



# Texty – základ webu



dobrýweb

# Proč je textový obsah důležitý?

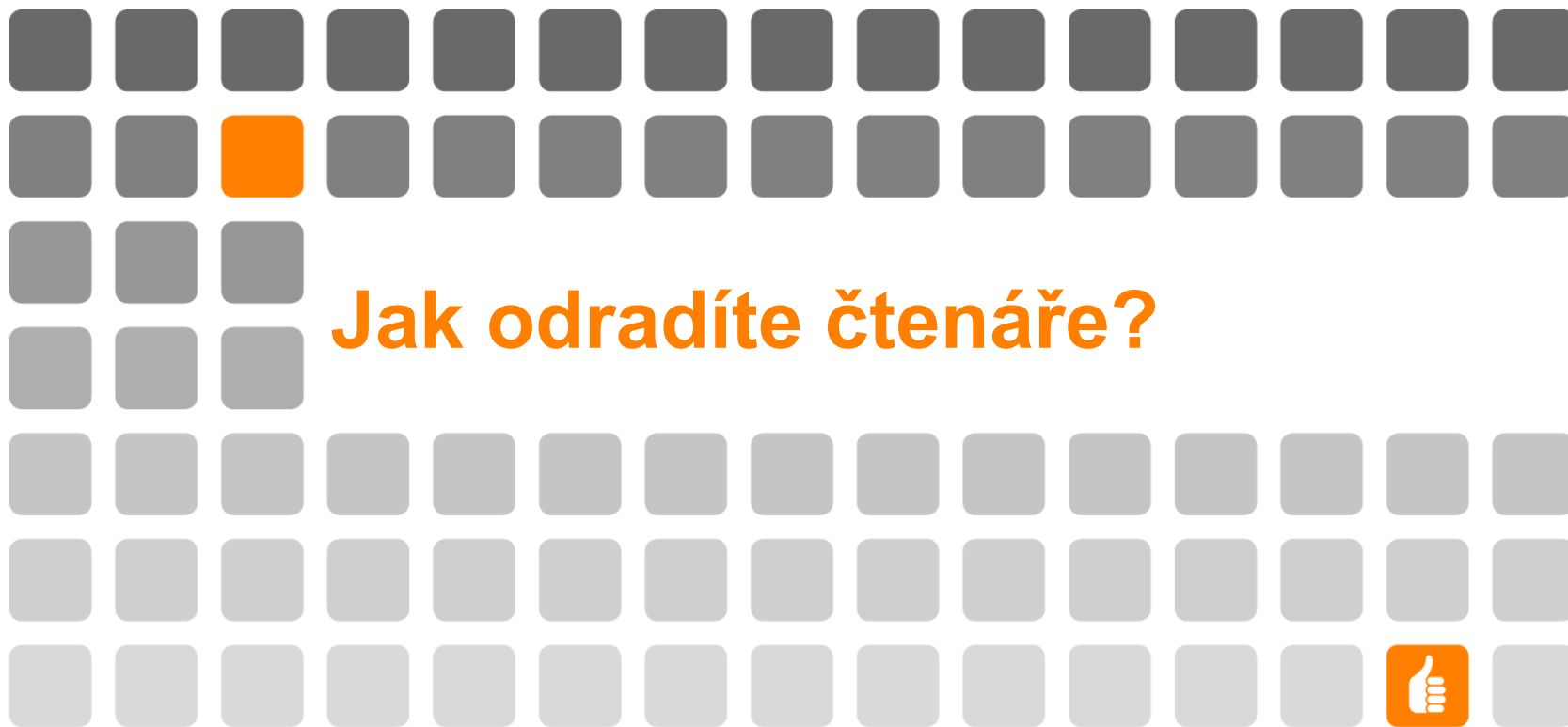
- **Pro návštěvníky...**
- **Pro internetové vyhledávače...**
- **Pro splnění stanovených cílů webu**
  - » „Prodat produkt“
  - » Zvýšit povědomí o organizaci
  - » Získat nové klienty / sympatizanty / spolupracovníky / dárce, atd.
  - » Zvýšit návštěvnost stránek

# Pozor!

# Lidé na webu

# nečtou!

# Proto jim musíte připravit kvalitní texty!



## Jak odradíte čtenáře?



dobrýweb

## Co odradí čtenáře?

- **Špatně čitelné texty**
  - » Dlouhé věty a odstavce
  - » Špatné formátování, velikost a barva textů
- **Texty s chybami**
- **Nepodstatné údaje**
- **Obecné informace, klišé**
- **Nepodaná ruka**



**Jak upoutáte čtenáře?**



**dobrýweb**

## Jak upoutáte čtenáře?

- **Odpovězte na otázku, co děláte zajímavého**
- **Pište pro danou cílovou skupinu**
  - » Klienti, dárci či spolupracovníci, média, fanoušci, atd.
- **Naformátujte text, aby se dal číst**
- **Zvolte informačně hodnotné nadpisy**
- **Vyhod'te „omáčku“**
- **Jestli chcete peníze, řekněte si o ně**

# Zvyšujte svou důvěryhodnost!

- **Pravidelně pište o tom, co je nového**
- **Má vaše práce smysl? Řekněte jim to!**
  - » Příběhy, ukázky, vyprávění...
  - » Výsledky, čísla, údaje...
  - » Reference, názory, komentáře...
- **Napište i o sobě, kontakt, úřední údaje...**

## Volte hodnotné titulky

**„Kdo jsme“**

**X**

**„Pomáháme lidem s mentálním postižením“**

**„Projekty“**

**X**

**„Podívejte se, komu jsme pomohli“**

## Volte hodnotné titulky

**„Poslání“**

**X**

**„Pomocná ruka lidem v nouzi“**

**„Finanční dary“**

**X**

**„Každá koruna dětem pomůže“**

A decorative background consisting of a grid of squares. The top two rows are dark gray, with one square in the second row being bright orange. The middle two rows are light gray. The bottom two rows are also light gray, with one square in the second row from the bottom being bright orange and containing a white thumbs-up icon.

**Jak odradíte vyhledávače?**

 dobrýweb

## Co odradí vyhledávače?

- **Upřednostnění grafiky**
- **Špatný titulek stránky**
- **Absence nadpisů a podnadpisů**
- **Žádná klíčová slova**
- **Duplicitní obsah**

A decorative background consisting of a grid of squares. The top two rows are dark gray, with one square in the second row being bright orange. The middle two rows are light gray. The bottom two rows are also light gray, with one square in the second row from the bottom being bright orange. The text "Jak upoutáte vyhledávače?" is centered in the middle of the grid.

# Jak upoutáte vyhledávače?



dobrýweb

# Co upoutá vyhledávače?

- **Vhodný titulek stránky**
  - » Příkaz `<title></title>` ve zdrojovém kódu stránky
- **Volba nadpisů a podnadpisů**
  - » Úrovně `<h1> ... <h6>`
- **Zahrnutí klíčových slov**
- **Zvýraznění slov v textu**
- **Originální obsah**



**Jak si stojí vaše weby?**



**dobrýweb**

## Výsledky miniprůzkumu

- **40 %** webů dodržuje **formátování**
- **40 %** prvních stran nabízí **relevantní obsah**
- **57 %** webů má **v textech odkazy** na stránky
- **50 %** serverů využívá **výzvy k akci**
- **50 %** webů používá **zvýrazněný text**
- **30 %** stránek volí **správné nadpisy**

## Napsáním textu na web to nekončí

- **Multimedialita (tam, kde má smysl)**
- **Blog, diskuse**
- **Odkazy mimo vlastní web**
- **Sociální sítě (Facebook, Twitter)**
- **Tiskové zprávy**

# Tisková zpráva

- **Myslete na novináře**
- **Zpravodajský titulek**
- **Nejdůležitější na začátek**
- **Krátitelná od konce**
- **Citace!**
- **Kontakty, patička, hlavička, přílohy**
- **Nepodcenit e-mail, načasování, adresáty**

# Shrnutí

- **Text kraluje**
- **Důležité jsou potřeby čtenáře**
- **„Udělejte“ ze čtenáře klienta, donátora, fandu**
- **4 principy**
  1. Pište „**skenovatelné**“ texty
  2. Buďte maximálně **relevantní**
  3. Myslete i na **vyhledávače**
  4. **Expandujte** s texty mimo váš web

**Děkuji za pozornost**

**Jan Ambrož**

**[jan.ambroz@dobryweb.cz](mailto:jan.ambroz@dobryweb.cz)**

**Hodně štěstí s Vašimi webovými  
projekty!**