



Международный журнал информационных технологий и энергоэффективности

Сайт журнала:

<http://www.openaccessscience.ru/index.php/ijcse/>



УДК 004.9

## ВИЗУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИНЦИПА СОЗДАНИЯ САЙТА

<sup>1</sup>Кононенко Д. В., <sup>2</sup>Чернова М. А.

<sup>1,2</sup> ФГБОУ ВО "Российский государственный гуманитарный университет", Москва, Россия (125993, г. Москва, Миусская пл., д.6), e-mail: <sup>1</sup>[kononenko.darya14@gmail.com](mailto:kononenko.darya14@gmail.com), <sup>2</sup>[marchernov@yandex.ru](mailto:marchernov@yandex.ru)

<sup>1</sup>ООО «КАР СИСТЕМС», Москва, Россия (115597, г. Москва, Гурьевский проезд, д.35/58)

Целью данной статьи является определение основных принципов создания эффективного сайта с учетом правильно подобранных визуальных аспектов. Главной задачей сайта является привлечение новых клиентов, а именно, получение новых лидов. Поэтому стоит учитывать, что сайт должен быть оформлен так, чтобы клиент задержался на странице, смог получить полную информацию о продукте, товаре или услуге. Именно по этой причине, стоит большое внимание уделять всем основным принципам оформления сайта.

Ключевые слова: сайт; визуальные аспекты; дизайн сайта; привлечение клиентов; тренды дизайна; шрифт; лендинг; веб-дизайн; повышение лояльности.

## VISUAL ASPECTS OF THE PRINCIPLE OF SITE CREATION

<sup>1</sup>Kononenko D. V., <sup>2</sup>Chernova M. A.

<sup>1,2</sup> Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia (125993, Moscow, Miusskaya sq., 6), e-mail: <sup>1</sup>[kononenko.darya14@gmail.com](mailto:kononenko.darya14@gmail.com), <sup>2</sup>[marchernov@yandex.ru](mailto:marchernov@yandex.ru)

<sup>1</sup>CAR SYSTEMS LLC, Moscow, Russia (115597, Moscow, Guryevskiy proezd, 35/58)

The purpose of this article is to determine the basic principles of creating an effective website, taking into account properly chosen visual aspects. The main task of the site is to attract new customers, namely, to get new leads. Therefore, it is worth bearing in mind that the site should be designed so that the client will linger on the page, be able to get complete information about the product, product or service. For this reason, it is worth paying great attention to all the basic principles of site design.

Keywords: website; visual aspects; website design; attracting customers; design trends; font; landing; web-design; increasing loyalty.

В настоящее время правильный и стильный дизайн сайта является актуальной и главной задачей многих компаний. Если учитывать последствия COVID-19, когда в определенный момент времени, многочисленным компаниям пришлось перейти с оффлайн-площадок, в онлайн, визуально привлекающий и максимально удобный для клиента с точки зрения пользования сайт стал одним из конкурентных преимуществ для огромного ряда компаний. Чем более грамотно составлен сайт, тем проще привлечь внимание клиентов, а самое главное, удержать их внимание. Как показывает практика, человек всегда анализирует и оценивает сайт по первой странице. Это происходит как сознательно, так и бессознательно. В последствии, для клиента будет важен полный функционал сайта и возможность найти нужную

информацию максимально быстро. Чем проще клиенту пользоваться сайтом, находить ответы на все свои вопросы и не прибегать к использованию помощи по сайту или звонков, тем более он лоялен к бренду и продукту. Гораздо больше вероятность, что произойдет покупка товара или продукта, либо человек воспользуется предложенной услугой. И несомненно, хорошо разработанный сайт увеличивает конкурентоспособность компании в целом.

Наиболее важной задачей при разработке сайта можно считать юзабилити веб-дизайн, то есть такой дизайн сайта, который отвечает на все потребности клиента и позволяет ему максимально просто и быстро находить необходимую ему информацию на странице. Для того чтобы сайт соответствовал всем трендам дизайна, а самое главное, юзабилити, необходимо формировать путь пользования сайтом с точки зрения клиента. Это позволяет структурировать все блоки сайта или лендинга, правильно сформулировать миссию, задачи и цели сайта, и каждой страницы, в частности. Многие пропускают данный пункт при разработке сайта, потому что не хотят тратить на это время, но проведя ряд опросов, составив определенные портреты клиентов, можно выявить наиболее подходящую структуру сайта, которая закроет все потребности клиента.

Также необходимо обратить внимание на визуальную составляющую сайта и каждой страницы, а именно правильное и привлекательное использование всех компонентов и блоков, которые могут первыми бросаться в глаза посетителю. Большое внимание уделяется цвету, макету, фотографиям, шрифтам, фону – все это должно гармонично смотреться и соответствовать друг другу, так как именно эти факторы влияют на первое впечатление и последующее пользование сайтом.

Безусловно, существует еще ряд аспектов веб-дизайна, например, интерактивность, которые занимают важную позицию при разработке сайта. Но именно визуальная составляющая, то есть внешняя привлекательность и первое впечатление очень сильно влияют на конверсию посадочной страницы [1-3].

Можно выделить несколько ролей привлекательности в дизайне сайта:

#### 1. Привлечение внимания

Людям нравится смотреть на красивые вещи, и, если есть выбор, они всегда предпочтут красивый, симпатичный объект уродливому или даже нейтральному. Часто можно заметить, что сайт, который разработан, не учитывая цветовую гамму, не соответствует корпоративному цвету и не дает понимания что за продукт, что за компания и визуально не привлекает – никогда не будет эффективным. Но стоит обратить внимание, что представления о красоте весьма субъективны, поэтому вы должны досконально изучить вкусы своей целевой аудитории или протестировать свои лендинги.

#### 2. Первое впечатление

Можно провести аналогию с обычной жизнью. В реальном мире, когда люди первый раз видятся и знакомятся, первое впечатление может сильно повлиять на их дальнейшее взаимодействие и общение, и в целом, влияют на коммуникации в дальнейшей перспективе. То есть за считанные минуты разговора, мы уже имеем представление нравится ли нам человек, интересен ли он, и стоит ли общаться с ним дальше [5]. Все тоже самое, мы можем заметить и в интернет-ресурсах. Если человек заходит на сайт, а первое его впечатление оказалось негативным, то вряд ли, человек вернется на сайт и тем более, захочет приобрести там товар или услугу. И к сожалению, изменить первое впечатление не всегда бывает просто. А самое главное, что дизайн сайта никогда не должен быть максимально загроможден всей

информацией сразу, необходимо всегда придерживаться структуры и лаконичности, так посетителю будет проще ориентироваться на сайте и находить нужную ему информацию. Для этого всегда изначально нужно проводить тексты с фокус группы для разработки пути пользования клиента – данный способ позволяет минимизировать ошибки в сайте, и сделать его максимально удобным для пользования.

### 3. Построение отношений

Визуальная привлекательность помогает в построении отношений с целевой аудиторией. Если посетители идентифицируют себя, свои вкусы и склонности с вашим ресурсом, если он обращается к посетителю как к единомышленнику, значит, вы сделали большой шаг к построению долгосрочных отношений с таргет-группой и конечно продажам. О важности данной связи даже не стоит говорить. Мы идентифицируем себя через искусство, музыку, увлечения, бренды — а также через веб-сайты, которыми пользуемся. Идеальный вариант для любого бренда — если его рассматривают как символ определенного образа жизни. Если же сайт не отражает наши увлечения и представления о себе, мы склонны продолжать поиски в других местах.

### 4. Повышение лояльности

Визуальная привлекательность может оправдать другие, менее удачные аспекты целевой страницы. Разумеется, всегда стоит стремиться к идеалу, но достичь его бывает трудно. Поэтому если визуальная часть выполнена первоклассно, посетители будут более снисходительны к прочим составляющим, которые получились менее удачными.

### 5. Влияние на эмоции

Хорошее изображение стоит тысячи слов — это особенно верно при общении на эмоциональном уровне [4]. Через фото и прочие визуальные элементы можно передать чувства: радость, восторг, печаль, и даже жалость. Кроме того, можно разбудить воспоминания и эмоции, такие как доверие, комфорт, надежду и уверенность в себе — сильные, позитивные чувства, способные привлечь посетителей, и подсадить их на «эмоциональный крючок».

Важно помнить, что в целом визуальные аспекты должны отражать единый стиль компании. То есть при переходе на страницу сайта, например, с контекстной рекламы, сразу был заметен брендированный стиль, определенные цвета, шрифты, фото, подходящие под стиль и сочетающиеся между собой – в таком случае, у клиента всегда будет ассоциация с брендом, запомнится часть визуальных аспектов, поэтому увеличится узнаваемость самого бренда.

Исходя из все этих пунктов, мы можем сделать вывод, что дизайн сайта играет важную и неотъемлемую роль развития бренда. Так как сайт полностью отражает компанию, ее цель и миссию, является проводником в отношениях бренда и клиента. С точки зрения психологии человека, мы всегда обращаем внимание на первое впечатление, поэтому сайт нужно создавать так, чтобы произвести впечатление и он запомнился клиенту. А удобство использования всех блоков и страниц сайта позволит повысить лояльность клиентов.

## Список литературы

1. Дакетт, Д. HTML и CSS. Разработка и дизайн веб-сайтов / Джон Дакетт ; пер. с англ. Райтман М. А. – Эксмо, 2020. – 480 с.

2. Диб, А. Одностраничный маркетинговый план. Как найти новых клиентов, заработать больше денег и выделиться из толпы / Аллан Диб ; пер. с англ. Чомахидзе-Доронина Мария. – Библос, 2018. – 228 с.
3. Роэм Д. Визуальное мышление. Как «продавать» свои идеи при помощи визуальных образов / Дэн Роэм; пер. с англ. О. Медведь — М. : Манн, Иванов, Фербер, Эксмо, 2013. — 300 с.
4. Скотт, Б. Воплощение идей. Как преодолеть разрыв между видением и реальностью / Белски Скотт – М: Манн, Иванов и Фербер, 2013 – 208 с.
5. Уолтер, А. Эмоциональный веб-дизайн / Аарон Уолтер ; пер. с англ. Павла Миронова. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 144 с.

### References

1. Duckett, D. HTML and CSS. Website development and design / John Duckett; per. from English. Reitman M.A. - Eksmo, 2020. - 480 p.
  2. Dib, A. One-page marketing plan. How to find new clients, earn more money and stand out from the crowd / Allan Dib; per. from English. Chomakhidze-Doronina Maria. - Byblos, 2018. - 228 p.
  3. Rome D. Visual thinking. How to “sell” your ideas with visual images / Dan Romem; per. from English. O. Bear - M. : Mann, Ivanov, Ferber, Eksmo, 2013. - 300 p.
  4. Scott, B. Embodiment of ideas. How to bridge the gap between vision and reality / Belsky Scott - M: Mann, Ivanov and Ferber, 2013 - 208 p.
  5. Walter, A. Emotional web design / Aaron Walter; per. from English. Pavel Mironov. — M. : Mann, Ivanov i Ferber, 2012. — 144 p.
-