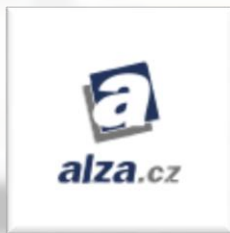


Projektový úkol uchazeče o pozici
„IT Ředitel“
ve společnosti Alza.cz a.s.



Petr Olšovský

Listopad 2018

Zadání projektového úkolu

1. Navrhněte modul ke sledování účinnosti bannerových kampaní

Bannery (reklamní proužky na webu) vedoucí do e-shopu se dají umísťovat na weby (seznam.cz, heuréka.cz, ...) na jednotlivé bannerové pozice. Každý web může mít několik bannerových pozic. Bannerové pozice a bannery jsou různě veliké (rozlišení v pixelech), banner lze umístit pouze do bannerové pozice stejné velikosti. Každá bannerová pozice stojí buď X Kč za den, nebo X Kč za proklik (je dáno na každé bannerové pozice). Oddělení internetového marketingu plánuje kampaně. Kampaň je rozmístění několika bannerů do bannerových pozic různých webů po určitou dobu. Zákazníci na daném e-shopu nakupují - vytvářejí zakázky. Každá zakázka u sebe nese informaci o tom, ze kterých bannerů zákazníci přišli a nakoupili, dále pak informaci o datu zakázky, ceně zakázky a marži zakázky.

- Namodelujte v UML modul, který bude řešit danou situaci a bude umět kampaně vyhodnocovat.
- Navrhněte datový model, přehled tříd a nakreslete GUI k formuláři zobrazující kampaň.

2. Vymyslete, jak automaticky určovat prodejní cenu zboží podle dat konkurence.

Jakým způsobem budete shromažďovat data a jak a kdy budete zjištěné informace aplikovat? Jak budete reagovat na nestálost ceny v čase? Co uděláte, když cena konkurence klesne pod Vaši nákupní cenu?

3. Prostudujte prosím důkladně e-shop alza.cz s ohledem na to, že máte za úkol identifikovat minimálně 4 výrazné nedostatky.

- Zdůvodněte, proč jste je vybral, a navrhněte konkrétní postup, jak je vylepšit/změnit.
- Uveďte klíčové důvody, které Vás vedly k tomu, že jste vybral právě tyto.

1. Návrh modulu ke sledování účinnosti bannerových kampaní – A.B.C.

Popis zadání

Bannery (reklamní proužky na webu) vedoucí do e-shopu se dají umisťovat na weby (seznam.cz, ...) na jednotlivé bannerové pozice. Každý web může mít několik bannerových pozic. Bannerové pozice a bannery jsou různé veliké (rozdílení v pixelech), banner lze umístit pouze do bannerové pozice stejné velikosti. Každá bannerová pozice stojí buď X Kč za den, nebo X Kč za proklik (je dáno na každé bannerové pozici). Oddělení internetového marketingu plánuje kampaň. Kampaň je rozmístění několika bannerů do bannerových pozic různých webů po určitou dobu. Zákazníci na daném e-shopu nakupují - vytvářejí zakázky. Každá zakázka u sebe nese informaci o tom, ze kterých bannerů zákazníci přišli a nakoupili, dále pak informaci o datu zakázky, ceně zakázky a marži zakázky.

Dílní otázky

- Namodelujte v UML modul, který bude řešit danou situaci a bude umět kampaň vyhodnocovat.
- Navrhněte datový model, přehled tříd a nakreslete GUI k formuláři zobrazující kampaň.

1.0 Software Lifecycle

Business analýza

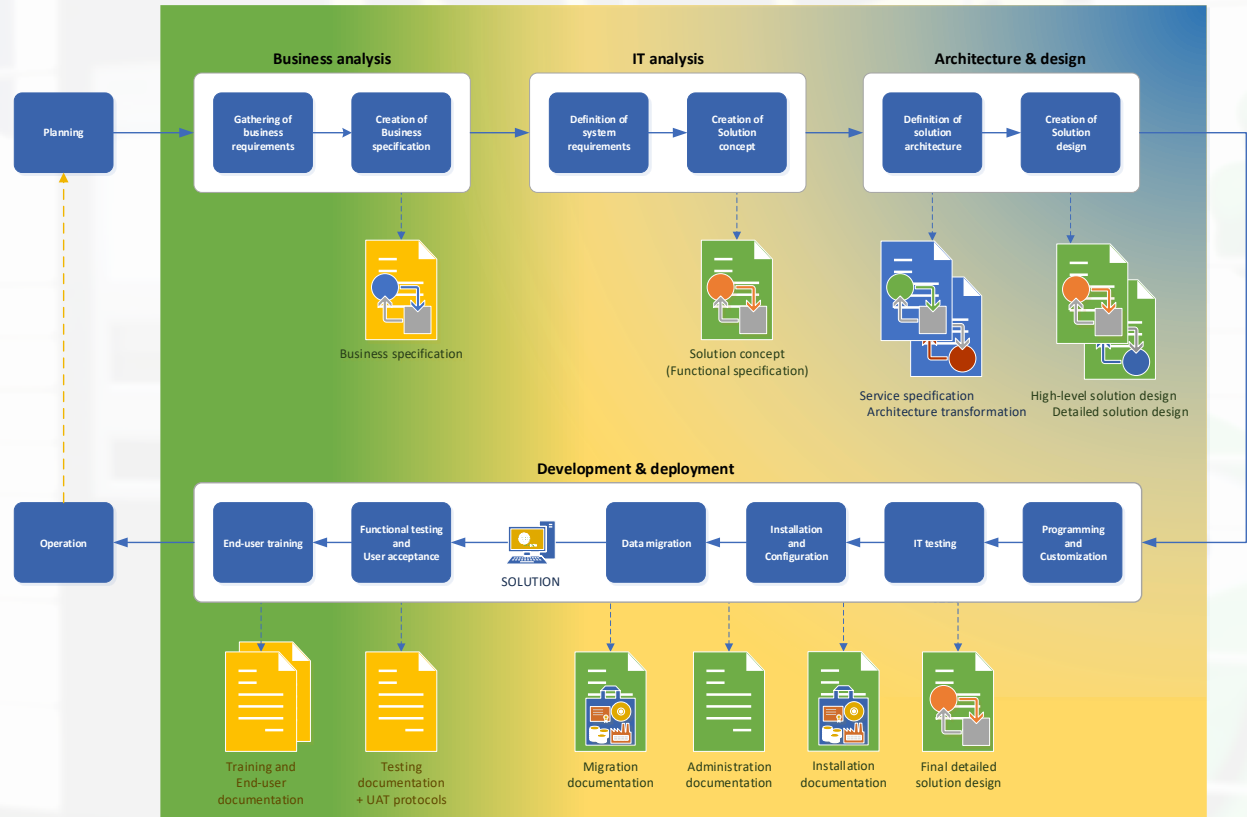
- ❑ Business specification
 - ✓ Textový popis změny

IT analýza

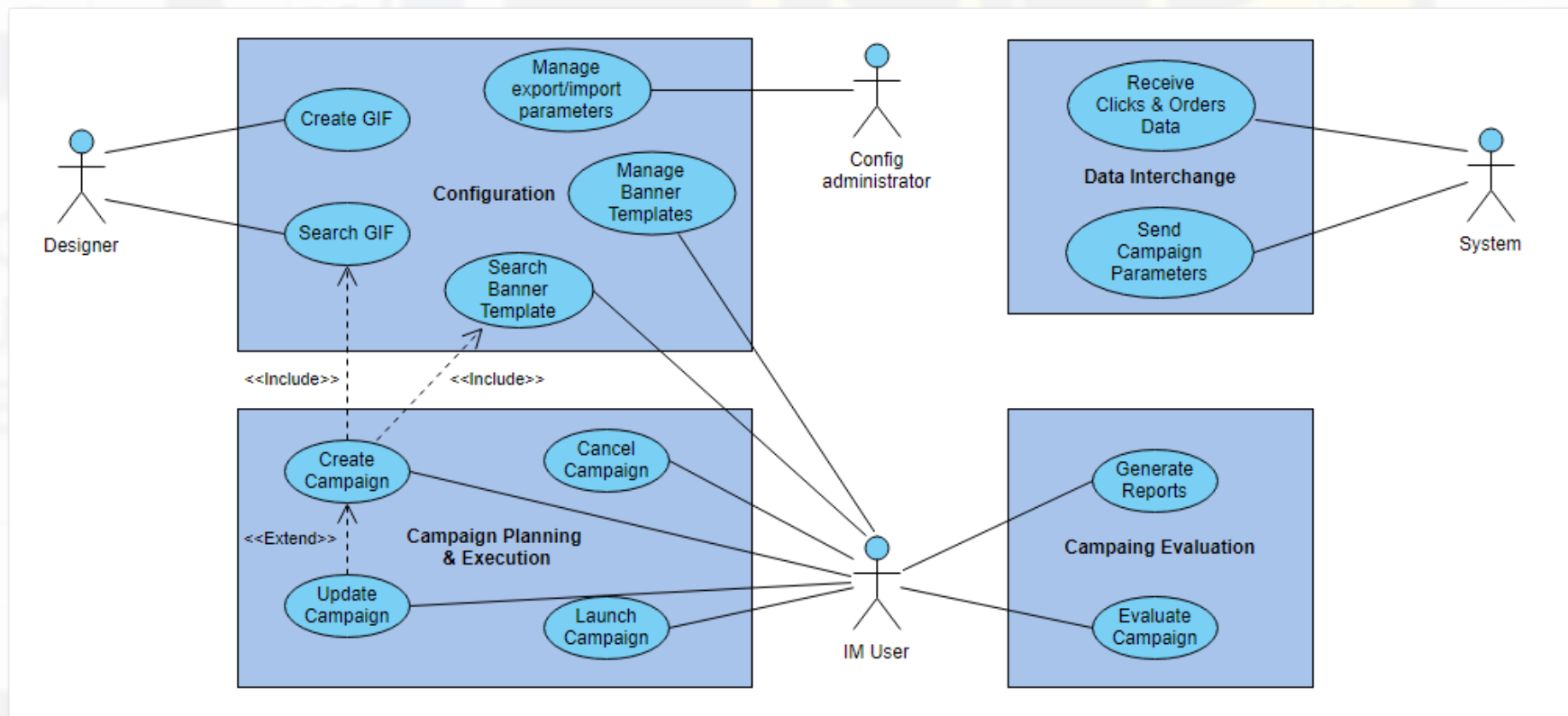
- ❑ Functional specification
 - ✓ Seznam požadavků
 - ✓ Popis procesů

Design

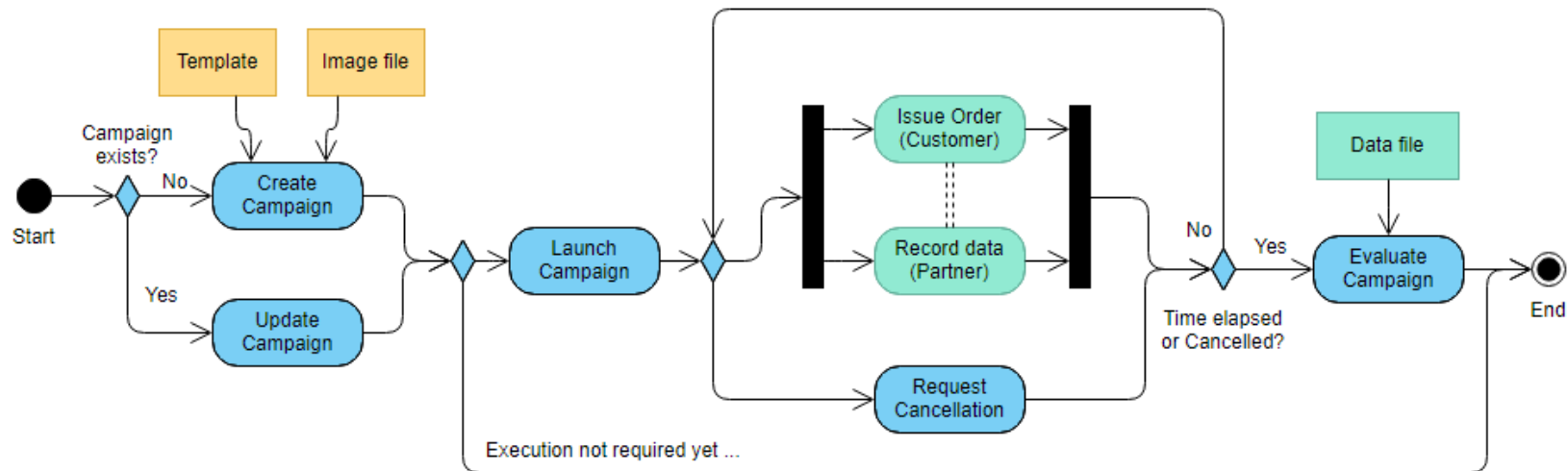
- ❑ Solution design (model)
 - Use case diagramy
 - Diagramy aktivit
 - Návrhy obrazovek
 - Komponentní diagramy
 - Diagramy tříd
 - Datový model
 - ...



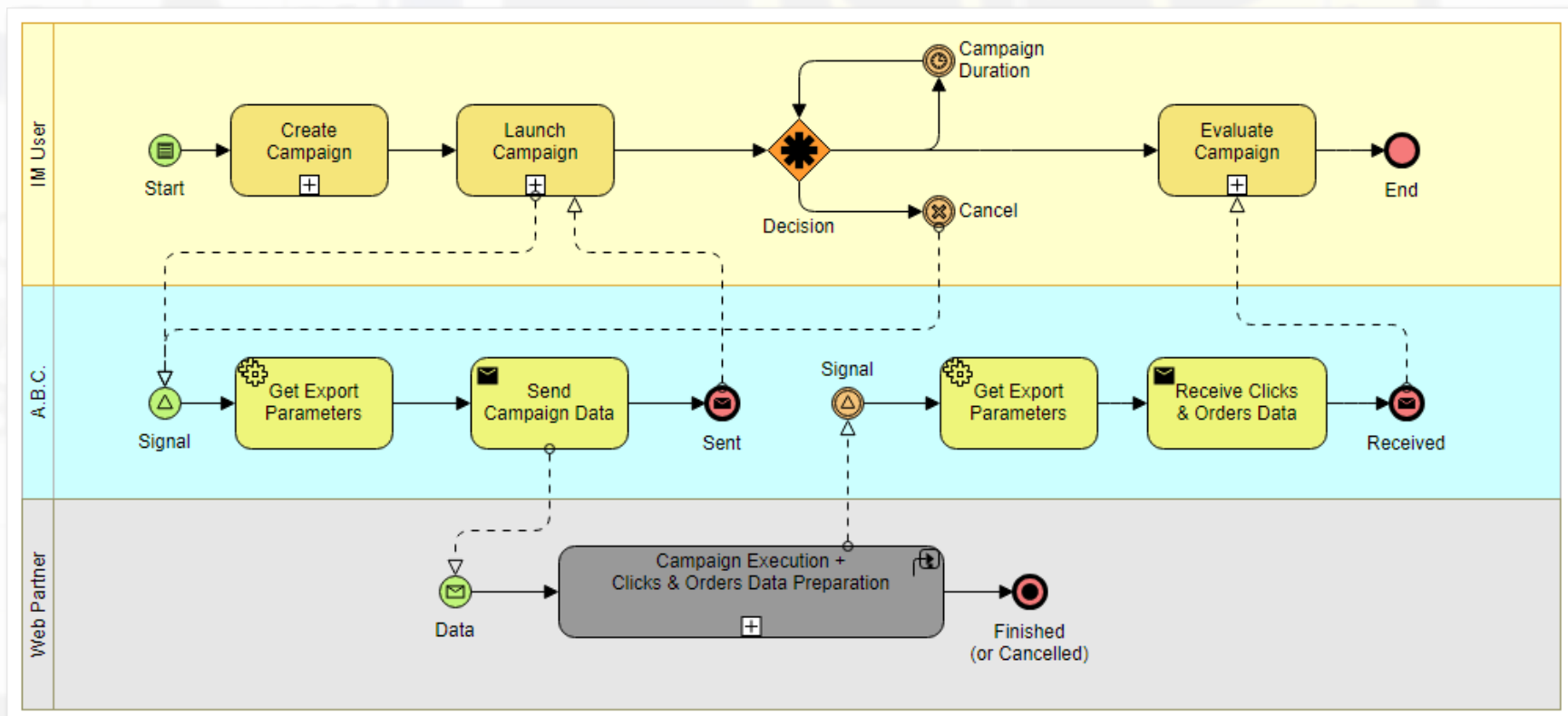
1.1 A.B.C. – Use Case Diagram



1.2 A.B.C. – High Level Activity Diagram



1.3 A.B.C. – Business Process Diagram (BPMN)



1.4 A.B.C. – Wireframe Diagram – Definition Screens

Banner Template Editor

Name

WWW

Width Height


Type Price (Kč)

Note

Enabled

Banner Image Editor

Name

Image 

Width Height

Note

Enabled



1.5 A.B.C. – Wireframe Diagram – Campaign Screen

Banner Campaign Editor

Name

Template

Image

Date from  Date to 


Banner Pos Status

Note

Banner Template & Banner Image Information


WWW Type

Width Height Price (Kč)

Image 

Banner Campaign Evaluation Results

Clicks Count	<input type="text" value="25 348"/>	Total Expenses (Kč)	<input type="text" value="2 155"/>	Total Margin (Kč)	<input type="text" value="5 890"/>
Orders Count	<input type="text" value="11 008"/>	Ratio	<input type="text" value="43,4 %"/>	Total Turnover (Kč)	<input type="text" value="35 003"/>
				Total Profit/Loss	<input type="text" value="+24,2 %"/>



1.6 A.B.C. – Wireframe Diagram – All Campaigns Overview

Campaign Filters

Status

Planning

Execution

Finished

Cancelled

Evaluated


Web page


all

Type

all

Date range (from - to)

// // 

// // 

Reset **Apply**

Name	Web	Banner	Status	From	To	Type	P/L
Christmas Campaign 001	seznam.cz	seznam.cz_720_	Execution	1/11/2018	31/12/2018	PPC	+24 %

Selected Campaign Detail Information

Name: Christmas Campaign 001

Template: seznam.cz_720_120_PPC

Image: 2018_Vánoce_CZ_001_720_120


Date from: 1/11/2018 Date to: 31/12/2018

Banner Pos: 4

Banner Template & Banner Image Information


WWW: seznam.cz Type: PPC

Width: 720 Height: 120

Image: 

Clicks Count: 25 348 Total Expenses (Kč): 2 155 Total Margin (Kč): 5 690

Orders Count: 11 008 Ratio: 45,4 % Total Turnover (Kč): 35 003 Total Profit/Loss: +24,2 %



Plan

Execute

Cancel

Evaluate

Close

Reuse of the 1.4 Campaign Screen



1.7 A.B.C. – Wireframe Diagram – Profit & Loss View (Example)

Banner Filters

Web page

Banner size (W x H)

Type

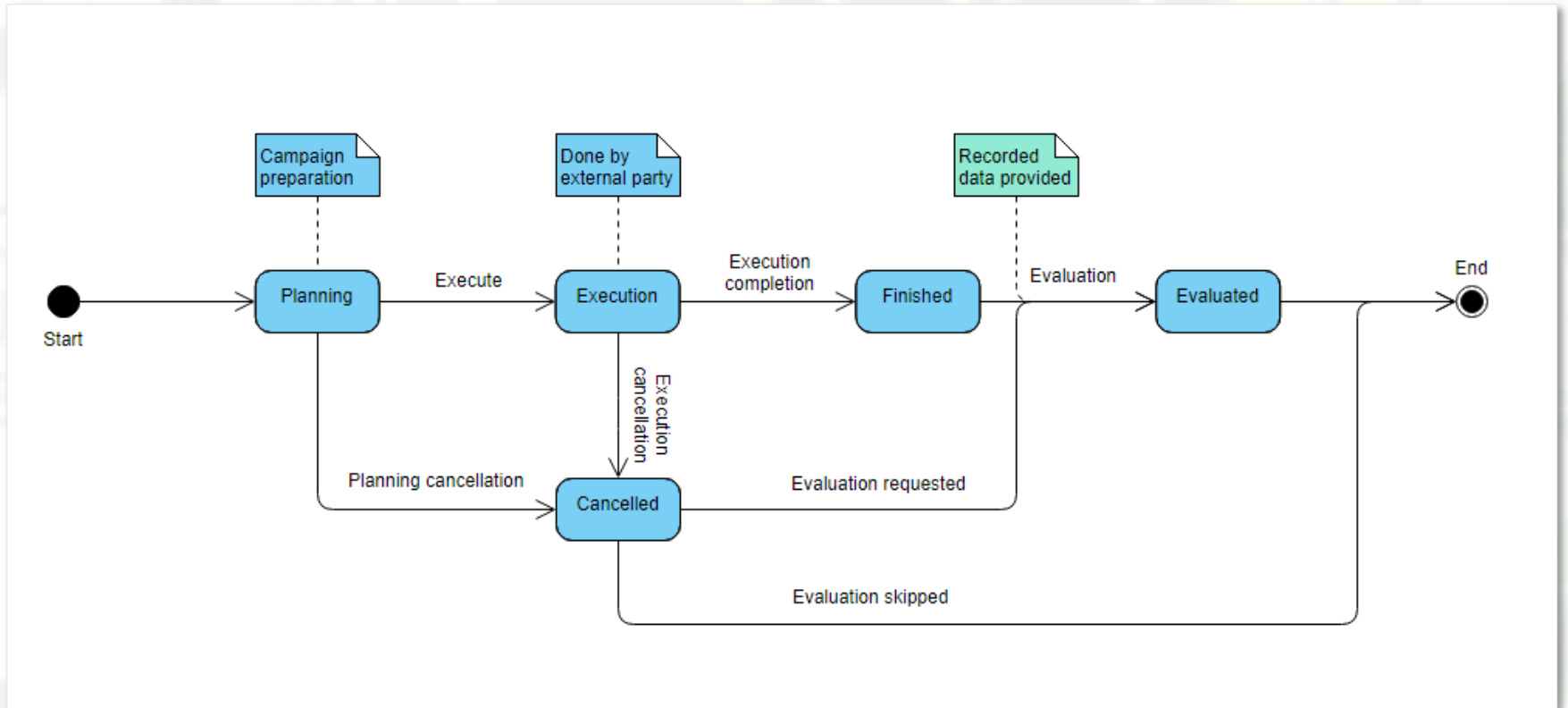
Date range (from - to)
 
 

Banner template	Type	Width	Height
heureka.cz_140_720_PPD	PPD	140	720
seznam.cz_600_150_PPD	PPD	600	150
zoznam.sk_400_100_PPD	PPD	400	100

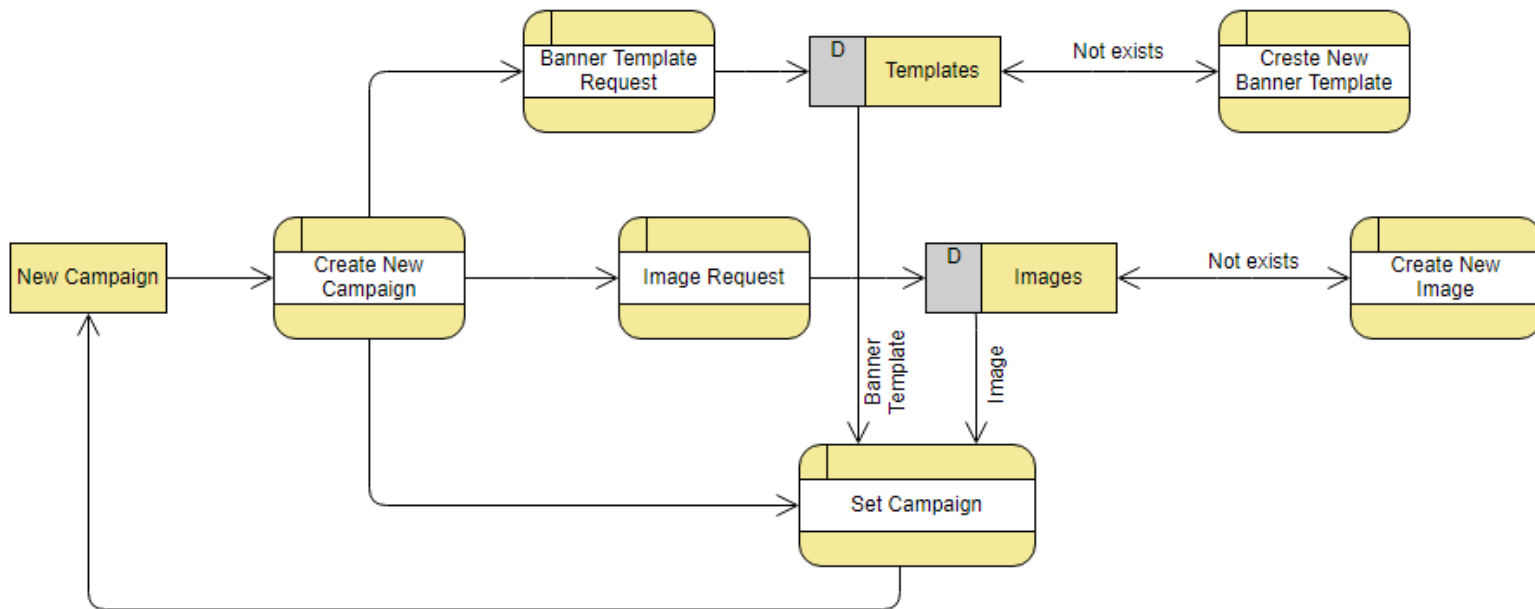
Selected Banner Campaign Results

Name	Web	Status	From	To	Type	P/L
Christmas Campaign 01	seznam.cz	Execution	1/11/2018	31/12/2018	PPC	+24 %
Christmas Campaign 02	seznam.cz	Execution	20/10/2018	1/12/2018	PPC	+29 %
Christmas Campaign 03	seznam.cz	Execution	20/10/2018	31/12/2018	PPC	+26 %

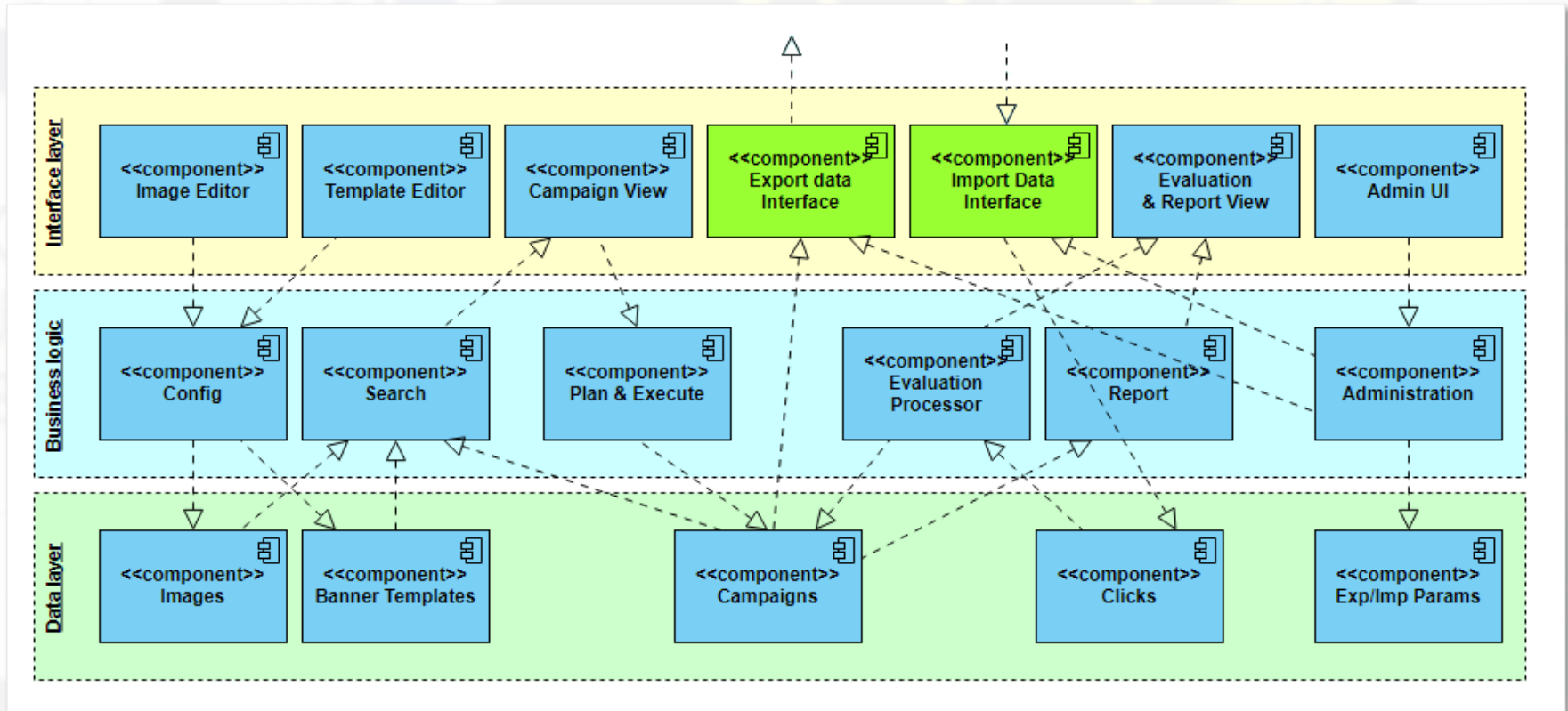
1.8 A.B.C. – State Diagram



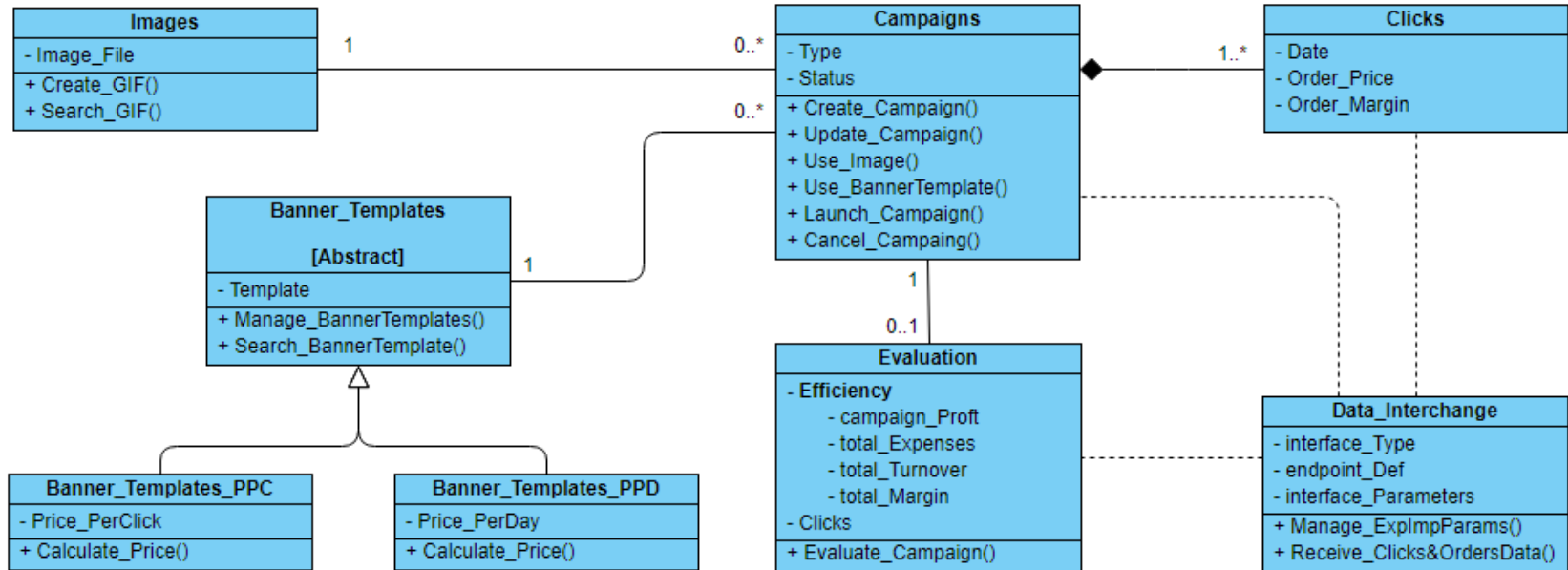
1.9 A.B.C. – Data Flow Diagram (Example)



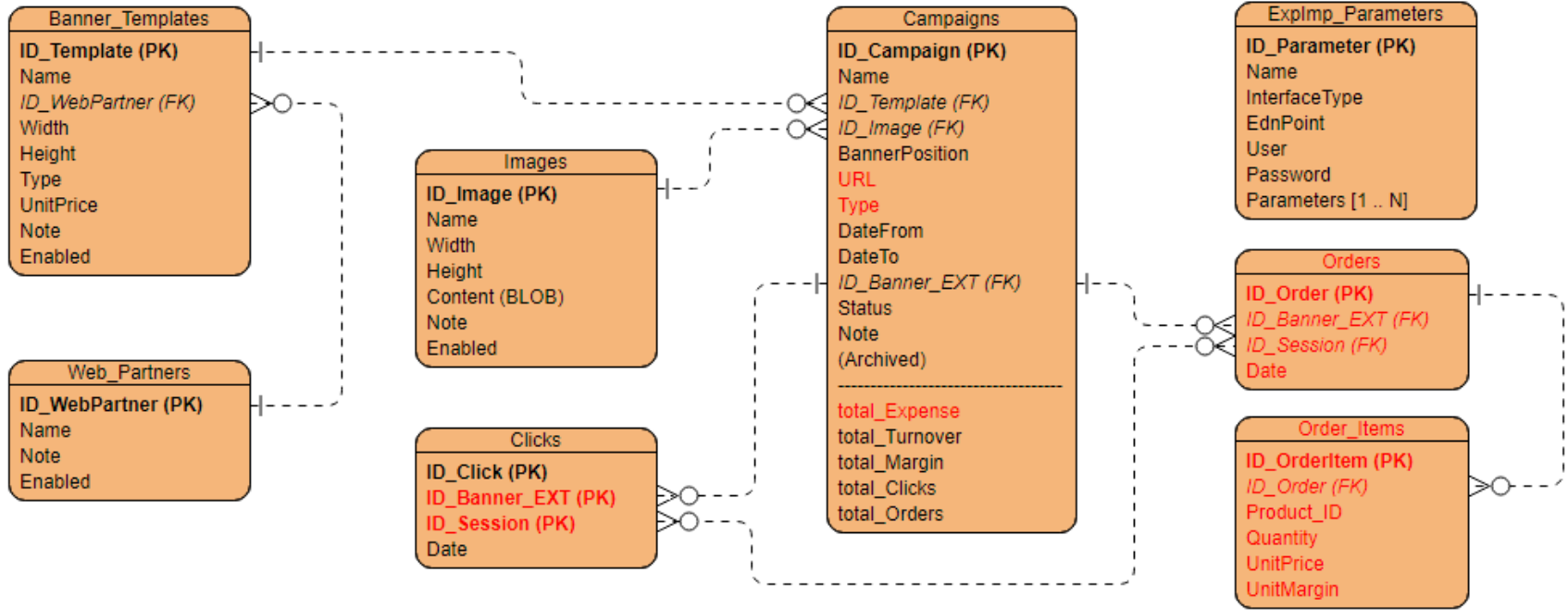
1.10 A.B.C. – Component Diagram



1.11 A.B.C. – Class Diagram

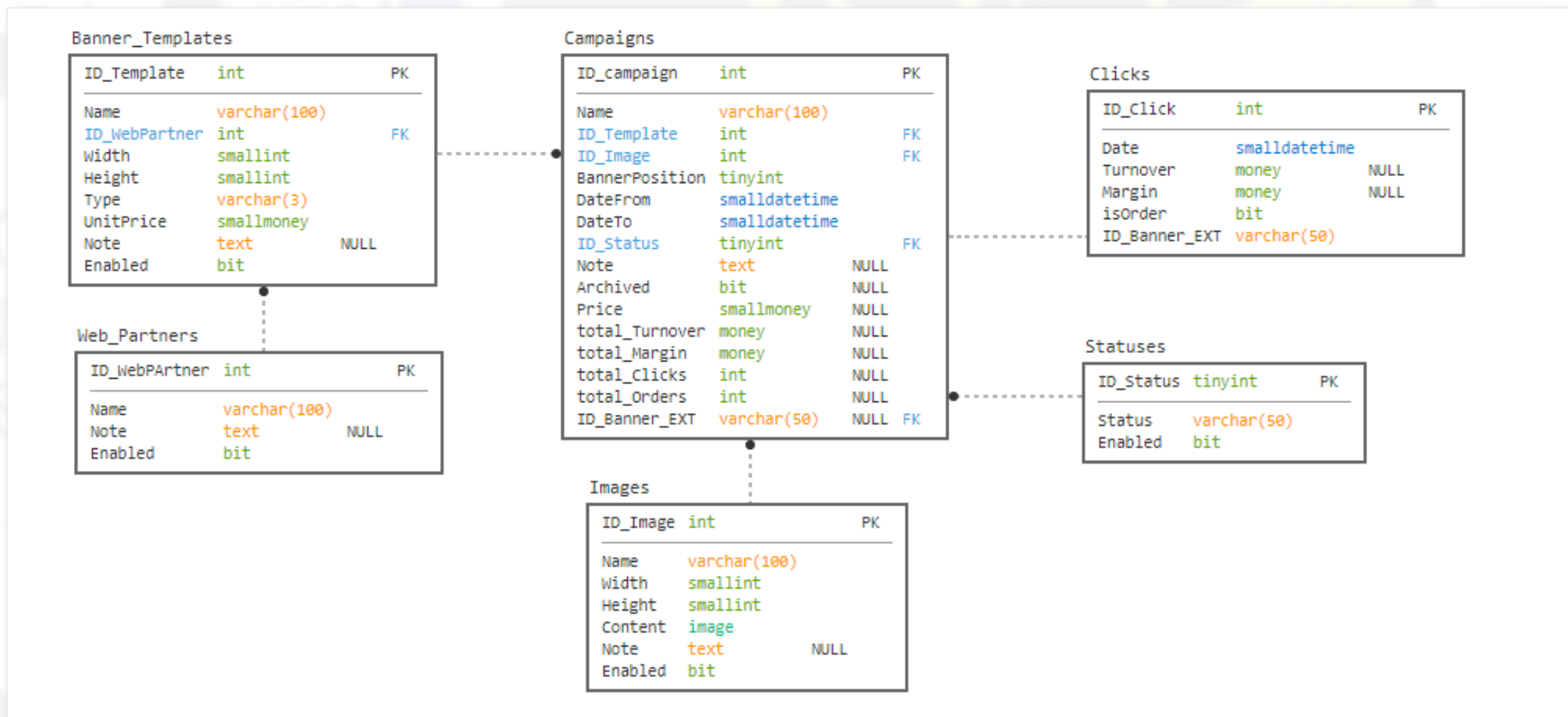


1.12 A.B.C. – Logical Data Model (ER Diagram)

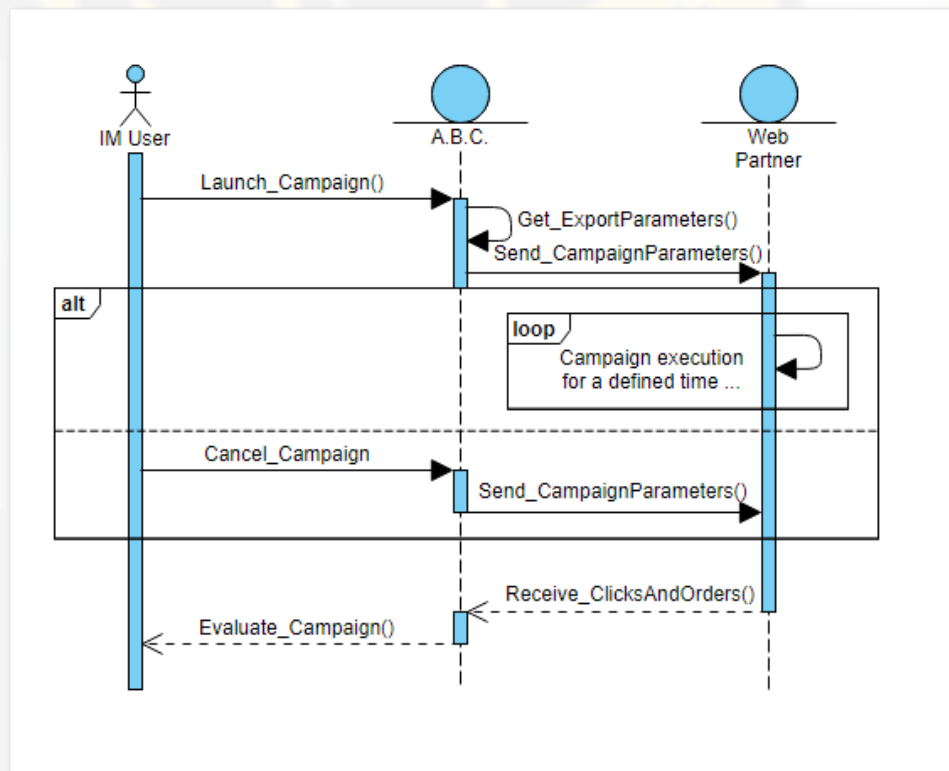


Modifications done after presentation day indicated by a text in RED

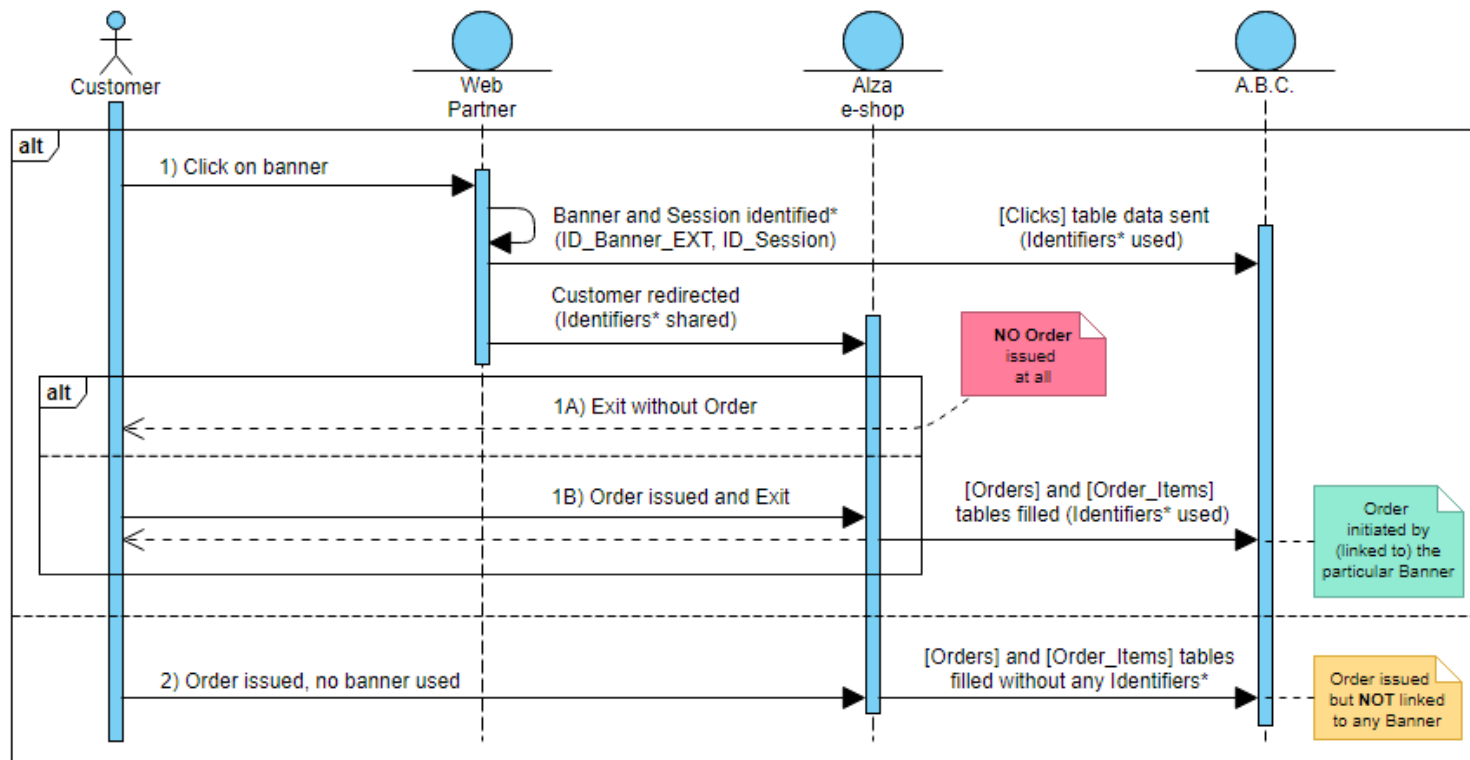
1.13 A.B.C. – Physical Data Model



1.14 A.B.C. – Sequence Diagram (Example)



1.15 A.B.C. – Sequence Diagram – Banner Campaign Execution / Orders



2. Automatické určování prodejní ceny zboží podle dat konkurence

Díličí otázky

1. Shromažďování dat
2. Aplikace zjištěných informací (jak a kdy?)
3. Reakce na nestálost ceny v čase?
4. Co udělat, když cena konkurence klesne pod nákupní cenu?

→ **ŠPANĚLSKÁ VESNICE** → Úvaha + zrychlené studování tématiky

2.1 Shromažďování dat

Zdroj dat o cenách zboží konkurence

- ➖ Přímá hromadná výměna dat (nesmysl, kartel)
- ➖ Poskytování dat neloajálními zaměstnanci (ilegální)
- ➖ Crawling stránek konkurence (výkonnost, DDoS)
- ➕ Manuální sledování stránek, fiktivní nákupy (výkonnost, čas)

Zbožové srovnávače („Zbožáky“)

- ❑ Heureka, Google nákupy, [Zboží.cz](#), ... Avast price add-on (?)
- ❑ EAN
- ❑ Jednosměrný XML feed (~12/day)
- ❑ Statistiky, anonymizované srovnání s konkurencí („Heureka [SortimentReport](#)“ 1/day)
- ❑ Přímá výměna dat (alliance, WS/SFTP)?

SortimentReport

Segment = název sekce na Heureka.cz

Kategorie = název kategorie na Heureka.cz

Jméno produktu = název produktu uvedený v XML souboru eshopu

Id produktu = unikátní označení produktu na Heureka.cz

Výrobce = název výrobce produktu

EAN = jednoznačné označení jednotlivých druhů zboží ve formátu EAN 13

Item ID = unikátní označení produktu v rámci eshopu

Vaše URL = odkaz na stránku s nabídkou daného výrobku v eshopu

Heureka URL = odkaz na stránku produktu s porovnáním cen ostatních eshopů

Eshopů prodávajících produkt = počet eshopů, který daná produkt v rámci Heureka.cz nabízejí

Popularita produktu na trhu = pouze relativní hodnota, kde znamená čím vyšší číslo, tím lepší.

Vaše cena = koncová cena produktu s DPH, vč. autorských a recyklačních poplatků

Vaše pozice dle ceny = pozice, na které je eshop při porovnání od nejnižší ceny. Nabídky doporučených obchodů nejsou brány v potaz.

Vaše pozice dle biddingu = průměrná pozice nabídky na detailu produktu, na kterou bylo za poslední 3 dny kliknuto. Příklad: byla-li nabídka na třetím místě mezi doporučenými obchody, uloží se 3, byla-li nabídka první hned pod doporučenými obchody se třemi nabídkami, uloží se 4, atd.

Pokud na nabídku za 3 dny kliknuto nebylo, je to průměrná pozice za celou kategorii, ve které se nabídka nachází. Příklad: v jedné kategorii má eshop 3 nabídky (A, B a C) - A zaznamenalo za 3 dny 3 kliky na 4., 6. a 5. pozici, zobrazí se 5, B měla jeden klik na 1. pozici (zobrazí se 1), na produkt C se nekliklo vůbec, zobrazí se průměr z A i B, tedy 4 $((4+6+5+1) / 4 = 4)$

Cena za proklik = maximální cena za proklik. Jde tedy o cenu prokliku, kterou máte nastavenou na nabídku (v administraci případně ve feedu), pokud na nabídku nebudujete, je to nastavená cena prokliku na sekci, pokud nemáte nastavenou ani tu, je to minimální cena prokliku v sekci.

Nejnižší cena = nejnižší cenová nabídka daného produktu

Price min2 - Price min10 = ceny 9 obchodů s nejnižší cenou

Price max10 - Price max2 = ceny 9 obchodů s nejvyšší cenou

Nejvyšší cena = nejvyšší cenová nabídka daného produktu

2.2 Aplikace změn

Efektivní hranice pro automatickou změnu cen

- ❑ Důležité produkty → Top (5 – 20 %)
- ❑ Drahé/strategické výrobky → Manuální korekce/validace
- ❑ Důležitý je zisk, ne jen obrat → Minimální marže (5+ %?)

Cena není vše

- ❑ Brand výrobku, recenze, spolehlivost
- ❑ Důvěryhodnost prodejce, recenze, kvalita CC, řešení reklamací
- ❑ **Dostupnost zboží** (skladem)
- ❑ Bonusy (dárek, up-sell), služby (prodloužená záruka, pojištění)
- ❑ Doprava a platba (zdarma, osobní odběr, karty, splátky)

Zákazník je citlivý na rozdíl v ceně 15+ %

Bidding tools

- ❑ Základní způsoby změn cen
 - Na konkrétní absolutní pozici
 - Na konkrétní částku (cena dle konkurence)
 - Na pozici odpovídající částce (+/- %)
- ❑ Frekvence biddování ~ 6 až 24x denně
- ❑ Primárně k úpravě cen ve Zbožácích
- ❑ Konverzní faktor



2.3 Aplikace změn v e-shopu, nestálost ceny v čase

Klíčové parametry automatizace změny cen

Kritérium	*HSR	Alza	**AM
Počet e-shopů nabízejících shodný produkt	A	A	A
Dostupnost	?	?	A
Nejnižší cena u X nejlevnějších e-shopů (+ zboží skladem)	?	?	A
Nejvyšší cena u X nejdražších e-shopů (+ zboží skladem)	?	?	A
Průměrná cena	A	A	A
Konkurenti ke srovnání (zbytek ignoruji)		A	A
Nákupní cena, minimální marže		A	A
Top produkt (ano/ne)		A	A
Strategický produkt (ano/ne)		A	A

*HSR ... Heureka SortimentReport

**AM ... Alza manuální zpracování



Product price definition

Product ID EAN

Product Name

Product Manager

Price conditions

Valid from

Strategic product (Every change to be validated by assigned Product manager)

Purchase price Margin %

Netto price Margin

Comp Price MIN and MAX

Competitors

Actual autopricing strategy

Autopricing ON

Keep minimal margin

Use competitor minimal price %

Use Netto price

Change Netto price by %

Change Netto price by Kč

Use linear trend based on history

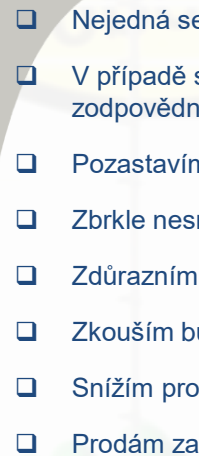
other options ...

2.4 Cenový model... a co když cena konkurence klesne pod nákupní cenu?

Automatizace změny cen obecně

- ❑ Jen pro vybrané produkty, ne nutně pro celý sortiment
- ❑ Cena není vše, nutné zvážit/ocenit i další aspekty
 - Dostupnost
 - Brand/důvěryhodnost e-shopu, dodavatele i výrobku
 - Další služby, doprava a platba
 - Zákazník je ochoten zaplatit víc než minimální cenu
- ❑ Veškerá dostupná data ukládat a kontinuálně (statisticky, a čím častěji tím lépe) vyhodnocovat
- ❑ Do modelu započítat i historickou prodejnost, počasí a roční období, sezónnost (svátky), návštěvnost a počty prokliků (Google analytics)
- ❑ **Důležitý je zisk, ne jen obrat!**

Začínám prodělávat?

- 
- ❑ Nejedná se pouze o krátkodobou akci (?)
 - ❑ V případě strategických produktů notifikuji zodpovědného Product managera
 - ❑ Pozastavím objednávání dalšího zboží u dodavatelů
 - ❑ Zbrkle nesnižuji cenu (minimalizuji ztráty)
 - ❑ Zdůrazním výhody mé vyšší ceny (přidané služby)
 - ❑ Zkousím bundlovat s dalším prodejným produktem
 - ❑ Snížím prodejní cenu na nákupní
 - ❑ Prodám za srovnatelnou cenu, prohlásím prodej za akci

3. Identifikace nedostatků e-shopu alza.cz a návrh jejich změn

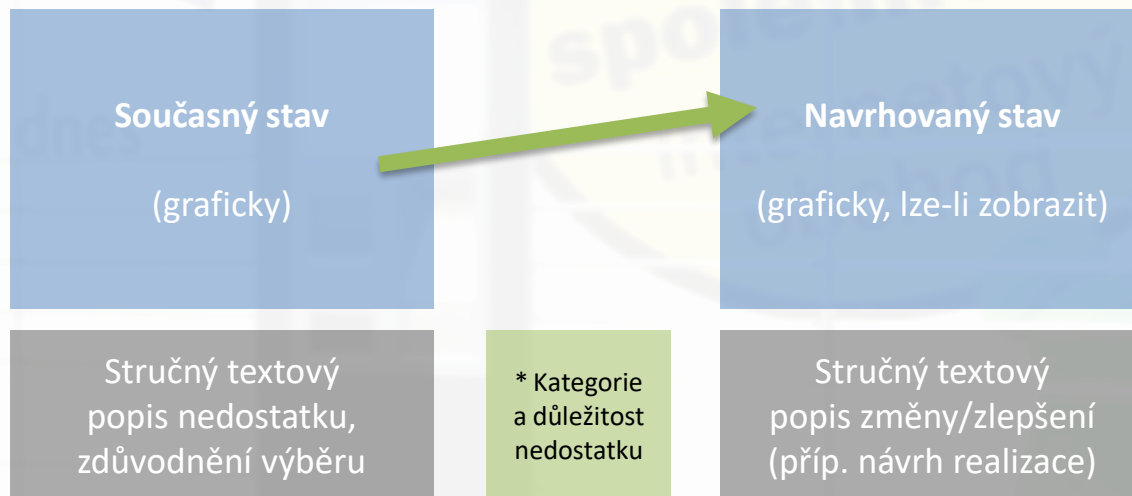
Následující nedostatky/zjištění/chyby ...

- jsou výsledkem asi tříhodinového manuálního zkoušení a testování (Google Chrome 70.0.3538.77)
- nejsou kritické pro správné fungování webu, většinou se jedná jen o minoritní záležitosti v souvislosti s designem, ergonomií či konzistencí webu
- nesouvisí s výkonností a dobou odezvy webů (vnímám jako opravdu nadstandardní)
- jsou subjektivní – neznám případný marketingový záměr, který funkcionalitu takto definoval
- jsem dříve jako běžný uživatel/občasný zákazník vůbec nezaregistroval
- nevnímejte s ohledem na výše uvedené jako kritiku, protože ...

... vůbec nesnižují špičkovou funkční a grafickou kvalitu webových stránek www.alza.cz!

3.0 Identifikace nedostatků e-shopu alza.cz a návrh jejich změn

Legenda k následujícím snímkům



* **Kategorie:** Ergonomie, Design, Konzistence, Funkčnost, Data/Obsah

Důležitost: **Vysoká** – **Střední** – **Nízká** – **Žádná**

3.1 Obecné odkazy na doplňující informace

Externí disky

Externí disky nabízejí nejlepší a nejpostupnější řešení pro domácí a firemní zálohy velkých objemů dat. Můžete vybrat ze snadno přenosných, odolných a extrémně kompaktních 2,5" disků, stejně jako zvolit některé z domácnostní obřího (NAS), střed kapacitnou a funkčními prvky (USB) nebo rodinu i menší a střední.

Všechny parametry

Značka: Western Digital (245), Seagate (19), APC (37), Verbatim (122), Datalis 15

Typ a kapacita: USB 2.0 (179), USB 3.0 (3.1 gen1) (440)

Rozhraní externí: USB 3.1 (3.1 gen2) (43), USB-C (31)

Rozměry: eSATA (14), FireWire (5)

Barva: LAN (137), Thunderbolt (33)

Vlastnosti: Wi-Fi (9)

Hmotnost: externích disků (1), počítačů (1)

Způsob připojení k danému přístroji je závislý na jeho typu a konfiguraci. Případně nelze tato propojení zaměňovat.

Rozhraní interní: SATA II (34), SATA III (117), PCIe (6), mSATA (1)

Zvolit vybrané parametry Zavřít Zobrazit 594 položek

alza.cz

Zkuste nově Alza Premium | Moje Alza - Ludmila Otšovská | Jak nakoupit | Kariéra

Co hledáte? Např. kabel AlzaPower | Hledat | 6 319 326 Kč

Veľkocadebné ceny aktivní, Studentské akční slovo a ceny aktivní

1 Košík → 2 Doprava a platba → 3 Dodací údaje

Košík (24) Často nakupují (3) K vaším nákupům (17) Oblíbené (2) Pokus (92) Boží seznam PC sestava (2) Můj seznam

Odešlete objednávku a získáte **Nákup zdarma!**

Stavíte počítač? Ulehčete si práci. **Vykoupte si nášho průvodce**

Sluchátka Sony Hi-Res WH-1000XM3, černá (S0972) (242)	1	Na cestě 1 ke GOkávámé 09.11.2018	9 800 Kč	X
Profesionální záruky + 3 roky 1 971 Kč			1 971 Kč	X
Pojištění proti rozbití a krádeži na 2 roky 1 400 Kč			1 400 Kč	X
Pojištění proti rozbití a krádeži na 1 rok 688 Kč			688 Kč	X
Výměna nevhodného darku do 13.1.2019 0 Kč			0 Kč	X
Kniha 1000 vianočných samolepek (FP145641)	7	Skladem	165,52 Kč / ks 1 159 Kč	X
Elektromobil BMW i3 33 kWh (BEV) Modrá (BMW013)		Skladem a na prodejní Praha - Holešovice	1 149 000 Kč 1 149 000 Kč	X
Elektromobil Streetscooter Work Pickup 20kWh (STR046)	4	Skladem a na prodejní Praha - Holešovice	1 283 734 Kč / ks 5 134 936 Kč	X
Kniha 4x Krtek (FP134888)	1	Skladem	199 Kč 199 Kč	X
Grafická karta SAPHIRE PULSE Radeon RX 560 4G OC (EL76385)	1	Skladem a na 2 prodejnách	3 437 Kč 3 437 Kč	X

V překryvném okně **Všechny parametry** (i leckde jinde, např. v **Košíku**) se nacházejí hyperlinky na doplňující informace, které se často otevírají v témže okně.

Navigace zpět překryvné/dřívější okno již nezobrazí. Zákazník si může svůj záměr mezitím rozmyslet či prostě zapomenout.

Funkčnost
Ergonomie
Vysoká

Potřebuje-li zákazník doplňující informace, pak se mu mohou zobrazit v dalším překryvném okně (leckde to tak na webu máte), v další záložce prohlížeče anebo v novém okně.

V HTML tagu `<a>` použít parametr `target`.

3.2 „Hovering“ nad produktovými kategoriemi



Při přejíždění myší nad produktovými kategoriemi umístěnými v dolní části okna (zejména u nižšího rozlišení monitoru) se překryvné okno může vykreslit mimo zobrazovanou oblast.

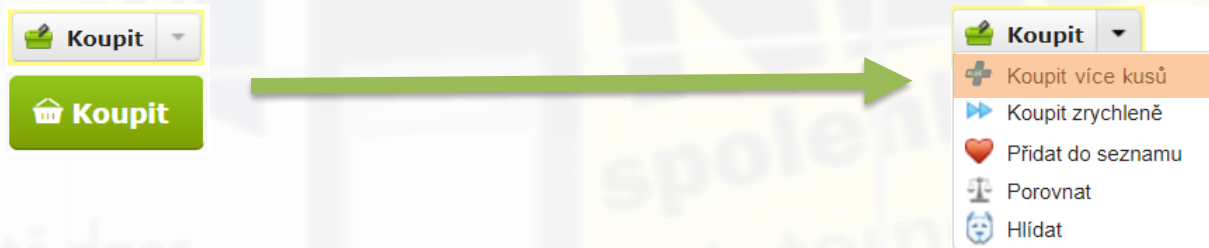
Nemůže-li zákazník posunout obrazovku dolů kolečkem myši a použije scroll-bar, pak se překryvné okno zavře. Zákazník si může svůj záměr mezitím rozmyslet či prostě zapomenout.

Design
Ergonomie
Střední



Hledá-li zákazník v kategoriích produktů, pak pravděpodobně nechce/nepotřebuje vidět pozadí okna. Navrhují překryvné okno zobrazit celé a vycentrovat dle rozměrů obrazovky. Nyní se okno zarovnává na horní pozici kategorie v menu, nově by se rovnalo na dolní okraj (vlastnost TOP okna by byla výška zobrazované oblasti mínus výška překryvného okna, pokud by se mělo okno vykreslit mimo obrazovku).

3.3 Počet kupovaných položek, zvyšování počtu položek v košíku



Chce-li zákazník objednat více než jeden kus jednoho výrobku, pravděpodobně nemá jinou možnost než navýšit množství na požadovanou hodnotu až v **Košíku...**

Možná je to záměr, možná je to chyba: Po zadání počtu kusů 1000 a více (ať z klávesnice nebo navýšením tlačítkem +) dojde k přeformátování čísla (u hodnoty 1000 → 1 000) a to způsobí, že po navýšení o jednotku (tlačítkem +) není výsledek správný.

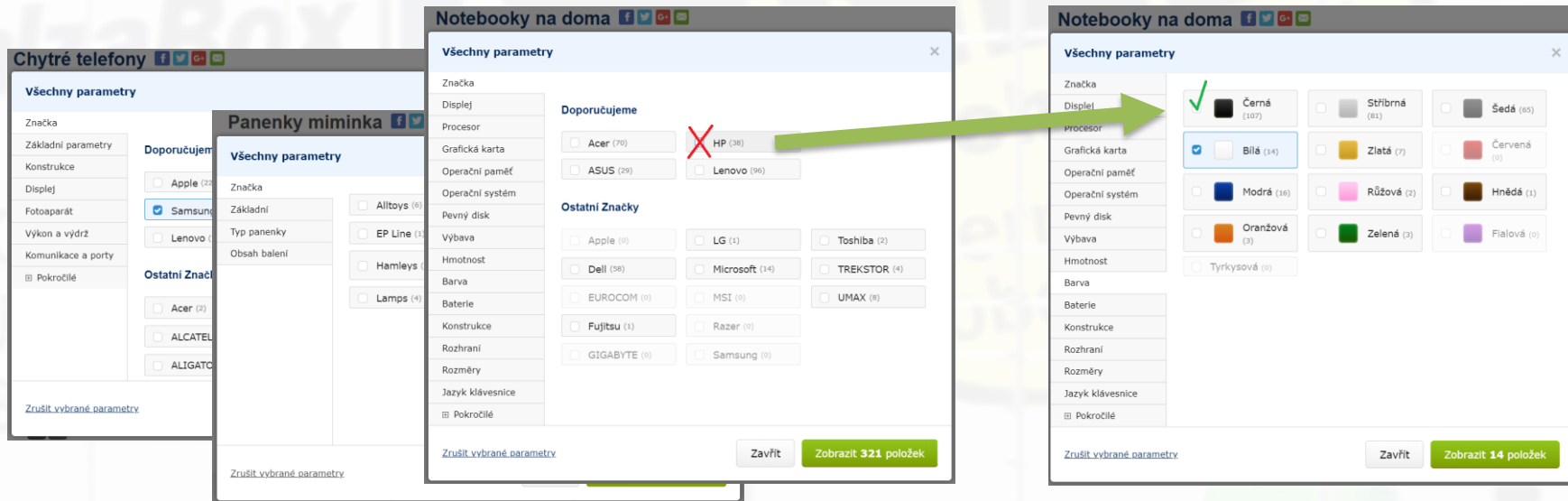
Funkčnost

Střední

Řešením by v tomto případě bylo přidání další položky např. **Koupit více kusů** do drop-down menu, které se zobrazuje po stisku tlačítka se šipkou.

Pravděpodobnost počtu většího než 999 je nejspíš minimální, ale z programátorského hlediska to není čisté řešení ☺. Dále, šířka pole by měla odpovídat jeho obsahu (zvětšit se).

3.4 „Check-boxy“ v okně Všechny parametry



Zaškrtnutí políčka u části oken **Všechny parametry** nelze nastavovat kliknutím do čtverečku, ale jen na text u čtverečků (resp. „tlačítko“ na pozadí), i když podoba kurzoru tomu napovídá (např. Hračky/Panenky/Miminka). U jiných oken to možné je, a u některých oken je chování kombinované (např. Alza/Notebooky/Na doma, viz obrázky výše).

Velmi matoucí...

Ergonomie
Konzistence

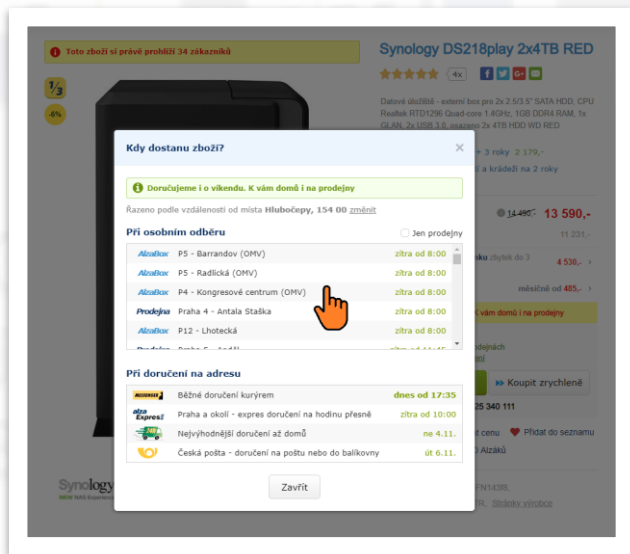
Funkčnost

Střední

Předpokládám, že okna sdílejí jednotný návrh a společný kód, a vlastní obsah je jen definice parametrů v databázi. Nicméně chování tomuto příliš nenasvědčuje...

Z důvodu jednotného způsobu ovládání by bylo vhodné chování sjednotit a nastavit pro celý web shodně.

3.5 „Mouse pointer“ v okně Prodejny a termíny doručení



U produktu, po navigaci na **Prodejny a termíny doručení**, se v překryvném okně zobrazuje nad seznamy kurzor myši jako *pointer*, i když se nic po kliknutí nestane/nezobrazí.

Nic kritického, jen drobně matoucí.

Funkčnost

Nízká

Hádám, že vlastnosti tohoto objektu jsou sdílené s procesem vystavení objednávky, kde se po kliknutí zobrazí doplňující informace o prodejně.

V tomto formuláři nastavit hodnotu `Mouse.Pointer` na jinou (správnou) hodnotu.

3.6 Mizící grafika v překryvných oknech



U některých překryvných oken, kde je textový obsah delší než výška okna a je použit prvek scroll-bar, při navigaci na konec textu a zpět zmizí grafika v nahore umístěném Picture prvku. Pozorováno na okně **Záruka okamžité výměny, Prodloužená záruka, Pojištění proti rozbití a krádeži, ...**

Nic kritického, jen úsměvné.

Funkčnost

Nízká

Možná se při pokusu o překreslení okna nedotáhne další obrázkový soubor, je špatná cesta, nebo se jen tato událost nezavolá...

3.7 Podivné (či chtěné?) chování v překryvných oknech

Okamžitá výměna

V případě závady nečekejte na vyřízení reklamace.

- ✓ Vadné zboží vám okamžitě vyměníme za nové.
- ✓ Možnost výměny zboží již od 35 Kč.
- ✓ Pokud zboží nepůjde vyměnit, vrátíme vám peníze.

Nemám zájem

První spuštění počítače

Neztrácejte čas nastavováním a instalací nového výrobku.

- ✓ Nový počítač vyžaduje správné nastavení, které za vás uděláme.
- ✓ Stačí zapnout a ihned začít pracovat, bavit se, studovat.
- ✓ Vybrat si můžete u několika variant rozsahu nastavení.

Nemám zájem	Nastavení STANDARD 359 Kč	Nastavení + Office 1 499 Kč	Nastavení SUPER 599 Kč
-------------	-------------------------------------	---------------------------------------	----------------------------------

V překryvných oknech, kde je vpravo dole na výběr nějaká možnost(i), se kliknutím tato možnost (služba v **Košíku**) vybere a po opakovaném zobrazení okna a opakovaném kliknutí opět odebere. Pozorováno na okně **Záruka okamžité výměny, Prodloužená záruka, Pojištění proti rozbití a krádeži...**

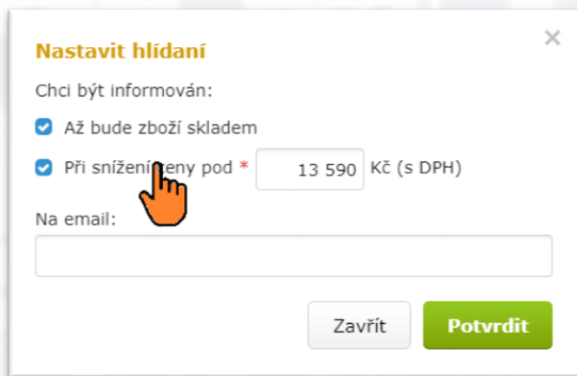
Nic kritického, možná chtěné, možná malá chybka...

Funkčnost

Nízká

Pokud je to chyba, pak místo
Item.Checked = NOT (Item.Checked)
použít
Item.Checked = TRUE

3.8 „Check-boxy“ v okně Nastavit hlídání



Nastavit hlídání ×

Chci být informován:

- Až bude zboží skladem
- Při snížení ceny pod * Kč (s DPH)

Na email:

Zaškrťovací políčka v okně **Nastavit hlídání** je třeba nastavovat přesným kliknutím do čtverečku, nikoliv na text u čtverečků, i když by podoba kurzoru tomu napovídala.

Nic kritického, jen drobně matoucí.

Funkčnost

Nízká

Pravděpodobně není použit standardní prvek typu Check-box, ale jedná se o složeninu s prvkem Label, pak je třeba eventem Label_Click zavolat proceduru CheckBox_Check...

3.9 Pár návrhů z oblasti designu/ergonomie



Při vytváření nového **Seznamu oblíbených produktů** není napoprvé zřejmé, že je nutné stisknout klávesu Enter.

V zobrazení náhledu **Košíku** není viditelný počet jednotlivých položek. Je to záměr?

Design
Ergonomie
Nízká

Přidáním „tlačítek“ na uložení a zrušení zadaného textu lze tuto nejasnost jednoduše vyřešit.

Přidat do popisů počty jednotlivých položek?

3.10 Pár návrhů z oblasti designu/ergonomie (pokr.)

The screenshot shows a shopping cart interface with three steps: 1. Košík, 2. Doprava a platba, 3. Dodací údaje. Below the steps are navigation links for 'Košík (37)', 'Často nakupuji (3)', 'K vašim nákupům (17)', 'Oblíbené (2)', 'Pokus (92)', 'Boží seznam', 'PC sestava (2)', and 'Můj seznam'. A yellow banner offers 'Nákup zdarma!'. Another banner asks 'Stavíte počítač? Ulehčete si práci. Vyzkoušejte našeho přívozce'. The cart items are listed with their prices and a red 'X' icon for removal. A green dialog box is overlaid on the cart, asking 'Chcete smazat nákupní seznam?' with 'Ne' and 'Ano' buttons. Below it, another green dialog box shows a checkmark and the text 'Zboží bylo přidáno do seznamu' with a 'Zobrazit seznam' link.

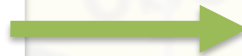
Sluchátka Sony Hi-Res WH-1000XM3, černá (R0972j0a2)	356 Kč	9 856 Kč	X
Prodloužení záruky + 3 roky 1 971 Kč Prodloužení záruky + 1 rok 986 Kč			
Kniha 1000 vianočných samolepiek (FKP145641)	1 Kč / ks	1 159 Kč	X
Elektromobil BMW i3 33 kWh (BEV) Modrá (BMW0113)	100 Kč	1 149 000 Kč	X
Elektromobil Streetscooter Work Pickup 20kWh (STRD4sc)	100 Kč / ks	5 134 936 Kč	X
Kniha 4x Krtek (FKP134888)	199 Kč	199 Kč	X
Grafická karta SAPHIRE PULSE Radeon RX 560 4G OC (EL78)	137 Kč	3 437 Kč	X

Zboží vložené do **Košíku** lze snadno (a možná i nechtěně) odstranit červeným křížkem. Pokud si to zákazník rozmyslí, nemá jinou možnost jak zboží do **Košíku** vrátit než jej znovu vyhledat a opakovaně přidat.

Pro obdobné operace (**Smazání seznamu, Přidat k oblíbeným**) ale řešení existuje...

Design
Funkčnost

Nízká



A green dialog box with a checkmark icon and the text 'Zboží bylo odebráno z košíku' and a link 'Vrátit zpět'.

Nestálo by za to zobrazit informativní okno, které by umožnilo návrat o jeden krok zpět?

Informaci v okně by bylo možné rozšířit i o název odebraného zboží. A tento pop-up by se ani nemusel zavírat, stačilo by jen kliknout myší kamkoliv mimo toto okno...

3.11 Pár návrhů z oblasti designu/ergonomie (pokr.)

1 Košík → 2 **Doprava a platba** → 3 Dodací údaje

i Váš košík obsahuje objemné položky, které Vám mohou být doručeny pouze specializovanou přepravní službou nebo mohou být vyzvednuty na vybraných prodejnách.

Zvolte dopravu

<input checked="" type="checkbox"/>	 Doručení domácích spotřebičů a objemného zboží 13.11. doručení za první uzamykatelné dveře - Změnit 	299 Kč	13. 11. 08:00 - 18:00
-------------------------------------	--	--------	-----------------------

▼ Změnit dopravu

Zvolte platbu

<input checked="" type="checkbox"/>	 Na splátky s Hello bank! by Cetelem 1 829 Kč + 10x 1 919 Kč - změnit	ZDARMA
-------------------------------------	---	--------

▼ Změnit platbu

Při volbě možností **Dopravy** a **Platby** se kliknutím do modrých oblastí okna zobrazí přehled všech možností (zavolá se stejná metoda jako při kliknutí na fialově podbarvenou akci **Změnit dopravu**, resp. **Změnit platbu**). Zvolená možnost se tímto „zahodí“ a nenastaví zpět ani tlačítkem **Zpět**.

Nic kritického, pouze otázka osobního vkusu.

Design
Funkčnost

Nízká

Navrhoval bych při klikání na modře podbarvené rámce zobrazit detaily vybrané možnosti, tzn. zavolat stejnou metodu jako při kliknutí na hyperlink **Změnit** (podbarveno oranžově).

3.12 Pár návrhů z oblasti designu/ergonomie (pokr.)

The screenshot shows a 'Favorites' list with a search bar at the top containing the number '99'. Below the search bar are tabs for 'Oblíbené (1)', 'Pokus (92)', 'PC sestava (2)', and 'Můj seznam (1)'. The list contains several camera lenses with their prices and availability. A blue cloud-shaped callout with the text 'Pochvala!' is overlaid on the list. A green arrow points from the '99' in the search bar to a magnified view of a heart icon with the number '99'.

Item	Price	Availability
SIGMA 150-600mm f/5.0-6.3 DG OS HSM S	42,990 Kč 40 840 Kč	Rozbaleno skladem
Sony FE 24-24mm	26 787 Kč	Skladem 3 ks
SIGMA 150mm	42,990 Kč 36 972 Kč	Skladem
Canon EF	13,990 Kč 13 415 Kč	Skladem > 5 ks a na prodejně Praha - Holešovice
TAMRON AF 70-300mm	3 888 Kč	Skladem > 5 ks a na 2 prodejních
NIKKOR 300mm f/4.0E PF ED VR	52 121 Kč	Skladem 1 ks

Ten, kdo při realizaci **Seznamů oblíbených položek** pamatoval na zobrazení počtu položek nad srdíčkem, si určitě zaslouží pochvalu. Při překročení čísla 99 se zobrazí znak nekonečna ☺

Design
Žádná

Pokud je to možné, symbol nekonečna bych zobrazil ve větší velikosti, aby tato hříčka lépe vynikla!

3.13 Správa dat v produktovém katalogu

Alza.cz | Media zábava | Hračky | Parfémy a hodinky | MAXI Drogerie | Sport a outdoor | Hobby a zahrada | Auto-moto

Zobrazit katalog

Vyhledáno: Sony Hi-Res WH-1000XM3

77 položek

TOP | Od nejdražšího | Od nejnižšího | Dle recenzí

Sony Hi-Res WH-1000XM3, platinově stříbrná
Sluchátka bezdrátová, naháňení, uzavřená, úkladiči, Digital Noise Cancelling a aktivním potlačení okolního hluku, Bluetooth, NFC + DSEE-MX upscaling, frekvenci rozsah 4 - 40kHz, impedance 47 Ohm, citlivost 104,5dB, handsfree, ovládací hlasitosti dotykem, podpora hlasových funkcí Google a Siri, výdrž baterie 30 hodin, kryt a náduškový a umělé kůže, součástí balení pouzdro, USB C kabel, audio kabel a konečka do letadla

Sony Hi-Res WH-1000XM3, platinově stříbrná
Sluchátka bezdrátová, naháňení, uzavřená, úkladiči, Digital Noise Cancelling a aktivním potlačení okolního hluku, Bluetooth, NFC + DSEE-MX upscaling, frekvenci rozsah 4 - 40kHz, impedance 47 Ohm, citlivost 104,5dB, handsfree, ovládací hlasitosti dotykem, podpora hlasových funkcí Google a Siri, výdrž baterie 30 hodin, kryt a náduškový a umělé kůže, součástí balení pouzdro, USB C kabel, audio kabel a konečka do letadla

Sony Hi-Res WH-1000XM3, černá
Sluchátka bezdrátová, naháňení, uzavřená, úkladiči, Digital Noise Cancelling a aktivním potlačení okolního hluku, Bluetooth, NFC + DSEE-MX upscaling, frekvenci rozsah 4 - 40kHz, impedance 47 Ohm, citlivost 104,5dB, handsfree, ovládací hlasitosti dotykem, podpora hlasových funkcí Google a Siri, výdrž baterie 30 hodin, kryt a náduškový a umělé kůže, součástí balení pouzdro, USB C kabel, audio kabel a konečka do letadla



Tento týden zakoupilo 14 zákazníků

-4%

Seagate BackUp Plus Slim Portable 2TB

★★★★☆ 333x

Externí disk 2,5", USB 3.0 (zpětně kompatibilní s USB 2.0), pro PC/MAC

Kapacita uložení: 2 000 GB (2 TB)

Barva: Červená

Chci externí disk

Záruka okamžité výměny

Výměna nevhodného zboží Nyní zdarma

Proloužení záruky + 3 roky

Pojištění proti rozbití a krádeži na 2 roky 346,-

U některých produktů je barevná varianta považována za další jiné zboží (viz sluchátka na obrázku výše), u ostatních naopak ne (např. externí disky atp.).

V prvním případě a při nedostupnosti konkrétní barevné varianty nemusí zákazník další barevné varianty „objevit“. Pokud pro něj není barva rozhodující, pak nemusí kvůli tomu uskutečnit nákup, bohužel.

Data/Obsah

Nízka

Možná je to schválně, možná bylo zboží nesprávně zavedeno do produktového katalogu. Případně je za tím něco dalšího, pro mne nepochopitelného.

3.14 Reprodukovatelná chyba

Při studiu/testování webových stránek www.alza.cz jsem objevil jednu malou reprodukovatelnou chybu.

Do **Nákupního košíku** jsem vložil následující zboží:

- **FKP145641**, Kniha 1000 vianočných samolepiek, **2 kusy**
- **STR04sc**, Elektromobil Streetscooter Work Pickup 20kWh
- **SASC022i4**, Flash disk Samsung USB 3.1 256GB Bar Plus

V dalším okně **Zvolte dopravu** jsem vybral svou oblíbenou prodejnu Praha 5 – Anděl a stiskl jsem tlačítko **Vyzvednout na vybraném místě**. Na stránce se objevila chybová hláška, viz třetí obrázek vpravo. Poté webová stránka přestala reagovat a pomohl až její refresh.

Tato chyba je reprodukovatelná, a určitě než s konkrétním zbožím, souvisí s dostupností na jednotlivých skladech, rozdělením na dvě zásilky, převozem mezi prodejny, a zejména pak s množstvím určité položky (při 1 kusu tato chyba nenastává). A nebo kombinaci všeho uvedeného?

Četnost výskytu bude ale předpokládám nulová...

Data/Obsah

Nízká

(Vyžaduje další zkoumání)

	Kniha 1000 vianočných samolepiek (FKP145641)	2	Skladem	165,52 Kč / ks	331 Kč	✘
	Elektromobil Streetscooter Work Pickup 20kWh (STR04sc)	1	Skladem a na prodejně Praha - Holešovice	1 283 734 Kč	1 283 734 Kč	✘
	Flash disk Samsung USB 3.1 256GB Bar Plus - titan grey (SASC022i4)	1	Skladem a na 2 prodejnách	1 799 Kč	1 799 Kč	✘

Zvolte dopravu



Některé zboží povezeme z externích skladů

Abychom doručení nezdržovali, rozdělíme nákup na víc zásilek, které Vám dorazí postupně.
Dopravné může být účtováno za každou část zvlášť.

Zásilka 2



2x



Osobní odběr
13 prodejen

Zásilka 1



1x Elektromobil...

1 283 734 Kč



1x Flash disk Samsung...

1 799 Kč

Zásilka 2



2x Kniha 1000...

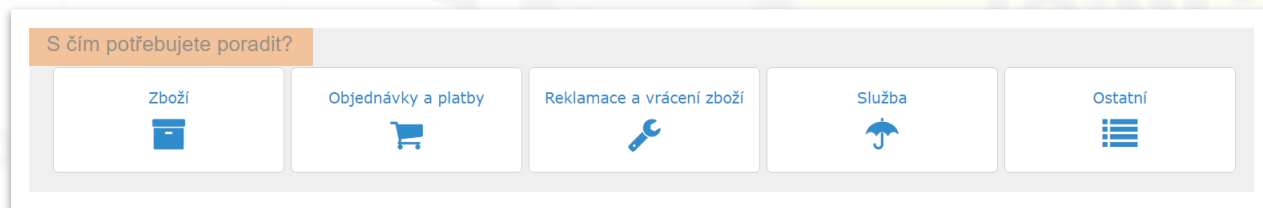
331 Kč



Došlo k chybě při zpracovávání Vašeho požadavku.

3.15 Složitý modul na funkcionalitu Napište nám

> Napište nám



Návod ke zboží

Technické parametry

Stránky výrobce

Zobrazit v obchodě

Recenze

Příslušenství ke zboží

Našel jsem chybu

Vyhledejte si odpověď v diskuzi



Po stisku hyperlinku **Napište nám** se zákazníkovi vnučuje otázka „S čím potřebujete poradit“, i když chce třeba jen něco sdělit a nečeká žádnou radu. Po výběru např. „Zboží“ pak nemá možnost než vybrat z již předdefinovaných „škatulek“, i když může mít zcela jiný dotaz....

Celý modul se mi jeví jako „kotrbatý“, překombinovaný a navigačně nekonzistentní. Kdoví, třeba je to záměr...

Data/Obsah
Design

Konzistence

Žádná

Celý tento modul bych pojal lidštěji.

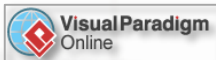
Snažil bych se funkcionalitu udržet pokud možno v jednom okně, v obdobném grafickém i funkčním provedení.

Místo různorodých způsobů navigace bych volil jednotnou kategorizaci použitím závislých „drop-down listů“, umožnil bych vždy možnost návratu (ve stromu) zpět.

„Chci vám pomoci vytěžit
co nejvíce z jakékoliv technologie a příležitosti“

„DŮLEŽITÝ JE VÝSLEDEK“

Used free on-line visualization tools



Petr Olšovský

IT Manažer

 Tetínská 331/4, 150 00 Praha 5, ČR

 +420 723 444 423

 petr_olsovsky@seznam.cz