

*Jeden z ověřených postupů jak dnes uspět na internetu a vydělat peníze.*

## Jak vytvořit webové stránky (blog), které budou **ziskové?**

*„Mnoho lidí na to má! Jediné proč to neudělají je strach předat informace. Dopadne to tak že to udělá někdo jiný a o možnost si vydělat se sami připravují.“*

# Jak vytvořit webové stránky, které budou ziskové?

2

Jednou z možností jak si vytvořit nějaký příjem pomocí internetu je výtěžek pomocí webových stránek. V této elektronické publikaci bych zde představil mojí zkušenost a usnadnil vám tak práci při volbě postupu jak toho docílit.

Tyto informace nejsou sice žádnou novinkou, ale jsou utříděny tak že dosáhnete vytoužených výsledků. Informace zde obsažené jsou sestaveny na základě několikaletých zkušeností v této problematice.

Určitě se mezi vámi najdou i lidé, kteří budou mít jiný názor a zkušenost s tvorbou výtěžných webových stránek. Pohled na tuto problematiku se dost různí a metod jak toho dosáhnou je také více.

Tento postup jsem se snažil sestavit tak, aby výsledkem nebyl pouze krátkodobý projekt, pomocí kterého vytěžíte maximum a půjdete jinam, ale aby vám zajistil přivýdělek případně příjem v dlouhodobém efektu. Který mám ověřený na vlastním projektu.

Také nečekejte, že po přečtení z vás hned budou milionáři a budete vydělávat desetitisíce měsíčně. Na první pohled se to zdá jednoduché, ale vydělat na internetu čistým způsobem v dnešní době není nic jednoduchého a stojí to spousty času. Nezpochybňuji zde to, že mezi lidmi tací nejsou, nebo že se to nikomu nepodaří! Je jich ale opravdu jen málo. Třeba budete mezi nimi. Můžete dostat geniální nápad a máte skoro vyhráno.

Někteří lidé, které toto téma zaujme si myslí, že když budou mít vlastní webové stránky s vysokou návštěvností, tak mají výdělek na internetu zaručen. Z vlastní zkušenosti i ze zkušeností kolegů však mohu potvrdit, že tomu tak není a že vydělat nějakou tu korunu na webových stránkách nese svá úskalí a problematika je mnohem větší než se na první pohled zdá.

Často vydělat nějakou tu korunu bez investice zabere hodně práce a spousty hledání toho správného programu pro váš web.

Spousta stránek, které na první pohled vypadají tak že generují vysoké zisky, jsou na tom tak že si vydělají sotva na provoz a v tom lepším případě na údržbu stránek a časem postupně zanikají nebo se stanou předmětem prodeje na některých specializovaných serverech.

## ***Určitě i v tomto případě platí:***

### ***Bez práce nejsou koláče!***

Ten kdo tvrdí o webu, že jednou to udělá a víc se o to nestará a vydělává, tak mu nevěřím. Mohou se však i tyto případy vyskytnout, ale těch určitě není mnoho a životnost těchto projektů je dost nestabilní.

V dalších krocích bych se rád věnoval jak udělat takový web, který má šanci uspět a nějakou tu korunu vydělat. Ještě zde chci upozornit na tento potup, který vznikl na základě vlastních zkušeností, kterými jsem si osobně prošel.

Kdyby mě tenkrát na začátku, když jsem začínal, někdo tento postup předložil, určitě by to šlo o něco snadněji a rychleji.

Také nezapomínejte, že i tak si musíte touto cestou projít, ale pouze s tím rozdílem že cestu máte již prošlapanou a nemusíte hledat a zkoušet kudy kam a výsledky se dostaví rychleji.

4


Důležitým faktorem k dosažení výsledků je dodržení posloupnosti těchto kroků a **nevyplatí se jednotlivé stupně (kapitoly) přeskakovat**. Může totiž dojít že očekávaný výsledek se nedostaví, nebo hodně rychle skončí. A pak přijdou už jen otázky! Proč to nejde...? Proč ...? Proč .?

Snažte se opravdu držet doporučení, ať nemusíte začínat od nuly a hledat důvody, co se stalo a kde nastala chyba atd.

# Obsah

5

## 7 základních kroků k úspěšnému projektu

- 
1. Vytvořit webovou stránku
  2. Vytvořit a pravidelně přinášet informačně hodnotný obsah
  3. Napojení na sociální sítě (Facebook, Twitter, +Google atd.)
  4. Zjistit cílovou skupinu uživatelů
  5. Začít budovat databázi kontaktů (newsletter, bulletin, ...)
  6. Začít prodávat produkt – vydělávat (umístění Reklamy)
  7. Vyhodnocovat – Statistiky

# Vytvořit webovou stránku

6

1

## Jak vytvořit webovou stránku ?

Prvním nad čím se určitě vyplatí zamyslet a věnovat tomu i trochu více času je o čem vlastně ta webová stránka (projekt) bude. Stránky by měly obsahovat nějakou unikátní službu nebo hodnotný obsah.

Hodnotným obsahem může být vlastně cokoliv. V tom nejlepším případě je dobré, aby to byl obor, který pro vás není cizí, nebo jste dokonce odborníkem v tomto oboru. Není to však úplnou podmínkou. Webová stránka může být například o bydlení, rybaření o vašem podnikání prostě o čemkoliv. V poslední době se stává i velice populární přinášet informace ve videopříspěvcích.

Také můžu potvrdit, že i když nebudete úplným odborníkem a budete webu věnovat svojí pozornost a dostatek času může to pro vás být i taková forma vzdělání a po čase se můžete stát i odborníkem, uznávanou a respektovanou osobou v tomto oboru.

Předpokládejme, že víme o čem vaše webová stránka bude. **Co dál?**

- výběr vhodného webhostingu
- doména webové stránky
- zpracování webu - redakční systém
- zprovoznění webu (FTP atd.)
- propagace webu (SEO, katalogy atd.)

Výběr webhostingu zaleží hodně na tom, co budete očekávat a jaké budete mít požadavky na provoz stránek. Při výběru určitě bude hrát svou roli i cena těchto služeb. Můžete zvolit i variantu zdarma, kdy existují služby na vytvoření webových stránek zdarma. Vzhledem k tomu že chceme webové stránky ziskové, nebudu se této variantě věnovat a zvolím placenou variantu.

Společností je na českém trhu dostatečné množství jak v různých cenových kategoriích, tak i v nabízených službách. Osobně mám zkušenost s několika společnostmi. V poslední době k mé oblíbené patří společnost WEDOS, která splňuje veškeré požadavky pro provoz běžných stránek a redakčních systémů. Také mám osobní zkušenost s technickou podporou, kdy několikrát vzniklé problémy dokázala vyřešit okamžitě a online.

Vezmeme například variantu webhostingu ve standartní cenové relaci kolem třiceti korun za měsíc, plus 150,- korun ročně za registrovanou doménu. Určitě to není taková obrovská suma, kterou nezvládnete zafinancovat. Pokud se budete držet doporučení v tomto e-booku, v brzké době se určitě tato investice mnohonásobně vrátí.

### **Ještě proč právě zvolit placenou službu?**

- ✓ web je důvěryhodnější
- ✓ snadno zapamatovatelná doména (název webu)
- ✓ získáte e-mailovou adresu k doméně
- ✓ podpora redakčních systémů
- ✓ databáze
- ✓ technická podpora
- ✓ každé ZDARMA má nějaké ale!

## Jak vybrat tu správnou doménu pro web?

Na toto téma jsou jednoduché odpovědi.

8

Měla by vystihovat zaměření webu, popis služby a měla by být snadno zapamatovatelná pro potenciální uživatele. Jednoduše řečeno jedná se o internetovou adresu, která vás budete prezentovat a na které budete prezentovat svou práci.

Také určitě zvažte tu správnou koncovku (doménou prvního řádu tzv. TLD) webu. Výběr je velký například .cz, .eu, .com, .net atd.

Zvažujete stránky pro české uživatele? Určitě bez váhání vyberte doménu s koncovkou .cz.

Struktura domény je postavena na řádech, které jsou odděleny tečkou. Takže pokud se budeme bavit o doméně vasedomena.cz jedná se o doménu druhého řádu.

V případě že použijete např. *něco.vasedomena.cz* jedná se o doménu třetího řádu. Pro tento výraz domény bývá často používán název subdoména.

### Tipy pro výběr domény

- ✓ název služby nebo produktu (firma atd.)
- ✓ kratší název (snadno zapamatovatelný)
- ✓ nesnažte se napodobit podobné jméno jiné domény
- ✓ pro uživatele u nás určitě koncovku .cz

Zvažujete v budoucnu tuto službu rozšířit i za hranice nebo dokonce za oceán doporučuji hned zaregistrovat i stejnou doménu, ale s koncovkou .com nebo .eu. Je to z toho důvodu, že zahraniční



vyhledávače budou mít raději koncovku .com, která může ovlivnit výsledky a řazení ve vyhledávání.

Ověření zda je doménové jméno volné, naleznete na stránkách registrátora. Ve většině případech to naleznete pod složkou ověření domény.

9

## **Zpracování webové stránky**

Jak budou webové stránky zpracovány (naprogramovány) a v čem je budete vytvářet je hodně široké téma. Záleží na zkušenostech, požadavcích, grafice atd. V našem případě doporučuji redakční systém ověřený uživateli jako je Wordpress, Joomla nebo Drupal. Pro mé projekty upřednostňuji Wordpress jelikož má mnoho již vytvořených doplňků (pluginů), které můžete použít zdarma.

## **Výběrem redakčního systému se stanete nezávislí!**

**Webovou stránku přizpůsobíte jednoduše dle vlastních potřeb při minimálních znalostech programování.**

Pokud zvolíte pro svou webovou stránku redakční systém , můžu ho jen doporučit a souhlasit s touto volbou a navíc vás ujistit že jste právě teď ušetřili spousty času, ale hlavně finančních prostředků věnovaných vývoji stránek, natož vlastnímu redakčnímu systému.

Výše zmiňované systémy jsou dostupné zdarma. Také jejich podpora a návody jsou na mnoha místech dostupné v českém jazyce a navíc zdarma.



*Poznámka: Z osobních zkušeností doporučuji redakční systém WordPress*

### **Seznam doporučených odkazů:**

- **WordPress** na Wikipedii  
<http://cs.wikipedia.org/wiki/WordPress>
- Web věnovaný RS <http://navody.c4.cz/redakcni-systemy>
- Oficiální stránky s českou lokalizací redakčního systému WordPress <http://cs.wordpress.org/>
- WordPress - diskuzní fórum <http://podpora.dgx.cz/wordpress/>
- **Drupal** <https://www.drupal.cz/>

### **Zprovoznění webové stránky**

K tomuto tématu bych se zde moc nevěnoval, jelikož se v tématu jak na zpracování webu odkazují na některé stránky, kde je velice podrobně a srozumitelně popsáno jak na instalaci a oživení redakčního systému. Někteří provozovatelé webhostingů mají na stránkách i vlastní návody doplněné o své názory obrazovek a jejich nastavení na instalaci redakčního systému diskuzních fór atd.



**Snad jen malé doporučení** na program, který je česky a zdarma a umožní vám připojení FTP, které budete pro instalaci systému určitě potřebovat.

Jedná se o program **FreeCommander**, který je zdarma ke stažení.

Adresa domovské stránky programu:

[www. FreeCommander.com](http://www.FreeCommander.com)



Jednou ze základních věcí výdělečného webu je že budete přinášet obsah nebo informace, které uživatelé internetu chtějí. Stačí se na to podívat z druhé strany jako uživatel internetu. Jaké informace na něm hledáte?

## Neaktualizované webové stránky, které postrádají hodnotný obsah, nemají zaručený úspěch a návštěvnost!

Také zaleží na tom, jaké téma jste vybrali pro webové stránky. Důležité je přinášet novinky, recenze, návody a užitečné informace pro cílovou skupinu návštěvníků webu.

Určitě zvažte i možnost diskuzí pod článkem, kde se mohou čtenáři zapojit a přidávat vlastní komentáře. Obsah je základem že přijdou potenciální klienti nebo návštěvníci stránek. Někdy mám pocit, že mnoho tvůrců webových stránek dává přednost samotnému vzhledu před samotným obsahem. Co se stane, když navštívíte takový web? No možná že zapůsobí grafickým zpracováním, ale to je vše. Návštěvník se již nikdy nevrátí. Nenašel informace, které hledal. **A o tom to vše je. Internet je zdroj informací.**

Stačí se podívat na některé nejnavštěvovanější webové stránky v zahraničí a uvidíte, že obsah je na prvním místě.

Pro to aby vyhledávače hodnotili obsah jako kvalitní, je důležité ctít i určitou strukturu obsahu.

Nadpisy článků psát větším písmem a důležitá (klíčová slova) zvýraznit jako tučná. Pokud je váš text rozsáhlejší snažte se jej členit do odstavců s vlastními podnadpisy. Články by měly odkazovat na konkrétní obsah a měly by být opatřeny autorem článku tak, aby působily důvěryhodně. To samé platí u celého webu, který by měl obsahovat informace jako je kontakt na firmu popřípadě na autora (provozovatele) webových stránek.

Nesnažte se do článku vnucovat klíčová slova za každou cenu. Snažte se, aby informace a zpracování textů bylo přirozené a nepůsobilo, že je až přeoptimalizované na klíčová slova a podobně. Vyhledávače se neustále zlepšují a snaží se vyhledávat přirozené, aktuální a hodnotné texty, které obsahují požadované a hledané informace. Jestliže toto vše budou vaše texty obsahovat, vyhledávače vás budou milovat.

**Úspěšné webové stránky =  
hodnotný a unikátní obsah**

**Poznámka:** Je také důležité si uvědomit, že při psaní píšete obsah pro čtenáře. V žádném případě ne pro vyhledávače. Snažte se hlavně zaujmout tu cílovou skupinu, pro kterou je informace určena a hlavně užitečná. Nikdy se vám nepodaří sestavit takový obsah, aby ho ocenil úplně každý. Obsah může být pro někoho velkým přínosem a pro jiného informace, která mu žádnou novinku nepřinesla, nebo se jedná o informaci, která ho nijak neoslovila. Je tedy důležité pochopit informaci a výraz *Hodnotný obsah*.

Ještě malou informaci jak vytvořit název článku? Zamyslete se z druhé strany? Co když hledáte informace, které v článku popisujete? Co zadáte do vyhledávacího pole? No a odpověď na tyto informace a otázky se snažte zformulovat ve svém nadpisu.

## Doporučení:

- ✓ pořádejte soutěže
- ✓ umísťujte ankety
- ✓ odkazujte na kvalitní obsah související s tématem
- ✓ nabídněte možnost registrace pro odběr novinek (newsletteru)
- ✓ umožněte sdílení příspěvků a napojení na soc. síť
- ✓ budujte originální obsah (nekopírujte jiné weby!!!)
- ✓ vkládejte i jiný než textový obsah (video, grafy, prezentace atd.)

## Důležitou část webových stránek je i jejich optimalizace – SEO.

### Co je to SEO?

SEO je zkratka z anglického Search Engine Optimization (optimalizace pro vyhledávače). Výsledkem úspěšné optimalizace je zlepšení pozice ve fulltextových vyhledávačích.

Internetový vyhledávač prohledává pomocí robotů (crawlerů) vaši webovou stránku v různých časových intervalech a vyhodnocuje obsah webu. Následně je pak analyzuje a indexuje do své databáze.

SEO dělejte až v případě že vaše webová stránka obsahuje již nějaký obsah, který se dá optimalizovat. Časem se naučíte tuto techniku používat tak že již při samotném psaní textů se budete podvědomě snažit splnit důležité faktory SEO optimalizace.

**SEO** je často rozebíráno a diskutováno jak ho správně dělat. Návody a rady se často různí. Je to z toho důvodu že fulltextové vyhledávače se neustále zdokonalují a snaží se vyhledávat pouze kvalitní obsah, kde jsou obsaženy informace, které uživatelé internetu hledají. Výsledkem tedy je, že na stránku přichází více cílených uživatelů než nějakých náhodných návštěvníků, kteří hned odcházejí.

Pokud neumíte SEO, nesnažte se za každou cenu mít optimalizovaný obsah. Pište přirozeně hodnotný obsah a vyhledávač to ocení. Toto je i cíl vyhledávačů a vývoj těchto algoritmů je směřován tímto směrem. Vyhledávat informace a namísto hromady klíčových slov.

Základem optimalizace je výběr vhodných klíčových slov, frází a struktura webové stránky. Při výběru klíčových slov je nutné, pro koho je tento obsah cílený a pro jaké návštěvníky je určen. Z toho vyplývá, že vyhledávací dotazy by měli obsahovat vaše klíčová slova.

Doporučení: Optimalizujte na fráze. Stránek na internetu neustále přibývá a je těžké se zaměřit pouze na jedno slovo. Když zvolíte jako klíčovou frázi, máte daleko větší možnost, že na stránky zavítá cílený návštěvník.

Více o SEO na Wikipedii :

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Search\\_Engine\\_Optimization](http://cs.wikipedia.org/wiki/Search_Engine_Optimization)

## Základní metody SEO techniky

- ✓ Kvalitní a unikátní obsah
- ✓ Správné používání tzv. tagů
- ✓ Správné označení nadpisů a titulků (h1, title, ...)
- ✓ Volba URL adresy
- ✓ Budování zpětných odkazů
- ✓ Používání keywords a description
- ✓ Souboru robots.txt
- ✓ Mapa webu (sitemap)
- ✓ Navigace na stránkách (struktura)
- ✓ Sociální sítě
- ✓ Nabídněte zdroj RSS

Některé důležité se zde pokusím popsat podrobněji, ale celé problematice SEO se zde věnovat nebudeme. Je to jedno velké samostatné téma, na které naleznete na internetu nekonečné množství informací. Navíc pokud jste se rozhodli pro redakční systém tak existuje mnoho užitečných pomůcek, které vám usnadní práci se SEO technikami a důležitými faktory nastavení webové stránky.



**Značka <title>** informuje vyhledávač a uživatele co je hlavním tématem webové stránky. Značka je umístěna ve zdrojovém kódu HTML v části <head>. V tom nejlepším případě je tato značka na každé stránce unikátní s jedinečným názvem.

**Meta značka description** informuje vyhledávač krátkým souhrnem informací o obsahu webové stránky (úryvek). Tak jako značka <title> by měla být umístěna uvnitř značky <head>.

**Mapa webu** – Jedná se o soubor Sitemap.xml, který umožní snadné zmapování webových stránek vyhledávačům. Obvykle jde o hierarchický seznam stránek na vašem webu. Tento seznam by měl existovat ve dvou variantách. Jak pro uživatele, tak pro vyhledávače. Pro vyhledávače ve formátu XML. Pro vytvoření tohoto souboru vám opět pomůže nějaký vhodný doplněk v redakčním systému, nebo ho můžete nechat vygenerovat v nástrojích pro webmastery společnosti Google. Pro uživatele ve formátu HTML (odkazující stránka na všechny vaše stránky – Mapa webu).

**Volba vhodné URL adresy** – URL adresu se snažte vytvořit tak, aby byla srozumitelná pro uživatele i vyhledávače.

Co to znamená? Je to jednoduché adresy tvořte ze slov malými písmeny. Slova relevantní s obsahem dané stránky. V případě že je váš web rozsáhlejší, snažte se v URL adresách dodržet i jeho strukturu. Každá stránka by měla mít pouze jednu unikátní adresu. Vyvarujte se příliš dlouhým adresám a různým parametrům. Také nevytvářejte mnoho vnořených podadresářů.

## Napojení na sociální síť

3

V poslední době se velice rozmohlo sdílení a odkazování příspěvků na sociálních sítích. Vaše stránka by neměla přicházet o tuto možnost propagace a zviditelnění webové stránky (článku).

Nabídněte sdílení příspěvků přímo pod článkem.

Vytvořte si vlastní stránku a to už na Facebooku nebo Možností je daleko více, pokládám za základ. Na nabídněte možnost (To se mi líbí).



na soc. síti na Twitteru. ale tyto dvě stránce lajkování

**Tato možnost přivede další uživatele a potenciální zákazníky (návštěvníky) stránek.**

Integrovaní do redakčního systému je velice jednoduché. Stačí vybrat vhodný plugin a jeho instalace. Můžete také využít zdrojový kód vygenerovaný v příslušné soc. síti.

### Například:

Facebook : <https://developers.facebook.com/docs/plugins/>

Twitter: <https://dev.twitter.com/>

## Zjistit cílovou skupinu uživatelů

19

### Pro koho je webová stránka určena a jací jsou její skuteční návštěvníci?

#### Kdo hledá moje stránky?

#### Proč to musíte a chcete vědět?



Cílová skupina uživatelů je velice důležitá informace bez které se úspěšný web nemůže obejít. Je to jeden z kroků, který mnoho lidí přeskočí a pak následně hledají příčinu, proč jsou jeho kampaně neúspěšné apod.

Návštěvnost webu ještě neznamená úspěšnost reklamních kampaní či prodávání nějakého produktu.

Jak zjistit cílovou skupinu, která skutečně webovou stránku navštěvuje?

Jedním z nejúčinnějších metod je vytvoření dotazníkového formuláře, kde požádáte návštěvníky o informace. Pamatujte, že otázky které budete návštěvníkům pokládat, by měli být jednoduché, srozumitelné a neměli by v návštěvníkovi vyvolat pocit, že nechce na tuto otázku odpovídat.

Pokládejte takové otázky, aby výsledkem pro vás byla informace, kterou můžete například využít při výběru vhodného affiliate (partnerského programu).

Tato metoda může při malé návštěvnosti webu trvat i nějakou dobu. Můžete podpořit tento dotazník například získáním nějaké ceny nebo zařazením do soutěže apod.

Další metodou může být sledování uživatelů na sociálních sítích.

Také je dobré reagovat v komentářích a dozvědět se tak více o potřebách uživatelů. S tím souvisí i založení vlastní diskuze na webu, kde můžete sledovat informace a názory návštěvníků webu.

## **Samotná informace o uživateli nestačí!**

Až nastřádáte potřebné informace, je nutné začít na nich pracovat. Vytvořte profil průměrného návštěvníka stránek. Co hledá, demografie, kolik mu je let, z jakého je oboru, pohlaví, jaké má vzdělání atd.

Na základě tohoto profilu pracujte i na obsahu a následně i na cílení reklamních ploch a partnerských programů. Toto je nekonečný proces. Nespolehejte se na to, že je to otázkou několika dnů.

# **Snažte se vžít do role návštěvníka webu!**

## Začít budovat databázi kontaktů



V tomto okamžiku je ten správný čas na budování databázi kontaktů.

Někoho může napadnout proč mít vlastní databázi e-mailů popřípadě dalších podrobnějších informací.

V dnešní době elektronické komunikace je to jednou z hlavních hodnot, které můžete o uživatelích získat. Někdo může namítnout, že je to jednoduché, že se databáze dá za nějakou tu korunu koupit nebo někde zkopírovat, ale opak je pravdou.

## Pouze vlastní vybudovaná e-mailová databáze má smysl!

### Proč vlastnit a získávat kontakty?

#### Důvodů je hned několik:

- ✓ možnost použití pro e-mail marketing
- ✓ rozesílání noviniek
- ✓ oslovíte rychle a velké množství uživatelů
- ✓ minimální náklady (žádné)
- ✓ minimální úsilí

*„Osobně jsem v předchozích letech tuto část podceňoval. Dnes už ale vím, o kolik důležitých kontaktů jsem přišel a jak jsem prohloupil.“*

I dnes většina webových stránek tuto problematiku vůbec neřeší a vlastní databázi e-mailů vůbec nedisponují.

Častým problémem je neznalost jak kontakty získat. Přitom první a základní metoda získání kontaktu **je si o kontakt říci**. Každá firma má dnes webové stránky, na které může umístit formulář a databázi začít budovat. Každý spokojený uživatel vám rád kontakt zanechá.

### **Pro získávání e-mailové databáze je mnoho ověřených metod jak kontakty získat.**

- ✓ registrace k odběru newsletteru
- ✓ možnost stažení e-booku za kontakt
- ✓ možnost registrace na stránkách (přidávání komentářů)
- ✓ vytvořte stránku pouze pro registrované
- ✓ do formulářů přidávejte souhlas se zasíláním newsletteru
- ✓ vytvářejte soutěže
- ✓ přidejte si odkaz do podpisu v e-mailu

Možností a využití těchto databází je daleko více. Na internetu začaly vznikat projekty věnující se do hloubky tomuto tématu, kde můžete v případě zájmu čerpat více informací o tom jak databázi vytvářet nebo jak na ní dokonce vydělat.

## Začít prodávat produkt (reklamu)

### 6

Teď je ten správný čas na hledání možností jak pomocí webových stránek získat finance. Pro někoho bude dostatečné, že si vydělá na provoz a údržbu stránek, ale pro mnohé bude požadavek troch na jiné úrovni.

Tento bod může začít fungovat na základě splnění předchozích bodů. V případě že jste některé body přeskočili, snižujete možnou využití stránek na maximum.

Webové stránky máme plně funkční s obsahem a jsou připraveny k tomu, abychom se začali zabývat jejich využitím k zisku.

**Nezačínajte tento krok dříve**, dokud nebudete mít alespoň nějakou návštěvnost a nějaký hodnotný obsah na webu. Pokud s tímto krokem začnete dříve všechny kroky, které jste vynechali, stejně budete muset udělat a bude to mnohem těžší a zdlouhavější.

Než začnete s výběrem vhodného partnera je potřeba řádně rozmyslet, jakou formu a jaké možnosti výtěžku (reklamních ploch) budete využívat. V žádném případě nedoporučuji ihned zaplnit a využívat všechny možnosti monetizace. Je lepší je postupně přidávat a sledovat zda nemají negativní vliv na návštěvníky webové stránky, zda nedošlo k snížení návštěvnosti a zároveň je důležité vyhodnocovat reklamní kampaň.

Důležitá je také informace že některé způsoby jak vydělat webovou stránkou nejsou až tak zásadní z pohledu návštěvnosti. Spíše bude zásadní S rank a GPR o kterém se zmíním později.

## Jaké jsou možnosti výtědku?

24

**Možností je mnoho, ale zmíní zde ty nejznámější.**

- partnerský program (Affiliate)
- reklama od Seznam.cz (S-klik partner)
- reklama od Google.com – Google AdSense
- přímý prodej reklamních ploch
- prodej zpětných odkazů
- prodej PR článků
- prodej kontextové reklamy
- prodej intextové reklamy
- Mediální zastupování
- Systém na prodej reklamních ploch

**Nezapomínejte na to, že webové stránky mají přinášet obsah a nejsou vytvořeny za účelem zobrazování reklam!**

**Vždy reklamy umísťujete s rozvahou!**



Jaké plochy pro reklamu připravit? Reklamní plochy (velikosti) jsou již zaběhnuté, a i jejich rozměry jsou v reklamních systémech a partnerských programech dodržovány. Také jejich standardizace je regulována sdružením pro internetovou reklamu (SPIR), kde podrobně definují technické parametry reklamních ploch.

Velikost reklamních ploch (bannerů) může mít libovolné rozměry. Pokud budete chtít využít plochy maximálně úspěšně, je dobré nabízet standartní a nejpoužívanější velikosti. Pro tyto plochy jsou například v partnerských programech již bannery připravené k okamžitému použití.

Mezi nejpoužívanější formáty patří klasický reklamní banner 468x60 pixelů označován jako fullbanner, 250x250, 88x31, 120x600, 125x125 a další.

Při výběru partnera se také určitě setkáte s některými platebními metodami.

PPC – jedná se o platbu za proklik (pay per click)

CPC – platba za proklik (cost per click)

CPM – platba za zobrazení (cost per mile – platba za tisíc zobrazení)

CPI – platba za impresi (cor per impression)

CPT – platba za zobrazení (cost per thousand)

CPA – platba za provizi (cost per action)

PPA – platba za činnost po kliku na reklamu (pay per action)

Dále se také můžete setkat s případy, kdy je cena pevně stanovena nebo dohodnuta za pevně stanovený čas. Dá se to nazvat jako cena za pronájem.

## Vyhodnocovat – Statistiky

26

7

Stránky začali generovat zisk a jste spokojeni. Práce v tuto chvíli ale nekončí! Přichází další důležitá část která je u úspěšné webové stránky podmínkou.

### Vyhodnocování a statistiky

Mezi základní informace je určitě měření návštěvnosti webové stránky. U tohoto měření je důležité rozlišit počet navštívení stránky a počet zhlédnutí stránky.

Služeb na toto měření je dostatečné množství v různé kvalitě. Budu se tu zmiňovat o dvou variantách, které jsou zdarma. Z mého pohledu se jedná o nejpoužívanější služby u nás. Jedná se o službu Toplist a Google Analytics. Toplist je jednoduchý a dobrý, ale mnohdy nepostačuje a nenabízí dostatečné množství informací.

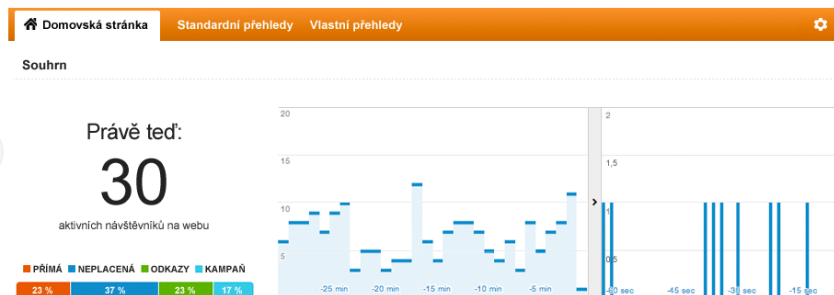
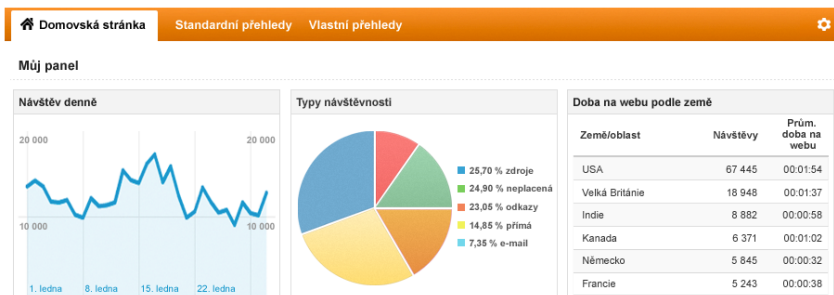
Při prodeji reklamy často musíte zdokumentovat jejich návštěvnost a Google Analytics patří k uznávané formě vyhodnocování na celém světě.

Služba **Toplist.cz** splňuje všechny základní a některé pokročilé funkce pro měření návštěvnosti. Patří mezi ně například rozlišení monitoru, požití webové prohlížeče a operační systémy. Také vyhodnotí, ze kterých stránek uživatelé přicházejí atd. Pokud chcete a myslíte to opravdu vážně, rozhodně doporučuji službu Google Analytics.

Základní statistiky		Rozšířené statistiky	
Návštěvy za den:	<input checked="" type="checkbox"/>	Prohlížeče:	<input checked="" type="checkbox"/>
Návštěvy za měsíc:	<input checked="" type="checkbox"/>	Operační systémy:	<input checked="" type="checkbox"/>
Návštěvy za rok:	<input checked="" type="checkbox"/>	Vstupní stránky:	<input type="checkbox"/>
Zhlédnutí za rok:	<input checked="" type="checkbox"/>	Odkud přišli:	<input checked="" type="checkbox"/>
Výpis návštěv podle adres:	<input checked="" type="checkbox"/>	Rozlišení monitoru:	<input checked="" type="checkbox"/>
Domény:	<input checked="" type="checkbox"/>	Barevná hloubka:	<input checked="" type="checkbox"/>
Časový výpis návštěv:	<input checked="" type="checkbox"/>	Země:	<input checked="" type="checkbox"/>
Datum: Dnes 06.01.2014 <input type="text"/>			
<input type="button" value="Zobrazit"/>			

*náhled možností ve službě toplist.cz*

**Google Analytics** <http://www.google.cz/intl/cs/analytics/>



*Náhled na domovskou stránku po přihlášení do Google Analytics*

## Google Analytics zjistí velice cenné informace, které můžete opět proměnit ve větší úspěšnost webové stránky.

Google Analytics nejen že měří parametry jako Toplist, ale umí toho daleko více. Získáte přehled o všem co se na stránkách děje. Na základě těchto statistik můžete spolehlivě analyzovat a popřípadě upravovat tak aby webová stránka splňoval přesně to, co od ní čekáte.

V administraci této platformy máte spoustu informací přehledně utříděných do záložek. Tyto informace můžete snadno personalizovat a nechat si zobrazit pouze informace které požadujete.

Využijte tento analytický nástroj i na zjišťování míry opuštění! Co je to míra opuštění a proč sní pracovat. Je to jednoduché. Jakmile návštěvník vstoupí na vaši webovou stránku, a nenalezne požadované informace, okamžitě z webu odchází jinam (ke konkurenci). Nabídněte návštěvníkovi podobný obsah například dalším doporučením jiného článku a podobně. Jednoduše řečeno zamyslete se nad tím, kam návštěvník klikne po dočtení článku.

## 90% svého času věnujte budování kvalitního obsahu webové stránky!

Pokud budete věnovat více času všemu okolo, než samotné tvorbě obsahu, tak to radši nedělejte.



# webitech.cz

**Závěr:** Děkuji, že jste se dočetli až do konce a věřím, že tento stručný postup jak na vytvoření výdělečných webových stránek je pro vás přínosem, a že minimálně nějakou novou informaci přinesl.

Pokuste se držet výše zmiňovaných postupů a výsledky určitě přijdou. Pro někoho velké, pro někoho menší. V každém případě je to cesta, kterou můžete zvolit a nenechat se předčasně strhnout a některé kroky přeskočit. Nemůžeme taktéž garantovat, že zrovna ve vašem případě toto bude funkční. Snad ANO. Jedná se pouze o postup a vlastní zkušenost aplikovanou na reálném webu.

Také je potřeba zdůraznit to, že internet je velice dynamický a neustále prochází vývojem. To co platí teď, nemusí fungovat za rok.

Rousek Lukáš