

niezawodne strategie wygrywania w sieci

Emilia Jedamska, Paweł Luwau, Roman Comi

Usprawnij swój serwis internetowy i zwielorotnij zyski

WWW

INTER

MAIL

WWW

Niniejszy ebook jest własnością prywatną.

© Copyright by Wydawnictwo [Złote Myśli](#) & Emilia Jedamska
rok 2009

Data: 21.08.2009

Tytuł: Usprawnij swój serwis internetowy i zwielokrotnij zyski

Autorzy: Emilia Jedamska, Paweł Luwau, Roman Comi

Wydanie I

ISBN: 978-83-7582-870-2

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Redakcja: Magda Wasilewska, Sylwia Fortuna

Skład: Marcin Górniakowski

Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

**Wszelkie prawa zastrzeżone.
All rights reserved.**

SPIS TREŚCI

WSTĘP	6
CZEŚĆ I	9
<u>Funkcjonalność</u>	10
<u>KROK 1.</u>	
<u>Pierwsze wrażenie, ostateczna decyzja</u>	12
<u>KROK 2.</u>	
<u>Architektura nawigacji</u>	16
<u>KROK 3.</u>	
<u>Podróż po Twojej stronie</u>	20
<u>KROK 4.</u>	
<u>Przechodzimy od razu do sedna</u>	23
<u>KROK 5.</u>	
<u>Ulubiony przycisk: Wstecz</u>	24
<u>KROK 6.</u>	
<u>Nowe okna przeglądarki</u>	25
<u>KROK 7.</u>	
<u>Przewijanie stron w pionie</u>	27
<u>KROK 8.</u>	
<u>Przewijanie w poziomie</u>	28
<u>KROK 9.</u>	
<u>Wyszukiwarka wewnętrzna</u>	29
<u>KROK 10.</u>	
<u>Treść. Zasada 4P</u>	33
<u>KROK 11.</u>	
<u>Linki wewnętrzne</u>	40
<u>KROK 12.</u>	
<u>Odnosińki do innych stron</u>	43
<u>KROK 13.</u>	
<u>Czy mogę w to kliknąć?</u>	44
<u>KROK 14.</u>	
<u>Formularze rejestracji / subskrypcji / zakupu</u>	45
<u>KROK 15.</u>	
<u>Strony i e-maile potwierdzające</u>	48
<u>KROK 16.</u>	
<u>Mapa strony</u>	49
<u>KROK 17.</u>	
<u>Strony z komunikatem błędu</u>	51

<u>KROK 18.</u>	
<u>Czas pobierania strony</u>	55
<u>KROK 19.</u>	
<u>Kompatybilność na różnych platformach</u>	56
<u>KROK 20.</u>	
<u>Dodatkowe wtyczki i instalacje</u>	56
<u>KROK 21.</u>	
<u>Technologia Flash</u>	58
<u>CZEŚĆ II</u>	59
<u>Użyteczność</u>	60
<u>KROK 22.</u>	
<u>Informacje kontaktowe</u>	61
<u>KROK 23.</u>	
<u>O nas</u>	64
<u>KROK 24.</u>	
<u>Misja organizacji</u>	65
<u>KROK 25.</u>	
<u>Wizja organizacji</u>	67
<u>KROK 26.</u>	
<u>Wartości organizacji</u>	69
<u>KROK 27.</u>	
<u>Nagrody</u>	71
<u>KROK 28.</u>	
<u>Centrum prasowe</u>	72
<u>KROK 29.</u>	
<u>Treść. Ostatnie P</u>	74
<u>KROK 30.</u>	
<u>Cena</u>	76
<u>KROK 31.</u>	
<u>Dodatkowe opłaty</u>	78
<u>KROK 32.</u>	
<u>Grafika</u>	78
<u>CZEŚĆ III</u>	81
<u>Prawo w Internecie</u> <u>(radca prawny Roman Comi)</u>	82
<u>KROK 33.</u>	
<u>Wykorzystanie cudzych dzieł na serwisie internetowym</u>	82
<u>KROK 34.</u>	
<u>Ochrona swoich dzieł bezpłatnie udostępnianych na</u>	

<u>własnym serwisie internetowym</u>	85
<u>KROK 35.</u>	
<u>Ochrona praw autorskich dzieł udostępnianych odpłatnie.</u>	86
<u>KROK 36.</u>	
<u>Całościowe zabezpieczenie prawne serwisu internetowego</u>	88
<u>KROK 37.</u>	
<u>Odpowiedzialność osoby (fizycznej lub prawnej) świadczącej usługi drogą elektroniczną</u>	90

Wstep

Wszystko, co jest zawarte w tej publikacji, oparte jest na wielokrotnie sprawdzonych, przetestowanych przez światowych liderów marketingu i *webusability* oraz autorów tej pracy strategiach i rozwiązaniach. Proponujemy Ci zastosowanie tylko sprawdzonych praktycznych metod, które zebrane razem stanowią integralną część strategii marketingowej każdej zwycięskiej firmy w XXI wieku.

Niniejsza publikacja powstała z potrzeby znalezienia na polskim rynku wiarygodnego źródła użytecznej, łatwej do natychmiastowego zastosowania wiedzy na temat marketingu Twojej firmy w sieci, *webusability* oraz aspektów prawnych. Możesz się nią posłużyć jak swoim przewodnikiem przy budowie lub doskonaleniu pozycji Twojej firmy w sieci.

Wartość, pozycja, wydajność i wysokość sprzedaży każdej firmy online czy offline jest uzależniona od jakości jej marketingu, zgodnie ze zgrabną definicją marketingu P. F. Druckera:

Marketing to każdy element Twojego biznesu, z którym zetknie się klient.

Najlepszą możliwą strategią dla Ciebie i Twojej firmy jest upewnienie się i zadbanie o to, aby dosłownie każdy element, z którym styka się Twój potencjalny klient, budował zaufanie, prowadząc do transakcji i Waszej długotrwałej relacji.

Zastosowanie rekomendowanych przez nas zasad i strategii optymalizuje marketing Twojej firmy i pozycję w sieci, maksymalizując Twoje zyski.

Część I

Funkcjonalność

Dlaczego zasady przedstawione poniżej są tak ważne dla Twojego biznesu w Internecie?

80% stron internetowych stosuje w gruncie rzeczy te same zasady projektowania. Stanowią one STANDARD. Nieprzestrzeganie tych zasad oznacza ryzyko niezrozumienia i utratę klienta.

Ustalanie własnych reguł gry na stronie jest BARIERĄ przed korzystaniem z niej. Użytkownik Internetu pragnie szybko zaspokoić swoje potrzeby i nie ma czasu ani ochoty przyswajając sobie nowych zasad. Jeżeli jednym kliknięciem myszy może przejść na prostszą w obsłudze stronę Twojej konkurencji, NA PEWNO to zrobi.

Według Jakoba Nielsena, światowej rangi eksperta w dziedzinie *webusability*, funkcjonalność to cecha jakości związana z tym, jak coś jest łatwe w użyciu. Oznacza to, jak szybko użytkownik nauczy się z tego czegoś korzystać, jak efektywny jest podczas takiego używania, na ile jest to pozbawione błędów oraz jak bardzo użytkownicy lubią z tego czegoś korzystać.¹

¹ Nielsen J., Loranger H., *Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych*, Gliwice 2007.

3 argumenty za przestrzeganiem standardów:

- Klient intuicyjnie wie, jak poszczególne elementy działają i gdzie się znajdują.
- Wie, jak ich używać, by osiągnąć swój cel.
- Nie będzie marnował czasu ani nie będzie się stresował nieprzewidzianymi trudnościami.

W konsekwencji: użytkownik będzie bardziej skłonny korzystać z Twojego serwisu, dokona więcej transakcji z Tobą i poleci Twój serwis znajomym, współpracownikom, przełożonym.

Skąd to wiemy?

Zgodnie z badaniami Norman Nielsen Group, prestiżowej jednostki badawczej, podwojenie *webusabilty*, czyli funkcjonalności serwisu internetowego, prowadzi do:

- Średnio **87% wzrostu sprzedaży / stopy konwersji** użytkowników na klientów;
- Średnio **96% wzrostu ruchu na stronie / liczby odwiedzin**;
- Średnio **223% wzrostu użycia pożądaných funkcji strony**.²

² Nielsen J., Berger J.M., Gilutz S., *Usability Return on Investment (ROI)*, 3 Edition, NNG.