

Z drugiej strony strony

Lukasz Piekarz

Strony internetowe zawierają wiele błędów, utrudniających korzystanie z sieci. Brak dbałości o wizerunek w sieci prowadzi do strat, których można uniknąć stosując audyt stron internetowych.

Jest godzina 20:33, jesienny półmrok pokoju zderza się ze słabym światłem lampki na biurku. Obok laptopa, stoi filiżanka kawy, a kolejny papieros zostaje nerwowo zgnieciony w pełnej już popielniczce. Poświata ekranu odbija się od okularów. Zdenerwowanie maluje się na twarzy wpatrzonej w monitor. Pan Prezes, biznesman sprzedający opakowania tekturowe, od kilku dni regularnie obserwuje poziom aktywności na stronie internetowej swojej firmy. Internet miał być wielkim przełomem dla firmy i szansą na nowe kontrakty. Rzut okiem na liczbę odwiedzin nie daje powodów do optymizmu. Pięć osób w tym tygodniu odwiedziło stronę. Godzina 20:45, kolejna próba wysłania wiadomości poprzez formularz kontaktowy. Kolejny papieros. Rzut okiem na miejsce wyszukiwarke. Hasło: „opakowania tekturowe”. Jest! Czwarta podstrona wyników. Zawsze coś. Godzina 23:30, wiadomość nie dotarła, trzy kolejne również. Nerwy. Popielniczka roztrzaskała się tuż obok miejsca, w którym wylądowała zgnieciona paczka papierosów. Laptop już też nie jest bezpieczny...

Polecać głowy!

Kto zawinił? Gdzie leży problem? Czemu strona nie funkcjonuje tak, jak powinna? Złe wypozycjonowanie, błędy kodu, to problem wielu stron sieci. Pan Prezes szybko zgodził się ze stwierdzeniem, że czego nie ma w Internecie, to nie istnieje. To jedna strona medalu. Druga strona jest mniej kolorowa, wszyscy konkurenci Pana Prezesa wiedzieli o tym już wcześniej i wszyscy są w Internecie. Firma webdesignerska, grafik, firma pozycjonująca czy marketingowiec? Kto powinien odpowiedzieć przed Panem Prezesem za to, że strona jest niewidoczna w sieci? Prawdopodobnie wszyscy. Ale pracę straci marketingowiec, bo to on do tego dopuścił. Grafik, zostaje zwolniony z odpowiedzialności, gdyż jego praca jest zależna od zlecenia i wytycznych. I wszystko co robi musi zostać zaakceptowane. Firma webdesignerska również uniknie kary, stworzona strona w wersji beta została oddana do testów przed jej uruchomieniem, a błędy kodu HTML i inne błędy zdarzają się nawet wtedy, gdy wszystko

zdaje się funkcjonować odpowiednio. A firma pozycjonująca zgodnie z obietnicą „zagwarantowała” pierwsze miejsce w znanej wyszukiwarce, w jednym określonym przez firmę hasle wyszukiwania. Problem w tym, że hasło pomaga w znalezieniu konkretnej firmy, gdy poszukujący zna firmę. W wyszukiwaniu ogólnym, firma plasuje się daleko za innymi. Specjalista ds. public relations nie może tłumaczyć się w żaden sposób. Jako osoba odpowiedzialna za wdrożenie strony, miał obowiązek sprawdzić, czy „niewidoczne błędy” da się wychwycić.

Panaceum

Michael Bloomberg, założyciel Bloomberg TV, powiedział kiedyś, że nikt nie jest wystarczająco mądry by nie słuchać innych osób. Wiele błędów wynika ze zbyt dużego zaufania własnemu wyczuciu i intuicji. W branży PR oraz marketingu, trzeba być na bieżąco, szczególnie w przypadku działań w sieci, która stale rozwija się w dynamiczny sposób. W polskich warunkach działanie jest odrobinę ułatwione, gdyż rynek polski podąża za rynkami zachodnimi. To, co w Polsce jest nowością, gdzie indziej chyli się już ku końcowi to, co gdzie indziej jest standardem u nas jest sprawdzane i powoli adaptowane. Taką powoli wdrażaną nowością jest audyt stron internetowych, czyli usługa sprawdzająca strony internetowe pod względem ich poprawności technicznej i funkcjonalnej. Jest to lekarstwo na pozbycie się odpowiedzialności, ponieważ po badaniu, wszelkie błędy zostają zidentyfikowane. Audyt jest formą kontroli, tak jak w przypadku audytu finansowego.

Czego oczy nie widzą...?

... to programy wykryją. Audyt stron internetowych opiera się na specjalistycznym oprogramowaniu do wieloczynnikowego badania stron www. Pierwszym krokiem w testowaniu strony jest spojrzenie na nią w odmienny sposób niż na tradycyjny tekst/obraz zamieszczony w czasopiśmie. Dla wielu użytkowników pierwszym kryterium oceny strony www jest jej estetyka. Dla osób poszukujących informacji liczy się funkcjonalność. Dla osób korzystających z modemu kluczowy jest czas ładowania strony. Natomiast osoby korzystające z niestandardowych przeglądarek zwracają uwagę na poprawność kodu i kompatybilność strony. Do tego dochodzi spojrzenie na strony okiem wyszukiwarek internetowych. To od nich w dużej mierze zależy pozycja strony. Pozycjonowanie strony skuteczne staje się wtedy, gdy strona jest atrakcyjna dla mechanizmów wyszukiwarek. Wpływa na to ilość słów

kluczowych, ich zagęszczenie itp. Te, a także wiele innych czynników decyduje o sukcesie witryny internetowej.

Make-up & re-launch

Gdyby Pan Prezes zainwestował w audyt swej strony, oszczędziłby na tym wiele czasu i ... przynajmniej jedną popielniczkę. A liczba osób odwiedzających jego stronę, przewyższałaby swą liczbą drużynę siatkówki. Firmy audytorskie, kończą swą pracę wraz z raportem przekazanym klientowi. Raport zawiera wykaz błędów, a także zawiera sugestie co do zmian, które powinny zostać wprowadzone w celu dopasowania do potrzeb i gustów odbiorcy. Krok dalej poszła firma AudytSI.pl, która do raportu dołącza listę firm mogących w odpowiedni sposób wprowadzić potrzebne poprawki. Dalej każdy klient sam decyduje o losach swej witryny. Make-up strony jest niczym innym jak pozbyciem się wszelkich błędów, a przy okazji ulepszeniem jej. Dla firm dbających o swój wizerunek w Internecie, audyt traktowany jest jako przegląd techniczny, a przy okazji strona może pochwalić się certyfikatem. Re-launch, czyli ponowne uruchomienie strony, pozbawionej błędów, ulepszonej strony jest okazją do ponownej promocji. Dzięki temu internet może stać się prawdziwą kopalnią klientów i zleceń.