

10 + 6 jó tanács weboldal készítés előtt, és után!

Azt tapasztaltuk, hogy a Magyarországon lévő céges weboldalak 90%-a nem felel meg a jelenlegi online kereskedelmi elvárásoknak.

Ezért fontosnak tartjuk összefoglalni, hogy mit és hogyan keresnek az internet felhasználói, mire kell egy weboldal készítés folyamán odafigyelni, vagy már meglévő weboldalaknál átgondolni, esetleg újra gondolni.

Mikor elkezdjük írni tanácsaink, először csak 3 +1 biztos tanácsot szerettünk volna adni. Rá kellett jönnünk azonban, hogy annyira sok a hiba, annyira sokat lehetne írni, hogy az eredetileg tervezett 4 tanácsból 16 lett.

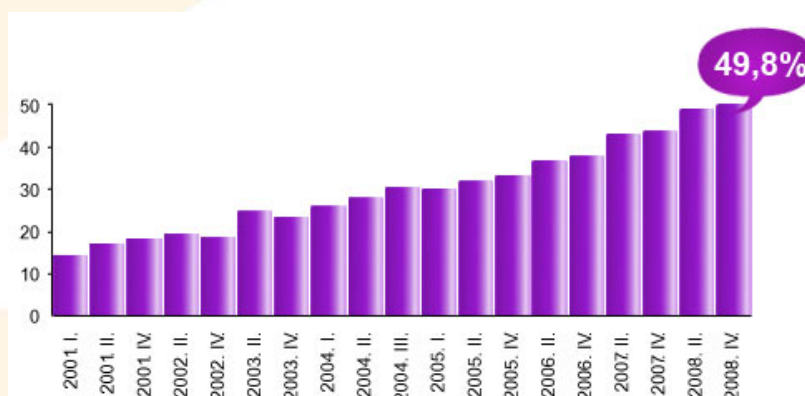
Felhasználók:

Az interneten kereső felhasználók elsősorban információkat keresnek.

Mikor egy látogató az Ön weboldalára kattint, mindössze három másodpercnyi idő van arra, hogy a weboldal grafikája, szövege felkeltse a figyelmét. Ha ezt a három másodpercet megnyertük, további 5-10 másodperc van arra, hogy megtalálja a keresett tartalmat, és vásárlót generálhasson az ügyfélből. Ebben segít a web ergonómia, a szövegrás és a marketing!

Összegezve: körülbelül 10 másodperc áll rendelkezésére ahhoz, hogy weboldala meggyőzze az ügyfelet arról, az Ön megoldásai, cége az, amit keresett!

Az internetezők és az interneten érdeklődők száma rohamosan nő. Az egyre több információ hatalmas lehetőséget biztosít arra, hogy gyorsan és egyszerűen megtaláljuk a keresett terméket, szolgáltatást. A grafikon 2001-től 2008-ig a 14 évesnél idősebb lakosság körében mutatja meg az internethasználók növekedését.



Magyarországon a 14 évnél idősebbek közül 3,09 millió fő (a teljes népesség 36%-a) töltött internetezéssel havonta legalább 1 órát, megoldásokat keresve felmerülő kérdésekre, problémákra.

Befektetés, nyereség vagy pénzkidobás?



Igaz, hogy ma **Magyarországon a vállalkozások felének van internetes megjelenése**, de sajnos a céges weboldalak 80%-a felépítésében, kinézetében, használhatóságában, keresőoptimalizáltságában nem felel meg az elvárásoknak. Ezeket a weboldalakat nem találják meg a potenciális ügyfelek, nem találják meg a keresőrendszerek. A cégre jellemző kulcsszavakra a keresési találatok sokadik helyén helyezkednek el. Így az oldal látogatottsága egyenlő a nullával. Ez az oldal pénzkidobás.

A nyereségtermelő weboldal a cég profiljának megfelelő keresőszavakkal a keresési találatok első két oldalán helyezkedik el. A grafikája megnyerő, informatív, átlátható, bizalomgerjesztő, saját domain névvel rendelkezik, nem ingyenes webtárhelyen elhelyezett.

Ön miről ismerheti fel, hogy weboldala nem nyereségtermelő?

Íme, a legfontosabb hiányosságok:

- nincs még honlapja
- jelenlegi weboldala nem tükrözi a cég színvonalát, elvárásait
- a nyitóoldal flash intróval vagy nyelvválasztási lehetőséggel indul
- META tag-ek és TITLE mező nincs kitöltve vagy kitöltése nem tükrözi vissza a weboldal tartalmát
- cégére jellemző kulcsszavakra, a cég nevére a keresési találatok első 10 találati között nem jelenik meg
- nincsenek szöveges linkek a honlapon, minden gomb kép
- a weboldal kereteket tartalmaz (FRAME)
- a honlap tartalma képi formátumban van, csupa flash, így szövegei nem kijelölhetőek
- a weboldal teljes flash
- a weboldal csak egyféle böngészőben jelenik meg teljes valójában, a többi böngészőn szétesik
- nincs hírlevél feliratkozás
- a weboldalhoz nem tartozik adminisztrációs felület, a web programozóra kell várni, ha bármi friss információt szeretne közölni
- lassú a weboldal, lassan tölti be a tartalmat, lassú a kezelhetőség
- ingyenes tárhely szolgáltatást használ
- nincs saját domain neve
- ingyenes vagy internetszolgáltató által adott e-mail cím használat
- a weboldalhoz nem tartozik statisztika, vagy van statisztikája, de nem tudjuk értelmezni.

1. Nincs még weboldala

Ha egy vállalkozásnak nincs weboldala, akkor egyáltalán nem létezik az internetes felhasználók előtt.

Fel kell ismerni a tényt, hogy az internet felhasználóinak száma rohamosan nő, több mint 3 millió felhasználó van ma Magyarországon.

Egy weboldal segítségével nem csak lokálisan ismertetheti meg nagyobb tömeggel vállalkozását, hanem országos szintre növelheti eladásait, ismertségét.

Az offline hirdetési eszközök (szórólap, plakát, újsághirdetés, prospektusok stb.) évente több százezer forintot emésztenek fel.

Vegyünk egy példát!

Megyei szintű névjegykártya méretű újság hirdetés a legolcsóbb kategóriában is 25.000 - 30.000 Ft-ig terjed.

Ezekben a hirdetésekben csak meghatározott mennyiségű karakterszámban írhatja meg hirdetését.

A hirdetés csak egy megyére korlátozódik és olyan olvasókhoz is eljut, akiknek egyáltalán nem kelti fel az érdeklődését.

Már 4 db ilyen hirdetés árából elkészíthető egy weboldal, amely tartalmát és annak mennyiségét Ön szabja meg. Ha a weboldalkészítő cég hasznos tanácsokkal látja el, a keresőoptimalizálásban fontos kritériumok szerint építi fel, a weboldala több 100.000 internetes felhasználóval ismertetheti meg vállalkozását.

A statisztikák szerint egy átlagosan felépített céges weboldal is minimum havi 1.000 felhasználó látogatását generálja.

2. Jelenlegi weboldala nem tükrözi a cég színvonalát, elvárásait

Munkánk során rengeteg weboldalt vizsgáltunk meg grafikai, web ergonomiai, keresőoptimalizálási, és cég arculati szempontból.

Az online világ össze sem hasonlítható az offline eladással és ügyfélkezeléssel.

A weboldalnak tükröznie kell a cég színvonalát, a látogatót ugyanúgy kell vezetni, mintha betérne az Ön üzletébe.

Sok céges weboldalon a következő fogadja a látogatót.

"Üdvözljük az XY Kft. weboldalán!

Cégünk 1998-ban alapult. 2005-ben kezdtünk el foglalkozni az xy termékek forgalmazásával stb..."

Ha betér az üzletébe egy vásárló, Ön nem azt kérdezi meg először, hogy mire van szüksége! Vagy ha belép az ajtón egy vásárlója, egyből végig kell hallgatnia, mikor alapult a vállalkozása?

Ugye nem?

A weboldalra a látogató valamely keresőből érkezett, valamilyen kulcsszó beírásával.

Ha rátalált egy weboldalra, azonnal keresni kezdi a számára fontos információt.

A felesleges információk meghosszabbítják az adott termék vagy szolgáltatás megtalálását.

Ne feledjük, 3 másodperc! Ennyi idő áll rendelkezésünkre, hogy kiigazodjon a weboldalon az ügyfél.

Természetesen egy weboldalon helye van a bemutatkozásnak, de egy külön menüpontban, és nem egy frekvenciált helyen.

3. A nyitóoldal flash intróval vagy nyelvválasztási lehetőséggel indul.

Egy jól elkészített nyitó intró nagyon szép tud lenni. Sajnos ez az intró csak a weboldal tulajdonosát boldogítja.

Az intrók és a belépő oldalak ős ellenségei a keresőrendszereknek és a felhasználóknak:

- ki kell várni az animáció betöltését
- néha azt sem lehet tudni, hova kattintson a felhasználó
- nem látja azonnal a felhasználó a keresett információt, így továbbáll, ráadásul raboljuk az idejét
- a keresőrendszereknek és a felhasználóknak a legfontosabb oldal a főoldal. Egy emberi arcot is szemből szeretünk megnézni, és nem profilból. Ha beszélgetünk valakivel, akkor szembe ülünk vele és a szemébe nézve tudatjuk, hogy érdeklődünk arról a témáról, amiről szó van. A keresőknek a főoldal a szembenézés, ha nem mutatjuk meg a keresőknek, hogy mit tartalmaz a weboldalunk, nem is fogja ajánlani annak tartalmát. Ha a weboldal tulajdonosát ez nem érdekli, akkor a keresőt miért is érdekelje? Aki a keresőkben nem található meg, az az internetezők számára nem létezik.

4. META tag-ek és TITLE mező nincs kitöltve, vagy kitöltése nem tükrözi vissza a weboldal tartalmát

A meta tag-ek olyan adatok, melyeket a látogató ugyan nem lát, de az oldal tartalmazza őket és a kereső robotok felhasználják.

A meta description viszont a keresési találatokban is visszatükröződik.

A description tag-ban egy-két mondatban kell összefoglalni az oldal tartalmát.

<meta name="description" content="Oldal leírása...">

A keywords azaz a kulcszó tag ban maximum 10-12 kulcsszóban szerepeltessük azokat a kulcsszavakat, amelyek az adott tartalomra jellemzőek.

<meta name="keywords" content="Kulcsszavak listája vesszővel elválasztva...">

A title a weboldal címe, ami megjelenik a böngészők felső sávjában, illetve a keresők találati listáiban.

Egy jól kitalált oldalcím jelentősen megnövelheti az oldal látogatóinak számát.

Minden egyes oldalnak saját egyedi címet kell adni, mivel általánosságban minden oldal másról szól.

<title> Oldal címe!</title>

A meta tag-eket ma már a keresőrendszerek nem veszik nagymértékben alapul, mivel sok volt a visszaélés, de ennek ellenére érdemes pontosan, a tartalomnak megfelelően kitölteni őket.

5. Cégre jellemző kulcsszavakra, cég nevére a keresési találatok első 10 találatai között nem jelenik meg

A mai keresőknek nagyon fontos a weboldal szöveges tartalma. A szövegekben fontos szerepeltetni azokat a szavakat, amelyekre szeretnénk, hogy weboldalunk megjelenjen a keresési találatok között.

A szövegre vonatkozóan van pár fontos szabály:

Kulcsszó sűrűség:

Minden egyes oldalon lévő teljes szövegtartalomban a fontos kulcsszavak legalább 4-6%-ot érjenek el oldalanként.

Az időtényező:

A fentiekben említettük, hogy a felhasználó 3-4 másodperc után eldöntik, hogy számára az az információ, amit lát, fontos vagy nem.

A weboldalon leírtaknak majdnem 80%-a soha nem kerül elolvasásra.

Legyünk lényegretörőek. Ha megírt egy szöveget, olvassa át újra és újra, törölje belőle a felesleges sallangot, a plusz szavakat.

Egy példa:

A plazmatévé csodálatos fekete kerettel ellátott, színvilágát és a csúcs képélességet az 1920 x 1080 képpontok száma garantálja Önnek.

Ehelyett ezt íránk:

A plazmatévé fekete kerettel készül, képpontok száma 1920 x 1080, a minőség garantált.

Ha megírtunk egy szöveget és kitöröltünk belőle, mindent olvassunk át még valakivel, aki nincs annyira tisztában az Ön szakterületével, hogy számára is érthető legyen a mondanivalója.

6. A weboldal kereteket tartalmaz (FRAME)

A keretes weboldalak készítése nagyon régi technológia. Sajnos néhány weboldalkészítő cég ma is előszeretettel használja.

A keretek segítségével egy weboldalon belül akár több weboldalt is meg lehet jeleníteni.

A keretes rendszerben működő weboldalnak esélye sincs a keresőoptimalizáltságra, mivel egy keretben jeleníti meg a tartalmat.

Ha a látogató egy ilyen megjelenített tartalomra bukkan, nem talál további navigációt, így nem is tud további oldalakat meglátogatni a weboldalon.

7. A honlap tartalma képi formátumban van, csupa flash, így szövegei nem kijelölhetőek

A keresőrendszer robotjai olyanok, mint a vak emberek. Ha egy vak embernek mutatunk egy szép képet egy tengerpartról és nem tudatjuk vele, hogy ezen a képen egy tengerpart van, ahol gyönyörű kék az óceán, fehér homokos tengerpart, pálmafák lengedeznek a szélben, soha nem is fogja megtudni a kép tartalmát. A kezében csak egy papírlap van, ami számára haszտalan. Haszտalan dolgokat pedig eldobunk. A kereső robot is vak, csak a weboldal úgynevezett forráskódját tudja olvasni. Ha képre vagy flash elembe helyezzük el az információkat, akkor ez teljesen láthatatlan marad. Ráadásul sokszor a kép elnevezése sem beszédes, pl.: 003.jpg és nem homokos_tengerpart.jpg az előző példánknál maradvá.

Összefoglalva: kerüljük a szöveges elemek, menüpontok képi vagy flash megjelenítését.

8. A weboldal teljes flash

A teljes flash weboldalakra is a hetes pontban felsoroltak érvényesek, a keresők nem tudják bejárni az oldalt, így nem is válik kereshetővé.

Mikor egy flash weboldalra tévedünk, meg kell várni a betöltési időt. Itt is emlékeztetnénk a 3-4 másodperces szabályra!

A flasht csak pár kisebb látványelem kialakítására érdemes használni. Pl.: ha a fejlécben a logóra egy kis csillogást alkalmazunk.

9. A weboldal csak egyféle böngészőben jelenik meg teljes valójában, a többi böngészőn szétesik

Sajnos a böngésző gyártó cégek nem mindegyike veszi figyelembe az internetes szabványokat. Erről egy bővebb leírást készítettünk, amely [itt olvasható](#).

A weboldal készítésnél fontos figyelembe venni, hogy mindegyik böngészőben ugyanúgy, vagy csak kis eltérésekkel jelenjen meg a weboldal.

10. Nincs hírlevél feliratkozás

A hírlevél sok embernek egyet jelent a SPAM-mel, azaz levélszeméttel.

Sokszor halljuk, minek az én weboldalamra hírlevél, senki nem olvassa el, azonnal törlik.

Igen, ez is benne van a pakliban, el kell hogy ismerjük, de ne feledjük el, ha valaki feliratkozik a hírlevelünkre, azt érdekli az a bizonyos termék vagy az a szolgáltatás.

Vegyünk alapul saját weboldalunk hírlevél feliratkozási számait.

Jelenleg hírlevelünkre napi 2-3 feliratkozás történik. Ez kevésnek tűnhet, de számoljunk egy kicsit.

Napi 2 feliratkozó az évente 730 feliratkozót jelent, de ezt is kerekítsük lefelé 700 feliratkozottra.

Tételezzük fel, hogy olyan termékről küldünk ki hírlevelet, amelyen a tiszta haszon 5.000 Ft, ez nem egy irreális összeg.

A kiküldött 700 levélből vegyünk minimum 1%-ot, aki vásárol, tehát 7 feliratkozott felhasználót.

Ez azt jelenti, hogy 30 perc munkával, amíg megfogalmazunk egy hírlevelet, 1 kiküldésre 35.000 Ft hasznot termel.

Minden hónapban csak 1 db hírlevelet küldjünk ki, az 420.000 Ft hasznot jelent évente.

Érdemes eldöbni ezt a lehetőséget?

11. A weboldalhoz nem tartozik adminisztrációs felület

Az internetre egy dolog nagyon jellemző, a GYORSASÁG!

Weboldalunk segítségével bármely, a cég életében bekövetkezett változás azonnal leköszölhető.

Ha egy új termékünk jelent meg, percekben belül tudathatjuk a nagyvilággal.

Ha a weboldalhoz nem tartozik adminisztrációs felület, ahol irányíthatjuk a weboldalt, (új menüpontot adhatunk weboldalunkhoz, új tartalmat hozhatunk létre vagy a régi tartalmakon változtathatunk) folyamatosan azzal a problémával fogunk szembesülni, hogy a tartalom soha nem frissül, pedig a konkurencia oldalain már fenn van, mindig a programozóra kell várni. Mivel az interneten az információáramlás hihetetlen sebességgel történik, ez a hátrány is hatalmas bevétel kiesést jelent.

12. Lassú a weboldal, lassan tölti be a tartalmat, lassú a kezelhetőség

Ha lassú a weboldal betöltése, az ügyfélvesztéshez vezet. Fenti pontjainkban már említettük a 3 másodperces szabályt. A weboldal lassúságának több oka is lehet. Tapasztalataink szerint elsődlegesen a weboldal lassúságáért a képek felelősek. Jellemzően 1 megabájtos vagy e feletti képeket tesznek fel a weboldalakra, ráadásul ezzel a képpel akár egy 2 méter x 1 méteres falfelületet jó minőségben le lehetne plakátolni. Ezek a nagy képek vannak összenyomva a weboldalakon. A felhasználónak minden látogatáskor be kell töltenie azt az 1 megabájtot, ami lassulást jelent. Érdemes letölteni valami ingyenes képszerkesztőt pl. GIMP és a kép méretét levenni akkorára, amekkorában a tartalomra szükség lehet. A kép átméretezése után érdemes a webes mentést alkalmazni.

Vannak olyan esetek, amikor maga a weboldal-szoftver lassú, az ingyenesen letölthető weboldal rendszerek nagytöbbsége tartalomfeltöltés után lelassul. Ezt sokszor tapasztaltuk Joomla és WordPress esetében is.

A következő általános eset továbbá, hogy maga a weboldalt kiszolgáló szerver lassú, ez általában ingyenes tárhely szolgáltatásoknál fordul elő. Ha fizetett tárhely szolgáltatónknál tapasztaljuk ezt, érdemes megkérni őket, hogy weboldalukat helyezték át egy gyorsabb szerverre. A tárhely szolgáltatók nagytöbbsége ezt el is végzi, de ha nem, ajánlott másik szolgáltató után nézni.

13. Ingyenes tárhely szolgáltatás

Az ingyenes tárhely szolgáltatásnak több hátránya is van.

1.

Általában, aki ingyenes tárhely szolgáltatást alkalmaz, annak nincs saját domain neve sem. Ő a tárhely szolgáltató által biztosított nevet használ pl.: xykft.eoldal.hu vagy xykft.freeweb.hu. Ezek az oldalak szinte soha nem találhatók meg a keresők találati listáján. Így szolgáltatása bármilyen jó lehet, a weboldala kidobott pénz. Még akkor is az, ha nem költött rá egy fillért sem, mivel megtanultuk már régóta, az idő pénz!

2.

Ha rendelkezik saját domain névvel, és erre a tárhelyre van irányítva, a tárhely szolgáltató reklámokat fog megjeleníteni a weboldalon.

Ez vagy keretben jelenik meg (6 pont) vagy valamilyen reklámcég által fizetett hirdetéseket helyez el. Ezek a fizetett hirdetések a lap karbantartójának egy fillért nem hoznak. A reklámok viszont úgy vannak optimalizálva, hogy a szöveghez képest releváns hirdetést jelenítsenek meg. Így nagy a valószínűsége, hogy a konkurencia szolgáltatását fogja hirdetni a saját weboldalán. Ez nagyon fontos, **a konkurencia jelenik meg a saját weboldalán!**

3.

Fizetünk a reklámentességért.

Az ingyenes szerverek általánosságban túlterheltek, mivel rengeteg weboldal található rajtuk, rengeteg lekérést kell kiszolgálniuk.

Még ha nincs is reklám és saját domain névvel rendelkezik, is a weboldal elérhetősége lassú. A reklámentesség évente 4-8 ezer forintig terjed.

4.

Az ingyenes tárhely szolgáltatáson működő céges weboldal azt mutatja a cégről, hogy sajnál évi Kb. 12.000 Ft-ot egy megbízható saját tárhely bérlésére, ahol olyan szolgáltatásokat kaphat, amely elengedhetetlen egy céges weboldal működéséhez.

14. Nem rendelkezik saját domain névvel

Gondolkozzunk a leendő ügyfelünk fejével. Melyik cégtől vásárolna szívesebben, melyik a megbízhatóbb?

<http://vasarolj-plazmatvt.freeweb.hu>

vagy

www.vasarolj-plazmatvt.hu?

Nem is kérdés, hogy az ingyenes tárhelyen lévő weboldal akármilyen csilivili, nem lesz annyira megbízható, mint egy saját névvel rendelkező weboldal. A domain névválasztás nem egyszerű feladat, cégünk domain névválasztással kapcsolatban már írt egy közel 6 oldalas tanulmányt. Ezt most pár mondatban lerövidítenék.

Cég esetén 2 domain név választását javasoljuk: 1 db keresőoptimalizált név, és 1 db cégnév.

Pl.: egy női fodrász szalon weboldal, a cégnév Gizike Kft.

Két domain név regisztrálását ajánljuk:

1. noifodraszat.hu
2. gizikekft.hu

A noifodraszat.hu címen üzemeltetnénk a weboldalt és a gizikekft.hu címen pedig a levelezést. Így a cég tulajdonában van a cégnévhez tartozó domain név és egy keresőoptimalizált név is. A domain névválasztásról szóló leírást most tényleg lerövidítettük, ennél jóval bonyolultabb és nehezebb feladat. Ráadásul nem mindegy, hogy a domain neveket hogy kezeli a szolgáltató!

15. Ingyenes vagy internetszolgáltató által adott e-mail cím használat

Teljesen megegyezik az ingyenes tárhely szolgáltatás leírásával.

Egy jó tárhely szolgáltatáshoz, a domain nevéhez kap e-mail címeket, így nem kell ingyenes szolgáltatásokat használnia. Az e-mail megbízhatósága mára a nagy SPAM mennyiség miatt nagyon fontos lett. A gmail.com (google.com keresőrendszer levelezője) is felismerte, hogy a cégek egyre nagyobb többségben hagynak fel a gmail.com szolgáltatásaival, mert saját domain néven kezdtek el levelezni. Ez a felismerés nagy változásokat hozott a gmail rendszerében, mivel igaz, hogy rengeteg biztonsági ellenőrzést kell elvégeznünk, de már a gmail.com levelezőből is lehet használni a saját céges levelezést olyan formában, hogy a saját céges e-mail címünkről megy ki a levél, így az ingyenes szolgáltatást kitakarva nagyobb megbízhatóságot kaptak, a cégek és tovább használják a google szolgáltatásait. Érdeemes tanulni a nagyoktól és a cég saját domain nevéhez tartozó postafiókokról levelezni.

16. A weboldalhoz nem tartozik statisztika, vagy van statisztikája, de nem tudjuk értelmezni

A statisztika egy weboldal életében ugyanolyan fontos, mint a cég életében tudni, hogy pontosan mennyi volt a bevétel és a kiadás.

Tapasztalatunk sajnos az, hogy rengeteg weboldal-tulajdonos nem használ statisztikát, vagy ha igen, akkor azt nézi meg, mennyien látogatták a weboldalt. Természetesen jó látni, hányan látogatták a weboldalt, de ez csak az egyetlen része a statisztikának, amiből semmit nem tudunk meg az ügyfelek viselkedéséről.

Mit is érdemes vizsgálni egy statisztikában:

- honnan érkeztek a látogatók, milyen keresőkből, milyen partner oldalakról
- milyen kulcsszavak beírásával találtak ránk
- mekkora a visszafordulási arány
- mennyi időt töltenek el a tartalmak olvasásával
- melyik tartalom az, amelyik a leglátogatottabb
- melyik tartalom az, amelyik a legkevesebb időt töltik el.

Ezek az adatok mind mérhetőek.

Miért nem fontos az, hogy mennyien látogatták az oldalt?

Tételezzük fel, hogy az oldalt egy hónapban 3.000 látogató látogatta. Ez szép teljesítmény, megnyugvással hátradőlhetünk. Igen ám, de ha a 3.000 látogató megrendelése egyenlő a nullával, akkor ez a szám mégsem olyan szép adat. Ezért érdemes megfigyelni az ügyfelek mozgását, viselkedését a weboldalon, hogy úgy alakíthassuk át, hogy nyereséget termelhessen.

A statisztikák elemzésének megtanulása, értelmezése nem kis feladat, de ha ügyesen használjuk weboldalunkat, sokkal nyereségtermelőbbé tehetjük.

Az internet és az internetes kereskedelem az egyedüli a világon, amely lendületesen, folyamatosan növekszik.

Egy Cég életében a weboldal folyamatos bevételi forrást jelent.

A weboldal feltöltésével, karbantartásával rengeteg munkaórát kell eltölteni, de megéri! Még nem késő, hogy Ön is megjelenjen a világhálón és elsőbbséget szerezzen a konkurenciával szemben.

Az internetes kereskedelem nagy előnye, hogy ugyanazokkal az esélyekkel indul az Ön weboldala is, mint bármilyen más multi vállalaté.

Hogy válasszon weboldalkészítő céget?

1. Weboldal rendszer

A weboldal készítést megelőzően érdemes megkérdezni, hogy milyen CMS rendszert alkalmaz.

Ne bízson meg olyan weboldal készítő céget, aki PHP Nuke, Joomla vagy WordPress vagy egyéb ingyenesen letölthető rendszereket alkalmaznak.

Ezek a rendszerek előre elkészített weboldalalak, maximum egy új kinézetet készítenek hozzá.

Bárki rászán egy fél órát telepíteni tud egy ilyen weboldal rendszert.

Ha ezeket a weboldal rendszereket elkezdjük tartalommal megtölteni, a betöltési idejük lelassul. Egy gyors internet kapcsolattal sem lehet gyorsan navigálni a weboldalon. Ha lassú a weboldal, a felhasználók gyorsan elunják a várakozást.

Hátrányai között szerepel az is, hogy kezelésük rettentő bonyolult. Még ha elismert programozók is készítették, nem a használhatóság volt az elsődleges szempont.

Több ügyfelünknek Joomla oldalakat készítették. Rendszerünk bemutatása és kipróbálása után sokan kérték a cserét. A mai böngészők nagy előnye, hogy jelzik, ha vírusfertőzött egy weboldal. Eddigi munkánk során Joomla rendszerek tömegét kellett megtisztítani a vírusfertőzöttségtől.

2. Online marketingoktatás

Bármilyen profi marketinget is alkalmaz az offline világban, az egyáltalán nem alkalmazható az online környezetben.

Csak olyan weboldal készítő céggel szerződjön, aki átgondolja és felvilágosítja arról, hogy az Ön vállalkozásának milyen marketing eszközökre van szüksége, a weboldalt milyen funkciókkal lehet a továbbiakban bővíteni, elmondja, hogyan szövegezen a weboldalon, hogyan mutasson be egy terméket.

3. Nyomon követés

A weboldal elkészülte után figyelemmel kísérik a weboldal sorsát, ellenőrzik szövegezését, ha kell, újabb marketing tanácsokkal látják el.

4. Weboldal ára.

Ezeket a szolgáltatásokat összességében 30-40-60-70 ezer Ft-ért nem lehet megvásárolni.

Itt is érdemes figyelembe venni a régi mondást:

"Olcsó húsnak híg a leve!"

Egy jól elkészített weboldal az első évben a bekerülési költsége többszörösét képes visszahozni. Viszont ehhez olyan szakember gárdával kell elkészíttetni a weboldalt, akik jártasak ebben a világban, tanácsokkal tudják ellátni.

Fontos megjegyezni: az elkészült weboldal a vállalkozás online formája, úgymond az Ön online vállalkozása. Ha a weboldala minőségében elfogadhatatlan, az minősíti az offline vállalkozást is.

Ezért meggondolandó, hogy egy 50.000 Ft-os szolgáltatás mit is biztosít a megrendelő számára.

Több mint 10 éves weboldalkészítéssel a hátunk mögött kijelenthetjük, hogy nem elég csak egy weboldalt készíttetni.

Hogy miért?

Reméljük, a fentiek megadják a választ.

JAKAB ZSOLT

üzletág igazgató

CONLINE ONLINE STRATÉGIAI SZOLGÁLTATÓ

1116 Budapest, Építész u. 26.

Telefon: 372 8470, fax: 372 8471

www.conline.hu

info@conline.hu