HOGYAN TEDD HATÉKONNYÁ WEBOLDALAD?

Webergonómia:
Felhasználóbarát megoldások

2026 SZEPTEMBER



OMA
Online Marketing Akadémia

Tartalomjegyzék

Pár szó a szerzők jogairól 6

1. Egy új szemlélet 7

2. Mi az a webergonómia? 10

2.1 Az ergonómia és a webergonómia 10

2.2 „A web a figyelem iparága” 12

2.3 Az ergonomikus web által kínált siker ma 14

2.4 UI és UX dióhéjban 15

2.4.1 UI, azaz user interface 16

2.4.2 UX, azaz a user experience 17

2.5 Mit gondolj át még a weboldal készítés előtt? 22

3. Webergonómia tesztek 24

3.1 Fapados megoldás a használhatósági tesztre 24

3.2 A card sorting teszt 27

3.3 Szoftverek a webergonómia teszteléshez 29

3.3.1 Az 5 másodperces teszt 29

3.3.2 Tesztelés hőtérképpel 30

3.3.3 Tesztelés fejlesztés közben 33

3.4 Google Optimize 35

4. Webergonómia a gyakorlatban 36

4.1 Miért fontos a felhasználóbarát szemlélet? 36

4.2 Az ergonómikus domain 39

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

4.3 Weboldal ≠ Prospektus 40

4.4 Mire ügyelj a webdesign tervezésekor? Küllem, színek... 42

4.5 Navigáció a honlapon 46

4.6 A linkek a weboldalon 50

4.7 Kapcsolat vagy elérhetőség menüpont 53

4.8 A nyitóoldal a fő oldal? 54

4.9 Az aloldal is lehet nyitóoldal! 57

4.10 Mennyire gyors a honlapod? 59

4.11 Stílusok és forráskód 63

4.12 Képek és grafikák a weben 65

4.13 Szöveg a webre: a fókusz 67

4.14 Tipográfia a weben 73

4.15 A webes űrlapok tervezésének 10+1 pontja 76

4.16 Mumus: a képernyőfelbontás 88

4.17 A reszponzív webdesign 91

4.18 Az adaptív design 94

4.19 Akadálymentesítés: egyenjogúság a weben 95

4.20 „Mobile first” szemlélet 100

4.20.1 A „Mobile first” jelentése 102

4.20.2 Honlap tervezési csekklista a mobile first elmélet szerint 104

5. Hogyan tervezz hatékony landing oldalt? 108

5.1 Mi az a landing oldal? 108

5.2 Miért van szükség landing oldalra? 109

5.3 A hatékony landing oldal 15+1 fő jellemzője 111

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

5.4 Példák hatékony landing oldalakra 116

6. Trendek a webergonómiában 121

6.1 Flat design 122

6.2 Material design 126

6.3 Parallax scrolling 127

6.4 Dark mode 129

6.5 Minimalizmus 131

6.6 B/W design 133

6.7 „Bold” tipográfia 134

7. Webergonómia csekklista 136

7.1 3 kérdésre keresd a választ! 136

7.2 Hitelesség 137

7.3 Értékelések / vélemények / referenciák 138

7.4 Transzparencia 139

7.5 Csoportosíts! 139

7.6 Webmorzsa 140

7.7 Keresés 140

7.8 Gombok 141

7.9 Logó 141

7.10 Kereszthivatkozások 142

7.11 Csőlátás van, használd ki! 142

7.12 Üres terek 143

7.13 Reszponzivitás 144

7.14 F minta 144

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

7.15 Betöltődési sebesség 145

7.16 Az űrlap felépítése 145

7.17 Segítő információk 145

7.18 Mobilbarát mezők 146

7.19 Színek pszichológiája 146

7.20 Képek, illusztrációk 147

7.21 KISS 147

7.22 Címsorok 148

8. 66 kérdés a honlapodról: Te válaszolsz! 149

Útravalóul 154

Hivatkozások és hasznos linkek 156

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

© Pár szó a szerzők jogairól

Köszönjük, hogy megvásároltad az Online Marketing Akadémia Webergonómia tudásanyagát. Ebben a modulban évek tapasztalatait és tudását osztjuk meg Veled. Sokat dolgoztunk azért, hogy ez az anyag létrejöjjön.

Kérjük, tiszteld erőfeszítéseinket és **ne add át harmadik félnek** ezt a tudásanyagot. Gondolj arra, ha egyszer kikerül a kezedből, akár még a konkurenciádat is előnyösebb helyzetbe hozhatod, ha eljut hozzá. Az ebben a modulban közölt tudás legyen azoké, akik áldoztak rá. Minden vásárlónk elfogadta a megrendelés feltételeit és teljes felelősséget vállalt a szerzők jogainak tiszteletben tartására. [1]

Köszönjük, hogy betartod a „fair play” játékszabályait!

Ha tetszik az anyag és ajánlanád másoknak, kérjük, ezt a címet add tovább:

https://www.online-marketing-akademia.hu/product/webergonomia

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

1 Egy új szemlélet

Egy hatékony weboldalnak a felhasználók igényeit kell kiszolgálni. A felhasználó irányít, és dönt. Nincs kompromisszum. Ha nem azt nyújtod, és nem olyan módon kínálod a tartalmad, ahogyan az neki kényelmes és megfelel, kíméletlenül „kiikszel”.

Nem hoz bevételt a weboldalad, annak ellenére, hogy

- sok százezer forintba került?
- dolgoztál azon, vagy fizettél másnak azért, hogy weboldalad jó helyen legyen a keresőkben?
- tízezreket költöttél arra, hogy megjelenj a Google Adsben vagy a Facebookon?
- kiküldtél már pár hírlevelet?

És semmi haszon?

Nem hozza a számokat a weboldal?

Kidobott pénznek érzed?

Voltál már abban a helyzetben, hogy ha nézed a statisztikád, nem tudtad, hogy miért van az,

- hogy hiába sok a látogatód, még sincs megrendelésed?
- hogy hiába a nyitóoldaladon a sok olvasó, a visszafordulások aránya (bounce rate) rendkívül magas?
- hogy az ajánlatkérés aloldalad, végül is látogatott, de mégsem kapsz ajánlatkéréseket?
- hogy alig iratkoznak fel a hírleveledre?

Ha ezek a helyzetek ismerősek számodra és eddig tanácstalan voltál, hogy mit tegyél, akkor most az egyik legjobb döntést hoztad meg azzal, hogy kezdbe veszed az Online Marketing Akadémia Webergonómia modulját.

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

Ebben a tudásanyagban részletesen rávilágítunk arra, mit érdemes változtatni jelenlegi weboldalon, vagy mit vegyél figyelembe, ha majd a következőt tervezed annak érdekében, hogy a felhasználók kényelmét minél inkább kiszolgáld. Azzal ugyanis, ha a felhasználó azt érzi, hogy ez a weboldal gyors, kényelmes, egyszerű, használható, akkor ez egyben a hatékonyságot is eredményezi - számodra.

Mire ennek a modulnak a végére érsz, képben leszel a legtöbb fontos dologgal, ami kapcsolatba hozható azzal, hogy mitől lesz egy weboldal felhasználóbarát.

- Megtudod, mit takar a webergonómia fogalma, és miért fontos Neked az, hogy ezzel tisztában legyél.
- Észre fogod venni, hogy azzal, ha nem csak elolvasod ezt az anyagot, hanem meg is valósítod a benne leírtakat, fényévekkel előzöd meg a konkurenseidet, és bekerülhetsz abba az elit csoportba, akik Magyarországon elmondhatják magukról, hogy a weboldaluk tervezésénél figyelembe vették a webergonómiai szempontokat.
- Tisztában leszel azzal, hogy melyek azok a design elemek, amelyek rontanak egy weboldal hatékonyságán, illetve mi is igazából egy ergonomikus webdesign feladata.
- Tudni fogod, hogy mik a webes navigáció alapszabályai.
- Megmutatjuk Neked, hogy mire kell kritikusan figyelni a nyitóoldalad és a különböző aloldalad tervezésénél, annak érdekében, hogy a látogatók, ne ábrándulljanak ki belőled és a weboldaladból 3-4 másodperc alatt.
- Megtudhatod, hogy hogyan turbózd fel honlapod, mitől lesz gyors, és akár felbontás-független.
- Képes leszel megírni úgy egy weboldal szövegét, hogy pontosan tudod mit fognak belőle elolvasni a látogatók. A helyes tördeléssel, kiemelésekkel és a lényegre törő információkkal tudni fogod irányítani az olvasóid, hogy minél egyszerűbben és gyorsabban eljussanak a számodra fontos aloldalig: az ajánlatkérésig, a megrendelésig, vagy éppen a hírlevél-feliratkozásig.

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

- Tudni fogod, hogy milyen alapvető hibákat ne kövess el az űrlapjaidban, amikor adatokat kérsz el a látogatóidtól.
- Megtanulod, hogyan kell profin és szakszerűen elkészíteni egy hibaüzenetet, azaz egy hibaoldalt, és meg fogod érteni, hogy miért is olyan fontos ez (Neked).
- És a végén bemutatjuk, mit jelent az akadálymentesítés az interneten, miért hasznos ez Neked.

Szóval, ha a végére érsz, sok mindent megtudsz arról, mitől lesz egy weboldal igazán felhasználóbarát, de az, hogy ezeket alkalmazod-e, hogy használod-e a gyakorlatban, csak Rajtad múlik. Ha végrehajtod a változtatásokat már csak egyetlen dolgod van, igaz az állandó feladat: figyelni a statisztikát és tesztelni, mérni az eredményességet és a hatékonyságot. Ennek az egyik legkiválóbb, mindenki számára hozzáférhető eszköze a Google Analytics (ma már a 4-es verzió, a GA4; a korábbi Universal Analytics 2023-2024-ben megszűnt), a profi ingyenes webanalitika, de más eszközökről is ejtünk szót majd bőven.

A statisztika helyes kielemzése után pedig marad a következtetések levonása, hogy még azokat az apró kis változtatásokat is képes legyél megvalósítani, amelyek még inkább finomíthatják a hatékonyságot weboldaladon. Majd újra tesztelni, mérni, változtatni és így haladni a tökéletesség felé. De ez a része már élvezet lesz, egy játék a látogatókkal.

Az OMA jelen tudásanyagának célja, egyfajta irányelvet mutatni a webbel foglalkozóknak, mind a megrendelői, mind a kivitelezői oldalon, hogy hogyan tervezzék meg oldalaikat és hogyan járuljanak hozzá a jobb és mindenki által hozzáférhető weboldalak kialakításához. Kísérletet tesz arra, hogy elmagyarázza, hogyan szerkeszd úgy a weboldalaid, hogy azok minden eszközről mindenféle felbontás mellett tökéletesen használhatóak legyenek, bárki számára.

Akkor beszállás, induljunk el a siker felé vezető úton, sok sikert hozzá, élvezetes olvasást és megvalósítást!

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

2 Mi az a webergonómia?

A webergonómia a **felhasználói kényelem** speciálisan az internetes világra értelmezett formája, amely az internetes oldalak **használhatóságával** és ennek kapcsán az internet felhasználók szokásainak vizsgálatával foglalkozik. A célja gyakorlatilag a látogatók **elégedettségének** és ezzel együtt a weboldal **hatékonyságának** a növelése, a **kezelhetőség egyszerűsítése** mellett.

2.1

Az ergonómia és a webergonómia

A fenti megfogalmazás, ha úgy tetszik definíció, akár bonyolultan (is) hangozhat, de amennyiben részletesebben kívánjuk vizsgálni a témakört érdemes tisztázni az ergonómia általánosságban használt fogalmát:

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

munkatan, görög szó, amely az a tudománycsoport, amely az emberi adottságoknak megfelelő munkaeszközök (tárgyak) és munkakörnyezet kialakítását célozza azért, hogy a dolgozó munkáját magas termelékenységűvé, és ugyanakkor szellemi és fizikai fejlődését elősegítővé tegye, továbbá az ember kényelmét, biztonságát és egészségének megőrzését biztosítsa. Célkitűzése a gépek, a tárgyi és személyi munkakörnyezet emberhez alakítása, vagyis az ember és munkaeszköze optimális együttműködésének elősegítése. Kialakulása szoros összefüggésben van a technika ugrásszerű fejlődésével, a növekvő automatizációval, a munkamegosztás bonyolultságával és a komplex ipari nagyrendszerek létrejöttével, ezzel párhuzamosan az emberi munkatevékenység átalakulásával."
(forrás: Ergonómiai kislexikon, Dulin Jenő, Budapest, Népszava Lap-és Könyvkiadó 1987)

Bár webergonómia, mint kifejezés még nem is létezett akkor, amikor a fenti idézetet írták, mégis éppen ugyanezt jelenti. Azaz pontosan arról van szó, mennyire használható a felület, az a weboldal, amit épp nézünk, amit használunk.

- Mennyi idő alatt találja meg a látogató, amit keres?
- Mennyi időt és energiát kell arra fordítani, hogy a célt elérje?
- Mennyire logikus a weboldal felépítése?
- Mennyire beszédesek a menüpontok?
- Mennyire beszédes a domain név?
- Vajon a célcsoport felhasználási szokásainak mennyire felel meg az a felület, amivel találkoznak, amikor a Te honlapodra jutnak el?
- Vajon különböző eszközök képernyőjén hogyan jelenik meg a honlap?
- Vajon megfelelő a betöltődési sebessége akkor is, ha gyenge az internetkapcsolat?
- Az űrlapok, amelyeken keresztül a célt el lehet érni kellően elősegítik a honlap tulajdonosának érdekeit?

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

Ezek mind nagyon fontos kérdések, és ha a felhasználó szempontjait figyelembe véve kedvező válaszok születnek, akkor kijelenthetjük, hogy hatékonyan működik az adott weboldal és a felhasználó elégedetten távozik, ill. tér majd újra vissza.

2.2

„A web a figyelem iparága”

Ha Jakob Nielsent akarjuk idézni - aki a webergonómia egyik legnagyobb, legismertebb képviselőjének számít az USÁ-ból - arról, hogy hogyan lehet meghatározni a webet, a következőt kapjuk:



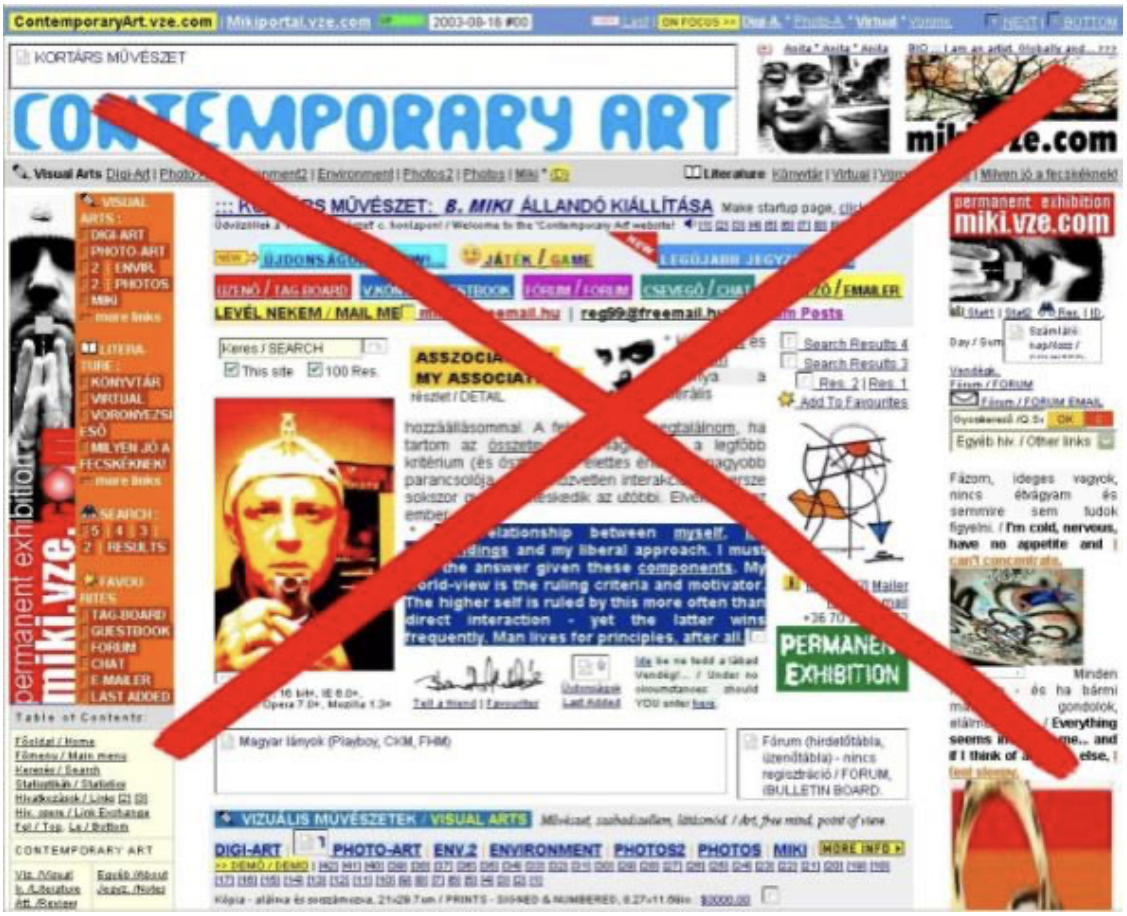
Jakob Nielsen portréfotója

A web a figyelem iparága, ahol a fő fizetőeszköz a felhasználó ideje. Mit néznek meg, hajlandók elidőzni, és hova fognak később visszatérni?”
(forrás: Web-design, Jakob Nielsen, Budapest, Typotex 2002)

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

Tehát, ha úgy fogalmazunk, hogy egy weboldal célja a figyelem megszerzése, fenntartása és a felhasználó idejének legjobb kihasználása, akkor már meg is értettük a webergonómia lényegét, persze csak tömören. Nem érdemes elpazarolni a felhasználó idejét olyan dolgokra, melyek számára nem fontosak, mert ezzel hátráltatjuk a gyors információszerzést, amire minden felhasználónak igénye van. Az tehát, ha rózsaszín flamingó repül át jobbról balra a weboldalon és még az animációt kikapcsolni sem lehet, sajnos megbosszulhatja magát azzal, hogy pillanatokon belül elhagyja az oldalunkat, és nem is tér vissza a jövőben.

A példák sorát egy ellenpéldával kezdjük. Az oldal szerencsére már megszűnt, de elrettentésképpen egy képernyőfelvétel megmaradt belőle. A weboldalról készült kép igazából önmagáért beszél. Nem gondoljuk, hogy oldalakat kellene azzal eltölteni, hogy leírjuk, hogy mi minden rossz benne, ezért tényleg csak címszavakban:



Elrettentő példa: átláthatatlan, túl színes, kereszttel áthúzott régi weboldal képernyőfelvétele

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

- átláthatatlan;
- túl színes;
- minden ki van emelve;
- fogalmunk sincs, miről szól az oldal;
- nincs struktúra;
- ezerféle betűtípus, -szín és -méret;
- nem vezeti a tekintet.

Ha üzleti célokat akarsz elérni weboldaladdal, (és ha nem, akkor is) törekedned kell a felhasználóbarát weblapok készítésére, mert egy olyan oldal, amely megkönnyíti a látogatók munkáját és tájékozódását, mindenképpen pozitív élményt okoz, és amennyiben a látogató elégedett, abban az esetben az oldal üzemeltetője is elégedetté válik.

A webergonómia célja pedig végső soron éppen ez.

2.3

Az ergonomikus web által kínált siker ma

Ebben a tudásanyagban bemutatunk jó és rossz példákat egyaránt, elemezzük és taglaljuk, mire kell figyelni, ha új weboldalt tervezel, vagy terveztetsz, vagy esetleg a jelenlegit szeretnéd átalakítani.

Cél ugyanis, hogy a hirdetésekkel vagy a keresőkre való optimalizálással a már megszerzett látogatókat meg is tudd tartani addig, amíg valamilyen cselekvést nem sikerül kiváltani belőlük. Lehet ez hírlevél feliratkozás, üzenetküldés, ajánlatkérés, megrendelés vagy valamilyen anyag letöltése, videó megnézése. A lényeg, hogy tegyen valami olyat, amivel közelebbi kapcsolatba kerülhetsz vele.

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

Ha ebben a modulban leírt módszereket alkalmazod saját weboldalad fejlesztésekor, közelebb kerülsz ahhoz, hogy mindenki számára hozzáférhetővé tedd a webes tartalmad (az akadálymentességről a 4.19-es fejezetben részletesen írunk), és ezáltal felhasználóbarát felülettel könnyen átadhatod a látogatóidnak a kényelem és a kiszolgálás érzését. Ez az érzés pedig nagy kincs még manapság, amit a látogató nagyon könnyen meg fog hálálni: gyakran visszajár és használja majd az oldalad. Ráadásul, ha ezt eléred, akkor az azt jelenti, hogy sikerült felemelni a weboldaladat abba szűk rétegbe, amibe ma Magyarországon nagyon kevesen tartoznak: ők használják tudatosan weboldalaikat ügyfelek szerzésére és jól meg is élnek belőle

2.4

UI és UX dióhéjban

Ha nem tévedünk, azért olvasod ezt a tudásanyagot, mert szeretnél egy kicsit képbe kerülni a webergonómiával. Ebben az esetben (még mielőtt belevágunk a lépésről-lépésre megvalósításba) tisztáznunk kell két egymástól eltérő, de mégis gyakran együtt emlegetett fogalmat.

Ha már kutakodtál a neten ebben a témában, vagy néha szembe jött veled egy-egy mai állásajánlat a szakma ezen területéről, akkor találkozhattál ezzel: **UI / UX designer**. A UI / UX párosítás ma már egyre többször előkerül, ha webfejlesztésről van szó. (Igazából ezeknek mindig elő kellene kerülnie... mi a magunk részéről meg is teszünk ennek érdekében mindent.)

De mit is jelentenek ezek a mozaikszavak? Mik ezek a jelölések, és mit csinál az, aki ezekkel foglalkozik? Sokan ráadásul felcserélik, vagy azonos jelentéstartalommal ruházzák fel a két külön területet.

A designer szó valószínűleg nem szorul magyarázatra, a másik kettőt viszont most átbeszéljük. UI/UX kisokos következik!

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

Köszönjük!

A tudásanyag többi részét megrendelés után tudod olvasni.

Vásárláshoz kattints ide!

(https://www.online-marketing-akademia.hu/modul/)

Üdvözlettel,
Forgács Mariann
az Online Marketing Akadémia Szakmai Vezetője