

Szükséges, szükségtelen

Szeretne webáruházat? Ön szeretné az elkészült weboldalt szerkeszteni, vagy ezt szakemberre bízta?

A két legfontosabb kérdés a weblap tervezése, kivitelezése szempontjából hogy szeretne-e a megrendelő webáruházat, ill. a későbbi tartalom fejlesztést módosítást a szakemberre bízta vagy saját maga szeretné elvégezni?

Ezt azért fontos az elején tisztázni mert teljesen más technológiára van szükség a két esetben. Mindkét megoldásnak megvannak az előnyei és hátrányai. **Szüksége van-e Önnek webáruházra az adott pillanatban és a közeli jövőben, és maga szeretné-e az elkészült weboldalt a későbbiekben szerkeszteni?** Nem könnyű ezekre a kérdésekre válaszolni, de muszály megpróbálni. A megválaszoláshoz még további kérdések is eldöntésre várnak.

Mi a célja a weboldalnak?

Jó esetben azt a feladatot szánják az oldaluknak hogy jelentős mértékben hozzájáruljon tevékenységi körük üzleti sikereihez. De az is elképzelhető hogy kizárólag a honlapjukon keresztül történne az értékesítés, szolgáltatás, hisz nem lesz üzletük. Ebben az esetben viszont semmiképpen sem érheti be egy minimál weboldallal, amiben csak az elérhetőségek, egy két fotó és néhány soros "magunkról" bemutatkozás található.

Ha az oldalon keresztül közvetlenül is értékesíteni szeretnének, tehát nem csak a figyelmfelkeltésre és informálásra szánják hanem rendelési lehetőséget is biztosítani akarnak, melyett aztán el is postáznak a megrendelőnek akkor felmerül a kérdés hogy **szükségük van-e webáruházra?**

Meggyőződésem hogy ez még nem teszi feltétlenül szükségessé a webáruházat. Terméket rendelni nem csak webáruházból lehet. Ha termékkatalógus, vagy tételes, részletes termékleírás található az oldalon és vállalják a kiszállítást, webáruház nélkül is megrendelhető az adott termék. A webáruház leglényegesebb tulajdonságai a vásárláshoz szükséges regisztráció, a bevásárló kosár mely összegzi a megrendelt tételeket, a könnyű keresési lehetőség, esetleg a készletnyilvántartás és még sok egyéb. Ha a majdani forgalom jelentősnek ígérkezik, mert pl. erősen lakossági, nagy érdeklődésre számító termékekről van szó, amely ráadásul könnyen és gazdaságosan postázható, nagy számú termékről (több tucat, vagy több száz) van szó akkor erősen javasolt a webáruház létrehozása. Ellenkező esetben nem biztos hogy szükség van erre. A webáruház ugyanis egy meglehetősen költséges, bonyolult rendszer amit a magam részéről csak indokolt esetben javaslok, hisz egy webáruház még nem garancia Önmagában a sikerre és fordítva is igaz ez, ha nincs egy weboldalon webáruház attól még lehet rendkívül hatékony.

A megrendelő vagy a webmester végezze a karbantartást?

Visszatérve az egyik korábbi kérdésre, a megrendelő általi szerkeszthetőségre (ez a CMS, Content Management System - magyarul tartalom kezelő rendszer), ha webáruházról van szó, akkor ez eldöntött kérdés, hisz ehhez elengedhetetlen hogy a tulajdonos maga tudja szerkeszteni az oldalt, tudjon pl. árut feltölteni. Ha nem webáruházról van szó akkor azt kell eldönteni, vajon milyen gyakran fognak tartalmat fejleszteni, módosítani? Ha napi, heti szinten, akkor érdemes elgondolkodni a CMS rendszeren, hisz ennek segítségével elvileg webes felületen bárki szerkesztheti saját oldalát, némi szakértelem segítségével. Én természetesen a gyakori, rendszeres tartalom fejlesztésre biztatom, főként ha látogatottságot, forgalmat remél az oldalától, hisz ennek sok egyéb mellett az is feltétele hogy a weboldal folyamatosan frissüljön és bővüljön. (Ezzel később részletesebben is foglalkozom.)

A tartalomkezelő rendszer használata is igényel némi hozzáértést, nem beszélve a szakszerű tartalom létrehozásáról

De még ebben az esetben is csak akkor válasszon CMS rendszert, ha érez magában elegendő ambíció, elhatározást, kitartást ahhoz hogy megtanulja ennek a kezelését, mert bár nagyjából úgy működik mint egy hagyományos szövegszerkesztő, azért ha igazán tetszetős és korrekt weboldalt szeretne akkor sok mindent meg kell tanulnia, képszerkesztés, tipográfia, szövegírás, marketing stb. Saját tapasztalatból tudom hogy a legprofibb megoldás az ha megbíznak egy szolgáltatót aki havi díj ellenében elvégzi a szükséges módosításokat, fejlesztéseket, de segíteni tudnak a marketing kérdésekben is, így az internetes kommunikációjuk profi és hatékony lesz. Függetlenül attól hogy CMS-t használnak vagy nem. CMS rendszert is csakúgy mint a webáruházat csak nagyon indokolt esetben ajánlom, hisz ez is felvet számtalan olyan technikai problémát amit csak indokolt esetben érdemes felvállalni. Ha CMS akkor csak Joomla vagy Drupal, ez a két legelterjedtebb nyílt forrású, tehát szabadfelhasználású (GNU) portálrendszer. Ne menjenek bele a webes cég saját fejlesztésű CMS rendszereibe, még akkor sem ha az esetleg jobb az elterjedt és ismert, imént említett rendszereknél, ugyanis sok problémát vethet fel a későbbiekben, mert mi van pl. akkor ha szolgáltatót szeretnének váltani?

Egy jó weblappal szemben támasztott 10 legfontosabb követelmény

2/10. Tilos az intro oldal. Intro oldal az ami semmilyen hasznos információt nem tartalmaz, csak valamilyen zavaró, időrabló, idegesítő animációt, mozgást, videót, zenét, effektet, stb. valamint egy belépés gombot. Egy weboldal legfontosabb oldla a főoldal, mint egy újságnál a címlap. Kár fölösleges dolgokra pazarolni ezt az értékes felületet!

A következő fejezetekben erről olvashat

- Mire van Önnek szüksége, ill. mit akar a megrendelőre szólni a weblapkészítő? Fórum, vendégkönyv, üzenőfal, skype hívó gomb, keresés, Google translate, Google map, stb.
- Mi történik az elkészült weboldallal, ki gondozza, működteti a továbbiakban? A weblap készítője, marketing iroda, vagy a lap tulajdonosa?
- Ki végzi a továbbiakban keresőoptimalizálást, a folyamatos látogatottságnövelést?
- Ki regisztrál a fontos lingyűjteményekbe?
- Ki végzi a statisztikák elemzését és a marketing stratégia meghatározását, módosítását?
- Mennyibe kerül mindez?

Horváth Zoltán

online marketing tanácsadó

Kontraszt Oline Marketing Tanácsadó Iroda

Tel.: 62/492-549, 30/9289-390

kontraszt@tiszanet.hu

www.kontraszt.com