

Badanie funkcjonalności stron internetowych wybranych firm oferujących regały magazynowe

Zbadano² serwisy internetowe 14 firm oferujących regały magazynowe. Badanie polegało na przejrzaniu serwisów w poszukiwaniu błędów w czterech kategoriach. Pierwsza kategoria dotyczy możliwości nawiązania kontaktu z firmą, druga ocenia wybrane aspekty funkcjonalności serwisu, trzecia poziom utrudnień występujących w serwisie, a czwarta to pokazanie liczby błędów według walidatora W3C (*ang. World Wide Web Consortium – www.w3.org*).

W podsumowaniu najlepszy wynik osiągnął serwis firmy Jungheinrich Polska Sp. z o.o., który zdobył aż 21 punktów, czyli 88% możliwych do uzyskania. Na drugim miejscu uplasował się serwis firmy WANDALEX SA (zdobył 83% możliwych do uzyskania punktów). Na trzecim miejscu znalazły się serwisy dwóch firm: Profil Polska Sp. z o.o. i PROMAG SA, które uzyskały po 79% możliwych do zdobycia punktów. Zdecydowanie najslabiej w całym badaniu wypadł serwis firmy Logis Sp. z o.o., który uzyskał tylko 46% możliwych do zdobycia punktów.

Jednym z najczęściej pojawiających się błędów w badanych serwisach było stosowanie na stronach czcionki o bezwzględnie zdefiniowanych rozmiarach. Nie pozwala ona na dostosowanie rozmiaru do potrzeb użytkowników. Użytkownik, który ma słabszy wzrok lub który po prostu nie lubi zbyt małych czcionek, może w większości przeglądarek zwiększyć preferowany przez siebie rozmiar czcionki. Jednak w sytuacji, gdy jest ona na stronie zdefiniowana w sposób bezwzględny, jest to niemożliwe i nie pozwala użytkownikowi decydować o ostatecznym rozmiarze czcionki, co jest ingerencją w swobodę i wygodę korzystania z serwisu przez użytkownika.

Kolejnym, często pojawiającym się błędem, jest brak wyszukiwarki dostępnej na wszystkich podstronach serwisu. W przypadku, gdy użytkownik nie może znaleźć szukanego produktu, bardzo często odwołuje się do wyszukiwarki. W sytuacji, gdy nie ma takiej możliwości, często decyduje się na opuszczenie danej strony i szuka wybranego produktu u konkurencji. Taka sytuacja występuje szczególnie w przypadku gdy struktura serwisu i architektura informacji nie jest do końca zrozumiała i czytelna dla użytkownika.

Bardzo często serwisy ignorują też wyróżnianie hiperłączy odwiedzonych od tych, które jeszcze nie zostały odwiedzone. Jest to ważne szczególnie w odniesieniu do rozbudowanych serwisów, które posiadają różne kategorie produktów. Dzięki temu użytkownik oszczędza czas i może łatwiej zrozumieć strukturę serwisu, wiedząc jakie strony już odwiedził, a jakich jeszcze nie.

Ważne jest także umieszczanie w bardziej rozbudowanych serwisach mapy witryny. Dzięki niej użytkownik może łatwiej zrozumieć strukturę serwisu, zwłaszcza gdy zgubi się on w trakcie nawigacji. Dodatkowym atutem takiego spisu wszystkich podstron danego serwisu jest ułatwienie pracy robotom sieciowym wyszukiwarek, przeszukującym stronę w trakcie jej indeksowania. Ułatwienie to może mieć wpływ na umieszczenie poszczególnych podstron serwisu w wyszukiwarkach.

Tylko nieliczne strony posiadają własne, wartościowe strony błędów. Strony te dają możliwość przekazania użytkownikowi w prosty i przystępny sposób, dlaczego wystąpił błąd. Zamiast skomplikowanego i niezrozumiałego kodu o błędzie otrzymuje on wówczas prosty komunikat

i instrukcję dalszego postępowania. Brak własnych stron o błędach wpływa negatywnie na poziom funkcjonalności serwisu.

Żadna z przebadanych stron nie jest zgodna ze światowymi standardami organizacji World Wide Web Consortium (W3C.org). W zależności od stopnia rozbudowania strony głównej, badane serwisy posiadają różną liczbę błędów (od 8 do 328). Poprawa tych błędów wymaga tylko i wyłącznie dbałości ze strony programistów o poprawność kodu. Dzięki niej strona będzie wyświetlać się poprawnie w większej liczbie przeglądarek i większa liczba użytkowników będzie miała ułatwiony dostęp do zasobów badanych serwisów.

Badanie serwisów firm produkujących i oferujących regały podsumowuje ogólny przegląd funkcjonalności najważniejszych serwisów z kilku wybranych branż związanych z logistyką. Czasopismo „Logistyka” jako jedno z pierwszych w Polsce podjęło się publikacji tego typu badań. Głównym celem podjęcia tego trudnego tematu jest zwrócenie uwagi przedsiębiorców na wagę problemu, jakim jest funkcjonalność stron internetowych. W czasach nasilonej walki konkurencyjnej w praktycznie każdej branży, aspekt ten zyskuje dodatkowo na znaczeniu. Nie wystarczy mieć ładną stronę z efektowną grafiką. Strona musi realizować postawione przed nią cele i przede wszystkim musi umożliwiać i ułatwiać użytkownikom docieranie do pożądaných przez nich informacji w sposób szybki i bezproblemowy. Dlatego właśnie warto zwrócić uwagę na to, by serwis był funkcjonalny. Działania wspierające poprawę funkcjonalności są opłacalne i stanowią inwestycję, której stopa zwrotu wielokrotnie przewyższa poniesione koszty.

¹ Autor jest specjalistą ds. badania funkcjonalności serwisów WWW. E-mail: pawel@sledzinski.pl

² Badanie przeprowadzono 26.10.2006 r.