

F3

Vysoká škola
ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská

fph.vse.cz

3 pilíře dobrého webu



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Úvod

Webové stránky jsou v dnešní době naprostou nezbytností pro téměř jakýkoliv podnik, organizaci či instituci. S jejich pomocí sdělujeme ostatním kdo jsme, co děláme, co prodáváme, kde působíme, jakými způsoby nás lze kontaktovat a tak podobně. Naneštěstí ani dnes není žádnou výjimkou narazit na špatně zhotovené webové stránky v prakticky všech možných ohledech. Jaké jsou tedy základy dobrých webových stránek?

3 pilíře

Při tvorbě webových stránek je potřeba zaměřit se na tři věci.

- Strukturu
- Obsah
- Optimalizaci

Propojenost pilířů

Zmíněné pilíře nejsou samostatnými jednotkami, ale v menší či větší míře jsou navzájem propojeny mnoha různými způsoby. Když mluvíme o struktuře, nemáme na mysli jen strukturu webu jako takovou, ale také strukturu obsahu v rámci konkrétní stránky. Když mluvíme o optimalizaci, nemáme na mysli jen optimalizaci webu jako celku, ale také optimalizaci struktury. A takto bychom mohli pokračovat dále. Vše je navzájem propojené.

Optimalizace

Obsah *Struktura*

Struktura

Struktura webu jako celku, ale také obsahu každé jednotlivé stránky musí být smysluplná a přehledná pro každého návštěvníka. Jde o to, aby návštěvník našel to co hledá v co nejkratším možném čase, protože pokud tomu tak nebude, může se stát, že web opustí, aniž by si objednal náš výrobek/službu, kontaktoval nás a tak podobně. Zároveň se zde opět musíme připomenout ono propojení pilířů. Dobře vytvořená struktura webových stránek napomáhá celkové optimalizaci.

Příklad dobře zvládnuté struktury webu

Basic Website Layout

Home Page

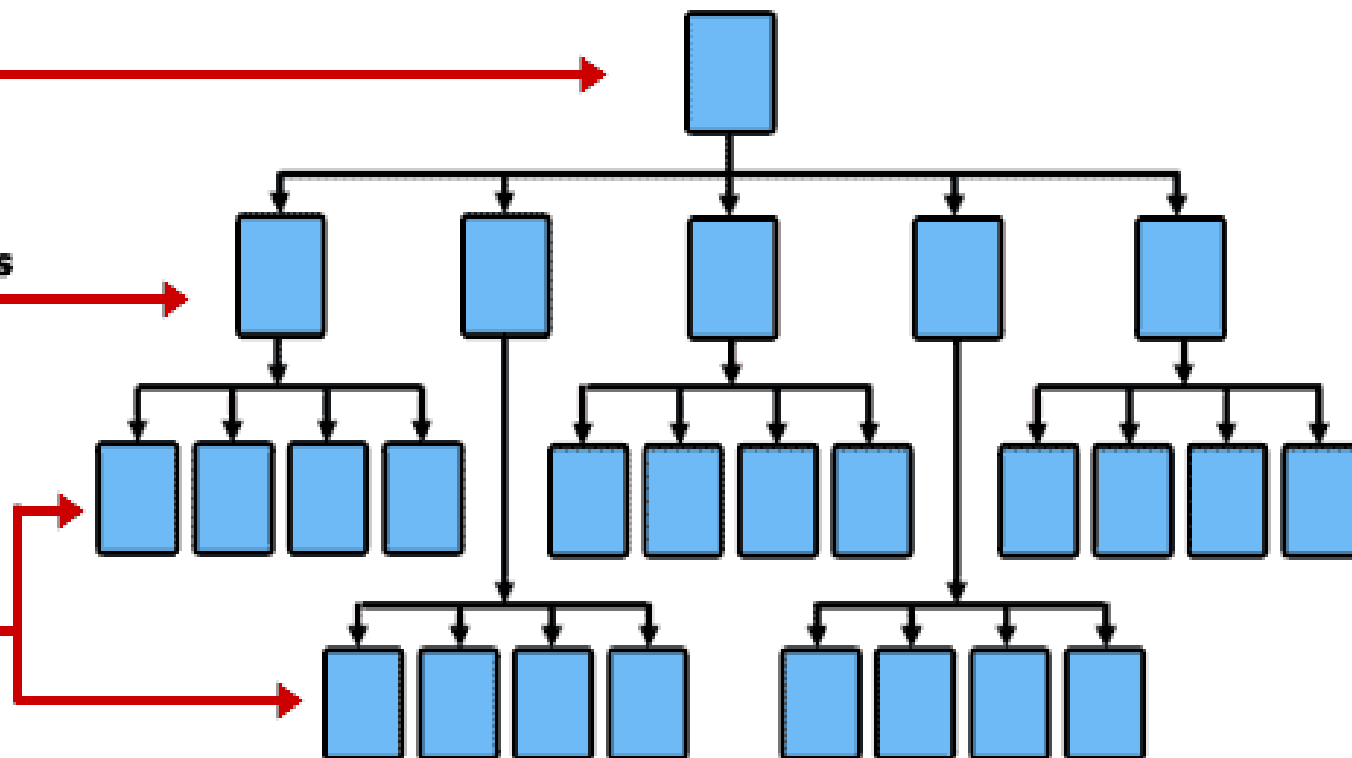
(index page)

Main Sections

(site index)

Subsections

(content)



Obsah

Obsah není jen hradbou textu, ale měl by být:

- Atraktivní, aby „prodával“
- Bohatý – text (odstavce, nadpisy, odrážkování, číslování), obrázky, videa, infografika atd.
- Strukturovaný – přehledný pro návštěvníky, SEO přívětivý
- Dostatečně dlouhý – abyste sdělili všechny podstatní informace, SEO přívětivý
- Ne přehnaně dlouhý – nikdo to nebude číst

Obsah

- Prolinkovaný – napomáhá návštěvníkům procházet web, SEO přívětivý
- Bez gramatických chyb v textu
- Text by měl být unikátní

Příklad strukturovaného obsahu na stránce

Nadpis H1

Odstavec textu

Obrázek

Nadpis H2

Odstavec textu

Nadpis H2

Odstavec textu

Nadpis H3

Odstavec textu

Obrázek

Nadpis H2

Odstavec textu

Nadpis H3

Odstavec textu

Příklad strukturovaného obsahu na stránce

Stěžejní kostru struktury obsahu konkrétní stránky/příspěvku tvoří nadpisy s různou vzájemnou nadřízeností a podřízeností označované jako h1 (hlavní nadpis) a dále pak h2, h3 a h4.

Optimalizace

Když mluvíme o optimalizaci webových stránek, tak se zpravidla bavíme o optimalizaci pro internetové vyhledávače. Disciplínu, která se touto problematikou zabývá, nazýváme Search Engine Optimization (zkráceně SEO). Skládá se ze dvou částí. První, která se zabývá optimalizací samotných webových stránek, nazýváme onpage SEO. Druhá, která se zabývá optimalizací odkazového profilu nazýváme offpage SEO.

Onpage SEO

Onpage SEO máte plně pod svou kontrolou, protože jste „jediná“ osoba, která má přístup do administrace webu.

Některé hlavní klíčové úkoly práce s onpage SEO:

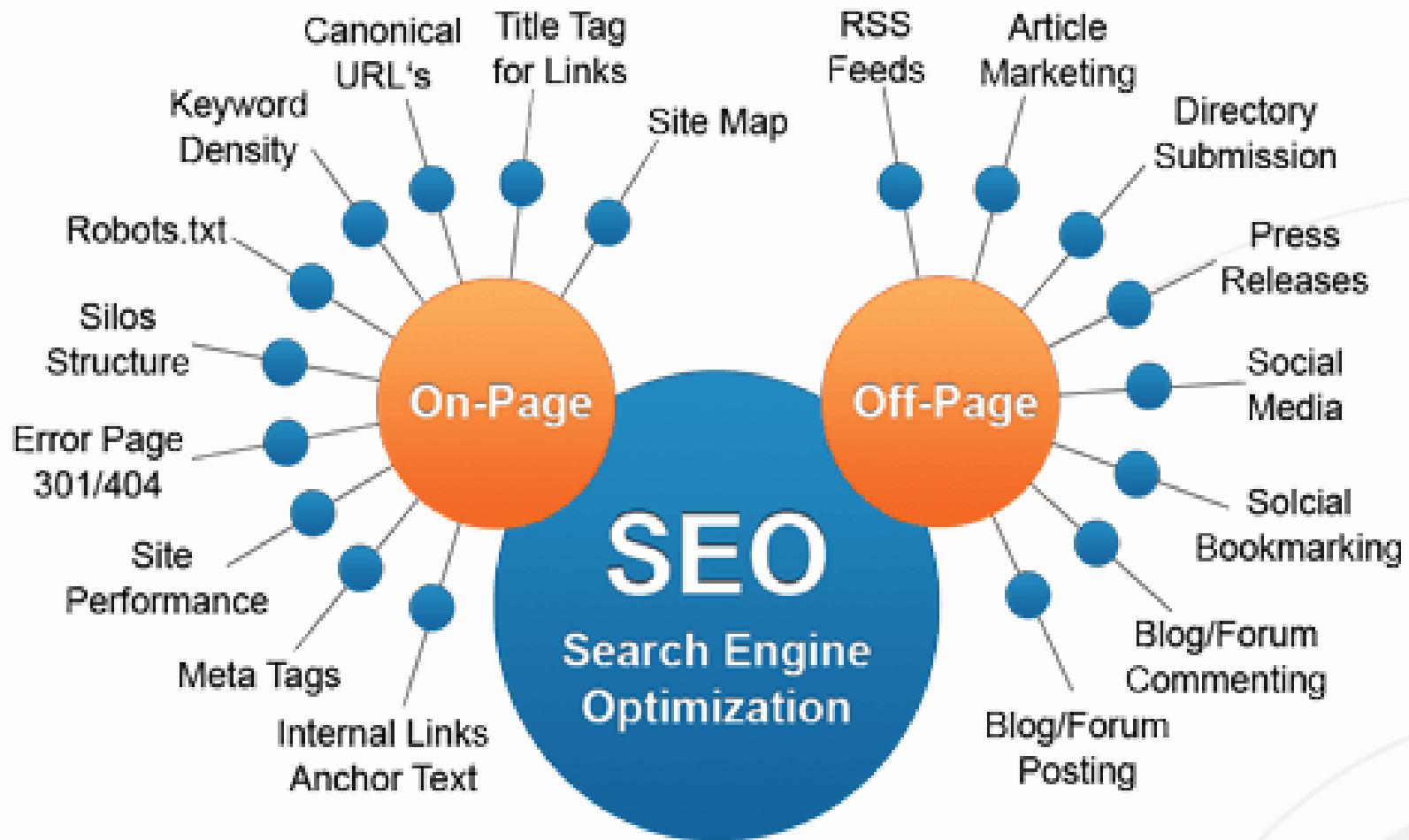
- Kontrola četnosti klíčového slova
- Obsah – obsah, množství, struktura, prolinkovanost, atd.
- Tvorba správných „titlů“ a „tagů“
- Zajištění „altů“ u obrázků
- Kontrola mrtvých linků – vnitřních i vnějších

Offpage SEO

Offpage SEO nemáte pod svou kontrolou, protože máte jen omezené možnosti ovlivňování toho, kdo na vás odkazuje a jakým způsobem (odkazy mohou být takzvaně do-follow – ty jsou kvalitnější a non-follow – ty jsou méně kvalitní).

Některé hlavní klíčové úkoly práce s offpage SEO:

- Získávání vysoce kvalitních odkazů – to znamená do-follow odkazů z vysoce autoritních webových stránek
- Kontrola toho, že váš odkazový profil není přesycen odkazy z konkrétního klíčového slova

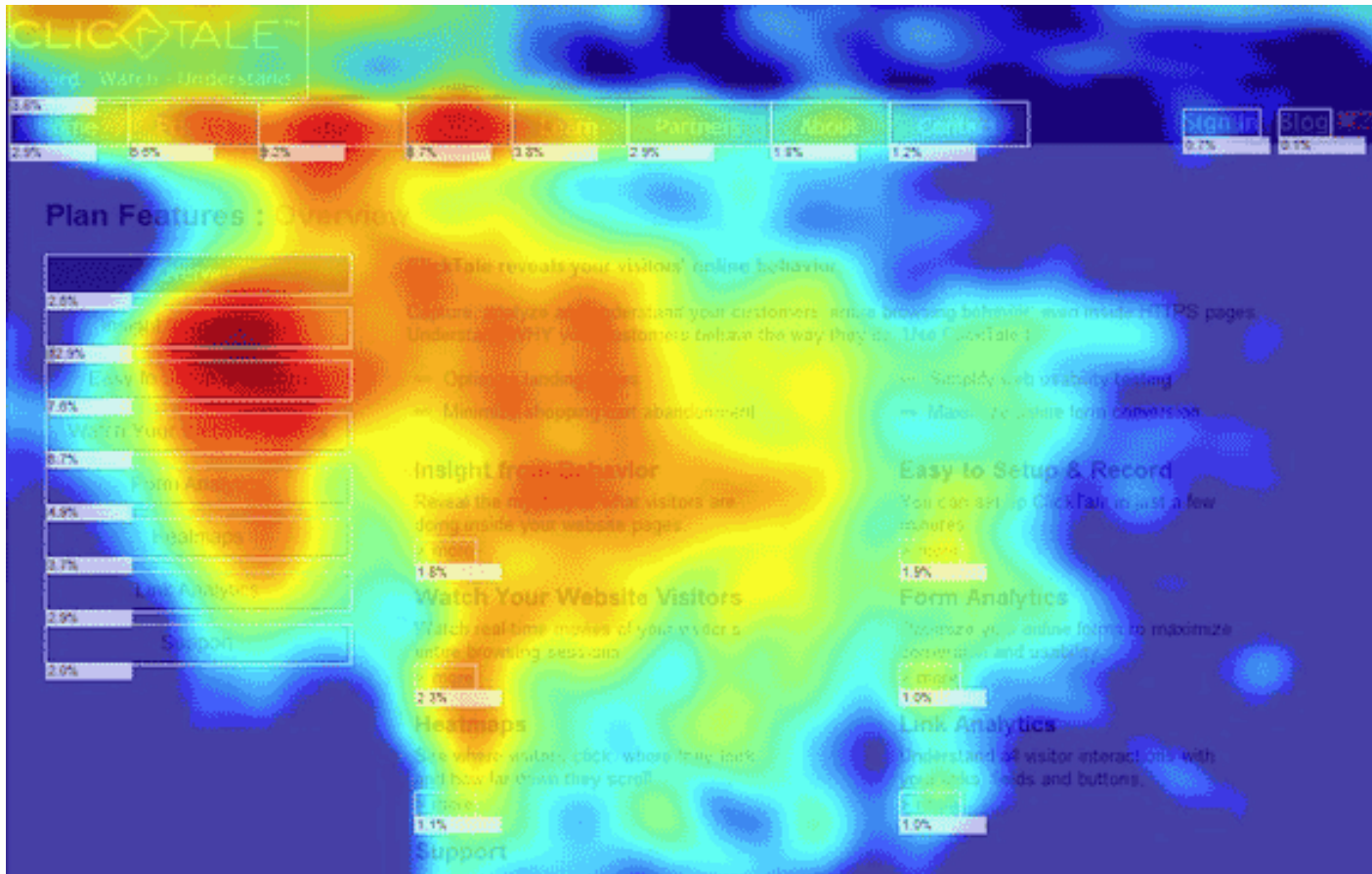


Zdroj: Quora.com

Další způsoby optimalizace

Navzdory faktu, že termínem optimalizace v drtivé většině případů myslíme SEO, optimalizovat webové stránky můžeme řadou dalších způsobů v závislosti na tom, co na nich chceme vylepšit. Jedním z nejběžnějších způsobů „sekundární“ optimalizace je využívání takzvaných „heatmap programs“. Jedná se o programy, které vám na základě pohybu kurzoru určí v jakých částech webu, respektive částech konkrétní stránky webu jsou uživatelé nejaktivnější. Díky tomu lze určit zda jsou nejpodstatnější informace a části v oblasti největší aktivity uživatelů. Pokud ne, lze na základě těchto „heatmap programs“ restrukturalizovat webová stránky tak, aby se zvýšila jejich efektivita v požadovaném ohledu.

Příklad výstupu z heatmap programu



Zdroj: Growtraffic.com

Ptejte se!



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

