

Usability 5th トップページデザインのデザイン-1

トップページの使命

トップページの使命

どんなサイトであっても、トップページにははじめから課せられた「使命」がある。

サイトの素性と使命の提示

これはどういうサイトでなんのために開設されているのかをユーザーに伝えなければならない。さらに望ましいのは、なぜほかのサイトに行かずこのサイトに留まるべきかを知らせることである。

サイト内の概略の提示

「ここに何があるの?」と「ここで何ができるの?」ということについての概略をと、それがどのように構成されているかを明らかにする。

検索機能

たいいてい場合は、トップページに目立つように検索ボックスを置く必要がある。

ちょっとした宣伝

雑誌の表紙と同様に、このサイトにはどんな「すばらしい内容」があるかを知らせる、コンテンツ自体の宣伝を行う。おすすめ情報や最新の話、人気のあるものなどを取り上げる。

タイムリーなコンテンツ

ユーザーがリピーターになるかどうかの鍵を握る要素となる。

商業宣伝

広告、相互宣伝、商取引などに当てられるスペースも必要。

ショートカット（場合によっては）

株価の情報とか、スポーツの試合結果など、もっとも頻繁にアクセスされるコンテンツには、トップページから専用のリンクを設けておく価値があるかもしれない。

登録（場合によっては）

もしユーザーに登録してもらいたいサイトであるなら、新規登録するためのリンク、既存ユーザーのログイン、そしてログインしたことがわかる表示(「ようこそ、ゲストさん」が「ようこそ、 さん」に変わる)が必要である。

ユーザーが探すもの

「探しもの」自体を載せることはできなくても、どうすればアクセスできるのかを明らかにしておくこと。

ユーザーが探していないもの

やってきたユーザーが特に探そうとしていなくても、彼らにとって有益な情報が「ほかにもある」ということを示しておきたい。

スタート地点

初めて訪れたサイトで考えることなくスタートができれば、第一関門はとりあえずクリア。

好印象

トップページだけを見て去っていくユーザーもいる。第一印象で信頼感を得られるよう努力することも大切である。