



AUDIT WEBU

www.nazovdomeny.sk

magnetica.sk
internetová agentúra

Ukážka Auditu webu

Posuňte svoj web alebo eshop na novú úroveň

Táto ukážka vychádza z reálneho auditu, ktorú spoločnosť BSP Magnetica vykonala pre svojho klienta. Zámerne sme niektoré časti pozmenili a vynechali, aby bola zachovaná anonymita tohto klienta. Zároveň vás chceme upozorniť, že ide iba o vzor auditu slúžiaci na predstavenie výsledného dokumentu, ktorý od nás získate objednaním služby. Nemusí však zodpovedať auditu vykonanom na vašom webe, pretože obsahová, užívateľská úroveň a úroveň kódu je pri každej webstránke odlišná.

Úspešnosť eshopu v dnešnej dobe závisí od súčinnosti týchto troch oblastí:

Priateľstvo s Googlom a sociálnymi sieťami

Ak nie ste viditeľní na Googli a Facebooku, ako keby ste ani neboli. Pre každý eshop je dôležité, aby ho indexoval Google, a aby o ňom rozprávali ľudia na Facebooku. Dokáže to váš eshop? Na to sa bližšie pozrieme v SEO audite vášho eshopu.

Intuitívna užívateľská skúsenosť s eshopom

Veľa ľudí opúšťa eshop len preto, že sa v ňom nevedia orientovať. Dizajn je komplikovaný a prehustený a návštevníci nevedia, ako sa dostanú k tomu, čo hľadajú. Akú skúsenosť majú vaši návštevníci s vaším eshopom? Odpoveď vám dá UX a UI audit vášho eshopu.

Obsah orientovaný na zákazníka

Popisy produktov, ktoré motivujú zákazníka k nákupom, sú snom asi každého majiteľa eshopu. Je váš obsah na eshope orientovaný na zákazníka? Dozviete sa v obsahovom audite vášho eshopu.

Skôr ako sme sa pustili do auditu jednotlivých častí vášho webu, museli sme urobiť analýzu kľúčových slov. Spájajú totiž všetky jednotlivé časti, bez nich sa nedá vytvoriť úspešný eshop.

Podme sa na ne hneď pozrieť.



1. Analýza klíčových slov

Klíčové slová predstavujú slová, ktoré vaši zákazníci najčastejšie používajú na pomenovanie vašich produktov. Klíčové slová rešpektujú a používajú vyhľadávače na zobrazenie relevantných výsledkov pre užívateľov.

Vďaka tejto analýze vieme, ktoré slová najčastejšie vyhľadávajú vaši potenciálni zákazníci. Následne ich vieme implementovať do SEO tagov, ktoré majú obrovský vplyv na pozíciu vášho eshopu vo výsledkoch vyhľadávania. Pre úspech eshopu je dôležité, aby sa kľúčové slova objavovali (všade tam, kde je to aspoň trochu logicky správne) v samotnom texte (Nadpis, popis a názov produktu,...) a taktiež na pomenovanie hlavných kategórií produktov.

Kľúčové slová predstavujú základ tvorby úspešného eshopu, pretože ich použitie má vplyv na viditeľnosť stránky vo výsledkoch vyhľadávania a na samotný nákupný proces.

Zoznam najčastejšie vyhľadávaných kľúčových slov za posledný rok 2016, ktoré súvisia s vašimi produktmi:

Kľúčové slová	Priemerné vyhľadávanie za mesiac
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256
klúčové slovo	1256

kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256

kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256

kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256
kľúčové slovo	1256

Odporúčame:

Analýzu najčastejšie hľadaných kľúčových slov odporúčame obnovovať a dopĺňať každý rok. Pretože zobrazujú trendy a slovník vašich potenciálnych zákazníkov. Následne nové zaujímavé kľúčové slová implementovať do najdôležitejších častí eshopu: obsah a SEO tagy.

V nasledujúcich častiach tohto auditu sa budeme odvolávať na kľúčové slová. Takto budete vedieť, kedy a ako ich použiť.

Ak by ste si chceli sami pravidelne robiť analýzu kľúčových slov najrelevantnejší nástroj je od spoločnosti Google tzv. Plánovač kľúčových slov. Tento plánovač je súčasťou systému na online reklamu PPC Google Adwords. To znamená, že ak chcete používať Plánovač kľúčových slov musíte mať vytvorený účet v službe Google Adwords. Viac nájdete na tejto internetovej adrese <https://adwords.google.com/KeywordPlanner>.

V prípade, že to bude pre vás komplikované obráťte sa na nás s analýzou kľúčových slov. Radi vám s tým pomôžeme.



2. SEO Audit

Zadáвате svoje výrobky do vyhľadávania a je tam len konkurencia?
Potrebujete sa dostať do výslnia, no nevíete ako?

V tejto časti vám ukážeme, ako sa spriateliť s Googlom a dosiahnuť lepšie pozície vo výsledkoch vyhľadávania. SEO optimalizácia webu znamená vylepšiť kód vašej stránky podľa základných pravidiel pre lepšiu viditeľnosť stránok. SEO audit vám ukáže, ako sa stať obľúbeným nielen pre giganta Google.

Nedostatky eshopu, ktoré sme zistili pri SEO audite:

Názov domény

Väčšina firiem vytvára názov domény pre svoje web stránky z názvu svojej spoločnosti. Niekedy to však môže byť na škodu a môžu sa takto oberať o organickú návštevnosť webu, teda o návštevnosť z vyhľadávania.

Pre lepšie umiestnenie vášho eshopu prispieva aj správny výber domény. Ideálna doména je tvorená z kľúčového slova. Z našich skúsenosti jednoznačne vyplýva, že takto vytvorená doména priniesla zákazky bez ďalšej investície do reklamy.

Vaša doména nie je tvorená z kľúčového slova a navyše používa anglické výrazy, čo na slovenskom trhu určite neprispieva k lepším pozíciám.

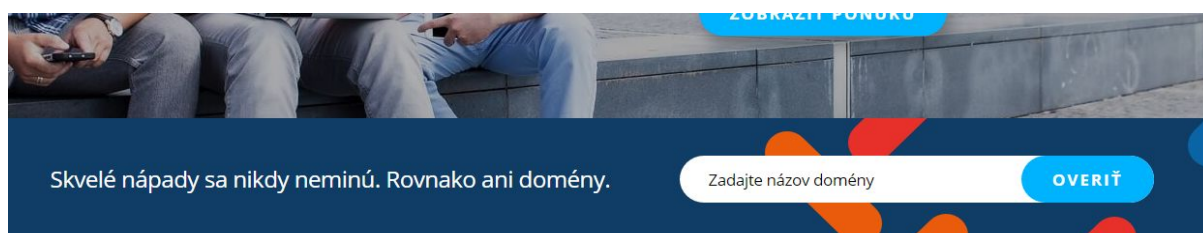
Vyššie uvádzame zoznam najčastejšie vyhľadávaných kľúčových slov pre váš druh produktov. Z nich sme vybrali a navrhli pre váš eshop nové domény:

www.vzorovadomena.sk

www.vzorovadomena.sk

www.vzorovadomena.sk

Domény tvorené z týchto kľúčových slov boli v čase analýzy ešte voľné. Ak by ste sa rozhodli zmeniť doménu jej dostupnosť si overte na web stránkach hostingových spoločností. Napríklad aj na tejto internetovej stránke <https://wy.sk/>.



Odporúčame:

Vyberajte si domény s koncovkou **.sk** alebo **.eu** a nepokúšajte sa byť za každú cenu originálni. Ľudia na slovensku sú zvyknutí ukončiť písanie domén koncovkou **.sk**. Ak by ste vytvorili doménu pomocou inej koncovky môže sa stať, že váš potenciálny zákazník sa môže dostať na konkurenčný eshop, ktorý má rovnaký názov domény ako vy, ale používa koncovku **.sk**.

URL Adresy

Pri detaile produktov vaše url adresy obsahujú zbytočné značky a paragrafy.



Optimalizujte svoje url adresy tak, aby boli čitateľné, obsahovali kľúčové slová a odzrkadľovali štruktúru stránky.

Správna URL by mala vyzeráť takto:

www.vasadomena/kategória/produkt

Upravte podľa tohto vzoru všetky chybné URL adresy.

XML sitemap

Mapa stránok, resp. sitemap, je súbor, ktorým pomáhate vyhľadávaniu Google a ostatným vyhľadávateľom nájsť všetky stránky a podstránky vášho webu a dobre porozumieť štruktúre vašej stránky.

V podstate ide o zoznam všetkých stránok na vašom webe, ktoré by podľa vás mali byť indexované, t.j. vyhľadateľné cez Google alebo iný vyhľadávací nástroj, či už ide o Bing, Yahoo... .

Má podobu HTML alebo XML súboru, vytvorí ju developer a následne v Google Webmaster Tools sa prepojí s nástrojom Google.

Príklad mapy stránok pre váš web:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset
  xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
  xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
  xsi:schemaLocation="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9
    http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd">
  <url>
    <loc>http://nazoveshopu.sk/</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://nazoveshopu.sk/?language=sk</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://nazoveshopu.sk/?language=en</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://nazoveshopu.sk/tema</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://nazoveshopu.sk/deko</loc>
  </url>
  ...
</urlset>
```

Váš eshop neobsahuje XML sitemap. Všetky vyhľadávače majú zhoršené podmienky na indexovanie vášho eshopu.

Schema.org

Predstavuje schémy, podľa ktorých sa vytvárajú štruktúrované dáta na internete a na webstránkach. Vďaka nim môžu vyhľadávače jednoduchšie nájsť weby a ponúknuť ich ľuďom pri vyhľadávaní na internete.

Ukážeme si to na konkrétnom produkte s názvom Mini Stolička na Prstienky na vašom webe easywedding.sk. Google nevie s istotou určiť, ktorý údaj na stránke predstavuje cenu pre konkrétny produkt. Schema.org ponúka účinný spôsob, ako mu v tom pomôcť pridaním meta značiek do kódu:

```
<div class="product-price">
<strong>25.28 €</strong>
<meta itemprop="priceCurrency" content="EUR">
```

```
<meta itemprop="price" content="11.56">
<meta itemprop="itemCondition" content="http://schema.org/NewCondition"></div>
```

Váš eshop neobsahuje schema.org

To znamená, že váš eshop sťažuje vyhľadávaču Google, aby vás našiel a ponúkol potenciálnym klientom. Navyše jej absencia znemožňuje vytvoriť Rich Snippets (štruktúrované dáta), po implementácii ktorých stúpa preklik z vyhľadávania priemerne o 30%. Viac o nich sa dozviete v nasledujúcich častiach dokumentu.

Váš programátor nájde konkrétne schémy pre štruktúrovanie dát na internetovej stránke <http://schema.org/>.

Rich Snippets (štruktúrované dáta)

Predstavujú HTML značky, ktoré Google zobrazuje vo výsledkoch vyhľadávania. Implementáciou týchto značiek pridávate do výsledkov vyhľadávania informácie ako cenu, stav skladu, recenzie a iné. Webom, ktoré majú tieto značky, stúpa preklik z vyhľadávania v priemere o 30%, a to dvíha ich relevanciu na dopyty, teda aj pozície. Zároveň je pravdepodobné, že weby poskytujúce štruktúrovaný obsah budú určitým spôsobom zvýhodnené.

[Kniha Mengeleho dievča - Skutočný príbeh Slovenky, ktorá prežila ...](#)

[www.gorila.sk > Knihy > Biografie / Životopisy >](#)

★★★★★ Hodnotenie: 4,6 - 8 recenzií - 10,30 € - v sklade

Kniha Mengeleho dievča - Skutočný príbeh Slovenky, ktorá prežila štyri koncentračné tá a ďalších 160 000 kníh, DVD, CD.. so skvelými ZLAVAMI. Nakupujte ...

Váš eshop tieto Rich Snippets značky neobsahuje, čo súvisí aj vyššie spomínanou absenciou schemy.org.

Odporúčame implementovať nasledujúce produktové Rich Snippets metadáta:

Title - názov produktu

Type – typ produktu

URL – URL produktu

Image – obrázok, ktorý sa má zobrazovať pri zdieľaní produktu

Site_name - názov eshopu

Description – popis produktu

Currency – mena, v ktorej sa produkt predáva

Price – cena produktu

Všetky štruktúrované dáta sú šandarizované pre najhlavnejšie vyhľadávače (Google, Yahoo a Bing) podľa stránky www.schema.org. Štruktúrované dáta si môžete skontrolovať v nástroji na testovanie štruktúrovaných dát <https://search.google.com/structured-data/testing-tool>.

Breadcrumbs navigácia pre Google vyhľadávanie

Táto navigácia označuje pozíciu danej stránky v hierarchii webu už vo výsledkoch vyhľadávania. Užívateľ sa môže dostať jedným klikom na jednotlivé sekcie, ktoré sa nachádzajú na webe o úroveň vyššie.

Australia v New Zealand: the fifth day of the second Test – live!

LIVE www.theguardian.com > [Sports](#) > [Cricket](#)



75th over: Australia 277-4
(Voges 112, Nevill 0) Voges is ...

13 mins ago - [View more](#)

74th over: Australia 277-4
(Voges 112, Nevill 0) Phwoar, Dougie Brace is giving Peter Nevill a sort of bother in the stages of his innings by moving the ball in off long, gaping crack a few feet outside off stump

19 mins ago - [View more](#)

Táto navigácia je veľmi praktická a po vizuálnej stránke pôsobí lepšie. Navyše táto Breadcrumbs navigácie má priamy vplyv na SEO, čo ovplyvňuje pozíciu vašej webstránky vo výsledkoch vyhľadávania Google.

Váš eshop danú navigáciu nemá.

Implementáciu tejto navigácie do HTML kódu vášho eshopu váš programátor zvládne podľa postupov na webe <http://schema.org/> .

Open Graph Markup

Algoritmu vyhľadávača Google momentálne kralujú sociálne siete. Je to logické, predsa ak je váš produkt najzdieľanejší či najlajkovanejší, je asi najlepší a vyhľadávač ho aj najlepšie ohodnotí. V slovenských podmienkach kráľuje sociálna sieť Facebook.

I keď máte na eshope tlačidlo na“ zdieľanie na Fb“, chýba vám tzv. Open Graph Markup, ktorý pomáha zlepšiť prepojenie so sociálnymi sieťami.

Tento protokol upravuje informácie, ktoré sa zdieľajú na Facebooku pri zdieľaní vášho produktu resp. odkazu na eshop.

Pre váš eshop odporúčame nasledujúce Open Graph metadáta:

og:title – titulok stránky,

og:type – typ obsahu (webová stránka, článok, video, hudba),

og:image – obrázok, ktorý sa má zobrazit' pri zdieľaní (minimálna veľkosť je 200x200px, odporúčaná je 1200x630px),

og:url – kanonizovaná URL obsahu,

og:description – základný popis obsahu, vid' meta description,

og:locale – jazyk stránky,

og:site_name – názov stránky.

Príklad kódu, ktorý používa Open Graph protokol:

```
<meta property="og:title" content="Article Title">
<meta property="og:type" content="article">
<meta property="og:url" content="http://www.example.com/article.html">
<meta property="og:image" content="http://www.example.com/image.png">
```

Špecifikáciu meta tagov, ktoré môžete použiť nájdete na <http://ogp.me/>. Tieto meta tagy platia okrem Facebooku aj pre Google+.

Načítavanie stránky

Rýchlosť načítavania stránky je dôležitým atribútom, ktorá môže ovplyvniť nielen vaše pozície vo vyhľadávačoch ale aj trpezlivosť vašich zákazníkov. Ideálna rýchlosť načítavania stránky je pod 2 sekundy.

Rýchlosť načítavania vášho eshopu sa pohybuje v rozmedzí od 2 sekúnd do 3 sekúnd.

Vášmu eshopu by v tomto smere pomohlo:

- Redukovanie množstva requestov na CSS a JS (15/17 na zozname produktov) zlúčením a kompresiou súborov, pri ktorých je to možné.
- Odstrániť z hlavičky dokumentu inline CSS štýly a inline JS a presunúť ich do súboru.
- Opraviť HTML dokument, ktorý má porušenú štruktúru:
 - opakovaný uzatvárací tag `</head>`
 - tag `<meta name="robots"...` umiestnený mimo hlavičky
 - navyše uzatvárací tag `</div>`
- Opraviť javascriptovy error:

Uncaught ReferenceError: jQuery is not defined
at jscript_cloud-zoom.1.0.2.min.js:393

Pravdepodobne načítajú jquery (a pritom ho tam načítajú 2X) neskôr. Stačí dať scripty do document ready.

Validácia kódu

Kvalita kódu významne ovplyvňuje umiestnenie vašej stránky vo vyhľadávačoch.

Váš eshop obsahuje opakovane použitie identifikátora `id="products"`, pričom každé id musí byť jedinečné v celom dokumente.

Tieto duplicity sú z hľadiska vyhľadávača neprípustné. V lepšom prípade ich nezaindexuje, v tom horšom prepíše index a začnú sa vám zobrazovať nekvalitné stránky na dôležité kľúčové slová, samozrejme, na omnoho nižších pozíciách.

Tento problém pravdepodobne nastal v dôsledku automatického importu produktov do systému, pri ktorých vzniká kvantum duplicití.

Nezabudnite vždy pred importom zakázať automatickú publikáciu nových produktov alebo im automaticky priradiť atribút noindex, nofollow. Týmto sa vyhnete celému problému s duplicitami. Jednoducho všetky produkty budete následne editovať a pridávať do kategórií, presne tak, ako si to predstavujete, a až potom im povolíte indexáciu. Znížite tým bounce rate a zvýšite počet konverzií.

Niektoré produkty musia byť zaradené v niekoľkých kategóriách a budú mať rôzne URL. No tento problém jednoducho vyriešite kanonizáciou. Robí sa to pomocou kanonizačného tagu: rel=canonical, v ktorom jednoducho určíte, ktorá stránka je tá originálna. Všetky takto označené stránky budú pracovať ako jedna.

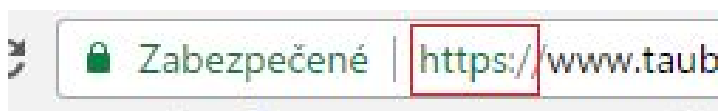
SSL certifikát

SSL certifikát predstavuje dôveryhodné a bezpečné stránky. Vďaka nemu zabezpečíte a ochránite dátovú komunikáciu medzi vašim eshopom a návštevníkmi. Zabráňte tak odchytu osobných údajov, hesiel alebo zmene informácií cestou. A navyše Google zobrazuje stránky s SSL vyššie a posilňuje ich návštevnosť z vyhľadávania.

Váš eshop nemá SSL certifikát.

To znamená, že váš eshop môže byť prehliadačmi označený ako málo dôveryhodný. Jeho absenciou sa oberáte o lepšie pozície vo vyhľadávaní.

URL adresa webu, ktorý má SSL certifikát, začína písmenami **https://**, namiesto pôvodného **http://**.



Všimnite si, že už samotný prehliadač (v tomto prípade Google Chrome) oznamuje návštevníkovi, že daná stránka je zabezpečená. Návštevník webu sa nemusí báť o svoje osobné údaje, pretože vie, že sú v bezpečí.

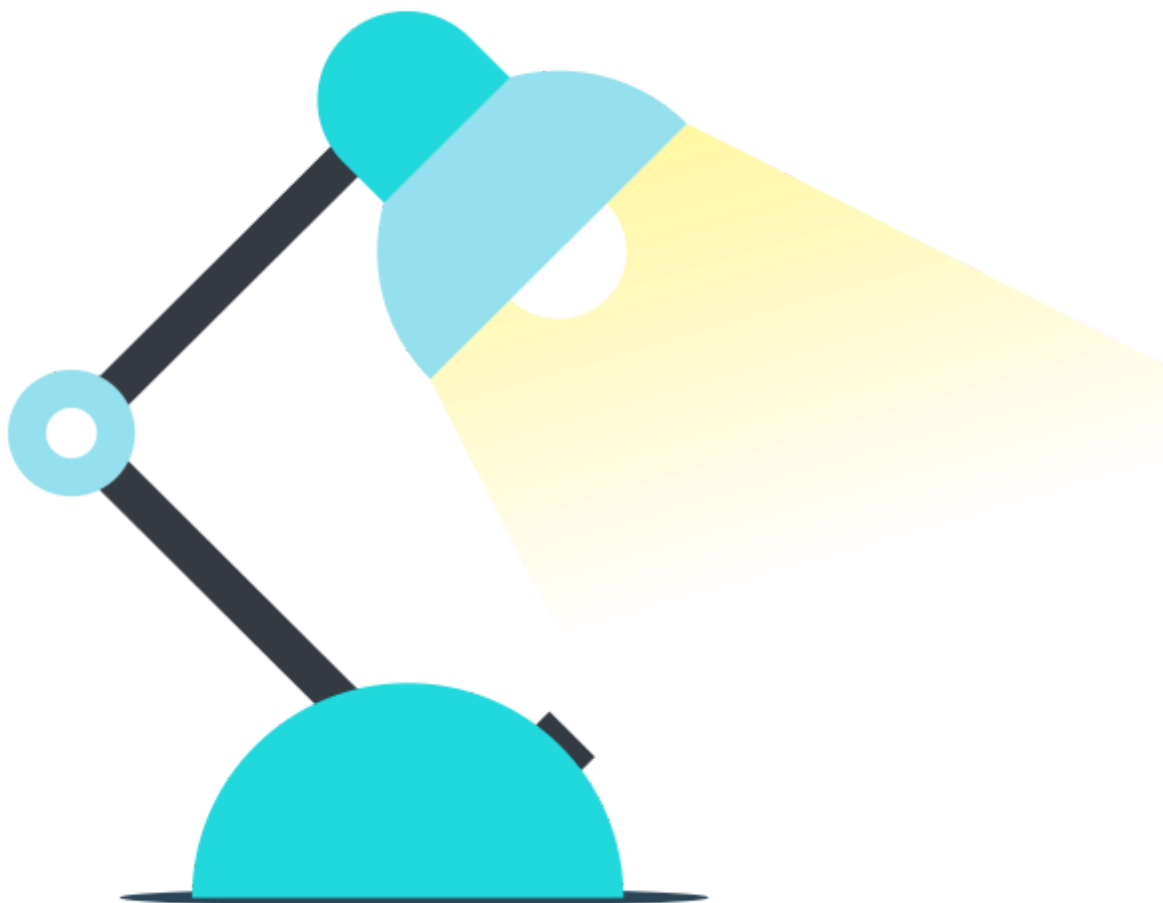
Google Analytics

Tento skvelý analytický nástroj od spoločnosti Google vám umožňuje vyhodnocovať návštevnosť vášho webu, ich pohyb po eshope, zdroje návštevnosti, z akých kľúčových slov

sa dostali na váš eshop, koľko ľudí odišlo, hodilo produkt do košíka, ale už neurobilo objednávku a podobne.

Váš eshop má len základne nastavenia Google Analytics. Nemôžete zistiť a ani merať vyššie spomínané interakcie.

Odporúčame, aby ste na svoj eshop použili akúsi nástavbu Google Analytics – Google Tag Manager, pomocou ktorého získate relevantnejšie štatistiky.



3.UX a UI audit

Vedia sa návštevníci ľahko orientovať na eshope? Rozmiestnenie grafických prvkov im uľahčuje nájsť, čo hľadajú? Ponúka váš eshop príjemný zážitok návštevníkom? Analýzou usporiadania grafických prvkov získate podrobné odpovede ako na váš web reagujú zákazníci.

Nedostatky eshopu, ktoré sme zistili pri UX a UI audit:

Navigácia

- Informácia o doprave, ktorá sa nachádza medzi logom a vyhľadávaním odporúčame umiestniť ku košíku
- Umiestnenie tlačidiel na prepínanie jazykov vyzerá náhodné a nezarovnané. Odporúčame umiestniť ich v riadku s košíkom namiesto aktuálnej verzie nad sebou.
- Chýba označenie aktívneho tlačidla. To znamená ak návštevník klikne napríklad na kategóriu „Oslava“, tlačidlo nie je graficky upravené tak, aby návštevník vedel, že klikol na túto kategóriu. Odporúčame doplniť aktívnu fázu tlačidla.



Banner / slider

- Striedanie obrázkov v slideri je príliš rýchle. Odporúčame ešte viac ich spomaliť, alebo ponechať jeden slide / obrázok. Z nášho pohľadu najefektívnejšie by bolo ponechať iba jeden banner.

Aby ste pochopili, prečo slide -y nie sú účinné a prečo vytvoriť radšej jeden banner, ktorý upúta oko zákazníka, musíme sa pozrieť na správanie ľudí na weboch.

Užívateľ, ktorý sa dostane na váš web vám dá len 3 až 8 sekúnd na to, aby ste ho niečím zaujali. Inak odchádza preč. Až 80% užívateľov číta iba nadpisy. Ak ich nadpis zaujme, čítajú ďalej.

Z toho jasne vyplýva:

- **Návštevník sa k druhému slide-u ani nedostane** – časový interval na zmenu slide-u je väčšinou nastavený na 3 až 4 sekundy. Teda v čase, kedy návštevník už je preč z webu, alebo sa nachádza na inej podstránke vášho webu. Ak máte časový interval nastavený napríklad na 1 sekundu, tak rýchle striedanie obrázkov môže naopak pôsobiť dráždivo na pozornosť návštevníka.
- **Dôležitý je len jeden slide** – prvý slide, ktorý uvidí návštevník webu je najdôležitejší. Lebo veľakrát je jediný, ktorý uvidí. Ak ho pripravíte pútavo, zvýšite svoje šance, že návštevník ostane ďalej na webe.

Ako vytvoriť presvedčivý banner (slide)?

Zvoliť si jeden statický slide je oveľa lepšie ako vytvoriť ďalších 2, 3, 4, 5, ... slide-ov. Ale aby mal pre vás a vaše predaje zmysel, potrebujete ho urobiť tak, aby upútal oko vášho zákazníka.

Existuje niekoľko základných pravidiel na tvorbu úspešného banneru. Stačí sa riadiť podľa nich a vytvoríte banner, ktorý bude účinný.

1. Pravidlo

Najdôležitejšia časť každého banneru je nadpis. Nadpis je správa, na základe ktorého sa návštevník rozhodne, či bude skúmať stránku ďalej.

Nadpis predstavuje pozvánku pre potenciálneho zákazníka, preto ho napíšte tak, aby ste zbystrili jeho pozornosť. Nadpisy musia jasne niesť posolstvo, ktoré chcete povedať a musia to robiť jednoduchým a zrozumiteľným jazykom.

Nadpis takého banneru by mohol vyzeráť vo vašom prípade aj takto:

Nové štýlové Vintage doplnky na svadbu, ktoré očaria vašich svadobných hostí

2. Pravidlo

Keďže vytvárame jeden statický slide (banner) môžeme pokojne vytvoriť „podporný text“ pod nadpisom, bez toho, aby sme sa obávali, či to návštevník stihne prečítať.

Tento text by mal obsahovať informácie(fakty), ktoré budú vzbudzovať u návštevníka väčšiu zvedavosť a veľkú potrebu dozvedieť sa viacej o danom výrobku (službe).

Mal by obsahovať jednu dlhšiu vetu, alebo max. 2 až 3 krátke vety.

Ukážme si to na predchádzajúcom príklade Vintage svadobných doplnkov:

Spravte z vašej svadby výnimočný vizuálny zážitok. Zakomponujte do svadobnej výzdoby elegantné vintage svadobné doplnky.

3. Pravidlo

Banner, ktorý nevyvoláva akciu je na nič. Po tom, čo návštevníka upúta a vyvolá u neho zvedavosť, je potrebné ho poslať tam, kde nájde všetky potrebné informácie o danom produkte.

Preto každý banner by mal obsahovať tzv. „call to action“ tlačidlo. Tlačidlo, ktoré - vyvoláva akciu, teda presmeruje návštevníka na podstránku, ktorá je plná informácií o produkte spomínanom v banneri.

Môže mať rôznu podobu. Od všeobecnej až po konkrétnu. Napríklad:

Viac informácií

Zistiť viac

Získať Vintage svadobné doplnky

4. Pravidlo

Podporte tvrdenia obsiahnuté v banneri správnou grafikou. Ľudia reagujú nielen na slová, ale aj na vzhľad. Je dôležité, aby grafické zobrazenie a texty boli v symbióze.

Grafika by mala predávať rovnako ako text. Mala by podávať návštevníkovi rovnakú informáciu ako nadpis. Pri tvorbe banneru používajte viac fotografie ako nejaké kresby. Fotografie predstavujú realitu, kým kresby sú dosť abstraktné.

Dodržaním týchto štyroch pravidiel vytvoríte banner (jeden statický slide), ktorý s vysokou pravdepodobnosťou osloví vašich potenciálnych zákazníkov. Nie je to nič zložité a ani netreba vymýšľať niečo nové.

Landing / úvodná stránka

- Layoutu chýba “vzduch” - všetky elementy sú na sebe natlačené, vizuálne nie je na prvý pohľad zrejmé kde končí jedna a začína druhá časť. Odporúčame zväčšiť medzery medzi tematickými časťami (banner, produkty,...) aj jednotlivými prvkami.



Layout

- Rozloženie produktov je moc široké, priveľa produktov v jednom riadku . Odporúčame zúžiť a zredukovať počet stĺpcov produktov na 3-4, odľahčiť množstvo informácií a dávkovať ich postupne.
- Pre ľahšiu navigáciu pridať submenu, pretože hlavné kategórie majú podsekcie.
- Pri výpise produktov chýba možnosť filtrovania produktov podľa ceny, názvu , farby a podobne.

Farby

- Stránka v súčasných farbách pôsobí smutným a chladným dojmom . Máme za to, že pre túto tému ako je svadba, je vhodné použiť pre dámy priateľnejšie farby, a to živšie a veselšie pôsobiace odtiene farieb.

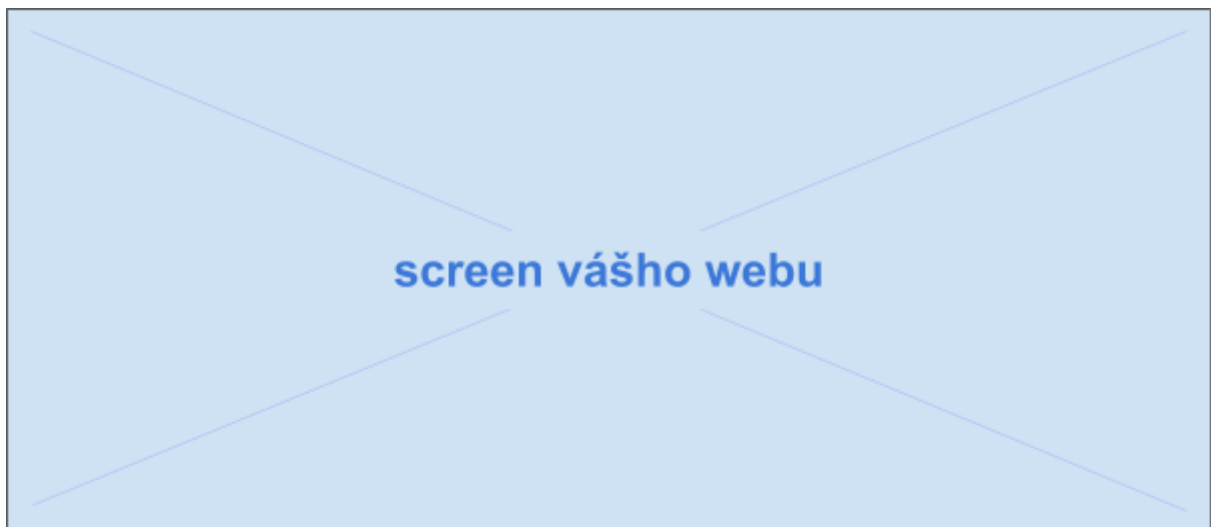
Texty

- Eshop ma veľmi malú veľkosť písma. Odporúčame zväčšiť veľkosť písma pre lepšie a pohodlnejšie čítanie.

- Biele nadpisy v pätičke stránky zanikajú a zle sa čítajú. Najčítateľnejšie pre ľudí je čierny text na bielom podklade.
- Nadpisy jednotlivých sekcií zanikajú pre svoju nedostatočnú veľkosť a odsadenie.

Výhody

- Výhody, ktoré ponúkate na eshope ako doprava zdarma a 30 dňová garancia, sú dosť nevýrazné a strácajú sa v preplnenom dizajne. Odporúčame tieto výhody zväčšiť a viac graficky zviditeľniť.

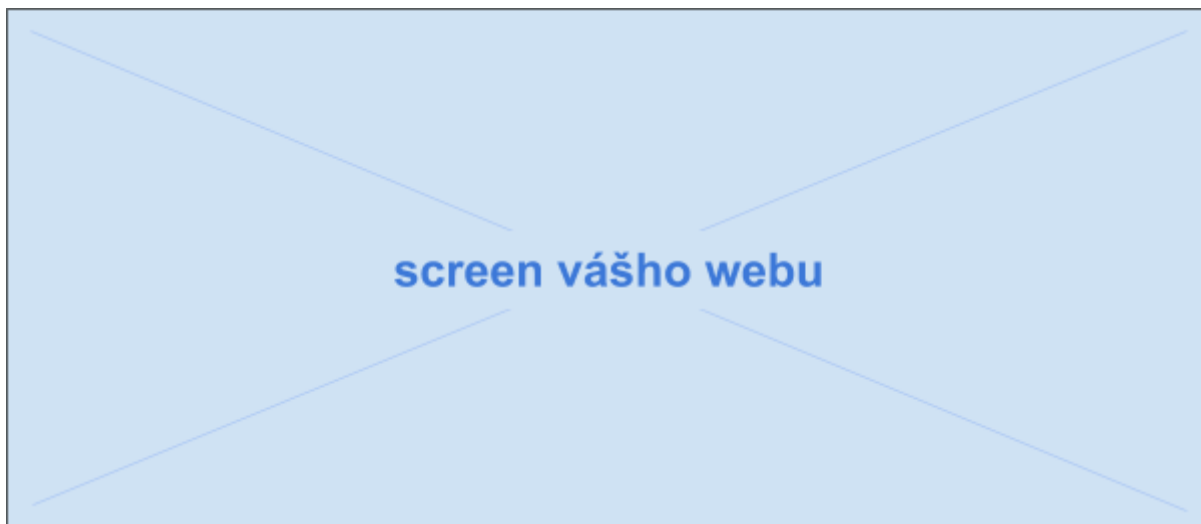


Blog

- Zlý layout článkov, príliš dlhé riadky, ktorých text je prerušený samostatnými obrázkami. Odporúčame zúžiť max. šírku riadkov a obrázky nechať obtekať textom.
- Pri veľkom množstve článkov nebude vhodné mať pre každý článok samostatné tlačidlo v hornom menu. Odporúčame, aby po kliknutí na tlačidlo "Blog" sa zobrazil výpis blogových článkov s linkami na detail článku.

Detail produktu

- Rozloženie a veľkosť grafických prvkov pôsobí dosť chaoticky. Upravte veľkosti prvkov tak, aby to pôsobilo vyváženejšie.
- Niektoré produkty obsahujú aj farebné variácie, avšak chýba ku konkrétnej farbe aj konkrétna fotografia tejto farebnej variácie produktu. Zákazník nevie ako to vyzerá a táto absencia fotografie mu znemožňuje výber a vám prípadne objednávky.
- Pozadie pätičky je orezané na pevnú šírku, pri ostatných stránkach je od jedného kraja po druhý.
- Šípky (posuvníky) pri doporučených produktoch - pri poslednom produkte nie je zrejme, že na šípku sa už nedá kliknúť a pôsobí to ako chyba . Odporúčame, vizuálne upraviť, prípadne šípku skryť (ak už vpravo nie sú ďalšie produkty).



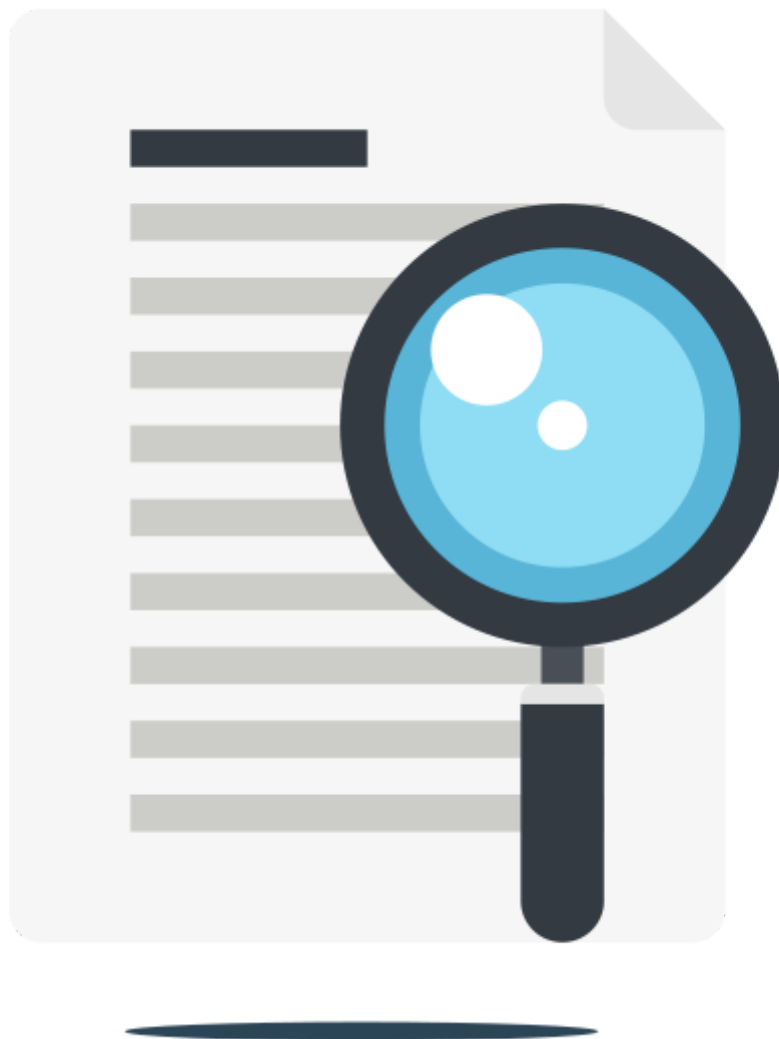
Košík

- Nákupný proces pri vytváraní objednávky pôsobí mierne rušivo, a to množstvom možností, ktoré zákazníkovi na jednom mieste ponúkame. Odporúčame celý tento proces zjednodušiť a jednotlivé obsahové prvky preukladať a graficky im dodať viac vzdušnosti.
- Tlačidlá, ktoré sú umiestnené v košíku, sú málo popisné. Odporúčame, aby ste jednotlivé tlačidlá pomenovali jasne a jednoznačne, aby kupujúci presne vedel, čo ho čaká, ak klikne na tlačidlo.

- Horná navigácia, ktorá popisuje jednotlivé kroky objednávky, opisuje len aktuálny krok. Ostatné kroky sú označené len číslom. Informácia o ďalšom kroku, resp. o predchádzajúcom sa nachádzajú na konci stránky malým písmom. Odporúčame, aby jednotlivé kroky boli jasné pomenované v hornej navigácii, napríklad: Adresa - Spôsob dopravy - Spôsob platby.
- Tlačidlo “Krok späť” je zavádzajúce, pretože kupujúci sa nevráti o jeden krok späť, ale úplne na začiatok - obsah košíka. Buď opravte linkovanie tohto tlačidla, alebo zmeňte text tlačidla, napríklad: Naspäť do košíka.

Pätička

- Obsahuje odlišné štýly textových liniek . Vizuálne to nevyzerá dobre, odporúčame to zjednotiť.



4. Obsahový audit

I napriek tomu, že o viditeľnosti vášho eshopu rozhoduje Google alebo iné vyhľadávače, stále však u vás nakupujú ľudia. Len od nich závisí, či si váš produkt objedajú. Okrem ceny, pekných a realistických fotografií je rozhodujúci aj jazyk, ktorý používate na komunikáciu s nimi.

Aby ste správne pripravili obsah eshopu musíte vedieť s kým komunikujete. Vo vašom prípade to budú predovšetkým budúce nevesty, ktoré túžia po svadbe snov. Preto všetky popisky jednotlivých výrobkov musia smerovať práve k tejto skutočnosti – musia vytvárať svadbu snov.

Vo vašich popisov jednotlivých produktov sa snažíte navodiť túto atmosféru, ale niekde ako keby vám dochádzal „dych“. Môže to byť spôsobené aj tým, že k danému výrobku nemáte viacero čo napísať. V takom prípade vám pomôže tento ťahák na tvorbu správnych popisov.

Ak vytvárate popis produktu odpovedzte si na tieto otázky:

Čo to je?

Na čo to je?

Aký problém to rieši?

Pre koho je vyrobený?

Čo má navyše?

Ukážme si to na vašom popise produktu:

Sviečky, s ktorými vytvoríte romantickú atmosféru vždy a za akýchkoľvek okolností. Nič nieje viacej romantickejšie ako sviečky. Ponúkame ich v bielej a ivory farbe.

Rozmery: 3.8 (V) x 3.8 cm (Š)

Doba horenia: viac ako 10 hodín

Dôležitá informácia: Počas horúcich letných mesiacov odporúčame použiť na doručenie služby Express Kuriéra. V prípade, ak si zvolíte doručenie dobierkou, nevieme zaručiť ich 100% stav.

Tento popisok by sme mohli vylepšiť, keď si odpovieme na vyššie spomínané otázky:

Čo to je?

Dekoratívne sviečky v bielej a ivore farbe, s rozmerom 3.8 (V) x 3.8 cm (Š) a dobou horenia viac ako 10 hodín

Na čo to je?

Na výzdobu svadobných stolov, obradných miestností, kostolov, domovov

Aký problém rieši?

Dodáva svadbe slávností štýl, romantickosť, slávnostnú výzdobu

Pre koho je vyrobený?

Pre organizovateľov svadby (nevesta, ženich, ich rodina, kamarátka, ...)

Čo má navyše?

Jednoduchý vzhľad, ktorý sa dá dokonale skombinovať s akoukoľvek farbou a druhom výzdoby, vhodný takmer do všetkých typov svietnikov a podložiek na sviečky

Ak všetko spojíme váš nový popis by mohol vyzerat' aj takto:

Dekoratívne sviečky vhodné do každej svadobnej dekorácie

*Vďaka svojmu **jednoduchému tvaru a bielej farbe**, tieto sviečky dokonale zapadnú do každej svadobnej výzdoby. Môžete ich **skombinovať s rôznymi farbami** a položiť na rôzne umelecké podložky pod sviečky, či umiestniť v svietniku na vaše svadobné stoly.*

Dodajte romantickú a svadobnú atmosféru všetkým svadobným miestnostiam

*Doprajte sebe , svojej rodine a svadobným hosťom neopakovateľnú atmosféru už u vás doma. Vďaka týmto sviečkam **jednoducho a elegantne vyzdobíte nielen váš domov, ale aj obradnú miestnosť a svadobnú sálu.***

Rozmery: 3.8 (V) x 3.8 cm (Š)

Doba horenia: viac ako 10 hodín

Dôležitá informácia: Počas horúcich letných mesiacov odporúčame použiť na doručenie služby Express Kuriéra. V prípade, ak si zvolíte doručenie dobierkou, nevieme zaručiť ich 100% stav.

Všimnite si, že sme daný popisok obohatili o nadpisy a zvýraznené slova. A práve tieto úpravy chýbajú na celom vašom eshope. Je dôležité ich mať! Pretože ľudia najprv len očami prechádzajú text, ak ich niečo zaujme čítajú ho celý.

Nadpisom upútate ich pozornosť. Platí, že každý jeden myšlienkový odstavec by mal mať svoj vlastný nadpis.

Rovnako pomáhajú popisom aj zvýraznené slová. Zvýrazňujeme tie slová, ktoré sú u produktu kľúčové.

Do textov nezabúdame vnášať aj kľúčové slová, v našom prípade to boli: svadobné dekorácie, svadobná výzdoba

Nezabudnite vety obohatiť o prívlastky „Nadšenia“. Zopakujeme: Každá nevesta túži po nezabudnuteľnej svadbe, o ktorej sa bude medzi jej známymi ešte dlho rozprávať. Myslite na to.

Odporúčanie:

Krátke popisy výrobkov doplňte o zaujímavé fakty a možnosti ich využitia. Pomôže vám na to vyššie spomínaná séria otázok. Popisy, ktoré sú dlhšie, doplňte nadpismi a zvýraznite dôležité slová. Nezapudnite vo svojich textov použiť kľúčové slová z úvodu tohto celého dokumentu.

5. Záver

Úpravy eshopu, ktoré odporúčame na týchto stranách vám zaručia vyššiu úspešnosť a viditeľnosť eshopu. Avšak tá nepríde z večera do rána.

Čo to znamená? Vaše pozície stúpnu a budete viditeľní vo výsledkoch vyhľadávania pre konkrétne vaše produkty.

Avšak týmto to nekončí! Je potrebné robiť neustály marketing a pomáhať svojmu eshopu aj reklamou.

Ak by ste potrebovali pomôcť s jednotlivými úpravami vášho eshopu radi vám pomôže. Pokojne sa na nás obráťte s akoukoľvek otázkou ohľadne vášho eshopu.

Celý tím Magnetici pevne verí vo váš úspech na internete :)

KONIEC

Ukážky Auditu webu

www.magnetica.sk

