

2. Врахування особливостей цільової аудиторії та її географічного розташування дає можливість демонструвати рекламні повідомлення з різних регіонів світу.

3. Медіатор на основі наявних пропозиції від різних рекламних мереж обирає найбільш вигідні пропозиції для розробника мобільних ігор, збільшуючи рівень монетизації.

4. Завдяки використанню медіаторів можливо ефективно розподілити покази між рекламними мережами, охопивши максимально можливу чисельність потенційних клієнтів окремих продуктів в різних країнах світу згідно з зазначеними соціально-економічними характеристиками.

Отже, рекламна монетизація ігор дає можливість розвиватись представленій індустрії, надаючи велику кількість розважального контенту користувачам на безкоштовній основі. Науково обґрунтована інтеграція рекламного контенту в ігровий процес призведе до високого рівня позитивного сприйняття гравцями відповідних повідомлень та дозволить залучати додаткові грошові ресурси розробникам. Одночасно бренди будуть зацікавлені у збільшенні рекламних бюджетів, які направлятимуться в ігрову індустрію.

Література

1. GAMING MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS (2021 - 2026). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-games-market>

2. Mobile Game Marketing: Best Practices For Promoting Your Mobile Games In 2021! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.dotcominfoway.com/blog/mobile-game-marketing-best-practices-for-promoting-your-mobile-games-in-2021/#gref>

3. Ольшанська О. В. Формування освітніх програм нового покоління в контексті підвищення автономії університетів / О. В. Ольшанська // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну: Зб. наук. праць. – К.: КНУТД, 2016. – Спецвипуск. – С. 428–433. – 5 раз

УДК 339.1

Юркевич Т.В., студентка групи мГЗКМ-20
Євсейцева О.С. науковий керівник к.е.н., доц.
Київський національний університет
технологій та дизайну

USER EXPERIENCE DESIGN - МИСТЕЦТВО І НАУКА СТВОРЕННЯ ПОЗИТИВНИХ ЕМОЦІЙ ЧЕРЕЗ ВЗАЄМОДІЮ З ПРОДУКТОМ

User Experience Design – це дизайн, який націлений на створення максимально корисного і зрозумілого для користувача продукту. Його

завдання – допомогти отримати бажане, здійснюючи мінімальну кількість дій. До поняття UX дизайну входять:

Інформаційна архітектура	<ul style="list-style-type: none"> - проводиться вивчення цільової аудиторії (виходячи зі специфіки сайту, географічних, економічних, психологічних та інших характеристик). - дизайнер повинен мати чіткі уявлення про переваги відвідувачів, щоб розробити відповідну структуру сайту. - SEO-маркетологу також необхідно врахувати отриману інформацію про цільову аудиторію під час створення семантичного дерева, структури навігації, схеми взаємодії користувача на сайті
<p>Висновок: відвідувача не повинна відволікати непотрібна інформація. Мета – допомогти йому якомога швидше знайти бажане.</p>	
Робота над графікою	<ul style="list-style-type: none"> - дизайн повинен бути приємним для користувача (знову враховуються переваги цільової аудиторії). - тематика також має значення. Дизайн сайту, що продає ювелірні прикраси, буде різке відрізнятися від оформлення, наприклад, онлайн-журналу, де нічого не повинно відволікати від читання.
<p>Пам’ятайте: Гарний сайт – не завжди зручний сайт.</p>	
Контент	<ul style="list-style-type: none"> - пошукові системи повинні враховувати не тільки семантику текстів, але і їх користь для відвідувачів (якщо контент на сайті нецікавий, погано структурований, не проілюстрований, то користувач навряд чи буде його вивчати. А пошукова система обов’язково зафіксує це). - фото товари повинні бути детальними, якісними, показувати товар в різних ракурсах. - грамотно розроблена тематична стратегія принесе на сайт значний трафік.
<p>Висновок: Відвідувач повинен не тільки отримати вичерпну базову інформацію про товар, а й додаткову.</p>	

Реалізація кожного етапу повинна здійснюватися під час співробітництва дизайнера та SEO-маркетолога. Але при цьому і не варто забувати, що красивий і зручний сайт – це лише частина успішного просування. І тільки лише цього фактора недостатньо для досягнення поставлених цілей. Зручність використання сайту (usability) – це те, що визначає комфорт клієнта під час відвідування вашого ресурсу.

Цільова аудиторія різних сайтів буде відрізнятися, але все ж в цілому можна сформулювати основні вимоги користувачів до оформлення веб-ресурсу:

- Легкість сприйняття інформації. Подача інформації повинна бути чітко продумана.

- Оформлення сайту. Вдало оформлений сайт – це більша частка лояльності клієнтів.

- Шрифти. Особливість сприйняття людським мозком друкованого тексту така, що під час читання людина фіксує тільки початок і кінець слова. Величезне значення має і поєднання кольорів фону і шрифту. Розмір також має бути вибраний оптимальний.

- Адаптивна верстка. Сучасні смартфони та планшети мають функціональність комп'ютерів і дозволяють виконувати будь-які операції. Якщо дизайн сайту не буде адаптований під мобільні пристрої з різними розмірами екранів і роздільною здатністю, то ви втратите значну кількість потенційних клієнтів.

- Навігація. Якщо на сайті представлені десятки тисяч товарів, багато з яких відрізняються тільки незначними характеристиками, користувач повинен знайти їх за кілька секунд. Якщо такої можливості сайт не надає, то будьте впевнені, що це зроблять ваші конкуренти. Також слід не забувати про такі важливі розділи, як контактна інформація, умови доставки і оплати, інформаційні статті та ін.

- Швидкість завантаження сайту. Швидкість завантаження впливає на багато показників. Якщо вона висока, то набагато більша кількість користувачів чекає завантаження сторінки, а сайт вище ранжується пошуковими системами. Адже якщо у видачу потраплятимуть сайти з низькою швидкістю завантаження, то від цього знизиться і популярність пошуковика.

Над створенням дизайну сайту повинен працювати не тільки web-дизайнер, а й маркетолог. UX певною мірою є міксом web-дизайнера і маркетолога, слід розуміти UX дизайнеру потрібен маркетинговий бекграунд. Web-дизайнери створюють дизайн сайтів і додатків. Адаптований під цілі SEO дизайн буде вдалим, якщо: користувач швидко знайшов те, що шукав; отримав вичерпну інформацію про товар; здійснив покупку; вибрав прийнятний спосіб оплати і доставки; залишив позитивний відгук; порекомендував ваш сайт; повернувся знову.

Література

1. Джейми Леви. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать.-Пер с англ.- СПб.: Символ-Плюс, 2017.- с.390

2. Расс Унгер и Кэролайн Чендлер. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия.- Пер. с англ. – СПб.: Символ-Плюс, 2011. - 336 с.

3. Ольшанська О. В. Формування освітніх програм нового покоління в контексті підвищення автономії університетів / О. В. Ольшанська // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну: Зб. наук. праць. – К.: КНУТД, 2016. – Спецвипуск. – С. 428–433.