



Pizza SEO: Efektívny Web

Effective Web Audit

Effective Web Audit



Obsah

Zhrnutie a hlavné odporúčania

1 (X)HTML Kód / CSS Kód

- 1.1 Validný kód
- 1.2 Layout
- 1.3 CSS a JavaScript
- 1.4 TITLE element
- 1.5 META Description element
- 1.6 Štruktúra obsahu stránok

2 Štruktúra URL adres

- 2.1 Priateľské URL adresy
- 2.2 Duplicitný obsah

3 Technické otázky

- 3.1 Indexované stránky
- 3.2 Cache-ované stránky
- 3.3 Robots.txt
- 3.4 Funkčnosť odkazov

4 Štatistiky

- 4.1 Sledovanie návštevnosti
- 4.2 Nástroje Google Webmaster
- 4.3 Kľúčové slová a ich pozície vo vyhľadávačoch



4.4 Spätné odkazy

5 Prístupnosť

5.1 Rôzne prehliadače

5.2 Zmena veľkosti textu

5.3 Identifikácia textových odkazov

5.4 Čas načítania stránky prehliadačmi

6 Použitelnosť

6.1 Umiestnenie loga

6.2 Navigácia stránky

6.3 Aktuálna pozícia návštevníka

6.4 Mapa stránky

6.5 Cielenie odkazov

6.6 Titulky odkazov

6.7 Zmysluplný obsah

6.8 Chybová stránka 404

6.9 Celkový výzor a dojem



Zhrnutie

Tím Pizza SEO používal Effective Web Audit na hodnotenie webových stránok svojich klientov od roku 2006 do polovice roku 2009. Effective Web Audit predstavoval našu vstupnú službu, bol predpokladom ďalšej optimalizácie. Bol zameraný na odporúčania týkajúce sa optimalizácie webu (kódu a obsahu), obsahoval však aj základné odporúčania týkajúce sa použiteľnosti a prístupnosti.

Licencia



Tento dokument je uvoľnený pod licenciou Creative Commons Attribution (cc by).

O Pizza SEO

Pizza SEO sú odborníci na internetový marketing. Dobrú prezentáciu na internete v našom podaní tvoria efektívne weby, zmysluplná účasť v sociálnych sieťach a merateľne účinná reklama. Jednoduché používanie webu zabezpečí naše užívateľské testovanie.

Pomáhame klientom zorientovať sa v sociálnych sieťach a manažovať svoju reputáciu online. Tvoríme a spravujeme reklamné kampane v systémoch AdWords, Facebook a Etarget.

Kontakt na Pizza SEO

Pizza SEO, s.r.o., Gajova 4, 811 09 Bratislava

Telefón: 02/52 444 196

E-mail: info@pizzaseo.com

Web: pizzaseo.com/sk

Blog: blog.pizzaseo.com/sk

Twitter: twitter.com/pizzaseo (anglicky)



1. (X)HTML kód / CSS kód

1.1 Validný kód

Kód vašej stránky by mal byť validný (podľa štandardov W3C). Validný kód je čitateľnejší pre vyhľadávače, prehliadače ho vedia jednoduchšie spracovať a zobraziť a má menšiu veľkosť, čo znamená, že prehliadače ho vedia rýchlejšie stiahnuť.

Je kód stránky XYZ.sk validný?

1.2 Layout

Mnohé webové stránky používajú tabuľky (elementy TABLE) pre usporiadanie obsahu stránky. Táto metóda rozdeľovania obsahu stránky sa zdá tvorcom stránky pomerne jednoduchá, ale prináša niekoľko vážnych nedostatkov. Každá tabuľka predstavuje veľké množstvo dát (je potrebné písať <tr> tagy pre každý riadok tabuľky a <td> tagy pre každú bunku tabuľky a pod.). Toto vedie k zbytočne veľkým súborom, ktoré sú zároveň ťažko čitateľné pre vyhľadávače, keďže obsah nie je v kóde logicky usporiadaný.

Tabuľky odporúčame používať len pre zobrazenie tabulárnych informácií. Pre rozvrhnutie stránky je lepšie použiť (X)HTML/CSS layout. To znamená použiť elementy DIV v (X)HTML kóde pre rozdelenie obsahu a CSS (kaskádové štýly) pre naštýlovanie týchto DIV elementov (nastavenie ich vzhľadu, pozície na stránke a pod.).

Aký spôsob rozvrhnutia stránok je použitý na XYZ.sk?

1.3 CSS a JavaScript

Nie je odporúčané uchovávať nepotrebné dáta v (X)HTML kóde, pretože to zvyšuje pomer kódu k obsahu. Ak stránka obsahuje veľké množstvo kódu a len málo textu, vyhľadávače



ju môžu považovať za menej hodnotnú pre používateľov.

To je dôvod, prečo by ste mali odstrániť všetky štýlovacie atribúty (STYLE, WIDTH, MARGIN, BORDER a pod.) a elementy (FONT, CENTER a pod.) z (X)HTML kódu a vložiť ich do externého CSS súboru/súborov. Takisto by ste mali odstrániť všetky JavaScript funkcie špecifikované v (X)HTML kóde a presunúť ich do externého JS súboru/súborov.

Navyše, ak všetky štýlovacie atribúty, elementy a JavaScript kód sú odstránené z (X)HTML kódu, zníži sa množstvo prenesených dát (externé CSS a JS súbory sa neprenášajú opakovane pre každú podstránku) a stránky sa budú zobrazovať o niečo rýchlejšie.

Sú v kóde stránok XYZ.sk nejaké nepotrebné CSS a/alebo JavaScript dáta?

1.4 TITLE element

Každá stránka by mala mať v (X)HTML kóde nastavený titulok (element TITLE). Tento titulok by mal byť pre každú stránku jedinečný a mal by obsahovať najvýstižnejšie kľúčové slová opisujúce danú stránku. Ak sú tieto titulky napísané správne, môžu zvýšiť hodnotenie stránky vo vyhľadávačoch pre dané kľúčové slová. Najznámejšie vyhľadávače používajú tieto titulky ako titulky odkazov na stránkach s výsledkami vyhľadávania.

Sú nadpisy na stránkach XYZ.sk napísané správne?

1.5 META Description element

Takisto ako titulky (TITLE elementy), aj popisky (META Description elementy) patria medzi kľúčové faktory hodnotenia stránok vo vyhľadávačoch pre zvolené kľúčové slová. Obsah tohto elementu by mal pozostávať z jednej alebo dvoch viet, ktoré popisujú zameranie stránky. Mal by obsahovať hlavné kľúčové slovo/slová danej stránky, ale zároveň by to



nemalo byť len vymenovanie samotných kľúčových slov. Vyhľadávače používajú obsah tohto elementu na stránkach s výsledkami vyhľadávania ako popis odkazu nájdenej stránky (tzv. snippet). Je dôležité si uvedomiť, že tento popis môže ovplyvniť to, či používateľ klikne práve na váš odkaz vo výsledkoch vyhľadávania.

Sú popisky na stránkach XYZ.sk napísané správne?

1.6 Štruktúra obsahu stránok

Aby boli stránky zrozumiteľnejšie pre vyhľadávacie roboty (ale tiež pre používateľov), mali by ste sa snažiť udržiavať logickú štruktúru ich obsahu. Každá stránka by mala obsahovať práve jeden nadpis prvej úrovne (element H1), ktorý slúži ako hlavný nadpis stránky. Prípadné podnadpisy by mali byť ďalej vložené do elementov H2 (nadpisy druhej úrovne), ďalej do elementov H3 pre nadpisy tretej úrovne atď. Pre zobrazenie zoznamu určitých položiek obsahu (toto zahŕňa aj navigáciu stránky, keďže tá je vlastne zoznamom odkazov na jednotlivé podstránky) by ste mali používať UL (pre neutriedený zoznam), OL (pre utriedený zoznam) a LI (pre položky zoznamu) elementy. Pre jednotlivé odstavce textu na stránke používajte elementy P, pre zobrazenie adresy element ADDRESS, pre ukážky kódu element CODE atď.

Je obsah stránok XYZ.sk správne logicky štruktúrovaný?

2. Štruktúra URL adres

2.1 Priateľské URL adresy

Odporúčame Vám používať URL adresy, ktoré sú “priateľské” pre vyhľadávače aj používateľov. To znamená, že tieto adresy neobsahujú dlhé a ťažko zapamätateľné textové reťazce. Toto je zvyčajne problém niektorých internetových obchodov, ktoré používajú adresy tvaru “<http://www.domena.sk/index.php?kat=3&produkt=104>”. Bolo by omnoho lepšie prepísať tieto adresy na adresy tvaru “<http://www.domena.sk/menokategorie/menoproduktu>”. Nielenže si priemerný návštevník dokáže jednoduchšie zapamätať takúto adresu, ale aj samotné vyhľadávače ich preferujú, pretože sa jednoduchšie prechádzajú a indexujú.

Používa XYZ.sk priateľské URL adresy?

2.2 Duplicitný obsah

Niektorí majitelia webových stránok používajú “www” v ich URL adresách (<http://www.domena.sk>), iní naopak preferujú adresy bez “www” (<http://domena.sk>). Z pohľadu vyhľadávačov nezáleží na tom, či sa v URL adrese nachádza “www”, alebo nie. Problém však môže nastať, ak obidve verzie jednej URL adresy (jedna s “www” a druhá bez “www”) sú aktívne a obidve zobrazujú ten istý obsah. Vyhľadávače ich totiž považujú za dve rôzne stránky a najprv zaindexujú jednu z nich (tú, ktorú nájdu ako prvú). Keď potom nájdu aj druhú z nich, zaindexujú ju ako duplicitu (kópiu) tej prvej. Toto je problém, pretože sa to môže stať so všetkými podstránkami (<http://www.domena.sk/stranka1> a <http://domena.sk/stranka1> atď.). Čím viac takýchto duplicit je zaindexovaných vo vyhľadávačoch pre danú stránku, tým menej hodnotnú ju vyhľadávače vidia. Navyše odkazy z iných stránok môžu smerovať na dve rôzne adresy pre ten istý obsah namiesto toho, aby smerovali len na jednu silnejšiu stránku. Každý odkaz z inej stránky totiž zvyšuje



Effective Web Audit

hodnotu stránky, na ktorú odkazuje. Ak sú teda tieto odkazy rozdelené na dve cieľové adresy, tak namiesto toho, aby jedna adresa získala hodnotu zo všetkých týchto odkazov, tak získa len určitú časť tejto hodnoty a tá zvyšná časť smeruje na druhú adresu, ktorá je však zbytočná, keďže zobrazuje tú istú stránku.

Pre vyriešenie tohto problému by ste sa mali najskôr rozhodnúť, či chcete používať "www" v adresách svojich stránok a podľa toho potom presmerovať adresy opačného typu na adresy, ktoré preferujete pomocou HTTP 301 stavového kódu. Následne je potrebné zmeniť všetky interné odkazy tak, aby smerovali len na adresy toho typu, ktorý preferujete.

Problém s duplicitným obsahom taktiež narastá pri nesprávnom používaní URL adries. To znamená, že problémom nie je len to, ak sú súčasne použité adresy s "www" a bez "www", ale tiež to, ak napríklad adresy "http://www.domena.sk" a "http://www.domena.sk/index.php" majú rovnaký obsah.

Pre vyriešenie tohto problému je potrebné presmerovať všetky adresy, ktoré by mohli byť považované za duplicitné na relevantné stránky pomocou HTTP 301 stavového kódu.

Je na stránkach XYZ.sk duplicitný obsah?



3. Technické otázky

3.1 Indexované stránky

Ak stránka nie je nová (t.j. len niekoľko dní/týždňov stará), všetky jej podstránky by mali byť zaindexované v najznámejších vyhľadávačoch. V opačnom prípade (ak niektoré podstránky chýbajú v indexoch vyhľadávačov) niečo bráni indexácii. Môže to byť napríklad nevhodné interné odkazovanie na webe. Dôvodom však môže byť aj penalizácia zo strany vyhľadávačov kvôli používaniu tzv. black hat SEO techník (anglický článok, ktorý popisuje, čo je to black hat SEO: <http://websearch.about.com/od/seononos/a/spamseo.htm>), prípadne kvôli výskytu rôznych badware produktov na stránke (spomenuté ďalej) a pod.

Sú stránky z XYZ.sk indexované v Google.sk/Zoznam.sk?

3.2 Stránky v cache

Google navštevuje stránky, ktoré považuje za kvalitné často a ukladá si ich obsah do svojej cache pamäte. Ak stránka nemá cache záznam v indexe Google, je možné, že táto stránka blokuje robotov Google pri jej návšteve. Toto môže byť vykonané cez súbory "robots.txt", ".htaccess", alebo cez META Robots element priamo v kóde stránky. Aby vyhľadávače mohli uložiť obsah stránky do svojej cache pamäte, všetky vyhľadávacie roboty by mali mať povolený prístup na stránku a indexovanie danej stránky.

Sú stránky z XYZ.sk v cache vyhľadávača Google?

3.3 Robots.txt

Súbor "robots.txt" určuje, ako sa majú vyhľadávacie roboty správať pri návštevy stránky. Nemal by im zakazovať vidieť žiadnu dôležitú časť obsahu. Zároveň je možné cez tento



súbor zabrániť indexovaniu určitého typu obsahu kvôli bezpečnosti a pod.

Aby mali všetky vyhľadávacie roboty povolené vidieť celú stránku, mali by ste vytvoriť súbor "robots.txt" s týmto obsahom:

User-agent: *

Disallow:

Existuje súbor "robots.txt" pre stránky XYZ.sk?

3.4 Funkčnosť odkazov

Ak na stránke existujú nejaké nefunkčné odkazy (napríklad vedúce na neexistujúce stránky), signalizuje to vyhľadávačom, že stránka nie je celkom aktuálna. Stránky, ktoré nie sú pravidelne aktualizované sú vyhľadávačmi považované za menej užitočné pre používateľov.

Existencia nefunkčných odkazov na stránke môže byť skontrolovaná za pomoci rôznych nástrojov, napríklad pomocou Xenu Link Sleuth zo stránky <http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html>.

Existujú nefunkčné odkazy na stránke XYZ.sk?

4. Štatistiky

4.1 Sledovanie návštevnosti

Pre majiteľov webových stránok je veľmi užitočné sledovanie návštevnosti ich stránok. Takto môžu vidieť štatistiky toho, koľko používateľov navštíví ich stránky, ktoré stránky sú najnavštevovanejšie, koľko času trávia návštevníci na ich stránkach, odkiaľ prišli návštevníci na ich stránky a mnoho ďalších použiteľných informácií. Tieto štatistiky sú veľmi užitočné pre zlepšovanie obsahu a štruktúry stránok a získavanie väčšieho počtu návštevníkov, ktorí strávia na stránke dlhší čas.

Existuje niekoľko možností, ako sledovať štatistiky o návštevnosti stránok. Ako jednu z možností odporúčame nainštalovanie nástroja [Google Analytics](#).¹

Je sledovanie návštevnosti stránok XYZ.sk dostatočné?

4.2 Nástroje Google Webmaster

Pre získanie ďalších informácií o stránke veľmi užitočných pre SEO Vám odporúčame používanie nástrojov Google Webmaster. Prostredníctvom týchto nástrojov môžete získať informácie o prípadných problémoch prechádzania a indexovania Vašej stránky Googlebotmi, štatistiky PageRank (hodnotenie stránky), zoznam interných a externých odkazov na stránku a ďalšie užitočné informácie.

Ako si môžete aktivovať nástroje Google Webmaster Tools pre XYZ.sk?

¹Pizza SEO Vám môže poskytnúť pomoc s nastavením nástroja Google Analytics a priebežné analyzovanie štatistik návštevnosti s pravidelným zasielaním správ o týchto analýzach. Taktiež Vám vieme odporučiť ďalšie nástroje na sledovanie návštevnosti Vašich stránok.

4.3 Kľúčové slová a ich pozície vo vyhľadávačoch

Je veľmi dôležité určiť si, ktoré kľúčové slová sú dôležité pre stránku. Následná komplexná analýza kľúčových slov ukáže, pre ktoré z nich je vhodné stránku optimalizovať. Analýza kľúčových slov môže tiež navrhnúť alternatívne kľúčové slová s potenciálom pre prítiahnutie vhodných používateľov. Zvolené kľúčové slová môžete následne použiť v odporúčaníach z predchádzajúcich kapitol. Potom môžete sledovať vývoj pozícií Vašej stránky vo vyhľadávačoch na tieto kľúčové slová.²

Aké sú základné kľúčové slová pre XYZ.sk a ako sa na ne stránka XYZ.sk umiestňuje vo vyhľadávačoch?

4.4 Spätné odkazy

Spätné odkazy sú odkazy z iných webstránok smerujúce na Vašu stránku. Počet takýchto odkazov indikuje obľúbenosť, resp. dôležitosť stránky, na ktorú odkazujú. Sú veľmi dôležité pre SEO, pretože mnohé vyhľadávače (predovšetkým Google) dávajú stránkam s veľkým počtom spätných odkazov oveľa väčšiu váhu a posudzujú takéto stránky za relevantnejšie vo svojich výsledkoch vyhľadávania, ako ostatné stránky pre hľadanú frázu. Text spätných odkazov naznačuje vyhľadávateľovi, pre aké slovo, resp. frázu je cieľná stránka relevantná. Spätné odkazy by nemali smerovať len na úvodnú stránku, ale mali existovať tiež nejaké spätné odkazy smerujúce na podstránky.

Existuje niekoľko nástrojov, ako skontrolovať spätné odkazy pre nejakú webstránku, napríklad <http://www.linkdiagnosis.com/>.

Ako vyzerajú spätné odkazy pre XYZ.sk?

² Pizza SEO Vám môže pomôcť s komplexnou analýzou kľúčových slov.

5. Prístupnosť

5.1 Rôzne prehliadače

Ak chce stránka dosiahnuť čo najvyššiu možnú návštevnosť, mala by byť čitateľná a správne zobrazovaná minimálne v najpoužívanejších webových prehliadačoch. Taktiež by mala byť čitateľná pre používateľov mobilných zariadení. Ako súčasť Effective Web Audit u poskytneme otestovanie stránky v prehliadačoch Internet Explorer 6, Internet Explorer 7, Mozilla Firefox, Opera.

Je stránka XYZ.sk čitateľná a správne zobrazená v testovaných prehliadačoch?

5.2 Zmena veľkosti textu

Mnohí používatelia si zvyknú zväčšovať, alebo zmenšovať veľkosť textu vo svojich webových prehliadačoch. Môžu mať na to rôzne dôvody (zrkové problémy, používanie rôznych rozlíšení obrazovky a pod.). Ak stránka nechce prísť o týchto používateľov, mala by byť čitateľná aj v prípade zmeny veľkosti textu v prehliadači.

Je stránka XYZ.sk čitateľná aj po zmene veľkosti textu v prehliadačoch?

5.3 Rozpoznanie textových odkazov

Ak nie sú textové odkazy dostatočne odlišené od ostatného textu na stránke, mnohí používatelia ich prehliadnu a teda nenájdu ani obsah, ktorý im chcete ukázať. Myslíme si, že najlepší spôsob, ako odlíšiť textové odkazy od ostatného textu na stránke je podčiarknuť ich a nastaviť im farbu, aká nie je použitá pre žiadny iný text na stránke.

Sú textové odkazy na stránke XYZ.sk dostatočne odlišené od ostatného textu?



5.4 Čas načítania stránky

Veľké stránky, ktoré sa príliš dlho načítavajú môžu odradiť viacerých používateľov od ich ďalšej návštevy. Ešte stále existujú používatelia s pomalým pripojením k internetu. Odporúčame udržiavať stránky tak veľké, že ich čas načítania v prehliadači nepresiahne 10 sekúnd pri internetovom pripojení s rýchlosťou 56.6 kbps a 3 sekundy pri vysokorýchlostnom pripojení k internetu.

Ako dlho sa načítava úvodná stránka XYZ.sk?

6. Použitelnosť

6.1 Umiestnenie loga

Väčšina internetových používateľov je zvyknutá, že logo firmy/stránky je umiestnené niekde v hornej (alebo hornej ľavej) časti stránky. Zároveň očakávajú, že toto logo funguje ako odkaz na úvodnú stránku. Ak existuje obrázkové logo pre Vašu stránku, odporúčame ho umiestniť do ľavej hornej časti stránky a spraviť z neho odkaz na úvodnú stránku.

Je logo stránky XYZ.sk správne umiestnené?

6.2 Navigácia stránky

Navigačné menu na stránke by malo byť prehľadné a použiteľné aj pre používateľov s vypnutým zobrazovaním obrázkov, či s vypnutým JavaScriptom v ich prehliadačoch. Pre vytvorenie navigačného menu odporúčame použiť neutriedený zoznam (elementy UL a LI) naštýlovaný pomocou CSS (kaskádové štýly). Neodporúčame použiť pre menu len obrázky, alebo JavaScript.

Navigačné menu by malo zároveň obsahovať všetky základné odkazy, ktoré používateľ očakáva, ako napríklad “úvod” (resp. “domov”, “hlavná stránka” a pod.), “o nás”, “kontakt” atď.

Je navigačné menu na stránkach XYZ.sk prehľadné?

6.3 Aktuálna pozícia návštevníka

Ak má stránka zložitejšiu štruktúru, je dôležité, aby návštevník vždy vedel, kde na stránke sa práve nachádza a kam môže ísť ďalej. Ak na stránke chýba takáto informácia, návštevník sa v nej môže ľahko stratiť a radšej z nej preto odíde. Pre zobrazenie

návštevníkovej pozície na stránke je vhodné zvýrazniť v navigačnom menu položku prislúchajúcu aktuálnej stránke, ale ak je vaša stránka komplikovanejšia, môžete tiež použiť tzv. [breadcrumbs \(breadcrumb trails\)](#).

Je návštevníkovi stránok XYZ.sk dostatočne jasné, kde sa práve nachádza?

6.4 Mapa stránky

Mapa stránky je akýsi štruktúrovaný zoznam odkazov na všetky dôležité podstránky. Je dôležitá nie len preto, že sa používatelia vďaka nej vedľa lepšie zorientovať na stránke, ale tiež preto, že aj vyhľadávače vedľa vďaka mape stránky jednoduchšie nájsť všetky dôležité časti stránky. Google dokonca poskytuje možnosť nahratia mape stránky v štandardizovanom formáte cez nástroj Google Webmaster Tools.

Je na webe XYZ.sk vytvorená mapa stránky?

6.5 Cielenie odkazov

Niektoré webstránky používajú cielenie odkazov do nového okna. My to však neodporúčame. Súčasní používatelia sú už zvyknutí na to, že odkazy sa otvárajú v rovnakom okne a otváranie do nového okna si vedľa vynútiť sami, ak je treba (napríklad kliknutím stredného tlačidla myši v Mozille Firefox). Sú isté prípady, kedy by mohlo byť výnimočne použité otváranie odkazov do nového okna (napr. otváranie väčšieho náhľadu obrázkov), ale novootvorené okno by nemalo byť príliš veľké (či dokonca na celú obrazovku), pretože používateľ by mal okamžite postrehnúť, že bolo nové okno otvorené. Je tiež dobré informovať používateľa o tom, že sa odkaz otvorí v novom okne (príslušným oznámením hneď vedľa, resp. pod odkazom).

Sú na stránkach XYZ.sk odkazy, ktoré sa otvárajú do nového okna?

6.6 Titulky odkazov

Každý odkaz na stránke by mal obsahovať titulok (atribút TITLE) – textový popis, ktorý povie používateľovi (zobrazuje sa pri prejdení myšou cez odkaz), kam odkaz smeruje, alebo (presnejšie), čo môže používateľ čakať od kliknutia na daný odkaz.

Sú na stránkach XYZ.sk definované titulky odkazov?

6.7 Zmysluplný obsah

Ak sú na stránke nejaké chyby, alebo preklepy v texte, stráca táto stránka na dôveryhodnosti. Tiež by ste si mali dať záležať na tom, aby mala stránka bohatý a správny text. Vyhnite sa gramatickým chybám a zväžte, aký typ návštevníkov očakávate a tomu prispôbte tiež štýl textu (napr. nepoužívajte slang na stránke profesionálnej firmy a pod.).

Je text na stránkach XYZ.sk napísaný správne?

6.8 Chybová stránka 404

Ak používateľ zadá vo svojom prehliadači adresu neexistujúcej stránky, zvyčajne sa mu zobrazí stránka s textom "Not Found". Ak nie je nastavené inak, je to štandardná chybová stránka 404. Namiesto tohto je lepšie mať špecifikovanú vlastnú chybovú stránku 404, ktorá by mala obsahovať logo, mapu stránky a prípadne aj odkaz na alternatívnu stránku k stránke, ktorú používateľ zadal do prehliadača.

Má stránka XYZ.sk špecifikovanú vlastnú chybovú stránku 404?



6.9 Celkový výzor a dojem

Pre kredibilitu a efektivitu stránky je mimoriadne dôležitý celkový dojem návštevníka. Cieľom stránky by mal byť prispôsobený výber farieb i grafických prvkov, štýl navigácie a tón.

Zodpovedá celkový výzor stránky jej cieľom?