

Чек-лист по UX для мобильных устройств: корпоративные сайты

Сайты компаний и организаций, где есть информация о истории, услугах, команде и контактах.

- ❑ **Логотип компании ведет на главную страницу**
Банально, но про это забывают.
- ❑ **Нет навигационных «тупиков»**
Всегда предлагайте варианты навигации в футере или на закрепленной шапке.
- ❑ **Пользователю понятно его текущее местонахождение на сайте**
Текущая страница должна быть выделена в хлебных крошках (кроме внутренних страниц, где допускается не выделять родительский раздел).
- ❑ **Страницы с большими списками выдают информацию порциями**
Используйте пагинацию, кнопки типа «подробнее», «показать ещё» и отложенную загрузку данных.
- ❑ **Элементы на странице не смещаются при загрузке медиа**
Не используйте плейсхолдер определенного цвета, обозначающий размеры загружаемого изображения, или технологии типа LQIP или SQIP, которые показывают, что там будет медиафайл до его загрузки. Эти изменения дезориентируют пользователей и используют дорогую операцию DOM (объектная модель документа), которая использует ресурсы системы и добавляет «мусора».
- ❑ **Контакты для связи кликабельны**
Если на сайте сложно найти способ связаться, не настроен звонок по тапу на номер телефона, письмо по тапу на адрес электронной почты, а адреса не показываются на Google Картах — пользователям это не понравится.
- ❑ **Аккуратнее с галереями типа «карусель»**
Лучше, чтобы карусель НЕ переключалась автоматически, текст внутри был читабельным, а последующая картинка загружалась в течение секунды после перелистывания. И проверьте, что перелистывание работает.

❑ **Настроено автозаполнение для форм**

Не заставляйте пользователей вводить данные, которые уже известны сайту или операционной системе — настройте поля для автозаполнения браузером. Проследите, чтобы все работало корректно: например, номер дома и название улицы не должны вводиться в одно поле, если для каждого пункта есть своя отдельная строка.

❑ **В каждом поле формы первой выводится подходящая раскладка клавиатуры**

Цифры — для поля ввода номера телефона; текст — для ввода адреса электронной почты и пароля; заглавные буквы — для ввода имени владельца банковской карты и так далее.

❑ **Ошибки и подсказки в формах выводятся сразу**

Не бесите пользователей — не делайте сообщения об ошибках двусмысленными и запутанными.