

Izdelava spletne strani – časa je manj kot 3 sekunde

Spletna stran je ogledalo podjetja in izdelava spletnih strani je lahko veliko bolj kompleksna, kot se zdi na prvi pogled.

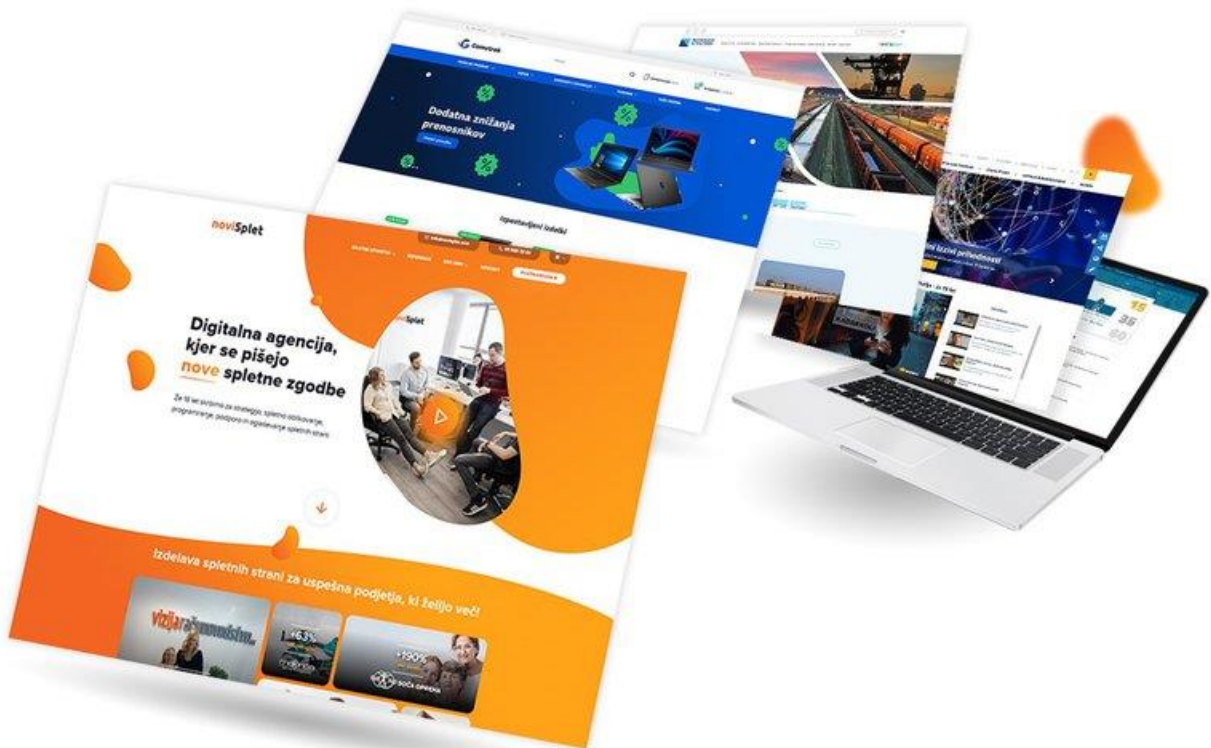


FOTO: noviSplet Atribut

Obiskovalec spletne strani jo ob prvem obisku **skenira v manj kot 3 sekundah**. Šele nato se odloči, ali bo nadaljeval brskanje po njej ali bo morda raje obiskal drugo, ki bo na prvi pogled bolj prepričljiva.

Pomembno je, da se obiskovalec vaše spletne strani v čim krajšem času prepriča, da mu lahko ponudite rešitev za njegove težave. S spletno stranjo se prikazete kot zaupanja vreden ponudnik ter svoje izdelke in storitve predstavite bolje od svoje konkurence. Prav nič drugače ni s spletno prodajo. [Izdelava spletnih trgovin](#) mora biti še toliko bolj kompleksna, saj je obiskovalce treba voditi do zaključnega dejanja – nakupa izdelkov.

Za vas smo zbrali nekaj najosnovnejših priporočil, ki jih je treba upoštevati pri izdelavi spletne strani ali trgovine, njenem načrtovanju, oblikovanju in programiranju.

1. Jasno zastavljeni cilji

Pred začetkom projekta je treba imeti jasno določene cilje, ki usmerjajo proces izdelave novega spletnega mesta. Še pred načrtovanjem je treba definirati ciljne skupine obiskovalcev in pregledati analitiko obstoječega spletnega mesta. Podatki so lahko odlično vodilo pri načrtovanju nove spletne strani. Premislite, kako bi informacije o podjetju in storitvah/izdelkih najbolje predstavili obiskovalcem in kaj želite od obiskovalcev doseči – spletni nakup, njihov telefonski klic, izpolnjen kontaktni obrazec, kontaktne podatke v zameno za popust/priročnik PDF ...

2. Strateško načrtovanje

Za uspešno načrtovanje je treba razmisliti o točkah, na katerih se obiskovalec »sreča« z vašim podjetjem in produktom. Smiselno je, da se vsebine in nagovori prilagodijo ciljnim skupinam obiskovalcev ter da jih vodimo po vsebinah. Predstopnja oblikovanja je izdelava žičnih diagramov (wireframe), ki shematsko prikaže hierarhijo in strukturo strani.



FOTO: Matej Kolaković

3. Oblikovanje, prilagojeno ciljni skupini obiskovalcev

Nova spletna stran bo učinkovita, če boste pri zasnovi in oblikovanju upoštevali svojo ciljno skupino: kdo so in kaj jih najpogosteje zanima.

Sodoben dizajn stremi k čistemu spletnemu mestu, ki ne vsebuje preveč informacij, temveč obiskovalca vodi po vsebini do točke, kjer vzpostavi kontakt z vašim podjetjem. Dizajn naj bo zasnovan na način, ki bo obiskovalca pritegnil, hkrati pa se mu bo vtisnil v spomin. Ker je lepota subjektivna, vsečnost spletne strani ni njena primarna naloga. Priporočamo pa, da vključite kakovostne fotografije, videovsebine, ikone in kakšno infografiko, saj veljajo za elemente, ki vzbujajo zanimanje za izdelke in storitve.

4. Pregledna navigacija po vsebini

Obiskovalec spletnega mesta mora do želenih informacij priti z najmanj kliki – preprosto in hitro. Vsebina naj bo na stran jasno in pregledno umeščena, da

se uporabniki po spletnem mestu gibajo »po občutku«. Povedi naj bodo kratke, vključite alineje in uporabite berljive pisave. Ključne informacije naj bodo jasno poudarjene, podstrani in gumbi pa smiselno poimenovani, da se obiskovalec na strani hitro znajde.

5. Preprosta komunikacija

Ko pride obiskovalec na vaše spletno mesto, mu morajo biti različne možnosti za stik z vami dane na več mestih – e-naslov in telefonska številka v glavi in nogi, gumbi CTA na podstraneh, stran s kontaktnim obrazcem in ikone do profilov na družabnih omrežjih med kontaktnimi podatki. Nekateri pridejo na stran zgolj z namenom, da vas pokličejo in povprašajo o ponudbi, drugi pa se želijo prej poučiti in šele nato pisno vzpostaviti stik z vami. A za vas je ključno, da zajamete vse, zato mora biti interakcija z vami ponujena na dlani.



FOTO: noviSplet Atribut

6. Analitika

Podatki iz analitike vas lahko usmerjajo pri sprejemanju odločitev o razvijanju spletnega mesta. Če podatki kažejo, na primer, da večji del obiskovalcev vaše spletno mesto obiše s pametnim telefonom, je treba dati velik poudarek

mobilni uporabniški izkušnji (mobile first). Podatki vas lahko usmerijo tudi pri dodajanju jezikovnih različic ali pa razporeditvi vsebine na strani. Analitika je lahko tudi dober vir povratnih informacij pri izboru zanimive vsebine za obiskovalce in pri odločitvah, katere podstrani je morda treba zasnovati drugače.

7. Gostovanje spletne strani

Za gostovanje spletne strani izberite preverjen strežnik, ki bo odziven in skrbno nadzorovan. Z zmogljivostjo gostiteljskega strežnika je povezana tudi odzivnost strani, ki pa mora poleg zanesljivega delovanja ponujati tudi visoko stopnjo varnosti pred potencialnimi vdori.

8. Po objavi

Da povečate obisk na strani, si lahko pomagata s plačljivim oglaševanjem in off-site SEO optimizacijo. Poskrbite, da bo vsebina na strani aktualna, da boste privabili in na strani čim dlje obdržali čim večji nabor obiskovalcev. Imejte pa v mislih, da vse aktivnosti zahtevajo svoj čas in da so vse promocijske aktivnosti »tek na dolge proge«.

Zaključek

Za pripravo spletnega nastopa izberite partnersko podjetje, ki bo pod isto streho združevalo strokovnjake za vsa področja: načrtovalce UX, spletne oblikovalce, programerje in oglaševalce. [Digitalna agencija noviSplet](#) je že več kot 18 let spletni partner podjetjem različnih panog in velikosti in ima v tem trenutku objavljenih več kot 700 referenčnih spletnih mest. Osrednji fokus agencije so spletni nastopi – [izdelava spletnih strani](#) različnih vrst, spletne trgovine, portali in platforme B2B. Pri njih lahko poskrbijo za vse: od zasnove, načrtovanja in oblikovanja do izvedbe in oglaševanja ter SEO aktivnosti.
