



## Útmutató: Hogyan tervezze meg a saját weblapját.

*Mottó: Ugye ön sem építene házat jó terv nélkül.  
Az ön „háza” az Interneten az ön weblapja.  
Akkor ehhez is kell egy jó terv.*

A tervezés lényeges eleme egy jól rendszerezett, áttekinthető felépítésű, könnyen használható informatív weblapnak. Mit sem ér a szuper megjelenésű, csillogó, villogó weblap, ha a látogatók nem találják meg rajta a számukra fontos, keresett információt. Kezdje tehát a tervezést azzal, hogy ír egy részletes listát arról, hogy mire is akarja használni a weblapját.

### Mire szolgál a weblapom?

Az alcímben szereplő kérdés megválaszolásához írjon egy listát, hogy mi okból szeretné elkészíteni a weblapját. Mi a célja a weblapomnak? Ehhez célszerű másokat is segítségül hívni, hogy ötleteket adjanak. (pl. ilyen lista lehet:

- *tájékoztatni a látogatókat tevékenységéről,*
- *lehetőséget adni a kapcsolatteremtésre,*
- *megtanítani a látogatókat tevékenységem ismereteire, stb.)*

Töltsön egy kis időt a lista összeállításával, és minél több okot felsorol, annál átfogóbb kép kezd kialakulni önben mi is a célja a weblapnak.

Hogy teljesen tisztázza önmagában mire szolgál majd a weblap, a listát felhasználva fogalmazza meg *egyetlen – lehetőleg rövid – mondatban* a kitűzött célt. **Írja is le** ezt a mondatot és tartsa mindig szem előtt. *Ragaszkodjon ehhez a mondathoz* a tervezés és a megvalósítás folyamán, nehogy eltérjen az eredeti célkitűzéstől.

### Kiknek készül a weblapom?

Mielőtt leírja a tartalmát weblapjának, pontosan tisztáznia kell a „célközönséget” is. Gondolja végig milyen érdeklődési csoportnak szánja az ott fellelhető információt.

Ezek a csoportok, vagy kategóriák többféle szempont szerint is megkülönböztethetők. Például életkor, érdeklődési terület, foglalkozás szerinti csoportok lehetnek.

(pl.:

- *üzletemberek,*
- *irodai alkalmazottak,*
- *fiatalok,*
- *diákok,*
- *mozgáskorlátozottak stb.)*
- *tűzvédelemmel foglalkozó cégvezetők*
- *sok esetben ezek kombinációja, pl. 14 év alatti fiú mozgáskorlátozottak.*

Bárkinek is készül a weblap **le kell írnia** néhány *jellegzetes embertípust*, akiket érdekelhet az ön weblapja. Ezt a listát mindig észben kell tartani, amikor a weblap tartalmát készíti. Úgy kell megszerkeszteni a tartalmat, hogy a listán szereplő „látogatótípusok” mindegyike megértse és hasznosítani tudja az ott közölt információt.

Nem célszerű egy fiatal célközönségnek idegen szavakkal és bonyolult kifejezésekkel tűzdelt szöveget „tálalni”, mert nem érti és előbb utóbb otthagyja az oldalt, még akkor is ha esetleg számára hasznos lenne. Ugyanígy nem ajánlott üzletembereknek készült anyagban tizenéves szlenget használni.

Ha például az ön cége épület automatikai kivitelezéssel foglalkozik, és most készül weblapot indítani, az alábbi érdeklődési csoportok figyelmére tarthat számot:

- Épületgépészeti berendezésekkel foglalkozó *kereskedők*,
- Épületvezérléssel és szabályozással foglalkozó *hobby amatőrök*. (pl. antennaforgatás témában)
- Termelő *vállalatok cégvezetői*, akik építtetnek vagy felújítanak egy létesítményt,
- Építész-tervezők,
- Tervengedélyezéssel foglalkozó *hatósági szakemberek*, (tűzmelegelőzési szakemberek, építésügyi hatóságok munkatársai.)

## Miről is szóljon a weblapom?

Most, hogy már tudja mi a célja, és kiknek szól a weblapja át kell gondolnia pontosan milyen információt, adatokat kíván a célközönség elé tárni. Arra koncentráljon, hogy ön szerint mi érdekelheti a célközönségét. Vagyis ne arra gondoljon, ön mit szeretne közölni, hanem próbálja meg a saját weblapját a látogató szemszögéből tekinteni. Képzelve magát az egyes látogatótípusok helyébe és próbálja meg az „ő fejükkel gondolkodni”. Képzelve el amint egy – hogy az előző példánál maradjunk – egy cégvezető először látogatja meg az ön weblapját. Írja le azokat a jellemző, konkrét kérdéseket, amiket feltehet.

Ne feledje a látogatók rendszerint nem konkrét elképzeléssel, ismerettel érkeznek első alkalommal a weblapra, így általában seregnyi kérdésük van annak tartalmával kapcsolatban.

Ilyen kérdések lehetnek pl.:

- *Milyen információt hasznosíthatok én személyesen ebből a weblapból?*
- *Mit hasznosíthat a cégem, vállalatom az ott fellelhető anyagokból?*
- *Hogyan tudok kapcsolatba lépni a weblap tulajdonosával, aki az információt a rendelkezésemre bocsátotta?*
- *Milyen anyagi előny származik az információ révén számomra és/vagy a cégem számára?*
- *A weblapon keresztül kapcsolatba tudok-e lépni a tulajdonosával?*
- *Tűzvédelmi tájékoztató anyagokat találok-e a weblapon és ezeket meg tudom-e szerezni magamnak?*
- *Találok-e más tűzvédelemmel foglalkozó cégekre utalást?*

Tegyen fel minél több kérdést, minden egyes jellegzetes látogatótípus „fejével gondolkodva” így birtokában lesz egy alapos, mindenre kiterjedő kérdéshalmaznak.

Most az a következő lépés, hogy ezeket a kérdéseket a weblaphoz használható állításokra váltsuk át „*Hogyan tudok kapcsolatba lépni a weblap tulajdonosával?*” kérdésből **Kapcsolat felvételi lehetőség** (telefonszám, levelezési vagy e-mail címek) válasz lehet. Írjuk egymás mellé a kérdéseket és a rájuk adott válaszokat. A válaszokat a lehető legtömörebben és legrövidebb formában írjuk le. A

válaszok között biztos lesznek, amik többször is előfordulnak, így ezek közül csak egyet hagyjunk meg, a többi húzzuk ki. Lehetnek nagyon hasonlóak a válaszok, ezeket szintén kombinálhatjuk egy címszóba.

Amikor van egy „letisztázott” válasz listánk, akkor ebből már összeállíthatjuk azokat a cikkeket, amelyeket szeretnénk megjelentetni a weblapunkon.

Ez a módszer talán kicsit hosszadalmasnak tűnik, de mindenképpen eredményesebb, mint ha egyszerűen megjelentetnénk azt, amit mi szeretnénk közölni a látogatókkal.