

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЕБ-ДИЗАЙНА  
ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ ТРАФИКА НА САЙТЕ  
(НА ПРИМЕРЕ ВЕБ-САЙТА «ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО»)**

**М.В. Гайдова**

**А.Д. Серикова**, студентка

*Полоцкий государственный университета имени Евфросинии Полоцкой,  
Республика Беларусь*

*Статья посвящена исследованию роли эмоционального дизайна в улучшении пользовательского опыта и увеличении конверсии на веб-сайтах. Рассмотрена сущность понятия «эмоциональный веб-дизайн». В статье рассматриваются ключевые аспекты концепции, такие как визуальная привлекательность, удобство использования (UX), элементы сторителлинга и персонализация.*

**Ключевые слова:** *эмоциональный дизайн, эмоциональный веб-дизайн, CX, UI, UX, концепции, «Золотое яблоко», анализ, конверсия.*

Эмоциональный дизайн — это подход к разработке продукта, в котором все его аспекты (UI, UX, CX) направлены на вовлечение, развлечение и решение задач пользователя, создавая положительную связь с ним. В долгосрочной перспективе этот дизайн способствует формированию лояльности, превращая пользователя в амбассадора бренда, который будет рекомендовать продукт просто потому, что он действительно произвел на него положительное впечатление [1].

Исходя из определения выше мы можем сделать вывод, что эмоциональный веб-дизайн – это подход к созданию сайтов, где все элементы интерфейса (UI), пользовательского опыта (UX) и взаимодействия с клиентом (CX) направлены на то, чтобы вызывать у посетителей положительные эмоции и формировать глубокую связь с ними. Такой дизайн не только решает задачи пользователя и делает сайт удобным, но и создает ощущение вовлеченности и удовольствия от взаимодействия. В долгосрочной перспективе эмоциональный веб-дизайн помогает создать лояльную аудиторию, превращая пользователей в сторонников бренда, которые с готовностью рекомендуют сайт и продукт благодаря положительному опыту использования.

CX UI UX-дизайны [2]:

1) UI-дизайн (User interface design) - это внешний вид веб-продукта: цветовая гамма, оформление графических элементов (кнопки, иконки), шрифты и т. д..

2) UX-дизайн (User Experience design) - это впечатление, которое создается при взаимодействии с продуктом: от первого контакта до совершения целевого действия. UX-дизайнер работает с функционалом, проектирует интерфейс и юзабилити системы.

3) CX-дизайн (Customer Experience design) - это то, как пользователь воспринимает не только продукт, но и компанию в целом. CX охватывает все стадии клиентского пути: начиная от первого контакта с брендом и заканчивая повторными обращениями.

Ключевые концепции эмоционального веб-дизайна:

1. Визуальная эстетика и привлекательность - эстетически приятный дизайн вызывает положительные эмоции у пользователей на подсознательном уровне. Люди склонны боль-

ше доверять сайтам, которые выглядят красиво и профессионально. Основными аспектами являются: гармоничная цветовая палитра, шрифт, минималистичный дизайн.

2. Персонализация и адаптивность - персонализированный контент и дизайн, который адаптируется под предпочтения пользователя, помогает создать ощущение индивидуального подхода и заботы. Это усиливает эмоциональную связь с брендом. Основными аспектами являются: использование данных о пользователях для персонализированных рекомендаций на основе их прошлых покупок.

3. сторителлинг и нарратив - использование элементов сторителлинга в дизайне помогает вызвать эмоциональный отклик, погрузить пользователя в историю и сделать его опыт более запоминающимся. сторителлинг помогает передать миссию бренда и вызвать ассоциации у пользователя. Основными аспектами являются: визуальный нарратив (графика, видео, анимации, которые рассказывают историю), использование текстом, которые создают сюжет и вовлекают пользователя.

4. Микровзаимодействия и анимации - небольшие анимационные элементы и интерактивные эффекты помогают оживить интерфейс, сделать взаимодействие с сайтом более приятным и вызывающим эмоции. Эти элементы улучшают взаимодействие, предоставляя мгновенную обратную связь. Основными аспектами являются: реакция элементов интерфейса на действия пользователя (например изменение цвета кнопки при наведении).

5. Геймификация - включение игровых элементов в дизайн сайта может сделать взаимодействие более увлекательным и стимулировать пользователя к действиям через игру и получение вознаграждений. Геймификация вызывает у пользователей положительные эмоции, связанные с достижениями. Основными аспектами являются: призы, награды или скидки за выполнение определенных действий, соревновательные элементы, которые мотивируют пользователей сайта участвовать в акциях или программах лояльности.

6. Человеческий фактор и эмпатия - эмпатический дизайн фокусируется на потребностях, болях и эмоциональных переживаниях пользователей, стараясь вызывать у них сочувствие и поддержку. Человеческий фактор делает взаимодействие с сайтом более дружелюбным и теплым. Основными аспектами являются: упрощение навигации и понятные интерфейсы и т.д.

7. Цветовая психология - цвет играет важную роль в эмоциональном восприятии. Различные цвета могут вызывать разные эмоции, такие как радость, спокойствие, уверенность или возбуждение. Использование цветовой психологии помогает усилить эмоциональный эффект дизайна. Основными аспектами являются: теплые цвета для создания ощущения энергии и страсти, холодные цвета для создания чувств доверия и спокойствия, нейтральные цвета для усиления профессионализма и элегантности.

8. Социальные доказательства - Демонстрация отзывов, рейтингов и историй реальных людей помогает пользователям почувствовать уверенность в своем выборе. Эффект "социального доказательства" может вызвать у пользователей позитивные эмоции, так как они видят, что другие люди уже доверяют продукту или компании. Основными аспектами являются: отзывы и оценки клиентов, социальные достижения бренда.

Проанализируем веб-сайт интернет-магазина «Золотое яблоко», главная страница на рисунке 1.

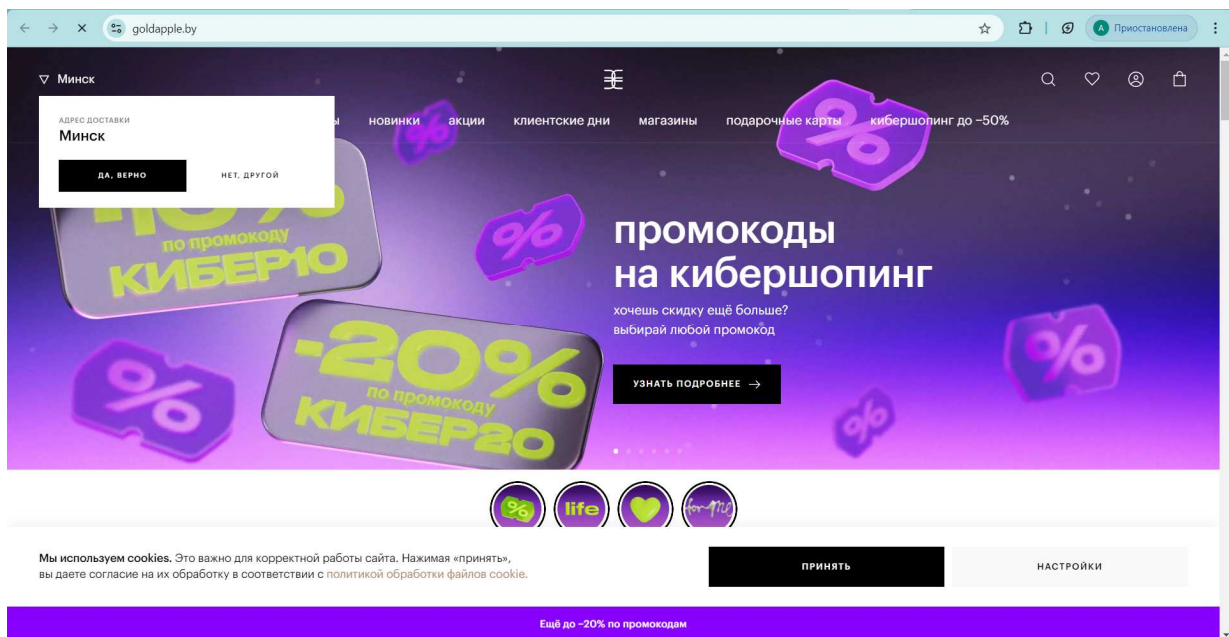


Рисунок 1. –Главная веб-страница интернет-магазина «Золотое яблоко» [3]

### 1. Общий визуальный стиль и UI.

На сайте используются яркие и контрастные цвета: фиолетовый и черный с добавлением зеленых и розовых акцентов. Эти цвета хорошо привлекают внимание к ключевым элементам, таким как скидки и промокоды. Однако использование ярких цветов требует аккуратного подхода, чтобы не перегрузить пользователя визуальными эффектами.

Кнопки призыва к действию, такие как «Узнать подробнее», выделены черным цветом на ярком фоне. Это хорошо заметно и помогает пользователям быстро найти нужные действия. Но можно рассмотреть более активные цвета кнопок (например, яркие акценты), чтобы подчеркнуть призыв.

### 2. Навигация и структура.

Верхняя панель навигации содержит основные категории: «Новинки», «Акции», «Клиентские дни», «Магазины», «Подарочные карты», «Кибершопинг до -50%». Это делает структуру понятной и интуитивной, что хорошо для пользователей, ищущих конкретные разделы.

Окно с выбором города (в данном случае Минск) всплывает на странице для подтверждения адреса доставки. Это важный элемент для персонализации контента. Пользователь сразу понимает, что он видит актуальные предложения для своего региона.

### 3. Фокус на акциях и промокодах.

Главный баннер предлагает промокоды и скидки на кибершопинг. Этот элемент активно продвигается на сайте, что привлекает внимание пользователей, заинтересованных в экономии. Промо-блок с яркими процентами и текстами «-20% по промокоду КИБЕР20» визуально доминирует и сразу фокусирует внимание на возможности скидки.

Для пользователей, нацеленных на поиск акций, это хорошее решение. Однако важно поддерживать баланс между рекламными элементами и основной информацией о продуктах.

### 4. Взаимодействие и призывы к действию.

Кнопка «Узнать подробнее» дает явный призыв к действию, побуждая пользователя перейти к выбору промокодов и акций. Однако можно добавить больше интерактивных

элементов (например, анимацию при нажатии), чтобы сделать взаимодействие с сайтом более живым и эмоциональным.

Интерактивные элементы, такие как лайки или кнопки «Добавить в избранное» в верхней части страницы, предоставляют пользователям возможность персонализировать опыт.

Исходя из анализа выше главная страница сайта «Золотое Яблоко» демонстрирует современные тенденции веб-дизайна, направленные на создание привлекательного визуального стиля и эффективного взаимодействия с пользователями. Главный акцент сделан на ярком визуальном оформлении и акционных предложениях, что хорошо работает для привлечения внимания целевой аудитории, заинтересованной в скидках и промокодах. Тем не менее, существует ряд областей, которые могут быть оптимизированы для улучшения пользовательского опыта и увеличения конверсии. Рассмотрим достоинства и недостатки в таблице 1:

Таблица 1. – Достоинства и недостатки главной веб-страницы интернет-магазина «Золотое яблоко»

Достоинства	Недостатки
Привлекательный дизайн	Визуальная перегруженность
Интуитивная навигация	Недостаточная выразительность СТА-кнопок
Фокус на акциях	Отсутствие микровзаимодействий
Адаптивность	Неравномерное распределение контента

*Источник:* составлено автором.

Чтобы повысить конверсию трафика на сайте «Золотое Яблоко», необходимо внедрить несколько улучшений, которые помогут упростить пользовательский опыт, усилить вовлеченность и повысить вероятность выполнения целевых действий:

#### 1. Оптимизация визуальной структуры и упрощение интерфейса:

Уменьшение количества ярких и отвлекающих элементов на главной странице поможет пользователям сосредоточиться на главных призывах к действию. Пересмотреть баннеры и промо-блоки, чтобы сбалансировать информацию о скидках и продукции.

Сделать кнопки призыва к действию более заметными с помощью активных цветов и размеров, чтобы пользователи могли быстро находить и использовать их. Например, выделить кнопки «Купить» или «Узнать подробнее» ярким цветом, контрастирующим с фоном.

#### 2. Улучшение пользовательского опыта (UX):

Упростить процесс оформления заказа, убрав лишние шаги или данные, которые пользователь может не захотеть заполнять. Сокращение пути от выбора товара до завершения покупки может существенно повысить конверсию.

Убедиться, что система поиска и фильтры работают быстро и интуитивно. Чем легче пользователю найти нужный товар, тем выше вероятность покупки.

#### 3. Персонализация контента:

Внедрить систему рекомендаций товаров на основе прошлых покупок или просмотров пользователя. Это поможет предложить пользователю персонализированный опыт и мотивировать его к дополнительным покупкам.

Отправлять пользователям персонализированные предложения и скидки через уведомления или email-рассылку, основанные на их интересах и покупательской активности.

#### 4. Увеличение доверия через социальные доказательства:

Активно отображать отзывы покупателей и рейтинги продуктов на странице. Это может новым пользователям принять решение о покупке, основываясь на опыте других.

Интеграция с социальными сетями, например, показ фотоотзывов пользователей или обзоров от блогеров, может усилить доверие к бренду и продуктам.

#### 5. Программа лояльности и геймификация:

Внедрить элементы геймификации, такие как накопление баллов за активность (например, отзывы, лайки, участие в акциях), что будет мотивировать пользователей чаще возвращаться на сайт и взаимодействовать с ним.

Проводить конкурсы или розыгрыши, участие в которых возможно через сайт. Это не только увеличит посещаемость, но и создаст позитивные эмоции, связанные с брендом.

#### 6. Улучшение процесса взаимодействия с промокодами:

Вместо того, чтобы заставлять пользователя вводить промокод вручную, можно предложить автоматическое применение скидки при выполнении определенных условий (например, при добавлении товара в корзину). Это упростит процесс и увеличит вероятность завершения покупки.

### Список использованных источников

1. Как за 7 лет развить бренд и заработать 40% на ювелирных украшениях / И. Ковалев – 2023 г. // Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/domclick/articles/814489/> – Дата доступа: 18.10.2024.
2. Гид по UI, UX и CX дизайну: чем они отличаются / А. Смирнов – 2024 г. // Режим доступа: <https://atwinta.ru/material/blog/gid-po-ui-ux-i-cx-dizajnu-chem-oni-otlichajutsja/> – Дата доступа: 18.10.2024.
3. Золотое Яблоко – ваш помощник в мире красоты / Главная страница / А. Иванов – 2024 г. // Режим доступа: <https://goldapple.by/> – Дата доступа: 18.10.2024.