

Vytvoření plánu

Poslední aktualizace 15 listopadu, 2024

Plánování webových stránek je složitý, ale nevyhnutelný úkol. Abyste mohli správně naplánovat úplný vývoj stránky, musíte přesně vědět, kde jste a kam se chcete dostat.

Není možné poskytnout podrobný univerzální plán pro web. Každá oblast podnikání a trhu má své vlastní potřeby. Zde jsou otázky, které vám pomohou efektivně naplánovat váš web:

1. O čem je váš web?
2. Kdo je vaše publikum?
3. Kdo je vaší největší konkurencí?
4. Na kterou oblast trhu se zaměřuje vaše konkurence?
5. Vyvinuli jste nějaké úsilí v oblasti marketingu sociálních médií (SMM)?
6. Jaký je název vaší domény?
7. Jak budete inzerovat nebo uvádět na trh své webové stránky?

O čem je váš web?

Při plánování svých webových stránek je důležité pochopit vaše publikum. Vaši návštěvníci chtějí vědět, co budete dělat za ně. Pokud jim můžete usnadnit jejich práci – a máte prostředky, které to podpoří, máte prostor pro růst.

Kdo je vaše publikum?

Koho se snažíte oslovit? Jsou to mladí nebo starší? Muž nebo žena? Vysokoškolák nebo manuálně pracující? Jak byste si s nimi povídali? Jaké jsou jejich potřeby? Prostudujte si své cílové publikum. Vžijte se do jejich kůže. Identifikujte společné charakteristiky vašeho cílového publika a ujistěte se, že struktura vašeho webu a váš obsah jsou pro něj relevantní.

Rozdělte své publikum na **kupující osoby**. Shromážďujte skutečné údaje o svých stávajících zákaznících a vytvořte několik typů ideálních zákazníků. Můžete jim dát dokonce jména. Při vytváření svých postav zvažte zahrnutí demografických údajů zákazníků, vzorců chování, jakýchkoli motivací, které mohou mít, a cílů, které se pomocí vašeho produktu nebo služby snaží dosáhnout. Čím jste podrobnější, tím lépe!

Kdo je váš největší konkurent? Na kterou oblast trhu se zaměřuje?

Identifikaci své největší konkurence pravděpodobně znáte, zaměřte se na to, kde nevykávají nebo nedosahují dostatečné výkonnosti. Pak můžete svůj web naplánovat podle těchto oblastí, abyste zvýšili své šance na úspěch. Někdy je lepší jít za malými rybami, než se pokusíte chytit ty velké!

Jaký je váš odkaz?

Kalendář vytváření obsahu bude nejtěžším a časově nejnáročnějším prvkem vašeho plánování. Začněte identifikací obsahu, který už máte (brožury, loga, fotografie, články atd.). Dále identifikujte obsah, který ještě musíte vytvořit, například skvělá stránka O nás. Než začnete konfigurovat strukturu své stránky, dokončete veškerý svůj obsah. Ujistěte se, že každá stránka vašeho webu podporuje celkové poselství a obsahuje výzvu k akci (CTA), která tuto zprávu ještě posiluje.

Jak nakonfigurujete své webové stránky?

Začněte plánovat své webové stránky nakreslením diagramu, který ukazuje, jak budou vaše stránky uspořádané. Identifikujte prioritní stránky, jako jsou Funkce, O nás, Ohlasy nebo Produkty.

Nezapomeňte se soustředit a konfigurovat pouze jednu webovou stránku současně. Pokud váš web bude mít více než pět stránek, měli byste nejprve zvážit zveřejnění těchto pěti stránek. Po zveřejnění těchto stránek můžete pokračovat ve vytváření svého webu a přidávat další stránky. Dále pomocí obsahu, který jste již vytvořili, uspořádejte své stránky tak, aby byly logicky spojeny.

Kdy chcete zveřejnit své stránky a jak často je plánujete aktualizovat?

Stanovte přiměřený časový rámec pro dokončení projektu a zveřejnění své webové stránky.

Jaký bude název vaší domény?

Výběr názvu domény, který vyhovuje vašemu produktu, je důležitý. Pokud jste si již zaregistrovali oprávnění k podnikání, budete pravděpodobně potřebovat název domény shodný s vaším obchodním jménem. Je třeba pamatovat na to, že vyhledávače milují konzistenci. Když zveřejníte svou doménu, měli byste se jí držet i nadcházející roky.

Jak budete inzerovat nebo propagovat své webové stránky?

Když zveřejňujete své webové stránky, buď máte peníze na inzerci své nové stránky, nebo ne. I když je marketing ve vyhledávacích skvělým způsobem, jak zvýšit viditelnost, existuje mnoho dalších způsobů, jak uvést na trh své webové stránky, například výpisy místního tisku nebo přidání adresy URL do tištěných marketingových materiálů.

Mějte na paměti, že váš web nebude nikdy skutečně dokončen! Vaše webová stránka, stejně jako vy, internet nebo dokonce samotný svět, se bude neustále vyvíjet. A s růstem vašeho podnikání nebo s vývojem nových technologií se budete vracet na své webové stránky a vylepšovat svou online identitu.