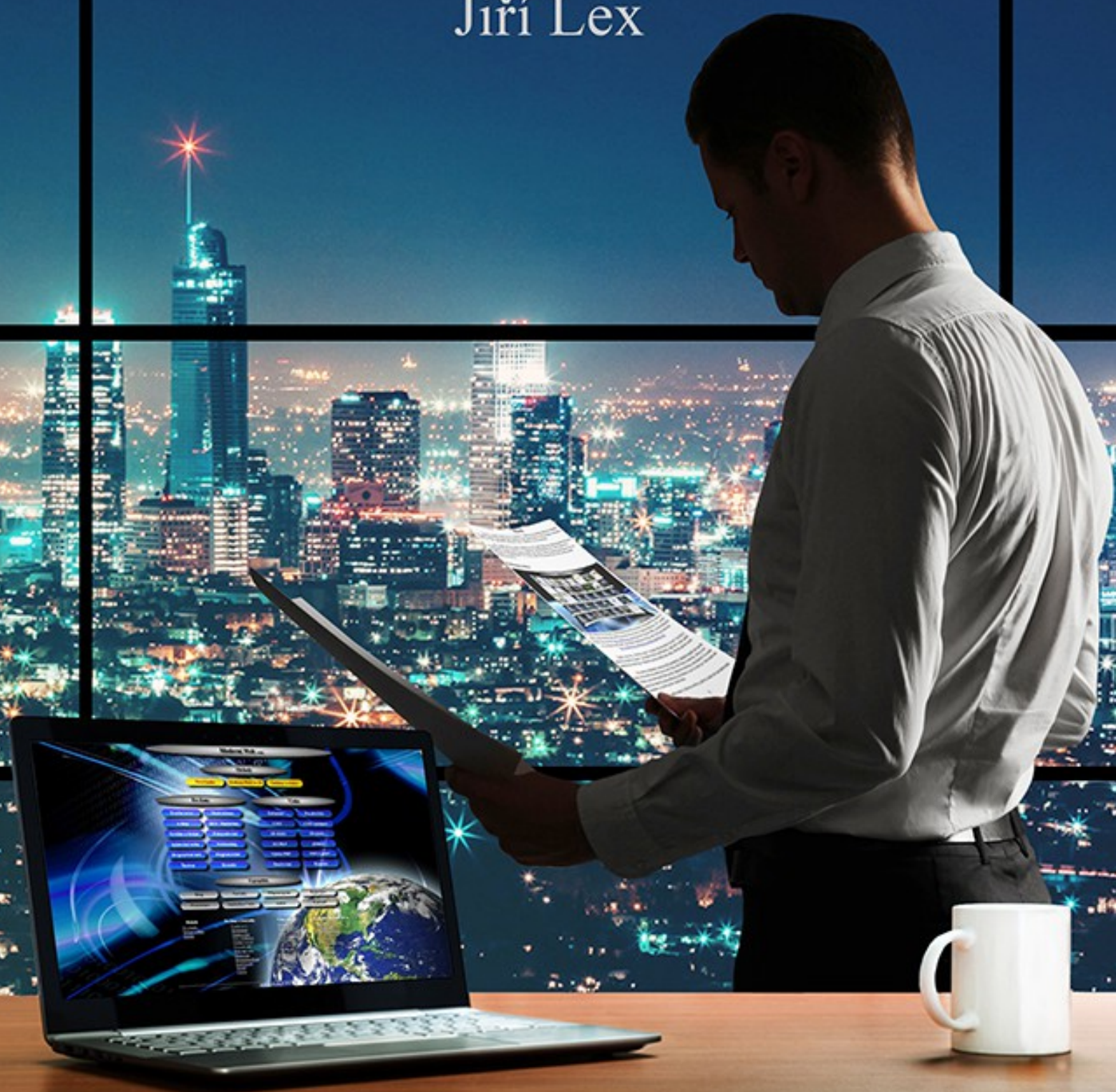


Potřebuji Moderní Web

Jiří Lex



Potřebuji Moderní Web

Jiří Lex

1. vydání

Vydáno v lednu 2017 jako 44. publikace nakladatelství

Nakladatel: Pavel Kohout (www.kknihy.cz)

ISBN:

epub: ISBN 978-80-7570-017-9

mobi: ISBN 978-80-7570-018-6

pdf: ISBN 978-80-7570-019-3

Moderní Web .com

Již vyšlo:



Úvod

V knize se podíváme na to, co bude a nebude potřebovat vědět každý, kdo někdy zauvažoval o tom, že by potřeboval webové stránky. Podíváme se na to z pohledu úplného začátečníka a propracujeme se až k mírně pokročilým znalostem.

Je možné, že už máte nějaké zkušenosti s obchodními zástupci, či přímo kluky, kteří dělají webové stránky a vlastně jste ani nevěděli, o čem to mluví. Věděli jste jen, že asi potřebujete webové stránky, potřebujete je levně a kvalitně.

Je možné, že už i nějaké webové stránky máte a možná se divíte, jak je možné, že nevydělávají, proč nefungují tak, jak jste si prvně představovali, když jste mluvili s tím obchodákem. Takže kde je problém?

Na všechny tyto i další otázky si postupně odpovíme v této knize, tak aby tomu rozuměl každý, kdo se aspoň trochu orientuje na internetu.

Kniha je tedy vhodná, a oproti předchozím i přímo cílená, pro každého, kdo potřebuje rozhybat svoje podnikání, prodat nějaký produkt, či si rozšířit představu o tom, co se dá dělat na internetu.

Potřebuji webové stránky?

Nejdříve si musíme položit tuto základní otázku. Pokud jste si koupili tuhle knihu nebo si jen čtete ukázkou a nejste konkurence, která jen sonduje, co to ten člověk zase píše, udělali jste už první krok k tomu si na ni odpovědět.

Nepotřebuji webové stránky!

Webové stránky logicky nepotřebuje nikdo, kdo nechce být vidět či nic neprodává, nepropaguje a celkově pro veřejnost nic sám za sebe dělat nechce. Pokud mezi takové lidi patříte, tak s čistým svědomím můžete knížku zavřít. Čímž nikoho neodsuzuji, můžete být třeba jen zaměstnanec a službu veřejnosti děláte prostřednictvím svého zaměstnavatele.

Tu a tam jsem se setkal s lidmi, kteří webové stránky nepotřebovali a jednalo se přitom o firmy či dokonce živnostníky, kteří navíc fungují bez webových stránek velice dobře i dnes. Čím to?

Většinou se jedná o ty, kteří jsou zaběhlí a známí všude po okolí. Tací, kteří mají perfektní lokalitu a jsou vidět. Nebo i takoví, kteří mají vlivné známé, spoustu kontaktů a sponzorů. Také ale zaběhlé společnosti s neprůstřelnými smlouvami s platností na mnoho let dopředu. Někdy také slavné osobnosti, u kterých stačí říct jen jméno a zákazníci se jen hrnou.

Opravdu můžete být vy sami spokojení s tím, co máte a u toho zůstanete. Můžete mít i jiné životní jistoty a pevné zázemí. Pak ano, zdánlivě webové stránky nepotřebujete. Nebo možná ani nevíte, že by to s webem mohlo být lepší. Jak? Tak na to si odpovíme níže.

Dohledatelnost

Pokud je možné, že vás někdo bude někdy hledat, tak potřebujete minimálně zápis v nějakém katalogu. Mohou vás hledat budoucí zaměstnanci nebo známí zaměstnanců, kteří jen jdou překvapit své kolegy a třeba u vás rovnou i něco nakoupí či vás následně doporučí.

Máte někde inzerát a hledáte nové zaměstnance a oni následně tápou, kde ta vaše firma sídlí. Pokud vás někdo bude hledat, první místo, na které se dnes podívá, je internet. Prakticky nikdo se už neptá kolemjdoucích, kde je sídlo té či oné firmy. I kdyby se zeptal, tak z mé zkušenosti je nízká pravděpodobnost, že dostane dostatečnou odpověď.

Je to tím, že lidé jsou čím dál vytíženější, spoustu času tráví v práci nebo na cestách. Často také dojíždí. Podle mého průzkumu je taková úspěšnost ve městě zhruba jen kolem 20%. Na venkově je o dost větší, kolem 80-90%.

Pokud nejste na internetu, nezapomínejte, že něco jako Zlaté stránky či telefonní seznam už dnes prakticky neexistuje. Vše je na internetu. Lidé i více cestují a narazit na místní znalce, kteří poradí kudy dál, je čím dál těžší.

Pokud jste veřejná osoba nebo instituce, chodí k vám lidé, kteří nemusí znát vaši adresu, či dokonce je vaše sídlo malé a zapadlé, je nutné mít nějaký zápis na internetu.

Předejít pomluvám

Toto vlastně vychází z předchozích řádků. I přesto, že pomluva je trestný čin, je velká pravděpodobnost, že tu a tam o vás někdo prohodí hanlivou poznámku, pokud bude mít problém vás někde najít.

Samozřejmě, lidé jsou různí, a pokud budou chtít, tak si o vás můžou říkat cokoli a i to, co není úplně pravda.

Pokud budete dobře dohledatelní, snížíte zase o píd' tu starou nelichotivou lidskou snahu vás pomluvit.

Pomluva není vždy špatná. Jedná se o přirozenou obranu lidí, kteří se nemají jak bránit, či jinak sdělit svou nespokojenost. Samozřejmě toho umí i zneužít, ale každý, kdo někdy pracoval hodně s lidmi, ví, že jedním ze základů úspěchu je, co možná nejvíce eliminovat pomluvu.

Někdy vám pomluva pomůže, jindy uškodí, ale vždy by vás měla nutit se zlepšovat a nejlépe jsou na tom ti, kteří se jí raději vyhnou a poučí se z chyb jiných. Což také není vždy možné.

Většinou tedy platí pravidlo, že je lepší se pomluvám vyhnout. Paradoxně, někdy to může být i na opak. Zůstat šedou myškou schovanou kdesi v rohu a doufat, že si vás nikdo nevšimne, může být dobré, ale ne pokud jste obchodník, podnikatel či veřejná osoba.

Dále byste určitě nechtěli, aby ti, co vás pomlouvají, nad vámi získali nějakou moc či vliv. Většinou právě o to jim jde, nějak vás nasměrovat jinam či uklidit z cesty. Nejlepší je postavit se jim ještě lepší prací. Sami pak vypadají hodně hloupě, pokud o vás zase začnou negativně mluvit. Mohou však navíc ještě spadnout do určitého stavu oslepené mysli a bez ohledu na fakta se o vás stejně budou průběžně hanlivě zmiňovat. Důležité je, že ostatní je pak už nebudou brát vážně, a o to nám jde.

Toto je myslím daleko lepší metoda umlčení pomluv, než jsou metody jiné, jako je třeba napadání toho, kdo pomlouvá. Reagovat ano, ale pomluva je většinou vedena za vašimi zády, takže lepší metodou je přijít s ještě lepší prací.

Je to ostuda

Normálně bych to sem nedával, ale slyšel jsem teď nedávno, jak jeden z mých klientů argumentuje, že je ostuda nemít webové stránky. Takže i takto se na to můžete dívat. Pokud jste relativně velká firma, úspěšný živnostník či umělec a stále nemáte webové stránky, můžete se na to dívat i tímto způsobem.

Internet je dnes, a podle všeho i na dlouhá léta do budoucna, hlavní médium pro předávání a sdílení informací. Tedy i informací o vás. Takže pokud internet není váš hlavní zdroj příjmů, stojí vás spíše peníze navíc.

Prezentovat informace o sobě, o tom, co děláte nebo jste udělali, by měla být určitá morální povinnost, do které vás ale samozřejmě nikdo nenutí. Nikdo navíc ani neříká, abyste do provozu webu dávali větší část vašeho rozpočtu. I rozsáhlé webové stránky se dají provozovat poměrně levně (v řádech stokorun) a udržovat aktuální.

Jdu s proudem

Na toto hodně slyší lidé společenství. Lidé, kteří se často potkávají s různými lidmi a rádi poznávají druhé. Existují také i různé organizace, které se věnují společenským akcím nebo jsou na ně přímo zaměřeny.

Pokud hodně pracujete s lidmi, je dobré vnímat to, co je populární, co je „in“. To, co je moderní a nemusím psát, že internet takový je a zkuste si na veřejném shromáždění říct, že nemáte webové stránky, protože vám přijdou zbytečné nebo že je nepotřebujete.

Politik by asi následně ztratil pár voličů a získal jen pramálo. Pokud něco většina má a vy ne, nebo jste dokonce proti tomu, tak automaticky nejdete s proudem.

Je to otázka nejen politická, ale i toho, jak vás bude vnímat okolí. Jestli jako toho dobrého podnikatele ze staré školy nebo jako aktivního mladého trendy člověka.

Otázka zní, zda vám o tento pohled jde. To už je na vás. I věkem starý člověk může působit mladě, pokud do života dá trochu nadšení, elánu a možná přesněji trochu zájmu o novinky a o to, co dělají mladí či lidé z davu.

Proč je vlastně toto téma tak nepopulární? Ono, dav lze velice snadno nasměrovat i špatným směrem a sám to pozná až mnohem později. Nejčastěji až když narazí na zeď, a i pak to ještě chvíli trvá, než se zastaví, což nejvíce odnesou ti vepředu, ale to už je jiný příběh.

Pro nás je důležitější vědět, jak vnímat dav či proud a je jedno, zda se jedná o proud myšlenkový, kulturní či populární. Všechny zpočátku tečou dobře, dokud nenarazí na problém, a i pak ještě dlouho trvá, než přijdou na to, že tudy to nejde, pokud nenajdou jinou cestu. Záleží i na velikosti problému, ale to je zase odbočka.

Proudy už tečou a je jich v lidské společnosti nespočet. Není dobré zůstat stranou. Některé řeky tečou i na zajímavá místa. Je to na vás. Pokud se budete držet v bezpečí vzadu, sice si nenatlučete, ale zase budete poslední v cíli, pokud vůbec tečou správným směrem.

Mám na to, nemám na to?

Toto jsou hned dvě otázky. Někdy se můžete chtít jen pochlubit tím, že můžete mít pěkné webové stránky, stejně jako tím, že máte pěkné nové auto. Pokud rádi ukazujete, že na to máte, že se vám daří, že si to můžete dovolit, ukazujete tím i to, že každý, kdo s vámi obchoduje či je s vámi za dobře, má velkou pravděpodobnost, že se bude dařit i jemu.

Funguje to ale i obráceně. Nemám na to. Dost časté u začínajících podnikatelů, kteří na to opravdu nemají, což je normální a pochopitelné, ale už to zase může někoho odradit. Zde je důležité si uvědomit, že webové stránky ve své nejlevnější podobě také mohou říct, že na to máte. Mám na to mít webové stránky, daří se mi. Existuje spousta variant zdarma, jen vizuální kvalita povětšinou ztrácí, takže můžete spíše trazit. Pokud si totiž uděláte nevkusný web, tak těžko soudit, ale někdy to může být spíš horší než lepší.

Vzhledem k tomu, že spousta velkých firem, či možná přesněji institucí, dnes má opravdu staré weby a to opravdu hodně staré, tak je možné, že to vaši návštěvníci také stráví. Záleží, jaké budete mít štěstí, pokud se do něčeho podobného pustíte bez odborného dohledu. I takové projekty

se tu a tam povedou. Drtivá většina však ne. Zde je možná lepší dřív nebo později kontaktovat někoho, kdo vám dá aspoň základní rady.

Nejhorší možná varianta je, pokud na to máte, ale web nemáte. Pokud to nikdo neví a nehledá vás, tak je to v pořádku. Jedná se znova spíše o sociální záležitost. Pokud chodíte na nějaké akce, mezi jiné kolegy podnikatele a dojde na toto řeč, může se stát, že v jejich očích mírně klesnete. Záleží zase na druhu akce či komunity a vašich diplomatických schopnostech.

V drtivé většině případů ale na to nikdy řeč nepříjde, takže můžete být v klidu. Hlavně pokud na podobné akce vůbec nemáte čas. Pozor však zase na špatné vztahy. Lidé mají rádi senzace a celkově drby. Nemít web sice není žádná senzace, ale už jsem viděl skupinky lidí smát se i větším blbostem.

Nečekaný zisk

Asi nejlepším argumentem je právě zisk. Webové stránky se dělají většinou hlavně proto, aby vás propagovaly, vydělaly peníze a vy se mohli dál rozvíjet.

Setkal jsem se s lidmi, kterým stačilo to, co mají. Ráno do práce, večer z práce, pak druhý den ráno do práce a večer zase z práce. Typický život podnikatele. Proč ne.

Já tvrdím, že spoustě lidí vyhovuje to, co mají, protože nic jiného nepoznali. No a od toho tu je rozvoj nebo, chcete-li, vývoj. Pokud firma stojí na stejné úrovni, neroste, nebo hůře, pomalu upadá, je nejvyšší čas zkusit něco jiného, než bude pozdě.

I takové firmy či drobné živnostníky jsem znal. V ČR krachuje podle toho, co jsem se díval na internetu, přibližně 3000 firem ročně. Netvrdím, že to je tím, že neměly webové stránky. To by bylo spíše úsměvné tvrzení, ale jsou takové případy, kdy reklama na internetu či eshop zachránil pomalý úpadek nějaké firmy.

Takže ano. Zisk je dalším hlavním hnacím pohonem nebo důvodem proč mít či nemít webové stránky. Pozor však na předražené projekty a kampaně.

Mám i kamarády, kteří tomu nevěřili, nevěřili, že jim web přinejmenším pomůže. Nevěřili, nezkusili a dnes jsou z nich zaměstnanci. Většinou je toho samozřejmě víc. Web není spása, ale pomoc, někdy malá, jindy velká. Je to spíše otázka konkrétní profese.

Ono nestačí mít jenom web, je třeba na něm i pracovat a propagovat. O tom však později. Zde jsem chtěl jen poukázat na možnost, že pokud jste spokojeni tam, kde jste, můžete být ještě spokojenější. Nakonec i firmu rozšířit, nabrat další zaměstnance a pořídit si třeba sekretářku nebo zástupce, který vám uvolní čas na další aktivity. I toto se občas povede.

Další krok

Osobní rozvoj, stejně jako rozvoj firmy, je složený z mnoha kroků. Prvním krokem bývá většinou myšlenka, dalším je hlubší myšlenka či plánování, pak následují další kroky v podobě vyplnění nějakých papírů a prvních prací, až se dostanete k provozovně, kanceláři a podobně.

Tyto kroky jsou tu z nějakého důvodu. Většinou máte nějaký cíl. Nevím, jestli je pro

každého žádoucí jít až do nekonečna a pak ještě dál. To znamená, stát se co možná největšími, mít co nejvíce peněz, zaměstnanců, poboček atd.

Je možné, že vám stačí jen fungovat. Nicméně vás můžu ujistit, že miliardy díky webovým stránkám mít v dnešní době asi jen tak nebudete. K tomu by bylo třeba pustit se úplně jinou cestou anebo přesněji několika cestami najednou. A na těchto cestách uděláte ještě stovky nebo i tisíce kroků. Nemluvte o překážkách a podobných úskalích.

Takže webové stránky jsou jen jedním z těchto kroků a pro někoho i jednou z těchto cest, protože i webové projekty se skládají z mnoha dalších kroků, které je třeba znát nebo poznat. Dobré je většinou začít co nejdříve, což někdy nejde, ale to se dá pochopit. Snad jen mít na paměti, že toto je taky cesta.

Může to být lepší

Možná, že se spíše jedná o shrnutí toho, co jsme si již napsali, ale obecně vzato velice často, a je to hlavně problém dnešních dní, se zapomíná na fakt, že to může být vždy lepší.

Budeme si o tom ještě psát, tak se na to podíváme z jiného úhlu pohledu. Zažili jsme například velký pád, těžký boj. Následně jsme trochu získali a už nechceme znova do dalších rizik formou nejasných zisků.

Minulost nás může odradit natolik, že zapomeneme rozvíjet budoucnost, což nakonec vede ke smíření se s tím, co máme. Někdy to ani nemusí být smíření, ale třeba jen zdánlivá nutnost. Protože třeba pokaždé, když trochu postoupíte kupředu, tak vás někdo srazí dolů, třeba konkurence, partner apod.

Zde těžko radit. Pokud jsou ty bloky, které mohou být i jiné povahy, až příliš velké, tak je to těžké. Nicméně, třeba z mého pohledu, různé jiné cesty jsou vždy a překážky se dají obejít.

Nemělo by se tedy zapomínat, že taková ta potřeba chtít o trochu víc, nás vlastně posouvá kupředu. Sice se na to společnost moc pozitivně nedívá, ale úplně bych se tohoto přístupu nebál. Je lepší chtít o trochu víc, než zůstat stát či nedělat nic.

Někdy možná i trochu ztratit, než litovat toho, že jsem vůbec nic neudělal. Vždy doporučuji raději pomalé pozvolné kroky s menšími riziky než velké skoky s možností velkých ztrát. Shrnu bych to tak, že je lepší dělat něco než nic.

První kroky

Argumentů, proč mít či nemít webové stránky, je mnoho. Záleží vždy na vás, zda vám stačí to, co máte či nikoli. Nebo jako třeba v mém případě, máte prostě jen nějaký cíl a za ním si jdete. Nepotřebujete miliardy, ale víte, kam až chcete dojít, kde se zastavit a následně vydat jinou cestou. Tohle je na vás. My se zde podíváme na první kroky na cestě internetem a na to nejnужnější, co potřebujete znát.

Na to nemám čas

Toto je první krok zpátky. První krok, který udělá prakticky každý, kdo už je na pokraji sil, má toho až nad hlavu nebo problematice webových stránek vůbec nerozumí.

Většinou to končí odkladem nebo zavrhnutím dané myšlenky. Takto to končí vlastně vždy a to až do doby, než přijde nějaký velký podnět.

Je nutné se tomuto kroku vyhnout a spíše si říct: „Budu na to mít čas, až...“ Je jedno kdy, ale je dobré zhruba vědět ten termín. Slovíčko „až“, nemusí nutně znamenat pevný termín a datum. Stačí, když budete vědět, že to bude, až vydělám tolik a tolik nebo až dokončím to a to.

Zde můžeme vidět sílu pozitivního myšlení v praxi. Je třeba nedívat se na vše z pohledu negativního, ve stylu „na to nemám čas“, ale být si vědomi toho, že to asi budeme potřebovat. Takže si říct, že to dáme dohromady v návaznosti na jiný projekt.

Doufám, že nejsem odstrašující příklad, co se týče plánování, ale myslím si, že je lepší takto plánovat. Neurčovat vše kalendářně, ale spíš v návaznosti na jiné projekty či události. Neříkat si, že se do toho pustíme 1. 5. 2017, ale třeba, že se do toho pustíme, až dosáhneme nějakého cíle nebo až dokončíme jiné projekty, které budou mít na tento třeba i návaznost.

Díky tomuto způsobu plánování máte i možnost projekty přehazovat mezi sebou. Podle toho, který je nejvhodnější použít v návaznosti na to, jaký efekt či odezvu měl ten předchozí.

Nemluvte o logické překážce. Něco si naplánujete na ten či ten den a ono třeba prší nebo byly nějaké větší výdaje či se do toho všeho zapojily úplně nečekané problémy.

Neplatí vždy a všude. Asi to není úplně vhodné, pokud se má akce či projektu účastnit větší okruh lidí. Pak je asi skoro nemožné řídit se pravidlem „Až...“ Pokud se jedná o tým lidí s dobrým vedením, tak většinou problém nebývá a plány mohou mít pružný termín. Pokud by se ovšem do projektu mělo zapojit více lidí z různých míst, tak zde to asi možné není. Z toho nám vyplývá výhoda jednotlivců nebo malých nezávislých týmů. Těm většinou nedodržený termín nevadí, když do toho něco nečekaně přijde.

Je na vás, zda je to vhodné či nikoli, ale ve firmách s jasným vedením, s tímto problémy většinou také nejsou. Záleží na tom, zda do toho musíte zapojit i externisty. Pak už problémy nastat mohou a jsou třeba přesné termíny a smlouvy.

Uzavřeme to zatím tak, že lepším prvním krokem je tedy používat výraz: „Budeme to řešit, až...“

Ten zdánlivě výchovný slogan je opravdu čistě náhodný. Vlastně by se dalo říct, že tím ukážete svojí vlastní mysl, která problém odsune v klidu na později a zároveň bude vědět, že to je v plánu. Tj. počítáte s tím. Vyhnete se tak nejrůznějším stavům jako například: „*Nevím, kdy se do toho pustím. Nemám na to čas. Nemůžu se do toho pustit.*“ Kde tyto tři poslední věty zavání negativismem, a jsou zde tedy i sklony k vnitřním konfliktům až depresím.

Sami to nezvládneme

Někdy ano. Budeme ale řešit případ, kdy na to znalosti nejsou. Pak je třeba vybrat vhodného partnera. Každého určitě napadne rodina či známí. Z vlastní zkušenosti vím, že obchod není úplně ideální, pokud v tom jsou známí a nejhůře rodina.

Je to problém ve chvíli, kdy dojde k nějakému průšvihů či nedostatku. Dejme tomu, že objevíte limity a váš rodinný příslušník je prostě nezvládne překonat, protože má třeba jiné zájmy, druhou práci, rodinu apod. Těch důvodů může být spousta.

Vše prostě povede k tomu, že dotyčný začne zanedbávat svou práci a co vy s tím teď. Přestat s ním spolupracovat může znamenat zhoršení vztahů a rodina je přeci to nejdůležitější.

Pokud je pro vás rodina důležitá, tak raději opatrně při nabírání rodinných příslušníků. Sice můžete získat politického spojence, ale zase špatného pracovníka.

Funguje to i obráceně. Sice získáte dobrého pracovníka, ale třeba bude neustále otevírat staré neshody či zneužívat svého postavení.

Z toho nám vyplývá, že rodinný příslušník se těžko řeší, pokud dojde na nějaký problém. Takový člověk se prakticky nedá převychovat, degradovat, propustit nebo s ním ukončit spolupráci. Většinou ne bez následků.

Myslím, že tohle je nejčastější chyba. Také jsem ji udělal a asi bych ji udělal znova. Takže, co s tím? Pokud váš známý třeba přišel o práci, tak není na vybranou, je třeba pomoci. Ale pokud je, jak se říká, jednou nohou za vodou, je lepší oslovit někoho jiného.

Pokud přeci jen naberete příbuzného, je dobré si jej nenechat natrvalo, ale pomoci mu třeba sehnat práci jinde. Někdy to není třeba, ale někdy vám mohou i nevědomky házet klacky pod nohy nebo vás jinak omezovat.

Není to tak vždy. Jsou i opravdu dobře sešrané rodinné týmy či firmy, ale podle mých pozorování je jich drtivá menšina. Tím nikoho neodrazuji. Jak jsem psal, udělal bych to zase a příbuzného zaměstnal. Rozhodnutí je na vás.

Pokud vyloučíme rodinu, příbuzné a známé, vzniká otázka, kde hledat dále. Dalším častým krokem bývá hledání doporučení.

Myslím, že dnes již všichni víme, že každý doporučí svého koně. Kamarád doporučí syna kamarádky apod. Vy získáte bonusové body za to, že jste dal zakázku vlastně zase známému. Sice už není tolik zábran řešit problémy, ale přeci jsou.

Nebudu vás napínat. Lepší je poohlédnout se sám. Na co se dívat? Na recenze? Ano, ale jak které. Veřejné fórum, kam může psát každý, co chce a ještě anonymně, není dobré. Jenže, jak to

jako neznalci poznáme? Většinou nepoznáme.

Podíváme se na reference.

A následně poté i na jeho či jejich práci. I reference mohou být podvodné. Většinou dnes už ne, je to snadno průhledné a dobře napadnutelné. Reference jsou tedy určitá jistota, nicméně je dobré pokračovat dál. Většina lidí a firem má bezplatné konzultace. Zde si můžete nechat vypracovat nabídku a případně položit otázky.

Teprve až když si sami uděláte aspoň nějaký názor, je dobré si sehnat různá doporučení, názory druhých apod. I zde vás mohou zviklat, ale získáváte větší odolnost díky vlastnímu názoru či prvnímu dojmu, který jste si udělali sami.

Pozor ovšem na chyby při prvních setkáních. První dojem je důležitý, ale je to jak s holkou, láska občas přijde až později. Takže je dobré toho druhého blíže poznat, trochu se sehrát, najít společné téma.

Nezapomínejte, že každý vám bude dohazovat svého koně bez ohledu na kvalitu. Jděte tam, kde se vám líbí jednání a reference, tedy práce, kterou má ten člověk již za sebou a to, jak s vámi jedná. Navíc, protože to není známý či známý známého, kdykoli s ním můžete spolupráci ukončit.

Rizika tu jsou zase jiná. Může vás například okrádat. Proto ty následné dotazy třeba na jeho klienty, pokud je prozradí. Pokud je neprozradil, už je tu první vykřičník.

Dobré je se ale i tak optat. Může být třeba jen talentovaným začátečníkem. Navíc ti jsou kolikrát nejlepší. Většinou je práce ještě hodně baví a dělají za menší peníze lepší práci. Takový malý poklad či výhra v loterii. Narazit ale můžete na limity znalostí a i zkušeností. Zde pak počítejte s tím, že bude třeba hodně trpělivosti a asi i motivace. Zase záleží případ od případu. Většinou si pak ale získáte velice dobrý kontakt, pokud vše dotáhnete do zdárného konce.

Velké a zkušené firmy jsou také dobrou, dokonce asi i nejlepší, volbou. Zde zase ale počítejte s větší investicí, většinou o hodně větší, ale o to i větší kvalitou a zkušeností.

Rozpočet

Je dobré si udělat aspoň základní představu o tom, kolik do toho chcete investovat. Většina zkušených lidí už toto má zodpovězené opravdu brzo. Nicméně, co si budeme povídat, ne vždy to, co si představujeme, odpovídá realitě.

Vlastně skoro vždy, když jde o větší projekt, se rozpočet může zvednout. Je to tím, že se i u zkušenějších lidí může stát nečekaná komplikace, která vše prodlouží nebo prodrazí.

Není to pravidlem. A dost často si i sami neustále klademe nové a nové požadavky a pak se jen divíme, až dorazí faktura, kolik to na ní vlastně je.

O rozpočtu je tedy dobré neustále komunikovat. Tedy pokud vám není cena tak nějak jedno. Pokud máte omezený rozpočet, je skoro nutností se za každým požadavkem zeptat, kolik to bude stát.

Většina obchodních zástupců či podnikatelů už tyto ceny má v hlavě. Ne však vždy. Někdy

se musí počkat na podklady, jindy opravdu až na konečnou práci a smířit se jen s odhadem. Přesnost samotného odhadu většinou říká, kdo je a není odborník. Dle složitosti práce. Pokud je práce příliš složitá, možné to není.

Pozor však na ty, kteří říkají opravdu šílené částky. Zde se může jednat také o odborníky, ale většinou ty, kteří sami nevědí, kolik času práce zabere, tak si raději řeknou více, aby něco vydělali a měli i rezervu na chyby, které opravdu při této práci vznikají často. Ne kvůli neschopnosti, ale kvůli samotné náročnosti. Tato práce na opravdu vysoké úrovni nebývá jednoduchá.

Někdy je prostor pro smlouvání. U mě to je třeba složitější, protože já moc prostoru nemívám. Většinou říkám opravdu dost přesný odhad odvozený od hodinové sazby a předchozích zkušeností. U větších zakázek to je jiná. Zde, pokud se vám zdá částka příliš, můžete prostor mít.

Záleží tedy na vás. Web se dá dnes udělat od pár tisíců po statisíce, dle kvality a přesnosti práce.

Základní druhy webových stránek

Existují tři základní druhy veřejných webových stránek. Je tu i spousta neveřejných portálů, které slouží jako zabezpečená interní řešení. Nejčastěji se s těmito weby setkáme u bankovních institucí. Dále tu jsou i herní portály, ale to už nejsou webové stránky, ale spíše hry jako takové, jen v online prostředí, dělané tak, aby se zobrazily i ve webovém prohlížeči.

My si zde co možná nejjednodušeji popíšeme základní druhy veřejných webů a následně si je probereme podrobně.

Webová prezentace



01. Šablona autoklubu k vidění na adrese <http://moderniweb.com/eshop/47-responzivní-webová-šablona-autoklub.html>

Webové prezentace jsou hlavním stavebním kamenem internetu, a jak napovídá název, jedná se o prezentace firem, osob, produktů. Nic se zde přímo neprodává. Stránky slouží jako rozšířená vizitka, kde sdělujete veřejnosti, kdo jste, co děláte a kde sídlíte. Můžete zde ukázat i nějaké reference, popis akcí a ukázky práce.

Hlavním úkolem těchto stránek je mít nějaký základní zápis, který je přímo váš s vaší doménou a nejedná se třeba o firemní zápis v katalogu.

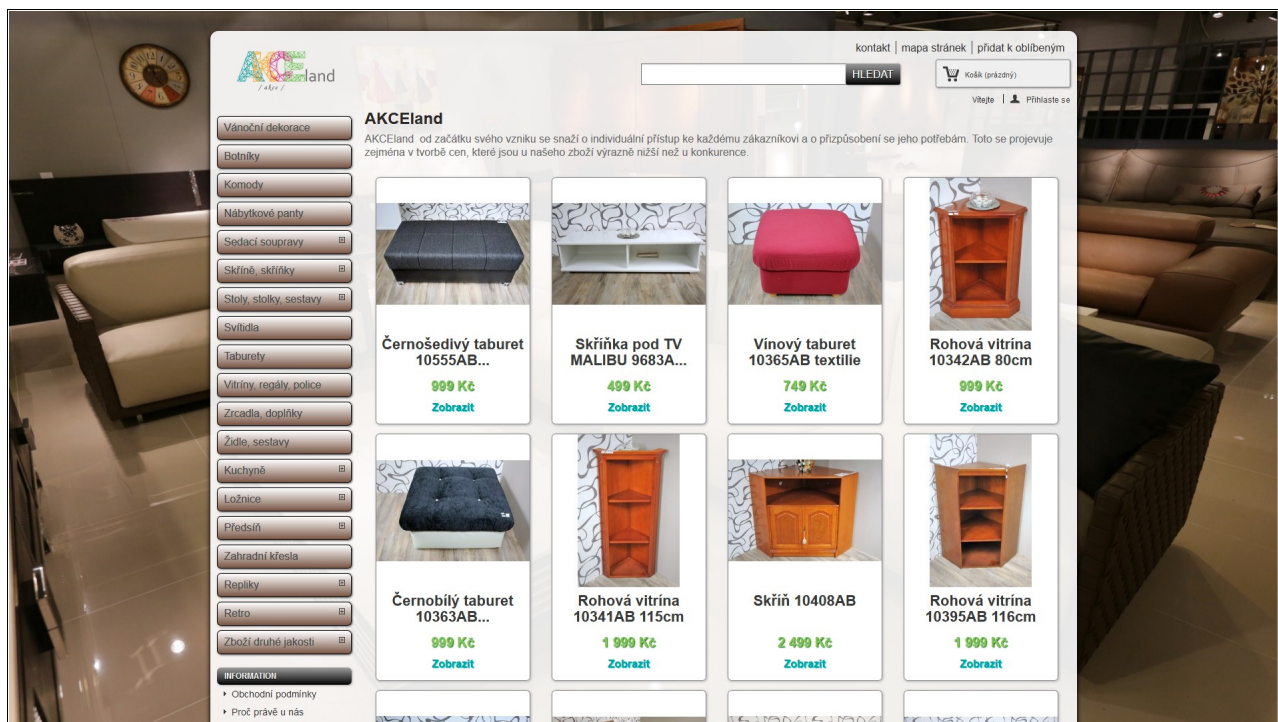
V mnoha případech je toto první místo, které uvidí váš zákazník, klient, budoucí zaměstnanec či partner.

Hlavně díky tomu se u těchto stránek klade obrovský důraz na jejich vzhled, provedení a přehlednost.

Na stránkách většinou vidíme možná už klasické rozložení odkazů v menu na úvod, o nás,

galerii, kontakt. Vše občas rozšířené o nějaké ty služby anebo jako v náhledovém obrázku třeba i o články a akce.

Internetový obchod



02. Internetový obchod AKCEland s prodejem nábytku k vidění na <http://akceland.cz>

Další často žádanou tvorbou jsou eshopy. Každý by je dnes již měl znát. Ve stručnosti se jedná o webové stránky, na kterých můžete prodávat zboží.

Internetové obchody dnes může v té nejzákladnější podobě provozovat jen jeden člověk. Není to však vhodné. Záleží na druhu a množství nabízeného zboží. Neexistuje přesný vzorec, který vám řekne, že bude třeba tolik a tolik lidí. U každého produktu a typu sortimentu je to jiné.

Kolikrát i samotné vypracování analýz náročnosti provozu eshopu je práce sama o sobě. Moje oblíbená metoda je většinou složena z postupného rozvoje. Nejprve začít s jedním zaměstnancem a postupně, jak se eshop bude rozvíjet, zapojovat do práce další.

Pokud budete chtít provozovat eshop, je nutné se připravit na několik hodin konzultací a školení vás i zaměstnanců.