A weboldalak fejlesztéséről  
Készítette: Tábor Tünde

Vázlat és források

# Mit kell figyelembe venni egy weboldal kialakítása során?

felhasználó igényei (ki mit hol mikor miért), kényelmes legyen neki (nem olvas, intuitív legyen, design kevésbé fontos, nem feltételezzünk dolgokat amíg nincs kutatás)  
minden oldalon branding (önmagában is értelmes)  
gyorsan vedd meg őket (lapozás nélkül, hajtás felett)

Célzott webdesign (igények alapján késízülő)  
-tanulás: gyorsan adj választ  
-tenni/menni valahová: „reklámozd” látszódjon mikor  
-vásrálás: termék főoldalon, személye szabott

gyors, tiszteljük az idejüket, a felhasználó igényeit, világos utasítás

2013-ban az ember koncentrálóképessége egy másodperccel kevesebb volt, mint egy aranyhalé. Ez pedig minden designernek és UX-szakembernek figyelembe kell vennie, amikor weboldalakat tervez. A ma sikeressé váló weboldalak és applikációk a legrelevánsabb információk felsorolásánál többet kínálnak. Felkeltik a felhasználók figyelmét az első pillanatokban, odavezetik a tekintetüket a legfontosabb tartalmakra, valamint ráveszik őket a konverziókra. - Olvass tovább a következő címen: <https://blog.webshark.hu/2019/01/30/felhasznalo-kozpontu-design/>



sak a legfontosabb információk érhetők el a főoldalon, míg a további oldalakra az ügyfélút során jut el a felhasználó. - Olvass tovább a következő címen: <https://blog.webshark.hu/2019/01/30/felhasznalo-kozpontu-design/>

emberi hang (munkatárs elérhetősége) rólam rész

közvetlenebb mondatok

felhasználó bizalma: Információ Kényelem Inspiráció Gondoskodás Felhatalmazás Megismerés Kapcsolat Következetesség

Olyan hibák is előfordulnak, amikor a felhasználó fejében létezik egy mentális modell, vagyis egy elképzelés arról, miként éri el a célját, ugyanakkor ez különbözik attól, ahogy a termék esetében meg lett tervezve a megfelelő mód annak használatára. Például, amikor a felhasználó rossz formátumban ad meg egy adatot a beviteli mezőben. Ilyenkor valamilyen segítséget kell adni számára, hogy az eltérő elképzelései ellenére használni tudja a weboldalt. A felhasználói felület is okozhat gondokat, például amikor az emberek rendszeresen a címsorra kattintanak, miközben a címsor nem linkként működik. De az is előfordulhat, hogy a navigáció hiányosságai miatt rossz helyen keresnek egy bizonyos terméket. Ilyenkor vélhetően van még mit csiszolni a designon, és biztosra kell menni az egyes weboldal-elemek kialakításánál.

A lényeg tehát, hogy végig kell gondolni a lehető legtöbb forgatókönyvet a designfolyamat során, és azt feltételezni, hogy bármi előfordulhat. Habár ez egy kicsivel több munkát jelent, hosszú távon kifizetődik.

Ezt talán nem kell túlmagyarázni: ne legyenek felesleges felugrók, legyenek rövidek az űrlapok, - Olvass tovább a következő címen: <https://blog.webshark.hu/2019/01/30/felhasznalo-kozpontu-design/>

# design

Whitespace   
Előfordul, hogy valaki félrekattint egy weboldalon, az pedig még gyakrabban, ha ezt mobilon teszi. Ez elsősorban a felhasználók kézügyességétől, valamint az érintőkijelző pontosságától függ. Ha megnöveled a whitespace-t, akkor csökkented az esélyét minden ilyen félrekattintásnak. Teljesen megelőzni nem tudod, de kevesebb lesz belőle. - Olvass tovább a következő címen:

Színek és kontraszt használata (accessibility)  
Az emberek gyakran nagyon egyszerűen értelmezik a színeket: a zöld jó, a piros rossz. Ez egy jó kiindulópont, és segíti is az embereket. Ugyanakkor nem biztos, hogy segíti a színvakokat vagy azokat, akiknek látáskárosodása van. Találnod kell tehát egy megoldást arra, hogy kontrasztot alkalmazz, mivel ezáltal tudják ők is az egyes elemeket megkülönböztetni a weboldaladon. Különösen figyelj akkor, ha két lehetőségnél hasonló a szöveg, de nagyon eltérő a cél. - Olvass tovább a következő címen: <https://blog.webshark.hu/2019/01/30/felhasznalo-kozpontu-design/>

* Felhasználó vs programozó a weboldal kialakításánál?
* https://blog.webshark.hu/2019/01/30/felhasznalo-kozpontu-design/?classId=c08bedf7-f2fa-4446-8d2f-be3f16c7e950&assignmentId=cddeb2a6-dff8-4f6b-935b-186a59d830c3&submissionId=9a8bfdbd-6fd1-b134-3a0a-7fd8404ed8f5
* A felhasználói élmény mint a tervezés része? UX   
  https://gregoricsd.web.elte.hu/files/webf/ea2-3.pdf?classId=c08bedf7-f2fa-4446-8d2f-be3f16c7e950&assignmentId=cddeb2a6-dff8-4f6b-935b-186a59d830c3&submissionId=9a8bfdbd-6fd1-b134-3a0a-7fd8404ed8f5
* Fontos még a webdesign 2023-ban? https://blog.webshark.hu/2023/01/06/webdesign-2023/?classId=c08bedf7-f2fa-4446-8d2f-be3f16c7e950&assignmentId=cddeb2a6-dff8-4f6b-935b-186a59d830c3&submissionId=9a8bfdbd-6fd1-b134-3a0a-7fd8404ed8f5

Felhasználó érzelmei   
ne verjük át

## Zsigeri

Amikor egy zsúfolt weboldalra lépnek, akkor szinte riadtan menekülnek onnan néhány másodperc elteltével, mert úgy érzik, hogy rájuk nehezedik az egész, és nem képesek tájékozódni. Ezzel szemben egy minimalista weboldal lehet annyira steril, hogy egyáltalán nem vált ki semmilyen érzelmet. Ebben az esetben már az a probléma, hogy nem váltott ki érzéseket, így nem is lesz olyan hatékony.

Mindkét eset mögött hibás tervezés áll.

## Viselkedési

A viselkedési reakciók a weboldal használhatóságával állnak összefüggésben. Egy weboldalon elég sok dolog válthat ki negatív érzéseket, így például: Egy extrém hosszúságú kapcsolati űrlap, Zűrzavaros menü, Hibákkal teli tartalom, Lassan betöltődő oldal

Ha már arra összpontosítanak, hogy miként néz ki az oldal, milyen a design, akkor nem igazán az ajánlatodra figyelnek

## Reflektív

## Például:

## Döntési képtelenség Ha túl sok választási lehetőséget kínálsz az embereknek, azzal nem segíted őket abban, hogy megoldják a problémáikat. Természetesen az is igaz, hogy nem árt annyi lehetőséget kínálni, hogy ne érezzék a kényszert egy másik oldalon való körülnézésre, mert nálad nem kapnak meg valamit.

Az egyszerűsítés hatására, illetve ha elvezeted a látogatókat a számukra megfelelő választáshoz, jobban fogják magukat érezni a weboldaladon.

## Nosztalgia

ha a város legrégebbi étterme teszi ugyanezt, akkor az nem hat hamisan. Itt egy nosztalgiára építő weboldal a helyén van, része a történetnek, nem csak egy manipulációs eszköz. Ebben az esetben építhetsz a felhasználók “régi szép időkön” történő elmerengésére és az ehhez kapcsolódó pozitív érzéseikre.

Milyen elemekkel befolyásoljuk ezeket:  
Mitől érezheti magát kényelmesebben, informáltabba, mi sarkallhatja további aktivitásra az oldalon?

## Interakció

Egy jó interakció kellően egyszerű, hogy a felhasználót ne zavarja össze a következő lépés megtételében, ugyanakkor a megfelelő érzést is ki kell csalnia belőle. Ha például ki akarsz tölteni egy űrlapot, akkor azt megteheted úgy, hogy beírod az információkat mindenféle visszajelzés nélkül, majd kattintasz az elküldés gombra. Ugyanakkor úgy is meg lehet oldani egy űrlapot, hogy az folyamatosan visszajelez a felhasználónak mondjuk kis pipákkal, ha egy mezőt jól töltött ki. Ilyenkor a felhasználó sokkal magabiztosabbnak érzi magát, és úgy érzi, hogy jól hajtja végre a feladatát. - Olvass tovább a következő címen: <https://blog.webshark.hu/2019/01/30/felhasznalo-kozpontu-design/>

Vizuális elemek Ha az érzelmeket akarod befolyásolni, akkor a vizuális elemeket erre tekintettel kell kialakítani a weboldaladon. Ez talán a legegyszerűbb dolog, hiszen írtunk már például a színek vagy a betűtípusok érzelmi hatásáról is, de ugyanígy hathatsz az érzelmekre az animációkkal, melyek segítenek megértetni a felhasználókkal, hogyan működik a terméked vagy egyszerűen mosolyt csalsz velük az emberek arcára. Az pedig talán említeni sem kell, hogy a fotóknak milyen erős hatásuk van az emberi érzelmekre. Ezeknek az elemeknek az alkalmazását itt nem is részletezzük, a linkelt bejegyzéseinkben mindent megtalálsz róluk.

Mocrocopy (vicces szövegek feszültség oldására)

Mondjuk egy feszültséget oldó szöveg egy 404-es oldalon csodákra képes. Lecsillapíthatod a felhasználót, ráadásul akár erősebb kapcsolatot is kialakíthatsz vele, annak ellenére, hogy egy hibába futott. Egy jó mikroszöveg képes megszüntetni a negatív érzéseket, és akár valami pozitívvá is átalakíthatja. A lényeg, hogy a legkisebb részlet is segíthet ebben, tehát érdemes figyelni az apró funkciókra, melyek az egész weboldalról alkotott benyomást kellemesebbé teszik, és a látogatónak pozitív emlékei maradnak meg róla, ami garantálja a visszatérést. Arra azonban figyelj, hogy túlzásokba itt se essél! A túl sok vizuális jelzés vagy a már tolakodóvá váló interakciók visszatetszést keltenek, ráadásul az oldal betöltődését is lassítják, hiszen méretük van. A jó használhatóságot és felhasználói élményt tehát nem szabad feláldozni az érzelmek kiváltására való törekvés miatt

Megoldásokat kínálj! Majdnem minden cikk, ami a 404-es weboldalak kialakításáról szól, azt fogja javasolni, hogy mutass olyan lehetőségeket a felhasználóknak, amerre tovább léphetnek. Ezzel adsz nekik egy okot, hogy maradjanak a weboldaladon. Egy dühös felhasználó esetében ez még sokkal fontosabb. - Olvass tovább a következő címen: <https://blog.webshark.hu/2019/01/30/felhasznalo-kozpontu-design/>

# Mutasd meg nekik, hogy valami történik!

Ennek oka, hogy ha cselekedni tudnak, akkor nem érzik magukat annyira tehetetlennek. Ezért fontosak a folyamatjelzők, az időbecslők és a megerősítő e-mailek. Ha egyszer megtettek valamit, akkor tudni akarják, hogy történik-e valami. Érzékeltetni kell velük, hogy a dolgok haladnak, így ez valamennyire megnyugtatja őket.:  [Az idő-megtakarító designnál a felhasználónak lehetőleg minél kevesebb lépést kell megtennie a kattintástól egy cselekvésig. A világos, figyelemfelkeltő gombok, linkek, űrlapok és menük mind a felhasználónak spórolnak időt, amikor megérkezik a weboldalra. Vizuálisan gazdag tartalom A cselekvést kiváltó üzeneteket párosítani kell fotókkal, grafikákkal és más vizuális elemekkel, hogy megfogják a felhasználók tekintetét, megtörjék a tartalmat, és persze elősegítsék a cselekvést. Az emberi agy sokkal gyorsabban feldolgozza a vizuális jeleket, mint a szöveget, vagyis egy vizuálisan gazdag tartalom sokkal figyelemfelkeltőbb és megjegyezhetőbb. Lineáris előrehaladás Bármilyen weboldalnak vagy applikációnak, mely bátorítani akarja egy bizonyos viselkedésre a felhasználót, érdemes a lineáris designt használnia. Ezáltal könnyebben elérhető, hogy a látogató bizonyos cselekvést végrehajtson. Amellett, hogy mondjuk az “olvass tovább” call to actiont használod az emberek továbbirányítására, a tartalmat érdemes történetté alakítani vagy lineárisan felépíteni. Ahogy haladnak az ügyfélúton a felhasználók, úgy kell számukra minden lépésnél új lehetőséget kínálni a további információszerzésre vagy cselekvésre. Automatizált javaslatok A felhasználói cselekvésen alapuló személyre szabott javaslatok növelik a valószínűségét annak, hogy egy ügyfél megtegyen egy elvárt cselekvést a weboldal meglátogatása során. Ez olyan, mint amikor egy webáruház további termékeket ajánl egy termék megtekintésekor. Ez a pár megoldás mindössze néhány lehetőség arra, hogy időt spórolj a felhasználóid számára. Használd közülük azokat, melyet a weboldal célközönsége hasznosnak találhat, és az átlagos felhasználó gondolkodásából indulj ki, amikor ezeket elrendezed! Hiszen minden weboldal szándéka és közönsége más, így egészen eltérő megközelítést igényelhet. Automatizált javaslatok Hogyan juss el az idő-megtakarító designig? Először is próbáld megérteni a célközönséged útvonalát. Ehhez szükség lesz kvalitatív és kvantitatív vizsgálatokra is, hogy tisztán lásd az átlagos felhasználód viselkedését, és hogy mi motiválja őket egy online élmény során. Az ügyfélút megértése révén a designerek meghatározhatják azokat a kulcsfontosságú érintkezés pontokat, melyek eredményessé teszik a folyamatot. Gyakori tesztelés. Minden digitális élmény kialakítása során lesznek zökkenők, mielőtt sikerül kimaxolni az idő-megtakarító designt. Használj A/B teszteket és más használhatósági teszteket annak érdekében, hogy megértsd, mi az, ami működik és mi az, ami nem. Versengő intelligencia. Figyeld meg, hogy a konkurencia miként alkalmazza az idő-megtakarító elemeket, és ehhez mit szólnak a felhasználók. Tanulj más hibáiból és sikereiből! Maradj következetes! Egy cég dönthet úgy, hogy teljes egészében újratervezi létező weboldalát vagy alkalmazását idő-megtakarító designt alkalmazva. Azt ilyenkor nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy az új weboldalnak van egy tanulási görbéje, még akkor is, ha az új design intuitívabban használható, mint az előző.](https://blog.webshark.hu/2019/01/30%20Minimalizmus%20ihlette%20navigáció%20Az%20idő-megtakarító%20designnál%20a%20felhasználónak%20lehetőleg%20minél%20kevesebb%20lépést%20kell%20megtennie%20a%20kattintástól%20egy%20cselekvésig.%20A%20világos,%20figyelemfelkeltő%20gombok,%20linkek,%20űrlapok%20és%20menük%20mind%20a%20felhasználónak%20spórolnak%20időt,%20amikor%20megérkezik%20a%20weboldalra.%20Vizuálisan%20gazdag%20tartalom%20A%20cselekvést%20kiváltó%20üzeneteket%20párosítani%20kell%20fotókkal,%20grafikákkal%20és%20más%20vizuális%20elemekkel,%20hogy%20megfogják%20a%20felhasználók%20tekintetét,%20megtörjék%20a%20tartalmat,%20és%20persze%20elősegítsék%20a%20cselekvést.%20Az%20emberi%20agy%20sokkal%20gyorsabban%20feldolgozza%20a%20vizuális%20jeleket,%20mint%20a%20szöveget,%20vagyis%20egy%20vizuálisan%20gazdag%20tartalom%20sokkal%20figyelemfelkeltőbb%20és%20megjegyezhetőbb.%20Lineáris%20előrehaladás%20Bármilyen%20weboldalnak%20vagy%20applikációnak,%20mely%20bátorítani%20akarja%20egy%20bizonyos%20viselkedésre%20a%20felhasználót,%20érdemes%20a%20lineáris%20designt%20használnia.%20Ezáltal%20könnyebben%20elérhető,%20hogy%20a%20látogató%20bizonyos%20cselekvést%20végrehajtson.%20Amellett,%20hogy%20mondjuk%20az%20“olvass%20tovább”%20call%20to%20actiont%20használod%20az%20emberek%20továbbirányítására,%20a%20tartalmat%20érdemes%20történetté%20alakítani%20vagy%20lineárisan%20felépíteni.%20Ahogy%20haladnak%20az%20ügyfélúton%20a%20felhasználók,%20úgy%20kell%20számukra%20minden%20lépésnél%20új%20lehetőséget%20kínálni%20a%20további%20információszerzésre%20vagy%20cselekvésre.%20Automatizált%20javaslatok%20A%20felhasználói%20cselekvésen%20alapuló%20személyre%20szabott%20javaslatok%20növelik%20a%20valószínűségét%20annak,%20hogy%20egy%20ügyfél%20megtegyen%20egy%20elvárt%20cselekvést%20a%20weboldal%20meglátogatása%20során.%20Ez%20olyan,%20mint%20amikor%20egy%20webáruház%20további%20termékeket%20ajánl%20egy%20termék%20megtekintésekor.%20Ez%20a%20pár%20megoldás%20mindössze%20néhány%20lehetőség%20arra,%20hogy%20időt%20spórolj%20a%20felhasználóid%20számára.%20Használd%20közülük%20azokat,%20melyet%20a%20weboldal%20célközönsége%20hasznosnak%20találhat,%20és%20az%20átlagos%20felhasználó%20gondolkodásából%20indulj%20ki,%20amikor%20ezeket%20elrendezed!%20Hiszen%20minden%20weboldal%20szándéka%20és%20közönsége%20más,%20így%20egészen%20eltérő%20megközelítést%20igényelhet.%20Automatizált%20javaslatok%20Hogyan%20juss%20el%20az%20idő-megtakarító%20designig?%20Először%20is%20próbáld%20megérteni%20a%20célközönséged%20útvonalát.%20Ehhez%20szükség%20lesz%20kvalitatív%20és%20kvantitatív%20viz)  
  
**MIRE FIGYELJ, HA TÖBB GENERÁCIÓT CÉLZOL MEG A WEBOLDALADDAL?**