

Rapport: Redesign charlotteholm.com

18

Laise Bang Henriksen - <http://laise.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/>
Nanna Funch - <http://nannafunch.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/>
Mikkel Storch - <http://mikkelstorch.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/>
Theis Jensen - <http://supermoodyman.com/kea/03-video/03-redesign/finalsite/>

Brugernavn: kea
Password: kea

1) Beskrivelse af den valgte målgruppe

Vores virksomhed er "Charlotte Holm CPH". Firmaet er et selvstændigt projekt opkaldt efter skaberen selv. Siden 2005 har hun kørt firmaet ved siden af hendes stilling i kirkeministeriet. Hun er ikke uddannet inden for smykkedesign, men har alligevel formået at opsætte en solid forretning. Hun udvikler sine egne designs og sammensætter selv hendes produkter, mens alle hendes materialer, såsom kæder, jade, sten, kugler, osv, er skaffet fra en anden forhandler. I vores research-forløb til virksomheds-videoen lærte vi, at hun ønsker at appellere til det tyske marked, eftersom det er bredere og mere indtjenings-dygtigt end det danske. Derudover er der en anden favorisering af skandinavisk design blandt tyskere end danskere. Hendes inspirationskilder er rejser og elementer i moden. På hendes hjemmeside nævner hun også naturen som værende en inspirationskilde, eftersom det tiltaler det tyske publikum.

Hendes målgruppe er tyske kvinder der favoriserer skandinavisk design. Selvom vi i gruppen var enige om at målgruppen var at finde i middelklassen, var der mindre uenighed om aldersgruppen, som vi umiddelbart havde sat til 35 år og opefter. "Charlotte Holm CPH" sælger armbånd, halskæder og øreringe, men trods det spinkle sortiment er produkterne varierede i deres design. Hendes armbånd er pastelfarvede og kan sælges til en kvinde i 30'erne, mens hendes øreringe appellerer til kvinder i 40'erne, mens andre varianter kan appellere til en kvinde i 50'erne. Det spænder bredt, men fælles er, at en simpel og elegant hjemmeside vil virke appellerende. Online shopping er så udbredt nu om dage, blandt de fleste målgrupper, at vi har mange konventioner vi kan anvende. I vores research med Charlotte sagde hun også at personen bag produkterne var vigtigt for det tyske marked, hvorved hun som person også er blevet inkorporeret i vores redesign af hjemmesiden. På baggrund af vores målgruppe skal hjemmesiden virke seriøs, simpel og feminin, med en personlighed historie bag.

2) Analyse af eksisterende website



Hendes hjemmeside har mange elementer vi kan bearbejde. Forsiden indeholder adskillige navigations-funktioner og der er tydelige directioner til brugeren. Der er gjort brug af en meget dominerende skrift, hvilket gør at der ikke er hierarki eller prioritering blandt valgmulighederne. Øverst er der mulighed for at indstille valutakurs eller sprog, et søgefelt (der ikke fungerer), samt log-in og henvisning til en indkøbskurv. Disse elementer er konventionelle funktioner fra større websider, hvorved man anvender sig af kundernes for-forståelse af en hjemmeside, og hjælper dem med at navigere rundt på siden. Elementer der ikke er brugbare, såsom søgefeltet, spilder brugerens tid, hvilket gør at brugeren får en negativ opfattelse af hjemmesiden. Det samme kan siges om sprog-funktionen. Selvom sproget er valgt til dansk, indeholder siden alligevel menuer på både tysk og engelsk. Hvis man har mange elementer på forsiden er det essentielt at de alle er funktionsdygtige. Dernæst er der to henvisninger til "Nyheder", en i både højre og venstre side, samtidig med at websitet indeholder en webshop, hvor varebeskrivelserne varierer mellem dansk og tysk, hvoraf den sidstnævnte ofte er mere indholdsrig. Alt dette gør, at man får opfattelsen af en rodet og uprofessionel hjemmeside.

Siden indeholder tre kolonner, og opnår en visuel balance på baggrund af de to grå bokse. Dog er den grå farve ikke repræsentativ for firmaets værker, eftersom den ikke bruges i nogle af hendes design. I stedet virker farven mat, tung og udtryksløs, samtidig med siden ikke indeholder mange kontraster eller visuelle sammenhænge. Billedet af de to guldøreringe løfter hjemmesiden og giver blikfang, men dens kvalitet og placering kan bearbejdes. I webshoppen er der ét billede til hvert produkt, men hjemmesiden kunne bruge flere overordnede billeder til at virke mere tiltagende overfor brugeren. I vores forsøg med 5-sekunders-testen mente vores respondenter at hjemmesiden fremstår tom. Dette skyldes bl.a. at designet har centreret indholdet på midten af siden. De kunne dog hurtigt se hvem afsenderen var, pga. sidens logo, og vidste hvilke produkter siden solgte, pga. billedet af guldsmykkerne.

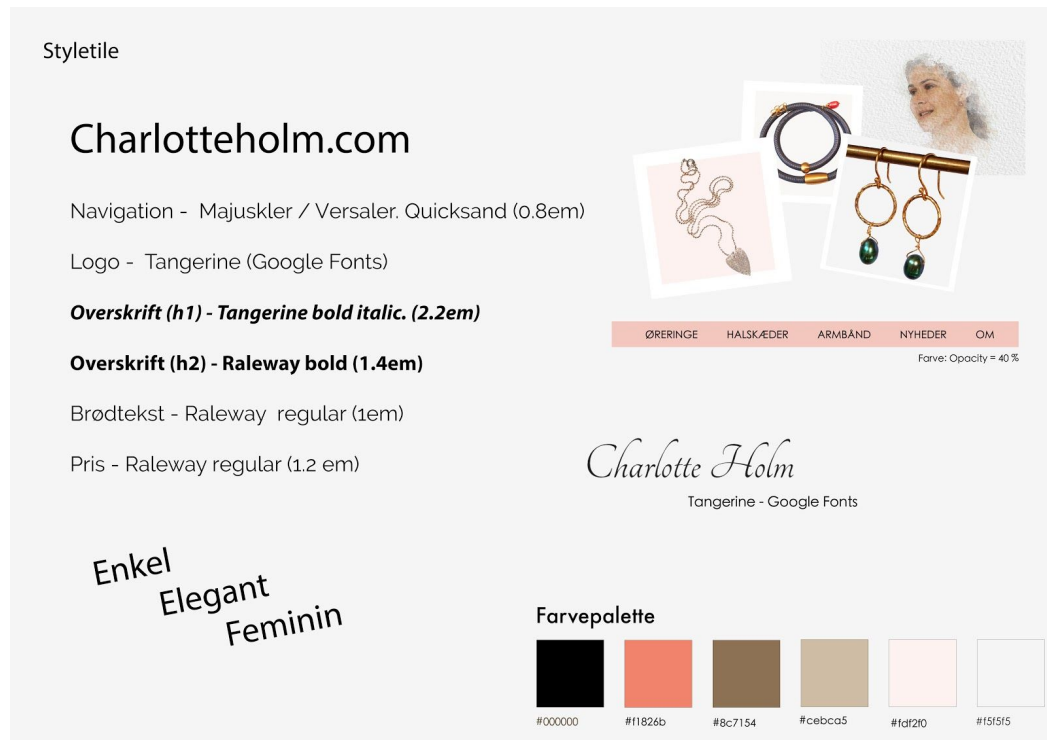
BERT-testen viser at hjemmesiden på nogle punkter rammer der hvor vi ønsker at den skal ramme. Vi har et ønske om, at vores redesign skal være feminint, hvilket test-personerne mener den oprindelige hjemmeside allerede er. Dernæst skal vores redesign hverken fremstå dyr eller billig, mens den oprindelige hjemmeside fremstår billig ifølge test-personerne. Samtidig synes de ikke at den er moderne eller glamourøs, og at den kunne være mere overskuelig og professionel.

Siden fremstår kedelig og uinteressant. Den opfordrer ikke til at gå på opdagelse. Der er ikke tænkt meget på målgruppen i designet af hjemmesiden. Der er for meget luft omkring

indholdet og det får den til at fremstå tom. Menuen ligger i venstre side og fylder meget. Den kan med fordel ligges i toppen af siden. Navigationsmulighederne er rodede, og hjemmesiden fremstår tom. Dette vil vi bearbejde i vores redesign.

3) Koncept og ide

3.1) Styletile



Stilen på vores hjemmeside er baseret på enkle udtryk og farver. Vi vil arbejde videre på det feminine udtryk, som den oprindelige side besidder, og gøre det mere sofistikeret. Farverne der anvendes på den nuværende side er grå og matte, eller lyserøde og hysteriske. De nye farver er fundet via hendes produkter, hvorved de får en repræsentativ funktion for hendes stil.

Oprindelige billeder fra hjemmesiden skal genbruges og bearbejdes. Hvis vi fjerner skygger og skifter baggrunden får de et mere elegant og fokuseret udtryk. Billederne rammes ind af kvadratiske former der skaber balance i billederne. De oprindelige billeder er ofte rodede, blandt andet ved halskæde-billederne, hvor man ser hele guldkæden, der ligger usorteret. Skærer man guldkæden fra, mister billedet værdi. Derfor kan vores kvadratiske former tilføje balance. Samtidig har formen også en dekorativ funktion, da det tilføjer farver, hvilket også hjælper med at skabe et simpelt mønster og rytme i mellem vores produkt-billeder. Vores splash-billede er et dekorativt photoshop projekt, der indrammer hendes lille forretning. Vandfarver er delikate og feminine, hvilket påvirker hjemmesidens

helhedsbillede. Vores font til h1, h2, og <p> skal ændres. Skriften til logoet skal repræsentere “det håndlavede udtryk”, der fremmer en opfattelse om at hun er selvstændig og ikke laver monotone og masseproducerede varer.

3.2) Wireframes

Designet vi lavede med wire-frames blev oprindeligt udviklet efter ideen om at siden skulle være en interaktiv multi-page. Vi arbejdede også med ideen om at lave en one-page, da f.eks. en professionel smykkeforhandler som [Dragsted](#), også anvender en one-page på deres hjemmeside. Multi-page funktionen passede bedre til vores enkle design og det gav os mulighed for udvikle nye kompetencer inden for css og href ve HTML.

Der er flere konventioner vi kan anvende i vores design. Den oprindelige hjemmeside har en navigationsmenu i venstre side af skærmen, samt én nyhedsnavigation i højre side. Vi begrænser dette til én menu, der placeres øverst og indrammer hele siden. Denne funktion genkendes fra adskillige andre hjemmesider indenfor online detailhandel, heriblandt [H&M](#), [The Jewellery Shop](#), [Pilgrim](#) og førnævnte Dragsted. Samtidig skal vores logo placeres over menuen, hvilket introducerer vores firma og samtidig skaber samhørighed mellem siderne. Dernæst vil vi have vores Splash-billede under navigations-linjen. Det har en dekorativ funktion, som ikke behøver blive gentaget på vores side. Hvis vi placerer splash-billedet over menulinjen vægter det for tungt, og kan tage lang tid at load for nogle brugere.

LOGO



Vi optimerer webshoppen. På det oprindelige site er webshoppen et galleri bestående af en enkelt kolonne, hvor billederne står enkeltvis. Eftersom hun sælger over 80 varer, fører det til hun har mindst 10 sider som brugeren skal bladre igennem. Dette er trættende og får

brugeren til at give op. Tanken bag vores design var at man skulle føres til en ny side, der viste det komplette galleri af varer inden for “nyheder”, “øreringe”, “halskæder” eller “armbånd”. Det nye galleri har et bedre flow og en bedre samlet oversigt end det oprindelige design. I vores HTML er dette dog ikke realiserbart, eftersom vi har brug for værktøjer i HTML og CSS vi endnu ikke er blevet introduceret for. Til vores produkt har vi i stedet valgt at introducere alle gallerierne på vores site, og hvordan billederne vil tage sig ud ved siden af hinanden. Scroller man ned igennem varerne på vores one-page får man en fornemmelse af hvordan vores ønskede galleri ville tage sig ud, hvis det var blevet udviklet.

Flere elementer rykkes til bunden af siden. Den oprindelige side indeholder en “news-letter” funktion, der er placeret til venstre i navigationen, hvilket gav den et unødvendigt fokus. Dens nye placering er i bunden af siden, hvor den er omringet af samme farver som navigationslinjen, hvor den har samme funktion, men er mere anonym. “Information” sektionen er også rykket til bunden, mens “About us” er blevet til sektionen “Om”, der indeholder vores præsentationsvideo og en præsentation af designeren bag produkterne.

Se også bilag 1.a og 1.b

3.3) Layout diagrammer

Se bilag 2

4) Kodning

Kode	Forklaring
Html <pre><section id="splash"> <div> </div> </section></pre>	Section #splash indeholder 3 img. Hvert img har sin egen class.

Kode	Forklaring
CSS <pre>#splash { position: relative; height: 425px; margin: 0 auto; max-width: 600px; margin: 0 auto; }</pre>	Vedr. container med id=splash Position: relative betyder at elementet placeres relativt i forhold til dets normale position. Denne kode sørger for at denne container har en bestemt størrelse og placering, defineret i de nedenstående values

<pre>#splash img { position: absolute; -webkit-transition: opacity 1s ease-in-out; -moz-transition: opacity 1s ease-in-out; -o-transition: opacity 1s ease-in-out; transition: opacity 1s ease-in-out; padding: 10px; }</pre>	<p>Vedr. img i container med id=splash Position: absolute sørger for at placere elementet relativt i forhold til dets forfædre (ancestor), det vil sige i containeren splash. Vi har placeret 3 img i vores container og normalt vil de blive placeret under hinanden, vi ønsker at de skal ligge oven i hinanden og det er det denne kode gør.</p> <p>Transition: opacity animationen skifter flydende med en varighed på 1s, koden er sat til nedenstående browsere. webkit = safari moz= mozilla o=Opera</p>
<pre>@keyframes FadeInOut { 0% { opacity: 1; } 45% { opacity: 1; } 55% { opacity: 0; } 100% { opacity: 0; } } #splash img.top { animation-name: FadeInOut; animation-timing-function: ease-in-out; animation-iteration-count: infinite; animation-duration: 5.5s; animation-direction: alternate; animation-delay: 3s; } #splash img.middle { animation-name: FadeInOut; animation-timing-function: ease-in-out; animation-iteration-count: infinite; animation-duration: 5s; animation-direction: alternate; animation-delay: 2s; }</pre>	<p>@keyframes definerer animations koden animationname: FadeInOut keyframes-selector er procentdelen af animationens længde, f.eks. ved 45% af animationens længde er gennemsigtigheden sat til 1, hvilket svaret til gennemsigtig og ved 55% er den sat til 0 hvilket svarer til ikke gennemsigtig.</p> <p>CSS stylingen definerer at @keyframen FadeInOut skal benyttes at animationen skal være flydende ved start og slut at animationen skal fortsætte uendeligt at animationen skal vare 5.5 sekunder at animationen skal være skiftevis at der skal være en delay på 3 sek</p>

5) Beskrivelse af test og testresultater

SEO test

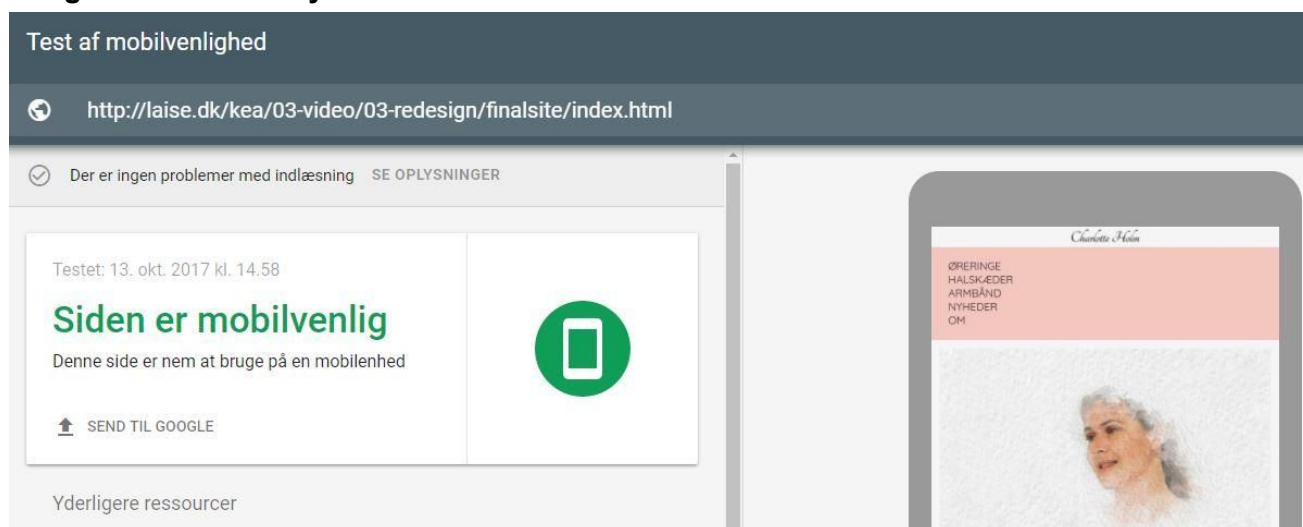
Seositecheckup (se bilag 3)

Ifølge testen er vil følgende tilføjelser forbedre seo resultatet:

- H1, og h2 overskrifter
- favicon
- links til sociale medier, facebook, instagram, etc.

Der er også andre områder hvor vores hjemmeside kan forbedres, men det er ikke emner vi har berørt endnu.

Google mobile-friendly test



PageSpeed test



Denne side er ikke optimeret og giver sandsynligvis en langsom brugeroplevelse. Prioriter og anvend nedenstående anbefalinger.

Mulige optimeringer

Optimer billeder

► [Vis, hvordan problemet løses](#)

Fjern gengivelsesblokerende JavaScript og CSS fra indholdet over skillelinjen

► [Vis, hvordan problemet løses](#)

Udnyt cachelagring i browser

► [Vis, hvordan problemet løses](#)

Reducer CSS

► [Vis, hvordan problemet løses](#)

Efter den første test har vi optimeret billederne.

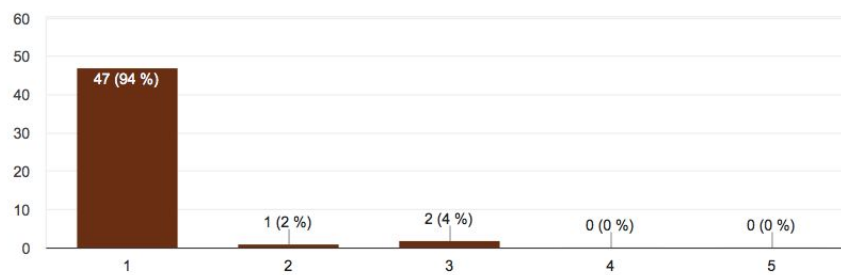
Bert Test

50 brugere deltog i vores afsluttende BERT-test. Generelt er vores hjemmeside blevet modtaget positivt. Hovedsageligt synes brugerne hjemmesiden fremstår feminin (94%), overskuelig (88%), samtidig med der er enighed om at hjemmesiden har et godt splash-billede (82%) og gode produkt-billeder (88%).

Feminin eller maskulin?



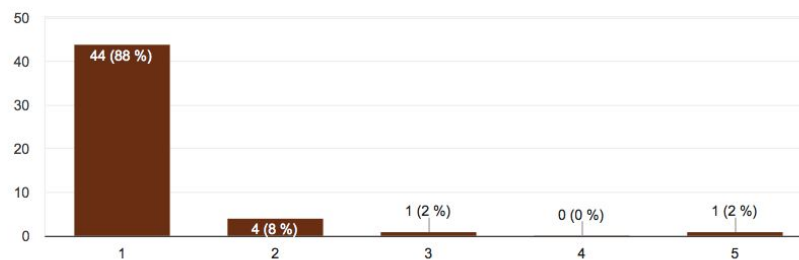
50 svar



Overskuelig eller ikke overskuelig?



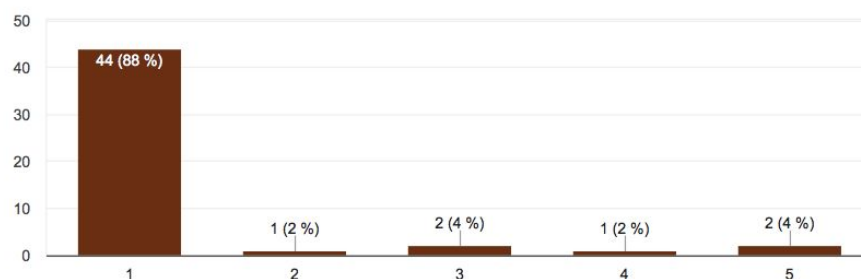
50 svar



Produkt-billederne: Gode eller dårlige?



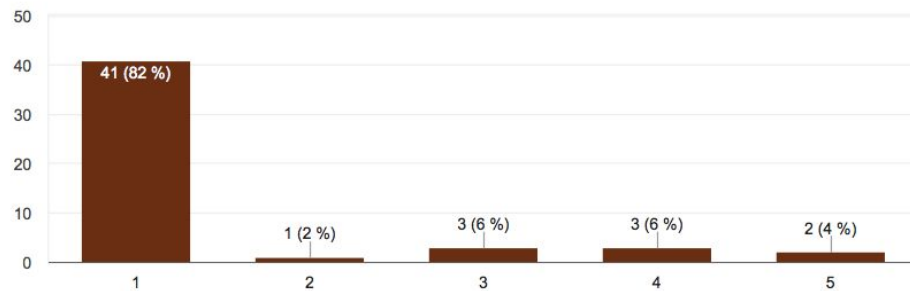
50 svar



Splash-billedet: Godt eller dårligt?



50 svar

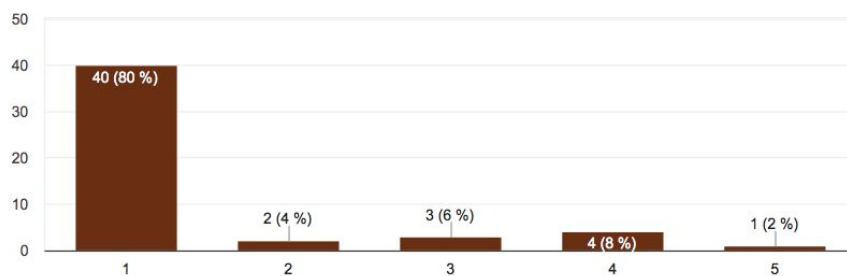


Herefter, 80% mener hjemmesiden er professionel. På en skala hvor #1 står for *professionel* og #5 for *uprofessionel* har 8% valgt kategorien #4. Lignende tilfælde ses ved hvorvidt hjemmesiden fremstår moderne. 78% har valgt kategori #1, som tættest på moderne, mens 8% har valgt muligheden i midten, kategori #3.

Professionel eller uprofessionel



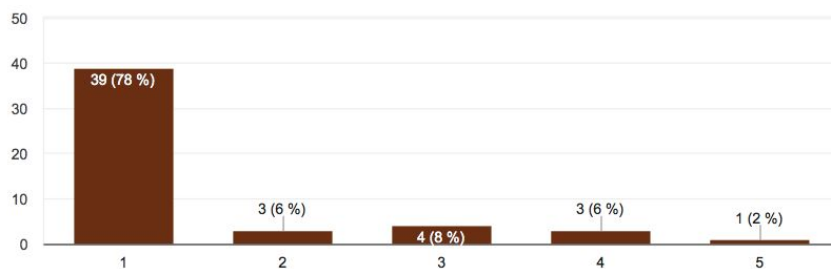
50 svar



Moderne eller gammeldags?



50 svar

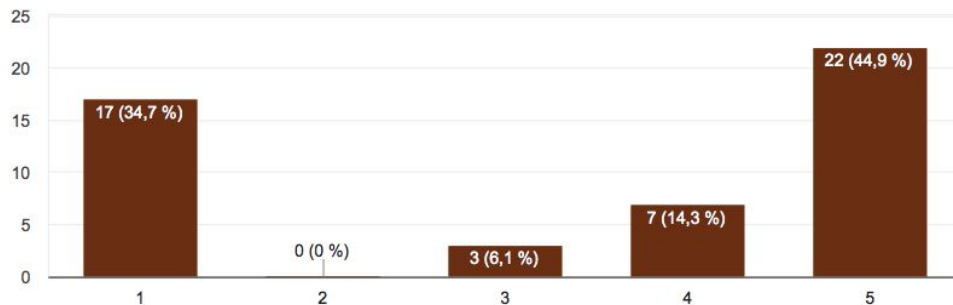


Der er uenighed hvorvidt hjemmesiden fremstår glamourøs eller hverdagsagtig. 38% mener den virker glamourøs, mens 38% vælger den midterste mulighed. Spørgsmålene i BERT-testen kan ofte anses som værende positiv i den ene pol, og negativ i modpolen. Glamourøs, som svarmulighed, virker mest positivt, hvorved enkelte brugerne potentielt har valgt den. Det er ikke negativt at vores hjemmeside virker hverdagsagtig, i forhold til vores målgruppe.

Det er også sandsynligt at brugerne har svaret på hvorvidt produkterne virkede enten glamourøse eller hverdagsagtige, frem for hvorvidt det er hele hjemmesiden der besidder sådan et indtryk.

Detaljeret eller enkel

49 svar



Lignende problematik ser man ved spørgsmålet om hvorvidt siden er detaljeret eller enkel, hvor brugerne også er uenige. Igen kan det skyldes at svarmulighederne ikke fremstår som hinandens modpoler. Det er positivt hvis vores side er enkel og overskuelig, men det er også positivt hvis den er detaljeret. En bedre svarmulighed ville have været "rodet". Dernæst har der været over dobbelt så mange deltagere ved denne BERT-test end den tidligere, og vi er ikke sikre på det er de samme deltagere, hvorved vi får skæve resultater. Vores respondenter er vores medstuderende, som ligger fra vores målgruppe, og det er ikke til at sige hvorvidt svarene ville være forberede, hvis vi modtog svar fra brugere vi skal appellere til.

6) Refleksion over processen

Vores mål var at skabe en hjemmeside der virker seriøs, simpel og feminin, med en personlig historie bag. Selv synes vi vores hjemmeside har fået et ældre udtryk end hvad vi planlagde. Det skyldes blandet andet farverne, som i sin udbredelse har påvirket det samlede udtryk. Trods det ældre udtryk, kan siden stadig appellere til vores valgte målgruppe. Der var flere elementer fra vores wire-frame vi ikke fik med på vores endelige side. For det første, øverst i vores *header* ønskede vi ikoner til "log-in" og "indkøbskurv", men fik dem ikke inkorporeret. Vi har haft teori om ikoner, men at sætte dem i HTML var problematisk fordi vi allerede havde en *img*-fil centreret på vores header. Vores ikoner skulle øverst i højre hjørne, uden at *img*-filen mistede sin placering. Ikonerne skulle placeres enten "over" logoet, eller på samme linje som logoet, uden at logoet mistede sin centrale placering. Det kunne formentlig løses ved at lave kolonner, men vi løb tør for tid. Dernæst er navigations-ikoner til Facebook og Instagram nederst i højre hjørne er ikke blevet kodet ind på vores hjemmeside. Samtidig fik vi ikke udviklet ikke den scroll-effekt vi ønskede til vores webshop, og den har heller ikke en funktionel knap der kan "placere" produktet i brugerens indkøbskurv.

Siden er simpel og overskuelig. Alle visuelle elementer har en klar funktion, og der er ikke unødvendigt som forstyrrelser. Den personlige historie er inkluderet og påvirker helhedsindtrykket, uden at den dominerer og tager fokus fra salgsvarene. Vi har udviklet det oprindelige logo, hvor blomsten fra det oprindelige logo er fjernet. Vi forsøgte at inkorporere det oprindelige logo på vores redesign, men blomsten havde en negativ effekt, eftersom dens farve var iøjnefaldende og forstyrrende. Logoet er mindsket og har fået en ny skrifttype, som stadig indeholder et personligt udtryk. Sidst har vi udviklet et mere sofistikeret design til produkt-billederne. Trods de manglende elementer, er vores redesign en optimering af den oprindelige hjemmeside.

I løbet af processen har vi haft nye værktøjer til rådighed. Det vigtigste er GitHub, som forvoldte os enkelte startproblemer, men i sidste ende fik vi anvendt det som en konstruktivt værktøj vi kan benytte os af i kommende opgaver. Dernæst, i forhold til vores opgave handler om målgrupper, er vi blevet givet sparsomt teori om hvad der er vigtigt ved UI og UX. Samtidig bygger vores teori til designet ikke på gennemførte markedsanalyser, men på formodninger om hvad der tiltaler vores målgruppe. Der har ikke været tid til at sammensætte sådanne informationer, da ugen har handlet om kodning af HTML. Samtidig har deltagerne i vores Bert-test hovedsageligt været vores medstuderende, som aldersmæssigt ligger fjernt fra vores målgruppe, hvorved vi får et skævt billede af hvorvidt vores hjemmeside appellerer til dem den skal.

LOGO

Øreringe	Halskæde	Armbånd
Nyheder		Om

SPLASH

Nyhedsbrev

Delivery

Forhandlere



Footer

LOGO

Øreringe	Halskæde	Armbånd
Nyheder		Om

Om

Jeg startede firmaet op i 2005 da det var på tide at satse på min store passion, som er smykker. Stilen er ren og skandinavisk blandet med sydlandske muntre farver. Samler inspiration i naturen, moden og på rejser rundt om i Europa. Materialerne er sølv, 24 k forgyldt sølv og forgyldt messing.

Hver måned kommer der nye øreringe og halskæder til, check Charlotte Holm CPHs univers på Facebook, hvis du vil være helt opdateret og få inspiration. Vi ses derinde

VIDEO

Bankforbindelse
Banknordik 6504 3050877409

Nyhedsbrev

Delivery

Forhandlere



Footer

LOGO

Øreringe	Halskæde	Armbånd
Nyheder		Om



Ørehængere - 500 KR.



Ørehængere - 500 KR.



Ørehængere - 500 KR.

Nyhedsbrev

Delivery

Forhandlere



Footer

LOGO

Øreringe	Halskæde	Armbånd
Nyheder		Om



Ørering med ametyst

Feine Ohrhänger mit geschnittene Tropf lila Amethyst. Länge etwa 2,5 Cm. Alles im Silber und Im mehrere Farben.

450 KR.



Nyhedsbrev

Delivery

Forhandlere



Footer

LOGO

Øreringe

Armbånd

Halskæde

Nyheder

Om

SPLASH

Nyhedsbrev

Delivery

Forhandlere



Footer

LOGO

Øreringe

Armbånd

Halskæde

Nyheder

Om

Om

Jeg startede firmaet op i 2005 da det var på tide at satse på min store passion, som er smykker. Stilen er ren og skandinavisk blandet med sydlandske muntre farver. Samler inspiration i naturen, moden og på rejser rundt om i Europa. Materialerne er sølv, 24 k forgyldt sølv og forgyldt messing.

Hver måned kommer der nye øreringe og halskæder til, check Charlotte Holm CPHs univers på Facebook, hvis du vil være helt opdateret og få inspiration. Vi ses derinde ;)

Bankforbindelse

Banknordik 6504 3050877409

VIDEO

Nyhedsbrev

Delivery

Forhandlere



Footer

LOGO

Øreringe

Armbånd

Halskæde

Nyheder

Om



Ørehængere - 500



Ørehængere - 500



Ørehængere - 500



Ørehængere - 500



Ørehængere - 500

Nyhedsbrev

Delivery

Forhandlere



Footer

LOGO

Øreringe

Armbånd

Halskæde

Nyheder

Om



Ørering med ametyst

Feine Ohrhänger mit geschnittene Tropf lila Amethyst. Länge etwa 2,5 Cm. Alles im Silber und Im mehrere Farben.

450 KR.

Reference: A1256



Nyhedsbrev

Delivery

Forhandlere



Footer

Bilag 2

Overordnet struktur - charlotteholm.com

header	Header gentages på alle .html filer
logo	
nav	
index.html	
oereringe.html	
halskaeder.html	
armbaand.html	
nyheder.html	
om.html	
produkt.html	
section #information	Sektionen gentages på alle .html filer
nyhedsbrev	
nav	
footer	footer gentages på alle .html filer

fil: index.html

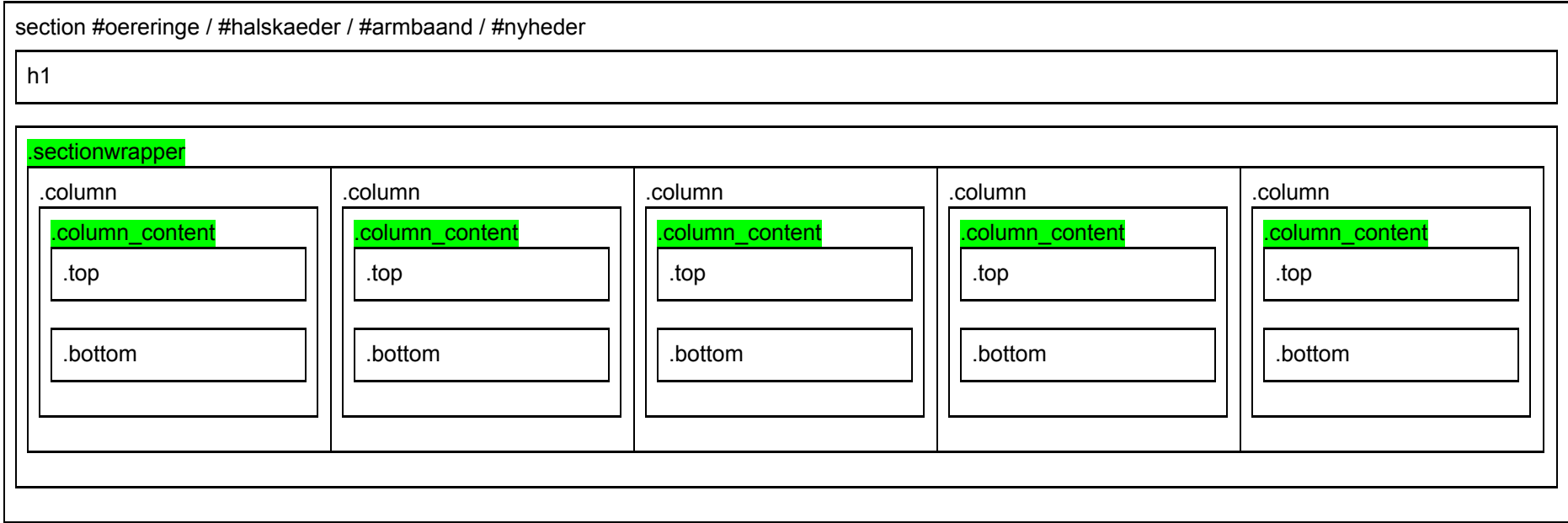
section #splash

.bottom

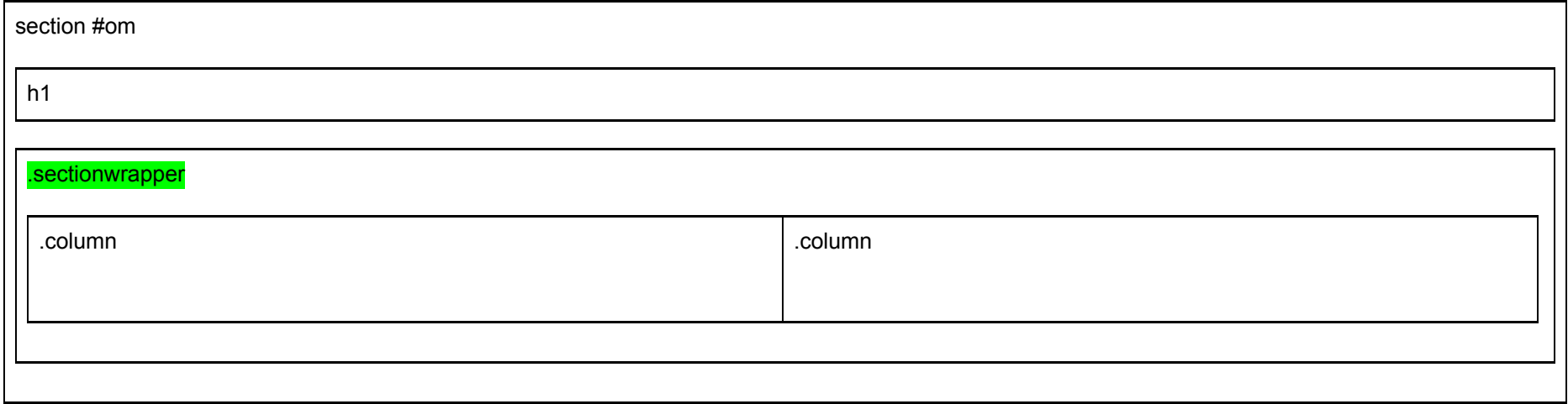
.middel

.top

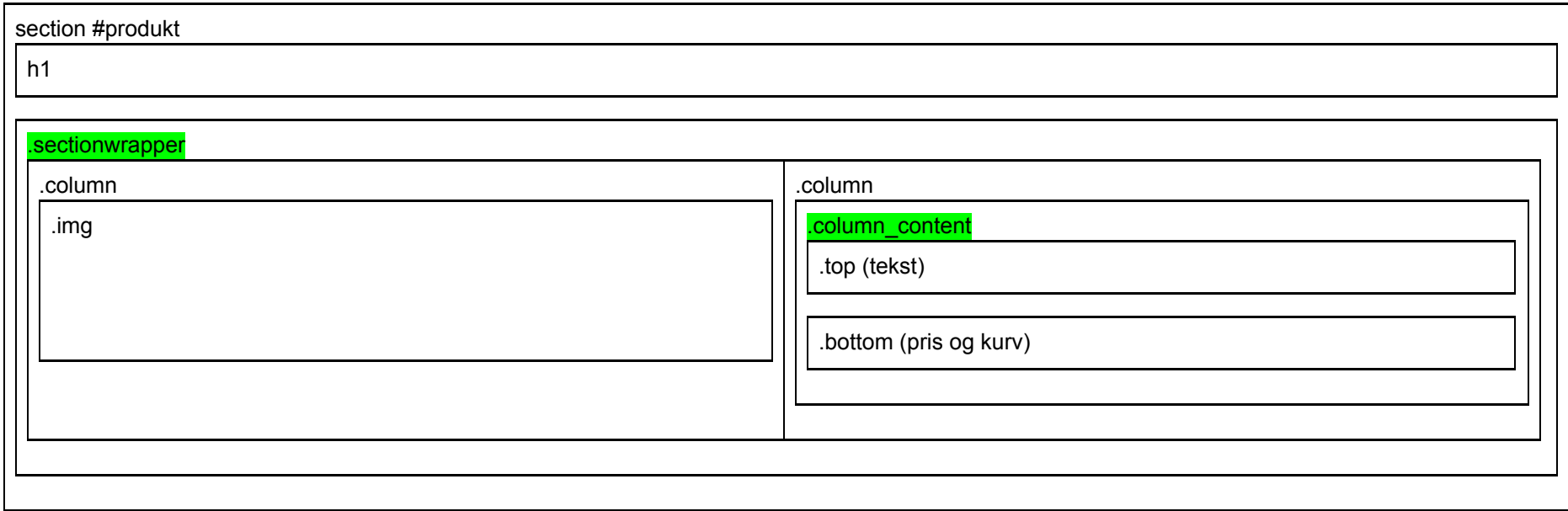
fil: oereringe.html, halskaeder.html, armbaand.html, nyheder.html



fil: om.html



fil: produkt.html



Bilag 3

SEO Report for <http://laise.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/index.html>

65 / 100

SEO SCORE

35 / 51

PASSED CHECKS

16 / 51

FAILED CHECKS

0 / 51

WARNINGS

COMMON SEO ISSUES

Meta Title



The meta title of your page has a length of 18 characters. Most search engines will truncate meta titles to 70 characters.

→ Charlotte Holm CPH

Meta Description



The meta description of your page has a length of 115 characters. Most search engines will truncate meta descriptions to 160 characters.

→ Velkommen til CHarlotte Holsm smykkeunivers, hvor du kan købe øreringe, halskæder og arbmånd i enkelt dansk design.

Google Search Results Preview



[Charlotte Holm CPH](http://laise.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/index.html)

<http://laise.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/index.html>

Velkommen til CHarlotte Holsm smykkeunivers, hvor du kan købe øreringe, halskæder og arbmånd i enkelt dansk design.

Most Common Keywords Test



There is likely no optimal keyword density (search engine algorithms have evolved beyond keyword density metrics as a significant ranking factor). It can be useful, however, to note which keywords appear most often on your page and if they reflect the intended topic of your page. More importantly, the keywords on your page should appear within natural sounding and grammatically correct copy.






→ holm - 1 times
→ alperosevej - 1 times
→ københavn - 1 times
→ charlotte - 1 times
→ tilmeld - 1 times

Keyword Usage



Congratulations! You are using your keywords in your meta-tags, which help search engines to properly identify the topic of your page.

✓ Keyword(s) included in Title tag
✓ Keyword(s) included in Meta-Description tag

Keywords Cloud	 alperosevej armbånd charlotte halskæder holm københavn nyheder tilmeld Øreringe
Related Keywords	 There are no indexed keywords for your domain!
Competitor Domains	 There are no indexed competitors for your domain!
<h1> Headings Status	<div>  Your page does not contain any H1 headings. H1 headings help indicate the important topics of your page to search engines. While less important than good meta-titles and descriptions, H1 headings may still help define the topic of your page to search engines. </div> <hr/> <div> <p>HOW TO FIX <H1> HEADINGS STATUS</p> <p>In order to pass this test you must indentify the most important topics from your page and insert those topics between <code><h1>...</h1></code> tags.</p> <p>Example:</p> <pre><h1>Important topic goes here</h1> ... <h1>Another topic</h1></pre> </div>
<h2> Headings Status	<div>  Your page does not contain any H2 headings. H2 headings help describe the sub-topics of your webpage to search engines. While less important than good meta-titles and descriptions, H1 and H2 headings may still help define the topics of your page to search engines. </div> <hr/> <div> <p>HOW TO FIX <H2> HEADINGS STATUS</p> <p>In order to pass this test you must indentify the most important sub-topics from your page and insert those sub-topics between <code><h2>...</h2></code> tags.</p> <p>Example:</p> <pre><h2>First sub-topic goes here</h2> ... <h2>Another sub-topic</h2></pre> </div>

Robots.txt Test



Your site lacks a "robots.txt" file. This file can protect private content from appearing online, save bandwidth, and lower load time on your server. A missing "robots.txt" file also generates additional errors in your apache log whenever robots request one. Read more about the [robots.txt file](#), and how to create one for your site.

HOW TO FIX ROBOTS.TXT TEST

In order to pass this test you must create and properly install a **robots.txt** file.

For this, you can use any program that produces a text file or you can use an online tool (Google Webmaster Tools has this feature).

Remember to use all lower case for the filename: **robots.txt**, not **ROBOTS.TXT**.

A simple **robots.txt** file looks like this:






```
User-agent: *  
Disallow: /cgi-bin/  
Disallow: /images/  
Disallow: /pages/thankyou.html
```

This would block all search engine robots from visiting "cgi-bin" and "images" directories and the page "http://www.yoursite.com/pages/thankyou.html"

TIPS:








- You need a separate **Disallow** line for every URL prefix you want to exclude
- You may not have blank lines in a record because they are used to delimit multiple records
- Notice that before the **Disallow** command, you have the command: **User-agent: ***. The **User-agent:** part specifies which robot you want to block. Major known crawlers are: Googlebot (Google), Googlebot-Image (Google Image Search), Baiduspider (Baidu), Bingbot (Bing)
- One important thing to know if you are creating your own **robots.txt** file is that although the wildcard (*) is used in the **User-agent** line (meaning "any robot"), it is not allowed in the **Disallow** line.
- Regular expressions are not supported in either the **User-agent** or **Disallow** lines

Once you have your **robots.txt** file, you can upload it in the top-level directory of your web server. After that, make sure you set the permissions on the file so that visitors (like search engines) can read it.

Sitemap Test	<div><div></div><div>Your site lacks a sitemap file. Sitemaps can help robots index your content more thoroughly and quickly. Read more on Google's guidelines for implementing the sitemap protocol.</div></div> <div><div>HOW TO FIX SITEMAP TEST</div><div>In order to pass this test you must create a sitemap.xml file for your website. Some of the best practices are listed below:</div><div><ul style="list-style-type: none">It is strongly recommended that you place your sitemap at the root directory of your website: http://yourwebsite.com/sitemap.xml But in some situations, you may want to produce different sitemaps for different paths on your site (e.g., security permission issues)Sitemaps should be no larger than 10MB (10,485,760 bytes) and can contain a maximum of 50,000 URLs. This means that if your site contains more than 50,000 URLs or your sitemap is bigger than 10MB, you must create multiple sitemap files and use a Sitemap index fileAll URLs listed in the sitemap must reside on the same host as the sitemap. For instance, if the sitemap is located at http://www.yourwebsite.com/sitemap.xml, it can't include URLs from http://subdomain.yourwebsite.comOnce you have created your sitemap, let search engines know about it by submitting directly to them, pinging them, or adding the sitemap location to your robots.txt fileSitemaps can be compressed using gzip, reducing bandwidth consumption</div><div>sitemap.xml example:</div><div><pre><?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?> <urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"> <url> <loc>http://www.yourwebsite.com</loc> <lastmod>2013-01-01</lastmod> <changefreq>weekly</changefreq> <priority>0.9</priority> </url> <url> <loc>http://www.yourwebsite.com/articles/100</loc> <changefreq>weekly</changefreq> </url> <url> <loc>http://www.yourwebsite.com/articles/101</loc> <lastmod>2013-01-02</lastmod> <changefreq>weekly</changefreq> </url> <url> <loc>http://www.yourwebsite.com/articles/102</loc> <lastmod>2013-01-02T13:00:12+00:00</lastmod> <priority>0.5</priority> </url> </urlset></pre></div></div>
Broken Links Test	<div><div></div><div>Congratulations! We have checked 5 links on this web page and none of them are broken.</div></div>
SEO Friendly URL Test	<div><div></div><div>Congratulations! All links from your webpage are SEO friendly.</div></div>
Image Alt Test	<div><div></div><div>Your webpage has 4 'img' tags and all of them contain the required 'alt' attribute.</div></div>
Inline CSS Test	<div><div></div><div>Congratulations! Your web page does not use inline CSS styles.</div></div>

Deprecated HTML Tags	<p>✔ Congratulations! Your page does not use HTML deprecated tags.</p>
Google Analytics Test	<p>✘ A Google Analytics script is not detected on this page. While there are several tools available to monitor your site's visitors and traffic sources, Google Analytics is a free, commonly recommended program to help diagnose potential SEO issues.</p> <hr/> <p>HOW TO FIX GOOGLE ANALYTICS TEST</p> <p>In order to pass this test you must create an account on Google Analytics site and insert into your page a small javascript tracking code.</p> <p>Example:</p> <pre><!-- Google Analytics --> <script> (function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r] function(){ (i[r].q=i[r].q []).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o), m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m) })(window,document,'script','//www.google-analytics.com/analytics.js','ga'); ga('create', 'UA-XXXX-Y', 'auto'); ga('send', 'pageview'); </script> <!-- End Google Analytics --></pre> <p>Note that you have to change the 'UA-XXXX-Y' with the proper id which you'll find in your analytics account.</p>
Favicon Test	<p>✘ Your site either doesn't have a favicon or this has not been referenced correctly.</p> <hr/> <p>HOW TO FIX FAVICON TEST</p> <p>To add a favicon to your site, you need to have your logo created in a 16x16 PNG, GIF or ICO image and uploaded to your web server.</p> <p>Then it's simply a matter of adding the following code into the header of your HTML code for your web pages:</p> <pre><head> <link rel="icon" type="image/x-icon" href="url_to_my_favicon" /> <title>My Title</title> </head></pre> <p>In the example above the "url_to_my_favicon" refers to the actual location of your favicon file.</p>
Backlinks Checker	<p>ⓘ We didn't find any backlinks for your domain! Quality backlinks from websites relevant to your topic/niche are critical for strong search engine rankings.</p>
JS Error Checker	<p>✔ Congratulations! There are no severe JavaScript errors on your web page.</p>
Social Media Check	<p>✘ Your website is not connected with social media using the API's provided by Facebook, Google +, Twitter, Pinterest, or using addthis.com</p> <hr/> <p>HOW TO FIX SOCIAL MEDIA CHECK</p> <p>In order to pass this test you must connect your website with at least one major social network. To do that, you must insert into your page some social networks plugins: Facebook Like Button, Facebook Share Button, Facebook Comments, Twitter Button, Google +1 Button, Pinterest Button or AddThis Widget</p>

HTML Page Size Test	<p>✓ Congratulations! The size of your web page's HTML is 0.78 Kb and is under the average web page's HTML size of 33 Kb.</p> <p>Faster loading websites result in a better user experience, higher conversion rates, and generally better search engine rankings.</p>
HTML Compression/GZIP Test	<p>✓ Congratulations! Your page is successfully compressed using gzip compression on your code. Your HTML is compressed from 1.85 Kb to 0.78 Kb (58 % size savings). This helps ensure a faster loading web page and improved user experience.</p>
Site Loading Speed Test	<p>✓ Your site loading time is around 1.563 seconds and this is under the average loading speed which is 5 seconds.</p>
Page Objects	<p>✓ Congratulations, your page has fewer than 20 http requests. A higher number of http requests results in a user's browser needing to request a large number of objects from your server, which will ultimately slow down the loading of your web page.</p> <hr/> <p>HTML Pages: 2; CSS Files: 4; Scripts: 0; Images: 4; Flash Files: 0;</p>
Page Cache Test (Server Side Caching)	<p>✗ It does not appear that you are caching your pages. Cached pages serve up static html and avoid potentially time consuming queries to your database. It also helps lower server load by up to 80%. Caching most visibly benefits high traffic pages that access a database, but whose content does not change on every page view. Common caching methods include Alternative PHP Cache, Quickcache, and jpcache. Caching mechanisms also typically compress HTML, further reducing page size and load time.</p> <hr/> <p>HOW TO FIX PAGE CACHE TEST (SERVER SIDE CACHING)</p> <p>In order to pass this test you are advised to use a caching mechanism for your pages. There are three methods which can be used to caching your web pages:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alternative PHP caching <ul style="list-style-type: none"> - Alternative PHP Cache (APC) is an open source framework which caches data using intermediate PHP code. Most web programmers who are familiar with the PHP programming language can easily set up Alternative PHP Cache for your site. 2. Quickcache <ul style="list-style-type: none"> - Quickcache is a lightweight page caching solution which was formerly known as jpcache. Quickcache caches the page output rather than compiling the PHP page, making it a superior version of page caching to the Alternative PHP caching. Quickcache can be quickly downloaded from their website and can reduce your page load time up to 80%. 3. WP Super Cache <ul style="list-style-type: none"> - If you have a Wordpress website, WP Super Cache can be installed within seconds and without no programming knowledge.
Flash Test	<p>✓ Congratulations! Your website does not include flash objects (an outdated technology that was sometimes used to deliver rich multimedia content). Flash content does not work well on mobile devices, and is difficult for crawlers to interpret.</p>

Image Expires Tag Test	<div>  Your site is not using expires headers for your images. An expires tag can help speed up the serving of your webpages for users that regularly visit your site and see the same images. Learn more about how to add expires headers to your images. </div> <hr/> <div> HOW TO FIX IMAGE EXPIRES TAG TEST <p>In order to reduce the number of HTTP requests, you can use the HTTP Expires header to set an expiration time for your images or any other content type. You can add the following lines into your <code>.htaccess</code> file:</p> <pre> <IfModule mod_expires.c> ExpiresActive on ExpiresByType image/jpg "access plus 1 month" ExpiresByType image/jpeg "access plus 1 month" ExpiresByType image/gif "access plus 1 month" ExpiresByType image/png "access plus 1 month" </IfModule> </pre> </div>
JS Minification Test	<div>  Congratulations! Your website's JavaScript files are minified! </div>
CSS Minification Test	<div>  Some of your website's CSS files are not minified! </div> <hr/> <div> → http://laise.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/stylessheet.css → https://fonts.googleapis.com/css?family=Quicksand → https://fonts.googleapis.com/css?family=Tangerine → https://fonts.googleapis.com/css?family=Raleway </div> <hr/> <div> HOW TO FIX CSS MINIFICATION TEST <p>In order to pass this test you must minify all of your external CSS files. For this task you can use an online CSS minifier like YUI Compressor or cssmin.js.</p> </div>
Nested Tables Test	<div>  Congratulations, your page does not use nested tables. This speeds up page loading time and optimizes the user experience. </div>
Frameset Test	<div>  Congratulations! Your webpage does not use frames. </div>
Doctype Test	<div>  Congratulations! Your website has a doctype declaration: </div> <hr/> <div> → <code><!DOCTYPE html></code> </div>
URL Redirects Checker	<div>  Congratulations! Your URL doesn't have any redirects (which could potentially cause site indexation issues and site loading delays). </div>

URL Canonicalization Test

✗ <http://laise.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/index.html> and <http://www.laise.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/index.html> should resolve to the same URL, but currently do not.

HOW TO FIX URL CANONICALIZATION TEST

In order to pass this test you must consider using a 301 re-write rule in your **.htaccess** file so that both addresses (<http://example.com> and <http://www.example.com>) resolve to the same URL.

- If you want to redirect <http://www.example.com> to <http://example.com>, you can use this:

```
RewriteCond %{HTTP_HOST} ^www\.example\.com$
RewriteRule ^/?$ "http://example.com/" [R=301,L]
```

- If you want to redirect <http://example.com> to <http://www.example.com>, you can use this:

```
RewriteCond %{HTTP_HOST} !^www\.example\.com$ [NC]
RewriteRule ^(.*)$ http://www.example.com/$1 [L,R=301]
```

Note that you must put the above lines somewhere after **RewriteEngine On** line.

IP Canonicalization Test

✗ Your site's IP 46.30.215.99 does not redirect to your site's domain name. This may cause duplicate content problems if a search engine indexes your site under both its IP and domain name.

HOW TO FIX IP CANONICALIZATION TEST

Please note that fixing any IP canonicalization issues requires a dedicated IP address (which may be more difficult to obtain on a shared hosting plan). While IP canonicalization issues in themselves are likely benign in the scheme of search engine rankings, investing in a dedicated IP can be beneficial for other ranking reasons well, such as site security (avoiding being labelled as a malware website by association with other malicious websites who might share your IP) and when implementing SSL (older browsers mostly on Windows XP may require a unique IP to work properly).

In order to pass this test you must consider using a 301 re-write rule in your **.htaccess** file so that your site's IP points to your domain name. If your site is running on apache server, you could put these lines in your **.htaccess** after **RewriteEngine on** line:

```
RewriteCond %{HTTP_HOST} ^XXX.XXX.XXX.XXX
RewriteRule (.) http://www.yourdomain.com/$1 [R=301,L]
```

Note that you must properly format the first line using your IP (replace X characters with proper digits from your IP) and the second line using your domain name.

HTTPS Test

✗ Your website is not using https, a secure communication protocol. Even for sites that do not collect sensitive customer information, search engines suggest that [switching to https is an increasingly good idea and may help improve rankings](#). Note: if your site relies primarily on adsense income, be aware that [using https may be detrimental to ad earnings](#).

HOW TO FIX HTTPS TEST

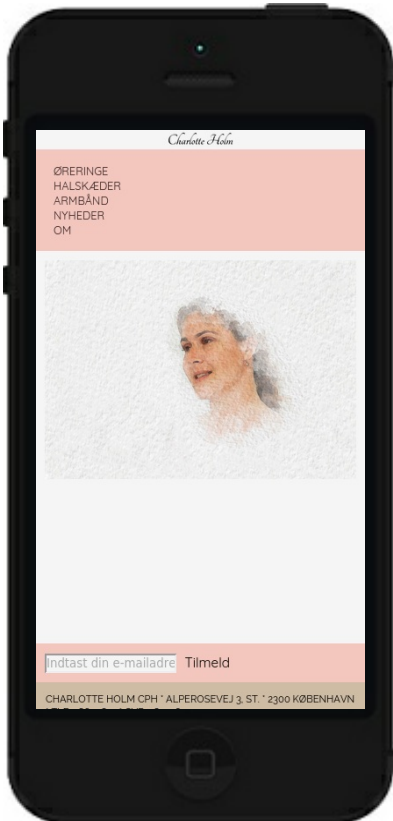
If your website needs a secured authentication or an encrypted transfer of data, you need to install an SSL certificate in order to provide a secure connection over HTTPS protocol. [HERE](#) is a "step by step" guide to purchase and install an SSL certificate.

Safe Browsing Test

✓ This site is not currently listed as suspicious (no malware or phishing activity found).

Server Signature Test	✓ Congratulations, your server signature is off.
Directory Browsing Test	✓ Congratulations! Your server has disabled directory browsing.
Libwww-perl Access Test	<p>✗ Your server appears to allow access from User-agent Libwww-perl. Botnet scripts that automatically look for vulnerabilities in your software are sometimes identified as User-Agent libwww-perl. By blocking access from libwww-perl you can eliminate many simpler attacks. Read more on blocking Libwww-perl access and improving your website's security.</p> <hr/> <p>HOW TO FIX LIBWWW-PERL ACCESS TEST</p> <p>In order to pass this test you must block the libwww-perl user-agent in your .htaccess file. If your site is running on apache server, you could put these lines in your .htaccess after RewriteEngine on line:</p> <pre>RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} libwww-perl.* RewriteRule .* ? [F,L]</pre>
Plaintext Emails Test	✓ Congratulations! Your webpage does not include email addresses in plaintext.

MOBILE USABILITY

Media Query Responsive Test	✓ Congratulations, your website uses media query technique, which is the base for responsive design functionalities.
Mobile Snapshot	

Microdata Schema Test

Your webpage doesn't take the advantages of HTML Microdata specifications in order to markup structured data. View Google's guide for [getting started with microdata](#).

HOW TO FIX MICRODATA SCHEMA TEST

HTML5 Microdata is an easy way to add semantic markup to your web pages. Search engines rely on this markup to improve the display of search results, making it easier for people to find the right web pages.

Here is a simple example of how to use HTML5 microdata in your contact web page:

```
<div itemscope itemtype="http://schema.org/Person">
  <span itemprop="name">Joe Doe</span>
  <span itemprop="company">The Example Company</span>
  <span itemprop="tel">604-555-1234</span>
  <a itemprop="email" href="mailto:joe.doe@example.com">joe.doe@example.com</a>
</div>
```

Noindex Checker

Your webpage does not use the noindex meta tag. This means that your webpage will be read and indexed by search engines.

Canonical Tag Checker

Your page does not use the canonical link tag.

Nofollow Checker

Your webpage does not use the nofollow meta tag. This means that search engines will crawl all links from your webpage.

Disallow Directive Checker

Your site lacks a "robots.txt" file. This file can protect private content from appearing online, save bandwidth, and lower load on your server. A missing "robots.txt" file also generates additional errors in your apache log whenever robots request one.

SPF records checker



Your DNS server is not using an SPF record. SPF (Sender Policy Framework) allows administrators to specify which hosts are allowed to send mail from a given domain by creating a specific SPF record or TXT record in the Domain Name System (DNS). You can find more information about SPF records [here](#).

HOW TO FIX SPF RECORDS CHECKER

An **SPF record** is a type of **Domain Name Service (DNS)** record that allows email systems to check if the sender of a message comes from a legitimate source and refuse an email if the source is not legitimate. Adding an SPF record is as easy as adding CNAME, MX or A records in your DNS zone. You can find more information [here](#).

Before creating the SPF record for your domain, it is important to have access at your domain's DNS zone and to know what mail servers your domain is likely to use and plan how you want any non-authorized email to be handled.

Example:

Let's say that you are planning to send emails using Google Apps and you also want to ensure that no other mail servers are authorized. You can use an SPF record like this:

```
v=spf1 include:_spf.google.com -all
```

"**v=spf1**" - This sets the SPF version

"**include:_spf.google.com**" - This includes Google mail servers in your list of authorized sending servers

"**-all**" - This means that any server not previously listed is not authorized

If you are using your own VPS to send email and not any other service like Mandrill, Google Apps, etc. then you can create an SPF record like this:

```
v=spf1 mx -all
```

Note:

Setting an SPF record for your domain can help in reducing the chances of a spammer using your domain name in unsolicited emails. Research carefully what mail servers your domain is likely to use and plan how you want any non-authorized email to be handled.