

# UX Checklist

Pomocí checklistu si jednoduše můžete ověřit, jestli váš e-shop zákazníkům nabízí skutečně příjemný zážitek z nakupování. Současně zjistíte, jestli vám neuniká žádná obchodní příležitost.

Projděte si následující body, které vychází z našich doporučení a oborových best practices.

Kdyby vám jakýkoliv z bodů nebyl jasný, klikněte na nadpis sekce, který vás odkáže na detailní informace.

## Objednávkový proces

- Objednávkový proces rozdělit do kroků v rámci samostatných stránek
- Počet kroků v objednávkovém procesu není vyšší než 4
- Nazvat jednotlivé kroky podle informací, které po zákazníkovi požadujeme
- Do záhlaví naznačit jednotlivé kroky objednávkového procesu
- Umožnit procházení mezi kroky v objednávkovém procesu dopředu i dozadu
- Pojmenovat všechna akční tlačítka tak, aby byla na první dobrou srozumitelná
- Vyzkoušet a otestovat zjednodušenou verzi stránky s objednávkovým procesem
- Použít prvky, které mohou zvýšit důvěru zákazníků v náš e-shop

## Nákupní košík

- Vstup do košíku umístit vpravo nahoře
- Vstup do košíku je snadné najít, odlišuje se od ostatních prvků na stránce
- Množství a cenu zboží indikovat vedle vstupu do košíku
- Detail košíku obsahuje všechny doporučené informace a prvky – název, obrázek, cenu, množství, dostupnost
- V košíku nabízet další relevantní produkty (cross-sell)
- V košíku informovat o částce zbývajících do dosažení na dopravu zdarma
- V košíku ujistit zákazníka, že nakoupit právě v našem e-shopu se mu vyplatí

## Výběr dopravy a platby

- Výběr dopravy a platby mít rámci jednoho kroku
- Výběr dopravy a platby prezentovat pod sebou: nejdřív doprava, potom platba
- Dopravní metody prezentovat jednotlivě v řádcích pod sebou
- U jednotlivých typů dopravy zobrazovat důležité informace a prvky: název, logo, cena, rychlost doručení
- Dopravní metody pojmenovat jasně a srozumitelně
- Vybrat relevantní platební metody, které chcete na e-shopu podporovat
- S ohledem na počet metod vybrat vhodný způsob jejich zobrazení na e-shopu
- Pro prezentaci platebních metod využít přímou nebo částečně agregovanou metodu zobrazení
- Platební metody (nebo kategorie plateb) prezentovat formou řádkového výpisu
- U jednotlivých typů platby zobrazovat všechny důležité informace a prvky: název, logo, cena, rychlost zpracování platby
- Pojmenovat platební metody stejně jako platební brána GoPay
- Každá platební metoda obsahuje krátký popis
- Pořadí platebních metod odpovídá jejich popularitě na e-shopu
- Dopravu nebo platební metodu, kterou chcete doporučit, umístit na začátek seznamu

## Zadávání kontaktních údajů

- Nepožadovat po zákazníkovi registraci
- Nabízet vytvoření účtu společně s objednávkou
- Chtít po zákazníkovi jen informace nutné k vyřízení objednávky
- Ověřovat kontaktní údaje a předcházet špatně zadaným informacím
- Využívat služby k našeptávání adresy

## Shrnutí objednávky

- Před přechodem do platební brány zobrazit shrnutí objednávky
- Pořadí informací ve shrnutí odpovídá tomu, v jakém je zákazník postupně zadával
- Shrnutí neobsahuje žádná překvapení nebo skryté poplatky
- Před vstupem do platební brány poslat shrnutí objednávky e-mailem
- Informace v e-mailu se neliší od toho, co zákazník viděl ve shrnutí na webu
- Z e-mailového shrnutí je možné se prokliknout na zaplacení objednávky
- E-mailové shrnutí není strojové a odpovídá komunikačnímu stylu e-shopu

## Přechod do platební brány a dokončení objednávky

- Zákazník v platební bráně nezadáva informace, které už jednou poskytl
- Výchozí logo GoPay v platební bráně nahradit vlastním logem
- Výchozí modrou barvu v platební bráně nahradit vlastní barvou
- Nahrané logo a barva esteticky zapadá do platební brány

## Nedokončené objednávky

- Vždy ukládat obsah košíku, když zákazník e-shop opustí
- Připomínat nedokončené objednávky zákazníkovi e-mailem
- Snažit se zjistit důvody nedokončených objednávek
- Připomínat nezaplacené objednávky zákazníkovi e-mailem
- Zákazník při platbě z e-mailu nemusí znova zadávat informace, které už poskytl
- Zákazník při platbě z e-mailu může následně změnit platební metodu
- Při návratu zákazníka zpět na e-shop v případě nedokončené platby zobrazovat zákazníkovi informace, jak postupovat, aby platbu úspěšně dokončil
- Informace prezentovat stručně, jednoduše a pochopitelně
- Nežádat o hodnocení nákupu zákazníky, kteří objednávku nedokončili

---

Potřebujete více informací k jednotlivým bodům? Přečtěte si jednotlivá doporučení s detailními popisy v [GoPay UX kitu](#).