

Paweł Śledziński¹

Analiza funkcjonalności stron WWW wybranych firm kurierskich – II edycja

Przedstawiamy badanie funkcjonalności stron internetowych firm z branży kurierskiej. Pierwsze takie badanie zostało wykonane rok temu i opublikowane w numerze 1/2006 czasopisma „Logistyka”. W 2007 r., w kolejnym numerze będziemy prezentować analogiczne badania tych samych branż, jakie badaliśmy w zeszłym roku, co pozwoli sprawdzić, czy na stronach WWW pojawiły się jakieś zmiany, zwłaszcza na lepsze.

Badanie stron internetowych firm kurierskich zostało podzielone na dwie główne części. Pierwsza z nich to – jak w ubiegłym roku – badanie funkcjonalności systemów Track&Trace. W tym roku zbadaliśmy systemy Track&Trace oferowane przez siedem firm. Jak w 2006 r., poprosiliśmy firmy o podanie przykładowych numerów listów przewozowych, dzięki którym możliwe byłoby sprawdzenie funkcjonalności Track&Trace. Do czasu zamknięcia numeru nie otrzymaliśmy odpowiedzi od firm Opek i Pocztex. Najlepiej w tym zestawieniu wypadła – tak jak i rok temu – firma DHL, która uzyskała maksymalną liczbę 10 punktów. Tuż za nią uplasowały się firmy TNT, UPS, DPD i FedEx. Najslabiej w zestawieniu wypadły firmy GLS oraz Siódemka. W porównaniu z zeszłym rokiem, wyniki praktycznie nie uległy zmianie.

Kolejna część badania dotyczyła funkcjonalności stron internetowych. Tutaj również nie zaobserwowano większych zmian w porównaniu z zeszłym rokiem, z wyjątkiem firmy UPS, która poprawiła dział z informacjami kontaktowymi. Zdecydowanie najlepiej w tej części badania wypadła firma DPD, która otrzymała maksymalną liczbę punktów. To, co niestety nie uległo zmianie, to brak adresu e-mail

na stronach większości firm kurierskich. Poza firmami DPD, GLS i Opek, pozostałe firmy kurierskie unikają podawania kontaktowych adresów e-mail na swoich stronach. Tym samym ograniczają możliwość nawiązania kontaktu klientów z firmą, zmuszając ich do korzystania z formularzy, które nie zawsze są dla nich wygodne. Zastanawiające jest to, czy brak adresów e-mail na stronach spowodowany jest obawą przed tak zwanym spamem, czy też firmom zależy na tym, by klienci nie kontaktowali się z nimi tą drogą.

W części badania poświęconej ogólnym zagadnieniom funkcjonalności, w porównaniu z zeszłym rokiem, niestety również wyniki praktycznie nie uległy zmianie. W odniesieniu do zeszłego roku w tej części zmieniono jeden z badanych aspektów. Zamiast oceny, czy czcionka na stronie jest skalowalna, zbadaliśmy, czy logo firmy jest, zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami funkcjonalności, linkiem do strony głównej. Z dziewięciu zbadanych stron, tylko pięć zachowało tę zasadę. W tej części badania zdecydowanie najlepiej wypadła firma FedEx, która uzyskała maksymalną liczbę punktów. Nieznacznie gorzej zaprezentowały się firmy DHL, TNT, DPD i UPS. Zdecydowanie najgorzej wypadła firma Opek, która uzyskała zaledwie 10% możliwych do zdobycia punktów. Moim zdaniem, strona tej firmy (jak i w zeszłym roku) raczej zniechęca klientów do jej odwiedzania. Korzystanie z niej jest bowiem bardzo utrudnione.

Ostatnią częścią badania było sprawdzenie zgodności badanych stron firm kurierskich ze standardami organizacji W3C (World Wide Web Consortium – www.w3.org).

W tej części jest kilka zmian w porównaniu z zeszłym rokiem. Firma DHL zmniejszyła o prawie 50 liczbę błędów występujących na stronie głównej. Niestety nadal wypada ona najgorzej w tym podsumowaniu, mając ich nadal prawie pół tysiąca. W przypadku firmy Siódemka liczba błędów zwiększyła się o 127, dzięki czemu w tym roku firma ta zajmuje niechlubne drugie miejsce w kategorii stron obarczonych największą liczbą błędów. Pochwała należy się firmie UPS, która w zeszłym roku miała na stronie głównej aż 154 błędy, a w tym roku ma ich już tylko 13.

Ogólne wnioski z badania nie są optymistyczne. Firmy nie zrobiły praktycznie nic od zeszłego roku, by poprawić swoje strony pod kątem funkcjonalności. Nadal na stronach większości firm występują poważne uchybienia, które utrudniają korzystanie z nich przez klientów. Słaba strona internetowa wpływa bardzo negatywnie na wizerunek danej firmy, co przekłada się także na liczbę klientów. W dzisiejszych czasach, gdy coraz częściej pierwszy kontakt klienta z firmą odbywa się przez odwiedzenie firmowej strony internetowej, nie można sobie pozwolić na ignorowanie takich problemów.

Przeprowadzone badanie ma charakter ogólny. Niestety w przypadku badań bardziej szczegółowych okazuje się, że błędów jest znacznie więcej. Z większości z nich firmy nie zdają sobie sprawy. Warto więc nakłaniać właścicieli firm i osoby odpowiedzialne za strony internetowe, by zwrócili uwagę na ich funkcjonalność. Niezadowolony ze strony internetowej klient uda się do konkurencji, która jest tylko o jedno kliknięcie myszki dalej.

¹ Autorem badania jest Paweł Śledziński – właściciel firmy Perfect One, prowadzącej badania użyteczności i funkcjonalności stron internetowych [www.PerfectOne.pl]. Badanie wykonano 19 stycznia 2007 r. (przyp. red.).

	DHL	DPD	FedEx	GLS	Opek	Pocztex	Siódemka	TNT	UPS
TRACK & TRACE									
Opcja: Data	✓	✓	✓	✓	b.d.	b.d.	✓	✓	✓
Opcja: Godzina	✓	✓	✓	✓	b.d.	b.d.	✓	✓	✓
Opcja: Miejsce	✓	✓	✓	kod filii	b.d.	b.d.	✓	✓	✓
Opcja: Nr paczki	✓	✓	✓	✓	b.d.	b.d.	✓	✓	✓
Opcja: Opis	✓	✓	✓	✓	b.d.	b.d.	✓	✓	✓
Jednoczesne poszukiwanie kilku przesyłek	✓	✓	✓	*	b.d.	b.d.	✓	*	✓
Pole wyszukiwania na stronie głównej	✓	✓	✓	✓	b.d.	b.d.	*	✓	✓
Powiadamianie SMS	✓	*	*	*	b.d.	b.d.	*	✓	✓
Powiadamianie e-mail	✓	✓	✓	*	b.d.	b.d.	*	✓	✓
Powiadamianie WAP	✓	*	*	*	b.d.	b.d.	*	✓	*
PUNKTY (max 10):	10	8	8	5,5	0	0	6	9	9
KONTAKT									
Nr telefonu podany na stronie	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Telefon - 1 numer ogólny	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Formularz zamówienia kuriera	✓	✓	Po zalog.	*	✓	✓	*	✓	*
Adres e-mail podany na stronie	*	✓	*	✓	✓	✓	*	*	*
Kontaktowy formularz WWW	✓	✓	✓	✓	*	✓	*	✓	✓
PUNKTY (max 5):	4	5	3,5	4	4	4	2	4	3
FUNKCJONALNOŚĆ SERWISU WWW									
Brak problemów z nawigacją (menu)	✓	✓	✓	✓	*	✓	✓	✓	✓
Logo jest linkiem do strony głównej	✓	*	✓	*	*	✓	*	✓	✓
Dział "Pomoc" / "Biuro Obsługi Klienta"	✓	*	✓	*	*	*	*	*	✓
Wyszukiwarka jest dostępna na każdej stronie	✓	✓	✓	*	*	*	*	✓	*
Informacja w jakim jesteśmy dziale	✓	✓	✓	✓	*	✓	✓	✓	✓
Wyróżnienie linków odwiedzonych	*	*	✓	*	*	*	*	✓	*
Mapa witryny	✓	✓	✓	*	*	*	✓	✓	✓
Strona nie zawiera ramek (znacznik <frame>)	✓	✓	✓	*	*	✓	✓	✓	✓
Kodowanie polskich znaków (ISO 8859-2)	*	✓	✓	✓	✓	✓	✓	*	✓
Oddzielenie formy od treści (np. CSS)	✓	✓	✓	✓	*	✓	✓	✓	*
PUNKTY (max 10):	8	7	10	4	1	6	6	8	7
Suma punktów (max 15):	12	12	13,5	8	5	10	8	12	10
STANDARDY W3C.ORG									
Liczba błędów - walidator W3C.org	481	97	66	29	9	68	180	37	13
Rok 2006 - Logistyka 1/2006									
Suma punktów Track&Trace:	10	7	b.d.	6,5	b.d.	b.d.	6	b.d.	9
Suma pozostałych punktów:	12	13	13,5	7	6	9	8	11	8
Liczba błędów - walidator W3C.org	527	88	58	20	9	68	53	36	154
Objaśnienia:									
b.d. - brak danych; Po zalog. - formularz zamawiania kuriera dostępny tylko po zalogowaniu (przyznano 0,5 pkt), kod filii - kod zamiast miejsca (przyznano 0,5 pkt)									