

המדריך לאפיון אתר איכותי ושיווקי בקלות - בגישת 4 האלמנטים



פרק 11: מה *לא* כדאי לעשות באתר - מאילו טעויות להמנע?

בפרק זה נתבונן על טעויות נפוצות שחוזרות אצל אנשים שבונים אתר, ומיתוסים שכדאי להבהיר מה מתוכם באמת נכון ורלוונטי עבורנו גם היום.

מבחינת אלמנט האוויר - תכנים באתר:

אל תסתפקי בתוכן דל באתר שלך - אנחנו בעידן המידע והגולשים היום מצפים לתכנים עשירים ומגוונים. אל תחששי מעומס - אם תסדרי את התכנים בצורה נכונה בתפריטים ותיצרי מבנה נוח לניווט, הגולשים לא יבהלו אלא להיפך – יתרשמו מהשפע והעומק שיש לך להציע להם ויחזרו לאתר שלך שוב ושוב.

כאשר את מכניסה מאמרים לאתר - זכרי שפסקה של 10-15 שורות לא נחשבת כמאמר... אמנם נהוג לחשוב שלגולשים אין סבלנות לטקסט ארוך, אך גם טקסט קצר מדי יכול לאכזב ולעשות רושם של עסק שטחי שלא משקיע במתן ערך אמיתי ללקוחות שלו.

זכרי שהגולשים מתחלקים לשני סוגים - כאלה שלעולם לא יקראו מאמר וכאלה שלעולם לא יפתחו סרטון וידאו, ולפיכך תני לשני סוגי התוכן להופיע באתר שלך במקום מרכזי. סרטון בלבד בדף הבית איננו מספיק – זו דרך בטוחה לפספס חלק גדול מהגולשים שמעוניינים לקרוא משהו לפני שהם ממשיכים הלאה.

מבחינת אלמנט האש - שיווק:

מכל ערוצי השיווק האתר הוא זה שצריך לשדר הכי הרבה רצינות - הן מבחינת תוכן והן מבחינת עיצוב. חשוב לדעת כי טקסט שיווקי לאתר איננו דומה לטקסט שיווקי עבור דף נחיתה או פלייר – הסגנון שלו אמור להיות יותר ישירותי ופחות מכירתית. שימי לב לא להקנות לאתר אווירה של "הארד סויל" מבחינת האינטנסיביות המילולית והגרפית של ההצעות השיווקיות לגולשים. את סיסמאות המכירה ואותיות הענק הצבעוניות שמרי לערוצי שיווק משלימים כמו דפי נחיתה ומודעות ממומנות.

הכנסת מילות מפתח לאתר למען הקידום שלו בגוגל - צריכה להיעשות מתוך הקפדה לעשות זאת בצורה שמשתלבת באופן טבעי וזורם בטקסט.

ותרי על שילוב פרסומות גוגל באתר - זה נראה זול, ובנוסף גם מבלבל ומעביר את הגולשים לאתרים חיצוניים, לפעמים ישירות אל המתחרים שלך בתחום עיסוקך. הסכום שתוכלי להרוויח מהפרסומות האלה הוא זניח ולא שווה את הפגיעה באתר (אלא אם כן את מחזיקה פורטל או אתר תוכן גדול שיש בו מאות ואלפי כניסות מדי יום).

מבחינת אלמנט המים - מראה ועיצוב:

השתדלי לא להשתמש בתמונות מבנק תמונות - ואם אין לך ברירה, בחרי תמונות ברמה גבוהה, כאלה שהן לא בנאליות ונראות בכל מקום, כאלה שבאמת מתאימות לאווירה, ועדיף ללא צילומי אנשים כי בדרך כלל הם נראים מאוד לא אותנטיים ולא ישראליים.

ותרי על דף בית שנראה כדף כניסה מעוצב ללא תוכן - זה היה נהוג לפני כמה שנים, ובעידן שלנו כבר לא רלוונטי וגורם לרוב האנשים לצאת מיידית מהאתר. גם עיצובי פלאש דינמיים ואנימציות שונות בחלק העליון של האתר הם הכי 2008.

אל תשתמשי בגודל אות קטן מדי, או בפונט שאינו אריאל לטקסטים באתר - גם אם זה נראה לך יפה יותר מבחינה עיצובית, הכי חשוב לוודא שהטקסטים קריאים מבחינת הגולשים.

מבחינת אלמנט האדמה - פלטפורמה:

שימי לב שזמן הטעינה של האתר אינו איטי מדי - אתר שנטען ועולה לאט הוא מתכון בטוח לנטישה מיידית של הגולשים. אם האתר שלך נטען לאט בדקי עם החברה המאחסנת מה ניתן לעשות בנידון (בדרך כלל הסיבה היא עומס על השרת, ואולי תבחרי לעבור לאחסון במקום אחר או לשלם קצת יותר על שירותי אחסון איכותיים).

אל תשכחי לבדוק מראש עם בונה האתר שלך עד כמה האתר גמיש לשינויים המשך הדרך - בעיקר מבחינת הנגישות שלך ליצירת שינויים בסיסור התפריטים, שהם גורם מפתח שכפי שלמדנו יכול להשפיע מאוד על הקידום בגוגל ועל הבלטת מוצרים שונים, וכדאי שתהיה לך יכולת לעשות שם שינויים בעצמך ככל שהעסק שלך מתפתח וצומח.

נשתמע בעוד 3 ימים, לפרק האחרון והמסכם של המדריך...
אם יש לך שאלות לגבי מה שלמדנו הפעם, או בכלל - מוזמנת בחום לכתוב לי!

שלך, תמר ענבר
יצירת תוכן ושיווק במדיה החדשה

ייעוץ וליווי שיווקי
כתיבה שיווקית ועריכת תוכן
עיצוב, שדרוג ובניית אתרים

[לאתר שלי](#) | [בלוג שיווק ברשת](#) | [דף פייסבוק](#) | [מייל ליצירת קשר](#)



