

Aleksandra Machnicka | 🐾 webear.space

ATRAKCYJNA STRONA INTERNETOWA



Od planu do realizacji:

spójna strona bez chaosu
i wizualnych dram



Autor: Aleksandra Machnicka

Tytuł: Atrakcyjna strona internetowa

Podtytuł: Od planu do realizacji: spójna strona bez chaosu i wizualnych dram

ISBN 979-13-991018-0-5

Dystrybucja: eBOOKnij to

Skład, oprawa graficzna, projekt okładki:
Kasja Puchalska | www.kasja.eu

© Webear Space 2025

Pytania, sugestie, opinie?

Napisz: info@webear.space

MIŚletter pełen wiedzy www i seo

<https://webear.space/newsletter/>

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym, powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Autorka oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były rzetelne i kompletne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie

ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

- WSTĘP -

Witaj w świecie atrakcyjnych stron internetowych!

Cześć, jestem Ola Machnicka.

Moja przygoda z tworzeniem stron zaczęła się dawno temu – jeszcze w czasach, kiedy blogi dopiero raczkowały w polskim internecie. Tworzyłam wtedy szablony, które... cóż, może wyglądały uroczo w swojej niedoskonałości, ale dziś na pewno nie przeszłyby testu estetyki. Wtedy nie mieliśmy pojęcia o spójności wizualnej czy intuicyjności, ale przez lata wiele się nauczyłam – i właśnie tą wiedzą dzielę się teraz z Tobą.

Wiem, jak bardzo zmieniło się projektowanie stron przez te 20+ lat. Teraz wiemy, co robi różnicę: dobrze dobrane kolory, czytelny układ i estetyka, która mówi „to jest moje miejsce w sieci.” Dlatego stworzyłam ten ebook, żeby pomóc Ci uporządkować wszystkie wizualne elementy i stworzyć stronę, która będzie piękna, funkcjonalna i naprawdę Twoja.

Czy myśl o stworzeniu strony internetowej przyprawia Cię o lekki stres? Zastanawiasz się, jak to wszystko ogarnąć – kolory, zdjęcia, logo – żeby było spójne, a jednocześnie „Twoje”? Spokojnie, ten ebook jest właśnie po to, żeby rozwiać Twoje obawy i pomóc Ci poukładać te wszystkie elementy w spójną całość.

Uważam, że jeśli masz budżet, warto oddać techniczną stronę komuś, kto naprawdę się na tym zna. Ale nawet wtedy musisz wiedzieć jedno: **co z Tobą rezonuje, co Ci się podoba, a co absolutnie odpada.** Twój web developer nie zgadnie, że nie cierpisz pastelów, jeśli mu tego nie powiesz!

Nie będę Cię zanudzać technicznym żargonem ani zmuszać do nauki kodowania (uff!).

Zamiast tego:

- Pomogę Ci określić, jakie kolory, style i zdjęcia pasują do Twojej marki.

- Pokażę Ci, jak myśleć o wyglądzie swojej strony, żeby działała tak, jak tego potrzebujesz.
- Przejdziemy przez kluczowe zasady estetyki i spójności, które pozwolą Ci lepiej współpracować z web developerem albo stworzyć własny projekt.

A co najważniejsze, będziemy robić to na luzie, krok po kroku, bez presji i bez stresu. Ten ebook nie jest po to, żebyś stała się ekspertką od designu – jest po to, żebyś poczuła się pewniej i mogła działać.

Dla kogo jest ten ebook?

- **Dla kobiet, które marzą o swojej stronie, ale nie wiedzą, jak zacząć rozmowę z web developerem.** Zamiast „nie wiem, po prostu coś ładnego,” będziesz mogła jasno powiedzieć, jakie kolory, style i układ pasują do Ciebie i Twojej marki.
- **Dla tych, które chcą mieć stronę, ale czują, że utknęły w chaosie decyzji.** Jakie zdjęcia? Jakie fonty? A co z przyciskami? Spokojnie – pokażę Ci, jak poukładać to wszystko krok po kroku.
- **Dla przedsiębiorczyń, które chcą, żeby ich strona nie tylko wyglądała pięknie, ale też działała skutecznie.** Bo strona to nie tylko wizytówka – to narzędzie, które ma pracować na Twój sukces.

Ten ebook jest dla Ciebie, jeśli chcesz poczuć się pewniej w rozmowie z web developerem albo zaplanować wizualną stronę swojego biznesu w sposób, który naprawdę Cię zachwyci.

Co znajdziesz w środku?

- **Wszystko o wyglądzie Twojej strony** – Dowiesz się, jak dobrać kolory, fonty, zdjęcia i układ, żeby strona idealnie oddawała Twój styl i była wizualną perełką.
- **Przewodnik po estetyce i spójności** – Jak sprawić, żeby każdy element – od przycisków po grafiki – pasował do siebie i tworzył harmonijną całość, która zachwyci Twoich klientów.

- **Inspiracje, które uruchomią Twoją kreatywność** – Pokażę Ci, gdzie szukać pomysłów, które pomogą Ci określić wizualny charakter strony, zamiast błądzić w chaosie opcji.
- **Narzędzia do wyrażenia siebie** – Zamiast „coś ładnego,” będziesz w stanie jasno powiedzieć, co Ci się podoba i co gra z Twoją marką.

Dlaczego warto?

Bo Twoja strona internetowa to coś więcej niż wizytówka – to Twój wirtualny dom. Miejsce, które odzwierciedla Ciebie, Twój styl i to, co oferujesz. To tutaj Twoi klienci poznają Cię, decydują, czy chcą z Tobą pracować, i zostają na dłużej.

Ten ebook to przewodnik po wyglądzie Twojej strony – bez zbędnego technicznego gadania, ale z praktycznymi radami, które pomogą Ci stworzyć przestrzeń, z której będziesz dumna. Pokażę Ci, jak dobrać kolory, fonty i układ, żeby wszystko grało ze sobą i z Tobą.

Chodzi o to, żeby Twoja strona była w 100% Twoja – tak, żebyś za każdym razem, gdy na nią spojrzysz, pomyślała: „Tak, to właśnie ja.”

Gotowa? To zaczynamy!

Powodzenia!

Aleksandra Machnicka

P.S. Jeśli masz jakiegokolwiek pytania, nie wahaj się do mnie napisać. Możesz mnie znaleźć tutaj:

- Instagram: [@webear.space](https://www.instagram.com/webear.space)
- Facebook: [@webearspace](https://www.facebook.com/webearspace)
- LinkedIn: [Aleksandra Machnicka](https://www.linkedin.com/in/AleksandraMachnicka)
- E-mail: info@webear.space

Twój wizualny plan działania

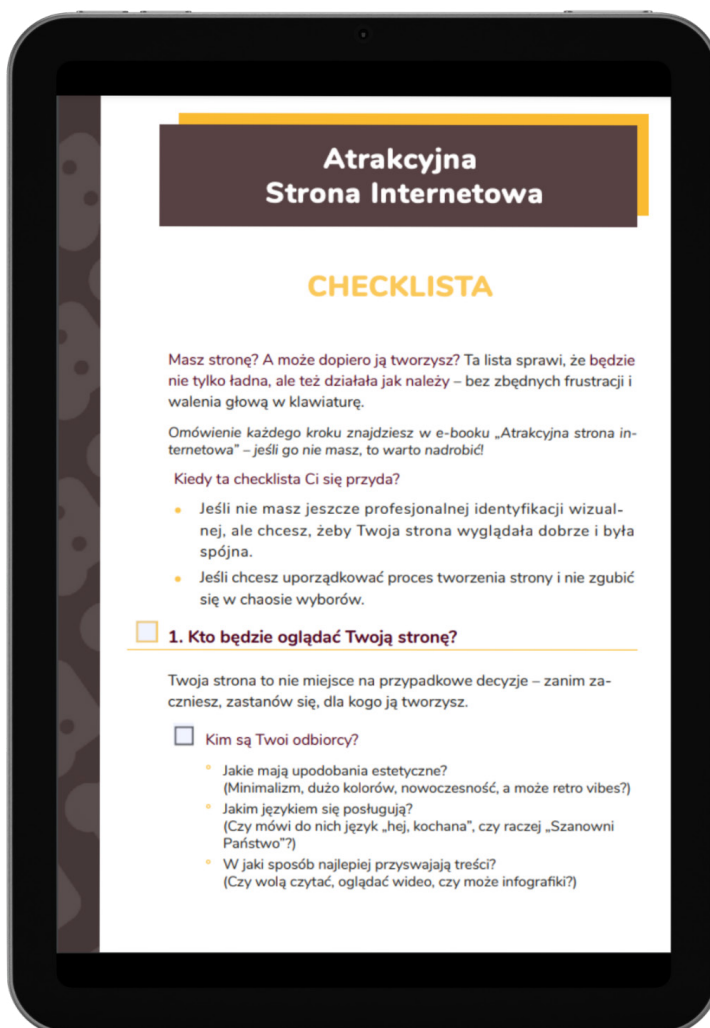
Pobierz checklistę wizualną i uporządkuj wewnętrzny chaos!

Zanim ruszysz z projektowaniem lub zlecaniem swojej strony, upewnij się, że masz wszystko, czego potrzebujesz, na wyciągnięcie ręki. Przygotowałam dla Ciebie **checklistę wizualną**, która pomoże Ci uporządkować myśli i potrzeby dotyczące wyglądu Twojej strony.

Co znajdziesz w checkliście?

- Kluczowe pytania o kolory, fonty, zdjęcia i styl wizualny.
- Przypomnienia, na co zwrócić uwagę, by strona była spójna i przyciągała uwagę.
- Przydatne wskazówki, które ułatwią rozmowę z web developerem lub samodzielne planowanie.

Kliknij [tutaj](#), aby pobrać checklistę i zacząć działać jak profesjonalistka!



- Nie wszystko złoto, co się świeci – jak zaprojektować stronę, która działa i zachwyca? -

Nie wszystko złoto, co się świeci – tak mówi znane powiedzenie, które przypomina, żeby nie dać się zwieść pozorom. To samo dotyczy stron internetowych. Atrakcyjna strona internetowa to nie tylko ta, która jest ładna. To równowaga między pięknym wyglądem a bogatym wnętrzem.

Innymi słowy: dobra strona jest nie tylko atrakcyjna wizualnie, ale też funkcjonalna.

Co to oznacza w praktyce?

Najpierw trochę myślenia i analiz. W e-booku „Przemyślana strona internetowa” znajdziesz to szerzej omówione, więc warto do niego zajrzeć. Tutaj opowiem Ci w skrócie, od czego zacząć.

Na początek:

- Dobrze określ swoją grupę docelową – to klucz do wszystkiego, co dalej.
- Zdefiniuj wizję i misję swojej firmy, jej charakter i specyfikę.
- Poznaj konkurencję, aby znaleźć to, co Cię wyróżnia.

Następnie musisz określić cel swojej strony – do czego ma służyć? Czy ma być miejscem sprzedaży, budować Twój wizerunek, czy może generować zyski z reklam? Może ma to być strona zapisu na webinar albo po prostu kontaktowa?

Cel pomoże Ci określić strukturę strony – czy ma to być onepage, multipage, sklep, czy portal? Wszystko zależy od tego, co chcesz osiągnąć.

Pamiętaj też, że strona internetowa to tylko jeden z elementów całego systemu marketingowego Twojej firmy. Wszystko, co robisz – media społecznościowe, reklamy, e-maile – powinno ze sobą współgrać, żeby

efekt był najlepszy. Wszystkie te elementy muszą się ze sobą łączyć, żeby budować pełen obraz Twojej marki.

To dopiero fundament, na którym budujemy. W tej części skupimy się na stronie wizualnej. Nie musisz być artystką, żeby to zrozumieć. Wygląd strony podlega prostym zasadom, które warto poznać, aby nie popełniać często spotykanych błędów. To naprawdę nie jest trudne, wymaga tylko odrobiny wprawy.

- Spójność graficzna – Twoja tajna broń -

Czym jest spójność graficzna?

Wyobraź sobie, że szykujesz się na ważne spotkanie albo randkę – chcesz wyglądać świetnie, więc dobierasz ubrania, które do siebie pasują i podkreślają Twój styl. Podobnie jest z Twoją stroną internetową – **spójność graficzna to dbanie o to, by wszystkie elementy pasowały do siebie, tworząc harmonijną i atrakcyjną całość.** Tak jak strój odzwierciedla Twoją osobowość, grafika na stronie powinna oddawać charakter Twojej marki.

Wszystkie elementy na Twojej stronie powinny do siebie pasować – jak dobrze dobrana stylizacja. Twoja strona ma też odzwierciedlać to, kim jesteś, jakie wartości chcesz przekazać i do kogo mówisz.

Od czego zacząć? – Spójność od podszewki

Zacznij od pytania: „Dlaczego powstaje moja strona? Kto ma na nią trafić?”. Strona dla młodych mam będzie wyglądać inaczej niż ta skierowana do mężczyzn po czterdziestce, a sklep internetowy ma inne cele niż strona do rezerwacji usług.

Twoje „elementy garderoby” to zdjęcia, grafiki, fonty (uwaga: fonty, nie czcionki!) oraz paleta kolorów. „Dodatki” to wszystkie detale, takie jak grubość linii, styl narożników, stosowanie cieni czy styl ikon. Wszystko powinno być dobrane tak, by było zgodne z charakterem Twojej firmy i przemawiało do Twojej grupy docelowej.

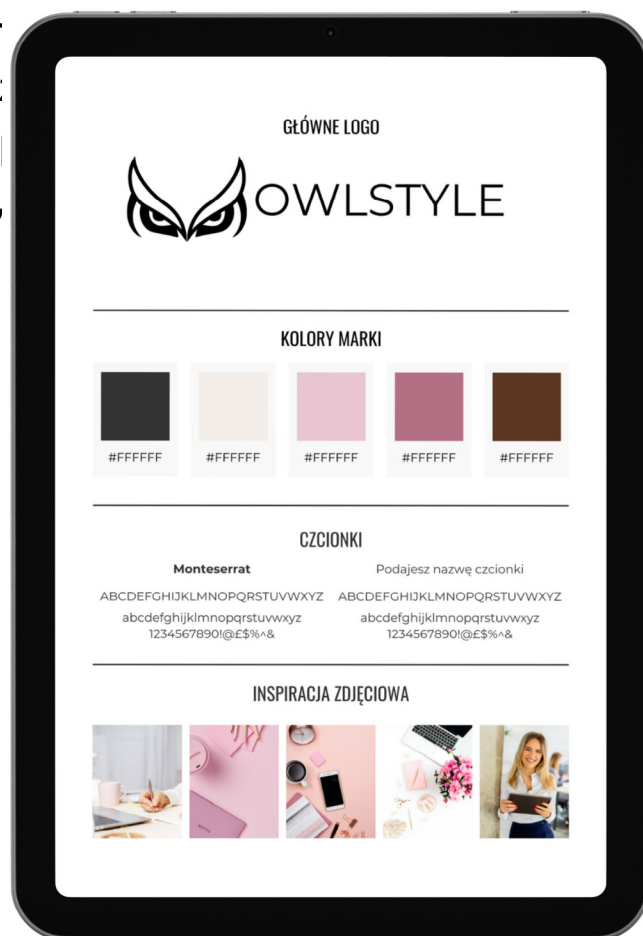
Twoja strona, Twój styl

Pomyśl o znanych markach, które nawet bez loga rozpoznajesz na pierwszy rzut oka – ich styl jest spójny i konsekwentnie utrzymywany we

wszystkich materiałach. Taka graficzna spójność sprawia, że Twoja marka staje się rozpoznawalna i buduje zaufanie.

Jeśli chcesz, by Twoja strona była właśnie taka – spójna i zapadająca w pamięć – zacznij od stworzenia moodboardu.

Moodboard to wizualny kolaż, który lory, tekstury, grafiki, czcionki – ws. Obiecuję, że moodboard to świetna później. Na razie skupmy się na tym,



Gotowa? To zaczynamy! Spójność graficzna to Twoja tajna broń, która sprawi, że Twoja strona nie tylko będzie piękna, ale też spójna z Twoim przekazem i odda Twoją markę w najlepszym świetle.

Ważne jest, aby dobrze to przemyśleć i trzymać się wybranego stylu.

Moodboard pomoże Ci opracować spójny styl, ale o tym więcej nieco później, gdy lepiej poznamy elementy, które na nim umieścisz.

- Logo i identyfikacja wizualna -

Zacznijmy od czegoś, co może od razu zdeterminować wygląd Twojej strony – identyfikacji wizualnej. To coś więcej niż tylko logo i kolory firmy, ale właśnie od nich warto zacząć.

Często na początku biznesowej drogi **nie mamy funduszy na profesjonalne logo**, więc zamawiamy je za przysłowiowe 200 zł albo próbujemy stworzyć je samodzielnie. Takie logo często **nie spełnia wszystkich oczekiwań** (choć czasem zdarzają się wyjątki!). Kiedy firma się rozwija i nadchodzi czas na dobrą stronę internetową oraz odświeżenie materiałów, takie logo może zepsuć cały efekt, bo jest przestarzałe lub po prostu źle wykonane.

Co wtedy zrobić?

Można zainwestować w zupełnie nowy projekt u profesjonalisty. To może być spory wydatek, ale logo to kluczowy element identyfikacji firmy – w końcu jest ono pierwszym, co widzi klient, i to właśnie ono buduje pierwsze wrażenie. Warto więc rozważyć inwestycję w profesjonalny projekt.

Jeśli logo jest już rozpoznawalne na rynku, dobry grafik może je zmodernizować, aby zachowało swój charakter, ale lepiej spełniało współczesne standardy i pasowało do nowej koncepcji Twojej marki. **Taki „lifting” logo** może przynieść świetne rezultaty – w końcu chodzi o to, żeby firma się rozwijała, a jej wizerunek z nią.

Logo to jednak tylko wierzchołek góry lodowej.

Tworząc logo zgodnie ze sztuką, projektuje się jego różne warianty – na przykład wersje w kolorze i czarno-białe, wersje na ciemne i jasne tła. Opracowuje się też paletę kolorystyczną, która będzie towarzyszyć logo we wszystkich materiałach.

Ważne jest, żeby zobaczyć, jak **logo będzie wyglądać na różnych nośnikach** – na banerach, gadżetach, wizytówkach, materiałach reklamowych, a nawet na ścianie w siedzibie firmy. Warto również sprawdzić, jak

prezentuje się w wersji cyfrowej, np. na stronie internetowej, w social mediach czy w mailach. Dobrze przemyślana identyfikacja wizualna powinna być elastyczna i wyglądać świetnie w każdym kontekście – zarówno online, jak i offline.

Spójność to klucz do sukcesu.

Dlatego dobrze zaprojektowane logo powinno mieć określone zasady użycia. W **księdze znaku** (czyli instrukcji, jak korzystać z logo) znajdują się informacje o dopuszczalnych modyfikacjach i o tym, czego unikać, np. nie dodawać białego prostokąta pod logo na kolorowym tle – zamiast tego warto przygotować wersję dostosowaną do takich sytuacji.

Stworzenie logo wraz z księgą znaku i całą identyfikacją wizualną pozwala zbudować spójny wizerunek firmy.

Wszystkie materiały firmowe, w tym strona internetowa, są wtedy projektowane w zgodzie z ustalonym stylem, co sprawia, że marka staje się rozpoznawalna i buduje zaufanie klientów.

Czy pełna identyfikacja wizualna jest zawsze konieczna?

To zależy od charakteru i wielkości firmy. W przypadku marki osobistej, na przykład, nie musisz wizualizować biura – logo może być Twoje imię i nazwisko.

Ale spójność graficzna materiałów, które udostępniasz, jest zawsze ważna – niezależnie od skali działalności.

Czasem lepszym rozwiązaniem niż na siłę tworzenie logo jest użycie nazwy firmy napisanej stylową czcionką.

Dlaczego?

Bo dobrze dobrane, proste liternictwo może wyglądać bardziej elegancko i profesjonalnie niż słabo zaprojektowane logo. **W ten sposób unikasz ryzyka, że amatorskie logo obniży wartość Twojej marki.** Estetyczna nazwa firmy napisana odpowiednim fontem może być równie charakterystyczna i zapadająca w pamięć, a jednocześnie nie wymaga dużych nakładów finansowych jak pełne logo. Czasem takie minimalistyczne podejście jest najlepsze – **prosta, elegancka nazwa**, która konsekwentnie pojawia się w materiałach, potrafi budować rozpoznawalność i spójny wizerunek firmy równie skutecznie **jak pełnoprawne logo.**

Pamiętaj: spójność graficzna to Twoja tajna broń, która pozwala Twojej marce wyróżniać się na tle konkurencji. Nawet jeśli zaczynasz od małych kroków, warto dbać o detale – one naprawdę robią różnicę!



<https://www.ankatelier.nl/>



<https://moodinteriors.nl/>



<https://webear.space/>

- Co determinuje wygląd strony? -

Zaczniemy od początku. Może być tak, że czujesz się trochę przytłoczona myślą o tym, jak powinna wyglądać Twoja strona internetowa. Rozumiem to doskonale – **temat wydaje się skomplikowany, szczególnie jeśli nie masz doświadczenia w projektowaniu**. Chcę Ci pokazać, jak przejść przez ten proces krok po kroku, tak aby stał się bardziej zrozumiały i przyjemny.

Ważne jest, abyś miała jasność, że wygląd strony internetowej nie jest tylko kwestią estetyki – to strategiczne narzędzie, które pomaga przyciągać odpowiednie osoby i budować relacje z Twoimi klientkami.

No dobrze, ale co tak naprawdę determinuje wygląd Twojej strony?

Zaczniemy od kluczowego elementu – identyfikacji wizualnej. Co to dokładnie znaczy? To **branding**, czyli w