

Producenci artykułów spożywczych dla dzieci



Młodzi Polacy chętniej i częściej myślą o założeniu rodziny. Przyczyną tego zjawiska jest niewątpliwie poprawa warunków ekonomicznych i weryfikacja modnego dotychczas stylu życia. Bycie rodzicem stwarza też nowe możliwości konsumpcyjne. Niewątpliwie dużą rolę odgrywa w tym przypadku internet, który oprócz

dostarczania informacji na temat macierzyństwa jest jednym z podstawowych źródeł wiedzy na temat produktów dla najmłodszych konsumentów. Dlatego dzisiejsza analiza poświęcona jest serwisom internetowym firm produkujących artykuły żywnościowe dla dzieci.

N^o 1 DANONE (www.danone.pl)

Serwis internetowy firmy Danone zajął pierwsze miejsce, zdobywając 66 punktów, z czego 34 dzięki bardzo dobrej użyteczności. Całkowity rozmiar strony to niewiele

ponad 140 kb, co przekłada się na krótki czas oczekiwania na całkowite jej załadowanie się. Proste i jasne menu na górze, link do wyszukiwarki umieszczony w prawym rogu oraz bardzo przydatny gadżet tuż obok – wybór typu użytkownika – to zdecy-

dowanie plusy. Dostępne są cztery główne typy użytkowników: konsumenci, partnerzy handlowi, dziennikarze i kandydaci do pracy. Wadami serwisu są m.in. zbyt mały rozmiar czcionki oraz słaby kontrast pomiędzy tekstem a tłem.

N^o 2 HIPPI (www.hipp.pl)

Strona internetowa Hipp także dostała bardzo wysokie noty za użyteczność, głównie dzięki bardzo prostej i intuicyjnej nawigacji oraz jasnemu podziałowi informacji na stronie głównej. Minusem jest zbyt wiele grafi-

ki, szczególnie na stronie głównej, gdzie prawie 1/5 ekranu zajmuje animacja zapraszająca użytkownika do krainy Hipp. Niezrozumiałe jest, czemu po kliknięciu opcji „Sklep” czy „Pielęgnacja” otwiera się osobna strona. Skoro działają te nie są integralną częścią serwisu, powinny znajdować się ra-

czej w osobnym boksie. Dużym przeoczeniem dla serwisu tej wielkości wydaje się brak nadpisywania adresów url (np. zamiast www.hipp.pl/aktualnosci mamy <http://hipp.pl/?id=3>).

N^o 3 GERBER (www.gerber.pl)

Serwis internetowy Gerber skomponowano w miłych dla oka pastelowych kolorach, do tego grafika podkreśla, że jest to miejsce poświęcone dzieciom i ich rozwojowi.

Menu główne i pomocnicze na samej górze strony w jasny sposób przedstawiają użytkownikowi dostępne opcje. Dużym plusem jest też wykonanie strony w technologii CSS, zamiast przestarzałych tabel. Problemem jest zbyt dużo grafiki, w szczególno-

ści animowanej, która bardzo dekoncentruje i niepotrzebnie skupia na sobie zbyt wiele uwagi użytkownika, przez co może on mieć problem z wykonaniem postawionych mu zadań.

Punktacja według poszczególnych kryteriów (w nawiasach podano maksymalną liczbę punktów do zdobycia w danej kategorii)

Producent	Danone	Hipp	Gerber	Nutricia	Kubuś	Bakoma	Nestlé
Jakość (10)	4	7	9	4	5	5	7
Zawartość (10)	7	7	7	5	3	4	9
Użyteczność (40)	34	29	25	25	17	17	31
Dostępność (40)	21	20	17	22	13	4	33
Razem (100)	66	63	58	56	38	30	0 (80)

Większość serwisów nieźle poradziła sobie z naszym testem. Gdyby nie brak polskiej wersji strony, mielibyśmy nowego lidera wszechczasów serii „Pod lupą” – stronę domową Nestlé. Ten serwis internetowy jest najlepszym ze wszystkich przeanalizowanych przez nas do tej pory – osiągnął aż 80 punktów. Wielka szkoda,

że dostępny jest tylko w wersji angielskiej, dlatego zostaje poza klasyfikacją punktową. ■

Michał Kunysz, www.marketingwinternecie.com

Firma Marketing w Internecie.com zajmuje się audytami stron internetowych