

Checklist webového projektu

Vážený uživateli checklistu webového projektu,

Tímto checklistem vám chceme vyjít vstříc při tvorbě vašich web stránek tak, aby jste se buď vlastní vinou nebo vinou dodavatele nedostali do situace, že vaše stránky budou jen zbytečným vyhozením peněz nebo něčím mrtvým na internetu. Checklist tedy přináší otázky, které je potřebné si zodpovědět ještě před vytvořením samotných stránek.

Přejeme Vám tedy, aby i díky pomoci tohoto checklistu dopadl váš projekt úspěšně.

Konzultační tým SOFTPAE.com.

Jak z checklistem pracovat:

Checklist se skládá v podstatě ze tří typů „otázek“:

1. standardní otázka – obsahuje otázku a pole pro odpověď
2. kontrolní otázka – obsahuje úkol, při kterém je vhodné něco zjistit nebo něco splnit, ukončuje se „zaškrtnutím“, potvrzením, že úkol je splněn nebo vybráním odpovědi ANO/NE
3. doplňující otázky – jsou otázky na zamyšlení nad dalšími možnými detaily projektu

K tomu ještě každá otázka obsahuje pole pro vložení dalších poznámek k projektu, na které nechcete zapomenout, nebo které Vás během přípravy projektu napadnou.

Na otázky se snažte odpovídat bodově (stručně).

Název projektu:

Zúčastněné strany:

Zadavatel:

Dodavatelé:

Zodpovědné osoby:

Za zadavatele:

Za dodavatele:

Další poznámky k projektu:

1. Vyplatí se mi nový web?

Informace:

<http://weblog.softpae.com/archive/2006/04/26/300.aspx>

Otázky k zodpovězení:

a) Dokážete odhadnout předpokládanou návštěvnost vašeho nového webu? (Zapište do pole pro odpověď odhadovanou návštěvnost.)

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

b) Dokážete odhadnout měsíční náklady na provoz vašeho webu? (Zapište do pole pro odpověď odhadovanou výšku nákladů.)

<p>Příklad:</p> <ul style="list-style-type: none">- provoz webhostingu (250,- Kč)- smluvní údržba stránek dodavatelem (1.000 Kč)- připojení k internetu pro stálou kontrolu objednávek + telefon (450,- Kč)- reklamní kampaně AdWords, Etarget (500,- Kč) <p>Odpověď:</p>	Poznámky:
--	-----------

c) Pokud je to možné, dokážete odhadnout zisk z jedné konverze (objednávky) na vašem webu?

--	--

b) Dokážete spočítat návratnost vašeho webu?

<p>Výpočet:</p> <p>(měsíční návštěvnost * 0,01 * zisk z jedné objednávky) – měsíční náklady</p> <p>(0,01 = 1% je průměrný konverzní poměr na webu)</p> <p>Odpověď:</p>	<p>Poznámky:</p>
--	------------------

Poznámky:

2. Analýza šetří 30% nákladů

Informace:

Analýza je základ

<http://weblog.softpae.com/archive/2006/04/26/300.aspx>

Analysys

<http://www.infodesign.com.au/usabilityresources/analysis/default.asp>

Úkol návštěvníka na webu

http://digiweb.ihned.cz/c4-10122300-20080600-i00000_d-firemni-web-ukoly-navstevniku-na-webu-5

Analýza konkurence

http://digiweb.ihned.cz/c4-10122300-20125950-i00000_d-firemni-web-analyza-konkurence-6

SWOT analýza

http://digiweb.ihned.cz/c4-10122300-20180250-i00000_d-firemni-web-swot-analyza-7

Otázky k zodpovězení:

a) Víte velmi jasně a přesně, co chcete prodávat? Dokážete se vyhnout nejasnému formulování toho, co nabízíte

Odpověď (odpovídejte bodově):	Poznámky:
-------------------------------	-----------

b) Víte napsat požadované cíle webu a s tím související akce (přidání do košíka, nákup, registrace atd.), které má nový web splňovat?

Odpověď (odpovídejte bodově):	Poznámky:
-------------------------------	-----------

c) Umíte z uvedených cílů určit maximálně tři primární cíle webu?

Odpověď (odpovídejte bodově):	Poznámky:
-------------------------------	-----------

d) Víte jasně a přesně zaměření a cíle webu? Bude web prodávat, nebo je určen pro podporu image či značky?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

e) Pokud chcete prodávat, víte jasně a přesně, jak se budou vaše služby či zboží objednávat?

<p>Příklad:</p> <ul style="list-style-type: none">- přes telefon z webu- přes objednávkový formulář na webu- vyhrazena emailová adresa pro obchodní oddělení <p>Odpověď (odpovídejte bodově):</p>	Poznámky:
---	-----------

f) Víte jasně a přesně, jak bude vaše zboží doručováno? Uvádíte dodací lhůty a podmínky? Dokážete dodržet, co na webu slíbíte?

Odpověď (odpovídejte stručně):	Poznámky:
--------------------------------	-----------

g) Je vaše zboží nebo služba vhodná k prodeji na webu? (Otázka k zamyšlení)

h) Víte velmi přesně a jasně, čím se odlišujete od konkurence? Co je vaší konkurenční výhodou, kterou nikdo jiný nemá?

Odpověď (napište co nejstručněji vaše konkurenční výhody; POZOR ... uvádějte výhody, které konkurence uvést nemůže, nepoužívejte slova typu nej...):	Poznámky:
--	-----------

i) Potřebujete pro prodej zboží či služeb samostatný web? Není vhodnější forma zápisu do katalogu firem? (Otázka k zamyšlení)

j) Máte přesně ujasněno, jaká je vaše cílová skupina zákazníků? Víte, jak se tato skupina odlišuje od jiných?

<p>Příklad:</p> <ul style="list-style-type: none">- mladí do 35 let plánující rodinu- mladé rodiny s dětmi- rodiče chtějící podpořit svoji rodinu zakládající děti <p>Odpověď (vyjmenujte bodově cílové skupiny):</p>	<p>Poznámky:</p>
---	------------------

k) Víte, co tuto skupinu spojuje? Víte, jak se rozhoduje při nákupu, co upřednostňuje?

<p>Odpověď (odpovídejte bodově):</p>	<p>Poznámky:</p>
--------------------------------------	------------------

l) Víte, jaký slovník používá (jak se vyjadřuje), víte, jaké informace o nabídce hledá?

<p>Odpověď (uved'te speciální slova, která se v daném segmentu cílové skupiny používají, pokud je znáte):</p>	<p>Poznámky:</p>
---	------------------

m) Udělali jste alespoň jednoduchý průzkum v cílové skupině? Dotazovali jste se na zájem o vaši nabídku v cílové skupině? (Pozor, ne mezi nejbližšími známými).

Poznámky z případného dotazování:

n) Víte, kdo je vaše konkurence na internetu? Víte, jak silná je vaše konkurence na internetu?

Odpověď (vypište známe konkurenty na webu):

Poznámky:

o) Má vaše konkurence optimalizované webové stránky?

Odpověď (vhodné doplnit dodavatelem stránek nebo odborným konzultantem):

Poznámky:

p) Inzeruje vaše konkurence na internetu? Inzeruje v offline médiích?

Odpověď:

Poznámky:

q) Víte, jak provedete reklamní kampaň, jak nový web zviditelníte na internetu? Budete investovat do reklamy na internetu nebo do kvalitní optimalizace?

Odpověď (odpovídejte bodově):

Poznámky:

r) Máte přesně určen rozpočet na web? A máte přesně určenou maximální hranici investic do vytvoření webu?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

s) Víte, kdo a jak se bude starat o web, aby byl stále aktuální a zajímavý?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

t) Víte, kdo bude zodpovědnou osobou při komunikaci s dodavatelem? Má tato osoba vyhrazen dostatek času pro tuto komunikaci a případné koordinační úkoly? Má dostatečné kompetence pro rozhodování o změnách?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

u) Víte, kdo bude zodpovědný za web? Kdo a jak často bude kontrolovat přijaté objednávky?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

v) Víte, kdo bude včas odpovídat na emaily? (max. do 24 hodin). Víte, kdo se bude pravidelně věnovat emailům a kontrolovat je?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

Poznámky:

Prodávajte to, co prodáváte, ne to, čím jste, aneb pojednání o obsahu webu

Informace:

Jak na web část II. – Obsah, aneb co na ten web dát?

<http://weblog.softpae.com/archive/2006/06/27/500.aspx>

Příběh jednoho copywritingu

<http://weblog.softpae.com/archive/2006/11/06/1060.aspx>

Jak na web část III. - Optimalizace před optimalizací.

<http://weblog.softpae.com/archive/2006/09/28/1043.aspx>

Psychologie www stránek - Looking Left, Thinking Right (LEMs)

<http://weblog.softpae.com/archive/2005/10/16/184.aspx>

Psychologie web stránek II. - Kliknu, nekliknu?

<http://weblog.softpae.com/archive/2006/03/15/272.aspx>

Praktické tipy pro copywriting

<http://www.snizekweb.cz/clanky/tipy-copywriting/>

Píšeme pro web

<http://interval.cz/serialy/piseme-pro-web/>

Magnetic Headlines

<http://www.copyblogger.com/magnetic-headlines/>

How Users Read on the Web

<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>

Otázky k zodpovězení:

a) Máte k dispozici kvalitně zpracované texty pro web? Umíte je rozdělit podle důležitosti?

Odpověď (nejlépe seznam nejdůležitějších textů webu):	Poznámky:
---	-----------

b) Máte k dispozici člověka, který dokáže připravit kvalitní texty? Jste ochotní nechat si poradit s úpravou textu copywriterem dodavatele?

Odpověď (osoba zodpovědná za texty):	Poznámky:
--------------------------------------	-----------

c) Jsou vaše texty jasné, bez zbytečných nic neříkajících slov a popisů, bez zbytečného „sebevýrazňování“? Jsou vaše texty max. do cca 400 slov na stránku?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

d) Je text rozdělen a zpřehledněn nadpisy? Obsahují nadpisy slova týkající se předmětu nabídky?

ANO NE	Upřesnění / poznámky:
-----------	-----------------------

e) Víte, jaké informace potřebuje návštěvník k rozhodnutí o nákupu? Poskytují vaše texty všechny informace, které zákazník potřebuje? Není návštěvník nucen telefonovat nebo jinak zjišťovat si informace?

ANO NE	Upřesnění / poznámky:
-----------	-----------------------

f) Máte ihned k dispozici kvalitní obrázky prodávaných výrobků, výsledku služeb? Jaké kvality jsou tyto obrázky (studiové foto, běžné focení apod.)?

ANO NE	Upřesnění / poznámky:
-----------	-----------------------

g) Je přímo na úvodní stránce nabídka? Víte, co budete nabízet na úvodní stránce?

ANO NE	Upřesnění / poznámky:
-----------	-----------------------

h) Jsou akční prvky jasně viditelné a zvýrazněné? (tlačítko k objednání, formulář k zaslaní zprávy a pod.)

ANO NE	Upřesnění / poznámky:
-----------	-----------------------

i) Jsou důležité části stránky vidět bez rolování?

ANO NE	Upřesnění / poznámky:
-----------	-----------------------

j) Vyzýváte v textu k vykonání nějaké akce? (objednat, zavolat, napsat email a pod.).

Odpověď (uved'te stručně vyzývané akce):	Poznámky:
--	-----------

k) Nechybí na stránkách vždy viditelný kontakt na vás? Znáte všechny kanály, kterými vás může návštěvník oslovit?

Odpověď (uved'te alespoň kontaktní kanály):	Poznámky:
---	-----------

Poznámky:

Příprava a optimalizace webu aneb od struktury po kód

Informace:

Optimalizace bodu zlomu

<http://weblog.softpae.com/archive/2006/01/17/262.aspx>

SEO - 9 tipů k vylepšení on-page faktorů

<http://www.vitdlouhy.cz/clanky/seo-onpage-factory.php>

Scenarios

<http://www.infodesign.com.au/usabilityresources/design/scenarios.asp>

Card Sorting

<http://www.infodesign.com.au/usabilityresources/design/cardsorting.asp>

Paper prototyping

<http://www.infodesign.com.au/usabilityresources/design/paperprototypinggraphics.asp>

Search Engine Ranking Factors

<http://www.seomoz.org/article/search-ranking-factors>

Webdesign from Scratch

<http://www.webdesignfromscratch.com>

Kódujeme stránku

<http://www.lupa.cz/clanky/kodujeme-stranku-8211-letni-skola-seo/>

Otázky k zodpovězení:

a) **Umíte vypsat, které položky se mají nacházet v menu web stránek?**

Odpověď (bodově položky menu):	Poznámky:
--------------------------------	-----------

b) **Umíte vypsat, které informační celky (bloky) se mají nacházet na celém webu a na úvodní stránce?**

<p>Příklad:</p> <p>Úvodní stránka:</p> <ul style="list-style-type: none">- vrchní část s logem a reklamním bannerem- přihlašování zákazníka- levé menu s kategoriemi produktů- nejnovější produkty- doporučené produkty- hlavní kontakt na prodejce- patička s kontakty, právní doložkou	Poznámky:
--	-----------

Odpověď:	
----------	--

b) Víte, na jaká slova lidé hledají vaše služby a výrobky na internetu?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

b) Víte, která slova jsou nejdůležitější a která jsou podružná (vyskytující se při hledání podobného výrobku, služby, např. Matador = hlavní slovo, pneumatiky, pneuservis = podružné slovo)

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

c) Víte, které informace jsou zajímavější, které nesmí na webu chybět?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

d) Víte, z jakých vyhledávačů a webů přicházejí (budou přicházet) lidé na váš web?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

e) Víte, na jakých webech se soustředí lidé hledající vaše služby? Víte, na jakých webech se soustředí lidé vaší cílové skupiny?

Odpověď (uveďte adresy):	Poznámky:
--------------------------	-----------

f) Víte jasně a přesně, co je cílem akce, kterou od návštěvníka požadujete?

Odpověď (odpovídejte bodově):	Poznámky:
-------------------------------	-----------

g) Dokážete jednoduše popsat požadovaný scénář chování návštěvníka na vašem webu?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

h) Máte rozděleny všechny textové a obrázkové podklady podle důležitosti a skupiny obsahu? (např. nabídky, firemní informace, doplňující informace, podpora, PR).

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

i) Bude obsah aktualizován? Potřebujete systém pro správu obsahu webu? Máte vybraný systém, nebo výběr ponecháte na dodavateli?

Odpověď: (bude/nebude aktualizován pravidelně) (potřebujeme/nepotřebujeme systém pro správu)	Poznámky:
--	-----------

j) Upřednostňujete vizuální úpravu textů (jako Word) nebo dokážete psát i zjednodušeným kódem podle návodu?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

k) Umožňuje vybraný systém pro správu obsahu (CMS z ang. Content Management System) tvořit www adresy s klíčovými (hledanými) slovy v adrese?

Odpověď (ptejte se dodavatele): ANO NE	Poznámky:
--	-----------

l) Umožňuje vybraný CMS přidávat nové stránky na web? Umožňuje vybraný CMS editovat menu (navigaci)?

Odpověď (ptejte se dodavatele): ANO NE	Poznámky:
--	-----------

m) Umožňuje vybraný CMS tvorbu nadpisů? Používá vybraný CMS správné tagy pro tvorbu nadpisů? (h1, h2, h3 – h6).

Odpověď (ptejte se dodavatele): ANO NE	Poznámky:
--	-----------

n) Umožňuje vybraný CMS jednoduchou změnu vzhledu výměnou CSS souborů?

Odpověď (ptejte se dodavatele): ANO NE	Poznámky:
--	-----------

o) Potřebujete víc uživatelů pro správu obsahu? Potřebujete různé stupně práv pro jednotlivé uživatele?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

**p) Jsou weby vašeho dodavatele dohledatelné na internetu? (Google, Seznam).
(Otázka k zamyšlení)**

q) Jsou weby, které vybraný dodavatel realizoval dohledatelné na internetu?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

r) Realizoval vybraný dodavatel nějaké větší projekty? Používá dodavatel projektové řízení na projektech? Připravuje dodavatel technické specifikace či analýzy projektů?

ANO NE	Upřesnění / Poznámky:
-----------	-----------------------

s) Stará se dodavatel o web i po dokončení projektu? Umožňuje odstraňování chyb, poskytuje záruku na chyby a podporu CMS systému? Používá systém pro správu projektů? (Issue Tracker, Bug Report apod.).

Odpověď: ANO NE	Upřesnění / Poznámky (adresa Issue trackeru, popis postupu pro reklamaci apod.):
---------------------------	--

t) Disponuje dodavatel více než jedním člověkem? Disponuje dodavatel týmem lidí?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

u) Máte vybraný hosting pro webové stránky? Víte, jakou technologii můžete použít na vybraném hostingu? Víte, kolik vás hosting bude stát?

Příklad: - forpsi.com - Windows server 2003 - NET, PHP - 200 Kč měsíčně	Poznámky:
---	-----------

Odpověď:	
----------	--

v) Je vybraný hosting kvalitní? Poskytuje vybraný hosting profesionální hostingová společnost? Poskytuje vybraná společnost nonstop dohled nad servery?

Odpověď: ANO NE	Poznámky:
---------------------------	-----------

w) Jsou jiné webové stránky na serverech hostingové společnosti dostatečně rychlé?

Odpověď: ANO NE	Poznámky:
---------------------------	-----------

**x) Počítáte v budoucnu i s dalším rozvojem webu (rozšiřováním funkcionality)?
Počítáte již teď s příštími náklady a nutnými úpravami?**

Odpověď (napište, s čím ještě počítáte, bodově):	Poznámky:
--	-----------

Poznámky:

Testujete?

Uživatelské testování prakticky (video)

<http://www.dobryweb.cz/soubory/dobry-web-usertesting-nv.avi>

Trstiny

<http://www.infodesign.com.au/usabilityresources/evaluation/default.asp>

Postřehy z uživatelského testování

<http://www.snizekweb.cz/weblog/uzivatelske-testovani-postrehy/>

Otázky k zodpovězení:

a) Dělal jste simulační uživatelské testování s grafickými návrhy?

ANO NE	Stručně výsledky / Poznámky:
-----------	------------------------------

b) Máte definovány testovací scénáře pro jednotlivé hlavní akce vašeho webu? Byl web (navigace, struktura a obsah informací, vzhled, provedení) navrhnut s přihlédnutím k těmto cílům (akcím)?

ANO NE	Poznámky / Popis scénáře:
-----------	---------------------------

c) Testovali jste průběžně použitelnost webu v průběhu tvorby u dodavatele?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

d) Podařilo se vám při základním testu dokončit požadovanou akci (realizace nákupu, odeslání objednávky, zjištění požadovaných informací apod.) bez zbytečných chyb a bloudění po webu?

ANO NE	Poznámky z testu:
-----------	-------------------

e) Nalezli jste všechny požadované informace o produktu co nejrychleji a nejjednodušeji?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

f) Dokážete se na důležité stránky webu dostat z kterékoliv jiné stránky webu rychle a jednoduše?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

g) Je navigace na webu srozumitelná a lehce použitelná? Nevyžaduje zbytečné kliknutí nebo jiné akce?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

h) Používáte vhodné hlavní webové formáty (HTML, JPEG, GIF) k prezentaci důležitých informací? Neskrýváte množství informací do PDF souborů?

ANO NE	Poznámky (není něco schovávané?):
-----------	-----------------------------------

i) Jsou vaše stránky čitelné při vypnutí zobrazování obrázků nebo flashe?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

j) Jsou vaše stránky čitelné při vypnutí použití scriptovacích enginů (javascript, vbscript apod.)?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

k) Neotvíráte zbytečně nová okna prohlížeče?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

l) Neruší některý jiný prvek stránky (reklamní banner, barevně příliš zvýrazněný text) pozornost návštěvníka od hlavní části obsahu?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

m) Jde jasně identifikovat hlavní části stránky? (Hlavička, název a logo webu, firmy, navigace, hlavní obsahovou část, patičku, kontakt)

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

n) Jsou adresy web stránek pokud možno srozumitelné a jasně definující předpokládaný obsah stránky?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

o) Jde plnohodnotně používat tlačítko Dopředu a Zpět?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

p) Jsou titulky a popisky stránek jasně vystihující obsah stránek? Jsou titulky a popisky stránek jednoznačné a jedinečné pro každou stránku webu?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

q) napište, jaké chyby jste při testování našli, napište alespoň dva scénáře pro požadované akce webu).

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

Monitorujete?

Základy práce s Navrcholu.cz

<http://blog.dobryweb.cz/zaklady-prace-s-navrcholu-cz-1-dil/>

Základy práce s Google Analytics

<http://blog.dobryweb.cz/zaklady-prace-s-google-analytics-1-dil/>

Otázky k zodpovězení:

a) Monitorujete návštěvnost web stránek?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

b) Zjišťujete z monitoringu, odkud k vám návštěvníci přicházejí?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

c) Zjišťujete, na jaké slovní spojení vaše stránky návštěvníci našli?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

d) Máte přístup k statistikám návštěvnosti?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

e) Umíte vy nebo jiná smluvní strana zjistit nejčastěji navštěvované stránky?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

f) Umíte zjistit nejčastější vstupní stránky vašeho webu?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

g) Umíte zjistit nejčastější výstupní stránky vašeho webu?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

h) Umíte nebo máte možnost zjistit cesty návštěvníků na webu?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

i) Měříte konverze na webu?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

j) Máte stanovený měřitelné cíle potřebné pro měření konverzí?

ANO NE	Poznámky (uveďte cíle):
-----------	-------------------------

k) Dokážete podle potřeby zjišťovat a vyhodnocovat trendy v návštěvnosti (e-shopy)?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

l) Umožňuje váš monitorovací nástroj případný export údajů do použitelných formátů? (Excel, CSV, XML apod.)

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

Jak dát o sobě vědět

101 Ways to Build Link Popularity in 2006

<http://www.seobook.com/archives/001792.shtml>

Jak zvýším svým stránkám PR

<http://www.jakpsatweb.cz/seo/pagerank.html#zvysit>

Par kroku k dosažení první pozice na Google.com

<http://www.podnikanivusa.com/2007/02/17/par-kroku-k-dosazeni-prvni-pozice-na-googlecom/#>

Výběr článků na Vybrali.sme.sk

<http://vybrali.sme.sk>

Otázky k zodpovězení:

a) **Je váš web dohledatelný ve vyhledávačích?**

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

b) **Jsou staré URL adresy správně přesměrované na nové URL?**

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

c) **Nevytváří použitý CMS nekonečné cyklení adres?**

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

d) **Vytváří použitý CMS Google sitemaps? Je vaše Google sitemap registrována v Google?**

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

e) **Byla při spuštění nového webu vydána tisková zpráva? Byla zaslána relevantním (online i offline) médiím?**

f) **Jsou vaše web stránky registrovány ve všech potřebných vyhledávačích a katalozích?**

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

g) Jsou při registraci použité vhodné, jasné a srozumitelné titulky a popisky vašeho webu? Obsahují vhodné klíčové slova?

h) Odkazují na váš web jiné web stránky?

ANO NE	Poznámky (uveďte nejdůležitější adresy):
-----------	--

i) Oslovujete majitele jiných webů k výměně odkazů?

ANO NE	Poznámky (uveďte nejdůležitější adresy):
-----------	--

j) Využíváte jiných cest k prezentaci web stránek? (psaní odborných článků, psaní blogu a pod.)

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

k) Využili jste jiného marketingového plánu k prezentaci webu? (newslettery, soutěže, slevy na webu, pozvánkový systém k testování, nabídka betatestování, email marketing apod.)

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

Reklama, PPC

SEM na Google AdWords

<http://www.jakpsatweb.cz/seo/adwords-sem.html>

Úvod do AdWords ¼

<http://www.jakpsatweb.cz/clanky/adwords-1-system-naklady.html>

Úvod do Google AdSense

<http://www.jakpsatweb.cz/clanky/adsense-uvod-1.html>

SEM na eTarget

<http://www.jakpsatweb.cz/seo/etarget-sem.html>

Produkty na Seznam.cz

<http://www.jakpsatweb.cz/seo/seznam-sem.html>

Otázky k zodpovězení:

a) Máte jasně stanovený reklamní rozpočet? Počítali jste s reklamním rozpočtem?

Odpověď (napište zde váš reklamní rozpočet, s členěním na jednotlivé kampaně):	Poznámky:
--	-----------

b) Víte, jaké reklamní formáty použijete? (bannerová reklama, textová reklama, virální marketing atd.)

Odpověď (odpovídejte bodově):	Poznámky:
-------------------------------	-----------

c) Je stanovená délka trvání reklamní kampaně?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

d) Je rozpočet rozčleněn na jednotlivé druhy použité reklamy a jednotlivé kampaně? (vid' rozpočet v bodu a))

e) Jsou stanoveny finanční kvóty pro jednotlivé reklamní kampaně? (vid' rozpočet v bodu a))

f) Víte vy nebo dodavatel, na jakých serverech chcete inzerovat?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

g) Je definována cílová skupina pro reklamní sdělení?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

h) Jsou definovány země / státy, kde se má reklama zobrazovat?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

i) Jsou titulky a texty reklam napsány gramaticky správně?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

j) Jsou titulky a texty náležitě informativní, souvisejí s předmětem inzerce?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

k) Vyzývá text reklamního sdělení k akci? (kupte, objednejte, zavolejte, napište, vyberte si apod.)

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

l) Působí text reklamy důvěryhodně?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

m) Jsou definovány vstupní stránky pro příchozí z kliknutí na reklamu?

ANO NE	Poznámky (uveďte adresy, názvy):
-----------	----------------------------------

n) Máte zabezpečeno měření konverzí a úspěšnosti reklamy?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

o) Je delegován zodpovědný člověk s náležitými rozhodovacími pravomocemi pro případnou spolupráci s reklamní agenturou?

ANO NE	Poznámky:
-----------	-----------

p) Má vybraná reklamní agentura zkušenosti s danou formou prováděné reklamy?

q) Poskytuje vybraná reklamní agentura své služby i vaši konkurenci?

ANO NE	Poznámky (uveďte konkurenci) :
-----------	--------------------------------

r) Jak je zajištěná ochrana před střetem zájmu v reklamní agentuře?

ANO NE	Poznámky (uveďte jak):
-----------	------------------------

s) Je zajištěna ochrana důležitých informací při styku s reklamní agenturou?

ANO NE	Poznámky (uveďte jak):
-----------	------------------------

t) Má reklamní agentura zkušenosti s reklamními kampaněmi s vyššími reklamovanými částkami?

u) Má vybraná reklamní agentura reference z již realizovaných reklamních kampaní pro své klienty?

ANO NE	Poznámky (můžete uvést pár referencí):
-----------	--

v) Dokážete spolehlivě zpracovat možný objem zákazníku z reklamní kampaně?

w) Zvažovali jste využití bannerových či jiných speciálních typu reklamních kampaní na oborových či jinak cíleně zaměřených webů?

x) Je vaše reklama určená pro rychloobrátkové zboží nebo pro běžný typ zboží?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

y) Je vaše reklama určená pro prodej výrobků / služeb nebo pro posilování image či povědomí o značce?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

z) Zvažovali jste využití emailových reklamních kampaní?

Odpověď:	Poznámky:
----------	-----------

Na závěr

Vážený uživateli checklistu webového projektu,

i když se může zdát, že tento checklist je příliš dlouhý, není jeho účelem vás unavit analyzováním dat, ale pomoci vám připravit svůj projekt nového webu co nejlépe. To, co je na papíru, máte vždy na očích a tak nikdy na to nezapomenete. Věřím proto, že checklist Vám bude skutečně přínosem stejně jako nám a našim partnerům či klientům.

Tým SOFTPAE

PS: Zkontrolujte své webové stránky, navštivte náš testovací systém pro webové stránky:

SOFTPAE SEO Analyzátor

<http://www.softpae.com/seo/>

Navštivte:

Weblog SOFTPAE

<http://weblog.softpae.com/>

Jak psát web

<http://www.jakpsatweb.cz/>

Vyhledávače.INFO

<http://vyhledavace.info/>

Nevíte si rady? Pomůžeme vám.

Nevíte si rady s přípravou a provedením svých webových stránek? Pomůžeme Vám.

Přizvěte nás jako konzultanty k vašemu webovému projektu a my ve spolupráci s vámi provedeme váš webový projekt od pomoci s výběrem dodavatele přes správnou realizaci až k úspěšnému konci. Pro více informací nás kontaktujte.

Ceny:

Konzultace	1.200 Kč/Sk za hod.
Programování	od 600 Kč/Sk za hod.
Jiné služby	dohodou

SOFTPAE, <http://www.softpae.com>, konzultace@softpae.com