

FULL WEB AUDIT

Vizuálny klientsky prehľad webového auditu

KLIENT

sigel-industries.com

WEB

https://sigel-industries.com/

DÁTUM

2026-07-25

PROFIL AUDITU

partial_access

**Audit skóre**
Celkový stav**SEO skóre**
Indexácia a SEO**Technika**
Výkon a základy**UX / mobil**
Použiteľnosť**Komunikácia**
Jasnosť ponuky**Stratégia**
Archetypy a smer

PREVERENÉ STRÁNKY

10 / 20

BROKEN LINKS

0

CTA PRVKY

14

VIEWPORT PROBLÉMY

1

HLAVNÝ ARCHETYP

Mudrc

CELKOVÝ OBRAZ

Executive summary

Web má konkrétnu a negenerickú ponuku, ale jej jednotlivé vrstvy, služby alebo cieľové skupiny nie sú komunikované rovnako jasne a prehľadne.

Silné stránky

- Konkrétna a zrozumiteľná základná ponuka.
- Silné SEO a dobrý technický základ.
- Jasne identifikovateľný typ webu a obchodný účel.

Hlavné riziká

- Pri väčšom rozsahu ponuky môže používateľ potrebovať rýchlejšiu orientáciu.
- Overiť hlavnú používateľskú cestu, zrozumiteľnosť ponuky, dôkazové prvky a jasnosť ďalšieho kroku používateľa.
- Niektoré vrstvy ponuky alebo cieľové skupiny môžu splyvať.

ĎALŠÍ POSTUP

Top priority

Prvá verzia vizuálneho reportu

01

Opraviť mobilný layout a horizontálny presah obsahu

Oblasť: UX / mobil

Dopad: vysoký

02

Zrýchliť mobilné načítanie hlavného obsahu (LCP)

Oblasť: Výkon / mobil

Dopad: vysoký

03

Spresniť úvodné vysvetlenie ponuky a ďalší krok používateľa

Oblasť: Komunikácia

Dopad: vysoký

Technický výkon a Lighthouse

Prehľad výkonnosti, SEO, indexácie a základného technického zdravia webu.

KLIENT
sigel-industries.com
WEB
sigel-industries.com

LIGHTHOUSE

SILNÉ

Desktop

86

Performance

Desktopový výkon je solídny, ale nie je v 'dobrom' pásme Lighthouse (90+).

91

Accessibility

Prístupnosť je dobrá, ale stále má priestor na zlepšenie.

100

Best practices

Best practices sú na výbornej úrovni.

100

SEO

Technické SEO podľa Lighthouse vyzerá veľmi silno.

LIGHTHOUSE

SILNÉ

Mobile

79

Performance

Mobilný výkon je solídny, ale nie je v 'dobrom' pásme Lighthouse (90+).

91

Accessibility

Prístupnosť na mobile je použiteľná, ale nie úplne ideálna.

100

Best practices

Mobilné best practices sú bez zásadných problémov.

100

SEO

SEO signály na mobile sú veľmi silné.

TECHNICKÉ ZDRAVIE

Základné signály webu

automatická kontrola

ROBOTS.TXT
nájdený

SITEMAP
nájdený

CMS / PLATFORMA
Vlastný / neidentifikovaný systém

SECURITY HEADERS
nepotvrdené

HTML VEĽKOSŤ
~34.5 kB

RENDER
static_html

SSL CERTIFIKÁT
platný (67 dní)

MIXED CONTENT
čisté

CORE WEB VITALS

Reálne namerané hodnoty

Lighthouse metriky

Skóre 0-100 hovorí, ako web obstál v porovnaní s referenčnými prahmi. Tieto čísla ukazujú konkrétne namerané časy a hodnoty, ktoré za skóre stoja.

DESKTOP · LARGEST CONTENTFUL PAINT
1.2s

DESKTOP · FIRST CONTENTFUL PAINT
1.1s

DESKTOP · CUMULATIVE LAYOUT SHIFT
0.0

DESKTOP · TOTAL BLOCKING TIME
239ms

DESKTOP · SPEED INDEX
1.1s

DESKTOP · TIME TO INTERACTIVE
1.6s

MOBILE · LARGEST CONTENTFUL PAINT
4.8s

MOBILE · FIRST CONTENTFUL PAINT
2.6s

MOBILE · CUMULATIVE LAYOUT SHIFT
0.0

MOBILE · TOTAL BLOCKING TIME
58ms

MOBILE · SPEED INDEX
2.6s

MOBILE · TIME TO INTERACTIVE
5.0s

SKÓRE PODĽA OBLASTÍ

Desktop vs. Mobile



INTERPRETÁCIA

Čo z toho vyplýva

- ✓ Technické SEO a Lighthouse skóre treba čítať spolu s dostupnosťou webu a režimom auditu.
- ✓ Audit profil: partial_access.
- ✓ Režim navigácie/renderu: static_html.
- ✓ Robots.txt: nájdený, sitemap: nájdený.
- ✓ Základné bezpečnostné hlavičky neboli plne potvrdené.



Technický záver

Technický základ je celkovo silný. Ďalšia práca má dávať dôraz najmä na obsah, UX detaily, jasnosť ponuky a prioritné obchodné odporúčania.

SEKCIA 3

Indexácia, navigácia a odkazy

Prehľad objaviteľnosti webu, stavu odkazov, CTA prvkov a základnej navigačnej použiteľnosti.

KLIENT

sigel-industries.com

ROZSAH

10 / 20 stránok



ROBOTS.TXT

nájdený

Web nezakazuje základný prístup vyhľadávateľom.



SITEMAP.XML

nájdený

Vyhľadávače majú k dispozícii mapu dôležitých URL.



REŽIM PRECHÁDZANIA

normal

Audit reálne preveril 10 stránok z plánovaného rozsahu 20.



SPOLIAHLIVOSŤ

stredná

Renderovaná kontrola: nie.

OBJAVITEĽNOSŤ A PREZENTÁCIA

Ako web pôsobí navonok

STRUCTURED DATA
(SCHEMA.ORG)

nenájdené

SOCIAL PREVIEW (OPEN
GRAPH)

častočné

VLASNÁ 404 STRÁNKA

vlastná stránka

ODKAZY

PREHLAD

Stav navigačných odkazov

SKONTROLOVANÝCH
ODKAZOV

12

BROKEN LINKS

0

BLOCKED

0

OK odkazy		12
Broken		0
Blocked		0
Anchor		13

INTERAKCIA

CTA prvky

CTA
CELKOM

14

BROKEN CTA

0

PODOZRIVÉ
CTA

0

Príklad na overenie

RIZIKÁ

Navigačné a indexačné nálezy

semafor podľa závažnosti

● ODKAZY

Broken links

V testovanom rozsahu neboli zistené nefunkčné odkazy.

● DOSTUPNOSŤ

Režim auditu

Audit bežal v režime partial_access; výsledky treba čítať v tomto kontexte.



ODPORÚČANIA

Čo z tejto sekcie vyplýva

01

Zachovať sitemap a robots.txt ako funkčný základ indexácie.

UX, viewport a komunikácia

Ako web pôsobí na používateľa: mobilná použiteľnosť, jasnosť ponuky, CTA a orientácia v obsahu.

KLIENT

sigel-industries.com

PRIMÁRNA OBLASŤ

UX / komunikácia



Jasnosť komunikácie

Pri SaaS webe jasnosť znamená, či návštevník rýchlo pochopí, čo produkt robí, pre koho je určený, aký problém rieši a aký konkrétny výsledok prináša. V tomto prípade je základný účel pochopiteľný, ale časť komunikácie môže používateľa viesť skôr do širšieho rozcestníka než k rýchlej odpovedi. Konkrétne tento web komunikuje svoju ponuku ako: "Sigel poskytuje auditovú webovú stránku, ktoré pomáhajú identifikovať problémy s nabídkou a komunikáciou. Tento audit ukazuje kde se ztrácí jasnost nabídky, důvě...".



Konzistentnosť ponuky

Ponuka je komunikovaná konzistentne. Jednotlivé časti webu smerujú k podobnému účelu a nepôsobia ako nesúvisiace vrstvy. Web ponúka najmä: Auditovú webovú stránku, Zlepšenie nabídky a komunikácie s zákazníkmi, Externí diagnostika webové stránky.



Špecifickosť ponuky

Web pracuje s konkrétnymi službami, produktmi, témami alebo používateľskými situáciami. Komunikácia nestojí len na všeobecných tvrdeniach. Konkrétne ide napríklad o: Nabídka nebyla dobre pochopená, Marketingové akcie nevedly k očakávaným výsledkům, Audit ukazuje, kde se ztrácí jasnost nabídky.



Genericita komunikácie

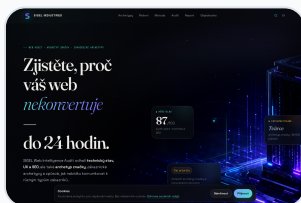
Komunikácia nepôsobí genericky. Web používa konkrétne témy, služby alebo obsahové okruhy, takže nejde len o prázdne marketingové frázy. Web sa obracia najmä na: Firmy s komplexnými webovými stránkami, Firmy, ktoré marketingové akcie nevedly k očakávaným výsledkům.

RESPONZIVITA

Viewport / mobilné správanie

DROBNÉ OVERENIE

DESKTOP



100/100

Bez zisteného horizontálneho presahu.

VS

MOBILE



88/100

Bez zisteného horizontálneho presahu.

Mobilný nález

Horizontálny presah približne 0 px, počet problémov: 1.

SEMAFOR

UX rizikové oblasti

- Mobilné zobrazenie** vysoké
 Používatelia na mobile môžu mať problém s orientáciou alebo klikateľnosťou.
- CTA prvky** nízke
 CTA prvky nepôsobia v testovanom rozsahu ako hlavný technický problém.
- Hierarchia obsahu** nízke
 Hlavná H1 štruktúra nepôsobí ako zásadný problém.
- Jasnosť ponuky** stredné
 Používateľ musí rýchlo pochopiť hlavnú ponuku, kategórie a ďalší krok.

NAVIGÁCIA

Orientácia a CTA

TYP NAVIGÁCIE

hybridná
navigácia

CTA PRVKY

14

PODOZRIVÉ
CTA

0

H1 štruktúra OK

Hlavná H1 štruktúra nepôsobí ako zásadný problém.

MOŽNÝ DOPAD

Dopad na konverziu

STREDNÝ

Orientačný obchodný dopad podľa zistených broken links, CTA a viewport nálezov.

Viewport / responzivita

stredný

Čo web komunikuje dobre

- Web má identifikovateľnú a konkrétnu ponuku.
- Základný účel webu je pochopiteľný.

Čo je nejasné

- Niektoré časti ponuky môžu vyžadovať jasnejšie vysvetlenie.
- Ďalší krok používateľa by mohol byť výraznejší.

Doporučené zlepšenie

- Jasnejšie pomenovať hlavnú ponuku a cieľové segmenty.
- Zvýrazniť primárne CTA a praktický benefit.

SEKCIA 4B

Prístupnosť a UI/UX kontrola

Deterministické merania kontrastu, veľkosti dotykových cieľov a čitateľnosti textu -- podľa WCAG a bežných mobilných štandardov, nie odhad.

KLIENT

sigel-industries.com

PRIMÁRNA OBLASŤ

Prístupnosť



Celkové skóre
Prístupnosť a UI/UX

Web má solídny základ prístupnosti a UI/UX kvality.



Kontrast
Desktop

Farebný kontrast textu je väčšinou v súlade s WCAG odporúčaniami.



Dotykové ciele
Mobile

Veľká časť dotykových cieľov na mobile nedosahuje odporúčanú veľkosť - používatelia môžu mať problém presne trafiť tlačidlo alebo odkaz prstom.

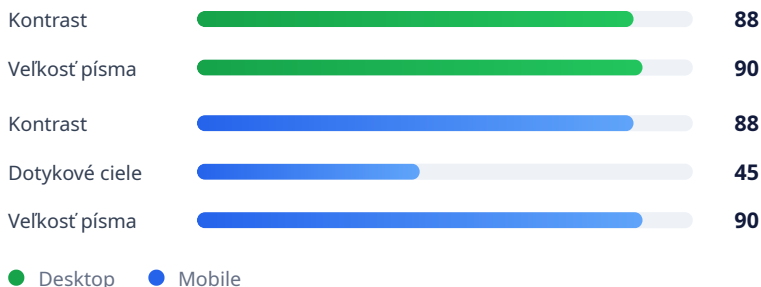


Veľkosť písma
Mobile

Veľkosť písma je väčšinou v čitateľnom rozsahu.

SKÓRE PODĽA OBLASTÍ

Desktop vs. Mobile



ZISTENIA NA KONTROLU

Najvýznamnejšie nálezy

- | | | |
|---|-------------------------------|---------------|
| ● | Kontrast · Desktop | vysoká |
| <a> "Prohlédnout ukázku reportu" -- pomer 1.16:1 (potrebné 3:1) | | |
| ● | Kontrast · Desktop | vysoká |
| "Sigel" -- pomer 1.16:1 (potrebné 4.5:1) | | |
| ● | Kontrast · Desktop | vysoká |
| "03" -- pomer 1.39:1 (potrebné 4.5:1) | | |
| ● | Kontrast · Mobile | vysoká |
| <a> "Prohlédnout ukázku reportu" -- pomer 1.16:1 (potrebné 3:1) | | |
| ● | Kontrast · Mobile | vysoká |
| "Sigel" -- pomer 1.16:1 (potrebné 4.5:1) | | |
| ● | Kontrast · Mobile | vysoká |
| "03" -- pomer 1.39:1 (potrebné 4.5:1) | | |
| ● | Kontrast · Mobile | vysoká |
| "04" -- pomer 1.39:1 (potrebné 4.5:1) | | |
| ● | Kontrast · Mobile | vysoká |
| "05" -- pomer 1.39:1 (potrebné 4.5:1) | | |
| ● | Dotykový cieľ · Mobile | vysoká |
| <a> "CZ" -- 52×26px (min 44×44) | | |
| ● | Dotykový cieľ · Mobile | vysoká |
| <a> "EN" -- 52×26px (min 44×44) | | |

Zobrazených 10 z 120 náleзов -- kompletný zoznam v evidencii dátach auditu.

INTERPRETÁCIA

Čo z toho vyplýva

- ✓ Celkovo bolo identifikovaných 120 náleзов naprieč kontrastom, dotykovými cieľmi a veľkosťou písma (20 s vysokou závažnosťou).
- ✓ Najslabšou oblasťou je: Dotykové ciele.
- ✓ Kontrast a veľkosť písma boli merané na desktop aj mobile, dotykové ciele len na mobile (na desktope sa ovláda myšou, nie prstom).



Záver prístupnosti

Web má solídny základ prístupnosti a UI/UX kvality. Tieto zistenia sú merané priamo z vykresleného webu (Playwright), nie odhadnuté -- odporúčame ich brať ako konkrétne podnety na manuálnu kontrolu, prioritne tie s vysokou závažnosťou.

Ako čítať tieto zistenia

Kontrast je meraný podľa WCAG 2.1 AA (4.5:1 pre bežný text, 3:1 pre veľký text). Veľkosť dotykových cieľov 44×44 px je odporúčanie Google/Apple pre pohodlné ovládanie prstom, nie povinný štandard -- mnoho profesionálne navrhnutých webov ho nedosahuje na 100 %. Tieto zistenia beriete ako podnety na manuálnu kontrolu, nie ako automatické chyby.

Obsah a komunikácia ponuky

Strategické pochopenie webu: čo reálne ponúka, komu slúži a ako zrozumiteľne komunikuje svoju hodnotu.

TYP WEBU

softvérový produkt alebo SaaS

ISTOTA POCHOPENIA

medium

IDENTITA WEBU

softvérový produkt alebo SaaS

HLAVNÁ PONUKA

Sigel poskytuje auditovanie webových stránok, ktoré pomáha identifikovať problémy s nabídkou a komunikáciou. Tento audit ukazuje kde sa ztráca jasnosť nabídky, dôvera, CTA alebo hlavná cesta návštevníka

DOMINANTNÝ ÚČEL

prodej produktů nebo služeb

BIZNIS MODEL

vytvoření a marketing nových produktů nebo služeb

PONUKA VS. KOMUNIKÁCIA

Súlrad: vysoká



Komunikácia je vo veľkej miere v súlade s tým, čo web reálne ponúka.

ČO WEB REÁLNE ROBÍ

Sigel poskytuje auditovanie webových stránok a zlepšenie nabídky a komunikácie s zákazníkmi, aby pomohli firmám identifikovať problémy s ich webovými stránkami a marketingovými akciami

ČO EXPLICITNE KOMUNIKUJE

Sigel poskytuje externú diagnostiku webových stránok, ktorá pomáha identifikovať problémy s nabídkou a komunikáciou. Tento audit ukazuje kde sa ztráca jasnosť nabídky, dôvera, CTA alebo hlavná cesta návštevníka



Produkty a služby

Sigel poskytuje auditovanie webových stránok, ktoré pomáha identifikovať problémy s nabídkou a komunikáciou. Tento audit ukazuje kde sa ztráca jasnosť nabídky, dôvera, CTA alebo hlavná cesta návštevníka



Sekundárne ponuky

Zlepšení vzhledu a struktury webové stránky

Formulování nabídky pro různé zákazníky

Ověření, jestli web stále odpovídá tomu, co firma nabízí



Hlavné témy

Nabídka nebola dobre pochopena

Marketingové akcie nevedly k očekávaným výsledkům

Audit ukazuje, kde se ztrácí jasnost nabídky



Cieľové segmenty

Firmy s komplexními webovými stránkami

Firmy, které marketingové akcie nevedly k očekávaným výsledkům

KOMUNIKAČNÉ SKÓRE

Čitateľnosť a jasnosť ponuky

strategická interpretácia

JASNOŠŤ KOMUNIKÁCIE

62

častočne jasná

Ukazuje, či návštevník rýchlo pochopí hlavnú ponuku, jej hodnotu a ďalší krok.

KONZISTENTNOSŤ PONUKY

93

vysoká

Ukazuje, či jednotlivé časti webu smerujú k rovnakému účelu.

ŠPECIFICKOSŤ PONUKY

90

vysoká

Ukazuje, či web komunikuje konkrétne služby, produkty alebo situácie.

GENERICITA KOMUNIKÁCIE

88

nízka

Nižšia genericita je pozitívna: komunikácia nepôsobí ako prázdny všeobecný marketing.

SLABÉ MIESTA

Čo môže brzdiť pochopenie hodnoty

- Niektoré časti ponuky môžu vyžadovať jasnejšie vysvetlenie.
- Používateľ môže potrebovať výraznejší ďalší krok.

ODPORÚČANIA

Ako ponuku spresniť

- Jasnejšie pomenovať hlavnú ponuku a cieľové skupiny.
- Zvýrazniť primárne CTA a praktický benefit.



AI-pripravenosť

18/100

Chýbajú kľúčové signály pre AI vyhľadávanie: FAQ schema (FAQPage), Organization/LocalBusiness schema.

- ✗ FAQ schema (FAQPage)
- ✗ Organization/LocalBusiness schema
- ✓ Jeden jasný H1 nadpis
- ✗ Meta description prítomný a dostatočne dlhý (50+ znakov)
- ✗ Open Graph metadáta kompletne



Strategický záver

Web má čitateľnú základnú ponuku. Najväčší priestor je v presnejšom rozlíšení ponuky, dôkazových prvkoch, cieľových skupinách a jasnejšom ďalšom kroku používateľa.

Archetypy značky a publika

Strategický profil toho, ako web komunikuje navonok a aké typy zákazníkov prirodzene priťahuje.

HLAVNÝ ARCHETYP

Mudrc

ISTOTA

high



HLAVNÝ ARCHETYP ZNAČKY

Mudrc

Značka má pôsobiť ako odborný a dôveryhodný zdroj. Najsilnejší je dôkazový, presný a vysvetľujúci tón: jasná hodnota produktu, onboarding, dôvera, použiteľnosť a dôkaz funkčnosti.

STRATEGICKÁ ZHODA

94



INTERPRETÁCIA

Čo to znamená

Hlavný archetyp značky je Mudrc. V kontexte tohto webu to znamená najmä: jasná hodnota produktu, onboarding, dôvera, použiteľnosť a dôkaz funkčnosti.

Web komunikuje expertízu, dáta, metodiku a schopnosť pomôcť návštevníkovi lepšie sa rozhodnúť. Preto najviac sedí archetyp Mudrc.

BRAND VRSTVA

Firemné archetypy

ZNAČKA



Mudrc

94

Značka má pôsobiť ako odborný a dôveryhodný zdroj. Najsilnejší je dôkazový, presný a vysvetľujúci tón: jasná hodnota produktu, onboarding, dôvera, použiteľnosť a dôkaz funkčnosti.



Vládca

88

Značka má pôsobiť štruktúrovane, dôveryhodne a kompetentne. Silou je poriadok, kontrola a jasné vedenie používateľa: jasná hodnota produktu, onboarding, dôvera, použiteľnosť a dôkaz funkčnosti.



Tvorca

86

Značka má pôsobiť ako priestor pre tvorivosť, originalitu a sebavyjadrenie. Silou je podpora vlastného štýlu a nových kombinácií: jasná hodnota produktu, onboarding, dôvera, použiteľnosť a dôkaz funkčnosti.

PUBLIKUM

Spotrebiteľské archetypy

ZÁKAZNÍK



Efektívny pragmatik

94

Potrebuje jasnú hodnotu, praktický prínos, minimum trenia a rýchlu odpoveď na otázku, či mu web pomôže vyriešiť konkrétny problém.

Ísť rovno k veci: čo to rieši, ako rýchlo, za akú cenu -- bez zdržiavania sa na úvod.



Technokrat / analytik

77

Potrebuje presné informácie, dôkazy, štruktúru, transparentný postup a možnosť overiť si tvrdenia.



Sebarealizujúci tvorca

69

Potrebuje cítiť možnosť rastu, tvorby, zlepšenia vlastného systému alebo posunu svojej práce na vyššiu úroveň.

Nasledujúca stránka ukazuje, ako sa archetyp značky prepája s jednotlivými typmi publika a kde vzniká najsilnejšia strategická zhoda.

Mapa vzťahu archetypov

Prepojenie medzi archetypom značky a zákazníckymi motiváciami. Mapa slúži ako komunikačný kompas, nie ako dekorácia pre ľudí, čo milujú kruhy.

DOMINANTNÝ SMER
Mudrc
PRIMÁRNE PUBLIKUM
Efektívny pragmatik

Mapa 12 archetypov značky

Strategická orientačná mapa pre interpretáciu značky



Mapa slúži ako orientačný rámec pre stratégiu značky.

AKO MAPU ČÍTAŤ

Značka → zákazník

Mapa ukazuje, ktoré hodnotové oblasti sú pre značku a publikum najdôležitejšie. Dominantný archetyp značky vytvára tón komunikácie, zákaznícke archetypy určujú, aký typ argumentov bude najlepšie fungovať.

- Brand archetyp
- Spotrebiteľský archetyp
- Vedľajšia archetypová vrstva

PREPOJENIE

Brand archetyp → zákaznícky archetyp

strategická zhoda

Mudrc → Efektívny pragmatik high

Mapovanie medzi archetypom značky Mudrc a spotrebiteľským archetypom Efektívny pragmatik je silné.

Mudrc → Technokrat / analytik high

Mapovanie medzi archetypom značky Mudrc a spotrebiteľským archetypom Technokrat / analytik je silné.

Mudrc → Seberealizujúci tvorca medium

Spotrebiteľský archetyp Seberealizujúci tvorca je s archetypom značky Mudrc kompatibilný, ale nie je to najpriamejšie párovanie.

Vládca → Efektívny pragmatik high

Mapovanie medzi archetypom značky Vládca a spotrebiteľským archetypom Efektívny pragmatik je silné.

Strategické upozornenie

Archetypy treba používať ako komunikačný kompas, nie ako dekoráciu. Každý archetypový tón musí byť podložený konkrétnou ponukou, dôkazmi a jasným ďalším krokom používateľa.

Archetypový playbook

Hlbší výklad výsledných archetypov: ako ich premeniť na tón komunikácie, obsah, argumenty a obchodné rozhodnutia.

HLAVNÝ SMER

Mudrc

PRIMÁRNE PUBLIKUM

Efektívny pragmatik

VÝKLAD

Čo táto sekcia robí

Archetypy tu nie sú použité ako dekorácia, ale ako praktický komunikačný nástroj. Pomáhajú určiť, aký tón má značka používať, aké argumenty zdôrazniť a čo môže na publikum pôsobiť slabšie.

POUŽITIE

Kde sa to prejaví

Výsledky sa dajú použiť pri tvorbe homepage, CTA, landing pages, článkov, predajných argumentov, vizuálneho tónu aj pri celkovom pozicionovaní značky.

BRAND PLAYBOOK

Ako má pôsobiť značka

firemná vrstva



PRIMÁRNY SMER

Mudrc

94

Značka má pôsobiť ako odborný a dôveryhodný zdroj. Najsilnejší je dôkazový, presný a vysvetľujúci tón: jasná hodnota produktu, onboarding, dôvera, použiteľnosť a dôkaz funkčnosti.

Ako sa má prejavovať

- opierať tvrdenia o dáta, metodiky, skúsenosti alebo jasné vysvetlenie
- pomenovať limity, postup a dôvody rozhodnutí
- robiť zložité veci zrozumiteľnými bez zjednodušovania do prázdnych fráz

odborný

dôkazový

pokojný

jasný

Na čo si dať pozor

- neznieť akademicky neprístupne
- neskrývať hlavnú hodnotu za príliš odborný jazyk



SEKUNDÁRNA VRSTVA

Vládca

88

Značka má pôsobiť štruktúrovane, dôveryhodne a kompetentne. Silou je poriadok, kontrola a jasné vedenie používateľa: jasná hodnota produktu, onboarding, dôvera, použiteľnosť a dôkaz funkčnosti.

Ako sa má prejavovať

- dávať používateľovi jasnú štruktúru a rozhodovací rámec
- zdôrazniť stabilitu, skúsenosť a kvalitu procesu
- pomenovať pravidlá, výstupy a očakávania

sebavedomý

štruktúrovaný

dôveryhodný

presný

Na čo si dať pozor

- nepôsobiť chladne alebo autoritatívne bez ľudského dôvodu
- nezamieňať kontrolu s komplikovanosťou



SEKUNDÁRNA VRSTVA

Tvorca

86

Značka má pôsobiť ako priestor pre tvorivosť, originalitu a sebavyjadrenie. Silou je podpora vlastného štýlu a nových kombinácií: jasná hodnota produktu, onboarding, dôvera, použiteľnosť a dôkaz funkčnosti.

Ako sa má prejavovať

- ukazovať možnosti a variácie, nie jedno hotové riešenie
- podporiť experimentovanie a vlastný výber používateľa
- zdôrazniť originalitu a jedinečnosť výsledku

tvorivý

originálny

inšpiratívny

otvorený

Na čo si dať pozor

- nepredpisovať jediný správny spôsob použitia
- nezjednodušovať tvorivý proces na hotový šablónový výstup

Ako osloviť publikum

zákaznícka vrstva



PRIMÁRNE PUBLIKUM

Efektívny pragmatik

94

Potrebuje jasnú hodnotu, praktický prínos, minimum trenia a rýchlu odpoveď na otázku, či mu web pomôže vyriešiť konkrétny problém.

Ako ho osloviť

- Ísť rovno k veci: čo to rieši, ako rýchlo, za akú cenu -- bez zdržiavania sa na úvod.
- Skrátiť cestu k rozhodnutiu -- jasné CTA, minimum krokov, žiadne zbytočné formuláre.

Spúšťače rozhodnutia

produkt workflow onboarding výsledok
integrácia use-case

Čomu sa vyhnúť

- dlhé úvody bez konkrétneho prínosu
- prehnané sľuby bez praktického dôkazu
- chýbajúca rýchla odpoveď na 'čo z toho budem mať'



SEKUNDÁRNE PUBLIKUM

Technokrat / analytik

77

Potrebuje presné informácie, dôkazy, štruktúru, transparentný postup a možnosť overiť si tvrdenia.

Ako ho osloviť

- Podložiť každé tvrdenie dátami, metodikou alebo overiteľným zdrojom -- nechať priestor na vlastné porovnanie.
- Ponúknuť podrobnú dokumentáciu alebo technický detail pre toho, kto si to chce overiť sám.

Spúšťače rozhodnutia

produkt workflow onboarding výsledok
integrácia use-case

Čomu sa vyhnúť

- nepodložené marketingové tvrdenia
- chýbajúce čísla alebo zdroje
- zjednodušovanie na úkor presnosti



SEKUNDÁRNE PUBLIKUM

Sebarealizujúci tvorca

69

Potrebuje cítiť možnosť rastu, tvorby, zlepšenia vlastného systému alebo posunu svojej práce na vyššiu úroveň.

Ako ho osloviť

- Ukázať priestor na vlastný výber a kombinácie, nie jedno hotové riešenie -- inšpirovať, nie predpisovať.
- Ukázať príklady rôznych ciest k výsledku, nie jednu univerzálnu šablónu.

Spúšťače rozhodnutia

produkt workflow onboarding výsledok
integrácia use-case

Čomu sa vyhnúť

- jediný predpísaný spôsob použitia
- obmedzenie kreativity na úkor jednoduchosti
- šablónovitý, neosobný tón

Praktické pravidlá komunikácie

tone of voice

Ako hovoriť

- hovoriť konkrétne, dôveryhodne a bez prázdnych marketingových fráz
- prepojiť hodnotu webu s reálnymi situáciami používateľa
- vysvetliť ďalší krok jednoducho a bez zbytočného trenia

Čo zdôrazniť

- Sigel poskytuje auditovanie webové stránky, ktoré pomáhá identifikovať problémy s nabídkou a komunikáciou. Tento audit ukazuje kde sa ztráca jasnosť nabídky, dôvera, CTA alebo hlavná cesta návštevníka
- konkrétny prínos pre používateľa
- dôkazy, metodiku, výsledky alebo prípady použitia

Čomu sa vyhnúť

- všeobecné sľuby bez dôkazov
- nejasné CTA
- archetypový tón odpojený od reálnej ponuky



OBSAHOVÝ SMER

Aký obsah podporí archetypovú stratégiu

01

use-cases

konkrétne scenáre použitia, pred/po workflow, typické úlohy používateľa

02

produktové dôkazy

demo, dokumentácia, integrácie, pricing, bezpečnosť

03

onboarding obsah

rýchly štart, ukážkové projekty, návody, šablóny

Manažérske zhrnutie

Krátky rozhodovací prehľad: čo web zvláda, kde stráca výkon a ktoré oblasti majú najväčší obchodný význam.

TYP VÝSTUPU

Executive summary

PRIMÁRNY ÚČEL

rozhodovanie

CELKOVÝ OBRAZ

Stav webu v jednej vete

Web pôsobí ako softvérový produkt alebo SaaS a komunikuje hlavne: Sigel poskytuje auditované webové stránky, ktoré pomáhajú identifikovať problémy s nabídkou a komunikáciou. Tento audit ukazuje, kde sa stráca jasnosť nabídky, dôvera, CTA alebo hlavná cesta návštevníka. Najbližšia práca má smerovať k odstráneniu hlavných technických alebo UX bariér a k presnejšiemu vysvetleniu hodnoty používateľovi.

SKÓRE OBLASTÍ

Výkonnostný profil

Technical		94
Seo		100
Ux		94
Communication		83
Strategy		87

KLÚČOVÉ ZISTENIA

Čo je najdôležitejšie

manažérsky prehľad

• Opraviť mobilný layout a horizontálny presah obsahu

Mobilný viewport vykazuje 1 problém, horizontálny presah približne 0 px, 2 klikateľných prvkov mimo viditeľnej šírky.

• Zrýchliť mobilné načítanie hlavného obsahu (LCP)

Nameraný mobilný Largest Contentful Paint je 4.8s – Google prah pre 'dobré' je 2.5s.

• Spresniť úvodné vysvetlenie ponuky a ďalší krok používateľa

Jasnosť komunikácie bola vyhodnotená ako čiastočná alebo slabšia.

• Jasnejšie rozlíšte hlavné služby, obsahové vrstvy a cieľové skupiny

Odporúčanie vyplýva z obsahového a komunikačného auditu.

SILNÉ STRÁNKY

Na čom sa dá stavať

- Konkrétne a zrozumiteľná základná ponuka.
- Silné SEO a dobrý technický základ.
- Jasne identifikovateľný typ webu a obchodný účel.

RIZIKÁ

Čo môže brzdiť výkon

- Pri väčšom rozsahu ponuky môže používateľ potrebovať rýchlejšiu orientáciu.
- Overiť hlavnú používateľskú cestu, zrozumiteľnosť ponuky, dôkazové prvky a jasnosť ďalšieho kroku používateľa.
- Niektoré vrstvy ponuky alebo cieľové skupiny môžu splývať.

OBCHODNÝ DOPAD

Ktoré oblasti majú najväčší význam

impact view

UX / MOBIL

vysoký

Mobilný viewport vykazuje 1 problém, horizontálny presah približne 0 px, 2 klikateľných prvkov mimo viditeľnej šírky.

VÝKON / MOBIL

vysoký

Nameraný mobilný Largest Contentful Paint je 4.8s – Google prah pre 'dobré' je 2.5s.

KOMUNIKÁCIA

vysoký

Jasnosť komunikácie bola vyhodnotená ako čiastočná alebo slabšia.



DOPORUČENÉ ZAMERANIE

Kam sústrediť ďalšiu prácu

01

Skontrolovať mobilné zobrazenie, horizontálny scroll, menu, CTA a klikateľné prvky na reálnom zariadení.

02

Optimalizovať hlavný obrázok/hero, render-blocking zdroje a serverovú odozvu pre mobil.

03

V úvode jasne pomenovať, čo web ponúka, komu slúži, akú hodnotu prináša a čo má návštevník urobiť ďalej.

04

Premietnuť odporúčanie do úvodnej komunikácie, štruktúry obsahu, CTA alebo dôkazových prvkov.

Priority a roadmapa

Akčný plán: čo riešiť ako prvé, ktoré úpravy majú najväčší dopad a ako prácu rozdeliť podľa priority a náročnosti.

TYP SEKCIE

Action plan

POČET PRIORÍT

4

NAJVYŠŠIA PRIORITA

Opraviť mobilný layout a horizontálny presah obsahu

RÝCHLA VÝHRA

Zrýchliť mobilné načítanie hlavného obsahu (LCP)

NAJVÄČŠIA PRÍLEŽITOSŤ

Spresniť úvodné vysvetlenie ponuky a ďalší krok používateľa

TOP PRIORITY

Prioritizovaný postup

01

Opraviť mobilný layout a horizontálny presah obsahu

30 dní

UX / mobil

Dopad: vysoký

Náročnosť: stredná

Mobilný viewport vykazuje 1 problémov, horizontálny presah približne 0 px, 2 klikateľných prvkov mimo viditeľnej šírky.

Skontrolovať mobilné zobrazenie, horizontálny scroll, menu, CTA a klikateľné prvky na reálnom zariadení.

02

Zrýchliť mobilné načítanie hlavného obsahu (LCP)

30–60 dní

Výkon / mobil

Dopad: vysoký

Náročnosť: stredná až vyššia

Nameraný mobilný Largest Contentful Paint je 4.8s -- Google prah pre 'dobré' je 2.5s.

Optimalizovať hlavný obrázok/hero, render-blocking zdroje a serverovú odozvu pre mobil.

03

Spresniť úvodné vysvetlenie ponuky a ďalší krok používateľa

30–60 dní

Komunikácia

Dopad: vysoký

Náročnosť: stredná

Jasnosť komunikácie bola vyhodnotená ako čiastočná alebo slabšia.

V úvode jasne pomenovať, čo web ponúka, komu slúži, akú hodnotu prináša a čo má návštevník urobiť ďalej.

04

Jasnejšie rozlíšte hlavné služby, obsahové vrstvy a cieľové skupiny

60 dní

Komunikácia / stratégia

Dopad: stredný

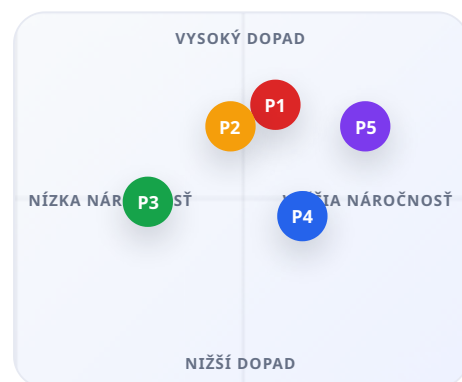
Náročnosť: stredná

Odporúčanie vyplýva z obsahového a komunikačného auditu.

Premietnuť odporúčanie do úvodnej komunikácie, štruktúry obsahu, CTA alebo dôkazových prvkov.

ROZHODOVACÍ POHĽAD

Dopad / náročnosť



Čítanie matice

Najlepšie kandidáty sú položky s vysokým dopadom a nízkou alebo strednou náročnosťou. Tie majú ísť do prvého pracovného bloku.

Krátkodobý / strednodobý / strategický plán

pracovný plán

30 dní

Najvyššia priorita

- Opraviť mobilný layout a horizontálny presah obsahu
- Zrýchliť mobilné načítanie hlavného obsahu (LCP)

60 dní

Komunikácia a štruktúra

- Spresniť úvodné vysvetlenie ponuky a ďalší krok používateľa
- Jasnejšie rozlíšte hlavné služby, obsahové vrstvy a cieľové skupiny

90 dní

Dôvera a výkon

- Doplniť dôkazové prvky, referencie, metodiku alebo konkrétne scenáre použitia.

Quick wins

- Skontrolovať mobilné zobrazenie, horizontálny scroll, menu, CTA a klikateľné prvky na reálnom zariadení.
- Optimalizovať hlavný obrázok/hero, render-blocking zdroje a serverovú odozvu pre mobil.
- V úvode jasne pomenovať, čo web ponúka, komu slúži, akú hodnotu prináša a čo má návštevník urobiť ďalej.

Strednodobé kroky

- Premietnuť odporúčanie do úvodnej komunikácie, štruktúry obsahu, CTA alebo dôkazových prvkov.

Strategické kroky

- Prepojiť hlavné odporúčania s merateľným cieľom webu: kontakt, registrácia, lead, dopyt, objednávka alebo použitie nástroja.
- Pribežne porovnávať automatické nálezy s manuálnym testovaním a reálnym správaním používateľov.



SLEDOVANIE VÝVOJA

KPI watchlist

UX

bez zásadných
mobilných a
navigačných bariér

CTA

jasný a funkčný ďalší
krok používateľa

OBSAH

konkrétna hodnota,
dôkazy a
zrozumiteľná
ponuka

Appendix a technické detaily

Doplňkové technické informácie, kontrolné poznámky a položky vhodné na manuálne overenie.

TYP SEKcie
Technický appendix
ÚČEL
detailná kontrola

TECHNICKÝ PROFIL

Základné údaje

HOSTNAME sigel-industries.com	SERVER GitHub.com
CONTENT TYPE text/html; charset=utf-8	CMS Vlastný / neidentifikovaný systém
HTML SIZE ~34.5 kB	AUDIT MODE partial_access
SUPPORT LEVEL partial	

POZNÁMKY

Interpretácia appendixu

- Appendix slúži ako technická a dôkazová vrstva reportu.
- Strategické odporúčania treba čítať v kontexte rozsahu auditu, dostupnosti webu a kvality extrahovaných dát.
- Pri JS-heavy alebo limitovaných weboch je vhodné potvrdiť najdôležitejšie nálezy manuálnou kontrolou.

DNS / INFRA

Infraštruktúrne údaje

technický detail

HOSTNAME sigel-industries.com	POČET IP 4	PRIMÁRNA IP 185.199.109.153	RDNS cdn-185-199-109-153.github.com
VEK DOMÉNY 0.2 rokov (NAMECHEAP INC)	SSL VYDAVATEĽ Let's Encrypt, platný ešte 67 dní		

SECURITY

Bezpečnostné hlavičky

kontrolný zoznam

HSTS nepotvrdené	CSP nepotvrdené	X-FRAME-OPTIONS nepotvrdené	X-CONTENT-TYPE-OPTIONS nepotvrdené
SPF (E-MAIL) potvrdené	DMARC (E-MAIL) potvrdené	DKIM (E-MAIL) nepotvrdené / neisté	

Crawl a kontrolné nálezy

Stav detekovaných prvkov, crawl poznámky a položky určené na manuálne overenie.

TYP ČASTI

Crawl / QA

ÚČEL

technická kontrola

CRAWL

Stav nálezov a detekovaných prvkov

audit data

ROBOTS.TXT

nájdený

SITEMAP.XML

nájdený

TRACKING

nezistené

BROKEN LINKS

0

PODOZRIVÉ CTA

0

Crawl poznámky

- Úroveň podpory auditu: partial.
- Režim crawlu: normal.
- Obsahová extrakcia pracovala s počtom blokov: 69.
- Navigačná kontrola preverila odkazy v rozsahu: 12.
- Renderovaná kontrola nebola potvrdená; výstupy treba čítať v kontexte dostupného HTML a času merania.
- Zdroj obsahovej extrakcie: access_html.
- Istota obsahovej extrakcie: medium.

MANUAL QA

Položky na manuálne overenie

kontrola človekom

01

Overiť hlavnú používateľskú cestu

Prejsť web od vstupu po hlavný cieľ: kontakt, registrácia, objednávka, dopyt alebo použitie nástroja.

02

Overiť mobilné zobrazenie a klikateľné prvky

Skontrolovať mobilný layout, horizontálny scroll, menu, CTA a prvky mimo viditeľnú šírku.

03

Overiť zrozumiteľnosť ponuky

Potvrdiť, že návštevník rýchlo chápe, čo web ponúka, komu slúži, prečo mu má veriť a čo má urobiť ďalej.

Evidence appendix

Dôkazová vrstva reportu: technické zdroje, SEO meta dáta, URL, obsahová extrakcia, CTA a online signály.

TYP ČASTI

Evidence / QA

ÚČEL

obhájiteľnosť dát

URL a prístup

VSTUPNÁ URL

https://sigel-industries.com/

FINÁLNA URL

https://sigel-industries.com/

STATUS / SERVER

200 · GitHub.com

SEO meta dáta

TITLE

SIGEL Industries — Web Intelligence Audit pred marketingem

META DESCRIPTION

nezistené

CANONICAL

nezistené

SITEMAP

https://sigel-industries.com/sitemap.xml

Obsahová extrakcia

BLOKY

69

ZDROJ

access
HTML

ISTOTA

medium

RENDERED

nie

Nadpisová štruktúra

H1

1

H2

12

H3

28

- Zistíte, prečo váš web nekonvertuje — do 24 hodín.
- Technika ukáže, jestli web funguje. Archetyp ukáže, koho dokáže presvedčiť.
- Šesť situácií, jedna diagnostika.
- Od konkrétnej URL k prioritnej roadmapě.
- Šesť vrstiev auditu. Analytický systém za reportem.

Kontakty a online presence

EMAILY

info@

info@sigel-industries.com

TELEFÓNY

+420 777 000 000

KONTAKTNÉ / LOKÁLNE ODKAZY

nezistené

SOCIÁLNE PROFILY

nezistené

CTA / formulárové prvky

- **Objednat web audit**
typ: formulárový prvok · stav: vyžaduje manuálne overenie
Crawler nevie potvrdiť funkčnosť formulára bez manuálneho testu v prehliadači.
- **Prohlédnout ukážku reportu**
typ: odkaz / CTA · stav: OK
- **Domluvit pilotní spolupráci**
typ: formulárový prvok · stav: vyžaduje manuálne overenie
Crawler nevie potvrdiť funkčnosť formulára bez manuálneho testu v prehliadači.
- **Prohlédnout ukážku reportu**
typ: odkaz / CTA · stav: OK
- **Objednat web audit —**
typ: formulárový prvok · stav: vyžaduje manuálne overenie
Crawler nevie potvrdiť funkčnosť formulára bez manuálneho testu v prehliadači.

Odkazy na manuálne overenie

Neboli zistené konkrétne problematické odkazy alebo nebol dostupný detail URL.

Čítanie tejto sekcie: Táto stránka nie je hlavný obchodný výstup. Služí ako dôkazová vrstva pre SEO, vývojára alebo internú kontrolu reportu.

keywordy neboli dostupné