

## Αναφορά Αξιολόγησης Ιστότοπου

1

# www.xxx.gr

ΚΡΙΤΗΡΙΟ		ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΔΟΣΗΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ
1	Ποιότητα πληροφορίας	55%	<b>46,8%</b>
2	Τεχνική Επάρκεια	38%	
3	Μάρκετινγκ	47,5%	
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ			
1	Ποιότητα πληροφορίας	Ορθότητα	Η ορθότητα των παρεχόμενων πληροφοριών αξιολογήθηκε με άριστα. Δεν απαιτείται καμία διορθωτική ενέργεια. Συγχαρητήρια!
		Εύρος	Το εύρος των παρεχόμενων πληροφοριών περιορίζεται στις βασικές πληροφορίες για τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Δεν παρέχονται βασικές πληροφορίες για την επιχείρηση, την τεχνογνωσία της, τις μεθόδους που χρησιμοποιεί κλπ. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Εμπλουτίστε το περιεχόμενο του ιστότοπου και διευρύνετε το. Θα πρέπει οπωσδήποτε να ενταχθεί μία ενότητα με το προφίλ της επιχείρησης. Καλό είναι να διευρυνθεί η παρουσίαση των υπηρεσιών με πρόσθετες πληροφορίες (στην περίπτωση που το επιθυμεί ο επισκέπτης), όπως π.χ. περιγραφή τεχνικών, τεκμηρίωση αξιοπιστίας, εμπειρίες κ.ά.
		Αμεροληψία	Η αμεροληψία των παρεχόμενων πληροφοριών δεν αξιολογείται καν, δεδομένου ότι δεν υπάρχει επιστημονικό περιεχόμενο (ή τουλάχιστον αναφορές), ώστε να τεκμηριώνονται οι τεχνικές μέθοδοι της επιχείρησης. Διορθωτικές ενέργειες: Στον ιστότοπο θα

2

			<p>πρέπει να ενταχθεί επιστημονικό περιεχόμενο, με ημερομηνίες ανάρτησης και το συγγραφέα του, διακριτές βέβαια από το υπόλοιπο υλικό (υπηρεσίες κλπ), ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες ενημέρωσης των επισκεπτών και να τεκμηριώνεται η αμεροληψία του ιστότοπου και της επιχείρησης.</p>
		Επικαιρότητα	<p>Το περιεχόμενο του ιστότοπου κάθε άλλο, παρά επίκαιρο φαίνεται ότι είναι. Η μόνη έμμεση αναφορά σε ημερομηνία είναι το πρόγραμμα επιδότησης μέσω του οποίου χρηματοδοτήθηκε ο ιστότοπος από το ΖΚΠΣ, που ουσιαστικά παραπέμπει σε 10 χρόνια πριν. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Ο ιστότοπος θα πρέπει να επικαιροποιηθεί, τόσο μέσω του περιεχομένου του, επί της ουσίας δηλαδή, όσο και μέσω της ανάρτησης πρόσφατων ημερομηνιών επικαιροποίησης. 2. Η ανάρτηση για το πρόγραμμα που χρηματοδότησε τη δημιουργία του ιστότοπου προ 10ετίας, θα πρέπει να διαγραφεί.</p>
		Αυθεντία	<p>Δεν υπάρχει καμία σχετική τεκμηρίωση, δεδομένου ότι δεν υπάρχει καθόλου επιστημονικό περιεχόμενο ή αναφορές. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Ο ιστότοπος θα πρέπει να συμπεριλάβει στο περιεχόμενό του και επιστημονικό περιεχόμενο, ως μέσο τεκμηρίωσης της ορθότητας και της καλής πρακτικής των υπηρεσιών του. Βέβαια, το περιεχόμενο αυτό θα πρέπει να διαθέτει αναφορά στο συγγραφέα, τη δημοσίευση και το χρόνο που έγινε αυτή.</p>
2	Τεχνική επάρκεια	Προσβασιμότητα	<p>Ο ιστότοπος φορτώνει γρηγορότερα από τα αποδεκτά όρια (1,9" έναντι 3"). Δεν απαιτείται καμία διορθωτική ενέργεια. Συγχαρητήρια!</p>
		Συμβατότητα	<p>Ο ιστότοπος είναι συμβατός με όλους τους δημοφιλείς browsers, πλην όμως, δεν είναι συμβατός με συσκευές tablet και phablet. Ειδικότερα, το κείμενο είναι πάρα πολύ μικρό για να αναγνωστεί, δεν έχει οριστεί θύρα προβολής και τα κουμπιά είναι πολύ κοντά μεταξύ τους. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Τα γράμματα πρέπει να μεγαλώσουν κατά τουλάχιστον 2 νούμερα, ώστε να είναι αναγνώσιμα σε μικρές συσκευές. 2. Πρέπει να οριστεί θύρα προβολής που να χρησιμοποιεί meta viewport tag, ώστε να φαίνεται ο ιστότοπος σωστά σε όλους τους τύπους συσκευών και οθονών. 3. Να δημιουργηθεί απόσταση μεταξύ των κουμπιών, ώστε να είναι εφικτό να πατηθούν και στις μικρότερες οθόνες.</p>
		Λειτουργικότητα	<p>Από άποψης λειτουργικότητας ο ιστότοπος παρουσιάζει σημαντικές αδυναμίες: 1. Δεν είναι δυνατόν να εκτυπωθούν οι ενότητές του, χωρίς ελλείψεις από την κανονική του εικόνα. 2. Ο ιστότοπος επιτελεί οριακά το σκοπό του, που είναι η επικοινωνία</p>

3

και η επίσκεψη των χρηστών του στο κατάστημα, αφού δεν τους καθοδηγεί με λογικά βήματα και ακολουθίες προς την επιτέλεση αυτού του σκοπού, παρά μόνο παρουσιάζει τις υπηρεσίες της επιχείρησης. 3. Η εμπειρία που προσφέρεται στους επισκέπτες δεν διαφέρει σχεδόν καθόλου από αυτήν ενός βιβλίου ή περιοδικού, αφού ο ιστότοπος είναι τελείως στατικός και δεν αξιοποιεί επαρκώς τα διαθέσιμα πολυμέσα, παρά μόνο πολύ λίγες φωτογραφίες και σχέδια. 4. Ο ιστότοπος δεν χρησιμοποιεί καθόλου κυλιόμενες μπάρες ή αναδυόμενα μηνύματα, ως μέσο προσέλκυσης των επισκεπτών σε επιθυμητά βήματα ή κινήσεις εμπλοκής με τον ιστότοπο και την επιχείρηση (π.χ. να στείλουν ένα μήνυμα, ή να εκφράσουν μία απορία, να τηλεφωνήσουν κλπ.). 5. Ο ιστότοπος δεν διαθέτει δυνατότητες ανάρτησης σχολίων ή αξιολογήσεων των παρεχόμενων υπηρεσιών, που είναι απαραίτητες λειτουργίες για την κάμψη τυχόν αμφιβολιών των επισκεπτών του και για τη δημιουργία συνθηκών κοινότητας μεταξύ τους και σύνδεσης με την επιχείρηση. 6. Ο ιστότοπος δεν διαθέτει πεδίο αναζήτησης ή χάρτη ή ευρετήριο, ώστε ο επισκέπτης να διευκολύνεται στην αναζήτησή του. 7. Ο ιστότοπος δεν διαθέτει ενότητα με συχνές ερωτήσεις, που είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την επίλυση αποριών των επισκεπτών του, με στόχο την ενίσχυση του προφίλ της επιχείρησης στη συνείδηση τους και τη διευκόλυνσή τους στην ικανοποίηση των αναγκών τους.

**Διορθωτικές ενέργειες:** 1. Ο ιστότοπος πρέπει να γίνει εκτυπώσιμος σε κάθε του ενέργεια, καθώς η εκτύπωση ενοτήτων θα είναι ένα εργαλείο αναπαραγωγής του, ώστε να είναι δυνατόν να μεταφέρονται οι πληροφορίες του πέρα από τον επισκέπτη του. 2. Θα πρέπει να οργανωθούν καλύτερα τα κείμενα και τα μηνύματα του ιστότοπου ώστε να οδηγούνται αποτελεσματικά οι χρήστες του στην επιτέλεση του σκοπού του, που είναι η επικοινωνία ή η επίσκεψη στο κατάστημα (π.χ. μετά την περιγραφή των υπηρεσιών θα πρέπει να υπάρχει μία προτροπή τύπου «ρωτήστε μας» ή «επικοινωνήστε μαζί μας». 3. Ο ιστότοπος θα πρέπει να αξιοποιήσει περισσότερο τα διαθέσιμα πολυμέσα της σύγχρονης τεχνολογίας, εμπλουτίζοντας το περιεχόμενό του με φωτογραφίες, ή ίσως και με βίντεο από την παροχή των υπηρεσιών του, για τη μετάδοση θετικών μηνυμάτων, δημιουργία αξιοπιστίας κ.ά. 4. Η χρήση αναδυόμενων μηνυμάτων ή μπάερ αποτελεί βασικό παράγοντα παρακίνησης των επισκεπτών εμπλοκής τους σε ακολουθίες προς την επίτευξη του σκοπού του ιστότοπου. 5. Είναι απαραίτητο να δημιουργηθεί μία ενότητα για σχόλια και αξιολογήσεις των πελατών της επιχείρησης. 6. Θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα πεδίο αναζήτησης στο

4

			ιστότοπο για τη διευκόλυνση στις αναζητήσεις των επισκεπτών του. 7. Θα πρέπει να δημιουργηθεί μία ενότητα συχνών ερωτήσεων για την επίλυση αποριών των χρηστών του ιστότοπου.
		Πρωτοτυπία	Ο ιστότοπος δεν διαθέτει κάτι μοναδικό, κάτι πρωτότυπο, ώστε να παραμένει στη μνήμη του επισκέπτη. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Πρέπει να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις, ώστε να ενταχθεί μία πρωτότυπη λειτουργία ή εμφάνιση στις τάξεις του ιστότοπου.
		SEO	Το Search Engine Optimization είναι σε μέτριο επίπεδο. Δεν υπάρχουν τίτλοι στις σελίδες, ούτε ετικέτες στις επικεφαλίδες στον κώδικα. Οι δύο αυτές παραλείψεις είναι πολύ σημαντικές για τις μηχανές αναζήτησης (Google, Bing κλπ.), ώστε να αντιστοιχίζουν τις σχετικές σελίδες με τις λέξεις κλειδιά. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Πρέπει δημιουργηθούν τίτλοι στις ιστοσελίδες στον κώδικά. 2. Πρέπει να δημιουργηθούν ετικέτες στις επικεφαλίδες στον κώδικα.
3	<b>Μάρκετινγκ</b>	Αναγνωρισιμότητα	Οι πρακτικές αναγνωρισιμότητας του ιστότοπου που εφαρμόζει η επιχείρηση είναι επαρκείς, αν και παρουσιάζεται μία σημαντική έλλειψη: η διεύθυνση του ιστότοπου (url) δεν υφίσταται στις αναρτήσεις που κάνει η επιχείρηση στο Facebook. Η διεύθυνση θα πρέπει να είναι ορατή σε όλες τις αναρτήσεις στο Facebook και τα social media γενικά, ώστε αφενός να διαφημίζεται, αφετέρου να δημιουργούνται σύνδεσμοι προς τον ιστότοπο. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Να αναγράφεται η διεύθυνση του ιστότοπου σε όλες τις αναρτήσεις του Facebook.
		Ελκυστικότητα	Ο ιστότοπος παρουσιάζει προβλήματα ως προς την ελκυστικότητά του: 1. Οι τοπικοί κατάλογοι επιχειρήσεων δεν έχουν σύνδεσμο προς τον ιστότοπο, στο σύνολό τους και ενδεικτικά ο Funkmartini. 2. Ο ιστότοπος δεν χρησιμοποιεί διαφημίσεις σε μηχανές αναζήτησης. Οι διαφημίσεις αποτελούν σημαντικό εργαλείο ελκυστικότητας προς τον ιστότοπό σας. 3. Ο ιστότοπος δεν διαφημίζεται σε άλλους ιστότοπους, ώστε να μεγιστοποιείται η ελκυστικότητά του, δηλαδή η βασική προϋπόθεση για τη δημιουργία επισκεπτών. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Φροντίστε ώστε όλοι οι τοπικοί κατάλογοι επιχειρήσεων που φιλοξενούν την επιχείρησή σας, να έχουν σύνδεσμο προς τον ιστότοπό σας. 2. Πραγματοποιήστε διαφημίσεις σε μηχανές αναζήτησης. 3. Διαφημίστε την επιχείρησή σας σε άλλους ιστότοπους.
		Παραμονή επισκεπτών	Ο ιστότοπος δεν δημιουργεί κίνητρα για διαδραστικότητα των επισκεπτών του, παράγοντα

		<p>πολύ σημαντικό για τη σταδιακή μετατροπή των επισκεπτών σε πελάτες. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Δημιουργήστε αφορμές αλληλεπίδρασης π.χ. φόρμες εισαγωγής στοιχείων (π.χ. ηλικία, ενδιαφέρον κλπ.) ώστε να μπορείτε να προσωποποιήσετε τις δράσεις μάρκετινγκ ή οργανώστε ένα διαγωνισμό με κάποιο δώρο, ώστε να εμπλέξετε περισσότερους ανθρώπους με την επιχείρησή σας, καθιστώντας την τελικά πιο γνωστή και δημιουργώντας σχέσεις, που μπορούν να μετατρέψουν τους απλούς επισκέπτες του ιστότοπου σε πελάτες.</p>
	Εστίαση στις πωλήσεις	<p>Ο ιστότοπος δεν είναι εστιασμένος στις πωλήσεις: 1. Δεν διέπεται προς μία εμφανή ακολουθία, από την παρουσίαση της επιχείρησης και των υπηρεσιών της προς την τελική πώληση. 2. Δεν διαθέτει φόρμες εγγραφής χρηστών και μηχανισμούς διασύνδεσης με βάσεις δεδομένων (π.χ. υποψήφιοι πελάτες, ενδιαφερόμενοι πελάτες κ.λπ.), ώστε να μπορεί να δημιουργεί βάσεις δεδομένων και να αυξάνει τις πιθανότητες μετατροπής των χρηστών του σε πελάτες. 3. Ο ιστότοπος δεν διαθέτει δυνατότητα παραγγελιών online, γεγονός απαραίτητο για τη παροχή προσφορών και εκπτώσεων, ή και ως εναλλακτική δυνατότητα πληρωμής. 4. Ο ιστότοπος δεν διαθέτει πληροφορίες για εγγυήσεις αποτελέσματος για υπηρεσίες, που είναι απαραίτητες για την ενίσχυση της αξιοπιστίας της επιχείρησης και άρσης των όποιων επιφυλάξεων των εν δυνάμει πελατών. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Θα πρέπει να δημιουργηθεί μία συστηματική ακολουθία από την εταιρία, στην παρουσίαση των υπηρεσιών και από την παρουσίαση των υπηρεσιών, προς την πώληση. 2. Θα πρέπει να δημιουργηθούν φόρμες εγγραφής χρηστών και μηχανισμοί διασύνδεσης με βάσεις δεδομένων. 3. Θα πρέπει να αποκτηθεί δυνατότητα χρέωσης πιστωτικών ή χρεωστικών καρτών online. 4. Θα πρέπει να δημιουργηθεί μία ενότητα στον ιστότοπο, όπου θα παρέχονται συγκεκριμένες εγγυήσεις αποτελέσματος, ή και πολιτικές επιστροφών χρημάτων.</p>
	Διατηρησιμότητα	<p>Ο ιστότοπος παρουσιάζει μία σημαντική αδυναμία σε επίπεδο διατηρησιμότητας των πελατών: Δεν έχει τη δυνατότητα να αναγνωρίζει τους επισκέπτες του, ανάλογα με τις αγορές ή το ενδιαφέρον που έδειξαν σε προηγούμενες επισκέψεις τους και έτσι να τους προσελκύει σε ενότητες που τους ενδιαφέρουν. Οι περισσότεροι επισκέπτες που επιστρέφουν σε ένα ιστότοπο, το κάνουν αναζητώντας αυτό που τους έκανε θετική εντύπωση στην προηγούμενη επίσκεψή τους. Διορθωτική ενέργεια: 1. Δημιουργία μηχανισμού αναγνώρισης των επισκεπτών και ανάδειξης των προτιμήσεών τους.</p>

6

4	<b>Ειδικές παρατηρήσεις</b>	Εφαρμογή σεναρίων	<p>Κατά την εφαρμογή ειδικών σεναρίων σημειώθηκαν οι κάτωθι παρατηρήσεις: 1. Ακολουθώντας το μπάνερ «νέα και προσφορές», παρατίθενται μία σειρά από προσφορές με τιμές, που αφορούν διάφορες χρονικές περιόδους, από τη μετακαλοκαιρινή περίοδο έως και τη Χριστουγεννιάτικη. Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν ημερομηνίες στον ιστότοπο, δίνεται η εντύπωση ότι οι προσφορές αυτές είναι παλιές και δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. 2. Περιηγούμενος κάποιος στον ιστότοπο και τις υπηρεσίες του αντιμετωπίζει δυσκολίες στην ανάγνωση των κειμένων και ειδικότερα, όταν το κάνει μέσω smart phone. Διορθωτικές ενέργειες: 1. Θα πρέπει να προστεθούν ημερομηνίες στον ιστότοπο και τουλάχιστον, στις προσφορές, όπου πρέπει να αναφέρονται συγκεκριμένες χρονικές περίοδοι διάρκειας ισχύος των προσφορών. 2. Τα γράμματα στα κείμενα πρέπει να μεγαλώσουν τουλάχιστον κατά 2 νούμερα.</p>
		Σύγκριση με ανταγωνισμό	<p>Η σύγκριση με τον ανταγωνισμό αναδεικνύει σημαντικές αδυναμίες του ιστότοπου της επιχείρησης και ακόμα περισσότερο, για την ίδια την επιχείρηση. Καταρχήν σημειώνεται ότι η πλειονότητα των ιστοτόπων του ανταγωνισμού είναι σαφώς πιο αποδοτικοί, σε όλα τα κριτήρια αξιολόγησης (περιεχόμενο, τεχνική επάρκεια και μάρκετινγκ). Αυτό δεν σημαίνει βέβαια, ότι δεν υπάρχουν αντιστοίχως χαμηλότερης ποιότητας ιστοτόποι στον κλάδο (αν και αυτό δεν πρέπει να ερμηνεύεται θετικά με κανέναν τρόπο).</p>
<b>ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ</b>			
<p>Ο ιστότοπος δεν μπορεί να εξυπηρετήσει το σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκε (προσέλκυση πελατών στο κατάστημα και πρόκληση τηλεφωνικής επικοινωνίας). Σε όλα τα επίπεδα παρουσιάζει σημαντικές, εμφανείς αδυναμίες, που γίνονται αντιληπτές με την πρώτη είσοδο στην αρχική του σελίδα, από τον κάθε ένα. Φαίνεται ότι έχει δημιουργηθεί απλώς για να υπάρχει, χωρίς να επιτελεί στην πραγματικότητα κανέναν άλλο σκοπό. Χρήζει άμεσης και ολοκληρωτικής ανακατασκευής.</p>			

#### Υπόμνημα

80 – 100%

Το πράσινο χρώμα υποδεικνύει τους τομείς που δεν απαιτούνται αλλαγές στον ιστότοπο.

60 – 80%

Το πορτοκαλί χρώμα υποδεικνύει τους τομείς, που οι αλλαγές που απαιτούνται δεν είναι επείγουσες.

0 – 60%

Το κόκκινο χρώμα υποδεικνύει τους τομείς, που οι αλλαγές που απαιτούνται είναι επείγουσες.

## Ορολογία

*Επικαιρότητα:* Το αν οι πληροφορίες που παρέχονται είναι επίκαιρες, δεν είναι παλιές.

*Αυθεντία:* Το αν οι πληροφορίες που παρέχονται, παρέχονται με την «υπογραφή» κάποιου συγκεκριμένου ανθρώπου, με όνομα και ιδιότητα.

*Αναγνωρισιμότητα:* Αν η διεύθυνση του ιστότοπου αποτυπώνεται ρητά, ώστε να επιτύχει βαθμό αναγνώρισης, να είναι γνωστή.

*Ελκυστικότητα:* Το αν ο ιστότοπος συνδέεται έμμεσα ή άμεσα με άλλους ιστότοπους.

*Επισκεψιμότητα:* Το αν οι επισκέπτες περιηγούνται μέσα στον ιστότοπο, αν δηλαδή τον κάνουν χρήση.

*Διατηρησιμότητα:* Το αν οι χρήστες επανέρχονται στον ιστότοπο.