

1) Microcopy (texty do UI) – připravené k použití

Globální (menu, tlačítka, statusy)

- **CTA (hlavní):** „Zobrazit nabídky“
- **CTA (sekundární):** „Požádat o beta přístup“
- **Tlačítka:**
 - „Poptat nabídku“ (když to nechceš dělat právně závazné)
 - „Objednat rezervaci“ (když chceš závaznější tón)
 - „Uložit draft“, „Publikovat“, „Archivovat“, „Upravit“, „Zkopírovat nabídku“
- **Stavy nabídky:** Draft / Čeká na schválení / Publikováno / Archivováno
- **Stavy poptávky:** Nová / Potvrzeno / V řešení / Zrušeno / Uzavřeno

Landing page

Hero headline (vyber 1):

1. „Akční nabídky mediálního prostoru na jednom místě.“
2. „Speciály a last minute nabídky. Rychleji než e-mailové kolečko.“
3. „Média vystaví. Agentury objednají. Všichni ušetří čas.“

Subheadline (vyber 1):

- „Přehledně porovnávejte formáty, ceny a termíny. Poptávky odešlete během minuty.“
- „Marketplace pro média a agentury. Bez chaosu v PDF a tabulkách.“

Sekce „Jak to funguje“ (3 kroky):

- **Média:** „Vystavíte nabídku (akce/speciál) v jednotné šabloně.“
- **Agentury:** „Vyfiltrujete a porovnáte nabídky podle formátu, ceny a termínu.“

- **Objednávka:** „Odešlete poptávku – médium i vy dostanete potvrzení a přehled v dashboardu.“

CTA pro média:

- Nadpis: „Jste médium?“
Text: „Získejte další poptávky na akční a speciální nabídky.“
Tlačítko: „Chci vystavovat nabídky“

CTA pro agentury:

- Nadpis: „Jste agentura?“
Text: „Najděte nejlepší nabídku bez nekonečného přeposílání mailů.“
Tlačítko: „Chci poptávat nabídky“

Katalog nabídek (listing)

- Nadpis: „Aktuální nabídky“
- Placeholder do vyhledávání: „Hledej podle média, formátu nebo klíčového slova...“
- Filtry labely:
 - „Typ média“
 - „Formát“
 - „Platnost nabídky“
 - „Cena od“
 - „Štítky“ (Akce / Speciál / Last minute)
- Řazení: „Nejnovější“, „Nejlevnější“, „Končí nejdřív“, „Nejvíce poptávané“ (to poslední zatím může být fake)

Karta nabídky – texty:

- Badge: „Akce“, „Speciál“, „Last minute“
- „Cena od: 25 000 Kč“
- „Platnost: 12. 1. – 31. 1.“

- Tlačítko: „Detail nabídky“

Detail nabídky

- Sekce: „Co je v nabídce“
- Sekce: „Specifikace“
- Sekce: „Podmínky a dodání podkladů“
- Sekce: „Přílohy“
- CTA: „Poptat nabídku“ (doporučuju pro MVP)

Krátké upozornění (nenápadně pod CTA):

- „Odesláním poptávky nevzniká závazná objednávka. Potvrzení proběhne e-mailem.“

Modal „Poptat nabídku“

- Nadpis: „Poptat nabídku“
- Popis: „Vyplňte minimum a my propojení s médiem dotáhneme rychle.“
- Pole (label + hint):
 - „Termín kampaně“ (např. „únor 2026“)
 - „Předpokládaný rozpočet“ (např. „do 50 000 Kč“)
 - „Poznámka“ (např. „požadujeme regionální cílení“)
 - „Kontaktní osoba“
 - „E-mail“
 - „Telefon“ (volitelné)
- Submit: „Odeslat poptávku“
- Success:
 - Nadpis: „Poptávka odeslána“

- Text: „Potvrzení jsme poslali e-mailem. Stav najdete v sekci Moje poptávky.“

Dashboard agentury

- Nadpis: „Moje poptávky“
- Tlačítko: „Poptat další nabídku“
- Prázdný stav: „Zatím tu nic není. Vyberte nabídku a odešlete první poptávku.“

Dashboard média

- Nadpis: „Moje nabídky“
- Tlačítko: „Přidat nabídku“
- Sekce: „Poptávky na vaše nabídky“
- Prázdný stav poptávek: „Zatím žádné poptávky. Zkuste zvýraznit nabídku jako Last minute.“

Admin

- Nadpisy:
 - „Média ke schválení“
 - „Nabídky ke schválení“
 - „Poptávky“
- Akce: „Schválit“, „Zamítnout“, „Vrátit k doplnění“
- Export: „Export CSV“

2) Prázdné stavy (empty states) – aby web nepůsobil mrtvě

Katalog bez výsledků:

- Nadpis: „Nic jsme nenašli.“
- Text: „Zkuste uvolnit filtry nebo změnit vyhledávání.“
- CTA: „Zrušit filtry“

Detail nabídky bez přístupu (Visitor):

- Nadpis: „Pro detail potřebujete beta přístup.“
- Text: „Zanechte kontakt a pošleme vám pozvánku.“
- CTA: „Požádat o přístup“

Médium bez nabídek:

- Nadpis: „Je čas ukázat, co umíte.“
- Text: „Přidejte první akční nabídku. Čím konkrétnější parametry, tím více poptávek.“
- CTA: „Přidat nabídku“

Agentura bez poptávek:

- Nadpis: „Zatím žádné poptávky.“
 - Text: „Vyberte nabídku a odešlete poptávku během minuty.“
 - CTA: „Zobrazit nabídky“
-

3) Šablona nabídky pro média (standard) – povinné vs doporučené

Povinná pole (MVP)

- 1. Název nabídky**
 - „Last minute – Banner balíček na leden“
- 2. Typ média** (online / print / rádio / OOH / TV / newsletter / social)

3. **Formát** (výběr + možnost „jiné“)
4. **Cena od (Kč bez DPH)**
5. **Platnost nabídky (od–do)**
6. **Stručný popis (1–3 věty)**
7. **Co je v ceně** (bullet list)
8. **Podmínky** (minimální spend, omezení, storno)
9. **Dodání podkladů / deadline**
10. **Kontaktní osoba média** (jméno + email + telefon)
11. **Štítky:** Akce / Speciál / Last minute
12. **Příloha** (PDF media kit / ceník) – může být volitelné, ale doporučené

Doporučená pole (v prototypu klidně „nice to have“)

- **Dostupnost kapacity** (např. „max 3 klienti“ / „do vyprodání“)
- **Cílení** (regiony, publikum – text)
- **KPI / odhad výkonu** (např. „min. 100k impresí“, i kdyby to byl orientační údaj)
- **Ukázky / reference** (link/placeholder)
- **Možnost úprav** (např. upsell: „PR článek + promo na social“)

Doporučené formáty (předvyplněné hodnoty v selectu)

- Online: banner (leaderboard/rectangle), homepage takeover, advertorial/PR článek, video pre-roll
- Newsletter: banner v newsletteru, solo mailing
- Print: 1/2 strany, 1/1 strana, obálka
- Rádio: spot 20/30s, sponsoring pořadu
- OOH: billboard 510, citylight, digital OOH slot

4) „Anti-chaos“ pravidla (krátká interní pravidla pro média)

Přidej (třeba pod formulář “Přidat nabídku”):

- „Cena uvádějte **bez DPH**.“
 - „Platnost je **od-do**, ne ‘někdy v lednu’.“
 - „Formát pojmenujte standardně (banner/PR článek/spot...), ne ‘super balíček deluxe’.“
 - „Last minute používejte jen když nabídka končí do 14 dní.“
-

5) Bonus: mini texty pro onboarding (tooltipy)

- U ceny: „Zadejte nejnižší možnou cenu za balíček (od...).“
- U podmínek: „Např. minimální spend, storno, omezení kategorií.“
- U dodání: „Kdy nejpozději potřebujete podklady od agentury?“