
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Webové stránky LOMAX

Projekt byl navržen a proveden pro:

LOMAX

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Lesensky.cz

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.5 Firemní publikace - webové stránky

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Veronika Duchoňová

Firma/organizace: Lesensky.cz

Stručné shrnutí projektu:

Největší český výrobce garážových vrat u nás poptal reprezentativní web, který podpoří jeho obchod a usnadní správu objednávek.

Pro LOMAX jsme vytvořili nový moderní, uživatelsky přívětivý, přehledný a funkční web, který jde ruku v ruce s vizuální identitou společnosti a plní vysoké technické nároky na rychlost, dohledatelnost a použitelnost.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

ZADÁNÍ

Většina zakázek LOMAXU je realizována v domácnostech koncových zákazníků a prezentační web je nejdůležitějším článkem v procesu sběru poptávek. Krom požadavků na vizuální a funkční preciznost webu bylo důležité zachovat všechny odladěné zákaznické cesty, které vedou k poptávkám.

CÍLE

- 1) Přehledná a uživatelsky přívětivá prezentace produktů a služeb společnosti (IA, UX)
- 2) Získávání nových poptávek a zákazníků (LEAD GENERATION)
- 3) Vizuálně přitažlivý a zapamatovatelný design webu (BRAND)
- 4) Uživatelsky přívětivá a snadno ovladatelná administrace webu (UI)
- 5) Technická optimalizace webu s důrazem na rychlost, dohledatelnost a responzivitu (UX, SEO, MARKETING)
- 6) Vytvoření prostoru pro prezentaci volných míst (HR MARKETING)

CÍLOVÉ SKUPINY

- 1) potenciální B2C zákazníci společnosti LOMAX
- 2) potenciální B2B zákazníci společnosti LOMAX
- 3) Stávající zaměstnanci a obchodní partneři společnosti LOMAX
- 4) Potenciální zaměstnanci společnosti LOMAX

Strategie:

Nejprve bylo potřeba připravit zadání pro nový web. To jsme specifikovali na základě klientského briefu, výzkumu a analýz stávajícího webu (uživatelská přívětivost, informační architektura, uživatelské cesty, plnění marketingových cílů).

Po zhodnocení dosavadního technického řešení, které už přestalo v mnohém vyhovovat, jsme navrhli postavit od základů novou webovou prezentaci na redakčním systému Drupal.

Nástroje a aktivity

- 1) Zcela nový design a struktura webu
- 2) Stěžejní vizuály a fotografie z vlastních zdrojů (žádná fotobanka)
- 3) Příprava rozsáhlé sady originálních ikon
- 4) Optimalizace funkčnosti a použitelnosti posuvných galerií (desktop, mobil)
- 5) Návrh, realizace a testování zcela nových vizuálních prvků prezentace obsahu (například galerie vzorníků v detailech produktů)
- 6) Návrh a realizace obsahové sekce Rádce s výběrem garážových vrat
- 7) Napojení poptávkových formulářů do systému HELIOS
- 8) Zachování funkčnosti nástroje vyhledávání poboček LOMAX
- 9) Jednotlivé podstránky webu jsou postavené z dílčích na míru připravených komponent pomocí modulu Paragraphs

Výsledky:

Web byl spuštěn v březnu 2022.

Nový web je vizuálně atraktivní, zapamatovatelný a naplnil očekávání klienta.

Za týden od spuštění přišly přes web nižší stovky poptávek a web dosahuje konverzního poměru nad 3 %.

Z hlediska rychlosti podává web dle směrodatných ukazatelů nadstandardní výkon

Kariérní podstránky prezentují volná místa a umožňují na ně cílit marketingové kampaně.

Rádce s výběrem vrat se stal hodnotným obsahem, s nímž lze dále v marketingu pracovat (SEO, kampaně).

Administrace webu je přehledná, modulární systém umožňuje tvořit další podstránky na základě hotových bloků.

Detaily k výsledkům naleznete v přílohách.

Weblinky:

<https://www.lomax.cz>, <https://www.lomax.cz/venkovni-rolety>, <https://www.lomax.cz/o-nas>, <https://www.lomax.cz/jak-vybrat-garazova-vrata>,
<https://www.lomax.cz/kariera/delnikdelnice-ve-vyrobe>, <https://www.lomax.cz/kontakt#pobocky>