

Vizitatorul site-ului vostru este actorul principal al scenariului pe care l-ați creat - dați-i cadrul ideal în care să evolueze.

de Randy Legersky



Probabil că am auzit cuvintele acestea de o mie de ori până acum de la profesorii mei, la cursul de creație de ficțiune la Universitatea din Pittsburgh: „Nu-mi spune, arată-mi.” Dacă vrei să obții atenția cuiva atunci când povestești, întâi trebuie să-i creezi interesul, apoi să i-l păstrezi pe parcurs, până la sfârșit.

Când e vorba de narațiune, reușești acest lucru dacă aprinzi o scânteie încă de la început, apoi înțești focul cu acțiune dramatică pentru personajul central - un erou care are ceva de pierdut, cum ar fi dragostea, succesul, pro-

Nu-mi spune, arată-mi!

priile convingeri, pentru ca mai târziu ceva să se schimbe în viața lui în așa fel încât povestea să aibă un sfârșit fie fericit, fie trist.

Este bine să vă priviți și site-ul tot ca pe o poveste. Structura lui trebuie să-i permită vizitatorului să se bucure de o introducere, un conținut și un sfârșit foarte clare. Clientul (sau vizitatorul site-ului) este eroul principal al povestirii în cazul de față. Când ajunge pe site-ul vostru, trebuie să știe de unde începe călătoria și apoi să se bucure de întreaga desfășurare până ajunge la capătul ei. Sfârșitul este acolo unde el întreprinde o acțiune - se înregistrează pe site, se abonează la newsletter, îi trimite un e-mail pentru a cere mai multe informații sau o întâlnire, sau ca să facă o plângere.

Trebuie să-i arătați așadar care este calea pentru a găsi în final ceea ce dorește. Dacă site-ul vostru face asta, va ușura cu siguranță viața utilizatorului prin faptul că îi îmbunătățește navigarea, i-o face plăcută și clară și mai ales nu îl lasă să piardă nimic important pentru el, cum ar fi banii sau timpul.



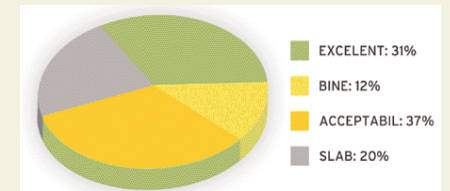
Vizitarea unui site web - o adevărată călătorie

Pagina principală a site-ului are rolul de a-i arăta de unde să înceapă să parcurgă povestea companiei tale. Da - să-i arate, nu să-i spună. Arătați-i atât prin designul grafic, cât și prin textul din pagină, unde să caute mai întâi, ce să citească, ce să facă în continuare. Provocarea o constituie faptul că le oferiți vizitatorilor mai multe alternative în ce privește punctul din care începe călătoria - lucru care va influența și restul navigării. Într-un mediu

interactiv, utilizatorul poate experimenta multe povești, de fiecare dată când vizitează site-ul putând urma un scenariu diferit.

E important să-i arătați cum să navigheze, unde să găsească informațiile dorite și cum să acționeze pentru a-și rezolva problemele. Dacă vă pierdeți prea mult timp explicându-i ce trebuie să facă și îi cereți prea multe lucruri (cum ar fi completarea unui formular de înregistrare foarte lung) înainte ca el să ob-

Compoziția indexului global al uzabilității site-urilor internet



Sursa WUI-Web Usability Index

Arată procentele rezultate pentru cele 50.000 de site-uri analizate - E-commerce, de companie, de identitate, portaluri, comunități și site-uri generice

țină ce vrea, atunci se va plictisi și se va întoarce probabil la televizor. Un web developer profesionist care înțelege că designul e în strânsă legătură cu uzabilitatea, poate planifica în așa fel călătoria, încât vizitatorii să vrea de bunăvoie să o parcurgă. Astfel, site-ul vostru le va arăta vizitatorilor ce să facă, iar totul va părea o experiență intuitivă și spontană, numai fiindcă a fost chiar de la început o poveste atrăgătoare. ■

Randy Legersky este Director de Dezvoltare la A Rond
 randy.legersky@arond.ro
 http://www.arond.ro