

108 végzetes hiba amely csökkenti weboldala hatékonyságát

Ne készítsen saját weboldalt az ingyenes tanulmányom átnézése nélkül!!

Mottóm és alapelveim: Szerintem arra kell törekedni, hogy az a látogató is eligazodjon egy weboldalon, aki a legminimálisabb számítógépes tudással rendelkezik. Az eszközöket nem azért írom le, mert számítógépes analfabétának nézem a felhasználót, hanem azért, hogy hatékonyabb legyen egy weboldal, és ne raboljam senkinek se feleslegesen az idejét az olyan megoldásokkal, amiket egy kicsit is félre lehet érteni.

Csak azok a weboldalak tudnak eladni, amelyeket a látogatók megtalálnak, végigolvasnak, az oldal áttekinthető és könnyű eligazodást biztosít. Jelen összeállítást azért készítettem, mert weboldal készítőként rengeteg hibát látok az oldalakon, és szeretném ezt megosztani mindenkivel, hogy mások ne kövessék el azokat a szarvashibákat, amelyek csökkentik weboldala eladási hatékonyságát, keresőbeli helyezését, használhatóságát.

Az összeállításnak azt a nevet is lehetett volna adni, hogy ezerféle hiba, hiszen szó szerint ezerféle hiba előfordulhat egy honlapon, de most mégis csak a legfontosabb, legszembetűnőbb hibákkal foglalkozok. Ha ezeket elkerüli, akkor máris **jobb lesz a konkurenciánál**, és nagyobb eséllyel növelheti internetes bevételeit.

Ha úgy gondolja, hogy az ön weboldalán már nincs mit fejleszteni, elegendő látogatják, sok időt töltenek a látogatók az oldal böngészésével és nem utolsósorban rengeteg bevételt hoz Önnek, kérem ne olvasson tovább!

Kellemes időtöltést, és remélem sok hasznos információt sikerült összegyűjtenem a következő oldalakon. A hibák nem fontossági, illetve súlyossági sorrendben követik egymást, hanem kategóriák szerinti bontásban. **Egyik-másik hiba előfordul többször is, de ez annak tudható be, hogy egyik hiba adja a másikat, így átfedések jönnek létre. Nem minden hiba „igazi” hiba (tudja, a kivétel erősíti a szabályt), egyéni esetekben előfordulhat, hogy az itt hibaként bemutatott megoldás kifejezetten hasznos lehet.**

Ugyan az egyes kategóriák csak a legfontosabb dolgokat tartalmazzák, remélem segítségére lesz ez a kis összeállítás, hogy mit ne kérjen a szakembertől, akivel elkészítteti a weboldalát, illetve rálát majd azokra a buktatókra, amelyeket nem szabad elfogadnia, akkor sem, ha ezt kifejezetten ajánlják Önnek.

Bármilyen visszajelzést szívesen veszek az alábbi elérhetőségeimen:

Szűcs Ádám

Weboldal készítés, keresőoptimalizálás, látogatottság növelés

<http://www.Olcsoweboldal.hu>

Tel: 06-70-623-88-22

E-mail: info@olcsoweboldal.hu

A hibák előtt álljon itt egy levél, amelyet az egyik kedves olvasóm írt, és úgy gondolom, hogy ezt elolvasva mindenkiben tudatosul, hogy miért is fontos, hogy hibamentes legyen a weboldalunk:

„Mostanában sokat filozofálgattam erről, és egy nem túl régi eset szemtanújaként meggyőződésemmé vált, hogy az egyik legfontosabb témáról van szó. Nem lehet eléggé odafigyelni minden apró részletre a navigációt és a weblap struktúráját illetően - illetve lehet... sőt kötelező!

Az eset akkor történt, amikor kedves édesanyám véleményét kértem épp weblapom vadonatúj kinézetét illetően. Ő az aki fogalmazásból még nálam is jobb; ízlését, szépérzékét tekintve tekintve pedig nyugodtan adhatok a véleményére. Webes tudása viszont korlátok közé szorul, 50 felett sokan vannak így ☺ Tudni kell, hogy számítógépen dolgozik több évtizede talán - még írógépen kezdte (imádom az írógépeket), és pontosan annyit tud amennyi szükséges:

- Bár naponta több email-t kap és küld, keveri a webcím és az emailcím fogalmát.
- Fogalma sincs mi az internet, illetve meggyőződése szerint az az Internet Explorer® : D
- Eszébe nem jutna a Google-t használni, hiszen a munkájához nincs szüksége webes keresésre.

Tökéletes alany tehát ha arra vagyok kíváncsi, vajon a weblapom tényleg felhasználó barát, vagy csak nekem tűnik annak.

A tesztelésre különösen alkalmassá teszi, hogy rendelkezésre álló eszközei szintén az átlagot képviselik:

- XP sp2 - frissítés kikapcsolva
- Öreg P4, < 500 MB Ram
- 1024 x 768
- Internet Explorer 6

A következő történt:

Felkértem tehát hogy nézze meg a weblapom. Első körben az egérhez hozzá sem ért, csak olvasott. Elfogytak a betűk. Ekkor kis tanácsstalanságot éreztem a tekintetén, de hamar túllépett a problémán. A legutóbbi hasonló esetből tanulva ugyanis rájött, hogy az oldal van tovább is, és az egérrel lehet gördíteni a lapot.

Amikor a lap végére ért, stilisztikailag értékelte a tartalmat. Kicsit csalódott lettem, hogy meg sem próbálta megnyitni a képeket, megkértem, hogy ezt pótolja. Katt az első képre tehát, a colorbox (lightbox klón, sötétíti a hátteret) működésbe lépett.

Megnyílt a kép, és nézte - szép ez a bútor - mondta, és várt. Nem tudta hogyan tovább. Tehát

2

meg sem próbált a gombokra kattintani, elindítani a slideshow-t, vagy bezárni a képet. Tudomásul vett, hogy megnyitotta, ezért most sötét a háttér, de legalább szép a bútor...

- Na, fiam - szólt hozzám kis idő múlva - hogy kell ezt bezárni? Én percdíjat fizetek az internetért... (lol)

Nem szóltam, vártam hogy rájön-e magától. Rájött. Megnyomta az internet Explorer 6 visszagombját...

Kedvesem szemtanúja volt a történetnek, és azóta megérti miért érzem bonyolultnak és tökéletlennek a weboldalam még mindig. Most már tudja hogy minek görcsölök ilyen sokat apróságokon.

Az 50 feletti felhasználók koruknál fogva általában "biztos" munkahellyel, hitelképességgel, "anyagi stabilitással" rendelkeznek. Egy részük potenciális megrendelő lehet, mert a családban, munkahelyen döntési joggal bír, ami vonatkozhat egy komolyabb vásárlás esetére is. Az ügyfeleim nagy része fiatal ugyan, azért szép számmal érkeznek megrendelések az 50 feletti korosztálytól is. Gyakran ajándék bútort rendelnek a fiataloknak."

Meg szeretne tanulni weboldalt készíteni? Látogasson el ide: <http://wordpress.video.hu>

WordPress videók

Weboldal készítés 1 nap alatt!!



WORDPRESS

A weboldal készítés hibákat az alábbi témakörökre bontottam:

- | | |
|---|-----------|
| 1. Domain neve, tárhely, e-mail cím | 4. oldal |
| 2. Keresőoptimalizálás, keresőmarketing | 8. oldal |
| 3. Megjelenés | 17. oldal |
| 4. Használhatóság, átláthatóság | 23. oldal |
| 5. Marketing | 28. oldal |
| 6. Konkurencia | 31. oldal |
| 7. Tartalom | 32. oldal |
| 8. Videó | 37. oldal |
| 9. Szabványok (CSS, HTML, XML) | 37. oldal |

(x) - Chat-Lak-ozz! - chat mindegykinek! - <http://chatlakozz.hu/> (x)

Domain neve, tárhely, e-mail cím

♣ 1. hiba: Ingyenes tárhelyen van az oldala.

Miért hiba?

Felismerik, hogy a tárhely ingyenes, és az lesz a látogatók véleménye, hogy vajon nincs évi pár ezer forintja ennek a cégnek, hogy saját domain neve legyen?

A weboldala tetején lehetnek reklámok, ami igen bosszantó, főleg, ha a konkurencia reklámja jelenik meg ott.

Ha megszűnik az ingyenes tárhelyszolgáltató, akkor az oldala is megszűnik, minden tartalmával együtt, nem beszélve a befektetett munkájáról és a bosszúságról. Ellenben, ha saját domain neve van, akkor a webhosting cége megszűnése esetén is átregisztrálható a domain név, és a biztonsági mentés visszatöltését követően használható tovább.

♣ 2. hiba: Cégnéve a domain neve.

Miért hiba?

A találati listák kialakításakor a keresők figyelembe veszik a domain nevet is, olyan szempontból, hogy releváns-e az oldal tartalmára nézve. Az emberek nem a cége nevére fognak rákeresni a Google-ben, hanem a tevékenységi körére. Cégnévvel nem lehet reklámozni, kivéve ha pl. Marlboro a cége neve...

Mikor nem hiba?

Ha brandet (márkát) szeretne építeni.

♣ 3. hiba: A weboldala nem elérhető a „www” előtag nélkül, rosszabb esetben: Teljesen más oldal jön be az Öné helyett.

Miért hiba?

Sok ember nem üti be a www-t, mert automatikusnak veszi, hogy anélkül is él az oldal. A beállítása egy perc, nem éri meg ezen spórolni. Ilyen alapvető hibát még az egészen nagyok is elkövetnek. Próbálja ki: például a <http://szerencsejatek.hu/> sem elérhető...

♣ 4. hiba: A domain neve és/vagy e-mail címe összetéveszthető a konkurensével.

Miért hiba?

Ha például a konkurensének a weboldala cipofelsoreszkeszito.hu, és Ön lefoglalja a cipofelsoresz-keszito.hu-t, szinte biztos, hogy a potenciális látogatói között lesz olyan, aki az Ön weboldalával soha nem fog találkozni, mert kihagyja a kötőjelet a domain nevéből, és máris a konkurens honlapját nézi. Ebből következik, hogy ha a konkurens e-mail címe: info@cipofelsoreszkeszito.hu, akkor az Öné ne info@cipofelsoresz-keszito.hu legyen, hanem pl. kapcsolat@cipofelsoresz-keszito.hu. Ugyanakkor hozzon létre, és irányítsa át a saját e-mail címére egy info@cipofelsoresz-keszito.hu e-mail címet is, hátha a konkurensét kiválasztó ember Önnek fog véletlenül e-mailt írni, és így Ön tudja elvégezni neki az aktuális munkát.

Az ilyen egy karakterrel eltérő megoldások (úgynevezett typo-domainek) egy esetben lehetnek jók: Ha olyan domain typo (elgévelt) változatát sikerül regisztrálni, amelyet sokan látogatnak. pl.: expressz.hu. Ha sikerül regisztrálnia az expresz.hu domain nevet, szinte biztos hogy ezzel automatikusan sok látogatót is fog szerezni, hiszen nem minden ember tudja helyesen leírni az expressz.hu-t.

♣ 5. hiba: Nem található meg könnyen az Ön által küldött e-mail.

Miért hiba?

Lehet (ez nem feltétlenül hiba, mert általában lehet keresni a levelek között, de az alábbi egyszerű trükkal kitűnhet a levélfolyamból), hogy a leendő megrendelő mástól fog rendelni.

Mi a megoldás?

Tegyen be a feladó sorba egy különleges karaktert! Én pl. a ■ jelet használom a nevem előtt, így ha valaki ránéz az e-mailjeire, egyből észreveszi, hogy hol van az én általam küldött.

♣ 6. hiba: Nem jól választ domain végződést.

Miért hiba?

Nehezebben fogja megtalálni a célközönsége.

Mi a megoldás?

Míg a .com, .info, .org, .biz domain nevek nem kötődnek földrajzi helyhez, és a Google Webmasters Toolsban be lehet állítani, hogy mi legyen a weboldal célországa, addig a .hu, .de, .nl stb. domain végzések lokálisak, azaz egy adott országban előnyt élveznek. Pl. egy .hu végű domain előnyt élvez a google.hu-ban egy .de végződésű ellen.

♣ 7. hiba: Gyenge jelszót használ.

Miért hiba?

A tárhelyének, adatbázisának és ha van az oldalához admin felület, akkor ezeknek ne admin-admin legyen a felhasználónév-jelszó párosa. Miért? Gondolom nem hiányzik Önnek, hogy amikor már fél éve megy a blogja, akkor az összes addigi bejegyzést és hozzászólást töröljék...

Milyen a biztonságos jelszó?

A munkám során sokszor látom, hogy az emberek nem a megfelelő jelszóval védik a számítógépüket, vagy az e-mail fiókjukat, vagy bármely egyéb, jelszóval védett privát területüket.

Miért kell, hogy biztonságos legyen a jelszó?

A bankkártyája PIN-kódját miért nem adja meg idegeneknek? A lakáskulcsát miért nem a zárban tartja? Az online felületeken ugyanúgy tudnak a csalók és szélhámosok kárt okozni, illetve lopni tőlünk, mint a való életben. Az a tudat, hogy az e-mail fiók nem megfogható, még ugyanúgy a privát szféránk, mint a lakás, vagy a telefonunk. Nem szeretnénk, hogy idegenek kutakodjanak benne, ne adj isten a nevünkben küldözgessenek e-mailek.

Mit tegyek? Milyen legyen a jelszavam?

A biztonságos jelszó alapkövetelményei:

- minimum 8-10 karakter hosszúságú legyen,
- tartalmazzon kis és nagybetűket, illetve számokat is,
- ne hagyja az asztalon leírva,
- legalább havonta egyszer változtassa meg,
- ne a házi kedvenc, gyereke, hobbi, lakóhelye, kedvenc színésze stb. neve legyen,
- ne legyen ugyanaz mint a felhasználónév,
- ne a születési dátumunk legyen.

Példa:

Nem biztonságos jelszó: „Csepel”, „Buxsi”, „1985”.

Biztonságos jelszó: „rtHh4oG8gk8Fi2E”.

♣ 8. hiba: Total Commanderben tárolja az FTP jelszavát.

Miért hiba?

A Total Commander a Program Filesban található mappájában, a “wcx_ftp.ini” fájlban tárolja a jelszavakat. Vannak olyan programok, amelyek képesek a titkosított adatokat kiolvasni ebből a

fájlból.

Mi a megoldás?

Minden FTP-re történő csatlakozás után törölje ki a belépési adatait a Total Commanderből.

♣ 9. hiba: Nem csak a weboldalához tartozó fájlokat tárol a szerverén, és/vagy szabadon böngészhetőek a weboldala könyvtárai.

Miért hiba?

Lehet, hogy vannak olyan fájlok is a szerverén, amelyeket nem szívesen oszt meg másokkal. Ha ezeket illetéktelenek megnézhetik, akár kára is származhat belőle.

A megoldás három lépése

1. hozzon létre egy robots.txt fájlt a domain neve root könyvtárában, és helyezze el az alábbi két sort (a valami.html tetszőlegesen kicserélhető más fájlra vagy könyvtárra):

User-Agent: *

Disallow: /valami.html

2. A képeket és egyéb fájlokat tartalmazó könyvtárakba tegyen egy index.php-t, amely legyen vagy üres, vagy tartalmazzon egy olyan kódot, amely a látogatót egyből átdobja a főoldalára.
3. Egy ún. .htpasswd fájl létrehozása, amely segítségével felhasználónévvel és jelszóval lehet levédeni egy könyvtárat vagy fájlt.

♣ 10. hiba: A backup (biztonsági mentés) hiánya.

Miért hiba?

Ha a gyenge jelszó pontban lévő hibát el is követi, vagy bármit elront az oldalon, és nincs backupja az oldalról vagy adatbázisról, akkor az összes addigi munkát kezdheti elölről. Ha van biztonsági mentése az oldalról, akkor lényegesen könnyebb az oldal tartalmát helyreállítani. Jó esetben így elég csak a backup fájlt visszatölteni az admin felületen keresztül, és újból működik az oldal.

Keresőoptimalizálás, keresőmarketing

♣ 11. hiba: A robots.txt fájl hiánya.

Miért hiba?

A Google robotjai amikor megérkeznek egy weboldalra, automatikusan lekérdezik a /robots.txt linket, és eszerint folytatják az útjukat. Ha nem szeretné az összes keresőt beengedni az oldalára. A feljebb említett példán kívül érdemes még egy sort elhelyezni benne, amely tartalmazza a sitemap.xml helyét, ilyen formában:

Sitemap: <http://olcsoweboldal.hu/sitemap.xml>

♣ 12. hiba: A Google Webmasters Tools (GWT) hiánya.

Miért hiba?

A Google ingyenes eszköze a webmesterek segítségére lett kifejlesztve, jelzi, ha valami gond van az oldallal. Pl. vírusos, vagy rosszul vannak kitöltve a meta tag-ek. Érdemes regisztrálni. A GWT-ről bővebben: <http://www.olcsoweboldal.hu/blog/2009/06/15/google-webmaster-tools-hasznalata-archiv-cikk/>

♣ 13. hiba: A sitemap.xml fájl hiánya.

Miért hiba?

Segíti a Google munkáját, ha van egy fájl, amiben szerepel a honlapunk összes URL-je.

Hogyan csinálja?

Ezen az oldalon könnyen elkészítheti: <http://www.xml-sitemaps.com/>, utána ne felejtse el bejelenteni a Google Webmasters Tools-on keresztül a Google felé!

♣ 14. hiba: Az oldaltérkép oldal hiánya.

Miért hiba?

Az előző ponthoz hasonlóan a Google könnyen végig tud menni az összes aloldalán, így gyorsabb lesz az indexelés, és nem utolsó sorban a látogatói is könnyebben eligazodnak egy esetlegesen szerteágazó weboldalon.

♣ 15. hiba: A törölt vagy áthelyezett oldalak nem lettek szabályosan átirányítva.

Miért hiba?

Alapszabály, hogy a létrehozott aloldalakat nem töröljük ki. Persze indokolt esetben előfordulhat. A Google egyik alapelve, hogy minden keresésre a lehető legrelevánsabb találatot adja. Ebbe nem fér bele egy esetlegesen eltávolított oldal miatt kapott hibaüzenet. Ha nem lett értesítve a Google a változásról, akár büntetés is járhat érte.

Hogyan csinálja?

Az első egy teljes mappa átirányítása, a második egy aloldalé. A megfelelő kódot a .htaccess fájlban kell elhelyezni.

- Redirect 301 /111 <http://www.bizomany.hu/elado-hasznalt-es-uj-kerekparok-biciklik-adas-vetel/>
- Redirect 301 /honlap-kritika-archivum.php <http://www.olcsoweboldal.hu/blog/honlap-kritika/>

♣ 16. hiba: A weboldal szövegei képként vannak megjelenítve.

Miért hiba?

A Google csak a szöveges tartalmakat tudja szöveggként indexelni, így a képen szereplő szavakra nem, vagy csak nagyon nehezen fog látogatót szerezni a Google felől.

♣ 17. hiba: A weboldalt alkotó fájlok, aloldalak (nem barátságos URL használata) helytelen elnevezése.

Először is hadd tisztázzak két fogalmat:

a) Mi a domain név?

A domain név a weboldal címe. pl.: www.olcsoweboldal.hu

b) Mi az URL?

A weboldal egy tetszőlegesen kiválasztott aloldalának közvetlen elérési útja. pl.: <http://www.olcsoweboldal.hu/hirlevelre-valo-feliratkozas.php>

Egy weboldal készítésekor felmerülhet a következő probléma:

Legyen-e tagolás az URL szerkezetben?

Igen, legyen. Ha összefolynának a szavak az URL-ben, akkor nehezen lehetne begépelni a böngészőbe.

Alapelv, hogy az URL nem tartalmazhat szóközt és ékezetes karaktereket, ezt szem előtt kell tartani. Ékezetet tartalmazhat a domain, de véleményem szerint nem érdemes élni ezzel a

9

lehetőséggel, mert még egyes böngészők nem képesek problémamentesen megjeleníteni az ilyen weboldalakat.

De hogyan tagoljunk? Milyen legyen az URL formátuma? Kötőjellel vagy alsóvonallal legyenek tagolva az URL-ben szereplő szavak? Vajon melyik a jobb megoldás?

A) http://www.olcsoweboldal.hu/hirlevelre_valo_feliratkozas.php

B) <http://www.olcsoweboldal.hu/hirlevelre-valo-feliratkozas.php>

Apróságnak tűnik, de észérv szól a második megoldás mellett. A böngészők és a levelezőrendszerek a linket automatikusan úgy jelenítik meg, hogy egérrel a szöveg fölé érve alá vannak húzva. Az elsőnél a “_” jel összefolyik a link miatti aláhúzással, és ez zavaró és hibák forrása lehet. A B) verziót hívjuk barátságos URL-eknek.

Arról nem is beszélve, hogy a SEO szakemberek szerint a Google is könnyebben felismeri a kulcsszavakat a “B” módon tagolt URL-ekben.

A fenti feltételek a fájlok elnevezésekor is érvényesek.

♣ 18. hiba: A fájlnevek és aloldalak nem tartalmazznak kulcsszavakat.

Miért hiba?

A Google figyelembe veszi a rangsorolásnál, hogy hogyan vannak elnevezve az aloldalak és a fájlok.

♣ 19. hiba: Szomszéd Pistike csinálja a weboldalt.

Miért hiba?

Talán a szomszéd fia, Pistike, vagy egy ismerős tud weboldalt csinálni, és olcsón is dolgozik, de vajon az internet marketinghez is ért? Tudja egyáltalán, hogy mit miért csinál? Egy weboldalon minden elemnek szerepe kell hogy legyen, és minden elemnek egy tudatos átgondolás után szabad oda kerülnie, ahová kerül.

♣ 20. hiba: Nem megfelelőek a linkszövegek az oldalon belüli linkeknél.

Miért hiba?

Csakúgy, mint a külső linkeknél, az oldalon belül egy másik aloldalra mutató link esetében is fontos a releváns tartalom. Ha pl. az egyik aloldalán hivatkozik egy másik aloldalára, akkor ne a „kattintson ide” szövegre kattintva léphessen át az olvasó a másik aloldalra, hanem a másik aloldal címére kattintva. Pl. Ha hírlevélre való feliratkozásra buzdítja a látogatóját, akkor a

„Hírlevélre való feliratkozás” felíratra kattintva lehessen elérni a feliratkozási lehetőséget tartalmazó aloldalt.

♣ 21. hiba: A belső linkek hiánya, vagy aránytalan kialakítása.

Hogyan csináljam, hogy jó legyen?

Az előző pontban már kitértem az oldalon belüli linkek kattintási szövegének kialakítására. Ez a pont arról szól, hogy hogyan lehet optimalizálni a belső linkek kialakítását:

- Ha bizonyos kulcsszavak, amelyek egy-egy aloldal nevei is, linkké alakulnak.
- Ha pl. egy hosszúra sikerült oldalt több oldalra bont, ne „Előző oldal” és „Következő oldal” neveket adjon, hanem pl. sorszámozza meg. Így a Google is könnyebben átjár az oldalakon (hiszen nem csak egy előző és következő link van, hanem több szám, így több aloldalt ér el közvetlenül), illetve a látogató is tudni fogja, hogy a weboldalon belül éppen hol tartózkodik. Ennél még jobb megoldás, ha részekre bontva van tagolva a hosszúra sikerült szöveg, és minden egyes rész alján ott van az összes rész címe, amely szövegek egyben linkek is, így a látogató dolga még jobban meg van könnyítve, arról nem is beszélve, hogy a Google is kulcsszavakhoz tudja kötni az oldaltöredékeket.
- Ha például egy blogot üzemeltet, érdemes egy olyan kiegészítőt feltenni, amely minden bejegyzés alatt kilistázza az adott cikkhez hasonló írásokat.

♣ 22. hiba: A nofollow linkek hiánya.

Miért hiba?

A rel="nofollow" egy elem a HTML-programozásban: olyan attribútum, amely a lapokat vizsgáló, raktározó, tehát indexelő robotokat arra utasítja, hogy ne kövessék az adott hiperhivatkozást. (Forrás: [hu.spam.wikia.com/wiki/Rel%3D"nofollow"](http://hu.spam.wikia.com/wiki/Rel%3D%22nofollow%22)) Ha például fórumot vagy blogot üzemeltet, és nem teszi rá a kimenő linkekre a nofollow attribútumot, és a linkek közül akad olyan weboldal, amely nem felel meg a Google előírásainak, akár büntetést is kaphat ezért a honlapja. Jelezze a Google felé ezzel az egyszerű eszközzel, hogy nem feltétlenül Ön helyezte el az oldalán, ezért nem vállal felelősséget a linkért!!

♣ 23. hiba: Nincs a CSS külön fájlban.

Miért hiba?

- Az oldal forráskódja legyen minél rövidebb, hogy gyorsabban betölthető legyen.
- Egy bizonyos méret felett nem indexeli a Google a teljes aloldalt.
- Adott a lehetőség, hogy a CSS egy külső fájlban legyen tárolva, és az oldala azt hívja be.

♣ 24. hiba: Kevés tartalom.

Miért hiba?

Ahhoz, hogy az oldal keresőbarát legyen, az is szükséges, hogy legyen tartalom az oldalon. Hiszen ha nincs, vagy nem elegendő a szöveges tartalom, kevesebb a lehetőség a találati listán való megjelenésre. Minél több aloldal van, minél részletesebben ki van dolgozva egy téma, annál több látogató érkezik a Google felől, már csak a Long Tail miatt is. Erről a témáról itt olvashat bővebben: <http://www.olcsoweboldal.hu/blog/2009/07/02/long-tail-avagy-a-hosszu-farok-elmelete-es-gyakorlati-haszna/>

♣ 25. hiba: Ritkán frissül az oldal, kevés az új tartalom.

Miért hiba?

A Google előnyben részesíti a gyakran frissülő, naprakész weboldalakat. Gyakran előrébb jeleníti meg a találati listán a frissebb cikket tartalmazó weboldalakat a régebben frissültekkel szemben, ezzel is szem előtt tartva az egyik alapelvet, hogy a keresőt használók a legaktuálisabb, így legrelevánsabb (ne elavult) tartalmat, információt kapjanak válaszul a keresésükre.

♣ 26. hiba: Nem megfelelő a kulcsszósűrűség.

Miért hiba?

„A kulcsszó sűrűség azért fontos, mert minél többször szerepel egy szó az oldalon, annál inkább szól az oldal arról (természetesen az sem jó ha túl sokszor szerepel, mert akkor a website keresőoptimalizálási büntetést kaphat). Általánosságban elmondható, hogy azokra a szavakra, melyekre az oldalt optimalizáljuk, 2-8 % közé essen a kulcsszó sűrűség.” (Forrás: <http://www.seotools.hu/keyworddensity.php>)

♣ 27. hiba: A linképítés hiánya, vagy rossz mivolta.

Miért hiba?

A linképítés rengeteg látogatót hoz egy weboldalnak. Minél több oldalon, katalógusban szerepel a weboldalunk linkje, annál több helyről érkehetnek látogatók hozzánk. Ezen felül a Google is előkelőbb helyen jelenít meg egy olyan honlapot, amelyre sok oldalról hivatkoznak.

Hogyan csinálja?

A linképítésnek 2 fajtája van:

- **Egyoldalú:** Egy másik weboldalról mutat link a miénk, de a miénkről nincs

visszamatató link. Javarást ilyenek az ingyenes webkatalógusok. (pl. lap.hu)

- **Kétoldalú, kölcsönös linkcseré:** Az előző ponttól annyiban tér el, hogy mi is visszalinkelünk a minket meglinkelő weboldalra.

Keresőoptimalizálás szempontjából jobb az első fajta, hiszen a kimenő linkeknek erejük is van, nem szabad akármit meglinkelni a weboldalunkról. Arra is vigyázni kell, hogy az a weboldal, amelynek a linkjét elhelyezzük a weboldalunkon, ne legyen a Google által büntetve.

♣ 28. hiba: Karakterkódolási hiba.

Miért hiba?

Nem minden látogató tudja zavartalanul böngészni a weboldalát, ha az ékezetek, speciális karakterek helyett krikosz-krakszokat lát.

♣ 29. hiba: Nem megfelelően vannak kitöltve a forráskódban az oldal legfontosabb meta elemei.

Hogyan töltsse ki helyesen a legfontosabb meta elemeket?

Title

„A title, a weboldal címe, ami megjelenik a böngészők felső sávjában, illetve a keresők találati listáiban, az egyik legfontosabb tényező a keresőoptimalizálás során.

Sok szempontból fontos az oldalcím. Először is azért, mert egyike a keresők legfontosabb rangsorolási szempontjainak - például a Google számára ez a legfontosabb oldalon belüli tényező. Másodsor pedig azért, mert egy jól kitalált oldalcím jelentősen megnövelheti az oldal látogatóinak számát, főleg, ha az nem a találati lista élén jelenik meg.

Minden egyes oldalnak saját, egyedi címet kell adni (ez elősegíti a jó helyezést a keresőkben és növeli a kattintás valószínűségét), és lehetőleg a fontos szavakat kell a cím elejére tenni. Az oldalcímnek az oldal tartalmát kell néhány szóban összefoglalnia, úgy megfogalmazva, hogy az a látogató számára vonzó legyen. Azt is mondhatnánk, hogy a title a weboldal cégére. Ahogy korábban a bevásárlóutcákban cégek csábították a vásárlókat az egyes üzletekbe, most az oldalcímnek kell a látogató kíváncsiságát felkeltenie.

Persze vannak még további tudnivalók, amikre a title tag használatakor figyelemmel kell lenni. Ilyen például a címsor maximális hossza. Különböző értékekkel lehet találkozni az interneten: 50 és 200 közötti számokat mondanak a források. Ha azonban a Google-re koncentrálunk, akkor elég egyetlen számot megjegyeznünk, ez pedig a 65.”

Forrás: <http://www.onlinemarketingwelt.hu/keresooptimalizalas/a-title-tag-titkai.online-marketing>

Description és a Keywords

„Eredetileg a weblapok leírására és besorolásuk megkönnyítésére találták ki. A description tag-ben elég egy-két mondatban tömören összefoglalni az oldal tartalmát, a keywords-ben maximum 10-12 kulcsszót szerepeltessünk. Mivel a látogatók előtt rejtve maradnak, ezért a weblapok létrehozói gyakran esnek túlzásba, teletömve mindenféle oda nem illő dolgokkal ezeket az elemeket. Emiatt a modern kereső programok bár beindexelik, de valószínűleg túl nagy jelentőséget nem tulajdonítanak a META elemeknek. Kivétel ezalól a Description meta elem Meta leírás, melynek a Google kereső fontosságot tulajdonít: gyakran ugyanis ez az elem jelenik meg a találati rangsorokban szereplő kivonatokban (kiváltképp, ha a leírás tartalmazza a keresett kulcsszavak egyikét). További információk a Meta leírás bejegyzésben találhatóak.”

Forrás: <http://webni.innen.hu/MetaTagok>

♣ 30. hiba: Cégneve a Title tag.

Miért hiba?

A keresőkben megjelenik az oldal title tag-je is. Ha ott a cégneve szerepel, kisebb az esély, hogy rákattintanak, mintha a tevékenységi köre szerepelne ott. Nem beszélve arról, hogy amikor a látogatója a kedvencek közé ment egy oldalt, akkor az oldal Title részébe írt szöveg kerül a kedvencekben a látható helyre. Ha ott a cégneve van és a későbbiekben a látogató nézegeti a kedvenceit, nem feltétlenül fogja tudni, hogy az a cég mivel foglalkozik. Viszont ha pl. ilyen címet ad az oldalának: cipőkészítő, suszter, akkor nagyobb az esély, hogy a Google-ből rákattintanak, illetve a kedvencekből visszajönnek még az oldalára.

Ha minden oldal címe ugyanaz, és a látogató esetleg egyszerre több ablakban nézi a weboldalát, akkor még jobban megnehezíti a dolgát, azáltal, hogy nem tudja ránézésre eldönteni, hogy melyik oldal melyik. Ez baj, mert sok látogató az itt megjelenő tartalom alapján mozog az oldalak között.

♣ 31. hiba: Webstatisztika hiánya.

Miért hiba?

A keresőoptimalizálás és keresőmarketing fontos része az elemzés. Ha nincs mit elemezni, nincs statisztika, akkor mi alapján tudja eldönteni, hogy milyen kulcsszavakra hirdet? Melyik milyen eredményt hoz? Mi alapján optimalizálja az oldalt? Egy ingyenes eszköz (Google Analytics)

segítségével ezekre a kérdésekre választ kaphat. Bővebben a Google Analytics-ről: <http://www.olcsoweboldal.hu/blog/2009/06/15/google-analytics-hasznalata-archiv-cikk/>

♣ **32. hiba: Az értékesítési számok, megrendelések, ajánlatkérések számának figyelmen kívül hagyása.**

Miért hiba?

Tévhit: Nem az az oldal ad el a legtöbbet, amelyiket a legborsosabb áron készítenek el. A világos, letisztult, egyértelműen kezelhető oldalakat szeretik az emberek a legjobban, ahol a navigáció egyszerű, és egyértelmű, hogy merre kell haladniuk az oldalon a hasznos információért.

♣ **33. hiba: Nincsenek bejövő linkek.**

Miért hiba?

Bejövő link: Külső hivatkozás, más oldalakon elhelyezett, az Ön oldalára mutató link. Ha nincs sok bejövő link, akkor nem lesz sok látogató, nem nő az oldala PageRank értéke, nem érkezik sok látogató az oldalára. Építsen linkeket!

A PageRank-ről bővebben: <http://www.olcsoweboldal.hu/blog/2009/06/15/google-pagerank-archiv-cikk/>

Lényeges, hogy ne csak a bejövő linkek számát nézze, hanem igyekezzen releváns, az ön tartalmához hasonló oldalról szerezni bejövő linket, mert a Google ezeket veszi figyelembe. Ha sok bejövő linkje van, de nem releváns oldalakról, akár büntetést is kaphat a Google-től.

A linkajánlásokról az alábbi két linken olvashat bővebben:

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/2009/04/06/katalogusokba-linkgyujtemenyekben-ajanlas-laphu-1-resz/>

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/2009/04/07/a-sikeresebb-laphu-ajanlas-titkai-2-resz/>

♣ **34. hiba: Nincs blog.**

Miért hiba?

A webes keresők, így a Google is nagyon „szereti” a blogot. Hogy miért? Nem azért, mert blog, hanem mert egy jól elkészített és karbantartott blog megfelel a következő, a Google számára fontos feltételeknek:

1. Gyakran frissül, így mindig új információt nyújt a látogatóknak.
2. Keresőoptimalizált a szerkezete (kódolás, URL, meták, stb...).

♣ 35. hiba: Szét van spammelve a blogja.

Miért hiba?

- Büntetést kaphat a Google-től, ha fertőzött és veszélyes oldalak linkjei kerülnek a hozzászólásai közé.
- Taszítja a látogatókat a sok potencianövelő reklám (kapnak eleget a postafiókjukba is).

♣ 36. hiba: Nincs rss.

Miért hiba?

Sok látogató nem akar, vagy nem tud sok oldalt megjegyezni, de van rss olvasója a gépén, vagy használ ilyet webes felületen. Ezeket a látogatókat veszíti el az rss csatorna hiányával.

♣ 37. hiba: A grafika győzedelmeskedik az internet marketing felett.

Miért hiba?

Mint már írtam, nem az az oldal ad el, amelyik a legdrágább. Olyan weboldal készítőt kell keresnie, aki ért az internet marketinghez is. Ha Ön, mint megrendelő (a weboldalkészítéshez laikus) hülyeséget mond, akkor egy honlap készítőnek kötelessége (lenne) lebeszélni Önt az ötletéről, mégpedig olyan formában, hogy el is magyarázza, hogy miért nem részesíti előnyben az adott ötlet megvalósítását. Sajnos sok weblap készítő olyan, hogy csak azt nézi, hogyha ezt és ezt még megcsinálja, mennyi pénzt fog keresni, és nem tartja szem előtt az ügyfél érdekeit, nem érdekli, hogy az általa elkészített weboldalt meg fogják-e találni a webes keresők és ezáltal a látogatók. Pedig a sikerhez vezető úton fontos lépés a kellő látogatottság megszerzése.

Nem szabad szép, „csili-vili” effektekkel elterelni a látogatók figyelmét, nem beszélve arról, hogy az ilyen extrákkal az oldal forráskódja is elveszíti keresőbarát mivoltát. A sok grafika és rossz elrendezés megöli az emberek érdeklődését, hamar megunják, ha nem találnak információt az oldalán, és továbbállnak.

Legjobban akkor jár, ha olyan céget, szakembert bíz meg weboldala elkészítésével, amelynek weboldalán az itt felsorolt hibákból nem talál egyet sem.

♣ 38. hiba: Nincs, vagy nem jól van optimalizálva a weboldala.

Miért hiba?

Az emberek általában az első 10-20 találatot nézik meg a keresőkben. Ez azt jelenti, hogy a

találati lista 2. oldala után elhelyezkedve gyakorlatilag 0 az esélyünk, hogy látogatót kapunk a Google-ból. Nem elég 1568.-nak lenni a kulcsszavunkra, az nem fog látogatót hozni.

♣ 39. hiba: Duplikált tartalom.

Miért hiba?

A Google büntethet azért, mert egy-egy szöveg kétszer szerepel az oldalon, vagy több aloldal szóról-szóra megegyezik. Gyakran előfordul az a hiba a webáruházaknál. Egy példa: egy pulóvert áruló webáruházban nem kell minden színű, méretű pulóvernek külön aloldalt létrehozni, és csak a színt/méretet megváltoztatni. Inkább legyen egy olyan opció, hogy „elérhető színek és méretek”.

♣ 40. hiba: Nincs partnerprogramja.

Miért hiba?

Ha nincs partnerprogram, akkor csak abból lesz pénze, amit Ön ad el. Miért ne fizetne bárkinek jutalékot, aki vevőt hoz Önnek? Megéri, higgye el!

Megjelenés

♣ 41. hiba: Felújítás alatt – under reconstruction.

Miért hiba?

Ha a Google beindexeli, akkor nem valószínű, hogy onnan lesz látogatója az oldalnak, egészen addig, amíg „ki nem kopik” a találatok közül. Ennél az üres oldal is jobb. Főleg ha már hónapok óta ez van kint. Inkább induljon később az oldal, de akkor rendesen működjön, és a végleges verziót indexeljük a keresők.

♣ 42. hiba: Nem sorkizárt a szöveg.

Miért hiba?

Esztétikusabb, mint a balra, jobbra vagy középre zárt szövegek.

♣ 43. hiba: Mozgó szövegek.

Miért hiba?

Ha a szöveg magától megy szépen lassan lefelé: hiba is, meg zavaró is, mert nem lehet

visszaforogni és esetleg elolvasni a már eltűnt, de esetleg érdekes rész(ek)e)t..

♣ 44. hiba: A képek szélességei a rendelkezésre álló hely szélességével egyeznek meg.

Melyik két esetben hiba?

- Ha a kép eredetileg nincs olyan széles.
- Ha a magasság nem csökken vagy nő arányosan a szélesség csökkenésével vagy növekedésével, így megbomlik az eredeti képarány.

♣ 45. hiba: Teljes flash oldal.

Miért hiba?

Miért akar valaki flash oldalt, vagy animációt?

1. Szépen néz ki.
2. „Nehogy lelopják az oldalam tartalmát CTRL+C, CTRL+V kombinációval.”

Miért rosszak a teljesen flash technológiával készült weboldalak?

1. A túlzott animációk elriasztják a látogatókat.
2. A Google nem képes teljes mértékben indexelni a flash tartalmakat, kivéve ha olyan megoldással készítették.. pl. xml-el hívják be a szöveges tartalmat stb.. de még azok is hátrányban vannak a többi, nem flash oldallal szemben.
3. A flash elemek ugyanúgy lementhetők saját gépre, mint a sima szöveg. Az egy más kérdés, hogy a laikus, aki ezt az indokot hozza fel flash oldal készítése mellett, nem ismeri a módszert. Ahogy egy mondás tartja: „Amit meg lehet nyitni, azt le is lehet menteni”.
4. Nehézkesen nyomtatható. (Sokan nem ismerik a jobb egérgomb => print funkciót).

Mikor nem hiba?

Ha a flash csak az oldal egy részében jelenik meg. Pl. bannerek, szolid animációk.

♣ 46. hiba: Nincs nyomtatható változat.

Miért hiba?

Sok oldal esetében fontos, hogy elérhető legyen nyomtatható változat is. Ön járt már úgy, hogy ki szeretett volna nyomtatni egy weboldalt, és semmi nem látszódott rajta a tartalomból, helyette a menük és a banner nyomtatódott ki? Ha feltesz egy nyomtatható változatot (akár egy pdf fájl formájában, de ebben az esetben a robots.txt-ben tiltani kell az indexelését, nehogy a Google duplikációnak vegye, és megbüntesse az oldalt), nagyban hozzájárul ahhoz, hogy

felhasználóbarát legyen a weboldala. További előnye, ha a látogató pdf formátumban le tudja menteni az egyes oldalait, hogy OTT MARAD a gépén, és bármikor megtalálhatja.

♣ 47. hiba: Nincs címsor és kiemelés a szövegben.

Miért hiba?

1. Az egész szöveg olvasása nehezzé válik.
2. Aki gyorsan szeretne haladni az olvasással, nem szeretne mindent elolvasni, nem tud, mert nincsenek kiemelve a fontosabb szavak mondatok, hogy segítsenek neki a gyors információszerzésben.

♣ 48. hiba: Nincs tagolva a szöveg.

Miért hiba?

1. Ha nincs kihagyva 5-10 soronként egy sor, elfárad a látogató szeme.
2. Elszibbad a látogató szeme, megfájdul a feje, elhagyja az oldalát, és nem Öntől fog vásárolni, rendelni.

♣ 49. hiba: Túl széles a szöveg.

Miért hiba?

Ha a sor végére ér a látogató, és a szeme menne a következő sorra, mielőtt a szeme az oldal jobb oldaláról a balra átér, már el is felejtette, hogy melyik sort olvasta el előbb. Állandóan össze fog keveredni, és ráun a weboldal olvasására. Ezt lehet súlyosbítani, mégpedig úgy, hogy a szöveg annyira széles, hogy az oldal alján megjelenik a csúszka, és a sor végigolvasásához a felhasználónak vízszintes irányban kell görgetni.

♣ 50. hiba: A már megtekintett linkek színe nem változik.

Miért hiba?

Ha a felhasználó úgy halad az oldalán, hogy szépen sorban megy a menüben, és van pár hasonló menüpont is, akkor jól jön neki az a fajta segítség, hogy a már megtekintett oldalak linkjeinek színe elváltozik a még meg nem látogatott oldalak linkjéhez képest. Ha nem nézett meg minden oldalt, de látja, hogy melyiket nézte meg, könnyebben vissza tud találni egy már megnézett, neki tetsző oldalra. Ha nincs erre lehetősége, akkor a látogató eltéved, és többször is megnézhet egyes oldalakat, másikat meg kihagyhat emiatt. A látogatók megszokták, hogy meg tudják különböztetni, mely oldalakon jártak már, és melyiken nem. Érdemes kiemelni annak a linknek a színét is (másik színnel), amelyik arra az oldalra mutat, ahol a látogató épp

van.

♣ 51. hiba: Nem szkennelhető szöveg.

Miért hiba?

Összekeveredik az olvasó. Mi a megoldás? Mit olvas, mit lát át könnyen az emberi szem? Mi kell, hogy eligazodjon az oldala szövegében a látogató?

1. Felsorolások.
2. Kiemelések.
3. Bekezdések.
4. Ismert betűtípussal való írás.
5. Csupán néhány betűszín használata.
6. Kulcsszavak kiemelése.
7. Hétköznapi, közérthető tartalom.
8. Többféle betűméret (az ésszerű határokon belül).
9. Ha középre van igazítva a szöveg, akkor használja a „piramis” formát, a következőképpen: felül legyen a leghosszabb sor, és a piramis csúcsa legyen a legalsó sor.

Jacob Nielsen kutatása szerint az embereknek csupán 16%-a olvas el mindent egy weboldalon.

A legtöbben így néznek egy honlapot:

1. Gyorsan átfutják az oldalt.
2. Alcímeket megnézik.
3. Kiemeléseket megnézik.
4. Vastag betűket megnézik.
5. Megnézik a képeket.

Ha ezek alapján úgy ítélik meg, hogy nem az Ön weboldalán van a keresett információ, akkor továbbmennek egy másik weboldalra.

♣ 52. hiba: Nem változtatható a szöveg mérete.

Miért hiba?

Gondoljon azokra a felhasználókra, akiknek (már) nem tökéletes a látásuk. Vagy legyen olyan lehetőség a weboldalon, amivel kattintással növelhető ill. csökkenthető a weboldal szövegének mérete, vagy ha ilyen nincs is, arra figyeljen, hogy a látogatók tudják módosítani az oldal betűméretét a CTRL gomb + az egér görgőjének segítségével.

♣ 53. hiba: Nem böngésző és felbontásfüggetlen a weboldala.

20

Miért hiba?

Mindig elborzadok, amikor ilyet látok egy oldalon kiírva: „Az oldalhoz ajánlott felbontás: 1024x768 px, ajánlott böngésző: Internet Explorer”. Aki ilyet ír ki az oldalára, valószínűleg azért teszi, mert ezeknek megfelelően készít(t)ette el a weboldalát. De!! Belegondolt abba, hogy ezzel elveszíti a látogatói egy részét? Hiszen ha valaki pl. Firefox böngészővel vagy 800x600 felbontáson nézi meg az oldalt, és nem fogja rendesen látni, továbbmegy másik oldalra. Ilyen könnyű elveszíteni egy látogatót, vagy érdekelődőt, ne adj Isten vevőt!!

A weboldalt elkészítő szakember feladata az, hogy az elkészült weboldal minden környezetben ugyanúgy működjön.

♣ 54. hiba: A támogatott böngészők logói kint vannak az oldalon.

Miért hiba?

Az előző menüpont fordítottja. A támogatott böngészők logóját kitenni az oldalra ciki. Elég ha az oldala tényleg böngészőfüggetlen, felesleges ezzel „dicsekedni”, a látogatót nem ez érdekli, hanem az, hogy megoldást találjon a problémájára. A böngészőfüggetlenség nem érdem, hanem elvárás és alapvető követelmény.

♣ 55. hiba: Ne írjon túl kicsi betűvel! Ne egy betűméretet használjon az egész oldalon.

Miért hiba?

1. Nem minden látogatónak kitűnő a látása.
2. Nem minden látogató tudja hogyan kell növelni a betűméretet.
3. Nem minden látogató fogja rongálni a szemét az apró írás bogarászásával.
4. A kiemelés, címsorok segítik a látogatót az eligazodásban, és a Google is értékeli a címsorokat.

♣ 56. hiba: Két szóköz, vagy rossz helyen van a vessző, sortörés helyett sok szóközt nyom.

Miért hiba?

Csupán apróság, mégis nagyon zavaró, amikor ilyennel találkozok: „teszt szöveg”, vagy: „örülök ,hogya”. Figyeljen arra, hogy két szó között mindig csak egy szóköz van, és arra is, hogy a "hogya" szó **előtti szó** után egyből vessző következik, nem pedig szóköz, és utána a vessző.

A szóköz gomb sokszori megnyomása helyett a sortörés funkciót használja, ha a folytatást új sorban szeretné megtenni.

♣ 57. hiba: Elgépelés, stilsztika, tipográfia, tördelés.**Miért hiba?**

Ha nem úgy néz ki a weboldala, mint egy egész, komplett valami, akkor a látogató kételkedni kezdhet. Ha ilyen a bemutatkozása, mi a garancia rá, hogy a munkája, terméke, szolgáltatása precíz lesz? Miért vásároljak tőle?

Elgépelés: Alapvető dolog, hogy csak minőségi munkát hagyjon maga után. Ne legyen rest elolvasni még egyszer a weboldal szövegeit, esetleg egy helyesírás-ellenőrző programot is futtasson le a már kész szövegen! Csak az hibázik, aki dolgozik, én is ember vagyok, ha ebben a dokumentumban talál helyesírási hibát, kérem jelezze felém!

Itt tud nekem e-mailt küldeni: <http://olcsoweboldal.hu/e-mail-kuldese/>.

Előre is köszönöm a segítségét!

♣ 58. hiba: Ne használjon egymáson nehezen olvasható betűszíneket az oldalán! Pl. fehér háttérű oldalon ne citromsárga betűk legyenek - figyeljen a kontrasztokra!!**Miért hiba?**

A látogató szeme elkezd káprázni. Olvashatatlanná válik a weboldal.

Legrosszabb szín-összeállítás kombinációk:

1. Fehér háttér – citromsárga szöveg.
2. Kék háttér – piros szöveg.

Mi a helyes megoldás?

Legyen könnyen olvasható a weboldalunk szövege!

♣ 59. hiba: A weblap háttere mintás.**Miért hiba?**

Nehéz olyan háttérképet találni, amin rendesen olvasható marad a tartalom. Szinte biztos, hogy lesz olyan része a háttérnek, amely fölé ha szöveg kerül, nem, vagy nehezen lesz olvasható. Miért nehezíti meg a vendége (látogatója) dolgát?

♣ 60. hiba: Hosszú intró, kikapcsolási lehetőség nélkül.

Miért hiba?

Amikor az emberek megtisztelik az oldalát a látogatásukkal, nem arra kíváncsiak, hogy milyen szuper designerre van pénze, hanem arra, hogy az ő problémájukra milyen szolgáltatást vagy terméket tud nyújtani. Ha nincs leállítási vagy átugrási lehetőség, akkor még az idejét is rabolja a látogatónak. Ha mindenképpen tesz ki intrót (de ne tegyen!!), legalább biztosítson egy intró átugrása/skip intro menüpontot, melyre rákattintva be lehet lépni az oldalára. Ez figyelemfelkeltő helyen legyen az intró oldalon, hogyha a látogató úgy dönt, nem kívánja végignézni az intrót, haladhasson tovább, ne pazarolja (jobban) az idejét.

♣ 60/b. hiba: A honlap nyelve magyar, de vannak rajta nem magyar (pl. angol) szövegek.

Miért hiba?

Nem néz ki túl jól, ha egy magyar nevű oldalon angol szövegrészek is vannak. Tipikusan ilyen pl. a részlegesen lefordított blogoknál a szerző helyett az „Author” felirat megjelenítése.

♣ 61. hiba: Favicon.ico hiánya.

Nem hiba, ha nincs favicon.ico az oldalhoz, de esztétikusan néz ki a címsor előtt egy témába vágó kis kép, arról nem is beszélve, hogyha találó és könnyen megjegyezhető, és a látogató elmentette az oldalát a kedvencei közé, akkor a kis képet meglátva könnyebben visszatalál az oldalára.

Használhatóság, átláthatóság

♣ 62. hiba: Ne legyen az oldala szélessége 960 képpontnál szélesebb!

Miért hiba?

Mint a túl széles szövegnél, úgy az egész oldalra is vonatkozik az, hogy a 1024*768-as felbontású monitorról internetezők (és mások sem) nem szeretnek vízszintes irányban görgetni, főleg nem az átláthatóság miatt. Ezt Önnek kell biztosítani neki, nem neki kell megoldani. Ne felejtse el, hogy Ön van a vevőért, nem a vevő Önért. Régebben az volt a fő szabály, hogy 800 pixelnél ne legyen szélesebb a weboldala, de a nagyobb felbontásra képes weboldalak elterjedésével minimálisra csökkent a 800*600-as felbontásban internetezők száma.

♣ 63. hiba: Hirdetésnek kinéző dolgok.

Miért hiba?

Számos kutatást készítettek arra vonatkozóan, hogyan olvasnak az emberek honlapokat, milyen szövegrészeket, design elemeket vesznek észre, és mi az, ami a legnagyobb valószínűség szerint elkerüli a figyelmüket. A weboldalak használhatóságával foglalkozó tudományág a webergonómia. A weboldalakat szemmozgás-vizsgálattal tesztelik, amely a weboldalon való olvasás feltérképezését szolgálja. A vizsgálatban résztvevők fejére egy szerkezetet illesztenek, amely követi a pupilla mozgását. Az adatokat elemezve egy úgynevezett hő térkép készül, megmutatva, mely területeken, szavakon, képeken időzött hosszabb ideig a látogató, és mi volt az, amit észre sem vett.

A kutatások szerint a látogatók elkerülik a reklámokat. Ön mikor megy wc-re az esti film vagy a Barátok Közt közben? Na ugye! A reklám alatt. Az emberek szeme rá van állva az interneten való böngészéskor, hogy kiszűrje a reklámokat, vagy az annak kinéző dolgokat. Ez az úgynevezett banner-vakság. Erről bővebben itt olvashat (angol nyelvű): <http://www.useit.com/alertbox/banner-blindness.html>

Mit kerülnek el az emberek?

1. Ami bannernek néz ki, nem is ellenőrzik, hogy tényleg az-e, automatikusan áthalad a szemük felette.
2. Villogó szöveg és animáció - taszítja a látogatókat.
3. Pop-up (felugró) ablakok: Általában még a betöltődés előtt becsukják a látogatók, és közben bosszankodnak, hogyha már meglátogatták az oldalt, miért nem böngészhetik nyugodtan a tartalmat, miért kell ilyen vacakokkal zavarni? **Bizonyos oldalak esetében** hasznos lehet. Hosszú távon csak akkor érdemes alkalmazni, ha mérések igazolják (pl. egy a/b (split) teszt), hogy hozzák a hírlevélre feliratkozókat, és nem csak elüldözik a látogatókat. Ugyancsak mérésekkel kell tesztelni és igazolni, hogy milyen legyen (és, hogy legyen-e egyáltalán, megéri-e alkalmazni, az így elveszített látogatókat pótolja-e a használatából származó haszon?) a popup: egyből középen felugró, az oldal betöltődése után néhány másodperccel beúszó, vagy az oldal betöltődésével egyszerre alul megjelenő, esetleg az oldal bezárásakor megjelenő?
4. Bármilyen más, ami reklámnak néz ki.

♣ 64. hiba: Túl sok partnerprogram.

Miért hiba?

Ha a látogatók a weboldalon úton-útfélen a partnerek hirdetéseibe botlanak, megunják, mert nem találják meg az értékes tartalmat a weboldalon.

♣ 65. hiba: Egy vagy több látogatószámláló.

24

Miért hiba?

Biztos látott már olyan weboldalt, ahol az oldal alján 5-10, vagy akár több különféle statisztika mutatja, hogy mennyien nézték már meg a weboldalt. Elég viccesen néz ki, hogy mindegyik mást mutat. Olyan, mintha 3 óra lenne a kezén. Ahogy a mondás is tartja, ha egy órád van, meg tudod mondani a pontos időt, ha több órád van, akkor már nem. Ajánlom a Google Analytics egyedüli használatát statisztikai adatok gyűjtésére. Ráadásul ennek az ingyenes rendszernek az az egyik nagy előnye, hogy nem látja mindenki, hogy milyen a weboldala látogatottsága. Gondoljon csak bele, a konkurenciájának semmi köze, hogy Önt mennyien látogatják, ez az adat már szinte az üzleti titok határát súrolja.

♣ 66. hiba: Nincs vakbarát verzió.

Mikor hiba?

Csak akkor, ha olyan terméket vagy szolgáltatást kínál, amelyek iránt előreláthatólag a látáscsökkenetek is nagyobb számban fognak érdeklődni.

♣ 67. hiba: Add a kedvencekhez gomb, ajánlom az ismerősömnek, és beállítás kezdőlapnak funkció hiánya.

Hiba?

Csakúgy, mint a popup ablaknál, érdemes először méréseket végezni és utána eldönteni, mert ezek a hatékonyságukat tekintve teljesen oldal és témafüggő webes eszközök.

♣ 68. hiba: Többnyelvű oldal esetén lehetséges hibák.

Mikor hiba?

Amikor többnyelvű oldalt készít, a következő dolgokra nagyon figyeljen:

- A meta elemek nyelvenként változtathatóak legyenek (ez a keresőoptimalizálás miatt fontos).
- Bármelyik aloldalon állva a nyelvváltoztatás megnyomása után az előző oldalon maradjon a látogató (ez a látogató kényelmének érdekében fontos).

♣ 69. hiba: Szakzsargon használata.

Miért hiba?

A laikus látogató nem érti az Ön szaknyelvét. A mondanivalónkat hétköznapi nyelven kell megfogalmazni, hogy ne csak 1-2 látogató értse, hogy mit is akar eladni, hanem a célközönsége

is. Közérthető módon fogalmazza meg, hogy miben tud a látogató segítségére lenni!

♣ 70. hiba: A menüt és/vagy a főoldalt keresni kell.

Miért hiba?

A látogató nehezen igazodik el a weboldalon, csak mérges lesz és továbbáll.

Milyen legyen a menü?

1. Vezessen végig az oldalakon, arra készítse a látogatót, hogy az Ön által elképzelt sorrendben nézze meg az aloldalakat.
2. Ne legyen nehezen kezelhető, ne találjon fel új menürendszert, mint amit megszoktak az internetezők. Az emberek nagy része, ha nem tud navigálni, keresgélés nélkül továbbáll, nem pazarolja arra a drága idejét, hogy az Ön által készített menü tulajdonságait megismerje.
3. Ne legyen elrejtve, csak a weboldal egy bizonyos pontjára való kattintással elérhető. Üzleti weboldalnál ez nem megengedett, egy cégvezető nem fog ezzel foglalkozni, hogy megkeresse a navigációt, inkább továbbáll egy egyszerűbben kezelhető weboldalra. A KONKURENCIÁÉHOZ.

A főoldalt ne kelljen keresni.

Sokszor előfordul, hogy a látogató megnézi a főoldalt, de nézelődés után nem talál gombot, amely visszavinné Őt oda. Erre hatékony megoldás, és egyre többen ismerik: A bannert/céglógót ha lehet, kattinthatóvá kell tenni, egy a főoldalra vivő linkkel.

A menüt se kelljen keresni.

A felhasználók a menüt az oldal tetején, vagy a bal és/vagy a jobb oldalán keresik. Ne dugja el az oldal aljára, kövesse a jól bevált módszert, ne akarja újra feltalálni a kereket!

„Kenyérmorzsák” (breadcrumbs)

Nem hiba a hiánya, de hasznos kiegészítője lehet az oldalnak az úgynevezett kenyérmorzsák funkció használata. Ez az, amikor a menüpont tetején és/vagy alján leírja hogy a látogató az oldalon belül éppen hol áll, pl.: Főoldal -> Termékek -> Én termékem. Ez segít (a title [cím] mellett) eligazodni, hol is vagyunk, és csökkenti az elveszettség érzetet, de fontos kiemelni, hogy ez nem helyettesíti a navigációt.

♣ 71. hiba: Youtube videó, vagy Google Maps-es térkép linkként való beszurása.

Miért hiba?

Ha a Youtube videókat és Google térképrészleteket linkként teszi ki az oldalára, azt éri el, hogy a

26

látogató elmegy az oldaláról, és elkezd a youtube.com vagy maps.google.com oldalon böngészni.

Mi a megoldás?

Használja bátran az oldalba beágyazás funkciót, azért van!

♣ 72. hiba: Utoljára frissítve.....

Mikor hiba?

Ha a weboldala utoljára 3 évvel ezelőtt frissült, akkor nem célszerű ezt a látogatókkal is közölni...

♣ 73. hiba: Nem megszokott design elemek.

Miért hiba?

A látogatók a legtöbb idejüket mások weboldalán töltik. Ott kialakul bennük egy kép, egy tapasztalat a weboldalak kezeléséről. Ha minden úgy működik Önénél is, mint ahogy azt megszokták, akkor nincs gond, nem kezd el aggódni a látogató, hogy mi lesz a következő lépés. Ha eltér a megszokottól, kevésbé használhatóvá válik a weboldala.

♣ 74. hiba: Nem tudja megrendelni a látogató a terméket.

Miért hiba?

Ha nem biztosít egy azonnali e-mail küldési lehetőséget a látogatónak, és csak odaírja, hogy érdeklődés esetén hívja ezt és ezt a telefonszámot, azzal elveszíti az érdeklődőinek azt a részét, akik csak e-mailben hajlandók kommunikálni. Sokan nem fizetnek a telefonálásért, mert egy ingyenes e-mail 100%-osan helyettesíti azt. Ezalatt nem csak azt értem, hogy írja ki a weboldalra az e-mail címét, hanem mellette legyen űrlap, ahol a látogató meg tudja adni az adatait és üzeni tud Önnek egy gomb megnyomásával.

♣ 75. hiba: Rossz minőségű, vagy nincs a termékről kép.

Miért hiba?

Az emberek szeretik látni azt, amit megvesznek. Ha pl. biciklit keres, vagy egy közösségi oldalon embert, akkor miért pipálja be azt az opciót, hogy „Csak fényképes találatok”? A rossz minőségű, mobiltelefonnal, vagy lámpafénynél készült képek nem a vevőszerzés profi módszerei közé tartoznak. Ha több képet tesz fel, azt galériában tegye, olyan módon, hogy a kis bélyegképeket egymás mellé rendezzi, és azokra kattintva megtekinthető legyen a teljes kép. A

teljes kép akkora legyen, hogy egy 1024*768-as felbontással internetező személy is teljes méretében lássa, ne kelljen görgetnie. A kis képre kattintva ne az oldal helyére töltődjön be a nagy kép, hanem egy új ablakban, esetleg a jelenlegiből emelkedjen ki, de a háttérben maradjon meg az oldal. Ez azért szükséges, mert ha eltűnik a kis képeket tartalmazó oldal, nem biztos, hogy a látogatók visszatálnak oda, sokan nem ismerik a „Vissza” gombot. A nagy képek ne 3 megabyte méretűek legyenek, legyenek lekicsinyítve, ezzel is elősegítve a gyors betöltődést.

Marketing

♣ **76. hiba: Ne a barátokat kérdezze meg a termékéről vagy szolgáltatásáról. Kérjen elfogulatlan emberektől kritikát!**

Miért hiba?

1. Ők nem vásároltak még Öntől, nem úgy mint az ügyfelei. Miért nem kérdezi meg őket?
2. Nem biztos, hogy őszinte véleményt alkotnak.
3. Részhajlók.

Mi a megoldás?

Az ügyfeleitől és a látogatóitól kérdezzen!

♣ **77. hiba: Nem vállal pénzvisszafizetési, megelégedettségi garanciát.**

Miért hiba?

1. Sok érdeklődő hajlandó lenne vásárolni, de még nem győzte őket meg. Ha látják a pénzvisszafizetési garanciát, azt mondják: „Jó, vásárlók, mit veszíthetek? Maximum visszakérem a pénzemem.”
2. Azt mondja: „Mindenki ezzel fog élni”. Ez nem igaz. A bevételei megnőnek attól, hogy az érdeklődők mernek vásárolni Öntől, mert nem látnak kockázatot benne, másrésztől csak 1-2 Ügyfél fogja visszakérni a vételárat. Nem éri meg a többlet profit azt az 1-2 „elveszett” megrendelést?
3. Ha jó, minőségi munkát végez vagy szolgáltatást nyújt, nem kell aggódnia, hogy lesznek elégedetlen vevői.

♣ **78. hiba: Nem kérdezi meg a látogató véleményét.**

Miért hiba?

Ha csak a felhasználó elé „dob” egy Önnek tetsző tartalmat, az nem azt jelenti, hogy neki is tetszeni fog. Kérdezze meg őket egy űrlap segítségével, hogy miről olvasnának, mit szeretnének,

28

ezzel is komplex, ügyfélközpontú szolgáltatást nyújtva. Ne feledje csak a célközönsége tudja megmondani, hogy mire is van szükségük.

♣ 79. hiba: Nincs közvetlen e-mail küldési lehetőség Önnek.

Miért hiba?

Egy látogatónak ezerféle észrevétele, tanácsa, ötlete, problémája és kérdése lehet Önhöz. Ha nem tud e-mailt küldeni, elvet egy lehetőséget az Önnel való kapcsolatfelvétel eszköztárából. Ehhez kapcsolódó hiba a válasz késői (vagy nem) küldése. Mindig igyekezzen 1-2 napon belül válaszolni a bejövő e-mailekre. Ha nem teszi, az érdeklődő keres más céget vagy szolgáltatót, ahol azt látja, hogy fontos az ügyfél, és foglalkoznak vele.

♣ 80. hiba: Ha a weblap tulajdonos létre kap visszajelzést a látogatótól, de azokat nem fontolja meg, illetve nem válaszol nekik.

Miért hiba?

Ha a látogató vette a fáradságot, hogy ír Önnek, az a minimum, hogy köszönje meg (még ha nem is ért egyet a levél tartalmával) neki ezt a gesztust. Ha egy problémára több látogató is rávilágított, akkor érdemes elgondolkozni, hogy vajon nem kellene-e az adott dolgot megváltoztatni? Nem kell minden észrevétel után módosítani a weboldalt, vagy változtatni a folyamaton, de ha többen is visszajeleznek ugyanarra, fontolja meg!

♣ 81. hiba: Ingyenes (pl. citromail, freemail) szolgáltatónál regisztrált e-mail címen intézi Cége levelezését.

Miért hiba?

Ha már van domain neve, ahhoz be tud állítani egy `info@az-on-domain-neve.hu` formátumú e-mail címet, aminek a használata jóval komolyabbnak tűnteti fel Önt és a céget, mint egy freemailes e-mail cím. Ha a tárhelyszolgáltató levelezési rendszere, vagy az Outlook Express használata nem nyeri el a tetszését, ajánlom, hogy regisztráljon egy Gmail-es fiókot és a „Beállítások” => „Fiókok” => „További saját e-mail cím hozzáadása” menüpont alatt írja be a már fent is említett, az Ön domain nevének megfelelő e-mail címet, majd a rendszer küld egy e-mailt erre az email címére, melyben megerősítést kér, hogy az valóban az Ön e-mail címe, és a Gmail fiókkal küldhet e-mailt arról az e-mail címről.

Miután ez megtörtént a Gmailt is tudja használni levelezőrendszernek, de feladóként mégis a céges e-mail címe fog látszani. Új e-mail írása esetén tud választani, hogy az előzőek alapján melyik e-mail címe legyen a feladó. Bármelyik beállítható alapértelmezettként.

♣ **82. hiba: Nincs hírlevele. Ez a pont nem feltétlenül hiba, de potenciális vásárlókat veszíthet a hírlevél hiánya miatt.**

Miért hiba?

Ha meglátogatják az oldalát, miért nem próbálja meg elkérni az érdeklődő e-mail címét? Ha megvan az e-mail címe, könnyű marad a kapcsolattartás vele. Lehet, hogy érdeklő amivel foglalkozik, de jelenleg nem szeretné az Ön által ajánlott szolgáltatást igénybe venni, vagy terméket venni. Ha hírlevelet küld neki, akkor megmarad a kapcsolat, és abból bármikor lehet vásárlás is. Hogyan vegye rá az embereket, hogy feliratkozzanak a hírlevelére? Ne úgy, hogy ki van írva a következő szöveg: „Iratkozzon fel a hírvelelemre”. Erre azt mondják a látogatók: „És miért, mi hasznom lesz belőle?” – és nem iratkoznak fel. Előzze meg ezt a kérdést, és indokolja meg a következő módok legalább egyikén:

1. Kap egy ingyenes PDF-et (jó csali), ha feliratkozik (mint ahogy Ön is kapta ezt a jelenlegit).
2. Mondja el, hogy milyen gyakran, és miről fog írni. Keltse fel a látogatója érdeklődését!

Nem nagy ördögösség havi 2-4 hírlevél összeállítása. Ha megkeres, adok tippet hogyan csinálja.

♣ **83. hiba: Túl sok hírlevelet küld, és azok túlnyomó többsége reklám, ne adj Isten spam (kéretlen reklámlevél).**

Miért hiba?

Az emberek nem szeretnek reklámot kapni. Le fognak iratkozni a hírleveléről. Ha nem ad semmi értékes információt, ötletet, tippet a hírlevelében, miért várja el, hogy ne iratkozzanak le? Ne csak annyit írjon, hogy most vegye meg ezt és ezt, mert arra nem vevők a látogatók. Adjon nekik hasznos tartalmat hétről-hétre, és mellé a hírlevél aljába, vagy második felébe lehet értékesítési ajánlatokat is tenni. Lehet, hogy éppen nem vásárol Öntől a feliratkozó, de a tudatában ott lesz Ön, mint szakértő, és ha a szolgáltatására vagy termékére lesz szüksége, Ön lesz az első aki az eszébe jut.

♣ **84. hiba: nincs kép az eladó személyéről.**

Miért hiba?

Bizalmatlanságot szül már maga a tény, hogy online keres szolgáltatást vagy terméket egy érdeklődő. Egy kép az eladóról vagy a szolgáltatást végző személyről elősegítheti a szimpátia kialakulását, így az üzlet létrejöttét is.

♣ 85. hiba: Nincs online ügyfélszolgálat.

Ez igazából nem hiba, de nagyban elősegítheti a kapcsolatfelvételt, és előremozdíthatja az üzletkötést, ha van egy felület, ahol az érdeklődő egyből, real-time fel tudja Önnel venni a kapcsolatot. Ilyen megoldás lehet például egy chat-szolgáltatás integrálása a weboldalba, ahol a látogatója azonnal írhat Önnek. (Egyébként ez a funkció már fejlesztés alatt van az olcsoweboldal.hu-n).

Konkurencia

♣ 86. hiba: Lemásolja a konkurencia weboldalát.

Miért hiba?

Ha semmi egyedi nincs az oldalán, miért várja, hogy Öntől vásároljanak? Legyen egyedi, adjon valami pluszt, hogy megérje Önnel üzletet kötni! Így nem lesz mindegy a látogató számára, hogy kinél költi el a pénzét. Ha az oldala szövegei is másoltak, nagy az esély rá, hogy a Google kitiltja a találati listájáról. Kell az Önnek?

♣ 87. hiba: Szidja a konkurenciát.

Miért hiba?

A vevők nem arra kíváncsiak, hogy mit csinál a konkurencia rosszul, hanem arra, hogy Ön mit csinál jól.

♣ 88. hiba: AdSense hirdetés szolgáltatást vagy terméket áruló weboldalon.

Miért hiba?

Az AdSense lényege az, hogy az oldal tartalmával releváns hirdetésekkel biztosítson bevételt mindkét fél számára (per kattintás). Ezek lehetnek szövegesek, képesek, csak linkesek, sőt videót tartalmazók is (lehet még Google produktumokat is reklámozni és még rengeteg egyéb lehetőség van).

Gondoljon csak bele! Önnek mi hoz több pénzt?

1. Ha kap pár centet azért, mert egy látogatója az AdSense hirdetésre kattintott (és továbbment az Ön konkurenciájához).
2. Ha a látogató nem találkozik a KONKURENCIÁJA AdSense hirdetésével, és Önnél veszi meg azt a szolgáltatást és/vagy terméket ami miatt az oldalára jött?

Tartalom

♣ 89. hiba: Intró, kezdő oldal.

Miért hiba?

Ha a főoldalon választási lehetőséget ad a látogatónak, hogy Flash, vagy html verziót kívánja megtekinteni, annak a következő hátrányai vannak:

1. Később jut el az érdeklődő a hasznos tartalomhoz.
2. Drágább a fejlesztés, hiszen két weboldalt kell elkészíteni.
3. Adott esetben nő az oldal betöltődési ideje.
4. A látogatók nagy részének fogalma sincs, hogy mi az a flash és html.
5. Ezt már csak az tudja fokozni, ha nincs intró átugrása gomb.

♣ 90. hiba: A főoldalon a cégéről ír.

Miért hiba?

Az emberek egy weboldalon szolgáltatást, terméket, vagy információt keresnek. Senkit nem érdekel az elején, hogy kicsoda Ön. Nem a cégét akarják megvenni, hanem azt amit árul. Az ilyen oldalt hagyjuk egy külön, pl. „Bemutakozás” menüpontba, hogy csak az nézze meg, aki tényleg kíváncsi rá.

♣ 91. hiba: Nincsenek feltüntetve az árak.

Miért hiba?

A látogatók minden igényét ki kell elégíteni. Mindenkinek szempont az ár is. Ha nem teszi ki, nem válik összehasonlíthatóvá a piaca többi szereplőjével. Sem a saját termékeivel. Ha van két közel azonos tudású termék, mi alapján döntsön a látogató? Azt is írja ki, hogy az árak tartalmazzák-e az ÁFÁ-t. Ha olyan szolgáltatást vagy terméket kínál, amelyeknél az ár minden esetben egyedi megbeszélés tárgyát képezi (pl. egyedi bútornál), akkor is fel lehet tölteni képeket, már elkészült referenciákat, és aláírni, hogy mennyibe kerültek. Ha nem is tud pontos árat mondani, mindenképpen adjon egy támpontot, hogy a vevő el tudja dönteni, hogy érdemes-e egyáltalán felvenni Önnel a kapcsolatot, vagy teljesen más árakra gondolt.

♣ 92. hiba: Nem kap meg minden információt a látogató.

Miért hiba?

1. Esetlegesen e-mailt küld Önnek, amelynek megválaszolásával Ön mindig időt veszít. Ehelyett ki is tehetne egy GY.I.K. (Gyakran Intézett Kérdések) menüpontot az oldalára, ezzel könnyítve a látogatói és saját dolgát is.

♣ **93. hiba: A honlapja valami hasonlóval kezdődik: „Vegye meg most”.**

Miért hiba?

A látogató nem fog a termék vagy szolgáltatás megismerése előtt vásárolni. Először ismertesse és kedveltesse meg vele a termékét vagy szolgáltatását!

♣ **94. hiba: Nincs főoldal menüpont.**

Miért hiba?

Ha a látogató már több oldalt megnézett, és rájött hogy a számára hasznos vagy érdekes információ a főoldalon volt, akkor csak a „vissza” gomb többszöri megnyomásával tudja újra elérni azt. A főoldal menüpontot ki lehet úgy „iktatni”, hogy pl. az új termékek kerülnek oda kilistázásra, és a látogató az „Új termékek” menüpontra kattintva újból a „Főoldalon” találja magát.

♣ **95. hiba: PDF menüpontok.**

Miért hiba?

1. Lassan töltődnek be az esetleges nagy tartalmak miatt.
2. Nem erre valók. (pl. árlistának, könyvnek megfelelő a PDF fájl)
3. Nem akkora mint a böngésző, görgetni kell.

♣ **96. hiba: Nem ad semmit ingyen.**

Miért hiba?

Sok az érdeklődő. Az érdeklődő, nem a vásárló. Miért nem lesz az érdeklődőből vásárló? Sok oka van.

Hogyan tehető vásárlóvá az érdeklődő az ingyenességgel? Önnek is jól esik, ha valamiért nem kell fizetni? Egy kis apróság, és máris jobb kedve van.

1. Ad termékmintát, kupont, próbát. (Ez nem kerül sokba, sok esetben ingyen is hozzájuthat) Ez megtetszhet neki, és vásárolhat. Ne féljen csupán az emberek kis százaléka olyan, aki csak azért kér, mert ingyen van.
2. Összeállít a szakterületéről egy ehhez hasonló tanulmányt. Ezt csak egyszer kell megírni,

és bármennyi alkalommal felhasználhatja.

Ezek mind növelik a bizalmat, és elindítják az érdeklődőt a vásárlóvá válás útján.

♣ 97. hiba: Kereső az oldalon.

Miért hiba?

Két fajtája van.

1. Google kereső az oldalon: Miért kell? Hogy a látogató továbbmenjen? Ha keresni akar, akkor meglátogatja a Google oldalát. Nem a Google kereső miatt fog valaki az oldalára menni.
2. Keresőmotor, ami az oldal tartalmában keres. Az már eleve rossz, ha valaki csak beépített keresővel találja meg az Ön oldalán a keresett tartalmat. Meg egyébként is, ha pont keresővel jutott az oldalára, nem ironikus, hogy az oldalán belül is keresni kell? Ha a Google több milliárd weboldal közül ki tudta keresni az Ön weboldalát, akkor Önnek mi szüksége van egy keresőre? Akkora tartalma van, mint az egész internet? Legyen bármilyen nagy is a weboldal, logikus, strukturált, témakörökre bontott felépítéssel egyértelműen megtalálhatónak kell lennie minden tartalomnak. Egy bizonyos méret felett, vagy egy hírportálnál természetesen elengedhetetlen a keresőmotor beüzemelése, az információáradat megszűrése végett. A hiba leírása természetesen a kis aloldalszámú oldalakra vonatkozik. Ha beépít keresőt, az működjön rendesen, sokszor találkoztam már olyannal, hogy kerestem oldalon belül, és nem találtam meg a kívánt tartalmat. Bosszantó. Támogasson minden karaktert, és legyen benne szabadszavas kereső is a minőségi szolgáltatás érdekében. A kereső a látogató végső „próbája”, legtöbbször azért folyamodnak a használatához mert eltévedtek az oldalon. Ha ez sem segít, kilépnek.

Ezzel a ponttal kapcsolatban érkezett egy visszajelzés, melynek igazat adok, idézem:

„Habár írod, hogy a keresőmentesség csak a kisebb oldalakra vonatkozik, szerintem ott is jó lehet. Alapvetően ugyanis két típusra bonthatjuk a felhasználókat: a navigálós fajták, akik a menüpontokon végighaladva próbálják megkeresni a kívánt tartalmat, meg a keresősök, akik mindjárt azt keresik, hol lehet keresni. Ha nagyon konkrét infókat keresek, akkor én is azonnal a keresőhöz nyúlok, nem állok neki böngészgetni. Egy kereső inkább megnyugvást adhat, hogy "ha nagyon elvesznék a menürendszerben, még mindig próbálkozhatok ezzel". Persze egyértelmű, hogy jól működőnek kell lennie.

Arról nem beszélve, hogy a saját keresők olyat is tudhatnak, mint a Google nem: azaz a találati listán kijelvezhető a szerző, a dátum (akár a megírásé, akár a publikálásé), esetleg

34

kategória/címke is.

A Google Custom Searchje egyébként megoldás lehet, ha nincs pénz/lehetőség saját keresőre az oldalra, de ahogy írtad, az könnyebben elviheti a látogatót.”

♣ 98. hiba: Óra és/vagy naptár az oldalon.

Miért hiba?

1. Felesleges. Az órát láthatja a látogató a gépe jobb alsó sarkában. És nem azért megy a látogató a weblapjára, hogy megnézze mennyi az idő.
2. A névnap láttán meg eszébe jut egy kedves ismerőse, és elrohan ajándékot vásárolni neki, otthagya az Ön oldalát.

Mikor nem hiba?

A névnap egy virágküldő és/vagy egy webáruház főoldalán hasznos lehet, mert lehet, hogy pont Önnél fog vásárolni a látogató az ismerősének.

♣ 99. hiba: Nincs adatkezelési és jogi nyilatkozat a honlapon.

Mikor hiba?

Pl. webáruházak esetében ez kötelező jogi előírás, és büntetés járhat a hiánya miatt.

♣ 100. hiba: Háttérzene.

Miért hiba?

1. Sokan internetezés közben saját zenét vagy rádiót hallgatnak. Nem örülnek a háttérzenének, de további okai is vannak, amiért nem javasolt a háttérben szóló zene alkalmazása:
2. Aki éjszaka internetezik, és ott alszik mellette, vagy a szomszéd szobában a családja, és a weboldalára érve megszólal egy aláfestő zene, amit esetlegesen ki se lehet gyorsan és egyértelműen kapcsolni, Ön szerint meddig marad az oldalán? Talált. 0, azaz NULLA másodpercig.
3. Ha a látogatója úgy internetezik (elég kis százalék, de előfordul), hogy közben éppen a nagyfelbontású DivX családi nyaralását tömöríti, ahol a képpel együtt kódolódik az alatta lévő mp3 formátumú hang is, akár többórányi munkáját teheti tönkre azzal, hogy megszólal az mp3 aláfestő zene, ezzel megzavarja a kódolási folyamatot, és elrontja az egész addig elkészült videót.

♣ 101. hiba: Izgó-mozgó animációk használata.**Miért hiba?**

Eltereli a látogató figyelmét a fontos dolgokról. Ne úgy emeljünk ki valamit, hogy fut a szöveg az oldal közepén. Egy másik példa: a forgó, email küldése gombként funkcionáló „@” jel helyett biztosítsunk egyértelmű, pl. „E-mail küldése” menüpontot a látogatónak.

♣ 102. hiba: Nincs, vagy el van rejtve a kapcsolat menüpont.**Miért hiba?**

Ahhoz hogy rendelni, érdeklődni tudjanak, biztosítani kell az elérhetőségeket. Ha ezt nem teszi meg, ne csodálkozzon, hogy nem érkezik megrendelése. E-mail és telefonszám feltüntetése szinte már elengedhetetlen a mai világban. Ha van és sokat elérhető, adja meg MSN és Skype címét is.

♣ 103. hiba: Kattintásra új ablak ugrik elő.**Miért hiba?**

Az oldalán belül nem ajánlott ezt használni, mert az emberek megijednek a felugró ablakoktól, és sokszor még annak betöltődése előtt bezárják.

Természetesen nem hiba ha a „Partnerek” menüpont alatt lévő linkekre kattintva új ablakban jelenik meg az adott partner weboldala. Szerintem téves az a feltevés, hogy „a partnerek oldala is nyíthat a mi oldalunk helyére, mert az Átlagos Felhasználó* ismeri a „vissza” gombot”. Nem. Nem ismeri.

* Steve Krug: "Az Átlagos Felhasználót a genfi Mértékegységek Hivatala őrzi csíramentes, hermetikusan lezárt üvegbúra alatt" - ergo: nem létezik :)

Ez a hibapont a mű korábbi verziójának megjelenése után kapott egy visszajelzést, mellyel nem értek egyet, de a teljesség kedvéért közlöm: „Vissza gomb nem ismerete: ez tévedés. Még a mai nap is a leghasználtabb gomb, habár mostmár veszített jelentőségéből. Sajnos hirtelen nem találtam, hol olvastam erről, de még most is olyan 30-40% között használják”.

♣ 104. hiba: Nincs használható 404-es oldala.**A 404-es hibaoldal fontossága és marketingértéke**

Kinek mennyire fontos, hogyha a látogató egy olyan aloldalra téved a Google-ből, amely már

törölve lett, mi fogadja? Ezt a hibát (alapszabály, hogy elhelyezett tartalmat nem törölünk) küszöböli ki a **404-es oldal**. Ugye Önnek is van? Miért fontos?

Csupán tudatja a bakit a látogatóval, vagy megpróbálja maradásra bírni? A 404-es oldal kinézetének nagy szerepe van ebben. Van aki a főoldalra irányít vissza, van akinek nincs is, olyannal is találkoztam, hogy oldaltérkép jelent meg ott, így az odatévedt ember máris tud választani, hogy mi is érdekl.

404-es oldal létrehozása

Létre kell hozni a szerveren egy 404-es php vagy html oldalt, valamint egy úgynevezett .htaccess fájlt a következő tartalommal (természetesen a 404-es oldal elérését módosítani kell):

```
ErrorDocument 404 http://www.olcsoweboldal.hu/404.php
```

Ezután **minden törött link esetén** a 404.php fog megjelenni.

Videó

♣ 105. hiba: Nincs videó a termékről.

Miért hiba?

Egy ingyenes lehetőséget szalaszt el vele. A látogató szívesebben vásárol ha látja a terméket működés közben. A videó olyan élményt nyújt, amit 10 fénykép sem tud ellensúlyozni.

Szabványok (CSS, HTML, XML)

♣ 106. hiba: A weboldal nem felel meg a szabványoknak.

Miért hiba?

A kereső-optimalizálás alapvető feltétele a szabványos honlap. Ha egy weboldal teljesen szabványos, és táblázat és frame (keret) mentes, a keresőkben sokkal jobb helyezést fog elérni mint egy olyan oldal ahol ezek nem jellemzőek. Ha már kiteszi a weboldalára a szabványosságot „igazoló” gombot, akkor az oldala tényleg a szabványoknak megfelelő legyen. Többször találkoztam már ilyennel, és néha a gombra kattintva a szabványellenőrző kiírta, hogy mennyi hiba van az oldalon.

♣ 107. hiba: Átláthatóbb, egyszerűbb kód.

Miért hiba?

Ha gyorsan betöltődnek az oldalak, a látogató nem lesz türelmetlen, és a kereső is jobban szereti. A látogatók 90%-a nem vár 10 mp-nél tovább, ha nem töltődött be az oldal. Inkább kilép. Legyen átlátható a kódja, hogy gyorsabban töltődjön be, és nem utolsósorban így ön is könnyebben tudja szerkeszteni majd!

♣ 108. hiba: Az elkészült oldal nem továbbfejleszhető.

Miért hiba?

Azért, mert új weboldal készítése, vagy nagyobb átalakítás (több pénz) nélkül nem lehet bővíteni az ilyen weboldalt.

Ha ezt a PDF-et elolvasva rájött, hogy az Ön weboldalán is található hiba, és szeretné javítani őket, forduljon hozzám bizalommal, és segítek Önnek, hogy egy hatékonyabb és ügyfélközpontú weboldala legyen.

Ön szerint kimaradt valami? Találkozott már más hibákkal is? Kérem küldje el nekem!

Budapest, 2010-03-16

Szűcs Ádám

Weboldal készítés, keresőoptimalizálás, látogatottság növelés

<http://www.Olcsoweboldal.hu>

Tel: 06-70-623-88-22

E-mail: info@olcsoweboldal.hu

Ha a tanulmány tetszett, kérem mondja el a véleményét róla, és küldje tovább a barátainak, ismerőseinek és partnereinek. Ha nem tetszett, küldje el a konkurenciájának!

A szerző további cikkeit itt tudja elolvasni:

Olcsó weboldal blog - 216 cikk (2010. március 16.):

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/oldalterkep/>

Weboldal készítés blog
Weboldal készítés olcsón, gyorsan, garanciával: 06 70 623 88 22

Keresés...

**Segítségre van szüksége a weboldalához?
Egyéb kérdése van? Tanácsot szeretne?
Jó helyen jár. Kattintson ide, és írjon egy e-mailt.
Vagy hívjon most! Forródrót: 06 70 623 88 22**

23. hiba: Nincs a CSS külön fájlban
Szerző: [weboldal készítés blog] Kategória: honlap készítés hibák

feb
02

Miért hiba?

- Az oldal forráskódja legyen minél rövidebb, hogy gyorsabban betöltődhessen.
- Egy bizonyos méret felett nem indexeli a Google a teljes aloldalt.
- Adott a lehetőség, hogy a CSS egy külső fájlban legyen tárolva, és az oldala azt hívja be.

Szűcs Ádám
Weboldal készítés, keresőoptimalizálás, látogatottság növelés
<http://www.Olcsoweboldal.hu>

Hívjon most!
I'm offline

Menük
Bemutakozás

A tanulmány kiemelt támogatói, partnerei:

Egyedi bútorok – Debrecen: <http://www.debutor.hu/>



Használt és új eladó kerékpárok, kerékpár adás-vétel: <http://www.bizomany.hu/kerepar>



Szeretne Ön is itt szerepelni?

Írjon az info@olcsoweboldal.hu e-mail címre!