

## Obsah

Prečo vznikol tento návod .....	2
Prvotriedny web .....	2
Čo je úlohou webovej stránky .....	2
Profilová stránka.....	3
Mikrostránka .....	3
Blog.....	4
Eshop .....	4
Atribúty moderného webu.....	5
Pekný .....	5
Responzívny.....	6
Rýchly .....	6
Funkčný .....	7
Bezpečný .....	7
Ako sa vytvára web.....	8
Nástroje na tvorbu webu.....	8
Správa obsahu webu .....	9
Toto je iba začiatok.....	10
Cieľom je web, ktorý zarába .....	10

## Prečo vznikol tento návod

Aby ste vy ušetrili a nebudeme klamať :), taktiež preto, aby sme my zarobili.

Na tvorbu webových stránok si dnes trúfne ktokoľvek. Mnohokrát sa stretávame s podnikateľmi, ktorí si web vytvorili sami alebo si ho dali urobiť známemu, či študentovi. Pri výbere dodávateľa webovej stránky sa riadia veľakrát najnižšou cenou.

Tvorba webových stránok je však tvorivá činnosť a vyžaduje talent, úsilie a skúsenosti.

Vytvorili sme preto tento návod, ktorý môžete bezplatne šíriť a zdieľať. Dočítate sa v ňom, čo je pri tvorbe webových stránok dôležité a aké nástroje a postupy sa na ich vývoj používajú.

Dúfame, že vám tento návod pomôže vybrať správneho dodávateľa a získate webové stránky, ktoré vám pomôžu v podnikaní zarábať.

## Prvotriedny web

Čo si predstavíte pod pojmom prvotriedny web?

Mnohí z vás určite webovú stránku, ktorá je pekná. Áno pekný vzhľad je dôležitý. Avšak, aby webová stránka plnila svoj cieľ a poslanie, tak iba pekný vzhľad nestačí. Niekedy môže byť krása dokonca na škodu.

V nasledujúcich kapitolách vám prezradíme, ako sa webové stránky vytvárajú a čo všetko je potrebné pri ich vývoji urobiť.

## Čo je úlohou webovej stránky

Skôr ako niekomu zadáte vytvorenie webovej stránky, máte jasno v tom, čo je jej úlohou?

Väčšina podnikateľov si dá vytvoriť webovú stránku, pretože ju firma má mať. Nechceme vás oberať o ilúzie, ale aj dnes sa dá podnikáť bez vlastnej webovej stránky. Je zbytočné platiť za niečo, čo vám neprináša žiadnu pridanú hodnotu.

Zamestnáte vo firme človeka, ktorý bude len tak sedieť v kancelárii a nebude nič robiť? Zamestnáte človeka, ktorý nevie vašim zákazníkom s ničím poradiť? Že nie? Tak prečo by ste mali chcieť webovú stránku, ktorú si za mesiac pozrie 30 ľudí a nikto z nich sa vašim zákazníkom nestane?

Webová stránka mnohých firiem slúži iba ako vizitka. Majú na nej zverejnené kontaktné údaje a ďalšie pre zákazníkov nezaujímavé informácie. To už radšej rozdávajte skutočné papierové vizitky!

### **Webová stránka musí vášmu podnikaniu pomáhať.**

Musí aktívne propagovať vašu firmu. Musí prispieť k tomu, aby vás zákazníci vnímali ako dôveryhodného partnera. Ideálny stav nastane, ak zákazník u vás nakúpi vďaka tomu, čo našiel na vašom webe.

To akú úlohu má plniť vaša webová stránka určite veľmi jednoducho. Vžite sa do kože vášho zákazníka.

Ako vás zákazník nájde a čo ho presvedčí, aby u vás nakúpil? Aké informácie najčastejšie zákazníci o vás hľadajú? Ako nakupujú? Vracajú sa? Sú s nákupom u vás spokojní? Ako im môžete uľahčiť nákup? Ako ich presvedčiť, aby u vás nakúpili?

Keď si na tieto otázky odpoviete, budete vedieť aký typ webu potrebujete.

## Profilová stránka

Profilová stránka je vhodná pre predstavenie vašej firmy a jej služieb. Je to stav webu, ktorý má dnes väčšina firiem. Bohužiaľ nevyužívajú jej potenciál. Nájdete tam sekcie O nás, Kontakt, Naše produkty a služby a pod.

Je to akási rozšírená vizitka, na ktorú viete dať oveľa viac informácií ako na papierovú vizitku. Avšak aby ste jej potenciál využili naplno, je potrebné u zákazníka vzbudiť záujem. Zákazník musí mať potrebu zistiť o vás viac.

Vetami „Vitajte na našich webových stránkach.“ alebo „Ako sa vám páčia naše nové webové stránky.“ plytváte časom vašich zákazníkov. Nedávate im žiadne hodnotné informácie. Prečo by mali potom strácať čas a preklikávať ďalej váš web.

Keď sa niekto na váš web dostal, tak zrejme chcel niečo nakúpiť alebo hľadal nejakú radu alebo pomoc. Alebo vy snád hľadáte na webe stránky, aby vás na nich privítali? V osobnom kontakte je to slušnosť, ale verte nám, na webe vám to nepomôže.

Ľudia dnes na webe nečítajú dlhé texty. Ľudia dnes web rýchlo prebehnú očami a ak ich niečo zaujme, tak sa pri tom pristavia. A to je úloha profilovej stránky.

### Úlohou profilovej stránky je vzbudiť záujem.

Ak ste človeka niečím zaujali je ochotný venovať vám viac času. Potom už máte šancu povedať mu o vás viac. Začínate s ním budovať vzťah.

#### TIP:

Účinnosť vašej webovej stránky viete zlepšiť názvami položiek v menu. Nepoužívajte nič nehovoriace popisy ako O nás, Naše produkty, Naše služby. Podobne ako my na našom webe, napíšte priamo do menu, čím sa zaoberáte. My tvoríme webové stránky a programujeme softvér, takže je to jasne aj v našom menu na [www.dufeksoft.com](http://www.dufeksoft.com) uvedené.

## Mikrostránka

Máte nejaký nový jedinečný produkt alebo službu? Máte nejakú novinku, ktorú začínate predávať? Potrebujete zákazníkom lepšie vysvetliť niektoré vlastnosti vášho produktu?

Potom je vhodné na to využiť [mikrostránku](#). Jej obsah sa môže plne sústrediť na konkrétny produkt, službu, či vlastnosť, ktorú chcete vysvetliť. Máte na to k dispozícii celú webovú stránku. Nemusíte to na silu vtesnať niekde na váš hlavný firemný web.

Mikrostránka je ideálny typ webovej stránky na to, aby ste zákazníkov presvedčili, prečo by si mali kúpiť konkrétny produkt alebo službu.

**Úlohou mikrostránky je poskytnúť detailné informácie a zvýšiť záujem zákazníka o konkrétny produkt alebo službu.**

Keď zákazník získa dostatok informácií, môže sa vrátiť späť na váš hlavný web alebo do eshopu a tam nakúpiť. To znamená, že nemusíte budovať samostatný eshop pre každú mikrostránku.

Mikrostránka môže byť lacný, ale veľmi efektívny nástroj ako šíriť informácie o konkrétnom produkte alebo službe.

TIP:

Niektoré firmy využívajú mikrostránky aj na budovanie obsahovej siete o svojich produktoch a službách. Je to dobrá stratégia na posilnenie [SEO optimalizácie](#).

## Blog

Ľudia často hľadajú na webe rôzne návody a rady. A to je príležitosť pre vás. Založte si [blog](#), na ktorom budete pravidelne uverejňovať informácie o novinkách z vašej oblasti podnikania, rôzne návody, tipy a rady.

Zákazníci potom na váš web prídu oveľa častejšie. Vaša firma bude vnímaná ako autorita v danej oblasti. Ukážte, že ste profesionál vo svojom odbore. Poskytnite zákazníkom tipy a rady na svojom blogu zdarma a oni budú šíriť tieto informácie s odkazom na vašu značku taktiež zdarma.

**Úlohou blogu je šírenie informácií a budovanie vašej autority.**

Pre inšpiráciu si pozrite náš [blog o vývoji softvéru na mieru](#).

TIP:

Väčšina blogov uvádza u svojich príspevkov aj dátum uverejnenia. Určite to má zmysel u rôznych spravodajských webov, ktoré zverejňujú správy každý deň. Vo vašom prípade však nebudete uverejňovať novinky každý deň. Pravdepodobne aj mnohé vaše blogové príspevky, ktoré obsahujú rôzne rady a návody budú aktuálne aj po roku. Je preto lepšie dátum zverejnenia nepoužívať.

## Eshop

Účel eshopu je jasný. Služi na online predaj prostredníctvom internetu. [Eshop](#) je samostatná kapitola, ktorej sa tu nebudeme úplne detailne venovať.

**Úlohou eshopu je generovanie nových objednávok pre predaj vašich produktov a služieb.**

Výkonnosť eshopu, počet objednávok a nákupov dokážete ovplyvniť mnohými faktormi. My sa tu budeme venovať nástrojom a postupom, ktoré sú platné pre akýkoľvek typ webu. Platia teda aj pre eshopy.

**TIP:**

Ak spúšťate nový eshop preklikajte poviť všetky jeho podstránky a overte, či nákupný proces bez problémov funguje. Zopakujte to pri každej novej vývojárskej úprave webu. Ak to neurobíte, môže sa stať, že objednávky nechodia, pretože je niekde v eshope chyba a nie preto, že by zákazníci nakupovať u vás nechceli.

## Atribúty moderného webu

Podľa nášho názoru by mal byť moderný web pekný, responzívny, rýchly a funkčný.

### Pekný

Určite aj u webových stránok platí staré známe, že obal predáva. Na druhej strane existuje množstvo známych webov a webových služieb, ktoré nemajú vzhľad ako najvyššiu prioritu. Príkladom môže byť vyhľadávač Google, či sociálna sieť Facebook. Ich hlavnou prioritou nie je poskytnúť najkrajší vizuálny zážitok. Ich hlavná priorita je v ich funkčnosti.

Google si kladie za cieľ, aby ste pomocou jeho vyhľadávača našli rýchlo a jednoducho to, čo naozaj hľadáte. Kým nebol Google existovali aj iné internetové vyhľadávače. Google ich však časom prevalcoval a získal si väčšinu ľudí jednoduchosťou vyhľadávania a najmä unikátnym algoritmom, ktorý zabezpečuje, že ak niečo hľadáte, tak Google to vie nájsť najlepšie.

### Krásny web môže byť na škodu.

Nie raz sa stalo, že sa navrhol veľmi pekný dizajn webu, ktorý bol skôr na škodu ako na úžitok. Ak to preženieme, môže sa stať, že ľudia budú navštevovať a odporúčať váš web preto, lebo sa im páči vizuálne. Avšak prehliadnu to, o čo ide vám. Prehliadnu vaše produkty a služby a vôbec u vás nenakúpia.

Je to podobné ako s reklamou. Mnohé reklamy sa ľuďom páčia a keď sa ich spýtate na aký výrobok, či službu tá reklama bola, tak nevedia. Reklama, rovnako ako váš web, má v prvom rade predávať!

Ďalší a možno ešte horší extrém je stav, kedy je vaša úvodná stránka krásna, ale keď sa preklikáva zákazník hlbšie, tak stránka nefunguje. Možno nefunguje preto, že je nedostatočne otestovaná. Možno nefunguje preto, že ju vývojári netestovali na všetkých rôznych platformách, na ktorých je možné dnes webové stránky prehliadať.

**TIP:**

Keď už ste investovali do vytvorenia krásnej webovej stránky nemalé peniaze, overte si, že je naozaj pekná na každom zariadení a prehliadači. Pozrite si stránku na počítači, tablete aj mobile. Vyskúšajte Internet Explorer, Edge, Chrome, Firefox, Operu aj Safari na Macu.

---

## Responzívny

Responzívny znamená, že sa zobrazenie webu, usporiadanie jeho prvkov atď. prispôsobuje zariadeniu a veľkosti obrazovky, na ktorej si návštevník web pozerá.

Pred rokom 2007, kým neprišiel iPhone, tak ľudia pozerali webové stránky iba na počítači. Dnes je však situácia diametrálne odlišná. Už aj na Slovensku sme dospeli do stavu, že z mobilov sa eviduje na webe viac návštev ako z počítačov.

Je preto nevyhnutné, aby webová stránka poskytla príjemný zážitok jej návštevníkovi nie len na počítači, ale aj na mobile.

### **Ak nemáte responzívnu stránku, bude návštevnosť vášho webu klesať.**

Viac o dôvodoch prečo je responzívna stránka must have a o dôsledkoch, ktoré vás čakajú, ak nebudete mať responzívnu webovú stránku, si prečítajte v našom blogu v článku [Mobilné webové stránky](#).

TIP:

Otestujte si svoju webovú stránku v bezplatnom nástroji od Google na adrese <https://search.google.com/test/mobile-friendly>. Veľmi jednoducho a rýchlo zistíte ako na tom ste s prispôbením vášho webu pre mobily.

## Rýchly

Z viacerých výskumov vyplynulo, že čím dlhšie sa webová stránka načítava, tým väčšie percento návštevníkov ju predčasne opustí.

Dnes sú to zhruba 2 sekundy, koľko sú ľudia ochotní čakať na načítanie webovej stránky. V minulosti to bolo viac. Ako rastie rýchlosť pripojenia k internetu, tak rastú aj nároky ich používateľov. Dá sa očakávať, že dnešné dve sekundy, budú o pár rokov neprijateľné.

Rýchlosť načítania webovej stránky ovplyvňuje najmä programátor, ktorý ju vytvoril. Každý developer má mnoho možností ako zrýchlenie webovej stránky skrátiť. Dnešní vývojári majú k dispozícii množstvo nástrojov, ktorými to vedia dosiahnuť.

Na druhej strane aj vy ako vlastník webu, ktorý má prístup k správe jeho obsahu, môžete zásadným spôsobom prispieť k rýchlosti zobrazovania webových stránok. Najčastejšou chybou neznalých správcov webov je nahrávanie fotografií s príliš veľkým rozlíšením.

### **Nenahrávajte fotografie vyfotené mobilom priamo na váš web.**

Fotografie a obrázky, ak sú ilustračné a nie je potrebné ich zobrazenie do najmenších detailov, by nemali presahovať veľkosť 100 KB. Veľkosť fotografií vyfotených fotoaparátom, či mobilom je 10 až 100 násobne väčšia ako je vhodné pre fotografie vkladané na web. Skôr ako fotografiu na web vložíte, upravte jej veľkosť.

Už viete, že viac ako polovica návštev na webe sa dnes uskutočňuje z mobilov. Mobilné pripojenie nie je vždy kvalitné. Ak si pozerá návštevník váš web z mobilu, tak pocíti jeho pomalosť oveľa intenzívnejšie.

**TIP:**

Otestujte si svoju webovú stránku ako rýchlo sa načítava. Skúste to na počítači, ale aj na mobile, keď používate mobilné dáta.

**Funkčný**

Ak niečo na webe nefunguje, tak všetka ostatná práca bola zbytočná. Je zbytočné mať krásnu stránku. Je zbytočné mať responzívnu stránku. Je zbytočné mať rýchlo sa načítajúcu stránku.

**Ak zákazník nemôže dokončiť objednávku, vyplniť kontaktný formulár alebo nevie produkt nájsť, nenakúpi u vás.**

Či všetko na webe funguje ako má, chce iba venovať dostatok času otestovaniu. Nespoliehajte sa na vývojárov, že všetko bude fungovať ako má. Musíte si to sami overiť a skontrolovať. Ak niečo nefunguje, nedoplatí na to vývojár. Jemu ste za web už zaplatili. On je spokojný. Doplatíte na to vy. Vy prichádzate o objednávky a zákazníkov.

Ak si dáte vytvoriť lacný, ale nefunkčný web, či eshop, tak čo ste ušetrili na peniazoch za jeho vývoj, to stratíte na neuskutočených predajoch. Lacný nefunkčný web, je oveľa drahší ako funkčný web za férovú cenu.

Aj keď všetko funguje perfektne, tak stále existuje množstvo faktorov, ktoré ovplyvňujú, či zákazník využije vaše služby alebo nie. Je to predovšetkým prehľadnosť a jednoduchosť ovládania. Čím ľahšie vie zákazník nájsť, čo hľadá, tým vyššia je pravdepodobnosť, že vaše služby využije.

Po spustení nového webu, by ste sa nemali uspokojiť. Mali by ste sledovať správanie jeho návštevníkov a web neustále zlepšovať. Na [sledovanie návštev vášho webu](#) vám nasadíme bezplatný nástroj Google Analytics.

Analýzou správania návštevníkov vášho webu a následnými vylepšeniami, môžete dramatickým spôsobom zvýšiť počet získaných objednávok a zákazníkov. Venuje sa tomu celá osobitná kategória činností s označením [User Experience](#).

**Bezpečný**

Ak neviete zákazníka presvedčiť, že ste profesionál a nezískate si jeho dôveru, nenakúpi u vás.

**Bezpečnosť a dôveryhodnosť sú spojené nádoby.**

Prvým krokom na získanie dôvery zákazníka je zaistiť, že nákup u vás je bezpečný a že údaje, ktoré vám zákazník poskytne nebudú zneužit.

Prvým a najjednoduchším krokom je aktivovanie prevádzky vášho webu na adrese HTTPS. Aké výhody to prináša pre vás ako majiteľa webu a samozrejme aj pre vašich zákazníkov si môžete prečítať v článku [Čo je HTTPS a načo je dobré](#) na našom blogu.

## Ako sa vytvára web

V závislosti od rozsahu zadania a komplexnosti vytváraného webu prechádza jeho tvorba viacerými fázami.

Vytvorí sa funkčná a obsahová štruktúra. Nakreslia sa wireframy. Vytvorí sa grafika pre úvodnú stránku a postupne pre všetky podstránky. Návrhy a grafika sa odovzdajú developerom a tí premenia stránku na realitu. Priebežne sa všetko kontroluje, overuje a testuje.

Mnoho nadšencov a začínajúcich programátorov vidí v tvorbe webu iba programovanie. Zdá sa im, že na vytvorenie webu stačí poznať HTML, CSS a JavaScript. Takýchto tvorcov webov sú na Slovensku tisíce a ponúknu vám jeho vytvorenie za naozaj minimálne ceny. Výsledkom je web, ktorý na prvý pohľad môže zaujať, ale chýba mu väčšina atribútov, ktoré sme popisovali v predchádzajúcich kapitolách. Prvotriedny web takto nikdy nevzniká.

Z technického hľadiska je jedno v akom vývojom prostredí sa web vyvíja a v akom produkčnom prostredí sa nasadí. Dôležité je, aby developeri vedeli naplno jednotlivé vývojové nástroje využiť.

### TIP:

Keď sa rozhodujete komu dáte svoj web vytvoriť, zväžte či sa rozhodnete pre najnižšiu cenu s rizikom nefunkčného webu alebo či uprednostníte dodávateľa, ktorý vie dokladovať svoje schopnosti realizovanými prácami a spokojnými zákazníkmi. Určite ale **neplaťte vopred žiadne preddavky**.

## Nástroje na tvorbu webu

Existujú dva základné prístupy ako sa dá webová stránka vytvoriť.

Prvá možnosť je využiť niektorú online službu a vyklikať si webovú stránku vlastnými silami. Výhodou tohto riešenia je najmä cena. Nevýhodou je to, že ak sa nevenujete tvorbe webu, tak sa sústredíte iba na jeho vzhľad. Všetky ostatné aspekty, o ktorých sme písali v predchádzajúcich kapitolách, zanedbáte. Výsledný web je potom málo navštevovaný a nepomáha vám v podnikaní.

**Je to podobné ako keby ste sa rozhodli, že si nekúpíte auto, ale zostrojíte si ho sami.**

Ak chcete mať web, ktorý je pre vás užitočný, zadajte jeho vytvorenie profesionálom. Na vytváranie webových stránok sa dnes používajú najviac dve technológie. PHP a .NET. Pre vás ako vlastníka webu je jedno, v čom vám programátor webovú stránku vytvorí. Dôležité je aby výsledný web bol pekný, responzívny, rýchly, funkčný a bezpečný.

V našej firme vytvárame webové stránky na platforme .NET v profesionálnom vývojovom prostredí Microsoft Visual Studio. Výhodou Visual Studia od spoločnosti Microsoft je rýchlosť tvorby webových



stránok. My osobne oceňujeme jednoduché oddelenie vizuálnej časti a funkčnej časti, takže neskoršie zmeny vzhľadu webových stránok sa dajú urobiť veľmi rýchlo. Na rozdiel od PHP je .NET a Visual Studio vhodné nielen na tvorbu webových stránok, ale aj na tvorbu webových služieb, programov a aplikácií pre Windows.

## Správa obsahu webu

Vytvorené webové stránky sa nakopírujú do dátového centra a web je na svete. Pre tento účel sa využíva služba s názvom webhosting. Nie je to nič iné, iba prenájom počítača, na ktorý sa web nakopíruje, aby mohol byť na internete dostupný nonstop. Nie je to nič zložité, ak viete ako na to.

Na jednom počítači je súčasne uložených mnoho webov. Vďaka tomu je webhosting dostupný za malé peniaze. Väčšina webov je schopných fungovať na webhostingu za ročný poplatok do 100 Euro. Komplexnejšie riešenia a weby s vysokou návštevnosťou potrebujú webhosting s oveľa lepšími parametrami. Ich cena je potom samozrejme úplne odlišná.

To, čo je podstatné pre väčšinu webových stránok, je správa obsahu webu. Programátori vytvorili základný web. Aby bola webová stránka prínosná, je potrebné ju priebežne aktualizovať.

### **Vďaka redakčnému systému zvládnete úpravy webovej stránky aj bez programátora.**

Redakčný systém, tiež nazývaný systém na správu obsahu, je užívateľské rozhranie cez ktoré môžete meniť na webovej stránke texty, obrázky, pridávať nové stránky atď. Je to systém vďaka, ktorému udržíte web aktuálnym a reagujete na podnety od zákazníkov tak, aby vám bola vaša webová stránka užitočná.

#### TIP:

Uistite sa, že vám váš dodávateľ dodá webovú stránku aj so systémom na správu obsahu.

Veľmi rozšíreným redakčným systémom je Wordpress. My používame Umbraco. Beží na ňom celosvetovo 700 tisíc webov a jeho výhodou je, že nás neobmedzuje. Vieme v ňom vytvárať malé webové stránky, ale aj rozsiahle webové projekty so špecifickými funkciami.

Možno sa v tom už trochu strácate. HTML, CSS, JavaScript, PHP, .NET, Visual Studio, Umbraco. A to sme ešte nespomínali databázy. Databáza je úložný priestor, do ktorého sa vkladajú premenlivé údaje. Databáza je súčasťou systému na správu obsahu. Vďaka nej je možné zaevidovať nové podstránky, meniť texty, obrázky a pod. Aký typ databázy sa použije je vecou programátora. Pri PHP webových stránkach sa najčastejšie používa databáza MySQL. Pri .NET webových stránkach zasa MS SQL.

Tvorba webových stránok je profesionálna práca. Ak má byť výsledok perfektný, vyžaduje to znalosť všetkých spomínaných technológií, neustále vzdelávanie a skúsenosti.

## Toto je iba začiatok

Tento stručný návod je iba úvodom do sveta prvotriednych webov.

Vybudovať perfektný web sa nedá zo dňa na deň. Vyžaduje to jeho pravidelnú údržbu a neustále vylepšovanie.

## Cieľom je web, ktorý zarába

Keď už máte hotový prvotriedny web, je čas priviesť naň zákazníkov.

V tomto momente mnohé webové stránky skrachujú. Hoci venovali veľa času a peňazí tomu, aby bol web perfektný, nedokážu prilákať dostatok návštevníkov, ktorí u nich nakúpia.

**Nestačí mať perfektný web, keď naň neviete priviesť dostatok potenciálnych zákazníkov.**

Prax nás naučila, že z tisíc návštev na webe sa v priemere zrealizuje jeden nákup. Zdá sa vám to málo? Čakali by ste viac nákupov?

Sledujte náš blog a naše emaily. Pokúsime sa vám pomôcť vybudovať web, ktorý nie je iba nejakou okrasou, ale web, ktorý zarába.