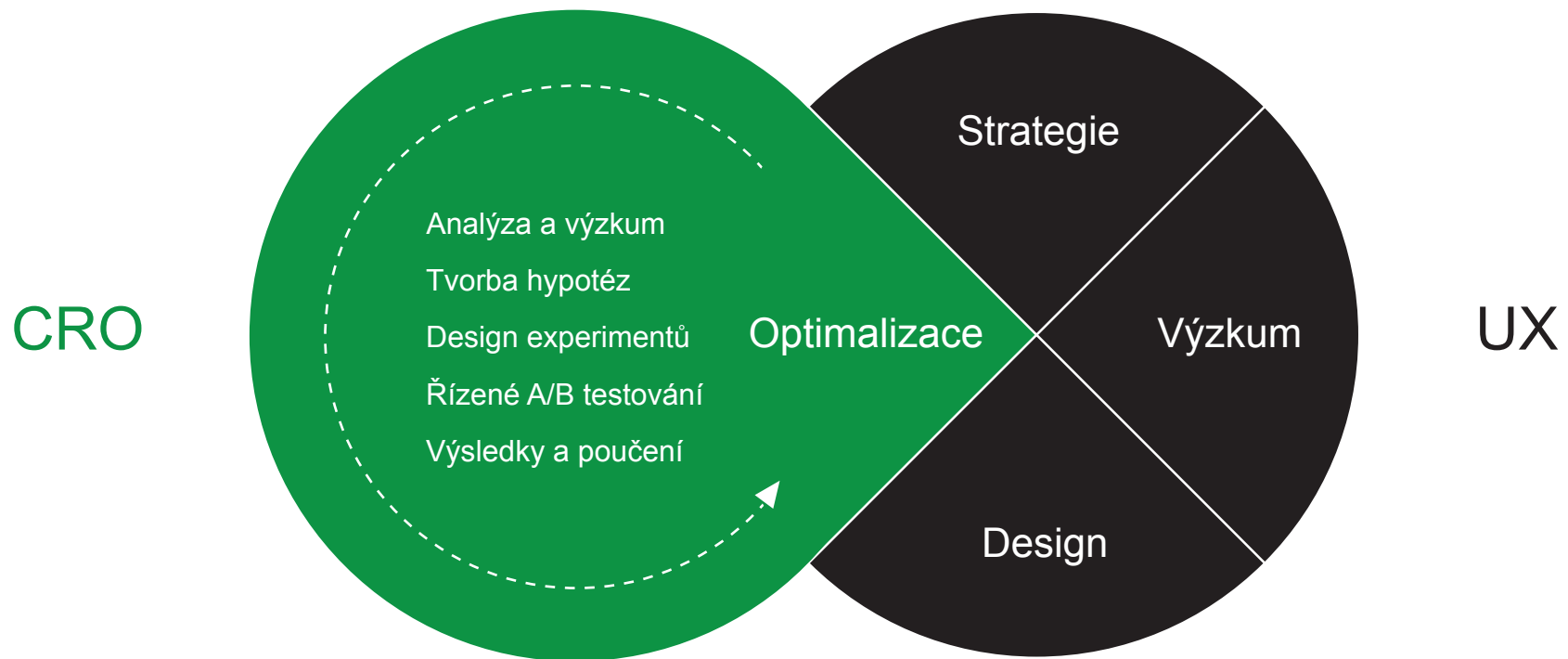


# Zvyšování obchodní výkonnosti webu

Filip Knopp (VŠE KIT, 2015)



Cílem práce je představit koncepce User Experience (UX) a Conversion Optimization (CRO) v kontextu e-commerce a jejich možné integrace, navrhnout obecný proces optimalizace webu se zaměřením na uživatelský zážitek a postup aplikovat v rámci případové studie. Přínosem práce je propojení koncepcí UX/CRO, které v praxi přináší zákazníkům pozitivní zkušenosti se značkou a organizacím udržitelnou konkurenční výhodou, diferenciaci i vyšší návratnost marketingových investic (ROI).

**Výsledky případové studie: zvýšení on-line poptávek o více než 50 %, zvýšení obrátu společnosti o 25 % a významný ROPO efekt**