

Ce este important sa stii inainte de a-ti face un site

*...ca sa nu te arunci in gol intr-un domeniu necunoscut si
sa pierzi bani*

Ce este important sa stii inainte de a-ti face un site

...ca sa nu te arunci in gol intr-un domeniu necunoscut si sa pierzi bani

Salut,

Numele meu este Ovidiu Oprescu si, daca ai descarcat acest material, probabil ca iti doresti sa dezvolti un site web. Ei bine, esti in cel mai bun loc, avem in portofoliu peste 400 de lucrari web si peste 100 de magazine online (toate dezvoltate pe [platforma de comert online Shopernicus](#)), experienta personala de peste 16 ani in online, ceea ce ne califica, spun eu, cel putin pentru a-ti raspunde la cateva intrebari si nelamuriri.

Am incercat sa punctez aici cateva aspecte importante pe care consideram ca este bine sa le stii cand iti doresti sa lansezi un site. Sunt importante pentru evolutia ulterioara a siteului, pentru tine, ca beneficiar, cat si pentru noi ca dezvoltatori, asigurand o comunicare fluida si pilonii realizarii unei lucrari de calitate.

Sa incepem:

1) Care este obiectivul?

Nici nu iti inchipui cate persoane incep un site fara sa stie care este obiectivul final, ce doresc sa obtina in urma construirii siteului. Este la fel ca in orice alta activitate pe care o intreprindem, fie ea comerciala sau nu.

Intotdeauna facem lucrurile cu un motiv, intotdeauna ne dorim sa obtinem CEVA, o anumita finalitate in urma intreprinderii unei activitati, fie ca realizam acest lucru la modul constient sau



nu. Important este *sa stim ce anume ne dorim*, pentru ca in acest fel actiunile noastre vor fi coerente cu obiectivul propus.

Altfel spus, mai simplu, **daca stim ce vrem, putem face pasi catre indeplinirea aceluui obiectiv.**

Deci:

Ce iti doresti sa obtii in urma lansarii siteului tau?

Obiectivele din acest punct de vedere pot fi diferite, orice obiectiv poate fi bun, atata timp cat este clar definit.

Exemple de obiective?

- **Sa avem o prezenta pe net** - un obiectiv simplu, de baza, in sine destul de simplu de realizat. Astazi prezenta pe net a devenit un criteriu de baza pentru evaluarea unui potential furnizor, partener, colaborator. Daca ceilalti jucatori din piata ta au o prezenta buna pe internet si tu nu ai, *simpla prezenta pe net se poate constitui ca un obiectiv de baza, un prim pas*. Poate fi OK, facem un pas si dezvoltam ulterior. Aici putem vorbi despre un site de tip carte de vizita/brosura web, care sa prezinte cat mai corect si eficient activitatea firmei (hmm, oare deja vedem un alt obiectiv aici?) Este important sa arate bine si sa prezinte corect si cat mai complet activitatea ta.
- **Sa primim prin intermediul siteului cat mai multe cereri de oferta** pentru serviciile prestate - un obiectiv care poate fi masurat (“cat mai multe” nu reprezinta o valoare matematica, poate cel mult o dorinta, dar “50 de cereri de oferta pe luna” poate constitui un obiectiv realist). In acest caz putem numara cererile prin intermediul unui formular de email, contactele telefonice etc. In acest caz putem privi siteul intr-adevar ca pe un canal de marketing, ca pe un activ eficient. Pentru a realiza un astfel de obiectiv trebuie sa il legam puternic de punctele 2, 3, 4, 5 si ...6! Totul conteaza!
- **Sa vindem online 300 de produse pe luna**. Un obiectiv potrivit siteurilor cu activitate in directia comertului online, fie ca vorbim de un magazin online in intelegerea clasica sau de un site de produs. Aici pot fi variatii de genul cifrei de afaceri la nivel de luna in locul numarului de produse, sau o marja de profit etc, dar ideea conteaza.

Indiferent care ar fi obiectivul tau, este important sa il ai definit, sa stii ce iti propui sa obtii de la siteul tau, altfel, daca nu urmaresti nimic anume...exact acel lucru il vei primi!

Tu ce obiectiv ai pentru siteul pe care doresti sa il lansezi?

2) Imaginea conteaza

Imaginea siteului conteaza, dar, atentie sa nu faci din asta o obsesie atunci cand nu este cazul!

Ce vreau sa spun este ca atunci cand te decizi sa lansezi un site, fa lucrurile cum trebuie, apeleaza la profesionisti si asculta sfaturile lor si tine minte, less is more, sau pe romaneste, mai putin inseamna mai mult.

Important: ai deja o identitate vizuala? Excelent, asigura-te ca ne transmiti acest lucru si ca materialele ajung la noi: logo existent, materiale promotionale anterioare, eventuale caiete de brand.

Ai nevoie de:

- **O imagine coerenta**, care se manifesta printr-un
 - Set bine definit de culori, 2-3 culori bine alese, care sa mearga bine impreuna, sa transmita mesajul dorit, sa fie placute ochiului si care sa te identifice unic in piata ta.

Atentie la semnificatia culorilor, maro, negru, albastru pot merge excelent pentru un site de avocatura, pe cand verde poate merge excelent pentru un site de tip amenajari gradini, pe cand combinatii nebune de culori merg mai bine pentru siteurile dedicate produselor pentru copii.

- Set de fonturi bine definit si coerent, la fel ca la culori. 2, 3 fonturi care sa “dea bine” impreuna si impreuna cu logoul!! Foloseste un font pentru titluri, unul pentru subtitluri si unul pentru textele lungi, generale. Tine minte: mai putin este mai

mult! Atentie, ca si la culori, la fonturi. Fonturi de genul Comic Sans Serif sau fonturi “carliontate” nu merg bine pentru siteuri “serioase”. Discuta acest aspect cu designerul!

- Logo - un logo bine creat te poate duce departe. Chiar daca nu iti pare deosebit de important acum, este bine sa ai in vedere acest lucru. Asigura-te ca logoul este creat de un profesionist, ca se inscrie in identitatea vizuala generala (culori si fonturi). Asigura-te ca ai sursele si versiuni ale logoului pentru utilizarea pe suport mare (print) pentru utilizarea ulterioara. Asta inseamna sau versiune vectoriala (Corel de ex) sau poze in format TIFF, la rezolutie mare.
- **Un site aerisit, curat** - aici vorbim de asemenea de un aspect care tine intr-un fel de punctul de mai sus, dar am tinut sa il punctam separat. Un site aerisit se citeste usor, creeaza confort vizitatorului. De obicei, un designer cu experienta va asigura “aerisirea” necesara designului, unul incepator va ingramadi lucruri in design...
- **Un site care se citeste usor** - evita fonturile ciudate, culorile mult prea sterse, fonturile prea mici, tehnice, siteurile pe negativ. Serios, un site scris cu font deschis pe un fundal inchis se citeste greu, exista studii care spun ca mesajul ajunge mai greu la creier pentru ca in proces, creierul “intoarce” imaginea, punand textul negru pe fundal alb. Nu mai bine il pui tu de la inceput? Observatia de mai sus este valabila pentru siteurile business, daca activezi intr-un mediu artistic, trupa, fotograf, este OK sa folosesti fundal inchis, doar sa tii cont de ce am scris mai sus.
- Imagini bune

Nu ai nevoie de:

- Complicatii grafice de dragul complicatiilor - intalnim de multe ori solicitari de complicare a designului cu animatii care nu sunt necesare, liniute, elemente stralucitoare animate, fundaluri cu stelute care sa sclipeasca sau alte asemenea...Aici intra si animatiile Flash in cele mai multe cazuri. **Ce poti avea in schimb si chiar recomandam, este un banner animat in prima pagina, care sa scoata in fata vizitatorului ofertele curente, intr-un mod eficient, aerisit si atractiv.**

Intalnim cateodata in lucrarile noastre persoane care uita scopul final, acesta fiind pe parcurs inlocuit cu “pictarea” din aproape in aproape a siteului, schimbarea setului de culori, tuninguri, briz-brizuri, lucruri care se traduc prin costuri suplimentare pe partea de

*realizare atat pentru prestator cat si pentru client, multa munca oarecum in zadar si multe frustrari. **Tine minte care este scopul si de ce anume ai nevoie!***

- Logouri de tip clipart - evita clipaturile din pachetul Office, vor crea o imagine proasta, mai ales folosite in logouri. Aici ar trebui sa le eviti si din motive legale, legate de drepturile de utilizare, dar asta este o alta discutie.
- Muzica. Fara muzica pe siteurile de firma, poate doar daca experimentezi zona de branding sonor, sa il numesc asa, Skoda, Philips aveau cateva note muzicale la inceputul comunicarii de brand.

Ai nevoie de un design unic, de la zero? Sau un design bazat pe o macheta grafica pre-existenta?

Siteurile realizate “de la zero” pot fi deosebite, cu siguranta creeaza o impresie puternica vizitatorului, sunt “unice”, dar aduc cu ele costuri mai mari, deoarece realizarea unei machete grafice unice inseamna creatie, inseamna un proces mai lung atat pe partea de design cat si pe partea de realizare tehnica a machetei desenate, inseamna know how-ul, flerul si experienta unui designer bun si o buna comunicare intre prestator si beneficiar. Si mai inseamna si un obiectiv bine definit pe aceasta directie, adica sa stii exact ce vrei, ce te astepti sa primesti din partea designerului si sa stabilesti exact cu acesta. *Un site frumos si altfel nu este chiar idealul in ceea ce priveste specificatiile de design!*

Un site realizat in baza unei machete grafice pre-existente poate fi o solutie cel putin la fel de buna prin prisma faptului ca vezi de la inceput cum va arata siteul, eliminand in acest fel posibile neintelegeri cu privire la rezultatul final. Vezi macheta, o alegi, o folosesti.

Timpul de realizare este mai scurt, eliminand o parte din timpul de realizare a designului propriuzis.

Important : am zis “o parte din timp”, pentru ca siteul poate fi (si recomandam sa fie) personalizat. Nu se elimina necesitatea selectarii unui set coerent de culori si personalizarea machetei alese pe nevoia concreta a clientului. Alegem macheta, dar prin schimbarea imaginilor, setului de culori, structurii paginii se poate ajunge la un rezultat total diferit,

construind peste o structura initiala solida, corecta pe care clientul si prestatorul o stabilesc de comun acord.

3) Realizarea tehnica a siteului

Un aspect care nu ar trebui sa te intereseze foarte mult, cel putin nu in detaliu, pana la urma nu te intereseaza daca din ce material este confectionat suportul scaunului de la masina ta, asa e? Dar este foarte important sa stii ca ai un scaun solid si confortabil, ma gandesc. Apropo, nu mi-a venit in cap un alt exemplu, dar ma gandesc ca exemplul cu scaunul este suficient.

Deci:

- Siteul tau este dezvoltat in baza unei platforme de administrare de continut sau este “un simplu site HTML” scris de mana de un programator? Platforma de administrare de continut suna impresionant, dar este vorba despre un pachet, un program de genul WordPress, Joomla etc, ceea ce in Engleza se numeste CMS (Content Management System). Exista inca si siteuri dezvoltate fara a se utiliza o astfel de platforma, dar faptul ca siteul va fi dezvoltat in baza unui CMS iti va asigura o multime de avantaje precum:
 - Usurinta de utilizare/administrare - ai o interfata cu user si parola pentru a administra siteul, a adauga articole, poze etc
 - Posibilitatea de dezvoltare usoara, ulterior realizarii siteului - aici vorbim despre adaugarea de functionalitati in baza unor module specifice
 - Accesul la o baza larga de module, machete grafice, dezvoltatori etc. Este important sa stii ca te poti baza ulterior pe o colectie impresionanta de resurse.
 - Actualizari ulterioare usoare, din ratiuni ce tin e securitate, de functionalitati etc
- Siteul tau este responsive? Responsive inseamna ca are versiune pentru mobil, pentru tableta etc. Este important astazi, date fiind aspectele pe care le iau in considerare atat motoarele de cautare cat si utilizatorii.

Aspectele de mai sus sunt minimale si se refera la siteurile generaliste.



Pentru siteuri de tipul magazin online, recomandam aplicatii dedicate, care sa puna la dispozitia clientilor o serie de functionalitati particulare, specializate. Comertul online se face cu aplicatii specializate.

[Daca obiectivul tau este sa dezvolti un magazin online, vezi aici detalii cu privire la platforma Shopernicus \(www.shopernicus.ro\), platforma dedicata comertului online care se afla in spatele a peste 100 de magazine online de pe piata romaneasca si internationala!](#)

4) Continutul este foarte important

Continutul este foarte important. O mai spun odata: continutul este foarte important. Textele adica, lucrurile pe care le spunem in site si modul cum le spunem in site. Lasa profesionistii sa scrie textele, oricare ar fi aceia. Daca ai pe cineva in echipa care poate sa scrie textele, este perfect, dar asigura-te ca persoana in cauza are experienta in acest domeniu.

Pont: secretara sau “fata de la calculator” nu se pun...serios...

- Textele scrise trebuie sa transmita un mesaj
- Textele trebuie sa fie scrise intr-o “voce” anume, in functie de publicul tinta, de valorile pe care acesta le apreciaza. Ca un exemplu simplu si direct, intreaba-te daca doresti sa vorbești pe site la “per tu” sau cu pronumele de politețe. In functie de piata, de conectarea pe care doresti sa o obtii cu publicul tau tinta, raspunsul poate fi diferit. Un alt exemplu, pentru anumite siteuri, poate fi crearea unui personaj. Va amintiti de revistele cu rubrici de genul “Oana va raspunde”? Oare Oana vorbeste intr-un anumit fel, cu un anumit limbaj, cu un anumit vocabular? Oare pe Oana chiar o cheama Oana, sau o cheama Mihai si este copywriter cu 20 de ani de experienta...Ma intreb doar...
- Textele scrise trebuie sa prezinte corect firma
- Textele trebuie sa fie corecte din punct de vedere gramatical. Poate ca se intelege de la sine, dar realitatea ne contrazice de multe ori.
- Textele trebuie sa fie concepute cu obiectivul final in minte, respectand anumite principii de copywriting, sa prezinte beneficiile pe care le ai utilizand produsul si nu attributele

produsului in sine, sa recomande actiunea dorita intr-un mod activ (in engleza se numeste call to action). [Vezi aici cat de usor poti obtine rezultatele dorite de la siteul tau atunci cand scrii un text de calitate si cum poti creste traficul pe site cu ajutorul textelor! :-\)](#)

- Textele trebuie sa fie optimizate SEO pentru a asigura siteului conditiile necesare dezvoltarii

5) Lucrurile importante trebuie sa sara in ochi!

Asta e simpla. Oare?

- Asigura-te ca vizitatorul siteului stie unde este si cum il poti ajuta - logoul este vizibil? Stie ca este la tine pe site? Isi da seama repede cu ce te ocupi? Gaseste repede avantajele colaborarii?
- Asigura-te ca datele de contact sunt vizibile. Mereu!! Mari! **Stii siteul nostru, da? www.argebit.com!** Mi se intampla deseori sa dau de cate un site unde sa gasesc cu greu datele de contact. Mi s-a intamplat chiar sa dau de clienti care sa imi spuna ca nu doresc sa fie contactati prin intermediul siteului, dar asta e o alta poveste...Daca tu vrei sa ti se ceara oferte prin intermediul siteului, asigura-te ca ai datele de contact vizibile pe site si o pagina de contact accesibila din orice punct al siteului si complet si corect completate: adresa, telefoane, adresa de mail, formular de contact, harta Google cu pozitionarea birourilor, poate si coordonate GPS, un formular de contact pentru ca vizitatorul sa te poata contacta usor. Si cere telefonul si emailul in formularul de contact. Nu iti doresti o cerere de oferta fara date de contact, asa e?
- Obiectivul tau este ca vizitatorii tai sa downloadeze o prezentare a produselor tale? Asigura-te ca faci procesul usor, pune formularul de descarcare intr-un loc vizibil, fa-l vizibil prin culori, asigura-te ca se distinge de restul informatiilor

Important: Vrei sa vezi concret **cum implementam noi** aceste lucruri? **Intra pe siteul nostru, www.argebit.com** si observa datele de contact vizibile in partea de sus a siteului, formularul de cerere de oferta vizibil in cea mai “calda” zona a unei pagini web, diferentiat prin culori, cu un “call to action” puternic, formular vizibil pe orice pagina, precum si o pagina de contact complexa, dar clara.



[Click aici pentru a observa cum am implementat aceste lucruri la noi pe site!](#)

6) Daca il construiesti, vor veni clienti! Fals!

Suna mai bine in Engleza si era una din credintele populare ale anilor trecuti: if you build it, they will come! Din pacate nu este chiar asa. Internetul a devenit un loc aglomerat, care trezeste interesul foarte multor antreprenori. Simpla creare a unui site nu mai este din pacate suficienta. Daca vrei sa iti atingi obiectivele prin intermediul siteului tau web, asigura-te ca siteul tau va fi gasit. Cum anume? Posibilitatile sunt multiple, exista multe canale de promovare, multe posibilitati de a iesi in calea potentialilor tai clienti.

Astazi ai la dispozitie:

- Solutii de search (Google, ne putem opri aici momentan) organice (ai auzit cu siguranta de SEO) sau platite (PPC, iar aici solutiile pot fi mai multe, putem incepe cu Google AdWords)
- Medii sociale (Facebook, LinkedIn)
- Siteuri specifice unde se aduna potentialii tai clienti
- Bloguri
- Campanii de newsletter
- Afiliere
- SMSuri
- Multe altele

Vezi ce se potriveste siteului tau. Ce vreau sa iti transmit aici este ca simpla lansare a siteului tau nu va fi suficienta. Inca mai primim intrebari de genul “bine, si cat credeti ca vom vinde in prima luna de dupa lansare?” Realist vorbind? Putin, poate din intamplare, poate deloc.

Nu porni pe ideea de boom! Porneste pe ideea de a construi o afacere in timp, facand ceva in fiecare zi pentru obiectivul tau. Acesta este un obiectiv realist care iti poate asigura o dezvoltare buna pe termen lung.



7) Lanseaza repede si actualizeaza des

Principiul acesta a fost popularizat de Google. Cred in el si il recomand la randul meu. Un site perfect, terminat 100%, la care nu mai adaug nimic, niciodata...nu exista. Lanseaza lucrarea, testeaza, fa tuning. Vezi ce merge, vezi raspunsul clientilor cu privire la siteul tau. Actualizeaza siteul mereu, adauga articole, materiale noi, anunta-ti noutatile, lucrarile noi etc.

Priveste siteul ca pe o afacere sau cel putin ca pe un canal de promovare masurabil, eficient, care iti poate asigura o expunere aproape imposibil de atins in offline. Incepe de undeva si fa primul pas...seteaza-ti un obiectiv!

Eu, Ovidiu Oprescu si echipa Argebit iti stam la dispozitie pentru a gasi impreuna cele mai bune solutii pentru dezvoltarea siteului tau.

Vino sa vezi cat de simplu poate fi!

[Intra acum pe www.argebit.com si spune-ne despre proiectul tau!](http://www.argebit.com)

