

# 10 błędów na stronie, przez które obiekty noclegowe tracą klientów.

**Portal eholiday.pl, podsumował najczęstsze błędy na stronach internetowych obiektów noclegowych. Zapraszamy do lektury.**

Strona internetowa to wizytówka Twojego obiektu. Często potencjalny gość po raz pierwszy styka się w ten sposób z ofertą Twojego pensjonatu lub hotelu. Jakie jest to jego pierwsze wrażenie, gdy wchodzi na Twoją stronę www?

Czy witryna zachęci użytkownika do zamówienia proponowanej usługi czy raczej szybko opuści Twoją stronę znudzony, zdezorientowany lub - co gorsza - wyraźnie niezadowolony?

Oto 10 najczęstszych błędów na stronie internetowej popełnianych przez ich właścicieli.

## 1. Własna domena

Krótki i łatwy do zapamiętania adres strony to podstawa. Rejestracja unikalnej domeny to obecnie jeden z najniższych kosztów, jakie ponosi jej właściciel. Dlatego trudno zrozumieć, dlaczego tak wiele obiektów (m.in. kwatery prywatnych czy apartamentów) nie ma własnego adresu internetowego.

Jedynie 63% obiektów w bazie eholiday.pl ma wpisany adres strony www, co oznacza, że aż 37% właścicieli albo nie podaje adresu swojej witryny, albo jej po prostu nie posiada.

## 2. Adres email

Jeśli już mowa o domenie, warto w zakładce Kontakt, podać adres email w domenie swojej strony. Tymczasem na wielu witrynach dominują adresy z bezpłatnych kont mailowych, typu wp.pl, gazeta.pl, poczta.onet.pl. Podawanie takich adresów jest nieprofesjonalne. Zastanów się, czy sam chętnie płaciłbyś kontrahentowi za jego usługi, gdyby wysłał Ci ofertę w domenie buziaczek.pl czy poczta.onet.pl, albo co gorsza - nie podawał w ogóle adresu email, serwując mu jedynie prosty formularz kontaktowy.

Tymczasem 56% wszystkich obiektów z bazy eholiday.pl posługuje się

adresem email komercyjnym, a 44% podaje do kontaktu z klientami adres email zarejestrowany na darmowych serwerach typu google, onet, wp. Liczby pokazują, że nie jest to marginalny problem, który można lekceważyć.

### **3. Intro lub muzyka w tle**

Wprowadzająca animacja lub muzyka w tle może mieć efekt odwrotny od zamierzonego. Pamiętaj, że użytkownik w ciągu kilku lub kilkunastu sekund zdecyduje, czy zamknie Twoją stronę i będzie szukał noclegu u konkurencji. Jeśli już decydujesz się na takie rozwiązanie, wyłącz funkcję automatycznego odtwarzania. Niech użytkownik sam zdecyduje, co chce oglądać lub czego słuchać.

### **4. Animacje flash**

Strony z animacjami flash bardzo długo się ładują, najczęściej irytują użytkowników. Poza tym nie są obsługiwane przez wszystkie urządzenia mobilne. Poza tym pamiętaj, że także wyszukiwarki internetowe nie indeksują odpowiednio stron w tej technologii. Obecnie możliwości HTML5 i CSS3 pozwolą Ci zapomnieć o flashu.

### **5. Słaba jakość zdjęć**

O zdjęciach pisaliśmy już wielokrotnie na tym blogu, ale wciąż jest to pięta achillesowa wielu witryn turystycznych. Pamiętajmy, że klient kupuje emocje, poczucie komfortu i bezpieczeństwa, a nie tylko sam nocleg ze śniadaniem. I kupuje „oczami”. Jeśli nie zobaczy odpowiednich zdjęć, żaden literacki opis ani marketingowe sztuczki nie zachęcą go do przyjazdu.

### **6. Nieaktualne lub nieprawdziwe informacje**

Wiele witryn cierpi na brak odpowiednich informacji. Często są one przekłamywane i dopiero po przyjeździe do obiektu okazuje się, że odległość do dworca, pobliskiego muzeum lub plaży wcale nie wynosi 500 metrów lub 5 minut. Zdarza się też tak, że ostatnia aktualna informacja zamieszczona na stronie pochodzi sprzed kilku miesięcy, a nawet roku. Dziś, 25 marca, przeglądając internet, natrafiliśmy na stronę obiektu promującego bal sylwestrowy, który odbył się prawie 4 miesiące temu.

Warto często aktualizować stronę, pisząc o nowych udogodnieniach, promocjach, osiągnięciach, nietypowych gościach - to dobry sygnał dla potencjalnych gości, a także dla Google, które będzie lepiej indeksować taką aktualizowaną stronę www.

### **7. Przejrzysta treść**

Pamiętajmy, by przedstawić informacje użytkownikowi w sposób spójny i przejrzysty. Klient ma zaledwie chwilę na przeskanowanie naszej strony i znalezienie tego, czego poszukuje. Jeśli nasza strona będzie przypominać

nowele Sienkiewicza, bez wyliczeń, śródtytułów, wyróżniania tego, co najważniejsze – klient szybko ja opuści. Poza tym za wszelką cenę unikajmy stosowania wielkich liter. W internecie wielkie litery oznaczają krzyk lub wołanie o pomoc.

Unikajmy też błędów na stronie, zbyt wielu metafor (ważne są konkrety) i marketingowo-sprzedażowej papki, której sami nie potrafimy strawić na innych stronach internetowych. Nie piszmy wyłącznie o sobie, tylko o adresacie tej strony – czyli o tym, co może zyskać gość, który przyjedzie do naszego pensjonatu, hostelu czy apartamentu.

## **8. Brak wersji mobilnej**

W dobie urządzeń mobilnych i technologii mobile first warto zwrócić uwagę, czy nasza strona prawidłowo wyświetla się na smartfonach, tabletach i innych urządzeniach przenośnych. Każde urządzenie ma inne parametry, inną rozdzielczość ekranu i strona powinna być do nich dopasowana. Witryna responsywna to już nie kaprys geeka komputerowego, tylko konieczność.

## **9. Szybkość ładowania się strony**

To częsty błąd, zwłaszcza jeśli na naszej stronie znajduje się dużo grafiki i multimediiów. Pamiętaj, że pliki graficzne można kompresować. Jeśli Twoja strona będzie się ładować długo, zniechęci Twoich gości. Poza tym szybkość ładowania się strony jest jednym z czynników wpływających na Twoją pozycję w wyszukiwarce Google.

## **10. Problemy z nawigacją**

Zapytaj znajomych, czy Twoja strona jest odpowiednio uporządkowana. Czy menu jest czytelne, a użytkownik wie, jak znaleźć ważne dla niego informacje? Jeśli zmusisz użytkownika do długotrwałych poszukiwań i eksploracji wartościowych treści, ten zniechęcony szybko znajdzie się na stronie konkurencji.

Źródło: [Blog.eholiday.pl](http://Blog.eholiday.pl), data dostępu: 04.04.2017