

7Life Design

Изработка на веб сайт
РЪКОВОДСТВО НА КЛИЕНТА
Как да изберем правилната агенция
за създаването на нашия сайт?



Изработка на уеб сайт – Ръководство на клиента

Как да изберем правилната агенция за създаването на нашия сайт?

Преди да решите, че е време да направите редизайн на вашия сайт, трябва да знаете следните няколко неща:

- Играе ли сайтът ролята на ефективно средство за изграждане на доверие в клиентите?
- Разполага ли с професионално направен дизайн?
- Неговото съдържание отразява ли същността на бранда?
- Добре ли се ранкира в Гугъл и потребителите лесно ли го откриват?
- Успява ли да привлича клиенти към бизнеса ви?

WEBSITE



Ако ви е трудно да отговорите положително на някои от тези въпроси, може би е дошло време да се замислите за редизайн на вашия фирмен уеб сайт.

Но от къде да започнете? В това ръководство ние ще посочим най-важните въпроси, на които да си отговорите, така че да изберете най-правилната агенция за изработката на вашия сайт.

Какви са вашите изисквания относно уеб сайта?

Преди да се свържете с някоя уеб агенция е много важно да решите първо какво искате да постигнете с вашия сайт и какви са изискванията ви. За да не губите ценно време, трябва да решите за бюджета, срока за изработката и основни цели, преди срещата ви с различни агенции. Ето и няколко полезни съвета:

Бюджет

Свързвайки се с различни рекламни и уеб агенции, ще получите всякакви ценови оферти. Важно е обаче да си отговорите на някои важни въпроси, а също така и да ги отправите към агенциите: **Дизайнът на сайта уникален ли ще бъде? Ще разполага ли с респонсив версия? В цената включва ли се копирайтинг и SEO?**

На ден получаваме десетки имейли и телефонни обаждания от потенциални клиенти с въпроса: „Колко ще струва направата на сайт?“. Това е все едно да попитате: „Колко струва една къща?“. Не може да бъде даден отговор на такъв въпрос без наличието на повече информация и обсъждане на работата. За да определите цена за строежа на една къща, трябва да знаете какво точно търси клиента – колко спални иска да има, колко бани, с каква площ ще бъде къщата, в какъв район и други....

Основна цел

Искате ли сайтът ви да бъде откриван по-определени ключови думи и да бъде ранкиран в Гугъл по тях? Или просто искате сайтът ви да бъде визуална репрезентация на вашия бизнес, начин да запознаете посетителите с това кои сте и какво предлагате? Установяването на ролята на веб сайта в продажбения и маркетингов процес ще определи типа съдържание, броя на страниците, ще има ли интеграция на блог секция в веб сайта, контактни форми и т.н.



Например, някои веб сайтове се нуждаят от повече страници, но запомнете, че е важно да разделите отделните услуги и продукти на отделни страници за целите на SEO и навигацията. Ако искате вашата фирма да изглежда по-голяма в очите на клиента, повечето страници създават усещането, че бизнеса ви е добре установен, което от своя страна създава усещане за доверие и професионализъм.

Времева рамка

Правенето на редизайн на един сайт не е лесна задача. Това е процес отнемаш време и изискващ вземането на много решения. Имайте предвид, че координацията с клиента и предоставяната от вас информация в качеството ви на клиент, оказва огромна роля върху целия процес. Даването на обратна връзка е от изключителна важност за успешното и навременно завършване на работата по сайта. Когато търсите на кого да възложите задачата по създаването на нов сайт или редизайн на съществуващ, винаги внимавайте за фирми, които обещават много неща, а дефакто свършват почти нищо.

Екип

Друга важна стъпка от процеса по редизайн на сайта е екипът, който ще работи по проекта. Обикновено това са от един до трима специалиста.

Опит в работата

Когато търсите агенции, посещавайте техните уеб сайтове и търсете страница с тяхното портфолио. Какви клиенти са имали досега и какви сайтове са правили за тях? Всяка агенция трябва да може да покаже работата си досега, както и за кои клиенти се отнасят отделните проекти. Обикновено в сайтовете им трябва да има страници – „Портфолио” и „Клиенти” или такива с подобни наименования.

Трябва ли уеб сайтът ми да е респонсив?

Днес все повече потребители използват таблети и смартфони, за да сърфират в мрежата. Затова е много важно вашият фирмен уеб сайт да може да бъде пригоден за мобилни устройства. Агенцията, която ще изберете, трябва да може да изгради респонсив версия и мобилна версия на вашия сайт, така че да може да бъде

безпроблемно посещаван от различни устройства – настолни компютри, лаптопи, таблети, смартфони.

Що се отнася до групата потребители, посещаващи сайта ви от мобилни устройства, разполагате с два варианта: създаване на изцяло респонсив дизайн или само на мобилна версия.

Вариант 1 – Респонсив уеб сайт

При респонсив сайтовете потребителите виждат вашия уеб сайт точно както си е, в пълната му версия, без значение от какво устройство го посещават.

Респонсив дизайнът гарантира, че посетителите на сайта ще имат безпроблемен достъп до него и ще получат възможно най-добрия „юзър експириънс”, без значение дали използват таблет, смартфон или лаптоп. Питайте агенциите какъв е техният опит със създаването на респонсив сайтове. Най-малкото сайтът на самата уеб агенция следва да бъде респонсив.

Ако 25% или повече от трафика към уеб сайта ви идва от мобилни устройства, значи е време да инвестирате в респонсив дизайн. Ако нямате такъв, това означава че около ¼ от посетителите на сайта (вашият потенциални клиенти) изпитват негативни фактори като: по-бавно зареждане на сайта, трудно четим текст, а изображенията в сайта са несъразмерни. Респонсив сайтовете преодоляват всички тези ограничения и предоставят възможно най-доброто „преживяване” за посетителя.

Вариант 2 – Мобилна версия на сайт

Ако бюджетът ви е ограничен и не може да си позволите респонсив дизайн на сайта, е задължително поне да пригледите сайта за смартфони, създайки мобилна версия.

Уверете се, че агенцията, която ще изберете за направата на сайта, има опит в



създаването на мобилни сайтове. И отново, посетете сайта и през вашия смартфон и вижте дали разполагат с мобилна версия на техния сайт.

Процес на работа

Добре е да питате агенциите какъв е процесът им на работа и какви са стъпките, през които ще премине проекта от началото до самия край. Знаейки колкото се може повече, ще минимизирате риска от неприятни изненади. В най-общ план един такъв процес може да бъде разбит на следните етапи:

Запознаване с работата

Това е най-началният етап, където следва да бъде обсъдена работата, която трябва да бъде извършена. Как да изглежда сайтът и в крайна сметка какво точно целите да постигнете с него? Каква ще бъде неговата роля при маркетинговия и продажбен процес? Стъпките включват – разговори с клиента, проучване сферата на дейност на бизнеса, избор и анализ на основни ключови думи за целите на SEO.

Планиране

Преди стартиране на работата по сайта на база на получената информация от първия етап, агенцията следва да представи пред клиента различните опции и варианти. Например две или повече идейни концепции за дизайн на началната страница на сайта. Когато клиентът е доволен и избере някой от предоставените варианти, се преминава към останалите страници. Друг въпрос, който следва да бъде обсъден са основните ключови думи, по които да бъде ранкиран сайтът в Гугъл, както и като цяло какви ще бъдат SEO целите.

Уеб дивелпмънт

След като е одобрен дизайнът, фокусът отива към създаването на самия сайт отвътре. Уверете се, че агенцията разработва сайтовете според най-съвременните уеб стандарти. Сайтът трябва да бъде лесно и безпроблемно намиран и посещаем от търсещите машини, така че да може да бъде откриваем както за Гугъл, така и за търсещите в интернет потребители. Ако агенцията твърди, че са специалисти по оптимизиране на сайтове, искайте от тях да ви представят доказателства. Трябва да бъдете сигурни, че те наистина разбират от SEO.

Пускане на сайта в действие

Ако уеб сайтът беше филм, това щеше да бъде неговата премиера. Стартирането на уеб сайта е най-вълнуващата част от целия процес, но се уверете, че този процес е добре управляван. Попитайте агенцията за следене и наблюдаване на сайта след като бъде пуснат, също и за



неговата поддръжка. Сайтът след като бъде пуснат, трябва да се следи за евентуални грешки, бъгове и други подобни. И най-вече следва редовна поддръжка и работа по него, така че трафикът към него да става все по-голям.

Как уеб сайтът може да се превърне в средство за развитие на бизнеса?

Доста често фирмите разглеждат уеб сайта като брандинг инструмент, а не като платформа, която да привлича все повече клиенти и да генерира продажби. Един уеб сайт следва, от една страна, да заинтересова потенциалния клиент и той да иска да прави бизнес с вас. И от друга, да го накара да се свърже и най-вече да закупи от вас, било то стока или услуга.

Ето няколко неща, които следва да обсъдите с уеб агенцията:

Така наречените „Calls to Action” (СТА) са много важен компонент от изграждането на един сайт. Без значение дали става въпрос за даден банер, бутон, линк – задачата на (СТА) е да подтикне потребителя да извърши определено действие и да го придвижи по-напред в продажбения процес.

Но кое прави СТА ефективен? Една дума – Разнообразие. Поддържайки вашите „Calls to Action” разнообразни и привличащи интереса на хората, това ще доведе единствено до повече клиенти и продажби за вашия бизнес.

Разнообразно съдържание

При вземането на решение за покупка от страна на купувача, действат много фактори. Ето защо продажбата е един доста по-сложен процес. Ако уеб сайтът ви не разполага с почти никакво съдържание, а само със страница „Свържете се с нас” или „Контакти”, това няма да доведе до почти никакви положителни резултати. Например, един посетител, който тепърва открива вашия сайт, може да не е готов да се свърже с вас или да купи веднага. Но би бил заинтересован да прочете повече за вашите продукти или услуги, да разгледа блога ви, да изтегли безплатни материали от сайта, да гледа ваше видео или презентация, ако разполагате с такива.

Доста често вие имате това съдържание. В повечето случаи то лежи в офиса на бюрото ви (буквално или фигуративно казано) и просто се нуждае да бъде обновено и качено в уеб сайта ви. Ето и някои идеи за създаване на съдържание, което да играе ролята на отлични „Calls to Action” (СТА):

- Инфографики, илюстриращи вашите продукти, услуги или процес на работа
- Страница „Портфолио” или „Галерия”
- Отзиви от клиенти
- Презентации
- Видео
- Блогове и статии

- Различни ръководства или книжки под формата на PDF или други тип файлове, предназначени за бесплатно сваляне
- Социални мрежи
- Други



Всички тези „Calls to Action” (CTA) адресират различен тип клиенти, на различен етап от продажбения процес. Ако искате чрез сайта си да правите продажби, нужно е да обсъдите с агенцията различните начини за това, както и как би изглеждала най-ефективната стратегия за създаване на полезно за потребителя съдържание, което да го отвежда към решение за връзка с вас или направо покупка.

Надяваме се това ръководство ви помогна да научите какво да търсите при избирането на уеб или рекламна агенция за изработката на вашия сайт. За повече безплатна и полезна информация относно уеб и графичен дизайн, брандинг и маркетинг – посетете нашия [Блог](#).

Благодарим за вниманието!

Успех!

7Life Design

