

# ABC WEB DESIGNERA

Wszystko, co powinieneś wiedzieć  
o tworzeniu, utrzymaniu, pozycjonowaniu  
i marketingu stron www



# Spis treści

Wstęp..... 3

Część I: Tworzenie strony..... 4

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| B | C | D | F | H | K | L | M | N | O | P |
| R | S | U | W |   |   |   |   |   |   |   |

Część II: Utrzymanie strony.....11

|   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| C | D | E | F | H | P | S | U |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

Część III: SEO..... 14

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | B | C | D | F | G | K | L | M | N | O |
| P | Q | R | S | T | W |   |   |   |   |   |

Część IV: Marketing..... 22

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| B | C | E | G | K | L | M | O | R | U | W |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

Zakończenie..... 27

# Wstęp

Podczas pracy nad stroną internetową często spotykamy się ze skomplikowanymi terminami. Zwroty takie jak RWD, hosting, domena, czy SEO mogą na początku wydawać się trudne do zrozumienia. Dlatego postanowiliśmy stworzyć listę terminów związanych z tworzeniem stron www.

Materiał podzieliliśmy na 4 części. W pierwszej zajmiemy się wyrażeniami związanymi z tworzeniem strony. Znajdziesz tu terminy z dziedziny projektowania i programowania. Dzięki zawartym tu informacjom łatwiej będzie Ci zbudować witrynę i poszerzać swoją wiedzę na temat web designu.

W drugiej części opisujemy pojęcia związane z utrzymaniem strony. Znajdziesz tu informacje na temat elementów, które wpływają na prawidłowe funkcjonowanie i dostępność witryny w internecie.

Część trzecia dotyczy SEO. Zebraliśmy tu pojęcia dotyczące zwiększania widoczności witryny na liście wyników w Google i innych wyszukiwarek internetowych.

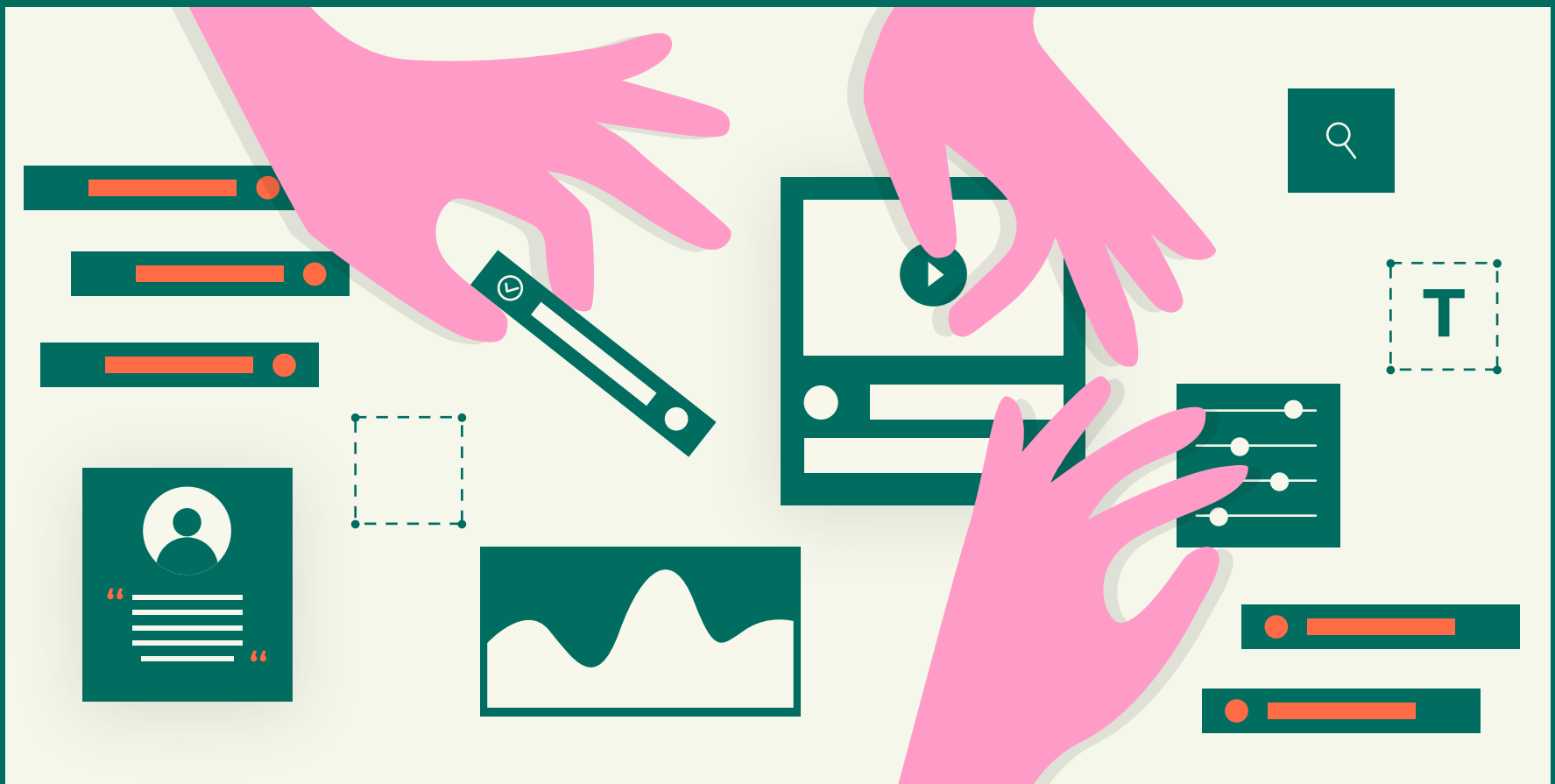
W części czwartej opisujemy pojęcia związane z promocją witryny w internecie, zwiększeniem ruchu na stronie i zarabianiem na reklamach.

Mamy nadzieję, że zawarte w tym e-booku informacje pomogą Ci w stworzeniu, utrzymaniu, pozycjonowaniu i promocji Twojej witryny.

*Życzymy miłej lektury!*

*Zespół WebWave*

# Część I: Tworzenie strony



Tworzenie strony internetowej to proces wieloetapowy. Najpierw trzeba określić cel strony. To właśnie od niego zależy forma i treść gotowej witryny.

Stronę można stworzyć na kilka sposobów. Najstarszą i do niedawna najpopularniejszą metodą jest kodowanie. Aby zbudować witrynę w ten sposób, konieczna jest znajomość **HTML** i **CSS**. Można też zlecić to zadanie wyspecjalizowanej agencji lub freelancerowi. Takie rozwiązanie wiąże się jednak z wysokimi kosztami. Wbrew pozorom wymaga też cierpliwości. Często też to, jak wygląda finalny projekt strony, odbiega od oczekiwań klienta. Dlatego konieczne są częste konsultacje zleceniodawcy z wykonawcą.

Inną metodą jest wykorzystanie jednego z kreatorów stron www. To narzędzia typu **WYSIWYG**, w których tworzy się umieszczając poszczególne elementy witryny w polu projektu. Ich obsługa jest prosta i nie wymaga umiejętności kodowania. Za pomocą kreatora stron można samodzielnie stworzyć, opublikować i wypozycjonować profesjonalną stronę internetową. Zobacz, jakie terminy przydadzą się podczas tworzenia strony!

**Back-end** - struktura strony internetowej konieczna do jej prawidłowego działania, niewidoczna z poziomu użytkownika, "zaplecze" witryny.

**Cookie** - pliki wysyłane przez serwis internetowy na urządzenie, z którego użytkownik wchodzi na stronę. Stosuje się je w celu utrzymania sesji i zebrania innych informacji ułatwiających personalizację treści.

Dzięki plikom cookie strona zapamiętuje preferencje i akcje użytkownika, na przykład wyniki wyszukiwania produktów w sklepie internetowym czy wypełnienie formularza kontaktowego.

Pliki cookie można wykorzystać w celu tworzenia statystyk strony. Dzięki nim możliwe jest lepsze dopasowanie treści do potrzeb użytkowników czy targetowanie działań marketingowych.



**CSS** - Cascading Style Sheets, czyli kaskadowe arkusze stylu. Język programowania służący do opisu formy, w jakiej wyświetlana jest strona, czyli jej wyglądu dla użytkownika. CSS odpowiada za takie elementy, jak układ strony, fonty, kolory itp. Jest używany w połączeniu z językiem HTML.

## **Dostępność serwisów internetowych**

- stopień dostosowania witryn internetowych do użytkowników z różnych grup, wliczając między innymi osoby niepełnosprawne, starsze czy o niższym stopniu wykształcenia.

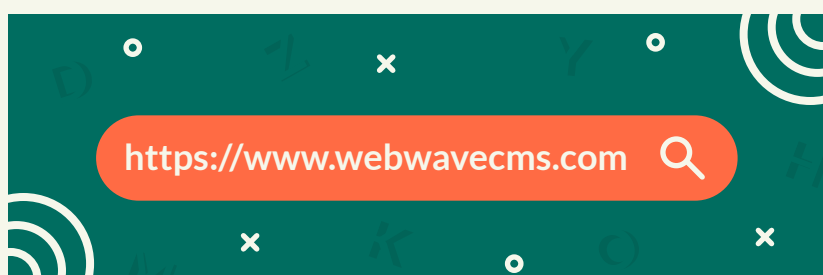
Do cech wpływających na dostępność strony można zaliczyć stopień skomplikowania nawigacji i użytego na stronie języka, wielkość liter czy kontrast.

Wysoka dostępność strony internetowej pomaga zwiększyć grono jej użytkowników i skutecznie dotrzeć z komunikatem do grupy docelowej.

A F W B K

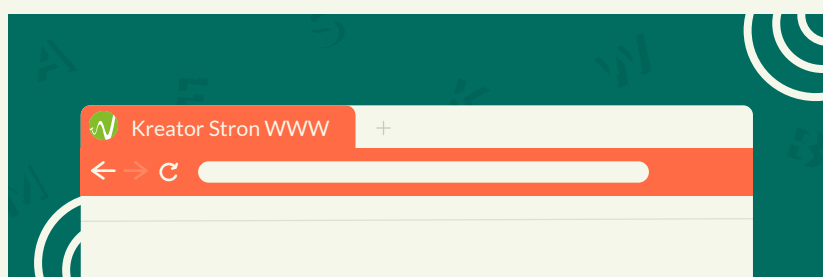
**Domena** - adres strony internetowej. Składa się z kilku elementów:

- protokołu (http:// lub https://);
- subdomeny (www.);
- nazwy (np. webwavecms);
- domeny najwyższego poziomu (na przykład com);
- czasem domeny drugiego poziomu (na przykład com.pl)



**DNS** - Domain Name System (system nazw domenowych). Tłumaczy on nazwy domen zrozumiałe dla użytkowników (na przykład WebWaveCMS.com) na adres IP zrozumiały dla urządzeń obsługujących sieć.

**Favicon** - ikona o wymiarach 16 × 16 pikseli, która znajduje się u góry karty strony w przeglądarce. Najczęściej jest to logo strony. Favicon służy do identyfikacji witryny.

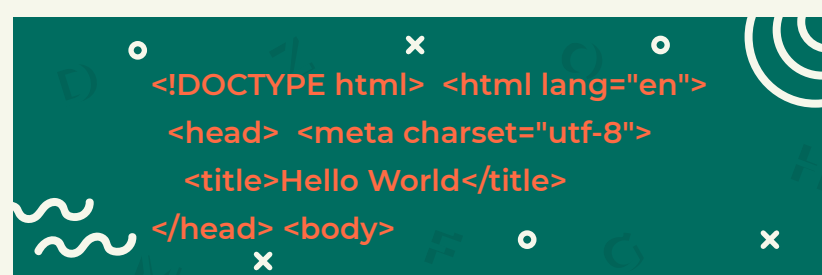


**Font** - zestaw czcionek posiadających cechy wspólne, zapisany w formie pliku.

**Front-end** - początkowa faza procesu programowania. Front-end odpowiada za pozyskanie danych od użytkownika i przekazanie ich do backendu.

**Header** - inaczej nagłówek. Wyróżniony tekst, który zawiera tytuł i podtytuły tekstu. W nagłówku na stronie internetowej najczęściej umieszcza się słowa kluczowe, na które pozycjonuje się dana witryna.

**HTML** - Hypertext Markup Language, czyli hipertekstowy język znaczników. Język programowania używany do prezentacji treści stron internetowych.



Język HTML umożliwia między innymi publikację treści w internecie, odnajdywanie informacji w sieci, projektowanie formularzy i umieszczanie aplikacji w dokumentach.

**HTTP** - struktura strony internetowej konieczna do jej prawidłowego działania, niewidoczna z poziomu użytkownika, "zaplecze" witryny.

**HTTPS** - Hypertext Transfer Protocol Secure. Odpowiednik protokołu HTTP, w którym przesyłane informacje są szyfrowane. Dzięki temu połączenie jest bezpieczniejsze.



## Kreator stron internetowych

- program umożliwiający tworzenie działających witryn internetowych bez kodowania i szybką publikację ich w internecie.

Korzystanie z kreatorów przypomina najczęściej pracę w programach graficznych. Poszczególne elementy strony, takie jak menu, pola tekstowe czy grafiki, umieszcza się na karcie projektu metodą przeciągnij i upuść. Podczas pracy w kreatorze użytkownik ma dostęp do widoku strony zbliżonego do tego, co zobaczy po jej publikacji w internecie.

**Link** - inaczej odnośnik lub hiperłącze. Jest to element witryny internetowej, który po kliknięciu przenosi użytkownika na inną stronę lub podstronę.

**Lorem ipsum** - przykładowy tekst, którym wypełnia się projekt graficzny strony internetowej, czasopisma lub innych materiałów graficznych. Stosuje się go w celu zaprezentowania wyglądu tekstu niezależnie od jego treści.

**Makieta strony** - graficzny projekt, który zawiera konkretne elementy strony. Wyglądem przypomina działającą witrynę. Brakuje mu jednak funkcjonalności - poszczególne podstrony nie są zintegrowane, przez co po makiecie strony nie można poruszać się jak po gotowej witrynie.



**Menu strony** - element nawigacji witryny internetowej. Najczęściej znajduje się w górnej części strony. Umożliwia użytkownikowi dostęp do poszczególnych podstron serwisu.

**Nawigacja** - element strony internetowej ułatwiający użytkownikom poruszanie się po witrynie. Najczęściej składają się na nią menu strony i stopka, lista artykułów lub wyszukiwarka.



**Nesting** - umieszczanie elementów kodu HTML wewnątrz innych elementów. Jest szczególnie ważny przy korzystaniu z CSS, od którego zależy wygląd strony.

**Open source** - rodzaj oprogramowania, które może być bezpłatnie pobierane i kopiowane. Dzięki udostępnieniu kodu źródłowego możliwe jest też jego rozbudowywanie i dokonywanie modyfikacji przez użytkowników. Do najpopularniejszych programów open source należą przeglądarka internetowa Firefox, system operacyjny Linux czy pakiet Open Office.

**Otwarte dane** - informacje dostępne publicznie dla wszystkich użytkowników internetu, najczęściej publikowane przez organy administracji publicznej, takie jak sądy, samorządy itp.

**Podstrona** - element strony internetowej zawierający część informacji, które można znaleźć w witrynie. Celem tworzenia podstron jest usystematyzowanie treści strony i ułatwienie nawigacji użytkownikom.

**RWD** - Responsive Web Design. Podejście do projektowania stron internetowych, które zakłada tworzenie witryn automatycznie dostosowujących swój wygląd do wielkości ekranów, na których są wyświetlane. RWD zyskało na znaczeniu wraz z popularyzacją smartfonów. Dzięki tej metodzie projektowania nie jest konieczne tworzenie okrojonej wersji witryny dla urządzeń mobilnych. Ich użytkownicy mają dostęp do wszystkich funkcji strony. Sposób nawigacji oraz wielkość i układ elementów są dostosowane do ekranów telefonów i smartfonów.



**Serwis internetowy** - grupa powiązanych ze sobą stron udostępniana pod wspólnym adresem głównym. Do serwisów internetowych należą między innymi blogi, portale społecznościowe czy biblioteki internetowe.

**Sklep internetowy** - rodzaj serwisu internetowego, który pozwala na dokonanie zakupów online. Jest jedną z najpopularniejszych form handlu w sieci. Zakupu dokonuje się najczęściej poprzez dodanie produktów do wirtualnego koszyka i wypełnienie formularza z opcjami dostawy i płatności.



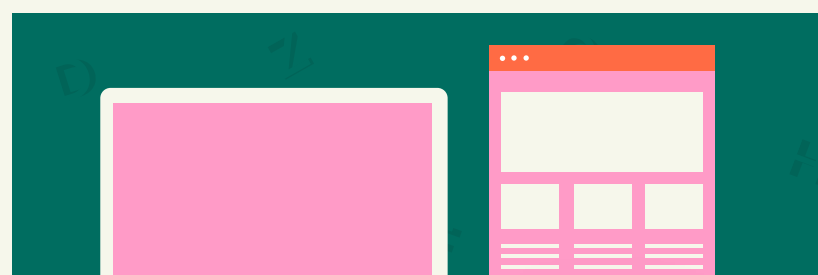
**Stopka** - element strony internetowej, który pojawia się na wielu podstronach. Umieszczony jest w dolnej części strony. W stopce znajdują się zazwyczaj dane kontaktowe, linki do podstron czy odnośniki do informacji o polityce prywatności. Stopka ułatwia porządkowanie treści na stronie i poruszanie się po witrynie.

**Strona internetowa** - umieszczony w internecie dokument zawierający tekst, obraz, pliki wideo lub inną treść. Połączone strony tworzą witrynę lub serwis internetowy.

## Szablony strony internetowej

- gotowy wzór witryny, najczęściej dostępny w kreatorze stron www. Zawiera wszystkie niezbędne elementy, które pozwalają stworzyć na jego podstawie działającą stronę.

**UI** - User Interface, interfejs użytkownika. Część oprogramowania lub urządzenie, które odpowiada za interakcję z użytkownikiem. UI w dużej mierze wpływa na doświadczenie użytkownika (UX).



**URL** - Uniform Resource Locator, jednolity wskaźnik zasobu. Ustandaryzowany format określania lokalizacji zasobów, takich jak dane, informacje czy usługi. Stosuje się go w internecie i sieciach lokalnych.

**UX** - User Experience, doświadczenie użytkownika. Ogół wrażeń, jakie odnosi użytkownik podczas korzystania z danego produktu, na przykład strony internetowej, programu czy aplikacji.



**Web design** - dziedzina zajmująca się projektowaniem stron internetowych pod kątem ich wyglądu i funkcjonalności. Do projektowania używa się najczęściej programów graficznych.

**Web development** - dziedzina zajmująca się wdrażaniem projektu strony internetowej. Skupia się na technicznych aspektach jej funkcjonowania.

**WebP** - format kompresji plików graficznych rozwijany przez Google. Jego wprowadzenie ma na celu przyspieszenie ładowania się plików na stronie, bez znacznej utraty jakości.

**WYSWIG** - (What You See Is What You Get) - akronim opisujący proces projektowania strony internetowej, w którym opublikowana strona jest identyczna lub zbliżona w wyglądzie do obrazu wyświetlanego na ekranie. Do narzędzi WYSIWYG należą graficzne kreatory stron www.

**WYWIWYG** - (What You Write Is What You Get) - akronim opisujący proces projektowania strony internetowej, w którym na ekranie widoczny jest kod strony. Do narzędzi WYWIWYG należą tekstowe edytory stron www.



# Część II: Utrzymanie strony



Stworzenie strony internetowej to dopiero początek pracy. Konieczne jest opublikowanie jej w internecie. W tym celu wykupuje się usługę hostingu. Należy też podłączyć do niej domenę.

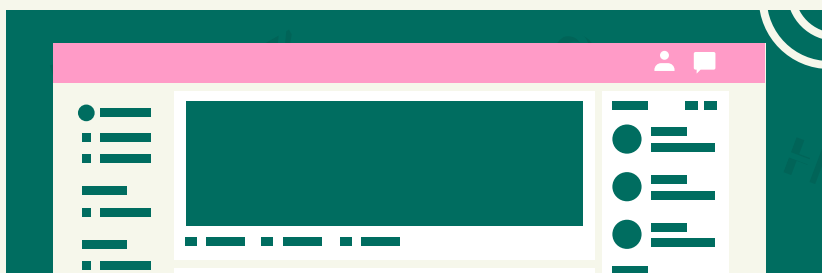
Następnie czas na wprowadzanie aktualizacji. Strona, na której przez dłuższy czas nic się nie zmienia, nie przyciągnie użytkowników. W aktualizacji treści pomoże system CMS, który umożliwia dodawanie treści do strony bez ingerencji w jej wygląd i funkcjonalność. Przydatny może też okazać się edytor lub kreator stron internetowych. To narzędzia, które umożliwiają zmianę wyglądu graficznego witryny.

Do czynności związanych z utrzymaniem strony należy też dbałość o poprawne linkowanie i usuwanie usterek.

Poznaj najważniejsze pojęcia związane z utrzymaniem strony!

**Cache** - rodzaj pamięci komputera przechowującej najczęściej wykorzystywane informacje. Umożliwia szybki dostęp do najważniejszych danych, przez co zwiększa wydajność urządzenia.

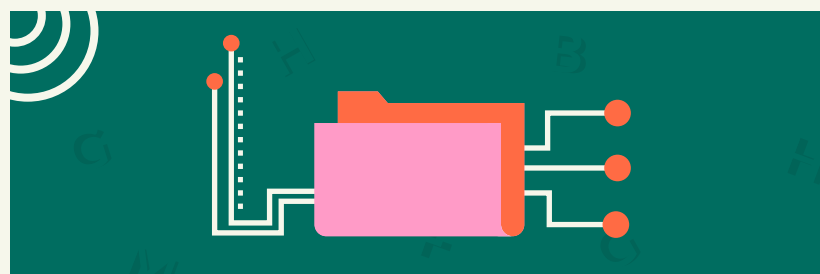
**CMS** - Content Management System (system zarządzania treścią). Oprogramowanie umożliwiające edycję treści strony bez dostępu do jej kodu. Dzięki systemom CMS właściciel strony może ją edytować bez obawy o wprowadzenie przypadkowych zmian, które negatywnie wpłyną na jej układ.



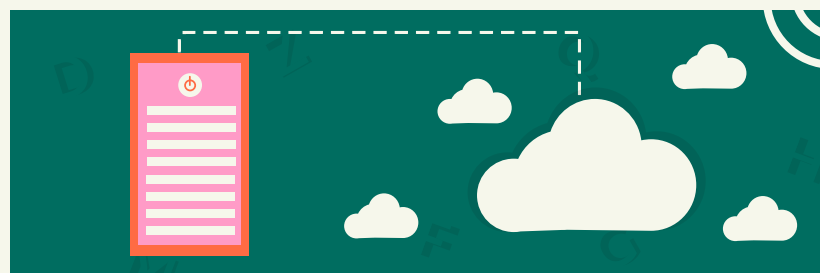
**DMS** - Document Management System, czyli system zarządzania dokumentami. Narzędzie wykorzystywane do przetwarzania dokumentów w postaci plików, takich jak teksty, grafiki, obrazy. Umożliwia między innymi porządkowanie, katalogowanie, kopiowanie, przenoszenie i usuwanie treści.

**Edytor stron www** - narzędzie, które umożliwia wprowadzanie zmian na stronie internetowej. Wyróżnia się dwa rodzaje tego typu narzędzi - edytory graficzne i edytory tekstowe.

**FTP** - File Transfer Protocol - protokół przesyłu plików. Za jego pomocą możliwe jest przysyłanie plików na serwer i udostępnianie ich użytkownikom.



**Hosting** - usługa polegająca na udostępnianiu miejsca na pliki tworzące stronę na serwerze, czyli komputerze na stałe podłączonym do internetu. Hosting umożliwia publikację strony w sieci.



**Przepustowość** - maksymalna możliwa do uzyskania prędkość przesyłu plików przez dane łącze. Wyraża się ją w bitach na sekundę.

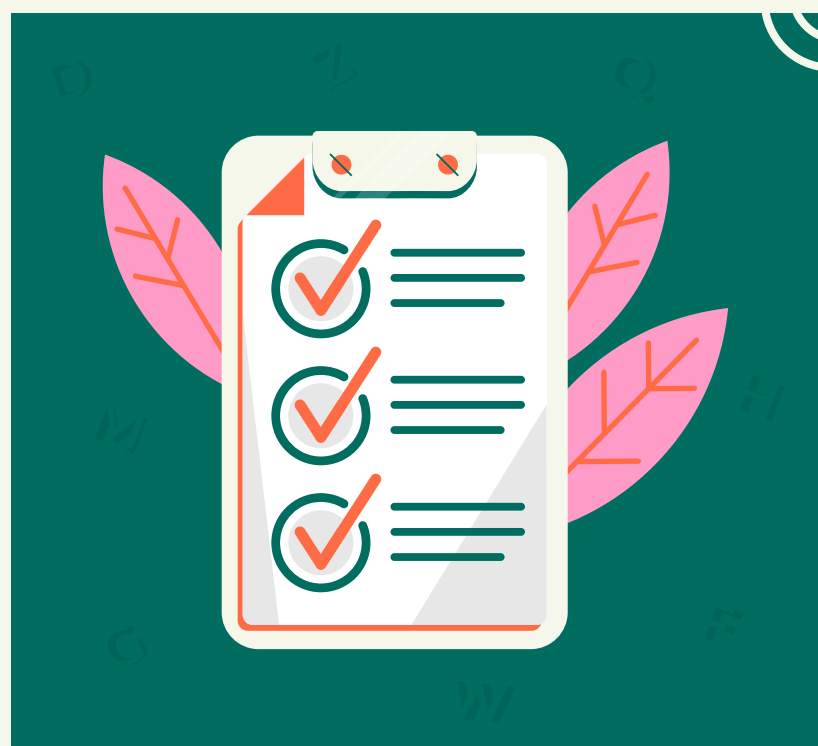
**Sandbox** - przestrzeń na dysku komputera, która umożliwia bezpieczne uruchamianie programów mogących stanowić zagrożenie. Ułatwia bezpieczne korzystanie z oprogramowania nieposiadającego pewnych zabezpieczeń.

**Serwer** - komputer podłączony do internetu, na którym znajdują się pliki udostępniane innym urządzeniom. Określenie serwer może też odnosić się do oprogramowania umożliwiającego udostępnianie plików.

**SSL** - Secure Socket Layer. Protokół służący do bezpiecznego przesyłania danych przez internet. Obecnie jest uznawany przez Google za standard, a strony, które go nie mają, są oznaczane przez przeglądarkę Chrome jako niezabezpieczone.



**UAT** - User Acceptance Testing, testy akceptacyjne. Testy oprogramowania, które mają za zadanie sprawdzić, czy program ma odpowiednią jakość. Mogą dotyczyć produktów dopiero wprowadzanych na rynek lub takich, które są już dostępne dla użytkowników.



P F D W I

# Część III: SEO



Kiedy Twoja strona jest już opublikowana w internecie, czas zadbać o jej widoczność. Służy do tego między innymi SEO (Search Engine Optimization), czyli optymalizacja pod kątem wyszukiwarek internetowych.

SEO ma za zadanie pozyskanie organicznego, czyli bezpłatnego, ruchu na stronie. Innymi słowy, chodzi o to, żeby przyciągnąć na nią jak największą grupę użytkowników. Dotarcie do nich jest możliwe przede wszystkim za pomocą **wyszukiwarek**.

Ponad 90% użytkowników internetu korzysta z wyszukiwarek internetowych. Najpopularniejszą z nich jest Google. Dlatego to właśnie pod kątem **algorytmów Google** dostosowuje się strony internetowe.

Celem działań SEO jest umieszczenie strony jak najwyżej na stronie wyników wyszukiwania. Najważniejszym elementem SEO jest dopasowanie treści strony do **słów (fraz) kluczowych**. Są to wyrażenia wpisywane przez użytkowników poszukujących informacji na pewien temat.

Na przykład jeśli prowadzisz warsztat samochodowy w Poznaniu, powinieneś się pozycjonować na takie frazy, jak “warsztat samochodowy Poznań”, “Mechanik samochodowy” czy “naprawa samochodów w Poznaniu”.

Poza odpowiednim doбором słów kluczowych znaczenie ma wiele czynników. Należą do nich między innymi szybkość ładowania się strony, jakość jej kodu, odpowiednie dopasowanie **meta tytułów i meta opisów**.

Nie wszystkie zasady pracy algorytmów Google są jawne. Istnieje jednak lista praktyk zalecanych przez Google. Takie działania nazywają się **white hat SEO**. Należą do nich przede wszystkim tworzenie wysokiej jakości treści, dbanie o aktualizację strony czy usuwanie uszkodzonych linków. **Black Hat SEO** to z kolei nieuczciwe praktyki, których stosowanie może skutkować obniżeniem oceny strony. Są to między innymi tworzenie **farm linków, keyword stuffing i cloaking**.

Sprawdź, jakie terminy powinieneś poznać, żeby dowiedzieć się więcej o SEO!

**Algorytm Google** - ciąg czynności wykonywany przez roboty Google, czyli programy mające za zadanie analizowanie treści stron www. Algorytm Google bada zawartość witryn i wpływa na kolejność ich wyświetlania w wynikach wyszukiwania.

**Alt tag** - tekst w kodzie html strony, który opisuje zawartość grafiki. Pomaga wyszukiwarkom w odnalezieniu odpowiednich obrazów. Jest też wykorzystywany przez osoby z niepełnosprawnościami, a także użytkowników czytników, które nie obsługują grafik.



**Anchor** - link na stronie internetowej, który wyświetla się w postaci tekstu.

## Audyt strony internetowej

- ocena strony internetowej pod kątem jej pozycji w wynikach wyszukiwania. Pozwala na znalezienie słabych i mocnych punktów witryny i wdrożenie poprawek.

**Backlink** - link zwrotny, odnośnik umieszczony na dowolnej stronie internetowej, który prowadzi do docelowej witryny w celu jej lepszego wypozycjonowania.

**BERT** - algorytm, który powstał, aby roboty Google lepiej rozumiały naturalny język człowieka. Dzięki zastosowaniu algorytmu BERT roboty Google lepiej rozpoznają intencje użytkowników wpisujących zapytania w okno wyszukiwarki.



**Black hat SEO** - nieuczciwe praktyki, które mają za zadanie oszukać algorytmy Google tak, aby strona znalazła się wyżej w wynikach wyszukiwania. Ich stosowanie może skutkować obniżeniem oceny strony przez algorytmy Google.



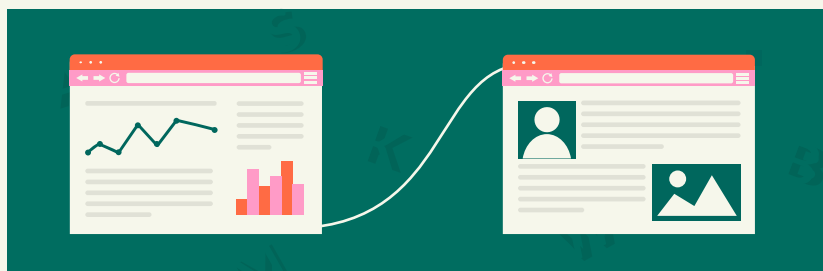
**Cloaking** - udostępnianie robotom Google innej treści niż ta, która jest widoczna dla użytkowników. Należy do działań Black Hat SEO.

**Dofollow** - atrybut linku, który przekazuje część wartości witryny, na której się znajduje, stronie, do której prowadzi.



**Duplicate content** - powielanie treści na różnych podstronach w ramach jednej witryny. Obniża ocenę strony przez algorytmy Google.

**Farma linków** - grupa stron stworzonych w celu wzajemnego linkowania. Jest to uznawana przez Google za nieuczciwą metodę pozyskiwania linków. Stosuje się ją w celu poprawy pozycji stron w wynikach wyszukiwania.



**Fraza kluczowa** - słowa, na które pozycjonowana jest witryna. Frazy kluczowe wybiera się na podstawie analizy zapytań użytkowników wyszukiwarki. Możemy je podzielić na: ogólne, szczegółowe, brandowe i lokalne.

**Google Analytics** - serwis reklamowy Google, który umożliwia właścicielom stron umieszczanie na nich reklam kontekstowych dopasowanych do konkretnych użytkowników na podstawie ich zachowania w internecie.

**Keyword stuffing** - praktyka polegająca na przesadnym nasycaniu tekstu słowami kluczowymi i umieszczaniu ich w niewłaściwym kontekście. Należy do zabiegów black hat SEO.



**Link baiting** - działania mające na celu pozyskanie linków zewnętrznych bez konieczności płacenia za nie, najczęściej dzięki skłonieniu użytkownika do dzielenia się treścią.

**Linki kanoniczne** - informacja zawarta w kodzie strony wskazująca algorytmom wyszukiwarki pożądaną adres URL strony. Ich stosowanie pomaga uniknąć duplikacji treści.

**Linki naturalne** - rodzaj odnośników do strony www, które zostały dodane bez ingerencji właściciela witryny do której prowadzą.

**Linki nienaturalne** - rodzaj odnośników do strony www, które zostały dodane za wiedzą i zgodą właściciela witryny, do której prowadzą. Z reguły za ich umieszczenie płaci właściciel strony docelowej.

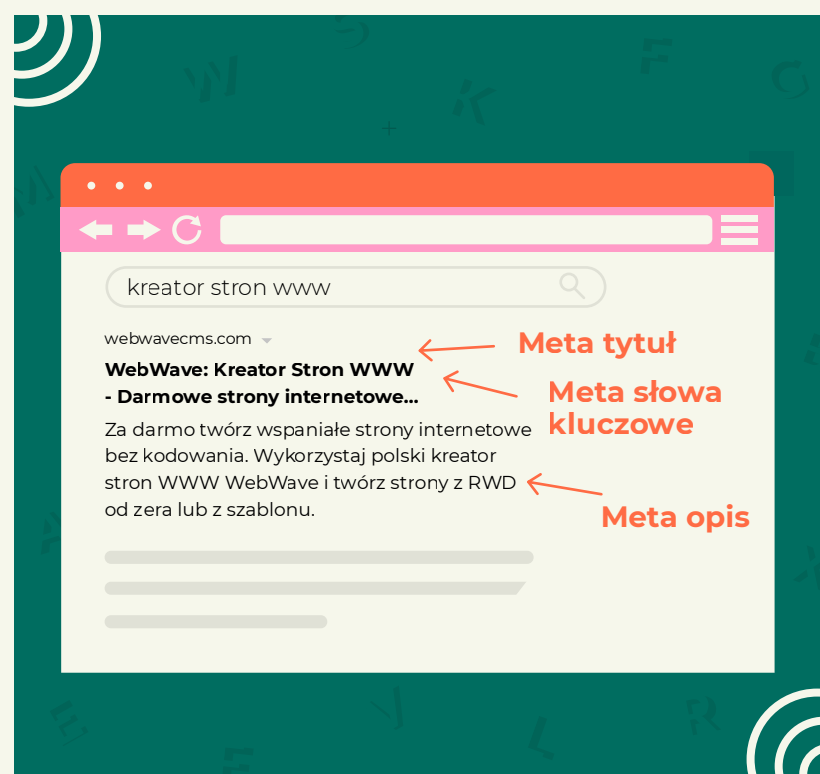
**LSI** - Latent Semantic Indexing (ang. utajone indeksowanie semantyczne), powiązane ze sobą określenia, które pomagają algorytmowi wyszukiwarki Google w lepszym zrozumieniu tekstu.



**Meta opis** - fragment kodu HTML strony, który opisuje, co znajduje się na danej witrynie. Użytkownicy Google widzą go jako opis strony w wynikach wyszukiwania.

**Meta słowa kluczowe** - wyróżnione przez twórcę strony frazy, które mają pomóc algorytmom Google we właściwym odczytaniu jej treści. Obecnie nie są brane pod uwagę przy indeksowaniu strony.

**Meta tytuł** - fragment kodu HTML witryny. Wyświetla się jako tytuł strony w wynikach wyszukiwania w Google, nazwa strony w zakładce wyszukiwarki oraz w zakładce dodanej do paska ulubione.



**Nofollow** - atrybut linku sugerujący, że dany link nie powinien być brany pod uwagę w czasie oceny strony przez roboty Google. Prowadzą najczęściej do treści reklamowych lub podstron, które nie zawierają rozbudowanych tekstów, np. formularzy rejestracji.

**Off page SEO** - działania, prowadzone na stronie, mające na celu poprawę pozycji witryny w wynikach wyszukiwania. Należą do nich poprawa kodu, struktury i szybkości ładowania witryny, dobór odpowiednich słów kluczowych i meta tagów.



**On page SEO** - działania, prowadzone poza stroną, mające na celu poprawę pozycji witryny w wynikach wyszukiwania. Polegają głównie na pozyskiwaniu linków docelowych z blogów, forów, portali społecznościowych i innych witryn.

**Organiczne wyniki wyszukiwania** - część wyników wyszukiwania, która nie obejmuje wyników płatnych. Kolejność wyświetlania się witryn na liście jest zależna od ich dopasowania do zapytania użytkownika wyszukiwarki.

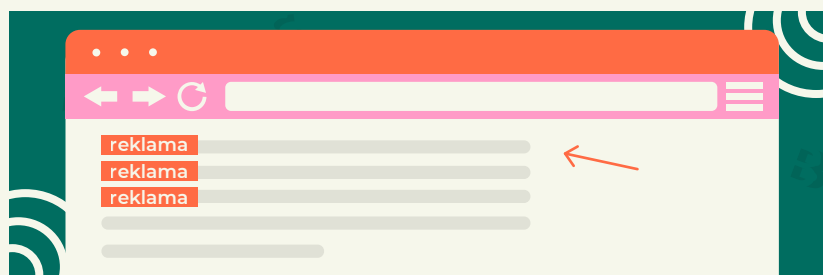


**Page rank** - wskaźnik opracowany przez firmę Google, który ocenia jakość strony na podstawie prowadzących do niej linków. Jest jednym z czynników decydujących o pozycji witryny w wynikach wyszukiwania.

**Permalink** - stały adres URL, który odnosi się do danego zasobu, na przykład strony, podstrony czy postu. Najczęściej składa się z nazwy domeny i sluga, czyli ciągu znaków, który znajduje się za nazwą domeny.

## Płatne wyniki wyszukiwania

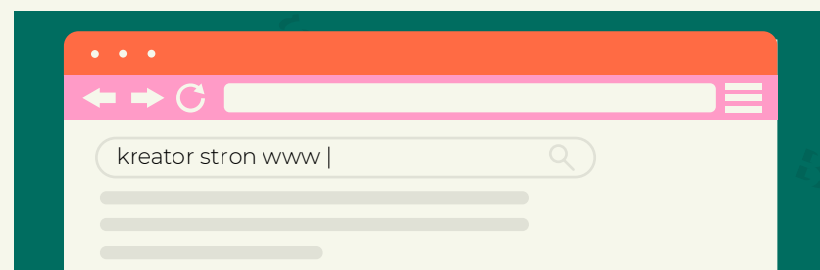
- lista linków sponsorowanych prowadząca do stron podmiotów, które wykupiły miejsce reklamowe w karcie wyników wyszukiwania. Są one oznaczone jako reklama.



**Pozycjonowanie** - działania mające na celu poprawę pozycji strony w Google. Należą do nich między innymi tworzenie treści zawierających odpowiednie słowa kluczowe, zdobywanie linków, prace nad przyspieszeniem ładowania się strony czy nad jakością jej kodu.

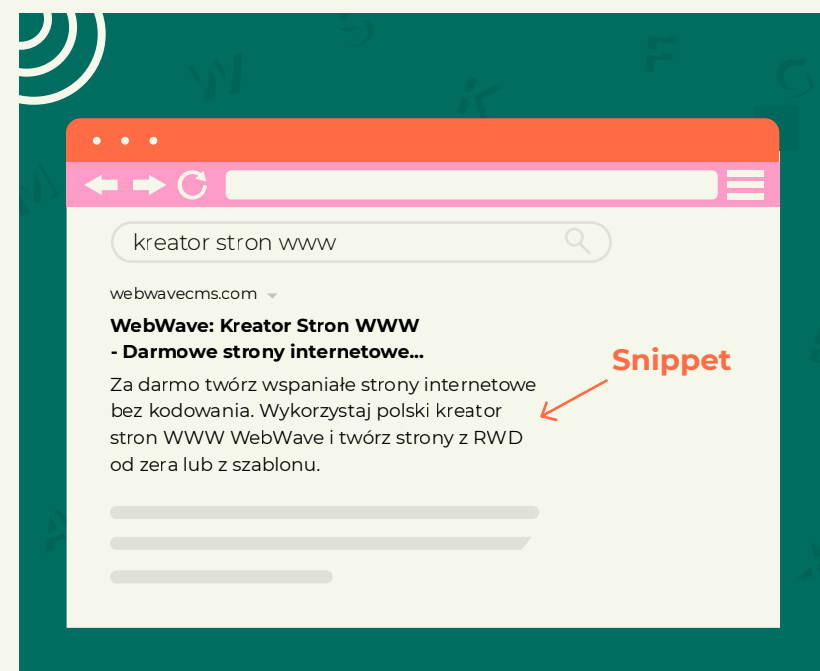
**Robot.txt** - program służący do odnajdywania i analizowania stron pod kątem ich wartości dla wyszukiwarki Google. Ocena witryny dokonana przez roboty Google wpływa na jej pozycję w wynikach wyszukiwania.

**Słowo kluczowe** - wyrażenie wpisywane przez użytkownika w okno wyszukiwarki. Na jego podstawie wyszukiwarka wyświetla listę stron, na których znajduje się dana fraza.



**SERP** - Search Engine Results Page, strona zawierająca wyniki wyszukiwania w wyszukiwarce internetowej. Znajdują się tu zarówno organiczne, jak i płatne wyniki.

**Snippet** - krótki opis zawartości strony internetowej. Znajduje się na liście wyników wyszukiwania pod tytułem witryny. Zawiera najczęściej podstawowe informacje dotyczące treści strony.



**Title tag** - element HTML zawierający tytuł strony. Wyświetla się na stronie wyników wyszukiwania jako link.

**White hat SEO** - zgodne z zasadami Google działania mające na celu optymalizację strony pod kątem wyszukiwarek. Należą do nich między innymi tworzenie wysokich jakości treści, jakość kodu czy skrócenie czasu ładowania się strony.



## Wyszukiwarka internetowa

- witryna, która umożliwia użytkownikom znajdowanie informacji w internecie. Przechowuje informacje na temat treści innych stron i udostępnia je online.

Dziękujemy, że przeczytałeś nasz e-book. Chcielibyśmy podarować Ci mały prezent w postaci - 20% rabatu na Pakiet Premium w WebWave!  
Wykorzystaj kod EbookABC2020 i podziel się z nim znajomymi, którzy też chcieliby stworzyć profesjonalną stronę internetową bez kodowania!

# EbookABC2020

Zobacz, jak wykorzystać kod.

<https://pomoc.webwavecms.com/jak-wykorzystac-kod-rabatowy>



# Część IV: Marketing

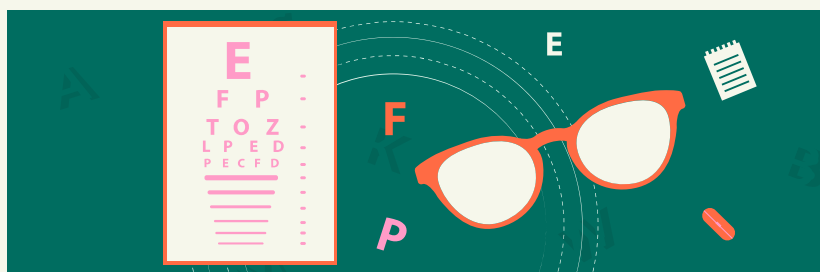


SEO to ważna, ale nie jedyna metoda pozyskiwania ruchu na stronie. Równie istotny jest marketing. Internet oferuje wiele możliwości promocji - od reklam banerowych, przez content marketing, po social media marketing. Podstawą wszystkich działań marketingowych jest dogłębne poznanie grupy docelowej. Chodzi o osoby, do których kierujesz komunikat. Po określeniu odbiorców konieczne jest stworzenie strategii marketingowej. Określisz w niej cele, metody ich osiągnięcia, budżet i ramy czasowe. Zaletą marketingu internetowego jest możliwość precyzyjnego określenia grupy, do której się zwracasz. Możesz wziąć pod uwagę takie czynniki jak wiek, płeć, miejsce zamieszkania, preferencje, zainteresowania i poglądy.

Narzędzia remarketingowe umożliwiają dotarcie ze sprecyzowanym komunikatem do osób, które były wstępnie zainteresowane Twoją ofertą. Mogą to być na przykład użytkownicy, którzy trafili na podstronę produktu w Twoim sklepie internetowym, ale nie dokonali zakupu. Marketing internetowy daje też możliwość mierzenia skuteczności kampanii na podstawie wielu czynników. Do analizy można wykorzystać wiele narzędzi. Najpopularniejszym z nich jest obecnie Google Analytics. Zobacz, jakie terminy powinieneś znać, jeśli chcesz skutecznie wypromować stronę!

**Banner** - rodzaj graficznej reklamy internetowej, która najczęściej stanowi odnośnik do strony umożliwiającej zakup produktu (landing page).

**Banner blindness** - “ślepotą banerową”, zjawisko polegające na odruchowym ignorowaniu banerów reklamowych przez użytkowników.



**Benchmark** - badanie konkurencji pod kątem rozwiązań, które można wdrożyć we własnym biznesie.

**Blog** - rodzaj strony internetowej, w której większość treści stanowią teksty. Poszczególne wpisy są najczęściej powiązane ze sobą tematycznie i dotyczą konkretnej dziedziny.

Tego typu strony są tworzone przeważnie przez jedną osobę. Można jednak znaleźć bardziej rozbudowane blogi firmowe, za które odpowiada wydelegowany pracownik, a nawet grupa redaktorów.

**Branding** - budowanie świadomości oraz pozytywnego wizerunku marki w grupie potencjalnych klientów.

**Brief** - dokument, który zawiera najważniejsze informacje konieczne do przeprowadzenia kampanii marketingowej.



**Chat** - narzędzie, dzięki któremu wiele osób może komunikować się ze sobą w czasie rzeczywistym przez internet bez konieczności instalowania dodatkowego oprogramowania.

**Copy** - materiał reklamowy w formie tekstu.

**Content designer** - osoba odpowiedzialna za dobór, tworzenie i redakcję treści content marketingowych.

**CTA** - Call to Action, czyli wezwanie do działania. Element komunikacji marketingowej stworzony, aby skłonić użytkownika do podjęcia pożądanego działania, np. dokonania zakupu czy zapisania się na newsletter.



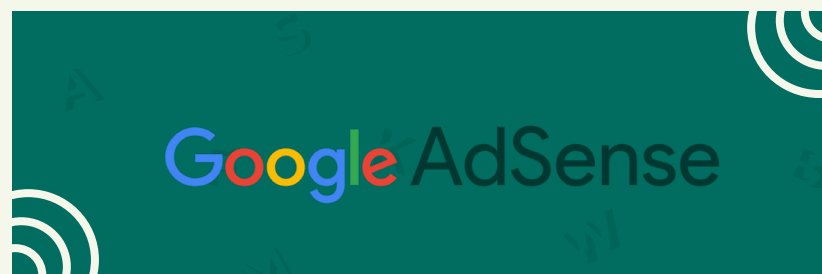
**E-commerce** - prowadzenie działań sprzedażowych w sieci, najczęściej za pomocą sklepu internetowego.

**Email marketing** - działania marketingowe prowadzone za pomocą mailingu. Jest wykorzystywany najczęściej przy programach lojalnościowych.

**ESP** - Emotional Selling Proposition, wartości kojarzone z marką, oparte na emocjach i wyobraźni. ESP może odnosić się między innymi do poczucia wartości, atrakcyjności, akceptacji czy bezpieczeństwa.

**Generacja leadów** - proces polegający na zbieraniu danych potencjalnych klientów. Do generacji leadów wykorzystuje się między innymi email marketing, content marketing (e-booki, raporty, case studies), czy social media.

**Google AdSense** - serwis reklamowy Google, który umożliwia właścicielom stron umieszczanie na nich reklam kontekstowych dopasowanych do konkretnych użytkowników na podstawie ich zachowania w internecie.

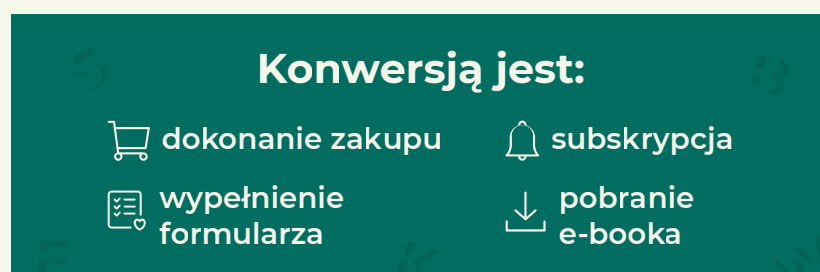


**Google Ads** - system reklamowy Google, który daje możliwość wyświetlania linków sponsorowanych na stronie wyników wyszukiwania i w witrynach korzystających z Google AdSense.



**Grupa docelowa** - zbiór odbiorców, do których kierowany jest komunikat marketingowy. Grupę docelową można określić na podstawie różnych cech. Należą do nich między innymi wiek, płeć, miejsce zamieszkania czy zainteresowania.

**Konwersja** - wykonanie przez użytkownika pożądanej czynności na stronie, na przykład dokonanie zakupu, zapisanie się na newsletter, pobranie e-booka.



**KPI** - Key Performance Indicators, czyli kluczowe mierniki dokonań. Wskaźniki, które stosuje się do pomiaru poziomu osiągnięcia celu, na przykład liczba pozyskanych klientów czy zrealizowanych wysyłek.

**Landing Page** - strona docelowa wyświetlająca się użytkownikowi, który kliknął w baner, reklamę AdWords lub inny element reklamowy umieszczony na danej stronie.

**Lead** - dane kontaktowe użytkowników. Leady pozyskuje się najczęściej poprzez zaoferowanie użytkownikowi korzyści (np. zniżki) w zamian za pozostawienie danych.

**Lead nurturing** - działania mające na celu budowę zaangażowania użytkowników na różnych etapach ścieżki zakupowej. W tym celu oferuje się odbiorcy atrakcyjne dla niego informacje.

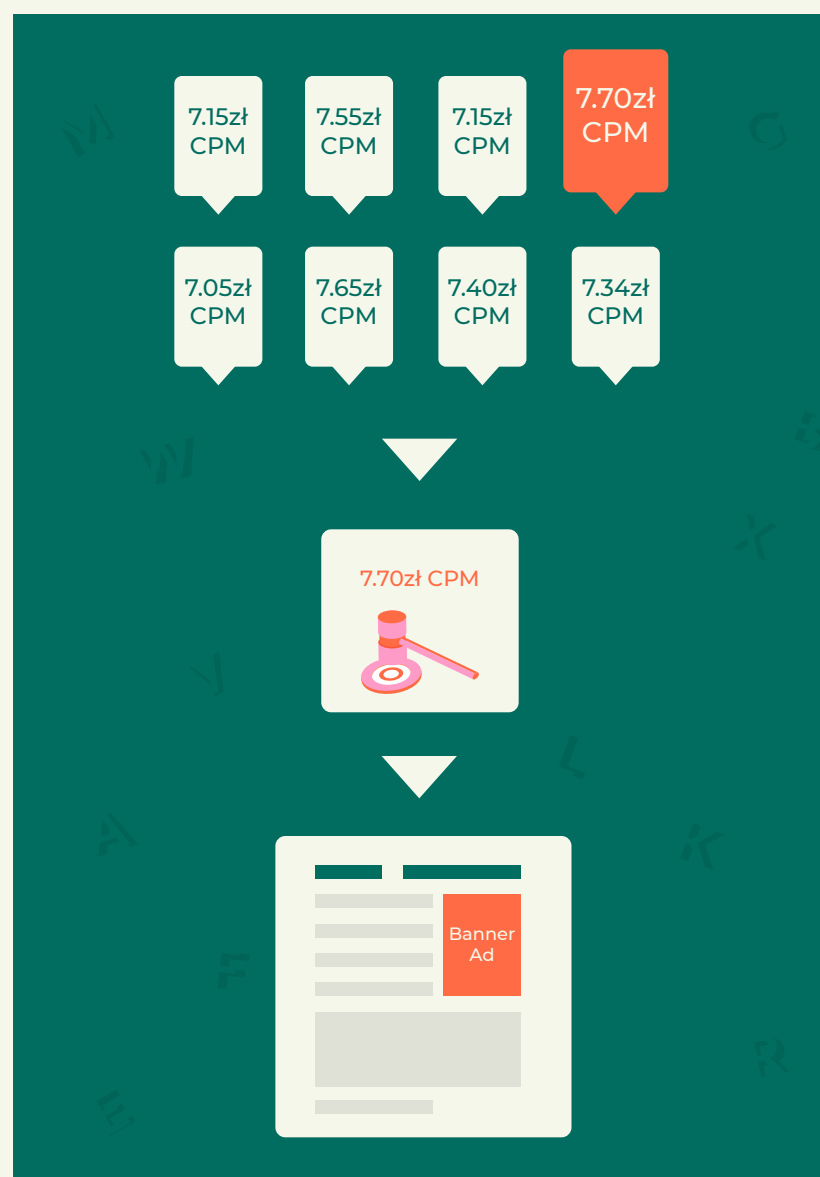
**Monetyzacja** - proces polegający na generowaniu dochodu z ruchu na stronie internetowej. Najczęściej wiąże się z pobieraniem opłat za wyświetlające się w danej witrynie reklamy.

**Omnichannel marketing** - marketing wielokanałowy. Działania promocyjne wykorzystujące jednocześnie wiele kanałów komunikacji, na przykład stronę internetową, social media, mailing i artykuły sponsorowane.



**Remarketing** - kierowanie komunikatu marketingowego do odbiorców, którzy wcześniej spotkali się z ofertą.

**RTB** - Real Time Bidding, model kupowania powierzchni reklamowej na stronie internetowej poprzez zautomatyzowaną aukcję. Reklamodawcy licytują powierzchnię reklamową, która wyświetla się użytkownikowi strony podczas konkretnej sesji.



**USP** - Unique Selling Proposition, unikatowa propozycja sprzedaży. Cecha produktu lub usługi, która wyróżnia ją spośród konkurencji. USP daje klientowi konkretną korzyść wynikającą z nabycia danego towaru.



**Współczynnik odrzuceń** - odsetek użytkowników, którzy weszli na stronę, ale opuścili ją, nie przechodząc na żadną z podstron. Im niższy współczynnik odrzuceń, tym lepsze dopasowanie strony do potrzeb odwiedzających.

A F K W B

# Zakończenie

Mamy nadzieję, że informacje zawarte w naszym e-booku pomogły Ci w lepszym zrozumieniu zagadnień związanych z pracą nad stronami internetowymi. Nie pozostaje nam już nic innego, niż życzyć Ci sukcesów w tworzeniu własnej witryny.

Aby ułatwić Ci to zadanie, przygotowaliśmy specjalną promocję, z kodem [EbookABC2020] otrzymasz dostęp do Pakietu Premium WebWave ze zniżką 20%. Zobacz, jak wykorzystać kod

Powodzenia w pracy nad stroną!  
Zespół WebWave

## Zespół projektu



**Jan Chmielowski**

Content Designer



**Irena Jewsiewicka**

Graphic Designer



webwave