



Webergonómia alapok

avagy mitől szépen „berendezett” egy honlap?

A cikket írta: Miklovicz Norbert, az **Internet vállalkozás a semmiből** című eBook szerzője, és a **www.internetvallalkozas.com** főszerkesztője.

Kedves Olvasó,

Ha már hallott erről a szóról, ha nem, kezd divatossá válni hazánkban is. A webergonómia nem más, mint az, hogy hogyan alakítsuk ki weboldalunkat úgy, hogy a felhasználók kedveljék, visszatérjenek; Hatékonyan tudjunk vele kommunikálni és értékesíteni, még is érthető, rendezett, logikus, tiszta: letisztult legyen.

Találkozhatott már ilyen címen könyvvvel is, biztos vagyok benne, hogy akad olyan, aki nem rest körbesztorizni a lényegét és megírni a témát 80-100 oldalban. Igazából teljesen felesleges. Rohanó világot élünk, Önt is az érdekli, hogy weboldala szép legyen, működjön és hozza a pénzt.

Na többek közt ebben segít a webergonómia, ami eddig is létezett, csak nem így hívták. Ez olyan, mint a wellness. Az előtt is eljártunk egy – egy hétvégén üdülőbe, ahol megszálltunk, mentünk szaunába, konditerembe, uszodába, masszírozásra, még sem hívták az emberek wellnessnek. Na mindegy, az élet zajlik, a nyugat szelleme a küszöbön, jegyezze meg: webergonómia.

Azt nem szabad elfelejtenünk, hogy a weboldal egy információhordozó felület, amit azért keresnek fel az emberek, mert a könnyebben, kényelmesen sokkal nagyobb választék között nézhetnek szét, mintha elmennének pl. a közeli műszaki kereskedésbe. Első kulcsszó tehát az **információ**. Ne spóroljunk vele, ne rejtgezzük, de ne is göndörítsük. Minden információt már az első oldalon közöljünk a felhasználóval, ne tartogassunk titkokat. Tudja, hogy jó helyen jár és mit fog találni az oldalon. A cégtörténetet, a sikereinket, a minket dicsérő sztorikat felejtjük el, tegyük egy céginformáció link alá. Ha érdekli a látogatót, meg fogja nézni. A szövegírását bízzuk szakemberre, hiszen az a pár sor akár hozhat is egy vevőt, de el is “kergethet”. **Tagoljuk**, tördeljük úgy, hogy könnyen áttekinthető legyen, úgynevezett kapaszkodók legyenek benne. Ezek lehetnek bekezdések, kis képek, ikonok.

Nyilván nem minden weboldal szolgáltat tartalmat, de vigyünk életet a weboldalunkba, és előzzük meg azt a tényt, hogy a látogatók csak akkor jönnek vissza, ha újból vásárolni akarnak, és újból szét akarnak nézni. Indítsunk személyes- vagy vállalati blogot, adjunk ki hetente vagy havonta szócikkeket, amelyekért érdemes visszatérni azoknak a látogatóknak, akik érdeklődnek a téma iránt.

Gyakori hiba, hogy azok a weboldalkészítők, akik nem szakemberek, elkészítik a honlapjukat, de mindent az index oldalra koncentrálnak. Hogy ha még keresőmarketingre történő optimalizálásuk is sikeres volt, akkor meg bajban vannak, ha egyik aloldalra érkezik a látogató, mert azon az oldalon, amit „behoznak”, nem látszik hol is vannak, az oldal melyik részén.

Megoldás: minden aloldalunk fejléce, fejléc része tartalmazzon az oldal nevét, egy linket, amely a kezdő oldalra visz vissza, és egyéb mottót vagy egy oldalt, amúgy mindenhol megjelenő dióhéj-bemutatót.

A szóhasználat az elnevezés soha se legyen szakmabeli, vagy gondoskodjon hasábbal vagy HINT – ben megjelenő azonnali magyarázatról. A cél: a látogató **értse azt, amit olvas**, és amit esetleg megrendelne. Ugyanígy igaz, hogy webáruházak ne a cikkszám, id alapján jelenítsék meg a termékeket, hanem, hogy hol használhatóak fel. Pl: autótörlő lapát nem XD-3400, 13 cm, hanem Fiat Punto, 1999-2004. A felhasználó egyből tudja, miről van szó, ha jó az ár és a bizalom is kialakult a cég felé, már vásárol is.

Az információk elhelyezése itt is, mint ha csak a Google keresőjének találatához hasonlítanánk, az oldal tetejére koncentrálódik, így a legfontosabb információkat a **weboldal tetejére** tegyük és fontossági sorrendben azt követően lefelé. Ez sem új keletű dolog, ezért vannak a főcímek, a menük mindig fent és kifejtett tartalmi részletek az oldal közepén, alján. Sokan szenvednek abban a hibában, hogy sok fontos információjuk van, de nincs helyük ezt megjelentetni. Nekik megoldás lehet a

különböző dinamikus listák, futó hírcsíkok, flash menük, fülvezérelt vezércikk-lapok (pl. origo.hu), ahol kategorizálva, egy helyen többszörös mennyiségű információ, link helyezhető el.

Az sem utolsó dolog, hogy weboldalunk hogyan kezeli a kapcsolatait a külvilág felé. Hiszen így jut el hozzá a kereső robot és az esetleges ügyfél is. Arról már szoltam *“Internet vállalkozás a semmiből”* című könyvemben, hogy építsük ki a kapcsolatunkat, most csak azt erősíteném meg, hogy ne féljünk mások linkjeit kirakni az oldalunkra, hiszen minden egyes új link egy új kapcsolat a világ felé, amin ki is mehet az ember: tény; de be is jöhet. Lehet az csak egy kereső robot is, de közvetett módon (találati oldal) az is látogatót generálhat.

Ha van weblátogatottság-elemző alkalmazásunk (pl. Google Analytics), vagy egy kicsit tudunk PHP-ben programozni, akkor megtudhatjuk azt is, hogy látogatóink milyen böngészővel, operációs rendszerrel, képernyőfelbontással rendelkeznek. Ezek pedig **értékes információk** számunkra, hogy meghatározzuk milyen paraméterekkel készítsük el a weboldalunkat.

A célját tekintve is tudnunk kell, hogy mit akarunk a weboldallal: rendhagyó hiba, hogy értékesítési oldalakon Google Adsense hirdetések helyeznek el a készítő. Ha el akarunk adni, akkor a legkisebb mértékbe se adjunk rá esélyt, hogy a látogató esetleg másra kattintson. Elég nagy feladat a szöveggel, a képekkel, a logikai sorrenddel vásárlásra “készíteni” a látogatót. Ha már értékesítésről van szó, ne feledjük: a potenciális vásárlónk az esetek túlnyomó részében nem szakértője az iparágunknak. **Letisztult, de teljes információ, könnyű rendelési folyamat!**

Összefoglalva a webergonómia nem más, mint értelmezhetőség, használhatóság a látogató szemében és célirányosság, hatékonyság a készítő szemével. Ha webergonómiát akarunk fejleszteni meglévő vagy új honlapunkon, nem kell több százezer forintért cégeket megbízni, hanem egy kis utánajárással mi is összegyűjthetjük mi fontos ahhoz, hogy “felhasználóbarát” weboldalt alkossunk.

Most figyeljen! Hamarosan megkapja tőlem a *Webergonómia Professzionális Technikái* ingyenes tanulmányomat, amelynek feltétele csak az, hogy közösségünk tagja legyen.

Már kapható a könyv!

Marketingeseknek, vállalkozóknak, magánszemélyeknek



Internet vállalkozás a semmiből

Egy hiteles könyv az online
jövedelemszerzési lehetőségekről.

Írta: Miklovicz Norbert

Formátum: sw e-book, 83 oldal

- ✓ 10 év tapasztalat, hitelesség, 100% garancia
- ✓ kipróbált, sikeresen működő eszköztár
- ✓ valós, pénztermelő Internetes lehetőségek
- ✓ tények - titkok - megoldások röviden
- ✓ félrebeszélés nélkül, saját valós példákkal
- ✓ Verhetetlen ár-érték arány

3.000 Ft

Megrendelhető a www.internetvallalkozas.com oldalon.