

Budete šetřit, nebo nakupovat?

Nová podoba webového magazínu o financích a nový internetový obchod jsou dalšími novinkami, se kterými vás seznámíme ve volném seriálu o zajímavých webech českého internetu.

MĚŠEC

(www.mesec.cz)

OBSAH

Webový magazín o financích Měšec se na internetu objevil 8. ledna 2001 a jeho autoři se nikdy netajili tím, že je určen především laické veřejnosti. Cílovým čtenářem zde vždycky byl člověk, který často řeší otázky týkající se toho, kam uložit peníze, kde si půjčit, jak ušetřit na daních, jak získat od státu co nejvíce apod.

Nová verze Měšce nepřinesla jen změnu grafické podoby a úspornější kód stránek, ale i řadu nových funkcí. Většina z nich je však vázána na registraci. Na druhou stranu ale svůj uživatelský účet můžete využít i na webu Slunečnice nebo u služby wAudit (o této službě se dočtete na jiném místě časopisu).

Nejzásadnější novou funkcí je Hlídač. Pomocí této funkce získáte informace o vámi vybrané bance, pojišťovně či jiné finanční instituci přesně ve chvíli, kdy budou údaje aktualizovány na serveru. Pohlídat si můžete dát také produkty nebo celé oblasti svého zájmu.

Měšec se snaží vybudit návštěvníky k diskusím, o čemž svědčí nejen skutečnost, že na titulní stránce přibyl seznam nejživějších diskusí, ale i možnost vyjádřit svůj názor k jednotlivým produktům (zejména bankovním a pojišťovacími) a k finančním institucím. Pokud nepatříte mezi vášnivě diskutéry, ale raději výměny názorů jen sledujete, můžete se nyní dát upozorňovat na nové příspěvky ve vybraných diskusních fórech.

Autoři Měšce přidali ke stávajícím on-line kalkulačkám i některé nové – Výpočet daně z převodu nemovitostí, Výpočet daně darovací, Výpočet dědické daně atd. Návštěvníci mají nově také možnost ptát se ostatních čtenářů na radu v životních situacích (po necelém měsíci provozu této novinky to však zatím vypadá, že poradit nepotřebuje nikdo).

NAVIGACE

Potvrzením zaměření Měšce na praktické potřeby laické veřejnosti je skupina čtyř zvýrazněných odkazů (Vyberte si banku, Zařídte si bydlení, Ušetřete na daních, Jak nejlépe spořit), umístěných v horní části titulní stránky. Ještě výše má své místo hlavní menu. Mnoho odkazů z tohoto menu vede na stránku, kde je ke zvolenému tématu (běžné účty, stavební spoření apod.) soustředěno to nejdůležitější z článků, on-line kalkulaček, žebříčků nebo zákonů.

GRAFIKA

Web je dílem dvorního webdesignéra společnosti Internet Info Adama Haunera, a tak má Měšec stejně jako Lupa, Palmserver nebo Slunečnice poměrně konzervativní design. Grafická podoba bez zbytečných kudrlinek neupoutává pozornost a o to více se návštěvníci mohou soustředit na obsah.

RODNÝ LIST WEBU

Tvůrce a provozovatel: Internet Info, s. r. o.

Použité technologie: HTML, CSS, PHP, JavaScript, Perl

Doba realizace: 5 měsíců

Datum spuštění nové verze: 7. červenec 2003

Hosting: CeCom

TEMATICKY PODOBNÝ WEB

Peníze.CZ (www.penize.cz)

Nejsilnější zbraní webu Peníze.CZ oproti ostatním finančním serverům je vlastní kvalitní zpravodajství a vysoká interaktivita. Kvalitu článků webu Peníze.CZ potvrzuje titul Finanční novinář roku 2003 v oblasti internetových médií, určený jednomu z redaktorů magazínu. Vedle čtivého zpravodajství a kvalitního poradenství na on-line prodej finančních produktů nabízí web Peníze.CZ také řadu zajímavých nástrojů. Za všechny jmenujme alespoň službu Portfolio, umožňující sledovat on-line vlastní investice do podílových fondů a akcií. Jednu z novinek webu Měsíc – možnost přidávat své názory nejen ke článkům, ale i k jednotlivým finančním produktům – obsahuje web Peníze.CZ již delší dobu.

NÁKUPNÍ DŮM

(www.nakupni-dum.cz)

OBSAH

Provozovatelé internetového obchodu Nákupní dům by rádi zúročili své zkušenosti z vedení stávajících e-shopů Bílý dům, Audio-video nebo PC Megastore, a tak se snaží internetovou veřejnost nalákat na nákup různých druhů zboží „pod jednou střechou“. Sortiment je v novém obchodě rozdělen do oddělení Domáci spotřebiče, Elektronika, Foto, Počítače, Kancelář, Klenoty a Zdraví a krása. V plánu jsou ještě sekce Nábytek, Knihy, Hudba a Film.

Jak již bylo řečeno, provozovatelé obchodu Nákupní dům nejsou na webu žádnými nováčky, a proto dobře vědí, že v záplavě elektronických obchodů nestačí zaujmout jen širší sortimentu, ale je potřeba nabídnout něco, co se málokde vidí. Pokud tyto neotřelé funkce navíc souvisí s cenou, tím lépe. A to je právě případ nabídky Snížit cenu, kterou naleznete u každého zboží. Pokud totiž najdete stejný výrobek u konkurence za nižší cenu, stačí uvést název obchodu a provozovatelé Nákupního domu se zavazují dodat výrobek za tuto nižší cenu.

Další zajímavou funkcí je Zlatá schránka. Po prvním nákupu se vám pod předmětným odkazem bude zobrazovat každý týden deset nových položek za velmi zajímavé ceny.

Princip nakupování v Nákupním domě se nijak neliší od předních tuzemských e-shopů. Existuje několik možností, jak si zboží objednat (telefon, fax, e-mail, on-line formulář) nebo jak za zboží zaplatit (dobírka, bankovní převod, eBanka, GSM banking).

NAVIGACE

K nalezení požadovaného zboží vedou dvě cesty. Buď můžete procházet jednotlivá oddělení Nákupního domu (kombinací horního menu a menu v levé části stránky), nebo můžete použít fulltextového vyhledávání. Pokud neznáte přesný název výrobku, zkuste rozšířené hledání podle parametrů nebo podle výrobce.

Vyhledávání podle parametrů však pro vás bude zklamáním v případě, očekáváte-li možnost zadat kupříkladu u televizorů požadovanou velikost úhlopříčky, kvalitu zvuku (mono/stereo) nebo obnovovací frekvenci (50/100 Hz). U každého sortimentu je totiž formulář stejný a nabízí možnost filtrace jen podle popisu zboží, výrobce nebo ceny.

GRAFIKA

Tvůrci obchodu se nakupujícím snažili usnadnit pohyb mezi virtuálními regály barevným rozlišením jednotlivých oddělení nebo graficky propracovanými ikonkami. Bohužel však toto štěstí neměly všechny ikonky – například animovaný zlaták otáčející se u odkazu Snížit cenu vypadá velmi lacině (nebyl-li to ovšem naopak záměr).

RODNÝ LIST WEBU

Tvůrce a provozovatel: WebSystems, s. r. o.
Použité technologie: HTML, CSS, PHP, Javascript
Doba realizace: 3 měsíce
Datum spuštění: 5. květen 2003
Hosting: Globe Internet

TEMATICKY PODOBNÝ WEB

Obchodní dům (www.obchodni-dum.cz)

Zavedený e-shop Obchodní dům zde není uveden náhodně. Nákupní dům se totiž Obchodnímu domu nepodobá jen jménem či rozsahem nabízeného sortimentu, ale jistá shoda se dá vystopovat i v podobě titulní stránky nebo ve způsobu sepsání nápovědy. Soustředme se proto především na možnosti Obchodního domu, které bychom na webu Nákupního domu hledali marně.

U většiny položek je tu cena uvedena ve čtyřech hladinách. Konečná cena tedy závisí na tom, v jaké cenové hladině má zákazník právo nakupovat, přičemž postup do výhodnější kategorie si lze zajistit buď častými nákupy, nebo zaplacením příslušného poplatku (čas od času je veškeré zboží prodáváno za ceny z nejuvýhodnější kategorie). Předností Obchodního domu je rozvážka zboží vlastními vozy (bez využití spedičních firem) nebo vizuální průvodce, který vás názorně provede registrací, vyhledáním nebo objednáním zboží.

NÁZOR PROFESIONÁLNÍHO WEBDESIGNÉRA

MĚŠEC

Navigace je řešena pomocí primárního vodorovného menu, které má jasné a srozumitelné členění. Sekundární menu je umístěno v levém sloupci, který obsahuje krátké komentáře k jednotlivým položkám. Struktura hlavních kapitol je obdobná a usnadňuje orientaci a vyhledání informací. Hlavní navigační lišta sice obsahuje roletové menu, což může působit problémy v některých minoritních prohlížečích, ale v celkovém počtu návštěv to bude zanedbatelné číslo. Design Měšce působí trochu starším dojmem, ale je dobře provedený a barevně sladěný. Rozhodně dobře plní funkci odlišení od svých konkurentů. Díky jednoduchosti designu jsou všechny informace dobře čitelné a přehledné, což se o konkurenčních portálech vždy říci nedá. Design Měšce je velmi dobře uzpůsoben i pro uživatele, kteří používají jiné nastavení velikosti písma. Měšec zůstává přehledný a nedojde k žádnému výraznému narušení designu. Z pohledu validity kódu (HTML 4.01 Transitional) je možné říci, že Měšec je na tom velmi dobře. Na druhou stranu jsou na serveru viditelné některé drobné chyby související s použitím již zmíněného roletového menu (roletka se nerozbalí v nejvyšší vrstvě, ale pod objektem). Informace na Měšci jsou řazeny a zpracovány velmi přehledně, což je pro informační server zcela klíčové. Uživatel se může na serveru snadno orientovat a nalézt požadované informace. K lepšímu komfortu uživatele by prospěla vyšší rychlost odezvy serveru.

NÁKUPNÍ DŮM

Ovládání je velmi přehledné a intuitivní. Skládá se ze dvou navigačních pruhů – první je věnován obecně platným informacím, druhý pruh člení nabídku do jednotlivých kategorií. Další informace jsou seřazeny přehledně v bočních sloupcích. Struktura je dobře rozvržená a jednoduchá, je snadné nalézt požadované informace, vybrat si a případně objednat zboží. Design je velmi jednoduchý a odpovídá současným představám o elektronickém obchodě, a to i přesto, že některé prvky barevně neladí (logo). Působí seriózním a tradičním dojmem, což se nedá říci o některých konkurentech. Na druhou stranu vůbec ničím neupoutá a je snadno zaměnitelný s podobnými obchody. Výhodou je grafické odlišení jednotlivých sekcí, které jistě pomáhá k lepší orientaci na serveru. Jinak přehlednost je silnou stránkou Nákupního domu a

značnou měrou přispívá k pohodlí nákupu. Řešení pomocí tabulek roztažených přes 100 % stránky nepovažuji za příliš vhodné, protože zbytečně mění design a uživateli nepřináší žádný užitek navíc.

Co se týče validity kódu (HTML 4.01 Transitional), má Nákupní dům dosti značné rezervy, vyskytují se i závažnější nedostatky a také obsahuje kupříkladu i-frame. Mezi možné slabé stránky patří i to, že se nevejde do rozlišení 800*600 bodů a špatně funguje pod Mozillou.

Celkově lze říci, že Nákupní dům se chová k uživateli velmi přívětivě, a to i přesto, že se tvůrci rozhodli zaměřit pouze na část internetové populace (rozlišení, prohlížeče). Struktura a navigace jsou velmi pohodlné a design odpovídající.

Ratibor Líbal, Actum, s. r. o.

Domovská stránka: www.actum.cz

Reference: Carrefour, Hyundai Motor, T-Mobile