

## Analiza web upotrebljivosti

Web upotrebljivost se odnosi na jednostavnost i lakoću korištenja web stranice. Iako uključuje analizu i vizualnog dizajna stranice, primarni cilj upotrebljivosti je olakšati i pojednostaviti funkcioniranje i pretraživanje stranice te omogućiti posjetitelju izvršavanje određenih zadataka/akcija.


U nastavku je prikazana generalna analiza web upotrebljivosti i odnosi se na „površinsko“ snimanje stanja web stranice.

## Konzum-Online (<http://online.konzum.hr/> )

Konzum je vodeći nacionalni maloprodajni lanac u Hrvatskoj sa više od 600 prodavaonica - trgovina u susjedstvu, marketa i super marketa u svim krajevima Hrvatske. U prodavaonicama dnevno kupuje više od 500.000 potrošača.



### Tumač simbola:





-  Redni broj opisa problema
-  Pozitivna kritika i komentar
-  Negativna kritika i prijedlozi za poboljšanje
-  Pozitivna i negativna kritika i komentar
-  Napomena ili dodatno objašnjenje

Slika: Grafički prikaz uočenih potencijalnih problema i napomena

## Analiza upotrebljivosti „Naslovnice“




- ukazuje na potencijalne probleme i lokacije na webu koje onemogućavaju web sjedište u kontekstu korisnosti i jednostavnosti korištenja te predlaže izmjene radi postizanja boljeg učinka i zadovoljstva korisnika.

Komentari i prijedlozi za poboljšanje naslovnice - <http://online.konzum.hr>  
(na dan 20. 01. 2009.)

R. broj.	Komentar/problem	Preporuka	Ocjena
1	<p><b>Širina stranice (<i>layout width</i>)</b></p> <p>- Širina „Naslovnice“ je napravljena u fiksnim dimenzijama (800 px), dok je širina ostalih podstranica (cjelina) napravljena u „prilagodljivoj“ širini (100%) koja se rasteže u ovisnosti o rezoluciji monitora. Općenito, stranica je pregledna, „prozračna“, ima dovoljno međurazmaka (tzv. „white space“)</p>	<p>Svaka stranica kao i svi njezini elementi trebaju imati jednak (konzistentan) prikaz koji omogućava jednostavniju i bržu prilagodbu posjetitelja na dizajn stranice i na njegovu mogućnost predviđanja točne pozicije određenih elemenata na stranicama. Nadalje, konzistentan dizajn pomaže percipirati stranicu kao jednu cjelinu i olakšava jednostavnije pamćenje njezinih dijelova. <b>Napomena: vidi sliku na kraju analize.</b></p>	
2	<p><b>Dodatna navigacija</b></p> <p>- ovaj dio navigacije nije najbolje prikazan. Naime, tzv. efekt <i>banner blindness</i>-a (sljepoća na bannere) zasigurno sprječava posjetitelje da jasno vide ovaj dio navigacije. - nije jasno zašto ovdje nedostaje link na „Početnu stranicu“, jer na svim ostalim stranicama isti postoji. Iako je ovo „Početna stranica“ potrebno je ipak postaviti taj link (ali neaktivan)</p>	<p>Linkovi trebaju biti podcrtani i na taj način će biti „vidljiviji“ odnosno razlikovat će se od ostalih tekstova. Ako to nije opcija, onda se treba pozadina promijeniti u bijelu radi bolje preglednosti i vidljivosti istih. <b>Napomena: vidi prijedloge zaglavlja (headera) i navigacije na kraju analize!</b></p>	
3	<p><b>Logo</b></p> <p>- najčešća i najočekivanija pozicija logotipa (gore- lijevo). Kao njegov sastavni dio postoji i <i>Tagline</i> (slogan tvrtke) koji je jasan i čitak - „Internet prodavaonica“. - dobro je što je logo klikabilan na svim ostalim stranicama i vodi na „Početnu stranicu“</p>	N/A	
4	<p><b>Prijava / registracija korisnika (1)</b></p> <p>- ovaj dio je nedovoljno jasno naznačen i stapa se sa okolinom (npr. pozadinska dekorativna slika znaka „@“) što ga čini nedovoljno primjetnim. - nadalje, problem je u tome što se i sami dijelovi preklapaju (npr. tekst i gumb kod „Postojeći korisnici“ sa tekstem i gumbom kod „novi korisnici“).</p>	<p>S obzirom da je ovo izuzetno važan dio za korištenje odnosno kupovinu proizvoda, preporučljivo je ovaj dio uokviriti i posebno vizualno diferencirati od pozadine i okolnih elemenata unutar zaglavlja stranice, kako bi bio uočljiviji i jasnije prikazan korisnicima (npr. koristiti bijeli rub tablice ili drugačiju kontrastnu boju pozadine). Također bi bilo preporučljivo dodati i liniju koja bi služila kao separator i odvajala vizualno ove dvije cjeline</p>	

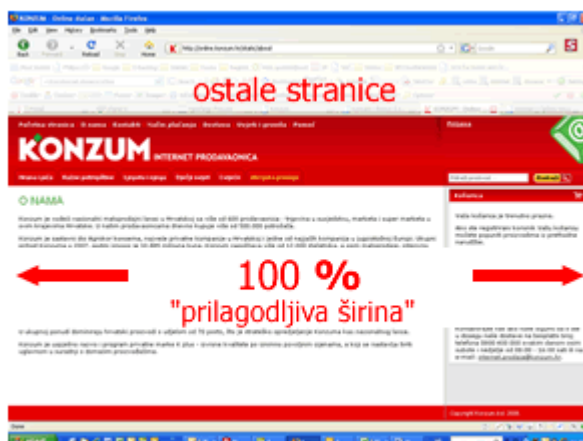
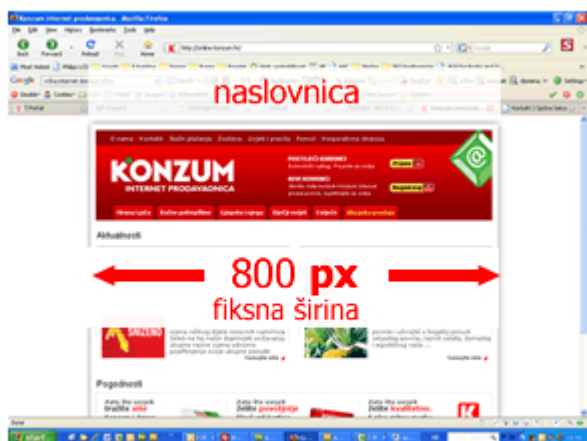


R. broj.	Komentar/problem	Preporuka	Ocjena
5	<b>Prijava / registracija korisnika (2)</b>  - koristi se različiti gramatički „stil“ za nazive gumba - ako prvi gumb koristi naziv u formi imenice onda i drugi gumb treba biti napisan u tom stilu	Nazivi gumba trebaju biti napisani: - Prijava / Registracija ili - Prijavi se / Registriraj se	
6	<b>Dekoratívna pozadinska slika</b>  - iako ova slika simbolizira nešto što je povezano sa Internetom, online kupovinom ili slanjem elektroničke pošte, previše je istaknuta u odnosu na dio za prijavu korisnika; na taj način se „tuče“ sa tim dijelom i predstavlja vizualni šum	Sliku treba prikazati transparentnije ili ju maknuti iz ovog dijela zaglavlja.	
7	<b>Glavna navigacija</b>  - pregledno i jasno. - iako se radi o Naslovnici ne postoji niti jedan indikator koji to točno pokazuje (npr. posebno obojeni link, veliki naslov ili neki indikator trenutne lokacije) - možda su tako zamislili dizajneri i voditelji web tima da ova stranica ne treba imati u sporednoj navigaciji link „Početna stranica“, ali...ako neki korisnik pristupi ovoj stranici putem npr. rezultata na tražilici neće znati na kojoj se stranici nalazi s obzirom da ista nema link na „Početnu stranicu“	N/A	
8	<b>Aktualnosti</b>  - problem je u činjenici da se pod ovaj naziv „Aktualnosti“ mogu svrstati i sve ostale „cjeline“, npr. Novosti, Akcije, Izdvojeno iz ponude... i na taj način jasnije odrediti pripadnost određenoj grupi tekstova	- mišljenja sam da se je ova cjelina mogla drugačije nazvati odnosno drugačije podijeliti, npr. - <u>Novosti</u> : „Sniženje samo za Vas“ i „Novosti u radu Konzum internet prodavaonice“ - <u>Akcije</u> : „Dostavljamo cvijeće u Vaš dom“ - Izdajamo iz ponude: „Svježe cvijeće i povrće“ ili još bolje prikazati točno određene proizvode (slika + naziv + cijena)	
9	<b>Naslovi u cjelini „Aktualnosti“</b>  - svi naslovi su napisani velikim slovima i na taj način su manje čitljivi u odnosu na tzv. <i>sentence-case</i> odnosno klasični rečenični stil;	- Koristiti uvijek <i>sentence case</i> za imenovanje naslova, podnaslova (npr. Akcijska prodaja) za što bolju čitljivost i uopće preglednost teksta. Ova preporuka se poglavito odnosi na one naslove ili podnaslove koji su dugački i koji se protežu kroz više redaka	

R. broj.	Komentar/problem	Preporuka	Ocjena
10	<p><b>Nazivi linkova:</b> <b>Prijava/Registriraj/Saznajte više</b></p> <p>- koristi se različiti gramatički „stil“ za nazive linkova - ako neki link koristi naziv u formi imenice onda i drugi gumb treba biti napisan u tom stilu</p>	<p>Nazivi linkova trebaju biti napisani u istom licu, konzistenstnosti radi, npr.:</p> <p>- Prijava / Registracija / Saznajte više ili</p> <p>- Prijavi se / Registriraj se / Saznaj više</p>	
11	<p><b>Pogodnosti</b></p> <p>- vrlo dobro i korisno što se na Naslovnici ističu bitne komparativne prednosti u odnosu na konkurenciju ili u odnosu na prijašnje ponude</p>	N/A	
12	<p><b>Copyright notice</b></p> <p>- Uobičajeno je prikazati informaciju o nositelju autorskog djela odnosno prava na autorsko djelo, datumu izvedbe i sl. podatke. Međutim nije baš uobičajeno postavljati na javnu web stranicu informacije o verziji iste. Još je smješnjiji podatak da stranica sadrži informaciju o broju „revizije“. Kome je to bitno?</p>	<p>Na web stranice koje su dostupne javnosti nije potrebno/preporučljivo postavljati „interne“ oznake ili podatke koje koristi web odjel u svojoj internoj „komunikaciji“ odnosno na testnim stranicama ili u intranet okruženju.</p>	

## Nejednaka širina web stranice

Slike prikazuju nejednaku širinu Naslovnice (koja je prikazana u fiksnoj širini) u odnosu na ostale podstranice (koje su prikazane u tzv. prilagodljivoj širini).

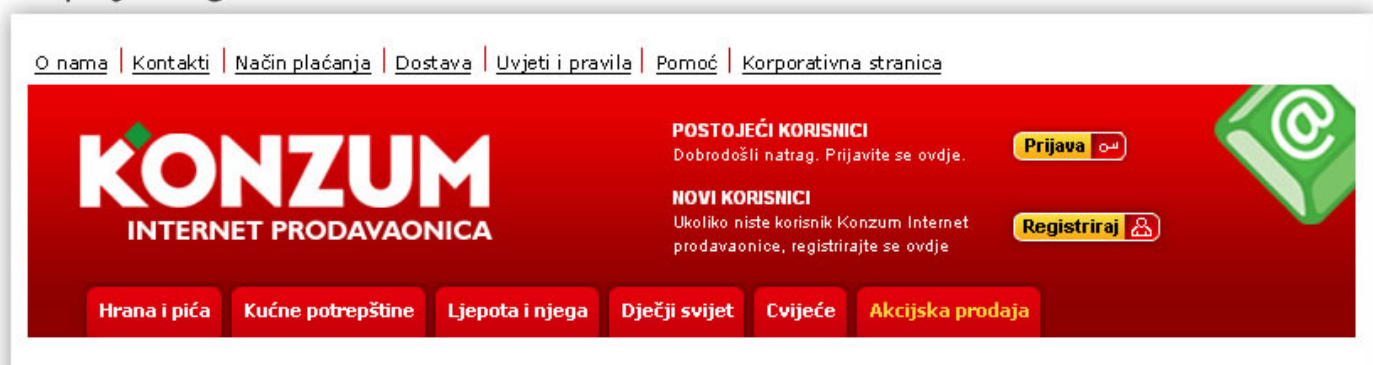


**Prijedlozi odnosno moguće izmjene zaglavlja i smještaja sporedne navigacije:**  
Slike prikazuju redom trenutno stanje i nekoliko prijedloga izmjena. 1. prijedlog prikazuje sitne izmjene, dok 2. i 3. prijedlog prikazuju značajne izmjene u cilju boljeg korisničkog iskustva.

### Trenutni izgled



### 1. prijedlog



### 2. prijedlog



### 3. prijedlog



## Zaključak

Naslovnica stranice [online.konzum.hr](http://online.konzum.hr) je vizualno "prozračna" i pregledna. Boje su čiste, a slikovni elementi su jasni i kvalitetno prikazani. Informacije su dobro prezentirane, a kategorizacija cjelina je uredna. Mogu zaključiti da je u razvoj i izradu ove web stranice uključeno mnogo stručnjaka koji su uložili trud, znanje i rad. Iako se neke stvari na stranici mogu popraviti i promijeniti, rezultat je jasan - atraktivna, pregledna i upotrebljiva stranica koja zasigurno zadovoljava potrebe internet korisnika...

## Ocjena:

Ocjena autora analize: **4/5 (vrlo dobar)**

### Web analiza „Naslovnice“: Potencijalni problemi sa komentarima

Ova analiza se temelji na *Usability* vodičima mnogobrojnih organizacija koje se bave ovom tematikom ([usability.gov](http://usability.gov), [usabilitynet.org](http://usabilitynet.org), [useit.com](http://useit.com)...), ostalim publikacijama i izvorima informacija, te autorovim dosadašnjim iskustvom. Preporuke koje su navedene u ovoj analizi su napravljene iz *Usability* perspektive i kao takve mogu biti manje relevantne radi marketinških, uređivačkih ili osobnih razloga naručitelja (klijenta).

#### Analizu izradio:

Dario Šuveljak, Stedas d.o.o., Zagreb

Tel.: 01/2910 666

[info@web-upotrebljivost.com](mailto:info@web-upotrebljivost.com)

[www.web-upotrebljivost.com](http://www.web-upotrebljivost.com)

Datum izrade analize: 20.01. 2009.

Copyright © 2007-2009. Stedas d.o.o., Zagreb

Sva prava pridržana. Niti jedan dio ove analize ne smije biti modificiran, kopiran, reproduciran ili distribuiran bez izričite pismene dozvole autora.