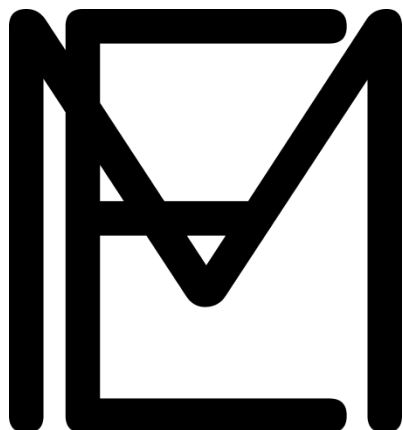


Grafický dizajn stránky



Nový návrh loga

Logo bolo inšpirované názvom firmy M&E Kašša a preto kombinuje prvky písmen M a E do jedného dizajnu.

Táto kombinácia vytvára unikátny symbol, ktorý zároveň vizuálne odkazuje na identitu spoločnosti.

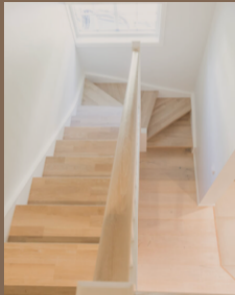
[O nás](#)[Produkty](#)[Kontakt](#)



Splníme Vaše požiadavky kvalitnými výrobkami

Kontaktujte nás!

Našou prioritnou činnosťou je zákazková výroba a montáž drevených eurookien, interiérových a exteriérových dverí, výroba drevených zárubní, drevených schodísk a zábradlí na mieru podľa Vašich predstáv a želaní. Tiež umelecko – remeselná obnova okien a dverí historických budov.



Od nápadu k realizácii



Nezáväzná cenová ponuka

Kontakt

STOLÁRSTVO M&E KAŠŠA, s.r.o.
Opoj 249 919 32
Mobil: 0905 382 136
Mobil: 0907 724 925
Fax: 00421 33 558 3388
e-mail: maekassa@maekassa.sk
GPS súradnice Opoj 249 :
+48° 18'2,19" , 17° 39'4,68"



Pre nový dizajn webovej stránky boli zvolené bezpätkový font futura. Farebná schéma stránky je inšpirovaná prírodnými materiálmi, pričom prevládajú tóny hnedej, bielej a zelenej. Hnedá symbolizuje drevo ako hlavný materiál stolárskej výroby, biela poskytuje čisté a jasné pozadie, ktoré zdôrazňuje obsah, a zelená slúži ako akcentová farba na hlavičku a päť. Logo stolárstva je umiestnené v ľavom hornom rohu, čím slúži nielen ako odkaz na domovskú stránku, ale aj ako vizuálny orientačný bod. Navigačné menu je horizontálne umiestnené v hlavičke a obsahuje prehľadné odkazy na hlavné sekcie stránky. Hero sekcia na úvodnej stránke využíva veľký obrázok a nadpis, ktoré sa nachádzajú v optickom strede obrazovky. Pod hero sekciou sa nachádza galéria práce, kde sú prezentované ukážky výrobkov firmy. Ďalšou sekciou je nezáväzná ponuka, ktorá obsahuje formulár na dopyt cenovej požiadavky, pričom je navrhnutá tak, aby bola jednoduchá a rýchlo dostupná. Stránka končí päť, kde je umiestnený kontakt vrátane adresy, telefónneho čísla, e-mailu a odkazov na sociálne siete.

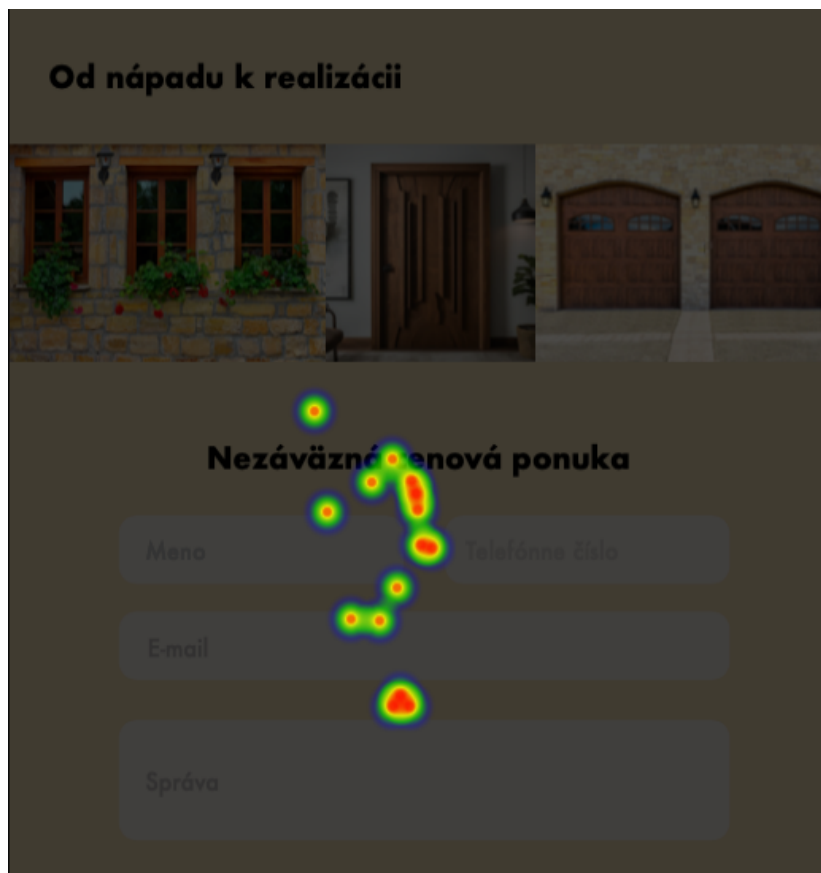
Tento dizajn bol vytvorený s ohľadom na jednoduchosť a funkčnosť, pričom vizuálne prvky a rozloženie sú starostlivo navrhnuté tak, aby reflektovali hodnoty a identitu stolárstva a zároveň poskytli používateľom príjemný a intuitívny zážitok.

Analýza testovacích scenárov

Otázka č. 1: Kde by sa mohol nachádzať formulár o nezáväznú cenovú ponuku?

Cieľ testu: Overiť, či je umiestnenie formulára intuitívne a ľahko nájditeľné pre používateľov. Jeho viditeľnosť a umiestnenie by mali minimalizovať zmätenie používateľov a maximalizovať konverzie.

Výsledok testovania: 15/15 respondentov (100%) odpovedalo správne a kliklo na nezáväznú cenovú ponuku.



The screenshot displays a web page with a dark background. At the top, there is a header 'Od nápadu k realizácii' (From idea to realization) above two images of houses. Below the images is a form titled 'Nezáväzná cenová ponuka' (Non-binding price offer). The form contains four input fields: 'Meno' (Name), 'Telefónne číslo' (Phone number), 'E-mail', and 'Správa' (Message). A heatmap overlay is visible on the form, showing high interaction (red and yellow areas) on the 'Meno' and 'Telefónne číslo' fields, and a smaller area on the 'E-mail' field. The 'Správa' field has a smaller, less intense heatmap area.

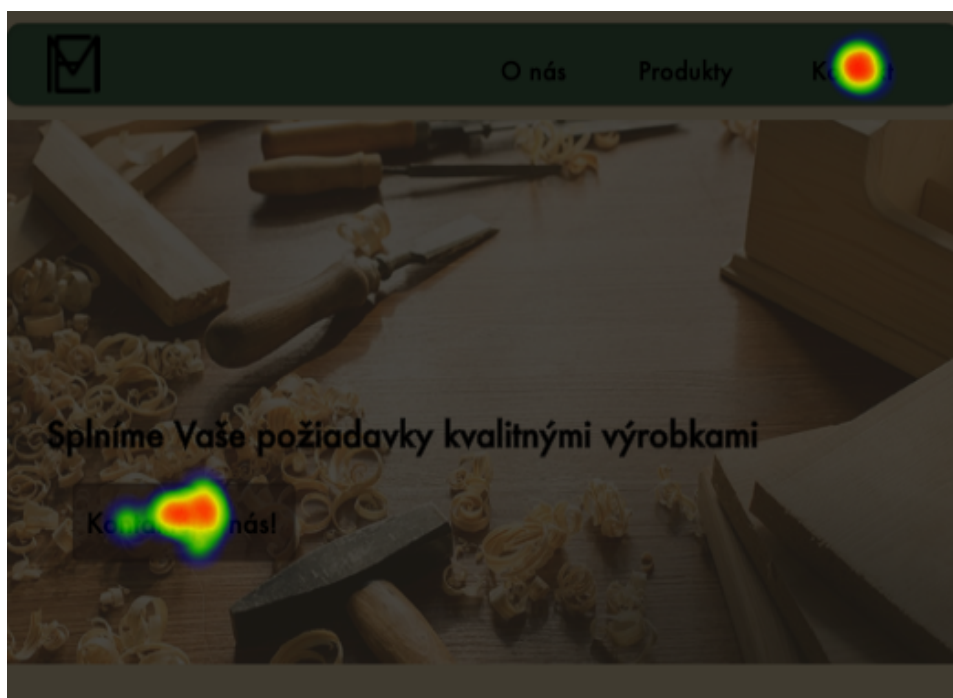
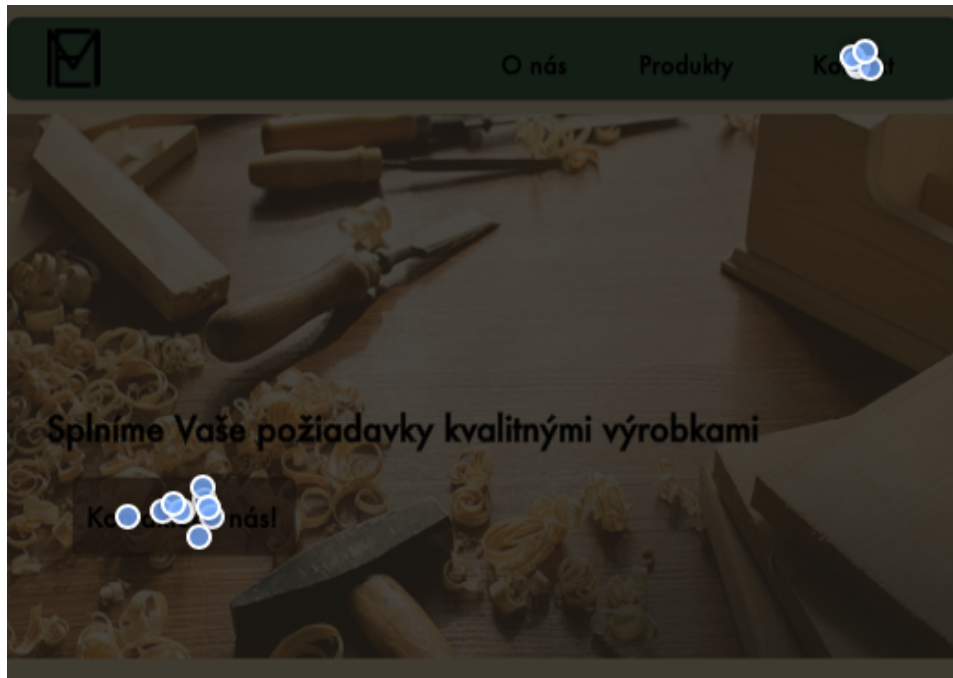
Zhrnutie: Umiestnenie formulára je jasné a používateľsky intuitívne, čo naznačuje, že nie je potrebné žiadne zmeny.

Otázka č. 2: Kde ste si skôr všimli kontakt?

Cieľ testu: Účelom bolo zistiť, ktorý prvok kontaktu (tlačidlo „Kontaktujte nás“ alebo „Kontakt“ v menu) najlepšie slúži na upútanie pozornosti. Táto informácia pomôže optimalizovať zobrazenie kontaktných informácií, aby boli ľahko dostupné a efektívne napĺňali potreby používateľov.

Výsledok testovania:

- 8 respondentov (53,3%) kliklo na „Kontaktujte nás“.
- 6 respondentov (40%) kliklo na „Kontakt“ v menu.



Zhrnutie: Používatel'ov najviac zaujme výrazný CTA (Call to Action) prvok „Kontaktujte nás“. Kontakt v menu je menej viditeľný, ale stále relevantný. Zachovajú sa oba spôsoby zobrazenia.

Otázka č. 3: Kam kliknúť, aby ste sa dostali späť na domovskú stránku?

Cieľ testu: Overiť, či používatelia intuitívne chápu navigáciu späť na hlavnú stránku cez logo.

Výsledok testovania: 15/15 respondentov (100%) kliklo na ikonu loga v ľavom hornom rohu.



Zhrnutie: Funkcionalita návratu na hlavnú stránku cez logo je dobre pochopená. Nie sú potrebné žiadne úpravy.

Otázka č. 4: Čo sa vám nepáči na novej stránke?

Cieľ testu: Účelom bolo identifikovať prípadné slabé miesta a oblasti, ktoré by mohli byť používateľmi vnímané negatívne alebo ako nepríjemné. Tieto poznatky môžu byť použité na doladenie dizajnu a funkčnosti webu.

Výsledok testovania: Väčšina odpovedí bola neutrálna alebo pozitívna:

- 12 respondentov uviedlo „nič“.
- 2 respondenti uviedli, že GPS súradnice by mohli byť lepšie umiestnené.

- 1 respondent uviedol font.

Zhrnutie: Celkovo je nový dizajn stránky hodnotený pozitívne. Respondenti nezaznamenali významné problémy alebo dizajnové nedostatky až na font, čo poukazuje na vysokú mieru spokojnosti. Menšie výhrady k umiestneniu GPS súradníc sú ľahko riešiteľné úpravou sekcie „Kontakt“.

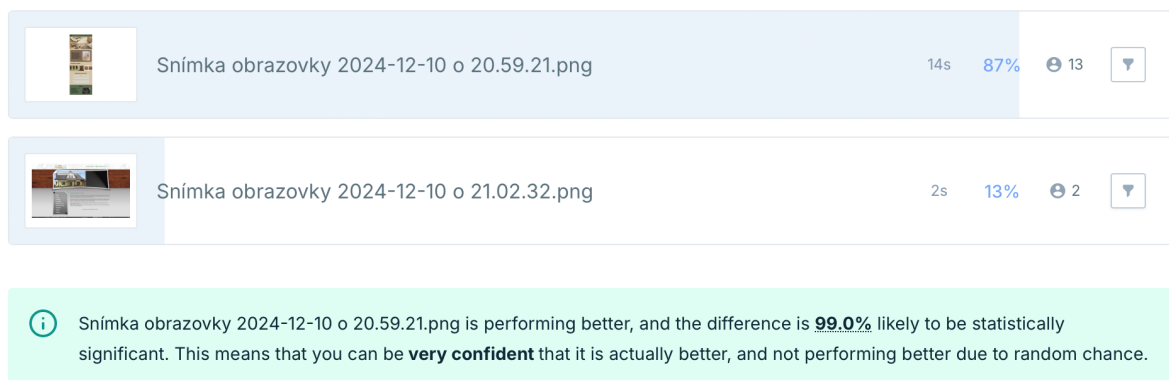
Otázka č. 5: Ktorá stránka skôr zaujme?

Cieľ testu: Cieľom bolo získať spätnú väzbu na atraktivitu redizajnu a porovnať ho s pôvodným dizajnom.

Výsledok testovania:

- 13 respondentov (86,7%) preferuje nový dizajn.
- 2 respondenti (13,3%) preferujú starý dizajn.

Zhrnutie: Nový dizajn je jasne vnímaný ako atraktívnejší, pričom ho preferuje veľká väčšina používateľov. Respondenti, ktorí preferovali starý dizajn, mohli byť ovplyvnení zvykom alebo osobnými preferenciami. Tento výsledok naznačuje úspech redizajnu a jeho pozitívny dopad.



Otázka č. 6: Ako by ste ohodnotili svoju celkovú skúsenosť s touto stránkou od 0 do 10?

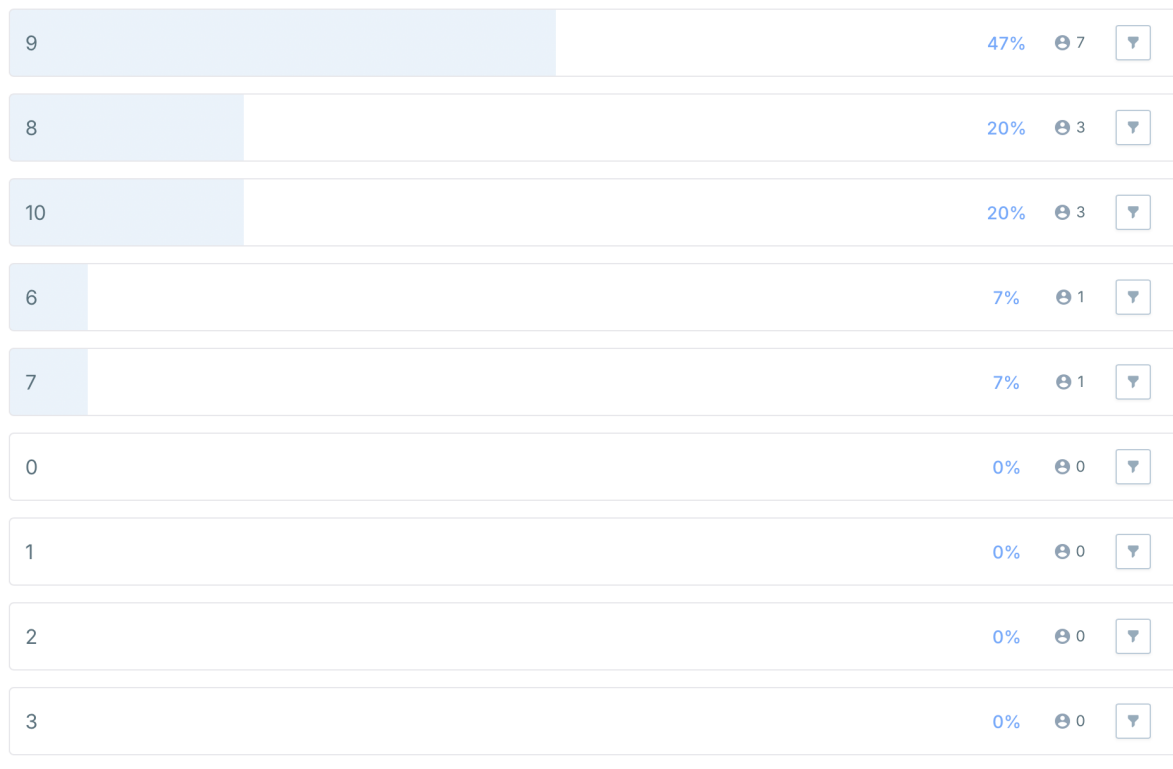
Cieľ testu: Získať kvantitatívne hodnotenie používateľského zážitku, ktoré reflektuje celkovú spokojnosť s dizajnom, funkčnosťou a intuitívnosťou webovej stránky.

Výsledok testovania:

- 9 bodov: 47% respondentov.
- 8 bodov: 20% respondentov.
- 10 bodov: 20% respondentov.
- 6 bodov: 7% respondentov.

- 7 bodov: 7% respondentov.

Zhrnutie: Priemerné hodnotenie je približne 8,5, čo naznačuje vysokú spokojnosť používateľov. Väčšina respondentov uviedla hodnotenia medzi 8 a 10, čo potvrdzuje úspešný redizajn. Niektoré nižšie hodnotenia môžu byť dôsledkom subjektívnych preferencií alebo menších technických detailov, ktoré je možné zlepšiť.



Celkový záver

Redizajn webovej stránky bol úspešný a je vnímaný ako pozitívna zmena zo strany používateľov. Najdôležitejšie navigačné prvky a kľúčové funkcie (napr. formulár na cenovú ponuku a kontakt) sú intuitívne a používateľsky prívetivé. Väčšina respondentov hodnotí nový dizajn ako atraktívnejší a poskytuje vysoké hodnotenie spokojnosti.