



Honlap kisokos

A legfontosabb kérdés, ami a honlap elkészítése során általában új ügyfeleink részéről felmerül a következő:

## Mitől fog jól működni honlapunk, azaz mitől hozza az elvárt eredményeket?

Egy mondatban megválaszolva a felhasználóbarát, esztétikus design, és a funkcionalitás olyan keverékét kell legyen a cél a honlap készítése során, ami könnyen kezelhető, és a felhasználó által speciális tudást nem igénylő weboldalt eredményez, azaz:

**A honlap használhatósága, funkcionalitása a legfontosabb látogatóink számára.**

Törekedjünk rá, hogy a látogatóink elérjék céljukat a honlap böngészése során.

## Kezdjünk bele!

### Első lépésben körvonalazzuk honlapunk céljait!

Alaposan tervezzük meg miről szól a honlap, mi az üzenete. Tudnunk kell, mit akarunk a honlapon elsődlegesen kommunikálni, és mi az, ami csak "töltelékként" kerül megjelenítésre. Ezen információkat megtudhatjuk saját ügyfeleinktől, akár egy űrlap beszúrásával új honlapunkra, amelyben megkérdezzük tőle milyen információkat hiányol. Ha tisztában vagyunk a legfontosabb információkkal, a következetesség, átláthatóság és funkcionalitás elérése könnyebbé válik.

Az információ illetően minősége (másképpen elsődleges-másodlagos volta) függhet termékünkől, szolgáltatásunktól, és az értékesítés módjától is. Két kategóriában csoportosíthatóak a honlapok céljukat tekintve:

1. Tájékoztató, információhordozó honlapok: ebben az esetben a legfontosabb a jól strukturált menüszerkezet, legyen egyértelmű a látogató számára, hogy mit hol talál: termékek-szolgáltatások bemutatása, üzletek nyitva tartása, elérhetőségek, segédletek, képek.
2. Honlapon keresztüli értékesítésre alkalmas weblapok, azaz webáruházak : a termékek, és szolgáltatások bemutatása, és az elérhetőségek mellett ezen weblapoknál a legfontosabb az aktuális akciók, szezonális termékek és a megrendeléssel kapcsolatos információk bemutatása.

Sokat tanulhatunk a konkurencia honlapjaiból: akár negatív, akár pozitív példának használjuk, mindenképpen szánjunk időt ezek megtekintésére. Ismerjük el jól sikerül megoldásaikat, de semmit se másoljunk le egy az egyben.

**Ha kitűztük célunkat rendeljünk hozzá határidőket, és felelősöket nehogy elússzon a honlapkészítés a napi teendők sokasága között.**

Tehát mitől fog jól működni honlapja?

A szemlélettől, ami nem más, mint felhasználóbarát gondolkodás és elszántság kérdése.

## Készítsen tartalmas honlapot!

A honlapján az elsődleges információhordozó a szöveges tartalom. Kevés a mutatós külső, ha a látogató számára kevés a vonzó tartalom az oldalon.

### I. A termék - szolgáltatás bemutatása

A honlapra érkező látogató nagy valószínűséggel egy keresőből, vagy másik honlapon talált link-et követve érkezik az Ön honlapjára. A látogató célja, hogy a lehető leggyorsabban azonosítsa, hol jár, tehát Önnek villám gyorsan tudatnia kell vele: **Ön jó helyen jár, nálunk megkapja azt, amire szüksége van.**

**A nyitóoldalon elsősorban szolgáltatását, termékét mutassa be, másodsorban a céget:** a látogató a konkrét információkra kíváncsi a honlap böngészése alatt, tehát gondoskodjon róla, hogy ne kelljen az információk között sokáig keresgélnie! Nevezze nevén érthetően termékeit, és szolgáltatásait: az emberek ugyanazokat a kifejezéseket keresik a honlapján is, amit a mindennapi, és személyes kommunikáció során használnak.

#### A főoldal adjon választ a következő kérdésekre:

- mi az Ön cégének a neve?
- mik a cég elérhetőségei?
- ki a szolgáltatás fő célcsoportja, szólítsa meg őket (akár egy ajánlattal)!
- mi a cég szolgáltatása, terméke?
- mi az ajánlat, azaz mire kínál Ön és cége, terméke megoldást?
- illetve, hogyan tud vásárolni Öntől a látogató?

### II. Kiemelés, tagolás

A látogatók a honlapokat "gyorsolvassák", azaz szemükkel pásztázva leginkább végigszaladnak rajtuk, támpontokat, kapaszkodókat keresve. A tagolatlan szövegek olvasása fárasztó, így megértésük alacsonyabb hatásfokú, ezért: **a szövegben minden gondolat, rész kapjon külön-külön bekezdést**, és a szöveget köztes alcímek tagolják. A legfontosabb kifejezéseket javasoljuk kiemelni speciális (félkövér vagy dőlt) szedéssel. Azonban ne essen túlzásba a honlapkészítés során: egy oldalon maximum 3 féle méretet használjon, a szöveges szerkesztőben lévő címsorok használata megkönnyíti dolgát.

### III. A keresők és kulcsszavak

Az emberek ugyanazokra a kifejezésekre keresnek rá az interneten, amiket a hétköznapi beszélgetéseik során használnak, tehát ugyanezen kifejezéseket (kulcsszavakat) használja Ön is a honlap készítése során. A kulcsszavak sűrűsége 2-6% legyen az adott honlapon, oldalon. 1 maximum 4 szóra, kifejezésre optimalizáljon. A google kereső előnyben

részesíti, ha az adott kulcsszó ki van emelve, mint címsor, mint félkövér karakter, és mint link (akár mint menüpont) érhető el a honlapon.

Az alábbi oldalon tudjuk ellenőrizni, hogy egy adott kifejezésre hány keresés indul el a google keresőben, ezen információ segíthet az ideális kulcsszó kiválasztásában:

<https://adwords.google.com/KeywordPlanner>

Ha nagyon nagy a harc egy kulcsszó tekintetében mérlegeljen, és amennyiben lehetőségei engedik használja a következő tippeket:

- Kiváló megoldás ha **1-1 szó ragozott alakját** (abban az esetben ha a fenti kulcsszó választási eszköz is igazolja, tehát keresnek az adott kifejezésre ragozva is!) használjuk kulcsszóként. Ezen kívül a többes szám használata is megoldást jelenthet.
- Szintén megoldás lehet ha **földrajzilag szűkítjük tevékenységünket** (pl. ablakcsere miskolc).

Honlapja keresőkben elfoglalt helyezését javítani tudja az oldalára mutató linkek használatával. **Keresőoptimalizálási módszerekről bővebben a "Mit tegyek hogy előrébb kerüljek a keresőkben?" című tanulmányunkban, linképítési módszerekről a "Linképítés és linkelés a gyakorlatban" című tanulmányunkban talál hasznos információkat.**

## IV. A honlap beosztása: fordított piramis elv

A fordított piramis elv módszertana szerint **a lényegesebb információk kerüljenek a szöveg elejére, ezt követően jöjjön a kifejtés.** Azaz a szöveges tartalmat úgy célszerű a honlapján beosztani, hogy a legfontosabb információk kerüljenek a nyitóoldalra, míg a szűkebb közönségnek szóló, részletesebb információk a megfelelő aloldalakon legyenek megtalálhatóak. Így a túlságosan részletes információk nem terhelik fölöslegesen az általános információkra kíváncsi érdeklődőt.

## V. Végül...

Olvassa át a honlapot újra, újra és újra: javítsa ki a nyelvtani hibákat, rövidítse le a mondatokat. Olvastassa át másokkal is. A problémás részek a használat során fognak kiderülni:

- adjon ügyfelei véleményére,
- használja előnyére az esetleges észrevételeket, panaszleveket.

A folyamatos visszajelzések alapján bővítse a honlap tartalmát, és helyezzen el több magyarázó szöveget, illusztrációt, segédletet oldalán amennyiben a visszajelzések ezt indokolják.

Legalább havonta 1 alkalommal frissítse a honlapot, hogy visszatérő látogatóiban megerősítse: **a honlapja is profi, nem csak a szolgáltatása.**