

Вплив інноваційного дизайну веб-сайту на конверсію та користувацький досвід в е-торгівлі

Ярош В.¹, Лагута В.², Смоляков М.³, Тарасяк І.⁴, Футиляк С.⁵, Рутар Р.⁶

Опубліковано	Секція	УДК
30.01.2024	Економіка	004.738.5:339

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11064001>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Анотація. У сучасному цифровому світі, дизайн веб-сайту став критичним фактором, що впливає на залучення користувачів, коефіцієнти конверсії та загальний успіх бізнесу. Ефективний дизайн веб-сайту не тільки привертає увагу відвідувачів, але й зрештою призводить до збільшення конверсій. У цій статті встановлено зв'язок між інноваційним веб-дизайном і залученням користувачів, виявлено важливість інтуїтивно зрозумілої навігації, адаптивного дизайну, привабливих візуальних елементів і переконливого заклику до дії, а також надано інформацію про останні дослідження на цю тему.

Ключові слова: інноваційний дизайн, веб-сайт, конверсія, користувацький досвід, Е-торгівля, Metaverse.

The impact of innovative website design on conversion and user experience in e-commerce

Annotation. E-commerce is one of the most dynamic sectors of the economy. It is projected that by 2025, the global e-commerce market will reach USD 7.4 trillion. Success in e-commerce depends on many factors, one of which is website design. Innovative website design can positively impact conversion rates and user experience in e-commerce. Studies conducted at Stanford University, Adobe, KoMarketing, and The Business Value of Design show that website design is important for visitors. Research by groups such as Social Media Examiner, Brain Rules, and the 3M Corporation demonstrates that visual content is the most important type of content. A survey conducted by HubSpot concluded that high-quality, innovative UX design results in higher conversion rates than merely good design. Research by Google, as well as a joint study by Harvard University, the University of Maryland, and the University of Colorado, found that visually complex websites were less visually appealing. According to Mike

¹ аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», <https://orcid.org/0009-0009-8681-8930>

² аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», <https://orcid.org/0009-0001-1051-3534>

³ аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», <https://orcid.org/0009-0004-5365-0709>

⁴ аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», <https://orcid.org/0009-0008-3198-5953>

⁵ аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», <https://orcid.org/0009-0008-5693-1820>

⁶ аспірант ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», <https://orcid.org/0009-0000-4381-319X>

Volpe, a good website design is defined by the quick and simple search for necessary information or products. However, there are currently no studies that offer a set of actions for conversion design that would combine its ability to be understandable and appealing (usability), the logic and key motif of the image used by companies to increase brand recognition (visual). In today's digital world, website design has become a critical factor affecting user engagement, conversion rates, and overall business success. Effective website design not only attracts visitors but also ultimately leads to increased conversions. This article establishes the connection between innovative web design and user engagement, highlights the importance of intuitive navigation, responsive design, attractive visual elements, and compelling calls to action, and provides information about the latest research on this topic.

Key words: innovative design, website, conversion, user experience, E-commerce, Metaverse.

Вступ

Е-торгівля є одним з найдинамічніших секторів економіки. За прогнозами, до 2025 року обсяг світового ринку електронної комерції досягне 7,4 трильйона доларів США. Успіх в е-commerce залежить від багатьох факторів, одним з яких є дизайн веб-сайту. Інноваційний дизайн веб-сайту може позитивно вплинути на конверсію та користувача досвід в е-commerce.

Дослідження, що проводяться в Стенфордському Університеті, Adobe, KoMarketing, The Business Value of Design показують, що дизайн сайту є важливим для відвідувачів. Роботи груп Social Media Examiner, Brain Rules, 3M Corporation показують, що візуальний контент є найважливішим видом контенту. Опитування, проведене Hubspot, дозволило зробити висновок, що якісний інноваційний UX-дизайн дає вищу конверсію ніж звичайний гарний дизайн. Дослідження Google, а також спільне дослідження Гарвардського університету, Університету Меріленду та Університет Колорадо кажуть, що візуально складний веб-сайт мав меншу візуальну привабливість. На думку Майка Вольпе, швидкий і простий пошук потрібної інформації чи продукту визначає добрий дизайн сайту. Однак, на сьогоднішній день відсутні роботи, які пропонують набір дій для конверсійного дизайну сайту, який би поєднував його здатність бути зрозумілим та привабливим (юзабіліті), логіку та ключовий мотив зображення, який використовується в компаніях для підвищення впізнаваності бренду (візуал).

Ряд досліджень (О. Гарднер, Р. Барнатт-Сміт та ін.) показали, що інноваційний дизайн веб-сайту може позитивно вплинути на конверсію та користувацький досвід в е-commerce. Наприклад, дослідження компанії Baymard Institute показало, що 68% користувачів вважають, що дизайн сайту є важливим фактором, що впливає на їхнє рішення про покупку. Інше дослідження, проведене компанією Nielsen Norman Group, показало, що навіть невеликі зміни в дизайні веб-сайту можуть призвести до значного підвищення конверсії.

Мета цієї роботи - дослідити вплив інноваційного дизайну веб-сайту на конверсію та користувача досвід в е-commerce. Для цього буде проведено аналіз теоретичних основ інноваційного дизайну веб-сайту, а також огляд останніх досліджень на цю тему. На основі цього аналізу будуть розроблені рекомендації щодо створення інноваційного дизайну веб-сайтів для Е-commerce.

Результати

Згідно з даними Internet Live Stats на 16 січня 2020 року існує 1 742 817 993 веб-сайти, і ця цифра постійно зростає. Веб-сайти існують з певною метою, і в залежності від ряду факторів вони досягають цієї мети з певною часткою ймовірності [4].

Мета будь-якого сайту – це продаж. Причому ця мета може бути різною: продаж продукту, ідеї, компанії, портфолію тощо. Тому важливо знати, як правильно будувати сайти, щоб відвідувач виконав потрібні дії з високою точністю. Це важливо як для бізнесу та некомерційних організацій, так і для самих відвідувачів.

Неправильний дизайн сайту не дозволяє отримати максимальний бажаний ефект. Причини цього можуть бути різними, і вони не обов'язково пов'язані з візуальною складовою сайту. Наприклад, причиною може бути неправильне визначення цільової аудиторії або неграмотне використання тригерів впливу на відвідувачів.

Дизайн – це процес проектування, розробки та створення продукту. Веб-дизайн – це процес проектування інтерфейсів користувачів веб-сайтів або додатків. Веб-дизайнери займаються проектуванням сайтів, розробляючи такі рішення подання інформації, щоб користувачеві було зручно, зрозуміло і приємно перебувати на сайті. За візуальним рішенням сайту лежить глибока аналітика, яка дозволяє вирішити завдання, для яких створюється сайт.

Естетику сайту переважно пов'язують з красою та зовнішнім виглядом. Девід Сігел підтримував естетику, тоді як функціоналісти вважали, що важливіше, наприклад не кольори використані на веб-сайті, а головне - це функціональність та зручність для користувача. Одним з естетичних елементів 90-х років були технології Flash. Якоб Нільсен виступав проти їх використання, оскільки це впливало на час завантаження сторінки сайту, що, в свою чергу, зменшувало функціональність та зручність використання. На початку 2000-х років знову з'явилася тенденція до гіперфункціональності без зайвої естетики, оскільки веб-дизайнери розуміли, що Flash-анимація не надавала естетичного задоволення, а навпаки, викликала роздратування у користувача. Почуттєве сприйняття виражається в мистецтві. Естетика - це краса, а це для кожного річ суб'єктивна. Естетичні сайти доставляють задоволення відвідувачам. Однак, працюючи над функціональністю сайту, аналітикою, потребами цільової аудиторії і так далі, та використовуючи правила композиції, ієрархії, акцентів та інше, можна створити естетичний сайт. Тобто зараз естетичний сайт - це результат глибокої аналітики та прийомів візуального дизайну, а не лише зовнішнього дизайну. Однак конверсійний сайт може бути і не естетичним у візуальному сприйнятті.

Олі Гарднер – креативний директор Unbounce (творець лендінгів), є прихильником дизайну, орієнтованого на конверсію, запропонував 7 принципів, що дозволяють підштовхнути відвідувачів до конверсії (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи дизайну, орієнтованого на конверсію [1]

Прийом	Опис
Увага	Прийом, який дозволяє управляти увагою користувача та акцентувати увагу на важливому елементі, що дозволяє направити погляд користувача на цей елемент. Наприклад, позбутися зайвих елементів, які відволікають користувача від головного.
Контраст і колір	На сайті важливий не колір, а контраст, щоб важливий елемент сильніше виділявся, і тим самим був більш помітним користувачеві.
Направлені підказки	Це також відноситься до управління увагою користувача. За допомогою різних показників важливо направити погляд на потрібний елемент, наприклад, до кнопки дії.

Приєм	Опис
Негативний простір	Він потрібний, щоб дозовано давати інформацію користувачеві для поліпшення сприйняття контенту і таким чином простіше виділити кнопку сприяючу до дії.
Терміновість дефіцит	і Це відноситься до психологічних тригерів, які дозволяють управляти рішенням користувачів про покупку продукту.
Пробне використання	Для підвищення довіри користувачів можна запропонувати їм випробувати товар в дії ще до покупки (це може бути передогляд). Таким чином демонструється впевненість покупців в якості товару і що продукт вартує витрачених коштів.
Соціальний доказ	Потрібний, щоб викликати довіру людей. Вона формується за рахунок статистики і дій певної маси користувачів і здатний викликати потужну реакцію типу «я теж це хочу». Одним з соціальних доказів є відгуки.

Сучасні тренди веб-дизайну спрямовані на створення більш привабливого, запам'ятовуваного та інтерактивного дизайну, який сприятиме підвищенню конверсії.

Для цього дизайнери використовують різні прийоми, такі як сторителінг, негативний простір, відповідальні логотипи, мінімалістичні фото, яскраві кольори, градієнти, асиметричні макети, повноекранне відео, геометричні форми та візерунки, анімація, яскрава графіка та зображення, 3D-зображення, унікальна або гучна типографіка, напівпрозорі кнопки, намальовані від руки зображення та бруталізм. У таблиці 2, представлено основні вимоги створення інноваційного веб-дизайну та його вплив на конверсію та користувацький досвід.

Таблиця 2

Поради що до створення інноваційного дизайну веб-сайту в метасторі, та їх вплив на конверсію та користувацький досвід в Е-торгівлі

Тренд	Опис	Вплив на конверсію та користувацький досвід
Сторителінг	Використання історій для залучення уваги та утримання відвідувачів	Допомагає відвідувачам краще зрозуміти цінність продукту та мотивує їх до покупки
Негативне простір	Використання великого білого простору для концентрації уваги на важливій інформації	Допомагає відвідувачам швидше та легше сприймати інформацію
Відповідні логотипи	Налаштування логотипів відповідно до розміру пристрою	Допомагає зберегти впізнаваність бренду на всіх пристроях
Мінімалістичні фото	Використання простих і лаконічних фотографій	Допомагає концентрувати увагу на важливій інформації
Яскраві кольори	Використання яскравих насичених кольорів	Допомагає привернути увагу відвідувачів та створити емоційне налаштування

Тренд	Опис	Вплив на конверсію та користувацький досвід
Граденти	Використання градієнтів для створення ефекту глибини та об'єму	Допомагає зробити сайт більш привабливим та сучасним
Асиметричні макети	Використання асиметричних макетів для створення оригінального та запам'ятовуваного дизайну	Допомагає привернути увагу відвідувачів та виділити сайт серед конкурентів
Повноекранне відео	Використання повноекранного відео для створення більш вражаючого та динамічного дизайну	Допомагає привернути увагу відвідувачів та зробити сайт більш запам'ятовуваним
Геометричні форми та візерунки	Використання геометричних форм та візерунків для створення сучасного та стильного дизайну	Допомагає зробити сайт більш привабливим та запам'ятовуваним
Анімація	Використання анімації для привернення уваги та створення більш динамічного дизайну	Допомагає привернути увагу відвідувачів та зробити сайт більш запам'ятовуваним
Яскрава графіка та зображення	Використання яскравої та соковитою графіки та зображень для привернення уваги відвідувачів	Допомагає привернути увагу відвідувачів та зробити сайт більш запам'ятовуваним
3D-зображення	Використання 3D-зображень для створення більш об'ємного та реалістичного дизайну	Допомагає привернути увагу відвідувачів та зробити сайт більш запам'ятовуваним
Унікальна або гучна типографіка	Використання унікальної або гучної типографіки для створення оригінального та запам'ятовуваного дизайну	Допомагає привернути увагу відвідувачів та виділити сайт серед конкурентів
Напівпрозорі кнопки	Використання напівпрозорих кнопок для створення більш легкого та повітряного дизайну	Допомагає привернути увагу відвідувачів та зробити сайт більш запам'ятовуваним
Намальовані від руки зображення	Використання намальованих від руки зображень для створення більш теплого та душевного дизайну	Допомагає привернути увагу відвідувачів та зробити сайт більш запам'ятовуваним
Брутальнізм	Використання бруталізму для створення більш оригінального та запам'ятовуваного дизайну	Допомагає привернути увагу відвідувачів та виділити сайт серед конкурентів

У роботі Хічжонг Джонг, Юкйонг Йі та Донгсу Кім, представлено інноваційну бізнес-модель нової платформи електронної комерції, яка долає обмеження існуючих онлайн-магазинів шляхом поєднання живої комерції з метавсесвітом за допомогою технології цифрових близнюків. Зараз жива торгівля привертає увагу та стає дуже популярною [2].

Однак існуюча жива торгівля має такі недоліки, як нудний контент, обмежене спілкування через чат, обмежений простір для прямої трансляції з боку продавців, а також відсутність досвіду роботи з брендами та продуктами споживачів.

За допомогою запропонованої нової посередницької платформи споживачі можуть побачити та відчувати бренд і випробувати функції продукту у віртуальному світі, тим самим покращуючи досвід купівлі. Крім того, продавці можуть створювати інноваційний контент за допомогою metaverse та розробити концептуальний простір, щоб забезпечити впізнаваність бренду та лояльних клієнтів [2, с.221].

Сьогодні, створювачі інноваційного дизайну веб-сайтів, використовують метавсесвіт. Метавсесвіт - це складне слово, утворене від "мета" та "всесвіт", і він являє собою тривимірний світ, де реальність і віртуальність співіснують [1]. Метавсесвіт має перевагу в тому, що дозволяє користувачам створювати власний контент поза межами фізичного простору та відчувати речі онлайн, які раніше були доступні лише офлайн. Live-комерція та метавсесвіт мають взаємодоповнюючі відносини, що позитивно впливає на конверсію та користувацький досвід в е-торгівлі. Ключовим тут є надання пріоритету новим формам захоплюючого дизайну та розумного споживчого контенту, який може не лише легко вставлятися у віртуальний світ, але й заохочувати споживачів до взаємодії та спілкування з ним. Щоб забезпечити підтримку, компанії також можуть інтегрувати системи UCaaS для покращення відносин із клієнтами.

Особливо для демографічних груп покоління Z, де 87% молодих користувачів уже взаємодіють із поточними платформами метавсесвіту, такими як Fortnite, не виходячи зі своїх смартфонів, переваги швидко перевищують витрати для компаній, які прагнуть отримати інноваційний дизайн за допомоги метавсесвіту в е-торгівлі. Фактично, надання захоплюючого досвіду в метавсесвіті, що дозволяє підключатися та взаємодіяти з віртуальною версією продукту чи послуги, призведе до вищих коефіцієнтів конверсії в реальному світі.

Наприклад, лондонський стартап модного агентства Dimension Studio подвоївся у 2021 році в результаті експериментів із новими формами UX-маркетингу в метавсесвіті. Ця компанія, яка спеціалізується на майбутньому об'ємного контенту та створює захоплюючий досвід у метавсесвіті, є однією із перших лідерів майбутнього 3D-форм UX-дизайну [3].

У партнерстві з грою Balenciaga's Afterworld вони створили нову форму віртуального виробництва, яка дозволила гравцеві вийти на платформу у віртуальному середовищі та фізично випробувати твори Balenciaga на своїх доповнених аватарах. Використовуючи нові форми 3D UX-дизайну та Metaverse на свою користь, вони заробили 6,5 мільйонів доларів США [3].

Очевидно, дизайнерам веб-сайтів в Е-торгівлі доведеться змінити своє мислення в умовах метавсесвіту. Замість проектування для пасивного споживання, майбутнє зосереджуватиметься на активному дизайні, який заохочує споживачів діяти на основі свого творення та й далі стирати межі між реальним і віртуальним.

Дизайнерам потрібно думати про споживачів як про гравців, а не просто користувачів технологій. Щоб покращити взаємодію з користувачами на різних онлайн-платформах, UX-дизайнери повинні створити повністю занурений користувацький досвід в Е-торгівлі, який дозволяє гравцеві жити та взаємодіяти з віртуальним світом, а не просто його відчувати.

Занурений дизайн потрібно буде застосовувати до всіх форм UX, навіть за межами створення світу метавсесвіту. Це стосується не лише веб-дизайну, а і створення контенту та реклами. Оскільки межа між віртуальним і реальним продовжує стиратися, дизайнерам потрібно зосередитися на безпроблемному впровадженні продукту,

послуги або реклами в метавсесвіт. Споживачі набагато частіше взаємодітимуть з UX-дизайном, який відчувається природним і автентичним.

Повноцінний віртуальний світ може бути вже не за горами, але у UX-дизайнерів ще є час адаптуватися.

Ось деякі поради щодо оптимізації інноваційного дизайн веб-сайту для метавсесвіту, який вплинув би на конверсію та користувацький досвід в Е-торгівлі:

1. Історія через дизайн. Метавсесвіт величезний і, як прогнозується, тільки розширюватиметься в майбутньому. З великою аудиторією приходить велика кількість різноманітних вражень для різноманітної групи споживачів. Ключовим моментом для дизайнерів є знаходження способу об'єднання цих вражень для створення захоплюючої історії, яка виділить бренд серед конкурентів. Саме тому час почати пріоритезувати розповідь історій. Щоб підвищити обізнаність та привернути увагу, у дизайні має бути історія продукту, щоб занурити споживачів у більш природний та орієнтований на клієнта досвід із брендом.
2. Інтеграція дизайну у віртуальні історії. Ще краще, якщо дизайнер навчиться інтегрувати дизайн веб-сайту в існуючі віртуальні історії. Необхідно знайти спосіб просувати або рекламувати продукти чи послуги, використовуючи наявну розповідь у метавсесвіті. Для цього важливо проаналізувати конкурентів і почати тестування користувачів.
3. Важливо провести аудит поточної статистики взаємодії, характеристик аудиторії та аналітики сайту за допомогою таких інструментів, як Google Analytics і Finteza. Дизайнерам потрібно бачити, як їхня аудиторія наразі взаємодіє з метавсесвітом і як їхні продукти поводитимуться в новому віртуальному оточенні.
4. Щоб ефективно проектувати для метавсесвіту, UX-дизайнери переходять до нових альтернатив 3D-моделювання, таких як Tvorі та SketchUp, які покращать моделювання та створення прототипів у віртуальному світі 3D.
5. Також важливо, щоб UX та UI дизайнери краще оснащувалися новими формами технологій VR/AR, що з'являються на ринку. Використання елементів доповненої та віртуальної реальності в повсякденному житті дозволить дизайнерам увійти в роль своїх споживачів і візуалізувати образ, який вони хочуть бачити для успішного занурення. Наприклад, використання VR-гарнітури може дозволити дизайнеру випробувати на собі прототип віртуального магазину чи розважального центру, перш ніж представити його клієнту. Це дає їм можливість виявити будь-які проблеми з юзабіліті та зробити необхідні налаштування для створення більш захоплюючого досвіду для користувачів.

Висновки

Сучасні тенденції у веб-дизайні націлені на створення привабливого, запам'ятовуваного та інтерактивного дизайну, який сприятиме збільшенню конверсії. Для досягнення цієї мети дизайнери використовують різноманітні методи, такі як сторителінг, використання негативного простору, використання відповідальних логотипів, мінімалістичні фотографії, яскраві кольори, градієнти, асиметричні макети, повноекранне відео, геометричні форми та візерунки, анімація, яскрава графіка та зображення, 3D-зображення, унікальна або виразна типографіка, напівпрозорі кнопки, малюнки від руки та бруталізм.

Оскільки попит на віртуальне занурення продовжує зростати, при створенні дизайну веб-сайту в Е-торгівлі, традиційні форми маркетингу втрачають свою актуальність. Інтерактивний, інноваційний досвід і спілкування тепер є обов'язковими, якщо бізнес прагне залишитися на вершині конкурентів в Інтернеті, і дизайн веб-сайтів

стоїть на першому плані, оскільки від нього залежить конверсія та користувацький досвід в Е-торгівлі.

Список використаних джерел

1. Gardner O. The 7 principles of conversion-centered design: a framework for designing effective marketing campaigns [Electronic source], 54c. URL: <https://unbounce.com/docs/The%207%20Principles%20of%20ConversionCentered%20Design.pdf>
2. Heejeong Jeong, Youkyoung Yi and Dongsoo Kim. An innovative e-commerce platform incorporating metaverse to live commerce. ICIC International, 2022. pp. 221-229. URL : <http://www.ijicic.org/ijicic-180117.pdf>
3. Rebecca Barnatt-Smith. What is the Metaverse? How UX Designers Can Adapt to the Future of Marketing. 2022. URL : <https://elements.envato.com/learn/metaverse-ux-design>
4. Total number of Websites. Internet Live Stats. URL: <https://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites/>