



WP-Suli.hu

OkosKismama

webdesign és WordPress blogja

Milyen egy „okos honlap”?

Tíz gondolat, mielőtt weblap-készítésre adnád a fejed



Ez a mű a **Creative Commons „Nevezd meg!-Ne add el!-Ne változtasd! 2.5 Magyarország Licenc”** hatálya alá tartozik. A licenc szövegének megtekintéséhez látogasd meg a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/hu> webcímet.
A szerzői jogok tulajdonosa **D.Bikfalvi Moni**, www.OkosHonlap.com

Mielőtt nekifognánk...

Amikor online vállalkozásba kezdünk, rengeteg mindenben kell döntenünk, és **rengeteg kétely merül fel bennünk**. Vajon jó-e az ötlet, amelyen dolgozni kezdtem? Vajon megfelelő volt-e a piackutatás, amelyet végeztem? Vajon jó termékeket, szolgáltatásokat választottam?

Ha ezeket sikerül is eldöntenünk, jön a következő nagy kihívás, **a weblap elkészítése**. Kutatjuk a netet mások honlapjai után, végignézzük a találati lista első helyezettjeit, próbáljuk megérteni, és ha lehet, utánuk csinálni mindazt, amitől az ő üzletük működik.

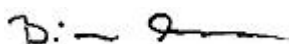
De mi a helyzet, ha nálunk valahogy mégsem hatásos, amit máshol annak látunk? **Kihez fordulhatunk, kitől kérhetünk segítséget?** Ki az, aki kritikus szemmel, de építő jelleggel megnézné a honlapunkat, és megmondaná, hogy mit kellene megváltoztatnunk rajta? A legtöbb online vállalkozó egyedül ül a számítógépe előtt, és legfeljebb a családjának tudja megmutatni, amit csinált – és ők úgyis azt mondják, hogy hú, de szép, de ügyes vagy ☺ –, a szakértők meg nem érnek rá, és különben sem vállalnak ilyesmit...

Melyik az a tíz alapvető gondolat, amelyet végig kell elemeznünk magunkban, mielőtt hozzáfognánk a weblapunk elkészítéséhez?

Erről lesz szó ebben a tanulmányban.

Remélem, hasznos lesz.

Sok sikert kívánok!



D. Bikfalvi Moni

U.i. Ebben az „ízelítő” változatban minden fejezetből csak az első néhány sort illesztettem be, a 7. és 8. pontot pedig teljesen titokban tartom ☺. Ha szeretne hozzájutni a teljes összeállításhoz, [megvásárolhatja a Pagony Multimédia Stúdió oldalán!](#)

(Még egy pillanat: az biztos, hogy nő vagyok ☺, és az internetes statisztikák alapján nagy a valószínűsége, hogy idősebb vagyok Önnél, Kedves Olvasóm, úgyszólván – felajánlhatom, hogy a továbbiakban tegeződjünk? Köszönöm! ☺)

1. Domain és tárhely

Ha komolyan gondolod, hogy szeretnél internetes vállalkozást létrehozni (tehát most nem a hobby oldalakról és a családi képek, történetek megosztására való személyes blogokról beszélünk), akkor **elengedhetetlen a saját domain-név és a saját tárhely**.

Azt hiszem, ezt nem kell hosszasan magyaráznom.

Te szívesen vásárolnál egy olyan cégtől, amelynek **nincs évi párezer forintja** egy saját domain-név és egy saját tárhely megfizetésére? Ugyanis ez mindössze ennyi befektetést igényel.

Te szívesen kötnél üzletet egy olyan weblapon, amelynek a tetején **idegen reklámok bannerei** ugrálnak, amelyeknek semmi közük a témához? Ugyanis az ingyenes tárhelyek ezzel járnak.

Te szívesen írnál megrendelőlevelet a **mucuska878@freemail.hu** címre? (Remélem, nincs ilyen cím igazából ☺)

(...a folytatást a teljes tanulmányban olvashatod.)

2. A weboldal koncepciója

Szokás mondani, hogy a tett halála az okoskodás – ezt a mondást azonban gyakran félreértelmezik. Nem kell okoskodni, de igenis alaposan végig kell gondolni, hogy **mi a weblap célja**, mielőtt belefogunk a megépítésébe.

Ahogy a „külcsín” vonatkozásában az első benyomást a domain-név és a tárhely adja, úgy a „belbecs” területén a legfontosabb első lépés az, hogy a weblapnak legyen célja, mégpedig **egyetlen célja legyen**.

Nem tudom eléggé hangsúlyozni, hogy ez mennyire fontos. A koncepció nélküli weblap halálra van ítélve. Az a weblap, amely engedi ide-oda „kószálni” a látogatót (erről még lesz szó később), az a weblap, amelyre „tegyünk föl még egy ilyen is, mert ez annyira jól néz ki” – soha nem fog üzleti sikereket elérni.

(...a folytatást a teljes tanulmányban olvashatod.)

3. A weboldal célközönsége

Még egy dologban döntened kell, mielőtt elkezdheted a weboldalad készítését. Lehet ugyanis, hogy Te azt gondold, hogy amit kínálsz, az **mindenkit érdekelni fog**. A szomorú igazság azonban az, hogy ez nem így van. Lehet, hogy mindenkit érdekelhetne, de **nem fog** mindenkit érdekelni. Akármiről legyen is szó. (Hacsak nem levegőt árulsz... ☺ - de az egyelőre még ingyenesen kapható.)

Másrészt az interneten és az offline életben is minket elárasztó gyilkos mennyiségű információ és reklám hatására az emberek pusztán önvédelemből, az épelméjűségük védelme érdekében **kénytelenek voltak szűrőket, sőt, falakat húzni maguk köré**. Mókásan azt lehetne mondani, hogy az információval szembeni védekező mechanizmusunk olyan erős lett mostanra, hogy azon még a NASA támadófegyverei sem képesek áthatolni. A hatalmas reklámdömping (divatos kifejezéssel: reklámzaj) ellen csak úgy tudunk védekezni, hogy gyakorlatilag immunisaknak kell lennünk rájuk.

A weboldalad látogatói ugyanebben a cipőben járnak!

Mindezek miatt a weboldaladon elhelyezett üzenetnek világosnak és egyértelműnek kell lennie, és úgy kell megfogalmazni, hogy a látogató azt érezze: **hiszen itt rólam van szó**, hiszen ezek hozzám beszélnek!

Erre egyetlen módod van: pontosan meg kell határoznod a célközönségedet.

(...a folytatást a teljes tanulmányban olvashatod.)

4. A weboldal fő mondanivalója

Itt említem meg azt is, ami a gyakorlatban majd később következik a weblapod elkészítése folyamatában (logikailag viszont ide tartozik): a kezdőoldali szöveg megfogalmazását.

A weboldalnak ugyanis vevőközpontúnak kell lennie.

Nagyon fontos, hogy ne a honlapról, a saját vállalkozásunkról, saját magunkról beszéljünk, hanem a látogatóról! Lehet, hogy furcsán hangzik, de **az egyetlen dolog, ami a látogatónkat érdekli, az saját maga**. Mire lesz jó neki ez a honlap? Miben segítheti az ő életét? Hogyan oldja meg azt a problémát, aminek a megoldását keresi nálunk?

Döntsd el tehát, hogy kihez beszélsz – és utána beszélj hozzá!

(...a folytatást a teljes tanulmányban olvashatod.)

5. A weboldal felépítése

A felmérések szerint **mindössze 7 (hét!) másodperced van** az érdeklődés felkeltésére, amikor egy weboldallal lépsz az érdeklődőid elé. Ha ez alatt az idő alatt nem sikerül megragadnod a figyelmét, akkor elkattint, továbblép. Már csak ezért sem érdemes a lapod betöltési sebességét egy animációval csökkenteni – a látogatók nem fogják kivárni!

Régi közhely, hogy felgyorsult világban élünk. Az interneten ez fokozottan igaz. Tudnod kell – akármilyen fájdalmas is felismerni ezt –, hogy a gyönyörűen összerakott, nagy gonddal megfogalmazott weblapodat **senki nem fogja végigolvasni**. Legalábbis nem szóról szóra. Mindenki rohan, mindenkinek azonnal kell az, amire szüksége van, és ha nem derül ki a weblapodról hét másodperc alatt, hogy ez az a hely, ahol megkaphatja, amit akar, akkor a látogatód seperc alatt bezárja az ablakot és továbbmegy.

De mit láthat meg valaki mindössze hét másodperc alatt?

(...a folytatást a teljes tanulmányban olvashatod.)

6. Design = elemek + színek

Megvan tehát a domain-neved és a tárhelyed, kitaláltad a koncepciót és a célközönséget, végiggondoltad a lap szerkezetét és megfogalmaztad az ajánlatot. Ideje, hogy felöltöztess a weboldaladat!

Kezdjük a tetején, és bal oldalon, ugye. Mi szokott itt lenni? Leginkább a „logó”. Fontos, ha márkát építesz. Döntsd el, hogy **mi lesz az a név, amelyen megismer Téged a piac**, és azt erősítsd minden kommunikációdban! Ez lehet a domain-név is, de nem feltétlenül az – viszont ha szeretnéd, hogy a látogatóid később is visszataláljanak (a marketingesek szerint hétszer kell találkozunk ugyanazzal az üzenettel, hogy átmenjen a mondanivalója), akkor ne várd el, hogy a böngésző címsorára figyeljenek, hanem tedd ki az oldalad nevét az oldal tetejére, jó nagy betűkkel, hogy a látogatód „retinájába égjen” a neved! (Lásd az [OkosKismama](#) és az [OV24](#) oldalakat, például.)

Három nagyon fontos elem, ezeket alaposan gondold át, mielőtt kiválasztod:

név

logó

szlogen

(...a folytatást a teljes tanulmányban olvashatod.)

(...a 7. és 8. pontokat pedig teljesen titokban tartom ☺)

9. Legyen adatbázis-építő!

Szép, hasznos dolog, ha a honlap tele van érdekes, értékes cikkekkel. Azt tanultuk, hogy ez fontos a bizalom építéséhez, igaz? **Senki nem azért megy fel az internetre, hogy vásároljon**, hanem információt szeretne, és aztán később, esetleg, hajlandó vásárolni is, ha már látja, hogy érdemes hallgatnia ránk. Ez mind igaz, de ettől még elvesz a látogatónk, ha nem tudunk meg róla semmit.

Mondják, hogy a hírlevelekre ma már nem iratkozik fel senki (persze ez is a közönségünktől függ, egyes ágazatokban a hírlevél továbbra is pompásan működik), de adhatunk mást is az e-mail címért cserébe, valami letölthető jópofaságot vagy hasznosságot is, vagy elnevezhetjük a tudásunkat összefoglaló cikkeket minitanfolyamnak vagy bármi egyébnek.

Mindenesetre **ne hagyjuk elmenni** az igazán érdeklődő látogatóinkat anélkül, hogy lehetősége lenne megadni nekünk az adatait. Hiszen **a kommunikáció üzletében vagyunk**, és ha nincs lehetőségünk kommunikálni, nincs lehetőségünk üzletet kötni sem. A marketing szabályai azt mondják, egy üzenetet hétszer kell megkapnunk ahhoz, hogy hatásos legyen – ha nem kéred el a látogatód e-mail címét, hogyan tudsz hétszer kommunikálni vele?

(...a folytatást a teljes tanulmányban olvashatod.)

10. Legyen statisztika!

Tudod, hogy honnan jönnek a látogatóid? Hogy **hányan nézik meg a honlapodat**, melyik oldalakat töltik le, hol mennyi időt töltenek el, és merre távoznak? Feltétlenül tegyél fel valamilyen statisztikai kódot a honlapodra (a legismertebb ingyenes és jól használható ilyen szolgáltatás a *Google Analytics*), hogy pontosan ismerd a látogatóid viselkedését a lapodon, hiszen ebből kiindulva tudsz majd változtatni, javítani a rendszereden.

Tesztelés, tesztelés, tesztelés!...

Szokás mondani, hogy egy weblap soha nincs készen. Ez már csak azért is igaz, mert folyamatosan új, értékes tartalmat kell szolgáltatnod, ha jó helyezést akarsz elérni a lapoddal a keresőkben. Másrészt folyamatosan tesztelned kell a weblapodat, elemezned kell a látogatóid viselkedését, ismerned kell a számaidat, hogy mindig javíthass rajtuk.

(...a folytatást a teljes tanulmányban olvashatod.)

Remélem, hasznos volt számodra az alapelvek megismerése. Ha többet szeretnél tudni arról, hogy **hogyan lehet okos honlapod**, nézz körül itt is:

www.OkosHonlap.com

Ha ráérezted az internetes vállalkozás ízére, de nem egy tizededik bloggal szeretnél megjelenni az online világban, hanem egy saját honlapot akarsz, akkor számos lehetőség közül választhatsz: Te magad is megtanulhatsz programozni, választhatsz valami egyszerűsített félautomata megoldást, vagy megbízhatsz egy programozót.

De vajon tudod-e, mitől fog valóban működni az oldalad?

Erről szólnak rendszeresen szervezett képzéseink, amelyek az

„Okos Honlap Tréning”

címet viselik, és évente többször is részt vehetsz rajtuk.

A legutóbbi tréningre 2010. május 26-án került sor, előadóink Vida Ágnes, Gombos Zsolt, Csatlós Csaba és D. Bikfalvi Moni voltak.

Ne maradj le semmiről!

Kövess Twitteren: twitter.com/OkosKismama

Csatlakozz Facebook-on: facebook.com/OkosKismama

Eszedbe jutott valaha, hogy szeretnél egy saját honlapot? És fel is adtad rögtön, mert úgy gondoltad, hogy ez Neked „túl nagy falat”? Kár volt. Ma már bárkinek lehet saját honlapja, előzetes tapasztalatok és programozói tudás nélkül is.

Tudtad, hogy emberek százai, ezrei, tízezrei kezdenek internetes vállalkozásba, és építenek saját honlapot mindenféle külső segítség nélkül? Tudtad, hogy a tetejében mindezt **egy ingyenes rendszer segítségével** teszik, amelyet nem nehezebb kezelni, mint egy szövegszerkesztőt?



WP-Suli.hu
Alapozó Tananyag

Általános tudnivalók	Az első lépések
Beszéljünk közös nyelvet! Az alapfogalmak magyarázata (pdf, hang) A WordPressről Mire való a WordPress? És még?... :-:) (pdf, hang) Alapfeltételek a rendszer használatához (pdf, hang)	Alapvető beállítások Az admin lecsérése (videó, hang) Az Akismet bekapcsolása (videó, hang) A Beállítások menüpont (videó, hang)
Telepítés, indulás Telepítés saját tárhelyre A szükséges fájlok letöltése (videó, hang) Az adatbázis létrehozása (videó, hang) Feltöltés a tárhelyre (videó, hang) A wp-config.php fájl létrehozása (videó, hang) A rendszer telepítése (videó, hang) Első belépés a Vezérlőpultba (videó, hang) Összefoglalás: a WordPress telepítése (pdf, hang) FTP-kapcsolat mentése (videó, hang)	További tennivalók Kategoriók és címkék (videó, hang) Linkk és ajánlott oldalak (videó, hang) Sablon telepítése (videó, hang) Testreszabás alapok Csinosabb közvetlen linkek (videó, hang) Home helyett: Főoldal (videó, hang) Az oldaltáv kijáratok (videó, hang) Fejléckép cseréje (videó, hang) ...akkor kezdhethetjük?... Bejegyzések és oldalak (videó, hang)

Mi is az a WordPress?

A WordPress eredetileg **blogmotorként indult**, ám nemcsak blogot, de akár egy „statikus” (azaz állandó tartalommal rendelkező) oldalakból összeállított **értékesítési weboldalt is létrehozhatunk** a WordPress rendszerrel. Az oldalak egymás alá rendelhetőek, így a megszokott **menüpontos rendszerről** sem kell lemondanunk, ha arra van szükségünk.

Ha szakértői oldalt szeretnénk (azaz olyan weblapot, ahol értékesítés is folyik, de egy szakmai bloggal a látogatóink bizalmát is fel tudjuk kelteni), akkor **a blog és az értékesítési oldal sajátosságait kell egyetlen weblapon alkalmaznunk**. Erre a feladatra nem is lehet jobb rendszert találni a WordPressnél.

A WordPress segítségével akár olyan **bonyolult hírportálokat is felépíthetünk**, mint a TV2 weboldala (<http://tv2.hu/>)!

A **WordPress Alapozó Tananyag** segítségével néhány óra alatt elkészítheted saját értékesítési weblapodat, amelyet azután bármikor továbbfejleszthetsz – programozói tudás nélkül, ingyenesen.

[Rendeld meg az Alapozó Tananyagot most!](#)