

# LISTA KONTROLNA PROJEKTU STRONY INTERNETOWEJ

---

POMOŻE CI PRZYGOTOWAĆ WYTYCZNE I MATERIAŁY DO STWORZENIA STRONY INTERNETOWEJ, KTÓRA BĘDZIE PIĘKNA I FUNKCJONALNA ORAZ ZACHĘCI TWOICH KLIENTÓW DO ZAANGAŻOWANIA.

Chcesz wprowadzić zmiany samodzielnie lub wysłać zapytania i wybrać projektanta, który urzeczywistni Twoją wizję strony internetowej i wprowadzi do niej nowe narzędzia? Ale co tak naprawdę przygotować, żeby wycena projektu była szyta na miarę Twojego biznesu? A jeśli działasz ze stroną samodzielnie, jakie dane zgromadzić dla siebie, żeby niczego nie przegapić a proces przebiegał płynnie?

Ta lista kontrolna to dobry wybór - została stworzona właśnie po to, by pomóc Ci określić swoje potrzeby i jak najlepiej przygotować się do projektu. Do dzieła!

Iga Januszewska RARYTAS STUDIO

Proszę pomyśl o środowisku zanim wydrukujesz ten dokument - lepiej skorzystaj z niego w formie cyfrowej! Jeśli nie posiadasz odpowiedniego programu, możesz wygodnie wypełnić ten brief online korzystając z darmowego edytora na stronie internetowej [smallpdf.com](https://smallpdf.com)

**rarytas.  
studio**

# PROSTO DO CELU

---

WYBIERZ CELE JAKIE CHCESZ OSIĄGNAĆ  
POPRAZ STRONĘ - WPŁYNIE TO NA JEJ  
UKŁAD I FUNKCJONALNOŚĆ.

Możesz określić cel ogólny dla całej witryny oraz osobne cele dla każdej podstrony. Zastanów się też, w jaki sposób możesz je mierzyć (statystyki, wysokość sprzedaży, ankiety itp.). Postaraj się, by Twoje cele były realne i terminowe.

UZUPEŁNIJ WYBRANE I/LUB DOPISZ WŁASNE:

- Zwiększenie świadomości o marce / zakresie oferty pośród klientów.
- Zwiększenie / rozpoczęcie sprzedaży online.
- Zbudowanie bazy kontaktów / listy klientów do późniejszego kontaktu bezpośredniego - np wysyłania newslettera.
- Możliwość rezerwacji online - spotkań, usług itp.
- Dialog z klientami - na forum, w komentarzach, poprzez ankiety, pozyskiwanie opinii o marce / ofercie
- Inny:

# FUNKCJA WYNIKA Z WARTOŚCI

---

OKREŚL, JAKĄ WARTOŚĆ BĘDZIESZ OFEROWAĆ ODBIORCOM TWOJEJ STRONY, DZIĘKI CZEMU NATURALNIE WYŁONISZ FUNKCJONALNOŚCI, KTÓRE ICH PRZYCIĄGNĄ.

PODKREŚL WYBRANE I/LUB DOPISZ WŁASNE:

- |  |   |  |
|--|---|--|
| Będę inspirować / motywować                                  | → | portfolio / blog / newsletter / kalendarz wydarzeń                                   |
| Będę dzielić się swoją wiedzą                                | → | blog / ebook / kursy online / newsletter   |
| Będę sprzedawać produkty/usługi                              | → | sklep / rezerwacje online / portfolio  |
| Chcę utwierdzić moich klientów, że dokonują słusznego wyboru | → | referencje / opinie / nagrody / case studies / portfolio /                           |
| Chcę zapewnić klientom bezpieczeństwo transakcji             | → | certyfiakat SSL, bezpieczne płatności online, regulaminy (np. zwrotów lub gwarancje) |
| Chcę / Będę .....  | → | .....  |

Jeżeli nie potrafisz samodzielnie przejść od wartości do funkcjonalności, zachęcam do przygotowania wcześniej informacji na temat profilu Twojego klienta idealnego i jego potrzeb, do których będziesz się odwoływać w swojej witrynie. To wiele rozjaśni :) Na stronie [rarytas.studio](https://rarytas.studio) możesz pobrać BRAND DESIGN BRIEF, który Ci z tym pomoże.

# STRUKTURA

---

ZASTANÓW SIĘ Z JAKICH PODSTRON BĘDZIE SKŁADAĆ SIĘ TWOJA STRONA I JAKA BĘDZIE ICH HIERARCHIA.

Zdecyduj jak wyglądać będzie układ strony i nawigacja (sugeruję nie więcej niż 6 kluczowych pozycji w menu). Skup się na prostych, zrozumiałych i precyzyjnych nazwach (oferta / cennik / kontakt / korzyści / realizacje itp.) Rozpisz w ramce podstrony tak jak w przykładowym konspekcie:

## STRONA GŁÓWNA

### 1. Podstrona

- Podstrona 1.1
- Podstrona 1.2
- Podstrona 1.3

### 2. Podstrona

### 3. Podstrona bloga

- kategoria
- kategoria
- kategoria

### 4. Podstrona ze sklepem

- KOLEKCJA
- produkt
- produkt

### 5. Podstrona



# HIERARCHIA TREŚCI

Które z podstron są ważniejsze?

Jakie informacje chcesz umieścić na poszczególnych podstronach i w menu nawigacyjnym? Zaplanuj treści tak, aby odbiorca w ciągu kilku pierwszych sekund mógł zorientować się w zawartości strony (np. poprzez umieszczenie tzw. elevator pitch na stronie głównej).

STRONA GŁÓWNA:

PODSTRONA ..... ZAWARTOŚĆ:

PODSTRONA ..... ZAWARTOŚĆ:

PODSTRONA ..... ZAWARTOŚĆ:

PODSTRONA ..... ZAWARTOŚĆ:

PODSTRONA ..... ZAWARTOŚĆ:

# PRZYGOTUJ ZASOBY GRAFICZNE

---

SPÓJNOŚĆ STRONY INTERNETOWEJ Z  
WIZERUNKIEM FIRMY TO PODSTAWA

- KSIEGA ZNAKU** - zawierająca niezbędne informacje - kolory (w systemach barwnych RGB lub HEX), typografię (fonty, których używa marka), pola ochronne znaku - lub każdą z tych informacji oddzielnie.  
**dostarczę we własnym zakresie / chcę zlecić wykonanie**
- PLIKI LOGO MARKI** - w różnych układach i formatach - poziome, pionowe, w plikach wektorowych np .pdf, .ai, .svg  
**dostarczę we własnym zakresie / chcę zlecić wykonanie**
- ZDJĘCIA I ILUSTRACJE** - powinny mieć minimalną jakość 72dpi i rozdzielczość w proporcji 2048x1280 px. Aby pliki szybko się ładowały powinny mieć wagę około 300 kB. Do rodzaju zasobu graficznego dopasuj odpowiedni format pliku:  
JPG - zdjęcia / PNG - grafiki z elementami przezroczystymi lub bez tła / SVG - drobne elementy takie jak logo czy ikony.  
Zadbaj też o nazwy plików wstawianych na stronę - zamiast IMG\_2039 wprowadź nazwę opisującą zawartość grafiki. Pamiętaj, żeby nie używać polskich znaków.  
Kompresję plików online możesz wykonać korzystając z darmowych narzędzi dostępnych np. na stronie internetowej [tinypng.com](https://tinypng.com)  
**dostarczę we własnym zakresie / chcę zlecić wykonanie**
- PLIKI VIDEO** - najlepiej umieścić na własnym kanale YOUTUBE i na stronie wykorzystać funkcję osadzania, dzięki czemu ciężar ładującego się pliku nie spowolni ładowania strony. Format Full HD 1920x1080. W przypadku plików do wgrania bezpośrednio na stronę ich ciężar nie powinien być większy niż 5 mB.  
**dostarczę we własnym zakresie / chcę zlecić wykonanie**

# OPRACUJ TEKSTY

---

PRZYCIĄGAJĄCE I ANGAŻUJĄCE TEKSTY TO OGROMNE ZAGADNIENIE. TWORZĄC ICH ZARYS, ZORIENTUJESZ SIĘ, CZY POTRZEBUJESZ POMOCY COPYWRITERA.

- SŁOWA KLUCZOWE** - Możesz skorzystać z narzędzi online typu Ubersuggest - wyselekcjonuj najczęściej wyszukiwane frazy i sprawdź, jak wiele innych stron używa aktywnie danej frazy (wpływa to na częstotliwość pojawiania się twojej strony w wyszukiwarce przy danym haśle). Uwzględniając wytypowane słowa kluczowe, możesz zacząć tworzenie treści na stronę www.

**dostarczę we własnym zakresie / chcę zlecić wykonanie**

- UKŁAD** - Teksty muszą być zrozumiałe i przyjemne w odbiorze. Zadbaj o atrakcyjność i czytelność poprzez podział bloków treści. Zastosuj:
- NAGŁÓWKI od 1 do 3 stopnia
  - ŚRÓD TYTUŁY I POGRUBIENIA
  - WYPUNKTOWANIA I CYTATY
  - PODZIAŁ NA KOLUMNY

**dostarczę we własnym zakresie / chcę zlecić wykonanie**

- JĘZYK KORZYŚCI** - Twój odbiorca musi dowiedzieć się ze strony, jak in plus zmieni się jego życie i jak będzie się czuł, gdy jego problemy zostaną przez Ciebie rozwiązane.

**dostarczę we własnym zakresie / chcę zlecić wykonanie**

- CALL TO ACTION** - zaplanuj krótkie, chwytliwe hasła zachęcające do działania - zaproszenia do subskrypcji newslettera, skorzystania z promocji, zapoznania się z kolejną podstroną, nawiązania kontaktu itd.

**dostarczę we własnym zakresie / chcę zlecić wykonanie**

# DODATKOWE ELEMENTY

---

DIABEŁ TKWI W SZCZEGÓŁACH. PRZEMYŚL CO JESZCZE MOŻE BYĆ POTRZEBNE.

- REFERENCJE** - Zbierz opinie o swojej marce od dotychczasowych klientów / kontrahentów. Połączone z nazwiskiem, a jeszcze lepiej ze zdjęciem lub logo firmy autora wzbudzają większe zaufanie do marki.
- KATALOGI, E-BOOKI, ARKUSZE, PREZENTACJE DO POBRANIA** - Jeśli dysponujesz materiałami dodatkowymi warto udostępnić je klientom do pobrania w formie PDF (pliki najlepiej nie większe niż 5 mb). Za dostęp do nich niektórzy skłonni są np. dołączyć do Twojej listy mailingowej.
- NEWSLETTER** - Zapoznaj się z ofertą systemów mailingowych i wybierz ten, który zintegrujesz ze stroną. Warto sprawdzić to wcześniej ponieważ wybrane funkcje newslettera mogą wymagać utworzenia dodatkowych podstron (potwierdzenia zapisu, anulowania subskrypcji itp.)
- PŁATNOŚCI ONLINE** - Jeśli planujesz funkcję sklepu internetowego wybierz jakie bramki płatności udostępnisz klientom, ustal sposób ich konfiguracji oraz czego będzie wymagać od Ciebie operator (np konkretnych zapisów w regulaminie strony).
- ANALIZA I MONITORING STRONY** - Prawidłowe mierzenie działań swoich oraz konkurencji, a także dobre rozumienie tego jak zachowują się na stronie użytkownicy może być źródłem najlepszych decyzji. Najpopularniejszym narzędziem mierzącym dotarcie online do odbiorców jest Google Analytics. Dowiedz się jak samodzielnie je zintegrować lub dodaj ten punkt do zakresu zlecenia na projekt strony.



# ZAPLECZE TECHNICZNE I ASPEKTY PRAWNE

---

WSZYSTKO CO JEST NIEZBĘDNE DO  
WDROŻENIA I DZIAŁANIA STRONY.

- DOMENA** - czyli adres i nazwa twojej strony: MAM .....  
/ NIE MAM, ALE KUPIĘ / NIE MAM I CHCĘ ZLECIĆ ZAKUP (podkreśl wybrane).
- HOSTING** - W dużej mierze od niego zależy szybkość działania strony, jej stabilność i Twój święty spokój. Do wyboru jest wiele opcji, spośród których rozróżniamy podział na serwery dedykowane (+ duża moc - wysoka cena - trudny w obsłudze. Przeznaczenie: bardzo duże witryny z własną infrastrukturą i specjalistą) oraz współdzielone (- umiarkowana wydajność + niższa cena + łatwość użytkowania. Przeznaczenie: średnie i małe witryny - najlepszy wybór na początek). MAM / NIE MAM, ALE KUPIĘ / NIE MAM I CHCĘ ZLECIĆ ZAKUP.
- CERTYFIKAT SSL / HTTPS** - to technologia szyfrowania ruchu sieciowego i ochrony informacji wymienianych między serwerem internetowym, na którym znajduje się dana witryna a przeglądarką użytkownika. Na potrzeby prostej strony internetowej wystarczy zainstalować darmową wersję. Płatne, zaawansowane certyfikaty niezbędne są w przypadku sklepów internetowych i innych witryn wymagających od użytkowników podawania danych wrażliwych. MAM / NIE MAM, ALE ZAINSTALUJĘ / NIE MAM I CHCĘ ZLECIĆ INSTALACJĘ.
- RODO / POLITYKA COOKIES / REGULAMIN SKLEPU** - To są elementy wymagane prawem. Każdy właściciel witryny internetowej jest zobowiązany do poinformowania o sposobach gromadzenia i przetwarzania danych osobowych użytkowników. Sklepy internetowe muszą dodatkowo posiadać specjalne podstrony m.in. z regulaminem. MAM / NIE MAM, ALE PRZYGOTUJĘ / NIE MAM I CHCĘ ZLECIĆ WYKONANIE.

# CO DALEJ?

---

GRATULUJĘ PRZEJŚCIA PRZEZ CAŁĄ LISTĘ KONTROLNĄ PROJEKTU TWOJEJ NOWEJ STRONY INTERNETOWEJ! MOŻESZ TU JESZCZE ZAPISAĆ LINKI DO SWOICH INSPIRACJI.

Linki do stron, które inspirują (pod względem szaty graficznej, sposobu nawigacji, układu treści, typografii, kolorystyki itd. - opisz krótko dlaczego):

TO JUŻ WSZYSTKO! Świetna robota!

Mam nadzieję, że była to dla Ciebie doskonała okazja, aby podsumować posiadane informacje, określić ilość materiału do przygotowania i zaplanować rozwój wizerunku swojej marki online.

Jeśli czujesz się gotowy na omówienie swojego projektu i wycenę, na co czekasz? Bierzmy się do pracy! Czekam na wiadomość od Ciebie: [hello@rarytas.studio](mailto:hello@rarytas.studio).