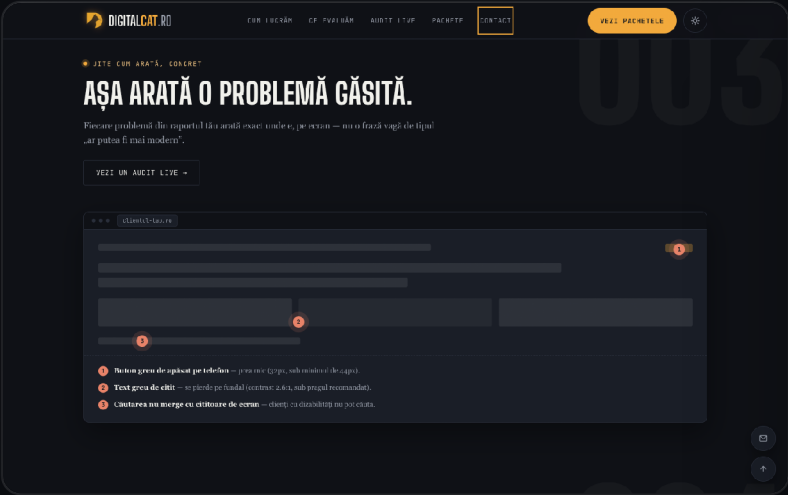


7.8

• AUDIT UX/UI • WWW.DIGITALCAT.RO • 3 RULĂRI COMASATE

Raport de performanță vizuală și **user experience**

Analiză comasată a trei rulări independente ale unui pipeline complet de audit — evaluare strategică pe persona, criterii fixe verificate programatic și legile UX — pentru **digitalcat.ro**.



DESKTOP • 1440PX – SECȚIUNEA 003, „AȘA ARATĂ O PROBLEMĂ GĂSITĂ”



MOBIL • 375PX – HERO

01 Sumar executiv

SCOR GENERAL – MEDIE PE 3 RULĂRI

Fundația tehnică e solidă; nota e trasă în jos de un tipar de detalii care lovesc direct în mecanismul de încredere al paginii.

7.8

/ 10

CATEGORIE	R1	R2	R3	MEDIE	STARE
Scor General	7.85	8.2	7.4	7.8	problemă (mediu)
Design Vizual	8.7	8.8	8.5	8.7	good
UX & Navigare	7.3	7.4	6.5	7.1	problemă
Accesibilitate & Mobil	8.2	9.5	8.5	8.7	good
Formulare & Conversie	6.7	7.3	6.0	6.7	problemă

Scorurile rulării 2, raportate inițial pe scara 0–100, au fost convertite proporțional la scara 0–10 pentru a putea fi mediate cu celelalte două rulări.

02 Top probleme — confirmate în toate cele 3 rulări

Cele mai grave 3 probleme au fost găsite, cu formulări diferite dar același diagnostic de fond, în fiecare din cele 3 rulări separate — semnal puternic că sunt reale, nu artefact al unei singure treceri.



Disclaimer "Formular demonstrativ" vizibil live lângă CTA

CRITIC

Textul „(Formular demonstrativ: conectează-l la emailul sau CRM-ul tău înainte de publicare.)” apare cu contrast 6.35:1 — perfect lizibil — imediat sub butonul „Trimite cererea”. Găsit independent în rulările 2 și 3. Pe un site care își vinde exact rigoarea ca produs, acest detaliu comunică opusul chiar în punctul de conversie.

Fix → elimină linia din DOM-ul livrat public sau mut-o într-un comentariu HTML vizibil doar în cod sursă.

CAPTURĂ REALĂ – DISCLAIMER-UL SUB „TRIMITE CERERE”



„Vezi un audit live” nu duce la un audit live

CRITIC

Linkul din secțiunea 003 (și, în rularea 3, și linkul din nav) are `href="#pachete"` — duce la pricing, nu la exemplul demonstrativ deja afișat pe pagină. E o formă de bait-and-switch involuntar chiar înainte de formular.

Fix → schimbă spre `href="#audit"` (mockup-ul demonstrativ existent), sau redenumeste linkul onest ("Vezi pachetele").



Procentele de "Pondere" nu însumează 100%

CRITIC

70% / 55% / 85% / 60% din secțiunea "Ce evaluăm" totalizează 270% și contrazice implicit ideea de "medie a patru evaluări independente" — plus nicio explicație a metodologiei. Pe un site a cărui obiecție centrală de vânzare e „teama de raport subiectiv”, procente afișate fără sursă vizibilă produc exact efectul opus celui dorit.

Fix → normalizează la suma 100% și adaugă o explicație scurtă (tooltip/accordion) a metodologiei de calcul.

03

Probleme găsite în 2 din 3 rulări

04 • TINTĂ TACTILĂ

Ținta tactilă a logo-ului sub 44px

Link **.wm** "digitalcat.ro", 131×32px la 375px și 1440px — singura țintă tactilă care nu-și respectă propriul standard, pe un site care promovează explicit "ținte tactile ≥44px" ca argument de vânzare. **Fix**: padding vertical suficient pentru **min-height: 44px**.

05 • CONSISTENȚĂ PREȚ

Inconsistență de preț: ticker vs. carduri de pachete

Ticker-ul spune "de la 1.500 RON", cardurile au preț fix fără "de la" ("de la 1.500/4.900" vs "Total: 1.500/4.900"). **Fix**: aliniaza formularea — elimină "de la" din ticker dacă prețul e fix.

06 • HIERARHIE HEADER

"Vezi în tema light" concurează vizual cu zona de conversie

Pe mobil (375px) ocupă spațiul cel mai valoros din header, lângă hamburger — artefact de showcase dark/light, nu un element pentru varianta livrată clientului. **Fix**: elimină linkul din varianta de producție livrată prospectului.

07 • LIZIBILITATE

Text funcțional sub pragul de lizibilitate — 12–12.5px

CTA, eyebrow, disclaimer, linkuri footer. Pe fundal foarte închis (dark mode) textul mic obosește ochiul mai repede, chiar dacă raportul de contrast e matematic suficient. **Fix**: ridică pragul minim la 14px pentru text funcțional; păstrează 12px doar pentru eyebrow-uri decorative.

Bara ticker amestecă prețuri și criterii de audit fără diferențiere

Dublează informație deja prezentă mai jos și amestecă în aceleași 12 pastile prețuri comerciale cu criterii metodologice, plus un salt brusc de densitate față de grila de 96px. Implementarea de accesibilitate e corectă. **Fix:** separă vizual "preț" de "criteriu verificat" sau elimină banda.

Testimoniale insuficiente ca poziționare și volum

Plasate după decizia de preț, nu înainte; doar 2 testimoniale, fără logo-uri de companii sau cifre concrete — insuficiente pentru o decizie de 4.900 RON. **Fix:** mută testimonialele înaintea pricing-ului și extinde-le la minim 4–5, cu logo-uri sau cifre de rezultat.

**Discrepanță între rulări — de verificat manual**

Rularea 1 identifică drept Critic faptul că label-urile "Nume" și "Email" nu au asterisc vizual, spre deosebire de "URL site *" și "Pachet dorit *". Rulările 2 și 3 descriu formularul ca având "*" pe câmpurile obligatorii" corect marcate, fără să semnaleze problema. Cele două observații se contrazic direct.

Recomandare: verificare manuală rapidă a DOM-ului formularului înainte de a prioritiza fix-ul.

R1

CTA primar duplicat vizual — butonul din navigație și CTA-ul principal al secțiunii curente sunt stilizate identic, diluând ierarhia de acțiune.

R1

Butoanele "Alege [Pachet]" nu presetează dropdown-ul "Pachet dorit" din formular — vizitatorul trebuie să re-selecteze manual.

R1

Niciun câmp de formular nu are atributul `autocomplete` (ex. `autocomplete="email"`).

R1

Bullet incoerent în pachetul "Audit Complet" — "Înțelegem cine sunt clienții tăi și ce îți doare" nu cuantifică livrabilul.

R2

Metadata de producție incomplete — titlul paginii expune sufixul intern de variantă ("— dark"); meta description absentă.

R2

Culoarea teal e definită în cod dar folosită doar decorativ, niciodată cu rol funcțional.

R3

Nicio adresare a alternativei gratuite (Lighthouse/PageSpeed/GTmetrix) — pagina nu explică de ce un audit manual la 4.900 RON e diferit de un raport automat gratuit.

R3

Bara de progres "Pondere" folosește același portocaliu ca CTA-urile clickabile, deși e pur informativă — diluează semnalul "portocaliu = acționabil".

R3

Focus-ring pentru navigare cu tastatură neverificat vizual prin cod (doar prin structura de markup) — risc teoretic pe fundal foarte închis.

R3

Secțiunile "testimoniale" și "demo" nu au H3 propriu sub H2, inconsecvent față de restul paginii.

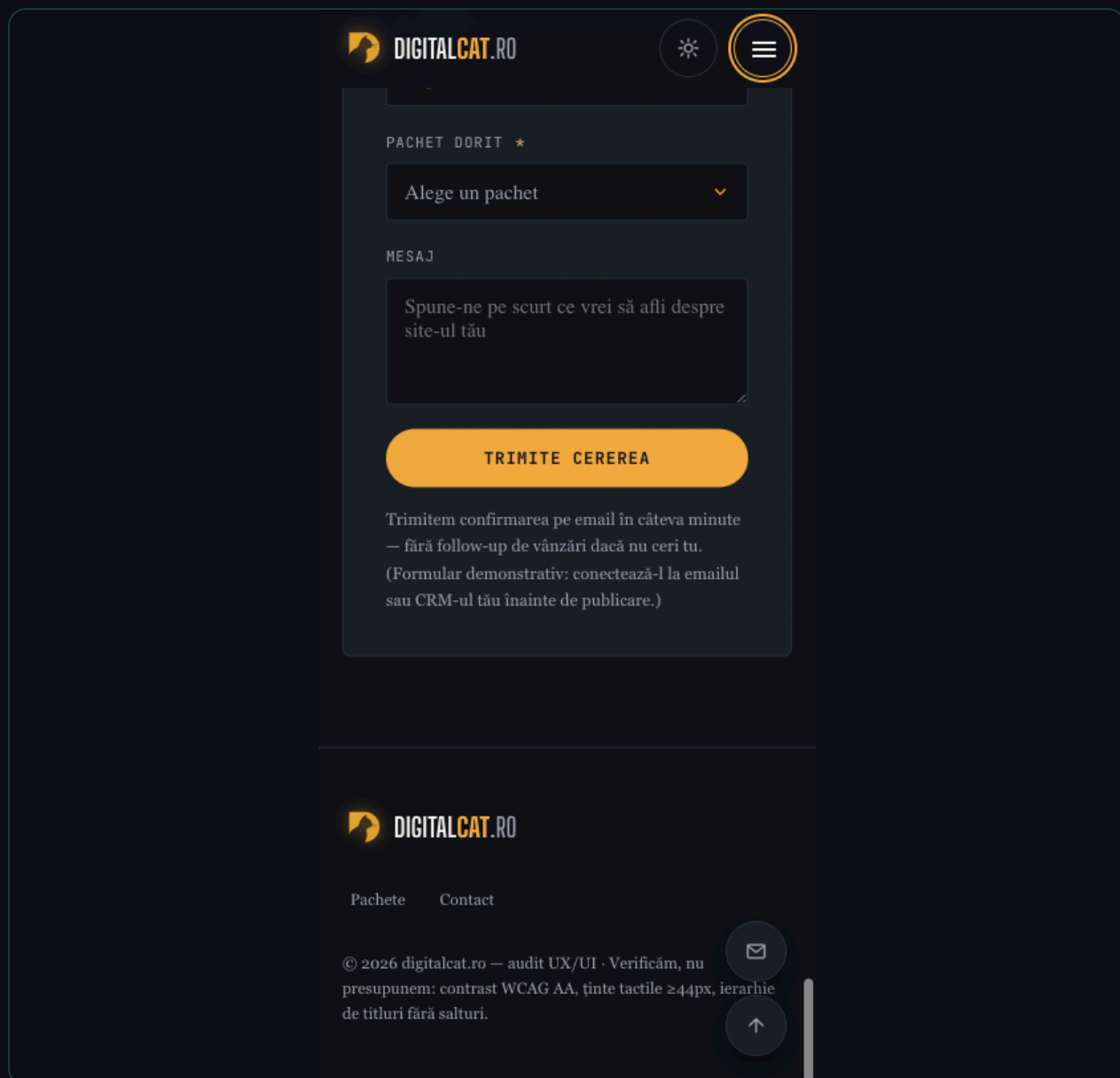
R3

Butonul de submit nu are spațiu de respirație față de disclaimer-ul de sub el.

R3

Două CTA-uri diferite etichetate "audit live" duc către destinații diferite (`#audit` vs `#pachete`) — inconsecvență de taxonomie.

Confirmat, dedup pe cele 3 rulări.



MOBIL · 375PX — FORMULAR ȘI FOOTER, CU STANDARDELE PROPRII DE ACCESIBILITATE DECLARATE



Contrast măsurat programatic 6.35:1–16.67:1 pe toate elementele — trece AA peste tot, AAA în majoritatea cazurilor.



Ținte tactile $\geq 44 \times 44$ px pe navigare/CTA/formular pe mobil, cu singura excepție logo-ul (vezi #4).



Focus state vizibil (outline 2px solid, culoare accent), confirmat prin testare directă.



Ierarhie de titluri fără salturi — un singur H1, H2 per secțiune, H3 în interior, fără duplicate.



Ticker/marquee implementat corect din punct de vedere al accesibilității (aria-hidden, buton de pauză, prefers-reduced-motion).



Formular bine structurat tehnic — labels asociate corect, înălțime 44px, tipuri de input corecte.



Grilă de spațiere pe 8px aplicată consecvent — 96px padding pe toate cele 6 secțiuni majore.



Paletă cromatică dark cu un singur accent portocaliu — trece testul de grayscale, fără competiție între CTA-uri.



Secțiunea demonstrativă „Așa arată o problemă găsită” — cel mai puternic asset de încredere de pe pagină.



Claritate a ofertei — cele 3 pachete au preț, termen și livrabile explicite; ton anti-fricțiune.



Badge "Recomandat" pe cardul de preț central — ancorare de decizie aplicată corect.



Scară tipografică fluidă (clamp()), coerentă și progresivă — H1 66px → H2 54px → H3 21px → body 17-19px.

Comasat și prioritzat pe cele 3 rulări.

1 Fix-uri critice 1-2 zile dev • impact direct pe încredere/conversie

Elimină disclaimer-ul "(Formular demonstrativ...)" din DOM-ul public.

Corectează destinația/eticheta CTA-urilor "Vezi un audit live".

Normalizează procentele de "Pondere" la 100% și adaugă explicație de metodologie.

Mărește ținta tactilă a logo-ului la minim 44px, header și footer.

Verifică manual asteriscurile de câmp obligatoriu la Nume/Email — reconciliază discrepanța.

2 Modernizare structurală 3-5 zile dev

Mută testimonialele înaintea pricing-ului; extinde la 4-5, cu logo-uri sau cifre.

Elimină duplicarea de CTA primar; scoate "Vezi în tema light" din producție.

Conectează selecția de pachet din carduri cu dropdown-ul din formular.

Aliniază formularea de preț între ticker și cardurile de pricing.

Redesenează banda ticker — separă "preț" de "criteriu verificat" sau elimin-o.

Adaugă o secțiune care contrastează auditul manual cu un tool automat gratuit.

Adaugă metadata de producție complete (title, meta description).

Ridică la minim 14px orice text funcțional; păstrează 12px doar la eyebrow-uri decorative.

Adaugă **autocomplete** pe câmpurile de nume/email/URL.

Rescrie bullet-ul incoerent din "Audit Complet" ca livrabil concret și cuantificat.

Desaturează bara de progres "Pondere" față de portocaliul rezervat elementelor clickabile.

Implementează și verifică vizual un focus-ring explicit pe toate elementele interactive.

Adaugă H3 propriu pentru fiecare testimonial/bloc din secțiunea demo.

Adaugă spațiu de respirație (24–32px) între butonul de submit și disclaimer.

Decide și aplică un rol clar pentru accentul teal, sau elimină-l dacă rămâne decorativ.

07 Concluzie finală comasată

Trei rulări independente, cu unghiuri diferite de analiză, converg spre același verdict: fundația tehnică a Variantei 6 e solidă și nu necesită refacere — contrast măsurat programatic peste AA (adesea AAA), ținte tactile corecte pe aproape toate elementele, ierarhie de titluri fără salturi, grilă de spațiere pe 8px aplicată riguros, și un ticker/marquee implementat corect din punct de vedere al accesibilității.

Scorul general mediat, **7.8/10**, reflectă exact această stare: nota nu e trasă în jos de probleme de conformitate tehnică, ci de un tipar consecvent de detalii care lovesc direct în mecanismul de încredere pe care pagina îl construiește deliberat prin copywriting.

RECOMANDARE PRIORITARĂ UNICĂ

Rezolvă întâi **Etapă 1** — cele 3 probleme de încredere confirmate, ținta tactilă a logo-ului și reconcilierea discrepanței de asteriscuri — înainte de orice altă modernizare structurală. Sunt singurele elemente care contrazic activ mesajul de vânzare al site-ului, cu impact de conversie disproporționat față de efortul de fix (ordinul orelor sau al unei zile de lucru dev).

NOTE DE PROCES

Acest raport comasează 3 rulări independente ale unui pipeline complet de audit pe același fișier (www.digitalcat.ro), fiecare trecută printr-un proces de control al calității înainte de a fi acceptată ca versiune finală. Scorurile numerice au fost mediate aritmetic; findingurile identice sau echivalente din mai multe rulări au fost comasate într-un singur punct; findingurile unice unei singure rulări au fost păstrate integral. O singură discrepanță reală între rulări a fost semnalată explicit mai sus, nu reconciliată arbitrar în favoarea unei rulări.