

## Liderpress.hr ( [www.liderpress.hr](http://www.liderpress.hr) )

Lider press d.o.o. je izdavačka kuća sa sjedištem u Zagrebu, osnovana kao dioničko društvo početkom svibnja 2005. Temeljni su proizvodi poslovni tjednik Lider, čiji je prvi broj izašao 7. listopada 2005., i internetsko izdanje Lidera na adresi [www.liderpress.hr](http://www.liderpress.hr).

The image shows a screenshot of the Liderpress.hr website home page from 2007, annotated with 26 red numbered circles (1-26) and lines pointing to specific elements. The annotations highlight various usability and design issues:









- 1**: Date (05.12.2007)
- 2**: Logo
- 3**: Navigation menu (LOVIBICA, MARKETING, PRETPLATA, KONTAKTI, ČASOPIS, O NAMA, AŽURNA, DOKUMENTI, RSS)
- 4**: Search bar (TRAŽILICA)
- 5**: Main navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 6**: Main headline (Sinader: Siguran sam da će HDZ dobiti potporu više od 80 zastupnika)
- 7**: Secondary headline (POSLOVNA 2008. 14. prosinca)
- 8**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 9**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 10**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 11**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 12**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 13**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 14**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 15**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 16**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 17**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 18**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 19**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 20**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 21**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 22**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 23**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 24**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 25**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)
- 26**: Navigation menu (POSLOVNA ZNANJA, SVIJET, POSLOVNA ZNANJA, KOLUMNISTI I KOMENTARI, STUDENTSKI LIDER KLUB, LIFE COACH, ZLATNA DIONICA / ZLATNI UDJEL, JACK WELCH U ZAGREBU)

### Napomena:

Ovo je radna verzija dokumenta. Moguća su odstupanja u dizajnu i konceptu.

**Home page usability review** - ukazuje na potencijalne probleme i lokacije na webu koje onemogućavaju web site u kontekstu korisnosti i jednostavnosti korištenja, kao i predlaže izmjene radi postizanja boljeg učinka i zadovoljstva korisnika.

**Komentari i prijedlozi za poboljšanje Home page-a** (na dan 06.12. 2007.)

Ocjena	Komentar/problem	Preporuka
	1. <b>Datum</b> - s obzirom da je riječ o <i>news web site-u</i> na kojem se dnevno ažuriraju vijesti dobro je da postoji naznaka datuma (dan i datum) i to pri vrhu web stranice. Međutim, veličina fonta za prikaz datuma je velika (u odnosu na ostale naslove i podnaslove), a pozicija datuma na „krivom mjestu“.	1. Prikaz datuma postaviti ispod logotipa ili iznad tražilice na desnoj strani i smanjiti veličinu fonta.
	2. <b>Logo</b> - najoptimalnija pozicija logotipa (gore- lijevo). Kao sastavni dio branda postoji i <i>Tagline</i> (branding slogan tvrtke) koji je nažalost sitan i vrlo nejasan za pročitati - izgleda mutno i nečitko - dakle, ne donosi korist i „zbunjuje“ korisnika.	2. <i>Tagline</i> treba u potpunosti izostaviti ili ga postaviti odmah ispod logotipa - naravno u većem <i>fontu</i> .
	3. <b>Veliki banner (Leaderboard)</b> - jedan od najučinkovitijih marketinških alata je veliki <i>banner</i> koji se nalazi na vrhu stranice. Dobro je što Liderpress ovaj dio <i>screen real estate-a</i> koristi za promociju vlastitih izdanja (časopis, knjige i sl...).	3. N/A
	4. <b>Izdavači (Lider i Tim press)</b> - korisnik bi pomislio da je riječ o odvojenom malom <i>banneru</i> koji nema nikakve veze sa velikim <i>bannerom</i> . Međutim, obje slike predstavljaju jednu cjelinu i linkaju na obrazac za narudžbu knjiga iz biblioteke Poslovna znanja - zbunjujuće i „ <i>misleading</i> “ za korisnika.	4. Kreirati <i>banner</i> na način da se jasno naznači pripadnost male slike velikom <i>banneru</i> (odrediti jasan okvir koji omeđuje oba <i>banner</i> a).
	5. „ <b>Glavna navigacija</b> “ - dva problema: 1. „zbrkani redosljed“ glavnih cjelina, krivo grupirane glavne cjeline i nejasni nazivi istih (pretplata-časopis; dokumenti) 2. svi nazivi glavnih cjelina su napisani velikim slovima i na taj način su manje čitljiviji u odnosu na <i>sentence-case</i>	5. 1. Uobičajeniji i očekivaniji redosljed naziva glavnih cjelina bi bio: Naslovnica, O nama, Časopis (i Pretplata), Arhiva (web), Dokumenti (grupni zajednički nazivnik svim dokumentima), Marketing, Kontakti; a RSS u <i>footer</i> stranice 2. Koristiti uvijek <i>sentence case</i> za imenovanje naslova, podnaslova (npr. O nama, Arhiva članaka, Marketing i sl.) za što bolju čitljivost i uopće preglednost teksta
	6. <b>Tražilica</b> - je vrlo bitan navigacijski element na stranici koji omogućava pretraživanje sadržaja web stranice. Liderpress je postavio tražilicu na uobičajenu poziciju.	6. Napomena: 1. Riječ „TRAŽILICA“ promijeniti u „Tražilica“
	7. <b>Gumb uz tražilicu</b> - Ikona (  ) ne slijedi vizualni stil ostalih elemenata <i>interface</i> dizajna (ostali gumbi), a upotreba dodatnih efekata u ovako malim slikama nije dozvoljena, jer se nepotrebno „guši“ i umanjuje jasnoća slike	7. Jasnije i jednostavnije za korisnike je postaviti riječ „Traži“ koja jednoznačno ukazuje na akciju pretraživanja

⊖	<p>8. „Sporedna navigacija“ - više problema:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. različiti stilovi pisanja prvog početnog slova (Hrvatska, Studentski Lider Klub, Poslovna znanja) i korištenja veznika („&amp;“ i „i“)</li> <li>2. Koja je konkretna sadržajna razlika između naslova cjelina „Tvrtke i tržišta“ i „Hrvatska“ ili „Svijet“.</li> <li>3. Nejasna, nelogična razlika i redosljed među naslovima glavnih cjelina (Hrvatska, Svijet, Poslovna znanja i Komentari i kolumne, Studentski Lider klub, Life Couch...)</li> </ol>	<p>8. 1. Koristiti konzistentan pristup u stilovima naziva cjelina (početno slovo); također ne koristiti „kolokvijalne“ i neslužbene inačice u pisanju već se pridržavati hrvatskog pravopisa</p> <p>2. Ukoliko postoje sadržajne i koncepcijske razlike između ovih cjelina, u krajnjem slučaju bi se trebalo napraviti detaljnija podjela ili pak jasan zajednički nazivnik za imenovanje pojedine cjeline (npr. Podjela unutar cjeline Hrvatska → Politika, Gospodarstvo, Turizam...)</p> <p>3. Bolje da se ove cjeline „grupiraju“ u 3 ili 4 različite grupe prema svojim zajedničkim „svojstvima“</p>
✔	<p>9. Trenutna stranica ili odabrani link - dobro je što se koristi jasni razlikovni vizualni identifikator (element) za prikaz trenutno odabrane cjeline kako bi korisnik znao unutar koje se cjeline nalazi</p>	<p>9. N/A</p>
✔	<p>10. Glavni naslov - vrlo dobra pozicija i jasno naznačena i naglašena važnost članka/vijesti u odnosu na druge vijesti</p>	<p>10. Napomena: “Nadnaslovi“ članaka (iznad naslova) ne predstavljaju dobro riješenje jer samo „ponavljaju“ sadržaj naslova odnosno pridonose nepotrebnoj vizualnoj „gužvi“ na stranici. Bolje bi bilo da se koristi samo naslov cjeline kojoj pripada određena vijest. Na taj način korisnik točno može odrediti tematsku grupu članka/vijesti</p>
⊖	<p>11. <b>Banner</b> „Poslovni prilog“ - iako se koncepcijski ne uklapa u okolinu (u ovom se stupcu nalaze komentari, kolumne i analize liderovih suradnika i novinara), dobra je pozicija ovog <i>self-promotion banner</i>a. Međutim, nedostaje razlikovni element (naslov) koji jasno ukazuje da nije riječ o klasičnom banneru nekog oglašivača, već da je riječ o „Poslovnom prilogu“ časopisa Lider</p>	<p>11. Dakle, trebalo bi dodati naslov ovom okviru, npr.: Poslovni prilozi u Lideru ili Poslovni prilozi i pomaknuti ga u desni stupac (gdje se nalaze i ostali <i>banner</i>i)</p>
✔	<p>12. „Marketing stupac“ - svaki komercijalni projekt „živi“ od prodaje oglašivačkog prostora na web stranici ili u časopisu, a Lider koristi dio stranice za oglašavanje. Međutim, gornja dva <i>banner</i>a su u sferi <i>self-promotion-a</i>, a ostali <i>banner</i>i su reklame drugih tvrtki i organizacija</p>	<p>12. Ovaj stupac bi trebao imati svoj naslov, npr.: Marketing, a <i>banner</i>i koji se odnose na aktivnosti, proizvode ili usluge Lider-a bi trebali biti na vizualni način izdvojeni od ostalih „ne-Lider“ <i>banner</i>a</p>
⊖	<p>13. „Kolumne stupac“ - nekonzistentan i nejasan vizualni i tekstualni stil zbunjuje korisnika i stvara „nered“ na stranici. Također, pisanje naslova ovih kolumni velikim slovima dodatno opterećuje čitljivost. Zašto uvodni tekstovi nisu označeni crvenom bojom koja označava link? Također, nije baš uputno koristiti duge rečenice kao linkove. Ipak, dobro je što su slike linkovi na određenu stranicu → komentari se odnose na 14. 18. i 19. točku</p>	<p>13. Tri moguća rješenja ovog problema:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Naslovi kolumni i dnevnika + slika autora + kratki i sažeti naslov aktualnog članka (link)</li> <li>2. Naslovi kolumni i dnevnika + slika autora + kratki i sažeti uvodni tekst (link)</li> <li>3. Grupirati sve kolumne unutar jednog okvira koji ima zajednički naslov, npr.: Kolumne i komentari, a svaki aktualni članak prikazati sa slikom autora i naslovom članka (link)</li> </ol> <p>Napomena: svaki članak treba imati prikazano ime, prezime i sliku autora na isti način</p>

✓	<p>15. <b>Natuknica ispod slike</b> - dobro je što slika ima naznačeno ime i prezime (ukoliko je riječ o političkoj, medijskoj ili nekoj drugoj osobi iz javnog života).</p>	<p>15. Napomena: bilo bi dobro da se imenu doda funkcija ili titula osobe koju se predstavlja</p>
✓-	<p>16. <b>Link „više“</b> - zašto se ne koristi sans-serifni font (Arial), koji se koristi na web stranici? Dobro je što postoji link na opširan tekst članka.</p>	<p>16. Radi konzistentnosti prikaza linkova, svi tekstualni linkovi bi trebali biti pisani u istom <i>fontu</i> (ili barem u istom skupu fontova; <i>sans-serifne fontove treba</i> izbjegavati za sitan tekst), označeni istom bojom (za <i>visited</i> i <i>unvisited</i> link) i po mogućnosti podcrtani</p>
✓-	<p>17. „<b>Last update</b>“ - zašto je <i>font</i> tako sitan (kome je korisna ova informacija ako se ne može pročitati)? Ipak, dobro je što se prikazuje vrijeme objave članka.</p>	<p>17. Datum i vrijeme objave članka bi trebao biti u većem fontu (10px) i smješten ispod glavnog naslova članka. Također, bolje je naznačiti naziv mjeseca (npr. 25. travnja 2007.) i vremensku zonu (za višejezičan <i>web site</i>)</p>
-	<p>20. <b>Naslovi</b> - nekonzistentan i nedovoljno naglašen stil pisanja naslova (boja i veličina slova). Zašto su naslovi napisani u različitoj boji?</p>	<p>20. Naslovi i podnaslovi članaka trebaju biti kratki i jasni, te u što manje riječi dati što više informacije. Nadalje, naslovi trebaju biti posebno naglašeni ili istaknuti u odnosu na ostali tekst na stranici - veći font (radi bolje fokusiranosti dijelova članka i preglednosti strukture stranice)</p>
-	<p>21. „<b>Posebni prilozi</b>“ - ovakve male slike ne pridonose nikavoj vrijednosti stranice ako nisu jasne i „vizualno čiste“</p>	<p>21. Ako se koriste male slike sa mnogo detalja ili nejasnim detaljima (<i>thumbnails</i>) iste se trebaju „cropati“ sa prikazanim jednim jasnim detaljem</p>
-	<p>22. <b>Slika članka (<i>thumbnail</i>)</b> - zašto neki članci imaju prikazanu sliku uz uvodni tekst, a neki ne? Na ovaj način kurtisnik nema osjećaj profesionalnosti i konzistentnosti prikaza elemenata na stranici.</p>	<p>22. Svi članci trebaju imati isti stil prikazivanja (slika, naslov i uvodni tekst). Ukoliko ne postoji odgovarajuća slika, treba postaviti neku neodređenu (generičku) sliku</p>
✓	<p>23. <b>Anketa</b> - dobro je što Lider koristi anketu (jednostavan, a učinkovit <i>feedback</i>-element na web stranici). Također, vrlo dobro su strukturirana pitanja.</p>	<p>23. N/A</p>
-	<p>24. <b>Najčitaniji članci</b> - zar nije dovoljno što je font sitan - još ga treba i animirati i to u vertikalnom smjeru?!</p>	<p>24. Bolje je prikazati: - 3-4 najčitanija članka (fiksno) zajedno sa linkom na arhivu najčitanijih članaka</p>
✓-	<p>25. <b>Newsletter</b> - jedan od marketinških alata je zasigurno i newsletter koji poboljšava, a ponekad i unaprjeđuje komunikaciju između tvrtke i korisnika (kupca, klijenta i dr.). Međutim, korisnik na liderpress.hr stranici ne zna što dobiva u svoj e-mail <i>box</i>; <i>odabir formata e-mail newsletter-a</i> je u redu (osim što bi se kratica za html trebala pisati velikim slovima HTML- Hypertext Markup Language)</p>	<p>25. Ako se od korisnika traži njegov email za pretplatu na <i>Newsletter</i>, potrebno je ukratko navesti što korisnik dobiva „pretplatom“ i koja je frekvencije slanja istog</p>

## Ostale napomene

(ne utječu znatno na *usability Home pagea*)

### 1. Header

→ smanjiti „visinu“ headera (vertikalno) radi dobivanja više mjesta za ostali sadržaj stranice

### 2. Dizajn:

→ maknuti *shadow* oko blokova (nepotrebno vizualno „opterećuje“ stranicu)

→ staviti svjetli rub (*border*) i naglasiti pozadinu naslova bloka

→ footer: jasnije naznačiti ovu cjelinu (boja, okvir ili sl.) i dodati linkove glavne navigacije

→ *cell-padding* elemenata (lijevi ili desni)?

### 3. Broj prikazanih članaka na stranici

→ smanjiti na max 10 - 15 vijesti i napraviti paginaciju

→ ostale vijesti prikazati ili kroz arhivu vijesti ili putem paginacije

#### Analizu izradio:

Dario Šuveljak, Stedas d.o.o., Zagreb

Tel.: 01/2910 666

[info@stedas.hr](mailto:info@stedas.hr)

[www.stedas.hr](http://www.stedas.hr)

Datum: 10.12. 2007.

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

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