WB

# Website Builder Podręcznik użytkownika

Zbuduj własną stronę internetową i umieść ją w internecie – bez wcześniejszej wiedzy, bez programowania.

Wersja **0.2.14** Stan na: **August 2026** Język: **Polski**

# Treść


O tym podręczniku 6

Jak czytać ten podręcznik 6

Czym ta aplikacja jest – a czym nie 6

1 Witaj i pierwsze kroki 7

Uruchamianie aplikacji 7

Zakładanie nowego projektu 7

Przegląd interfejsu 8

Pasek narzędzi u góry 9

Kiedy coś pójdzie nie tak 10

2 Canvas: budowanie strony 12

Czym jest canvas 12

Bloki: materiał budowlany 12

Wstawianie bloku 14

Zaznaczanie: sekcja czy pojedynczy element? 15

Przesuwanie, kopiowanie, usuwanie 15

Oglądanie: Preview i urządzenia 16

Przycisk losowania 17

3 Inspector: ustawianie wszystkiego 18

Proste czy Zaawansowane? 19

Dwa poziomy: sekcja i element 20

Panel „Treść” – teksty 21

Panel „Tekst i pismo sekcji” 21

Panel „Rozmiar treści sekcji” 22

Panel „Układ sekcji” (tylko w „Zaawansowane”) 22

Panel „Tło sekcji” 23

Panel „Odstępy wewnętrzne (powietrze w środku)” 27

Panel „Ramka i cień” 27

Panel „Animacja” 27

Panel „Parallax (ruch przy przewijaniu)” 28

Panel „Animacja tekstu” 29

Panel „Efekty przy przewijaniu” 30

Panel „Efekt przy otwarciu strony” 31

Panel „Widoczność (telefon / tablet / desktop)” 32

Panel „Ustawienia strony” (ważne dla Google) 32

Panel „Ustawienia cookies” 33

Panel „Statystyka i reklama” 34

Panel „Pasek przewijania” 36

Panel „Motyw” – kolory twojej strony 36

Panel „Pismo” 36

Panel „Klasy CSS (dla profesjonalistów)” 36

Panel „Zbiory treści (CMS)” 37

Kiedy zaznaczony jest element 37

Wybieranie kolorów: pole koloru i pipeta 40

**4 Szablony, motywy i kroje pisma 43**

Szablony: gotowe strony jako punkt wyjścia 43

Motywy: kolory 45

Kroje pisma 47

Zapisywanie własnych szablonów 47

**5 Podstrony i menu twojej witryny 48**

Pasek stron 48

Jakich podstron potrzebuje strona firmowa? 48
Zakładanie stron i zarządzanie nimi 49
Ścieżka adresu (slug) 50
Menu: łączenie podstron 51
Menu na telefonie 52
Drugi język 53

6 Teksty, zdjęcia i treści 55

Zmienianie tekstów 55
Co ma tam właściwie stać? 55
Zdjęcia 56
Ikony 59
Formularze 59
Sprzedawanie produktów (sklep) 60
Wynajem (kalendarz rezerwacji) 61

7 Zapisywanie, projekty i eksport 64

Zapisywanie 64
Zarządzanie kilkoma projektami 65
Kopie zapasowe 65
Eksport: strona jako folder 66

8 Wyjście online: eksport i wgranie strony 69

Dwa kroki 69
Jeśli nie masz jeszcze hostingu 69
Sprawdzenie prawne 72
Wgrywanie przez FileZillę 73
Po wgraniu 81

9 Licencja: co potrafi wersja testowa 77

Dwa poziomy 77

Podgląd statusu licencji 77

Wpisywanie klucza licencyjnego 78

Częste pytania o licencję 78

**10 Częste problemy i rozwiązania 80**

Przy budowaniu 80

Po wgraniu 81

Sprawy zasadnicze 82

**11 Załącznik 84**

Skróty klawiszowe 84

Mały słowniczek 84

Lista kontrolna przed wgraniem 86

O tym podręczniku 87

# O tym podręczniku

Ten podręcznik prowadzi cię od pierwszej minuty aż do gotowej strony w internecie. Napisany jest dla osób, które nigdy wcześniej nie budowały strony internetowej.

## Jak czytać ten podręcznik

Nie musisz czytać wszystkiego. Jeśli chcesz po prostu zacząć, wystarczą **rozdziały 1 i 2**. Jeśli twoja strona jest gotowa i ma trafić do sieci, przeskocz do **rozdziału 8**.

Terminy fachowe są w tym podręczniku **tak oznaczone** i wyjaśniane dokładnie w tym miejscu, w którym pojawiają się po raz pierwszy. Na końcu znajdziesz skorowidz z numerami stron.

> **Cztery rodzaje ramek**
>
> **Niebieska (info)** – dobrze wiedzieć, ale nie pilne.
>
> **Zielona (wskazówka)** – ułatwia ci pracę.
>
> **Żółta (uwaga)** – tutaj często coś idzie nie tak.
>
> **Czerwona (ważne)** – koniecznie przeczytaj, inaczej grożą koszty albo kłopoty.

## Czym ta aplikacja jest – a czym nie

Website Builder to **zestaw konstrukcyjny do stron internetowych**. Składasz swoją stronę z gotowych bloków – jak z klocków. Na końcu aplikacja tworzy gotową stronę, którą możesz umieścić w internecie.

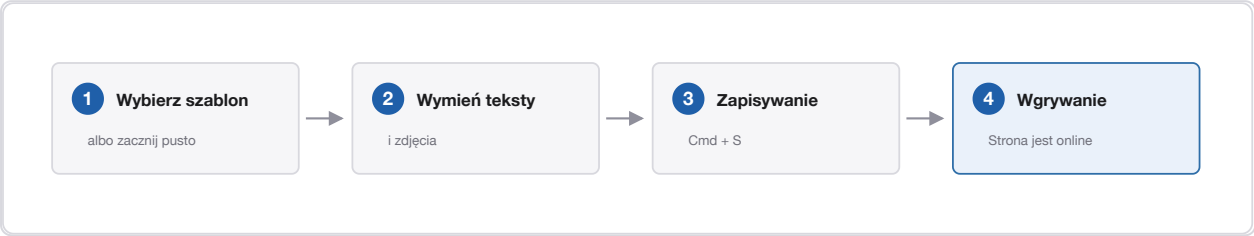
Aplikacja działa **całkowicie na twoim komputerze** i nie ma połączenia z internetem. Nie potrzebujesz konta użytkownika, a twoje teksty i zdjęcia nigdy same nie opuszczają komputera – dopiero wtedy, gdy wyeksportujesz gotową stronę i sam wgrasz ją u swojego hostingodawcy.

> **Czego aplikacja nie potrafi**
>
> Gotowa strona składa się ze stałych podstron. Rzeczy, które wymagają **serwera** – konto klienta, blog wypełniany samodzielnie w przeglądarce, koszyk z kartą kredytową – nie są tu możliwe. Do płatności aplikacja używa więc PayPala albo linków do zapłaty (patrz rozdział 6).

ROZDZIAŁ 1

# Witaj i pierwsze kroki

W tym rozdziale uruchamiasz aplikację, zakładasz swój pierwszy projekt i poznajesz interfejs. Potem będziesz wiedzieć, gdzie wszystko leży.




**Rys. 1:** Cała droga w czterech krokach. Naprawdę nie ma tego więcej.

## Uruchamianie aplikacji

Uruchom **Website Builder** jak każdy inny program: podwójnym kliknięciem na ikonę programu. Otwiera się okno – to twój warsztat.

> **Internet niepotrzebny**
>
> Aplikacja pracuje **całkowicie offline**. Nie potrzebujesz połączenia z internetem ani konta użytkownika, żeby zbudować i wyeksportować swoją stronę. Online robi się dopiero wtedy, gdy sam wgrasz gotową stronę u swojego hostingodawcy (Rozdział 8 (s. 69)).

## Zakładanie nowego projektu

**Projekt** to twoja strona ze wszystkim, co do niej należy: wszystkie podstrony, wszystkie teksty, wszystkie zdjęcia, kolory i pismo. Możesz mieć kilka projektów – na przykład jeden dla firmy i jeden dla stowarzyszenia.

Na początek masz dwie możliwości:

| DROGA | DLA KOGO? | CO SIĘ DZIEJE |
|---|---|---|
| **Zacznij od szablonu** Zalecane | Dla wszystkich, którzy chcą szybko zobaczyć wynik. | Dostajesz kompletną, gotowo wypełnioną stronę z kilkoma podstronami. Wymieniasz tylko teksty i zdjęcia. Rozdział 4 (s. 43) |
| **Zacznij pusto** | Dla wszystkich, którzy dokładnie wiedzą, czego chcą. | Zaczynasz od białej strony i sam składasz bloki. Rozdział 2 (s. 12) |

**Zalecenie na pierwszą próbę**

Weź szablon – nawet jeśli nie pasuje do twojej branży. Od razu zobaczysz, jak wygląda gotowa strona, i poznasz aplikację przy przebudowie. Wyrzucić zawsze możesz go później.

### Tak zakładasz swój pierwszy projekt

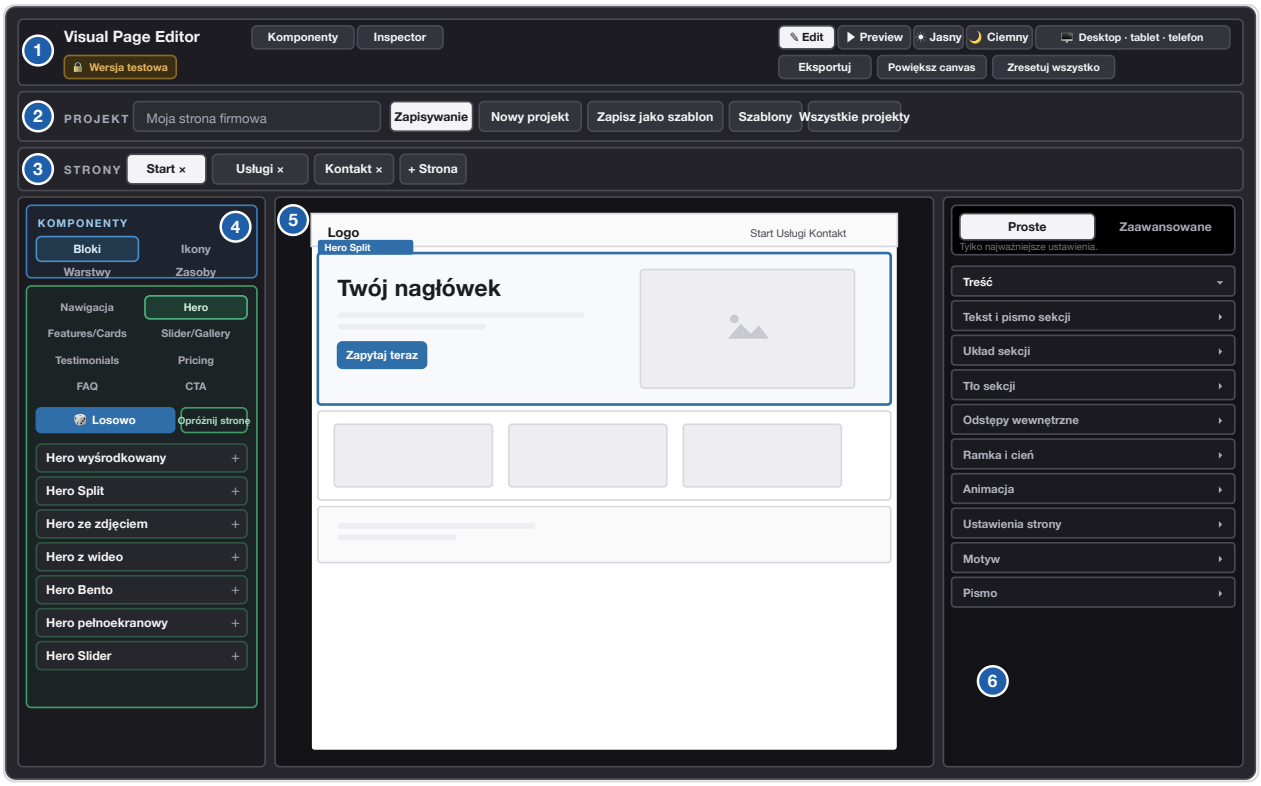
1. Kliknij u góry na pasku projektu na **Szablony**.
2. Wybierz sobie szablon i kliknij **Użyj szablonu**.
3. Szablon zostaje wczytany. Widzisz teraz gotową stronę na środku.
4. Wpisz u góry po lewej w pole **Nazwa projektu** jakąś nazwę, np. „Moja strona firmowa”.
5. Naciśnij `Cmd` + `S` albo kliknij **Zapisz**.

**Nadaj nazwę**

Bez nazwy twój projekt nazywa się „Szkic” i później trudno go znaleźć – zwłaszcza gdy budujesz kilka stron. Nazwa jest tylko dla ciebie; twoi odwiedzający nigdy jej nie zobaczą.

## Przegląd interfejsu

Okno jest zawsze zbudowane tak samo. Po lewej coś wybierasz, na środku widzisz swoją stronę, po prawej ustawiasz to, co zaznaczone. Te trzy obszary to cała tajemnica.




**Rys. 2:** Interfejs edytora. Numery są objaśnione poniżej.

1. **Pasek narzędzi** – całkiem u góry. Tutaj przełączasz się między edycją a podglądem, sprawdzasz widok na telefonie i uruchamiasz eksport. Rozdz. 1.4 (s. 9)
2. **Pasek projektu** – nazwa strony, zapisywanie, szablony, projekty. Rozdz. 7 (s. 64)
3. **Pasek stron** – każda podstrona twojej witryny to jedna zakładka. Rozdz. 5 (s. 48)
4. **Przybornik (po lewej)** – tutaj bierzesz nowe bloki, zdjęcia i symbole. Rozdz. 2 (s. 12)
5. **Obszar roboczy / canvas (środek)** – twoja prawdziwa strona. To, co tu widzisz, zobaczą później także odwiedzający. Rozdz. 2 (s. 12)
6. **Ustawienia / Inspector (po prawej)** – zmienia to, co właśnie kliknąłeś. Rozdz. 3 (s. 18)

> **Dwa słowa, które wracają raz po raz**
>
> **Canvas** to biała powierzchnia na środku – twoja strona naprawdę. Słowo oznacza właściwie „płótno malarskie”.
>
> **Inspector** to pasek po prawej. Pokazuje zawsze ustawienia tego, co właśnie kliknąłeś – jak przybornik, który sam dobiera sobie zawartość.

## Pasek narzędzi u góry

Od lewej do prawej znajdziesz tam:

| PRZYCISK | CO ROBI |
|---|---|
| **Komponenty** | Pokazuje albo ukrywa przybornik po lewej. Wyłączony = więcej miejsca dla twojej strony. |
| **Inspector** | Pokazuje albo ukrywa ustawienia po prawej. |
| ✎ **Edit** / ▶ **Preview** | **Edit** to tryb edycji: kliknięcie zaznacza. **Preview** to próba: slidery się przewijają, menu się rozwijają, możesz wypróbować swoją stronę jak odwiedzający. Do dalszej pracy wróć na Edit. |
| ☀ **Jasny** / 🌙 **Ciemny** | Przełącza *twoją stronę* między jasnym a ciemnym wyglądem – nie aplikację. Niektóre bloki wyglądają na ciemno zupełnie inaczej. |
| 🔒 **Wersja testowa** / 🔓 **Licencja dla …** | Pokazuje status twojej licencji i otwiera zarządzanie licencją. Rozdział 9 (s. 77) |
| **Eksportuj** | Zapisuje gotową stronę jako folder na twoim komputerze – gotowy do wgrania. Rozdział 7 (s. 64) |
| **Powiększ canvas** | Ukrywa oba boczne paski i przechodzi na pełny ekran – twoja strona zajmuje całe okno. Dobre do oglądania. Kliknięcie jeszcze raz (albo Esc) przywraca wszystko. |
| **Urządzenie** (🖥 / 📱) | Pokazuje, jak twoja strona wygląda na **komputerze**, **tablecie** albo **telefonie**. Sprawdzaj to regularnie – ponad połowa odwiedzających przychodzi z telefonu. |
| **Zresetuj wszystko** | **Uwaga:** usuwa wszystkie strony i zaczyna pusto. Wcześniej pojawia się pytanie. |

**Dwa przyciski o podobnych nazwach – ale bardzo różnym działaniu**

**Zresetuj wszystko** (u góry po prawej) wyrzuca *cały projekt* – wszystkie strony.

**Opróżnij stronę** (po lewej w przyborniku) opróżnia tylko tę *jedną stronę*, na której właśnie jesteś. Pozostałe strony zostają.

Oba pytają wcześniej. I oba da się cofnąć przez `Cmd` + `Z`.

## Kiedy coś pójdzie nie tak

Najważniejszy chwyt w ogóle: **cofnij** przez `Cmd` + `Z`. Tym cofasz każdy krok – także usunięcie całej sekcji.

Śmiało próbuj różnych rzeczy. W tej aplikacji nie zepsujesz niczego, czego nie da się cofnąć. Dopóki niczego nie wgrasz, i tak nikt nie widzi twojej strony.

> **Wyrób sobie nawyk: zapisuj często**
>
> `Cmd` + `S` kosztuje sekundę. Rób to po każdym większym kroku – tak jak przy pisaniu listu.

ROZDZIAŁ 2

# Canvas: budowanie strony

Canvas to biała powierzchnia na środku. Tutaj powstaje twoja strona – i to dokładnie tak, jak zobaczą ją później odwiedzający.

## Czym jest canvas

**Canvas** to nie podgląd ani przybliżony obrazek. To twoja **prawdziwa strona**, na żywo. Kiedy zmienisz tam tekst, tekst jest zmieniony. To, co widzisz, trafia później jeden do jednego do internetu.

> **Twoja strona składa się z pasów, nie z luźnych pudełek**
>
> Inaczej niż w Wordzie albo PowerPoincie **nie możesz przesuwać rzeczy dowolnie**. Twoja strona zbudowana jest z poziomych pasów leżących jeden pod drugim – jak półki w regale. Każdy taki pas nazywa się **sekcją**.
>
> To jest zamierzone i to twoja największa zaleta: ponieważ wszystko leży w pasach, twoja strona **sama z siebie** dopasowuje się do każdego rozmiaru ekranu. Na telefonie treści po prostu zsuwają się jedna pod drugą. Gdybyś wszystko rozmieścił dowolnie, musiałbyś odtwarzać ręcznie każdy rozmiar ekranu.

## Bloki: materiał budowlany

**Blok** to gotowy pas do określonego celu: powitanie ze zdjęciem, tabela cen, formularz kontaktowy. Website Builder przynosi **186 bloków** w **19 grupach**. Nie musisz więc niczego rysować – tylko wybrać i wypełnić.

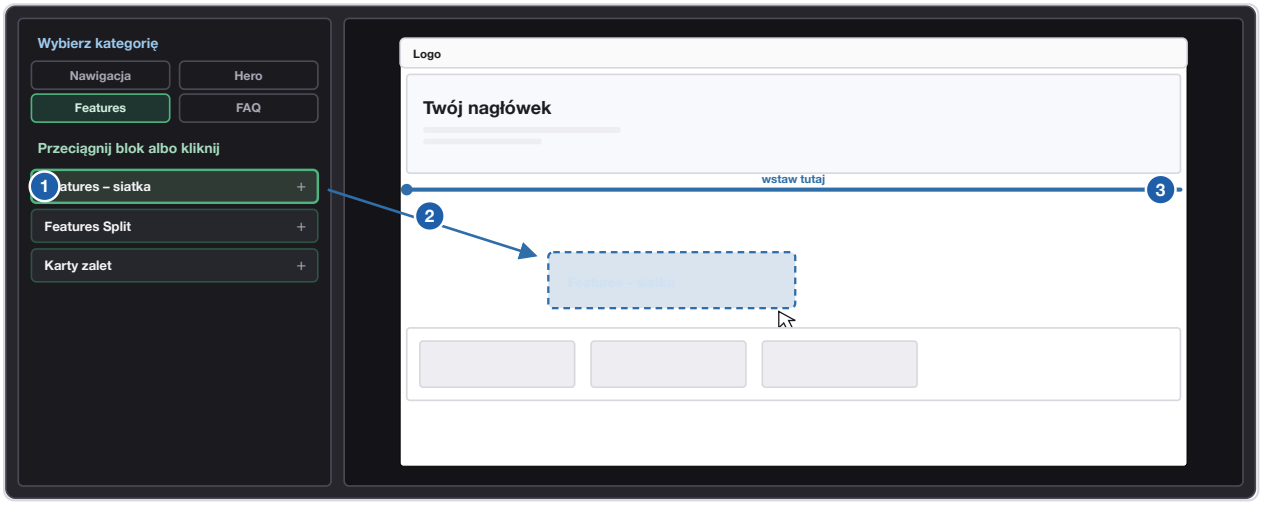
Grupy noszą w aplikacji angielskie nazwy. Tu jest tłumaczenie – dzięki temu znajdziesz przycisk, a mimo to wiesz, co się za nim kryje:

| NAZWA W APLIKACJI | LICZBA | CO TO JEST |
|---|---|---|
| **Navigation** | 12 | Menu całkiem u góry z logo i linkami. |
| **Hero** | 33 | Duży element przyciągający wzrok na samej górze strony – nagłówek, krótki tekst, przycisk, najczęściej ze zdjęciem. |
| **Features/Cards** | 10 | Kafelki pokazujące twoje usługi albo zalety obok siebie. |
| **Video** | 3 | Kolejne bloki z tej grupy. |
| **Slider/Gallery** | 11 | Zdjęcia do przewijania i galerie zdjęć w siatce. |
| **Testimonials** | 15 | Opinie klientów i oceny. |
| **Pricing** | 4 | Tabele cen i pakiety ofertowe. |
| **FAQ** | 10 | Częste pytania do rozwijania. |
| **CTA** | 17 | Rzucający się w oczy blok domykający, który zachęca do telefonu albo zapytania („call to action”). |
| **Footer** | 21 | Zakończenie całkiem na dole z adresem, danymi firmy i polityką prywatności. |
| **Forms/Contact** | 16 | Formularze i obszary kontaktowe: kontakt, newsletter, prośba o termin. |
| **Stats** | 11 | Liczby, które robią wrażenie – „25 lat doświadczenia”. |
| **Team** | 1 | Twoi pracownicy ze zdjęciem i funkcją. |
| **Blog** | 1 | Zapowiedzi artykułów (same artykuły zakładasz jako strony). |
| **Contact** | 9 | Obszary kontaktowe z adresem, mapą i dojazdem. |
| **Charts** | 9 | Wykresy do liczb i tendencji. |
| **Shop** | 1 | Produkty ze zdjęciem i ceną. |
| **Kalendarz** | 1 | Kalendarz rezerwacji dla wynajmujących: wybierz okres, noce razy cena, zapytanie. |
| **Rechtliches** | 1 | Kolejne bloki z tej grupy. |

**Jakich bloków potrzebuje całkiem zwykła strona firmowa?**

Wystarczy ci pięć: **Navigation** (menu u góry), **Hero** (przyciąga wzrok), **Features/Cards** (twoje usługi), **Contact** albo **Forms** (żeby klienci mogli się z tobą skontaktować) i **Footer** (na dole, z danymi firmy). Cała reszta to dodatek.

## Wstawianie bloku




**Rys. 3:** Bloki leżą po lewej w przyborniku. Możesz je przeciągać – albo po prostu kliknąć.

1. Najpierw wybierz **grupę** (np. „Features”), potem blok pod nią.
2. **Przeciąganie:** przesuń blok na canvas z wciśniętym przyciskiem myszy.
3. **Niebieska linia** pokazuje, gdzie blok wyląduje, kiedy puścisz.

### Sposób 1: kliknięcie (prostszy)

1. Po lewej w przyborniku kliknij u góry zakładkę **Bloki**.
2. Wybierz grupę, np. **Hero**.
3. Kliknij na liście żądany blok.
4. Gotowe – zostaje **doczepiony na dole twojej strony**.

### Sposób 2: przeciąganie (dokładniejszy)

1. Chwyć blok na liście z wciśniętym przyciskiem myszy.
2. Przeciągnij na canvas. **Niebieska linia** wskazuje miejsce.
3. Kiedy linia jest tam, gdzie chcesz: puść przycisk myszy.

**Kolejność nieistotna**

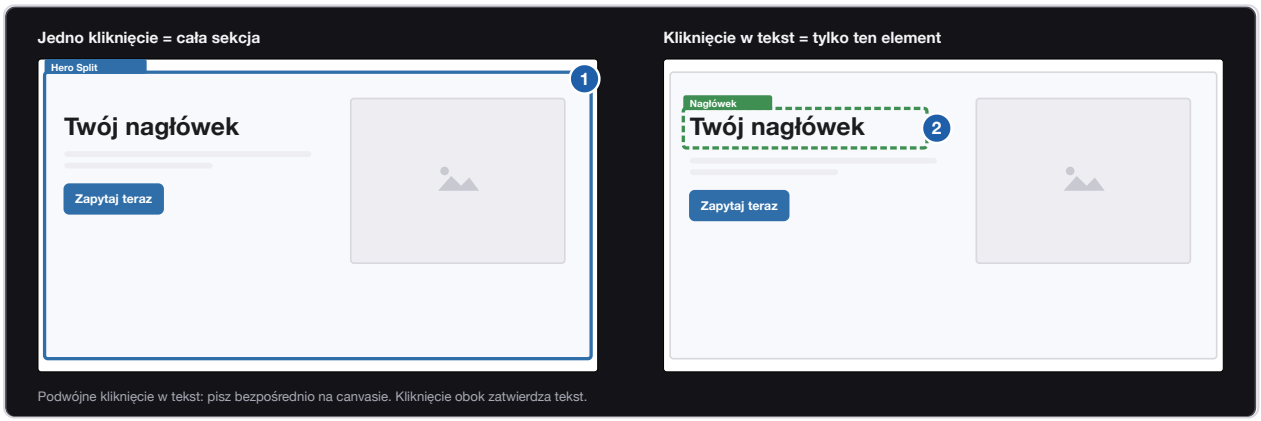
Nie musisz od razu ustawiać bloku we właściwym miejscu. Przesunąć możesz go w każdej chwili – patrz następny rozdział.

**Zastąp zamiast usuwać**

Blok ci się nie podoba, ale rodzaj się zgadza? Zaznacz go na canvasie i najedź na liście na inny blok *z tej samej grupy*. Pojawi się mały przycisk **„zastąp”**. Twoje teksty zostają zachowane, zmienia się tylko wygląd.

## Zaznaczanie: sekcja czy pojedynczy element?

To najważniejszy chwyt w całej aplikacji – i jedyny, który na początku myli. Są dwa poziomy:




**Rys. 4:** Po lewej zaznaczony jest cały pas (niebiesko), po prawej tylko nagłówek w nim (zielono).

1. **Kliknięcie w wolne miejsce** = cała sekcja. Zmieniasz teraz tło, odstępy, animację.
2. **Kliknięcie prosto w tekst albo zdjęcie** = tylko ten element. Zmieniasz teraz pismo, kolor, rozmiar.

Po czym poznasz, co jest zaznaczone: u góry po prawej w Inspectorze stoi zawsze nazwa. Na przykład *„Hero Split”* (sekcja) albo *„Hero Split · Nagłówek”* (element).

**Kliknięte obok?**

Po prostu kliknij gdzie indziej – zaznaczenie od razu podąża. Jeśli właśnie edytujesz tekst, kliknięcie obok zatwierdza twoją zmianę *i* jednocześnie zaznacza nowy element.

## Przesuwanie, kopiowanie, usuwanie

| CZEGO CHCESZ | JAK TO ZROBIĆ |
|---|---|
| **Przesunąć sekcję** | Chwyć sekcję i przeciągnij w górę albo w dół. Alternatywnie użyj strzałek po lewej w zakładce **Warstwy** – przy długich stronach jest to znacznie wygodniejsze. |
| **Skopiować sekcję** | Zaznacz i naciśnij `Cmd` + `C`, potem `Cmd` + `V`. Kopia ląduje bezpośrednio pod spodem. |
| **Usunąć sekcję** | Zaznacz i naciśnij `Delete`. Albo skorzystaj z menu sekcji w zakładce **Warstwy**. |
| **Ukryć sekcję** | W zakładce **Warstwy**: kliknij oko. Sekcja zostaje zachowana, ale jest niewidoczna na gotowej stronie. Dobre do prób. |
| **Cofnąć wszystko** | `Cmd` + `Z` – tyle razy, ile chcesz. |

**Zakładka „Warstwy” to twój spis treści**

Po lewej u góry są cztery zakładki: **Bloki**, **Ikony**, **Warstwy** i **Zasoby**. Pod **Warstwami** widzisz wszystkie sekcje swojej strony jako listę – jak spis treści. Możesz je tam zmieniać nazwami, przesuwać, duplikować, ukrywać i kopiować na inną stronę. Przy długiej stronie pracujesz tu dużo szybciej niż na canvasie.

## Oglądanie: Preview i urządzenia

W trybie **Edit** kliknięcie coś zaznacza. Do wypróbowania przełącz u góry na ▶ **Preview**: teraz slidery się przewijają, menu się rozwijają, przyciski reagują – obsługujesz swoją stronę jak odwiedzający. Do dalszego budowania wróć na ✎ **Edit**.

### Widok na telefonie – proszę nie pomijać

U góry po prawej przełączasz między **komputerem**, **tabletem** a **telefonem**. Canvas staje się wtedy węższy i pokazuje twoją stronę dokładnie tak, jak wygląda na danym urządzeniu.

**Sprawdź każdą stronę raz na telefonie**

Ponad połowa odwiedzających przychodzi z telefonu. Twoja strona dopasowuje się automatycznie – ale długie nagłówki, duże liczby i tabele wyglądają tam czasem ciasno. Rzut oka kosztuje dziesięć sekund.

Jeśli jakiś blok przeszkadza na telefonie, nie musisz go usuwać: możesz ukryć go celowo tylko tam. Stoi to w Inspectorze pod **Widoczność** – patrz Rozdział 3 (s. 18).

## Przycisk losowania

Po lewej w przyborniku siedzi przycisk 🎲 **Losowo**. Losuje kompletną stronę z przypadkowych bloków.

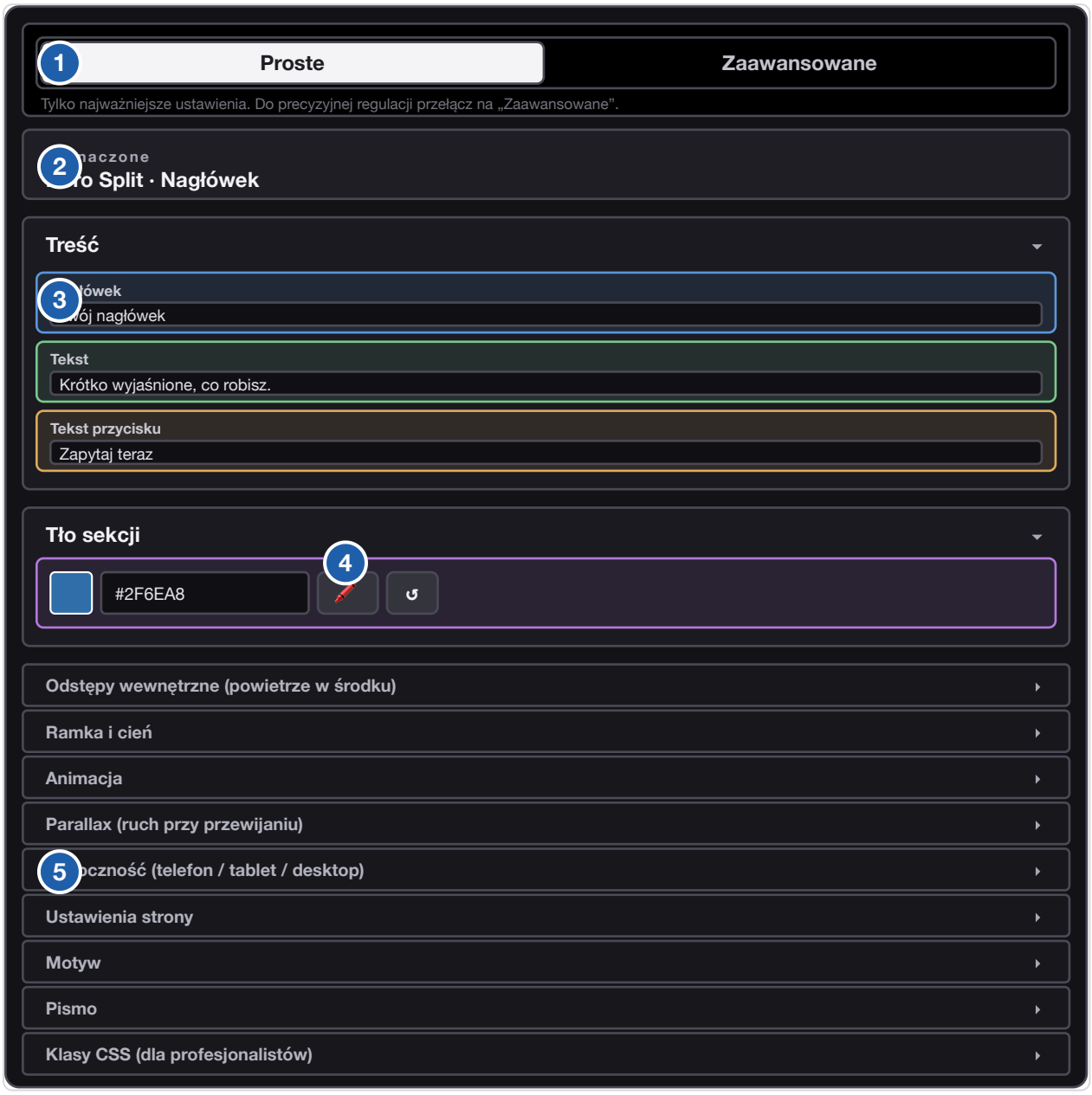
Brzmi jak zabawka, ale to najszybszy sposób, żeby poznać bloki: naciśnij go kilka razy i zobacz, co w ogóle jest. Co ci się spodoba, zapamiętaj; resztę wyrzucasz z powrotem przez **Opróżnij stronę**.

ROZDZIAŁ 3

# Inspector: ustawianie wszystkiego

Inspector to pasek po prawej. Pokazuje zawsze ustawienia tego, co właśnie kliknąłeś. Ten rozdział objaśnia każde z nich.

> **Nie musisz uczyć się tego na pamięć**
>
> Potraktuj ten rozdział jak podręczny leksykon. Do ładnej strony wystarczą trzy panele: **Treść**, **Tło sekcji** i **Motyw**. Cała reszta to szlif.




**Rys. 5:** Inspector z otwartym panelem Treść.

1. **Proste / Zaawansowane** – najważniejszy przełącznik. Patrz niżej.
2. **Co jest zaznaczone?** – stoi zawsze tutaj. „Hero Split · Nagłówek" oznacza element, „Hero Split" całą sekcję.
3. **Panele** – grupy do rozwijania i zwijania. Zostają takie, jakimi je zostawiłeś.
4. **Pole koloru** – powierzchnia koloru, kod koloru do wpisania, **pipeta** (🖍) i reset (↺).
5. **Kolejne panele** – pojawiają się zależnie od tego, co zaznaczyłeś.

## Proste czy Zaawansowane?

Całkiem u góry siedzi przełącznik o dwóch położeniach. Decyduje, **ile** Inspector pokazuje:

| POŁOŻENIE | CO WIDZISZ | DLA KOGO |
|---|---|---|
| **Proste** Ustawienie domyślne | Tylko to, co ważne: teksty, kolory, zdjęcia, pismo. | Dla wszystkich. Zostań tutaj, dopóki się da. |
| **Zaawansowane** | Dodatkowo stałe odstępy, szerokości minimalne i maksymalne, pozycja, layout wewnętrzny. | Kiedy coś nie pasuje ci o „parę milimetrów”. |

**Dlaczego „Proste” to lepszy wybór**

W trybie **Zaawansowane** możesz wpisywać stałe rozmiary. Właśnie to jest najczęstszą przyczyną tego, że strona rozpada się na telefonie: co idealnie leży na komputerze, nie mieści się już na 6-calowym ekranie. W trybie **Proste** aplikacja sama wylicza rozmiary – poprawnie dla każdego urządzenia.

Reguła kciuka: przełącz się na Zaawansowane dopiero wtedy, gdy chcesz rozwiązać konkretny problem. Potem wróć z powrotem.

**Te panele istnieją tylko w trybie „Zaawansowane”**

**Układ sekcji**, **Odstępy wewnętrzne**, **Ramka i cień**, **Animacja**, **Parallax** i **Widoczność** pojawiają się dopiero wtedy, gdy przełącznik stoi na **Zaawansowane**. Brakuje ci któregoś: przełącz u góry, wtedy tam jest.

### Tryb Focus

Bezpośrednio pod spodem (widoczne tylko w trybie **Zaawansowane**) jest pole wyboru **Tryb Focus**. Gdy zaznaczone, otwarty pozostaje zawsze tylko *jeden* panel – otwierasz jeden, poprzedni się zamyka. Przy wielu ustawieniach oszczędza to dużo przewijania.

## Dwa poziomy: sekcja i element

Inspector pokazuje zależnie od zaznaczenia **inne panele**. Kryje się za tym prosta reguła:

| ZAZNACZONE | CO USTAWIASZ | PRZYKŁADY |
|---|---|---|
| **Sekcja** (cały pas) | Wszystko, co dotyczy pasa jako całości. | Kolor tła, zdjęcie w tle, powietrze u góry i na dole, animacja, widoczność na telefonie. |
| **Element** (tekst, zdjęcie, przycisk, karta) | Wszystko, co dotyczy tylko tej jednej rzeczy. | Rozmiar pisma, kolor tekstu, cel linku, wycinek zdjęcia, kształt przycisku. |

**Jedna rzecz – jedno miejsce**

Każdą wartość da się zmienić w **dokładnie jednym** miejscu. Teksty stoją w panelu **Treść**, wygląd w panelu elementu. Kiedy raz znajdziesz jakieś pole, nie ma obok drugiego, które robi to samo.

## Panel „Treść” – teksty

Najważniejszy panel. Stoją tu wszystkie teksty zaznaczonego bloku: nagłówek, tekst ciągły, napis na przycisku, wpisy list, ceny, opinie klientów.

To, które pola się pojawią, zależy od bloku – tabela cen ma inne niż formularz kontaktowy. Przy listach (karty, plany, pytania) dodajesz wpisy przez **+**, zmieniasz kolejność strzałkami i usuwasz je koszem.

**Szybciej idzie prosto na canvasie**

Kliknij podwójnie tekst na swojej stronie i zacznij pisać. Przy dłuższych tekstach panel Treść jest jednak wygodniejszy, bo widzisz tam wszystkie pola jedno pod drugim.

## Panel „Tekst i pismo sekcji”

Dotyczy wszystkich tekstów sekcji naraz – praktyczne, gdy cała sekcja ma być większa albo mniejsza.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Rozmiar tekstu** | Pięć stopni: *S*, *M*, *L*, *XL*, *XXL*. Aplikacja wylicza z nich pasujący rozmiar dla każdego urządzenia. |
| **Grubość pisma** | Jak grube jest pismo: Normal, Medium, Bold, Extra. |
| **Wyrównanie tekstu** | Lewo, środek albo prawo. |
| **Odstępy** | Jak przewiewnie stoją teksty: zwarcie, normalnie, przewiewnie. |

## Panel „Rozmiar treści sekcji”

Powiększa albo pomniejsza **wszystko** w tym pasie naraz – pismo, przyciski, zdjęcia, odstępy. Suwak idzie od 50 % do 150 %, obok siedzą **–** i **+** do małych kroków, poniżej stałe stopnie **70 %**, **85 %**, **100 %**, **115 %** i **130 %** oraz przycisk przywracający wartość normalną.

> **Kiedy blok wygląda zbyt masywnie**
>
> Niektóre bloki są zaprojektowane pod duże strony firmowe i na smukłej stronie wyglądają za wielko. Zamiast kręcić osobno rozmiarem pisma, rozmiarem zdjęcia i odstępami, ustaw rozmiar treści na 85 % – wszystko kurczy się równomiernie i pozostaje spójne.

## Panel „Układ sekcji” (tylko w „Zaawansowane”)

Ten panel to szlif i pojawia się tylko w trybie **Zaawansowane**. Całkiem u góry stoi przypomnienie, dla którego urządzenia właśnie ustawiasz – wartości obowiązują *na urządzenie*.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Wyrównaj treść** | Lewo, środek albo prawo – np. czy nagłówek stoi na środku. Tylko przy blokach, które to potrafią. |
| **Układ (display)** | Jak rzeczy leżą w pasie: jedna pod drugą (*block*), obok siebie (*flex*), w siatce (*grid*) albo ukryte (*none*). Przy *flex* i *grid* rozwijają się kolejne pola – przy *grid* na przykład liczba **kolumn** od 1 do 6. |
| **Szerokość, min. szer., maks. szer.** | Stała szerokość i granice, w których pas może rosnąć. |
| **Wysokość, min. wys., maks. wys.** | To samo dla wysokości. Poniżej leży **szybki wybór min. wys.** z *Auto*, *320*, *480*, *640* i *80vh* – to ostatnie znaczy „80 % wysokości ekranu”. |
| **Margin (na zewnątrz)** | Powietrze *na zewnątrz* pasa, osobno dla góry, prawej, dołu i lewej. Powietrze *w środku* ustawiasz w panelu *Odstępy wewnętrzne*. |
| **Zostaje na miejscu, treść przewija się nad nim** | Pole wyboru do ładnego efektu: sekcja stoi w miejscu przy przewijaniu, a kolejne sekcje przesuwają się nad nią. Dopóki jest zaznaczone, aplikacja sama ustawia pozycję. |
| **Pozycja** | Gdzie pas siedzi: normalnie (*static*), *relative*, *absolute*, *sticky* albo *fixed*. Przy wszystkim poza *static* dochodzą pola dla góry/prawej/dołu/lewej oraz warstwa (*z-index*). |

**Stałe szerokości i wysokości to najczęstszy błąd**

Pola powyżej są potężne – i są też najszybszym sposobem, żeby zniszczyć stronę na telefonie. Zostawiaj **szerokość** i **wysokość** puste, gdzie tylko się da; aplikacja wyliczy wtedy pasujący rozmiar dla każdego urządzenia. *Maks. szerokość* to pożyteczny wyjątek: trzyma długie wiersze tekstu w czytelnej postaci.

## Panel „Tło sekcji”

Tutaj pas dostaje kolor i, jeśli chcesz, zdjęcie. Obie rzeczy są oddzielone: u góry **kolor**, pod spodem pole wyboru **Zdjęcie w tle**.

### Motyw kolorów tej sekcji

Całkiem u góry panelu stoi wybór, który wymienia wszystkie kolory *tylko tego jednego pasa* – tło, pismo i akcent. Normalnie stoi tam **Zgodnie z motywem strony**. Wybierzesz inny motyw, a pas odróżni się od reszty strony bez ustawiania choćby jednego koloru ręcznie. Poniżej pojawiają się cztery najważniejsze kody kolorów wybranego motywu – **Strona**, **Tekst**, **Główny**, **Akcent** – każdy do kliknięcia i skopiowania.

> **Ciemny pas na jasnej stronie**
>
> Klasyczny przypadek: twoja strona jest jasna, ale blok domykający z „Zapytaj teraz” ma być ciemny. Zamiast ustawiać cztery kolory osobno, nadaj po prostu tej jednej sekcji ciemny motyw kolorów. Pismo i przyciski dopasują się automatycznie i pozostaną czytelne.

### Widoczna powierzchnia

Bezpośrednio pod spodem stoi kod koloru, który ten pas *faktycznie* teraz pokazuje – zmierzony na twojej stronie, a nie odczytany z ustawienia. Dlatego stoi tam także wtedy, gdy kolor pochodzi z motywu. Jedno kliknięcie go kopiuje. Jeśli pas jest przezroczysty, wiersz mówi to wprost.

### Kolor

Po prawej obok nagłówka **Kolory tej sekcji** siedzi przycisk **Przywróć motyw**. Cofa kolor, gradient, krycie i welon w jednym kroku – zdjęcie w tle zostaje. Dopóki nic nie jest ustawione, jest wyszarzony.

Pod **Rodzaj tła** stoją dokładnie trzy możliwości:

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Kolor motywu** | Bierze kolor z twojego motywu. Dzięki temu strona pozostaje automatycznie jednolita. **Ustawienie domyślne.** |
| **Własny kolor** | Kolor wybierasz sam – powierzchnia koloru, kod koloru albo pipeta. |
| **Gradient** | Przejście z dwóch kolorów. Wybierasz *Gradient zaczyna się od*, *Gradient kończy się na* i *Kierunek* – całkiem zwykłe pola koloru, żaden kod niepotrzebny. |

Przy **Kolorze motywu** pojawia się pod spodem drugi wybór: *Z motywu (standard)*, **Kolor strony**, **Powierzchnia karty**, **Stonowana powierzchnia**, **Kolor główny**, **Kolor drugorzędny** albo **Kolor akcentu**. Tym wyróżniasz pas, a mimo to zostajesz w zestawie kolorów swojego motywu. Odpowiedni kod koloru stoi znów bezpośrednio pod spodem.

Następnie idzie suwak **Krycie** od 0 do 100 %. Działa tylko na kolor tła; teksty i zdjęcia pozostają w pełni widoczne. Wiersz *Bieżący widok* przypomina, dla którego urządzenia właśnie ustawiasz.

### Zdjęcie w tle

Zdjęcie nie jest osobnym wpisem na liście, tylko **polem wyboru „Zdjęcie w tle”** pod spodem. Zaznaczysz je, a obszar zdjęcia się rozwinie:

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Wybierz / wgraj zdjęcie** | Otwiera twoją składnicę zdjęć. Możesz też przeciągnąć do niej nowe zdjęcie. |
| **Tekst alternatywny** | Krótki opis zdjęcia dla niewidomych odwiedzających i dla Google. Wystarczy jedno zdanie: „Warsztat od zewnątrz”. |
| **Krycie zdjęcia** | Jak mocno zdjęcie się pojawia. |
| **Sposób wyświetlania zdjęcia** | Jak zdjęcie wypełnia pas: *Wypełnia format (wycinek)* – wypełnia zawsze, ale przycina. *Całe zdjęcie widoczne* – nic nie zostaje obcięte, za to pas rośnie razem ze zdjęciem. Do tego *Pełna szerokość, całe zdjęcie* i *Rozmiar oryginalny*. |
| **Pozycja zdjęcia** | Cztery strzałki i punkt na środku. Nimi przesuwasz wycinek krok po kroku – strzałka w górę, aż głowy będą w kadrze. Punkt ustawia z powrotem na środek. |
| **Rozmiar zdjęcia** | Przybliża albo oddala zdjęcie w procentach, przyciskami **–** i **+** w krokach co jeden procent. |
| **Powtarzaj zdjęcie** | Małe zdjęcie kafelkowane jako wzór. Do tła ze strukturą. *Tylko w Zaawansowanych.* |
| **Zdjęcie przy przewijaniu** | Czy zdjęcie przesuwa się razem z treścią, czy stoi w miejscu (stałe tło). *Tylko w Zaawansowanych.* |

### Welon

Gdy tylko ustawisz zdjęcie w tle, **sam z siebie** pojawia się obszar **Welon na zdjęciu** – warstwa koloru między zdjęciem a tekstem. Wybierasz jeden z pięciu stanów:

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Bez welonu** | Tylko zdjęcie. |
| **Ciemny** | Ciemna warstwa → jasny tekst staje się czytelny. **Przypadek normalny.** |
| **Jasny** | Jasna warstwa → ciemny tekst staje się czytelny. |
| **Kolor sekcji** | Bierze kolor tła sekcji jako welon. Dobre do odcienia pasującego do marki. |
| **Własny kolor** | Kolor welonu wybierasz sam; poniżej rozwija się wtedy pole koloru. |

Wybrany stan ma białą obwódkę i znaczek, a każdy przycisk niesie kropkę koloru – widzisz więc, co robi, zanim klikniesz. Gdy tylko welon jest włączony, dochodzą dwa suwaki:

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Siła** | Jak mocny jest welon. Przy 40–60 % tekst jest zwykle dobrze czytelny, a zdjęcie wciąż rozpoznawalne. |
| **Gradient** | Na całej powierzchni, od lewej do prawej, od prawej do lewej, od góry do dołu, od dołu do góry albo promieniście (ciemniej przy brzegu). Dobre, gdy przyciemniona ma być tylko połowa z tekstem. |

**Biały tekst na zdjęciu: proszę zawsze z welonem**

Tekst wprost na zdjęciu jest często nieczytelny – zwłaszcza gdy zdjęcie miesza jasne i ciemne miejsca. Ustaw welon na **Ciemny**, a siłę na jakieś 50 %. Wtedy między zdjęciem a tekstem leży przyciemniająca warstwa i twoje pismo jest zawsze czytelne.

**Krycie sekcji**

Suwak **Krycie** działa tylko na *kolor tła* – twoje teksty i zdjęcia pozostają w pełni widoczne. To zamierzone: inaczej przy osłabianiu koloru zblakłoby też pismo.

## Panel „Odstępy wewnętrzne (powietrze w środku)”

Określa, ile powietrza leży między krawędzią pasa a jego treścią – u góry, na dole i po bokach. Do wyboru są **Kompaktowy**, **Normalny**, **Duży** i **Bardzo duży**.

> **Powietrze to najtańszy środek projektowy**
> Kiedy strona wygląda „ciasno”, prawie nigdy nie chodzi o pismo, tylko o brak powietrza. Ustaw ważne sekcje na **Duży** – strona od razu robi się spokojniejsza i bardziej wartościowa.

## Panel „Ramka i cień”

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Grubość** | Jak mocna jest linia wokół pasa. Bez ramki = 0. |
| **Kolor** | Kolor ramki. „Akcent” bierze kolor twojego motywu. |
| **Styl** | Ciągła, kreskowana albo kropkowana. |
| **Narożniki (promień)** | Jak zaokrąglone są narożniki: brak, mały, średni, duży albo *Pill* (całkiem okrągły). |
| **Cień** | Brak, mały, średni, duży albo *Soft* – miękki, nienachalny cień. |

## Panel „Animacja”

Sprawia, że sekcja przy pojawieniu raz łagodnie się wyłania – na przykład lekko wpływa od dołu. Wygląda to żywo, a nie natrętnie. **Nie mylić z „Parallaxem”:** animacja biegnie raz, parallax porusza się nieustannie przy przewijaniu.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Efekt przy pojawieniu** | Brak, rozjaśnianie, wsuwanie z dołu, wsuwanie z prawej, powiększanie albo łagodne wpłynięcie. |
| **Pokaż efekt** | Odtwarza efekt od razu jeszcze raz. Po każdej zmianie dzieje się to automatycznie. |
| **Czas trwania (milisekundy)** | Jak długo trwa ruch; 1000 = jedna sekunda. Poniżej pół sekundy działa najlepiej. |
| **Opóźnienie (milisekundy)** | Czas oczekiwania, zanim się zacznie. Przy kilku sekcjach powstaje tak ładne następstwo. |
| **Przebieg** | Czy ruch biegnie równomiernie, czy zaczyna się i kończy miękko. „Łagodne wybrzmienie” wygląda najnaturalniej. |

**Mniej znaczy więcej**

Nie animuj każdej sekcji. Kiedy wszystko się rusza, strona sprawia wrażenie niespokojnej i powolnej. Dwa, trzy miejsca na stronę wystarczą.

## Panel „Parallax (ruch przy przewijaniu)”

**Parallax** znaczy: tło porusza się przy przewijaniu wolniej niż tekst przed nim. To tworzy głębię – tak jak widok z okna pociągu: bliskie drzewa pędzą obok, dalekie góry stoją prawie w miejscu.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Szablon** | Gotowe wzorce ruchu do wypróbowania. Najprostsze wejście. |
| **Siła** | Jak mocny jest efekt. Mniej jest prawie zawsze lepiej. |
| **Kierunek** | W którą stronę przesuwa się warstwa. |
| **Działa na** | Co się porusza: cała sekcja, tylko zdjęcie w tle, zdjęcia w treści, karty albo wszystko. |
| **Tempo** | Jak daleko warstwa wędruje przy przewijaniu. |
| **Miękkość** | Jak miękko ruch wybrzmiewa. |
| **Wyłącz na telefonie** | Wyłącz efekt na telefonie – tam kosztuje wydajność i mało daje. |
| **Przywróć parallax** | Cofa wszystkie ustawienia parallaxu tej sekcji. |

**Ruch widzisz od razu**

Parallax powstaje przy przewijaniu. W baukastenie efekt działa na żywo – po prostu przewijaj w oknie podglądu. Po każdej zmianie baukasten dodatkowo pokazuje ruch raz w całości.

Jeśli sekcja nie ma zdjęcia w tle, wędruje zamiast tego treść albo zdjęcie w treści – ustawienie nigdy więc nie zostaje bez widocznego skutku.

## Panel „Animacja tekstu”

Tutaj porusza się **sam tekst**, a nie cała sekcja. Ustawiasz to albo dla **wszystkich tekstów sekcji**, albo – jeśli wcześniej klikniesz nagłówek – tylko dla **tego jednego elementu**. Ustawienie na elemencie ma pierwszeństwo.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Płynne pojawienie** | Tekst staje się widoczny, nie poruszając się. |
| **Wpłynięcie z dołu** | Tekst wsuwa się na swoje miejsce. |
| **Wsunięcie z boku** | Tekst wjeżdża z lewej lub z prawej strony. |
| **Litera po literze** | Znaki pojawiają się jeden po drugim. |
| **Słowo po słowie** | Słowa pojawiają się jedno po drugim. |
| **Wiersz po wierszu** | Każdy wiersz wysuwa się spod krawędzi. |
| **Od środka na zewnątrz** | Tekst buduje się od środka. |
| **Maszyna do pisania** | Tekst jest pisany, z migającym kursorem. |
| **Odszyfrowanie** | Znaki losują się, aż powstanie słowo. |
| **Rozmycie znika** | Ostrość pojawia się słowo po słowie. |
| **Zmiana koloru** | Kolor pisma przechodzi z jednej barwy w drugą. |
| **Podświetlanie przy przewijaniu** | Kolor przebiega przez tekst wraz z przewijaniem. |

Do tego ustawiasz, **kiedy** efekt startuje – gdy tekst pojawia się w kadrze, przy otwarciu strony albo wraz z przewijaniem – oraz czas trwania, opóźnienie, przebieg, odstęp kaskady i siłę. To, czego dany efekt nie potrzebuje, w ogóle się nie pokazuje.

**Odstęp zamiast czasu trwania**

Przy „Litera po literze” różnicę robi **odstęp kaskady**, a nie czas trwania: przy 70 milisekundach znaki pojawiają się wyraźnie jeden po drugim, przy 20 wszystko zlewa się w jedną smugę.

**Tekst pozostaje czytelny**

Podział na litery, słowa i wiersze trwa tylko chwilę. W kodzie strony stoi całe zdanie, czytniki ekranu odczytują je w całości, a przy włączonej w systemie opcji „Ogranicz ruch” tekst widać od razu.

## Panel „Efekty przy przewijaniu”

Panel powyżej ma gotowe szablony. Tutaj **sam podajesz liczby**: element rośnie ze 100 % do 130 %, jedzie z 200 pikseli w lewo do zera, przechodzi z przezroczystego w kryjący. Wartość przechodzi przy przewijaniu od „od” do „do”.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Rozmiar** | Skala w procentach, na przykład ze 100 na 130. |
| **Przesunięcie w prawo** | Droga w poziomie w pikselach; liczba ujemna oznacza w lewo. |
| **Przesunięcie w dół** | Droga w pionie w pikselach; liczba ujemna oznacza w górę. |
| **Obrót** | Nachylenie w stopniach. |
| **Krycie** | Z przezroczystego na kryjący (albo odwrotnie). |
| **Rozmycie** | Z rozmytego na ostry, w pikselach. |

Zaznaczasz to, co ma się ruszać – dopiero wtedy pojawiają się dwa pola. Do tego podajesz, na jakim **odcinku przewijania** to się dzieje: 100 % to dolna krawędź okna, 0 % górna. Domyślnie od 90 % do 40 %.

**Najpierw szablon, potem liczby**

W „Zastosuj szablon” są gotowe wartości: „Powiększanie”, „Wjazd z lewej”, „Unoszenie”, „Wyostrzanie”, „Wjazd z obrotem”. Wypełniają pola, a potem dopasowujesz liczby, aż będzie dobrze.

Efekt działa na całą sekcję albo – jeśli wcześniej klikniesz zdjęcie, kartę lub nagłówek – tylko na ten jeden element. Ustawienie na elemencie ma pierwszeństwo.

**Działa obok efektu parallax**

Oba ruchy się godzą: przeglądarka je sumuje. Przy włączonej w systemie opcji „Ogranicz ruch” od razu widać stan końcowy, a bez JavaScriptu wszystko zostaje na swoim miejscu – nic nigdy nie znika.

## Panel „Efekt przy otwarciu strony”

Ten efekt należy do **całej strony** i odtwarza się raz przy jej otwarciu. Znajdziesz go w „Ustawieniach strony”.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Płynne pojawienie strony** | Cała strona staje się widoczna. |
| **Treść unosi się** | Treść lekko wsuwa się na swoje miejsce. |
| **Łagodne przybliżenie** | Strona wraca z lekkiego powiększenia. |
| **Kaskadowo** | Sekcje pojawiają się jedna po drugiej. |
| **Ekran ładowania** | Powierzchnia z twoim logo, dopóki nie wczytają się pisma i zdjęcia. |
| **Rozmycie znika** | Strona staje się ostra. |

**Nigdy biały ekran**

Bez JavaScriptu, przy „Ogranicz ruch” i po upływie ustawionego czasu maksymalnego strona pojawia się od razu. Ekran ładowania stoi przynajmniej przez krótką chwilę – inaczej nigdy nie byłoby go widać w kreatorze, bo tam wszystko jest dawno wczytane.

## Panel „Widoczność (telefon / tablet / desktop)”

Ukrywa sekcję na określonych urządzeniach. Zostaje zachowana – odwiedzający na danym urządzeniu po prostu jej nie widzą.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Mobile (maks. 767px)** | Ukryj na telefonie. |
| **Tablet (maks. 991px)** | Ukryj na tablecie. |
| **Desktop** | Ukryj na komputerze. |

**Do czego to potrzebne**

Szeroka tabela albo duży wykres robi się na telefonie często nieczytelny. Zamiast je usuwać, ukryj je tam – a pod spodem wstaw smukłą wersję, która pojawia się tylko na telefonie.

## Panel „Ustawienia strony” (ważne dla Google)

Te ustawienia obowiązują dla **całej strony**, a nie dla jednego pasa. Decydują, jak twoja strona wygląda w Google i przy udostępnianiu w WhatsAppie.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Tytuł SEO** | Pojawia się w karcie przeglądarki i jako niebieski nagłówek w Google. Napisz tutaj, co robisz i gdzie: „Ogrzewanie i hydraulika Müller – pogotowie w Kassel”. |
| **Meta Description** | Szary tekst pod tytułem w wynikach Google. Około 155 znaków. To twoje ogłoszenie – napisz je jak ogłoszenie. |
| **Niewidoczny nagłówek główny (H1)** | Nagłówek, który widzi tylko Google i programy czytające. Najczęściej ten sam tekst co twój widoczny nagłówek. |
| **Ścieżka adresu (slug)** | Część adresu internetowego po nazwie twojej domeny. `/` to strona startowa, `/kontakt/` strona kontaktowa. Krótko, małymi literami, bez polskich znaków. |
| **Canonical** | Mówi Google, który adres jest właściwy, gdyby strona istniała podwójnie. Może zwykle zostać puste. |
| **Tytuł przy udostępnianiu (og:title)** | Nagłówek w podglądzie, gdy ktoś wyśle twój link w WhatsAppie albo na LinkedInie. Puste = tytuł SEO. |
| **Tekst przy udostępnianiu (og:description)** | Tekst w tym samym podglądzie. Puste = Meta Description. |
| **Zdjęcie podglądu (og:image)** | Zdjęcie w tym podglądzie. Wymaga pełnego adresu zdjęcia. |
| **Język** | Oznaczenie języka strony, dla Niemiec `de-DE`. Pomaga programom czytającym i Google. |
| **Nie pokazuj w Google (noindex)** | Ukrywa stronę przed wyszukiwarkami. Do szkiców i stron testowych. |

> **Dwa pola, które naprawdę się liczą**
>
> **Tytuł SEO** i **Meta Description** to jest to, co ludzie widzą o tobie w Google, *zanim* klikną. Wypełnij je dla każdej strony – to najskuteczniej wykorzystane pół godziny w całym twoim projekcie.

## Panel „Ustawienia cookies”

Włącza informację o cookies na twojej stronie i ustawia jej tekst.

> **Czy w ogóle potrzebujesz banera cookies?**
>
> Strona, która pokazuje **tylko twoje własne treści**, z reguły *nie* potrzebuje banera. Staje się on konieczny, gdy tylko osadzisz rzeczy śledzące odwiedzających – Google Analytics, Mapy Google, filmy z YouTube, piksel Facebooka. Jak takie usługi ustawić, stoi zaraz w następnym rozdziale.
>
> To pytanie prawne, nie techniczne. W razie wątpliwości zapytaj kogoś, kto się zna – patrz też Rozdział 8 (s. 69).

## Panel „Statystyka i reklama”

Tutaj ustawiasz zliczanie odwiedzających i pomiar reklam dla swojej gotowej strony – **bez ani jednej linijki kodu**. Włączasz usługę i wpisujesz tylko numer ze swojego konta. Resztę buduje baukasten przy eksporcie.

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Google Analytics** | Zliczanie odwiedzających. Wpisujesz *identyfikator pomiaru*, np. `G-ABCD123456`. Do znalezienia w Google Analytics pod Administracja → Strumienie danych. |
| **Google Ads** | Mierzy, czy reklama doprowadziła do efektu. Wpisujesz *identyfikator konwersji*, np. `AW-123456789`. |
| **Google Tag Manager** | Zarządza kilkoma usługami w jednym miejscu. Wpisujesz *identyfikator kontenera*, np. `GTM-ABC1234`. |
| **Piksel Meta** | Do reklam na Facebooku i Instagramie. Wpisujesz *identyfikator piksela* (same cyfry). |
| **Tag Pinteresta** | Do reklam na Pintereście. Wpisujesz *identyfikator tagu* (same cyfry). |
| **Piksel TikToka** | Do reklam na TikToku. Wpisujesz *identyfikator piksela*. |
| **LinkedIn Insight Tag** | Do reklam na LinkedInie. Wpisujesz *identyfikator partnera* (same cyfry). |
| **Microsoft Advertising** | Do reklam w Bingu. Wpisujesz *identyfikator tagu UET* (same cyfry). |
| **Matomo** | Zliczanie odwiedzających na twoim własnym serwerze. Wpisujesz adres swojej instalacji Matomo i *identyfikator strony*. |

**Co się dzieje, kiedy włączysz usługę**

Trzy rzeczy dzieją się automatycznie:

1. Usługa zostaje wbudowana w twoją **wyeksportowaną stronę** – nie w baukasten i nie w tę aplikację. Sam baukasten nadal niczego nie wysyła.
2. Zostaje **załadowana dopiero wtedy, gdy odwiedzający zgodzi się w banerze cookies**. Wcześniej nie dzieje się w ogóle nic: żadnego skryptu, żadnego cookie, żadnego połączenia z dostawcą.
3. Twoja **polityka prywatności** dostaje pasujący do tego akapit. Wyłączysz usługę z powrotem, a on znika. Twoje własne teksty pozostają nietknięte.

Żeby punkt 2 działał, baner cookies musi być włączony. Jeśli go brakuje, panel ci to mówi i ustawia go jednym przyciskiem.

**Jeśli numer się nie zgadza, nie zostaje zapisany**

Każdy identyfikator ma stałą postać. Jeśli twój wpis do niej nie pasuje, pod spodem stoi zwykłym językiem, jak numer wygląda i gdzie go znajdziesz – a baukasten go nie przyjmuje. Dzięki temu na twojej stronie nigdy nie ląduje zepsuty numer.

### Mierzenie sukcesów: strona z podziękowaniem

Wiedzieć, ilu ludzi odwiedziło twoją stronę, to jedna połowa. Druga: **ilu z nich coś zrobiło** – kupiło, wysłało formularz, zamówiło newsletter.

Do tego potrzebujesz strony, na której odwiedzający ląduje *po* tym czynie – klasycznej strony z podziękowaniem. W **Ustawieniach strony** tej strony (pod „Pokaż więcej”) zaznaczasz pole **Ta strona jest stroną sukcesu** i wybierasz, co zostało osiągnięte: zakup, zapytanie albo zapis na newsletter. Jeśli chcesz, wpisujesz jeszcze wartość i walutę.

Resztę baukasten przekłada dla każdej włączonej usługi na jej własny język. Nie wpisujesz żadnego zdarzenia, tylko wybierasz. Tylko Google Ads potrzebuje dodatkowo **etykiety konwersji** z twojego konta Google Ads – bez niej Google Ads nie przypisze sukcesu. Pole pojawia się samo, gdy tylko Google Ads jest włączony.

## Panel „Pasek przewijania”

Jedno pole wyboru: **Wąski pasek przewijania**. Sprawia, że pasek przy prawej krawędzi jest cieńszy i mniej rzuca się w oczy. Dotyczy to całej strony – zarówno w baukastenie, jak i na gotowej stronie.

## Panel „Motyw” – kolory twojej strony

**Motyw** to gotowy zestaw kolorów dla całej twojej strony: tło, kolor pisma, twój kolor główny, karty, ramki. Wybierasz jeden – i wszystkie strony do siebie pasują, bez ustawiania choćby jednego koloru ręcznie. Szczegóły w Rozdział 4 (s. 43).

## Panel „Pismo”

Wybiera parę krojów pisma dla całej strony: jedno pismo do nagłówków, jedno do tekstu ciągłego. Pary są już gotowo do siebie dobrane. O tym również więcej w Rozdział 4 (s. 43).

## Panel „Klasy CSS (dla profesjonalistów)”

Tutaj możesz zapisać własne instrukcje projektowe. To coś dla ludzi, którzy znają HTML i CSS.

> **Możesz spokojnie zostawić**
>
> Jeśli nie wiesz, czym jest CSS: po prostu zwiń i zapomnij. Nie potrzebujesz tego panelu do żadnej zwykłej strony.

## Panel „Zbiory treści (CMS)”

Tym zarządzasz listami treści, które zawsze zbudowane są tak samo – na przykład dziesięć projektów, każdy ze zdjęciem, tytułem i tekstem. Utrzymujesz listę w jednym miejscu, zamiast każdą kartę osobno.

Przy zwykłej stronie firmowej z pięcioma podstronami to się nie opłaca. Od jakiegoś tuzina podobnych wpisów robi się ciekawie.

## Kiedy zaznaczony jest element

Kliknij prosto w tekst, zdjęcie albo przycisk, a Inspector pokaże inne panele:

### Treść

Tekst elementu – ale tylko wtedy, gdy nie stoi już w panelu Treść. Podwójnych pól celowo nie ma.

### Design

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Krój pisma** | Pismo nagłówków, pismo tekstu albo standard. To są pisma z twojej pary krojów – dzięki temu strona pozostaje jednolita. |
| **Rozmiar pisma** | Rozmiar tego jednego tekstu. |
| **Grubość pisma** | Jak grube. |
| **Wysokość wiersza** | Odstęp między wierszami. Trochę więcej sprawia, że dłuższe teksty są znacznie czytelniejsze. |
| **Odstęp międzyliterowy** | Odstęp między literami. Przy dużych nagłówkach trochę mniej wygląda często elegancko. |
| **Wyrównanie** | Lewo, środek albo prawo. |
| **Kolor tekstu** | Kolor tego elementu. Działa niezawodnie – także na kartach. |
| **Podkreślony** | Podkreśl tekst. |
| **Tło** | Własny kolor tła tylko dla tego elementu. |

## Link

Tylko przy przyciskach i linkach. Najpierw wybierasz **rodzaj** celu – to klucz do wszystkiego, co ma związek z linkowaniem. Szczegółowo w Rozdział 5 (s. 48).

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Zewnętrzny URL** | Cudza strona. |
| **Strona wewnętrzna** | Jedna z twoich własnych stron – wybierasz ją z listy. **Zawsze bierz ten rodzaj**, gdy chodzi o twoje własne strony. |
| **Kotwica (#)** | Miejsce dalej w dół na tej samej stronie. |
| **Telefon** | Na telefonie stuknięcie uruchamia połączenie. |
| **E-mail** | Otwiera program pocztowy odwiedzającego. |
| **WhatsApp** | Otwiera czat WhatsApp z twoim numerem. |
| **Otwórz w nowej karcie** | Link otwiera się w nowym oknie. Zwyczajowe przy cudzych stronach, niepotrzebne przy własnych. |

## Zdjęcie

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Wybierz zdjęcie** | Otwiera składnicę zdjęć. |
| **Tekst alternatywny** | Krótki opis dla niewidomych odwiedzających i dla Google. |
| **Format** | Proporcje: kwadratowy, szeroki, wysoki. |
| **Zoom / wycinek / pozycja** | Która część zdjęcia jest widoczna. Tym przesuwasz twarz na środek bez wcześniejszego przycinania zdjęcia. |
| **Ramka zdjęcia** | Ramka i zaokrąglenie narożników tylko dla tego zdjęcia. |

## Styl przycisku

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Styl** | *Primary* = mocno wypełniony (twój kolor główny), *Secondary* = powściągliwy, *Ghost* = sam tekst bez powierzchni. |
| **Kształt przycisku (narożniki)** | Kanciasty, lekko zaokrąglony albo całkiem okrągły. |

> **Tylko jeden mocny przycisk na ekran**
>
> Kiedy trzy przyciski krzyczą jednakowo głośno, nikt nie klika. Zrób najważniejszy **Primary**, a wszystkie pozostałe **Secondary** albo **Ghost**.

## Layout i rozmiar (tylko w „Zaawansowane”)

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Szerokość / wysokość** | Stałe wymiary dla elementu. |
| **Min./maks. szerokość, min./maks. wysokość** | Granice, w których element może rosnąć. *Maks. szerokość* jest z nich najpożyteczniejsza: trzyma długie wiersze tekstu w czytelnej postaci. |
| **Layout wewnętrzny (display)** | Jak rzeczy w środku są rozmieszczone – obok siebie (flex) albo w siatce (grid). |
| **Gap** | Odstęp między rzeczami w środku. |
| **Wyrównanie / pozycja** | Gdzie element siedzi w swoim obszarze. |
| **Rozmiar (responsywnie)** | Własne rozmiary dla telefonu i tabletu. |
| **Efekt szkła (backdrop blur)** | Tło za elementem robi się mlecznie rozmyte – jak mleczne szkło. Na zdjęciach wygląda szlachetnie. |

**Stałe wysokości przy tekstach: proszę nie**

Stała wysokość na elemencie tekstowym to najczęstsza przyczyna obciętych słów na telefonie. Tam ten sam tekst potrzebuje trzech wierszy zamiast jednego – a co nie mieści się w stałej wysokości, znika. Zostawiaj wysokości przy tekstach puste.

## Wybieranie kolorów: pole koloru i pipeta

Wszędzie tam, gdzie ustawiasz kolor, panel wygląda tak samo:

| CZĘŚĆ | DO CZEGO |
|---|---|
| **Powierzchnia koloru** | Kliknij – pod spodem rozwija się wybierak koloru (patrz niżej). |
| **Pole wpisu** | Wpisz kod koloru bezpośrednio (np. `#2F6EA8`) – tak przejmujesz dokładnie swój firmowy kolor. Jeśli stoi tam *Z motywu*, żaden własny kolor nie jest ustawiony. |
| **Pipeta** 🖍 | Kliknij, a potem kliknij gdziekolwiek na swojej stronie. Aplikacja bierze dokładnie ten kolor – także ze zdjęcia. *Esc* anuluje. |
| **Reset** ↺ | Zabiera kolor z powrotem; obowiązuje wtedy znów motyw. Pojawia się tylko wtedy, gdy ustawiony jest własny kolor. |
| **Kod koloru pod spodem** | Stoi tam *zawsze* – także przy kolorach motywu. **Jedno kliknięcie go kopiuje** (na chwilę pojawia się „Skopiowano ✓"). |

## Wybierak koloru

Kliknięcie w powierzchnię koloru rozwija wybierak koloru. U góry stoi kod koloru do kliknięcia i skopiowania, poniżej leżą trzy suwaki i rząd gotowych kropek kolorów:

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Odcień** | Który kolor – od czerwieni przez zieleń i błękit z powrotem. |
| **Nasycenie** | Jak mocny albo jak szary jest kolor. |
| **Jasność** | Od czerni przez pełny kolor aż do bieli. |
| **Kropki kolorów** | Dwadzieścia gotowych kolorów do kliknięcia – odcienie szarości i łuk mocnych kolorów. |

Kliknięcie obok albo *Esc* zamyka wybierak koloru. Kolor zostaje przejęty natychmiast, nie ma żadnego „potwierdź".

> **Kod koloru na wynos**
>
> Potrzebujesz swojego koloru gdzie indziej – na papierze firmowym, na naklejce na witrynę, u drukarza? Kliknij kod koloru pod polem koloru, a od razu leży w schowku. Działa to także przy kolorach motywu, których nigdy sam nie wpisywałeś.

**Pipeta jest na wagę złota**

Masz logo firmy, ale nie znasz swoich wartości kolorów? Wstaw logo jako zdjęcie, weź pipetę, kliknij w logo – gotowe. Twoje przyciski mają teraz dokładnie twój firmowy kolor.

ROZDZIAŁ 4

# Szablony, motywy i kroje pisma

Szablon to gotowa strona do przebudowy. Motyw nadaje wszystkim podstronom te same kolory. Para krojów pisma nadaje im to samo pismo. Razem to trzy kliknięcia do spójnego wizerunku.

## Szablony: gotowe strony jako punkt wyjścia

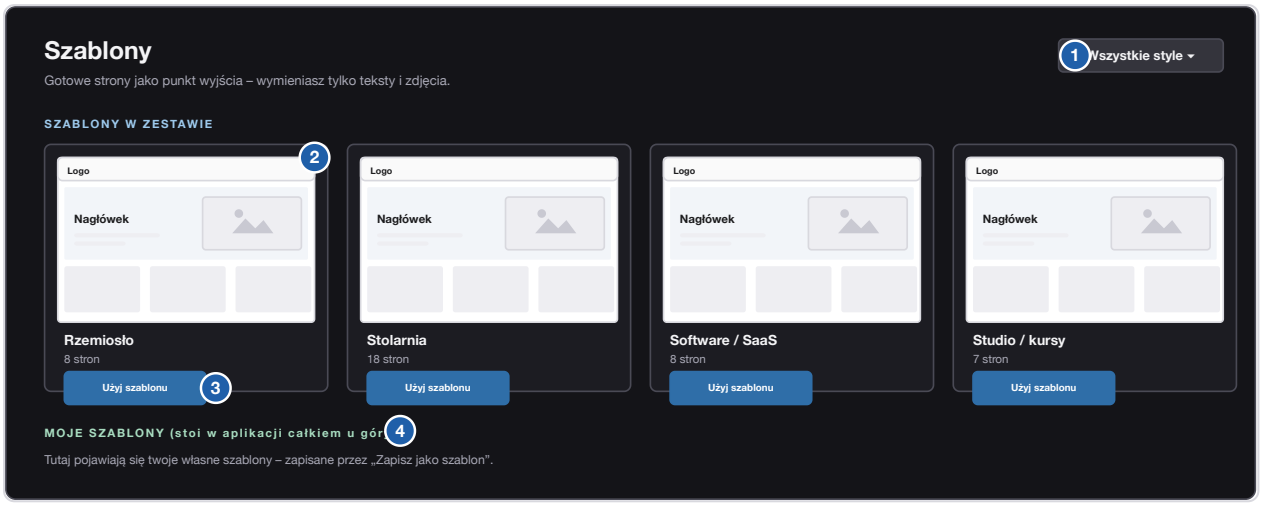
**Szablon** to nie pusta skorupa, tylko kompletna strona: kilka podstron, prawdziwe niemieckie teksty, zdjęcia, menu, stopka, dane firmy. Wymieniasz to, co twoje – reszta już stoi.

W zestawie są 4 szablony:

| SZABLON | STRONY | CO JEST W ŚRODKU |
|---|---|---|
| **Rzemiosło** | 8 | Hydraulika/ogrzewanie – start, systemy grzewcze, łazienka, serwis, kontakt, termin + strony prawne |
| **Stolarnia** | 18 | Z referencjami i stronami szczegółów projektów |
| **Software / SaaS** | 8 | Z tabelą cen, wykresem i FAQ |
| **Studio / kursy** | 7 | Pokazuje wszystkie bloki: slider, galerię, zespół, blog, sklep, wykres, formularze |

**Branża nie ma znaczenia**

Weź spokojnie szablon stolarni dla swojego biura rachunkowego. Strona składa się wszędzie z tych samych części: przyciągacz wzroku u góry, usługi, o nas, kontakt. Wymieniasz teksty i zdjęcia – i nikt nie pozna po stronie, skąd pochodzi.




**Rys. 6:** Galeria szablonów. Każdy kafelek pokazuje prawdziwy obraz szablonu.

1. **Filtr stylu** – pokazuje tylko szablony jednego kierunku.
2. **Zdjęcie podglądu** – kliknięcie otwiera szablon w powiększeniu, do obejrzenia bez przejmowania.
3. **Użyj szablonu** – wczytuje szablon do twojego projektu.
4. **Moje szablony** – całkiem u góry, tu lądują twoje własne.

## Przejmowanie szablonu

1. Kliknij na pasku projektu **Szablony**.
2. Kliknij zdjęcie podglądu, żeby obejrzeć szablon w spokoju.
3. Jeśli pasuje: wróć do galerii i kliknij **Użyj szablonu**.
4. Szablon zostaje wczytany – ze wszystkimi podstronami. Widzisz je u góry na pasku stron.
5. Wpisz nazwę projektu i zapisz.

> **„Użyj" nadpisuje twoją bieżącą pracę**
>
> Jeśli już budowałeś stronę, a potem wczytasz szablon, twoja praca przepada – chyba że wcześniej zapisałeś. Czyli: **najpierw zapisz, potem wczytaj szablon**. Swój stary projekt znajdziesz potem z powrotem pod *Wszystkie projekty*.

## Przebudowa szablonu

Potem jest to twoja strona. Postępuj w tej kolejności – oszczędza to najwięcej czasu:

1. Wymień **teksty**. Od góry do dołu, strona po stronie.
2. Wymień **zdjęcia** (patrz Rozdział 6 (s. 55)).
3. Ustaw **motyw** na swój firmowy kolor (patrz niżej).
4. Usuń sekcje, których nie potrzebujesz.
5. **Impressum und Datenschutz** mit Ihren echten Angaben füllen – die Vorlage enthält nur Muster-Text mit „Musterstraße 1“.
6. Przejrzyj wszystko raz w widoku na telefonie.

**Punkt, o którym prawie wszyscy zapominają**

Die Rechtstexte der Vorlage sind **Platzhalter**. Wenn Sie die so online stellen, steht auf Ihrer Website die Adresse „Musterstraße 1“ – und Ihr Impressum ist falsch. Das kann eine Abmahnung kosten. Mehr dazu in Rozdział 8 (s. 69).

**Zdjęcia w szablonach są generowane przez SI**

Wszystkie zdjęcia dostarczane z szablonami zostały stworzone przy pomocy sztucznej inteligencji – to nie są prawdziwe zdjęcia zakładu, budynku ani produktu. Wymienisz je na własne zdjęcia i sprawa cię już nie dotyczy. Jeśli przejmiesz pojedyncze zdjęcia szablonowe bez zmian i będziesz nimi reklamować realne produkty albo usługi, sprawdź, czy według unijnego AI Act potrzebne jest oznaczenie – zdjęcia trudno odróżnić od prawdziwych. W wygenerowanych danych firmy stoi na to gotowa propozycja tekstu, którą możesz przejąć albo usunąć.

## Motywy: kolory

**Motyw** to dobrany zestaw kolorów dla całej twojej strony. Ustala: kolor tła, kolor tekstu, twój kolor główny (do przycisków i linków), kolor kart i kolor ramek.

Website Builder przynosi **60 motywów** w 8 kierunkach stylistycznych:

| KIERUNEK STYLISTYCZNY | WRAŻENIE | PASUJE DO |
|---|---|---|
| **Monochrom** | Jeden kolor w wielu odcieniach. Spokojnie i rzeczowo. | Rzemiosło, doradztwo, kancelaria |
| **Corporate** | Klasycznie biznesowo, stonowanie. | Usługi, przemysł |
| **Creative** | Mocno i nietypowo. | Agencja, fotografia, gastronomia |
| **Komplementarny** | Dwa przeciwstawne kolory – silny kontrast. | Gdy przyciski mają rzucać się w oczy |
| **Medycyna** | Jasno, czysto, dużo błękitu i zieleni. | Gabinet, opieka, terapia |
| **Premium** | Ciemno i szlachetnie, często z odcieniem złota albo miedzi. | Drogie produkty, manufaktura |
| **Triadyczny** | Trzy zrównoważone kolory. | Żywe, kolorowe wizerunki |
| **Dark** | Z natury ciemny – jasne pismo na ciemnym tle. | Technika, fotografia, gastronomia nocna |

### Zmiana motywu

1. Rozwiń w Inspectorze panel **Motyw**.
2. Kliknij motyw – canvas natychmiast zmienia kolory.
3. Nie podoba się? Kliknij następny. Nic nie zepsujesz.

Motywy stoją wyłącznie w Inspectorze – osobnej galerii motywów nie ma. Dzięki temu przy zmianie od razu widzisz, jak twoja prawdziwa strona z nim wygląda.

> **Wprowadzenie firmowego koloru do motywu**
>
> Poszukaj motywu, którego *jasność* pasuje (jasny albo ciemny), a potem zmień tylko kolor główny: kliknij przycisk, panel **Design**, pobierz kolor **pipetą** z logo. Tak masz spójny zestaw *i* swoją markę.

**Jasny czy ciemny – to osobny przełącznik**

U góry na pasku narzędzi są ☀ **Jasny** i 🌙 **Ciemny**. Przełącza on twoją *stronę*, niezależnie od motywu. Wypróbuj oba – niektóre bloki wyglądają na ciemno wyraźnie bardziej wartościowo.

## Kroje pisma

Aplikacja przynosi **82 par krojów pisma**. Para składa się zawsze z dwóch pism: jedno do **nagłówków**, jedno do **tekstu ciągłego**. Są do siebie dobrane – nie możesz więc źle ich połączyć.

1. Rozwiń w Inspectorze panel **Pismo**.
2. Kliknij parę. Canvas przejmuje ją natychmiast.

**Po czym poznać dobry wybór**

Pismo nie ma rzucać się w oczy, tylko być czytelne. Jeśli przy czytaniu zauważasz pismo, jest niewłaściwe. Do rzemiosła i doradztwa: prosta groteska (np. „Inter”). Do gastronomii albo manufaktury nagłówek może być pismem szeryfowym (np. „Playfair”).

## Zapisywanie własnych szablonów

Zbudowałeś stronę, której potrzebujesz częściej? To zabezpiecz ją jako własny szablon: na pasku projektu kliknij **Zapisz jako szablon**, nadaj nazwę, gotowe. Pojawia się w galerii szablonów pod **Moje szablony** i da się jej tam użyć oraz z powrotem usunąć.

Zapisywane jest wszystko: wszystkie podstrony, motyw, pismo i zdjęcia.

**Komu się to opłaca**

Jeśli budujesz strony dla innych – dla klientów, dla stowarzyszeń, dla znajomych. Wtedy zbudujesz swój szkielet raz porządnie i zaczynasz od niego każdy nowy projekt, zamiast za każdym razem od nowa.

ROZDZIAŁ 5

# Podstrony i menu twojej witryny

Strona internetowa prawie nigdy nie składa się z jednej podstrony. W tym rozdziale zakładasz podstrony i łączysz je przez menu – tak, żeby linki działały także po eksporcie.

## Pasek stron

Nad canvasem leży wąski pasek ze słowem **STRONY**. Każda podstrona twojej witryny jest tam zakładką – jak przekładki w segregatorze. Jasna zakładka to strona, którą właśnie edytujesz.




**Rys. 7:** Pasek stron, menu strony i wybór celu linku w Inspectorze.

1. **Zakładka strony** – kliknięcie zmienia stronę. Podwójne kliknięcie zmienia jej nazwę.
2. **+ Strona** – zakłada nową, pustą stronę.
3. ▾ **Menu** – zmiana nazwy, duplikowanie, usuwanie.
4. **Rodzaj celu** – tutaj rozstrzyga się wszystko. Do własnych stron zawsze **Strona wewnętrzna**.
5. **Wybierz stronę** – strona docelowa z listy.

## Jakich podstron potrzebuje strona firmowa?

| STRONA | OBOWIĄZKOWA? | DO CZEGO |
|---|---|---|
| **Start** | tak | Pierwsze wrażenie. Kim jesteś, co robisz, jak można się z tobą skontaktować. |
| **Usługi** | zalecana | Co oferujesz – szczegółowiej niż na stronie startowej. |
| **O nas** | zalecana | Ludzie kupują od ludzi. Zdjęcie ciebie działa cuda. |
| **Kontakt** | tak | Adres, telefon, formularz, dojazd. |
| **Impressum** | **ustawowo** | W Niemczech obowiązkowa dla stron firmowych. Rozdział 8 (s. 69) |
| **Datenschutz** | **ustawowo** | Również obowiązkowa. Rozdział 8 (s. 69) |

**Trzy strony obowiązkowe jednym kliknięciem**

Sie müssen Impressum, Datenschutz und Barrierefreiheit nicht einzeln anlegen. In der Bausteine-Liste links gibt es die Gruppe **Rechtliches** mit dem Baustein **Rechtsseiten**. Ein Klick darauf legt alle drei Seiten fertig gegliedert an – mit Platzhaltern in eckigen Klammern, die Sie durch Ihre eigenen Texte ersetzen.

Seiten, die es schon gibt, bleiben dabei unangetastet. Sie können den Baustein also jederzeit erneut anklicken, ohne Ihre Arbeit zu verlieren.

**Lepiej mało dobrych stron**

Cztery zadbane podstrony biją dwanaście niedokończonych. Każdą podstronę musisz później trzymać w aktualności – a strona „Kariera” w stanie sprzed trzech lat szkodzi bardziej, niż pomaga.

## Zakładanie stron i zarządzanie nimi

### Nowa strona

1. Kliknij na pasku stron **+ Strona**.
2. Nowa strona jest pusta i od razu zaznaczona.
3. Wstaw bloki, jak opisano w rozdziale 2.
4. Zmień nazwę strony: podwójne kliknięcie w zakładkę, wpisz nazwę.

**Najszybsza droga do nowej podstrony**

Nie buduj od nowa – **duplikuj**. Kliknij ▾ obok gotowej strony i wybierz **Duplikuj**. Menu, stopka i budowa są wtedy już poprawne; wymieniasz tylko treści. Dzięki temu wszystkie podstrony pozostają automatycznie jednolite.

### Zmiana nazwy, duplikowanie, usuwanie

| DZIAŁANIE | JAK TO ZROBIĆ |
|---|---|
| **Zmień nazwę** | Podwójne kliknięcie w zakładkę – albo ▾ → *Zmień nazwę*. |
| **Duplikuj** | ▾ → *Duplikuj*. Zakłada pełną kopię. |
| **Usuń** | Małe × przy zakładce – albo ▾ → *Usuń*. Wcześniej pojawia się pytanie. |
| **Zmień stronę** | Kliknij zakładkę. |
| **Usuń wszystkie strony** | Całkiem po prawej na pasku stron, widoczne dopiero od dwóch stron. Sprząta wszystkie podstrony w *jednym* kroku; jedna pusta strona zostaje. Motyw, kroje pisma i wgrane zdjęcia zostają zachowane. Dobre, gdy jednak nie chcesz zatrzymać szablonu. |

**Ostatniej strony nie da się usunąć**

Strona internetowa bez podstrony nie istnieje. Dopóki została tylko jedna, brakuje ×. Opróżnić możesz ją mimo to – przez **Opróżnij stronę** w przyborniku po lewej.

## Ścieżka adresu (slug)

Każda strona ma **ścieżkę adresu** – w żargonie „slug”. To część adresu internetowego za nazwą twojej domeny:

| STRONA | SLUG | ADRES W INTERNECIE |
|---|---|---|
| Start | `/` | `twoja-firma.pl` |
| Usługi | `/uslugi/` | `twoja-firma.pl/uslugi/` |
| Kontakt | `/kontakt/` | `twoja-firma.pl/kontakt/` |

Ustawiasz ją w Inspectorze pod **Ustawienia strony** → **Ścieżka adresu**.

**Reguły dla sluga**

Pisz małymi literami. Bez polskich znaków, bez spacji (weź myślnik). Krótko i mówiąco: `/kontakt/` zamiast `/strona-3/`. Google czyta sluga – a twoi klienci też, kiedy przekazują link dalej.

## Menu: łączenie podstron

Menu to blok Navigation u góry twojej strony. Żeby punkt menu działał, potrzebuje **celu**.

### Skierowanie punktu menu na własną stronę

1. Kliknij **Navigation** na canvasie.
2. Rozwiń w Inspectorze panel **Treść**. Stoi tam lista **Linki**.
3. Przy żądanym linku otwórz pole **Cel**.
4. Jako rodzaj wybierz **Strona wewnętrzna**.
5. Z listy pod spodem wybierz stronę docelową – np. *Kontakt*.

**Najczęstszy błąd w ogóle**

**Nigdy** nie wpisuj adresu własnej strony ręcznie jako „Zewnętrzny URL”. Weź **Strona wewnętrzna** i wybierz ją z listy.

**Dlaczego:** tylko wtedy aplikacja poprawnie wylicza link przy eksporcie. Ręcznie wpisana ścieżka prowadzi w internecie często na stronę błędu – a w builderze tego nie zauważysz, bo tam pozornie działa.

### Kolejne rodzaje celu

| RODZAJ | DO CZEGO | CO WPISUJESZ |
|---|---|---|
| **Strona wewnętrzna** | Twoje własne strony. | Wybór z listy – nic się nie wpisuje. |
| **Zewnętrzny URL** | Cudze strony, twój Facebook, opinie w Google. | Pełny adres z `https://`. |
| **Kotwica (#)** | Miejsce dalej w dół na tej samej stronie. | Nazwę punktu docelowego. |
| **Telefon** | Na telefonie stuknięcie uruchamia połączenie. | Twój numer telefonu. |
| **E-mail** | Otwiera program pocztowy odwiedzającego. | Twój adres e-mail. |
| **WhatsApp** | Otwiera czat z tobą. | Twój numer z kierunkowym kraju. |

**Numer telefonu jako link – niedoceniany**

Ustaw swój numer telefonu jako link **Telefon** w nagłówku i w stopce. Na telefonie robi się z tego stuknięcie zamiast przepisywania. U rzemieślników i w gabinetach jest to często najczęściej używany przycisk całej strony.

## Menu na telefonie

Na telefonie nie ma miejsca na pasek menu. Dlatego robi się z niego automatycznie symbol z trzema kreskami – **menu hamburgerowe**. Stuknięcie w nie rozwija menu.

Kiedy zaznaczysz nawigację, znajdziesz w Inspectorze:

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Menu na telefonie/tablecie** | Jak menu się otwiera: *Rozwija się pod paskiem*, *Menu pełnoekranowe* albo *Szuflada z prawej* lub *z lewej*. |
| **Ikona hamburgera** | Wygląd symbolu: kreski, cienkie kreski, kropki, plus – albo kreski ze słowem „Menu”. |
| **Przy przewijaniu** | *Przewija się razem* = menu znika ku górze. *Przykleja się u góry*. *Przykleja się i kurczy* = zostaje przyklejone i robi się płaskie. *Zafiksowane (zawsze widoczne)*. |
| **Pokaż pole wyszukiwania** | Pokazuje pole wyszukiwania. Potrzebuje celu, który wykona wyszukiwanie. |

**„Przy przewijaniu: sticky” jest prawie zawsze właściwe**

Kiedy menu zostaje przyklejone u góry, odwiedzający z każdego miejsca strony dochodzą jednym kliknięciem do kontaktu. Na długich stronach robi to prawdziwą różnicę.

## Drugi język

Aplikacja nie tłumaczy. Jeśli chcesz oferować swoją stronę po angielsku, załóż angielskie podstrony sam i zalinkuj je – dokładnie tak jak każdą inną podstronę:

1. **Zduplikuj** swoją niemiecką stronę startową (▾ → *Duplikuj*).
2. Zmień nazwę kopii, np. na *Start EN*, i ustaw ścieżkę adresu na `/en/`.
3. Na kopii nadpisz wszystkie teksty po angielsku.
4. W nawigacji dodaj link *EN* i skieruj go jako **Stronę wewnętrzną** na angielską stronę startową; na angielskiej stronie link *DE* z powrotem.

**Nakład pracy się podwaja**

Każda podstrona istnieje wtedy dwa razy i każdą zmianę musisz zrobić dwa razy. Zastanów się szczerze, czy masz angielskojęzycznych klientów. Często wystarczy krótki angielski akapit na stronie startowej.

**Dlaczego to nie jest kwestia ochrony danych**

To całkiem zwykłe linki do twoich własnych stron – żadnej obcej usługi tłumaczeniowej, żadna zgoda niepotrzebna.

ROZDZIAŁ 6

# Teksty, zdjęcia i treści

Bloki wstawia się szybko. Praca tkwi w treści. Ten rozdział pokazuje, jak wymienić teksty i zdjęcia – i co powinieneś w nie wpisać.

## Zmienianie tekstów

Są dwie drogi. Obie prowadzą do tego samego wyniku.

### Sposób 1: prosto na canvasie (szybko)

1. **Kliknij podwójnie** w tekst.
2. Tekst da się teraz edytować – po prostu pisz.
3. Kliknięcie obok zatwierdza zmianę.

### Sposób 2: w Inspectorze (przejrzyście)

1. Kliknij blok.
2. Rozwiń w Inspectorze panel **Treść**.
3. Wszystkie pola tekstowe stoją tam jedno pod drugim.

> **Kiedy który sposób**
>
> Poprawić jedno słowo: podwójne kliknięcie na canvasie. Napisać całą sekcję od nowa: Inspector – widzisz tam wszystkie pola naraz i żadnego nie zapomnisz.

## Co ma tam właściwie stać?

To pytanie, na którym większość utyka – nie na technice. Trzy reguły, które prawie zawsze pomagają:

### 1. Pisz o kliencie, nie o sobie

| ZAMIAST | LEPIEJ |
|---|---|
| „Jesteśmy innowacyjną, dynamiczną firmą z wieloletnim doświadczeniem.” | „Padło ci ogrzewanie? Będziemy u ciebie w 24 godziny.” |
| „Nasze portfolio usług obejmuje …” | „To robimy dla ciebie:” |
| „Prosimy o kontakt w dowolnej chwili.” | „Zadzwoń: 0561 123456. Pn–pt, 7–17.” |

### 2. Nagłówek całkiem u góry to najważniejszy wiersz

Odwiedzający decydują w jakieś trzy sekundy, czy zostaną. W tym czasie czytają dokładnie jeden wiersz: duży nagłówek w hero. Odpowiedz tam na **jedno** pytanie – „Co ja z tego mam?”

### 3. Krótko

Nikt nie czyta stron internetowych, wszyscy je przelatują wzrokiem. Krótkie zdania. Akapity po dwa, trzy wiersze. Śródtytuły. Gdzie da się zrobić wyliczenie, tam żadnej ściany tekstu.

> **Sztuczka na pustą kartkę**
>
> Nie pisz „tekstu na stronę”. Napisz **e-mail do klienta**, który zapytał, czym się zajmujesz. Ten e-mail jest twoim tekstem – musisz go tylko podzielić.

## Zdjęcia

Zdjęcia leżą w zakładce **Zasoby** po lewej w przyborniku. *Assets* to po angielsku „zasoby” – chodzi o twoją składnicę zdjęć.




**Rys. 8:** Składnica zdjęć. Stąd przeciągasz zdjęcia prosto na swoją stronę.

1. **Zakładka Zasoby** – twoja składnica zdjęć.
2. **Powierzchnia zrzutu** – przeciągnij tu zdjęcia z komputera albo kliknij, żeby wybrać.
3. **Użyte / nieużywane** – pokazuje, które zdjęcia występują na twojej stronie.
4. **Wstaw zdjęcie** – przeciągnij ze składnicy na zdjęcie na canvasie.

## Dodawanie zdjęć

1. Kliknij po lewej zakładkę **Zasoby**.
2. Przeciągnij swoje zdjęcia z folderu na przerywaną powierzchnię – albo kliknij ją i wybierz.
3. Zdjęcia pojawiają się jako kafelki w składnicy.

> **Aplikacja automatycznie zmniejsza twoje zdjęcia**
>
> Zdjęcia z aparatu albo z telefonu są ogromne – często po kilka megabajtów. Aplikacja przekształca je przy imporcie na format **WebP**. Wygląda dokładnie tak samo, ale jest wielokrotnie mniejszy.
>
> **Dlaczego to ważne:** duże zdjęcia spowalniają twoją stronę. A wolne strony odwiedzający opuszczają – i Google je karze. Aplikacja załatwia to za ciebie.

## Wstawianie zdjęcia

1. Kliknij na canvasie zdjęcie, które ma zostać zastąpione.
2. Kliknij w Inspectorze pod **Zdjęcie** na **Wybierz zdjęcie**.
3. Kliknij swoje zdjęcie w składnicy.

Albo: przeciągnij zdjęcie ze składnicy prosto na miejsce na canvasie.

### Wycinek się nie zgadza?

Najczęstszy przypadek: zdjęcie jest w poziomie, miejsce jest kwadratowe – i głowa jest obcięta. Rozwiązujesz to **bez** obróbki zdjęć:

1. Kliknij zdjęcie.
2. Użyj w Inspectorze pod **Zdjęcie** regulatorów **Zoom**, **Wycinek** i **Pozycja**.
3. Ustaw **Pozycję** na „góra” – i głowy są w kadrze.

> **Które zdjęcia działają**
>
> Prawdziwe zdjęcia ciebie, twojego zespołu, twojego warsztatu, twoich prac. Nawet jeśli nie są idealne. Biją każde zdjęcie stockowe ze śmiejącymi się ludźmi w open space – bo odwiedzający od razu wyczuwają, co jest prawdziwe.

> **Zdjęcia z internetu: ręce precz**
>
> Nie kopiuj zdjęć z wyszukiwarki Google. Prawie wszystkie są chronione prawem autorskim. Wezwanie do zapłaty za to kosztuje szybko cztery cyfry. Używaj własnych zdjęć albo darmowych serwisów zdjęciowych z jasną licencją (np. Unsplash, Pexels) – i przeczytaj tam warunki.

### Powiększenie po najechaniu

Zdjęcia, które wstawiasz do bloku, powiększają się lekko po najechaniu myszą – to ożywia stronę i pokazuje, że jest tu coś do kliknięcia. Dla każdego zdjęcia ustawiasz siłę przyciskami **minus** i **plus** w krokach co pięć procent.

| WARTOŚĆ | WRAŻENIE |
|---|---|
| 105 % | Ustawienie domyślne: lekkie powiększenie, jak przy kartach. |
| do 125 % | Wyraźnie widoczne. Więcej robi wrażenie niespokojnego. |
| 100 % | Wyłączone. Zdjęcie nie rusza się po najechaniu. |

> **Razem z przybliżeniem zdjęcia**
>
> Kadr powiększony **przybliżeniem zdjęcia** zostaje zachowany po najechaniu: obie wartości się mnożą. 102 % kadru i 125 % po najechaniu daje 127,5 %.

### Teksty alternatywne

Przy każdym zdjęciu jest pole **Tekst alternatywny**. To krótki opis dla osób, które nie widzą – ich program czytający go odczytuje. Google też go czyta.

Wystarczy jedno zdanie: „Monter naprawia piec gazowy”. Nie: „Zdjecie1”, „IMG_2831” albo „ogrzewanie Kassel pogotowie tanio”.

## Ikony

Zakładka **Ikony** w przyborniku zawiera zbiór małych symboli – telefon, list, ptaszek, zegar. Przeciągasz je do swoich bloków, na przykład przed punkty wyliczenia.

> **Używaj oszczędnie**
>
> Ptaszek przed każdym punktem usług: dobrze. Inny kolorowy symbol przed każdym wierszem: niespokojnie. Trzymaj się jednego, dwóch rodzajów symboli na stronę.

## Formularze

Formularze (kategoria **Forms**) są drogą, którą klienci docierają do ciebie bez dzwonienia. Ważne jest jedno ustawienie: **Dokąd trafiają dane z formularza?** – dokąd trafiają wypełnione dane.

| CEL | CO SIĘ DZIEJE | KIEDY BRAĆ |
|---|---|---|
| **E-mailem (otwiera program pocztowy odwiedzającego)** | Przy wysyłce otwiera się program pocztowy odwiedzającego z wstępnie wypełnioną wiadomością. Musi sam nacisnąć „Wyślij”. | Najprostsza droga. Nie potrzeba nic poza twoim adresem e-mail. |
| **Do usługi formularzy (np. Formspree)** | Dane idą do usługi, która przesyła ci wiadomość e-mailem. Odwiedzający niczego nie zauważa. | Wygodniejsza droga. Potrzebuje darmowego konta w usłudze formularzowej. |

**Bez celu twój formularz niczego nie wysyła**

Formularz bez celu wygląda jak formularz, ale nic nie robi – klient wypełnia, naciska „Wyślij”, a zapytanie przepada w nicość. Aplikacja ostrzega cię przed tym w builderze. Ustaw cel, **zanim** wyeksportujesz i wgrasz, a potem wyślij sobie samemu wiadomość testową.

Bei jedem Formular gibt es außerdem ein Häkchen **Datenschutz-Häkchen (Pflicht in DE)**. Das sollten Sie einschalten: In Deutschland muss der Besucher vor dem Absenden erfahren, was mit seinen Daten passiert.

**Dlaczego są tylko te dwie drogi**

Twoja gotowa strona nie ma serwera, który mógłby wysyłać e-maile – składa się tylko ze stałych podstron. Dlatego idzie to albo przez program pocztowy odwiedzającego (mailto), albo przez obcą usługę (endpoint). Technicznie więcej nie jest możliwe.

## Sprzedawanie produktów (sklep)

Blok sklepu pokazuje produkty ze zdjęciem, tekstem i ceną. Są dwie drogi zakupu, obie bez własnego serwera:

| DROGA ZAKUPU | JAK TO PRZEBIEGA | CZEGO POTRZEBUJESZ |
|---|---|---|
| **Link do zapłaty przy każdym produkcie** Ustawienie domyślne | Każdy produkt ma własny przycisk kupna, który prowadzi na gotową stronę płatności. | Jednego linku płatności na produkt (np. od Stripe albo PayPal). |
| **Koszyk** | Odwiedzający zbierają kilka produktów, zmieniają ilości i płacą za wszystko w jednej operacji przez PayPal. | Tylko twojego adresu e-mail w PayPal. |

**Komu to wystarczy – a komu nie**

Do kilku produktów na boku jest to dokładnie to, czego trzeba. Jeśli poważnie prowadzisz handel – ze stanem magazynu, kosztami wysyłki wg wagi, fakturami, zwrotami – potrzebujesz prawdziwego systemu sklepowego. Ta aplikacja tego nie zastępuje.

**Sprzedaż to obowiązki**

Kto sprzedaje online, potrzebuje dodatkowo pouczenia o odstąpieniu od umowy, regulaminu, cen z podatkiem VAT i kosztów wysyłki. To nie jest temat techniczny – wyjaśnij go, zanim wbudujesz pierwszy przycisk.

## Wynajem (kalendarz rezerwacji)

W grupie **Kalendarz** leży **kalendarz rezerwacji**. Pomyślany jest do apartamentów wakacyjnych, domów letniskowych, pokoi gościnnych albo łodzi – wszędzie tam, gdzie goście płacą za noclegi i chcą wcześniej wiedzieć, ile kosztuje ich okres.

### Co robi odwiedzający

1. Przewija kalendarz do żądanego miesiąca.
2. **Pierwsze kliknięcie** w dzień = **przyjazd**, **drugie kliknięcie** = **wyjazd**. Dni pomiędzy zostają zaznaczone kolorem.
3. Po prawej stoją natychmiast przyjazd, wyjazd, noce, cena za nocleg i **suma całkowita**.
4. Poniżej wypełnia formularz zapytania i wysyła go – data, noce i suma jadą automatycznie razem.

Zablokowane dni są szare i nie da się w nie kliknąć. Które to są, ustalasz ty: dni minione aplikacja na życzenie blokuje sama, dni zajęte wpisujesz.

### Ustawienia

| USTAWIENIE | CO POWODUJE |
|---|---|
| **Cena za nocleg i waluta** | Cena, którą się liczy. Waluta do wyboru: euro, frank szwajcarski, dolar amerykański albo funt. |
| **Miesiąc startowy (RRRR-MM, puste = bieżący miesiąc)** | Który miesiąc widać przy otwarciu. **Zostaw pole puste** – wtedy kalendarz na gotowej stronie startuje zawsze w bieżącym miesiącu, także wiele miesięcy po eksporcie. |
| **Blokuj dni minione** | Wszystko przed dzisiaj jest nieklikalne. Normalnie zostaw zaznaczone. |
| **Dni zajęte (rozdziel przecinkiem)** | Twoje już zajęte dni, np. `24.12.2026, 25.12.2026`. Te dni są szare i nie do wybrania. |
| **Etykiety** | Przyjazd, wyjazd, noce, cena za nocleg i suma da się przemianować – na przykład na „Check-in” i „Check-out”. |
| **Uwaga pod sumą** | Wiersz na wszystko, co nie mieści się w cenie za nocleg: sprzątanie końcowe, opłata klimatyczna, zwierzęta. Puste = wiersz znika. |
| **Obiekt** | Nagłówek, tekst opisu i lista z *określeniem* i *wartością* – powierzchnia, sypialnie, goście, balkon. Wiersze dochodzą przez **+**. |
| **Zdjęcia pod kalendarzem** | Brak zdjęć, jedno na całą szerokość albo dwa, trzy czy cztery obok siebie. Do tego nagłówek, tekst i format zdjęcia. Na telefonie stoi zawsze jedno zdjęcie w wierszu. |
| **Dokąd trafiają dane z formularza?** | Dokąd trafia zapytanie – dokładnie tak jak przy formularzach powyżej. Bez celu przy wysyłce nic się nie dzieje. |
| **Datenschutz-Häkchen (Pflicht in DE)** | Einschalten. Der Gast bestätigt vor dem Absenden, dass er die Datenschutzerklärung gelesen hat. |

Kolory kalendarza, obszaru informacyjnego, formularza i przycisku ustawiasz w Inspectorze jak przy blokach kontaktowych. To, jakie pola ma formularz zapytania, ustalasz również tam.

**Co kalendarz potrafi bez serwera – a czego nie**

**To działa na gotowej stronie:** przewijanie miesięcy, klikanie okresu, liczenie nocy, wyliczanie sumy, blokowanie zablokowanych dni – i wysyłanie zapytania z przyjazdem, wyjazdem, nocami i ceną całkowitą. Nie trzeba do tego żadnego programu internetowego, liczy to przeglądarka odwiedzającego.

**Tego nie potrafi:** *nie* sprawdza rzeczywistej dostępności, niczego nie rezerwuje i niczego nie inkasuje. Dwoje gości może zapytać o ten sam okres, a strona niczego nie zauważy. Kalendarz jest narzędziem do **zapytań**, nie systemem rezerwacji – potwierdzenie dajesz ty.

**Dni zajęte utrzymujesz sam**

Gotowa strona nic nie wie o twoim planie obłożenia. Kiedy okres jest zajęty, dopisz go przy **Dni zajęte**, wyeksportuj ponownie i wgraj stronę na nowo. Inaczej goście dalej pytają o terminy, których dawno nie ma.

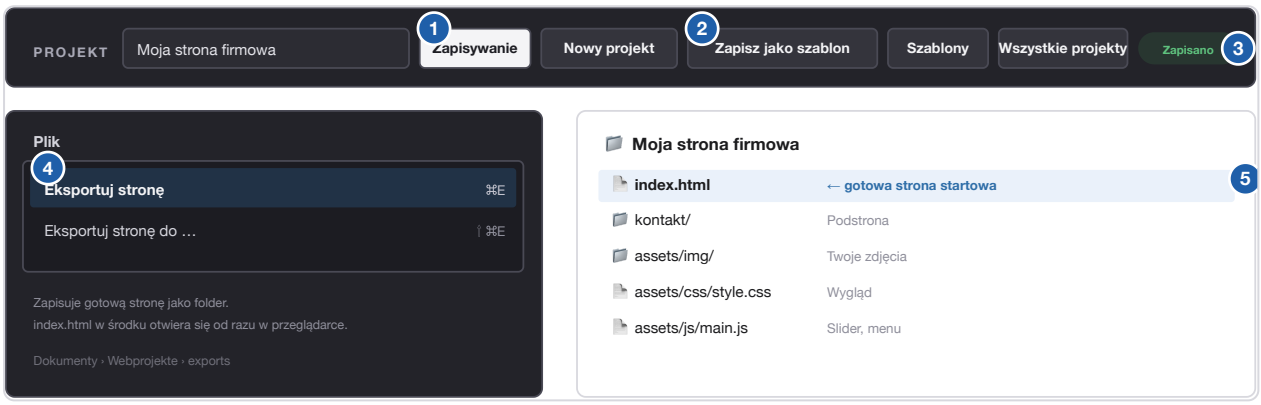
**Powiedz, czego cena nie zawiera**

Suma to noce razy cena – nic więcej. Wpisz sprzątanie końcowe, opłatę klimatyczną i kaucję do wiersza uwagi pod sumą. To oszczędza ci połowę dopytywań i zapobiega kłopotom przy przyjeździe.

ROZDZIAŁ 7

# Zapisywanie, projekty i eksport

Gdzie ląduje twoja praca, jak zarządzać kilkoma stronami obok siebie – i jak dostać gotową stronę jako folder na swój komputer.




**Rys. 9:** U góry pasek projektu, na dole po lewej menu „Plik” – a po prawej to, co wychodzi z eksportu.

1. **Zapisz** – albo po prostu `Cmd` + `S`.
2. **Zapisz jako szablon** – jako punkt wyjścia do kolejnych stron.
3. **Status** – „Szkic” znaczy: jeszcze nigdy nie zapisany.
4. **Plik › Eksportuj stronę** – zapisuje gotową stronę jako folder (`Cmd` + `E`).
5. **index.html** – twoja strona startowa. Podwójne kliknięcie otwiera ją w przeglądarce.

## Zapisywanie

Kliknij na pasku projektu **Zapisz** albo naciśnij `Cmd` + `S`. Na chwilę pojawia się „Projekt zapisany”.

Zapisywane jest wszystko: wszystkie podstrony, wszystkie teksty, wszystkie zdjęcia, motyw i pismo. Przy następnym starcie twój projekt znów tam jest.

> **„Szkic” znaczy: jeszcze niezapisany**
>
> Po prawej na pasku projektu stoi mała plakietka. Jeśli stoi tam **Szkic**, twój projekt nigdy nie został zapisany i nie pojawia się na liście projektów. Nadaj nazwę i zapisz – wtedy stoi tam **Zapisany projekt**.

**Gdzie to właściwie leży?**

W zainstalowanej wersji programu twój projekt ląduje dodatkowo jako plik na dysku twardym, pod *Dokumenty › Webprojekte*. Nie musisz tam nic robić – ale dobrze wiedzieć, że twoja praca ma prawdziwe miejsce, a nie leży „gdzieś w aplikacji".

## Zarządzanie kilkoma projektami

**Projekt** to kompletna strona internetowa. Możesz mieć ich dowolnie wiele – stronę firmową, stronę stowarzyszenia, jedną dla sąsiada.

| PRZYCISK | CO ROBI |
|---|---|
| **Nazwa projektu** | Pole po lewej. Twoja nazwa dla strony – odwiedzający nigdy jej nie widzą. |
| **Zapisz** | Zabezpiecza bieżącą wersję. |
| **Nowy projekt** | Startuje pusto. Bieżący szkic zostaje zachowany – *o ile wcześniej go zapisałeś*. |
| **Zapisz jako szablon** | Zabezpiecza stronę jako własny szablon. Patrz Rozdział 4 (s. 43). |
| **Szablony** | Otwiera galerię szablonów. |
| **Wszystkie projekty** | Otwiera listę twoich zapisanych stron. |

### Otwieranie zapisanego projektu

1. Kliknij **Wszystkie projekty**.
2. Poszukaj na liście żądanego projektu.
3. Kliknij **Otwórz**.

Na tej samej liście możesz projekty także przemianować i usunąć.

**Przed „Nowym projektem" zawsze zapisuj**

„Nowy projekt" opróżnia obszar roboczy. Co nie było zapisane, przepada. Aplikacja pyta wcześniej – przeczytaj pytanie, zanim klikniesz.

## Kopie zapasowe

Twoje projekty leżą na twoim komputerze. Kiedy dysk twardy się zepsuje, przepadają – jak każdy inny plik.

> **Najprostsze zabezpieczenie**
>
> Eksportuj od czasu do czasu swoją gotową stronę (patrz niżej) i skopiuj folder na pendrive albo do chmury. Do tego zabezpiecz razem folder *Dokumenty › Webprojekte* – w nim siedzą twoje edytowalne projekty.

## Eksport: strona jako folder

**Eksportowanie** znaczy: aplikacja zapisuje twoją gotową stronę na twoim komputerze jako folder pełen plików. To jest ta strona – gotowa, kompletna, do przekazania dalej.

### Uruchamianie eksportu

Są trzy drogi do tego. Pierwsze dwie otwierają to samo okno:

| DROGA | GDZIE |
|---|---|
| **Przycisk „Eksportuj”** | U góry na pasku narzędzi. Najszybsza droga. |
| **Plik › Eksportuj stronę** (`Cmd` + `E`) | W menu aplikacji, całkiem u góry przy krawędzi ekranu. |
| **Plik › Eksportuj stronę do …** (`Cmd` + `Shift` + `E`) | Pomija okno i od razu pyta o folder docelowy – praktyczne przy pendrivie albo folderze w chmurze. |

### Okno „Eksportuj stronę”

Zanim cokolwiek zostanie zapisane, aplikacja pokazuje, **dokąd** to idzie. Pod **Folder docelowy** stoi folder zwykłym tekstem – w wersji programowej *Dokumenty › Webprojekte › exports*, a w nim folder z nazwą twojej strony. Masz trzy przyciski:

| PRZYCISK | CO SIĘ DZIEJE |
|---|---|
| **Eksportuj tutaj** | Zapisuje stronę dokładnie do pokazanego folderu. Normalna droga. |
| **Wybierz inny folder …** | Otwiera okno wyboru twojego komputera – *najpierw*, a nie dopiero po eksporcie. Wybierasz folder, potem eksport idzie tam. |
| **Anuluj** | Zamyka okno. Nic nie zostaje zapisane. |

Potem biegnie eksport. Przy dużych stronach trwa to chwilę – komunikat przy dolnej krawędzi pokazuje, że trwa praca.

### Kiedy eksport jest gotowy

Na koniec pojawia się okno **Strona jest wyeksportowana**. Stoi otwarte, dopóki go nie zamkniesz – ścieżka ci więc nie ucieknie:

| CO WIDZISZ | DO CZEGO |
|---|---|
| **Zapisano w** | Pełna ścieżka folderu. |
| **Kopiuj ścieżkę** | Kładzie ścieżkę do schowka – do wklejenia w programie do wgrywania albo w e-mailu. |
| **Otwórz folder** | Otwiera folder bezpośrednio w Finderze albo Eksploratorze. Stamtąd kliknij podwójnie `index.html`. |
| **Gotowe** | Zamyka okno. |

> **Żółta uwaga w oknie wyniku**
>
> Jeśli stoi tam żółty wiersz o podstronach z „zastępczym HTML-em", aplikacja nie przeliczyła tych podstron czysto i zapisała prostą wersję. Otwórz te podstrony w przeglądarce i sprawdź je, zanim je wgrasz.

## Co leży w tym folderze

| PLIK / FOLDER | CO TO JEST |
|---|---|
| **index.html** | Twoja strona startowa. **Podwójne kliknięcie otwiera gotową stronę w przeglądarce** – bez internetu. |
| **kontakt/**, **leistungen/** … | Po jednym folderze na podstronę, w każdym znów `index.html`. |
| **assets/img/** | Twoje zdjęcia. |
| **assets/css/style.css** | Wygląd. |
| **assets/js/main.js** | Ruchome części: slider, menu, formularz. |

**Najlepszy test przed wgraniem**

Wyeksportuj i otwórz **index.html** podwójnym kliknięciem. To, co wtedy widzisz, jest *dokładnie* tym, co później stoi w internecie. Przeklikaj się raz przez wszystkie podstrony – tak znajdziesz martwe linki, zanim zrobią to klienci.

**Co dalej po eksporcie?**

Wyeksportowany folder **jest** twoją gotową stroną. Do sprawdzenia i archiwizacji sam eksport wystarczy. Jeśli ma trafić do internetu, wgraj zawartość tego folderu u swojego hostingodawcy – jak to zrobić, stoi w Rozdział 8 (s. 69).

**Eksport wymaga licencji**

W wersji testowej możesz wszystko zbudować, dostosować i zapisać. Do eksportu gotowej strony potrzebujesz klucza licencyjnego. Szczegóły w Rozdział 9 (s. 77).

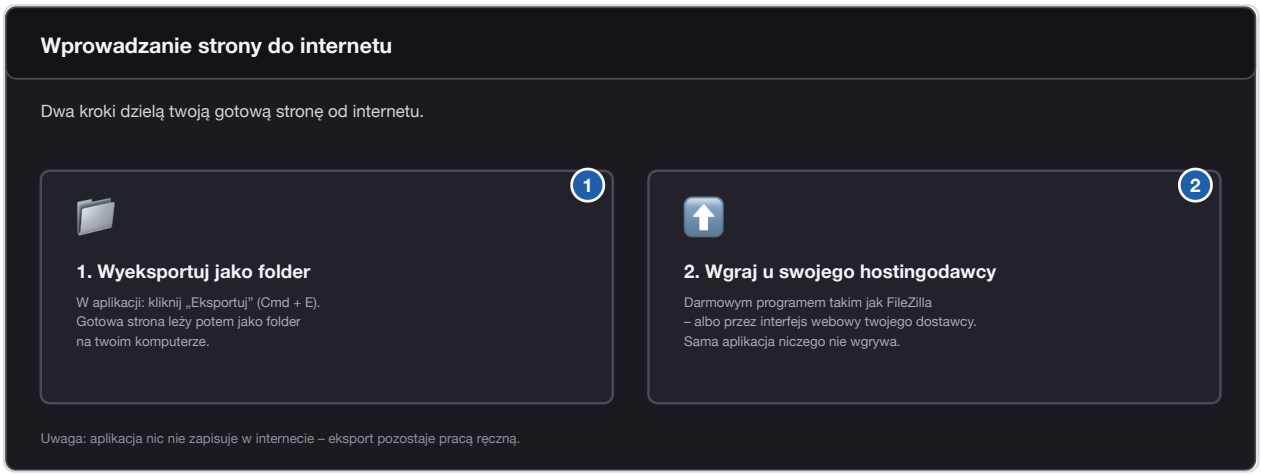
ROZDZIAŁ 8

# Wyjście online: eksport i wgranie strony

Teraz twoja strona trafia do internetu. Aplikacja eksportuje ją jako gotowy folder – wgrywa się ją darmowym programem takim jak FileZilla albo przez interfejs webowy twojego hostingodawcy. Jeśli nie masz jeszcze hostingu, zaczynamy całkiem od początku.

## Dwa kroki

**Eksport** zapisuje twoją gotową stronę na twoim komputerze jako folder (`Cmd` + `E`, patrz Rozdział 7 (s. 64)). Ten folder wgrywasz potem sam u swojego hostingodawcy. Aplikacja z niczym się nie łączy – wgrywanie robisz ty albo program do wgrywania.



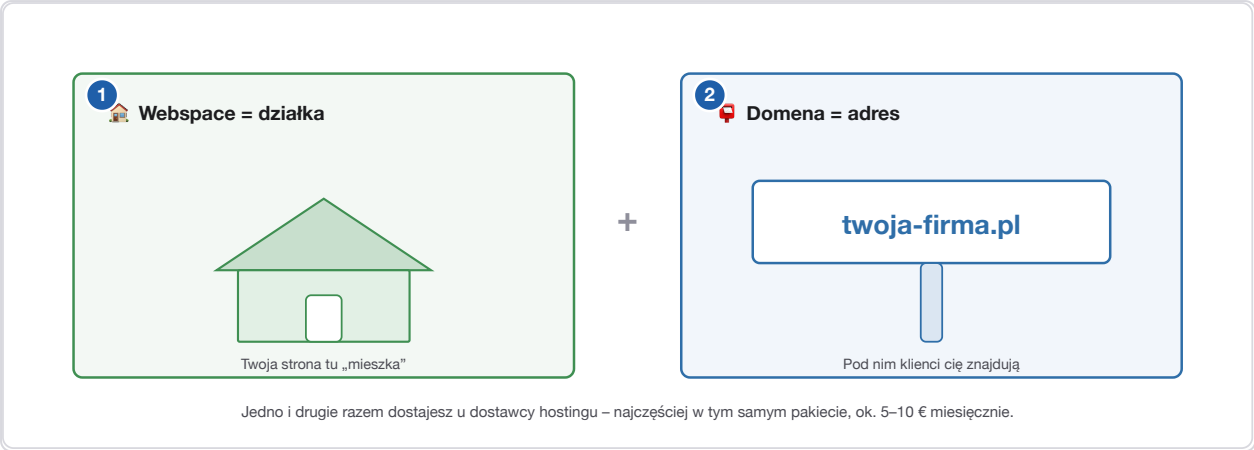

**Rys. 10:** Dwa kroki, niezależne od siebie.

1. **Wyeksportuj jako folder** – w aplikacji, jak opisano w rozdziale 7.
2. **Wgraj u swojego hostingodawcy** – przez FileZillę albo interfejs webowy twojego dostawcy.

> **Nie masz jeszcze hostingu?**
>
> To przeczytaj najpierw następny rozdział – potrzebujesz dostawcy, zanim będziesz mógł cokolwiek wgrać.

## Jeśli nie masz jeszcze hostingu

Potrzebujesz dokładnie dwóch rzeczy – i najczęściej są one w tym samym pakiecie.




**Rys. 11:** Porównanie, które tłumaczy wszystko: twoja strona to sklep. Potrzebujesz działki i adresu.

1. **Webspace** – miejsce na dysku komputera, który pracuje dzień i noc. Tam twoja strona „mieszka”.
2. **Domena** – twój adres internetowy, np. *twoja-firma.pl*. Pod nim klienci cię znajdują.

## Czym jest domena?

**Domena** to twój adres w internecie – to, co ludzie wpisują w przeglądarce: *twoja-firma.pl*. Dokładnie jak przy adresie twojego sklepu obowiązuje: istnieje tylko raz. Jeśli ktoś inny ma *kowalski.pl*, musisz poszukać czegoś innego.

> **Znalezienie dobrej nazwy domeny**
>
> Krótka, wymawialna, bez myślników jeśli to możliwe. Weź nazwę swojej firmy. Końcówka `.de` dla Niemiec – tego oczekują twoi klienci. Przetestuj ją przez telefon: jeśli musisz ją literować, jest zbyt skomplikowana.

## Czym jest webspace?

**Webspace** (zwany też „hostingiem”) to wynajęte miejsce na dysku komputera, który zawsze pracuje i zawsze wisi w internecie. Tam leżą twoje pliki. Twój własny komputer się do tego nie nadaje – musiałby być włączony 24 godziny na dobę.

## Ile to kosztuje?

| POZYCJA | REALNIE | UWAGA |
|---|---|---|
| **Pakiet hostingowy** | ok. 5–10 € / miesiąc | Najczęściej rozliczane rocznie: około 60–120 € rocznie. |
| **Domena** | najczęściej w cenie | W pakiecie zwyczajowo zawarta jest domena `.de`. |
| **Skrzynki e-mail** | najczęściej w cenie | Dostajesz *info@twoja-firma.pl* od razu w komplecie. |

**Najmniejszy pakiet wystarczy**

Do zwykłej strony firmowej z kilkoma podstronami najtańszy pakiet hostingowy w zupełności wystarczy. Nie potrzebujesz serwera, żadnego „Managed WordPress", żadnego dodatku na bazy danych – twoja strona składa się ze stałych plików i jest przez to niewymagająca.

## Wybór dostawcy

Trzej niemieccy dostawcy z niemieckim wsparciem – odwiedź ich stronę i zamów najmniejszy pakiet:

| DOSTAWCA | CENA | CHARAKTER |
|---|---|---|
| **IONOS** | ok. 1–10 € / miesiąc | Duży niemiecki dostawca ze wsparciem telefonicznym. Dobry, jeśli robisz to pierwszy raz. |
| **netcup** | ok. 3–8 € / miesiąc | Bardzo dobry stosunek jakości do ceny, centra danych w Niemczech. Nieco bardziej techniczny. |
| **ALL-INKL.COM** | ok. 5–10 € / miesiąc | Firma rodzinna, znana z uprzejmej obsługi. Jeśli zależy ci na osobistej pomocy. |

**Dlaczego niemieccy dostawcy?**

Wsparcie po niemiecku, kiedy coś się zatnie. Faktura z niemieckim VAT-em. I twoje dane leżą w Niemczech – to znacznie upraszcza twoją politykę prywatności.

## Po zamówieniu

Dostajesz **e-mail ze swoimi danymi dostępowymi**. Stoją w nim zwyczajowo:

| DANA | WYGLĄDA JAK | DO CZEGO |
|---|---|---|
| **Serwer / host** | `ftp.twoja-firma.pl` | Adres, na który idą twoje pliki. |
| **Nazwa użytkownika** | `u123456` | Twoja nazwa logowania. |
| **Hasło** | — | Twoje hasło. |
| **SFTP albo FTP** | `SFTP` | Rodzaj połączenia. |
| **Port** | `22` albo `21` | Liczba. Najczęściej jest podana. |

**Zachowaj ten e-mail**

Odłóż go do osobnego folderu w swojej skrzynce. Dane będą ci znów potrzebne – najpóźniej przy następnym wgrywaniu albo gdy zmienisz komputer.

## Sprawdzenie prawne

⚠️ **Impressum und Datenschutzerklärung sind in Deutschland Pflicht**

Fast jede **geschäftliche** Website braucht ein **Impressum** und eine **Datenschutzerklärung**. Fehlen sie oder sind sie falsch, drohen **Abmahnungen** – kostenpflichtige Schreiben von Anwälten, die schnell mehrere hundert Euro kosten.

Das gilt auch für kleine Seiten. Es gilt auch, wenn Sie „nur“ Ihre Leistungen zeigen und gar nichts verkaufen.

Prüfen Sie vor dem Hochladen selbst: Hat Ihr Projekt eine eigene Impressum-Seite und eine eigene Datenschutz-Seite mit Ihren echten Angaben – nicht nur die mitgelieferte Muster-Vorlage?

**Wzorcowy szablon znaczy: twoich danych jeszcze brakuje**

Die Vorlagen enthalten Muster-Texte mit Platzhaltern in eckigen Klammern, z. B. „[Straße Hausnummer]“. Diese **müssen** Sie durch Ihre echten Angaben ersetzen. Ein Impressum mit einer erfundenen Adresse ist schlimmer als gar keines.

### Tak zdobędziesz poprawne teksty

Istnieją darmowe generatory, które zestawiają ci teksty. Odpowiadasz na kilka pytań i dostajesz gotowy tekst do wstawienia.

1. In Ihrem Browser den **Impressum-Generator von e-recht24.de** öffnen.
2. Odpowiedz tam na pytania (nazwa firmy, adres, forma prawna, osoba reprezentująca, ewentualnie numer VAT).
3. Skopiuj wygenerowany tekst.
4. In der App auf Ihre Impressum-Seite gehen und den Text einsetzen.
5. Dasselbe mit dem **Datenschutz-Generator** von e-recht24.de.

**Was in Ihre Datenschutzerklärung gehört**

Sie müssen darin auch Ihren **Hoster** nennen. Der Generator fragt danach – halten Sie Name und Adresse Ihres Anbieters bereit.

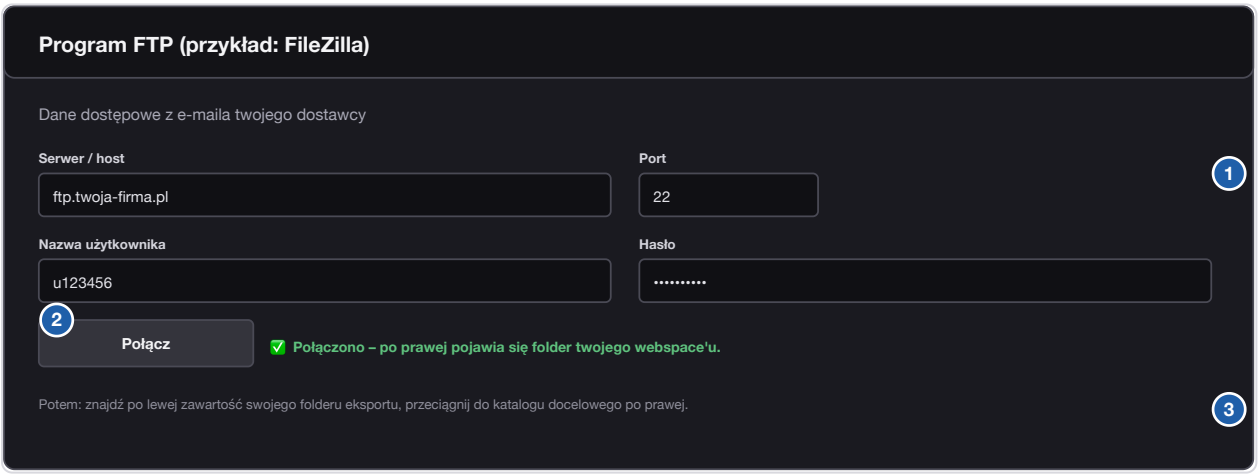
Wenn Sie Google Maps, YouTube-Videos oder Google Fonts einbinden, muss das ebenfalls hinein. Deshalb: Je weniger fremde Dienste, desto einfacher Ihre Rechtstexte.

**To nie jest porada prawna**

Ani aplikacja, ani ten podręcznik nie mogą udzielać ci porady prawnej. Generatory to dobry start i w prostych przypadkach zwykle wystarczają. Przy szczególnych układach – stowarzyszenie, kilku wspólników, sprzedaż online, newsletter – zapytaj kogoś z branży.

## Wgrywanie przez FileZillę

**FileZilla** to darmowy program na Windowsa i Maca, którym wgrywasz pliki na serwer. Jest wiele podobnych programów (Cyberduck, Transmit, WinSCP) – FileZilla jest najbardziej rozpowszechniona i wybrana w tej instrukcji jako przykład.




**Rys. 12:** Tak wyglądają dane dostępowe w programie FTP – wszystko stoi w e-mailu twojego dostawcy.

1. **Serwer, nazwa użytkownika, hasło, port** – prosto z e-maila.
2. **Połącz** – potem program pokazuje zawartość twojego webspace'u.

### Krok po kroku

1. Pobierz FileZillę z **filezilla-project.org** i zainstaluj (ten „Client”, nie „Server”).
2. Otwórz FileZillę. Wpisz u góry na pasku **serwer, nazwę użytkownika, hasło** i **port** z e-maila twojego dostawcy.
3. Przy **protokole** wybierz w miarę możliwości **SFTP** – patrz ramka poniżej.
4. Kliknij **Połącz**.
5. Po lewej widzisz swój komputer, po prawej serwer. Po prawej stronie przejdź do właściwego katalogu docelowego (patrz niżej).
6. Otwórz po lewej folder eksportu swojej strony i przeciągnij myszą **całą zawartość** (nie sam folder) na prawo.
7. Poczekaj, aż wszystkie pliki zostaną przesłane – na dole biegnie kolejka.

> **SFTP czy FTP?**
>
> **SFTP** jest szyfrowany – nikt nie może podsłuchać. **FTP** przesyła twoje hasło *jawnym tekstem*; kto siedzi w tym samym wi-fi, może je przechwycić. Bierz FTP tylko wtedy, gdy twój dostawca nie oferuje SFTP.

### Katalog docelowy

To folder na serwerze, w którym ma leżeć twoja strona. Zależnie od dostawcy nazywa się inaczej. Zwyczajowe nazwy:

| FOLDER | ROZPOWSZECHNIONE U |
|---|---|
| `/` | Kiedy dostęp ląduje od razu we właściwym folderze. |
| `/html` | Często u niemieckich dostawców. |
| `/httpdocs` | Panele Plesk. |
| `/public_html` | Panele cPanel. |
| `/webseiten`, `/www` albo folder z nazwą twojej domeny | Też się zdarza. |

**Jeśli nie masz pewności**

Spróbuj `/`. Jeśli pojawi się komunikat błędu, spróbuj `/html`. Albo zapytaj wsparcie swojego dostawcy: „Do którego katalogu mam wgrać moją stronę przez SFTP?" – to standardowe pytanie, na które odpowiadają tam przez sen.

**Sama strona startowa nie wystarczy**

Wgraj **całą zawartość** folderu eksportu – czyli `index.html` razem ze wszystkimi podfolderami (`assets/`, `kontakt/` itd.). Jeśli czegoś z tego zabraknie, twoja strona wygląda niekompletnie albo źle.

### Udało się

Kiedy FileZilla skończy, wywołaj swoją domenę w przeglądarce. Twoja strona jest teraz w internecie, dostępna dla każdego.

**Jeśli strona jeszcze się nie pojawia**

Czasem po *świeżo zamówionej* domenie trwa kilka godzin, zanim będzie znana w całym internecie. To normalne i nie twoja wina. Poczekaj i spróbuj później jeszcze raz.

## Po wgraniu

### Zmiany

Zmieniaj w aplikacji, co chcesz, zapisz, wyeksportuj ponownie – i wgraj pliki znów FileZillą jak za pierwszym razem. FileZilla pyta przy nadpisywaniu; wybierz „Nadpisz" albo „Zawsze nadpisuj".

### Lista kontrolna na koniec

| SPRAWDŹ | JAK |
|---|---|
| Wszystkie podstrony dostępne? | Przeklikaj się w przeglądarce przez swoje menu. |
| Formularz dochodzi? | Wyślij sobie samemu wiadomość testową. |
| Numer telefonu poprawny? | Porównaj znak po znaku. |
| Impressum vollständig? | Twój prawdziwy adres, żadna „ul. Przykładowa”. |
| Sprawdzone na telefonie? | Wywołaj swoją stronę własnym telefonem. |
| Znaleziona w Google? | Poszukaj nazwy swojej firmy. Cierpliwości – to trwa kilka tygodni. Patrz „Ustawienia strony” w Rozdział 3 (s. 18). |

**Pokaż stronę komuś, kto cię nie zna**

Zapytaj osobę spoza swojej branży: „Czym się zajmuję zawodowo i jak mnie znajdziesz?” Jeśli potrafi na to odpowiedzieć w dziesięć sekund, twoja strona jest dobra. Jeśli nie, przyczyna prawie zawsze leży w nagłówku całkiem u góry.

ROZDZIAŁ 9

# Licencja: co potrafi wersja testowa

Budowanie i wypróbowywanie jest darmowe. Do ostatniego kroku – eksportu gotowej strony – potrzebujesz klucza licencyjnego. Ten rozdział mówi dokładnie, gdzie leży granica.

## Dwa poziomy

| | WERSJA TESTOWA | KUPIONA LICENCJA |
|---|---|---|
| Budowanie stron, wszystkie bloki | ✅ | ✅ |
| Wszystkie szablony i motywy | ✅ | ✅ |
| Zapisywanie projektów | ✅ | ✅ |
| Zapisywanie własnych szablonów | ✅ | ✅ |
| Blok sklepu | ✅ | ✅ |
| **Eksport** strony | ❌ | ✅ |

**Co to praktycznie znaczy**

Możesz swoją kompletną stronę zbudować, zaprojektować, wypełnić prawdziwymi tekstami i zdjęciami oraz zapisać – **nie wydając ani grosza**. Widzisz więc wcześniej dokładnie, co dostajesz.

Licencja jest ci potrzebna dopiero w chwili, gdy strona ma opuścić twój komputer.

**Zaplanuj to**

Jeśli kończysz w piątek wieczorem, a strona ma być online w poniedziałek rano, zdobądź klucz *wcześniej*. Inaczej staniesz na końcu przed ścianą, której nie zaplanowałeś.

## Podgląd statusu licencji

U góry po prawej na pasku narzędzi stoi przycisk. Pokazuje twój status:

| WYŚWIETLENIE | ZNACZENIE |
|---|---|
| 🔒 **Wersja testowa** (żółty) | Żaden klucz nie jest wpisany. Budowanie tak, eksport nie. |
| 🔒 **Licencja dla …** (zielony) | Twój klucz jest wpisany. Wszystkie funkcje są odblokowane. |

## Wpisywanie klucza licencyjnego

1. Kliknij u góry po prawej przycisk licencji.
2. Wklej **klucz licencyjny** do pola. To długi ciąg znaków, który dostajesz przy zakupie e-mailem.
3. Potwierdź. Przycisk u góry robi się zielony.

> **Klucz nie jest sprawdzany online**
>
> Aplikacja sprawdza klucz **na twoim komputerze** – nie potrzebujesz do tego internetu ani konta użytkownika. Klucz pozostaje zapisany; wpisujesz go raz i nigdy więcej.

> **Kiedy w środku pracy natkniesz się na granicę**
>
> Kliknij w wersji testowej *Eksportuj*, a otworzy się okno licencji i wyjaśni, dlaczego. Wpisz tam ważny klucz, a operacja **toczy się dalej od razu** – niczego nie musisz powtarzać.

## Częste pytania o licencję

### „Ten klucz licencyjny jest nieważny”

Najczęściej przy kopiowaniu coś przepadło albo doszedł jeden znak za dużo. Skopiuj klucz jeszcze raz w całości z e-maila – od pierwszego do ostatniego znaku, bez spacji przed ani po.

### Czy moja strona pozostaje moja?

Tak. To, co eksportujesz, jest kompletną, samodzielną stroną ze zwykłych plików HTML. Możesz ją wgrać wszędzie, przekazać dalej, zlecić zmiany albo zarchiwizować. Nie ma żadnej zależności od tej aplikacji i żadnego serwera, który kiedyś zostanie wyłączony. Co leży w folderze, należy do ciebie – patrz Rozdział 7 (s. 64).

### A co, jeśli zmienię komputer?

Wpisz klucz na nowym komputerze jeszcze raz. Swoje projekty zabierasz przez folder *Dokumenty › Webprojekte*.

ROZDZIAŁ 10

# Częste problemy i rozwiązania

Komunikaty błędów brzmią często groźniej, niż są. Tutaj każdy stoi w codziennym języku – razem z tym, co konkretnie możesz zrobić.

> **Pierwszy chwyt przy prawie wszystkim**
>
> `Cmd` + `Z` cofa każdy krok – tyle razy, ile chcesz. Zanim spróbujesz czegokolwiek innego: po prostu naciśnij kilka razy.

## Przy budowaniu

### Coś usunąłem i chcę to z powrotem

`Cmd` + `Z`. Dotyczy to także całej usuniętej sekcji.

### Nie mogę kliknąć w jakąś powierzchnię

Kliknij w wolne miejsce w jej środku, nie w tekst. Albo przejdź po lewej do zakładki **Warstwy** – tam każda część jest wypisana jako lista i da się ją pewnie zaznaczyć.

### Klikam w tekst, a Inspector pokazuje coś innego

Prawdopodobnie miałeś jeszcze inny tekst w edycji. Kliknij raz w wolne miejsce obok, potem w żądany element.

### Regulator nic nie robi

Sprawdź, co stoi u góry w Inspectorze jako zaznaczone. Prawdopodobnie zaznaczyłeś **sekcję**, a chcesz zmienić **element** – albo odwrotnie. Patrz Rozdział 3 (s. 18).

### Moja strona wygląda na telefonie jak rozdarta

Prawie zawsze winne są stałe rozmiary. Zaznacz dany element, przełącz Inspector na **Zaawansowane** i opróżnij **szerokość** oraz **wysokość**. Potem z powrotem na **Proste**.

### Tekst na moim zdjęciu w tle jest nieczytelny

Zaznacz sekcję → **Tło sekcji** → zaznacz pole **Zdjęcie w tle** → w obszarze **Welon na zdjęciu** ustaw **Ciemny**, siła jakieś 50 %. Patrz Rozdział 3 (s. 18).

### Pismo skacze przy edycji

To efekty przewijania. Przełącz u góry na ✎ **Edit** – tam są wyłączone. W ▶ **Preview** znów działają.

### Okno jest białe / aplikacja nie reaguje

Twój projekt jest zapisany. Użyj oferowanego przycisku **Wczytaj ponownie**. Jeśli dzieje się to częściej, zamknij aplikację i uruchom ją na nowo.

## Po wgraniu

### Moja strona jest niedostępna

1. Czy domenę zamówiłeś dopiero co? To poczekaj kilka godzin – musi się najpierw rozejść po internecie.
2. Sprawdź **katalog docelowy**. Jeśli pliki leżą w niewłaściwym folderze, nikt ich nie znajdzie. Spróbuj `/html` zamiast `/`.
3. Zapytaj wsparcie swojego dostawcy: „Do którego katalogu ma trafić moja strona?”

### Widzę wciąż starą wersję

Twoja przeglądarka zapisała stronę. Naciśnij `Cmd` + `Shift` + `R`, żeby wczytać ją na świeżo. Albo wywołaj stronę na swoim telefonie przez sieć komórkową – tam nic nie jest zapisane.

### Link prowadzi na stronę błędu

Klasyk: link do własnej strony został wpisany ręcznie jako **Zewnętrzny URL**. Otwórz link w Inspectorze i przestaw go na **Stronę wewnętrzną**. Patrz Rozdział 5 (s. 48).

### Mój formularz nie dochodzi

1. Zaznacz formularz i sprawdź, czy ustawiony jest **cel**. Bez celu nic się nie dzieje.
2. Przy *mailto*: odwiedzający musi jeszcze nacisnąć „Wyślij” we własnym programie pocztowym. To normalne – ale wielu tego nie robi. Jeśli to dla ciebie zbyt niepewne, weź usługę formularzową (endpoint).
3. Zajrzyj do swojego folderu spam.
4. Szczegóły w Rozdział 6 (s. 55).

### Nie jestem znajdowany w Google

To trwa. Nowe strony potrzebują tygodni, zanim się pojawią. Zadbaj w międzyczasie o to, żeby dla każdej podstrony wypełnione były **Tytuł SEO** i **Meta Description** (Rozdział 3 (s. 18)), i sprawdź, czy **noindex** nigdzie nie jest przypadkiem włączony.

> **Najszybsza droga, żeby zostać znalezionym lokalnie**
>
> Załóż darmowy **Profil Firmy w Google** (dawniej „Google My Business”). Rzemieślnikom, gabinetom i sklepom daje to w krótkim czasie więcej niż jakakolwiek optymalizacja wyszukiwarkowa na samej stronie.

### Zgubiłem dane dostępowe

Poszukaj e-maila od swojego dostawcy. Jeśli go nie znajdziesz, możesz zalogować się do panelu dostawcy i ustawić tam nowe hasło FTP/SFTP.

## Sprawy zasadnicze

### Czy mogę tutaj dalej edytować istniejącą stronę?

Nie. Aplikacja pracuje tylko z projektami, które zostały w niej zbudowane.

### Czy mogę później przenieść swoją stronę?

Tak. Wyeksportuj ją (Rozdział 7 (s. 64)) i wgraj folder u nowego dostawcy. To zwykłe pliki HTML, które działają wszędzie.

### Czy potrzebuję umowy serwisowej?

Nie. Twoja strona składa się ze stałych plików. Nie ma systemu, który potrzebuje aktualizacji bezpieczeństwa – inaczej niż np. przy WordPressie. Płacisz tylko za swój hosting.

### A co z dostępnością?

Bloki zbudowane są tak, żeby działały z programami czytającymi i klawiaturą. Twój wkład: **teksty alternatywne** przy wszystkich zdjęciach i wystarczający kontrast między tekstem a tłem.

ROZDZIAŁ 11

# Załącznik

Skróty klawiszowe, mały słowniczek i lista kontrolna do odhaczenia.

## Skróty klawiszowe

| SKRÓTY KLAWISZOWE | CO SIĘ DZIEJE |
|---|---|
| `Cmd` + `S` | Zapisz projekt |
| `Cmd` + `E` | Eksportuj stronę |
| `Cmd` + `Shift` + `E` | Eksportuj stronę do … (folder docelowy wybierasz sam) |
| `Cmd` + `Z` | Cofnij ostatni krok |
| `Cmd` + `C` | Skopiuj zaznaczoną sekcję |
| `Cmd` + `V` | Wklej skopiowaną sekcję |
| `Delete` | Usuń zaznaczoną sekcję |
| `Cmd` + `F` | Szukaj w tym PDF-ie |

**Kopiowanie i usuwanie wymagają zaznaczenia**

Te skróty działają tylko wtedy, gdy *nie* piszesz właśnie w polu tekstowym. Inaczej kopiujesz tekst, a nie sekcję.

## Mały słowniczek

| POJĘCIE | MÓWIĄC PO LUDZKU |
|---|---|
| **Tekst alternatywny** | Krótki opis zdjęcia dla niewidomych odwiedzających i dla Google. |
| **Assets** | Twoja składnica zdjęć w aplikacji. |
| **Blok** | Gotowy pas na twoją stronę – przyciągacz wzroku, tabela cen, formularz. |
| **Przeglądarka** | Program, którym ogląda się strony internetowe: Chrome, Safari, Firefox, Edge. |
| **Canvas** | Biały obszar roboczy na środku. Twoja strona naprawdę. |
| **CTA** | „Call to action” – rzucający się w oczy blok, który zachęca do telefonu albo zapytania. |
| **Domena** | Twój adres internetowy, np. *twoja-firma.pl*. |
| **Eksport** | Gotowa strona jako folder na twoim komputerze. |
| **FTP / SFTP** | Droga, którą pliki wędrują na serwer. SFTP to szyfrowany, bezpieczny wariant. |
| **Hero** | Duży element przyciągający wzrok na samej górze strony. |
| **Hosting / hostingodawca** | Dostawca, u którego mieszka twoja strona. |
| **Inspector** | Pasek ustawień po prawej. |
| **Impressum** | Ustawowo wymagana strona z twoimi danymi. |
| **Parallax** | Tło porusza się przy przewijaniu wolniej niż tekst – to tworzy głębię. |
| **Port** | Liczba należąca do adresu serwera. SFTP = 22, FTP = 21. |
| **Responsywność** | Strona sama z siebie dopasowuje się do telefonu, tabletu i komputera. |
| **Sekcja** | Poziomy pas twojej strony. |
| **SEO** | Wszystko, co sprawia, że Google cię znajduje. |
| **Serwer** | Komputer, który pracuje dzień i noc i dostarcza twoją stronę. |
| **Slug** | Ścieżka adresu strony, np. `/kontakt/`. |
| **Motyw** | Gotowy zestaw kolorów dla całej twojej strony. |

| POJĘCIE | MÓWIĄC PO LUDZKU |
|---|---|
| **Szablon** | Gotowa strona do przebudowy. |
| **Webspace** | Wynajęte miejsce na dysku, na którym leży twoja strona. |
| **WebP** | Nowoczesny format zdjęć: wygląda jak zdjęcie, ale jest dużo mniejszy. |
| **Katalog docelowy** | Folder na serwerze, do którego należy twoja strona. |

## Lista kontrolna przed wgraniem

Przejdź przez to raz, zanim wgrasz wyeksportowaną stronę u swojego hostingodawcy:

| ✓ | PUNKT | GDZIE |
|---|---|---|
| ☐ | Wszystkie teksty przeczytane, żadnych symboli zastępczych | Rozdz. 6 (s. 55) |
| ☐ | Wszystkie zdjęcia wymienione, teksty alternatywne wypełnione | Rozdz. 6 (s. 55) |
| ☐ | Numer telefonu i e-mail się zgadzają | — |
| ☐ | **Impressum** mit Ihren echten Angaben | Rozdz. 8 (s. 69) |
| ☐ | **Datenschutzerklärung** mit Ihrem Hoster | Rozdz. 8 (s. 69) |
| ☐ | Formularz ma cel – i przetestowałeś go | Rozdz. 6 (s. 55) |
| ☐ | Każda podstrona obejrzana na telefonie | Rozdz. 2 (s. 12) |
| ☐ | Wszystkie linki menu gdzieś prowadzą | Rozdz. 5 (s. 48) |
| ☐ | Tytuł SEO i Meta Description wypełnione dla każdej podstrony | Rozdz. 3 (s. 18) |
| ☐ | Projekt zapisany | Rozdz. 7 (s. 64) |
| ☐ | Klucz licencyjny leży gotowy | Rozdz. 9 (s. 77) |

**A potem?**

Potem twoja strona jest online. Weź sobie raz na kwartał pół godziny: czy ceny są jeszcze poprawne? Czy godziny otwarcia się zgadzają? Czy jest nowy projekt do pokazania? Zadbana mała strona bije wielką, która się kurzy.

## O tym podręczniku

Ten podręcznik jest generowany z kodu źródłowego aplikacji. Liczby w nim – ile bloków, ile motywów, jakie są komunikaty błędów – są odczytane, a nie oszacowane.

Po aktualizacji aplikacji da się go wygenerować na nowo jednym poleceniem:

```
npm run manual:pl
```

Wygenerowany PDF leży potem pod `manual/Manual-Website-Builder-PL.pdf`. To, co zmieniło się w aplikacji, musi zostać nadrobione w tekstach rozdziałów pod `manual/content/`; twarde liczby stoją zebrane w `manual/content/app-facts.mjs`.

# Skorowidz

Liczby to numery stron. Szukać możesz też bezpośrednio w PDF-ie przez `Cmd` + `F`.


## A

Animacja 27
Animacja tekstu 29

## B

Baner cookies 34
Blok 12

## C

Canvas 9
Cofnij 10

## D

Datenschutzerklärung 72
Domain 70

## E

Efekty przy przewijaniu 31
Eksport 66, 69

## F

Formularz 59

## G

Google Analytics 34

## I

Impressum 72
Inspector 9

## K

Kalendarz rezerwacji 61
Klucz licencyjny 78

## M

Menu hamburgerowe 52
Motyw 36, 45

## O

Odstępy wewnętrzne 27
Otwarcie strony 31

## P

Parallax 28
Pipeta 40
Praca offline 7
Projekt 7, 65
Przycisk losowania 17

## S

Sekcja 12
SEO 33
Sklep 60
Slug 33, 50
Statystyka i reklama 34
Strona sukcesu 36
Strona z podziękowaniem 36
Szablon 43

## T

Tekst alternatywny 25
Tracking 34
Tryb Edit 16
Tryb Preview 10

## W

WebP 57
Webspace 70
Welon 26
Wersja testowa 77
Widok na telefonie 10

## Z

Zakładka Warstwy 16

Zasoby 56