

# Kårens webbsida– riktlinjer och rutiner

## Innehåll

- 1 Allmänt om kårsidor:
  - 1.1 Syfte, målgrupp och ansvar
  - 1.2 Innehåll
  - 1.3 Att göra information sökbar
  
- 2 Startsidan
  - 2.1 Sidans namn
  - 2.2 Hero-titel
  - 2.3 Hero-rubrik
  - 2.4 Hero-ingress
  - 2.5 Hero-bild
  - 2.6 Länkar, banners och bildpuffar
  - 2.7 Presentationstext
  - 2.8 Footer
  
- 3 Program
  
- 4 Kontaktinformation
  
- 5 Socialt arbete
  
- 6 Hantering av bilder
  
- 7 Rutin för att ta bort eller avpublicera sida

# 1 Allmänt om kårsidor

## 1.1 Syfte, målgrupp och ansvar

Varje kår bör ha en egen webbsida. Den visar att kåren finns. Sidan riktar sig till alla, men vissa målgrupper kan vi tänka extra på:

- Personer som regelbundet besöker kåren
- Hjälpökande
- Givare och andra finansiärer

Varje kår ansvarar för innehåll och uppdatering av kårens webbsida. Om kåren inte klarar av det åligger det kårledaren att ta kontakt med HK för att få hjälp.

## 1.2 Detta innehåll bör finnas på webbsidan

Åtminstone följande delar bör vara med:

1. Startside med en presentationstext
2. Program
3. Kontaktuppgifter
4. Socialt arbete (om kåren har detta)

Har kåren många olika verksamheter kan länksidor användas och under dessa undersidor skapas med ytterligare information. Tänk på att döpa sidor med logiska namn och använda vedertagna begrepp som program, socialt arbete, etc.

## 1.3 Att göra information sökbar

### Viktigt om kårblad och affischer

Webbsidan ska kunna läsas med hjälp av mobiltelefon, surfplatta eller dator. All information ska vara sökbar med hjälp av Google, annan sökmotor eller AI. Dessa verktyg är till största delen textbaserade. Därför ska information på webbsidan huvudsakligen bestå av text inskriven i moduler som t ex rubrik, ingress eller textblock.

Observera att text i bild, till exempel en affisch, inte kan läsas av sökmotorer. Pdf-filer som till exempel i kårblad är inte likvärdig med vanlig text. Vid användning av sådana filformat krävs komplettering av informationen i vanlig text för att informationen ska bli sökbar.

### Matcha sökord och sökfraser

Sökord och sökfraser är något Google extra gärna länkar till. Därför ska vi framhålla dessa i rubriker för att göra det lättare för personer att hitta till vår information. Förse gärna texten på webbsidan med tydliga rubriker som innehåller viktiga sökord t ex kyrka, gudstjänst, öppen förskola eller alfakurs.

Här är exempel på några sökfraser (autentiska exempel från Google):

gudstjänst Göteborg söndag  
öppen förskola Halmstad  
café Sala  
söka julpengar  
gratis frukost Stockholm  
alfakurs tigrinja  
jag vill bli frälst  
frikyrka Gävle  
messy church Arvika

## 2 Startsidan

Startsidan ska vara överskådlig och länka till webbens övriga sidor. För att uppnå högt sökvärde i sökmotorer som Google bör en sida ha en viss mängd text. På startsidan är även titel, hero-rubrik och hero-ingress extra viktiga. Här behöver vi få in sökord som namnet på kåren, orten samt ”kyrka” och ”församling”.

### 2.1 Sidans namn

Längst upp på sidan i redigeringsläget i Umbraco finns ett fält med sidans namn. För Frälsningsarmén i Nässjö står det till exempel bara ”Nässjö”.

### 2.2 Hero-titel

Denna är sidans största rubrik och ska vara max 60-70 tecken. Här bör kårens namn och ort finnas med, till exempel ”Välkommen till Frälsningsarmén i Nässjö”

### 2.3 Hero-ingress

Denna lite längre text ska vara max 155 tecken. Några välkomnande ord.

### 2.4 Hero-bild

Bilden är obligatorisk. Välj en bild som passar formatet och representerar kåren. När vi publicerar en länk till sidan från annan sida, så kommer Hero-bild och Hero-ingress visas.

### 2.5 Länkar, banners och bildpuffar

För att göra alla länkar synliga och överskådliga på startsidan finns flera olika sätt att länka. Här är några vanliga exempel:

**Topplänkar** hittar man längst upp längst upp på sidan. Dessa bör vara max fem till antalet. Lägg kontaktuppgifter längst till höger, likadant på alla kårer så dessa blir lätta att hitta.

**Bildpuffar** finns som små eller stora. Dessa hämtar automatiskt text och bild från den länkade sidan. Små bildpuffar är bäst i de flesta fall, men vill du att något ska uppmärksammas särskilt använder du Stor puff.

**Banner** är bra att använda om du vill kunna välja att skriva in egen rubrik, text och välja bild.

## 2.6 Footer

Footern hittar du allra längst ner på sidan. Där står kontaktuppgifter till kåren i liten text. Se till att informationen är aktuell och korrekt. Ändra eller ta hjälp av HK om det inte stämmer.

## 2.7 Presentationstext

Detta är en text av grundläggande och allmän karaktär. Berätta om vad kåren är, vilka ni är, vad kåren gör och vad som utmärker oss, t ex gemenskap, socialt arbete och kristen tro. Texten bör innehålla minst 300 ord för en normalstor kår. Om kåren har begränsad verksamhet kan texten vara kortare. Använd mellanrubriker för att framhålla viktiga sökord, till exempel "kyrka", "öppet café", "gudstjänst". En tid efter publicering kommer texten inte längre vara en nyhet, så placera den nederst på sidan.

# 3 Program

## 3.1 Veckoprogram

Ange vilken aktivitet som normalt sett sker under en vanlig vecka på kåren med startdatum och slutdatum för terminen. Denna information behöver bara uppdateras en gång per termin.

Tillfälliga arrangemang kan meddelas separat. Detaljer om vem som predikar eller håller i gudstjänsten ett visst datum kan meddelas på annat sätt, t ex i ett Kårblad eller på Facebook.

## 3.2 Kalendarium

För en kår med ett många programaktiviteter kan det vara praktiskt att använda en kalendermodul. Men denna lösning kräver att kåren har möjlighet att uppdatera löpande. Väl annars att bara ha veckoprogram.

## 3.3 Hur ofta ska det uppdateras?

Uppdatera så ofta som det behövs för att texten ska hållas aktuell. Om du t ex publicerar hela höstterminens program behöver du inte ändra något förrän sommaren kommer. Men om du publicerar information från vecka till vecka måste du uppdatera varje vecka. Välj den lösning som passar kårens verksamhet.

## 3.4 Beskrivning av samlingar och aktiviteter

Utgå inte från att alla vet vad man gör när det är dagledigträff, öppen dörr, öppen förskola, bön eller gudstjänst. För en som vågar sig in på kåren för första gången kan det kännas tryggt att först kunna ta del av en beskrivning av vad samlingen eller aktiviteten innebär. Detta gör också att Google lättare kan länka till informationen. Ange gärna kontaktpersoner så att man kan ställa frågor.

## 4 Kontaktinformation

Sidan ska döpas enligt modellen ”Kontakta Frälsningsarmén i Ystad” för att det underlättar sökningar i Google. Vi anger postadress, ev besöksadress, telefonnummer och mejl till viktiga medarbetare eller åtminstone till kåransvarig. Allra bäst om vi också kunde ange öppettider, då dessa kan listas direkt i Googles sökresultat tillsammans med övriga kontaktuppgifter och där kan även en bild på kårens lokal ingå.

## 5 Socialt arbete

Rädsla för att locka ett stort antal hjälpsökande får inte hindra kåren från att informera om sitt sociala arbete. Termen ”socialt arbete” är etablerad inom Frälsningsarmén och därför bör den användas. Informationen är inte bara till för hjälpsökande, utan också för medlemmar, givare och finansiärer. Ange gärna när och hur hjälpsökande kan ta kontakt, liksom hur man kan ge en gåva eller engagera sig som volontär.

## 6 Hantering av bilder

Optimal bildstorlek är 1920 x 1080 pixlar. Bild-filer bör inte vara större än 200-300 kilobyte (kb). Än så länge finns ingen funktion som begränsar uppladdning av större bildfiler. Men om många laddar upp större bilder riskerar vår webb att ladda långsammare, vilket ger färre besökare i förlängningen. Så kontrollera storlek på bilder innan du laddar upp!

Undvik text i bild, eftersom Google inte kan länka till sådan text.

Ladda upp bilderna på ett ordnat sätt i kårens bildmapp, namnge bilder logiskt och undvik specialtecken. Skriv t ex Frälsningsarmén i stället för Frälsningsarmén.

Kontrollera att personer som är med på bild har godkänt att bilden publiceras på webben. Om du fått personens löfte att använda fotot, så använd det inte i något annat syfte.

## 7 Rutin för att ta bort eller avpublicera sida

En sida kan raderas eller avpubliceras. Trots att sidan inte längre finns så fortsätter Google att länka till den sidan, vilket innebär att besökaren når en så kallad ”bruten länk”. Sådana är skadliga för webbsidan, men detta kan undvikas genom att göra en så kallad ”redirect”. Redirect betyder omdirigera och gör så att besökaren visas till ny webbadress.

## Så gör du en redirect

Klicka på "Innehåll" (Content) längst upp i vänstra hörnet i Umbraco. Där finns en blå list överst med en meny och under den finns ytterligare en menyrad på vit bakgrund, där du kan hitta Redirect. Klicka där. För att göra en ny redirect – klicka dig vidare på gröna knappen där det står "Add new redirect".

I fältet skriver du sedan in namnet på den sida du ska omdirigera trafiken ifrån. Om sidan till exempel heter [www.fralsningsarmen.se/norrkoping/lediga-jobb](http://www.fralsningsarmen.se/norrkoping/lediga-jobb) så skriver du bara in /norrkoping/lediga-jobb, dvs allt som står efter första snedstreckat. Sedan klickar du på den sida som du vill omdirigera trafiken till.

Du behöver inte tänka på det när du bara döper om en sida, då Umbraco gör en redirect automatiskt.

Om du vill ta bort en sida, men känner att du inte hinner eller vill lära dig att göra en redirect är det viktigt att du anmäler det till vår webbsupport, så att webbredaktör på HK kan åtgärda problemet.