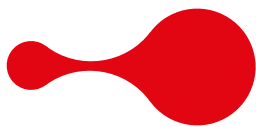


Sami ocenite **kakovost**
uporabniške izkušnje
vašega spletnega
mesta

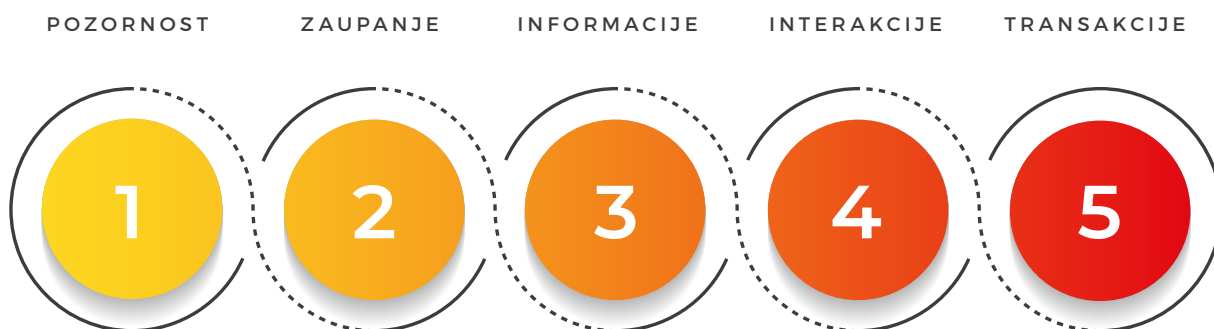
Kaj je UX Lab Digital Audit?



V podjetju E-laborat, ustanovitelju UX Laba – Agencije za uporabniško izkušnjo, digitalno konkurenčnost podjetij ocenjujemo preko lastne metodologije E-laborat Digital Audit.

Preko različnih analiz tako našim naročnikom zagotovimo verodostojno oceno spletne in mobilne prezenice, na način, da jim pomagamo razumeti, kako uporabiti digitalne kanale za učinkovito doseganje strateških in poslovnih ciljev. Pri oceni upoštevamo **več kot 500 indikatorjev** kakovosti digitalnega komuniciranja.

Pomemben segment pri oceni predstavljajo indikatorji, ki v ospredje postavljajo vidike digitalne uporabniške izkušnje. Da boste lahko ocenili kakovost uporabniške izkušnje, smo nekaj najpomembnejših navedli v nadaljevanju.



V katere faze digitalnega komuniciranja spadajo posamezni indikatorji?

- Privabljanje pozornosti – 4 indikatorji
- Ustvarjanje zaupanja – 3 indikatorji
- Iskanje informacij – 1 indikator
- Interakcije s podjetjem – 2 indikatorja
- Ustvarjanje transakcij s podjetjem – 2 indikatorja
- Uporabniška izkušnja (UX) – 3 indikatorji

vprašalnik



Izbrani indikatorji **za oceno**
kakovosti uporabniške izkušnje
vašega spletnega mesta.



Ko uporabnik pride na spletno mesto je takoj vidno, s čim se podjetje ukvarja, ter kaj lahko od tega spletnega mesta pričakuje.

Zakaj je to pomembno? Uporabniki potrebujejo samo 0,05 sekunde, da si ustvarijo prvi vtis o vašem spletnem mestu – ta odloča, ali zapustijo vaše spletno mesto ali ne.



Na vstopni strani so izpostavljeni CTA-ji, ki uporabnika vodijo globlje v prodajni proces.

Zakaj je to pomembno? Naloga vašega spletnega mesta je, da ustvarja konverzije. Te pospešujejo ustrezno izpostavljeni CTA-ji, ki omogočajo tudi hiter vstop v prodajni lijak.



Hitrost spletnega mesta je ustrezna.

Pomoč pri oceni: S pomočjo <https://pagespeed.web.dev> preverite hitrost svojega spletnega mesta. Če se rezultat nahaja v zelenem območju, dobite 3 točke. Če je rezultat hitrosti vašega spletnega mesta označen oranžno, dobite 2 točki. Pri rdeči barvi, dobite samo 1 točko.



4

Možnost povečave besedila na strani.

Zakaj je to pomembno? Z dostopnostjo skrbite, da je spletno mesto primerno za različne skupine uporabnikov, tudi za tiste z določenimi omejitvami. Uporaba ustrezne velikosti pisave oz. možnost povečave besedila omogoča uporabnikom lažjo berljivost besedila.



USTVARJANJE
ZAUPANJA

5

Na spletnem mestu so podane ažurne informacije.

Zakaj je to pomembno? Uporabnike zelo hitro odvrnejo neažurni podatki, ki jih najdejo na strani. Ažurnost podatkov se tudi hitro pokaže pri pregledu zadnjih novic oz. objav na blogu.



6

Grafični elementi so kakovostni in podpirajo vsebino.

Zakaj je to pomembno? Kakovostni elementi pomagajo graditi profesionalen videz spletnega mesta. Še bolj pomembno je, da uporabljeni prikazi vizualno dobro podprejo napisano vsebino, tako da si jo uporabniki lažje zapomnijo.



7

Na spletnem mestu se uporabljajo t. i. socialni dokazi (mnenja, ocene uporabnikov, certifikati in nagrade).

Zakaj je to pomembno? Vsi tovrstni elementi gradijo vašo kredibilnost – uporabnikom dajo razlog, da vam zaupajo, saj vam že zaupajo drugi.

ISKANJE
INFORMACIJ



8

Na spletnem mestu se uporabljajo podnaslovi.

Zakaj je to pomembno? Uporabniki ne berejo celotne vsebine, temveč jo »skenirajo« s pogledom. Pravilno zastavljeni podnaslovi omogočajo, da uporabnik izve bistvene informacije samo s prebiranjem podnaslovov.



9

Na spletnem mestu je iskalnik, ki ponudi smiselne rezultate.

Zakaj je to pomembno? Za lažje iskanje informacij uporabniki pogosto uporabijo iskalnik. Iskalni algoritem mora biti dovolj širok, da ponudi smiselne rezultate tudi v primeru, če uporabnik vpiše iskalni niz z napako.





Prijava na e-novice je umeščena na vstopno stran in v nogo spletnega mesta.

Zakaj je to pomembno? E-novice omogočajo enostavno ustvarjanje interakcije med podjetjem in uporabnikom, zato mora biti prijava na e-novice na spletnem mestu umeščena konsistentno.



V nakupnem procesu* ni nepotrebnih korakov.

Zakaj je to pomembno? Nakupni proces oz. proces, ki uporabnike vodi h konverziji mora biti jasno in preprosto zasnovan. Uporabnike odvrnejo postopki, ki zahtevajo nepotrebne korake oz. vnos irelevantnih podatkov.



Zaključek nakupnega procesa* je jasen in uporabnik je o tem primerno obveščen.

Zakaj je to pomembno? Za uporabniško oz. potrošniško izkušnjo mora biti poskrbljeno tudi po nakupu ali drugi konverziji. Uporabniku mora biti jasno, kaj se je zgodilo in kakšni so nadaljnji koraki.



* Mišljen je vsak proces oziroma vsaka konverzija, kjer ni nujno, da gre na koncu za nakup. Lahko gre tudi konverzije kot so: prijava na e-novice, pošiljanje povpraševanje, prenos dokumentov ...

13

Klik na logotip uporabnika vrne nazaj na vstopno stran.

Zakaj je to pomembno? Gre za standard, ki ga uporabniki pričakujejo. Standarde je potrebno uporabljati, saj ti uporabnikom omogočajo tekočo uporabo spletnega mesta.



14

Vnosno polje, pri katerem je prišlo do napake, je vizualno označeno z barvo in opisom napake.

Zakaj je to pomembno? Z vidika uspešnosti interakcije je ključno, da lahko uporabniki takoj prepoznajo, kje je prišlo do napake.



15

V mobilni različici so gumbi dovolj veliki.

Zakaj je to pomembno? Uporabniki vaše spletno mesto pogosto obiskujejo na mobilnih napravah. Najbolje je, da gumbi zavzemajo celo širino zaslona, tako da uporabniki enostavno s prsti izbirajo, katere vsebine / elemente želijo pregledovati.



In kako ste se odrezali?

SKUPNO ŠTEVILO TOČK

Glede na število doseženih točk vam v nadaljevanju posredujemo priporočila za vaše nadaljnje delo na področju vašega digitalnega delovanja in digitalne uporabniške izkušnje.



0 – 15 | slaba uporabniška izkušnja

Uporabniška izkušnja na vašem spletnem mestu je slaba. Obstaja več področij, ki zahtevajo izboljšave. Predlagamo, da razmislite o bolj celostni optimizaciji svojega digitalnega nastopa.

16 – 30 | povprečna uporabniška izkušnja

Uporabniška izkušnja na vašem spletnem mestu je povprečna. Obstajajo določena področja, na katerih ste že ukrepali. Določena področja pa še vedno zahtevajo izboljšave. Ne pozabite, da »samo gašenje digitalnih požarov« ni najbolj učinkovito. Potrebno je razviti strategijo digitalnega nastopa in njene optimizacije.

31 – 45 | dobra uporabniška izkušnja

Čestitke! Vaše spletno mesto uporabnikom zagotavlja dobro uporabniško izkušnjo. Ne pozabite, da je načrtovanje uporabniške izkušnje dinamičen postopek. Ta še vedno zahteva redno spremljanje vašega trenutnega performance-a in načrtovanje optimizacije.

UX Lab Agencija za uporabniško izkušnjo je agencija, ki zagotavlja odličnost vaših digitalnih postopkov in digitalnih orodij.

- | Analize uporabniške izkušnje z »eyetracking« tehnologijo
- | Spletna analitika
- | Optimizacije digitalne uporabniške izkušnje
- | Načrtovanje uporabniške izkušnje
- | Načrtovanje spletnih mest, mobilnih spletnih mest in drugih digitalnih orodij
- | Svetovanje



Kaj pa sedaj?

uporabi@uxlab.si

www.uxlab.si

01 565 52 92

