

Checklist zdarma: co musí mít web stavební firmy

Přehled bodů, které rozhodují, jestli vám zákazník zavolá, nebo konkurenci.

- ☐ Chybí realizace. Tři fotky bez popisku nikoho nepřesvědčí. Zákazník chce vidět práci podobnou té své.
- ☐ Není jasné, kam jezdíte. Když na webu není region, člověk z vedlejší vesnice neví, jestli se má vůbec ozvat.
- ☐ Kontakt se hledá. Telefonní číslo patří nahoru a na mobilu musí jít vytočit jedním klepnutím.
- ☐ Web se na stavbě nenačte. Na mobilních datech a slabém signálu pomalý web prostě nedejde.
- ☐ Chybí firemní profil na Googlu. Většina lidí hledá „zedník + město“ a klikne na to, co vyskočí v mapě.
- ☐ Realizace s fotkami a popisem. co bylo zadání, co jste dělali, jak dlouho to trvalo. Tohle je nejsilnější část celého webu.
- ☐ Jasně vymezený region. kde pracujete a kam ještě dojedete.
- ☐ Rozsah prací bez omáčky. konkrétně co děláte a co ne. Ušetří to hovory, které stejně nikam nevedou.
- ☐ Kontakt na jedno klepnutí. volání i formulář dostupné z každé stránky.
- ☐ Rychlost na mobilu. protože odtud přijde většina návštěv.

Celý rozbor najdete na stránce [Web pro stavební a řemeslné firmy](#).