

Přepřacování webu Tábor plný překvapení

Web www.taborprekvapeni.net je "oficiálním" webem letního dětského tábora pořádaného každoročně skupinou kamarádů -- dobrovolníků. Provozovatelem je v současné době cestovní kancelář CK Topinka alias www.tabory.cz, ale tábor vystupuje pod vlastní značkou **Tábor plný překvapení**, která má zdůraznit historickou nezávislost.

Analýza původního webu

Nedostatky zmíněné lidmi

- zastaralý vzhled
- malý konverzní poměr webu -- nemotivuje dostatečně rodiče k přihlášení dětí na tábor
- nejednotný vzhled webu a letáčků
- malá integrace fotek
- malé zabezpečení diskuse proti spamu
- špatná aktualizace obsahu, neintuitivní administrace
- účty pro diskusi a administraci obsahu webu nejsou propojené

Technická stránka původního webu

Současný web je postaven na **DokuWiki**. Ta je oblíbená do celkem líbivého vzhledu a upravena tak, aby umožňovala správu takového webu. Ovládání je však pro kohokoliv jiného než administrátora dosti neintuitivní. Obrázky jsou často vkládány externě z galerií na **Picasa Web Albums** nebo **Rajče.cz**. Hosting je zřízen u společnosti **Web4ce** ve variantě **START** za cca 500 Kč na rok. Doména www.taborprekvapeni.net je u společnosti **Active24**. Na stránkách je diskuse postavená nad **PunBB** fórem. Je zasazena do podobného vzhledu jako zbytek webu. Uživatelské účty DokuWiki a PunBB nejsou nijak propojené.

Původní web z pohledu přístupnosti, použitelnosti, obsahu a funkčnosti

Patička webu hlásá, že web byl **vytvořen v roce 2004**, což je téměř sedm let k nynějšímu datu. I tak je web celkem přístupný a návštěvníku se jeví celkem použitelný -- navigaci obstarává **jediné hierarchické menu**, které je přehledné a celkem jasné. Doplňuje jej následně několik v podstatě externích odkazů na fotogalerie a na diskusi.

Web nemá speciální požadavky na přístupnost. Dá se říci, že vzhledem k tomu, že jde o letní tábor, necílí na žádné výrazněji hendikepované skupiny uživatelů, ale při takovém tvrzení nelze zapomínat na fakt, že nový web má cílit především na rodiče a ti mohou i přes excelentní zdravotní stav svých dětí nějak omezeni (např. mohou špatně vidět). Stejně tak se dá očekávat

možný přístup z **mobilních zařízení** -- podstatná část rodičů, jejichž děti na tábor jezdí, je natolik finančně zabezpečena, že u nich lze očekávat chytrá mobilní zařízení či tablety. Zásadním problémem původního webu je **informační architektura a návrh sdělení**, které by měl návštěvníkovi dát. Původní web se zaměřuje jak na děti, tak na rodiče a informace podává v podstatě dost "ploše". Návštěvníka nijak nevede, nenaznačuje žádnou cestu, dává mu plnou volnost. **Nemotivuje příliš ke konverzi**, tedy k tomu, aby rodič podal pro své dítě přihlášku. Na úvodní stránce jsou novinky, které však nejsou příliš aktualizovány, zřejmě kvůli složitosti administračního rozhraní. Značnou část obsahu webu zabírá hezká a čtivě psaná historie, která však opět není aktuální (končí v roce 2007). Provázanost s fotkami je v ní také celkem nedostatečná.

V sekci **pro děti** je zpěvník, stránka o diskotékách, seznam her s odkazy a databáze tábornických znalostí. Zpěvník obsahuje vybrané táborové písně a dává k dispozici akordy se slovy. Ty pochází z webu www.supermusic.sk a technické pozadí jejich zpracování je dosti složité. Stránka o diskotékách je neaktuální (ani jeden z dvou uvedených DJů již hudbu pro děti na táboře nepouští). Na stránce o hrách je popsáno několik her, jež se na táboře hrály nebo hrají. Popsáno je i několik celotáborových etap a následuje seznam odkazů na weby, kde lze najít spousty her a nápadů na ně (pravděpodobně tedy odkazy spíše pro vedoucí).

Část **pro rodiče** začíná osvětlením filosofie tábora. Ta je napsána čtivě, byť mírně dlouze. Dále následují stránky s popisem místa, kde se tábor koná i s vloženou interaktivní mapkou. Bohužel zde není příliš zdůrazněno, jak by se na místo konání měly děti či jejich rodiče dostat a odkud vlastně jede autobus. To je, vzhledem ke skutečnosti, že tábory jsou většinou poměrně lokální záležitostí, velká škoda a chyba v tom, co by měl web sdělit návštěvníkovi jako jednu z prvních informací. Na stránce o ceně jsou také informace o současném provozovateli a odkazy na formality.

Z hlediska **funkčnosti** nelze webu nic vytýkat. Co se jeví, že by fungovat mělo, zjevně funguje.

Původní web z pohledu SEO

Na webu **nebyla provedena v podstatě žádná SEO optimalizace** a pokud dodržuje nějaké zavedené praktiky, je to spíše proto, že nejsou dobrými praktikami jen pro SEO. Webu chybí na stránkách tag *meta description*, naopak tag *meta keywords* je vyplněný na každé jinak, což je ale zřejmě důsledek spíše toho, že systém běží na DokuWiki. Značka H1 pro nadpis je využívána celkem důsledně. Pokud chce uživatel vyhledat *tábor* jako takový a zapamatuje si alespoň slovo *překvapení*, má téměř stoprocentní šanci, že tento web najde jako první. Bude-li však hledat jakýkoliv tábor, např. tábor v jižních Čechách, tábor Praha, letní dětský tábor apod., **stránky se ve výsledcích vyhledávání příliš dobře neumísťují**. Vzhledem k tomu, že oblast dětských táborů není příliš exponovaná z hlediska optimalizace pro vyhledávače a stránky jiných táborů či sdružení jsou z velké části poměrně primitivní, je zde nevyužitý obrovský potenciál.

Původní web z pohledu vzhledu

Původní vzhled webu nebyl zpracován profesionálem. Využity při něm byly **kresby** jedné z členek táborového sdružení, která se již ale dále do dění nezapojovala. Web je optimalizován pro rozlišení 800x600, což je dnes již přežitek. **Web je jinak graficky poměrně jednoduchý**

a přehledný. Vzhled se tematikou obrací spíše k tábornictví jako takovému a nesnaží se výrazněji cílit na jednu či druhou cílovou skupinu návštěvníků -- možná tedy vzhledem ke kresbám spíše na děti, ale použitelnost pro rodiče tím ovlivněna není.

Logo tábora také není zpracováno profesionálně, vytvořil jej hlavní vedoucí na základě vyvstávající potřeby mít nějaký, byť částečný, vizuál, jímž by bylo možno se prezentovat a který by šlo propagovat (trička, potisky, korespondence, dárkové předměty, samolepky na auto). Logo vzniklo později než web, takže je do něj zasazeno spíše dodatečně. S jeho změnou se spíše nepočítá, jelikož je již **svým způsobem zavedené**. Mohlo by však doznat drobných úprav, jež by neměly vliv na jeho zaměnitelnost s původním a přidaly by na jeho grafické kvalitě. Jedním z trvajících a dlouhodobých problémů táborové propagace jsou **letáčky**. Jejich tvorba je zcela v amatérských rukou a každý rok mají jinou podobu, vycházející často jen z možnosti kancelářského balíku programů (tedy vyjma roku 2010, kdy se do toho dala "mladá krev"). Problémem bývá nejen jejich čitelnost a grafická kvalita, ale také to, že nijak nekorespondují se vzhledem webu či nenavazují na vzhled z předešlých let. Spojovacím prvkem zůstává povětšinou jen logo tábora.

Analýza návštěvnosti

Analýzu návštěvnosti zajišťují **Google Analytics**, byť jsou nešťastně nastavené a zahrnují i subdoménu *vzkazy* s diskusí a ta dělá ve výsledcích různé odchylky. Táborové stránky mají mimo sezónu denně kolem 30 návštěv. Kolem května stoupá návštěvnost na 50-60 a v červenci, kdy se tábor koná, má špičku. Jedná se však především o několik dní po táboře, kdy na něj zavítají děti, jež se právě vrátily domů. Velkou část návštěvnosti také tvoří vedoucí, kteří chodí celoročně na diskusi psát vzkazy a domlouvat se. **Návštěvnost je tedy minimální.** Nejvíce přístupů je z prohlížečů Google Chrome, Internet Explorer a Mozilla Firefox. Drtivá většina návštěvníků je z ČR a za rok je jich přibližně 10 000. **Pouze 40 % návštěvníků jsou noví**, většina jsou pravidelně se vracějící. Podle času stráveného na stránkách lze odhadovat zájem o tábor jako takový. Většinu roku je kolem 2 minut a jen po táboře je velký čtrnáctiminutový zub, ale **od října se doba strávená na webu zvedá** na cca 5 a více minut. Jedná se pravděpodobně o rodiče, kteří zamýšlí, co se svými ratolestmi. Lidé přichází nejvíce přímým zadáním adresy. Dále přichází z Google a ze Seznamu. **Bohužel však přicházejí na zcela zavádějící klíčová slova.** Na web se dostávají, když hledají hry na tábor, morseovku nebo různé písničky ze zpěvníku. Stránek, které by na web odkazovaly, je žalostně málo. Nejvíce webu pomohly **sociální sítě**, z nichž nabral k běžnému provozu alespoň několik návštěvníků navíc.

Facebook stránka

Tábor **má založenou Facebook stránku** <http://www.facebook.com/taborprekvapeni>. Založil ji Honza Javorek, ale píše na ni spíše ostatní vedoucí, byť i tak zřídka. Táborová stránka na Facebooku **má kolem 60-70 fanoušků**, převážně vedoucích, dětí, jež na táboře byly, nebo různých lidí tak či onak s táborem spojených, třeba historicky. Stránka je živelně, ale docela dobře udržována (na to, jak živelně a jak necíleně) a snaží se svépomocí udržovat sem tam kontakt s fanoušky. Dala by se pro další propagaci určitě využít a je dobře, že existuje, jelikož může na web v budoucnu svádět návštěvníky a web doplňovat. Lze také jednou využít různých

efektů sociálních sítí, např. provázanosti přátel aj.

Shrnutí analýzy původního webu

Web má velké rezervy v jednoduché spravovatelnosti a udržovatelnosti obsahu organizátory tábora. Jeho vzhled nepůsobí novodobě, ale svému základnímu účelu ještě poměrně slouží -- neznepokojuje nijak výrazně nalezení informací nebo jejich nečitelnost. Obsah webu nekoresponduje s jeho cílem, jelikož obsahuje i nepotřebné nebo těžko udržovatelné informace. Web není nijak optimalizován pro vyhledávače a lidé, kteří z nich na web zavítají, jsou spíše náhodní zbloudilci. Návštěvnost webu je tristní a nejvíce ji zvedla asi drobná práce s publikem na Facebooku. To je pochopitelné, protože tam jsou fanoušky tábora lidé, kteří se o něj aktivně zajímají a na stránky se občas na podnět vracejí, aby s táborem zůstali v kontaktu. Existence a přínos veřejné diskuse je diskutabilní, jelikož na ni píšou pouze organizátoři tábora.

Návrh nového webu

Návrh nového webu by se měl odvíjet především od určení **cílů** webu. Podle těchto cílů by se následně mělo řídit vše ostatní.

Hlavní cíle webu

Hlavním cílem webu je zaujmout rodiče. **Sdělit** jim informaci, že existuje takový tábor, **ujistit** je, že je vhodný pro jejich děti a **přivést k podání přihlášky** či ke kontaktům. Rozeberme tyto části hlavního cíle podrobněji:

1. Web by měl jednoznačně každému návštěvníkovi sdělit, že se nachází na prezentaci letního tábora pro děti, jenž se odehrává v Jižních Čechách a jezdí se na něj z Prahy. Mělo by být okamžitě z hlavní stránky rodiči jasné, jestli mu přijde tento tábor polohou a organizací zajímavý a měl by to být schopen určit po přečtení jen několika krátkých vět či jen krátkých sloganů.
2. Web by měl na jednom místě shrnovat důvody, proč je tábor tím pravým pro rodičovo dítě. Je zapotřebí přehledná stránka, z níž by rodiče vyčetli další důležité informace a výhody -- např. jestli má tábor nějaké záruky, historii, tradici a zkušenosti, kdo je provozovatelem, jak bude s jejich dětmi zacházeno. Opět by to mělo být sděleno velmi stručně a aktivně vést tlačítka a odkazy na třetí bod hlavního cíle.
3. Rodič by měl být doveden na stránku, kde bude moci organizátory tábora kontaktovat, případně rovnou podat přihlášku.

Vedlejší cíle

Stránky by měly poskytovat místo pro "utajenou" komunikaci jeho organizátorům a zároveň také určitý "archív" toho, co se na táboře dělo v minulosti. Jistá část webu by se tedy určitě měla zabývat rozvláčnějším popisem toho, jak to na táboře chodí, představením organizátorského týmu, odkazovat na fotogalerie a uchovávat bohatou historii tábora.

Požadavky nového webu

- dobrá spravovatelnost obsahu, novinek

- moderní vzhled
- následování hlavních i vedlejších cílů webu
- sjednocení vizuální identity, rozmyšlení úprav loga

Vzhled webu

Při navrhování nového webu by se mělo myslet na navržení vizuálních prvků, které mohou **spojoval web a letáček**. Grafika by měla navazovat na **přírodní prostředí**, ale zároveň by měla být moderní. Rodičům by mohla navozovat **dětskou atmosféru**, ale protože není web určen primárně dětem, neměl by se utápět v typické hravosti a nekonečné barevnosti vizuálů pro dětské publikum. Barvy a změny současného “vizuálu” jsou plně v rukách grafika - organizátoři tábora jsou otevřeni diskusi a nejvíce zřejmě záleží na výsledném dojmu než na zažitých, svépomocí vyrobených materiálech.

Grafika webu by měla pamatovat na to, aby umožňovala např. nějakou velkou tématickou “fotografii” každoroční “změnu tématu” (jednou si hrajeme na *indiány*, za rok na *stroj času*). Je to však jen návrh -- prostým zadáním je, že by se návštěvník měl pravděpodobně už na hlavní stránce dovědět aktuální téma hry. Je však možné a možná lepší to nekomplikovat a nechat tuto informaci pouze v kompetenci novinek.

Nový vzhled by měl myslet i na to, že web musí být do budoucna udržovatelný a spravovatelný, takže kromě hlavní stránky a občasné drobnosti či speciálního prvku by se grafika neměla dopouštět “příliš zběsilých kudrlinek”, jež si lze dovolit na lečjaké microsite se čtyřmi obrazovkami. Na páteřních třech stranách sledujících cíl webu je řádění dovoleno asi největší (jsou nejdůležitější a měnit se v čase nebudou až tolik), směrem dál od této páteře by pak bylo spíše lepší držet se hesla “v jednoduchosti je síla”.

Inspirace možná alespoň pro barvy nebo nějaké nápady: <http://www.borovice.cz/>, <http://www.dobryoddil.cz/>

Provoz a správa webu

Aby byl web dobře spravovatelný, měl by být postaven na nějakém hotovém řešení, kterých je spousta zdarma k dispozici. Nabízí se WordPress a Drupal. Zatímco WordPress je vyloženě systém pro zápisníček, Drupal je komplexní redakční systém pro web se samostatnými stránkami a spoustou dalších zabudovaných funkcí. Pro editora webu může být jeho správa velmi snadná, jelikož lze např. nastavit jen omezený rozsah funkcí, které mu budou k dispozici. Pokročilé funkce pak editora nepletou a on se může soustředit na psaní obsahu webu, složité ovládání je mu skryto. Instalaci Drupalu lze navíc zadarmo domluvit u **Michala Janíka**, jenž má v instalaci a provozování těchto systémů velké know-how. Problémem může být úvodní přepracování instalace Drupalu do požadované podoby a tvorba šablon, ale investice do těchto obtíží se pravděpodobně do budoucna vyplatí na pružnosti a upravitelnosti systému, na němž web pojede. Také finančně se vyplatí tím, že nebude potřeba platit hosting firmě **Web4ce** (500 Kč/rok).

Části webu

Součástí webu by měl být jednoduchý blog, který zastane funkci novinek. Bude raději bez

komentářů -- nejsou zapotřebí a jen přidělávají starosti. Páteří webu by měla být trojice stránek z hlavního cíle webu -- tedy **hlavní** strana, **informační** strana a **kontaktní** strana.

Hlavní strana by měla promptně informovat o tom kdo jsme, co jsme, kde jsme. Bez velkých váhání a dlouhých textů. Pod úvodní grafikou by měly být poslední reference od lidí a aktuality. Texty mohou být přátelsky neformální, takže hlavní strana se může v menu nazývat klidně "*Ahoj!*" nebo podobně.

Informační strana by se mohla obsahově/myšlenkově inspirovat z <http://www.dobrytabor.cz/>, kde Pionýři zdůrazňují důvody, proč zrovna jejich tábory jsou ty dobré a kvalitní. Mělo by jít o zdůraznění toho, v čem jsme dobří a ujištění rodiče, že dítě by poslal na kvalitní tábor.

Kontaktní strana bude mít kontaktní formulář a zcela základní kontaktní informace na **Pavla Gála** jakožto organizátora a hlavního vedoucího a na **CK Topinka** jakožto provozovatele. Taková typická Drupalovská stránka je např. zde <http://www.michaljanik.cz/kontakt>, ale formulář by měl být určitě nad textovými kontakty.

Další strany budou pro doplňující informace. Odkazy na ně povedou z informační strany -- ta bude stručná a souhrnná, takže pro více informací z jednotlivých témat se lidé budou muset prokliknout jinam.

Tým vedoucích. Stránka bude mít stručný úvod do naší filosofie a potom aktuální seznam vedoucích a organizátorů, kteří se přípravou tábora zabývají. U každého bude fotografie a nějaký stručný popis. Většina vedoucích má nějakou přezdívku, s čím by se dalo mírně pracovat v i rámci grafického vizuálu.

Archiv aktualit bude nedůležitá stránka vypisující staré aktuality se stránkováním. Nebude přítomna v menu, přístupná by měla být jen z odkazu na hlavní straně, kde bude jen několik nejnovějších aktualit.

Historie a fotky. Nejspíš by mohlo jít o články na blogu. Blog by tedy tím pádem měl dvě kategorie článků -- "aktuality" a "historie". Stránka s historií bude rozcestníkem na tyto články, takže se bude skládat pravděpodobně z několika úryvků posledních historických záznamů, pod nimiž bude nejspíše stránkování. Každý článek by obsahoval krátký nebo dlouhý popis ročníku s ručně vybranými obrázky v textu. Pod textem by se pak vždy umístily odkazy na externí galerie (Rajče, Picasa), které k ročníku náleží.

Reference od lidí, tedy tzv. "testimonials". Ještě je nemáme, ale určitě je můžeme sehnat. Asi bude nejjednodušší, když to budou krátké články na blogu ve speciální třetí kategorii a ve vzhledu se budou zobrazovat hromadně a bez rozklikávání, jako by to žádné články vůbec nebyly. Několik se jich může objevit i přímo na hlavní straně.

Organizační informace, tedy souhrn všech nejdůležitějších detailů -- kdy se jede, kam se jede, kde bude sraz na autobus, v kolik hodin to, v kolik tamto, co bude celotáborová hra, kde najdou dokumenty ke stažení, kde odkaz na provozovatele apod.

Jednotlivé strany by mělo spojovat jednoduché **menu**. Hlavní pohyb uživatele by měl ale být na ose páteře webu, tedy hlavní strana, souhrn informací, kontakt. Tyto stránky musí být v tomto směru pohybu propojeny výzvami k akci a tlačítky. Z informační strany by navíc měly rozhodně vést odkazy pro doplnění každé ze souhrnně zmíněných informací. V **druhé úrovni** se mohou nacházet pravděpodobně jen články, tedy aktuality a historické záznamy, ale tato druhá úroveň **se v menu nebude nijak projevovat**. Navigace na články bude z archivu aktualit a ze stránky s historií, což jsou jen výpisy těchto článků. Seřazení stran zmíněné v této kapitole není nijak závazné. Zatím je jisté pouze to, že by se seřazení stran mělo držet platných konvencí (např. hlavní strana první, kontakt poslední).

Na webu nebude vyhledávání, jelikož nemá valný smysl. Nikdo nic pravděpodobně vyhledávat nebude ani v archivech a kdyby přece, bude to tak málo frekventovaný případ užití, že si snad vystačí s využitím Google.

Diskuse pro organizátory

Diskuse pro organizátory není součástí Drupal hostingu u Michala Janíka a proto je třeba ji řešit jinak. Bylo by dobré zachovat jen VIP část, kam mají přístup pouze organizátoři a i tu proředit. Umístění diskuse a její technické řešení zatím není rozhodnuto. Může být nakonec úplně jinde, akorát se subdoména vzkazy.taborprekvapeni.net nasměřuje na jiný server. Její vzhled je spolu s kompletním uzavřením veřejnosti irelevantní, takže se potřeba diskuse nijak neprojeví na grafickém návrhu webu.

Rady a nápady pro marketing a propagaci

- Reference od rodičů, kteří své děti na náš tábor už poslali.
- Automatické posílání nových článků přes RSS na Facebook.
- Umírněný box s Facebook stránkou na webu.
- Přátelsky neformální texty, úderné texty. Tedy texty od copywritera. Například kamarádka **Jana Stará**.
- Dobrá formulace důvodů, proč je ten náš tábor dobrý, bezpečný, kvalitní, ...
- Sestříhané video (**Lukáš Hladký**), které by např. v 5 minutách ukázalo něco ze života tábora v minulých letech -- hry, diskotéka, táborák, nástup, nějaké vtipy, ... Dá se to na YouTube a pak jen vloží na web (klidně na hlavní stranu), aby si to rodiče mohli pustit a rychle získali ten pravý dojem