

УДК:339.138(477)

DOI: 10.31359/2312-3427-2021-1-140

О.П. Чебанова, канд. екон. наук, доцент

Український державний університет залізничного транспорту

ВЛИВ ІНТЕРФЕЙСУ НА КОНВЕРСІЮ САЙТУ

Аналіз існуючих стилів веб-дизайну, причини використання плоского дизайну, що впливають на конверсію сайту.

Мета дослідження. На основі систематизації публікацій з теми привабливості сайтів для користувача і вивчення ринку програмних продуктів, розглянуто один з важливих аспектів – розробка дизайну. Структура та наповнення сайту грають велику роль, але яким би не було наповнення дуже мало користувачів будуть постійно користуватись сайтом с незручним та жахливим дизайном. Тому необхідно вірно вибрати дизайн, щоб максимально ефективно та доцільно вирішити задачі, які реалізовані на сайті. Для повного розкриття мети дослідження були вирішені ряд завдань, а саме:

- проведено огляд та аналіз існуючих стилів веб-дизайну;
- проаналізовано причини використання плоского дизайну;
- проаналізовано вплив плоского дизайну на конверсію;
- висунуто гіпотезу підвищення конверсії;
- зроблено огляд використовуваного методу UX-дослідження,
- на підставі отриманих даних сформульовані рекомендації для підвищення конверсії.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є сукупність методів наукового пізнання, а саме UX-дослідження та А/В тестування.

Результати роботи. У статті наведено дослідження, яке було спрямоване на аналіз впливу плоского дизайну на конверсію сайту. Головна причина зміни тенденції в дизайні пов'язана з тим, що більшість користувачів вже мають великий опит роботи з великою кількістю сайтів. Зараз користувачу щоб розпізнати меню не потрібен реалістичний значок папки з файлами щоб розпізнати його. Люди привикли до простих значків. Тому щоб підтримувати увагу користувачів до свого сайту необхідно використовувати сучасні тенденції в веб-

дизайні, такі як, плоский дизайн або гібридний плоский дизайн, щоб сайт залишався привабливим та зручним для користувача, а також мав хороший показник конверсії.

Для підвищення конверсії розробляються рішення, які підходять для конкретних сайтів. На це йде чимало часу і сил. Але результат виправдовує очікування. Відвідувачам подобається дизайн і юзабіліті сайту. Це запорука збільшення продажів і замовлень.

Сфера застосування результатів. Отримані результати можуть бути використані в подальших наукових і прикладних дослідженнях проблем, пов'язаних з впливом стилів веб-дизайну на підвищення конверсії сайту при організації Інтернет діяльності підприємств будівельного напрямку.

Ключові слова: підвищення конверсії, будівельна компанія, інтерфейс, гібридний плоский дизайн, UX-дослідження.

Постановка проблеми. В даний час плоский дизайн популярний та часто використовується для веб-сайтів та різноманітних інтерфейсів. Сфера веб-дизайну стрімко, поступово з'являється щось нове, що подобається користувачам та приводить до змін на сайті. Тому власники сайтів вимушені постійно змінювати та вдосконалювати свої сайти, щоб підтримувати гарний показник конверсії. Яким би унікальним та корисним контентом не був наповнений сайт, але поганий інтерфейс суттєво знизить конверсію сайту та задоволеність від використання сайту користувачем.

Плоский дизайн та всі інші дизайни не вічні на даний момент, існує гібридний плоский дизайн або як ще його називають на пів плоский дизайн, який вирішив деякі недоліки плоского. Дизайнери завжди експериментують та знаходять щось нове, що в підсумку приводить до появи нового домінуючого дизайну. Суть в тому, що плоский дизайн базується на принципах, які на даний момент є домінуючими для користувача в дизайні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтернет - технології органічно вплетені в систему традиційних маркетингових комунікацій, де знайшли своє місце серед інструментів та засобів інтегрованих маркетингових комунікацій. Значна кількість науковців вітчизняних і закордонних шкіл розвивають та поглиблюють знання у напрямку веб-дизайну у маркетинговому середовищі. Цікавими та ґрунтовними є наукові доробки у сфері Інтернет - маркетингу та маркетингових Інтернет - комунікацій, серед них: Бизюк Е.А. [5], Реймана Р. [3], Кронин Д. [3], Тейлора Б., Окландера М.А., Манакова В.П. [5], Ботушана М.І.,

Шипуліної Ю.С., Флешнера М., Оуена Р. та ін. Питаннями створення цифрових продуктів займалися такі вчені, як Алан Купер [3], Якоб Нільсен [4]. Проте, ці питання не втратили актуальності та залишають за собою низку невирішених питань.

Мета статті. В сучасних умовах економічної нестабільності кожне підприємство повинно детальніше аналізувати свою маркетингову Інтернет діяльність задля швидкого виявлення бізнес-загроз та вияву шляхів стабілізації свого економічного становища. В ході дослідження пропонується проаналізувати вплив плоского дизайну на конверсію сайту, визначити параметри, які є найбільш важливими для конверсії в обраній сфері та визначити ефективні варіанти підвищення показників конверсії. В статті досліджено, що плоский дизайн в своєму чистому виді не ефективно використовувати, необхідні компроміси, такі, як гібридний плоский дизайн, який дозволяє створювати ефективний дизайн інтерфейсу.

Виклад основного матеріалу досліджень. В процесі створення сайту велику роль має розробка дизайну. Безперечно структура та наповнення сайту відіграють велику роль, але яким би не було наповнення, дуже мало користувачів будуть постійно користуватись сайтом с незручним та жахливим дизайном. Тому необхідно правильно вибрати дизайн, щоб максимально ефективно та доцільно вирішити задачі які реалізовані на сайті.

Перед тим як зробити вибір необхідно зрозуміти які ідеї потрібно реалізувати. В цій статті розглядається сайт будівельної спрямованості, сайт для планування будівельних робіт. Структурним елементом плану є робота. На сайті є можливість створювати свої роботи зі своїми налаштуваннями. Додавати їх до плану робіт або використовувати уже створені роботи іншими користувачами. Причини вибору плоского дизайну для сайту:

- плоский дизайн підходить для реалізації багатосторінкового та багатофункціонального сайту. При цьому не створюється щось важке для візуального сприйняття;

- дизайн відповідає основним вимогам користувачів в обраній сфері діяльності. Сайт орієнтований на користувачів які працюють в будівельній сфері, а також для людей які хочуть спланувати якусь роботу щоб оцінити ресурси та час затрачений на виконання. Переважно це чоловіки 21-54 років. Навички взаємодії з сайтами в даній сфері це переважно середні та в меншості низькі. Плоский дизайн простий та інтуїтивно зрозумілий навіть для початкових користувачів;

- аналіз конкурентів показав, що вони використовують в більшості

мінімалістичний стиль, це не погано, але в них відчувається відсутність якоїсь привабливою особливості. Плоский дизайн допоможе отримати зручний та в одно час привабливий інтерфейс для користувача.

Конверсія сайту – це відношення числа його відвідувачів, які виконали цільову дію, до загального числа унікальних відвідувачів. Якщо процент конверсивної дії низький, то необхідно переоцінити якість головних складових сайту. Після чого треба зайнятись підвищенням конверсії на сайті. Для збільшення ефективності сайту можна звернутися за допомогою в професійні веб-студії, в яких професіонали цієї сфери дадуть консультацію. А можна спробувати своїми силами знайти і усунути недоліки. Для цього розглянемо основні моменти, що впливають на конверсію та проаналізуємо як на них вплине плоский дизайн.

На показник конверсії впливають такі складові як:

- дизайн – це одне з перших, що бачить користувач відкривши сайт. В дизайні може відобразитись особливість ресурсу або ж навпаки. Можна скористатися типовим шаблоном, а можна по експериментувати та виділити свій сайт не виходячи за принципи плоского дизайну. Створити інтерфейс з яким користувач з задоволенням буде взаємодіяти; наповнення ресурсу. На цій частини плоский дизайн приділяє особливу увагу оформленню основної частини. Щоб текст був правильно оформлений та виділявся головний та другорядний текст при цьому його приємно читати. Також в плоскому дизайні велику увагу приділяється вибору шрифту, що допомагає знайти гарний шрифт який буде гармонічно вписуватись в загальний дизайн. Також використання плоских інтуїтивних ілюстрації позитивно відзначиться на задоволеності використання сайту;

- юзабіліті – це зручність роботи з сайтом. Користувачі повинні із задоволенням користуватися сайтом. Не повинно бути ніяких труднощів при пошуку інформації, яка необхідна користувачу. Юзабіліті зачіпає всі основні моменти, починаючи із структури сайту і зручного розташування контенту, закінчуючи програмними елементами. Плоский дизайн повністю підходить для створення зручного сайту;

- технічний стан. Цей критерій значною мірою впливає на конверсію сайту. Тому що якщо сторінка буде довго завантажуватись, то велика кількість користувачі буде не задоволена таким очікуванням. Також довге завантаження може призвести до втрати позицій в пошуковій видачі. В плоскому дизайні відсутні об’ємні графічні елементи та все інше, що може вплинути на швидкість завантаження сторінок. Тому використання плоского дизайну уже дає значний плюс для наступного просування сайту в мережі Інтернет.

У підсумку можна сказати, що плоский дизайн, це гарний вибір для реалізації зручного інтерфейсу та є підстави для непоганої конверсії для сайту.

За результатом теоретичних досліджень висунуті гіпотези, які допоможуть експериментальним шляхом оцінити ефективність плоского дизайну в порівнянні з гібридним плоским дизайном. Гібридний плоский дизайн вибраний на противагу плоскому тому, що теоретичне дослідження показало, що гібридний плоский дизайн увібрав в себе все краще від плоского та пом'якшив відношення до тіні, градієнтів та об'ємних текстур. На даний час це найоптимальніший дизайн, в якому при необхідності можна використати більшість чудових дизайнерських рішень, для створення зручного інтерфейсу.

Для дослідження гіпотез створено два прототипу для сайту. Прототип один – це прототип з чистим плоским дизайном. Прототип два – це прототип з гібридним плоским дизайном. Він відрізняється від прототипу один тим, що елементи в більшості містять тіні та градієнт.

Перша гіпотеза. Прототип два в порівнянні з прототипом один покаже більший показник конверсії. Конверсійна дія для сайту – це створення шаблону роботи, тобто показник слід розраховувати відносно загальної кількості користувачів до кількості створених шаблонів. Ця теорія розглядається для того, щоб отримати уявлення як вплине використання тіні та градієнту на показники конверсії.

Друга гіпотеза. Контурні кнопки більш ефективні ніж звичайні плоскі кнопки. Ця теорія розглядається для того, щоб перевірити який дизайн кнопки покаже більший показник конверсії. Кнопка виконана в чистому плоскому стилі чи контурна кнопка.

Третя гіпотеза. Дослідити вигідність використання шаблону оформлення навігаційних вкладок. Ця теорія розглядається для того, щоб отримати відгук користувача на те яка структура йому зручніша та більш звична.

UX-дослідження включає в себе багато методів які використовуються для того щоб додати до процесу проектування досвід користувача [5]. Дослідження проводиться для того, щоб встановити потреби користувача та додати їх до процесу проектуванню. Дослідження приносить свої плоди та допомагає створити продукт не для команди розробників, а для кінцевого користувача. В процесі проведення дослідження ми отримуємо відповіді на питання «Хто наш користувач?».

«Коли він буде використовувати цей продукт?» «Що необхідно користувачу від продукту?».

Дослідження складається з двох частин: збір даних, і їх узагальнення. Яке додасть зручності та привабливості продукту для користувача. На початкових етапах розробки продукту проводиться дослідження аудиторії. З ціллю отримати уявлення що потрібно користувачу. Легкий спосіб швидко отримати хоча б якісь початкові данні це проведення опитування. Дивитись за діями потенційних користувачів, а також переглядати статистику та аналізувати її. Коли уже буде створено прототип орієнтований на потенційного користувача. Поступово дослідження переходить до розгляду практичності. Для цього можуть проводити юзабіліті тести або А/В тестування. Проводити інтерв'ю з користувачами щоб отримати необхідну інформацію. На підставі отриманих даних перевіряти пропозиції які направлені на покращення дизайну [1; 2].

Для проведення А/В тестування було обрано безкоштовний сервіс «RealROI» зручний у використанні. Для дослідження першої та другої гіпотези сформовано дві групи А і В по десять осіб. Група А складається з трьох жінок та семи чоловіків, яким надано перший прототип для проведення тестування.

На рисунку 1 представлено перший прототип. Група В складається з 2 жінок та 8 чоловіків, яким для тестування надано другий прототип. На рис. 2 представлено другий прототип.

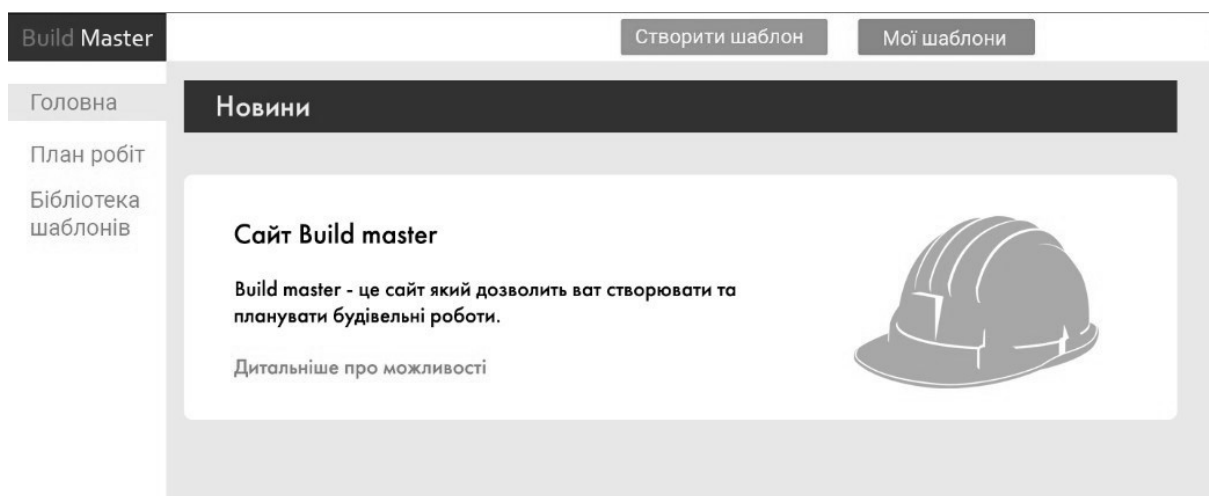


Рис. 1. Екранна форма першого прототипу головної сторінки сайту «BuildMaster»

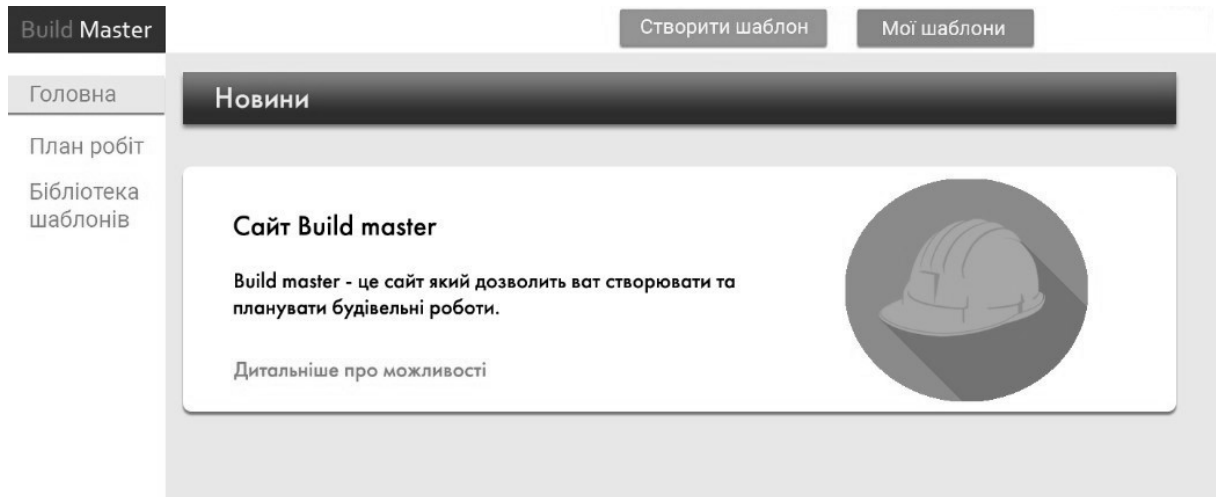


Рис. 2. Екранна форма другого прототипу головної сторінки сайту

Для дослідження другої гіпотези також використовувались група А і В. Група А тестувала варіант зі звичайними кнопками. Варіант зі звичайними кнопками представлений на рис. 3. Група В тестувала варіант з контурними кнопками який представлений на рис. 4.



Рис. 3. Екранна форма верхнього меню зі звичайними кнопками



Рис. 4. Екранна форма верхнього меню зі контурними кнопками

Для створення питань використано сервіс Google Docs. Після чого питання були роздруковані для проходження опитування. Яке проводилось після А/В тестування.

В результаті проведеного А/В тестування (рис. 5) на цій групі користувачів перша гіпотеза підтвердилась.

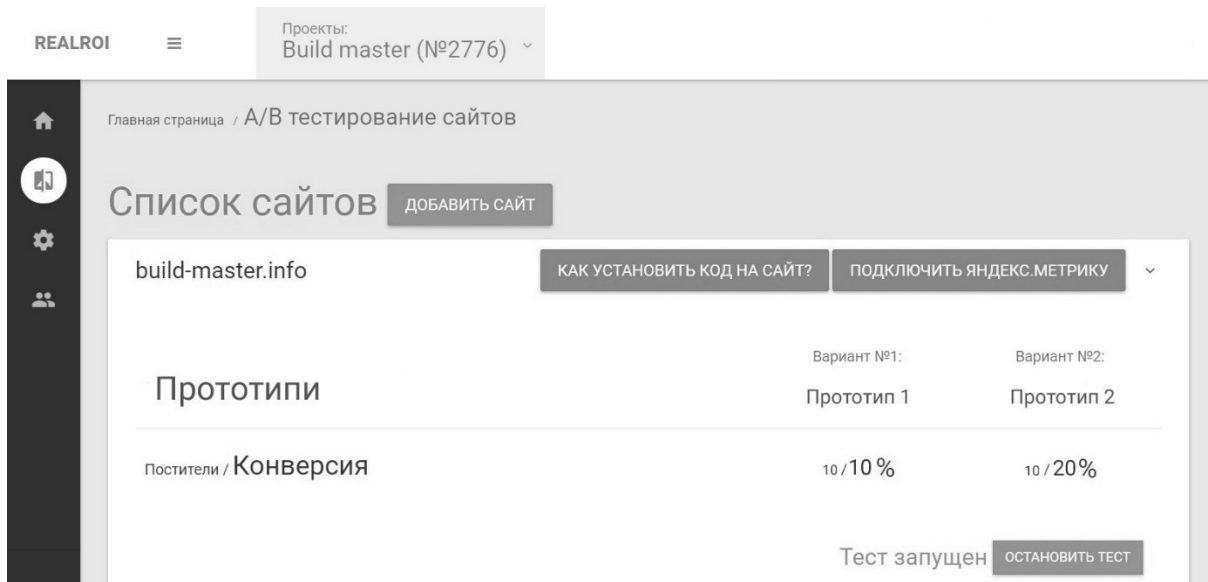


Рис. 5. Результат першої гіпотези

Прототип з гібридним плоским стилем показав більший показник конверсії ніж перший прототип з чистим плоским дизайном. З цього можна зробити висновок, що для сайту будівельного спрямування ефективніше буде використовувати гібридний плоский дизайн.

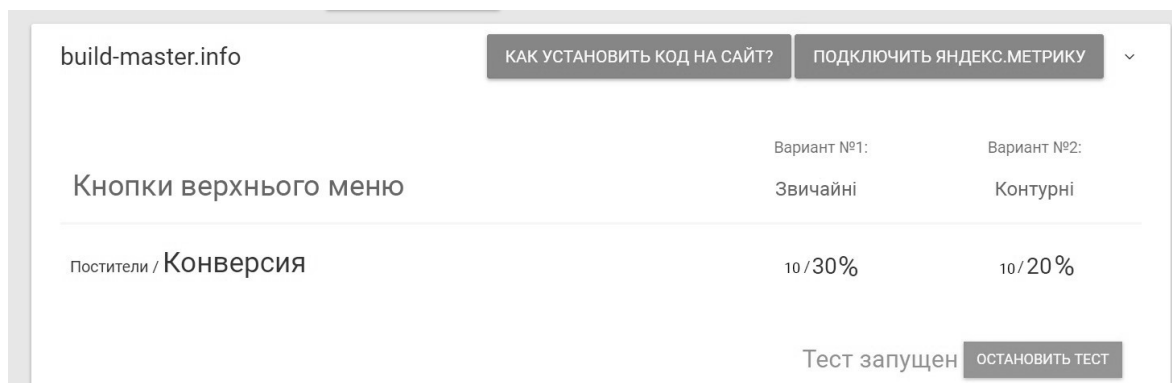


Рис. 6. Результат другої гіпотези

В другій гіпотезі тестували звичайні та контурні кнопки в верхньому меню сайту. В результаті проведення А/В тестування гіпотеза не підтвердилась. Звичайні плоскі кнопки показали більшу ефективність (рис. 6).

Для третьої гіпотези проведено опитування результати від цільової групи. Були складені та отримано дані, які представлені в таблиці 1.

1. Результати аналізу опитування

	Вертикальне навігаційне меню	Горизонтальне навігаційне меню
Зручність (від 1 до 10)	6,9	6,2
Загальне враження від інтерфейсу (від 1 до 10)	7,5	7

На питання «який інтерфейс» третина опитуваних проігнорувала питання. Переважна більшість відповідала на це питання що більш звичне вертикальне меню і для них воно зручніше.

На основі теоретичних та експериментальних досліджень сформовано такі рекомендації:

- за результатами А/В тестування гібридний плоский дизайн показав більший показник конверсії ніж плоский дизайн. Тому однозначно рекомендовано використовувати на сайтах будівельної спрямованості гібридний плоский дизайн, тому що він включає в себе важливі компромісні особливості які позитивно вплинули на показник конверсії;

- в верхньому головному меню не рекомендується використовувати контурні кнопки. Краще використовувати стандартні плоскі кнопки з використанням невеликої тіні, які характерні для гібридного плоского дизайну;

- для того щоб сайт був зручним та ефективним, особливо в будівельній спрямованості, слід бути обережним з використанням нестандартних структур інтерфейсу. Потрібно враховувати силу привычки людей до подібних інтерфейсних рішень. Тому рекомендовано віддати перевагу більш привычному шаблону інтерфейсу для конкретної цільової групи користувачів.

Дослідження гіпотез дозволяє зробити такі висновки:

- використання гібридного плоского дизайну позитивно вплинуло на конверсію сайту;

- використання подібних інтерфейсів позитивно вплинуло на враження користувача.

У результаті впровадження науково - дослідної роботи є підвищення конверсії сайту. Результат впровадження визначається за такою формулою:

$$\Delta P_j = |X_{бj} - X_{нj}| \quad (1),$$

де ΔP_j – покращення j -ої характеристики досліджуваного процесу за рахунок впровадження результатів науково-дослідної роботи ($j=1$);

$X_{бj}$ – базове значення j -ої характеристики;

$X_{нj}$ – нове значення j -ої характеристики після впровадження науково-дослідної роботи.

У якості досліджуваної характеристики виступає показник конверсії. Прототип 1 – це контрольний плоский дизайн. Прототип 2 – це гібридний плоский дизайн. Отримані результати експерименту наведені у таблиці 2.

2. Показник конверсії на сайті

	Прототип 1	Прототип 2
Показник конверсії (%)	10	20

Підставивши значення до формули (1), визначимо результат від впровадження науково-дослідної роботи у чисельному вигляді:

$$\Delta P_1 = |10 - 20| = 10 (\%)$$

Прототип 2 по результатам тестування показав більший процент конверсії. Користувачам він прийшовся більш зручним у користуванні, що вплинуло на показник конверсії та підвищило його на 10 відсотків. Для визначення економічної ефективності результатів необхідно порівняти витрати на розробку з отриманими результатами.

Основним показником економічної ефективності проекту є коефіцієнт «ефект-витрати», який розраховується за формулою:

$$K_{ев} = \Delta P_j : V_p \quad (2),$$

де V_p – витрати (кошторисна вартість) на виконання науково - дослідної роботи (проекту), грн.;

$K_{ев}$ – коефіцієнт «ефект-витрати», який відбиває, наскільки кожна гривня витрат проекту змінює j -ту характеристику досліджуваного процесу.

Підставивши раніше визначені значення до формули 2, розрахуємо чисельне значення коефіцієнту «ефект-витрати»:

$$K_{cb} = (10:34017,92) * 100\% = 0,029$$

Результати дослідження свідчать, що кожна одиниця витрат на розробку проекту забезпечує підвищення конверсії на 0,029 %. В цілому цей проект має позитивний показник економічної ефективності, з чого можна зробити висновок, що його розробка та впровадження доцільні.

Висновки. Проведене дослідження має прикладний характер. В ході виконання роботи створено рекомендації для підвищення конверсії сайту з використання гібридного плоского веб-дизайну. Рекомендації ґрунтовані на аналізі результатів експерименту та теоретичних досліджень.

В результаті виконання роботи вирішені такі задачі: проведено огляд та аналіз існуючих стилів в веб-дизайні; проаналізовано причини використання плоского дизайну; проаналізовано вплив плоского дизайну на конверсію; висунуто гіпотезу підвищення конверсії; зроблено огляд використовуваного методу UX-дослідження та проведено само дослідження. На підставі отриманих даних сформульовані рекомендації для підвищення конверсії. Дослідження гіпотез дозволяє зробити такі висновки: використання гібридного плоского дизайну позитивно вплинуло на конверсію сайту; використання подібних інтерфейсів позитивно вплинуло на враження користувача.

У статті представлені розрахунки доцільності дослідження, яке має досить гарний показник економічної ефективності. В підсумку роботи можна сказати, що на сьогоднішній день для плоского дизайну є місце в веб-дизайні, але вже не таким радикальним, яким він був спочатку. Ця радикальність і є відштовхуючим чинником в цьому дизайні. Тому плоский дизайн в своєму чистому виді неефективно використовувати. А необхідні компроміси в гібридному плоскому дизайні дозволяють створювати ефективний дизайн інтерфейсу.

Бібліографічний список.

1. Howto Do A/B Testing: A Checklist You'll Wantto Bookmark [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-todo-a-b-testing>.
2. А/Б-тестування на рівні різних маркетингових каналів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/ab_testing.htm.
3. A. Cooper, R. Reimann, D. Cronin, C. Noessel About Face: The

Essentials of Interaction Design. - Canada: Wiley Publishing, Inc 2014. 610 p.

4. Jakob Nielsen and Kara Pernice, Eye Tracking Web Usability. – California: New Riders Pub, 2010. 437p.

5. Манаков В.П., Бізюк Е.А., Бізюк А.В. Дослідження формальних оцінок якості UI/UX сайтів. // Біоніка інтелекту. 2017. №2 (89). С. 132-137.

References.

1. How to Do A/B Testing: A Checklist You'll Want to Bookmark [Elektronnyi Resurs]. — Rezhy`mdostupu: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-do-a-b-testing>.

2. A/B-testuvannianarivniriznykhmarketynhovvykhkanaliv [Elektronnyi resurs]. — Rezhy`mdostupu: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/ab_testing.htm.

3. A. Cooper, R. Reimann, D. Cronin, C. Noessel About Face: The Essentials of Interaction Design. Canada: Wiley Publishing, Inc 2014. 610 p.

4. Jakob Nielsen and Kara Pernice, Eye Tracking Web Usability. – California: New Riders Pub, 2010. 437 p.

5. Manakov V.P., Bizjuk E.A., Bizjuk A.V. Doslidzhennja formal'nyh ocinok jakosti UI/UX sajtiv. // Bionika intelektu. 2017. №2 (89). S. 132-137.

Чебанова О.П. Влияние интерфейса на конверсию сайта.

Предмет исследования. Анализ существующих стилей веб-дизайну, а так же причины использования плоского дизайна, влияющие на конверсию сайта.

Цель исследования. На основе систематизации публикаций по теме привлекательности сайтов для пользователя и изучение рынка программных продуктов, рассмотрен один из важных аспектов - разработка дизайна. Структура и наполнение сайта играют большую роль, но каким бы ни было наполнение, очень мало пользователей будут постоянно пользоваться сайтом с неудобным и ужасным дизайном. Поэтому нужно правильно выбрать дизайн, чтобы максимально эффективно и целесообразно решить задачи, которые реализованы на сайте. Для полного раскрытия цели исследования были решены ряд задач, а именно:

- проведен обзор и анализ существующих стилей веб-дизайну;

- проанализированы причины использования плоского дизайна;
- проанализировано влияние плоского дизайна на конверсию;
- выдвинута гипотеза повышения конверсии;
- сделан обзор используемого метода UX-исследования,
- на основании полученных данных сформулированы рекомендации для повышения конверсии.

Методы исследования. Методологической основой исследования является совокупность методов научного познания, а именно UX-исследования и А/В тестирование.

Результаты работы. В статье приведено исследование, которое было направлено на анализ влияния плоского дизайна на конверсию сайта. Главная причина изменений тенденций в дизайне – это то, что большинство пользователей уже имеют большой опыт работы с большим количеством сайтов. Сейчас пользователю чтобы распознать меню не нужен реалистичный значок папки с файлами для его распознавания. Люди привыкли к простым значкам. Поэтому, чтобы поддерживать внимание пользователей к своему сайту необходимо использовать современные тенденции в веб-дизайне – такие как плоский дизайн или гибридный плоский дизайн, чтобы сайт оставался привлекательным и удобным для пользователя, а также имел хороший показатель конверсии.

Для повышения конверсии разрабатываются решения, которые подходят для конкретных сайтов. На это уходит много времени и сил. Но результат оправдывает ожидания. Посетителям нравится дизайн и юзабилити сайта. Это залог увеличения продаж и заказов.

Сфера применения результатов. Полученные результаты могут быть использованы в дальнейших научных и прикладных исследованиях проблем, связанных с влиянием стилей веб-дизайна на повышение конверсии сайта при организации интернет деятельности предприятий строительного направления.

Ключевые слова: повышение конверсии, строительная компания, интерфейс, гибридный плоский дизайн, UX-исследование.

Chebanova O.P. Influence of the interface on the conversion of the site. Subject of study. Analysis of existing web design styles, as well as the reasons for using flat design that affect the conversion of the site. Purpose of the study. Based on the systematization of publications on the topic of the

attractiveness of sites for the user and the study of the software market, one of the important aspects is considered - design development.

The structure and content of the site play a big role, but whatever the content, very few users will constantly use a site with an inconvenient and awful design. Therefore, you need to choose the right design in order to most effectively and expediently solve the tasks that are implemented on the site. To fully disclose the purpose of the study, a number of tasks were solved, namely:

- a review and analysis of existing styles of web design was carried out;
- analyzed the reasons for using flat design;
- analyzed the impact of flat design on conversion;
- put forward a hypothesis of increasing conversion;
- an overview of the UX research method used was made,
- on the basis of the data obtained, recommendations were formulated to increase conversion.

Research methods. The methodological basis of the research is a set of methods of scientific knowledge, namely UX research and A / B testing.

Results of work. The article provides a study that was aimed at analyzing the impact of flat design on site conversion. The main reason for the changing design trends is that most users already Now the user does not need a realistic file folder icon to recognize the menu in order to recognize it. People are used to simple icons. Therefore, in order to keep users focused on your site, you need to use current trends in web design - such as flat design or hybrid flat design, so that the site remains attractive and user-friendly, and also has a good conversion rate To increase conversion, solutions are developed that are suitable for specific sites. It takes a lot of time and effort. But the result lives up to expectations. Visitors love the site's design and usability. This is the key to increasing sales and orders.

Scope of results. The results obtained can be used in further scientific and applied research of problems, related to the influence of web design styles on increasing the conversion of the site when organizing the Internet activities of construction enterprises.

Key words: increase conversion, construction company, interface, hybrid flat design, UX research.

Стаття надійшла до редакції: 19.01.2021 р.