

Wiarygodność i zaufanie online



O Kursie

W czasach **zanieczyszczenia informacyjnego i fake newsów** niezwykle ważne jest stworzenie wiarygodnego wizerunku w sieci, **aby firma nie straciła użytkowników przez niezamierzone wysłanie niewłaściwych sygnałów**. Ten kurs stanowi wprowadzenie do wiarygodności w sieci i zawiera **wiele praktycznych, aktualnych przykładów**.

Ten kurs pomoże Ci znaleźć odpowiedzi na następujące pytania:

- Jakie są oznaki **wiarygodnego, godnego zaufania wyglądu firmy w sieci**?
- W jaki sposób możesz **aktywnie budować wiarygodną, godną zaufania obecność** swojej firmy w Internecie?

W tym kursie masz szansę **przemyśleć i dopracować metody i strategię swojej firmy w zakresie budowania wiarygodności i zaufania w sieci**.

Autor kursu:

Kurs ten powstał w ramach projektu [DigiCulTS](#), został stworzony przez [Isabell Grundschober](#), badaczki i twórcy treści w [Danube University Krems](#). Kurs został dostosowany do polskich potrzeb przez [Danmar Computers](#). Projekt jest współfinansowany przez program Erasmus Plus Unii Europejskiej.

Zacznijmy od pierwszego rozdziału tego kursu:

- ☰ 1) Nadmiar informacji i fałszywe wiadomości
- ☰ 2) Zaufanie i wiarygodność online
- ☰ 3) Budowanie wiarygodności online: Przejrzystość
- ☰ 4) Zdobądź wiarygodność w sieci: Projekt i treść

1) Nadmiar informacji i fałszywe wiadomości



Dzielenie się informacjami z ogromną ilością ludzi nigdy nie było szybsze i łatwiejsze, ale są też negatywne skutki uboczne: "Wraz z rozwojem współczesnych technologii społecznych jesteśmy świadkami nowego zjawiska: *nadmiaru informacji na skalę globalną.*" ([Council of Europe, 2017](#))

W konsekwencji, **fake newsy** stały się popularnym zjawiskiem w ciągu ostatniej dekady. Użytkownikom trudno jest ocenić, czy dane źródło w sieci jest wiarygodne, czy nie:

"W obliczu przytłaczającej ilości informacji, opinia publiczna staje przed **prawie niemożliwym zadaniem określenia, co jest prawdziwe, a co nie.** "

([UNDP, 2020](#))

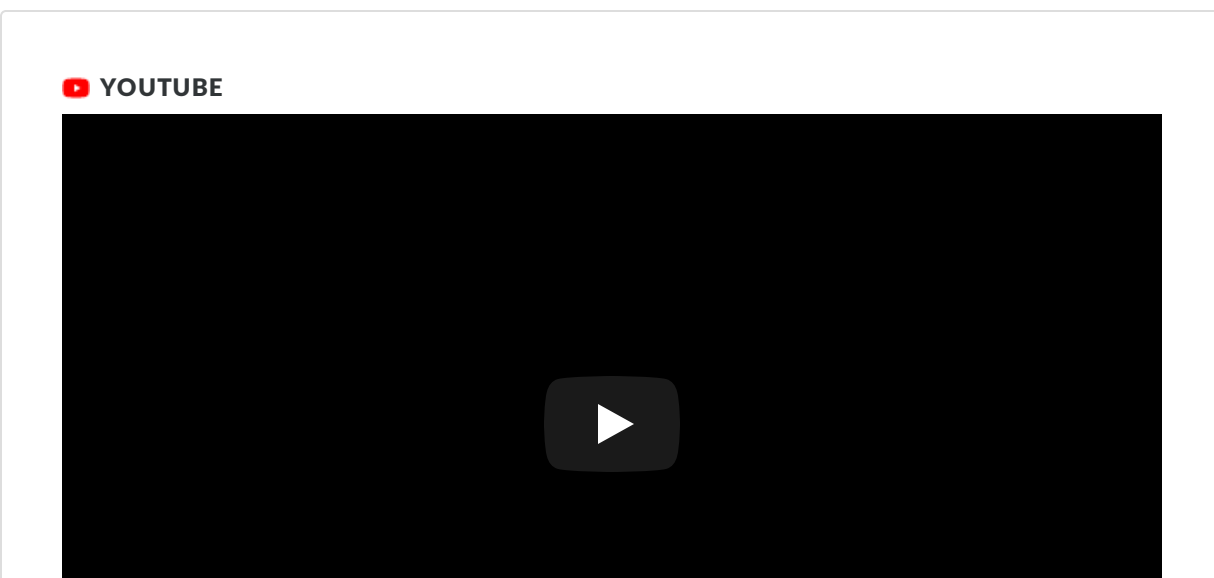
Czym jest nadmiar informacji?

Nadmiar informacji, z jednej strony oznacza, że w **światowej sieci jest bardzo dużo informacji**. Z drugiej strony, oznacza, że niektórzy użytkownicy **celowo lub nieumyślnie dzielą się fałszywymi, szkodliwymi informacjami**.

Jakie są rodzaje fake newsów?

Każdy może zamieścić w Internecie **dowolną informację**, a w sieci jest ich bardzo dużo. Wśród nich są również fake newsy. "Fake news" nie ma stałej definicji i może oznaczać różne rodzaje fałszywych informacji.

Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej o nadmiarze informacji i rodzajach fake newsów, obejrzyj poniższy film:





CIVIX Explains: Information Pollution

When anyone can post anything online, the result is a lot of information. To understand the problem of false and misleading information, it helps to define a...

VIEW ON YOUTUBE >

Dopasuj rodzaje fake news do właściwych definicji:

☰ Dezinformacja

Informacja, która jest fałszywa i celowo stworzona, aby zaszkodzić osobie lub organizacji

☰ Mylna informacja

Informacje, które są fałszywe, ale nie zostały stworzone z zamiarem wyrządzenia szkody.

SUBMIT

Przy okazji, aktualnie mamy bardzo dobry przykład nadmiaru informacji, którego wszyscy jesteśmy świadkami: Nadmiar informacji podczas pandemii COVID-19 i jego negatywne konsekwencje. ([UNDP, 2020](#))

Opracowanie strategii komunikacji online w czasach nadmiaru informacji



W jaki sposób, wśród natłoku informacji, możesz upewnić się, że **obecność Twojej firmy** w Internecie wzbudza w przyszłych klientach **poczucie zaufania i wiarygodności**?

To niełatwe zadanie, ale kluczowe dla sukcesu komunikacji online i strategii marketingowej Twojej firmy, aby zbudować zaufanie do marki. A zaufanie do marki jest niezbędne, aby **dokonywać sprzedaży**. **Wysokie zaufanie i wiarygodność Twojej firmy sprawiają, że:**

- Klienci częściej robią zakupy w Twojej firmie (71%)
- Klienci rekomendują znajomym Twoją firmę (61%)
- Klienci przystępują do programu lojalnościowego (41%)
- Klienci wystawiają pozytywne recenzje lub komentarze w mediach społecznościowych (40%)

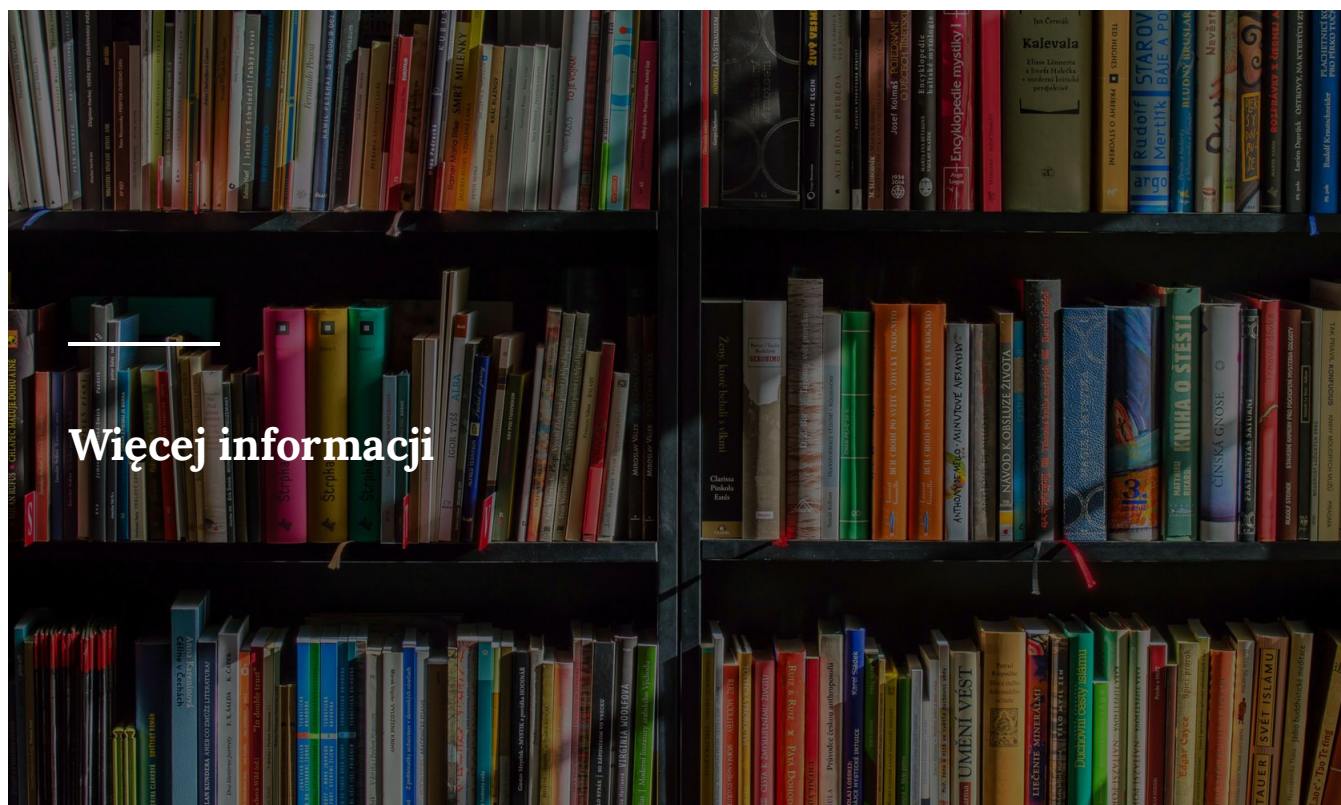
(Zobacz również [Adobe, 2021](#))

Co się stanie, jeśli nie uda Ci się zdobyć zaufania i wiarygodności?

Badania przeprowadzone w Wielkiej Brytanii wykazały, że firmy są narażone na utratę dużej części swoich klientów, jeśli nie będą traktować zaufania priorytetowo: **71% brytyjskich konsumentów twierdzi, że przestanie kupować od firmy, jeśli jej zaufanie zostanie naruszone.** ([Adobe, 2021](#))

Aby uniknąć sytuacji, w której klient odchodzi i zabiera ze sobą swoje pieniądze oraz aby wykorzystać wszystkie zalety zaufania i wiarygodności online w relacjach z klientem, **w tym kursie postaramy się odpowiedzieć na następujące pytanie:**

“Jak budować wiarygodność i zaufanie społeczne w sieci?”



Nieporządek informacyjny i wolność słowa

Na stronie Rady Europy można dowiedzieć się więcej o zaburzeniach przepływu informacji w sieci.

CZYTAJ

Reagowanie na nadmiar informacji COVID-19

Nota przewodnia UNDP zawiera spostrzeżenia na temat nadmiaru informacji podczas Covid19 , w tym sugestie dotyczące sposobów podejmowania działań.

CZYTAJ

Badanie "Przyszłość marketingu" przeprowadzone przez Adobe

Dowiedz się więcej o najnowszych wynikach badań dotyczących zaufania konsumentów i handlu detalicznego przeprowadzonych przez firmę Adobe.

CZYTAJ



Jakie wnioski wyciągnąłeś z tego rozdziału?

Wnioski

W pierwszym rozdziale dowiedzieliśmy się co to jest "**nadmiar informacji**". Sprawia on, że użytkownicy muszą **oceniać wiarygodność informacji cyfrowych**. Rozwijanie wiarygodnej obecności w Internecie jest absolutnie **konieczne dla małych i średnich przedsiębiorstw**, aby wspierać rozwój relacji z klientami.

Teraz, kiedy już wyjaśniliśmy obecny kontekst **nadmiaru informacji oraz wyzwania związane z budowaniem zaufania i wiarygodności w sieci**, przyjrzymy się bliżej temu, czym właściwie jest **wiarygodność w sieci** i jak możemy **wspierać jej rozwój**.

[Dowiedz się więcej](#)

2) Zaufanie i wiarygodność online



Pokaż klientom
że można Ci zaufać

W sieci wiele rzeczy dzieje się dość szybko. Użytkownicy już na pierwszy rzut oka oceniają **atrakcyjność wizualną** Twojej strony firmowej. Zajmuje to tylko **50 milisekund**. ([Lindgaard, Fernandes, Dudek & Brown, 2011](#))

Ocena wiarygodności strony internetowej zajmuje zazwyczaj trochę więcej czasu, ale nie powinniśmy lekceważyć siły pierwszego wrażenia w sieci. W internetowym świecie nadmiaru informacji, istnieje kilka **znak wiarygodności**, które można wykryć dość szybko, ale potrzeba czasu, aby zbudować zaufanie do firmy i jej usług i/lub produktów online.

Wiarygodność jest jak szacunek: trzeba na nią zapracować

Musisz **konsekwentnie** pokazywać swoim klientom, że można Ci zaufać i że mogą oni polegać na **jakości Twoich informacji, produktów i/lub usług**. Może to wymagać wiele czasu i wysiłku:

"Potrzeba czasu, aby zbudować fundamenty zaufania i konsekwencji, aby przekształcić je w solidną reputację opartą na wiarygodności."

([Gregory, 2019](#))

To wszystko jest tego warte: **Zaufanie i wiarygodność są kluczowe**, gdy chcesz budować relacje z klientami, stanowiącą **podstawę sprzedaży**.



Oznaki wiarygodności,
obecność online

Czy chcesz pokazać swoim klientom, że można Ci zaufać?

Czy chcesz zbudować godną zaufania obecność w Internecie dla swojego MŚP?

Jeśli Twoja odpowiedź brzmi **TAK**, sugerujemy zastosowanie się do [dziesięciu wytycznych dotyczących wiarygodności stron internetowych](#), opracowanych przez Uniwersytet Stanforda. Wytyczne te zawierają wskazówki, jak **budować obecność w sieci, której użytkownicy bezgranicznie ufają**. Stanford Persuasive Technology [opublikował te wytyczne](#) w 2002 roku i od tego czasu są one wciąż aktualne.

10 wskazówek dotyczących wiarygodności w sieci

1) Ułatwiasz weryfikację poprawności informacji na swojej stronie. —

Możesz budować wiarygodność strony internetowej poprzez dostarczanie źródeł do osób trzecich (cytaty, referencje, materiały źródłowe) dla informacji, które prezentujesz, zwłaszcza jeśli zamieścisz odnośniki do tych dowodów. Nawet jeśli ludzie nie będą podążać za tymi linkami, pokażesz, że materiał jest wiarygodny.

2) Pokaż, że za Twoją stroną stoi prawdziwa organizacja. —

Pokazując, że Twoja strona jest dla legalnej organizacji zwiększysz wiarygodność witryny. Najprostszym sposobem, aby to zrobić, jest podanie fizycznego adresu. Inne funkcje mogą również pomóc, takie jak umieszczenie zdjęcia swoich biur lub wykazanie członkostwa w izbie handlowej.

3) Podkreśl specjalistyczną wiedzę w swojej organizacji. —

Czy masz w swoim zespole ekspertów? Czy Twoi współpracownicy lub dostawcy usług są autorytetami? Pamiętaj, aby podać ich referencje. Czy jesteś powiązany z szanowaną organizacją? Wyraź to. I odwrotnie, nie umieszczaj linków do stron zewnętrznych, które nie są wiarygodne. Twoja strona staje się mniej wiarygodna przez skojarzenia.

4) Pokaż, że za Twoją stroną stoją uczciwi i godni zaufania ludzie. —

Pierwszą częścią tej wskazówki jest pokazanie, że za stroną i w organizacji stoją prawdziwi ludzie. Następnie znajdź sposób, aby przekazać ich wiarygodność za pomocą obrazów lub tekstu. Na przykład, niektóre strony zamieszczają biografie pracowników, które opowiadają o rodzinie lub hobby.

5) Ułatwiał kontakt z Tobą. —

6) Zaprojektuj swoją stronę tak, aby wyglądała profesjonalnie. —

Zauważyliśmy, że ludzie szybko oceniają witrynę na podstawie samego projektu wizualnego. Projektując witrynę, zwróć uwagę na układ, typografię, obrazy, kwestie spójności i inne. Oczywiście nie wszystkie serwisy zyskują wiarygodność dzięki temu, że wyglądają jak IBM.com. Projekt wizualny powinien być zgodny z przeznaczeniem witryny.

7) Spraw, aby Twoja strona była łatwa w użyciu i użyteczna. —

Nasze badania pokazują, że witryny zdobywają punkty wiarygodności, będąc zarówno łatwe w użyciu, jak i użyteczne. Niektórzy operatorzy stron zapominają o użytkownikach, kiedy zaspokajają ego własnej firmy lub próbują pokazać, jak olśniewające rzeczy mogą zrobić z technologią internetową.

8) Często aktualizuj i przeglądaj zawartość swojej strony. —

Ludzie przypisują większą wiarygodność stronom, które pokazują, że zostały niedawno zaktualizowane lub przejrane.

9) Zachowaj powściągliwość w przypadku wszelkich treści promocyjnych. —

Jeśli to możliwe, unikaj reklam na swojej stronie. Jeśli musisz mieć reklamy, wyraźnie odróżnij treści sponsorowane od własnych. Unikaj reklam typu pop-up, chyba że nie masz nic przeciwko irytowaniu użytkowników i utracie wiarygodności. Jeśli chodzi o styl pisania, staraj się być jasny, bezpośredni i szczerzy.

10) Unikaj błędów wszelkiego rodzaju, bez względu na to, jak małe się wydają. —

Błędy typograficzne i nie działające linki szkodzą wiarygodności strony bardziej niż większość ludzi sobie wyobraża. Ważne jest również, aby utrzymać witrynę w dobrym stanie.

Ta lista pozwoli Ci na **pierwsze spostrzeżenia**. W kolejnych rozdziałach przeanalizujemy szczegółowo wymienione wytyczne.



Podziel się swoim doświadczeniem z innymi

Stworzyliśmy **forum dyskusyjne online** za pomocą [Padlet](#), abyś mógł dzielić się swoimi przemyśleniami i doświadczeniami z innymi.

Jest to cyfrowa przestrzeń do burzy mózgów i dyskusji, gdzie możesz pisać posty, komentować lub polubić inne posty. **Z niecierpliwością czekamy na możliwość przedyskutowania z Tobą następujących tematów:**


- **Jakie są typowe znaki w sieci, że firma NIE JEST godna zaufania?** Jak możesz je rozpoznać jako klient? Jakie są Twoje osobiste doświadczenia?
- **Co sprawia, że obecność firmy w sieci jest wiarygodna dla Ciebie jako klienta?** Jakie są Twoje osobiste doświadczenia?

Dodaj swoje odpowiedzi na pytania na **naszym forum dyskusyjnym** online poniżej. Wystarczy, że klikniesz na przycisk ze znakiem "plus" w prawym dolnym rogu, aby dodać swój komentarz:

Having trouble viewing this page? Go to our diagnostics page to see what's wrong.


UNIVERSITÄT FÜR WEITERBILDUNG KREMS 6D

Share



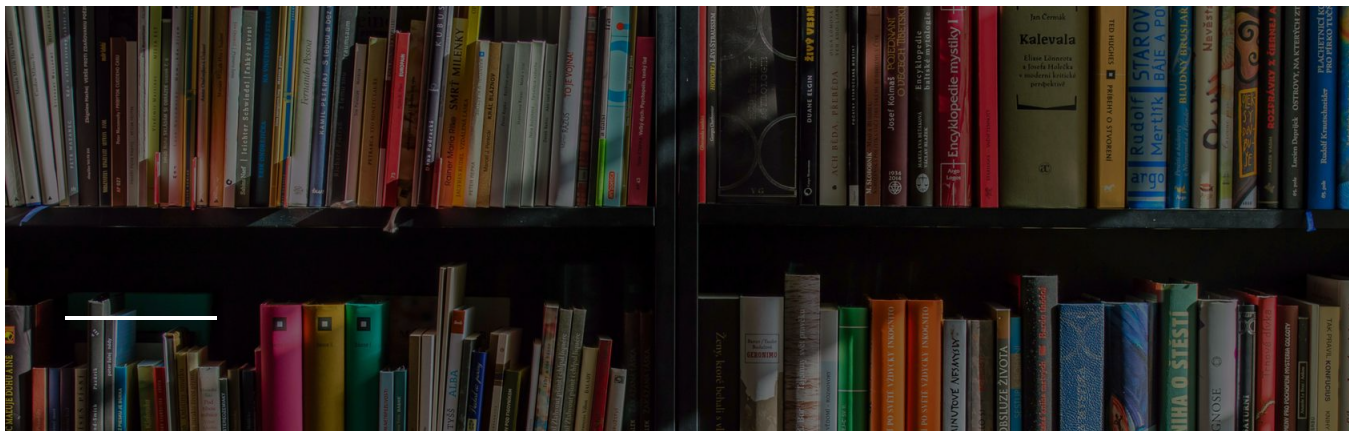
Online credibility of small and medium-sized companies

Share your experiences and opinions about online credibility from a customer perspective!

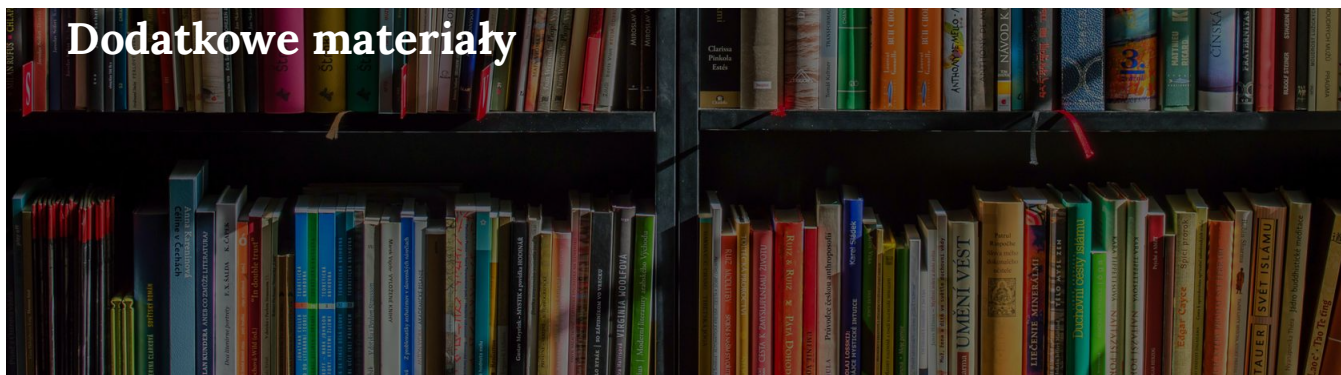


Możesz otworzyć Padlet w osobnej karcie przeglądarki [tutaj](#).

i **Nie korzystałeś jeszcze z Padleta?** Jest całkiem przyjazny i intuicyjny w obsłudze. Nie musisz się logować, aby z niego korzystać. Jeśli chciałbyś dowiedzieć się więcej o tym, jak go używać, oto krótki [tutorial na YouTube](#).



Dodatkowe materiały



"Wiarygodność: A Multidisciplinary Framework"

W artykule autorstwa Rieh & Danielson (2007) można dowiedzieć się więcej o badaniach nad wiarygodnością i zaufaniem prowadzonych przez **Uniwersytet Standforda**.

CZYTAJ

"Zaufanie konsumentów w Internecie: Trendy w badaniach"

Artykuł Baumann & Bachmann (2017) opisuje wyniki przeglądu literatury dotyczącej najnowszych badań na temat **zaufania konsumentów online**.

CZYTAJ



Jakie są Twoje wnioski z tego rozdziału?

Wnioski

W tym drugim rozdziale przyjrzeliliśmy się z bliska **oznakom wiarygodności w światowej sieci**.

Zapoznałeś się z wytycznymi **Standard University** dotyczącymi **wiarygodności w sieci i znasz podstawy wiarygodności w sieci**, aby zdobyć zaufanie klientów dzięki obecności Twojej firmy w Internecie.

Kolejne kroki, które należy podjąć.

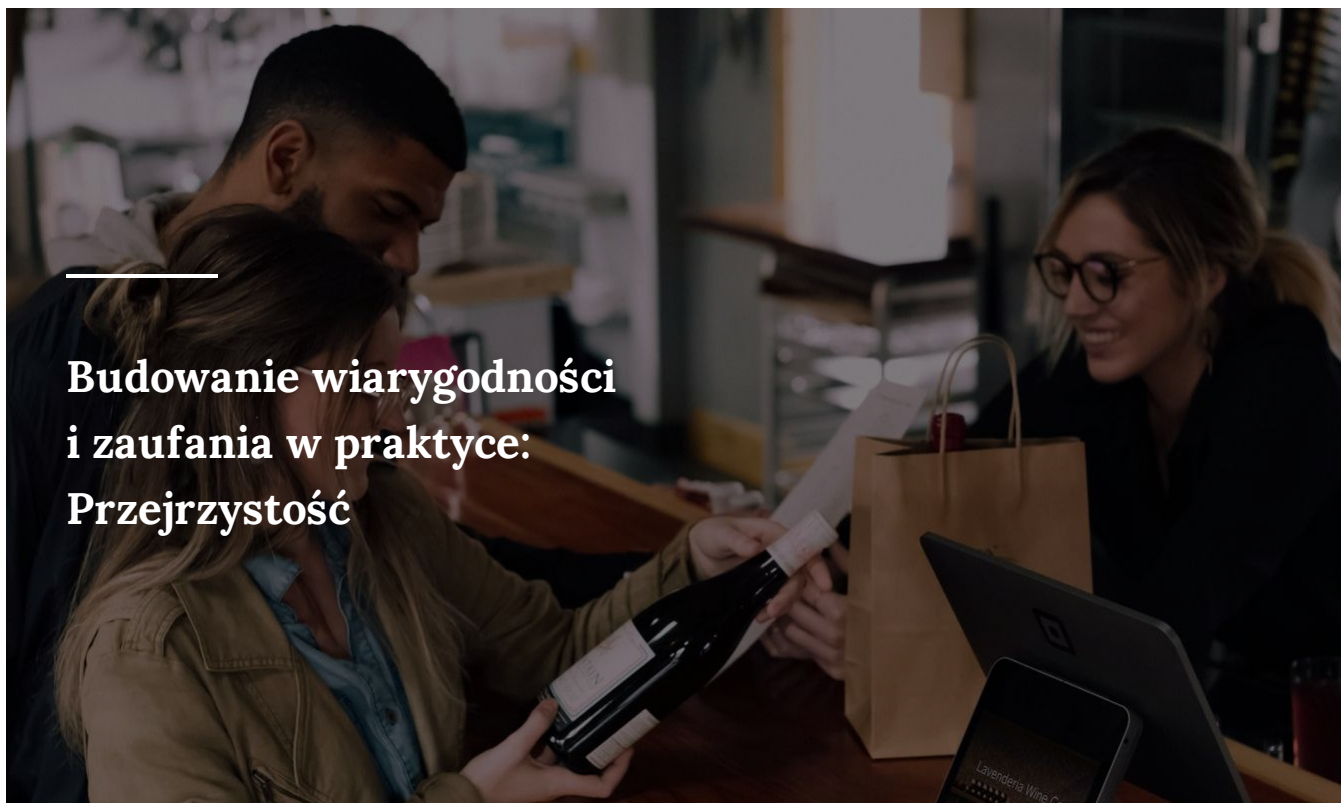
Te 10 wytycznych wydaje się całkiem logiczne, ale nadal istnieją następujące wyzwania:

- W jaki sposób małe i średnie przedsiębiorstwa mogą wdrożyć te wytyczne?
- Jak wdrożyć te wytyczne przy użyciu obecnej technologii i mediów?

W kolejnych rozdziałach podamy Ci **kilka praktycznych wskazówek**, jak wdrożyć te wytyczne w **codziennej działalności Twojej firmy**, aby wzmocnić relacje z klientami, wspierać innowacje i wyczuć potencjału (patrz rozdział 1), a także zwiększyć sprzedaż.

**Praktyczne wdrożenie wytycznych dotyczących wiarygodności
stron internetowych**

3) Budowanie wiarygodności online: Przejrzystość



Budowanie wiarygodności i zaufania w praktyce: Przejrzystość

Przyjrzymy się teraz bliżej praktycznemu zastosowaniu wytycznych Uniwersytetu Standforda dotyczących wiarygodności stron internetowych (nr 1-5), ze szczególnym naciskiem na aktualną technologię internetową i znaczenie dla Twojej firmy. W tym rozdziale udzielimy odpowiedzi na następujące pytania:

1. *W jaki sposób możesz zapewnić swoim klientom możliwość sprawdzenia dokładności informacji podanych w różnych witrynach internetowych Twojej firmy? (Wytyczna 1)*
2. *W jaki sposób klienci mogą zrozumieć, że za firmą stoi prawdziwy, kompetentny i godny zaufania zespół? (Wytyczna 2,3,4)*

3. Jak możesz ułatwić klientom kontakt i/lub interakcję z Tobą w sieci? (Wytyczna 5)

Ponadto przedstawiamy Państwu **dotatkowe wytyczne** dotyczące ochrony danych osobowych. Ochrona danych jest nie tylko koniecznością wynikającą z przepisów prawa, ale również oznaką szacunku i uznania dla Twoich użytkowników i klientów. Wspiera to naszą misję budowania zaufania i wiarygodności w sieci - poprzez wyraźne pokazanie, że szanujesz dane swoich użytkowników.

Wszystkie trzy pytania, w tym dodatkowa wytyczna, obracają się wokół **aspektu przejrzystości** jako narzędzia budowania wiarygodności.

1) Ułatwiał weryfikację dokładności informacji na swojej stronie.

Jak możesz zweryfikować prawdziwość informacji, które podajesz użytkownikom w sieci? Możesz wiele twierdzić o swoich produktach, usługach lub wartościach firmy, ale gdzie jest na to dowód?



Recenzje, oceny i referencje są potężnymi narzędziami do promowania zaufania do Twojej firmy, produktów i/lub usług.

Rekomendacje

Twoja mała lub średnia firma może skorzystać z usług **znanych stron trzecich** o dobrej reputacji, aby **zdobyć zaufanie** użytkowników online:

"Weryfikacja przez stronę trzecią [...] zapewnia "**dowód społeczny**", że jesteśmy nie tylko istotni, ale również jesteśmy ekspertami w naszej dziedzinie." ([Swift, 2017](#))

Nie tylko znane osoby trzecie, ale także **mniej znane osoby trzecie wspierają wiarygodność** Twojej firmy. Oto trzy praktyczne przykłady walidacji przez osoby trzecie dla małych i średnich przedsiębiorstw:

3 praktyczne przykłady walidacji przez stronę trzecią

- **Certyfikat SSL:** "Strona internetowa potrzebuje certyfikatu SSL, aby zapewnić bezpieczeństwo danych użytkowników, zweryfikować własność strony, uniemożliwić napastnikom stworzenie fałszywej wersji strony i zdobyć zaufanie użytkowników." ([Cloudflare](#))
- **Odnaka zaufania dla kontroli bezpieczeństwa i prywatności:** Mogą one zweryfikować, że Twoja witryna jest autentyczna i godna zaufania. Przykładem mogą być odznaki od **McAfee, VeriSign czy PayPal**. Warto zbadać, które pieczęcie i odznaki są najważniejsze dla Twoich odbiorców. Pieczęcie mają szczególne znaczenie w przypadku platform e-commerce lub platform członkowskich.
- **Recenzje i referencje:** Słowne opinie bardzo się liczą, również w sieci. Zachęcaj swoich klientów do pozostawiania recenzji produktów lub usług online i wyświetlaj je z dumą na swojej stronie internetowej i w mediach społecznościowych. Nie zapomnij skorzystać z systemu recenzji google i różnych systemów recenzji w mediach społecznościowych.





“Nalegaj na SSL przy zakładaniu swojej strony internetowej! Jest to nie tylko uważane za standard w dzisiejszych czasach i technicznie łatwe do wdrożenia, ale także algorytm Google nagradza strony z SSL wyższymi pozycjami w indeksie wyszukiwania”

- Sabine Melnicki, Austriacki konsultant internetowy w [WebAhoi](#)

2) Pokaż, że za Twoją stroną stoi prawdziwa organizacja

Niech Twoi klienci wiedzą, że jesteś legalną organizacją. Zamieść na swojej stronie internetowej następujące informacje:

- Adres firmy
- Numer telefonu
- Adres e-mail

Nawet jeśli Twoja firma zajmuje się tylko transakcjami online - tego rodzaju informacje pomagają Twoim klientom poczuć się **pewniej**, że za stroną internetową stoi **legalnie działająca firma**. Ludzie chcą wiedzieć, że mogą **skontaktować się z firmą** w przypadku jakichkolwiek problemów.

Ponadto, należy wziąć pod uwagę, że udostępnianie informacji o firmie na stronie internetowej jest **obowiązkowe z mocy prawa**, aby zapewnić przejrzystość dla klientów:



Nota prawna

Pisząc notę prawną na stronę internetową firmy należy wziąć pod uwagę różne prawa i przepisy:

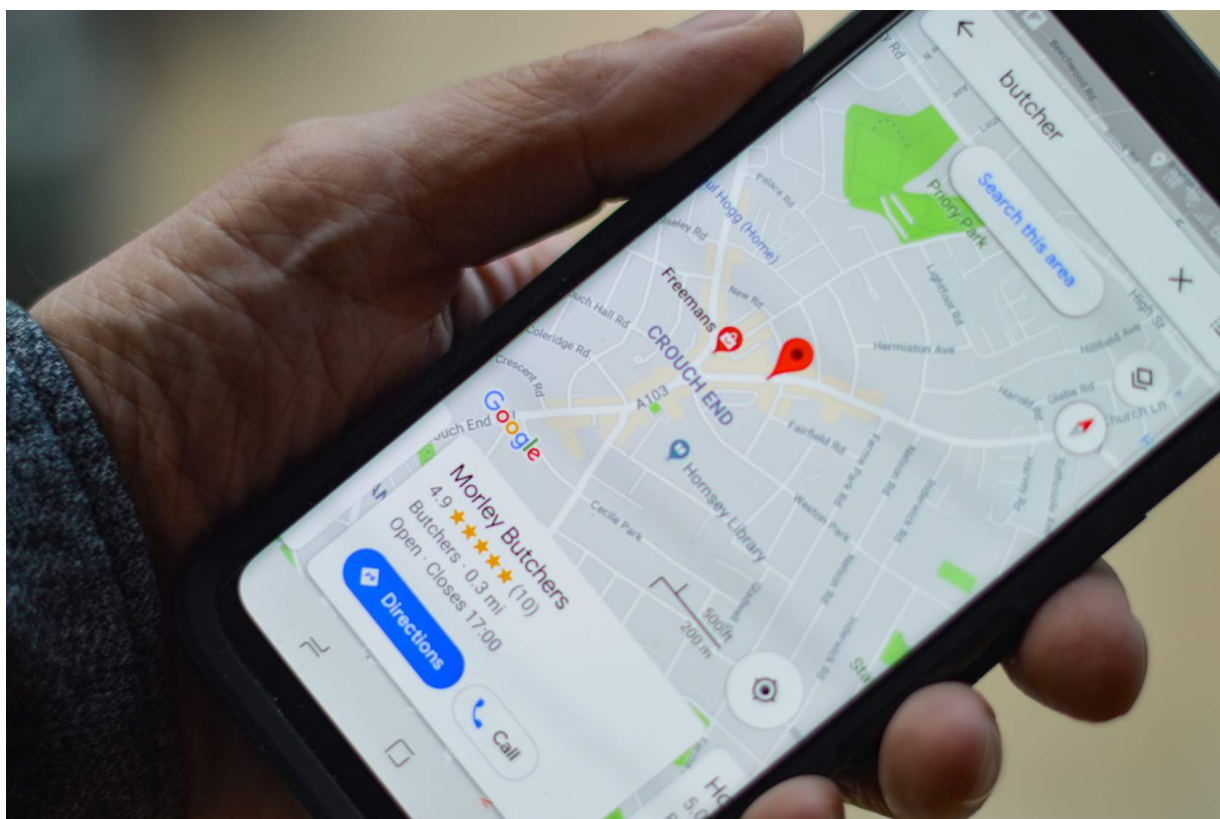
- Prawa i przepisy kraju, w którym działa Twoja firma
- W przypadku sprzedaży międzynarodowej: prawa i przepisy obowiązujące w krajach klientów

Wykorzystaj Google, aby odnieść sukces

Google poszukuje informacji, które pozwolą zweryfikować Twoją firmę jako legalną.

Sensowne jest sprawdzenie informacji o Twojej firmie dostępnych w Google i zarządzanie profilem biznesowym Google z aktualnymi informacjami o Twojej firmie. Wspiera to ranking Twojej strony w

wyszukiwarce i pomagają użytkownikom budować zaufanie do Twojej firmy.



Google dostarcza różnych informacji o przedsiębiorstwach: Lokalizacja, godziny pracy, strona internetowa, zdjęcia fizycznego sklepu produktów oraz recenzje. Nie przegap szansy na wykorzystanie Google do budowania swojej wiarygodności w sieci.

3) Podkreśl fachowość swojej organizacji oraz treści i usług, które dostarczasz.



Wyróżnij swój zespół i partnerów online i podziel się tym, w jaki sposób wnoszą oni do biznesu swoją wiedzę i kompetencje.

Niech ludzie wiedzą, że **masz w swoim zespole ekspertów** i że **współpracujesz z wysoce kompetentnymi partnerami**. Czy jesteś powiązany z szanowaną organizacją? Powiedz to jasno swoim użytkownikom.

W codziennej działalności małych i średnich przedsiębiorstw, **ta wytyczna jest w rzeczywistości ściśle powiązana z wytyczną 4:**

4) Pokaż, że za Twoją stroną stoją uczciwi i godni zaufania ludzie.

Pokaż swoim przyszłym klientom, że za stroną i Twoją firmą stoją prawdziwi ludzie. Wykorzystaj biografie pracowników i stosuj storytelling, aby uczynić swoich pracowników wiarygodnymi i wiarygodnymi. Strona **"poznaj zespół"** na Twojej stronie internetowej jest bardzo wartościowa i

potężna. Może służyć jako narzędzie do przekazywania wiedzy specjalistycznej członków zespołu, jak również jako spojrzenie "za kulisy".

5 cech udanej sekcji "Poznaj zespół" - strona ([Sukhraj, 2019](#))

- 1 Upewnij się, że członkowie Twojego zespołu są przedstawieni **w wiarygodny sposób**.
- 2 Pokaż, kim są ludzie w Twoim zespole i jaki wkład wnoszą do firmy. **Upewnij się, że klienci rozumieją kompetencje**, wiedzę i wartość pracowników dla firmy, jej produktów i/lub usług.
- 3 **Spraw, aby Twój zespół był dostępny** i udostępnij adresy e-mail lub profile w mediach społecznościowych, **aby otworzyć linie komunikacji z klientami, jak również z potencjalnymi klientami**.
- 4 Użyj **prawdziwych zdjęć zespołu**.
- 5 Stosuj **storytelling** - ale niech będzie on krótki i interesujący.

Przeczytaj poniższy wpis, **aby zaczerpnąć inspiracji z praktyki**, jak stworzyć sekcję "poznaj zespół" na firmowej stronie internetowej:

 **IMPACTPLUS**



Best Team Pages: Check Out These 11 Examples (& Why They Work)

Your mom? Dad? Pet corgis, Django and Diego? All of them are deserving, but when people are racing against the clock to wrap up their speeches, it always makes me happy to hear them thank the team behind the scenes.

READ MORE IMPACTPLUS >

5) Ułatwiał kontakt z Tobą.

Jak już wspomniano we wskazówce nr 2 "**Pokaż, że za Twoją stroną stoi prawdziwa organizacja**", bardzo ważne jest, **aby na stronie internetowej umieścić adres firmy, numer telefonu i adres e-mail**, aby (potencjalni) klienci mogli się z łatwością z Tobą skontaktować.

Ale jest jeszcze jeden sposób, jak przekonać klientów do kontaktu z Tobą:



Przyciski Call-to-action (CTA) są zazwyczaj bardzo przekonujące - wykorzystaj je do wspierania kontaktu i interakcji z klientami.

Przycisk Call-to-action (CTA)

"Tradycyjnie, skuteczne przyciski call-to-action są łatwe do zauważenia, co więcej, projektanci celowo tworzą je w taki sposób, aby klienci nie mogli się oprzeć kliknięciu." ([Design4Users](#))

Wykorzystaj CTA, aby **zaangażować swoich klientów do kontaktu z Tobą**, do **interakcji**, a w końcu do **dokonania zakupu!**



"CTA może być czymś więcej niż tylko możliwością kontaktu potencjalnych klientów z Twoją firmą. Mam dla Ciebie listę przykładów przycisków CTA



istotnych dla małych i średnich przedsiębiorstw. Zastanów się, co najlepiej sprawdzi się w Twojej firmie.”

- Sabine Melnicki, Austriacki konsultant internetowy w [WebAhoi](#)

Lista przydatnych przycisków CTA dla małych i średnich przedsiębiorstw

Zaznacz wszystkie przykłady przycisków CTA, które mogą być istotne dla Twojej firmy, aby wspierać interakcję z klientami online:

- Pobierz PDF
- Zapisz się do newslettera
- Zarejestruj się na wydarzenie
- Umów się na spotkanie
- Wypełnij formularz testowy
- Skonfiguruj swój własny produkt
- Zapytaj o wersję próbną
- Poproś o oddzwonienie
- Odwiedź sklep fizyczny
- Zamów produkt testowy
- Zarejestruj konto użytkownika



Zainstaluj aplikację



Porównaj produkty

Dowiedz się więcej o różnych rodzajach przycisków CTA

Ten wpis na blogu podaje kilka przykładów dobrych praktyk w zakresie CTA na stronach biznesowych.

CZYTAJ

Wskazówki dotyczące rozszerzeń: Pokaż, że chronisz dane swoich użytkowników

Niektóre rzeczy zmieniły się od 2003 roku, kiedy to opublikowano wytyczne Uniwersytetu Stanford. Dlatego uaktualniliśmy wytyczne dotyczące wiarygodności stron internetowych, używając aktualnych przykładów. **Jednej rzeczy wciąż brakuje:**

Ochrona danych naszych użytkowników i pokazanie im, że szanujemy ich prywatność, jest dziś ważnym czynnikiem wiarygodności w sieci. W UE obowiązują surowe przepisy dotyczące ochrony danych: **Ogólne Rozporządzenie o Ochronie Danych (RODO)**



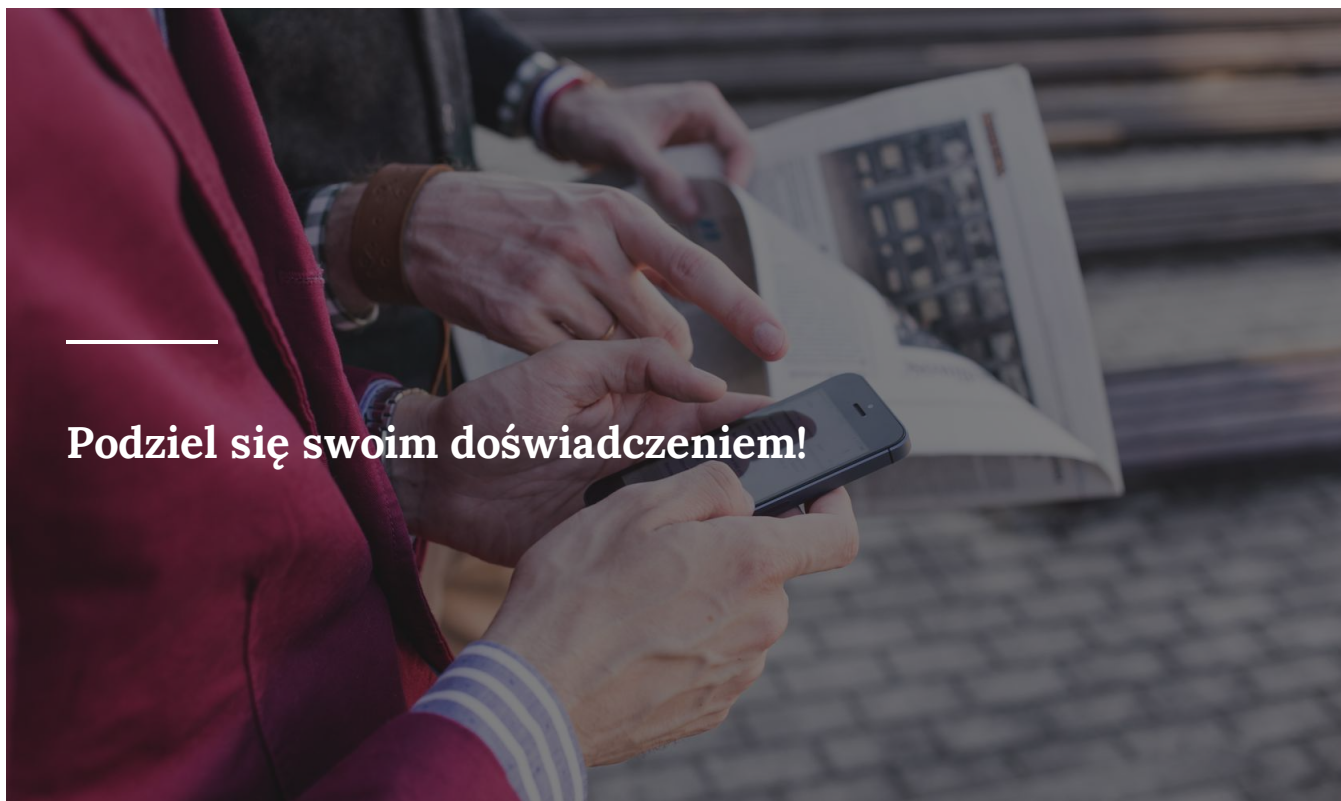
RODO - checklista

[Lista RODO](https://gdpr.eu) udostępniona na stronie gdpr.eu może pomóc w zabezpieczeniu organizacji, ochronie danych klientów i uniknięciu kosztownych kar za nieprzestrzeganie przepisów. Lista kontrolna RODO nie może zastąpić porady prawnej udzielonej przez wyspecjalizowanego prawnika zajmującego się RODO, ale może dać pojęcie o tym, jakie aspekty należy wziąć pod uwagę, jeśli chodzi o ochronę danych.

Strata zaufania

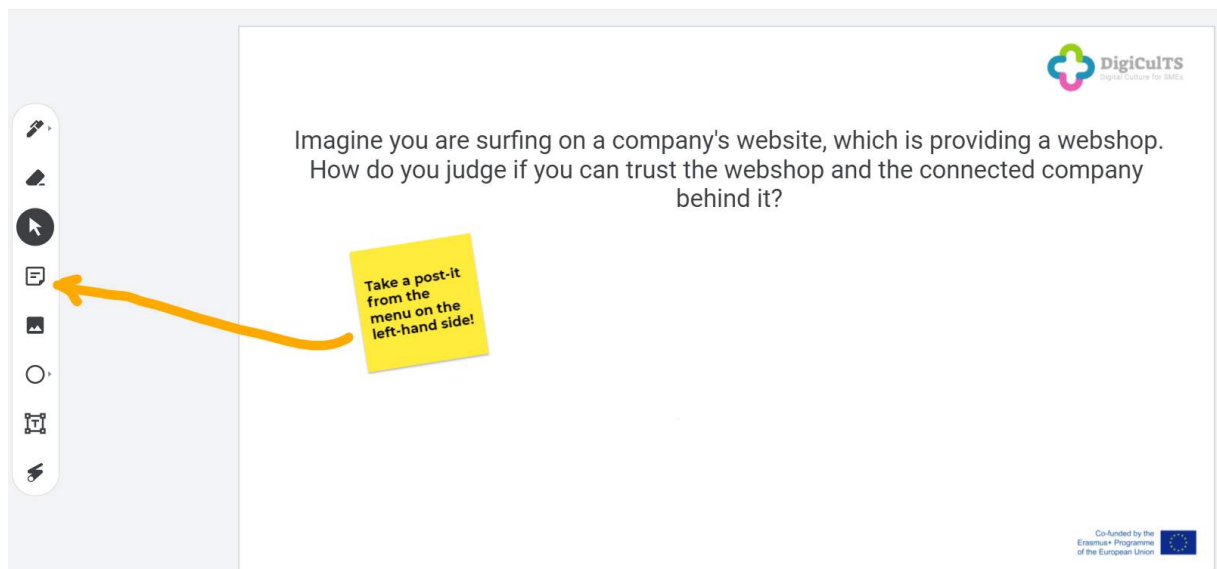
W ostatnim badaniu Adobe ([2021](#)), 49% konsumentów wskazało, że następujące zachowania są najbardziej prawdopodobne, aby stracić ich zaufanie: Firma śledzi mnie online/na moich urządzeniach mobilnych bez mojej zgody, wysłała e-maile/inne komunikaty, ale nie pamiętam, żebym podawał firmie swoje dane.

Dlatego upewnij się, że Twoja firma szanuje prywatność danych i przejrzystość danych!



Podziel się swoim doświadczeniem!

Stworzyliśmy forum online za pośrednictwem [Google Jamboard](#), gdzie możesz dzielić się swoimi przemyśleniami i doświadczeniami. Jest to **cyfrowa przestrzeń do burzy mózgów**, gdzie można dodawać swoje pomysły za pomocą **wirtualnych karteczek**.



Zróbmy burzę mózgów!

Weź [kartkę post-it](#) i podziel się swoimi doświadczeniami!

Wyobraź sobie, że surfujesz na stronie firmy, która udostępnia sklep internetowy. Jak oceniasz, czy możesz zaufać sklepowi internetowemu i powiązanej z nim firmie, która za nim stoi? Które wskaźniki wiarygodności są dla Ciebie najważniejsze?

Otwórz link [Jamboard](#), wybierz **post-it** z menu po lewej stronie i podziel się swoją odpowiedzią na pytanie.

i Nie korzystałeś wcześniej z Google Jamboard? Jest całkiem przyjazny dla użytkownika i intuicyjny. Nie musisz się logować, aby z niego korzystać. Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej o tym, jak z niego korzystać, oto krótki [tutorial na YouTube](#).



Jakie są Twoje wnioski z tego rozdziału?

Wnioski

Istnieją pewne podstawowe zasady, których należy przestrzegać podczas budowania wiarygodności w sieci, aby wzmocnić relacje z klientami.

Po tym rozdziale wiesz już, jakie działania należy podjąć, aby **promować przejrzystość na swojej stronie internetowej** lub **obecności w mediach społecznościowych**. Dotyczy to nie tylko podawania sprawdzonych i weryfikowalnych informacji o Twojej firmie, ale także jasnych informacji o ochronie danych Twoich użytkowników.

Dowiedziałeś się, że ważne jest, aby **podawać informacje kontaktowe o swojej firmie**. Wiesz o różnych sposobach, aby dać użytkownikom znać, że za firmą i jej obecnością w Internecie stoi **prawdziwy, kompetentny i godny zaufania zespół**.



Jakie są Twoje wnioski z tego rozdziału?

Wnioski

Istnieją pewne podstawowe zasady, których należy przestrzegać podczas budowania wiarygodności w sieci, aby wzmocnić relacje z klientami.

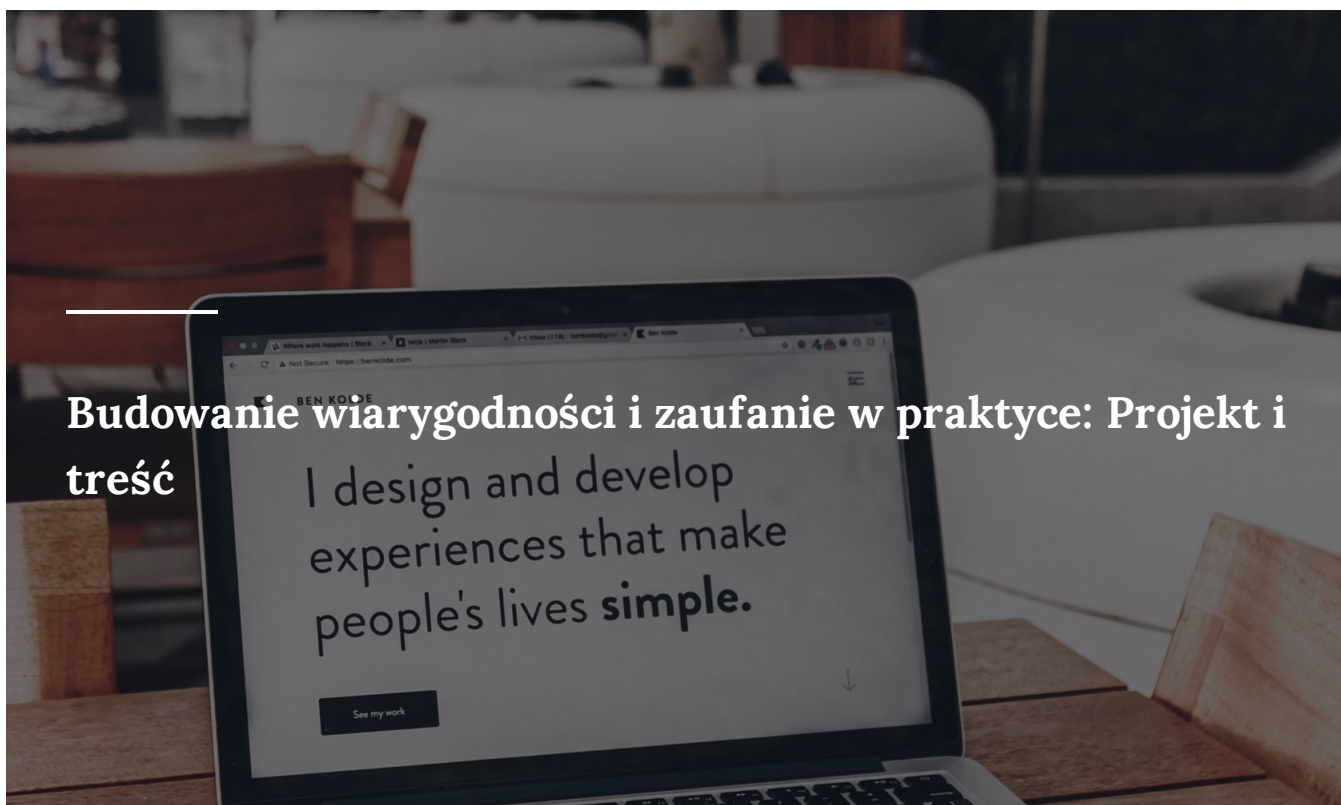
Po tym rozdziale wiesz już, jakie działania należy podjąć, aby **promować przejrzystość na swojej stronie internetowej** lub **obecności w mediach społecznościowych**. Dotyczy to nie tylko podawania sprawdzonych i weryfikowalnych informacji o Twojej firmie, ale także jasnych informacji o ochronie danych Twoich użytkowników.

Dowiedziałeś się, że ważne jest, aby **podawać informacje kontaktowe o swojej firmie**. Wiesz o różnych sposobach, aby dać użytkownikom znać, że za firmą i jej obecnością w Internecie stoi **prawdziwy, kompetentny i godny zaufania zespół**.

Internet nie jest ulicą jednokierunkową. Przyciski CTA to świetny sposób, aby przekonać użytkowników do kontaktu i/lub interakcji z Tobą. W następnym rozdziale przyjrzymy się bliżej wytycznym Uniwersytetu Standforda nr. 6-10, skupiając się na **projekcie i treści Twojej strony internetowej lub Twojej obecności w mediach społecznościowych.**

[Dowiedz się więcej o wytycznych nr. 6-10](#)

4) Zdobądź wiarygodność w sieci: Projekt i treść



W ostatnim rozdziale przedstawiliśmy pierwsze 5 z 10 wytycznych dotyczących wiarygodności stron internetowych. Teraz zajmiemy się przykładami, jak **wdrożyć wytyczne 6-10**. Odpowiemy na następujące pytania:

- *Co należy wziąć pod uwagę przy projektowaniu wiarygodnej obecności w Internecie?* (Wytyczne 6 i 7)
- *Na co należy zwrócić uwagę przy publikowaniu treści i informacji w Internecie?* (Wytyczne nr 8, 9 i 10)

Te dwa pytania obracają się wokół **aspektu wyglądu i treści Twojej strony internetowej** lub **Twojej obecności w sieci** (np. w mediach społecznościowych). Przedstawimy teraz kilka podstawowych zasad, których należy przestrzegać:

6) Zaprojektuj swoją stronę tak, aby wyglądała profesjonalnie (lub była odpowiednia dla Twojego celu)

Czy masz w swoim zespole ekspertów? Czy Twoi współpracownicy lub dostawcy usług są autorytetami? Pamiętaj, aby podać ich referencje. Czy jesteś powiązany z szanowaną organizacją? Wyraż to. I odwrotnie, nie umieszczaj linków do stron zewnętrznych, które nie są wiarygodne. Twoja strona staje się mniej wiarygodna przez skojarzenia.



“Poznaj zasady, zanim je złamiesz. Jakie konwencje projektowania stron internetowych są powszechne w Twojej branży? Jakie kolory, nawigacja w menu, wygląd i styl są powszechnie używane do przekazywania jakich emocji? Pokaż, że należysz do branży i gdzie się różnisz - również poprzez swój design.”

- Sabine Melnicki, Austriacki konsultant internetowy w [WebAhoi](#)

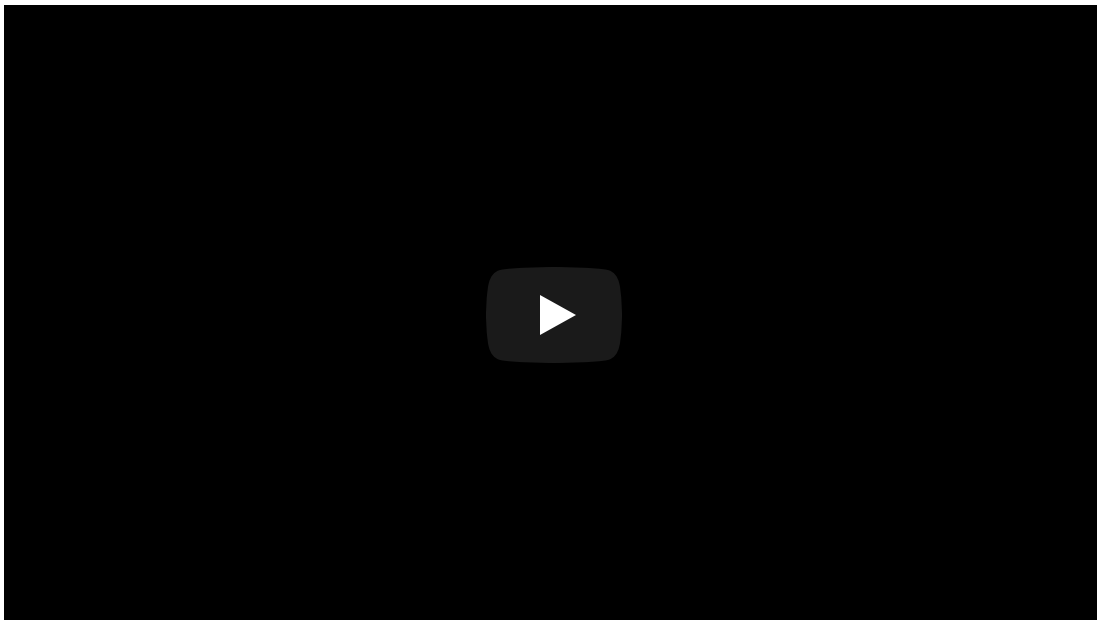
7) Spraw, aby Twoja strona była łatwa w użyciu i użyteczna.

Badania pokazują, że strony zdobywają punkty wiarygodności, będąc zarówno **łatwe w użyciu**, jak i **użyteczne**. Są to dwa główne obszary doświadczenia użytkownika w sieci:

- **Użyteczność:** "Projekt nie jest użyteczny lub nieużyteczny sam w sobie; jego cechy, wraz z użytkownikiem, tym, co użytkownik chce z nim zrobić, oraz środowiskiem użytkownika podczas wykonywania zadań, **określają jego poziom użyteczności**". Zatem użyteczność jest miarą **zdolności użytkownika do dotarcia na stronę, łatwego korzystania z niej i wykonania pożądanego zadania**.
- **Użyteczna treść:** "Strona powinna zawierać wystarczająco dużo informacji w **łatwym do przyswojenia formacie**, aby użytkownicy mogli podejmować **świadome decyzje**. Pamiętaj o **prawie Hicka**: uporządkuj swój projekt tak, aby był prosty. Zachowaj powściągliwość."

Wprowadzenie: Czym jest użyteczność?

 YOUTUBE



What is Usability?

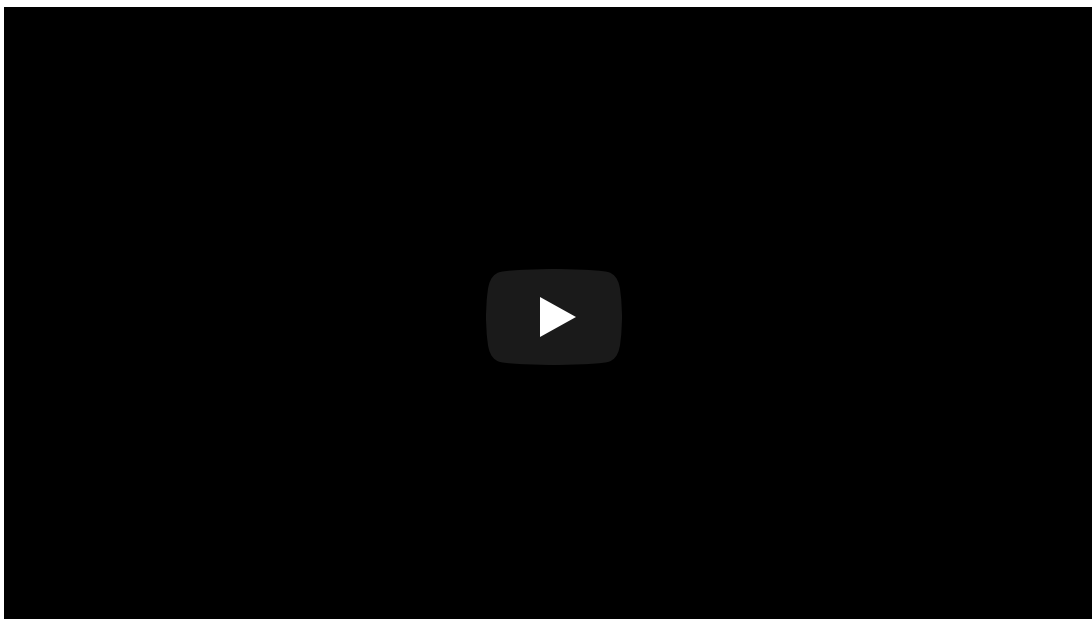
Here is the latest version. Audio included. . .only one Icon I can think of that needs to be created/inserted. Any suggestions or comments? Feel free, ya'l...

VIEW ON YOUTUBE >

Różnice między światem fizycznym a WWW

W kursie 1 "Wspieranie transformacji cyfrowej" przyjrzelśmy się bliżej różnicom pomiędzy komunikacją w świecie fizycznym (za pomocą znanych nam mediów) a komunikacją w sieci. Poniżej przedstawiamy kontynuację, **skupiając się na użyteczności i tym, jak różni się ona w świecie fizycznym w porównaniu z WWW:**

 YOUTUBE



Usability in the Physical World vs. on the Web

In the real world, you can get away with causing customers a small amount of difficulty, but on a website, visitors will leave at the smallest obstacle. #UX #...

VIEW ON YOUTUBE >

W powyższym filmie porównano doświadczenia użytkowników z fizycznych miejsc sprzedaży i stron internetowych firm. Które stwierdzenia są poprawne?

- Jeśli strona jest zbyt skomplikowana lub trudna do zrozumienia, natychmiast stracisz klientów.
- Strony internetowe muszą być jak zagadka dla klientów, aby ci zostawali na nich dłużej.
- W fizycznej przestrzeni sprzedaży, klienci są bardziej skłonni "znieść" trochę więcej niż w świecie online.
- Fizyczna przestrzeń sprzedaży może mieć złą użyteczność i może być skomplikowana (np. kawiarnie Starbucks), a mimo to odnieść sukces.

SUBMIT

Kiedy pojawiajemy się w chwili obecnej wszystkimi zmysłami, zapraszamy świat, aby nappełnił nas radością. Bóle przeszłości są już za nami. Przyszłość jeszcze się nie rozwinęła. Ale terażniejszość jest pełna piękna, które czeka na naszą uwagę.

8) Często aktualizuj zawartość swojej strony (przynajmniej pokaż, że była ostatnio przeglądana).

Ludzie przypisują większą wiarygodność stronom, które pokazują, że były **niedawno aktualizowane**. Nie dotyczy to tylko strony internetowej Twojej firmy. Upewnij się, że informacje o Twojej firmie są **aktualne i spójne** na wszystkich platformach internetowych, na których Twoja firma jest prezentowana, np. na Google Maps, Facebooku, Instagramie, LinkedIn czy TikTok.

Biorąc pod uwagę stronę internetową Twojej firmy: Daj swoim użytkownikom znać, kiedy ostatnio aktualizowałeś strony swojej witryny.



“Istnieją różne rodzaje treści. Niektóre rodzaje treści wymagają częstej aktualizacji, inne są dość statyczne. Poświęć trochę czasu na refleksję: Dla których typów treści ważne jest częste aktualizowanie? Kiedy wystarczy upewnić się, że informacje są nadal poprawne? Jakie kryteria decyzyjne stosujesz w tym zakresie?”

- Sabine Melnicki, Austriacki konsultant internetowy w [WebAhoi](#)

9) Zachowaj powściągliwość w przypadku wszelkich treści promocyjnych (np. reklamy, oferty).

Unikaj reklam stron trzecich i wyskakujących reklam na swojej stronie, chyba że nie masz nic przeciwko irytowaniu użytkowników i utracie wiarygodności.

now even SUBSCRIBE US to get latest updates on our post and articles.

Read Also : [How To Root And Install Custom Recovery On Micromax Canvas Un Working Method](#)

Thanks for reading *Download Candy Crush Saga v 1.41.0 Crack Apk [Mod] For An*



Tagged with [android](#) [crack](#) [games](#) [Hack](#) [how to](#) [tips](#) [tricks](#)

← Previous

About Sumit Singh



Sumit Singh is the owner of [WtfAndroid.com](#). He is recently pursuing his engi
wiki [How to Find if a Website Is Legitimate](#)

To jest przykład reklam stron trzecich na stronach internetowych. Zrzut ekranu jest dostarczony przez [WikiHow](#), na licencji [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported \(CC BY-NC-SA 3.0\)](#).

Brak dobrego wrażenia na przyszłych klientach: Inwazyjne reklamy

Należy unikać każdego z następujących typów reklam:

- Reklamy, które zajmują całą stronę
- Reklamy, które wymagają od użytkownika wypełnienia ankiety (lub wykonania innej czynności) przed kontynuacją
- Reklamy, które przekierowują Cię na inną stronę
- Wyraźne lub sugestywne reklamy ([zobacz WikiHow](#), 2021)

10) Unikaj błędów wszelkiego rodzaju, bez względu na to, jak małe się wydają

Błędy typograficzne lub niedziałające linki szkodzą wiarygodności Twojej strony internetowej.

Profesjonalna korekta i regularne sprawdzanie wszystkich ścieżek na Twojej stronie są **niezbędne**, aby poprawić wrażenia użytkownika i zdobyć jego zaufanie.

www.wtfandroid.com/download-candy-crush-saga-v-1-41-0-crack-apk-mod-for-android/

- Connect to internet to unlock full features of the game.
- Publish your scorecard and challenge friends on Facebook.
- Compete and invite friends on Facebook.

Note : Developing A Game isn't a joke , it requires lot of time and hard work to make any game fun and entertaining so please Download Each And Every Game Directly From Google Playstore and avoid any Cheats Or Hacks.

DOWNLOAD

3 Easy Steps:

- 1) Click "Download"
- 2) Download on our website
- 3) Get Free File Converter

fromDOCtoPDF™

What's New In The official Version Of Candy Crush Saga

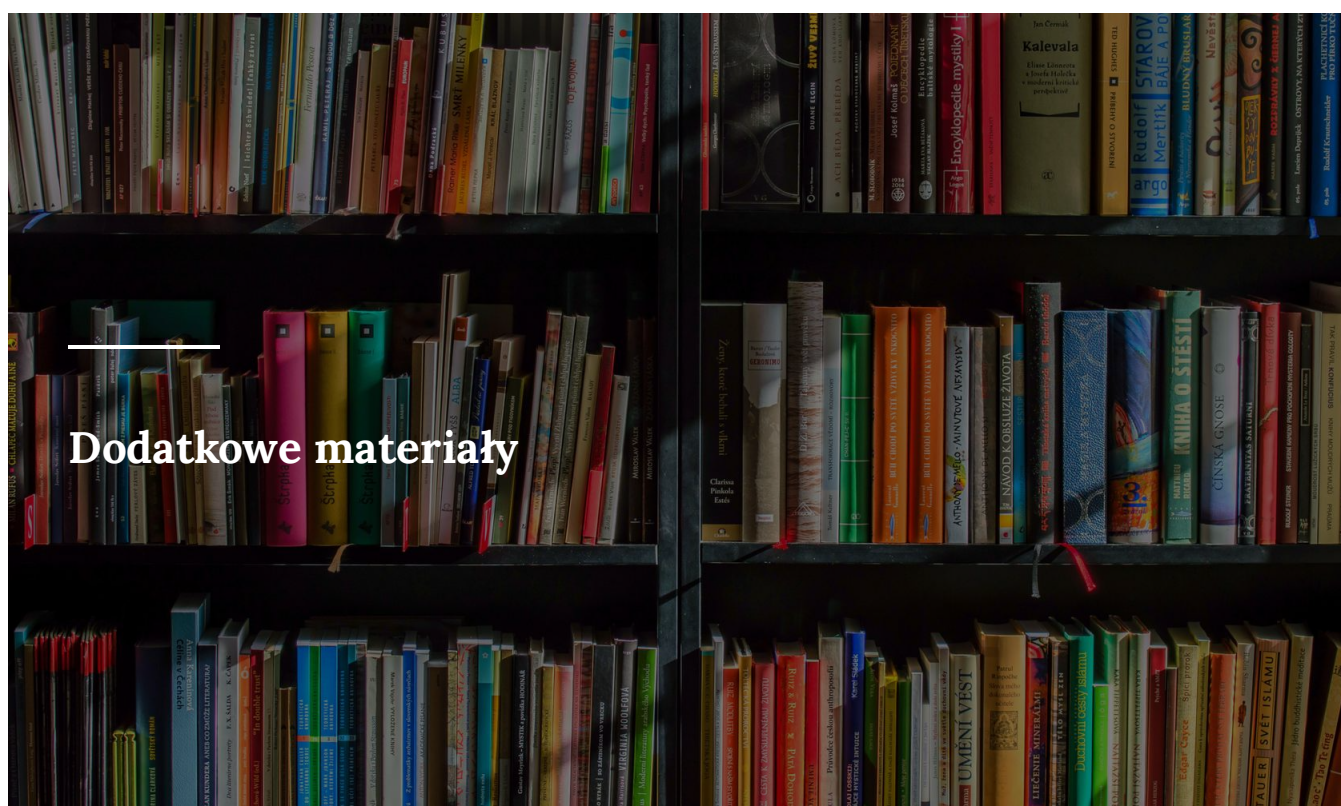
To jest przykład złej pisowni na stronach internetowych. Zrzut ekranu [pochodzi z WikiHow](#), na licencji [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported \(CC BY-NC-SA 3.0\)](#).

Zła pisownia? Świadczy o słabym źródle.

Powinieneś unikać dużej liczby źle napisanych (lub brakujących) słów, ogólnie złej gramatyki lub niezręcznych sformułowań.

Jak rozwiązać ten problem?

Nie musisz być mistrzem ortografii, aby Twoja obecność w sieci była **pozbawiona błędów typograficznych**. Istnieją rozwiązania technologiczne, takie jak darmowy asystent pisania [Grammarly](https://www.grammarly.com) lub wielojęzyczny program do sprawdzania gramatyki, stylu i pisowni [language-tool.org](https://www.language-tool.org).



WikiHow: Sprawdź, czy strona jest legalna

WikiHow opublikowała wskazówki dla użytkowników, jak rozpoznać, czy dana strona jest legalna. Również dobra rada dla Ciebie i Twojej strony.

CZYTAJ

Zwiększanie użyteczności poprzez stosowanie wzorców projektowych interfejsu

Te wzorce projektowe interfejsu użytkownika są powtarzającymi się rozwiązaniami, które rozwiązują powszechne problemy projektowe - w rezultacie dając "dobry" projekt strony internetowej i wysoką użyteczność.

CZYTAJ



Jakie są Twoje wnioski z tego rozdziału?

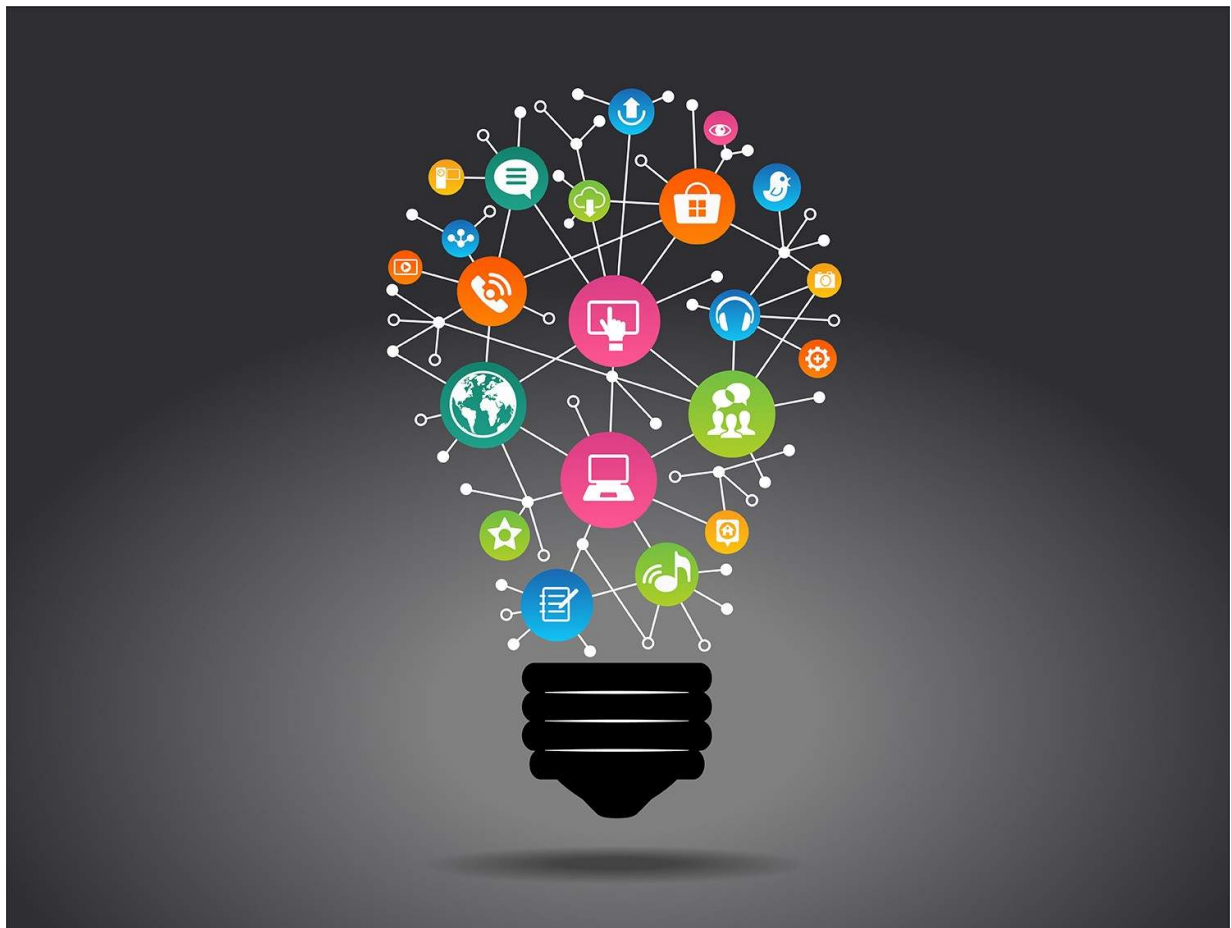
Wnioski

Ten rozdział koncentruje się na **podaniu aktualnych przykładów**, jak wdrożyć wytyczne Uniwersytetu Standford dotyczące wiarygodności stron internetowych, nr 6-10, aby wesprzeć Twoją misję zdobywania zaufania Twoich (potencjalnych) klientów online.

Istnieją **podstawowe zasady**, których należy przestrzegać w odniesieniu do projektu i treści Twojej strony internetowej: Profesjonalny design z wysoką użytecznością, odpowiednia i aktualna treść, brak reklam zewnętrznych innych firm oraz unikanie literówek.

W czasach **nadmiaru informacji**, kluczowym jest stworzenie wiarygodnego wyglądu strony internetowej, aby nie stracić użytkowników online przez nieumyślne wysyłanie niewłaściwych sygnałów.

Kurs ten stanowi ogólne **wprowadzenie do wiarygodności stron internetowych** i dostarcza wielu **praktycznych, aktualnych przykładów**, jak rozwiązać problem nadmiaru informacji w sieci i budować zaufanie w sieci.



Dziękujemy za zapoznanie się z kursem DigiCulTS. Mamy nadzieję, że dowiedziałeś się czegoś przydatnego w swojej praktyce zawodowej.

Dane kontaktowe

Kurs ten został opracowany na potrzeby projektu [DigiCulTS](#) przez [Isabell Grundschober](#), pracownika [na University for Continuing Education Krems](#). Kurs został dostosowany do polskich potrzeb przez [Danmar Computers](#). Zachęcamy do kontaktu na portalach społecznościowych, aby podzielić się swoimi doświadczeniami na temat tego kursu lub omówić jego tematy:

- Facebook: <https://www.facebook.com/DanmarComputersEU>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/danmar-computers>
- Website: <https://danmar-computers.com.pl/en/>