

Az előző részben a szolgáltató kiválasztásával foglalkoztunk. A most is ennél a témakörnél maradunk és arra nézve igyekszem hasznos tanácsokkal szolgálni hogy a szolgáltatóval minél zökkenőmentesebb legyen a kapcsolata, együttműködése. Másképpen, hogy Ön egy céltudatos, határozott elképzelésekkel rendelkező ügyfél legyen, akit nem lehet becsapni, lerázni és szakmailag is méltó partnere legyen a kiválasztott webes cégnek.

"Ó mondd! Te kit választanál?"

Magyarországon több tízezerre tehető a weblapkészítéssel foglalkozó magánszemélyek és vállalkozások száma. Ezek a tehetséges, műkedvelő egyetemista unokaöccs-től a professzionális webstúdiókig terjednek. Ezek szaktudása, kvalitása, szolgáltatásuk minősége nagyban eltér egymástól. De senki se gondolja hogy a nagy stúdiók feltétlenül jobbak, ha Ön egy bevétel termelő weboldalt szeretne. Sőt gyakran az ellenkezője az igaz. Egy dologban viszont többségük, nagyrészüket megegyezik. A weblapkészítéssel foglalkozók többsége, (a helyzet azért javuló tendenciát mutat) munkája során nem fordít (elég) hangsúlyt arra hogy a weblap a későbbiek során látogatott legyen, vagyis nem keresőbarát módon készíti el a weblapot. Másrészt a tartalom reklám-marketing és tipográfiai szempontból nem megfelelő.

Mi ennek az oka? Az elmúlt évtizedben elég volt a weblap szerkesztés technológiáját ismerni és látványos grafikával minden eladható volt és a webesek szépen kerestek. Senki nem kérte rájuk számon a használhatóságot, a megtalálhatóságot, a látogatottságot. Elgondolkadtató hogy még a nagyobb stúdiók is szinte kizárólag informatikusokat és grafikusokat alkalmazott. Reklám-marketinges, újságíró, szerkesztő szinte fehér hollónak számít a szakmában. Pedig ez olyan mintha mondjuk egy napilapot kizárólag grafikusok és nyomdászok készítenék.

A megrendelők többsége, tisztelet a kivételnek, szintén nem bír ilyen kvalitásokkal, sőt, kis és középvállalkozások esetén erre specializált munkatársuk sincs. A webes vállalkozás ilyen esetben mindent a design-nal igyekszik pótolni. Elkészül a szerencsés esetben legalább szép és látványos weboldal, telerakva minden fölösleges és figyelemelterelő, indokolatlanul költséges megoldásokkal és igen gyenge tartalommal. Irodánk több olyan cégnek készített már weboldalt akik a kevéske szóbeli információn kívül csak az elérhetőségeit volt képes írott formában rendelkezésre bocsátani. Ebben az esetben mit tehet egy informatikus vagy egy grafikus? Ellenben irodánk, ahol több újságíró is dolgozik, szisztematikusan megismerkedett a céggel, annak termékeivel és szolgáltatásaival. Beszereztük, létrehoztuk, megírtuk a szükséges tartalmat, megterveztük az oldal szerkezetét és kitaláltuk hogy hogyan lehet az adott terméket és szolgáltatást a lehető legvonzóbban a látogató elé tárni. Ne feledjük hogy az első és legfontosabb feladat hogy a látogató megtalálja oldalunkat, majd azon hozzáférjen minden a témához kapcsolódó információhoz és végül kezdeményezze a közvetlen kapcsolattfelvételt a termék vagy szolgáltatás igénybevétele céljából, egyszerűbben, vásároljon is.

Győződjön meg a referenciákról

A vállalkozó kiválasztása előtt győződjön meg annak referenciáiról. Ne érje be annyival hogy az általa készített weblapok szépek, tetszenek-e Önnek vagy sem. Ez a dolog kevésbé fontos hisz a szépség mint tudjuk relatív. Kinek a pap kinek a papné. Különben is ki a világ legszebb nője? Sokkal fontosabb az hogy az oldal tartalma mennyire gazdag, áttekinthető, az oldal szolgáltatásai mennyire hasznosak, egyszóval az oldal jól és könnyen használható-e. Próbáljon az oldal tartalmára utaló kulcsszavakat a keresőbe írni és ellenőrizni hogy a találati listában hanyadik helyen szerepel, egyáltalán megjelenik-e a találatok között. Menjen be valamelyik aloldalra, ott jelöljön ki tetszőlegesen egy néhány soros, a vállalkozásra jellemző részt (ha a szöveg nem jelölhető ki, mert mondjuk flash alapú az oldal akkor már elég nagy a baj) ezt illessze a Google kereső mezőjébe és nézze meg hogy a találatok között szerepel-e az oldal. Ha nem, ez azt is jelentheti hogy a Google nem is ismeri az aloldal tartalmát, de az is lehetséges hogy a teljes weblapról nem tudnak a keresők. Ilyenkor már nyugodtan lehet gyanakodni.

Kérdezni, kérdezni, kérdezni

A személyes megbeszélés alkalmával feltétlenül érdemes rákérdezni az itt olvasottakkal kapcsolatos dolgokra. Az is szerencsés ha nem csak az iroda vezetőjével, tulajdonosával, hanem azzal a konkrét személlyel, személyekkel is tárgyal, akik a lap elkészítését fogják végezni. Kérdezzen rá hogy mi a szakképzettségük, ki mit fog pontosan csinálni? Pl.: ki fogja a tartalmat írni, van -e tapasztalata a szövegírásban, van-e reklám-marketinges gyakorlata? Egyáltalán van-e valamiféle elképzelése arról hogy hogyan kellene az Ön vállalkozását, termékét, szolgáltatását eladni? Vannak-e kérdései Ön felé, képes-e lényegre törően megismerni az Ön profilját. Egyszóval látszik-e rajta valamiféle empátia és őszinte érdeklődés a feladattal kapcsolatban?

A következő fejezetekben erről olvashat:

A weblap elkészítésével megbízott vállalkozó kiválasztása

- Hogyan ellenőrizzük a vállalkozó referenciáit?
- Informatikus, grafikus vagy marketinges készítse el weboldalunkat? Mi a helyes munkamegosztás?
- Mi a kivitelező és mi a megbízó feladata? Mi a célszerű munkamegosztás?

Horváth Zoltán
online marketing tanácsadó
Kontraszt Oline Marketing Tanácsadó Iroda
Tel.: 62/492-549, 30/9289-390
kontraszt@tiszonet.hu
www.kontraszt.com