

Audit použitelnosti webu

Připraveno pro skupinu Podnikatelé a Živnostníci - výměna zkušeností. Chcete podobný audit zadarmo? Napište nám na audit@parminut.cz.

Audit je z doby 15.5., je možné, že některé věci byly již změněny.

První dojem z eshopu

V současné době nemá web již jednu vstupní stránku, tzn. stránku, na kterou se zákazník dostane jako první (např. z vyhledávání). Budu ale předpokládat, že se jako první dostane na hlavní stránku.

Na první pohled není jasné, co prodáváte, a o čem váš eshop je. Proto by bylo dobré přidat pod vaše logo text (ne úplně slogan), ale nějaké vysvětlení, čím se zabýváte. Aby to zákazník pochopil, ať se dostane poprvé na jakoukoliv stránku. Je pořád dost lidí, kteří třeba anglicky neumí a není jim to jasné ani z názvu.

Vaše hlavní stránka je docela nepřehledná. Zákazník neví, kde začít. Hned vidí nějaké "odlišnosti od konkurence" a pak je zahlcený produkty, které nemají nic společného. Bylo by dobré přidat nějaký úvod / rozcestník / banner který zákazníkovi pomůže se víc zorientovat.

Zákazníka byste měli vést k cíli, ušlapat mu cestičku. Neměl by vůbec přemýšlet. Každá minuta, kdy znejistí znamená, že může odejít někam, kde to bude mít jednodušší.

Když zákazník scrolluje dolů na stránce, tak se vám ztratí horní lišta. Není to chyba v použitelnosti, může zmizet, nicméně máte tam důležité informace jako kontakt, platba, doprava apod.. Zvažte tedy, jestli by nebylo lepší ji nechat viditelnou celou dobu.



732 66 77 55 (Po-Ne 8-20)



eshop@garden-style.cz

[O NÁS](#)

[DOPRAVA A PLATBA](#)

[VZORKY NA VYZKOUŠENÍ](#)

Kategorie produktů vlevo

Bylo by lepší v tom bočním menu nechávat vždy jen tu kategorii, která je aktivní. Takto je to hodně nepřehledné. Možná je to ale způsobeno shoptetem a nepůjde to opravit.

- Textilite a tkaniny
 - + Tkané
 - + Netkané
- Sítě a fólie
 - Ochranné a krycí sítě
 - Fólie
- **Zavlažování**
 - Postřikovače
 - Sady
 - Hadice
 - Příslušenství

Navíc tento prostor by bylo lepší využít například na to hodnocení obchodu, které máte níže, nebo na odkaz na heureka, lákadlo na blog, apod.

Hlavní stránka

Odlišnosti od konkurence

Na hlavní stránce máte 2x něco, co by se dalo označit jako odlišnosti od konkurence.



Víme co prodáváme
Našemu sortimentu
odborně rozumíme



Na zásilku nečekáte
Skladové zboží máte druhý
den doma



Spokojenost především
Nenadálé situace řešíme
obratem



Skladové zboží
doručíme 2. den



Garance vrácení
peněz



Radíme od pondělí
do neděle, 8-20

Měli byste to mít na stránce jen jednou, a to nahoře. Většina zákazníků na stránce nescrolluje a hledá informace pouze nahoře.

EDIT: verze 30.5. - vidím už jen jednu výhody. Stále platí, že by měly být jedny a nahoře.

Měli byste zákazníka přesvědčit o tom, že vy jste nejlepší a má nakoupit právě u vás. Má dokázat v čem jste jedineční nebo lepší, než konkurence.

Odlíšnost od konkurence je velké téma a dejte si na tom opravdu záležet. Měly by být proklikávací, jako to máte v případě níže.

Navíc vámi zmiňované výhody nejsou úplně výhody, nebo by chtěl doplnit o nějaká "data".

1. Skladové zboží dneska už doručuje spoustu eshopů do druhého dne.
2. Vrácení peněz je také na každém eshopu, je to ze zákona dané - při vrácení do 14 dní.

Stránka <https://www.garden-style.cz/clanky/vraceni-vymena-reklamace/> je strašně komplikovaná, nepřehledná a obsahuje hodně textu. Pokud jsem to ale pochopila správně, vaše výhoda např. je, že reklamaci uznáváte tentýž den nebo hned posíláte peníze. To ale musí v té výhodě zaznít.

Také tam máte 3 formuláře, a zákazník přemýšlí, ke kterému patří. Mnohem lepší by bylo udělat formulář jeden a případně dát např. poznámku, kam musí zákazník sám napsat, proč posílá nazpět. Napíše to svými slovy, ale nemusí přemýšlet už, který formulář zvolit.

Navíc "Garance vrácení" je nicneřikající, musíte to přímo ve výhodě rozvést, aby to lidi nalákalo. Jako jakou jim dáte garanci apod.

4. Výhoda, že jste k zastížení pondělí až neděle v daný čas, je dobrá.

5. Také byste mohli přidat, že více než 95 % zákazníků je spokojeno (vycházím také z heureka, kde máte 4,8 hvězdičky). A odkaz na stránku s hodnocením (viz níže).

Menu

Menu je velmi podstatné. Pomáhá zákazníkovi se rychle orientovat. Lidé jsou již naučeni na určité zvyklosti, jak by mělo vypadat.

Vaše menu (horní lišta i to hlavní) by mělo obsahovat:

- Hlavní strana
- Kategorie produktů (zatravňování, textilie...)
- Recenze - hodnocení produktu (shoptet umožňuje vytvořit přímo stránku)
- Vzorky na vyzkoušení
- O nás
- Kontakt

Hlavní strana

Doporučuji přidat. Pro většinu lidí je to záchranná položka, když se na webu ztratí. Stačí nahoru na lištu.

Vzorky na vyzkoušení

Doporučuji přesunout tuto stránku z horního menu do hlavního. Je to stránka, kterou lidi zaujmete, protože to určitě konkurence nemá. Takto je to schované, navíc v rozbalovacím menu, a málokdo to najde. Měli byste to propagovat na hlavní stránce a také přidat do výhod.

Na stránku byste měli hezky graficky zpracovat (ne jen text) a přidat referenci zákazníka, který si to vyzkoušel.

O nás

Zde máte také dlouhý text. Bylo by dobré také přidat fotografii týmu, napsat třeba i jména (ředitel, kdo má na starosti reklamace apod..). Lidé mají rádi, když vědí s kým komunikují, takhle váš web působí neosobně.

Kontakt

Ten vám na stránce chybí úplně. Máte napsaný telefon a email dole a nahoře na stránce, ale chtělo by to přidat kontakt i do menu. Je to většinou nejnavštěvovanější stránka, bývá obvykle na konci menu. Je dobré tam dostat, co nejvíce informací. Kromě emailu a telefonu, tak také přidat adresu podniku a provozovny. Z hlediska důvěryhodnosti je dobré na tuto stránku přidat popř. také fotografii - aby zákazníci viděli přímo s kým mají tu čest.

Vše o nákupu - doprava a platba

Máte nahoře v menu, tam to může zůstat. Ale máte tam spoustu informací. Zákazníci neradi dohledávají informace a neradi scrollují po stránce. Lepší by bylo udělat seznam (Způsob platby, údaje pro platbu převodem apod), který by byl proklikávací a vedl na stránku, kde by bylo více info o tom daném tématu. Nebo nějaký rozcestník na začátku stránky.

Důvěryhodnost

Je dobré také zkontrolovat zda nemáte překlepy na stránce. Např. tady máte místo textilie napsáno textilite.

Textilite a tkaniny

Sítě a fólie

Zavlažování

Postřiky

O

a tkaniny

Textilite a tkaniny

Texty

Texty by měly být psány stejným fontem, velikostí.
Například tady máte u každého výrobku jinou velikost písma.

Detailní popis produktu

Standardizovaný 1/2" mezikus pro spojování hadic. Používá se pro rychlé spojení dvou hadic do jednoho kusu.

Kombinovatelný se všemi hadicemi, spojkami a rychlospojkami o průměru 1/2".

Detailní popis produktu

Hnědá agrotexilie s gramáží 50 g/m² se používá pro mulčování půdy, což zlepšuje podmínky vývoje rostlin. Lze ji úspěšně využít v zahradnických, zemědělských, ovocných, jahodových a zeleninových plantážích. Používá se také pro mulčování keřů, stromů, plodin a květin.

Hnědá barva je vhodná k mulčování kůrou, která i v případě odhrnutí mulče nekáží vizuální dojem podkladu.

Aby rostliny dobře rostly a bohatě plodily, potřebují zvláštní ochranu před nepříznivými podmínkami. Netkaná textilie je aplikovaná zakrytím ploch kolem rostlin. Tím je vytvořeno správné mikroklima s mírně vyšší teplotou a vlhkostí, které rostliná ve většině případů prospívá.

Netkaná agrotexilie textilie je také nejúčinnějším způsobem ochrany proti plevelům současně se snížením použití herbicidů. Rostliny tak budou zdravější a bez škodlivých chemikálií. Výrobek posiluje kořenový systém rostlin, reguluje půdní vlhkost: na vnitřní straně zpožďuje odpařování vody.

Také máte všechny texty dlouhé a nepřehledné, jak již bylo několikrát zmíněno. Lidé na webu nečtou, skenují očima, hledají klíčová slova.

U vás se mohou snadno ztratit. Usnadněte jim práci a texty zkraťte. Rozdělte je odřádkami, body, a ved'te lidi po stránce.

Ideálně přidejte i prvky "call to action" neboli výzvy k akci.

Chcete o svém webu zjistit více
informací?

Objednejte si rozšířený audit
za 999 Kč bez DPH.