



# Jak zlecić wykonanie strony WWW i nie stracić głowy?

Krótko o tym, jak skutecznie zlecić i nadzorować tworzenie Twojej strony internetowej

# Spis treści

1. Wstęp
2. Czy potrzebuję strony internetowej – typy stron WWW
3. Podstawowe pojęcia związane z tworzeniem stron internetowych
4. Systemy CMS, strony statyczne, sklepy internetowe
5. Narzędzia low-code/no-code
6. Definiowanie przeznaczenia strony – jak powinna wyglądać moja strona?
7. ... a ile powinna kosztować?
8. Optymalizacja, Accessibility, Google PageSpeed Insights
9. Podsumowanie

# Wstęp

Planujesz zlecenie komuś wykonania dla siebie strony internetowej, jednak nie masz pojęcia jak powinna ona wyglądać i czego tak właściwie masz od niej wymagać? A może poszedłeś już o krok dalej i wystawiłeś ogłoszenie, na które otrzymałeś wiele odpowiedzi, w których przewijają się hasła takie jak **HTML, CSS, JS, WordPress, Joomla, RWD, optymalizacja, hosting, domena i inne**, z którymi spotykasz się po raz pierwszy?

Obecnie rynek skupia wielu Web Developerów, a więc osób tworzących strony internetowej. Na każde zlecenie wykonania takiej, potencjalny zleceniodawca uzyskuje dziesiątki ofert. Jak natomiast wybrać tą jedną ofertę osoby lub agencji, która spełni nasze (niekoniecznie jeszcze określone!) oczekiwania?

Przewijające się techniczne i branżowe hasła, które podkreśliłem powyżej, niewiele mówią osobie, która nie ma doświadczenia w tworzeniu stron WWW. **Głównym celem** powstania tego ebooka jest chęć pomocy nietechnicznym zleceniodawcom w komunikacji z wykonawcami serwisów internetowych.

Jeśli więc wiesz już, że potrzebujesz strony internetowej (lub nie – patrz **rozdział 2**), lecz nie masz pojęcia na co powinieneś zwrócić uwagę i komu powierzyć to zadanie – zapraszam Cię do lektury.

# Czy potrzebuję strony internetowej?

Pierwszym elementem, który poruszę w tej publikacji jest odpowiedź na pytanie czy tak właściwie potrzebujesz strony internetowej? **Strony internetowe mają różne przeznaczenie** – tak naprawdę zależy ono jedynie od właściciela, natomiast aby nadać kontekst dalszej części moich rozważań, wymienię kilka przykładowych:

- **Strona osobista** – możemy na niej publikować własne prace, dzielić się zainteresowaniami oraz ich efektami, osiągnięciami itp.;
- **Strona firmowa** – prowadzisz firmę lub świadczysz usługi i chcesz przedstawić swoim potencjalnym klientom zakres swojej działalności, ceny czy możliwości nawiązania z Tobą współpracy;
- **Blog** – świetna forma dzielenia się z innymi swoimi wpisami na różne tematy – kulinarne, modowe, technologiczne czy inne branżowe;
- **Strony wizytówki** – w swojej formie podobne do stron firmowych. Przedstawienie najważniejszych informacji – przede wszystkim kontaktowych – na temat swojej działalności;
- **Portfolio** – prezentacja przykładów swoich prac dla potencjalnych klientów, świetna forma prezentacji np. dla fotografów;
- **Landing page** – promocja konkretnego produktu, usługi lub wydarzenia i zachęcenie użytkowników do podjęcia akcji (np. zakupu lub zapisania się na wydarzenie).

## Czy potrzebuję strony internetowej? cd.

Jak wspominałem na swojej stronie, wyobraź sobie z życia wzięty scenariusz - potrzebujesz skorzystać z usług mechanika, hydraulika, elektryka lub kupić jakiś przedmiot. Bierzesz do ręki telefon lub zasiadasz przed komputerem i otwierasz przeglądarkę. Wpisujesz to czego potrzebujesz i dostajesz wyniki. Wiele osób korzysta także z **Google Maps**, aby wyszukać takie usługi w najbliższej okolicy. O wyborze zdecydujesz zapewne na podstawie dopasowania danego usługodawcy do Twoich wymagań, np. cenowych. Szukasz więc takich informacji, a najlepszym miejscem do ich odnalezienia jest strona internetowa. Zakładając, że prowadzisz własną działalność lub oferujesz usługi powinieneś ułatwić innym dostęp do swojej oferty. Wzmacniasz tym samym swoją markę oraz ułatwiasz komunikację i interakcję między Tobą a klientem.

Poza wspomnianymi rodzajami wyróżnić możemy także **sklepy internetowe**. Są to już bardziej rozbudowane serwisy, które służą sprzedaży produktów lub usług. Charakteryzują się bardziej rozbudowanym zapleczem technicznym oraz rodzajem wykorzystywanej technologii, natomiast więcej o tego rodzaju serwisach zostanie opisane w dalszej części tego ebooka.

# Podstawowe pojęcia związane z tworzeniem stron internetowych

Ten rozdział będzie niejako słowniczkiem, w którym wyjaśnię niektóre z pojęć, które mogą padać w ofertach oraz rozmowach z Web Developerami, abyś nie musiał korzystać z przeglądarki w czasie rozmów, ale zrozumiał o co tak właściwie chodzi w tym języku “techów” ;)

- **HTML (HyperText Markup Language)** - jest to język znaczników, który definiuje strukturę strony internetowej. Można rozumieć go jako “szkielet” i fundament, na którym budujemy stronę;
- **CSS (Cascading Style Sheets)** - język, służący do stylizacji strony WWW (warstwa wizualna), w tym layoutów, kolorów, fontów;
- **JS (JavaScript)** - jest językiem programowania, który służy (w opisywanej dziedzinie) do zapewnienia interaktywności stron internetowych lub np. dynamicznych efektów wizualnych;
- **RWD (Responsive Web Design)** - to metodologia projektowania stron, tak aby prawidłowo wyświetlały się oraz działały na ekranach różnych urządzeń - poprzez telefony, do różnego rozmiaru monitorów. Dzięki zastosowaniu tej metodologii, masz pewność, że Twoja strona wyświetli się prawidłowo na każdym rodzaju ekranu;

Jeśli chcesz wiedzieć więcej: <https://developer.mozilla.org/en-US/>

## Podstawowe pojęcia związane z tworzeniem stron internetowych cd.

- **SEO (Search Engine Optimization)** - jest to proces optymalizacji strony dla wyszukiwarek internetowych (np. Google), w celu poprawienia pozycji strony w organicznych wynikach wyszukiwania dla określonych fraz kluczowych;
- **SEM (Search Engine Marketing)** - są to działania marketingowe, wykonane w celu poprawienia widoczności strony poprzez płatne kampanie reklamowe w wyszukiwarkach internetowych;
- **CMS (Content Management System)** - system zarządzania treścią. Umożliwia tworzenie, edycję, organizowanie i publikowanie treści, zazwyczaj nie wymaga technicznej wiedzy osoby wykonującej to (bez wchodzenia w kod). Wspomniane systemy **WordPress, Joomla czy Drupal** to właśnie systemy zarządzania treścią;
- **Framework** - są to struktury programistyczne, na których można budować aplikacje (np. Angular, Vue);
- **Bootstrap** - jest zestawem komponentów i narzędzi, wspomagającym budowanie stron internetowych;
- **React** - jest biblioteką służącą do budowania interfejsów użytkownika z pojedynczych komponentów napisanych w języku JavaScript;
- **Front-end** - najprościej to widoczna część strony - wygląd oraz część, z którą wchodzi w interakcję użytkownik;

# Podstawowe pojęcia związane z tworzeniem stron internetowych cd.

- **Back-end** - serwerowa część strony - odpowiada za przechowywanie danych oraz zarządzanie logiką działania aplikacji;
- **Hosting** - usługa polegająca na udostępnieniu miejsca na serwerze na dane i pliki strony, dzięki którym możliwe jest udostępnienie jej w internecie;
- **Domena** - nazwa adresu strony internetowej, np. rpfed.pl;
- **UI (User Interface)** - interfejs użytkownika, to co widzi użytkownik i z czym może wchodzić w interakcję. Optymalizacja UI dotyczy takiego dostosowania interfejsu, aby korzystanie z niego było jak najbardziej przyjemne i intuicyjne dla użytkownika;
- **UX (User Experience)** - dziedzina zajmująca się doświadczeniami użytkowników, związanymi z korzystaniem ze strony WWW/aplikacji;

Jeśli chcesz wiedzieć więcej:

<https://developer.mozilla.org/en-US/>

<https://getbootstrap.com/>

<https://react.dev/>

<https://angular.io/>

<https://vuejs.org/>

<https://wordpress.org/>

<https://www.joomla.org/>

<https://www.drupal.org/>



# Systemy CMS, strony statyczne, sklepy internetowe

Systemy CMS (Content Management System) służą, jak wspomniałem wcześniej, do tworzenia, edytowania, zarządzania oraz publikowania treści na stronach internetowych bez potrzeby posiadania wiedzy programistycznej. Przedstawię pokrótce najbardziej znane CMS'y, z którymi możesz się spotkać podczas realizacji procesu wdrażania własnej strony internetowej:

- **WordPress** - jeden z najpopularniejszych systemów do zarządzania treścią. Spotkasz się z bardzo wieloma stronami wykonanymi właśnie w tym systemie. Przede wszystkim cechuje go łatwość użytkowania, po krótkim przeszkoleniu będziesz mógł swobodnie korzystać z jego zalet i publikować oraz modyfikować treści. Posiada wiele dostępnych **wtyczek (pluginów)** oraz możliwości personalizacji wyglądu poprzez tzw. **motywy (theme)**. Ponadto do użytku dostępne są także **buildery**, które pozwalają zbudować stronę z gotowych komponentów (lecz nie tylko, niektóre buildery dają duże możliwości indywidualnego dostosowania wyglądu, natomiast to wymaga już często znajomości m.in. HTML, CSS, JS oraz php). W przypadku WordPress'a musisz zwrócić uwagę na to, że **ilość i jakość używanych wtyczek** wpływa na szybkość działania strony. Mogą one także ze sobą nie współgrać, powodując błędne jej działanie lub co gorsza powodować powstawanie luk w zakresie bezpieczeństwa.

## Systemy CMS, strony statyczne, sklepy internetowe cd.

Wiele modyfikacji i elementów można wprowadzić do WordPressa bez użycia wtyczek (np. poprzez opcję dodawania własnego kodu). Dobry deweloper powinien o tym wiedzieć i **stosować minimum potrzebnych do działania i sprawdzonych pod względem jakości i pochodzenia wtyczek**. Warto także wspomnieć, że wiele dostępnych **motywów, builderów oraz wtyczek** dobrej jakości jest płatnych (niestety zazwyczaj w dolarach ;)).

- **Joomla** - jest to CMS bardziej złożony od WordPressa. Pozwala na budowanie stron i sklepów o bardziej złożonej strukturze, z możliwością tworzenia zaawansowanych poziomów dostępu i ról użytkowników. Posiada także bardziej zaawansowany i możliwe, że przez to trudniejszy do zrozumienia przez osobę nietechniczną panel administracyjny;
- **Drupal** - jest CMS'em, którego używanie może być trudne dla osoby nietechnicznej. Daje duże możliwości, szczególnie przy tworzeniu **rozbudowanych i zaawansowanych** stron internetowych.

Jeśli chcesz wiedzieć więcej:

<https://wordpress.org/>

<https://www.joomla.org/>

<https://www.drupal.org/>

## Systemy CMS, strony statyczne, sklepy internetowe cd.

Nie mógłbym nie wspomnieć także o **stronach pisanych w kodzie** - a więc wspomniane HTML, CSS, JS oraz ewentualne biblioteki oraz frameworki. Web Developer tworząc taką stronę ma od początku do końca pełną kontrolę nad każdym jej aspektem - od wyglądu, po optymalizację oraz zabezpieczenia. Takie strony także mogą korzystać z systemów CMS - zazwyczaj są to systemy **headless CMS**, takie jak **Strapi, Sanity, Contentful** i wiele, wiele innych. One także dają Ci możliwość **modyfikacji oraz publikacji treści**, natomiast często są to już panele administracyjne trudniejsze do obsłużenia niż WordPress (może być wymagane zapoznanie się z ich dokumentacją, przeszkolenie przez Twojego dewelopera). Strony wykonane w kodzie mogą cechować się lepszą optymalizacją, brakiem zbędnego kodu, większymi możliwościami dotyczącymi projektowania layoutu czyli wyglądu strony (**mogą ale nie muszą!**). Proste strony, na których nie ma potrzeby częstej modyfikacji treści oraz dodawania modułów takich jak blog czy sklep, w wielu przypadkach lepiej będzie wykonać właśnie w tzw. "czystym" kodzie. Tutaj przygotowałem dla Ciebie przykład jak wygląda taki kod, abyś mógł sam sprawdzić z czym to się je. Jest to kod bardzo prosty, pełnoprawna strona będzie miała dużo więcej linii kodu, elementy będą posiadały przydzielone klasy, ID i tym podobne - bardzo trudno jest się w tym odnaleźć osobie nietechnicznej, a tym bardziej samodzielnie coś zmienić lub dodać/usunąć: <https://codepen.io/rpfed/pen/OJGBoJQ>

## Systemy CMS, strony statyczne, sklepy internetowe cd.

Wybór między stroną wykonaną w kodzie, stroną wykonaną w kodzie z użyciem CMS, a stroną wykonaną w CMS typu WordPress, Joomla czy Drupal zależy od wielu czynników, w tym od złożoności strony, wymagań odnośnie interaktywności strony z użytkownikiem, budżetu, a także od umiejętności technicznych osoby zarządzającej stroną. Strony statyczne mogą być lepszym wyborem dla prostych projektów z ograniczonym budżetem i mniejszą potrzebą regularnych aktualizacji treści. Strony CMS są idealne dla użytkowników, którzy potrzebują często aktualizować treści, chcą łatwo dodawać nowe funkcje i uniezależnić się od wsparcia developera w tym zakresie.

Jeśli chodzi o **sklepy internetowe**, to mamy kilka możliwych rozwiązań. Po pierwsze **dedykowane platformy** wyróżniające się bardzo szerokim zakresem możliwych modyfikacji i personalizacji – takie jak np. **Prestashop**. Wiążą się one z koniecznością samodzielnego zarządzania modułami, często koniecznością dokupienia wtyczek, integracji oraz dbania o ich aktualizacje. Mniej modyfikowalne rozwiązanie to **platformy SaaS (Software as a service)**, takie jak **Shopify** czy **Shoper**. Jest to bardzo wygodna metoda, w której większość elementów takich jak regularne aktualizacje, kwestie bezpieczeństwa zapewnia producent. Sklep internetowy możemy “postawić” również poprzez użycie wtyczki do WordPress’a o nazwie **WooCommerce**.

## Systemy CMS, strony statyczne, sklepy internetowe cd.

Przed wdrożeniem własnego sklepu internetowego, warto zrobić listę ważnych dla Ciebie funkcjonalności i integracji z systemami zewnętrznymi (np. **Baselinker, Amazon, Allegro**). Istotne jest również jak duży będzie Twój asortyment, jakie będą wymagane przez Ciebie możliwości jego konfiguracji (np. jeśli sprzedajesz koszulki z nadrukami możesz potrzebować wdrożenia w sklepie konfiguratora z podglądem projektu “na żywo”). Zwróć także uwagę, że platformy SaaS udostępniają zazwyczaj **płatność w formie abonamentu**. Takie rozwiązanie może się świetnie sprawdzić, jeśli dopiero zaczynasz swoją działalność i nie masz pewności czy osiągnie ona zamierzony cel. Postawienie “od zera” całego sklepu może wygenerować duży koszt początkowy, a w wypadku niepowodzenia te pieniądze nie wrócą do Ciebie. W takim przypadku lepiej sprawdzić się może abonament i postawienie sklepu na dedykowanej platformie wtedy, kiedy zaczniesz on generować duży ruch oraz zyski i będzie potrzebne przejście na zindywidualizowane rozwiązanie.

## Narzędzia low-code/no-code

W ostatnim czasie dużą popularnością cieszą się **rozwiązania low-code/no-code**. Są to narzędzia umożliwiające tworzenie aplikacji i stron internetowych bez potrzeby pisania kodu, lub minimalizujące takie potrzeby. Tworzenie interfejsu może odbywać się poprzez tzw. **drag&drop (przeciągnij i upuść) oraz edytory WYSIWYG (what you see is what you get)**. Z zalet takich rozwiązań można wymienić dostępność, gdyż zazwyczaj są one platformami SaaS w chmurze, więc obsługiwać możemy je z poziomu przeglądarki. W większości są także dosyć intuicyjne w późniejszej obsłudze odnośnie modyfikacji, dodawania czy usuwania treści. Niestety bolączką tego typu rozwiązań są ograniczone możliwości personalizacji projektu, **niepełna kontrola nad przebiegiem procesu tworzenia strony** oraz później w zakresie zachowania się elementów layoutu, jakości kodu czy optymalizacji. Dobry Web Developer z pewnością może dobrze wykorzystać takie rozwiązania, w szczególności do nieskomplikowanych stron z niewielkim budżetem, natomiast zawsze trzeba mieć na uwadze wspomniane powyżej kwestie. Przykładowe popularne rozwiązania takich platform to **Bubble, Webwave, Webflow czy Framer**.

Jeśli chcesz wiedzieć więcej:

<https://webflow.com>

<https://webwavecms.com/>

<https://www.framer.com/>

## Definiowanie przeznaczenia strony - jak powinna wyglądać moja strona?

Dobór tytułu tego rozdziału nie jest przypadkowy. Aby odpowiedzieć sobie na pytanie jak powinna wyglądać moja strona internetowa, przede wszystkim musisz określić jej przeznaczenie. Pewien pogląd na to da Ci rozdział **“Czy potrzebuję strony internetowej?”** i zawarte w nim przykładowe rodzaje stron internetowych. Spotkałeś się także z pewnością z dwoma typami stron - stroną typu **one-page**, czyli witryny, w której cała treść umieszczona jest na jednej, “długiej” stronie, którą przewija się w celu zapoznania się z nią. Na takiej stronie odnośniki w menu nie przenoszą do podstron, a powodują “zjechanie” strony do odpowiedniej treści. Innym rodzajem są strony typu **multi-page**, w których występuje wiele tzw. podstron, a klikanie w odnośniki w menu przenosi do kolejnej podstrony. Pierwszy typ umożliwia utrzymanie użytkownika w jednej, ciągłej narracji, z kolei multi-page pozwala na łatwiejsze dotarcie użytkownika do informacji, których w danym momencie potrzebuje (np. przejście bezpośrednio do podstrony z danymi kontaktowymi), a także w razie potrzeby dodanie kolejnych podstron, już po procesie wdrażania strony, bez przebudowywania układu treści.

Jeśli chodzi o wygląd strony, odpowiada za niego **grafik/UI designer**. Często Web Developerzy przyjmują tę rolę i wykonają dla Ciebie **zarówno projekt jak i wdrożenie strony WWW**.

## Definiowanie przeznaczenia strony - jak powinna wyglądać moja strona?

W zależności od wymagań dla strony określi on kolorystykę, dobierze grafiki, fonty, układ i wygląd elementów takich jak przyciski, rodzaj animacji. Jeśli masz już firmę czy działalność i posiadasz elementy wizualizacji marki takie jak logo czy określona kolorystyka - zapoznaj z nimi wykonawcę Twojej strony. To pomoże mu odpowiednio dostosować wygląd Twojej witryny. Ponadto bardzo istotnym elementem jest **branża, w której działasz**. Inaczej robi się strony dla dentystów, inaczej dla dużych firm budowlanych, a jeszcze inaczej dla fotografa czy hodowcy gołębi pocztowych. Powinieneś także określić **cel strony** - czy chcesz umieścić na niej informacje przydatne dla klientów, których masz już wielu i chcesz ułatwić im dostęp do aktualnej oferty i cennika? A może strona ma służyć dopiero do pozyskania klientów w internecie czy zainteresowania potencjalnych kupców swoimi wytworami?

Wszystkie te i wiele innych kwestii wpływają na ostateczny wygląd strony internetowej. Jeśli miałbym to wszystko skrócić do jednego zdania - **opowiedz Web Developerowi o sobie i swojej działalności najwięcej jak tylko możesz :)**



## ... a ile powinna kosztować?

Uważam, że ten rozdział jest potrzebny, mimo że bardzo ciężko jest dać odpowiedź na zawarte w nim pytanie. Jest to kwestia bardzo zależna od **Ciebie i Twojego wykonawcy**. Jeśli Twój budżet na realizację strony/sklepu internetowego wynosi 10 tysięcy złotych i zatrudnisz do realizacji tego zamierzenia agencję marketingową zatrudniającą grafików, UI/UX Designerów, Web Developerów, SEO'wców i innych – zrealizujesz swój cel. Jeśli Twój budżet wynosi tysiąc złotych i zatrudnisz freelancera – także osiągniesz swój cel. Cena realizacji zależy od użytych technologii, ilości pracujących przy Twoim projekcie osób, sposobu rozliczania się wykonawcy oraz oczywiście kosztów ponoszonych przez wykonawcę. Aktualnie ceny rynkowe stron internetowych zaczynają się minimum od około 800/900 złotych. Pamiętaj, że zaprojektowanie i stworzenie dobrej strony internetowej **wymaga czasu**, a czas kosztuje (więcej o tyle, o ile osób przy projekcie pracuje ;)). Tworzenie dobrej witryny WWW to nie “tylko” projektowanie i pisanie kodu. To często godziny spędzone na wyszukiwaniu odpowiednich, pasujących do siebie kolorów i fontów. Godziny wyszukiwania, przerabiania i optymalizowania grafik. Jest to czas spędzony na testowaniu końcowej wersji na różnych urządzeniach (telefony, tablety, komputery), optymalizowaniu wydajności strony, testowaniu działania poszczególnych komponentów, dostosowywaniu strony dla osób z niepełnosprawnościami.

Czy taka usługa może kosztować 250 czy nawet 500 zł?

**Odpowiedź pozostawiam Tobie.**

# Optymalizacja, accessibility, Google PageSpeed Insights

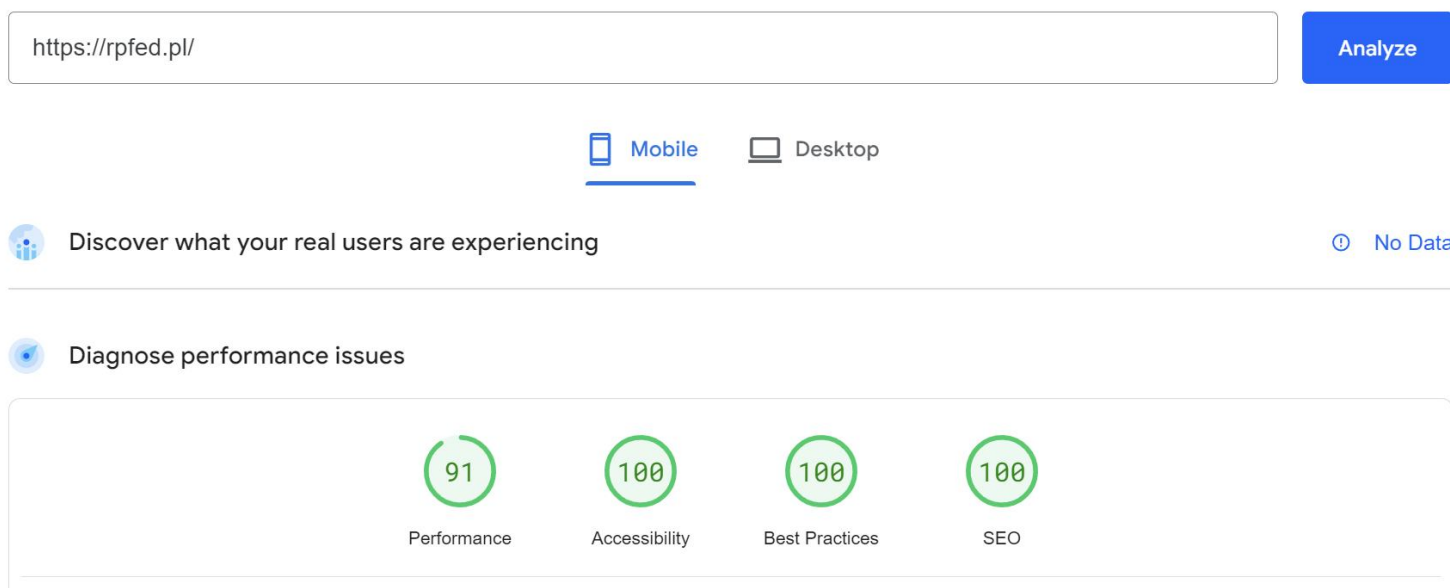
Jak wspomniałem we wcześniejszym rozdziale, powstanie strony internetowej to nie tylko jej wygląd. Dobry Web Developer powinien zadbać także o **Accessibility czyli dostępność strony internetowej dla osób z niepełnosprawnościami**. Jest to bardzo ważny element tworzenia stron. Głównym jej celem jest zapewnienie, że strona będzie użyteczna dla jak najszerszej grupy ludzi. Powinniśmy pamiętać, że wśród nas są osoby, które posiadają niepełnosprawności wzrokowe, słuchowe, motoryczne czy poznawcze. Powinniśmy jak najbardziej ułatwić im korzystanie ze strony internetowej. Jako zleceniodawca zwróć uwagę, czy Twój wykonawca wziął pod uwagę zadbanie o odpowiedni **kontrast i kolor**, czy na stronie da się powiększać tekst bez “rozjechania” się jej układu, czy strona może być czytana bez **czytniki ekranu**, czy nawigacja po stronie za pomocą klawiatury działa poprawnie, czy jest intuicyjna i zapewnia odpowiedni czas na interakcję dla osób z zaburzeniami czasu reakcji. Zdjęcia powinny posiadać tzw. alty, czyli alternatywy tekstowe, jak najbardziej szczegółowo opisujące co znajduje się na danym zdjęciu, aby także niewidomi mogli “zobaczyć” grafiki na Twojej stronie.

Kolejnym istotnym elementem jest **optymalizacja** strony internetowej. Szybki czas ładowania oraz odpowiedzi strony wpływa dobrze na odczucia użytkownika. Istnieją narzędzia, które pozwalają nam sprawdzić jak radzi sobie dana witryna.

# Optymalizacja, accessibility, Google PageSpeed Insights cd.

Prawdopodobnie najpopularniejszym takim narzędziem jest Google PageSpeed Insights. Po wpisaniu adresu strony narzędzie przeprowadzi analizę strony pod względem **wydajności, accessibility, dobrych praktyk oraz SEO** i przedstawi nam wyniki oraz wskazówki, co można poprawić.

Report from Apr 18, 2024, 7:10:26 PM



Jako zleceniodawca, możesz sprawdzić sobie strony z portfolio osoby, której chcesz powierzyć wykonanie swojej strony. Proszę Cię jednak, abyś nie brał tych wskaźników zbyt dosłownie – oczywiście wyniki “na czerwono” są niepokojące i mogą być wskazówką, że coś jest nie tak, natomiast narzędzie wylicza jedynie “suche” dane, a nie bierze pod uwagę kontekstu. Niektóre działania, które wpłyną na wyniki mogą być zamierzone – np. narzędzie odejmie punkty za zdjęcia w dużej rozdzielczości, które

## Optymalizacja, accessibility, Google PageSpeed Insights cd.

w wypadku założmy strony z portfolio fotografa z zasady muszą być w najwyższej dostępnej rozdzielczości. Ponadto narzędzie przy każdym sprawdzeniu zachowuje się tak, jak użytkownik wchodzący pierwszy raz na daną witrynę, natomiast część danych jest **cache'owana** (zapisywana w pamięci podręcznej) i przy każdym kolejnym wejściu na stronę ładuje się ona szybciej.

Podsumowując - wskaźniki **PGS** mogą dać nam pewien pogląd na jakość witryny, natomiast czasami trzeba iść na kompromisy, za które narzędzie może zabrać część punktów.

## Zakończenie

Ebooka napisałem w celu przybliżenia pewnych zagadnień dla osób, które chcą zlecić stworzenie własnej strony internetowej, ale nie znają się na technicznych aspektach tej działalności. Z moich obserwacji wynika, że na każde złożone zlecenie autor otrzymuje kilkadziesiąt ofert od różnych osób – począwszy od pasjonatów, freelancerów, po agencje marketingowe i firmy zajmujące się wytwarzaniem oprogramowania. Publikacja ta ma na celu pomoc w zrozumieniu pewnych pojęć i koncepcji oraz ułatwić komunikację pomiędzy nietechnicznym zlecającym, a Web Developerem.

Treść tego ebooka została napisana przeze mnie (z małą pomocą ChatGPT 4 od OpenAI ;)), a w części zagadnień korzystałem z ogólnodostępnych źródeł, do których linki zamieszczałem w sekcjach “Jeśli chcesz wiedzieć więcej”. **Głównym celem i zamysłem jest chęć pomocy**, stąd publikacja będzie dostępna na mojej stronie internetowej do pobrania bez konieczności podawania żadnych danych oraz bezpłatnie.

Jeśli chodzi o treści zawarte w tym ebooku – ze względu na rozległość zagadnienia oraz chęć streszczenia tego w formę “do przelknięcia” dla Czytelnika, możliwe jest, że pewne istotne kwestie mogłem pominąć. Ponadto z góry przepraszam, jeśli wystąpią w nim jakieś merytoryczne, niezauważone przeze mnie błędy. **Będę wdzięczny za feedback oraz wychwycone nieścisłości/błędy. Proszę zgłaszać je na maila kontakt@rpfed.pl, a przeanalizuję i poprawię je w ramach aktualizacji tej publikacji.**

1. Określ jakiego efektu oczekujesz od strony internetowej, jaki jest jej cel;
2. Określ, czy potrzebujesz:
  - a. edycji treści na stronie po jej opublikowaniu;
  - b. modułu bloga;
  - c. modułu sklepu (lub ma to być samodzielny sklep);
  - d. dodatkowych integracji i funkcjonalności;
3. Czy możesz potrzebować back-endu (np. bazy danych, możliwości rejestracji użytkowników itp.)
4. Czy będziesz potrzebował usług SEO/SEM?
5. Czy masz już ustaloną/wybraną kolorystykę, fonty oraz grafiki jakich chcesz użyć na stronie? Jeśli nie, to czy chcesz skorzystać z płatnych/bezpłatnych rozwiązań, a może chcesz aby Twoje grafiki na stronę wygenerowała AI?
6. Sprawdź portfolio wykonawcy - czy jego "styl" tworzenia stron odpowiada Twojej wizji i Twojemu gustowi?
7. Czy strony wykonane przez wykonawcę spełniają założenia Accessibility, optymalizacji oraz technicznego SEO?