

נספח א': מבנה אתרים, עיצוב ונגישות

מטרת הפרק הנוכחי להדגיש את החשיבות על הקפדה נכונה בבחירת המבנה והעיצוב על הפונקציונאליות של האתר.

נתחיל במבנה, מבנה האתר הינו הבסיס שעליו מולבשים העיצוב והתכנים. למבנה השפעה גדולה על תחומים שונים:

1. המבנה יכול לתרום או לפגוע בתדמית. לדוגמא: במקרה שברצוננו לבנות אתר תדמיתי לחברה, בדרך כלל המבנה יהיה סולידי, לוגו בראש העמוד, התפריט צידי או עליון ואיזור מרכזי שמיועד לתוכן. מבנה שונה יכול לפגוע בתדמית.

2. מבנה נכון מניע את הגולשים לפעולה לפי רצוננו. לדוגמא מיקום התפריטים והקישורים יכול לגרום לגולש להיכנס לעמודים מסויימים שאותם נהיה מעוניינים לדחוף ראשונים. כמו-כן, מיקומי כפתורי "צור קשר" וכו'.

3. מבנה נכון מקפיד על עיקרון המודולריות לעדכון ושדרוג עתידי של האתר. מכיוון שאתרים מיסודם הם דינמיים, חשוב שתהיה לכם יכולת לשנות ולהוסיף. אין דבר יותר מתסכל ממצב שבו אתם רוצים לשנות משהו ובוני האתר אומרים שהדבר בלתי אפשרי, בעל עלויות גבוהות או שמצריכים לבנות את כל האתר מחדש.

4. מבנה נכון תואם לקידום בגוגל. זה לא סוד כי מנועי החיפוש מחפשים טקסטים ותכנים. מנועי החיפוש לא יתנו לכם ציון על מראה האתר, אלא ינתחו את התוכן. השאלה היא, איך נספק להם אותו.

א. להשאיר מספיק מקום לטקסט

במיוחד בעמוד הבית, יש להקפיד שהעיצוב משאיר מספיק מקום לטקסטים. למרות שקיימת לעיתים נטיה ליצור עמוד ראשי מרשים ויזואלית, שמכיל תמונות וסרטוני פלאש. חשוב לדאוג לא להעמיס על העמוד בצורה כזאת שלא ניתן יהיה למקם טקסטים. יש לשמור על היחס בין העיצוב והטקסט על המסך. לדוגמא, לא להוסיף תמונה גדולה בראש העמוד שבגללה יש לגלול את הדף כדי לראות טקסט שמופיע בתחתית.

ב. לשמור על יחס בין קוד לטקסט

בהמשך לסעיף הקודם, עמוד שמעוצב במבנה עיצובי מורכב, מצריך בדרך כלל כתיבת קוד רב על מנת להגיע לתוצאה הנדרשת. הדבר משפיע על היחס בין כמות הטקסט בעמוד לבין כמות הקוד בעמוד. לצורך קידום אתרים, יש להקפיד על כמות טקסט גדולה וכמות קוד קטנה. לכן לעיתים ניתן לראות שדווקא האתרים המקודמים ביותר במילת המפתח המבוקשת הם בעלי

עיצוב "פשוט יותר". כמובן שאתר שגם נראה מרשים, מעביר מסר תדמיתי טוב ובעל סיכוי גבוה יותר להנעה לפעולה.

ג. מיקום נכון של טקסטים בעמוד

עדיף למקם טקסטים בחלק העליון של העמוד ושל הקוד. יש לשים לב האם הטקסטים מוגבלים באזורים עיצוביים סגורים או שניתן להוסיף טקסטים נוספים ללא בעיה של "שבירת העיצוב" (רצוי להימנע מטקסטים הסגורים בחלונות גרפיים קשיחים).

ד. נגישות ומשך השהות באתר

ככל שנעצב אתר נגיש יותר, כך ההנאה של הגולשים ומשך השהות באתר יהיו טובים יותר ונוכל לחשוף את הגולשים ליותר תכנים.

ה. תפריטים נוחים לקידום אתרים

מנועי החיפוש אוהבים תפריטים טקסטואליים. אין להשתמש בתפריטי תמונות או פלאש.

לסיכום הנושא של קידום ומבנה, מבנה נכון יתן חשיבות רבה לתוכן ולטקסט ויהיה עמוס פחות במרכיבים גרפיים ועיצוביים. כמו-כן, תמיד נעדיף תפריט טקסטואלי על תפריט שמורכב מתמונות כדוגמת כפתורים ונשתדל שהיחס בין כמות הטקסט לבין קוד ה-HTML יהיה מיטבי.

הנעה לפעולה

כמעט בכל אתר ניתן לזהות מרכיבים שמצריכים הנעה לפעולה. החל מניתוב לטופס "צור קשר" כדי לקבל לידים, תמריץ להוספת מוצרים נוספים לסל קניות, מילוי שאלון באתר וכו'. לעיצוב, מרכיב חשוב בהבלטת האלמנטים שמניעים לפעולה. יש חשיבות לצבע, למיקום האלמנטים (בראש העמוד, במרכז העמוד, באמצע פסקת טקסט וכו').

קידום אתרים בגוגל יגרום לגולשים רבים יותר להיכנס לאתר. במידה והם לא ינותבו לאזורי הפעולה הם יכולים לקצר את זמן שהותם באתר והוא יכול לפספס את מטרתו. מרכיבי ההנעה לפעולה יגרמו לגולשים לעבור בעמודים הרצויים וחשוב במסגרת הקידום לחשוב על הקישורים המתאימים שישוּבצו באותם העמודים.

יש לזכור שעמודי הפעולה צריכים להיות קלים ולא עמוסים מבחינה ויזואלית. לדוגמה, טופס צור קשר צריך לעלות מהר ואין לשבץ בו סרטוני פלאש כבדים או תמונות רבות.

פלאש

מצד אחד, אתר שבנוי כולו בפלאש מפסיד את היכולת לקדמו בצורה רצינית במנוע החיפוש גוגל. אבל מצד שני, מניסיוני ניתן לשלב סרטוני פלאש בעיצוב האתר בצורה כזאת שעדיין תאפשר לבצע קידום אתרים. כאשר משתמשים בסרטון הפלאש כחלק מהאלמנט העיצובי במבנה האתר ניתן לשלב טקסטים נוספים באתר.

לכן, אתרים מקודמים לא חייבים להיות אתרים נקיים מתמונות ופלאשים. כאשר מבנה האתר שומר על איזון בין האלמנטים הגרפיים לבין הטקסט ונשאר מקום נכבד לטקסט, האתר יכול להיות מקודם בצורה טובה.

יש מקום אחד שבו לדעתי אין עוררין על כך שלא נכון לשבץ פלאש וזה התפריט. תפריטים יש לבנות בצורה טקסטואלית על מנת להקל כמה שניתן על הרובוט של גוגל.

יש לזכור שמלבד החשיבות של קידום אתרים והבאת הגולש לאתר, ישנה חשיבות להעברת המסר ומטרת האתר לגולש. לכן, יש להקפיד על עיצוב אתרים מקצועי, שמשלב יכולות גרפיות (וגם פלאשיות) לצד תוכן טקסטואלי רלוונטי ומעניין.

לסיכום נושא הפלאש, חשוב להדגיש ששילוב נכון של אלמנטים פלאשיים באתר יכול לתרום להשגת היעדים של האתר ולא לפגוע בקידומו במנועי חיפוש.

עיצוב ונגישות

את הסעיף האחרון של עיצוב ונגישות החלטתי להציג על ידי רשימה של עשר נקודות שאותן אני בוחן כאשר אני מקבל סקיצות עיצוביות לאישור על יד מעצבים.

1. אני בוחן מה משדר לי העמוד. מדובר ברושם ראשוני, האם הרגשה רגועה, האם מכובדת, האם צעקנית וכו'.

2. אני מחפש מכשלות שימנעו את בניית האתר. לעיתים מעצבים מעצבים סקיצות שלא ניתן לבנות או שהן לא אינטרנטיות. לדוגמא, פינות עגולות בכל מיני אזורים בלתי אפשריים וכו'.

3. האם הצבעוניות נכונה. לדוגמא: טקסט בהיר על רקע כהה קשה לקריאה.

4. האם העיצוב סגור. כלומר, האם האתר יכול לגדול ולהתפתח בלי מגבלות של תפריטים וכו'.

5. האם יש מספיק מקום לאיזורי טקסטים בעמודים, שיתרום אחר כך לקידום בגוגל.

6. האם התפריט טקסטואלי.

7. האם התמונות בעמוד מתאימות ורלבנטיות, האם הן מושכות יותר מדי תשומת לב והאם הן ממוקמות באיזורים נכונים.

8. האם הלוגו ממוקם בראש העמוד והאם אין תמונות לידו שגורמות לכך שהוא "יבלע" בתוכן, לדוגמא: ישנם מקרים שבהם ממקמים באנר ליד הלוגו בצורה כזאת שנוצרת תחושה שהלוגו הוא חלק מהבאנר.

9. האם יש מרכיבי הנעה לפעולה ומה הפעולה הראשונה שגולש ירצה לעשות ברגע שיכנס לעמוד, האם זה תואם את מה שתיכננו.

10. האם העיצוב חדשני.