

4.1 Proč rozumět vlastnímu webu

Ano, nemáte čas, počítače vlastně nemusíte a váš webdesigner je prima kluk, který vám všechny změny rád udělá. Takže proč se obtěžovat? Důvodů je více

1. budete schopni odhadnout časovou náročnost práce webdesignéra
2. pokud s tím dosavadním nebudete spokojeni, bude jednodušší jej vyměnit
3. můžete si sami a okamžitě dělat běžné úpravy na webu – změnit cenu, publikovat článek na blog, upozornit na sezónní prodej ovoce
4. šetříte si čas, peníze i nervy

Má tedy smysl najmout si webdesignéra?

Samozřejmě ano. Webdesignér vám zařídí nákup hostingu, nainstaluje šablony, provede celým procesem tvorby webu, domluví se s grafikem i fotografem. Externisti se vám vyplatí u prací, které jsou odborné a jednorázové. Ale běžnou obsluhu webu byste si opravdu měli dělat sami.

Příklad: odběratel vám zruší objednávku na jehněčí maso a vy najednou máte dvacet kousků připravených na porážku. Požádáte svého webdesignéra, ať dá toto info na web. Webdesignér je velmi vytížený a váš požadavek zařadí do fronty za ostatní práce. 6 týdnů.

Životní fáze webdesignérů

Fáze 1 – je nadšený, učí se, je vděčný za každou zakázku, dělá skoro zadarmo

Fáze 2 – už to docela umí, má vychytanou většinu komplikací, zdražuje

Fáze 3 – má dobré jméno, zakázek nad hlavu (web potřebuje skoro každý) a tak zdražuje a souběžně nestíhá. Kupí se mu zakázky nové + požadavky již stávajících klientů na úpravy existujících webů.

Což pro vás v praxi znamená, že každá běžná úprava webu (jako třeba změna ceníku, dopravy, publikace článku na blog, nedej bože změna loga a barev) bude trvat nekonečně dlouho a bude vcelku drahá. Takže si předem podobné aktivity rozmyslíte, čímž se bude brutálně brzdit váš marketing a následně byznys.

Naštěstí jste se přihlásili do tohoto kurzu, takže se běžné úkony naučíte dělat sami. Zároveň chci, abyste pochopili zákulisí děláním webů. Už jsem viděla weby v hodnotě 10 000 Kč, za které klient

zaplatil 100 000 Kč. Anebo weby, kde se autor snažil, aby „to bylo pěkné“ a při realizaci zcela opomenul, k čemu se web vlastně dělá.

V této lekci se budeme zabývat technickou stránkou věci. Mějte prosím stále na paměti, že web je pouze jednou (byť velmi důležitou) částí vašeho marketingu.

Marketingová inspirace

Na veřejnost samozřejmě nemusíte pouštět pouze informace týkající se vašeho produktu nebo jeho zpracování. Použijte i materiály zobrazující váš životní styl – samozřejmě pouze něco z něho. Například fotografie a videa dětí pobíhajících po lukách, se zvířecími mazlíčky, pomáhajícími na farmě (třeba při sběru vajíček) jsou velice vděčným tématem.

4.2 Primární úkol webu

Propojení – jakmile přijde váš potenciální zákazník na vaše stránky, musí se okamžitě cítit jako doma. Pochopený, vítaný, spokojený. Jak toho dosáhnout si vysvětlíme v dalších lekcích.

Získání kontaktu – stránky musí zachytit zájem vašich potenciálních zákazníků a dokázat získat jejich e-mailové adresy. Každý, kdo přišel na vaše stránky a nenechal kontakt je pro vás ztracený. Nejspíš se již nikdy neobjeví. A přijde o příležitost nakoupit a ochutnat právě vaše produkty. A nakoupí někde v supermarketu maso z Argentiny, jablka ze Španělska, česnek z Číny. A to nechceme!

Budování důvěry – vaše stránky jsou vašim prostorem, kde můžete své zákazníky přesvědčit, že právě vy jste pro ně tím pravým, komu budou moci důvěřovat a směřovat k němu své peníze. Podívejte, většina populace nechápe, co všechno zemědělci vlastně dělají. Jak je těžké něco vypěstovat. Že na vaši práci má vliv počasí. Že se někdy vůbec neurodí. Že ovce umírají při porodu. Že kráva musí porodit, aby měla mléko. A právě na webu jim můžete tyto informace předat. Aby viděli. Tu práci. Náročnost. A chtěli kupovat potraviny právě od vás.

Marketingová inspirace

Na toto video se určitě podívejte! 4,5 minuty, amatérské video, klučina pobíhá kolem traktorů John Deere. 9 532 459 shlédnutí. Perfektní.

<https://www.youtube.com/watch?v=HL09j8sj1Fk>

4.3 Kolik stojí udělení webu

Kolik stojí web?

A kolik dům? Správná odpověď je: jak který. Každý webdesignér pracuje jiným stylem, klade důraz na jinou část webu. Níže popsané berte jako velmi orientační.

Optimální varianta – výsledkem bude krásný a profesionální web

doména na rok – 120 Kč

hosting na rok – 360 Kč

WordPress – zdarma

šablona – 0 Kč DIVI (profi šablona pro webdesignéry), 0 Kč běžně dostupné šablony zdarma (nedoporučuji), 1 700 Kč kvalitní šablony

zajištění domény, hostingu, instalace redakčního systému a šablony, **základní nastavení** – 1 800 Kč

diskuse s webdesignérem – co jak proč, čeho chcete dosáhnout – 2 000 Kč (zde opravdu doporučuji nešetřit, čím lépe vás webdesignér pochopí, tím lépe bude vaše stránka fungovat)

logo – 2 000 Kč (nepotřebujete logomanuál, pokud šetříte, vystačíte si nějakou dobu s logem zdarma)

grafika – 1 000 Kč – je dobré domluvit si konzultaci s grafikem, který doporučí barvy, jejich využití, kombinace, fonty a dodá webdesignérovi nějakou zprávu

fotografie – 3 – 4 000 Kč – opravdu velmi důrazně doporučuji fotky od kvalitního fotografa, kvalita fotek ovlivní celé působení vašeho webu. Pokud webdesignérovi dodáte nekvalitní fotky z vašeho archivu, web nebude vypadat dobře a zbytečně budete platit webdesignérovi za dobu, kdy se pokouší nějak tyto nekvalitní fotky zapracovat do webu. Ideální je, když zadání pro fotografa připraví webdesignér (počet fotek, jejich rozměry, jak mají působit, kde bude nápis atd.).

texty – ideální je, pokud jste si texty schopni napsat sami. Pokud ne, můžete si najmout copywritera (opět by měl spolupracovat s webdesignérem). Otextování malého webu asi 3 – 5 000 Kč

práce webdesignéra – který to dá všechno dohromady, celý projekt řídí a zaučí vás v práci s redakčním systémem 4 – 5 000 Kč

Zbytečné komplikace a prodražení – výsledek bude rozpačitý

dodáte nekvalitní fotografie – + 2 000 Kč

své podklady zasíláte chaoticky, v průběhu měníte zadání – + 2 000 Kč

nejste si jistí, co a komu vlastně nabízíte – + 2 000 Kč za zbytečné předělávky webu

do grafiky mluví kolektiv lidí, případně dodatečné nápady na „oživení webu“ – + 2 000 Kč

pracuje se na nestandardním řešení, komplikuje se převod dat atd. – + 3 000 Kč

realizace webu není vaše priorita, webdesignér vás musí uhánět – + 1 000 Kč

Jak dlouho to trvá?

Toto obvykle záleží na rychlosti, jakou dodáte webdesignérovi podklady. Pokud má práci dobře zorganizovanou, tak byste web měli dostat asi **do dvou týdnů od předání všech podkladů**. Pokud někdo dělá web 6–12 měsíců, tak to znamená, že ho nedělá.

Marketingová inspirace

Chlapík z Arkansasu ručně sklízí brambory. Koho by napadlo, že amatérské video, kde rukama hrabe v zemi, bude mít 68 535 shlédnutí? A přesto – přesně tohle je způsob, jakým můžete autenticky, nenáročně a levně perfektním způsobem prezentovat vaši práci. Ať jste zemědělci nebo řemeslníci.

<https://www.youtube.com/watch?v=znfAzHBQ8Q4>

4.4 WordPress

Jak se přihlásit do administrace

Každá stránka na wp má **front end** (co vidí normální smrtelníci na netu) a **back end** (kde se dělají úpravy). Přihlásíte se <http://vase-stranky.xy/wp-admin> – vložíte login a heslo. Někteří webdesignéři pro uživatele dělají omezený uživatelský přístup, takže se sice dostanou do administrace, ale tam můžou pouze obsluhovat e-shop nebo publikovat článek, nikoli změnit šablonu nebo fotku v baneru. **Ujistěte se, že máte plná přístupová práva.**

Položky administrace menu

Nástěnka – prostor, kam se dostanete při vstupu do administrace – většinou tam najdete statistiky návštěvnosti, u obchodů počty objednávek, upozornění na nové komentáře

Příspěvky – zde se píší příspěvky do Blogu

Média – fotky, videa, audio, PDF

Stránka – stránky na webu – představte si knihu, každá stránka má nadpis a nějaký obsah. A teď je to trošku komplikovanější – v případě Blogu je na Stránce výpis všech příspěvků. A do této Stránky je vlepen nekonečný papír, na kterém jsou Příspěvky. Jestli vám to připadá matoucí, tak si z toho nic nedělejte, mně samotné trvalo docela dlouho, než mi to došlo.

Komentáře – pokud o ně stojíte. Já doporučuji komentáře vypnout, výrazně se tím sníží riziko napadení webu. Vhodné místo pro chatování s vaší klientelou je Facebook.

Projekty – přiznávám se, že jsem doteď nepochopila, k čemu to je.

Vzhled – tady si vybíráte šablonu (pozor, jakmile jednou máte stránky hotové, šablony neměňte, způsobí to hodně problémů – případně si na to najdete profíka). Její vzhled. Widgety (viz níže), menu (tady si vybíráte, jaké stránky se budou v jakém menu zobrazovat). Menu můžete mít na stránce několik.

Pluginy – rozšiřující programky, viz níže.

Uživatelé – toto se užívá např. u větších webů, kde může publikovat více lidí. Každému se může zřídit vlastní přístup s přesně vymezenými pravomocemi.

Nástroje – tam se někdy objeví rozšiřující funkce (např. pokud použijete plugin pro zálohování, bude nejspíše tady).

Nastavení – jak se budou stránky chovat, toto se vyplňuje jako první. Takto vypadá základní wp. Pokud máte ve svém menu další položky, budou to plugin, šablona atd.

Widgety

Widgety najdete v Administrace / Vzhled / Widgety

Widgety zobrazují obsah na konkrétním místě stránky. Bývá to **Postranní panel** (většinou v něm jsou u blogu Nejnovější články, Nejnovější komentáře, Archiv... u e-shopu kategorie zboží) nebo **místa v dolní části stránek** (představte si 3–4 čtverečky, do kterých můžete nahrát třeba adresu, mapu, menu, propojení na FB, propojení na Instagram, fotku, kalendář atd.).

Widgety na správné místo dostanete funkcí Drag and drop (táhni a pusť). Např. otevřete si Postranní panel a do něj myší z levé části přetáhnete požadovanou funkci Facebook Page Plugin – tu si rozkliknete, vyplníte nastavení a uložíte.

S widgety nemusíte umět pracovat, ale je dobré vědět, že tam jsou a jak fungují.

Pluginy

Pluginy jsou rozšiřující programky. Cokoli si představíte, že by váš web měl umět, nejspíše na to najdete plugin. Každý webdesignér používá trochu jiné pluginy, já vám napíšu ty nejpoužívanější a ty, které já osobně považuji za užitečné. Je pravděpodobné, že jiný webdesignér to bude vidět jinak.

Pluginy jsou vážně prima. To špatné na nich je, že je-li jich příliš, zpomalují načítání stránek. A při aktualizacích se někdy stane, že zrovna váš plugin není testovaný na poslední verzi wp nebo poslední verzi vaší šablony a při aktualizaci se „to sesype“. Což může v praxi vypadat třeba tak, že místo webu na vás bude z monitoru zářit nápis „fatal error“. Nebo se na e-shopu všechny částky přemění na 0 Kč. Nebo místo fotek uvidíte pouze části kódu. Příklady z mé osobní praxe.

-> Velmi důrazně doporučuji, abyste **před každou aktualizací či větší změnou na webu měli udělanou zálohu**. A zároveň telefon na někoho, kdo umí podobné věci řešit.

Akismet – antispam – zdarma

Image Optimizer WD – komprimace fotek

WP performance score booster – urychlovač načítání

Jetpack – jednoduché statistiky návštěvnosti

WP super cache – urychluje načítání

WP databaze backup – záloha

Bloom – sběr kontaktů

WooCommerce – e-shop

TablePress – responzivní tabulky

Woo GeisPoint – pro e-shopy, Geis – placený plugin

Woo xmiGiami (nebo Heuréka) – pro e-shopy – placený plugin

WooCommerce image zoom – pro e-shopy, zoom produktové fotografie

Kde pluginy najdete

Přímo v administraci vašeho webu, ty nezákladnější se tam zobrazí, pokud víte, jaký plugin hledáte, zadejte jeho název do vyhledávání – *Administrace / Pluginy / Instalace pluginů*
Stáhněte si ze stránky wp.org – <https://cs.wordpress.org/plugins/>

Víte, co to má dělat, ale nevíte, jak se plugin jmenuje – teď před sebou máte docela oříšek – zkuste co nejlépe pojmenovat funkci, kterou hledáte např. „řazení produktů v e-shopu“. Víte, že na e-shop používáte WooCommerce. Takže do vyhledávače zadáte „woocommerce product sorting plugin“. Dostanete se na stránku pluginu <https://cs.wordpress.org/plugins/woocommerce-extra-product-sorting-options/>. Tento plugin je zdarma. Takže si jej stáhnete Download a nahrajete do svého wp. Administrace / Pluginy / Instalace pluginů / nahrát / vyberete soubor a nahrajete / Aktivujete

Kdo by měl s pluginy pracovat

Pokud se nechcete živit jako webdesignér, doporučuji, abyste výběr pluginů a jejich správu nechali na profíkovi.

Vy byste měli vědět, co plugin je, jak to funguje, kde a za kolik se dají sehnat. Příklad – pokud vám někdo naučtuje 15 000 Kč za přidání funkce e-shopu na váš web, tak budete vědět, že to nejspíše udělal nahráním pluginu, takže se

1. a) mrknete do Pluginů, a tam najdete WooCommerce – zjistíte, že je zdarma
2. b) projdete si WooCommerce / Nastavení – ano, těch položek je hodně, je jasné, že to nějakou dobu trvá, než se to všechno nastaví
3. c) v Pluginech najdete WooGeisPoint – hodíte si to do vyhledávače, toto je placený plugin za asi 450 Kč.
4. d) pokud by po vás někdo chtěl 200 Kč za publikaci každého produktu, pošlete ho do háje, neb to zvládnete hravě sami
Ale samozřejmě výběr vhodného pluginu, jeho instalace a nastavení také nějaký čas zabere (pokud chcete nějakou specifickou funkci a je nutné pročítat technické diskuse v angličtině, tak toho času bude hodně).

WordPress – nutnost použít programátora

Přestože rozběhnutí a běžný chod wp zvládnete i bez programátora, je více než vhodné mít po ruce kontakt na někoho, kdo je opravdu profík a do kódu vidí. A to pro případ

- Potřebujete nějakou nestandardní funkci – třeba pro VýrobkyZkraje se programovala funkce třídění kontaktů, jejich import z Excelu a zápis na mapě
- Nastane chyba, kterou nejste schopni vyřešit

4.5 E-shop

E-shop

Přestože část webdesignérů tvrdí, že na wp může běžet plnohodnotný e-shop, já WordPress doporučuji pouze pro malé e-shopy, kde nepočítáte s velkou návštěvností nebo velkým množstvím produktů.

Pokud chcete dobře běžící e-shop s řadou funkcí, upřímně doporučuji <https://www.shoptet.cz/>. Shoptet je hotové řešení se skvěle řešenou administrací a kvalitní zákaznickou podporou. Měsíční poplatek platíte podle počtu produktů v e-shopu + máte možnost přikoupit si podle potřeby doplňující funkce (vaše potřeby se budou odvíjet od vašich marketingových plánů).

Marketingová inspirace

Ano, e-shopy jsou praktické a moderní a jejich používání určitě dává smysl. Ale, skutečné farmářské trhy, kde můžete naživot potkat své zákazníky mají své zcela nezpochybnitelné kouzlo. Na videu je řecký farmářský trh.

<https://www.youtube.com/watch?v=HBop6wjJ-U0>

4.6 Úkoly ke 4. lekci

<https://www.nic.cz> – Na koho je napsána vaše doména?

Zajistěte si přístup ke svému hostingu (pokud ho nemáte).

Zajistěte si přístupové údaje do administrace svých stránek.

Upozorněte správce svého webu, že budete s webem pracovat a požádejte ho, aby udělal aktuální zálohu.

Jak často a za jakých podmínek zálohuje váš poskytovatel hostingu? Jakým způsobem a za kolik se dostanete ke své záloze? (Pro případ, že se na webu stane něco strašně ošklivého – což se občas stává, třeba při aktualizaci webu). Pokud to nevíte, zavolejte poskytovateli hostingu a zeptejte se ho

(nevolejte svému webdesignérovi, chci, abyste si vyzkoušeli, jakým způsobem se dá spojit se zákaznickou podporou hostingu).

Jakou používáte šablonu?

Jaké máte na webu pluginy? K čemu tam jsou?

Instalujte si plugin pro provedení zálohy (pokud ho na webu nemáte).
Jakým způsobem se měří návštěvnost na vašich stránkách?

Když na svém webu budete chtít aktualizovat kontakt – kdo přesně to udělá, jak dlouho mu to bude trvat a kolik to bude stát?

Když na webu budete chtít vyměnit pozadí – kdo to udělá, jak dlouho mu to bude trvat a kolik to bude stát?