

Sklep na miarę potrzeb

W procesie tworzenia podstawową i najważniejszą funkcję pełni przemyślany projekt. Po co jednak wyważać otwarte drzwi, skoro mamy gotowe szablony? O trendach i tworzeniu makiet sklepów internetowych z Tymoteuszem Bąkiem, specjalistą ds. UX w i-sklep.pl, rozmawia Dawid Marut.

Czym jest makieta sklepu i jaki jest jej cel?

Mówiąc najprościej, jest to prototyp sklepu, który możemy analizować, testować i konsultować z klientem. Pozwala sprawdzać, czy użytkownicy rozumieją, co skonstruowaliśmy i czy potrafią z tego prawidłowo korzystać.

Makiety umożliwiają nam przeanalizowanie różnych możliwości organizacji danego bloku, treści czy nawigacji w celu znalezienia optymalnych rozwiązań. Wykrycie i wyeliminowanie większości błędów już na wczesnym etapie projektowania bezpośrednio przekłada się na czas i jakość realizacji.

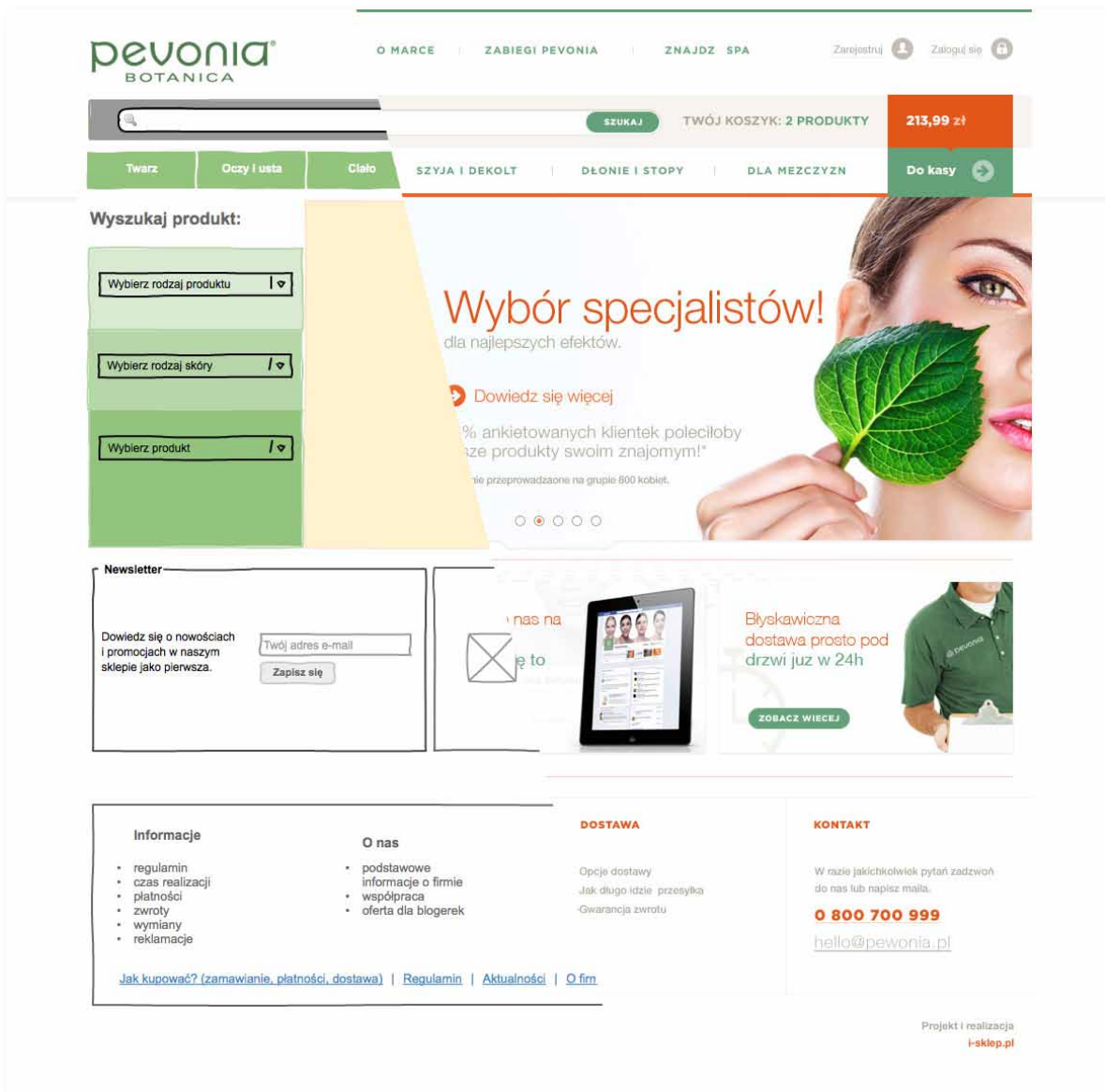
Jak wygląda proces tworzenia takiej makiety?

Na początku musimy znać priorytety, cele, pomysł na sprzedaż. Sposobów na ich poznanie jest wiele. My robimy to na podstawie rozmowy telefonicznej oraz ankiety, podsyłanej w momencie podjęcia współpracy. Następnie, założenia te zestawiamy z potrzebami i oczekiwaniami potencjalnego użytkownika sklepu. Gdy mamy już wszystkie informacje, rozpoczynamy prace, zapełniając przestrzeń roboczą i rozmieszczając elementy.

Kolejny krok to testowanie procesu zakupowego – sprawdzamy, czy jest on efektywny i daje zakładany rezultat. Otrzymany w ten sposób prototyp

Jeśli chcemy stworzyć sklep unikalny, wyróżniający się na tle konkurencji oraz uwzględniający potrzeby naszej grupy docelowej, powinniśmy pomyśleć o dedykowanej makiecie.





podsyłamy do akceptacji klienta poprzez konsultanta. Następnie makieta wędruje do grafika. Całość to w skrócie: budowa, analiza, testy i modyfikacje – wszystko po to, by otrzymać użyteczny sklep.

Dlaczego nie skorzystać z szablonu? Przecież istnieją gotowe rozwiązania, które spełniają kryteria użyteczności, a przy tym są sprawdzone i przyjazne dla klientów.

Firmy, realizujące projekty na podstawie szablonu, są jak sprzedawca garniturów z jednym tylko modelem i rozmiarem, wmawiający każdemu, że świetnie w nim wygląda. Taka sprzedaż się opłaca, bo w 30 sekund dokonujemy transakcji i mamy produkt. Czy jednak ostatecznie będziemy z tego zakupu zadowoleni tak samo, jak z wizyty u profesjonalnego krawca?

Stąd też tak częste określanie projektu „skrojonego” na miarę potrzeb. Odpowiedź



więc jest prosta: jeśli chcemy stworzyć sklep unikalny, wyróżniający się na tle konkurencji oraz uwzględniający potrzeby naszej grupy docelowej, powinniśmy pomyśleć o dedykowanej makiecie.

Na co należy zwrócić uwagę projektując swój sklep? Czy istnieją jakieś dobre praktyki projektowania lub zasady, których nie wolno łamać?

Główną, niezmienną i najważniejszą zasadą jest prostota i funkcjonalność. Należy pamiętać, że naszym celem jest skłonienie użytkownika do zakupu towaru, musimy więc zrobić wszystko, by mu ułatwić ten proces. Dlatego też nie wszystkie uwagi klientów wdrażamy, często jest to walka argumentów pomiędzy tym, czego klient chce, a czego faktycznie potrzebuje.

Jaki wpływ na sposób projektowania e-sklepów mają zmiany zachodzące na rynku?

Wraz z rynkiem zmieniają się narzędzia i trendy. Zmieniamy się my, a tym samym środowisko i bodźce, na które reagujemy. Powstaje coraz więcej stron internetowych i ludzie mają mniej czasu na ich przeglądanie. Ma to ogromny wpływ na projektowane witryny, nie zmienia się tylko cel.

Najlepszym przykładem są tu urządzenia mobilne: jeszcze nie tak dawno, nikt nie wyobrażał sobie zakupów przez telefon. Obecnie obserwujemy nieprzerwany wzrost liczby tego rodzaju zamówień, co wymusza na producentach oprogramowania konieczność obsłużenia klientów mobilnych. To spore wyzwanie dla projektantów i nie ma tu miejsca na szablonowe rozwiązania.

Czy są przykłady tego, że zmiana szablonu na dedykowaną makietę przyniosła wymierną korzyść w postaci zwiększenia sprzedaży?

Wystarczy, że spojrzymy na listę najlepszych sklepów internetowych zarówno w Polsce, jak i za granicą. Każdy z nich rozpoczynał od makiety, tworzył dedykowaną grafikę i zmieniał się wraz ze zmianą panujących trendów. Nowe elementy, uproszczony koszyk, odświeżona grafika – wszystko to wpływa na konwersję. ▶▶

Nie wszystkie uwagi klientów wdrażamy, często jest to walka argumentów pomiędzy tym, czego klient chce, a czego faktycznie potrzebuje.

Szablone projekty nigdy nie rozwiążą problemów specyficznych dla danego biznesu. Te z natury wymagają indywidualnego podejścia. Nie ma czegoś takiego, jak „standardowy sklep internetowy”, każdy czymś się różni od pozostałych. W dzisiejszych czasach żaden poważny e-biznes nie jest w stanie być skutecznym bez User Experience. ■



Tymoteusz Bąk – specjalista ds. UX w i-sklep.pl. Projektuje strony i aplikacje webowe od ponad 10 lat. Zajmując się projektowaniem UX, kodowaniem front-end, jak i back-end, potrafi połączyć świat grafików i programistów, tak aby powstał skuteczny produkt. W wolnym czasie zajmuje się wspinaczką skalną.

R E K L A M A



Popisz się swoją kreatywnością i wygraj iPada!

Stwórz newsletter w rewolucyjnym kreatorze wiadomości GetResponse.

Weź udział w konkursie

