

האם האתר משרת את בניית המותג?

24 פרמטרים לבדיקת האתר - בשיטת הרמזור

כבר יש לכם אתר אינטרנט? אשריכם. את העבודה הראשונית כבר עשיתם. עכשיו כדאי להקדיש קצת תשומת לב, לבדוק את האתר ולעשות לו "מתיחת פנים" אם צריך.

ההתרשמות מאתר אינטרנט מתרחשת במספר רבדים ופרקי זמן.

השלב הראשוני והקריטי, הוא המפגש הראשון של גולש עם האתר. תוך כ-3 שניות, מחליטים רוב הגולשים אם כדאי להמשיך לעיין באתר או שממשיכים הלאה למחוזות אחרים. כ-25% מהגולשים בעולם מגיעים לעמודי הבית, אבל שאר 75% מגיעים ישירות לעמודים שונים דרך מנועי החיפוש. בהתאם, כל אחד מעמודי האתר חייב להיות מספיק אטרקטיבי ומסקרן, כדי למשוך את הגולשים הרלוונטיים. בשלבים הבאים, הגולשים עוברים בין העמודים. חלקם "מרפרפים" ושוהים בכל עמוד רק מספר שניות, אבל אלה שמוצאים עניין אישי באתר, יכולים לשהות בו גם כשעה וחצי. כן, במעקבים הסטטיסטיים שלנו, ראינו מקרים כאלה. זה כמובן תלוי במידת האטרקטיביות של האתר, הרלוונטיות של התכנים עבור הגולשים וההצלחה במשיכת גולשים רלוונטיים.

השאלון הבא, עשוי לעזור לכם להעריך האם האתר שלכם "עושה את העבודה".

זהות המותג

1. האם האתר מקרין, במבט ראשון מהיר על סמלי המותג, את מהות העסק וייחודיותו?
 אדום כתום ירוק
2. האם השם בולט לעין?
 אדום כתום ירוק
3. האם שורת המיצוב מעבירה את המסר הנכון וניתנת לקריאה?
 אדום כתום ירוק
4. האם עיצוב הלוגו מתייחס נכון להבטחת המותג?
 אדום כתום ירוק
5. האם עיצוב עמודי האתר מתאים למהות העסק?
 אדום כתום ירוק

מראה

6. האם מיקום הלוגו בולט לעין?
 אדום כתום ירוק
7. האם עיצוב האתר מושך תשומת לב ויוצא דופן?
 אדום כתום ירוק
8. האם עיצוב האתר מרגש? זה מה שיגרום לגולשים להיכנס, לזכור ולקנות.
 אדום כתום ירוק
9. האם כפתורי הניווט ברורים? האם יש 5-7 כפתורים בעמוד הבית? (מספר גדול יותר עלול להרתיע חלק מהגולשים).
 אדום כתום ירוק

טקסטים

10. האם הטקסט בעמוד הבית אומר בברור למי העסק מיועד, מה עושה העסק ואיזו תועלת הוא מביא ללקוחותיו?
 אדום כתום ירוק
11. האם האתר כולל עמודי תוכן אטרקטיביים שמושכים את הגולשים לבקר באתר לעיתים תכופות?
 אדום כתום ירוק
12. האם הטקסטים ברורים ומעבירים את המסרים החשובים?
 אדום כתום ירוק



13. האם יש בכלל עמוד 550-250 מלים? מספרים אלה משלבים בין מידת הנכונות של הגולשים להתעכב ולקרוא, לבין התייחסות מנועי החיפוש לזמן שהגולשים מבילים באתר. גוגל מניח שאם הגולשים שוהים זמן רב בעמוד כלשהו, התוכן רלוונטי עבורם.



14. האם יש שימוש בכותרות משנה לטובת חסרי הסבלנות שרק מרפרפים ובורחים? סדרת כותרות משנה שמספרת את כל הסיפור בראשי פרקים תעזור להטמיע את המסרים.

תמונות וסרטוני וידאו



15. תמונה שווה יותר מאלף מלים. האם יש באתר שימוש בתמונות אטרקטיביות? בסכמות מעוצבות להמחשת רעיונות?



16. האם יש באתר שימוש בוידאו? זה כלי מצויין הן להעברת מסרים, הן להשהיית הגולשי באתר (לטובת מיקום טוב יותר במנועי חיפוש) והן לחשיפה טובה באתרי הוידאו (YouTube, VIMEO). יוטיוב כבר מזמן הפך למנוע החיפוש השני בעולם (אחרי גוגל).

שימושיות



17. האם תכני האתר עדכניים?



18. האם גודל הפונט נוח לקריאה? האם אינו גדול מדי (נראה ילדותי)?



19. האם קל ליצור איתך קשר? מס' הטלפון וכתובת המייל ברורים ונגישים?



20. האם מבנה האתר ברור לניווט? האם יהיה לגולשים קל לחזור לעמוד שמעניין אותם?



21. האם האתר נראה טוב בסמארטפונים? כ-70% מהכניסות היום מתבצעות מסמארטפונים.

SEO - קידום במנועי חיפוש



22. האם יש לינקים לעמודים של העסק ברשתות חברתיות?



23. האם כותרות, תאור העמודים וביטויי חיפוש מעודכנים במערכת ניהול התוכן?



24. האם מתבצע מעקב קבוע אחר סטטיסטיקת הכניסות לאתר?

מלאו את הטופס בהתאם להערכתכם לגבי כל סעיף. סימנים ירוקים? טפחו לעצמכם על השכם. עשיתם טוב. יש סימנים צהובים או אדומים? כדאי לטפל בהם. בניית אתרי אינטרנט הינה תורה מורכבת וחשובה. האתר שלכם הוא כלי שיווקי מאד חשוב. שיפור קטן בפרטים, יכול להניב תועלת מרובה.

בהצלחה,
יורם בר-סלע & אוריאל אמגר