



Első konferenciáját tartotta a Zebramédia csapata március 28-án, Székelyudvarhelyen. A *Miért ne bízd a weboldalad programozóra?*

című minikonferencia messze állt egy szokványos, izzadtságzagú, megmondó emberekkel telített, unalmas agytágítótól.

Az előadások hangulata már az elsőtől fogva laza és közvetlen volt, míg az egész egy konkrét **szellemi műhellyé alakult** át a zárásra.

Aki látja, vigye

A marketingiskola.ro-t működtető Farkas Levente előadása kellő lendülettel rúgta be a konferencia motorját, hiszen aki ott volt, már tudja, hogy a jó weboldal olyan, mint egy szép kirakat: bemutat, elad, és nem a gazdának készül, hanem a jó gazda szívesen mutatja be a vendégeknek, hiszen **nekik kell gyönyörködniük benne.**



Továbbá egy céges weboldalnál nem az a lényeg, hogy sok legyen a vendég, azaz a látogató,

hanem az, hogy akivel kapcsolatba lépünk, az végül vásárlóvá, ügyféllé váljon, szakszóval: legyen konverzió.

Azt már igazi ámulattal fogadta mindenki, hogy egy jó, automatizált weblapnak köszönhetően van, aki napi négy óra munkával és egyetlen munkatárssal felügyeli üzletét, mindeközben növelve bevételét. Levente megbirizgálta a jelenlévő kis- és középvállalkozók önérzetét: ritka kivétellel a legtöbb weboldal névjegykártya típusú, tehát csak a cég elérhetőségei állnak rajta, ennél az internet többet is tud.



De ha nem használjuk megfelelően, vagy csak felületesen foglalkozunk az internetes fejlesztéssel, akkor nagy valószínűséggel nem váltja be a hozzá fűzött reményeket. A vállalkozó következtetése az lesz, hogy az internet hülyeség, nincs vásárlóerő, és különben is, a vásárló hülye.

Mennyit ér a nő?

Ha ez nem lett volna elég, **Soós Róbert, a Zebramédia ügynökség vezetője** megértette a közönséggel, hogy nem elég, ha a weblapunk kiváló sínként fogadja a mozdonyokat, vagyis a vevőket, de **kell egy jó adag gőz is**, hogy a mozdony haladni tudjon. Vágyakat, szükségleteket kell kielégítenie, félelmeket megszüntetnie, épp úgy, mint egy analóg vállalkozásnak.



Csinos weboldal eladó

Aztán jött **Csomortáni Botond**, és megmutatta azt, hogyan készül manapság egy jó weblap. Hogy már nem a valóságból ihletődnek a dizájnerek, hanem kialakult a digitális ikonhasználat, és a fiatalok már nem nagyon szeretik, ha a weboldal sarka könyvoldalként tűrődik.

Mostanában nem árt, ha rezponzív a dizájnunk, azaz minden felületen, laptopon, PC-n, mobilon és táblagépen is jól olvasható, szöveges tartalmat, például telefonszámot ne tegyünk közzé képformátumban. Még akkor sem, ha mi vagyunk a dizájnkirályok.



Közölte, hogy nem elég, ha van egy szerintünk csinos weboldalunk, ha valódi eredményeket akarunk, több eszközzel is mérhetjük, hogy mit művelnek internetes felületünkön a vásárlók.

Egy jó tanácsot is kaptunk: sose mondjuk a programozónak, ez nem tetszik, csináld újra!

Megalapozott, pontos instrukciókat adjunk neki, és ne szakítsuk félbe a munkát azzal, hogy meggondoltuk magunkat, új ötletünk van. Készítsük elő a tervet, ehhez kérjük webdizájner, szövegíró, fotós segítségét, ők tudni fogják, mitől döglik a virtuális légy.



Akinek akarják, ahogy akarják.



Végül mindenki elégedetten, jó hangulatban távozott, hasznosnak és elgondolkodtatónak értékelték a konferenciát, többen kérték, hogy más városokban, Marosvásárhelyen, vagy Kolozsváron is legyen hasonló, más egyenesen hibának nevezte, hogy nem jött el az, aki komolyan gondolkodik az online jelenlétben.