

WebTop100



EDITORIAL

Jak a proč ocenit ty nejlepší on-line projekty



Luboš Plotěný

Jedině skvělá digitální řešení podněcují tvorbu dalších skvělých produktů, jejich prodeje a spokojenost jejich uživatelů i spotřebitelů. Posouvají známé hranice, ukazují ty nejlepší cesty, inspirují celý trh a motivují autory i jejich konkurenty. Právě inspirace motivující

ke zlepšení je jednou ze základních hodnot, kterou každoroční soutěž WebTop100 přináší. Jsem proto velmi rád, že již potřinácté můžeme v celkem osmi kategoriích představit ty nejlepší projekty z digitálního marketingu, které se za poslední rok na českém trhu objevily. Čtenáře bych rád upozornil na inspirující rozhovor se zástupcem společnosti

PRE, který hodnotí přínos soutěže z pohledu účastníka i potřebné zpětné vazby z hlediska tvůrců webu.

Luboš Plotěný,

garant WebTop100 a ředitel společnosti Dobry web

Nové trendy i networking

WebTop100 je určen všem specialistům na digitální marketing.

WebTop100 je jedinečný projekt, který inspiruje, přináší trendy, vzdělává a umožňuje srovnání s konkurencí. WebTop100 je určen manažerům odpovědným za firemní prezentace v digitálním marketingu.

Jde o největší soutěž firemních webů a digitálních řešení v ČR, do které se každý rok přihlásí více než 200 firem. Přihlásit se mohou do jedné z osmi soutěžních kategorií. Kromě případného vítězství získají i neocenitelnou zpětnou vazbu od odborníků. Přihlášené weby hodnotí členové odborné poroty, na kvalitu hodnocení dohlíží v každé kategorii odborní garanti. Vrcholem soutěže je slavnostní vyhlášení výsledků, které v letošním roce proběhlo 6. listopadu v Konferenčním centru City.

Čtyři klubové večery ročně

Klubové večery WebTop100 jsou pravidelná setkání zástupců firem, které jsou v digitálním marketingu špičkou v ČR. Čtyři klubové večery za rok umožňují probrání aktuálních témat a trendů v digitálním marketingu, setkání se s významnými lidmi z oboru a v neposlední řadě sdílení zkušeností a know-how.

V letošním roce byla na klubových večerech probírána tato témata: digitální



Pro cílý networking se kromě slavnostního vyhlášení a odborné konference hodí i pravidelné klubové večery.

právo, osobní údaje on-line, vliv legislativy EU, loajalitní programy on-line, selfcare – on-line péče o zákazníky a technologické trendy a novinky.

Letošní listopadová konference

WebTop100 uzavírá listopadová celodenní konference, která letos proběhla v Konferenčním centru City. Setkalo se na ní více než tři stovky odborníků.

Programově byla rozdělena do tří proudů, věnovaných e-commerce, malé a střední firmy, velké firmy a korporace – a mezi řečníky zářili špičkoví odborníci i zástupci úspěšných firem. Generálním partnerem Web-

Top100 je **Forpsi**. Její výkonný ředitel **Erich Syrovátka** uvádí: „Těší nás, že jako poskytovatel hostingových a nově i cloudových služeb můžeme být již třetím rokem generálním partnerem WebTop100, této uznávané soutěže o nejlepší weby a digitální a mobilní řešení. Jsme rádi, že se v průběhu roku můžeme zúčastnit také několika klubových večerů na témata z oblasti digitálního marketingu i podzimní celodenní konference, kde se můžeme setkat se zajímavými osobnostmi a vyslechnout si inspirativní přednášky a případové studie.“

Projekt WebTop100 pořádá agentura **Dobry web** a organizuje jej vydavatelství **Internet Info**.
text Jan Brychta

Výsledky soutěže WebTop100

Absolutním vítězem se stala Pražská energetika, nejoceňovanější agenturou se stala Sherwood Digital.

Třináctý ročník největší tuzemské soutěže v oblasti digitálního marketingu ovládla agentura **Sherwood Digital**, která zabodovala celkem devětkrát. Pětkrát si pak ocenění odnesla agentura **Giant interactive**, která se dokonce třikrát umístila na první příčce – v kategoriích honotících microsite,

cestovní ruch a banky. Celkem tři ocenění si odnesla agentura **AITOM Group**. Mezi firemními weby se porota rozhodla dvakrát neudělit první cenu, a to v kategoriích Auto-moto a Pojišťovny. Celkovým vítězem letošního ročníku WebTop100 se stala společnost **Pražská energetika**. ✕

Výsledky WebTop100

Pořadí	Společnost a název projektu	Příhašovatel
Digitální reklamní kampaň		
1.	HBO Company - Horící keř & Vernyzustanu.cz	ZFresh
2.	Vodafone Czech republic - Turbo Internet	McCann Erickson Prague
3.	Sazka - Sportka - úprava hry	Symbio Digital
Nejefektivnější digitální řešení		
1.	RWE Česká republika - Nejpohodlnější přepis energií	Wunderman
2.	Cigler Software - iDoklad	Cigler Software
3.	Gemini oční centrum - LinkedIn kampaň	Pria System
E-mailingová kampaň		
1.	Sazka - Sazka Bet	Wunderman
2.	Cemod-CZ - Hvězdy	Cemod - CZ
3.	Česká pojišťovna - Zimní cestovní pojištění	Česká pojišťovna
Facebook aplikace		
1.	Mondelez Europe Services GmbH - Fidorka Kávová	Symbiase Praha
2.	Česká spořitelna - Hypotéka	Česká spořitelna
3.	L'Oréal Česká republika - Splni si svůj sen	OgilvyOne
Firemní stránka na sociálních sítích		
1.	T-Mobile Czech Republic - Firemní profil	T-Mobile Czech Republic
2.	Mondelez Europe Services GmbH - Milka (CZ,SK)	Symbiase Praha
3.	Wrigley - Snickers CZ & SK	ZFresh
Microsite		
1.	Henkel ČR - MS v hokeji 2014	Giant interactive
2.	Visionaire Media - Visionaire	Visionaire Media
3.	Philips Česká republika - Lumea: 6 týdnů bez epilace	Symbio Digital
Mobilní řešení		
1.	Cara Plasma - Mobilní web	Sherwood Digital
2.	Česká spořitelna - Mobilní aplikace Listkomat	Česká spořitelna
3.	Petr Holeš - Pivní klendy - Mobilní web	Sherwood Digital



HBO



RWE



Raiffeisen stavební spořitelna



Brno Inn



Milan Škoda - Foto



Budějovický Budvar



Sazka



Fidorka



AITOM Group



MIDA Consulting



Planet A



PRE



T-Mobile



MS v hokeji



Cara Plasma



Kaktus

Výsledky WebTop100 – firemní weby

Pořadí	Kategorie	Společnost	Příhašovatel
První místo nebylo uděleno *			
2.	Auto-moto	Altavea	Giant interactive
3.	Auto-moto	Advantage Cars	Extra-web
1.	Banky	Raiffeisen stavební spořitelna	Giant interactive
2.	Banky	Hypoteční banka	Hypoteční banka
3.	Banky	Equa bank	Equa bank
1.	Cestovní ruch	Brno Inn	Giant interactive
2.	Cestovní ruch	Imperial Karlovy Vary	Giant interactive
3.	Cestovní ruch	Ski Karlov	Sherwood Digital
1.	E-shopy	Milan Škoda - Foto	PragueBest
2.	E-shopy	Slap Group	Sherwood Digital
3.	E-shopy	Alza.cz	Alza.cz
1.	Gastronomie	Budějovický Budvar	Massimo Filipp
2.	Gastronomie	Mattoni (Karlovarské minerální vody)	Symbio Digital
3.	Gastronomie	Knorr (Unilever ČR)	AITOM Group
1.	IT	AITOM Group	AITOM Group
2.	IT	eMan	eMan
3.	IT	H1.cz	Sherwood Digital
1.	Obchod a služby B2B	MIDA Consulting	AITOM Group
2.	Obchod a služby B2B	Cisár, Česka, Smutný	Sherwood Digital
3.	Obchod a služby B2B	C.S.Cargo Management	C.S.Cargo Management
1.	Obchod a služby B2C	Planet A	CTECH
2.	Obchod a služby B2C	Cara Plasma	Sherwood Digital
3.	Obchod a služby B2C	Ptáček - velkoobchod	Sherwood Digital
První místo nebylo uděleno *			
Pojišťovny			
2.	Pojišťovny	Česká pojišťovna	Česká pojišťovna
3.	Pojišťovny	Wüstenrot pojišťovna	Wüstenrot pojišťovna
1.	Průmysl a energetika	Pražská energetika	Pražská energetika
2.	Průmysl a energetika	Aero Vodochody Aerospace	Sherwood Digital
3.	Průmysl a energetika	Jablotron	Jablotron
3.	Průmysl a energetika	ČEZ	ČEZ
3.	Průmysl a energetika	Pražská tepelárenská	FG Forrest
1.	Telekomunikace	Kaktus (T-Mobile Czech Republic)	Probston Creative
1.	Telekomunikace	T-Mobile Czech Republic	T-Mobile Czech Republic
3.	Telekomunikace	Vodafone Czech Republic	Vodafone Czech Republic
Absolutní vítěz kategorie Firemní web roku 2014			
			Pražská energetika

Pozn.: * Cílem soutěže WebTop100 je kromě jiného zviditelnovat komplexní špičková řešení a jejich prostřednictvím přinášet inspiraci. V případě, že nelze bodově hodnotený projekt ve své kategorii trpět z pohledu některého kritéria výraznými nedostatky či kritickými problémy, neplní zcela úlohu inspirativního řešení. V takové situaci není v dané kategorii vyhlášen 1. místo.



Raiffeisen stavební spořitelna



Brno Inn



Milan Škoda - Foto



Budějovický Budvar



HBO



RWE



AITOM Group



MIDA Consulting



Sazka



Fidorka



Planet A



PRE



T-Mobile



MS v hokeji



Cara Plasma



Kaktus

Jak, proč a za co se udělují speciální ocenění

Speciální ocenění v kategorii Firemní web se udělovala za nejlepší UX, mobilní web, designovou trefu a webdeveloperství.

Nejlepší UX

Slap Group

Autor: Sherwood Digital

Na první pohled web působí jako primitivně jednoduchý e-shop – a právě jednoduchost je jeho silná stránka. Ve skutečnosti disponuje prakticky stejným množstvím obsahu a funkcí jako konkurenční „komplexní“ řešení, jen se při jeho návrhu někdo opravdu zamýšlel a snažil se upřímně porozumět nejen obchodním cílům, ale i potřebám a chování návštěvníků, se kterými e-shop komunikuje na výbornou!

Jiří Sekera, garant kategorie Firemní web – User Experience



Mobilní web roku

Raiffeisen stavební spořitelna

Autor: Giant interactive

Na první pohled konvenční web. Jen do chvíle, kdy se na něj podíváte znovu a mobilem. Takhle precizně udělaný responzivní design jsme v letošní soutěži

neviděli. Autoři si výborně poradili s potřebou grafické i funkční konzistence napříč zařízeními. Na mobilech dobře fungují i složitější interaktivní prvky a jako bonus dostáváme nevidaně bezvadné grafické zpracování. Zlepšit by se mohla jen rychlost načtení. I tak tleskáme a gratulujeme.

Martin Michálek, garant kategorie Firemní web – Optimalizace pro mobilní zařízení



Webdeveloperem roku se stala agentura Sherwood Digital

Nejlepší design

Mattoni

Autor: Symbio Digital

Web Mattoni je krásnou ukázkou toho, že lze udělat opravdu originální a zároveň funkční produktovou prezentaci. Web má netradiční navigaci, obsahuje řadu nezvyklých prvků, interaktivních objektů



a prakticky každá stránka vypadá úplně jinak, než by „běžný návštěvník“ čekal. Přesto to celé nejen hezky vypadá, ale hlavně i dobře funguje. A co víc, díky kvalitnímu obsahu má člověk i chuť se vrátit zpátky. Ideální stav jak pro klienta, tak i návštěvníky. O vítězi Designové trefy WebTop100 letos zkrátka nebylo pochyb a mezi porotci panovala jednoznačná shoda.

Martin Kalda, garant kategorie Firemní web – Grafický design

Tři ukázky oceněného grafického designu stránek Mattoni.cz:

1. Úvodní stránka

Zde je vidět jednoduchost a odvaha prosadit si názor, že návštěvník hned po načtení úvodní stránky nepotřebuje vidět kompletní produktovou nabídku, úvodník pana ředitele, ba ani plné menu. Pánové, kdo z vás tuto odvahu má?

2. Produktová stránka

Opět krásná ukázka pochopení návštěvníka stránek, který má trochu rozdílné potřeby než nákupčí velkoobchodu. Místo kompletního výčtu použitých surovin a jejich gramáže zde najdete... emoce.



3. Recept na drink s chilli papričkou

aneb jeden z mnoha důvodů, proč se na stránky vracet. A zkuste si tipnout, jestli se vám budou na web vracet návštěvníci kvůli archivu tiskových zpráv, nebo kvůli tomuto.

Co musejí mít ty nejlepší digitální projekty?

Zásady úspěchu definovali odborní garanti soutěže WebTop100.

■ **Tomáš Čermák**, garant kategorie Mobilní řešení: „U mobilních řešení oceňuji jednoduchý a promyšlený koncept, kvalitní a použitelný design, technické provedení a celkový užitek pro uživatele.“

■ **Jan Penkala**, garant kategorie E-mailingová kampaň: „Klíčem behaviorálního e-mailového marketingu je vysledovat aktuální potřebu zákazníka a plnit ji příslušnými e-mailovými kampaněmi a programy. Výsledky předčí vaše očekávání.“

■ **Lukáš Kořínek**, garant kategorie Facebook aplikace:

„FB aplikace mohou vaši komunikaci na sociálních sítích posunout o několik kroků dále – zvýší její zásah, získají zajímavá data nebo zapojí fanoušky. Při špatném nastavení strategie a cílové skupiny však mohou poškodit, co jste pracně vybudovali. Cílem není jen získání co nejvíce nových fanoušků, ale splnění správně nastavených cílů značky.“

■ **Jan Suda**, garant kategorie Digitální reklamní kampaň: „Udělat on-line kampaň neznamená mít nápad. Znamená to mít skvělý nápad, co funguje, umět ho prodat,

pak ho převést do reality, sednout si k jeho řízení, vymáčkout z něj maximum a vzít si z toho ponaučení.“

■ **Jakub Karlec**, garant kategorie Microsite: „V ČR vzniká mnoho inovativních microsites. Jen skoro výlučně mezi start-upy, mimo korporátní sektor. Uvidíme, zda tento rok přinesl změnu.“

■ **Jan Perla**, garant kategorie Firemní stránka na sociálních sítích: „Firmy by při správě svých facebookových stránek měly více přemýšlet nad svými cíli a přizpůsobovat jim svoji komunikaci. Není až tak

důležité porážet konkurenty v počtu fanoušků.“

■ **Jiří Sekera**, garant kategorie Firemní web – User experience: „K dispozici je již dostatek metod, zdrojů a odborníků. Už se nelze schovávat za nepodložené subjektivní dojmy nebo krátkozraké výmluvy a přehlížet skutečné cíle webů a jejich návštěvníků.“

■ **Martin Kalda**, garant kategorie Firemní web – Grafický design: „Grafický design webu není o hezkém obrázku, ale hlavně o tom, jak celkový vizuální dojem naplňuje cíle zadavatele a potřeby cílo-

vé skupiny, pro kterou je web navržen.“

■ **Martin Michálek**, garant kategorie Firemní web – Optimalizace pro mobilní zařízení: „Mobilní zařízení rostou, desktop klesá. A dál bude. Hodnotíme hlavně konzistenci napříč zařízeními, mobilní rozhraní a rychlost načítání.“

■ **Michal Špaček**, garant kategorie Firemní web – Bezpečnost a technické řešení: „Většinu zákazníků sice zatím nezajímá, jak jste zabezpečili jejich údaje, ale mě to při hodnocení zajímat bude. Vývojáři, předvedte se!“ ✗

Rozhodně se nenudíme

Proměny WebTop100 v čase pohledem organizátora soutěže.

POŘADATEL

Právě proběhl třináctý ročník WebTop100. Jak projekt začal?

Osobně se u projektu pohybují od roku 2006. Nemůžu se proto považovat za očitého svěka toho, jak to všechno začalo. Každopádně vím, že původní WebTop100 byla jen soutěž firemních webů.

Jak se WebTop100 proměnilo?

Celý projekt se výrazně rozšířil. Soutěž již nehodnotí jen firemní weby, ale pokrývá i další typy digitálních projektů. V podstatě každým rokem se navíc výrazně rozšiřují aktivity zaměřené na vzdělávání a trendy v oblasti digitálního marketingu. V současné době tak kromě soutěže pořádáme každoroční konferenci, kterou navštěvuje přes 300 marketérů, čtyřikrát ročně se konají klubové večery pro top české firmy, vznikají odborné studie a vychází newsletter.

Co se za projektem skrývá?

WebTop100 je celoroční projekt, pro jehož zvládnutí je třeba dobře skloubit odbornost v oblasti digitálního marketingu a schopnost organizovat konference, klubové večery či slavnostní vyhlášení. V porotě soutěže je navíc přes 50 českých odborníků na digitální marketing a konkrétní obory, takže je jasné, že se tým, který se WebTop100 věnuje, rozhodně nenudí.

Máte dobrý přehled o on-line marketingu. Jak je na tom?

Kvalitní digitální řešení zde určitě nechybí. Těch opravdu top projektů je ale velmi málo a za nimi často následuje šed. I to je důvodem, proč v rámci soutěže nebo konference



Luboš Plotěný,
garant WebTop100 a ředitel společnosti Dobrý web

Spolupracoval s desítkami klientů různých oborů a velikostí, sám vytvořil několik úspěšných internetových obchodů.

WebTop100 chceme ty nejlepší projekty zviditelňovat. Snažíme se tak přinášet potřebnou inspiraci a motivovat i další zadavatele a tvůrce.

A přínos soutěže pro firmy?

Přínosy lze shrnout do pěti pilířů: srovnání s konkurencí spojené se zpětnou vazbou od nejlepších odborníků v Česku, vzdělávání a přístup k aktuálním trendům a samozřejmě osobní networking s kolegy, konkurenty, předními odborníky a dalšími zástupci trhu digitálního marketingu. ✕
text Jan Brychta

PRE jako letošní vítěz

Porotci to vidí jinak než my zevnitř firmy. A to je dobře...

VÍTĚZNÁ FIRMA

Vzpomenete si ještě, kdy jste se poprvé setkal s WebTop100?

Domnívám se, že to bylo v roce 2006, kdy jsme poprvé přihlásili náš web do soutěže WebTop100. A pro PRE byla zdařilá premiéra. Zvítězili jsme jak v oborovém, tak hlavním žebříčku.

Proč jste se tehdy přihlásili?

Nasazovali jsme právě novou webovou prezentaci, takže jsme chtěli získat hlavně srovnání s konkurencí v našem oboru. Zároveň jsme ale potřebovali argumenty a obhajobu pro vlastní práci uvnitř PRE. Což se i díky získanému ocenění povedlo.



Daniel Peške,
PR zástupce společnosti PRE

V Pražské energetice pracuje v oddělení public relations. Na firemních webech je zodpovědný hlavně za korporátní stránky a grafiku.

Změnily se nějak důvody pro přihlášení?

Nezměnily. Důvody jsou stejné jako každý rok. Jsme rádi, že weby skupiny PRE ohodnotí odborníci daného oboru. Svým kritickým pohledem vidí věci v jiných souvislostech než my v PRE, kteří se webu věnujeme víceméně každý den. Chybí nám tak nezbytný nadhled a pohled zvenčí.

Jak vám zpětná vazba pomáhá?

Mezi námi i porotci došlo ke shodě v tom, že PRE již potřebovala nový web jako sůl! Teď ale vážně. Obecně příliš neřešíme bodové ocenění, i když i toto srovnání s konkurencí samozřejmě leccos napoví. Zajímá nás hlavně kvalitativní slovní hodnocení z jednotlivých kategorií. Ne vždy sice s porotci zcela souhlasíme, ale i tak nás jejich názor nutí k zamyšlení.

WebTop100 ale není jen soutěž. Co dalšího byste z projektu vypíchl?

Určitě klubové večery WebTop100. V porovnání s konferencí na nich vládne komornější a uvolněnější atmosféra – přednášející i diváci mají k sobě tak nějak blíž. Díky tomu je možnost probrat témata více do hloubky. Atmosféru navíc zpřijemňují i zajímavé lokace, kde se setkání Klubů WebTop100 konají.

Co byste závěrem poradil firmám, které řeší v digitálním marketingu stejné problémy jako vy?

Při přípravě nového webu myslte hlavně na svého zákazníka. On je ten, kdo vám řekne, zda máte web dobrý, nebo ne. A přihlaste se do WebTop100, ať získáte i odbornou zpětnou vazbu a srovnání s konkurencí. ✕
text Jan Brychta

Partneři WebTop100

Generální partner



Partneři



Mediální partneři



Partneři soutěže



Pořadatel



Produkcce

