



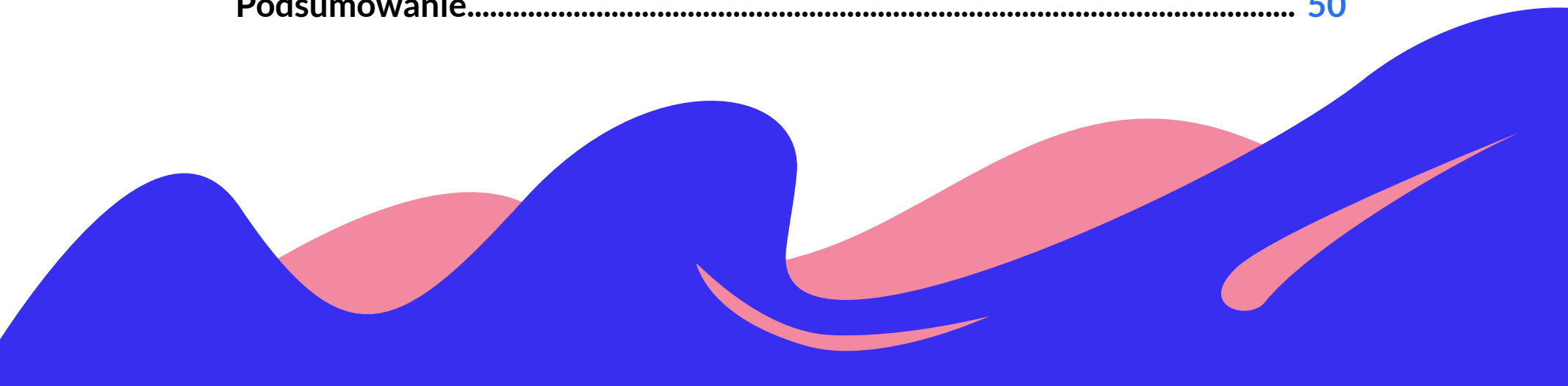
Dobre praktyki UX & UI

Jak stworzyć stronę przyjazną użytkownikom



Spis treści

Wstęp.....	3
1. Co to jest UX i dlaczego jest ważny dla Twojej strony internetowej.....	4
3 cechy dobrego produktu.....	4
Czym jest User Experience.....	6
User Experience, User Interface, Web Design - czym się od siebie różnią.....	7
2. Umiejętności dobrego projektanta.....	9
Jak wygląda proces projektowania UX.....	9
Rola badań UX.....	10
10 Heurystyk Nilsena.....	12
3. Jak wygląda proces projektowania strony internetowej.....	22
Projektowanie stron www w kreatorach.....	27
4. Jak stworzyć dobry projekt strony.....	28
Zastosowanie siatki.....	35
Rola typografii.....	37
Architektura informacji na stronie.....	39
Dostosowanie strony do urządzeń mobilnych.....	42
5. Kierunki rozwoju i trendy w UX.....	45
Podsumowanie.....	50

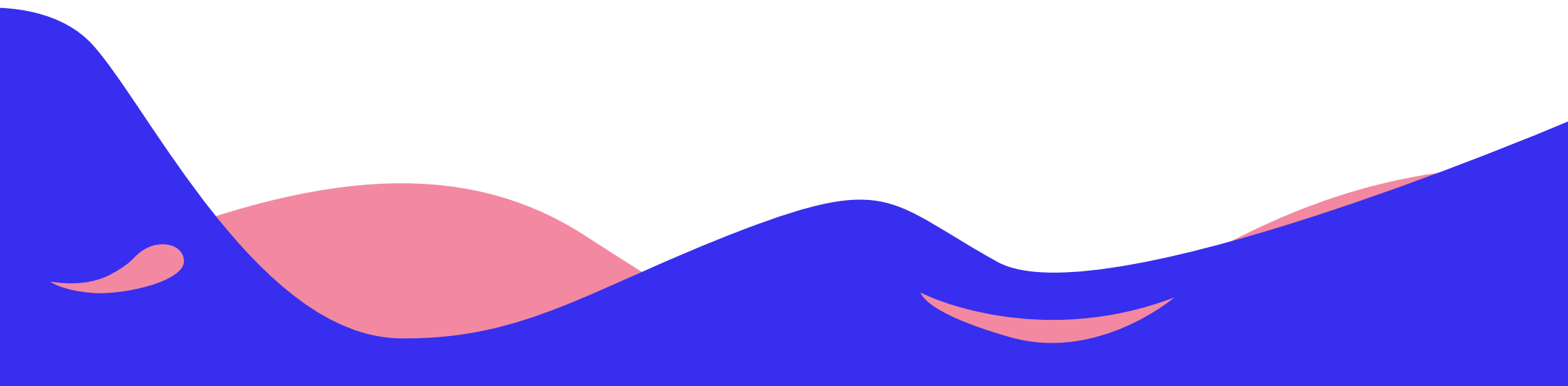


Wstęp

Każda strona internetowa powinna być tworzona z myślą o użytkownikach. Od tego, jak witryna jest odbierana przez osoby, które ją odwiedzają, w dużym stopniu zależy jej sukces. W tym e-booku przyjrzymy się bliżej zagadnieniu doświadczenia użytkownika strony internetowej. Pokażemy, czym jest User Experience i User Interface, jak projektować atrakcyjne z punktu widzenia użytkownika strony i omówimy najważniejsze trendy w UX i UI.

Po lekturze tego tekstu będziesz znać podstawowe reguły rządzące projektowaniem stron. Z łatwością zastosujesz je w praktyce, tworząc własną witrynę. Do tego celu możesz wykorzystać kreator WebWave, który umożliwia darmowe projektowanie witryn bez kodowania.

Zapraszamy do lektury!





Część I

Co to jest UX i dlaczego jest ważny dla Twojej strony internetowej

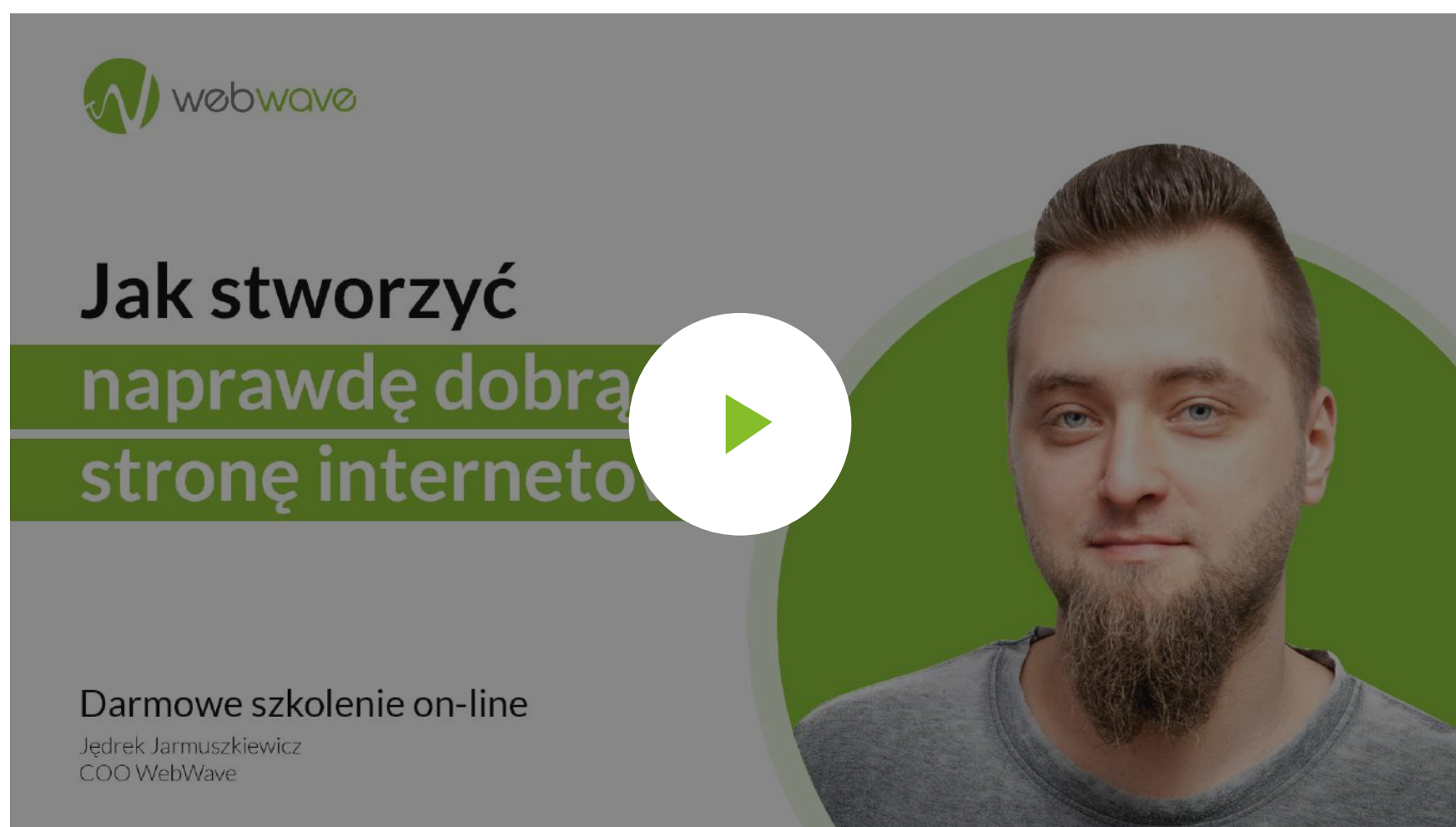
3 cechy dobrego produktu

Zanim zajmiemy się dokładnym opisem UX, musimy powiedzieć sobie jaką funkcję pełni. Aby to uzmysłwić, przejrzymy się 3 cechom, którymi charakteryzuje się dobry produkt.

- Po pierwsze, musi być on przydatny. Chodzi tu o jak najlepsze zaspokojenie potrzeb jego użytkownika. Płaszcz przeciwdeszczowy powinien przede wszystkim nie przepuszczać wody, a patelnia dobrze rozprowadzać ciepło i być łatwa w czyszczeniu. Użyteczność odnosi się również do produktów cyfrowych. W przypadku stron www będzie to przede wszystkim jakość treści, które można znaleźć w witrynie. W końcu to właśnie informacje zawarte na stronie przyciągają użytkowników.

- Drugą cechą dobrego produktu jest użyteczność, czyli sposób, w jaki się z niego korzysta. Powinien zapewniać możliwie najlepszą wydajność i intuicyjność. W przypadku strony internetowej chodzi między innymi o łatwą nawigację, która umożliwia szybkie dotarcie do poszukiwanych przez użytkownika treści, przejrzysty układ strony czy prędkość jej wczytywania.
- Po trzecie, produkt musi być pożądaný. Powinien być zaprojektowany w taki sposób, żeby korzystanie z niego sprawiało przyjemność. Dzięki temu użytkownik będzie sięgał do niego chętniej.

Jak widać, wszystkie te 3 cechy odnoszą się do tego, jakie korzyści produkt przyniesie jego użytkownikowi. Projektując produkt cyfrowy, taki jak strona internetowa, trzeba zwrócić uwagę, żeby spełniał on wyżej wymienione wymagania.



Czym jest User Experience

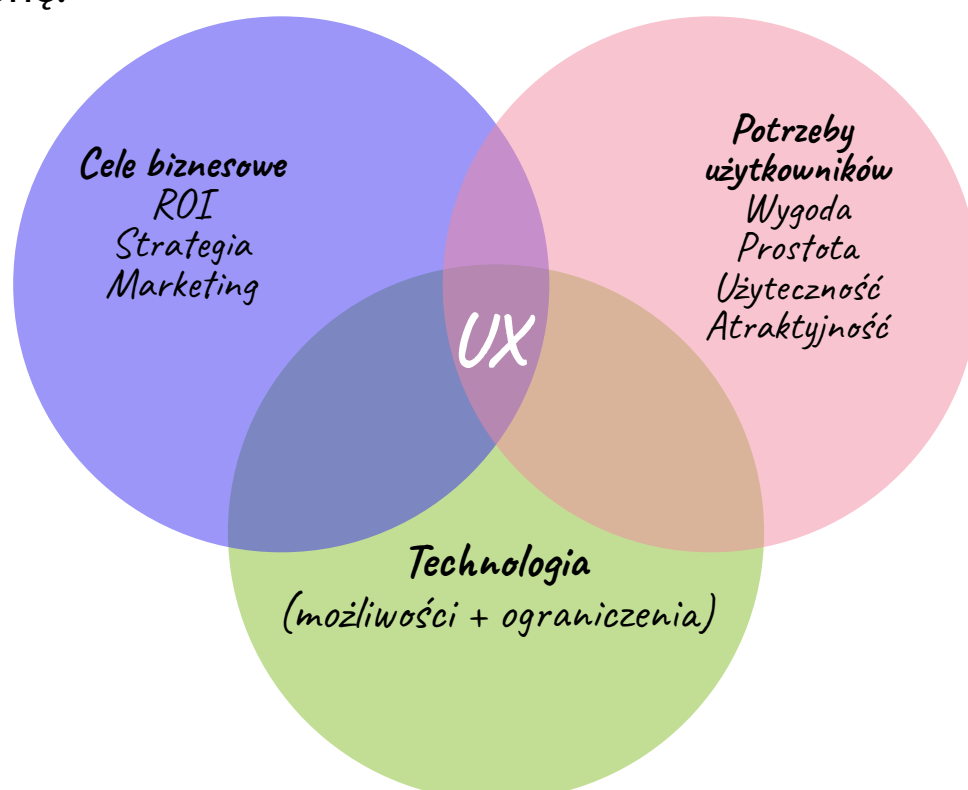
UX (User Experience, czyli doświadczenie użytkownika) to według Wikipedii

Całość wrażeń, jakich doświadcza użytkownik podczas korzystania z produktu.

UX to jedno z najważniejszych zagadnień, o którym nie można zapomnieć podczas tworzenia strony internetowej. Od tego, jakie wrażenie wywoła w użytkowniku strona, zależy to, jak chętnie będzie z niej korzystał. Dobry projekt, opracowany przede wszystkim z myślą o doświadczeniu użytkownika, sprawi, że witryna będzie atrakcyjna. Dzięki temu osoba, która na nią trafi, pozostanie na stronie dłużej i chętniej wróci na nią w przyszłości.

User Experience ma szczególne znaczenie w uzyskaniu dobrego współczynnika konwersji. Chodzi o odsetek użytkowników, którzy wykonują na Twojej stronie pożądaną przez Ciebie akcję, na przykład dokonują zakupu, czytają wpisy blogowe, zapisują się na newsletter.

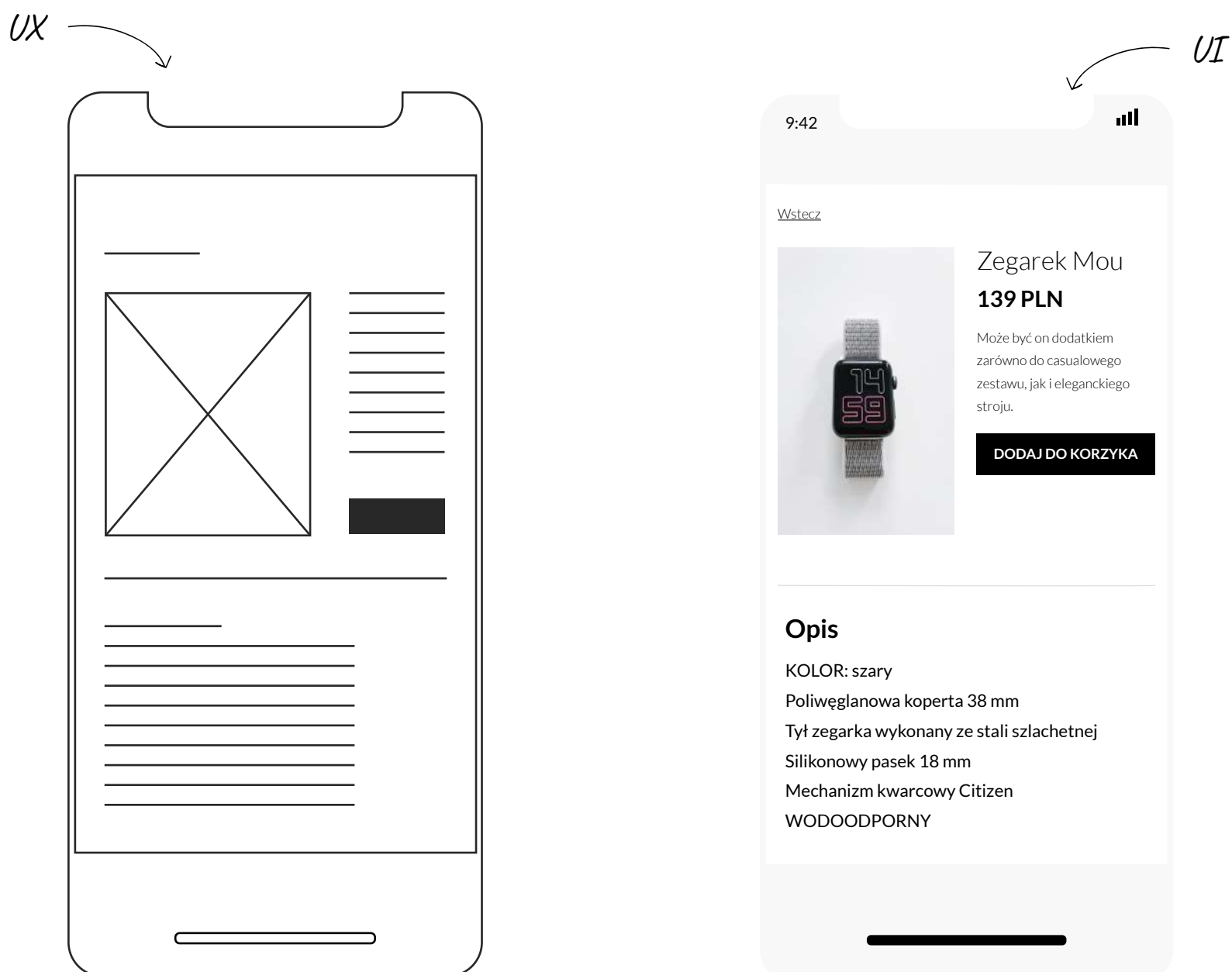
Jeśli nawigacja na stronie jest nieintuicyjna, przyciski są słabo widoczne a teksty na stronie mało zrozumiałe, osoba odwiedzająca witrynę szybko się pogubi, a co za tym idzie, opuści stronę.



User Experience, User Interface, WebDesign - czym się od siebie różnią

Te 3 pojęcia są ze sobą blisko związane, ale nie powinno się ich stosować wymiennie, ponieważ odnoszą się do 3 różnych rzeczy.

User Experience to, jak już wspomnieliśmy, doświadczenie użytkownika. Projektowanie UX polega na dostarczeniu mu produktu, który zapewni jak najlepsze wrażenia. User Interface (interfejs użytkownika) to wszystkie elementy strony, które umożliwiają interakcję użytkownika z witryną. Webdesign to z kolei określenie obejmujące całość zagadnień związanych z projektowaniem stron internetowych, wliczając w to UX i UI.



Umiejętności dobrego projektanta UX

User Experience to dziedzina interdyscyplinarna - wymaga szerokiej wiedzy i umiejętności z kilku obszarów, przede wszystkim psychologii, projektowania, marketingu i informatyki. Specjalista UX musi opanować wiele umiejętności, ponieważ jego zadania są bardzo zróżnicowane. Co konkretnie do nich należy?

- Tworzenie person użytkowników, historii, storyboardów, map stron www, wireframów (wstępnych projektów) i prototypów stron;
- Planowanie i przeprowadzanie testów i ankiet oraz ich późniejsza ocena;
- Uwzględnianie w swojej pracy wyników testów i danych zebranych na podstawie wyników strony;
- Działanie zgodnie z zasadami projektowania struktury informacji;
- Przekształcanie postawionych celów i zadań w konkretne rozwiązania przekładające się na pozytywne doświadczenie użytkownika.





Część II

Jak wygląda proces projektowania UX

Stworzenie dobrego UX wiąże się przede wszystkim ze skupieniem się na potrzebach użytkownika. Tworząc projekt strony zawsze powinniśmy przyjmować jego perspektywę. Brzmi banalnie? Może, ale w procesie tworzenia strony łatwo zapomnieć o tej podstawowej zasadzie.

Rola badań w UX

User Experience to dziedzina empiryczna. Oznacza to, że najważniejszą rolę odgrywają w niej działania w praktyce. W przypadku UX chodzi przede wszystkim o sprawdzenie, jak użytkownicy korzystają ze strony.

Doświadczenie użytkownika sprawdza się poprzez badanie UX strony. To w praktyce jedyna metoda pozwalająca na przetestowanie przyjętych rozwiązań i wprowadzenie ewentualnych poprawek.

Rodzaje badań

- **Indywidualne wywiady pogłębione**
(osoba badana + moderator)
- **Wywiady grupowe**
(zazwyczaj 6-8 osób)
- **“Sensitizing”**
(zadania wysyłane przed badaniem mające na celu lepsze poznanie grupy badawczej)

Etapy badań

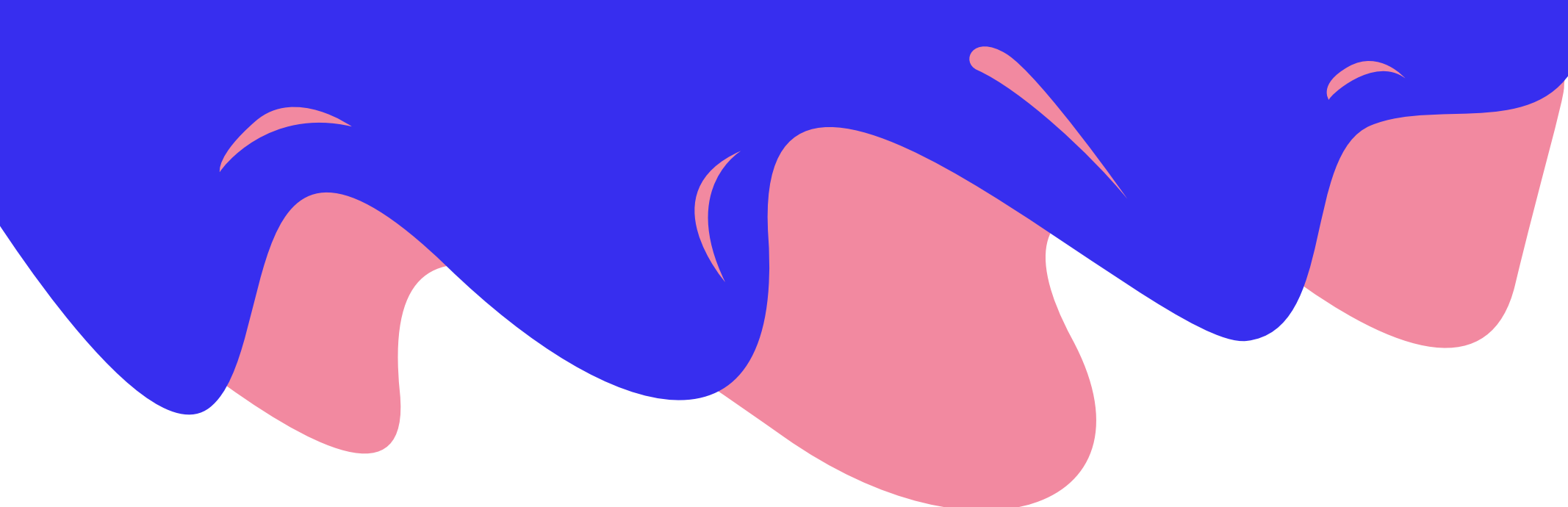
- **Audyt**
polega na dokładnym przeanalizowaniu wszystkich elementów strony oraz wyłapaniu ewentualnych błędów i niedociągnięć.
- **Wędrówka porównawcza**
to przejście przez daną stronę w taki sposób, jak robi to użytkownik. Umożliwia to spojrzenie na daną witrynę z perspektywy korzystających z niej osób.
- **Card storing**
czyli analiza czytelności treści.

- **Analiza ekspercka**
(analiza produktu pod kątem ogólnych zasad użyteczności - heurystyk)
- **Badanie papierowych prototypów**
(w celu weryfikacji pierwszych interfejsów)
- **Card sorting**
(celem jest określenie postrzegania użytkowników hierarchię elementów)

NAJLEPSZE NARZEDZIA DO CARD SORTINGU

- **Optimal Sort** optimalworkshop.com
- **UserZoom** userzoom.com
- **xSort** xsortapp.com
- **Miro** miro.com
- **Trello** trello.com





Badanie UX przeprowadza się nie tylko podczas projektowania strony. Ważne jest, żeby regularnie sprawdzać doświadczenie użytkownika. Pozwoli to na dostosowywanie się do zmian w trendach i zachowaniach osób korzystających z witryny.

Badanie użyteczności można zlecić specjalistycznej firmie. Jeśli jednak nie dysponujesz odpowiednimi środkami, możesz przeprowadzić je samodzielnie.

Najprostszym sposobem jest skorzystanie z pomocy współpracowników lub znajomych. Wystarczy, że poprosisz ich o wykonanie konkretnej akcji na stronie (na przykład zakup czarnego skórzanego portfela) i sprawdzisz, jakie trudności napotkali po drodze.

Możesz też zdecydować się na przeprowadzenie takiego badania online. W tym celu sprawdzą się komunikatory takie jak Skype czy Zoom.

10 heurystyk Nielsen

Za tym trudnym pojęciem kryje się zbiór podstawowych zasad, którymi powinien się kierować dobry projektant doświadczenia użytkownika. Zostały stworzone przez Jakoba Nielsena - jednego z najbardziej uznanych specjalistów w branży UX.

1 Widoczność statusu systemu

Użytkownik powinien zawsze wiedzieć, w którym miejscu na stronie się znajduje i co aktualnie się dzieje.

*informacja o statusie systemu:
na jakim etapie jest użytkownik*

*wartość koszyka
(cena)*

The screenshot shows a checkout page with a progress bar at the top. The progress bar has three segments: 'Twój koszyk' (Your cart), 'Dostawa i płatność' (Delivery and payment), and 'Gotowe' (Ready). The 'Dostawa i płatność' segment is highlighted in orange, indicating the current step. Below the progress bar, the page is divided into two main sections. The left section is titled 'Dane odbiorcy przesyłki' (Recipient shipping data) and contains several input fields: 'Imię' (Name), 'Nazwisko' (Surname), 'Firma' (Company), 'Adres' (Address), 'Kod pocztowy' (Postal code), and 'Miasto' (City). The right section is titled 'Podsumowanie' (Summary) and displays the 'Wartość przedmiotów' (Item value) as 87,20 zł and 'Dostawa' (Delivery) as 0,00 zł. Below this, it shows 'DO ZAPŁATY' (Amount to pay) as 87,20 zł. A large orange button labeled 'KUPUJĘ I PŁACĘ' (I buy and pay) is prominently displayed. Below the button, there is a small text warning: 'Klikając w ten przycisk potwierdzasz zakup. Sprzedawca otrzyma twoje zamówienie.' (By clicking this button, you confirm the purchase. The seller will receive your order.) At the bottom of the right section, there is a blue circular icon with a white umbrella, followed by the text 'Allegro gwarantuje bezpieczne zakupy' (Allegro guarantees safe purchases) and 'Otrzymasz kupiony przedmiot albo zwrócimy Ci pieniądze.' (You will receive the purchased item or we will refund you the money.)

Twój koszyk **Dostawa i płatność** Gotowe

Dane odbiorcy przesyłki
Na ten adres zostanie wysłana Twoja przesyłka.
Dane wpisane przy pierwszym zakupie zachowamy w Twoim profilu, abyś nie musiał powtarzać tego w przyszłości.

Imię

Nazwisko

Firma

Adres
Podaj nazwę ulicy wraz z numerem domu.

Kod pocztowy

Miasto

Podsumowanie

Wartość przedmiotów	87,20 zł
Dostawa	0,00 zł

DO ZAPŁATY **87,20 zł**

KUPUJĘ I PŁACĘ

Klikając w ten przycisk potwierdzasz zakup. Sprzedawca otrzyma twoje zamówienie.

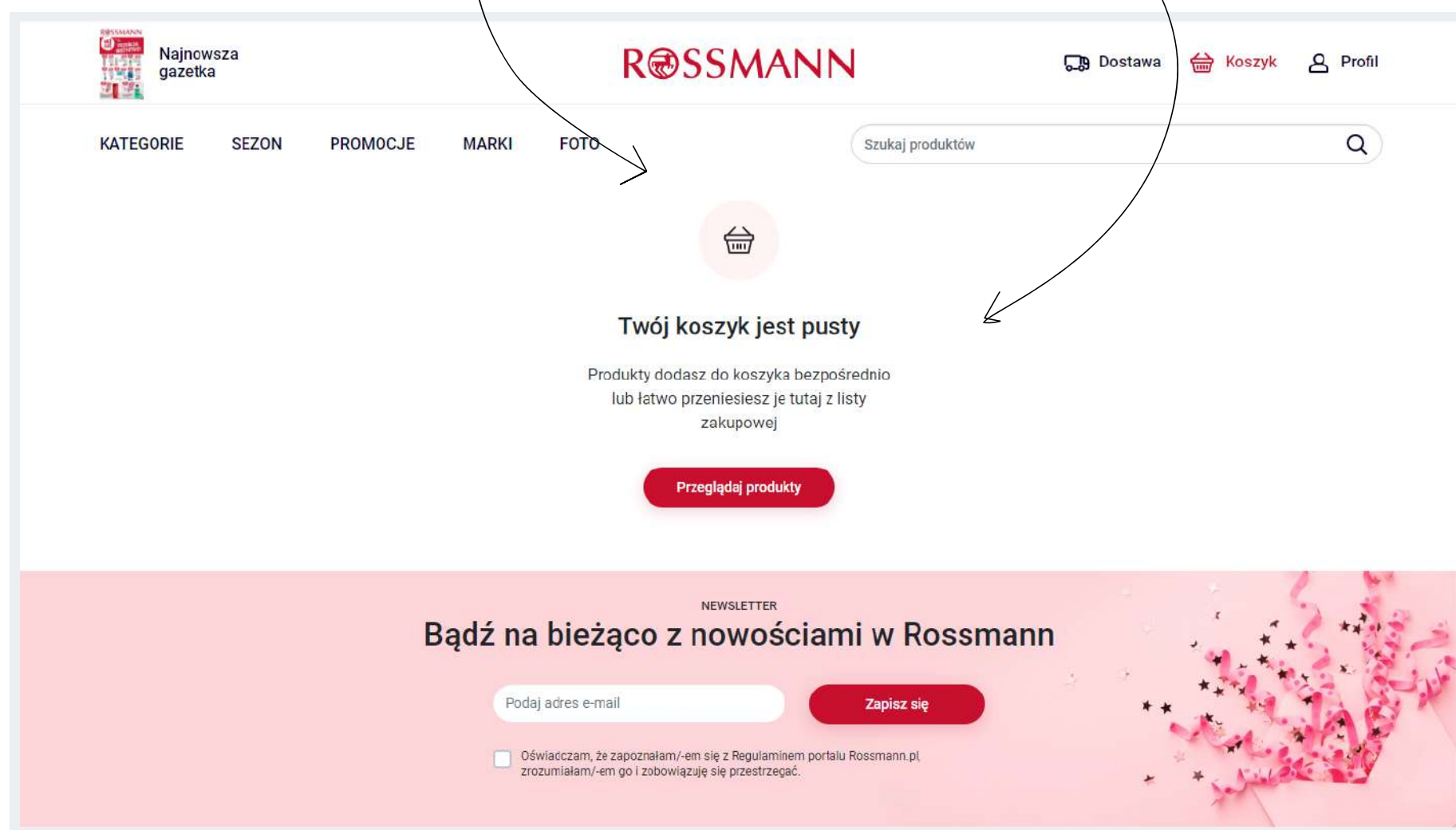
 **Allegro gwarantuje bezpieczne zakupy**
Otrzymasz kupiony przedmiot albo zwrócimy Ci pieniądze.

2 Powiązanie pomiędzy systemem a światem rzeczywistym

Strona powinna posługiwać się metodami komunikacji znanymi użytkownikowi. Wykorzystaj słowa, sposoby nawigacji i pojęcia, z którymi osoba korzystająca z Twojej strony spotyka się na co dzień.

ikonka koszyka naśladuje konwencje ze świata rzeczywistego (koszyk w sklepie stacjonarnym)

komunikacja między aplikacją a użytkownikiem jest przyjazna i prosta

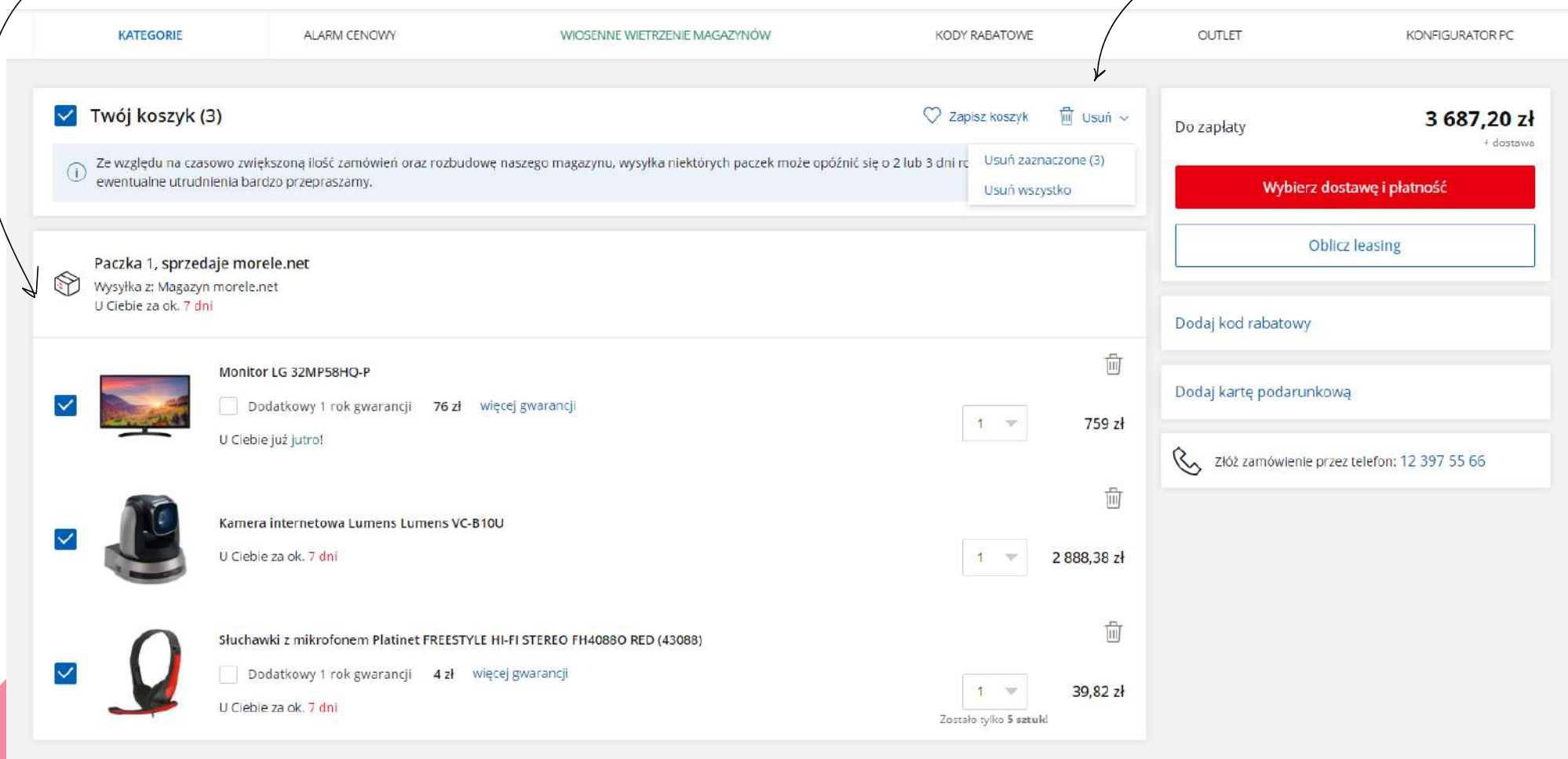


3 Kontrola użytkownika nad systemem

Użytkownicy często popełniają błędy. Dlatego powinieneś im umożliwić szybkie cofnięcie zmian.

możliwość usunięcia poszczególnych produktów z koszyka

możliwość usunięcia wszystkich produktów z koszyka



możliwość zmiany zamawianej liczby produktów

4 Zachowanie spójności standardów

Użytkownik nie powinien zastanawiać się, co komunikaty oznaczają w danym kontekście. Dlatego prawidłowo jest, gdy przedstawiamy je za każdym razem tak samo.

Our Colours

Spotify has always been green, and that won't change. While embracing a much more colourful language in our brand communications, Spotify Green is our resting colour, used only in situations where the brand palette is not being used.



*Note that this green is darker than the green we use on the Spotify logo, which we refer to as light green. The green featured above is optimized for accessibility and legibility. Light green is only intended to be used with the official Spotify logo.

Rules with Colours

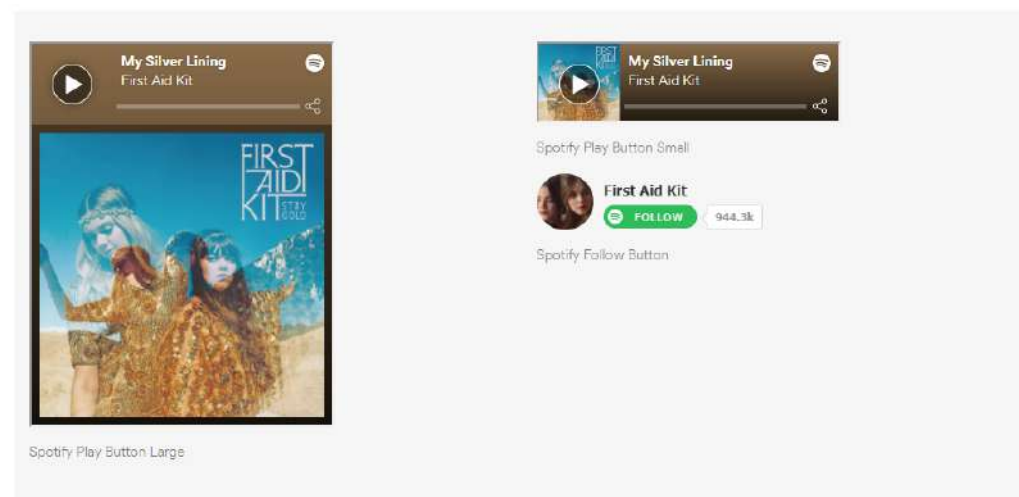
Spotify Green should only ever sit on white, black, or a non-duotoned photograph. Spotify Green will mostly exist in the app. Spotify Green should never be used as or with a colour from the brand palette, or a duotoned image.



spójność
wewnętrzna
i zewnętrzna

Our Widgets

Add Spotify Widgets to your blog, website, or social page. We provide several widgets: Spotify Play Buttons and a Follow Button. Go to the [Widget Builder](#) to get the code and build your own!

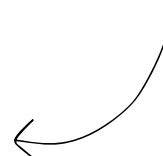


design
systemu

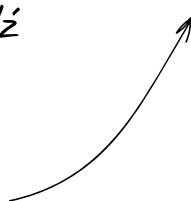
5 Zapobiegaj błędom

Przy tworzeniu strony zwróć szczególną uwagę, żeby nie pojawiały się na niej błędy, które utrudniają korzystanie z witryny (na przykład niedziałające linki, niepoprawna nawigacja czy nieczytelne teksty).

*informacja pomagająca
wybrać hasło spełniające
wymagania serwisu*



*automatyczna podpowiedź
ułatwiająca dobór
odpowiedniego rozmiaru*

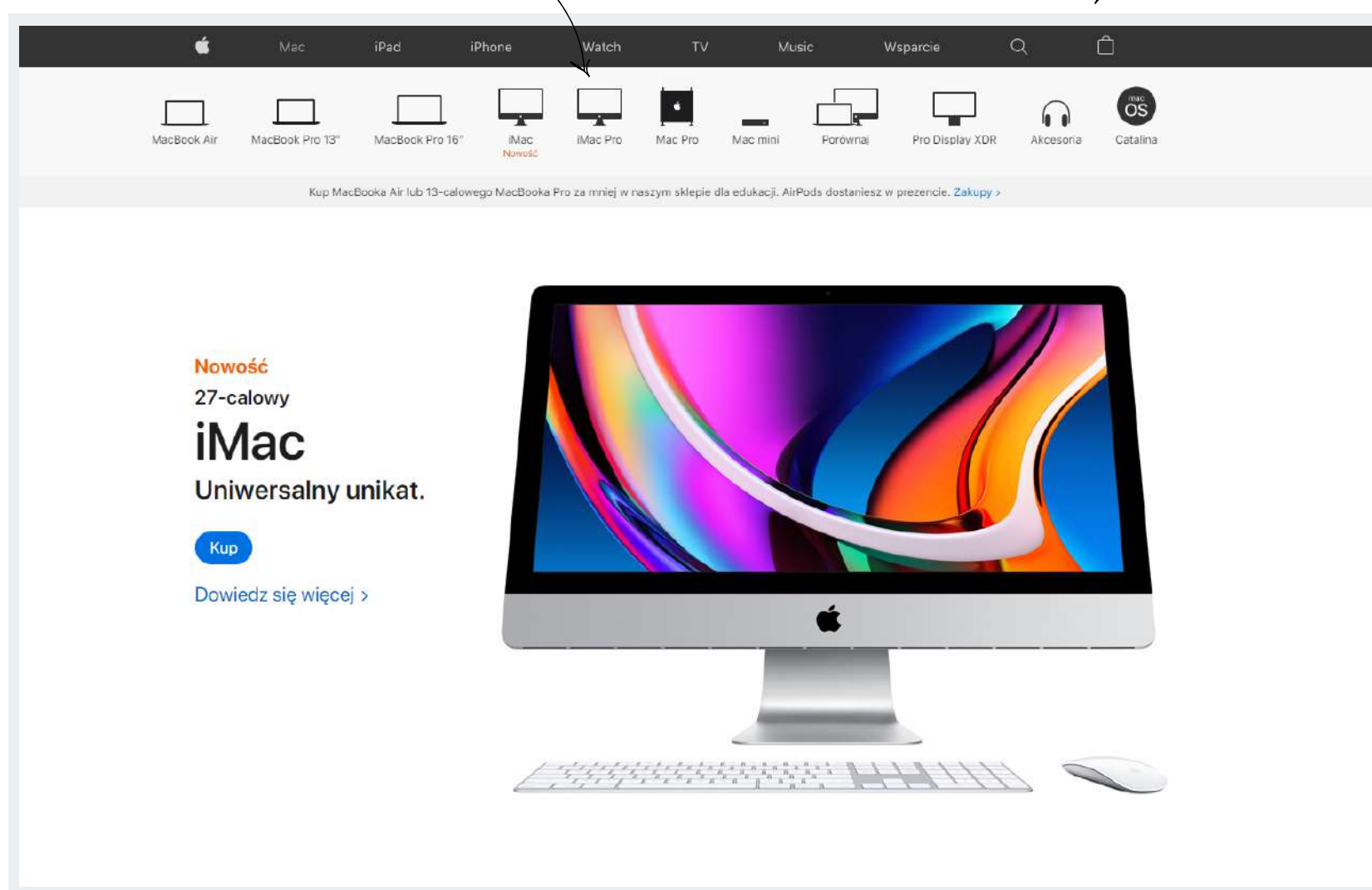


6 Możliwość wyboru zamiast zapamiętywania

Wszystkie niezbędne opcje (takie jak powrót do strony głównej, dostęp do koszyka zamówień czy kontakt) powinny być łatwo dostępne z poziomu poszczególnych podstron. Dzięki temu użytkownik nie musi zapamiętywać struktury strony, żeby swobodnie się po niej poruszać.

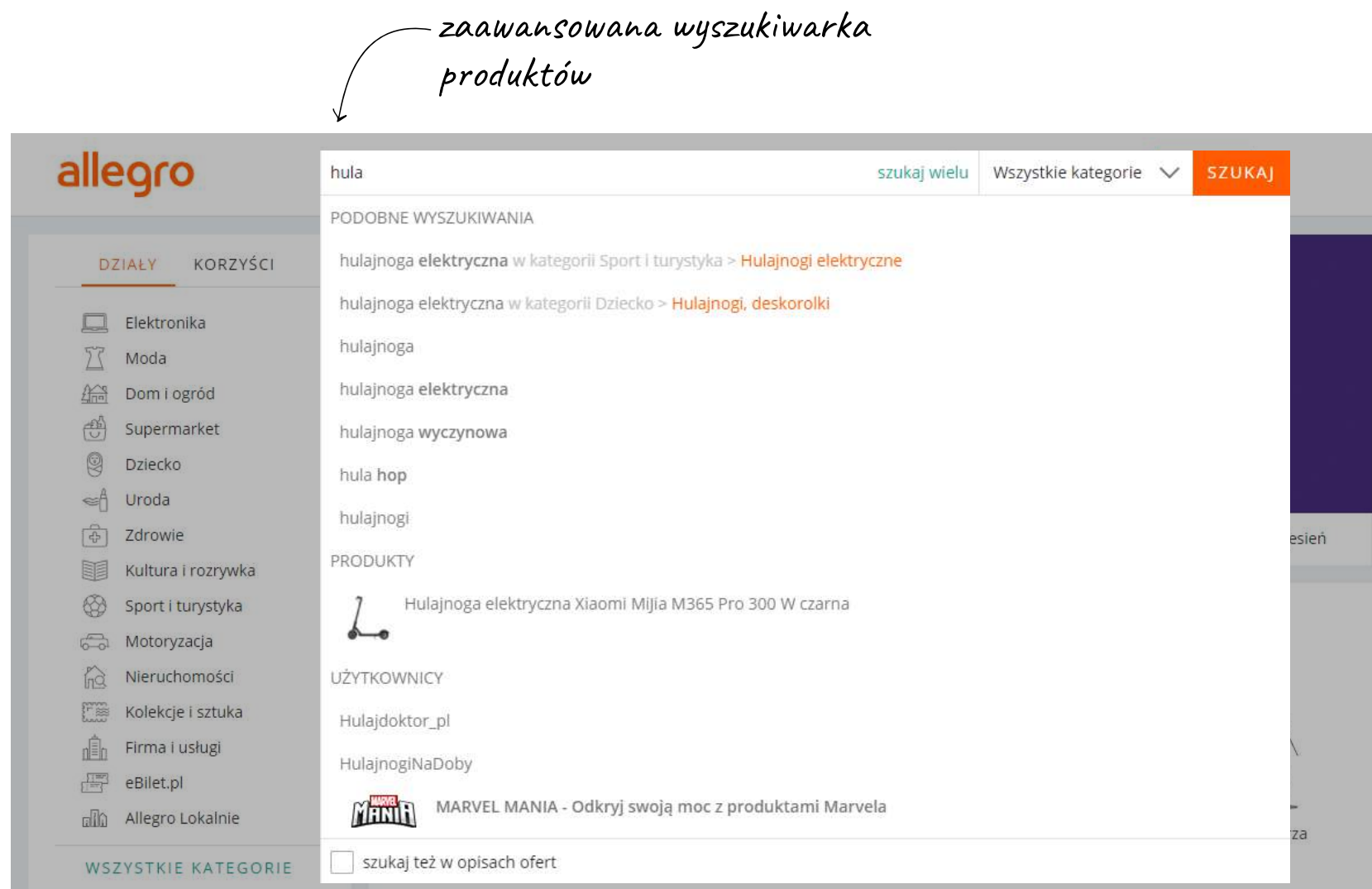
*ikonki ułatwiają
znalezienie produktu*

*szybki dostęp
do koszyka*



7 Elastyczność i efektywność

Użytkownicy korzystają ze strony w różny sposób. Niektórzy na przykład wolą dotrzeć do szukanych informacji korzystając z menu, inni wykorzystują do tego celu wyszukiwarkę. Powinieneś zapewnić możliwie najlepsze doświadczenie jak najszerszej grupie użytkowników.



*możliwość
wyboru
kategorii*

8 Estetyka i minimalizm

Strona powinna zawierać jedynie niezbędne elementy, nie może być “przeładowana”. Każda niepotrzebna informacja zaburza interakcję użytkownika ze stroną.

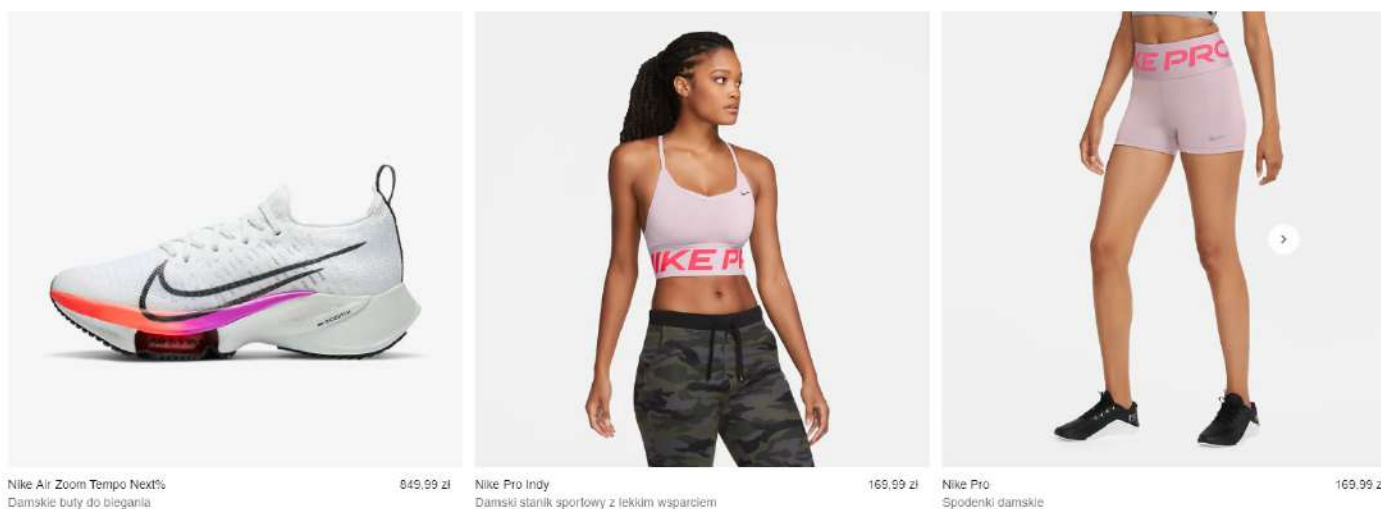
klarowne menu



dużo pustej przestrzeni

Przygotuj się

Pokaż wszystko



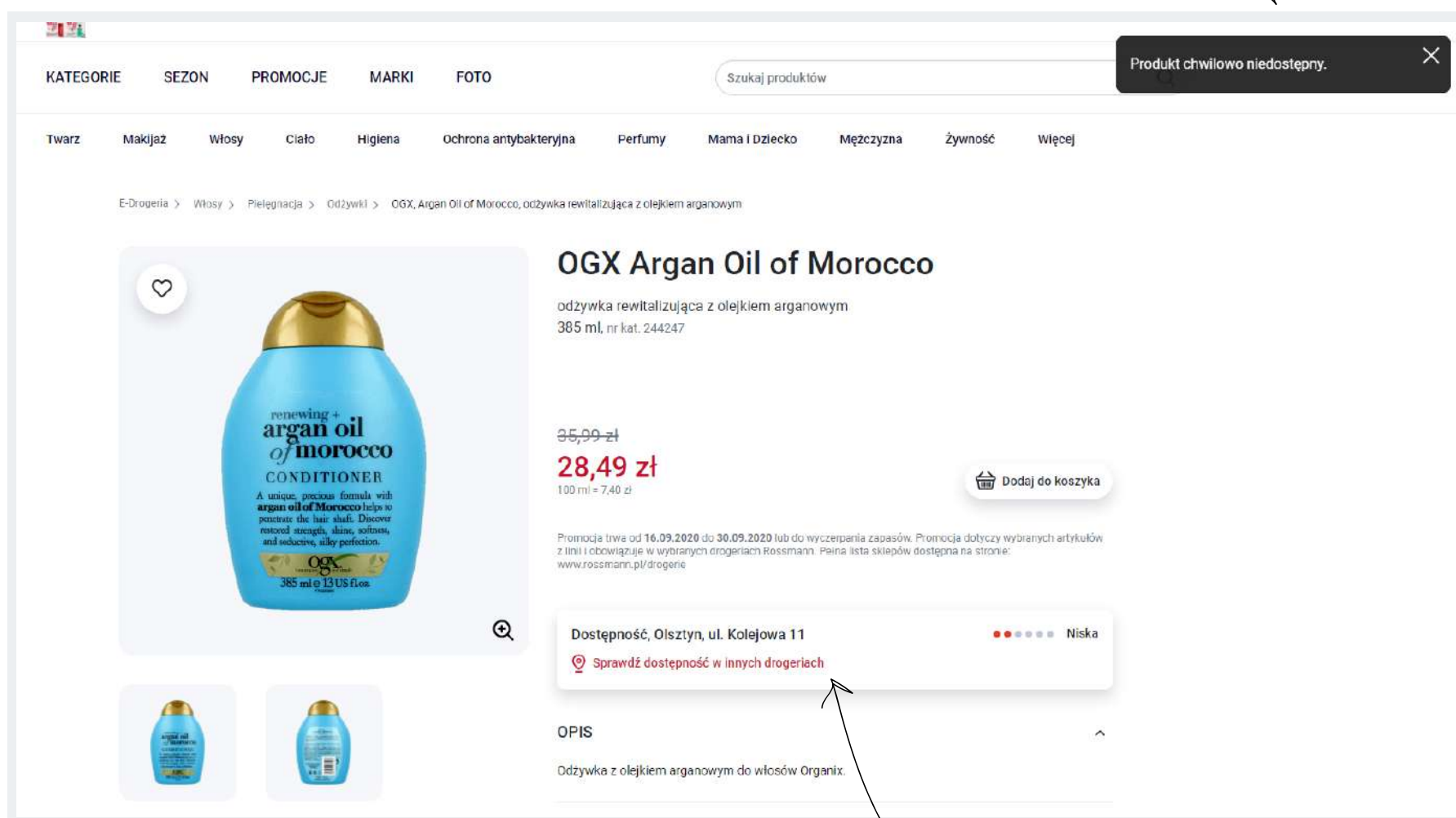
*dobrej jakości zdjęcia
i krótkie, ale treściwe
opisy*

9

Jasna komunikacja w przypadku błędów

Jeśli użytkownik natrafił na błąd, powinienes jasnym językiem wyjaśnić mu, co się stało i co ma zrobić.

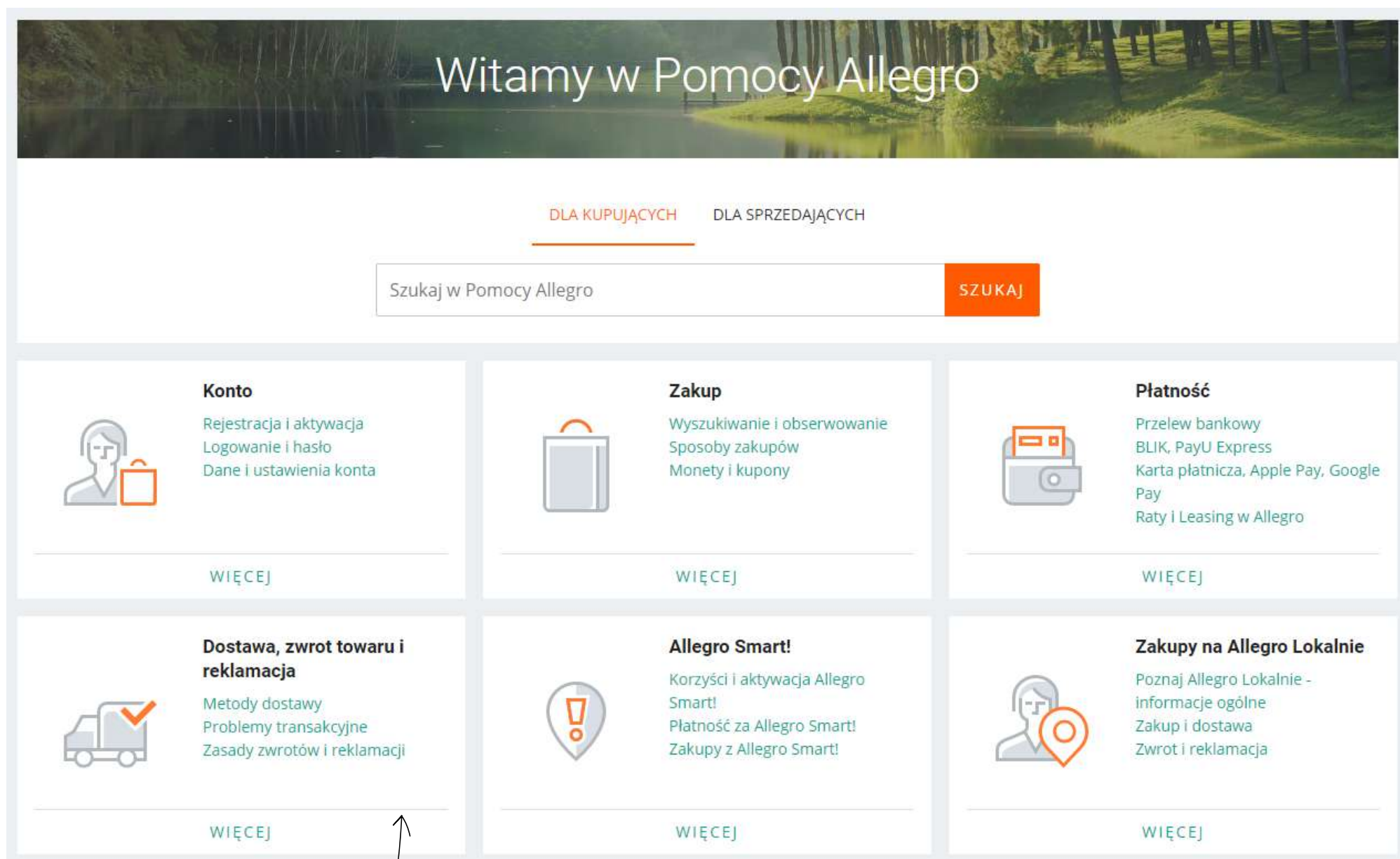
*jasny komunikat o tym,
jaki błąd wystąpił
i dlaczego*



*informacja o tym,
co użytkownik może
zrobić, aby rozwiązać
problem*

10 Pomoc i dokumentacja

Zdarza się, że użytkownik będzie potrzebował wsparcia lub dodatkowych, szczegółowych informacji na temat działania Twojej strony. Upewnij się, że pomoc i dokumentacja są łatwo dostępne.



regulaminy, przydatne
informacje dla klientów



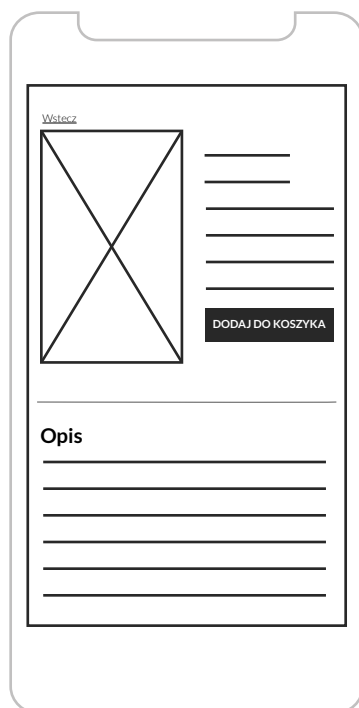
Część III

Jak wygląda proces projektowania strony internetowej

Proces projektowania strony pod kątem doświadczenia użytkownika można podzielić na kilka etapów.



Sketch



Wireframe



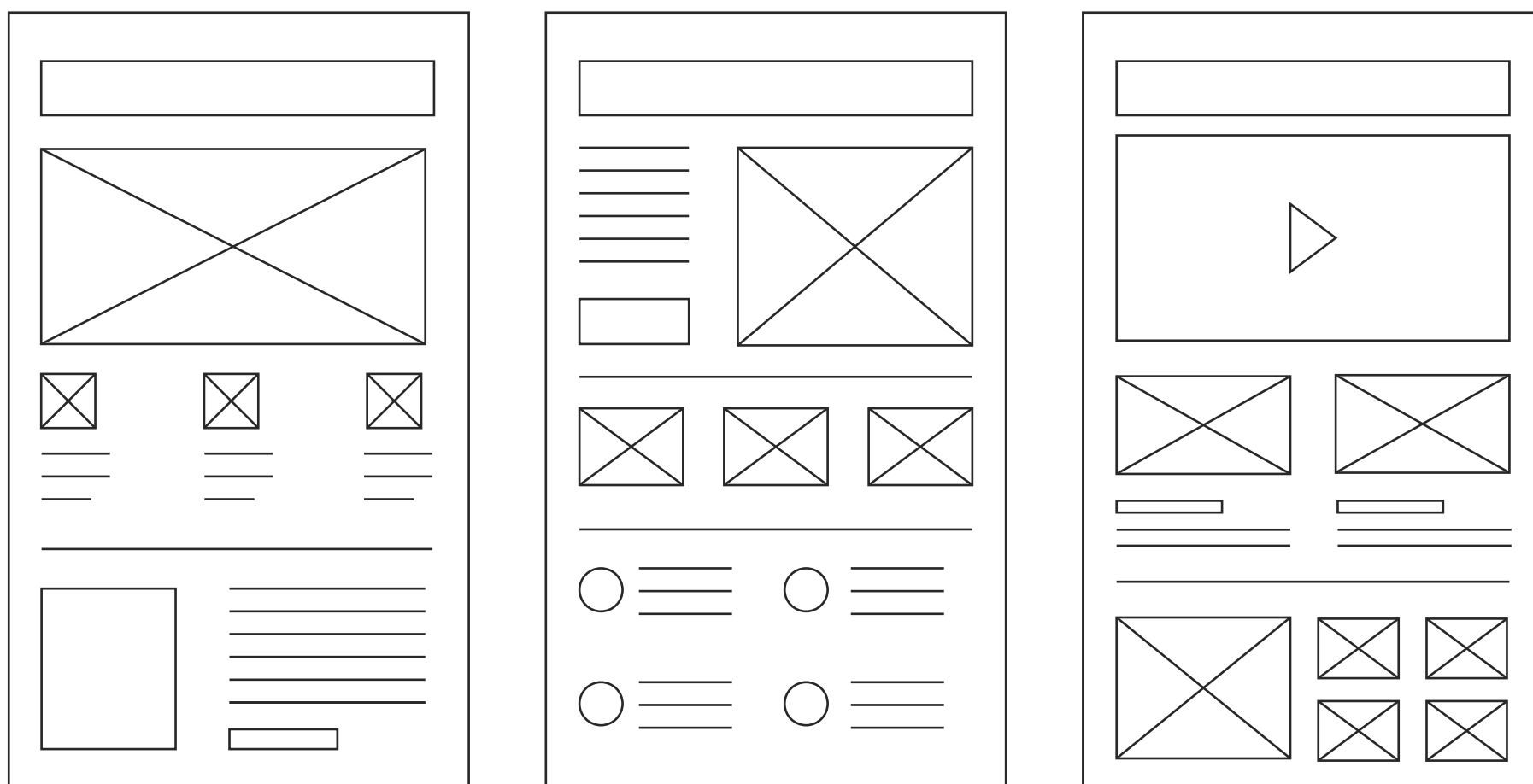
Mockup



Prototype

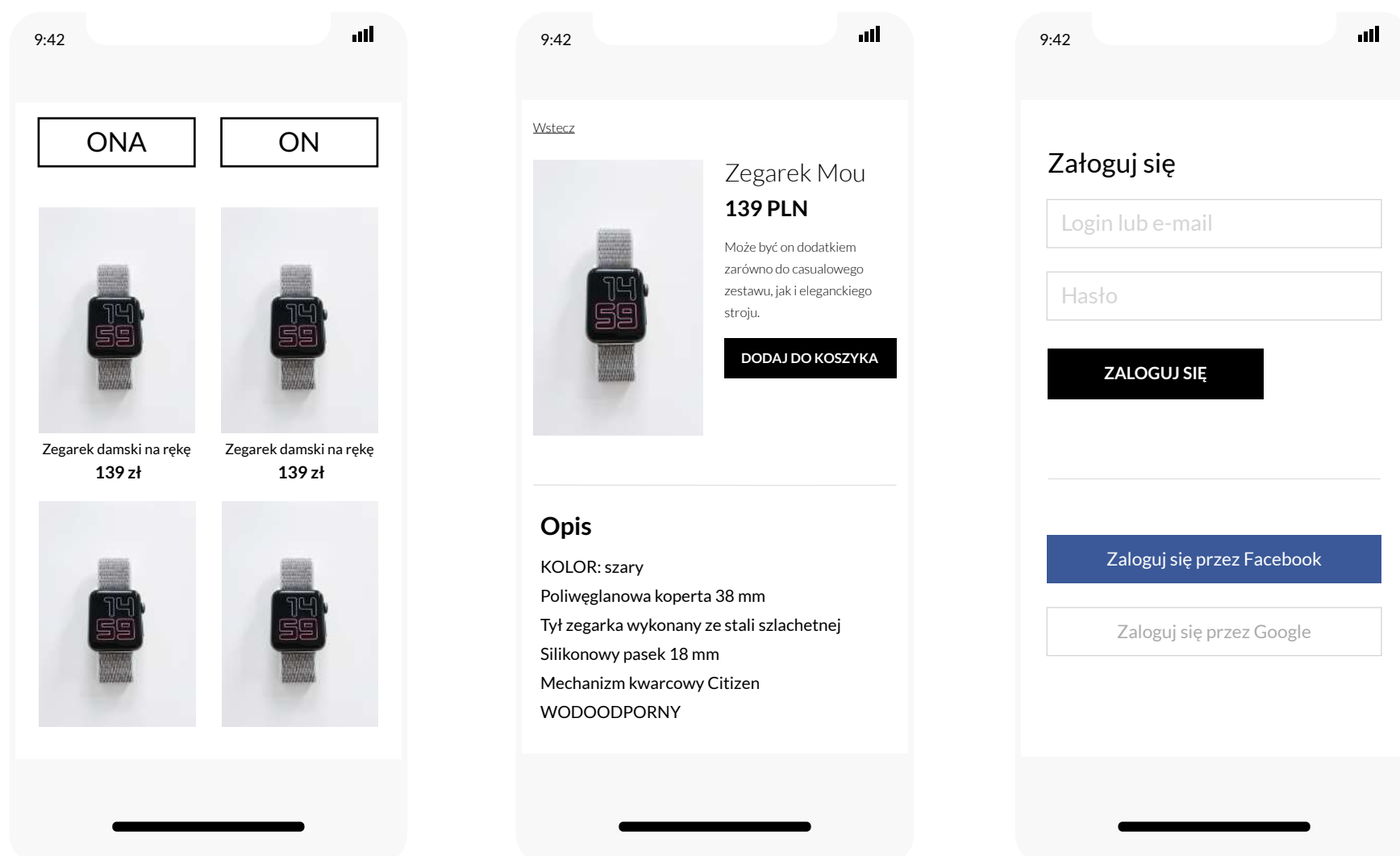
Wireframe

To wstępny projekt strony, który ma za zadanie zilustrowanie pomysłów na wygląd i funkcjonalność witryny. Często ma postać rysunków na papierze. Do jego stworzenia można też użyć programów graficznych, jak np. Photoshop. Wireframe nie zawiera konkretnych elementów strony, takich jak zdjęcia, teksty czy gotowe menu. Pokazuje za to, gdzie powinny znajdować się poszczególne składowe w gotowej witrynie.



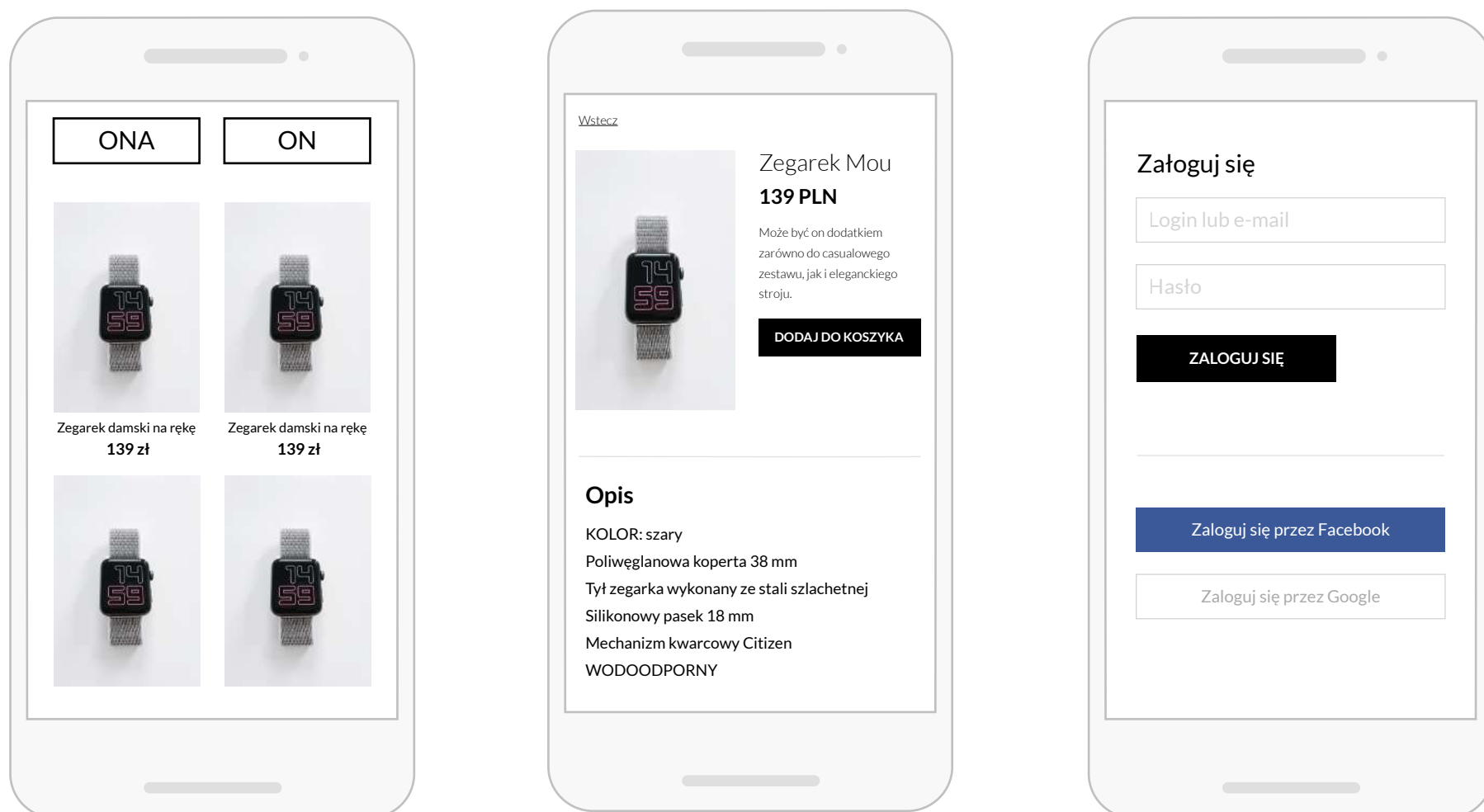
Mockup

To graficzny projekt, który zawiera konkretne elementy strony. Wyglądem przypomina działająca witrynę. Brakuje mu jednak funkcjonalności - poszczególne podstrony nie są zintegrowane, przez co po mockupie strony nie można poruszać się jak po gotowej witrynie.



Prototyp

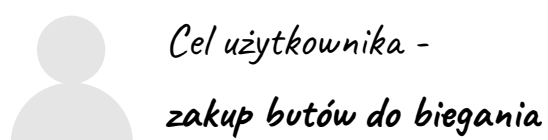
To wstępna wersja działającej strony, która umożliwia przetestowanie konkretnych rozwiązań przed udostępnieniem witryny wszystkim użytkownikom. Po sprawdzeniu i zatwierdzeniu projektu strony, witryna może być opublikowana w internecie.



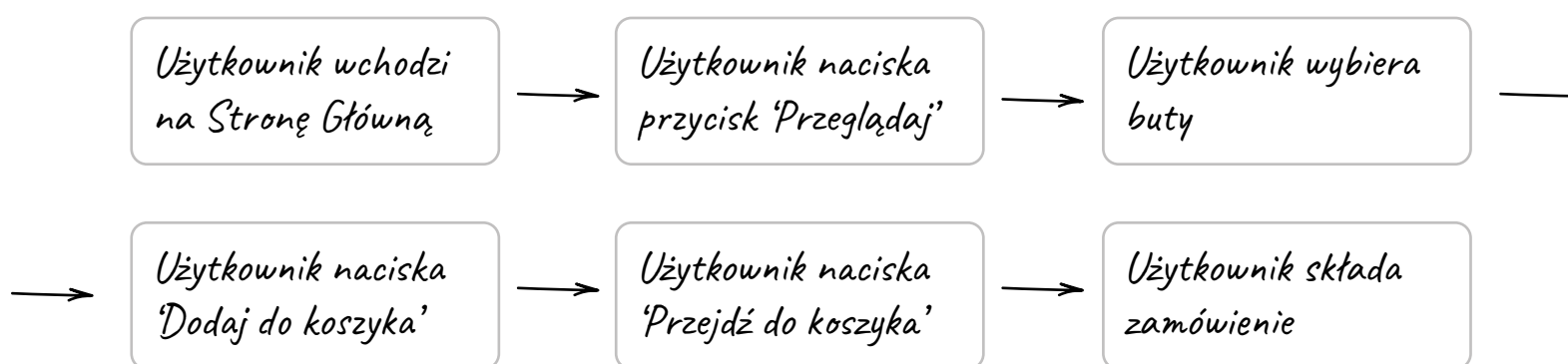
User flow

User flow to wizualizacja drogi, jaką pokonuje użytkownik witryny w celu dokonania danej akcji, na przykład zakupu produktu. Analizując user flow trzeba zwrócić uwagę na intencje użytkownika i znaleźć słabe punkty, które utrudniają mu wykonanie zadania. Pomoże to usunąć ewentualne przeszkody, a przez to poprawić przepływ użytkowników na stronie.

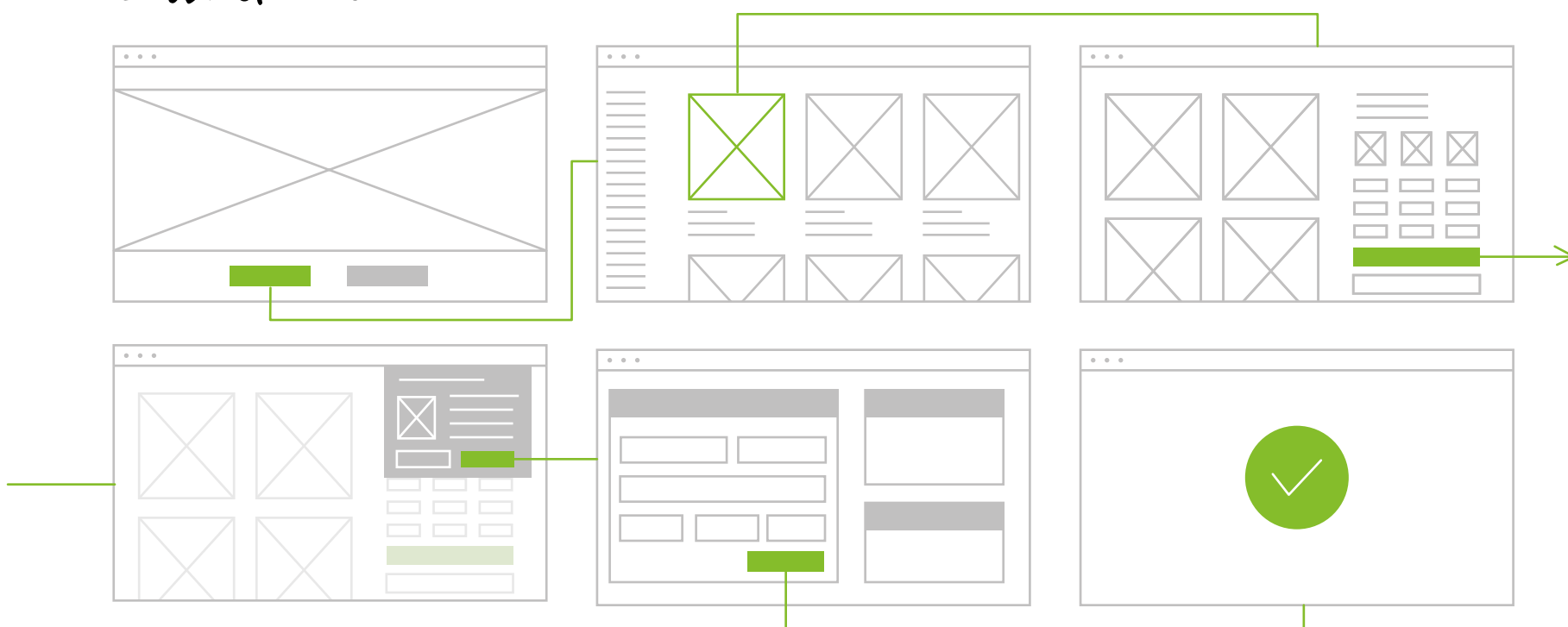
1. Cel



2. Task flow



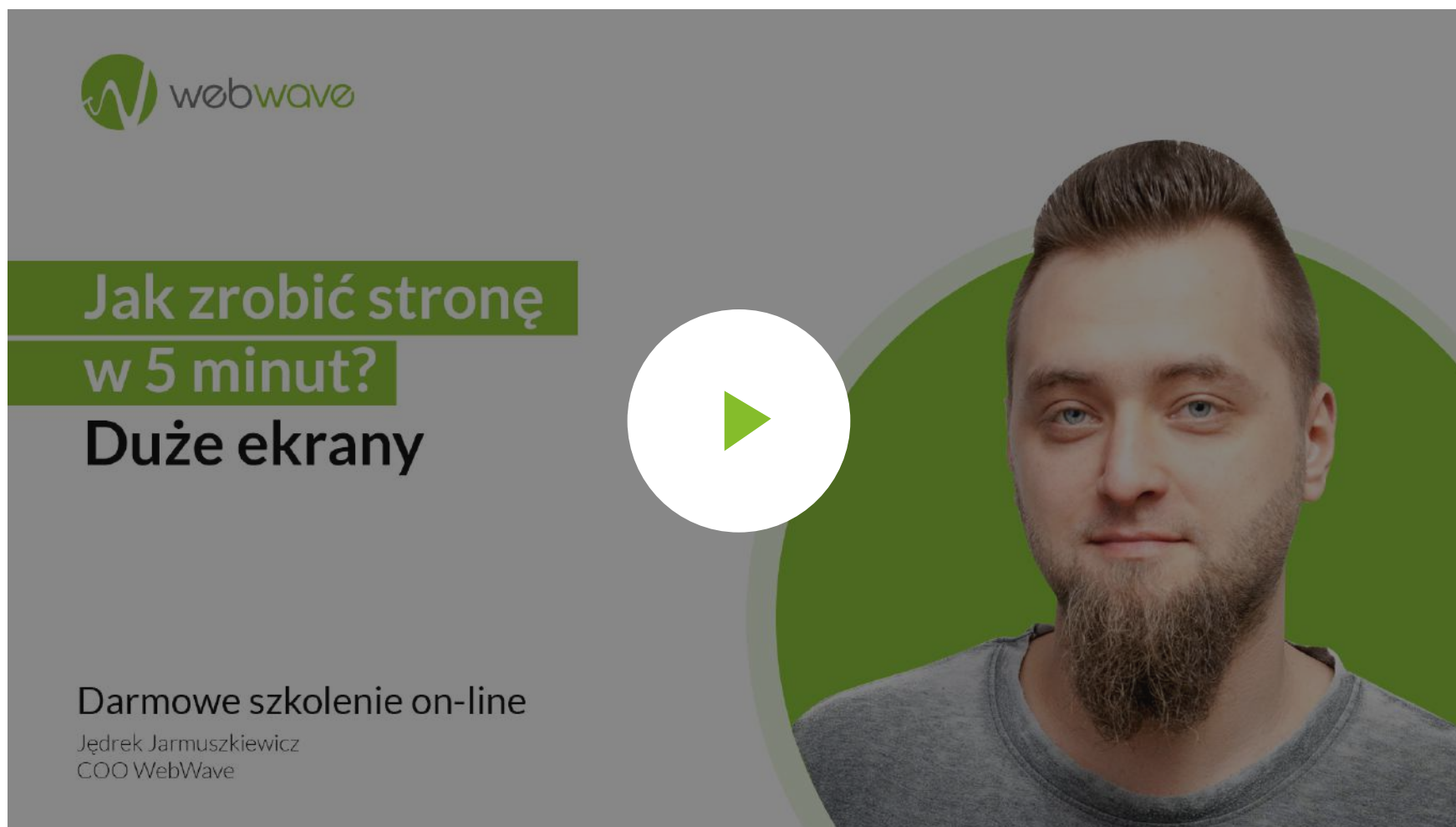
3. Wireframe

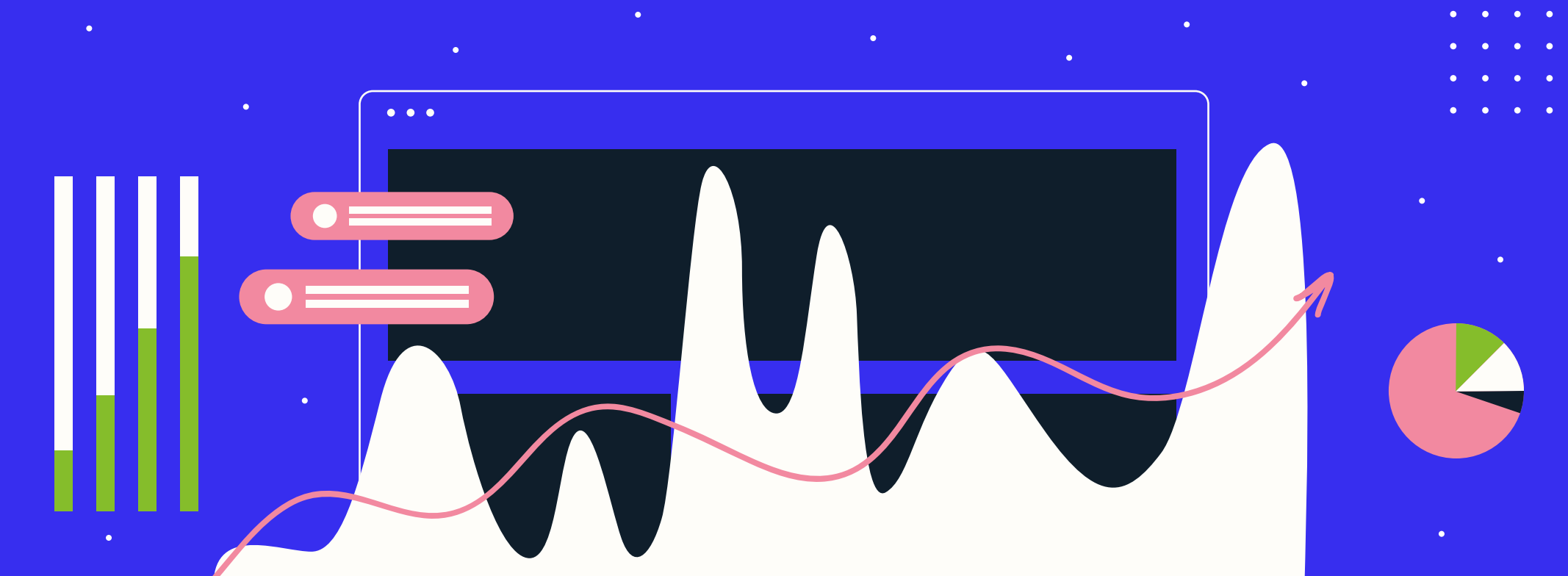


Projektowanie stron www w kreatorach

Korzystanie z kreatorów stron www, takich jak WebWave, może znacząco przyspieszyć pracę nad stroną. Umożliwiają one tworzenie gotowych do publikacji stron za pomocą jednego narzędzia. Nad stroną tworzoną w kreatorze może jednocześnie pracować wiele osób, ponieważ projekt cały czas jest dostępny online. W dodatku opublikowanie witryny w internecie nie wymaga kodowania - można to zrobić jednym kliknięciem.

Zobacz krótkie wideo na temat pracy w kreatorach - "Jak stworzyć stronę w 5 minut".





Część IV

Jak stworzyć dobry projekt strony

Czym jest dobry projekt

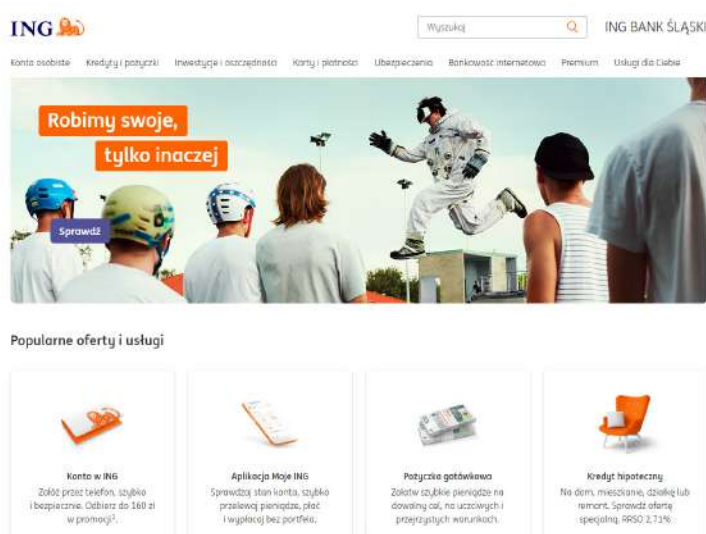
Sposobów na zaprojektowanie strony internetowej jest naprawdę wiele. W sieci bez trudu można natrafić na bardzo oryginalne rozwiązania. Istnieje jednak kilka podstawowych zasad tworzenia witryn. Ich przestrzeganie jest niezbędne, jeśli chcesz osiągnąć dobry efekt.

W tej części zajmiemy się praktyczną stroną tworzenia interfejsu użytkownika. Dowiesz się, na co zwracać uwagę podczas projektowania strony internetowej tak, aby była jak najlepiej dopasowana do potrzeb osób, które będą z niej korzystać.

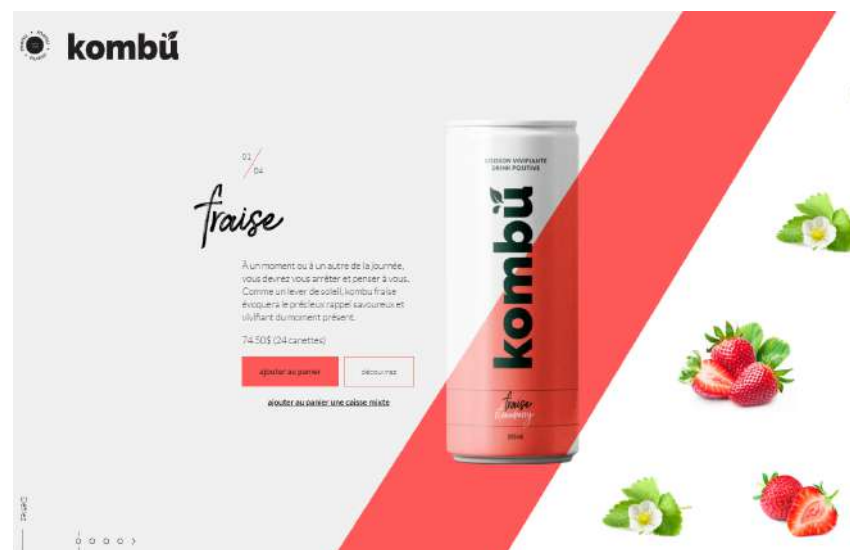
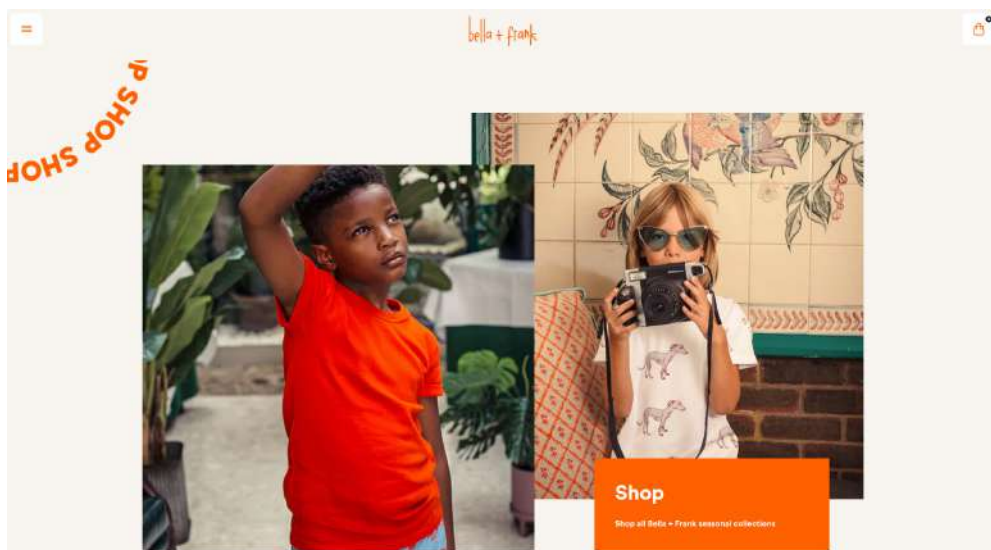
Poznasz najważniejsze reguły dotyczące harmonii, spójności, kolorystyki czy liternictwa. Dzięki temu stworzysz przyjazną dla użytkowników i estetyczną witrynę, nawet jeśli nie masz doświadczenia w projektowaniu stron www.

Harmonia

Projekt graficzny powinien być spójny. W tym celu możemy obrać jedną z dwóch strategii. Pierwsza z nich to stworzenie projektu symetrycznego. W tym przypadku elementy strony są rozmieszczone równomiernie po obu stronach osi symetrii. Takie rozwiązanie kojarzy się ze stabilnością i solidnością. Warto je więc wykorzystać, jeśli zależy Ci przede wszystkim na wzbudzeniu zaufania, skojarzeniu marki z tradycją i porządkiem. Symetrię stosuje się na przykład na stronach banków, firm budowlanych czy kancelarii prawnych.



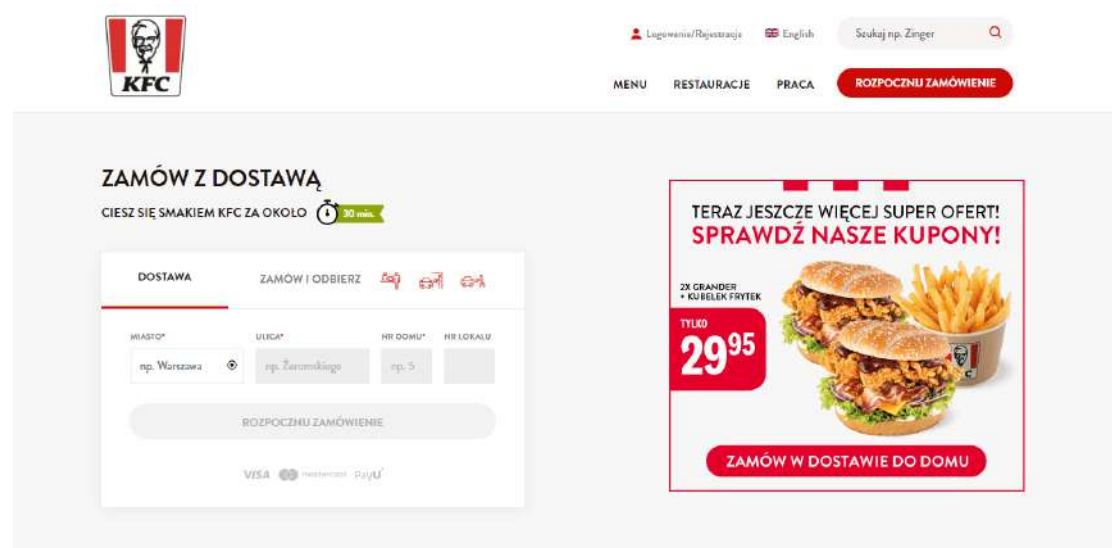
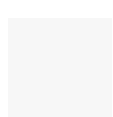
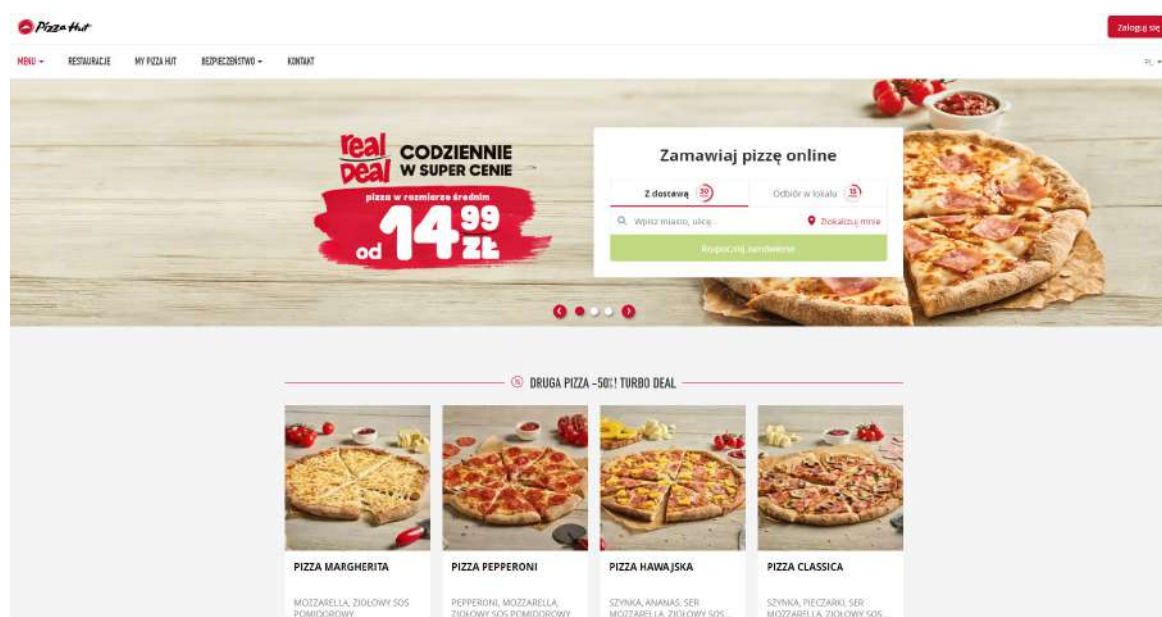
Drugie rozwiązanie to projekt asymetryczny. W tym wypadku elementy są rozmieszczone nierównomiernie, przez co strona wygląda bardziej dynamicznie. Kojarzy się to ze sportem, ruchem, energią i młodością. Taki układ sprawdzi się na stronach o tematyce sportowej, czy też gier komputerowych.



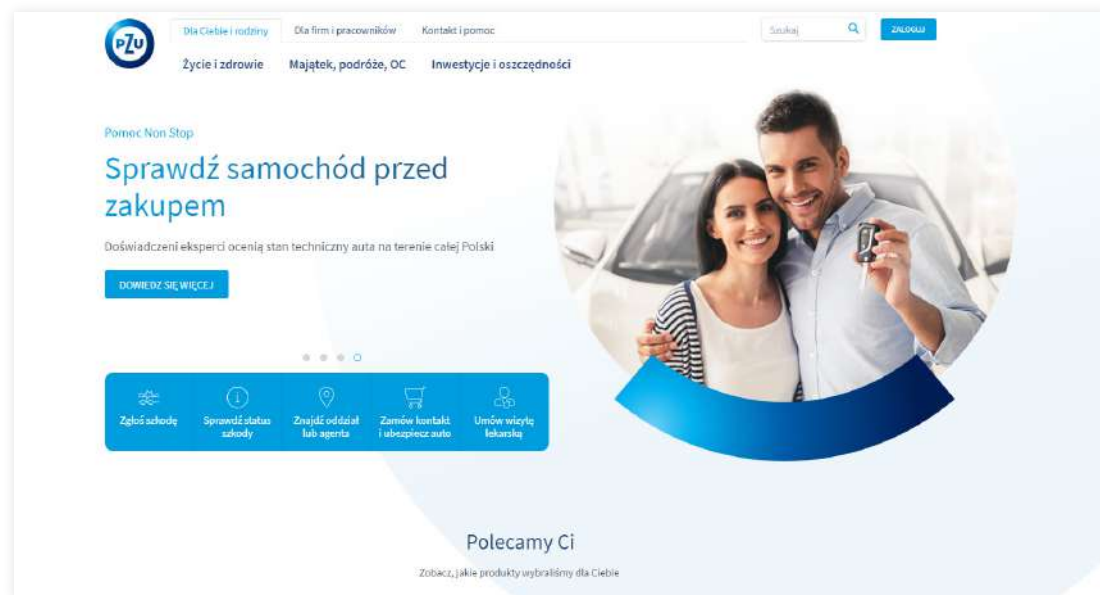
Kolorystyka

Właściwy dobór barw ma ogromne znaczenie, ponieważ jest to jeden z najbardziej rzucających się w oczy elementów projektu strony. Kolory można z grubsza podzielić na 3 kategorie.

Ciepłe, takie jak odcienie żółci, pomarańczy czy czerwieni kojarzą się z energią i działaniem. Często wykorzystuje się je między innymi w projektach stron z grami sieciowymi, gdzie przyciągają uwagę nastolatków i młodych dorosłych. Czerwony kolor pobudza apetyt i jest często stosowany w komunikacji wizualnej marek związanych z żywnością, jak KFC czy Pizza Hut. Przyciąga też wzrok, dlatego wykorzystuje się go w miejscach, które powinny skupiać uwagę użytkownika, np. w przyciskach.

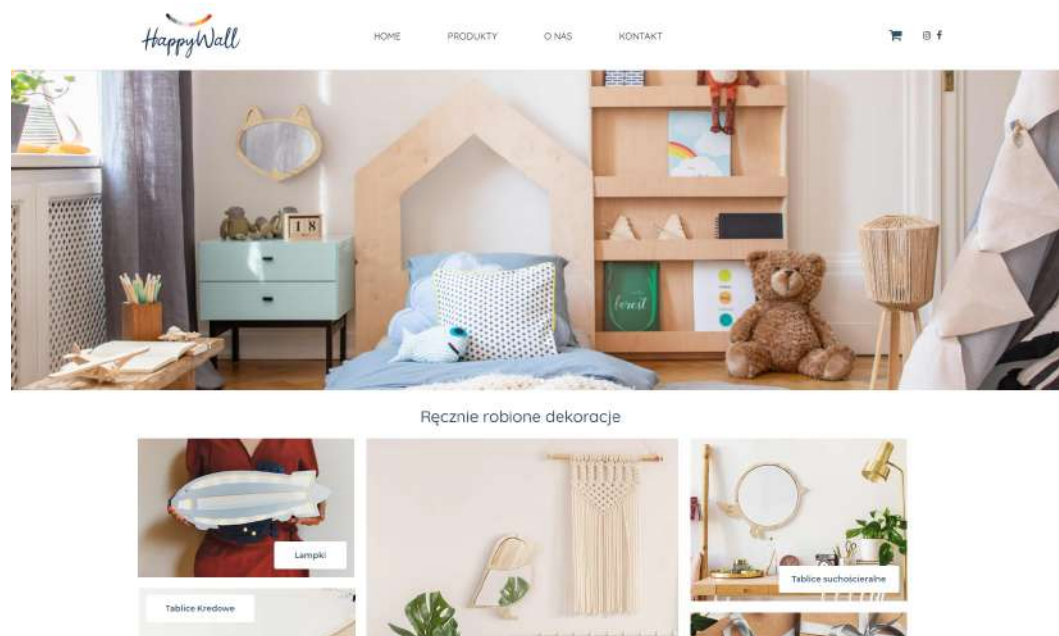
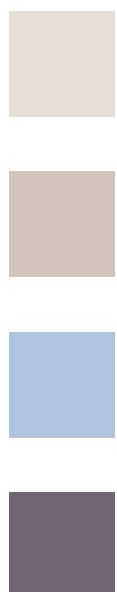


Zimne, takie jak niebieski, niektóre odcienie zieleni, czy fioletu działają uspokajająco. Kojarzą się z profesjonalizmem, spokojem, chłodem i czystością. Dlatego są stosowane w projektach banków, kancelarii prawnych czy gabinetów medycznych.



Neutralne - czyli czerń, biel, odcienie szarości czy beż. Kojarzą się ze spokojem. Często są wykorzystywane jako tło dla barw ciepłych i zimnych.

Pastele, czyli barwy z dużą domieszką bieli, zgaszone i nieintensywne. Ich wybór będzie bezpiecznym rozwiązaniem, ponieważ nie męczą wzroku i dobrze nadają się na tło tekstu czy grafik.

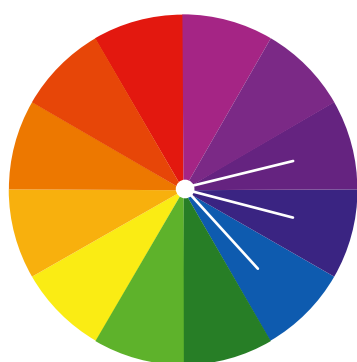


W pracy nad projektem strony warto wykorzystać koło barw. Jest to schemat, na którym przedstawiono przekrój kolorów, na którym po przeciwnych stronach przedstawiono barwy najbardziej kontrastowe (dopełniające).

Podstawowe metody doboru barw

Dobór kolorów jest w dużej mierze kwestią subiektywną. Można jednak wyróżnić 6 sposobów doboru barw, które będą do siebie pasowały.

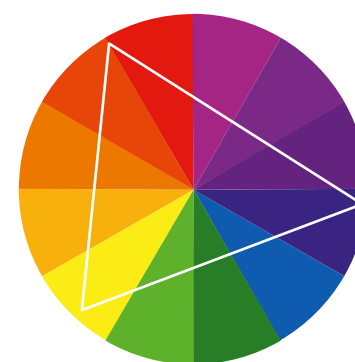
- Monochromatyczny - projekt utrzymany jest w jednym kolorze;
- Analogiczny - tu wykorzystuje się różne odcienie jednej barwy;
- Uzupełniający - w tym wypadku używa się kolorów leżących naprzeciwko siebie na kole barw;
- Triadyczny - wybrane barwy tworzą trójkąt równoboczny;
- Tetradyczny - w tym wypadku dobrane kolory tworzą wewnątrz koła barw znak "x";
- Kwadrat barw - wybrane kolory są rozmieszczone tak, że tworzą wierzchołki kwadratu.



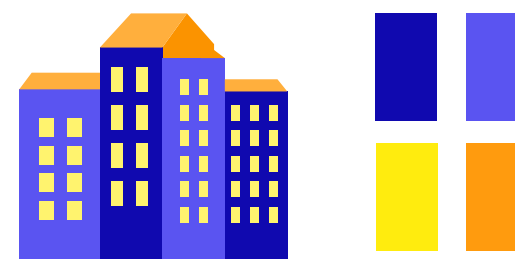
Paleta analogiczna



Paleta monochromatyczna



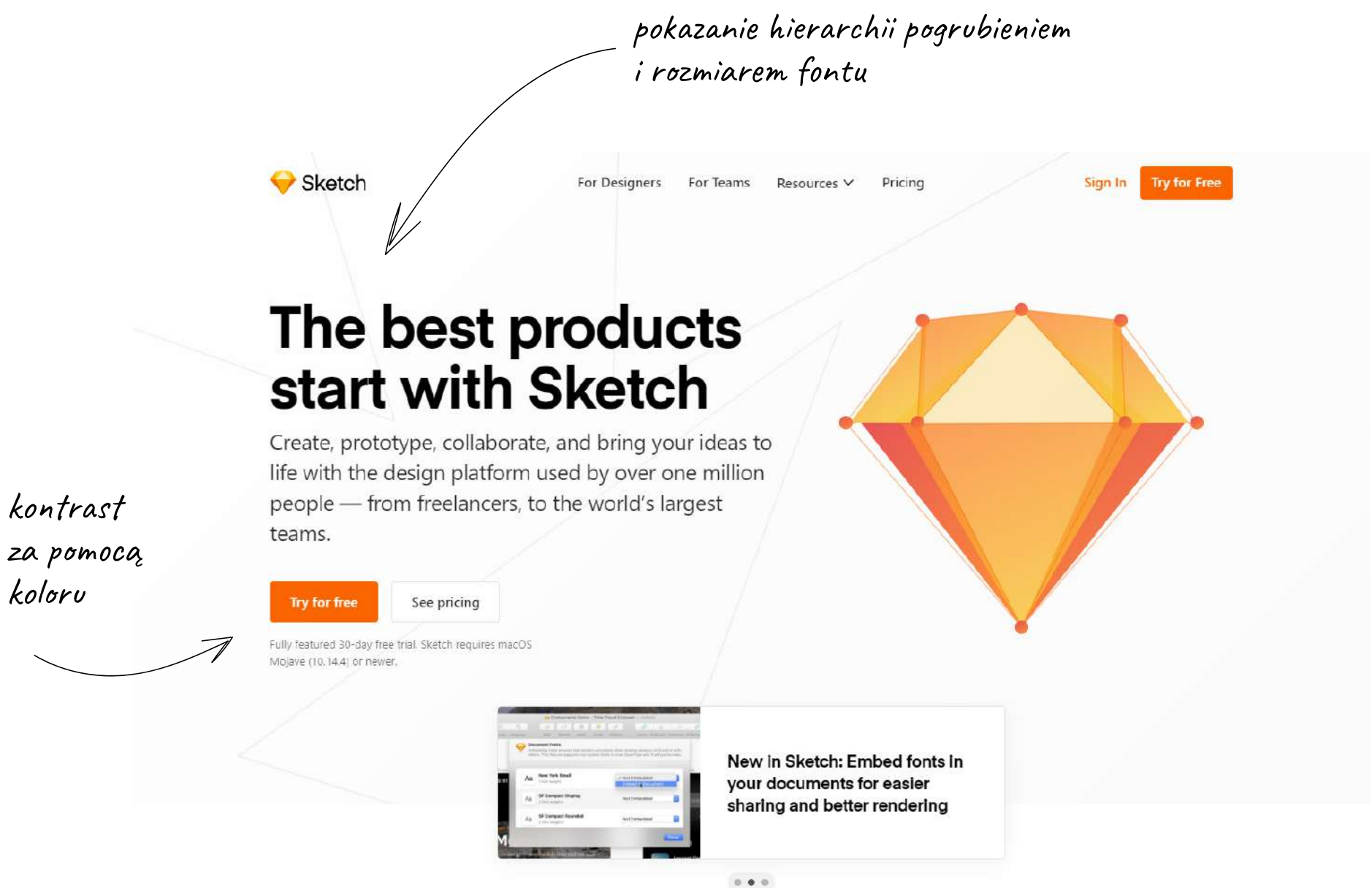
Triada



Osoby początkujące powinny zdecydować się na możliwie najwięcej paletę barw. Najlepiej zdecydować się na projekt monochromatyczny lub analogiczny. Stosowanie więcej niż 3 barw wymaga doświadczenia, a ich niewłaściwe użycie może negatywnie wpłynąć na czytelność strony.

Proporcje

Wielkość poszczególnych elementów na stronie powinna odzwierciedlać ich hierarchię. Im ważniejszy element, tym powinien być większy. Hierarchię poszczególnych składowych strony można wyróżnić też w inny sposób - stosując kontrastowy kolor, pogrubienie czy inny font. Tu także trzeba zachować umiar. Nie powinno się stosować jednocześnie kilku rodzajów wyróżnienia. Jeśli tekst jest pogrubiony, nie wyróżniaj go dodatkowo innym fontem ani podkreśleniem.



Spójność

Spójność komunikacji to jeden z filarów marketingu. Nieważne, czy tworzysz stronę dla jednoosobowej firmy, fundacji czy lokalnej społeczności.

Przede wszystkim, strona jest częścią pewnej całości tworzącej wizerunek. Składają się na nią rozwiązania graficzne, hasła reklamowe, misja i wszystkie inne elementy, które wpływają na identyfikację organizacji i rozpoznawalność marki. Już na etapie projektowania witryny należy je wziąć pod uwagę.

Jeśli chodzi o aspekty graficzne, zwróć uwagę na używane logo, paletę barw czy fonty. Większe firmy wszystkie elementy komunikacji wizualnej zbierają w jednym dokumencie, nazywanym Brand Bookiem. W przypadku mniejszych podmiotów wystarczy przyjrzeć się logotypowi i już używanym materiałom graficznym (o ile nie tworzysz komunikacji wizualnej od podstaw).

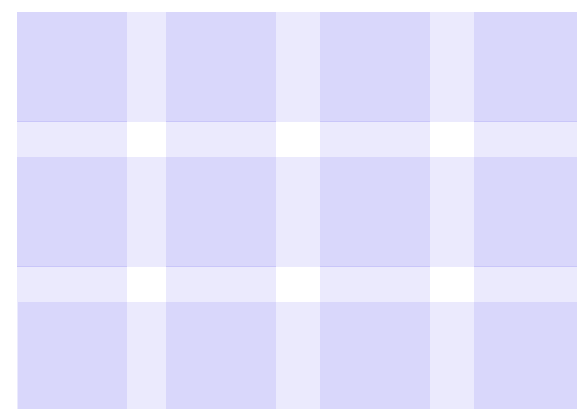
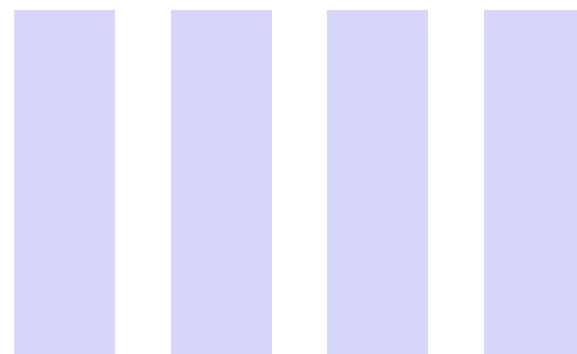
Spójność trzeba też zachować na poziomie samej strony. Wszystkie elementy witryny powinny ze sobą współgrać i jeśli występują na stronie w różnych miejscach, powinny wyglądać identycznie. Na przykład, jeśli na stronie występuje więcej niż jeden przycisk z CTA (wezwaniami do działania, np. “zarejestruj się”, “kup teraz”), każdy powinien mieć ten sam kolor, wielkość i kształt.

Ważna jest też spójność kolorystyczna. Jeśli raz wybierzesz paletę kolorów, wykorzystuj ją na każdej podstronie. Nie wystarczy wybranie podobnego odcienia. Kolor za każdym razem musi być identyczny. W celu zachowania spójności kolorystycznej można posłużyć się jednym z systemów opisu barw. Każdy kolor ma w nich przypisany specjalny kod. Posługując się nim, uzyskasz identyczny kolor w każdym miejscu. Dzięki temu możliwe jest dokładne odwzorowywanie kolorów.

Zastosowanie siatki

Siatka geometryczna projektu pomaga we właściwym rozmieszczeniu poszczególnych elementów strony. Składa się z pionowych i poziomych linii dzielących pole projektu na obszary o równej powierzchni. Możemy wyróżnić 3 rodzaje siatek:

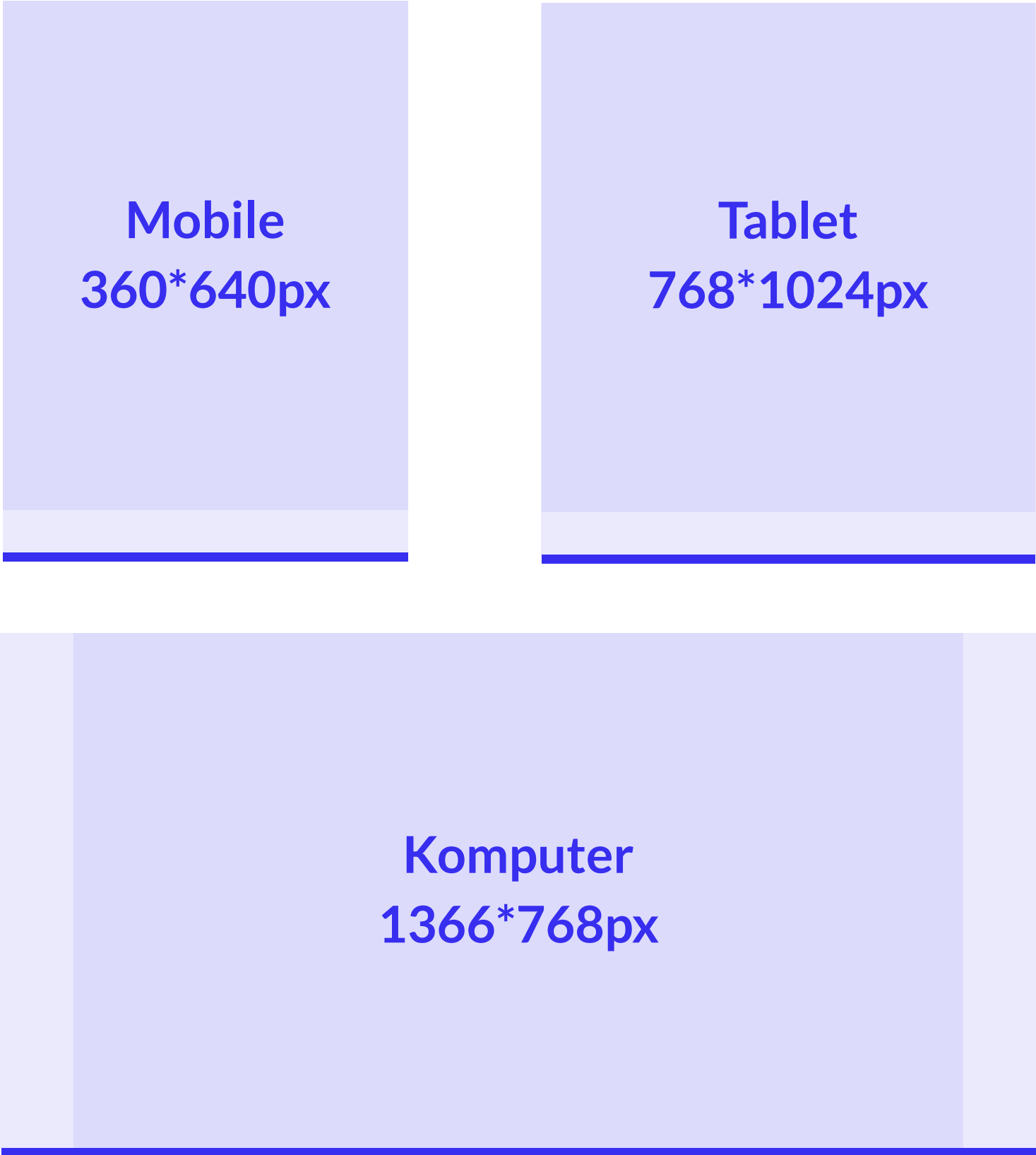
- kolumnowe - przestrzeń podzielona jest tylko w pionie;
- modularne - tutaj kolumny zostały podzielone na moduły poprzez dodanie rzędów;
- hierarchiczne - w tym wypadku podział przestrzeni odzwierciedla to, jak istotne są poszczególne pola.



W projektowaniu stron www najczęściej stosuje się siatkę kolumnową. Zależnie od stopnia skomplikowania witryny i ilości treści na stronie dobiera się ilość kolumn. Można skorzystać z gotowych siatek, lub stworzyć własną, na przykład za pomocą miarek.

Jaką szerokość powinien mieć projekt strony

Przyjęło się, że szerokość tej części strony, na której znajdują się treści, powinna wynosić około 1200 px. Dzięki temu wszystkie elementy witryny powinny wyświetlać się prawidłowo na ekranach o różnej rozdzielczości. Szerokość całości projektu powinna natomiast wynosić przynajmniej 1900 px. Wtedy strona będzie wyświetlać się prawidłowo także na większych ekranach.



Mobile
360*640px

Tablet
768*1024px

Komputer
1366*768px

Rola typografii

Lwia część treści na stronach internetowych jest prezentowana za pomocą tekstu. Dlatego podczas jej projektowania niebagatelną rolę odgrywa dobór fontów, czyli krojów pisma.

Jak wybrać font na stronę internetową

Istnieje zbiór krojów pisma, które są przystosowane do użycia na stronach www. Można je znaleźć w jednym z wielu internetowych banków. Do popularniejszych należą:

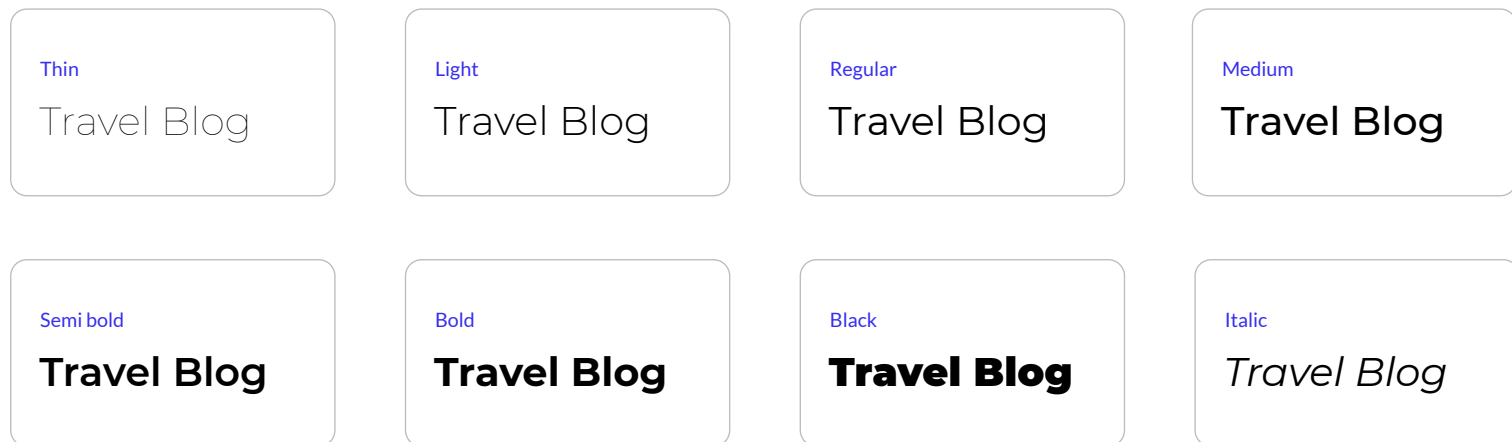
- fonts.google.com
- myfonts.com
- fontsforweb.com
- urbanfonts.com

Rodzaje fontów

Możemy wyróżnić 6 typów fontów

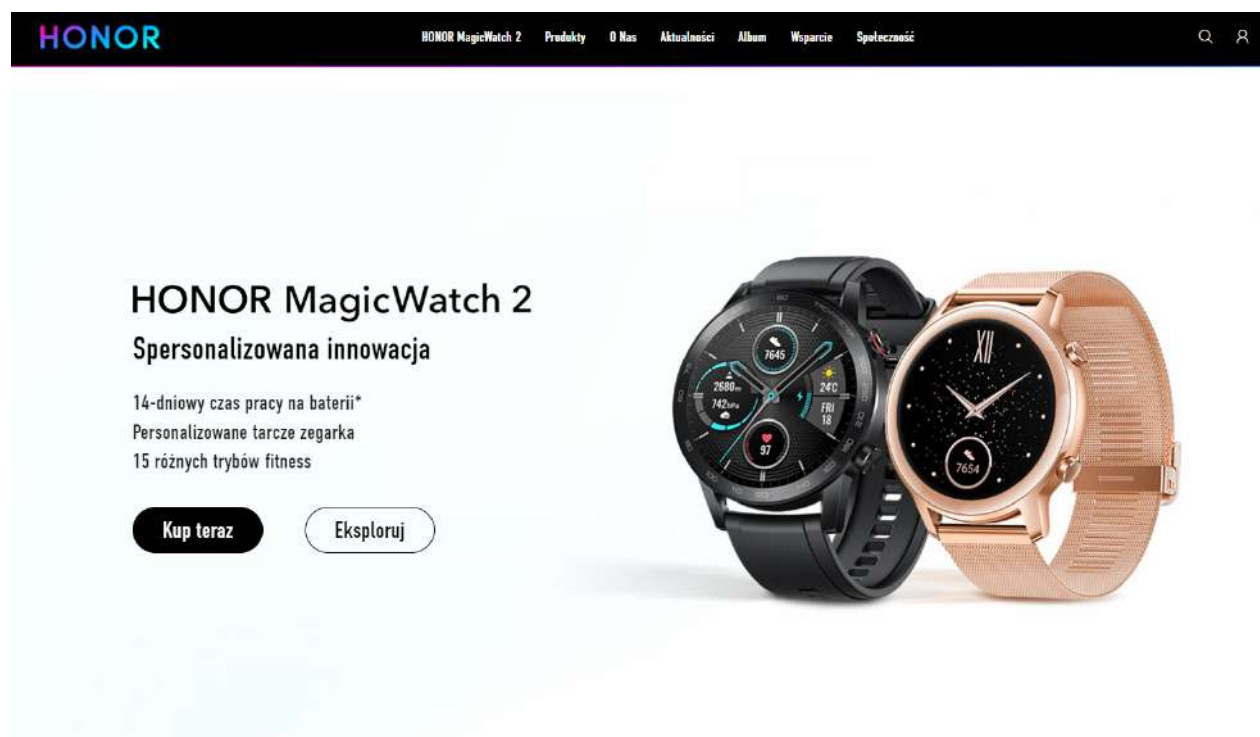
- szeryfowe - używa się ich najczęściej w tekstach drukowanych, a także oficjalnych dokumentach, takich jak prace dyplomowe czy podania;
- bezszeryfowe - charakteryzuje je czytelność i prostota - to właśnie one najlepiej sprawdzają się na stronie internetowej;
- monospaced - każdy znak zajmuje tyle samo miejsca w poziomie. Używało się ich w czasach, kiedy komputery miały małą moc obliczeniową, a przez to bardzo ograniczoną możliwość wyświetlania grafik, w tym liter i cyfr;
- cursive - tu znaki są pochylone. Tego typu fontów używa się najczęściej przy wyróżnieniach i cytatach;
- fantasy - znaki wyglądają bardzo niestandardowo, przez co tekst może wydawać się nieczytelny;
- script - przypomina pismo odręczne. Można go zastosować w nagłówkach czy wyróżnionych fragmentach tekstu.

Każdy z nich dostępny jest przynajmniej w kilku z następujących odmian:



Ile fontów można zastosować w projekcie

Przyjęło się, że w projekcie strony www stosuje się najczęściej nie więcej niż 2-3 fonty. Większa ich ilość wprowadza chaos i utrudnia czytanie. Najlepsze w dłuższych tekstach na stronach internetowych są proste kroje bezszeryfowe, takie jak Lato czy Roboto. Kroje szeryfowe i inne mogą sprawdzić się w nagłówkach czy innych wyróżnionych fragmentach tekstu. Trzeba jednak podchodzić do ich użycia z dużą ostrożnością.

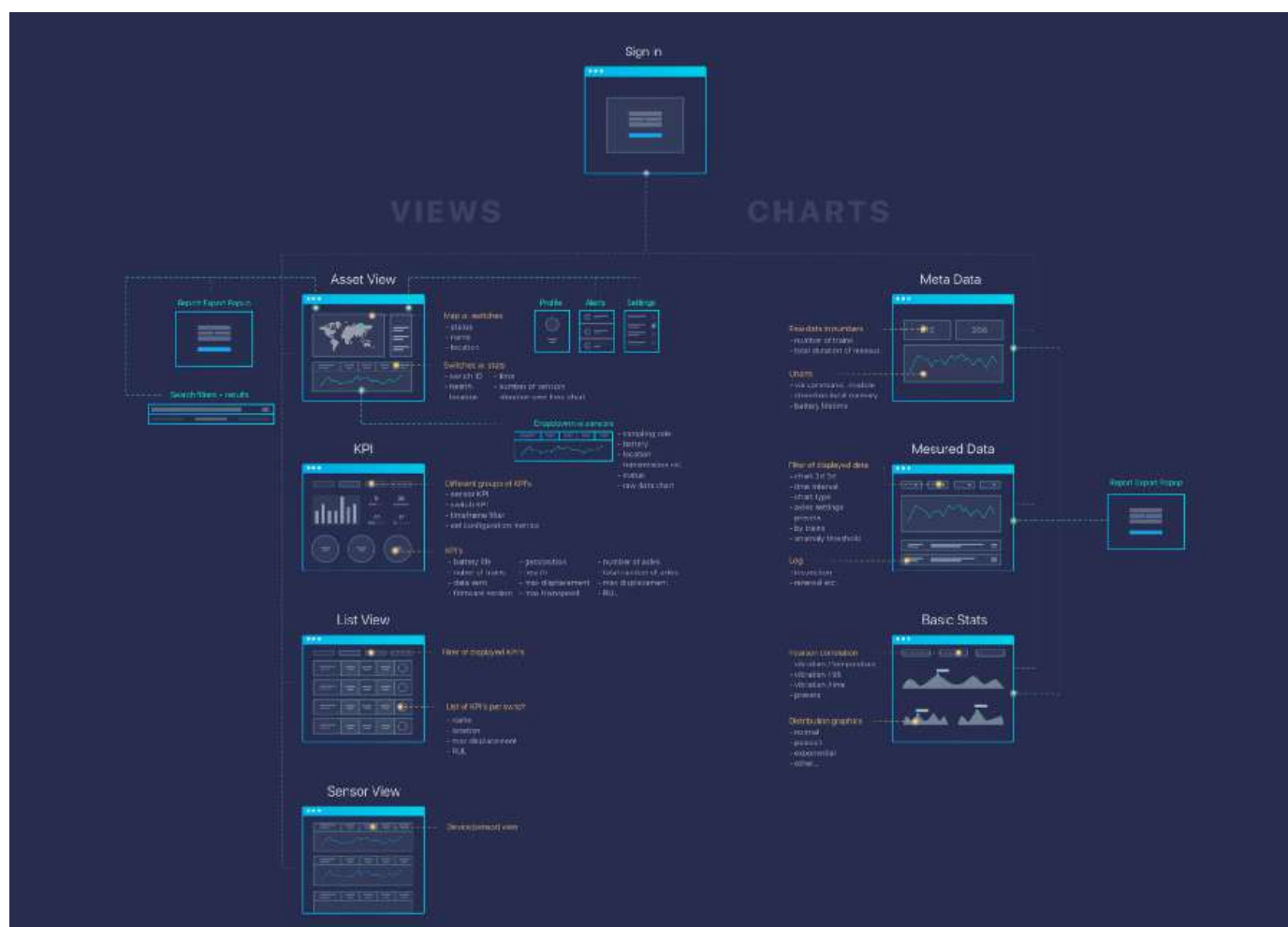


Architektura informacji na stronie

Architektura informacji to dziedzina, która zajmuje się odpowiednim prezentowaniem treści na stronie. Chodzi przede wszystkim o to, żeby informacje były łatwo dostępne dla użytkowników. To jeden z najważniejszych elementów, jeśli chodzi o użyteczność witryny. Dlatego powinieneś zwrócić na niego szczególną uwagę.

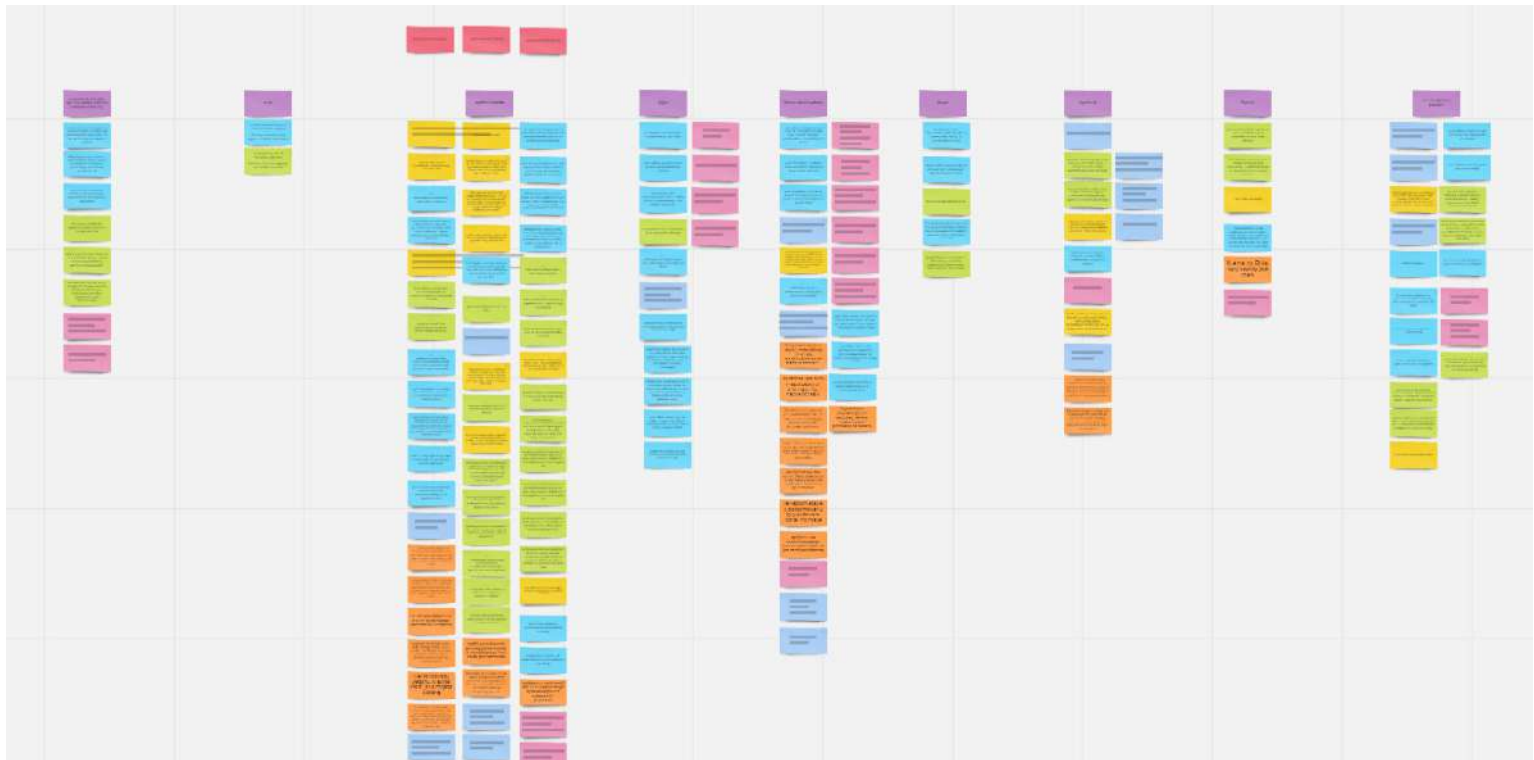
Strona z dobrą architekturą informacji umożliwia użytkownikowi łatwą nawigację oraz szybkie odnalezienie treści. Sprawia, że wykonuje on pożądane przez twórcę witryny akcje. Najczęściej stosuje się jeden z 3 sposobów na stworzenie dobrej struktury informacji na stronie.

- **Stworzenie mapy witryny**, czyli projektu rozmieszczenia treści w poszczególnych miejscach na stronie.



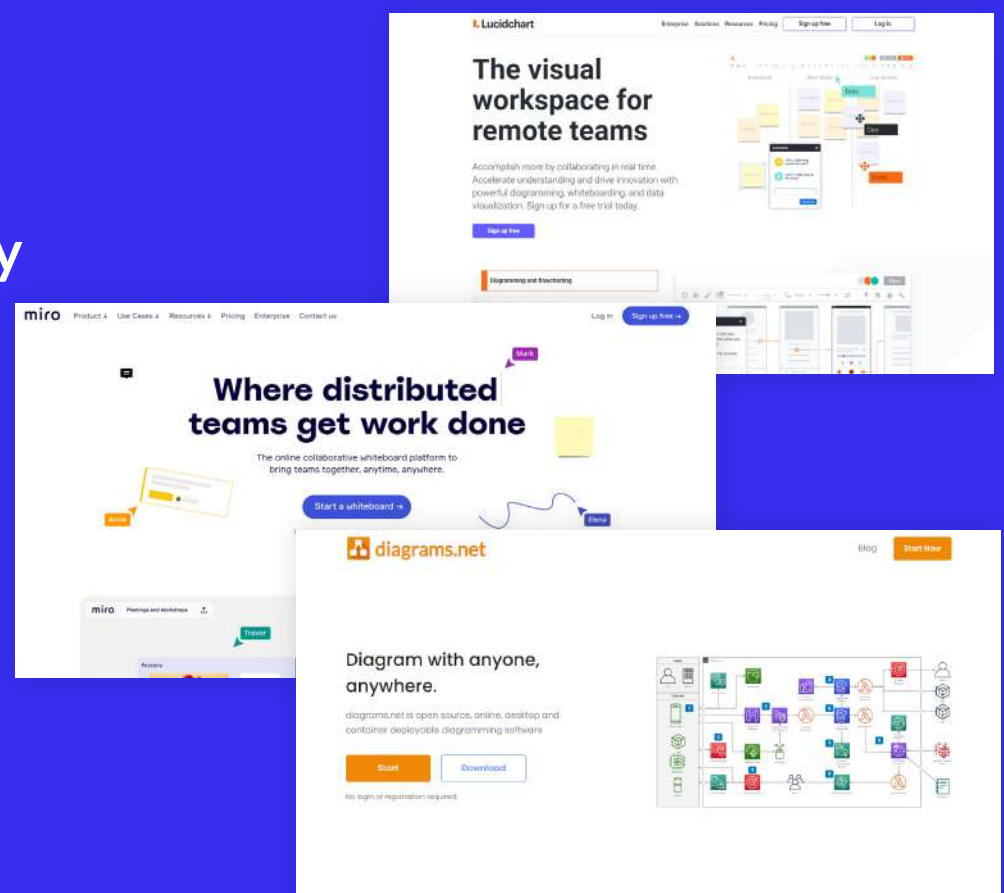
Źródło: Yegor Mytrofanov

- **Sortowanie kart.** W tej metodzie poszczególne informacje zapisujemy na oddzielnych kartkach. Wręczamy je grupie potencjalnych użytkowników strony. Mają oni za zadanie pogrupować karty w taki sposób, jak ich zdaniem powinny być pogrupowane informacje na stronie.

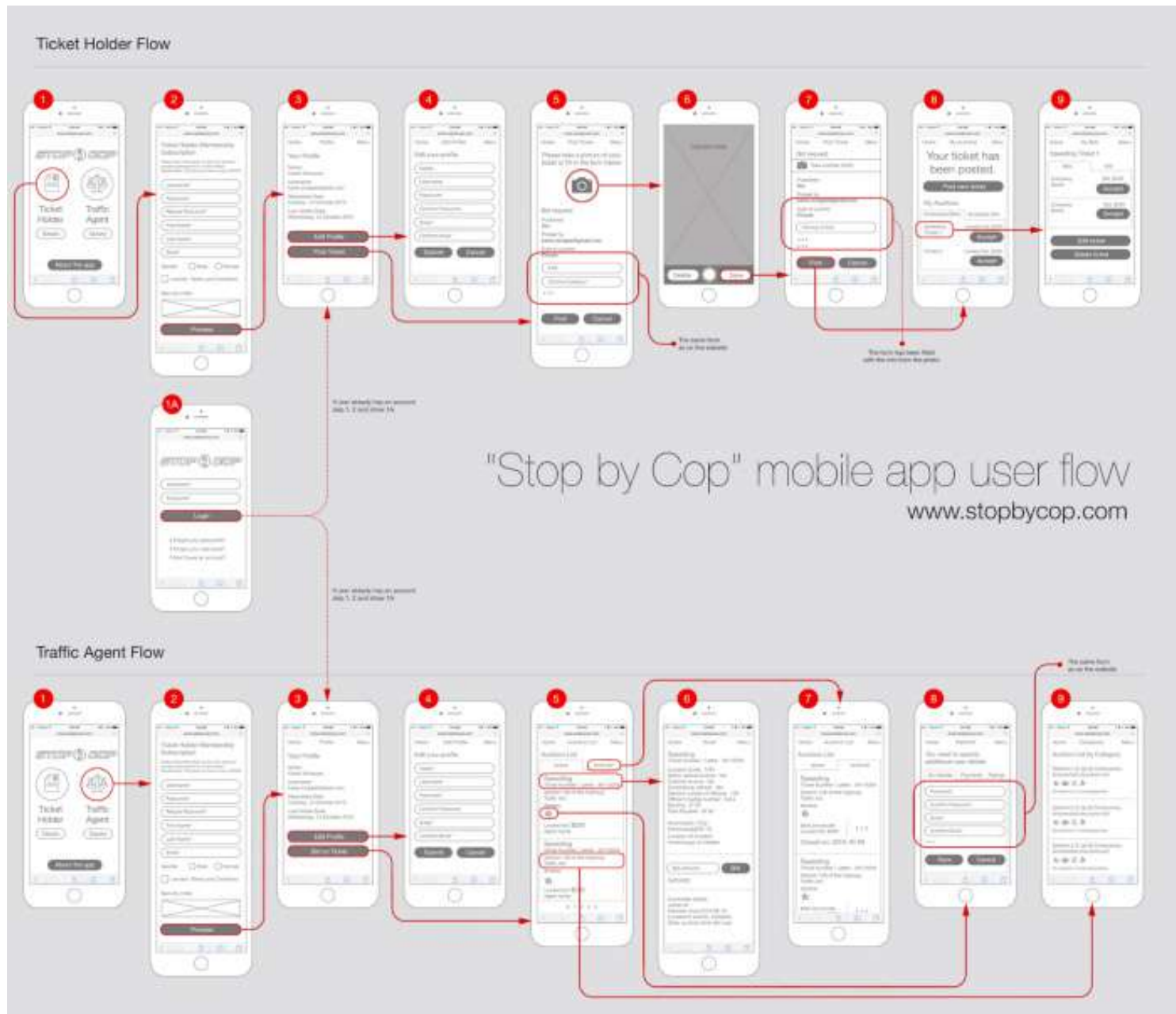


Narzędzia do tworzenia schematów architektury informacji

- Draw.io
- OmniGraffle
- Miro.com
- Lucidchart
- XMind



- **Tworzenie prototypów i wireframów, czyli wstępnych zarysów wyglądu i funkcjonalności przyszłej witryny z uwzględnieniem rozmieszczenia treści na stronie.**

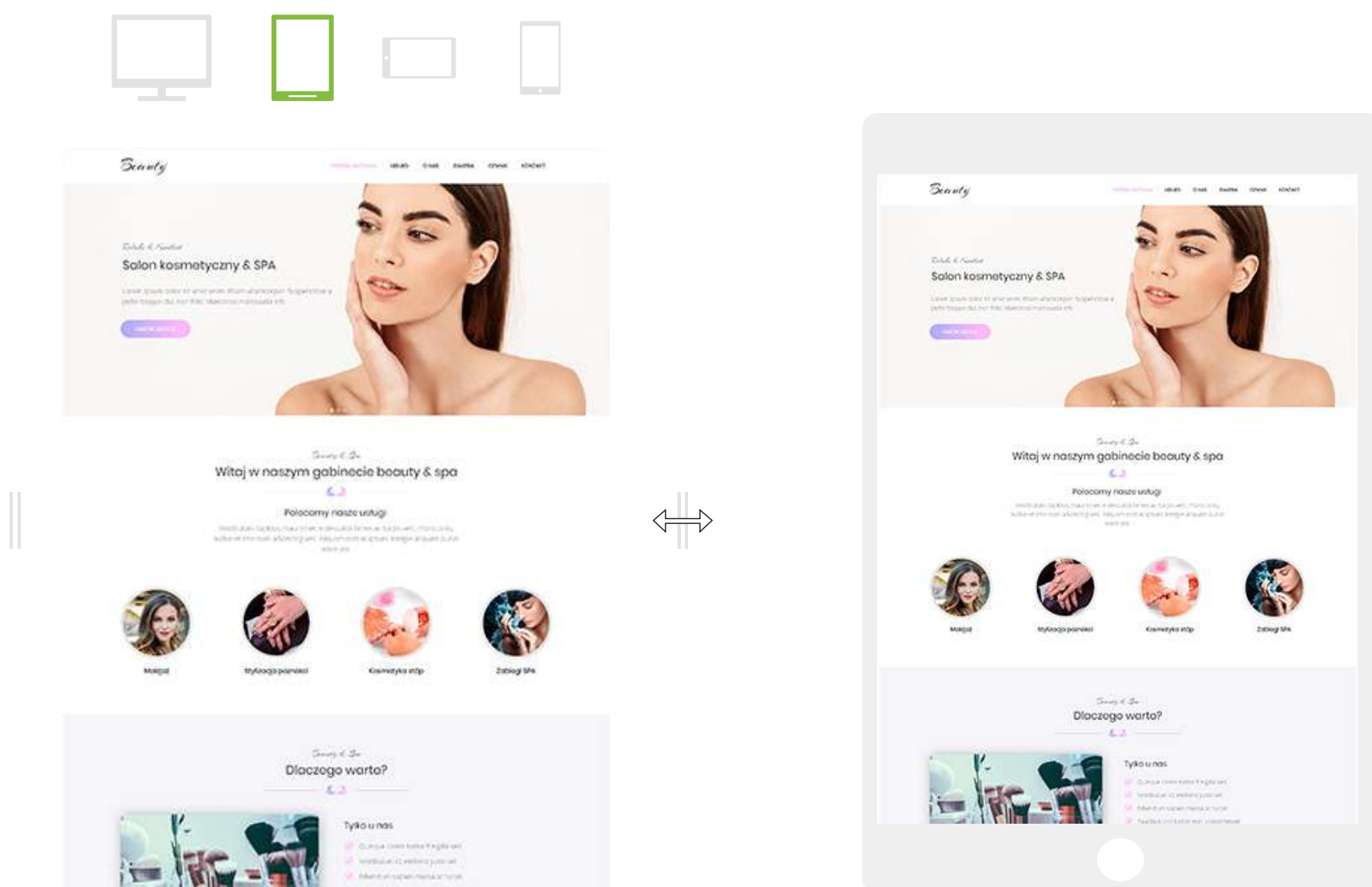


Źródło: KM Design House

Dostosowanie strony do urządzeń mobilnych

Obecnie większość ruchu na stronach www pochodzi ze smartfonów. Dlatego przy projektowaniu witryn zwraca się szczególną uwagę na doświadczenie użytkowników korzystających z urządzeń mobilnych.

Najlepszym sposobem na zaspokojenie potrzeb osób korzystających ze strony zarówno za pomocą telefonów i tabletów, jak i komputerów, jest stworzenie strony responsywnej, czyli witryny, która dostosowuje się do rozmiarów ekranów urządzeń, na których jest wyświetlana. Zbudowanie takiej witryny ułatwiają kreatory stron www, takie jak WebWave.



Wprowadzenie zmian na stronie

Projektowanie nie polega wyłącznie na stworzeniu strony przyjaznej użytkownikowi i pozostawieniu jej w niezmienionej wersji. Wygląd i struktura stron internetowych zmienia się nieustannie. Pojawiają się nowe rozwiązania techniczne i trendy. Zmiany dotyczą też oczekiwań użytkowników.

Co więcej, nawet jeśli dane rozwiązanie sprawdza się dobrze, możliwe jest stworzenie jeszcze lepszego. Dlatego konieczne jest monitorowanie zachowania użytkowników na stronie i wprowadzanie zmian, które poprawiają UX witryny.

Jak badać skuteczność przyjętych rozwiązań

Podstawowym narzędziem wykorzystywanym w tym celu jest Google Analytics. To narzędzie służy do badania ruchu na stronie. Dzięki niemu dowiesz się między innymi:

- ilu użytkowników korzysta z Twojej strony;
- jak użytkownicy trafiają na Twoją witrynę (np. wpisując jej adres bezpośrednio w okno przeglądarki, poprzez wyszukiwanie słów kluczowych czy reklamy);
- ile czasu spędzają na stronie;
- jakie podstrony cieszą się największą popularnością.

Informacje zebrane dzięki Google Analytics pozwolą Ci na optymalizację strony i poprawę współczynnika konwersji.

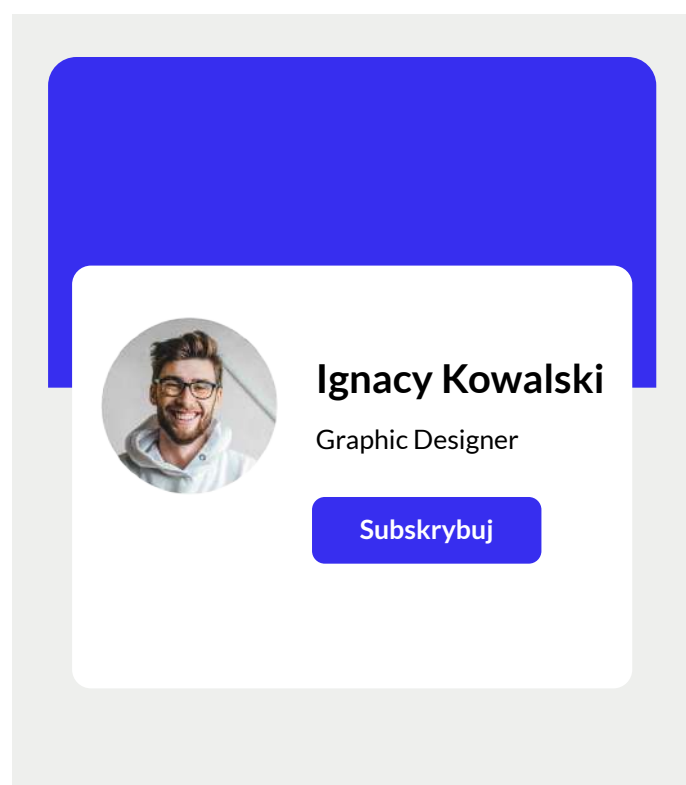
Testy A/B

Testy A/B są metodą sprawdzania skuteczności nowych rozwiązań. Przy ich pomocy można badać wiele elementów strony - od zmiany kolorystyki przycisku po nową nawigację czy kompletnie zmieniony interfejs.

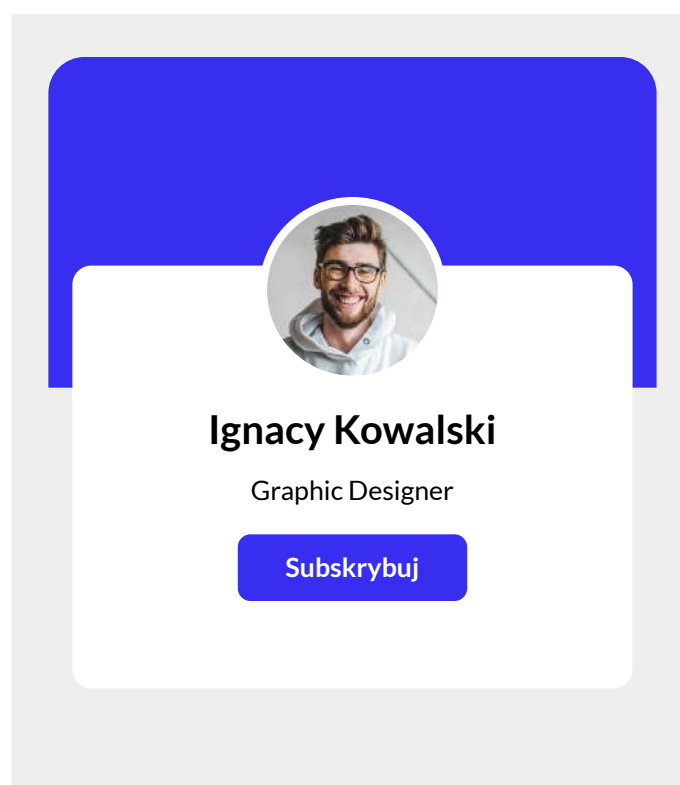
Test A/B polega na przekierowaniu części ruchu na nową wersję (B) witryny przy jednoczesnym kierowaniu drugiej części ruchu na starą wersję (A). Dzięki temu możliwe jest przetestowanie skuteczności zmian w praktyce.

Jeśli współczynnik konwersji będzie wyższy w przypadku nowej wersji strony, testowane innowacje okazały się skuteczne i warto wprowadzić je na stałe. W przeciwnym razie lepiej pozostać przy dotychczasowej wersji witryny.

A



B





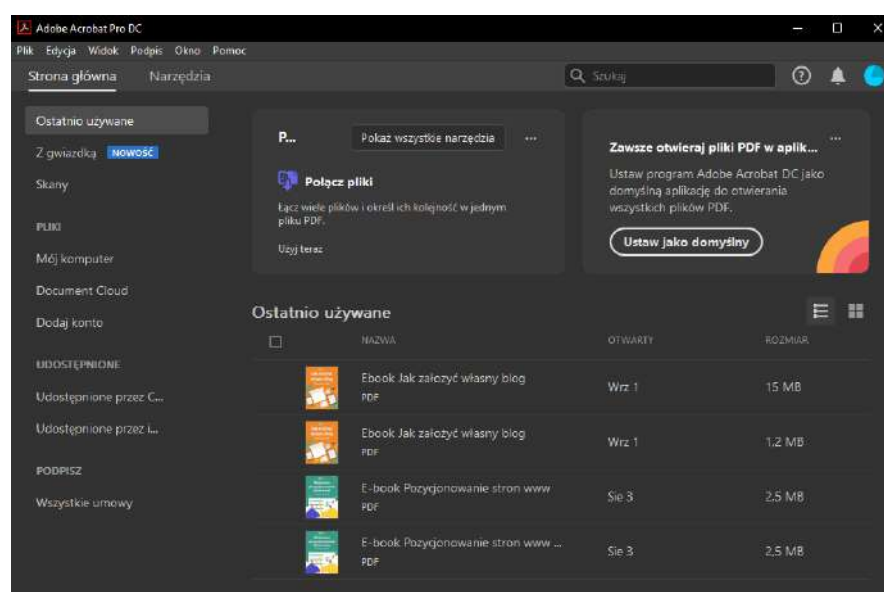
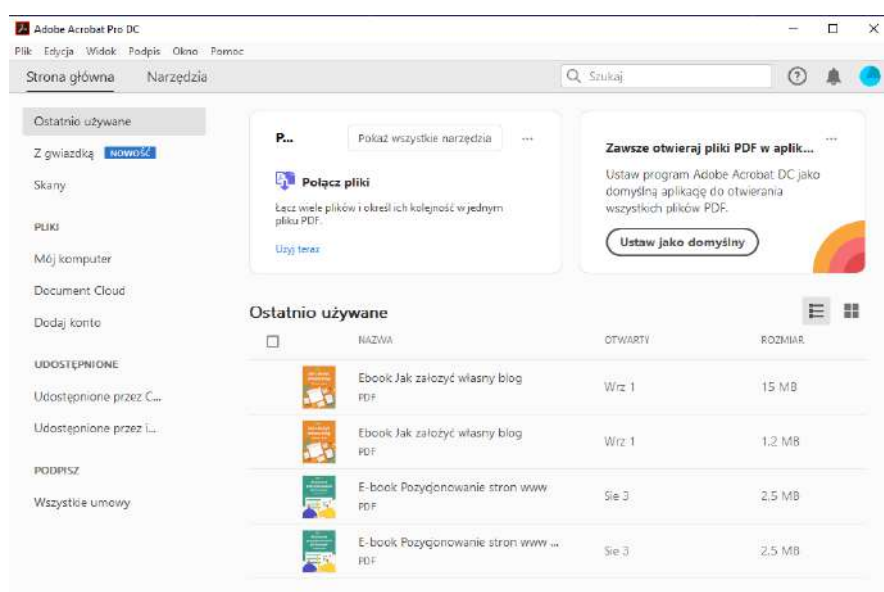
Część V

Kierunek rozwoju i trendy w UX

Jak już wspomnieliśmy, UX to bardzo dynamiczna dziedzina. Dlatego powinniśmy śledzić najnowsze trendy i podpatrywać skuteczne rozwiązania u konkurencji. Jakie tendencje rozwoju UX możemy zauważyć w roku 2020?

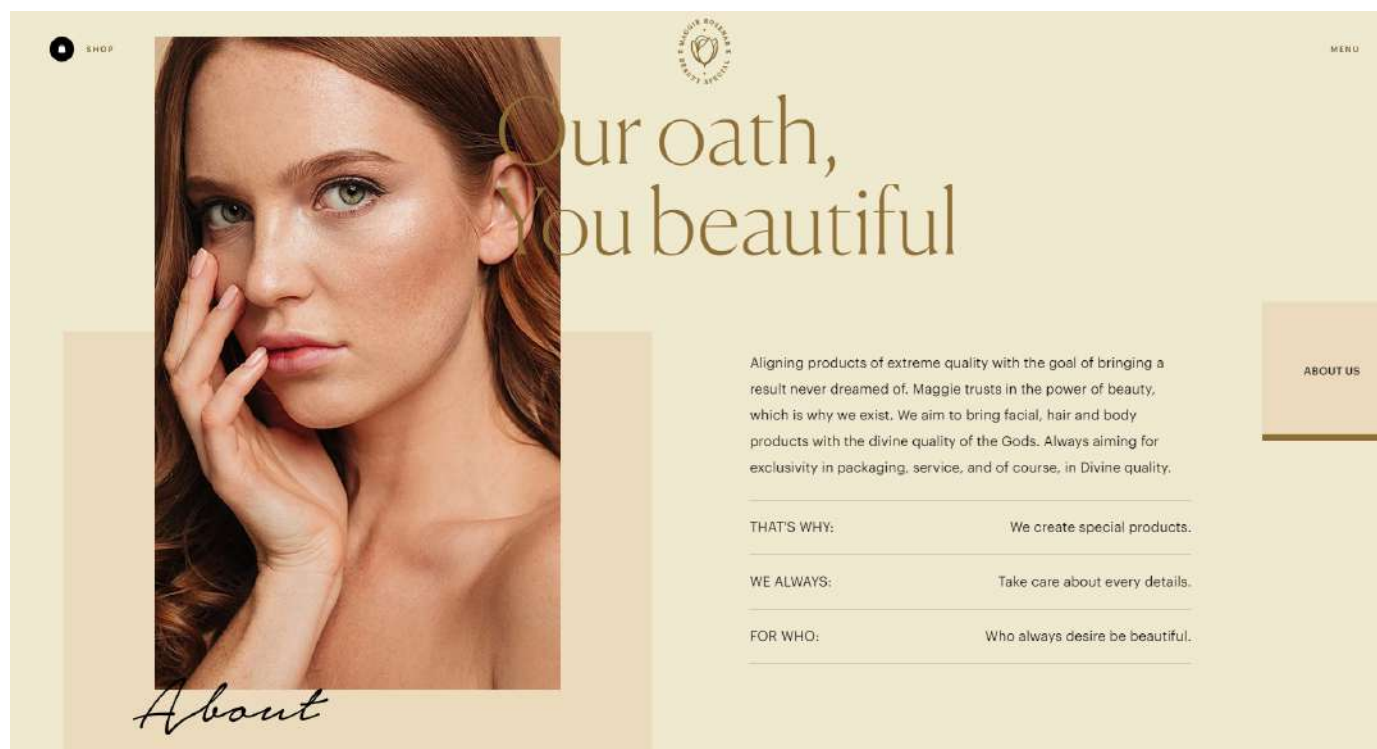
Dark mode

Ciemny interfejs użytkownika zyskuje na popularności. Czarne tło powoduje, że do oczu dociera mniej światła, co może mieć znaczenie dla użytkowników odwiedzających stronę przed snem. Poza tym ważne są kwestie estetyczne - w większości przypadków dark mode będzie wyglądał elegancko i profesjonalnie.



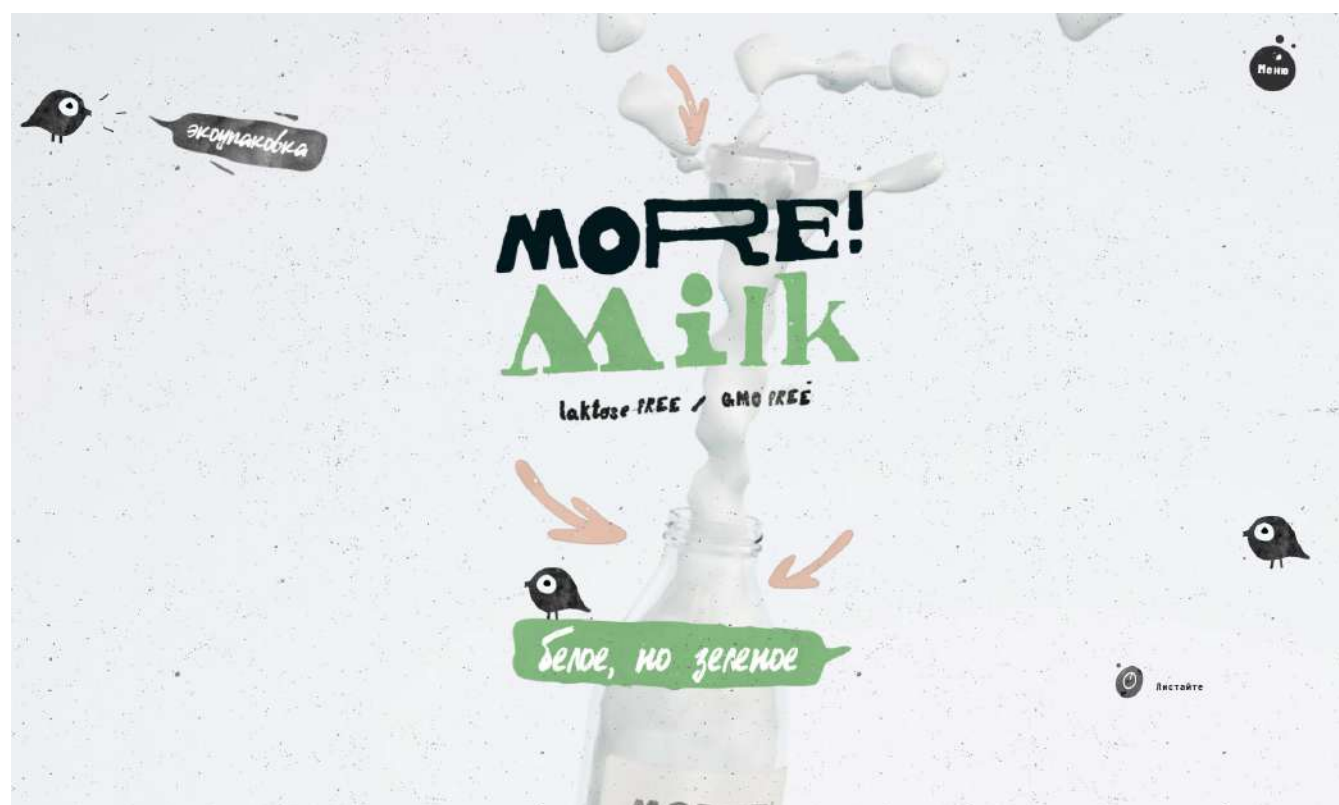
Harmonia barw

Coraz więcej witryn ma ograniczoną paletę kolorów. Korzystanie z kolorów leżących blisko siebie na kole barw powoduje, że projekt wygląda bardziej elegancko. Poza tym, witryny utrzymane w niekontrastowej kolorystyce mniej męczą wzrok.



Połączenie grafiki z fotografiami

Można zauważyć, że w ostatnich miesiącach projektanci stron coraz chętniej sięgają po zdjęcia wzbogacone o elementy graficzne i kolaże. Nadaje to fotografiom bardziej indywidualny charakter i pomaga właścicielom witryn wyróżnić się na tle konkurencji.



AMAZON ORIGINAL
The Marvelous Mrs. Maisel

Watch Season 3



CELEBRATE THE MARVELOUS WORLD OF MRS. MAISEL WITH FAST FACTS, SHOW MOMENTS, ORIGINAL MUSIC, AND MORE FROM SEASON 3.



Mikrointerakcje

Mikrointerakcje to drobne szczegóły, które da się zauważyć podczas korzystania z produktów cyfrowych, takich jak aplikacje czy strony internetowe. Najczęściej wymienianym przykładem jest tu przycisk “lubię to!” na Facebooku. Po kliknięciu jego wygląd zmienia się tak, by użytkownik wiedział, że wykonał akcję (w tym wypadku polubił zdjęcie czy post).



*stan
normalny*



*po najechnięciu
myszką*

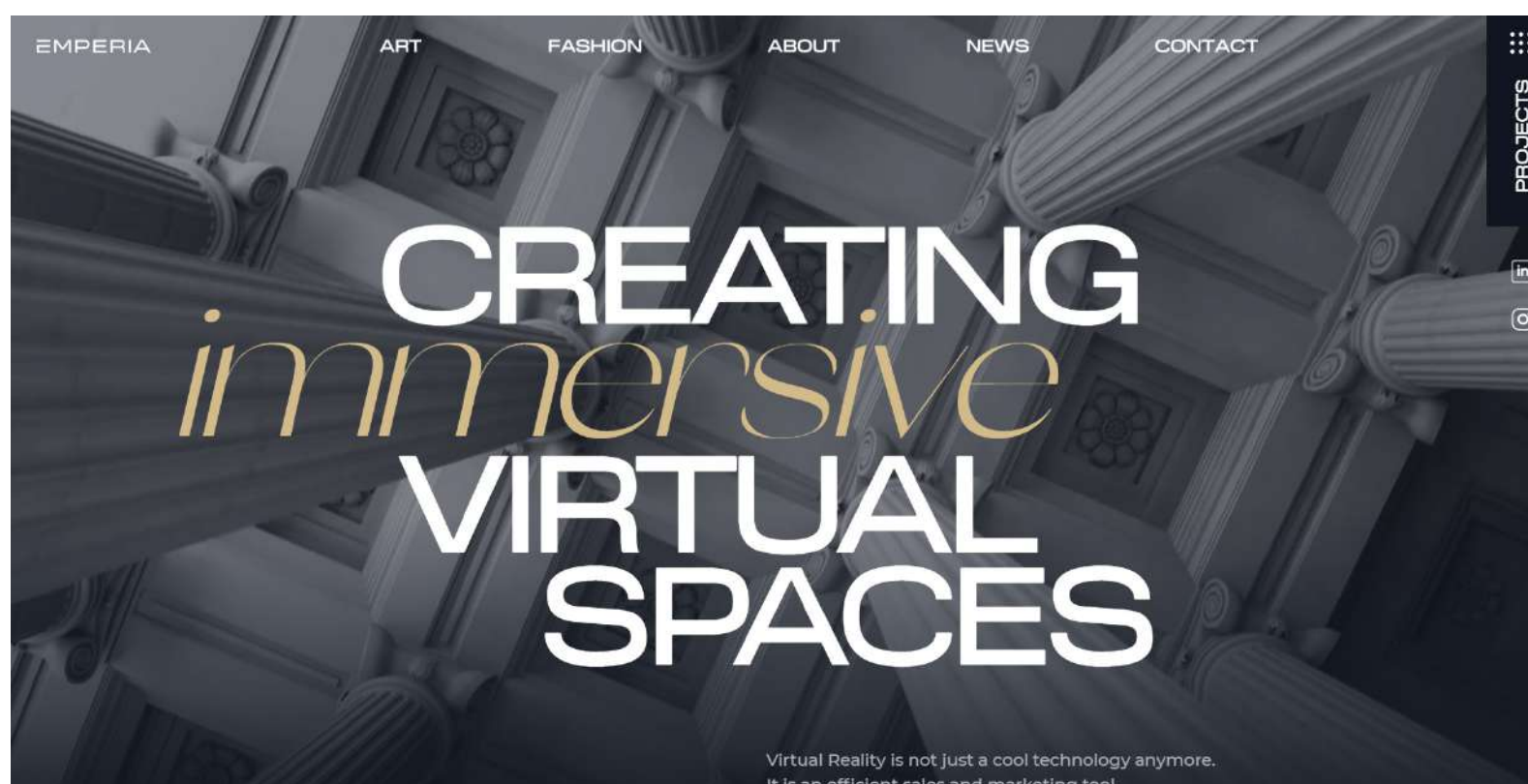
Human writing

Tekst jest integralną częścią strony internetowej i ma duży wpływ na doświadczenie użytkownika. Projektanci UX w ostatnim czasie zaczęli zwracać większą uwagę na ten aspekt. Powiedzenie, że treści powinny być dostosowane do użytkownika to banał, jednak do tej pory często zdarzało się, że nie były one tworzone z myślą o dobrym User Experience.

Teraz sytuacja wygląda inaczej. Przekaz stał się zorientowany na użytkownika. Ważne jest jego odpowiednie ustrukturyzowanie, podział na akapity, dokładne i jasne instrukcje.

Asymetria

Powszechność ekranów szerokokątnych sprawiła, że strony asymetryczne stały się coraz popularniejsze. Asymetria nadaje projektowi dynamizmu i sprawia, że wygląda nowocześnie, a zarazem przyjaźnie.



Podsumowanie

User Experience, czyli doświadczenie użytkownika to zagadnienie, o którym trzeba pamiętać na każdym etapie prowadzenia strony www - od wstępnego projektu, poprzez wybór konkretnych rozwiązań, aż po bieżące utrzymanie i aktualizację.

Dobre UX strony sprawia, że użytkownik z łatwością znajdzie ją w sieci, dotrze do poszukiwanych informacji i wróci na Twoją witrynę w przyszłości.

Stworzenie strony, która będzie odpowiadała na potrzeby użytkownika, nie jest łatwym zadaniem. Zwłaszcza osoby, które tworzą stronę internetową na własny użytek, mogą mieć z nim problem.

Pomocne mogą okazać się tu szablony od WebWave. To gotowe wzory stron www, które zostały przygotowane z myślą o jak najlepszym doświadczeniu użytkownika. Potraktuj je jako szkielet swojej strony, którą możesz wypełnić dowolną treścią. Dzięki temu stworzenie strony firmowej, portfolio czy sklepu internetowego będzie proste i szybkie. Odwiedź naszą stronę i sprawdź, jak pracuje się z WebWave!

Dziękujemy, że przeczytałeś nasz e-book.
Chcielibyśmy podarować Ci mały prezent w postaci - **20% rabatu**
na Pakiet Premium w WebWave! Wykorzystaj kod **EbookUX2020**
i podziel się z nim znajomymi, którzy też chcieliby stworzyć
profesjonalną stronę internetową bez kodowania!

EbookUX2020

Zobacz, jak wykorzystać kod.

<https://pomoc.webwavecms.com/jak-wykorzystac-kod-rabatowy>

Zespół projektu



Jan Chmielowski

Content Designer



Irena Jewsiewicka

Graphic Designer



webwave