

220VOLT.HU

UX/SEO/UI ELEMZÉS

UX

dr. Rung András

SEO

Boóc Péter

UI

Serfőző Péter



ERGOMANIA

220VOLT.HU UX ELEMZÉS

MŰKÖDÉS
KINÉZET
ELSŐ BENYOMÁSOK

dr. Rung András



ERGOMANIA

MŰKÖDÉS, KINÉZET, ELSŐ BENYOMÁSOK

- Az oldal betöltődése után közvetlenül zavaróan hat a rengeteg információ, ami elénk tárul. A túl sok link **zavaróan hat** a főoldalon. Ugyan az oldalt gyakran látogató felhasználók számára ez már megszokott lehet, egy új felhasználót könnyedén elijeszthet egy ilyen első benyomás.
- Célszerű lenne a képernyő két szélén elhelyezkedő banner helyét átgondolni: most spam-szerű reklámnak tűnik, ami **az oldal hitelességét csökkentheti** a felhasználók szemében. Ha a banner bizonyítottan több felhasználót késztet vásárlásra, akkor helyezzük el az oldalon, de kevésbé figyelemfelkeltő helyen.
- Javasolom, hogy növeljük a betűméreteket, főként a „Legnépszerűbb termékeink”, „Népszerű termékkategóriák” és az ezek alatt elhelyezkedő szekciókban. A jelenlegi (10 px-es) betűméret ugyanis **alig olvasható**. Legalább 12-14 px-es betűméretet állítsunk be. Fontos továbbá, hogy az egyes linkek közötti távolságot növeljük, hogy könnyebben kattinthatók legyenek az elemek. Ha nem hagyunk megfelelő távolságot, a felhasználó könnyen félreklíkkal:
- Jelenleg nincs az oldalnak mobil változata. (Mint ahogy azt több tanulmány is bizonyítja, a mobilról internetezők, vásároló felhasználók száma évről évre rendkívüli módon növekszik. 2017-ben már a felhasználók több, mint **51%-a internetezik telefonjáról** és csupán 49%-a asztali számítógépről.) Mindezek mellett az oldal látogatói közt felülreprezentáltak a fiatalok (16-40 év) , akik jellemzően már mobilról is hajlamosabbak vásárolni. (Fontos, hogy a magyar webáruházak többsége nincs mobilra optimalizálva, ezért egy jól használható mobil nézet kivitelezésével komoly versenyelőnyre tehetünk szert.)
- Ugyan az oldal **viszonylagosan gyorsan betöltődik** (2,4 másodperc alatt), néhány kisebb optimalizálásra vannak lehetőségek.
- Ezekről a javításokról bővebben a Google Page Speed Insights méréseiben lehet olvasni.



Túl kicsit a távolság a linkek között. A betűméret nagyon apró. Ez a probléma több helyen is jelentkezik az oldalon.

Főoldal

- A nyitóoldal bizonyos elemei átrendezésre szorulnak, különböző használhatósági szempontok alapján.
- A **keresőmező elhelyezkedése** nem rossz, viszont néhány módosítást igényel ahhoz, hogy még jobban használható legyen felhasználóink számára. Furcsa megoldás - és a használhatósági irányelveknek ellentmondó -, hogy a keresősáv bal felén helyezkedik el a **nagyító ikon**. Ez különösképpen megtévesztő lehet felhasználóink számára, ha először látogatnak oldalunkra. Általánosan elmondható ugyanis, hogy a nagyító ikon a lekérdezést indítja el, miután a user begépelte a keresendő kifejezést a sávba. Itt azonban nem megnyomható gombként funkcionál, csupán egy indikátor a keresőmező megjelölésére. Egy egyszerű, ám jól működő megoldás a Youtube keresősávja:



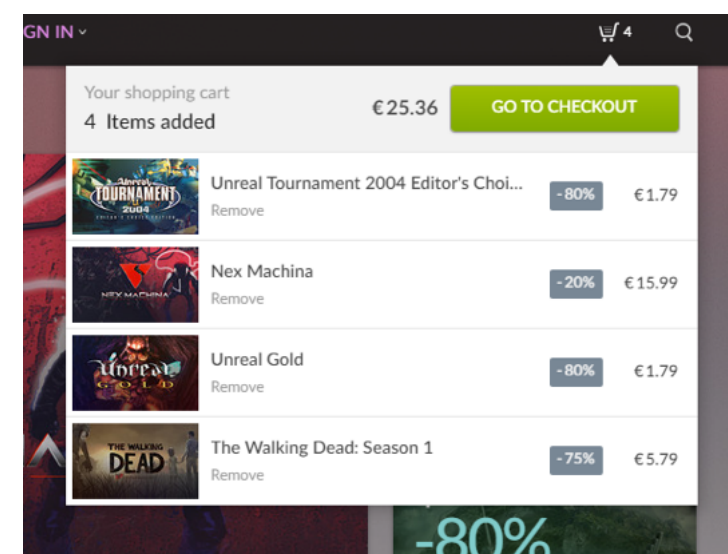
Hagyjuk el tehát a bal oldali nagyító ikont, vagy helyezzük át a „Keresés” gombra. **Jelenítsük meg a keresősávban egy feliratot**, halványszürkével, a fentiekhez hasonlóan, pl. „Keresés a termékek között”.

- A keresőmező hasznos funkciója, hogy gépeléskor **felajánl számunkra lehetséges találatokat**. A fölgró találati listán szereplő tételek betűméretét érdemes megnövelnünk, ahogy a tételek közötti white space-t is. Így átláthatóbb és könnyebben kattintható is lesz a lista.

- A **kosár ikon** megfelelő kinézetű, ám kis átalakításra szorul. **Ne zsúfoljuk túl** a kosár környékét fölösleges feliratokkal, linkekkel. A „2 db termék” és a „a kosárban” feliratok is fölöslegesek. Egyszerűbb megoldás, ha csupán egy számot jelenítünk meg a kosár fölött:



- Probléma továbbá a kosár működésével kapcsolatban, hogy fölé navigálásra nem történik semmi, csak ha kattintunk az ikonon. Ekkor viszont a rögtön a kosár oldalra navigál minket. Célszerű már a kosár oldal megjelenítése előtt informálnunk a felhasználót arról, hogy milyen termékek találhatóak meg a kosárban. Ezt, egy kattintásra oldalról beúszó ablakkal, popup ablakkal vagy egy dropdown menüvel lehet megoldani, ahogy az alábbi képen láthatjuk:



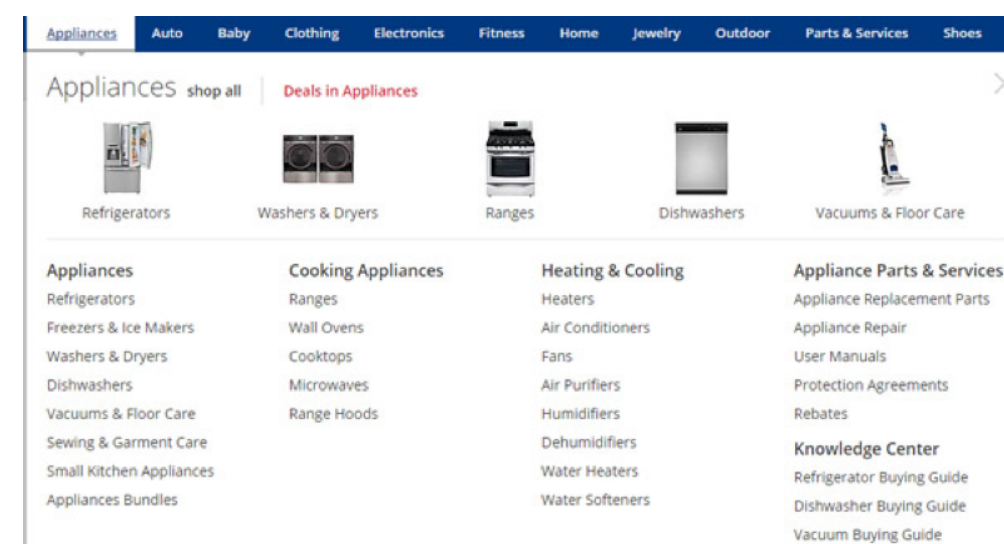
Főoldal

- Ha nincs mit megjelenítenünk a kosárban, (azaz a kosarunk üres) használjunk a dropdown-ban „**alapértelmezett**” **grafikákat**, amik aktuális akciókat tartalmazhatnak, vagy a felhasználóinkat jó kedvre deríthetik. Hasonlóképpen, mint lent:



- Célszerű lenne az „**Egyéb**” **menüpontot elhagyni**, mert jelenleg ugyanazokat az elemeket tartalmazza, amit az előző menüpontokban már megjelenített a felhasználó (adatismétlés).
- Növeljük meg a középső szekción („Legnépszerűbb termékek”, stb.) belül szereplő **képek méretét**, mert jelenleg nehezen kivehető, hogy mit ábrázolnak. Ha van rá mód, a legtöbb forgalmat generáló termékekről készíttessünk egyedi képeket, ezzel tovább növelve hitelességünket.
- Az „Elismeréseink” szekciót helyezzük el a footerbe, kevésbé feltűnő helyre, mert a mostani helyén (oldalsáv) túlzottan a középpontban foglal értékes helyet.

- A **menürendszert** is érdemes kissé átszervezni ahhoz, hogy jobb felhasználói élményt biztosítson. Elsőként **növeljük meg a betűméretet** a menü menüpontjai alatt, hogy az könnyedén áttekinthető legyen. A linkek kategorizálása itt jól bevált praktika, viszont a jelenlegi dropdown mérete kicsi, ezért csak besűrítve férnek el itt az egyes tételek. Vagy növeljük meg a dropdown méretét oldal irányban is, vagy csökkentjük az elemek számát. Használjunk grafikákat az egyes tételek fölé navigáláskor pl. az alábbi módon:



| Termékoldal

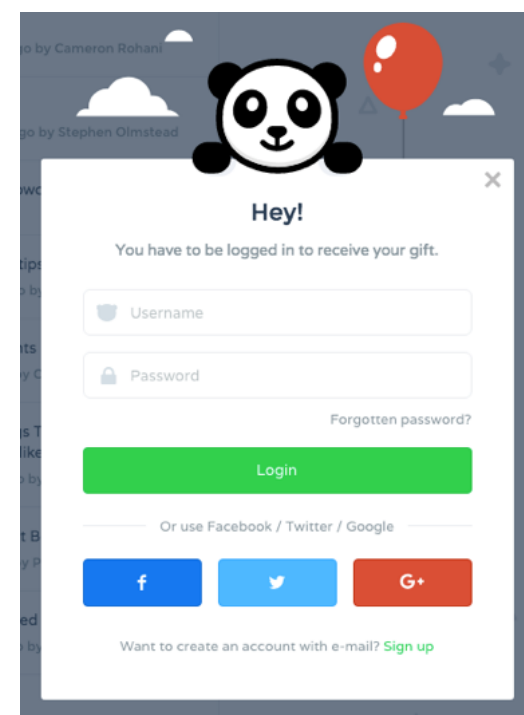
- A termékoldal **első pillantásra rendezetlen**, és túl sok szín jelenik meg, ami az arculathoz egyáltalán nem passzol. Ezek mind elveszik a figyelmet a lényegről, a termék kosárba helyezéséről. Használjunk kevesebb színt figyelemfelkeltő színt (élénkpiros teherautó, kék színű „Részletes leírás” gomb, stb).
- A „**Kosárba rak**” gombot alakítsuk át, hogy a felső menüben megjelenő kosár ikon legyen rajta. Összezavaró lehet, hogy két féle kosár jelenik meg ugyanazon a weboldalon.

| Bejelentkezés Regisztráció

- Ugyan a termékek kifizetéséhez nincs szükség regisztrációra (ami leegyszerűsíti a vásárlás folyamatát, a **regisztrációs** folyamatot **érdemes leegyszerűsíteni**. Nincs szükség egy külön aloldalra ahhoz, hogy a regisztráció elvégezzük. A korábbiakhoz hasonlóan elég, ha egy popup ablak vagy dropdown menü jelenik meg a „Regisztráció” gomb lenyomása után.
- Tegyük lehetővé, a Facebook, Gplus integrációt is, így akár 2 gombnyomásból megoldható lesz a regisztráció hosszadalmasnak tűnő folyamata.

- A „**részletes leírás**” gomb felesleges funkció. Hagyjuk el ezt a gombot és a helyén jelenítsük meg magát a termék leírását. Bővítsük ki annyi részlettel a leírást, amennyivel csak lehet, esetleg töltsünk fel saját videókat is azoknál a termékeknél, amik a legnagyobb forgalmat hozzák.

- Jelenítsük meg minél kevesebb információt. Csak annyit, amennyire feltétlenül szükség van, ahogy a következő weboldalon láthatjuk:



| Vásárlási folyamat

- A „Kosár tartalma” oldalon hasonlóan összezavaró színű gombokba botlunk, mint a korábbi oldalakon: **érdemes lenne egységesíteni** a színpalettát, és onnan választani színek kódokat a különböző gombokhoz. Bár a „Tovább a rendelés leadásához” gomb egyértelmű helyen található meg, mégis azt az érzetet kelti, hogy a vásárlást nem ezzel a gombbal kell folytatnunk.
- Kissé túlzott figyelmet kap ugyanezen az oldalon a tételeket elválasztó sáv (horizontális szaggatott vonal). Célszerű lenne ezt elhagyni vagy egy nagyon halvány, hajszálvékony vonallal helyettesíteni.
- Üres állapotában, a kosár nem ad egyértelmű instrukciókat arra, hogyan tölthetnénk meg kosarunkat. E helyett egy „Kosárba rak” gomb jelenik meg, melyre rányomva nem történik semmi. Fogalmazzuk át ennek az üres állapotnak a szövegezését valami hasonlóra: „Az Ön kosara jelenleg üres. Nézzon szét termékeink között és keresse a Kosárba rak gombot!” A feliratot izgalmassá tehetjük ismét azzal, ha meg támogatjuk egy grafikával, ami szemlélteti a kosár „ürességét”.
- **Bizalomgerjesztő**, hogy az Adatok megadása oldalon szerepelnek a különböző „Megbízható bolt” pecsétek, illetve az OTPay logója.
- Jó, hogy viszonylag kevés mezőt kell kitöltenie a felhasználónak azért, hogy a fizetéshez eljusson.
- Érdemes lenne **átrendezni** azonban az oldal, hogy könnyebben áttekinthető legyen. Helyezzük központba a kitöltendő mezőket és növeljük meg a betűméretet, hogy könnyen olvashatóak legyen. Ugyanez vonatkozik a rádiógombokra.
- Növeljük a **kitöltendő mezőket**, hogy könnyebben kattinthatóak legyenek és jelenítsük meg bennük minta szövegeket halvány szürkével. (pl. 06301234567, a névnel mondjuk Minta Elek, stb.)
- A „Mennyi időm van a termékek átvételére?” és az ebben a szekcióban megjelenő további kérdéseket helyezzük egy kevésbé látható helyre, az oldal alja felé, hogy ne ez legyen a központban.
- A rendelés folyamatának indikátor mezőjét a jelenlegi helyéről tegyük középre, fentre, ahogy már sok más webáruháznál megszokhatták a felhasználók. Növeljük meg méretét és változtassunk a kinézetén, mert jelenleg úgy tűnik, mintha egy kattintható gomb lenne. Ez könnyen félrevezetheti felhasználóinkat. Ha még egyértelműben szeretnénk jelezni, hogy ez egy folyamatot mutat, használjunk számokat is az címkékben pl. „1. Rendelési adatok megadása”, stb:



KONKLÚZIÓ

A fent leírt változtatások önmagukban nem idéznek elő nagy növekedést a konverziós arányt tekintve. Azonban ha a leírt problémákat mind korigáljuk, már jelentős javulást érhetünk el. A legégetőbb fejlesztés a mobilváltozat megtervezése, mivel jelenleg közel lehetetlen mobilról vásárlást végrehajtani.

220VOLT.HU SEO ELEMZÉS

KERESŐOPTIMALIZÁLÁSI
SZEMPONTOK

Boóc Péter



ERGOMANIA

KERESŐOPTIMALIZÁLÁSI SZEMPONTOK

Az oldal nem mobilbarát

Korábban is említésre került a nem mobilbarát megjelenés, melynek keresőoptimalizálásra kifejtett hatásai is vannak. A Google 2016. Novembere óta a Mobile-First indexelést alkalmazza, azaz először a mobilos tartalmat indexeli.

Mivel az oldal elbukik a Google Mobilbarát tesztjén, ezért a mobilos keresések esetében hátrányt élvez a versenytársaival szemben.

Az elsődleges feladatok közé tartozik tehát technikai szempontból a design mobilbaráttá tétele!

Nincs SSL tanúsítvány

Webáruházak esetében korábban is javasolt volt a megfelelő biztonsági tanúsítvány bevezetése, azonban ennek jelentősége megnőtt, mivel a biztonságos csatornán kommunikáló weboldalakat ma már a Google is előrébb sorolja.

Az SSL tanúsítvány:

- Rangsorolási faktor
- Kimutathatóan növeli a vásárlások arányát
- A biztonsági szempontból sem elhanyagolható

Mivel az oldal médiaelemei a <http://media.220volt.hu> aldomain-ről kerülnek betöltésre, ezért úgynevezett **Wildcard SSL** használata szükséges, mely hitelesíti az aldomain-eket is, a hagyományos megoldásokkal szemben. *(Olyan évi 2-400 dollár körüli árra számítsunk.)*

Hibás átirányítások

A 302-es típusú ideiglenes átirányításokat javasolt 301-es végeleges átirányítássá változtatni, mivel így továbbítódnak az esetleges oldalra mutató hivatkozások is. Az észlelt átirányítás a következő: erre az oldalra érkező forgalom a <http://www.220volt.hu/Foto+Video/Videokamera/GoPro+Shop> oldalról a <http://www.220volt.hu/Foto+Video/Gopro+Shop> oldalra továbbítódik. Tehát az ideiglenes átirányítást végleges átirányítássá kell tenni.

Az átirányítások ellenőrzését minden ideiglenes átirányítással érintett oldal esetén is alkalmazni kell!

KERESŐOPTIMALIZÁSI SZEMPONTOK

Oldalbetöltés, sebességoptimalizálás

Az oldal betöltési idők alapvetően megfelelőek, eltekintve néhány oldaltól. A főoldalra vonatkozó mérési eredmények a következők:

Performance Scores		Page Details		
PageSpeed Score B (88%) ^	YSlow Score B (85%) ^	Fully Loaded Time 2.0s ^	Total Page Size 402KB ^	Requests 31 ^

A képek méretének optimalizálása azonban mindenképpen javasolt, mivel bizonyos tartalmi oldalak esetében betöltési problémákat okoz. Túl nagy méretű például a <http://www.220volt.hu/Teszt/32+colos+LED+TV> címen található oldal. Ennek mérési eredményei a következők:

Performance Scores		Page Details		
PageSpeed Score D (68%) ♦	YSlow Score B (84%) ^	Fully Loaded Time 14.3s v	Total Page Size 13.4MB v	Requests 304 v

Mint látható a teljes oldalbetöltési idő az oldal méretével kapcsolatosan jelentkezik. Az oldalba ágyazott képekkel együtt 13,4MB-nyi adatforgalmat generál a beérkezési oldal.

További túl nagy méretű oldalak:

<http://www.220volt.hu/Teszt/Samsung+es+LG+LED+TV>
4,1 MB

<http://www.220volt.hu/Teszt/Canon+1200D>
4.8 MB

A javasolt oldalméret maximuma 2 MB!

Meta leírások

Az áruházban 467 oldal esetében egyáltalán nincs használatban a meta leírás, a termékoldalak esetében pedig jellemzően rövid.

A hiányzó meta adatok jellemzően a listaoldalak esetében hiányoznak (pl. <http://www.220volt.hu/Apple/Apple+MacBook>)

Javaslat listaoldalak esetében:

Az áruházban 467 oldal esetében egyáltalán nincs használatban a meta leírás, a termékoldalak esetében pedig jellemzően rövid.

A hiányzó meta adatok jellemzően a listaoldalak esetében hiányoznak (pl. <http://www.220volt.hu/Apple/Apple+MacBook>)

KERESŐOPTIMALIZÁLÁSI SZEMPONTOK

Meta leírások

Az áruházban 467 oldal esetében egyáltalán nincs használatban a meta leírás, a termékoldalak esetében pedig jellemzően rövid.

A hiányzó meta adatok jellemzően a listaoldalak esetében hiányoznak (pl. <http://www.220volt.hu/Apple/Apple+MacBook>)

Javaslat listaoldalak esetében:

Meta leírás sablon bevezetése pld:

%Lista_elvezése% kategóriába sorolt termékek a 220Volt webáruházában.

Bizonyos nagyobb forgalmat generáló oldalak esetében javasolt az oldalra jellemző egyedi leírást is alkalmazni, mivel növeli a webáruház sokszínűségét, illetve a többféle meta leírás elemzésével a leírás sablon javítása is lehetséges.

Javaslat termékoldalak esetében:

A jelenlegi meta adatok sablon szerint épülnek fel, azonban ezek javítása fontos. Egy jelenlegi meta leírás így néz ki:

„Ár: 23 500 Ft - 2017-07-19 10:44:21 RAKTÁRON! - 1 év garancia. - Grillsütők”

A leírással kapcsolatos fő probléma, hogy nem tartalmazza magának a terméknek a nevét, viszont esetenként tartalmaz a felhasználót nem feltétlenül érdeklő információt (pl a termékfeltöltés dátuma)

A termék megnevezése ugyan megtalálható a termékoldal címében is, azonban a Kereső számára hangsúlyozottabb szerepet kapna, ha a meta leírásban is megjelenne. A „Raktáron” kifejezés eltávolítása is javasolt, mivel a raktárkészlet elfogyása esetén a találati lista nem frissül azonnal. Ez pedig félreértésekhez vezethet a vásárlók oldaláról.

A javasolt sablon a jelenlegi alapján:

<Termék név> Ár: <Ár> - <év> év garancia- <fő jellemzők>

A termékleírás így fest a <https://www.220volt.hu/Russell+Hobbs+19922-56+Colours+Storm+Grey+grill> oldal esetében:

Russell Hobbs 19922-56 Colours Storm Grey grill - Ár: 23500 Ft - 1600 Wattos teljesítmény.

KERESŐOPTIMALIZÁLÁSI SZEMPONTOK

Strukturált adatok

Az oldalon ugyan használatban vannak a strukturált adatok, viszont azok hibásak. A terméktulajdonságok esetében a hibát a hiányzó értékelések okozzák. A probléma ezzel az, hogy amíg a Google nem fogadja el az adatokat maradéktalanul, addig ezek nem is jelennek meg a találati listákon.

Mint pl itt:

2. Samsung UE32K5100 TV - Árak, olcsó UE 32 K 5100 TV vásárlás - T...
<https://www.arukereso.hu/led-tv-lcd-tv-plazma.../samsung/ue32k5100-p343807442/> ▼
★★★★★ Értékelés: 4,7 - 18 szavazat - 72 900,00 Ft-90 320,00 Ft

Amíg a szavazás nem kerül bevezetésre az oldalon belül (habár ez ajánlott!), a jelölésből kihagyható a következő rész:

```
<span itemprop="aggregateRating" itemscope  
itemtype="http://schema.org/AggregateRating">  
<meta itemprop="reviewCount" content="0"/>  
  <meta itemprop="bestRating" content="10"/>  
  <meta itemprop="worstRating" content="0"/>  
</span>
```

Így a jelölést a Google is el fogja fogadni!

A Google leginkább a JSON-LD szabványt szereti, azonban természetesen a sima <meta> tagekre is figyelni kell. Érdeemes a <https://search.google.com/structured-data/testing-tool/u/0/> címen található eszközzel végignézni az egyes oldaltípusokat. (A témához javasoljuk a Google angol nyelvű guide-ját is a <https://developers.google.com/search/docs/guides/search-features> címen.)

KERESŐOPTIMALIZÁLÁSI SZEMPONTOK

Képek ALT tagjai

Az oldalon detektált 42301 kép esetében nem került kitöltésre a képek alt tagja. A képeken lévő tartalom a Google keresőrobotjai számára nem értelmezhető. A képek tartalmának megértésében a forráskód szintjén elhelyezett ALT tagot használhatjuk a következő módon:

```
<img src=http://eleresi-ut.hu/kep.jpg" alt="a képen látható tartalom leírása" />
```

Amennyiben mindegyik képe elnevezése megvalósul, az a gyakorlatban 42.000 képe esetén 42.000 új, potenciális kulcsszót fog jelenteni, illetve a termékoldalak értelmezésében is segíti a Google-t, ami pozícióerősítéssel is jár majd, illetve a Google Képkeresőjébe is nagyobb eséllyel kerülnek majd be az oldalak.

Javasolt eljárás:

A képek elnevezése a legtöbb esetben tartalmazza a képen található termék megnevezését is. Így javasolt módszer a fájlnevek átnevezése az alt tag-ba is.

Pld:

A <http://www.220volt.hu/>
Apple+iMac+27+5K+Retina+3.2GHz+Intel+Core+i5+MK46
2 oldal termékképének elérési útja a következő:

[http://media.220volt.hu/product/310x310/
Apple+iMac+27+5K+Retina+3.2GHz+Intel+Core+i5+MK46
2.jpg](http://media.220volt.hu/product/310x310/Apple+iMac+27+5K+Retina+3.2GHz+Intel+Core+i5+MK462.jpg)

Amelyből a kép elnevezése így néz ki:

[Apple+iMac+27+5K+Retina+3.2GHz+Intel+Core+i5+MK46
2.jpg](#)

A fájlnev átalakítása után megkaphatjuk az ALT tagba illeszthető szöveget:

Apple iMac 27 5K Retina 3.2GHz Intel Core i5 MK462

KERESŐOPTIMALIZÁLÁSI SZEMPONTOK

Oldalszerkezet

Oldalszerkezet tekintetében jelentő hiba a H1 elem helytelen használata. A termékoldalak esetében jelentkezik a probléma, mivel az oldal címe, és a görgetéskor felbukkanó felső sáv tartalma is H1-ként, azaz címsorként jelenik meg.

A H1 nem formázásra szolgál. csak a termék megnevezése maradjon a H1 elemben, míg a felbukkanó sáv szövegezése a stíluslap által kerüljön formázásra.

220VOLT.HU UI ELEMZÉS

USER INTERFACE SZAKVÉLEMÉNY

Serfőző Péter



ERGOMANIA

| Tipográfia

Az oldal jelenleg **generikus system fontokat** használ. Javasoljuk a 220 volt arculatába illeszkedő webfont vagy webfontok használatát: pl. címsoroknak és kenyérszöveg külön font alkalmazását.

Több helyen alkalmaz a site 9-10-11px-es betűméretet. Ez az **alacsony méret kerülendő**: minimálisan 13-15px-es betűméret javasolt az olvashatóság és a szemmel könnyű szkenelhetőség érdekében. (10px-es betűvel szedett szöveg pl. mobil környezetben olvashatatlan zoomolás nélkül). Javasolt a kenyérszöveg betűmérete akár 15-19px-ig emelése.

| Színek

A 220 volt arculati kék színe megjelenik a menüsávban, így fő navigációs színként alkalmazza a site, azonban vannak más kék árnyalatok is a siteon, melyek viszont **nincsenek összhangban** az arculati színnel. Ugyanígy nincs összehangolva a további alkalmazott színek palettája: narancs, zöld, piros.

Az oldal nagyon sok betűméretet használ, (9,10,11,13,15,18,19 stb.) A betűméret miatt sem alakul ki megfelelő vizuális hierarchia, amely segítené a felhasználókat a tartalom értelmezésében. Javasoljuk a betűméretek számának **csökkentése** maximum 3-4-re, amelyek között megfelelő méret kontraszt legyen: pl. 13-15-20 px

Javasoljuk, hogy az elsődleges arculati kékhez illeszkedő szaturációjú kiegészítő színeket alkalmazzunk a felhasználói felületeken, így hozva létre egy **egységes színsémát**.

Javasoljuk az elsődleges és másodlagos stb. akciók megfelelő színének megválasztását, majd azt egységesen alkalmazni az oldalakon.

| Layout

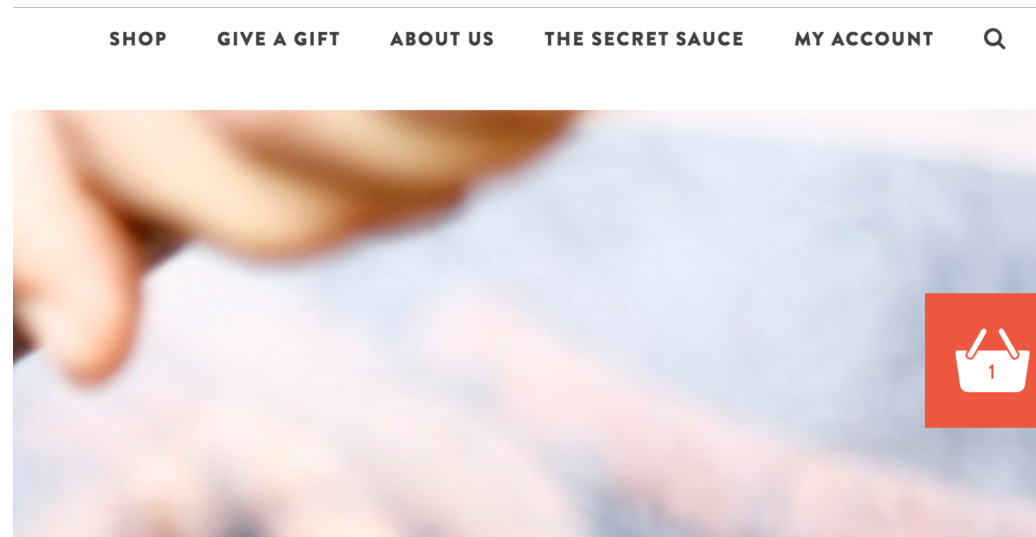
Az oldal **vizuális hierarchiája nem kidolgozott**. Az oldalak értelmezése miatt ez vitathatatlanul fontos. Az információk egy tömör folyamat képeznek, nem vezetik a felhasználót, nem adnak egyáltalán vizuális támaszt a felhasználók számára az eligazodásban.

Ezen a tipográfiai hierarchiával, valamint az egyes információk és funkciók megfelelő hely és méretbeli tervezésével lehet javítani.

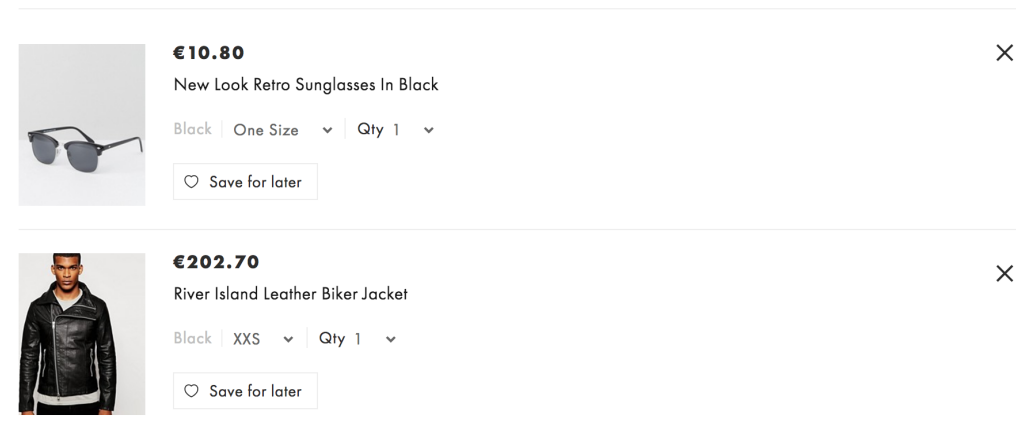
Az oldal nagyon sok betűméretet használ, (9,10,11,13,15,18,19 stb.) A betűméret miatt sem alakul ki megfelelő vizuális hierarchia, amely segítené a felhasználókat a tartalom értelmezésében. Javasoljuk a betűméretek számának csökkentése maximum 3-4-re, amelyek között megfelelő méret kontraszt legyen: pl. 13-15-20 px

RÉSZLET JAVASLATOK JÓ PÉLDÁK

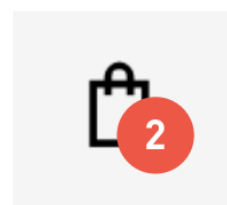
Feltapadó fejléc/kosár, ami lejjebb görgetve is bárhol elérhető:



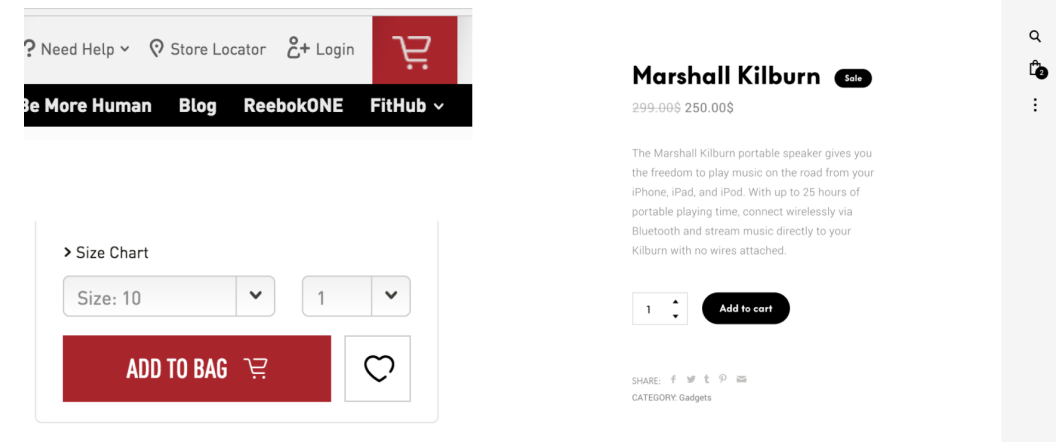
Erős szaggatott elválasztó vonalak helyett kevésbé hangsúlyos vonal:



A kosárban szereplő elemek számát látványosabban jelezni:



A kosarak legyenek egységesek a gombokon és a fejlécben is, vagy a gombokról szedjük le a kosár ikont:



A kosárban lehetőség hozzáadni/elvenni elemeket gombokkal, ne csak beviteli mezővel. A törlés gomb helyett egy X gomb alkalmazása a törléshez:

QUANTITY	UNIT PRICE	TOTAL PRICE	REMOVE
< >	€69	€69	X

Kosár nézetben a fizetés akciógomb legyen a leghangsúlyosabb, többiből visszavenni (szín, keret, gomb):

Nice Choice Your Cart

Font & License	Number of users	Price (USD)
Roboto - Desktop License	- 1 +	\$39.99 Remove
Total		\$39.99

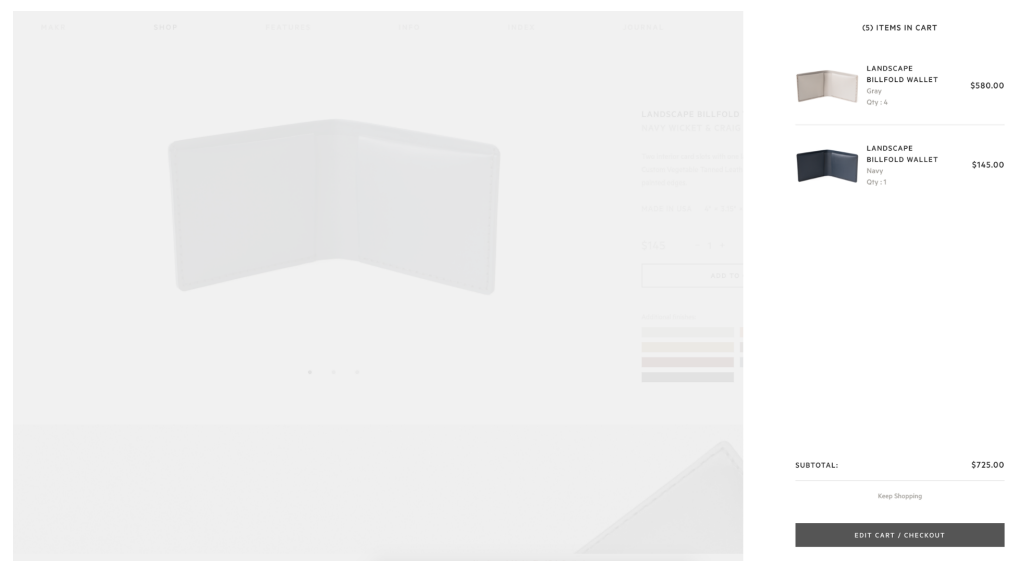
By checking this dot, you agree that you are ordering the correct license and you understand / accept and will obey all licensing terms found in our End User License Agreement.

PROCEED TO PAYMENT
Only 2 steps before you can download your fonts

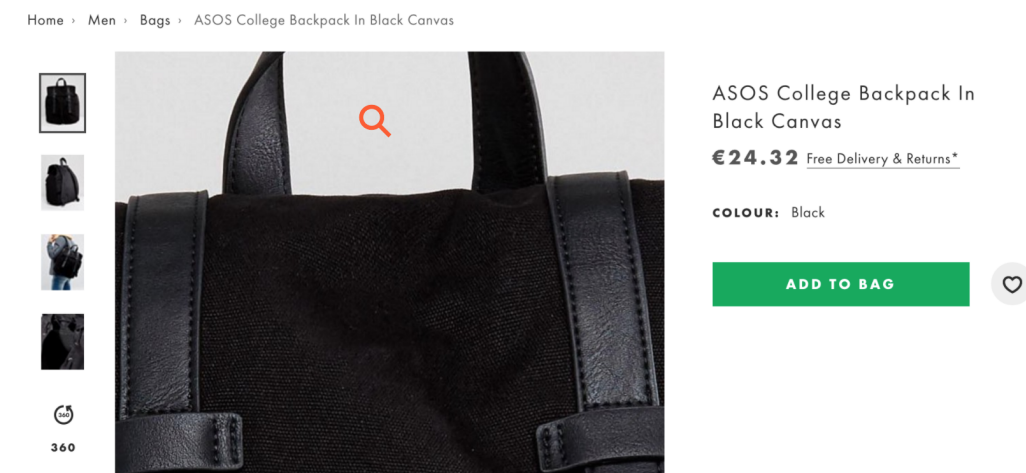
Our checkout is securely hosted by Ecommerce leaders Shopify

RÉSZLET JAVASLATOK JÓ PÉLDÁK

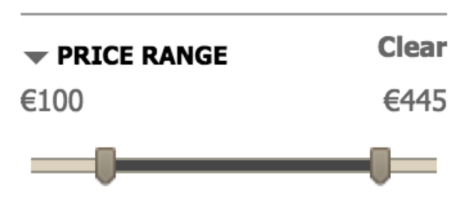
Kosár aloldal helyett / mellett könnyen áttekinthető beúszó oldalsáv:



A termék aloldalon képre kattintva popup helyet az adott képen zoom:



Ár szűréshez tól-ig csuszka:



Lista nézetben a kiemelt termékeken címkék használata (sárga háttér helyett):

