

Podglądanie internetowego biznesu



Od czego najlepiej rozpocząć biznes w Internecie? Od... podglądania. Wiele przedsięwzięć internetowych stworzonych przez dobrych informatyków i grafików nie wytrzymało konkurencji, ponieważ zostały niedokładnie przemyślane i włożono je w źle zaprojektowaną witrynę. Uczmy się więc na cudzych błędach i sukcesach. W Internecie przydaje się to bardziej niż w innych dziedzinach życia.

Postęp to inteligentny plagiat, podglądajmy więc innych. Nie jest to wprowadzić warunek wystarczający do osiągnięcia sukcesu, ale bez wątpienia przydaje się. Zamiast wywierać otwarte drzwi, lepiej skorzystać ze sprawdzonych wzorców.

Podpatrywać należy bardzo drobiazgowo, poczynając od cech funkcjonalnych, do których należą m.in. liczba wersji językowych,

pojemność strony głównej czy zastosowanie protokołu szyfrowanego. Szukać ich trzeba w takich obszarach jak: nawigacja, wyszukiwanie, rejestracja, prezentacja produktu, promocja, reklama, transakcje, płatności, poszerzenia, doradztwo, personalizacja i administrowanie zapleczem (patrz: ramka).

Samo podglądanie nie wystarczy. Wiedzę nieusystematyzowaną trudno wykorzystać, w dodatku szybko się ją zapomina. Informa-

cje niepokładane są bezużyteczne, ponieważ nie można ich przetworzyć. Dlatego wszystko, co się podgląda, należy zapisywać w postaci tabeli arkusza kalkulacyjnego, na przykład w skoroszybie najbardziej popularnego programu Excel.

To obojętne, czy naszym celem jest zbudowanie strony domowej firmy, katalogu sklepu, aukcji internetowej czy jakiegoś serwisu branżowego. Najpierw należy wyszukać

w Internecie możliwe dużo adresów witryn, które mogą służyć za wzór, i należy wpisać je w wiersze utworzonej tabeli. Natomiast w kolumnach trzeba wpisać cechy funkcjonalne, które można zaobserwować na bada-

wowej dla niego informacji o stanie własnego konta. Wydaje się, że najkrótsza droga to dwa przeładowania, a po uwzględnieniu otwarcia strony logowania w protokole szyfrowanym droga od pustego okna prze-

lumny nawigacyjnej pojawia się strona z całą powierzchnią zajęta przez logo banku i menu poziomym. Wydaje się, że w tym przypadku zamiast logo od razu powinna się pojawiać zawartość najważniejszej zakładki menu poziomego.

Wyszukiwanie informacji jest jedną z najważniejszych funkcji w Internecie. Skutki użycia najbardziej sprawnego oprogramowania wyszukiwującego mogą być zniweczone ▶

SERWISY BUDOWLANE	oferowana liczba projektów	kryteria szukania					opis projektu	szczegóły techniczne
		typ zabudowy	przedziały powierzchni	liczba pokoi	piwnica	garaż		
http://www.eplans.com	4477	x	x	x	-	x	x	-
http://www.southernliving.com/houseplans	482	x	x	x	x	x	-	-
http://www.house-plans-home-planning.com	362	x	x	-	x	x	-	-
http://www.creationswest.com	345	x	x	x	-	x	x	x
http://www.homeplanfinder.com	3436	x	x	x	x	x	x	x
http://www.rickgarner.com	114	x	x	x	x	-	-	-
http://www.topsider.com	44	x	x	x	-	x	-	-
http://www.designbasics.com	1120	x	x	x	-	x	-	x

Arkusze cech funkcjonalnych

nych stronach. W tabeli pokazano fragment takiego zestawienia.

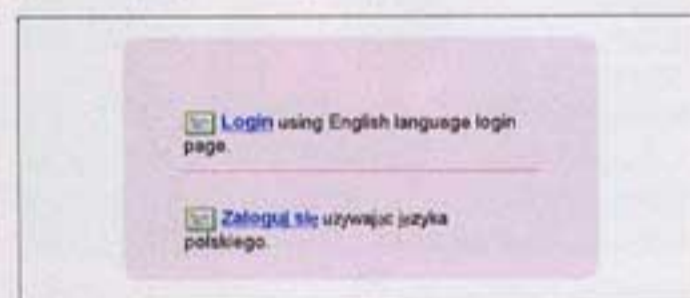
Wyniki podglądania zwykle dają się przedstawić w postaci procentowego udziału danych rozwiązań w grupie badanych witryn internetowych. Takie statystyki pomagają w podejmowaniu decyzji. Niektóre błędy wynikają jednak z zasad ogólnych i widać je niemal od razu, po prostu rzucając się w oczy.

Typowe błędy

W przypadku nawigacji można popełnić błąd polegający na zmuszaniu użytkownika do wielokrotnego przeładowywania stron. W jednym ze znanych polskich banków internetowych użytkownik musi pięciokrotnie przeładować strony, zanim dotrze do podsta-

glądarki do stanu konta nie powinna być dłuższa niż trzy przeładowania.

W omawianym przykładzie należy wpisać adres banku w oknie dialogowym przeglądarki. Następnie należy użyć linku „login”. Na tym etapie odsłania się kolejna strona z zupełnie niepotrzebnym i niezrozumiałym zapytaniem, czy użytkownik zechce zalogować się, używając języka polskiego, czy angielskiego (ilustracja 1).



Ilustr. 1. Przykład niepotrzebnego przedłużania nawigacji przez przeładowanie strony

Pytanie to pozbawione jest sensu, ponieważ po zalogowaniu się dalsza nawigacja po stronach internetowego banku odbywa się i tak w języku polskim. Ponadto pokazane na ilustracji różowe pole zapytania zajmuje tylko niespełna 13% niepotrzebnie załadowanej strony, zmieściłoby się więc na poprzedniej. Jako trzecia odsłania się strona logowania, czwarta – strona banku internetowego. Na koniec użytkownik musi dokonać jeszcze jednego przeładowania, jeśli chce zobaczyć stan swojego rachunku.

Podobnie wygląda nawigacja po całym serwisie tego banku. Zapewne z powodu zbyt małej mocy serwera poszczególne strony ładują się kilka minut. Wysoka liczba przeładowań stron drażni tym bardziej, że miejsce na nich nie jest wykorzystane. Na przykład, po wybraniu niektórych pozycji z lewej ko-

Przykłady pytań, na które należy szukać odpowiedzi, badając funkcjonalność serwisów handlowych:

▶ **Ogólne:** Jakie są modele i rodzaje badanych serwisów? Jakich własności ogólne mają te serwisy?

▶ **Nawigacja:** Jakie są rodzaje stron. Jak strony powiązane są ze sobą? Jakie są rodzaje menu i umiejscowienia linków? Czy nawigacja jest pozioma, pionowa, czy macierzowa?

▶ **Wyszukiwanie:** Czy wyszukiwanie jest proste, może potrzebne jest zaawansowane? Jak powinny być kryteria wyszukiwania? Jak najlepiej prezentować wyniki wyszukiwania? Czy wyniki powinny być sortowane, według jakich kryteriów?

▶ **Rejestracja/logowanie:** Czy rejestracja jest konieczna i na jakim etapie poruszania się po serwisie? Tuż przed transakcją, czy może do przeglądania ofert?

▶ **Prezentacja produktu:** Czy opis produktu jest krótki, czy długi? Czy opatrzone ilustracją? Czy powiększona ilustracja prezentowana jest w pop-up, czy po przeładowaniu strony?

▶ **Promocja:** Czy oferty specjalne prezentowane są na stronie głównej, czy wszędzie? W której kolumnie? U góry, czy na dole strony? Rotacyjnie, czy statycznie? Czy rozsyłane są listy reklamowe?

▶ **Reklama:** Czy sprzedawana jest reklama banerowa? Na stronie głównej, czy wszędzie? Czy istnieją partnerzy serwisu, a ich logo zamieszczane są w ramkach? W lewej kolumnie, czy w prawej?

▶ **Transakcje:** Czy potrzebny jest koszyk, czy tylko formularz zamówień? Może wystarczy adres e-mail? Jakie informacje i jak często otrzymuje kupujący po zawarciu transakcji?

▶ **Płatności:** Czy płatność dokonywana jest za zaliczeniem pocztowym, kartą płatniczą czy przelewem? Jeśli online, czy za pomocą wirtualnego portfela? Jeżeli mikropłatności, czy za pomocą SMS-ów?

▶ **Poszerzenia:** W rzeczywistych centrach handlowych oprócz sklepów są np. kawiarnie, zakład fryzjerski. Czy proponować użytkownikom linki niezwiązane z zakupami, na przykład do serwisów tematycznych w portalach?

▶ **Personalizacja:** Czy występuje system rekomendacji? Czy treść serwisu jest dostosowywana do rozpoznanego użytkownika?

▶ **Doradztwo:** Czy wystarczy doradztwo bierne, np. FAQ lub prosta Pomoc? Czy lepiej zapewnić klientom zasięganie opinii eksperta? Może forum lub czat?

▶ **Administrowanie zapleczem:** Czy produkty z opisami i ilustracjami można wprowadzać ręcznie przez zwykłą przeglądarkę? Czy możliwy jest eksport/import z innych baz danych? Czy występuje aplikacja kliencka?

Oryginalny pomysł na rozwinięcie działalności w Internecie to jeszcze nie wszystko. Trzeba wiedzieć, jak go zrealizować. Najlepiej... skorzystać z doświadczeń innych

Lista produktów				
nazwa	opis	sklep	cena	Kup!
Kamera CCD-TRV59	Doskonała kamera cyfrowa ...	OEM Station	od 2 499,00 zł	więcej
Kamera DCR-TRV330	Cyfrówka dla Ciebie ...	OEM Station	od 4 499,00 zł	więcej
Kamera DCR-PC6	Kamera, która utrwali każde miłe wydarzenie.	OEM Station	5 799,00 zł	kup!
Kamera DCR-PC115	Rewelacyjna jakość dźwięku i obrazu.	OEM Station	8 999,00 zł	kup!
Kamera NV-DS28	Przyjemność z oglądania i słuchania ...	OEM Station	od 9 999,00 zł	więcej
Kamera NV-DS28	Zapamiętaj piękne chwile!	OEM Station	10 315,00 zł	kup!

◀ 1 2 3 [4] 5 6 7 ▶

Ilustr. 2. Przykład poprawnej prezentacji wyniku wyszukiwania informacji

przez złą prezentację wyników wyszukiwania. Dzięki podglądaniu istniejących rozwiązań można wyspecyfikować najważniejsze elementy, które powinny być zawarte w wynikach wyszukiwania: ikona świadcząca o obecności ilustracji, nazwa produktu, dostawca i cena. Nie powinno zabraknąć koszyka lub innego elementu pozwalającego sfinalizować transakcję bez wchodzenia na stronę prezentującą produkt. Złota zasada nawigacji „im mniej przeładowań stron, tym lepiej” pozostaje aktualna i w tym przypadku (ilustracja 2.).

W przypadku aukcji poza nazwą produktu, dostawcą (w tym przypadku „wystawiającym”) i ceną ważna jest także data zakończenia aukcji i informacja, czy osiągnięto cenę minimalną (ilustracja 3.). Projektujący tę stronę przewidział także sortowanie wyników oraz możliwość ustanawiania preferencji promocyjnych na poszczególne aukcje, np. pogrubienie lub pochylenie liter, podświetlenie pola na niebiesko lub pomarańczowo. Przy nazwach aukcji widoczny jest aparat fotograficzny informujący o zamieszczeniu ilustracji. Młoteczki symbolizują „gorące aukcje”, które cieszą się powodzeniem i przebito je minimum 10 razy. Gwiazdki przy wystawiających odnoszą się do systemu ocen pomagających określić ryzyko związane z zawarciem transakcji.

Skutki niepodglądania

W jednym z nieistniejących polskich portali przyjęto złą strategię już na pierwszym etapie budowania internetowego serwisu handlowego. Serwis miał przynieść zysk z pośrednictwa w handlu internetowym, dlatego

otworzył pasaż handlowy, a następnie aukcję internetową. Popenił jednak zasadniczy błąd, marnując czas i pieniądze na uruchomienie aukcji najpierw w modelu holenderskim, a dopiero po pewnym czasie w angielskim.

- AUKCJE				
NAZWA AUKCJI	WYSTAWIA	CENA	PRZEBIĆ ▲	KONIEC
SIEMENS S 35i NOWY bez ceny minimalnej	row14(5)★	226,00 zł	63	15 dni
Ericsson SB68 + akcesoria	pawgra(5)★	142,00 zł	8	1 dzień
Telefon Nokia 3330 (Wap)	marcinrzyski(0)	200,00 zł	7	2 dni
Nokia 3310	zbychu14(0)	255,00 zł	7	2 dni
Siemens M35i	pcfw(3)★	351,00 zł	7	1 dzień
NOKIA B210-OKAZJA	zsokol(2)★	385,00 zł	6	2 dni
...Motorola V 2288...nowa...	komm.aukcje(0)	70,00 zł	6	3 dni
Siemens M35i TANIO	reisa1(0)	250,00 zł	6	2 godz
nokia 3330 super telefon	marcin1615(0)	305,00 zł	5	16 godz
Nokia B210- Super telefon!	marcinrzyski(0)	120,00 zł	5	2 dni
Motorola V50	s_abramek(5)★	350,00 zł	5	16 dni
Ericsson Chatboard	pawgra(5)★	28,00 zł	5	1 dzień
...Ericsson R 310s...fabr. nowy...	komm.aukcje(0)	60,00 zł	4	3 dni
Nokia B250 NOWOŚĆ	marcinrzyski(0)	500,00 zł	4	2 dni
Antenka zapasowa Nokia 5110/6110n oryginalna	mw74(74)★	10,00 zł	4	4 dni
Super telefon - Nokia 8810	marcinrzyski(0)	450,00 zł	3	2 dni
Sprzedam Motorola V 2288	michalbujak3(0)	255,00 zł	3	16 godz
Futerał skóra Nokia 5110/6110/6150/6130	mw74(74)★	13,00 zł	2	1 godz

Ilustr. 3. Przykład logicznego systemu wyszukiwania informacji.

W modelu holenderskim cena wywoławcza ustalana jest na maksymalnym poziomie i co pewien czas automatycznie obniżana aż do ceny minimalnej, którą sprzedający jest jeszcze skłonny zaakceptować. Licytujący mogą zgłosić ofertę tylko raz, wygrywa ten, kto zdecyduje się najwcześniej.

W modelu angielskim licytacja ofert kupna przebiega w sposób rosnący, po-

cząwszy od niskiej ceny wywoławczej, aż do ceny sprzedaży. Ceny rosną (są przebijane) o pewne stałe minimum, a każdy uczestnik może wielokrotnie włączać się do licytacji.

Gdyby właściciele serwisu aukcyjnego przed uruchomieniem go dokonali analizy istniejących aukcji internetowych, z łatwością spostrzegliby, że niemal wszystkie stosują m.in. model angielski, a w około 85% licytacja prowadzona jest wyłącznie według tego modelu. System angielski jest bardziej emocjonujący niż holenderski, w którym zarówno cena maksymalna, jak i minimalna są z góry określone i nie można ich przekroczyć.

Zbudowanie w Internecie miejsca umożliwiającego zawieranie transakcji nie jest zadaniem łatwym. Wymaga przeprowadzenia wielu analiz, zgromadzenia mnóstwa informacji, które da się przetworzyć, czyli świadomego i systematycznego podglądania. Opierając się na tak zdobytej wiedzy, można rozpocząć projektowanie stron internetowych czy jakichkolwiek systemów informatycznych, a przede wszystkim transakcyjnych.

Istnieją oczywiście inne czynniki sukcesu, np. wprowadzenie danej usługi na rynek

najwcześniej. Ale nawet właściciele witryny <http://www.eBay.com>, która istnieje od 1995 roku i osiągnęła sukces, nieustannie analizują informacje dochodzące z rynku i wprowadzają zweryfikowane innowacje zaobserwowane gdzie indziej.