

ОГЛАВЛЕНИЕ

Над книгой работали	8
Предисловие. Для кого эта книга и какая от нее польза	10
ДЕЛО ТЕХНИКИ	14
Глава 1. Техзадание: последний раз себя спрашиваю!	15
Для чего нужно техническое задание	15
Последовательность действий	17
Что должно входить в техническое задание	20
Как оно выглядит	21
Полезно знать	23
Глава 2. Создание прототипа: анатомия сайта	24
Что такое прототип	24
Кому нужны прототипы	24
Какую пользу приносит прототип	25
Разновидности прототипов	26
Тестирование прототипов	28
Кто должен создавать прототипы	29
Как делать прототипы	29
Инструменты для создания прототипов	32
Полезно знать	34
Глава 3. Работа с фрилансерами: freelance, freelove	35
Какие бывают фрилансеры	35
Когда обращаться к фрилансеру	36
Фрилансер мечты	37
Как искать и выбирать фрилансера	39
Критерии доверия к фрилансеру и тревожные звоночки	42
Как вести себя с фрилансером	44
Полезно знать	47
Глава 4. Работа с веб-студиями: понукая трамвай	48
Достоинства работы с веб-студией	48
Недостатки работы с веб-студией	50
Как подступиться к работе с веб-студией	51
Как выбрать веб-студию	54
Как договариваться с веб-студией	57
Полезно знать	59
Глава 5. Выбор CMS: почти готовое платье	60
Что представляет собой CMS	60
Всегда ли нужна CMS?	61

Типы CMS.....	62
Что стоит учесть при выборе CMS	69
Полезно знать	70
Глава 6. Конструкторы: время собирать сайты	71
Функциональность конструкторов сайтов	72
Риски и возможности в работе с конструкторами.....	74
Полезно знать	76
Глава 7. Домен и хостинг: паспорт, жилье, прописка	77
Что такое «хороший домен».....	77
Откуда брать доменные имена	80
Советы по регистрации доменного имени.....	83
Каким бывает хостинг	84
Каждому — хостинг по потребностям.....	86
Советы по выбору хостинга	87
Полезно знать	89
Глава 8. SEO-friendly: дай себя найти	90
Семантика.....	91
Структура и навигация	92
Технические аспекты.....	95
Контент	96
Полезно знать	98
ФОРМА И СОДЕРЖАНИЕ	99
Глава 9. Дизайн сайта: рационализм в каждом «вау!»	100
Как заказывать дизайн	104
Где искать дизайнера	106
Сколько стоит веб-дизайн.....	107
Как привить себе чувство вкуса.....	107
Полезно знать	108
Глава 10. Редизайн: эволюция видов	109
Что включает в себя редизайн.....	109
Разумные поводы для редизайна	110
Что нужно учитывать при редизайне.....	111
Полезно знать	119
Глава 11. Верстка и типографика: дьявол в деталях	120
Верстка.....	120
Типографика	126
Полезно знать	131
Глава 12. Фирменный стиль: умная одежда	133
Зачем нужен фирменный стиль и каким он должен быть	133
Как заказывать фирменный стиль	137
Полезно знать	140

Глава 13. Контент, часть I: тексты прямого наведения	141
Типы текстового контента	141
Общие требования к тексту	143
Правила написания продающих текстов	144
Откуда брать тексты	149
Борьба за уникальность	152
Полезно знать	154
Глава 14. Контент, часть II: графика, фотографии	155
Какие рисунки и фотографии использовать на сайте	155
Откуда брать фотографии	157
Иконки	160
Фавикон	165
Инфографика	166
Полезно знать	168
Глава 15. Виджеты: иностранцы у вас на службе	170
Когда от виджетов есть польза	170
Карты	171
Обратный звонок и звонок с сайта	172
Обратная связь	173
Видео	174
Кнопки социальных сетей	175
Чат, онлайн-консультант	175
Рейтинги, голосования и рекомендации	176
Системы комментариев	177
Капча	177
Отзывы извне	178
Полезно знать	178
Глава 16. Юзабилити и конверсия: заставляем сайт работать	180
Важные принципы и приемы юзабилити	180
Конверсия — мать достатка	186
Как анализировать юзабилити и конверсию	188
Полезно знать	192
Глава 17. Веб-аналитика: иди и смотри, смотри и иди	194
Какая веб-аналитика вам нужна	194
Google Analytics	195
«Яндекс.Метрика»	198
LiveInternet	199
Что нужно учитывать при работе с веб-аналитикой	200
Полезно знать	202
Глава 18. Продающие триггеры: испытание чувств	203
Простейшие триггеры	204
Более сложные триггеры и их «питательная среда»	206

Как делать триггеры	213
Два «триггерных комбо»	214
Полезно знать	215
РИСКИ И ВОЗМОЖНОСТИ	216
Глава 19. Уязвимости на сайте: семь раз отмерь, семь раз зашей	217
Слабые места сайтов и как ими пользуются злоумышленники	218
Как обезопасить сайт	221
Полезно знать	224
Глава 20. Высокие нагрузки и защита от DDoS-атак: стелем солому и роём окопы	226
Какая нагрузка считается высокой	226
Как управляться с высокими нагрузками	228
Откуда черпать информацию о высоких нагрузках	231
Кто, зачем и на кого совершает DoS- и DDoS-атаки	231
Какими бывают DDoS-атаки и что с ними делать	232
Что делать, если атака началась	236
Полезно знать	237
Глава 21. Мобильные версии и приложения: маленький экран большого бизнеса	239
Мобильный Интернет: кому и зачем	240
Мобильная версия сайта	241
Что еще нужно учесть при создании мобильной версии	244
В каких случаях полезно приложение	246
Полезно знать	250
Глава 22. Сайт и ваши бизнес-процессы: по дороге с «облаками»	252
CRM	252
Работа с документами	256
Онлайн-хранилища данных	258
Товарный и складской учет	258
Бухгалтерия	259
Системы управления проектами и задачами	259
Социальный интранет	260
Полезно знать	262
ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА	263
Глава 23. Интеграция сайта с соцсетями: дисциплина и социализация	264
Какие базовые приемы входят в SMO	265
Что еще нужно учесть при SMO	270
Полезно знать	273
Глава 24. Маркетинг и источники трафика: гоним волну, ловим ветер	274
Контекстная реклама	275
Таргетированная реклама	277

Тизерная реклама	278
Партнерский маркетинг	279
Сарафанный маркетинг	279
Другие виды продвижения	280
Полезно знать	281
Глава 25. Ссылочное продвижение: масса с изюмом	283
Ссылочная масса и для чего нужно ее растить	283
Связь «донор—акцептор»	284
Чем опасен «ссылочный взрыв»	285
Способы получения внешних ссылок	286
SeoPult: продвижение никогда не было проще	289
Полезно знать	292
ЧТО ДАЛЬШЕ?	293
Глава 26. Куда двигаться дальше: учение, самообучение, практика ...	294
Дороги, которые мы выбираем	294
Полезно знать	300