



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

ПРОЕКТ

МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ
ПО ПРОВЕДЕНИЮ САМООЦЕНКИ УДОБСТВА ПОЛЬЗОВАНИЯ
ИНОЯЗЫЧНОЙ ВЕРСИЕЙ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Новосибирск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|---|
| 1. Цель и задачи | 3 |
| 2. Основные термины и понятия | 3 |
| 3. Параметры удобства пользования (юзабилти) сайтом | 4 |
| 4. Методы оценки удобства пользования (юзабилити) сайтом | 5 |
| 5. Этапы проведения самооценки удобства пользования (юзабилити) сайта | 6 |
| 6. Заключение по самооценке удобства пользования (юзабилити) сайта | 6 |
| 7. Приложения | 8 |

1. Цель и задачи

Целью настоящих методических рекомендаций является повышение удобства пользования иноязычными версиями официального сайта образовательной организации высшего образования со стороны иностранных абитуриентов, студентов и иных целевых групп.

В рамках методических рекомендаций предложен алгоритм самооценки образовательной организацией высшего образования удобства пользования (юзабилити) иноязычной версии официального сайта.

Для этого решаются следующие задачи:

- определение терминологического аппарата;
- выявление ключевых параметров оценки удобства пользования (юзабилити) иноязычной версии официального сайта вуза;
- интерпретация полученных результатов;
- подготовка заключения по самооценке удобства пользования (юзабилити) иноязычной версии официального сайта вуза.

2. Основные термины и понятия

Удобство пользования (*юзабилити*) — степень, с которой продукт может быть использован определёнными пользователями при определённом контексте использования для достижения определённых целей с должной эффективностью, продуктивностью и удовлетворённостью» (ISO 9241-11).

Юзабилити иноязычной версии сайта – удобство иностранных (иноязычных) пользователей при взаимодействии с сайтом/иноязычной версией сайта российского вуза.

Юзабилити-аудит – оценка юзабилити сайта.

Скорость загрузки сайта – время, необходимое для полной загрузки сайта.

«Хлебные крошки» - навигационная цепочка сайта (главная – раздел – подраздел и т.д.)

Коммерческая информация – информация о стоимости, направлениях, условиях и сроках обучения в вузе.

Системы веб-аналитики – сервисы, позволяющие изучать поведение пользователей на сайте (проведенное время, количество просмотренных страниц, клики по элементам сайта и т.д.)

SEO-аудит – анализ сайта на соответствие требованиям поисковых систем.

Отказы – соотношение количество пользователей, зашедших на сайт, и покинувших его после просмотра всего 1 страницы или спустя менее 15 секунд.

3. Параметры удобства пользования (юзабилити) сайтом

Для оценки юзабилити отправной точкой является определение параметров, которые следует оценивать, и их содержание. Они подробно представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Ключевые параметры оценки юзабилити

| Параметр | Интерпретация |
|---|---|
| 1. Скорость загрузки сайта | Скорость загрузки 1-2 секунды – норма. Если более 3 секунд, более 40% пользователей покинут сайт. |
| 2. Наличие мобильной /адаптивной версии сайта | Наличие адаптивной версии сайта обязательно для корректного показа на мобильных устройствах, трафик с которых постоянно увеличивается. Пользователи не будут взаимодействовать с неудобным сайтом, конкуренция слишком велика. |
| 3. Выбор языка | Страница для иностранных абитуриентов или специально созданный сайт должен поддерживать английский, китайский и один из европейских языков (французский, немецкий и т.д.). Определяющим фактором выступает «рынок абитуриентов», на который ориентирован вуз. |
| 4. Поисковая строка | Один из факторов удовлетворённости пользователей. Наличие поисковой строки необходимо. |
| 5. Путь пользователя до коммерческой информации | В один клик пользователь должен найти всю важную информацию. На первой странице многостраничного сайта / на первом экране одностраничного сайта должна располагаться информация о: - направлениях обучения; - стоимости; - условиях поступления для иностранных |

| | |
|-------------------------|--|
| | граждан; - место нахождения вуза (карта Google), как добраться. |
| 6. Блок контакты | Должен быть. |
| 7. Наличие карты сайта | Желательно. |
| 8. Форма обратной связи | В наличии. |
| 9. Текстовый контент | Лаконичные короткие тексты. Шрифт от 12 до 16 пикселей. Не более 3 цветов шрифта на странице. |
| 10. Отказы | Нет универсальных значений, рекомендуется смотреть динамику по конкретному сайту. Тем не менее, 25% и выше уже тревожный сигнал. |

4. Методы оценки удобства пользования (юзабилити) сайта

Для оценки юзабилити сайта необходимо провести специальные исследования в формате аудита. Существует несколько альтернативных вариантов осуществления аудита:

4.1. Анализ статистических данных, полученных с помощью систем веб-аналитики (Яндекс.Метрика и Google Analytics). Необходимо выставить фильтры для построения пользовательских отчетов на основе геоданных (трафик из иностранных государств), а далее оценить описанные ранее параметры. Этот метод позволяет оценить насколько удобен в использовании сайт (по проведенному времени на сайте, по отказам от работы с сайтом и т.д.), какие элементы используются. С помощью вебвизора, карты кликов (инструменты Яндекс.Метрики) можно увидеть типичные сценарии поведения пользователей.

4.2 Анализ технической стороны работы сайта. Предлагается использовать любой сервис для SEO-аудита (SeRanking, CloudFox, SimilarWeb).

4.3 Тестирование сайта и индивидуальные интервью. В качестве участников необходимо привлечь иностранных абитуриентов или студентов, не менее 10 человек. Им необходимо поставить цель. К примеру, отправить заявку или найти информацию о стоимости обучения. Необходимо отследить среднее время, которое потребовалось участникам для достижения цели, а также далее узнать, что было неудобным, какие элементы необходимо

изменить. Для опроса предлагается использование анкеты, приведенной в приложениях 1 и 2.

4.4. Форма сбора отзывов пользователей. Это можно реализовать в простой всплывающей форме, в которой пользователь выбирает оценку. Этот метод позволит получить срез мнений по сайту, поэтому не может быть основным и должен обязательно дополняться данными аналитических систем.

5. Этапы проведения самооценки удобства пользования (юзабилити) сайтом

1. Сбор данных. Для этого необходимо использовать системы веб-аналитики, сторонних сервисов, позволяющих оценить технические параметры юзабилити (SeRanking, CloudFox, SimilarWeb и проч.) и проведение тестирования.

2. Анализ и интерпретация полученных данных, соотнесение их с оценочной матрицей (см. приложение 3).

3. Подготовка заключения по самооценке юзабилити иноязычной версии официального сайта вуза.

6. Заключение по самооценке удобства пользования (юзабилити) сайта

Для системной оценки удобства пользователей на сайте разработана оценочная матрица, представленная в приложении 3.

Для получения фактических результатов потребуется использование аналитических систем Яндекс.Метрика и/или Google Analytics (при наличии) или сторонних сервисов (CloudFox, SimilarWeb). Ряд показателей фиксируется в процессе наблюдения. Распределение данных по источникам получения представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Источники получения данных по показателям юзабилити сайта

| № п/п | Параметры | Источник данных |
|-------|--|--|
| 1 | Скорость загрузки сайта | CloudFox, SimilarWeb, SeRanking и проч. |
| 2 | Наличие мобильной /адаптивной версии сайта | Наблюдение |
| 3 | Выбор языка | Наблюдение |
| 4 | Наличие поисковой строки на сайте | Наблюдение |
| 5 | Простая структура главного меню | Наблюдение |
| 6 | Кликабельные «хлебные крошки» | Наблюдение |
| 7 | Наличие блока “контакты “ | Наблюдение |
| 8 | Наличие формы обратной связи | Наблюдение |
| 9 | Единообразие дизайна | Наблюдение |
| 10 | Уровень доступности информации о направлениях и стоимости обучения | Наблюдение |
| 1 | Наличие карты сайта | CloudFox, SeRanking |
| 1 | Отказы (bounce rate) | CloudFox, SimilarWeb, Яндекс.Метрика, Google Analytics |

0 – 11 баллов – юзабилити сайта на низком уровне, его необходимо повышать. Обратитесь к оценочной матрице, чтобы увидеть параметры, требующие немедленной доработки. Чем выше балльная оценка параметра, тем он важнее.

12 – 28 - юзабилити сайта на среднем уровне, его можно сделать гораздо более удобным для пользователей. Обратитесь к оценочной матрице, чтобы увидеть проблемные места.

29 – 33 - юзабилити сайта на высоком уровне. Следует подумать о перспективах внедрения новых элементов удовлетворенности пользователей, к примеру, голосовой поиск. Пока это будущее, но спрос на такие элементы растет.

На основании этого пишется оценочное заключение с выявлением слабых мест, требующих доработки.

Приложение 1

Пользовательская анкета для оценки уровня юзабилити сайта

1. Удалось ли вам найти нужную информацию на нашем сайте?

- 1.1. Да
- 1.2. Частично, не все
- 1.3. Нет

2. Какую именно информацию найти не удалось?

3. Насколько удобен интерфейс сайта? Оцените по шкале от 1 до 5, где 1 - очень плохо, а 5 – отлично.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

4. Что бы вы предложили изменить в интерфейсе сайта?

5. В целом, что вы могли бы предложить изменить на сайте?

6. Ваш пол

- 6.1. Мужской
- 6.2. Женский

7. Ваш возраст

- 7.1. 16 – 19 лет
- 7.2. 20-25 лет
- 7.3. 26 – 30 лет
- 7.4. Более 30 лет

8. Из какой вы страны?

Спасибо!

Приложение 2
Questionnaire for usability of the site assessment

1. Did you find the necessary information on our website?

- 1.1. Yes
- 1.2. Partially
- 1.3. No

2. What kind of information was not found?

3. How convenient is the site interface? Rate on a scale of 1 to 5, where 1 is very bad and 5 is excellent.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

4. What would you suggest to change in the site interface?

5. In general, what could you suggest to change on the site?

6. Gender

- 6.1 Male
- 6.2 Female

7. How old are you?

- 7.1. 16 – 19 years old
- 7.2. 20-25 years old
- 7.3. 26 – 30 years old
- 7.4. More than 30 years old

8. What country are you from?

Thank you!

Приложение 3

Оценочная матрица показателей юзабилити при самооценке иноязычной версии сайта российского вуза

| № п/п | Параметры | Нормативные / критериальные значения | Соответствие нормативу | Отклонение | Фактический результат |
|-------|--|--|--|--|-----------------------|
| 1 | Скорость загрузки сайта | 1-2 секунды | 5 баллов | баллов | |
| 2 | Наличие мобильной /адаптивной версии сайта | Да, есть | 2 балла | баллов | |
| 3 | Выбор языка | 1. Английский 2. Китайский 3. Любой европейский | 3 языка (английский, китайский, европейский) – 3 балла | 2 языка (английский и любой другой)– 2 балла; Только английский – 1 балл Отсутствие иноязычной версии сайта – 0 баллов | |
| 4 | Наличие поисковой строки на сайте | Да, есть | 1 балл | баллов | |
| 5 | Простая структура главного меню | 1 - сложный интерфейс 2- ... 3 - ... 4 - ... 5 - простой и удобный интерфейс | 5 - простой и удобный интерфейс – 4 балла | 1 - сложный интерфейс – 0 баллов 2 – 1 балл 3 – 2 балла 4 – 3 балла | |
| 6 | Кликабельные «хлебные крошки» | Да, есть | 4 балла | баллов | |
| 7 | Наличие блока «контакты» | Да, есть | 3 балла | баллов | |
| 8 | Наличие формы обратной связи | Да, есть | 3 балла | 0 баллов | |
| 9 | Единообразие дизайна | Да, есть | 1 балл | 0 баллов | |
| 10 | Уровень доступности информации о | 1 - более 5 кликов 2- ... 3 - ... | 5 – 4 балла | 1 – 0 баллов 2 – 1 балл 3 – 2 балла | |

| | | | | | |
|----|---|--------------------------|---------|--------------------|--|
| | направлениях и стоимости обучения | 4 - ... 5 - 1-2 клика | | 4 – 3 балла | |
| 11 | Наличие карты сайта | Да, есть | 1 балл | 0 баллов | |
| 12 | Отказы (bounce rate) | < 20% | 2 балла | >20% - 0 баллов | |
| 13 | Итого | | 33 | | |