

24.10.2024

Редизайн сайта: как часто и зачем он нужен

REDESIGN

techart.ru | design.techart.ru | web.techart.ru

Регистраций: 47 (компаний – 46), в т.ч.:

- 21,3 % новых слушателей
- 22 топ-менеджера
- 22 постоянных (4+) слушателя программы
- 7 с вопросами и обратной связью

План

1. Редизайн сайта: что это такое?
2. Нельзя заредизайнить то, чего не существует.
3. Эволюция или революция.
4. Факторы, определяющие варианты дизайна.
5. Как понять, что пора или если вам кажется — значит вам не кажется.
Предпосылки к редизайну.
6. Виды редизайна.
7. Этапность работ.
8. Подводные камни.

Редизайн: что это такое?

Редизайн сайта — это процесс обновления и улучшения дизайна, структуры и функционала (в том числе переработка фронтенда) существующего веб-ресурса.

Обновления и улучшения могут относиться к:

- дизайну макета,
- улучшению навигации,
- добавлению новых функций и инструментов,
- актуализации контента,
- ...

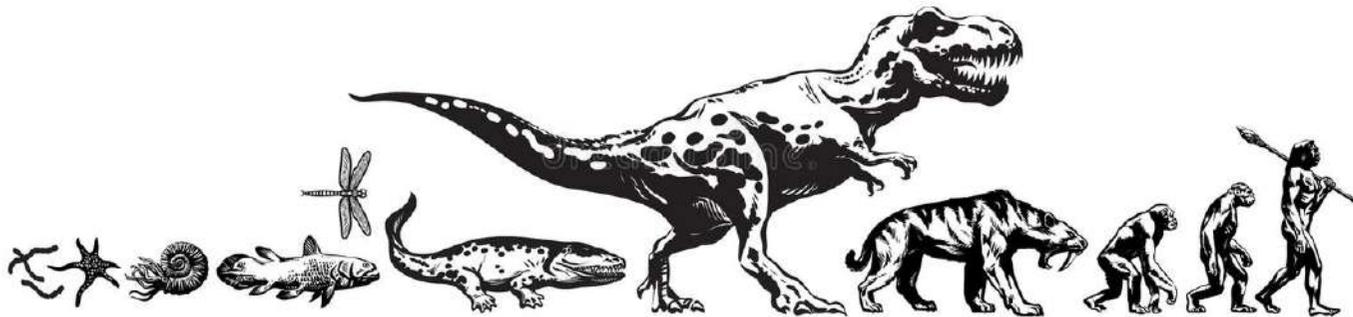
redesign is my passion



Нельзя заредизайнить то, чего не существует

Если мы говорим о редизайне, значит по умолчанию понимаем и принимаем, что в том или ином виде действующий сайт уже создан и существует.

Принципиальная разница редизайна от разработки дизайна с 0 заключается в том, что при редизайне могут быть использованы и преемствованы существующие наработки, паттерны, связи, поведение пользователей и т. д., а при разработке нового дизайн вся работа начинается заново, с самого начала.

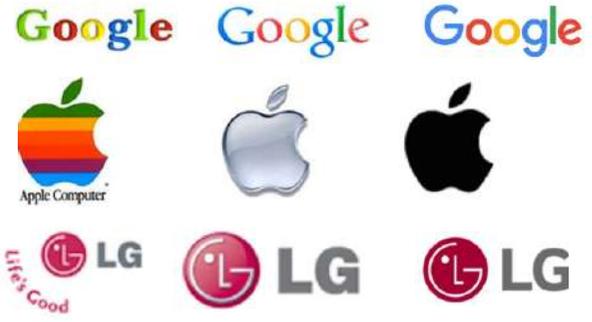


Эволюция или революция

Наиболее распространенных подхода к поддержке и развитию сайта:

Эволюционный подход

Постоянная работа с сайтом — этот сценарий подразумевает регулярное обновление и улучшение сайта без значительных изменений в его структуре и дизайне.



Революционный подход

Разработка нового дизайна — этот сценарий подразумевает создание совершенно нового сайта.



При эволюционном подходе люди не должны заметить, что что-то изменилось. И даже больше, если вы сильно что-то измените, это будет выглядеть, как заявка на сильные изменения самого бизнеса, тогда люди будут ждать нового качества. Чем сильнее внутренние изменения, тем сильнее внешние. Внешняя часть революционного редизайна для того и происходит, чтобы люди поняли, происходит что-то серьёзное.

Факторы, определяющие варианты дизайна

Существует множество факторов, влияющих на выбор сценария работы с сайтом, и нет единственно правильного подхода, который универсально подойдет абсолютно всем.

Вот лишь несколько факторов влияния:

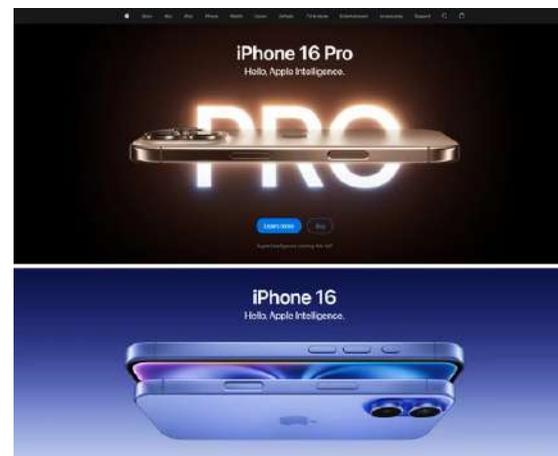
- специфика бизнеса — каждый бизнес так или иначе уникален и имеет свои особенности, для одних компаний важнее частое обновление контента и быстрые реакции на изменения рынка, тогда как другим достаточно проводить редизайн раз в несколько лет.
- тактика и стратегия развития компании — тактические и стратегические цели компании определяют необходимость в тех или иных изменениях, некоторые проекты (а возможно — продукты) требуют постоянной адаптации и инноваций, в то время как другие предпочитают стабильность и минимальные изменения.
- финансовые возможности — частота и объем работ также зависят и от бюджета компании: постоянная работа требует небольших, но постоянных ресурсов, редизайн — в большей степени разово, и в большем объеме.
- аудитория и технологии — потребности и ожидания пользователей, а также развитие технологий также играют свою определенную роль, компании должны следить за трендами и адаптироваться под них, чтобы оставаться конкурентоспособными.
- приемственность — исторически сложившиеся бренды и их имидж могут влиять на стратегию редизайна, иногда необходимо сохранить узнаваемость бренда, даже если сам сайт претерпевает изменения.



0 (Apple TV+)



2022 (iPhone 14 - новая эра)



2024 (iPhone 16)

Как понять, что пора или если вам кажется — значит вам не кажется

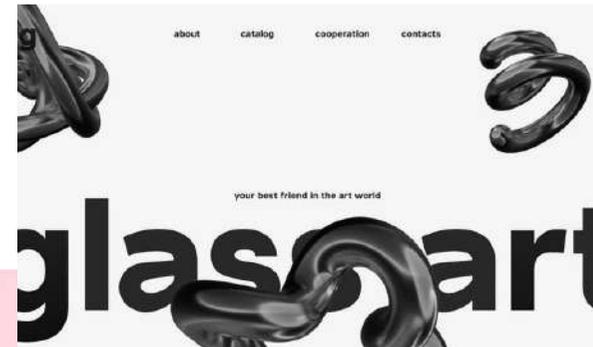
Предпосылки к редизайну сайта у каждой компании могут быть свои, тем не менее, вот некоторые из наиболее распространенных:

- ребрендинг, изменение айдентики компании;
- выход на новые рынки, смена деятельности, расширение направлений и / или портфеля услуг / ассортимента продукции и пр.;
- отклонение от заложенных сценариев поведения пользователей на сайте;
- изменения, связанные с конкурентным окружением, лидерами рынка;
- заметные изменения в сфере и отрасли;
- изменения, связанные с аудиторией сайта;
- необходимость добавления нового функционала;
- сайт сделан достаточно давно и технически устарел;
- сайт не имеет адаптивной версии.
- ...

Каким может быть редизайн?

Визуальный

Фокусируется на изменении внешнего вида сайта, включая графические элементы, шрифты, цветовые схемы и другие визуальные компоненты, не затрагивая его структуры. Подходит в случаях, когда старый сайт удобен, но дизайн устарел и / или не соответствует современным трендам, снижая трафик пользователя и доверие пользователей.

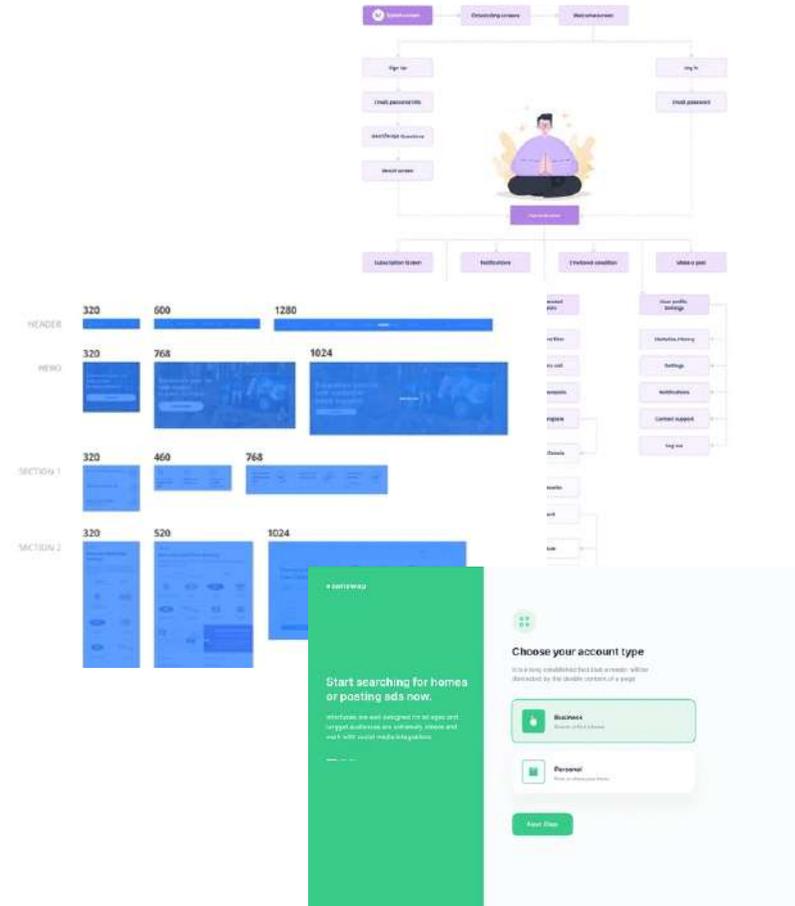


Каким может быть редизайн?

Функциональный

Направлен на улучшение функциональности сайта, добавление новых функций и инструментов, таких как формы обратной связи, калькуляторы, возможность сравнения двух товаров, визуальный поиск, возможность абонентской оплаты услуг и пр., также может распространяться и на навигацию по сайту.

Подходит в случаях, когда хотят добавить новые функции и инструменты на сайт, чтобы улучшить взаимодействие с пользователями и повысить их уровень удовлетворенности.

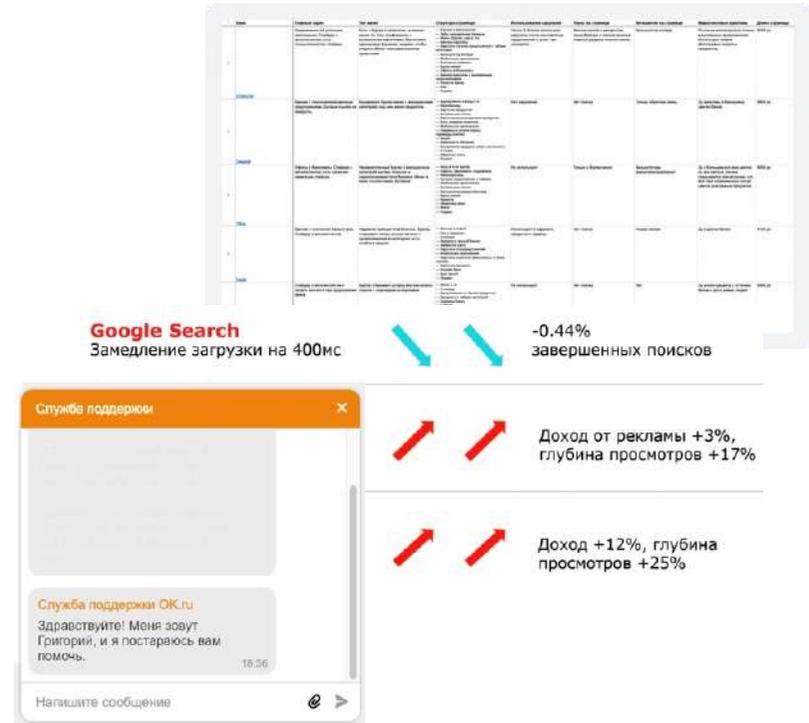


Каким может быть редизайн?

Конверсионный

Ориентирован на увеличение конверсии сайта, путем улучшения юзабилити, упрощения процесса оформления заказа, добавления призывов к действию и других элементов, стимулирующих посетителей совершать покупки или оставлять заявки.

Подходит в случаях, когда необходимо увеличить количество конверсий на сайте, будь то покупки, регистрации или подписки.



Каким может быть редизайн?

Полный

Охватывает все вышеперечисленные аспекты, включая визуальные, функциональные, технические и конверсионные изменения, а также возможную переработку структуры и контента сайта.

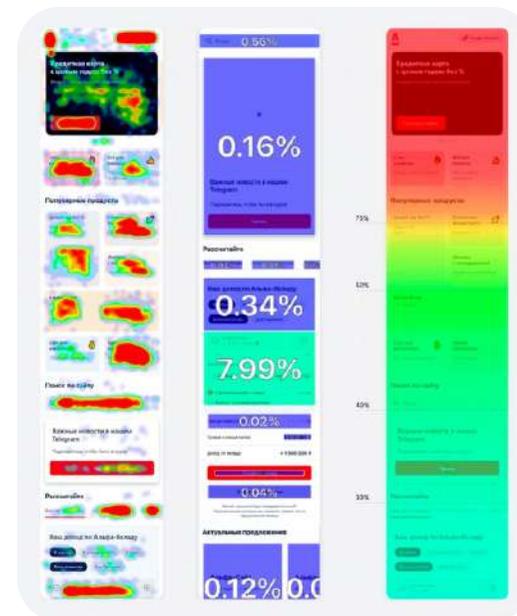
Подходит в случаях, когда необходимо комплексное обновление сайта, включая все вышеперечисленные аспекты.



Этапы редизайна

Этап 1: аудит существующего сайта

- анализ архитектуры сайта — его структура, разделы первого и последующих уровней, вложенность и пр.
- анализ данных по Яндекс Метрике и / или Вебвизору — источники трафика, поведение пользователей, конверсии и пр.
- анализ связи с существующим брендбуком, фирменным стилем, айдентикой, Top of Voice и пр.
- анализ текстового контента — его достаточность, консистентность и пр.
- анализ визуального контента — его источники, стилистика и пр.
- UX/UI аналитика — удобство использования сайтом, удобство восприятия и пр.
- анализ адаптивных версий сайта — наличие адаптивов и их корректная работа на различных типах устройств.



Цель этапа: выявить сильные и слабые стороны, а также проблемы, требующие решения.

Результат этапа: резюме / документ с итогами аудита, где фиксируются все найденные проблемы и рекомендации по их решению. Анализ архитектуры сайта — его структура, разделы первого и последующих уровней, вложенность и пр.

Этапы редизайна

Этап 2: сбор «болей», требований и пожеланий от заинтересованных сторон



Нам нужен вау эффект, но в рамках бюджета.



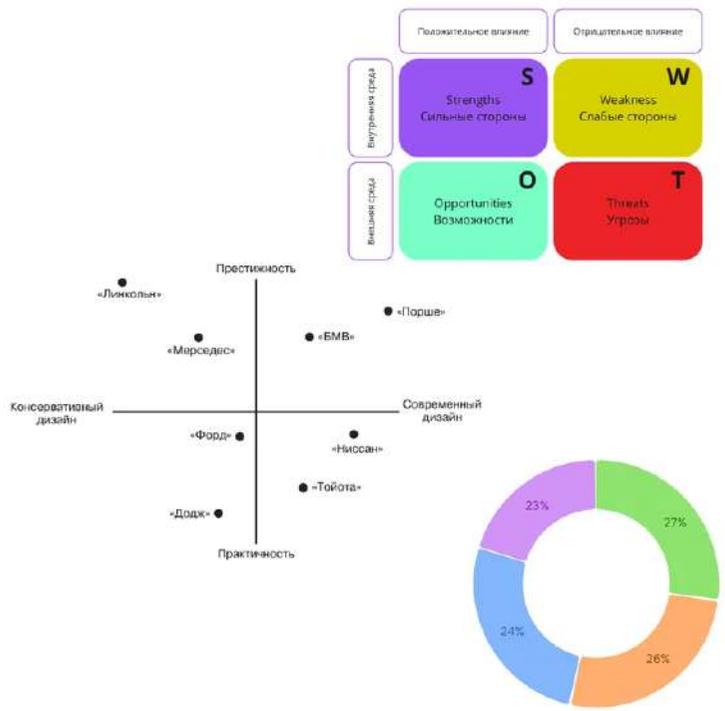
Цель этапа: обсудить и определить мотивы и предпосылки к редизайну сайта.

Результат этапа: резюме / бриф с командой на стороне заказчика, где зафиксированы мотивы и предпосылки к редизайну сайта на начальном этапе.

Этапы редизайна

Этап 3: анализ конкурентного окружения

- сбор некой базы сайтов конкурентов (как прямых, так и косвенных);
- анализ визуальных решений — оценка качества дизайна: оценка эстетической привлекательности, соответствия современным трендам, удобства использования и пр.;
- анализ текстового контента — оценка качества текста: читабельность, информативность, уникальность, полезность для пользователей и пр.;
- анализ функциональных решений — оценка удобства использования: насколько легко пользователям найти нужную информацию, выполнить определенные действия и пр.



Цель этапа: проанализировать конкурентное окружение.

Результат этапа: некий обобщенный SWOT-анализ, выводы которого дают представление о сильных сторонах, слабых сторонах, возможностях и угрозах со стороны конкурентного окружения.

Этапы редизайна

Этап 4: анализ целевой аудитории

- определение целевой аудитории (ядро, периферия, окружение — сегментация внутри каждой из категорий);
- метод персон;
- опросы и интервью.

Анна Р.
 #urbanjungle #plantlover #greenhouse

ДЕМОГРАФИЯ
 Возраст: 25
 Пол: Женский
 Образование: высшее
 Работа: Дизайнер интерьеров
 Семья: Муж и сын

ТЕХНОЛОГИИ
 Интернет
 Социальные сети
 Мессенджеры
 Email
 Smart-телевизор

ОЖИДАНИЯ / ПОТРЕБНОСТИ
 • Сформировать четкое представление, создать уютную и теплую атмосферу дома
 • Видеть, что растению хорошо/плохо, чертешет и делать полезные советы

БОЛИ И ТРУДНОСТИ
 • Нет знаний и опыта ухода за растениями, особенно редкими видами и экзотикой
 • Слишком много и много советов и советов по уходу за растениями

ОБЪЕКТЫ И ПРЕДПОСЫЛКИ ОКРУЖЕНИЕ (ИНФРАСТРУКТУРА)
 • Количество растений: 1-2
 • Частота захода: 1 раз в неделю
 • Сценарий: заглядывает в инстаграм и ютуб, чтобы больше узнать про растения
 • Собирает друзей и знакомит с ними, обменивается опытом и растениями
 • Собирается с более опытной подругой и просит совета, как лучше ухаживать за редкими растениями
 • Есть домашние животные, которых может зайти на растения

Иван Садроров
 25, Москва
 Менеджер по продажам

Контекстное поведение
 • Количество заходов: 1-2
 • Частота захода: 1 раз в неделю
 • Сценарий: заглядывает в инстаграм и ютуб, чтобы больше узнать про растения
 • Собирает друзей и знакомит с ними, обменивается опытом и растениями
 • Собирается с более опытной подругой и просит совета, как лучше ухаживать за редкими растениями
 • Есть домашние животные, которых может зайти на растения

Цель этапа: глубже понять свою целевую аудиторию, ее приоритеты, потребности и предпочтения на данный момент, в среднесрочной и долгосрочной перспективах.

Результат этапа: портреты целевой аудитории (по нескольким сегментам) и модели их поведения на сайте.

Этапы редизайна

Этап 5: принятие решения о глубине переработки и, соответственно, определение подхода к редизайну



Этапы редизайна

Этап 6: старт редизайна — теперь можем переходить к самому интересному

Состав работ на данном этапе зависит от того, что было определено на предыдущем.

В целом, последовательность шагов примерно следующая:

- разработка макетов (было vs стало);
- тестирование на соответствие поставленным целям и задачам;
- презентация макетов, обсуждение и внесение доработок при необходимости;
- внесение изменений / верстка;
- запуск;
- мониторинг изменений / промежуточных результатов.

ИСКУССТВО НАРИСОВАТЬ РЫБУ



На что стоит обратить особое внимание?

- Стоит зафиксировать текущие показатели эффективности с помощью таких инструментов, как Яндекс Метрика, Вебмастер и пр., чтобы была возможность понять, на каком уровне находится ваш текущий сайт и какие показатели вы можете или хотите улучшить с помощью редизайна и затем сравнить и проанализировать их до и после редизайна. Можно ориентироваться, например, на источники трафика, количество посетителей, количество визитов, процент отказов, среднее время на сайте, наиболее эффективные ключевые запросы, самые популярные по посещаемости страницы и пр.
- При редизайне стоит ориентироваться на **цели и задачи**, поставленные перед ним (перед редизайном) в самом начале. Ведь важно не только то, как выглядит сайт, но и то, как он работает, именно поэтому важно четко определить, зачем делается редизайн сайта, и постараться достижение этих целей и задач привязать к измеримым результатам, а также важно чтобы все заинтересованные стороны проекта понимали и разделяли эти цели.
- Определить на старте, что мы оставляем из текущей версии сайта, а что необходимо переработать. Сюда могут входить и структура сайта, и его текстовый и визуальный контент, общее оформление сайта, функциональность и пр.
- Результаты аналитики конкурентного окружения и целевой аудитории.
- Минимизация негативного влияния редизайна на **позиции сайта в поисковых системах** — через настройку редиректов, сохранить ключевые запросов и пр.

Подводные камни

- **Заказчик не видит конечный результат.** Задумываясь о модернизации сайта, нужно четко представлять его будущий облик. Работа по редизайну делегируется стороннему исполнителю? Тогда обязательно проработайте детальное ТЗ с указанием всех нюансов.
- **Урезание бюджета на выполнение работы.** Чтобы не платить дважды, не ищите исполнителя подешевле. Инвестиция в качественную работу, пусть даже и достаточно крупная, обязательно окупится. Как минимум, ростом целевой аудитории и увеличением доходности бизнеса.
- **Желание получить «все и сразу».** Не стоит поддаваться тотальному влиянию новомодных трендов, требуя от исполнителя обновленного сайта со всеми возможными (и невозможными!) дизайнерскими фишками. Результат может понравиться заказчику, а вот пользователям будет некомфортно юзать сайт, а значит – конверсионных действий от них не дождешься.
- **Непонимание исполнителем специфики задач.** Доверять преобразование крупного сайта единоличному фрилансеру нецелесообразно. Как показывает практика, одному спецу сложно качественно проработать и визуал, и функционал. Редизайн корпо-сайта, лендинга, сайта-визитки, интернет-магазина лучше отдать профессиональной студии.
- **Постановка чересчур сжатых сроков.** Качественный редизайн сайта невозможно сделать в режиме «сегодня на вчера». Нереальные сроки выполнения работы скажутся на результате не самым лучшим образом. Резоннее немного подождать, но получить тщательно проработанный сайт, выдающий высокие показатели конверсии.





Консалтинг, цифровая трансформация,
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития



Ирина Хохонина

директор дизайн-бюро «Текарт»



Елизавета Козлова

менеджер проектов

Релевантные услуги «Текарт»:

- [Продуктовая аналитика, сквозная аналитика, визуализация данных](#)
- [Дизайн и разработка сайтов](#)
- [Разработка сайтов, интранет- и экстранет решений](#)
- [Разработка креативных концепций](#)
- Разработка веб-интерфейсов

+7 495 790 75 91

Консалтинговая группа «Текарт»
techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR
promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка
web.techart.ru

Дизайн-бюро
design.techart.ru

Креативное агентство
creative.techart.ru

Фотоагентство
photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование
research.techart.ru

Работа в «Текарт»
hr.techart.ru

Образовательная программа
edu.techart.ru



[Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса»](#)

[Канал информационной поддержки Edu.Techart](#)