**5 elementów, które powinna zawierać strona internetowa firmy z branży OZE**

**We wrześniu br. farmy wiatrowe w Polsce wyprodukowały 1217 GWh energii, a w analogicznym okresie ubiegłego roku było to 1091 GWh. Pozostałe odnawialne źródła energii, w większości fotowoltaika, miały produkcję na poziomie 1713 GWh, co stanowi znaczący wzrost w porównaniu do ubiegłego roku, gdzie odnotowano 915 GWh[[1]](#footnote-1). Rosnąca popularność OZE przekłada się na większą liczbę firm, które powstają w Polsce. Te z kolei dbają o swój wizerunek, poszukują pracowników, ale i kontrahentów. Jednym z głównych narzędzi do komunikacji jest strona internetowa. Jak powinna ona wyglądać?**

Branża odnawialnych źródeł energii w Polsce cały czas się rozwija. Elektrownie fotowoltaiczne we wrześniu br. wprowadziły do sieci o wiele więcej energii niż przed miesiącem. W całym miksie energetycznym osiągnęły kilkunastoprocentowy udział.

Coraz większe zainteresowanie odnawialnymi źródłami energii mobilizuje firmy z obszaru OZE do inwestowania w marketing, a także w strony internetowe. Dlaczego? Po to, by skutecznie pozyskać klientów i pracowników. A jakie elementy powinna zawierać strona dla firm właśnie z tej branży? Podpowiadamy.

**Atrakcyjność wizualna**

Na całym świecie jest ponad 1,15 miliarda stron internetowych – ta liczba może robić wrażenie. Rosnące zainteresowanie odnawialnymi źródłami energii sprawia, że coraz więcej firm działa właśnie w tym sektorze i spora część z nich ma swoje strony internetowe. Jak zatem wyróżnić się wśród tłumu? Konieczne jest posiadanie strony, która będzie atrakcyjna wizualnie – mówi Sebastian Kopiej, Prezes Zarządu agencji PR Commplace. – Ale to nie wszystko. – dodaje.

– Nie wystarczą dobra grafika i odpowiednie treści, by nasza strona wyróżniała się na mocno konkurencyjnym rynku – mówi Sebastian Kopiej. – Niezbędne jest wprowadzanie dodatkowych elementów. Na pewno musimy mieć na uwadze rozwój sztucznej inteligencji i korzystanie z niej podczas projektowania stron. Należy uwzględnić projektowanie API, które umożliwia tworzenie stron jeszcze lepiej dostosowanych do potrzeb odbiorców. Kolejnym krokiem jest korzystanie z chatbotów, które szybko rozwiążą problemy użytkowników i dają im poczucie, że są bliżej danej firmy. – wylicza.

Na znaczeniu zyskuje także Motion UI, który polega na użyciu animacji i przejść, aby ulepszyć interfejs użytkownika.

**Klarowne informacje**

Strona internetowa firmy z branży OZE (i nie tylko) powinna być czytelna i klarowna. Na początku podajmy informacje o tym, czym zajmuje się nasze przedsiębiorstwo, jakie ma doświadczenie, jakie realizacje za sobą i w czym może pomóc odbiorcy.

– Odpowiednie dobranie treści jest kluczowe, by zatrzymać uwagę współczesnego konsumenta. Napiszmy jasno, czym zajmuje się nasza firma i zbudujmy wokół niej zaufanie. Pokażmy, że wyróżniamy się na rynku i warto z nami pracować. Jedną z najważniejszych zakładek powinna być nasza oferta. Warto ją podzielić na dwie sekcje: tę dla odbiorcy indywidualnego i dla firm. Podajmy jak najwięcej szczegółów dotyczących procesu realizacji zadania, sposobu finansowania inwestycji, a także wszelkich formalności. Warto używać zrozumiałego i prostego języka, by odbiorca wiedział, co oferujemy –dodaje Sebastian Kopiej.

**Dodaj na stronę kalkulator inwestycji**

Gdy zadbamy już o odpowiedni wygląd naszej strony i zawrzemy na niej wszelkie informacje w prosty i klarowny sposób czas na dodanie elementów, które zatrzymają na dłużej naszego odbiorcę. W tym celu warto dodać kalkulator inwestycji. Umożliwia on klientom dokładne oszacowanie kosztów i korzyści związanych z instalacją systemów OZE, takich jak panele słoneczne czy pompy ciepła. Daje im to jasny obraz, ile mogą zaoszczędzić na rachunkach za energię i ile czasu zajmie zwrot zainwestowanych środków. Kalkulator dostarcza spersonalizowane wyniki, dostosowane do konkretnych potrzeb klienta. Dzięki temu otrzymuje on spersonalizowaną ofertę.

**Zadbaj o opinie na stronie internetowej**

Kolejnym elementem strony internetowej powinny być opinie klientów. Zwróćmy uwagę na fakt, że podczas kupowania lubimy czytać, co na temat produktów sądzą inni kupujący. Siła rekomendacji odgrywa kluczowe znaczenie. Według ankiety przeprowadzonej przez Trustpilot, prawie 9 na 10 konsumentów szuka recenzji, zanim cokolwiek kupi. Opinie mają znaczący wpływ na ścieżkę zakupową klienta. Na zatłoczonym rynku OZE warto zadbać o dobre rekomendacje i zamieścić je na naszej stronie internetowej.

**Buttony do social mediów**

Niemal 28 mln internautów w wieku 7-75 korzysta z mediów społecznościowych – wynika z danych IAB. **Strona internetowa firmy z branży OZE powinna posiadać przekierowanie do social mediów.** Wiele przedsiębiorstw zastanawia się, jakie są rekomendowane kanały do komunikowania się z odbiorcami. Na pewno jest to LinkedIn, typowo biznesowe medium, które jest must have dla każdej firmy. Drugim portalem – i takim, na którym najchętniej reklamują się przedsiębiorstwa – jest Facebook.

Zbudowanie dobrej strony internetowej dla firmy z branży OZE wymaga rzetelnego researchu konkurencji, a także audytu komunikacyjnego. Warto zamieścić na stronie wszystkie elementy, które skrócą ścieżkę zakupową konsumenta.

1. Dane Polskich Sieci Elektroenergetycznych [↑](#footnote-ref-1)