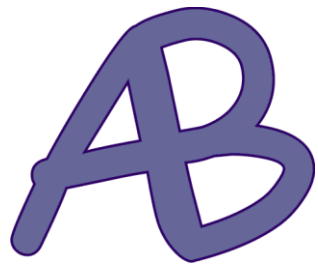
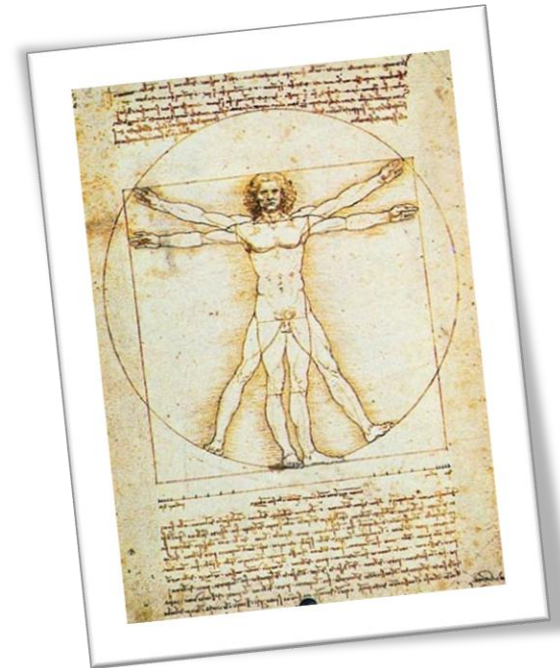


## Wykład



## „Szary człowiek” w Internecie





## ○ kim mówimy?

---

Mówimy o ludziach którzy w Internecie:

- chcą znaleźć informacje na konkretny temat,
- chcą coś kupić,
- chcą coś sprzedać,
- chcą skorzystać z internetowej obsługi banków firm itp.
- chcą załatwić jakieś sprawy urzędowe,
- Ogólnie – chcą w Internecie znaleźć coś konkretnego a nie tylko spędzić czas.

Nie mówimy o ludziach którzy:

- korzystają z serwisów społecznościowych i im pokrewnych;
- korzystają z gier typu MUD;
- itd. itp.
- Ogólnie – chcą spędzić w Sieci trochę czasu.

## Na marginesie....



Uwaga na statystykę, to trudne w użyciu narzędzie.

Dane tu przedstawiane mogą wydawać się Wam nonsensowne, gdyż Wy nie do końca należycie do populacji którą one opisują.

Nie wykonuje się badań dotyczących zastosowania TI w życiu codziennym wśród informatyków, tak jak nie robi się badań na temat świadomości zagrożeń pożarowych wśród strażaków.



Teza:

Psy i ich właściciele mają po 3 nogi



Dowód statystyczny:  
policz nogi na rysunku i podziel  
przez liczbę postaci



## Znane jest dobre!

### Statystyka:

Z testów przeprowadzonych przez Nielsen Norman Group:  
*„Powiedzieliśmy użytkownikom biorącym udział w naszym teście, aby odwiedzili określoną stronę\* i w **66%** przypadków to zadanie zostało wykonane poprawnie. Oczywiście, **34%** przypadków zakończyło się niepowodzeniem.”*

*\* uczestnikom nie podano adresu lecz informacje o stronie*

Dlaczego ludzie używają sieci, skoro raz na trzy przypadki ich starania kończą się porażką?

Ponieważ w rzeczywistości odsetek ten jest dużo mniejszy. Te porażki mają miejsce, kiedy ludzie szukają nowych stron, ale większość osób spędza wiele swojego czasu na stronach, które były dla nich użyteczne w przeszłości.

**Wniosek:** strona która została raz odnaleziona i uznana za dobrą (funkcjonalną) nie musi obawiać się konkurencji.

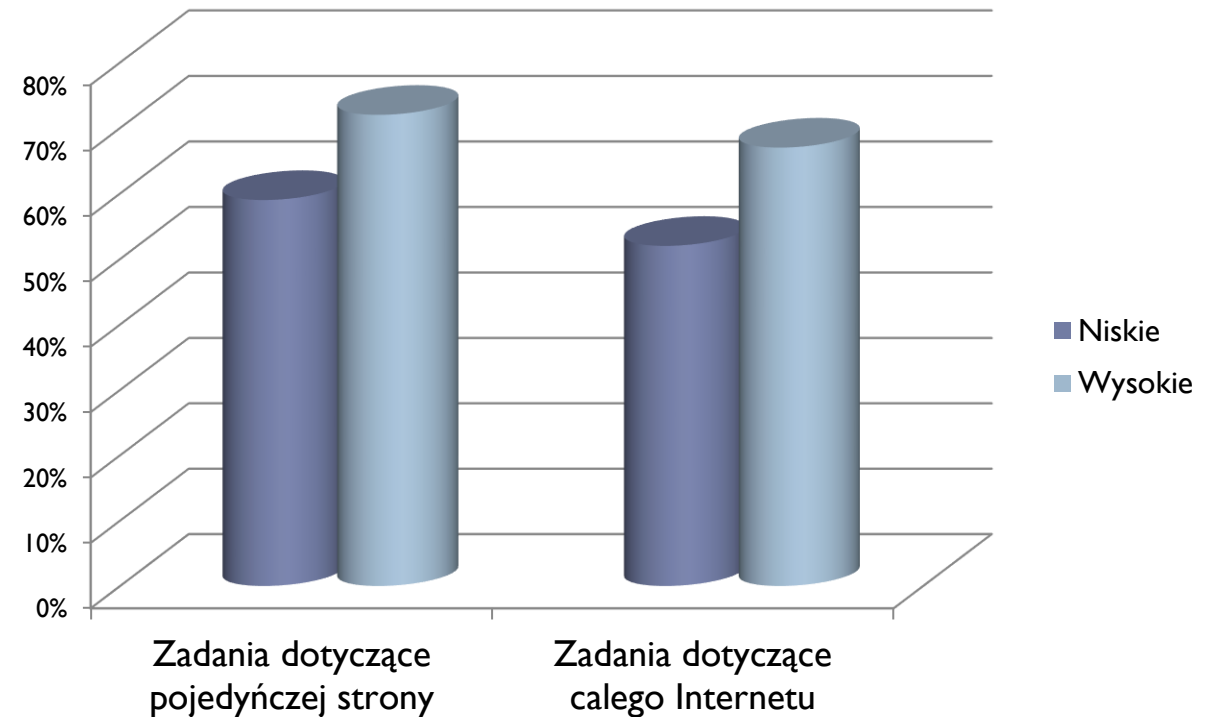
## Doświadczenie użytkownika a skuteczność wyszukiwania informacji w Sieci

Rodzaj zadań: „wyszukaj informację o towarze”, „dokonaj zakupu” „dokonaj rezerwacji”, „skontaktuj się z działem obsługi” itp.

Większość prezentowanych tu danych statystycznych pochodzi z badań przeprowadzonych przez dr Jakoba Nielsena i firmę „Nielsen Norman Group”, zamieszczonych w książkach:

Jakob Nielsen, Hoa Loranger: Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych;

Jakob Nielsen Marie Tahir: Funkcjonalność stron WWW



## Wyszukiwarki internetowe

### Statystyka:

Użytkownicy korzystający z Sieci celu poszukiwania rozwiązań, w **88%** przypadków udają się na strony wyszukiwarek internetowych. Jedynie w **12%** przypadków wchodzą bezpośrednio na stronę, na której mają nadzieję znaleźć rozwiązanie problemu.

Coraz częściej doświadczony użytkownik Internetu tak naprawdę „zagląda” na strony internetowe, a nie rzeczywiście je „odwiedza”. Używając wyszukiwarek jako swojego interfejsu, ludzie często pobierają ze stron związane z zadaniem zapytaniem fragmenty informacji bez odwiedzania samych stron.



## Wyszukiwarki internetowe

### Ciekawostka:

Takie podejście do Internetu nie pojawiło się dziś.

Strony internetowe nie były niczym konkretnym aż do roku 1993. Wczesne wersje sieci w roku 1991 i 1992 były dokładnie tym — siecią informacji, w której fundamentalną jednostką był artykuł, a nie serwer udostępniający konkretną witrynę.

Tak więc ten nowy typ zachowania jest powrotem do pierwotnej wizji rozwoju Internetu.





## W Internecie zaczyna brakować.... czasu

Im łatwiej jest namierzyć nowe źródła, tym mniej czasu użytkownicy spędzają przy każdym źródle.

Poprawa jakości wyszukiwarek kieruje trend wyszukiwania ku odpowiadaniu na pytania.

Stałe połączenia z Internetem również przynoszą podobny efekt, gdyż zachęcają do krótszych sesji i wyłapywania fragmentów informacji.

Co więcej, niezwykle słabe wsparcie przeglądarek w zakresie obsługi zakładek („ulubionych”) doprowadziło do tego, że użytkownicy stracili zainteresowanie budowaniem listy ulubionych stron.



## W Internecie zaczyna brakować.... czasu

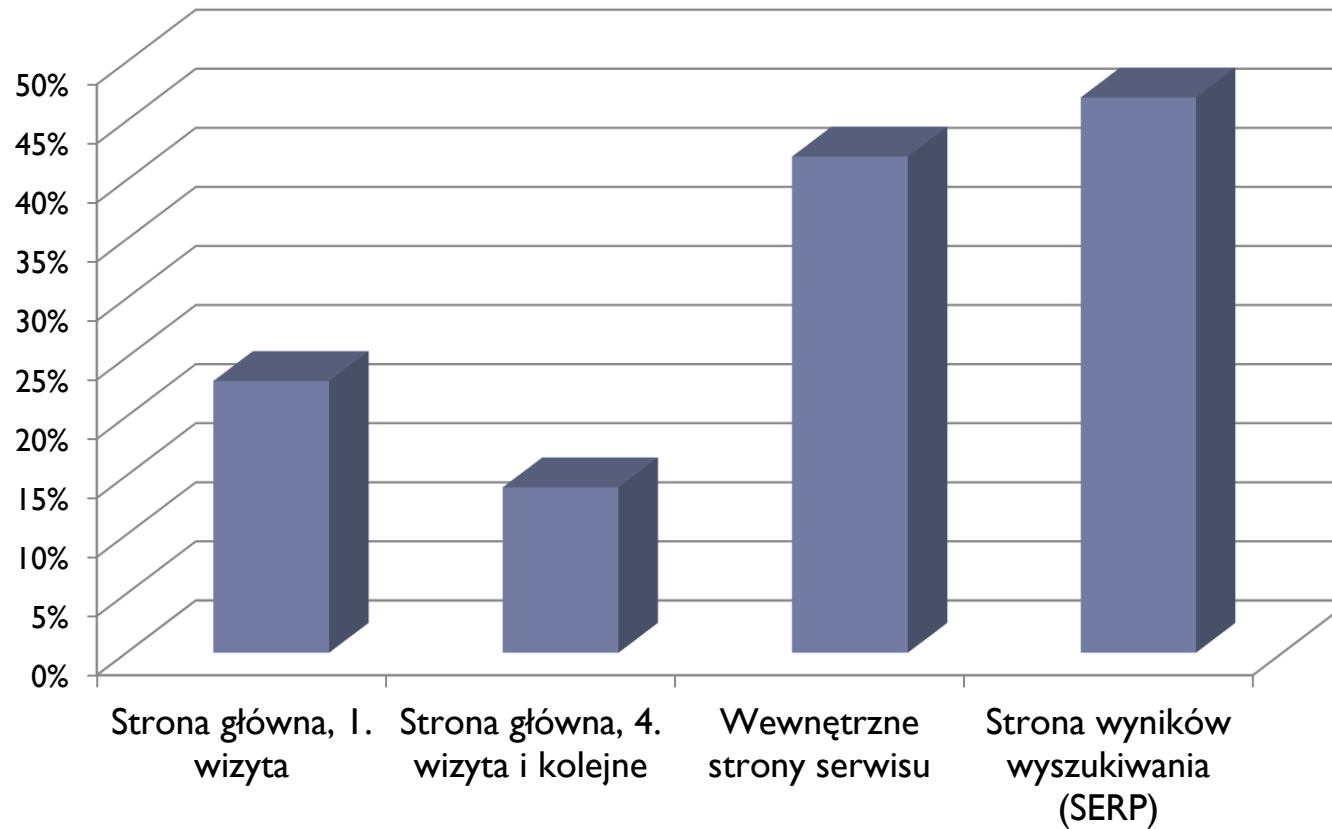
Szukając informacji czy też towarów statystyczny użytkownik Internetu spędza:

- ✓ 35 sekund na stronie głównej;
- ✓ 1 minutę i 49 sekund w witrynie (zanim zdecyduje się ją opuścić i kontynuować poszukiwania);
- ✓ 3 minuty 49 sekund na ostatniej stronie, (na której znajduje się to czego szuka)



## W Internecie zaczyna brakować... czasu

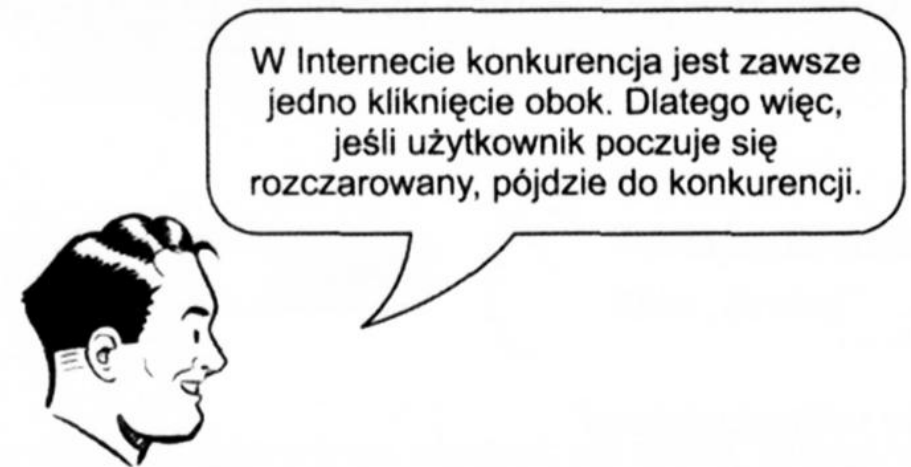
### Urzytkownicy którzy przewijali stronę



## Wyszukiwarki internetowe

Świadectwem rozrostu sieci jest to, że użytkownicy przeglądają ją jako zintegrowaną całość.

- Ludzie, którzy używają wyszukiwarek do wydobywania z Internetu stron związanych z określonymi potrzebami i nie dbają o to, które witryny je dostarczają.
- Zadaniem wyszukiwarek nie jest już odkrywanie źródeł (znajdowanie stron), a odpowiadanie na pytania.
- To dobra wiadomość zarówno dla wyszukiwarek, jak i użytkowników, ale nie dla serwisów internetowych.





## Czy strona główna jest najważniejsza?

---

Użytkownicy odwiedzają najpierw stronę główną w ok. 40% przypadków.

- ✓ Biorąc pod uwagę, że większość witryn składa się z setek (jeżeli nie tysięcy) stron, oznacza to, że strony startowe mają nieproporcjonalnie więcej odwiedzin.
- ✓ Co więcej, użytkownicy często przełączają się na stronę startową, aby zobaczyć, jaka jest ogólna koncepcja witryny, nawet jeśli rozpoczęli pracę na jednej z podstron.



## Czy strona główna jest najważniejsza?

---

Mimo niezwyklej wagi strony głównej, to aż 60% pierwszych odwiedzin serwisu przypada jego stronom wewnętrznym.

- ✓ Niektóre witryny są tak zaprojektowane, że wymuszają na użytkownikach odwiedzenie strony głównej, ale przez to nastawia się oni bardzo negatywnie do głęboko zakorzonego elementu strony — głębokiego odnośnika.
- ✓ Głębokie odnośniki zwiększają funkcjonalność ze względu na to, że jest większe prawdopodobieństwo, iż spełnią oczekiwania użytkowników.
- ✓ Odnośniki ogólne, takie jak te do stron głównych firm, są mniej użyteczne niż te, które przenoszą użytkowników do określonego produktu lub artykułu.

## Czy strona główna jest najważniejsza?

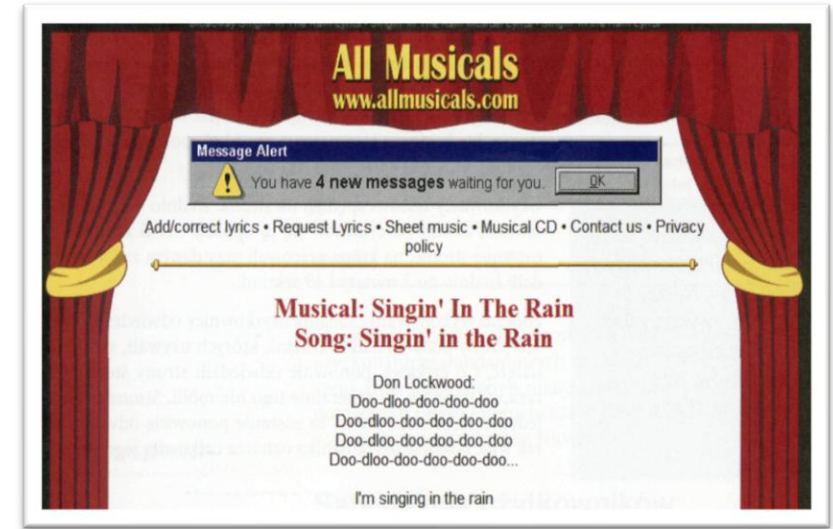
Przykład strony głównej, która nie spełnia swoich zadań.

Założmy, że użytkownik szuka słów piosenki i dzięki wyszukiwarce znalazł je na stronie powyżej.

Strona nie zachęca do żadnej aktywności, kiedy już przeczytamy słowa piosenki.

### Popełnione błędy:

- Nazwa strony znajduje się na samej górze, ale prezentowana jest w taki sposób, że wygląda na nagłówek, a nie logotyp.
- Brakuje hasła opisującego przeznaczenie strony internetowej.
- Zauważyć można kilka odnośników, w tym jeden służący do zarabiania poprzez sprzedaż płyt CD, ale nie wyglądają one na takie, w które można kliknąć, gdyż nie są wyróżnione innym kolorem lub podkreśleniem.
- Odnośniki zebrane razem nie wyglądają na menu nawigacyjne, a użytkownicy będą unikać tego obszaru strony ze względu na sąsiedztwo ohydneho banera reklamowego.
- Tytuł musicalu nie jest odnośnikiem, przez co użytkownicy nie mają łatwej możliwości przejścia do listy innych piosenek z tego samego filmu.



W prezentacji wykorzystano fragmenty książek:

1. Jakob Nielsen, Hoa Loranger, Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych, Helion, Gliwice 2007.
2. Steve Krug, Nie każ mi myśleć. O życiowym podejściu do projektowania stron internetowych. Wydanie II, Helion, Gliwice 2006.





### **Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych**

Autor: Jakob Nielsen, Hoa Loranger

Data premiery: 2007

- Stwórz funkcjonalne witryny i zdobądź przewagę w Internecie!
- Uniknij standardowych błędów
- Zrozum potrzeby użytkowników
- Udostępnij przydatne informacje w czytelny sposób



## Funkcjonalność stron www. 50 witryn bez sekretów

Autor: Jakob Nielsen, Marie Tahir

W książce "Funkcjonalność stron www. 50 witryn bez sekretów", znany specjalista w zakresie funkcjonalności aplikacji i witryn WWW -- dr Jacob Nielsen przedstawia zasady projektowania głównych stron serwisów internetowych, które przyciągną użytkowników, sprawią, że będą odwiedzać je regularnie i znajdą na nich informacje, których szukają. Wykorzystując zawarte tu wiadomości odpowiednio skomponujesz układ strony głównej, umieścisz na niej odpowiednie treści i zaprojektujesz logiczne mechanizmy nawigacyjne. Zobaczysz też 50 różnych witryn WWW i dowiesz się, jakie uwagi do ich funkcjonalności ma dr Nielsen.

W książce znajdziesz między innymi:

- Najważniejsze zadania strony głównej
- Sposób przekazywania informacji
- Projektowanie grafiki i elementów interfejsu
- Nawigacja w witrynie
- Zasady doboru czcionek i ich kolorów
- Wybór układu strony



## **Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych. Wydanie II**

Autor: Steve Krug

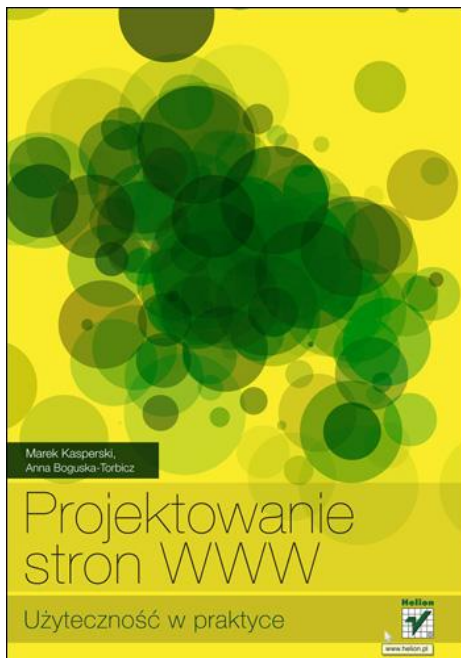
Data premiery: 2006

W kolejnym wydaniu doskonałej książki "Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych" znajdziesz wskazówki, dzięki którym projektowane przez Ciebie witryny WWW będą spełniały podstawowe wymaganie większości użytkowników Internetu - będą przejrzyste, czytelne i łatwe w nawigacji.

Nauczysz się projektować strukturę witryny, opracowywać logiczny schemat nawigacji i przygotowywać elementy graficzne, które będą uatrakcyjnić stronę, a nie odwracać uwagę użytkownika od jej treści. Dowiesz się także, jak stosować kaskadowe arkusze stylów i radzić sobie z często absurdalnymi zachciankami szefów i klientów.

Zawartość książki:

- Specyfika przedstawiania informacji na stronach WWW
- Dzielenie strony na elementy funkcjonalne
- Projektowanie schematów i mechanizmów nawigacyjnych
- Planowanie odpowiedniego układu strony głównej
- Uwzględnianie grupy docelowej przy projektowaniu witryny
- Testowanie funkcjonalności i działania witryn



Z tej książki nauczysz się, jak tworzyć schematy witryn internetowych oraz interfejsów użytkownika tak, aby były zgodne z oczekiwaniami klientów.

Poznasz wiele metod i narzędzi przydanych podczas prototypowania i tworzenia strony.

Zyskasz wiedzę na temat użytkownika, czyli tego, jak ludzie postrzegają świat, jak oddziałują na nich kolory, co przyciąga ich uwagę, jak dobierać elementy graficzne oraz typograficzne i — co najważniejsze — jak to wszystko wykorzystać podczas projektowania, a następnie tworzenia atrakcyjnej strony WWW