

ŠTA JE EFEKTNA WEB PREZENTACIJA?



OBAVEZNI ELEMENTI WEB PREZENTACIJE

1. O PROIZVODU

- glavne osobine
- upotrebna vrednost
- šta korisnik dobija
- pravi primeri

Kad se radi o uslugama važne osobine su i lakoća korišćenja, dostupnost, pouzdanost i zaštita poslovnih informacija.

2. O KOMPANIJI

- kratak istorijat
- menadžment-zaposleni
- koje vrednosti ona daje tržištu
- zašto je uspešna (ili u čemu je dobra)
- vizija budućnosti i zašto ide na bolje

3. KONTAKT

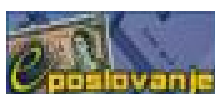
- vizuelni identitet, logotip firme
- adresa, telefon i fax, mail, web

4. DODATNI SADRŽAJ (reference, vesti, demo, višejezičnost,..)

- slike i tekstovi
- zabavni sadržaji
- grafička dopadljivost

POŽELJNI ELEMENTI (naročito kod obimnih prezentacija)

- pretraživanje (search opcija za lakše i brže nalaženje željenog sadržaja) i mapa sajta
- prijavljivanje putem Mejla (najbitniji su validni, a ne bilo koji posetioci)
- autentifikacija
- mogućnost transakcija-plaćanje
- analitički alati (broj posetilaca, sa kog sajta su došli, vreme posete, šta ih zanima...)
- komunikacija sa ostalim aplikacijama (stanje lagera, SQL, cenovnik, ankete, upitnik i sl.)
- linkovi



knjiga utisaka

PRAVILA ZA KVALITETNU I EFEKTNU WEB PREZENTACIJU

Poznato je da kod nas, a i u svetu preko 90% sajtova na Webu iz različitih razloga nije dobro urađeno, a kad bismo ovde dodali i promociju - procenat se povećava. Da ne biste došli u situaciju da već završena prezentacija bude loše ocenjena, da je ljudi ne posećuju i da nema efekta od nje, potrebno je slediti sledeća pravila:



❖ **JASAN CILJ**

Prezentacija mora da odgovori na pitanje: koja je njegova svrha, tj. kome i za šta je namenjena i to mora biti očigledno kako na prvoj stranici tako i na svim preostalim stranicama. Na osnovu cilja Web prezentacije, tj. cilja prisustva firme na internetu, kreira se organizacija, sadržaj i dizajn prezentacije.

❖ **PRVI UTISAK - NASLOVNA STRANA (HOME PAGE-HP)**



- ✓ Prva, tj. naslovna strana daje informacije o kakvom se sajtu radi, jer ako posetilac odmah ne zna gde je stigao, zašto bi uopšte otišao na neku drugu stranicu sajta. Zato nije dobro kreirati uvodnu stranicu sajta, tzv. Splash page, tj. stranicu na kojoj obično postoji samo logo firme i ulaz na jedan ili više jezika, bez naročitog opisa.
- ✓ O **Home Page** treba razmišljati kao o prvoj strani časopisa,. Ljudi obično prvo primete gornji levi ugao pa je pogodno da se nešto stvarno važno postavi tu, a taj deo je vidljiv i na najmanjim monitorima 640x480 piksela. To su elementi koji će se prvi prikazati.
- ✓ Od **HP** zavisi koliko će svi ostali delovi sajta biti posećeni. Kratka forma je važna za **HP** - onaj koji bude zainteresovan za ono o čemu govorite posle će rado pročitati i nešto duži tekst. Ukoliko želite da vam se posetioci obrate na Vaš E-mail postarajte se da do njega ne treba doći skrolovanjem strane , već da je pri njenom vrhu.
- ✓ **HP** treba da bude vodič kroz sadržaj i pokaže posetiocu šta sve može pronaći na vašem sajtu i da ga motiviše da nastavi čitanje. Najsažetiji rezime prezentacije treba da je na početku prve stranice sajta. Najbitnije delove sajta (maksimalno pet) treba istaći vizuelno pomoću grafičkih metafora, ali biti obazrivi sa njima. Sadržaj koji nudite, lep dizajn, brzina učitavanja i dobar navigacioni sistem na prvoj stranici su najvažniji.

❖ **ORGANIZACIONE JEDINICE-NAVIGACIJA**

- ✓ Organizaciono sajt mora biti razumljiv svakom posetiocu, inače se on neće dugo zadržati na njemu (kad prvi put poseti sajt posetilac bi trebalo da se zadrži bar 1 minut). Treba da postoji podela na sekcije u skladu sa poslovanjem kako bi se što lakše snalazilo na predstavljenom materijalu. Sve stranice bi trebalo da imaju linkove do najvažnijih sekcija sajta, i obavezno do naslovne strane.
- ✓ Navigacija na sajtu služi posetiocu kao vodič do sadržaja koji ga zanima. Što je navigacija kvalitetnija posetilac će lakše nalaziti tražene sadržaje i češće će dolaziti na sajt.
- ✓ Osnovna podela navigacije sa aspekta njenog položaja na stranici je podela na horizontalnu i vertikalnu navigaciju, a na sajtu može postojati jedna od te dve ili



obe vrste. Veoma je zgodno ponoviti navigaciju na kraju stranica koje su veoma dugačke, da posetilac ne bi morao da ponovo dolazi na vrh stranice. Takođe je preporučljivo postaviti link do vrha stranice.

- ✓ Statistike posećenosti pokazuje da posetioci više biraju linkove koji su bliži levoj ivici stranice na horizontalnoj navigaciji, a bliže vrhu u vertikalnoj, a više se koristi horizontalna u odnosu na vertikalnu navigaciju. Iz ovoga direktno proizilazi da je potrebno veoma dobro razmisliti koji su linkovi manje ili više bitni, i tako ih poređati u vertikalnu i (ili) horizontalnu navigaciju.

❖ PREGLEDNOST I JEDNOSTAVNOST

Dizajn sajta mora biti konzistentan, tj. prepoznatljiv na svakoj njegovoj stranici. Sama kreacija Web dizajna zavisi od cilja sajta i od isticanja određenog sadržaja na njegovim stranicama.

Prva stvar koja se primećuje na Webu je izgled sajta, zato je dizajn veoma bitan, jer komunicira sa posetiocem i predstavlja prvu impresiju. Moderan ili tradicionalan? Ozbiljan ili prijateljski? Topao ili hladan? Dizajn sajta treba da reflektuje Vaš identitet. Neka od osnovnih pravila u vezi sa dizajnom su:

- ✓ Boju pozadine, slike i tekst treba usaglasiti tako da sve deluje skladno i da tekst bude čitljiv. Treba koristiti tople pastelne boje koje privlače posioce, tj. najbolje bi bilo da je dizajn prozračan-lak. Ne zaboravite na logo, jer na taj način stvarate identitet sajta.
- ✓ Veoma bitna stvar na Webu je čitljivost. Kontrast je bitan, ali ne treba preterivati. Tradicionalna crna slova na beloj pozadini su prijatna za naše oči, a siva na beloj pozadini još su prijatnija.
- ✓ Obezbedite razdvajanje pasusa i dosta belog prostora pošto odmara oči. Tekst ne treba da bude ni predugačak ni preširok.
- ✓ Fontovi bi trebalo da su uobičajeni, npr. Ariel, Verdana, Tahoma, Courier... i ne manji od 10 piksela.
- ✓ Ne treba preterivati sa šarenilom boja i tamnom pozadinom, flash-animacijama, zvucima i drugim multimedijalnim efektima, prevelikim ili bespotrebnim slikama... (što produžava vreme učitavanja strane, koje ne bi trebalo da bude duže od 30-ak sekundi).
- ✓ Ipak treba se prvenstveno fokusirati na sadržaj, a ne na dizajn. Osnova jednostavnosti Web dizajna je u njegovoj primenljivosti.



❖ FUNKCIONALNOST

Neophodno je da se obezbedi lako dolaženje do željenih informacija, jer posetilac se na sajtu neće dugo zadržati, ako ne uspe brzo i lako da pronađe ono što ga zanima.

❖ PODELA PREMA POTREBAMA POSETIOCA

Prezentacija treba da zadovolji različite potrebe posetilaca, od potrebe da se informišu, da se edukuju, do toga da se zabave... Ipak, sadržaj sajta mora biti u korespondenciji s njegovim ciljem. Utisak o sajtu može pokvariti "svaštarenje", pa na njega ne treba stavljati ono što mu ne pripada samo zato što određeni sadržaji privlače korisnike.

❖ INTERAKTIVNOST

Treba da postoji komunikacija sa posetiocima. Interaktivnost se ne podrazumeva sama po sebi - mora se inicirati, a to se najbolje postiže kvalitetnom uslugom - uradite nešto dobro za posetioca pa će vam on rado odgovoriti na upit, i to najčešće iskreno, zbog osećaja "anonimnosti".

Poznavanje namera, želja i ponašanja korisnika određuje strategije za privlačenje i obezbeđivanje povratka korisnika na sajt.

**❖ ATRAKTIVNOST - PREMA CILJNIM GRUPAMA**

Na Internetu su ljudi različitih potreba, želja, geografske pripadnosti, finansijskih mogućnosti...pa firma treba precizno da odredi koja je ciljna populacija kojoj će distribuirati informacije.

Postoje firme koje imaju kvalitetno dizajniran sajt, ali neprilagođen grupi korisnika kojoj se obraćaju, imaju mnogo zanimljivih delova sajta, ali prave informacije koje zanimaju korisnike ne mogu se pronaći i sl.

❖ PROFESIONALNOST

Prezentacija treba da odaje vizuelno i informativno pouzdanu i kvalitetnu kompaniju, pa po mogućstvu ne treba sajt prijavljivati na besplatne hosting servise. Ako imate Web adresu koristite je i za E-mail, jer veoma je neozbiljno koristiti adrese ISP-a za poslovnu komunikaciju. Kvalitetni hosting servisi omogućuju lako korišćenje adresa tipa bilošta@imefirme.com.

■ OČEKIVANJA

Efektna Web prezentacija treba da omogući ostvarenje vaših ciljeva sa optimalnim resursima, kao i da prenese željenu poruku i ostvari efekte na određenu ciljnu grupu.

Sajt se ne pravi za Webmastera, Web dizajnera ili vlasnika, nego za posetioca prezentacije. To znači da sajt mora biti vidljiv u svim verzijama browsera, rezolucijama, brojevima boja... a da posebne opcije - nedostupne svima, moraju biti odvojene na posebnim stranicama, a ne da se nalaze na HP-u.

Navigacija kroz sajt treba da bude jednostavna i intuitivna, a stranice da se brzo učitavaju, bez obzira na sadržaj.



Treba da izgleda profesionalno, da bude atraktivna, pregledna, uvek dostupna, da omogući lako nalaženje informacija i naravno da se redovno ažurira i unapređuje na osnovu povratnih informacija (koje se dobijaju pomoću raznih analitičkih alata za utvrđivanje broja posetilaca, kako su na sajt dospeli....) i ocene posetilaca (dobijene pomoću upitnika na sajtu).

Najveća prednost Web je jednostavna izmena, a najbolje je ako to možete da uradite sami, bez angažovanja profesionalnog dizajnera. Ukoliko Vam sajt ne funkcioniše onako kako ste želeli, promenite ga. Fokusirajte se na sadržaj, jer to će sigurno obezbediti posete. Postavite puno linkova (koji rade) kako bi korisnici na različite načine došli do željenih stvari.

ZAKLJUČAK



Bitno je napomenuti da se Web prezentacija pravi zbog toga da bi bilo efekata od korišćenja Interneta - to je primarno, a ne samo pravljenje prezentacije zbog njenog postojanja i da bi na vizit-karti imali Web adresu, ili zato što konkurencija ima prezentaciju.

Za Internet nastup treba pronaći inicijalna sredstva ne samo za izradu sajta, već i za njegovo održavanje, tj. ažuriranje, a treba planirati i budžet za promociju na duži vremenski period. Naravno, ne treba misliti da će prezentacija čim se napravi odmah donositi profit - i Internet nastup treba razvijati.

Ovaj rad je urađen u okviru obuke Elektronsko poslovanje na
Eunet College februara 2005,