

Cuprins

Cum se face un site de succes.....	2
Despre autor. Modul de utilizare. Termeni și condiții.....	5
Modul de utilizare și fișierele adiționale.....	5
Termeni și condiții.....	6
Introducere. Pot eu să-mi fac un site și să am și succes cu el?.....	7
Justificare.....	7
Puterea exemplului.....	8
Paradoxal, site-urile au devenit bunuri de larg consum.....	8
Ce și cum trebuie reținut din această carte.....	9
Recomandări și atenționări înainte de a citi.....	10
Cheia succesului: șablonul!.....	11
Ce înseamnă să ai un site unic.....	11
Avantajele șabloanelor.....	12
Ce și cât HTML sau PHP ar trebui să știi.....	14
Imagini - tagul imagine.....	14
Tagul pentru titluri.....	15
Tagul pentru legături - linkurile, respectiv hyperlink-urile.....	16
Paragraful de text.....	16
Necesarul de PHP pe care ar trebui să vi-l însușiți.....	17
Numele de domeniu pentru site-ul nostru.....	18
Alegerea și înregistrarea unui domeniu ro.....	19
Alegerea serviciului de hosting.....	21
Caracterizarea funcțională a serviciilor de hosting.....	21
Costurile serviciilor de hosting.....	21
Criteriul de performanță al serviciilor.....	23
Activarea domeniului, schimbarea hostingului și mutarea site-ului.....	24
Setarea Nameserverelor, respectiv activarea domeniului.....	24
Controlul nameserverelor înseamnă posesia site-ului.....	25
Structura unei pagini web, a unui site.....	26
Structura unei pagini web.....	26
Structura unui site.....	27
Editoare de HTML.....	29
Editorul HTML de la CoffeeCup.....	29
Programe pentru FTP. Ce sunt și cum se lucrează.....	31
Utilitatea programelor FTP.....	31
Resurse FTP.....	32
Inserarea - editarea de fotografii, texte și media.....	33
Editarea - Inserarea textelor.....	33
Editare și inserare de fotografii.....	33
Schimbați-le numele.....	34
Inserarea fișierelor media.....	35
Primul site în HTML. Editarea paginii de deschidere.....	36
Alegerea și modificarea unui template.....	36
Personalizarea paginii de deschidere.....	37
Adăugarea și editarea paginilor secundare.....	43
Editarea paginilor existente în șablon.....	43

Adăugarea unei pagini simple.....	44
Adăugarea unei pagini pentru fotografii.....	44
Transferul site-ului pe server. Operațiunea de upload.....	47
File manager din CPanel.....	47
Transferul fișierelor prin FTP.....	47
Wordpress; ce este, opțiuni de instalare.....	49
Instalarea wordpress.....	50
Folosirea scriptului Softaculous.....	50
Primele setări și acomodarea în wordpress.....	54
Conținutul de probă și crearea acestuia.....	54
Crearea paginilor și articolelor de probă, prima temă, meniul de navigare.....	59
Crearea articolelor de probă.....	59
Crearea paginilor de bază.....	59
Prima temă. Meniul de navigare prin site.....	60
Categorii, etichete, pagini și postări; cum le stabilim. Greșeli frecvente.....	63
Structura site-ului. Pagini fixe și variabile.....	63
Stabilirea categoriilor și a articolelor.....	64
Diferitele compoziții ale unei pagini sau articol. Sidebar-ul.....	66
Șablonul clasic de wordpress.....	66
Pagini cu structură diferită.....	66
Cum ne aranjăm prima pagină. Machetarea de principiu.....	68
Impactul scontat al indexului. Pentru cine ne pregătim.....	68
Vizitatorii de care trebuie să ții seama.....	69
Calea de mijloc și avantajul înțelepciunii.....	70
Practica machetării în wordpress.....	70
Introducerea coloanelor.....	71
Momentul zero și principalele module.....	74
Momentul zero? Încă nu.....	74
Gestionarea site-ului; mentenanța.....	83
Adăugarea de conținut.....	83
Actualizarea platformei și a modulelor.....	83
Mentenanța șabloanelor.....	83
Regula de securitate.....	84
Copii de siguranță.....	84
SEO; ce este și la ce ne ajută. Indexarea site-urilor.....	85
Ce înseamnă să aveți un site indexabil.....	85
Dați titluri de pagină serioase, evitați titlul scurt, banal și fără sens.....	85
Cum să fim înaintea altora.....	87

Cum ne aranjăm prima pagină. Machetarea de principiu

Unul dintre cele mai importante lucruri în web design este conceptul de prima pagină. Este ca o foaie albă pentru scriitor. Atunci când proiectăm prima pagină ne întrebăm mereu cum o să fie, cum să o facem și de ce. Mai departe, vă voi „duce de mână” astfel încât veți găsi singuri răspunsul, despre cum ar trebui să arate prima pagină a site-ului dvs. Pentru că așa este, prima pagină a unui site este definitorie pentru dvs și pentru felul în care apăreți cititorilor dvs.

Primei pagini i se mai spune index. Probabil nu întâmplător. Este ceea ce contează. Prima impresie contează. Este un dicton, un proverb, un concept de marketing? Nici nu este relevant când s-a folosit pentru prima oară și ce a avut în vedere autorul ei. Important este că funcționează dar într-un mod diferit de la caz la caz. Să o adaptăm în folosul acestei cărți. Da, prima pagină a unui site contează. Însă, în ce fel? Ce înseamnă în web design acest lucru, că prima pagină contează? Vă ofer câteva răspunsuri. Iar la final îl veți avea pe al dvs.

În prima parte vă expun principiile iar apoi câteva metode de transpunere a acestora în practică, respectiv elemente de machetare.

Impactul scontat al indexului. Pentru cine ne pregătim

Să însemne că prima pagină trebuie să fie frumoasă? Da, ar trebui să ne facem o primă pagină frumoasă. Însă, stați puțin, frumusețea este absolut relativă. Deci pagina noastră va fi frumoasă numai pentru cei care au aceleași gusturi cu noi. De fapt, pentru cei pe care-i așteptăm. Dacă sunt pictor, aștept amatorii de pictură, pe colecționari, investitori sau adepții ideilor mele de grafică. La fel, dacă sunt fotograf. Cei pentru care fotografia este doar o ocupație de week-end nu vor aprecia pagina mea, oricâte eforturi aș depune. Oricât de frumoase fotografiile aș pune eu. Mai ales dacă, de exemplu, fiind un fotograf din stilul urban, pentru mine frumusețea are alte valențe comparativ cu ale unui croitor.

Fiecare vedem viața altfel.

Dacă aș fi mecanic auto aș vrea ca publicul meu să fie șocat de ce motor complicat știu să repar. Așadar frumosul are pete de ulei și de calamină, puncte de rugină sau cutii de viteză. Ori o caroserie pe care am reparat-o, dacă sunt tinichigiu și vreau să-mi arăt din prima măiestria. **Căci da, prima pagină, și mai mult decât atât, ceea ce vedem prima oară din prima pagină, este ceea ce ne agață!** Ceea ce ne facem să navigăm în continuare. Cârligul cum se spune. Dacă sunteți scriitor, publicul dvs este unul care citește, care prețuiește cuvântul. Așadar, frumusețea pentru el este puterea unui fragment din ultima scriere sau două propoziții din critica literară. Un antrenor de fitness ar trebui să-

și atragă clientela printr-un video scurt, cum să slăbești fără o dietă chinuitoare, doar cu perseverența unor exerciții zilnice.

Un om dinamic, un blogger, de exemplu, care vine mereu cu o idee are de regulă ceva care șochează sau surprinde de fiecare dată.

În fine, un profesionist, un specialist, cineva care o calificare de care este tot timpul nevoie, un electrician sau un depanator de PC-uri poate, ar trebui să fie mereu omul pe care știi de unde să-l iei. Să rămână cât mai ușor de ținut minte, cam cum e cu magazinul de pantofi de unde cumperi doar marfă bună! Ah, era în centrul vechi, nu mai știi cum se numește, dar avea o siglă mare, verde, cu un pantof galben! Da, trebuie să cauți sigla aceea, vei recunoaște magazinul când vezi sigla. Deci, în acest caz este importantă constanța, perenitatea, la fel cu laboratorul de cofetărie care dacă s-ar muta ai fi derutat.

Așadar, pregătiți-vă pagina pentru cei pe care-i așteptați cu adevărat. Pe cei de care aveți nevoie. Nu vă doriți să vină toată lumea, pentru că nu sunteți nici pe placul și nici în agenda tuturor! Pregătiți-vă doar pentru cei pe care-i vreți să vă viziteze!

Vizitatorii de care trebuie să țineți seama

Așadar, din subcapitolul de mai sus ați înțeles ideea că nu există o rețetă universal valabilă despre cum trebuie să arate indexul unui site. Că fiecare tip de site, de afacere, de magazin sau serviciu care se oferă într-un site are propriile ambiții, propriile obiective. Însă, site-ul dvs este vizitat și de cineva pe care (poate) nu-l așteptați dar de care trebuie să țineți seama.

Este vorba de spideri, de roboții motoarelor de căutare. Eu voi vorbi doar de cei de la Google, doar ei contează acum și aici. Bun, aceștia, mai numiți și crawler, sunt de fapt niște mici programele care scotocesc prin paginile de pe internet tocmai în scopul de a descoperi tot ce există. Da, Google vrea să știe cam tot! Uneori și ce nu trebuie...

Aceste mici programele, algoritmi, vă studiază site-ul. De exemplu vor să vadă cât de ușor de accesat este, câte și despre ce sunt informațiile. Vă citesc titlurile articolelor, atributele imaginilor, ce mai, cam tot ce poate fi citit. Și pe baza informațiilor obținute din site-ul dvs., într-un final, veți obține o poziționare mai bună sau mai proastă în comparație cu alte site-uri care vă sunt competitori.

Așadar, dacă informațiile obținute din site-ul dvs sunt considerate mai relevante decât ale competitorului relativ la un anumit subiect, veți fi mai în față. În consecință, chiar dacă aveți un site „mai urât” veți fi plasat mai bine. Aveți prima șansă! Dacă vizitatorul dvs va găsi ceea ce caută în site-ul pe care-l aveți, el nu va căuta mai departe. Înseamnă că site-ul competitorului nici nu va fi observat. Deci investiția în frumusețe a fost inutilă.

Ce înseamnă investiție în frumusețe? Păi, pe scurt, multe imagini mari care fac site-ul să se încarce mai greu. Progrămele, scripturi care fac să zboare avioane pe monitor, care fac să se miște imaginea într-un anumit fel, cine știe ce alte idei năstrușnice. Am exagerat, dar ați înțeles exact mesajul!

Înseamnă că puteți avea cel mai urât site dar să fie găsit înaintea concurenței? Eu nu aș miza pe asta. Căci și femeile pot fi oricât de bogate, dacă sunt urâte ca naiba nu le ia nimeni. Secretul este compromisul! La fel ca într-o căsnicie fericită. Dacă știi să cedezi vei avea o viață lungă și frumoasă.

Calea de mijloc și avantajul înțelepciunii

Înseamnă că nici să fii urât și deștept nu este o soluție acceptabilă, nu-i așa? Compromisul este cea mai bună soluție. Să vedem cam care ar fi trăsăturile compromisului în web design.

- Să aveți un site care să răspundă bine și foarte bine la cât mai multe obiective.
- Să se încarce repede, dar nu înseamnă că este doar un simplu text de câteva rânduri.
- Să aibă imagini dar să nu stai un minut până se încarcă o singură fotografie.
- Folosiți tehnologia pe care sunteți siguri că o au cei mai mulți.
- Să aveți în minte că unii dintre posibiii dvs vizitatori au telefoane de o generație mai veche și/sau poate nu au cea mai bună conexiune la internet.
- Asigurați-vă că resursele pe care le folosiți nu încarcă inutil site-ul. Vreau să spun că ar fi ideal să preferați întotdeauna un element sau o metodă mai simplă în locul uneia mai complicate și care oferă aproape aceeași finalitate.
- Vizitatorii pe care-i așteptați pot veni fie de pe variante desktop, fie de pe telefonul mobil. Așadar va trebui să aveți un design care face compromis. Nu este perfect nici pentru desktop, nici pentru mobil, e undeva la mijloc.

Este la fel ca în viață, compromisul e cea mai bună alegere. Vorba rabinului: și tu ai dreptate, și tu ai dreptate!

Practica machetării în wordpress

Pentru a ne reduce problemele în ceea ce privește modul în care distribuim conținut într-o pagină, teoreticienii în design au creat principiul machetei. Este ceva ce a apărut cam prin secolele XV-XVI când s-a inventat tiparul. Veți spune că acum se lucrează online și aveți dreptate. Însă trebuie să știți că nu s-a pierdut nimic, totul s-a transferat, s-a transformat și a evoluat.

Dintre toate elementele de conținut pe care vi le oferă un wordpress, cele mai importante sunt coloanele. Ele distribuie textul, imaginea, clipul video astfel încât să ajungă la utilizator în modul cel mai percutant posibil. Macheta cu coloane face totul, ea lucrează pentru dvs. și trebuie să o folosiți după cum aveți interesul.

Trebuie să rețineți o idee simplă. Sunt două tipuri de site-uri:

1. **Cele vizitate pentru a fi citite sau văzute, pentru a contracta un serviciu sau de a cumpăra ceva;**
2. **Site-uri experimentale, care sunt complet atipice și care vor să devină celebre, dar majoritatea dispar pentru că geniile nu se nasc precum păpădiile.**

Prima categorie de site-uri sunt machetate. Au reguli cu coloane, cu conținut planificat. A doua categorie nu respectă nimic. Nici nu promit nimic, nici nu rezolvă nimic. În continuare mă voi referi doar la site-uri din prima categorie.

În [foto37](#), [foto38](#) și [foto39](#) vedeți câteva scheme de principiu ale machetării paginilor de index. Rândurile se pot multiplica, intercala. Toate site-urile au o astfel de machetă, poate nu o identificați acum, că sunteți la început, dar **un site serios nu există fără o planificare atentă**. De exemplu, [foto39](#) este chiar o machetă aproape identică ziarului Adevărul.

Imaginile prezentate sunt valabile pentru variantele desktop. Pe telefonul mobil elementele vor apărea în ordinea indicată prin cifrele plasate în colțuri.

[Foto40](#) reprezintă o machetă evoluată realizată pentru un cabinet medical. Evident, tot pe principiul coloanelor se bazează. Avem o coloană pe toată lățimea ecranului care conține banner, meniu și logo. Apoi avem două coloane în raport 70:30 formate din elementele 2+3 și respectiv 4+5+6. Urmează cele trei coloane care conțin elementele 7, 8 și 9.

Foarte puține pagini de index pe care le-am văzut conțin articole integrale. Cele mai multe, imensa majoritate, conțin doar deschideri de articole sau pagini. Trimiteri cum le spunem în presă. Adică acolo unde întâlniți ceva de genul „mai multe” sau „citește mai departe” înseamnă că aveți o deschidere sau trimitere. Ca să vedeți similitudinea vă reamintesc că în presă se făceau deschideri de genul „citește în pagina nr....”

Introducerea coloanelor

Un rând poate conține cel mult trei coloane. Vezi [foto36](#). Acestea au raporturi de lățime diferită, după cum vedeți în imagine. Apoi, când vă aflați în oricare din aceste coloane veți vedea semnul + și puteți introduce elementul de conținut pe care-l doriți. Ba, mai mult, puteți chiar să mai introduceți două-trei coloane, fragmentând și mai mult.

În [foto36-2](#) vedeți cum am trei coloane. În cea din stânga am o imagine, iar urmează să mă decid ce element de conținut (bloc) voi introduce în celelalte două coloane. Nu trebuie decât să aleg apăsând pe butonul +.

Apoi, dedesubt, am încercuit cu roșu, pot introduce alt rând care să conțină la rândul lui un paragraf sau coloane sau imagine sau un video încorporat. Cum dorește sufletul meu!

În fiecare rând sau coloană putem pune elementele de conținut unele peste altele, ca într-o stivă. Astfel, stabilindu-ne propria machetă vom avea o primă pagină care să ne exprime. Care să spună vizitatorului despre ce este site-ul nostru.

Cele mai importante elemente de conținut

În opinia mea nu ar trebui să vă bazați pe mai mult de 3-4 elemente. Respectiv pe texte, imagini, fișiere video și combinații ale acestora. Desigur, unele șabloane vin cu propriile elemente (piese), unele pluginuri aduc și ele inovații în acest sens, dar în ansamblu toate sunt variațiuni pe aceeași temă. Magazinele online au și ele scripturi care ordonează produsele, le sortează, dar tot la text și imagine se referă în fond.

Un element pe care-l puteți controla așa cum doriți, fiind un fel de panaceu, este elementul de HTML personalizat. Practic îl puteți introduce oriunde doriți și îl puteți face extraordinar de personalizat. Atâta doar că această carte are o puternică orientare înspre cei începători, care nu au cunoștințe de HTML și poate nici nu vor să învețe. Dacă însă ați învățat cele mai elementare noțiuni de HTML, aceasta v-ar ajuta enorm la SEO și deci la promovarea site-ului. Ați putea să revedeți și capitolul **Ce și cât HTML sau PHP ar trebui să știu**

Rețineți vă rog cele mai importante elemente de conținut (blocuri) pe care ar trebui să învățați să le setați, să le controlați și să vă folosiți de ele.

- Subtitlul; acesta de obicei pleacă de la h2 la h6. Elementul h1 este rezervat pentru titlul paginii, vă recomand să nu aveți decât un titlu principal într-o pagină sau articol.
- Paragraful; respectiv textul simplu sau îmbogăți. Poate conține linkuri direct de pe text (text ancoră) sau de pe imaginile incluse în text. În cadrul unui paragraf imaginile pot fi aliniat la stânga sau la dreapta și centrate.
- Imaginea poate transmite informații sau se pot face legături de pe ea.
- Fișierele video de obicei se inserează prin cod pe care-l copiați de pe Youtube, sau de pe serverul unde se află clipul video.

Și evident, coloanele, un fel de cărămidă a oricărui site. Dar despre acestea am vorbit mai sus.

De reținut

În funcție de șablonul pe care-l aveți s-ar putea întâmpla ca anumite piese (widget-uri) să nu fie disponibile decât pentru un anumit tip de pagină. Adică pentru un anumit șablon al acesteia. În cazul de față, al temei **MH magazine lite**, piesele de tip MH sunt special concepute pentru a funcționa cu șablonul de tip homepage sau în sidebar. Dacă le introduceți într-o pagină simplă s-ar putea să nu funcționeze absolut deloc.

...La fel, există și plugin-uri care nu funcționează decât într-o anumită temă, cu o anumită familie de module sau pur și simplu doar dacă sunt pereche cu alte module.