

Madwise

# Šest zapovedi za uporabno spletno mesto

..VAŠE SPLETNO MESTO JE VAŠE SVETIŠČE, REPOZITORIJ IN TRGOVINA, KAMOR SI VSI ŽELIJO PRITI IN VLOŽITI TOLIKO ČASA, KOLIKOR JE PAČ TREBA. KER PONUJATE IZDELEK, KI GA VSI POTREBUJEJO, KAJNE?..



V realnosti obiskovalec na eni spletni strani preživi deset sekund. Če ne najde zelenega, obljubljenega in pričakovanega, odide. Vašo vrednost zanj mora torej prepoznati v teh desetih sekundah.

Na spletu lahko načrtujemo učinkovito uporabniško izkušnjo, a se tega premalokrat lotimo. A uporabniška izkušnja se zgodi v vsakem primeru in od vas je odvisno, ali bo dobra ali slaba.

## 1. KDO SO VAŠI OBISKOVALCI?

Vaše spletno mesto je namenjeno obiskovalcem, ne vam. Opredelitev ciljnih strank in njihovih spletnih navad bo prišla še kako prav.

## 2. ENOSTAVNA NAVIGACIJA

Obstajajo smernice, kako se ljudje obnašamo na spletu. Če jih združite s specifikami vašega izdelka oziroma storitve, enostavnost ni vedno samoumevna.

Študija Nielsen Norman iz leta 2006 kaže, da Nearabci na spletu beremo v obliki črke F. Kar

opazujte: ko pridemo na stran, na vrhu preletimo zgornjo vrsto, potem se premaknemo malo nižje in vajo ponovimo, nato pa gre le še navzdol. Do danes smo ostali enaki.

Imejte to v mislih pri načrtovanju spletnega mesta, sploh prve strani. Katere informacije so vitalnega pomena za obiskovalca in ga bodo pripeljale naprej?

## 3. ZAUPANJE

Mnoge spletne strani že sledijo tej dobri praksi uporabniške izkušnje. Obiskovalcu zagotovijo, da je v dobri družbi.

Dobre reference pomirijo vsakega obiskovalca. Skrbno izberite logotipe, ki jih boste prikazali, in ne pozabite preveriti s strankami. Morda se zdi logično, da bo vsakdo navdušen, da ga promovirate, a ni vsaki panogi tako enostavno.

## 4. KRATKO IN SLADKO

Enostavnost je rdeča nit razmišljanja o uporabniški izkušnji in uporabnosti spletnega mesta.

Obiskovalec nima časa za dolge floskule o spletni rešitvi za učinkovitost in produktivnost in konstruktivnost. Zanima ga, kako vaš izdelek rešuje njegov problem. Njegovega, ne vašega. Na kratek, jedrnat način mu odgovorite. Enostavnost in intuitivnost sta vodili uporabnega spletnega mesta. Ko se obiskovalec znajde pri vas, ali mu je kristalno jasen naslednji korak?

## 5. KJE SEM?

Spletne strani lahko s časom postanejo prave abstraktne pošasti. Obiskovalcu ste uspešno razložili, kateri izziv mu rešujete in pogumno se je podal v raziskovanje. Dokler se na neki točki ne ozre okrog sebe in se vpraša: »Kje pa sploh sem?« Poskrbite, da v vsakem trenutku ve, kje je in kako je prišel do tja.

## 6. ODZIVNOST

Za iskanje zelenih vsebin uporabljamo telefone in tablice. In tu pričakujemo še bolj enostavno, intuitivno navigacijo. Odzivno uporabniško izkušnjo se je odločil nagraditi tudi Google. Spletne strani, ki so optimizirane za mobilne naprave, bodo dosegale vedno boljše pozicije v iskalniku. Odzivnost je torej dobra za vse.

Uporabniška izkušnja je usmerjena na uporabnika, to najbrž ni presenetljivo. A lepota njene načrtovanja je v tem, da obiskovalcu zagotovi potrebne informacije in ga obenem pelje po vnaprej definiranih korakih do cilja spletne strani, ki smo jo mi predvideli. Nič ni prepričeno naključju.

(P. R.)

**MADWISE**  
performance marketing

**MAD37 d.o.o.**

Tržaška 2, 1000 Ljubljana

Tel.: 031/370-639

E-pošta: zivjo@madwise.si

Internet: www.madwise.si