

**[www.marketingwinternecie.com](http://www.marketingwinternecie.com)**

**Tytuł:                    Analiza strukturalno – nawigacyjna  
                                  serwisu XXXX**

**Zleceniodawca: XXXX**




**Opracował:            Michał Kunysz**

**Wersja:                1.0.0**

## Spis treści

Spis treści.....	2
Legenda .....	2
Strona główna .....	3
I. Nagłówek.....	3
II. Lewa kolumna .....	3
III. Strona główna .....	4
IV. Prawa kolumna.....	5
Uwagi ogólne .....	5
Strona kategorii .....	6
Strona produktu.....	6
Inne .....	7

## Legenda

-  wysoki priorytet
-  średni priorytet
-  niski priorytet
- nav.** - nawigacja

## Strona główna

### I. Nagłówek

1. Boks wyszukiwania
  - a. ■ Przycisk szukaj nie do końca przypomina taki, który można nacisnąć. Nawet po najechaniu myszką kursor nie zmienia się w tak zwaną „rączkę”.
  - b. ■ Błękitna czcionka jest zbyt jasna, osoby o słabszym wzroku oraz używające wysokich rozdzielczości będą miały problem z odczytaniem. Tyczy się to w szczególności tekstu „wyszukiwanie szczegółowe”, który poza kolorem powinien być podkreślony, aby użytkownik z łatwością rozpoznał, że to link.
2. Koszyk, logowanie oraz pomoc
  - a. ■ Ikony oraz teksty linków są zbyt małe. Proszę przyjrzeć się im na dużym monitorze w rozdzielczości 1280x1024 używanej obecnie przez około 25% użytkowników Internetu.

[...] wycięto 25 linii i jeden obraz

### II. Lewa kolumna

1. Kategorie
  - a. ■ **nav.** Jeżeli link nigdzie nie prowadzi, powinno go nie być. Bardzo frustrujące jest klikanie czegoś, co zabiera nas do miejsca, w którym właśnie jesteśmy. Będąc na stronie głównej tekst „**katalog**” powinien być „nie klikalny”. Błędem jest także to, że będąc w którejkolwiek kategorii, wyżej wymieniony link zabiera użytkownika nie do katalogu, ale do strony głównej. Najlepiej byłoby zamienić go na zwykły tekst. Dezorientacja użytkownika jest jednym z głównych czynników, który wpływa na utratę klienta.

- b. ■ Skoro we wszystkich boksach użyto kolorowych nagłówek, powinno się konsekwentnie umieścić taki sam także w lewym menu. Jest to nie tylko zabieg kosmetyczny. Elementy spełniające podobne funkcje powinny współgrać ze sobą graficznie, ponieważ użytkownik skanując wzrokiem stronę łatwiej zrozumie jej logiczny podział. To samo tyczy się oferty znajdującej się na dole (animacja xxxx) – można by nad nią także rozciągnąć pasek z napisem „Polecamy”, albo „Reklama”.

[...] wycięto 30 linii i jeden obraz

### **III. Strona główna**

1. ■ Strona główna serwisu powinna skupić się na bardzo szybkim i jasnym ukazaniu klientowi co serwis ma do zaoferowania. Jeżeli chodzi o stronę xxxx.pl, dopiero po przestudiowaniu kolumny katalogu zrozumiałem (choć dalej mam wątpliwości) czym xxxx.pl się zajmuje i co ma do zaoferowania. Wasze motto „xxxx kultura xxxx” jest chwytliwe, ale definicja kultury według Wikipedii brzmi *„Najczęściej rozumiana jest jako całośćtań duchowego i materialnego dorobku społeczeństwa. Bywa utożsamiana z cywilizacją. Również charakterystyczne dla danego społeczeństwa wzory postępowania, także to, co w zachowaniu ludzkim jest wyuczone, w odróżnieniu od tego, co jest biologicznie odziedziczone.”*. Kultura jest pojęciem bardzo rozległym. xxxx.pl oferuje jedynie małą część tego, co kryje się pod tym sloganem. Według mnie xxxx.pl oferuje xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx (w dużym uproszczeniu, nie analizowałem zawartości katalogu), więc slogan powinien odzwierciedlać asortyment. To samo tyczy się „pierwszego wrażenia”, klient po wejściu na stronę powinien w mgnieniu oka wiedzieć co serwis ma do zaoferowania.

[...] wycięto 73 linii i trzy obrazy

#### IV. Prawa kolumna

##### 1. Uwagi ogólne

- a. ■ Proponuję, aby do każdego boksu przyporządkować ikonę graficzną. Oko ludzkie dużo szybciej rozpoznaje symbole, niż teksty. Wózek dla koszyka, kłódka dla logowania, medal bądź gwiazda dla bestsellerów i na przykład głowa dla autorów.

##### 2. Koszyk

- a. ■ Brak przycisku „Zamów” sprawia, że internauta zmuszony jest do myślenia. Problem w tym, że internauci nie chcą myśleć i nie chcą być zmuszani do zastanawiania się co zrobić dalej. Jest to w szczególności ważne dla procesu sprzedaży. Klient powinien bezbłędnie, w każdym momencie wiedzieć jakie kolejne kroki powinien zrobić aby dokonać zakupu. Naszym zadaniem jest ułatwienie tego do granic możliwości, dlatego **konieczne** jest dodanie widocznego, wyróżniającego się przycisku „**koszyk/kasa**” w boksie koszyka.

[...] wycięto 48 linii i jeden obraz

#### Uwagi ogólne

1. ■ Mieszanie różnych czcionek jest nie wskazane, chodzi tu nie tylko o ich rodzaje, ale także o wielkość liter. Na stronie xxxx.pl widzę dużą niekonsekwencję ich użycia. CZASAMI UŻYTO DUŻYCH LITER, Czasami Mieszanych, a czasami małych. Jeśli chodzi o estetykę 95% tekstów powinno być pisanych w ten sam sposób. Użycie DUŻYCH LITER

polecam tylko w przypadku, gdy zachodzi potrzeba zwrócenia uwagi użytkownika na ważną, krótką informację.

[...] wycięto 33 linie i jeden obraz

## Strona kategorii

Jedyną różnicą między stroną główną i kategorii jest zawartość środka strony, dlatego skupię się na tej części.

### 1. Numeracja stron

- a. ■ Niepotrzebnie dwukrotnie w tym samym miejscu zaznaczona jest strona na której aktualnie się znajduję. Proponuję albo pozbyć się tekstu „Strona x”, albo wyrównać go do lewej strony. Szczegóły poniżej.
- b. ■ Zastanowiłbym się również nad znakami symbolizującymi pierwszą i ostatnią stronę. Moje dwie propozycje (przeróbka raczej estetyczna) to:

Strona 1	<u>pierwsza</u> <span style="color: orange;">➡</span> 1 2 3 4 5 6 <span style="color: orange;">➡</span> <u>ostatnia</u>
lub	<u>pierwsza</u> <span style="color: orange;">➡</span> 1 2 3 4 5 6 <span style="color: orange;">➡</span> <u>ostatnia</u>

[...] wycięto 45 linii i jeden obraz

## Strona produktu

1. ■ Aby zachęcić użytkownika do zakupu, zamiast mało widocznego tekstu „Do koszyka” lepiej użyć dużego, czerwonego przycisku z napisem „Dodaj do koszyka”.

2. ■ Jeżeli dany produkt nie ma jeszcze recenzji lub komentarzy można użytkownika zachęcić do działania używając motywujących tekstów w stylu „Ten produkt nie ma jeszcze recenzji/komentarzy. Bądź pierwszy!”. Podkreślona część powinna prowadzić do strony, gdzie można je dodać. Bardzo duża część użytkowników podejmuje decyzje o zakupie towarów właśnie na podstawie recenzji i komentarzy. Dlatego właśnie warto jeszcze bardziej ich zachęcić i zaproponować nagrodę dla najlepszych. Koszt nagród jest niewielki (można rozdawać chociażby książki), a korzyści ogromne.

[...] wycięto 24 linie i dwa obrazy

## Inne

1. ■ Puste kategorie jak „Nauka i technika” powinny zniknąć z katalogu. Wystarczy wyobrazić sobie jakie wrażenie robiłby supermarket z działami, gdzie na półkach widnieją pustki.
2. ■ Błędy PHP są zawsze bardzo źle widziane i świadczą o braku profesjonalizmu serwisu. Parokrotnie zauważyłem tekst w zapowiedziach podobny do:

**Warning:** mktime() expects parameter 5 to be long, string given in  
**/home/xxxx/xxxx.pl/function/funkcjeXxxXxx.php on line 276**

[...] wycięto 52 linie

**- Koniec dokumentu -**