



Checklista: dobra strona firmowa

20 punktów, które warto sprawdzić na swojej stronie. Odhacz to, co już masz. Każdy pusty kwadrat to konkretna rzecz do poprawy.

1. Otwórz swoją stronę na komputerze i na telefonie 2. Przejdź punkt po punkcie 3. Policz pola bez ✓

1 Cel i oferta

- ☐ **W 5 sekund wiadomo, czym się zajmujesz i dla kogo.**
Nagłówek na górze strony mówi to prostymi słowami, bez haseł typu „kompleksowe rozwiązania”.
- ☐ **Oferta jest opisana konkretnie.**
Lista usług lub produktów, najlepiej z cenami „od” albo informacją, od czego zależy cena.
- ☐ **Na każdej podstronie jest jeden główny przycisk działania.**
Np. „Zadzwoń”, „Poproś o wycenę”, „Zarezerwuj termin” – widoczny bez przewijania.

2 Treści

- ☐ **Teksty mówią o korzyściach dla klienta, nie tylko o firmie.**
Mniej „jesteśmy liderem”, więcej „przyjedziemy w 24 godziny”.
- ☐ **Masz prawdziwe zdjęcia: siebie, zespołu, realizacji lub miejsca.**
Zdjęcia ze stocków są w porządku jako uzupełnienie, ale nie budują zaufania.
- ☐ **Są dowody zaufania, które da się sprawdzić.**
Prawdziwe opinie klientów (za ich zgodą), realizacje, certyfikaty. Nigdy wymyślone.

3 Wygląd i telefon

- ☐ **Strona wygodnie działa na telefonie.**
Tekst czyta się bez powiększania, przyciski łatwo trafić palcem, nic nie „wyjeżdża” w bok.
- ☐ **Wygląd jest spójny z firmą.**
Logo, kolory i czcionki takie same na stronie, wizytówkach i w social mediach.
- ☐ **Tekst ma dobry kontrast i rozmiar.**
Ciemny tekst na jasnym tle (lub odwrotnie), co najmniej 16 px na telefonie.

4 Szybkość

- ☐ **Strona ładuje się na telefonie w mniej niż 3 sekundy.**
Sprawdzisz to bezpłatnie w Google PageSpeed Insights (pagespeed.web.dev).
- ☐ **Zdjęcia są zmniejszone i w nowoczesnym formacie.**
Np. WebP zamiast ciężkich plików prosto z aparatu.

5 SEO lokalne i Google

- ☐ **Każda podstrona ma własny tytuł i opis dla Google.**
Z nazwą usługi i miastem, np. „Serwis klimatyzacji Poznań”.
- ☐ **Masz uzupełniony Profil Firmy w Google.**
Ta sama nazwa, adres i telefon co na stronie, aktualne godziny otwarcia i zdjęcia.
- ☐ **Strona ma certyfikat SSL (adres zaczyna się od https://).**
Bez niego przeglądarka ostrzega odwiedzających, że strona jest „niezabezpieczona”.

6 Kontakt i formularze

- ☐ **Telefon i e-mail są widoczne i klikalne.**
Na telefonie jedno dotknięcie numeru uruchamia połączenie.
- ☐ **Formularz jest krótki i działa.**
Wyślij testową wiadomość i sprawdź, czy dotarła (także do folderu spam).
- ☐ **Po wysłaniu formularza klient wie, co dalej.**
Np. „Odpowiemy w ciągu 24 godzin” zamiast samego „Wysłano”.

7 RODO i cookies

- ☐ **Masz aktualną politykę prywatności i dane administratora.**
Link w stopce i przy każdym formularzu.
- ☐ **Baner cookies pozwala odmówić tak samo łatwo, jak się zgodzić.**
Narzędzia analityczne i reklamowe uruchamiają się dopiero po zgodzie.

8 Po publikacji

- ☐ **Ktoś regularnie aktualizuje stronę i robi kopie zapasowe.**
Nieaktualne ceny, godziny czy promocje sprzed roku odstrasza klientów.
- ☐ **Mierzysz, skąd przychodzą zapytania.**
Np. Google Analytics i Google Search Console – wiesz, co działa, a co nie.

Ile pól zostało pustych?

0–3

Świetnie. Wystarczą drobne poprawki.

4–8

Strona traci część klientów. Warto ją odświeżyć.

9+

Czas na nową stronę, która pracuje dla Ciebie.

Wyślij link do swojej strony albo opisz firmę, a w ciągu 24 godzin dostaniesz bezpłatną wycenę ze stałą ceną i terminem na piśmie.

Bezpłatna wycena: projektujemydlafirm.pl