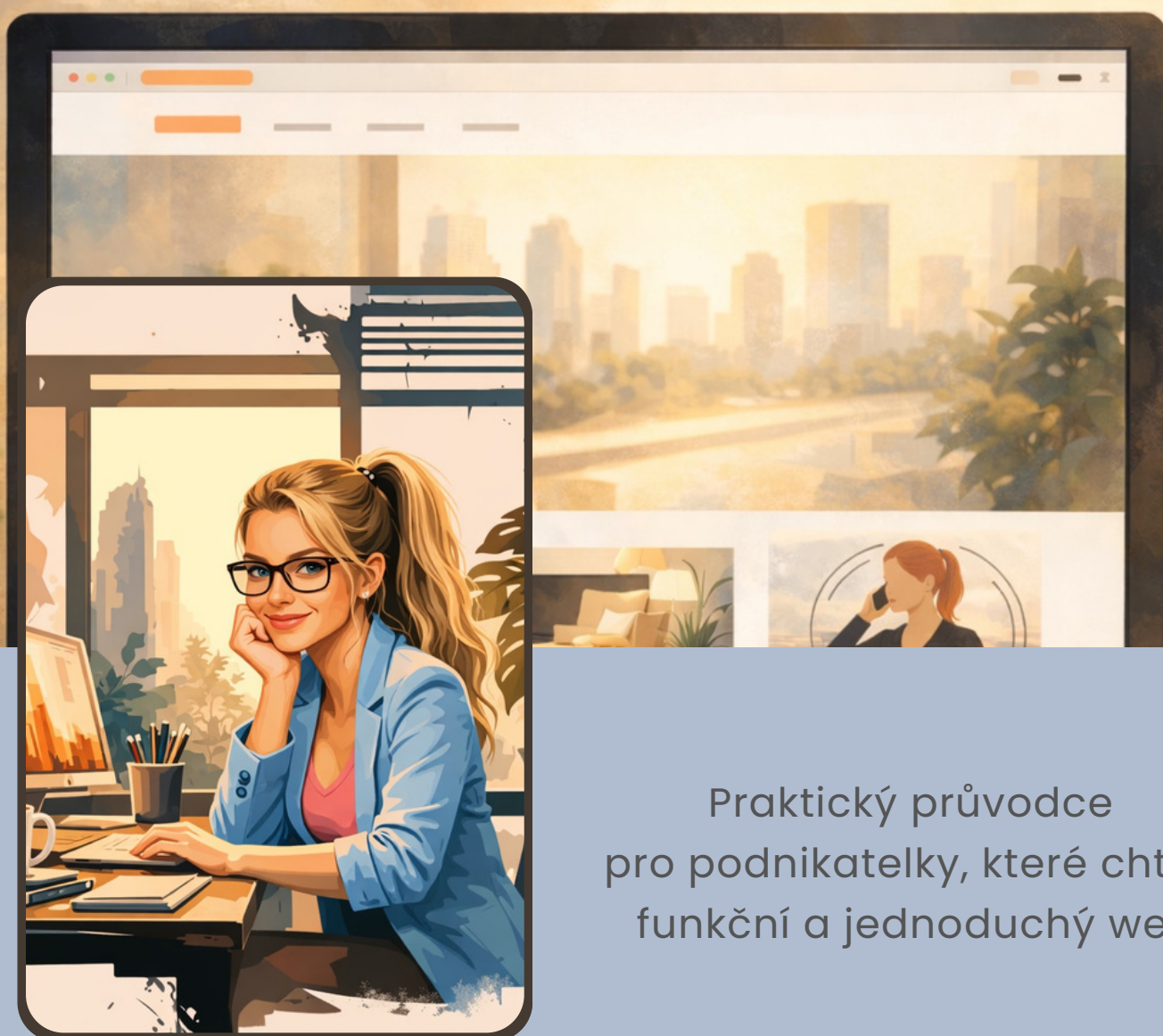


Jednoduchá webová vizitka

One page



Praktický průvodce
pro podnikatelky, které chtějí
funkční a jednoduchý web

WWW.DESIGNOVYWEB.CZ

ÚVOD

Možná si říkáš: „Potřebuju web, ale nechci nic složitého.“
A právě proto existuje webová vizitka (one page).
Jednoduchá forma. Jasný obsah. Funkční výsledek.



Je to strategická volba, když:

- začínáš podnikat,
- nabízíš jednu hlavní službu,
- chceš být dohledatelná a působit profesionálně,
- nechceš ztrácet čas ani peníze složitým webem.

V tomto e-booku ti krok za krokem ukážu:

- co přesně musí one page web obsahovat
- jak má vypadat struktura
- jaké texty psát (a jaké rozhodně ne)
- proč některé sekce jsou nutnost

Cílem je, aby sis po dočtení mohla:

- web vytvořit sama
 - nebo přesně věděla, co máš chtít po webařce
-



Co je webová vizitka one page

One page web je jednostránkový web, kde je vše důležité přehledně na jednom místě. Žádné klikání mezi podstránkami.

1. Návštěvník přijde na web
2. Rychle pochopí, kdo jsi
3. Uvidí, co nabízíš, získá důvěru
4. Udělá akci (např. rezervace)

Kdy je one page ideální

začínající podnikatelka ve službách
lokální podnikání
osobní značka
jeden hlavní produkt nebo služba

Kdy už one page nestačí

více služeb s odlišnou cílovkou
e-shop
blog, obsahová strategie



Struktura ideální webové vizitky

Ted' to nejdůležitější.

Webová vizitka NENÍ jen o designu.

Je o struktuře a textech.

Níže máš přesný seznam sekcí, které by měla každá funkční one page obsahovat.

1. Hero sekce

Tohle je nejdůležitější část webu.

Návštěvník si během 3–5 sekund rozhodne:

- zůstane,
- nebo odejde.

Co musí hero sekce obsahovat

1. Jasný nadpis

„Vítejte na mém webu“

„Jmenuji se Jana Nováková“

„Pomáhám ženám zbavit se bolesti zad pomocí individuálních masáží“

„Moderní účetnictví pro podnikatelky, které chtějí mít klid“



2. O mně (budování důvěry)

Co sem patří

- kdo jsi
- komu pomáháš
- proč děláš to, co děláš

Struktura textu "O mně"

- pro koho tu jsi
- jaký problém řešíš
- proč právě ty

Klidně přidej:

- certifikáty
- roky praxe
- osobní příběh (stručně!)

Fotka je OBROVSKÉ plus



3. Služby / nabídka

Tady musí být jasno.

Jak popsat služby správně: Konkrétně, lidsky, přehledně.

Pozor na dlouhé odstavce, odborné pojmy a obecné fráze.

U každé služby uveď: co přesně dostanu, pro koho je, výsledek.

Pokud máš cenu, ukaž ji. Pokud ne, napiš, jak se k ní dostanu.

4. Jak probíhá spolupráce

Ideální forma

- Napíšu / objednám se
- Domluvíme termín
- Proběhne služba
- Výsledek

Lidé milují jednoduchost.

5. Reference

Bez důvěry není prodej. Co funguje nejlépe?

- krátké reálné reference
- jméno nebo fotka (pokud lze)
- konkrétní výsledek
-

Nemáš reference? Napiš tam: „Spolupráci teprve otevírám, buďte mezi prvními.“



6. Výzva k akci (znovu)!

Ano, znovu. Protože ne každý je připraven jednat hned. Připomeň klientovi, co nabízíš a co má udělat teď.

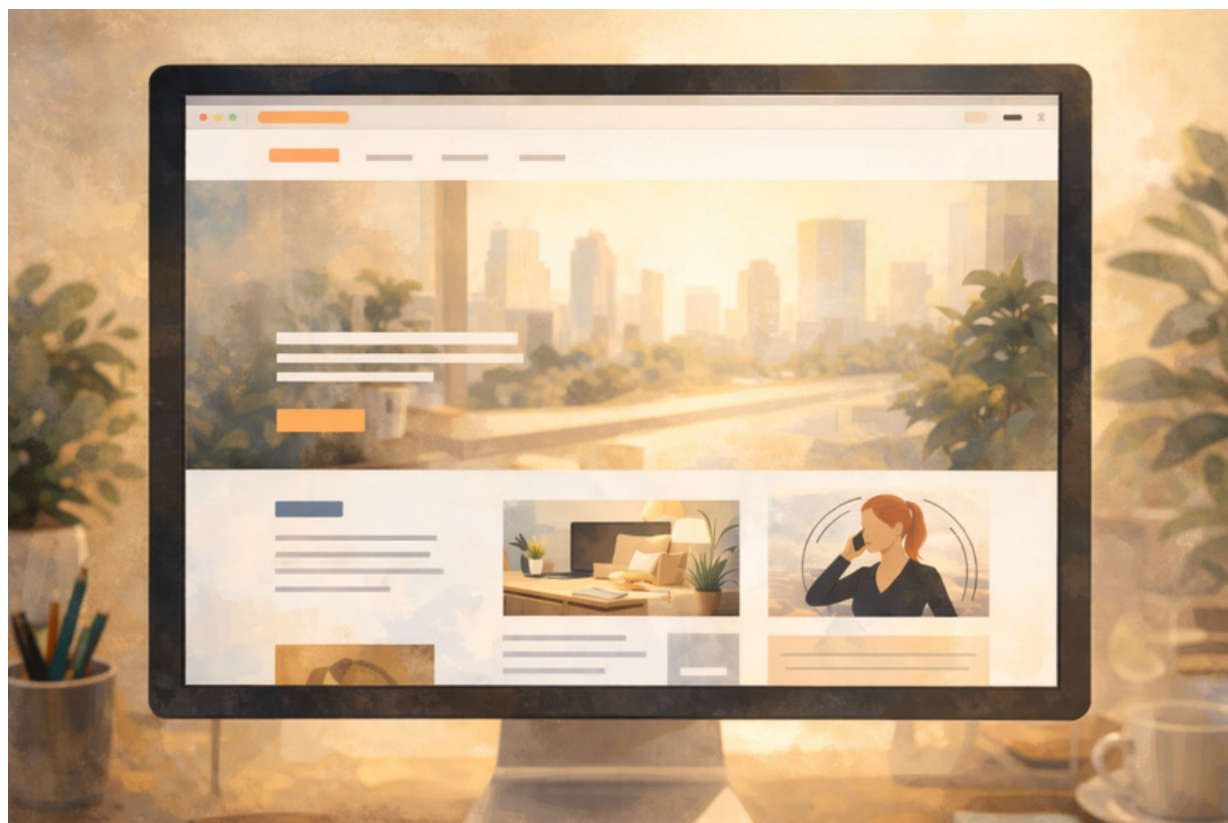
7. Kontakt

Kontakt musí být:

- viditelný
- jednoduchý
- bez zbytečných polí

Minimum

- e-mail / telefon
- formulář (jméno + zpráva)
- případně adresa / mapa



Navigace: menu jako kotvy

U one page webu nedává smysl klasické menu s podstránkami. Správné řešení jsou kotvy , tedy odkazy, které návštěvníka plynule posouvají dolů na konkrétní sekci stránky.

Jak to funguje a jaké sekce dát do menu

Po kliknutí se stránka plynule posune na danou část webu. Návštěvník se neztratí, má přehled a web působí profesionálně.

- O mně
- Služby
- Reference
- Kontakt



Praktické tipy

- menu by mělo být viditelné i při scrollování
- názvy položek krátké a jasné
- každá sekce musí mít jasně označený začátek

Menu kotvy zvyšuje přehlednost webu, důvěru, čas strávený na stránce.

Základní SEO nastavení (aby tě Google našel)

One page web může být vidět ve vyhledávání, pokud má správně nastavené základy. SEO nemusí být složité. Tohle je minimum, které by měl mít každý web.

Titulek stránky (Title)

hlavní klíčové slovo

lokalita (pokud je relevantní)

Příklad: Masáže pro ženy Praha | Jana Nováková

Meta popis (Description)

Krátký popis (cca 150–160 znaků), který, vysvětluje, co nabízíš a láká ke kliknutí.

Nadpisy na stránce

- pouze jeden H1 nadpis (většinou v hero sekci)
- další sekce jako H2
- nepřeskakovat úrovně nadpisů

Struktura webu musí dávat smysl idem, i vyhledávačům.

Přirozené texty

- piš přirozeně
 - používej slova, která by zadal tvůj zákazník
 - žádná umělá klíčová slova
-

Základní technické nastavení webu

Technické věci často nikdo neřeší
a přitom jsou zásadní.

Co by měl mít každý web

- responzivní zobrazení (mobil, tablet, PC)
- rychlé načítání
- zabezpečení (https)
- funkční formulář
- propojení s e-mailem

Další doporučení

- Nahrávej optimalizované obrázky.
- Pravidelně aktualizuj systém a šablony.
- Zkontroluj, že web má v pořádku odkazy.

Web, který je pomalý nebo nefunguje na mobilu, klienty odradí i kdyby byl krásný.

Design: méně je více

One page web nepotřebuje efekty, nepotřebuje animace a nepotřebuje ani 10 fontů.

Drž se:

1–2 barev, 1 fontu, dostatečných mezer.

Čitelnost > wow efekt.

Nejčastější chyby

web bez jasného sdělení
chybějící CTA
texty o sobě, ne o klientovi
žádné reference
přepřácaný design

Závěr

Jednoduchá webová vizitka může přivádět klienty, budovat důvěru i prodávat. Ale jen tehdy, když má jasnou strukturu, mluví jazykem klienta a vede klienta k akci.



Děkují!

Chceš pomoci?

Pokud nechceš web tvořit sama, nebo si nejsi jistá strukturou, napiš mi. Ráda ti pomohu vytvořit webovou vizitku, která bude jednoduchá, přehledná a funkční.

Veronika

@designovy_rukopis
www.designovyweb.cz