

JAK WYBRAĆ WYKONAWCĘ STRONY WWW

Praktyczny poradnik dla właścicieli firm

Dobra strona to nie wizytówka. To narzędzie, które pracuje na Twój biznes 24/7. Ten poradnik pokaże Ci, na co zwrócić uwagę - zanim zapłacisz złotówkę.

01

JAK OCENIĆ WYKONAWCĘ

Pytania, które warto zadać zanim podpiszesz umowę.

02

CO POWINNA UMIEĆ STRONA

Funkcje, które realnie wspierają sprzedaż.

03

JAK WYGLĄDA PRACUJĄCA STRONA

Różnica między wizytówką a maszyną do leadów.

ZANIM PODPISZESZ UMOWĘ

Kilka rzeczy, na które naprawdę warto zwrócić uwagę.

1 STRONA DOPASOWANA DO TWOJEGO BIZNESU

Nie ma jednego projektu dla wszystkich. Branża beauty rządzi się innymi prawami niż firma techniczna czy premium gastro. Każdy biznes ma innych klientów, inne oczekiwania i inny moment decyzji zakupowej.

Dobra strona nie powstaje z gotowego szablonu. Powinna być zbudowana wokół Twojej branży, Twoich klientów i emocji, jakie chcesz wywołać. Zanim wybierzesz wykonawcę - zapytaj go wprost: jak podejdziesz do Twojego konkretnego biznesu?

2 SAMA ESTETYKA JUŻ NIE WYSTARCZA

Ładny projekt to dopiero punkt startowy. Dobra strona prowadzi użytkownika - jest intuicyjna, czytelna i odpowiada na pytania zanim zdąży je zadać:

- Czym zajmuje się ta firma?
- Dlaczego warto jej zaufać?
- Gdzie kliknąć, żeby zacząć?
- Jak się skontaktować?
- Co zrobić dalej?

Najlepsze strony wyglądają lekko i naturalnie, ale są bardzo dobrze przemyślane. To nie przypadek - to projekt.

3 DROBNE INTERAKCJE ROBIĄ RÓŻNICĘ

To często małe rzeczy sprawiają, że marka wydaje się profesjonalna. Subtelne animacje, dobrze zaprojektowane przejścia i reakcje po kliknięciu - to buduje odbiór marki bardziej, niż myśli większość ludzi.

PRZYKŁAD - jak działa interakcja:

Bez interakcji: "Zacznij projekt"

Po najechnaniu: "Zacznij projekt z nami →" - przycisk dopowiada zdanie i zaprasza

Bez interakcji: "Skontaktuj się z nami"

Po najechnaniu: "Skontaktuj się - oddzwonimy w 24h" - zupełnie inny tekst, konkretna obietnica

Takie detale sprawiają, że strona wydaje się żywa - i robi wrażenie profesjonalnej.

CO POWINNA UMIEĆ TWOJA STRONA

Strona może być wizytówką. Albo narzędziem. Wybór należy do Ciebie.

4 STRONA MOŻE ROBIĆ DLA CIEBIE WIĘCEJ

Nowoczesna strona może realnie pomagać w zdobywaniu klientów - bez Twojego udziału. To nie przyszłość, to standard. Na stronie możesz mieć:

Kalkulatory

Klient sam wylicza cenę. Zero czekania na wycenę.

Formularze leadów

Automatyczne zbieranie kontaktów 24/7.

Quizy

Angażują i kwalifikują klientów zanim zadzwonią.

Raporty PDF

Klient pobiera materiał - Ty dostajesz e-mail.

Sekcje edukacyjne

Budujesz zaufanie przed pierwszym kontaktem.

Systemy kontaktów

Każde zapytanie trafia we właściwe miejsce.

5 CZYM JEST "ŁAPANIE LEADÓW"?

Lead to osoba, która zostawiła swój kontakt i interesuje się Twoją ofertą. Może to być e-mail lub numer telefonu.

Przykład: Użytkownik chce pobrać darmowy poradnik o wyborze klimatyzacji. Żeby go dostać - podaje e-mail. Firma dostaje kontakt do osoby, która realnie rozważa zakup. Dobrze zaprojektowana strona robi to naturalnie.

6 SZYBKOŚĆ STRONY TO NIE OPCJA

Nawet najlepszy projekt traci sens, jeśli strona ładuje się 4 sekundy. Wiele gotowych szablonów wygląda świetnie na demo, ale jest naładowanych zbędnym kodem.

Dobra strona jest lekka, zoptymalizowana i działa sprawnie - szczególnie na telefonie, gdzie odbywa się dziś ponad połowa ruchu w sieci. Warto zwrócić uwagę na realizację wykonawcy - czy są mobile first, czyli czy strona jest responsywna. Responsywna strona to taka, która automatycznie dopasowuje się do rozmiaru ekranu - wygląda poprawnie zarówno na telefonie, tablecie, jak i komputerze. Bez przesunięć, uciętych treści czy konieczności powiększania widoku.

Dobrym przykładem jest tzw. hamburger- menu nawigacyjne na telefonie. Powinno być zawsze widoczne i dostępne pod palcem, niezależnie od tego jak daleko użytkownik przewinął stronę. Wielu wykonawców nie przypina go do ekranu - menu znika wraz ze scrollowaniem i użytkownik traci orientację. To pozornie drobny szczegół, który w praktyce potrafi zniechęcić do dalszego przeglądania.

TECHNIKALIA, KTÓRE MAJĄ ZNACZENIE

Rzeczy, które większość klientów nie widzi - ale które decydują o wynikach.

7 GOOGLE TEŻ MUSI ROZUMIEĆ TWOJĄ STRONĘ

Dobrze zbudowana strona pomaga nie tylko ludziom, ale też wyszukiwarce. Chodzi o strukturę treści i nagłówków - to one mówią Google, o czym jest strona i co jest najważniejsze.

H1 - GŁÓWNY TEMAT

Jeden na stronie. Mówi Google
czym zajmuje się firma.

"Klimatyzacja dla firm w Poznaniu"

H2 - KOLEJNE SEKCJE

Rozwijają temat strony. Każda
sekcja = konkretne pytanie klienta.

"Jak wygląda montaż klimatyzacji?"

Dla klienta te rzeczy są niewidoczne. Ale właśnie takie detale pokazują różnicę między stroną, która wygląda, a stroną, która jest technicznie przemyślana. Nie chodzi o magiczne SEO - chodzi o jasne informacje od pierwszego dnia.

PRO TIP:

Pobierz darmową wtyczkę do przeglądarki: SEO Meta in 1 Click. Po zainstalowaniu wejdź na stronę konkurencji i kliknij ikonę wtyczki - następnie wybierz zakładkę "Headers". Tam znajdziesz wszystkie nagłówki H1, H2 i H3 na stronie. Jeśli H1 jest pusty, jest ich kilka albo w ogóle nie ma struktury - to sygnał, że ktoś nie zadbał o podstawy. Jeśli widzisz to u potencjalnego wykonawcy - warto się zastanowić nad współpracą. Jeśli u konkurencji - właśnie znalazłeś swoją przewagę.

8 STRONA BUDUJE ZAUFANIE W 3 SEKUNDY

Zanim ktokolwiek przeczyta ofertę, podświadomie ocenia: czy ta firma wygląda profesjonalnie? Czy jest nowoczesna? Czy można jej zapłacić?

Dlatego spójność jest kluczowa. Kolory, zdjęcia, teksty, styl komunikacji i układ strony tworzą jedną całość. Każdy element, który nie pasuje - obniża zaufanie.

9 DOBRA STRONA TO CZĘŚĆ SYSTEMU

Sama strona nie rozwiąże wszystkiego. Najlepsze efekty pojawiają się wtedy, gdy jest częścią większego układu: komunikacji marki, contentu, kampanii reklamowych i strategii.

Warto patrzeć na stronę jak na narzędzie, które realnie wspiera wzrost firmy. Nie chodzi o to, żeby strona tylko wyglądała dobrze. Chodzi o to, żeby działała.

AFTER AGENCY

Strony, które budują pozycję lidera.

Tworzymy dedykowane strony internetowe, które łączą dopracowaną estetykę z konkretnym celem biznesowym. Nasze podejście eliminuje przypadkowość – każdy ruch i każde słowo mają za zadanie budować świadome pozycjonowanie Twojej marki.

01

PONADZASOWY DESIGN

Wygląd Twojej marki przeniesiony do sieci. Każdy detal dopasowany do charakteru biznesu.

02

PEŁNA PERSONALIZACJA

Rozwiązania dopasowane do sposobu działania Twojego biznesu. Spójne i przemyślane.

03

WYŻSZA KONWERSJA

Strona prowadzi użytkownika krok po kroku. Jasna struktura = więcej kontaktów.

04

BEZ ABONAMENTU

Strona działa niezależnie od licencji. Stabilnie, bez ukrytych kosztów.

GOTOWY NA STRONĘ, KTÓRA DZIAŁA?

Porozmawiajmy o Twoim projekcie. Bez presji, bez zbędnych formalności.

afteragency.pl ->

afteragency.pl | Strony, które budują pozycję lidera.