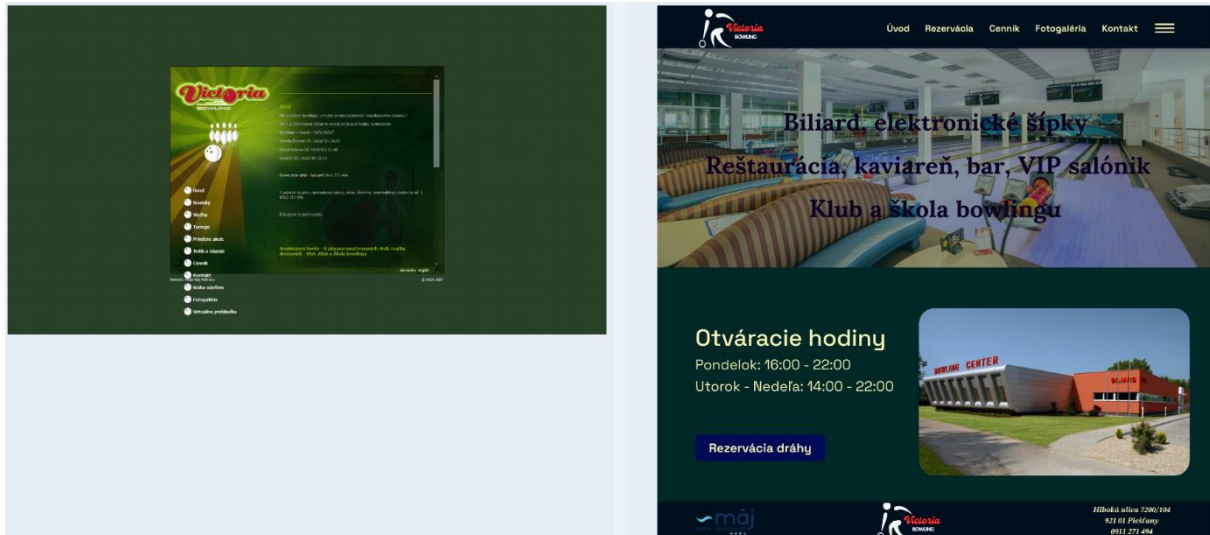


# Analýza scenárov

## 1. Testovací scenár – Preferencia dizajnu web stránky

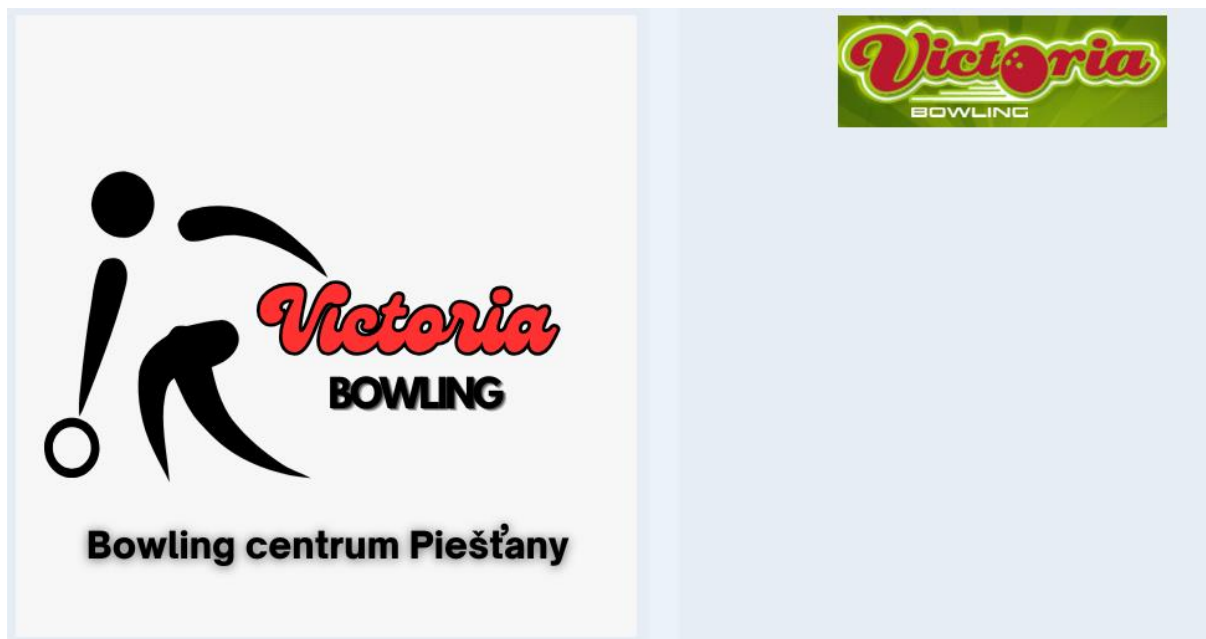


Z celkových 10 respondentov si všetci vybrali nový návrh dizajnu webovej stránky.

A k doplňujúcej otázke „Prečo ste si vybrali práve tento?“ boli odpovede, že je prehľadnejší, vyzerá modernejšie a prívetivejšie.

Odpovede ako: „Lebo vyzerá o desaťročie modernejšie ako druhá možnosť“, „opticky prívetivejší“, „sexy“.

## 2. Testovací scenár – Preferencia loga



V tomto scenári bolo úlohou iba zakliknúť logo podľa preferencie. Z celkových 10 respondentov si vybrali 9 naše nové logo, ktoré je na ľavej strane a je zároveň našim motívom a 1 respondent zvolil možnosť starého loga. Tento scenár nás presvedčil aj o tom, že je naše zvolené logo modernejšie a krajšie pre potencionálnych zákazníkov.

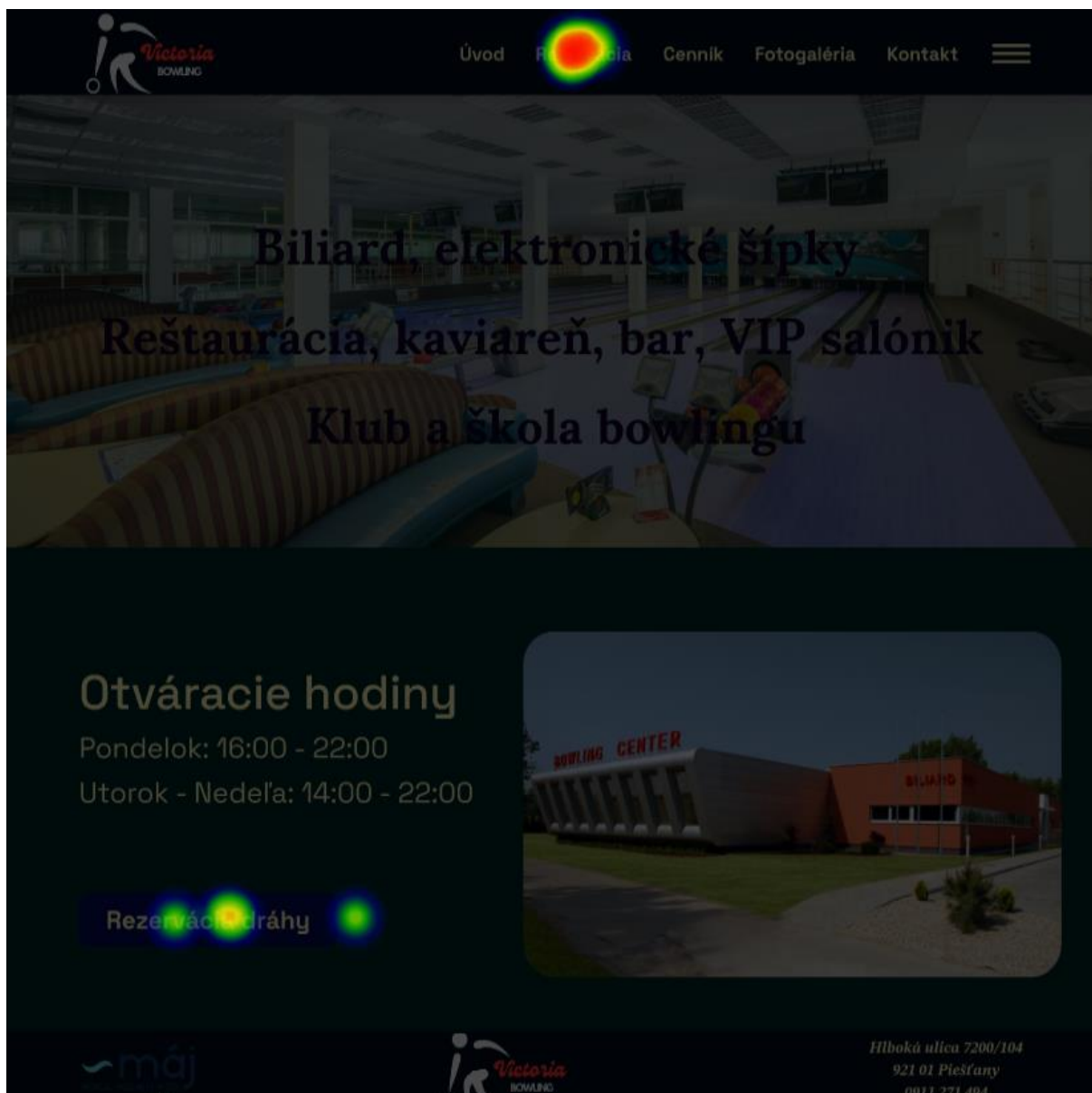
### **3. Testovací scenár – intuitívnosť stránky**

V tejto časti sme sa pýtali respondentov na dve otázky čím sú:

Kam by ste klikli aby ste si chceli rezervovať dráhu?

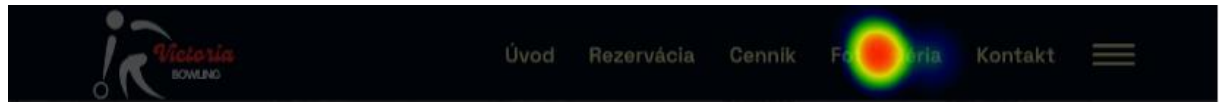
Kam by ste klikli ak by ste si chceli prezrieť fotografie bowlingového centra?

**Kam by ste klikli aby ste si chceli rezervovať dráhu?**



Analýza heat mapy ukázala, že používatelia čoraz častejšie klikali na možnosť „**Rezervácia dráhy**“ v navigačnom menu, čo naznačuje zlepšenie orientácie na stránke v porovnaní s predchádzajúcou verziou. Okrem toho, zvýraznenie tlačidla „Rezervácia dráhy“, ktoré bolo implementované z marketingového hľadiska, viedlo k tomu, že sa táto možnosť stala pre používateľov jasnejšia a atraktívnejšia. Zvyšuje pravdepodobnosť realizácie rezervácie. Tento výsledok poukazuje na zlepšenie intuitívnosti navigácie a optimalizáciu používateľského zážitku. Z marketingového hľadiska je tento prístup efektívny, pretože podporuje záujem o kľúčovú službu a môže zvýšiť konverzie návštevníkov na skutočných zákazníkov.

## Kam by ste klikli ak by ste si chceli prezrieť fotografie bowlingového centra?



Tento scenár zaručil, že používatelia sa na stránke vyznajú, je prehľadná a všetci 10 respondenti zvolili možnosť Fotogaléria v navigačnom menu. V minulom prípade tomu bolo podobne a ľudia túto sekciu vedeli nájsť na predchádzajúcej verzii stránky taktiež, ale teraz máme z 10 respondentov 100% úspešnosť správneho výberu.

## Záver

Na základe aktuálnych výsledkov testovania scenárov a spätnej väzby od používateľov je zrejmé, že implementované zmeny v dizajne a navigácii webovej stránky priniesli pozitívne výsledky, ktoré zlepšili používateľský zážitok a intuitívnosť stránky.

1. **Dizajn stránky:** Nový dizajn bol všeobecne preferovaný, pričom používatelia označili stránku ako modernejšiu, prehľadnejšiu a prívetivejšiu.
2. **Zvýšená intuitívnosť navigácie:** Výrazné zlepšenie orientácie používateľov na stránke je zrejmé z analýzy heat mapy. Zvýraznenie tohto prvku z marketingového hľadiska pomohlo zvýšiť viditeľnosť kľúčovej služby a pravdepodobnosť jej využitia.