

6. PROCES TVORBY WEBOVÉ STRÁNKY



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

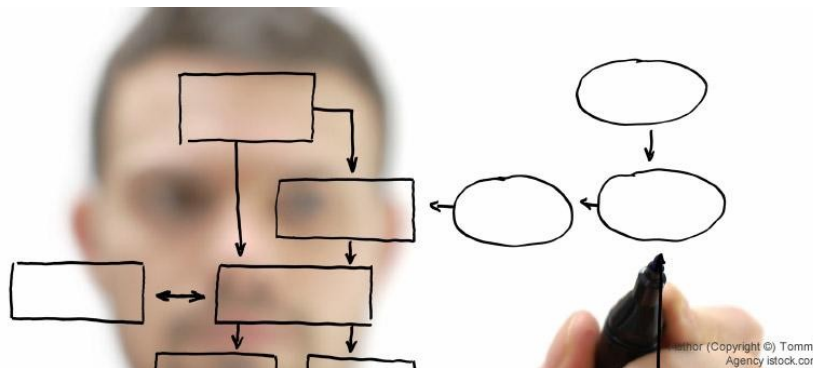
Cílem této přednášky je přiblížit problematiku procesu při zpracování webové stránky a to z pohledu tří přístupů k tvorbě: na míru, z šablony a drag and drop editorem.



Struktura přednášky

1. **Základní postup tvorby webu**
2. **Tvorba webu na míru a součinnost zadavatele**
3. **Tvorba webu z šablony a její výhody**
4. **Drag and Drop editory**

- Web design a design = proces.
- V této prezentaci se podíváme na to, jak celý tento proces může probíhat, jaké jsou jeho části, kdo se na nich obvykle podílí a jaký vliv mají na celkový výsledek tvorby webové stránky



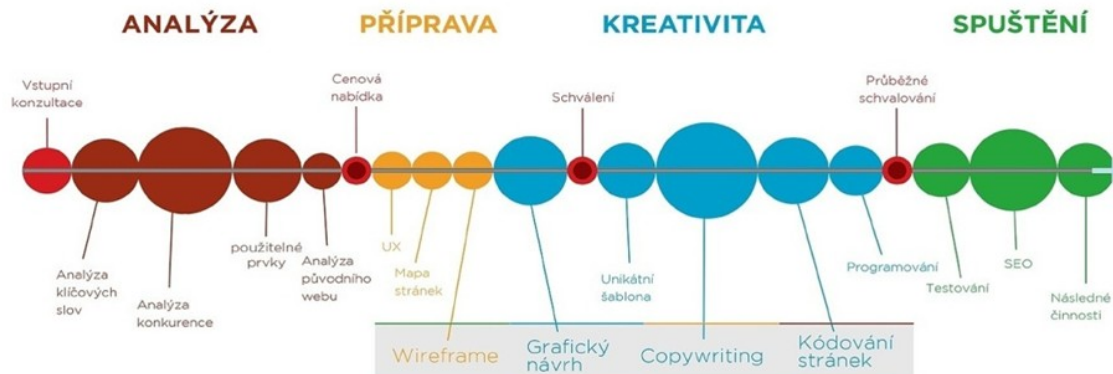


KDO VŠECHNO JE POTŘEBA PŘI TVORBĚ WEBU?

Web na míru



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

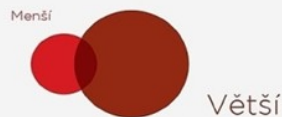


Tyto kroky jsou potřebné pro každou unikátní stránku (úvodní stránka, podstránka, blog, aktuality, ...)

MILNÍKY



PODÍL



FÁZE REALIZACE



Jak probíhá proces?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. První schůzka

- Otázky kolem podnikání, představ
- Poznání a pochopení zákazníků a jejich business modelu
- Stanovení cíle webu (Více poptávek? Vyšší návštěvnost?)
- Budget celého procesu.

2. Úvodní analýza

- Po první schůzce zpracuje agentura úvodní analýzu. To je vlastně takový prvotní model obsahující pečlivou analýzu konkurence, tržního prostředí a klíčových slov.
- Proč? - 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.**



3. Vyžádání podkladů

- Po analýze se agentura 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 váš web umístí. Pokud žádné fotografie nemáte k dispozici, většina agentur se o nafocení vašich produktů postará, zároveň by se měla postarat o adekvátnost vašich textů, které buď navrhne upravit, nebo je sama přepracuje.

4. Rozvržení webu (UX/UI) a marketingová funkčnost

- 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 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 = user experience = „uživatelský prožitek“
- UI = user interface = „uživatelské rozhraní“

4. Rozvržení webu (UX/UI) a marketingová funkčnost

- UX designer zpracuje svůj návrh v jedné ze tří podob:
 1. **Textové zadání ve Wordu**
 2. **Wireframe** (můžete si představit jako skici webu)
 3. **Prototyp** (používá se u složitějších webů nebo online projektů – jedná se o funkční model webu, který se následně testuje předtím, než se vytvoří skutečný web)



5. Grafika

- Když je vymyšlená celková vize vzhledu webu a jeho funkcí, předá zadání grafikovi, který ho zpracuje do výsledné podoby.
- Web je jako dobrý vs. špatný obchodník – i když mají oba stejné informace, jeden umí prodat mnohem více než ten druhý.
- Dobrým obchodníkem je v našem případě dobře promyšlený proces, jak uživateli webu informace vhodně podat, jakými metodami přesvědčit a uzavřít „deal“.



6. Kódování

- Po grafíkovi se práce předává kodérovi, který grafický návrh přivede k životu. Při kódování dochází k přepsání grafického návrhu do jazyka, kterému weby rozumí.
- Jedná se o „rozhýbání grafiky“, kdy se z grafiky stává webová stránka, kterou jsou vyhledávače již schopni přečíst.
- Vše se musí nakódovat zvlášť pro desktop (PC) a mobilní zařízení.

7. CMS (Systém pro správu obsahu)

- Administrační systém, do kterého se nakódovaný web nasadí.
- CMS se přizpůsobuje na míru tak, aby klientům co nejvíce ulehčoval práci. 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.
- Tím se u menších a středních firem může stát hlavním systémem pro řízení obchodní výkonnosti firmy.

7. CMS

- Je důležité zvážit, jestli váš web CMS opravdu potřebuje.
- U většiny prezentačních webů se dělají změny průměrně dvakrát do roka. Pokud zrovna spadáte do této oblasti, je pro vás lepší ušetřené prostředky za CMS investovat například do většího množství podstránek, které vám agentura navrhne na míru.

8. Testování

- V poslední fázi, kdy je web již hotový, dochází k jeho testování. Klient má určitou dobu na to, aby si web sám v klidu “proklikal” a ověřil si, že vše funguje tak, jak má.
- Do tohoto seznamu si nezapomeňte přičíst i konzultaci každého kroku s klientem, čekání na jeho reakci a následnou opravu dle jeho požadavků a připomínek.

9. Uživatelské testování

- U náročnějších klientů a webových stránek nejvyšší třídy se jako poslední fáze celého procesu provádí uživatelské testování.
- Při něm se web podrobuje zátěžovým testům, zkoumá se, jak se uživatelé na webu opravdu chovají.



- **Úkol: UKÁŽU VÁM WEB NA 6 VTEŘIN. PAK SE BUDU PTÁT. 😊**

<https://www.grammarly.com>

Další důležité procesní úkony



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- ANALÝZA KONKURENCE
- ANALÝZA KLÍČOVÝCH SLOV
- INFORMAČNÍ ARCHITEKTURA
- WIREFRAME



- 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 stránkách 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.
- V podstatě je to naslouchání cílové skupině v tom, jaké konkrétní slova a slovní spojení vyhledávají v souvislosti s oblastí, které se má webová stránka týkat.
- Taková slova (klíčová) pak budete mít velmi rádi na webu jelikož na základě toho (nejen toho) bude Google a Seznam váš web vyhodnocovat jako relevantní pro zobrazení ve výsledcích vyhledávání.

ANALÝZA KONKURENCE

- Analýzu klíčových slov si nechávají zpracovávat provozovatelé s dostatečným rozpočtem a také provozovatelé, kteří – i přes její finanční náročnost – si jsou vědomi její přínosnosti.
- Na základě ní pak vznikají např. požadavky na vstupní stránky, návrh kategorií na e-shopu nebo filtrů pro zboží.
- Pokud si analýzu necháte zpracovat u odborníka a budete se jí řídit vy i váš dodavatel webových stránek, výrazně tak podpoříte první návštěvnost z vyhledávačů po uvedení webu do ostrého provozu.

- Struktura webové stránky vychází mimo jiné i z toho, co vám řekne analýza klíčových slov.
- Je přínosné vyjít z detailního popisu vašich zákazníků a z definice jejich potřeb.
- Např. Pokud se rozhodnete prodávat např. suroviny pro domácí výrobu přírodních mýdel, web bude potřebovat sekci s návody na výrobu přírodních mýdel.



Task 1 of 10

[Skip this task](#)

Your grandparents have invited you on their annual hunting trip and they have asked you to bring along a whistle that mimics the sound a duck makes. Where would you go to purchase something like this?

Home

Departments

Sports & Outdoors

Hunting & Fishing

Game Calls

Duck

← I'd find it here



- Techniku, kterou lze v této fázi využít je Card sorting. Jedná se o uživatelsky orientovanou výzkumnou metodu, která slouží k organizování většího množství pojmů (položek).
- Cílem této metody je pochopit, **jakým způsobem uživatelé přemýšlejí o informacích, tedy jak vnímají vztahy mezi jednotlivými pojmy a jak je organizují** - tedy odhalit mentální modely daného problému.
- Vhodná je proto pro navrhování struktury webových stránek, nebo její redesign navrhování nebo hodnocení informační architektury služby

WIREFRAME



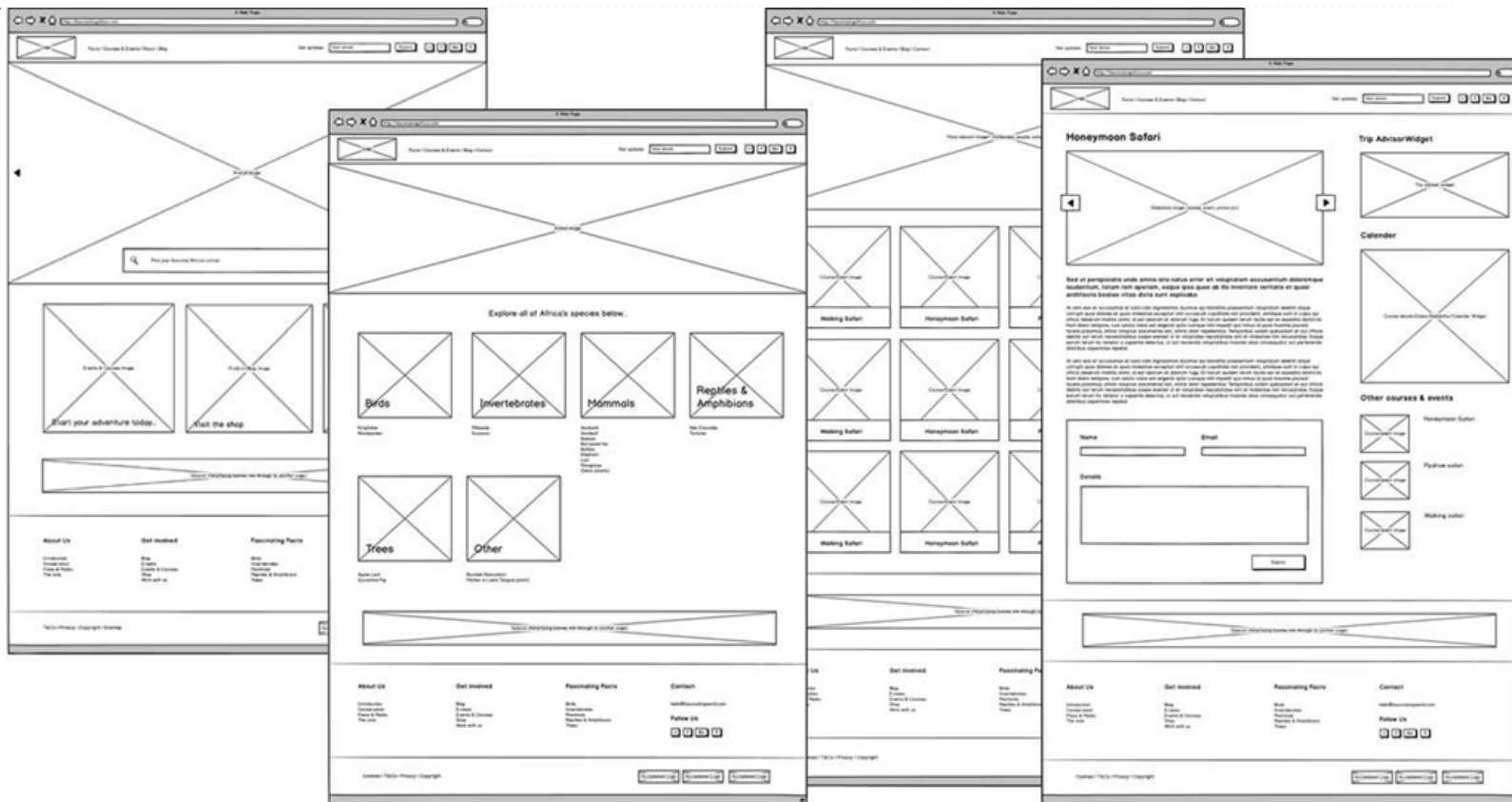
SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Wireframy jsou podkladem pro zpracování grafického návrhu webové stránky.
- **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 ani použití barev,** až na výjimky, které je potřeba odlišit.
- Wireframe připravuje informační architekt, ten přenesení do nákrese požadavky klienta a usnadní tak práci na řešení

WIREFRAME



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
BOHODŇANŮ
V KARLOVÝCH VARECH





ÚKOL: Překreslete wireframe pro webovou stránku www.opf.slu.cz

1. Rezervujte si svou doménu: na výběr máte z více než 800 unikátních koncovek.

K dispozici je několik typů doménových koncovek:

1. **Generické:** ty nejpopulárnější doménové koncovky. Ideální pro oslovení mezinárodní komunity (.com / .org...).
2. **Národní:** Oslovte uživatele v konkrétní geografické oblasti (.cz / .es / .it / .pl / .de...).
3. **Specifické:** uvolněte uzdu své fantazii s doménami šitými na míru Vašemu podnikání (.shop, / .sarl / .games...).

- **2. Vyberte si webhostingový balíček s výkonem odpovídajícím předpokládané datové zátěži Vašich stránek.**
 - Webhosting je prostor umožňující uveřejnění webových stránek na internetu za stanovenou cenu.
- **3. Zvolte redakční systém (CMS) a nainstalujte ho jediným kliknutím.**
 - Redakční systémy nabízejí intuitivní rozhraní pro tvorbu dynamických a responzivních webových stránek.

Proces zpracování pomocí šablony a CMS systému



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- 4. Proved'te konfiguraci svého webu. V případě potřeby přidejte některé z volitelných rozšíření pro navýšení výkonu.
- 5. Přidávejte stránky a publikujte články pomocí nainstalovaného redakčního systému.

The screenshot shows a CMS editor interface for a blog post. The browser address bar shows "bydleni-hrou.cz". The page title is "Průhled příspěvků" and the article title is "Pronájem přes Airbnb, jaká pro a proti?". The editor includes a rich text editor with various formatting options (bold, italic, link, etc.) and a sidebar with navigation options like "Přidat příspěvek", "Přehled příspěvků", "Rubriky", "Média", "Stránky", "Komentáře", "Vzhled", "Pluginy", "Uživatelé", and "Nástroje". The main content area contains the text: "Sdílená ekonomika je trendy, dokonce už oslovila i starší generaci. V novinách a televizi neustále čteme o službách jako je Airbnb a další. Proč a jak sdílené ubytování funguje? A jaká jsou pro a proti?". Below the text is a small image of a house in Prague and a table with columns for "Termín", "23.09.2016", "25.09.2016", and "1 host". The right sidebar contains publication settings, including "Publikovat", "Stav: Publikováno", "Viditelnost: Veřejné", "Starší verze: 6", "Publikováno: 19.9.2016 @ 10:00", and "Rubriky" with a list of categories like "Desing bydlení", "Nezafazněné", "Počítujeme si bydlení", and "Vybavení domácnosti".

- Návodů na tvorbu webu pomocí šablon je na internetu mnoho a jednoduchou instalaci zvládne téměř každý.
- Pokud je projekt webové stránky větší, je dobré minimálně spoléhat na odborné konzultace případně přenechat celé nastavení na externí agentuře či nezávislému webovému designérovi.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

<https://www.harrys.com/en/gb/>

SHRNUTÍ PŘEDNÁŠKY

- Krok po kroku jsme představili proces tvorby webu na míru s pomocí specializované agentury nebo studia.
- Vysvětlili jsme si jak provádět analýzu konkurence a analýzu klíčových slov.
- Popsali jak se vytváří informační architektura webu a k čemu nám pomáhá zpracování wireframu.
- Vysvětlili jsme proces zpracování pomocí redakčního systému.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkuji za pozornost.