



Witryna aby komunikować

Tomasz Karwatka
tkarwatka@janmedia.pl
www.janmedia.pl



Expanding on
Imagination

Jak użytkownik postrzega stronę WWW?

- Czy mam dostęp do serwisu?
- Czy potrafię znaleźć to czego szukam?
- Czy rozumiem przekaz?
- Czy mam zaufanie do serwisu?

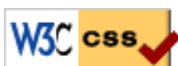
Czy mam dostęp do serwisu?

- Mniej popularne przeglądarki i urządzenia przenośne – 15% internautów
- Niepełnosprawni w Polsce to około 13%, 10% z nich potrzebuje ułatwień dostępu do treści zawartych na WWW.
- Osoby starsze (po 60), 15% populacji



Jak zapewnić dostępność serwisu?

- Standardy poprawności kodu strony



- Standardy wymiany informacji



- Standardy dostępności



Standardy dostępności - przykłady

- **Względne wielkości czcionek**
- dla niedowidzących
- **Duże klikalne obiekty**
- dla niesprawnych ruchowo i użytkowników niestandardowych urządzeń wskazujących (np. touchpad)
- **Mapy witryn**
- dla użytkowników o upośledzonych zdolnościach poznawczych i użytkowników starszych
- **Wyszukiwarki z korektą ortograficzną**
- dla dyslektyków i cudzoziemców

Standardy dostępności - przykład



Serwis BIP Koncernu
Energetycznego ENERGA

Zgodnie z ustawą o dostępie do informacji publicznej oraz dyrektywą eEurope 2002 serwis musi być dostępny dla wszystkich użytkowników.



- » O koncernie
- » Status prawny
- » Władze
- » Departamenty
- » Oddziały
- » Majątek
- » Dług publiczny
- » Informacje
- » Przetargi
- » Rejestry i archiwa



Informacje lokalne

- » Sposoby załatwiania spraw
- » Przetargi
- » Planowane wyłączenia
- » Dane kontaktowe
- » Taryfy dla energii elektrycznej



Serwis przystosowany dla niepełnosprawnych



Serwis zgodny z dyrektywą eEurope2002



www.bip.gov.pl

- Centrala Koncernu
- Elbląg
- Gdańsk
- Kalisz
- Koszalin
- Olsztyn
- Płock
- Słupsk
- Toruń

Podmiotowe strony **Biuletynu Informacji Publicznej Koncernu Energetycznego ENERGA SA** są miejscem prezentacji informacji ENERGI.

» Więcej



- Status prawny
- Władze
- Departamenty
- Oddziały

Informacje

» Więcej

- 31-03-2005 | Informacja - Elbląg
- 01-03-2005 | Taryfa dla energii elektrycznej
- 12-01-2005 | Oświadczenie Zarządu Koncernu Energetycznego ENERGA SA
- 01-01-2005 | Gdański dystrybutor prądu od 01.01.2005 r. częścią Koncernu Energetycznego ENERGA SA

Przetargi

» Więcej

ZP/SLU/001/2005
Termin składania ofert: 24-03-2005
Przetarg na gumę do zucia.

ZP/2005/03/18/01
Termin składania ofert: 30-03-2005
Zakup Transformatora w Tczewie

ZP/SLU/002/2005
Termin składania ofert: 31-03-2005
Przetarg na elektrownię jądrową.

ZP/SLU/003/2005
Termin składania ofert: 31-03-2005
Przetarg na ciepłe swetry.

785688/897
Termin składania ofert: 31-03-2005
Nowy przetarg

Planowane wyłączenia

» Więcej

Malbork
od: 09-03-2005 do: 25-03-2005 15.00-22.00
ul. Sienkiewicza

Rejon Energetyczny Słupsk
od: 10-03-2005 do: 31-03-2005 chwilunia
Bambette Wielkie, ulica Korniszonowa od nr 16 do 5628

Rejon Energetyczny Słupsk
od: 28-03-2005 do: 31-03-2005 chwilunia
Bambette Wielkie, ulica Małosolna

Rejon Energetyczny Człuchów
od: 28-03-2005 do: 31-03-2005 od rana do
wieczora
Bździuchy, od nr 15 do końca wsi

Rejon Energetyczny Bytów
od: 14-03-2005 do: 31-03-2005 do bólu
Grunwald, pole bitwy

Kontakt



Koncern Energetyczny
ENERGA SA

ul. Marynarki Polskiej
130, 80-557 Gdańsk,

tel.: (058) 347 30 13

email:
centrala@energa.pl

Taryfy dla energii elektrycznej



» Więcej

Przetargi ENERGI w Twojej skrzynce



Codzienny biuletyn

Prosimy o podanie
adresu e-mail:

Dodaj

Usuń



Klawisze dostępu

- O koncernie
- Status prawny
- Władze
- Departamenty
- Oddziały
- Majątek
- Dług publiczny
- Informacje
- Przetargi
- Rejestry i archiwa

Alternatywny opis grafiki



- Sposoby zatławiania spraw
- Przetargi
- Planowane wyłączenia
- Dane kontaktowe
- Taryfy dla energii elektrycznej

Oświadczenie dostępności

W3C WAI-A WCAG 1.0

Serwis przystosowany dla niepełnosprawnych

Serwis zgodny z dyrektywą eEurope2002

Oświadczenie zgodności z dyrektywą UE



www.bip.gov.pl

- Centrala Koncernu
- Elbląg
- Gdańsk
- Kalisz
- Koszalin
- Olsztyn
- Płock
- Słupsk
- Toruń

Podmiotowe strony **Biuletynu Informacji Publicznej Koncernu Energetycznego ENERGA SA** są miejscem prezentacji informacji ENERGI.

Więcej

Status prawny Władze Departamenty Oddziały

- Informacje** Więcej
- 31-03-2005 | Informacja - Elbląg
 - 01-03-2005 | Taryfa dla energii elektrycznej
 - 12-01-2005 | Oświadczenie Zarządu Koncernu Energetycznego ENERGA SA
 - 01-01-2005 | Gdański dystrybutor prądu od 01.01.2005 r. częścią Koncernu Energetycznego ENERGA SA

Przemysłana architektura informacji

Przetargi Więcej

- ZP/SLU/001/2005**
Termin składania ofert: 24-03-2005
Przetarg na gumę do żucia.
- ZP/2005/03/18/01**
Termin składania ofert: 30-03-2005
Zakup Transformatora w Tczewie
- ZP/SLU/002/2005**
Termin składania ofert: 31-03-2005
Przetarg na elektrownię jądrową.
- ZP/SLU/003/2005**
Termin składania ofert: 31-03-2005
Przetarg na ciepłe swetry.
- 785688/897**
Termin składania ofert: 31-03-2005
Nowy przetarg

Planowane wyłączenia Więcej

- Malbork**
od: 09-03-2005 do: 25-03-2005 15.00-22.00
ul. Sienkiewicza
- Rejon Energetyczny Słupsk**
od: 10-03-2005 do: 31-03-2005 chwilunia
Bambette Wielkie, ulica Korniszonowa od nr 16 do 5628
- Rejon Energetyczny Słupsk**
od: 28-03-2005 do: 31-03-2005 chwilunia
Bambette Wielkie, ulica Małosolna
- Rejon Energetyczny Człuchów**
od: 28-03-2005 do: 31-03-2005 od rana do wieczora
Bździuchy, od nr 15 do końca wsi
- Rejon Energetyczny Bytów**
od: 14-03-2005 do: 31-03-2005 do bólu
Grunwald, pole bitwy

Kontakt

Koncern Energetyczny ENERGA SA

ul. Marynarki Polskiej
130, 80-557 Gdańsk,

tel.: (058) 347 30 13

email:
centrala@energa.pl

Taryfy dla energii elektrycznej

Więcej

Przetargi ENERGI w Twojej skrzynce

Codzienny biuletyn

Prosimy o podanie adresu e-mail:

Dodaj Usun

Skalowalność

Jak sprawdzić dostępność serwisu?

- **Automatyczne testowanie**



- **Audyt dostępności serwisu**

Czy potrafię znaleźć to czego szukam?

- **Użyteczność, web-usability jako budowanie ergonomicznych interfejsów**

Jacy są nasi użytkownicy?

- **leniwi i niecierpliwi**
- **nie czytają - przeglądają**
- **nie dokonują optymalnych wyborów**
- **mają dobrą pamięć**

Główna zasada projektowania

- Nie zmuszaj mnie do zastanawiania się

Co robić?

- korzystać z konwencji
- używać wizualnej hierarchii informacji



amazon.com



VIEW CART | WISH LIST | YOUR ACCOUNT | HELP



Your Gold Box

WELCOME | YOUR STORE | BOOKS | APPAREL & ACCESSORIES | ELECTRONICS | TOYS & GAMES | KITCHEN & HOUSEWARES | COMPUTER & VIDEO GAMES | SEE MORE STORES

INTERNATIONAL | NEW RELEASES | TOP SELLERS | TODAY'S DEALS | SELL YOUR STUFF

Hello. Sign in to get personalized recommendations. New customer? [Start here.](#)

SEARCH

All Products **GO!**

FREE Super Saver Shipping on orders over \$25!
Restrictions apply

WEB SEARCH

GO!

Powered by A9.com

BROWSE

[Add favorites](#)

Featured Stores

- [Apparel & Accessories](#)
- [Electronics](#)
- [Jewelry & Watches](#)

New Stores

In Beta ([What's this?](#))

- [Musical Instruments](#)
- [Gourmet Food](#)
- [Health & Personal Care](#)
- [Beauty](#)
- [Sports & Outdoors](#)

Get the Amazon.com Visa® Card Instantly!

Get your card instantly and **Save \$30** today!

[Find out how](#)



Save \$20 on Your Order Today



Take \$20 off your order today when you spend \$120 on [Kitchen & Housewares](#) or [Bed & Bath](#) products offered by Amazon.com. Here's how (restrictions apply). Shop today for [small appliances](#), [cookware](#), [cutlery](#), [vacuums](#), and more. Explore more great savings:

- Save up to 50% on select cutlery [block sets](#)
- Free mini chopper after mail-in rebate with [Cuisinart](#) purchase
- Save up to 40% on select [bakeware](#), including cake pans and cookie sheets

▶ [All Kitchen & Housewares deals](#)

Fall Fashion: Hot Looks, Cool Savings



Sometimes finding *how* to look means knowing *where* to look. This fall, discover what's in, what's

Save up to 50% on Used Textbooks

Save on Textbooks



Shop Amazon.com for the largest selection and deep

discounts on thousands of new and used textbooks. Plus, it's easy to earn some extra cash by listing your old textbooks for sale. [Visit the New & Used Textbook Store.](#)

INTRODUCING THE PARIS HILTON COLLECTION



exclusively at amazon.com

NEW RELEASES

Already a customer?
Sign in to see your **New**

Shop in **Jewelry & Watches**

amazon.com

VIEW CART | WISH LIST | YOUR ACCOUNT | HELP

WELCOME | YOUR STORE | BOOKS | APPAREL & ACCESSORIES | ELECTRONICS | TOYS & GAMES | KITCHEN & HOUSEWARES | COMPUTER & VIDEO GAMES | SEE MORE STORES

INTERNATIONAL | NEW RELEASES | TOP SELLERS | TODAY'S DEALS | SELL YOUR STUFF

Hello. Sign in to get [personalized recommendations](#). New customer? [Start here](#).

Your Gold Box

SEARCH

All Products

FREE Super Saver Shipping on orders over \$25! Restrictions apply

• łatwa w użyciu, dobrze widoczna wyszukiwarka

Get the Amazon.com Visa® Card Instantly!

Get your card instantly and **save \$30 today!**

Find out how

• nietypowe reklamy aby uniknąć banner blindness

WEB SEARCH

Powered by A9.com

Save \$20 on Your Order Today



Take \$20 off your order today when you spend \$120 on [Kitchen & Housewares](#) or [Bed & Bath](#) products offered by Amazon.com. Here's how (restrictions apply). Shop today for [small appliances](#), [cookware](#), [cutlery](#), [vacuums](#), and more. Explore more great savings:

- Save up to 50% on select cutlery [block sets](#)
- Free mini chopper after mail-in rebate with [Cuisinart](#) purchase
- Save up to 40% on select [bakeware](#), including cake pans and cookie sheets

▶ [All Kitchen & Housewares deals](#)

Fall Fashion: Hot Looks, Cool Savings



Sometimes finding out *how* to look means knowing *where* to look. This fall, discover what's in, what's

Save up to 50% on Used Textbooks

Save on Textbooks

Shop Amazon.com for the largest selection and deep discounts on thousands of new and used textbooks. Plus, it's easy to earn some extra cash by listing your old textbooks for sale. [Visit the New & Used Textbook Store](#).

INTRODUCING THE PARIS HILTON COLLECTION

exclusively at amazon.com

NEW RELEASES

Already a customer? Sign in to see your New

Przyszłość : personalizacja serwisów

- Dostosowanie przekazu na podstawie analizy zachowania użytkowników
- Osiągnięto nawet do **75%** skuteczności w przewidywaniu wyborów użytkownika na podstawie analizy 1 kliknięcia i ruchów myszki (MIT)

Czy rozumiem przekaz?

- **Zasada odwróconej piramidy**
- **Teksty do Internetu o 50% mniejsze**
- **Rozbicie i dzielenie jednorodnego strumienia tekstu**
- **Konstruktywne komunikaty o błędach**
- **Unikalne tytuły dla pod-stron**

Czy mam zaufanie do serwisu?

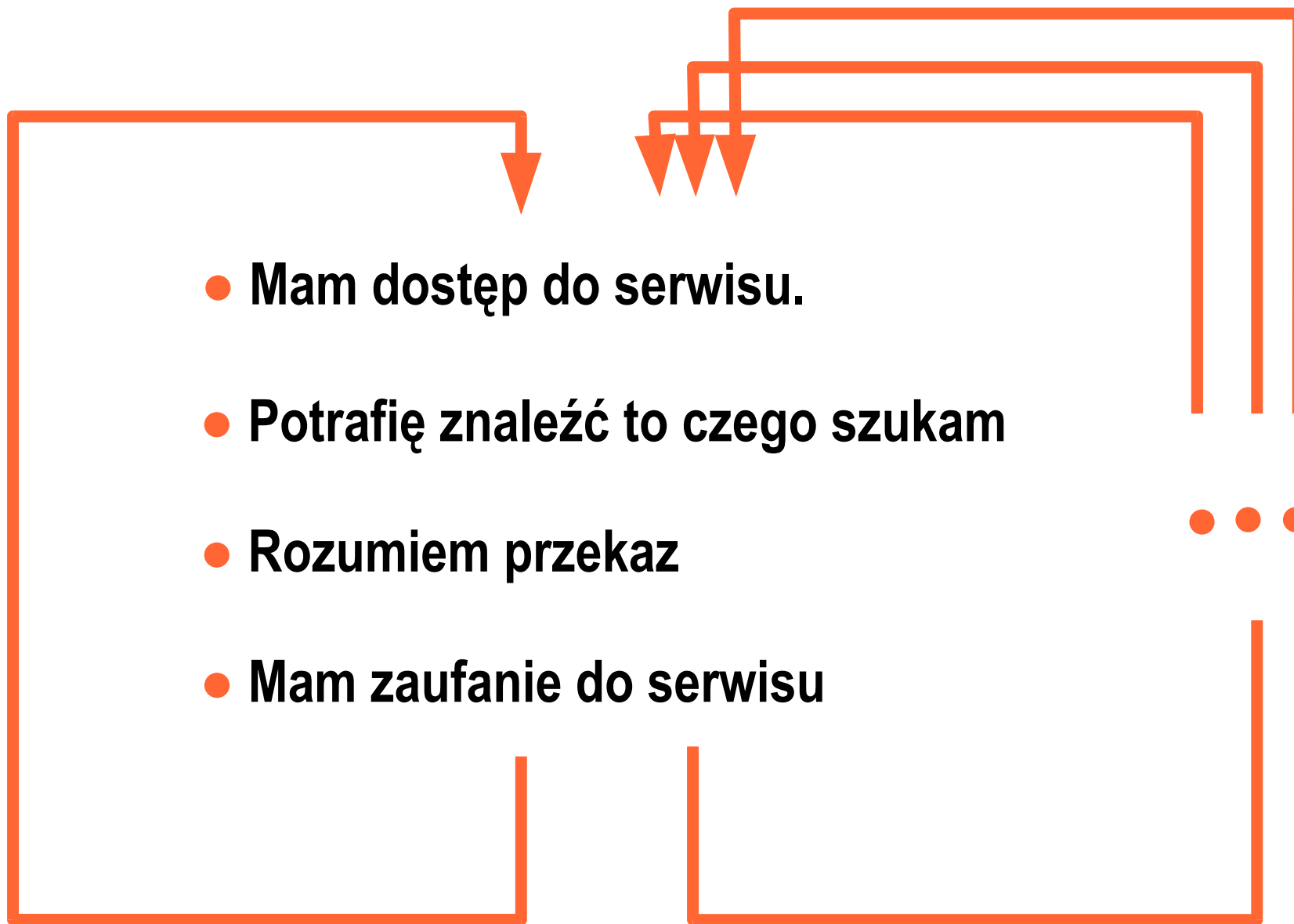
- Firma z krwi i kości – dane adresowe
- Informacje o standardach i certyfikatach
- Zgodność z prawem
- Dobre pozycje w wyszukiwarkach
- Marketing wirusowy – wystarczy ułatwić
- Unikanie wpadek językowych i częste aktualizacje, brak broken links – potrzebny dobry CMS, aby to ułatwić
- Adekwatna domena

● **Wracam**

- **Mam dostęp do serwisu.**
- **Potrafię znaleźć to czego szukam**
- **Rozumiem przekaz**
- **Mam zaufanie do serwisu**

● **Odwiedzam ponownie**

● **Polecam znajomym**



Raporty i artykuły,
przydatne narzędzia,
newsletter.

www.janmedia.pl

www.webusability.pl

Raport z badania funkcjonalności polskich sklepów internetowych

Janmedia Interactive 2004

Expanding on Imagination

Uzyskanie pomocy

Coraz więcej w Internecie jest użytkowników początkujących, nie posiadających wiedzy technicznej. Stąd dostęp do pomocy w każdej możliwej formie jest bardzo pożądanym elementem sklepu. Nawet użytkownicy, którzy nie korzystają z niej bezpośrednio z pewnością poczują się bezpieczniej wiedząc, że nie są pozostawieni sami sobie.

Metoda	Procent
Email	100.0%
Telefon	85.7%
Informacje dla kupujących	78.6%
Formularz kontaktowy	64.3%
Pomoc do przefiltrowania	35.7%
FAQ	32.1%
Mapa witryny	14.3%
Domowa Call Center	7.1%
Live Chat	2.6%

Standardowym sposobem kontaktu z obsługą jest obecnie email oraz telefon. Sklepy bardzo rzadko skłaniają się ku udostępnieniu darmowych numerów do swojej pomocy technicznej, choć z pewnością zwiększyłoby to komfort użytkownika strony. Pamiętajmy również, że wiele osób może zechcieć złożyć zamówienie za pomocą telefonu. Jak wynika z naszych doświadczeń, w przypadku sklepów internetowych w USA ilość zamówień telefonicznych towarów wynosi niekiedy 75% ogólnej liczby zamówień.

Niestety część sklepów w ogóle nie posiada możliwości kontaktu telefonicznego. Uważamy, że jest to poważny błąd. Zwłaszcza osoby nie mające doświadczenia w Internecie mogą potrzebować pomocy w złożeniu zamówienia. Mogą one nie mieć swojego emaila co uniemożliwi im kontakt z obsługą sklepu. Zastosowanie formularzy wysyłających uwagi do obsługi sklepu częściowo rozwiązuje ten problem jednak tylko technicznie. Niezmierny czas oczekiwania na odpowiedź (nie zawsze też istnieje możliwość podania swojego numeru telefonu) skutecznie zniechęca do wysyłania pytań do pomocy technicznej.

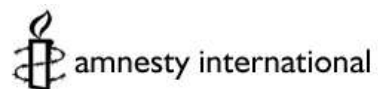
W tym miejscu dobrze byłoby zwrócić uwagę na konieczność szybkiego reagowania na pytania użytkownika. Dobrym rozwiązaniem może być Live Chat. Obecnie jednak jest bardzo rzadko stosowany.

Najczęściej sklepy dostarczają też informacji dotyczących płatności, dostaw, gwarancji i bezpieczeństwa. Sporo sklepów tworzy też listę najczęściej zadawanych pytań wraz z odpowiedziami oraz objaśnia zasady korzystania z interfejsu strony.

Nadszpodziewanie rzadko tworzone są mapy witryn. To intuicyjne narzędzie nawigacji przydatne może być zwłaszcza osobom starszym, którym trudność sprawiać może nawigacja w płaskiej strukturze serwisu.

Janmedia Interactive

- Doświadczenie na najbardziej wymagającym rynku
- Wdrożenia dla klientów w Polsce i USA





Tomasz Karwatka
tkarwatka@janmedia.pl

www.janmedia.pl