



Сайт НКО глазами пользователя: на какие вопросы нужно непременно дать ответ

Наталья Баранова

<https://te-st.org/2017/10/19/ngo-website-what-questions-should-be-answered/>

Статья обновлена 24 января 2022



«Зачастую обычному пользователю сложно разобраться в сайте некоммерческой организации. Все потому, что сотрудники НКО редко обращают внимание на то, как выглядит сайт для потребителя услуг». К такому выводу пришли специалисты проекта **Бременские консультанты**.

Они проанализировали более 20 сайтов региональных общественных организаций, нашли типичные ошибки и сформулировали рекомендации. О том, как в несколько шагов проверить понятен ли сайт некоммерческой организации для пользователей рассказал специалист проекта **Константин Панин**.

По словам специалистов, провести простой аудит сайта активисты могут самостоятельно. «Сайт НКО должен решать проблемы людей, с которыми работает организация. Чтобы провести анализ, надо взглянуть на сайт глазами пользователя. Проявите эмпатию: представьте себя на месте другого человека. Попробуйте понять его чувства, желания, идеи, поступки и «болевы точки» — те проблемы, которые он хочет решить с помощью сайта вашей НКО», — объясняет Константин Панин.

Для начала специалист советует представителям НКО ответить на простой вопрос — для чего благополучателю нужен сайт?

Функции сайта НКО

- 1.** Помогает человеку понять, как будут решать его проблемы с помощью услуги, которую предоставляет НКО;
- 2.** Рассказывает историю организации и вызывает доверие к ней;
- 3.** На страницах сайта организации пытаются убедить партнеров, доноров и людей, доказывают, что существование организации и ее проектов имеет смысл.

«Можно сравнить сайт НКО с офисом или представительством организации в реальном мире. Представьте, что вы строите пространство вашей кампании на многолюдной улице. У вас есть только витрина, чтобы рассказать людям о ваших продуктах и услугах. Если посетитель заинтересовался, то он может зайти. Он ожидает ответов на свои вопросы. Сайт должен обслужить посетителя, быть убедителен, говорить на понятном языке, и вызывать доверие». Константин Панин.

Специалист сформулировал пять вопросов, которые может задать пользователь, впервые зайдя на сайт НКО. Ответы на эти вопросы помогут понять, как выглядит ваш сайт для посетителя.

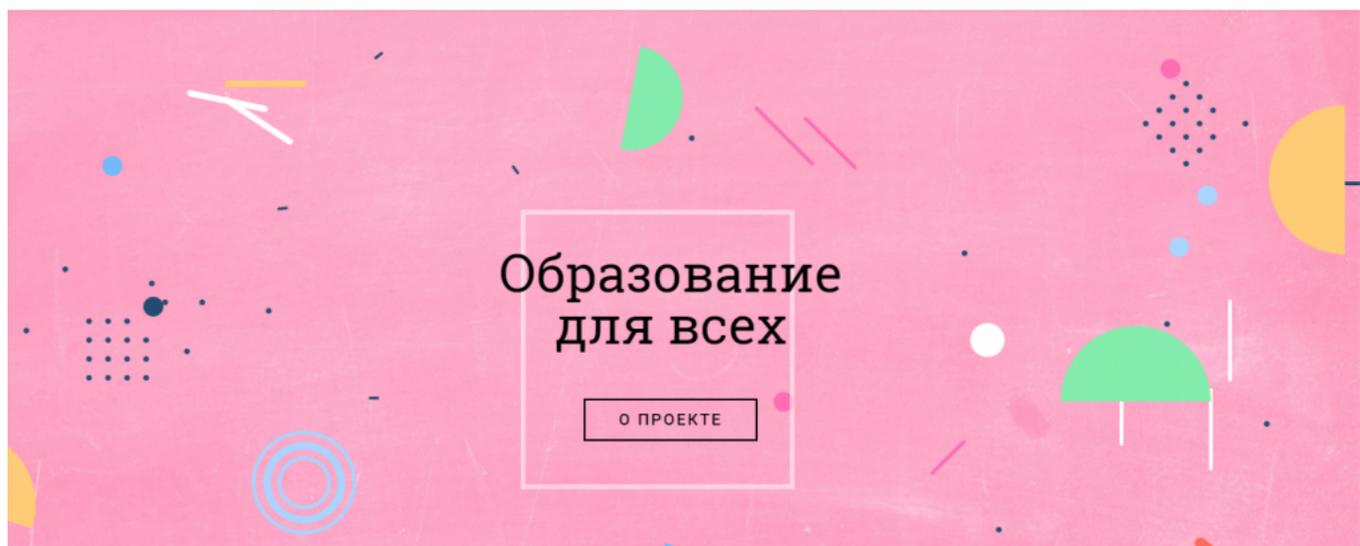
Вопросы, которые может задать пользователь

1. «Куда я попал? Где я?»

Пользователю должно быть с первых секунд понятно о чем сайт, и как на нем организована информация.

«Часто пользователь попадает на страницу и видит шаблонные надписи: «Главная» или «О проекте». В шапке сайта висит картинка с логотипом НКО и остальная информация дана большой простыней текста на два экрана, — делится наблюдениями Константин Панин. — Простой, понятный и лаконичный заголовок может сразу сказать про что сайт».

Заголовок должен зацепить аудиторию и заявить проблему пользователя, которую вы собираетесь решить на странице.



На этой странице кнопку «О проекте» стоит заменить на краткое описание проекта. Например, «помогаем семьям, воспитывающим детей с инвалидностью». Тогда тем, кто пришел на страницу впервые, будет сразу понятно, что это за организация. Изображение предоставили Бременские консультанты.

«Представьте, что вам надо рассказать суть работы вашего НКО в двух-трех предложениях. Старайтесь сделать это просто. Что это значит? Текст должен быть понятен школьнику. Избегайте специальных терминов, которые редко используются в обиходе», — советует специалист.

2. Что это за организация?

Вы дали краткую информацию о вашем проекте на главной странице сайта. Далее вы можете более подробно рассказать о том, что вы делаете.

Расскажите истории людей, которым вы помогли или истории волонтеров, публикуйте репортажи с ваших мероприятий. Все это покажет проект в действии. Делайте это максимально достоверно с живыми цитатами из речи ваших героев.

Если используете фотографии — берите документальные фотографии, а не стандартные клипарты из сети. По словам специалиста, они чаще вызывают доверие и эмоциональный отклик у посетителей сайта.



Посещение Общества инвалидов в районе Восточное Дегунино города Москвы

Май 3, 2017 admin

☛ благотворительная помощь, благотворительная Россия, благотворительность, благотворительные сердца, благотворительный орган, благотворительный фонд, благотворительный центр, инвалидам I и II, международный благотворительный фонд милосердия и здоровья, подарить жизнь, помощи детям, помощь детям, помощь пенсионерам, Российский благотворительный фонд, фонд милосердие, фонд милосердия, Фонд милосердия здоровья

Маленький подарок от Фонда. Пасхальные Куличи для общества инвалидов Восточное Дегунино (далее...)

Подробнее



Пример документальной фотографии. Изображение предоставили Бременские консультанты.

Еще можно использовать факты: сосчитайте, скольким людям вы помогли, сколько собрали средств или передали игрушек в детские дома. Факты повышают уровень доверия.

Еще по теме: Как сделать редизайн сайта НКО за 60 минут: примеры и советы

Солнечный город
детский благотворительный фонд
Новосибирск, ул. Промышленная 4а
8 (383) 238-11-17, info@solnetchnygorod.ru

НОВОСТИ ПРОЕКТЫ СОБЫТИЯ СТАТЬ ВОЛОНТЕРОМ ПОЖЕРТВОВАНИЯ ИНФОРМАЦИЯ

100 РУБЛЕЙ - ЭТО:

- 1 ЧАШКА КОФЕ
- 1 ПОЕЗДКА НА ТАКСИ
- 1/2 ОБЕДА В КАФЕ
- ВОЗМОЖНОСТЬ ИЗМЕНИТЬ ЖИЗНЬ РЕБЕНКА К ЛУЧШЕМУ

Регулярные пожертвования

Стать волонтером Пожертвовать

Помогаем детям-сиротам с 2007 года.

Меняем саму систему детских интернатных учреждений, чтобы помочь тысячам детей.

Не занимаемся «мандариновой» благотворительностью, праздниками ради праздников и подарками ради подарков.

Главное для нас – это интересы ребёнка.

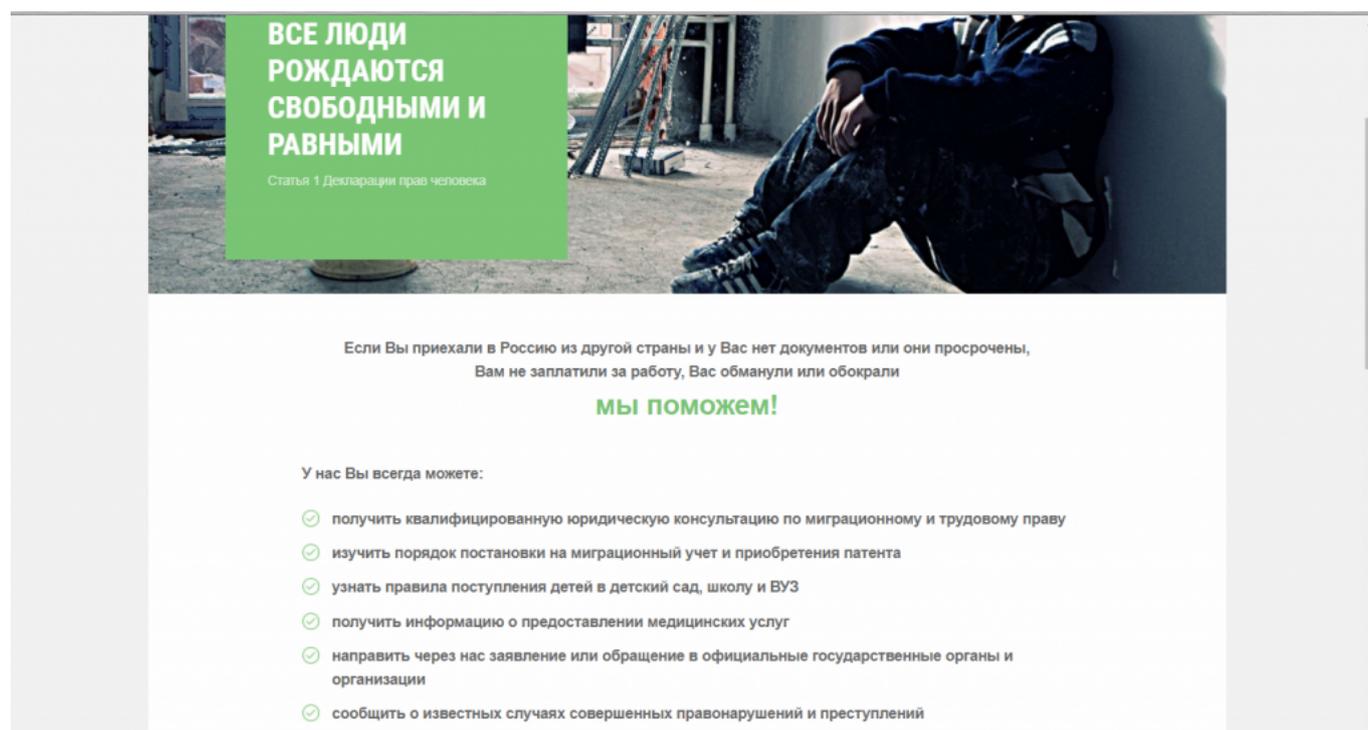
Удачный пример визуального использования фактов, цифр. Изображение предоставили Бременские консультанты.

3. «У меня проблема. Мне здесь помогут?» или «Что вы от меня хотите?»

Теперь пользователю понятно, что это за сайт. Он доверяет вам и понимает какие проблемы решает ваш проект.

«Частая ошибка на этом этапе — не очевидное целевое действие. Вы озвучили проблемы, которые решает ваше НКО, но далее страница заканчивается. Кнопка «помочь проекту», «написать в НКО» или «подписаться на новости проекта» расположена где-то высоко в шапке сайта», — объясняет Константин Панин.

Лучше предоставить пользователю возможность действовать прямо здесь. Кнопку сбора пожертвований или ссылку на страницу получения услуг нужно разместить в доступном и очевидном месте.



The screenshot shows a website banner with a green background on the left and a photo of a person sitting on the floor on the right. The text on the banner reads: "ВСЕ ЛЮДИ РОЖДАЮТСЯ СВОБОДНЫМИ И РАВНЫМИ" (All people are born free and equal), "Статья 1 Декларации прав человека" (Article 1 of the Declaration of the Rights of Man and of the Citizen), and "Если Вы приехали в Россию из другой страны и у Вас нет документов или они просрочены, Вам не заплатили за работу, Вас обманули или обокрали" (If you have come to Russia from another country and you do not have documents or they are expired, you have not been paid for your work, you have been deceived or robbed). Below this is the slogan "МЫ ПОМОЖЕМ!" (We will help!) and a list of services: "У нас Вы всегда можете:" (At us you can always:), "получить квалифицированную юридическую консультацию по миграционному и трудовому праву" (get qualified legal consultation on migration and labor law), "изучить порядок постановки на миграционный учет и приобретения патента" (study the procedure for registration on migration account and acquisition of a patent), "узнать правила поступления детей в детский сад, школу и ВУЗ" (learn the rules for children's admission to kindergarten, school, and university), "получить информацию о предоставлении медицинских услуг" (get information about medical services), "направить через нас заявление или обращение в официальные государственные органы и организации" (submit an application or appeal through us to official state bodies and organizations), and "сообщить о известных случаях совершенных правонарушений и преступлений" (report known cases of violations and crimes).

На этой странице пользователь может не понять, как именно получить помощь. В конце списка нужно сделать кнопку «звонок на горячую линию» или ссылку на форму обратной связи. Надпись сверху «мы поможем» можно сделать активной кнопкой. К словам «изучить», «получить», «узнать» стоит прикрепить гиперссылку на соответствующие разделы. Изображение предоставили Бременские консультанты.

4. Кто работает в команде проекта? Можно ли им доверять?

Пользователю важно знать, что за люди работают в организации. Уровень доверия к проекту можно повысить, если создать раздел «о команде».

«Включите в него информацию о людях, работающих в проекте и о том, почему они это делают, об их мотивации, миссии, идее. Главное, чтобы пользователь мог посмотреть на фотографии людей и получить краткую информацию об их профессиональной деятельности», — объясняет Константин Панин.

Свобода собраний: правовой навигатор

Информационная база, содержащая выдержки из постановлений Европейского Суда по Правам Человека и Конституционного Суда РФ, а также решений Комитета по правам человека ООН

Команда проекта

Инициативная группа, включающая правозащитников и активистов.

Материалы подобраны при поддержке юристов «Дома прав человека».

Авторские права на продукты, создаваемые в рамках нашего проекта, распространяются под открытой лицензией Creative Commons, то есть принадлежат обществу и доступны для бесплатного и некоммерческого использования и изменения без ограничений.

Контактная информация:

info@assembliesdoc.org

+7 919 240 79 79

Такая страница «О команде проекта» не вызовет дополнительного доверия. Ее лучше дополнить информацией о людях. Изображение предоставили Бременские консультанты.

Еще по теме: Как пользователи помогут найти недочеты перед запуском социального проекта

Это пример хорошей страницы «О команде» проекта. Такая страница вызывает доверие у пользователя.

The screenshot shows the website for 'СОЛНЕЧНЫЙ ГОРОД' (Sunny City), a children's charity foundation. The header includes the logo and navigation links: НОВОСТИ, ПРОЕКТЫ, СОБЫТИЯ, СТАТЬ ВОЛОНТЕРОМ, ПОЖЕРТВОВАНИЯ, ИНФОРМАЦИЯ. The main section is titled 'СОТРУДНИКИ' (Employees) and features six team members, each with a photo and nameplate:

- Марина Аксенова**: директор фонда «Солнечный город», office@suncitylife.ru
- Анна Волкова**: заместитель директора фонда «Солнечный город»
- Мария Малкина**: PR-директор, 8923 250 87 90
- Анастасия Шилибольская**: куратор «Лиги волонтеров», руководитель проекта «Наставничество», 8952 906 38 97
- Земфира Стуля**: фандрайзер фонда
- Эльвира Савинова**: программный директор

Social media icons for VK, Facebook, YouTube, Instagram, and X are visible on the right side of the page.

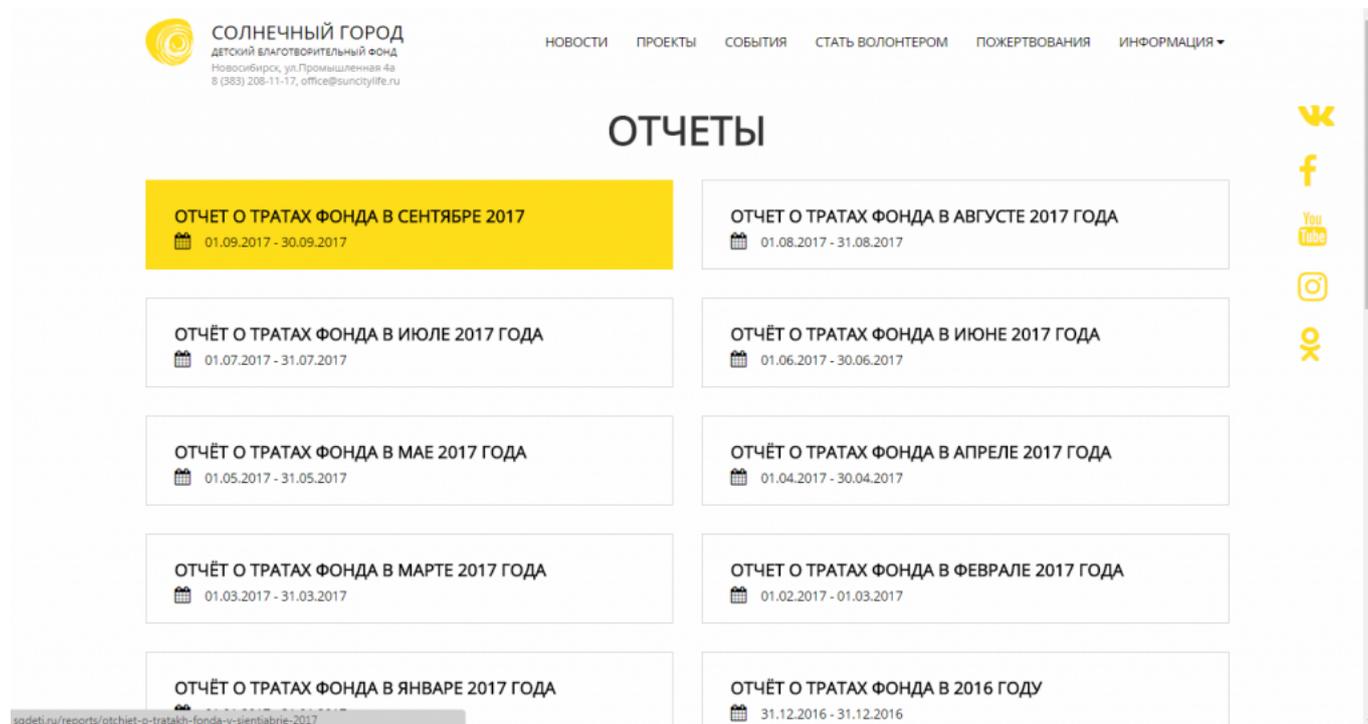
Изображение предоставили Бременские консультанты.

Также стоит опубликовать отзывы, дипломы, награды НКО и разместить форму «задать

вопрос», чтобы пользователю было удобно связаться с вами или отправить отзыв.

5. «Насколько они честны? Я слышал, сейчас много мошенников»

«Уровень доверия организации повышает прозрачность ее документации. Сделайте доступным финансовый отчет за последний год работы, — советует Константин Панин, — Потенциальному донору будет видно, как вы расходуете свой бюджет».



Пример успешной страницы финансового отчета НКО. Изображение предоставили Бременские консультанты.

Константин Панин уверен, что при просмотре сайта пользователь должен легко находить ответы на эти пять вопросов.

«Тогда вы сможете привлечь его внимание к вашей организации, вызвать интерес и желание совершить целевое действие. То есть, ваш сайт будет выполнять свою функцию, работать для людей и для вашей организации», — заключил специалист.

Бременские консультанты — участники программы «Пасека».