

Obsah

I Plánujeme svůj web

1 Rozhodujeme, co se má udělat 8

Co na webu funguje	9
Písemná formulace záměru	12
Vzor formulace záměru	12
Typické cíle	13
Stanovení vašich cílů	13
Jaký druh cílů?	13
Určení cílů pro web firmy	14
Rozhodnutí, co má přijít na stránky	16
Stanovte své priority	16
Sestavte kompletní seznam všech možných schopností	16
Identifikace nepostradatelných schopností	17
Stanovení priorit schopností	17
Důležitost	17
Snadnost	18
Proces stanovení priorit	18
Graf priorit	19

Napište si plán 21

Základní plán	22
Proč se otravovat s psaním plánu?	22
Nenechte se paralyzovat!	23
Základní produkční plán	24

2 Dáváme webu jméno 30

Volba názvu	31
Registrace názvu	32
Tři způsoby, jak pojmenovat web	33
Volba suffixu	34
Složení webových adres	34
Získání názvu domény	35

3 Posuzujeme konkurenci 38

Identifikace konkurentů	40
Odkud konkurenti pocházejí	40
Kde hledat konkurenty	40
Praxe: Kdo jsou vaši konkurenti?	41
Ohodnocení konkurence	42
Finanční analýza	42
Funkční analýza	42
Odhalení silných a slabých míst konkurence	42
Praxe: Jak zdatní jsou vaši konkurenti?	43

4 Poznáváme naše uživatele 44

Poznáváme naše uživatele	46
Kvantitativní versus kvalitativní průzkum	46
Klíčové kroky při průzkumu uživatelů	47
Nástroje pro průzkum uživatelů	48
Sestavujeme profily našich uživatelů	50
Ptejte se svých uživatelů	51
Odhad velikosti publika	52
Praxe: Kdo jsou vaši uživatelé?	53
Vizualizace vašich uživatelů	54
Vytváření persón	54
Ukázková Persóna	54
Neměli byste minout: Vy nejste svým uživatelem!	55
Vytváření scénářů	56
Kategorizace vašich uživatelů	56
Praxe: Vytvořte fiktivní osoby svých uživatelů	57
Předpovídáme, co budou uživatelé chtít	58
Nástroje, s jejichž pomocí se dozvíte, co uživatelé chtějí	58
Neměli byste minout: Váš web není středem uživateleova vesmíru	59
Snažíme se pochopit potřeby uživatelů	60
Plánujeme nový web	60
Analýzy úkolů	60
Převod úkolů do schopností z analýz úkolů	61
Získání dobrých výsledků z analýz úkolů	61
Snažíme se pochopit chování uživatelů	62
Analýza návštěvnosti	62
Testy použitelnosti	62
Nástroje pro pochopení chování uživatelů	62
Zpětné vazby zákazníků	63
Padesát způsobů, jak ztratit své uživatele	64

Do akce: Vyděláváme 67

Příjmové modely	68
Čtyři kroky jak nadělat peníze online	68
Zvažte reálné své možnosti	69
Proč vybrat jen jeden?	69
Pět příjmových modelů online	70
Vyděláváme na prodeji produktů	72
Co zákazníci chtějí	72
Vyděláváme na reklamách	73

Co chtějí inzerenti	73
Vyděláváme na subskripcích a poplatcích	74
Co chtějí subskribenti	74
Vyděláváme jako prostředníci	75
Co chtějí ti, kteří se chtějí seznámit	75
Možnosti plateb online	76
Praxe: Jak nadělat peníze?	77

II Navrhujeme svůj web

5 Návrh webu 80

Dobře navržený web	81
Navrhujeme pro uživatele	82
Deset způsobů, jak udělat web prospěšnější pro uživatele	83
Navrhujeme v souladu s dohodnutými konvencemi	84
Hlas, který má váhu: Proč byste měli dodržovat webové konvence	85
Jak lidé vnímají webové stránky	86
Vizuální konvence na webu a mimo něj	87
Hlas, má váhu	87
Navrhujeme pro HTML	88
Pět klíčů k návrhu HTML	88
Neměli byste minout: Volba softwaru pro návrh webu	89
Navrhujeme pro různé systémy „Dělicí čára“ pro vás představuje	91
Kde je dělicí čára?	91
Navrhujeme pro rychlost	92

6 Uspořádání a navigace 96

Dobře uspořádaný web	97
Rozvržení webu	98
Uspořádání webu	99
Neměli byste minout: Stránky by neměly být obrazem společnosti	99
Neměli byste minout: Jak vyzrát na informační inženýrství	101
6 způsobů, jak stránky uspořádat	102
Tvorba vtipných kategorií	105
Zdokumentování struktury stránek	108
Navigační systém	110
8 slepých uliček hledání navigačního systému 110	
Jak se lidé na webu orientují	111
Globální a místní navigace	112
Vyvážení vrstev navigace	112
Proč nejsou nabídky vhodné pro navigaci	113
12 navigačních systémů	114
Praxe: Jak bude váš web uspořádaný?	120
Praxe: Jak se bude váš webem procházet?	121

Pojmenovávání oddílů webu	122
Volba jednotných jmen	124
Několik dobrých příkladů	125
Neměli byste minout: Proč by názvy oddílů měly být jasné a ne objevené	126
Podivná jména	127
Neměli byste minout: Jak pojmenujete oddíl svého webu?	128

Testování použitelnosti 129

5 druhů testů použitelnosti	130
Co se můžete z testů použitelnosti dozvědět	131
Testování použitelnosti za babku	133
Neměli byste minout: Kdy se testování použitelnosti může obrátit proti vám	136

7 Vizuální návrh 138

Návrh úvodní stránky	140
8 tipů pro návrháře-nenávrháře	143
Pět bouřících debat webdesignu	144
Barvy na webu	146
Výběr správných barev	146
Mnoho významů barev	146
6 rad k výběru barev	147
Tvorba barevného systému	148
RGB vs. CMYK	148
Zprovoznění barev na webu	149
Šestnáctkové barvy	149
Webová typografie	150
Volba písma	150
Patková a bezpatková písma	150
Čitelnost na obrazovce	151
Verdana: první webové písmo	152
Formátování textu	153
Písmo nebo písmová rodina?	153

8 Webové technologie 154

HTML a XHTML	155
Styly	155
Plug-iny	155
Klientské skripty (javascript)	155
Serverové skripty (asp, php)	155
java applety	155
odkud mají svůj vzhled?	156
Seznámení s xhtml	158
HTML a XHTML: jaký je mezi nimi rozdíl?	158
Co musíte vědět o xhtml	158
Přechod na XHTML	159
Převod HTML na XHTML	159
Seznámení s tabulkami	160
Jak tabulky používat	160
Co musíte vědět o tabulkách	160
Seznámení s rámy	161

Jak rámy používat	161
Co musíte vědět o rámech	161
Seznámení se styly	162
Co musíte vědět o stylech	162
Výhody stylů:	163
Nevýhody stylů	163
Jak styly používat	163
Seznámení s JavaScriptem	164
Co musíte vědět o JavaScriptu	164
Proč je nenáviděn	164
jak JavaScript používat	165
Jiné možnosti programování	165
Seznámení s flash	166
Co musíte vědět o Flashi	166
Jak Flash používat	167
Seznámení s php	168
Co musíte vědět o php	168
PHP a jiné serverové skripty	169
jak php používat	169
Jiné serverové skriptovací nástroje	169

III Budujeme web

9 Stavba webu **172**

10 hlavních důvodů, proč máte] šnečí web	173
Kdy je pomalé moc pomalé	175
Proč jsou stránky pomalé	175
Míříme ke kompatibilitě	176
Plánování kompatibility	176
Testy kompatibility	177
Míříme ke spolehlivosti	179
Zlepšování spolehlivosti	179
Oprava špatného webu	180
Míříme k bezbariérovosti	182
Není to jen pěkné — je to chytré	182
A v USA to nařizuje zákon	182
Přizpůsobení postiženým návštěvníkům	182
5 krůčků ke zmenšení zábran	183
Aby web vydržel... ..	184
Proč potřebujeme standardy	184
Jak standardy fungují	185
Tak na čem to závisí?	185
Neměli byste minout: Proč byste měli dodržovat webové standardy	186
Příprava vnitřnosti	188
Poznámka k otevřeným technologiím	188
Rozdělení vnitřních technologií	189

10 Jak fungují webové stránky (v kostce) **190**

Příprava HTML dokumentu	191
3 způsoby přípravy webu	192
Neměli byste minout: V čem spočívá dobrý webdesign?	193
Jak HTML funguje	194
Tvorba první webové stránky	196
Jak se z webových stránek stane web	198
Pojmenování webových stránek	198
Uspořádání webových stránek	198
Propojení stránek	199
Přenesení webových stránek	199
Jak se webové stránky dostanou k uživateli	200
Poskytování „dynamických“ stránek	201
Seznámení se serverem	201

11 Příprava obrázků a multimédií pro web **202**

Seznámení s kompresí	203
Jak komprese funguje	204
Seznámení s pamětí	205
Obrázky na webu	206
Výběr formátu obrázku	207
Příprava obrázků pro web	208
Zvuk na webu	210
Proc se hudba na pozadí muze obrátit proti vám	210
Výběr formátu webového zvuku	211
Příprava zvuku pro web	212
Video na webu	214
výběr formátu pro online video	215
Příprava videa pro web	216

Do akce: Urychlování webových stránek **219**

Dobře postavený web	220
Cesta k rychlosti	221
Rychlý web v šesti krocích	222
Praxe: Jak vylepšíte rychlost webu?	225

12 Vybavení webu aplikacemi **226**

Výběr správné technologie	228
Vyhnete se možným nástrahám	228
Posouzení nové technologie	229
Vývoj softwaru pro váš web	231
Sestavení správného týmu	233
Vývoj aplikace	234
popis produktu	234
jak pracovat s techniky	236

IV Udržujeme web

14 Propagace vašeho webu 278

13 Sledování a rozvíjení
vašeho webu 240

Sledování webu	242
vyhodnocení, jak lidé používají váš web	243
Zdroje návštěvnosti vašeho webu	244
Nalezení zdroje	244
Měření návštěvnosti	245
Jak se údaje sbírají	245
přibližná věda	245
Důležité rady k měření provozu	245
Jak fungují hodnotící systémy	246
volba software pro analýzu návštěvnosti ..	247
Tvorba zprávy o návštěvnosti	248
co hledat	248
Praxe: Ukázková zpráva o návštěvnosti ..	249
Vyšetřování změn	250
Co hýbe s návštěvností?	250
Typické průběhy návštěvnosti	251
Roční předpověď	252
Lednový nápor	252
Letní okurková sezóna	252
Podzimní růst	253
Prosincový propad	253
Výjimky z pravidla	253
Rozvíjení vašeho webu	254
time.com — malé změny, velký dopad	254
Ověření vašich teorií	255
Zaměření na to nejdůležitější	255
Neměli byste minout: Kterak MSN přinutila lidi klepat (milionkrát)	256
Neměli byste minout: Jak se z webmonkey stala (vydělávající) knihovna	258
Neměli byste minout: Jak gURL.com zjistilo, co dívky chtějí (hry!)	260
Neměli byste minout: Jak BlackPlanet donutila uživatele registrovat se (a platit) ..	262

Do akce: Zvyšování
návštěvnosti 267

5 rychlých rad k návštěvnosti	268
Začínáme	268
50 cest k vyšší návštěvnosti	269
Přilákání nových návštěvníků	270
Zdržení návštěvníků	272
Přilákání navrátilců	274
Praxe: Jak zvýšíte návštěvnost?	276

Šest klíčů k propagaci vašeho webu	279
Strategie pro ústní propagaci	280
Programy spřízněnosti	280
Programy „tiché pošty“	280
Použijte to! Šikovné formy „tiché pošty“ ..	281
Strategie pro e-mail	282
6 věcí, které pro vás může e-mail udělat	282
Volba e-mailové strategie	283
Sběr e-mailových adres	283
Volba e-mailové strategie	284
Zakládání e-mailového seznamu	286
Měli byste si koupit seznam?	286
volba software pro e-mailové bulletiny	287
12 tajemství úspěšných e-mailů	288
Strategie pro odkazy	290
odkazy z portálů	290
Odkazy z dalších webů	290
Proč na odkazech záleží (3-krát)	290
Zaměřte se na weby, které Druhy odkazů: „povrchové“ a „hluboké“	291
Titulky na jiných webech	292
Placené odkazy	292
Webová inzerce	294
příprava úspěšné kampaně	294
Klepnuti není vše	295
6 reklam, které upoutají	296
Kde inzerovat?	298
Zeptejte se sami sebe	298
Výběr webu	298
4 způsoby, jak platit za reklamy	298
Praxe: Na co se zeptat, než reklamu umístíte	299
Zacilení reklam	300
Obsahové zacilení	300
Druhy reklam	301
Proužky	301
Tlačítka	301
Mrakodrapy	301
Vyskakující a rozlučková okna	302
„Bohaté“ reklamy	302
Textové reklamy	302
Sponzorované odkazy	302
Doporučení	302
vyskakující reklama	303
Mrakodrap	303
Proužek	303
Tlačítko	303
Webové reklamní standardy	303
Sponzorství	304
Předvedení produktu	304

Videoreklamy	304	Naučte se říci ne	322
Proklady	304	Připravte „průběh“	322
Mezimedialní strategie	305	Neměli byste minout: Jak zachránit časový plán, který se bortí... ..	323
Praxe: Jak budete propagovat svůj web? ..	307	Použijte to, co již znáte	323
Praxe: Jak budete propagovat svůj web? ..	308	Neměli byste minout: Jak připravit časový plán, který bude dodržen	324
Do akce: Zlepšení postavení ve vyhledávačích	309	Neměli byste minout: Jak řídit brainstorming	326
Nejprve poznejte, jak to funguje... ..	310	Vedení webového týmu	328
...potom si připravte plán... ..	310	Neměli byste minout: Jak se domluvit	329
a když vše ostatní selže... ..	310	Neměli byste minout: Jak povzbudit spolupráci	330
Jak se dostat do vyhledávačů	311	Sestavování webového týmu	332
Jak se dostat do portálů	311	Základní tým	332
Abyste byli zahrnuti	311	Rozšířený tým	334
Neměli byste minout: Vzhůru na Yahoo! ..	312	Uspořádání vašeho webového týmu	338
Vylepšování postavení ve vyhledávačích	313	Webová společnost	338
Použijte to! Jak se stránka dostane na vrchol	316	Velká společnost a webová agentura	339
Praxe: Jak zlepšíte své postavení ve vyhledávačích?	317	Malá firma a poradce	340
15 Řízení webového projektu a týmu	320	malá firma a poradce	340
Vedení webového projektu	321	Neměli byste minout: Jak dostat všechny na stejnou loď	341
Ujasněte, co tvoříte	321	Dodatek	342
Rozhodněte, jak se bude rozhodovat	321	Rejstřík	357

