

2025

5 BRUTALNYCH FAKTÓW O STRONACH INTERNETOWYCH DLA małych FIRM

#3 to najczęstszy błąd wśród firm budowlanych

Przeczytaj to zanim stracisz czas i pieniądze
na źle wykonaną stronę, której nawet nie
potrzebujesz.



W 2022 roku właścicielka salonu manicure w Gdańsku wydała 4800 zł na stronę internetową z rezerwacjami online. Efekt? Po 6 miesiącach miała dokładnie zero nowych klientów ze strony – wszystkie wizyty pochodziły z poleceń, Google lub Instagrama.

Z kolei w 2023 roku właściciel firmy ogólnobudowlanej z Białegostoku zamówił u webdevelopera „wizytówkową” stronę za 2500 zł. Po roku strona miała łącznie 92 wejścia – z czego połowa to on sam. Chcesz być następny? Myślę, że nie.

Wiem, to może dziwnie brzmieć od osoby, która projektuje strony internetowe, ale... prawda jest taka, że nie każda firma powinna od razu inwestować w stronę. Tak – czasem to po prostu błąd, który kosztuje pieniądze, czas i rozczarowanie.

Zanim wydasz choćby złotówkę na projekt strony, musisz wiedzieć kiedy to ma sens, a kiedy zupełnie nie. Poniżej znajdziesz 5 faktów, które pomogą Ci zdecydować, czy faktycznie potrzebujesz strony — czy może nie... jeszcze nie.

#1 WYSTARCZY CI KLIENTÓW? NIE PRZEPALAJ BUDŻETU

Masz już pełen grafik na najbliższe miesiące? Świetnie — ale to może być sygnał, że strona internetowa nie jest Ci teraz potrzebna.

Strona ma generować nowych klientów. Ale co z tego, skoro i tak nie masz kiedy ich obsłużyć? W najgorszym scenariuszu potencjalni klienci zobaczą Twoją stronę, zachwycą się ofertą, wyślą zapytanie... i nie dostaną odpowiedzi. Albo usłyszą: „za 9 miesięcy”. Właśnie spaliłeś leada, który kosztował Cię czas i pieniądze. To tak, jakbyś postawił wielki billboard przy głównej drodze z napisem „Zadzwoń teraz!”, tylko po to, by powiedzieć: „Nie mam czasu”.



#2 STRONA BEZ RUCHU TO CYFROWY PLAKAT W LESIE

Zlecając stronę internetową, wielu właścicieli firm liczy, że „klienci sami przyjdą”. Prawda jest taka, że sama obecność w sieci nic nie daje, jeśli nikt tej strony nie odwiedza. Strona, bez źródeł ruchu, to jak pięknie zaprojektowana ulotka, która nigdy nie została wydrukowana. Nie trafi do nikogo — bo nikt nie wie, że istnieje.

Jeśli nie planujesz inwestować czasu lub pieniędzy w działania takie jak:

- reklamy Google Ads lub Facebook Ads,
- lokalne SEO (pozycjonowanie w Google),
- media społecznościowe,
- wizytówka Google Moja Firma z aktywnością,

to Twoja strona będzie niewidoczna. Można ją nazwać „wizytówką”, ale nikt do niej nie zajrzy bez odpowiednich działań marketingowych.

#3 TWOJA FIRMA MOŻE ŻYĆ BEZ STRONY JEŚLI MA INNE ŹRÓDŁA KLIENTÓW

Nie każda firma potrzebuje strony internetowej, żeby skutecznie zdobywać zlecenia. Czasem wystarczą same polecenia – szczególnie jeśli działasz lokalnie i klienci wracają do Ciebie lub polecają Cię znajomym. To bardzo silny kanał sprzedaży.

Wizytówka Google (profil firmy) pozwala wyświetlać się w mapach i wynikach lokalnych, nawet bez klasycznej strony. Są też media społecznościowe – Facebook, Instagram – gdzie możesz pokazać efekty swojej pracy, zebrać opinie i być w stałym kontakcie z klientami. Do tego portale ogłoszeniowe jak OLX, Fixly czy Oferteo, które przyciągają konkretne zapytania. Dopóki te źródła działają i masz klientów, nie ma presji, by inwestować czas i pieniądze w stronę.



#4 STRONA NIE NAPRAWI ZŁEJ REPUTACJI ANI BRAKU JAKOŚCI

Możesz mieć najpiękniejszą witrynę, ale jeśli Twoje usługi nie spełniają oczekiwań klientów, nikt nie zostanie na dłużej. Zła jakość pracy czy negatywne opinie w sieci to problemy, których nie przykryje nawet najbardziej efektowny design. Klient, który trafi na Twoją stronę i jednocześnie znajdzie w Google komentarze o niedotrzymanych terminach lub niskiej jakości, odejdzie – często na zawsze.

Zanim zainwestujesz w stronę, napraw fundamenty: popraw procesy, wyeliminuj usterki i zadбай o portfolio, które naprawdę sprzedaje. Tylko wtedy Twoja strona będzie pracować na Twój sukces, a nie na potwierdzenie obiegowych opinii.

#5 ŹLE ZAPROJEKTOWANA STRONA ZASZKODZI BARDZIEJ NIŻ JEJ BRAK

Amatorski wygląd, chaotyczna nawigacja czy powolne ładowanie to pierwsze sygnały alarmowe dla odwiedzających. Strona, która wygląda jak hobby, zamiast jak profesjonalna wizytówka, budzi więcej podejrzeń niż jej całkowity brak.

To jak wejść do sklepu z wystrojem z lat 90. – klient wychodzi przed zobaczeniem towaru. Pamiętaj, że w internecie nie masz drugiej szansy na pierwsze wrażenie.

Zanim popełnisz ten błąd, zapytaj sam siebie: Czy moja strona naprawdę oddaje poziom moich usług? Jeśli masz choć cień wątpliwości co do jakości projektu, lepiej odłóż inwestycję i przygotuj solidny brief, niż ryzykować utratę zaufania i klientów.



PODSUMOWUJĄC

Ten raport pokazał, że strona internetowa to nie magiczne rozwiązanie, które samoczynnie wygeneruje klientów. Nie chcę Cię jednak zniechęcać – wręcz przeciwnie. Chcę, abyś podejmował decyzje z pełną świadomością. Bo dobra strona to nie wydatek, lecz inwestycja, która zwróci się wtedy, gdy masz pod nią solidne fundamenty.

CO TO OZNACZA DLA CIEBIE?

Jeżeli dzisiaj bazujesz na poleceniach, świetnie – to potężny kanał, który warto pielęgnować. Jeśli jednak myślisz o rozwoju, wejściu na nowe rynki czy budowaniu marki, strona może stać się Twoim najskuteczniejszym narzędziem. Kluczem jest dopasowanie jej do realnych potrzeb i możliwości Twojego biznesu, a nie kaprys czy trend.

Mam pomysł - przegadajmy to. Porozmawiajmy czy strona jest Ci potrzebna czy też nie podczas bezpłatnej konsultacji. Dopiero wtedy zaplanujemy działania, które naprawdę przyniosą Ci nowych klientów.



Kliknij poniżej i umów się ze mną na bezpłatną konsultację

BEZPŁATNA KONSULTACJA