

Визначення типу веб-сайту

На сьогодні типи сайтів в основному збігаються до кількох типів:

лендінг,

візитка,

каталог,

корпоративний сайт,

Інтернет-магазин.

ОКТЯБРЬ 6



Логотип
Название

Лендінг

Лендінг (landing page – цільова, посадкова сторінка) – це веб-сторінка, що скерована на спонукання користувача вчинити будь-яку дію: підписатися на розсилку, купити продукт, завантажити електронні матеріали. Лендінг є потужним інструментом просування продукту на ринку і підвищення ефективності реклами. Перехід до лендінг-сторінки, зазвичай, здійснюється через email-розсилки, соціальні мережі, рекламні посилання в пошуковій видачі. Такі сторінки створюють для вузької аудиторії, їх головним завданням є утримання уваги користувача на конкретному повідомленні та його подальша конвертація в клієнта. У порівнянні зі звичайними сайтами лендінг має певні особливості:

Зосередженість користувача на одну дію (мету).

- Максимальна стимуляція користувача зробити цільову дію.
- Збільшення числа потенційних споживачів.
- Посилення ефективності рекламної кампанії (зростання конверсії до 10- 15%).
- Відносно невисока вартість розробки.

Сайт-візитка

Сайт-візитка це віртуальна візитна картка (зазвичай, до 4-5 сторінок) із загальною інформацією, яка надає ознайомчі відомості про компанію або приватну особу. Особливостями є лаконічність, інформативність, індивідуальність. Основні розділи користувацького інтерфейсу або веб-сайту-візитки:

- Загальні відомості: короткий опис, основні завдання і цілі компанії.
- Перелік послуг і товарів, що надаються компанією з можливим коротким описом.
- Загальні відомості для покупців: прайси, перелік товарів чи послуг.
- Контактні дані: адреси, телефон, електронна пошта, кнопки на соціальні мережі.

Головними цілями користувацького інтерфейсу або веб-сайту-візитки є ознайомлення потенційних клієнтів з компанією, надання інформації про послуги і товари, а також контактні дані для зв'язку з компанією. На сьогодні візитки розробляються разом з бізнес-сторінкою в соціальних мережах і вони мають між собою перехресні посилання.

Сайт-каталог

Сайт-каталог це сайт, що містить повну інформацію про компанію та електронний каталог її послуг чи продукції. Відвідувачі користувацького інтерфейсу або веб-сайту можуть ознайомитися з прайсами, описом товарів і послуг, переглянути фотографії та звернутися в компанію для здійснення покупки. Такий сайт може збільшувати кількість продажів за рахунок доступу до повної інформації про продукцію та послуги тих споживачів, які територіально віддалені від компанії-виробника.

Корпоративний сайт

Корпоративний сайт це розширена версія користувацького інтерфейсу або веб-сайту-візитки. Як правило, цей сайт може складатися з необмеженої кількості сторінок, і власник може завжди розширювати і доповнювати контент. Містить загальні інформаційні блоки: про компанію, її послуги, продукція, контактна інформація. Залежно від напрямку компанії присутні інші блоки, що потребують програмування:

- Новини, статті, блоги.
- Пошук по користувацького інтерфейсу або веб-сайту, онлайнконсультації, обговорення питань у чаті, інтерактивна карта.
- Реєстрація, форми замовлення послуг або розсилання новин. Корпоративний сайт є динамічним і потребує програмування або використання системи керування контентом.

Для підтримування працездатності користувацького інтерфейсу або веб-сайту потрібна спеціально навчена людина, що має навички у користуванні адміністративною частиною.

Інтернет-магазин

більше ніж просто сайт, це складна платформа, яка потребує професійного командного підходу. Вимоги до сучасного Інтернет-магазину:

- Зручний для користувача. Він має зрозумілу структуру і категоризацію, працює швидко і безпомилково.
- Кросплатформовий. Сайт однаково відображається та працює в різних браузерях, на різних операційних системах, на смартфонах і планшетах.
- Наповнений якісним контентом. Кожен товар повинен супроводжуватися докладним описом із зазначенням ціни, якісними і достовірними зображеннями. Умови оплати, доставки, повернення – вся комерційна інформація повинна бути доступна для користувача без ускладнень. Важливою частиною Інтернет-магазину є наявність функціональних модулів, що забезпечують взаємодію з покупцями.
- Зручні способи перегляду товару, наявність фільтрації та пошуку за визначеними параметрами.
- Підбір аналогів або супутніх товарів.
- Статистика по популярних товарах, інформація щодо нових надходжень, актуальні прайси.
- Опції «Додати до кошику» або «Швидке замовлення».
- Зрозумілий інтерфейс персонального кабінету, історія замовлень, порівняння характеристик вибраних товарів.
- Можливість додавання відгуків і рекомендацій, онлайн-спілкування з консультантами.
- Зручні способи електронної оплати та доставки.

Технічне обслуговування Інтернет-магазину вимагає цілої команди фахівців різних спеціальностей: контент-менеджерів, програмістів, дизайнерів. Для успішного розвитку бізнесу важливим є застосування Інтернет реклама та маркетингу, відпрацьовані схеми оплати, доставки та гарантії у разі неякісного товару, call-центр з різних питань, юридична підтримка.

КОМПОЗИЦІЯ – ЯК ЗАСІБ ПОЄДНАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ UI ДИЗАЙНУ

Композиція – це складання малих частин в одне ціле. Також композицію можна уявити як гру. Є два гравці: ви (творець композиції) і спостерігач.

Мета гри – змусити людину виконати певні дії або доставити йому певну інформацію. Якщо у гри немає мети, ви ніколи не виграєте. Вибудовуючи композицію, ви задаєте правила гри і керуєте поведінкою опонента.

Основні види площинних композицій та типи балансу До основних видів площинної композиції відносять

- симетричну
- асиметричну

Також виділяють: • горизонтальну • вертикальну • діагональну • кругову • глибинну • ракурсну • завжди можна створити свій власний варіант

Горизонтальний і вертикальний баланс

Відмінний спосіб керувати візуальною важливістю елементів – це збалансувати їх відносно центральної осі: горизонтальної або вертикальної. Горизонтальний баланс досягається балансуванням елементів, розташованих праворуч і ліворуч – як на вагах. Вертикальний баланс означає, що збалансовані елементи, які стоять вище і нижче центральної осі.



Рисунок 2.1 – Приклад горизонтального балансу сайту likeness.com та вертикального балансу сайту danielmart.in

Радіальний баланс



Рисунок 2.2 – Демонстрація радіального балансу на прикладі сайту ipolecat.com

Симетричний і асиметричний баланс

Ще один тип балансу, який зазвичай комбінують з горизонтальним, вертикальним або радіальним – це симетричний і асиметричний баланс. Симетричний баланс означає, що обидві сторони композиції є дзеркальними відображеннями один одного – немов папір склали навпіл. Симетричний баланс дуже формальний: він приємніше погляду, тому його часто використовують в архітектурі і при створенні веб-лейаутів на основі сітки. З ростом популярності адаптивного дизайну, зростає і популярність симетричного балансу, тому що такий баланс простіше відтворити в різних розмірах екрану.



Рисунок 2.4 – Приклад асиметричного дизайну teamviget.com

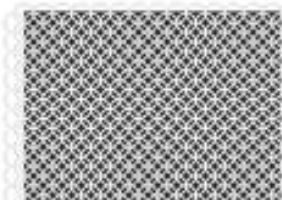
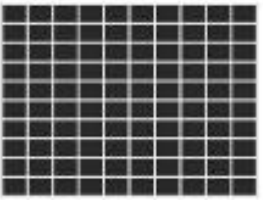
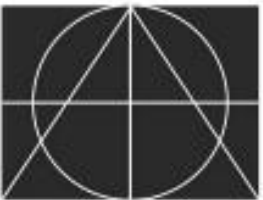
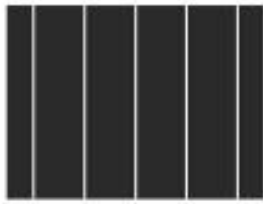


Рисунок 2.7 – Сітки для створення композиції



КРАПКА

Абстрактний об'єкт в просторі, який не має ніяких вимірних характеристик (нульмерний об'єкт)



ЛІНІЯ

Довжина без ширини, може складатися з множини точок. Також, іноді її визначали як "кордон фігури"



ПРЯМОКУТНИК

Чотирикутник, у якого всі кути прямі (рівні 90 градусам). Найпотужніша і стійка фігура.



ОКРУЖНІСТЬ

Замкнута плоска крива, яка складається з усіх точок на площині, рівновіддалених від заданої точки. Ця точка називається центром кола.



БАГАТОКУТНИК

Геометрична фігура, обмежена з усіх боків замкнутою ламаною лінією, що складається з трьох і більше відрізків. Центром багатокутника є барицентр (центр маси)



Рисунок 2.8 – Базові елементи та прототип, що побудований з базових елементів

Паттерни читання

Типографіка

Діаграма Гутенберга

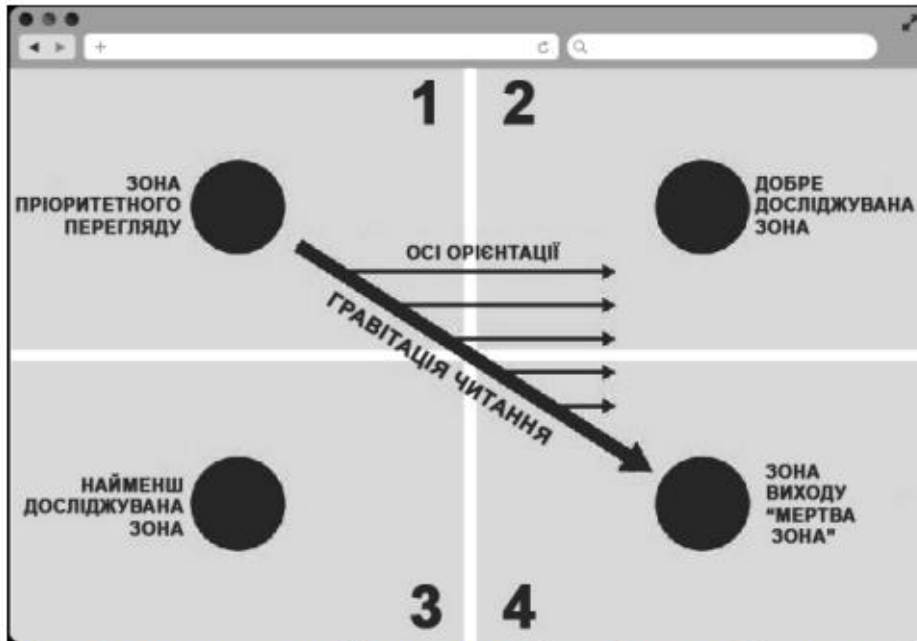


Рисунок 2.16 – Схема траєкторії руху погляду людини за діаграмою Гутенберга

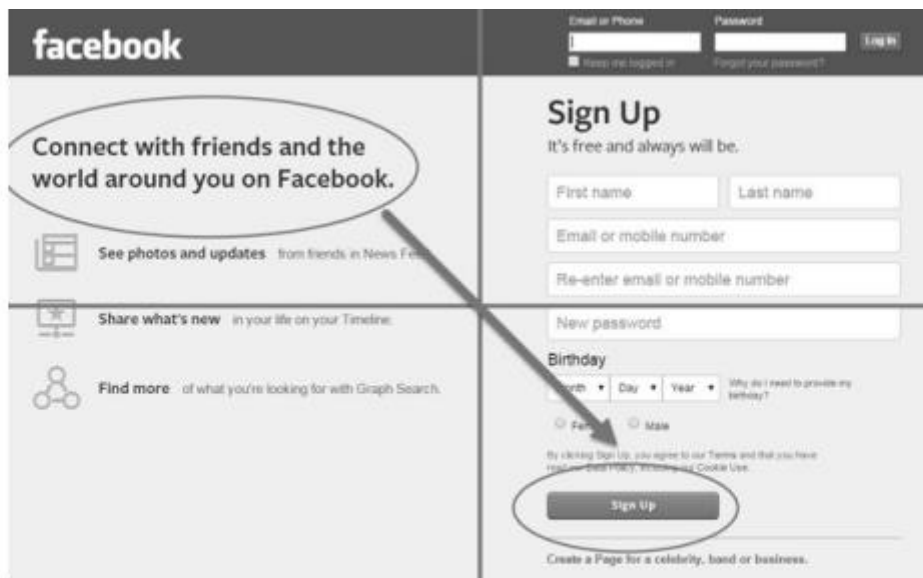


Рисунок 2.17 – Траєкторія руху уваги користувача сторінкою реєстрації Facebook, що ілюструє застосування діаграми Гутенберга

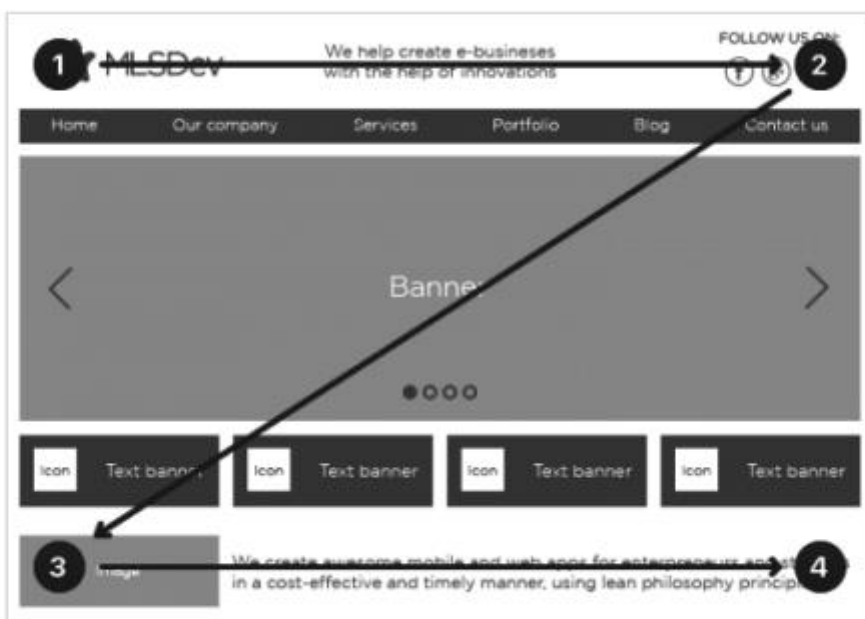


Рисунок 2.19 – Приклад вайрфрейму із застосуванням принципу «Z-макет»