



BIBLIA
JAKOŚCI
IDEACTO

Wstęp

„Diabeł tkwi w szczególe*
/Bóg mieszka w szczególe pracy ludzkiej**“

Tworząc zapierające dech w piersi projekty, trzeba umiejętnie łączyć wielkie idee z małymi, ale niezwykle istotnymi detalami. By móc skupić się na tym, co ważne, a jednocześnie nie zapomnieć o znaczących szczegółach, wypracowaliśmy system pracy oparty na listach kontrolnych, zwanych potocznie checklistami. Na wzór pracy pilotów samolotów pasażerskich zbieramy wszystkie ważne czynności przy projekcie w listę, którą następnie weryfikuje osoba odpowiedzialna za realizację poszczególnej części projektu. Dzięki temu możemy więcej energii/pracy/czasu/zaangażowania poświęcić tam, gdzie wymienione są naprawdę potrzebne.

Stworzone przez Ideacto checklisty są skutecznym narzędziem kontroli nad przebiegiem każdego zlecenia. Porządkują one nasze działania, niwelują ryzyko porażki oraz zwiększają skuteczność pracy. Efektem tego jest terminowe wykonanie zadania i uzyskanie produktu najwyższej jakości.

Jesteśmy pewni, że zgromadzone w tej publikacji listy kontrolne poprowadzą Was przez każdy etap projektu – od jego uruchomienia, przez projektowanie i wdrożenie, po zamknięcie i podsumowanie. Korzystajcie z naszej Biblii Jakości i dzielcie się zdobytą tu wiedzą.

Zespół Ideacto

*Powiedzenie ludowe / ** Walter Gropius

Spis treści

3

Wstęp

6

Uruchomienie projektu

9

Projektowanie funkcjonalne

12

Projektowanie graficzne

15

Wdrożenie technologiczne

19

Zamknięcie projektu

21

Google Analytics

24

Wytyczne SEO

Checklista **Uruchomienie projektu**

01

Dotyczy projektu:

PM:

Data wypełnienia:

Etap **I** Uruchomienie projektu

- Czy projekt ma przydzielonego Project Managera?
- Czy zapoznano się z podpisaną umową, harmonogramem i kosztorysem?
- Czy umowa znalazła się w katalogu „Umowy” na gDrive?
- Czy została założona karta projektu w Dziale Administracyjnym?
- Czy został założony projekt na Toggl?
- Czy odbyło się spotkanie kick-off projektu ze sprzedawcą i członkami zespołu realizującego?
- Czy PM oraz zespół został przedstawiony Klientowi przez sprzedawcę?
- Czy został stworzony harmonogram i przesłany do Klienta?
- Czy Klient zaakceptował harmonogram?
- Czy zasoby zostały zarezerwowane u Dyrektora Operacyjnego?
- Czy Klient wie co jest produktem projektowania oraz kiedy będzie on dostarczony?
- Czy Klient wie, kiedy będzie konieczne jego zaangażowanie w projekt oraz co będzie następstwem niedotrzymania terminów ustalonych w umowie?
- Czy Klient wie ile iteracji poprawek będzie prowadzonych?

Etap **II** Zbieranie wymagań

- Czy odbyło się spotkanie/telekonferencja z Klientem i uzupełniono wiedzę o projekcie (cele, benchmarki, brief)?
- Czy Klient udostępnił wszystkie materiały konieczne do realizacji projektu (np. brief, debrief, wytyczne do projektu, dane analityczne Klienta, CI itp.)
- Czy jasny jest cel projektu i elementy do zrealizowania (nawet jeśli nie wynika wprost z wyceny)?
- Czy dotychczasowy portal został podpięty do Analytics, a dostęp udzielony dla Analityka Danych? →

- Czy podpięty został system śledzenia kliknięć na stronie (clicktracking)?
- Czy przeprowadzone zostały badania ilościowe na obecnej stronie (ankiety)?
- Czy wprowadzony do projektu został Kierownik Kreatywny?

Checklista Projektowanie funkcjonalne

02

Dotyczy projektu:

PM:

Data wypełnienia:

Etap III Projektowanie funkcjonalne

- Czy Klient wie co jest produktem tego etapu oraz kiedy ten produkt będzie dostarczony?
- Czy Klient wie o terminach jego zaangażowania oraz co się stanie jeżeli ich nie dotrzyma?
- Czy Klient wie ile iteracji poprawek będzie prowadzonych?
- Czy przeprowadzono analizę konkurencji?
- Czy przeprowadzono analizę danych z Google Analytics?
- Czy projekt jest tworzony w oparciu o ustalony w firmie GRID?
- Czy projekt jest tworzony z myślą o przyszłym wdrożeniu RWD?
- Czy uwzględniamy w czasie projektowania podstawowe wytyczne SEO? (patrz osobna checklista)
- Czy zaprojektowano wszystkie kluczowe widoki? (konsultacja z IT, GFX)
- Czy Klient jest informowany jakie dodatkowe prace są wymagane po jego stronie przy wprowadzaniu niestandardowej funkcjonalności?
- Czy wiemy skąd na makietach biorą się wszystkie dane (ceny, promocje, teksty)? Czy zostało to spisane w dokumentacji?
- Czy przestrzegamy zaleceń Klienta co do CI, logotypów, innych wymagań? Czy je zebraliśmy?
- Czy Klient otrzymał komplet materiałów w formie makiet AXURE?
- Czy stopka „Realizacja: Ideacto” znajduje się na makietach?
- Czy wystawiono FV zgodnie z harmonogramem projektu?
- Czy posiadamy podpisany protokół odbioru przez Klienta?

- Czy zespół ma wyznaczone zadania na następne 2-3 tygodnie pracy?
- Czy ewentualne opóźnienia ze strony Klienta są odnotowane i komunikowane Klientowi?
- Czy występują opóźnienia po naszej stronie? Jeżeli tak, to czy są uzasadnione przez PM i Klient jest o nich poinformowany?
- Czy wszystkie nowe wymagania są osobno wyceniane i raportowane Klientowi jako możliwość prac dodatkowych?
- Czy PM zaktualizował raport projektu i przesłał go do Dyrektora Operacyjnego?
- Czy Klient został poinformowany o stanie prac w projekcie?
- Czy ogólne uwagi, wnioski, pomysły na lepszą pracę w przyszłości są zapisywane w „Dzienniku Świetnych Pomysłów Na Przyszłość”?
- Czy rezerwacja zasobów jest zaktualizowane?
- Czy Klient jest informowany z wyprzedzeniem o zbliżającym się terminie wystawienia FV?
- Czy PM sprawdza terminowość opłacania faktur i wyjaśnia z Klientem ewentualne opóźnienia?
- Czy wszystkie dodatkowo wyceniane prace są przekazywane do sprzedawcy?

Projektowanie graficzne

03

Dotyczy projektu:

PM:

Data wypełnienia:

Etap IV Projektowanie graficzne

- Czy Klient wie co jest produktem tego etapu oraz kiedy ten produkt będzie dostarczony?
- Czy Klient wie, kiedy będzie konieczne jego zaangażowanie w projekt oraz jakie będą następstwa niedotrzymania przez niego terminów ustalonych w umowie?
- Czy Klient wie ile iteracji poprawek będzie prowadzonych?
- Czy Klient podesał brief graficzny?
- Czy Klient przesłał Księgę Identyfikacji Wizualnej - jeżeli jest?
- Czy została opracowana lista elementów oraz wytycznych na podstawie Księgi Identyfikacji Wizualnej, które KONIECZNIE muszą zostać uwzględnione w projekcie?
- Czy PM przed wysłaniem projektu Klientowi zweryfikował projekt graficzny pod kątem jego zgodności z wytycznymi z Księgi Identyfikacji Wizualnej?
- Czy wszystkie widoki zostały zaprojektowane? (konsultacja z IT)
- Czy PM filtruje uwagi od Klienta i przekazuje do realizacji przez GFX tylko uzasadnione?
- Czy Klient jest informowany, które uwagi nie mogą zostać zrealizowane?
- Czy ustalono co dodatkowo poza umową trzeba będzie doprojektować? (konsultacja z IT)
- Czy Klient wie o ewentualnych kosztach dodatkowych dotyczących np. zakupu fontów lub innych elementów graficznych wymagających dodatkowej licencji?
- Czy grafika została sprawdzona pod kontem ewentualnych literówek?
- Czy Klient otrzymał komplet materiałów w formie PSD/PNG?
- Czy stopka „Realizacja: Ideacto” znajduje się na grafikach?
- Czy wystawiono FV zgodnie z harmonogramem projektu?
- Czy posiadamy podpisany protokół odbioru przez Klienta?

- Czy zespół ma wyznaczone zadania na następne 2-3 tygodnie pracy?
- Czy ewentualne opóźnienia ze strony Klienta są komunikowane Klientowi?
- Czy występują opóźnienia po naszej stronie? Jeżeli tak, to czy są uzasadnione przez PM i Klient jest o nich poinformowany?
- Czy wszystkie nowe wymagania są osobno wyceniane i raportowane Klientowi jako możliwość prac dodatkowych?
- Czy PM zaktualizował raport projektu i przesłał go do Dyrektora Operacyjnego?
- Czy Klient został poinformowany o stanie prac w projekcie?
- Czy ogólne uwagi, wnioski, pomysły na lepszą pracę w przyszłości są zapisywane w „Dzienniku Świetnych Pomysłów Na Przyszłość”?
- Czy bukiowanie zasobów jest zaktualizowane?
- Czy Klient jest informowany z wyprzedzeniem o zbliżającym się terminie wystawienia FV?
- Czy PM sprawdza terminowość opłacania faktur i wyjaśnia z Klientem ewentualne opóźnienia?
- Czy wszystkie dodatkowo wyceniane prace są przekazywane do sprzedawcy?

Checklista

Wdrożenie technologiczne

04

Dotyczy projektu:

PM:

Data wypełnienia:

Etap V Wdrożenie technologiczne

- Czy Klient wie co jest produktem tego etapu oraz kiedy będzie dostarczone?
- Czy Klient wie o terminach jego zaangażowania oraz co się stanie jeżeli ich nie dotrzyma?
- Czy Klient wie ile iteracji poprawek będzie prowadzonych?
- Czy zorganizowano spotkanie kick off z IT?
- Czy został założony projekt na Redminie?
- Czy został założony serwer testowy?
- Czy serwer testowy został zabezpieczony hasłem i ustawione robots.txt tak, aby Google nie zaindeksował treści?
- Czy kod aplikacji został podpięty do SVN?
- Czy IT realizuje wytyczne SEO? (patrz osobny dokument)
- Czy IT realizuje wytyczne jakości kodu? (patrz osobny dokument)
- Czy przekazano do IT wytyczne (specyfikację) funkcjonalną serwisu?
- Czy ustalono kolejne sprinty w planie pracy IT?
- Czy wszystkie grafiki (PSD) przekazano do IT?
- Czy wszystkie grafiki zostały pocięte przez IT do HTML/CSS/JQUERY?
- Czy grafiki nadające się na plik sprite zostały w nim zawarte?
- Czy wszystkie HTML-e zostały przetestowane w starszych przeglądarkach uwzględnionych w umowie?

Etap VI Przekazanie do odbioru wdrożonego serwisu

- Czy zostały ułożone scenariusze testowe? W minimalnej wersji chociażby lista krytycznych ścieżek, których przejście z sukcesem uważamy za działający projekt?
- Czy serwis został finalnie przetestowany zgodnie ze scenariuszem przez osobę niezaangażowaną w projekt dotychczas?
- Czy wykonano audyt bezpieczeństwa jeśli wymagany?
- Czy wykonano audyt SEO jeśli wymagany?
- Czy skonfigurowano cache'owanie serwisu?
- Czy wykonano testy wydajnościowe jeśli wymagane?
- Czy wszystkie zauważone błędy dodano do Redmine?
- Czy ustalono, które błędy są krytyczne i zostaną naprawione przez przekazaniem serwisu do Klienta?
- Czy Klient został poinformowany o wynikach audytów/testów i ostatecznym oddaniu projektu?
- Czy strona ma wpięte statystyki Google?
- Czy usunięto wszystkie dane testowe przed finalnym przekazaniem produktu do Klienta?
- Czy ustalono z Klientem dalsze plany rozwoju serwisu?
- Czy raportowanie błędów jest wyłączone?
- Czy wygląd strony logowania/rejestracji został zmieniony?
- Czy bezpośrednio zapytania do bazy odbywają się przez obiekt \$wpdb i metodę prepare() ?
- Czy wszystkie formularze są zabezpieczane przez tokeny? (Anti CSRF)
- Czy wszystkie pluginy zostały przeskanowane pod kątem odniesień do linków zewnętrznych?
- Czy w kodzie nie używane są funkcje: exec(), passthru(), proc_*, shell_exec(), system(), popen() ?
- Czy wymusiłeś przez .htaccess użycie wp-login.php i /wp-admin wyłącznie przez SSL?

- Czy zmieniono prefix nazwy bazy danych w pliku wp-config.php ?
- Czy wyłączono możliwość rejestracji?
- Czy wszystkie zapytania AJAX-owe przechodzą przez wp-admin/wp-ajax.php?
- Czy wprowadzono ograniczenie nieudanych prób logowania?
- Czy usunięto możliwość wprowadzania zmian przez edytor w panelu admina?
- Czy zastąpiono wszystkie wywołania funkcji the_permalink przez echo get_permalink?
- Czy w bezpiecznych miejscach zamieniono wywołania funkcji get_posts przez kwerendę SQL?
- Czy sprawdzono serwis pod kątem czasu odpowiedzi przy pomocy profilowania?
- Czy zainstalowałeś i skonfigurowano plugin służący do cache'owania (najszybszy WP Super Cache)?

Checklista **Zamknięcie projektu**

05

Dotyczy projektu:

PM:

Data wypełnienia:

Etap VII Zamknięcie projektu

- Czy pomysły na dosprzedaż w przyszłości dla tego Klienta zostały przekazane do sprzedawcy?
- Czy posiadamy zgodę Klienta na case-study?
- Czy zostały wystawione FV za wszystkie etapy projektu?
- Czy posiadamy wszystkie protokoły odbioru podpisane przez Klienta?
- Czy pliki źródłowe (AXURE, PNG) są zarchiwizowane na dysku sieciowym?
- Czy pliki dokumentacji (analiza konkurencji, dokumentacja do makiet) jest zarchiwizowana na dysku sieciowym?
- Czy na gDrive został wypełniony arkusz ze spisem projektów w Ideacto?
- Czy rentowność projektu została rozliczona?
- Czy premie zostały rozliczone?

Checklista Google Analytics

00

Dotyczy projektu:

PM:

Data wypełnienia:

Etap I Konfiguracja podstawowa

...ścieżka, jeżeli Klient **nie posiada** podpiętego Google Analytics

- Czy konto Google Analytics zostało założone?
- Czy Klientowi został przypisany dostęp administracyjny?
- Czy kontener dla Klienta w Google Tag Manager został utworzony?
- Czy tag remarketing AdWords został dodany do kontenera w Google Tag Manager? (jeżeli potrzeba)
- Czy tag konwersji AdWords został dodany do kontenera w Google Tag Manager? (jeżeli potrzeba)
- Czy tag Analytics został dodany do kontenera w Google Tag Manager?
- Czy kod Google Tag Manager został poprawnie zainstalowany w serwisie?

...ścieżka, jeżeli Klient **posiada** podpiętego Google Analytics

- Czy Klient udzielił dostępu administracyjnego do konta dla Analityka Danych?
- Czy kod Analytics jest poprawnie zainstalowany na serwerze?
- Czy konfiguracja konta jest poprawna?

Etap II Konfiguracja analityczna

- Czy moduł eCommerce został zainstalowany? (jeżeli sklep internetowy)
- Czy wymiana danych z AdWords została skonfigurowana?
- Czy zostało ustalone z UX jakie elementy chcemy mierzyć?
- Czy zostało ustalone z Klientem jakie elementy chcemy mierzyć?
- Czy na kluczowych buttonach zostało ustawione śledzenie kliknięć?
- Czy na kluczowych akcjach zostało ustawione śledzenie kliknięć?
- Czy procesy akcji zostały spięte w ścieżkę celów?

Checklista Wytyczne SEO

00

Dotyczy projektu:

PM:

Data wypełnienia:

Etap I Ogólne SEO

- Czy każda strona posiada unikalny znacznik title?
- Czy title jest ograniczony do max 70 znaków?
- Czy każda strona posiada unikalny znacznik description?
- Czy description jest ograniczony do 160 znaków?
- Czy title nie jest przeładowany słowami kluczowymi (keyword stuffed)?
- Czy description nie jest przeładowany słowami kluczowymi (keywords stuffed)?
- Czy określono język dokumentu (<html lang="pl">)?
- Czy określono kodowanie dokumentu jako UTF-8?
- Ustawiono favikonę dla serwisu?
- Czy strona została sprawdzona pod kątem broken links?
- Czy zadbano o optymalizację szybkości działania serwisu (GZIP, cachowanie, optymalizacja grafik, zewnętrzne skrypty JS i CSS, CDN)?
- Czy przy używaniu przekierowania stosowane jest 301 zamiast 302?
- Czy na stronie nie istnieją zdublikowane treści? A jeżeli tak to, czy przeciwdziałamy ich indeksowaniu (301, canonical, meta robots, url rewriting)?

Etap II Robots.txt

- Czy utworzono robots.txt i umieszczono na serwerze?
- Czy robots.txt zabrania indeksowania dynamicznych stron (np. koszyk, wyniki wyszukiwania)?
- Czy robots.txt nie zabrania indeksowania ważnych podstron?

Etap III Mapa serwisu

- Czy utworzono mapę strony w postaci sitemap.xml i umieszczono na serwerze?
- Czy mapa serwisu jest aktualizowana na bieżąco?
- Czy jeżeli potrzeba utworzono mapę dla obrazków (image sitemap)?
- Czy jeżeli potrzeba utworzono mapę dla wideo (video sitemap)?

Etap IV Dostępność

- Czy strona jest dostępna po wyłączeniu JavaScript?
- Czy strona jest dostępna po zablokowaniu cookies w minimalnej funkcjonalności?
- Czy każdy odnośnik posiada atrybut title?
- Czy każdy obrazek posiada atrybut alt?
- Czy materiały wideo opatrzone są transkrypcją umieszczoną na tej samej stronie?
- Czy alternatywny opis zdjęcia produktu w eCommerce zawiera jego nazwę?
- Czy wszystkie teksty na stronie są tekstami - np. czy tekst pisany fantazyjnym fontem nie jest obrazkiem?
- Czy fonty osadzono poprzez @font-face a nie Cufon czy sIFR?
- Czy wszystkie strony serwisu są indeksowane? Czy robot potrafi dotrzeć do wszystkich stron podanych w mapie?
- Czy logo firmy w topie kieruje do strony głównej?
- Czy dokumenty PDF mają prawidłowo określone tytuły w metadanych pliku?
- Czy ustawiono przyjazne strony błędów?
- Czy ustawiono przekierowania z www na bez www lub odwrotnie?
- Czy nazwy plików obrazków są „ludzkie” a nie zawierają randomowe cyfry?

Etap V Mikrodane (schema.org)

- Czy informacje na karcie produktu oznaczono mikrodanymi zgodnie ze schematem Product?
- Czy breadcrumbsy zostały oznaczone mikrodanymi zgodnie ze schematem Breadcrumb i WebPage?
- Czy opinie zostały oznaczone mikrodanymi zgodnie ze schematem Review i AggregateRating?

Etap VI Struktura URL (wszystkie podstrony)

- Czy URL są przyjazne użytkownikowi tzn. pozbawione są parametrów?
- Czy dodano przekierowanie z www na bez www?
- Czy URL nie zawierają rozszerzeń plików, np. html czy php?
- Czy wszystkie URL wewnętrzne są absolutne?
- Czy odnośniki do strony głównej są takie same jak adres strony głównej?
- Czy ustawiono nofollow dla linków zewnętrznych?
- Czy ustawiono nofollow dla banerów?
- Czy wszystkie strony ze zduplikowaną lub bez treści są noindex i nofollow?
- Czy zastosowano rel=canonical dla identyfikacji oryginalnego contentu?
- Czy na podstronach jest sekcja treści powiązanych? (related posts)

Etap VII HTML (wszystkie podstrony)

- Czy na stronie jest tylko jeden H1 i dotyczy najważniejszej treści?
- Czy poprawnie występuje hierarchia H2, H3, ...?

- Czy stosowane są znaczniki strong i em do wyróżniania treści?
- Czy unika się stosowania znaczników dekoracyjnych b i i?
- Czy kod HTML spełnia wytyczne W3C i przechodzi poprawnie walidację?
- Czy określono DOCTYPE?
- Czy wykorzystano semantyczne znaczniki HTML5?
- Czy kod HTML nie jest zbyt zagnieżdżony co utrudnia pracę robotów?
- Czy wszystkie CSS wydzielono do zewnętrznych plików?
- Czy wszystkie JS wydzielono do zewnętrznych plików?
- Czy do oznaczenia elementów nawigacji wykorzystano nav?
- Czy artykuły oznaczono znacznikiem article?
- Czy tabele mają określony tytuł caption?
- Czy znaczniki img mają określone width i height?
- Czy zdjęcia produktów umieszczono w znaczniku figure?
- Czy odnośniki do paginacji posiadają atrybuty rel="prev" i rel="next"?
- Czy odnośnik do koszyka posiada nofollow?
- Czy nie występują zbędne puste znaczniki HTML?

Etap VIII Wydajność

- Czy zastosowano CSS Sprite do minimalizacji zasobów graficznych?
- Czy dokonano minifikacji CSS i JS?
- Czy połączono pliki CSS i JS do jednego pliku?
- Czy skrypty JS umieszczone są na końcu dokumentu?
- Czy wszystkie style CSS znajdują się w sekcji head?

Wspierają nas:

mensis.pl
magazyn e-commerce

MARKETER+

marketing w praktyce
MIESIĘCZNIK

MAGAZYN
**ONLINE
MARKETING**¹
POLSKA

NowyMarketing

**sprawny
.marketing**

**MAM
STARTUP**

I>EACTO

Kim jesteśmy?

Ideacto jest agencją interaktywną, działającą w myśl zasady „creative for commerce”. Doradzamy naszym Klientom jak prowadzić działania w Internecie, opierając się o usability oraz analitykę użyteczności stron www i sklepów internetowych.

W czym możemy Ci pomóc?

- Wdrażamy e-commerce i serwisy internetowe
- Przeprowadzamy badania usability z użytkownikami
- Generujemy ruch na stronach naszych Klientów
- Zajmujemy się stałą obsługą i rozwojem serwisów
- Prowadzimy kampanie e-mail marketingowe

Chcesz dowiedzieć się więcej?

Zapraszamy do kontaktu:

Ideacto.pl

kontakt@ideacto.pl

tel. +48 717 072 982

