



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

2. TUTORIÁL

Design a správa webové stránky

Ing. Martin Klepek, Ph.D.

Ing. Tereza Ikášová

Design a správa webové stránky

Možnosti tvorby webové stránky

- Doména
- Hosting
- Přístupy k tvorbě webové stránky
- Redakční systémy
- Wordpress



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Doménu lze chápat ve smyslu adresy.
- Tak jako vaše trvalé bydliště je na nějaké adrese, tak i webová stránka je na nějaké adrese, což je doména.
- **Doména** - Určuje jednoznačnou pozici vašich webových stránek v internetovém prostředí a za žádných okolností byste její výběr neměli podceňovat.

Požadavky na doménu:

- **Krátká** – vyhněte se víceslovným výrazům
- **Výstižná** – charakterizuje co nejpřesněji obor vaší činnosti
- **Dobře zapamatovatelná** – zákazník si vás může podruhé lépe najít
- **Snadná písemná verze** – snažte se o soulad písemné i slovní podoby
- **Bez hanlivých výrazů** – vyvarujte se dvojsmyslným výrazům



- **Webhosting (hosting)** - pronájem místa na internetu pro vaše webové stránky. Je to něco jako pozemek pro váš dům – stránky.
- Na webhostingu je umístěn web. Například redakční systém, ve kterém si stránky vytváříte a spravujete.
- Dále jsou na hostingu nahrané všechny obrázky a fotky, které chcete na svých stránkách ukázat, a také sem směřuje vaše doména.

- Za hosting platí provozovatel webových stránek provozovateli webhostingu pravidelné splátky. (Nejčastěji na roční bázi).
- Uživatel, nájemce webového prostoru, má neomezený přístup ke svým webovým stránkám. Ty může libovolně upravovat, přidávat nebo mazat.
- Celková velikost stránek je přitom ohraničena velikostí vyhrazeného diskového prostoru na daném hostingu. Ta se dnes pohybuje v řádu gigabajtů.



- Možnosti zpracování webových stránek jsou různorodé a zahrnují činnosti od situace, kdy se nevyhneme programování až po „naklikání“ webové prezentace úplným laikem bez znalosti programovacích jazyků.

Rozhodovací kritéria pro výběr:

- cíl webu
- role webu v podnikové strategii
- rozpočet projektu
- časové možnosti (jak moc to spěchá)

Přístupy k tvorbě webové stránky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Na míru
- Šablona s redakčním systémem
- Drag and drop systémy



Obecně můžeme mluvit o třech základních situacích.

1. **Web na míru** - staví profesionální studio s programátory a webdesignery.
2. **Redakční systém** – předpřipravená šablona, kde je možné upravovat na webu barvy písmo, položky menu, texty, vkládat obrázky ale už méně můžeme měnit celkové rozvržení stránky. Základní nastavení zvládne i amatér ale častěji se při tvorbě obracíme na konzultanty a webdevelopery. Díky menší náročnosti to bude menší tým lidí.
3. **Cloudové služby** - které využívají drag and drop systémy – umístování prvků a celkovou editaci tak zvládne skutečně každý.

Vhodný pro projekty:

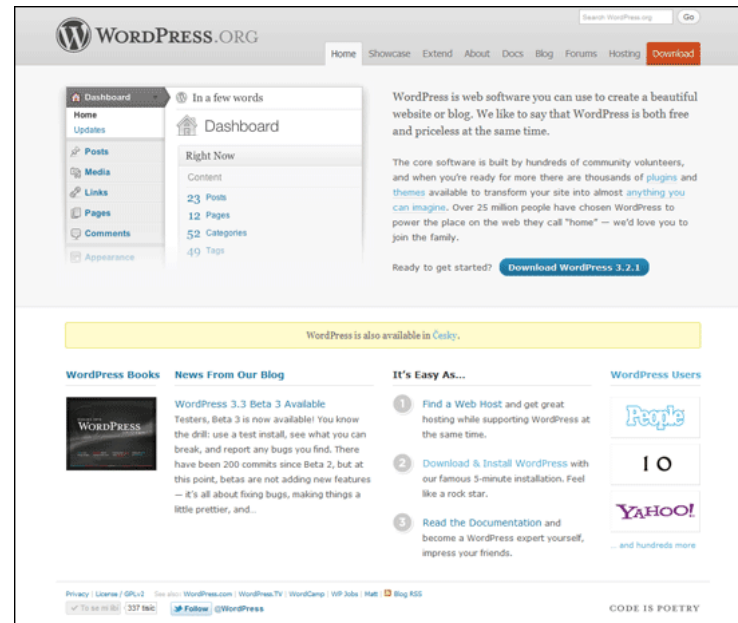
- Při kterých je web strategickým nástrojem podnikatelské činnosti.
- Když požadujeme velmi specifické funkce. Např. web firmy Mixit.cz, kde si uživatel seskládá sám vlastní müsli. Tento interakční design šablonové řešení ani drag&drop editory nesvedou.
- Web na míru vyžaduje zapojení vývojářů ovládajících programovací jazyky, jako jsou například HTML, PHP, Javascript a mnohé další.

REDAKČNÍ SYSTÉM = CMS = CONTENT MANAGEMENT SYSTEM



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Redakční systém se používá pro správu a publikování obsahu webové prezentace nebo blogu.
- Nejčastěji pro správu: příspěvků, diskusí, komentářů, pro publikování obrázků nebo jiných multimediálních souborů.
- CMS umožňují určovat práva jednotlivým uživatelům.
- Redakční systémy jsou vytvořeny tak, aby je i laik mohl jednoduše a efektivně ovládat.





- **Jednoduché ovládání** – WYSIWYG editor (What You See Is What You Get), díky kterého vidíte prováděné změny v reálném čase.
- **Mobile friendly** - Redakční systémy obsahují šablony pro responzivní webové stránky (stránky optimalizované pro telefon)
- **Pokročilá personalizace** – Stránky lze rozšířit o „plug-iny“, které dodávají systému další funkcionality a jsou zdarma ke stažení přímo v redakčním systému.
- **Multi-users** - Každému uživateli lze přidělit specifická práva pro úpravy
- **Komunita** – fóra, návody, WordCamp
- **SEO** – CMS disponují mechanismy pro optimalizaci stránek pro internetové vyhledávače

POUŽITÍ REDAKČNÍHO SYSTÉMU A ŠABLONY



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Mezi oblíbené redakční systémy patří Wordpress, Joomla nebo Drupal.
- Všechny tyto systémy jsou zdarma, nicméně existují samozřejmě i placená řešení.



- <http://wordpress.org> (Pozor! Neplést s wordpress.com.)
- WordPress je software patřící mezi redakční systémy.
- Má 2 části: administraci webového obsahu (backend, obslužnou aplikaci) a samotný výsledný webový obsah (frontend, webové stránky).
- Instaluje se na webový hosting nebo server a k jeho obsluze potřebujete webový prohlížeč (tedy počítač, což je dnes také laptop, tablet nebo i chytrý mobil).

- WordPress dokáže fungovat jako e-shop, magazín s redakční radou, firemní prezentace nebo mobilní aplikace.
- Umí se napojit na jiný software a číst z něj data nebo je tam posílat.
- Web na WordPressu si můžete vyrobit sami, nebo si najmout dodavatele (firmu nebo konzultanta).
- Vzhled výsledných stránek určují šablony vzhledu, které lze získat zdarma, koupit si je, nebo si je nechat naprogramovat na míru.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

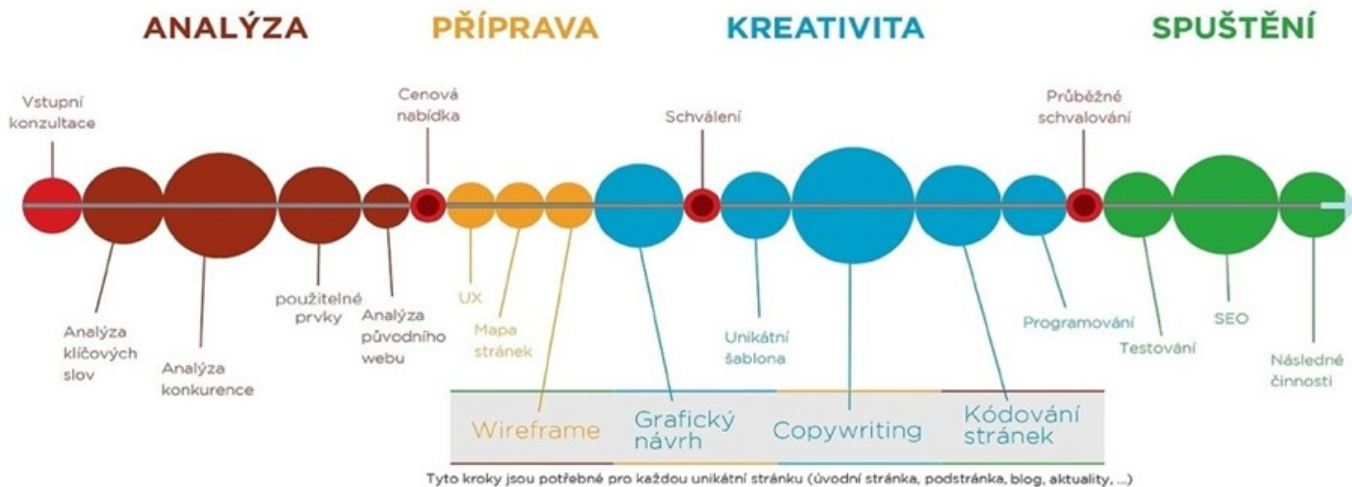
Proces tvorby webové stránky

- Proces tvorby webu
- Analýza konkurence
- Analýza klíčových slov
- Informační architektura
- Wireframe, prototyp
- Nasazení na redakční systém a výsledný web

PROCES TVORBY WEBU



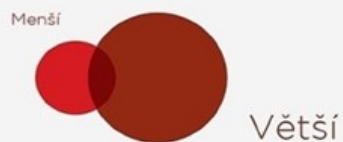
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARLOVĚ



MILNÍKY



PODÍL



FÁZE REALIZACE





- Otázky na podnikání, mise, vize, hodnoty
- Pochopení business modelu
- Pochopení zákazníků
- Pochopení, jakou roli hraje web v businessu dané firmy
- Potřebuje klient pro naplnění svých cílů webovou stránku?
- Stanovení cílů webu (Více poptávek? Vyšší návštěvnost?)
- Rozpočet projektu

- Po první schůzce zpracuje agentura úvodní analýzu. Nejčastěji jde o analýzu konkurence, tržního prostředí a klíčových slov. Po analýze má agentura představu, o jak velký projekt pravděpodobně půjde, a zasílá klientovi nabídku s cenou za své služby. Ten ji může přijmout/odmítnout.

Proč je analytická část důležitá?

- Aby agentura pochopila klienta a trh, na kterém působí, včetně jeho zákonitostí, co je na něm běžné, důležité, nebo co má naopak ignorovat.
- Dále jaké je postavení klienta na trhu, co jeho zákazníci hledají a chtějí a jak jim to nakonec co nejlépe podat.



- Pokud klient cenovou nabídku přijme, spolupráce pokračuje.
- Agentura se znovu sejde s klientem, představí mu všechna zjištěná data a společně se dohodnou, jakým směrem se budou ubírat. Poté následuje výzva k dodání podkladů.
- Agentura bude potřebovat fotografie a texty, které na web umístí. Pokud žádné fotografie nemá klient k dispozici, většina agentur se o nafocení vašich produktů postará, zároveň by se měla postarat o adekvátnost veškerých textů. Buď je agentura sama sepíše (tuto práci mají na starost copywriteři), nebo přepracuje texty, které zašle klient.

PROCES TVORBY WEBU – Rozvržení webu UX/UI a marketingová funkčnost



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Kromě analýzy musí dojít k celkovému promyšlení toho, co a jak bude na webu fungovat z hlediska marketingu, což vyžaduje specialistu z oboru.
- Dále se musí vymyslet, jak bude celý web postaven. To má na starost UX/UI designer (UX = user experience neboli „uživatelský prožitek“; UI = user interface neboli uživatelské rozhraní), jehož prací je udělat web tak, aby se něm jeho návštěvníci dokázali pohybovat snadno a intuitivně a zároveň tak, jak my chceme a potřebujeme.
- UX designer zpracuje svůj návrh v jedné ze tří podob: textové zadání ve Wordu, wireframe (můžete si představit jako skici webu), nebo v podobě prototypu (funkční model webu, kde se před nakreslením vše vyzkouší vč. toho, jak jednotlivé prvky fungují).



- Když je vymyšlená celková vize vzhledu webu a jeho funkcí, předá se zadání grafikovi, který ho zpracuje do výsledné podoby.
- Tato fáze je poměrně drahou záležitostí - U profesionálních webů totiž design nevychází pouze z jednoho návrhu, ale každá podstránka se kreslí atypicky svému obsahu, což vyžaduje mnohem více času.
- Grafik při tvorbě vychází z wireframů.



- Po grafikovi se práce předává kodérovi, který grafický návrh přivede k životu.
- Při kódování dochází k přepsání grafického návrhu do jazyka, kterému weby rozumí. Výsledkem je webová stránka.
- Vše se musí nakódovat zvlášť pro desktop a mobilní zařízení, které navíc mají různé operační systémy.



- CMS (systém pro správu obsahu, redakční systém) - administrační systém, do kterého se nakódovaný web nasadí.
- CMS může obsahovat pouhou správu textů a fotografií, ale také přes něj můžete zpracovávat objednávky, přidávat příspěvky na blog, vést firemní databáze, spravovat poptávky, rezervační systém, distribuční sítě atp. Dodatečné funkcionality se přidávají pomocí plug-inů.
- Je důležité zvážit, jestli web CMS opravdu potřebuje. Pokud se změny realizují maximálně 2x ročně, oplatí se namísto redakčního systému investovat například do většího množství podstránek, které vám agentura navrhne na míru.



- Klient má určitou dobu na to, aby si web sám v klidu “proklikal” a ověřil si, že vše funguje tak, jak má.
- Tato fáze zahrnuje konzultaci každého kroku s klientem, čekání na jeho reakci a následnou opravu dle jeho požadavků a připomínek.



- Zátěžové testy
- Ověřování, zda se návštěvníci webu chovají dle předpokládaného scénáře

DALŠÍ PROCESNÍ ÚKONY – Analýza konkurence



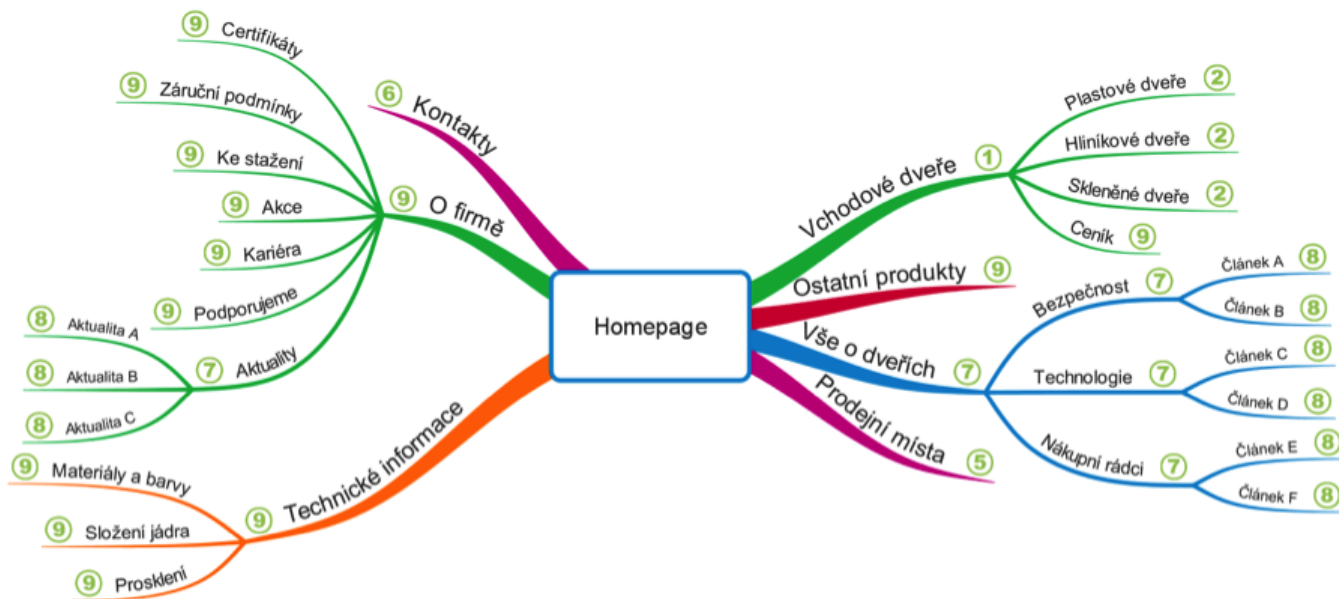
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Přihlaste se k odběru jejich newsletteru.
- Sledujte jejich stránky na sociálních sítích.
- Pozorujte změny na jejich e-shopu.
- Všímejte si cenové politiky, zavádění novinek na trh a prezentace slev či akcí.
- Prozkoumejte jejich bonusový program, pokud nějaký nabízí.
- Analyzujte doplňkové služby, které poskytují k prodeji.
- Projděte si důkladně e-shopy a vyzkoušejte jejich funkce.
- Objednejte si u nich zboží a sledujte proces zpracování objednávky.
- Zjistěte, kde všude inzerují jak na internetu, tak případně i v offline světě.
- Dohleďte názory jejich zákazníků, např. na srovnávacích zboží a v diskuzích.
- Navštivte jejich kamenné prodejny a sledujte práci zaměstnanců.
- Najděte na jejich e-shopech konkurenční výhody, kterými se prezentují.



- Soupis toho, co lidé nejčastěji hledají na internetu.
- Naslouchání cílové skupině v tom, jaké konkrétní slova a slovní spojení vyhledávají v souvislosti s oblastí, které se má webová stránka týkat.
- Na základě ní pak vznikají např. požadavky na vstupní stránky, návrh kategorií na e-shopu nebo filtrů pro zboží.
- Pokud text na webu zahrnuje oblíbená klíčová slova, podpoří to jeho návštěvnost a pozici ve vyhledávání.

- Struktura informací na webové stránce
- Lze vizualizovat například za pomoci myšlenkové mapy.
- **Card sorting** – metoda, která slouží k organizování většího množství pojmů (položek).
- Cílem této metody je pochopit, jakým způsobem uživatelé přemýšlejí o informacích - tedy odhalit mentální modely daného problému. Vhodná je proto pro navrhování struktury webových stránek nebo její redesign.



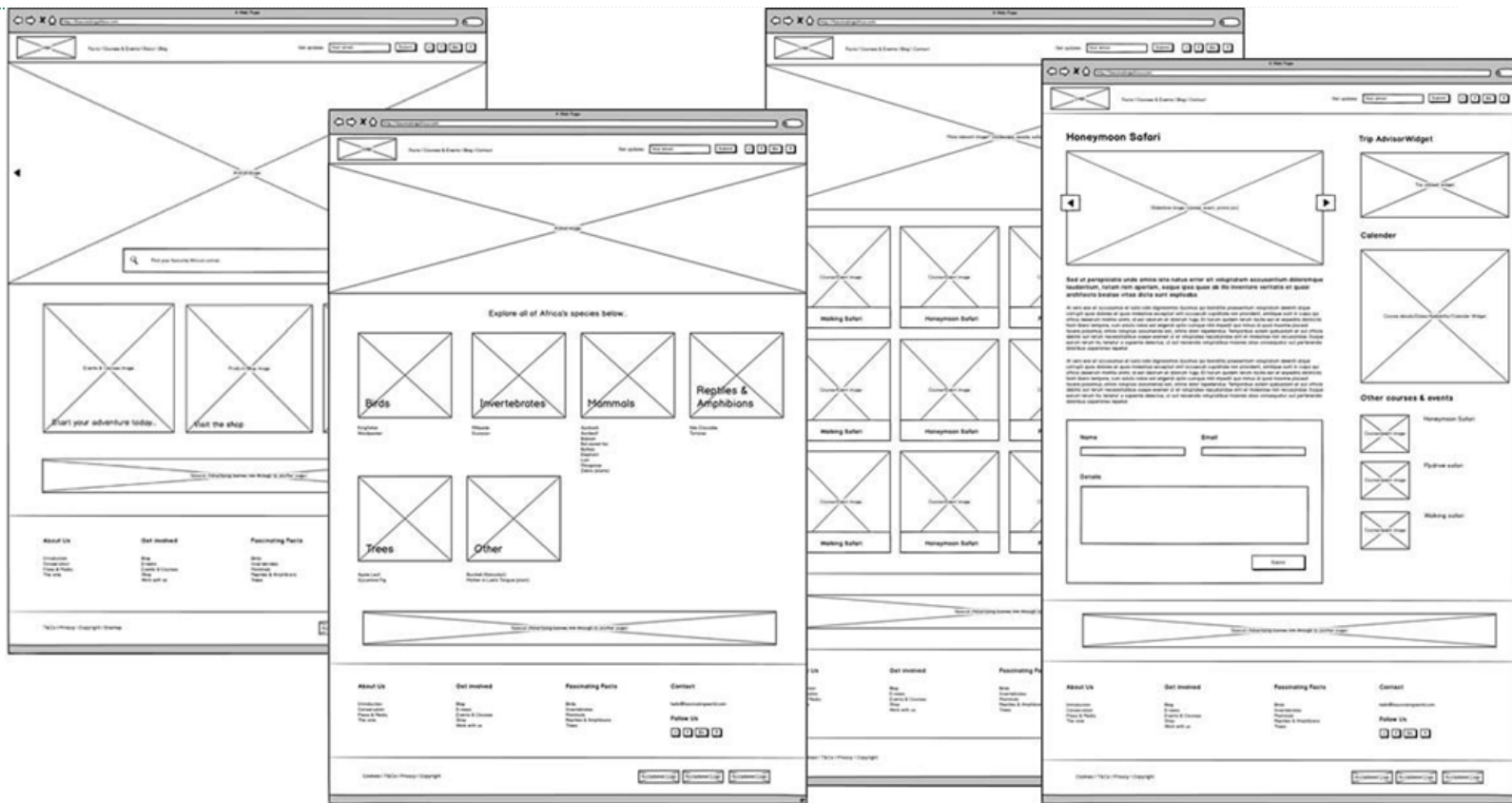


- Wireframy jsou podkladem pro zpracování grafického návrhu webové stránky.
- Wireframe definuje rozmístění funkčních prvků. Nejedná se v žádném případě o grafický návrh, neobsahuje obrázky a je tvořen pouze pomocí čar a textu (odtud drátěný model).
- Nedoporučuje se použití barev, model by měl být co nejjednodušší.
- Wireframe připravuje informační architekt ve spolupráci s UX designérem. Do náskresů jsou přeneseny požadavky klienta.

WIREFRAME



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
VŠCHOTNĚ PODNIKATELSKÁ
AKADÉMIE V KARVINĚ



KROKY K VYTVOŘENÍ WEBU SVÉPOMOCÍ



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Rezervujete si svou doménu
2. Vyberete si webhostingový balíček s výkonem odpovídajícím předpokládané datové zátěži Vašich stránek.
3. Zvolíte redakční systém (CMS) a nainstalujete.
4. Provedete konfiguraci svého webu. Aktivujete nebo vytvoříte potřebnou šablonu. V případě potřeby přidáte plug-iny (rozšíření) pro navýšení výkonu či dodání funkcionalit, které CMS neobsahuje ve svém základu.
5. Přidáte stránky a publikujete články pomocí nainstalovaného redakčního systému.

Využití výzkumu při tvorbě a správě webové stránky

- Dotazníky
- Testování použitelnosti
- Mouse tracking
- Eye tracking
- A/B testování
- Případová studie HOTJAR



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Typy výzkumu webové stránky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



(ONLINE) DOTAZNÍKY



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Efektivní (nízké náklady, rychlé vyhotovení)
- Pohodlnější pro respondenta, mohou je vyplnit tehdy, když mají čas
- Lze odpovídat za pomoci škál s posuvníkem.
- Odpadá přepisování a kódování odpovědí jako je to u papírové formy dotazníku (menší pravděpodobnost chybovosti).
- Velký potenciál mají otevřené otázky, které je možné efektivněji vyhodnocovat pomocí obsahové analýzy textu bez pracného přepisování.

TESTOVÁNÍ POUŽITELNOSTI



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Použitelnost je definována 5 komponenty:
- **Naučitelnost:** Jak snadné je pro uživatele splnit základní úkoly při prvním setkání s rozhraním?
- **Účinnost:** Jakmile se uživatelé naučili rozhraní, jak rychle mohou provádět úkoly?
- **Zapamatovatelnost:** Když se uživatelé vrátí k návrhu po období, kdy ho nepoužívají, jak snadno mohou provádět úkoly?
- **Chyby:** Kolik chyb udělají uživatelé, jak závažné jsou tyto chyby a jak snadno mohou tyto chyby napravit?
- **Spokojenost:** Jak příjemné je používat design?

TESTOVÁNÍ POUŽITELNOSTI



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KÁRVINĚ

- Je možné testovat stávající web, konkurenční web, wireframy nebo prototyp. Testování se skládá z několika hlavních částí, jejichž rozsah se může různit, opomenutí některé z nich však může mít na jeho přínos negativní dopad



TESTOVÁNÍ POUŽITELNOSTI - Postup



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- 1. Analýza cílových skupin webu a jejich potřeb** – Kdo jsou zákazníci? Co jim má web nabídnout?
- 2. Vytvoření scénáře testování** – seznam úkolů, které jsou jednotlivým testerům uloženy. Jedná se o většinou typické akce cílových skupin webu.
- 3. Výběr testerů** – vzorek účastníků testování by měl odpovídat cílovým skupinám webu. Rovněž je třeba získat zhruba rovnoměrný podíl pokročilých a nezkušených uživatelů internetu – každá skupina totiž narazí na zcela jiný typ problémů.
- 4. Samotný průběh testování** – pod dohledem zkušeného odborníka na použitelnost plní testeři úkoly dle scénáře testování.



- 5. Analýza výsledků testování** – je potřeba seřadit poznatky získané během testování, zanalyzovat je, a především vymyslet nejvhodnější řešení vedoucí ke zvýšení použitelnosti webu.
- 6. Prezentace výsledků** – seznámení s průběhem testování, komentář k výsledkům a detailní výklad aplikace doporučených opatření.

MOUSE TRACKING



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

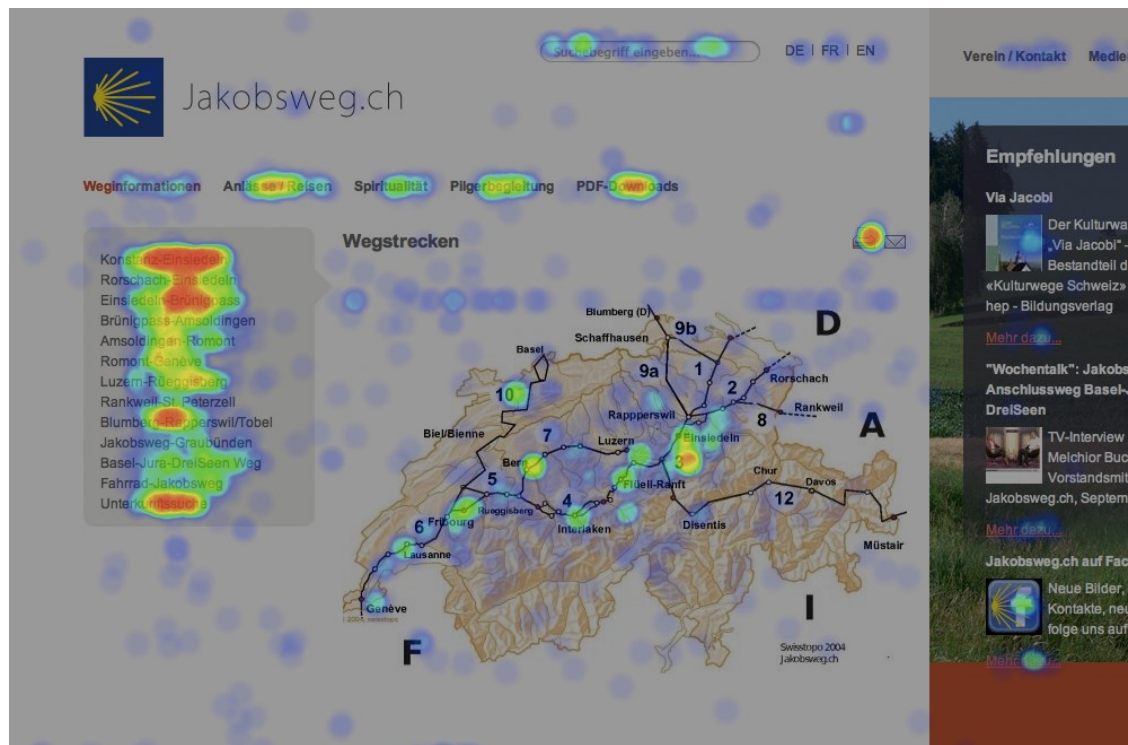
- Pokud chce marketér přesně sledovat, jak se zákazníci pohybují na webu, může použít metody pozorování pohybu myši, kterým se odborně říká mouse tracking nebo cursor tracking. Instalovaný software sleduje pohyb myši uživatele na webové stránce a poskytuje informace o nejčastějších návštěvách.
- Pro marketéra či designéra webové stránky tak tato technika přináší cenné informace o celkovém designu webového rozhraní. Výstupem takového výzkumu jsou nejčastěji tepelné mapy, které ukazují na nejfrekventovanější místa výskytu kurzoru.

MOUSE TRACKING



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Výstup v podobě clickmapy – tepelné mapy.
- Červená teplá místa zobrazují kde se pohyboval kurzor uživatele.





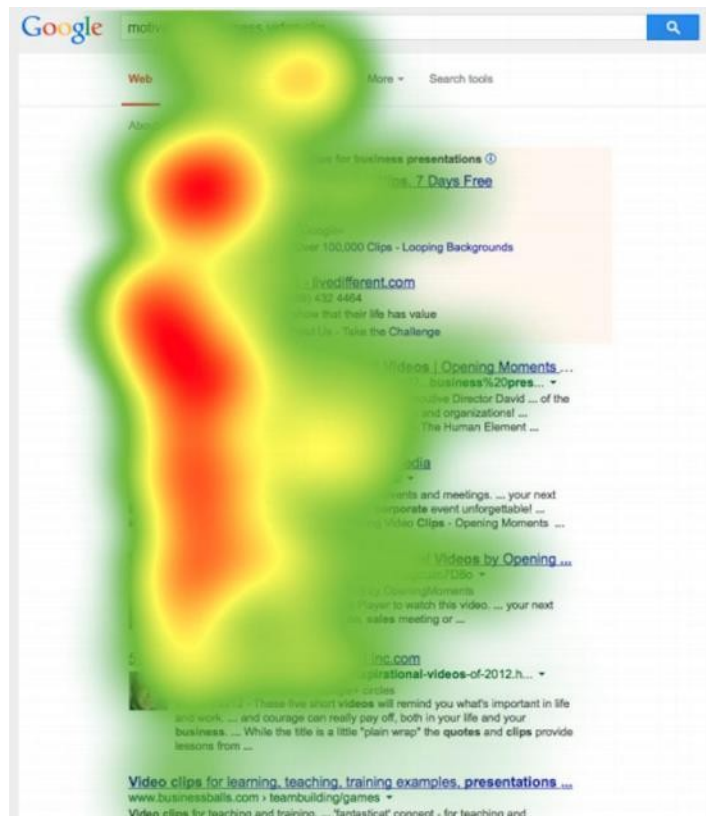
- Další z kategorie trackingových studií je sledování pohybu oční zornice. V oblasti internetu se využívá pro identifikaci atraktivních míst na webových stránkách.
- Nad rámec mouse trackingu a webových analytik ukazuje, kam se uživatel skutečně dívá.
- Je ale nutná jeho fyzická účast na měření.

EYE TRACKING



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Výstup v podobě clickmapy – tepelné mapy.
- Červená teplá místa zobrazují kde se uživatel díval.



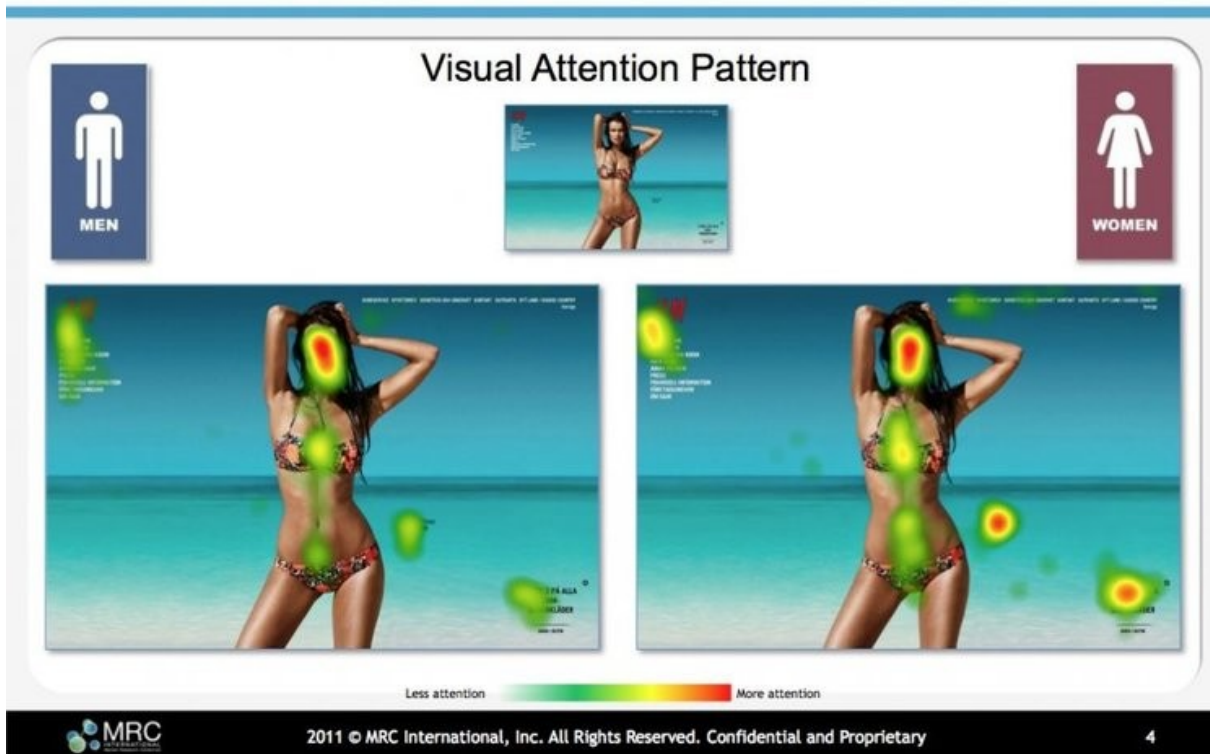
EYE TRACKING - příklady



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

EYETRACKSHOP

Visual Evaluation

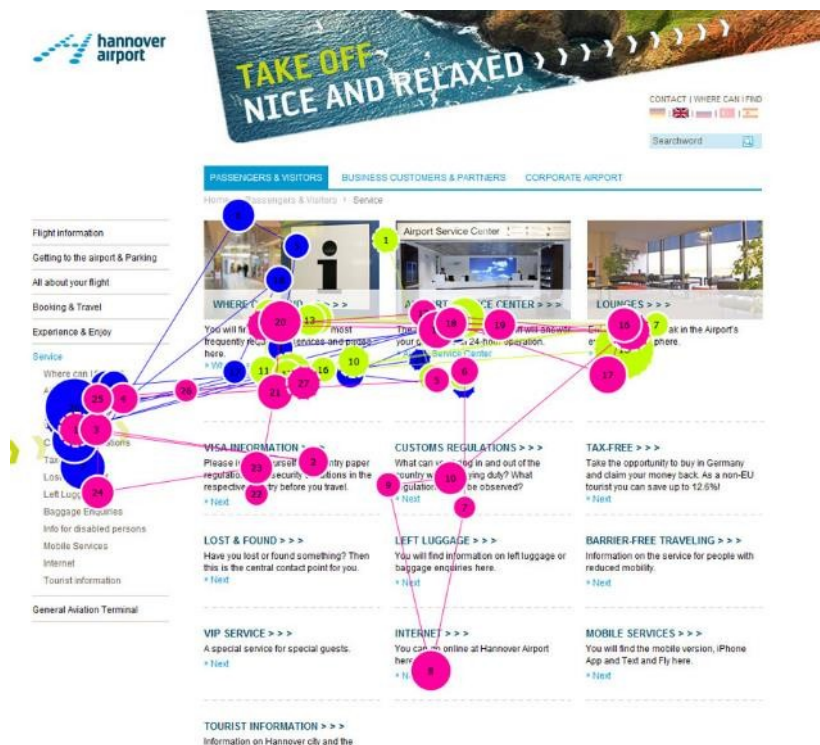


EYE TRACKING – path analysis



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Path analysis neboli analýza cesty pohybu očí umožňuje oproti tepelným mapám zobrazit, jak oči uživatele putovaly po webových stránkách.

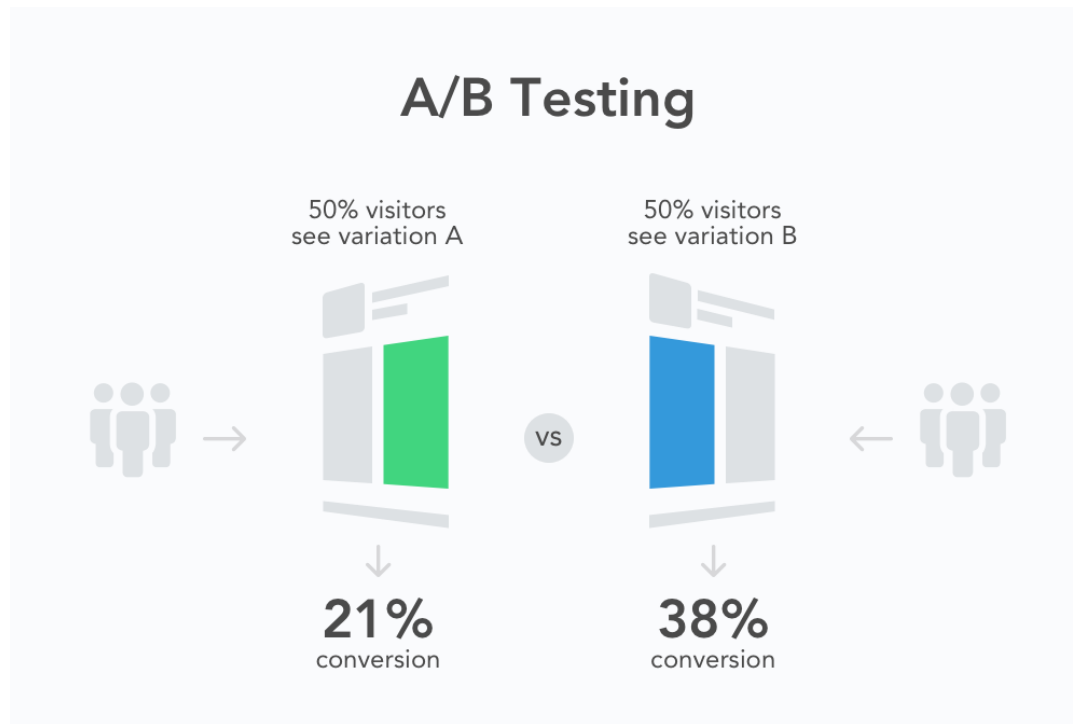


- A/B testování představuje metody, které umožňují na reálných uživateliích testovat dvě či více variant určité webové stránky.
- Výzkumník pak pozoruje rozdíly v konverzních poměrech a je schopný vyhodnotit, která testovaná stránka je pro uživatele přívětivější, snadnější na ovládání, atraktivnější a tím také lépe plní svůj účel.
- Oproti metodám dotazování je experiment formou techniky A/B testování věrohodnější, jelikož se uživatel chová zcela přirozeně a v podstatě ani neví, že je součástí výzkumu.

A/B TESTOVÁNÍ



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



PŘÍPADOVÁ STUDIE - HOTJAR



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Hotjar patří do sekce nástrojů pro analýzu a získávání zpětné vazby z webové stránky, eshopu či webové aplikace.
- Poskytuje přehled o chování návštěvníků, které se opírá data zpracovaná ve formě tepelných map, nahrávání návštěvníků a jejich chování na webu.

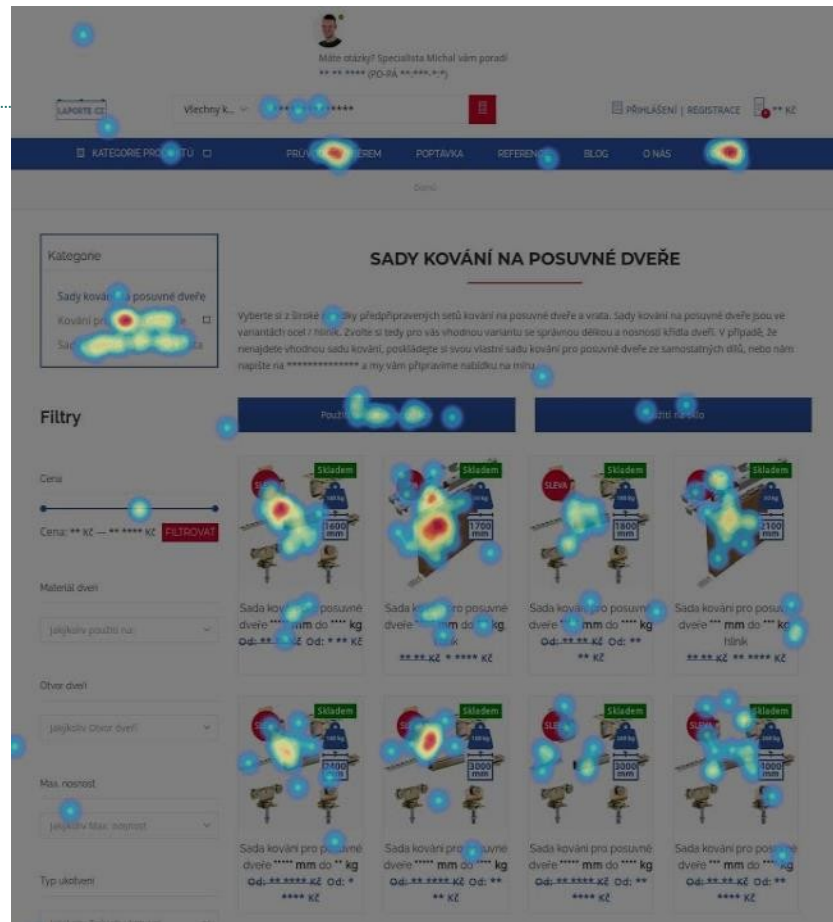
1. Využití tepelných map (clickmapy a scrollmapy)

- Pro potřeby případové studie jsme vybrali internetový obchod s kováním pro posuvné dveře Laporte.cz

PŘÍPADOVÁ STUDIE - HOTJAR

Nejdříve se podíváme jak využít clickmapy.

Na obrázku vidíme screenshot ze vzorku 1000 návštěv všech kategorií, což je pro potřeby naší analýzy dostačující vzorek. Jak vidíme, nejvíce uživatelé klikají na první produkty, kategorie a poté na průvodce výběrem kování a kontakty na hlavní navigaci.



PŘÍPADOVÁ STUDIE - HOTJAR



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Co návštěvníci ale minimálně využívají jsou filtry.
- Zde vzniká otázka proč?
- Jsou snad špatně vyřešené designově?
- Nebo jsou v takto specifickém oboru nevyužitelné?
- Nebo na e-shopu není velké množství produktů, aby by byly filtry přínosné?

PŘÍPADOVÁ STUDIE - HOTJAR



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Hotjar nám v tomto případě sloužil jako dobrý nástroj na zjištění problému a stanovení předpokladů.
- Co už nám ale neprozradí je proč tomu tak je.
- Tuto cenou informací je potřeba dále otestovat, abychom na otázky získali odpovědi.
- V našem případě nepoužívaných filtrů je vhodné využít uživatelské testování či a/b testování.

PŘÍPADOVÁ STUDIE - HOTJAR

- Scrollmapa je další velice užitečná funkce, která nám ukazuje, jak daleko uživatelé “doscrollují”.
- Na obrázku jde vidět, že se jedná o stránku s produktem, kde je předpoklad, že uživatel má zájem si o produktu zjistit něco více.



PŘÍPADOVÁ STUDIE - HOTJAR



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Jako první věc v popisu produktu se momentálně nachází video.
- Ještě do nedávna bylo video úplně dole a dostalo se k němu pouze 20 % uživatelů a přitom mělo pořád slušnou proklikovost.
- Jakmile jsme ale video přemístili nahoru, narostl zájem o video přes 400 %.

2. Využití funnelu a nahrávání uživatelů

- Hotjar nabízí možnost sledování uživatelů pomocí nahrávání obrazovky. Sledování všech záznamů je časově neefektivní a pro nás nemá úplně vypovídající hodnotu, pokud nesledujeme konkrétní věci, jako například využívání určitého prvku na webu. (Filtrace, navigace, formuláře...).

PŘÍPADOVÁ STUDIE - HOTJAR



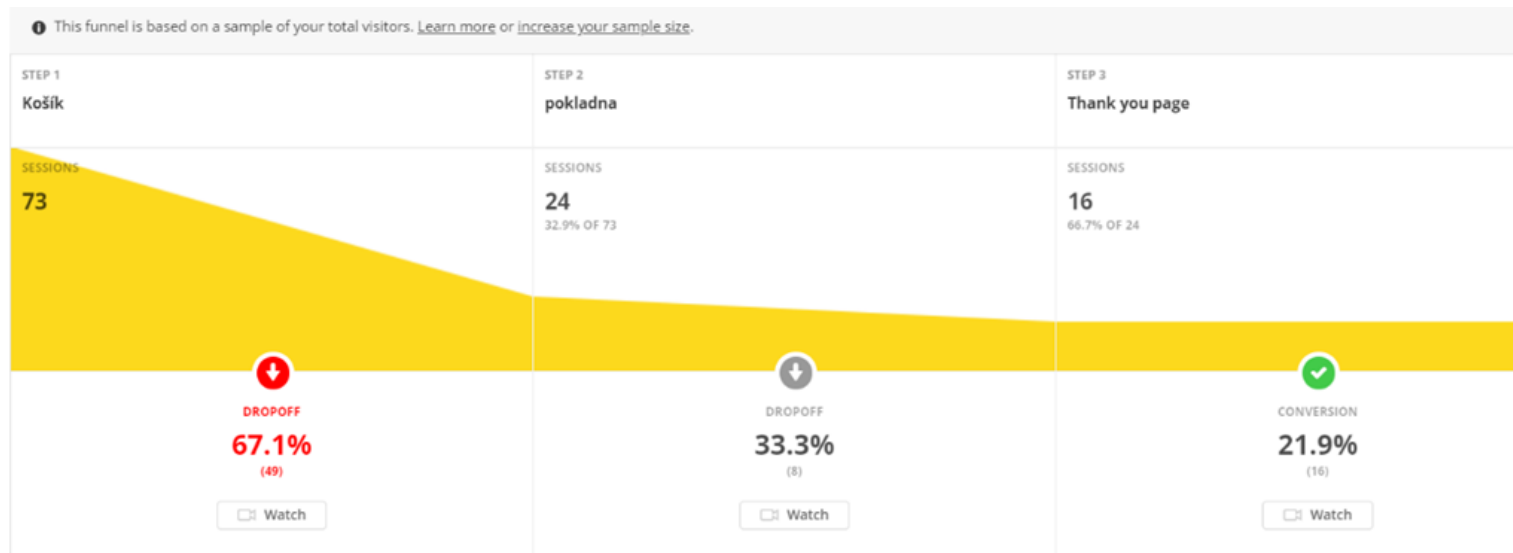
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Dobře optimalizovaný objednávkový proces je jednou z nejdůležitějších věcí na internetovém obchodu.
- V Hotjaru si můžeme nastavit trychtýř (funnel), který nám ukáže kolik lidí došlo až na “thank you” stránku, viz obrázek.
- Takže vidíme, kolik návštěvníků se dostalo z košíku přes pokladnu až k odeslání objednávky a děkovné stránce.

PŘÍPADOVÁ STUDIE - HOTJAR



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ





- Jak vidíme na obrázku tak konverzní poměr z pokladny na “thank you” page je relativně dobrý (tyto data si můžeme ještě překontrolovat také v Google Analytics).
- Ovšem jak vidíme tak je 67 procentní dropout (úbytek) při kroku z košíku do pokladny, což už může značit jistý problém.

Práce v redakčním systému

- Redakční systém
- Instalace
- První kroky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Funkce redakčního systému



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Tvorba, modifikace a publikace dokumentů (článků) probíhá zpravidla prostřednictvím webového rozhraní, často s využitím jednoduchého online WYSIWYG editoru nebo jednoduchého systému formátování textu (není nutná znalost HTML),
- Správa diskusí či komentářů, ať už k publikovaným dokumentům nebo obecných,
- Správa souborů, obrázků či galerií, kalendářní funkce.
- Statistika přístupů.

INSTALACE REDAKČNÍHO SYSTÉMU



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Stáhnete si Wordpress na www.wordpress.org
2. Stažené soubory umístíte do složky na hostingu.
3. Najedete na svou webovou stránku.
4. Spustí se instalace.

INSTALACE REDAKČNÍHO SYSTÉMU



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



English (United States)
Afrikaans
አማርኛ
Aragonés
العربية
العربية المغربية
অসমীয়া
Azerbaycan dili
گۆنئی آذربایجان
Беларуская мова
Български
বাংলা
བོད་སྐད་
Bosanski
Català
Cebuano
Čeština
Cymraeg
Dansk
Deutsch (Schweiz)
Deutsch (Schweiz, Du)
Deutsch

Pokračovat



Níže byste měli zadat podrobnosti o připojení k databázi. Pokud si tím nejste jisti, kontaktujte svého hostitele.

Název databáze	<input type="text" value="ikasovacdsws"/>	Název databáze, kam chcete instalovat WordPress.
Uživatelské jméno	<input type="text" value="ikasovacdsws"/>	Uživatelské jméno k databázi.
Heslo	<input type="text"/>	Heslo pro přístup k databázi.
Databázový server	<input type="text" value="localhost"/>	Pokud nebude fungovat výchozí hodnota localhost, tak musíte použít informace od poskytovatele hostingů.
Předpona tabulek	<input type="text" value="wp_"/>	Pokud chcete provozovat několik různých instalací WordPressu pod jednou databází, tak musíte zvolit různé předpony tabulek.

Odeslat

INSTALACE REDAKČNÍHO SYSTÉMU



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Výborně! Podařilo se zvládnout asi nejsložitější část celého instalačního procesu a WordPress zkusil úspěšně komunikovat se zvolenou databází. Pokud jste připraveni, tak můžete bez obav pokračovat...

Instalovat

Jak postupovat při práci v redakčním systému?



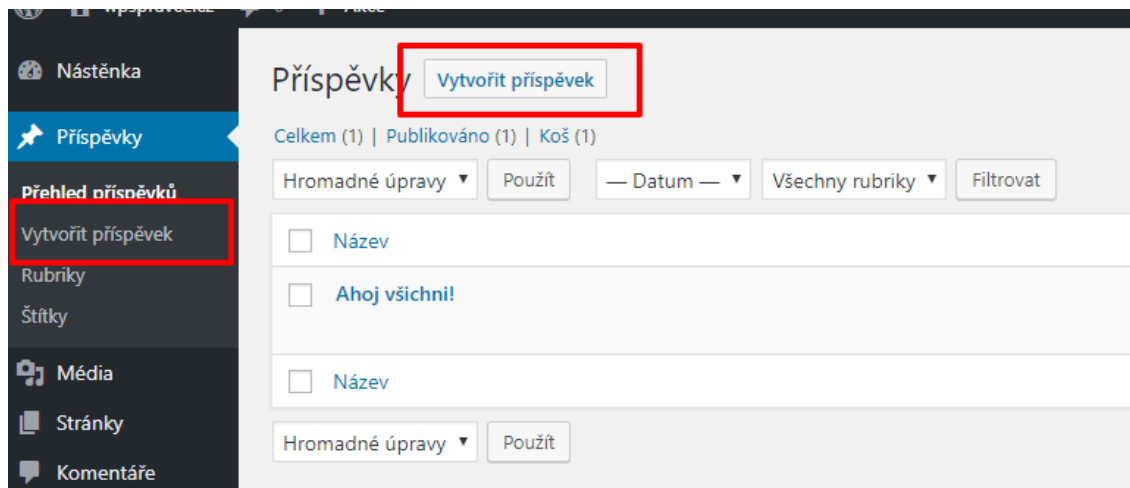
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Volba šablony

The screenshot shows the WordPress dashboard with the Divi editor interface. The top navigation bar includes the WordPress logo, the site name 'Zkušební web pro DSWS', and the user profile 'Přihlášený uživatel: Student Student'. The left sidebar contains a menu with options like 'Nástěnka', 'Přispívky', 'Média', 'Stránky', 'Komentáře', 'Projekty', 'Vzhled', 'Šablony', 'Přizpůsobit', 'Widgety', 'Menu', 'Pozadí', 'Editor souboru šablony', 'Pluginy', 'Uživatelé', 'Nástroje', 'Nastavení', 'Divi', and 'Změnit menu'. The main content area is titled 'Šablony' and features a search bar 'Hledat instalované šablony...' and a button 'Instalace šablón'. Below this, there are four theme preview cards: 1. 'Aktivní: Divi' with a purple background and a white 'D' logo, with a 'Přizpůsobit' button. 2. 'Twenty Twenty' with a white background and the text 'Welcome to the Swedish Museum of Modern Art'. 3. 'Twenty Twenty-One' with a light green background and the text 'The works of Berthe Morisot, 1800s-era French painter'. 4. 'Twenty Twenty-Two' with a black background and the text 'The Hatchery: a blog about adventures in bird watching.' Below the preview cards is a large dashed box containing a plus sign and the text 'Instalovat šablonu'.

Jak postupovat při práci v redakčním systému?

- Tvorba nového příspěvku nebo stránky za pomoci blokového editoru
- Následující snímky popisují základní práci ve vestavěném editoru Wordpressu. Ale pozor! Některé šablony zahrnují i svůj vlastní editor.



Jak postupovat při práci v redakčním systému?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Přidání bloku

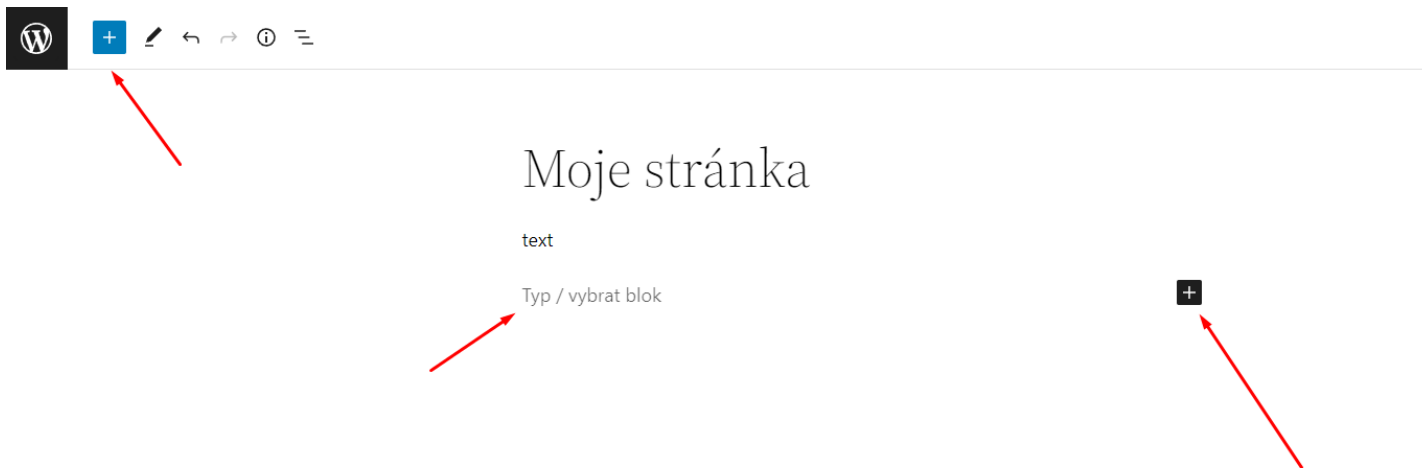
The screenshot displays a CMS editor interface. At the top, there is a navigation bar with a WordPress logo, a plus sign, and several icons. On the right side of the navigation bar, there are tabs for 'Uložit koncept', 'Náhled', 'Publikovat', and a settings icon. The main content area shows a page titled 'Moje stránka' with a 'text' block containing the text 'řyp / vybrat blok'. A red rectangular box highlights a '+' button located to the right of the text block. On the right side of the editor, there is a sidebar with a 'Stránka' tab and a 'Blok' tab. The 'Blok' tab is active, showing a list of block types: 'Odstavec' (with a sub-option 'Začněte základem všech vyprávnění.'), 'Barva', 'Typografie', and 'Velikost Východí'. The 'Barva' section has radio buttons for 'Text' and 'Pozadí'. The 'Typografie' section has a 'Velikost Východí' dropdown menu with options 1, 2, 3, and 4. The 'Pokročile' section is collapsed.

Jak postupovat při práci v redakčním systému?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Několik variant pro přidání bloku.

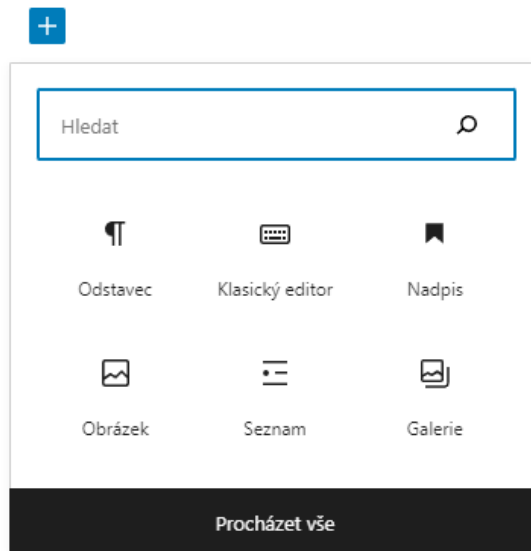


Jak postupovat při práci v redakčním systému?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

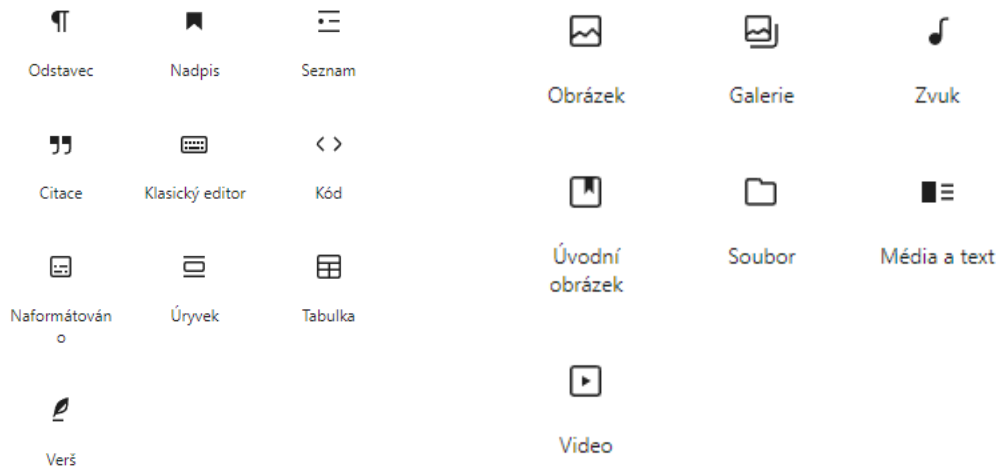
- Jak přidat blok.



Jak postupovat při práci v redakčním systému?



- Rozmanité možnosti vložení obsahu

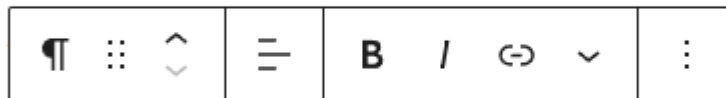


Jak postupovat při práci v redakčním systému?



- Nový editor textu.

Moje stránka



Te|

Jak postupovat při práci v redakčním systému?



- Dodatečná nastavení k aktivním blokům

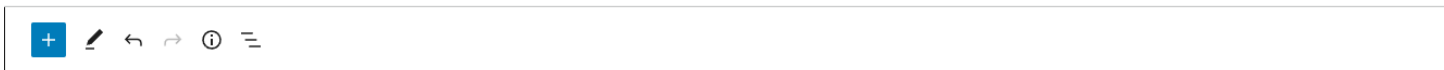
The screenshot displays the WordPress Gutenberg editor interface. At the top left, there is a navigation bar with the WordPress logo, a plus sign, and icons for undo, redo, and help. The main editing area shows a text block with the text "text" and "Te". Below the text, there is a prompt "Typ / vybrat blok". A floating toolbar is visible above the text, containing icons for alignment, list creation, bold, italic, link, and more options. On the right side, the settings sidebar is open, showing options for "Barva" (Color) with "Text" and "Pozadí" (Background) options, and "Typografie" (Typography) with a "Velikost Východí" (Default Size) dropdown menu. Two red arrows point from the floating toolbar to the "Barva" and "Typografie" sections of the settings sidebar.

Jak postupovat při práci v redakčním systému?

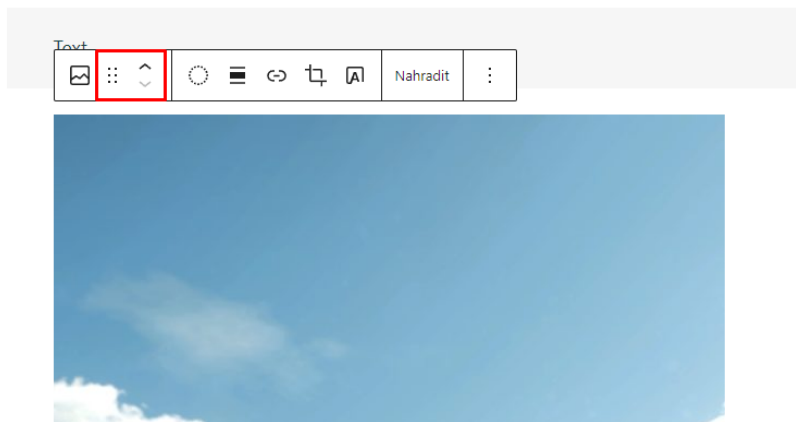


**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Přesouvání pozice bloků

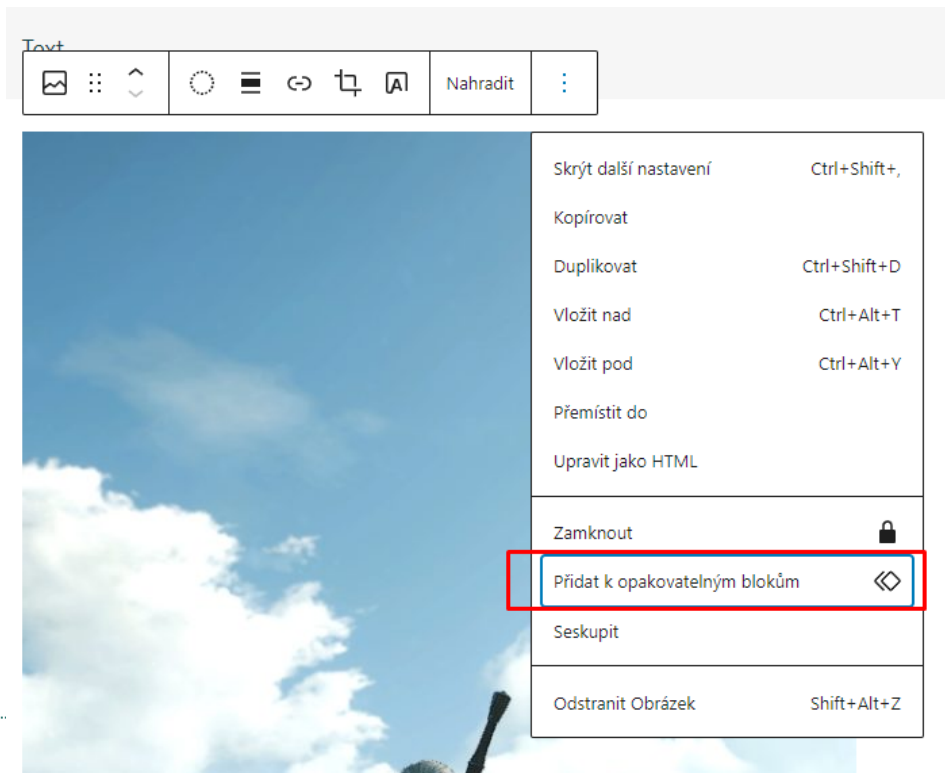


Moje stránka



Jak postupovat při práci v redakčním systému?

- Ukládání opakovaně využitelných bloků v Gutenberg.



Jak postupovat při práci v redakčním systému?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Publikování obsahu a správa nastavení v blokovém editoru

Ahoj všichni!

Typ / vybrat blok



Publikování	^
Viditelnost	Veřejná
Publikovat	21. 10. 2022 14:28
<input type="checkbox"/>	Zvýraznit tento příspěvek
Autor	
admin	▼
Odstranit	
Šablona: Jednotlivý příspěvek	^
Výchozí šablona	▼
Upravit Nový	
Trvalý odkaz	▼
Rubriky	▼
Štítky	▼
Náhledový obrázek	▼
Stručný výpis příspěvku	▼
Nastavení komentářů	▼

Role v redakčním systému



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Administrátor** – neomezený přístup ke všem nastavením WordPressu.
- **Šéfredaktor** – může nejen publikovat a spravovat své vlastní příspěvky, ale třeba i zasahovat do příspěvků ostatních uživatelů.
- **Redaktor** – může publikovat a spravovat své vlastní příspěvky, stejně tak jako nahrávat soubory.
- **Spolupracovník** – může vytvářet a spravovat své příspěvky, ale nemůže je sám veřejně publikovat. Nemá povoleno nahrávat mediální soubory.
- **Návštěvník** – prakticky se jedná pouze jen o zaregistrovaného uživatele bez speciálních pravomocí v administraci WordPressu. Může pouze vkládat komentáře. Nemůže se podílet na tvorbě a správě obsahu webu.

Obsah webu

- Příspěvky a stránky
- Blog
- Galerie
- Video
- GDPR a cookies
- Produktová kategorie
- Produktová stránka



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

PŘÍSPĚVKY A STRÁNKY

Příspěvky (blog)

S časovou známkou - řazené dle času zveřejnění, informace se mohou časem stát neaktuální, struktura vhodná pro blog

Dynamické - obsah může být zobrazen na více místech a souvislostech (archiv kategorie, štítku, řazení podle času).

Tříditelné - mohou být vkládány do rubrik a štítků.

Různé formáty - dle obsahu lze vybírat z předpřipravených formátů, které ovlivňují zobrazení příspěvku. Jedná se například o video, audio, obrázek, galerie atd.

Stránky (podstránky webu)

Bez časové známky - bez zobrazené informace o publikování, obsah s trvalou hodnotou, vhodné například pro stránku kontakt, o nás nebo služby.

Statické - obsah je zobrazen jen na dané URL.

Hierarchické - mohou být řazeny do hierarchické struktury (může ovlivnit složení URL).

Šablony - může být zobrazeno za pomoci předdefinovaných šablon stránky. Tyto šablony jsou součástí WordPress šablony.

BLOG



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Blog firmě dodává lidskou tvář, která jí mnohdy schází.
- Blog ke čtenářům promlouvá jazykem jim blízkým, a často jim přináší informace, které by se jinak z oficiálních zdrojů nedozvěděli.
- Díky blogu může firma čtenáře vtáhnout do dění firmy přes pohled pod pokličku.
- Skvělý nástroj pro budování SEO (optimalizace pro vyhledávače)
- Nejzásadnější věc, která odlišuje webové stránky s blogy od webových stránek bez nich, je aktuálnost textu.

BLOG JAKO NÁSTROJ AKTIVNÍ KOMUNIKACE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Existuje několik zásad, které se firmám vyplatí dodržovat:

1. **Výběr jednoho autora** – aby blog působil nenuceně a autenticky.
2. **Nepřetržité aktualizování obsahu** – mrtvé blogy nikdo nečte
3. **Podněcování k diskuzi** - Firma by měla čtenářům umožnit reagovat na její příspěvky, vybízet je k reakcím a okořenit diskusi. Kredibilita blogu vychází z velikosti komunity, které členové se opakovaně vrací a diskutují.

(FOTO)GALERIE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

OPAVĚ
PRŮMYŠLOVSKÁ
UNIVERSITA



Obsah na webu

INSTITUT INTERDISCIPLINÁRNÍHO VÝZKUMU

Institut interdisciplinárního výzkumu (IIV) od roku 2014 nabízí své služby organizacím samosprávy i malým a středním podnikatelům pod hlavičkou *Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné, Slezské univerzity v Opavě*. Naším zájmem je **propojení akademické činnosti s reálnou každodenní praxí, ale také podpora podnikavosti našich studentů**. Proto úzce spolupracujeme s *Business Gate* – společnou organizací naší fakulty a Statutárního města Karviná.

Naše hlavní aktivity směřujeme do oblasti:

- marketingových studií a průzkumů trhu pro malé a střední firmy,
- analýzy sociální situace v místě i v regionu,
- strategických a marketingových plánů obcí a měst,
- studií proveditelnosti různých investičních záměrů na lokální úrovni, atd.



OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ A COOKIES

Cookies

Servírujeme cookies. Pokud souhlasíte, klikněte prosím na "Akceptovat vše". Pokud si chcete vybrat, pokračujte na "Nastavení". [GDPR a Cookies](#)

Nastavení

Akceptovat vše

PRODUKTOVÁ KATEGORIE (E-shop)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

[Vše o nákupu](#) [Inspirace](#) [Návody](#) [Kontakt](#) +420 730 164 482 Po-Pá 8:00-17:00 Váš účet

La porte
Expert na posuvné systémy

Vyhledat 0 Kč

[Kování na posuvné dveře](#) [Kování na posuvná vrata](#) [Interiérové dveře a zárubně](#) [Stavební pouzdra](#) [Markýzy](#) [Pergoly](#) [Skládací a harmonikové dveře](#) [Další](#)

[Vyberte kategorii](#)

[Blog](#)

Filterovat podle

Typ

- Top produkt
- Skladem

Cena

0 Kč 11 750 Kč

Výrobce

- HELM
- Solido
- Ternio Scorrevoli

Materiál

Produktová řada

Použití na

[Použití do](#)

[Článek](#) [Konfiguraátor](#)

Užíváme cookies, abychom vám zajistili co možná nejsnadnější použití našich webových stránek. Pokud budete nadále prohlížet naše stránky předpokládáme, že s použitím cookies souhlasíte. [více](#)

[Domů](#) > [Kování na posuvné dveře](#) > [Kolejnice](#)

Vodící pojezdové kolejnice pro posuvné dveře

Pojezdové kolejnice pro posuvné dveře jsou **stěžejním prvkem posuvných dveří**. Výběr vhodného kolejnicového profilu závisí na vašich potřebách. Vodící kolejnice **HELM** i **SOLIDO** jsou vhodné jak pro vnitřní, tak venkovní použití. Jsou odolné vůči korozi i vnějším vlivům. Kolejnice jsou bezúdržbové. Retro kolejnice značky HELM jsou k dispozici v ocelovém provedení v **max. délce 6000 mm**. Je možné vám kolejnici připravit ve vámi zvolených délkách, avšak je zapotřebí, abyste vždy při výběru délky kolejnice zaokrouhlovali na celé metry nahoru (př. potřebuji 2,5 metru kolejnice = objednávám 3 metry kolejnice). Minimalistické kolejnice z eloxovaného hliníku značky SOLIDO jsou taktéž v **max. délce 6000 mm** a je také možné připravit vám kolejnici dle vámi požadované délky. Případné přesné rozměry uvádějte vždy v poznámce objednávky.



Obsah na webu

PRODUKTOVÁ STRÁNKA (E-shop)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Vše o nákupu Inspirace Návody Kontakt +420 730 164 482 Po-Pá 8:00-17:00 Váš účet

La porte
Expert na posuvné systémy


Vyhledat 0 Kč


Kování na posuvné dveře Kování na posuvná vrata Interiérové dveře a zárubně Stavební pouzdra Markýzy Pergoly Skládací a harmonikové dveře Další

[Domů](#) > [Kování na posuvné dveře](#) > [Kolejnice](#) > [Horní vodící kolejnice Terno Scorrevoli, s otvory, hliník elox](#)

Horní vodící kolejnice Terno Scorrevoli, s otvory, hliník elox

Varianty 6



Výrobce 

Kód produktu 1-102222457

Cena **322 Kč** s DPH

Upřesněte výběr produktu

Délka kolejnice Vyberte ...

1 ks [Do košíku](#)

Potřebujete poradit?
Naši specialisté vám poradí

+420 730 164 482 info@laporte.cz [Rychlý kontakt](#)

Obsah na webu




Uživatelské jméno nebo e-mail

Heslo

Pamatovat si mě

– Zpět: ZSFD.CZ

[Ochrana osobních údajů](#)

 Čeština



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkujeme za pozornost.

Obsah na webu