



Jak vytvářet web, aby splnil to, co splnit má?

setkání Daril, 26. října 2006

Jak vytvářet web, aby splnil to, co splnit má?

- vytvářet = dlouhodobý proces
- co splnit má = mít jasnou představu

Co splnit má?

- ujasnit co chceme, aby návštěvník na stránkách udělal:
 - objednal zboží pomocí formuláře
 - zavolal nám nebo poslal email
 - našel k nám cestu
 - zjistil co nejvíce informací a méně telefonoval na technickou podporu
 - ...

Úspěšná webová prezentace

- je „použitelná“
 - jak snadno se návštěvník orientuje
 - srozumitelnost, přehlednost, intuitivnost
 - přitahuje uživatele, působí dobrým dojmem
- nebýt za každou cenu originální
 - uživatelé jsou zvyklí na určité „průmyslové standardy“,
 - např. umístění vyhledávání, funkčnost tlačítka zpět, ..

Úspěšná webová prezentace

- je „přístupná“
 - je použitelná pro každého uživatele bez ohledu na jeho schopnosti, znalosti, zkušenosti, postižení
- až 30% postižených:
 - zrakově
 - sluchově
 - pohybově
 - poruchy čtení a soustředění
 - zobrazovací problémy z technických důvodů (rozlišení, prohlížeč, připojení k internetu..)

Úspěšná webová prezentace

- je „viditelná ve vyhledávačích“
 - až 80% návštěvníků přichází z vyhledávačů
 - obsah, kód, odkazy

Úspěšná webová prezentace

- je „on-line marketována“
 - bannerová reklama
 - placené pozice
 - klíčová slova
 - partnerství
 - a další

Následuje několik námětů ...

Velikost fontů

- ovlivňuje, jak návštěvník stránku pročítá
- chceme-li, aby návštěvník četl, použijeme menší font
- při použití větších fontů, je důležité vybrat vhodná slova v nadpisech

Upoutávky

- upoutávky podněcují kliknutí
- upoutávky podněcují prozkoumání celé stránky
- v upoutávce nejvíc záleží na prvních několika slovech

Délka stránky

- na kratší stránce lidé více klikají na navigaci
- reklama v pravém sloupci je více sledována na kratší stránce

Text

- kratší odstavce povzbuzují čtení
- text v jednom sloupci je čten intenzivněji
- úvodní odstavec je téměř vždy přečten

Reklama

- lidé “klasickou” reklamu ignorují, i když ji vidí, nevnímají ji
- reklamy, které zapadají do vzhledu a stylu stránky, zvláště ty textové, přitahují více pozornosti
- na velikosti záleží – reklamy přes půl strany si vedou dobře
- malé pop-upy jsou zavírány nebo skrývány

Fotky v článcích

- větší fotky přitahují více pozornosti
- obličeje na fotkách přitahují pohled návštěvníka
- lidé na fotky klikají a čekají zvětšenou fotku

Shrnutí

- určit (ideálně měřitelné) cíle webu
- poučit se z neúspěchů a inspirovat z úspěchů konkurence
- určit pro koho je web určen
- definovat nejčastější činnosti které budou návštěvníci činit
- najít dodavatele – partnera, se kterým si budete rozumět
- měřit, vyhodnocovat, upravovat
- měřit, vyhodnocovat, upravovat
- ...

Děkuji za pozornost ...

Martin Dvořák
BENETA.cz, s.r.o.