



Univerza v Mariboru

Fakulteta za organizacijske vede

Diplomsko delo univerzitetnega študija
Organizacija in management informacijskih sistemov

SPLETNA STRAN ZA PODPORO MALEGA GRADBENEGA PODJETJA

Mentor: doc. dr. Borut Werber

Kandidat: Tina Peternej

Kranj, oktober 2011

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju doc. dr. Werber Borutu za pomoč pri izdelavi diplomskega dela.

Hvala Šuštar Romanu in Andreju Bergantu za pomoč in podporo pri izdelavi spletne strani.

Zahvaljujem se tudi Košenina Petru, ki je lektoriral moje diplomsko delo.

POVZETEK

Diplomska naloga opisuje potek izdelave spletne strani za potrebe gradbenega podjetja Šuštar Roman s.p. Izdelava zajema vodenje, organizacijo, končno izvedbo, realizacijo in postavitve v delujoče stanje ter uporabo. Spletna stran je narejena v okolju za upravljanje z vsebinami.

V prvem delu je predstavljeno podjetje Šuštar Roman s.p. ter obstoječa problematika. Glavni problem diplomskega dela je izdelava spletne strani za podjetje, ki nima spletne strani, ki bi ustrezala njihovim potrebam. Uporabljena metoda za razvoj spletne strani je stopenjski razvoj.

Osrednji del zajema teoretične osnove okolja, predstavitev programskih jezikov in izdelavo spletne strani. Opredeljeni so pojmi internet, spletna stran in blog ter programska oprema WAMP in CMS. Izdelava spletne strani zajema opis okolja WampServer, programa za izdelavo spletnih strani WordPress in potek izdelave spletne strani za podjetje Šuštar Roman s.p.

V zaključku je podana SWOT analiza za izdelano spletno stran.

KLJUČNE BESEDE

- Internet
- Spletne strani
- Sistem za upravljanje z vsebinami
- Blog

ABSTRACT

The diploma describes the process of creating website for supporting construction company Šuštar Roman s.p. The development comprises the management, organisation, final implementation, realization and installation in working condition and use. The website is made in content management system.

In the first part of the diploma paper the company Šuštar Roman s.p. and the existing problems are presented. The main problem of this diploma paper is how to make a website for company that does not have a website that will please the needs of the company. Evolutionary development methodology was used for the development of the website.

The main part is about theoretical basis of the environment itself, the program languages used and development of the website. Words explained are internet, website, blog and software WAMP and CMS. Development of the website contains description of the environment WordPress, program for making websites WordPress and description of development of website for company Šuštar Roman s.p.

In the conclusion the SWOT analysis for website is made.

KEYWORDS

- Internet
- Websites
- Content management system
- Blog

KAZALO

ZAHVALA	2
POVZETEK.....	3
KLJUČNE BESEDE.....	3
ABSTRACT.....	4
KEYWORDS.....	4
1. UVOD.....	1
1.1. PREDSTAVITEV PROBLEMA	1
1.2. PREDSTAVITEV OKOLJA	2
2. TEORETIČNE OSNOVE	3
2.1. INTERNET.....	3
2.1.1. KAJ JE INTERNET	3
2.1.2. ZGODOVINA INTERNETA	4
2.1.3. KAKO DELUJE INTERNET	5
2.1.4. PREDNOSTI IN SLABOSTI INTERNETA.....	5
2.2. SPLETNA STRAN.....	7
2.2.1. KAJ JE SPLETNA STRAN	7
2.2.2. TIPI SPLETNIH STRANI.....	7
2.2.3. SESTAVINE KAKOVOSTNE SPLETNE STRANI	8
2.3. BLOG.....	10
2.3.1. KAJ JE BLOG?	10
2.3.2. ZGODOVINA BLOGOV.....	10
2.3.3. VRSTE BLOGOV	11
3. POTEK IN METODOLOGIJA DELA	13
3.1. IZDELAVA KONCEPTA	13
3.2. IZBOR INFORMACIJ, VSEBIN IN STORITEV.....	13
4. PROGRAMSKA OPREMA	14
4.1. WAMP	14
4.1.1. WINDOWS	14
4.1.2. APACHE	15
4.1.3. MYSQL	15
4.1.4. PHP	16

4.2.	CMS	16
4.2.1.	JOOMLA.....	16
4.2.2.	DRUPAL	17
4.2.3.	WORDPRESS.....	17
5.	IZDELAVA SPLETNE STRANI	18
5.1.	SPLETNO OKOLJE WAMPSEVER	18
5.2.	PROGRAM ZA IZDELAVO SPLETNE STRANI WORDPRESS	20
5.3.	OBLIKOVANJE SPLETNE STRANI ZA PODJETJE ŠUŠTAR ROMAN S.P.....	22
5.4.	OPTIMIZACIJA SPLETNE STRANI	32
6.	SWOT ANALIZA.....	37
7.	ZAKLJUČEK	39
7.1.	OCENA USPEŠNOSTI	39
7.2.	MOŽNOSTI NADALJNEGA RAZVOJA	39
	LITERATURA IN VIRI	41
	KAZALO SLIK	43

1. UVOD

1.1. PREDSTAVITEV PROBLEMA

Pri projektu izdelave spletne strani sem skrbela za organizacijo dela, vodenje projekta, funkcionalno zasnovo z vidika specifičnosti interneta in tehničnih zahtev, tehnično izvedbo dela dinamičnega in statičnega področja.

Upoštevali smo, da je spletna stran oblikovana z namenom doseganja poslovnih ciljev in osredotočena na izbrane ciljne skupine.

Internetni marketing obsega širok spekter aktivnosti, ki vključujejo:

- doseganje ciljnih skupin,
- privabljanje izbranega občinstva na ciljne skupine,
- prepričevanje o prednostih naših storitev,
- ustvarjanje kupcev in
- lojalnih kupcev.

Z vidika učinkovitega doseganja poslovnih ciljev, moramo imeti funkcionalno, estetsko, kakovostno in informativno spletno stran. Kako razviti in oblikovati spletno stran so ključna marketinška vprašanja vsakega podjetja, ki vstopa na splet. Da bi dobili odgovore na ta vprašanja, moramo najprej:

- definirati poslovne cilje podjetja na spletu;
- razviti marketinško strategijo, primerno za storitve podjetja;
- razviti spletno stran namenjeno identificiranim ciljnim skupinam.

Današnje videnje interneta kot medija, njegova interaktivnost, dostopnost, filozofija prenosa globalnih komunikacij, informacij in vizualizacija nam omogoča veliko več kreativnosti kot ostala področja vizualnih komunikacij, ki so nam dostopna vsakodnevno. Optimizacija spletnih strani je najpomembnejši dejavnik pri promociji spletnega mesta. Cca. 90% obiskovalcev pride do spletne strani prek iskalnikov (Najdi.si, Google,...). Kot kažejo številne raziskave, se približno 80% vseh klikov na izkalnikih zgodi na prvi strani z zadetki.

Problemu optimizacije in pozicioniranja se izognemo z naslednjimi postopki:

- Temeljito analiziramo spletno stran.
- Naredimo izbor ključnih besed, ki so pomembne za poslovanje; preverimo njihove pozicije na iskalnikih.
- Preverimo pozicije, ki jih zavzemajo spletne strani konkurentov na iskalnikih; preverimo tudi ključne besede, na podlagi katerih najboljše kotirajo na iskalnikih.
- V primerjavi s konkurenco preučimo slabosti in prednosti; primerjamo naslove, tekste, ključne besede, opise, število povezav z drugih strani, itd.
- Poskrbimo za pravilno poimenovanje vseh slik, objavljenih povezav in vsake posamezne podstrani na spletni predstavitvi.
- Glede na izbrane ključne besede opravimo optimizacijo tekstov.
- Določimo meta oznake, ki so pomembne pri delovanju iskalnikov.
- Stran vpišemo v več iskalnikov ter tujih in domačih imenikov.
- Rezultati optimizacije so vidni v nekaj tednih. Odvisno od iskalnika in tehnologije, ki jo le-ta uporablja.

Trenutno podjetje Šuštar Roman s.p. nima spletne strani, ki bi zadoščala zgoraj opisanim zahtevam. Z izdelavo spletne strani želimo rešiti problem prepoznavnosti podjetja na spletu. Spletna stran mora biti preprosta za uporabo, informativna, stilsko privlačna ter hitra in odzivna.

1.2. PREDSTAVITEV OKOLJA

Podjetje Šuštar Roman s.p. ima dolgoletne izkušnje na področju suhomontažnih sistemov, mizarskih del ter vgrajevanja stavbnega pohištva, oken in vrat s pripadajočimi deli. Podjetje posluje na slovenskem trgu že 15 let. V tem času si je, z natančno opravljenimi storitvami pri velikem številu strank v Sloveniji in tujini, zagotovilo spoštovanja vreden ugled med konkurentnimi podjetji in splošni javnosti.

Šuštar Roman s.p. se, glede na svojo velikost, ukvarja s precejšnim številom dejavnosti. Svojim strankam nudijo kvalitetne storitve:

- izdelavo Knauf predelnih sten,
- zvočno ali toplotno izolacijo zidov in stropov,
- suhomontažne sisteme,
- vgrajevanje Velux strešnih oken,
- vgrajevanje izolacije Knauf Insulation in Ursa,
- montažo visečih stropov Armstrong,
- izdelavo spuščениh Knauf stropov,
- izdelavo turških savn,
- izdelavo estetsko dovršenih Knauf rešitev po meri na težko dostopnih majhnih površinah kot so okenske ali vratne špalete, strešna okna, šanki, vgradne omare, zimski vrtovi, Knauf ograje ali Knauf stojala... .

Podjetje ima trenutno tri redno zaposlene delavce. Glede na veliko število dejavnosti in majhno število zaposlenih, projektna organiziranost ustreza vsem. Večina projektov se izvaja na področju izdelave Knauf predelnih sten, zvočne ali toplotne izolacije zidov in stropov, vgrajevanja Velux strešnih oken, montaži visečih stropov Armstrong in izdelavi spuščениh Knauf stropov.

V podjetju ves čas iščejo nove in boljše rešitve, ki bodo pripomogle k natančni, hitrejši in enostavnejši izvedbi storitev. V večini primerov je to z nakupom najsodobnejših orodij za montažo suhomontažnih sistemov, npr. kombinirani laser podjetja Hilti, ki omogoča hiter prenos referenčnih višinskih točk. Uporaba kombiniranega laserja je prikazana na sliki 1. S takim orodjem zaposleni hitro in učinkovito narišejo vse oznake potrebne za začetek opravljanja storitve.



Slika 1: Uporaba kombiniranega laserja

2. TEORETIČNE OSNOVE

2.1. INTERNET

2.1.1. KAJ JE INTERNET

Internet (tudi medmrežje) je v splošnem smislu računalniško omrežje, ki povezuje več omrežij. Kot lastno ime je internet javno razpoložljiv mednarodno povezan sistem računalnikov skupaj z informacijami in uslugami za uporabnike.

Sistem uporablja način paketnopreklopljivih komunikacijskih protokolov TCP/IP. Tako se največje medmrežje enostavno imenuje Internet. Spretnost povezovanja omrežij na ta način se imenuje internetno delovanje (<http://sl.wikipedia.org/wiki/Internet>, 2011).

Internet so najprej ljudje, ki ga uporabljajo, nadalje je protokol, ki določa, kako bodo podatki potovali po mreži od enega računalnika do drugega, in ne nazadnje je strojna oprema računalniškega omrežja (računalnik, modem, telefonska linija in kabli).

Znotraj posamezne organizacije so računalniki lahko povezani v lokalno mrežo ali t.i. intranet, uporabnike osebnih računalnikov doma pa s strežniki ali med seboj povezujejo telefonske oz. kabelske linije in brezžične povezave.

Kaj vse se skriva pod pojmom internet?

- **SVETOVNI SPLET**

Prav gotovo najbolj pisan in najbolj zanimiv del interneta. S kratico mu pravimo tudi WWW- World Wide Web ali krajše Web.

Predstavlja množico spletnih strani z raznimi večpredstavnostnimi in interaktivnimi podatki, ki tvorijo neizmeren vir najrazličnejših informacij in podatkov.

- **ELEKTRONSKA POŠTA**

Z elektronsko pošto lahko hitro in poceni pošljamo sporočila komurkoli na svetu, ki ima svoj elektronski poštni nabiralnik. Sporočila večinoma vsebujejo le besedilo, ki pa ga lahko opremimo tudi s slikami ali pa mu pripnemo poljubno datoteko.

- **PRENOS DATOTEK- FTP (File Transfer Protocol)**

Internet oz. strežniki, vključeni vanj, združujejo milijone datotek, ki so na razpolago vsakomur. Do njih pridemo s posebnimi programi, ki omogočajo raziskovanje trdih diskov oddaljenih računalnikov in prenos datotek na naš računalnik.

- **POGOVOR PREK RAČUNALNIKA**

Najpreprostejša in napopularnejša oblika je gotovo klepet, pri katere se s pomočjo tipkovnice pogovarjamo z izbrano osebo v stvarnem času (Zorec, 1998).

2.1.2. ZGODOVINA INTERNETA

Začetki interneta segajo v pozna 60. leta, ko so Američani razvili mrežne protokole za povezovanje oddaljenih institucij s superračunalniki za potrebe raziskav, ki jih je naročalo ameriško obrambno ministrstvo. Vendar pa internet oziroma medmrežje ni komercialno zanimivo do leta 1989, ko je fizik Tim Berners-Lee iz CERN-a (European Organization for Nuclear Research) napisal predolg za WWW oziroma World Wide Web, ki je bil decembra 1990 realiziran.

Medtem ko si je CERN prizadeval licencirati World Wide Web, so organizacije in posamezniki navdušeni nad konceptom prevzeli iniciativo ter začeli razvijati kvalitetnejše in uporabniško prijaznejše spletne brskalnike. Leta 1993 CERN javno objavi odločitev, da bo World Wide Web brezplačen za vsakogar, prav tako istega leta prvič ugleda luč grafični spletni brskalniki imenovan Mosaic. Mosaic kot eden izmed prvih grafičnih spletnih brskalnikov, ki lahko prikazuje grafične vsebine, postane zgled današnjim brskalnikom, kot so Mozilla Firefox in Internet Explorer, ter si pripisuje velike zasluge pri populaciji World Wide Web-a.

Februarja, leto pozneje, lahko prvič na spletu zasledimo spletni iskalnik www.yahoo.com, ki v drugi polovici leta že proslavlja svoj prvi dosežek, milijon obiskov na dan. Hitra rast spletnega podjetja Yahoo! kmalu vzbudi podjetniške appetite, ki doprinesejo k hitremu razvoju novih, kvalitetnejših spletnih aplikacij ter storitev. Boj za uporabnike med spletnimi iskalniki leta 1998 prekine prihod Google, ki s tehnologijo »pajka«² zada nove standarde spletnim iskalnikom in leta 2000 razglasi bilijon-url indeks, s katerim postane največji spletni iskalnik na svetu. Z razmeroma hitro rastjo ponudbe spletne vsebine, socialnih omrežij, spletnih portalov narašča tudi internetna populacija, ki je leta 2008 presegla 1.500 milijonov uporabnikov oziroma 23,5 % celotne populacije.

Kaj pa internet v prihodnosti? V zadnjih letih se pojavlja vedno več spletnih programov, ki naj bi služili namesto lokalnih desktop programov, kot so na primer Google spreadsheet. Prednost teh programov je, da ljudje ne bodo več potrebovali svojega osebne računalnika za dostop do shranjenih dokumentov ter da aplikacija gostuje na tujih strežnikih in s tem ne obremenjuje lokalnih računalnikov. Prav tako ti programi ne potrebujejo nobenega posodabljanja oziroma vzdrževanja s strani potrošnikov. Kar pomeni, da bomo lahko vse programe z nadaljnjim razvojem spletnih okolij uporabljali direktno kar preko interneta. To pa bi pomenilo, da potrošnikom ne bi bilo treba skrbeti za vzdrževanje celotnega računalnika in ne bi potrebovali dražje strojne opreme za doseganje enakih rezultatov. Ne le da internet spreminja razvoj računalniške industrije, ampak se implementacija interneta čedalje bolj uporablja tudi v avtomobilski industriji, industriji bele tehnike, kar pomeni, da se bodo naprave in stroji okoli nas v prihodnosti povezovali in komunicirali z namenom, kako bolje služiti ljudem. Na primer: avtomobil bo pridobil podatke o stanju na cestah, izračunal predviden prihod iz službe, katerega bo sporočil pečici, ki bo začela s kuhanjem kosila. Pečica bo nato v sodelovanju s hladilnikom napravila načrt jedilnika za naslednji dan in hladilnik bo dnevno sveže sestavine naročil pri izbranem dobavitelju. Hkrati bo avtomobil zaznal, da ste imeli naporen dan, zato bo poslal informacijo centralnemu sistemu, naj pripravi primerno glasbo, prilagodi svetila in po kosilu pripravi sproščujočo penečo kopel.

Obdobje razvoja interneta ni stvar preteklosti, temveč prihodnosti (http://www.gfkorange.si/?option=com_gfkorange&Itemid=57&id=42, 2011).

2.1.3. KAKO DELUJE INTERNET

Za klicno povezavo z internetom se modem prek telefonske linije poveže s strežnikom, ki mu je dodeljena dostopna telefonska številka. Modem signale iz uporabnikovega računalnika pretvori v signale, ki potujejo po žici do ponudnika internetnih storitev, ta pa omogoči internetno povezavo s svetom. Podobno je pri stalnih povezavah, kakršne so ADSL, VDSL ali kabelska povezava, le da vse poteka veliko hitreje in bolj zanesljivo.

Ko je zveza vzpostavljena, lahko uporabnik začne brskati po svetovnem spletu prek internetnih strani, do katerih pride s pomočjo spletnih brskalnikov. V naslovno vrstico enega izmed številnih spletnih brskalnikov (npr. Internet Explorer, Mozilla, Mozilla Firefox itd.) vpiše internetni oziroma URL- naslov (angl. Uniform Resource Locator), ki se vedno začne s <http://>.

Brskalnik in internetni strežnik komunicirata z uporabo protokola HTTP (angl. Hyper-text Transfer Protocol). Tri enake črke (www) ponazarjajo, da je vir dostopen na svetovnem spletu. Internetni naslov zaključuje domena s končnico, ki kaže, katerega tipa je stran oz. iz katere države prihaja.

Spletne strani gostujejo na računalniku, imenovanem internetni strežnik, ki je 24 ur na dan priključen na internet. Internetni brskalnik zahtevo po strani pošlje internetnemu strežniku, ta jo naloži na uporabnikov računalnik in tako prikaže internetno stran na zaslonu (Vurušič, 2006).

2.1.4. PREDNOSTI IN SLABOSTI INTERNETA

Največja prednost interneta je v tem, da lahko uporabnik 24 ur na dan prihaja do informacij z vseh obstoječih področij v obliki besedila in slik ter v audio- in videoobliki; po internetu lahko tudi nakupuje in klepeta. Internetne vsebine uporabniku omogočijo nov pristop k pridobivanju znanja. Število virov na internetu je praktično neomejeno. Uporabnik lahko pride do iskanih podatkov z vpisom ključnih besed v internetne (spletne) brskalnike, ki mu prikažejo najdeno število »zadetkov«, med katerimi nato izbere zase uporabne.

Na svetovnem spletu je mogoče priti do raznih strokovnih revij, atlasov, podatkovnih baz ali do splošne literature; uporabnik lahko spremlja novosti na trgu in o njih razpravlja v raznih forumih; dostop mu je omogočen do informacij o podjetjih, kontaktnih osebah in včasih do podatkov o zaposlenih v kakem podjetju.

Po internetu je mogoče izmenjavati podatke z drugimi uporabniki, kar je dobrodošlo predvsem v izobraževalne namene. Veliko uporabnikov se zaradi pestrosti in hitrosti pridobljenih informacij ter zaradi interaktivnih učnih gradiv odloča za izobraževanje po internetni povezavi oziroma za »učenje na daljavo«. Ta način je posebej zanimiv zaradi individualnosti in podekod zaradi časovne premakljivosti »predavanj«.

K prednostim interneta spada tudi možnost plačevanja položnic in nakupovanja. Uporabnik na svoji spletni banki vpiše podatke za plačilo položnic in denar za plačilo gre neposredno z njegovega osebnega računa. Pri kupovanju prek interneta uporabniki zbere izdelek ali več izdelkov, ki jih lahko plača s kartico po internetu, ob prevzemu izdelka ali s položnico. Pdekod lahko uporabniki naročajo razne podatke o družinskih članih, izpiske iz rojstne in matične knjige ter druge podatke- seveda ob obvezni uporabi varnostnega potrdila, ki ga je treba namestiti v privzeti brskalnik, s čimer se je moč izogniti čakanju v vrstah na občini in v drugih ustanovah

Poleg številnih prednosti ima internet tudi veliko slabosti. Brez izkušenj uporabnik težko razlikuje med pravimi in napačnimi podatki. Za spletnimi stranmi namreč ne stojijo več le podjetja in zanesljivi viri, temveč ima dandanes spletno stran lahko kdor koli in nanjo postavi karkoli- tudi izmišljene oz. zavajajoče informacije.

Poleg vprašljivosti podatkov obstaja še nevarnost njihove zlorabe. Ker interneta nima nihče v lasti, največkrat nihče ne odgovarja za podatke, poslane po elektronski pošti, ali podatke, ki jih uporabnik vpiše v spletno stran. Kadar je uporabnik nepozoren pri vpisovanju podatkov in ne prebere drobnega besedila na spletni strani, lahko t.i. spamerji dobijo njegov naslov in v poštnem nabiralniku se začne pojavljati neželena oglasna pošta (angl. spam).

S klikanjem po nezaščitenih spletnih straneh ali klikom na spletno stran, ki se samodejno prikaže kot pojavno okno (angl. pop-up), lahko uporabnik svoj računalnik okuži z virusom ali čim podobnim.

Slaba stran interneta je tudi, da uporabniki postanejo pretirano odvisni od njega. Namesto da bi si knjige s pravimi podatki izposodili v knjižnici, raje iščejo podatke s pomočjo spletnih iskalnikov, ki niso vedno zanesljivi (Vurušič, 2006).

2.2. SPLETNA STRAN

2.2.1. KAJ JE SPLETNA STRAN

Spletna stran je v računalništvu dokument z nadbesedilom, ki ga prikaže brskalnik. Na spletni strani so lahko različne vsebine: besedilo, slike, povezave, zvočni in video posnetki, programi. Jezik za opis spletnih strani je HTML. Več spletnih strani oblikuje spletišče. Na spletu jo predstavlja domena - spletni naslov. Lahko jo uporabimo tako za osebno rabo, kot tudi za predstavitev podjetja, izdelka, storitve...

Pri ustvarjanju spletne strani je potrebno najprej definirati namen spletne strani, določiti ciljno publiko (potencialne obiskovalce), izdelati vsebino in nato vse to grafično in programsko sestaviti, da nastane skupek strani, ki so funkcionalno povezane med seboj ter se nahajajo na istem spletnem mestu, pod isto domeno.

Namen spletne strani je lahko:

- prodaja izdelkov/storitev
- omogočanje članstva v izbrani skupini, ki ima dostop do plačljivih vsebin
- predstavitev informacij o določeni tematiki
- delitev veselja do neke zadeve, z drugimi uporabniki interneta
- itd

(http://sl.wikipedia.org/wiki/Spletna_stran, 2011).

2.2.2. TIPI SPLETNIH STRANI

Spletne strani se razlikujejo po tipi, tj. po vsebini, ki jo prikazujejo.

Portal je aplikacija ki se ureja s pomočjo administratorja in registriranih uporabnikov. Je spletna stran, urejena kot izhodišče za iskanje informacij na internetu ali intranetu. Ob registraciji mora vsak član vpisati uporabniško ime, geslo in e-naslov, na katerega se pošlje potrditev o sprejemu podatkov, in spletni naslov, kjer se prijava potrdi. V portalu lahko nato vsak (registriran) uporabnik objavlja prispevke, ki jih administrator pregleda in odloči, ali prispevek pusti oziroma ga odstrani s portala.

Forum je lahko samostojen ali del portala. Ta spletna aplikacija omogoča uporabnikom iskanje informacij, razpravljanje in debatiranje. Uporabniki lahko odgovarjajo na že postavljeno temo, predlagajo novo temo, se vključujejo v razprave oz. zgolj izmenjujejo mnenja. Forumi so velikokrat dostopni vsem, zato lahko vsi uporabniki, ki dostopajo do strani, kjer je forum postavljen, pregledujejo teme in sporočila. Objava tem in sporočil je dovoljena le registriranim uporabnikom. Ti imajo možnost drugim registriranim uporabnikom pošiljati zasebna sporočila, kar je podobno sporočilom e-pošte.

Spletna trgovina je spletna aplikacija, ki uporabniku omogoča nakup izdelkov po internetu. Kupec izdelek vidi (slika) in prebere njegov opis ter se na podlagi tega odloči za nakup. Spletne trgovine ponujajo prodajo tako podjetjem (rešitev B2B-angl. business to business) kot posameznikom (rešitev B2C- business to customer). Trгоvec mora poskrbeti za varnost podatkov svojih strank, za ustrezno logistiko in

dostavo izdelkov. Omogočenih mora biti tudi več vrst plačevanja izdelkov: plačevanje s kreditno kartico, plačilo po povzetju, plačilo na več obrokov. Nekatere spletne trgovine omogočajo tudi plačevanje z mobilnim telefonom.

Blog je pravzaprav spletni dnevnik, katerega ime je sestavljeno iz angleške besedne zveze WEB LOG. Zaradi nezahtevnosti ga lahko uporablja vsakdo, za to ni potrebno predznanje programiranja in jezika HTML. Blog ponavadi deluje kot domača stran, a v preprostejši obliki. Ponavadi ima eno stran vnosov, ki so razvrščeni od starejših do novejših, ki so pri vrhu strani. Svoje misli v spletni dnevnik običajno vnaša le en uporabnik, ker pa so javni, so vidni vsem spletnim uporabnikom.

Iskalniki so posebne strani, ki so zasnovane tako, da uporabnikom pomagajo najti informacije, spravljene na drugih straneh. Iskalniki opravljajo tri pomembne naloge:

- Preiskujejo internet po ključnih besedah,
- Ustvarijo seznam najdenih besed in mest, kjer so najdene,
- Uporabnikom omogočijo iskanje besed ali kombinacij besed, ki so najdene v seznamu.

Pri iskalnikih lahko iskanje omejimo z določenimi frazami ali znaki. Uporabniki lahko pri iskalnikih uporabijo tudi t.i. napredno iskanje, kjer imajo možnost iskanja s frazami ali znaki, mogoče je tudi iskanje besed v vseh sklonih (Vurušič, 2006).

2.2.3. SESTAVINE KAKOVOSTNE SPLETNE STRANI

Upoštevajoč merila, po katerih na različnih tekmovanjih izbirajo najboljše spletne strani, je mogoče definirati sedem skupin, ki združujejo vse ključne sestavine kakovostne spletne strani. Te so (Skrt 2003, 42):

- oblikovna podoba,
- vsebinska zasnova,
- tehnična ustreznost,
- interaktivnost,
- navigacija,
- uporabnost in
- trženje.

Oblikovna podoba

Vizualizacija je prvi proces, ki se zgodi ob vstopu na konkretno spletno stran. Ta je lahko na prvi pogled kaotična, s preveliko informacijami, okenci, barvami, različno velikimi črkami in tipi pisav. Lahko pa daje popolnoma drugačen vtis - je všečna, privlačna in oblikovno prijazna, s pravo mero vseh sestavin, ki vplivajo na njeno oblikovno podobo.

Vsebinska zasnova

Klik na spletno stran nas, preko oblikovnega prvega vtisa, pripelje do vsebine. Do tistega, kar potrebujemo, iščemo... Glede na osnovni cilj je zastavljena tudi vsebina spletne strani. Slednja mora biti pregledna, razporejena po menijih in

podmenijih, biti mora hitro dostopna, uporabna, slovnično pravilno zapisana, jedrnata, informativna, ažurna in predvsem ne predolga.

Tehnična ustreznost

Kakovostne spletne strani odlikuje tudi njihova hitra dostopnost. To pomeni, da se morajo strani v manj kot desetih sekundah naložiti in na zaslonu pojaviti v ustreznem formatu. Nameščena mora biti na hitrih, zanesljivih in varnih strežnikih ter biti skladna z najpogostejše uporabljenimi brskalniki.

Interaktivnost

Svetovni splet zaznamuje tudi njegova interaktivnost. Z različnimi komunikacijskimi orodji in preko različnih kanalov namreč omogoča dvosmerno komunikacijo. Gre za posredne oblike komunikacije, posredovane s pomočjo anketnih obrazcev, vprašalnikov, nagradnih iger, možnosti komentiranja in postavljanja vprašanj, forumov in blogov. Interaktivnost pa pravi razcvet doživlja s pomočjo socialnih mrež, kot sta Facebook in Twitter.

Navigacija

Navigacijski sistem spletne strani nas enostavno, pregledno in hitro vodi po glavnih menijih ter tistih, ki so temu podrejeni. Vsebuje tudi iskalnik, ki skrajša iskalni čas in olajša pot do želene informacije.

Uporabnost

Spletna stran je namenjena uporabniku, zato mora biti zanj uporabna. Vsebovati mora tiste informacije, ki jih ta potrebuje. Pot do njih mora biti kratka in enostavna. Hkrati pa so elementi uporabnosti vse prej našteje sestavine kakovostne spletne strani. Ustrezna grafična in oblikovna podoba skrbno izbrane vsebine, ob preglednosti in hitri dostopnosti, zagotavlja obiskovalcu uporabnost spletnih vsebin. To je tudi tisto, kar ta od brskanja po spletni strani pričakuje.

Trženje

Spletne strani so orodje obveščanja predvsem pa trženja. So orodje, ki ima potencial in ki prinaša denar, zato je cilj sleherne spletne strani čim večja obiskanost ter čim daljši čas brskanja po njej. Obiskovalce je treba na spletno stran privabiti, usmeriti, zato je treba uporabiti različne marketinške prijeme (oglaševanje v tiskanih in elektronskih medijih, v lastnih tiskovinah, na spletnih portalih, socialnih omrežjih ...). Seveda pa je treba spletno stran vpisati tudi v spletne imenike ter iskalnike (Kranjc, 2011).

2.3. BLOG

2.3.1. KAJ JE BLOG?

Spletnik ali blog (angleška okrajšava besede weblog, oz. redkeje zapisano web log) je spletna stran, ki periodično prikazuje besedila, slike in druge elemente, ki jih njihovi avtorji sproti dodajajo. Blog je 17. decembra 1997 skoval Jorn Barger in pomeni spletni dnevnik oz. ednevnik.

Značilnost spletnikov je enostavno rokovanje, kar omogoča, da jih soustvarjajo tudi uporabniki brez velikega računalniškega znanja. Predvsem enostavnost oblikovanja spletnika ga ločuje od običajne spletne strani, od foruma pa se razlikuje v tem, da so uporabniki foruma med sabo enakovredni, pri spletniku pa je debato sproža avtor ali avtorska skupina, obiskovalci pa le komentirajo.

Nekateri blogi so namenjeni novicam ali komentarjem določene teme, drugi pa so bolj osebni spletni dnevniki. Tipični blog vsebuje besedilo, slike in povezave na druge bloge, spletne strani in druge medije, ki se nanašajo na določeno tematiko. Zmožnost bralcev, da pustijo komentar v interaktivnem formatu, je še ena pomembna lastnost blogov. Večina blogov je tekstovnih, nakaj pa se jih osredotoča na umetnost (artlog), fotografijo (photoblog), sketchblog, video posnetke (vlog), glasbo (MP3 blog), audio posnetke (podcasting) in so del širše mreže družbenih medijev.

Mikro-bloganje je še ena vrsta bloganja, ki sestoji iz blogov z zelo kratkimi objavami. S pojavom video bloganja je beseda blog dobila še širši pomen - kakršenkoli tip medija v katerem lahko subjekt izraža svoje mnenje ali enostavno govori o nečem.

Pomemben del spletnika je njegov RSS vir. Bralci lahko s pomočjo bralnikov rss formata prebirajo spletne, ne da bi obiskali spletno mesto, na katerem se le-ta nahaja.

Večja skupina blogov tvori blogosfero. Govorimo lahko na primer o slovenski blogosferi (<http://sl.wikipedia.org/wiki/Blog>, 2011).

2.3.2. ZGODOVINA BLOGOV

Zaradi vprašanja, kaj sploh lahko štejemo za blog, je težko potegniti črto in nek dogodek z gotovostjo označiti kot začetek blogerstva. V zgodnjih dneh spleta so lastniki spletnih strani pogosto objavljali kronološke seznime sprememb na strani, kjer so lahko obiskovalci hitro preverili, kaj novega je bilo objavljenega od njihovega zadnjega obiska. Celo ene izmed prvih spletnih strani so bili preprosti kronološki, po kategorijah razvrščeni sezname (imeniki) s povezavami na novoobjavljene spletne strani. Kljub temu, da takšni sezname sicer imajo značilnosti bloga (redno objavljane, kronološka urejenost vnosov, kategoriziranje vnosov, povezave na druge strani) je zelo vprašljivo, če lahko takšne poskuse že uvrščamo med prve bloge.

Pozneje, ko je splet postal prevelik, da bi posameznik lahko sledil vsem novim stranem, so uredniki začeli vnose urejati, omenjati so začeli le tiste, ki so se jim zdeli zanimivi, povezavam so dodali komentarje, da bi obiskovalcem v poplavi informacij olajšali izbiro. Takšne strani so hitro preraščale gole imenike in se spreminjale v nov format - blog. Pri rojstvu bloga gre torej bolj za proces kot pa za nek določen mejnik, zato je skoraj nemogoče najti "prvega blogerja". Nekateri avtorji kot začetnika navajajo Justina Halla in njegovo stran Links from the Underground, kombinacijo zanimivih povezav na nove strani in avtorjevega osebnega dnevnika, ustanovljeno leta 1994. Besedo blog je prvi uporabil Jorn Barger, ki je z njo poimenoval svojo spletno stran, sicer zbirko povezav in komentarjev, podobno Hallovi. Zavedal se je, da gre za novo obliko spletnih strani, ker pa le-te še niso imele imena, je izraz weblog dobil tako, da je združil besedi website in logging - kar naj bi po njegovem zajelo bistvo takšnih strani. Pozneje se je namesto weblog začela uporabljati skrajšana oblika - blog. Vendar je blog do konca tisočletja za večino uporabnikov spleta ostal neznanka. Poznale so ga bolj ali manj le ozko specializirane skupine s področja računalništva, saj je v tistem času bilo za vzpostavitev takšne spletne strani potrebnega precej tehničnega znanja. Spletno stran je bilo treba napisati v kodi, saj grafična orodja še niso obstajala. Vsako objavo posebej je bilo treba urejati v jeziku HTML, nato pa preko FTP protokola naložiti na strežnik. Precej zapleten postopek, če ga je potrebno ponavljati ob vsaki posodobitvi strani.

Prvi sistemi za upravljanje vsebin, namenjeni bloganju, so se pojavili leta 1999. Z orodji kot so Pyra Labs ali Blogger je nenadoma lahko vsak, brez tehničnega znanja in le z nekaj kliki vzpostavil svoj spletni dnevnik in ga redno posodabljal. Iz dneva v dan se je pojavljalo več blogov in več orodij, ki so omogočala njihovo enostavno objavlanje. Pravi razcvet pa so blogi doživeli po letu 2001, ko so "zasloveli" s poročanjem o terorističnih napadih na ZDA. Izkazalo se je namreč, da so v takšnih situacijah blogi veliko hitrejši in neposreden vir informacij kot tradicionalni mediji. Ker so bili med pisci blogov tudi ljudje, ki so bili sami priče terorističnim napadom in so preko njih svetu podajali informacije iz prve roke, so kmalu ujeli pozornost svetovnih medijev in prvič se je dogodilo, da so tudi največje novinarske hiše navajale bloge kot vire informacij. V naslednjih desetih letih je blog močno pridobil na priljubljenosti in ob koncu leta 2010 je ocenjeno, da se na spletu nahaja že približno 150 milijonov blogov (http://sl.wikipedia.org/wiki/Blog#Kratka_zgodovina_blogov, 2011).

2.3.3. VRSTE BLOGOV

Obstaja veliko različnih tipov blogov, ki se ne razlikujejo samo po tipu vsebine, ampak tudi glede na to, kako je vsebina posredovana ali napisana.

Osebni blogi

Osebni blog, kot dnevnik ali opisovanje, je najbolj tradicionalen in razširjen tip bloga. Osebni blogerji so večinoma ponosni na svoje bloge tudi, če jih berejo samo oni in nihče drug. Blogi večinoma postanejo več kot samo sredstvo komunikacije; postanejo način odražanja življenja, bloganje pa ima lahko sentimentalne lastnosti. Nekaj osebnih blogov lahko postane popularnih med množicami, nekaj pa jih hitro pridobi množično podporo.

Korporativni blogi

V večini primerov je blog oseben, lahko pa je tudi v poslovne namene. Blogi, ki so lahko interni, za povečevanje komunikacije in kulture v podjetjih ali pa eksterni, za marketing, »znamčenje« (branding) ali odnose z javnostmi, se imenujejo korporativni blogi. Glede na tip medija Blog, ki vsebuje video posnetke se imenuje vlog, tisti, ki vsebuje povezave je linklog, tisti z portfolijem skic je sktchblog, tisti s fotografijami pa je photoblog. Blogi s krajšimi krajšimi objavami in mešanimi tipi medijev pa so tumblelogs. Artlog je oblika bloga, ki temelji na deljenju in objavljanju umetnosti. Od ostalih se razlikuje v tem, da ne prevladuje tekstovno gradivo, ampak umetniška dela.

Glede na napravo

Bloge lahko razlikujemo tudi glede na napravo, ki jo uporabljajo posamezniki za urejanje. Blog napisan z mobilno napravo kot je mobilni telefon ali dlančnik, se imenuje moblog.

Eden zgodnejših blogov se je imenoval Wearable Wireless Webcam, ki je bil spletni dnevnik posameznikovega osebnega življenja, sestavljen iz besedil, video posnetkov in slik, katerih prenos na spletno stran je potekal v živo preko očesne kamere (EyeTap). To polavtomatično bloganje z videoposnetki v živo in besedili se lahko imenuje tudi »sousveillance« (nasprotno od »surveillance« - nadzor). Taki dnevniki so se tudi uporabljali kot dokazno gradivo v legalnih zadevah.

Glede na žanr

Nekateri blogi se osredotočajo na določeno temo, npr. politični blogi, potopisni blogi, hišni blogi, modni blogi, projektni blogi, izobraževalni blogi, blogi o klasični glasbi, kvizni blogi in legalni blogi (blawgs) ali dreamlogi. Splog se uporablja izključno za namene smetenja (spamming).

Vprašajno bloganje

Je tip bloga, ki odgovarja na vprašanja. Vprašanje se lahko posreduje v obliki priponke, elektronske pošte ali drugih virov kot je telefon ali VOIP. Qlogi se lahko uporabljajo za prikazovanje opomb iz podcastov ali za prenašanje informacij preko interneta. Veliko vprašajnih blogov uporablja RSS za posredovanje odgovorov na vprašanja (http://sl.wikipedia.org/wiki/Blog#Vrste_blogov, 2011)

3. POTEK IN METODOLOGIJA DELA

Na podlagi sestanka z gospodom Šuštar Romanom, smo se odločili za stopenjski razvoj spletne strani. Stopenjski razvoj je razvoj v večih korakih, kjer vsak naslednji korak predstavlja bolj izpopolnjeno aplikacijo z dopolnjeno funkcionalnostjo.

Izdelave smo se lotili v večih korakih. Začeli smo z izdelavo koncepta, ki vsebuje več korakov, nadaljevali z izborom informacij, vsebin in storitev ter vse skupaj z izbrano programsko opremo smiselno zbrali na spletni strani.

3.1. IZDELAVA KONCEPTA

Izdelave spletne strani smo se lotili celovito in najprej definirali, kaj želimo - od osnovne ideje prek oblikovnega in vsebinskega koncepta do končne izvedbe.

Osnovni koraki pri nastajanju spletne strani so bili:

- določanje namena spletne strani,
- kaj so glavni cilji podjetja,
- kakšna je strategija za doseganje ciljev,
- določanje ciljnih skupin katerim je stran namenjena,
- določanje funkcionalnosti in vsebin, ki jih na internetu ponudimo ciljnim skupinam,
- priprava materialov,
- tekstovna in oblikovna zasnova ter
- računalniška izvedba predstavitve.

Po zaključku izdelave spletne strani pa je najpomembnejše redno vzdrževanje in dopolnjevanje strani z najnovejšimi informacijami.

3.2. IZBOR INFORMACIJ, VSEBIN IN STORITEV

V podjetju so naredili analizo o izboru vsebin, ki bodo predstavljene na spletni strani. Odločili so se, da mora biti njihova spletna stran preprosta za uporabo, informativna, stilsko privlačna ter hitra in odzivna. Vsebovati mora galerijo slik, v kateri bodo predstavljeni že zaključeni projekti in stran, na katero bodo lahko na enostaven dodajali najnovejše novice in objavljali razne akcijske ponudbe.

Kar se tiče informacij o podjetju Šuštar Roman s.p., so poleg osnovnih informacij (kaj, zakaj, kako, kdo, kontakti), dodali še zemljevid, ki vas pripelje do sedeža podjetja.

4. PROGRAMSKA OPREMA

4.1. WAMP

Akronim WAMP označuje skupek odprtokodne programske opreme, ki teče na najbolj razširjenem operacijskem sistemu Windows in skupaj z njim tvori popolnoma delujoč spletni strežnik, ki je sposoben gostiti dinamične spletne strani. Paket sestavljajo:

- Windows, kot operacijski sistem,
- Apache, kot spletni strežnik,
- MySQL, kot strežnik podatkovne baze,
- PHP kot skriptni jezik

(<http://sl.wikipedia.org/wiki/WAMP>, 2011).

4.1.1. WINDOWS

Microsoft Windows (slovensko znan kot Okna), izdelek podjetja Microsoft, je najbolj razširjen računalniški operacijski sistem, predvsem zaradi preprostega in intuitivnega uporabniškega vmesnika ter široke programske podpore.

Prvo različico operacijskega sistema NT je Microsoft predstavil leta 1993, nosila pa je številko 3.1. Od izida prve različice je minilo komaj nekaj mesecev, Microsoft pa je že najavil (februarja, 1994) novo različico NT 3.5, s kodnim imenom Daytona. Naslednja različica, 3.51, je prav tako sledila zelo hitro. Na tržišče je prispela februarja 1995. Avgusta leta 1996 je Microsoft predstavil operacijski sistem NT 4.0, ki je doživel izjemen uspeh in popularnost. Prodali so 732 000 izvodov operacijskega sistema Windows NT Server. Leta 1997 smo dobili Windows NT Server 4.0 Enterprise Edition, ki vsebuje nov uporabniški vmesnik iz Windows 95 in je namenjena velikim podjetjem.

V letu 1998 se je vse vrtelo okoli pričakovanj na Windows NT 5.0. Rok izzida je Microsoft prestavil iz leta 1998 na leto 1999. 27. oktobra je Microsoft objavil preimenovanje celotne Windows NT linije operacijskih sistemov v Windows 2000. Microsoft Windows 2000 operacijski sistemi so bili izdani maja 2000. Septembra 2001 je Microsoft izdal družino Microsoft Windows XP.

Pogosto so v določenih različicah odkrite napake, ki lahko pomenijo težave z varnostjo sistema. Take luknje izkoriščajo zlonamerni programi: virusi, črvi in Trojanski konji. Zato je pomembno dopolnjevanje OS z varnostnimi popravki (http://wiki.fmf.uni-lj.si/wiki/Zgodovina_operacijskih_sistemov_Windows, 2011).

4.1.2. APACHE

Apache je zmogljiv strežniški program za izmenjavo in usmerjanje podatkov po protokolu HTTP. Zgrajen je bil leta 1994 na temeljih propadlega serverja httpd NCSA. Takrat se je zbrala kopica zanesenjakov in iz popravkov za NCSA httpd sestavila celoto, ki so jo poimenovali »A patchy server« (angleško krpasti server), kasneje pa preimenovali v Apache. Takrat je bil edina odprto-kodna alternativa Netscapeovemu serverju. Od tedaj je napredoval na vseh področjih in njegova priljubljenost od leta 1996, ko je prvič prišel na vodilno mesto, strmo narašča.

Spletni strežniški program Apache danes domuje v več kot polovici vseh spletnih strežnikov na svetu. Priljubljen je predvsem zaradi vzdržljivosti, prilagodljivosti in zanesljivosti. Uporaba Apache-ja je brezplačna (General Public Licence), kar v praksi pomeni, da so vse napake zelo hitro odpravljene in na spletu obstaja nešteto spletnih mest namenjenih podpori in izobraževanju. Skriptni jezik PHP pa je podprt že od samega začetka (<http://www.e-uspeh.com/pomoc/kaj-je-apache-streznik.htm>, 2011).

4.1.3. MYSQL

MySQL je sistem za upravljanje s podatkovnimi bazami. MySQL je odprtokodna implementacija relacijske podatkovne baze, ki za delo s podatki uporablja jezik SQL.

MySQL deluje na principu odjemalec - strežnik, pri čemer lahko strežnik namestimo kot sistem, porazdeljen na več strežnikov. Obstaja veliko število odjemalcev, zbirk ukazov in programskih vmesnikov za dostop do podatkovne baze MySQL.

Lastnosti:

- Napisan je v jezikih C in C++.
- Deluje na več različnih operacijskih sistemih (Windows, Linux,...).
- Za prenosljivost med operacijskimi sistemi uporablja GNU Automake, Autoconf in Libtool.
- Obstojajo programski vmesniki za C, C++, Eiffel, Java, Perl, PHP, Python, Ruby in Tcl.
- Bistvene programske niti mreže so večopravilne. Zna izkoristiti toliko centralnih procesnih enot, kolikor jih je na voljo.
- Uporablja zelo hitre diskovne tabele MyISAM, s stiskanjem indeksov.
- Programska koda je preizkušena z aplikacijama Purify in Valgrind (<http://sl.wikipedia.org/wiki/MySQL>, 2011).

4.1.4. PHP

PHP je uradno znan kot PHP: Hypertext Preprocesor. Je strežniški skriptni jezik, pogosto zapisan v povezavi s HTML- jem. V nasprotju z običajno stranjo HTML strežnik PHP skripta ne pošlje neposredno odjemalcu, ampak ga razčleni sam pogon PHP. Elementi HTML v skriptu so izpuščeni, koda PHP pa je prevedena in izvedena. S kodo PHP v skriptu lahko proizvedujemo po zbirkah podatkov, izdelujemo slike, beremo in zapisujemo datoteke, komuniciramo z oddaljenimi strežniki. Možnosti so neskončne. Rezultat kode PHP je povezan s HTML- jem v skriptu in poslan uporabniku (Zandstra, 2004).

4.2. CMS

Content Management System (CMS, slovensko *sistem za upravljanje vsebin*) je sistem, ki omogoča urejanje in vzdrževanje vsebine spletnih strani brez znanja označevalnega jezika HTML. Urednik spletne strani tako lahko samostojno spreminja besedila, slike in druge elemente spletne strani brez pomoči podjetja ali osebe, ki je stran izdelalo.

Osveževanje spletne strani s CMS sistemom je zelo preprosto, podjetja in posamezniki pa želijo redno ažurirane strani, zato je CMS vedno bolj priljubljen.

Z njim lahko dodajate nove vsebine ali osvežujete stare, v večini CMS sistemov pa je omogočeno tudi nalaganje slik in drugih večpredstavnostnih vsebin ter vključevanje dodatkov (angleško *add-ons, plugins, extensions, mods*).

Med CMS sisteme uvrščamo tudi Wiki sisteme (npr. MediaWiki, na katerem deluje Wikipedija) in bloge (Wordpress). Najbolj razširjen CMS je odprtokodna Joomla, razširjena pa sta tudi Drupal in Plone. Najbolj znana in razširjena lastniška rešitev (močno zastopana predvsem v poslovnih okoljih) pa je Microsoft Sharepoint (http://sl.wikipedia.org/wiki/Sistem_za_upravljanje_vsebin, 2011).

4.2.1. JOOMLA

Joomla! je odprtokodni sistem za upravljanje vsebin (CMS). Je zelo močno ogrodje za izdelavo spletne strani in je eden izmed najzmogljivejših in najpopularnejših sistemov za upravljanje s spletnimi vsebinami na svetu. Napisana je bila v PHPju za shranjevanje podatkov, ki jih uporabljajo podatkovne baze MySQL. Joomla! uporabnost lahko povečamo z različnimi razširitvami kot so komponente, moduli, vtičniki, predloge, jezikovne datoteke. Vse razširitve najdemo na *Joomla! Extensions Directory*, nekatere so plačljive, večinoma pa so brezplačne, saj so objavljene pod licenco GNU/GPL (<http://sl.wikipedia.org/wiki/Joomla>, 2011).

4.2.2. DRUPAL

Drupal je večkrat nagrajen, brezplačni odprtokodni sistem za urejanje spletnih vsebin. Po izboru Packt Publishing 2008 Open Source CMS Awards je bil ocenjen kot najboljši odprtokodni CMS sistem.

Glavne prednosti Drupal CMS-ja so:

- je odprtokoden in s tem brezplačen za uporabo,
- ima široko mrežo uporabnikov in razvijalcev, ki stalno nadgrajujejo sistem,
- zagotavlja optimizirano delovanje in je prilagodljiv,
- dovršen sistem sporočanja in statistike omogoča dobro delovanje sistema,
- je izjemno prijazen do spletnih iskalnikov, kar omogoča visoke pozicije na iskalnikovih izpisih,
- je mnogojezichen,
- številni dodatni moduli ponujajo neomejene razširitve obstoječih spletnih strani

(<http://hauki.si/drupal-cms-sistem-urejanja-vsebin>, 2011).

4.2.3. WORDPRESS

WordPress je odprtokodni blog program za objavo člankov. WordPress je uradni naslednik programa *b2/cafelog*, ki ga je razvil Michael Valdrigi. Ime WordPress je predlagal Christine Selleck, prijatelj glavnega razvijalca Matta Millenwega. Zadnja različica programa WordPress je 3.0.4, izdana pa je bila 29. decembra 2010.

Program je preveden v 60 jezikov, med katerimi je tudi slovenščina (<http://sl.wikipedia.org/wiki/WordPress>, 2011).

Program WordPress smo uporabili za izdelavo spletne strani podjetja Šuštar Roman s.p., zato bo več podrobnosti o njem razjasnjenih v naslednjem poglavju.

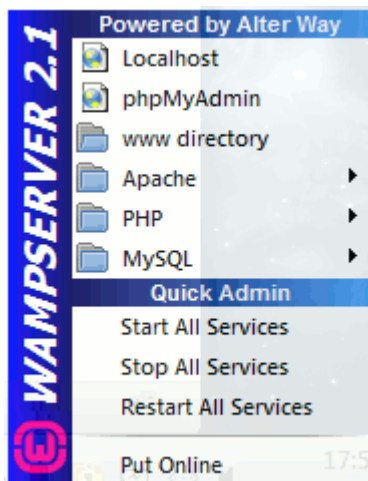
5. IZDELAVA SPLETNE STRANI

5.1. SPLETNO OKOLJE WAMPSEVER

WampServer je spletno okolje za Windows. Omogoča ustvarjanje spletnih aplikacij s spletnim strežnikom Apache, skriptnim jezikom PHP in sistemom za upravljanje s podatkovnimi bazami MySQL. Za enostavno upravljanje z zbirkami podatkov si lahko pomagamo z PHPMyAdmin.

WampServer se namesti samodejno, njegova uporaba pa je zelo intuitivna. Je edina rešitev, ki nam omogoča reproduciranje strežnika. Ko je WampServer nameščen lahko dodamo toliko Apache, MySQL in PHP izdaj, kolikor želimo.

Na sliki 2 vidimo, da ima WampServer tudi ikono za upravljanje strežnika in njegovih nastavitev.



Slika 2: Orodna vrstica okolja Wampserver

Kako naložiti WampServer?

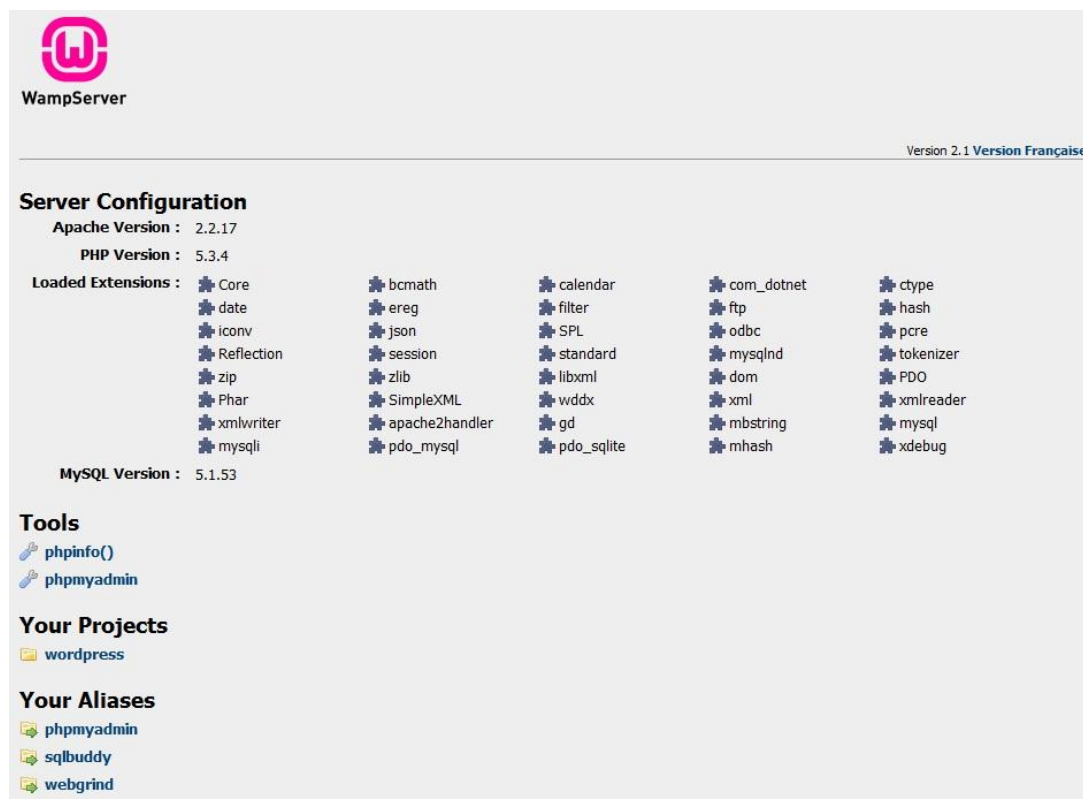
Prenos je preprost. Na spletni strani <http://www.wampserver.com/en/download.php> izberemo verzijo WampServerja, ki nam najbolj ustreza. Ko je datoteka prenešena na naš računalnik enostavno dvo-kliknemo nanjo in sledimo navodilom. Vse poteka avtomatično. Z WampServerjem se na računalnik prenesejo tudi najnovejše izdaje strežniškega paketa Apache, sistema za upravljanje s podatkovnimi bazami MySQL in skriptnega jezika PHP, ki jih lahko v prihodnosti posodabljammo z novejšimi različicami.

Kako začeti?

Istočasno s prenosom WampServerja, se na računalniku ustvari datoteka www (c:\wamp\www). Znotraj direktorija ustvarimo mapo za naš projekt in vanjo prenesemo datoteke skriptnega jezika PHP.

Kliknemo na povezavo localhost ali odpremo naš spletni brskalnik na spletnem mestu <http://localhost>.

Na sliki 3 vidimo spletno okolje Wampserver in vse nastavitve, ki jih lahko spreminjamo.



Slika 3: Spletno okolje Wampserver

Funkcionalnost našega Wampserverja lahko raširimo na dva načina:

1. Z A M P dodatkom lahko na naš strežnik dodamo toliko Apache, MySQL in PHP izdaj kolikor želimo:
 - Apache,
 - MySQL,
 - PHP,
 - Dev, Beta in RC izdaje
 - in druge.
2. Gildas de CADOUAL je prav tako ustvaril izdajo WampServerja, ki deluje z moduli:
 - Description in
 - Download beta 1.

5.2. PROGRAM ZA IZDELAVO SPLETNE STRANI WORDPRESS

Wordpress je moderna semantična platforma za objavlanje s poudarkom na estetiki, spletnih standardih in uporabnosti. WordPress je prosta in neprecenljiva programska oprema.

Iz spletnega mesta wordpress.org si na računalnik naložimo najnovejšo verzijo programa.

1. Odpremo mapo in ekstrahiramo vse datoteke.
2. Na našem strežniku ustvarimo bazo podatkov za Wordpress. Prav tako se prijavimo kot MySQL uporabnik., kot je vidno na sliki 4. S tem korakom pridobimo vse pravice za urejanje in spreminjanje naše spletne strani.



Slika 4: Prijava v Wordpress

3. Datoteko `wp-config-sample.php` preimenujemo v `wp-config.php`.
4. Datoteko `wp-config.php` odpremo v urejevalniku besedila in dopolnimo podrobnosti v bazi podatkov po postopku, ki je razložen spodaj ter tako ustvarimo in aktiviramo varovalno geslo.

Ime baze podatkov

Ime baze podatkov uporabljen v Wordpressu

Uporabniško ime baze podatkov

Uporabniško ime, ki ga potrebujemo za vstop v bazo podatkov.

Geslo baze podatkov

Geslo uporabljeno s strani uporabnika za vstop v bazo podatkov.

Ime gostitelja baze podatkov

Ime gostitelja vaše baze podatkov.

5. Naložimo Wordpress datoteke na poljubno lokacijo na strežniku:
 - a. Če želimo integrirati Wordpress v korenino (root) naše domene (e.g. <http://example.com/>), premaknemo oz. naložimo vse vsebine

stisnjene datoteke Wordpress (izključujoč mapo samo) v korenino (root) datoteke strežnika.

- b. Če želimo naložiti Wordpress v podmapo na naši spletni strani (e.g.<http://example.com/blog/>), preimenujemo datoteko `wordpress` v ime, ki ga želimo za našo poddatoteko in jo premaknemo ali naložimo na naš strežnik. Na primer: če želimo Wordpress naložiti v poddatoteko imenovano »blog«, preimenujemo datoteko imenovano »Wordpress« v »blog« in jo naložimo v korenino (root) datoteke strežnika.

- 6. Zaženemo namestitev Wordpress-a z doseganjem `wp-admin/install.php` v spletnem brskalniku.
 - a. Če smo naložili Wordpress v korenino (root) datoteke, moramo obiskati: <http://example.com/wp-admin/install.php>.
 - b. Če smo naložili Wordpress v poddatoteki imenovani npr. `blog`, moramo obiskati: <http://example.com/blog/wp-admin/install.php>.

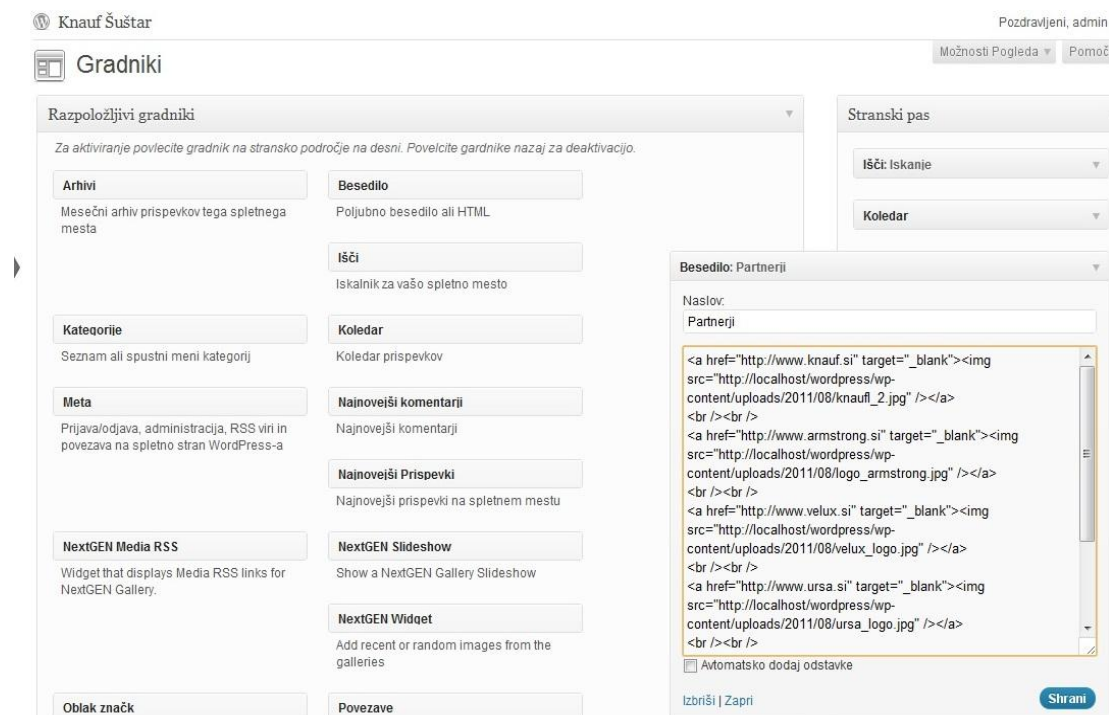
Tako, sedaj bi moral biti Wordpress naložen. Začnemo lahko z izdelovanjem naše spletne strani.

5.3. OBLIKOVANJE SPLETNE STRANI ZA PODJETJE ŠUŠTAR ROMAN S.P.

Na začetku izdelave smo na spletni strani <http://wordpress.org/extend/themes/> izbrali temo, ki se nam je oblikovno zdela najbolj primerna za izdelavo spletne strani. Vstavili smo jo v Wordpress mapo: c:\wamp\www\wordpress\wp-content\themes.

Izbrano temo smo v programu Wordpress vključili in se lotili oblikovanja. Na osnovni strani smo izbrali gradnike, ki so se nam zdeli smiselni za spletno stran. Vse to smo naredili s potegom gradnika na željeno mesto.

Gradnika »Išči« in »Koledar« delujeta samodejno, gradnik »Partnerji« pa smo dopolnili s slikami logotipov partnerskih podjetij in povezavami do njihovih spletnih strani, v primeru, da bi obiskovalca spletne strani zanimalo kaj več o materialih, ki jih podjetje Šuštar Roman s.p. uporablja pri opravljanju svojih storitev. Gradniki uporabljeni pri izdelavi spletne strani, so vidni na sliki 5.

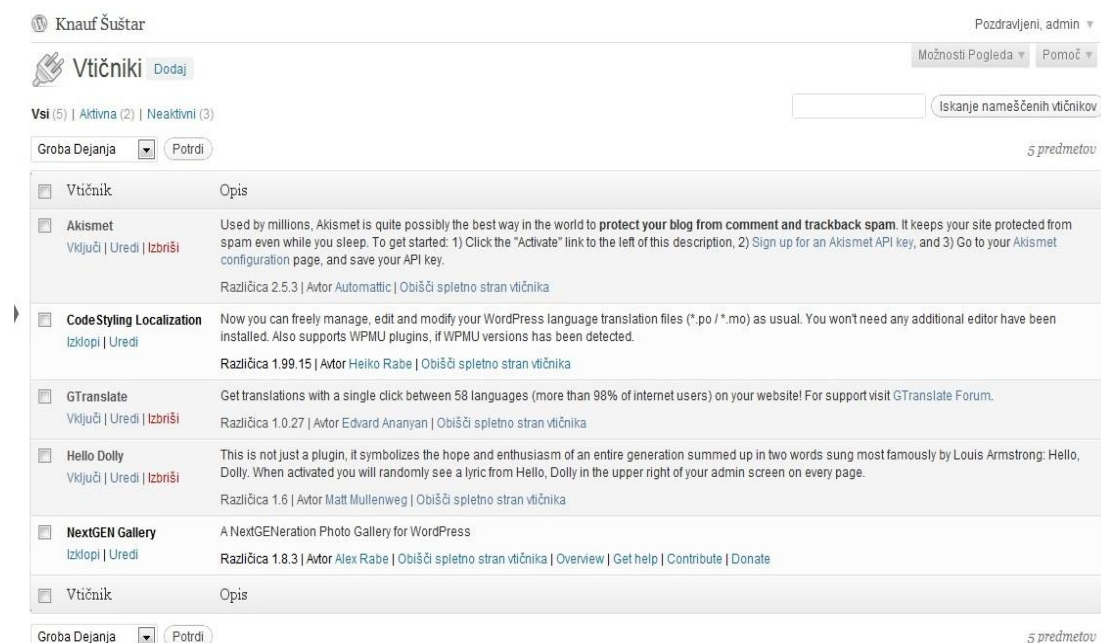


Slika 5: Gradniki

Da smo lahko slike vstavili v gradnik smo v Wordpress dodali vtičnik, ki omogoča ustvarjanje galerij slik in njihovo predvajanje oz. prikazovanje. Vtičnik se imenuje NextGEN Gallery. Ostali vtičniki, uporabljeni pri delovanju spletne strani so še:

- **Akismet**, ki varuje spletno stran pred nevarnostmi spleta,
- **CodeStyling Localization**: zlahka preimenuje datoteke v različne jezike (*.po / *.mo),
- **Gtranslate**: s klikom dobimo prevode v 58 različnih jezikov.

Vsi vtičniki so prikazani na sliki 6.



Slika 6: Vtičniki

Nadalje smo se lotili ustvarjanja strani DOMOV, STORITVE, REFERENCE, KONTAKT, NOVICE in PIŠITE NAM.

Domov

Stran »Domov« (prikazana na sliki 7) ponuja opis podjetja in njegovih storitev. Podjetje namreč zaposluje ekipo specializiranih gradbenikov z dolgoletnimi izkušnjami in strokovnim znanjem s področja celostnih zaključnih gradbenih del vseh vrst. Na visokem nivoju so izvedli že več kot 500 zahtevnih projektov po Sloveniji in tujini. Zavedajo se namreč, da je pogoj za resnično zadovoljstvo strank in odlično opravljeno delo strokovno poznavanje stroke in profesionalno svetovanje stranki glede načina suhomontažne gradnje, uporabe ustreznih gradbenih materialov, končnega predvidenega uporabnega ali estetskega vidika ter drugih pomembnih dejavnikov za kakovostno gradnjo ali adaptacijo.

Ključ do uspeha podjetja Šuštar Roman s.p. je pozitiven, prijazen in razumevajoč odnos do strank, ki od začetka do konca projekta vzbuja zaupanje in zadovoljstvo z njimi in njihovim delom.

Osnovne dejavnosti podjetja so izdelava Knauf predelnih sten, zvočna ali toplotna izolacija zidov in stropov, suhomontažni sistemi, vgrajevanje Velux strešnih oken, vgrajevanje izolacije Knauf Insulation in Ursa, montaža visečih stropov Armstrong, izdelava spoščenih Knauf stropov in izdelava turških savn.



Slika 7: Stran DOMOV

Storitve

Na tej strani (vidno na sliki 8) so opisane storitve in materiali za opravljanje teh storitev. Storitve, ki jih podjetje Šuštar Roman s.p. ponuja strankam so:

- Knauf suhomontažne rešitve po meri,
- Armstrong viseči stropi,
- Velux strešna okna,
- izolacija Knauf Insulation in Ursa in
- Wedi plošče



Slika 8: Stran STORITVE

Reference

Ta stran ponuja uporabniku spletne strani slike nekaterih že opravljenih projektov podjetja Šuštar Roman s.p.. Slika 10 prikazuje galerijo slik za referenco Vgrajevanje Velux strešnih oken na sliki 9.

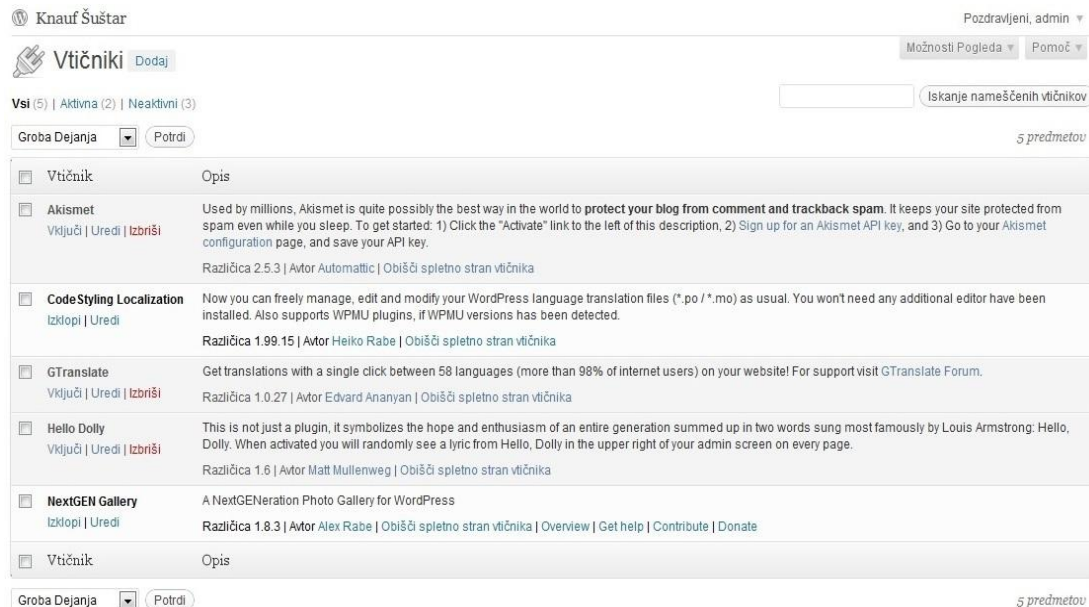


Slika 9: Stran REFERENCE



Slika 10: Galerija slik

Za izdelavo te strani smo najprej ustvarili galerije slik za posamezno dejavnost. Tudi tukaj je svoje delo odlično opravil vtičnik NextGEN Gallery, kar je prikazano na sliki 11.

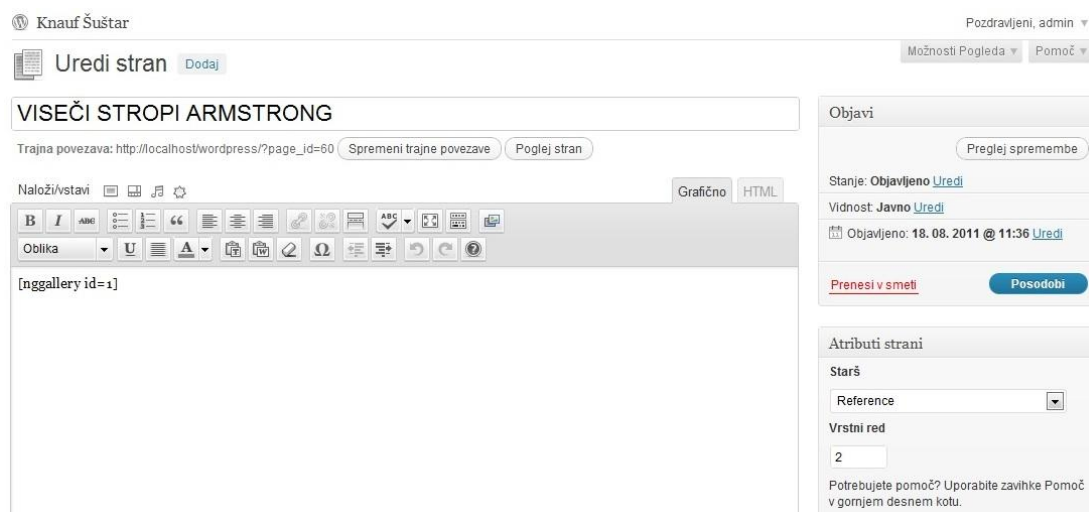


Slika 11: Ustvarjanje galerij slik z vtičnikom NextGen

Stran *reference* je t.i. »starševska stran« za strani:

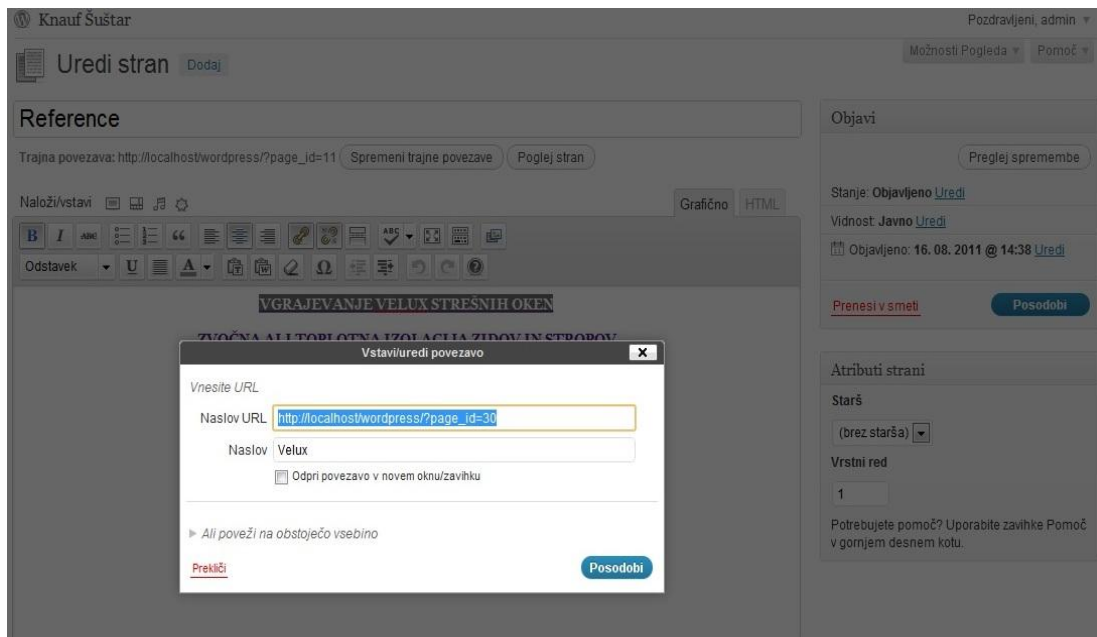
- Vgrajevanje Velux strešnih oken,
- Zvočna in toplotna izolacija zidov in stropov,
- Montaža visečih stropov Armstrong,
- Izdelava spuščениh Knauf stropov,
- Izdelava turških savn.

Stran *reference* smo za straševsko stran določili na vsaki »podstrani« posebej. Vsaka »podstran« prav tako vsebuje povezavo do posamezne galerije slik. Na sliki 12 je prikazana ena izmed podstrani.



Slika 12: Podstran Viseči stropi Armstrong

Na starševski strani *reference* so tudi povezave do posameznih »podstrani«, kar je vidno na sliki 13.



Slika 13: Povezava do podstrani

Kontakt

Ta stran uporabniku ponuja vse informacije o tem, kam se obrniti, če se odločijo za opravljanje storitev podjetja Roman Šuštar s.p.. Na sliki 14 je vidno, da je med drugimi podatki na voljo tudi zemljevid, ki lahko uporabnikom olajša iskanje sedeža podjetja.

Montažne storitve Knauf Šuštar Roman sp.
Draga 16A
4220 Škofja Loka

Kontaktna oseba: Šuštar Roman
Telefon: (04) 513 89 08
GSM: (041) 721 570
FAX: (04) 513 89 09
Elektronska pošta: roman.sustar@gmail.com
KAKO DO NAS?

Search for:
Search

avgust 2011
P T S Č P S N
1 2 3 4 5 6 7
8 9 10 11 12 13 14
15 16 17 18 19 20 21
22 23 24 25 26 27 28
29 30 31

Partnerji

KNAUF
Armstrong
VELUX®
IBSA

1. ŠUŠTAR ROMAN S.P.

Slika 14: Stran KONTAKT

Novice

To je stran s katero upravlja naročnik (g. Roman Šuštar) sam. S pomočjo uporabniškega imena in gesla se prijavi v sistem ter lahko dodaja najnovejša obvestila o dogajanju v podjetju, raznih popustih oz. akcijah, itd., prikazano na sliki 15.



Slika 15: Stran NOVICE

Pišite nam

Ta stran vsebuje obrazec (slika 16), s pomočjo katerega lahko stranke pošljejo povpraševanje po določeni storitvi podjetju in dobijo okvirni izračun vrednosti dela oz. odgovore na druga postavljena vprašanja. Povpraševanje je poslano neposredno na elektronski naslov naročnika (g. Šuštar Romana).

KNAUF ŠUŠTAR
suhomontažne storitve

Domov Storitve Reference Kontakt Novice **Pišite Nam**

Edit

Ime*

E-pošta* Telefon

Sporočilo*

Pošljite sporočilo Get your free **ContactMe** form now.

Iskanje
Search for:

Search

september 2011
P T S Č P S N
1 2 3 4
5 6 7 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18
19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30
« avg

Partnerji

Slika 16: Obrazec za povpraševanje

The screenshot displays the ContactMe website interface. At the top left is the 'ContactMe' logo. The main content area is divided into two columns. The left column contains two sections: 'Button & Form Settings' and 'Account Information'. The 'Button & Form Settings' section includes options to enable the contact button, choose a button color (currently #003C68), choose button text (currently 'Pišite Nam'), choose button position (currently 'Left Middle'), enable the contact page (checked), and choose a language (currently 'Slovenian'). A 'Save Changes' button is at the bottom of this section. The 'Account Information' section shows the email address 'roman.sustar@gmail.com' with a '(Sign In)' link, and buttons for 'Change Account' and 'Unlink Account'. The right column features a 'Customize My Form' button at the top, followed by a 'Control Panel' section. The 'Control Panel' displays statistics: 'Total Contacts: 0 (view)', 'Total Submissions: 0 (view)', and 'New Contacts this Week: 0'. Below these are links for 'Additional features to organize and grow your business': 'Customize Your Contact Form', 'Manage Your Contacts', 'Manage Your Tasks', and 'Calendar & Reminders'. At the bottom of the right column is a 'Login to ContactMe' button.

Slika 17: Izbran elektronski naslov

5.4. OPTIMIZACIJA SPLETNE STRANI

Optimizacija spletnih strani je eden izmed najpomembnejših dejavnikov pri promociji spletne strani, saj zagotavlja »vidnost« spletnih strani na iskalnikih. Dobra pozicija na iskalnikih je ključnega pomena za uspeh spletne predstavitve.

Prek iskalnikov prihaja 80% vsega prometa na spletne strani, poleg tega pa se približno 80% vseh klikov zgodi na prvi strani rezultatov iskanj. Če naše spletne strani ni moč najti med prvimi tridesetimi organskimi zadetki na iskalnikih, potem lahko rečemo, da nas na internetu praktično ni.

Optimizacija spletne strani se izvaja na dveh nivojih:

- VSEBINA STRANI: optimizacija teksta, grafike, meta oznak, notranjih povezav ipd.
- ZUNANJE POVEZAVE: izmenjava povezav, vpis strani v spletne imenike ipd.

VSEBINA SPLETNE STRANI

TEKSTOVNA VSEBINA

Za boljšo uvrstitev v iskalnikih je pomembno, da se v vsebini strani pojavljajo besede ali besedne zveze, ki so za nas ključnega pomena. Relavantna in kvalitetno predstavljena tekstovna vsebina je bistvenega pomena za to, da se naša spletna stran sploh uvrsti med rezultate iskanja na določene kjučne besede. Z drugimi besedami: če določene besede ni v vsebini spletne strani, ne moremo pričakovati, da bodo uporabniki našo stran našli v iskalnikih, ko bodo iskali po tej besedi.

Pri tem je potrebno dobro razmisliti in se postaviti v vlogo potencialnega obiskovalca ali kupca. Katere so možne besede oziroma besedne zveze, ki jih bo ta vpisal v iskalnik, ko bo iskal storitve, ki jih ponujamo? Nobenega učinka ne bomo dosegli, če bomo stran optimizirali na besede, po katerih uporabniki v iskalnikih sploh ne iščejo.

Izbrane ključne besede se morajo dovolj pogosto pojavljati v vseh pomembnih delih spletnega mesta, tudi v t.i. meta oznakah. S tem seveda nimamo v mislih neskončnega ponavljanja besed ali besednih zvez v vsebini spletišča, saj se takšno početje obravnava kot poskus zlorabe iskalnega algoritma in se kot tako tudi strogo kaznuje- poslabšanje ranga ali v skrajnem primeru odstranitev celotnega spletnega mesta iz indeksa iskalnika.

Pomembno je, da se vsebina strani posodablja. Na spletnem mestu naj se objavljajo vsebine, ki so sorodne z obstoječimi vsebinami.

META OZNAKE

Meta oznake so del izvorne kode spletne strani in ne vplivajo na vsebino spletne strani. Vsebujejo pa določene podatke o spletni strani, ki so za predstavitev strani v iskalnikih zelo pomembni, saj naredijo spletno stran iskalnikom prijazno in na ta način pripomorejo k višji uvrstitvi ter boljši predstavitvi med rezultati iskanj.

Primer izvorne kode spletne strani www.najdi.si:

```
<head>

<title>Najdi.si</title>

<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=ISO-8859-2">

<link rel="SHORTCUT ICON" href="http://najdi.si/favicon.ico">

<link rel="stylesheet" href="styles.css">

<meta name="description" content="Spletni iskalnik, imenik in portal Najdi.si. Najdi.si je iskalnik po slovenskem delu svetovnega spleta. V kazalu (indeksu) so vse strani, ki se nahajajo na slovenskih strežnikih (oziroma na tujih, v primeru da je vsebina v slovenskem jeziku all pa je kakorkoli povezana s Slovenijo). Iskalnik temelji na najsodobnejši iskalni tehnologiji, ki je v celoti plod lastnega znanja podjetja Najdi, informacijske storitve, d.o.o..">

<meta name="keywords" content="najdi, najdi.si, najdisi, splet, internet, iskalnik, iskanje, imenik, portal, novo, avto, avtomobil, avtomobili, novice, vici, sms, brezplačni sms, zastonj sms, zemljevid, zemljevid slovenije, igre">

</head>
```


Opis: opis vsebine strani v enem ali dveh stavkih, ki naj bo edinstven za vsako podstran spletišča in naj vključuje tudi besede ali besedne zveze, ki so povezane z vsebino strani.

Ključne besede: vse besede in besedne zveze na katere optimiziramo določeno (pod)stran in so tudi v vsebini te strani.

Naslov: vsaka spletna stran vašega spletnega mesta naj ima lasten naslov, ki vsebuje besede ali besedno zvezo povezano z vsebino strani. Za dobro uvrstitev v iskalnikih je naslov strani zelo pomemben, saj je skoraj gotovo, da v kolikor v naslovu strani ni ustreznih besed ali besednih zvez, bo stran na tovrstne poizvedbe v iskalnikih slabo uvrščena.

NOTRANJE POVEZAVE

Struktura notranjih povezav je pomembna tako z vidika iskalnikov, kot uporabniške izkušnje. Če želimo, da bodo iskalni pajki našo spletno stran prebrskali v celoti, je potrebno zgraditi smiselno strukturo notranjih povezav med posameznimi podstranmi in dokumenti. Na ta način tudi uporabnikom omogočimo lažje in preglednejše brskanje po spletišču.

URL naslovi naj bodo opisni oz. iskalnikom prijazni, kar pomeni, da naj vsebujejo besede ali besedne zveze, na katere optimiziramo podstran.

Sidrno besedilo na povezavah naj vsebuje besedo ali besedno zvezo, na katero optimiziramo podstran, na katero kaže povezava.

Koristno, tudi z vidika uporabniške izkušnje, je, da vsak spletni dokument vsebuje povezavo na predhodno stran in vstopno stran spletišča.

Iskalnim pajkom lahko brskanje po spletni strani olajšamo tudi tako, da ustvarimo zemljevid strani, ki vsebuje drevo vseh povezav naše strani in ga vključimo v vsebino strani.

Povezave naj bodo:

- stabilne: URL naslovi naj se ne spreminjajo,
- veljavne: kažejo naj samo na delujoče spletne strani,
- kratke: naj ne vključujejo preveč ključnih besed,
- ne pregloboke: preveč nivojev lahko povzroči, da pajki spletne strani ne bodo prebrskali popolnoma v globino.

SLIKOVNE IN DRUGE DATOTEKE

Za optimizacijo je koristno, če slikovne in druge datoteke (.bmp, .jpg, .doc, .pdf ...) poimenujemo s ključno besedo ali besedno zvezo, slikam pa v oznako ALT dodamo tudi istoimenski opis.

ZUNANJE POVEZAVE

Pridobivanje zunanjih povezav do naše spletne strani je eden ključnih elementov, ki vpliva na višino uvrstitve strani v iskalnikih. Pridobivanje spletnih povezav je ponavadi odvisno od vsebine spletnega mesta, kvalitete, ažurnosti ipd. Nihče ne bo naredil spletne povezave na vaše spletno mesto, če na njem ne bo dovolj relevantnih in kvalitetnih informacij o določeni temi. Potrebno je poskrbeti, da je na spletnem mestu dovolj kvalitetnih in dobro predstavljenih informacij, ki bi utegnile biti zanimive za sorodne ter druge spletne strani.

Potreben pa je predvsem lasten angažma - iskanje sorodnih in nekonkurenčnih strani in dogovor z njimi za izmenjavo povezav. S tem pri uvrstitvi na iskalniku pridobita oba partnerja. Pri izbiri partnerjev se omejimo na take, ki imajo dobro spletno stran, ki je dobro uvrščena v iskalnikih in imajo tudi sami veliko kvalitetnih zunanjih povezav. Če je partnerjeva spletna stran vsebinsko sorodna naši, je vpliv na boljšo uvrstitev med rezultati iskanj toliko večji. V primeru, da je partnerjeva spletna stran zelo slabo uvrščena v iskalnikih ali celo spada v kategorijo "spam" strani, si bomo z izmenjavo povezave s tako stranjo naredili več škode kot koristi.

Eden izmed načinov pridobivanja zunanjih povezav je tudi vpis strani v iskalnike in imenike, kot so npr. spletni imenik Najdi.si, Mat'kurja ipd.

Bistvenega pomena pri zunanjih povezavah je predvsem, kaj je napisano na teh povezavah. Kot pri notranjih povezavah je tudi v tem primeru osrednjega pomena sidrno besedilo. Zunanja povezava na spletno stran mora torej vsebovati besedo ali besedno zvezo na katero optimiziramo spletno stran. Če naj bo spletno mesto uvrščeno visoko na besedo "igre", naj tudi povezave, ki kažejo na vašo spletno stran nosijo ime "igre".

Ker imajo iskalniki vgrajenih veliko mehanizmov, ki preprečujejo zlorabe, kot je t.i. "link-spamming", je potrebno biti z nabiranjem zunanjih povezav pazljiv in se osredotočiti zgolj na dobre, kvalitetne povezave in ne kar vsepoprek zbirati ogromnih količin zunanjih povezav. Zna se namreč zgoditi, da bodo iskalniki zaradi zlorabe in poizkusa prevare algoritma vaše spletišče v najslabšem primeru izločili iz svojega indeksa (<http://www.najdi.si/publishers/bettervis.html#q3>, 2011).

Optimizacije spletne strani (SEO- Search Engine Optimization) smo se lotili po naslednjih korakih:

1. Ključne besede- Keywords
Skupaj s podjetjem smo izbrali ključne besede, ki se nanašaja na njihove storitve: knauf, savna, armstrong, velux, izolacija.
2. Naziv strani- Title
Naslov spletne strani je kratek in jedrnat: Knauf Šuštar suhomontažne storitve. Naslov spletne strani je različen za vsako podstran spletne strani.
3. Opis strani- Description
Opis spletne strani je kratek in jedrnat in predstavlja bistvo storitev podjetja.
4. Meta ključne besede- Meta Keywords

Ključne besede v nizu, ločene z ločili, od najpomembnejše proti manj pomembni.

```
<meta name="keywords" content="knaufšuštar, knauf, šuštar, suhomontažnestoritve, velux, amstrong, izolacija, toplotnaizolacija, zvočnaizolacija, pohištvo, turškasavna, predelnastena">
```

5. Vsebina- Content

Teksti so napisani v stilu, da so čimbolj SEO prijazni, to pomeni, s ključnimi besedami v pravih sklonih in pritegnejo pozornost obiskovalca spletne strani.

6. Alt tagi - Alt Tags

Za slike na naši spletni strani smo uporabili alternativne opise (alt), ki vsebujejo ključne besede spletne strani in so odlična podpora optimizaciji spletne strani.

7. Zgradba strani- Site Architecture

Spletna stran je že v osnovi zgrajena tako, da je prijazna za iskalnike ter »pajke«. Na prvi strani so hiperlinki do podstrani. Že pri zasnovi spletne strani smo predvideli, kje bodo meniji, linki, teksti, slike,...

8. Navigacija strani- Site Map

Site Map vsebuje vse optimizirane podstrani in povezave nanje, saj s tem pomaga iskalnim »pajkom«, da hitreje in lažje preberejo našo spletno stran.

9. Vpis strani- Search Engine Submission

Spletni naslov podjetja smo vpisali v vse večje brskalnike, ki so med seboj povezani: Google, Najdi.si, Yahoo, MSN, Altavista in druge.

6. SWOT ANALIZA

Pri SWOT analizi vzamemo pod drobnogled štiri aspekte in sicer prednosti, slabosti, priložnosti ter nevarnosti. Namen analize je pomoč pri strateških odločitvah, kam točno usmeriti poslovanje, katere programe opustiti ali jih ojačati ali podobno (<http://www.blazkos.com/swot-analiza.php>, 2011).

PREDNOSTI

Prednosti se nanašajo na notranje, ki pozitivno vplivajo za doseg določenih ciljev. Del poslovanja, kjer se počutimo boljše od konkurence. Prednosti se nanašajo predvsem na marketinško in finančno funkcijo, raziskave, razvoj, nabavo ter prodajo. V naše prednosti vlagamo, jih razvijamo in poskrbimo, da tudi dolgoročno ostanejo naše prednosti.

SLABOSTI

Slabosti predstavljajo šibkosti in področja, kjer smo ranljivi. Slabosti delimo v tri kategorije:

- slabosti, ki so kritične za dolgoročni uspeh,
- slabosti, ki jih moramo odpraviti vsaj do minimalne ravni, ki je še sprejemljiva,
- slabosti na katere lahko pozabimo.

PRILOŽNOSTI

Priložnosti so tisti del analize, ki pozitivno vplivajo na naše delovanje in bodo v zunanjem okolju nastopili v bližnji prihodnosti. Omogočajo nam, da še hitreje izkoristimo svoje prednosti. Nanašajo se predvsem na politične, ekonomske, socialne, vladne in konkurenčne trende.

NEVARNOSTI

Nevarnosti so potencialni negativni vplivi, na katere nimamo vpliva. Pomembno je, da identificiramo nevarnosti ter izdelamo strategijo, kako bomo reagirali, če se nevarnost uresniči.

SWOT ANALIZA SPLETNE STRANI

Prednosti:

- celovita spletna stran za potrebe podjetja
- spletna stran omogoča enostavno in sportno obveščanje strank o najnovejših novicah
- dobra pozicija na spletnih brskalnikih
- možnosti za dodaten razvoj

Slabosti:

- premalo spretnosti z upravljanjem časa
- navigacija spletne strani ni celovita
- pomanjkanje znanja na področju oblikovanja spletnih strani
- pomanjkanje prepričanja, da lahko res oblikujemo spletno stran

Priložnosti:

- znanja, ki nam bodo pomagala komunicirati s potencialnimi kupci v naši stroki
- potrebe po spletnih straneh so vedno večje
- vedno več odportokodnih programov za izdelovanje spletnih strani
- stranke navajati na uporabo spletne strani

Nevarnosti:

- vedno večja konkurenca
- napad virusov
- nedelovanje spletnega strežnika
- možnost kopiranja spletne strani

7. ZAKLJUČEK

7.1. OCENA USPEŠNOSTI

Spletna stran je najenostavnejša pot do predstavitve širšim množicam. Primerno urejena in optimizirana omogoča sprejem iskalcem informacij ter tako lahko vpliva na boljše poslovanje.

Podjetje Šuštar Roman s.p. konkurira na področju, ki je trenutno v hudi gospodarski krizi. Konkurenca se je v zadnjih letih zaostрила, situacija na trgu pa prav tako ne dopušča spodrseljajev in napačnih odločitev.

Spletna stran je dinamična, s predstavitvenimi vsebinami, ažurnimi besedili in natančimi informacijami.

Vsebine na spletni strani morajo ostati nadzorovane in ažurne, prav tako pa je potrebno skrbeti za ustrezno hranjenje varnostnih kopij, kar ob enostavni zasnovi celotnega okolja ni težko. Spletna stran stroškovno podjetju ne predstavlja večjih izdatkov in ne potrebuje veliko časa za dodelavo in spreminjanje.

Spletna stran ne pomeni večjega števila strank. Gre le za novo podobo podjetja.

7.2. MOŽNOSTI NADALJNEGA RAZVOJA

Internet je hitro spreminjajoče se okolje. Prav tako hitro se spreminjajo navade uporabnikov, zato je treba spletne strani prilagajati njihovim potrebam in zahtevam. Okolje spletne strani in podatkovna baza sta fleksibilna in primerna za morebitne izboljšave.

Ob dodatnih željah podjetja imamo na voljo veliko izbiro že razvitih razširitev, razvoj novih aplikacij pa je poenostavljen zaradi upoštevanja svetovnih standardov in pravil. Celotna spletna stran temelji na tehnologijah, ki so brezplačne in se bodo v prihodnosti razvijale naprej. tako spletna stran ni obsojena na propadlo in izumrlo tehnologijo.

Zaradi uspešnosti projekta izdelave spletne strani v podjetju Šuštar Roman s.p. razmišljajo o dodatni spletni strani, ki bi predstavljala še drugo dejavnost, s katero se ukvarjajo v podjetju. Tudi ta spletna stran bi bila povezana s krovno spletno stranjo.

Zaključili smo z izdelavo spletne strani. Pri izdelavi spletnih strani pravzaprav ne moremo govoriti o zaključku projekta. Ponavadi gre za zaključek ene faze. Tej sledi naslednja, to je vzdrževanje prve. Obnavljanje vsebin, informacij in podatkov bo tedensko opravilo, saj želimo ohraniti spletno stran svežo in v koraku s časom.

Dosegli smo zastavljene cilje. S skupnimi močmi smo premagovali ovire, se učili in napredovali. Veliko teoretičnega znanja, ki je potrebno za tak projekt, sem pridobila na Fakulteti za organizacijske vede in na predavanjih tekom šolanja.

Med več mesecev trajajočem projektu sem se največ naučila iz literature, ki je objavljena na internetu. Nekaj informacij sem dobila tudi v knjigah, a je novejšo literaturo lažje najti na spletu. Pazljivi smo bili pri izbiri virov s spleta, saj lahko na spletu objavlja vsakdo, zato so lahko informacije tudi napačne ali napačno tolmačene.

LITERATURA IN VIRI

Vsebina spletne strani.

<http://sl.wikipedia.org/wiki/Internet> (dostop 22. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

http://www.gfkorange.si/?option=com_gfkorange&Itemid=57&id=42 (dostop 22. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

http://sl.wikipedia.org/wiki/Spletna_stran (dostop 22. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://www.najdi.si/publishers/bettervis.html#q3> (dostop 22. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://www.wampserver.com/en/> (dostop 23. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://sl.wordpress.org/> (dostop 23. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://sl.wikipedia.org/wiki/WAMP> (dostop 24. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

http://wiki.fmf.uni-lj.si/wiki/Zgodovina_operacijskih_sistemov_Windows (dostop 25. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://www.e-uspeh.com/pomoc/kaj-je-apache-streznik.htm> (dostop 25. 5. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://sl.wikipedia.org/wiki/MySQL> (dostop 12. 6. 2011)

Vsebina spletne strani.

http://sl.wikipedia.org/wiki/Sistem_za_upravljanje_vsebin (dostop 12. 6. 2011)

Vsebina spletne strani.

[http://sl.wikipedia.org/wiki/Joomla, 2011](http://sl.wikipedia.org/wiki/Joomla,2011) (dostop 12. 6. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://hauki.si/drupal-cms-sistem-urejanja-vsebin> (dostop 12. 6. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://sl.wikipedia.org/wiki/WordPress> (dostop 12. 6. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://www.blazkos.com/swot-analiza.php> (dostop 31. 8. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://sl.wikipedia.org/wiki/Blog> (dostop 31. 8. 2011)

Vsebina spletne strani.

http://sl.wikipedia.org/wiki/Blog#Kratka_zgodovina_blogov (dostop 31. 8. 2011)

Vsebina spletne strani.

http://sl.wikipedia.org/wiki/Blog#Vrste_blogov (dostop 31. 8. 2011)

Vsebina spletne strani.

<http://optimizacija-internetnih-strani.blogspot.com/> (dostop 1.9.2011)

Vsebina spletne strani.

<http://www.dominatus.si/optimizacija-spletnih-strani> (dostop 1.9.2011)

Hanke, J. (2001). Spletne strani in HTML. Šempeter pri Gorici: Flamingo.

Kaltenekar, M. (2006). Oblikovanje spletnih strani: HTML, CSS in JavaScript: hitri vodnik. Ljubljana: Pasadena.

Kranjc, T. (2011). Diplomsko delo: Analiza spletne predstavnosti štirih celjskih hotelov. Koper.

Vurušič, R. in Vurušič, P. (2006). Internetni kažipot. Ljubljana: Tehniška založba Slovenije.

Zandstra, M. (2004). Naučite se PHP v 24 urah. Ljubljana: Pasadena.

Zorec, M. (1998). Svetovni splet: priročnik za uporabo interneta in izdelavo spletnih strani brez programiranja. Ljubljana: Mihaela Zorec.

KAZALO SLIK

Slika 1: Uporaba kombiniranega laserja	2
Slika 2: Orodna vrstica okolja Wampserver	18
Slika 3: Spletno okolje Wampserver	19
Slika 4: Prijava v Wordpress	20
Slika 5: Gradniki	22
Slika 6: Vtičniki	23
Slika 7: Stran DOMOV	24
Slika 8: Stran STORITVE	25
Slika 9: Stran REFERENCE	26
Slika 10: Galerija slik	26
Slika 11: Ustvarjanje galerij slik z vtičnikom NextGen	27
Slika 12: Podstran Viseči stropi Armstrong	27
Slika 13: Povezava do podstrani	28
Slika 14: Stran KONTAKT	29
Slika 15: Stran NOVICE	30
Slika 16: Obrazec za povpraševanje	31
Slika 17: Izbran elektronski naslov	32