

# Webová stránka jako efektivní způsob komunikace s klienty a zaměstnanci

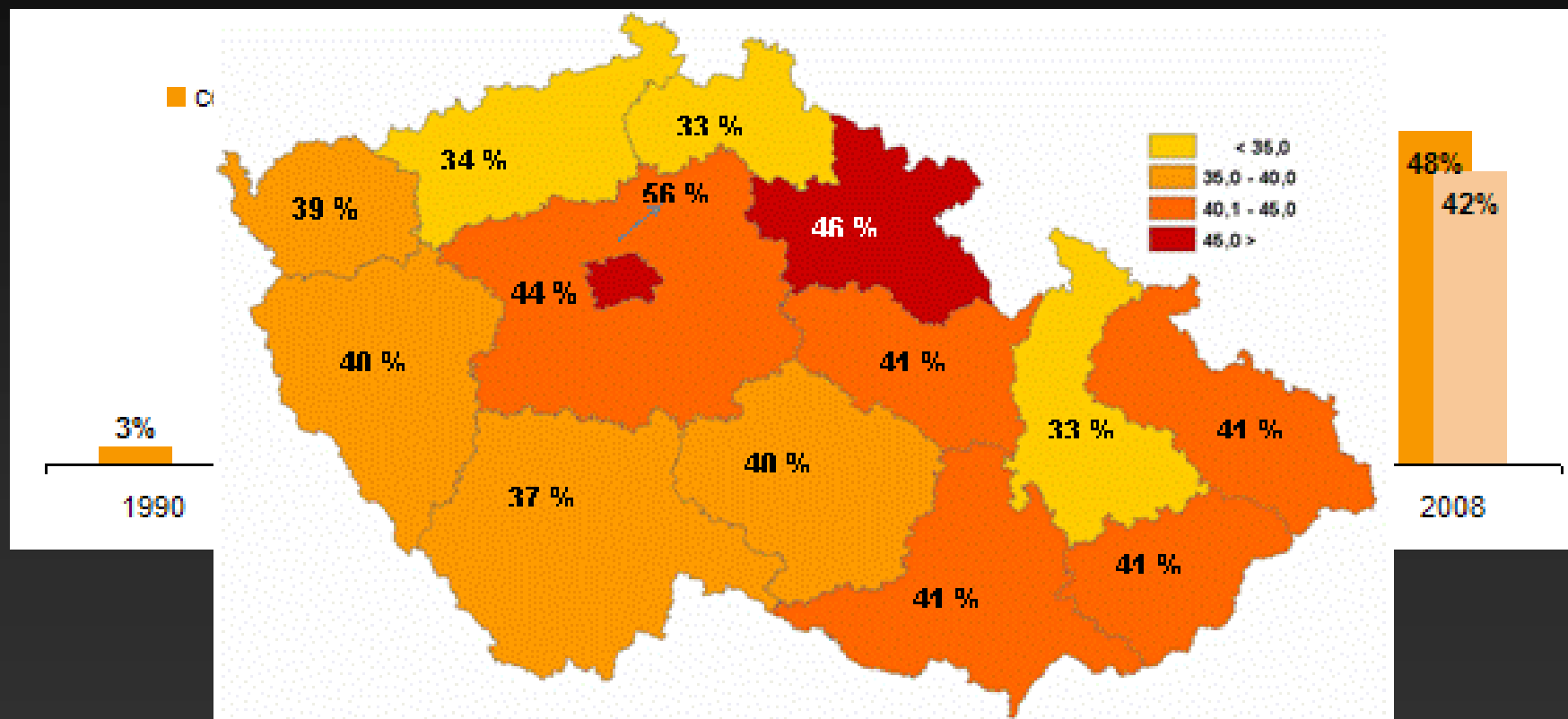
Konference e-time 2009



Vypracoval: Ing. Bc. Václav Nádvorník  
Katedra Informatiky,  
VŠMVV Praha  
2009



# Uživatelé internetu v roce 2009



Mapa vývoje uživatelů internetu v ČR



# Klíčové skupiny uživatelů webu

- Cílové skupiny návštěvníků školního webu
  - Stávající žáci a jejich rodiče
  - Zaměstnanci
  - Budoucí žáci a jejich rodiče
  - Úředníci a jiní kontroloři
  - Náhodní návštěvníci
- Cílové skupiny firemního webu
  - Stávající zákazníci
  - Zaměstnanci
  - Budoucí zákazníci
  - Náhodní návštěvníci

Kde je tedy rozdíl?



# Kritéria kvalitní webové prezentace

- Aktuálnost
- Přehlednost
- Snadnost doplňování - odpovědnost za rubriky
- Snadnost orientace - dodržování standardů
- Grafická přitažlivost
- Dostupnost na portálech, SEO
- Návštěvnost



# Webová prezentace www.londynska.cz

## Kalendář školních akcí - zadávání akce

Datum:  Třída:   poznámka

Pro zadání času odchodu a příchodu musíš použít DVOJTEČKU jako ve výkazech práce.  
Například 13:15 nebo 9:00

Začátek akce (odchod ze školy):

Konec akce (příchod do školy):

Doprovod nebo ped. dohled:

**Text:**

OK

Nic nezadávat

- Informace
- Práce žák
- Dokumen
- Plán škol
- Pro budou
- Vzdělávac
- Týdenní p
- Školní akc
- Kroužky
- Školní dru
- Fotogaleri
- Projekty
- Domácí ú
- Plány výu
- Školní čas
- Školská ra
- Školní par
- Školní jíde
- Kontakty
- Zobraz vš

dne

o den

nice -

olková

itelů l.  
uč.

řídách

C.  
C.  
C.  
C.  
C.

C.

dání

# Jak skutečně používáme web

*Proč jsou věci vždy na posledním prohledávaném místě?  
Protože jakmile je najdeš, přestaneš s hledáním.*

*Dětská hádanka*

- **Stránky nečteme, ale prohlížíme. Proč?**
  - Obvykle máme naspěch
  - Víme, že nepotřebujeme číst vše
  - Jsme v tom dobří. (Často si jen prohlížíme věci)
- **Neprovádíme optimální výběry, ale děláme kompromisy**
  - Uživatelé neprocházejí všechny možnosti, vybírají „první rozumnou volbu“
- **Nebádáme nad tím, jak věci fungují, jednoduše to „nějak uděláme“**
  - Kolikrát uživatel napíše adresu www do vyhledávače?
  - Nalezneme - li jedno řešení, držíme se ho jako... .



# Návrh webové stránky je jako návrh billboardu

- Když předpokládáme, že uživatelé pouze náš web proletí, pak:
  - Na každé stránce dodržujte jasnou strukturu.
  - Využívejte zvyklosti.
  - Rozdělte stránky na jasně definované oblasti.
  - Snažte se, aby bylo zřejmé, na co je možné klepnout
  - Minimalizujte šum



# Vynechejte zbytečná slova

*Zbavte se poloviny slov na každé stránce, a potom se zbavte poloviny toho, co zbylo.*

*Třetí Krugův zákon použitelnosti*

- Sníží se hladina šumu na stránkách
- Užitečný obsah bude nápadnější
- Stránky budou kratší a uživatelé uvidí víc, aniž by se museli posouvat.



# Použitá literatura

BLAŽKOVÁ, M. Jak využít internet v marketingu : krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti. 1. vyd. Praha : Grada., 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095-1.

NEUMAJER, O. Budujeme školní web. 1. vyd. Brno : CP books, 2005. 133 s. ISBN 80-251.0612-8.

NÁDVORNÍK, V. Metodika tvorby školní webové prezentace : [bakalářská práce]. Praha : Pedagogická fakulta UK, 2008. 52 s. - CD ROM.

NIELSEN, J., TAHIR, M. Použitelnost domovských stránek. 1. vyd. Brno : Zoner software, 2005. 323 s. ISBN 80-86815-18.8.

PLOTĚNÝ, L. Budování úspěšného firemního webu. 1. vyd. Praha : BEN, 2005. 127 s. ISBN 80-7300-173-X.

Použitelnost webu [online]. c2005 [cit. 2009-04-20]. Dostupný z WWW:

<<http://www.adaptic.cz/znalosti/pouzitelnost-webu.htm>>.

STUHLÍK, P., DVOŘÁČEK, M. Reklama na internetu. 1. vyd. Praha : Grada, 2002. 226 s. ISBN 80-247-0201-0.

**Za pozornost děkuje: Václav Nádvorník  
nadvornikv@vip-vs.cz**

