

KVALITNÍ WEB

JAKO VSTUPNÍ BRÁNA DO ONLINE SVĚTA

Se zvyšujícím se množstvím zákazníků, kteří nakupují a objednávají zboží i služby primárně online, roste i poptávka firem a živnostníků po kvalitní webové prezentaci. Pandemie koronaviru ještě víc upevnila to, co už bylo dávno zřejmé. Kdo není dobře vidět v online světě, jako by vůbec nebyl.

JAK VYPADÁ SPRÁVNÝ WEB?

V záplavě konkurence se neztratí jen ten, kdo dokáže zaujmout. Jen tak nějaká obyčejná webová prezentace už většinou nestačí – zvláště ne v těch oborech, ve kterých o přízeň zákazníků musíte „bojovat“ s řadou dalších firem. Jaký je tedy ten správný web, který zaujme?

1. PŘEHLEDNÝ

Čas je cenným artiklem a jeho hodnotu si uvědomuje většina z nás. Zákazníci proto nechtějí trávit dlouhé minuty hledáním klíčových informací. Platí tady, že méně je více. Raději zdůrazněte jen to nejdůležitější a nesnažte se za každou cenu naplnit web dlouhými odstavci textu. Více se potom můžete rozepsat na blogu, který by už jen s ohledem na optimalizaci pro vyhledávače a zvýšení organické návštěvnosti neměl chybět.

2. RYCHLE NAČTENÝ

Doba se zrychluje – a s ní i webové stránky. Potenciální ani stávající zákazníci zkrátka nechtějí nejen hledat, ale ani čekat. Čísla hovoří poměrně jasně. Téměř polovina uživatelů očekává, že se webové stránky načtou do dvou vteřin. Načítání dobře optimalizovaného webu potom trvá maximálně o vteřinu déle. Pokud se ani po třech vteřinách uživatelé nedočkají plného načtení, odcházejí hromadně pryč.

3. RESPONZIVNÍ

Není žádným tajemstvím, že značná část uživatelů dnes navštěvuje webové stránky z mobilních zařízení. Proto je třeba zaměřit se na responzivní design. To znamená, že stránky se na mobilu zobrazují nejen stejně rychle jako na počítači, ale také správně, tedy že nejsou uříznuté části textu ani obrázků. Zkrátka že se přizpůsobí zařízení, které uživatel pro jejich návštěvu využívá. Správné nastavení webu už navíc kontroluje i Google, který neresponzivní web přestává indexovat.

4. TRANSPARENTNÍ

Zákon určuje, že každý web musí obsahovat některé údaje o firmě, jako jsou třeba název, IČO nebo sídlo. Kontaktní údaje jsou potom jednou z nejdůležitějších informací a na webu by měly být snadno a rychle dohledatelné. Zákazníky ale minimálně stejně zajímají i ceny zboží nebo služeb. Jakmile je dopředu neznají, často se ani neozvou. V některých případech samozřejmě nelze přesnou cenu určit, protože se vypočítává na základě individuálních požadavků a parametrů. V takovém případě můžete zmínit alespoň orientační částku, případně uvést modelový příklad a výpočet.

5. SNADNO DOHLEDATELNÝ

Důležitá je také doména, která by měla odpovídat názvu firmy a obsahovat co nejméně složitostí. Vždy si zkuste představit situaci, kdy adresu někomu diktujete. Nemůže se stát, že zákazník zamění písmeno a dostane se na web vaší konkurence? V České republice se nejčastěji využívají domény s koncovkou .cz, pokud se ale nechcete držet jen na území naší země a plánujete rozšíření firmy do zahraničí, můžete rovnou zvážít i doménovou koncovku .com.

6. ATRAKTIVNÍ

Může se zdát, že kvalita obsahu je mnohem důležitější než jeho vizuální provedení. Opak je ale pravdou. Design má minimálně stejný význam, protože uživatel ho znamená ještě ve chvíli, než si přečte obsah. Web proto musí zaujmout na první pohled. Jedině tak máte šanci, že se návštěvník na vašich stránkách chvíli zdržít.

7. OPTIMALIZOVANÝ PRO VYHLEDÁVAČE

Vzhledem k velké konkurenci je třeba udělat všechno pro to, aby se web dostal k potenciálním zákazníkům. Naprosto klíčová je proto správná optimalizace pro vyhledávače (SEO), která zajistí lepší pozice v organických výsledcích vyhledávání. Optimalizace zahrnuje mimo jiné vyhledání a aplikaci vhodných klíčových slov, doplnění titulků a meta popisů, členění textů pomocí nadpisů a podnadpisů nebo prolinkování jednotlivých podstránek.