

Co všechno je potřeba pro přípravu webu

Cíle

Vím, **k čemu** má web sloužit

Bude se jednat se o e-shop, produktový web nebo firemní prezentaci? Nebo půjde o propagační stránku k jednorázové akci, informační portál či blog?
Zaměření webu zásadně ovlivňuje formát, který je vhodný použít.

Znám **cílovou skupinu**

Jaký je typický uživatel? Jinak bude vypadat web zaměřený na mládež, jinak seriózní firemní prezentace určená pro obchodní partnery.

Máte pravidelné návštěvníky (zákazníky), nebo cílíte na nové?

K analýze toho, jak se chová a co očekává typický uživatel, se využívají např. tzv. *persony*.

Je jasné, **jakou akci** má uživatel na webu ideálně

Má návštěvník rovnou nakoupit produkt? Nebo sbíráte kontakty a uživatel se má zaregistrovat? Nebo jsou na webu nejdůležitější kontaktní informace a očekáváte, že Vás bude návštěvník kontaktovat jiným způsobem.

Požadované akci musí být přizpůsobený návrh webu (*UX design*), aby stránky návštěvníka k požadované akci přirozeně směřovaly a „neházely mu klacky pod nohy“.

Akcím se také říká *konverze* a prvkům, které je mají podpořit, *call to action* prvky.

Obsah

Je daný **typ obsahu**

Budou informace na webu statické, nebo budou postupně přibývat?

Budou na webu texty, nebo bude převažovat fotografie a multimediální obsah?

Typ obsahu ovlivní jak strukturu informací, tak se promítne do vzhledu a uspořádání stránek.

Vím kdo a jak často budete **obsah aktualizovat**

Jednou stránky naplníte a už se na nich nebude nic měnit? Nebo budete často přidávat nový obsah?

Způsob aktualizace rozhoduje o tom, jestli potřebujete tzv. redakční systém, nebo ne.

Je jasné, jaké informace jsou **nejdůležitější**

Některé informace jsou více důležité než jiné. Může to být kontakt, nebo nejnovější článek, nebo prodejní akce. Ty musí být nejsnáze dostupné.

Naopak, spoustu obsahu (hlavně textů) je možné vynechat. Web se čte jinak než tištěné materiály a uživatelé jsou zvyklí spíše na krátké texty.

Je také zbytečné vytvářet a udržovat košatou strukturu stránek jen proto, že to tak mají všichni ostatní.

Vím, čím je moje služba / produkt **unikátní** a odlišuje se od ostatních

Může existovat spousta firem, které nabízejí stejné služby. Na internetu může být množství stránek, které nabízejí podobný odkaz.

Je dobré vědět, jak se prezentuje konkurence. Na jednu stranu je potřeba respektovat určité zvyklosti oboru, na druhou stranu je dobré se něčím od konkurence výrazně odlišit.

Pokud máte nějakou opravdovou jasnou přidanou hodnotu oproti konkurenci, tak je potřeba ji jasně a hlavně srozumitelně prezentovat. Je lepší říkat „jsme nejlevnější“ než „nabízíme konkurenceschopnou cenu“.

Mám **obsah připravený**

„Stránky jsou ve výstavbě“ se už opravdu nenesí.

Připravte strukturu a obsah jen z toho, co máte k dispozici. Pokud máte web dobře navržený, tak by neměl být problém v budoucnu další obsah přidat.

Vzhled a funkčnost

Mám **grafický návrh**

Máte logo a nějaké „firemní barvy“, které má web reflektovat?

Základní grafický návrh má být součástí zakázky na nový web, nebo ho budete řešit samostatně?

Má váš grafik zkušenosti s vývojem webu a je schopen připravit podklady kvalitně?

Grafika a obrázky prodávají, ale fotografie z fotobank nepůsobí příliš důvěryhodně

Mám **UX návrh**

Zamyslel se někdo nad tím, jak bude uživatel stránky ovládat a jak jimi bude procházet?

Jaká bude jeho *User eXperience*?

Návrh webu musí reflektovat obecné zvyklosti, cílovou skupinu uživatelů, typ obsahu a požadovanou akci ...

Web bude **mobilní** /responzivní

Počítá návrh webu se zobrazením na mobilu?

Přístup na webové stránky z mobilních telefonů neustále roste – mobilní (resp. *responsivní*) web je dnes skoro „povinnost“.

Google ve svém vyhledávání bude čím dál tím víc zvýhodňuje mobilní weby ve výsledcích vyhledávání.

Technické řešení

Mám **doménu**

Máte k zřízení doménu, na které má být web přístupný?

Mám **webhosting**

Kde web poběží?

Jaká je předpokládaná zátěž (počet návštěvníků)?

Potřebujete řešení „na míru“ nebo si vystačíte s instantním webem třeba na webnode.cz?

Mám zajištěnou **dlouhodobou údržbu**

Kdo bude provádět údržbu?

Každý systém jednou zastará. Buď ho můžete průběžně udržovat, nebo jednou za čas vyhodit a začít od nuly. Rozhodnutí je na vás.