

Zaba.hr (www.zaba.hr)

Zagrebačka banka (ZABA) - danas jedna od vodećih banaka u srednjoj i istočnoj Europi, započela je s poslovanjem još davne 1914. pod imenom Gradska štedionica, a od 1977. godine posluje kao Zagrebačka banka.

Danas je Zagrebačka banka vodeća banka u Hrvatskoj po kvaliteti svojih proizvoda i usluga, tehnološkoj inovativnosti i broju klijenata s kojima posluje. Zagrebačka banka je i matično društvo Grupe Zagrebačke banke s komplementarnim proizvodnim kompanijama prilagođenom zahtjevima tržišta. Uz razgranatu mrežu poslovnica i najveću mrežu bankomata, Zagrebačka banka zauzima jednu četvrtinu aktive hrvatskog bankarskog sektora.

0 Logo?

1 www.zaba.hr

2 english page

3 o nama
poslovanje s građanima
poslovanje s malim poduzetnicima
poslovanje s tvrtkama
investicijsko poslovanje

4 novosti
tečajna lista
platni promet
kontakti
socijalno izvješće
UniCredit Group
zaposlenje
dobitnici donacija 2007.
INA - dionice punomoć

5 VISA Avenue Mall:
Nova kartica za Novi Zagreb!

6 e-zaba poslovno bankarstvo
bankarstvo
registracija
certifikati
informacije

7 B2G

8 e-zaba za prodajna mjesta
obrada zahtjeva
registracija
certifikati

9 e-zaba za građane
bankarstvo
upute
demo
lokalni rad

10 Footer?

11 Tražilica?

Tumač simbola:









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

Napomena:

Ovo je radna verzija dokumenta. Moguća su odstupanja u dizajnu i konceptu.

Komentari i prijedlozi za poboljšanje Home page-a (na dan 15.11.2007.)

Najviše nepreglednosti prilikom korištenja „Naslovnice“ predstavljaju "boxovi" unutar kojih se nalaze glavne cjeline *web sitea*. Osobe koje su bile zadužene za dizajn i logičku strukturu sitea dobile su zadatak grupirati korporativne informacije unutar jednog razlikovnog područja (O nama, Press, Zaposlenja i sl.). Pogledajmo zašto to nije najbolje rješeno.

-  0. **Logo** - svaka web stranica treba imati prikazan i svoj logotip koji je ujedno i glavni razlikovni znak i predstavlja identitet tvrtke. Logo ne treba biti veliki, već umjerene veličine i na vidljivom mjestu na stranici (uobičajena pozicija gore-lijevo).
Ponekad se i kao dio logotipa tvrtke koristi i „*tagline*“ (kratak i jasan opis što tvrtka nudi i čime se bavi), a koji se nalazi ispod ili do logotipa. Zagrebačka banka ovdje koristi naziv bankarske grupacije kojoj pripada - UniCredit. Prosječnom klijentu/građaninu taj naziv ništa ne predstavlja i ništa mu ne znači, jer možda nije upoznat sa vlasničkom strukturom iste grupacije. Upravo iz tog razloga, tagline bi trebao biti u kontekstu prednosti, veličine, korisnosti tvrtke u odnosu na njezinu ciljanu publiku. Dakle, umjesto „UniCredit“ trebao bi biti njihov trenutni slogan „Inspirirani vama“.
-  1. **www.zaba.hr** - je li zaista samo ovo dio cijelog web sitea na adresi www.zaba.hr? Znači li to da desni "boxovi" ne pripadaju web stranici Zagrebačke banke?
-  2. **Jezik** - dobro je što je link na englsku verziju stranice dostupan na vidnom mjestu. Ipak, bolje bi bilo da se link na određenu stranu verziju stranica postavi gore desno.
-  3. **Glavne cjeline** - nejasno su grupirani linkovi na glavne cjeline (nemaju „zajednički nazivnik“). Izbacite uljeza! Jeste li pogodili tko ne pripada ovoj "grupi" linkova? Tako je - linkovi „O nama“ i "Investicijsko poslovanje"
 *Linkovi bi trebali biti i podcrtani kako bi korisnik znao da je riječ o linku.
-  4. Također su nejasno grupirani linkovi na sadržaje web stranice. Zašto su uopće korištena mala početna slova? Nije uobičajeno i pregledno...Po kojem je kriteriju izdvojen link na stranicu „INA-dionice punomoć“? I zašto neki linkovi otvaraju stranice u novom prozoru - taj čin definitivno zbunjuje korisnika i nepotrebno mu otežava navigaciju kroz web.
-  5. **Glavna novost / aktualnost** - ovo je centralna pozicija na stranici i predstavlja najbolju vidnost (*main focal point*), a slika koja prikazuje trenutnu ponudu u odnosu na ostale elemente je značajno veća... No, taj „box“ bi trebao imati također deskriptivni naslov, npr.: Novosti, Aktualnosti, Novo, Akcija i sl. Dva su razloga - nužnost konzistentnosti prikaza sadržajnih elemenata na stranici (labela) i potreba da svaki sadržaj ima svoj naslov radi jasnijeg definiranja istog.
-  6. **E-zaba poslovno bankarstvo** - što korisniku govori ovaj naslov? → E-zaba za pravne osobe (samo za tvrtke, obrte) ili e-zaba poslovno internet bankarstvo (internet bankarstvo koje je namijenjeno za poslovanje putem Interneta). Bolje je kkoristiti naslov „E-zaba za

- pravnih osoba“ A, linkovi? → Bankarstvo: riječ je dvosmislena, pa bi stoga trebalo dodati i prefiks „internet“; certifikati: također, dodavši samo jednu riječ „obnova“ jasno naznačujemo korisniku o čemu je riječ.
- *Zašto ne postoje linkovi za „Demo“ i „Upute“ (umjesto „Informacije“) za tvrtke (kao što ima grupa „E-zaba za građane“)?
- 7. **B2G** - naziv tajne ruske službe ili aditiv u kemijskoj industriji? Naravno, riječ je o kratici koja nema jednostavan prijevod, a znači: „Business to Government“ - poslovanje tvrtki i poduzetnika s državnom upravom i javnim službama. Ako se već nije prevela ova kratica i naziv, treba se barem upotrijebiti cijeli naziv na engleskom jeziku. Još bolje bi bilo kada bi naziv glasio: „Business to Government“ poslovanje
 - 8. **E-zaba za prodajna mjesta** - što znači "e-zaba za prodajna mjesta"? - Jeste li se barem na tren zapitali kome je namijenjen ovaj dio stranice? A, link? → Obrada zahtjeva?
 - 9. **E-zaba za građane** - osim što nije korištena logika imenovanja naziva grupa (e-zaba za građane i e-zaba poslovno bankarstvo), nije niti redosljed odgovarajući (bilo bi bolje i uobičajeno da prvo prikazujemo linkove za građanstvo, a zatim za pravne osobe).
 - 10. **Footer** - uobičajeno je u podnožje stranice postaviti tzv. *Copyright notice* (obavijest o autorskim pravima), *Terms of use* (uvjeti korištenja) i kontakt podatke
 - 11. **Tražilica** - je vrlo bitan navigacijski element na stranici koji omogućava pretraživanje sadržaja web stranice. Poželjno je tražilicu odnosno „search input“ postaviti na vrh stranice (gore-desno). Zaba.hr je stranica sa mnogo sadržaja i svakako bi trebala imati mogućnost pretraživanja (barem jednostavno pretraživanje).

Primjer jednostavnog redizajna „Naslovnice“

Napomena: redizajn je napravljen imajući u vidu web upotrebljivost i jednostavnost i ne želeći pretjerano naglašavati dizajn (on je trenutno "sporedna" stvar za promatranje)

Zagrebačka banka
Inspirirani vama

Tražiti ca Traži

hrvatski english

www.zaba.hr

[O nama](#)
[Poslovanje s građanima](#)
[Poslovanje s malim poduzetnicima](#)
[Poslovanje s tvrtkama](#)
[Investicijsko poslovanje](#)

[Novosti](#)
[Tečajna lista](#)

e-zaba internet bankarstvo

E-zaba za građane

- [internet bankarstvo](#)
- [registracija](#)
- [certifikati](#)
- [demo](#)
- [upute](#)

E-zaba za pravne osobe

- [internet bankarstvo](#)
- [registracija](#)
- [certifikati](#)
- [demo](#)

e-zaba za prodajna mjesta

[Obrada zahtjeva](#)
[Registracija](#)
[Certifikati](#)

Vijesti

12.10.2007.
VISA electron kartica za sve korisnike
12.10.2007.
VISA electron kartica za sve korisnike

[arhiva vijesti](#)

Kartice

VISA Avenue Mail:
Nova kartica za Novi Zagreb!

12.10.2007.
VISA electron kartica za sve korisnike

Investicijsko poslovanje

15.11.2007.
VISA electron kartica za sve korisnike

Copyright © 2007. Sva prava pridržana.
Click here for copyright notices. / Pravni uvjeti za korištenje WWW stranica.