profaj

FORM

Web Sitesi Analiz Formu

Sitenizin neyi iyi, neyi eksik yaptığını madde madde görün ve ilk işleri sıraya koyun.

NASIL KULLANILIR

1. **Hedefi yazın**
   Bölüm 1'de sitenin ne için var olduğunu belirleyin.
2. **Siteyi gezerek işaretleyin**
   Her maddeyi telefonda ve bilgisayarda deneyin.
3. **Bulguları sıralayın**
   Etkisi yüksek, eforu düşük işlerden başlayın.

BÖLÜM 1

Sitenin kimliği ve hedefi

Analiz, sitenin ne için var olduğunu bilmekle başlar. Önce amacı yazın, sonra siteyi o amaca göre değerlendirin.

SİTE ADRESİ Ana sayfa bağlantısı

ANALİZİ YAPAN VE TARİH Ad soyad, gün/ay/yıl

SİTENİN ANA AMACI Satış, talep toplama, bilgi verme, randevu...

BAŞARI NASIL ÖLÇÜLÜYOR Örneğin: aylık form sayısı, sipariş, arama

HEDEF ZİYARETÇİ Kim, hangi ihtiyaçla geliyor

ANA ZİYARETÇİ KAYNAĞI Arama, reklam, sosyal medya, doğrudan

ZİYARETÇİLERİN ÇOĞU HANGİ CİHAZDA Analitik aracınızdaki cihaz raporundan bakın

☐ Telefon ☐ Bilgisayar ☐ Tablet ☐ Bilmiyorum

SON 30 GÜN ZİYARETÇİ SAYISI Analitik aracından

SON 30 GÜN DÖNÜŞÜM SAYISI Form, arama, sipariş

Beş saniye testi

Siteyi tanımayan birine sayfayı beş saniye gösterin, kapatın ve aşağıdaki soruları sorun. Cevapları olduğu gibi yazın.

BU ŞİRKET NE YAPIYOR Cevabı kendi sözleriyle

BU SAYFADA NE YAPABİLİRSİNİZ Beklenen: sizin istediğiniz eylem

AKLINDA KALAN TEK ŞEY NE Görsel, başlık, düğme...

BÖLÜM 2

Denetim listesi

Her maddeyi sitede kendiniz deneyerek işaretleyin. Emin değilseniz "Kısmen" seçin ve notu yazın.

Madde	Durum	Not
İÇERİK VE MESAJ		
Ana sayfa ilk ekranda ne sunulduğu anlaşılıyor Başlık müşteri faydasını söylüyor mu	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Her hizmet ya da ürünün kendi sayfası var Tek sayfada toplanmamış	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Güven unsurları görünür Referans, yorum, sertifika, ekip	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Net bir harekete geçirici çağrı var Her sayfada bir sonraki adım	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
KULLANIM VE MOBİL		
Menü sade ve anlaşılır Beş ile yedi ana başlık yeterli	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Telefonda yazılar okunuyor, düğmeler rahat basılıyor Gerçek bir telefonda deneyin	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
İletişim bilgisi iki tıkta bulunuyor Telefon tıklanabilir mi	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Formlar kısa ve çalışıyor Kendiniz doldurup gönderin	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
HIZ VE TEKNİK		
Sayfalar telefonda 3 saniye içinde açılıyor Ücretsiz hız ölçüm araçlarından bakın	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Site güvenli bağlantı (https) ile açılıyor Tarayıcıda kilit simgesi	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Kırık bağlantı ve açılmayan sayfa yok Menüdeki her bağlantıyı deneyin	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Görseller boyutlandırılmış Büyük görsel sayfayı yavaşlatır	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	

BÖLÜM 3

Görünürlük, güven ve ölçüm

Madde	Durum	Not
ARAMA MOTORU TEMELLERİ		
Her sayfanın kendine özgü başlığı ve açıklaması var Arama sonucunda görünen metin	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Sayfalarda tek ana başlık ve düzenli alt başlıklar var Başlık sırası mantıklı mı	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Görsellerde açıklayıcı alternatif metin var Erişilebilirlik için de gerekli	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Google işletme profili ile site bilgileri tutarlı Ad, adres, telefon	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
YASAL VE GÜVEN		
Çerez bildirimi ve gizlilik metni var Metinler için hukuk danışmanınıza danışın	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Formlarda aydınlatma metni bağlantısı var KVKK metni için hukuk danışmanınıza danışın	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Şirket unvanı ve iletişim bilgileri görünür Alt bilgi bölümünde	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
ÖLÇÜM		
Analitik aracı kurulu ve veri geliyor Son 7 gün verisi var mı, reklam etiketleri çalışıyor mu	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	
Form, arama ve sipariş eylemleri ayrı ölçülüyor Dönüşüm tanımlı mı	☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır	

Öncelikli bulgular

Bulgu	Etki	Efor	Sorumlu	Tarih

PROFAJ İLE

Doldurduktan sonra birlikte bakalım

Analiz sonuçlarını birlikte yorumlayalım, hangi işin önce yapılacağını planlayalım.

Bu İşte Beraberiz!

TELEFON
+90 232 320 00 40
E-POSTA
profaj@profaj.com
GÖRÜŞME PLANLAYIN
profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin