

B2C veebilehe lähteülesanne - (ettevõtte nimi)

B2C ehitusturul on veebilehe peamine eesmärk **tekitada tarbijas usaldust, näidata ettevõtte kogemust ja pädevust ning julgustada kontakti või teenuse tellimist**. Veeb peab andma kliendile kiire ja selge ülevaate:

- milliseid töid või projekte on teostatud,
- milline on ettevõtte kogemus ja pädevus,
- miks valida just see ettevõtte oma kodu- või väiksema projekti jaoks.

Veebileht ei ole pelgalt visiitkaart, vaid strateegiline tööriist, mis **toetab müüki, suurendab päringute arvu ja tugevdab ettevõtte usaldusväärset kuvandit lõpptarbijate silmis**.

Veebilehe struktuur

B2C suunitlusega veebilehe struktuur peab sisaldama:

1. Teenuste lehed eraldi maandumis lehtedena

Iga põhiteenus on eraldi lehel, tagamaks selgust ja paremat leitavust otsingumootorites. Teenuse lehti tugevdab sektsioon „Tehtud projektid”, mis seob reaalsed objektid konkreetse teenusega.

2. Objektide maandumislehed (taxonoomia põhimõttel)

Objektide landingud tuleb üles ehitada hierarhiliselt, et sisu oleks loogiline ja filtreeritav.

- Iga objekt on eraldi leht, mis sisaldab: objekti nime ja asukohta, töö kirjeldust, eripärasid ja fotogaleriid
- Objektid on seotud teenuste lehtedega (nt „Värvimistööd”, „Ehitusprojektid”, „Renoveerimine”)
- Taxonoomia võimaldab filtreerida ja grupeerida objekte teenuse, piirkonna/linna või objekti suuruse/tähtsuse järgi

Eesmärk: suurendada SEO-d teenuste märksõnade abil, võimaldada külastajal kiiresti leida sarnaseid projekte ja tõsta usaldusväärsust reaalseid teostusi näidates.

3. Blogi

Blogi sisaldab erinevaid rubriike, mis on seotud ettevõtte teenustega. Seal saab jagada valdkonna tehnilist infot ja nõuandeid lihtsas ja eraisikule arusaadavas keeles, et harida, inspireerida ja tugevdada tarbija usaldust. Blogi aitab:

- tutvustada teenuseid praktilise ja huvitava sisu kaudu
- parandada veebilehe leitavust otsingumootorites (SEO)
- hoida kliente kursis trendide ja parimate lahendustega

4. Päringuvorm / kontaktvorm

Lihtne ja kasutajasõbralik vorm, mis kogub ainult vajalikud andmed. Eesmärk on teha päringu tegemine võimalikult kiireks ja mugavaks, et tarbija ei loobuks vormi täitmisest. Vorm võib olla jaluses.

5. Koostööpartnerid

Selge ülevaade partneritest ja tellijatest, mis kinnitab ettevõtte turupositsiooni ja koostöökogemust.

6. Klientide tagasiside

Rahulolev kliendi tagasiside suurendab usaldust ja vähendab erakliendii riski tajumist.

7. Ettevõtte profiil / kogemus

Eraldi leht, mis kirjeldab ettevõtte tausta, kogemust, spetsialiseerumist, pädevust ja arengut.

8. Kontaktid koos meeskonnaga

Selge kontaktileht koos võtmeisikute nimede, rollide ja otseste kontaktidega, et lihtsustada ärikliendi suhtlust.

Tehnilised ja funktsionaalsed nõuded

Kiire ja hästi leitav veebileht Eesti turule, mis on mugav kasutada nii arvutis kui ka mobiilis. Veeb on lihtne hooldada, kasutajasõbralik ja toetab ettevõtte müügi- ning turundustegevust.

- **Kodulehe personaalse disaini loomine** - käsitsi kodeerimine, ei kasutata valmislahendusi
- **Kodulehe loomine WordPressiga**
- **Turundusliku lähenemise väljatöötamine** - tegevusele kutsungid, väärtuspakkumine, potentsiaalse kliendi eesmärgipärane suunamine
- **Ühes keeles** - Eesti (Eesti turul tegutsemine)
- **Teenuse maandumislehed** - iga teenus eraldi leht
- **Objektide maandumislehed** - taxonoomia põhimõttel
- **Klientide tagasiside** - usaldusväärseuse tõstmiseks
- **Koostööpartnerid**
- **Kasutajasõbralik admin** - lihtne sisu ja piltide haldamine lehtedel
- **SEO (1 keeles)** - märksõna analüüs, AI abil sisu loomine
- **Domeenile tõstmine ja seadistamine**
- **Päringu- / kontaktvormid** - jaluses
- **Veebikavand** - eelvaade ja struktuur enne arendust
- **Veebianalüütika seadistamine**, sisaldab:
mõõtmis plaani koostamine, Google Tag Manager, Google Analytics 4, Google Search Console, Meta Pixel

Ettevõtte (ettevõtte nimi) spetsiifika

Teenuste arv:

Mis turgudel tegutsetakse (keeled):

Pakkumised saata: