

ZAJĘCIA NR 7

PODSTAWY PROJEKTOWANIA STRON INTERNETOWYCH

Tworząc stronę internetową przede wszystkim musisz wiedzieć po co ją robisz i dla kogo. Ukierunkowanie na cel najlepiej poprowadzi cię do właściwego „portu”.

Podstawowe błędy:

- 1) strony główne, które nie informują o tematyce witryny ani o tym, do kogo jest ona adresowana
- 2) witryny, które raczej nie zainteresują odbiorcy docelowego
- 3) witryny, z których trudno jest korzystać przez je nazbyt fachowe słownictwo,
- 4) strony biznesowe, które prowadzą do celu, ale nie umożliwiają jego realizacji (np. zakupu)
- 5) niepraktyczne koncepcje, które zastosowano przy tworzeniu witryn.

Pisząc stronę myśl jak jej potencjalny odbiorca!

Zważaj, by:

- 1) użytkownik szybko (łatwo, bezbłędnie, bezproblemowo, intuicyjnie) poruszał się po witrynie,
- 2) użytkownik chciał korzystać z witryny (aby nie poszedł na inną – nasza musi być NAJLEPSZA, decydujące znaczenie strony głównej /jako powitalnej/).

Jak przyciągnąć odwiedzających do witryny, przynajmniej na taki czas, by zdążyć im przedstawić swoją ofertę.

- 1) Główna strona witryny, to 30-sekundowa szansa zaprezentowania się. Nie bądź nieśmiały! (jednak: pisz prawdę, wykorzystuj rekomendacje /”zaufało nam już 5312 osób!” , „jesteś 12528 osobą na naszej stronie”, buduj zaufanie)
- 2) Twórz tak swą witrynę, aby każdy znalazł na niej coś interesującego dla siebie („dzielenie witryny”), adekwatnie nazywaj poszczególne strony
- 3) oryginalność rozwiązań – pożądana, ale z umiarem (co do stopnia i ilości) . Najlepsza innowacyjność, brak nachalności (np. muzyki), ostrożnie z ozdobnikami, nadmiarem grafiki „gdzie popadnie”, niezrozumiałymi ikonami; niech witryna będzie zgodna z wizerunkiem produktu
- 4) Ludzie nie lubią czytać – nie zmuszaj ich do tego! (nie pisz dużo /gdyby ludzi chcieli kupić powieść – na pewno by ja kupili/, nie pisz „ciurkiem”, pozwól przemówić obrazom /tj. niech będą, ale adekwatne, by oszczędzić użytkownikom „toru z przeszkodami – poinformuj ich co mają robić; jeśli czcionka jest za mała, by mogła przeczytać ją Twoja mama – powiększ ją!)
- 5) To, że konkurencja robi coś w ten sposób, nie znaczy że jest to dobre (bądź krytyczny, niech myślenie w sieci odwzorowuje myślenie w „realu”, stosuj sprawdzone rozwiązania, „nie wymyślaj ponownie koła”, zachowuj sprawdzone rozwiązania nawigacyjne /np. lewe menu/, niech z każdej strony będzie przejście na home).

Jak zdobyć pewność, że coś przyciągnie uwagę użytkowników ? (codzienne starania o ulepszenie witryny)

- 1) Zirytowany użytkownik odejdzie gdzie indziej. Nie dopuść do tego! (sieć jest przedłużeniem „realu” – traktuj klienta jak w „realu” – możliwość konwersacji, korzystania z GG lub Skype’a, niech będzie FAQ i help, możliwość powiększania zdjęć, uaktualnienia przeglądarki użytkownika z poziomu naszej witryny)
- 2) Umożliwiał pobieranie plików z witryny,
- 3) Jak chodzą użytkownicy (zainstaluj STAT’a)
- 4) Rozróżniaj informację od reklamy!
- 5) Internet polega na przekazywaniu kontroli do rąk użytkownika; niech znaczenia okonek się przenoszą (będą identyczne na każdej stronie całej witryny)

Dostrajanie się do oczekiwań użytkownika

- 1) Daj użytkownikom to, czego oczekują (i jeszcze więcej), inaczej znajdą kogoś, kto zrobi to za Ciebie: podając informacje podawaj autorytarne źródła; niech treści będą zamieszczane tam gdzie ich miejsce; twórz społeczności /różne narzędzia!/)
- 2) Funkcjonalność – przez interakcję użytkownika (on ulepszy witrynę, będzie czuł się WAŻNY; sondy, testy itp. – np. jak na www.edukacja.poznan.pl)
- 3) Rozwiązania graficzne – stosuj, ale z umiarem (brak „wodotrysków”, pstrokacizny itp.; bądź konsekwentny w grafice, stosuj „lekką” grafikę,
- 4) Wyszukiwanie – niech współgra z przeglądaniem; zamieść odnośnie witryny, ale i całego Internetu, stosuj też wyszukiwanie zaawansowane, umożliwiał popęłnianie literówek w zapytaniach do wyszukiwarek)
- 5) Nawigacja: gdy użytkownicy szukają mapy witryny, znaczy że masz kłopoty:
 - niech strona główna będzie przewodnikiem,
 - stosuj nawigację konsekwentnie,
 - wyprzedzaj myślenie klientów,
 - naprowadzaj klientów ze złych ścieżek na dobre (bądź ich przewodnikiem)
- 6) E-biznes: zasad 3 kliknięć, różnymi drogami prowadź do celu /produktu/, umożliwiał i ułatwiał finalizację /zakup/ obrazuj rysunkami i opisami sprzedawane produkty, stosuj promocje, zwroty, sprzedaż łączoną, pamiętaj o poinformowaniu o kosztach dodatkowych; działaj etycznie i zgodnie z wizerunkiem przedsiębiorstwa)

C.D.N. ...