

Мильты Арсений Михайлович

студент

Научный руководитель

Калиновская Наталия Александровна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Дальневосточный государственный

университет путей сообщения»

г. Хабаровск, Хабаровский край

ИНФОРМАЦИОННАЯ АРХИТЕКТУРА САЙТА КАК ИНСТРУМЕНТ

ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация: в статье раскрыта сущность и показана необходимость разработки информационной структуры сайта. Показаны основные элементы информационной структуры сайта и их характеристики. Представлены результаты анализа информационной структуры туристического портала и определен ряд проблем, которые напрямую влияют на отношение пользователей к сайту. Предложен ряд мероприятий, которые улучшат информационную архитектуру сайта.

Ключевые слова: информационная структура сайта, юзабилити, контент, структура контента, пользовательский опыт, исследование пользовательского опыта, оптимизация поиска, туристический портал, мобильная версия сайта.

В современных условиях цифровой среды создание успешного веб-сайта требует не только эстетически привлекательного дизайна, но и оптимально выстроенной информационной архитектуры. Информационная архитектура представляет собой основополагающий элемент, который определяет, как информация структурируется, организуется и представляется пользователям. Она играет ключевую роль в формировании пользовательского опыта, оказывая непосредственное влияние на то, насколько эффективно посетители могут находить и усваивать контент.

В эпоху, когда конкуренция в интернете растет с каждым днем, грамотная информационная архитектура становится не просто рекомендованной практикой, а необходимым условием для успешного продвижения веб-сайта. Информационная архитектура сайта играет ключевую роль в продвижении в сети Интернет, поскольку она непосредственно влияет на взаимодействие пользователей с ресурсом, а также на его видимость в поисковых системах.

Нельзя не согласиться с автором статьи [9], что люди покупают только то, что могут найти. Исследования показывают, что сайты теряют деньги из-за того, что их навигационные системы не работают, и пользователи не могут найти интересующий их товар. По некоторым данным, из-за плохой навигации «теряется» до 50% продаж.

Информационная архитектура работает совместно с юзабилити и конверсией. Если информационная архитектура сайта хорошая, но юзабилити некачественное, тогда посетители найдут то, что ищут, но не завершат процесс покупки. И, наоборот: если сайт имеет плохую информационную архитектуру (даже при хорошем юзабилити), большинство посетителей не найдут то, что ищут, и покинут сайт до того, как попадут в воронку продаж. Таким образом, правильная информационная архитектура сайта обеспечивает превосходный пользовательский опыт, что, в свою очередь, ведет к повышению уровня удержания и конверсии.

В настоящее время разработчики сайтов постепенно осознают необходимость правильной информационной архитектуры: перед началом работы над дизайном следует тщательно проанализировать содержимое сайта, чтобы полученный дизайн создал логическую иерархическую структуру, которая будет читабельной, удобной для использования и помогала максимизировать конверсии и показатели кликабельности. Пути навигации, по которым идут пользователи, должны иметь четко определенные цели и результаты, и вертикальная панель навигации, которая находится слева от содержимого страницы на каждом

экране, тратит ценное пространство, которое можно было бы использовать для более важных вещей.

Информационная архитектура сайта включает в себя следующие составляющие.

1. Структура контента: обязательная иерархия разделов и подкатегорий, наличие карты сайта.

2. Навигация: интуитивные меню и навигационные элементы, такие как «хлебные крошки».

3. Метки и таксономия: классификация контента, использование тегов для улучшения поиска.

4. Поисковая функциональность: эффективный поиск по сайту, наличие фильтров и возможность сортировки результатов.

5. Контент: качественный и актуальный контент с хорошим форматированием.

6. Дизайн и интерфейс: оптимальная визуальная структура, адаптивный дизайн для различных устройств.

7. Пользовательский опыт: регулярный анализ поведения пользователей и тестирование удобства навигации.

8. Документация: наличие стандартов и рекомендаций по организации и созданию контента.

В ходе изучения данной темы нами был проведен анализ туристического портала «Habtravel – туры и туристические операторы Хабаровского края» и определен ряд проблем, которые напрямую влияют на отношение пользователей к сайту.

1. Поисковая система нуждается в значительной доработке. Если воспользоваться строкой поиска для перехода на сайт интересующей нас турфирмы, то переход не удастся, мы увидим лишь телефон этой компании, затем опять окажемся на главной странице и поиск придется осуществлять вручную, чтобы узнать подробности о ее предложениях.

2. На портале отсутствует главная страница как таковая – при переходе по названию сайта мы попадаем на одну из страниц, которая никак не обозначена как «главная» (в перечне имеющихся вкладок она размещена в одном ряду со всеми прочими). Как итог – навигация интуитивно не понятная.

3. Отсутствует возможность бронирования туров и экскурсий непосредственно с портала. Чтобы забронировать анонсированное предложение необходимо зайти на страницу вашего выбора и позвонить в туристическую компанию. Кнопка «забронировать» отсутствует и, следовательно, туристические компании, представленные на портале, утрачивают возможность вести статистику лидов (переходов) и не имеют возможности оценить эффективность своего присутствия на нем (на портале).

4. Отсутствует четкая иерархия или деление на виды путешествий: «туры выходного дня», «пешие туры», «экскурсии» и т. п., что весьма усложняет пользователю «путь» к необходимой ему информации. Подобные тематические вкладки весьма упрощали бы поиск, и пользователь мог сразу бы видеть все предложения от турфирм по его запросу.

5. Отсутствие регулярного обновления: так, сайт, который можем видеть сегодня, 14 апреля 2025 г., встречает нас анонсами путешествий на 5 апреля, в то время как выходные 12–13 апреля уже прошли.

6. Информация, представленная на сайте, является недостаточно полной для пользователя. Например, выбирая экскурсию «Нескучная научная», нам предлагается прочитать коротко об экскурсии, сайт сообщает, что экскурсия состоится 6 апреля (на сайт мы зашли 11 апреля 2025), предлагает номер телефона для контакта, но не дает возможность увидеть такую информацию как отзывы, название туроператора, который организовывает экскурсию, следующие даты экскурсии и т. д. Также следует отметить недостаточно проработанный дизайн отдельных объявлений.

7. В мобильной версии сайта оказывается сложным найти переход непосредственно к списку турфирм, а если найти переход все же удастся, мы не

увидим возможности перейти на сайт данной турфирмы (отсутствует кнопка «связаться» или «перейти на сайт»).

Для того чтобы решить эти проблемы мы предлагаем ряд мероприятий, которые улучшат информационную архитектуру сайта.

1. Проведение аудита контента. Представляется необходимым оценить существующий контент на сайте, чтобы понять, какие страницы актуальны, а какие можно удалить или объединить.

2. Проведение исследовательского опыта пользователей. В ближайшее время необходимо провести опросы, интервью или usability-тестирование, чтобы узнать, как пользователи взаимодействуют с сайтом и какие проблемы они испытывают.

3. Определение и внедрение способов сбора обратной связи от пользователей. Это могут быть простые анкеты, комментарии или система оценки контента. Обратная связь поможет понять, что работает, а что необходимо улучшить.

4. Создание карты сайта. Следует разработать визуальную карту структуры сайта, отображающую иерархию страниц и их взаимосвязи. Это поможет определить, как разделы и страницы связаны друг с другом и насколько удобно их находить.

5. Проведение дизайна навигации. Необходимо создать усовершенствованную систему навигации, включая главное меню и подменю, которые помогут пользователям ориентироваться на сайте.

6. Оптимизация поиска. Необходимо улучшить его алгоритмы, добавив фильтры, автозаполнение и подсказки, а затем убедится, что результаты поиска релевантны и легко воспринимаемы.

Реализация вышеперечисленных мероприятий поможет создать эффективную информационную архитектуру, которая улучшит пользовательский опыт и повысит удовлетворенность посетителей сайта.

Список литературы

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М.В. Акулич. – М.: Дашков и К°, 2016. – 352 с.
2. Дин Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли / Т. Дин, Л. Федорова. – М.: Омега-Л, 2016. – 223 с.
3. Розенфельд Л. Информационная архитектура в Интернете / Л. Розенфельд, П. Морвиль; пер. с англ. – 2-е изд. – СПб.: Символ-Плюс, 2005. – 544 с. – EDN QMOXFJ
4. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: учебник / Д.А. Шевченко. – М.: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.
5. Лунева Е.А. Цифровой маркетинг: учебное пособие / Е.А. Лунева, Н.П. Реброва. – М.: Прометей, 2021. – 164 с.
6. Кульпин С.В. Структура и содержание интернет-маркетинга: учебное пособие / С.В. Кульпин; под ред. Е.В. Попова. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта; Изд-во Урал. ун-та, 2022. – 100 с.
7. Ганчарик Л. Анализ архитектуры информационных сайтов органов государственного управления / Л. Ганчарик.
8. Данилова А. Как провести аудит юзабилити сайта: основные правила и примеры / А. Данилова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ashmanov.com/education/articles/yuzabiliti/> (дата обращения: 17.04.2025).
9. Лайа П. Разработка информационной архитектуры (UX-архитектуры) сайта – пошаговая инструкция / П. Лайа, Д. Борисов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hightime.media/ux-arkhitektura-sayta/> (дата обращения: 17.04.2025).
10. Лазарес Луи. Аргументы против вертикальной навигации / Л. Лазарес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.smashingmagazine.com/2010/01/the-case-against-vertical-navigation/> (дата обращения: 17.04.2025).