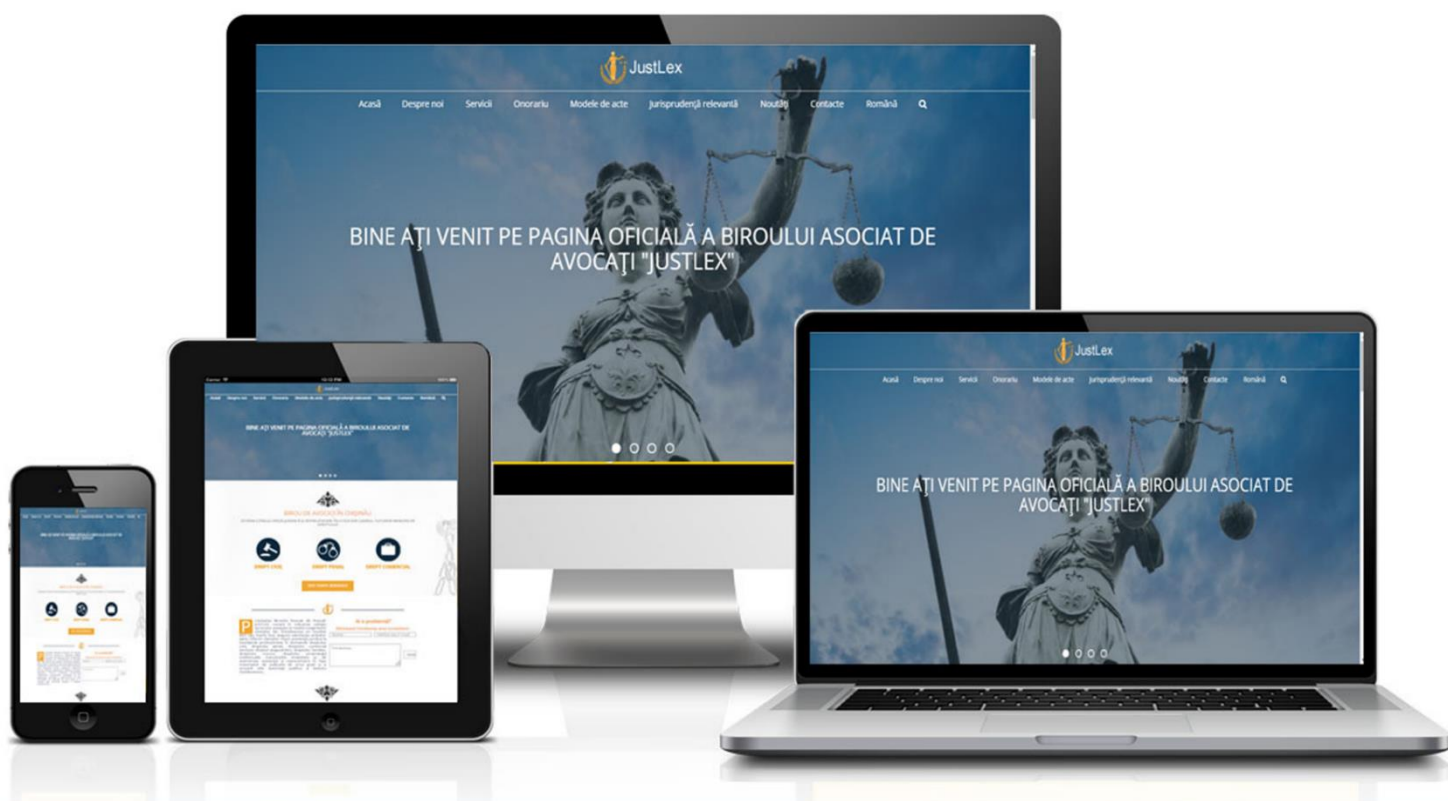


# WEB DEVELOPMENT & DESIGN

## STRUCTURA ȘI ELEMENTELE UNUI WEB SITE REUȘIT



**POWERED BY**  
**www.businessmarket.md**

**Crearea unui site web** este un proces complex care, pentru a putea fi îndeplinit cu succes, trebuie să respecte o anumită ordine și claritate în execuție. Pentru ca structura unui site web să fie una ușor de pus în practică, avem nevoie de o imagine mentală bine conturată asupra aspectului pe care dorim să îl obținem.

Site-ul web al unei companii reprezintă **interfața prin care compania comunică cu clienții** și, de aceea, acesta trebuie să arate impecabil și să funcționeze fără erori. Desigur, ai putea spune acum că o pagină de Facebook este suficientă, însă website-ul oferă mult mai multe posibilități pentru o afacere. În plus, dependența totală de un alt website (rețea socială) pentru publicarea, stocarea și distribuția conținutului tău nu este deloc o idee strălucită și va afecta negativ imaginea brandului tău.

**Structura unui site web pentru o afacere** respectă de cele mai multe ori un șablon clasic, cu taburi ușor de navigat și pagini corespunzătoare. Bineînțeles, pe parcurs se pot adăuga și alte pagini în meniu pe măsură ce apare nevoia de a comunica informații suplimentare, însă toate îmbunătățirile ulterioare se vor alina la această structură de bază.

## Structura unui site web – elemente și pagini

### 1. Logo

Cel mai important element de identificare pentru o firmă. Logo-ul se afișează de obicei în colț într-un loc vizibil și apare pe toate paginile site-ului.

### 2. Culorile

Alege culorile în funcție de mesajul pe care dorești să-l transmiți:

- Galben – optimist și tineresc, atrage imediat atenția;
- Roșu – folosit mai ales la promoțiile cu termen limitat, dă senzația de urgență;
- Albastru – oferă un sentiment de încredere și securitate, de aceea este preferat de bănci și afaceri;
- Verdele – este asociat cu sănătatea, ușor de procesat pentru ochi;
- Portocaliu – utilizat în special pentru butoane cu îndemn la acțiune (call-to-action buttons);
- Roz – romantic și feminin, utilizat pentru promovarea produselor/serviciilor care au ca public țintă femeile/fetele.
- Negru – utilizat de produse de lux, transmite putere și eleganță;
- Violet – are un efect calmant, de aceea este folosit pentru promovarea produselor anti-îmbătrânire și a produselor cosmetice.

### 3. Meniul

Una dintre cele mai des întâlnite erori în structura unui site web este funcționalitatea meniului. Nu de puține ori ai intrat pe un site care, deși arăta bine, când ai dat click pe meniu fie nu s-a încărcat, fie link-ul către pagina promisă nu a funcționat. Pentru un site foarte mare, ordinea paginilor și subpaginilor contează extrem de mult, pentru că, fără claritate și ușurință în navigare, utilizatorul nu va putea găsi informația pe care o caută într-o mare de informații.

### 4. Portofoliu

Aici sunt listați clienții importanți cu care a colaborat compania, lucrări și proiecte realizate. Ca și pagina „despre noi” și aceasta este de asemenea o pagină extrem de importantă pentru afacerile de tip B2B.

### 5. Servicii

Aceasta este pagina care poate să aducă venituri companiei dacă are un conținut convingător și niște poze/videoclipuri interesante și atractive pentru potențialii clienți. Iată câteva sfaturi pentru o pagină de Servicii atractivă:

- nu vorbi prea mult despre tine, ci vorbește în schimb despre ceea ce poți face *pentru utilizatori*;
- prezintă-le o ofertă care să le surdă;
- ai grijă ca aspectul paginii să fie plăcut și conținutul să fie ușor de citit – scoate în evidență termenii relevanți, folosește structuri ierarhice;
- adaugă conținut relevant și imagini de calitate;
- dacă rulezi [campanii de promovare AdWords](#), ai grijă ca termenii utilizați în conținut să corespundă cuvintelor cheie din campanie;
- include un formular în care ceri doar informațiile de care ai neapărată nevoie. După ce te contactează, poți oricând să ceri informații suplimentare;
- adaugă butoane sociale pentru ca utilizatorii să poată distribui cu ușurință ofertele tale
- pune recenzii
- fă-ți website-ul mobile friendly, pentru ca vizitatorii să poată accesa fără probleme site-ul tău web și de pe mobil;
- direcționează-ți clienții către o pagină de mulțumire, care conține produse complementare sau linkuri către informații utile
- transmite încredere prin adăugarea logo-urilor clienților/partenerilor cu care ai mai lucrat, premiilor, certificărilor;
- optimizează-ți website-ul, pentru a avea o viteză cât mai bună de încărcare a paginilor;
- testează-ți constant pagina efectuând teste A/B.



## Ce este și ce trebuie să conțină prima pagină a site-ului !?

**PRIMA PAGINĂ** - mai este denumită și „Acasă” sau „Home”. Prima pagină a site-ului este cea care formează prima impresie despre afacerea ta. Dacă aceasta se încarcă repede, iar aspectul este plăcut și intuitiv, atunci vizitatorii vor dori să viziteze mai multe pagini și chiar să te contacteze dacă și-au format o impresie pozitivă în urma navigării website-ului. Dacă prima pagină conține elemente care se încarcă greu și meniul nu este intuitiv, atunci riști ca utilizatorii să plece chiar înainte ca aceasta să se încarce complet sau să nu mai dorească să viziteze și alte pagini, rămânând cu o impresie nefavorabilă despre companie. Prima pagină trebuie să conțină o descriere scurtă și generală a companiei, a obiectului de activitate și a serviciilor/produselor oferite.

**Este formată din 3 părți:**

**Antet** – este primul element mare și vizibil din pagină:

- titlu – acesta trebuie să nu fie prea lung și să reflecte clar ce oferă website-ul;
- subtitlu – descrierea scurtă a ceea ce faci;
- imagine, slideshow sau un videoclip de prezentare a produselor, serviciilor oferite;

**Corpul paginii** – conține mai multe elemente:

- beneficii, avantaje;
- primele îndemnuri la acțiune (call to action);
- caracteristicile produselor/serviciilor oferite;
- recenzii – pot fi texte puse între ghilimele, chiar și poze cu numele clienților mulțumiți;
- dovezi ale succesului – diplome, premii câștigate, certificări;
- conținut – informații valoroase precum ghiduri sau cărți online pentru care vizitatorii îți dau datele lor (adresa de email, numele etc.) sau se abonează;
- linkuri către conținut de calitate, precum postări de pe blog;
- îndemnul secundare la acțiune – situate la sfârșitul paginii.

**Subsol** – aici se regăsesc informații precum cine este

creatorul site-ului web, drepturi de autor pentru conținut, date de contact, link-uri către alte pagini.

Website-urile care folosesc cookie-uri vor trebui să conțină în subsol/header și un pop-out care să informeze utilizatorul de prezența acestora și să le ceară acordul.

Navigarea trebuie configurată în așa fel încât aceasta să ajute la crearea unei pâlnii de conversie (conversion funnel). Calea de pe Prima pagină către conversie trebuie să fie cât mai clară și simplă.

## WEB DEVELOPMENT & DESIGN

### DETALII:

+373 79 38 66 21, +373 69 59 33 36

office@businessmarket.md

www.businessmarket.md

# GHID de realizare a paginii DESPRE NOI

Pagina Despre noi a site-ului tau  
este primul punct in care realizezi  
o conexiune intre tine si client

Aceasta il informeaza pe client ca in spatele site-ului  
lucreaza o echipa reala, umana si dedicata sa li asigure o  
experienta placuta pe parcursul vizitei si conversiei sale.



Iti recomandam sa acorzi atentie acestei pagini si sa o realizezi cat mai profesionist,  
pentru a-i determina pe clienti sa continue vizita in restul paginilor si,  
in cele din urma, sa converteasca.

Pagina Despre noi a site-ului tau ar trebui sa arate astfel:



## LOGO

Insereaza logo-ul in partea stanga deoarece va fi primul lucru pe care il  
vad ochii vizitatorului (clientii tai citesc de la stanga la dreapta si de sus



## POVESTEA AFACERII TALE

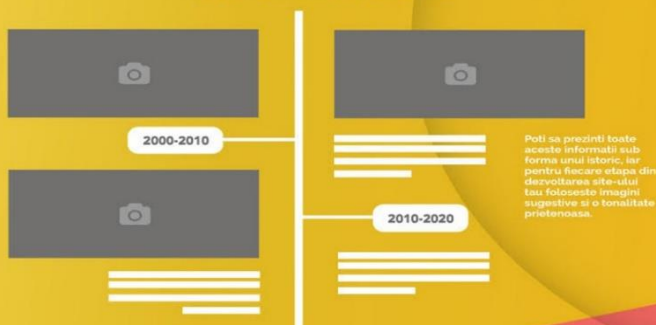
Spune-i clientului care este povestea afacerii tale  
Noi iti recomandam sa folosesti un ton narativ, sa spui o poveste deoarece,  
in acest fel, trezesti emotiile clientilor tai (emotiile sunt cele care determina  
conversaia).

## FOLOSESTE ELEMENTE MULTIMEDIA

IMAGINI, VIDEO, GIF-URI ANIMATE ETC.

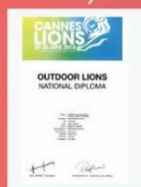


## PREZENTARE SUB FORMA DE ISTORIC



## CERTIFICARI & DIPLOME

Daca ai certificate sau ai castigat premii si diplome, spune-le clientilor  
care este contextul in care le-ai obtinut si care este gradul lor de impor-  
tanta. Arata-le ca esti de incredere, afisand aceste certificari.



## TESTIMONIALE

Afiseaza testimoniale ale clientilor multumiti. Poti folosi titluri: "Ce spune  
lumea despre noi", "Lasam clientii sa vorbeasca despre noi", "Parerea



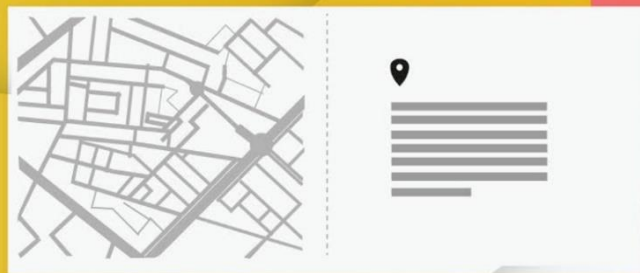
## APARITII PRESA / BLOGURI

De asemenea, daca ai fost mentionat in presa si pe bloguri importante,  
ofera-le un link prin care pot avea acces la articole.



## HARTA LOCATIE

Aceasta trebuie completata de prezenta datelor de contact, adrese de  
returnare a produselor, programul de lucru si datele complete ale firmei.



## ECHIPA

Important! Daca ai o echipa alaturi de care lucrezi, nu o ascunde. Mentioneaza numele  
angajatilor tai si insereaza poze cu acestia, functia pe care o ocupa, citate etc.



## BUTOANE CTA (call-to-action)



Aici afiseaza butoane prin care clientul sa ajunga pe paginile tale de pe retele de socializare.

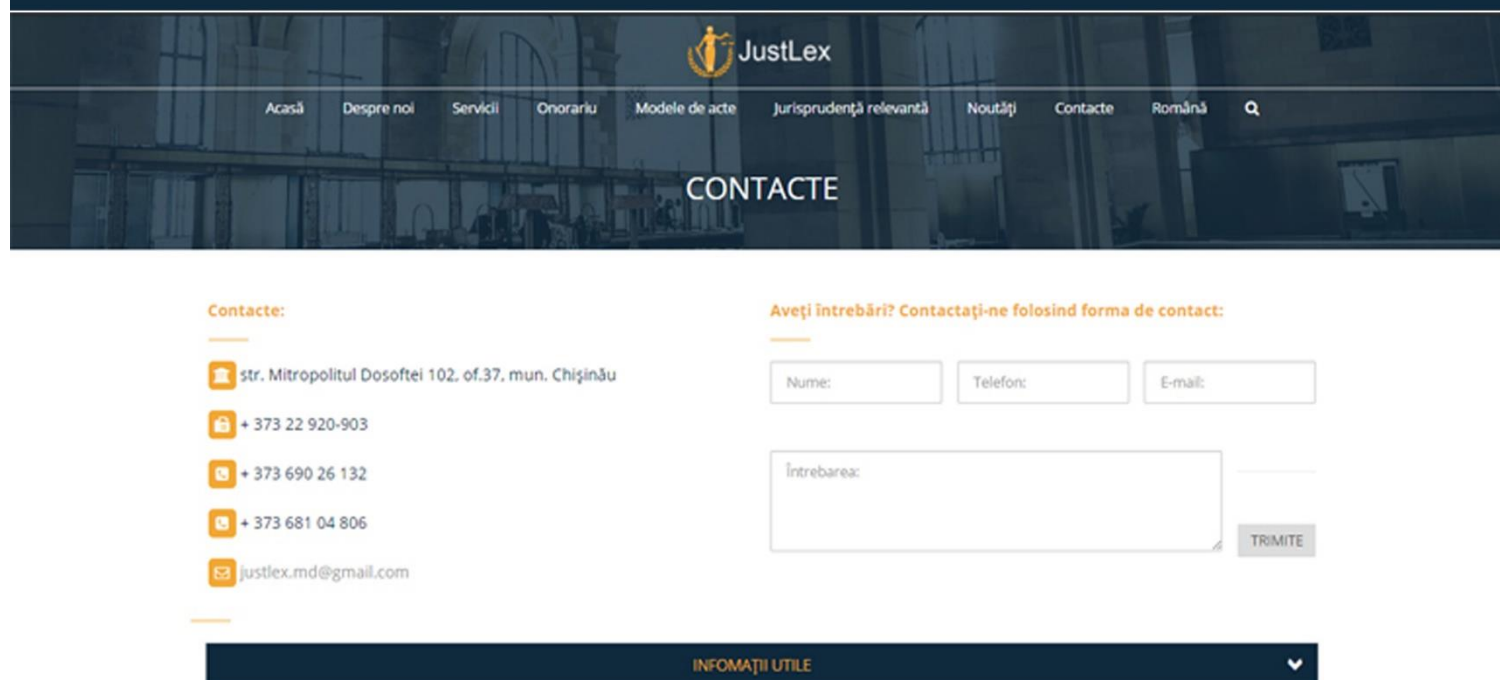


Pentru mai multe sanse de click, ai grija sa fie afisate in permanenta intr-un meniu  
vertical dar si in partea de jos a paginii.

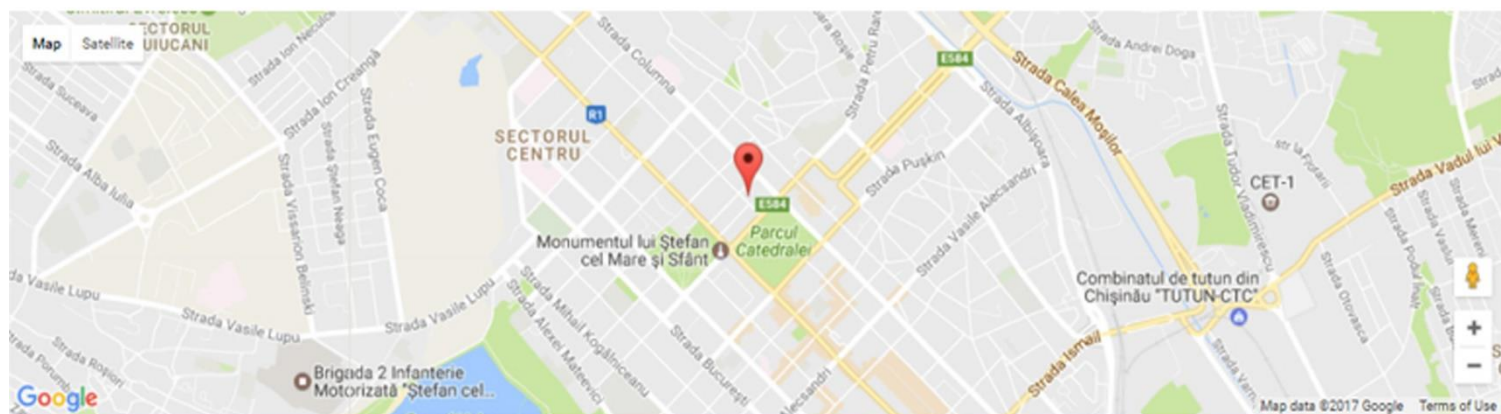
## Despre noi

O pagină unde este prezentat istoricul și misiunea companiei, realizările de-a lungul timpului precum și obiectivele pentru viitorul apropiat. Pentru firmele din sectorul business-to-business această pagină joacă un rol important atunci cand potențialii colaboratori vor să știe mai multe despre firma cu care vor semna un contract în viitorul apropiat.

Cu o pagină de contact bine realizată, cu un design prietenos și un limbaj fluent, aliniat celui din restul paginilor site-ului, vizitatorii tăi vor fi mai dispuși să îți completeze formularul de contact care se poate transforma într-o adevărată mină de informații: poți afla gândurile clienților, sugestii pentru site sau produsele pe care le vinzi, probleme repetitive, cu care se confruntă mai mulți utilizatori (e un semnal de alarma că trebuie să faci o schimbare) etc.



Ne găsiți aici:



**WEB DEVELOPMENT & DESIGN**  
**DETALII:**

**+373 79 38 66 21 ,+373 69 59 33 36**

**office@businessmarket.md**

**www.businessmarket.md**

**Bd. Decebal 89A**