

Stolpar Webbdesign, de första 50 poängen av 100

Webbdesigners arbete	2
Marknadsföring.....	2
Dra besökare till din sajt och behålla dem	2
Att marknadsföra sin hemsida	3
Att mäta besökarantalet	3
Att tjäna pengar på sin sajt	3
Att ta betalt via sin sajt	3
Webbdesignens teknik.....	3
Webbdesignens vertyg	3

Webbdesigners arbete

Består av designarbetet och det tekniska förverkligandet.
Designen behöver ta hänsyn till att

1. bildskärmen är ett annorlunda medium än trycksaker, bionduken eller personlig kommunikation
 - a. användarna har olika typer av bildskärmar med olika bildformat och skärmupplösning
 - b. läsbarhetssynpunkter: sanserif teckensnitt till bildskärmen, serifer till utskriftsfiler
 - c. tillräckligt stora teckensnitt – alla har inte bra syn
 - d. färg och komposition ska anpassas både till bildskärm som medium OCH målgruppen – kontrastera för bättre användarvänlighet (synlighet)
2. tydlig idé/innehållsförklaring (formulering av "affärsidén")
 - a. målgrupp definierad
 - b. lätthanterlig sajt-karta vilket kräver en genomtänkt struktur (upplägg) av alla sajtens filer
 - c. de visade filernas ordning skall följa en genomtänkt dramaturgi, dvs. upptrappning av sidbesökarens intresse eller att sidorna går djupare och djupare ner i sajtens ämne
3. komposition – den ska vara luftig, färger skall användas med hänsyn till deras symboliska betydelse
4. både design och tekniska lösningar skall anpassas efter människans förmåga att fly ifrån det svåra och dras till det roliga, lättsamma

Marknadsföring

- kommunikation
- en lång process från idé till såld produkt / idé
- ett renodlat projekt (alltid tidsbegränsat och oftast med tillfälliga arbetsgrupper)
- målgrupp avgör kommunikationssättet, design och tekniska lösningar på sajten (annorlunda om sajten säljer medicinskt fotvård för ålderdomshem än om den säljer elektronikprylar för trendmedvetna ungdomar)
- projektering: mål, syfte, tidplan med uppföljningsetapper och resurstid för anpassningar (när uppföljningen hittar att man ska ändra på något)
 - o skisser och storyboard
 - o val av tekniska lösningar
 - o anpassning av projektet till tillgängliga kompetenser
 - o "kill your darlings" – släng utan sorg bort idéer som verkade vara jättebra men som skulle äventyra deadline!
 - o Prioritera och prioritera!
 - o Beräkning av projektets löptid: minst tre gånger det du tror är vettigt! Kom ihåg: en tredjedel av tiden MÅSTE reserveras för testning, felsökning och åtgärd av fel
 - o Budgetering – vilka kompetenser behöver tas in "utifrån"? Vad kostar kompetensen? Hur många arbetstimmar tar det att skapa alla element och sammanfoga dem?

Dra besökare till din sajt och behålla dem

- Sökords- och sökmotorsoptimering
- Blogg och annonser
- Länksamarbete med andra sajter
- Om sajtens affärsidé är ett "specialämne": lägg ÄVEN till innehåll + länkar av allmänt intresse. Särskilt tacksamt är allt som har med klimat, miljö och ett bättre samhälle att göra.

Att marknadsföra sin hemsida

- Skicka mejl med länk till din hemsida till så många människor du någonsin kan
- Lägg upp länk till den på Facebook och andra webbgemenskap
- Byt länkar med kompisar – kompiserna länkar från sin sajt till din och tvärtom
- Skapa en "webdev" fil och menyknapp – det tillhör god sed att man visar sajtens webbdesignkunnska eller ~intresserade var du tar sina scripts ifrån eller var du lärde dig någon av de intressanta effekterna, genom att du länkar dit. Det kan vara en sajt med gratis koder, Adobes hjälpsidor på nätet, någon webbutvecklar-gemenskap (webdev communities)

Att mäta besökarantalet

- Betalannonser och länkbyten kräver att man först får upp besökarantalet
- Använd sajtranking, den är gratis och finns med i t.ex. Googles specialverktygsfält – en bra fingervisning om hur din sida rankas av Google
- Informera dig om ifall ditt webbhotell har besökstatistik om din hemsida
- Om det inte har: lägg in en räknare och samla besökarantalet veckovis i en diagramtabell med trendlinje – diagrammet "säger till" om besökarantalet sjunker

Att tjäna pengar på sin sajt

- Banners och annonser
- Sälj småtjänster – här är några exempel: "Skicka in din föredragstext, få tillbaka en tjusig Flash-presentation som tål att granskas!"; dokumentmallar, utbildningar, källförteckning till olika utbildningsämnen, annotationer (strukturerat sammandrag av en hel bok eller artikel med citatlista), musik från okända solister eller musikband, målningar, datagrafik, egna program och dataspel, kanske rollkaraktär till sim2 osv. – alltså sådant du själv eller dina kompisar kan skapa.

Att ta betalt via sin sajt

- Betallösningar: sms, internetbank, kreditkort de är enkla att fixa! T.ex. Telia
- Sätt låga priser – 10 kr för en riktigt bra mall är småpengar, men många bäckar små – och då är man åtkomlig även för t.ex. skolelever

Webbdesignens teknik

- P som protokoll (överenskommelse om gemensamma regler)
- TCP/IP, SMTP, IMAP, POP, HTTP, HTML, CSS
- HTML, DHTML och XML – skillnader och likheter
- Det grafiska arbetet – bildhantering och ~optimering
- Arbete med ljud och rörlig bild, val av filformat, optimering
- Scripting och scriptspråk: dynamiska hemsidor ("äkta" interaktion)
- Multimedialt innehåll: Flash, movies, jinglar, talarröst
- Sökmotorsoptimering – ett måste för den professionella webbdesignern

Webbdesigners verktyg

- Argument för och emot handkodning kontra kodgeneratorer
- WYSIWYG mjukvara: FrontPage, Dreamweaver och andra program i Adobe CS-familjen
- Gratis mjukvara för kodning av HTML, CSS, javascript, PHP m.m.
- Den autentiska webbutvecklingsreferensen: W3C
- Gratis koder på internet
- God kodningsed – kommentarer som förklarar vad en kod gör, väl uppspaltade lättlästa koder, källreferens (alltid ange källa när du använder någon annans koder)
- Validering av koder = kvalitetssäkring av sajten (professionellt!)