НАРЪЧНИК С КЛЮЧОВИ ВЪПРОСИ ПРИ ИЗГРАЖДАНЕ НА УЕБСАЙТ

Този наръчник е създаден за всички бъдещи собственици на уебсайт, за да ги превърне в информирани и активни участници в двустранния процес по създаване на успешен, работещ и носещ приходи уебсайт. За настоящите собственици на уебсайт това ръководство ще им подскаже какво биха могли да подобрят във вече изградения.

Описанието на всеки един аспект от процеса на планиране, разработка и неговата завършеност ще обогатят по някакъв начин бъдещите собственици на уебсайтове, както и тези, които биха искали да допълнят знанията си по темата.

Клиент: Дата:

....

....

Ако все още не сте убедени защо Ви е необходим уебсайт, информацията по-долу ще Ви даде отговор на този въпрос.

- Уебсайтът е една от най-добрите инвестиции, която всеки бизнес може да направи за бъдещето си. Уебсайтът е най-ключовият елемент за изграждате на собствено цифрово онлайн присъствие. Той може да ни убеди да купим даден продукт или да ползваме конкретна услуга, явява се средство това да се случи **веднага**.
- Уебсайтът е мястото, на което хората получават информация за компанията, проверяват препоръките, отзиви от клиенти, награди, коментари, за да си създадат първоначално впечатление. Да правят преценки доколко е надежден и създава ли доверие този бизнес.
- Уебсайтът може да бъде целеви инструмент номер едно за разграничаване от конкуренцията чрез създаване на потребителски пътеки (пътят, който изминава потребителя до крайната цел), уникално търговско предимство USP - стойностно предложение – промоция, оферта, тест, микромоменти (да сме там, където потребителите търсят информация, поставяне на стратегически Call-to Action бутони за призив към действие в зависимост от съдържанието.
- Чрез уебсайта бизнесът изглежда професионално. 84% от днешните потребители смятат, че уебсайта прави бизнеса по-надежден и създава доверие, отколкото компаниите, които имат само профили в социалните медии. Той е идеалното място, в което да се покажат всички професионални сертификати или награди, с които бизнесът е бил удостоен.
- Уебсайтът може да привлече нови клиенти чрез Google. Добре оптимизираният уебсайт може да помогне на бизнеса да се класира по-напред в класациите по ключови думи в търсенето и да привлече стабилен поток от нови клиенти. С публикуването му в интернет Google вече може да го види.

А когато Google може да види съдържанието на страницата, то тази страница ще се индексира. И когато това стане, в резултатите от търсенето, те ще се показват. Това създава по-голям трафик към него и съответно генерира конверсии.

- Уебсайт може да насърчи клиентите да се свържат с бизнеса като дава информация за контакт с потенциалните клиенти. Той може да интегрира на страницата си карта на Google Maps, с указание за местоположението, за да се онагледи адреса.
- Уебсайтът определя мястото му в бранша. Ако конкуренти все още не са онлайн, бизнесът се утвърждава като лидер в своята област, със създадения си висококачествен уебсайт. Ако пък конкуренти са вече онлайн, то тогава разработеният уебсайт е напълно различен от тези на конкурентите.
- Уебсайтът гарантира успех в дългосрочен план. През 2020 г. почти 4,54 милиарда души (59% от световното население) използват интернет и все повече и повече хора са онлайн. Без уебсайт бизнесът е невидим за тези хора, а с него вече присъстваш в глобалната мрежа.

Всички тези предимства не изискват големи инвестиции. Изграждането на уебсайт е по-лесно и по-достъпно, отколкото от преди години. На първо време биха могли да се използват уебсайт билдъри за разработването му, които не изискват големи технически умения, а на по-късен етап да се инвестира в по-сериозни разработки.

Има ли нужда бизнесът ни от уебсайт, ако сме създали профили в социалните мрежи?

Много собственици на бизнеси смятат, че наличието на профил в социалните мрежи за тяхната дейност е достатъчно. Независимо от създадената страница във Facebook, която е с доста добри отзиви или голям брой фенове, съществуват проблеми с тази стратегия.

- На първо място, бизнесът ще бъде зависим от избраната платформа за социални мрежи. Алгоритмите се променят, правилата се променят и това, което работи един ден, може да не работи след няколко дни. Като собственик на уебсайт, съдържанието и посланията, които се излъчват, се контролират чрез него. Тенденциите също се променят. Ако клиентите са в Instagram днес, те могат да са и в Snapchat или в друга нова платформа, за която никой от нас дори не е чувал. Независимо какви са им предпочитанията за социална платформа, те винаги могат да намерят уебсайта на едно и също място, достъпно за всички.
- Уебсайтовете предлагат по-добра възвръщаемост на инвестициите от която и да е друга форма на реклама. С течение на времето, инвестицията за разработване на уебсайт ще изплати дивиденти, като привлича нови клиенти и изгради марката, а освен това, се явява легитимен бизнес разход при деклариране на данъци.
- Наличието на уебсайт в крайна сметка спестява време. Общуването с потенциални клиенти – дали по телефон или по имейл е твърде ангажиращо.
- Уебсайтът може да спести ценно време, като предоставя отговори на страницата си с най-често задаваните въпроси и запитвания от клиенти. Уебсайтът е онлайн 24 часа в денонощие, 7 дни в седмицата и 365 дни в годината!

ЕТАП I. Въвеждаща информация. Опознаване на бизнеса

A. Интервю с клиента (въпроси)

1. Има ли някаква история около Вашия бизнес/бранд, която бихте могли да разкажете (как се роди името, символа, идеята за лого и др. любопитни факти?;

   .....

   .....

2. Може ли да опишете своята компания/фирма с 5-7 думи?

   .....

   .....

3. Кое е това, което Ви отличава от другите бизнеси?

   .....

   .....

4. Кое е ценното, което предлагате на клиентите си?

   .....

   .....

5. Какви действия очаквате потребителите да извършат на уебсайта?
   - Да се абонират за бюлетин;
   - Да извършат покупка;
   - Да изпратят запитване за оферта;
   - Да се обадят;
   - Чат на живо;
   - Да се регистрират;
   - Друго (моля, посочете) .....

6. Към какъв тип потребители (коя/каква аудитория) ще е насочен Вашият уебсайт?

   (*възрастова група, семейно положение, образователна степен, местоживеене, доходи, социална ангажираност, поведение и др.*

   .....

   .....

7. Какво ще е предназначението на Вашия уебсайт?

   .....

В. Знаете ли какви типове уебсайтове съществуват?

Съществуват различни видове уебсайтове в зависимост от тяхното предназначение, цел, аудитория, съдържание и функционалности. Когато се спрем на определен тип уебсайт е необходимо да решим какви задачи ще изпълнява, какви опции ще съдържа, предпочитания за дизайн, коя е целевата му аудитория, какви форми на ангажираност ще предлага, каква ще бъде структурата на страниците, какви категории ще има включени в него и да се следва предварително утвърдената схема, въз основа на конкретните цели, които са зададени.

Към настоящия момент в световната мрежа има над **1,7 милиарда уебсайтове, които са онлайн**. Всички те, се състезават за част от вниманието на хората, при ежедневното им сърфиране в нета.

Съществува голямо разнообразие на уебсайтове, които са представени въз основа на направено проучване в интернет. Разбира се, това не ги изчерпва изцяло, а са посочени по-популярните от тях.

Търговски уебсайтове - Уебсайтове за електронна търговия E-commerce (онлайн магазин), уебсайт брошура, електронен каталог, уебсайт за купони, търгове, Инфопренер, Краудфандинг и др.

Информационни уебсайтове – блогове, личен уебсайт, био, уеб портал, онлайн общности, новинарски, развлекателни, бизнес указатели, за игри, за запознанства, за социални медии, за въпроси и отговори, Уики и др.

Според целите на бизнеса – корпоративен/фирмен/бизнес, образователни, фишинг, нестопански, за електронни услуги, портфолио, туристичеки, фотографски и др.

Според наличието на езикови версии – едноезичен, двуезичен, многоезичен.

8. Какви цели се очакват да се постигнат чрез уебсайта?

.....

.....

.....

9. Бихте ли могли да опишете 2-3 основни действия, които са водещи за Вашите маркетинг цели?

.....

.....

C. Проучване, планиране и програмиране

Проучване на конкуренцията и нейните силни и слаби страни. Създаване схеми на страници, програмиране с програмни езици HTML5 и CSS3.

10. Моля, посочете кои са вашите конкуренти?

.....

.....

11. Какво може да се научи от конкурентите Ви и как да се прави по-добре?

.....

.....

.....

.....

12. Какво другите бизнеси правят по-лошо от Вас?

.....

.....

.....

13. Какво правят същото като Вас?

.....

.....

.....

14. Кое е Вашето конкуретно предимство?

.....

.....

15. След като вече е оформена идеята как може да се направи още по-добра и да ѝ се добави повече стойност (*полезност*)?

.....

.....

.....

D. Основни компоненти и части на уебсайта:

- **Начална страница** – лицето на уебсайта. Това е първото нещо, което посетителите ще видят.
- **Заглавна част (header)** – телефонен номер, имейл, адрес;
- **Лого** – идентифициране на марката;
- **Меню** – падащо, хоризонтално
- **Поле за търсене** –подходящо за уебсайтове с голям обем от информация;
- **Тяло (body)** – областта, в която се съдържа най-много текст
- **Бутони** –Call to action, за абониране, за регистрация;
- **Икони за социалните мрежи** –Instagram, FB, LinkedIn и др.
- **Формуляри** – за контакт, за кандидатстване, обратна връзка и др.
- **Страници** – За нас, Екип, Отзиви/препоръки, Контактна, ЧЗВ, GDPR, Услуги (бизнес/портфолио уебсайт), Блог, Работен процес (портфолио уебсайт), Казуси (бизнес/портфолио уебсайт), Портфолио (за дизайнери) и др.
- **Футър** –разделът, разположен под основния текст или тялото на всяка страница. Тук се поставят важни връзки и авторските права.
- За уебсайт електронна търговия – количка за пазаруване, Чат на живо, Марки/промоции/категории.

16. Бихте ли описали какви страници и менюта се очаква да има на уебсайта? (*начало, за нас, екип, портфолио, проекти, казуси, контакти, често задавани въпроси, блог, търсене, филтри, под наем, за продажба, цени, промоции.....*)

    .....

    .....

    .....

    .....

17. Имате ли идея как да бъде структурирана началната/целева и вътрешни страници, с разположените в тях елементи – бутони, полета, банери, текст, лого? Моля, начертайте Вашата схема!

18. Какви бизнес процеси/операции се очаква да има на уебсайта? (*бази данни, обработка и съхраняване на данни, автоматизирани процеси, приложения и др.)*

    .....

    .....

    .....

E. Създаване на потребителска пътека и дизайн (цвят, типография)

Потребителската пътека е пътят, които потребителят изминава до крайната си цел. Колкото по-кратка е тя, толкова по-ефективна е.

Довършете изреченията:

Като потребител аз.....

Като кликна тук ще.....

Това действие ме води до.....

19. Какво бихме искали да прави посетителят и защо (*директни послания към потребителя от 3-5 ключови действия, които да извършат, за да стигнат до крайната цел*)?

    .....

    .....

F. Дизайн – Цветови схеми: около 90% от решенията за покупка се провокират от въздействието на цветовете. Различните цветове изпращат различни послания към клиентите.

- **Червен** – символизира важност, страст, агресия, стимулира апетита, вълнение, смелост.

- **Оранжев** – енергия, игривост, ниски цени, за импулсивни купувачи,приятелство, доверие.
- **Жълт** - оптимизъм, самочувствие, топлина, яснота.
- **Зелен** – цвят на природата, здраве, екология, просперитет, спокойство.
- **Син** – доверие, безопасност, с успокояващ ефект.



- **Лилав** – цвят на кралете, мъдрост, креативност, лукс, висок клас стоки.
- **Бял** – съвършенство и завършеност, свеж, невинност и чистота. Подтиква хората към действие.
- **Черно** – мистерия, сила, елегантност, престиж, официалност, класа и изтънченост.

20. Имате ли предпочитания към конкретен цвят или цветова схема (цветна, монохромна)?

.....

.....

.....

G. Шрифтовете могат да създадат йерархия, текстура и да подобрят дизайна на уебсайта.

Кое е по-подходящо да се избере: серифен или несерифен шрифт?

Серифният шрифт е този, който има графични елементи по края на всяка буква. Обикновено шрифтовете за сериф се използват за текста в тялото, а шрифтовете без серифи се използват за заглавия. Ако шрифтовете за сериф са твърде малки, те могат да бъдат трудни за четене.

Типографията трябва да бъде уникална за марката. Ако съдържанието в него е със закачлив характер, то се избира шрифт, който да пресъздава това. Тук биха могли да се използват шрифтове, които са различни от стандартните за уеб. Например с един ръкописен или скриптов шрифт може да се предаде много повече емоция и да се създаде настроение при четенето на съдържанието.

Необходимо е обаче, тази последователност да се спазва на всички страници, защото използването на драстично различни шрифтове или цветови схеми, докато се придвижваме от страница на страница, ще бъде едновременно объркващо и в крайна сметка отблъскващо за потребителя.

21. Имате ли предпочитания към определен шрифт (*основното изискване за един шрифт е той да има графична четливост и смислова четимост*)?

    .....

Н. Домейн и хостинг

Домейн - Най-запомнящите се уебсайтове обикновено имат къси имена от 6-14 знака. Не се препоръчва в името да се съдържат тирета, числа или специални символи. Добра практика е името да отговоря на дейността на бранда. След избор на име за уебсайт се определя и неговото разширение, според сферата на дейност (*.com, .eu, .bg,.org, .edu, .net, .biz, .uk, .info и др.).*

22. Бихте ли посочили какво е Вашето име на уебсайта и с какво разширение?

    .....

23. Името регистрирано ли е вече?

    .....

Хостинг – уебсайтовете се хостват или съхраняват на специални компютри, наречени сървъри. В зависимост от потребностите и изискванията на

уебсайта се избира подходящ хостинг план. В България известни хостинг компании са: SuperHosting.bg, HostBulgaria.com, Host.bg, ICN.bg, NS1.bg, Hostline.bg.

24. Къде ще се хоства Вашият уебсайт?

.....

25. Имате ли закупен хостинг план?

.....

I. Избор на CMS (система за управление на съдържанието) – безплатна или платена, SITEBUILDER (конструктор на уебсайтове), създаване на custom тема (персонализиран уебсайт по поръчка)

Съществуват няколко технологии за изработка на уебсайт.

- **При избор на CMS система** може да се инсталира готова тема (шаблон), според предпочитанията на клиента. Изработва се за по-кратки срокове, с приемлива цена, но шаблонът може да се ползва и от други. Известни платформи са: **WordPress, Drupal, Magento, Joomla, Shopify, Opencart, Prestashop, Squarespace, Woocommerce.**
- **Уебсайтът по поръчка** е изцяло програмиран за конкретния бизнес. Той е с уникален дизайн и функционалност. Характеризира се с по-дълги срокове за изработка и много висока цена.
- **Конструкторът на уебсайтове** е онлайн платформа, която позволява на потребителя да създаде свой собствен уебсайт въз основа на избор от предварително създадени шаблони. Заплаща се месечна такса, но е подходящ за уебсайтове с неголеми технически изисквания. (**Wix!**)

26. Запознати ли сте с различните възможности за изработка на уебсайт?

.....

27. Имате ли предпочитания с коя от посочените технологии да се изработи Вашия уебсайт?

.....

.....

Знаете ли кои фактори определят цената на уебсайта?

Това, което със сигурност се явява един постоянен разход във времето е цената, която се плаща за домейн и хостинг, както и тази за поддръжката на един уебсайт. Цената, която се формира зависи също и от обема на работата, както ѝ от времето за изпълнение.

Но не само:

- Дали ще е с изцяло персонализиран дизайн, програмиран с „чист код“. Това от своя страна оскъпява уебсайта, но пък си има своите преимущества;
- Платена или безплатна тема ще се използва;
- Брой на страниците;
- Какви приставки и разширения ще се инсталират - Обикновено колкото повече модули се добавят, толкова по-скъп става уебсайтът;
- Ако няма готово съдържание ще е необходимо да се наеме копирайтър, а също така и фотограф за качествено заснети професионални снимки. Друг вариант е да се закупят от уебсайтове за стокова фотография;
- Да се включи цена за инсталиране на платен SSL сертификат (особено
- наложащ за онлайн магазини или такива, които работят с лични данни);
- Добавяне и разработване на функционалности;
- Многоезичност на уебсайта.

28. Какъв е Вашият бюджет?

.....

J. Съдържание, снимки, информация

Качественото уникално и полезно съдържание е ключов инструмент за успеха на един бизнес. В текстовото съдържание се включват ключови думи,

които биха могли да се използват най-често от потребителите. Снимковият материал е добре да бъде заснет от професионален фотограф или да се закупят такива. Собствените снимки гарантират тяхната уникалност и представителност.

29. Имате ли подготвен текстови материал за всяка една страница?

    .....

30. Разполагате ли с висококачествени изображения?

    .....

31. Имате ли лого?

    .....

32. Имате ли подготвена страница политика за поверителност и обработка на лични данни GDPR?

    .....

ЕТАП 2. Тестване на уебсайта

Получената информация от теста ще помогне да се предприемат мерки за отстраняването на грешки.

33. Моля, проверете дали всички страници се зареждат коректно и ако откриете проблем го опишете тук.

    .....

    .....

    .....

34. Ако има добавени линкове, проверете дали водят към правилните адреси. Опишете неработещите препратки.

.....

.....

.....

35. Има ли правописни и пунктуационни грешки в текстовете и къде?

.....

.....

36. Визуализира ли се добре уебсайта през различните браузери – Ghrome, Opera, Safari, IE, Firefox и др.

.....

.....

37. Всички формуляри, бутони, колички за пазаруване, платежни системи работят ли коректно?

.....

.....

K. Стартиране на live уебсайт

Необходимо е да се инсталира Google Analytics и да се създаде профил в Search Console, за да се получават важни данни, свързани с потребителското поведение и трафик към уебсайта. Да се оптимизират мета таговете и да се създадат Snippet-и, затова как ще изглеждат страниците в резултатите от търсенията.

38. Бихте ли желали тази услуга да бъде извършена от нас?

.....

L. Обучение за администратиране на уебсайта

39. Бихте ли желали да бъдете обучен (или Ваш служител) за работа с административния панел, за управление на уебсайта?

.....

M. SEO оптимизация – скорост, ключови думи, url, On/off page

Целта на SEO оптимизацията е подобряване видимостта на уебсайта, качеството му на представяне, да се увеличи неговата популярност, привличане на потенциални клиенти и да се осигури добра позиция в резултатите от търсене по ключови думи и фрази, в браузера.

40. Ако желаете да Ви препоръчаме SEO специалист или да извършим тази услуга за Вас, моля отбележете!

.....

N. Инсталиране на аналитични модули – FB пиксел, mailchimp, GA и др.

В помощ на всеки един собственик на уебсайт или дигитална агенция е да разполага с инструменти, чрез които да проследява и анализира степента на реализация от създадените рекламни кампании, с оглед планиране и настройка на нови или вече ефективни.

41. Планирате ли да се обърнете към дигитална агенция или специалист по дигитален маркетинг за провеждане на рекламни кампании?

.....

O. Защита на уебсайта

За подобряване сигурността и защита на уебсайта е необходимо да се предприемат конкретни мерки и стъпки. Да се инсталира SSL сертификат, да се сложи защитна стена, да се прави често архив на уебсайта, защита от СПАМ и др.

42. Бихте ли желали за закупите сертификат за криптирана връзка?

.....

43. Бихте ли плащали такса за месечна поддръжка на уебсайта?

.....

Други въпроси, на които бихте искали да получите отговор:

.....

.....

……..

Фирма:

……

……

……