

Московский государственный университет

им. М. В. Ломоносова

Факультет журналистики

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**«Умный» дизайн и интернет-маркетинг**

**Выполнила:**

студентка 4 курса д/о

группы № 412

Денисова Евгения Дмитриевна

**Преподаватель:**

доцент, к.ф.н. Засурский Иван Иванович

**Москва**

**2015**

## **Введение**

Одной из важных составляющих успешного интернет-маркетинга является удобство. Удобство пользования. Что бы ни делали маркетологи, это не будет работать, если потребителю неудобно взаимодействовать с сайтом. Нужно признать, что аудитория все чаще пользуется смартфонами и планшетами, и под эти изменения нужно подстраиваться.

Еще 10 лет назад компьютеры у всех были одинаковые, да и мобильные телефоны тоже. Соответственно все макеты сайтов в интернете были фиксированных размеров. Относительно недавно произошел «бум» новых разработок, благодаря которым практически у каждого есть ноутбук, планшет и смартфон. Все эти гаджеты имеют различные размеры экранов и соответственно по-разному отображают одни и те же сайты. И чаще всего сайт на компьютере просматривать гораздо удобнее, чем на смартфоне, ведь экран гораздо больше, а столько информации нужно вместить. Однако именно мобильный телефон мы всегда носим с собой и в первую очередь за помощью обращаемся именно к нему.

Несмотря на это многие маркетологи до сих пор не обновили и не оптимизировали сайты своих клиентов. Причина состоит в том, что они [маркетологи] фокусируются на других задачах. Например, создание контента и e-mail-рассылок, получение обратных ссылок, поддержание активности в социальных сетях... Но ведь без «умного» веб-дизайна часть усилий будет потрачена впустую.

Сейчас существует четыре подхода, с помощью которых разработчики могут сделать взаимодействие с сайтом на различных платформах удобным:

1. Мобильная версия сайта
2. Адаптивный дизайн
3. Отзывчивый дизайн

#### 4. RESS (Responsive Design + Server Side)

Про первый подход знают все и каждый день им пользуются. Второй и третий мало кто знает из массового потребителя, но все чаще сталкивается. А если и знает, то принимает их за одно и то же. Четвертый же подход известен пока только в профессиональном кругу веб-разработчиков.

Начнем по порядку.

##### **Мобильная версия**

*Нельзя сказать, что это «умный» дизайн в чистом виде. Разработка мобильной версии положила ему начало.*

Разработчики не были готовы к таким быстрым переменам, и первой реакцией стало создание мобильной версии. Механизм прост: когда пользователь открывает сайт на смартфоне, происходит перенаправление на специальный поддомен (m.example.com, mobile.example.ru и т.д.). Однако мобильная версия не дает полной свободы действий, так как некоторые функции недоступны. «Мобильная версия представляет собой урезанную основную версию — лишь с тем функционалом, который, по мнению разработчиков, будет необходим и полезен пользователям мобильных устройств и планшетов».<sup>1</sup> Это упрощение по сравнению с версией для компьютера становится и плюсом и минусом этого подхода. Вроде бы удобно, под рукой функции первой необходимости, но если понадобится сделать что-то большее, ничего не выйдет.

В плюсах нужно еще упомянуть быстроту мобильной версии. «Из-за упрощения сайта, мобильная версия грузится быстрее. Это существенно для пользователей, которые все ещё ходят через GPRS или слабый 3G».<sup>2</sup> И не

---

<sup>1</sup> <http://habrahabr.ru/post/239441/>

<sup>2</sup> Там же.

стоит забывать, что у пользователя есть выбор, если что-то не устраивает, есть возможность перейти на полную версию сайта.

В минусах у мобильной версии ограниченность не только по функционалу, но и по представляемому контенту, что может негативно сказаться на общей информационной картине. Также мобильная версия комфортно используется только на мобильных устройствах, на экране компьютера она непривычна, или даже неуместна.

В целом, несмотря на совершенствующиеся технологии, этот подход все еще широко используется в проектах, особенно крупных. Социальные сети Вконтакте, Facebook и Одноклассники имеют мобильные версии.

## **Адаптивный дизайн**

В интернет-маркетинге и веб-разработках адаптивный дизайн (Adaptive web design или AWD) давно превратился из модного тренда в высокоэффективный инструмент, и даже стандарт для современных сайтов.

Чем же он так хорош?

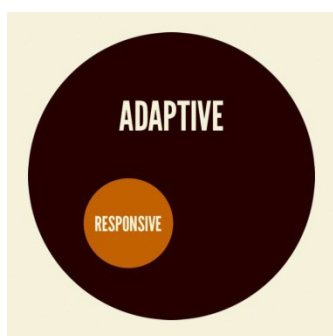
Адаптивный дизайн позволяет комфортно просматривать страницу сайта на экранах разных размеров. Секрет в том, что для каждого устройства (смартфон, планшет, ПК) создается свой макет с определенными параметрами под каждый экран. Не нужно писать код для смартфона/планшета с нуля, стоит только внести небольшие изменения в HTML и CSS макета для ПК. «В случае адаптивного дизайна элементы сайта могут скрываться, заменяться другими; могут меняться поведение и функции отдельно взятых элементов веб-сайта»<sup>3</sup>. Он также «требует работы с

<sup>3</sup> <http://itkeys.ru/responsive-and-adaptive-design/>

объектной моделью элементов на странице, подразумевает смену их иерархии/вложенности на разных устройствах».<sup>4</sup> К тому же в адаптивном дизайне используется progressive enhancement («прогрессивное улучшение»). «Его концепция заключается в предоставлении пользователю полноценной функциональности сайта вне зависимости от того, насколько устаревшим или урезанным программным обеспечением он пользуется».<sup>5</sup>

## Отзывчивый дизайн

Считается, что отзывчивый дизайн (Responsive web design или RWD) является частью адаптивного.



6

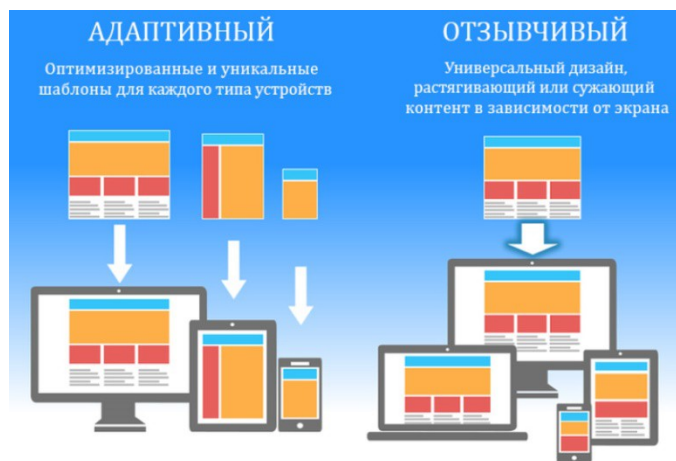
Но многие люди считают, что это одно и то же. Да, понятия близкие, но все же нужно видеть в них разницу.

---

4 Там же.

5 <http://rusability.ru/usability/adaptivnyiy-dizayn-kak-obyazatel'naya-sostavlyayushhaya-uspeshnogo-proekta/>

6 <http://rusability.ru/usability/adaptivnyiy-dizayn-kak-obyazatel'naya-sostavlyayushhaya-uspeshnogo-proekta/>



7

При отзывчивом дизайне сайт разрабатывается с расчетом на то, чтобы «обеспечить наиболее простое его использование: удобный просмотр сайта с минимумом ресайзов и лишних прокруток – на самом широком спектре устройств. При верстке отзывчивого дизайна используются исключительно HTML и CSS — без подключения JavaScript для определения «отзывчивости» элементов дизайна». В чем еще отличие от адаптивного дизайна: элементы сайта не скрываются и не заменяются другими, и их поведение, так же как и функции, не меняется. Все элементы верстки располагаются в рамках модульной сетки, и их размеры зависят от размера экрана, они «резиновые» (flexible).<sup>8</sup> Проверить сайт на отзывчивый дизайн можно, сделав окно на компьютере меньше и подвигав границы окна – вся верстка должна подстраиваться под ваши манипуляции. Хороший пример – музыкально-новостной сайт Factmag.<sup>9</sup>

Такое «волшебство» происходит, потому что при создании отзывчивого дизайна используется адаптивная разметка (adaptive layout) (не путать с адаптивным дизайном!). Ее механизм заключается в создании нескольких стилей, вариантов расположения элементов на модульной сетке и нескольких вариантов стилей элементов дизайна. Они сменяют друг друга при изменении

<sup>7</sup> <http://rusability.ru/usability/adaptivnyiy-dizayn-kak-obyazatel'naya-sostavlyayushhaya-uspeshnogo-proekta/>

<sup>8</sup> <http://itkeys.ru/responsive-and-adaptive-design/>

<sup>9</sup> <http://www.factmag.com/>

размеров экрана. При этом можно наблюдать некие точки перехода между разными видами разметки (стилей) сайта.<sup>10</sup>

## **RESS**

RESS (Responsive Design + Server Side) - это более сложная и менее распространенная и не столь известная технология. Для понимания ее принцип можно проиллюстрировать так: если зайти на страницу под разными User-Agent-ами, можно увидеть различный HTML для различных устройств.

В преимуществах у RESS минимизация трафика, так как ненужные JavaScript можно убрать из кода, что освобождает CPU, память и кэш на мобильном устройстве. Дополнительно можно специально оптимизировать HTML и CSS. Также возможно использовать таргетирование. Например, пользователям операционной системы Android предлагать скачивать приложения с GooglePlay, а пользователям Mac OS – с iTunes. Как говорилось выше, для каждого устройства можно сделать свою верстку.

Но, как и у всего, у RESS есть минусы. Во-первых, это сложность в разработке. Такой технологии требуются соответствующие настройки сервера и комплексная работа не одного программиста. Далее понадобится несколько вариантов верстки, даже больше, чем в отзывчивом дизайне, поскольку этот вид дизайна имеет возможность подстраиваться даже под операционную систему устройства. Из чего вытекает последний недостаток: механизм определения устройств еще не доведен до совершенства.<sup>11</sup>

## **Дизайнозависимость**

---

<sup>10</sup> <http://itkeys.ru/responsive-and-adaptive-design/>

<sup>11</sup> <http://habrahabr.ru/post/239441/>

Поскольку мобильная версия сайта постепенно уходит в прошлое, а RESS еще недостаточно вошла в использование при программировании современных сайтов, мы рассмотрим взаимоотношения интернет-маркетинга только с оставшимися двумя видами веб-дизайна.

Сейчас адаптивный и отзывчивый дизайн просто неотъемлемая часть грамотного и эффективного интернет-маркетинга. Количество людей, посещающих сайты со смартфонов и планшетов, неуклонно растет. Значит, все люди, пользующиеся мобильными устройствами, потенциальная аудитория.

Таким образом, используя «умный» дизайн, можно повысить эффективность абсолютно всех направлений интернет-маркетинга, в том числе:

- Контент-маркетинг. Это самая важная часть маркетинговой стратегии, по-другому не бывает. Поэтому необходимо создать комфортные условия восприятия содержания посетителем;
- Email-маркетинг. Можно использовать адаптивные шаблоны для создания писем, что тоже позволяет просматривать их с мобильных устройств, а также совершать определенные действия, например, кликнуть на ссылку внутри письма и перейти на такой же замечательный адаптивный сайт;
- Поисковый маркетинг. При переходе из поиска по ссылке на сайт пользователь останется, если на нем «умный» дизайн, и скорее покинет сайт с фиксированным макетом, так как многие элементы могут отображаться некорректно, и целевое действие не будет совершено;
- SMM. Пользователи, которые попадут на сайт из социальных сетей, смогут легко совершить необходимое целевое действие. Другими словами, «умный» дизайн повысит конверсию социального трафика.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> <http://contentmonster.ru/blog/2014/07/kak-adaptivnyj-dizajn-uluchshit-vash-onlajn-marketing/>



К тому же, самое важное преимущество использования адаптивного дизайна — положительный опыт взаимодействия. Например, при посещении сайта интернет-магазина пользователь планшета ожидает увидеть более простой макет и адаптированную навигацию. Пользователь смартфона имеет другой набор потребностей, зависящий от навигации и удобства отображения контента.

«Знающие маркетологи используют все преимущества адаптивного дизайна для создания индивидуального опыта взаимодействия владельцев смартфонов. Используются как простые методы (призыв к нажатию кнопки или верстка контента, не требующие прокрутки), так и сложные (мобильные сайты, больше похожие на полноценные приложения, нежели на веб-страницы)».<sup>13</sup>

Еще один важный момент для оптимизации интернет-маркетинга через «умный» дизайн – это составление перечня наиболее важных возможностей сайта, востребованных целевой аудиторией. Поможет в этом составление тепловой карты сайта. После определения наиболее часто просматриваемых страниц, блоков и разделов страницы можно будет сверстать хороший адаптивный дизайн, ведь одна из его составляющих – это отсутствие всего лишнего.

И тут возникает вопрос: что из элементов оформления действительно стоит выкинуть?

Оптимизация сайта адаптивным дизайном, во главу которого поставлена конверсия и ее прирост, означает избавление от «жира». Все дополнительные элементы, не несущие на себе полезной нагрузки, должны быть убраны. Остаться должно только то, что за пару касаний пальцем приведет пользователя к цели и превратит его в потребителя товаров или услуг. Must-have для всех - часы работы, контакты, карты и возможность в одно касание

---

<sup>13</sup> <http://lpgenerator.ru/blog/2013/09/09/adaptivnyj-dizajn-novaya-era-mobilnogo-marketinga/>

вязаться с представителем компании. Однако оптимизация для мобильных устройств не должна концентрироваться только на избавлении от рекламных баннеров и переводе всех шаблонов на адаптивную верстку. Необходимо переработать юзабилити сайта с точки зрения именно мобильного, а не настольного пользователя.<sup>14</sup>

## **Стоимость**

Поначалу разработка «умного» дизайна потребует больших финансовых и временных инвестиций. Ведь маркетологам вместе с дизайнерами и программистами нужно создать как минимум три шаблона: для настольных ПК, планшетов и смартфонов (а для некоторых компаний потребуются четвертый шаблон под small desktop (нетбуки)). Но не стоит забывать, что долгосрочные выгоды от его использования значительно снижают затраты на его обслуживание.<sup>15</sup>

## **Заключение**

Как можно заметить, «умный» дизайн находится в тугой связке с интернет-маркетингом, и большая часть успеха последнего партнера зависит от первого. Такой веб-дизайн помогает удерживать и конвертировать посетителей, которые заходят на страницу с мобильных устройств. Даже если пользователи смартфонов и планшетов составляют малую долю общего трафика сайта, компания все равно теряет потенциальных клиентов, которые могли бы стать реальными, будь сайт адаптивным.

В России встречаются по одежке.

---

<sup>14</sup> <http://lovim.net/2013/04/adaptive-design-conversion/>

<sup>15</sup> <http://lpgenerator.ru/blog/2013/09/09/adaptivnyj-dizajn-novaya-era-mobilnogo-marketinga/>

