

Webový scénář

pro Dropbox

WEBOVÁ režie®

Michal Hudeček

Poznámka na úvod

Vzhledem k tomu, že webový scénář obvykle obsahuje informace strategického charakteru a klienti si jej tím pádem nepřejí zveřejňovat, rozhodl jsem se vytvořit ilustrativní webový scénář, jehož cílem je demonstrovat na konkrétním příkladu principy [webové reže](#). Z didaktických důvodů jsem zvolil web [Dropboxu](#). Na tvorbě jejich reálného webu jsem se však žádným způsobem nepodílel.

Ing. Michal Hudeček
Autor webové reže

1) Porozumění příběhu webu

Vysvětlení jednotlivých kroků v této sekci naleznete na <http://webovarezie.cz/kniha#pribeh-webu>

1.1 Kdo je Váš návštěvník?

Není možné někoho nadchnout, abychom někoho jiného nezklamali. Je třeba definovat, kdo je kdo.

1.1.1 Koho nadchnout

Nevadí Vám, že jejich „protipóly“ možná odradíte.

Charakteristika	Vliv např. na
Podprůměrně až průměrně počítačově gramotní	Jednoduchost ovládání
Laici v oblasti synchronizovaných datových online úložišť	Míra vysvětlování

1.1.2 Kvůli čemu určitě neodradit

Z pohledu těchto charakteristik je třeba web udržet neutrální.

Charakteristika	Vliv např. na
Pohlaví	Obsah, barvy
Věk	Obsah, barvy
Formálnost vs. Přátelskost	Texty, tykání/vykání
Smysl pro humor	Texty
Konzervativnost vs. Kreativnost	Texty, grafika.
Textový vs. vizuální typ	Poměr obrázků a textů.

1.2 V jaké je situaci?

1.2.1 Možné situace (od konkrétních k obecným)

Dané situace zároveň odpovídají zákaznickým segmentům.

Situace	Velikost skupiny	Jednoduchost komunikace
Jaké zvolím synchronizované online úložiště dat?	O synchronizovaném online úložiště dat obecně ví jen velmi malé procento lidí, tudíž i v této situaci je příliš málo lidí.	Jednotlivé konkurenční služby lze velmi snadno mezi sebou porovnat.
Jak nasdílím digitální soubory pomocí internetu?	Spousta lidí si posílá data po internetu a rozhodují se tedy poměrně často o tom, jak to provést (email, úschovna atd.). Toto je již široký okruh lidí.	Lze snadno odkomunikovat stejnou výhodu (efektivní sdílení souborů po internetu).
Jak nasdílím digitální soubory obecně?	Velké množství lidí stále přesunuje digitální data nejen po internetu, ale také pomocí fyzických médií (USB disků, CD atd.). Sloučením uživatelů internetových služeb a fyzických médií vzniká obrovská potenciální skupina zákazníků, kteří řeší stejnou situaci.	Lze také ještě poměrně snadno odkomunikovat mírně pozměněnou výhodu (efektivní sdílení souborů).
Jak nasdílím dokumenty (fyzické i digitální)?	Kromě digitálních dat si lidé vyměňují také tištěné materiály a jiné fyzické dokumenty. Sloučením sice vzniká gigantický segment zákazníků.	Dropbox nijak nedokáže pomoci se sdílením fyzických dokumentů. Nabízí se možnost motivovat lidi k digitalizaci dokumentů a následnému použití Dropboxu, ale toto přesvědčování by bylo velmi složité a nákladné.
Do čeho budu investovat?	Každý člověk nebo firma se rozhoduje o tom, za co utratit peníze.	Výhody Dropboxu nelze nijak vhodně srovnat s ostatními alternativami

Doporučení: Nadesignovat web návštěvníky, kteří řeší „Jak nasdílím digitální soubory obecně?“.

1.3 Mezi čím se rozhoduje?



Doporučení: Srovnávat se s emailem, úschovnými službami a USD disky.

1.4 Podle čeho se rozhoduje?

1.4.1 Konkurenční srovnání

	Dropbox	Email	Úschovné služby	USB disky
Prostor zdarma (GB)	až 16 GB celkem	až 20 MB na soubor	až 4 GB na soubor	-
Prostor celkem (GB)	až 250	až 7	-	až 1000
Nezávislost na zařízení	✓	✓	✓	✗
Automatická synchronizace	✓	✗	✗	✗
Nezávislost na internetovém připojení	✗	✗	✗	✓
Verzování	✓	✗	✗	✗
Vnímaná spolehlivost	vysoká	občas neprojde	občas nefunkční	hardware odchází
Vnímaná bezpečnost	střední	střední	nízká	vysoká
Cena za GB	20 Kč	zdarma	zdarma	2 Kč

1.4.2 Vyzdvihnout:

- Automatické odesílání a příjem souborů
- Nezávislost na zařízení
- Verzování
- Vnímaná spolehlivost
- Prostor zdarma

1.4.3 Vyvrátit:

- Vnímaná bezpečnost

1.4.4 Konstatovat:

- Cena za GB
- Prostor celkem

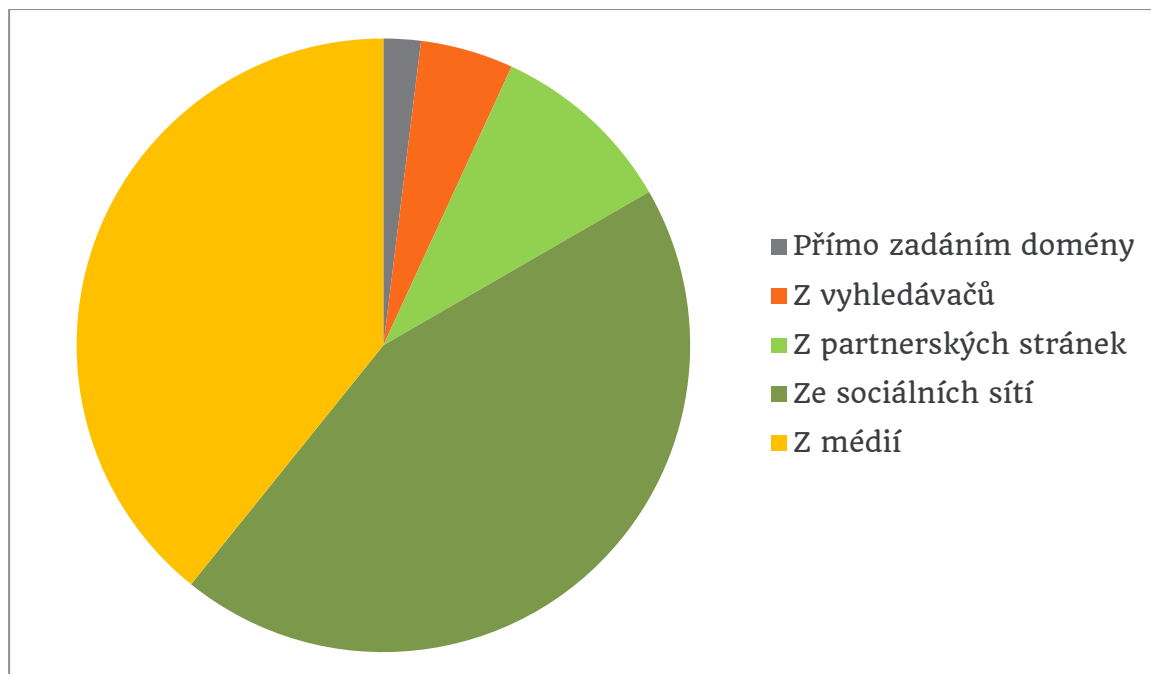
1.4.5 Vynechat:

- Závislost na internetovém připojení

1.5 Jak se o Vás dozví?

1.5.1 Odhadovaná struktura zdrojů nových návštěvníků

Struktura návštěvnosti níže je odhadnutá z povahy produktu.



1.5.2 Doporučení

Oblast	Doporučení
Doména	Offline marketing má v případě tohoto produktu malý význam, tudíž doména není příliš podstatná pro získání nových návštěvníků. Vzhledem k tomu, že jde ale o web, kam se uživatelé mají často vracet, je doména velmi důležitá pro UX již registrovaných uživatelů. Do domény má tedy smysl investovat více.
SEO	Zatím je počet lidí, kteří by sami od sebe hledali online úložiště dat velmi malý. Do SEO nemá smysl investovat nad rámec základních pravidel.
Z partnerských stránek	Méně významný zdroj návštěvnosti. Má smysl se mu věnovat jen povrchně.
Sociální sítě	Majoritní zdroj návštěvnosti. Je potřeba vypracovat systém vzájemného pozívání přátel.
Média	Významný zdroj návštěvnosti. Nutnost profesionální komunikace s novináři. Pravidelné a informačně zajímavé tiskové zprávy.

1.6 Co mu musíte říct či ukázat, aby se rozhodl pro Vás?

1.6.1 Webový žánr

- nalézt obsah → obsahové weby
- spojit se s lidmi → komunikační weby
- vyjádřit se → weby pro sebevyjádření
- **usnadnit si práci → online aplikace**
- hrát si → online hry

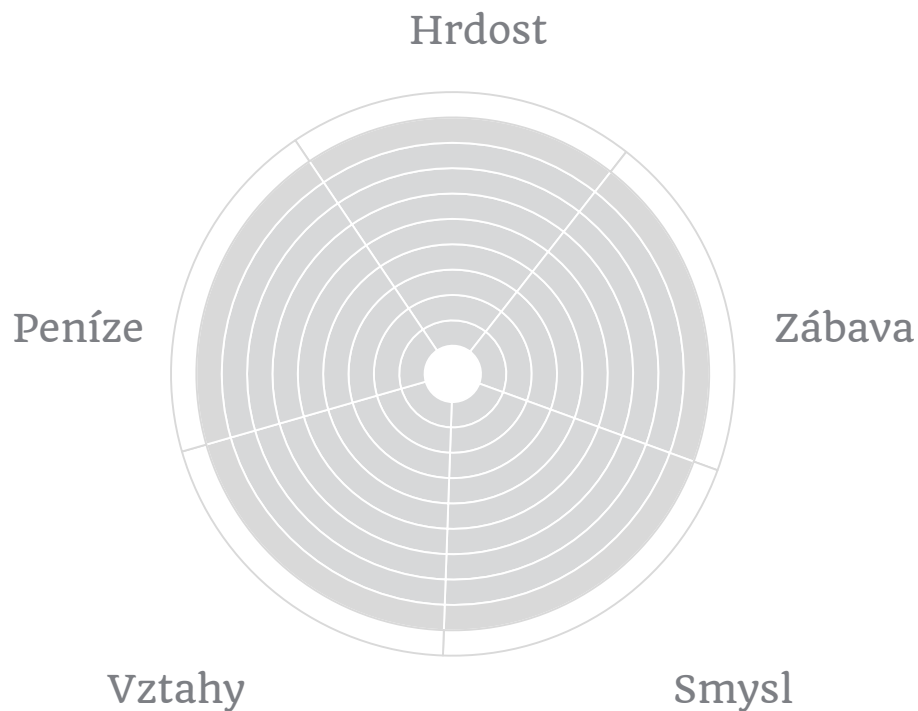
Tomuto webu nejlépe odpovídá žánr Online aplikace.

1.6.2 Očekávání od tohoto žánru

Od online aplikací lidé očekávají především užitečnost. Intuitivní a jednoduché ovládání, rychlost odezvy a odolnost vůči ztrátě připojení by měly mít nejvyšší prioritu. Největší pozornost si tedy zaslouží uživatelské rozhraní a technologie. Pozor také na prudké zvyšování počtu uživatelů vzhledem k často vysokému počtu požadavků odesílaných na server na jednoho návštěvníka.

2) Motivační prvky

Vysvětlení jednotlivých kroků v této sekci naleznete na <http://webovarezie.cz/kniha#motivacni-prvky>



Tento web nevyžaduje spoluvytváření návštěvníky.
Tato sekce není v tomto případě relevantní.

3) Vizuální koncept

Vysvětlení jednotlivých kroků v této sekci naleznete na <http://webovarezie.cz/kniha#vizualni-koncept>

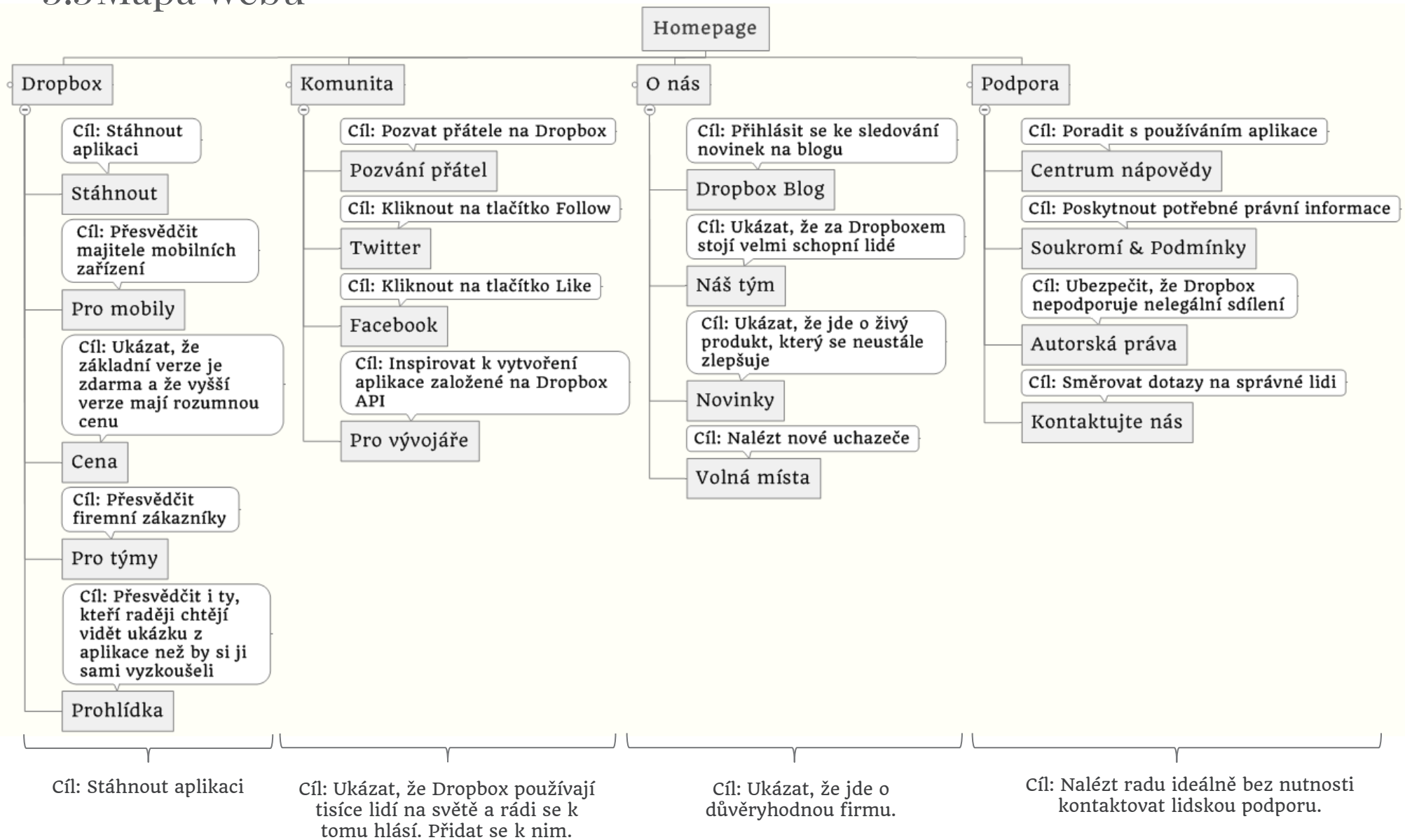
3.1 Proud pozornosti



3.2 Schéma reakcí

Proud pozornosti	Požadované reakce	Podnět
Co je to Dropbox?	„Složka, do které když uložíte soubor, tak se automaticky objeví na Vašich dalších zařízeních nebo zařízeních Vašich přátel“	Název Video
Jak si jej mohu nainstalovat?	Stáhnout Dropbox do počítače	Výrazné tlačítko Stáhnout
Kde najdu další podrobnosti o produktu?	Kliknout na přílušný odkaz	Vhodně členěné menu s podrobnostmi.
Jak se přidat k fanouškům Dropboxu?	Ukázat, že Dropbox používají tisíce lidí na světě a rádi se k tomu hlásí. Přidat se k nim.	Vhodně členěné menu pro komunitu.
Je tato firma důvěryhodná?	Ano.	Vhodně členěné menu s informacemi o firmě.
Kam se obrátit, když potřebuji pomoci?	Nalézt radu ideálně bez nutnosti kontaktovat lidskou podporu.	Vhodně členěné menu s nápovědou.

3.3 Mapa webu



3.4 Vizuální koncept homepage

