UrsaLogic

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

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

Serwis

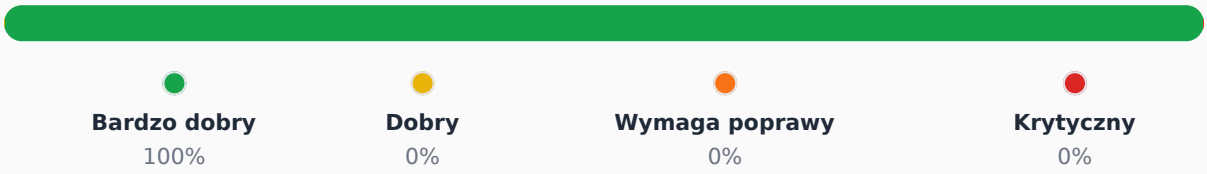
UrsaLogic
https://ursalogic.pl

Raport wykonany w dniu 17.05.2026 o godzinie 09:42
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

Audyt techniczny strony **ursalogic.pl** wykazał bardzo wysoki poziom optymalizacji SEO. Ogólny wskaźnik kondycji strony (**site_health**) wynosi **100 punktów** w skali A, co oznacza brak wykrytych krytycznych błędów technicznych. Średni wynik jakości SEO (**quality_scores**) dla **4 analizowanych stron indeksowalnych** wynosi **100 punktów**, z medianą również na poziomie **100**. Rozkład wyników SEO wskazuje, że **100%** ocenionych stron (4 z 4) znajduje się w przedziale **90-100 punktów**, co potwierdza jednolicie wysoką jakość techniczną całego serwisu. Strona jest platformą **SaaS** o krajowym zasięgu, nastawioną na sprzedaż i monetyzację poprzez reklamy, co wymaga szczególnej dbałości o wydajność i dostępność treści.

Indeksowanie i dostępność stron

Zakres audytu objął **9 stron** na poziomie całego serwisu. Z tej liczby jedynie **4 strony (44.44%)** są indeksowalne. Pozostałe **5 stron** posiada atrybut **noindex**, co jest standardowym i prawidłowym zabiegiem dla stron funkcjonalnych (np. logowanie, panel użytkownika, koszyk) w modelu SaaS. Wszystkie **9 stron** zwracają kod statusu HTTP **200 (OK)**, co świadczy o braku błędów w dostępie do zasobów. Nie wykryto żadnych stron z dyrektywą **x-robots-noindex**.

Meta dane i optymalizacja wyników wyszukiwania

Wszystkie **4 indeksowalne strony** posiadają kompletne meta dane:

- **Brak brakujących tytułów** (0 z 4 stron).
- **Brak brakujących opisów meta** (0 z 4 stron).
- **Brak brakujących kanonikalnych URL-i** (0 z 4 stron).
- **Brak ryzyka duplikacji treści** (0 z 4 stron).

Średnia długość tytułu wynosi **46 znaków**, co mieści się w zalecanym przedziale. Średnia długość opisu meta to **132.25 znaków**, co jest wartością optymalną. Wszystkie strony posiadają kompletne znaczniki Open Graph (**OG complete: 4/4**), a średni wskaźnik pokrycia społecznościowego wynosi **100 punktów**. Brak stron z brakującymi metadanymi Twittera (**twitter_missing_pages: 0**) – jest to informacja uzupełniająca, która nie wpływa na pozycjonowanie w wyszukiwarkach.

Jakość treści

Średnia liczba słów na stronie wynosi **629.5**. Rozkład liczby słów przedstawia się następująco:

- **0-299 słów**: 0 stron
- **300-599 słów**: 3 strony
- **600-999 słów**: 0 stron

- **1000+ słów**: 1 strona

Nie wykryto żadnych stron z cienką treścią (**thin_content_pages: 0**), a wskaźnik cienkiej treści wynosi **0%**. Strona jako platforma SaaS zawiera strony funkcjonalne (np. polityka prywatności, regulamin), dla których niższa liczba słów jest uzasadniona i nie stanowi problemu SEO.

Struktura nagłówków HTML

Struktura nagłówków na wszystkich **4 indeksowalnych stronach** jest prawidłowa:

- **Brak stron bez nagłówka H1** (0 z 4).
- **Brak stron z wieloma nagłówkami H1** (0 z 4).
- **Brak przeskoków w hierarchii nagłówków** (0 z 4).
- Średni wynik jakości nagłówków wynosi **100 punktów**.

Linkowanie wewnętrzne

Średnia liczba linków wewnętrznych na stronę wynosi **6.75**, co przy średniej liczbie słów **629.5** daje gęstość linkowania na poziomie **1.26 linka na 100 słów**. Średni wynik jakości linkowania wewnętrznego to **85 punktów**, co jest wartością dobrą. Wskaźnik pokrycia atrybutem **alt** w obrazkach wynosi **100%**, co świadczy o pełnej dostępności grafik dla robotów wyszukiwarek.

Dane strukturalne

Średnia liczba bloków danych strukturalnych na stronę wynosi **1**. Nie wykryto stron z grafem wiedzy (**pages_with_graph: 0**). Obecność danych strukturalnych jest minimalna, co dla strony SaaS może być akceptowalne, ale stanowi potencjalne pole do optymalizacji.

Wydajność strony i Core Web Vitals

Wyniki dla strony głównej są bardzo dobre:

- **LCP (Largest Contentful Paint)**: **492 ms** – wynik doskonały, znacznie poniżej progu 2.5 sekundy.
- **CLS (Cumulative Layout Shift)**: **0** – brak przesunięć układu, wynik idealny.
- **DOMContentLoaded**: **446 ms**.
- **Load Event End**: **448.9 ms**.
- **Response End**: **117.4 ms**.
- **Rozmiar transferu**: **5518 bajtów**.
- **Rozmiar zakodowanego body**: **5218 bajtów**.
- **Rozmiar zdekodowanego body**: **18314 bajtów**.

Czas analizy wyniósł **2.3 sekundy**. Nie wykryto żadnych problemów z wydajnością (**slow_lcp: false**, **very_slow_lcp: false**, **cls_issue: false**).

Kluczowe ryzyka SEO

Na podstawie analizy sygnałów audytu nie zidentyfikowano żadnych istotnych ryzyk SEO. Wszystkie kluczowe wskaźniki (niski średni wynik SEO, duża liczba stron z niskim wynikiem, wysoki wskaźnik cienkiej treści, problemy z wydajnością) mają wartość **false**, co oznacza brak wykrytych problemów.

Priorytety optymalizacji

Wysoki priorytet

- **Brak wykrytych problemów** – wszystkie strony indeksowalne uzyskały maksymalną ocenę SEO, a wydajność strony głównej jest doskonała.

Średni priorytet

- **Brak wykrytych problemów** – struktura nagłówków, meta dane i linkowanie wewnętrzne są na bardzo dobrym poziomie.

Niski priorytet

- **Rozszerzenie danych strukturalnych** – obecność tylko 1 bloku danych strukturalnych na stronę oraz brak grafu wiedzy to obszar do optymalizacji, który może poprawić widoczność w wynikach wyszukiwania (rich snippets).
- **Zwiększenie liczby linków wewnętrznych** – średnia 6.75 linków na stronę jest dobra, ale dla platformy SaaS z modelem reklamowym warto rozważyć zwiększenie gęstości linkowania, aby poprawić przepływ link equity i zaangażowanie użytkowników.

Rekomendowane działania optymalizacyjne

1. **Implementacja zaawansowanych danych strukturalnych**: Dla platformy SaaS z modelem monetyzacji reklamowej warto wdrożyć dane strukturalne typu `Product` (dla planów cenowych), `FAQPage` (dla sekcji pomocy) oraz `BreadcrumbList`. Pozwoli to na uzyskanie rozszerzonych wyników w SERP, co może zwiększyć CTR.
2. **Optymalizacja linkowania wewnętrznego**: Mimo dobrego wyniku (85 punktów), warto przeanalizować możliwość dodania kontekstowych linków wewnętrznych w treściach, szczególnie pomiędzy stronami produktowymi a blogiem lub sekcją pomocy, co wspomoże indeksowanie i dystrybucję autorytetu.
3. **Monitorowanie wydajności**: Utrzymanie obecnych wyników Core Web Vitals (LCP < 500 ms, CLS = 0) jest kluczowe dla utrzymania wysokiej pozycji w rankingach. Należy regularnie monitorować te metryki, szczególnie przy dodawaniu nowych funkcjonalności lub treści reklamowych.
4. **Rozwój treści**: Mimo że strona nie ma problemów z cienką treścią, warto rozważyć dodanie bardziej rozbudowanych treści (powyżej 1000 słów) na stronach docelowych (np. landing pages dla kluczowych funkcji SaaS), co może poprawić ich

autorytet tematyczny.

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

Audyt strony **ursalogic.pl** (SaaS, model monetyzacji: reklamy, cel biznesowy: sprzedaż) wykazał ogólny stan infrastruktury na poziomie **dobrym**, z oceną ogólną **B** i wynikiem **85/100** w kategorii `site_health`. Średni wynik bezpieczeństwa (`security_scores`) wynosi **85 punktów**, co jest wartością solidną, jednak wymagającą dalszej optymalizacji w kontekście celu biznesowego (sprzedaż) i modelu monetyzacji (reklamy), gdzie stabilność i szybkość działania są kluczowe dla utrzymania użytkowników i przychodów. Wszystkie **9** przeanalizowanych stron obsługiwane są przez protokół **HTTPS** (100% pokrycia), co stanowi pozytywny fundament bezpieczeństwa. Rozkład wyników bezpieczeństwa (`security_score_distribution`) wskazuje, że wszystkie strony mieszczą się w przedziale **70-89 punktów**, co oznacza brak krytycznych luk, ale również brak stron w najwyższym przedziale **90-100**.

Architektura infrastruktury serwera

Infrastruktura serwera oparta jest w **100%** na serwerze **LiteSpeed** (`server_distribution`). Jest to nowoczesne i wydajne oprogramowanie serwerowe, które może zapewnić wysoką wydajność przy odpowiedniej konfiguracji. W zakresie protokołów HTTP:

- **HTTP/2** nie został wykryty na żadnej z **1** sprawdzonej strony (`http2_pages: 0`).
- **HTTP/3** jest obsługiwany na **1** z **1** sprawdzonej strony (`http3_pages: 1`). Jest to pozytywny sygnał, ponieważ HTTP/3 (oparty na QUIC) oferuje lepszą wydajność w porównaniu do HTTP/2, szczególnie w przypadku opóźnień sieciowych i utraty pakietów. Brak HTTP/2 nie jest problemem, gdy dostępne jest HTTP/3.

Bezpieczeństwo infrastruktury

Średni wynik bezpieczeństwa wynosi **85/100**, co jest wartością akceptowalną, ale nie optymalną. Wszystkie **9** stron uzyskały identyczny wynik (min: 85, max: 85), co sugeruje jednolitą konfigurację bezpieczeństwa na całej witrynie. Kluczowe wskaźniki:

- **0** stron poniżej progu **50 punktów**.
- **0** stron poniżej progu **70 punktów**.
- Wszystkie strony mieszczą się w przedziale **70-89**.
- Nie wykryto problemów z mieszaną zawartością (`mixed_content_detected: false`).
- Brak sygnałów o niskim średnim wyniku bezpieczeństwa (`low_average_security_score: false`).

Mimo braku krytycznych zagrożeń, wynik 85/100 wskazuje na przestrzeń do poprawy, szczególnie w kontekście ochrony danych użytkowników i stabilności serwisu, co jest kluczowe dla modelu reklamowego i sprzedaży.

Wydajność serwera i czas odpowiedzi

Wydajność serwera jest na dobrym poziomie, co potwierdzają następujące metryki (`performance_metrics`):

- **Średni czas odpowiedzi serwera**: **186.05 ms**.
- **Mediana czasu odpowiedzi**: **183.75 ms**.
- **Minimalny czas odpowiedzi**: **160.44 ms**.
- **Maksymalny czas odpowiedzi**: **223.86 ms**.
- **Średni TTFB (Time to First Byte)**: **130.9 ms**.

Wszystkie wartości mieszczą się w akceptowalnych granicach dla strony SaaS. Średni TTFB poniżej **200 ms** jest dobrym wynikiem, który nie powinien negatywnie wpływać na doświadczenie użytkownika ani na wskaźniki konwersji. Brak sygnałów o wielu stronach poniżej progu 70 (`many_pages_below_70: false`) potwierdza stabilność wydajnościową.

Najbardziej problematyczne strony

Wszystkie strony w próbce `worst_pages_sample` uzyskały identyczny wynik bezpieczeństwa **85/100**. Oznacza to, że nie ma pojedynczej strony, która znacząco odbiegałaby od reszty pod względem bezpieczeństwa. Lista stron:

- `https://ursalogic.pl` (strona główna)
- `https://ursalogic.pl/billing/checkout?package=1`
- `https://ursalogic.pl/billing/checkout?package=2`
- `https://ursalogic.pl/billing/checkout?package=3`
- `https://ursalogic.pl/login`

Wszystkie strony są równie bezpieczne, co jest pozytywne, ale jednocześnie wskazuje na brak zróżnicowania w konfiguracji zabezpieczeń dla newralgicznych ścieżek (np.

checkout, login).

Kluczowe ryzyka infrastrukturalne

Na podstawie danych z sekcji `signals` nie wykryto żadnych bezpośrednich zagrożeń technicznych, które wymagałyby natychmiastowej interwencji. Wszystkie sygnały mają wartość `false`:

- Brak niskiego średniego wyniku bezpieczeństwa.
- Brak stron poniżej progu 70.
- Brak mieszanej zawartości.
- Brak problemów z HTTP/2 (przy jednoczesnym wsparciu HTTP/3).
- Brak problemów z HTTP/3.
- Brak problemów z pełnym pokryciem HTTPS.

W związku z tym, **nie zidentyfikowano krytycznych ryzyk infrastrukturalnych** w dostarczonych danych.

Priorytety optymalizacji infrastruktury

Wysoki priorytet

- **Brak wykrytych problemów wysokiego priorytetu.** Wszystkie sygnały bezpieczeństwa i wydajności są negatywne (brak zagrożeń), a pokrycie HTTPS jest pełne.

Średni priorytet

- **Optymalizacja wyników bezpieczeństwa z 85 na 90+.** Mimo że wynik 85/100 jest akceptowalny, w kontekście celu biznesowego (sprzedaż) i modelu monetyzacji (reklamy), wyższy poziom bezpieczeństwa zwiększa zaufanie użytkowników i może pozytywnie wpłynąć na konwersję. Wszystkie strony

mieszczą się w przedziale 70-89, co oznacza, że jest miejsce na poprawę do przedziału 90-100.

Niski priorytet

- **Rozszerzenie testów HTTP/3 na wszystkie strony.** Obecnie HTTP/3 jest sprawdzane tylko na jednej stronie. Wdrożenie i weryfikacja HTTP/3 na wszystkich 9 stronach może przynieść dodatkowe korzyści wydajnościowe, szczególnie dla użytkowników mobilnych i w sieciach o zmiennej jakości.

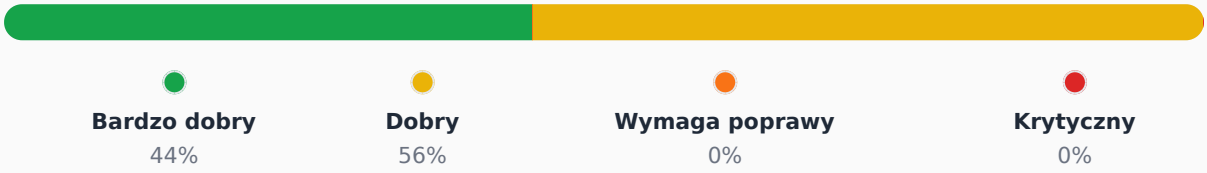
Rekomendowane działania techniczne

1. **Przeprowadzenie szczegółowego audytu konfiguracji bezpieczeństwa** dla wszystkich stron, aby zidentyfikować konkretne obszary do poprawy, które pozwolą podnieść wynik z 85 do co najmniej 90 punktów. Należy skupić się na nagłówkach bezpieczeństwa (np. HSTS, CSP, X-Frame-Options) oraz konfiguracji TLS.
2. **Weryfikacja i optymalizacja konfiguracji serwera LiteSpeed** pod kątem wydajności i bezpieczeństwa. Mimo dobrych czasów odpowiedzi, regularna optymalizacja (np. cache, kompresja) może przynieść dalsze korzyści.
3. **Rozszerzenie testów i wdrożenia HTTP/3 na wszystkie podstrony serwisu**, aby w pełni wykorzystać zalety tego protokołu, co może poprawić TTFB i ogólne wrażenia użytkownika, szczególnie w kontekście wyświetlania reklam i procesu zakupowego.
4. **Monitorowanie wydajności i bezpieczeństwa w czasie rzeczywistym**, z naciskiem na strony krytyczne dla konwersji (`/billing/checkout`, `/login`). Wdrożenie alertów dla odchyleń od średnich wartości (np. wzrost TTFB powyżej 200 ms).

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 uzyskała ogólny wynik **99 punktów** w skali kondycji dostępności (site health), co odpowiada ocenie **A**. Jest to wynik bardzo dobry, wskazujący na wysoki poziom zgodności z wytycznymi WCAG. Na **9** przeanalizowanych podstron, **4** nie wykazały żadnych problemów, a **5** zostało sklasyfikowanych jako zawierające usterki o niskim znaczeniu (minor). Nie wykryto żadnych problemów o umiarkowanym (moderate) ani krytycznym (critical) poziomie. Biorąc pod uwagę, że strona jest platformą SaaS z modelem monetyzacji opartym na reklamach (ads) i celem biznesowym jest sprzedaż (purchase), kluczowe znaczenie ma zapewnienie płynnego i bezbarierowego procesu zakupowego oraz czytelności treści reklamowych dla wszystkich użytkowników, w tym korzystających z technologii wspomagających.

Dostępność obrazów

W zakresie dostępności obrazów strona wypada wzorcowo. Na **9** ocenionych podstronach:

- Średnia liczba obrazów bez alternatywnego opisu (alt text) wynosi **0**.
- Liczba stron z brakującymi atrybutami alt to **0**.
- Sygnał `many_images_without_alt` ma wartość **false**, co potwierdza, że problem masowego braku opisów alternatywnych nie występuje.

Wniosek: Obrazy są prawidłowo opisane, co stanowi solidną podstawę dostępności dla użytkowników czytników ekranu.

Dostępność formularzy

W tej sekcji zidentyfikowano obszar wymagający uwagi. Na **9** ocenionych podstronach:

- Średnia liczba pól formularza (input) bez etykiety (label) wynosi **0.56**.
- Liczba stron, na których wykryto nieopisane pola, to **5**.
- Sygnał `forms_without_labels` ma wartość **true**, co potwierdza występowanie problemu.

Interpretacja: Choć średnia liczba jest niska, fakt, że problem występuje na ponad połowie analizowanych stron (5 z 9), czyni go istotnym. Brak etykiet dla pól formularzy (np. w procesie rejestracji, logowania, wyszukiwarki czy koszyka) może uniemożliwić użytkownikom czytników ekranu poprawne wypełnienie formularza, co bezpośrednio wpływa na realizację celu biznesowego, jakim jest sprzedaż (purchase).

Dostępność struktury dokumentu HTML

Struktura dokumentu HTML jest prawidłowa pod kątem podstawowego wymogu dostępności:

- Liczba stron z brakującym atrybutem języka (`lang`) w tagu `<html>` wynosi **0**.

- Sygnał `missing_lang_attribute` ma wartość **false**.

Wniosek: Wszystkie strony poprawnie deklarują język dokumentu (w tym przypadku polski), co jest kluczowe dla prawidłowego działania czytników ekranu i syntezatorów mowy.

Kluczowe problemy dostępności

Na podstawie danych z sekcji `signals` zidentyfikowano **jeden** kluczowy problem dostępności:

1. **Brak etykiet dla pól formularzy** – Problem potwierdzony sygnałem `forms_without_labels: true`. Dotyczy średnio **0.56** pola na stronę i występuje na **5 z 9** analizowanych podstron. Stanowi to barierę dla użytkowników technologii wspomagających.

Priorytety poprawy dostępności

Wysoki priorytet

- **Brak etykiet dla pól formularzy** – Problem ten bezpośrednio uniemożliwia lub znacząco utrudnia korzystanie z formularzy osobom niewidomym i słabowidzącym. W kontekście strony SaaS z celem sprzedażowym, dotyczy to kluczowych elementów ścieżki konwersji, takich jak formularze rejestracji, logowania, składania zamówienia czy subskrypcji.

Średni priorytet

- Nie zidentyfikowano problemów o średnim priorytecie w dostarczonych danych.

Niski priorytet

- Nie zidentyfikowano problemów o niskim priorytecie w dostarczonych danych.

Rekomendowane działania naprawcze

Dla zespołu developerskiego rekomenduje się następujące działania, skoncentrowane na wyeliminowaniu jedynego wykrytego problemu:

1. **Audyt i uzupełnienie etykiet w formularzach:**
    - Przeprowadź szczegółowy przegląd wszystkich formularzy na **5** stronach, gdzie wykryto problem.
    - Dla każdego pola `<input>`, `<select>` i `<textarea>` bez etykiety, dodaj powiązany element `<label>` z atrybutem `for` wskazującym na `id` danego pola.
    - W przypadku, gdy wizualna etykieta nie jest pożądana (np. pole wyszukiwania z ikoną), użyj atrybutu `aria-label` lub `aria-labelledby`, aby zapewnić dostępną nazwę (accessible name) dla technologii wspomagających.

2. **Weryfikacja procesu krytycznego dla konwersji:**
    - Jako priorytet potraktuj formularze biorące udział w procesie zakupowym (purchase) i rejestracji. Upewnij się, że każdy krok (np. dodanie do koszyka, wybór metody płatności, finalizacja zamówienia) jest w pełni dostępny.

3. **Wdrożenie automatycznych testów regresyjnych:**
    - Zintegruj z procesem CI/CD narzędzia do automatycznego testowania dostępności (np. axe-core, Lighthouse), które będą sprawdzać obecność etykiet dla pól formularzy, aby zapobiec pojawianiu się nowych błędów w przyszłości.

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

Audyt dostępności cyfrowej strony **ursalogic.pl** (SaaS, cel sprzedażowy, monetyzacja poprzez reklamy) wykazał **bardzo wysoki poziom zgodności z wytycznymi WCAG**. Ogólny wskaźnik kondycji strony (**site health**) wynosi **96 punktów** w skali 100, co odpowiada ocenie **A**. Średni wynik dostępności (**accessibility score**) dla wszystkich **9** przeanalizowanych podstron to **96**, a mediana wynosi **95**. Rozkład wyników jest bardzo wąski – wartości mieszczą się w przedziale od **95 do 98** punktów. Wszystkie **9** stron (100%) uzyskało wynik w przedziale **90-100**, co oznacza, że żadna z nich nie spadła poniżej progu **70** punktów. W rozkładzie poziomów (**level distribution**) wszystkie **9** stron sklasyfikowano jako **"good"** (dobre). Nie wykryto żadnych stron wymagających poprawy ani wysokiego ryzyka.

Poziom dostępności stron

Wszystkie **9** przeanalizowanych podstron osiągnęło wynik powyżej **90** punktów. Najniższy wynik to **95** punktów, a najwyższy to **98**. Rozkład percentyli wskazuje, że 25% stron ma wynik **95** lub niższy, a 75% stron ma wynik **98** lub niższy. Świadczy to o **wysokiej i wyrównanej dostępności** w całym serwisie. Wszystkie strony zaklasyfikowano jako **"good"**, co oznacza brak stron wymagających pilnych interwencji.

Najczęstsze problemy dostępności

W audycie zidentyfikowano **dwa główne typy problemów**:

- **Empty anchor links** (puste linki kotwiczące) – wykryte na **9** stronach (100% przebadanych podstron). Jest to najpowszechniejsze naruszenie.
- **Form inputs without label** (pola formularzy bez etykiety) – wykryte na **6** stronach (66,7% przebadanych podstron).

Strony o najniższej dostępności

Pięć stron o najniższym wyniku dostępności (**95 punktów**) to:

- `https://ursalogic.pl/billing/checkout?package=1`
- `https://ursalogic.pl/billing/checkout?package=2`
- `https://ursalogic.pl/billing/checkout?package=3`
- `https://ursalogic.pl/login`
- `https://ursalogic.pl/pricing`

Są to kluczowe strony procesu zakupowego (checkout, logowanie, cennik) w modelu SaaS z celem sprzedażowym. Ich wynik **95** jest wciąż wysoki, ale stanowi najniższy punkt w serwisie.

Kluczowe ryzyka dostępności

Na podstawie sygnałów (**signals**) audytu nie wykryto żadnych poważnych ryzyk systemowych:

- **many_pages_below_70**: **false** – brak stron z wynikiem poniżej 70.
- **many_pages_below_50**: **false** – brak stron z wynikiem poniżej 50.
- **high_risk_pages_present**: **false** – brak stron wysokiego ryzyka.

Mimo to, dwa wykryte problemy techniczne stanowią potencjalne ryzyka dla użytkowników technologii wspomagających, szczególnie w kontekście procesu zakupowego i logowania.

Priorytety poprawy dostępności

Wysoki priorytet

- **Form inputs without label** – brak etykiet dla pól formularzy na stronach checkout i logowania. W kontekście SaaS z celem sprzedażowym i monetyzacją poprzez reklamy, użytkownicy korzystający z czytników ekranu mogą mieć **poważne trudności z wypełnieniem formularzy zakupowych i logowaniem**, co bezpośrednio wpływa na konwersję (purchase) i generowanie leadów. Jest to naruszenie kryterium sukcesu **WCAG 1.1.1 (Non-text Content)** oraz **4.1.2 (Name, Role, Value)**.

Średni priorytet

- **Empty anchor links** – puste linki kotwiczące występujące na wszystkich stronach. Choć nie blokują całkowicie dostępu do treści, mogą dezorientować użytkowników nawigujących za pomocą klawiatury lub czytników ekranu, prowadząc do nieoczekiwanych skoków fokusu. Jest to naruszenie kryterium sukcesu **WCAG 2.4.4 (Link Purpose (In Context))**.

Niski priorytet

- Brak dodatkowych problemów o niskim priorytecie w dostarczonych danych. Wszystkie wykryte problemy zostały sklasyfikowane powyżej.

Rekomendowane działania naprawcze

1. **Dodanie etykiet do pól formularzy (Wysoki priorytet):** Dla każdego pola w formularzach na stronach `/billing/checkout` oraz `/login` należy dodać jawny element `<label>` powiązany z polem za pomocą atrybutu `for` lub osadzić pole wewnątrz elementu `<label>`. Alternatywnie, można użyć atrybutów `aria-label` lub `aria-labelledby`. Należy również sprawdzić, czy etykiety są dostępne programowo i widoczne dla czytników ekranu. Działanie to bezpośrednio wpływa na możliwość dokonania zakupu przez osoby z niepełnosprawnościami wzroku.

2. **Usunięcie pustych linków kotwiczących (Średni priorytet):** Należy przejrzeć wszystkie podstrony i zidentyfikować puste linki kotwiczące (np. `<a href="#">` lub `<a href="">`). Ka?dy taki link powinien zosta? usuni?ty, zast?piony przyciskiem (``) lub wyposa?ony w opisowy tekst linku. W przypadku linków pe?ni?cych funkcj? dekoracyjn?, nale?y doda? atrybut `aria-hidden="true"`.

3. **Audyt regresji (Zalecenie ogólne):** Po wdrożeniu poprawek, należy przeprowadzić ponowny audyt automatyczny oraz testy manualne z użyciem czytnika ekranu (np. NVDA) na kluczowych ścieżkach konwersji (cennik → checkout → potwierdzenie), aby upewnić się, że zmiany nie wprowadziły nowych problemów i faktycznie poprawiły dostępność.

Właścicielem systemu
UrsaLogic jest

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

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