



## 139 végzetes hiba amely csökkenti a weboldalak hatékonyságát

**Ne készítsen saját weboldalt az ingyenes tanulmányom átnézése nélkül!**

**Mottóm és alapelvem:** 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 a weboldalak 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, elegenden 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 elkészíteti 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**

Tel.: +36 (70) 623 88 22

E-mail: [info@szucsadam.hu](mailto:info@szucsadam.hu)

Weboldal készítés, keresőoptimalizálás: <https://olcsoweboldal.hu>

494 oktatóvideó a honlapkészítésről (WordPress oktatás): <https://wordpress.video.hu>



**A hibák előtt álljon itt egy levél, amelyet az egyik kedves olvasóm írt, és úgy gondolom, hogy ezt elolvasva mindenki 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 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 háttér) működésbe lépett.*

*Megnyílt a kép, és nézte - szép ez a bútor - mondta, és várt. Nem tudta hogyan tovább. Tehát meg sem próbált a gombokra kattintani, elindítani a slideshow-t, vagy bezárni a képet. Tudomásul vette, 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>**

**A weboldal készítés hibákat az alábbi témakörökre bontottam:**

1. Domain neve, tárhely, e-mail cím
2. Keresőoptimalizálás, keresőmarketing
3. Megjelenés
4. Használhatóság, átláthatóság
5. Marketing
6. Konkurencia
7. Tartalom
8. Videó
9. Szabványok (CSS, HTML, XML)
10. UPDATE, kategória nélküli hibák



# Domain neve, tárhely, e-mail cím

## 1. hiba: Ingyenes tárhelyet használ – nincs saját domain neve.

### **Miért hiba az ingyenes tárhely?**

Ha a látogatók felismerik, hogy a weboldala ingyenes tárhelyszolgáltató (pl.: freeweb.hu) szerverén van, az nem vet jó fényt a vállalkozására. Elgondolkozhatnak: vajon miért nincs évi pár ezer forintja ennek a cégnek, hogy saját tárterületet béreljen? Mi lehet ennek az oka? Mennyire lehet megbízható partner, ha a saját vállalkozásával szemben ilyen igénytelen?

Arról nem is beszélve, hogy az ingyenes szolgáltatók gyakran lassabb kiszolgálást biztosítanak, és egyéb korlátozásokat is eszközölhetnek a költséghatékonyság végett.

Az ilyen tárhelyeken nem ritka – az ingyenességért cserébe, - hogy **a weboldala tetején bosszantó reklámok jelennek meg**, ami igen kellemetlen, főleg, ha a konkurencia hirdetése jelenik ott meg, majd a látogató erre kattintva elnavigál.

### **Miért hiba ha nincs saját domain neve?**

Ha az előző pontot még azzal is tetézi, hogy ingyenes tárhelyszolgáltató aldomainjét/almappját használja céges weboldalának, kockáztatja, ha megszűnik az ingyenes tárhelyszolgáltató (és vele együtt az aldomain/almappa is), akkor a honlapja is megszűnik, annak minden tartalmával, nem beszélve a befektetett rengeteg munkáról és a bosszúságról. Felelős cégvezető megkockáztatja ezt?

Ellenben, ha saját domain neve van, akkor a webhosting cége megszűnése esetén is átregisztrálható a domain név, és a weboldalról készített biztonsági mentés visszatöltését követően használható tovább.

## 2. hiba: Cégneve a domain neve.

### **Miért hiba?**

A találati listák kialakításakor a keresők figyelembe veszik a domain nevet is (igaz ez csak egy szempont a sok közül), olyan szempontból, hogy releváns-e az oldal tartalmára nézve, illetve az sem árt, ha fontos kulcsszót tartalmaz. 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. Ha mégis a cégnévre keresnek, egy jól keresőoptimalizált kulcsszavas domain is első helyen lesz a cégneves keresésre.

### **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](http://cipofelsoreszkeszito.hu), és Ön lefoglalja a [cipofelsoresz-keszito.hu](http://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](mailto:info@cipofelsoreszkeszito.hu), akkor az Öné ne [info@cipofelsoresz-keszito.hu](mailto:info@cipofelsoresz-keszito.hu) legyen, hanem pl. [kapcsolat@cipofelsoresz-keszito.hu](mailto:kapcsolat@cipofelsoresz-keszito.hu). Ugyanakkor hozzon létre, és irányítsa át a saját e-mail címére egy [info@cipofelsoresz-keszito.hu](mailto: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 (elgépeelt) változatát sikerül regisztrálni, amelyet sokan látogatnak. pl.: [expressz.hu](http://expressz.hu). Ha sikerül regisztrálnia az [expresz.hu](http://expresz.hu) domain nevet, szinte biztos hogy ezzel automatikusan sok látogatót is fog szerezni, hiszen nem minden ember tudja helyesen leírni az [expressz.hu](http://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 trükkel kitűnhet a levélfolyamból), hogy a leendő megrendelő mástól fog rendelni.

### Mi a megoldás?

Tegyen be a feladó sorba egy különleges karaktert! Én pl. a ✓ vagy ■ 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-maillt.

### **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. Még jobb opció az, ha Total Commander helyett FileZilla-t használ erre a célra.

## **9. hiba: Nem csak a weboldalához tartozó fájlokat tárol a szerverten, és/vagy szabadon böngészhetőek a weboldala könyvtárai.**

### **Miért hiba?**

Lehet, hogy vannak olyan fájlok is a szerverten, 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?**

Régen, amikor a Google robotjai amikor megérkeztek egy weboldalra, automatikusan lekérdezték a /robots.txt fájlt, és eszerint folytatták/fejezték be az útjukat. Manapság már nem feltétlenül az indexelendő mappák miatt kell robots.txt fájlt létrehozni, hanem éppen az ellenkezője miatt: a robots.txt fájlban lehet definiálni, hogy mely aloldalakat, mappákat ne indexelje a Google. Ma már a megfelelően kiépített belső linkstruktúra és a sitemap.xml fájl segítségével könnyedén végigjárja az összes aloldalt a kereső.

A fellebb említett tiltólistán kívül érdemes még egy sort elhelyezni a robots.txt fájlban, 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 segítésére 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:

### Mi a domain név?

A domain név a weboldal címe. pl.: [www.olcsoweboldal.hu](http://www.olcsoweboldal.hu)

### 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 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](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 aloldalra, 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” feliratra 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 elsődleges forráskódja legyen minél rövidebb és átláthatóbb! Egyszerűbb karbantartani, és a Google is jobban szereti, ha a CSS külön van.
- Egy bizonyos méret felett nem indexeli a Google a teljes oldalt.
- Nem mindegy az sem, hogy mennyi a kód/szöveg arány. Ha élünk a lehetőséggel, hogy a CSS egy külső fájlban legyen tárolva, és az honlap ezt hívja be, javíthatunk a pont elején említett arányon.

## **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 cikkeket 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.

**Kiegészítés:** persze vannak olyan tartalmak az interneten, amelyeknél nem számít, hogy milyen frissek, mikor lettek létrehozva/frissítve, hanem maga a tartalom miatt értékes az



adott weboldal. Ilyen tartalmak lehetnek pl.: a versek, filmek, zenék, stb.

## **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>)

### **Mire figyeljen?**

A szinonimákat és a ragozott alakokat is számolni kell! Erre az automata eszközök nem képesek.

## **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 miénkire, de a miénkről nincs visszamutató link. Javarást ilyenek az ingyenes webkatalógusok. (pl. lap.hu)
- **Kétoldalú, kölcsönös linkcsere:** 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 kriksz-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 meg 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-linkgyujtemenyekbe-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” effektusokkal 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 meguntják, 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-ből. 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 indexeljék a keresők.

### 42. hiba: Nem sorkizárt a szöveg.

#### Miért hiba?

Sok esetben (nem mindig, vannak pozitív kivételek) esztétikusabb, mint a balra, jobbra vagy középre igazított szövegek.

#### Mikor nem hiba?

Ha jobban tetszik/szebb eredményt ad a balra igazított tartalom. **Személyes véleményem**, hogy szebb egy sorkizárt szöveg, mint az [index.hu](http://index.hu), [hvg.hu](http://hvg.hu), [origo.hu](http://origo.hu), [444.hu](http://444.hu) balra igazított szövege, holott biztos sokan azt mondják, „nem véletlen”, hogy így formázzák a tartalmaikat.

### 43. hiba: Mozgó szövegek.

#### Miért hiba?

Ha a szöveg magától megy szépen lassan lefelé/felfelé/jobbra/balra: hiba is, meg zavaró is, mert nem lehet visszaforgatni 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.

#### Általános képhasználati hibák:

- Ha egy képet az eredeti szélességénél szélesebb méretben használunk. (pixelesedik a kép)
- Ha a magasság nem csökken vagy nő arányosan a szélesség csökkenésével vagy növekedésével, így megbomlik az eredeti képarány. (torzulás)
- Arra is figyeljünk, ha egy kép csak a rendelkezésre álló hely felét foglalja el: ekkor vagy legyen középre igazított, vagy legyen mellette szöveg is!

#### De mikor hiba a teljes szélességű képek használata?

- Ha nagyon magasak, és a hasznos tartalmat lejjebb tolják.
- Ha az ilyen képek méretét pixelben adjuk meg, nem %-ban. Kis felbontáson (pl.: telefonon), kinézet cserekor sok problémánk lehet ebből.



## **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. Elzsibbad 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 oldalon, 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.

**UPDATE, 2014. augusztus:** Ez a hiba régen volt „igazi hiba”, ma már nem számít, sőt sok esetben igénytelennek hatna, kivéve ha pl. egy oldaltérkép aloldalon használjuk, ahol most is segítheti a navigációt.

#### **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.**

### **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 oldalán.**

### **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 ,hogy”. Figyeljen arra, hogy két szó között mindig csak egy szóköz van, és arra is, hogy a "hogy" 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, stilisztika, 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/kapcsolat-elerhetoseg/>

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. Olvashatatlaná 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 háttére 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 szövegrészletek 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 illesztnek, 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 hozzájárul 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. Bármi 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.**

##### **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 látáscsökkentek is nagyobb számban fognak érdeklődni.

#### **67. hiba: Add a kedvencekhez gomb, ajánlom az ismerősömnnek, 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 weboldalán, 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/céglogót ha lehet, kattinthatóvá kell tenni, egy a főoldalra élő 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 beszúrása.**

### Miért hiba?

Ha a Youtube videókat és Google térképrészleteket linkként teszi ki az oldalára, azt éri el, hogy a 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 Önnél 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 rendezi, 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 töltsön 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 visszatalálnak 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. Részrehajlóak.

#### **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 pénz-visszafizetési garanciát, azt mondják: „Jó, vásárolok, mit veszíthetek? Maximum visszakérem a pénzemet.”
2. Azt mondja: „Mindenkivel 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 és/vagy szolgáltatást nyújt, nem kell aggódnia: nem az lesz a jellemző, hogy elégedetlenek lesznek a vevői/ügyfelei!

### **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, 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 látogatóitól, 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](mailto:info@az-on-domain-neve.hu) formátumú e-mail címet, aminek a használata jóval komolyabbnak tűnteti fel Önt és a cégét, mint egy freemailes e-mail cím. Ha a tárhelyszolgáltató levelezési rendszere, vagy az Outlook Expressz 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 érdekli 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 hírlevelemre”. 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 lsten 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](https://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. „Bemutatkozás” 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 döntson 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 kijelezhető a szerző, a dátum (akár a megírásé, akár a publikálásé), esetleg 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?**

PI. 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 többórnyi munkáját teheti tönkre azzal, hogy megszólal az mp3 aláfestő zene, ezzel megzavarja a kódolási folyamatot, és elrontja az egész addig elkészült videót.

## **101. hiba: Izgő-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 feltüntetésére 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 nyílhat 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 törölt 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: Átláthatatlan, bonyolult forráskód.**

#### **Miért hiba?**

Ha átláthatatlan, bonyolult a forráskód, akkor lassabb lesz a weboldal. Azonban ha gyorsan betöltődnek az oldalak, a látogató nem lesz türelmetlen, és a Google kereső is jobban „szereti”. A látogatók 90%-a nem vár 10 mp-nél tovább. Ha ennyi idő alatt nem töltődik be a weboldal, inkább kilép, és megkeresi máshol a számára fontos információkat.

#### **Miért legyen átlátható a forráskódja?**

- Gyorsabb honlapot eredményez.
- Google-barát megoldás.
- Ön is könnyebben tudja szerkeszteni.

### **108. hiba: Az elkészült oldal nem továbbfejleszthető.**

#### **Miért hiba?**

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



## További hibák, kategorizálás nélkül

### **109. hiba: Szükségtelenül van szem előtt a bejelentkező rész.**

Gyakran látom, hogy egy-egy weboldalra nem engedélyezett a látogatók regisztrációja, de az adminisztrációs felülethez vezet link a weboldalról, esetleg egy komplett bejelentkezés rész is található az oldalsávon, vagy a weboldal tetején.

Miért hiba?

- Ha nem tudnak a látogatók regisztrálni, akkor ez az opció értékes információk elől veszik el a helyet a weboldalon.
- Akik fel szeretnék törni a weboldalt, egy lépéssel közelebb kerülnek a céljukhoz.

Azért van fent bejelentkezés rész, hogy a tulajdonos be tudjon jelentkezni könnyen? Javasolom, hogy inkább a böngészője kedvencei közé mentse el az admin felületre vezető url-t!

### **110. hiba: A tegezés – magázás nem megfelelő használata.**

Hogyan lehet elrontani ezt az egyszerűnek tűnő “feladatot” weboldal készítés során?

- Nem a célközönség igénye szerint szólítja meg az olvasókat, például: idős célközönséget letegez, illetve fiatal célcsoportot magáz.
- A tegezést és magázást keveri a weboldalán, rosszabb esetben egy lapon belül.

Sajnos néha én is keverem a tegezést és a magázást, de nagyon igyekszem, hogy ez ne forduljon elő. Ennek az okai a következők lehetnek:

- A cikk, amit felteszek, eredetileg nem ide íródott, hanem egy másik weblapomra.
- Több cikket írok egymás után, és kicsit összekeverem, hogy éppen melyik oldalamon is vagyok.

### **111. hiba: Domain lejárat (nem) figyelése.**

Mostanában olvastam, hogy nagy multik is beleesnek a következő hibába: nem, vagy nem megfelelően figyelik a saját domain neveik lejáratának időpontját, így az lejár, és megszűnik.

A közelmúltban a Dallas Cowboys sportcsapat és a Disney (a clubpenguin.com domainnel) is beleesett ebbe a csapdába. A számítások szerint a Disney ~50 000 \$-t vesztett azzal, hogy néhány óráig nem tudtak vásárolni az elérhetetlen weboldalon.

Az anyagi veszteség mellett óriási veszteség lehet, ha a domaint gyorsan leregisztrálja más! Ön szívesen átengedné a konkurensének a domain nevét? Nem? Akkor...



... a megoldás:

- Legyen olyan ember a cégénél/vállalkozásánál, aki figyeli a domainek lejáratának időpontját.
- A legjobb, ha az Ön e-mail címe van megadva minden egyes domain regisztrációjánál, így Ön is kap értesítést a domainjének lejáratáról és ezt megelőzendő a szükséges intézkedésekről.
- Lényegtelen, hogy a munkatársa, vagy saját e-mail címét adja-e meg kapcsolati e-mail címnek, egy dologra figyeljen: az ne az adott domainhez tartozó e-mail cím legyen! Tehát pl. domainneve.hu domainhez ne [info@domainneve.hu](mailto:info@domainneve.hu) e-mail címet adjon meg, mert ha a domainje lejár, akkor e-mailben sem fogják tudni értesíteni!

### **112. hiba: Amikor kidobott pénz a Google AdWords.**

Minap az alábbi hibába futottam bele: Valaki hirdetett a Google Adwords-ben, tehát fizetett, hogy a találati lista alatt és/vagy mellett kiemelt helyen megjelenjen, de a weboldala valamiért nem ment, hibaüzenetet adott.

Aztán csodálkozik, hogy a pénze fogyott a kattintásoktól, de a megrendelések száma nulla marad...

### **113. hiba: Domain név nem megfelelő védelme.**

Ez a hiba nagyban hasonlít a 4. hibához, ám a különbség mégis óriási, ugyanis ezt a hibát könnyedén ki lehet küszöbölni még a domain regisztrációkor.

Miről is van szó?

Arról, amikor valaki domaint regisztrál, de nem foglalja le az ékezetes/kötőjeles párját is. Ne kövesse el ezt a hibát, érdemes rááldozni azt a plusz pár ezer forintot! Sok bosszúságtól kímélheti meg magát!

Miért baj?

Mondok egy példát a közelmúlt eseményei alapján: a szallas.hu népszerű szállásfoglaló oldal tulajdonosai nem foglalták le a szállás.hu domain nevet, amikor már lehetőség volt ékezetes domain nevek regisztrációjára is. A névhasználatról az előbbi tulajdonosai többször próbáltak megegyezni az utóbbi tulajdonosaival, ám eddig nem jutottak közös megegyezésre.

A szallas.hu rendszeresen hirdet rádiókban, így kellemetlen lehet számukra, hogy a szállás.hu oldalon egy ideig ez a szöveg volt látható: *“A Fővárosi Bíróság ideiglenes intézkedéssel eltiltotta cégünket a szállás.hu weboldal használatától, emiatt az hamarosan határozatlan időre felfüggesztésre kerülhet. Köszönjük az eddigi bizalmat, reméljük hamarosan ismét az Önök szolgálatára lehetünk!”*

A szallas.hu-t üzemeltető Hotel Booking Bt. vezetője, Varga Zoltán elmondta, hogy jelentős terhet ró a munkatársaira a szállás.hu-n elhelyezett félrevezető szöveg, és csak a



munkatársak munkaidejének átszervezésével tudtak minden – a cég megszűnéséről – érdeklődő telefonra és e-mailre válaszolni.

### **114. hiba: Figyelmetlenség.**

Elgépelésből eredő hibáról már volt szó a weboldal készítés hibák taglalása során. Most egy ehhez hasonló, ám nem teljesen azonos hibáról szólok. Ez pedig nem más, mint a figyelmetlenségből eredő elgépelés, illetve figyelmetlenség miatti tény-elferdítés, nyilvánvalóan hamis valóságtartalmú dolog – nem szándékos – leírása.

Miért veszélyes hiba?

- Rendszeres előfordulása szakértői tudásunkat kérdőjelezheti meg az Olvasóban. Ha az olvasó nem jön rá, hogy miről is van szó.

Mi az ellenszere?

- Közzététel előtt még egyszer át kell olvasni a már megírt cikket!

A legjobb példa egy mai HVG cikk: Gondolom a szerző úgy állt neki a cikknek, hogy az lett volna a címe: "1994 óta..." aztán rájött, hogy inkább ez lesz: "17 éve...". Csak az évszámot nem cserélte ki a 17-es számra... Remek példa, hogy még a legnagyobbak is hibáznak, bár kétségtelen, hogy ettől a HVG érdemei nem csorbulnak.

### **115-116. hiba: Utoljára frissítve 2. & A weboldal készítés hibák halmozása!**

Felmentem előbb a Pizza King weboldalára. Olyat láttam ott, hogy egyből kettő új weboldal készítés hiba is eszembe jutott!

A weboldal képe, mit is láttam?

**Kép megtekinthető:**

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/02/king.jpg>

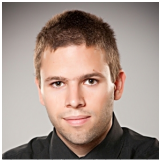
**Az első:**

Ha nem is írjuk ki a weboldalra, hogy mikor volt utoljára frissítve, attól még lehet LÁTHATÓ hiba az, ha nem tartjuk karban a weboldalunkat. Ha ugyanis még február 10-én is kellemes karácsonnyal köszönt egy weboldal, azt bizony nem megfelelően tartják karban...

**A második hiba:**

Érdekes módon ez még nem jutott eszembe, de adja magát, és valahogy ennél a weboldalnál előtört belőlem a felismerés: bizony az is baj, ha egy weboldal halmozza a hibákat. Itt mik is a hibák? Még ki sem nyomtam a felugró ablakot, 3-at máris látok/hallok:

- Hóhullás effekt.
- Háttérzene (Michael Jackson – Billie Jean).
- Február 10-én karácsonyi köszöntő.



ui.: A felugró ablakot jelen weboldalnál nem mondanám hibának, szerintem kifejezetten pozitív hatása lehet ha a látogatók tudtára adják, hogy egy-egy rendelés mellé milyen ajándékok járnak. Persze lehet hogy a konkrét weboldalnál nincs igazam, a pontos választ csak egy mérés adná meg, ami kimutatná a weboldal hatékonyságát felugró ablakkal, és anélkül is.

### **117. hiba: Felsorolás elemei hiba.**

Hibajelenség:

A felsorolás elemei előtt megjelenő ikon (bullet point) nem megfelelő megjelenítése. A példában: az abc-ből vett "o" betű használata bullet pointként.

Miért hiba?

- Egyből szemet szúr, és igénytelenséget sugall.
- Nem keresőbarát megoldás.

Mi a megoldás?

- Vagy a CSS list-style-type funkció használata...
- ...vagy a linkek háttérének be kell állítani egy png képet, amely a felsorolás elemei előtt kell, hogy megjelenjen. Ezt természetesen css margin és/vagy padding opciókkal nagyon szépen lehet pozícionálni.

Az alábbi képen illusztrálom is a hibát, amelyen látható a weboldalon megjelenített és a forráskódban látszó verzió is!

**Kép megtekinthető:**

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/02/ne-mar2.png>

### **118. hiba: Braille-írás a weboldalon!**

**Miért hiba?**

Ugye a Braille-írást direkt vakok és gyengénlátók segítésére találták ki, hogy KITAPINTHASSÁK betűket. Weboldalon vajon lehet tapintani? Na ugye, magáért beszél, hogy miért nem érdemes ilyen írással elhelyezett szövegrészeket weboldalon szerepeltetni. Értem én, hogy az akadálymentes verzióra szeretné felhívni a figyelmet, de véleményem szerint nem ez a legmegfelelőbb módszer erre. Persze plexi lap mögött sem ajánlatos ilyet megjeleníteni...

"A betűket hátulról domborítják ki, a betűk tükörképi párja szerint." – Wikipédia

**Hol láthatunk ilyet?**

A Köztársasági Elnöki Hivatal weboldalán:





## Kép megtekinthető:

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/06/keh2.jpg>

## Nem is biztos, hogy hiba?

Kaptam egy észrevételt (lejjebb, a hozzászólások között olvasható, valamit az erre adott válaszom is), amelyet úgy gondoltam, megosztok a cikkben is: *“A braille-írás egy közismert, mindenki számára ugyanazt jelentő dolog, ezért szerintem a fenti weboldalon, mint szimbólum, abszolút megállja a helyét. Tudja a látogató, hogy mit várhat, ha rákattint.”*

Közben írtam a Vakok Intézetének, hogy mi a véleményük, hiba-e vagy sem. Ha válaszolnak, közzéteszem a választ!

## Frissítés:

Válaszoltak!

A válaszból kiderül, hogy amit hibának neveztem meg, az szerintük nem hiba, ám az említett weboldal nem teljesen akadálymentes. Véleményüket elfogadom, és ígéretemhez híven közzéteszem a levelezést:

## Idézet a nekik címzett levelemből:

*“A minap futottam bele a Köztársasági Elnöki Hivatal weboldalán található, vakbarát verzióra felhívó Braille-írással. Mivel van egy cikksorozatam a saját blogomon weboldal készítés hibákról, ezért feltettem ezt is oda: <http://www.olcsoweboldal.hu/blog/2012/06/07/118-weboldal-keszites-hiba-braille-iras-a-weboldalon/> Véleményem szerint a Köztársasági Elnöki Hivatal weboldalán lévő gyakorlat nem felhasználóbarát, aki látássérült, azon nem sokat segít a tapintásra kifejlesztett Braille-írás monitoron való megjelenése.*

*Érdeklődni szeretnék, hogy véleményük szerint valós-e a meglátásom, avagy a bemutatott példán található Braille-írás értelmezése nem ütközik akadályba egy látássérült ember számára? Talán ha feketével szereplnének az “írásjelek”, akkor jobban értelmezhető lenne, mint így, a háttérrel “egybefolyó” kékkel? Vagy teljesen elfogadott ez a fajta megjelenítés?*

*Előre is köszönöm a válaszát, további szép napot!”*

## És íme a válasz:

*“Tisztelt Szűcs Ádám!*

*A Vakok Állami Intézetéhez címzett kérdésére a Köztársasági Elnöki Hivatal weboldalán található Braille felirat tekintetében, az alábbi választ adom.*



*A Braille felirat nem aggályos, sok ilyen olvasható internetes felületen, figyelemfelkeltés céljából.*

*A web oldal nem igazán akadálymentes, de tudomásunk szerint, a szakszerű és teljes körű akadálymentesítés folyamatban van.*

*Mindenesetre örülök annak, hogy végre nagyobb figyelmet kapnak az akadálymentesítési szempontok a látássérültek tekintetében is.*

*Köszönöm, hogy Ön is megtette észrevételét.*

*Üdvözlettel:*

*Szabóné Berta Irén  
intézmény igazgató  
Vakok Állami Intézete  
1146 Budapest, Hermina út 21.  
T.: 06 1 3832589"*

### **119. hiba: "SEO" menüpont & kulcsszóhalmozás.**

Lehet, hogy már találkozott olyannal egy-egy weboldalon, amelyen látszólag értelmetlen kulcsszóhalmozás található. Azaz a vállalkozás kulcsszavai vannak felsorolva, ám a kulcsszavak nincsenek tartalomba ágyazva, hanem csak önmagukban szerepelnek. Ennél már csak egy rosszabb lehetőség van a témakörben: ha ez a kulcsszólista a weboldal háttérszínével megegyező színnel van felsorolva, azaz a látogatók nem is látják! Nem mintha bármilyen hasznuk származna belőle, ha látnák, de a "láthatatlan" szöveg is tiltott dolog a keresőbarát weboldal készítés során.

Ezek a megoldások TELJESSÉGGEL sértik a Google keresőoptimalizálás alapelveit, ezért semmiképpen sem javaslom a használatukat! Tartalomfejlesztésnél az a legfontosabb szempont, hogy a látogatóknak kell létrehozni a szöveges tartalmakat, és semmiképpen sem a Google-nek!

Kulcsszóhalmozás, saját menüponttal!

ILYET NE csináljon soha! Néhány kép a jelenségről, amelyet a darlingszalon.hu oldalon láthatunk:

#### **Képek megtekinthetőek:**

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/07/antiseo-01.png>

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/07/antiseo02.png>

### **120. hiba: Lopott képek használata a weboldalon.**

Sajnos több, ügyféllel való konzultációkor felmerült már az ügyfelek részéről a következő kérdés: keress képet a Google-ben, és használd fel azt! Sajnos ezt nem tehetem. Miért?



Ilyenkor felvilágosítom a következőkről:

Mint bizonyára tudja, az interneten található képeket is védi a szerzői jog. Tehát ha pl. a Google képkeresőjében találunk egy olyan képet, amely a vállalkozása profiljának bemutatását elősegíthetné, azt nem használhatja fel! Ennek az ellenkezője egy nagyon gyakori tévhit az online világban!

Mi történhet, ha mégis lopott képet használunk fel?

- Legjobb esetben semmi, mert a jogtulajdonos észre sem veszi a jogsértést. Persze nem érdemes erre a variációra játszani.
- Jobb esetben megkeres a jogtulajdonos, és kéri a kép eltávolítását.
- Rosszabb esetben a jogtulajdonos jogi képviselője keres meg, és ennek bizony az is lehet a vége, hogy fizetni kell a jogsértésért.

Mi a megoldás?

- Megkeresi a képek jogtulajdonosát, amennyiben az fellelhető, és megegyezik vele a felhasználhatóság mikéntjéről. Nekem pl. már volt olyan magyar nyelvű weboldalam, amelyet úgy hoztam létre, hogy az amerikai változat tulajdonosát megkerestem, és megegyeztem vele arról, hogy létrehozassam a weboldala magyar nyelvterületű változatát.
- Készít(tet) saját képeket a szolgáltatásáról/termékéről. Ez a legjobb megoldás. A leendő ügyfele így tényleg azt láthatja, amit kapni fog, és nem azt, amit a terméke/szolgáltatása neve sugall, mert bizony, nem mindig fedi egymást a kettő.
- Ingyenes képeket használ fel. Ebben az esetben meg kell arról győződnie, hogy a képet ingyenesnek feltüntető weboldal rendelkezik-e azzal a jogkörrel, hogy a képet ingyenesen letölthetőnek és felhasználhatónak tünteti fel. Ez bizony nem egyszerű – ha nem lehetetlen – feladat.
- Vásárol képeket, direkt ilyen célra szakosodott képgyűjteményekből, ún. "stock photo" gyűjteményekből. Természetesen ilyen weblapokon is megállja a helyét a 3. pontban felvetett dilemma. Ilyen honlapokat ezen a linken találhat: [stock photo Google keresés](#).

## **121. hiba: – "Lorem ipsum..." a weboldalon**

Egyik kedves olvasóm, "oszi" ajánlotta a figyelmembe a címben szereplő hibát.

### **Mit is jelent ez pontosan?**

Az elnevezéssel egy általános hibát szeretnék szemléltetni, mégpedig azt, amikor valaki olyan tartalmakat hagy a weboldalán, amelyekre csak a fejlesztéskor van szüksége. Ezek az ún. töltelék tartalmak, amelyek a weboldal végleges tartalmi elemeinek megszületése előtt hivatottak tartalommal feltölteni azt, hogy már a fejlesztés fázisában látható legyen, hogy milyen is lesz a végleges honlap.

### **Ilyenek lehetnek:**



- Lorem ipsum\* szövegek.
- Teszt cikk(ek).
- Első oldal.
- Stb.

A weboldal fejlesztése után ezeket haladéktalanul töröljük!

\* Mi is az a Lorem ipsum? Idézet a Wikipédiáról: „A *lorem ipsum* (röviden: *lipsum*) egy latint utánzó összefüggő szöveg, amelyet a nyomdászatban és az informatikában a betűtípusok, a tipográfia és az elrendezés bemutatására használnak. Nagyszerűsége abban rejlik, hogy a generált szövegben található betűk és betűközök kombinációjában láthatók a legszebben a betűtípusok fontosabb jellemzői, mint például a vastagság és a minta.”

## **122. hiba: Nem megfelelő kommunikáció**

Minap jelent meg az alábbi hozzászólás, amelyet a Norbi Update Facebook oldalának kezelője tett közzé egy “fogyasztói” véleményre reagálva. Ezt (és a különböző fórumokon erre érkezett reakciókat) olvasgatva jutott eszembe a címben említett hiba.

**Kép:**

[http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/11/norbi\\_1352108362.jpg](http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/11/norbi_1352108362.jpg)

### **Miért hiba a nem megfelelő kommunikáció?**

Presztízsromboló. Ha a meglévő vagy leendő vásárlóink azt látják, hogy nem túl empatikus az ügyfélszolgálat, akkor az negatív érzéseket kelthet bennük, ami végeredményében profitcsökkenést okozhat.

### **Mi lett volna a helyes válasz a fenti “észrevételre”?**

Egy példa:

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/11/norbivalasz.png>

### **Mégis igaza volt “Norbinak”? (nyilván nem saját maga kezeli a Facebook oldalát)**

Ahogy feljebb is írtam sok véleményt olvastam a témában.

- Egyik oldalon azt mondják, hogy nem volt túl kedves a válasz, többet ártottak vele az UPDATE márkának, mint amennyit használt.
- A másik oldalon állók meg azt mondják, hogyha valakinek nincs pénze egy jól bevezetett márkát megfizetni, az ne reklamáljon a márka képviselőjénél az árak miatt, hanem egyszerűen fogadja el, hogy arra nem telik (vagy gyűjtsön rá).

Mindenki döntse el maga, hogy kinek ad igazat. Lehet mondani, hogy drága a termék, de akár utána is lehet csinálni, hogy a semmiből így felépít egy ilyen erősen pozicionált és megfizetett márkát.



### A kép és a példa válasz forrása:

[http://subba.blog.hu/2012/11/05/ugyfelkezeles\\_norbi\\_style/](http://subba.blog.hu/2012/11/05/ugyfelkezeles_norbi_style/)

UPDATE: reggel Norbi reagált az ominózus hozzászólásra a saját Facebook oldalán, hogy teljes legyen a példának hozott sztori, megosztom ezt is:

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/11/norbivalasz2.png>

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/11/norbivalasz4.jpg>

### **123. hiba: Ügyfélvesztés egy Youtube funkció miatt**

Berényi Konrád írta meg a következő esetet: Ismerőse ügyfele (Halászcsárda tulaj) azért vesztett el egy 40 fős rendezvényt, mert a Csárdát bemutató videó lejátszásakor egy híres politikusunkat szidó videó jelent meg ajánlásként, amely a leendő rendezvény szervezőjének nem tetszett, ugyanis azt hitte, hogy ezt a Csárda tulaja rakta oda.

Ebből kiindulva érdemes tiltani az ajánlott videók megjelenítését. Ha nem tesszük meg, könnyen kellemetlen helyzetbe kerülhetünk egy hasonló ügyfél esetében.

Persze azért megfontolandó, hogy érdemes-e ezzel tölteni az időt? Megéri? Néhány kérdésre válaszolnunk kell a döntés előtt:

- Aki a politikai beállítottságunk miatt választ minket, biztosan jó ügyfél lesz?
- Vajon tényleg emiatt történt a fent említett lemondás, vagy ez csak egy jó "ürügy" volt?
- Ha az ajánlott videók között főleg saját másik videók lennének, nem veszünk ezeknek a blokkolásával többet, mint egy-egy elveszett ügyféllel?

Ha szükséges, a videó ajánlás megjelenítésének tiltására van lehetőség! Mit lehet tenni az ellen, hogy pl. videó beágyazásakor, a videó lejátszása után ne jelenjen meg a videóajánló? A videó alatt található "Beágyazás" funkcionál a "Ajánlott videók megjelenítése, amikor a videó befejeződik" rész előtti pipát ki kell venni, és az ezután megjelenő kóddal kell a videót beágyazni a weboldalunkra.

### **Kép:**

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/12/youtube-beagyazas.png>

### **124. hiba: Elavult (nem elérhető) url-ek használata.**

Bringás lévén rákattintottam egy Google AdWords hirdetésre, amely átvitt a következő weboldalra: [molbringaprogram.hu](http://molbringaprogram.hu)

Talán szakmai ártalom, de kiszúrtam a hibát. A félig "beszédese" url-ben ez szerepel: "nyari-aktualitasok", majd az oldalon egy TÉLI bringamegőrző szolgáltatással szembesülök. Talán nem is kell magyaráznom, miért is beszélhetünk egy újabb weboldal készítés hibáról!



(arról ne is beszéljünk, hogy tétre sem kell lerakni a kerékpárt, nyugodtan lehet hóban is tekerni, csak fel kell öltözni! :) )

**Kép:**

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2012/12/mol.png>

## **125. hiba: Figyelmetlenség (automatizálás) 2.**

A 114. hibánál már volt szó a figyelmetlenségről. Hiába ismerek és osztok meg ennyi hibát az olvasóimmal, néha én is hibázok. De ugye csak az hibázik, aki dolgozik!

Jelen, immáron a 125. weboldal készítés hiba nem más, mint amikor valamilyen folyamatot automatizálunk a weboldalunkon és/vagy az értékesítésben, majd ha az automatizálást érintő folyamatban változás áll be, azt az automatizálás folyamatában nem eszközöljük, ezért az automatizálás kellemetlenséget/hibát okoz.

Mindjárt mutatok is 3 példát. Mind a 3 példa saját, de nem olyan, amelyeket máshol láttam, hanem amelyeket én magam követtem el.

1. Kicsivel régebben, mint 2 éve, egy-két hét alatt fel lett töltve ide a blogra előre ~100 cikk. A feltöltést nem én, hanem egy ismerősöm végezte (a cikket én írtam, csak ő tördelte be). Az ismerősnek létre lett hozva egy felhasználói fiók, amelyhez természetesen az ő e-mail címe volt megadva. A hírlevélküldő szoftver úgy volt beállítva, hogy a cikk írója legyen az új cikkről szóló értesítés feladója. Természetesen az első kimenő e-mailnél kiderült a dolog, és át lett állítva a hiba. Ám neki is kellemetlen volt amiatt, hogy ő kapta a hírlevélre jövő válaszokat, valamint nekem is, mert az ismeretlen e-mail cím miatt kevesebben nyitották meg a hibás feladóval kiküldött bejegyzésértesítőt.
2. Másik hibám a hírlevélszoftverrel: kb. 1 hete tesztelgettem néhány dolgot a weboldalon, ami azt eredményezte, hogy a hírlevélszoftver úgy érzékelte, hogy létrehoztam ~11 új oldalt, és ezek mindegyikéről értesítést küldött a címlistámra, ráadásul halott linket tartalmazott a levél. Mondanom sem kell, hogy jöttek az értetlenkedő levelek (jogosan!) és leiratkozások, hogy ez mi volt.
3. Szintén a hírlevélszoftverhez köthető hiba. Ugye a kettes pontnál az lett volna a jó megoldás, ha a tesztelés idejére kikapcsolom a hírlevélküldőt, és akkor a kikapcsolt állapotban létrehozott tartalmakról nem ment volna ki e-mailes értesítés. Pontosan ezt tettem a WordPress oktatással foglalkozó weboldalamon, amikor tavaly júniusban feltettem ~50 új videót, mindegyiket külön-külön 1-1 bejegyzésbe. Ám ez sem volt elég, mert arról megfeledkeztem, hogy a weboldal Facebook oldalán úgy jelenik meg a legfrissebb bejegyzésről szóló értesítés, hogy a Weboldal elküldi Twitterre az új cikk hírért, majd a Facebook a Twiterről "áthúzza" a céges Facebook oldalra. Így aki kedvelte anno az oktatással foglalkozó weboldalam Facebook oldalát, azt egy kicsit előntötte az oldaláról jövő értesítés. Ld. a képet feljebb.

**Kép:**

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2013/01/twitter-fail.png>



## **126. hiba: Feketelista használata.**

Volt már arról szó, hogy a konkurencia negatív tulajdonságainak kihangsúlyozása nem visz előre. Ezért is nem írok cégnevet, csak a felfedezett hibát mutatom be. Böngészés során belefutottam egy (részben) szintén weboldal készítéssel foglalkozó cég weboldalába, és ott találtam egy adólistát, egy felsorolást a hátralékkal rendelkező ügyfelekről. Íme:

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2013/03/feketelista.jpg>

### **Több okból sem tartom megfelelőnek ezt a megoldást:**

- A nem fizető ügyfél nem feltétlenül fog azért fizetni, hogy ne legyen fent a neve! Sőt:
- Nem vagyok jogász, de lehet sért a listázás egy-két jogszabályt, és ezért adott esetben bizony vállalni kell a szerzőnek a felelősséget. Vagy pl. a 2. személynél a "kijelenthetjük, hogy egy igazi szélhámos, csaló!" kijelentést ha nem tudja bizonyítékokkal alátámasztani a szolgáltató, akkor azt rágalmazásnak hívják.
- A főoldalon nincs ennek helye. A 12 000 Ft meg nem fizetésének kiírása helyett jóval több pénzt lehetne keresni ugyanakkora, hasznosan kitöltött felületen.
- Az adósságkezelésnek nem ez a módja. Ezt szimplán csak kicsinyes bosszúnak hívnám. Nem elegáns.
- Leendő ügyfél lévén elgondolkoznék: Vajon ha véletlenül csúszok a fizetéssel, egyből felkerülök erre a listára, ország-világ elé?

Igazából mindig örülök neki, ha egy-egy konkurens oldalán olyat látok, ami miatt egyből másik szolgáltatót keresnék, ha weboldalt szeretnék készíttetni, de azért ön kerülje el ezt a hibát!

## **127. hiba: Letölthető tanulmányok**

Korábban volt arról szó, hogy miért hiba az, ha nem ad semmit ingyen az látogatóinak. Sokszor belefutottam már abba, hogy egy-egy cég weboldalán az e-mail címünket megadva kapunk egy ingyenes tanulmányt. Ez eddig rendben is van.

De amikor olyan pdf-et töltök le, amelyben nincs benne se a szerző neve, se az elérhetőségei, akkor mindig arra gondolok: vajon nem akarja a dokumentum szerzője, hogy az ingyenes tanulmánya pénzt hozzon számára? Ha a letölthető anyaga tényleg hasznos, és az olvasójában felkelti az igényt a szolgáltatása iránt, miért nem ad neki egy esélyt, hogy meglátván a kapcsolati adatait, felkereshesse?

### **2 gyors tipp, ha ingyenes tanulmányt készít:**

- E-mail cím megadásáért cserébe legyen letölthető, hogy épüljön egy olyan lista, amely a potenciális célközönséget fedi le.
- Mindig írja bele a tanulmányba a kapcsolati adatait, hogy az érdeklődők



felvehessék önnel a kapcsolatot! A legjobb megoldás, ha láb és/vagy fejlécben helyezi el ezeket az információkat, hogy minden oldal látható legyen!

## **128. hiba: Kinek a nevéen legyen a domain név?**

A domain nevekkel kapcsolatban több hibát is el lehet követni, pl.:

- Nem figyeli annak lejárátát.
- Nem védi megfelelően.
- Összetéveszthető egy vagy több konkurensével.
- stb.

### **Egy újabb dologra hívnám fel a figyelmét:**

Ha domain nevet regisztrál, azt mindig a vállalkozása vagy a saját nevére regisztrálja. Nagyon nagy felelőtlenség egy alkalmazott vagy pl. a weboldal elkészítésével megbízott személy nevére bejegyeztetni.

Véleményem szerint egy webfejlesztő cég részéről nem korrekt eljárás az, ha az ügyfél által választott domain nevet a saját nevére jegyeztetik be. Én soha nem regisztrálnám a saját nevemre a domaint, de sajnos vannak olyan szolgáltatók, akik ezt teszik, sőt adott esetben meg sem engedik az ügyfélnek a domain név használatát.

Miután domaint regisztráltatott, ne feledje megnézni, hogy az adott domain biztosan az ön vagy vállalkozása nevéen lett-e regisztrálva. Hol tudja ezt megtenni?

- .hu végződésű domain esetén: <http://www.domain.hu/domain/domainsearch/>
- .eu végződésű domain esetén: <http://www.eurid.eu/hu/whois-kereses>
- egyéb, pl.: .com végződésű domain esetén: <http://who.is/>

## **129. hiba: "Nem saját" kép vízjelének igénytelen eltüntetése.**

Arról volt már itt szó, hogy miért hiba lopott képeket használni a weboldalon, ám most ennek egy minősített esetét szeretném bemutatni.

Az addig OK, hogyha külföldi oldalról veszünk át képet, kisebb eséllyel találnak meg minket annak eredeti jogtulajdonosai (attól ez még kerülendő), mintha pl. egy közvetlen konkurensünk oldaláról vennénk át a képet. De mi van akkor, ha olyan igénytelen módon tüntetjük el a képről a vízjelet, hogy amellet nem lehet szó nélkül elmenni?

Remélem kitalálták a kedves olvasók, ebben az esetben bizony a vállalkozásunkról kialakított képet veszélyeztetjük. De miért is fogalmazok ilyen szigorúan? A választ egy mintapéldával illusztrálom, amelyet egy viszonteladónál találtam:

**Kép:**

<http://olcsoweboldal.hu/?p=74421>





Nézzük meg jobban a termékfotót: közepén a feltételezhető korábbi vízjel igénytelen módon kitakarva, a jobb alsó sarokban feltételezhetően szintén vízjel nyomait láthatjuk, valamint a kép jelenlegi forrása is (feliratként) valami másra van rányomva. Arról nem beszélve, hogy ez így nagyon ciki, néhány termék esetében pont a lényeg van kitakarva, így meg sem lehet normálisan nézni azokat.

Egy gyors Google-keresés meghozza az eredményét, megvan az eredeti kép is: <http://olcsoweboldal.hu/?p=74421>

Az eredeti kép itt található, és így nézett ki: <http://olcsoweboldal.hu/?p=74421>

### **130. hiba: Privát Youtube videó beágyazása.**

Ha olyan videót ágyazunk be a weboldalunkba, amelynek megtekintését külön engedélyhez kötöttük, akkor bizony nem fogják látni a felhasználók az adott videót!

#### **Hogyan kerülhetjük ezt el?**

Ne "privát"-ra állítsuk a videót, illetve a weboldalba való beágyazás után mindig ellenőrizzük, hogy elindul-e a lejátszás!

#### **A hibajelenség képpel illusztrálva:**

Azt már meg sem merem kérdezni, hogy lejátszási lehetőség nélkül hogyan lehet 23 ember, aki "lájkolta"? :)

#### **Kép:**

<http://olcsoweboldal.hu/?p=75381>

### **131. hiba: Nem tükrözi a tevékenységét a weboldala.**

Egy üzleti weboldalnak az a célja, hogy eladja a szolgáltatást, terméket, és ebben kifejezetten akadályozza az a tény, ha ránézésre nem állapítható meg, hogy mivel is foglalkozik a weboldal tulajdonosa.

Egy-egy jó grafika nagyon meg tudja változtatni az oldalról kialakított véleményt, ezért ezen nem érdemes spórolni! Azt meg kifejezetten "cikinek" tartom, ha kreatív munkával foglalkozó ember weboldala semmit nem ad vissza annak kreativitásából.

Facebook-hirdetésből jutottam az alábbi, "webdesigner, grafikus" weboldalára. Rendelne tőle grafikai szolgáltatást?

(persze nem azt mondom, hogy nem ért a szakmájához, csak nekem a "mindig a suszter cipője lyukas" hozzáállás nem igazán tetszik, hiszem, hogy egy szebb weboddallal sokkal több ügyfele lehetne a hirdetőnek)

#### **Kép:**



<http://olcsoweboldal.hu/?p=75561>

### **132. hiba: Gyermeünk képe a weboldalon.**

Tegnap az egyik kedves ügyfelemmel konkurenciaelemzést (amely fontos része a keresőoptimalizálásnak) végeztünk, és közben bukkantam rá erre a gyöngyszemre:

**Kép:**

<http://olcsoweboldal.hu/?p=75861>

#### **Mi is itt a hiba?**

Senkit nem érdekel, hogy kik a szolgáltató gyerekei! Mindannyian tudjuk, hogy gyerekekkel és kisállattal (kutya, macska) "bármit" el lehet adni, de úgy érzem azért ez már túlzás. Semmi keresnivalója egy családi fotónak egy üzleti weboldalon!

*Megj.:* Persze itt hiba az is, hogy a kép elcsúszik a keretből, illetve hosszú távon bántja a szemet ezen a háttéren ez a kék szín.

#### **Mi a megoldás?**

Ne a gyerekünk fényképével akarjuk eladni a szolgáltatásunkat, termékünket, hanem azok – versenytársainkkal szemben meglévő – előnyeinek kihangsúlyozásával!

### **133. hiba: Telefonszám betűvel való kiírása.**

Ez egy olyan hiba, amit nem is kell részletezni, hogy miért hiba. Mindenféle magyarázat nélkül jöjjön egy kép, amelyen szemléltetem a hibát.

**Kép:**

<http://olcsoweboldal.hu/?p=76601>

A kép jobb alsó részébe bemásoltam a telefonszámokat. Úgy azért értelmezhetőbb, nem? :)

#### **MÉGIS MI LEHET A NEM MINDENNAPI TELEFONSZÁM-FORMÁTUM OKA?**

- Azon ingatlanügynökök tevékenységének hátráltatása, akik naponta végigmennek az új hirdetésekben, és felhívják a hirdetőket a saját szolgáltatásuk ajánlása végett.
- Valamiért nem akarja a hirdető, hogy a telefonszámára szám formátumban rá lehessen keresni a Google-ben.

Úgy gondolom, hogy a fentiek egyike sem ér annyit, hogy megnehezítsük a leendő érdeklődőink/vásárlóink dolgát.

**Frissítés, 2017/10/20:** A cikk írása után 4 évvel is találkozni ilyennel (az első telefonszám egyezése miatt, gondolom ugyanaz a cég a hirdető). Úgy látszik működik. :) Sőt, ha kötőjellel, vesszővel tagoljuk, akkor az angolok is megértik. :)



### **134. hiba: Cikkek mellett a dátum (nem) szerepeltetése.**

A webes tartalomkezelő rendszerek – mint pl. a WordPress – sajátossága, hogy a weboldalon nem csak a szokásos céges oldalakat lehet megjeleníteni, mint pl.: Bemutakozás, Szolgáltatások, Termékek, Árak, Kapcsolat, stb., hanem lehet cikkeket is írni. Igen ám, de a cikkeknel általában (kinézetfüggő) megjelenik az is, hogy az adott cikk mikor lett publikálva.

#### **Ez baj? Vagy nem?**

Természetesen témaköröktől függ. Míg pl. egy ügyvéd blogján érdemes szerepeltetni a dátumokat, mert a látogató számára fontos információt hordoz, hogy mennyire friss a hír, addig pl. egy kozmetikus blogján - ahol szépségtippeket ad – kifejezetten zavaró a dátumok megjelenítése, hiszen a szépségtippek időtállóak.

#### **Hogyan töröljem a dátumot WordPress weboldalamról?**

<http://wordpress.video.hu/a-nev-es-a-datum-torlese-a-cikkekbol/>

### **135. hiba: "A gép forog, az alkotó pihen" hozzáállás.**

Sajnos néhány ügyfélnél látom, hogy elkészül a weboldala, és utána sorsára hagyja. Szó szerint, ahogy mondom. Se egy tartalom frissítés, se egy új cikk, semmi.

Épp egy ügyféllel beszéltem a múlt héten, és amikor felajánlottam a fejlesztési lehetőséget, ezt a választ kaptam (szó szerint idézem):

“Én már nem akarok ezen fejlesztgetni. A \*\*\*\*\*.com már elég jól fel van fejlesztve és nagyon jól működik. Új dolgokat már nem akarok. Amit tudunk, tudunk, kész. Nem akarok már újabb csodákat csinálni.”

Ez egy részről örvendetes, hiszen megy a bolt, más részről nem: miért nem akar többet?

#### **Mi következik abból, hogy van aki már nem akar fejleszteni? Kérdezem én: egyeseknél miért is van “válság”, miért is nem megy jobban az üzlet?**

Könnyebb elfogadni, hogy valami (nem) működik, ahelyett, hogy tennénk azért, hogy (még) jobb legyen?

#### **Mind közül ez az egyik legnagyobb hiba! Miért?**

- A weboldalnak nem egy kiadásnak kell lennie, hanem egy befektetésnek, amely pénzt hoz. Ha valami pénzt hoz, nem akarjuk, hogy még többet hozzon?
- A rendszeres tartalomfrissítés Google-rangsorolási szempont.
- A weboldal idővel elavul. Mind tartalomra (pl.: Árak), majd az új trendek megjelenésével kinézetre is.
- Ha a weboldalunk most elől van a Google-ben, ez nem azt jelenti, hogy mindig ott lesz. Egyszer majd jön egy konkurens, aki foglalkozik eleget a weboldalával, majd szépen megelőz, és akkor majd lehet kapkodni, és hónapokig dolgozni az oldalon.



Többek között ha pl. lakást veszünk, azt utána csinosítgatjuk, időnként felújítjuk, folyamatosan foglalkozunk vele. **Egy weboldallal miért nem tesszük ugyanezt?**

### **136. hiba: A referenciák frissítésének elhagyása.**

Természetesen nem minden esetben hiba ez a hiba, hiszen ha valaki egyszer jól összerakja a referenciát, akkor előfordulhat olyan eset, hogy az úgy jó, ahogy van, és nem kell hozzányúlnia. De ebben az esetben is érdemes időről-időre átnézni a referencia oldalt, hogy vajon lehetne-e jobbá, kívánatosabbá tenni?

Egy induló vállalkozás (és weboldal) életében különösen fontos, hogy rendszeresen frissítve legyenek a referenciák, hiszen egy több referenciával rendelkező céget szívesebben bíznak meg a megrendelők munkával, vagy szívesebben vásárolnak olyanoktól akiknek már sok elégedett ügyfele van.

Feltünteti a referenciáit a weboldalán? Ön milyen gyakran frissíti ezeket?

### **137. hiba: Túl bonyolult captcha használata.**

#### **Mi a captcha?**

Olyan teszt, amelyet azért teszünk a weboldalon egy űrlapba, hogy azt csak valós személy tudja kitölteni.

#### **Mitől lehet bonyolult egy captcha?**

- Túl homályos a szöveg.
- Túl cifra betűvel van írva a begépelendő szöveg.
- Nincs "felolvasom" funkció.
- Nem érthető a "megoldható" feladat.

Kép: <http://www.olcsoweboldal.hu/blog/wp-content/uploads/2013/10/MathCaptcha.jpg>

#### **Mi a megoldás?**

Olyan captcha-t kell használni, ami mindenki számára könnyen értelmezhető, vagy van felolvasás funkció, amely alapján könnyű begépelni a captcha tartalmát.

### **138. hiba: A vendégkönyv nem megfelelő használata.**

**Ha már használunk vendégkönyv funkciót, akkor elkövethetünk vele több hibát is:**

1. **Nem válaszolunk** az ott feltett kérdésekre. Ez PR szempontból nem megfelelő magatartás. Egy online felület nem egy papír alapú vendégkönyv, ahová beírnak, és lehet, hogy sose olvassa el azt más.
2. **Nem töröljük a spameket.** Ha a vendégkönyvünk spamekkel tarkított, akkor egy átlagos olvasónak hamar elmegy a kedve a vendégkönyv böngészésétől.
3. Töröljük a negatív véleményeket, hogy csak jót olvashassanak rólunk. Ez azért



hiba, mert egy-egy panasz okos, frappáns kezelése növeli a vállalkozás presztízsét, mert a többi olvasó azt látja, hogy itt igenis foglalkoznak a problémákkal.

Ebből is látszik, hogy egy vendégkönyv beüzemelésével csak megalapoztuk a funkciót. A vendégkönyv folyamatos törődést igényel, ezért amikor a használata mellett döntünk, arra is gondoljuk: lesz, aki megfelelően kezeli ezt a kiváló ügyfélkapcsolati megoldást?

### **139. hiba: Híres “hozzánk hasonló nevűek”.**

Mivel az egyik ügyfelem ügyfele követte el ezt a hibát a weboldalán, ezért konkrét példát nem írhatok (nem lenne illendő), csak körbeírom a jelenséget. Bár elég egyedi eset, azért közzéteszem, nehogy valakinek eszébe jusson elkövetni ezt a hibát!

Tegyük fel, hogy a cégünk neve ez: **Szabó Kft.**

Namármost, a fent említett hiba a következő: a weboldalon létrehozunk egy **“Híres Szabók”** menüpontot, ahol bemutatunk más – híres vagy nem híres – “Szabó” nevű embereket, állatokat, tárgyakat.

#### **Miért hiba?**

Üzleti weboldalon nincs helye ilyennek! Úgy tudnám elképzelni mégis, hogyha blogolunk, akkor egy cikket szentelünk a témának. De a fő menüsoron ennek nincs helye! Nem hoz pénzt, nem érdekel senkit, nem tartozik a témához = nincs helye a weboldalon!

### **További 30+ hibát a blogon olvashat, ide kattintva:**

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/honlap-keszites-hibak/>

#### **140-177. hiba:**

- 140. hiba: A komment funkció hibás használata
- 141. hiba: Több jelentésű (vagy félreérthető) domain név.
- 142. hiba: Tömeges hírlevélküldés, csak a címzett mező használatával.
- 143. hiba: Amit kararácsonykor követnek el a webáruház tulajok.
- 144. hiba: Túl sok reklám a weboldalon.
- 145. hiba: Irreális kártérítési összeg feltüntetése.
- 146. hiba: A kapcsolat oldalon: "a telefont xy, recepciós veszi fel".
- 147. hiba: "Az esetleges nyomdahibákért felelősséget nem vállalunk."
- 148. hiba: 404-es link megadása AdWords hirdetésben.
- 149. hiba: Képnagyítás funkció – nagyítás nélkül.
- 150. hiba: A webes jelszavak szétszórása.
- 151. hiba: Csupa NAGYBETŰVEL ír.
- 152. hiba: "Menü" szó önálló használata mobilon.
- 153. hiba: Külföldihez magyarul szólni.
- 154. hiba: Indexelés tiltása robots.txt-vel.
- 155. hiba: Helyesírási hibák, a Google miatt.
- 156. hiba: IWIW megosztás.



- 157. hiba: Milyen sávszélessége van?
- 158. hiba: NEM Gmail-es e-mail cím használata.
- 159. hiba: (Helytelen) dátum weboldalon.
- 160. hiba: Kegyeletsértő képelnevezés.
- 161. hiba: Törlés gomb a kapcsolati úrlapon.
- 162. hiba: Igénytelen automata válasz üzenet.
- 163. hiba: Hibát hagyni egy cikkben.
- 164. hiba: Nem szabályos formátum követelése adatbevitelkor.
- 165. hiba: Az olvasók igényeinek figyelmen kívül hagyása.
- 166. hiba: Kitalálható letöltési url használata.
- 167. hiba: 21 termék "TOP20 termék".
- 168. hiba: Fekete Péntek (Black Friday) amatőr módon.
- 169. hiba: Regisztrációhoz kötött vásárlás webshopban.
- 170. hiba: weboldal készítés hiba: forráskódrészlet hibás implementálása
- 171. hiba: lejárt tanúsítványok, határidők megjelenítése
- 172. hiba: szavaztatni arról, hogy írtak-e már a vendégkönyvbe
- 173. hiba: "nem illendő" fájlnevezés, munkauri-ek érintetlenül hagyása
- 174. hiba – másfajta URL hiba (számoknál)
- 175. hiba – számlálóhibák
- 176. hiba – Utoljára frissítve 3.
- 177. hiba – nem megfelelő SEO címsor és leírás

**Olvassal el a blogon ezt a 37 hibát! Kattintson:**

<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/honlap-keszites-hibak/>

**Szűcs Ádám**

Tel.: +36 (70) 623 88 22

E-mail: [info@szucsadam.hu](mailto:info@szucsadam.hu)

Weboldal készítés, keresőoptimalizálás: <https://olcsoweboldal.hu>

494 oktatóvideó a honlapkészítésről (WordPress oktatás): <https://wordpress.video.hu>

#####

**Utolsó frissítés:**

Budapest, 2018-11-29

#####

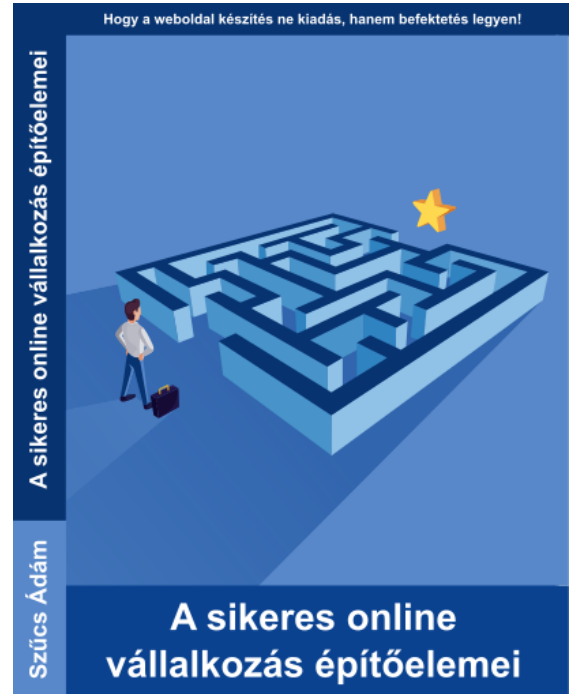


## A sikeres online vállalkozás építőelemei

Írtam egy könyvet, hogy segítsek az online vállalkozásod sikeressé tételében!

Küldetésemnek érzem, hogy minél többen építsenek sikeres vállalkozást, azaz kitörhessenek az alkalmazotti létből, és egyéni vállalkozóként, vagy egy kis cég tulajdonosaként érjenek el sikereket, valamint **stabil egzisztenciát**. Ha el szeretnél indulni a siker felé vezető úton, engedd meg, hogy útítársadul szegődjek! Ha könnyebb életet szeretnél, és ehhez **online vállalkozáson** keresztül akarsz eljutni, akkor **neked szól** a könyvem!

Az **online sikerekhez** három tényezőt kell párhuzamosan fejleszteni. Rendelkezni kell a modern kor követelményeinek megfelelő weboldallal, amelyet **keresőbarát** módon kell elkészíteni, majd **tartalommal** megtölteni. Emellett fel kell építeni egy **hatékony, ügyfélszerző, vevőközpontú és profitmaximalizáló** vállalkozást. De hiába a szuper weboldal, illetve a prosperáló vállalkozás, ha te vagy a **gépezetben** a leggyengébb láncszem. Ezért a vállalkozófejlesztést sem hagyhatjuk ki egy **sikeres online vállalkozás építőelemei** közül. Jelen könyvben keretbe foglaltam ezt a három területet, és megmutatom, hogyan **dolgozz együtt** a honlapoddal és vállalkozásoddal.



### Tartalomjegyzék

Megnéznéd, hogy miről szól a könyv? Részletes tartalomjegyzéket >> [ide kattintva](https://olcsoweboldal.hu/wp-content/uploads/2018/10/tartalomjegyzek.pdf) << tudsz letölteni. Ha nem működne az előbbi link: <https://olcsoweboldal.hu/wp-content/uploads/2018/10/tartalomjegyzek.pdf>

### Mire kapsz választ a könyvből?

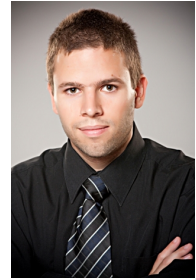
- Hogyan tervezz weboldalt? Mik a honlapkészítés lépései?
- Hogyan végezz SEO auditot?
- Hogyan marketegezz online?
- Hogyan készíts landing oldalt?
- Miért jó kisadózónak lenni?
- Mitől működik jól egy vállalkozás?
- Milyen egy sikeres vállalkozó?
- Miért fontos az önfejlesztés?
- Hogyan indíts vállalkozást?

### Érdekel a könyv?

Itt tudod megvásárolni: [https://olcsoweboldal.hu/konyv/?utm\\_source=137hiba&utm\\_campaign=konyv&utm\\_medium=web](https://olcsoweboldal.hu/konyv/?utm_source=137hiba&utm_campaign=konyv&utm_medium=web)



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



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

**Szűcs Ádám**  
[info@szucsadam.hu](mailto:info@szucsadam.hu)  
+36 70 623 8822

**A szerző  **több mint 1 600 (!!) szakmai cikkét** itt tudja elolvasni:**

**Weboldal készítés és marketing blog - 770 cikk:**  
<http://www.olcsoweboldal.hu/blog/oldalterkep/>

**WordPress weboldal készítés blog - 840 cikk:**  
<http://wordpress.video.hu/oldalterkep/>





**A tanulmány kiemelt támogatói, partnerei:**  
Egyedi bútorok – Debrecen: <http://www.debutor.hu/>

