

Лонгмедиа

uKit Group провела исследование более 5000 сайтов малого бизнеса

Компания uKit Group, разработчик решений для самостоятельного создания и развития веб-сайтов и онлайн-магазинов, провела исследование русскоязычных сайтов-визиток малых предприятий в Рунете. Его задачей было выявление визуальных и технических проблем сайтов малого бизнеса, а также выяснение того, как их владельцы оценивают собственные веб-ресурсы и работают ли над исправлением ошибок. Эти данные требовались для того, чтобы подтвердить существование на рынке серьезных проблем, решить которые способен находящийся в разработке проект uKit AI: сервис редизайна или технологического обновления сайтов с помощью ИИ-технологий.

«За рубежом агентства и государственные институты регулярно публикуют статистику по малым предприятиям, в том числе отражающую опыт использования ими инструментов онлайн-маркетинга, – рассказал менеджер проектов и количественных исследований uKit Group Алексей Попов. – Достаточно внимательно изучить порталы местных статистических агентств, промониторить интернет-пространство – и вы понимаете, с какими проблемами сталкиваются их владельцы, как они их решают. У нас ситуация другая: подобных данных в публичном пространстве практически нет. Поэтому мы и решились на такое исследование».

На первом этапе были проанализированы 5060 сайтов, созданных в разное время и на разных платформах. Выборка производилась вручную с помощью ресурсов «Яндекс.Каталог» (сайты Москвы и Московской области) и 2ГИС (сайты Ростовской области). Критериями оценки web-ресурсов стали адаптивность, дизайн, скорость загрузки страниц, а также другие параметры, которые влияют на поведение посетителей интернет-площадок.

Тест на адаптивность верстки показал, что большинство сайтов малого бизнеса (63%) являются неадаптивными – то есть их страницы некорректно отображаются на экранах мобильных устройств. При этом лишь 1% всех проанализированных ресурсов имеет мобильную версию.

«Почему основная масса небольших предприятий не занималась мобильной версией сайта — понятно: это отдельные затраты на создание и поддержку, а во многих отраслях нет острой необходимости менять логику взаимодействия с сайтом на мобильных устройствах, – отмечает Алексей Попов. — Но сегодня все большее число людей ищет информацию о товарах и услугах через смартфоны и планшеты – не стоит упускать такую перспективную аудиторию. К тому же адаптивные шаблоны уже несколько лет продаются и создаются по доступной цене или встроены во многие решения для управления сайтами».

Самыми прогрессивными оказались малые предприятия, занимающиеся ремонтом и логистикой: адаптивными являются, соответственно, 65% и 45% сайтов компаний из этих сфер. Наименьшее количество адаптивных ресурсов (29%) отмечено среди типографий.

«То, что лучше остальных выглядели сайты подрядчиков по ремонту, вполне закономерно. На это, вероятно, повлияли такие факторы, как конкуренция в отрасли, а также новая волна «оцифровки» этого рынка. Предложений много, а искать специалистов теперь можно с помощью смартфонов, стоя в очереди на обед или во время поездки в метро, так что нужно использовать все возможные способы продвижения, – считает Алексей Попов. – К тому же в последние пять лет запустилось сразу несколько агрегаторов по поиску специалистов для ремонта, и те мастера, которые начинали продвижение в онлайн, работая на этих платформах, изначально сталкивались с более свежими технологиями для своих сайтов».

В рамках исследования также был проведен анализ веб-ресурсов с точки зрения дизайн-составляющей. Оценка производилась с учетом объективных показателей. Это доступность и заметность ключевой информации для целевого действия (насколько легко найти форму обратной связи, время работы, контакты, навигация по сайту и т.п.), перегруженность страницы виджетами (они могут затруднять работу с сайтом и отвлекать от контента) и наличие flash-элементов (в 2015-2016 гг. Firefox, Opera и Chrome, установленные у 70% интернет-пользователей, прекратили поддерживать эту технологию; в 2017 году она была официально признана устаревшей). Данные параметры, как и адаптивность, важны при оценке восприятия сайта и явно влияют на конверсию.

Проведенный анализ показал, что 44% ресурсов малого бизнеса не имеют форм обратной связи и контактов, расположенных на видном месте, а 5% до сих пор используют flash-элементы. Время загрузки страниц практически во всех случаях оказалось приемлемым – до 5 секунд. Однако выяснилось, что 87% сайтов не используют защищенный протокол HTTPS, в то время как HTTPS в адресе сайта и значок «защищенное соединение» не только повышают доверие посетителей к ресурсу, но и может влиять на ранжирование сайта в поисковой выдаче.

Второй этап исследования представлял собой телефонный опрос владельцев сайтов. Он проводился с целью выяснить, замечают ли они на своих ресурсах повторяющиеся проблемы, заметные посетителям, и готовы ли работать над устранением этих ошибок.

Выяснилось, что у 40% опрошенных отсутствует четкое понимание того, какие задачи выполняет их сайт. При этом 75,3% владельцев довольны своими ресурсами (недовольны – 19,52%, затруднились ответить - 5,18%).

«Мы не ожидали столь высокого числа довольных, учитывая, что проблема адаптивности затрагивала 45-70% сайтов в каждой категории. Адаптивность как отдельный фактор волновала менее 2% опрошенных. Отвечая на вопрос “Что бы вы хотели улучшить на сайте?”, люди чаще всего упоминали “дизайн” и “конверсию”, зачастую не связывая их напрямую с отображением и удобством сайта на разных устройствах”, – рассказал Алексей Попов.

Телефонный опрос показал неожиданные результаты: несмотря на то, что три четверти респондентов заявили, что довольны текущим сайтом, почти 60% задумываются над его изменением. При этом свыше половины опрошенных планирует заняться обновлением сайта самостоятельно или силами сотрудников.