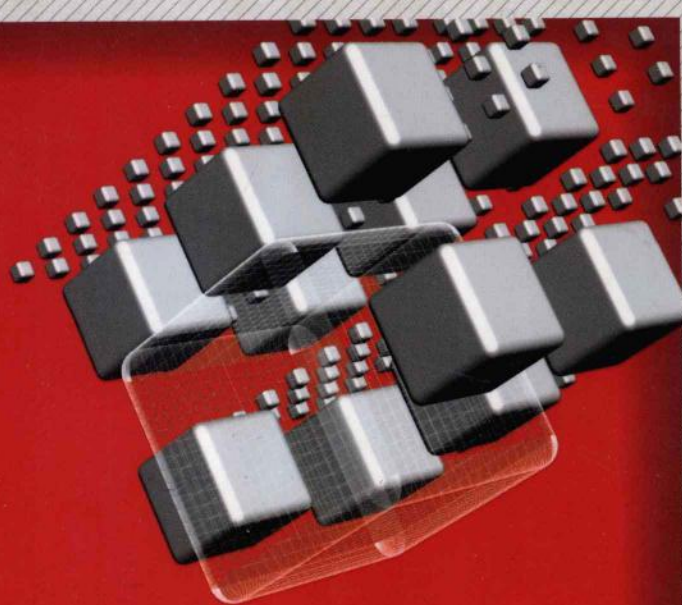




从课堂到市场系列 市场实现 网页设计

设计的市场观点
设计的市场流程
设计的一线案例

从客户开发到合同签订
从市场调研到定位确立
从创意表现到技术实现
从实施发布到市场反馈



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>

杨开富 谢燕平 著

从课堂到市场
系列

市场实现·网页设计

重庆大学

出版社

杨开富 谢燕平 著

图书在版编目(CIP)数据

市场实现·网页设计/杨开富著. — 重庆: 重庆
大学出版社, 2011. 8
(从课堂到市场系列)
ISBN 978-7-5624-6025-1

I. ①市… II. ①杨… ②谢… III. ①网页制作工具 IV.
①J06②TP393. 092

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第048196号

市场实现·网页设计

Shichang Shixian • Wangye Sheji

杨开富 谢燕平 著

策划编辑:周 晓 寒 佳

责任编辑:邬小梅 版式设计:曾 敏

责任校对:谢 芳 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司印刷

*

开本:787 × 1092 1/16 印张:5.25 字数:86千

2011年8月第1版 2011年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-6025-1 定价:28.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编者说明

许多设计公司都反应，招聘到的刚刚踏入社会的新员工老是和市场脱节，常常要经过很长一段时间的培训才能适应设计市场。能不能做一套书，帮助这批人尽快地转换角色呢？

于是我们组织了一批有市场经验的从业人员，编写了“从课堂到市场系列”丛书，希望能够帮助年轻从业者的作品早日投入市场。

本系列丛书重点讲述的是设计工作中中高端市场中的“普遍规律”，并通过作者长期实践所积累的从业经验来引导新手进行理解和学习。

普遍性与系统性可以使“一家之言”不至于过度偏颇并容易为广大读者理解接受。从业经验的“一家之言”，才能使普遍性与系统性“落地”，才能使读者真真切切感受到设计市场。

本系列丛书是为刚刚或即将从事设计的行业人员量身打造的：以设计流程为线索，以问答为主要表述方式，通过具体的设计案例讲解具有市场实战价值的设计方法，并提炼出普遍意义的设计规律。每本书都由几个部分组成：第一部分介绍该设计门类行业当前的现状；第二部分阐述设计的市场运作流程；第三部分市场实现，讲述具体的市场运作案例。另有一些关于设计市场实现的问题，增补了问答部分。

编 者

2010年11月

1 网页设计需要理清的基本问题	1
1.1 网页设计的市场业态	1
1.2 “甲方”眼中的网页设计	3
1.3 网站，还是网页？	5
1.4 网页设计接单的四项要领	7
1.5 前期调研的核心内容	9
1.6 提案的要点	13
1.7 合同签订的关键	15
2 网页设计流程	17
2.1 初稿要领	17
2.2 深化关键	22
2.3 完善内容	27
3 后期完善与跟踪	33
3.1 完稿的六大部分	33
3.2 验收的方式与过程	38
3.3 验收的注意事项	38
3.4 设计后的销售反馈与服务	39
4 市场实现——实例体验(某法院网站设计案例)	41
4.1 前期洽谈	41
4.2 项目进行	52
4.3 调试验收	69
4.4 项目回顾与总结	72
5 新手疑问VS资深回答	74
5.1 网页设计师应该具备哪些基本素质？	74
5.2 构成网站的页面有哪些？	74
5.3 目前在国内，网站设计是如何收费的？	75
5.4 如何增强网页的交互性？	77
5.5 如何设计主页和申请主页空间？	77
5.6 如何使网页在搜索引擎的首页出现？	78
5.7 网页设计如何提高点击率？	79
5.8 怎样才能准确把握网页设计中的“行业风格”？	79
5.9 网络广告的尺寸标准怎么确定？	80
5.10 网页设计竣工报告包含哪些内容？	80

1 网页设计需要理清的基本问题

1.1 网页设计的市场业态

1.1.1 市场需求量大幅上升

据《2010年CNNIC互联网调查报告》结果,截至2009年底,中国网民规模已达到3.84亿人,较2008年增长28.9%,在总人口中的比重从22.6%提升到28.9%,互联网普及率在稳步上升。据最新数据显示,2009年的中国网页设计、网络营销市场规模已达到100亿元,2010年,国内市场规模则已达到257亿元。据不完全统计,截至2009年9月底,我国网站的数量已达320万个,博客空间已达1.81亿个。

网站建设、网页设计市场的激增,相信即使业外人士也可感觉到。“贵公司有网站吗?”诸如这样的提问,就如同“请问您带名片了吗”之类的问题一样平常。更多的企业思考的不只是通过网站展示企业形象的问题,而已经到了“是否需要展开电子商务活动”的思考层面。

横向来看,企业不只是进行其自身网站的建设,更有广泛进行网页设计的需求。如企业往往还根据其所在的行业特点,利用其独有的资源优势,投资于互联网营运,这样就会衍生出大量的电子商务网站的业务需求。

大量的政府部门,在电子政务构建战略指导下、在政党先进性建设的时代要求下,在网页设计方面也产生出大量的业务需求。如何建设权威、亲民、能充分体现政府服务职能和时代精神的崭新网站,也是政府人员经常思考的问题。

还有大量的个体，基于对互联网的爱好或投资的需要，也提出了网页设计的需求，而且这类群体数量还很多。

综上所述，目前网站建设、网页设计的市场十分庞大，而且增长迅速。无论何种单位性质、何种行业，甚至不分个体和单位，都有广泛的设计需求。网页设计是个庞大的市场，而且增长迅猛。

1.1.2 高端人才供求不足

虽然说网页设计的从业者不少，但仍然不能满足市场的需求。特别是较高端的设计人员，完全处于供不应求的状态。

网页设计行业的门槛较低，加上市场不规范，导致该行业从业人员的素质良莠不齐。很多所谓的“网页设计师”完全没有原创能力，基本通过“克隆”或“山寨”别人的网站进行“设计”工作。这种设计师的网页作品，不仅是侵犯别人的版权，而且缺乏真正的价值，迟早会被市场唾弃。

越来越多的国内客户，对网站建设和网页设计提出了更高的要求。事实上，很多在行业中处于领头羊地位的企业，往往还为找不到优秀的网页设计团队而烦恼。

据不完全统计，目前国内初级的网页设计师的月薪一般在2 000元以内；而有过三年以上专业经验的网页设计师，均可达4 000~5 000元的月薪；真正优秀的网页设计师，月薪可达到7 000~8 000元；在发达地区会超过1万元。从这些数据也可知，高级网页设计师与初级设计师之间的差距是相当大的，优秀设计师的水平取决于丰富的学习和实践经历以及对职业的坚持。

1.1.3 网页设计的新趋势

低端和高端网站建设分界更加明显。近几年来，有一个趋势越来越明显，那就是网站建设分化为两大阵营：一是以所谓“智能建站”技术为核心的建站模式。该建站模式其实就是一种模板建站技术，一种网站批量自动生成系统。这样的网页几乎不需要设计，优点是成本低、周期短，一般收费在千元以下；缺点是界面老套呆板、无美感，更谈不上企业特色的体现了，而且整套系统几乎没有可升级性和可扩展性。另一种就是比较高端的网页设计了。这种设计讲求策划和视觉表现，一般都是根据客户需求量身定做而成，

网站能更好地体现该客户的文化、形象及其产品的特点。但这种网页设计一般对设计师要求高、实施周期较长，成本比较高。

近两年来，上述高低端网站设计的分化很明显。一方面，越来越多的企业更加追求网页设计的品质；另一方面，仍有相当多的初创企业选用低端的模板建站方式。

客户对设计品质的要求大幅提升。随着互联网的普及，客户对网站知识的理解获得进一步加深，对网站品质的鉴别能力也大幅提高。网页设计已经慢慢由粗放型向精细化方向过渡。数年前的网站，已经远不能满足用户需求。认为随便设计几个页面，加上几个FLASH和数据库发布，就能让客户满意，这几乎是不可能的。新一代的网页设计师，一定要把握到市场对网页品质的期待值，这样才能设计出既品质好、又能满足客户需求的作品。

网页设计风格发生巨大变化。五年以前，很多客户对网页设计品质的认识是：页面色彩要丰富、页面的动感要强，FLASH动画要多。但是今天，很多客户对网页品质的认识却变成了：要尽量简约、清爽，突出主题；操作方便，用户体验化。越来越多的用户，对网页设计的风格拥有自己独到的、正确的见解，但是其核心往往都脱离不了对简约风格的追求。21世纪是信息爆炸的世纪，同时也是追求简单生活的世纪。“Simple is best”，这就是新世纪网页设计风格的潮流。一切繁复的、花哨的网页设计不再辉煌。

营销型网站流行。企业做网页设计的目的是什么？是为了营销。营销的是企业的主体形象、产品或服务。现在的网页设计，不仅要求美术设计要有水平，还要求在设计过程中融入网络营销的思路，提升用户体验和访客的转化率。

1.2 “甲方”眼中的网页设计

1.2.1 客户对网页品质的要求

在甲方眼里，网页的设计品质肯定是第一位的。客户总是希望选择优秀的网页设计团队和设计师。客户还经常提供一些优秀网站范例作为设计品质的比对参考。对于企业网站而言，大多数客户最重视的是视觉上的表现，也即美术设计水平（图1-1）。

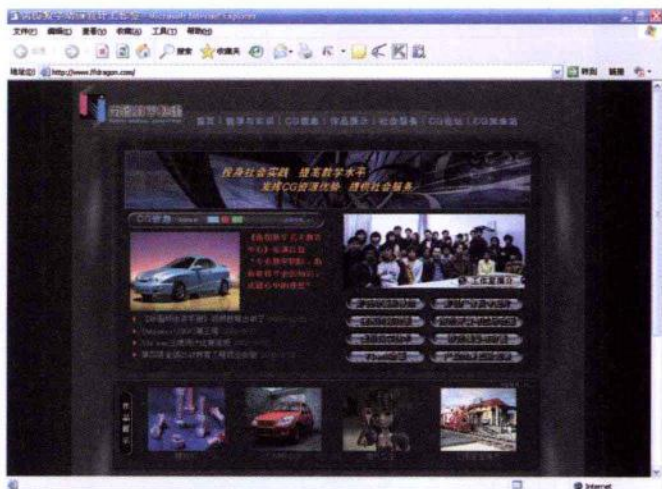


图1-1 较为成功的网页设计

1.2.2 客户对设计师的要求

客户对设计师的要求一般包含以下几个方面：

①对设计师设计水平的要求。客户一般都希望设计师有两年以上的专业网页设计经验，有较有说服力的案例。有的时候，客户甚至指定要网站建设公司中的某一个设计师进行设计，这也充分反映出客户对设计师个人能力的重视。

②设计沟通和理解能力。一个项目的实施，总是需要进行大量的沟通。客户总是期待能与设计师获得畅通高效的沟通，并希望设计师能有充分的理解力，能够快速体会到客户的意图。在实际项目中，经常有客户要求由设计师直接到场沟通，而不是通过他人转述，也是基于这一原因。

③要求有一定的内容策划能力。一个设计师，如果他仅仅是美术设计能力强，但对网页的内容缺乏把握的话，也不能说是一位优秀的网页设计师。网页可能会有专业的策划，但大多数时候，作为设计师的你，也必须了解策划。

1.3 网站，还是网页？

网页和网站是一回事吗？二者有何关系？网页设计和网站建设又有什么不同？（图1-2）

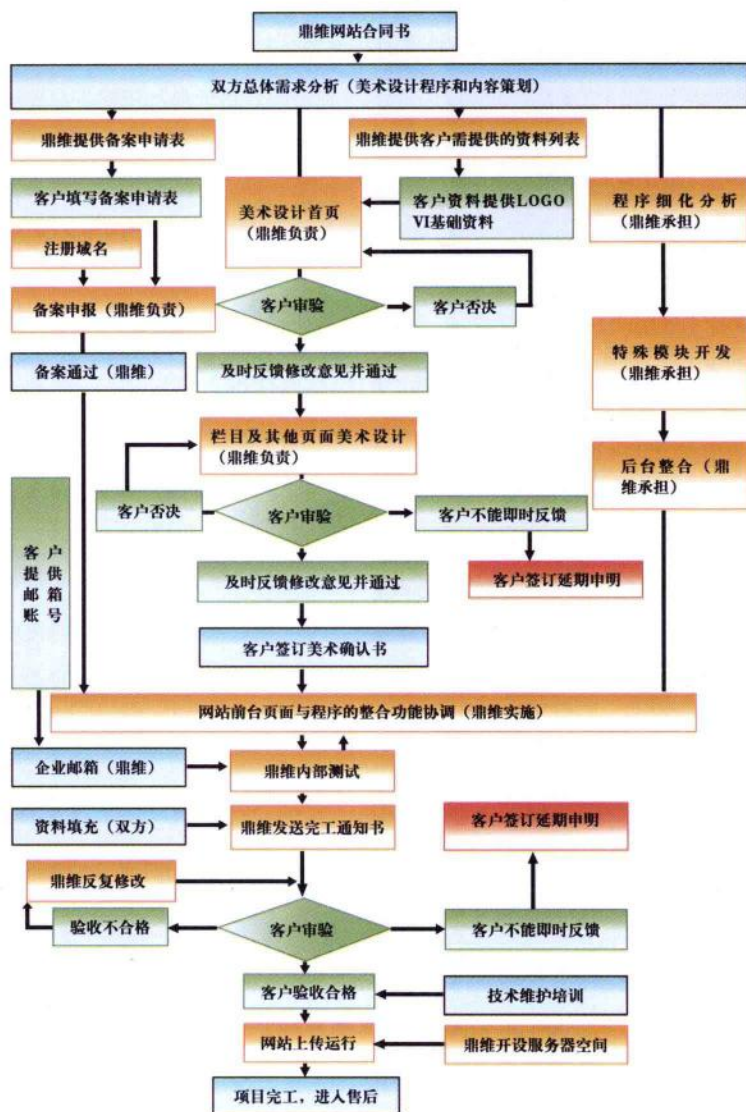


图1-2 网站建设流程

1.3.1 网页是网站的子集

网页是网站的一部分，多个网页组成一个网站，网页是网站的一个子集；而网页设计则是网站建设的一个子集。网站建设包括网页设计、程序开发、域名和服务器配置等多项内容。而本书的重点内容是网页设计，主要以美术设计和前台页面架构为主。

1.3.2 网页设计重在美术，网站建设重在系统

我们通常说的网页设计，很多时候是指页面的美术设计，属于视觉设计的范畴。如网页采用何种调型、版式如何设计、色调如何搭配等。而对于整个网站建设，我们必须考虑更多。例如，如何让程序功能与网页完美地结合，如何保证网站的访问速度、安全性、可维护性、可扩展性等。对于企业级的网站，网页的视觉效果往往是第一重要的，因此，网页设计也是网站建设中最重要的一环。

1.3.3 网页设计重在前台表现，网站注重功能

网页设计不仅仅是页面的美术设计，还包括页面切图、页面架构方面的工作。在正规的网站建设公司，有专门的“网页架构师”的职务，其主要职责就是把美术效果设计完成后的图片，转换为网页。网页可采用Table方式架构，也可采用Div+Css方式架构，后者是网页未来的标准架构，不过工作量较大。网页转换并非简单的工作，需要对网页的结构有深入的了解。如何构建出访问速度快、维护方便、符合W3C标准、兼容各种浏览器的网页，仍是很多网页设计师追求的目标。

在通常情况下，网页设计师已兼任了网页架构师的工作。网页设计一般不需要对网站的功能考虑太多，但作为网站建设项目，特别是复杂的行业平台或电子商务网站，系统的功能却显得更加重要。对于这种类型的项目，网页设计师需调节设计重点，可适当降低视觉上的设计级别，而相应地提升页面架构设计的级别。

1.4 网页设计接单的四项要领

要领1：通过下面的这些方式找到那些需要网页设计的客户

①从网上找（客户看到宣传网页主动联系）。主要途径是通过搜索引擎（如谷歌、百度等）；还可登录很多服务外包模式的网站（比如威客网），利用它可以宣传自己，主动让别人了解你。

②通过朋友的介绍。朋友介绍是一种比较好的方法，客户对朋友的信任会直接转换为对你的信任，这样的客户成功率往往比较高，而前期成本反而比较低。

③传统电话营销方式。这种方式可以避免面对面的尴尬，可以大范围和陌生的潜在的客户打交道，但成功的几率比较小。

④通过口碑获得。因为高品质的网页设计服务让客户满意，客户会自觉地口口相传，从而给自己的团队带来业务。口碑营销是最原始的、最有效的营销方式。

要领2：明白自己的优势并充分发挥

在与客户进行有效沟通之前，一定要弄清楚自己的特长，也就是自己在完成所谈项目上与别的团队相比较优势是什么？从信誉、技术，以及从事网页设计的经验等方面去同竞争对手作比较，尽量展示自己的长处。当然，在充分展示自己的同时，不要去贬低别人，不要过分去夸大自己，把自己说成无所不能，反而会让别人对你失去信心。（图1-3）



图1-3 鼎维网络开发解决方案图

要领3：同客户沟通前做好充分准备

同客户沟通前，要研究客户，了解客户。要摸清客户的状况，针对企业的形象、品牌、需求等方面进行初步的摸底。要了解客户的竞争对手的情况，以一个第三者的客观立场来看客户的产品和市场。如果看到了他们看不到的问题，或者看到了他们忽略了的问题，他们马上会感到你确实是在诚心诚意帮助企业，这样一旦和客户联络上，客户就很容易和你一拍即合。

首次沟通前，还需初步把握客户对互联网的接受度，并准备自己团队的相关资料，以及该客户同行业的案例等。

要领4：与客户沟通的注意事项

与客户的有效沟通，需要有很好的沟通技能，主要应注意以下几点：

①弄清楚客户的真实需要。我们的客户是由不同的文化素养、不同的工作性质、不同的社会层次、不同的表达能力和不同的欣赏水平的人构成的。因此，我们要注意：一是不要轻视他们，要理解他们；二是要十分认真地倾听他们的陈述，即使他们说得杂乱无章，或者是东拉西扯，也要耐着性子把他们的话听完；三是要十分敏锐地观察和揣摩他们想表达的意思是什么。因为只有弄明白了客户的具体要求，我们才能以此为依据去制订方案和做其他的准备工作。要对客户负责，对自己的名誉负责，绝不可凭想象，靠“也许是”“可能是”“大概是”“恐怕是”去操作。

②方案制订出后再次征询客户意见。根据第一次沟通的结果，制订出网页设计的方案，然后将方案呈给客户，进行充分的交流和沟通，只有得到客户的首肯后才能定案。另外，有些问题还需要进行必要的解释与说明，比如客户第一次提出的某些不科学、不合理、不切实际的东西，我们有义务并且有责任提出自己的想法和见解，进而客观分析不合理要求的利害得失和客观后果。在这里必须强调一点，尊重客户意见并不是唯命是从，把客户当上帝也并不是唯唯诺诺。尊重客户是有原则的，这个原则是建立在科学的基础之上，是一切为了客户利益着想。

③涉及专业领域的部分，一定要坚持原则，充分树立团队的专业性。要有充分的理由支持自己的见解。如果客户说什么就什么，实施起来可能将出现较大问题。

之所以十分强调与客户沟通，是因为事关重大，它直接影响到你的劳动成果是否被客户接受，否则，大量的心血就会白流。

在与客户沟通的过程中，要做好相应的记录，可以以记录表的形式进行规范的记录，便于归档。表1-1 所示为《项目沟通记录表》。

表 1-1 《项目沟通记录表》

项目沟通记录表				
项目名称		营销顾问		
客户联系人		电子邮箱		
客户电话		客户传真		
合同总金额/元				
付款期数	付款条件	金额/元	收款日期	备注
第一期				
第二期				
第三期				
第四期				
第五期				
步骤名称	确认方式	确认/送达日期		备注
《网页整体需求确认书》	☐ 邮件 ☐ 书面（原件/传真件）			
《网页美术成果确认书》	☐ 邮件 ☐ 书面（原件/传真件）			
《网页测试通知书》	☐ 邮件 ☐ 书面（原件/传真件）			
《网页验收通知书》	☐ 邮件 ☐ 书面（原件/传真件）			
《网页修改确认书01》	☐ 邮件 ☐ 书面（原件/传真件）			
《网页修改确认书02》	☐ 邮件 ☐ 书面（原件/传真件）			
《网页修改确认书03》	☐ 邮件 ☐ 书面（原件/传真件）			
《网页修改确认书04》	☐ 邮件 ☐ 书面（原件/传真件）			

1.5 前期调研的核心内容

1.5.1 客户具体需求

一个网页设计项目策划的确立是建立在各种各样的需求上面的，这种需求几乎全部来自于客户的实际需求或者是出于公司自身发展的需要。其中客户的实际需求也就是说这种交易性质的需求占了绝大部分。因为网页设计开发拥有不同知识层面的客户，所以网页设计策划人员对用户需求的理解程度，在很大程度上决定了此类网页设计项目开发的好与坏。因此如何更好地

了解、分析、明确用户需求，并且能够准确、清晰地以文档的形式表达给参与网页设计项目开发的每个成员，保证开发过程按照用户需求的方向进行，是每个网页设计策划人员需要面对的切实问题。网页设计需求沟通可按照图1-4所示的流程进行。

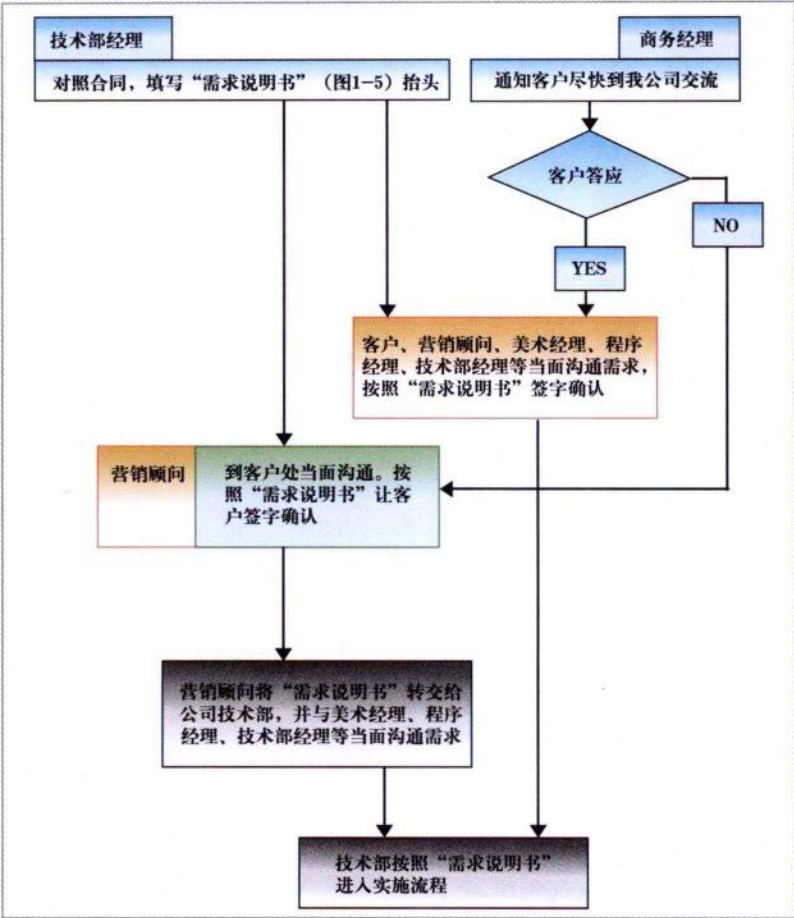


图1-4 网页需求沟通流程图

1.5.2 是改版还是新建

在知道客户需求之后，接下来要明确客户是要新建网页，还是已经有网页，只是要进行改版。如果是新建网页，就要对客户进行全面深入的调研；如果是改版，就要了解客户对原网页的意见，需要增删哪些内容，网页架构上需要做哪些变化。

网页需求说明书

项目名称____营销顾问____沟通日期：__年__月__日

美术等需求	整体色调						☐ 客户提供VI ☐ 客户提供LOGO ☐ 设计LOGO
	风格描述						
	参考网页						
	网页图片	☐ 图片处理 ☐ 图片拍摄	页面规格： ☐ 1024×768 ☐ 800×600 ☐ 其他				
	网页语种	☐ 简体中文版 ☐ 繁体中文版 ☐ 英文版 ☐ 其他语种					
栏目内容（表现方式：A——列表 B——文章 C——其他）							
	主栏目1	主栏目2	主栏目3	主栏目4	主栏目5	主栏目6	主栏目7

图1-5 网页需求说明书

1.5.3 客户公司的实力如何,产品或服务有哪些特点

在明确了客户是新建网页还是对已有网页进行改版之后，需要了解客户公司的实力情况如何（比如是大型的国有企业还是普通私营企业），性质如何（是企业、事业还是国家机关），产品和服务都有哪些特点等。这些是我们进行下一步提案工作的依据，了解越深入，后面的工作就越容易开展，越顺利。

1.5.4 客户对互联网的认识程度

客户对互联网的认识程度如何也是你需要认真揣摩或者了解的。如果客户对互联网已经比较了解，那么在交流的过程中会很顺畅，不需要你做互联网功能方面的过多介绍，语言方面也比较畅通。当然这也会给你的后续设计增加难度，正因为客户对互联网比较了解，你所做的设计他可以有他的见解，会对你的设计进行挑剔。如果客户不了解互联网，那么你在交流过程中要多做一些互联网功能方面的介绍，要引导客户明白你同他交流的内容，这样在后续设计中，他会更容易接受你提供的设计，为你后续工作的开展提供方便。

1.5.5 网站的定位或主题

所谓主题也就是你的网站的涵盖内容范围。一般的企业、个人网站不应该是包罗万象的，否则你的网站内容绝对是肤浅的。门户网站涵盖的内容较广，但它只是起引导作用，无需深入各个分支内容。弄清你的客户所要建设网站的定位或主题非常重要，它直接影响到后面网页设计的风格和内容构架。

就目前的企业网站来讲，主要有两个定位：宣传企业形象、促销产品或服务。大型企业一般偏重于企业形象的宣传，中小型企业一般偏重于产品或服务的宣传。

就目前的平台类网站来说，按主题归类大致可分为网上求职、网上聊天/即时信息/ICQ、网上社区/讨论/邮件列表、计算机技术、网页/网站开发、娱乐网站、旅行、参考/资讯、家庭/教育、生活/时尚等10类。每个大类都可以继续细分，比如娱乐类可再分为体育、电影、音乐几大类，音乐又可以按格式分为MP3、VQF、Ra，按表现形式分古典、现代、摇滚等。以上都只是最常见的主题归类，还有许多专业的、另类的、独特的题材可以选择，比如中医、热带鱼、天气预报等。

明确了网站主题后，我们要做的网页设计就有了方向，美术设计可以根据相应主题的特点、客户的喜好和特殊要求进行色彩设定、版式设计，从而确定整个网站的风格。

1.5.6 网站的主要用户群体

确定网站的用户群体十分重要。只有清楚确认网站的用户群体、用户的需求、用户的兴趣，才可能在网站上提供用户所需要的内容和信息，留住目标用户群体，网站才能获得成功。

比如一个酒店的网站，就是根据酒店自身的产品特点情况，确定营销主要对象，通过网站的内容制作，来吸引这些群体访问。对于酒店来说，用户群体无非是这样几种：高档经济收入用户群体、中高档经济收入用户群体、中低档经济收入用户群体、低档经济收入用户群体。在确定网站用户的主要对象时，还必须了解和关注网络用户的群体分布，即通过关注网络上的用户群体，结合自己的产品特点，最后确定网站用户的主要对象群体。