

# МОБИЛЬНАЯ ВЕРСИЯ САЙТА:

## как повысить эффективность

Артем КНЯЗЕВ,  
Светлана СВИРИДОВИЧ

Мобильная версия предполагает разработку версии сайта на поддомене, на который перенаправляется посетитель в случае использования мобильного устройства. Как правило, такая версия создается под мобильные экраны с шириной менее 620px. Подобная технология позволяет создать мини-версию сайта с наиболее важной информацией, не перегруженную контентом и различными элементами дизайна, а главное – большими элементами навигации. Подойдет как для простых сайтов, так и для интернет-магазинов, различных сервисов: почта, новости, социальная сеть.

В условиях современных реалий участникам рынка интернет-продаж приходится учитывать то, что клиенты в повседневной жизни используют несколько девайсов. Мобильные устройства все чаще становятся инструментом покупок, ознакомлений с отзывами, поиском информации. В связи с этим создание мобильной версии сайта, удобной для пользователей, открывает новые возможности для бизнеса.

### ИНОГДА ОНИ ВОЗВРАЩАЮТСЯ...

На сегодняшний день мобильные устройства заняли важное место в жизни каждого из нас. Рост использования смартфонов и наличие быстрого мобильного подключения к интернету стали мощным толчком к мобильной революции. Все компании вне зависимости от рода деятельности должны принять это во внимание, иначе в ближайшем будущем могут пострадать от этого.

В наши дни все больше пользователей интернета используют для серфинга мобильные устройства. В октябре 2016 г. доля пользователей мобильных девайсов (51,3%) впервые превысила долю десктопных устройств (48,7%). К сожалению, в Беларуси эта цифра несколько меньше, но по оценкам многих экспертов этот рынок будет быстро развиваться.

Несмотря на столь стремительное увеличение пользователей интернета с мобильных устройств, многие сайты не имеют мобильной версии, а некоторые и юзабельной десктопной версии. Также при отсутствии мобильной версии сайта Google опускает его позицию в поисковой выдаче, если пользователь выполняет поиск с мобильного устройства. Когда потребитель впервые заходит на сайт, он сравнивает его не с лучшим продуктом в данной сфере, а с лучшим сайтом или цифровым продуктом, которым ему приходилось пользоваться. Например, если вы привыкли покупать товары за пару кликов на сайтах с удобной навигацией, то вы будете требовать подобного и от банковских приложений и т.д.

СОЗДАНИЕ МОБИЛЬНОЙ ВЕРСИИ САЙТА,  
УДОБНОЙ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ОТКРЫВАЕТ  
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА.



## Internet Usage Worldwide

October 2009 – October 2016

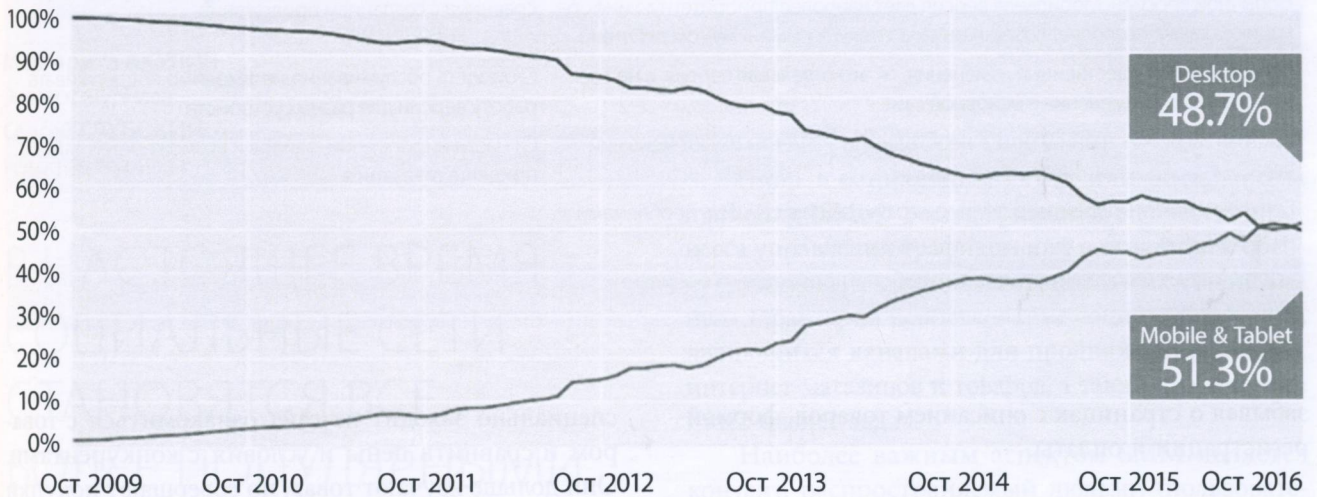


Рисунок 1

### Статистика использования интернета в мире

В таблице 1 перечислены основные достоинства и недостатки мобильной версии сайта.

Если пользователей не удовлетворяет сайт вашего бизнеса, потери могут быть велики, в особенности если легко перейти на сайт или приложение вашего конкурента. Если человек попадает на сайт, который не оптимизирован для мобильных устройств, в 61% случаев покидает сайт и переходит на сайты конкурентов. В 45% случаев пользователи не возвращаются на сайт, если в прошлом он показался им неудобным.

### РЕЗУЛЬТАТЫ ОДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

По исследованиям Google, в котором приняло участие 316 сайтов, основными показателями качества сайта является скорость загрузки и удобство навигации по сайту. Также хочу отметить, что быстрый мобильный сайт является необходимым, но не единственным фактором, влияющим на успех бизнеса. Потребители не желают выбирать между скоростью и навигацией, они хотят, чтобы на сайте были оба этих параметра. 30% пользователей считают, что загрузка сайта должна длиться не больше секунды, а 18% хотят мгновенной загрузки. Но, к сожалению, не все мобильные сайты отвечают

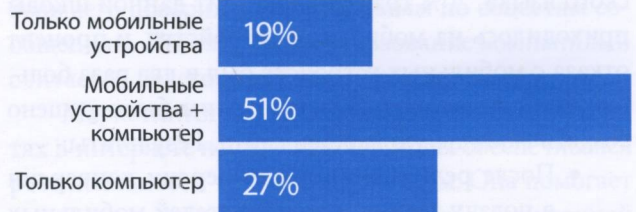


Рисунок 2

### Статистика использования устройств для доступа в интернет в Беларуси

этим требованиям. В выборке, используемой Google в этом исследовании, средняя величина составила 4,4 с.

Удобство навигации по сайту и его использования – не менее важные критерии, чем скорость загрузки сайта. К примеру, в интернет-магазине должно быть легко находить, ознакамливаться и приобретать товары. Потребителям также важно, если при повторном заходе на сайт им не потребуется указывать данные о себе. К последним шагам конверсии удобство страниц снижается. Многие IT-маркетеры стараются сделать наилучшим образом дизайн главной страницы и системы навигации,

Таблица 1

## Преимущества и недостатки мобильной версии сайта

Преимущества	Недостатки
Удобна для пользователя, потому что сильно упрощена по сравнению с обычной версией. Мобильная версия дает наиболее приоритетную информацию, а также позволяет совершать заказ/покупку с минимумом действий	Стоимость разработки, разработка мобильной версии сравнима с созданием приложения
Легко вносить существенные изменения, т.к. это отдельная версия, и не требуется вносить изменения в основной сайт	Стоимость обслуживания, необходимо поддерживать работу версии для разных устройств
Быстрая загрузка страниц, т.к. все необходимые элементы имеют меньший вес	От части информации, файлов и возможностей сайта придется отказаться
Есть возможность перейти на полную версию сайта в случае с проблемами на мобильной	
Соответствует требованиям Google к удобству просмотра на мобильных устройствах	

забывая о страницах с описанием товаров, формой регистрации и оплаты.

## ДВА КЕЙСА И... РЕКОМЕНДАЦИИ

Теперь поговорим о кейсах внедрения мобильной версии сайта:

**Первая компания**, о которой мы поговорим, – Skyeng. Skyeng – онлайн-школа изучения английского языка. 20% трафика на сайт данной школы приходилось на мобильные устройства, и процент отказа с мобильных устройств был в два раза больше, чем с десктопов. В связи с этим было решено создать мобильную версию сайта. Результаты:

- После релиза мобильной версии конверсия в подачу заявки у пользователей мобильных устройств выросла с 1,1% до 1,7%.
- Коэффициент отказов упал с 22% до 17%.
- Глубина просмотра сайта увеличилась на 11%.
- Время на сайте увеличилось на 12%.
- Повышение на 3 позиции по ключевым запросам в поисковой выдаче.

**Вторая компания** – розничная сеть бытовой техники и электроники «Эльдорадо». Исследование «Эльдорадо» показало, что 24% запросов совершалось с мобильных устройств. Следовательно, каждый четвертый пользователь ищет информацию на сайте компании с телефона, и опыт, полученный от взаимодействия с сайтом, напрямую влияет на его решение о покупке. Также в процессе исследования выяснилось, что мобильные пользователи «Эльдорадо» более лояльны, чем пользователи десктопа. Доля прямого трафика на сайт с мобильного устройства в два раза больше, чем с десктопа. Пользователь

специально заходит на сайт ознакомиться с товаром и сравнить цены и условия с конкурентами. Они дольше изучают товар, но совершают покупки в два раза чаще.

- На 53% увеличился объем продаж на мобильной версии интернет-магазина.
- На 44% вырос коэффициент конверсии у мобильной версии интернет-магазина.
- Количество авторизованных пользователей, совершающих покупки с мобильных устройств, выросло с 2% до 5,86%.
- Увеличилось число лояльных пользователей за счет мобильной аудитории.

Рекомендации по созданию мобильной версии сайта:

- Настройте средства веб-аналитики и отслеживания конверсий для мобильного сайта или приложения, чтобы получать данные о поведении пользователей и о том, на каких страницах они чаще всего покидают ваш ресурс.
- В формах, где пользователю надо заполнять какие-либо данные, используйте клавиатуру, необходимую для ввода данных в данной ячейке (если необходимо ввести телефон – клавиатура с цифрами; для ввода e-mail – клавиатура, оптимизированная для ввода e-mail).
- Установите кнопку, которая позволяет перейти на полную версию сайта.
- Для контактов пропишите ссылки соответствующего протокола, чтобы пользователи могли напрямую вам позвонить с сайта или написать на ваш e-mail, а не пытаться запомнить и вписать вручную.