Oblikovanje i izrada Web stranica

Pitanja za učenje

P1. O čemu menadžment treba voditi računa kod dizajna i strukture Web mjesta?

P2. Kako se strukturiraju Web stranice?

P3. Kako se piše za Web?

P4. Koji su ciljevi oblikovanja Web stranica?

P5. Kako se izrađuju Web stranice?

P6. Na koji način se mjeri uspješnost Web mjesta?

P1. O čemu menadžment treba voditi računa kod dizajna i strukture Web mjesta?

Što prije izrade Web mjesta?

Postavljanje Web stranice poduzeća/organizacije je složen projekt u kojega trebaju biti uključeni brojni zaposlenici i koji zahtijeva određivanje preciznih ciljeva i jasno upravljanje od strane menadžmenta

Menadžment si treba postaviti nekoliko pitanja prije izrade Web mjesta

1. Što je funkcija i cilj Web mjesta

Mogući ciljevi Web mjesta

Informirati klijente poduzeća: http://www.tportal.hr/

uspostaviti poslovno mjesto koje će omogućiti izvršavanje poslovnih transakcija i plaćanja http://www.t-mobile.hr/

stvoriti virtualnu zajednicu: https://komunikator.tportal.hr

zabaviti posjetitelje: <http://playtoy2.tportal.hr>

2. Kojoj publici se obraća?

Moguća publika Web mjesta:

široka publika, svi korisnici Interneta

samo zaposlenici poduzeća (intranet)

poslovni suradnici poduzeća (extranet)

Iz karakteristika korisnika proizlazi jezik i sučelje

Korisnici Interneta

vrlo različita znanja i iskustva

vremenom se mijenjaju

Stanovništvo svijeta stari

3. Koje će se sve vrste medija koristiti na Web mjestu?

Multimedijski bogat ili siromašniji sadržaj:

Filmovi

Slike

Zvučni zapisi

Direktna komunikacija

Multimedija može povećati atraktivnost Web mjesta, ali povećava i troškove prometa, smještaja i održavanja

4. Kolika je isplativost Web mjesta?

Web mjesto treba sagledati kroz koristi i troškove koji se očekuju.

Kakve mogu biti izravne i neizravne koristi od Web mjesta?

Može li se Web mjesto financirati vlastitim prihodima?

Česte pogreške:

ciljevi Web mjesta postavljaju se vrlo visoko

„bogat“ medijski sadržaj - ne vodi se računa o ukupnim troškovima i vremenu

5. Tko i kako održava Web mjesto?

Postavljanje Web mjesta nije jednokratan posao

izrada Web mjesta vrlo slična izradi i ažurnosti dnevnih novina

na zadovoljstvo korisnika i na privlačnost Web mjesta ključno utječe održavanje

funkcionalnost poveznica (linkova),

ažurnost podataka,

gramatička i pravopisna ispravnost, naročito kod višejezičnih Web mjesta,

Stare vijesti i stare i neažurne informacije

neće privući korisnike,

mogu bitno utjecati na poslovni ugled pa čak ugroziti i egzistenciju poduzeća

P2. Kako se strukturiraju Web stranice?

Struktura web stranice

Korisnik ne čita nego pregledava stranicu (79% traži ključne riječi i rečenice)

Čitanje sa ekrana je 25% sporije nego sa papira

Korisnici imaju potrebu za kretanjem “idemo dalje” (potiče ih interaktivnost medija)

Možda postoji stranica koja je bolja od ove?

Korisnik odustaje od stranice

ako je sadržaj dobar ali se teško može na njoj snaći

ako je snalaženje dobro ali je sadržaj loš

ako se sporo učitava (duže od 10-tak sekundi).

P3. Kako se piše za Web?

Pravila pisanja za Web (1/2)

Krenuti od zaključka, a ne od uvoda (stil obrnute piramide).

Tekst podijeliti u manje jasne koherentne cjeline

Grupirati ideje – jedna ideja, jedan odjeljak (paragraf).

Odjeljak treba biti dug svega nekoliko rečenica.

Ključne riječi, pojmove i rečenice staviti na početak odjeljka

Naglasiti ključne riječi (boja, veličina slova...)

Pravila pisanja za Web (2/2)

Istaknuti podnaslove

Koristiti liste (nabrajanja) jer povećavaju preglednost

Smanjiti ukupan broj riječi (svaka se riječ bori za opstanak na stranici)

Različitim bojama označiti posjećene i neposjećene poveznice (linkove)

Izbjeći kretanje gore dolje i lijevo desno (korištenje klizača) kroz tekst

P4. Koji su ciljevi oblikovanja Web stranica?

Oblikovanje treba omogućiti (1/2)

Mogućnost učenja

Brzina učenja korištenja Web mjesta

Učinkovitost

Brzina rješavanja nekog zadatka nakon što koristi Web mjesto dulje vrijeme

Trajnost učenja

Period tijekom kojeg se pamti korištenje Web mjesta treba biti što dulji

Zanimljivost sadržaja

Vizualnu privlačnost

Oblikovanje treba omogućiti (2/2)

Pretraživanje sadržaja stranice od strane pretraživača

Pri tom su bitni meta podaci (engl. Metatags) i ključne riječi (engl. Keywords)

Postoje Web stranice čiji sadržaj pretraživači ne mogu pohraniti u svoje baze podataka, te ih niti korisnici ne mogu pronaći kasnije prema pretraživačima

P5. Kako se izrađuju Web stranice?

Izrada web stranica

Svako Web mjesto sastoji se od niza Web stranica

Početna Web stranica se obično označava s index.html.

Web stranice mogu biti statične i dinamične te o tome ovisi tehnologija kojom će se razvijati

Izrada Web stranica

Hypertext Markup Language – HTML – jezik na kojem su napisane Web stranice

Jednom izrađene web stranice najčešće se pune sadržajem pomoću CMS-a (Content Management Softwer) – softvera koji ima sučelje nalik Wordu

Izrada Web stranica

Za pisanje HTML koda koriste se:

 opći tekst editori (Notepad)

 specijalizirani HTML editori (HTMLed32)

 potpuni WYSIWYG editori – sastavni dio programskih alata (What You See Is What You Get) – FrontPage, DreamWeaver

Web aplikacije za izradu Web mjesta

Tehnologije: ASP, PHP, HTML5

Web aplikacije za izradu web stranica

Web aplikacije koje pružaju jednostavnu mogućnost izrade Web stranica, odabir domene i smještaj na poslužitelju.

Sadrže dizajnerske predloške te korisnik samo jednim klikom miša može definirati cjelokupni dizajn Web mjesta

Cijeli postupak izrade Web mjesta je jednostavan, nije potrebno nikakvo posebno znanje za izradu Web stranica

Svi podaci se spremaju izravno na Web poslužitelj poduzeća koja nude takve aplikacije i dostupni su s bilo kojeg mjesta na svijetu gdje postoji priključak na Internet

Primjeri takvih aplikacija su: Google Sites Yahoo Geocities T-portal FreeWeb Webs Weebly

FreeWebSpace Spruz Sampa Wix Jimdo

XML jezični standard

XML je jezični standard za opis podataka koji se koristi za dijeljenje poslovnih informacija

Uklanja probleme u vezi s nekompatibilnošću

Koristi standardne oznake da bi definirao strukturu i sadržaj datoteke

Iste XML oznake u svim datotekama omogućuju učinkovito korištenje informacija

Dinamičke stranice

Dinamičke stranice stvaraju se u skladu sa specifičnim zahtjevom korisnika

Najpoznatiji jezici za stvaranje dinamičkih stranica su ASP i PHP

Oni se povezuju sa nekom od baza podataka, te je tako lakše organizirati i mijenjati sadržaje

CMS se koristi za unos podataka u bazu,

P6. Na koji način se mjeri uspješnost Web mjesta?

Osnovne (rutinske) web metrike (1/2)

broj korisnika – broji se svaki posjetitelj web mjesta (engl. user)

broj posjeta – svaki pristup određenog korisnika (engl. visit)

zahvat (engl. hit) – zahtjev preglednika (engl. browser) za nekim objektom (datotekom, dijelom stranice)

broj pregleda stranice (engl. page view) – broj ciljanih zahtjeva prema nekoj web adresi

Osnovne (rutinske) web metrike (2/2)

redoslijed ‘klikova’ – redoslijed kojim korisnik pregledava web stranice (engl. click path, clickstream)

stopa ‘prolaza’ (engl. click-through rate) - koliko posjetitelja dolazi na Web mjesto s nekog drugog specifičnog Web mjesta

stopa napuštanja stranice (engl. bounce rate) - u relativnom ili apsolutnom iznosu predstavlja broj posjetitelja koji napuštaju Web mjesto nakon što pregledaju jednu stranicu (često početnu stranicu)

Kvaliteta web mjesta

Relativna kategorija kojom se, putem skupa metrika i atributa, mjeri uspješnost funkcioniranja web mjesta, efikasnost rada i performanse u odnosu na uložene resurse

Analitika i revizija (ocjena) uspješnosti Web mjesta

Pomoću analitike Web mjesta se ocjenjuje razina kvalitete web mjesta tako da se mjeri se njegova uspješnosti prema unaprijed zadanim kriterijima

Revizija Web mjesta obuhvaća istraživanje ponašanja posjetitelja nekog web mjesta. Rezultat revizije su analiza trenutnog stanja i preporuke za poboljšanje (ovisno o ciljevima web mjesta)

Primjeri analitike i revizije (1/2)

Jednostavnost uporabe (engl. usability)

U kojoj je mjeri korisnicima lako koristiti web stranice i sučelja web mjesta?

Funkcionalnost (engl. unctionality)

U kojoj su mjeri web mjesto i usluge što se na njemu nude efikasni i u skladu sa strategijom poslovanja?

Pouzdanost (engl. reliability) –

Skup atributa koji doprinose stvaranju ‘povjerenja’ u web mjesto (sigurnost, brzina učitavanja, intuitivnost, dostupnost, točnost i informativnost sadržaja, itd.)

Primjeri analitike i revizije (2/2)

Posjećenost

Stalni posjetitelji

Izvori financiranja

Konkurentnost

Napuštanje mjesta

Dolazak za Web mjesto

Kupovina vs. Razgledavanje

Moguće koristi od analitike i revizije Web mjesta

Primjeri koristi od analitike i revizije

1.Planiranje kapaciteta infrastrukture Web mjesta obzirom na predvidivu potražnju

2.Razumijevanje očekivanja i ponašanja sadašnjih i budućih posjetitelja

3.Segmentiranje i kategorizacija korisnika

4.Ciljane ponude (personalizacija sadržaja) prema kategorijama korisnika

5.Nova partnerstva u e-poslovanju