

34 böszmeség...

...amivel elszúrhatunk egy honlapot.

Nem kicsit! Nagyon!

Csak kövessük el azokat a hibákat, amit 100 honlaptulajdonos közül legalább 97 elkövet.

Avagy mit tegyünk, ha rengeteg munkát és pénzt akarunk a honlapra fordítani és nem akarunk vele keresni egy fillért sem.

Az alábbi gyűjtemény négy év megfigyelése és tapasztalatai alapján készült, több, mint ezer honlap tanulmányozása során.

Ha az Ön honlapja hatékonyan működik és annyi pénzt termel, amivel Ön meg van elégedve, akkor kérem ne olvasson tovább.

1. Ne törődjünk azzal, hogy az érdeklődő egy terméket vagy szolgáltatást keres.

A nyitóoldalon kezdjük el taglalni cégünk történetét, és főbb fejlődési fordulópontjait. Írjuk ezt:

Üdvözljük honlapunkon!

A Kecskemekegetető Kft. 2001 óta van a piacon. Célunk, hogy látogatóinknak magas színvonalú szolgáltatást nyújtsunk a kazántojás hegesztés területén. 2003-ban szereztük meg ISO minősítésünket.

(és lehet, hogy végül megveszik a cégét.)

2. Tegyük egy órát vagy egy naptárat a honlapunkra.

Hiszen a windows jobb alsó sarkában található óra már valószínű unalmas és a látogató épp a pontos időre lesz kíváncsi, ha meglátogat minket.

Esetleg írjuk ki a mai névnapot, hátha erről eszébe jut, hogy a keresztanyjának ma van a névnapja és gyorsan elmegy képeslapot küldeni neki, ahelyett, hogy jobban elmélyedne a honlapunkon.

3. Amint betöltődik az első oldal azonnal induljon el egy kellemes aláfestő zene.

Ez a legtöbb látogatónkat fel fogja bosszantani.. Főleg ha közben CD-ről a saját zenéjüket hallgatják épp. Nincs szebb, mint egy zenét aláfestő zene.

Ha esetleg internetes telefonon (pl. Skype) beszélget a látogató egy barátjával és közben meg akarják nézni a honlapunkat, akkor még nagyobb a hatása a zenének, hiszen nem kell a másik unalmas szövegét hallgatniuk, mert az a kellemes aláfestő zene úgymint elnyomja.

Ja igen, azt ugye ne felejtjük, hogy minden látogatónk ugyanazt a zenei stílust kedveli, amit mi. Vagy nem?

4. Tegyük érdekesebbé a honlapot izgó-mozgó animációkkal.

Ha lehet villogjon a fejléc, forogjon az e-mail cím és vándoroljon körbe körbe az Üdvözljük honlapunkon szöveg.
Ez garantáltan el fogja terelni a látogató figyelmét arról, amit mondani szeretnénk neki.

Fontos, hogy ha egy – a látogató számára fontos – információt szeretnénk kihangsúlyozni, akkor oda nehogy tegyünk valami mozgó ábrát (pl. egy oda mutató villogó nyilat), még véletlenül észreveszi és érdeklődni kezd.

5. Tegyük honlapunkat ingyenes tárhelyre.

Ez több szempontból hasznos lehet az internetes üzletünk lerombolása szempontjából. Először is: az internetezők nagy része felismeri, hogy az Ön honlapja egy ingyenes tárhelyen van. Mit gondol, milyen benyomása lesz az Ön cégéről?

Valószínű azt fogja gondolni: milyen cég ez, hogy nincs pár ezer forintja egy tárhelyre? Komolyan lehet őket venni?
Háááát....inkább nézzünk egy másikat.

A másik hasznos dolog az, hogy az ingyenes tárhelyen fent megjelenik a szolgáltató reklámja. Ez kifejezetten jól jöhet akkor, ha azt szeretnénk, hogy a látogatóink, miután megérkeztek hozzánk már menjenek is tovább egy másik honlapra, amit ott reklámoznak.

6. Használjunk királykék hátteret rajta piros és sárga betűkkel.

(esetleg egy kis neonzölddel feldobhatjuk, úgy az igazi).
Egyrészt a látogatóink szeme tuti, hogy káprázni fog. A kék alapon piros szöveg (normál betűmérettel) elég nehezen olvasható.
Másképpen rettetően amatőr hatást kelt. Akik ismerkednek a honlapkészítéssel általában ezekkel a színekkel kezdik a színezést. Tegyük minél olvashatatlanabbá a szöveget és senki nem fogja elolvasni.

7. Legyen a honlapunk háttere mintás.

Lehetőleg olyan mintával, amin garantáltan nem tudja elolvasni a látogató a szöveget. Bőven elég, ha a honlap szépségével lenyűgözzük a látogatót.

8. Ha lehet kezdjük a honlapot egy intróval (bevezető animáció).

Olyannal, ami nagy csengés-bongás közepette, pörgő-forgó (elbűvölő) suhogó, csipogó animációkkal kényszeríti várakozásra a látogatót.

Abszolút nem fontos nekik az, hogy hamar megkapják a keresett információt. Legyen minél hosszabb és minél semmitmondóbb az intro, a lényeg, hogy a látogató lássa, hogy mi legalább kétszázézet költöttünk rá.

Ennél egy fokkal jobb, ha az intro-n nincs egy -Intro átlépésegomb. Minek, annyira érdekes, hogy valószínű mindenki végig akarja nézni főleg ha már tizenhetedszer jár a honlapunkon és csak a telefonszámunkra kíváncsi.

9. Keressünk egy méregdrága honlapkészítőt, aki gyönyörű grafikát tud készíteni, de halvány elképzelése sincs az internet marketingről.

Olyat, akinek elmondjuk, mi az elképzelésünk és ő engedelmesen végrehajtja. Csodálatos grafikát fog készíteni a legmodernebb effektekkel és mindent úgy fog elrendezni, ahogy mi kérjük, de mivel nem tudja, mitől lesz hatékony egy értékesítési honlap, ezért csak annak megjelenésére fog koncentrálni.

Egy jó honlapkészítő elmondaná nekünk, hogy mit tegyünk és mit ne (legalább adna nekünk egy böszmeség-gyűjteményt, hogy tudjuk, milyen hibákat követhetünk el)

Ha azt mondjuk neki, hogy rendben, így jó lesz, akkor megmondja, hogy mennyibe kerül és onnan kezdve nagyon nem érdekli őt, hogy mi ezzel keresünk-e pénzt vagy sem.

Ezt a legkönnyebben úgy tehetjük meg, hogy keresünk egy olyan céget, amelyiknek a honlapján felismerjük az itt olvasható böszmeségeket. Ha a sajátjukat sem tudják rendesen megcsinálni, akkor a miénket majd ugyanúgy nem fogják.
(Ezzel az erővel megbízhatjuk a fényképészüket is azzal, hogy adja el a termékeinket)

10. Tömjük tele a honlapunkat partnerprogramok reklámjaival.

Nem kell a hasznos tartalom, hiszen a látogatók csak azért jönnek, hogy oldalról oldalra újabb és újabb reklámokkal találkozzanak. Hiszen manapság olyan kevéssel találkozik az ember. Alig várják, hogy a mi honlapunkon rákattinthatassanak egy reklámra és vásárolhassanak.

11. Legyen a honlapunk szélesebb, mint 760 képpont.

Ehhez tudni kell, hogy minden negyedik-ötödik látogató 800x600-as felbontású monitort használ. Ha a honlap ennél szélesebb, akkor jobbra-balra kell tologatni azt, hogy el tudja olvasni. Ugye nincs is ennél jobb szórakozás.

12. Ne használjunk a honlap szövegében sem címsorokat, sem kiemeléseket.

Legyen az egész szöveg minél nehezebben olvasható. A lényeges részeket ne emeljük ki vastag betűvel vagy más színnel. Úgyis minden látogató végig fogja olvasni a honlapot. Nem? Ugye, hogy Ön is szépen végigolvasson minden meglátogatott honlapot az elejétől a végéig.

13. Ne tagolja a szöveget.

Írjon egymás után akár több száz sort, hadd fáradjon a látogató szeme. Ne hagyjon ki 5-6 soronként egy sort, hogy a szöveg könnyen olvasható, tagolt legyen.

14. Legyen a szöveg minél szélesebb.

Ha ezt az előző pontban írt tagolatlansággal együtt alkalmazzuk, akkor a látogató biztos elveszíti a fonalat és egy-egy sor végére érve gyakran el fogja téveszteni a következő sort. Vagy egy sorral lejjebb kezd olvasni, vagy ugyanazt kezdi el újra. Így biztos össze fog zavarodni és elunja az olvasást.

15. Írjunk minél kisebb betűvel.

Hiszen minden látogatónak kitűnő a látása. Ha meg nem, akkor hajoljon közelebb a monitorhoz. Hátha az még inkább rongálja a szemét.

16. Szidjuk a konkurenciát.

Ha lehet nevezze is meg név szerint. Az emberek imádják a köpködő, mocskolódó cégeket. Igazán jó képet fog kialakítani magában a látogató rólunk.

17. Ne biztosítsunk a látogatónak üzenetküldési lehetőséget egy űrlappal.

Elég ha kiírjuk az e-mail címünket. Arra azért figyeljünk oda, hogy az e-mail cím még véletlenül se legyen kattintható. Még véletlenül rákattint valaki és zaklatni fog minket az üzeneteivel.

18. Másoljuk le a konkurrencia honlapját.

Legyünk ugyanolyanok, mint a többiek, ne legyen semmi egyedi, semmi olyan, ami jobbá, érdekesebbé, hasznosabbá tesz miket a látogató szemében. Mert ha ugyanazt csináljuk, amit a többiek, akkor a látogatónak oly mindegy lesz, hogy nálunk vásárol vagy náluk. És belemehetünk egy üzlet-gyilkos árháborúba.

19. Ne gyűjtsük a látogatók e-mail címeit.

Ne ajánljunk nekik fel semmit azért, ha feliratkoznak a hírlevelünkre. Ne ígérjünk nekik hasznos információt vagy kedvezményre jogosító kupont. Ha esetleg mégis szeretnénk egy hírlevélre feliratkozó űrlapot elhelyezni a honlapon, akkor elég ha csak odaírjuk: feliratkozás hírlevélre.

Semmi szükségünk nincs a látogatóinkra a későbbiekben. Ha most nem vásárolt akkor ne is jöjjön vissza máskor. Ajaj, mi lenne, ha hírlevelet küldenénk neki. Lehet, hogy pár hónap múlva valami felkeltené az érdeklődését és még az is előfordulhat, hogy vásárolhat valamit.

20. Bombázzuk a látogatókat a hírlevélben reklámokkal.

Semmi mást ne írjunk nekik, csak az, hogy hegesztett kapcsológácsa 710 forint, jegelt lúdbőr 300 Forint. Szeretnek az emberek reklámokat kapni, hiszen - ahogy már írtam – manapság alig jut belőle egy kevés.

Eszünkbe se jusson, hogy hasznos információkat, tippet, ötleteket adjunk hírlevélben. Olyat, amit a címzett majd használni is tud anélkül, hogy vásárolna. Még a végén kialakulna benne egy olyan kép, hogy: héé, ezek a fickók értik a dolgukat. És ha épp arra lesz szüksége, amit mi árulunk, akkor talán tőlünk fog vásárolni, mert TUDJA, hogy mi vagyunk a profik ezen a téren akik rendszeresen hasznos tanácsokkal segítjük őt.

21. Kezdjük a honlapunkat eladással.

Nem kell a sok rizsa, úgyis ezt akarjuk, nem? Eladni. Ha már itt van, akkor ne fárasszuk olvasással, adjunk el neki gyorsan valamit. Soroljuk fel a termékeinket és szolgáltatásainkat árakkal és mondjuk azt: rendeljen most. Minden ezredik ember vásárlási céllal fog a honlapunkra érkezni. Nekik ez pont jó lesz.

22. Ne adjunk semmit ingyen a látogatóknak.

Eszünkbe se jusson akár még csak némi hasznos információt adni. Esetleg egy kedvezményre jogosító kupont vagy egy ingyenes próbát vagy termékmintát. Adjon mindent pénzért, mert ha ingyen adjuk, akkor a látogatónak esetleg lehetősége adódik kipróbálni a terméket vagy a szolgáltatást és lehet, hogy a végén megtetszik neki és megveszi.

Fizetessünk meg minden egyes terméket, minden egyes szolgáltatást. Hiszen keményen megdolgoztunk azért a pénzért, nem igaz? (Eszünkbe se jusson az, hogy a saját területünkről összegyűjtjük a böszmeségeket és ezt a gyűjteményt ingyen odaadjuk a látogatóinknak, hogy elkerüljék vele a hibákat és az ezzel járó felesleges kellemetlenségeket.)

23. Ne vállaljon pénzvisszafizetési, megalégedettségi garanciát.

Ez nagyon nagy kockázat, hiszen ha pénzvisszafizetési garanciát vállalunk, akkor azzal mindenki vissza fog élni és az emberek csak azért fognak vásárolni, hogy pár hónap múlva visszahozhassák és visszakapják a pénzüket.

Vigyázzunk, sok az ingyenélő. (Nálunk kevesebb, mint a vásárlóink 1%-a kérte eddig vissza a pénzt.) Vigyázzunk, mert ha garanciát vállalunk, akkor a vevő nem fog annyira félni a kockázattól és bátrabban mer majd vásárolni tőlünk. Lehet, hogy többszörösére is emelkedhet a bevételünk, de jaj, mi lesz, ha 1-2 ember visszakéri a pénzét. Nyerünk egymilliót és veszünk ötvenezret. Hatalmas veszteség, nem igaz?

24. Ne foglalkozzunk azzal, mire van szüksége a látogatóinknak.

Ne kérdezzük meg tőlük. Nehogy feltegyünk a honlapra egy kérdőívet, amivel megkérdezzük, hogy mire is volna szüksége. Inkább találgassunk. Biztos mindenkinek az fog tetszeni, ami nekünk vagy a barátainknak. Elég, ha őket megkérdezzük. A látogatóink között úgymint mindenféle ember lehet, ki tudja, mit hordanának össze.

25. Ha a termékeinkről és a szolgáltatásainkról szeretnénk véleményeket gyűjteni, akkor kérdezzük meg a barátainkat.

Rengeteg hasznos információval fognak ellátni. Mindenki el fogja mondani a véleményét. Az meg se forduljon a fejünkben, hogy a már meglévő ügyfeleinket megkérdezzük: miért is vásárolt tőlünk? Mi a véleménye a vásárolt termékről vagy szolgáltatásról?

26. Használjunk szakszavakat, lehetőleg minél többet, hogy csak 1-2 ember értse miről is akarunk neki beszélni.

A többiek pedig – mivel nem értik miről van szó – gyorsan továbballnak és biztos, hogy nem fognak tőlünk vásárolni semmit.

27. Tegyük egy menüt olyan helyre a honlapon, ahol azonnal észreveszi a látogató.

És ha észreveszi, akkor nagy valószínűséggel egy olyan sétára indul, amit marketinges nyelven halálos sétának nevezünk. Azért halálos, mert a látogató nem azokon a lépéseken megy végig, amelyek az eladáshoz vezetnek, hanem vélhetően össze-vissza fog kattintgatni: hmm, nézzük meg az árakat, aha, ez drága. Katt...viszlát.

Ne alakítsunk ki egy olyan honlapot, ami lépésről-lépésre végigvezeti a látogatót az figyelem felkeltésétől a vásárlásig. Inkább adjunk neki egy menüt, hadd mászkáljon, amerre neki jólesik.

28. Ne adjunk lehetőséget a látogatónak, hogy ha esetleg megtetszik neki egy termék, akkor azt meg tudja rendelni.

Nem kell egy megrendelő űrlapot tenni minden termék vagy szolgáltatás mellé. Elég, ha odaírjuk: ha felkeltettük az érdeklődését, kérem hívja az alábbi számot.

29. Ha bemutatunk egy terméket, akkor elég, ha csak szöveget írunk róla, ne tegyünk a honlapra feleslegesen fényképeket.

Ha mégis arra vetemednénk, hogy fényképekkel mutatjuk be a terméket, akkor tegyünk fel kicsi, homályos, vagy rosszul megvilágított képeket. Az a legjobb, ha mobiltelefonnal készített képet teszünk fel. Vagy készítsük bent a szobában lámpafénynél a képeket, az olyan szép sárgás hatást kelt.

30. Eszünkbe se jusson videót feltenni a termékről.

Nehogy részletesen meg tudja nézni a látogató, hogy mit is vesz. Hadd vegyen zsákbamacskát. Az izgalmasabb.

31. Legyen a cégnevünk a domain nevünk: aranylabkft.hu

Az emberek általában konkrét cégeket keresnek az interneten. Tehát nem cipőt akarnak venni, hanem az aranyláb cipőboltot keresik. És nem azt fogják beírni, hogy gyermek cipő, hanem azt, hogy aranyláb kft.

A domain név esetleg javítana a keresési találatainkon és több látogatót kapnánk a nagy keresőoldalakról.

32. Nem fontos keresőre optimalizálnunk a honlapunkat.

Ha valaki beírja pl. a Google keresőbe, hogy gyermek cipő, akkor nekünk bőven elég, ha az 530.000 találatból mi a 2310-ek

vagyunk. Az emberek általában csak az első 30 találatot veszik figyelembe. Így garantáltan nem fogunk látogatókat kapni a keresőkből.

33. Ne működtessünk partnerprogramot.

Nehogy már jutalékot fizessünk valakinek azért, mert vásárlót hoz nekünk. Tegyük szépen zsebre a teljes bevételt.

34. Tegyük böngészőfüggővé a honlapunkat.

Írjuk ki rá: Az oldal megtekintéséhez Internet Explorer 5.0, vagy ennél magasabb verzió számú böngésző ajánlott.
Igaz, hogy az emberek 20-25%-a már más böngészőt használ, de hát mit veszíthetünk. A bevételünk negyedét-ötödét?
Estleg tegyük még felbontásfüggővé is: 1024x768-as felbontás szükséges.