

Комплексный аудит сайта sitename.ru

Аудит направлен на детальную оценку поведенческих факторов и удобства использования сайта (юзабилити). В отчёте рассматриваются проблемы, которые наносят значительный урон удобству использования сайта и продвижению.

Содержание документа:

Краткое резюме отчета	2
1. Отслеживание целевых показателей сайта.....	3
1.1. Конверсия сайта	12
2. Юзабилити (удобство использования сайта)	14
2.1. Главная страница	14
2.2. Интерактивность сайта	18
2.3. Навигация по сайту.....	29
2.4. Визуальный дизайн сайта	37
2.5. Текст и контент	44
2.6. Формы и диалоги	47

Краткое резюме отчета

Для улучшения юзабилити и поведенческих факторов советуем обратить внимание на следующие моменты:

Рекомендации	Критичность
<u>Главная</u> Сделать более информативную Главную страницу: добавить основные услуги и их краткие описания, преимущества банка для клиентов. *	
<u>Интерактивность</u> Избавиться от пустых страниц: написать тексты, или удалить из хлебных крошек. Открывать ссылки на сторонние ресурсы в новой вкладке. Помечать файлы, предназначенные для скачивания. *	
<u>Навигация</u> Создать главное меню сайта и разместить его в шапке сайта. Избавиться от ссылок на пустые страницы в хлебных крошках. Сделать поиск по сайту, а не только по новостям. *	
<u>Дизайн</u> Провести редизайн сайта, изменив компоновку Главной и страниц услуг. Страницы услуг лучше сделать по типу лендингов (посадочных страниц), чтобы они заинтересовывали потенциальных клиентов. **	
<u>Контент</u> Нужно написать текст на Главную. Тексты об услугах лучше переписать, сделать проще и понятнее, отформатировать для удобства чтения и восприятия. ***	
<u>Формы</u> Оформить все формы в едином стиле. Подсвечивать поля с ошибками. *	
<u>Целевые показатели</u> Настроить фильтрацию роботов и посещений владельцев. Разобраться в причинах большого объема трафика роботов. *	



Фатальная ошибка, необходимо исправить обязательно.



Критичная ошибка, лучше исправить.



Некритичная ошибка, но рекомендуем исправить.

* Если у вас возникнут проблемы с исправлением недочетов, то мы возьмем эту работу на себя, в рамках услуги «Сопровождение сайта». Подробнее на странице <http://1ps.ru/cost/maintenance/>

****** Наши специалисты помогут провести редизайн сайта, сделают сайт современным и удобным, перенесут новый дизайн на CMS. Подробнее на странице <http://1ps.ru/cost/redesign/>

******* Наши специалисты помогут с написанием текстов. Уникальность наших текстов составляет 80-100%. Подробнее на странице <http://1ps.ru/cost/copyright/>

1. Отслеживание целевых показателей сайта

Для начала определим:

- объемы трафика на сайт
- поведенческие показатели сайта
- эффективные и неэффективные источники трафика
- проблемные страницы, над которыми стоит работать в первую очередь

Обозначим главные отчеты, за которыми стоит следить.

Вся эта информация доступна в системе веб-аналитики Яндекс.Метрика. Теоретические и практические аспекты использования Яндекс.Метрики раскрыты [здесь](#).

Анализ трафика и поведенческих факторов

Трафик. Обобщенные данные по трафику на сайт есть в отчете «Посещаемость».

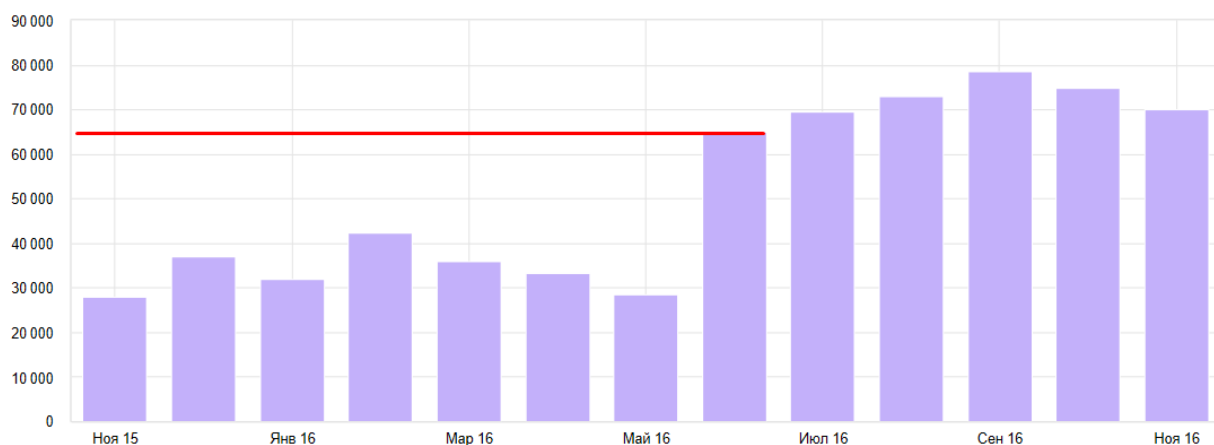
Трафик за год по месяцам (с 1 ноября 2015 по 30 ноября 2016):

Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год **1 ноя 2015 — 30 ноя 2016** Детализация: по месяцам

Сегмент Сравнить сегменты Точность: 100%

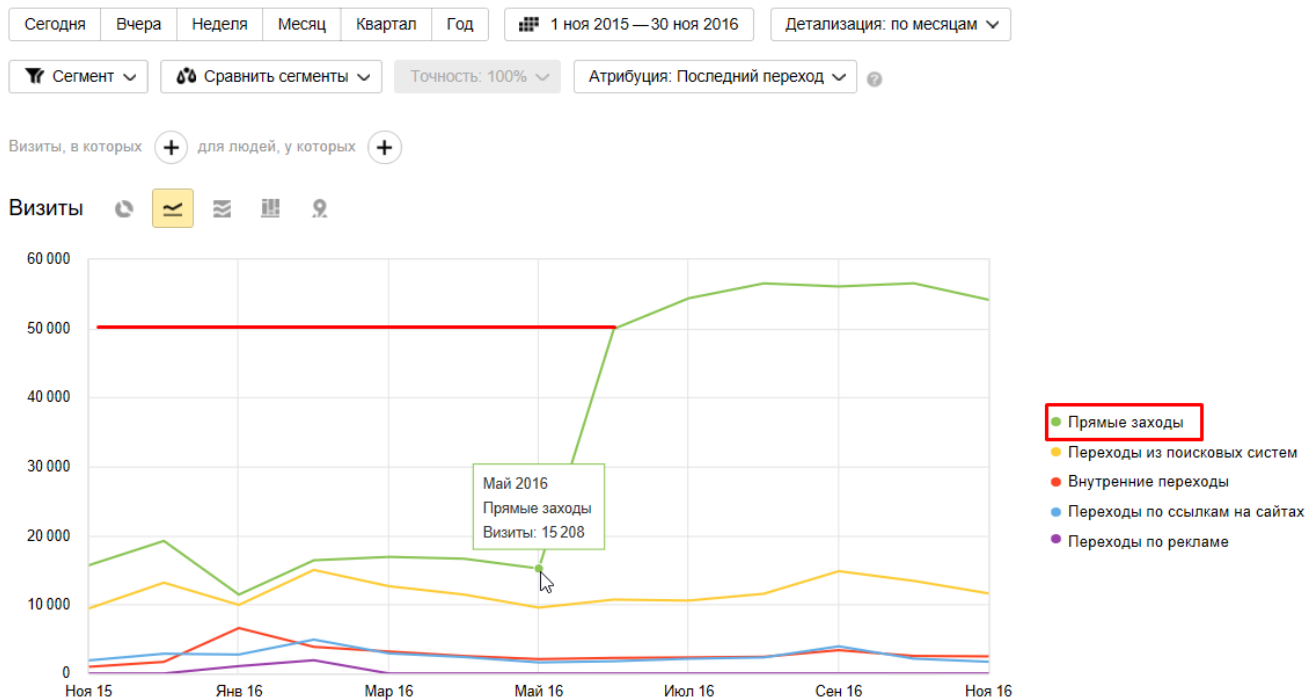
Визиты, в которых + для людей, у которых +

Визиты



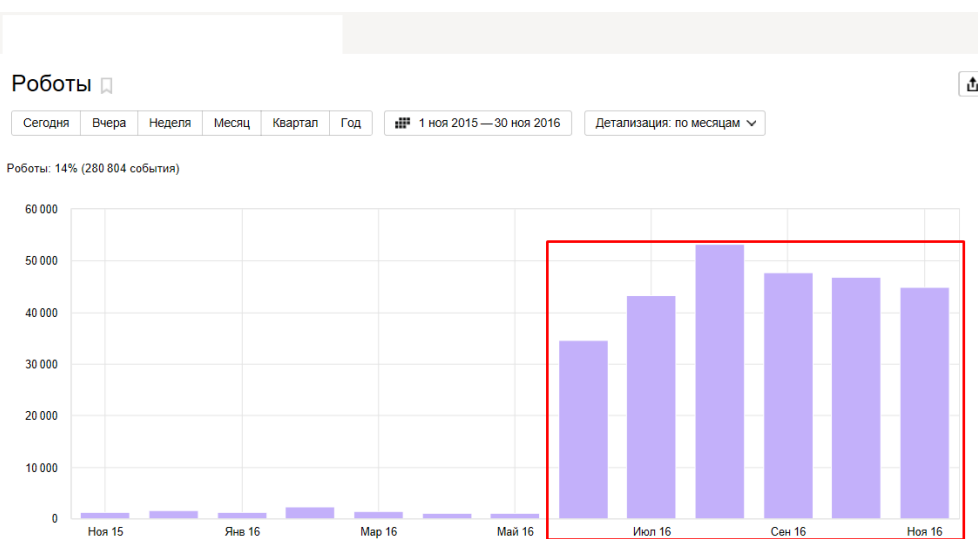
Видно, что **в июне 2016 произошло резкое увеличение объемов трафика**. С июня 2016 трафик возрос вдвое и сохраняется на высоком уровне.

Возросло именно **число прямых заходов** (видно из отчета «Источники, сводка»):



Повышение вдвое трафика с прямых заходов - явление очень странное: нужно понимать, в следствии чего появляется такое число прямых заходов. Эти заходы – люди, или нет?

Проверяем в отчете «Мониторинг → Роботы»:



Итак, из графика видно, что эти прямые заходы принадлежат роботам, а не реальным посетителям.

Визиты роботов не должны учитываться в других отчетах, так как это приводит к получению «грязных» данных, в которых смешиваются визиты роботов и визиты людей. Отсюда и появление такого большого числа прямых заходов.

Важно: **фильтры в настройках счетчика настроены некорректно**, учитываются все визиты роботов (что засоряет статистику по реальным посетителям):

Настройка

Основное Код счётчика Вебвизор Цели 34 **Фильтры 1** Уведомления Загрузка данных Доступ 3

Фильтры

Применяются к исходным данным в указанном порядке, оставляя или удаляя в отчётах записи, соответствующие заданным условиям.

Добавить фильтр

☐ Не учитывать мои визиты

✓	№	Тип фильтра	Поле	Условие	Значение
✓	1	Исключить трафик	IP-адрес	равно	

Операции

Производятся над исходными данными.

Добавить операцию

	№	Операция	Поле	Значение для замены
Операции отсутствуют.				

Фильтрация роботов

- ☒ учитывать визиты всех роботов
- ☐ фильтровать роботов только по строгим правилам
- ☐ фильтровать роботов по строгим правилам и по поведению

В уже накопленных данных очистить статистику от визитов роботов невозможно.

Рекомендованное значение для Фильтрации роботов: фильтровать только по строгим правилам. Это условие фильтрует большинство роботов, освобождая от них статистику.

Поведенческие факторы. Есть следующие показатели вовлечения посетителей: отказы, глубина просмотра, время на сайте. Эти показатели относятся к поведенческим факторам (отражают поведение посетителей на сайте, поэтому влияют на позиции сайта в поисковой выдаче).

Общие показатели поведенческих факторов для сайта доступны в том же отчете «Посещаемость».

Зададим период для анализа – квартал, с 16 сентября по 15 декабря. В таблице данных следующие общие по сайту поведенческие факторы:

Интервал дат визита ▾	Визиты	Посетители	Просмотры	Доля новых посетителей	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
	▾ %	▾ %	▾ %	▾	▾	▾	▾
Итого и средние	220 154	149 947	432 452	97,3 %	59 %	1,96	1:46

У сайта **очень высокий показатель отказов – 59 %!** Это означает, что 59 % посетителей закрывают сайт в первые 15 секунд, не переходя на другие страницы. Показатель отказов нужно снижать до 20-15 %. Высокие отказы скорее всего связаны с визитами роботов.

Глубина просмотра – 1,9 страниц. Показатель означает число страниц, которые среднестатистический посетитель за свой визит просматривает на сайте. Так как это сайт банка и на нем множество услуг, то глубина просмотра должна быть достаточной для совершения необходимых клиентам действий. Нужно стремиться к увеличению глубины просмотра до 4-6 страниц, этого будет достаточно.

Среднее время на сайте – **1 минута 46 секунд**, показатель в норме, но нужно стараться увеличить до 4-5 минут. **Время на сайте**, как и глубина просмотра, отражают заинтересованность пользователей.

В целом, показатели поведенческих факторов сайта в пределах нормы, кроме отказов. Нужно снижать отказы за счет доработок по юзабилити (которые будут предложены во второй части аудита).

Самые важные отчёты для оценки продвижения сайта: «Источники» и «Содержание».

Отчет «Источники → Сводка»

Отчет «Источники → Сводка» содержит общую информацию по всем источникам трафика, приводящим посетителей на сайт:

Источники, сводка

100 % визитов из 220 156



Сохранить

Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год 16 сен — 15 дек 2016 Детализация: по дням

Сегмент Сравнить сегменты Точность: 100% Атрибуция: Последний переход

Визиты, в которых для людей, у которых

Визиты



- Прямые заходы
- Переходы из поисковых систем
- Внутренние переходы
- Переходы по ссылкам на сайтах
- Не определено
- Остальные

Основную часть трафика приносят:

- 75,5 % - прямые заходы
- 17,6 % - переходы из поисковых систем

В отчёте «Источники → Сводка» можно узнать не только общие значения показателей поведенческих факторов за период (строка «Итого и средние»), но и значения с детализацией по источникам трафика:

Источники трафика, Источник трафика (детально)	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
	В %	В %	В %	В %	В %
Итого и средние	220 156	149 947	59 %	1,96	1:46
Прямые заходы	166 218	121 648	74,9 %	1,48	1:18
Переходы из поисковых систем	38 731	24 325	7,23 %	3,71	3:13
Внутренние переходы	7 803	2 863	18,9 %	2,24	3:51
Переходы по ссылкам на сайтах	6 697	5 319	9,86 %	3,69	2:43
Не определено	540	175	88,7 %	1,3	0:46
Переходы из социальных сетей	118	66	19,5 %	2,25	2:06
Переходы с сохранённых страниц	45	6	6,67 %	3,36	0:57
Переходы по рекламе	4	1	0 %	2	0:32

Самый высокий показатель отказов: по прямым заходам – 75 %.

Прямые заходы регистрируются, если посетитель (**если это не роботы**) зашел на сайт из закладок, вбил адрес сайта в адресную строку, или ему скинули ссылку на сайт, то есть в любом случае, посетитель знает адрес вашего сайта. **Прямые заходы** приносят **75 %** трафика, это существенно, поэтому нужно четко представлять, откуда так много прямых заходов. В данном случае больше половины прямых заходов – роботы. Частично это могут быть и посещения владельцев счетчика. В настройках счетчика не установлены фильтры (**нужно обязательно установить**):

Настройка

Основное Код счётчика Вебвизор Цели 34 **Фильтры 1** Уведомления Загрузка данных Доступ 3

Фильтры

Применяются к исходным данным в указанном порядке, оставляя или удаляя в отчётах записи, соответствующие заданным условиям.

Добавить фильтр

Не учитывать мои визиты

✓	№	Тип фильтра	Поле	Условие	Значение
✓	1	Исключить трафик	IP-адрес	равно	

Операции

Производятся над исходными данными.

Добавить операцию

	№	Операция	Поле	Значение для замены
Операции отсутствуют.				

Фильтрация роботов

- ☒ учитывать визиты всех роботов
- ☐ фильтровать роботов только по строгим правилам
- ☐ фильтровать роботов по строгим правилам и по поведению

Только после установки фильтров в отчетах появятся корректные, «чистые» данные.

Самый низкий показатель отказов: по переходам из поисковых систем – 7,23 %.

Судя по хорошим поведенческим факторам: отказы – 7,23 %, глубина просмотра – 3,7, время на сайте – 3:13 – из поиска приходит самый лояльный трафик. В отчёте «Источники → Поисковые системы» видно, что больше всего посетителей приходит из Яндекса:

Поисковая система, Поисковая система (детально), Поисковая фраза		Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
		▼ %	▼ %	▼	▼	▼
☐ Итого и средние		38 731	24 325	7,23 %	3,71	3:13
☒ Яндекс		23 912	14 366	6,53 %	3,79	3:24
☒ Google		12 970	9 039	8,66 %	3,53	2:54
☒ Mail.ru		1 254	775	6,94 %	3,85	3:07
☒ Rambler		221	164	6,33 %	3,3	2:16
☒ Bing		211	146	5,21 %	4,82	3:37

Трафик из поиска нужно увеличивать, продвигая сайт по коммерческим запросам. Сейчас из отчета «Источники → Поисковые фразы» видно, что на сайт переходят преимущественно по брендовым запросам, содержащим название банка:

Поисковая фраза, Поисковая система		Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
		▼ %	▼ %	▼	▼	▼
☐ Итого и средние		25 761	15 464	6,58 %	3,79	3:22
☒ банк		2 505	1 408	3,87 %	3,98	3:43
☒ банк		2 358	1 586	7,89 %	3,73	3:18
☒ банк официальный сайт		2 285	1 636	4,86 %	4,37	3:30
☒ банк		2 271	1 470	6,43 %	3,83	3:03
☒ банк самара официальный сайт		1 089	691	2,57 %	4,21	3:37
☐ банк		1 030	694	6,02 %	3,77	3:50
☐ банк санкт-петербург официальный сайт		592	372	5,74 %	3,74	2:25
☐ банк санкт-петербург		454	290	3,74 %	3,93	2:50
☐ банк московский филиал официальный сайт		443	294	6,77 %	4,38	3:23
☐ /		442	244	7,01 %	4,21	3:45
☐ банк		419	311	8,11 %	4,04	3:16

Отчет «Технологии → Устройства»

С мобильных устройств на сайт приходит 10 % трафика, это не слишком существенно. Но на будущее, особенно при редизайне сайта, нужно заложить адаптивную верстку под мобильные устройства. По [статистике](#) объемы мобильного трафика уже сравнялись с трафиком с ПК и пренебрегать им не стоит, тем более банку.

Устройства

100 % визитов из 220 156



Сохранить



Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

16 сен — 15 дек 2016

Детализация: по дням

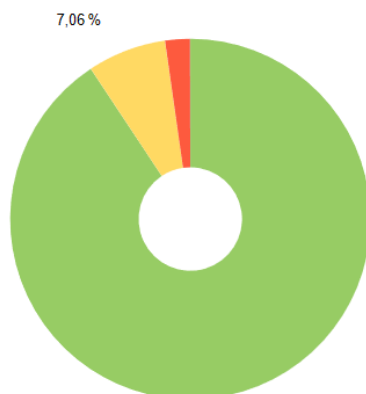
Сегмент

Сравнить сегменты

Точность: 100%

Визиты, в которых + для людей, у которых +

Визиты



ПК

Смартфоны

Планшеты

ТВ

Сейчас сайт не оптимизирован для мобильных устройств:

Показатели для сайта

http:// [redacted] /

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЛЯ
МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

79/100

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО

СКОРОСТЬ НА МОБИЛЬНЫХ
УСТРОЙСТВАХ

43/100

ПЛОХО

СКОРОСТЬ НА
КОМПЬЮТЕРАХ

51/100

ПЛОХО

Похоже, над вашим сайтом необходимо серьезно поработать. Мы отправим вам подробный отчет. Эти данные вы можете передать веб-мастеру.

Отчет «Содержание → Страницы входа»

Для поиска **проблемных посадочных страниц** рекомендуем просматривать отчет «Содержание → Страницы входа». Видно, что трафик распределяется по городам равномерно.

Группировки		Метрики		Выберите цель	
Страница входа		Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра
Найти		Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра
Итого и средние		219 889	149 850	59 %	1,97
		66 912	37 427	38,4 %	2,72
		24 567	16 974	64,2 %	1,78
		16 144	14 244	83,9 %	1,36
		15 802	13 884	85,8 %	1,26
		15 712	14 187	87,1 %	1,26
		15 117	14 198	88,4 %	1,25
		15 068	14 164	89,7 %	1,15
		14 580	13 327	92,2 %	1,26
		12 801	5 046	20,5 %	2,66

Высокие показатели отказов у Главной страницы для городов: 64 % – 92 %, возможно, это связано с тем, что люди из этих городов не находят на Главной нужной информации. Также не стоит забывать, что в этих данных присутствуют данные по визитам роботов. Чтобы избавиться от данных с визитами роботов, проведем сегментацию по источнику трафика – поисковые системы (это точно не роботы).

Страницы входа для трафика из поисковых систем:

Страница входа		Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Найти		Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого		38 731	24 325	7,23 %	3,71	3:13
		19 624	14 777	4,31 %	4,33	3:27
		4 275	2 172	10,1 %	3,36	2:44
		3 762	1 597	9,2 %	3,38	4:20
		1 263	1 139	7,05 %	2,73	2:26
		701	266	8,42 %	2,98	4:13
		679	399	3,24 %	3,99	3:15

Здесь нет такой пугающей статистики по отказам, так как здесь учитываются только переходы людей, точно нет никаких роботов.

Вебвизор

Для отслеживания поведения посетителей на сайте рекомендуем смотреть записи Вебвизора. Особенно важно периодически просматривать записи посещений с высокой\низкой активностью из определенного источника. Так как большую часть трафика приносит поиск, рекомендуем просматривать записи посещений прежде всего с этого источника: Сегментировать>Готовые сегменты>Поисковый трафик.

Визиты, в которых

Тип последнего источника: Переходы из поисковых систем

+

 для людей, у которых

+

Показать избранные посещения

Показать непросмотренные визиты

Пометить все посещения просмотренными

Столбцы

				Дата и время визита	Активность	Время на сайте	Просм	Переход с сайта	Номер визита	Регион			
+	1							15.12 23:4...		5:38	4	1	Молдова > Левобережье Днестра :
+	2							15.12 23:3...		4:24	5	4	Россия > Москва и Московская обл
+	3							15.12 23:0...		0:47	3	3	Россия > Санкт-Петербург и Лени
+	4							15.12 23:0...		0:43	1	2	Россия > Санкт-Петербург и Лени
+	5							15.12 22:5...		2:47	1	1	Россия > Москва и Московская обл
+	6							15.12 22:4...		0:26	2	1	Россия > Орловская область > Ор
+	7							15.12 22:3...		0:08	1	366	Россия
+	8							15.12 22:2...		2:32	8	13	Россия > Пермский край > Пермь
+	9							15.12 22:2...		0:01	1	6	Россия > Ростовская область > Но
+	10							15.12 22:2...		3:06	4	4	Россия > Санкт-Петербург и Лени

Вебвизор поможет выявить проблемы, возникающие у пользователей при взаимодействии с сайтом.

Из записей Вебвизора видно, что:

- пользоваться сайтом с мобильных неудобно – возникает горизонтальная прокрутка и не видно всего контента сразу
- неудобное меню по услугам
- посетители не могут найти то, что ищут.

1.1. Конверсия сайта

Для отслеживания конверсии следует регулярно оценивать достижения целей в Метрике ([оценка показателей в разрезе целей](#)). В Яндекс.Метрике сейчас настроено 34 цели.

Конверсию сайта отражают цели: Отправка заявки на пластиковую карту, Отправка заявки на депозит, Отправка заявки на ОМС, Отправка заявки на кредит, Отправка заявки на вклад, Скачивание анкеты-заявки, Оформление заявки на вклад. Москва, Отправка заявки на вклад из любого раздела сайта, Воронка Оформить-Перезвоните.

Статистику по достижениям целей можно посмотреть в отчете «Конверсии» (данные за квартал, с 21 сентября по 20 декабря 2016):

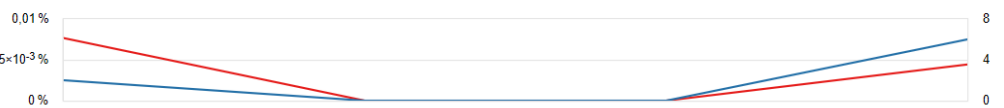
Отправка заявки на пластиковую карту

Конверсия $1,85 \times 10^{-3} \%$
Достижения цели 4
Целевые визиты 4



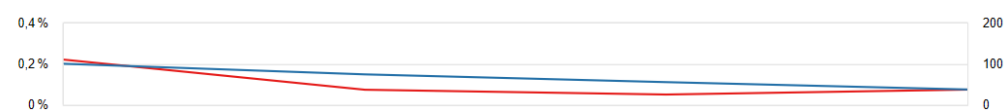
Отправка заявки на вклад из любого раздела сайта

Конверсия $1,85 \times 10^{-3} \%$
Достижения цели 8
Целевые визиты 4



Клик по кнопке "Оформить вклад"

Конверсия 0,085 %
Достижения цели 270
Целевые визиты 184



Клик по кнопке "Перезвоните мне"

Конверсия $1,39 \times 10^{-3} \%$
Достижения цели 3
Целевые визиты 3



Конверсия по целям низкая, нужно повышать за счет улучшения формата подачи информации об услугах.

Отсутствует конверсия по заявкам на вклады.

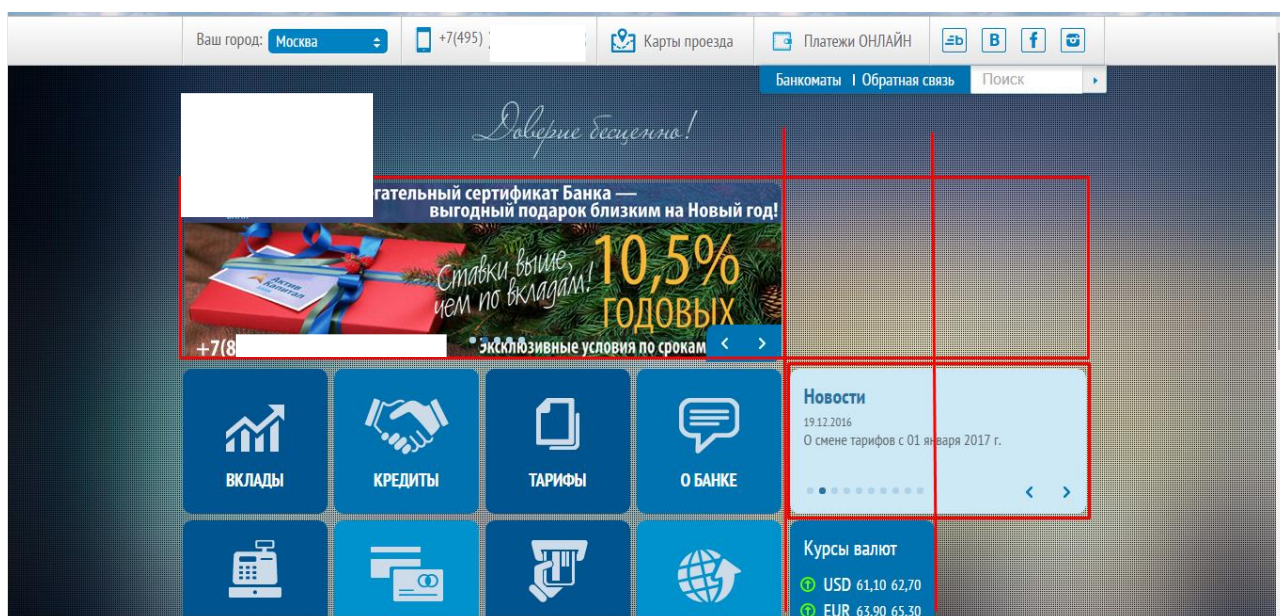
2. Юзабилити (удобство использования сайта)

2.1. Главная страница

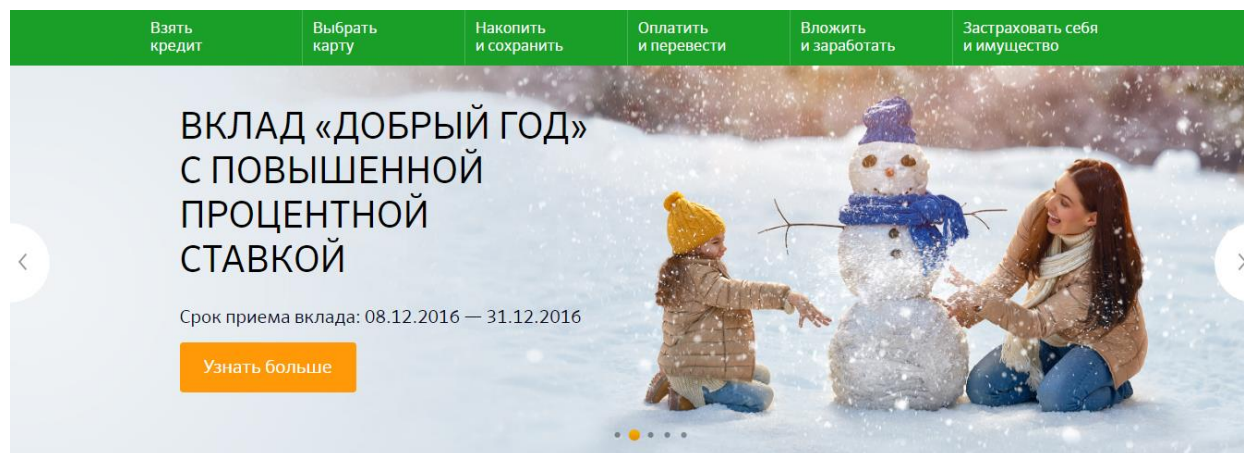
Главная страница – важный элемент сайта. Особенно она важна для новых пользователей, которые видят сайт впервые, еще «не привыкли» к сайту. Поэтому мы рекомендуем обратить внимание на следующие моменты.

1. Вёрстка главной страницы сайта выглядит странно: блок «новости» как будто отдельно от других, выходит за границы сетки страницы. На странице сразу два мелькающих слайдера: по услугам и по новостям - воспринимаются тяжело, отвлекают.

Рекомендуем: выровнять все элементы по единой ширине сетки, увеличить верхний слайдер и растянуть, убрать слайдер с новостями (оставить 2-3 анонса в самом низу страницы).



Два мелькающих слайдера на одном экране, нет единой по ширине сетки



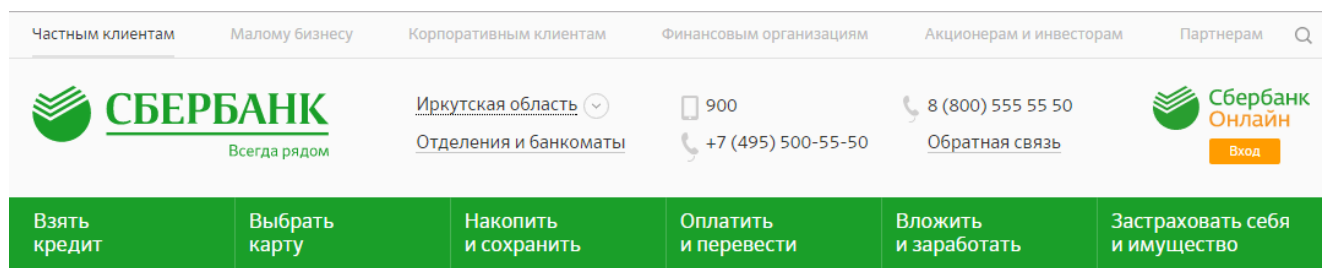
Пример слайдера во всю ширину экрана

2. Подобное представление неудобно, лучше расставить приоритеты. Сейчас все блоки одинаковые сложно выбрать то, что нужно. Такое представление более характерно для интерфейса сенсорного терминала или банкомата, но не для сайта.

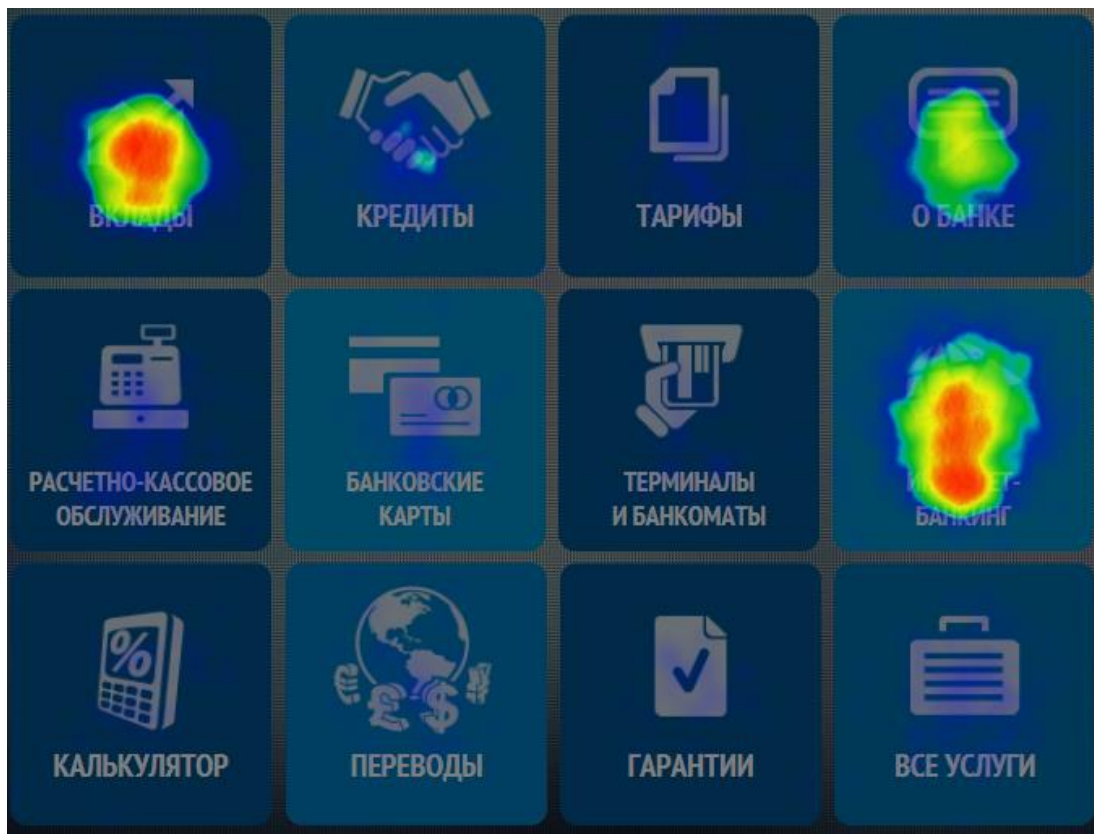
Рекомендуем: сделать привычное меню сайта по услугам, расставив ссылки слева направо, в порядке убывания их приоритета для клиентов.



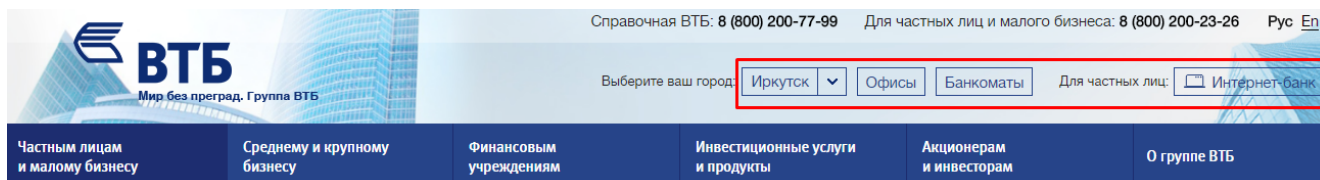
Такие иконки-плитки не подходят для сайта (они скорее для сенсорного терминала, банкомата)



Пример традиционного верхнего меню по услугам банка

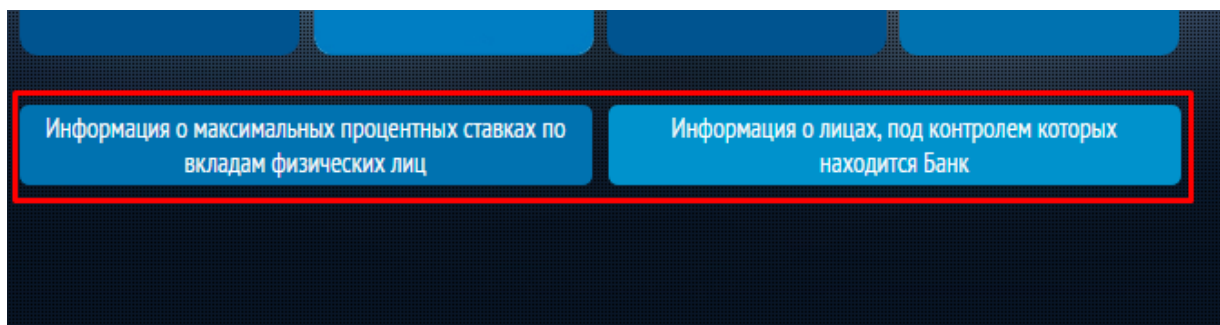


Приоритеты по ссылкам видны из карты кликов Яндекс Метрики

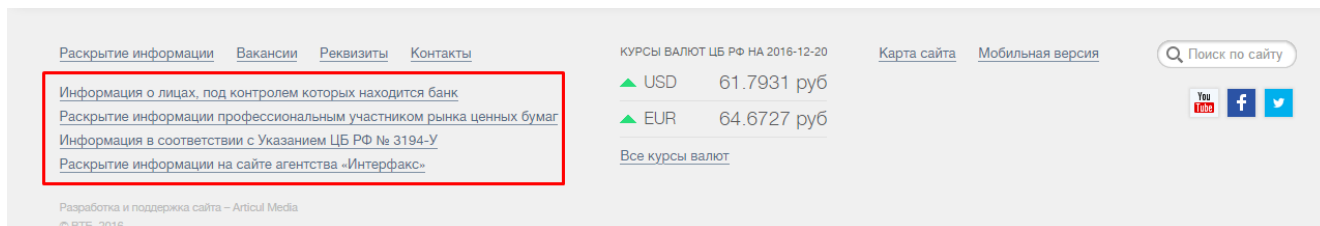


Ссылки на интернет-банк лучше помещать в шапку сайта

3. Данные ссылки не востребованы посетителями сайта, по ним нет кликов. **Рекомендуем** перенести эти ссылки в подвал сайта.



По ссылкам нет кликов, они неинтересны посетителям



Пример: аналогичные ссылки размещены в подвале [сайта](#)

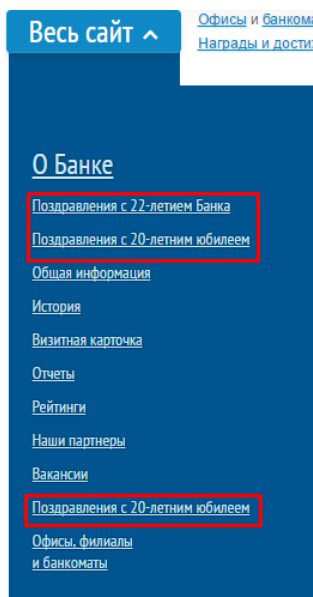
4. В подвале сейчас не показаны ссылки на все разделы, это неудобно. **Рекомендуем** показывать ссылки сразу, так будет удобнее искать нужное. Форму курсора менять только при наведении на ссылки.



Ссылки спрятаны под кнопку «Весь сайт»



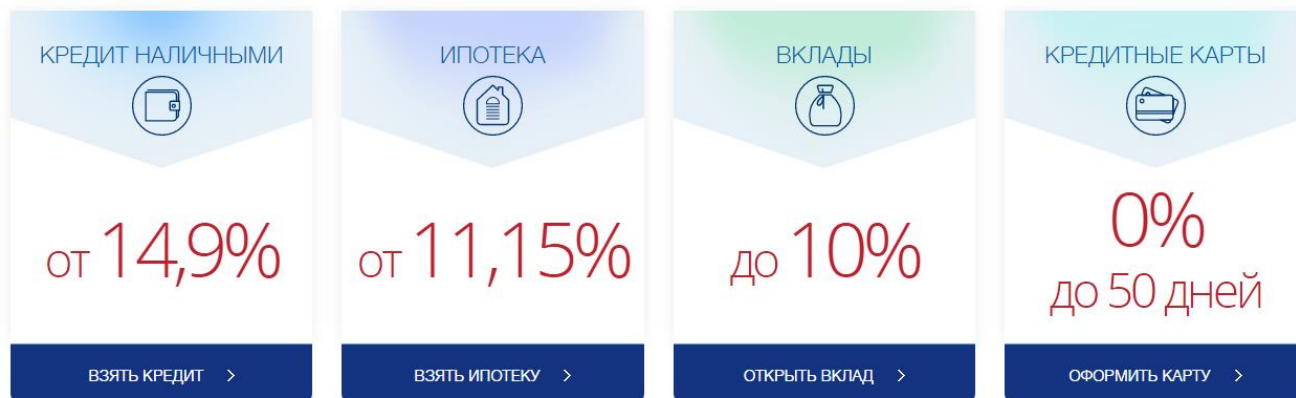
Курсор показывает, что в месте его наведения – ссылка, и так на всей области меню



Ссылки на поздравления с юбилеем не нужны

5. Сейчас страница «не для людей», она неудобная и на ней сложно что-либо выбрать, или найти. На Главной странице нужно показать основные продукты\услуги банка, которые могут заинтересовать клиентов в первую очередь. Их не должно быть много, чтобы они проще воспринимались.

Рекомендуем перепроектировать Главную страницу, полностью изменив компоновку, дизайн.



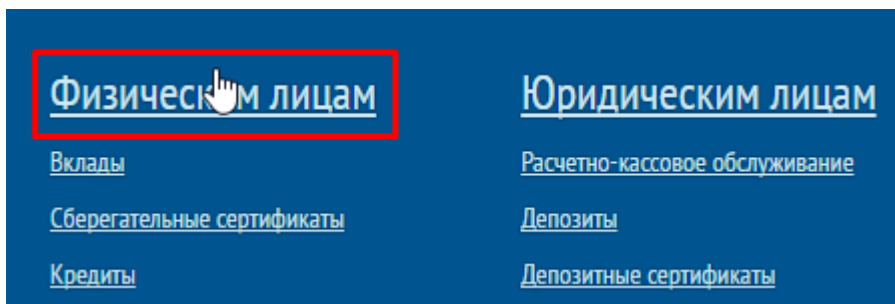
Пример: показаны основные услуги на Главной

2.2. Интерактивность сайта

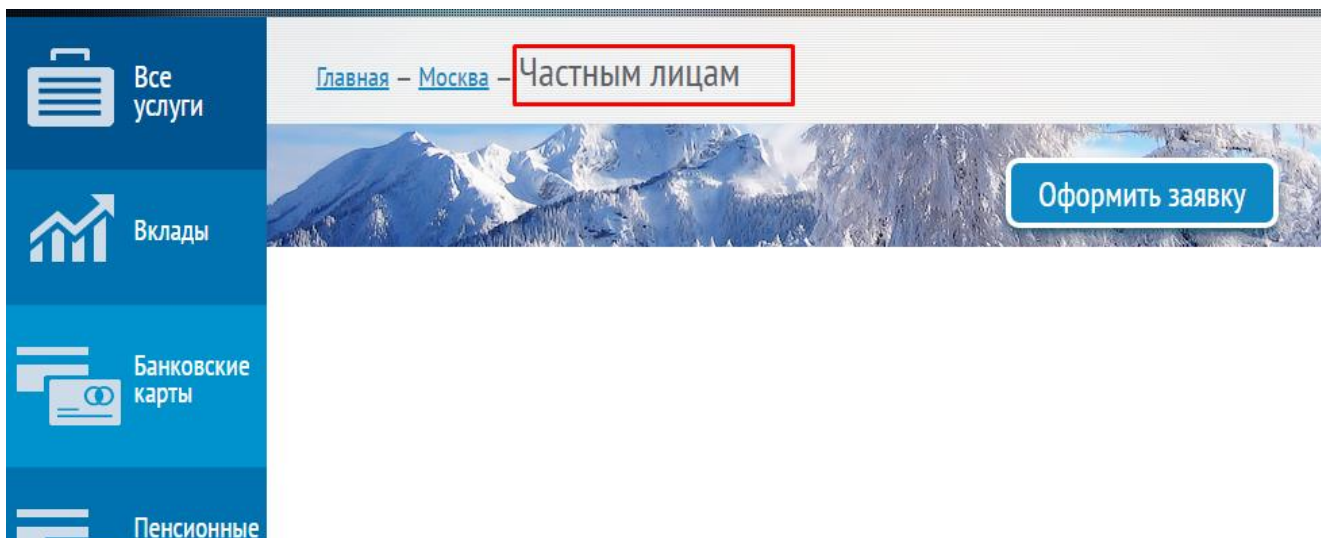
В этом разделе мы разбираем, как сайт взаимодействует с пользователем. Например, сайт должен рассказывать пользователю, на что можно нажать, а на что – нет, причем это должно быть ясно без наведения мыши. Также ссылки должны «рассказывать» пользователю о том, что он увидит после клика и не обманывать его ожиданий.

Раздел «Частным лицам»

1. Страница <http://sitename.ru/moscow/retailbanking/> пустая, такого быть не должно. Если на сайте есть страница, то на ней должен быть контент (иначе страница просто не нужна). **Рекомендуем** на странице кратко описать все услуги, сделать на них ссылки. Ссылки на одну и ту же страницу сайта должны называться одинаково, их название должно совпадать с заголовком этой страницы.



Ссылка «Физическим лицам»



Ссылка «Физическим лицам» ведет на страницу «Частным лицам». Страница пустая

2. Сканы документов нужно открывать во всплывающих окнах, а не в пустых новых вкладках. Сейчас, попадая на страницы вроде http://sitename.ru/netcat_files/File/AK_SSpred_maket.jpg, <http://sitename.ru/images/acb-licenz-drag.jpg>, посетитель может не понять, как вернуться обратно. Лучше открывать подобные документы в новой вкладке, либо во всплывающем окне.



Так выглядит страница с документом в браузере

3. Все ссылки на сторонние сайты нужно открывать в новой вкладке, а не в текущей. Не нужно уводить клиентов с сайта.

Чтобы получить денежный перевод по системе ЮНИСТРИМ, вам необходимо:

- иметь при себе документ, удостоверяющий личность;
- сообщить код перевода, сумму перевода и Ф.И.О. отправителя.

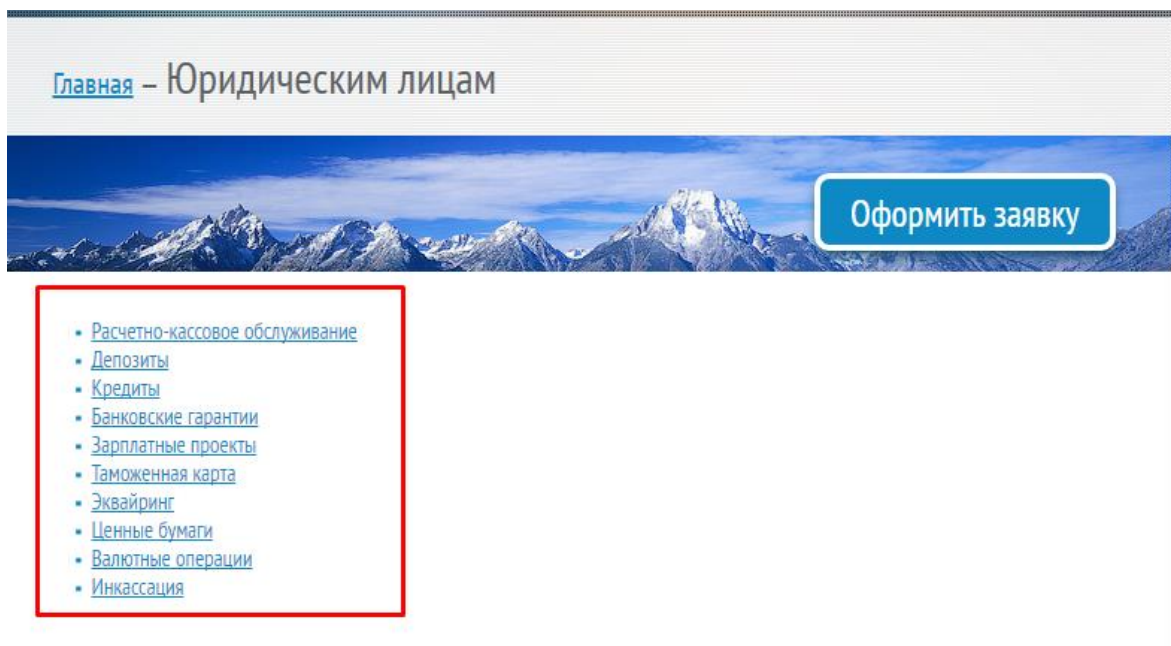
С тарифами на отправление денежных переводов по России, из России в страны ближнего и дальнего зарубежья можно ознакомиться на сайте [Unistream](http://unistream.ru).

ЮНИСТРИМ работает в 117 странах мира через более чем 280 тыс. сервисных пунктов, включая терминалы самообслуживания.

Ссылка уводит на сторонний сайт со [страницы](#)

Раздел [«Юридическим лицам»](#)

4. Страница <http://sitename.ru/corporatebanking/> содержит только ссылки и никакого больше контента. Это выглядит странно. Следует добавить контент – краткое описание всех услуг, с выделением наиболее популярных.



Страница пустая

5. Целевые действия лучше оформлять более наглядно. Сейчас ссылку на заявку на странице <http://sitename.ru/corporatebanking/Settlementandcashservices/> незаметно.

— отсутствие дополнительных возможностей за счет использования средств для деятельности (предоставлять поступающими на расчетный счет клиента через корреспондентский счет Банка).

[Пакет документов для открытия банковского счета юридического лица.](#)

[Пакет документов для открытия банковского счета индивидуального предпринимателя.](#)

[Перечень документов для открытия банковского счета](#)

[Заявка на РКО](#)

СИСТЕМА "КЛИЕНТ-БАНК"

Банк предлагает своим клиентам возможность дистанционного управления счетом в Банке через сеть Интернет. Системы дистанционного обслуживания позволяют без необходимости посещения офиса Банка в любое удобное для вас время получать

Целевое действие оформлено незаметно

Раздел «О банке»

6. Страница <http://www.sitename.ru/about/> пустая, это плохо с точки зрения SEO (поисковым роботам нечего индексировать), и с точки зрения посетителей (негативный опыт попадания на пустую страницу). **Рекомендуем** перенести сюда информацию со страницы <http://www.sitename.ru/about/history/>. При этом страницу <http://www.sitename.ru/about/history/> нужно удалить.

[Главная](#) – О Банке



Посетитель попадает на пустую страницу

7. Ссылки со страницы <http://www.sitename.ru/about/info/> нужно открывать в новой вкладке, а не в текущей, чтобы они не уводили с сайта банка.

[Главная](#) – [О Банке](#) – Раскрытие информации эмитентом



Устав и внутренние документы, которые необходимо раскрывать в соответствии с действующим законодательством РФ в сети Интернет, размещены на странице: <http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=1688&type=1>

Списки аффилированных лиц размещены на странице: <http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=1688&type=6>

Информация, которую необходимо раскрывать в соответствии с действующим законодательством РФ и нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг в сети Интернет, размещена на странице: <http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=1688&type=1>

Ссылки открываются в текущей вкладке

8. Сейчас нельзя отличить ссылки на скачиваемые файлы от обычных ссылок. На сайте очень много документов, которые скачиваются по ссылкам. **Рекомендуем** все ссылки на файлы для скачивания помечать иконкой, либо открывать в .pdf в новой вкладке браузера (пример: http://www.sitename.ru/netcat_files/file/MFSO_3kv_2016.pdf, все документы лучше открывать в таком виде – отсюда их легко можно распечатать и сохранить).

Информация о лицах, под контролем либо значительным влиянием которых находится банк, размещается банком на [официальном сайте Банка России в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"](#)

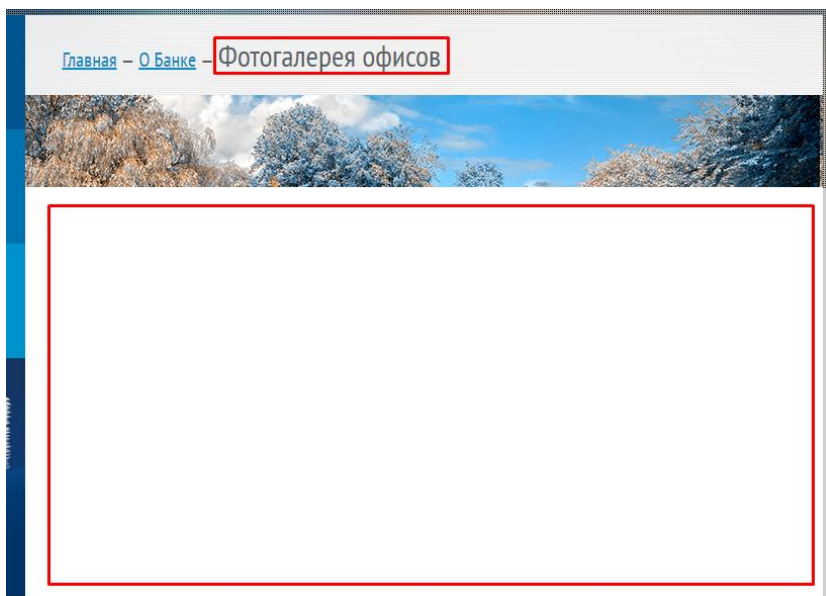
Раскрытие информации для регулятивных целей размещены [здесь](#)

[Положение об уведомлении работодателя о фактах обращения в целях склонения работников к совершению коррупционных правонарушений](#)



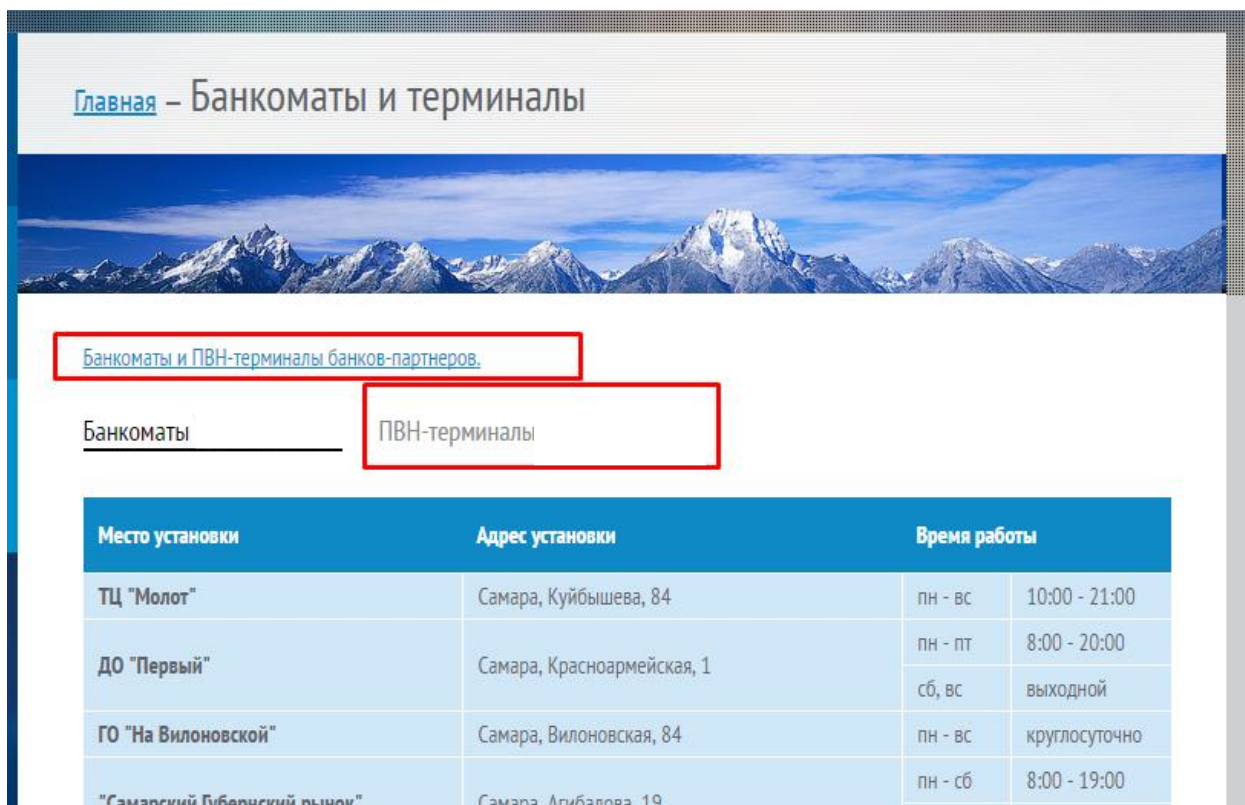
Ссылка на файл для скачивания никак не отличима от обычной ссылки

9. Пустая страница <http://www.sitename.ru/about/managers/>, по сути тоже самое, что и на странице <http://www.sitename.ru/about/bankmanagers/>. **Рекомендуем** не оставлять на сайте пустых страниц.
10. Пустая страница <http://sitename.ru/about/gallery/>, судя по названию здесь должны быть размещены фотографии всех офисов, по городам.

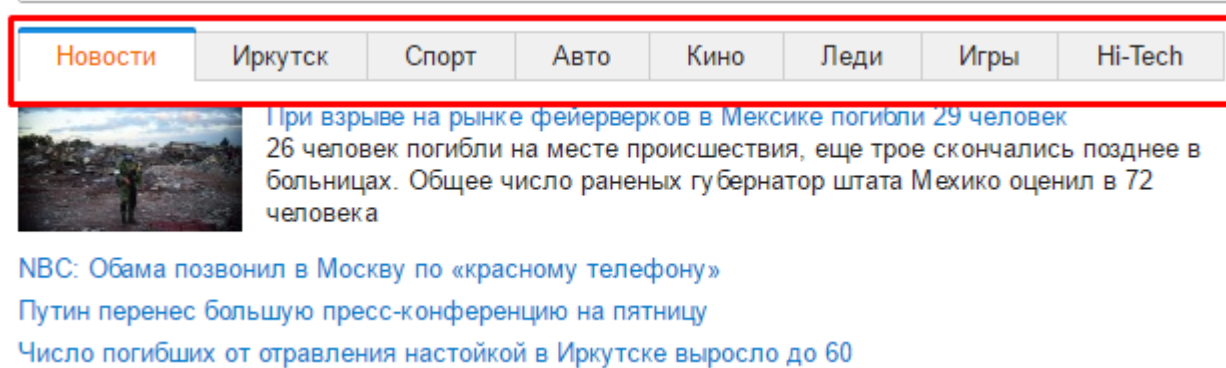


Никакой фотогалереи на странице нет

11. На странице <http://sitename.ru/atm/> ссылка уводит на другой сайт, а вкладки оформлены ненаглядно. Серая вкладка совсем не похожа на ту, которую можно нажать. **Рекомендуем** оформлять вкладки нагляднее.



Серая подпись не похожа на вкладку



Пример наглядного оформления вкладок на <https://mail.ru/>

12. Новости <http://sitename.ru/news/> оформлены неряшливо, переключение по страницам сделано неудобно. Рекомендуем добавить небольшие анонсы к каждой новости, сделать удобное переключение по страницам.

[Главная](#) – Новости



Страницы: [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#)

- 20.12.2016 [О времени работы в предпраздничные и праздничные дни](#)

Уважаемые клиенты, доводим до вашего сведения, что **обслуживание клиентов физических лиц** в Голодном офисе, ДО «СТАРОЗАГОРСКИЙ», ДО «Берег», ДО «Первый», ДО «Центральный», ДО «На ул. Промышленности, 278», ДО «Сызранский», ДО «Тольяттинский», ДО в г. Отрадный, ДО «На Поляне», ДО «Чапаевский» **30 декабря 2016 года** будет осуществляться **до 16:00 часов. Дни с 01 по 07 января 2017г.** являются нерабочими для перечисленных выше офисов.

Операционное время ОКВКУ в г. Самара, **31 декабря с 08:00 до 14:00. 04 и 05 января 2017г.** ОКВКУ в г. Самара работает в режиме полного дня.

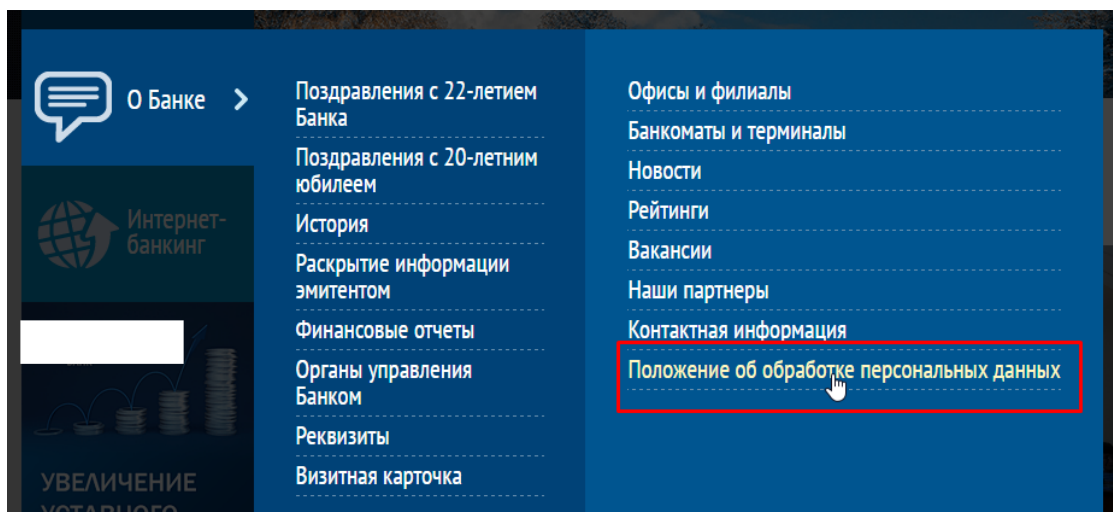
Приносим свои извинения за доставленные неудобства.

- 19.12.2016 [«Им Новым годом воспитанников школы-интерната №117](#)
- 19.12.2016 [«О Банка» исполнилось 3 года](#)
- 19.12.2016 [«О тся год](#)
- 16.12.2016 [«Д ей корпоративного конкурса «Новогоднее настроение»](#)
- 14.12.2016 [«К тие в футбольном матче](#)
- 12.12.2016 [«К знных банковских гарантий](#)
- 09.12.2016 [«К риятиях для региональных банковских объединений](#)
- 07.12.2016 [«А иечает юбилей](#)
- 05.12.2016 [«Р](#)

Страницы: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#)

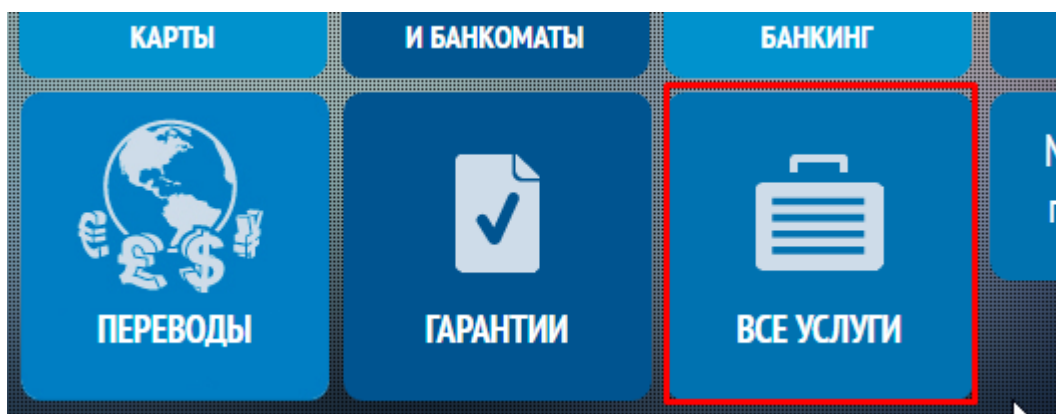
Новости читать неудобно

13. Все ссылки на сторонние сайты со страницы <http://sitename.ru/ratings/> нужно открывать в новой вкладке, а не в текущей. Свидетельство http://sitename.ru/netcat_files/File/ratingRA.jpg также нужно открывать в новой вкладке браузера, либо во всплывающем окне.
14. Чтобы посмотреть партнеров, приходится переходить по ссылкам на другие страницы. Партнеров немного и их все можно разместить на странице <http://sitename.ru/partners/>, отдельные страницы <http://sitename.ru/partners/strahovye/> и <http://sitename.ru/partners/ocenochnye/> не нужны.
15. Ссылка в меню приводит к загрузке файла http://sitename.ru/netcat_files/file/POPDK.pdf. Не рекомендуем так делать, так как по ссылке в меню более привычно открытие страниц, а не документов. Ссылку на Приложение лучше сделать на какой-либо странице раздела.

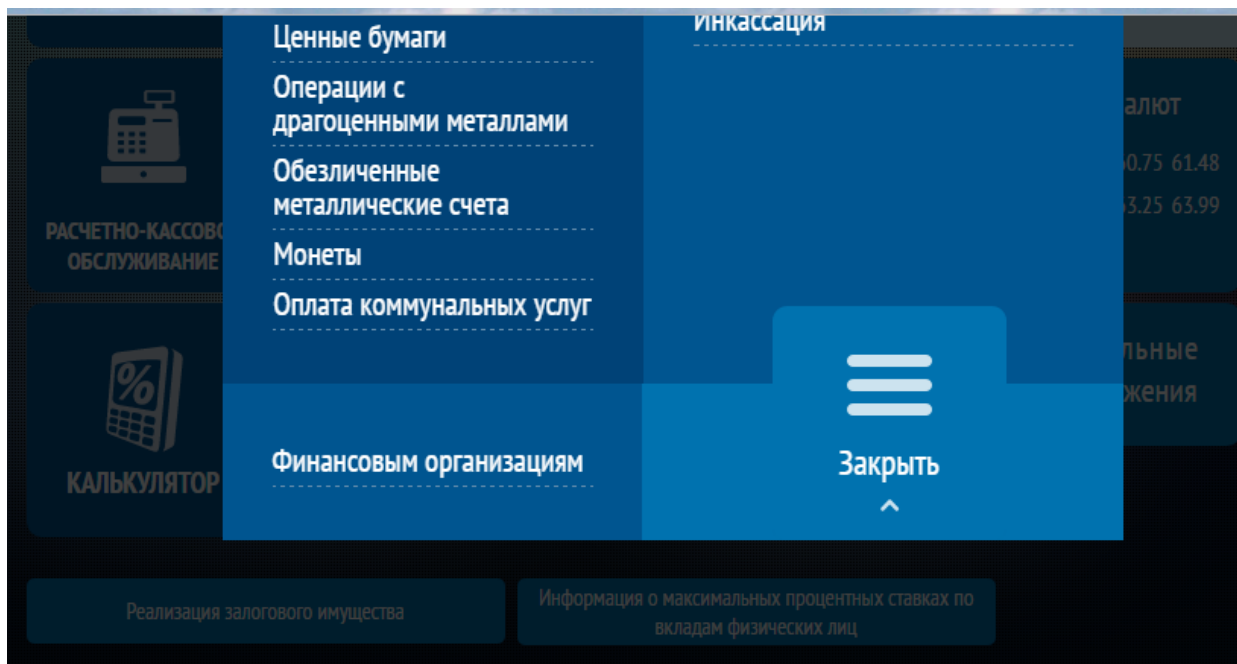


Ссылка в меню открывает файл

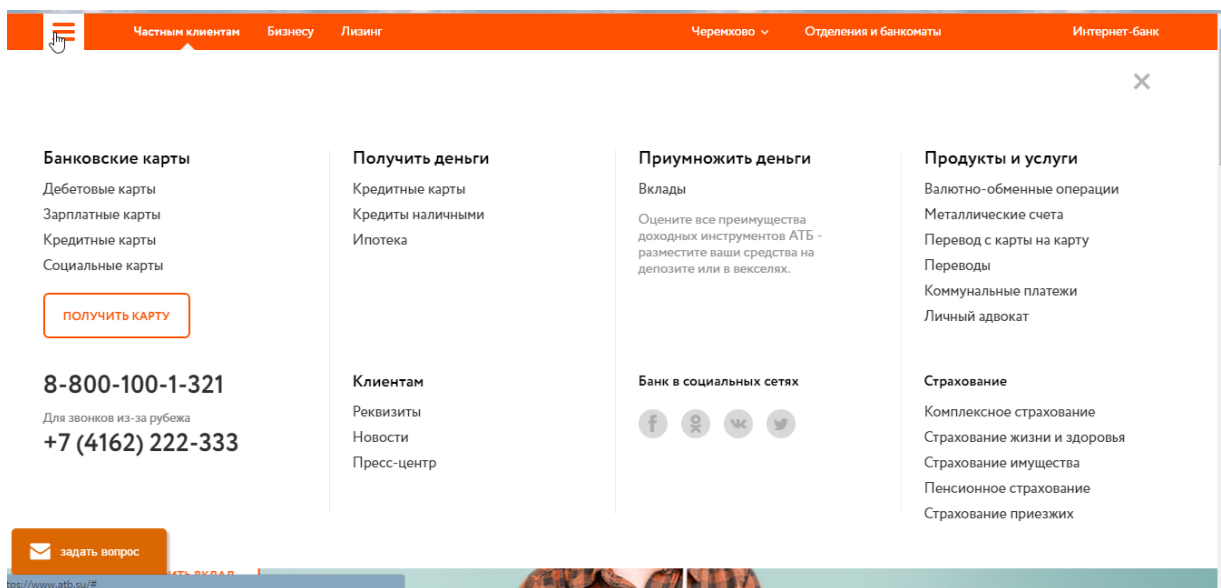
16. Ссылка «Все услуги» на главной открывает очень неудобное и громозкое меню. От этой кнопки-ссылки нужно отказаться. **Рекомендуем** гамбургер-меню (классическое меню для мобильных устройств), либо выпадающие пункты в главном меню (так представлены услуги на большинстве сайтов банков).



Кнопка открывает огромное меню

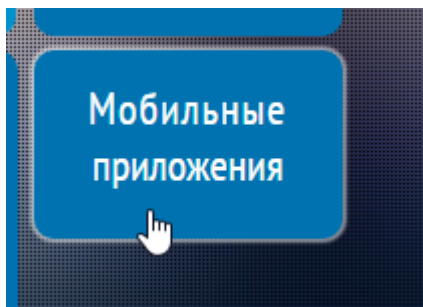


Меню открывается в таком виде, не входит на экран на ноутбуке

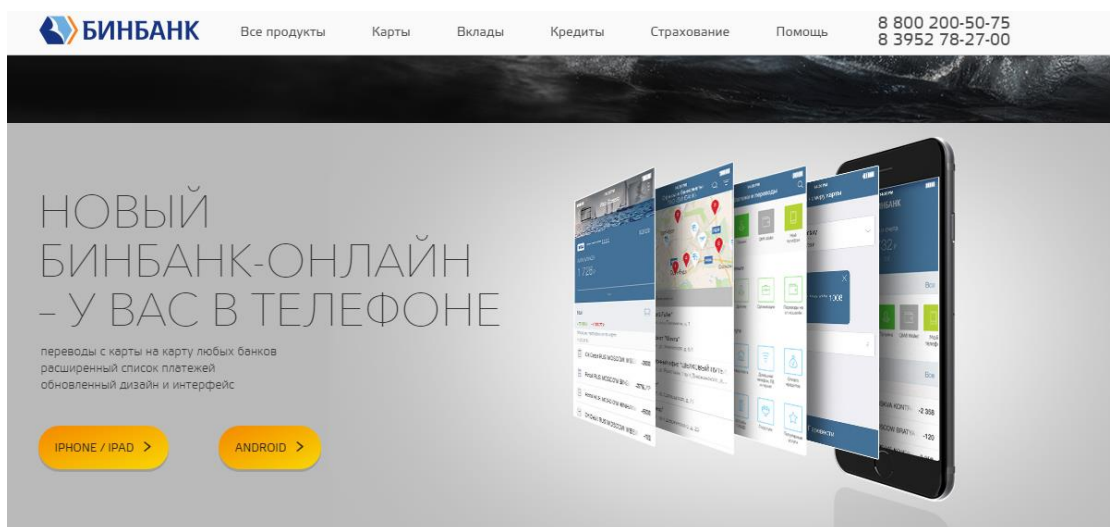


Пример гамбургер-меню на сайте <https://www.atb.su/>

- Ссылка «Мобильные приложения» не нужна, лучше сразу дать ссылки на скачивание. Отдельную страницу описания приложений на сайте можно не делать. Описания приложений пользователи читают уже перед скачиванием.



Отдельная кнопка, ведет на страницу <http://sitename.ru/internetbanking-fiz-litc/>



Пример прямых ссылок на приложения с Главной у <https://www.binbank.ru/>

18. Лучше не делать картинку под меню, она похожа на баннер. **Рекомендуем** убрать, или сделать баннером.



Картинка похожа на баннер, по которому можно перейти

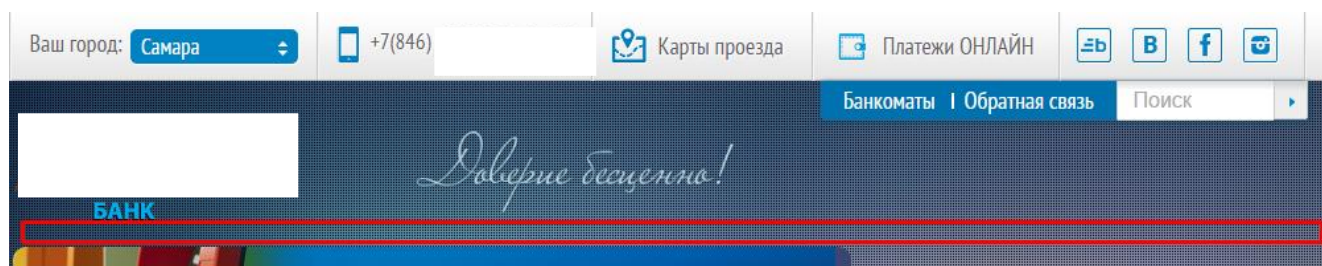
2.3. Навигация по сайту

Для нового посетителя навигация – инструмент для того, чтобы быстро разобраться в сайте, понять его структуру. Также навигация позволяет посетителю ориентироваться на сайте – понимать, где он находится в данный момент, и что ему нужно сделать, чтобы попасть в другой необходимый ему раздел сайта.

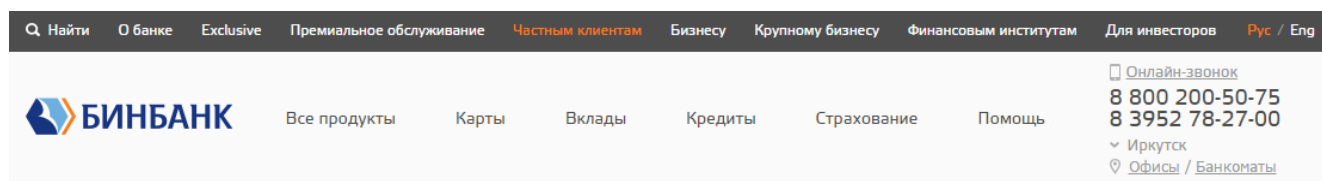
Были обнаружены следующие проблемы, связанные с навигацией:

Главное меню сайта

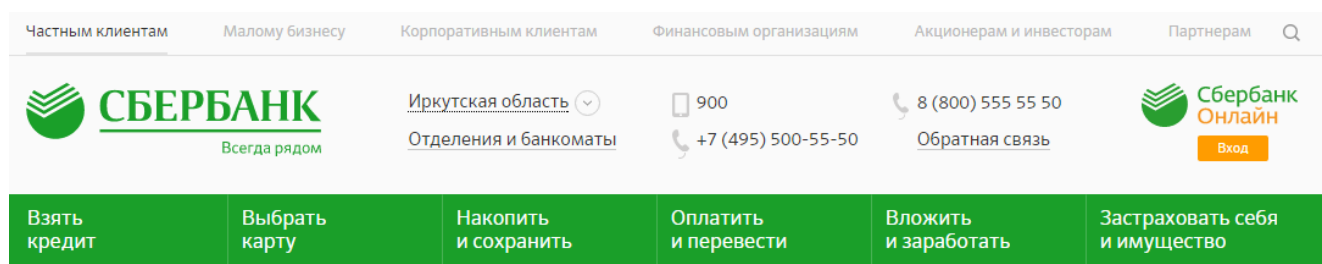
1. На сайте отсутствует привычное горизонтальное главное меню. **Рекомендуем** добавить, так как это наиболее удобный способ навигации по сайту.



Здесь должно располагаться главное меню сайта



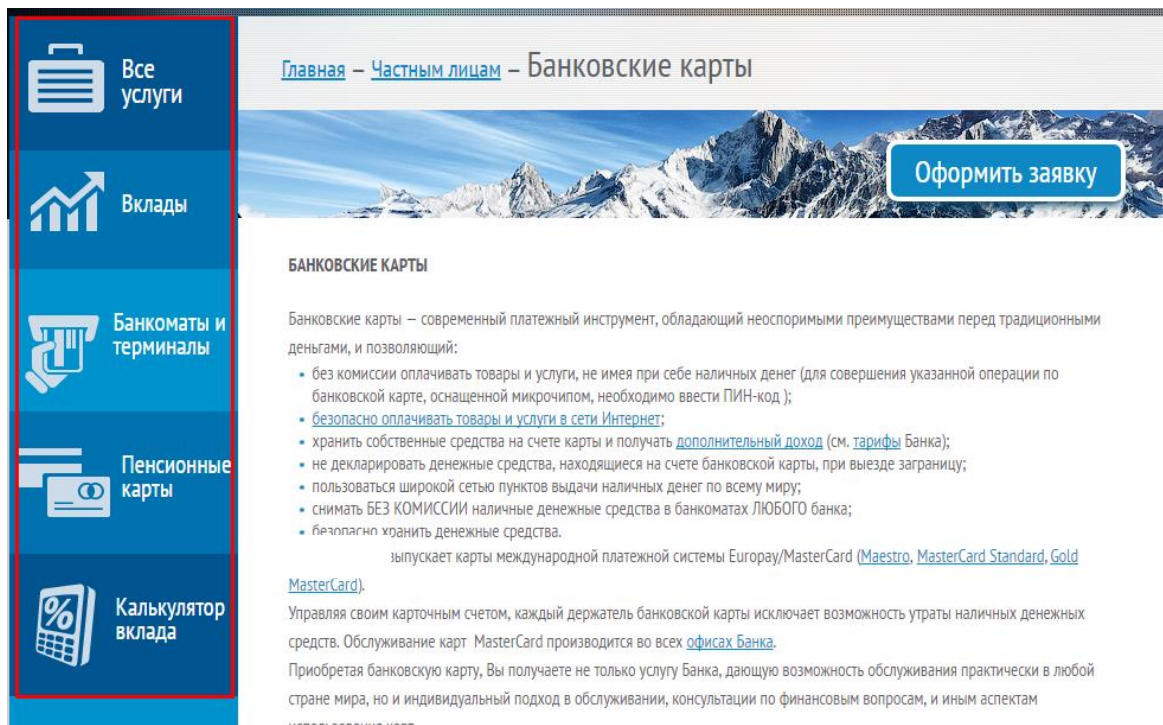
Пример главного меню на сайте <https://www.binbank.ru/>



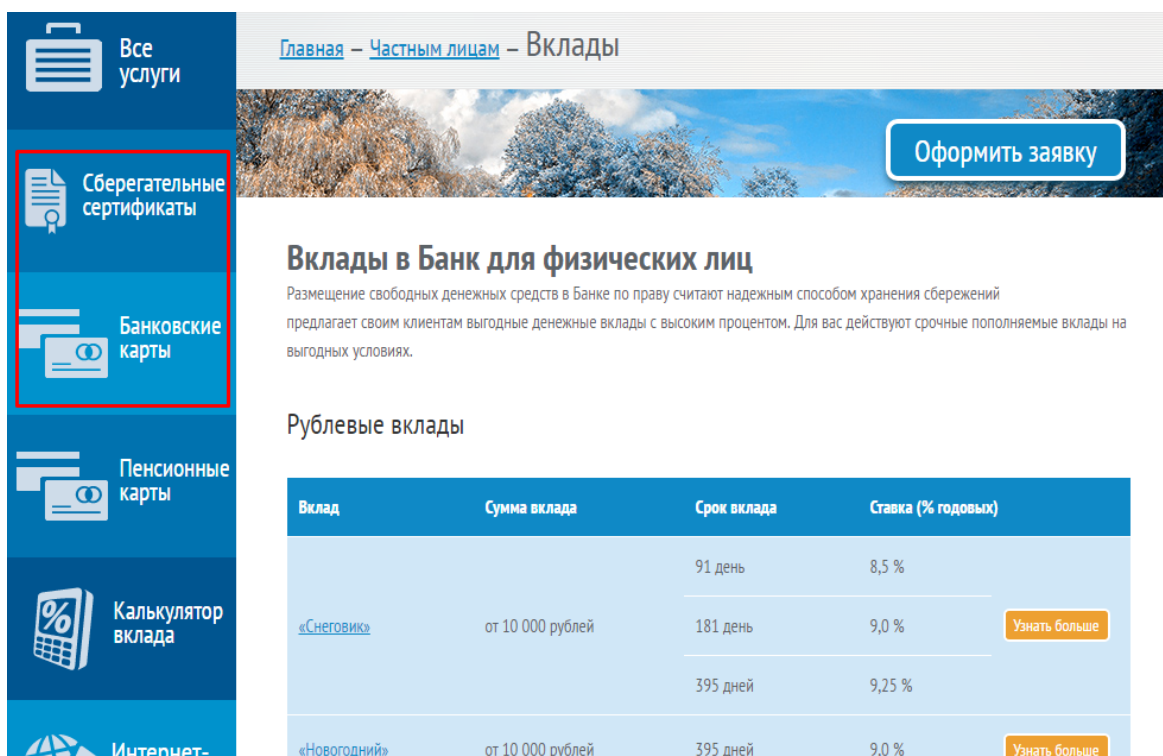
Пример главного меню на сайте <http://www.sberbank.ru/ru/person>

Левое меню

2. Состав пунктов левого меню меняется при переходе со страницы на страницу. Это запутывает и не понятно, зачем это сделано. Состав пунктов меню должен быть постоянным.

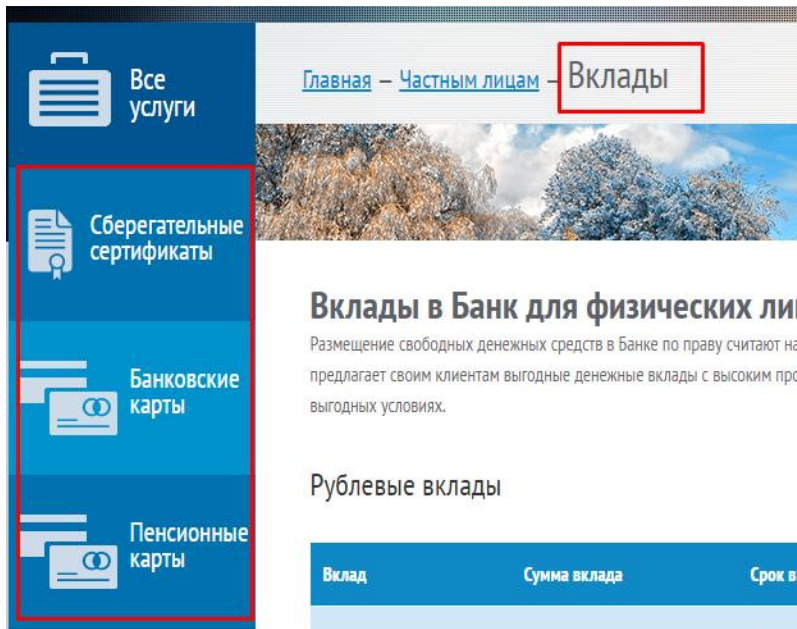


Состав левого меню на странице <http://www.sitename.ru/retailbanking/bankcards/>

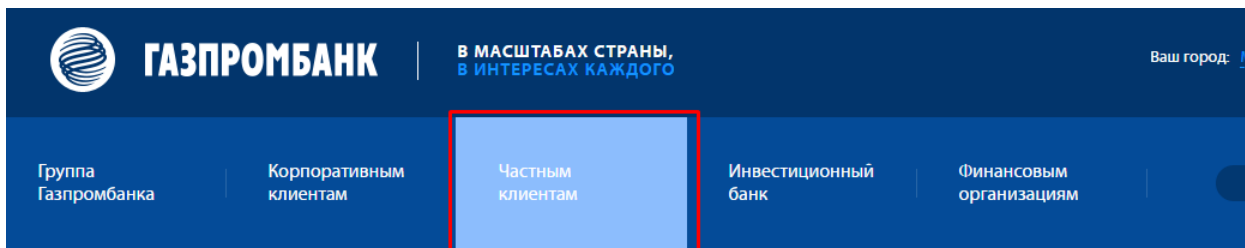


Состав левого меню на странице <http://www.sitename.ru/retailbanking/contributions/>

3. Не обозначен активный пункт в левом меню. Из левого меню вообще не понятно, на какой странице находишься. **Рекомендуем** сделать более привычное и структурированное левое меню, состав пунктов которого будет постоянным.



Отсутствует индикация активного раздела «Вклады», выбранный раздел вообще исчезает из меню



Кредиты

Сбережения и инвестиции

Вклады

Доверительное управление (ПИФы, индивидуальные стратегии)

Обезличенные металлические счета

Продажа драгоценных металлов в слитках

Индивидуальные банковские сейфы

Продажа монет

Главная → Частным клиентам → Сбережения и инвестиции

Сбережения и инвестиции

Газпромбанк позволяет физическим лицам комплексно управлять своими инвестициями и сбережениями. Помимо «классических» банковских вкладов, в распоряжении наших клиентов — самые широкие возможности по работе на фондовом рынке:

- доверительное управление, ПИФы и ОФБУ,
- самостоятельный трейдинг (в том числе при помощи интернета).

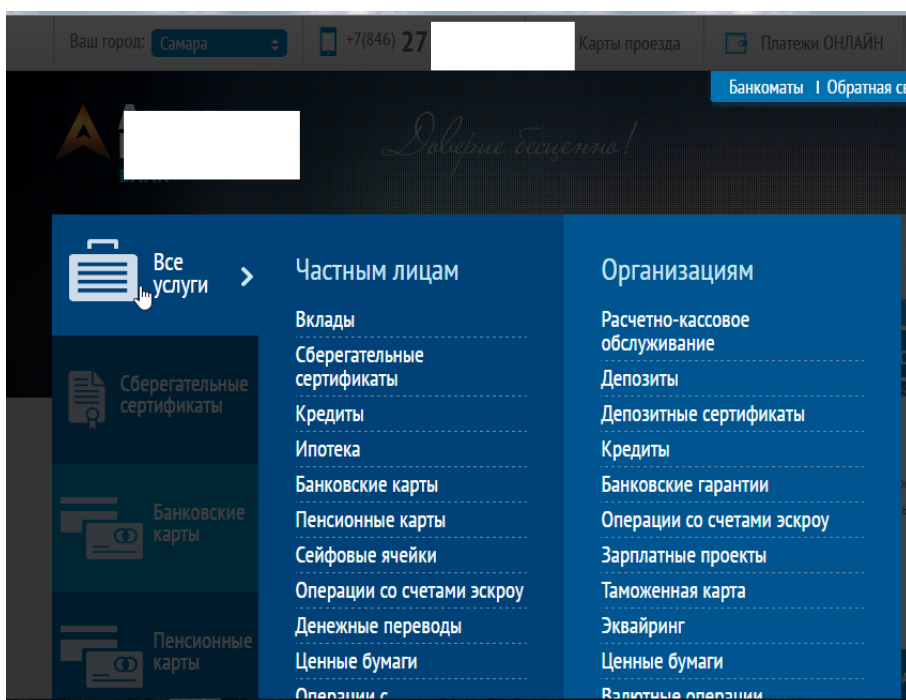
Все эти услуги доступны в большинстве филиалов и дополнительных офисов Газпромбанка. Используя различные инструменты, клиенты Банка могут выбрать для себя оптимальный способ управления своим благосостоянием и преумножить свои сбережения.

Пример индикации активного раздела в левом меню и в главном меню на сайте

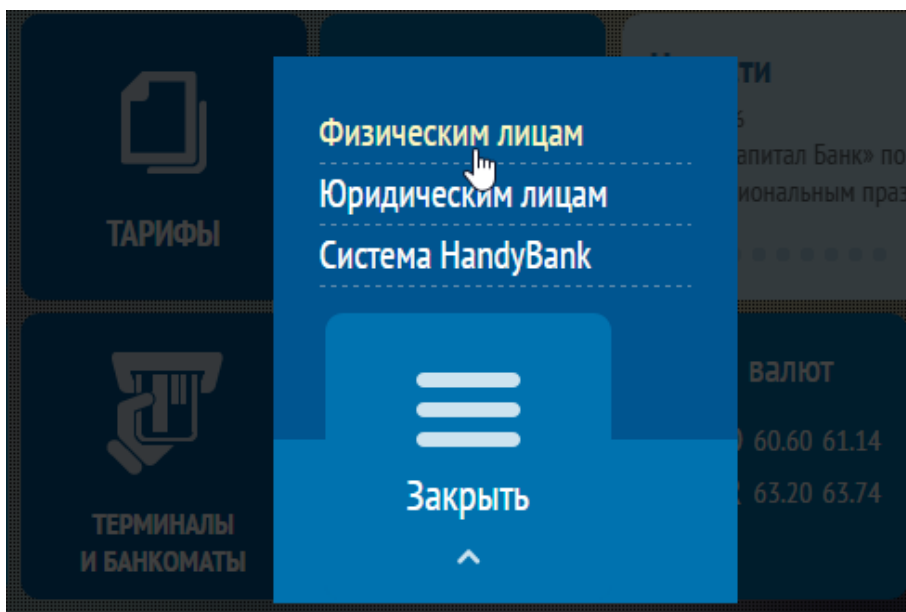
http://www.gazprombank.ru/personal/invest_savings/

Выпадающие меню

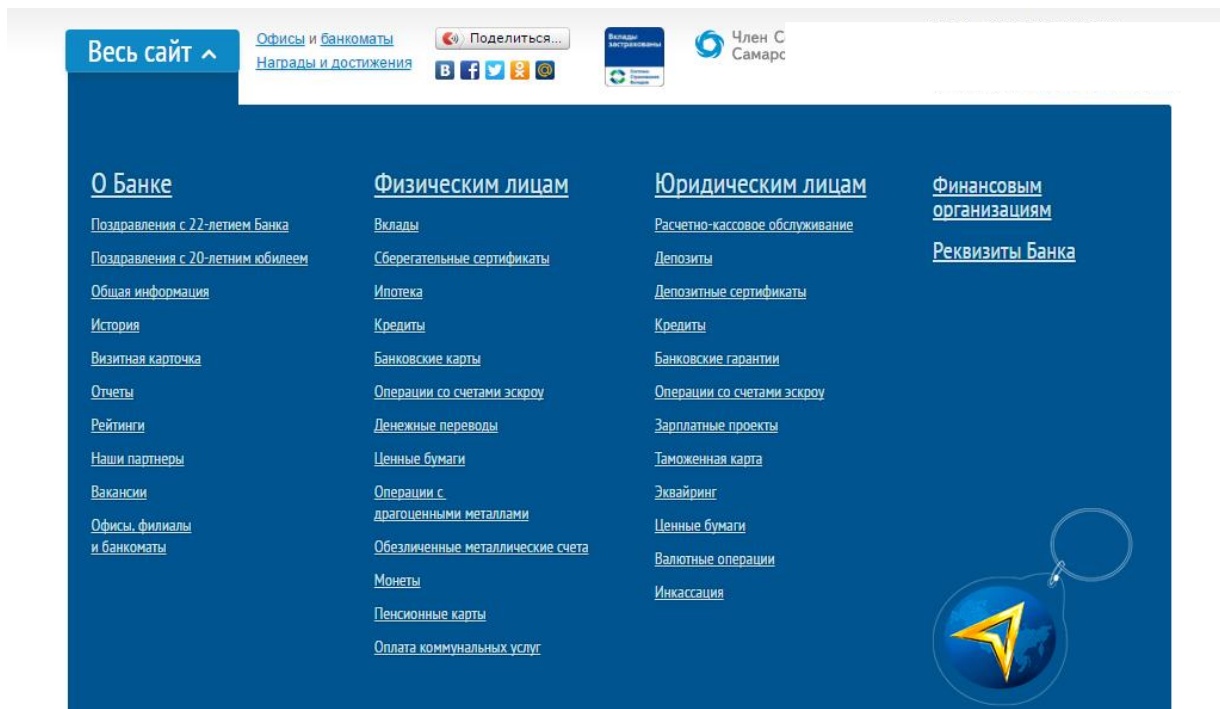
4. На сайте очень много выпадающих меню и все они неудобные: не входят на экран при раскрытии, пунктов очень много. **Рекомендуем** сделать привычное горизонтальное меню с выпадающими подменю для каждого пункта. Пункты нужно выделять в меню с учетом исследований целевой аудитории банка (какие услуги им интересны прежде всего).



Меню не входит на один экран при просмотре с ноутбука разрешением 1366 × 768



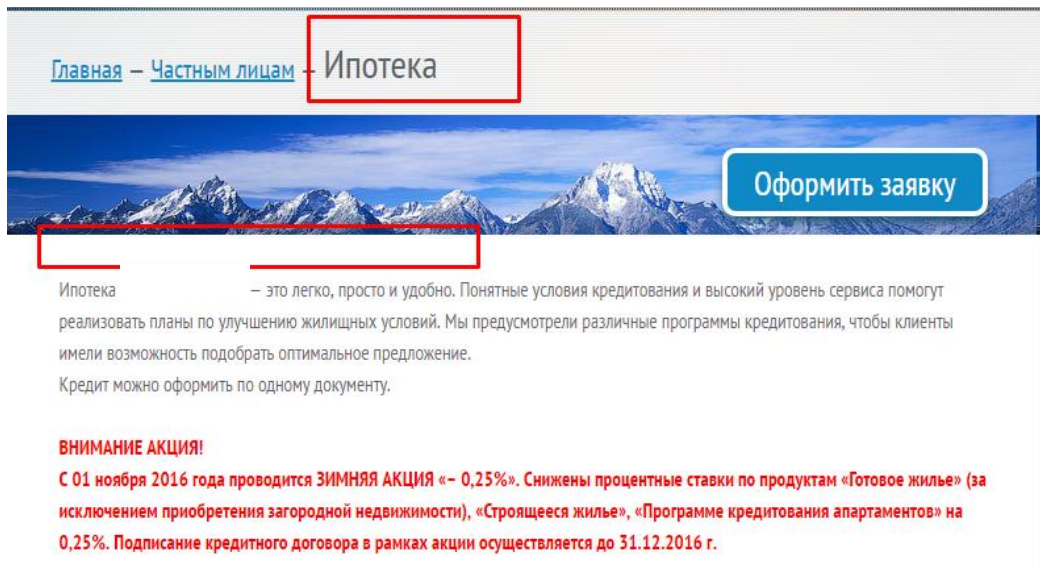
Меню при клике на «плитку» на Главной – неудобное решение



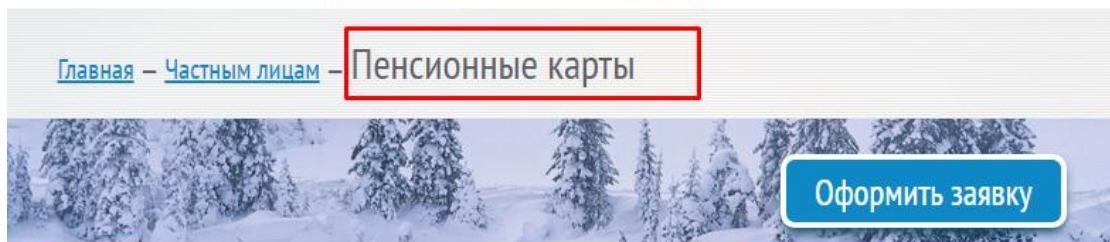
Меню в подвале сайта сворачивать не нужно, лучше показать все ссылки сразу

Хлебные крошки

5. Хлебные крошки не могут быть заменой названия страницы. Они являются вспомогательной навигацией. **Рекомендуем** добавить заголовки всем страницам, на которых их нет.



У страницы <http://www.sitename.ru/retailbanking/mortgage/> нет заголовка

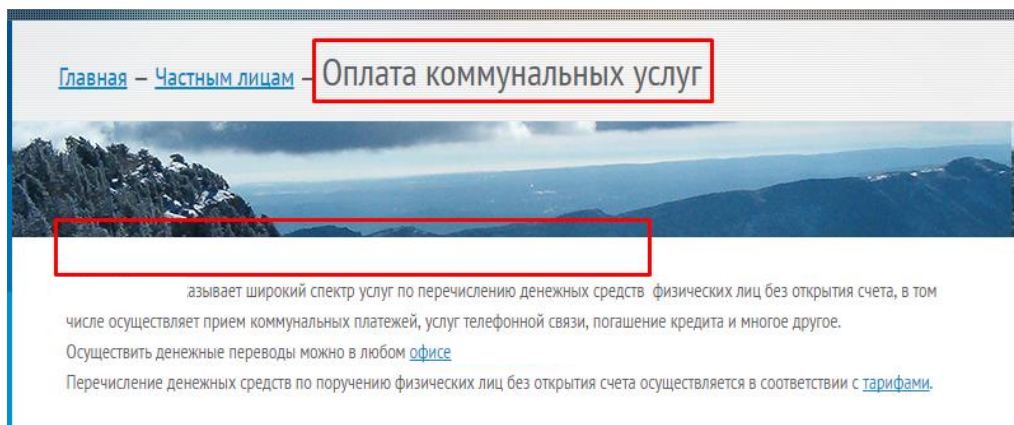


Пенсионная карта – это современное и удобное средство накопления и управления денежными средствами. Оформляется для перечисления пенсии, социальных пособий и компенсаций. Многие люди, в том числе и пенсионного возраста, открыли для себя широкий спектр возможностей банковских карт!

Преимущества Пенсионной карты

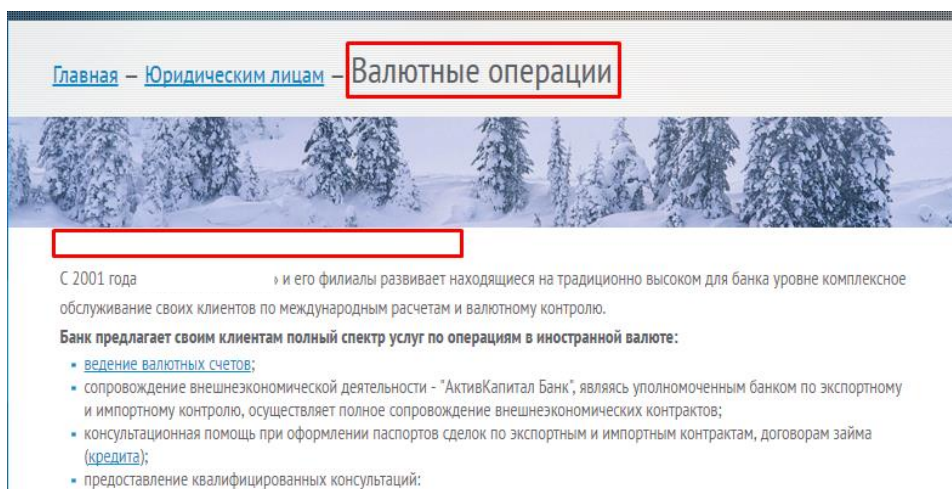
ВЫГОДНО:

У страницы <http://www.sitename.ru/retailbanking/pens/> нет заголовка



азывает широкий спектр услуг по перечислению денежных средств физических лиц без открытия счета, в том числе осуществляет прием коммунальных платежей, услуг телефонной связи, погашение кредита и многое другое. Осуществить денежные переводы можно в любом [офисе](#). Перечисление денежных средств по поручению физических лиц без открытия счета осуществляется в соответствии с [тарифами](#).

У страницы <http://www.sitename.ru/retailbanking/comm-oplata/> нет заголовка

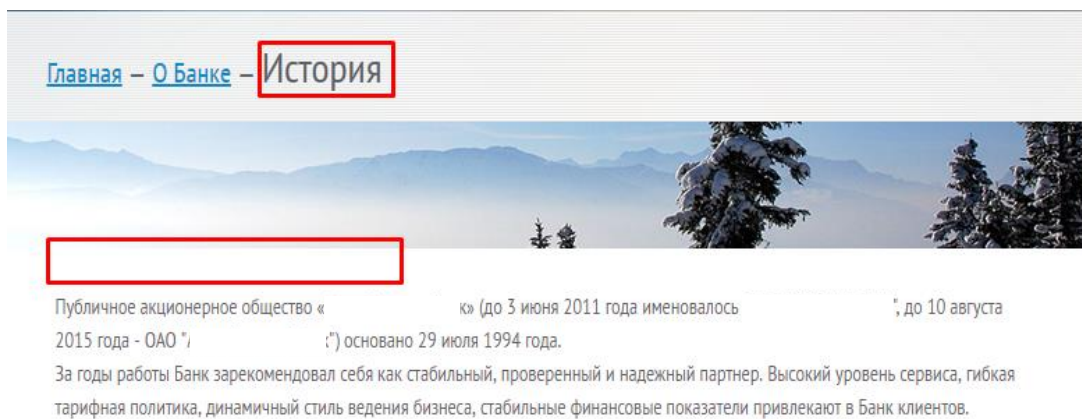


С 2001 года » и его филиалы развивает находящиеся на традиционно высоком для банка уровне комплексное обслуживание своих клиентов по международным расчетам и валютному контролю.

Банк предлагает своим клиентам полный спектр услуг по операциям в иностранной валюте:

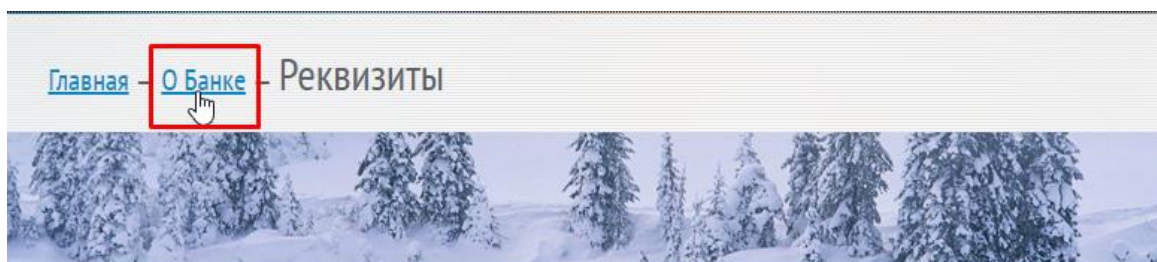
- ведение валютных счетов;
- сопровождение внешнеэкономической деятельности - "АктивКапитал Банк", являясь уполномоченным банком по экспортному и импортному контролю, осуществляет полное сопровождение внешнеэкономических контрактов;
- консультационная помощь при оформлении паспортов сделок по экспортным и импортным контрактам, договорам займа (кредита);
- предоставление квалифицированных консультаций;

У страницы <http://www.sitename.ru/corporatebanking/currencytransactions/> нет заголовка



У страницы <http://www.sitename.ru/about/history/> нет заголовка

6. В хлебных крошках есть ссылки, при переходе на которые пользователи попадают на пустые страницы.



Лицензия № _____ года на осуществление банковских операций с юридическими лицами [здесь](#).

Ссылка в хлебных крошках ведет на пустую страницу <http://www.sitename.ru/about/>

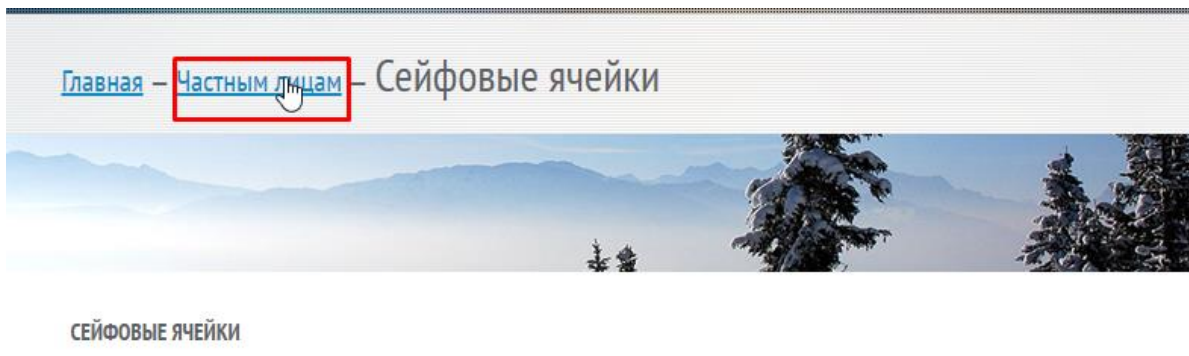
7. Ссылка «Частным лицам» в хлебных крошках не работает, либо работает некорректно. Это запутывает пользователей.



Вклады в Банк для физических лиц

Размещение свободных денежных средств в Банке по праву считают надежным способом хранения сбережений. _____ предлагает своим клиентам выгодные денежные вклады с высоким процентом. Для вас действуют срочные пополняемые вклады на _____ выгодных условиях.

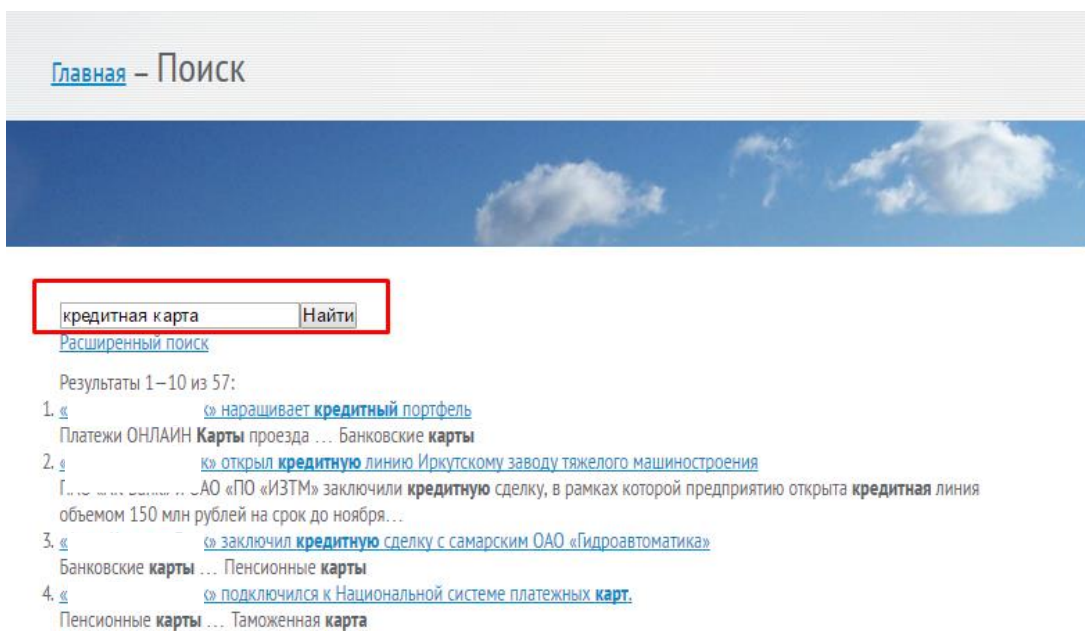
Ссылка не кликабельна



Ссылка ведет на страницу <http://www.sitename.ru/retailbanking/contributions/>, что не соответствует структуре хлебных крошек

Поиск по сайту

8. Поиск работает только по новостям, это неудобно, так как ищут обычно не новости, а конкретные услуги. К примеру, «кредитные карты». Рекомендуем доработать поиск, чтобы он выдавал сначала подходящие под запрос услуги банка.



В результатах поиска только новости, нет услуг

9. Расширенный поиск бессмысленный, он не нужен. Было бы полезно выбрать место, где искать. По умолчанию нужно искать по услугам.

Главная – Поиск



Я ищу:	
Исключая:	
Слова:	☒ в любой части страницы ☐ только в заголовке
Дата обновления:	☒ все ☐ последние 1 часов
Найти	

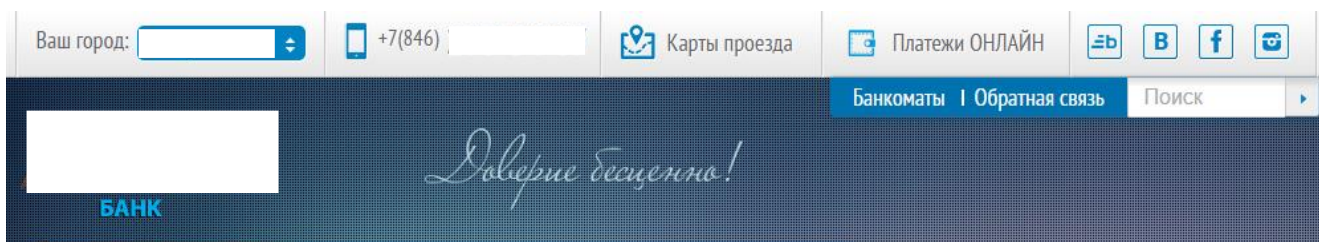
Расширенный поиск бесполезен для клиентов

2.4. Визуальный дизайн сайта

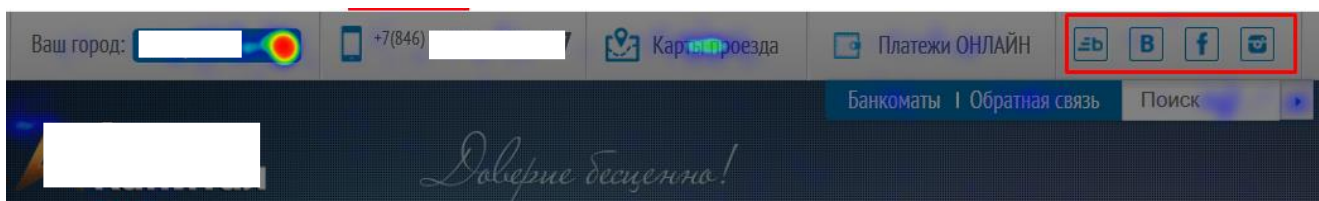
Визуальный дизайн помогает посетителю увидеть важные элементы страницы, ухватить саму суть страницы с первого взгляда. Рекомендуем обратить внимание на следующие моменты:

Шапка сайта

1. В шапке сайта нет входа в интернет-банк, нет привычного горизонтального меню, режима приема звонков. Социальные сети нужно перенести в подвал сайта, а на их место поставить более полезные клиентам ссылки.



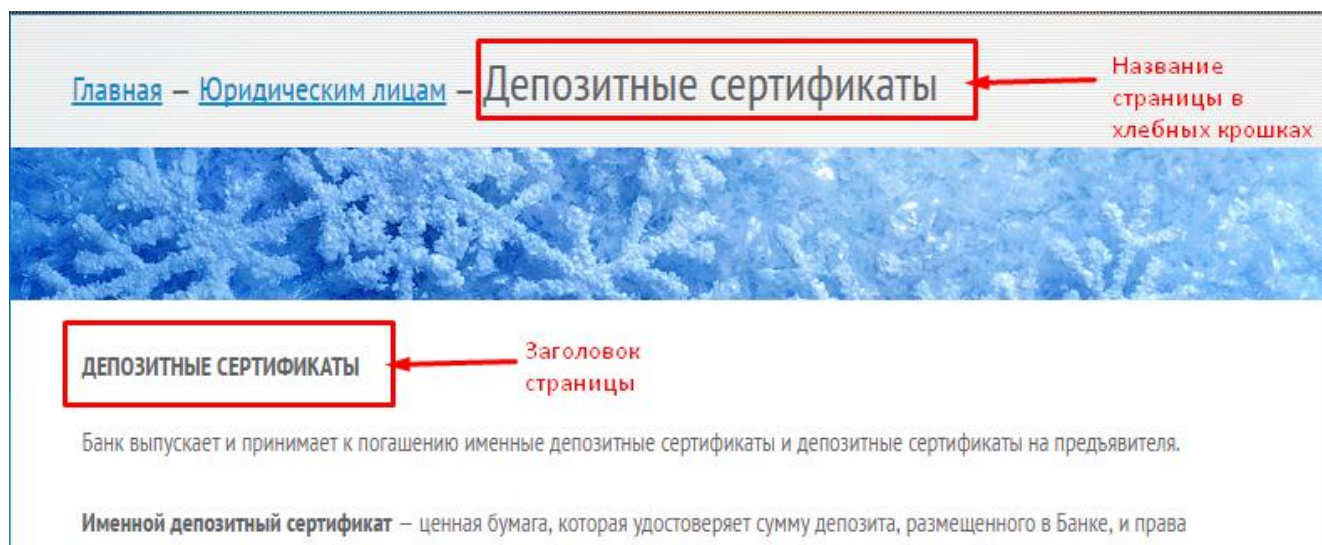
В шапке сайта не хватает меню



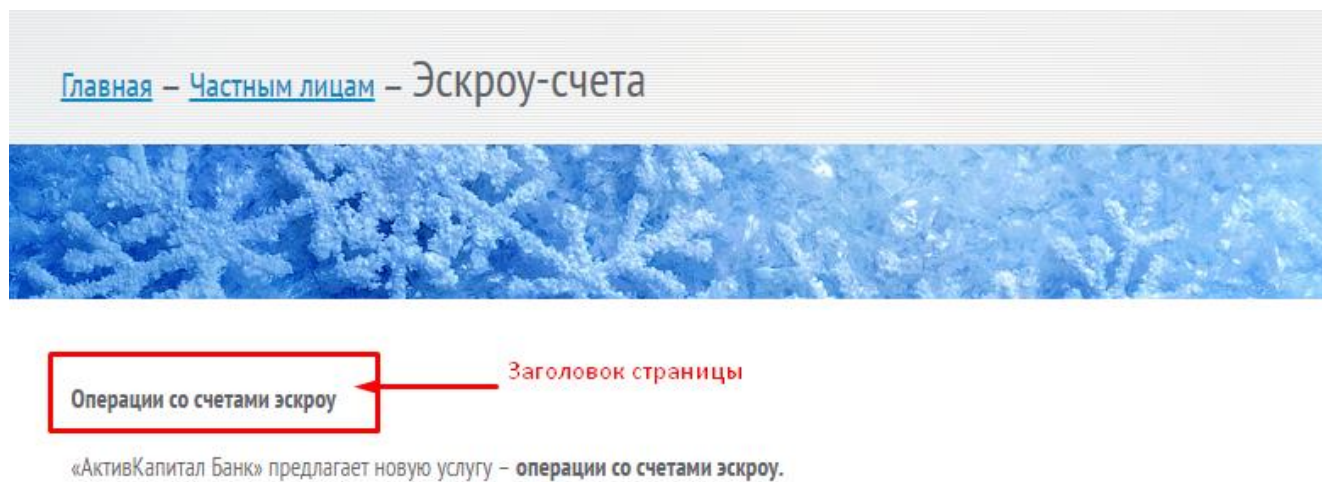
Нет кликов по социальным сетям

Шрифты и оформление текста

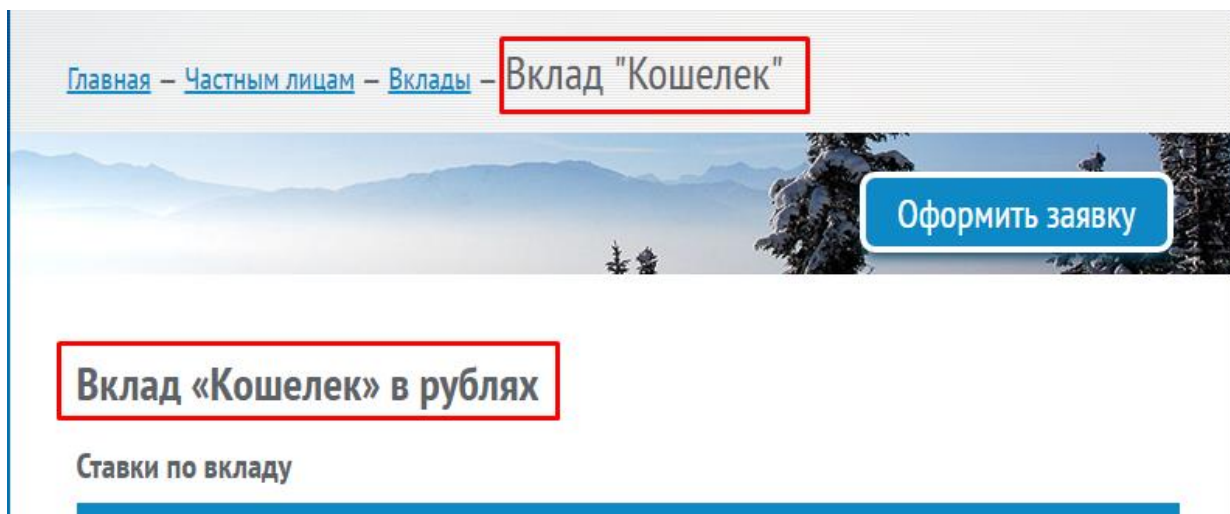
2. **Заголовки страниц.** Шрифты, используемые в заголовках страниц, везде разные. Шрифт в хлебных крошках слишком большой, а в заголовках страниц – слишком мелкий. Рекомендуем оформить все заголовки в едином стиле, уменьшить шрифт в хлебных крошках (+ шрифт должен быть одного размера).



Шрифт в хлебных крошках слишком крупный



Заголовок страницы очень мелкий и другого стиля оформления



Заголовок страницы другого стиля оформления

3. Написание заглавными не следует использовать без надобности, нельзя применять бессистемно, хаотично. Для оформления ссылок такое написание избыточно. Допустимо для заголовков страниц. **Рекомендуем** оформить все ссылки единообразно.

шансы на заключение сделки.

ПРОВЕРКА ГАРАНТИЙ

АНКЕТА -ЗАЯВКА на получение банковской гарантии

Шаблон договора на предоставление банковской гарантии

Срок рассмотрения заявки: в течение 10 рабочих дней с момента предоставления полного пакета документов.

Набор заглавными для ссылок лучше не использовать <http://sitename.ru/corporatebanking/bank-garant/>

4. Подзаголовки в текстах также должны быть оформлены в едином стиле, обязательно должны быть меньшего размера, чем заголовки страниц. **Рекомендуем** разработать стиль для подзаголовков и оформить их в едином стиле.

Размещение свободных денежных средств в Банке по праву считают надежным способом хранения сбережений. ПАО «...» предлагает своим клиентам выгодные денежные вклады с высоким процентом. Для вас действуют срочные пополняемые вклады на выгодных условиях.

Рублевые вклады

Вклад	Сумма вклада	Срок вклада	Ставка (% годовых)
-------	--------------	-------------	--------------------

Подзаголовок, стиль 1

Пенсионная карта – это современное и удобное средство накопления и управления денежными средствами. Оформляется для перечисления пенсии, социальных пособий и компенсаций. Многие люди, в том числе и пенсионного возраста открыли для себя широкий спектр возможностей банковских карт!

Преимущества Пенсионной карты

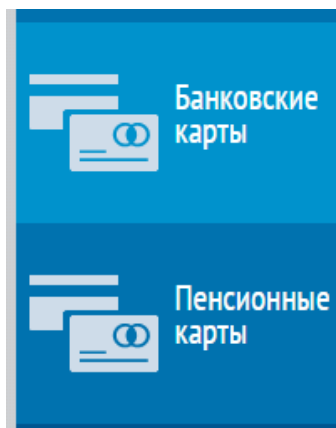
ВЫГОДНО:

- получать ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДОХОД – на остаток средств на пенсионной карте ежемесячно начисляется **7,5% годовых**;
- снимать БЕЗ КОМИССИИ денежные средства в банкоматах всех банков;

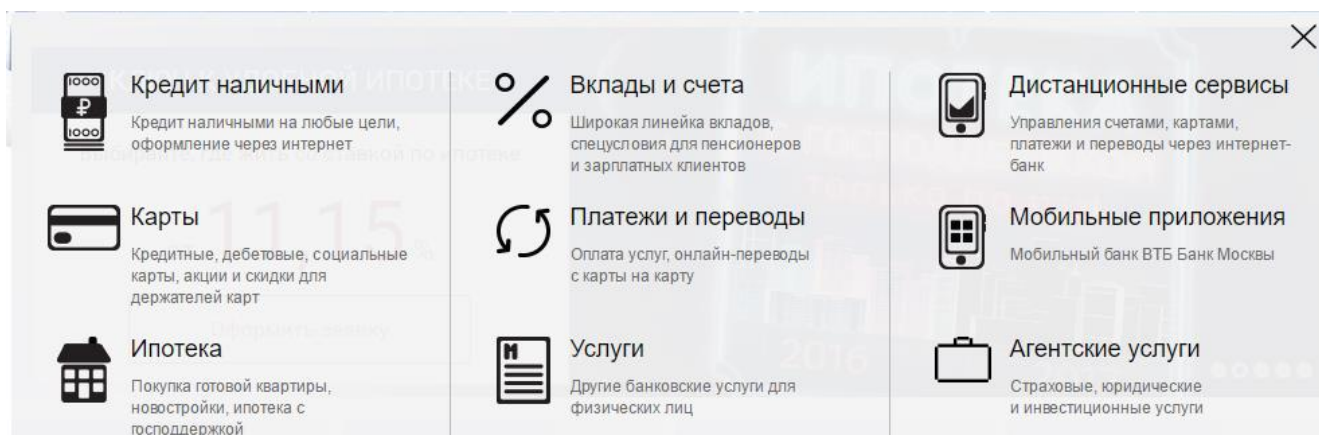
Подзаголовок, стиль 2

Иконки

5. Для разных услуг должны быть разные иконки, иначе эти иконки только запутают посетителей. Иконки должны служить для быстрого поиска нужного, а не для «красоты». **Рекомендуем** использовать иконки только для услуг банка (иконки «О банке», «Гарантии» не нужны, так как это не услуги). Сами иконки должны говорить о смысле услуги.



Одинаковые иконки для разных услуг



Пример использования иконок для услуг

Оформление

6. На внутренних страницах информация оформлена крайне скучно, не заинтересовывает, и тем более не продает потенциальным клиентам услуги банка. Многие банки для страниц своих предложений уже давно перешли к подаче информации в облегченном формате лендингов, например: <https://www.binbank.ru/private-clients/bank-card/bin-bonus/>, <https://www.atb.su/cards/debit-cards/>, <https://www.tinkoff.ru/cards/debit-cards/tinkoff-black/#start>. Такой формат подачи информации проще для восприятия клиентов. **Рекомендуем** переоформить все страницы услуг в облегченный формат лендингов, чтобы посетители легко могли разобраться в услугах и выбрать нужное.

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ

Банковские карты – современный платежный инструмент, обладающий неоспоримыми преимуществами перед традиционными деньгами, и позволяющий:

- без комиссии оплачивать товары и услуги, не имея при себе наличных денег (для совершения указанной операции по банковской карте, оснащенной микрочипом, необходимо ввести ПИН-код);
- **безопасно оплачивать товары и услуги в сети Интернет;**
- хранить собственные средства на счете карты и получать **дополнительный доход** (см. [тарифы](#) Банка);
- не декларировать денежные средства, находящиеся на счете банковской карты, при выезде за границу;
- пользоваться широкой сетью пунктов выдачи наличных денег по всему миру;
- снимать БЕЗ КОМИССИИ наличные денежные средства в банкоматах ЛЮБОГО банка;
- безопасно хранить денежные средства.

» выпускает карты международной платежной системы Europay/MasterCard ([Maestro](#), [MasterCard Standard](#), [Gold](#)

[MasterCard](#)).

Управляя своим карточным счетом, каждый держатель банковской карты исключает возможность утраты наличных денежных средств. Обслуживание карт MasterCard производится во всех [офисах Банка](#).

Приобретая банковскую карту, Вы получаете не только услугу Банка, дающую возможность обслуживания практически в любой стране мира, но и индивидуальный подход в обслуживании, консультации по финансовым вопросам, и иным аспектам использования карт.

Документы для оформления банковских карт

Для открытия специального карточного счета и/или получения банковской карты клиент – физическое лицо (далее – Клиент)

должен предоставить следующие документы:

- Заявление на открытие СКС и/или предоставление Карты, составленное по одной из форм, установленных Банком;
- Оригинал Документа, удостоверяющего личность Клиента;
- Миграционная карта, документ, подтверждающий право иностранного гражданина или лица без гражданства на пребывание (проживание) в Российской Федерации (для Клиентов, являющихся нерезидентам Российской Федерации).
- [ПАМЯТКА "ОБ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВАХ"](#)
- [Рекомендации по безопасному использованию Платежных карт](#)

Данное описание непривлекательно для потенциальных клиентов, карты не представлены, не выделены их преимущества

Tinkoff Black

ОБЗОР ТАРИФЫ КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ АКТИВИРОВАТЬ ПОПОЛНИТЬ

ОФОРМИТЬ КАРТУ

Зарабатывает для вас деньги

ДОХОД НА ОСТАТОК КЭШБЭК КАЛЬКУЛЯТОР

Получайте дополнительный доход, не совершая лишних действий



Каждый месяц банк начисляет проценты на остаток по счету:

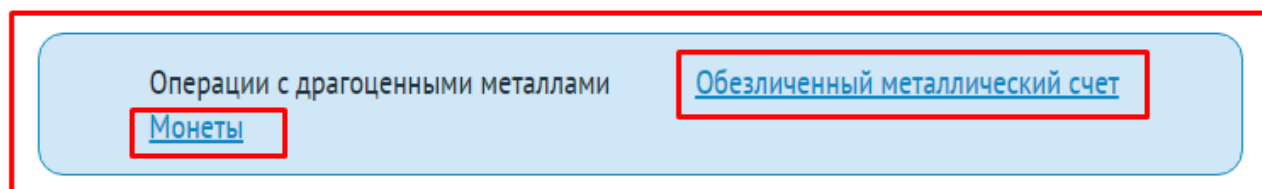
По рублевым картам:
до 300 000 Р — 7% годовых

По картам в долларах и евро:
до 10 000 долларов/евро —
0,5% годовых

Экономит ваше время

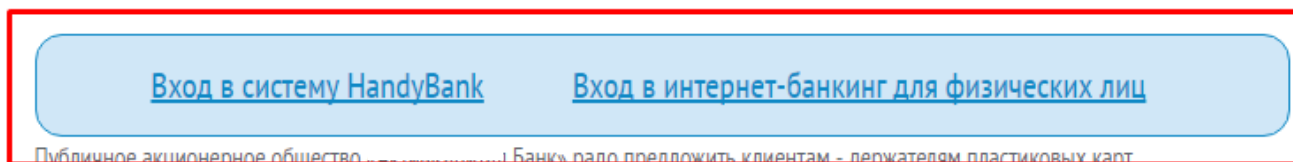
Такое описание карты, с выделением четких выгод для клиента, привлечет его

7. Вкладки оформлены неаккуратно, лучше размещать в одну строку.



ОПЕРАЦИИ С ДРАГОЦЕННЫМИ МЕТАЛЛАМИ

Оформление вкладок <http://sitename.ru/retailbanking/contributions/bullion/operationdragmetals/>



Публичное акционерное общество Банк» радо предложить клиентам - держателям пластиковых карт воспользоваться простыми и удобными в применении сервисами системы HandyBank.

Предлагаемая система интернет-банкинга позволит использовать совокупность и высокотехнологичным из совокупностей всех сервисов

Оформление вкладок <http://sitename.ru/handybank/>

Вклады

Подобрать вклад

Обслуживание

Для всех клиентов

Зарплатным клиентам

Пенсионерам

Сравнить вклады

Сезонное предложение
Вклад на 400 дней

Вклад «Сезонный»

Прием вклада до 31 января 2017 года

Ставка	Сумма вклада	Срок	Пополнение / Снятие
до 10.0 %	от 100000 ₽	400 дней	✗ нет / ✗ нет

[Ставки по вкладу](#) ▾

Открыть в интернет-банке

Пример оформления вкладок <http://www.bm.ru/ru/personal/vklady-i-scheta/>

8. Нужно поменять компоновку страницы <http://www.sitename.ru/moscow/calculator/>, чтобы не возникало так много пустого места.

Вклад "Новогодний"

365 дней

9,00%

мин. сумма 10 000 ₽

2,0%

мин. сумма 200 \$

1,25%

мин. сумма 200 €

Частичное снятие

Льготное расторжение

Узнать больше

9. Сайт выглядит устаревшим и неконкурентоспособным на фоне современных и удобных сайтов других банков. **Рекомендуем** провести комплексный редизайн сайта. Нужно менять оформление и компоновку Главной и внутренних страниц сайта, чтобы сайт мог конвертировать новых клиентов. Сейчас сайт несет только информационную функцию, не заточен под привлечение клиентов, а только под их информирование.

10. На сайте нужно использовать больше изображений, графических элементов оформления, привлекающих внимание пользователей. Одним текстом не обойтись.

2.5. Текст и контент

Контент - это то, ради чего посетители приходят на сайт. Контент сайта должен быть интересен посетителю, решать его проблемы. Оформление контента должно быть удобным для его восприятия. Рекомендуем обратить внимание на следующие моменты:

Главная страница

1. На странице совсем не описано никаких услуг, предложений. **Рекомендуем** написать небольшой текст, добавить конкретную информацию по услугам, предложениям, показать их ценность для клиента, заинтересовать. Так как банк небольшой и может быть не знаком новым посетителям сайта, следует дать информацию о нем. Если у банка есть специализация, к примеру, это банк для малого бизнеса, об этом тоже стоит рассказать на главной.

АО "Алма Банк"

70 лет безупречной работы в классических банковских традициях.
Надежность, заслужившая лояльность и доверие Клиентов.

**Надежность**
Банк был образован в 1947 году на базе Тимирязевского отделения Госбанка СССР

**Универсальный Банк**
Выгодный партнер для каждого Клиента

**АО "Алма Банк"**
Стратегический партнер финансовых институтов стран ЕАЭС

**Лицензии**
Банк имеет Генеральную лицензию на осуществление банковских операций

**Эффективность**
Сеть банков-корреспондентов обеспечивает эффективное проведение внешнеэкономических расчетов и переводов

**Вклады застрахованы АСВ**
С 2005 года Банк — участник системы страхования банковских вкладов физических лиц

Пример оформления информации о банке <http://almabank.ru/>

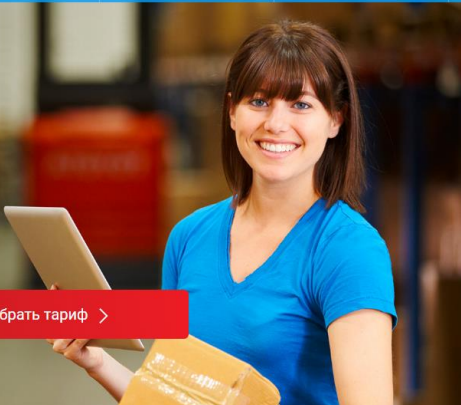
О банке | Офисы и банкоматы | Курс валют | Интернет-банк | Меню

Банк для малого бизнеса Москвы

Подберите оптимальный тариф расчетного обслуживания

5 платежей в месяц | Подобрать тариф >

Укажите планируемое количество исходящих платежей в месяц



Пример четкой специализации банка <http://ibv.ru/>

УСЛУГИ

КРЕДИТЫ

от 35 000 до 7 000 000 рублей
от 14,0 % годовых*

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

ВКЛАДЫ

от 1 000 рублей РФ, 500 Долларов США
до 9,70% годовых

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

Для частных лиц
Для бизнеса

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ

MasterCard, Visa
Кредитная карта
Доходная карта

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

Пример представления основных услуг на сайте банка <https://solidbank.ru/>

Страницы услуг физическим лицам

- На страницу <http://sitename.ru/retailbanking/> нужно написать текст, либо отключить её и ссылку на нее в хлебных крошках.
- Главная проблема страниц о вкладах – отсутствие явных выгод для клиента. Нет информации, которая простым языком объясняет клиенту его выгоды. Одной сухой информации о параметрах вклада, как правило, недостаточно, чтобы заинтересовать клиента. Тем более в условиях жесткой конкуренции между банками. **Рекомендуем** изменить представление информации и тексты о вкладах, сделать более «человеческими». Пример оформления страницы вклада: <http://www.bm.ru/ru/personal/vklady-i-scheta/sezonnyy/>. Удобно также делать калькуляторы вкладов <https://www.tinkoff.ru/deposit/>. Названия вкладов должны отражать их смысл, назначение.

Вклад «Снеговик»

Ставки по вкладу

Условия действуют с 22.12.2016 года.

Валюта вклада	Минимальная сумма вклада	Дополнительные взносы	Срок вклада	Процентная ставка
рубли	10 000	Не предусмотрены	91 день	8,50 % годовых
			181 день	9,00 % годовых
			395 дней	9,25 % годовых

Условия по вкладу

Процентная ставка	Фиксированная.
Выплата процентов	Ежемесячно, в дату, соответствующую дате внесения денежных средств на вклад. По выбору вкладчика проценты перечисляются на вклад "Кошелек" / счет пластиковой карты.
Дополнительные взносы	Не предусмотрены
Расходные операции	Предусмотрена возможность ежемесячного снятия части вклада в размере не более 20% от суммы остатка по вкладу на 1-е число месяца, в котором производится частичное снятие средств, при условии сохранения остатка средств на вкладе в сумме не менее 10000 руб

Такая страница вряд ли убедит клиента открыть вклад



«Сезонный»

Приём вклада до 31 января 2017 года

Максимальная ставка

до **10,00%**

Досрочное расторжение

7,50%

Минимальная сумма

100 000 ₽

Срок

400 дней

Капитализация

✓ каждые 100 дней

Пополнение

✗ нет

Снятие

✗ нет

Выплата %

в конце срока

Вклады застрахованы



Открыть в интернет-банке

Сроки и ставки по вкладу

Срок вклада	400 дней			
	1-й период до 100 дней	2-й период от 101 до 200 дней	3-й период от 201 до 300 дней	4-й период от 301 до 400 дней
Процентный период				
от 100 000 ₽ до 30 000 000 ₽	10.00%	7.50%	7.50%	7.50%

Рассчитать планируемый доход по вкладу

Я хочу разместить:

На срок (дней):

На условиях:

Такая страница заинтересует клиента, он сможет посчитать выгоды, поймет преимущества вклада

- Страница <http://sitename.ru/retailbanking/credits/> не привлекает потенциальных клиентов – очень много текста, он плохо отформатирован, не оформлен и «сливается». Для услуги нужно менять формат её представления. **Нужно** делать страницу в виде лендинга, переписывать текст. Пример: <https://www.tinkoff.ru/loans/cash-loan/>.
- Проблема страницы <http://sitename.ru/retailbanking/mortgage/> аналогичная – отсутствует информация для привлечения потенциальных клиентов. Лучше делать страницу в формате лендинга, показывать условия, преимущества. Пример: <https://www.atb.su/get-money/mortgage/>. Это касается всех страниц услуг, которые важны банку для бизнеса. Такие страницы нужно сделать более конверсионными.

Раздел Юридическим лицам

- На странице <http://sitename.ru/corporatebanking/> нужен текст, либо нужно отключить эту страницу и отображение ссылки на нее в хлебных крошках (чтобы посетители никак не смогли попасть на эту страницу).
- Страницы услуг юридическим лицам оформлены также, как и страницы услуг для физических лиц: в текстах не оформлены преимущества услуг для клиентов, сами тексты слишком длинные и плохо отформатированы. **Рекомендуем** для важных услуг поменять формат страниц на лендинги, оформить соответствующим образом. Пример лендинга услуги для юридических лиц: <https://www.atb.su/business/get/leasing/>.

Раздел О банке

- Страница <http://sitename.ru/about/> пустая, нужно написать сюда текст. А лучше разместить здесь текст <http://sitename.ru/about/history/>, отдельная страница по истории не нужна.

9. На странице <http://sitename.ru/about/cong22/> нет текста, она выполнена картинкой. Вообще не понятно, зачем на сайте отдельные страницы для поздравлений <http://sitename.ru/about/cong22/> и <http://sitename.ru/about/congratulations20/>. Это лучше перенести в раздел Новости.

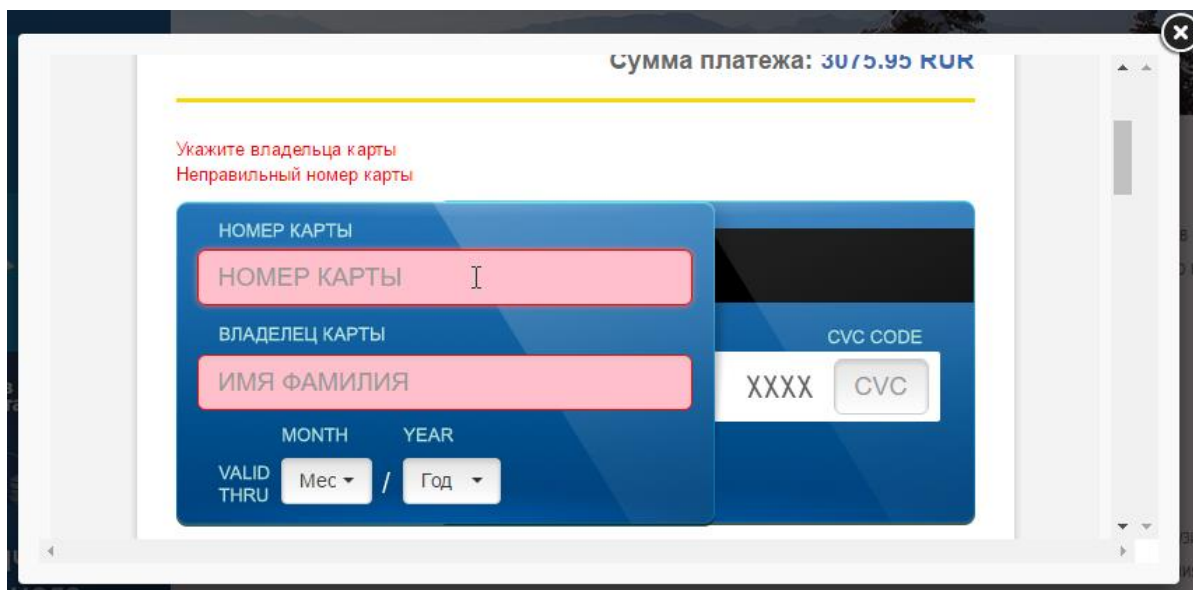
2.6. Формы и диалоги

Формы и диалоги – неотъемлемая часть многих современных сайтов. Это прямая точка взаимодействия с пользователем. В то же самое время, люди не очень любят заполнять формы. Поэтому они должны быть спроектированы так, чтобы максимально облегчить пользователю задачу.

Форма «Совершить перевод»

1. Форма расположена во всплывающем окне и содержит много полей, для заполнения нужно прокручивать. Это неудобно. Подобные формы лучше размещать на отдельных страницах.
2. Подписи оформлены как поля ввода, лучше убрать разделительную линию, либо расположить над подписями.

3. Форма перевода также должна открываться на отдельной странице, сейчас она не входит в окно и приходится использовать прокрутку.



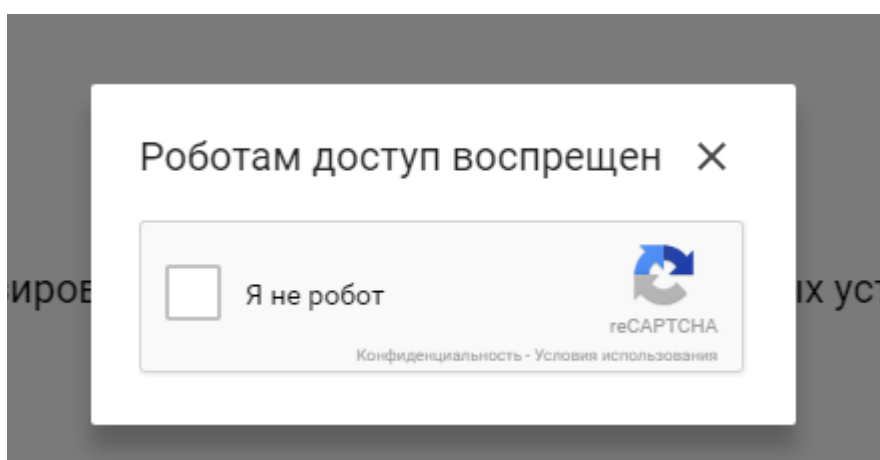
Форма «Заявка на консультацию»

4. Капча может снижать конверсию форм заявки, так как она сложная, не все могут разглядеть и не каждый захочет вводить её. Лучше использовать более простой и гуманный способ проверки «на робота», например такой:

Введите ответ: 10 + 9?

☐ Я даю согласие на обработку моих [персональных данных](#).

Пример гуманной проверки на «робота»:



5. При открытии соглашения не понятно, как его закрыть. На ноутбуках (небольшой экран) оно «блокирует» кнопку отправки формы, так как она перемещается за границы экрана.

The screenshot shows a web form with a blue header containing the text 'b6vgm9'. Below the header is a text input field also containing 'b6vgm9'. Underneath the input field is a checkbox that is currently unchecked, followed by the text 'Я даю согласие на обработку моих персональных данных.' and a red warning message 'Нужно Ваше согласие на обработку данных'. At the bottom of the form is a large grey box containing a detailed consent statement in Russian: 'Я выражаю согласие на осуществление Банком обработки, в том числе автоматизированной, моих персональных данных, указанных в настоящей Заявке, в соответствии с требованиями ФЗ от 27.07.2006 Т 152-ФЗ «О персональных данных». Я уведомлен(а), что могу отозвать свое согласие на Обработку персональных данных, представив в Банк заявление в письменной форме.'

6. Анкеты-заявки <http://www.sitename.ru/retailbanking/credits/> давать для скачивания не нужно, это неудобно (слишком много шагов: скачать, заполнить, отправить). Нужна форма на сайте для заявки на все услуги.

Форма «Калькулятор вклада»

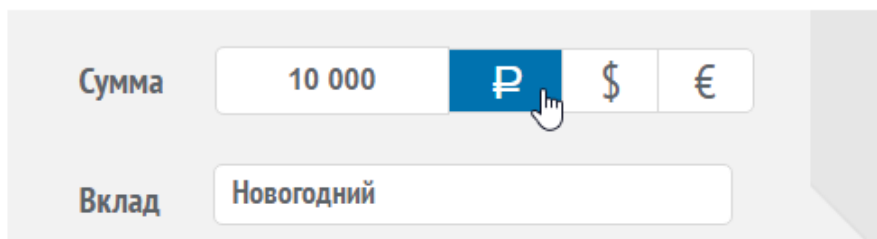
7. Выбор вклада реализован неудобно: не понятно, что можно что-то выбрать в поле.

Калькулятор вклада

Для расчета вклада выберите интересующий вас вклад, сумму и срок вклада. Все вклады застрахованы.

The screenshot shows a deposit calculator interface. On the left, there are three input fields: 'Сумма' (Sum) with a currency selector (currently set to '₽'), 'Вклад' (Deposit) with a dropdown menu showing 'Снеговик' (highlighted with a red box), and 'Срок' (Term) with a dropdown menu showing '91' and the unit 'дней'. Below these fields is a blue button labeled 'Рассчитать'. On the right side, there are three output labels: 'Ставка по вкладу:' followed by a '%' symbol, 'Доход по вкладу:' followed by a '₽' symbol, and 'Сумма вклада с доходом:' followed by a '₽' symbol.

8. При переключении валюты сумму, которую ввел пользователь, лучше не стирать. Так он сможет ее отредактировать, а не вписывать снова.



9. После калькулятора нужна заявка на вклад.

10. На странице не хватает сравнительной таблицы вкладов.

11. Калькуляторы логичнее расположить на страницах соответствующих вкладов

<http://sitename.ru/retailbanking/contributions/snegovik/> и

<http://sitename.ru/retailbanking/contributions/novogodniy/>, а не на отдельной странице

<http://sitename.ru/calculator/>. На отдельной странице возникает путаница между вкладами и не видно всех условий вкладов, нужно переходить на их страницы. Пример страницы вклада с калькулятором:

<http://www.sberbank.ru/ru/person/contributions/deposits/save>, <http://www.bm.ru/ru/personal/vklady-i-scheta/sezonnyy/>.

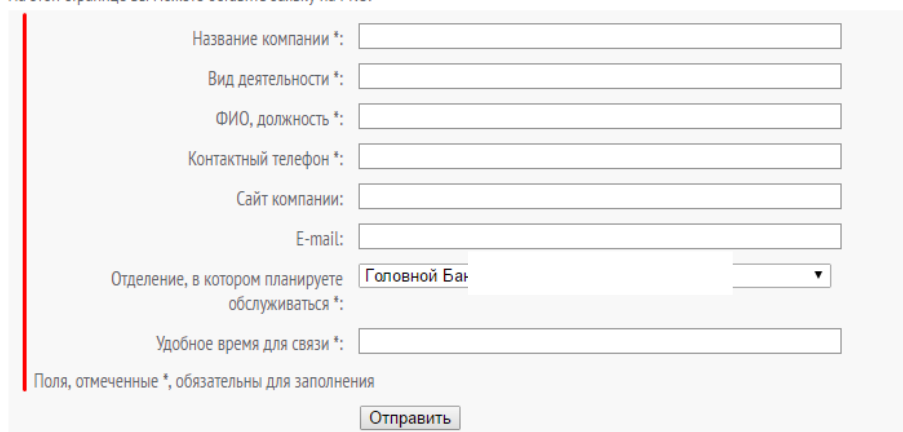
12. Более удобная работа с вкладами реализована на <https://bcspremier.ru/>. Инструмент «Инвестиционный помощник» позволяет выбрать цель вклада и дает подсказки о том, что нужно сделать, чтобы достичь цель.

Форма «Заявка на РКО»

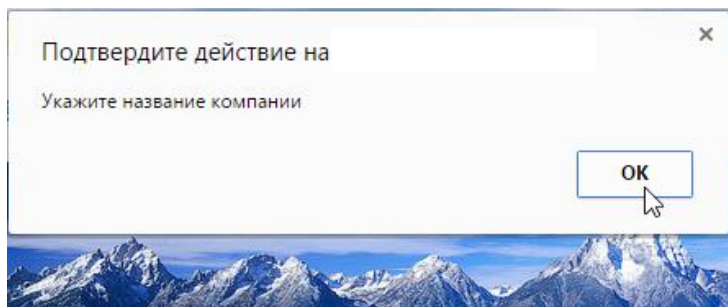
13. Все формы на сайте желательно оформлять в едином стиле: заголовки, подписи, поля, шрифты, кнопки.

14. Выравнивать подписи лучше по левому краю.

На этой странице вы можете оставить заявку на РКО.



15. Ошибки в заполнении обрабатываются некорректно. Нужно подсвечивать поля, в которых ошибки, или которые забыли заполнить.



странице вы можете оставить заявку на РКО.

Название компании *:	
Вид деятельности *:	
ФИО, должность *:	

Форма «Обратная связь»

16. Ошибки ввода обрабатываются некорректно.

Заполните все поля! / faqmail.php

Ваше имя	
E-mail	
Ваш город	Самара
Сообщение	
☒ Я даю согласие на обработку моих персональных данных.	
Задать вопрос	

С уважением, Вера Сусол
Специалист по юзабилити Сервиса 1PS.RU