UX checklist e-shopu

Najčastejšie chyby CZ/SK e-shopov, ktoré berú konverzie a dajú sa opraviť bez veľkého projektu.

Použitie: pri každom bode uveďte verdikt OK / PROBLÉM / netýka sa nás, vždy s dôvodom. Pri verdikte PROBLÉM si odložte dôkaz: screenshot, URL a čo presne nesedí.

Žltá značka najprv v stĺpci Priorita znamená: tento bod riešte prednostne.

Inšpirácia: verejné CRO/UX checklisty CZ/SK komunity a naše audity klientov.

01 Design

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
1.1	najprv	Vykreslenie na mobile: nič chýbajúce, prekryté, odrezané ani mimo viewport (horizontálny overflow)	Prejdi homepage, kategóriu, produkt a košík na bežných mobilných šírkach. Skontroluj chýbajúce, prekryté a odrezané prvky aj hodnoty scrollWidth a clientWidth.
1.2	najprv	Minimálna veľkosť písma	Zmeraj všetky texty vrátane tlačidiel, štítkov a badgeov. Nič pod 13 px; dlhší text 15 až 17 px a bez zarovnania do bloku.
1.3	najprv	Čitateľnosť a kontrast obsahu	Na reprezentatívnych stránkach zmeraj kontrast textov, tlačidiel, štítkov, bannerov a textu nad fotografiou. Náš prah je WCAG AA 4,5:1; stav skontroluj aj na mobile pri zníženom jase.
1.4	najprv	Dostatočné dotykové zóny	Na mobile zmeraj aktívne prvky a odstupy medzi nimi. Náš prah je aspoň 44 × 44 px bez prekrývania hitboxov.
1.5	najprv	Jednoznačne rozpoznateľné aktívne prvky	Na desktope aj mobile porovnaj odkazy, tlačidlá a neaktívny text. Klikateľnosť musí byť zrejmá aj bez hoveru a rovnaký štýl nemá označovať neaktívne nadpisy.
1.6		Výrazná a unikátna farba konverznej cesty	Porovnaj farbu nákupného tlačidla, prechodu do košíka a ďalších krokov s ostatným UI. Konverzná farba má byť najvýraznejšia a nemá sa používať na nekonverzné prvky.
1.7	najprv	Mediálny obsah vo vstupných stránkach	Skontroluj homepage, kategóriu, produkt a kampaňovú stránku. Produkt má mať relevantné fotografie, video, GIF alebo infografiku aj v popise pod základnou galériou.
1.8		Aktívne prvky nepôsobia sivou farbou	Na mobile vyhľadaj sivé odkazy, tlačidlá a ikony. Over, že nepôsobia ako disabled prvky a ich aktívnosť je zrejmá bez hoveru.

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
1.9	najprv	Konzistencia tvrdení naprieč stránkami: skladovosť, cena dopravy, hodnotenie, počet produktov musia sedieť medzi horným pruhom, výpisom, PDP, košíkom a checkoutom	Porovnaj rovnaké tvrdenia a hodnoty na všetkých uvedených miestach v jednej nákupnej ceste. Každý rozpor označ ako PROBLEM.
1.10	najprv	Cookie lišta neprekrýva CTA ani obsah a dá sa zavrieť jedným dotykom; sticky prvky sa navzájom neprekrývajú	Na mobile aj desktope otvor stránku v čistej relácii, skontroluj cookie lištu, sticky hlavičku, CTA a ďalšie fixné prvky pri načítaní aj scrollovaní.

02 Header

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
2.1	najprv	Horný pruh: prezentácia kampane alebo akcie	Pri aktívnej kampani skontroluj horný pruh na viacerých vstupných stránkach. Musí obsahovať zreteľný odkaz alebo tlačidlo na funkčnú cieľovú stránku; fixnosť pri scrollovaní sa má testovať.
2.2	najprv	Telefón: číslo v hlavičke	Na desktope over viditeľné telefónne číslo v hlavičke menšieho alebo stredného e-shopu. Na mobile skontroluj aj funkčný odkaz tel:.
2.3		Telefón: dni a čas dostupnosti	Pri čísle skontroluj uvedené dni a hodiny zákazníckej podpory. Informácia má byť čitateľná bez otvorenia ďalšej stránky.
2.4	najprv	Vyhľadávanie: viditeľné pole namiesto samotnej ikony	Na desktope aj mobile zisti, či je vyhľadávanie priamo viditeľné alebo skryté pod lupou. Ak analytika ukazuje vysoké použitie a konverzie, požaduj viditeľné pole.
2.5		Vyhľadávanie: našepkávač s relevantnými návrhmi (skladom a zhoda v názve navrchu)	Zadaj aspoň tri znaky bežného názvu produktu aj výraz s produktmi skladom a mimo skladu. Bez odoslania sa majú zobraziť relevantné návrhy, presná zhoda v názve a produkty skladom navrchu.
2.6	najprv	Vyhľadávanie: stav nič nenájdené	Zadaj nezmyselný výraz. Našepkávač nesmie zostať prázdny, má oznámiť nulový výsledok a ponúknuť ďalší krok, napríklad kategóriu alebo kontakt.
2.7		Vyhľadávanie: iPhone bez automatického zoomu	Na iPhone alebo emulovanom Safari zaostri pole vyhľadávania. Jeho písmo musí mať aspoň 16 px a zoom nesmie skryť tlačidlo ani cenu v návrhoch.
2.8		Prihlásenie: stmavené pozadie modalu	Otvor prihlasovací aj iný modal. Over viditeľný overlay, dostatočné oddelenie obsahu modalu od pozadia a možnosť zavretia.
2.9	najprv	Prihlásenie: registrácia cez sociálne účty	Otvor prihlásenie a skontroluj dostupnosť relevantných volieb, napríklad Apple alebo Seznam. Over, že tlačidlá spúšťajú správny tok bez chyby.

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
2.10	najprv	Prihlásenie: výzva a výhody registrácie	V prihlasovacom modale hľadaj krátke relevantné výhody a výrazné tlačidlo na registráciu. Posúď, či výhody prinášajú zákazníkovi konkrétnu hodnotu.
2.11		Košík: postup k doprave zdarma	Vlož produkt pod limit dopravy zdarma a otvor mini-košík. Musí ukázať chýbajúcu sumu alebo progres k doprave zdarma.
2.12		Košík: cesta k lacným doplnkovým produktom	Pri nedosiahnutom limite over odkaz na sprievodcu alebo obmedzenú kategóriu lacných bestsellerov. Odkaz musí viesť na relevantný výber.
2.13	najprv	Menu: rozpoznateľné mobilné menu	Na mobile over ikonu troch čiar a text MENU alebo rovnako zreteľný aktívny prvok. Produktová aj obsahová časť majú byť v jednom menu a ovládač nemá byť sivý ako disabled.
2.14		Menu: bannery a bestsellery	Otvor mega-menu a skontroluj relevantný banner alebo bestseller. Over funkčný preklik a meranie klikov, aby prvok nebol len dekoráciou.
2.15		Prázdny košík má stav s cestou späť do nákupu (odporúčané kategórie alebo bestsellery)	Otvor košík bez položiek na desktope aj mobile. Over jasnú informáciu o prázdnom stave a funkčný návrat k relevantnému nákupu.

03 Homepage

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
3.1	najprv	Slider: jednoznačná ponuka alebo akcia	Na prvom slide do piatich sekúnd urč, čo sa ponúka, pre koho, prečo je to výhodné a či je ponuka obmedzená. Nejasný slogan bez konkrétnej hodnoty označ ako problém.
3.2		Slider: viditeľné CTA tlačidlo	Skontroluj každý slide. Každý má mať zreteľné tlačidlo s akčným textom a funkčným cieľom.
3.3	najprv	USP: výhody relevantné pre zákazníka	Posúď, či výhody hovoria o tom, čo zákazník reálne rieši, napríklad limit dopravy zdarma a rýchlosť doručenia. Všeobecné alebo nedôveryhodné tvrdenia označ.
3.4	najprv	USP: výhody na každej vstupnej stránke	Skontroluj homepage, kategóriu, produkt, kontakt a blogový článok. Na každom type má byť blok výhod umiestnený primerane cieľu stránky.
3.5	najprv	Produkty: jasná skladovosť a termín doručenia	Vo výpise over skladovosť a konkrétny termín doručenia pri kartách produktov, ak ho obchod vie garantovať. V sezónnych špičkách skontroluj realistickú rezervu.
3.6	najprv	Produkty: konzistentné farby skladovosti	Porovnaj stavy vo výpise. Skladom, neskoršie doručenie, predobjednávka a vypredané musia byť zrozumiteľne odlíšené a rovnaký stav musí mať rovnakú farbu.

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
3.7		Produkty: dostatočne veľká fotografia	Na desktopovom aj mobilnom výpise posúď, či je produkt a jeho rozdiely rozpoznateľný bez otvorenia detailu. Zmeraj rozmery obrázka a pomer karty.
3.8		Produkty: zrozumiteľné farby štítkov	Skontroluj konzistentnosť štítkov pre novinku, zľavu, výpredaj a dopravu zdarma. Označ mätúce odchýlky alebo farby zameniteľné so stavmi.
3.9		Produkty: zľava s preškrtnutou pôvodnou cenou	Nájdi karty so štítkom Zľava alebo Výpredaj. Pri každej musí byť viditeľná pôvodná preškrtnutá aj aktuálna cena.
3.10		Produkty: užitočný druhý záber pri hoveri	Na desktope prejdi kurzorom nad karty. Druhý záber má ukázať zadnú stranu, použitie, výhodu alebo produkt v prostredí, nie duplicitnú fotografiu.
3.11	najprv	Produkty: viditeľné hodnotenie vo výpise	Na kartách hodnotených produktov over hviezdičky, číselnú hodnotu aj počet recenzií. Hodnotenie nemá byť zredukované na nenápadnú jednu hviezdu.
3.12		Firma: jasná prezentácia na homepage	Pri menšom alebo strednom e-shope hľadaj blok o firme, prístupe alebo príbehu. Posúď, či buduje dôveru a jasne vysvetľuje, kto obchod prevádzkuje.
3.13	najprv	Pop-up: nezobraziť ihneď pri prvej návšteve	Otvor mobilný web v čistej relácii a sleduj prvé načítanie. Marketingový pop-up sa nemá okamžite prekrývať s cookie lištou a hlavným obsahom.
3.14		Produkty: cena a mena čitateľné na karte produktu, cena za jednotku kde je to relevantné	Skontroluj karty na desktope aj mobile. Cena a mena musia byť čitateľné bez otvorenia detailu; pri tovare predávanom podľa hmotnosti, objemu alebo dĺžky over aj jednotkovú cenu.

04 Footer

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
4.1		Newsletter: dôveryhodná prezentácia odberu	V pätičke hľadaj jasne pomenovaný odber noviniek a vysvetlenie jeho hodnoty. Posúď, či pôsobí ako užitočný obsah, nie iba zber e-mailov.
4.2		Newsletter: odkaz na ochranu osobných údajov	Pri poli over funkčný odkaz na podmienky ochrany osobných údajov. Má sa otvoriť v novej karte a zachovať rozpracovaný formulár.
4.3	najprv	Odkazy: logické sekcie a úplný obsah	Skontroluj sekcie zákaznícky servis, o nás a poradenstvo. Hľadaj najmä kontakt, dopravu a platbu, zásielku, reklamácie, podmienky, súkromie, príbeh, recenzie, kariéru, blog, FAQ a nákupné informácie.
4.4	najprv	Kontakt: osobný kontakt v pätičke	Pri menšom alebo strednom e-shope over meno alebo tím, telefón a dostupnosť. Kontakt musí byť priamo viditeľný a klikateľný.

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
4.5		Doprava a platba: známe možnosti	V pätičke skontroluj logá alebo názvy používaných dopravcov a platieb. Porovnaj ich s reálnymi možnosťami v košíku.
4.6		Sociálne siete: odkazy na používané profily	Klikni na každú sociálnu ikonu. Musí viesť na aktívny profil značky, nie na domovskú stránku siete alebo neexistujúci účet.

05 Kategória

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
5.1		Popis: krátky úvod kategórie	Na desktopovej aj mobilnej kategórii spočítaj súvislé vety nad produktmi. Úvod má mať najviac 3 až 5 viet a nemá odsunúť filtre ani produkty hlboko pod prvú obrazovku.
5.2		Popis: oddelené tipy a užitočné odkazy	Hľadaj odkazy na sprievodcu, konfigurátor alebo vernostný program. Špeciálny TIP má byť vizuálne oddelený od základného odseku a relevantný pre kategóriu.
5.3		Radca: pomoc so správnym výberom	Pri zložitej kategórii hľadaj články alebo videá vysvetľujúce parametre a rozhodnutie. Over funkčné interné prepojenie z kategórie.
5.4		Filtre: vysvetlenie nejasných pojmov	Pri odborných parametroch klikni na ikonu informácie alebo otáznik. Tooltip musí zrozumiteľne vysvetliť pojem a fungovať aj dotykom a klávesnicou.
5.5		Filtre: odkazy na poradenské články	Pri parametroch vyžadujúcich širšie vysvetlenie hľadaj vizuálne oddelený odkaz na relevantný článok. Over cieľ a návrat do kategórie.
5.6		Filtre: vizuálne voľby	Skontroluj, či farby, materiály alebo určenie produktu používajú vzorky, ikony či obrázky namiesto samotného textu. Voľba musí mať aj textový názov.
5.7	najprv	Filtre: výzva pri veľkom počte produktov	V kategórii s veľkým počtom položiek over viditeľnú výzvu na filtrovanie, najmä na mobile. Výzva nesmie blokovať nákup a má otvoriť filtre.
5.8		Radenie: iba používané možnosti	Otvor radenie a skontroluj stručný zoznam, typicky najpredávanejšie, najlacnejšie, najdrahšie a podľa potreby najnovšie. Nadbytočné voľby ako abecedné radenie označ.
5.9		Výpis: pomocné štítky na prvých produktoch	Pri zložitom alebo darčekovom výbere skontroluj prvé 3 až 4 produkty. Štítky majú pomôcť voľbou podľa ceny, skúsenosti alebo iného relevantného kritéria.
5.10		Výpis: progres pri načítaní ďalších produktov	Pri dlhej kategórii prejdi na koniec aktuálneho výpisu. Pri tlačidle načítať ďalšie má byť zrejmý počet alebo grafický progres v celom zozname.

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
5.11		Tagy: relevantné interné prelinkovanie	Pod produktmi hľadaj tag cloud na podkategórie a zmysluplné filtrované stránky. Over funkčné URL, indexovateľnosť a relevanciu, nie nezmyselné kombinácie parametrov.
5.12		Podkategórie: ďalšia navigácia pod výpisom	V rozsiahlej kategórii zroluj pod produkty. Skontroluj opakovaný výpis relevantných podkategórií, ktorý umožní zúžiť výber.
5.13		Stav „žiadny výsledok“ po filtrovaní ponúka zrušenie filtrov	Nastav kombináciu filtrov bez výsledku. Stav má vysvetliť výsledok a ponúknuť jedným krokom zrušenie všetkých alebo problematických filtrov.
5.14		Počet produktov v nadpise sedí s počtom vykreslených kariet alebo je stránkovanie	Porovnaj počet v nadpise s počtom kariet v DOM. Ak sa nezhodujú, over viditeľné stránkovanie alebo načítanie ďalších produktov a správny celkový počet.

06 Detail produktu

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
6.1	najprv	Fotografie: veľký hlavný obrázok	Na desktope aj mobile zmeraj hlavný produktový obrázok a posúď rozpoznateľnosť detailov. Nemá byť neprimerane malý voči dostupnému priestoru.
6.2	najprv	Fotografie: špeciálne vizuály v galérii	Prejdi celú galériu. Okrem dodávateľských fotografií má obsahovať vizuály vysvetľujúce použitie, výsledky, vlastnosti alebo príbeh produktu.
6.3		Fotografie: viac záberov a video pri dizajnovom produkte	Pri produkte, kde záleží na vzhľade, skontroluj viac pohľadov, detailov a podľa vhodnosti video priamo v galérii. Médiá musia fungovať na mobile.
6.4	najprv	Perex: najdôležitejšie informácie o produkte	Pred prvým dlhým scrollom over jasné vysvetlenie, čo produkt je, pre koho je a aké má hlavné prínosy. Návštevník nemá hľadať základné fakty hlboko v popise.
6.5		Perex: zvýraznené top vlastnosti	Pri perexe hľadaj stručné príznaky s ikonami a iba najdôležitejšími vlastnosťami. Posúď ich užitočnosť pre výber, nie počet dekoratívnych ikon.
6.6		Konverzná cesta: možnosti dopravy a limit zdarma	Pri cene a nákupnom tlačidle hľadaj odkaz na dostupné dopravy a informáciu o sume chýbajúcej do dopravy zdarma. Otvor detail a over reálne možnosti.
6.7	najprv	Obsah: rozcestník namiesto záložiek	Skontroluj, či popis, parametre, recenzie a značka nie sú schované iba v záložkách. Uprednostni viditeľný obsah s kotvovým rozcestníkom; fixná lišta má obsahovať obrázok, cenu, skladovosť a CTA.
6.8	najprv	Obsah: produktový storytelling	Prejdi celý detail a posúď, či vysvetľuje použitie, vlastnosti, odlíšenie a prínosy pomocou textu a médií. Minimálne kľúčové produkty nemajú mať iba technický výpis.

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
6.9	najprv	Interné prelinkovanie: relevantné vstupné stránky	Extrahuj odkazy z detailu na kategórie, filtrované stránky, parametre a poradenské články. Over funkčnosť, tematickú relevanciu a indexovateľnosť cieľov.
6.10	najprv	Nad ohybom bez scrollu: názov, cena, dostupnosť, výber variantu a CTA na desktope aj mobile	Otvor PDP na cieľových viewportoch bez scrollovania. Všetkých päť prvkov musí byť viditeľných alebo bezprostredne ovládateľných; pri produkte bez variantov je výber N/A.
6.11	najprv	Nedostupné varianty (veľkosti, farby) sú vizuálne odlíšené a nedajú sa vložiť do košíka	Na produkte s variantmi vyber nedostupnú veľkosť alebo farbu. Stav musí byť zrejmý bez pokusu o nákup a CTA nesmie vložiť nedostupný variant.
6.12		Tabuľka veľkostí alebo rozmery dostupné priamo pri výbere variantu, nie len v popise	Pri výbere veľkosti alebo rozmeru hľadaj viditeľný odkaz či ovládač na tabuľku. Over otvorenie bez straty vybraného variantu a použiteľnosť na mobile.
6.13	najprv	Recenzie a podmienky vrátenia viditeľné na PDP (počet, hodnotenie, lehota)	Na PDP over viditeľný počet a priemer hodnotení aj lehotu na vrátenie bez hľadania v pätičke. Údaje musia viesť na detail recenzií alebo podmienok.
6.14	najprv	Spätná väzba po pridaní do košíka do 1 s: potvrdenie, mini-košík alebo jasná cesta ďalej; žiadne tvrdé presmerovanie bez signálu	Pridaj dostupný variant do košíka na desktope aj mobile a zmeraj čas do viditeľnej odozvy. Over potvrdenie, zmenu počtu položiek alebo mini-košík a jasnú ďalšiu akciu.

07 Košík a checkout

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
7.1		Košík: relevantný a lacný upsell	V prvom kroku over doplnkové produkty súvisiace s obsahom košíka alebo lacné bestsellery. Každý má mať fotografiu, názov, skladovosť a cenu.
7.2		Zľavový kód: pole skryté za voľbou	V košíku skontroluj, či je zadanie kódu minimalizované do checkboxu alebo odkazu a až potom zobrazí pole. Pole nemá priťahovať pozornosť pred dokončením nákupu.
7.3	najprv	Checkout: minimalizovaná pätička	Prejdi všetky kroky objednávky a spočítaj odkazy v pätičke. Nemá obsahovať plnú navigáciu; ponechaj iba nevyhnutné informácie a prípadné trust prvky.
7.4	najprv	Checkout: minimalizovaná hlavička v ďalších krokoch	V ďalších krokoch over absenciu menu, vyhľadávania a odkazov odvádzajúcich z checkoutu. Viditeľná má zostať cesta k dokončeniu objednávky.
7.5		Doprava: konkrétny dátum doručenia	Pri každej voľbe dopravy hľadaj deň alebo dátum očakávaného doručenia. Over jeho zmenu podľa dopravcu a presnosť počas sezónnych špičiek.

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
7.6	najprv	Cena dopravy a limit dopravy zdarma viditeľné už v košíku, nie až v kroku s dopravou	Vlož produkt pod aj nad limit a otvor košík. Over cenu alebo jasný odkaz na ceny dopravy a aktuálnu sumu chýbajúcu do dopravy zdarma.
7.7	najprv	Pri výbere dopravy a platby sú ceny pri každej možnosti a súhrn objednávky na obrazovke	Prejdi krok dopravy a platby na desktope aj mobile. Každá voľba musí mať cenu a po zmene sa musí viditeľne aktualizovať súhrn objednávky.
7.8	najprv	Povinné polia len nevyhnutné; firemné údaje voliteľné za prepínačom; nákup bez registrácie	Prejdi formulár ako nový zákazník. Spočítaj povinné polia, over skrytie firemných údajov do ich vyžiadania a možnosť pokračovať bez vytvorenia účtu.
7.9		Formuláre: viditeľné labely (nie len placeholder), správne autocomplete a typ klávesnice na mobile, inline validácia s konkrétnou hláškou	Skontroluj polia na desktope aj mobile, ich label, autocomplete a input type. Odošli prázdne aj chybné hodnoty a over hlášku pri konkrétnom poli.
7.10		Zľavový kód: chybová hláška pri neplatnom kóde hovorí prečo (expirovaný, neplatí na produkt)	Zadaj neplatný, expirovaný alebo na obsah košíka nepoužiteľný kód, ak sú testovacie kódy dostupné. Hláška má rozlíšiť dôvod a povedať ďalší krok.

08 Ostatné stránky

ID	Priorita	Bod	Ako overiť
8.1	najprv	Kontakt: odpovede na najčastejšie otázky	Na kontaktnej stránke hľadaj FAQ s otázkami, pre ktoré zákazníci typicky volajú. Over rozbalenie odpovedí, prístupnosť a konkrétnosť obsahu.
8.2	najprv	O nás: dôveryhodný príbeh značky	Na stránke O nás alebo Náš príbeh posúď ľudí, pôvod, motiváciu, dôkazy a autentické médiá. Stránka má vysvetliť, komu zákazník verí a prečo.
8.3	najprv	404 stránka má hlavičku, navigáciu a vyhľadávanie; žiadny odkaz v menu a pätičke nevedie na 404 alebo na „#“	Otvor neexistujúcu URL a skontroluj plnohodnotnú cestu späť. Automaticky prejdi odkazy v menu a pätičke a označ chybové odpovede aj prázdne kotvy.
8.4		Obchodné podmienky, doprava a platba, reklamácie sú dostupné z pätičky a čitateľné na mobile	Otvor každý dokument z pätičky na mobilnom viewporte. Over funkčný odkaz, čitateľné písmo, zalamovanie tabuliek a obsah bez horizontálneho scrollu.