

Web tražilica - što, kako, zašto?

Uvod

Web tražilice su na Internetu prisutne od prvih dana weba. Njihova osnovna funkcija je **pretraživanje sadržaja web stranica ili velikih baza podataka**. Iako se možda čini da su tražilice jednostavni „mehanizmi“ koji postoje na stranici samo za „slučaj nužde“ - one su zapravo složeni programi koji obavljaju vrlo zahtjevne zadatke pretraživanja i prikazivanja informacija. Kvalitetna tražilica treba prikazivati **relevantne i točne rezultate** i to na pregledan i lako razumljiv način. Ukoliko se pojavi greška prilikom pretraživanja sadržaja, tražilica treba na jasan, vidljiv i pregledan način pokazati obavijest o grešci, ukazati na greške i na moguće opcije rješavanja problema pretraživanja.

Pozicija na stranici

Što se tiče pozicije tražilice na stranici - uobičajeno i najočekivanije mjesto na stranici je u gornjem desnom kutu. Naravno, tražilica se može nalaziti i na nekoj drugoj lokaciji - bitno je zapamtiti da je potrebno zadržati konzistentnost prikaza te lokacije na svim ostalim stranicama.

Jednostavna i detaljna tražilica

Tražilica se (u osnovi) sastoji od dvije komponente: **polja za unos (input)** i **gumba za pretraživanje (search)**. Polje za unos bi trebalo biti dovoljno široko (*Character width*) kako bi korisnik mogao vidjeti cijeli upit, frazu ili ključne riječi. Naziv gumba za pretraživanje bi trebao biti jasan i nedvosmislen, npr. Traži, Pretraži, Kreni.

Osim jednostavne tražilice (*simple search*) postoje i tzv. **napredne ili detaljne tražilice (advanced search)** koje pretražuju sadržaje pomoću naprednijih funkcija pretraživanja odnosno filtera pretraživanja koji u konačnici sužavaju rezultate pretrage odnosno daju relevantnije i specifičnije rezultate pretrage. Naprednu tražilicu je potrebno koristiti u slučaju kada se **pretražuju veće količine informacija** odnosno kada korisnik želi isključiti većinu informacija u rezultatima pretraživanja. Napredna tražilica se treba ponuditi korisniku kao alternativa jednostavnoj tražilici.

Rezultati pretraživanja

Stranica sa rezultatima pretraživanja treba na jasan i pregledan način prikazati listu rezultata i to na način da pri vrhu budu **najrelevantniji i najtočniji rezultati**. Korisno je na stranici s rezultatima prikazati i ključnu riječ pretraživanja, kao i podebljati traženu riječ ili frazu kako bi korisnik mogao brže skenirati listu rezultata pretraživanja. Broj prikazanih rezultata na jednoj stranici ne bi smio biti veći od 15-20. Ukoliko ima više rezultata - korisno je podijeliti na više stranica odnosno napraviti paginaciju.

Vrlo je važno osigurati sljedeće oblike pomoći kada upit za pretraživanje ne vraća nikakve rezultate:

- Jasno istaknuti poruku o grešci da nije pronađen niti jedan rezultat
- Preporuka za poboljšanje pretraživanja odnosno preporuka za precizniji način pretraživanja
- Prikazati preporučene termine (riječi i fraze) koji prikazuju točnije rezultate

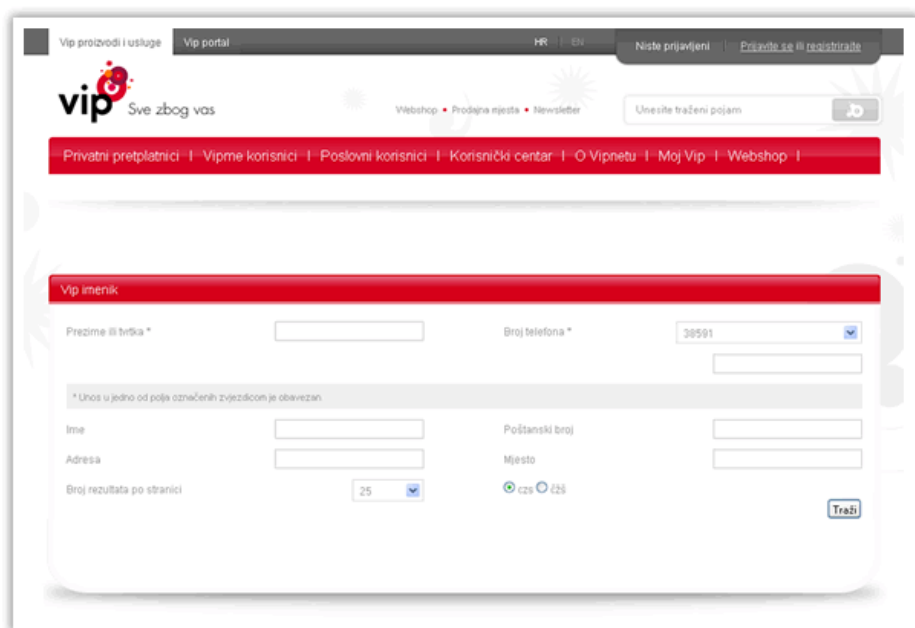
T-com vs. Vipnet telefonski imenik

Zašto sam odabrao za analizu ova dva telefonska imenika?

1. svakodnevno ih koristim u svom poslu kako bih brzo pronašao određeni telefonski broj
2. vlasnici ovih projekata su iznimno poznate, renomirane i vrlo utjecajne tvrtke čije proizvode i usluge koriste milijuni stanovnika u Hrvatskoj
3. poprilično sam razočaran činjenicom da ovi telefonski imenici nisu zadovoljili sva moja **očekivanja** u pogledu jednostavnosti, efikasnosti i funkcionalnosti korištenja istih




A, koji su to problemi? Koja očekivanja nisu zadovoljena? Pročitajte u nastavku.

Slika 1: Vipnet telefonski imenik i tumač simbola

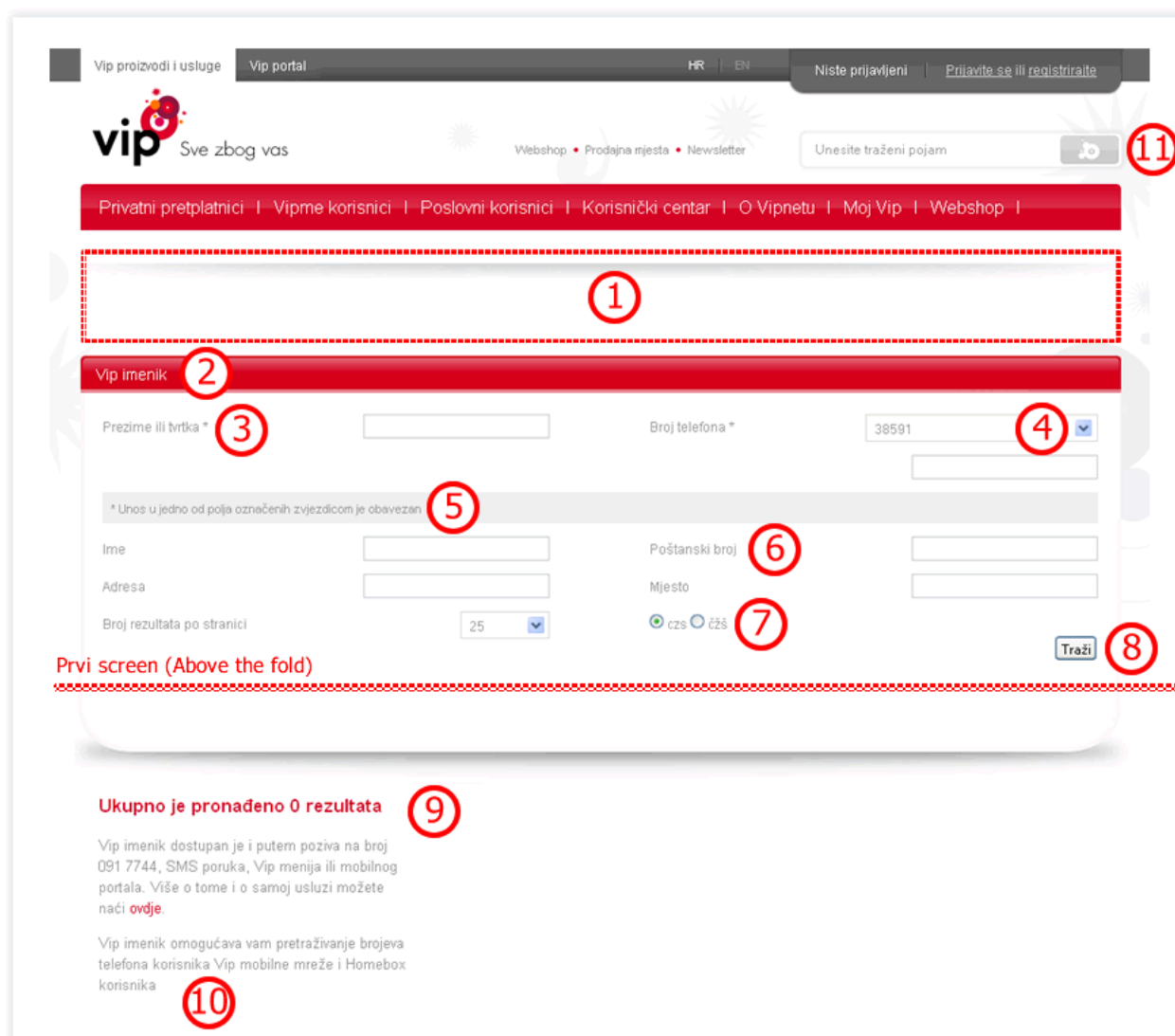


The screenshot shows the Vipnet website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Vip proizvodi i usluge', 'Vip portal', and language options 'HR' and 'EN'. Below this is the 'vip' logo and the slogan 'Sve zbog vas'. A search bar is present with the placeholder text 'Unesite traženi pojam'. A red navigation bar contains links: 'Privatni pretplatnici', 'Vipme korisnici', 'Poslovni korisnici', 'Korisnički centar', 'O Vipnetu', 'Moj Vip', and 'Webshop'. The main content area features a red header 'Vip imenik' and a search form with fields for 'Prezime ili tvrtka *', 'Broj telefona *', 'Ime', 'Adresa', 'Poštanski broj', and 'Mjesto'. There is also a dropdown for 'Broj rezultata po stranici' set to 25 and a 'Traži' button.

Tumač simbola:

-  Redni broj opisa problema
-  Pozitivna kritika i komentar
-  Negativna kritika i prijedlozi za poboljšanje
-  Pozitivna i negativna kritika i komentar
-  Napomena ili dodatno objašnjenje

Slika 2: prikaz uočenih problema



The screenshot shows the same Vipnet website search form as in Slika 1, but with red circles and numbers highlighting specific elements:

- 1: A red dashed box around the empty search input field.
- 2: A red circle around the 'Vip imenik' header.
- 3: A red circle around the 'Prezime ili tvrtka *' input field.
- 4: A red circle around the 'Broj telefona *' dropdown menu.
- 5: A red circle around the asterisked note: '* Unos u jedno od polja označenih zvjezdicom je obavezan'.
- 6: A red circle around the 'Poštanski broj' input field.
- 7: A red circle around the 'Mjesto' input field.
- 8: A red circle around the 'Traži' button.
- 9: A red circle around the text 'Ukupno je pronađeno 0 rezultata'.
- 10: A red circle around the text 'Vip imenik omogućava vam pretraživanje brojeva telefona korisnika Vip mobilne mreže i Homebox korisnika'.

Prvi screen (Above the fold)



VipNet telefonski imenik

Komentari i prijedlozi za poboljšanje web tražilice

(<http://www.vipnet.hr/imenik> na dan 03.03.2010.)

| R. broj. | Komentar/problem | Preporuka | Ocjena |
|----------|---|--|--------|
| 1 | Prazan prostor (<i>white space</i>) - Prazan prostor je bitan za bolju preglednost elemenata i sadržaja na stranici. Međutim, nije jasno zašto je ovdje napravljeno toliko praznog prostora. Je li taj prostor rezerviran za banner? Korisnici 17" monitora odnosno oni koji koriste rezoluciju 1024x768px ne mogu vidjeti rezultat pretraživanja imenika bez pomicanja stranice prema dolje (pomoću <i>scrolanja</i>). A, upravo ta nemogućnost uvida u promjene na stranici je izuzetno frustrirajuća i zbunjujuća za korisnika! | - Ukoliko je moguće, svi elementi tražilice bi trebali biti vidljivi u prvom screenu - bez potrebe za scrolanjem (<i>above the fold</i>). Pomaknuti sve elemente tražilice za visinu ovog praznog prostora (ili barem za 50% visine). | |
| 2 | Naziv stranice - Nedovoljno jasan i čitak naziv stranice. | - Naziv stranice treba biti jasan, pregledan i uočljiv. Napisati u većem fontu (veća slova) ili ga podebljati. | |
| 3 | Naziv polja „Prezime/tvrtka“ - Malo zbunjujuće odnosno nespretno postavljeno. | - Bilo bi preglednije i jasnije da je npr. cijela tražilica podijeljena u dva vizualno odvojena dijela - jedan dio koji pretražuje telefonske brojeve fizičkih osoba prema imenu i prezimenu, a drugi koji pretražuje brojeve pravnih osoba (tvrtki) prema nazivu. Također, tražilica je preglednija ako se podijeli na dva odvojena funkcionalna dijela: <u>osnovna tražilica</u> koja pretražuje Imenik prema unosu telefonskog broja ili imena/naziva, te <u>napredna tražilica</u> koja pretražuje Imenik prema dodatnim parametrima pretraživanja (adresa, poštanski broj, mjesto itd...) * Vidi komentar pod rednim brojem 6 (Poštanski broj) | |
| 4 | Odabir pozivnih telefonskih brojeva i unos telefonskog broja <u>Dva problema:</u> 1) Uz polje za unos telefonskog broja (Broj telefona) stoji padajući menu za odabir predbroja mreže!? A, ispod tog polja je zapravo polje za unos telefonskog broja! 2) Zašto se mogu pretraživati telefonski brojevi drugih mobilnih telefonskih mreža (operatera), ako je riječ o VipNet-ovom telefonskom Imeniku? Nadalje, zašto su napisani pozivni | 1) Naziv polja treba odgovarati sadržaju unosa, znači: uz polje za unos telefonskog broja treba biti jasno napisana <i>labela</i> (naziv) tog polja, odnosno, padajući menu treba imati svoj naziv, npr. „Odaberi telefonsku mrežu, predbroj“ 2) Iako je ovo korisna funkcija i zapravo nije neki veliki nedostatak u kontekstu upotrebljivosti, smatram da bi bilo bolje da se u tom slučaju jasno naznači (u vidu napomene) da je moguće | |

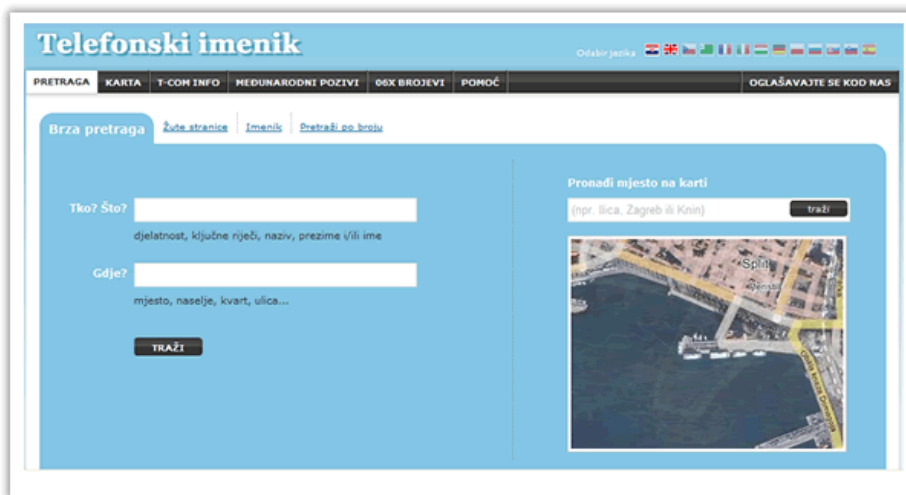


| | | | |
|-----------------|---|--|---------------|
| | brojevi županija u RH kada se taj dio Imenika odnosi na telefonske brojeve iz <u>Vip Home Box</u> mreže, a ne iz <u>fiksne</u> telefonske mreže? Totalno zbunjujuće za korisnika koji npr. pretražuje telefonske brojeve iz fiksne telefonije i čudom se čudi da se ne prikazuje niti jedan telefonski broj u rezultatima pretraživanja! | pretraživati telefonske mreže svih mobilnih i fiksnih operatera te na taj način izbjeći dodatne „upitnike nad glavom“ (čitaj: UNG) kod korisnika. | |
| R. broj. | Komentar/problem | Preporuka | Ocjena |
| 5 | Napomena za unos u polja - Vrlo je korisno i, dapače preporučljivo, postavljati napomene i kratke informacije u vezi ispunjavanja obrasca - u ovom slučaju tražilice. Međutim, napomena „Unos u jedno od polja označenih zvjezdicom...“ se nalazi na „pogrešnom“ mjestu. | - Ovakve napomene koje se odnose na ispunjavanje bilo kakve vrste obrasca trebaju dolaziti <u>ispred</u> polja za unos. Na taj je način korisnik unaprijed obavješten o načinu i napomenama prilikom ispunjavanja obrasca. Naravno, ovo ujedno i sprečava korisnika da unese krive informacije na krivi način. | |
| 6 | Poštanski broj - Korisna opcija za pretraživanje telefonskih brojeva prema poštanskom broju mjesta ili grada. Međutim, postavlja se pitanje koliko je opravdano postavljanje ovog parametra pod osnovnu tražilicu. Naime, možete li se sjetiti koliko ste puta pretraživali Imenik prema unosu poštanskog broja mjesta ili grada, npr. 48326, 10361, 52475 ili 32500? | - Ipak, za jednostavno i efikasno pretraživanje telefonskog Imenika - potrebno je korisniku ponuditi nekoliko najosnovnijih parametara za pretraživanje. Sve ostale dodatne opcije pretraživanja ulaze u domenu naprednog pretraživanja jer se koriste određeni „filteri“ za sužavanje rezultata pretrage i dobivanja relevantnijeg rezultata. | |
| 7 | Pretraživanje sa našim/bez naših slova (CZS / ČŽŠ) - Koliko je zapravo korisna i neophodna ova opcija pretraživanja? Ukoliko korisnik pretražuje bazu i pri tom koristi naše znakove slovne znakove za imena i prezimena ili nazive tvrtki, zar to nije očekivana osnovna opcija koju tražilica koristi po <i>defaultu</i> (predefinirano)? | - Smatram da je ova opcija nepotrebna te da dodatno opterećuje preglednost i korištenje tražilice. U potpunosti maknuti iz opcija pretraživanja! | |
| 8 | Gumb „Traži“ - Svaka tražilica ili obrazac (forma) na kraju ima gumb ili link kojim se „naređuje“ pretraživanje odnosno slanje. Iako se ovaj gumb nalazi na očekivanom mjestu unutar tražilice, definitivno je malen i nedovoljno istaknut s obzirom na njegovu izuzetno važnu „ulogu“ odnosno funkciju! | - S obzirom da je riječ o vrlo bitnom elementu na tražilici, gumb treba dovoljno jasno istaknuti (veličina, boja, efekt). | |








| R. broj. | Komentar/problem | Preporuka | Ocjena |
|----------|---|---|--------|
| 9 | Rezultati pretraživanja - Rezultati pretraživanja trebaju biti jasno vidljivi / prezentirani na vidljivom mjestu na stranici. Ovdje se rezultati prikazuju ispod cijele tražilice (što na 17" monitoru rezolucije 1024x768px nije vidljivo u prvom „screenu“ jer se nalazi ispod tzv. <i>folda</i>). Osim toga, rezultati se nalaze ispod gornjeg boxa (ispod sjene), što predstavlja u vizualnom i asocijativnom smislu odvojenu cjelinu od tražilice! Ova pozicija je definitivno nekorisna i neočekivana! Korisnik u tom trenutku (nakon učitavanja stranice) ne dobiva nikakvu informaciju o rezultatima pretraživanja - posljedica toga je zbunjenost i frustriranost, nemogućnost dobivanja tražene informacije ili pak krivo shvaćanje kvalitete tražilice! | - Rezultate pretraživanja prezentirati na jasan i pregledan način te ih staviti u prvi „screen“ (dio vidljivog ekrana bez potrebe za „scrolanjem“) i to prije svih ostalih elemenata na stranici. | |
| 10 | Tekst ispod rezultata pretrage „Vip imenik omogućava vam pretraživanje brojeva telefona korisnika Vip mobilne mreže i Homebox korisnika“ - Hm...zašto se ovaj tekst nalazi na ovoj poziciji <u>ispod</u> rezultata pretrage! Znači li to da je ovaj tekst vezan za rezultate pretrage? Ili je dio rezultata pretrage? Definitivno kriva pozicija, jer je korisnik već izvršio pretragu Imenik i želi dobiti informaciju o pretplatniku, a ne osnovne informacije o tražilici. | - Ovakve obavijesti ili napomene treba postaviti na početak obrasca ili tražilice - na vrh, ispred svih polja za unos! Također, korisno bi bilo postaviti i nekakav HELP za korištenje Imenika! | |
| 11 | Tražilica web stranice VipNet-a - Glavna tražilica koja pretražuje cijeli sadržaj VipNet-a se nalazi na očekivanoj i vidljivoj poziciji na stranici. Međutim, gumb koji pretražuje sadržaje je definitivno „čudan“ i nejasan! | - Gumb treba biti označen tekстом „Traži“ ili „Pretraži“ | |

Slika 3: T-com telefonski imenik i tumač simbola



Tumač simbola:

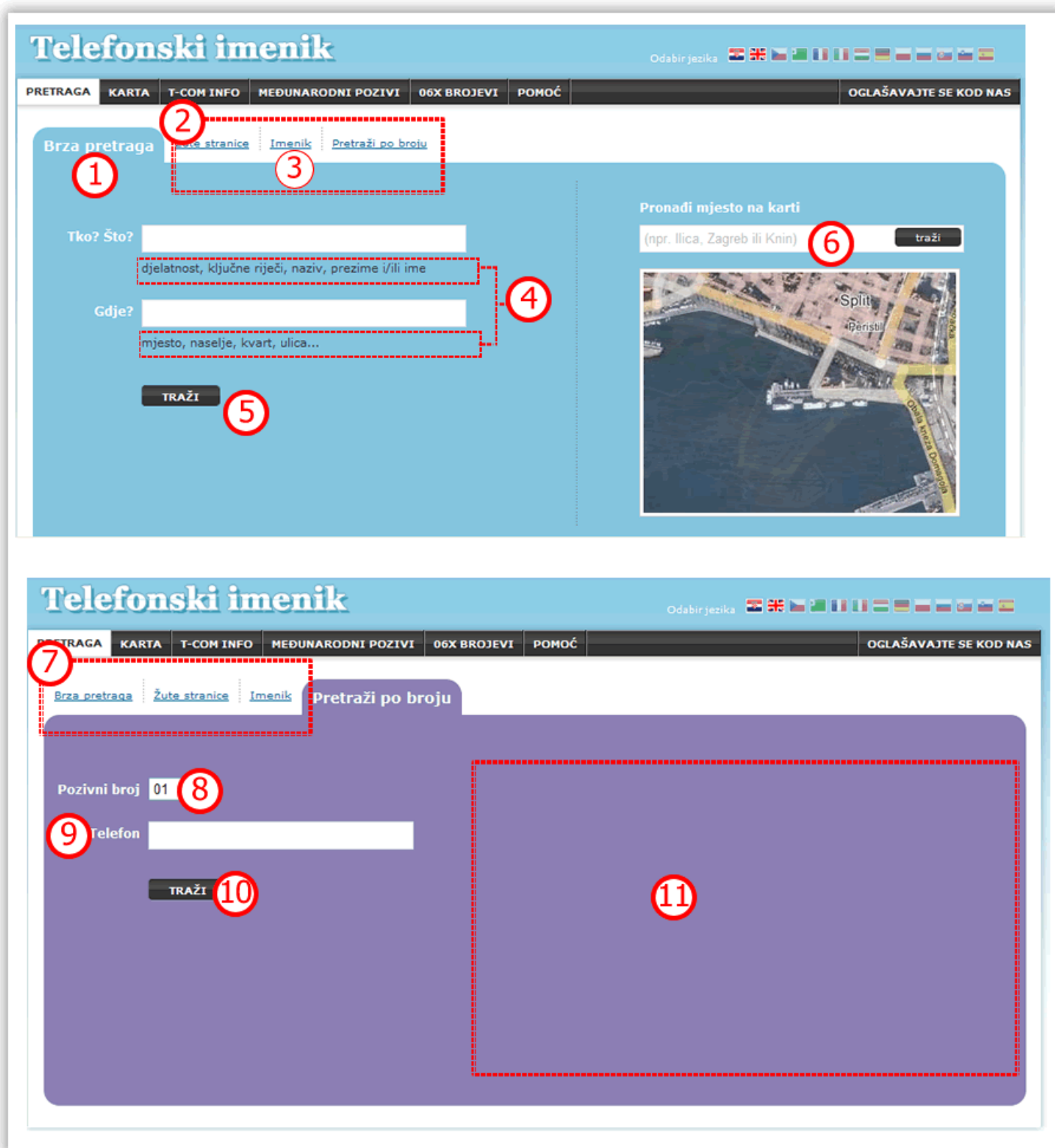
-  Redni broj opisa problema
-  Pozitivna kritika i komentar
-  Negativna kritika i prijedlozi za poboljšanje
-  Pozitivna i negativna kritika i komentar
-  Napomena ili dodatno objašnjenje



Napomena: za analizu sam odabrao samo ova dva „prozora“ unutar telefonskog imenika T-coma zato što ih najčešće koristim.



Slika 4: prikaz uočenih problema





T-com telefonski imenik

Komentari i prijedlozi za poboljšanje web tražilice

(<http://imenik.tportal.hr> na dan 22.03.2010.)

| R. broj. | Komentar/problem | Preporuka | Ocjena |
|----------|---|--|--------|
| 1 | <p>Naziv 1. <i>taba</i> (oznaka, kartica)</p> <ul style="list-style-type: none">- Naziv „Brza pretraga“ je malo nejasan - dvosmislen. Što znači brza pretraga, što to uključuje i koja je razlika od <i>taba</i> koji se zove „Imenik“?- Dobro je što je ova kartica prikazana pomoću <i>taba</i> koji je vrlo jasan grafički i navigacijski element. | <ul style="list-style-type: none">- Smatram da bi adekvatniji naziv bi bio „Pretraži po ključnoj riječi“ ili „jednostavna pretraga“. | |
| 2 | <p>Ostali <i>tabovi</i> - nejednakost prikaza</p> <ul style="list-style-type: none">- Telefonski imenik se sastoji od 4 zasebne cjeline (<i>taba</i>) odnosno funkcije/opcije pretraživanja. <i>Tabovi</i> su vrlo dobar vizualni i grafički element koji se koriste za izradu navigacijskih sistema na web stranicama. Pa gdje je tu problem? Svi linkovi nisu jednako prikazani u <i>tabu</i> - već su prikazani kao obični linkovi! To nije uobičajena praksa niti je jasno zašto se krši konvencija i konzistentnost prikazivanja <i>tabova</i>! | <ul style="list-style-type: none">- Prikazati sve 4 cjeline u obliku <i>tabova</i> s time da trenutno otvorena cjelina ima naglašeni <i>tab</i> u drugoj (tamnijoj) boji u odnosu na ostale <i>tabove</i>. Na taj način nedvosmisleno asocira i ukazuje na trenutno otvorenu stranicu. Naravno, boja <i>taba</i> treba biti u boji pozadine ili <i>tab</i> treba biti vizualno spojen sa donjim dijelom tražilice kako bi upućivao na pripadnost donjem dijelu. Svi ostali <i>tabovi</i> trebaju biti svjetliji odnosno manje uočljivi u odnosu na aktivni <i>tab</i>. | |
| 3 | <p>Naziv „Imenik“????!!</p> <ul style="list-style-type: none">- Zbunjujuće odnosno nespretno nazvano. Što znači „Imenik“? Zar se ovdje ne pretražuje telefonski Imenik? Da li je ovo neki drugi Imenik koji pretražuje neke druge baze podataka? Da li je ovo jednostavna ili napredna pretraga Imenika - po svemu sudeći riječ je o naprednijoj varijanti tražilice koja pretražuje prema dodatnim parametrima / filterima: naziv, ime i prezime, adresa, županije, pozivni broj itd... Mnogo „upitnika nad glavom“ - a jasnog odgovora nema! | <ul style="list-style-type: none">- Smatram da bi adekvatniji naziv bi bio „Napredna pretraga“. Na taj način bi korisnik nedvosmisleno i jasno zaključio da je riječ o tražilici u kojoj može odabrati ostale parametre pretraživanja. | |
| 4 | <p>Objašnjenja uz polja za unos</p> <ul style="list-style-type: none">- Dobro je da postoji napomena (dodatni opis) u svrhu informiranja korisnika o mogućim primjerima upisa u određeno polje. (vidi točku 6) | <ul style="list-style-type: none">- Bilo bi još bolje i korisnije da postoji neki egzaktan primjer za tip pretrage, npr. stomatološka ordinacija; zagreb, Pero Perić itd. | |



| R. broj. | Komentar/problem | Preporuka | Ocjena |
|--|--|--|--------|
| 5 | Gumb „Traži“ - Gumb za pretraživanje se nalazi na dobrom mjestu i uočljiv je. | - S obzirom na okolni slobodan prostor, nije na odmet povećati gumb - učiniti ga vizualno jasnijim. | ✓ |
| 6 | Polje za unos traženja mjesta na karti - Vrlo dobro što postoji primjer teksta ili ključne riječi koje se može unijeti u polje za unos. | - N/A | ✓ |
| DRUGA KARTICA - „Pretraži po broju“ | | | |
| 7 | Ostali <i>tabovi</i> - nejednakost prikaza - Telefonski imenik se sastoji od 4 zasebne cjeline (<i>taba</i>) odnosno funkcije/opcije pretraživanja. <i>Tabovi</i> su vrlo dobar vizualni i grafički element koji se koriste za izradu navigacijskih sistema na web stranicama. Pa gdje je tu problem? Svi linkovi nisu jednako prikazani u <i>tabu</i> - već kao obični linkovi! To nije uobičajena praksa niti je jasno zašto se krši konvencija prikazivanja <i>tabova</i> ! | - Prikazati sve 4 cjeline u obliku <i>tabova</i> s time da trenutno otvorena cjelina ima naglašeni <i>tab</i> u drugoj (tamnijoj) boji u odnosu na ostale <i>tabove</i> . Na taj način nedvosmisleno asocira i ukazuje na trenutno otvorenu stranicu. Naravno, boja <i>taba</i> treba biti u boji pozadine ili <i>tab</i> treba biti vizualno spojen sa donjim dijelom tražilice kako bi upućivao na pripadnost donjem dijelu. Svi ostali <i>tabovi</i> trebaju biti svjetliji odnosno manje uočljivi u odnosu na aktivni <i>tab</i> . | ⊖ |
| 8 | Pozivni broj - Dobro je što korisnik može pretraživati po pozivnom broju. Međutim, nedostaje i onaj drugi element - <u>naziv</u> županije. Korisnik ne treba i ne mora pamtititi pozivne brojeve svih županije i u tom trenutku nastaje problem - korisnik ne zna što odabrati - ne zna npr. koji je broj za određenu županiju. | - Dodati <u>naziv</u> županije kako bi se korisniku olakšalo snalaženje odnosno određivanje pozivnog broja. | ⊖ |
| 9 | Naziv polja „Telefon“ - N/A | - Analogno nazivu „pozivni broj“ dodati i ovdje naziv „telefonski broj“. | ✓ |



| | | | |
|----|---|--|--|
| 10 | Gumb „Traži“ - Gumb za pretraživanje se nalazi na dobrom mjestu i uočljiv je. | - S obzirom na okolni slobodan prostor, nije na odmet povećati gumb - učiniti ga vizualno jasnijim. | |
| 11 | „Prazan“ prostor - N/A | - Ovaj prostor se može iskoristiti za dodatne napomene ili uputstva kako pretraživati telefonski imenik, koje su opcije pretraživanja imenika itd. | |

Zaključak

VipNet - Mnogo „upitnika nad glavom“ i otežano pretraživanje!

Previše pažnje je posvećeno vizualnom dizajnu (čitaj: korporativnom dizajnu), a premalo upotrebljivosti, funkcionalnosti i „user friendly“ dizajnu. Nisu zadovoljeni osnovna načela upotrebljivosti:

1. User friendly dizajn - jasno, brzo i jednostavno ispunjavanje tražilice telefonskog imenika
2. Jednostavnost i preglednost grafičkih i tekstualnih elemenata
3. Minimiziranje grešaka i jasne upute rješavanja istih

Ocjena autora analize - VipNet: **3/5 (dobar)**

T-com - Kršenje konvencija i nejasni nazivi

Pregledna, jasna i intuitivna tražilica koju je napravio T-com, ima jednu glavnu zamjerku: nejednako (nekonzistentno) prikazivanje nekih elemenata na stranici - tabova. Također, nejasni su nazivi tabova koji bi trebali biti jasni i nedvosmisleni.

Ocjena autora analize - T-com: **4/5 (vrlo dobar)**

Web analiza „VipNet vs Tom tražilice telefonskog imenika“: Potencijalni problemi sa komentarima

Ova analiza se temelji na *Usability* vodičima mnogobrojnih organizacija koje se bave ovom tematikom (usability.gov, usabilitynet.org, useit.com...), ostalim publikacijama i izvorima informacija, te autorovim višegodišnjim iskustvom. Preporuke koje su navedene u ovoj analizi su napravljene iz *Usability* perspektive i kao takve mogu biti manje relevantne radi marketinških, uređivačkih ili osobnih razloga naručitelja (klijenta).

Analizu izradio:

Dario Šuveljak, Stedas d.o.o., Zagreb

Tel./fax: 01/2910 666

info@web-upotrebljivost.com

www.web-upotrebljivost.com

Datum izrade analize: 23.03. 2010.

Copyright © 2007-2010. Stedas d.o.o., Zagreb

Sva prava pridržana. Niti jedan dio ove analize ne smije biti modificiran, kopiran, reproduciran ili distribuiran bez izričite pismene dozvole autora.