

Εισαγωγή στην Επιστήμη του Ιστού

Ενότητα 3 : Συμπεριφορά χρηστών Διαδικτύου

Page level design

Site level design

Διδάσκων: Νίκος Τσέλιος

Τμήμα Επιστημών της Εκπαίδευσης και της Αγωγής στην Προσχολική Ηλικία



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Σχολή Κοινωνικών
και Ανθρωπιστικών Επιστημών, Τμήμα Επιστημών της
Εκπαίδευσης και Αγωγής στην Προσχολική Ηλικία, Νικόλαος Τσέλιος,
«Εισαγωγή στην Επιστήμη του Ιστού». Έκδοση: 1.0.

Πάτρα 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:

<https://eclass.upatras.gr/courses/PN1427/>

Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Χρηματοδότηση

4

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα εκτός κι αν αναφέρεται διαφορετικά
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Σκοποί ενότητας

5

- Ο φοιτητής θα είναι σε θέση να κατανοήσει τα διάφορα σχήματα οργάνωσης της πληροφορίας
- Θα μπορεί να διακρίνει την επίδραση μιας σχεδιαστικής επιλογής βάθους ή πλάτους στην πληροφοριακή δομή ενός δικτυακού τόπου και να επιλέξει ανάλογα
- Θα είναι σε θέση να επιλέξει κατάλληλες μεταφορές

Περιεχόμενα ενότητας

6

- Περιγραφή: Εισαγωγή στον σχεδιασμό και στη δομή δικτυακών τόπων και συζήτηση περί ευχρηστίας και παραγόντων που την επηρεάζουν
- Λέξεις Κλειδιά: Δικτυακός τόπος, Ευχρηστία, πλοήγηση

Συστήματα οργάνωσης

7

- Αναφέρονται τόσο στην εννοιολογική οργάνωση όσο και στην ακριβή έκφραση για να οργανώσουμε μια πληροφοριακή δομή
- Με άλλα λόγια, ένα σύστημα οργάνωσης αναφέρεται σε:
 - ▣ **Σχήματα οργάνωσης** (πως ένας δικτυακός τόπος επιμερίζεται σε τμήματα) και
 - ▣ **Οργανωτική δομή** (οι σχέσεις μεταξύ των τμημάτων)

Σχήματα οργάνωσης

8

- Καθορίζουν τα κοινά χαρακτηριστικά των αντικειμένων και καθορίζουν τη λογική οργάνωσή τους
- Τύποι οργανωτικών σχημάτων:
 - ▣ Ακριβή
 - ▣ Αμφίσημα
 - ▣ Υβριδικά

Α.Ακριβή σχήματα οργάνωσης

9

- Επιμερίζουν την πληροφορία σε αυστηρά καλά καθορισμένα, αμοιβαία αποκλειόμενα τμήματα

- ▣ Αλφαβητικά

Courses

Astronomy

Biology

Chemistry

Drama

Fencing

- ▣ Χρονολογικά

Press Releases

Nov 4, 1999

Oct 21, 1999

Oct 10, 1999

Sept 3, 1999

Aug 18, 1999

Β.Αμφίσημα σχήματα οργάνωσης

10

- Επιμερίζουν πληροφορία σε κατηγορίες που στερούνται ‘ακριβούς’ ορισμού
- Πολύ πιο υποκειμενικό, άρα και πιο χρήσιμο! Γιατί?
 - ▣ Απάντηση: δεν γνωρίζουμε πάντα τι αναζητούμε
- Η επιτυχία των αμφίσημων σχημάτων οργάνωσης εξαρτάται από την ωφέλεια της οργάνωσης σχετικά με τον πληροφοριακό στόχο του χρήστη

Τύποι амφίσημων σχημάτων οργάνωσης

11

□ Θεματική

- E.g., yellow pages, college calendars
- Δύσκολη η δημιουργία τους, αλλά ευεργετική για τους χρήστες

Faculties

Sciences
Humanities
Social Sciences
Fine Arts

□ Βασισμένα σε εργασίες

- Χρησιμοποιείται σε εφαρμογές (File, Edit, Format, View)
- Χρήσιμο σε web applications

ABC College

Register in a Course
Locate an Instructor
Meet the Students
Choose a Loan Plan

□ Βασισμένα σε μεταφορές

- Βοηθά τη διαισθητική αντίληψη των εννοιών (κατάλογοι, κάρδοι ανακύκλωσης και επιφάνειας εργασίας)
- Δύσκολο να χαρακτηρίζει το σύνολο του δικτυακού τόπου

ABC College

Registrar's Office
Lecture Theatre
Student Pub
Bank Machine

□ Εξειδικευμένου κοινού

- Αποκτά νόημα και απευθύνεται σε κοινό με ορισμένες ιδιότητες

ABC College

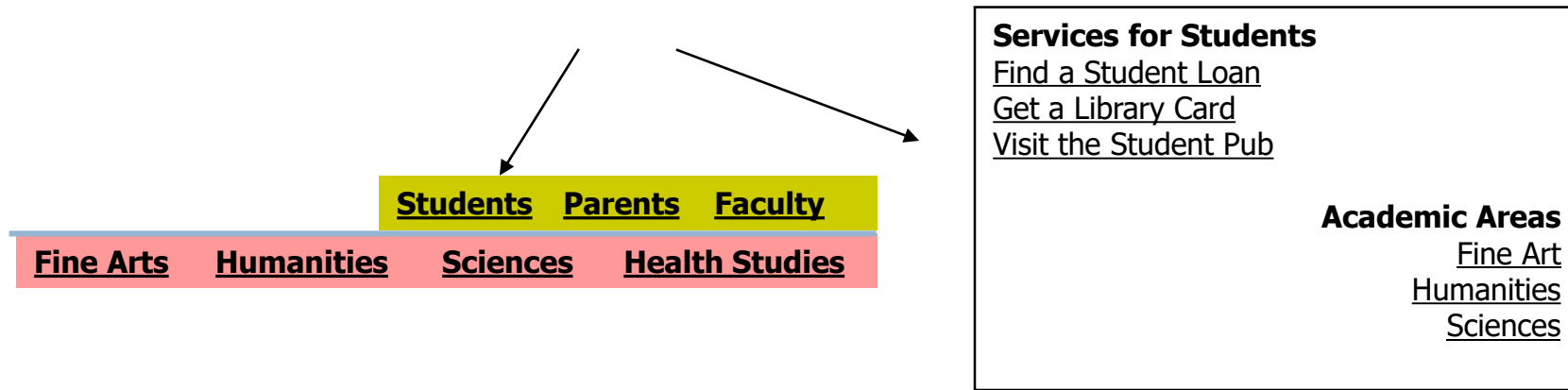
Potential Students
Faculty
Existing Students
Broke Students

Υβριδικά σχήματα οργάνωσης

12

- Συνδυασμός εναλλακτικών σχημάτων οργάνωσης
 - Γενικά, δεν αποτελεί καλή πρακτική, όμως συχνά δύσκολα αποφεύγεται
- Στόχος ενός σχήματος οργάνωσης είναι η παροχή ενός εννοιολογικού μοντέλου κατανόησης της δομής της πληροφορίας
 - Συνεπώς τα μικτά οδηγούν σε σύγχυση
 - Όταν χρησιμοποιούμε τέτοια σχήματα καλό είναι να παρέχουμε κάποιο οπτικό διαχωρισμό

ABC College
Humanities
Sciences
Locate an Instructor
Students
Parents
Get a Library Card
Student Pub



Υβριδικά σχήματα

13



MY ACCOUNT | VIEW CART | ORDER STATUS | CUSTOMER SERVICE



Sears separates topical and functional



CUSTOMER SERVICE | STORE LOCATOR | ORDER STATUS | CONTACT US | BRIDAL REGISTRY
AT HOME | WOMEN | MEN | YOUNG ATTITUDE | JEWELRY | LINGERIE | COSMETICS | FRAGRANCES
SHOP BY DEPARTMENT | BOUTIQUES | GIFTS | WHAT'S HOT | GIFT CERTIFICATES | SEARCH

Functional/Metaphor

Topical

Functional/Metaphor
/Topical



GET NEW ROOTS

PRODUCT SEARCH | SIGN IN | SHOPPING BAG | SITE MAP | CUSTOMER SERVICE
SEARCH | ABOUT ROOTS | ROOTS EXPERIENCE | WHAT'S NEW | FEEDBACK

Functional/Metaphor

WOMEN | MEN | KIDS | LEATHER | HOME STORE | ATHLETICS | CORPORATE SALES | GIFT CERTIFICATES

Topical



VIEW CART | WISH LIST | YOUR ACCOUNT | HELP

Functional

Topical

WELCOME | STORE DIRECTORY | BOOKS

TODAY'S FEATURED STORES

BOOKS | ELECTRONICS | KITCHEN | COMPUTER & VIDEO GAMES | TOYS & GAMES

Metaphor

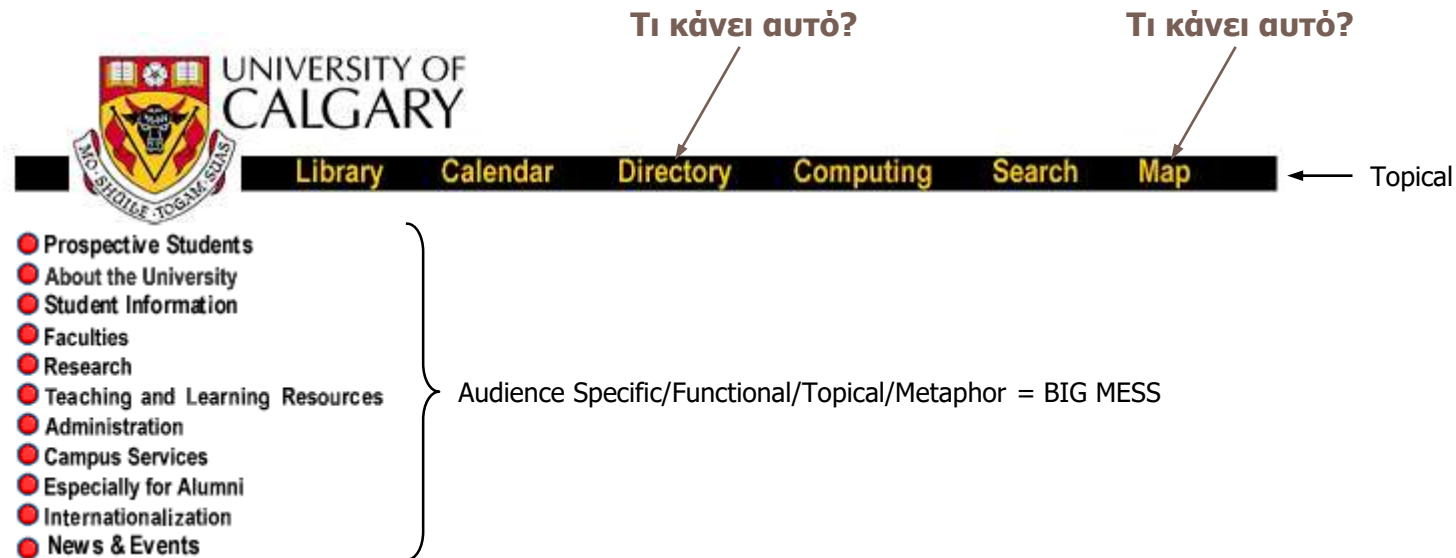
SEARCH | BROWSE SUBJECTS | BESTSELLERS | NEW & FUTURE RELEASES | BARGAIN BOOK OUTLET | E-BOOKS | UNIVERSITY STORE

Topical/Functional/
Metaphor

Σχεδιάζοντας σχήματα (1/3)

14

- Ο κίνδυνος με τα υβριδικά σχήματα είναι ότι μπορούν να προκαλέσουν μεγάλη σύγχυση
- Σιγουρευτείτε ότι οι κατηγορίες είναι ξεκάθαρες

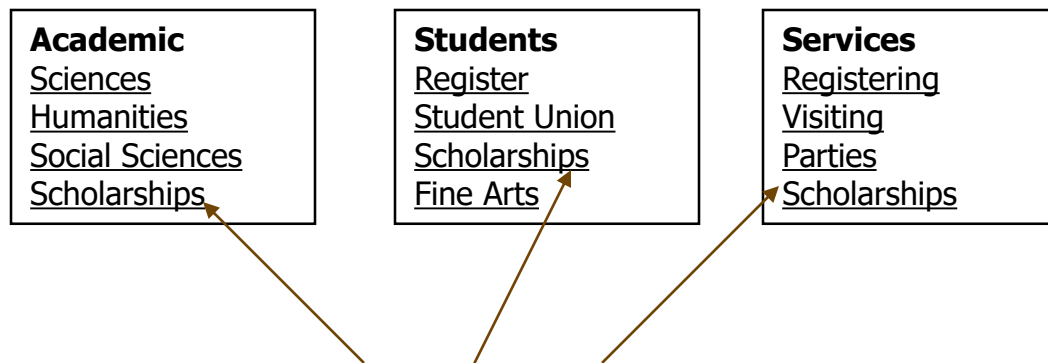


Αν είμαι φοιτητής που πατάω για να βρω το πρόγραμμα για το μάθημα 'Introduction to Computers';

Σχεδιάζοντας σχήματα (2/3)

15

- Οι κατηγορίες πρέπει να είναι αμοιβαία αποκλειόμενες
 - ▣ Αν και ορισμένες φορές έχει νόημα να επαναλάβω και σε μία άλλη λίστα ένα αντικείμενο
 - ▣ Κατάχρηση όμως οδηγεί σε απώλεια νοήματος για τη λίστα



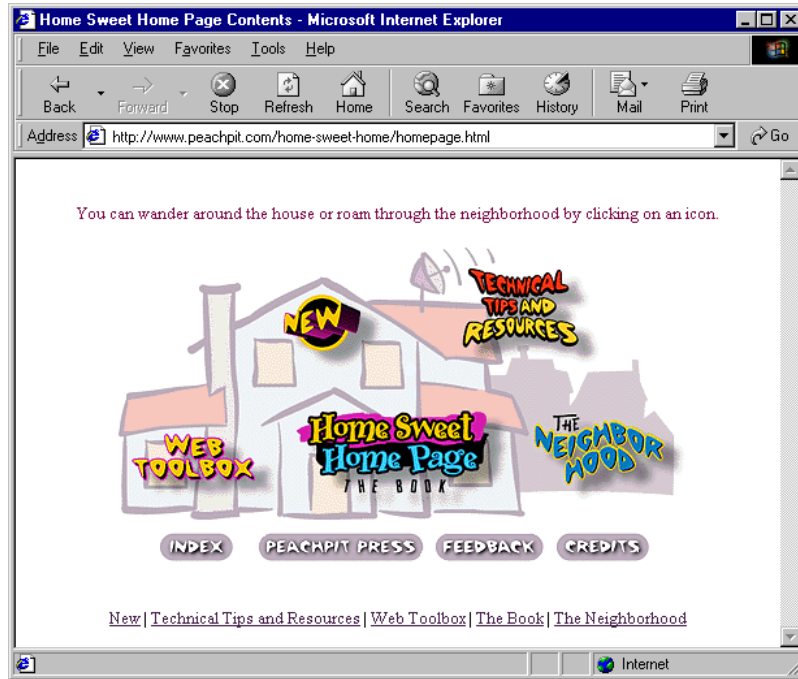
Σχεδιάζοντας σχήματα (3/3)

16

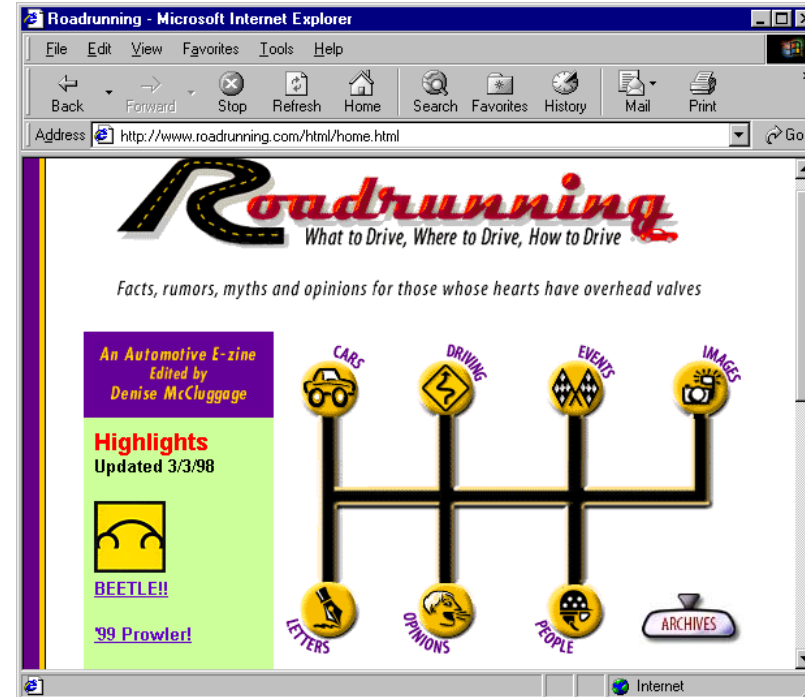
- Προσοχή με τις μεταφορές
 - Η μεταφορά είναι κάτι που χρησιμοποιείται για να αναπαραστήσει κάτι άλλο
- πλεονεκτήματα:
 - Μια μεταφορά προσδίδει ένα ενιαίο πλαίσιο σε όλο το δικτυακό τόπο
 - Οι χρήστες χρησιμοποιούν τις κοινωνικοπολιτισμικές τους παραστάσεις
 - π.χ., πχ το καλάθι αγορών στους δικτυακούς τόπους
- μειονεκτήματα:
 - Πολλές φορές κάποια τμήματα του δικτυακού τόπου δεν ταιριάζουν στη μεταφορά
 - Αν η σύνδεση μεταξύ μεταφοράς και περιεχομένου είναι ασθενής τότε οι χρήστες θα έχουν πρόβλημα να εκτελέσουν εργασίες ή να αναζητήσουν πληροφορία

Όλος ο κόσμος μας είναι μια μεταφορά!

17



Πρόβλημα στην ολιστική χρήση της μεταφοράς. Εδώ το 'new' πως εντάσσεται στο σύνολο;



Εδώ η μεταφορά είναι καλή αλλά η χωροταξία αυθαίρετη. Γιατί οι εικόνες είναι αντιστοιχισμένες στην όπισθεν;

Οργανωτική δομή

18

- Η δόμηση της πληροφορίας καθορίζει πως διαφορετικές κατηγορίες συσχετίζονται μεταξύ τους
 - ▣ Η δομή καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες πλοηγούνται μέσα στην πληροφορία
 - ▣ Αποτυπώνεται στο πλάνο ή το χάρτη των σελίδων ενός δικτυακού τόπου

Τύποι οργανωτικής δόμησης

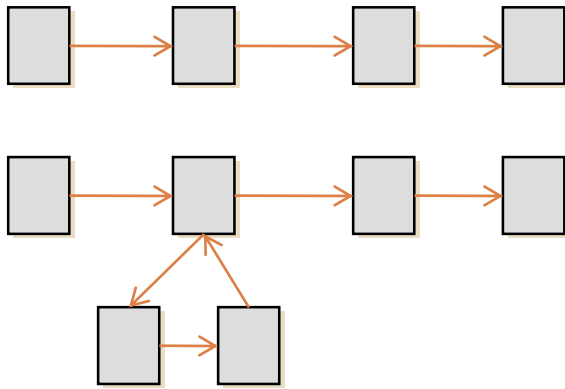
19

- Γραμμική
- Αστεροειδές Hub and Spoke
- Έντονο πλέγμα
- Ιεραρχική
- Όψεις-Facets

Γραμμική οργάνωση

20

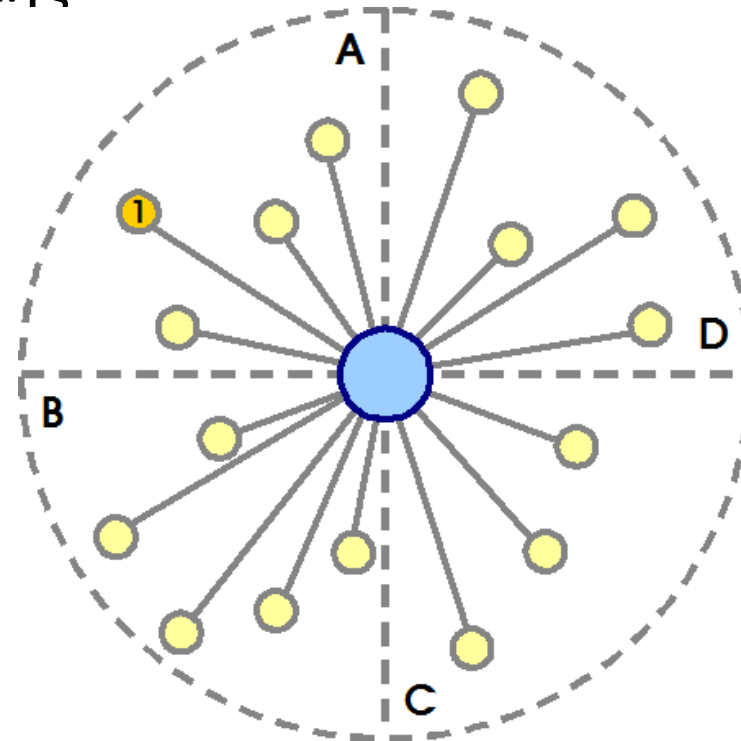
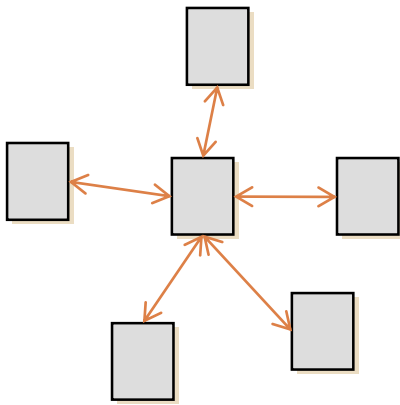
- Σελίδες σε μια ακολουθία
 - ▣ Οδηγοί, έλεγχοι πληρωμών και κωδικών, κλπ



Ακτινωτή-Hub and Spoke

21

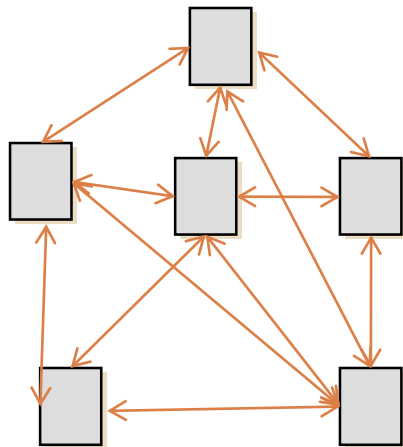
- Από μια κεντρική σελίδα υπάρχει ακτινωτή διασύνδεση με τις επιμέρους σελίδες.
 - ▣ Προέκταση της γραμμικής



Πλέγμα Web

22

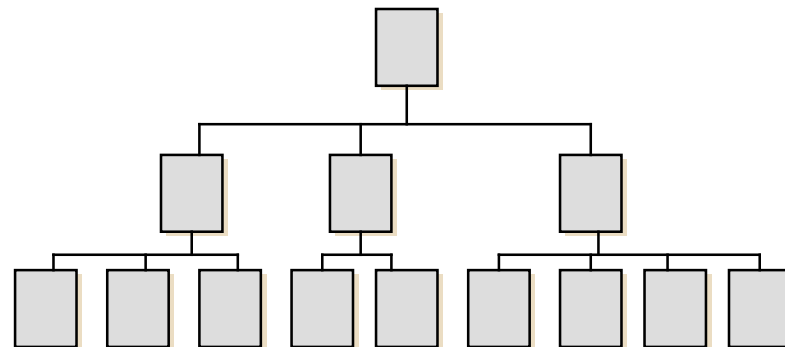
- Πολλές σελίδες αλληλοσυνδέονται χωρίς επίπεδα ή ακολουθία
 - ▣ Κάθε σελίδα υπόκειται στην ακτινωτή δομή-hub and spoke
 - ▣ πχ, MySpace, Facebook



Ιεραρχία

23

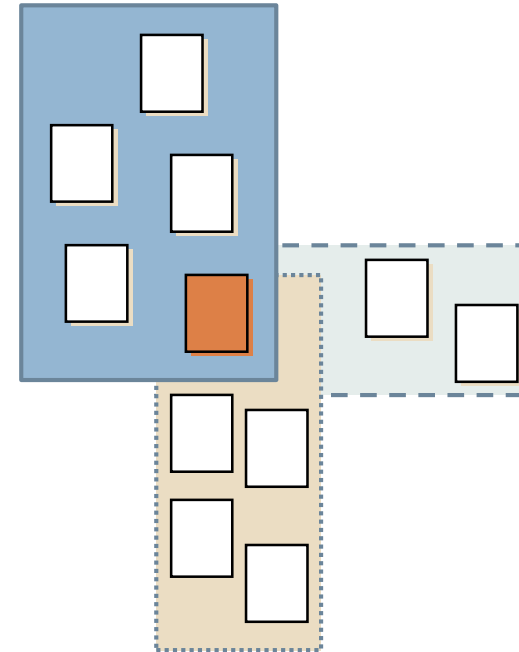
- Οι σελίδες οργανώνονται σε μια δενδροειδή σχέση.
- ▣ Οι περισσότεροι δικτυακοί τόποι χαρακτηρίζονται από μια ιεραρχία



Όψεις-Facets

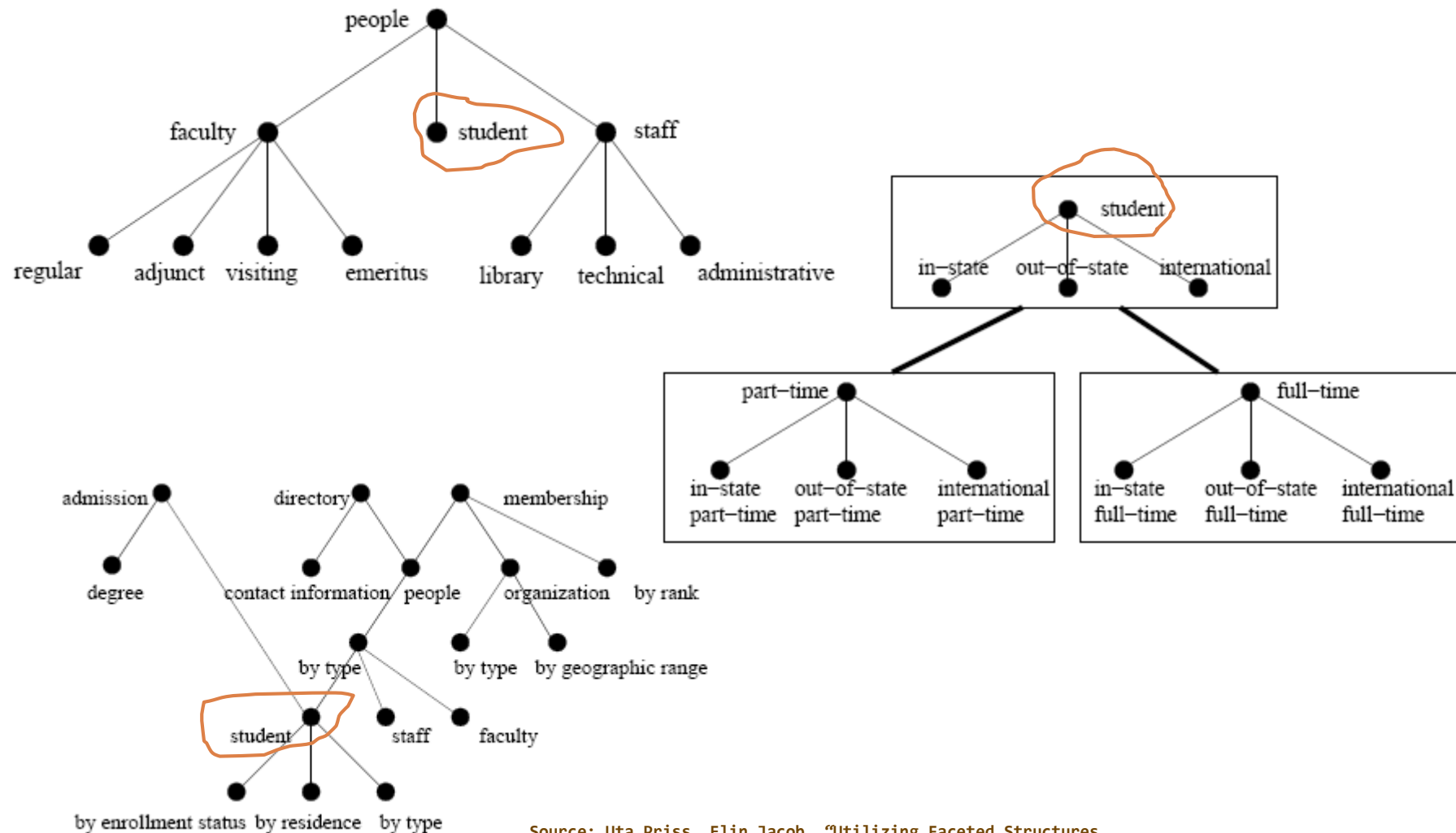
24

- Μια σελίδα μπορεί να εντάσσεται σε πολλές όψεις
- Μια όψη μπορεί να είναι μια κατηγορία που περιγράφει τις ιδιότητες μιας σελίδας
 - ▣ Κάθε όψη μπορεί να οργανώνεται ιεραρχικά
 - ▣ Επιτρέπει σε ένα χρήστη μεγαλύτερη ελευθερία για την αναζήτηση πληροφορίας



Παραδείγματα όψεων-Facets

25

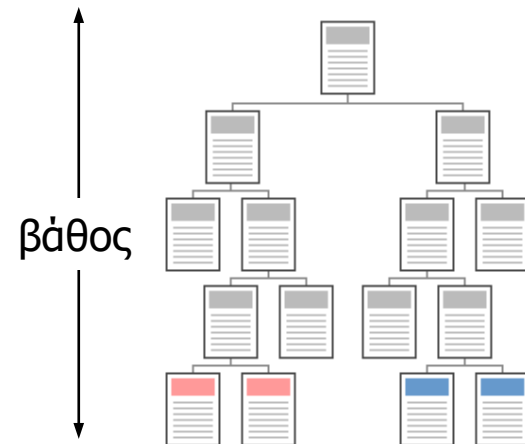
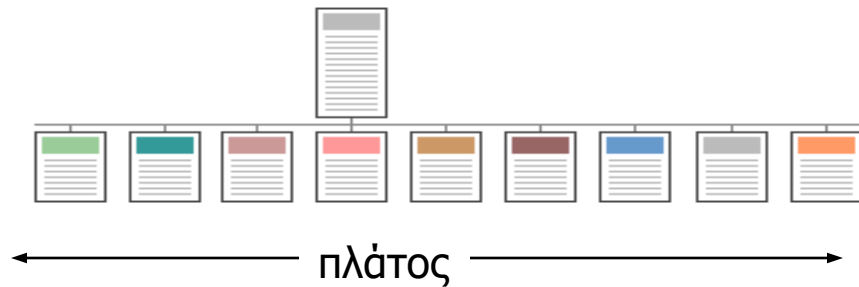


Source: Uta Priss, Elin Jacob, "Utilizing Faceted Structures for Information Systems Design", <http://www.upriss.org.uk/papers/asis99.pdf>

Σχεδιασμός ιεραρχίας

26

- Προσπαθούμε να ισορροπήσουμε μεταξύ πλάτους και βάθους
 - ▣ Οι χρήστες δεν θέλουν να 'κατεβαίνουν' σε μεγάλο βαθμό για να βρουν ένα αντικείμενο, ούτε να διαβάζουν πολλές επιλογές.
- Το ερώτημα είναι, ποιά είναι η σωστή ισορροπία?



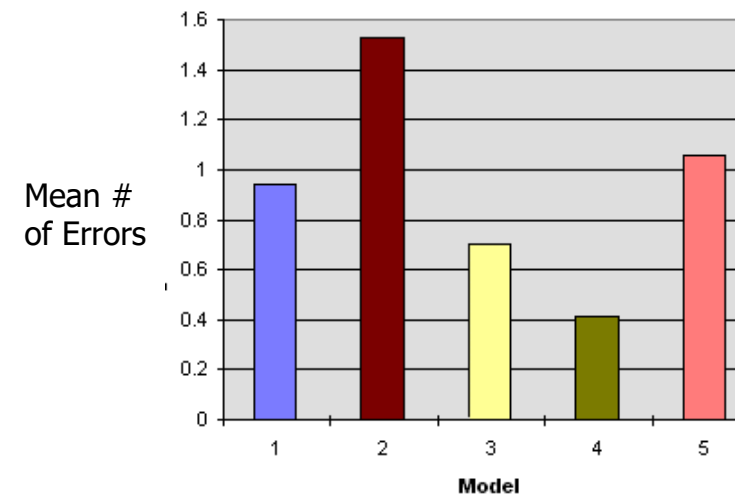
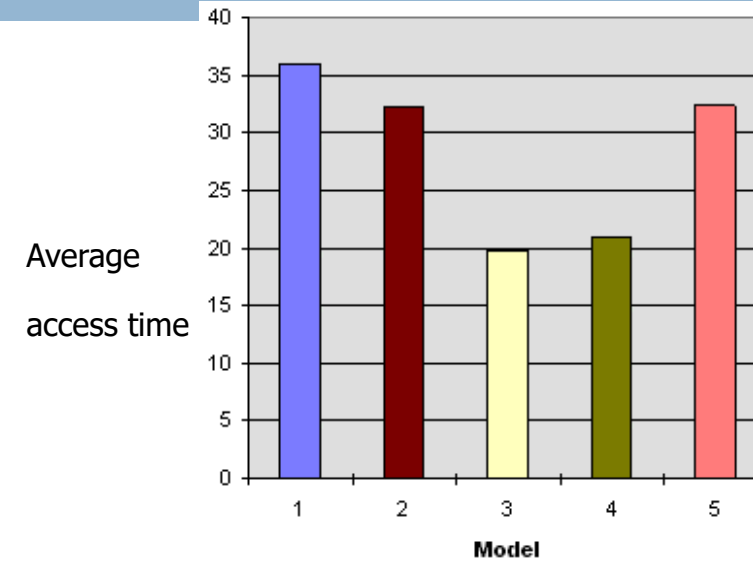
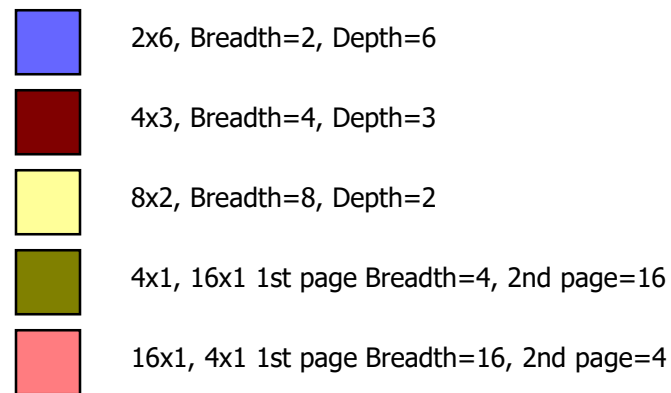
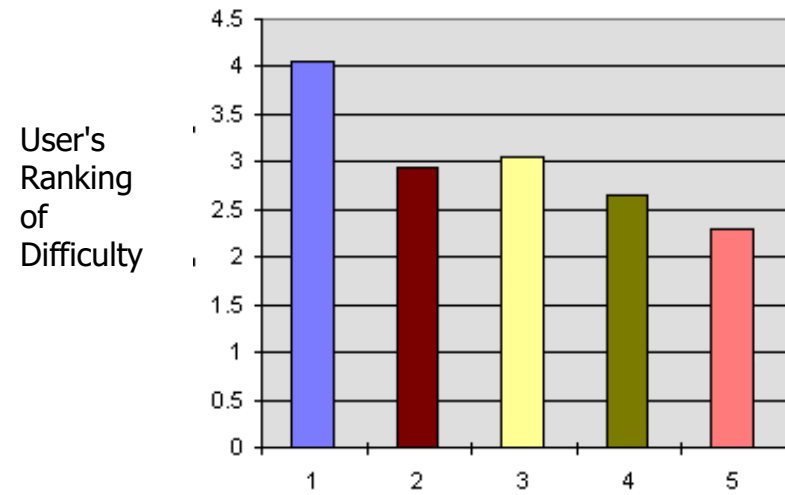
Περιορισμοί μνήμης

27

- Οι άνθρωποι μπορούν να απομνημονεύσουν 7 ± 2 κομμάτια πληροφορίας στη βραχυπρόθεσμη μνήμη
- Έτσι, αρκετοί ερευνητές πρότειναν ένας δικτυακός τρόπος να έχει 5 ως 9 κύριες κατηγορίες
- Αν έχουμε περιορισμούς στη βραχυπρόθεσμη μνήμη δεν θα πρέπει να έχουμε μικρό 'πλάτος' και μεγαλύτερο βάθος;
 - Όχι!

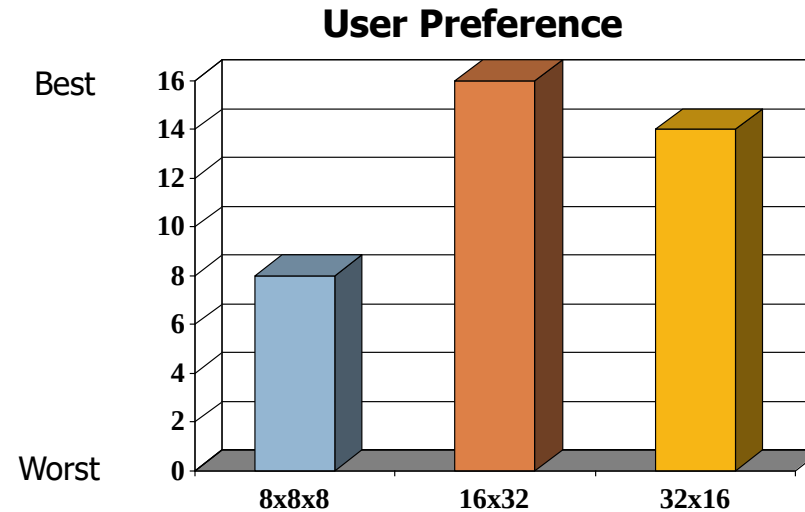
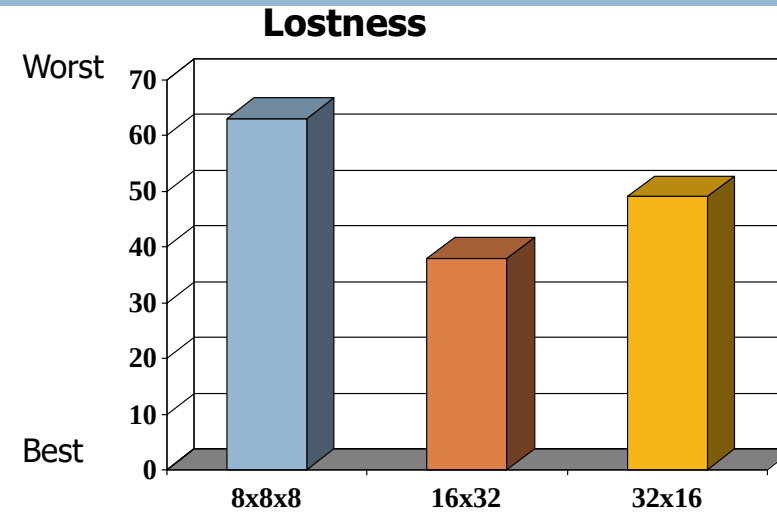
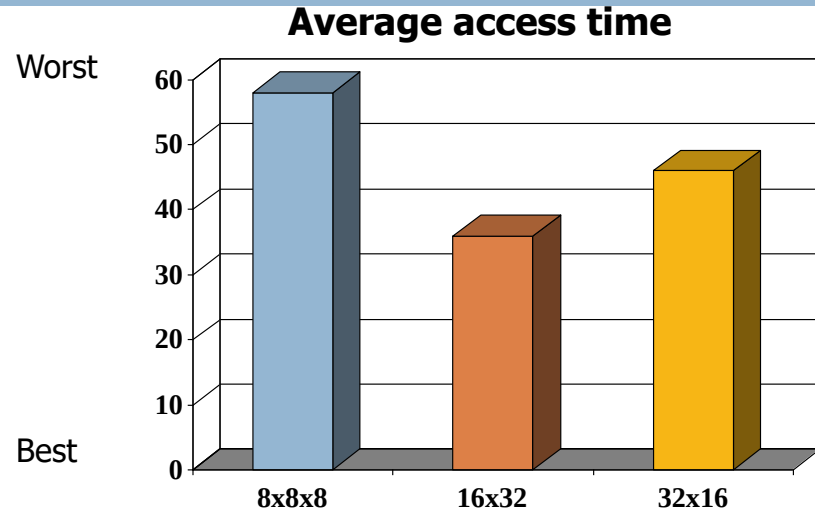
Έρευνα για πλάτος-βάθος Breadth vs Depth (1/3)

28



Έρευνα για πλάτος-βάθος Breadth vs Depth (2/3)

29

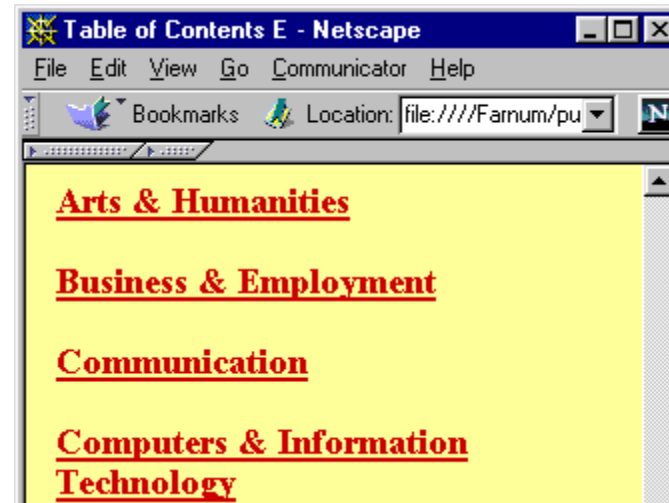


Έρευνα για πλάτος-βάθος Breadth vs Depth (3/3)

30



Οι χρήστες προτίμησαν αυτό τον πίνακα περιεχομένων ...



...σε σχέση με αυτό

Μετρική Lostness

31

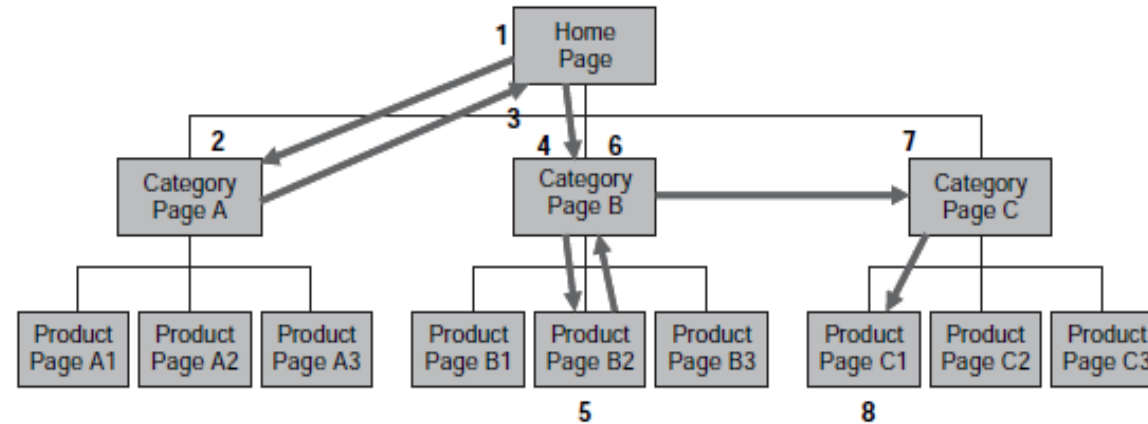
- Δείκτης L που αποτυπώνει την επιπλέον προσπάθεια εύρεσης μιας ζητούμενης σελίδας σε σχέση με την 'ιδεατή' διαδρομή που θα απαιτούσε τον ελάχιστο αριθμό μεταβάσεων (Smith, 1996)

$$L = \text{sqrt} \left[\left(\frac{N}{S} - 1 \right)^2 + \left(\frac{R}{N} - 1 \right)^2 \right]$$

- N ο αριθμός των διαφορετικών σελίδων που επισκέφθηκε ο χρήστης κατά τη διάρκεια εκτέλεσης της εργασίας
- S ο συνολικός αριθμός των σελίδων, προσμετρώντας και τις επανεπισκέψεις και
- R ο βέλτιστος αριθμός σελίδων που χρειαζόταν ιδεατά ο χρήστης για να βρει την επιθυμητή πληροφορία
- $L < 0.4$ δεν υπάρχει ιδιαίτερο πρόβλημα κατά τη διάρκεια πλοήγησης
- $L > 0.5$ οι χρήστες αντιμετωπίζουν προβλήματα πλοήγησης

Παράδειγμα

32



- Έστω χρήστης που επιθυμεί να πλοηγηθεί από την κεντρική σελίδα στη σελίδα με το προϊόν C1.
- Ιδεατά θα περνούσε από 3 σελίδες (Κεντρική σελίδα, Σελίδα κατηγορίας C, σελίδα προϊόντος C1), όμως ο χρήστης δυσκολεύθηκε περισσότερο. Ποια είναι η μετρική L όπως αυτή προκύπτει από την πορεία που ακολούθησε;

Παράδειγμα

33

- R (ελάχιστος αριθμός σελίδων) = 3,
- $N = 6$ (διαφορετικές σελίδες που επισκέφθηκε ο χρήστης)
- $S = 8$ (ο αριθμός των διαφορετικών σελίδων συμπεριλαμβανομένων των επανεπισκέψεων σε αυτές)
- $L = \sqrt{[(6/8 - 1)^2 + (3/6 - 1)^2]} = 0.56$
- που αποτυπώνει και τη σύγχυση που είχε ο χρήστης μέχρι να βρει την επιθυμητή σελίδα

Συμπεράσματα για πλάτος-βάθος

34

- Ο χρόνος πρόσβασης είναι ανάλογος του βάθους της ιεραρχίας
 - ▣ Όσο πιο βαθύ το μενού, τόσο περισσότερο χρόνο θα ξοδέψουν οι χρήστες και θα μειωθεί η υποκειμενική ικανοποίησή τους
 - ▣ **Καλό να αποφεύγουμε βάθος μεγαλύτερο από 3**
- Αύξηση στο πλάτος δεν φαίνεται να επηρεάζει την απόδοση
 - ▣ συμπέρασμα, επιδιώκουμε καλή οργάνωση με μέσο πλάτος και μικρό βάθος για βελτιστοποίηση της απόδοσης

Πληροφοριακή οσμή-Information Scent

35

- Αν το σχήμα οργάνωσης δεν είναι κατάλληλο ακόμα και οι 'πλατιές' δομές θα επιφέρουν φτωχά (ίσως και χειρότερα) αποτελέσματα σε σχέση με τις βαθύτερες δομές
- Η πληροφορία έχει μια 'οσμή' που υποβοηθά την επιλογή της
 - ▣ Η οσμή αφορά στην ένδειξη και στην υποβοήθηση του χρήστη για το κατά πόσο ένας συγκεκριμένος σύνδεσμος θα τον οδηγήσει στη ζητούμενη πληροφορία
 - ▣ Μια καλή πληροφοριακή δομή βελτιώνει την πληροφοριακή οσμή, διευκολύνοντας την εύρεση της πληροφορίας

iii. Συστήματα πλοήγησης

36

- Όταν ένας χρήστης εισέρχεται σε ένα δικτυακό τόπο,
 - ▣ Προσπαθεί να αναζητήσει κάτι και
 - ▣ Πρέπει να αποφασίζει αν θα αναζητήσει-**search** ή θα φυλλομετρήσει-**browse**
 - Κάποιοι χρήστες είναι "search-dominant," άλλοι "link-dominant"
 - Συνεπώς κάθε σύστημα πρέπει να προσφέρει τόσο:
 - Ένα τρόπο για εύρεση πληροφορίας μέσω αναζήτησης,
 - Ένα τρόπο για να αναζητήσουμε πληροφορίας μέσω επιλογής συνδέσμων, δηλαδή ένα σύστημα πλοήγησης **navigation system**

Συμβάσεις πλοήγησης

37

- Βασιζόμαστε σε κοινώς αποδεκτές συμβάσεις στο φυσικό μας κόσμο (σε πόλεις, στον αυτοκινητόδρομο, στο αεροδρόμιο) και σε πληροφοριακούς χώρους (σε μια εφημερίδα ή βιβλίο) που επιταχύνουν την διαδικασία
- Αντίστοιχα, διάφορες συμβάσεις υπάρχουν και στον Ιστό που υποβοηθούν τους χρήστες στην πλοήγησή τους
 - Γενικά, πρέπει να τις χρησιμοποιούμε και εμείς
 - Αν όχι, θα πρέπει να υπάρχει κάποιος σημαντικός λόγος (π.χ., το εν δυνάμει κοινό είναι ιδιαίτερα εξειδικευμένο, οι νέες συμβάσεις είναι αυτοεπεξηγουόμενες κλπ).
 - Θυμηθείτε πόσο σύντομα κοιτούν μια ιστοσελίδα οι χρήστες!!



Κατανοούμε τη σημασία των συμβόλων ακόμα και αν δεν γνωρίζουμε τη γλώσσα, λόγω της γνώσης μας για τα σήματα οδικής κυκλοφορίας



Ακόμη και αν δεν μπορούμε να διαβάσουμε τη γλώσσα, μπορούμε να κατανοήσουμε ποια είναι τα στοιχεία πλοήγησης καθώς βασιζόμαστε στη γνώση μας για τις αντίστοιχες συμβάσεις.

Συμβάσεις πλοήγησης (1/3)

38

The screenshot shows the babyGap website interface with several annotations:

- Ενδείξεις για το που είμαστε**: Points to the breadcrumb navigation path: [MEN](#) > [WOMEN](#) > [BOYS](#) > [GIRLS](#) > [BABY BOY](#).
- Εργαλεία**: Points to the top navigation links: [My Info](#), [Wish List](#), and [Customer Service](#).
- Βασικές κατηγορίες**: Points to the main category tabs: [MEN](#), [WOMEN](#), [BOYS](#), [GIRLS](#), [BABY BOY](#), [BABY GIRL](#), and [NEWBORN](#).
- υποενότητες**: Points to the sub-category links under each main category, such as [Baby Boy Sale](#), [Gifts](#), [babyGap Classics](#), and [Warm Weather](#) under [BABY BOY](#).
- Τίτλος σελίδας**: Points to the page title [Pants/Shorts](#).
- Τοπική πλοήγηση**: Points to the local navigation links: [VIEW AS LIST](#) and [VIEW AS IMAGES](#).
- Λογότυπο**: Points to the babyGap logo.
- Σύνδεσμοι σε κείμενο**: Points to the footer links: [Customer Service](#), [Email us](#), [Call 1-800-GAPSTYLE \(1-800-427-7895\)](#), [GapCard](#), [Store Locator](#), [Site Map](#), and [Company Info](#).

The main content area displays a pair of pants and the text **shown: flat front stretch pants**.

Συμβάσεις πλοήγησης (2/3)

39

Ενδείξεις για το που είμαστε

Εργαλεία

Κύριες κατηγορίες

Τίτλος

Λογότυπο

Τοπική πλοήγηση

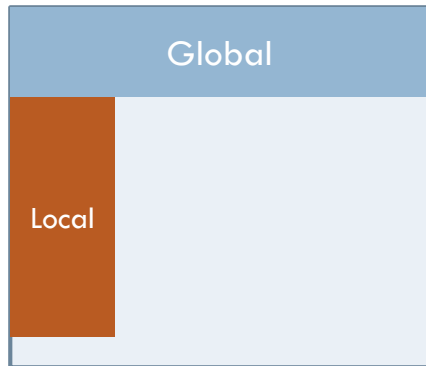
Σύνδεσμοι με μικρό κείμενο

The screenshot shows the wine.com website with various annotations. At the top, the logo 'wine.com' is on the left, and navigation links 'Home', 'Wine Shop', 'Rare Wines', 'Wine Clubs', 'Gift Shop', 'Corporate Gifts', 'Accessory Shop', and 'Message Boards' are on the right. A search bar is also present. The main content area is divided into several sections: 'Shortcuts' on the left with links like 'Shipping Deadlines', 'Gifts Under \$25', etc.; 'Valentines from wine.com' in the center with a featured product 'Wine Valentine'; 'All-Mighty Aphrodite Champagne and Truffles' and 'Love Potion' on the right. The bottom of the page has a footer with links like 'Account', 'Shipping Info', 'Security & Privacy', etc. Annotations with lines pointing to specific elements include: 'Λογότυπο' pointing to the wine.com logo; 'Ενδείξεις για το που είμαστε' pointing to the top navigation bar; 'Εργαλεία' pointing to the search bar; 'Κύριες κατηγορίες' pointing to the main navigation links; 'Τίτλος' pointing to the 'Valentines from wine.com' section header; 'Τοπική πλοήγηση' pointing to the 'Shortcuts' section; and 'Σύνδεσμοι με μικρό κείμενο' pointing to the footer links.

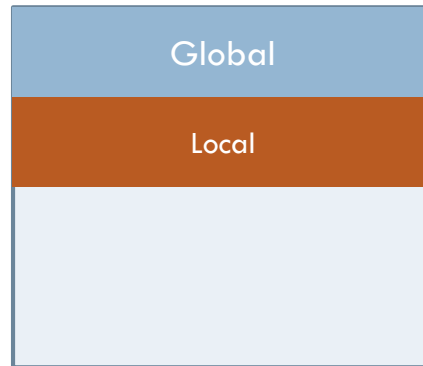
Συμβάσεις πλοήγησης (3/3)

40

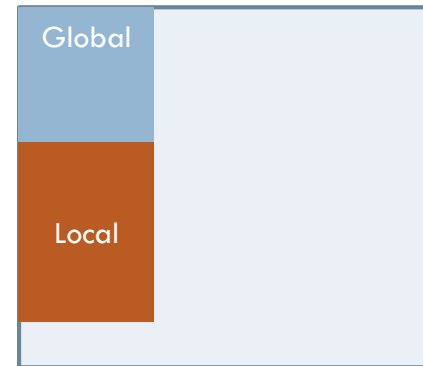
Τυπική χωροταξία των στοιχείων πλοήγησης



Ανάποδο-L



Οριζόντιο



Εμφωλιασμένο κάθετο

Αναζήτηση

41

- Περίπου 50% των χρηστών θα χρησιμοποιήσουν αναζήτηση αντί για σύστημα πλοήγησης
 - ▣ Όμως, αν η δυνατότητα αναζήτησης δεν είναι ακριβής, η προσθήκη της θα αποδειχθεί αντιπαραγωγική

Οδηγίες για περιβάλλοντα αναζήτησης

42

- Παρέχονται σε κάθε σελίδα
- Πλαίσια κειμένου και πλήκτρο με τίτλο 'αναζήτηση'
- Εντοπίζεται πάνω δεξιά (κατά προτίμηση) η πάνω αριστερά σε μία σελίδα
- Το μέγεθος του πλαισίου κειμένου~25 χαρακτήρες περίπου

Αποτελέσματα μηχανής αναζήτησης

43

- Σελιδοποίηση αποτελεσμάτων με 10 αποτελέσματα ανά σελίδα
 - ▣ Περίπου όλοι (~93%) θα μείνουν στην 1^η σελίδα
 - ▣ Στο Google, περίπου το 75% θα μείνουν στην 1^η σελίδα
- Περίπου οι πάντες θα επιλέξουν την 1^η ή τη 2^η επιλογή
 - ▣ Στο Google, περίπου το 70% επιλέγουν την 1^η ή 2^η επιλογή της σελίδας αποτελεσμάτων
 - ▣ Στο Google, πάνω από το 50% επιλέγουν την 1^η

Το Google ως σημείο εισόδου σε ένα δικτυακό τόπο

44

- Μια από τις βασικές αλλαγές στη συμπεριφορά χρήστη στο διαδίκτυο τα τελευταία 5 έτη, είναι ότι οι χρήστες πλέον δεν επισκέπτονται καλούς δικτυακούς τόπους, αλλά ψάχνουν για 'καλές' απαντήσεις
- ▣ Κατά συνέπεια πολλοί (ενδεχόμενα οι περισσότεροι) χρήστες θα χρησιμοποιήσουν το google ως εργαλείο εισόδου στο δικτυακό τόπο και **όχι** την κεντρική του σελίδα

Τέλος Ενότητας



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

