

Un site web de succes de la conceptualizare la lansare

TreeWorks

Bld. Coposu nr. 4
bl. 105 A sc. A ap. 1
București, România

Phone: +40.213.260.602
Fax: +40.213.267.233

www.tree.ro
office@tree.ro



Cuprins

| | |
|--|----|
| <u>Definiția website-ului</u> | 3 |
| Planificarea website-ului | 4 |
| Arhitectura unui site | 5 |
| Meniul în cascadă vs navigare pe bază de index | 5 |
| Optimizarea pentru motoarele de căutare | 8 |
| Web Site Design | 9 |
| Concluzii | 11 |

Definiția website-ului:

Un website este o colecție de pagini web tipice unui domeniu particular sau unui subdomeniu din World Wide Web.

Până în prezent, există peste 81 de milioane de situri cu domenii înregistrate în lume.

O pagină web este un document [HTML/XHTML](#) care este mereu accesibil prin [HTTP](#).

Toate siturile accesibile publicului larg sunt văzute ca părți informaționale care intră în componența [World Wide Web](#)-ului.

Toate paginile unui website vor fi accesate de pe o rută comună [URL](#), numită [homepage](#) care de obicei aparține aceluiași server. URL-ul organizează paginile într-o ierarhie, chiar dacă [link-urile](#) dintre ele controlează cum percepe cititorul întreaga structură.

La unele situri trebuie să fii abonat pentru a accesa o parte din conținutul lor. Exemple de astfel de situri sunt: părți din majoritatea siturilor de știri, siturile de jocuri, forumurile, serviciile de e-mail etc.

Planificarea website-ului

Planificarea conținutului web este prima fază în construirea unui website de succes cu un potențial ridicat.

1. Alegerea nișei potrivite

Descoperiți nișa cea mai potrivită pentru situl tău. Scopul este de a găsi un subiect despre care să știi cu adevărat că va avea succes. Pasiunea dumneavoastră va face realizarea sitului plăcută și ușoară.

2. Găsirea cuvintelor cheie

Găsiți cuvintele cheie cele mai potrivite și alegeți cel mai avantajos concept. Realizați un tabel de cuvinte cheie care sunt frecvente în căutări și care să poată aduce traficul pe care vi l-ați propus. Dacă aveți mai multe concepte dintre care să alegeți, analizați cuvintele cheie potrivite fiecăruia și alegeți cel mai profitabil concept.

3. Analizarea concurenței

Alegeți cel mai bun concept analizând concurența. Rolul acestui pas este să dezvoltați lista de cuvinte cheie, să găsiți mai multe idei pentru conținutul web și posibili parteneri (firme care oferă programe afiliate sau publicitate cu plata pe click).

4. Structuralizarea sitului

Construiți cea mai potrivită structură de site care să corespundă în tabelul dumneavoastră cu cele mai profitabile cuvinte cheie. O structură bună va face situl ușor de folosit atât pentru utilizatori, cât și pentru motoarele de căutare.

Arhitectura unui site

După ce ați hotărât scopul sitului, trebuie să determinați elementele de care aveți nevoie pentru a le îndeplini.

Majoritatea siturilor sunt împărțite în subsecțiuni, iar fiecare categorie cuprinde pagini cu link către pagina principală, dar le permite vizitatorilor și să navigheze de la o pagină la alta fără să se întoarcă la meniul principal.

S-au făcut multe studii psihologice care să determine unde ar fi cel mai indicat să fie plasată bara de navigare. În mare, nu are importanță atât timp cât este vizibilă și arată bine.

După ce v-ați decis cum se vor lega paginile una de alta, gândiți-vă la titlul fiecărei pagini. Păstrați numele scurte și relevante pentru conținutul paginii. Numele paginii va deveni numele domeniului, iar acesta este primul lucru pe care îl văd motoarele de căutare, așa că trebuie să alegeți cele mai eficiente cuvinte.

Modul în care motoarele de căutare interpretează cuvintele este foarte important. Dacă în link-ul din bara de navigare de la secțiunea **about us** scrie același lucru, motorul de căutare acționează în consecință, iar dacă pe același link scrie **our design team** înseamnă cu totul altceva.

Meniul în cascadă vs navigare pe bază de index

Există două modalități comune de prezentare a meniurilor: cascada ierarhică (itemii din meniu apar când mouse-ul se află deasupra) sau plasarea itemilor într-un index categoric. Meniurile în cascadă au avantajul că cer puțin spațiu pe monitor, dar au alte dezavantaje. În primul rând sunt mai greu de folosit deoarece utilizatorul trebuie să controleze bine mișcările mouse-ului pentru a selecta meniul corect. În al doilea rând, meniurile în cascadă ascund informații până în momentul în care utilizatorul se duce cu mouse-ul deasupra lui. Pe de altă parte, meniurile tip index tind să ocupe cât mai mult spațiu. De asemenea, ele pot să prezinte o cantitate mare de informații dintr-o dată. Din păcate s-au făcut prea puține cercetări empirice care să compare cele două tipuri diferite de layout de meniu.

Un studiu realizat în 2003 de profesorii Laboratorului de Cercetare a Uzabilității Aplicațiilor (Software Usability Research Laboratory) a comparat performanța pe care o au aceste categorii de meniu.

Deoarece utilizatorii au motive și modalități diferite de a căuta pe net, acest studiu își propune să examineze și performanța celor două tipuri de căutare: căutarea directă și căutarea implicită. Performanța utilizatorilor a fost înregistrată folosindu-se soft-ul Ergobrowser™.

Participanții au căutat în 3 tipuri de meniu. Primul a fost un meniu de tip index (Index, vezi Figura 1), al doilea era un meniu cascadă drop-down (Horizontal, vezi Figura 2), iar al treilea un meniu în cascadă vertical (Vertical, vezi Figura 3). Link-urile meniurilor aveau aceeași mărime (Verdana, 10 pt.) pentru toate cele trei variante.



Figura 1



Figura 2

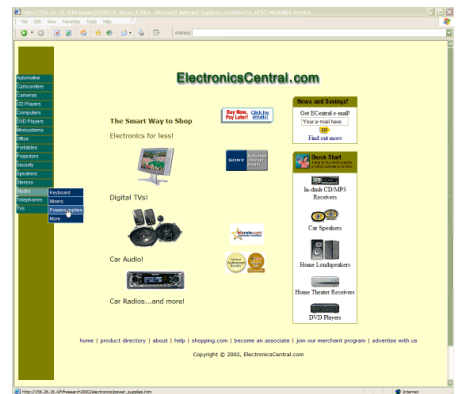


Figura 3

La studiu au participat 18 persoane (8 bărbați și 10 femei) cu vârsta cuprinsă între 20 și 49 (media de vârstă fiind 36). 89% din participanți folosesc calculatorul zilnic și cei mai mulți (72.2%) folosesc Internetul minim 25 de ore pe săptămână.

Participanților le-au fost expuse 3 situri, fiecare dintre ele cu un tip de meniu diferit.

Pentru fiecare variantă li s-a cerut să caute o informație anume prin întrebări implicite și explicite. Pentru ca întrebarea să fie considerată corectă, timpul de acordare a răspunsului nu trebuia să depășească 5 minute. Folosind butonul *Back* participanții puteau să repete căutarea până găseau informația corectă sau până la expirarea timpului.

Condițiile layout-ului, domeniul web și întrebările au fost echilibrate printr-un design cartezian.

După terminarea întrebărilor pentru fiecare variantă, participanții au răspuns la un chestionar de determinare a gradului de satisfacție. Chestionarul avea o scară de 6 variante pentru răspunsuri: 1 = “sunt de acord” și 6 = “nu sunt de acord”. Întrebările au fost de genul: “M-am simțit pierdut, dezorientat în timp ce căutam informația”, “Situl a fost simplu de navigat”, “Structura meniului era greu de folosit”.

Rezultate:

Un test individual a fost folosit să investigheze performanța reală (referitoare la timpul realizării task-urilor și la eficiența căutării) și să observe performanța pentru cele 4 tipuri de meniu. Cercetarea comparativă a fost făcută folosind testul Bonferroni. Preferința pentru fiecare condiție a fost măsurată de Friedman χ^2 .

Timpul realizării task-ului

Evaluarea timpului necesar realizării căutării a demonstrat importanța semnificativă a layout-ului. Astfel, cei care au căutat în meniul de tip index au găsit mai repede informația. Participanții care au folosit întrebări explicite au găsit informația mai repede decât cei care au folosit întrebările implicite. (Vezi Figurile 4, 5, și 6.)

Layout-ul meniului de tip orizontal a fost perceput ca cel mai dezorientant dintre cele trei. Meniul de tip index a fost considerat de majoritatea participanților ca fiind cel mai ușor de folosit. Aceștia și-au motivat alegerea afirmând că toate subcategoriile sunt vizibile și că meniul era așezat în centrul paginii, factori care îl fac mai performant.

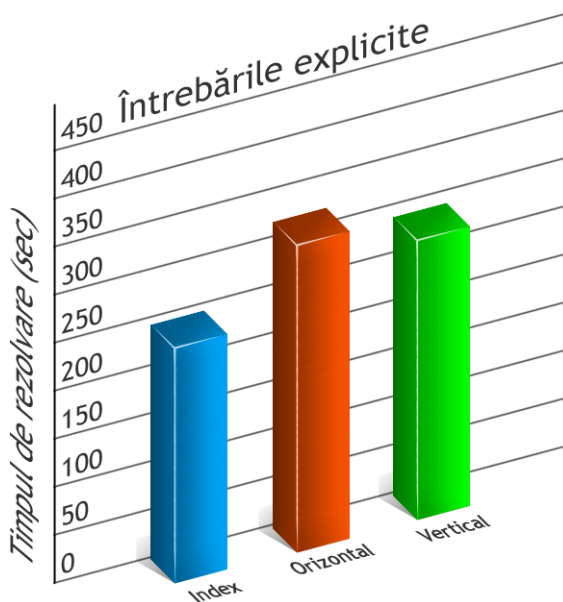


Figura 4

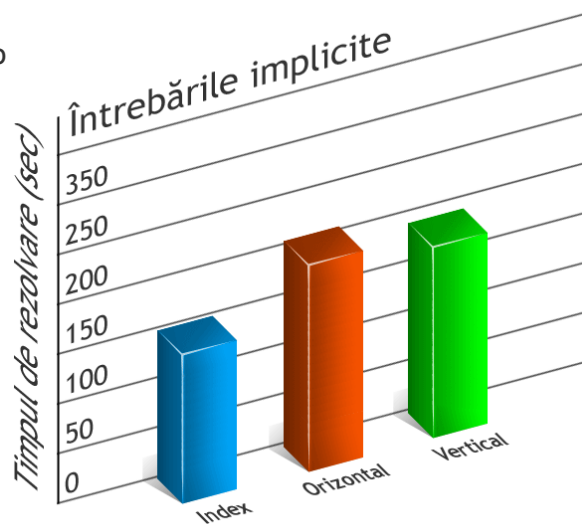


Figura 5

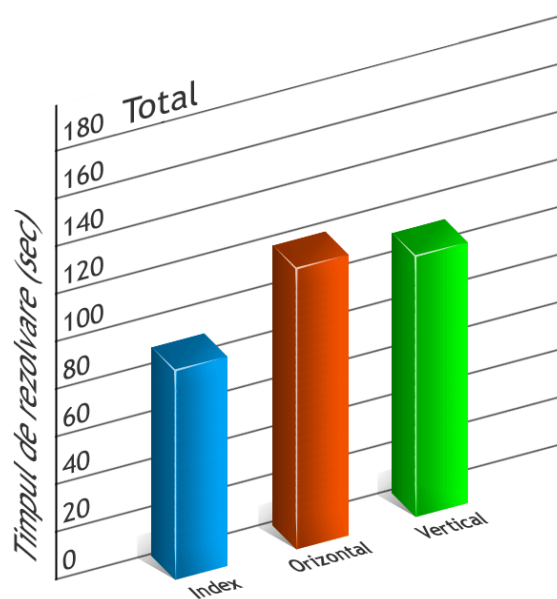


Figura 6

Optimizarea pentru motoarele de căutare

Înainte să începeți să scrieți conținutul sitului, este esențială o optimizare a motorului de căutare, astfel încât să dezvoltați tabelul de cuvinte cheie aplicabile pentru site și să descoperiți structura corespunzătoare.

Scopurile principale ale sitului:

1. Oferă informație de valoare cititorilor; aceștia trebuie să primească exact ceea ce caută. Vine în ajutorul problemelor și întrebărilor acestora. Le satisface motivul pentru care au performat căutarea.

Pentru a bifa toate condițiile de mai sus, subiectul ales trebuie să vă fie cunoscut și să vă pasioneze.

2. Convinge fiecare motor de căutare că este cel mai relevant (cel puțin în primele 30) rezultat pentru cuvintele targetate. Cuvintele cheie sunt unul din cele mai importante lucruri în cazul optimizării pentru motoarele de căutare.

Scopuri detaliate:

1. Potențialii vizitatori trebuie să găsească situl pe prima sau pe a doua pagină din rezultatele căutării pentru cuvântul cheie. Altfel, pur și simplu nu existați pentru acel cuvânt.

2. Potențialii vizitatori trebuie să citească titlul și descrierile listate în rezultatele de căutare și trebuie să le considere interesante și relevante pentru a intra pe situl tău.

3. Dacă găsesc un conținut care îi ajută să își rezolve problemele, vor avea încredere în dumneavoastră și vă vor urma sfaturile, chiar dacă este vorba să cumpere produsul, să se înscrie la newsletter etc.

Optimizarea website-ului

- Paginile sunt optimizate pentru cuvinte relevante și furnizează conținut de calitate utilizatorilor;
- Aveți grijă să alegeți cuvintele targetate;
- Fără pagini false, link-uri invizibile sau orice altceva care nu este normal pentru un conținut web;
- Nu creați mai multe versiuni ale aceluiași site, câte una pentru fiecare motor de căutare. Mai bine concentrați-vă pentru a construi o variantă de site care să se potrivească bine cu majoritatea motoarelor de căutare, pentru cele mai multe cuvinte.

Fiecare pagină trebuie să cuprindă un conținut care să se refere la unul dintre cele mai importante cuvinte cheie. Acesta este cuvântul pe care doriți ca motoarele de căutare să-l afișeze în primele rezultate. Îl vom numi de acum cuvântul cheie principal.

De asemenea, există și cuvinte cheie generale - cuvinte generice care sunt asociate cuvântului cheie principal. De exemplu, în cazul în care cuvântul cheie principal este "optimizarea conceptelor de căutare", cuvintele generice corespunzătoare pot fi "ranking", "scor", "poziționare", "promovare" etc.

Niciodată nu veți avea succes în optimizarea campaniei folosind numai cuvintele cheie. Competiția va fi prea mare. Însă dacă amestecați câteva cuvinte generale cu unele specifice, rezultatele vor fi vizibile atunci când utilizatorii vor folosi cuvinte combinate. Trebuie doar să le includeți o dată sau de două ori. Acest lucru vă va aduce vizitatori care se află în targetul dumneavoastră.

Web site design

Situl trebuie să fie clar, simplu și bine structurat. Oamenii folosesc internetul pentru a găsi informație. Cel mai bun design web include un conținut informativ, un layout simplu, o navigare ușoară și o încărcare rapidă a imaginilor. El permite utilizatorilor să caute și să găsească informația pe care o vor în cel mai rapid și convenabil mod posibil.

Pe de altă parte, design-ul unui site este o reflectare a afacerii și calității produsului dumneavoastră. Utilizatorii nu numai că vor o informație corectă, dar vor și o sursă bună.

Browserserele

Unul din cele mai importante lucruri pe care trebuie să le înțelegeți din punct de vedere al web designului este că situl va fi văzut într-o varietate de platforme și browsere. De cele mai multe ori acest lucru nu contează, dar ocazional se poate întâmpla și asta. Browsersere diferite afișează aceeași pagină în moduri diferite (sau uneori nu o afișează deloc).

Versiunile mai vechi nu suportă toate modificările noi.

Verificați-vă mereu web design-ul pe cel puțin ultimele versiuni și cele mai populare browsere, Internet Explorer și Firefox. Dacă nici un site nu arată la fel pe toate monitoarele, browserele și computerele, puteți să realizați situri diferite pentru fiecare browser în parte, însă doar dacă acestea au fost testate.

Timpul de încărcare

Una dintre cele mai semnificative probleme de care se lovesc designerii web este viteza redusă de încărcare, care adesea enervează utilizatorii până în momentul în care aceștia renunță și se duc pe alt site. Așa că este extrem de important să construiți paginile în așa fel încât să se încarce cât mai repede posibil.

Utilizatorii de net nu sunt de obicei persoane răbdătoare, iar dacă situl este încet, ei știu că pot lua informațiile, produsele sau serviciile de care au nevoie și de pe alt site. Folosește mai puține imagini.

Poți să scazi viteza de încărcare a sitului tău folosind imagini care au mai apărut și în alte pagini ale sitului, deoarece acestea - apărând o dată pe o pagină anterioară vor fi încărcate din cache sau chiar din server.

Această tactică de web design este folosită în special pentru casetele de titluri care pot fi sparte în imagini separate. Când o pagină nouă se încarcă, elementele din pagina veche sunt încărcate din cache, lăsând doar noile elemente să se încarce.

Consecvența

Când dezvoltați un site profesionist, consecvența este cel mai important element pe care trebuie să-l aveți în minte. Nimic nu este mai neprofesional în web design decât două background-uri colorate diferit pentru două pagini ale aceluiași site. Background-ul, culorile, fonturile, butoanele de navigare trebuie să aibă un aspect unitar.

Un site unitar nu numai că lasă utilizatorii să știe unde se află, dar poate de asemenea să construiască un brand, astfel încât situl dumneavoastră să fie recunoscut.

Navigarea

Dacă situl realizat nu este ușor de utilizat, toată munca a fost în zadar. Păstrați o navigare simplă și asigurați-vă că este unitară de la o pagină la alta. O navigare eficientă ar trebui să îi permită utilizatorului să știe trei lucruri: unde se află, unde poate ajunge și cum se poate întoarce la punctul de plecare. Fiecare pagină trebuie să includă un link spre *home*.

Fonturile

Dacă situl va folosi fonturi pe care nu le are toată lumea instalate pe calculator (gen Arial, Verdana, Times NR), vizitatorul nu le va vedea.

Calculatoarele utilizatorilor vor afișa situl tău cu fonturile lor default, așa că încercați să rămâneți în standarde.

Puteți folosi bold sau italic pentru a sublinia anumiți termeni, însă nu trebuie să uitați că italic se potrivește fonturilor serif, în timp ce bold celor sans serif (serif sunt acele mici ornamente de la finalul fiecărei litere). Unele situri folosesc grafica pentru a se evidenția de fonturile comune. Dacă este absolut necesar pentru designul sitului dumneavoastră, nu uitați să includeți întregul text în Alt tag, astfel încât să poată fi vizualizat de toți utilizatorii. Textul ALT este important și pentru că poate fi indexat de motoarele de căutare.

Rezoluția

Rezoluția cea mai folosită astăzi este 1024x768, deși încă mai există un număr mic de oameni care folosesc 800x600, mai ales pentru că nu știu că au varianta unei rezoluții mai bune.

Este o idee bună să realizați design-ul site-ului la 1024x768, dar să păstrați dimensiunea textului sub 800 de pixeli. Astfel și oamenii care au calculatoare mai vechi vor putea să citească conținutul chiar dacă pentru unele zone din pagină va fi necesară folosirea scrolului.

Învăță din alte situri


O altă cale pentru a ajunge la un design bun este să priviți în jur și să învățați din ceea ce vedeți. Asta nu înseamnă că trebuie să copiați, ci să studiați și să înțelegeți ce merge și ce nu merge. Puneți-vă în locul utilizatorilor dumneavoastră.

Concluzii:

Datorită creșterii semnificative a interesului companiilor pentru dezvoltarea de strategii de comunicare bazate pe web, cât și a interesului general al publicului, simpla creare a unui website nu mai este suficientă. Acesta trebuie să fie profesionist și să se ridice la nivelul ultimelor standarde. Pentru a avea siguranța unui site de calitate, clar, simplu și bine structurat, trebuie să acordați importanță etapelor prezentate mai sus.

Odată cu creșterea complexității unui site, structura acestuia trebuie să asigure o ierarhie clară a paginilor și o navigare ușoară pentru utilizator.

Un website bine structurat va grupa paginile astfel încât să permită vizitatorilor să acceseze imediat conținutul de care au nevoie și să navigheze ușor prin submeniurile paginilor care le oferă informații de ajutor.



Resurse:

1. <http://www.buildwebsite4u.com/>
2. <http://www.asiostudio.com/>
3. Software Usability Research Laboratory - <http://www.usabilitynews.org>

TreeWorks

Bld. Coposu nr. 4
bl. 105 A sc. A ap. 1
București, România

Phone: +40.213.260.602
Fax: +40.213.267.233

www.tree.ro
office@tree.ro

