

Jak napsat na web texty

Texty tvoří web. Bez něj by žádný nebyl. Nestresujte se, pokud nedokážete dodat všechno, na novém webu s redakčním systémem si texty můžete upravovat sami - díky propracovanému vizuálnímu editoru Divi!



Napište texty a myslte při nich na svého zákazníka - pište o něm a co získá tím, že začne s vámi spolupracovat



Nezapomeňte ukázat svou práci (např. formou obrázků, ukázek práce, videí, brožur, ebooku, článků, rozhovorů..) - nebojte se ukázat, co umíte!



Budujte důvěryhodnost! Sežeňte si co nejvíce referencí, loga partnerů. A také ukažte sebe - nebojte se připojit příběh a svou fotku



A nezapomeňte na důležité právní věci, které web obsahovat musí. Vaše údaje, kontaktní informace, i důležité dokumenty.

💡 Nemáte texty? Nevadí. Mohu web vyplnit *výplňovým textem*, design bude připravený a po vypuštění webu si texty dopíšete. Anebo je mohu napsat za vás. *(Uvedené platí pouze pro webovou levnou vizitku)*

Myslete na svého zákazníka

Anebo na sebe, když navštívujete nějaký web. Určitě víte, co chcete na webu najít. Vžijte se při psaní textů do stejné situace v opačném směru - naservírujte návštěvníkům to, co chtějí na webu najít.



Problémy zákazníka - vaše řešení

Jaké problémy řeší?

Jaký je jeho cíl?

Jak mu vaše služba pomůže vyřešit problém?

Co je cílem služby?

Vyvráťte jeho pochybnosti

Co odrazuje zákazníka od koupi?

Z čeho má strach?

Vyřešte jeho pochybnosti - dělejte služby jinak a lépe než konkurence, dejte mu informace a provedte ho.

Jak to všechno funguje?

Dejte mi všechny informace, které potřebuje, aby se seznámil s vaší službou.

Jaký je postup spolupráce?

Kolik to stojí?

Ukažte svou práci.

Ukažte postupy.

Klidně vymyslete nějakou ochutnávku zdarma (např. formou ebooku, nebo článků).

Konkrétní sekce webu

Vžijte se do zákazníka, který netuší, jak pracujete. Netuší možná, jak to celé funguje. Jako u mých zákazníků - vědí, že potřebují web, ale nic okolo toho nevědí. Naveďte je pořádnými informacemi k cíli - k objednávce.



Úvodní nadpis

Důležitý je první nadpis. Řekněte, co návštěvníci u vás najdou, respektive kdo jste (např. Stavební práce Zlín, Květinářství Opava,..)

Text můžete doplnit podnadpisem, který držte co nejkratší (např. I vám postavíme vysněný dům, Voňavé květiny pro každou životní příležitost,..)

Výpis služeb

Začněte tím, že vypíšete, jaké konkrétní služby u vás najdou. Nezačínejte rozmluvou o vás - vašeho zákazníka to nezajímá. Zajímá ho, co získá.

Např.: Plán stavby, Dohled staveb, Realizace staveb.

A dále: Plán stavby - služba obsahuje, cena, důležité informace, Dohled staveb - služba obsahuje, cena, důležité informace,...

Výhody

Stále se zaměřujte na svého zákazníka. Řekněte mu, proč by si měl vybrat zrovna vás (a ne konkurenci). Popřemýšlejte o tom, co děláte jinak, lépe.

Např.: Individuální přístup při rozvržení katalogových domů, 20 let zkušeností na trhu, fixní neměnná cena dle smlouvy.

O vás

Nyní je čas představit sebe. Doporučuji vám tuto část nepřeskakovat! Informace o vás budí větší důvěru a profesionalitu.

Pokud netušíte, co o sobě napsat:

- Jak jste začínali?
- Jaké máte v oboru vzdělání?
- Kam jste se posunuli?

- Co je pro vás při práci důležité?
- Jaká je vaše vize, čím chcete svými službami přispět?
- Kdo je ve vašem týmu, s kým spolupracujete?

Reference

"Sociální důkaz" je naprosto elementární pro každý web.

Zvyšuje důvěryhodnost, a může rozhodnout o objednání vašich služeb. Reference si nevymýšlejte! K referencím můžete dodat i loga partnerů.

Každá reference by měla být a obsahovat:

- průkazná (viz tlačítková novela)
- stručná a výmluvná
- celé jméno, případně také pozici
- firmu (v případě B2B)
- fotografií anebo logo

Důležité aspekty textů



Zákonné náležitosti

Na webu musíte uvést:

- Název, sídlo, IČO, DIČ
- Informace o zapsání v rejstříku

Dále tyto dokumenty:

- Ochrana osobních údajů - pozor na nové aspekty vyplývající z tlačítkové novely
- Případně Obchodní podmínky

A nezapomeňte na kontakt:

- Adresa pobočky
- Fakturační údaje
- Kontaktní údaje (e-mail, telefon)

Textařské prohřešky

Vyvarujte se:

- vítání (nevítejte, tato doba je dávno za námi)
- psaní velkých V (např. Vámi, Vás,..), velké V píšeme pouze při korespondenci, kde promlouváme ke konkrétnímu člověku. Na webu promlouváte k těm zákazníkům, a proto píšete výhradně malým.
- trpnému rodu (píšte v rodě činném - např. místo udělán - udělaný, zarezervován - zarezervovaný, postupováno - postupované,..)

Chcete mít na webu i jiné druhy textů?

Například blog, ebook ke stažení,..? V tom případě nezapomeňte napsat a dodat hotový ebook (vytvoříte v Canvě), anebo minimálně 2 články.

U blogu, pokud si přejete více kategorií (např. blog o autech - kategorie Recenze, Novinky, SUV, sedany,..), je nutné mi dodat i názvy těchto rubrik.

Hedviga Nosál'ová

<https://nosalova.com>

hedviga@nosalova.com