

Checklist zdarma: časté UX chyby, které stojí konverze

Deset chyb z článku, které si můžete na vlastním webu zkontrolovat hned.

- ☐ Není poznat, co firma dělá. Nadpis typu „Vaše spokojenost je naší prioritou“ neříká nic. Do tří vteřin musí být jasné, co nabízíte, pro koho a kde.
- ☐ Kontakt se hledá. Telefon patří do hlavičky a na mobilu musí jít vytočit klepnutím. Když je jen v patičce, velká část lidí se k němu nedostane.
- ☐ Formulář chce zbytečnosti. Každé pole navíc ubírá odeslání. Ptejte se jen na to, co potřebujete k první odpovědi — zbytek doladíte v hovoru.
- ☐ Po odeslání se nic nestane. Když návštěvník nedostane jasné potvrzení, že zpráva odešla, řada lidí ji odešle znovu nebo odejde s pocitem, že to nefunguje.
- ☐ Malé a namačkané ovládací prvky. Na mobilu potřebuje tlačítko dost velkou plochu, aby se do něj dalo trefit palcem. Odkazy nalepené na sebe vedou k překlikům.
- ☐ Nečitelný text. Světle šedá na bílé vypadá na návrhu vzdušně a na telefonu na slunci ji nepřečtete. Totéž platí pro příliš malé písmo.
- ☐ Cookie lišta přes celý obsah. Když lišta zakrývá to podstatné a nejde snadno zavřít, část lidí web opustí dřív, než ho vůbec uvidí.
- ☐ Chybí odpověď na námitku. Cena, termín, záruka, co se stane, když něco nevyjde. Neodpovězená otázka se nezmění v telefonát, ale v odchod.
- ☐ Test tří vteřin. Ukažte homepage někomu, kdo vaši firmu nezná, na tři vteřiny. Pak se zeptejte, co firma dělá. Když neodpoví, opravte titulek.
- ☐ Test palcem. Otevřete web na mobilu a projděte cestu k poptávce jednou rukou. Kde musíte přiblížit nebo mířit, tam je chyba.

Celý rozbor najdete na stránce [UX chyby, které vás stojí poptávky](#).