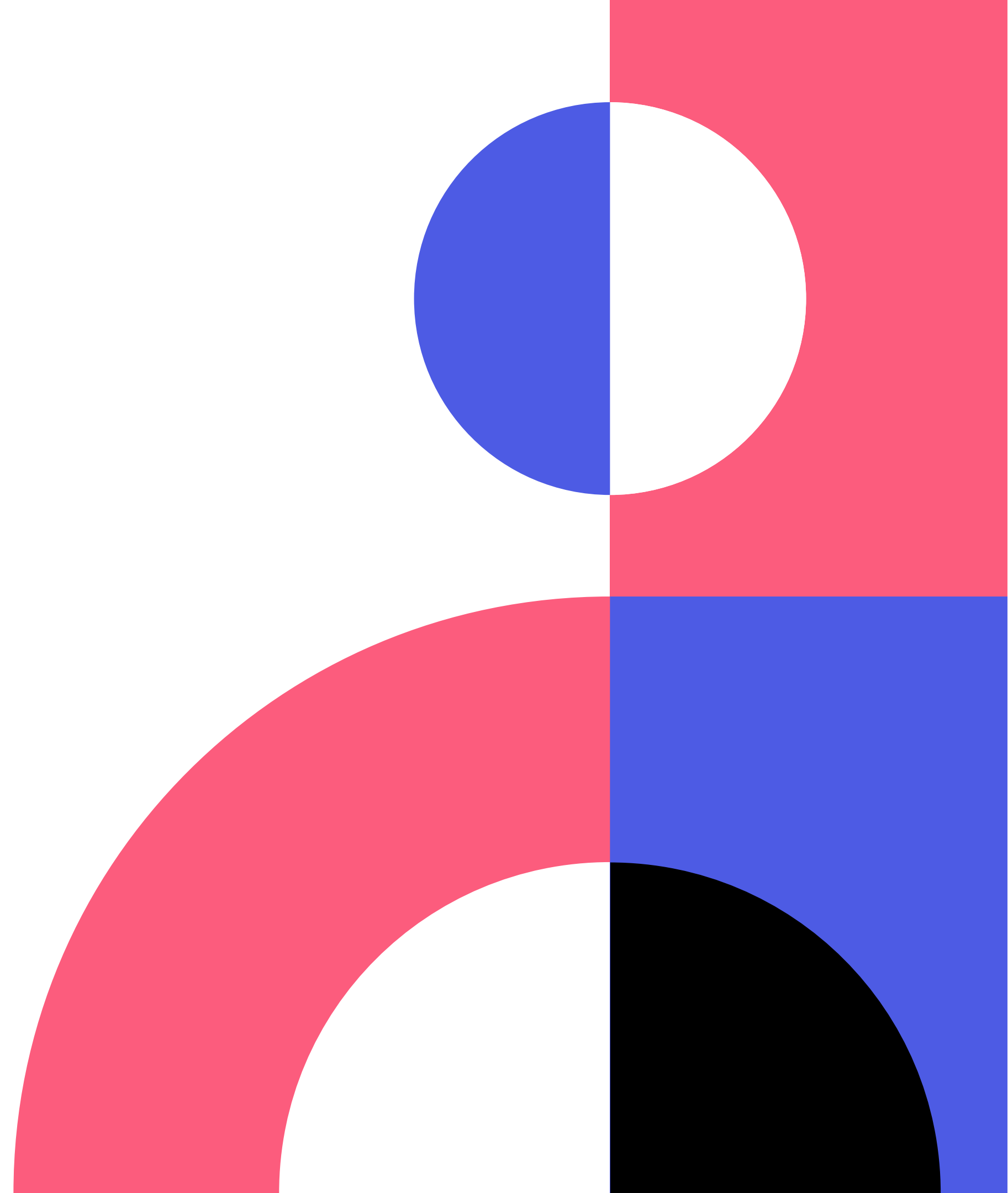




Checklista: Strona internetowa

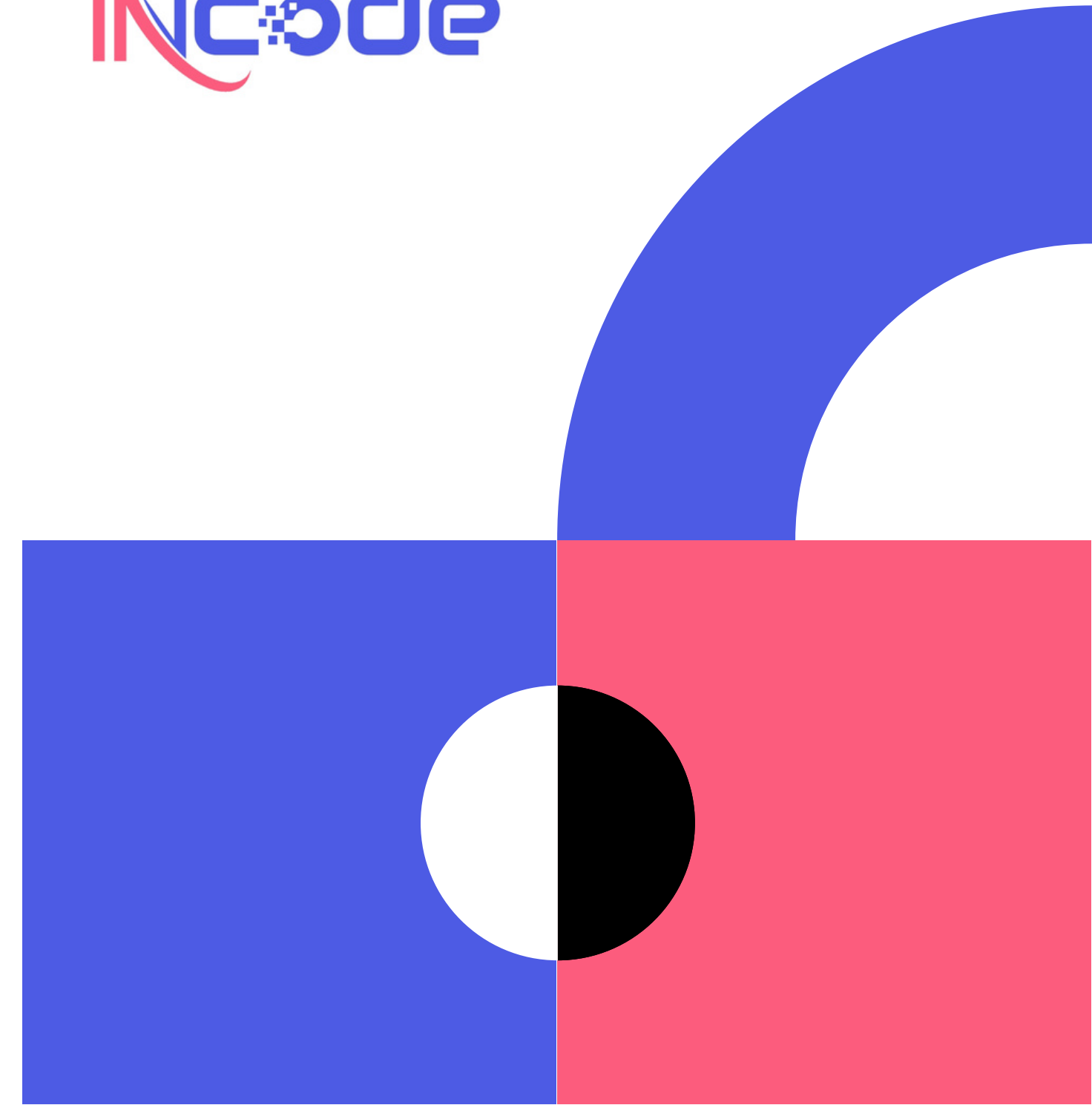
www.in-code.pl



Stwórz branding, który jest nowoczesny i zapamiętywalny.

BRANDING

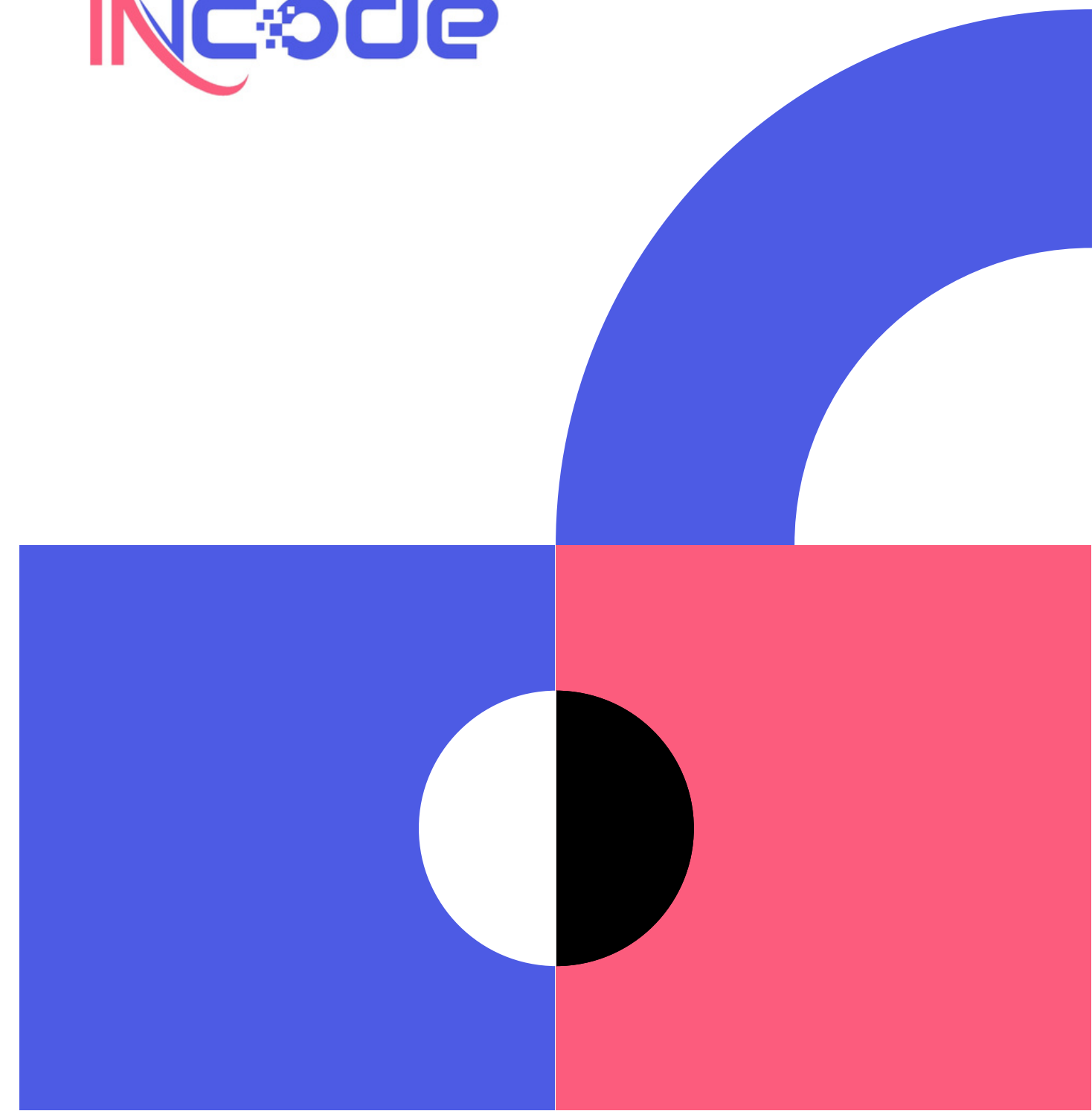
Czy Twoja strona ma wybudowany branding, który jest nowoczesny i zapamiętywalny? Branding to nie tylko logo – to całokształt skojarzeń, jakie budzisz u klientów. Czy chcesz być kojarzony z nowoczesnością, tradycją, a może profesjonalizmem? Dobrze przemyślany branding nie tylko wyróżnia Cię na tle innych firm, ale także sprawia, że marketing jest bardziej skuteczny, ponieważ klienci pamiętają markę.



Zadbaj o to, abyś miał dostęp do samodzielnej modyfikacji strony internetowej w dowolnym momencie.

MODYFIKACJE / POPRAWKI

Możliwość szybkiej zmiany elementów na stronie, takich jak formularze czy przyciski, jest kluczowa. Jeżeli za każdym razem musisz polegać na zewnętrznych wykonawcach, może to spowalniać Twoje działania marketingowe i generować dodatkowe koszty.

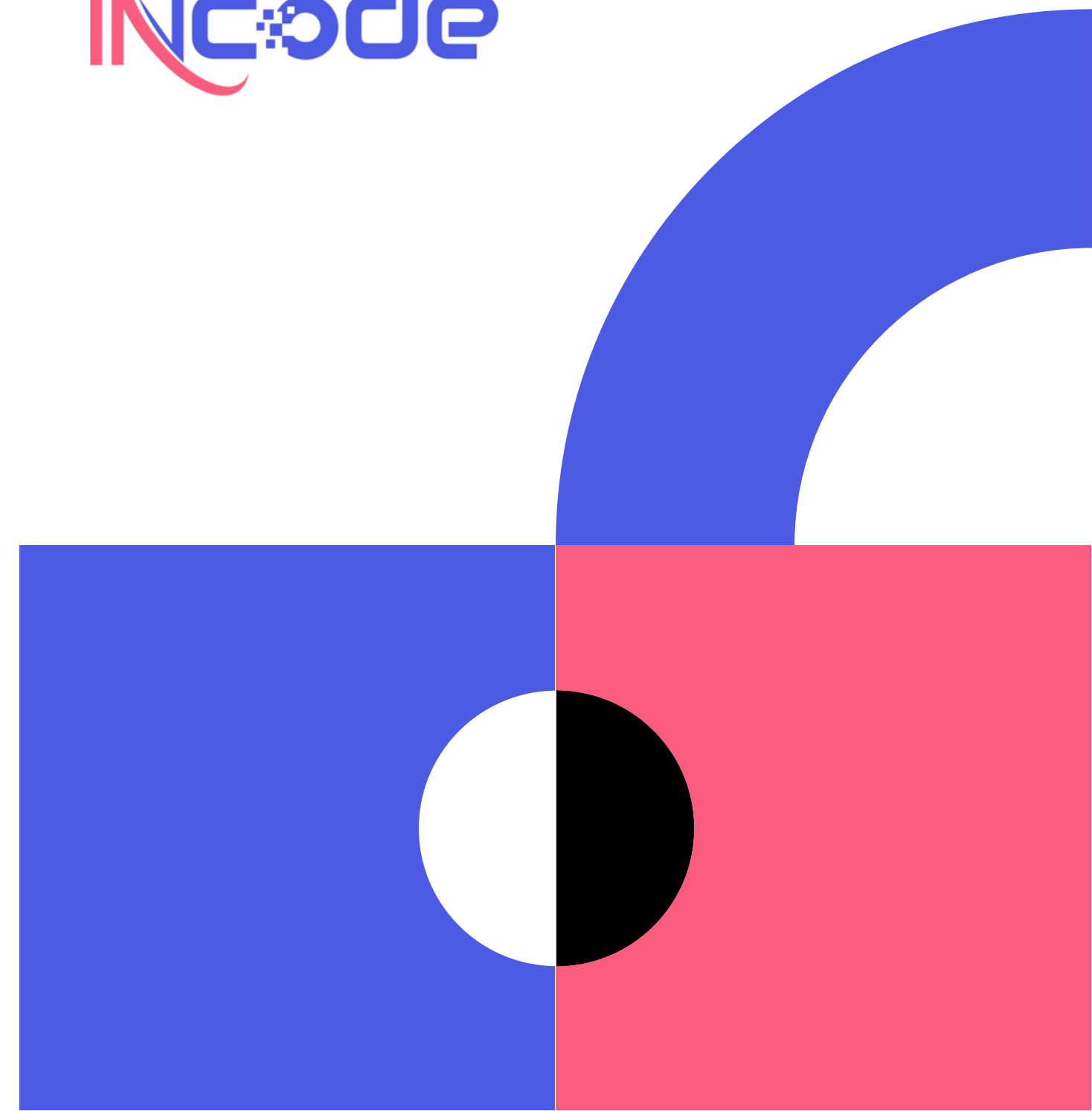


Stwórz mapę strony.

<https://www.xml-sitemaps.com>

MAPA STRONY

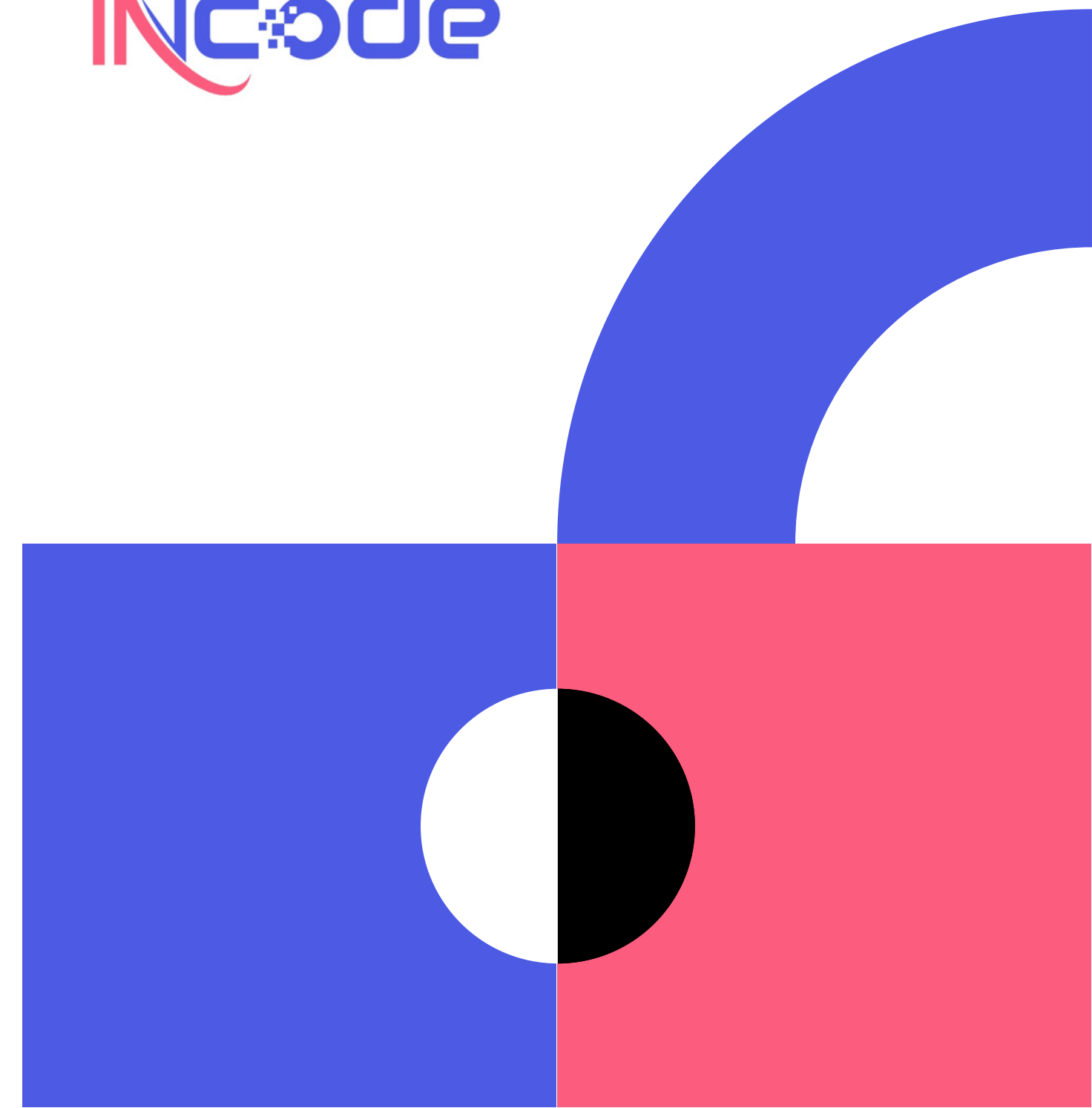
Mapa strony to techniczny element, który pomaga robotom wyszukiwarek szybko indeksować Twoją witrynę. Umożliwia to lepszą widoczność w wyszukiwarkach, a tym samym pomaga dotrzeć do większej liczby potencjalnych klientów.



Budując strukturę, przemyśl słowa kluczowe i sprawdź, czy strona jest dostosowana do SEO.

SEO

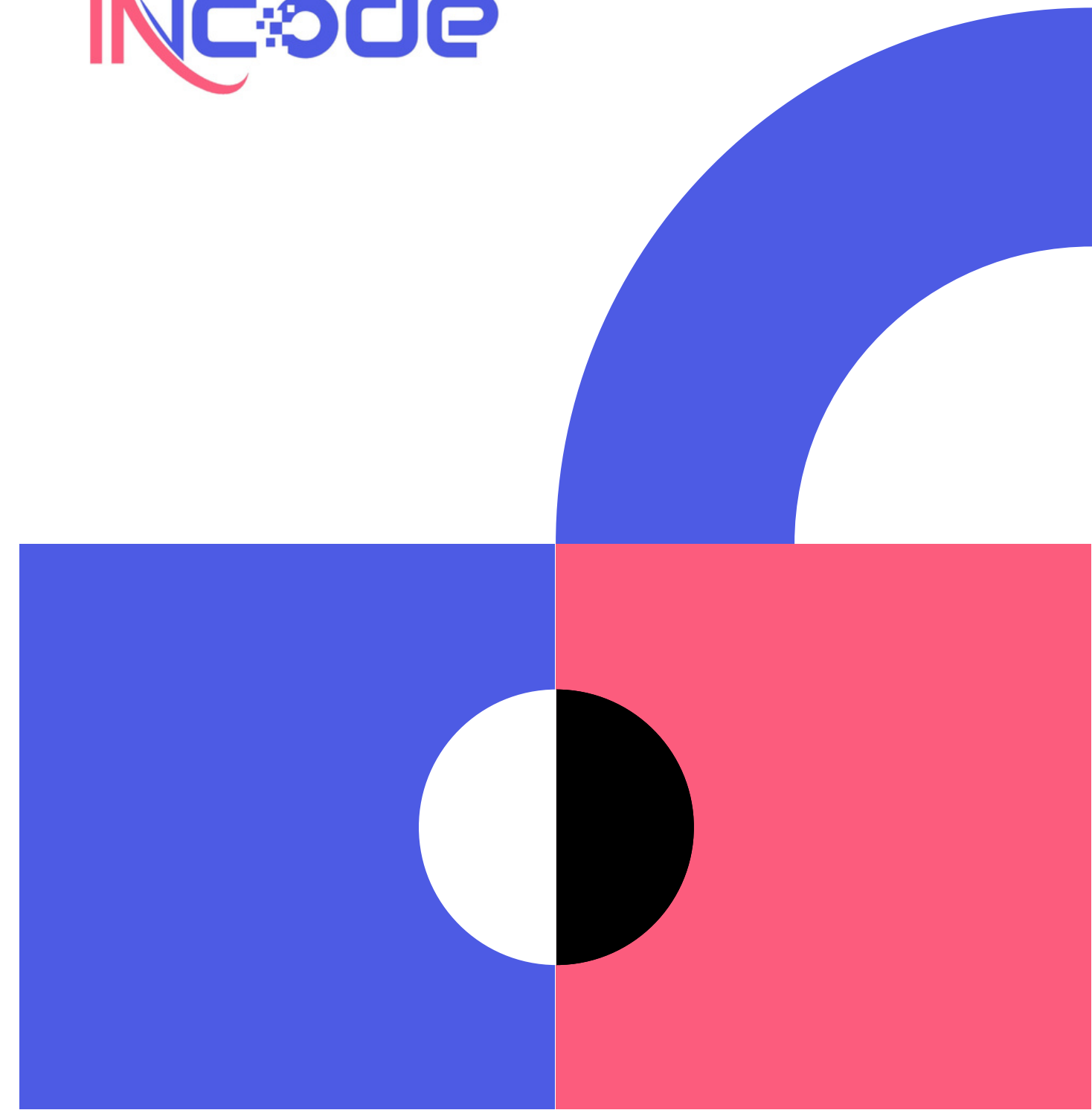
Optymalizacja pod kątem wyszukiwarek to klucz do widoczności w Internecie. Przemyśl, jakie słowa kluczowe wpisują Twoi potencjalni klienci, i odpowiednio zaplanuj treści na swojej stronie, aby odpowiadały ich potrzebom.



Wykorzystuj Call to Action.

CTA

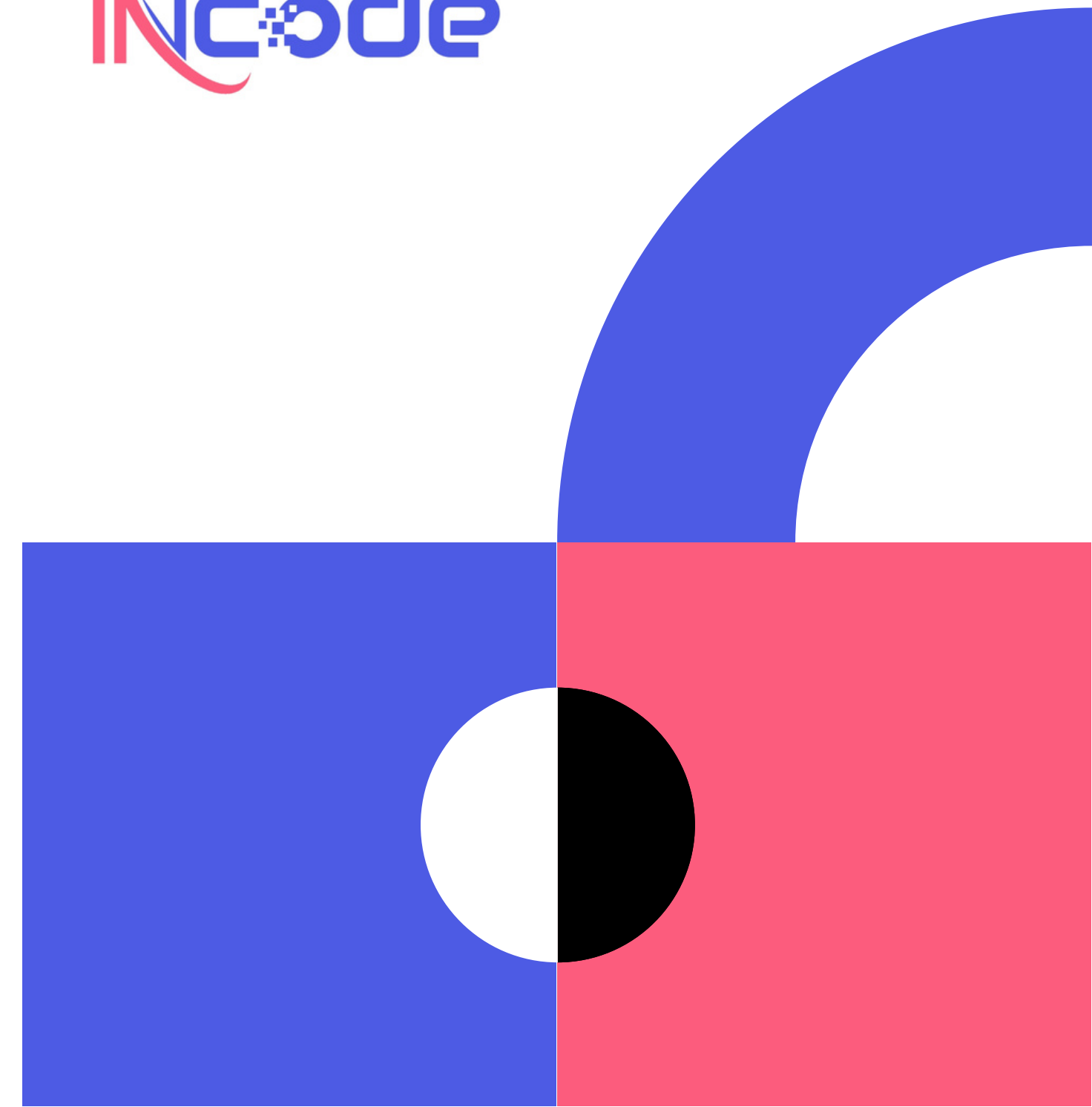
Klienci często nie podejmują działań, ponieważ nie są o to wyraźnie proszeni. Widoczne i przekonujące wezwania do działania, takie jak „Kup teraz” lub „Skontaktuj się z nami”, mogą znacząco zwiększyć konwersję.



Sprawdź, czy strona jest dopasowana do najbardziej popularnych urządzeń.

MOBILE FIRST

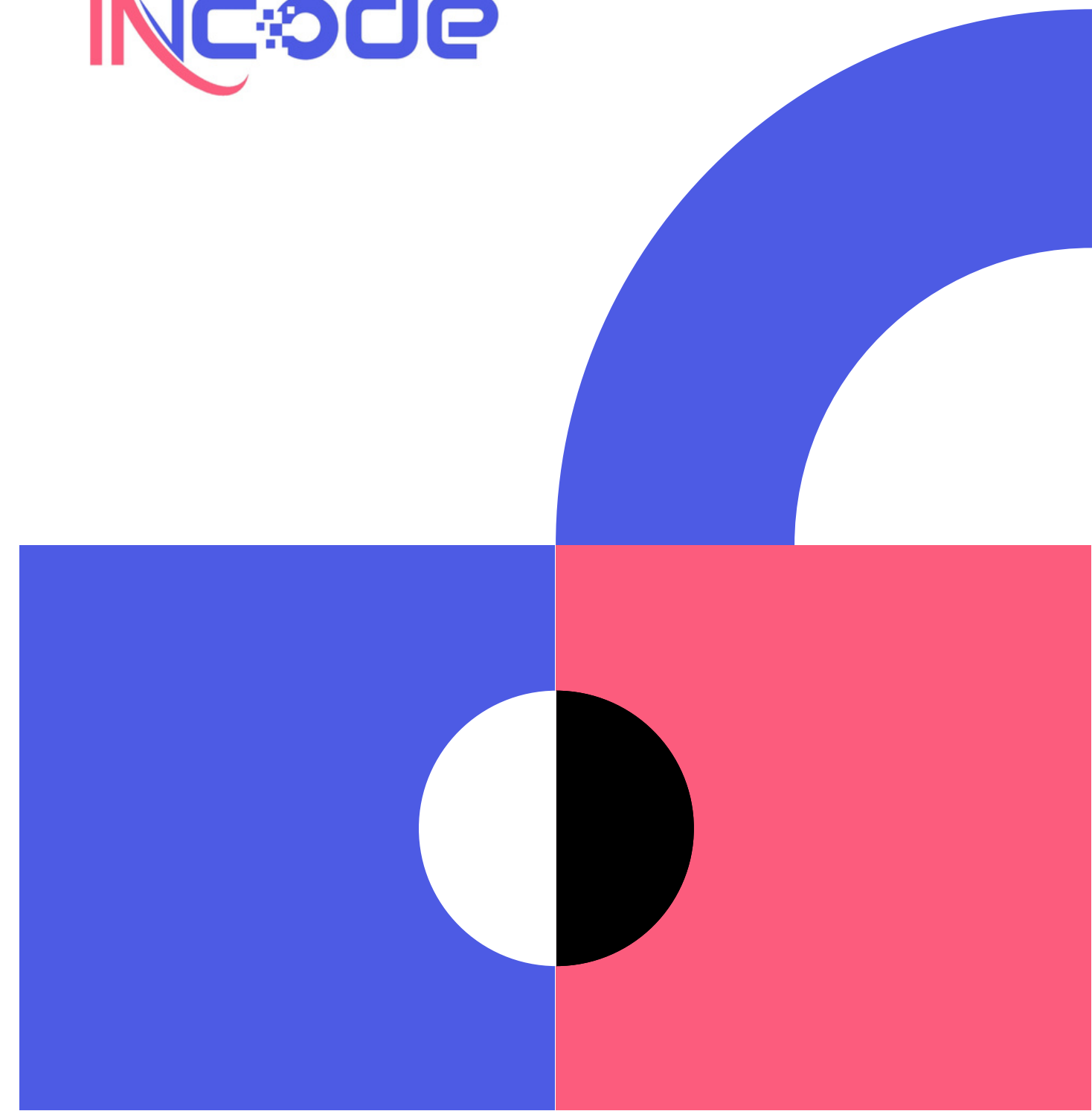
Mobilna wersja strony to dzisiaj standard. Upewnij się, że Twoja strona wygląda dobrze i działa płynnie na telefonach i tabletach, ponieważ coraz więcej użytkowników korzysta z tych urządzeń.



Sprawdź, czy PageSpeed na Twojej stronie przyjmuje przynajmniej przeciętną wartość.

PAGE SPEED

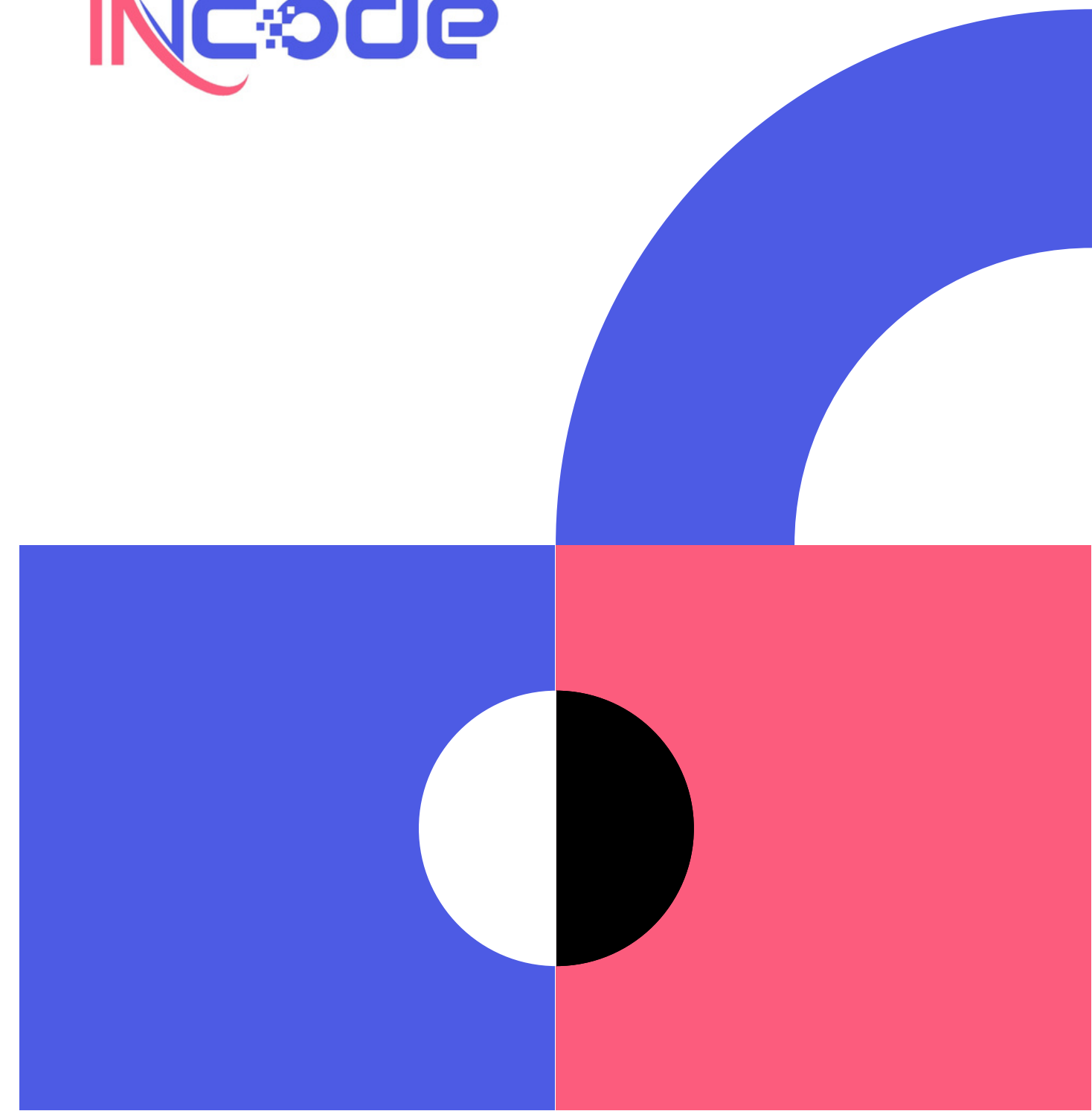
Chociaż szybkość strony jest ważna, to elastyczność i możliwość modyfikacji strony często są ważniejsze. Upewnij się, że Twoja witryna ładuje się wystarczająco szybko, aby zapewnić komfort użytkownikom, ale nie kosztem funkcjonalności.



Posiadaj marketing automation lub system e-mail marketingowy.

EMAIL MARKETING

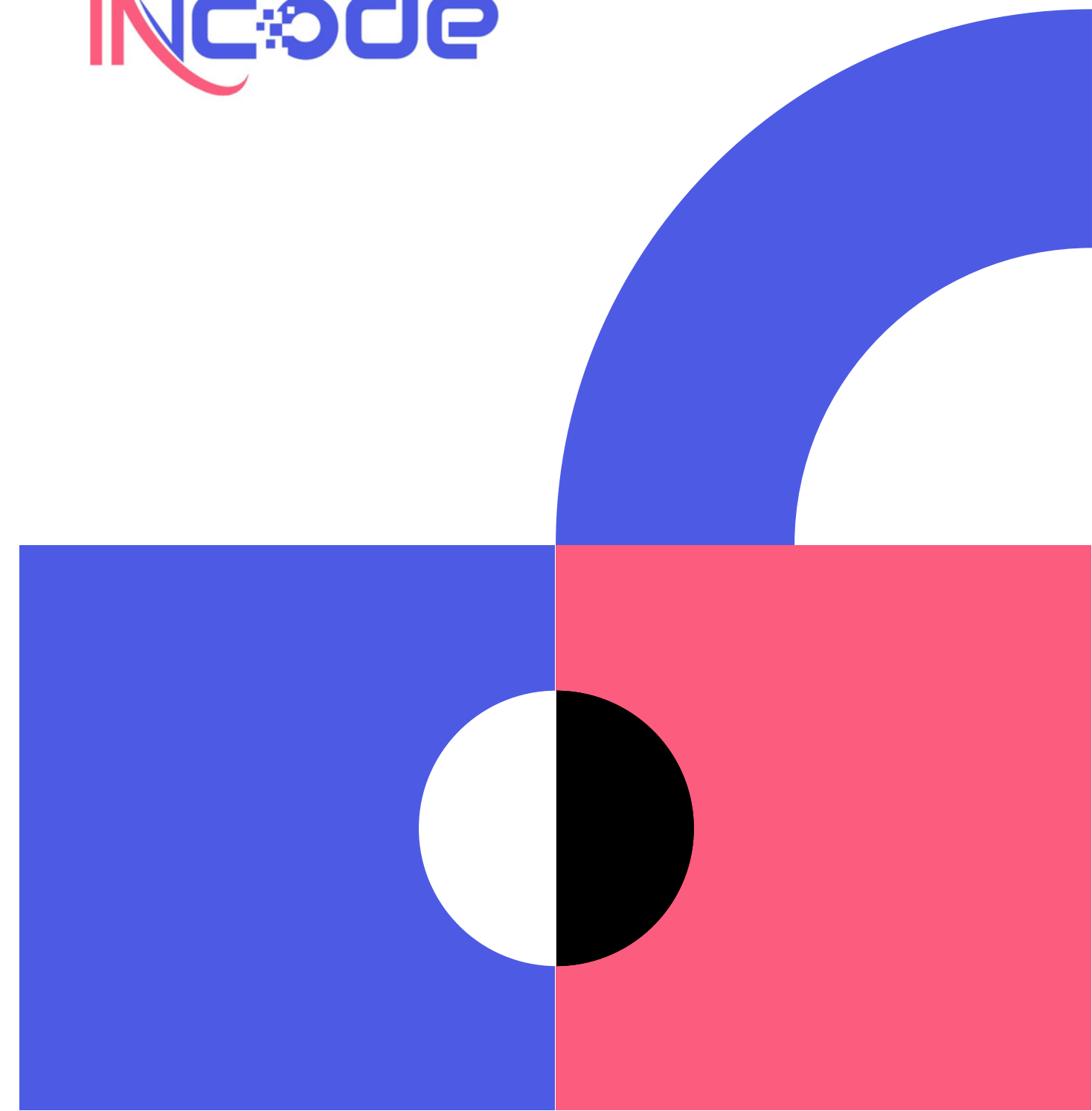
Narzędzia takie jak systemy do automatyzacji marketingu czy e-mail marketingu mogą pomóc w skuteczniejszym docieraniu do klientów. Umożliwiają one prowadzenie kampanii, które angażują odbiorców i przypominają im o Twojej ofercie.



Podłącz stronę do analityki i skonfiguruj ją.

ANALITYKA

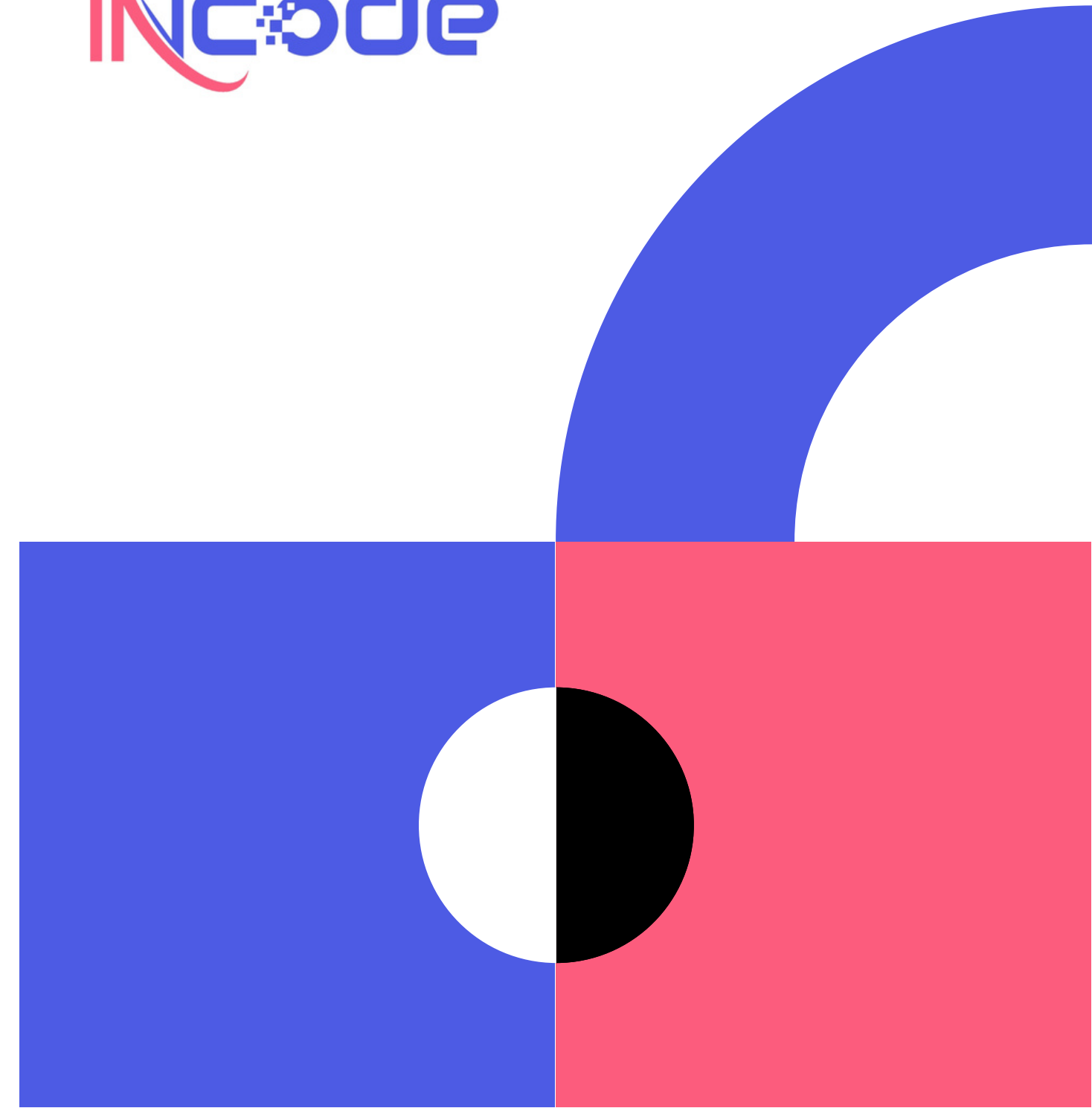
Analityka to podstawa w zrozumieniu, co działa na Twojej stronie, a co wymaga poprawy. Skonfiguruj narzędzia takie jak Google Analytics, aby śledzić ruch, zachowanie użytkowników i efektywność Twoich działań.



Zadbaj o to, aby strona była czytelna, prosta do nawigowania i wykorzystywała zdjęcia własne.

UX DESIGN

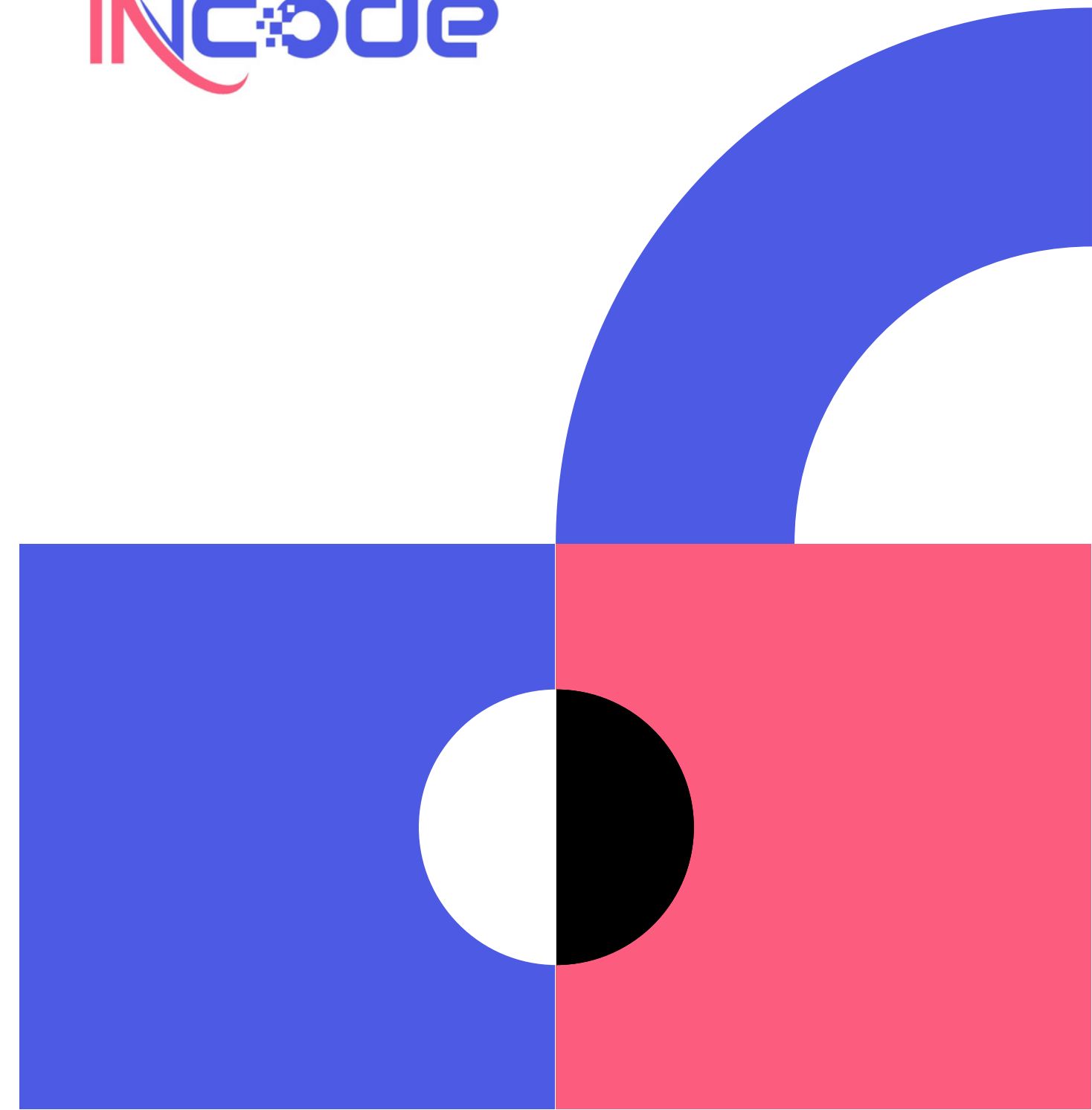
Strona powinna być intuicyjna dla użytkowników, a jej wygląd estetyczny. Używanie własnych zdjęć zamiast stockowych może zwiększyć wiarygodność i autentyczność Twojej marki.



Stwórz samodzielnie landing page.

LANDING PAGE

Landing page, czyli strona docelowa, to idealne narzędzie do prowadzenia kampanii reklamowych. Upewnij się, że każda kampania ma dedykowaną stronę z konkretnym przekazem i wezwaniem do działania.



Nie używaj pop-upów i agresywnych reklam na swojej stronie.

POP UPS

Agresywne formy reklamy, takie jak wyskakujące okna, mogą irytować użytkowników i zwiększać współczynnik odrzuceń. Zamiast tego postaw na subtelne i przemyślane komunikaty, które nie zakłócają przeglądania strony.

