Česká zemědělská univerzita



Teze

k diplomové práci

Prezentace firmy na Internetu

Autor: **Viktor Barda**

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Eva Jablonská, CSc.**

Svou prací jsem se snažil postihnout problematiku prezentace firem na WWW. Téměř všechny podniky se snaží propagovat svoje jméno a Internet jim dává možnost, jak toho využít. V dnešní době stálého rozšiřování Internetu lidé tuto formu propagace ocení a firma tak ukáže, že jde s technickým pokrokem.

Tvorba internetové prezentace firmy musí být v souladu s její celkovou marketingovou strategií. Před samotným zhotovením firemních WWW stránek je nutné sestavit plán, podle něhož se bude online prezentace rozvíjet.

Teoretická část práce pojednává o vlastnostech, které by měla efektivní WWW prezentace mít. Konkrétně se jedná o **zajímavý obsah** webu a kvalitní grafické zpracování. V práci je vyzdviženo, že internetová prezentace není určená pouze pro potenciální zákazníky, ale měla by obsahovat také užitečné informace pro obchodní partnery, potenciální zaměstnance, lidi z regionu apod.

Podmínkou úspěšnosti internetové prezentace je její **vysoká návštěvnost**. Zajištění návštěvnosti je pro web existenční otázkou. Pokud o něm lidé nevědí, pak jako by nebyl. Aby internetové stránky navštěvovalo více lidí, je nutná jeho propagace. Podnik by se ale měl snažit, aby jeho web navštěvovali stálí uživatelé.

Mezi vlastnosti efektivní webové prezentace patří vhodně zvolená **funkční kostra** firemního webu, která musí být srozumitelná vhodně uspořádanými hypertextovými odkazy. Firemní web by měl být prezentován pod vhodným **doménovým jménem**, které je součástí firemního marketingu. Firmy nebo instituce si obvykle registrují doménová jména vytvořená podle svých názvů, významných výrobků, činností apod.

Další významnou vlastností webové prezentace je vysoká **interaktivita**. Obousměrný tok informací mezi firmou a klientem představuje například virtuální obchod, zveřejnění často kladených otázek nebo získávání zpětných vazeb a statistik od uživatelů.
Při prezentaci firmy na WWW hraje významnou roli **intranet**. Ten umožňuje vytváření strukturovaných databází a archívů, ze kterých se pak generují data na WWW stránky firmy. Důležitá je také propojenost webových stránek s vnitropodnikovými systémy.

V praktické části diplomové práce bylo provedeno dotazníkové šetření, které bylo základem pro zhodnocení vybraných firemních webových prezentací. Hlavní úkol spočíval ve vytvoření návrhu webové prezentace pro konkrétní firmu.

Pomocí sestaveného dotazníku byly zhodnoceny vybrané www prezentace podniků, které se zabývají stejným nebo obdobným předmětem činnosti jako firma, pro kterou byla vytvořena webová prezentace. Je popsáno, co by nemělo být opomenuto při testování takových webových serverů.

Z provedeného dotazníkového šetření vyplývá, že zkoumané webové prezentace mají nedostatky v nízké interaktivitě a neaktualizovaných informacích. Hodnocené firemní prezentace mají i silné stránky. Na testovaných webech je snadná navigace, načítání stránek probíhá rychle a z každé stránky je zřejmá identita firmy.

Hlavní úkol diplomové práce spočíval v navržení internetových stránek pro firmu Jihoobal, s.r.o. Základem bylo vytvoření jednoduchého schématu navigace po webu.
Navržená prezentace se skládá z následujících sekcí:

- o firmě
- produkty
- objednávka
- kariéra
- kontakty
- intranet

Webová prezentace obsahuje informace o vyráběných produktech, které je možné si pomocí formuláře objednat. Stránky upozorňují také na poskytované služby a možnost nákupu odpadního materiálu. Jedna sekce webu je vyhrazena pro uchazeče o zaměstnání. Důležité je uvedení kontaktů na kompetentní zaměstnance v podniku. Část webu slouží jako intranet, kde je uživatel po zadání hesla schopen nahlédnout do interních informací. Celý web má paralelní provedení v **italském jazyce**. Protože firma Jihoobal má strategické partnery především v Itálii, internetové stránky tak mohou pomáhat rozvíjet partnerské vztahy.

Ukázka webové prezentace:



Obr. Objednávka