

10 najpogostejših napak, ki jih podjetja delajo pri izdelavi spletne strani

(in strokovne rešitve za boljšo konverzijo, SEO in uporabniško izkušnjo)

Spletna stran je digitalno jedro podjetja - pogosto prvi stik z vašo blagovno znamko. Kljub temu več kot polovica podjetij dela napake, ki neposredno vplivajo na prodajo, ugled in konkurenčnost. Spodaj je poglobljen pregled 10 najpogostejših napak ter strokovno utemeljene rešitve, podkrepljene z relevantnimi podatki.

1. Nejasno sporočilo v hero sekciji (omejena 3-sekundna pozornost)

Hero sekcija je prvi, največji in najbolj viden del spletne strani, ki ga uporabnik vidi takoj, ko odpre domačo stran – brez da bi se pomaknil navzdol (t. i. "above the fold").

Napaka:

Hero sekcija pogosto ne pojasni jasno, kaj podjetje počne, komu je namenjena ponudba in zakaj je boljša od konkurence. Uporabniki zapustijo stran, če se ne znajdejo takoj.

Statistika:

Po podatkih raziskav uporabnik povprečno porabi **2,6 sekunde**, da oblikuje prvi vtis o strani.

Rešitev:

Uporabite preprost, neposreden pristop:

- **1 stavek:** Kaj ponujamo
- **1 stavek:** Komu pomagamo
- **1 stavek:** Kakšno vrednost prinašamo
- **1 gumb:** Ključni CTA (npr. "Pridobi ponudbo", "Rezervacija")
Dodajte profesionalno vizualno ozadje in preverite kontrast ter berljivost.

2. Preveč besedila ali preveč strokovni izrazi

Napaka:

Koraki, procesi ali storitve so opisani v preveč kompleksni, tehnični terminologiji. Stranke imajo občutek, da ne razumejo, zato ne ukrepajo.

Statistika:

Raziskave navajajo, da **38 % uporabnikov zapusti spletno stran**, če je vsebina nejasna ali nepregledna.

Rešitev:

- Pišite “strankam prijazno”
 - Segmentirajte tekst z bullet točkami
 - Preverite Fleschovo berljivost (cilj: 60–70)
 - Uporabite kratke odstavke (3–4 vrstice)
 - Dodajte infografike, ikone in vizualne razlage
-

3. Slaba mobilna optimizacija**Napaka:**

Strani so oblikovane primarno za računalnike, mobilni prikaz pa je nefunkcionalen, nepregleden ali se nalaga prepočasi.

 Statistika:

Google poroča, da je več kot **63 % celotnega spletnega prometa mobilnega**, zato mobilna optimizacija neposredno vpliva na SEO.

Rešitev:

- Uporabite mobile-first dizajn
 - Testirajte prikaz na 5–10 različnih zaslonih
 - Omogočite prilagojeno navigacijo in prilagodljivo tipografijo
 - Uporabite večje CTA gumbе, primerno razdaljo med kliki in optimizirano “fold” vsebino
-

4. Počasno nalaganje strani**Napaka:**

Prevelike slike, nepotrebni vtičniki ali slabo gostovanje podaljšajo čas nalaganja, kar izrazito zmanjšuje konverzijo.

 Statistika:

Raziskave ugotavljajo, da **vsaka dodatna sekunda nalaganja zmanjša konverzije za 7 %**.

Rešitev:

- Optimizacija slik (pretvorba v WEBP)
- CDN (Content Delivery Network)
- Minifikacija CSS/JS
- Lazy loading slik in videov
- Gostovanje z visokim LCP (Largest Contentful Paint) rezultatom
- Ciljna hitrost: < 2 sekundi

5. Manjkajoči ali nevidni pozivi k akciji (CTA-gumbi)

Napaka:

Stran je informativna, vendar uporabnik ne ve, kaj naj stori. Brez jasnega CTA gumba se izgublja prodaja.



Statistika:

Dober CTA gumb poveča stopnjo konverzije za 121 %.

Rešitev:

- Uporabljajte kontrastne CTA gumbe
- CTA naj bo ponovljen na vrhu, v sredini in na dnu strani
- Uporabite jasne glagole: “Prenesi”, “Naroči se”, “Rezerviraj”, “Začni zdaj”
- Vsebino CTA povežite z vrednostjo (npr. “Brezplačen posvet”)

6. Uporaba neprofesionalnih fotografij in neenotnih vizualov

Napaka:

Fotografije iz telefona ali slabo obdelane slike zmanjšujejo zaupanje, profesionalnost in občutek kakovosti.



Statistika:

Po raziskavi BrightLocal **60 % uporabnikov bolj zaupa podjetju**, če uporablja profesionalne, avtentične fotografije.

Rešitev:

- Uporabite profesionalni fotografski set ali premium stock arhive
- Ujemajte barvno paleto s celostno grafično podobo
- Standardizirajte stil vizualov (svetlost, kontrast, ton)
- Optimizirajte slike (pod 250 KB)

7. Slaba ali zmedena navigacija

Napaka:

Meniji s preveč izbire, skrite kategorije ali nejasna struktura povzročijo izgubo orientacije.



Statistika:

Baymard Institute poroča, da **70 % uporabnikov zapusti spletno stran zaradi slabe navigacije**.

Rešitev:

- Uporabite največ 5–7 glavnih menijskih postavk
- Jasno poimenujte kategorije (uporabniški jezik, ne interni žargon)

- Implementirajte breadcrumb navigacijo
 - Testirajte pot kupca ("najpomembnejše informacije v 2 klikih")
 - Optimizirajte iskalno polje
-

8. Premalo elementov zaupanja (social proof)

Napaka:

Podjetja ne pokažejo referenc, ocen ali izkušenj – kar zmanjšuje kredibilnost.



Statistika:

96 % uporabnikov se po poročanju Spiegel Research Center bolj odloča za nakup, če ima podjetje vidne ocene ali mnenja.

Rešitev:

Dodajte:

- mnenja strank (video + tekst)
 - case study-je
 - certifikate in nagrade
 - logotipe podjetij, s katerimi sodelujete
 - ikone zaupanja (SSL, varno plačilo, garancije)
-

9. Malo ali nič SEO optimizacije

Napaka:

Stran je oblikovana vizualno, vendar ni prilagojena za iskalnike. Brez tega podjetje izgublja organski promet in dolgoročno plačuje več za oglase.



Statistika:

SEO generira **več kot 53 % vsega spletnega organskega prometa**, kar je največ med vsemi kanali.

Rešitev:

- Optimizacija meta opisov, naslovov in URL-jev
- Dodajanje alt oznak slikam
- Redne vsebine (blog, novice, vodiči)
- Tehnični SEO: struktura, sitemap, Robots.txt, hitrost
- Povezovanje stranih s strategijo internih linkov
- Uporaba ključnih besed z namenom iskanja (search intent)

10. Pomanjkanje dolgoročne strategije po objavi spletne strani

Napaka:

Mnoge spletne strani po objavi stagnirajo. Brez nadgradenj, optimizacij ali analitike ne morejo rasti.

Statistika:

Strani, ki redno posodablja vsebino, imajo v povprečju **434 % več indeksiranih strani** in bistveno boljši organski doseg (HubSpot).

Rešitev:

Vzpostavite dolgoročen digitalni sistem:

- mesečne ali tedenske objave
- analitika (GA4, Search Console)
- A/B testiranje CTA-jev in naslovov
- email marketing in remarketing
- redne varnostne posodobitve
- stalna SEO optimizacija
- testiranje UX (heatmape, click tracking)