

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA EKONOMICKÁ**

**Bakalářská práce**

**Hodnocení vybraných mobilních aplikací  
s důrazem na UX**

**The evaluation of selected mobile applications with  
focus on UX**

**Matouš Bláha**

**Plzeň 2023**

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

*„Hodnocení vybraných mobilních aplikací s důrazem na UX“*

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 23. 4. 2023

Matouš Bláha

## **Zásady pro vypracování práce**

1. Představte problematiku UX v mobilních aplikacích.
2. Charakterizujte vybrané aplikace.
3. Zhodnoťte mobilní aplikace dle vybrané metodiky a vhodných výzkumných metod.
4. Formulujte závěry a doporučení.

## **Poděkování**

Tímto bych chtěl poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce Ing. Davidu Prantlovi, Ph.D. za věcné připomínky a cenné rady, které byly přínosné při psaní této práce.

# Obsah

Úvod.....	6
<b>1 Definování pojmů .....</b>	<b>7</b>
1.1 User experience.....	7
1.2 User interface.....	7
1.3 Customer experience .....	8
<b>2 UX design .....</b>	<b>11</b>
2.1 Faktory ovlivňující UX.....	11
2.2 Trendy UX designu .....	13
<b>3 Proces návrhu UX designu .....</b>	<b>15</b>
3.1 Objevování.....	16
3.2 Uživatelské výzkum .....	16
3.2.1 Metody uživatelského výzkumu .....	16
3.3 Návrh webu.....	17
3.4 Testování .....	20
3.4.1 Typy testování.....	21
<b>4 Mobilní aplikace .....</b>	<b>23</b>
4.1 Typy mobilních aplikací.....	23
4.2 Rozdělení aplikací.....	23
4.3 Mobilní aplikace a UX design .....	25
<b>5 Metody měření UX .....</b>	<b>26</b>
5.1 Metody.....	26
<b>6 Hodnocení vybraných mobilních aplikací .....</b>	<b>30</b>
6.1 Představení vybraných mobilních aplikací.....	30
6.2 HEART.....	31

6.3	Vyhodnocení HEART .....	44
6.4	Výzkumné testování .....	46
<b>7</b>	<b>Vyhodnocení a doporučení.....</b>	<b>49</b>
7.1	Návrh ideální aplikace pro segment Food delivery.....	50
	<b>Závěr .....</b>	<b>54</b>
	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>55</b>
	<b>Seznam tabulek.....</b>	<b>60</b>
	<b>Seznam obrázků .....</b>	<b>61</b>
	<b>Seznam zkratk .....</b>	<b>63</b>
	<b>Seznam příloh.....</b>	<b>64</b>
	<b>Přílohy</b>	
	<b>Abstrakt</b>	
	<b>Abstract</b>	

# Úvod

Mobilní aplikace mají za cíl uspokojit potřeby zákazníků neboli uživatelů. Uspokojit však jejich potřeby není vždy jednoduché a na aplikace se lze dívat při vytváření nebo úpravě dosavadního vzhledu ze dvou úhlů pohledu. První pohled je ze strany vlastníka aplikace a druhý pohled je ze strany uživatelů. Oba tyto pohledy se ve výsledku nemusí shodovat a každá strana může považovat za důležité něco jiného. Proto existují tři důležité pojmy zabývající se problematikou tvorby designu webových stránek a mobilních aplikací. Těmito pojmy jsou UX, UI a CX. Jednotlivé zkratky budou vysvětleny v první kapitole, ale obecně lze UX popsat jako uživatelskou zkušenost, UI jako uživatelské rozhraní a CX jako zákaznickou zkušenost. Všechny tři pojmy, pokud jsou správně nastaveny, vytvářejí pro uživatele použitelné webové stránky nebo mobilní aplikaci.

V dnešní digitální době je k dispozici velké množství aplikací s podobným zaměřením. Po jejich vyzkoušení má uživatel z každé aplikace jiný pocit, jinou emoci než z té předešlé. Důvodem je právě správné nastavení UX, UI a CX. S rostoucí konkurencí ve všech oborech vzniká čím dál tím větší tlak na udržení zákazníka, rychle se vyvíjející technologie společnostem a jejich mobilním aplikacím to práci neulehčuje. S ohledem na rychle se rozvíjející odvětví digitálního světa nestihá reagovat ani literatura, designéři mobilních aplikací a webových stránek musí rychle reagovat na trendy ve světě, číst recenze a blogy s názory. Každý špatný návrh nebo úprava dosavadního vzhledu může stát společnost desítky aktivních uživatelů, a tedy i tisíce až statisíce korun.

Tato bakalářská práce je zaměřena na obecné definování pojmů spojených s designem mobilních aplikací, detailněji bude zaměřena na pojem UX, proces návrhu UX designu a představení různých metody měření UX. Cílem bakalářské práce je zvolenou metodou zhodnotit vybrané mobilní aplikace a provést uživatelské testování. Z výsledků uživatelského testování budou připravena doporučení pro vybrané mobilní aplikace i celý segment fast delivery, která budou podpořena prototypem mobilní aplikace. Prototyp bude vycházet z testování a nadcházejících trendů pro rok 2023.

Autor této práce využívá ke zpracování primárně cizojazyčné zdroje, jak literární, tak elektronické. Důvodem je vyšší dostupnost informací v anglickém jazyce

# 1 Definování pojmů

V první kapitole této bakalářské práce jsou nadefinovány pojmy, se kterými se lze setkat během navrhování, tvoření a testování designu mobilních aplikací. Jednotlivé pojmy budou nejdříve vysvětleny a následně propojeny v souvislosti.

## 1.1 User experience

Marsh (2019, s. 16, s. 30) definuje UX neboli user experience jako uživatelský prožitek, který je často popisován jako „proces spočívající ve shromažďování potřebných informací, výzkumu uživatelů, návrhu řešení, zajištění jejich správného aplikování a měření výsledků.“ Podle Kodouskové (2022) user experience je definován jako „soubor metod a zásad určených k návrhu produktů zaměřených na kvalitní uživatelský zážitek.“ UX je obor, který se zabývá uživatelem a jeho pocity. Cílem je snadná použitelnost mobilních aplikací, webových stránek nebo programů v počítači. (Křištof, n.d.)

UX design navrhuje produkty a služby, které se zaměřují na dosažení předem naplánovaného prožitku u zákazníků či uživatelů. UX návrhy musí být nejen funkční a použitelné, ale důležitá je i jejich užitečnost a smysluplnost, jenž mají za úkol řešit reálné problémy. (Procházka & Řezníček, 2014) Leška (2020) vysvětluje pojem UX design jako uživatelskou zkušenost. Náplní UX designu je navrhování řešení na různé problémy tak, aby výsledek nejlépe posloužil uživateli jak ve virtuálním prostředí, tak i v reálném světě. Cílem je, aby konkrétní řešení plnilo svůj účel a funkci.

## 1.2 User interface

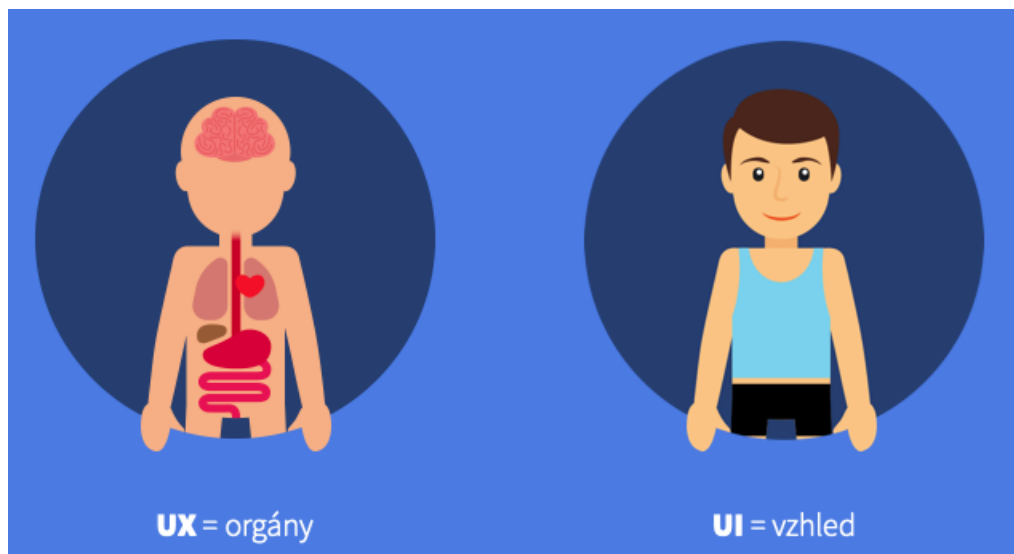
Moffat (n. d.) definuje UI „jako „rozhraní, pomocí kterého uživatel komunikuje se značkou v rámci určité části své cesty.“ UI se zabývá vizuální podobou, jelikož pro zákazníka je hlavní především vzhled produktu a prostředí, ve kterém se pohybuje, ale už ho nezajímají jeho funkční vlastnosti. (Leška, 2020) User interface neboli UI představuje obal produktu, který zaujme a osloví zákazníka. (Kodousková, 2022)

Z uvedených definic od různých autorů si lze všimnout, že oba pojmy jsou vzájemně provázané a jeden s druhým souvisí, avšak jedno bez druhého nedává smysl. Správně nastavené a propojené UX a UI produkuje spokojené zákazníky, kteří firmě přinášejí vyšší zisky. Zákazník, který se dobře a rychle orientuje na webových stránkách nebo v

mobilní aplikaci, je zároveň spokojený zákazník, který se bude pravidelně vracet. (Canziba, 2018)

Zjednodušené vysvětlení definic UX a UI je znázorněno na obrázku č. 1, na kterém UI je přirovnáno ke vzhledu člověka a UX je tvořeno orgány, které se starají o funkční systém člověka.

Obrázek 1: Přirovnání UX a UI k lidskému tělu



Zdroj: Bpromotion (n.d.)

### 1.3 Customer experience

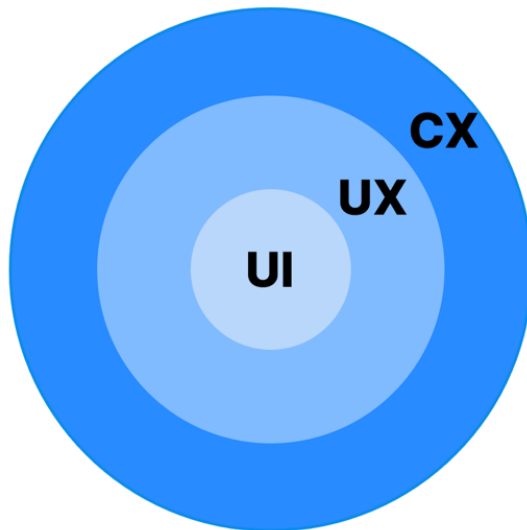
Customer experience je zákaznická zkušenost, která se zabývá komplexním vnímáním zkušeností zákazníka s firmou, značkou nebo produktem. Zákaznická zkušenost, zkráceně CX je akce, kterou uživatel uskutečnil se společností. Mezi zákazníkovi akce lze zařadit rozhovor se zákaznickým servisem, navigaci na webových stránkách nebo doručení služby a produktu, kterou si zákazník u společnosti zakoupil. Pozitivní zákaznická zkušenost určuje, zdali se zákazník vrátí nebo ne. (Hotjar, 2023) CX se zaměřuje i na pocity zákazníka. Kromě činností, které zákazník provede se společností, je důležité se zaměřit i na zákazníkovo vnímání značky. Cílem je uspokojení zákazníka, jeho potřeb a snadná orientace na webových stránkách nebo mobilních aplikacích. (Oracle, n.d.) V dnešním digitálním světě mohou zákazníci (uživatelé) rychle a veřejně sdílet své zkušenosti. Pro podniky je klíčové předat zákazníkům kvalitní a pozitivní uživatelskou zkušenost. Kreativní společnost McKinsey & Company (2022) uvádí, že je důležitější, jakým způsobem jsou zákazníkům služby a produkty poskytovány, než samotný produkt nebo služba.



## UX, UI a CX

Z definic je zřejmé, že pojmy user experience, user interface a customer experience jsou si velmi blízké a mají mnoho společného. Jejich vzájemné propojení je znázorněné na obrázku 2.

Obrázek 2: CX, UX a UI



Zdroj: vlastní zpracováním s využitím programu Figma, 2023

Pokud budeme vycházet ze středu kruhů ven, jak je viditelné na obrázku 2, uživatelské rozhraní je součástí uživatelské zkušenosti. Uživatelská zkušenost je součástí zákaznické zkušenosti.

Na jedné straně mince je uživatelské rozhraní (UI) a uživatelská zkušenost (UX). Uživatelské rozhraní navrhuje vzhled produktu nebo služby, který přiláká uživatele. V digitální prostředí je uživatelské rozhraní tvořeno vzhledem webových stránek a mobilních aplikací. Kromě UI je důležitá i uživatelská zkušenost, UX má na starost usnadnit uživatelům jejich interakci s produktem nebo službou a naplnit jejich očekávání a potřeby. Na druhé straně mince je zákaznická zkušenost (CX), která představuje veškeré akce zákazníka s konkrétní webovou stránkou nebo mobilní aplikací. (Estudio, 2022)

Výše uvedené lze lépe vysvětlit na konkrétním příkladu objednání jídla přes mobilní zařízení do místa bydliště. Existuje několik mobilních aplikací a webových stránek, které se využívají k objednání jídla domů. V případě, že zákazník zatím s žádnou aplikací nebo webovou stránkou nemá zkušenosti, podívá se na recenze od jiných uživatelů. Vybere si

tu nejspolehlivější službu a její aplikaci si následně naistaluje. V tuto chvíli se zákazník seznamuje se společností (CX). Během výběru jídla na něj působí vzhled aplikace (UI) a rozložení jednotlivých prvků až po systém objednání a vyplnění formuláře s adresou (UX). Zákaznická zkušenost je tvořena interakcí zákazníka s recenzemi, se značkou a kontaktem s kurýrem (CX). Zatímco uživatelskou zkušenost tvoří orientace uživatele v aplikaci, jednotlivé podpůrné kroky vedoucí k dokončení objednávky, informační okno při čekání na objednávku a uživatelské rozhraní, které představuje designový vzhled aplikace. Moffat (n.d.) dodává, že „nelze mít dobré CX bez dobrého UX, a nelze mít dobré UX bez dobrého UI.“

## 2 UX design

Jak již bylo v zmíněno v první kapitole, UX je proces, který spočívá ve shromáždění důležitých informací, jako jsou požadavky od zadavatele, výzkum uživatelů, návrhy různých řešení, aplikování a měření výsledků. UX designéři často spolupracují s dalšími designéry, programátory, projektovými manažery a obchodníky, aby splnili zadaný projekt dle očekávání klientů a uživatelů. Dále bylo též zmíněno, že user experience je uživatelský prožitek. Marsh (2019) se ve své knize zabývá šesti částmi prožitku:

1. Co uživatel cítí.
2. Co uživatel chce.
3. Co si uživatel myslí.
4. Co jsou domněnky uživatele.
5. Co jsou vzpomínky uživatele.
6. Co si uživatel neuvědomuje.

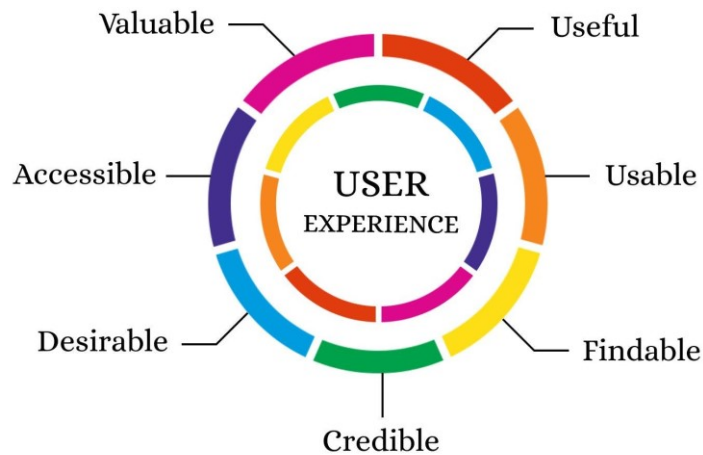
Staníček (2016) vysvětluje, že slovní spojení uživatelský prožitek je poměrně obecné a lze do něj zahrnout zkušenosti, emoce, zážitky a postoje uživatele. Veškeré pocity a myšlenky, které uživatel prožívá, a které je potřeba v uživateli vyvolat. Dále doporučuje tento pojem nepřekládat a držet se pouze u zkratky UX, neboť český překlad tento pojem dostatečně nevystihuje.

UX design se zaměřuje na pozitivní pocity neboli prožitky z používání určitého produktu. Cílem je probudit v uživateli pozitivní a příjemné emoce, nebo kladnou zkušenost. Příkladem UX designu může být návrh auta, zábavního parku nebo obyčejné židle, všechny tyto produkty v uživateli zanechají emoci a na designérovi je, aby tato emoce byla pozitivní. (Widen, 2020)

### 2.1 Faktory ovlivňující UX

Podle Costy (2020) je důležité kromě designu, mít produkt, který je použitelný. Pokud je uživatelům dopřán kvalitní uživatelský zážitek, návštěvnost webových stránek a mobilních aplikací může rychle stoupat. Nejznámější faktory ovlivňující UX jsou znázorněny na obrázku 3. V českém překladu se jedná o užitečnost, použitelnost, vyhledatelnost, důvěryhodnost, požadovanost, dostupnost a hodnotu.

Obrázek 3: Faktory ovlivňující UX



Zdroj: Costa, 2020

**Užitečnost** je řazena mezi hlavní faktory UX. Pokud produkt není užitečný, uživatelé jej nebudou využívat. Užitečný produkt by měl řešit problémy uživatele a naplňovat jejich potřeby. Příkladem potřeby uživatele může být objednání jídla z restaurace domů. Uživatel využije dostupné webové stránky online služby nebo mobilní aplikaci služby, na které si vyhledá požadovaný pokrm z oblíbené restaurace a následně objedná. Pokud webová stránka nebo mobilní aplikace nebude řešit problémy uživatele, nebude pro něj užitečná. (Poudel, 2021)

**Použitelnost** je spojena s efektivní prací uživatelů. Pokud uživatelům je přidána nová funkce bez dostatečného vysvětlení, nebude pro ně použitelná. Bude prodlužovat jejich čas zjišťování, co konkrétní funkce umožňuje. Cílem designérů je usnadnit uživatelům používání jejich produktů. (Costa, 2020).

**Vyhledatelnost** jako vlastnost ovlivňující faktor UX je vysvětlována jako snadné vyhledávání nejen konkrétního produktu, ale i jeho obsahu. Uživatel chce v mobilní aplikaci nebo na webových stránkách vyhledávat informace a produkty jednoduše a přehledně. Pokud by zobrazený obsah byl nepřehledný, mohlo by to mít negativní dopad na uživatelskou zkušenost. (Interaction Design Foundation, 2021)

**Důvěryhodnost** je určitým způsobem naplnění očekávání uživatele. Pokud nebude produkt důvěryhodný, uživatelé ztrácejí zájem o produkt a přestane být i užitečným. Uživatelé navštěvují webové stránky a mobilní aplikace podle recenzí a důvěryhodného

vzhledu stránek. Produkt nebo služba mají působit legitimně, autenticky a profesionálně, tak aby rostla jejich návštěvnost a užitečnost. (Userfacet, 2022)

**Požadovanost** nebo sebereprezentace. Produkt je mezi uživateli vnímán rozdílným způsobem, podílet se na vnímání může marketingové oddělení, ale významnou roli zde hrají i designéři. Produktů se stejným zaměřením je v online obchodech s aplikacemi více, ale jenom ty s přívětivým uživatelským prostředím a designem se řadí mezi nejstahovanější. (Qubstudio, n.d.)

**Dostupnost** souvisí s poskytováním přístupu (zkušeností) uživatelům s omezenou schopností. Tito uživatelé mohou být například zrakově, sluchově, pohybově nebo mentálně omezeni. Zvýšením přístupného designu více uživatelům zvyšuje pověst o produktu a značce. (Costa, 2020)

Poslední faktorem je **cennost**. Produkt nebo služba mají uživatelům přinášet určitou hodnotu. Hodnot lze dosáhnout naplněním jejich potřeb a řešením uživatelských problémů. Jestliže dojde k naplnění hodnot uživatele, dojde k naplnění hodnot podniku. Orientací produktu nebo služby na zákazníka a vyžadováním zpětně vazby dojde k postupnému vylepšování konečného produktu nebo služby. (Poudel, 2021)

## 2.2 Trendy UX designu

Svět se v digitálním prostředí rychle posouvá kupředu. Znakem vývoje jsou moderní formy interakce uživatele s aplikacemi, které se v poslední době více zaměřily na personalizovaný obsah a vyvolání pozitivních emocí u uživatelů. (Lollypop Desing, 2023) Rok 2023 je teprve na začátku a nestihl přinést zatím zcela nový směr, proto do něho v počátku přesahují trendy z minulého roku. Mezi aktuální trendy UX designu lze zařadit následující:

- **Tmavý režim**, který je zaměřen na snížení stresu a únavy uživatele, protože tmavá barva neodráží světlo, jako tomu je u bílé barvy. Výhodou pro designéry kromě delší výdrže uživatelů u aplikací je i fakt, že tmavý vzhled působí více elegantně. Světlejší detaily a prvky více vyniknou na tmavém pozadí, a tudíž i zapůsobí na uživatele. (Romano, 2023) S působením prvků na uživatele souvisí i druhý trend.
- **Zaoblené tvary** tlačítek a oken přispívají k budování pozitivních pocitů uživatelů. Konkrétně zaoblené tvary působí moderně a přitažlivě. (Vymětalová, 2022)

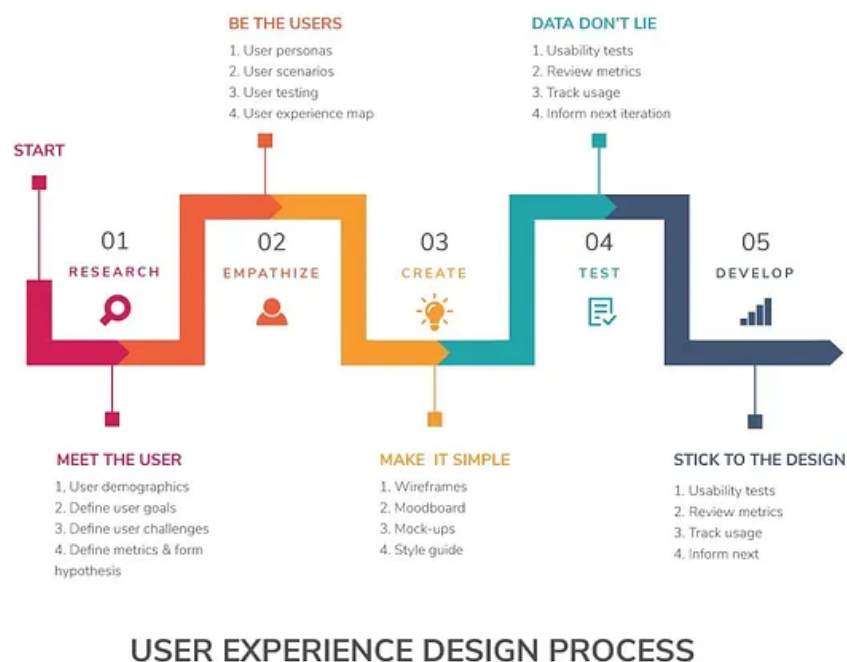
- Emoce uživatelů jsou podtrženy **emociálním designem**. Ten cílí na očekávání a rozhodování uživatelů na základě emocí. Příkladem mohou být motivující zprávy při dokončení úkolu v aplikaci, které pozitivně podporují pocity z odvedené práce.
- Emoce lze podpořit i **personalizací**, ta cílí na vytvoření vztahu mezi uživatelem a produktem. V tomto případě s mobilní aplikací a službou, kterou nabízí. (Codeart, 2022)
- S pocity se dále pojí termín **storytelling**. Do českého jazyka lze termín přeložit jako vyprávění příběhů. Snahou je zaujmout uživatele při zobrazení velkého množství dat a faktů, při kterých by uživatel brzy ztratil pozornost. (Lollypop Desing, 2023)
- Na poslední zmíněné pozice lze uvést dva spolu související termíny, které nejsou o nic více nedůležité než trendy zmíněné výše. **Gesta a přístupnost**, vzájemně propojené termíny, které umožňují pohyb v mobilním telefonu, tabletu a mobilní aplikaci. Gesta představují způsob, jakým lze mobilní zařízení ovládat a jak se v něm pohybovat. Přístupnost zase vyjadřuje, jak složité ovládání bude. V posledních letech se společnost zaměřuje na umožnění vstupu do aplikací uživatelům s omezeným zdravotním stavem, jako je snížení motoriky a vnímání. (Fireart, 2023)

### 3 Proces návrhu UX designu

Navrhování mobilní aplikace je designerský proces. V průběhu definování procesu návrhu se lze setkat s přirovnáním mobilní aplikace k webovým stránkám. Proces vychází ze zdrojů zabývajících se převážně webdesignem, tedy procesem návrhu webové stránky. Zmíněné procesy jsou velmi podobné s procesem návrhu designu mobilních aplikací.

Podle Řezáče (2014) se proces návrhu rozděluje na čtyři fáze: **objevování, uživatelský výzkum, návrh a testování**. Pojmenování a počet jednotlivých kroků se může od různých autorů, designerů a blogerů lišit. Například Ahmed (2023) na obrázku č. 4 proces designu UX rozšiřuje o jednu fázi: výzkum, vcítění se, tvoření, testování a rozvíjení. Babich (2020) popisuje proces návrhu UX designu v těchto 5 krocích: definování produktu, výzkum, analýza, návrh a testování. Z toho vyplývá, že pojmenování a vnímání procesu návrhu designu se může lišit, podobnost a cíl je však totožný.

Obrázek 4: Proces designu UX



Zdroj: Ahmed, 2023

### 3.1 Objevování

Fáze objevování je prvním a zároveň nejdůležitějším prvkem celého procesu návrhu. Správně vytvořený produkt na konci procesu má základy ve správném definování cílů a očekávání na začátku celého procesu. (Babich, 2020) Fáze objevování je zaměřena na identifikaci problémů a sestavením rozsahu projektu. K tomu designér využívá výzkumy různých oblastí a sběrem správných informací o klientovi, zákaznících, očekávání klienta, trhu a konkurenci. (UXPin, n.d.) Každý prvek je dílem do skládačky, bez informací o klientovy a zákaznících designér neví, na co se má být mobilní aplikace zaměřena, co od ní klient očekává a proč mají uživatelé aplikaci používat. Konkurenci lze využít jako určení směru mobilní aplikace a jako inspiraci pro vytvoření lepšího produktu. (Řezáč, 2014)

### 3.2 Uživatelské výzkum

Hlavním cílem uživatelského výzkumu je minimalizace rizika vytvoření nevhodného výsledku. „Uživatelský výzkum je způsob, jak získat vzhled do uvažování lidí.“ (Řezáč, 2014, s. 83) Kromě požadavků klienta a informací získaných od něj, je nutné zajistit i požadavky zákazníků tak, aby došlo k naplnění cílů, proč vůbec konkrétní web nebo aplikace vznikla. Uživatelský výzkum týkající se webdesignu se zaměřuje na očekávání, potřeby a motivaci potenciálních uživatelů. Marketingový výzkum je oproti tomu zaměřen uvedení produktu, způsob uvedení produktu, čísla a data. (Řezáč, 2014)

Uživatelský výzkum se využívá k získání informací pro rozhodování při tvorbě služby nebo produktu. Obsahuje různé aktivity, které napomáhají designerům při důležitém rozhodnutí, které by bez uživatelského výzkumu bylo ovlivněno subjektivním názorem designéra. (Gazsi, 2020)

#### 3.2.1 Metody uživatelského výzkumu

Metod uživatelského výzkumu je mnoho. Řezáč (2014) ve své knize *Web ostrý jako břitva* uvádí 14 metod uživatelského výzkumu. V této části bude vysvětleno pouze několik pojmů, které se často opakují u jiných autorů.

**Card sorting**, neboli třídění karet je v UX designu metoda, která slouží k rozdělování a třídění informací. Cílem je třídit a seskupovat informace podle představ a smyslů uživatele. (Babich, 2019) Další často zmiňovanou metodou je **Focus group**. V překladu



se jedná o skupinové dotazování, vedené moderátorem, který skupině klade otázky. Užitečná metoda pro získání reakcí na koncepty nebo hotové návrhy. (User interviews, n.d.) **Online dotazování**, nebo také dotazníkový průzkum patří k těm nejlevnějším a nejrychlejším. Uživatelé dotazník pouze vyplní a jedním kliknutím následně odešlou. (Karlíček a kol., 2018) **Hlubkové rozhovory** jsou zaměřeny na poznání názorů a chování respondentů. Hlubkový rozhovor probíhá formou 1:1, tedy tazatel a respondent. Respondentovi jsou kladeny otevřené otázky, na které odpovídá vlastními slovy. (Foret & Melas, 2021)

Uživatelský výzkum se využívá jak při tvoření nových webových stránek nebo mobilních aplikací, tak i při jejich redesignu. Jedná se o jednu z nejvýznamnějších činností při navrhování produktů a služeb. Pomocí získaných dat z uživatelského výzkumu je možné rozhodovat o různých designových návrzích a vytvořit produkt nebo službu pro cílovou skupinu uživatelů. (Gazsi, 2020)

### 3.3 Návrh webu

Řezáč (2014) ve své knize rozděluje proces návrhu na 4 kroky: stanovení směru, navržení struktury a obsahu webu, prototypování a grafický návrh webu. Kniha se zabývá celkovým navrhováním, ale její kapitoly, témata a procesy jsou shodné s procesem návrhu designu pro UX.

#### Stanovení směru

Stanovení směru se využívá k utřídění myšlenek a získaných informací z uživatelského výzkumu. Správný směr se dá určit pomocí několika kroků: **pojmenováním** se designér více zaměřuje na konkrétní požadavky a priority při navrhování mobilní aplikace. Upnutí se na jednu představu je obvyklou chybou při navrhování. Designér by měl **generovat nápady**, více nápadů přináší více možných řešení. Získané informace od klienta, uživatelského výzkumu nebo brainstormingu využije designér k vytvoření **tezí návrhu**. Teze představuje shrnutí, ověření a určení dalšího směru projektu. (Řezáč, 2014)

#### Struktura a obsah

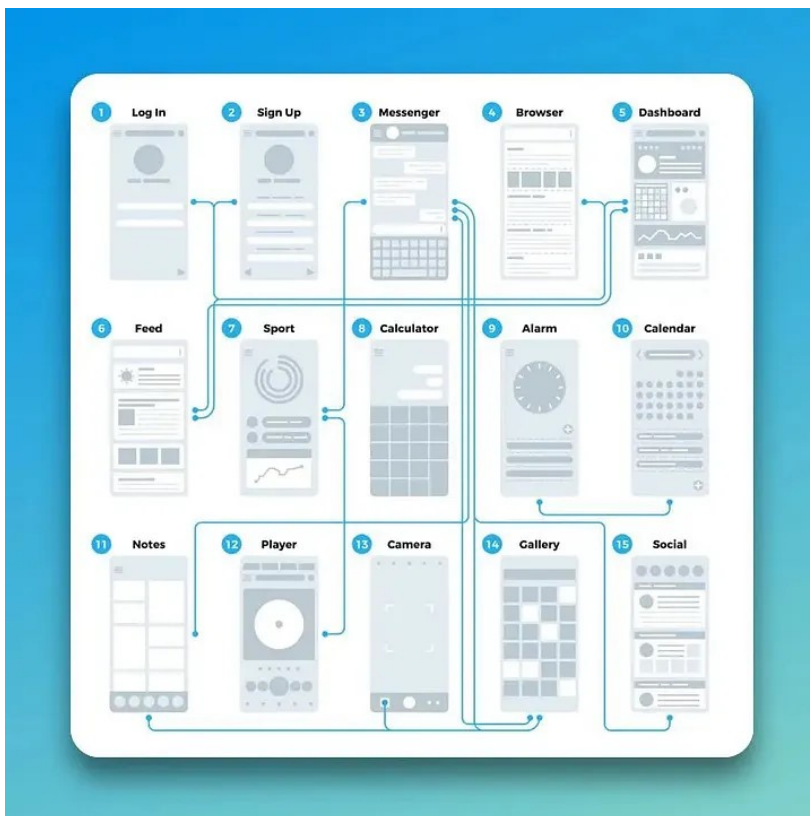
Nedílnou součástí vytváření návrhu pro mobilní aplikaci je struktura a obsah. Designér rozděluje všechny získané informace a požadavky do jednotlivých skupin. Z rozdělených skupin vzniká strukturovaný obsah, se kterým se následně pracuje a je dále upravován. Ke zjednodušení rozdělování informací a stavbě struktury designéři využívají různé

metody. (Řezáč, 2014) Jednou z metod jsou **designové frameworky**. Designové frameworky jsou postupy a metody, které designér již použil u jiných aplikacích a využívají podobné prvky a zaměření. Cílem je zjednodušení a urychlení práce při navrhování, protože není potřeba začínat vždy od úplného začátku. (Zazvonil, 2020) Dalším krokem je návrh **informační architektury**. Cílem je usnadnění vyhledávání uživatele v mobilní aplikaci, zjednodušení orientace uživatele a srozumitelná navigace v aplikaci. Sestavení správně informační architektury dělá aplikaci pro uživatele přehlednou a srozumitelnou. Pokud bude aplikace příliš složitá a nepřehledná, uživatelé odejdou ke konkurenci. (Růžičková, n.d.)

### **Prototypování**

Navrhování obvykle obsahuje 3 fáze, kterými designér postupně prochází, jakmile je dle požadavků a potřeb klienta a uživatele určený směr projektu. První fází při navrhování aplikace je **skicování**. Skicovat lze na papír nebo v různých programech. Vyžívá se k rychlému načrtnutí řešení, rozvržení obsahu a stránky, nebo grafického vzhledu. (Babich, 2020) Po skicování přichází na řadu fáze **wireframe**, neboli takzvaný drátěný model. Na rozdíl od skicování, jenž představuje hrubé náčrtky, poskytují wireframy jasnější přehled dané problematiky. Obsahují rozvržení a strukturu stránky, informační architekturu, zamýšlené chování a znázorňují fungování aplikace. Příkladem programu na tvorbu wireframe návrhu je: Figma, Adobe XD nebo program Sketch. Výhodou těchto programů je i možnost navrhování přímo pro mobilní aplikace. Při navrhování mobilní aplikace je nezbytné brát ohledy na jisté rozdíly oproti navrhování webových stránek. Mezi hlavní rozdíly je možné zařadit velikost a chování. Velikost mobilních aplikací neumožňuje zobrazovat najednou takové množství obsahu, jako webové stránky na stolním počítači. Designér musí myslet na správné rozvržení a zobrazení podstatných informací. Chování mobilní aplikace je jiné než v případě webové stránky. Uživatel mobilní telefon ovládá pomocí prstu, proto při navrhování je nutné pečlivěji přemýšlet nad donucením uživatele kliknout na požadované tlačítko. (Hannah, 2022) Nicméně mobilní aplikace umožňují využít výhod gest prstů na obrazovce mobilního telefonu. Posouvání dvou prstů nahoru a dolů, posun prstů zleva doprava přináší jedinečnou interakci a zkušenost uživatele s mobilní aplikací. Wireframy se po vytvoření testují s uživateli a zadavatelem, hledají se chyby a zjednodušuje se ovládaní. (Hannah, 2023) Na obrázku č. 5 je znázorněn wireframe mobilní aplikace.

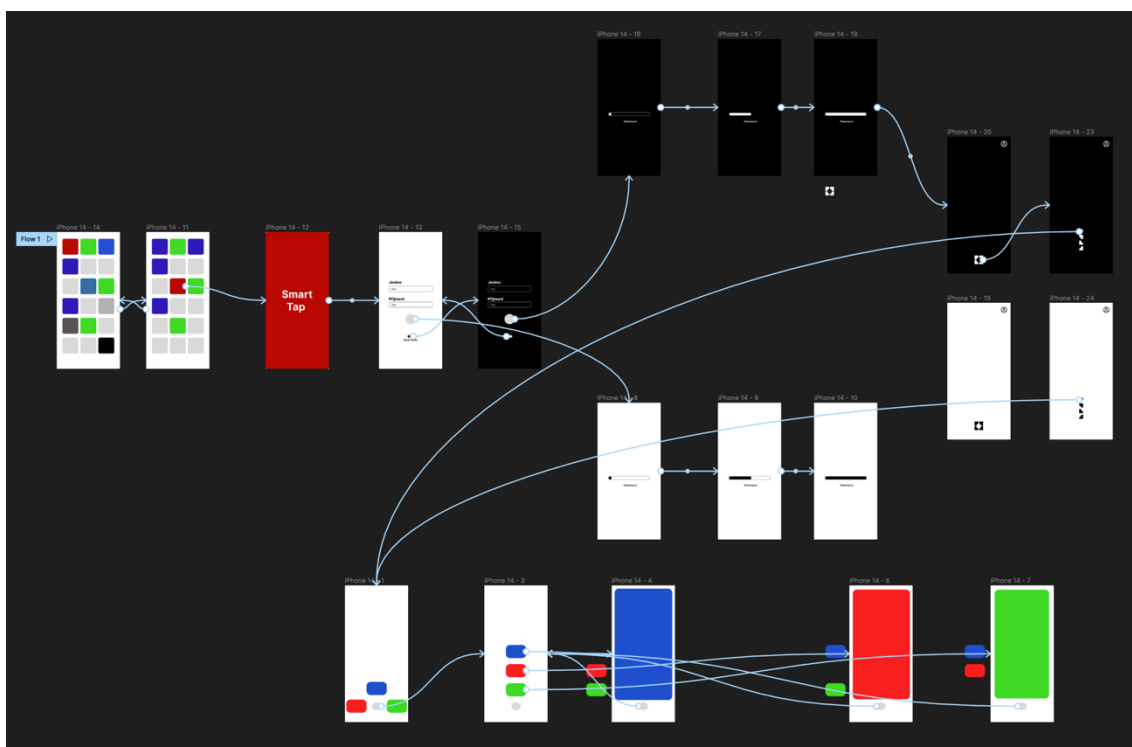
Obrázek 5: Návrh wireframu mobilní aplikace



Zdroj: Ahmed, 2023

Po správném navržení wireframu přichází na řadu poslední fáze, která se nazývá **prototyp**. Jak již bylo zmíněno, wireframy se využívají k hledání chyb a zjednodušení ovládání, hlavním cílem je zobrazení struktury a přibližného vzhledu. Pro nastínění skutečného zážitku z mobilní aplikace a jejího chování se vytvářejí prototypy aplikací. (Babich, 2020) Prototyp je ve své podstatě vylepšený wireframe, který je přesnější, nabízí animace, přechody a jeho součástí je návrh vzhledu. Z tohoto důvodu lze využít při tvorbě prototypu shodné programy jako při tvorbě wireframů. Prototyp je poslední a finální fází návrhu, po této fázi už nastává testování s uživateli. (Jún, n.d.) Na obrázku č. 6 je ukázka prototypu jednoduchého načtení mobilní aplikace a pohybování se v menu, prototyp byl vytvořen autorem v programu Figma.

Obrázek 6: Ukázka jednoduchého prototypu mobilní aplikace



Zdroj: vlastní zpracování s využitím programu Figma, 2023

## Grafický návrh webu

O grafický návrh se stará UI, který je důležitou součástí celého navrhovacího procesu. Přitažlivý vzhled mobilních aplikací nebo webových stránek je pro uživatele klíčový. Nekvalitní grafika může snížit důvěryhodnost, hodnotu značky a vnímání chyb aplikace u zákazníků. Designér se při navrhování aplikace vcituje do zákazníka i uživatele. Cílem je navrhnout lákavý a přitažlivý vzhled pro uživatele, který bude shodný se současným designem zákaznicko společnosti, např. logo, vizitky a katalogy. (Řezáč, 2014)

## 3.4 Testování

Ve fázi testování se provádí tzv. testování použitelnosti. Krug (2006) přirovnává testování k cestování. Během cestování získává cestovatel různé zkušenosti, názory a pohledy na věc, stejně jako designér při svých návrzích. Každý uživatel má jiné potřeby, problémy a využívá aplikaci odlišným způsobem. Mít k dispozici další pohled na stejnou věc je pro designéra důležité, webovou stránku či mobilní aplikaci přizpůsobuje především uživatelům. Proces testování je o neustálém opakování kroků úprava, implementace a testování. Designéři testování využívají k vyhledávání a opravě chyb, které vytvářejí nepřehledné webové stránky a mobilní aplikace. (Dohnálková, 2021) Chyby a problémy

mohou zabránit uživatelům dokončit jejich proces interakce s produktem. Uživatel následně nemusí uskutečnit nákup, nebo mu nebude umožněno vyplnit důležitý formulář. Během testování se lze setkat s chybami typu špatného obsahu, kdy uživatel očekával jiný obsah, než který se mu zobrazil. Častou chybou jsou špatně dohledatelné informace, které uživateli chce webová stránka nebo mobilní aplikace předat. (Voják, 2020)

### **3.4.1 Typy testování**

Způsobů, jak testovat v digitálním prostředí je mnoho. Hotjar (2022) rozděluje testování do 3 hlavních skupin:

- moderované a nemoderované testování,
- osobní a dálkové testování,
- průzkumné, hodnotící a srovnávací testování.

#### **Moderované a nemoderované testování**

Moderované testování je doprovázeno moderátorem, který je po celou dobu testování přítomen a je k dispozici testovanému uživateli. Uživatel prochází předem stanovený scénář očekávaného chování budoucích uživatelů. Během průchodu aplikací moderátor sleduje testovaného uživatele, doptává se ho na doplňující informace a zapisuje poznámky. Moderované testování probíhá osobně nebo dálkově. (Janásek, 2022) Nemoderované testování provádí uživatel sám přes webovou platformu nebo mobilní aplikaci. Stejně jako u moderovaného testování, prochází uživatel předem stanovený scénář kroků, které jsou zaznamenávány pomocí programu. Úkoly musí být snadno pochopitelné a krátké, protože takto testovaný uživatel nemá k dispozici moderátora, který by udržel jeho pozornost doprovodnými otázkami a případně špatně pochopené zadání uživateli lépe vysvětlil. (Pazdírková, 2021)

#### **Osobní a dálkové testování**

Při osobním testování sleduje celý test moderátor, který zaznamenává kroky uživatele, jeho reakce na jednotlivé úkoly a průchody aplikací včetně chování těla. Součástí mohou být následné dotazy ve formě rozhovoru. Výhodou osobního testování je možnost ptát se uživatele i na doplňující otázky během vykonávané akce. (Summet, 2020) Oproti tomu dálkové testování probíhá oddělením uživatele od moderátora. Probíhat může také bez moderátora a takové testování probíhá přes určitý typ platformy, jenž zaznamenává informace o provedených úkolech a záznam o testovaných uživateli. Dálkové testování

je oproti osobnímu výhodnější v několika ohledech. Především je levnější, rychlejší a lze jej provádět na větším vzorku uživatelů současně. (Maze, n.d.) Pro dálkové testování existují různé nástroje, příkladem těchto nástrojů je: Lookback a UserZoom. Oba tyto programy nabízejí možnost moderovaného i nemoderovaného testování. V případě moderovaného testování umožňuje uživateli komunikovat přímo pomocí aplikace v danou chvíli. Moderátorů a výzkumníků může v tuto chvíli být více, neboť aplikace umožňuje připojení více lidí přes odkaz. V případě nemoderovaného testování mobilní aplikace zaznamenávají uživatelskou činnost. Tento záznam je následně výzkumníkům k dispozici. (Dohnálková, 2021)

### **Průzkumné, hodnotící a srovnávací testování**

Průzkumné testy(explorativní) se využívají k vyjádření myšlenek, emocí, názorů a návrhů účastníků. Výsledkem je velké množství informací, které napomáhají ke zpracování nápadů a nových funkcí. Hodnotící testování se využívá k obecnému popisu funkčnosti, spokojenosti produktu a jeho snadného využití. Metoda srovnání vyjadřuje preference, obvykle mezi dvěma řešeními. Cílem je porovnat a zvolit jednu z variant hlavních konkurentů webových stránek nebo mobilních aplikací. (Hotjar, 2022)

## 4 Mobilní aplikace

Mobilní aplikace je software, který je využíván mobilními telefony a tablety. Tento software je navržen pro konkrétní operační systém – iOS a Android. (Pixelfield, n.d.) Ballard (citovaná v Castledine a kol., 2013, s. 22) uvádí, že „mobilní je ve skutečnosti uživatel, a ne jeho zařízení nebo nějaká aplikace.“

Z toho vychází, že mobilita je pohyb, mobilní zařízení jsou převážně používána při pohybu, proto je důležité zaměřit se na uživatele a až poté na konkrétní vlastnosti mobilního zařízení. Během vývoje aplikace je pro mobilní zařízení důležité brát v potaz, pro koho je produkt určen a co od něj cílový uživatel očekává. (Castledine a kol., 2013)

Správně vyvinutá mobilní aplikace je přívětivá a přehledná. Toho lze dosáhnout vytvořením srozumitelného prostředí pro uživatele a dotykového ovládání. Vývoj mobilní aplikace zahrnuje analýzu, návrh, vývoj a testování. (Think Easy, n.d.) Popis vývoje mobilní aplikace je téměř shodný s procesem návrhu UX designu, který byl rozebrán ve třetí kapitole.

Mezi mobilní zařízení řadíme: smartphony, mobilní telefony, tablety, notebooky a PDA. (Jurášková a kol., 2012)

### 4.1 Typy mobilních aplikací

Různé typy mobilních aplikací obsahují jednotlivé funkce, které se dělí na několik typů. Každý typ uživateli napoví, co od aplikace lze očekávat.

- Aplikace s placením – nákup a prodej zboží/služeb,
  - mobilní hry – aplikace na hraní her,
  - obsahová aplikace – vzdělávací aplikace, vyhledávače,
  - monetizované aplikace – placený prémiový obsah, placené aplikace,
  - jiné aplikace – počasí a navigace,
  - komunikační aplikaci – pro komunikaci (chatování s uživateli) a sdílení obsahu.
- (Think Easy, 2022)

### 4.2 Rozdělení aplikací

Castledine a kol. (2013) rozdělují aplikace na dva typy, a tím jsou: webové aplikace a nativní aplikace. Kodřousková (2021) rozděluje aplikace na 3 typy: webové aplikace,

nativní aplikace a hybridní aplikace. Avšak podrobnější rozdělení uvádí autor Michálek (2017), který přidává ještě další dva typy aplikací a to jsou: progresivní webové aplikace a univerzální aplikace.

Během let došlo ke značnému vývoji a posunu v oblasti technologií, proto dle názoru autora této bakalářské práce bylo důležité přidat ještě další typy, které budou splňovat daná kritéria nových aplikací.

### **Webové aplikace**

Přístup k webovým aplikacím je umožněn přes webový prohlížeč konkrétního zařízení. Jedná se o webové stránky, které nabízejí podobné funkce jako mobilní aplikace. Mezi nejznámější webové prohlížeče patří například Chrome, Safari nebo Internet Explorer. (Castledine a kol., 2013)

### **Nativní aplikace**

Jsou to aplikace vyvinuté pro konkrétní platformu, například Windows, iOS nebo Android, a nainstalovány v zařízení s konkrétním operačním systémem. Příkladem obchodu s aplikacemi je například App Store, který pracuje na zařízení iOS. Mezi další příklady obchodu s aplikacemi lze uvést Microsoft Store (na zařízeních značky Microsoft) nebo Galaxy Store (na zařízeních značky Samsung). Nevýhodou nativních aplikací je jejich konkrétní zaměření na určitý typ operačního systému. Zásadním krokem je rozhodnutí, pro kterou platformu bude aplikace navržena. Platformě je následně přizpůsobeno ovládání gesty a zobrazení obsahu. (Castledine a kol., 2013)

### **Hybridní aplikace**

Jsou kombinací webových a nativních aplikací. Využívány jsou pro jejich technologii, která umožňuje vývoj na více platformě. (Trávníčková, n. d.). Nejdříve je vytvořena nativní aplikace s doplňky, které umožňují komunikovat s webovou aplikací. Hybridní aplikace se nejvíce využívají při vývoji aplikací pro iOS a Android současně. (ThinkEasy, n.d) Výhodou je snížení nákladů na vývoj a jednodušší údržba, nevýhoda je ve složitějším a náročnějším testování, neboť je aplikace tvořena na různé operační systémy. (Trávníčková, n. d.) Zjednodušeně hybridní aplikace popisuje Michálek (2017), dle kterého je tvořeno základní balení s ovládacími prvky, což je nativní aplikace, do které jsou vloženy prvky konkrétní platformy.

### **Progresivní webové aplikace**



Jedná se o webovou aplikaci, která má výhody nativní aplikace. Výhodou je offline prostředí a rychlost načítání, které se ale otevírá se v prohlížeči. (Trávníček, 2017) Stejně jako hybridní aplikace je progresivní webová aplikace alternativa k nativním aplikacím. Z webové stránky udělá mobilní aplikaci.

### **Univerzální aplikace a multiplatformní vývoj**

Umožňují vývoj pro více platforem. Využívá se jeden kód, který je možné převádět na různé platformy pomocí jejich programovacího jazyka. Výhodou může být, že se využívají stejné funkce napříč různými zařízeními, funkce se pouze upravují. (Trávníčková, n. d.) Designéři a vývojáři vyvíjí kód obecně, ne jenom pro specifické zařízení nebo operační systém. (Michálek, 2017) Příkladem zařízení jsou chytré hodinky, chytré domácnosti a zařízení se systémem iOS a Android. (ThinkEasy, n.d.)

### **4.3 Mobilní aplikace a UX design**

Mezi nejdůležitější hlediska návrhu a vývoje mobilní aplikace je UX a UI design. UX design přináší uživateli zážitek z použití aplikace, a dále určuje, jak bude aplikaci uživatel vnímat a jak s ní bude uživatel komunikovat. Správně navržené UX aplikace zvyšuje její pozici v obchodech App Store a Google Play. Usnadňuje komunikaci uživatele s aplikací, a tím šetří uživateli čas. (App my site, 2023)

## 5 Metody měření UX

Pro správné nastavení UX v aplikacích je třeba UX správně měřit. K měření jsou používány různé metody, pomocí kterých jsou analyzovány a navrhovány změny k lepšímu výsledku a spokojenosti zákazníků. (Babich, 2022) Vždy je třeba zvolit správnou metodu k určitému produktu. (Demian, 2021) Jak je zřejmé z kapitoly 1. Definování pojmů, UX je součástí jednoho celku CX. Součástí metod měření jsou i metody na měření zákaznické zkušenosti, jelikož jsou pojmy spolu úzce provázané, a tím i jejich měření.

### 5.1 Metody

#### Doba plnění úkolu

Jedná se o metodu, která vyjadřuje průměrný čas potřebný k dokončení úkolu uživatelem. Jedná se o základní metodu použitelnosti, protože díky ní lze sledovat, jak dobře se uživatelé orientují na webových stránkách nebo v mobilní aplikaci. Uživatelé preferují rychlé vyhledávání informací, a to se poté projevuje na jejich celkové spokojenosti. (Demian, 2021)

#### Dokončení úkolu

Dokončení úkolů je další základní metoda, jež je vyjádřena procentem uživatelů, kteří úspěšně provedli předem stanovený úkol. V připraveném úkolu je nutné předem definovat jasný cíl, kam se má uživatel dostat. Mezi připravené úkoly k dokončení patří nalezení a vyplnění formuláře, vyhledání konkrétní informace nebo nákup konkrétního produktu. Nevýhodou je, že nelze již dohledat důvod, proč uživatelé neuspěli a výhodou však zůstává procentuální poměr mezi úspěchem a neúspěchem, od čeho se lze poté odrazit dále. Míru dokončení úkolů lze dle Demiana (2021) vypočítat pomocí vzorce:

$$x = \frac{\text{Dokončené úkoly}}{\text{Celkový počet pokusů}} * 100$$

#### Výskyt chyb a míra chybovosti

Míra chybovosti, jak už název vypovídá, popisuje procentuální počet uživatelů, kteří nespĺnili zadaný úkol dle požadovaného výsledku. Příkladem neúspěchu tak může být například vyplnění nesprávného formuláře nebo špatně vyplněné údaje z důvodu

nesrozumitelnosti. Míra chybovosti může být vypočítána dle Babicha (2022) obdobně jako míra dokončení úkolů, pouze s jiným čitatelem:

$$x = \frac{\text{Nedokončené úkoly}}{\text{Celkový počet pokusů}} * 100$$

### **Spokojenost zákazníků**

Spokojenost zákazníka je vyjadřována zkratkou CSAT. CSAT se zjišťuje dotazováním během rozhovorů s uživateli nebo online průzkumy. Během přímého dotazování se od uživatelů získává více konkrétních informací. Online forma je pro mnohé rychlejší a pohodlnější, a pro online průzkum je možné si například připravit jednoduchou škálu hodnocení známkou 1-5 jako ve škole. (Yau, n. d.)

### **Použitelnost systému**

Použitelnost je vyjádřena stupnicí použitelnosti systému (SUS). Stupnice SUS je vyjádřena dotazníkem, který designérům ukazuje, jak snadno a úspěšně se jejich produkt používá. (Yau, n. d.)

### **HEART**

Výzkumníci ze společnosti Google zabývající se uživatelskými zkušenostmi (UX) představili v roce 2010 rámec HEART, který se zaměřuje na online produkt. Zkratka HEART je složena z pěti písmen a každé písmeno má vlastní význam.

H – happiness (štěstí),

E – engagement (zapojení),

A – adoption (přijetí),

R – retention (udržení),

T – tasks (úkoly). (Flaounas & Kokkinaki, 2015)

### **Happiness – štěstí**

Metoda happiness neboli štěstí slouží k měření spokojenosti uživatele. (Interaction Design Foundation, 2016) Štěstí je subjektivní pocit spojený s mnoha aspekty vycházející z uživatelské zkušenosti (UX). Příkladem může být: vizuální přitažlivost, spokojenost, snadnost použití a pravděpodobnost doporučení. Správně nastavené metody lze opakovaně používat, a v čase tak sledovat pokrok během prováděných změn. (Rodden a

kol., 2010) Podstatné je se ptát, jak jsou uživatelé spokojeni s aplikací, jak ji vnímají a jestli ji doporučují. (Gecis, 2021)

### **Engagement – zapojení**

Engagement se používá k měření interakce uživatele s produktem. Lze sledovat pravidelnost používání, dobu používání nebo celkovou interakci uživatelů s produktem. (Interaction Design Foundation, 2016)

### **Adoption – přijetí**

Přijetí je chápáno jako počet nových uživatelů v předem stanoveném časovém úseku. Více než o uživatelskou zkušenost (UX) se jedná o zákaznickou zkušenost (CX), v tomto případě spolu oba pojmy souvisí. Z krátkodobého hlediska závisí vše na marketingové kampani a její úspěšnosti. Z dlouhodobého hlediska se jedná o uživatelskou zkušenost, neboť špatné recenze uživatelů, mohou odradit jiné potenciální uživatele. (Interaction Design Foundation, 2016) Důležité v této metodě je definování správného sledovaného problému. Zda je sledován počet návštěv mobilní aplikace, počet stažení mobilní aplikace, počet unikátních uživatelů nebo počet dokončených objednávek ve sledovaném období. Sledovat lze období od jednoho týdne až po období několika měsíců. Sledování přijetí se nejvíce využívá u nových produktů nebo redesignu aplikací. U dlouhodobějších online produktů jsou výsledky v průběhu času stabilizovány. (Rodden a kol., 2010)

### **Retention – udržení**

Přilákat nové uživatele bývá jednodušší, než je dlouhodobě udržet. V metodě retention, podobně jako v metodě adoption, je stanovené určité časové období (dny, týdny, měsíce), ve kterých je sledováno, kolik uživatelů využívá službu i v pozdějších časových obdobích. (Rodden a kol., 2010) Udržení se využívá ke sledování snížení počtu uživatelů v návaznosti na změny v UX. (Interaction Design Foundation, 2016)

Součástí udržení zákazníků je využití **marketingu**. Uživatele navštěvující aplikace s prodejem zboží nebo služeb lze rozdělit do dvou kategorií. První skupina využívá aplikaci kvůli slevám, které konkurence nenabízí. Druhá skupinu je tvořena stálými zákazníky, kteří aplikaci využívají pravidelně bez ohledu na slevy. (Agarwal, 2020) Pozitivní je, že nabídka slev podněcuje uživatele k nákupu produktu. Slevy zároveň usnadňují uživatelům výběr. Příkladem propagace slev a akcí v mobilní aplikaci jsou: propagační akce na úvodní stránce, vyskakovací okna, ponechání staré ceny a nákup více

položek za nižší cenu. (Banasik, 2023) Dalším příkladem je věrnostní program. Věrnostní program odměňuje zákazníky body při dokončení nákupu a utracení určité částky. Při nasbírání určitého množství bodů získává zákazník možnost vyměnit body za kupony. (Namogoo, 2021)

### **Task – Úspěšnost úkolů**

Úspěšnost úkolů v metrice HEART je založena na kombinaci již zmíněných metrik, které byly definované v kapitole 5.1 – Doba plnění úkolu a dokončení úkolu.

## 6 Hodnocení vybraných mobilních aplikací

Bakalářská práce se zaměřuje na mobilní aplikace týkající se Food delivery, v českém překladu rozvoz jídel. Autor pro zpracování zvolil aplikace, které jsou k dispozici po celé České republice: Bolt Food, Dáme jídlo a Wolt Delivery. Ke zpracování dat v metrikách jsou využita jak data globální, tak data České republiky. Data budou porovnána s provedeným uživatelským testováním. Z výsledků testování budou připravena doporučení pro vybrané mobilní aplikace i celý segment food delivery, která budou podpořena prototypem mobilní aplikace. Prototyp bude vycházet z testování a nadcházejících trendů pro rok 2023. Další přímá konkurence těchto mobilních aplikací v České republice není, podobné aplikace, které se zaměřují na food delivery jsou značky: Bageterie Boulevard a KFC CZ. Avšak tyto společnosti nabízejí rozvoz pouze svých produktů. Ve světě existuje více rozvozných mobilních aplikací, které v České republice nefungují: Just Eat Takeaway, Uber Eats a FoodPand. (Kaushal, 2023)

### 6.1 Představení vybraných mobilních aplikací

#### **Bolt Food**

Společnost Bolt byla založena roku 2013. Aktuálně působí ve 45 zemích s více než 100 milióny zákazníků. (Bolt Press, n.d.) Prvotní myšlenkou pro založení společnosti Bolt bylo zlepšení taxislužeb. Nyní společnost Bolt nabízí širokou nabídku služeb, které se týkají doručování jídel z restaurací, nákupů z obchodů, pronájem automobilů, půjčování koloběžek a sdílené jízdy. (Bolt, n.d.)

#### **Dáme jídlo**

Společnost Dáme jídlo byla založena roku 2012 a je součástí skupiny Delivery Hero, což je nadnárodní společnost zaměřující se na online rozvoj jídel. Aktuálně spolupracuje Dáme jídlo v České republice s více než 6 000 obchody a restauracemi. (Dáme Jídlo, n.d.) Od května roku 2023 dojde u společnosti Dáme jídlo k rebrandingu na značku *foodora*, jejíž logo bude v růžové barvě. Důvodem rebrandingu bylo sjednocení značky po celém světě do jedné podoby a vytvoření nové tváře služby. (Česká tisková kancelář, 2023)

#### **Wolt Delivery: Jídlo a další**

Společnost Wolt je technologicky zaměřená firma, která vyvinula vlastní platformu pro obchodování v Helsinkách. Platforma Wolt je zaměřena na 3 skupiny uživatelů. První

skupinou jsou zákazníci, kteří si pomocí mobilní aplikace mohou objednat to, co potřebují – jídlo z restaurací, potraviny z obchodů, květiny, nápoje nebo potřeby pro domácí mazlíčky. Druhou skupinou jsou obchodníci, kteří využívají aplikaci Wolt k dodatečným příjmům jejich restaurací a obchodů. Jako poslední skupina jsou tu kurýři, kteří využívají platformu jako zdroj příjmů. Vizi společnosti Wolt je přenést nakupování v obchodních domech k zákazníkům domů. Do České republiky se Wolt dostal v roce 2018. (Wolt, n.d.)

## 6.2 HEART

Pro hodnocení mobilních aplikací byla zvolena metoda HEART, která využívá více metod k měření najednou. Jedná se o všeobecnou metodu, která umožňuje pracovat jak s volně dostupnými daty, tak s daty interními. Vypracovány budou prvky metody HEART, které jsou dostupné na webových stránkách Data.ai (2023) a Similarweb (2023). Sledované období je od 1. 1. 2023 do 31. 1. 2023.

### Happiness – štěstí

V tomto případě dochází k měření spokojenosti. Spokojenost lze sledovat pomocí recenzí, zpětných zpráv na podpoře nebo úbytkem uživatelů. Spokojenost zákazníků lze sledovat více způsoby a může to mít několik důvodů. Záleží na tom, jaká data jsou k dispozici a na co je třeba se zaměřit. Autor bakalářské práce ke zhodnocení spokojenosti uživatelů využívá recenze z obchodů App Store (2023), Google Play (2023) a data z webových zdrojů Similarweb (2023) a Data.ai (2023).

V tabulce 1. srovnání hodnocení mobilních aplikací se nachází hodnocení z mobilních obchodů s aplikacemi. Uživatelé hodnotí mobilní aplikace pomocí hvězd, které se pohybují na škále 1 až 5. Kdy 5 hvězd představuje nejvyšší hodnocení. V části zabarvené oranžovou barvou se nacházejí data z webové stránky Data.ai (2023), která poskytuje spotřebitelská data a systém pro analyzování trhu na světové úrovni. Od roku 2021 neumožňuje Google analyzovat data na globální úrovni, proto se v tabulce nachází data celosvětového hodnocení pouze obchodu App Store vycházející z dat Data.ai (2023). Tyto data jsou průměrem hodnot ze zemí po celém světě. V pravé části, která je zabarvena žlutou barvou se nachází data České republiky. Z tabulky č. 1 je zřejmé, že data App Store (2023) v České republice a světový průměr jsou téměř shodné, lze tedy předpokládat, že podobně na tom budou i data pro Google Play. Pro výpočet a další měření bude využit průměr hodnocení obou platform s daty z České republiky.

Tabulka 1: Srovnání hodnocení mobilních aplikací

	Celosvětové		Česká republika		
Mobilní aplikace	App Store	Google Play	App Store	Google Play	Průměrné hodnocení
<b>Bolt Food</b>	4,66	není k dispozici	4,6	4,3	4,45
<b>Dáme jídlo</b>	4,61	není k dispozici	4,7	4,2	4,45
<b>Wolt Delivery</b>	4,86	není k dispozici	4,9	4,3	4,6

Zdroj: App Store (2023); Google Play (2023); Data.ai (2023); zpracováno autorem

Služba Google Play (2023) nabízí kromě počtu hodnocení (recenzí) také přibližný počet stažení. V tabulce č. 2 je k nahlédnutí přibližný poměr hodnotících uživatelů a počtu stažení. Tento poměr bude vycházet z přibližného odhadu, který je zaokrouhlen na celé miliony stažení, protože služba Google Play (2023) neudává konkrétní číslo. V případě App Store (2023) bude uveden pouze počet hodnocení, ale nebude vypočítán přibližný poměr hodnocení/stažení. Platforma Apple nenabízí data o počtu stažení. Pro výpočet poměru byl použit vzorec:

$$x = \frac{\text{Počet hodnocení}}{\text{Stažení}} * 100$$

Tabulka 2: Přibližný poměr hodnocení a stažení aplikace na Google Play v České republice

	App Store			Google Play		
Mobilní aplikace	Hodnocení	Stažení	Poměr	Hodnocení	Stažení	Poměr
<b>Bolt Food</b>	1,8 tis.	není k dispozici	nelze vypočítat	69,9 tis.	5 mil.	1,39 %
<b>Dáme jídlo</b>	4,7 tis.	není k dispozici	nelze vypočítat	45,4 tis.	1 mil	4,54 %
<b>Wolt Delivery</b>	13,9 tis.	není k dispozici	nelze vypočítat	285 tis.	10 mil	2,85 %

Zdroj: App Store (2023); Google Play (2023), zpracováno autorem



Z tabulky lze vyčíst, že u všech vybraných mobilních aplikací jenom malý poměr uživatelů ohodnotilo staženou aplikaci. Jako úspěšný konverzní poměr je obecně uváděna hodnota mezi 2 % - 5 %. (Vodička, 2018) Ve sledovaném poměru stažení a hodnocení v tabulce 2. nejlépe vychází Dáme jídlo se 4,5 procenty, na druhém místě se umístil Wolt Delivery, který stejně jako Dáme jídlo splňuje úspěšný poměr s 2,85 procenty. Nejnižší poměr s 1,39 procenty nesplnil Bolt Food. Odhadovaný konverzní poměr aplikace Bolt potvrzuje i obrázek č. 7, na kterém je zobrazen žebříček hodnocení aplikací v kategorii Jídlo a nápoje v aplikaci App Store (2023). Bolt Food se nachází na posledním místě z hodnocených aplikací.

Obrázek 7: Žebříček kategorie Jídlo a nápoje



Zdroj: App Store (2023)

### **Engagement a adoption – zapojení a přijetí**

Přesná data pro měření zapojení a přijetí spadají do interních dat společností. Pracováno bude s daty v časovém období 1 měsíce z webové stránky Similarweb (2023), která nabízí globální data. Data jsou uváděna v hodnotách průměrného zapojení uživatelů za sledované období v tabulce 3.

Tabulka 3: Tabulka průměrného zapojení uživatelů Bot Food, Dáme jídlo a Wolt Delivery ve světě

Mobilní aplikace	Měsíční návštěvnost	Unikátní uživatelé měsíčně	Čas průměrné návštěvnosti	Průměr zobrazených stránek
<b>Bolt Food</b>	3,863 mil.	1,943 mil.	1:46 min.	2,83 str.
<b>Dáme jídlo</b>	423 405	184 482	4:50 min.	4,97 str.
<b>Wolt Delivery</b>	3,383 mil.	1,951 mil.	1:47 min.	3,92 str.

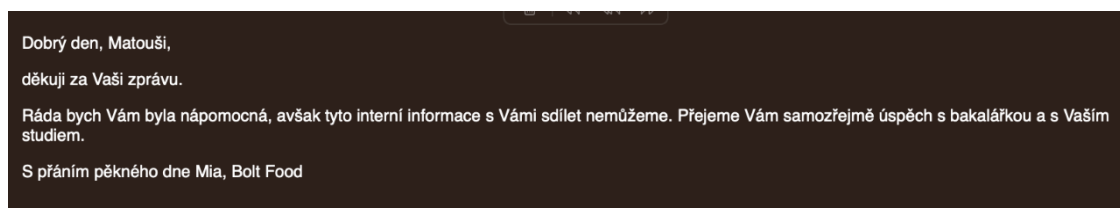
Zdroj: Similarweb (2023), zpracováno autorem

Z výše uvedených dat vyplývá, že nejlépe si s průměrnou měsíční návštěvností ve světě stojí Bolt Food. Dáme jídlo, které nepůsobí globálně, je v počtu měsíčních návštěv na posledním místě. Ačkoliv spadá aplikace Dáme jídlo v tomto měřítku k nejmenší aplikaci, uživatelé na této platformě stráví v průměru nejvíce času a navštíví nejvíce stránek. Délka návštěvnosti a počet navštívených stránek jsou dobrými signály uživatele, kterého mobilní aplikace zaujala. (Kratochvílová, n.d.) Autor bakalářské práce v tuto chvíli odhaduje, že delší čas strávený v aplikaci je zaviněn dlouhým vybíráním uživatele před objednáním. Naměřený čas pro porovnání bude v části **Task** a v podkapitole 6.4. **Výzkumné testování.** Wolt Delivery mělo v měsíci lednu nejvíce unikátních uživatelů (unikátní uživatel označuje jednoho uživatele, který navštívil webovou stránku nebo otevřel mobilní aplikaci). (Management mania, 2018)

### **Retention – udržení**

Jak již bylo zmíněno, udržení je soubor dat, které kombinují počet stažení aplikace, vytvoření účtu a provedení objednávky konkrétního uživatele v daném období proti období druhému. Druhé období je měřeno po určitém časovém intervalu. Data spojená s udržením zákazníků jsou součástí interních dat, které žádná společnost nesdílí veřejně, viz obrázek č. 8 emailová komunikace se společností Bolt Food.

## Obrázek 8: Emailová komunikace s podporou Bolt Food



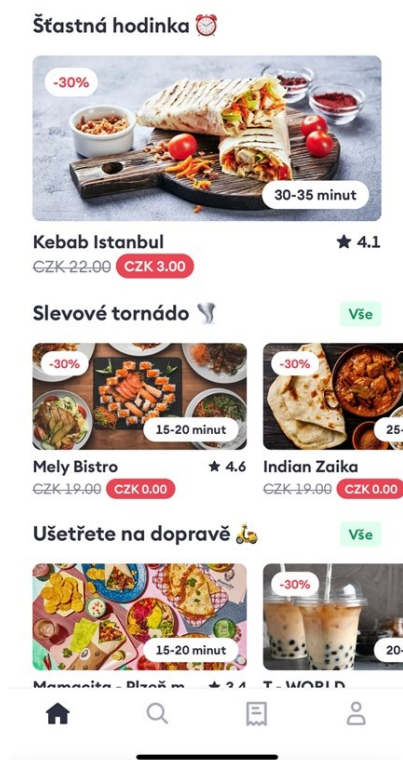
Zdroj: interní komunikace, 2023

Z tohoto důvodu bude část o udržení zákazníků zaměřena na způsoby, jakými vybrané mobilní aplikace, společnosti a designéři usilují o udržení uživatelů na jejich platformě.

### Bolt Food

Při otevření aplikace Bolt Food se uživateli zobrazí úvodní stránka, která obsahuje několik různých nabídek: šťastná hodinka, slevové tornádo a ušetřete na dopravě. Nabídka na obrázku č. 9 využívá propagaci na úvodní stránce a ponechání staré ceny za dopravu.

## Obrázek 9: Úvodní stránka s nabídkami – Bolt Food



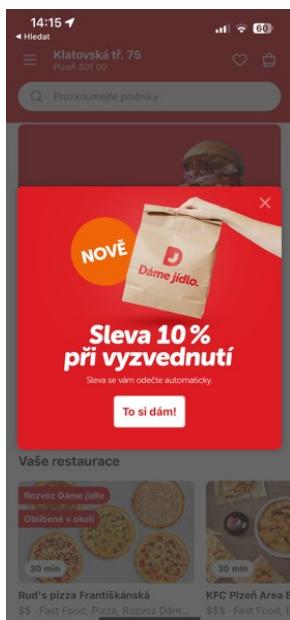
Zdroj: Bolt Technology (2023)

### Dáme jídlo

Mobilní aplikace Dáme jídlo nabízí při objednání jídla 2 možnosti vyzvednutí objednávky: osobní vyzvednutí v restauraci a vyzvednutí objednávky na adrese domova.

V případě vyzvednutí v restauraci, nabízí aplikace příležitostně slevu ve vyskakovacím okně, která k nahlédnutí na obrázku 10.

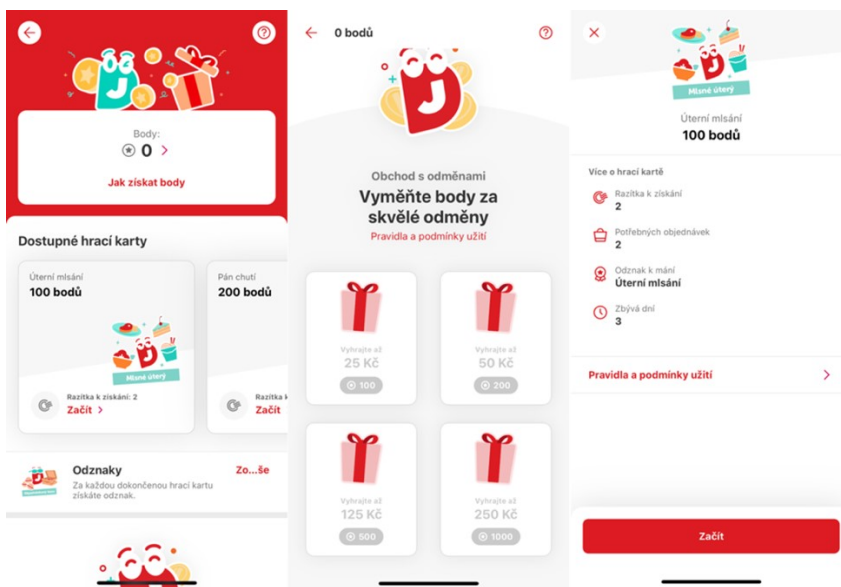
Obrázek 10: Vyskakovací okno se slevou – Dáme jídlo



Zdroj: DameJidlo.cz (2023)

Další propagací v aplikaci je věrnostní program a nákup více položek za nižší cenu. Na obrázku č. 11 se nachází věrnostní program společnosti a průchodem skrz. Aplikace nabízí plnění různých úkolů, které jsou zobrazeny v 3. části obrázku č. 11, za jejichž splnění uživatel získává určitý počet bodů. Body lze následně vyměnit za slevu na objednávky.

Obrázek 11: Věrnostní program aplikace Dáme jídlo



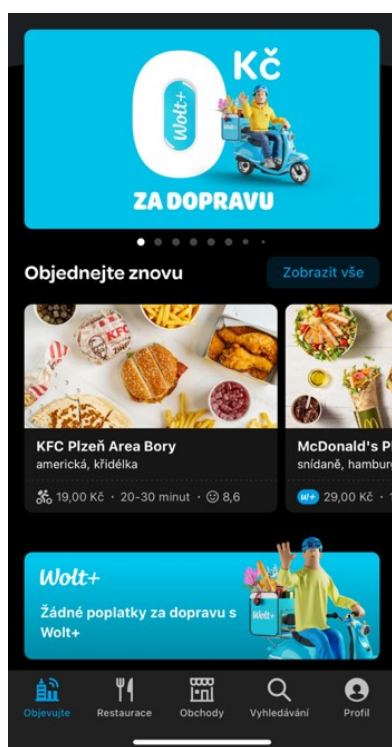
Zdroj: DameJidlo.cz (2023)

Nákup více položek je v tomto případě popsán jako splnění určité výše peněžní částky při výběru v konkrétních restauracích. Služba nabízí 3 typy slev: minimum 200 Kč, minimum 350 Kč a minimum 500 Kč. Při nákupu nad 500 Kč a včetně, obdrží zákazník slevu 150 Kč.

### Wolt Delivery

Aplikace Wolt Delivery využívá k propagaci slev přes věrnostní program a slevy na domovské stránce, které jsou k náhledu na obrázku 12. Věrnostní program se oproti předchozí aplikaci liší tím, že za měsíční poplatek nabízí uživateli výhody rozvozu zdarma. Wolt aplikace ještě navíc využívá upozornění na slevy v podobě vyskakovacích oken na zamčené obrazovce.

Obrázek 12: Úvodní stránka – Wolt Delivery



Zdroj: Wolt (2023)

Všechny tři mobilní aplikace se snaží přilákat a udržet co největší počet uživatelů. Uživatelé zmíněných aplikací mohou využít v případě Wolt Delivery a Dáme jídlo podobnou nabídku. Věrnostní programy nabízejí obě služby na slevy na objednávky a doručení. V aplikaci Dáme jídlo je možné slevu získávat postupně za nasbírané body, v aplikaci Wolt Delivery platíte měsíční poplatek za dopravu zdarma. Aplikace Bolt Food nenabízí žádný podobný věrnostní program.

## Tasks – splnění úkolů

Pro dokončení úkolů je nejdůležitější stanovit si srozumitelný a splnitelný cíl. V této části budou stanoveny úkoly, při kterých bude sledován průchod mobilní aplikací, počet kliků a doba plnění. Následně budou získaná data aplikací porovnána mezi sebou. Z této části bude vybrán úkol, který budou poté respondenti plnit v uživatelském testování.

Úkoly: Založení nového účtu a vytvoření objednávky dle předem stanoveného požadavku (a dokončení objednávky).

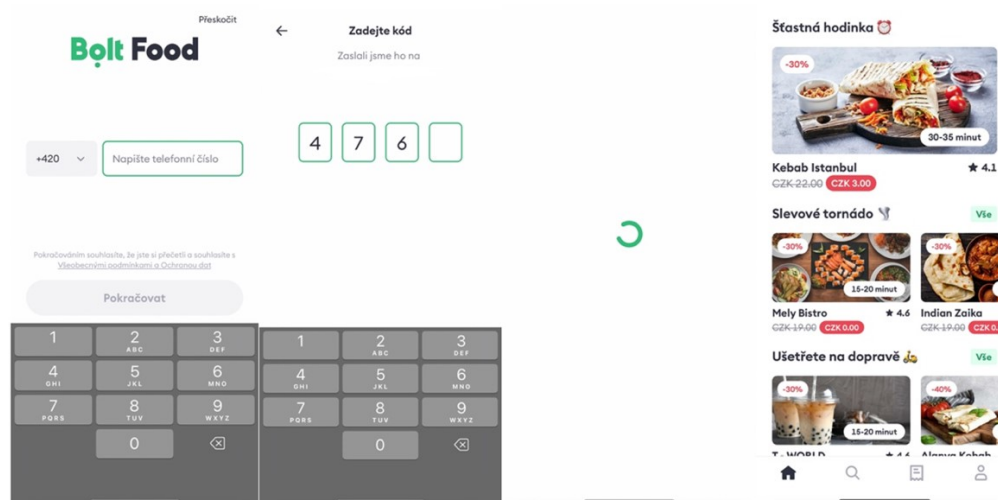
### Úkol 1: Založení nového účtu

Celý proces registrace vybraných mobilních aplikací se nachází v přílohách bakalářské práce, konkrétně příloha A a B. V úkolu 1. nebude měřen čas, protože aplikace vyžadují ověření telefonního čísla. Doba od odeslání žádosti do přijetí ověřovacího kódu přes SMS nebo emailu se může lišit.

### Bolt Food

Bolt Food má ze všech 3 aplikací nejjednodušší a uživatelsky nejpřívětivější vytvoření nového účtu. Po stažení aplikace z příslušného obchodu s aplikacemi se uživateli zobrazí pole s výběrem předčísí pro zemi, vedle se nachází prázdné pole, do kterého uživatel zadá své telefonní číslo. Následně je uživatel přesměrován na další stránku, kam opíše kód z SMS. Aplikaci sama ověří uživatele, který je okamžitě přesměrován na úvodní stránku, ze které si následně objednává. Na obrázku č. 13 je vidět celý proces vytvoření účtu uživatele.

Obrázek 13: Postup registrace v Bolt Food

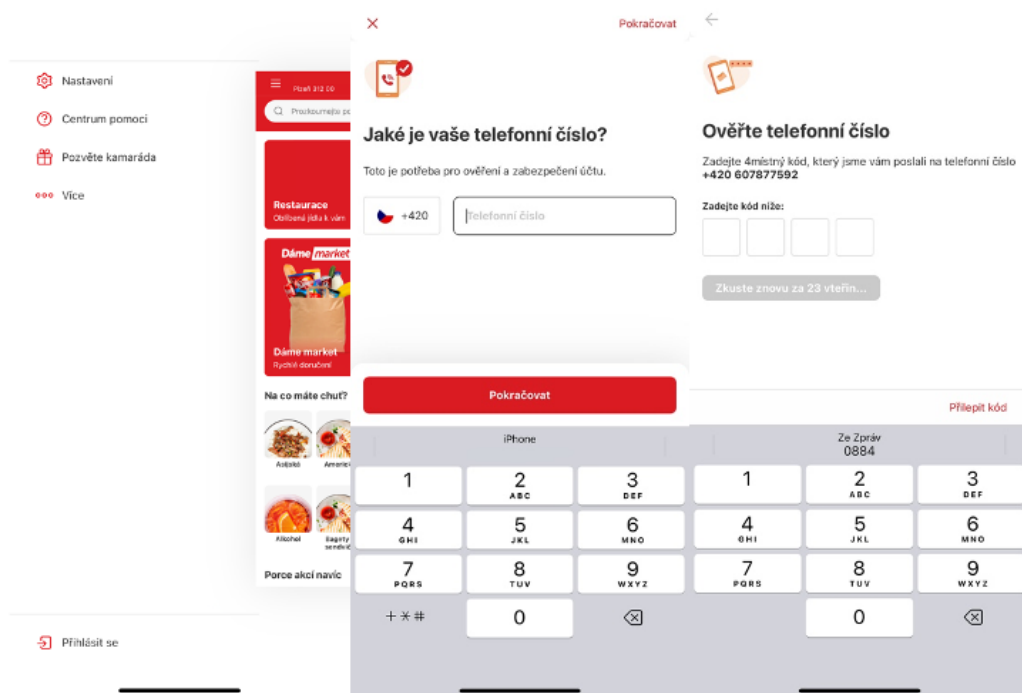


Zdroj: Bolt Technology (2023)

## Dáme jídlo

Pokud se uživatel registruje do mobilní aplikace pomocí Gmailu, je registrace jednodušší, v případě, že se uživatel registruje přes běžný email, dochází k ověření emailu. Celý proces se nachází v příloze A. V tomto případě probíhalo přihlášení přes Gmail. Aplikaci požaduje po uživateli zadat telefonní číslo, na které je následně zaslána SMS s ověřovacím kódem. Kód je následně zadán do formuláře. Obrázek č. 14 zobrazuje zkrácený průchod registrací do mobilní aplikace Dáme jídlo.

Obrázek 14: Zkrácený průchod registrací Dáme jídlo

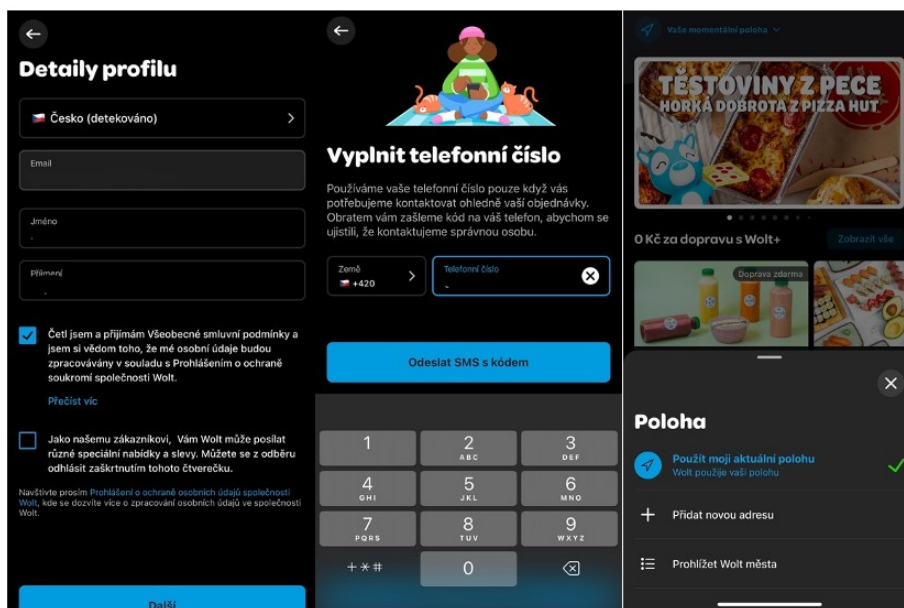


Zdroj: DameJidlo.cz (2023)

## Wolt Delivery

Mobilní aplikace Wolt Delivery po uživateli při registraci požaduje stejné informace a ověření, jako aplikace Dáme jídlo. Liší se pouze v pořadí sdílení polohy. Dáme jídlo přístup k poloze požaduje ještě před registrací, Wolt Delivery umožňuje přidat více adres až po přihlášení. Část procesu registrace uživatele je k dispozici na obrázku 15. Celý proces registrace je k dispozici v příloze B.

Obrázek 15: Průchod registrací uživatele Wolt Delivery



Zdroj: Wolt (2023)

## Úkol 2: vytvoření objednávky dle předem stanoveného zadání

V tomto úkolu je cílem provést objednávku dle zadání. Stejný cíl a zadání bude použito v podkapitole 7.4 Uživatelské testování. Výsledky hodnot budou vyhodnoceny a vzájemně porovnány s daty z webu Similarweb (2023).

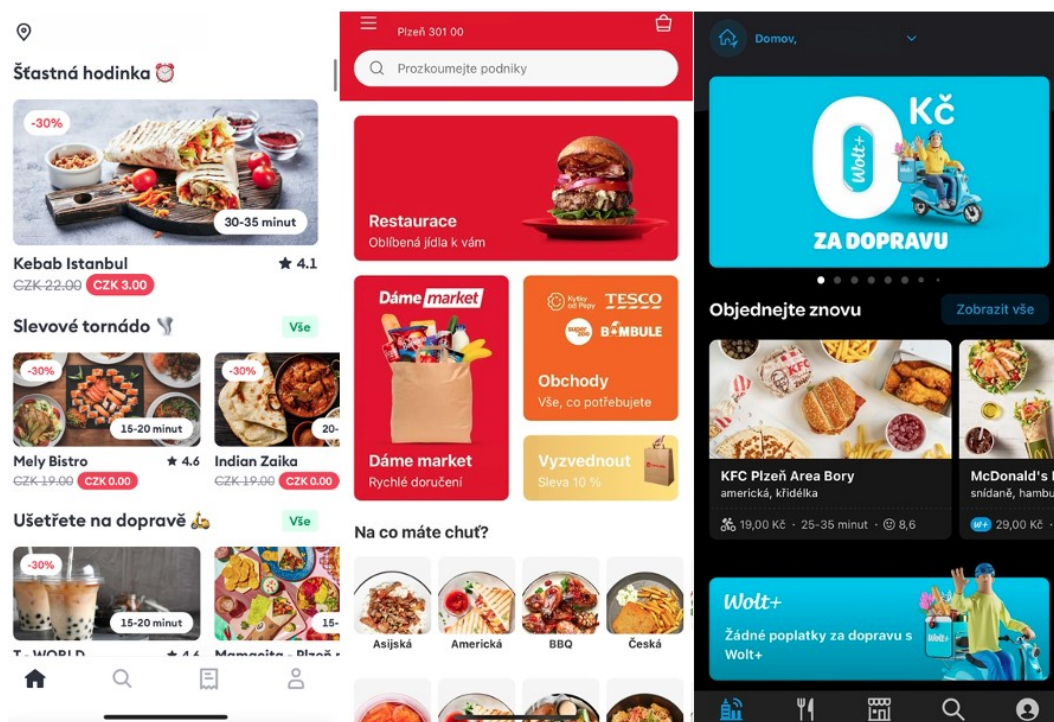
Zadání: Ve vybrané mobilní aplikaci vytvořit objednávku v restauraci KFC Bory Plzeň. Objednávka bude obsahovat 1x Kyblík 30 stripsů, 1x Kyblík hranolků, 1x Česneková omáčka a 1x Pepsi plechovka (modrá). Dále bude v návaznosti na 2. úkol zhodnocen průběh celého procesu objednání. Doručení probíhalo s jiným obsahem, než jaké je zadání pro úkol a uživatelské testování. Jiný obsah položek a cena průběh objednávky neovlivní.

## Postup

Vybrané mobilní aplikace začínají s vytvořením objednávky podle zadání stejnými kroky. Z hlavního menu uživatel klikne na ikonu vyhledávání, v případě aplikace Bolt Food a Wolt Delivery se nachází ikona lupy na dolní liště, Dáme jídlo má ikonu vyhledávání v horní části obrazovky. Varianty jsou na obrázku 16. Celý postup objednání se nachází v příloze C, D a E.



Obrázek 16: Umístění vyhledávání na hlavní stránce



Zdroj: Bolt Technology (2023); DameJidlo.cz (2023); Wolt (2023)

Uživatelé se po kliknutí na ikonu zobrazí nová stránka s vyhledávacím polem, kam uživatel napíše restauraci nebo pokrm, který hledá. Pod vyhledávacím polem se zobrazují v aplikaci oblíbené kategorie. Mezi zobrazované kategorie patří: pizza, kebab, burger, sushi nebo indické. Bolt Food kromě textového popisu uživatelům zobrazuje v kategoriích i emotikony (obrázky, které ulehčují a zkracují uživateli výběr a čas, který by trávil čtením textu). Aplikace Dáme jídlo uživatelé zobrazuje jeho poslední vyhledávání, aplikace Wolt Delivery uživatelé zobrazuje poslední provedené objednávky.

Během zadání požadavku se uživatelé zobrazují relevantní restaurace. Již v tuto chvíli jsou v aplikaci Bolt Food a Wolt Delivery uživatelé zobrazeny informace o ceně za dopravu a přibližném času doručení, které se nachází na obrázku 17. Dáme jídlo informace o restauraci a poplatcích zobrazí až při rozkliknutí restaurace. Další kroky vedoucí ke splnění zadání budou rozebrány zvlášť pro jednotlivé mobilní aplikace.

Obrázek 17: Zobrazení informací o ceně a doručení aplikace Bolt Food a Wolt Delivery



Zdroj: Bolt Technology (2023); Wolt (2023)

## Bolt Food

Aplikace umožňuje uživatelům na stránce restaurace vyhledávat pokrmy třemi způsoby, které jsou zobrazené na obrázku 18. Lze využít vyhledávání přes vyhledávací pole, vyhledávání přes kategorie a pohyb po hlavní stránce v sekcích. Konkrétní položku lze přidat kliknutím na ikonu plus nebo při rozkliknutí položky. V obou těchto krocích uživatel může přidat množství. Při kliknutí na položku mimo ikonu plus je uživateli zobrazen obsah objednávané položky. Následně uživatel klikne na tlačítko „Podívat se do košíku“, kde je souhrn informací o objednávce, možnost přidat další položky a způsob platby. Následně je objednávka potvrzena a uživatel má k dispozici vytažovací okno se stavem objednávky. V okně uživatel sleduje čas doručení, přímý pohyb kurýra před vyzvednutím objednávky a během cesty k zákazníkovi. Uživatel má k dispozici možnost kontaktovat kurýra ještě před vyzvednutím objednávky, pokud by byl nějaký problém. Po doručení se uživateli zobrazí krátký dotazník na hodnocení objednávky. Celý proces objednání a doručení je k dispozici v příloze C.

Obrázek 18: Vyhledávání na stránce restaurace Bolt Food



Zdroj: Bolt Technology (2023)

## Dáme jídlo

Dáme jídlo kromě hodnocení restaurace hvězdami od zákazníků nabízí uživatelům textové recenze restaurace a informace o způsobu platby předem. Platforma neumožňuje vyhledávání přes kategorie nebo vyhledávací pole, uživatel se na stránce restaurace pohybuje gestem posunu prstů nebo pomocí navigačního menu. Informace o obsahu položek má uživatel k dispozici již při prohlížení restaurace, není nutné rozklikávat jednotlivé položky. Objednávka je do košíku přidávána přes ikonu plus, tato funkce včetně zobrazeného obsahu objednávky je zobrazena na obrázku 19.

Obrázek 19: Zobrazené informace o produktu a úprava množství

### **Kyblík 30 Strips**

Kyblík obsahuje 30x Strips

449,00 Kč



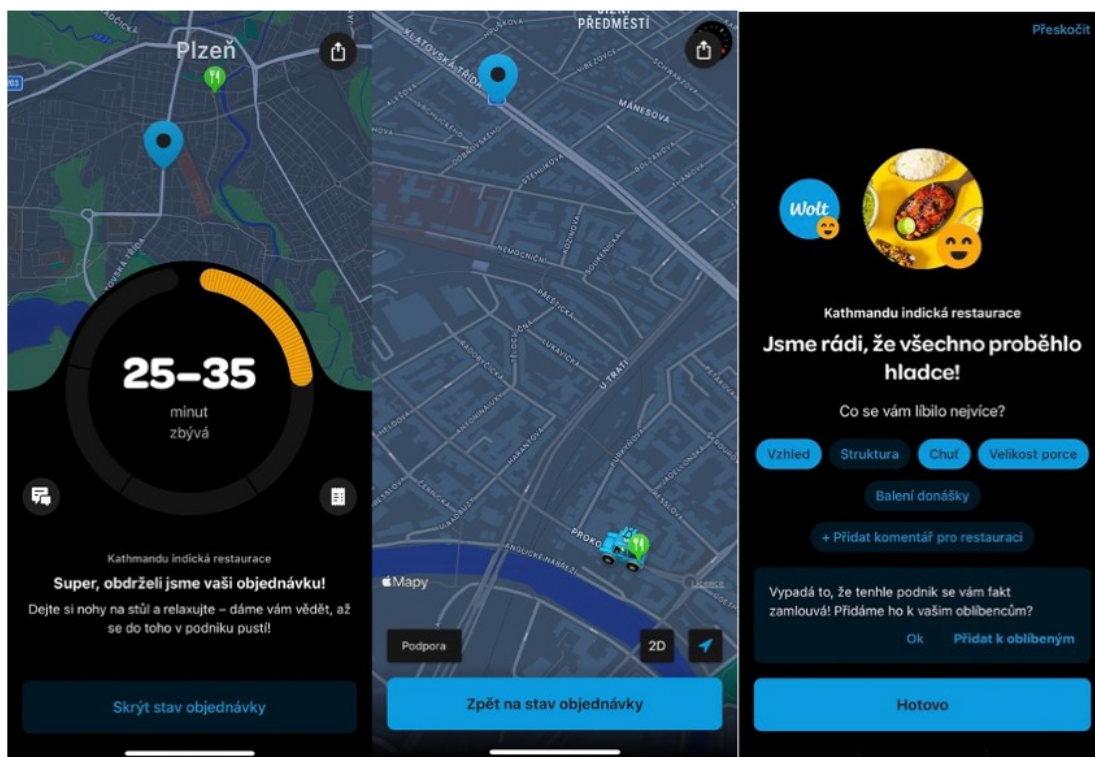
Zdroj: DameJidlo.cz (2023)

Uživatel pokračuje do košíku kliknutím na červené tlačítko dole „Podívat se do košíku“, zde je uživateli zobrazen přibližný čas doručení, informace o obsahu objednávky a částka k zaplacení. Předposledním krokem je kontrola platby a adresy doručení. Následuje už jen kontrola celé objednávky a její potvrzení. Uživateli je poté zobrazena stránka o stavu objednávky a přibližný čas doručení. Celý proces objednání a doručení je k dispozici v příloze D.

### Wolt Delivery

Způsob vyhledávání v aplikaci Wolt Delivery je kombinací předchozích dvou zmíněných aplikací. Nabízí vyhledávací pole, do kterého uživatel zadá hledanou položku a navigační menu. Informace o produktu jsou uživateli zobrazeny stejně jako v aplikaci Dáme jídlo, zobrazí se však znovu ve chvíli, kdy zákazník vybírá produkt a jeho množství. Jakmile má zákazník vybrané všechny požadované položky, je uživateli zrekapitulována celá objednávka. Uživatel má možnost přidat ještě doporučené položky ke své objednávce a případný počet kusů. V druhém kroku je přesměrován ke kontrole údajů, objednávky a způsobu platby. Na obrázku č. 20 je k nahlédnutí přehledný odpočet času do doručení objednávky a sledování pohybu kurýra po vyzvednutí objednávky. Celý proces objednání je k dispozici v příloze E. Po příjezdu zákazník vyplňuje interaktivní dotazník, který mění nabídku případných doporučení v závislosti na spokojenosti.

Obrázek 20: Stav doručení objednávky a hodnocení – Wolt Delivery



Zdroj: Wolt (2023)

### 6.3 Vyhodnocení HEART

Obrázek č. 21 zobrazuje detailní přehled dat, která byla získána metodou HEART. Nachází se v něm naměřená data autorem bakalářské práce, data z webové stránky Similarweb (2023) a data z mobilních aplikací sloužící ke stahování aplikací – App Store (2023) a Google Play (2023).

Obrázek 21: HEART tabulka výsledků

HEART	Spokojenost		Zapojení		Přijetí	Udržení	Dokončení úkolu 1		Dokončení úkolu: úkol 2			
Aplikace	Průměrné hodnocení	Odhadovaný poměr	Měsíční návštěvnost	Průměrný čas návštěvy	Průměr zobrazených stránek	Unikátní uživatelé	X	Počet kliknutí	Zobrazené stránky	Čas	Počet kliknutí	Zobrané stránky
Bot Food	4,45	1,39%	3,863 mil.	1:46 sec.	2,83 str.	1,943 mil.	X	3	4	49,9 sec.	13	5 str.
Dáme jídlo	4,45	4,54%	423 405	4:50 sec.	4,97 str.	184 482	X	7	7	1:11,3sec.	15	7 str.
Wolt Delivery	4,6	2,85%	3,383 mil.	1:47 se.	3,92 str.	1,951 mil.	X	11	9	1:18,3 sec.	27	13 str.
Pořadí	Wolt D.	Dáme j.	Bolt F.	Bolt F.	Bolt F.	Wolt D.	X	Bolt F.	Bolt F.	Bolt F.	Bolt F.	Bolt F.
	Bolt F.	Wolt D.	Wolt D.	Wolt D.	Wolt D.	Bolt F.	X	Dáme j.	Dáme j.	Dáme j.	Dáme j.	Dáme j.
	Dáme j.	Bolt F.	Dáme j.	Dáme j.	Dáme j.	Dáme j.	X	Wolt D.	Wolt D.	Wolt D.	Wolt D.	Wolt D.

Zdroj: Similarweb (2023), vlastní terénní výzkum, 2023

Aplikace získávali v hodnocení body na škále od 1-3. Aplikace, která se vyskytuje na horním pořadovém řádku, získává 3 body, mobilní aplikace na nejnižším získává 1 bod. Žlutě jsou označeny buňky, které mají stejné hodnoty, obě aplikace získávají 2 body.

Wolt Delivery získala v průměru nejvyšší hodnocení **spokojených uživatelů** napříč platformami App Store a Google Play. Bolt Food a Dáme jídlo se dělí o druhé místo. Nejvyšší odhadovaný poměr recenzí vůči stažení získala společnost Dáme jídlo, která dosáhla 4,54 procent, i přesto, že z vybraných aplikací patří k té s nejnižším počtem uživatelů a návštěvnosti. Druhé části dominovala společnost Bolt Food, která v **zapojení** uživatelů získala 9 bodů z 9 možných. Návštěvnost aplikace Bolt Food v měsíci lednu přesáhla více než 3,8 mil. návštěv, i přestože ji ve vybraném období využilo méně uživatelů než aplikaci Wolt Delivery. Data týkající se délky návštěvy aplikace a počet zobrazených stránek lze hodnotit subjektivně a dle cílení. Autor bakalářské práce udělil body za nejnižší průměrný čas a počet navštívených stránek. Zvoleno bylo toto hodnocení z pohledu uživatele, který očekává rychlé a jednoduché objednání jídla bez zobrazování nechtěných nabídek a oken. Jak již bylo zmíněno, Wolt Delivery v **přijetí**, i přes nižší návštěvnost než Bolt Food, měla více unikátních uživatelů. Sekce **udržení** byla v bakalářské práci popsána způsoby, kterými společnosti snaží udržet uživatele na své platformě. K vypracování a hodnocení jsou třeba interní data společností, která nejsou veřejně k dispozici. V této části nebude udělen bod ani jedné vybrané společnosti. V závěrečné části **dokončení úkolu** byly měřeny a vyhodnoceny dva zadané úkoly. Čas, počet kliknutí a zobrazené stránky byly hodnoceny autorem stejně jako data v sekci zapojení. Uživatelé, kteří se registrují do aplikace Bolt Food udělají v porovnání s Dáme jídlo více než o polovinu méně kliknutí. Stejného výsledku dosáhla aplikace Bolt Food i v počtu zobrazených stránek. Uživatelům Wolt Delivery se zobrazí při registraci až 9 stránek. Ve druhém zadaném úkolu nejkratší čas pro vytvoření zadané objednávky byl naměřen aplikaci Bolt Food, za ním se nachází aplikace Dáme jídlo a na poslední pozici Wolt Delivery. Součet bodového hodnocení se nachází v tabulce 4. Nejlépe hodnocená aplikace mohla získat maximálně 33 bodů. Nejblíže se tomu přiblížil Bolt Food, který získal v metodě HEART 29 bodů, přestože na App Store (2023) se řadí až na 5. pozici v žebříčku Jídlo a nápoje v České republice. Wolt Delivery, který se v tomto žebříčku řadí na první místo v měření získal pouze 19 bodů a je umístěn na druhém místě stejně jako aplikace Dáme jídlo, která je k dispozici pouze uživatelům v České republice.

Tabulka 4: Body aplikací

Mobilní aplikace	Body
Bolt Food	29
Dáme jídlo	19
Wolt Delivery	19

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

## 6.4 Výzkumné testování

V druhé části zaměřené na hodnocení vybraných mobilních aplikací bylo provedeno výzkumné testování. Moderované testování probíhalo za přítomnosti autora bakalářské práce, který respondentovi sdělil cíl testování, přibližný průběh a zadání. Následně proběhlo měření času pro vytvoření objednávky totožné v úkolu 2. v kapitole 6.2. Po splnění úkolu pro každou aplikaci byl uživatel dotázán na doplňující otázky.

Zadání testování: Ve vybrané aplikaci vytvořit objednávku v restauraci KFC Bory Plzeň. Objednávka bude obsahovat 1x Kyblík 30 stripsů, 1x Kyblík hranolků, 1x Česneková omáčka a 1x Pepsi plechovka (modrá). Platba online bez dýška na adresu Čermákova 1779, Plzeň. Adresa byla vybrána náhodně, aby každý respondent byl nucen změnit adresu v objednávce.

Konec testování: Zobrazení tlačítka pro potvrzení objednávky, ale objednávku nepotvrzovat.

Ukázkový formulář s položkami a otázkami je k nahlédnutí na obrázku 22.

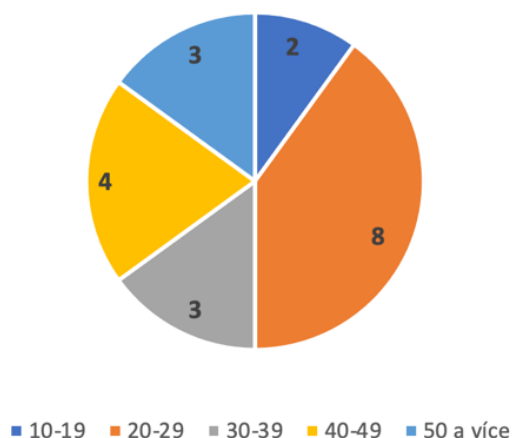
Obrázek 22: Uživatelské testování – formulář

Uživatelské testování					
Cíl: Objednat kyblík 30 stripsů v KFC na Borech. Přidat: 1x hranolky v kyblíku, 1x česneková omáčka, 1x Pepsi. Platba online, bez dýška. Konec: Potvrzení objednávky (nepotvrzovat platbu).					
Věk:	10-19	20-29	30-39	40-49	50 a více
Předchozí zkušenost s aplikacemi:	ANO	NE	Pokud ano, jak často, jaká aplikace a důvod		
Typ aplikace:	Bolt Food	Dáme jídlo	Wolt Delivery	Odpověď:	
Správnost objednávky					
Počet chyb					
Čas					
Otázky na respondenta:			Odpověď:		
Jaká aplikace byla přehlednější a proč:					
Co se Vám líbilo/ Co Vás zaujalo:					
Co se Vám chybělo/nelíbilo					
	Bolt Food	Dáme jídlo	Wolt Delivery		
Pořadí aplikací: 1.-3.					

Zdroj: vlastní zpracování s využitím Excel, 2023

Uživatelského testování se zúčastnilo 20 respondentů různých věkových kategorií a zkušeností s aplikacemi fast delivery. Testování tak obsahovalo skupiny lidí, kteří nejsou běžnými uživateli vybraných mobilních aplikací a jejich poznatky byly rozdílné než poznatky pravidelných uživatelů. Nejvíce respondentů bylo ve věkové skupině 20-29 let, jednalo se převážně o studenty Západočeské univerzity v Plzni, kteří se řadí do skupiny běžných uživatelů mobilních aplikací zaměřené na doručování jídel. Přesné rozložení věků je na obrázku 23.

Obrázek 23: Rozložení věku respondentů



Zdroj: vlastní zpracování s využitím Excel, 2023

Z celkového počtu 20 respondentů mělo 14 respondentů předchozí zkušenost minimálně s jednou hodnocenou aplikací, tedy přesně 70 % respondentů. Pravidelně využívá vybrané aplikace 6 studentů, a to v intervalu 1x týdně. Těchto 6 studentů nejvíce využívá aplikace v pořadí: Wolt Delivery, Bolt Food a na posledním místě Dáme jídlo.

#### Testování vybraných aplikací

Během testování bylo provedeno celkem 7 chyb napříč aplikacemi, a to u respondentů ze skupiny 50 a více let, kteří neměli předchozí zkušenost s tímto typem aplikací. Mezi chybné kroky, které byly provedeny patří kliknutí na špatnou položku, zvolení více položek a vybrání špatné restaurace. Do počtu kroků nebyl započítán pohyb prstu po obrazovce při hledání, ale pouze kroky vedoucí k akci: rozkliknutí restaurace, kliknutí na položku, kliknutí na filtr nebo rozkliknutí ikony vyhledávání. Čas byl měřen od zobrazení hlavní stránky do stránky zobrazující potvrzení objednávky. Naměřený čas uživatelů u plnění úkolů ve vybraných mobilních aplikacích je k dispozici v příloze F: Tabulky výsledků uživatelské testování. V tabulce č. 5 jsou souhrnná data uživatelského testování. Z tabulky je zřejmé, že všechny testy byly splněny ve správnosti 20/20 u každé vybrané mobilní aplikace.

Tabulka 5: Souhrn dat uživatelského testování

Mobilní aplikace	Správnost dokončení	Správnost v %	Průměrný čas	Počet chyb
<b>Bolt Food</b>	20/20	100 %	1:39,8	2
<b>Dáme jídlo</b>	20/20	100 %	1:41,3	3
<b>Wolt Delivery</b>	20/20	100 %	2:07,3	2

Zdroj: vlastní uživatelský výzkum, 2023

Ze souhrnu naměřených dat v tabulce 5. vyplývá, že nejlépe je na tom aplikace Bolt Food, která měla nejnižší naměřený čas.

Po skočení části testování byly respondentům položeny doplňující otázky týkající se vybraných mobilních aplikací. Otázky byly zaměřeny na spokojenost uživatelů při práci s aplikacemi, přehlednost a prvky, které se uživatelům líbily. Výsledky dotazované části jsou interpretované v kapitole 7. Vyhodnocení a doporučení.



## 7 Vyhodnocení a doporučení

Nejlépe vyhodnocenou aplikací v uživatelském testování byla aplikace společnosti Bolt. Hlavní výhodou aplikace Bolt Food oproti vybraným konkurenčním aplikacím byl jednoduchý a moderní vzhled, který na uživatele působil přehledně. Bolt Food nabízí rychlý proces objednání a uživatelsky přívětivé, zajímavé filtrování restaurací podle ikon s textem a možnost rychlého smazání celé objednávky. Součástí uživatelského testování bylo i hodnocení nad rámec zadaného úkolu od uživatelů, kteří s vybranými aplikacemi měli již předchozí zkušenost. Další zmíněnou výhodou mimo testování bylo od respondentů uvedeno živé sledování pohybu kurýra a možnost kontaktovat řidiče ještě před příjezdem na adresu. Zjištěným nedostatkem byla absence tmavého režimu, který Bolt Food nenabízí. V kombinaci se zelenou barvou společnosti by výsledek mohl na uživatele působit přitažlivěji než bílé pozadí.

Na druhém místě se umístila aplikace Wolt Delivery, která na rozdíl od aplikace Bolt Food využívá tmavé pozadí. V tomto případě se nejedná o funkci v nastavení, ale předem zvolený vzhled. Stejně je tomu i v případě působení aplikace na uživatele, která využívá zmíněného trendu zaoblených tvarů, které působí na uživatele moderním vzhledem. Další výhodou vybrané mobilní aplikace je rozšířené menu, které nabízí více funkcí. Užitečnou funkcí je vyhledávání restaurací v blízkosti uživatele jedním kliknutím nebo již zmiňovanou možností sledovat kurýra živě. Ve srovnání s vybranými konkurenčními aplikacemi nabízí Wolt Delivery nejpřehlednější odpočet času do doručení. Někteří uživatelé považovali jako výhodu během uživatelského testování ve srovnání s konkurencí zobrazení celého obsahu položky při procesu objednání. Nedostatkem byla dlouhá změna adresy. Wolt Delivery by se mělo zaměřit za snížení počtu kroků, které uživatel musí uskutečnit před změnou adresy v průběhu objednávky. Před potvrzením nové adresy bylo uživateli zobrazeno více než 7 nových stránek. V případě změny adresy v aplikaci Bolt Food byla uživateli zobrazena pouze 1 nová stránka.

Na posledním místě se umístila aplikace Dáme jídlo, která je v České republice nejrozšířenější aplikací s nejšířší nabídkou restaurací. Nedostatků, které byly zmíněny v průběhu testování, bylo více. Uživatelé uváděli, že úvodní stránka působí oproti konkurenčním aplikacím nepřehledně a zahlcuje uživatele informacemi. Dále se uživatelé zaměřili na celkový design, který na uživatele působil zastarale. Důležitou připomínkou

uživatelů mimo testování bylo, že aplikaci Dáme jídlo nenabízí sledování pohybu kurýra. Další připomínkou je zjednodušení sledování stavu objednávky při doručení.

V tabulce č. 6 se nachází porovnání získaných časů z uživatelského testování, metodiky HEART a webové stránky Similarweb (2023).

Tabulka 6: Srovnání průměrné délky objednání

	Průměrný čas návštěvy		
Mobilní aplikace	Similarweb	Autor	Uživatelské testování
Bolt Food	1:46 min.	0:49,9 min.	1:39,8 min.
Dáme jídlo	4:50 min.	1:11,3 min.	1:41,3 min.
Wolt Delivery	1:47 min.	1:18,3 min.	2:07,3 min.

Zdroj: Similarweb (2023), vlastní uživatelské testování zpracováno autorem s využitím, 2023

Similarweb (2023) nabízí souhrn průměrných dat z celého světa vybraných mobilních aplikací a jejich použití. Započítána jsou všechna data, tedy i data uživatelů, kteří aplikaci pouze otevřeli a ihned zavřeli, data uživatelů, kteří si v aplikaci prohlédli více restaurací a neobjednali si žádnou položku. Lze si toho například všimnout na průměrném čase stráveného v aplikaci Dáme jídlo z webové stránky Similarweb (2023). Průměrný čas návštěvy činí téměř 5 minut, zatímco u konkurenčních aplikací jsou to necelé 2 minuty. Naměřený čas při uživatelském testování nedosahuje takových hodnot, neboť respondenti měli předem stanovené zadání, které plnili. Netrávili tak více času vybíráním restaurace a pokrmu, který si objednají.

Pořadí vyhodnocení vychází z hodnocení respondentů, metodiky HEART a dat z webové stránky Similarweb (2023) a Data.ai (2023). Nejlépe hodnocenou aplikací byla aplikace Bolt Food, která je pro uživatele nejpřehlednější, na první pohled uživatele zaujala nejvíce a nabízí nejrychlejší způsob registrace, průběh objednání a přehledné sledování stavu objednávky a polohy kurýra.

## 7.1 Návrh ideální aplikace pro segment Food delivery

Ze získaných dat z uživatelského testování, dat z metody HEART a zmíněných trendů pro rok 2023 byl autorem sestaven prototyp uživatelsky přívětivé aplikace. Celý návrh prototypu se nachází v příloze G a zobrazuje proces objednání až po doručení.

Prototyp byl navržen a vytvořen ve zmiňovaném programu Figma, který umožňuje po naskenování QR kódu na obrázku č. 24 zobrazit celý prototyp v prohlížeči mobilního zařízení. Figma nabízí i možnost průchodu celým procesem návrhu. Průchod je možný bez registrace po stažení mobilní aplikace Figma z App Store nebo Google Play. Uživatel si může vyzkoušet aplikaci s omezenými akcemi a kroky jako při skutečném objednávání.

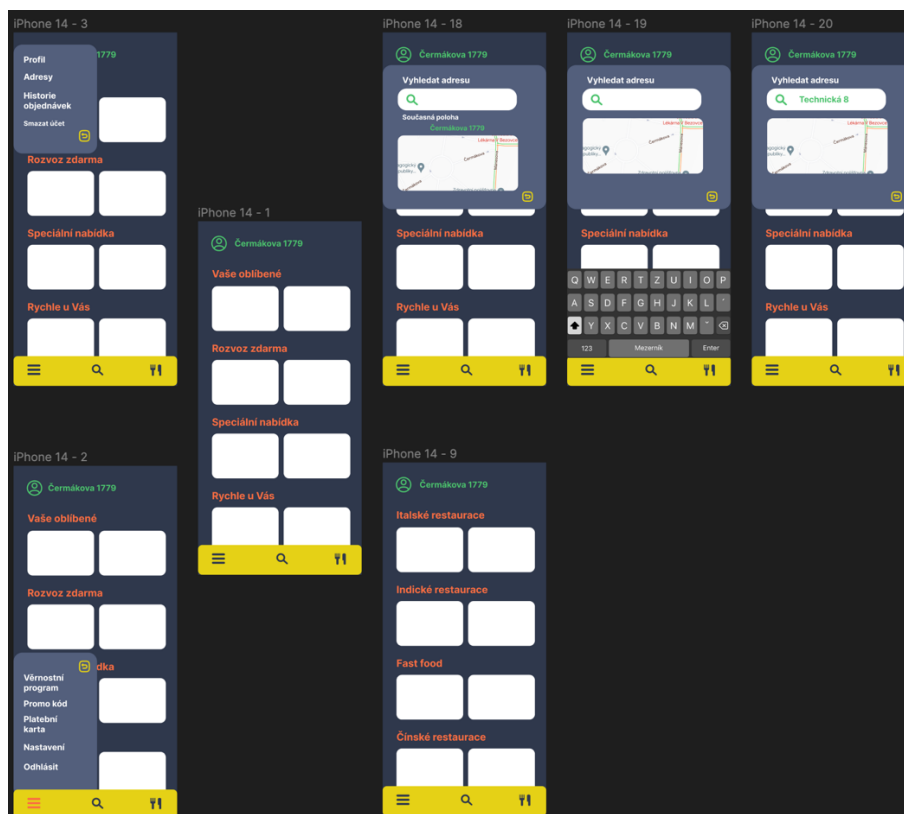
Obrázek 24: QR kód odkazující na prototyp v programu Figma



Zdroj: QRgenerator.cz (2023)

Pro lepší zobrazení je prototyp rozdělen na tři části. První částí prototypu je *nabídka*, která je k nahlédnutí na obrázku 25. Nabídka zobrazuje úvodní stránku, ze které uživatel vychází na další stránky jako je nastavení, profil uživatele, vyhledávání adresy nebo přes ikonu příborů vyhledávání restaurací podle zaměření (italské restaurace, indické restaurace, a další dle možností v konkrétním městě).

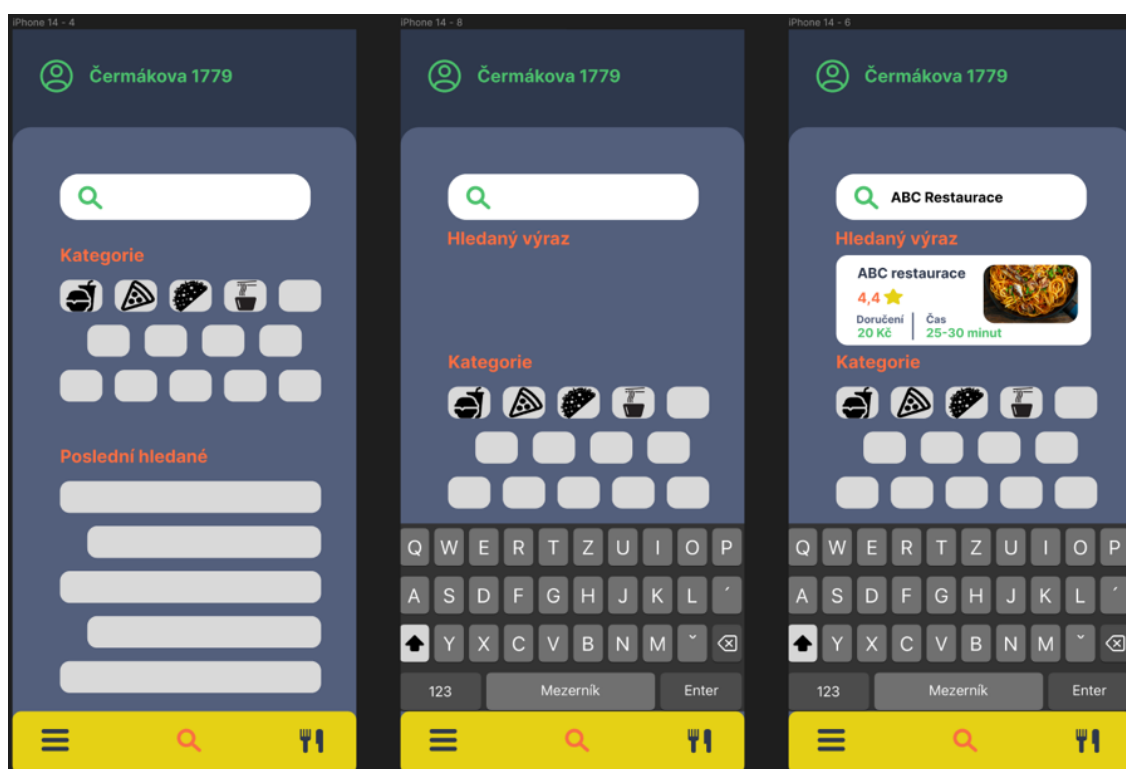
Obrázek 25: Nabídka – prototyp



Zdroj: vlastní zpracování v programu Figma, 2023

Druhou část návrhu představuje *vyhledávání*, které je na obrázku 26. Na pole vyhledávání se uživatel dostane přes ikonu lupy, která se nachází na spodní liště. Uživatel má k dispozici vyhledávání podle kategorií, zobrazené poslední vyhledávané položky a vyhledávacího pole. Kategorie jsou pro zjednodušení zobrazeny přes ikony vyjadřující typ jídla (pizza, fast food, mexické, nudle). Restaurace zobrazené ve hledaných výrazech zobrazují podstatné informace jako je hodnocení restaurace, cena doručení a odhadovaný čas doručení.

Obrázek 26: Vyhledávání – prototyp



Zdroj: vlastní zpracování v programu Figma, 2023

Třetí a poslední část zobrazuje na obrázku č. 27 proces *objednání*. Zvolené produkty jsou do košíku uživatelem přidávané přes ikonu plus. Po dokončení objednávky je uživateli zobrazen přehled o stavu objednávky, informace o poloze kurýra a ikona telefonu. V případě problému lze kontaktovat přímo kurýra nebo dispečera celé rozvozné služby. Čas přibližného doručení je znázorněn odpočtem času v kruhu pomocí červených sekcí. Po doručení je uživateli nabídnuto hodnocení doručení a textové pole pro možné připomínky. Následně je uživatel přesměrován zpět na úvodní stránku.



## Závěr

Navrhnout užitečnou, použitelnou, důvěryhodnou, požadovanou, dostupnou a hodnotnou mobilní aplikaci je skutečná věda. Pro designéry mobilních aplikací a webových stránek je touto vědou UX design. V posledních letech se digitální prostředí rychle vyvíjí, a to se týká všech zainteresovaných stran. Těmito stranami jsou myšleni uživatelé, společnosti, designéři, webové stránky a mobilní aplikace. Uživatelé od využívaných aplikací mají různé požadavky. Aby mohlo dojít k naplnění těchto požadavků, je nutné zaměřit se na to, jak uživatel vnímá konkrétní mobilní aplikaci. Na vytváření pozitivního vztahu k aplikaci uživatelů se využívá UX. Správně nastavené UX, neboli uživatelský prožitek mobilní aplikace může zajistit rychlý nárůst stažení a využívání. Pro sledování trendů designéři nejvíce využívají rychlou komunikace na blogu, tedy stránkách určených pro sdílení obsahu. Příkladem těchto webových stránek uvádí autor bakalářské práce blogy Medium (n.d.) a Proof & Reason (n.d.), na kterých se vyskytují příspěvky světových i českých designérů. K vyhledávání zdrojů byla nejvíce využívána stránka Medium (n.d.).

Teoretická část bakalářské práce nabízí bližší pohled do problematiky UX designu mobilních aplikací. V první kapitole jsou definované a vysvětlené pojmy týkající se celého designu. Druhá kapitola bakalářské práce je zaměřena na uživatele. Popisuje, co uživatel očekává od mobilních aplikací a kam bude UX design směřovat, aby si mobilní aplikace udrželi své uživatele. V třetí kapitole je popsán proces návrhu designu podle designéra Řezáče (2014), který je autorem knihy Web ostrý jako břitva. V kapitole je čtenář seznámen s jednotlivými kroky, jak designéři postupují. Ve čtvrté kapitole je čtenář seznámen s typy a rozdělením mobilních aplikací.

Praktická část je zaměřena na zhodnocení vybraných mobilních aplikací zvolenou metodou a provedení uživatelského testování. Hodnocení bylo provedeno metodou HEART od společnosti Google, která kombinuje více samostatných metod současně. Uživatelské testování bylo provedeno moderovaným testováním za přítomnosti autora bakalářské práce. V závěru bakalářské práce byl navrhnout prototyp přehledné mobilní aplikace v grafickém programu Figma. Prototyp vychází z hodnocení a doporučení na základě dat respondentů a nadcházejících trendů v oblasti UX pro rok 2023.

## Seznam použitých zdrojů

- Agarwal, D. (2020). *Coupons – Why Do you Hide?*. Medium. <https://uxplanet.org/coupons-why-do-you-hide-c3f1aec8c80e>
- Ahmed, N. (2023). *UX/UI Desing Process*. Medium. <https://medium.com/@nasir-ahmed03/ux-ui-design-process-8d71131c60c6>
- App my site (2023). *Top mobile app UIÚUX design trends for 2023*. Dostupné 7. 3. 2023 z <https://www.appmysite.com/blog/top-mobile-app-ui-ux-design-trends-for-2022/>
- App Store (2023). *Hledat*. Dostupné 30. 1. 2023 z App Store.
- App Store (2023). *Žebříčky: Jídlo a nápoje*. Dostupné 30. 1. 2023 z App Store.
- Babich, N. (2019). *Card Sorting Best Practises for UX*. XD Ideas. <https://xd.adobe.com/ideas/process/information-architecture/card-sorting-best-practices/>
- Babich, N. (2020). *The UX Design Process: Everything You Need to Know*. Xd Ideas. <https://xd.adobe.com/ideas/guides/ux-design-process-steps/>
- Babich, N. (2022). *A Quick Guide to UX Metrics*. UX Planet. <https://uxplanet.org/a-quick-guide-to-ux-metrics-d271a937149a>
- Banasik, K. (2023). *Best Practices of Couponds, Discounts and Promotions UI & UX*. Voucherify. <https://www.voucherify.io/blog/coupon-promotions-ui-ux-best-practices-inspirations>
- Bolt (n.d.). *About*. Dostupné 18. 3. 2023 z <https://bolt.eu/en/careers/about-bolt/>
- Bolt Press (n.d.). *About Bolt*. Dostupné 18. 3. 2023 <https://bolt.eu/en/press/>
- Bolt Technology (2023). *Bolt Food*. Dostupné 26. 12. 2022 z App Store.
- Bpromotion (n.d.). *Co je UX/UI desing (webů a aplikací)?*. Dostupné 20. 2. 2023 z <https://www.cojeuxui.cz>
- Canziba, E. (2018). *Hands-On UX Design for Developers*. Birmingham: Packt Publishing.
- Castledine, E., Eftos, M., & Wheeler, M. (2013). *Vytváříme mobilní web a aplikace pro chytré telefony a tablety*. Computer Press.
- Codeart (2022). *UI/UX Desing Trends 2023*. Medium. <https://medium.com/codeart-mk/ui-ux-design-trends-2023-c7285391e610>
- Costa, D., C. (2020). *The 7 factors that influence user experience*. Medium. <https://uxdesign.cc/the-7-factors-that-influence-user-experience-2805282616f9>
- Costa, D., C. (2021). *UX + Marketing: The Need of the Hour*. UX Planet. <https://uxplanet.org/ux-marketing-the-need-of-the-hour-cf675de2c6ac>
- Česká tisková kancelář (2023). *Rozvážková služba Dáme jídlo mění název*. Novinky.cz. <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-rozvazkova-sluzba-dame-jidlo-meni-nazev-40427642>
- Dáme jídlo (n.d.). *O nás*. Dostupné 3. 3. 2023 z <https://damejidlo.jobs.cz/o-nas>
- DameJidlo.cz (2023). *Dáme jídlo: Doručení až k vám*. Dostupné 26. 12. 2022 z App Store.

- Demian, J. (2021). *20+ User Experience (UX) Metrics & KPIs to Measure by Product Managers: From Real User Monitoring to Usability, Engagement, Adoption and Retention*. Sematext. <https://sematext.com/blog/ux-metrics/>
- Dohnálková, A. (2021). *Nástroje pro UX testování: přehled*. Medium. <https://medium.com/design-kisk/nástroje-pro-ux-testován%C3%AD-přehled-707af91af588>
- Estudio, T. (2022). *CX, UX and UI: what are they and how do they differentiate?*. Medium. <https://uxtbe.medium.com/cx-ux-and-ui-what-are-they-and-how-do-they-differentiate-bf65611ccdf9>
- Fireart (2023). *Mobile App Desing Trends 2023: Comprehensive Collection*. Dostupné 18. 2. 2023 z <https://fireart.studio/blog/mobile-app-design-trends-2020-comprehensive-collection/>
- Flaounas, I. & Kokkinaki, A. (2015). *On the Evaluation of OLEs Using the HEART Framework*. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/287310811\\_On\\_the\\_Evaluation\\_of\\_OLEs\\_Using\\_the\\_HEART\\_Framework\\_Evaluation\\_of\\_Online\\_Learning\\_Environments](https://www.researchgate.net/publication/287310811_On_the_Evaluation_of_OLEs_Using_the_HEART_Framework_Evaluation_of_Online_Learning_Environments)
- Foret, M., & Melas, D. (2021). *Marketingový výzkum v udržitelném marketingovém managementu*. Grada Publishing.
- Gazsi, M. (2020). *Specifika uživatelského výzkumu v service designu*. Medium. <https://medium.com/design-kisk/specifika-uživatelského-výzkumu-v-service-designu-d3cfacbc2f8a>
- Gecis, Z. (2021). *Google's Heart framework: Choosing the right metrics for your product*. Medium. <https://uxdesign.cc/googles-heart-framework-choosing-the-right-metrics-for-your-product-112bd7300d55>
- Google Play (2023). *Hledat*. Dostupné 30. 1. 2023 z Google Play.
- Hannah, J. (2022). *What Exactly Is Wireframing? A Comprehensive Guide*. CareerFoundry. <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-a-wireframe-guide/#what-is-a-wireframe>
- Hannah, J. (2023). *How to Make Wireframes for Mobile Apps and Websites: A Beginner's Guide*. CareerFoundry. Dostupné 17. 1. 2023 z <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/wireframing-mobile-apps-websites/>
- Hotjar (2022). *The different types of usability testing methods for your projects*. Dostupné 18. 2. 2023 z <https://www.hotjar.com/usability-testing/methods/>
- Hotjar: *Understanding customer experience*. (2023). Dostupné 16. 1. 2023 z <https://www.hotjar.com/customer-experience/>
- Interaction Design Foundation (2016). *Google's HEART Framework for Measuring UX*. Dostupné 24. 2. 2023 z <https://www.interaction-design.org/literature/article/google-s-heart-framework-for-measuring-ux>
- Interaction Design Foundation: *The 7 Factors that Influence User Experience*. (2021). <https://www.interaction-design.org/literature/article/the-7-factors-that-influence-user-experience>
- Janásek, R. (2022). *Jak na uživatelské testování: metody výzkumu a postupy*. Proof & Reason. <https://www.proofreason.com/blog/metody-uzivatelskeho-testovani>



- Jůn, Š. (n.d.). *Co je to wireframe, prototyp a mockup?*. SimonJun. <https://www.simonjun.cz/blog/co-je-to-wireframe-prototyp-mockup>
- Jurášková, O., Horňák, P., Vysekalová, J., Štrachon, P., Kotyzová, P., Banyár, M. & Svoboda, V. (2012). *Velký slovník marketingových komunikací*. Grada.
- Karlíček, M., Machek, M., Novinský, M., Chytková, Z., Dvořák, J., Bartoš, P., Koudelka, J., Tyll, L., Tahal, R., Mařík, J., Říha, D., & Pištělák, P. (2018). *Základy marketingu* (2. vyd.). Grada Publishing.
- Kaushal, D. (2023). *Top 10 Successful Online Food Delivery Apps in the World*. Net Solutions. Dostupné 25. 2. 2023 z <https://www.netsolutions.com/insights/top-10-successful-food-delivery-apps-in-the-world/#8-just-eat-takeaway-a-global-platform-for-food-delivery>
- Koďousková, B. (2021). *Co je WebView a jaký je rozdíl mezi hybridní aplikací a PWA?*. Rascasone. <https://www.rascasone.com/cs/blog/vyvoj-pwa-aplikaci-vs-hybridni-aplikace>
- Koďousková, B. (2021). *Webová, nativní a hybridní aplikace: srovnáváme pro a proti*. Rascasone. <https://www.rascasone.com/cs/blog/webova-nativni-hybridni-aplikace-klady-zapory>
- Koďousková, B. (2022). *UX a UI design: Jan na uživatelské rozhraní webů a aplikací?*. Rascasone. <https://www.rascasone.com/cs/blog/ux-design-ui-design>
- Kratochvílová, V. (n.d.). *Jak změřit úspěch webu? Zjistěte to pomocí základních metrik v Google analytics*. Bloguje. Dostupné 26. 3. 2023 z <https://blog.aira.cz/jak-zmerit-uspech-webu-zjistete-pomoci-zakladnich-metrik-v-google-analytics>
- Krug, S. (2006). *Web design Nenutíte uživatele přemýšlet!* (2. vyd.). Computer Press.
- Křištof, J. (n.d.). *Lekce 1 – Úvod do UX*. Itnetwork.cz. Dostupné 15. 3. 2023 z <https://www.itnetwork.cz/html-css/user-experience/uvod-do-ux>
- Leška, Š. (2020). *Co je to UX a UI design?*. BlueGhost. <https://www.blueghost.cz/clanek/co-je-to-ux-a-ui-design/>
- Lollypop Desing (2023). *Top 6 UX Trends to look out for in 2023*. Medium. <https://uxplanet.org/top-6-ux-trends-to-look-out-for-in-2023-7f6eb508655>
- Management mania (2018). *Unikátní návštěvník (Unique visitor)*. Dostupné 26. 3. 2023 z <https://managementmania.com/cs/unikatni-navstevnik-unique-visitor>
- Marsh, J. (2019). *UX pro začátečníky: (rychlík – 100 lekcí)*. Zoner Press.
- Maze (n.d.). *A Beginner's Guide to Usability Testing*. Dostupné 12. 3. 2023. <https://maze.co/guides/usability-testing/>
- MCKinsey & Company (2022). *What is CX?*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-cx>
- Medium (n.d.). *For you*. Dostupné 5. 4. 2023 z <https://medium.com>
- Michálek, M. (2017). *Weby versus aplikace*. Vzhůru dolů. <https://www.vzhurudolu.cz/prirucka/weby-vs-aplikace>
- Moffat, B. (n. d.). *UX vs UI vs CX: What's the difference and why is each so important?*. The future of customer engagement and experience. <https://www.the-future-of-commerce.com/2020/01/20/ux-vs-ui-vs-cx/>

- Moffat, B. (n.d.). *UX vs UI vs CX: What's the difference and why is each so important?*. The future of commerce. <https://www.the-future-of-commerce.com/2020/01/20/ux-vs-ui-vs-cx/>
- Namogoo (2021). *21 types of promotions & how ecommerce Teams can use each*. Dostupné 25. 2. 2023 z <https://www.namogoo.com/blog/conversion-rate-optimization/types-of-promotions/>
- Oracle: *What is customer experience (CX)?*. (n.d.). <https://www.oracle.com/vn/cx/what-is-cx/>
- Pazdírková, K. (2021). *Moderované a nemoderované testování*. Medium. <https://medium.com/design-kisk/moderované-a-nemoderované-testován%C3%AD-aded9949c84a>
- Pixelfield (n.d.). *Vývoj mobilních aplikací – kompletní průvodce*. Dostupné 15. 3. 2023 <https://pixelfield.cz/vyvoj-aplikaci/#C1>
- Poudel, K. (2021). *7 Factors That Influence User Experience (UX)*. The Dev Post. <https://thedeveloppost.com/blog/7-factors-that-influence-user-experience/>
- Procházka, T., & Řezníček, J. (2014). *Obsahový marketing*. Computer Press.
- Proof & Reason (n.d.). *Blog*. Dostupné 5. 4. 2023 z <https://www.proofreason.com/blog>
- QRgenerator.cz (2023). *Generátor QR kódů*. Dostupné 13. 4. 2023 z <https://qrgenerator.cz>
- Qubstudio (n.d.). *Factors that influence user experience*. Dostupné 12. 1. 2023 z <https://qubstudio.com/blog/factors-that-influence-user-experience/>
- Rodden, K., Hutchinson, H., & Fu, X. (2010). *Measuring the User Experience on a Large Scale: User-Centered Metrics for Web Applications*. CHI'10: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. <https://storage.googleapis.com/pub-tools-public-publication-data/pdf/36299.pdf>
- Romano, J. (2023). *The State of UX Design in 2023*. WiX Blog. Dostupné 15. 1. 2023 z [https://www.wix.com/blog/2021/12/ux-design-trends/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=13708482660%5E124757113592&experiment\\_id=%5E%5E530755701287%5E%5E\\_DSA&gclid=CjwKCAjwrJ-hBhB7EiwAuyBVXZWIqwKP6-uDyAFrE0VAmQe5gpuePhEGESZCnD\\_vj7S0x\\_BvF2-1ARoCJxYQAvD\\_BwE#viewer-egshh](https://www.wix.com/blog/2021/12/ux-design-trends/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=13708482660%5E124757113592&experiment_id=%5E%5E530755701287%5E%5E_DSA&gclid=CjwKCAjwrJ-hBhB7EiwAuyBVXZWIqwKP6-uDyAFrE0VAmQe5gpuePhEGESZCnD_vj7S0x_BvF2-1ARoCJxYQAvD_BwE#viewer-egshh)
- Růžičková, N. (n.d.). *Lekce 12 – Informační architektura v UX*. ITnetwork. [https://www.itnetwork.cz/html-css/user-experience/informacni-architektura-v-ux?gclid=Cj0KCCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY3HBHw---7iCzi1mRbhcy9WsheNTHhDRPtTIThSeDL02ZezEdbMuA4aAlt6EALw\\_wcB](https://www.itnetwork.cz/html-css/user-experience/informacni-architektura-v-ux?gclid=Cj0KCCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY3HBHw---7iCzi1mRbhcy9WsheNTHhDRPtTIThSeDL02ZezEdbMuA4aAlt6EALw_wcB)
- Řezáč, J. (2014). *Web ostrý jako břitva: návrh fungujícího webu pro webdesignery a zadavatele projektů*. Baroque Partners.
- Similarweb (2023). *Competitive Research – Website performance*. Dostupné 15. 2. 2023 z <https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/home>
- Staniček, P. (2016). *Dobrý designér to všechno ví!* (1. vyd.). Vydáno vlastním nákladem autora.

Summet (2020). *Remote vs. In-Person Usability Testing in 2 minutes*. Medium. <https://uxplanet.org/remote-vs-in-person-usability-testing-in-2-minutes-9b6c13555c3b>

Think Easy (2022). *Tvorba mobilní aplikace aneb jak vytvořit úspěšnou mobilní aplikaci*. Dostupné 22. 2. 2023 z <https://thinkeasy.cz/tvorba-mobilni-aplikace-krok-za-krokem-od-nuly-po-uspesny-projekt/#comments>

Think Easy (n.d.). *Vývoj mobilních aplikací pro všechny platformy*. Dostupné 23. 2. 2023 z <https://thinkeasy.cz/vyvoj-aplikaci/vyvoj-mobilnich-aplikaci/>

Trávníčková, P. (n. d.). *Druhy mobilních aplikací: výhody, nevýhody a jak vybrat*. Creative Handles. <https://creativehandles.com/cs/blogove-prispevky/125/druhy-mobilnich-aplikaci-vyhody-nevyhody-a-jak-vybrat>

User interviews (n.d.). *Focus Group*. Dostupné 27. 2. 2023 z <https://www.userinterviews.com/ux-research-field-guide-chapter/focus-groups>

Userfacet (2022). *The 7 Facets of User Experience*. Dostupné 15. 2. 2022 z <https://www.userfacet.com/the-7-factors-that-influence-user-experience>

UXPin (n.d.). *The Stages of UX Design Process*. Dostupné 3. 3. 2023 z <https://www.uxpin.com/studio/blog/design-process-ux/>

Vinaccia, D. (2023). *The 7 Factors that Influence User Experience*. Flare Hub. Dostupné 15. 1. 2023 z <https://flarehub.io/insights/seven-factors-of-user-experience/>

Vodička, J. (2018). *6 klíčových metrik, které by měl sledovat každý e-shop*. GoPay. <https://www.gopay.com/blog/6-klicovych-metrik-ktere-by-mel-sledovat-kazdy-e-shop/>

Voják, M. (2020). *Jak udělat uživatelské testování*. Designdev. <https://designdev.cz/jak-delat-uzivatelske-testovani>

Vymětalová, A. (2022). *10 trendů v UX a UI pro rok 2022, které potřebujete znát*. AdVisio. <https://www.advisio.cz/blog/10-trendu-v-ux-a-ui-pro-rok-2022-ktere-potrebuje-znat/>

Widen, S. (2020). *The Role Of Emotions In UX/UI: Understanding Emotional Design*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2020/09/21/the-role-of-emotions-in-uxui-understanding-emotional-design/?sh=27dee7fd25be>

Wolt (2023). *Wolt Delivery: Jídlo a další*. Dostupné 26. 12. 2022 z App Store.

Wolt (n.d.). *About*. Dostupné 18. 3. 2023 [https://explore.wolt.com/cs/cze/about?\\_gl=1\\*\\_1udf7eq\\*\\_ga\\*NDYyNTg0MzU2LjE2Nzk5NTQxMTI.\\*\\_ga\\_CP7Z2F7NFM\\*MTY3OTk1MjEyOC40LjEuMTY3OTk1Mjg1Ny41OS4wLjA](https://explore.wolt.com/cs/cze/about?_gl=1*_1udf7eq*_ga*NDYyNTg0MzU2LjE2Nzk5NTQxMTI.*_ga_CP7Z2F7NFM*MTY3OTk1MjEyOC40LjEuMTY3OTk1Mjg1Ny41OS4wLjA).

Yau, J. (n. d.). *User Experience Optimization: 14 Ways to Measure, Quantify & Optimize For UX Success*. Dropbox Sign. <https://www.hellosign.com/blog/14-ways-to-measure-quantify-and-optimize-the-user-experience>

Zazvonil, L. (2020). *Proč stavíme vlastní UX design framework?*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/proc-stav%C3%ADme-vlastn%C3%AD-ux-design-framework-luk%C3%A1%C5%A1-zazvonil/?originalSubdomain=cz>

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Srovnání hodnocení mobilních aplikací.....	32
Tabulka 2: Přibližný poměr hodnocení a stažení aplikace na Google Play v České republice .....	32
Tabulka 3: Tabulka průměrného zapojení uživatelů Bot Food, Dáme jídlo a Wolt Delivery ve světě .....	34
Tabulka 4: Body aplikací.....	46
Tabulka 5: Souhrn dat uživatelského testování .....	48
Tabulka 6: Srovnání průměrné délky objednávky .....	50

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Přirovnání UX a UI k lidskému tělu.....	8
Obrázek 2: CX, UX a UI .....	9
Obrázek 3: Faktory ovlivňující UX.....	12
Obrázek 4: Proces designu UX.....	15
Obrázek 5: Návrh wireframu mobilní aplikace .....	19
Obrázek 6: Ukázka jednoduchého prototypu mobilní aplikace.....	20
Obrázek 7: Žebříček kategorie Jídlo a nápoje.....	33
Obrázek 8: Emailová komunikace s podporou Bolt Food.....	35
Obrázek 9: Úvodní stránka s nabídkami – Bolt Food .....	35
Obrázek 10: Vyskakovací okno se slevou – Dáme jídlo .....	36
Obrázek 11: Věrnostní program aplikace Dáme jídlo.....	36
Obrázek 12: Úvodní stránka – Wolt Delivery .....	37
Obrázek 13: Postup registrace v Bolt Food .....	38
Obrázek 14: Zkrácený průchod registrací Dáme jídlo .....	39
Obrázek 15: Průchod registrací uživatele Wolt Delivery .....	40
Obrázek 16: Umístění vyhledávání na hlavní stránce .....	41
Obrázek 17: Zobrazení informací o ceně a doručení aplikace Bolt Food a Wolt Delivery .....	41
Obrázek 18: Vyhledávání na stránce restaurace Bolt Food.....	42
Obrázek 19: Zobrazené informace o produktu a úprava množství .....	43
Obrázek 20: Stav doručení objednávky a hodnocení – Wolt Delivery .....	44
Obrázek 21: HEART tabulka výsledků.....	44
Obrázek 22: Uživatelské testování – formulář.....	47
Obrázek 23: Rozložení věku respondentů .....	47
Obrázek 24: QR kód odkazující na prototyp v programu Figma.....	51

Obrázek 25: Nabídka – prototyp.....	51
Obrázek 26: Vyhledávání – prototyp .....	52
Obrázek 27: Objednání – prototyp.....	53

## Seznam zkratek

CSAT	Customer satisfaction score	skóre spokojenosti zákazníka
CX	Customer experience	zákaznická zkušenost
PDA	Personal Digital Assistant	kapesní počítač
QR kód	Quick Response	kód rychlé reakce
SMS	Short message service	služba krátkých textových zpráv
SUS	System usability scale	stupnice použitelnosti systému
UI	User interface	uživatelské rozhraní
UX	User experience	uživatelská zkušenost

## **Seznam příloh**

Příloha A: Vytvoření účtu – Dáme jídlo

Příloha B: Vytvoření účtu – Wolt Delivery

Příloha C: Vytvoření a dokončení objednávky – Bolt Food

Příloha D: Vytvoření a dokončení objednávky – Dáme jídlo

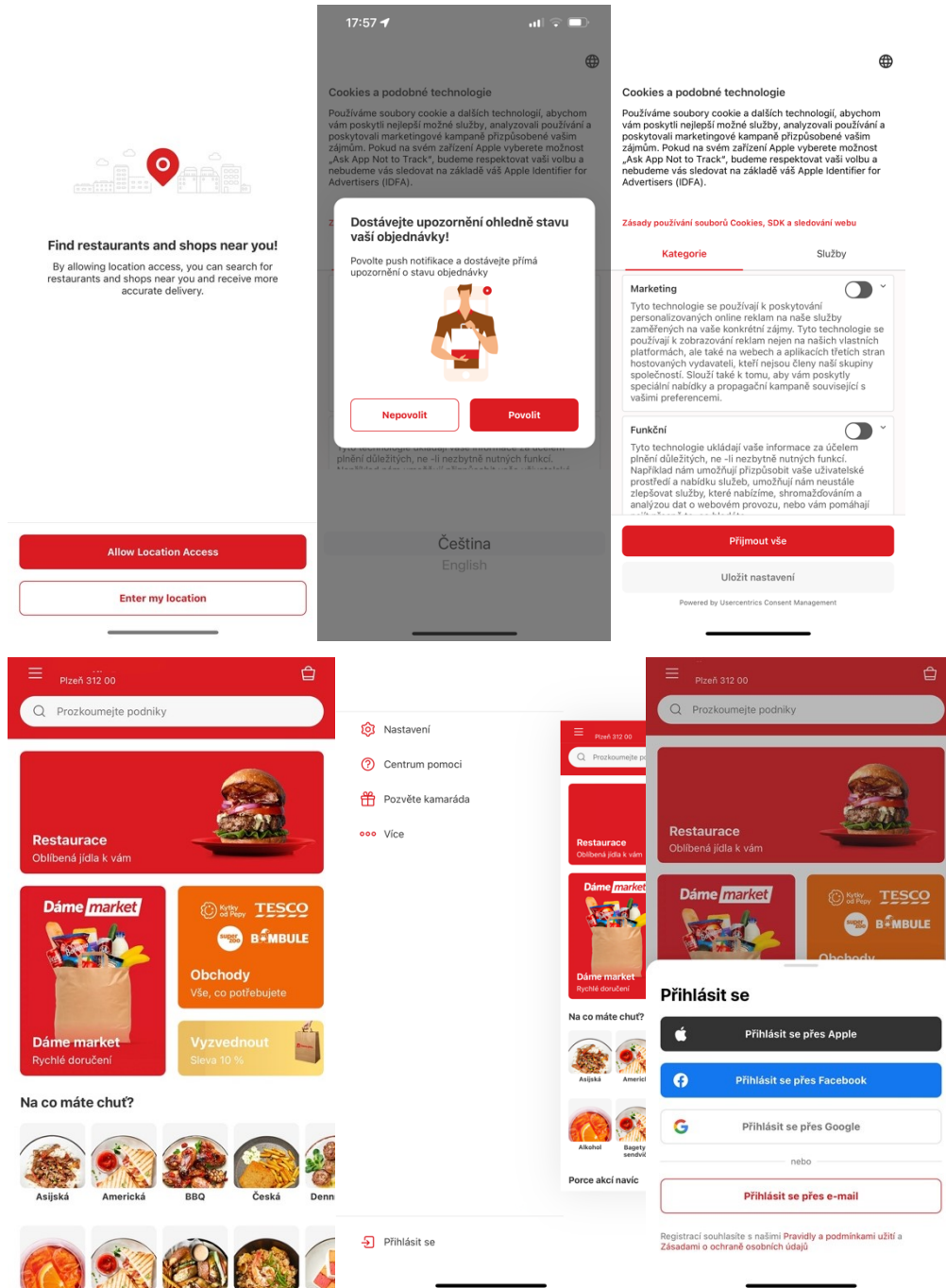
Příloha E: Vytvoření a dokončení objednávky – Wolt Delivery

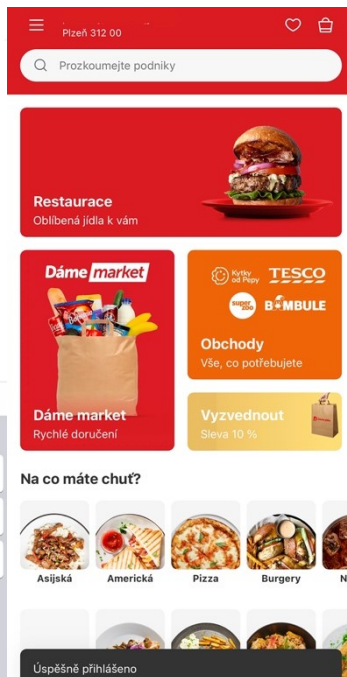
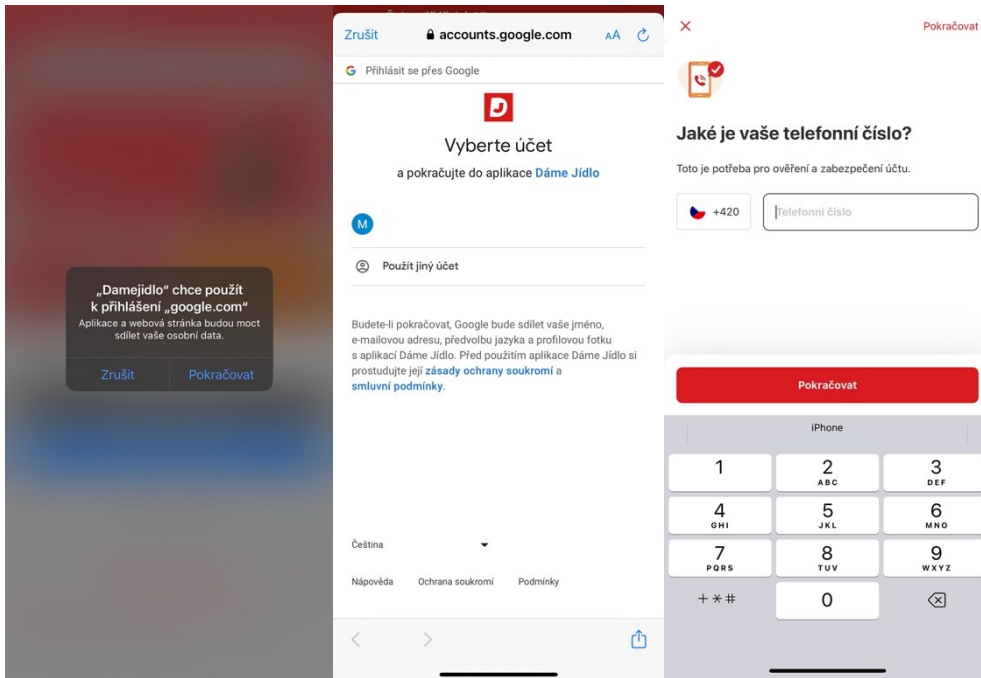
Příloha F: Tabulky výsledků uživatelské testování

Příloha G: Prototyp mobilní aplikace

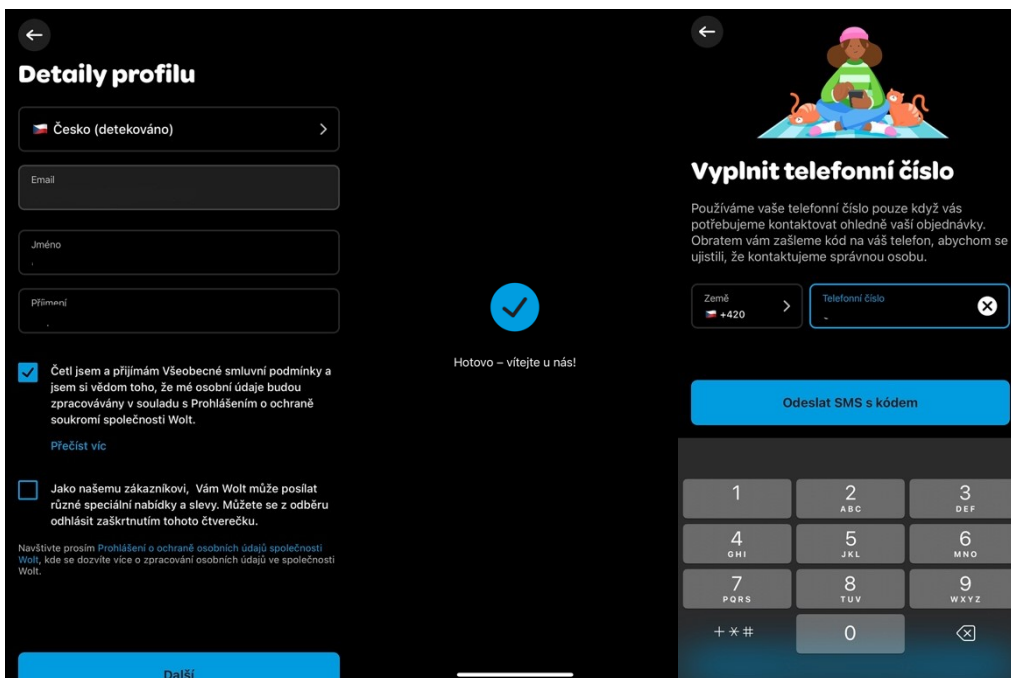
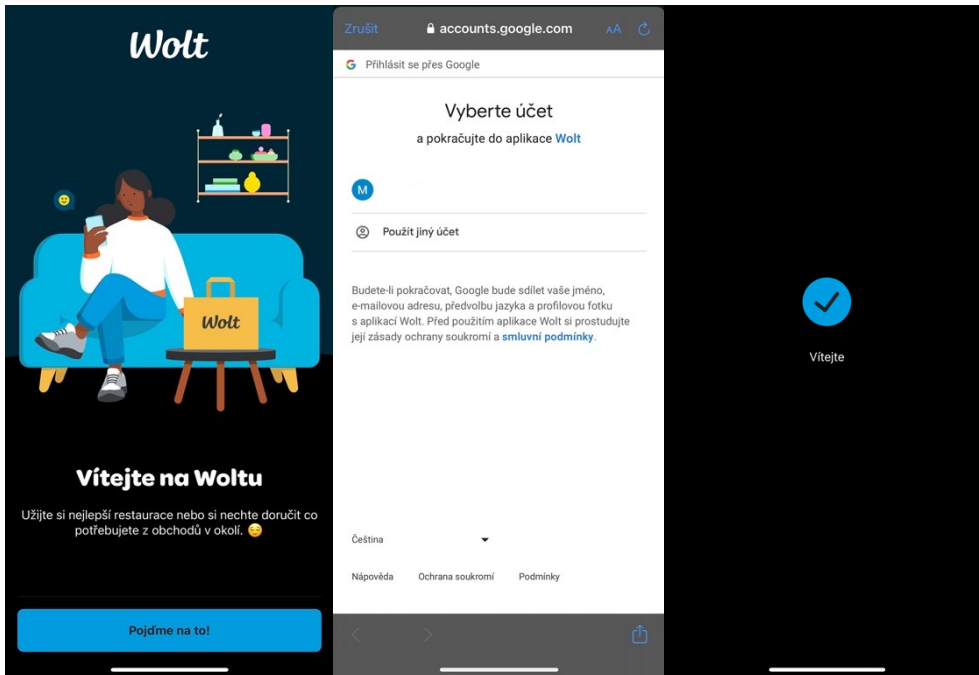


# Příloha A: Vytvoření účtu – Dáme jídlo





## Příloha B: Vytvoření účtu – Wolt Delivery




← Zvolte svou polohu

## Zadat kód

Odeslali jsme SMS s kódem na +420607877592. Prosím, zkontrolujte si zprávy a vložte kód níže.

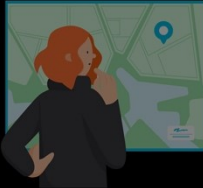
□ □ □ □ □

Nedostal/a jsem kód



**Nevíme, kde jste 😞**

Sdílejte prosím místo doručení nebo zadejte adresu ručně níže.



**Nevíme, kde jste 😞**

Sdílejte prosím místo doručení nebo zadejte adresu ručně níže.

Zpráva: Ze Zpráv 25375

1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
0		✉

**Sdílejte svou polohu**



**Přidejte svou adresu ručně**

**Poloha**

- 📍 Použít moji aktuální polohu  
Wolt použije vaši polohu
- +
- +
- Přidat novou adresu
- ☰ Prohlížet Wolt města

Objevte | Restaurace | Obchody | Vyhledávání | Profil

Vaše momentální poloha

0 Kč za dopravu s Wolt+ [Zobrazit vše](#)

Doprava zdarma

Fresh Bar Galerie  
Health, zdravá  
0,00 Kč · 35-45 minut · 9,8

King Sheng Sushi  
asijská, japonská  
0,00 Kč · 45-55 m

**Poloha**

- 📍 Použít moji aktuální polohu  
Wolt použije vaši polohu ✓
- +
- +
- Přidat novou adresu
- ☰ Prohlížet Wolt města

**Wolt+**  
Žádné poplatky za dopravu s Wolt+

**Kategorie** [Zobrazit vše](#)

Objevte | Restaurace | Obchody | Vyhledávání | Profil

## Příloha C: Vytvoření a dokončení objednávky – Bolt Food

The image displays two screenshots from the Bolt Food mobile application. The top screenshot shows the search interface with a search bar containing 'Kfc' and a list of search results including 'KFC Area Bory', 'KFC Plaza', 'KFC Plzeň Sever DT', and 'KFC Tesco'. A keyboard is visible over the search results. The bottom screenshot shows the menu for 'KFC Area Bory' with a 4.1 rating. The menu is organized into categories: 'KYBLÍKY' (Chicken Strips), 'BOXY' (Chicken Boxes), 'PŘÍLOHY & OMÁČKY' (Sides & Sauces), and 'SHAKES & DEZERTY' (Shakes & Desserts). Each item includes a price and a 'Podívat se do košíku' (View in cart) button. The total price for the selected items is CZK 524.00.

**Search Results:**

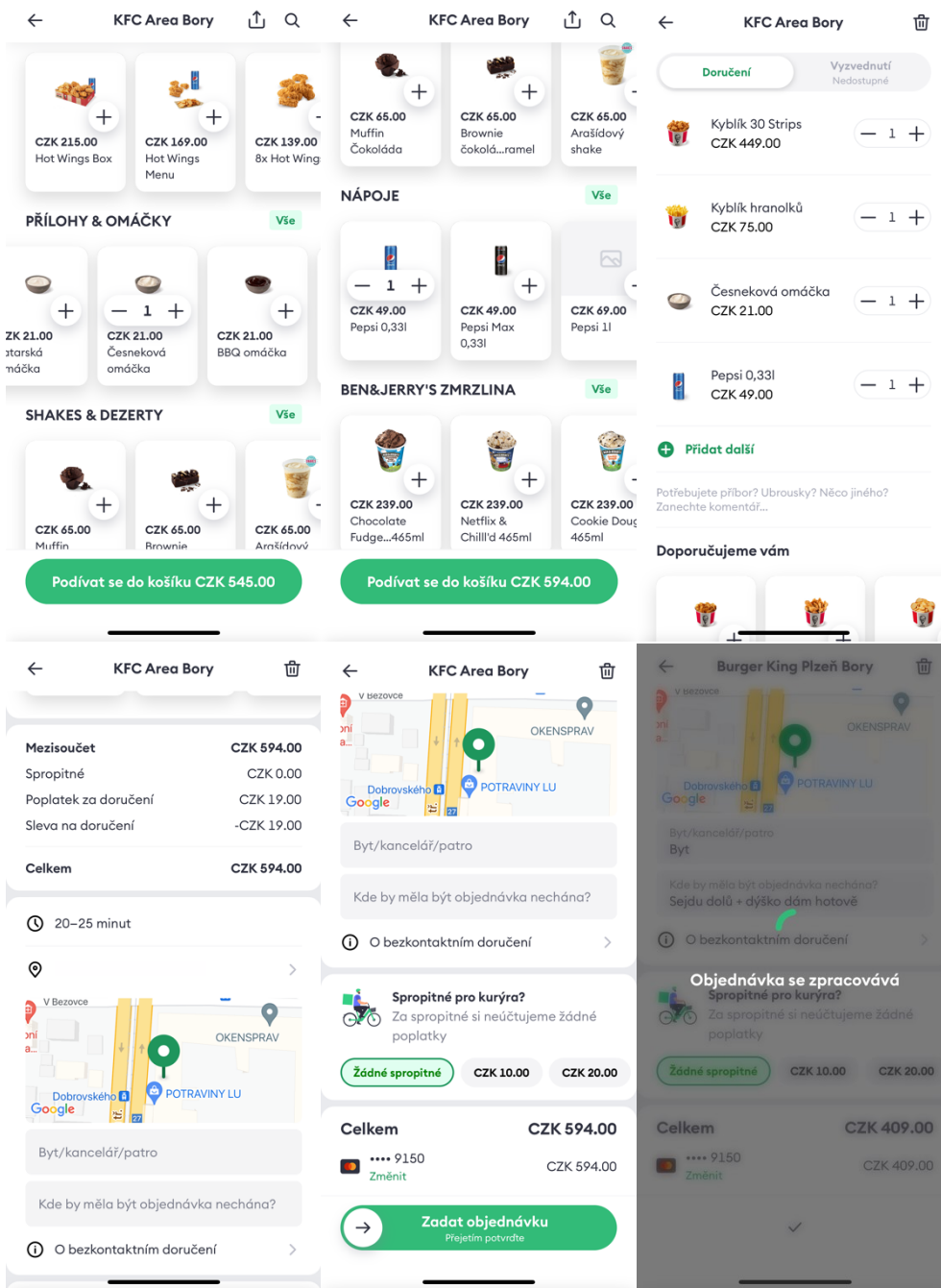
- KFC Area Bory
- KFC Plaza
- KFC Plzeň Sever DT
- KFC Tesco

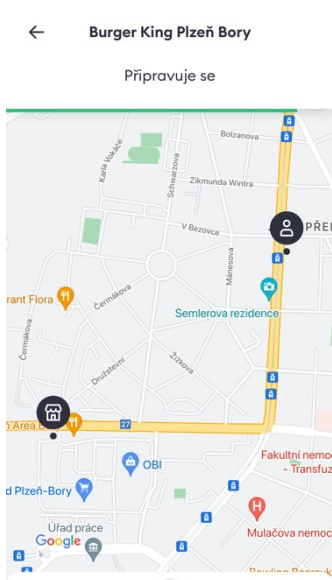
**KFC Area Bory Menu:**

- KYBLÍKY**
  - Kyblík 15 Hot Wings: CZK 289.00
  - Kyblík 30 Strips: CZK 449.00
  - Kyblík 15 Strips: CZK 309.00
- BOXY**
  - Texas Grander Box: CZK 249.00
  - Hot Wings Box: CZK 215.00
  - Strips DeLux Box: CZK 229.00
- PŘÍLOHY & OMÁČKY**
  - Kyblík bram. lupínků: CZK 75.00
  - Kyblík hranolků: CZK 75.00
  - Velká porce hranolků: CZK 58.00
- SHAKES & DEZERTY**
  - Muffin: CZK 65.00
  - Brownie: CZK 65.00
  - Arnšídlová: CZK 65.00

**Order Summary:**

- Podívat se do košíku CZK 449.00
- Podívat se do košíku CZK 524.00





20:46 Očekávaný čas doručení

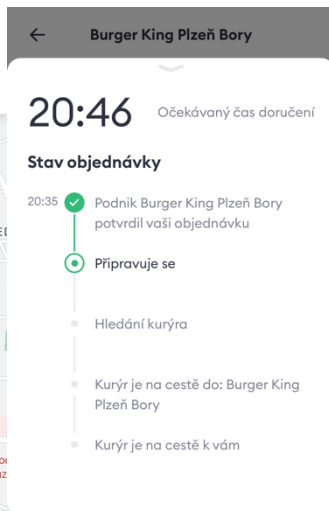
Stav objednávky

Nápověda

Chatujte s námi

Popište problém

ODESLAT ZPRÁVU



20:46 Očekávaný čas doručení

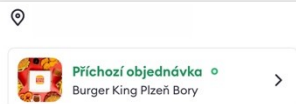
Stav objednávky

- 20:35  Podnik Burger King Plzeň Bory potvrdil vaši objednávku
- Připravuje se
- Hledání kurýra
- Kurýr je na cestě do: Burger King Plzeň Bory
- Kurýr je na cestě k vám

Objednávka #KN06E

1 x Kuřecí Box malý CZK 409.00  
Obal (CZK 10.00)

Mezisoučet CZK 409.00



Slevové tornádo



Indian Zaika ★ 4.6 CZK 19.00

New York Burger & ... CZK 19.00

Ušetřete na dopravě



Mamacita - Plzeň m... ★ 3.4 CZK 19.00 CZK 0.00

Antalya Kebab CZK 19.00 CZK 0.00

Speciální nabídky



Burger King 15-20 minut

15 min



Objednávka #KN06E

1 x Kuřecí Box malý CZK 409.00  
Obal (CZK 10.00)

Mezisoučet CZK 409.00

Poplatek za doručení CZK 19.00  
Sleva na doručení -CZK 19.00

Celkem CZK 409.00

Platba přes internet CZK 409.00

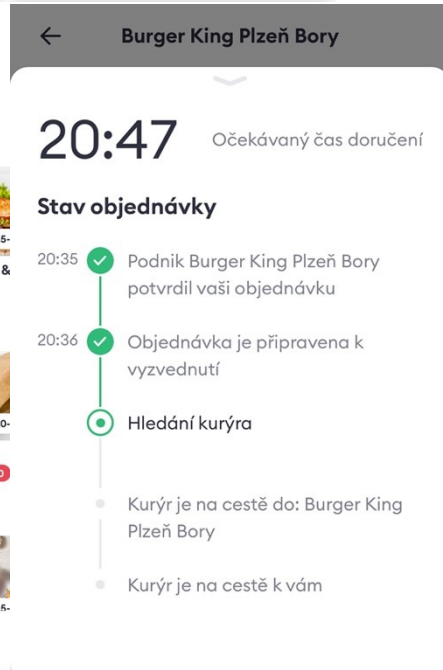
Doručovací adresa

Klatovská třída 1701/75  
Byt  
Sejdu dolů + dýško dám hotově

Burger King Plzeň Bory

Prohlédnout si menu

Pomoc s objednávkou



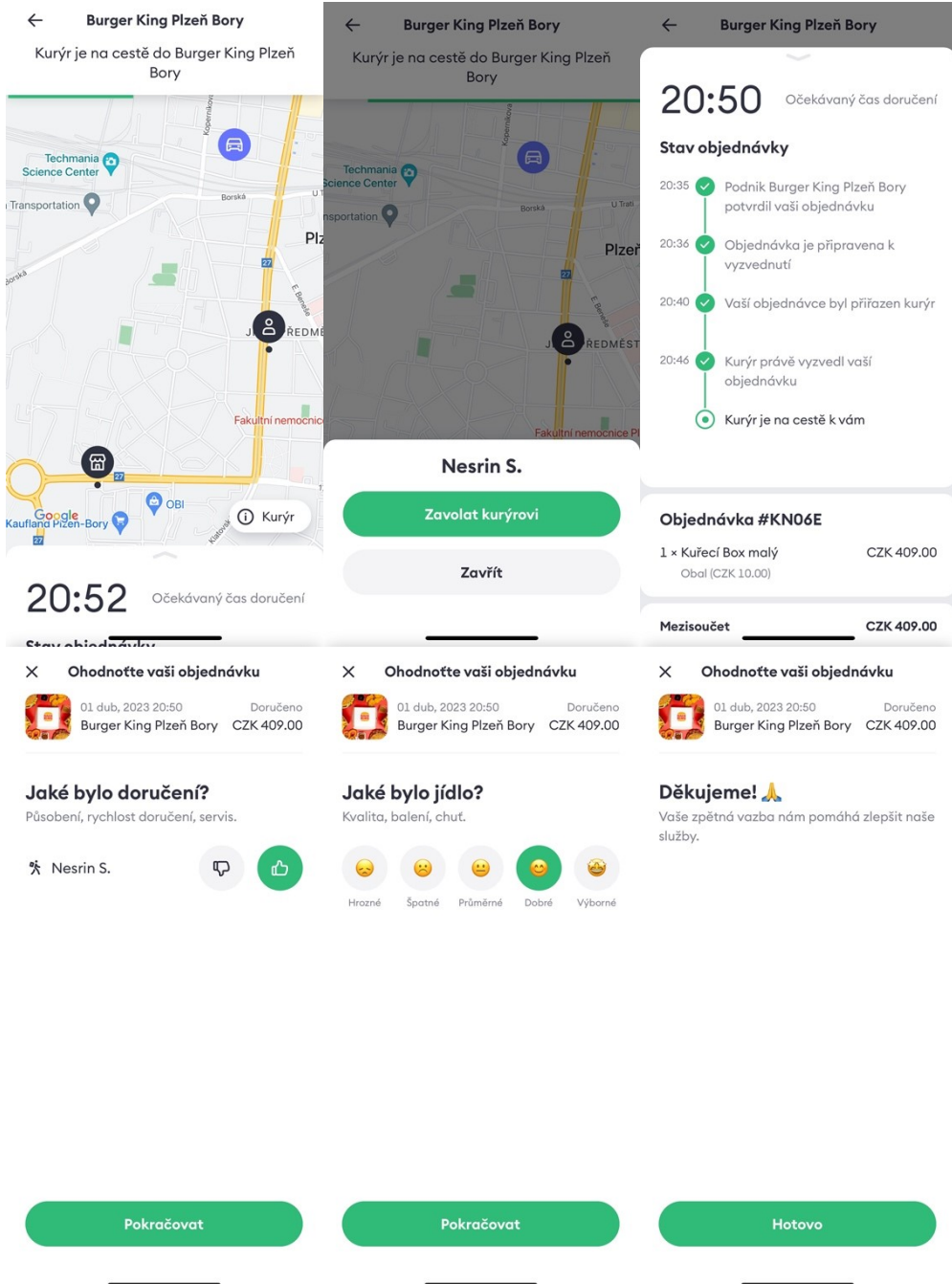
20:47 Očekávaný čas doručení

Stav objednávky

- 20:35  Podnik Burger King Plzeň Bory potvrdil vaši objednávku
- 20:36  Objednávka je připravena k vyzvednutí
- Hledání kurýra

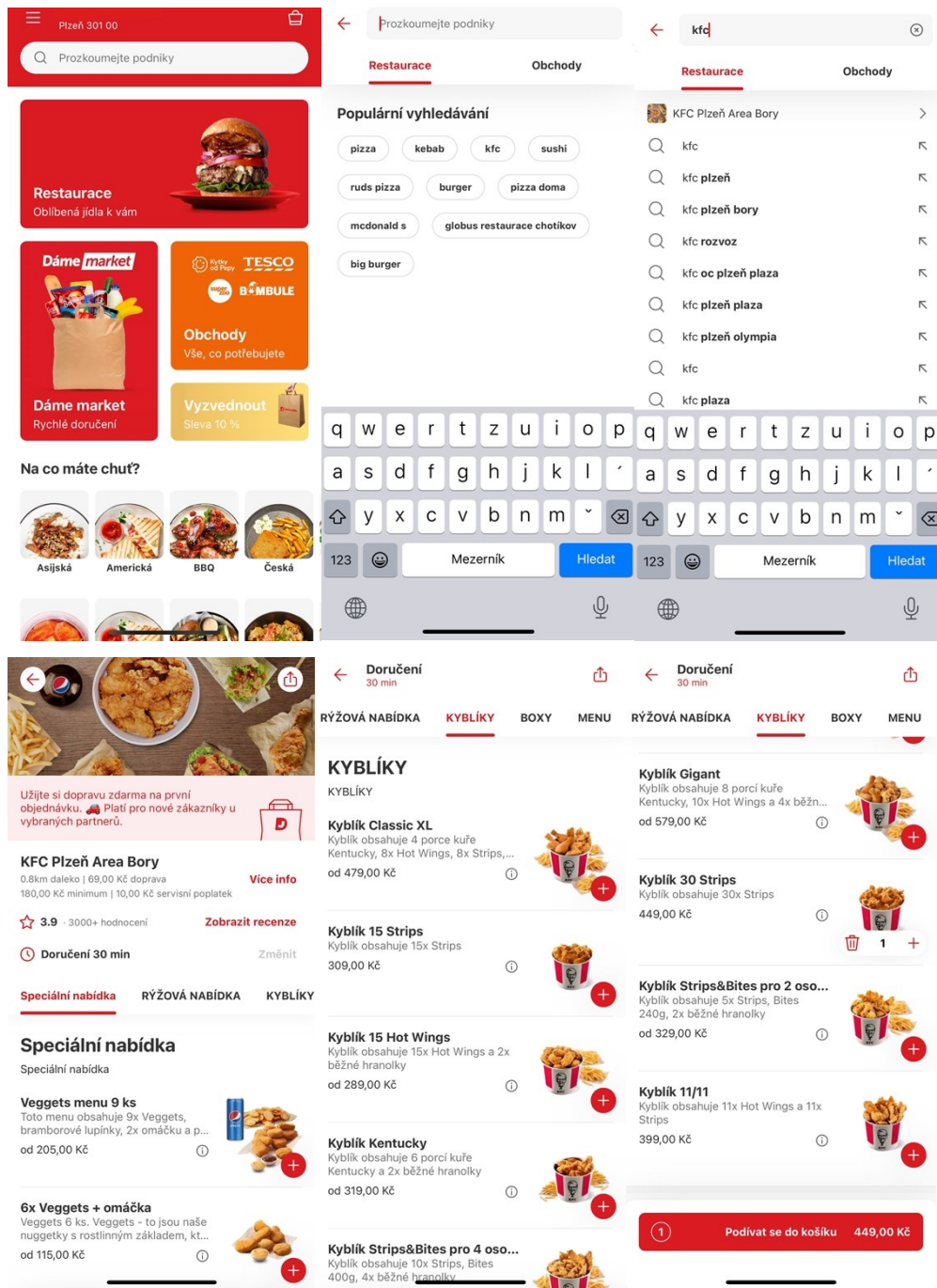
Kurýr je na cestě do: Burger King Plzeň Bory

Kurýr je na cestě k vám





## Příloha D: Vytvoření a dokončení objednávky – Dáme jídlo



← Doručení 30 min

← Doručení 30 min

← Doručení 30 min

ŘEČÍ KOUSKY PŘÍLOHY & OMÁČKY SHAKES & DĚČÍ KOUSKY PŘÍLOHY & OMÁČKY SHAKES & DĚČÍ KOUSKY PŘÍLOHY & OMÁČKY SHAKES & DĚČÍ KOUSKY

### PŘÍLOHY & OMÁČKY

PŘÍLOHY & OMÁČKY

**Česneková omáčka**  
21,00 Kč Populární

**Veggets menu 6 ks**  
Toto menu obsahuje 6x Veggets, bramborové lupínky, omáčku a plec...  
od 169,00 Kč

**Kukuřice**  
Kukuřice min. váha 95g  
37,00 Kč

**3+1 Veggets**  
Dej si naše Veggets! Zaplatíš za 3 kusy a jeden máš zdarma! Veggets...  
55,00 Kč

**Česneková omáčka**  
21,00 Kč Populární

**Veggets menu 6 ks**  
Toto menu obsahuje 6x Veggets, bramborové lupínky, omáčku a plec...  
od 169,00 Kč

**Kukuřice**  
Kukuřice min. váha 95g  
37,00 Kč

**3+1 Veggets**  
Dej si naše Veggets! Zaplatíš za 3 kusy a jeden máš zdarma! Veggets...  
55,00 Kč

**6x veggets + omáčka**  
Veggets 6 ks. Veggets - to jsou naše nuggetky s rostlinným základem, kt...  
od 115,00 Kč

**Kyblík hranolků**  
Kyblík hranolků 240g  
75,00 Kč

**Běžná porce hranolků**  
Běžná porce hranolků 80g  
48,00 Kč

**BBQ omáčka**  
21,00 Kč Populární

**Kyblík bram. lupínků**  
Kyblík bramborových lupínků 120g  
75,00 Kč

1 Podívat se do košíku 449,00 Kč

2 Podívat se do košíku 470,00 Kč

3 Podívat se do košíku 545,00 Kč

← Doručení 30 min

← Doručení 30 min

← Doručení 30 min

SHAKES & DEZERTY NÁPOJE BEN & JERRY'S ZMR

### NÁPOJE

NÁPOJE

**Lipton plechovka 0,33l**  
49,00 Kč

**Džus jablko 0,33l**  
55,00 Kč

**Pepsi 0,33l**  
Pepsi plechovka 0,33l  
49,00 Kč

**Pepsi Max 0,33l**  
Pepsi Max plechovka 0,33l  
49,00 Kč

**Košík**  
KFC Pízeň Area Bory

Čas doručení  
**Co nejdříve (30min)**  
Změnit

1 Kyblík 30 Strips 449,00 Kč

1 Česneková omáčka 21,00 Kč

1 Kyblík hranolků 75,00 Kč

1 Pepsi 0,33l 49,00 Kč

Přidat další položky

**Celkem (vč. DPH) 673,00 Kč**

4 Podívat se do košíku 594,00 Kč

Zkontrolovat způsob platby a adresu

**Dokončit objednávku**  
KFC Pízeň Area Bory

Menu Košík Kontrola objednávky

**Doručovací adresa**

V Bezovce - V Bezovce Dobrovského  
Vrchlického  
Map data ©2023

Plzeň 301 00

" Prosím zavolejte, sejdu dolů + dýško dám hotově "

**Bezkontaktní doručení: Nechte moji objednávku za dveřmi**

**Způsob platby**

Apple Pay 673,00 Kč

**Sprotné pro kurýra**  
100 % ide kurýrovi. ze srovnatelného nic

**Celkem (vč. DPH) 673,00 Kč**

Potvrdit adresu

**Dokončit objednávku**  
KFC Plzeň Area Bory

**Sprotné pro kurýra**  
100 % jde kurýrovi, ze sprotiného nic neodečítáme.

Nyní ne 10,00 Kč 20,00 Kč 30,00 Kč  
Nejčastější

Zapamatovat pro další objednávku

**Souhrn objednávky**

1x Kyblík 30 Strips	449,00 Kč
1x Česneková omáčka	21,00 Kč
1x Kyblík hranolků	75,00 Kč
1x Pepsi 0,33l	49,00 Kč


Mezisoučet 594,00 Kč  
Doprava 69,00 Kč  
Servisní poplatek 10,00 Kč

Dokončením Vaší objednávky souhlasíte s **Podmínkami užití**.  
Objednáním dojde ke zpracování Vámi poskytnutých osobních údajů. Více o způsobu zpracování osobních údajů se můžete dočíst v našich **Zásadách ochrany osobních údajů**.

**Celkem (vč. DPH) 673,00 Kč**

**Objednávka zavazující k platbě**

**Vaše objednávka** Pomoc



Odhadovaný čas doručení  
**15 - 25 min**

KFC Plzeň Area Bory připravuje vaši objednávku.

**Detaily objednávky**

Číslo objednávky: #17ao-fxy1

Objednávka z **KFC Plzeň Area Bory**

Doručovací adresa  
Plzeň 301 00  
Poznámka kurýrovi: Prosím zavolejte, sejdu dolů + dýško dám hotově **Méně**

**Celkem (vč. DPH) 549,00 Kč**

**Zobrazit podrobnosti** (Počet položek: 2) ^

1x Kyblík 30 Strips 449,00 Kč

Plzeň 301 00 📍 🛒

Prozkoumejte podniky

**Restaurace**  
Oblíbená jídla k vám

**Dáme market**  
Rychlé doručení

**TESCO**  
**BAMBULE**

**Obchody**  
Vše, co potřebujete


**Vyzvednout**  
Sleva 10 %

**Vaše restaurace**

**Rozvoz Dáme jídlo**  
Oblíbené v okolí

**KFC Plzeň Area Bory**  
KFC Plzeň Area Bory přípra... 15 - 25 min

**Vaše objednávka** Pomoc



Odhadovaný čas doručení  
**Už jen chvilka**

KFC Plzeň Area Bory připravuje vaši objednávku.

**Detaily objednávky**

Číslo objednávky: #17ao-fxy1


Objednávka z **KFC Plzeň Area Bory**

Doručovací adresa  
Plzeň 301 00  
Poznámka kurýrovi: Prosím zavolejte, sejdu dolů + dýško dám hotově **Více**

**Celkem (vč. DPH) 549,00 Kč**

**Zobrazit podrobnosti** (Počet položek: 2) v

**Vaše objednávka** Pomoc



**Doručena**  
Dobrou chuť!

**Detaily objednávky**

Číslo objednávky: #17ao-fxy1

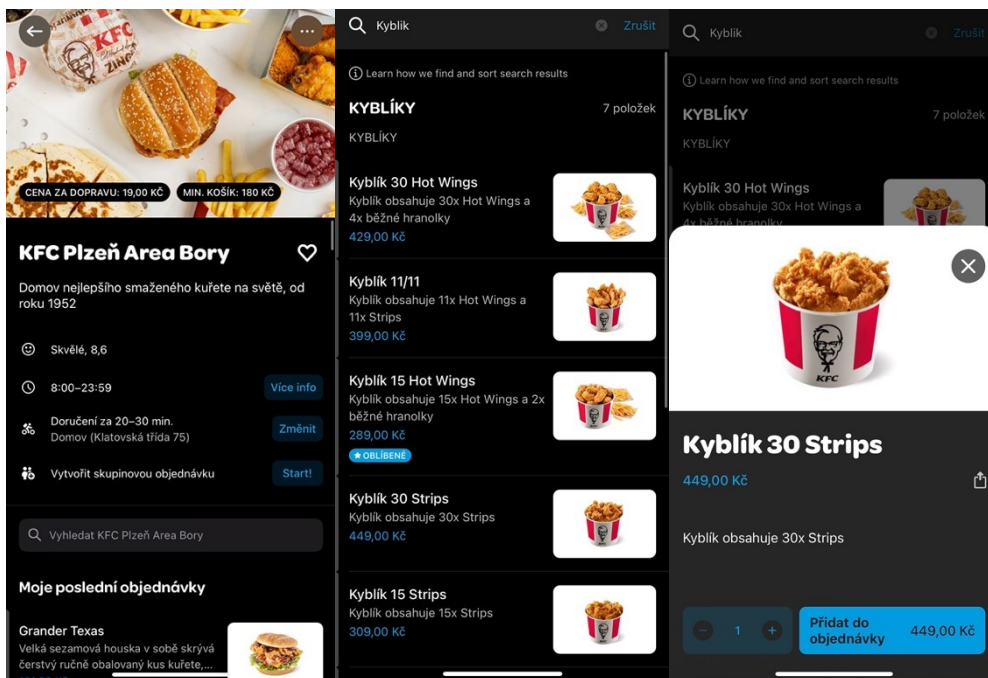
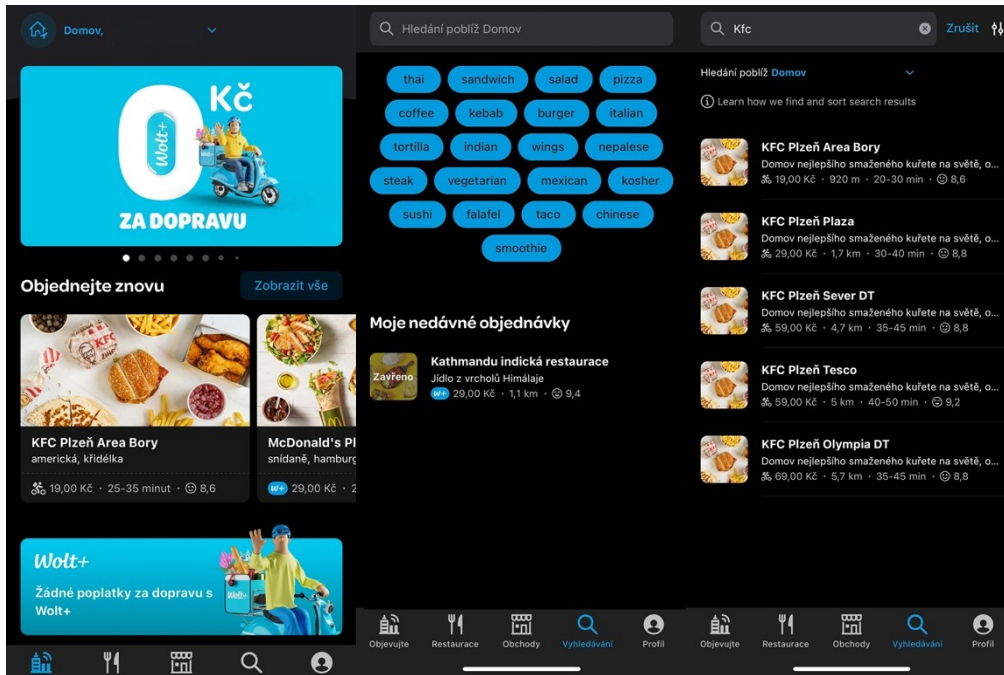
Objednávka z **KFC Plzeň Area Bory**

Doručovací adresa  
Plzeň 301 00  
Poznámka kurýrovi: Prosím zavolejte, sejdu dolů + dýško dám hotově **Více**

**Celkem (vč. DPH) 549,00 Kč**

**Zobrazit podrobnosti** (Počet položek: 2) v

## Příloha E: Vytvoření a dokončení objednávky – Wolt Delivery



🔍 Hranolky Zrušit

Kyblík obsahuje 10x Strips, Bites  
400g, 4x běžné hranolky  
479,00 Kč

Kyblík Strips&Bites pro 2 oso...  
Kyblík obsahuje 5x Strips, Bites  
240g, 2x běžné hranolky  
329,00 Kč

**PŘÍLOHY & OMÁČKY** 3 položky

PŘÍLOHY & OMÁČKY

Kyblík hranolků  
Kyblík hranolků 240g  
75,00 Kč

Velká porce hranolků  
Velká porce hranolků 115g  
58,00 Kč


Běžná porce hranolků  
Běžná porce hranolků 80g  
48,00 Kč

**1** Zobrazit objednávku 449,00 Kč

🔍 Hranolky Zrušit

Kyblík obsahuje 10x Strips, Bites  
400g, 4x běžné hranolky  
479,00 Kč

Kyblík Strips&Bites pro 2 oso...  
Kyblík obsahuje 5x Strips, Bites  
240g, 2x běžné hranolky  
329,00 Kč



**Kyblík hranolků**  
75,00 Kč

Kyblík hranolků 240g

**Přidat do objednávky** 75,00 Kč


🔍 Česne Zrušit

📖 Learn how we find and sort search results

**PŘÍLOHY & OMÁČKY** 1 položka

PŘÍLOHY & OMÁČKY

Česneková omáčka  
Česneková omáčka  
21,00 Kč



**2** Zobrazit objednávku 524,00 Kč


🔍 Česne Zrušit

📖 Learn how we find and sort search results

**PŘÍLOHY & OMÁČKY** 1 položka

PŘÍLOHY & OMÁČKY

Česneková omáčka  
Česneková omáčka  
21,00 Kč



**Česneková omáčka**  
21,00 Kč

Česneková omáčka

**Přidat do objednávky** 21,00 Kč

🔍 Pepsi Zrušit

**Strips Menu**  
Menu obsahuje 3x  
Strips, bramborové lupínky a plec...  
159,00 Kč

**NÁPOJE** 4 položky

NÁPOJE

Pepsi 0,33l  
Pepsi plechovka 0,33l  
49,00 Kč

Pepsi Max 0,33l  
Pepsi Max plechovka 0,33l  
49,00 Kč

Pepsi 1l  
Pepsi PET 1l  
69,00 Kč

Pepsi Max 1l  
Pepsi Max PET 1l  
69,00 Kč


**3** Zobrazit objednávku 545,00 Kč

🔍 Pepsi Zrušit

**Strips Menu**  
Menu obsahuje 3x  
Strips, bramborové lupínky a plec...  
159,00 Kč

**NÁPOJE** 4 položky

NÁPOJE



**Pepsi 0,33l**  
49,00 Kč

Pepsi plechovka 0,33l

**Přidat do objednávky** 49,00 Kč

Vaše objednávka KFC Plzeň Area Bory

**Objednané položky**

- 1 Kyblík 30 Strips 449,00 Kč
- 1 Kyblík hranolků 75,00 Kč
- 1 Česneková omáčka 21,00 Kč
- 1 Pepsi 0,33l 49,00 Kč

**Doporučujeme**

- 25,00 Kč Sýrový Dip
- 21,00 Kč BBQ omáčka

**Platba**

Apple Pay Zaplatit přes Apple Pay

**Sprobitné pro kurýra**

Po doručení obdrží 100% vašeho sprobitného. Pokud chcete sprobitné zrušit, obraťte se na podporu.

0 Kč 15 Kč 30 Kč 40 Kč Ostatní

**Ceny v CZK, včetně DPH.**

Jak fungují příplatky?

Cena celkem 594,00 Kč

Cena za službu 10,00 Kč

Doprava (740 m) 19,00 Kč

Celkem 623,00 Kč

Za tuto objednávku kompenzujeme 100% uhlíkových emisí. **Více**

**Koupit s Apple Pay**

Přejít k objednávce 594,00 Kč

Niže můžete objednat Sprobitné pro kurýra

Domov

**NOVÉ**

McDonald's  
vytuněný Big Mac

**Objednejte znovu** [Zobrazit vše](#)

KFC Plzeň Area Bory  
americká, křidélka  
19,00 Kč · 15-25 minut · 8,4

McDonald's Pl  
snídaně, hamburger  
29,00 Kč · 1

**Wolt+**  
Žádné poplatky za dopravu s Wolt+

**19. BŘEZNA 2023 20:42**

**Kathmandu indická restaurace**

**Doručení**

Domov (Klatovská třída 75)  
Přijdu dolů

**Stav objednávky**

Objednávka byla přijata

**Celkem CZK**

484,00

**Vaše objednávka**

Položky v objednávce			
Chicken Tikka Masala	170,00	x1	170,00
Butter Chicken	170,00	x1	170,00
Cheese Parantha	50,00	x1	50,00
Laccha Parantha	40,00	x1	40,00
Doručení: Domov (Klatovská třída 75)			29,00
Cena za službu			10,00

**25-35** minut zbývá

Kathmandu indická restaurace  
**Super, obdrželi jsme vaši objednávku!**  
Dejte si nohy na stůl a relaxujte – dáme vám vědět, až se do toho v podniku pustí!

[Skrýt stav objednávky](#)

Objevíte Restaurace Obchody Vyhledávání Profil

**Kathmandu indická restaurace**  
19. BŘEZNA 2023 20:42

Mezisoučet	469,00
Dát kurýrovi srovnání	15,00
<b>Celkem</b>	<b>484,00</b>

**Platební údaje**

Apple Pay 484,00  
19.03.2023 20:42

**Informace o restauraci**

Kathmandu indická restaurace  
Prokopova 21, 30100, Pilsen  
+42072590228

**Informace o objednávkě**

Číslo vaší objednávky: 820  
ID objednávky: 6417659b493176962946209f  
Čas: 19.03.2023 20:42  
Provozovatel služby: Wolt, support@wolt.com

[Kontaktujte zákaznickou podporu](#)

ne 19. ○ Ubývající měsíc před n...

# 20:44

VYPN...

**Wolt** 21:14

**Kathmandu indická restaurace**  
Vaše objednávka se připravuje.

[Nerušit](#)

**Zpět na stav objednávky**

## 14

minut  
zbývá

**Kathmandu indická restaurace**  
**Hotovo! Vaše objednávka vyrazila na cestu a právě se doručuje.**  
Odhadovaný čas doručení:  
21:07

[Skrýt stav objednávky](#)

**Wolt**

**Kathmandu indická restaurace**

**Jak proběhlo vaše doručení?**

Vaše zpětná vazba nám umožní vylepšit náš způsob doručení.

☹️ ☹️ 😐 😊 😄

Strážně Špatně Nic moc Dobře Skvěle

[Dále](#)

**Wolt**

**Kathmandu indická restaurace**

**Děkujeme! Co bychom mohli zlepšit?**

4/5 je slušné, nikoliv výborné. Co bychom mohli vylepšit pro příště?

[Profesionalita kurýra](#)

[Předpoklad](#)

[Čas doručení](#)

[Chyběla položka](#)

[+ Přidat komentář do Woltu](#)

[Dále](#)

## Příloha F: Tabulky výsledků uživatelské testování

Tabulka výsledků uživatelského testování – Bolt Food

Věk	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas
10-19	1:19,3	1:34,9						
20-29	0:53,2	0:57,2	0:49,4	1:05,2	1:07,9	1:03,4	0:58,3	1:17,6
30-39	1:35,5	1:43,3	1:25,6					
40-49	1:49,9	1:57,5	1:54,9	2:12,7				
50 - více	2:36,2	2:56,5	3:07,9					

Tabulka výsledků uživatelského testování – Dáme jídlo

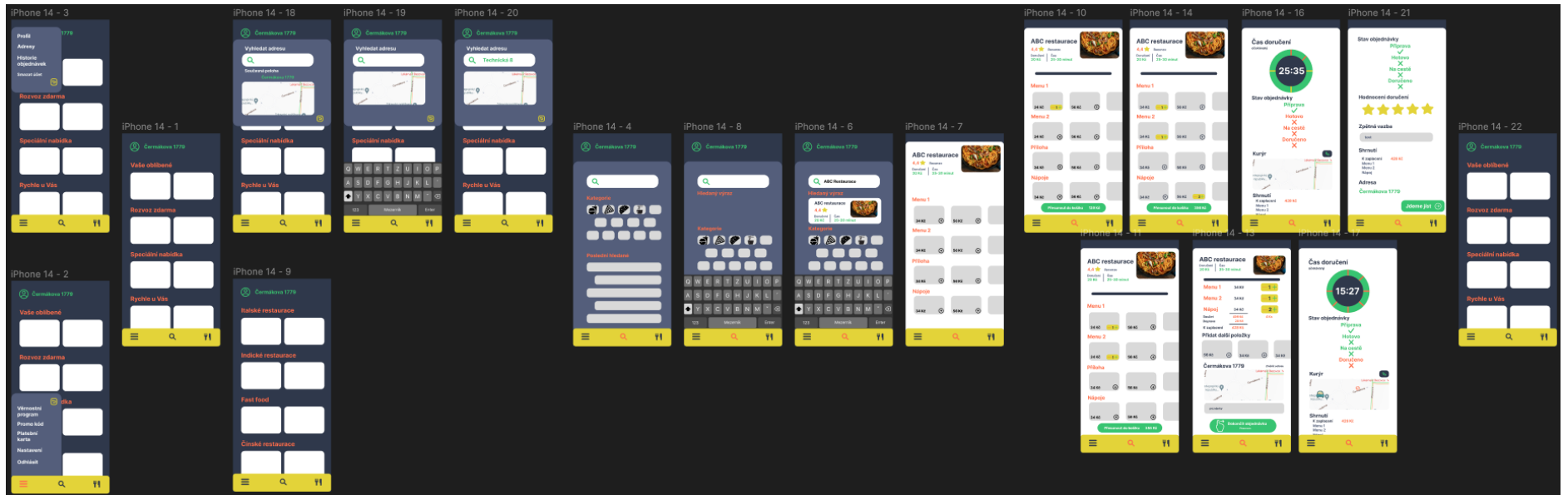
Věk	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas
10-19	1:35,4	1:26,5						
20-29	0:58,9	0:59,1	1:15,67	1:13,7	1:16,3	1:17,9	1:02,5	1:06,3
30-39	1:20,2	1:57,3	1:10,5					
40-49	1:44,5	1:50,5	2:04,9	2:27,8				
50 a více	2:35,6	3:02,7	3:20,6					

Tabulka výsledků uživatelského testování – Wolt Delivery

Věk	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas	Čas
10-19	1:46,6	1:49,5						
20-29	1:24,8	1:33,9	1:49,4	1:13,7	1:29,6	1:14,5	1:27,7	1:32,2
30-39	1:49,8	2:02,7	1:55,2					
40-49	1:57,4	2:01,5	2:24,6	2:55,9				
50 a více	3:27,5	3:46,5	4:24,9					



# Příloha G: Prototyp mobilní aplikace



## **Abstrakt**

Bláha, M. (2023). *Hodnocení vybraných mobilních aplikací s důrazem na UX* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

**Klíčová slova:** uživatelská zkušenost, mobilní aplikace, uživatelské testování, rozvoz jídel

Bakalářská práce je zaměřena na uživatelský prožitek a jeho hodnocení ve vybraných mobilních aplikacích pro segment fast delivery. Teoretická část je zaměřena na definování pojmu UX, představení trendů a popsání procesu UX designu. Dále se v práci nachází popis mobilní aplikace a metod, které se využívají při měření a hodnocení UX. Praktická část je zaměřena na zhodnocení zvolených mobilních aplikací vybranou metodikou, provedení uživatelského testování a vytvoření prototypu mobilní aplikace zaměřené na fast delivery. Prototyp vychází z trendů popsaných v teoretické části a uživatelského testování.

## **Abstract**

Bláha, M. (2023). *The evaluation of selected mobile applications with focus on UX*. [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

**Key words:** user experience, mobile apps, user testing, food delivery

The bachelor is focused on user experience and its evaluation in selected mobile applications for the fast delivery segment. The theoretical part focuses on defining the concept of UX, introducing trends and describing the UX design process. In addition, the thesis includes a description of the mobile application and the methods used in measuring and evaluating UX. The practical part is focused on evaluating the selected mobile applications by the chosen method, performing user testing and creating a prototype of a mobile application focused on fast delivery. The prototype is based on the trends described in the theoretical part and user testing.