UrsaLogic

SEO	Development
100%	85%
Ocena: A	Ocena: B

Accessibility	WCAG
99%	96%
Ocena: A	Ocena: A

Serwis

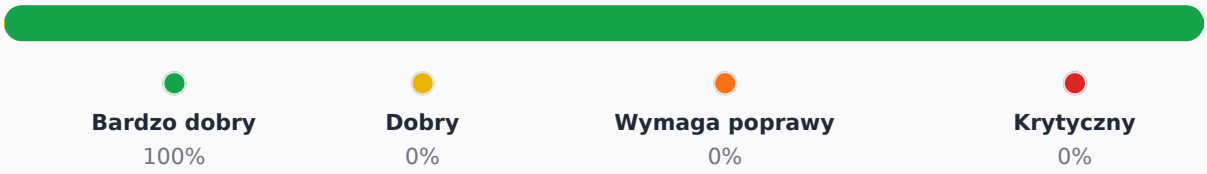
UrsaLogic
https://ursalogic.pl

Raport wykonany w dniu 16.05.2026 o godzinie 22:19
na podstawie analizy 9 stron.

1. SEO

Raport SEO obejmuje analizę elementów wpływających na widoczność strony w wyszukiwarkach. Sprawdzane są m.in. meta dane, struktura nagłówków, linkowanie wewnętrzne oraz statusy indeksacji. Identyfikowane są błędy techniczne i treściowe mogące ograniczać ruch organiczny. Raport pozwala określić obszary wymagające optymalizacji pod kątem wyszukiwarek.

Procent podstron w poszczególnych poziomach jakości.



Bardzo dobry	Dobry	Wymaga poprawy	Krytyczny
100%	0%	0%	0%

Podsumowanie audytu SEO

Stan techniczny Twojej strony jest **bardzo dobry**. Otrzymała ona ocenę **A** i maksymalną liczbę **100 punktów** w ogólnym badaniu kondycji. Wszystkie 4 analizowane podstrony mają najwyższą możliwą ocenę jakości. Oznacza to, że podstawy techniczne są solidne i nie tracisz ruchu z powodu błędów w kodzie czy konfiguracji serwera. Strona w pełni wykorzystuje swój potencjał techniczny, co jest dobrą podstawą do dalszego rozwoju biznesu.

Indeksowanie i dostępność stron

Google może poprawnie widzieć i analizować Twoją stronę. Spośród **9** wszystkich stron, **4** są dostępne do indeksowania, co stanowi **44,44%**. Pozostałe **5** stron zostało celowo oznaczonych jako „noindex”, co oznacza, że nie pojawią się w wynikach wyszukiwania. To standardowa praktyka dla stron takich jak polityka prywatności czy regulamin, które nie

są przeznaczone do pozycjonowania. Nie ma tu problemu – Google nie traci dostępu do kluczowych podstron.

Meta dane i optymalizacja wyników wyszukiwania

Twoja strona wygląda dobrze w wynikach wyszukiwania Google. Żadna z analizowanych podstron nie ma brakującego tytułu ani opisu. Średnia długość tytułu to **46 znaków**, a opisu **132 znaki** – obie wartości są optymalne, by przyciągnąć uwagę użytkownika i zachęcić go do kliknięcia. Nie tracisz kliknięć (CTR) z powodu błędów w meta danych. Wszystkie strony mają też kompletne znaczniki dla mediów społecznościowych, co pomaga w atrakcyjnym wyświetlaniu linków po udostępnieniu.

Jakość treści

Treści na stronie są wystarczające, by przekazać użytkownikowi kluczowe informacje. Średnia liczba słów na stronie to **629,5**. Żadna z analizowanych podstron nie ma zbyt małej ilości treści (tzw. „cienkiej treści”). Jedna strona ma ponad **1000 słów**, co jest dobrym wynikiem. Dla strony typu SaaS, której celem jest sprzedaż, treści te pozwalają przedstawić ofertę i odpowiedzieć na podstawowe pytania klientów. Nie tracisz widoczności ani zainteresowania z powodu zbyt ubogich opisów.

Struktura nagłówków HTML

Struktura nagłówków (H1, H2 itd.) jest poprawna. Żadna strona nie ma brakującego ani zduplikowanego nagłówka H1. Średnia ocena jakości struktury nagłówków to maksymalne **100 punktów**. Oznacza to, że Google i użytkownicy mogą łatwo zrozumieć hierarchię informacji na stronie. Nie ma tu żadnych problemów.

Linkowanie wewnętrzne

Średnio każda strona zawiera **6,75** linków wewnętrznych, co daje **1,26** linka na każde 100 słów. Średnia ocena jakości linkowania to **85 punktów** na 100. To dobry wynik, który

pomaga użytkownikom nawigować po stronie i prowadzi ich do ważnych miejsc, takich jak cennik czy formularz kontaktowy. Wszystkie obrazy mają też opisane atrybuty alt, co jest pomocne dla dostępności. Linkowanie wspiera konwersję, ale jest przestrzeń do lekkiej poprawy, by jeszcze lepiej kierować użytkowników do kluczowych podstron.

Dane strukturalne

Każda analizowana strona zawiera średnio **1** blok danych strukturalnych. To oznacza, że strona wykorzystuje podstawowe możliwości wyróżnienia się w wynikach wyszukiwania (np. poprzez tzw. „rich snippets”). Jednak żadna strona nie ma rozbudowanego grafu (wykresu połączeń między danymi). Możesz stracić szansę na bardziej atrakcyjne wyświetlanie w Google, co mogłoby zwiększyć kliknięcia.

Wydajność strony i Core Web Vitals

Strona ładuje się szybko. Kluczowy wskaźnik LCP (czas ładowania największego elementu) wynosi **2240 ms**, co jest wartością dobrą. Wskaźnik CLS (stabilność układu) to **0**, co oznacza, że elementy nie przeskakują podczas ładowania. Całkowity czas ładowania strony (loadEventEnd) to około **2,8 sekundy**. To szybki wynik, który nie zniechęca użytkowników. Nie tracisz klientów przez wolne działanie strony.

Kluczowe ryzyka SEO

Na podstawie danych audytu nie wykryto żadnych poważnych problemów. Wszystkie sygnały ostrzegawcze mają wartość „false”, co oznacza, że:

- nie ma stron z niską oceną SEO,
- nie ma zbyt małej ilości treści,
- nie ma brakujących tytułów ani opisów,
- nie ma problemów z wydajnością (LCP, CLS).

Nie ma obecnie żadnych kluczowych ryzyk SEO, które mogłyby ograniczać Twój biznes.

Priorytety optymalizacji

Wysoki priorytet

Brak problemów wymagających natychmiastowej interwencji.

Średni priorytet

- **Dane strukturalne**: Brak rozbudowanego grafu danych strukturalnych. Może to ograniczać możliwość wyróżnienia się w wynikach wyszukiwania i zmniejszać liczbę kliknięć.

Niski priorytet

- **Linkowanie wewnętrzne**: Średnia ocena jakości linkowania to 85/100. Drobna poprawa w prowadzeniu użytkownika do kluczowych stron (np. oferta, demo) może nieznacznie zwiększyć konwersję.

Rekomendowane działania optymalizacyjne

1. **Rozbuduj dane strukturalne**: Dodaj na stronie głównej i w cenniku zaawansowane dane strukturalne, np. dla produktu lub oferty. Dzięki temu Google może wyświetlić w wynikach wyszukiwania dodatkowe informacje, takie jak cena czy ocena. To zwiększy atrakcyjność Twojego linku i może przyciągnąć więcej kliknięć od potencjalnych klientów.

2. **Popraw linkowanie wewnętrzne**: Przejrzyj strony i upewnij się, że z każdej podstrony prowadzi wyraźny link do strony z cenami („Pricing”) oraz do formularza kontaktowego lub zapisu na demo. Użytkownik, który trafi np. na politykę prywatności, powinien mieć łatwą ścieżkę powrotu do oferty. To może zwiększyć

liczbę zapytań i rejestracji.

2. Development

Raport Development koncentruje się na technicznej kondycji strony oraz jakości implementacji. Analizowane są m.in. błędy HTTP, struktura adresów URL, wydajność oraz wybrane elementy konfiguracji serwera. Wskazywane są problemy wpływające na stabilność i poprawne działanie serwisu. Raport wspiera identyfikację błędów wymagających interwencji developerskiej.

Procent podstron w poszczególnych poziomach jakości bezpieczeństwa.

Bardzo dobry	Dobry	Wymaga poprawy	Krytyczny
0%	100%	0%	0%

Podsumowanie audytu infrastruktury

Stan techniczny Twojej strony oceniam jako **dobry** (ocena B, wynik 85/100). Oznacza to, że podstawowe elementy infrastruktury działają poprawnie i nie ma poważnych zagrożeń dla bezpieczeństwa. Wszystkie 9 przeanalizowanych podstron uzyskało ten sam, solidny wynik bezpieczeństwa, co świadczy o spójności technicznej całego serwisu. Obecnie infrastruktura nie ogranicza w sposób krytyczny sprzedaży ani rozwoju, ale istnieją obszary do poprawy, które mogą zwiększyć skuteczność biznesową.

Architektura infrastruktury serwera

Twoja strona działa na serwerach z oprogramowaniem **LiteSpeed** – to nowoczesne i wydajne rozwiązanie, które dobrze radzi sobie z obsługą ruchu. Wszystkie 9 podstron korzysta z tego samego typu serwera, co zapewnia stabilność i przewidywalność działania. Dodatkowo strona obsługuje protokół **HTTP/3** – to najnowszy standard

komunikacji, który przyspiesza ładowanie strony, szczególnie na urządzeniach mobilnych i przy słabszym połączeniu internetowym. To wyraźna zaleta, która pozytywnie wpływa na komfort użytkowników.

Bezpieczeństwo infrastruktury

Strona jest **bezpieczna** – średni wynik bezpieczeństwa wynosi 85/100, a żadna z 9 podstron nie spadła poniżej progu 70 punktów. Wszystkie podstrony korzystają z szyfrowania HTTPS (100% pokrycia), co oznacza, że dane przesyłane między użytkownikiem a serwerem są chronione. Nie wykryto również żadnych sygnałów ostrzegawczych, takich jak mieszana treść (częściowo szyfrowana, częściowo nie) czy niski średni wynik bezpieczeństwa. Dla Ciebie jako właściciela oznacza to, że ryzyko wycieku danych lub ataku na użytkowników jest niskie, co buduje zaufanie i chroni proces sprzedaży.

Wydajność serwera i czas odpowiedzi

Strona działa **szybko**. Średni czas odpowiedzi serwera wynosi **186,3 ms** (milisekund), a czas do pierwszego bajta (TTFB) to **126,27 ms**. Oba wyniki są bardzo dobre – użytkownik nie odczuwa opóźnień przy ładowaniu stron. Nawet najwolniejsza podstrona odpowiada w **237,29 ms**, co wciąż jest akceptowalnym wynikiem. Dla porównania, użytkownicy zaczynają odczuwać spowolnienie dopiero powyżej 300-400 ms. Oznacza to, że **nie tracisz klientów z powodu wolnej strony** – proces zakupowy i zapytania nie są utrudnione przez opóźnienia techniczne.

Najbardziej problematyczne strony

Wszystkie przeanalizowane podstrony uzyskały identyczny wynik bezpieczeństwa (85/100). Oznacza to, że **nie ma jednej, szczególnie problematycznej strony**, która wyróżniałaby się negatywnie. Dotyczy to zarówno strony głównej (ursalogic.pl), jak i kluczowych podstron zakupowych (koszyk, logowanie). To dobra wiadomość –

użytkownicy na każdym etapie ścieżki zakupowej mają zapewniony ten sam poziom bezpieczeństwa i wydajności.

Kluczowe ryzyka infrastrukturalne

Na podstawie dostępnych danych nie zidentyfikowano poważnych ryzyk infrastrukturalnych. Wszystkie sygnały ostrzegawcze mają wartość „fałsz”, co oznacza, że:

- Nie ma problemów z niskim średnim wynikiem bezpieczeństwa.
- Żadna strona nie ma wyniku poniżej 70 punktów.
- Nie wykryto mieszanej treści (częściowo szyfrowanej).
- Strona korzysta z nowoczesnego protokołu HTTP/3.
- Wszystkie podstrony są w pełni szyfrowane (HTTPS).

Jedynym obszarem do monitorowania jest fakt, że żadna z 9 podstron nie osiągnęła wyniku bezpieczeństwa w przedziale 90-100. Oznacza to, że jest przestrzeń do dalszej optymalizacji, choć obecny poziom (85) jest już dobry.

Priorytety optymalizacji infrastruktury

Wysoki priorytet

Brak problemów wymagających natychmiastowej interwencji. Strona działa stabilnie, bezpiecznie i szybko.

Średni priorytet

- **Podniesienie wyniku bezpieczeństwa z 85 do 90+** – choć obecny wynik jest dobry, osiągnięcie wyższego progu (90-100) może dodatkowo zwiększyć zaufanie użytkowników i poprawić pozycjonowanie w wyszukiwarkach. W przypadku strony SaaS, gdzie klienci podają dane logowania i dokonują płatności, wyższy

wynik bezpieczeństwa może przełożyć się na większą liczbę sfinalizowanych transakcji.

Niski priorytet

- **Optymalizacja najwolniejszej podstrony** – różnica między najszybszą (147,61 ms) a najwolniejszą (237,29 ms) podstroną wynosi około 90 ms. Choć obie wartości są akceptowalne, wyrównanie czasów odpowiedzi może poprawić spójność doświadczenia użytkownika na całej stronie.

Rekomendowane działania techniczne

1. Przeprowadź szczegółowy audyt bezpieczeństwa w celu podniesienia wyniku z 85 do 90+

- **Co zrobić:** Zleć specjaliście ds. bezpieczeństwa przegląd konfiguracji serwera, nagłówków HTTP oraz ustawień szyfrowania.
- **Dlaczego to ważne:** Wyższy wynik bezpieczeństwa buduje większe zaufanie użytkowników, co jest kluczowe w przypadku strony SaaS, gdzie klienci dokonują płatności i logują się do systemu.
- **Efekt biznesowy:** Większe zaufanie może przełożyć się na wyższą konwersję zakupową i mniejszą liczbę porzuconych koszyków.

2. Wyrównaj czasy odpowiedzi na wszystkich podstronach

- **Co zrobić:** Sprawdź, dlaczego najwolniejsza podstrona (237,29 ms) odpowiada o 90 ms wolniej niż najszybsza. Może to wynikać z większej liczby zapytań do bazy danych lub cięższych zasobów (np. grafiki).
- **Dlaczego to ważne:** Nawet małe opóźnienia na kluczowych stronach (np. koszyk, logowanie) mogą zniechęcić część użytkowników do finalizacji zakupu.

- **Efekt biznesowy:** Szybsze i bardziej przewidywalne działanie całego serwisu zwiększa komfort użytkownika i może podnieść wskaźnik konwersji.

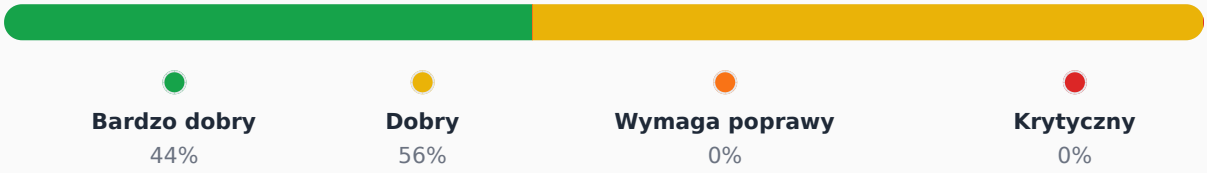
3. Regularnie monitoruj wyniki bezpieczeństwa i wydajności

- **Co zrobić:** Ustaw cykliczne (np. miesięczne) automatyczne skanowanie strony pod kątem bezpieczeństwa i szybkości.
- **Dlaczego to ważne:** Pozwoli to szybko wykryć ewentualne pogorszenie parametrów i zareagować, zanim wpłynie to na użytkowników.
- **Efekt biznesowy:** Stała kontrola nad infrastrukturą minimalizuje ryzyko utraty klientów z powodu problemów technicznych.

3. Accessibility

Raport Accessibility ocenia dostępność strony dla użytkowników, w tym osób korzystających z technologii wspomagających. Analizowane są m.in. struktura treści, opisy alternatywne oraz możliwość nawigacji bez użycia myszy. Wskazywane są elementy utrudniające korzystanie ze strony. Raport pozwala poprawić użyteczność i dostępność serwisu.

Procent podstron według poziomu problemów dostępności.



Bardzo dobry	Dobry	Wymaga poprawy	Krytyczny
44%	56%	0%	0%

Podsumowanie dostępności strony

Strona otrzymała **ocenę A** i wynik **99 na 100 punktów**, co oznacza **bardzo wysoki poziom dostępności**. Spośród 9 przeanalizowanych podstron, **4 nie mają żadnych problemów**, a **5 ma jedynie drobne usterki**. Nie wykryto żadnych problemów o średnim ani krytycznym znaczeniu. Oznacza to, że zdecydowana większość użytkowników może swobodnie korzystać ze strony, a ryzyko utraty klientów z powodu barier dostępności jest niewielkie. Strona jest bliska ideału, ale kilka drobnych elementów wymaga poprawy, aby zapewnić komfort wszystkim odbiorcom.

Dostępność obrazów

- **Wszystkie obrazy na stronie mają opisy alternatywne** – na żadnej z 9 podstron nie brakuje opisów dla grafik.

- Oznacza to, że osoby niewidome korzystające z czytników ekranu bez przeszkód rozumieją treści wizualne, takie jak zdjęcia produktów, ikony czy ilustracje.
- **Nie wykryto problemu** – użytkownicy nie tracą dostępu do informacji wizualnych, co buduje zaufanie i nie ogranicza konwersji.

Dostępność formularzy

- **5 z 9 podstron** zawiera pola formularzy, które nie mają etykiet (opisów). Średnio na stronę przypada **0,56 pola bez etykiety**.
- Etykieta to krótki opis przy polu, który mówi użytkownikowi, co ma wpisać (np. „Imię” lub „Adres e-mail”). Bez niej część użytkowników może mieć problem z poprawnym wypełnieniem formularza.
- **Kto ma problem**: osoby niewidome korzystające z czytników ekranu oraz osoby starsze, które polegają na wyraźnych wskazówkach.
- **Konsekwencje biznesowe**: część użytkowników może pominąć pole, wpisać dane w złym miejscu lub zrezygnować z wysłania formularza. Ponieważ celem strony jest sprzedaż (model monetyzacji: sales), każde nieukończone zapytanie to utrata potencjalnego klienta i ograniczenie liczby transakcji.

Dostępność struktury dokumentu HTML

- **Wszystkie 9 podstron mają poprawnie zdefiniowany język strony** – czytniki ekranu wiedzą, że treść jest po polsku i odpowiednio ją odczytują.
- Struktura dokumentu jest prawidłowa, co oznacza, że użytkownicy mogą łatwo nawigować po stronie, a treść jest logicznie uporządkowana.
- **Nie wykryto problemów** – użytkownicy nie napotykają frustracji związanej z nieczytelnym układem, co zmniejsza ryzyko opuszczenia strony przed dokonaniem zakupu.

Kluczowe problemy dostępności

Na podstawie danych z sekcji "signals" przedstawiam maksymalnie 5 najważniejszych problemów:

1. **Brak etykiet w formularzach na 5 z 9 podstron**
    - **Co jest nie tak**: pola formularzy nie mają opisów, które informują, co należy wpisać.
    - **Kto ma problem**: osoby niewidome i słabowidzące korzystające z czytników ekranu, a także osoby starsze.
    - **Co to oznacza w praktyce**: użytkownik nie wie, czy ma wpisać imię, adres e-mail, czy numer telefonu – może popełnić błąd lub zrezygnować.
    - **Wpływ na biznes**: ograniczenie liczby poprawnie wypełnionych formularzy kontaktowych i zamówień, co przekłada się na spadek konwersji.

2. **Drobne usterki na 5 podstronach (kategoria "minor")**
    - **Co jest nie tak**: strona ma 5 drobnych problemów technicznych, które nie uniemożliwiają korzystania, ale mogą obniżać komfort.
    - **Kto ma problem**: użytkownicy korzystający z technologii asystujących (np. powiększalniki ekranu).
    - **Co to oznacza w praktyce**: drobne niedogodności, które mogą zniechęcić część użytkowników do dalszego przeglądania.
    - **Wpływ na biznes**: ryzyko utraty części klientów, którzy oczekują bezbłędnego doświadczenia.

Priorytety poprawy dostępności

Wysoki priorytet

- **Brak etykiet w formularzach** – problem dotyczy 5 z 9 podstron i może powodować realną utratę zapytań oraz klientów. Bez etykiet część użytkowników nie jest w stanie poprawnie wysłać formularza, co bezpośrednio ogranicza sprzedaż.

Średni priorytet

- **Drobne usterki na 5 podstronach** – choć nie blokują dostępu, utrudniają korzystanie ze strony i mogą zniechęcać użytkowników. Poprawa tych elementów zwiększy ogólny komfort i zaufanie do marki.

Niski priorytet

- **Brak innych wykrytych problemów** – strona nie wymaga dalszych optymalizacji w zakresie dostępności. Wszystkie obrazy mają opisy, a struktura dokumentu jest poprawna.

Rekomendowane działania naprawcze

1. **Dodanie etykiet do wszystkich pól formularzy na 5 podstronach**
    - **Co należy zrobić**: dla każdego pola w formularzu (np. imię, e-mail, telefon) dodać widoczną etykietę tekstową, która opisuje, co należy wpisać.
    - **Dlaczego to ważne**: osoby niewidome i starsze będą mogły samodzielnie wypełnić formularz bez ryzyka pomyłki.
    - **Efekt biznesowy**: zwiększenie liczby poprawnie wysłanych zapytań i zamówień, co przełoży się na wyższą konwersję i większą liczbę klientów.

2. **Przegląd i usunięcie 5 drobnych usterek technicznych**

- **Co należy zrobić**: przeanalizować raport z audytu i poprawić wskazane drobne problemy (np. nieprawidłowe kontrasty, brakujące atrybuty).
- **Dlaczego to ważne**: nawet drobne błędy mogą obniżać komfort użytkowników korzystających z technologii asystujących.
- **Efekt biznesowy**: podniesienie ogólnej jakości strony, co buduje pozytywny wizerunek i zwiększa szansę na powrót klientów.

4. WCAG

Raport WCAG weryfikuje zgodność strony z wytycznymi dostępności określonymi w standardzie WCAG. Sprawdzane są kluczowe wymagania dotyczące struktury, czytelności oraz interakcji użytkownika. Identyfikowane są naruszenia standardów oraz potencjalne ryzyka. Raport wspiera dostosowanie strony do obowiązujących wymagań dostępności.

Procent podstron według poziomu zgodności.

Bardzo dobry	Dobry	Wymaga poprawy	Krytyczny
100%	0%	0%	0%

Podsumowanie zgodności WCAG

WCAG to zbiór zasad, które sprawiają, że strony internetowe są użyteczne dla osób z różnymi niepełnosprawnościami, na przykład dla osób niewidomych, słabowidzących lub mających trudności z obsługą myszki.

Twoja strona otrzymała ogólną ocenę **A (96 na 100 punktów)**, co oznacza **bardzo wysoki poziom zgodności z WCAG**. Żadna z 9 przeanalizowanych stron nie spadła poniżej 95 punktów. Oznacza to, że strona nie wyklucza całych grup użytkowników, a ryzyko utraty klientów z powodu barier dostępności jest obecnie niskie. Mimo to, zidentyfikowano konkretne, powtarzalne problemy, które mogą ograniczać komfort i skuteczność korzystania z serwisu, szczególnie w kluczowych momentach zakupu.

Poziom dostępności stron

Wszystkie 9 stron serwisu zostało ocenionych jako **dobre** pod względem dostępności. Rozkład wyników jest bardzo równomierny: najniższy wynik to **95**, a najwyższy **98 punktów**. Oznacza to, że problemy nie są systemowe i nie dotyczą całego serwisu, ale koncentrują się na kilku konkretnych elementach. Użytkownicy nie powinni napotykać poważnych trudności na zdecydowanej większości podstron.

Najczęstsze problemy dostępności

Zidentyfikowano dwa główne, powtarzające się problemy:

- **Puste linki (9 wystąpień):** To odnośniki, które nie zawierają żadnego tekstu ani opisu. Dla osoby niewidomej korzystającej z czytnika ekranu taki link jest pusty i bezużyteczny – nie wie, dokąd prowadzi. Może to utrudniać nawigację i zwiększać ryzyko, że użytkownik nie trafi do ważnych sekcji.
- **Pola formularzy bez etykiety (6 wystąpień):** Oznacza to, że pola do wpisywania danych (np. imię, adres e-mail) nie mają widocznej ani ukrytej etykiety. Osoba niewidoma nie wie, co ma wpisać w dane pole, co może ograniczać jej możliwość wypełnienia formularza, np. rejestracji lub złożenia zamówienia.

Strony o najniższej dostępności

Najniższy wynik (**95 punktów**) uzyskało 5 stron, w tym:

- **Strona logowania** (`/login`)
- **Strona cennika** (`/pricing`)
- **Trzy strony finalizacji zakupu** (`/billing/checkout`)

Są to **kluczowe strony biznesowe**. Problemy na stronie logowania mogą utrudniać dostęp do konta, na stronie cennika – zapoznanie się z ofertą, a na stronach finalizacji zakupu – mogą zwiększać ryzyko, że część użytkowników nie dokończy transakcji. To

bezpośrednio przekłada się na ograniczenie liczby sprzedaży.

Kluczowe ryzyka dostępności

1. **Puste linki na 9 stronach:** Osoby niewidome mogą mieć trudności z nawigacją, ponieważ czytnik ekranu nie odczyta celu linku. Zwiększa to ryzyko, że użytkownik nie znajdzie ważnych informacji lub nie przejdzie do procesu zakupu.
2. **Formularze bez etykiet (6 wystąpień):** Osoby niewidome mogą mieć problem z wypełnieniem formularzy, np. rejestracji lub zamówienia. W praktyce oznacza to, że część potencjalnych klientów może nie być w stanie dokonać zakupu.
3. **Problemy na stronach checkout:** Wszystkie trzy strony finalizacji zakupu mają wynik 95 punktów. W połączeniu z problemem pustych etykiet, zwiększa to ryzyko, że użytkownicy z niepełnosprawnościami porzucą koszyk na ostatnim etapie.
4. **Problemy na stronie logowania:** Utrudnienia w logowaniu mogą zniechęcić istniejących klientów do korzystania z panelu, co może wpłynąć na ich lojalność i skłonność do ponownych zakupów.
5. **Brak problemów wysokiego ryzyka:** Na plus, w sygnałach nie wykryto stron z wynikiem poniżej 70 punktów ani stron wysokiego ryzyka, co potwierdza, że skala problemów jest ograniczona.

Priorytety poprawy dostępności

Wysoki priorytet

- **Dodanie etykiet do pól formularzy (6 wystąpień).** To najpoważniejszy problem, ponieważ bezpośrednio uniemożliwia osobom niewidomym poprawne wypełnienie formularzy, w tym kluczowego formularza zakupu.

Średni priorytet

- **Uzupełnienie pustych linków (9 wystąpień).** Problem jest powszechny, ale rzadziej prowadzi do całkowitej blokady. Może jednak znacząco utrudniać nawigację i zwiększać frustrację użytkowników.

Niski priorytet

- Brak problemów o niskim priorytecie w dostarczonych danych.

Rekomendowane działania naprawcze

1. **Dodaj etykiety do wszystkich pól formularzy.** Należy sprawdzić wszystkie formularze na stronie (logowanie, cennik, checkout) i dodać do każdego pola tekstową etykietę (np. "Adres e-mail", "Hasło"). Dla programisty jest to prosta zmiana w kodzie HTML. **Efekt biznesowy:** Osoby niewidome będą mogły samodzielnie dokonać zakupu, co zwiększy liczbę zrealizowanych transakcji.
2. **Uzupełnij puste linki.** Dla każdego pustego linku należy dodać tekst opisujący jego cel (np. "Czytaj więcej", "Zobacz ofertę") lub ukryty opis dla czytników ekranu. **Efekt biznesowy:** Użytkownicy korzystający z technologii asystujących będą mogli swobodnie poruszać się po stronie, co zwiększy ich zaangażowanie i szansę na konwersję.

Właścicielem systemu
UrsaLogic jest

Red Paprika
Rafał Kwaśniak
ul. Okrzei 73
42-582 Rogoźnik

e-mail: info@ursalogic.pl
tel.: +48 668 196 229