМ</b></p> <p>127204, Москва, МКАД 44 км, д. 1 внешняя сторона; пересечение с Ленинским проспектом)</p> <p><b>KIA</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС KIA РЯЗАНСКИЙ ПР-Т.</b></p> <p>109052, Москва, Рязанский проспект, д. 2, стр. 27</p> <p><b>KIA</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ МКАД 44 КМ</b></p> <p>127204, Москва, МКАД 44 км, д. 1 внешняя сторона; пересечение с Ленинским проспектом)</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон: +7 (495) 228-03-41</p>
<p><b>АВТОГЕРМЕС МКАД 44 КМ</b></p> <p>127204, Москва, МКАД 44 км, д. 1 внешняя сторона; пересечение с Ленинским проспектом)</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС HYUNDAI Ш. ЭНТУЗИАСТОВ</b></p> <p>105568, Москва, ш. Энтузиастов, д. 59</p> <p><b>ABTO</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>	<p><b>АВТОГЕРМЕС MITSUBISHI Ш. ЭНТУЗИАСТОВ</b></p> <p>105568, Москва, ш. Энтузиастов, д. 59</p> <p><b>Mitsubishi</b></p> <p>Автосалон и техцентр: +7 (495) 228-03-41</p>

Автосалон АвтоГЕРМЕС → Контакты

**КОНТАКТЫ** ✉ НАПИСАТЬ ПИСЬМО

Выберите марку

Купить новый авто  
 Купить/продать авто с пробегом  
 Техническое обслуживание и сервисный ремонт  
 Пройти Техэксперт  
 Кузовной ремонт  
 Удаленное управление убытков

ХИМКИ МКАД МЫТИЩИ ЗЕЛЕНОГРАДСКИЙ

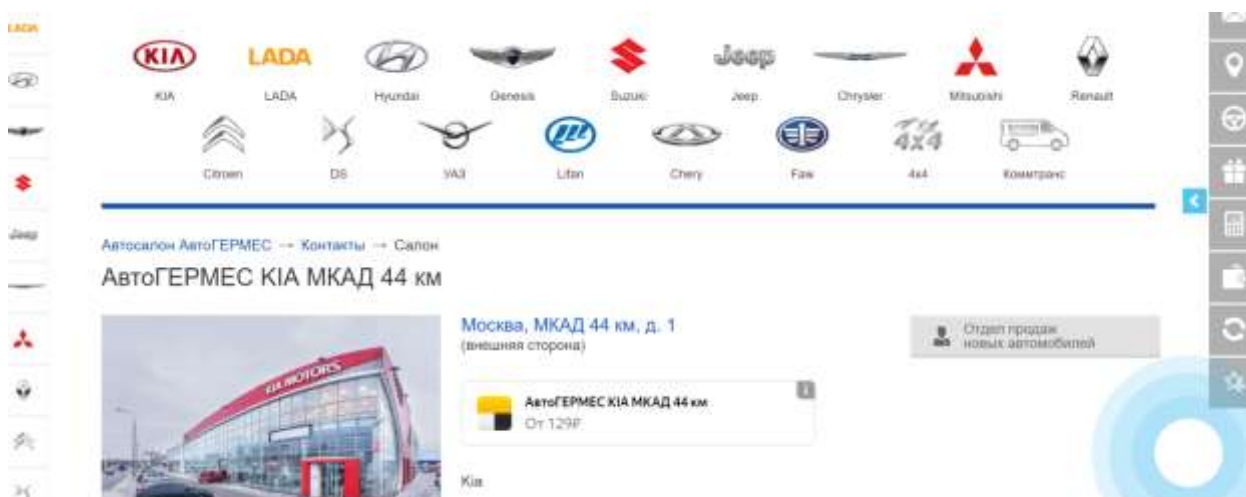
3. Также анализ карты кликов показывает, что посетители не используют функционал «Написать письмо». Рекомендуется убрать его со страницы.

4. Слабая группировка объектов в списке автосалонов. Расстояние между заголовками и контентом блоков недостаточно, в связи с чем пользователю приходится напрягаться, чтобы отделить один блок от другого.

Рекомендуется увеличить вертикальные отступы между сущностями автосалонов в списке.

5. Также рекомендуется указать время работы автосалонов в списке.

## Карточка автосалона



1. На данный момент на странице большое количество сквозных блоков. Для конечной страницы (карточка салона) название марок, ссылки на контакты, избранное и т.д. не являются естественным путем пользователя на сайте. Для данного проекта переход в карточку салона должен являться одной из конечных страниц пути пользователя.

2. Отсутствует информация о количестве автомобилей, марках, которые продает салон, какие услуги предоставляет салон. Необходимо добавить на карточку салона соответствующую информацию.

*Пример карточки конкурента:*



# РОЛЬФ Вешки

Главная > Контакты > РОЛЬФ Вешки

Адрес:  
Москва, 85 км МКАД,  
внешняя сторона,  
пересечение с Алтуфьевским  
шоссе

Время работы:  
Ежедневно с 7:30 до 22:00

Показать телефоны →

Написать директору



[О дилерском центре](#) [Автомобили в наличии](#) [Акции](#)

## О дилерском центре РОЛЬФ Вешки

Компания РОЛЬФ является официальным дилером.

Каждому клиенту мы гарантируем обслуживание на высшем уровне и максимально выгодные условия покупки.

## Фотографии салона



Есть вопросы?  
Мы свяжемся с вами

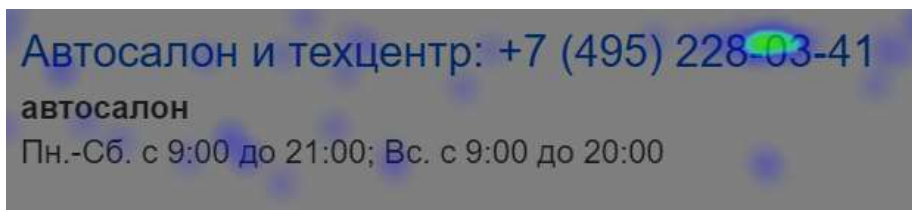
Ваше имя

Ваш номер телефона

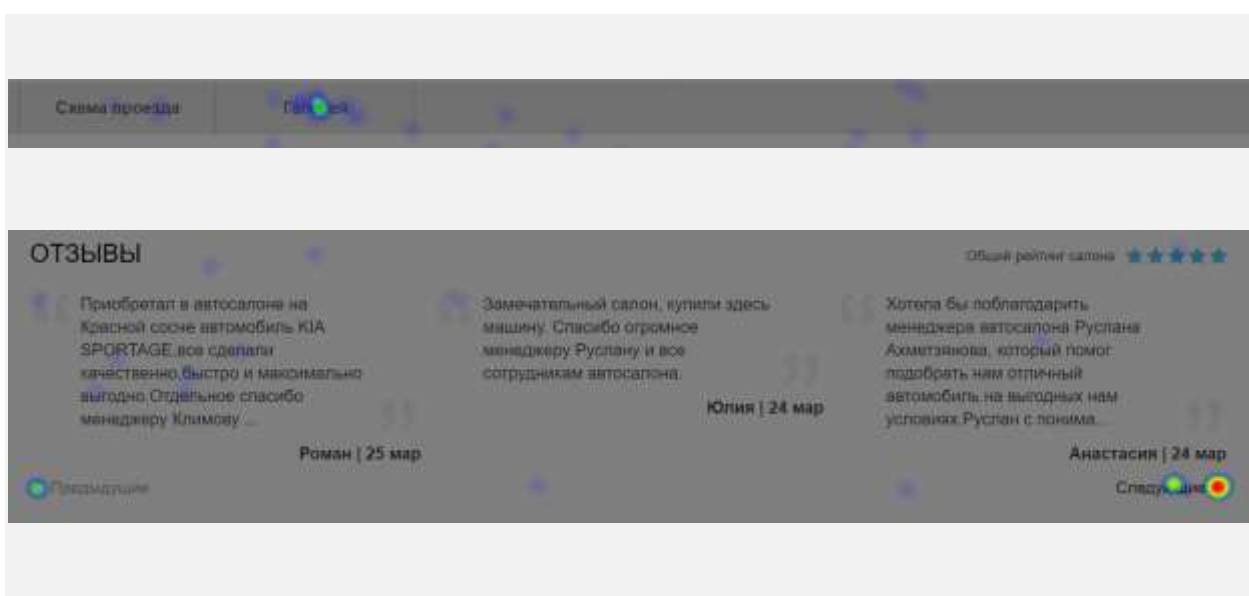
Дилерский центр

Отправить

3. Все телефоны на сайте должны быть кликабельны. На данный момент по карте кликов видно, что люди активно нажимают на номер телефона:



4. Также часто люди кликают на галерею для конкретного салона и листают ОТЗЫВЫ:



*Предполагаемый вид страницы дилерского центра:*

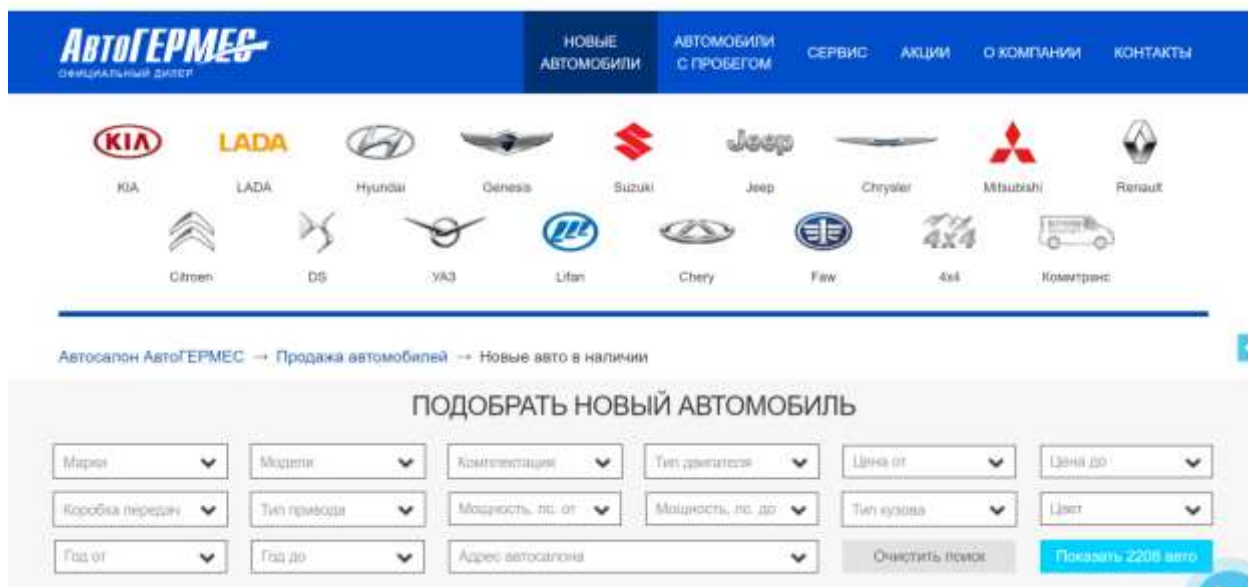
[https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=salon\\_card\\_1280](https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=salon_card_1280)

5. Для мобильных устройств на карточке дилерского центра на первом экране необходимо размещать телефоны, карту и информацию о том, какие услуги и какие марки авто можно приобрести в дилерском центре.

## Каталог новых автомобилей

Для каталога автомобилей (в том числе для каталогов новых авто, авто с пробегом, внедорожников и кроссоверов, коммерческого транспорта и спецтехники).

На данный момент первый экран каталога автомобилей выглядит так:



1. Если рассматривать карту кликов каталога новых авто, то люди достаточно часто кликают на марки авто, пользуются фильтром и сортировкой:



Мы рекомендуем оставить возможность выбора марок по иконкам, так как данный функционал используется на сайте.

Фильтр мы рекомендуем упростить, а именно добавить визуализацию типа кузова, скрыть часть малоиспользуемых полей в «расширенный фильтр»:

Подбор автомобиля

Марка  
Выберите марку авто

Модель  
Выберите модель

Год выпуска  
От До

Цена  
От До

Пробег  
От До

Тип кузова

Коробка передач  
 Автомат  Механика

Привод  
 Задний  Передний  
 Полный

Двигатель  
 Бензин  Дизель

Объем двигателя  
От До

2. Сортировка на странице каталога не очевидна и на данный момент лишь сортировка по цене используется наиболее часто. Мы рекомендуем убрать все виды сортировки в выпадающий список и более подробно описать текущие возможности.

*Пример:*

популярности ^


возрастанию цены

убыванию цены

алфавиту

популярности

3. Так как не всегда подобранные товары помещаются на 1 страницу каталога, появляются страницы пагинации. Мы рекомендуем добавить кнопку «Загрузить ещё» или «Смотреть ещё n авто». Данный функционал поможет догрузить карточки товара без перехода на новую страницу сайта:



Смотреть еще 12 авто

4. Под основным каталогом необходимо разместить конверсионную форму – запрос на подбор автомобиля. SEO-тексты на каталогах рекомендуем размещать перед футером.

5. Для мини-карточек авто в каталоге рекомендуем вывести часть описания текстом, так как не все ключевые характеристики отображаются в виде пиктограмм.

6. Для сокращения конверсионного пути у каждой карточки должна быть возможность запомнить товар, в данном случае необходимо добавить функционал добавления в избранное и добавление к сравнению:



### Новый Audi A6

Седан, Автоматическая, 3.0 л.,  
340 л.с., Бензин Турбонаддув,  
Полный привод

**4 885 000 ₽**

Подробнее

7. Для части товара в каталоге существуют скидки, которые не отображаются в основном каталоге, мы рекомендуем выводить размер скидки в процентах.

*Предполагаемый вид каталога новых авто*

[https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=catalog\\_avto\\_new\\_1280](https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=catalog_avto_new_1280)

## **Каталог автомобилей с пробегом**

Каталог автомобилей с пробегом отличается от каталога для новых автомобилей количеством полей в фильтре подбора авто, а также информацией на карточке товара.

В каталоге новых автомобилей в основном фильтре мы выводим параметры:

- марка,
- модель,
- комплектация,
- цена,
- тип кузова,
- коробка передач,
- привод,
- двигатель,

в расширенном фильтре – параметры:

- год выпуска,
- цвет,
- мощность,
- адрес салона.

В каталоге машин с пробегом в основном фильтре мы выводим параметры:

- марка,
- модель,
- цена,
- год выпуска,
- коробка передач,

в расширенный фильтр уходят параметры:

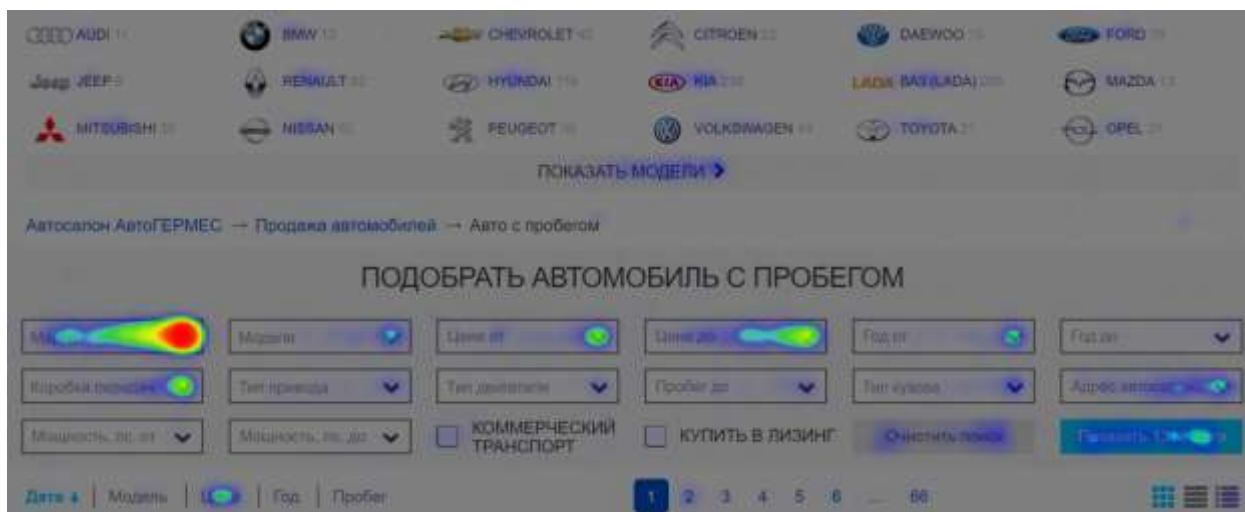
- комплектация,
- тип кузова,
- адрес салона;
- привод,
- двигатель,
- цвет,
- мощность.

## 1. Блок марок авто



Данный блок имеет низкую кликабельность по сравнению с фильтром, поэтому можно сделать вывод, что большая часть аудитории пользуется фильтром подбора автомобиля по параметрам:





Рекомендуется не выводить данный блок в каталоге машин с пробегом.

*Предполагаемый вид каталога авто с пробегом*

[https://ileqa4.axshare.com/#g=1&p=catalog\\_avto\\_bu\\_1280](https://ileqa4.axshare.com/#g=1&p=catalog_avto_bu_1280)

## Каталог коммерческого транспорта и спецтехники

1. В каталоге коммерческого транспорта и спецтехники не подразумевается переход в каталог новых автомобилей. На данный момент в структуре меню нет отдельного раздела с коммерческим транспортом, пользователи могут попасть на данный вид страниц только из внутреннего каталога новых автомобилей. Если рассматривать карту кликов:





то видно, что многие кликают на пиктограммы марок, которые уводят их в основной каталог новых автомобилей, что не является конверсионным путем для данной страницы. Для данной страницы, как и для страницы «Автомобили с пробегом» мы рекомендуем добавлять только те марки авто, которые представлены в данном направлении.


2. Также в данном сегменте на сайте представлено большое количество скидочных программ, например, «УАЗ в кредит от 6%». Для специальных предложений на сайте рекомендуем использовать единый интерфейс на превью карточки в каталоге.

*Пример:*



**АКЦИЯ**

418



**Mercedes-Benz Sprinter W906**  
3,5t 3665 311 CDI 2.2 FWD MT 114 л.с., VS30,  
Белый

2 010 895 -6%

**2 736 240 Р**

**- 174 655**

Забрать в салоне завтра и позже

## **Каталог внедорожников и кроссоверов**

На данный момент отдельной страницы с каталогом внедорожников и кроссоверов не существует. Мы рекомендуем добавить данный раздел, так как ссылка 4x4 не является очевидной для раздела с внедорожниками.

## **Мобильный каталог**

1. На данный момент в мобильном каталоге фильтр расположен ниже полосы прокрутки.
2. Иконки автомобилей дублируются слева и на первом экране:




Мы рекомендуем сократить количество марок, так как не все из них активно используются.

3. Для мобильной версии чекбоксы необходимо заменить на выпадающие списки, так как взаимодействие со списком удобнее из-за расположения элементов.

До конца каталога (до конца всех выведенных карточек) скроллят 65% всех посетителей. Мы рекомендуем выводить разместить большее количество карточек без дополнительной подгрузки.

4. Как и для десктопа в мобильном каталоге необходимо добавить возможность запоминания товара, а именно добавления в избранное и в список сравнения.

*Пример карточки для каталога на мобильных устройствах:*



**VOLKSWAGEN Tiguan**

Comfortline, 2017 г., 2.0 бензин (180 л.с.), робот, внедорожник, полный привод, Белый 'Pure'

Кол-во: 1 шт.

**1 869 773 руб \***  
2 337 217 руб

\* Цена по сертификату

Заказать

5. Для мобильной версии сайта мы рекомендуем скрывать SEO-тексты.

## Каталог марки

1. На данный момент на страницу определенной марки авто можно перейти только по иконкам под главным меню. Для автомобилей с пробегом расположенные иконки не являются ссылками на страницу марки.

На данный момент каталог марки для десктопа

ПРОДАЖА И ОБСЛУЖИВАНИЕ АВТОМОБИЛЕЙ

ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК

НАПИСАТЬ ПИСЬМО

+7 (495) 228-03-41  
с 9.00 до 21.00

**АвтоГЕРМЕС**  
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР HYUNDAI

НОВЫЕ АВТОМОБИЛИ

АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ

СЕРВИС


АКЦИИ

О КОМПАНИИ

HYUNDAI

ВСЕ МАРКИ

Автосалон АвтоГЕРМЕС → Продажа автомобилей → Hyundai



**ELANTRA**  
СКИДКА до  
**205 000** РУБ.

ПОДБОР АВТО HYUNDAI







Модель

Коробка передач


Цена

ПОДОБРАТЬ

АВТОМОБИЛИ HYUNDAI

 <b>Solaris</b> от 739 000 руб.	 <b>Elantra NEW</b> от 1 049 000 руб.	 <b>Sonata</b> от 1 044 000 руб.
выгода до 330 000 РУБ.!	в наличии	скидка до 290 000 РУБ.!
 <b>Creta</b> от 947 000 руб.	 <b>Tucson</b> от 1 274 000 руб.	 <b>Santa Fe</b> от 1 874 000 руб.
скидка до 146 000 РУБ.!	скидка до 285 000 РУБ.!	скидка до 236 000 РУБ.!

В КРЕДИТ ОТ 7 000 РУБ. В МЕСЯЦ!



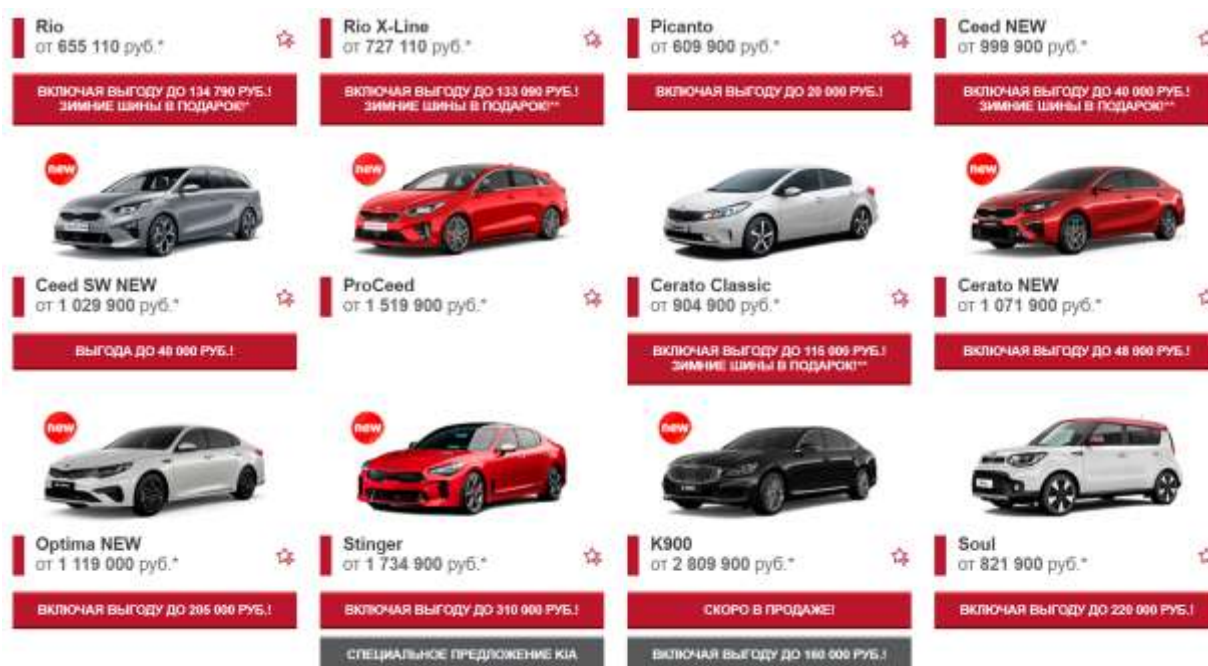
2. Если рассматривать карту кликов для каталога марки, то видно, что в основном пользователи используют фильтр и не скроллят модельный ряд.



3. В данном случае представленные карточки не являются карточками товара, а являются карточками модели, поэтому мы рекомендуем убрать функционал добавления в избранное для каталогов марок.

4. На данный момент в каталоге марки на все модели добавлены акционные предложения:





Акционные предложения оформлены тем же цветом, что и логотип марки, но из-за большого количества спецпредложений воспринимать их достаточно сложно. Так как решение о покупке принимается не на стадии каталога и выбора модели, мы рекомендуем указывать спецпредложения только на страницах акций или конкретной модели.

5. При переходе на каталог определенной марки главное меню изменяется. Навигация не должна менять из страницы в страницу, брендование страницы может осуществляться с помощью заднего фона и центрального баннера.

*Предполагаемый вид страницы марки авто*

[https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=mark\\_catalog\\_1280](https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=mark_catalog_1280)

## Карточка модели марки

1. На данный момент карточка модели не имеет цветовых акцентов:

ПРОДАЖА И ОБСЛУЖИВАНИЕ АВТОМОБИЛЕЙ

ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК

НАЛИЧИЕ АВТОМОБИЛЕЙ

+7 (495) 228-03-41 с 9.00 до 21.00

**АвтоГЕРМЕС**  
ДИЛЕР ГОДА KIA

НОВЫЕ АВТОМОБИЛИ

АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ

СЕРВИС

АКЦИИ

О КОМПАНИИ

KIA

все марки

Автосалон АвтоГЕРМЕС → Продажа автомобилей → Kia → Rio

KIA Rio (КИА Рио седан)

от **655 110** руб.

Купить авто

Все спецпредложения

Диагностика двигателя

10.3 с (0-100 км/ч)

Двигатель

1.4/1.6 л (бензиновый)

Расход топлива

5.7 л/100км

Мощность двигателя

100 / 123 л.с.

Цвет: Phantom Black

Тест-драйв

Расчитать кредит

Обмен авто (Trade-in)

Брошюра по аксессуарам

Добавить в избранное

Комплектация

Автомобили в наличии с ПТС

Описание Kia Rio

Технические характеристики

Галерея

Адреса автосалонов

Лига Европы

Заряжены футболом!

Специальная серия Лига Европы УЕФА

Специальная серия

01 АПРЕЛЯ 2019 — 30 АПРЕЛЯ 2019

ПОДАРОК ЗИМНИЕ ШИНЫ в ПОДАРОК!

НОВЫЙ RIO

выгоднее до: 134 790 руб.

KIA RIO от 655 110 руб. Выгода до 134 790 рублей! Зимние шины в подарок

Рекомендуем выделять контрастным цветом только те элементы, которые соответствуют конверсионному пути.

2. Так как эта карточка не автомобиля, а модели марки, мы рекомендуем сразу показывать количество автомобилей в наличии:

KIA Rio (КИА Рио седан)

от 1 456 320 Р

269 автомобилей в наличии



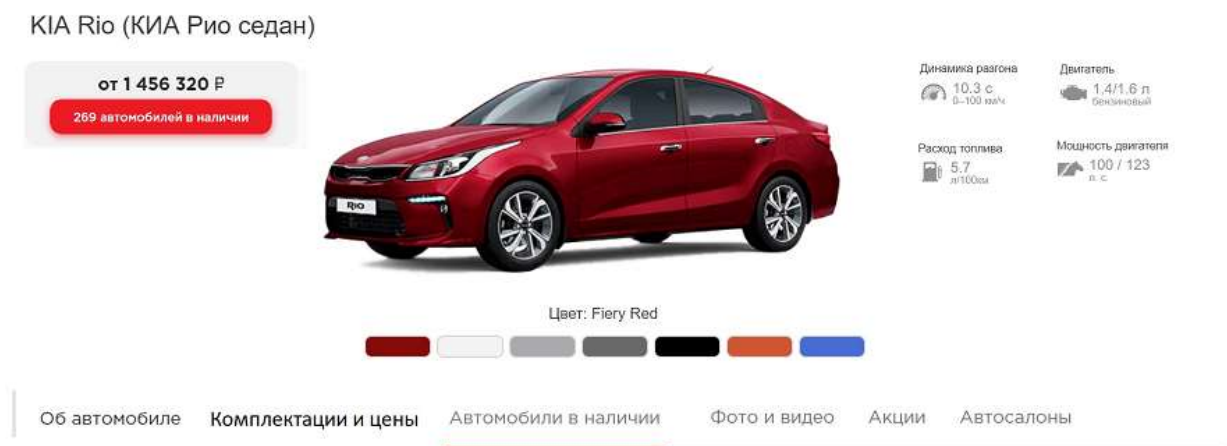
3. На общей карточке модели основные кликабельные элементы это – «Цвет», «Комплектация и цены» и «Автомобили в наличии с ПТС»:





Важно отметить, что иконка «Двигатель» некликабельная, но посетители активно кликают на неё. Рекомендуем убрать часть не используемых элементов, оставив при этом наиболее важные и используемые.

*Пример реализации:*



4. В карточке модели нельзя отправить заявку на покупку конкретного автомобиля, так как ссылка «Купить» присутствует только для нижних цен:

1.4 л 100 л.с.		1.6 л 123 л.с.		
Объем и мощность двигателя (л / л.с.)	1.4 / 100			
Тип трансмиссии	6MT		6AT	
Название комплектации	Classic	Classic Audio	Comfort	
Цена на автомобили 2018 производственного года, руб.	754 900	789 900	814 900	854 900
Цена на автомобили 2019 производственного года, руб.	764 900	799 900	824 900	864 900
Выгода по программе Трейд-ин (обмен Вашего автомобиля на новый 2018 производственного года), руб.	20 000	20 000	20 000	20 000
Выгода по программе KIA Finance на автомобили 2018 производственного года, руб.	40 000	40 000	40 000	40 000
Выгода по программе KIA Finance на автомобили 2019 производственного года, руб.	30 000	30 000	30 000	30 000
Выгода Paket Plus, руб.	37 000	37 000	37 000	37 000
Выгода по гос.программе "Первый автомобиль" или "Семейный автомобиль", руб. *	72 790	76 290	78 790	82 790
Цена с учетом спецпредложений на автомобили 2018 производственного года, руб.	694 900 купить	729 900 купить	754 900 купить	794 900 купить
Цена с учетом спецпредложений на автомобили 2019 производственного года, руб.	655 110 купить	686 610 купить	709 110 купить	745 110 купить

Так как «цена с учетом спецпредложения» выделена цветом и визуально кажется полем подсчета максимальной скидки, у пользователя нет понимания, что цена может быть ещё меньше с учетом различных условий по другим программам. Рекомендуем изменить данный блок таким образом, чтобы пользователь мог оформить заявку на кредит или забронировать автомобиль в салоне.

*Пример реализации:*

ТАБЛИЦА КОМПЛЕКТАЦИЙ

2018 год	2019 год	КОМПЛЕКТАЦИЯ	ОБЪЕМ	КПП	МОЩНОСТЬ	ПОДВИЖНАЯ ЦЕНА С НДС	ВАША ВЫГОДА	СПЕЦИАЛЬНАЯ ЦЕНА	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ
		Classic 2018	1.4	MT	100 л.с.	754 900 руб.	180 000 руб.	574 900 руб.*	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ
		Classic Audio 2018	1.4	MT	100 л.с.	789 900 руб.	180 000 руб.	609 900 руб.*	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ
		Comfort 2018	1.4	MT	100 л.с.	814 900 руб.	180 000 руб.	634 900 руб.*	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ
		Comfort 2018	1.6	MT	123 л.с.	839 900 руб.	180 000 руб.	659 900 руб.*	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ
		Comfort 2018	1.4	AT	100 л.с.	854 900 руб.	180 000 руб.	674 900 руб.*	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ
		Comfort 2018	1.6	AT	123 л.с.	879 900 руб.	180 000 руб.	699 900 руб.*	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ
		Luxe 2018	1.6	MT	123 л.с.	864 900 руб.	180 000 руб.	684 900 руб.*	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ
		Luxe 2018	1.6	AT	123 л.с.	904 900 руб.	180 000 руб.	724 900 руб.*	РАССЧИТАТЬ КРЕДИТ	ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ

- СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА НОВЫЙ НОВЫЙ KIA RIO  
20 000 рублей.
- ВЫГОДА ЗА УТИЛИЗАЦИЮ ВАШЕГО АВТО  
50 000 рублей.
- ГОСПРОГРАММА "ПЕРВЫЙ АВТОМОБИЛЬ"  
10% от цены авто
- ПРОГРАММА TRADE-IN  
60 000 рублей.

**ВАША ВЫГОДА: 180 000 РУБЛЕЙ + ПОДАРОК!**



5. После выбора конкретной модели автомобиля, пользователь попадает на обезличенную форму заявки, что является нарушением логики пользовательского пути, так как менеджер должен будет уточнять детали покупки:

Автосалон АвтоГЕРМЕС → Продажа автомобилей → Запрос на покупку автомобиля

ЗАПРОС НА ПОКУПКУ АВТОМОБИЛЯ KIA RIO

KIA RIO



Марка\*    
 Модель\*    
 Выберите автосалон   
 У меня есть автомобиль для сдачи в Trade-in  
 Да  Нет  
 Планирую купить  
 В кредит  За наличные

Имя\*   
 Телефон\*   
 E-mail   
 Я согласен на обработку моих персональных данных

**ОТПРАВИТЬ ЗАПРОС**

Большее количество автомобилей KIA Rio в наличии.

6. Текстовую информацию необходимо минимизировать, так как пользователи плохо воспринимают неструктурированный текст. SEO-тексты могут быть размещены перед футером на страницах модели авто и общем каталоге.

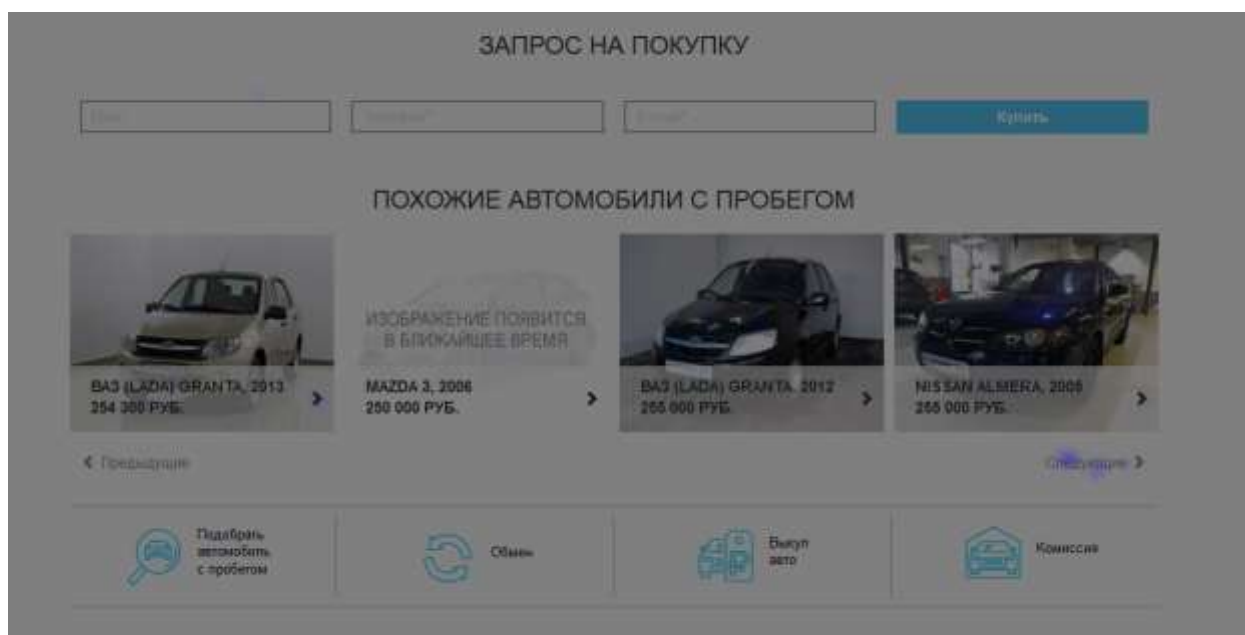
7. Сейчас на сайте карточки модели не стандартизированы. Необходимо привести все карточки модели автомобиля к одному виду, так как единообразная структура типовых страниц дает пользователю возможность быстро запоминать паттерны поведения для поиска нужной информации.

*Предполагаемый вид страницы марки авто*

[https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=mark\\_card\\_1280](https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=mark_card_1280)

## Карточка автомобиля с пробегом

1. Рекомендуется добавить функционал добавления в избранное и сравнение.
2. Анализ тепловой карты кликов показывает, что пользователи не используют развернутую форму запроса на покупку и не кликают по блоку дополнительных действий (подобрать авто, обмен, выкуп, комиссия).  
Рекомендуется убрать их со страницы.

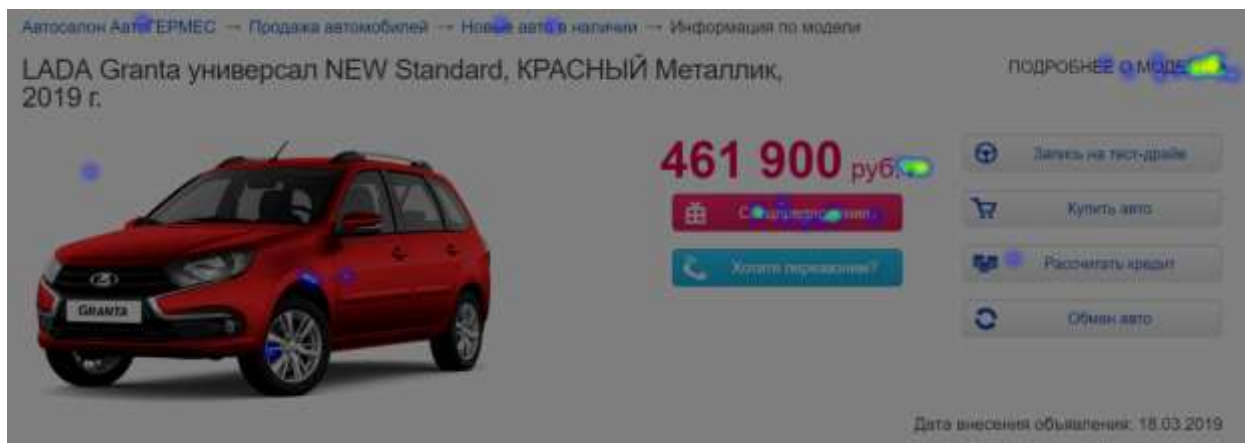


*Предполагаемый вид карточки авто с пробегом*

[https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=b\\_u\\_auto\\_card\\_1280](https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=b_u_auto_card_1280)

## Карточка нового автомобиля

1. В карточке нового автомобиля большинство призывов к действию игнорируется посетителями.



Основное число переходов из карточки нового автомобиля происходит на карточку модели по ссылке «Подробнее о модели», что не является нормальным поведением для покупателя, так как карточка модели – конечная страница для принятия решения. Мы рекомендуем убрать ссылку «Подробнее о модели» из первого экрана и разместить всю необходимую информацию в карточке товара.

2. Кнопка целевого действия «Купить авто» не контрастна к основным цветам сайта. Самым ярким пятном на странице является кнопка «Спецпредложения», уводящая пользователя с конверсионного пути.

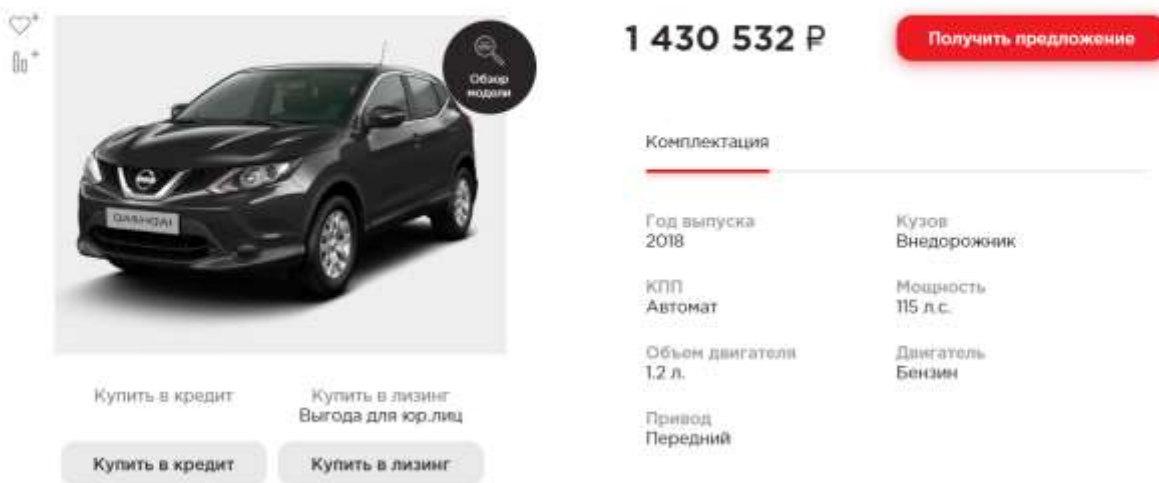
Контраст цвета вызывает раздражение сетчатки и хорошо привлекает внимание. Контрастный цвет используется для выделения основного действия, конверсионного пути пользователя. Использование одинакового цвета для конверсионных элементов и прочего оформления снижает силу воздействия цветового контраста и, вслед за этим, конверсию страниц.

Рекомендуется определить основное конверсионное действие на странице («Купить авто»), кнопка которого должна быть оформлена контрастным цветом.

*Пример*

## Продажа Nissan Qashqai Автомат, 1.2 л., 115 л.с., Бензин, Передний привод

Главная > Автомобили в наличии > Продажа новых Nissan > Продажа новых Nissan Qashqai > Nissan Qashqai 1.2 л., Автомат



1 430 532 Р [Получить предложение](#)

Комплектация

Год выпуска 2018	Кузов Внедорожник
КПП Автомат	Мощность 115 л.с.
Объем двигателя 1.2 л.	Двигатель Бензин
Привод Передний	

Купить в кредит    Купить в лизинг  
Выгода для юр.лиц

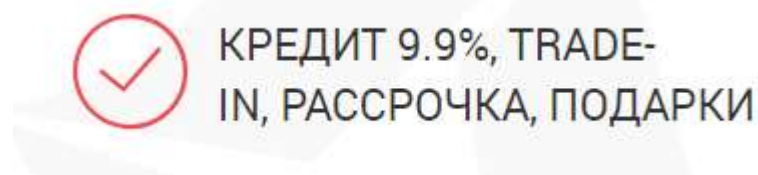
Купить в кредит    Купить в лизинг

3. Стоимость расположена не рядом с кнопкой «Купить авто». В большинстве случаев (особенно при попадании на карточку товара из поиска по товарному запросу) стоимость позволяет пользователю будет ли он покупать этот товар у вас или нет. В случае, если он больше склоняется к тому что будет, ему необходимо дать возможность для заказа.

Кнопка «Купить авто» должна быть расположена справа или под ценой.

4. Также, если для данного автомобиля действуют спецпредложения и подарки, мы рекомендуем не уводить пользователя с карточки авто, а выводить информацию о спецпредложениях сразу на карточке.

*Пример:*







5. Также мы рекомендуем отображать на карточке авто информацию о текущих акциях на данную модель.

*Пример*



6. Рекомендуется добавить функционал добавления в избранное и сравнение.

7. Карточка содержит только одну фотографию авто небольшого размера. Изображение товара является крайне важным аспектом при выборе товара онлайн. Рекомендуется загрузить больше качественных изображений машины с разных ракурсов, при наличии, 3-D и видео обзоры.

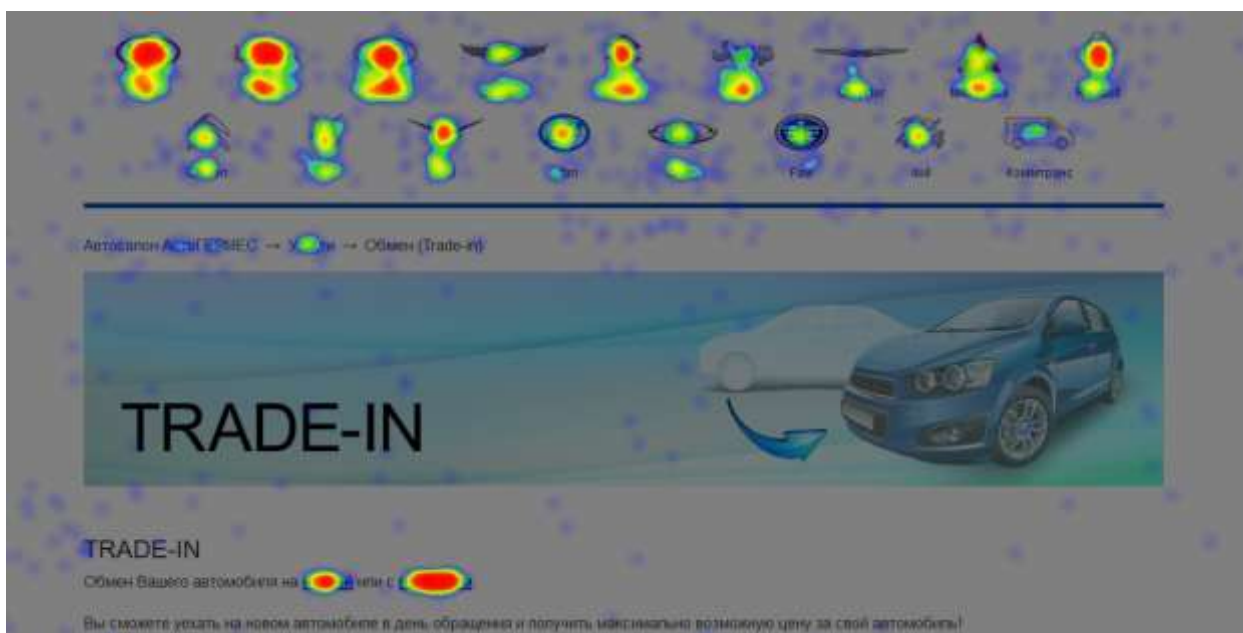
*Предполагаемый вид карточки нового авто*

[https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=new\\_auto\\_card\\_1280](https://tlega4.axshare.com/#g=1&p=new_auto_card_1280)



## Страница Trade-in

1. На первом экране расположен блок, уводящий со страницы на подбор авто по марке, что нарушает конверсионный путь пользователя. Тепловая карта кликов показывает, что пользователи уходят со страницы через данный блок



Рекомендуется убрать данный блок со страницы.

2. Для упрощения считываемости и восприятия информации рекомендуется сопровождать преимущества обмена пиктограммами.

### ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ОБМЕНА

- Принимаем автомобили любых марок
- Вне зависимости от его возраста и пробега.
- Оценка и диагностика автомобиля производится бесплатно.
- Обмен будет произведен в одном месте под контролем специалиста по trade-in
- Ваш автомобиль может быть принят нами в качестве первого взноса по кредиту
- Сотрудничая с нами, Вы можете быть уверены в своей личной и финансовой безопасности.
- Большой выбор новых и подержанных автомобилей для обмена

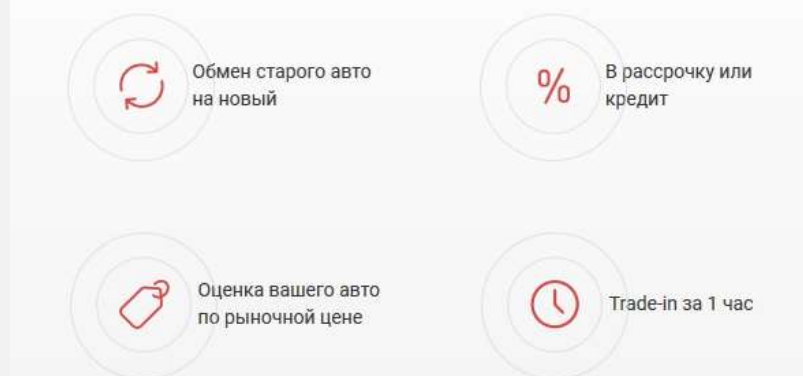
*Примеры конкурентов:*



## ПОЧЕМУ НАС ВЫБИРАЮТ?



## Преимущества Trade-in в Риа Авто



3. Форма запроса trade-in находится на другой странице. Рекомендуется добавить на страницу раскрытую конверсионную форму с призывом к действию и не заставлять пользователей совершать лишние действия перехода на дополнительную страницу.

*Примеры конкурентов*

## ОЦЕНИТЕ СВОЮ МАШИНУ ONLINE

### О ВАШЕМ АВТО

<input type="text" value="Марка и модель авто"/>
<input type="text" value="Пробег, км"/>
<input type="text" value="- Год выпуска -"/>
<input type="text" value="- Тип кузова -"/>
<input type="text" value="Двигатель, КПП"/>
<input type="text" value="Ваша цена"/>

### КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

<input type="text" value="Ваше имя"/>
<input type="text" value="Контактный телефон"/>
<input type="text" value="Дополнительная информация"/>
<input type="button" value="ОТПРАВИТЬ"/>

## ОСТАВЬ ЗАЯВКУ НА ТРЕЙД-ИН

<input type="text" value="Имя"/>	<input type="text" value="Фамилия"/>	<input type="text" value="Год выпуска"/>	<input type="text" value="Датум КПП"/>
<input type="text" value="Тип кузова"/>	<input type="text" value="Пробег"/>	<input type="text" value="Контактный телефон"/>	<input type="text" value="Ваша цена"/>
<input type="button" value="ОТПРАВИТЬ"/>			

Заполните всю необходимую информацию, наш менеджер свяжется с Вами в кратчайшие сроки и сообщит предварительную стоимость Вашей машины. Точную сумму Вы сможете узнать непосредственно в нашем салоне после тщательной оценки транспортного средства.

## Калькулятор Trade-in

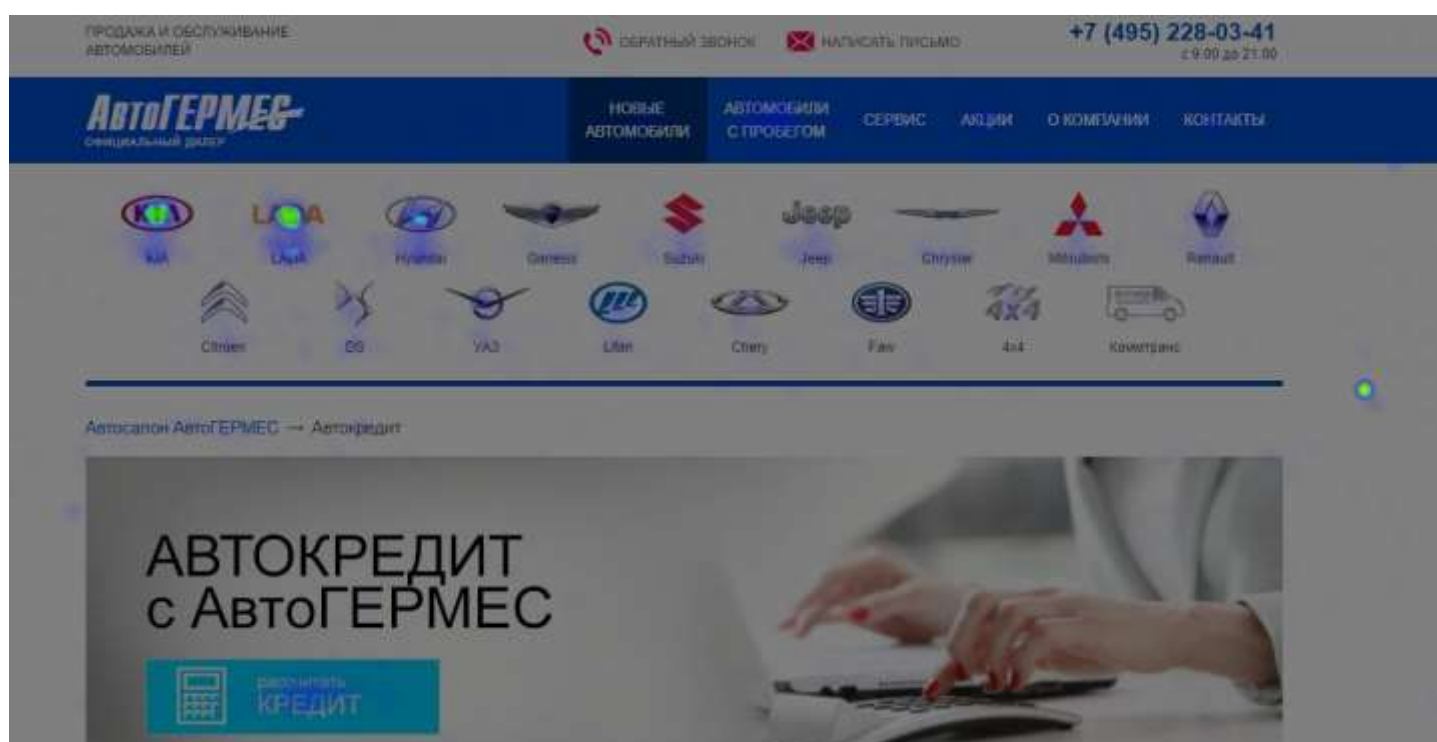
Чтобы получить независимую оценку Вашего авто, просто воспользуйтесь калькулятором трейд-ин – заполните форму и нажмите кнопку отправить. Через короткий промежуток времени наши сотрудники свяжутся с вами и назовут примерную стоимость авто, а также предложат подходящие по цене варианты новых авто, которые можно будет поменять по программе трейд-ин.

- Подобрать новый автомобиль  
 Подобрать автомобиль с пробегом

## Страница автокредитования

1. В данный момент на сайте существует 2 страницы автокредитования – для новых авто и для машин с пробегом. Мы рекомендуем свести их в одну страницу. Далее мы рассматриваем страницу автокредитования новых автомобилей.

2. На первом экране расположен блок, уводящий со страницы на подбор авто по марке, что нарушает конверсионный путь пользователя. Тепловая карта кликов показывает, что пользователи уходят со страницы через данный блок.



Рекомендуется убрать данный блок со страницы. На первом экране рекомендуется разместить баннер с ценностным предложением.

*Пример*



3. На втором и последующих экранах пользователи проводят в среднем 4 секунды. При этом наименьшее количество времени на тексте.



Это указывает на то, что текст практически никто не читает. При этом вниз листает только 69% пользователей. 31% пользователей уходит со страницы после просмотра баннера.

4. Информация на странице не структурирована. Тексты идут сплошным “полотном”, несмотря на использование заголовков и списков. Это связано со слабой группировкой смысловых блоков в текстах: расстояние между заголовками и контентом блоков меньше расстояния между заголовком и контентом предыдущего блока. Между тем, отступ внутри блока может быть больше отступов между смысловыми блоками.



На сегодняшний день существует множество различных банковских кредитных программ с выгодными условиями, простыми правилами оформления и небольшими требованиями к заемщику.

#### КУПИТЬ НОВОЕ АВТО В КРЕДИТ В АВТОСАЛОНЕ АВТОГЕРМЕС БЫСТРО И ВЫГОДНО

Сеть салонов АвтоГЕРМЕС – официального дилера в Москве, предлагает всем своим клиентам продажу новых авто в кредит на максимально выгодных условиях.

Преимущества автокредита в нашем автосалоне:

- Мы сотрудничаем с крупнейшими банками России, которые предлагают широкий выбор кредитных программ.
- После Вашей заявки ответ банковских специалистов приходит в течение 30 минут.
- Для оформления необходим минимальный пакет документов без справок о доходах.
- Широкий ассортимент легковых, грузовых и внедорожных моделей машин в наших автосалонах позволит выбрать оптимальный вариант, исходя из Ваших пожеланий и возможностей.

#### ШИРОКИЙ ВЫБОР БАНКОВСКИХ ПРОГРАММ АВТОКРЕДИТОВАНИЯ

На сегодняшний день в банках существует множество кредитных программ с различными предложениями, что позволит покупателю сделать выбор в пользу самых выгодных и оптимальных для себя условий.

Это заставляет пользователя активировать дополнительные ресурсы, чтобы обобщить и соотнести заголовки с блоками, что усложняет взаимодействие пользователя с сайтом и снижает вероятность того, что нужный пользователю блок будет найден.

Использование таких текстовых блоков негативно сказывается на восприятии информации пользователями. Стандартный сценарий пользователей выглядит следующим образом:

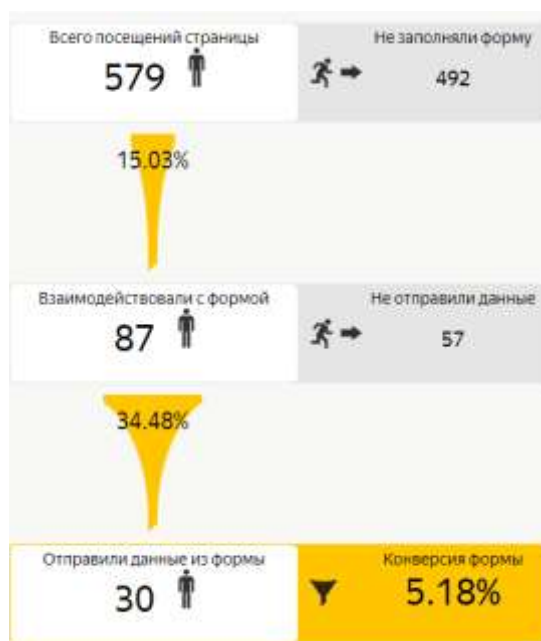
- Пользователь “сканирует” текст по диагонали на предмет поиска интересующих его вопросов
- Если пользователь находит блок текста, содержащий полезную для пользователя информацию, этот блок будет прочитан
- Части текста, которые не заинтересовали пользователя, прочитаны не будут
- Если тексты на сайте имеют большой объем и при этом не структурированы, большая часть пользователей проигнорируют их, и информация не дойдет до потребителя

Рекомендуется в форматировании текстов соблюдать иерархию: отступы внутри смыслового блока не могут быть больше отступов между блоками. Для разделения блоков можно использовать фоновую подложку. Для блоков преимуществ рекомендуется использовать пиктограммы.



5. Форма запроса кредита находится на другой странице. Рекомендуется добавить на страницу раскрытую конверсионную форму с призывом к действию и не заставлять пользователей совершать лишние действия перехода на дополнительную страницу.

Согласно аналитике форм, форма расчета кредита имеет следующую воронку:



До отправки заявки доходит 5,18% пользователей. Наибольшее количество пользователей прекращает заполнение формы еще при выборе первоначального взноса. Поле email пользователи не заполняют в 80% случаев, а наибольшее время пользователи тратят на заполнение номера телефона.

## Страница Автострахования

1. В целом, для страницы характерно низкое взаимодействие со стороны пользователей. Тепловая карта кликов показывает, что пользователи активно кликают только на пункт меню «Контакты».

ПРОДАЖА И ОБСЛУЖИВАНИЕ АВТОМОБИЛЕЙ

ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК НАПИСАТЬ ПИСЬМО

+7 (495) 228-03-41 с 9.00 до 21.00

**АвтоГЕРМЕС**  
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР

НОВЫЕ АВТОМОБИЛИ АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ СЕРВИС АКЦИИ О КОМПАНИИ **КОНТАКТЫ**

KIA LADA Hyundai Genesis Suzuki Jeep Chrysler Mitsubishi Renault Citroen DS VAZ Lifan Chery Faw 4x4 Коммтранс

Автосалон АвтоГЕРМЕС → Услуги → Автострахование

Расчитать **КАСКО**

Продлить **ПОЛИС**

Программа поддержки клиентов при **СТРАХОВЫХ СЛУЧАЯХ**

### АВТОСТРАХОВАНИЕ

Приобретая автомобиль в «АвтоГЕРМЕС» вы можете свести к минимуму риски, связанные с его владением и эксплуатацией, ведь автомобиль является средством повышенной опасности. Наилучший способ - это застраховать ваш автомобиль.

Мы предложим лучшие условия от ведущих страховых компаний по индивидуальным тарифам, разработанным с учетом максимально возможных скидок, а также ряд дополнительных услуг.

Мы можем предложить вам широкий спектр страховых услуг:

- ОСАГО - обязательное страхование автогражданской ответственности;
- КАСКО - страхование транспортного средства от ущерба, хищения и угона;
- АвтоГЕРМЕС-Ассистанс - программа комплексного сопровождения клиентов при наступлении страховых случаев;
- GAP - гарантия сохранения стоимости автомобиля;
- Страхование имущества - страхование вашей недвижимости, а так же объектов, наиболее подверженных риску повреждения и уничтожения.

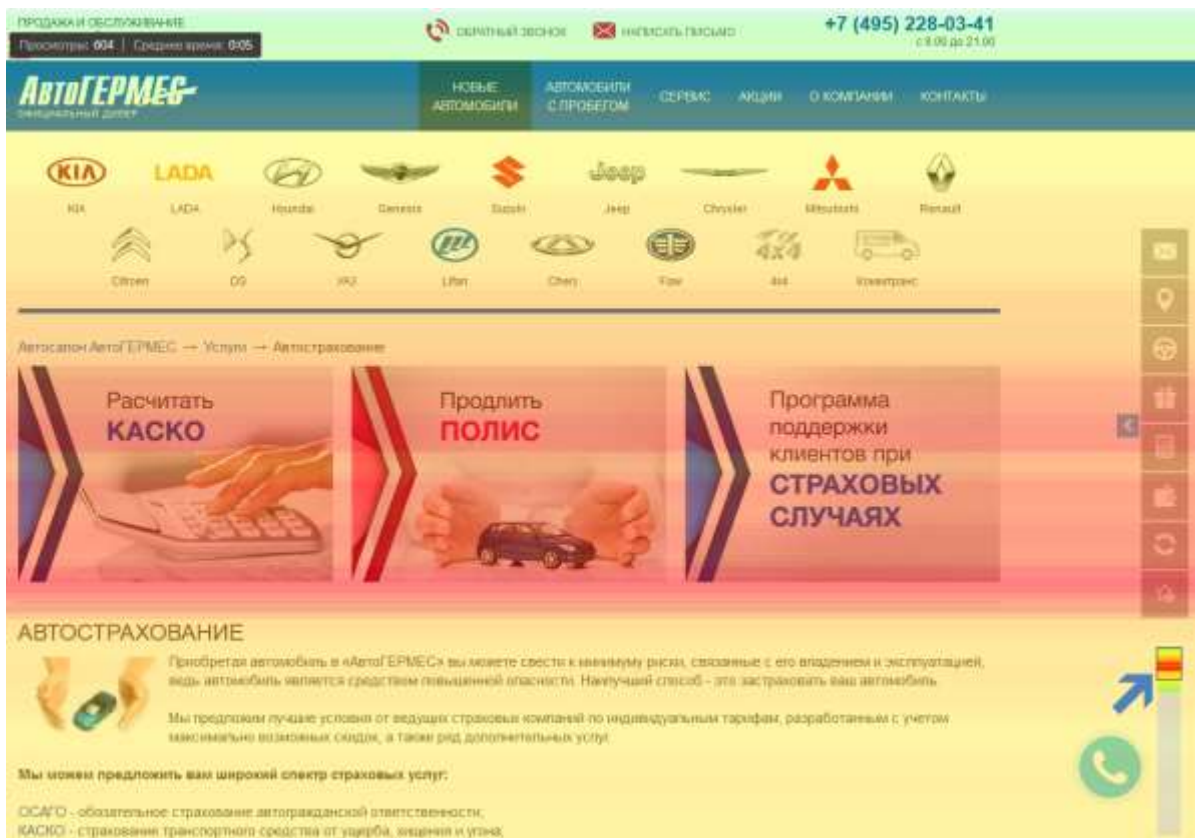
**АВТОМОБИЛЬ ПОКИНЕТ АВТОСАЛОН ЗАЩИЩЕННЫМ!!!**

Преимущества страхования автомобиля в "АвтоГЕРМЕС" :

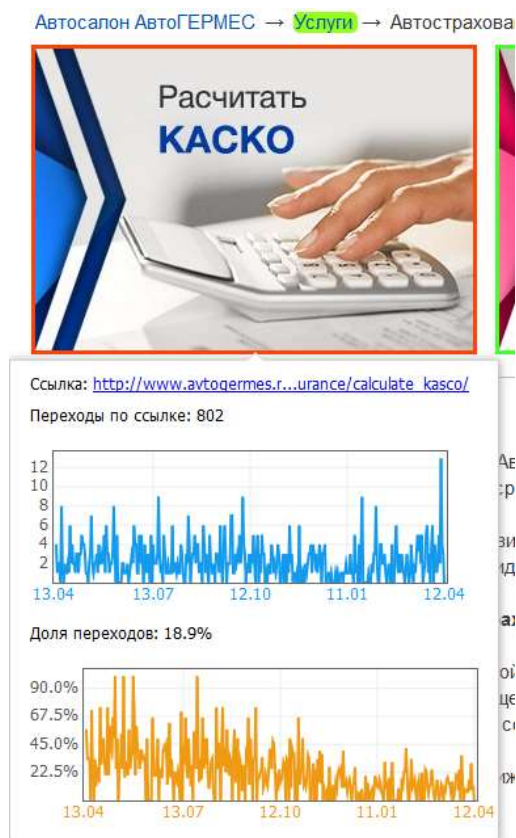
- 1) **УДОБСТВО** при наступлении страхового случая.

**ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ КЛИЕНТОВ ПРИ СТРАХОВЫХ СЛУЧАЯХ**

Карта скроллинга показывает, что пользователи не идут по странице дальше первого и второго экранов.



2. Самый популярный блок на странице – расчёт Каско. В калькуляторе также возможно рассчитать ОСАГО, но указание этого отсутствует на странице автострахования.



Рекомендуется вынести начало формы на первый экран страницы автострахование. Кнопка «Рассчитать» будет переводить на страницу с калькулятором. В данном случае важно учесть, что уже выбранные клиентом параметры должны автоматически быть дозаполнены в полном калькуляторе.

3. В текущем калькуляторе отсутствует информация о стоимости.

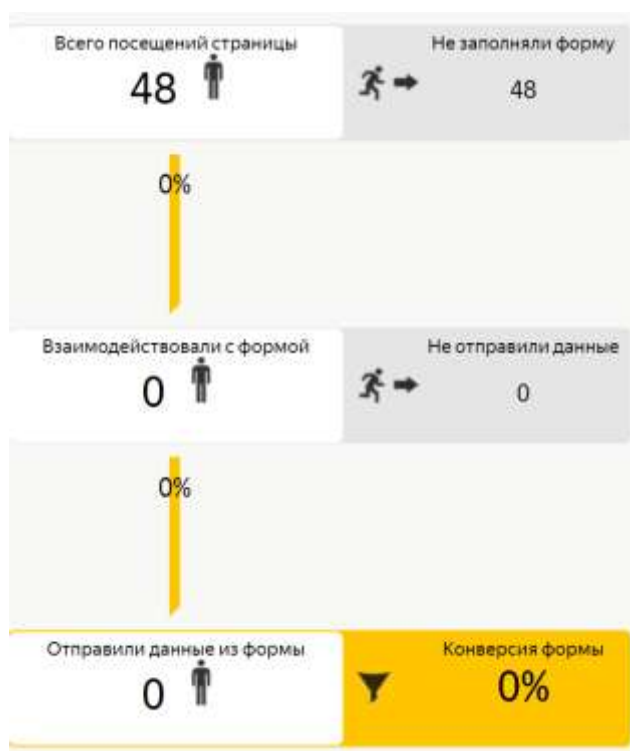
Рекомендуется выводить на странице получившуюся стоимость, даже если она будет предварительной.

4. Для страницы актуальны замечания по форматированию текста на странице автокредитования (пункт 4).

Так как сейчас пользователи не читают текст на странице, рекомендуется выводить текст в поп-ап окне по клику на соответствующий блок на странице.

## Страница «Выкуп авто», «Авто на комиссию»

1. На странице «Выкуп авто» достаточно большое количество текстовой информации. Не структурированная текстовая информация сложна для восприятия, рекомендуем создавать списки и делать отступы между информационными блоками, а seo-тексты размещать внизу страницы.
2. Форма рядом с центральным слайдером не была заполнена ни разу:



Мы рекомендуем изменить форму и центральный баннер, добавив УПТ и ценностное предложение, так как на данный момент отсутствует какой-либо призыв к действию.



3. На странице отсутствует информация о том, какие шаги необходимо выполнить пользователю для продажи автомобиля. Пример аналогичного блока у конкурентов:



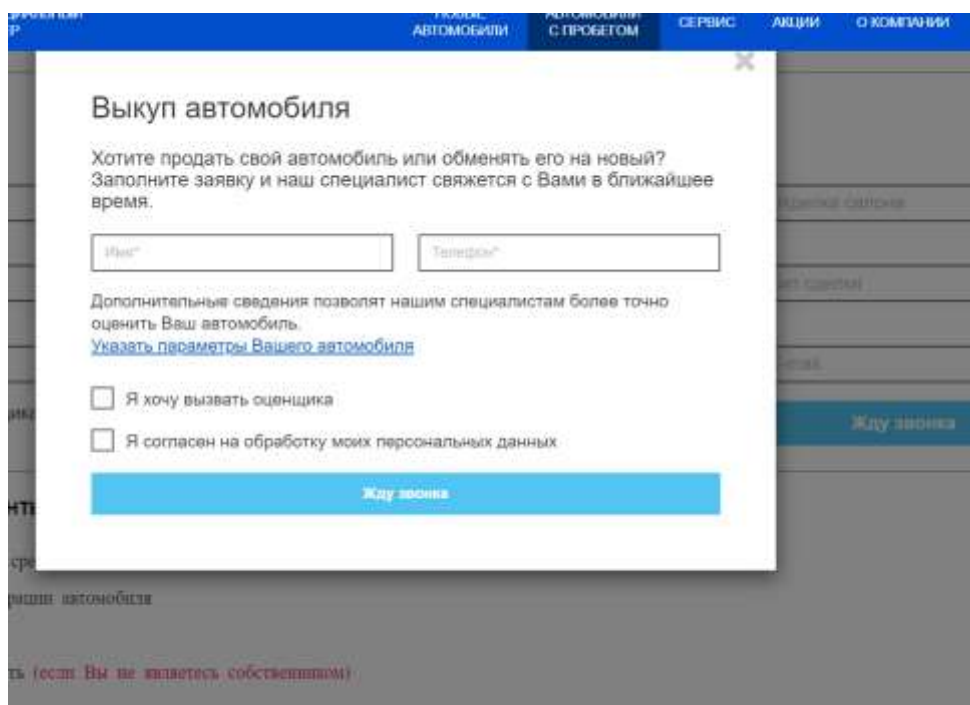
При взаимодействии с анкор-меню оно исчезает, что не дает возможности вернуться в изначальный пункт:



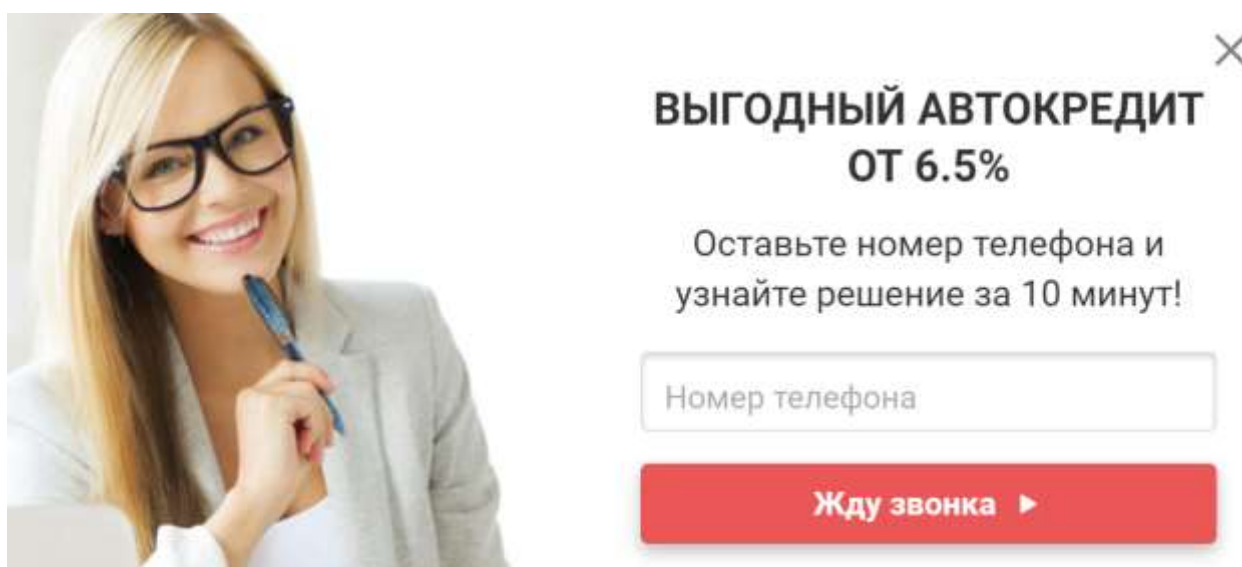
Мы рекомендуем убрать анкор-меню, так как «Выкуп кредитного автомобиля» является частью услуги «Выкуп автомобиля», а другие услуги – «Комиссия» и «Обмен» не связаны с выкупом и уводят аудиторию на другие не релевантные услуге страницы. На странице «Выкуп» мы рекомендуем создать визуальную графику со всеми видами выкупаемых авто, пример:



Через какое-то время на странице появляется рор-уп окно:



Любые рор-уп формы, показываемые по времени проведения на сайте должны иметь утп (уникальное торговое предложение), СТА-элемент (призыв к действию) и ценностное предложение. В данном случае форма не имеет утп и ценностного предложения. Рекомендуем настроить показ баннеров, основанных на поведении посетителей, предоставляющих не просто информацию или дублирующих форму на странице, но и дающих выгодные предложение, подталкивающие посетителей к оформлению заказа. *Пример рор-уп лидогенератора:*





4. Основная форма содержит большое количество обязательных полей, что сокращает заполняемость формы. Мы рекомендуем оставить наиболее важные поля для данной формы, а также добавить возможность ручного ввода текста для поле «Марка», так как большое количество марок авто не удобно искать в выпадающем списке:

**ЗАПРОС НА ВЫКУП АВТОМОБИЛЯ**

Марка* ACURA	Сначала выберите марку	Коробка передач	Отделка салона
Год выпуска* 2019	Пробег	Объем двигателя*	Тип сделки
Имя*	Фамилия	Телефон*	E-mail
<input type="checkbox"/> Я хочу вызвать оценщика	<input type="checkbox"/> Я согласен на обработку моих персональных данных		<b>Жду звонка</b>

Также обязательным является авто проставление галочки в чек-боксе «Я согласен на обработку персональных данных».

5. Для каждой страницы «тип сделки» должен быть предустановлен, то есть, если человек заполняет форму на странице «выкуп», тип сделки установлен на «выкуп».

Объем двигателя - обязательное поле без выпадающего списка. Мы рекомендуем подгружать данные об объеме двигателя при выборе марки авто.

*Предполагаемый вид страницы «выкуп авто»:*

[https://tleqa4.axshare.com/#g=1&p=vykup\\_1280](https://tleqa4.axshare.com/#g=1&p=vykup_1280)

6. Страница «Авто на комиссию» имеет схожую структуру со страницей «выкуп авто», так как является услуговой страницей.

На данный момент страница «Авто на комиссию» не имеет открытой формы, что не позволяет отправить заявку с данной страницы. Рекомендуем добавить форму заявки на оценку авто.

*Пример формы для страницы «авто на комиссию»:*

Заполните онлайн-заявку на оценку авто прямо сейчас!

Год выпуска автомобиля:	Марка:
<input type="text" value="Выбрать"/>	<input type="text" value="Выбрать"/>
Модель:	Пробег (км):
<input type="text" value="Выбрать"/>	<input type="text" value="23 000"/>
Модификация:	Комплектация:
<input type="text" value="Выбрать"/>	<input type="text" value="Выбрать"/>

Нажимая на кнопку "Отправить", я даю согласие на обработку персональных данных

7. Несмотря на нахождение на 2 экране скролла, информация о необходимых документах является просматриваемой:

**АвтоГЕРМЕС** ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР

НОВЫЕ АВТОМОБИЛИ | АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ | СЕРВИС | АКЦИИ | О КОМПАНИИ | КОНТАКТЫ

Для того чтобы поставить автомобиль на комиссию необходимо:

- иметь законное право на распоряжение данным автомобилем (быть его владельцем или действовать на основании генеральной доверенности)
- автомобиль не должен быть после серьезного ДТП, влияющего на геометрию кузова
- автомобиль не должен иметь какие-либо юридические ограничения

При постановке машины на комиссию необходимо иметь следующие документы:

- паспорт транспортного средства (ПТС)
- свидетельство о регистрации автомобиля
- генеральную доверенность (если Вы не являетесь собственником автомобиля)
- паспорт
- сервисная книжка и другие документы, подтверждающие периодическое техническое обслуживание Вашего автомобиля (желательно)

**ПОМОЩЬ В РЕАЛИЗАЦИИ ВАШЕГО АВТОМОБИЛЯ В КРЕДИТ**

Если Вы самостоятельно нашли покупателя на свой автомобиль, но покупатель желает приобрести его в кредит и имеет положительное решение в любом банке, то мы предлагаем Вам помощь в проведение такой сделки.

Наша компания гарантируем Вам:

- Бесплатная стоянка на время проведения сделки
- Безопасность и прозрачность сделки
- Фиксированная комиссия.

Этапы сделки:

- Мы составляем договор комиссии
- Подготавливаем предварительный договор купли-продажи, для предоставления в банк
- Банк перечисляет денежные средства
- Оформляем договор купли-продажи
- Выдаем или перечисляем Вам денежные средства, за полный автомобиль, за минусом наших комиссионных

Часть данной информации мы рекомендуем поднять выше.

8. Некоторые блоки дублируются, например, блок «для того, чтобы поставить автомобиль на комиссию необходимо» и «Чтобы продать автомобиль через комиссионный магазин, Вам необходимо», «При постановке машины на комиссию необходимо иметь следующие документы» и «Для переоформления необходимо иметь следующие документы» (в данном случае на первом баннере необходимо указать возможность сдать на комиссию автомобиля, находящегося в кредите).

*Предполагаемый вид страницы «комиссия»:*

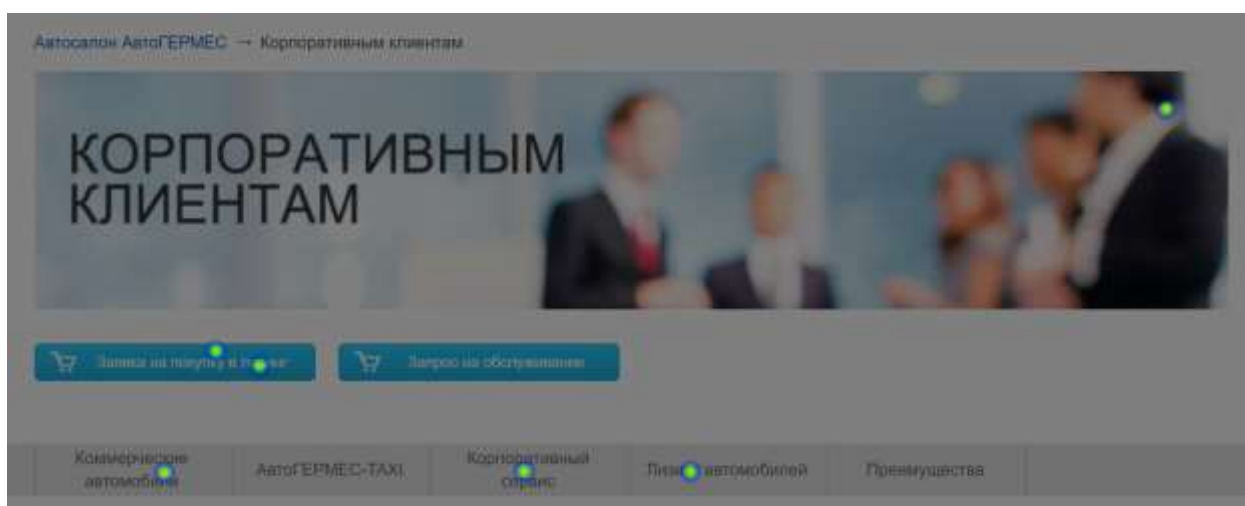
[https://tleqa4.axshare.com/#g=1&p=comission\\_1280](https://tleqa4.axshare.com/#g=1&p=comission_1280)

## Страница «Корпоративным клиентам»

Страница «Корпоративным клиентам» является разводящей для 4 видов услуг:

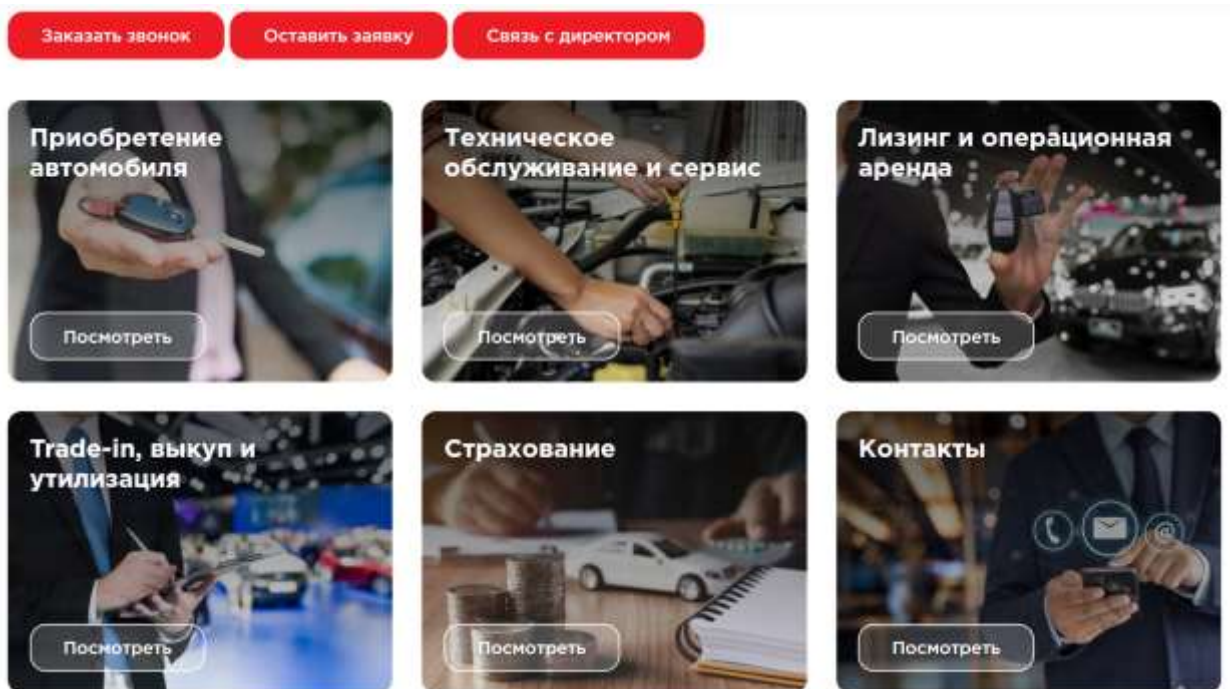
- Коммерческие автомобили (продажа коммерческих авто)
- АвтоГермес-Тaхi
- Корпоративный сервис
- Лизинг автомобилей

Если рассматривать карту кликов страницы «Корпоративным клиентам», то видно, что основные клики приходятся на элементы «коммерческий транспорт», «лизинг автомобилей», «корпоративный сервис», а также на кнопку «Заявка на покупку в лизинг»:



На данной странице мы рекомендуем разместить ссылки на соответствующие пункты не в виде анкор-меню, а в виде изображений.

*Пример:*



Сейчас изображение на центральном баннере нечеткое, мы рекомендуем использовать более понятный визуальный баннер.

*Предполагаемый вид страницы «корпоративным клиентам»*

[https://tleqa4.axshare.com/#g=1&p=corporate\\_1280](https://tleqa4.axshare.com/#g=1&p=corporate_1280)

## Страница «Коммерческий транспорт»

Страница «Коммерческий транспорт» является каталогом коммерческих автомобилей. На данный момент количество посетителей страницы меньше 1% аудитории сайта, при этом посетившие данный раздел посетители, не отправляли заявку на лизинг, сервисное обслуживание, но 8% аудитории, просмотревшей данный раздел отправили заявку на покупку авто. Конверсия на покупку коммерческого транспорта достаточно высокая (выше средней конверсии сайта).

Центральный баннер не кликабелен:

Автосалон АвтоГЕРМЕС → Продажа автомобилей → Коммерческий транспорт и спецтехника



Мы рекомендуем сделать баннер кликабельным и вести на страницу с акционным предложением для коммерческого транспорта.

На данном странице необходимо добавить возможность подбора авто с помощью фильтра для упрощения навигации и облегчения подбора авто.

Также рекомендуем разместить иконки марок авто на первом экране для упрощения навигации по странице.

## Страница «Автогермес Тахі»

На странице «Автогермес Тахі» мы рекомендуем добавить открытую форму онлайн заявки, так как на данный момент пользователи прерывают свой конверсионный путь, переходя в карточку авто.



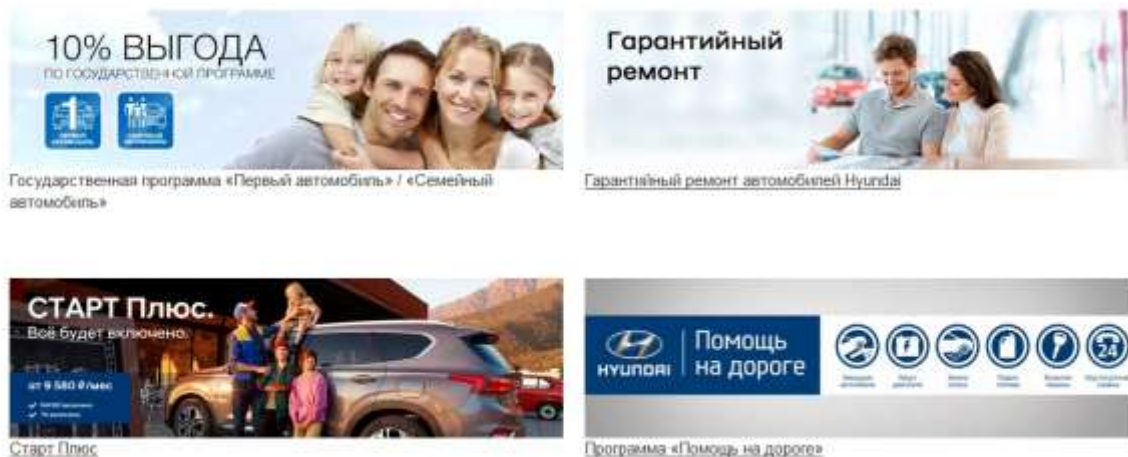
## Каталог спецпредложений

1. Каталог спецпредложений по сервису визуально перегружен (недостаточно “воздуха”), обилие цвета. Это может привести к тому, что пользователь либо не заметит полезную для него информацию, либо “устанет” от попыток поиска этой информации и покинет сайт.



2. В каталоге общих спецпредложений блоки, содержащие одинаковый или подобный контент (спецпредложения), отличаются визуально. Подобные “скачки” однотипной информации на странице сильно усложняют восприятие и поиск информации, а также усложняет поддержку (администрирование) сайта, т.к. исчезает шаблонность интерфейса и возможность централизованного изменения контента в типовых блоках.

*Пример блоков с отличной структурой и компоновкой:*



*один вариант блока*

	<p><b>Rio</b> Цена от 855 110 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Специальная серия Лига Европы УЕФА</li> <li>➤ Включая выгоду до 134 700 руб! Звоните шины в подарок*</li> <li>➤ Специальная серия Red Line 2018</li> <li>➤ <b>Пакет Плюс</b></li> </ul>		<p><b>Rio X-Line</b> Цена от 727 110 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Специальная серия Лига Европы УЕФА</li> <li>➤ Включая выгоду до 133 000 руб! Звоните шины в подарок**</li> <li>➤ <b>Пакет Плюс</b></li> </ul>
	<p><b>Picanto</b> Цена от 609 900 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Включая выгоду до 20 000 руб!*</li> <li>➤ Специальная серия Лига Европы УЕФА</li> </ul>		<p><b>Seed NEW</b> Цена от 699 900 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Включая выгоду до 40 000 руб!*</li> <li>➤ Звоните шины в подарок**</li> <li>➤ <b>Пакет Плюс</b></li> </ul>
	<p><b>Seed SW NEW</b> Цена от 1 029 900 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Выгода до 40 000 руб!*</li> </ul>		<p><b>Cerato Classic</b> Цена от 904 900 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Включая выгоду до 115 000 руб!*</li> <li>➤ Звоните шины в подарок**</li> </ul>
	<p><b>Cerato NEW</b> Цена от 1 071 900 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Включая выгоду до 40 000 руб!*</li> <li>➤ <b>Пакет Плюс</b></li> </ul>		<p><b>Optima NEW</b> Цена от 1 119 900 руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Специальная серия Лига Европы УЕФА</li> <li>➤ Включая выгоду до 205 000 руб!*</li> </ul>

другой вариант блока

## Каталог сервисного обслуживания

1. Тепловая карта показывает, что посетители не взаимодействуют с формой записи в 1 клик.

ПРОЙДИ ЛЮБОЕ ТО НА АВТОМОБИЛЕ СТАРШЕ 3-х лет И ПОЛУЧИ СКИДКУ - 10%\*

Все АКЦИИ

ЗАПИСЬ В 1 КЛИК:

Имя:

Телефон:

Мailing:

ОТПРАВИТЬ

Рекомендуется убрать форму со страницы.

2. Также по карте кликов видно, что посетители используют навигацию внутри слайдера предложений. Рекомендуем отключить автоматическую смену слайдов, так как информация в режиме автоматической прокрутки плохо воспринимается пользователями из-за эффекта баннерной слепоты.


3. Рекомендуется добавить функционал подбора сервиса, реализованный на странице контакты

## КОНТАКТЫ

 НАПИСАТЬ ПИСЬМО

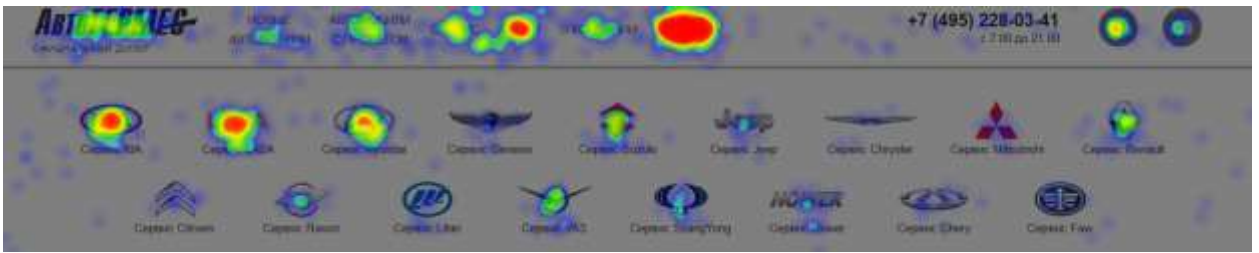
Выберите марку ▼

<input type="checkbox"/> Купить новый авто	<input type="checkbox"/> Техническое обслуживание и слесарный ремонт	<input type="checkbox"/> Кузовной ремонт
<input type="checkbox"/> Купить/продать авто с пробегом	<input type="checkbox"/> Пройти Техосмотр	<input type="checkbox"/> Удаленное урегулирование убытков

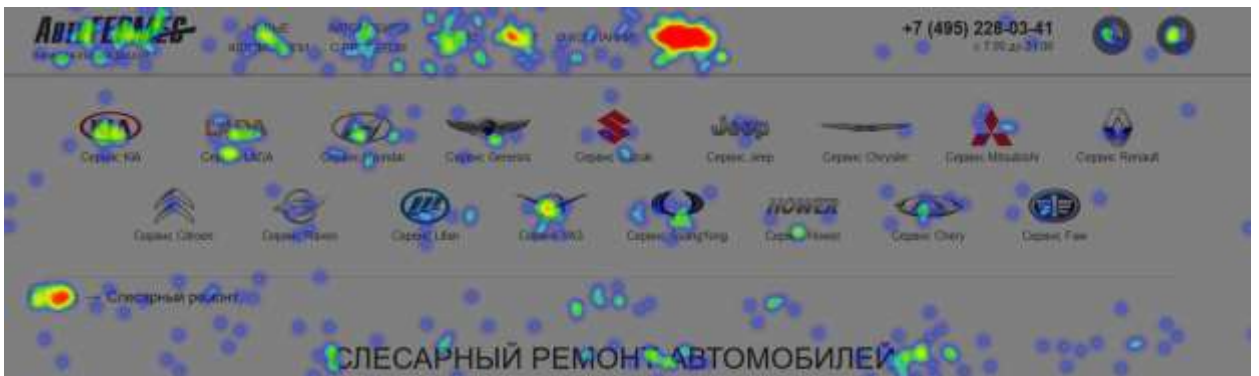


### Карточка сервисного обслуживания

1. Находясь на странице ТО и кликнув на иконку марки, посетитель ожидает перейти на карточку ТО выбранной марки. В данный момент иконки сервиса по марке авто на первом экране карточки ТО ведут в общий каталог сервиса для определенной марки, по сути ведя пользователя по кругу и обманывая его ожидания.



Аналогичная ситуация со страницами где иконки сервиса по марке авто ведут на общий каталог сервиса для определенной марки вместо слесарного ремонта это марки/ кузовного ремонта/запчастей, соответственно.



2. Карта кликов показывает, что посетители страниц активно переходят по ссылкам в тексте, которые ведут на страницы слесарного ремонта вне зависимости от страницы, где они располагаются (например, со страницы сервисного обслуживания или запчастей).



Переходя по ссылке по марке авто на карточке ТО, пользователь ожидает увидеть страницу по ТО данной марки.



3. Также анализ карты кликов показывает, что на странице сервисного обслуживания посетители искали запись на плановое ТО, форма которого находится на 4 экране.



Рекомендуется поднять форму записи на ТО выше на странице и добавить заголовок «Запись на плановое ТО»

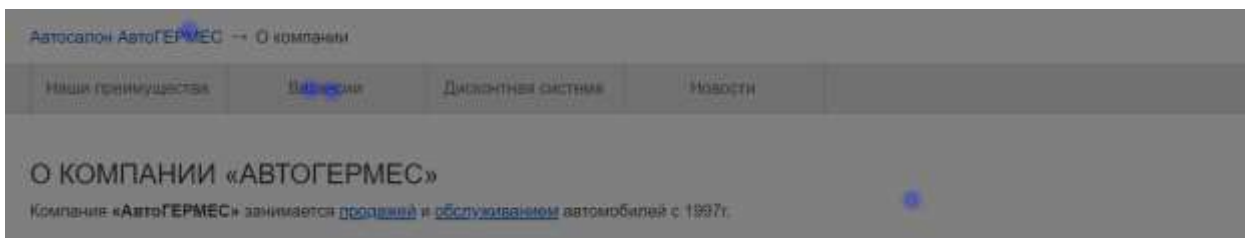
4. Рекомендуется добавить возможность выбора марки авто при просмотре цен на общих страницах обслуживания, слесарного и кузовного ремонта. Так пользователю не будет необходимости искать намеренно страницу со своей маркой, и он сможет быстрее получить информацию.

*Пример реализации:*

Выберите марку	
Тип работы	Цена, руб.
Замена масляного фильтра	от 1300
Замена масел	от 1300
Замена воздушного фильтра	от 240
Замена салонного фильтра	от 240
Замена топливного фильтра	от 520
Замена свечей	от 580
Замена передних/задних колодок	от 3250
Замена передних/задних дисков	от 3250
Замена тормозной жидкости	от 700
Регулировка света фар	от 530

## Страница «О компании»

Аудитория, просматривавшая страницу «о компании» имеет конверсию в покупку авто 6,4%, тем временем аудитория, не просматривавшая страницу «о компании» имеет конверсию 5,9%. На данный момент большинство посетителей страницы «о компании» просматривают вакансии, что видно на карте кликов:



Мы рекомендуем добавить в пункты навигационного меню дополнительные страницы, так как на данный момент существуют страницы, не вписанные в структуру:

- О компании
- Вакансии

- Новости
- Отзывы
- Дисконтная система

На первом экране страницы «О компании» мы рекомендуем добавить текстовое приветствие генерального директора, что добавит траст-фактора. А также разместить видео о компании.

Также мы рекомендуем добавлять историю развития компании.

«Наши награды» мы рекомендуем структурировать в зависимости от торговой марки, так как иначе страница приобретает длинный скролл.

*Предполагаемый вид страницы «О компании»:*

[https://tleqa4.axshare.com/#g=1&p=o\\_kompanii\\_1280](https://tleqa4.axshare.com/#g=1&p=o_kompanii_1280)

## Страница «Вакансии»

На данный момент будем оценивать макеты страницы «вакансии».

Посещаемость страницы «Вакансии» - 0,24% от общей посещаемости сайта.

Основная целевая аудитория – люди в поисках работы. Основной трафик на данную страницу – органический.

**ХОЧУ В КОМАНДУ АВТОГЕРМЕС!**

Фамилия*	Имя*	Отчество*	Желаемая должность*
Место работы*	Телефон*	Е-mail*	Прикрепить резюме

Я даю согласие на обработку моих персональных данных.

**ОТПРАВИТЬ**

Данную форму необходимо оптимизировать, оставив минимальное количество полей. Рекомендуемые поля:

- ФИО
- Желаемая должность
- Телефон
- E-mail



- Прикрепить резюме

Мы не рекомендуем добавлять дополнительные страницы для вакансии сервисного центра.

Подбор вакансии минимально может включать 2 страницы:

- Основную страницу
- Карточку вакансии

Для данного разделения мы рекомендуем убрать ссылку на страницу «вакансии сервисного центра».

## Дополнительные рекомендации

### Оформление текста

1. Рекомендации по оформлению текста:
2. Разбить весь текст на абзацы так, чтобы каждый абзац содержал не более 6 строк текста.
3. Добавить отступы между абзацами высотой не менее строки текста.
4. Не злоупотреблять выделением текста жирным или курсивным начертанием.
5. Использовать полуторный междустрочный интервал.
6. Не использовать в написании слов только заглавные буквы.
7. Не подчеркивать простой текст. Подчеркнутый текст всегда должен быть ссылкой.
8. При выполнении всех этих рекомендаций текст на сайте станет легче для чтения.

## Оформление ссылок

Ссылка – один из главных навигационных элементов сайта. Правильное оформление ссылок является необходимым условием удобства использования сайта. В текущем варианте дизайна сайта ссылки оформлены некорректно. Рекомендуется оформить все ссылки на сайте в соответствии с правилами:

1. Все ссылки должны быть подчеркнуты. Исключениями могут быть пункты меню при условии, что их фон отличается от фона других элементов.
2. Цвет ссылок должен отличаться от цвета текста. При наведении курсора цвет ссылки должен меняться.
3. Псевдоссылки должны быть подчеркнуты пунктирной линией. Псевдоссылка – это ссылка, которая не приводит к открытию новой страницы. В качестве дополнительного примера правильного оформления ссылок рекомендуется рассмотреть главную страницу Яндекса.