

AB

Web Design

Nawigacja i architektura informacji

1. Podstawy nawigacji
2. Funkcje nawigacji
3. Konwencje w nawigacji internetowej
4. Porady



Skala problemu

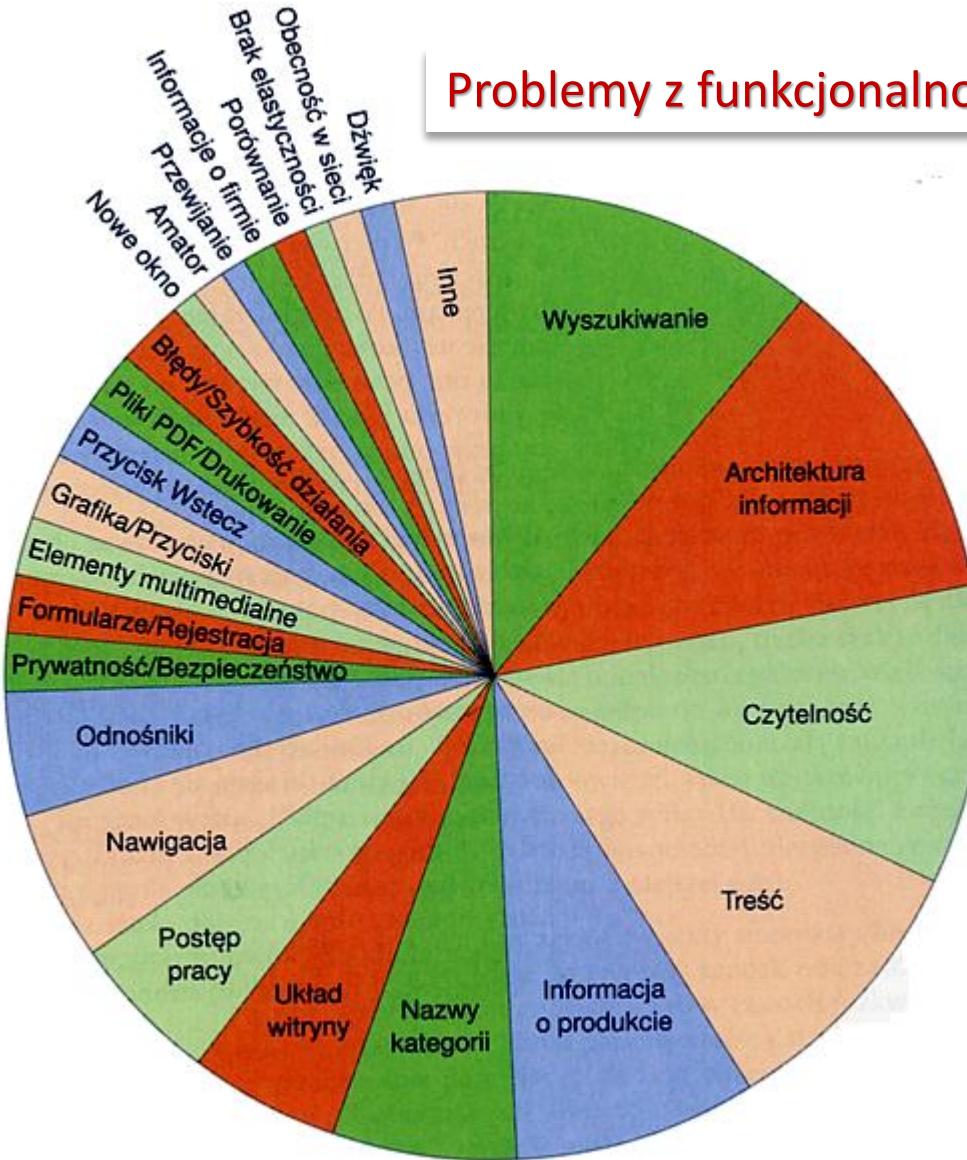
Wiesz to z własnego doświadczenia użytkownika Internetu. Jeśli odwiedzasz witrynę i nie możesz znaleźć tego, czego szukasz, lub sposób jej organizacji jest niejasny, prawdopodobnie nie zostaniesz na niej długo lub nie powrócisz do niej w przyszłości.

Jak więc zbudować „**przejrzysty, prosty i spójny**” system nawigacji witryny internetowej?



Skala problemu

Problemy z funkcjonalnością stron WWW

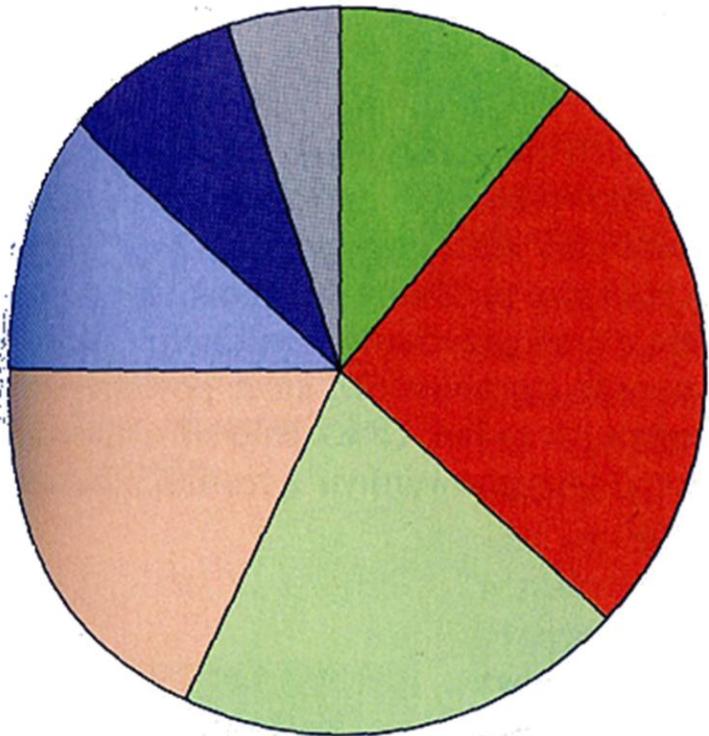


wg. książki „Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych”

Autorzy: Jakob Nielsen;
Hoa Loranger



Skala problemu



- Wyszukiwanie**
- Możliwość odnalezienia** (Architektura informacji, Nazwy kategorii, Nawigacja, Odnośniki)
- Projekt strony** (Czytelność, Układ witryny, Grafika, Amator, Przewijanie)
- Informacje** (Treść, Informacja o produkcie, Informacje o firmie, Brak elastyczności)
- Wsparcie zadań** (Postęp pracy, Prywatność, Formularze, Stopniowanie, Brak elastyczności)
- Wymyślny projekt** (Elementy multimedialne, Przycisk Wstecz, Pliki PDF/Drukowanie, Nowe okno, Dźwięk)
- Inne** (Błędy, Obecność w sieci, Reklamy, Nowa strona, Metafory)

Wartości punktowe wagi problemów związanych z funkcjonalnością pogrupowane w większe kategorie błędów projektowych. Złączenie problemów związanych z funkcjonalnością w szersze kategorie pokazuje najważniejsze obszary, które są źródłem zamętu i braku satysfakcji wśród użytkowników.



Dopasowanie struktury strony do oczekiwania użytkowników

- ✓ Użytkownicy nie będą marnować czasu na zapamiętywanie lub uczenie się sposobu nawigacji po różnych serwisach.
- ✓ Ludzie nie lubią przeciskać się przez gąszcz dwuznacznych odnośników do treści.
- ✓ Oczekują, że strona internetowa posiada tak zorganizowaną zawartość, że jest ona klarowna dla nich.
- ✓ Należy więc korzystać z takiej struktury nawigacyjnej, która odzwierciedla ich pogląd na stronę i oferowane przez nią informacje oraz usługi. Nie wolno zapominać, że podmiotem są „onи”, a nie „my”.



Skala problemu

Problemy takie jak słabe wyszukiwanie czy niejasna architektura informacji pozostają aktualne, ale dochodzą też nowe:

- **Wyszukiwanie:** Nowoczesne strony oferują **wyszukiwanie fasetowe (filtry)** i **NLP** (przetwarzanie języka naturalnego) dla lepszych rezultatów.
- **Przeładowanie:** Stopniowe ujawnianie opcji i **menu kontekstowe** pomagają uprościć nawigację.
- **Spójność:** Nawigacja musi być jednolita na różnych urządzeniach, zoptymalizowana dla każdego z nich.



Dopasowanie struktury strony do oczekiwania użytkowników

- ✓ Jednym z największych popełnianych przez firmy błędów jest używanie schematów, które są **intuicyjne dla nich – niekoniecznie dla użytkownika.**
- ✓ Przykładem może być pogrupowanie produktów względem marek lub takie tworzenie treści serwisu, by odzwierciedlała strukturę organizacji. W efekcie uzyskuje się witryny, które są całkowicie logiczne dla ich twórców, ale zupełnie niezrozumiałe dla odwiedzających.



Z badań firmy Nielsen Group:

„**Zalecenie, by unikać odwzorowywania na stronie struktury firmy**, dotyczy jedynie stron internetowych przeznaczonych dla użytkowników zewnętrznych. Gdy projektuje się serwis dla pracowników, obowiązują inne reguły.

Personel firmy zazwyczaj wie, w jaki sposób jest ona zorganizowana. Ponadto wiele zadań realizowanych przez członków załogi powiązanych jest w jakiś sposób ze strukturą przedsiębiorstwa. Bardzo często pracownicy muszą przeglądać schematy organizacyjne firmy, aby zobaczyć, kto jest szefem jakiegoś departamentu lub w jaki sposób różne departamenty są ze sobą powiązane.

Dobrym pomysłem jest posiadanie w intranecie wyraźnej reprezentacji struktury firmy. Niemniej jednak, nawet w przypadku intranetu, nie jest dobrze by budować architekturę informacji opierając się na schemacie organizacyjnym przedsiębiorstwa.

Większość z najlepszych stron intranetowych, jakie mieliśmy okazję studiować, używa organizacji pracy, sposobu przepływu zadań oraz najczęstszych czynności pracowników jako podstawy do budowy własnej architektury informacji”



Dopasowanie struktury strony do oczekiwania użytkowników

Dopasowanie struktury strony do oczekiwania użytkowników

Dopasowanie do oczekiwania użytkowników wymaga:

- Testów użyteczności - narzędzia jak Hotjar (patrz wykład o testowaniu) pomagają zidentyfikować słabe punkty.
- Analizy danych - śledzenie ścieżek nawigacyjnych w Google Analytics optymalizuje strukturę.



Rola nawigacji

Jak zauważyła Jennifer Fleming, autorka *Web Navigation. Designing the User Experience*, podstawowym zadaniem nawigacji jest odpowiedzieć użytkownikowi na następujące pytania:

- ✓ **Gdzie jestem?**
- ✓ **Gdzie mogę pójść?**
- ✓ **Jak się tam dostanę?**
- ✓ **Jak mogę powrócić do miejsca, w którym już byłem?**

Adaptacyjność - nawigacja dynamicznie zmienia się w zależności od kontekstu.

Zaufanie - przejrzystość (np. polityka prywatności) i bezpieczeństwo (ikony HTTPS) wzmacniają wiarygodność.



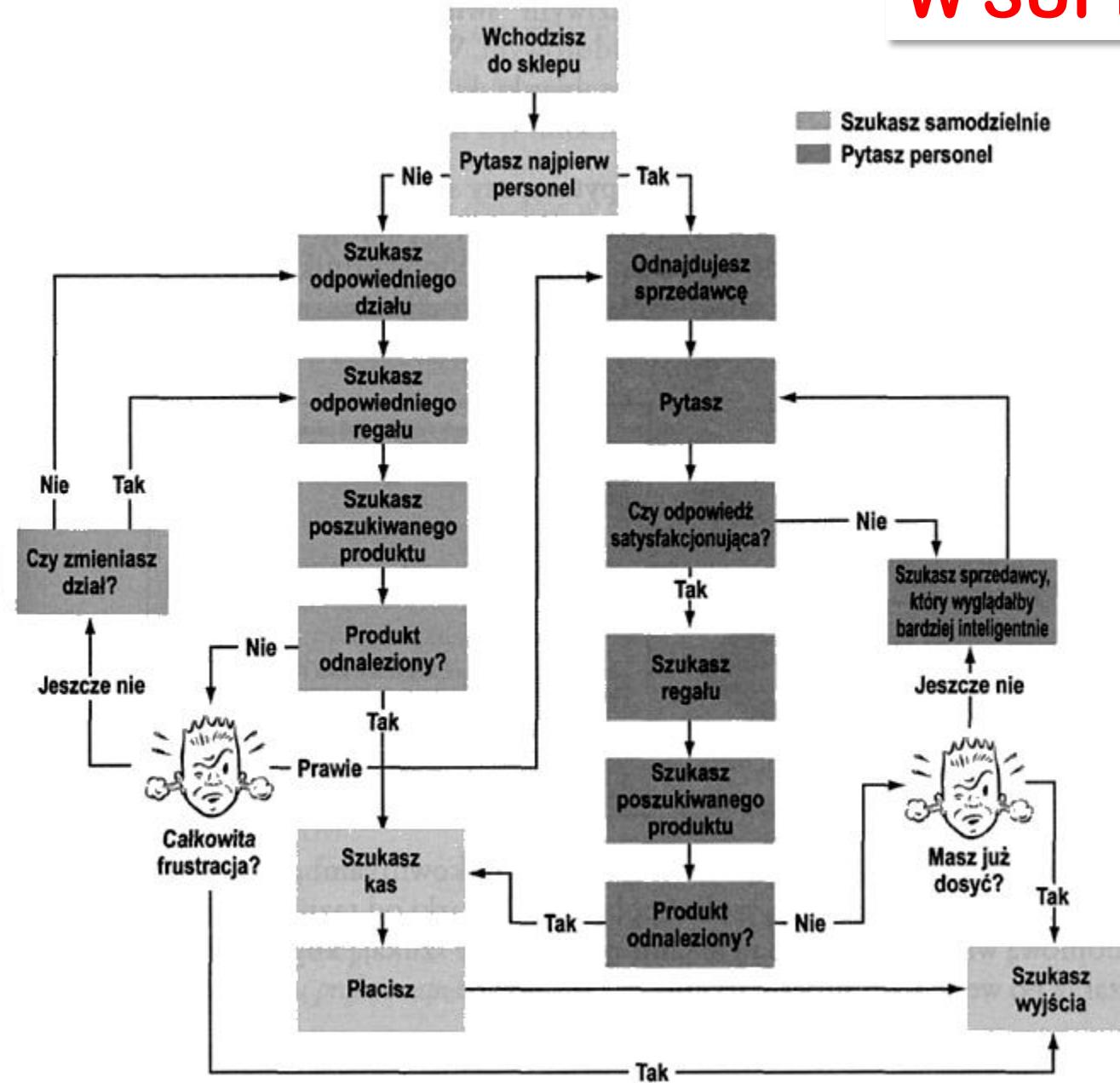
Przyjrzymy się osobliwościom przestrzeni internetowej.

- ✓ **Brak pojęcia skali.** Nawet po długim przeglądaniu zawartości witryny internetowej (chyba że jest to bardzo mała witryna) mamy niewielkie pojęcie o tym, jaka jest duża (50 stron? 1000? 17 000?). Zdajemy sobie sprawę, że mogą istnieć obszary, do których nigdy nie dotarliśmy. W czasopiśmie, muzeum czy sklepie spożywczym zawsze chociaż z grubsza możemy określić współczynnik rzeczy oglądanych do jeszcze niewidzianych. W praktyce trudno stwierdzić, czy widzieliśmy już wszystko, co nas interesuje na danej witrynie — więc nigdy nie wiadomo, kiedy przerwać poszukiwanie.
- ✓ **Brak poczucia kierunku.** Na witrynie internetowej nie używamy określeń „w lewo”, „w prawo” ani „na piętrze”. Możemy mówić o poruszaniu się w dół lub w górę, ale jedynie w odniesieniu do hierarchii — na poziom bardziej ogólny lub bardziej szczegółowy.
- ✓ **Brak poczucia miejsca.** Poruszając się w fizycznej przestrzeni, gromadzimy wiedzę o otaczającej nas rzeczywistości, o położeniu przedmiotów i sposobach na szybkie dotarcie do nich.



Proces wyszukiwania

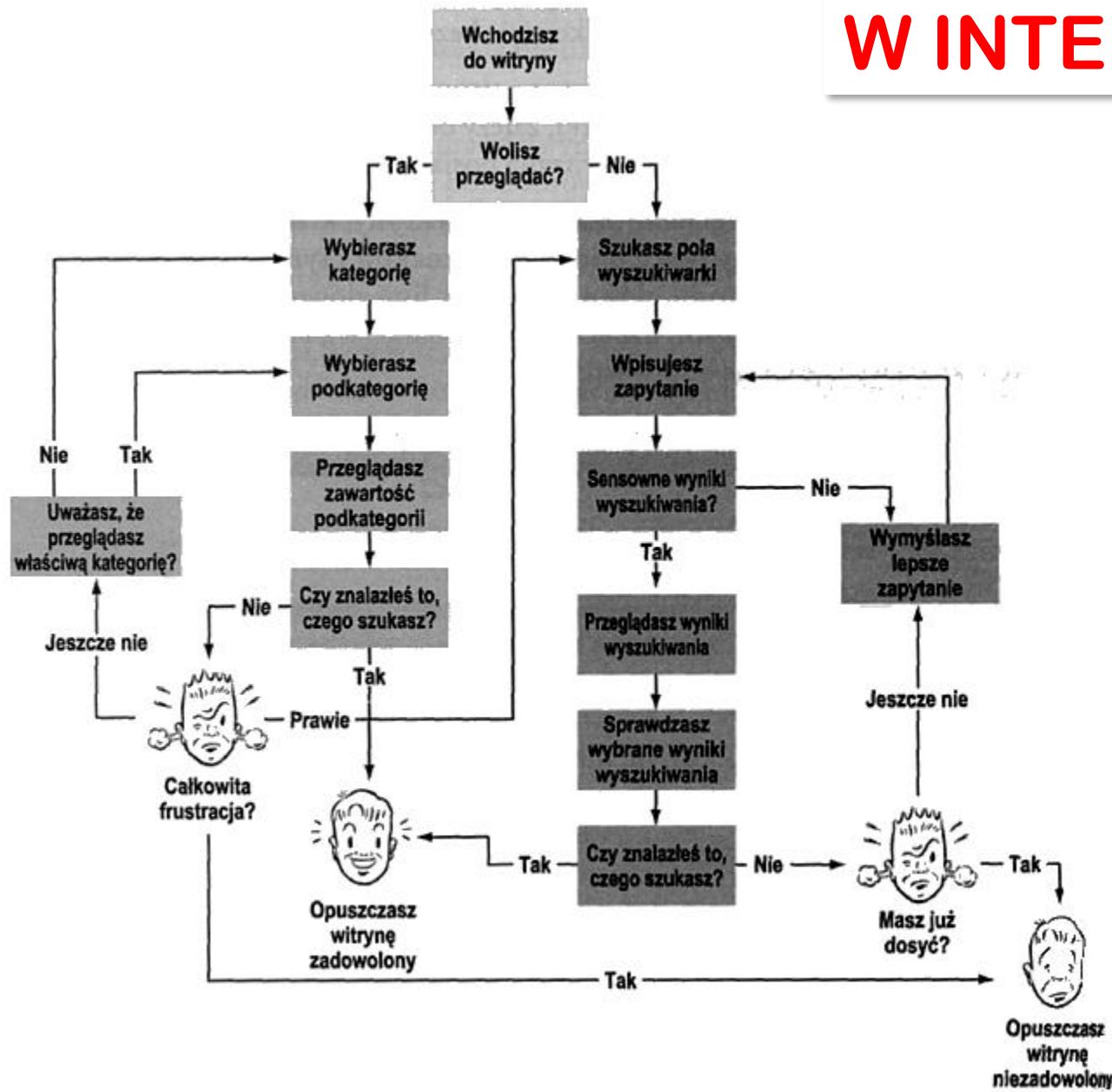
W SUPERMARKECIE





Proces wyszukiwania

W INTERNECIE

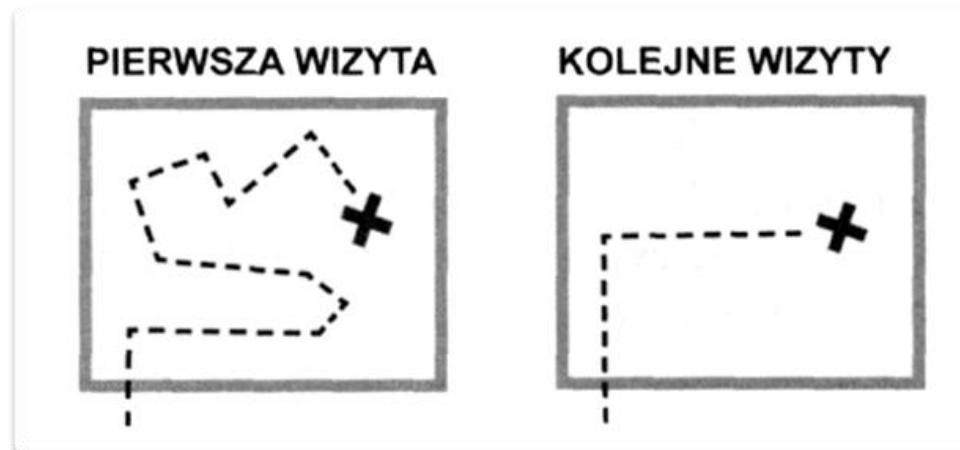




Zadania nawigacji

Dwa zadania nawigacji są oczywiste:

- pomoc w odnalezieniu tego, czego szukamy
- informacja, gdzie się aktualnie znajdujemy



Nawigacja daje nam coś, czego możemy się trzymać.
Nie ma nic przyjemnego w zgubieniu się. Prawidłowo zaprojektowany system nawigacji pełni rolę gruntu pod naszymi nogami (nawet jeśli jest to wirtualny grunt).



Zapominane funkcje nawigacji

Nawigacja pełni także inne bardzo ważne — lecz często zapominane — funkcje.

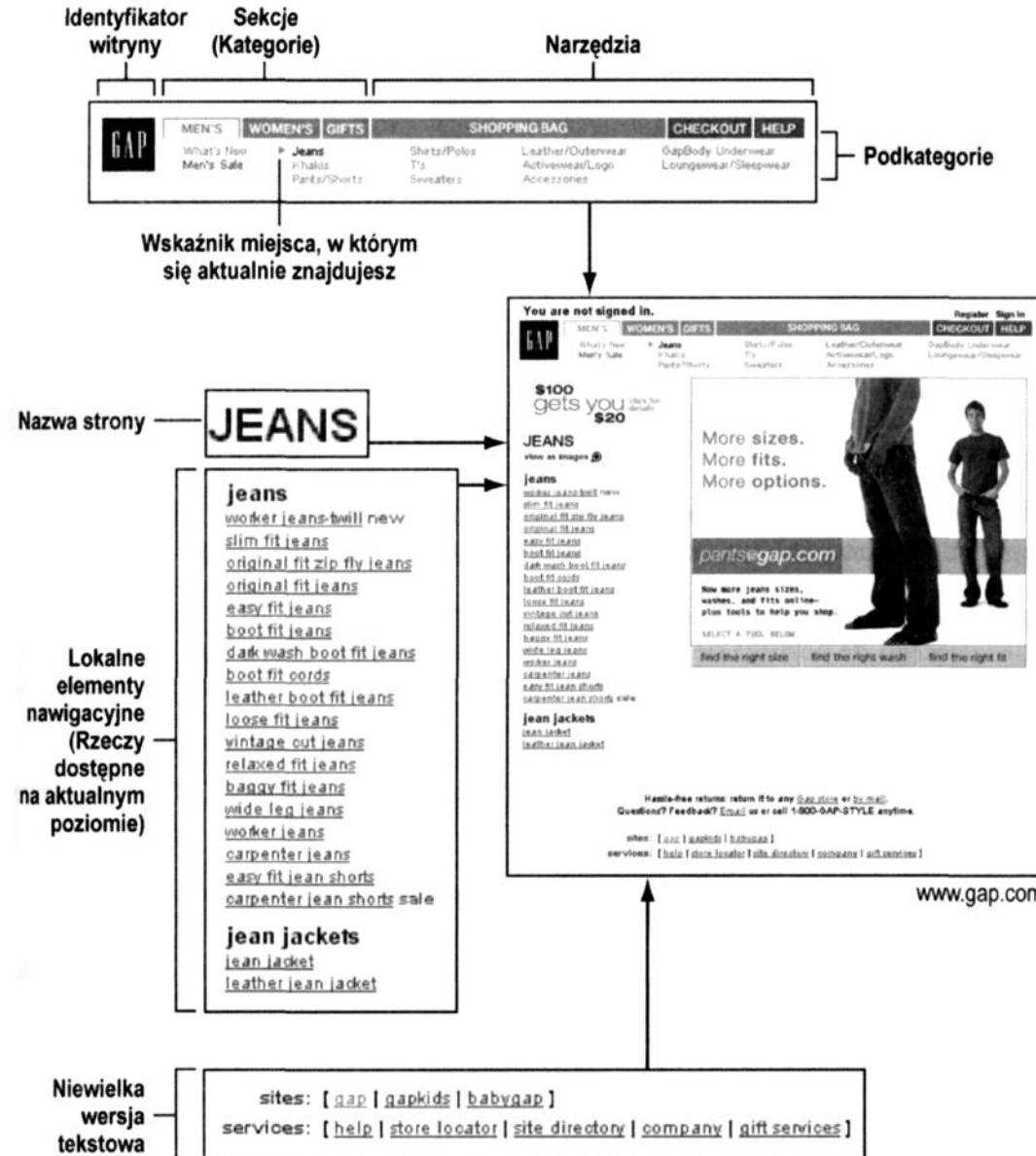
Mówi, co się w danym miejscu znajduje. Nawigacja przez uwidacznianie hierarchii przekazuje informację o tym, co zawiera witryna — ujawnia jej zawartość! Ujawnianie to może być nawet ważniejsze niż wskazywanie drogi lub informowanie o aktualnym położeniu.

Mówi, w jaki sposób korzystać z witryny. Jeśli nawigacja spełnia swoją rolę, dyskretnie podpowiada, od czego zacząć zwiedzanie witryny i jakie mamy możliwości. Zaprojektowana poprawnie, powinna być jedynymi instrukcjami, jakie są potrzebne (co jest dość ważne, ponieważ większość użytkowników i tak zignoruje inne wskazówki).

Budzi zaufanie do autorów witryny. Gdy odwiedzamy witrynę internetową, w naszych myślach cały czas obecne jest pytanie: „Czy ci faceci wiedzą, co robią?”. Odpowiedź na nie jest jednym z głównych czynników decydujących o tym, czy katapultować się oraz czy kiedykolwiek jeszcze tu wracać. Oczywiście jest również, że dobrze przemyślany system nawigacji jest jedną z najlepszych rzeczy, dzięki którym witryna może zrobić dobre wrażenie.



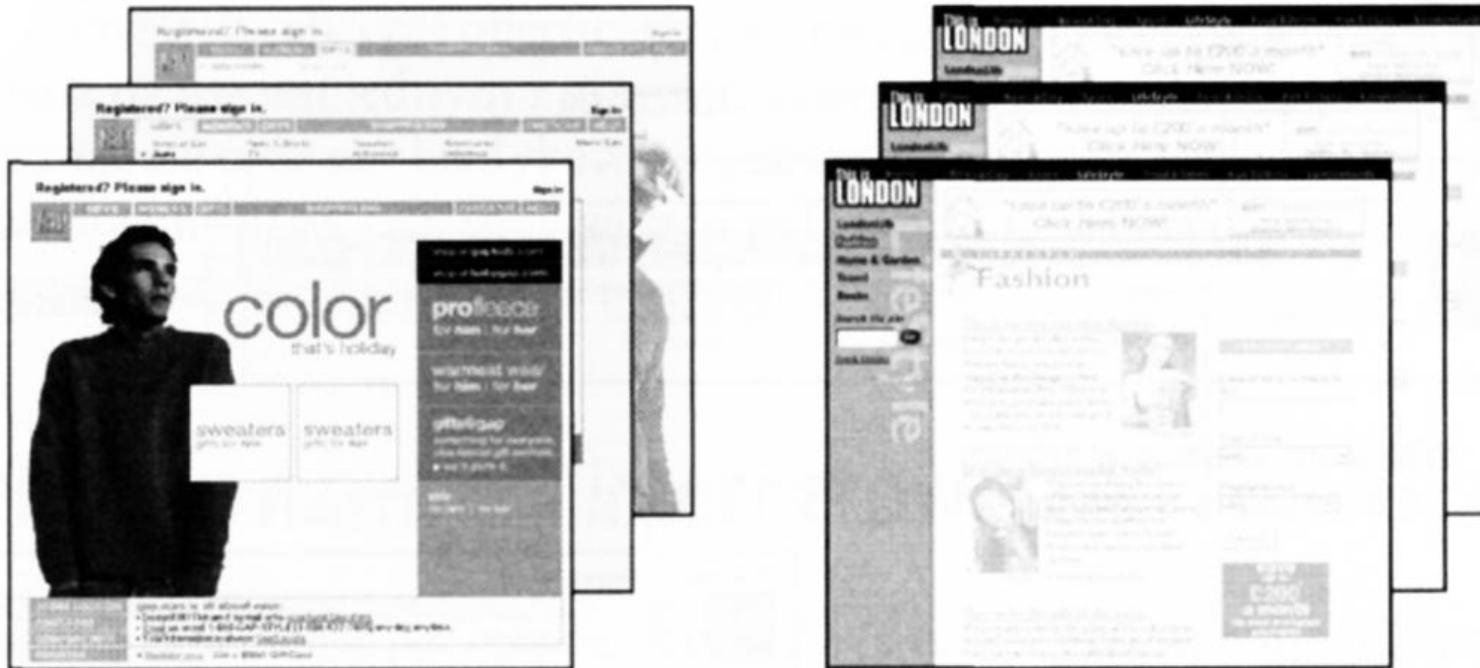
Konwencje w nawigacji internetowej



A

Nawigacja globalna

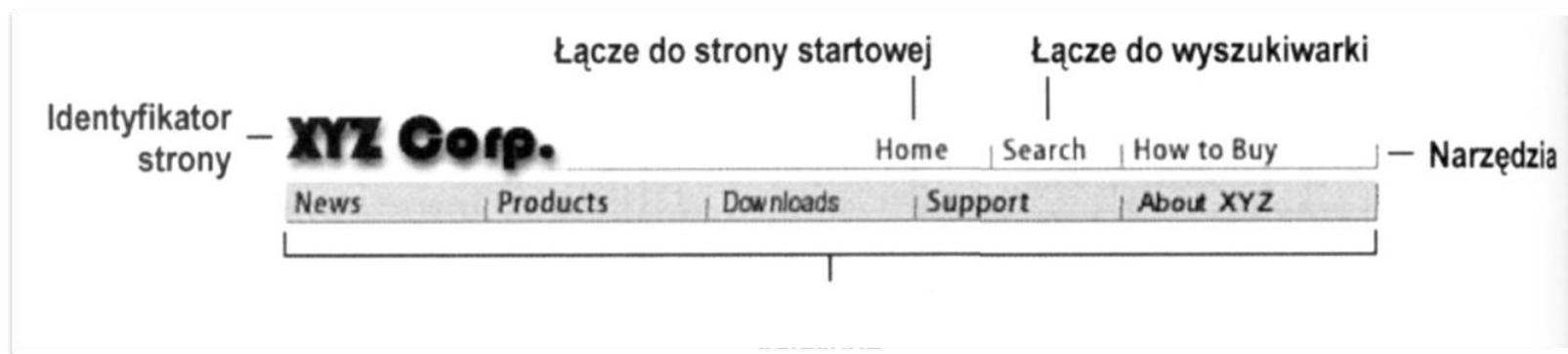
W języku projektantów stron internetowych istnieje termin **stała nawigacja** (*lub globalna nawigacja*), oznaczający zbiór elementów systemu nawigacyjnego, który pojawia się na każdej stronie witryny.



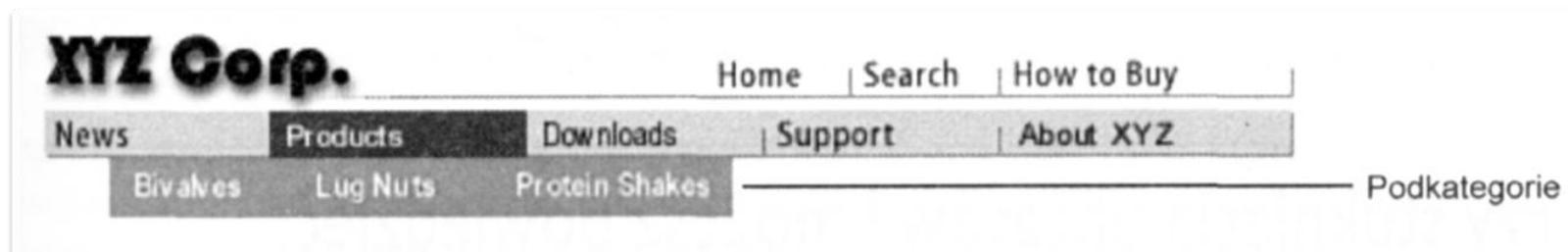
A

Nawigacja globalna

Globalna nawigacja powinna zawierać **pięć elementów**, które najczęściej chcielibyśmy mieć ciągle pod ręką:



Zwykle nawigacja globalna jest zaprojektowana tak, aby w razie potrzeby wyświetlić również elementy *nawigacji pochodnej*: listy **podkategorii** należących do danej kategorii.





Nawigacja globalna - przydatne łącza

Przydatne łącza stanowią odnośniki do ważnych elementów witryny, których nie da się zaliczyć do żadnego z poziomów hierarchii.



Powinny się mniej wyróżniać niż lista kategorii!

- ✓ Nawigacja globalna może pomieścić tylko cztery lub pięć przydatnych łączy
 - należy więc wybrać te, których użytkownicy będą prawdopodobnie najczęściej potrzebowali.
- ✓ Jeśli łączy tych będzie więcej, wówczas mogą one zginąć w tłumie. Rzadziej używane odnośniki można umieścić w jednej grupie gdzieś na stronie domowej.



Nawigacja globalna - przydatne łącza

Funkcjonalność i różnorodność tych łączy różni się w zależności od witryny. Oto przykłady wzięte z witryn korporacyjnych i sklepów internetowych.

- O nas
- Pliki do pobrania
- Jak zacząć?
- Rejestracja
- Archiwum
- Katalog
- Praca
- Wyszukiwarka
- Wyloguj się
- Forum
- Moje...
- Koszyk
- Informacje o firmie
- Lista często zadawanych pytań
- Wiadomości
- Zapisz się do nas
- Kontakt z nami
- Pomoc
- Śledzenie zamówienia
- Mapa witryny
- Obsługa klienta
- Strona główna
- Wiadomości prasowe
- Adresy sklepów
- Forum dyskusyjne
- Opinie inwestorów
- Polityka prywatności
- Twoje konto



Nawigacja musi być jednolita!

Nawigacja jest zawsze w tym samym miejscu

Niektóre jej elementy zmieniają się w zależności od wyświetlanej strony, ale zawsze znajdują się w tym miejscu i działają w ten sam sposób.

W momencie, gdy nawigacja ulega diametralnej zmianie przy przejściu z jednej strony na drugą, użytkownicy muszą przenieść swą uwagę z używania strony na rozeznanie, jak działa nawigacja.

Serwisy, które nie są wyposażone w jednolitą nawigację, powodują, że użytkownik czuje się niepewnie.



Nawigacja musi być jednolita!

Istnieją dwa wyjątki od tej reguły. Oto one:

Strona główna. Różni się od pozostałych stron — musi udźwignąć inny ciężar, dotrzymać innego rodzaju obietnic, czasami lepiej nie umieszczać na niej elementów stałej nawigacji.

Formularze. Na stronach wymagających wypełnienia formularzy obecność globalnej nawigacji może czasem niepotrzebnie rozpraszać.

Przykładowo: podczas płacenia za zakupy w sklepie internetowym nie powiniem robić nic innego, tylko spokojnie wypełniać formularz zapłaty. To samo dotyczy procesów rejestracji, wysyłania odpowiedzi czy sprawdzania ustawień dotyczących personalizacji witryny. Dla tego typu stron lepiej zastosować minimalną wersję stałej nawigacji, zawierającą tylko logo witryny, łącze do strony głównej i ewentualnie inne łącza, mogące pomóc w wypełnieniu formularza.

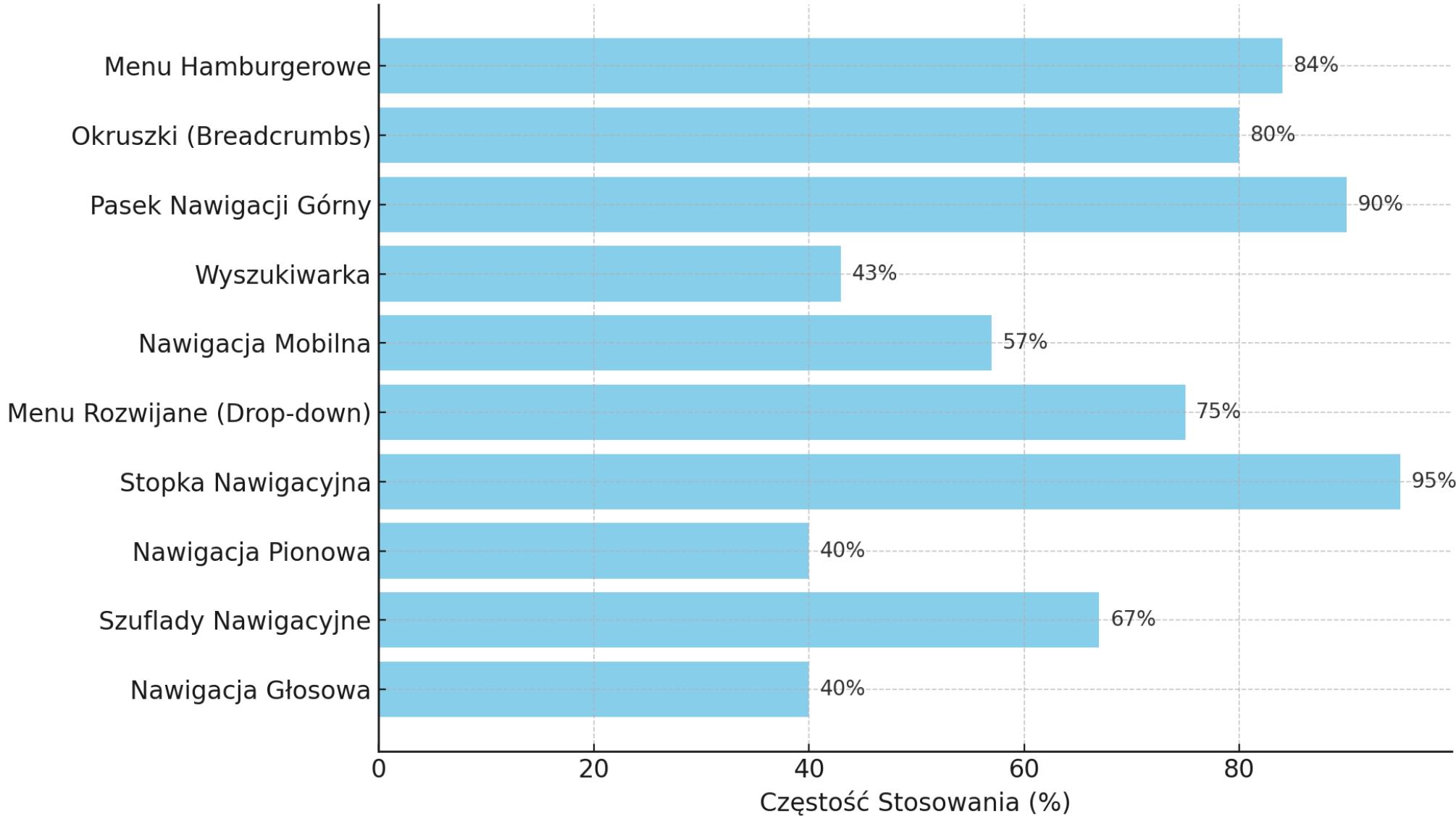
Standardy nawigacji

Standardy nawigacji			
Narzędzie Nawigacyjne	Częstość Stosowania (%)	Charakterystyka	Przykłady Stron
Menu Hamburgerowe	84% (witryny e-commerce) , 71% (aplikacje mobilne)	Oszczędza miejsce, ikona trzech linii, dominuje w projektach mobilnych.	Coursera, The New York Times (wersja mobilna)
Okruszki (Breadcrumbs)	80% (intranety) , 68% (wady implementacji w e-commerce)	Hierarchiczna ścieżka, poprawia SEO, ułatwia orientację w strukturze strony.	Allegro, Tennis-point, OLX
Pasek Nawigacji Górnego	~90% (szacunkowo)	Poziomy pasek z linkami, często z menu rozwijanym, powyżej "zgięcia" strony.	Wikipedia, BBC, Forbes
Wyszukiwarka	43% (użytkownicy od razu z niej korzystają)	Kluczowa dla witryn z dużą ilością treści, zwiększa konwersję o 1,8x.	Amazon, eBay, Wikipedia
Nawigacja Mobilna	57% (globalny ruch z urządzeń mobilnych)	Projektowanie "mobile-first", uwzględniające ograniczenia ekranu.	Google Maps, Uber, sklepy z responsywnym designem
Menu Rozwijane (Drop-down)	~75% (witryny korporacyjne)	Ukrywa złożone struktury, problematyczny na mobile'u.	The New York Times, portale rządowe
Stopka Nawigacyjna	~95% (witryny komercyjne)	Zawiera linki pomocnicze, informacje kontaktowe, polityki.	Microsoft, Apple, strony uczelni
Nawigacja Pionowa	~40% (aplikacje webowe)	Przyklejony pasek boczny, przydatny w dokumentacjach.	UXPin, GitHub, strony z dokumentacją techniczną
Szuflady Nawigacyjne	67% (preferencja dla Google Maps na mobile'u)	Wysuwane menu z boku ekranu, integracja z mapami.	Aplikacje bankowe, platformy logistyczne
Nawigacja Głosowa	40% (użytkownicy w USA)	Rosnąca popularność, wsparcie asystentów głosowych.	Google Assistant, Amazon Alexa



Standardy nawigacji

Częstość stosowania narzędzi nawigacyjnych





Narzędzia nawigacyjne

Pasek Nawigacji Górnego (Top Horizontal Bar Navigation)

Pasek nawigacji górnego to jeden z najczęściej spotykanych elementów nawigacyjnych na stronach internetowych. Jest to poziomy pasek umieszczony zazwyczaj w górnej części strony, bezpośrednio nad lub pod nagłówkiem witryny.



Charakterystyka:

- Elementy nawigacyjne mogą mieć formę linków tekstowych, przycisków lub zakładek
- Często umieszczany bezpośrednio przy logo strony
- Zwykle znajduje się powyżej "zgięcia" strony (ang. above the fold), czyli w obszarze widocznym bez przewijania
- Może być połączony z menu rozwijającymi się (drop-down)



Nawigacja pionowa

Nawigacja Pionowa - Menu rozwijane

Menu rozwijane umożliwiają projektantom umieszczanie wielu linków w nawigacji nagłówka.

Jest ono rozwinięciem nawigacji pionowej.

The screenshot shows the homepage of the National Parks Conservation Association. At the top right is a navigation bar with links: About Us, Search, Issues, Parks, Our Impact, Get Involved, Give, and DONATE. A dropdown menu is open under the 'Issues' link, titled 'News & Resources'. It contains links: All News, All Resources, Blog, Magazine, Press Releases, and Policy Updates. The main content area features a large image of a rock face with ancient rock art. On the right, there's a green callout box with the title 'THE WRITING ON THE WALL' and a brief description: 'Stephen Alvarez travels the globe to photograph ancient rock art. Learn about his astounding images in the latest issue of National Parks magazine.' A 'LEARN MORE' button is at the bottom of the box. Below the main image, there are two buttons: 'OUR MISSION' and 'Sign up for NPCA email updates'.

Projektanci UX muszą starannie projektować menu rozwijane, ponieważ mogą one powodować problemy z użytecznością i dostępnością.

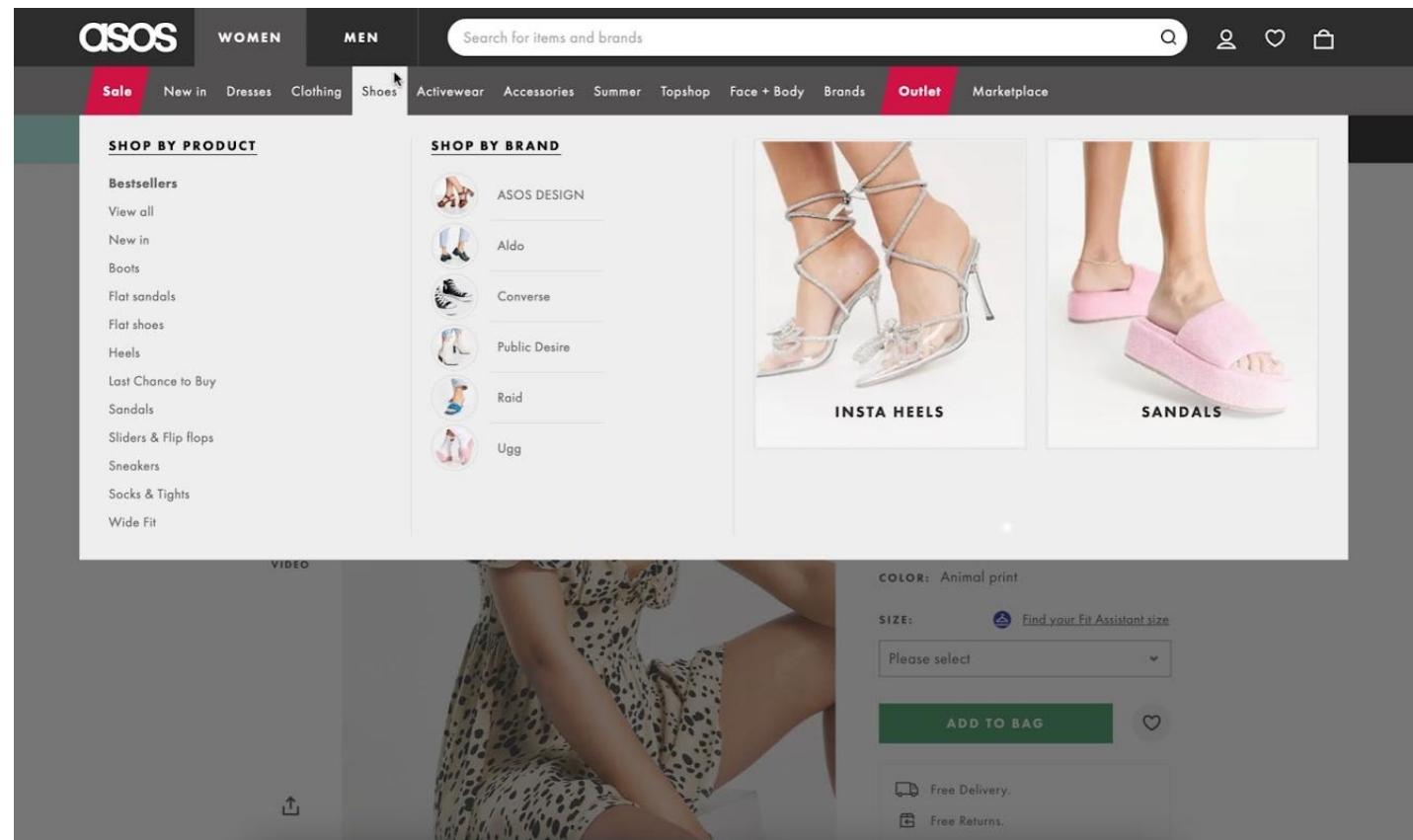
Użytkownicy muszą używać tych list rozwijanych w czytnikach zawartości ekranu i klawiaturze, a nie tylko za pomocą myszy lub stuknięcia. Linki powinny mieć również wystarczający margines i dopełnienie, aby użytkownicy nie kliknęli przypadkowo niewłaściwej pozycji menu, co może być frustrujące.



Nawigacja pionowa

Nawigacja Pionowa - Mega menu

Mega menu są popularne w eCommerce, ponieważ pozwalają projektantom tworzyć złożone interfejsy nawigacyjne z kategoriami produktów, obrazami, filmami, polecanymi produktami itp.





Menu rozwijane

Charakterystyka:

- Pozwala ukryć rozbudowaną strukturę witryny
- Może działać na zasadzie kliknięcia lub najechania kursem (hover)
- Ogranicza liczbę elementów widocznych na raz

Wady:

- Często mają zły design, co sprawia, że są irytujące i mylące
- Trudno je obsługiwać na urządzeniach mobilnych
- Mogą być problematyczne dla Google podczas indeksowania



Porównanie systemów nawigacji

Menu w układzie poziomym

Zalety:

- Nie zabiera wiele miejsca (dzięki temu na stronie można zamieścić więcej treści).
- Bardzo dobrze zauważalne przez użytkowników, bo naturalnie powiązane z treścią w środku strony.

Wady:

- Ograniczona liczba pozycji, a co za tym idzie, słaba skalowalność — jeśli w późniejszym czasie zajdzie potrzeba dodania nowych pozycji do menu, mogą być z tym kłopoty (pokazuje to historia menu w Amazon.com).
- Nazwy linków muszą być krótkie (najlepiej jedno słowo).

Kiedy stosować?

- Gdy mamy niewielką liczbę kategorii najwyższego poziomu. Maksymalną liczbą wydaje się 6 – 8 linków. Menu w serwisie Gazety Wyborczej z 13 pozycjami jest już przeładowane i przeszukuje się je zbyt powoli (na pewno nie pomaga w tym zastosowanie wersalików).
- Gdy liczba kategorii najwyższego poziomu nie będzie zwiększała się w przyszłości.
- Kiedy struktura serwisu jest płytka (nie wymaga podmenu).
- W przypadku głębszej struktury nawigacyjnej można zastosować menu poziome z podmenu w zakładkach i/lub w połączeniu z podmenu pionowym po lewej bądź prawej stronie pola treści.



Porównanie systemów nawigacji

Boczne menu pionowe

Zalety:

- ➊ Może pomieścić bardzo długie listy linków.
- ➋ Może pomieścić wiele poziomów nawigacji i pozwala oznaczyć ich relacje.
- ➌ Bardzo dobrze skalowalne — w miarę potrzeb można je rozbudować o kolejne pozycje.
- ➍ Jeśli konieczne są długie nazwy linków, nie stanowi to wielkiego problemu.

Wady:

- ➊ Zajmuje dość dużo miejsca na stronie.
- ➋ Może być trudniej zauważalne przez użytkowników niż menu poziome (choć taki problem zdarza się rzadko).
- ➌ Oznaczenie wybranej pozycji w menu będzie niewidoczne, jeśli znajdzie się poniżej linii złamania strony (poniżej pierwszego ekranu).

Kiedy stosować?

- ➊ Gdy musimy sobie poradzić z dużą liczbą głównych działów.
- ➋ Gdy mamy głęboką strukturę nawigacji wymagającą oznaczenia wszystkich poziomów dla użytkownika.
- ➌ Jeśli menu będzie w przyszłości uzupełniane o kolejne pozycje.
- ➍ Menu pionowe może być podmenu dla menu poziomego.



Menu kaskadowe

Menu rozwijane kaskadowo

Należy używać oszczędnie i nigdy nie należy używać więcej jak dwóch poziomów.
Większa liczba poziomów zakrywa ekran i jest trudna w obsłudze.

Maksymalnie dwa poziomy, więcej frustruje użytkowników.

Większa liczba poziomów zakrywa ekran i jest trudna w obsłudze. Poziom trzeci zazwyczaj jest oznaką kłopotów, a czwarty praktycznie zawsze kończy się tym, że nie można go używać.

The screenshot shows the homepage of The New York Times. At the top right, there are language links: U.S., INTERNATIONAL, CANADA, ESPAÑOL, and 中文. Below them is the main title "The New York Times". Underneath the title is a navigation bar with categories: Politics, N.Y., Business, Opinion, Tech, Science, Health, Sports, Arts, Books, Style, Food, Travel, Magazine. To the left of the main content area, there is a vertical sidebar with a hierarchical menu:

- Home Page
- World
- U.S.
- Politics
- N.Y.
- Business
- Opinion
- Tech
- Science
- Health
- Sports
- Arts
 - Arts
 - Books
 - Style
 - Food
 - Travel
 - Magazine
 - T Magazine
 - Real Estate
 - Obituaries
 - Video
 - The Upshot
- More
 - Over George Floyd's Police Mount

On the right side of the page, there is a map titled "Recent Mass Shootings in the U.S." showing locations of incidents across the country. Below the map, there is a news article snippet about George Floyd's trial.

A

Nawigacja globalna - Podkategorie

The screenshot shows the homepage of the Black Mountain Bicycles website. At the top left is the address "9158 Mira Mesa Blvd, San Diego, CA 92126". The top center features the "BLACK MOUNTAIN BICYCLES" logo with a mountain graphic. At the top right are contact details: "Phone: 858-566-0712", "Fax: 858-566-0427", and "Hours: Mon-Fri 10-7, Sat 9-5, Sun 11-4". Below the header, there's a navigation bar with "Home" and the date "Monday, December 29, 2003". A large banner in the center says "Big Winter Savings" and "After Christmas Sale". To the left is a sidebar with links like "Coupon Of The Week!", "Take A Trip", "About Black Mountain", "Our Service Dept.", "Bike Brands We Carry", "Bike Buying Tips", "Accessories", "Cycling Knowledge", "Classifieds, Forum, News", and "Site Map". There's also a "Site Search" field and a "Sign-up to hear about our specials and events" form. The main content area has a "We're Service Pros!" section with links to "Maintenance", "Recalls and Service Bulletins", and "Come in today". A large image of a man riding a bike is on the left. On the right, there's a "Feature Items" section with a picture of a bicycle and a link to "'03 Giant NRS 3". Below it is a "How To" section with several items, one of which is highlighted with a red arrow pointing to the "How To Fix A Flat Tire" link.

Ludzie zazwyczaj pracują z założeniem, że **najkrótszą drogą między dwoma punktami jest linia prosta**. Tak więc w przypadku wielopoziomowych menu mają w zwyczaju przeciągać wskaźnik myszy na skos, bezpośrednio do menu podziemnego. W tym momencie zazwyczaj gubią oni swoją pozycję i doznają frustracji, gdy muszą ponownie wybierać swoje opcje.



Porównanie systemów nawigacji

Menu kaskadowe

Zalety:

- ➊ Oszczędza miejsce na stronie.
 - ➋ Menu rozwijane w dół może pomieścić bardzo długie listy linków.
 - ➌ Użytkownicy są przyzwyczajeni do tego rodzaju menu przez korzystanie z aplikacji w graficznych systemach operacyjnych.
-

Wady:

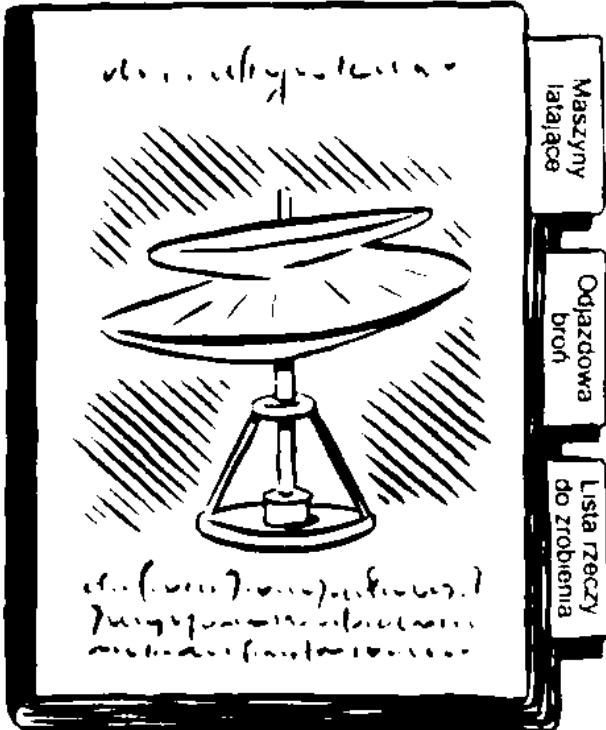
- ➊ Użytkownik nie widzi dostępnych opcji, dopóki nie najedzie na menu.
 - ➋ Menu rozwijane wymaga zapamiętywania.
 - ➌ Takie menu nie może pełnić roli wskaźnika miejsca, w którym aktualnie znajduje się użytkownik w serwisie.
 - ➍ Menu rozwijane w bok (jak *Start Menu* w Microsoft Windows) są bardzo nielubiane przez użytkowników, bo wymagają dobrej koordynacji, żeby trafić w odpowiedni link, zwłaszcza przy kilku poziomach zagłębienia.
-

Kiedy stosować?

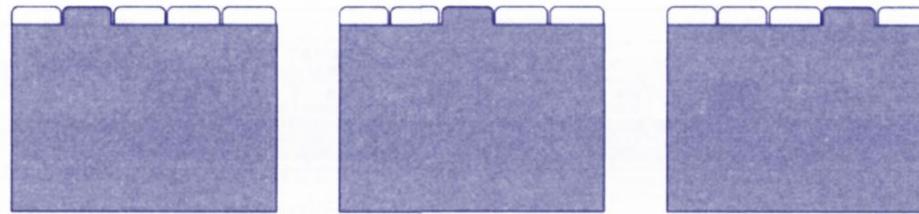
- ➊ Gdy ma pełnić funkcję menu skrótowego do niższych poziomów struktury serwisu.
 - ➋ Ponieważ menu rozwijane nie daje możliwości oznaczenia aktualnie wybranej opcji, lepiej sprawdza się jako lista poleceń w aplikacjach niż jako główne menu służące do nawigowania po serwisie WWW. Chyba że uzupełni się serwis o *breadcrumbs*.
-



Nawigacja globalna - Zakładki



Zakładki są kolejną implementacją menu poziomego



Zakładki są jednym z nielicznych przypadków, w których sprawdziło się naśladowanie elementów występujących w rzeczywistym świecie.



Nawigacja globalna - Zakładki

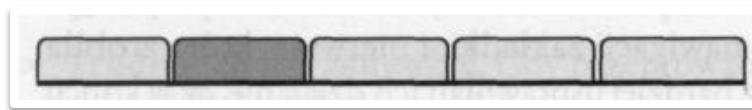
S. Krug podaje 4 powody dla których lubi zakładki:

1. **Są intuicyjne w użyciu.** Nie spotkałem nikogo — nawet wśród największych komputerowych analfabetów — kto spojrzałby na interfejs z zakładkami i powiedział: „Hmm... Zastanawiam się, o co tu chodzi?”.
2. **Trudno ich nie zauważyc.** Gdy przeprowadzałem wśród użytkowników testy wskaż – i - kliknij, byłem zaskoczony, jak często ludzie nie zauważają pasków z przyciskami znajdujących się na górze strony. Ponieważ jednak zakładki bardzo wyróżniają się pod względem graficznym, trudno ich nie zauważyc. Nie można również pomylić ich z czymś *innym* niż element nawigacji, dlatego tworzą bardzo wyraźny i zrozumiały podział między nawigacją a zawartością strony.
3. **Są zgrabne.** Projektanci stron internetowych zawsze zrobią wszystko, aby strona była jak najbardziej interesująca wizualnie, lecz nie ładowała się przy tym za długo. Jeśli zakładki zrobione są poprawnie (patrz niżej), wyglądają bardzo ładnie i są praktyczne, a nie zwiększają przy tym rozmiarów strony.
4. Tworzą wrażenie fizycznej przestrzeni. Użytkownikowi, który z nich korzysta, wydaje się, że aktywna zakładka znajduje się przed innymi.

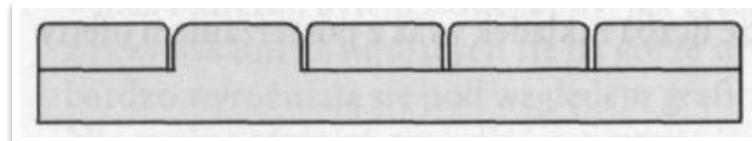


Nawigacja globalna - Zakładki

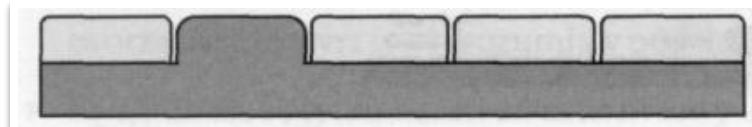
Aby utworzyć wrażenie przestrzenności, aktywna zakładka powinna mieć inny kolor lub kontrastującą cień oraz musi fizycznie łączyć się z przestrzenią znajdującą się poniżej. Te dwie cechy powodują, że aktywna zakładka „wychodzi” na przód.



ŹLE. Brak połączenia, zakładka nie „wychodzi” na przód



LEPIEJ. Połączenie zakładki z resztą, ale brak kontrastu. Ograniczone „wyjście” na przód



NAJLEPIEJ.



Nawigacja globalna - Zakładki

Wrażenie przestrzenności nie jest jednak wymogiem bezwzględnym.

Ważne jest wskazanie, **która zakładka jest aktualnie wybrana**

www.marshall.cc

The screenshot shows a green navigation bar with the following menu items: Home (selected), Communicate, Services & Events, Blogs, Directory, and Contact Us. Below the bar are four green buttons: About Mars Hill, Core Values, Meetings & Locations, and Our Staff.

www.joyent.com

The screenshot shows a dark navigation bar with the following menu items: Home, Connector, Accelerator, Developers, Partners, Support, News & Events (selected), Weblog, and Login.

www.jogger.pl

The screenshot shows a blue navigation bar with the following menu items: Strona główna, Blog (selected), Informacje (FAQ), Użytkownicy, Bugger, and Techblog. A cursor arrow points to the 'Blog' tab.

www.macrabbit.com

The screenshot shows a light gray navigation bar with the following menu items: Products, Blog (selected), Goodies, About, and Support.

www.silverpoint.com

The screenshot shows a red and blue navigation bar with the following menu items: Home, Consulting, Design (selected), Software, Support, Solutions (dropdown menu open), Clients, Who We Are, News, and Contact Us. A dropdown menu for 'Solutions' is open, showing options: Design, Flash/Interactive, and SILVERPOINT SCH Multimedia.

www.designshack.co.uk

The screenshot shows a white navigation bar with the following menu items: Home (selected), Gallery, News, Tutorials, Submit a Site, and About.



Kiedy stosować zakładki

Przypadki, kiedy warto sięgnąć do rozwiązania z zakładkami:

- ✓ Liczba kategorii nie przekracza siedmiu, najlepiej jeśli jest ich nie więcej niż pięć.
- ✓ Scenariusze użycia strony są faktycznie różne, a użytkownicy widzą potrzebę ich rozdzielenia.

Przykładowo ustala się podział podstawowy na „Oferta indywidualna”, „Oferta dla biznesu”, jak w przypadku strony Plus.pl.

- ✓ Strona ma charakter e-commerce — produkty są jasno skategoryzowane i tworzą osobne zestawy: książki, muzyka, gry, elektronika.

Zakładki są intuicyjne, ale ustępują nawigacji kartowej dla treści wizualnych



Porównanie systemów nawigacji

Menu poziome z podmenu w zakładkach

Zalety:

- 👉 Ma wszystkie zalety menu poziomego.
- 👉 Pozwala bardzo wyraźnie zaznaczyć w serwisie miejsce, w którym znajduje się odwiedzający w danej chwili.
- 👉 Użytkownicy bez najmniejszych problemów zauważają związek między kategoriami głównymi a ich podmenu.

Wady:

- 👉 Ma wszystkie wady menu poziomego.
- 👉 Graficzne zakładki zabierają więcej miejsca niż zwykłe linki, w menu mieści się zatem mniej pozycji.
- 👉 Menu tego typu zabiera też więcej miejsca w pionie, ponieważ spycha *content* niżej.
- 👉 Tylko dwa poziomy — nie powinno się stosować więcej niż jednego rzędu zakładek, bo znacznie obniża to czytelność menu.

Kiedy stosować?

- 👉 Gdy mamy dwupoziomową strukturę nawigacji (w przypadku większej liczby poziomów można połączyć menu zakładkowe z podmenu pionowym). Przy czym menu drugiego poziomu znacznie traci na zauważalności.
- 👉 Gdy ważne jest wyraźne oznaczenie poziomów struktury dla użytkownika.



Ścieżki powrotu

Ścieżki powrotu – nazywane też **Breadcrumbs** (okruszki).

to ścieżka nawigacji pokazująca hierarchiczną pozycję aktualnie przeglądanej strony w strukturze serwisu.



You are here: [Home](#) > [Hobbies](#) > [Book Collecting](#) > [Welcome](#)

Charakterystyka:

- Pomagają użytkownikom zrozumieć, gdzie znajdują się w strukturze witryny
- Umożliwiają łatwe poruszanie się wstecz po kategoriach
- Są szczególnie przydatne na stronach z rozbudowaną strukturą, np. e-commerce
- Mogą wpływać pozytywnie na SEO i kampanie reklamowe poprzez zmniejszenie współczynnika odrzuceń

You are here: [Home](#) > [Hobbies](#) > [Book Collecting](#) > [Welcome](#)

Statystyka:

Badanie 50 głównych witryn e-commerce wykazało, że:

- 68% cierpi z powodu niedoskonałej implementacji okruszków:
- 45% ma tylko jeden typ okruszków (zazwyczaj oparty na hierarchii),
- 23% w ogóle nie ma okruszków



► [Blog](#) ► [Optymalizacja konwersji](#) ► [5 wskazówek ułatwiających...](#)

ścieżki powrotu pokazują Twoją aktualną pozycję w hierarchii witryny (czasem nawet zawierają słowa „Jesteś tutaj”).

Najczęściej ma postać **poziomego paska** odzwierciedlającego ścieżkę, którą wędrował użytkownik w ramach struktury serwisu (95%); z rzadka — **piętrowego przedstawienia hierarchii** wyświetlanego na przykład w górnej części na lewej kolumnie (5%).



Ścieżki powrotu

Separator	Popularność (%)	Zalety	Wady
>	65%	Uniwersalny, minimalistyczny	Może być mylący w głębokich hierarchiach
/	20%	Łatwe skojarzenie z URL	Rzyko niejednoznaczności
»	10%	Profesjonalny wygląd	Zajmuje więcej miejsca
→	15%	Dynamiczna wizualizacja	Wymaga odpowiedniej czcionki
Ikony SVG	25%	Personalizacja, responsywność	Zwiększa złożoność kodu



Ścieżki powrotu - porady

- ✓ **Umieść ją na górze strony.** Ścieżki powrotu najlepiej spełniają swoją rolę, gdy umieszczone są na górze strony.
- ✓ **Używaj znaku (>) między kolejnymi poziomami.** Doświadczenie pokazało, że najlepszym separatorem kolejnych poziomów hierarchii jest znak (>). Dwukropek (:) oraz ukośnik (/) są poprawne, jednak (>) wygląda na najlepszy i najbardziej intuicyjny.
- ✓ **Używaj niewielkich rozmiarów czcionek.** Warto to robić, aby podkreślić, że element ten to tylko dodatek do systemu nawigacji.
- ✓ **Nie traktuj jej jako zamiennika dla nazwy strony.** Istnieje wiele stron, gdzie ostatni element ścieżki powrotu pełnił podwójną rolę przez co nazwa strony stawała się zbędna.

Opcjonalnie:

- ✓ **Używaj „Jesteś tutaj”.** Większość osób rozumie znaczenie ścieżek, ale dodanie tych dwóch słów pozwoli uniknąć ewentualnych wątpliwości.
- ✓ **Ostatni element wyróżnij pogrubioną czcionką.** Ostatnia pozycja listy powinna być nazwą bieżącej strony, więc pogrubienie nada jej odpowiednie znaczenie.



Hamburger menu

Menu hamburgerowe to ikona składająca się najczęściej z trzech poziomych linii, która po kliknięciu rozwija menu nawigacyjne. Stała się uniwersalnie rozpoznawalną ikoną do otwierania nawigacji na stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych.



Charakterystyka:

- Oszczędza miejsce na ekranie, szczególnie na urządzeniach mobilnych
- Pozwala ukryć rozbudowane menu
- Wymaga dodatkowej interakcji (kliknięcia) aby uzyskać dostęp do opcji nawigacyjnych



Statystyka:

- Według badania Statista z 2021 roku, 71% aplikacji mobilnych używa przycisku menu hamburgerowego jako głównej opcji nawigacji
- Badanie Nielsen Norman Group wykazało, że 84% witryn e-commerce używa przycisku menu hamburgerowego



Hamburger menu

Najczęściej
wykorzystywane ikony



Hamburger
Menu



Doner
Menu



Bento
Menu

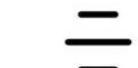
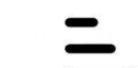
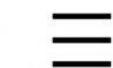
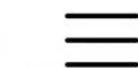


Kebab
Menu



Meatballs
Menu

Ale też wiele innych...



...



Menu hamburgerowe często
współpracuje z mechanizmem
nazywanym **szufladą nawigacyjną**



Szuflada nawigacyjna

Szuflady Nawigacyjne (Navigation Drawers)

Szuflady nawigacyjne to menu, które wysuwają się z boku ekranu po kliknięciu w określony element (często ikonę hamburger menu).

Charakterystyka:

- Często stosowane w responsywnych projektach mobilnych
- Używane również na desktopach gdy jest wiele pozycji menu
- Pozwalają zachować jak najwięcej miejsca na ekranie

The screenshot shows the Amazon mobile website interface. On the left, a dark navigation drawer is open, displaying a list of categories under the heading "Przeglądaj według kategorii". The categories listed are: Echo i Alexa, Fire TV, Amazon Luna – Gry w chmurze, Czytniki i e-booki Kindle, Książki, Elektronika, komputery i biuro, Dom i ogród, Dziecko, zabawki i gry, Artykuły spożywcze, Uroda, zdrowie i gospodarstwo domowe, Odzież, obuwie i akcesoria, and Sport i turystyka. Each category item has a right-pointing arrow indicating it can be selected. The main content area of the website is visible on the right, showing a search bar at the top with placeholder text "Szukaj na Amazon.pl", a "Karty podarunkowe" section, and some product cards for gift cards.



Linki lokalne - nawigacja poprzez treść

Gazety, czasopisma i wydawcy treści często używają lokalnych linków w swoich artykułach, a wiele firm może wykorzystywać lokalne linki na swoich blogach

Oprócz pomocy w nawigacji, linki lokalne są również ważnymi technikami wspomagającymi SEO.

Budowanie linków wewnętrznych z treścią witryny jest kluczowym narzędziem, które pomaga Google w indeksowaniu witryny.

Japan, South Korea and Australia have all fallen far behind the vaccination timelines they laid out months ago.

Some wards in Tokyo began administering shots to those over 65 just this past week. In South Korea, where the authorities initially said they would be able to vaccinate about one million people a day, they have averaged closer to 27,000 in the first three months vaccinating. This month, Australian health officials [dropped a goal of vaccinating the country's entire population](#) by the end of the year.

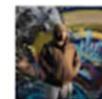
In Australia and Japan, the authorities have blamed supply problems from Europe for the slow rollout. Australia has said the European Union failed to deliver 3.1 million doses of the AstraZeneca vaccine. A spokesman for the European Commission [said that](#) only 250,000 doses had been withheld from Australia by Italy in March, but officials in Australia say the reality is that the rest of the doses, blocked or not, simply have not arrived.

Australia has faced further complications as it has advised against giving the AstraZeneca vaccine to people under 50 after reports of [very rare blood clots](#).

Editors' Picks



Nothing Could Make Her Body Stop Itching. Would It Ever End?



The Carpenter Who Built Tiny Homes for Toronto's Homeless



'Minari' Haunted Me by What It Left Out



Porównanie systemów nawigacji

Nawigacja poprzez treść

Zalety:

- 💡 Brak problemów z niezauważaniem hiperłączy. Taka nawigacja jest najbardziej wygodna i naturalna dla użytkowników. Nie budzi zniecierpliwienia, bo nawigowanie jest traktowane jako przeglądanie treści.
- 💡 Cały obszar strony przeznaczony jest na treść i nawigowanie zarazem.

Wady:

- 💡 Brak możliwości szybkiego powrotu do każdego poziomu struktury przez menu. Powrót TYLKO przez przycisk *Wstecz* przeglądarki internetowej lub linki typu „powrót”.
- 💡 Brak możliwości dokładnego zaznaczenia w menu aktualnej pozycji użytkownika w strukturze serwisu.

Kiedy stosować?

- 💡 Nawigacja przez treść sprawdza się doskonale w przypadku portali, w których struktura opiera się na hiperłączach zagnieżdżonych w tytuły aktualnych artykułów i w których często dokonuje się aktualizacji treści (starsze treści zepchnięte na dalsze pozycje stają się trudniej dostępne).
- 💡 Dobra również w przypadku serwisów o skomplikowanej i głębokiej strukturze, pozwala bowiem uniknąć budowania złożonych drzewiastych podmenu zaśmiecających interfejs. W takim przypadku nie należy jednak całkowicie rezygnować z tradycyjnego menu, przy najmniej na najwyższym poziomie, i stosować menu kontekstowe (przydatne szczególnie dla użytkowników, którzy trafią na jakąś podstronę serwisu bezpośrednio z wyszukiwarki Google).

A Chmura tagów – przykład mechanizmu już niestosowanego

Chmurę tagów porzucona głównie ze względu na chaos jaki wprowadzała



2.0 404 archives author Blank categories change Comments cus
database design email error feed gallery Help htaccess ht
index installation layout list loop multiple MySQL pages pa
plugin plugins posts problem RSS server tag tags templates
Themes upgrade url user widgets

Accessibility AJAX Anpassung Apple
Argumente Barrierefreiheit Bloggen
Blogging Browser Buch CMS cne CSS
CSSReboot Design Diskussion Diverses
Download Book Einnahmen Email
Extension Familie FAQ Farbe Feed Feeds
Fehler Firefox Fonts Fun Galerien Google
Hardware HTML Icons IE IE7 Inspiration
Inspoiration Internet Internet Explorer
JavaScript Job Kalkulation Kommunikation
Konferenz Kosten Kultur Kunden Layout
Leseprobe Links Linksammlung Logo

accessories apparel art
arts audio australia baby
bags beauty books
business california
canada car casual cheap
children clothes
clothing community
companies computer
computers
computersandinternet
consumerelectronics

Przykład rozwoju nawigacji



Amazon.com: historia pewnego menu

1998

The image displays three versions of the Amazon.com homepage from 1998, illustrating the evolution of the website's navigation and design.

Version 1 (Top): The header features the "amazon.com" logo in a black sans-serif font. Below it is a horizontal menu bar with several categories: "Books" (highlighted in green), "Music", "Video", "Gifts", and "Kids". To the right of the menu are links for "Your Account" and "Help". Above the menu, a yellow banner reads "Get what you want. 3 million titles. Save up to 40%." Below the menu, there are links for "Book Search", "Browse Subjects", "Bestsellers", "Featured in the Media", "Award Winners", "Gift Center", "Kids", and "Recommendations". A "Cart" icon is on the left, and the date "Tuesday, August 11, 1998" is on the right.

Version 2 (Middle): The header features the "amazon.com" logo in a black sans-serif font. Below it is a horizontal menu bar with categories: "BOOKS" (highlighted in green), "MUSIC", "VIDEO", and "GIFTS". To the right of the menu are links for "YOUR ACCOUNT" and "HELP". Above the menu, a yellow banner reads "Get what you want. 3 million titles. Save up to 40%." Below the menu, there are links for "BOOK SEARCH", "BROWSE SUBJECTS", "BESTSELLERS", "FEATURED IN THE MEDIA", "AWARD WINNERS", "COMPUTERS & INTERNET", "KIDS", and "RECOMMENDATION CENTER". A "Search" field with "Books" selected and a "Go!" button are on the left, and a "Browse" field with "Literature & Fiction" selected and a "Go!" button are on the right.

Version 3 (Bottom): The header features the "amazon.com" logo in a black sans-serif font. Below it is a horizontal menu bar with categories: "SEARCH VIDEO", "BROWSE GENRES", "TOP SELLERS", "NEW & FUTURE RELEASES", "DVD", "KIDS & FAMILY", and "AWARDS & RECOMMENDATIONS". To the right of the menu are links for "YOUR ACCOUNT" and "HELP". The overall design is more minimalist compared to the previous versions.



Amazon.com: historia pewnego menu

1999-2000

The image displays three versions of the Amazon.com homepage from 1999-2000, illustrating the evolution of the website's navigation.

Version 1 (Top): This version features a horizontal navigation bar at the top with categories: BOOKS, MUSIC, VIDEO, GIFTS, e-CARDS, AUCTIONS, HELP, YOUR ACCOUNT, and links for BOOK SEARCH, BROWSE SUBJECTS, BESTSELLERS, FEATURED IN THE MEDIA, AWARD WINNERS, COMPUTERS & INTERNET, KIDS, and BUSINESS & INVESTING. Below this is a search bar with "Search: Books" and a "Go!" button, followed by a browse dropdown for "Literature & Fiction" with its own "Go!" button.

Version 2 (Middle): This version shows a more complex navigation structure. It includes a "SELL ITEMS" button above the main menu. The main menu categories are WELCOME, BOOKS, MUSIC, VIDEO, TOYS & GAMES, ELECTRONICS, e-CARDS, AUCTIONS, zSHOPS, HOW TO ORDER, GIFT SERVICES, OUR GUARANTEE, SITE GUIDE, and COMMUNITY. Below this is another horizontal menu with categories: AUCTIONS, ART & COLLECTIBLES, zSHOPS, TOOLS & HARDWARE, LAWN & PATIO, BOOKS, MUSIC, DVD & VIDEO, ELECTRONICS, SOFTWARE, TOYS & VIDEO GAMES, GIFT IDEAS, DEALS OF THE DAY, COMMUNITY, and FREE E-CARDS. A yellow banner at the bottom reads: "Hello, We have recommendations for you in Books, Music, and more."

Version 3 (Bottom): This version has a simplified navigation bar. The main menu categories are WELCOME, BOOKS, MUSIC, VIDEO, ELECTRONICS, SOFTWARE, TOYS & VIDEO GAMES, HEALTH & BEAUTY, and FRIENDS & FAVORITES. Below this is a secondary horizontal menu with categories: AUCTIONS, ART & COLLECTIBLES, zSHOPS, KITCHEN, LAWN & PATIO, TOOLS & HARDWARE, BOOKS, MUSIC, DVD, VIDEO, TOP SELLERS, and FREE E-CARDS. The "WELCOME" link is highlighted in blue.



Amazon.com: historia pewnego menu

Do czego to prowadziło?





Amazon.com: historia pewnego menu

2003-2004

The screenshot shows the top navigation bar of the Amazon.com website. It features the "amazon.com" logo with a yellow arrow. To the right is a search bar with the placeholder "Search: snow screen" and a "GO!" button. Below the search bar is a link to "search of the day: snow screen". On the far right are links for "HELP | YOUR ACCOUNT" and a user greeting "Hello, LukeW". A banner below the search bar promotes "Auctions: First-Edition Books, Used CDs, Rare Videos, Pokémons, Comics".

This screenshot shows the Amazon.com homepage from 2004. The layout is similar to the 2003 version, with the "amazon.com" logo and search bar at the top. The user greeting "Hello, LukeW" is present. A banner below the search bar promotes "TODAY'S FEATURED STORES" with categories like Books, Electronics, Software, Music, and Health & Beauty.

The screenshot from 2005 shows a more prominent red "WELCOME" button. The top navigation bar includes "VIEW CART", "WISH LIST", "YOUR ACCOUNT", and "HELP". A banner below the search bar promotes "TODAY'S FEATURED STORES" with categories like Books, Toys & Games, Electronics, Kitchen & Household, and Video. A yellow bar at the bottom encourages users to "Hello. Sign in to get recommendations."

The screenshot from 2006 shows a more complex navigation bar. It includes a "LUKE'S STORE" button, a "SEE MORE STORES" button, and several other menu items like "BOOKS", "ELECTRONICS", "DVD", "MUSIC", "VIDEO", "TRAVEL", and "YOUR RECOMMENDATIONS". A blue banner at the bottom features links for "YOUR FAVORITE STORES", "NEW FOR YOU", "THE PAGE YOU MADE", and "FRIENDS & FAVORITES".



Amazon.com: historia pewnego menu

2005-2007

The image displays four versions of the Amazon.com homepage from 2005 to 2007, illustrating the changes in the navigation bar over time.

- Version 1 (Top):** Shows a standard navigation bar with links for International, New Releases, Top Sellers, Today's Deals, and Sell Your Stuff. The "All Categories" link is highlighted in yellow.
- Version 2 (Middle):** Shows a more detailed navigation bar for DVDs, including Advanced Search, Browse Genres, Top Sellers, New & Future Releases, DVD Essentials, Movie Showtimes, Today's Deals, and Used DVDs. The "DVD" link is highlighted in yellow, and the "All Categories" link is also highlighted in yellow.
- Version 3 (Bottom Left):** Shows a general navigation bar with a "Search All Products" field, a "Browse Books" button, and a "See All 31 Product Categories" link. The "See All 31 Product Categories" link is highlighted in yellow.
- Version 4 (Bottom Right):** Shows a navigation bar specifically for Camera & Photo products, with links for Browse Brands & Products, Top Sellers, Photo Processing, Digital Cameras, Camcorders, Accessories, Today's Deals, Outlet, Used & Refurbished, and Advanced Search. The "See All 31 Product Categories" link is highlighted in yellow.



Amazon.com: historia pewnego menu

I przychodzi rok 2007, w którym Amazon rezygnuje ze swojego znaku rozpoznawczego - z zakładek na korzyść menu bocznego.

The screenshot shows the Amazon.com homepage from 2007. At the top, there's a navigation bar with links for "Hello, Sign in to get personalized recommendations" and "New customer? Start here". Below that is a banner reading "We've been restyling. Come take a look." The main search bar contains "Amazon.com". To the right of the search bar are links for "Your Account | Help", "Your Lists" (with a count of 60), and a "Cart". On the left, a vertical sidebar titled "Shop All Departments" lists categories like Books, Movies, Music & Games, Digital Downloads, Electronics & Computers, Home & Garden, Food & Grocery, Toys, Kids & Baby, Apparel, Shoes & Jewelry, Health & Beauty, Sports & Outdoors, and Tools, Auto & Industrial. Below this sidebar, there's a section for "Spectacular Textbook Savings". In the center, there's a promotional banner for "New At Amazon Unbox: Download NBC Hits, Just \$1.99" featuring thumbnails for "30 ROCK", "the office", and "ER". To the right, there's a "Amazon Daily BLOG" section with a thumbnail for "30 Rock" and a link to "Read more". Further down, there's a section for "Our Best MP3 Players" with a thumbnail for an iPod and a link to "Check out the most popular MP3 players on Amazon.com, including all iPods, Zunes, SanDisk, and more.". At the bottom right, there's an "ADVERTISEMENT" section with a woman's face and the text "We've got your education expenses".



Amazon.com: historia pewnego menu

Obecnie Amazon nadal korzysta z menu bocznego, z tym że zostało ono rozbudowane i ukryte pod przyciskiem typu hamburger

The screenshot shows the Amazon.pl website interface. At the top, there's a dark header bar with the Amazon logo, a search bar, and various navigation links like 'Dział Obsługi Klienta', 'Prime', 'Bestsellery', 'Okazje', 'Kup ponownie', and 'Mój Amazon'. On the far right, there are account details for 'Cześć Artur' and a shopping cart icon. Below the header, a large banner for 'Bestsellery internetu' is displayed, followed by sections for 'Spraw radość Mamie' (with a Ninja blender and a can of Matcha), 'Prasowanie i generatory pary' (with steam irons), and 'Obuwie' (with various shoe images). On the left side, a dark sidebar titled 'Cześć, Artur' is open, showing a list of categories under 'Przeglądaj według kategorii'. A blue arrow points from the top-left towards this sidebar.

Cześć, Artur

Przeglądaj według kategorii

- > Echo i Alexa
- > Fire TV
- > Amazon Luna – Gry w chmurze
- > Czytniki i e-booki Kindle
- > Książki
- > Elektronika, komputery i biuro
- > Dom i ogród
- > Dziecko, zabawki i gry
- > Artykuły spożywcze
- > Uroda, zdrowie i gospodarstwo domowe
- > Odzież, obuwie i akcesoria
- > Sport i turystyka

amazon.pl prime Odbiorca: Artur 26600 Radom Wszystkie kategorie Szukaj na Amazon.pl Menu Dział Obsługi Klienta Prime Bestsellery Okazje Kup ponownie Mój Amazon Cześć Artur Konto i listy Zwroty i zamówienia Koszyk Spraw radość Mamie Bestsellery internetu Odkryj produkty popularne w social mediach

Karty podarunkowe Pokaż więcej

Strona 1 z 7

#2

#3

Elektroniczna karta podarunkowa Amazon (natychmiastowa dostawa w wiadomości e-mail)

★★★★★ 81

25,00 zł

Generatory pary Źelazka parowe

Podrózne generatory pary Parownice do ubrań

Obuwie

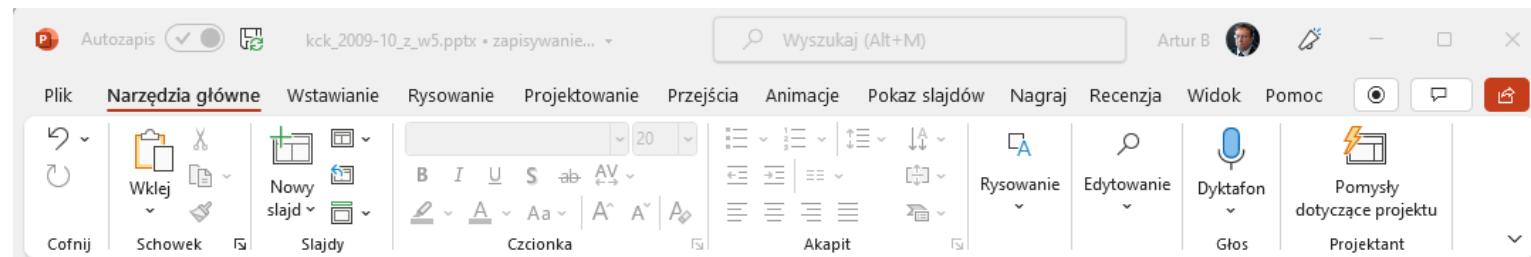
Damskie Męskie

Dziecięce Chłopięce



Amazon.com: historia pewnego menu

Podczas gdy menu zakładkowe okazało się tak pojemne informacyjnie, że doprowadziło do powstania tzw. **menu wstążkowego** i wkroczyło do oprogramowania desktop



Źródło: <http://ui.blox.pl/2007/12/Amazoncom-historia-pewnego-menu.html>

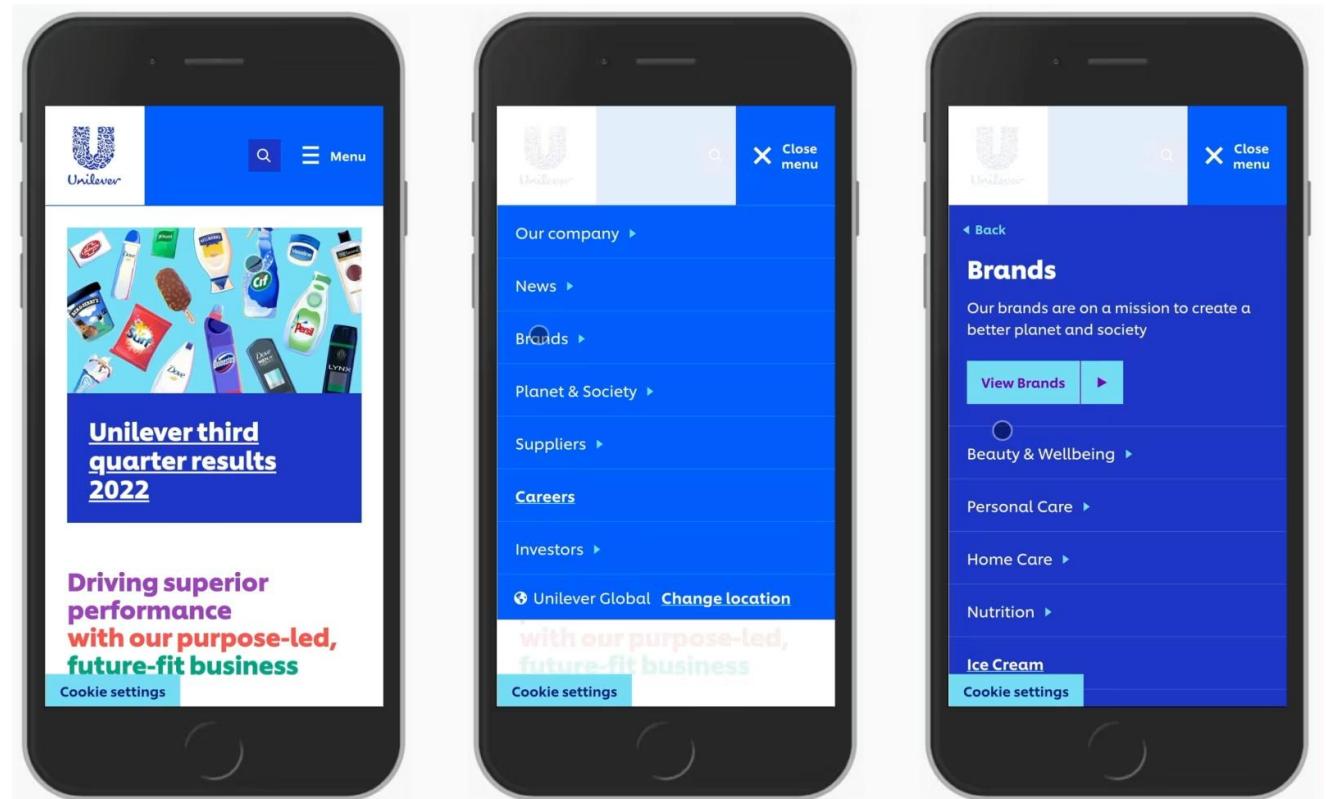
Wzorce projektowe dla menu mobilnego



Wzorce projektowe dla menu mobilnego

Menu wysuwane, w których elementy nawigacji przesuwają się poziomo i prezentują użytkownikom kompleksowe menu wszystkich opcji dostępnych na tym poziomie.

Wysuwane menu nie działają
zbyt dobrze



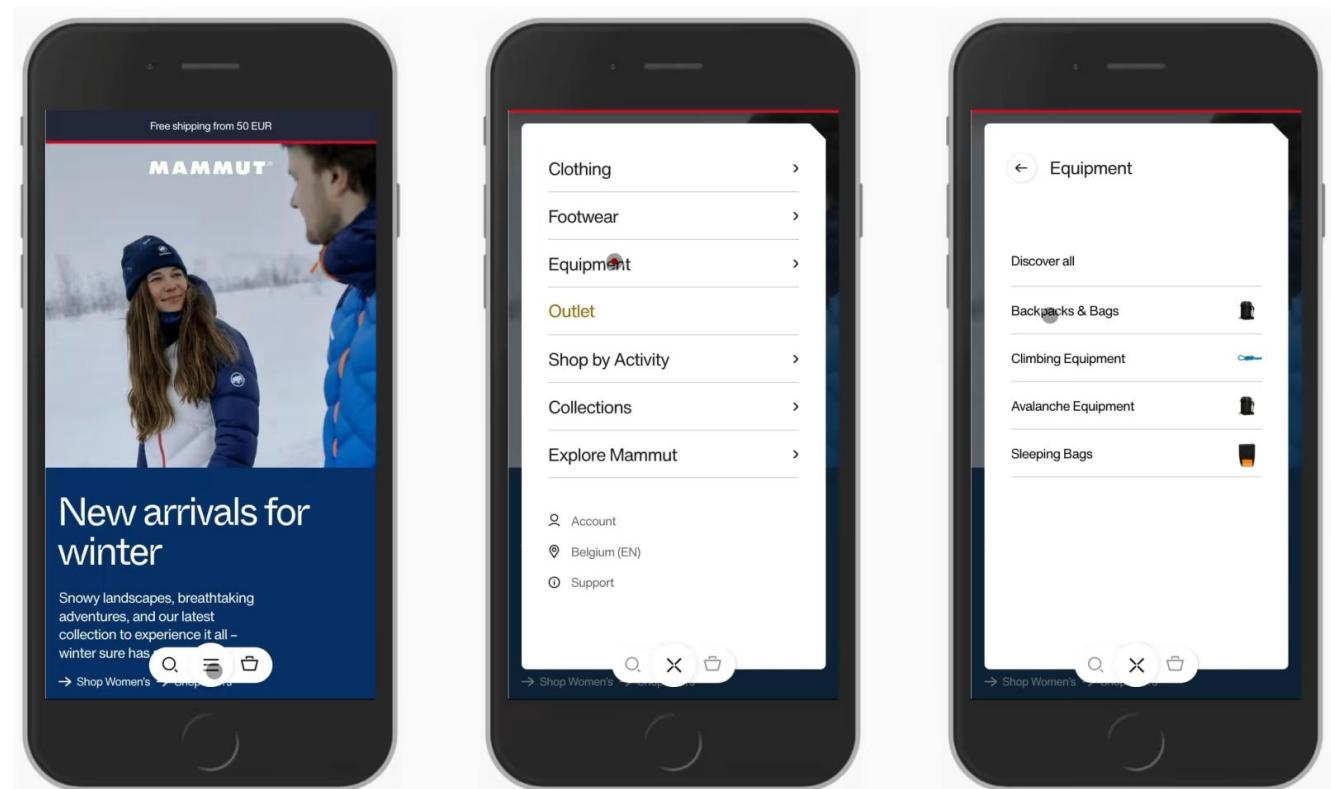


Wzorce projektowe dla menu mobilnego

Wzorzec „akordeon”

Akordeony działają bardzo dobrze na wielu poziomach nawigacji i zwykle są lepsze niż wysuwane menu. Ponieważ jednak otwieramy i zwijamy menu, musimy je również wskazać ikoną.

Często powoduje to, że zbyt wiele znaków przyciąga uwagę użytkownika w zbyt wielu kierunkach.



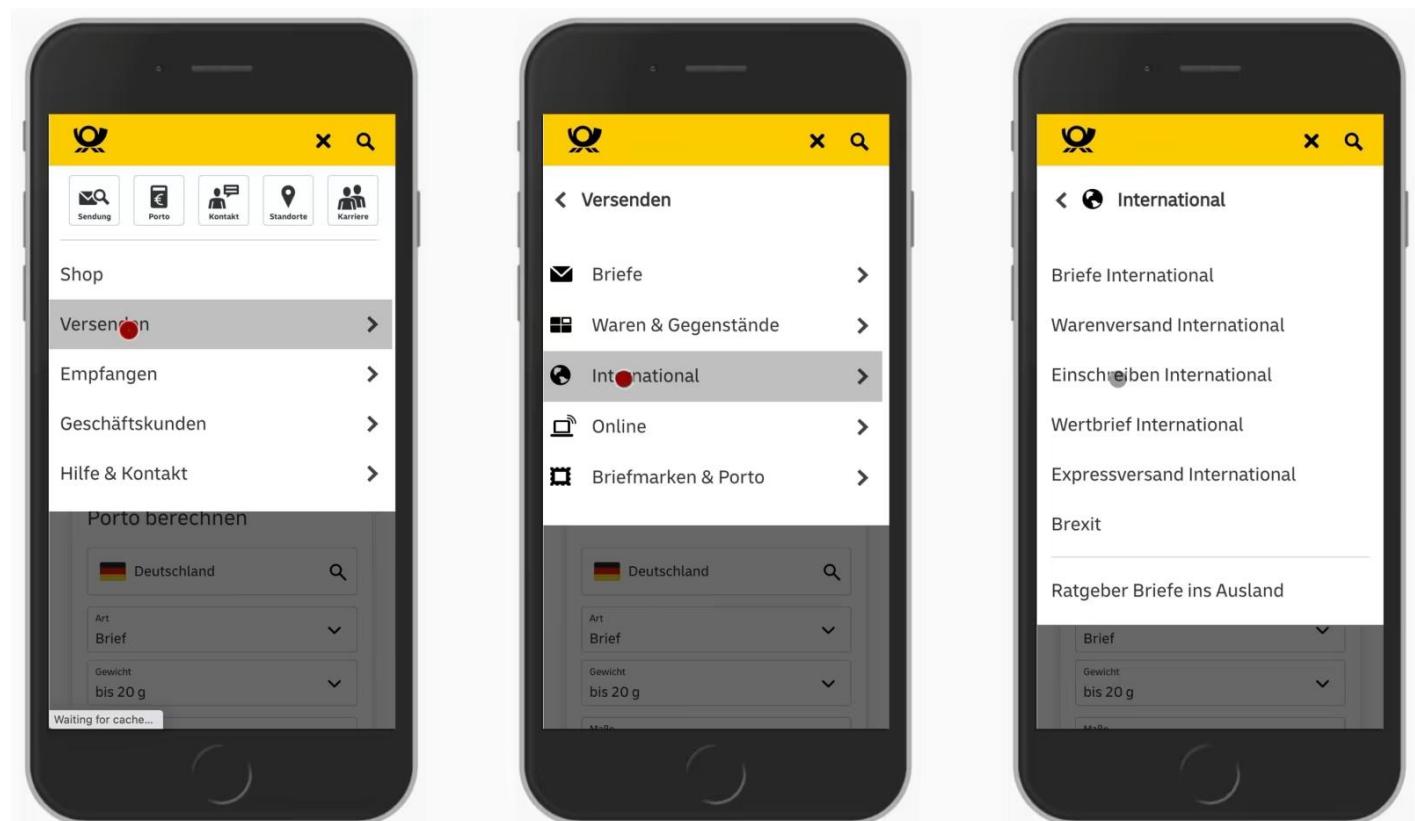


Wzorce projektowe dla menu mobilnego

Stos nawigacyjny

Przenosząc użytkowników z jednego poziomu na drugi, musimy również zapewnić im sposób na powrót. Ale zamiast po prostu wyświetlać przycisk "Wstecz", możemy ułożyć wszystkie poprzednie sekcje jak ścieżkę powrotu za sobą i otrzymujemy stos nawigacyjny.

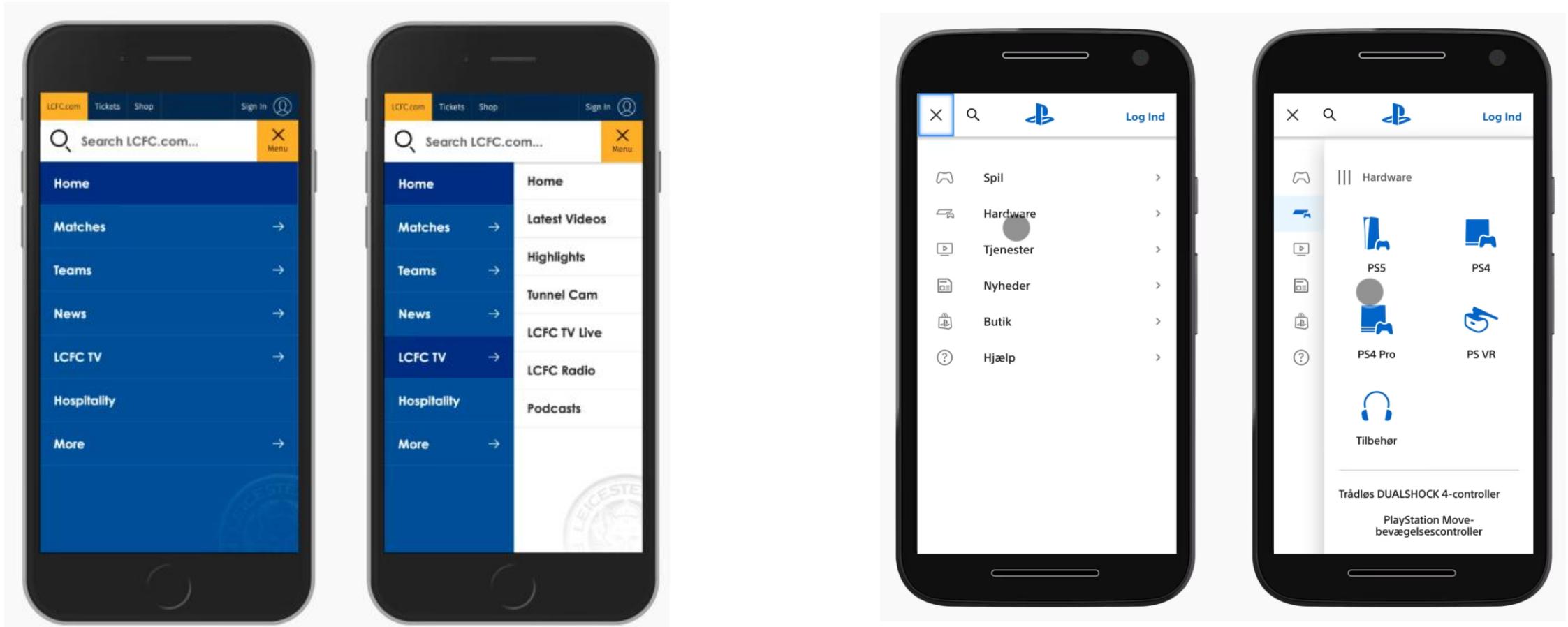
Stos nawigacyjny działa dla szybkich skoków





Wzorce projektowe dla menu mobilnego

Wzorzec kurtyna, Nie powinno być wielkim odkryciem, że szybkość nawigacji osiąga maksimum, gdy od razu wyświetlamy opcje nawigacji. Dlatego widzimy duże przyciski pojawiające się jako duże klikalne karty, filtry i dolne arkusze.



Porady



Nawigacja — strzeż się mody

Nawigacja to droga do celu, jej jedyną funkcją jest dać szybko ludziom to, czego szukają. Im bardziej będzie efektywna, tym większe prawdopodobieństwo, że użytkownicy pozostaną zainteresowani stroną.

J. Nielsen radzi:

„Należy unikać miłych i wymyślnych systemów nawigacji. Ludzie nimi gardzą. Warto więc oszczędzać kreatywność i wykorzystywać ją w miejscach, na których użytkownikom naprawdę zależy”



7 dobrych praktyk menu na stronie WWW

1. Nazwy zakładek powinny być proste i...sugerujące

Jest kilka takich zakładek, których nazwy utrwaliły się już w umysłach odbiorców i próba ich zmiany może wywołać małe zamieszanie – mowa tu o polu kontakt czy oferta. Spotyka się różne odmiany tych zwrotów, ale w większości jednak większość twórców trzyma się klasycznych.

2. Menu powinno być PROSTE

Duża liczba zakładek wcale nie sprawi, że strona odbierana będzie jako pojemna w informacje i bardziej profesjonalna. Przy dużym wyborze opcji w menu może to wywołać efekt zupełnie odwrotny – osoba może wyjść ze strony. Dlaczego? Dlatego, że nie będzie jej się chciało szukać tego, po co przyszła w gąszczu informacji. W menu warto umieszczać to, co ważne. Liczy się prostota i intuicyjność.

3. Odnośniki w menu powinny mieć pewną kolejność

Przyjęło się na przykład, że zakładka z linkiem do strony głównej jest na początku, a ta, linkująca do kontaktu na końcu – są to przyjęte już schematy. Ile razy jednak było tak, że poruszając się po stronach WWW szukaliśmy kontaktu właśnie na samym końcu menu? Niech te najważniejsze zakładki będą w przeznaczonych do tego miejscach, dzięki temu strona będzie intuicyjna w nawigacji.



7 dobrych praktyk menu na stronie WWW

4. Klikalny logotyp

Jesteśmy przyczajeni do tego, że logo przenosi nas do strony głównej i jest klikalne. Warto nałożyć na nie odnośnik, by dzięki kliknięciu na nie dana osoba mogła bez problemu wrócić do strony głównej. W takim przypadku możemy zrezygnować z dodatkowej zakładki do strony głównej w menu.

5. Menu pod mobile

Tak samo jak w przypadku strony WWW, tak warto pamiętać o tym, by sprawdzić czy menu dobrze wyświetla się na urządzeniach mobilnych. W końcu większość ruchu pochodzi obecnie z mobile. Jeśli strona nie będzie czytelna możemy stracić zainteresowanie naprawdę sporej grupy odbiorców.

6. Zwróć uwagę na pole marginesów obszarów klikalnych

Dzięki takiemu ustawieniu użytkownik nie będzie zmuszony precyzyjnie trafić w nazwę. Jest to drobne ułatwienie z perspektywy osoby tworzącej stronę, a spory ukłon w stronę odbiorcy.

7. Myśl jak użytkownik

I ostatnie – najważniejsze – warto myśleć jak użytkownik – wyzbyć się swojej wizji i oczekiwania – osoba tworząca stronę zna ją na wylot, ale czy każdy użytkownik również?



Nawigacja - czy mogę tu kliknąć?

Kiedy ludzie nie wiedzą, które elementy można kliknąć, muszą wykonywać więcej pracy i zgadywać. Łatwo mogą pominąć to, czego szukają, porzucić stronę przedwcześnie lub założyć, że odkryli już wszystkie opcje, gdy w rzeczywistości tak nie jest.



*Należy upewnić się, że każda osoba jest w stanie łatwo określić, **które elementy można kliknąć, a których nie**. Nie wolno zmuszać ich do tego, by musieli kliknąć każdy element na ekranie, by sprawdzić, które z nich są odnośnikami.*



Źródła:

W prezentacji wykorzystano fragmenty książek:

- Steve Krug, ***Nie każ mi myśleć. O życiowym podejściu do projektowania stron internetowych. Wydanie II***, Helion, Gliwice 2006.
- Jakob Nielsen, Hoa Loranger, ***Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych***, Helion, Gliwice 2007.
- Jakob Nielsen, Marie Tahir, ***Funkcjonalność stron www. 50 witryn bez sekretów***, Helion, Gliwice 2006.
- Marek Kaspreski, **Paper Prototyping**, <http://ui.blox.pl/html>
- <https://www.uxpin.com/studio/blog/navigation-ui/>
- [Website Navigation Design: Everything You Need to Know](#)
- [Projektowanie nawigacji dla urządzeń mobilnych: wzorce projektowe i najlepsze praktyki — Smashing Magazine](#)

Dziękuję za uwagę

