

Оглавление

От научного редактора	7
Предисловие	11
Вступление	13
Глава 1. Новый подход	19
Об экономике и веб-дизайне	23
Скорее всего, в плохом веб-дизайне виноваты вы сами	26
Вы можете добиться большего, чем вам кажется	33
Глава 2. Аргументы для бизнеса	35
ROI: битва века — трафик против конверсии	37
Глава 3. Менеджмент по принципам ROI	43
Знать, чего вы хотите	44
Понимать свою целевую аудиторию	45
Воспринимать сайт как бизнес-проект	48
Создать стратегию развития сайта	49
Следить за правильными показателями	55
Разумно распределяйте приоритеты в работе над дизайном	61
Испытайте, учитесь на ошибках, повторяйте процесс заново	64
Что дальше?	65
Глава 4. Целевые страницы	67
Вопросы посетителей	68
Задачи целевой страницы	69
Ключевые показатели для целевых страниц	70
Особенности целевых страниц	71
Рекомендации по дизайну целевых страниц	72
Отложите книгу и попробуйте на практике	98
Итоги	100
Глава 5. Главные страницы	101
Вопросы посетителей	103
Цели главной страницы	103
Ключевые показатели главных страниц	104
Особенности главных страниц	105
Рекомендации по дизайну главных страниц	107
Отложите книгу и попробуйте на практике	122
Итоги	128
Глава 6. Страницы категорий	129
Цели страниц категорий	130

Вопросы посетителей	131
Ключевые показатели для страниц категорий	132
Особенности страниц категорий	133
Рекомендации по дизайну страниц категорий	134
Отложите книгу и попробуйте на практике	148
Итоги	149
Глава 7. Страницы описания товара	151
Цели страницы описания товара	152
Вопросы посетителей	152
Ключевые показатели для страниц описания товаров	154
Особенности страниц описания товаров	155
Рекомендации по дизайну страниц описания товара	157
Отложите книгу и попробуйте на практике	172
Итоги	174
Глава 8. Формы	175
Цели форм	176
Вопросы посетителей	177
Ключевые показатели для форм	178
Особенности форм	178
Рекомендации по дизайну форм	180
Отложите книгу и попробуйте на практике	195
Итоги	196
Глава 9. Процесс оплаты	197
Цели процесса оплаты	198
Вопросы посетителей	199
Ключевые показатели для процесса оплаты	200
Особенности процесса оплаты	202
Рекомендации по дизайну процесса оплаты	203
Отложите книгу и попробуйте на практике	216
Итоги	218
Глава 10. Копаем глубже	219
Юзабилити и поведение пользователей	220
Дизайн	223
Веб-дизайн	224
Интернет-маркетинг	225
Наука убеждения и ее применение для продаж	227
Веб-аналитика	228
Поисковая оптимизация	228
Другие источники	230
Заходите на огонек!	232
Об авторах	233
Благодарности	235