

Nowa kategoria | Strony WWW kancelarii

Mariański Group pierwsza w internecie

Po raz pierwszy postanowiliśmy wziąć pod lupę strony internetowe kancelarii biorących udział w rankingu. Pięciosobowa kapituła przez kilka tygodni oglądała, klikała i przyznawała punkty według specjalnie opracowanej metodologii. Do finału dostało się zaledwie 16 z ponad 300 firm prawniczych.

DOROTA GAJOS-KANIEWSKA

Strony internetowe kancelarii oceniali Joanna Parafianowicz, adwokat, redaktor portalu pokojadwokacki.pl, Bartosz Pilitowski, prezes Court Watch Polska, specjaliści od marketingu prawniczego: Grzegorz Furgal (doradca Krajowej Rady Radców Prawnych) i Marcin Tomczak (partner w firmie Tomczak Stanisławski) oraz Michał Błazik, szef działu prawo on-line „Rzeczpospolitej”.

Podczas wstępnej selekcji kapituła odrzuciła strony z treścią podaną wyłącznie w języku angielskim, z błędami funkcjonalności (np. niedziałającymi linkami), brakiem wtyczek skutkującym nieprawidłowym wyświetlaniem treści, a także nieświeżymi wpisami w zakładce „Aktualności”. Wszystkie te defekty świadczą bowiem o tym, że szefowie kancelarii sami nie zaglądają na własne witryny lub nie zależy im na ich jakości.

Kancelarie, które przebiły się przez pierwsze sito, były następnie

oceniane według metodologii opracowanej w redakcji „Rzeczpospolitej” specjalnie na potrzeby rankingu. Najwyżej punktowanymi parametrami były m.in. zawartość merytoryczna, użyteczność i nawigacja, szata graficzna, użycie własnych fotografii, wykorzystanie animacji i ich wpływ na działanie strony oraz dostosowanie strony do potrzeb osób niepełnosprawnych.

Ten ostatni parametr został sprawdzony pod kątem spełniania standardu WCAG 2.0 (Web Content Accessibility Guidelines).

– To dokument zawierający wskazówki, jak budować serwisy internetowe dostępne dla osób z wadami wzroku. Chodzi np. o kontrastowość oraz prezentację fotografii i treści w taki sposób, by mogły je odczytać aplikacje, z których korzystają niepełnosprawni. Zawartość graficzną przekształcają one w dźwięk, użytkownik odsłuchuje treści podane na stronie. Dlatego informacje w serwisie powinny być dostępne przede wszystkim w formie tekstowej, a nie obrazkowej, a jeśli są zdjęcia czy grafiki, to muszą być odpowiednio opisane – mówi Bartosz Pilitowski, prezes Court Watch Polska.

Dodaje jednak, że stworzenie strony atrakcyjnej wizualnie, a jednocześnie zgodnej z WCAG 2.0 jest sporym wyzwaniem.

– Paradoksalnie łatwiej przystosować do tego standardu strony starego typu, ubogie w treść i grafikę. Mimo to warto dążyć do ideału. Doświadczenie wskazuje, że dostępność treści na stronie w standardzie WCAG jest ważna z uwagi na wszystkich użytkowników internetu, nie tylko niepełnosprawnych – podkreśla Bartosz Pilitowski.

W tabeli obok publikujemy nazwy i adresy WWW firm, które weszły do ścisłej czołówki i zajęły miejsca od 1. do 16. Jak widać, liderem tej klasyfikacji została łódzka kancelaria prawnopodatkowa

”
Witryny 90 proc. kancelarii pozostawiają wiele do życzenia

Mariański Group, której witryna otrzymała najwyższe noty od członków kapituły.

Niestety, ogólna ocena dla prawników za umiejętność prezentowania swojej kancelarii w internecie wypada słabo.

– Z ponad 300 stron, które przebadaliśmy, tylko 10 proc. było dobrych lub bardzo dobrych. Rozczarowały nawet strony niektórych sieciówek – informacje były na nich prezentowane wyłącznie w języku angielskim. Ale najczęstsze wady to nieprzystosowanie strony do urządzeń mobilnych i brak certyfikatu SSL, który poświadcza, że strona jest wiarygodna, i zapewnia poufność transmisji danych. To ważne, bo od tego roku witryny bez SSL będą mniej wspierane przez wyszukiwarki internetowe (Google) i mogą być oznaczane w przeglądarkach (Chrome) jako niebezpieczne – wyjaśnia Marcin Tomczak z Tomczak Stanisławski.

Jego zdaniem częstym błędem jest także używanie zdjęć kupionych w serwisach stockowych zamiast fotografii przedstawiających zdjęcia osób zatrudnionych w kancelarii i jej autentycznych wnętrz.

– Co gorsza, wiele stron okazało się także bardzo ubogich w treść, niewiele można się z nich dowiedzieć o specjalizacjach, obsługiwanych branżach, doświadczeniu i referencjach. To wada, jeśli serwis ma przyciągać klientów – mówi ekspert. ☺

Strony internetowe

Miejsce	Kancelaria	WWW
1	Mariański Group	www.marianskigroup.pl
2	Dubois, Kosińska-Kozak i Wspólnicy	www.pd-kancelaria.pl
3	Axelo Ostrowski Domagalski i Wspólnicy	www.axelo.pl
4	FilipiakBabicz	www.filipiakbabicz.com
4	Zimmerman i Wspólnicy	www.zimmerman.com.pl
6	Rö Radwan-Röhrenschef Petruczenko Piechota	www.rohrenschef.pl
7	Gawroński & Partners	www.gawronski.co
8	BSJP Broekhuis Jurczak Prusak Sroka Nilsson	www.bsjp.pl
9	PwC Legal Pawtowski Żelaźnicki	www.pwclegal.pl
10	Czyzewscy	www.kclegal.eu
11	Jakubowski Pluta i Wspólnicy	www.jakubowski-pluta.pl
12	Filipska Tarasiuk	www.ftlegal.pl
13	Cieślak Klimkowski	www.ck-attorneys.pl
14	Sienkiewicz i Zamroch	www.radcowie.biz
15	Kubas Kos Gałkowski	www.kkg.pl
16	Kieszkowska Rutkowska Kolański	www.krlegal.pl