

e-Relevance

www.rumenitaxi.com

Ko se po celem dnevu vožnje z avtom, ki se je vmes kvaril in vztrajno nagajal, vprašaš, kaj je alternativa ... Ker je moje poznavanje avtomobilov zelo »globoko« in ta industrija pri mojem ocenjevanju ni pogosto prisotna, pridejo kmalu na spored taksiji. Natančneje spletni nastopi podjetja Rumeni taksi.

Uporabniška izkušnja

Nekajkrat sem se peljal z Rumenim taksijem in opazil, da ima razen testiranja mobilnega plačevanja, ki sploh ni slaba stvar, še to konkurenčno prednost, da vozniki dokončajo vsak svoj stavek in imajo vedno bombončke za hčerko Luno. Podobno je z njihovo spletno stranjo. Zadeva je tehnično stabilna, še pomembnejše pa je to, da ima ta spletni nastop odlično izraženo osebnost.

Vsebina

Mala podjetja, ki se podajajo na splet, imajo v Sloveniji bolj malo možnosti. Lahko jim na primer kakšno podjetje, ki poleg inštaliranja boilerjev izdeluje tudi spletne strani (takšnih je pri nas ogromno), »naštanca« tako imenovano spletno vizitko ali pa zadevo po najboljših močeh sestavi nekdo od uslužbencev. V obeh scenarijih je inovativnost naključna in prepuščena tistemu, ki bo zadevo izvedel.

Ne poznam ozadja projekta Rumeni taksi, vendar pri njem opažam prisotnost senzibilnega razmišljanja. Ta mala spletna stran s samo nekaj datotekami vsebuje poleg takoj dostopnih osnovnih podatkov o podjetju tudi nekaj manjših vsebinskih dodatkov, ki so, logično, pomembni za uporabnike taksi storitev.

Na prvem mestu je to seznam povezav, ki je nekomplikiran in usmerja k dejansko uporabnim informacijam – ironično ali ne, nekako mi je všeč, da ni nič priporočenega v za to pripravljeni rubriki. Še zlasti prijeten elementek, ki jasno izraža človeškost poslovnega modela, je seznam najdenih predmetov v vozilih.

Uporabnost

Na zavidljivi višini je t. i. oblikovanje informacij na tej spletni strani oziroma način, po katerem so formatirani in umeščeni posamezni podatki. Ključna informacija ostajajo telefonske številke, saj sta njihova velikost ter položaj na naslovni strani prav odlična.

Zaradi majhnosti projekta so težave z navigacijo skoraj nemogoče, a vseeno je vanj vloženega kar nekaj truda, na kar kaže to, da je zelo logično urejen in da so vsebine postavljene v smiselne odnose. Odločitev za imitacijo portalske arhitekture brez tujih vsebin je pri spletnih straneh te velikosti dokaj redka in rahlo tvegana.

Kakovost oblikovanja

Kombinacija rumene in črne, ki izhaja iz celostne podobe podjetja, je seveda ena klasičnih oblikovalskih rešitev. V resne oblikovalske vode pa privede odločitev za oblikovalski minimalizem, ki ne deluje poceni.



Kako »cool« je lahko taksi na spletu?

V tem smislu so edina resnejša težava fotografije avtomobilskega parka na ljubljanskih lokacijah. Mogoče bi bilo zanimivejše uporabiti portrete gostov Rumenega taksija, ki jih je, kot kaže, posnel eden od voznikov in so trenutno razstavljene v Kudu France Prešeren.

Mala podjetja in veliki internet

O kakovosti slovenskega interneta lahko govorimo na več načinov. Na eni strani je pripoved o indikatorjih informatiziranosti družbe, s katero ministrstvo za informacijsko družbo enači srečo prebivalstva s tonami proizvedenega jekla (oz. kupljenega silicija). Drugi pristop k tej temi je pregledovanje nagrajenih spletnih strani velikih protagonistov, ki tudi daje izkrivljeno podobo. Po mojem mnenju obstoj spletnih strani, kot je rumenitaxi.com, dokazuje, da imamo v Sloveniji spodoben internet. Ali natančneje, kaže, kako naj bi izgledala spletna vsebina, namenjena uporabnikom in ne žirijam festivalov ali upravam podjetij.

Sklepna ocena

Odlično, s pravo mero duha in predvsem popoln mali spletni nastop malega podjetja. Ali je to tako težko?



Rubrika e-relevance je posvečena kritiki slovenskih spletnih mest izpod tipkovnice Vuka Čosića, klasika internetne umetnosti in vodje oddelka za uporabniško izkušnjo v podjetju RenderSpace - Pristop Interactive iz Ljubljane. Svojo pozicijo avtor opisuje kot informirano subjektivnost in ne kot preiskovalno novinarsvo.