



WEB TOP 100 2007

Co také ukázalo hodnocení

Dana Bérová

- pořadí i přehled oborových žebříčků z předchozích 2. ročníků najdete na <http://www.webtop100.cz/zebricky/archiv-2006> a <http://www.webtop100.cz/zebricky/archiv-2005>
- Nové kategorie E-shop, Cestovní ruch a Potravinářství a gastronomie
- nový způsob hodnocení a vyšší počet porotců - v porotě celkem 40 osob, každý web tak ohodnotilo minimálně 9 lidí z různých hledisek

- + přibývají weby reflektující marketingovou komunikaci**
- + rozšiřuje se oblast zobrazovaných informací**
- + je patrná snaha o skutečnou interaktivní komunikaci se zákazníkem**
- + některé texty konečně berou v úvahu pohled zákazníka**

- **web stále jen podpůrný komunikační prostředek**
- **nedostatek emocí**
- **nekvalitní texty**
- **nadužívání efektů a multimedialních prvků**

- + rostoucí úroveň webdesignu renomovaných studií**
- + dobrá identifikace stránek prostřednictvím loga**
- nedostatečné odlišení nadpisů**
- příliš mnoho informací v omezeném prostoru**

- + většina webů na velmi dobré úrovni
- + kvalitnější titulní strany, co nejsou jen přebalem
- na každém webu je pár drobných chyb
- nefunkční doplňující adresy, složitá přesměrování
- řemeslné nedostatky

- + roste počet „použitelných“ webů
- + titulní strany – výkladní skříně webu
- nezvládnuté interní vyhledávání
- malý důraz na intuitivní ovládání internetových stránek

- **Všechny přihlášené weby byly vážně dobré 😊**
- **Chytré využívání faktů a emocionálních informací**
- **Důraz na obchodní stránku, méně technických informací**
- **Budoucnost je ve fotografiích a obrazových podkladech**

- **Tradičně dobra informační úroveň a technická kvalita**
- **Weby velkých korporátních dodavatelů jsou někdy nesrozumitelné**
- **Stále je problém s vyhledáváním a mapou stránek, občas pokulhává jazyková úroveň textů**

- Největší pokrok ve srovnání s minulým ročníkem
- Většinou dostatečné informace a pomocné nástroje
- Dobrý přehledný design a dostupnost potřebných údajů

- Tvůrci webů opravdu přemýšlejí co chtějí dosáhnout
- Přehledné podání informací
- Méně je ale někdy více – je třeba vybírat co a jak podrobně zveřejňovat
- Občas nízká srozumitelnost sdělení
- Zbytečné dělení zákazníků na soukromé a firemní

- Má to být informační web nebo prezentace podporující image instituce?
- Opět špatné vyhledávače – při hledání dopravních spojení to ale vážně vadí
- Moderní nástroj prezentace by tradiční podniky mohly pro postupnou změnu vnímání využít mnohem lépe

- **Dobrá home page je základ úspěchu**
- **Často chybí výroční zprávy a informace o hospodaření podniků**
- **Katalogy služeb a výrobků jsou mnohem přehlednější než dřív, uživatel se jen občas potýká s terminologií**

- **Těžké postavení -zákazníci jdou na web když mají problém**
- **Nově dostatek informací ze zkulisí firem**
- **Snaha o interaktivní komunikaci a hru**
- **Dobře zpracované „zelené oblasti“ – úspora energie, ekologické aktivity**

- Rychle přibývají opravdu dobré weby, kterým není co vytknout
- Velké zlepšení designu i obsahu
- Objevují se i hravá a kreativní řešení, co se neberou tak vážně
- Weby jsou pevnou součástí podpory prodeje zboží a služeb

- **Vysoká úroveň informační stránky webů**
- **Dobrá práce s aktualitami**
- **Podrobné informace jak postupovat v jednotlivých situacích**
- **Chybí více jazykových mutací**

- Dobře zvládnuté všechny základní předpoklady funkčních webů
- Konečně dostupné i kontaktní údaje, certifikované obchodní podmínky a objednávkové procesy
- Prostředí čekých e – shopů je kultivované
- I tady se občas objeví problémy s použitelností

- **Kdo umí ocenit význam webu jako součásti firemní komunikace má v tomto oboru náskok**
- **Obor umožňuje značnou kreativitu a skutečné odlišení od konkurence a na webech je vidět, že to funguje**

- **Kvalita webů především v oblasti technické úrovně a designu roste stále velmi dynamicky**
- **Tvůrci se naučili volit potřebnou míru informací a jejich strukturu**
- **Velké možnosti jsou ve využití celého marketingového potenciálu webů a interaktivní komunikace se zákazníky**