

Strony internetowe

1A. Wprowadzenie do stron internetowych



Co-funded by
the European Union



UNIVERSITY
OF APPLIED
SCIENCES
UTRECHT



Cele nauczania

Wymagania wstępne dla studenta: Zalecane są podstawy marketingu.

- Celem jest zwiększenie świadomości i zapewnienie kontekstu
 - na temat roli stron internetowych w marketingu cyfrowym.
- Uczeń nauczy się:
 - kluczowych aspektów strony internetowej, które przyczyniają się do obecności firmy w Internecie (np. konwersja, doświadczenie użytkownika),
 - podstawowych zasad i uwag dotyczących tworzenia strony internetowej.



Tematy

- Dlaczego każda firma potrzebuje strony internetowej?
- Ogólny obraz.
- Jak strony internetowe mogą wspierać różne cele biznesowe?
- Najlepsze praktyki dla dobrej strony internetowej.
- Jak skonfigurować witrynę?

Dlaczego każda firma potrzebuje strony internetowej?

- Strona internetowa jest **kluczem do udanej strategii marketingu cyfrowego**
 - Wszystkie inne elementy marketingu cyfrowego kierują użytkowników do strony internetowej.
- Strona internetowa:
 - wspiera markę i zwiększa zaufanie,
 - umożliwia organiczną widoczność w wynikach wyszukiwania,
 - prezentacja produktów i usług,
 - pomaga generować leady i pielęgnować istniejących klientów,
 - dostarcza treści i wartości,
 - wspiera komunikację z klientami,
 - wspomaga sprzedaż.



Ogólny obraz



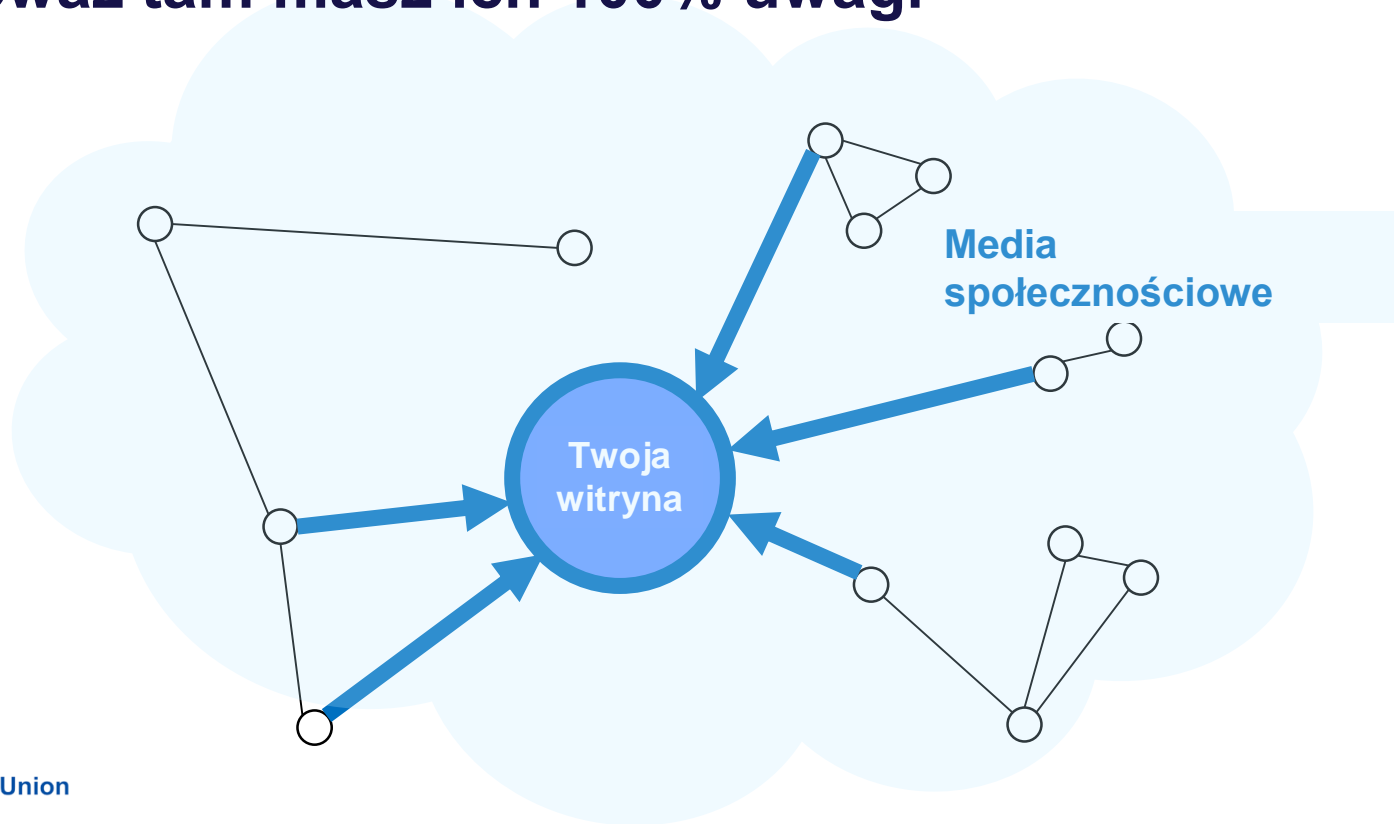
2020 *This Is What Happens In An Internet Minute*



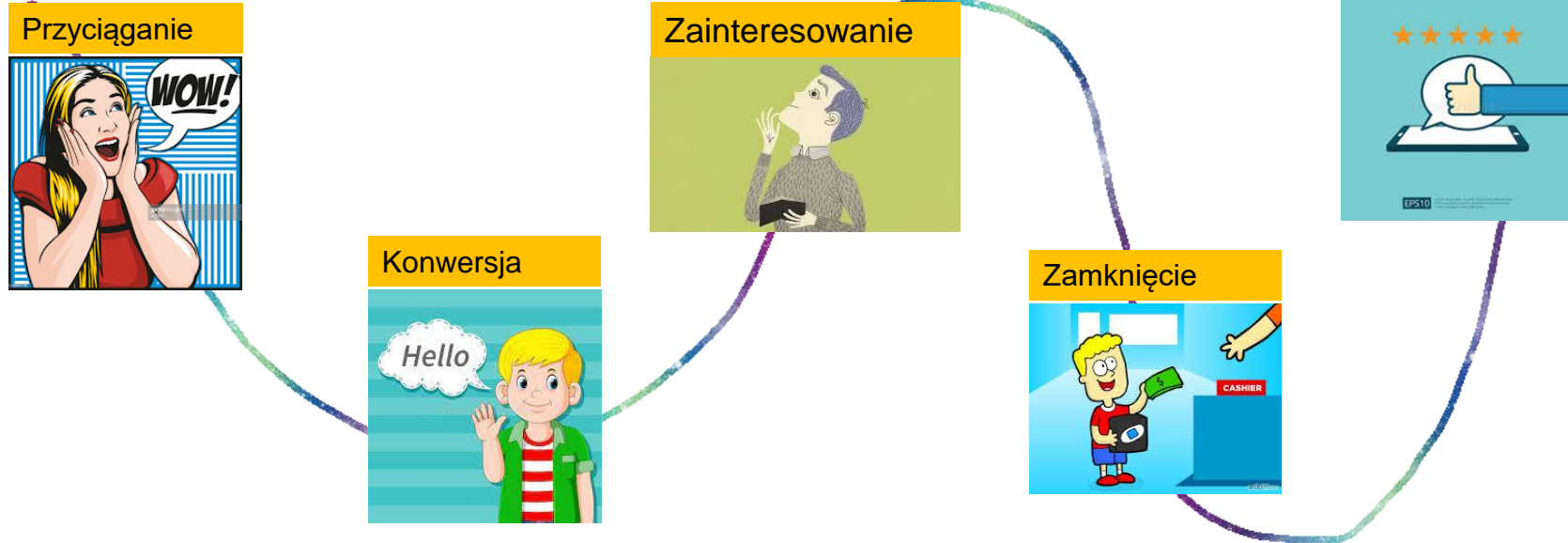
2021 *This Is What Happens In An Internet Minute*



Skieruj dyskusję z mediów społecznościowych na swoją stronę internetową... ...ponieważ tam masz ich 100% uwagi



Zadaniem Twojej strony internetowej jest sprawić, by to wszystko się stało



Cele biznesowe



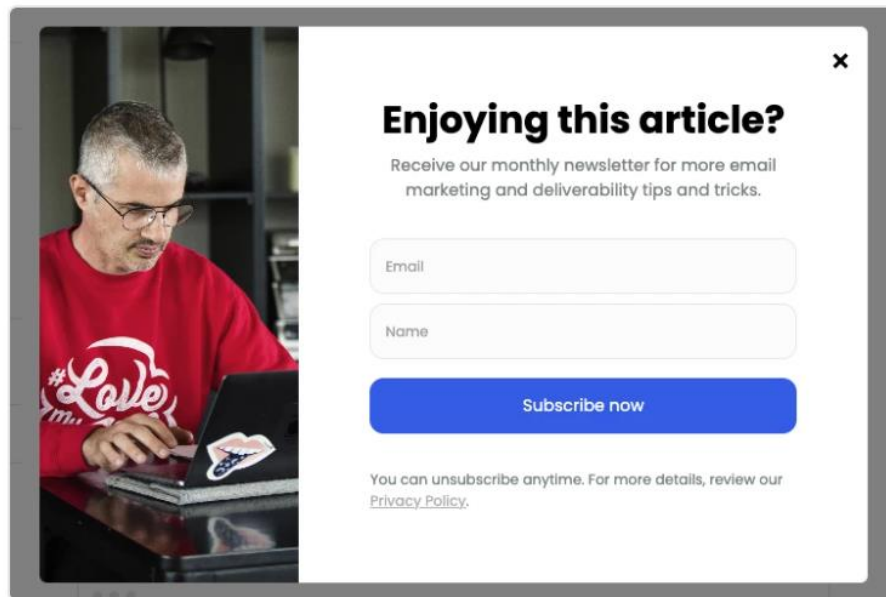
Wspólne cele biznesowe dotyczące stron internetowych

- Zwiększenie widoczności online
- Generowanie potencjalnych klientów
- Napęd konwersji
- Zwiększenie świadomości marki
- Zapewnienie obsługi klienta
- Ustanowienie przywództwa
- Zwiększenie zaangażowania klientów
- Lepsze wrażenia użytkownika
- Wsparcie sprzedaży i handlu elektronicznego
- Zbieranie opinii i spostrzeżeń klientów



Przykłady celów na stronie internetowej

Generowanie potencjalnych klientów:

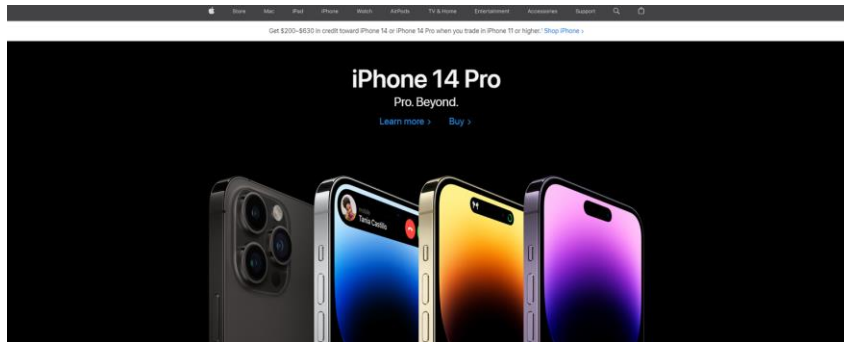


Co-funded by
the European Union

Źródło i więcej informacji: <https://www.mailerlite.com/blog/inspiring-examples-of-email-pop-ups-and-why-they-work?>

Przykłady celów na stronie internetowej

Zwiększenie świadomości marki:



Shop and Learn Store Mac iPad iPhone Watch AirPods TV & Home AirTag Accessories Gift Cards Apple Wallet Wallet Apple Card Apple Pay Apple Cash	Account Manage Your Apple ID Apple Store Account iCloud.com Entertainment Apple One Apple TV+ Apple Music Apple Arcade Apple Fitness+ Apple News+ Apple Podcasts Apple Books App Store	Apple Store Find a Store Genius Bar Today at Apple Apple Camp Apple Store App Certified Refurbished Apple Trade In Financing Carrier Deals at Apple Order Status Shopping Help	For Business Apple and Business Shop for Business For Education Apple and Education Shop for K-12 Shop for College For Healthcare Apple in Healthcare Health on Apple Watch Health Records on iPhone For Government Shop for Government Shop for Veterans and Military	Apple Values Accessibility Education Environment Inclusion and Diversity Privacy Racial Equity and Justice Supplier Responsibility About Apple Newsroom Apple Leadership Career Opportunities Investors Ethics & Compliance Events Contact Apple
---	---	--	---	---

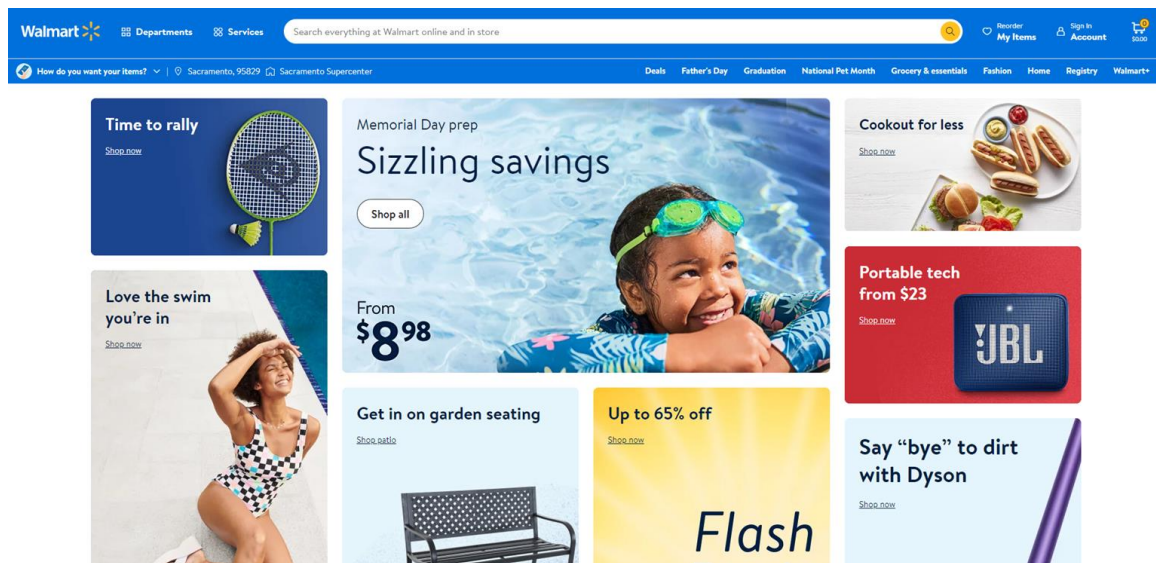
<https://www.apple.com/>



Co-funded by
the European Union

Przykłady celów na stronie internetowej

Wsparcie sprzedaży (e-commerce):



Co-funded by
the European Union

<https://www.walmart.com/>

Przykłady celów na stronie internetowej

Więcej przykładów?



Co-funded by
the European Union

Najlepsze praktyki dla dobrej strony internetowej



Najlepsze praktyki dla dobrej strony internetowej

1. Twoja witryna spełnia intencje użytkowników i ma jasny cel

- Poznaj swoich odbiorców! Czego oni szukają? Czego naprawdę potrzebują?
- Odkryj wszystkie sposoby, w jakie ludzie mogą trafić do Twojej witryny (wykorzystaj np. mapę podróży użytkownika) i dostosuj swoją witrynę, aby odpowiedzieć na ich pytania / potrzeby.
- Jaka jest konwersja (=pożądane działanie) dla Twojej firmy?

2. Twoja witryna jest sprawna technicznie

- Dobra strona internetowa jest łatwo indeksowalna i pokazuje wyszukiwarkom, co mogą, a czego nie mogą indeksować.
- Dobre strony nie zawierają dużej ilości błędów.
- Dobra strona internetowa ładuje się bardzo szybko, z dowolnego miejsca na świecie.



Najlepsze praktyki dla dobrej strony internetowej

3. Twoja witryna jest godna zaufania, bezpieczna i chroniona.

- Wyszukiwarki takie jak Google chcą dawać użytkownikom najlepsze możliwe wyniki.
- Google pokaże najpierw wyniki, które okazały się dobre i godne zaufania. Pamiętaj, aby pracować nad swoją wiarygodnością na wszystkich poziomach, zarówno technicznych, jak i treści!
- Ponadto witryna powinna być bezpieczną przystanią dla odwiedzających.
- Zhakowanej stronie łatwiej jest zapobiec niż ją naprawić.
- Korzystanie z aktualnego oprogramowania.
- Uporządkowanie protokołu SSL (Secure Sockets Layer).
- Tworzenie silnych haseł.
- Korzystaj z narzędzi takich jak Cloudflare, aby chronić swoją witrynę przed atakami DDoS (distributed denial-of-service; rozproszony atak).



Najlepsze praktyki dla dobrej strony internetowej

4. Twoja strona ma świetny design i niesamowite UX (user experience).

- Twoja witryna odzwierciedla Twoją firmę, Twoje produkty, Twoje usługi i ostatecznie Twoją markę.
- Projekt witryny musi pomagać w realizacji wyznaczonych celów.
- Twój przekaz powinien być głośny i wyraźny.
- Strona powinna być przejrzysta i łatwa w użyciu dla każdego (użyteczność).
- Strona powinna być dostępna dla każdego (dostępność), np:
 - właściwy tekst alternatywny dla obrazów (alt),
 - wideo z napisami.
- Weź pod uwagę wrażenia użytkownika:
 - uwzględnić wszystkie aspekty interakcji użytkownika, w tym jego postrzeganie, emocje i zachowania,
 - skupienie się na tworzeniu intuicyjnych stron internetowych zorientowanych na użytkownika, które skutecznie spełniają jego potrzeby i cele,
 - zrozumienie użytkownika docelowego, jego zachowań, motywacji i „punktów bólu” → **projektowanie rozwiązań, które uwzględniają te czynniki!**

Świetny projekt strony = Większe zaufanie = Lepsze konwersje



Najlepsze praktyki dla dobrej strony internetowej

5. Twoja witryna zawiera pomocne, istotne i skoncentrowane na użytkowniku treści.

- Skoncentruj się na użytkowniku, a nie na firmie.
- Zrozum użytkownika i jego zachowanie: dobre treści pomagają użytkownikom osiągnąć ich cele → oferuj różne treści w odpowiednim momencie podróży klienta, pamiętając jednocześnie o celach biznesowych.

6. Twoja witryna jest przyjazna dla urządzeń mobilnych (lub raczej zaprojektowana z myślą o urządzeniach mobilnych).

- Przez ostatnie kilka lat ruch mobilny stale rośnie i rośnie.
- Koncepcja mobile-first nie jest nowa, ale większość witryn jest nadal tworzona z myślą o komputerach stacjonarnych.
- Przyjęcie podejścia mobile-first pomaga skupić się na zadaniach, które użytkownicy powinni być w stanie wykonać na stronie mobilnej.
- Pomaga to stworzyć minimalistyczny i w pełni skoncentrowany projekt → Mniej znaczy więcej!



Najlepsze praktyki dla strony internetowej w pigułce

- Dobra strona internetowa jest skuteczna:
 - strona internetowa jest skuteczna, gdy przyczynia się do realizacji celów organizacji,
 - głównym celem jest konwersja (patrz wykład 3),
 - pozytywne doświadczenie klienta na stronie internetowej jest kluczem do udanej konwersji.
- Dobra strona internetowa jest przyjazna dla użytkownika:
 - aby zapewnić pozytywne doświadczenia klientów, projekt i struktura strony internetowej muszą być przyjazne dla użytkownika,
 - ogólne doświadczenie odwiedzającego w interakcji ze stroną internetową, które powinno być łatwe i przyjemne,
 - UX jest kluczem do przyjazności dla użytkownika (patrz wykład 4).



Aktywność podczas zajęć:

1. Utwórz zespoły składające się z 3-4 studentów.
2. Znajdź i przeanalizuj 2 różne korporacyjne strony internetowe.
3. Przedyskutuj ze swoim zespołem i stwórz prezentację PowerPoint zawierającą:
 - Dlaczego strona jest dobra?
 - Dlaczego strona jest zła?
 - Jak doszedłeś do tego wniosku?
 - Gdzie/dlaczego można dojść do takich wniosków?
4. Zaprezentuj swoje wyniki.
5. Wykorzystaj 30 minut na analizę, łącznie 10 minut na prezentację, w tym 5 minut na przedstawienie wyników i zarezerwuj 5 minut na dyskusję na temat prezentacji.

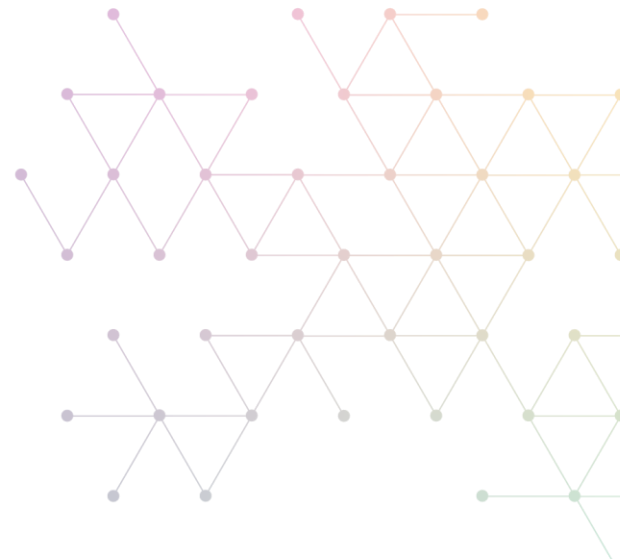


Jak skonfigurować stronę internetową?



Potrzebne będą:

- Nazwa domeny
- Host internetowy
- Platforma do tworzenia stron internetowych



Jak zbudować stronę internetową?

Krok 1: Wybór i zakup domeny

- "Nazwa domeny" lub "adres strony internetowej" to to, co ktoś wpisze w przeglądarce internetowej, aby przejść do Twojej witryny.

Krok 2: Wybór platformy do tworzenia stron internetowych (CMS)

- WordPress, Wix itp.

Krok 3: Przeprowadzenie badania słów kluczowych

- Jakie są najważniejsze słowa kluczowe dla Twojej firmy? Jak chcesz być wyszukiwany w Google?
- Wykorzystaj [Planer słów kluczowych Google](#)



Jak zbudować stronę internetową?

Krok 4: Zaprojektuj układ i nawigację

- Dla kogo projektujesz stronę? Kim są Twoi klienci?
- Kolory marki, logo, czcionki, zdjęcia, filmy, treści...
- Przejrzysta nawigacja pomaga użytkownikowi znaleźć to, czego szuka.
- Jakie są najważniejsze słowa kluczowe, produkty lub usługi?
- Struktura: podstrony, blog?
- Jaki jest cel strony internetowej? Jaka jest konwersja?
- Minimum Viable Product (MVP): Decyzja MVP może polegać na nieukończeniu sekcji witryny, która nie jest krytyczna, aby szybciej uruchomić witrynę.
- Pamiętaj: Mniej znaczy więcej!



Jak zbudować stronę internetową?

Krok 5: Wybierz i dostosuj szablon projektu, który reprezentuje Twoją markę

- pasek nawigacji (menu),
- projekt (potrzebujesz dodatkowego kodu CSS?),
- funkcjonalności i funkcje (wtyczki, aplikacje schematu danych strukturalnych, formularze kontaktowe, ochrona przed włamaniami, buforowanie, formularze zgody na newsletter i zarządzanie subskrypcjami, oprogramowanie SEO, narzędzia do tworzenia kopii zapasowych, mapy witryn XML...)

→ Pomoc od twórcy stron internetowych?

Krok 6: Określ, skąd będzie pochodził ruch?

- Kanały mediów społecznościowych
- Blogowanie
- Linki zwrotne z innych witryn
- Marketing e-mailowy
- Strategia marketingu treści



Jak zbudować stronę internetową?

Krok 7: Uruchomienie

- Indeksowanie i tworzenie kopii zapasowej starej witryny
- Uruchomienie witryny
- Diagnostyka po uruchomieniu: niedziałające linki, przekierowania, brakujące zasoby itp. (wykorzystanie np. Screaming Frog)
- Dodaj swoją witrynę do Google Search Console, aby została zaindeksowana
- Świątuj swoją premierę w mediach społecznościowych i innych kanałach marketingowych

Krok 8: Jak zmierzyć swój sukces?

- Cele SMART
- Kluczowe wskaźniki wydajności witryny
- Korzystaj z Google Search Console, Google Analytics 4, Meta Pixel, ...



Praca domowa 1: Planowanie korporacyjnej strony internetowej/budowanie własnej strony internetowej

Praca zespołowa: 4 lub 5 studentów w zespole

"Twój zespół jest zespołem managerów w firmie rekreacyjnej, która oferuje zakwaterowanie i usługi rekreacyjne do wyboru".

Studenci mają zadanie stworzyć wymagowaną firmę.

Ćwiczenie to posłuży jako podstawa dla pozostałych zadań kursu.

Pierwsze zadanie: zobacz szczegóły w dokumencie (Websites_Homework1)

- zdefiniować produkty i usługi firmy,
- określić swoje rynki i cele marketingowe na najbliższe 12 miesięcy,
- wybór nazwy domeny.



Co-funded by
the European Union