



fakulteta  
za komercialne  
in poslovne vede



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA VISOKO ŠOLSTVO,  
ZNANOST IN INOVACIJE



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI  
SOCIALNI SKLAD  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

**JAVNI RAZPIS  
PROJEKTNO DELO ZA PRIDOBITEV PRAKTIČNIH IZKUŠENJ IN ZNANJ ŠTUDENTOV V  
DELOVNEM OKOLJU 2022/2023**

**Operacija**

**Inovativne rešitve za krajše dobavne poti**

**Projekt**

**Analiza dejavnosti in zasnova spletišča  
za krajšo dobavno pot gradbenih storitev**

**Elaborat predloga zasnove spletne strani**

**Izvajalec: Fakulteta za komercialne in poslovne vede**

**Projektni partnerji: Marjan Vocovnik s. p. in študenti Beno Bencak, Tara Šertel, Anja Rakovec, Simona Skok, Teo Bizjak, Simon Luštrek**

**Trajanje: 1. 4. 2023 – 31. 8. 2023**

**Celje, 31. 8. 2023**

*Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.*



fakulteta  
za komercialne  
in poslovne vede



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA VISOKO ŠOLSTVO,  
ZNANOST IN INOVACIJE



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI  
SOCIALNI SKLAD  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

## Vsebina

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 1 Izhodišča .....                            | 3  |
| 2 Predlogi študentov .....                   | 3  |
| 2.2 Predlog 2.....                           | 8  |
| 2.3 Predlog 3.....                           | 10 |
| 2.4 Predlog 4.....                           | 11 |
| 2.5 Predlog 5.....                           | 16 |
| 2.6 Predlog 6.....                           | 20 |
| 3 Končni predlog zasnove spletne strani..... | 21 |

*Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.*

## 1 Izhodišča

Prehodno opravljena analiza dejavnosti je pokazala, da ima v dejavnosti F43.290 Drugo inštaliranje pri gradnjah le 27,73 % podjetij svojo spletno stran, medtem ko 72,27 % podjetij spletne strani sploh nima. Med obstoječimi spletnimi stranmi so nekatere zastarele ali nepregledne, pogosto neprilagojene za branje preko mobilnih naprav. Te ugotovitve so predstavljale izhodišče za nadaljnje delo. Najprej so se po debati pripravili individualni predlogi za spletno stran, potem pa se je iz teh predlogov oblikovala končna zasnova.

## 2 Predlogi študentov

### 2.1 Predlog 1

Prvotne spletne rešitve so v glavnem vsebovale besedilo, saj so bile internetne povezave takrat počasne in spletne tehnologije omejene. Novosti v tehnologijah, kot so HTML5, CSS3 in JavaScript, so razvijalcem spletnih strani omogočile, da so spletne strani postale bolj napredne in kompleksnejše. Zmanjšala se je uporaba grafik, povečala se je uporaba velikih slik za ozadje, pisava je postala bolj zlit z ozadjem, predvsem pa se je pojavila enostranska struktura spletnih strani, kar pomeni, da je vse napisano na eni strani, ki pa jo pomikamo gor in dol, kar je uporabnikom mobilnih naprav in tablic olajšalo branje spletnih strani (<https://siw-grinaker.medium.com/websites-past-and-present-dcda490c08f8>).

Zasnova spletne strani, ki je primerna za uporabnike mobilnih naprav in tablic je pomembna, ker se je z nastankom pametnih telefonov in tablic brskanje po spletu začelo vse bolj odvijati preko mobilnih naprav. V drugi četrtini leta 2020 je bilo 51.53 odstotkov prometa spletnih strani preko mobilnih naprav (uporaba tabličnih računalnikov ni všteta) (<https://www.browserstack.com/guide/elements-of-modern-web-design>).

Za primer razlike med nekdanjimi in sodobnimi spletnimi rešitvami podajam primerjavo spletne rešitve podjetja Floris iz Londona.

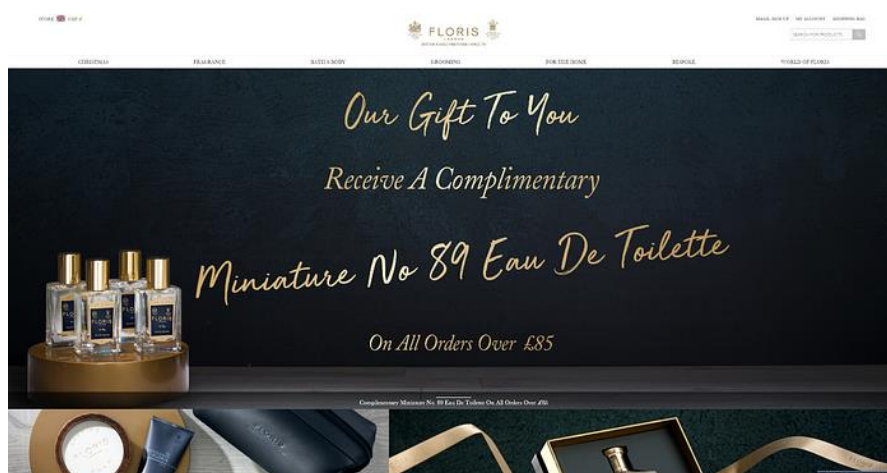
Spletna rešitev podjetja Floris leta 2000:



Slika 1: Spletna stran Floris 2000

(Vir: <https://siw-grinaker.medium.com/websites-past-and-present-dcda490c08f8>)

Spletna rešitev podjetja Floris leta 2019:



Slika 2: Spletna stran Floris 2019

(Vir: <https://siw-grinaker.medium.com/websites-past-and-present-dcda490c08f8>)

Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.

V našem primeru gre za podjetje, ki se ukvarja z montažo ograj in robnikov. Podobno kot je fasada »platnica« hiše, je ograja »platnica« parcele, zato se z dobro ograjo lahko v okolici popolnoma spremeni izgled parcele hiše.

Elementi, ki jih naj spletna stran vsebuje:

- opis storitev, ki jih podjetje nudi,
- kratka predstavitev/zgodovina podjetja v nekaj stavkih (gre za podjetje, ki je na podlagi informacije na bizi nastalo leta 2005, kar pomeni, da ima z letošnjim letom 18 let delovanja, prav tako ljudje lahko domnevajo, da je podjetje, ki uspešno deluje že toliko let vredno zaupanja in polno izkušenj),
- nekaj razlogov zakaj izbrati ravno tega izvajalca (v primeru, da podjetje z odpadki gradbenega materiala ravna v skladu s krožnim gospodarstvom je dobro, da se tukaj to izpostavi)
- katalog, ki prikazuje ponudbo robnikov in ograj z fotografijami,
- kontakt s kontaktnim obrazcem za povpraševanje

Čakalne dobe in cenika za takšno podjetje ne priporočam, da se objavlja. Ne le, da je pri takšnih cenah težko določiti fiksno ceno in datum storitve, je problem lahko tudi, da če se bo stranki cena iz cenika zdela previsoka ta ne bo niti vzpostavila kontakta s ponudnikom. Namesto tega se naj stranki poda možnost, da preprosto pošlje povpraševanje.



fakulteta  
za komercialne  
in poslovne vede

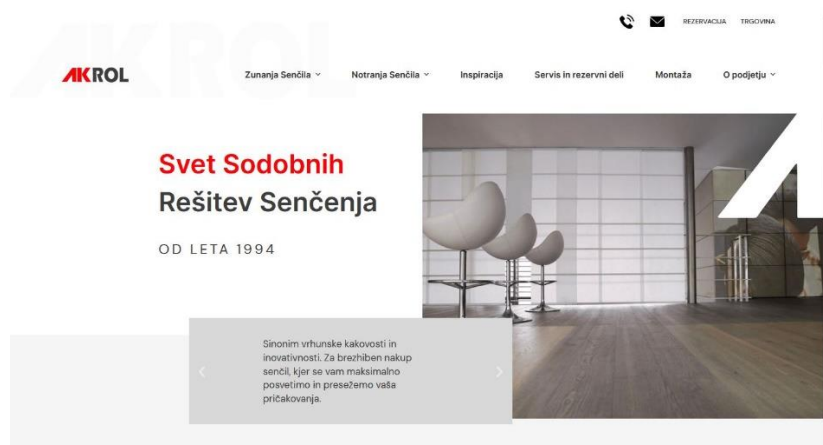


REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA VISOKO ŠOLSTVO,  
ZNANOST IN INOVACIJE



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI  
SOCIALNI SKLAD  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

Priporočam nekaj na način v kombinaciji naslednjih spletnih strani, vendar z drugimi zavihki in slikami:



Slika 3: Akrol

Vir: <https://akrol.si/>



Slika 4: Andrej avtomatika

Vir: <https://www.andrej-avtomatika.si/>

Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.





Slika 5: Primer oblike spletne rešitve

Vir: <https://www.bluecorona.com/wp-content/uploads/2019/04/contractor-website-design.jpg>

Prvi dve spletni strani sta dejanski spletni strani, ki sta pridobljeni iz našega pregleda podjetij, tretja je pa primer dobre spletne strani za manjša podjetja, ki se ukvarjajo z zaključnimi deli in hišnimi opravili.

Nekateri izvajalci montaž ograj nudijo možnost 3D izrisa kako bi izbrana ograja izgledala nameščeno pri strankini hiši, tako da se lahko v primeru, če se stranka ne more odločiti med več različnimi ograjami lažje odloči. Možnost 3D izrisa je lahko dobra tržna prednost.

1. Grinaker, S. (2019). *Websites: past and present*. Pridobljeno 3. 7. 2023 s spletne strani <https://siw-grinaker.medium.com/websites-past-and-present-dcda490c08f8>.
2. Bose, S. (2020). *Core elements of modern web design*. Pridobljeno 3. 7. 2023 s spletne strani <https://www.browserstack.com/guide/elements-of-modern-web-design>.

Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.

## 2.2 Predlog 2

Cilj je ustvariti spletno stran, ki poudarja dobre lastnosti produktov in storitev podjetja Marjan Vocovnik s.p., ki bo pritegnila veliko strank. Želimo, da že spletna stran stranke prepriča, zakaj je podjetje boljše od ostalih podobnih. Pomembno je, da podjetje zagotavlja prijazno in odzivno spletno stran tudi za uporabnike mobilnih naprav. V podjetju se morajo zavedati tudi, da je pomembno, da v spletno stran dobro vpeljejo SEO, ki omogoča tudi lahko analizo in primerjavo obnašanja strank na spletni strani.

Spletna stran mora biti vizualno privlačna, da so vsi zavihki enake pisave in podobnih barv, slike morajo biti visokokakovostne in dovolj velike. Prehod med različnimi zavihki na strani mora biti enostaven in pregleden. Spletna stran je primarno v slovenskem jeziku, z možnostjo spremembe jezika celotne strani v angleščino.

Stranka bi najprej prišla na domačo stran, kjer bi jo pričakale najbolj osnovne in pomembne informacije. Predstavitev storitev in produktov, ki jih uporabljajo in izvajajo v podjetju Marjan Vocovnik s.p. ter kratka predstavitev podjetja. Domača stran bi bila vizualno privlačna, z visokokakovostnimi fotografijami preteklih storitev. Iz domače strani se bi dostopalo do jasnega in preprostega menija, ki bi vodil do sledečih podstrani:

- **O nas:** predstavitev podjetja, zgodovine, zaposlenih. Poudarek na izkušnjah, pridobljenih certifikatih o kakovosti in usposobljenosti zaposlenih. V opisu poudariti, da je najbolj pomembno zadovoljstvo strank. Primerjava podjetja Marjan Vocovnik s.p., njihovih storitev in produktov z ostalimi podjetji, ki se ukvarjajo z montažo ograj po Sloveniji.
- **Kontakt in povpraševanje:** v tem zavihku so navedene vse kontaktne opcije, med katerimi lahko stranke izbirajo (telefon, e-pošta). Podani tudi linki do morebitnih socialnih omrežij (Facebook, Instagram). Dodatno okence za





fakulteta  
za komercialne  
in poslovne vede



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA VISOKO ŠOLSTVO,  
ZNANOST IN INOVACIJE



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI  
SOCIALNI SKLAD  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

povpraševanje, preko katerega lahko stranke direktno kontaktirajo podjetje iz spletne strani.

- **Produkti:** predstavitev različnih tipov ograj, iz različnih materialov in barv, ki so razporejene po kategorijah, da stranke lažje najdejo vrsto ograje, ki jo iščejo. Opisi ograj vsebujejo podrobne informacije in vizualno gradivo za vsako posamezno vrsto ograje. Podane so okvirne cene in možnost izračuna približnega stroška določene vrste ograje, ki jo stranke izberejo. Naštete možnosti vrst plačila (na obroke, kartice, gotovina) in možni popusti, ki jih v podjetju nudijo.
- **Storitve:** predstavljene storitve, s katerimi se v podjetju ukvarjajo. Naštete vse vrste montaž in ostalih gradbenih del s podanimi približnimi čakalnimi dobami.
- **Reference in mnenja strank:** Možnost filtriranja referenc in mnenj po različnih tipih ograj, materialih ali lokacijah. Slike so dobre kakovosti, v katerih so razvidne detajli ograj. Mnenja strank so iskrena in realna.
- **Pogosta vprašanja:** zapisana najpogostejša vprašanja strank o kvaliteti, montaži, dodatnih storitvah, vrstah ograj, garancijah s podanimi odgovori, ki jih pripravijo v podjetju Marjan Vocovnik s.p.. Možnost da stranke dodajo še dodatna vprašanja, na katera bo vodstvo odgovorilo v najkrajšem možnem času.
- **Blog:** posamezni članki iz interneta, ki predstavljajo produkte, ki jih prodajajo in montirajo v podjetju Marjan Vocovnik s.p. Zapis morebitnih predstavitev lastnih izdelkov, uspehov.
- **Informacije o varstvu osebnih podatkov in piškotki:** podane informacije o piškotkih, ki jih spletna stran uporablja in informacije o varstvu osebnih podatkov.

## 2.3 Predlog 3

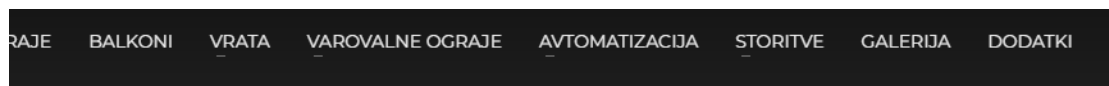
Spletno stran bi oblikovala čim bolj pregledno, da se vsak znajde in takoj najde tisto kar išče.

V ozadje bi postavila kakšne bolj svetle barve in pomembno besedilo čim bolj temno, da je bolj vidno. Na začetno stran bi vključila tudi že kakšno sliko do sedanjih del in seveda logotip podjetja.

Na vrhu spletne strani bi naredila orodno vrstico, kjer bi bile vse pomembne povezave, do stvari ki jih bi kupci lahko iskali. Se pravi alineji, ki mislim da je smiselno da jih dodamo:

- kdo smo? Opis podjetja, kaj počnemo, iz kje smo,... ;
- storitve, vse storitve, ki jih podjetje nudi, vsako v svojo alinejo, da se ob kliku odpre nova stran z opisom vsake posebej;
- kontakt, telefon, mail, poštni naslov, morda direktni kontaktni obrazec;
- reference, kjer bi se odprle slike preteklih del podjetja in pa spisek znanih strank, ki so podjetju zaupale (če so);
- cenik, glede na to da gre za ograje bi rekla da bi lahko približno zastavili ceno za 1m ograje, seveda za vsak material različno, predvidevam da se razlikujejo od materiala do materiala, seveda bi morali poudariti da je to sama cena in ni fiksna dodajo se k končni ceni še ostali stroški
- na zadnje bi dodala tudi direktni obrazec za povpraševanje, kamor bi stranke morale vpisati za kakšno ograjo se zanimajo (material)?, dolžina?, iz kje je stranka (zaradi možnih stroškov kilometrine)?, ...; na povpraševanje bi jim odgovorili z informativnim izračunom cene in okvirnim dobavnim rokom.

Na spletni strani bi to izgledalo nekako tako:



Ob kliku na posamezno ikono bi se odprle alineje z možnostmi

| reference           | Kdo smo? | storitve    | kontakt            | cenik       | Obrazec<br>za<br>povpr. |
|---------------------|----------|-------------|--------------------|-------------|-------------------------|
| Slike del           | Opis     | Inox ograja | Telefon            | Inox igraja |                         |
| Zaupana<br>podjetja |          | ...         | Mail               | ...         |                         |
|                     |          | ...         | naslov             | ...         |                         |
|                     |          | ...         | Kontakt<br>obrazec | ...         |                         |

besedilo obarvano z rumeno bi bilo zapisano, da je takoj vidno na spletni strani. kjer je besedilo rdeče bi se nam ob dotiku odprle še alineje s temi možnostmi.

*Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.*

## 2.4 Predlog 4

Z analizo podjetij sem ugotovila, da ima od 88 pregledanih podjetij le 22 spletno stran (le 25%). Zaradi trenutnega načina življenja je spletna stran ključnega pomena za uspeh podjetja, saj je za potrošnike oz. uporabnike ključnega pomena, da imajo informacije »na dosegu roke«.

S spletno stranjo lahko podjetje ali organizacija:

- doseže več ljudi,
- zgradi pristnost svoje znamke,
- izboljša verodostojnost svojega podjetja,
- spletna stran služi kot izložba.

## VSEBINA SPLETNE STRANI

Med analizo podjetij sem opazila naslednje dobre prakse:

- spletni obrazec za kontakt ali naročilo ponudbe,
- spletni katalog ponudbe,
- foto galerija izdelkov oz. storitev,
- spletna trgovina,
- reference,
- večjezična spletna stran,
- možnost predogleda izdelka ali storitve.

### Spletni obrazec za kontakt ali naročilo ponudbe

Pomembno je, da imajo potrošniki na voljo več načinov kontaktiranja ponudnika. Poleg splošnih navedenih kontaktov (telefonska številka, e-naslov) je kontaktni odlična ideja za način komunikacije, saj omogoča ponudniku, da zbere podatke o potrošniku (ime, kontaktni podatki, povpraševanje...). E-pošto, ki prihaja iz kontaktnih obrazov lahko posebej filtriramo, zato je manj verjetno, da bo ta končala v mapi »spam«. Kontakt preko spletnega obrazca je v primerjavi z e-pošto lažji, saj pišemo direktno iz ponudnikove spletne strani. Spletni obrazci se lahko uporabijo tudi za naročilo servisa ali drugih podobnih storitev.

**Pomembno pri kontaktnih obrazcih je, da se poskrbi za zasebnost strank.**

Pišite nam

---

IME \*

PRIIMEK \*

ELEKTRONSKA POŠTA \*

TELEFON

ZADEVA

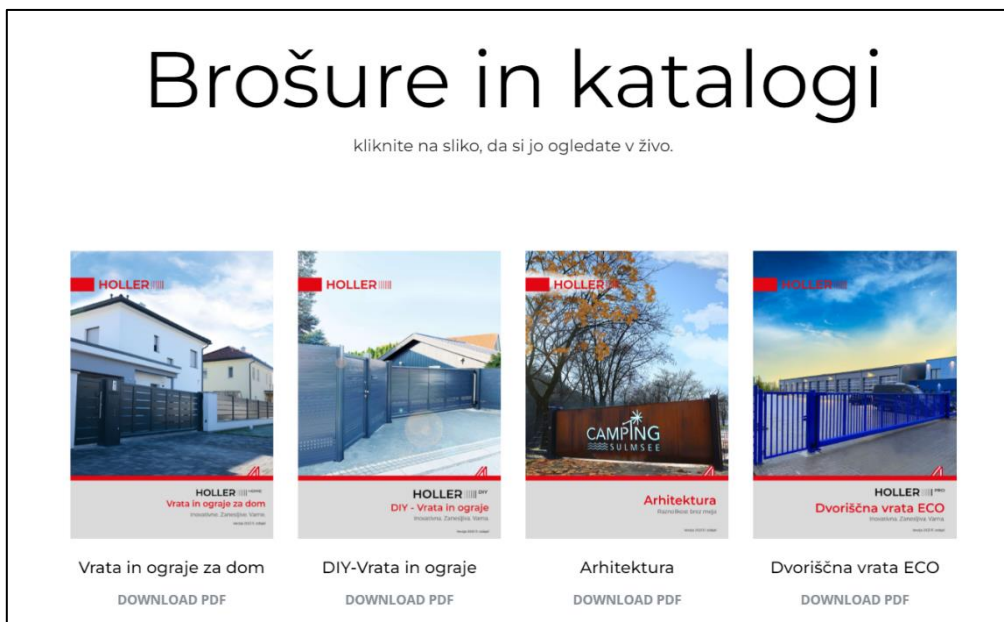
SPOROČILO

Slika 3: primer kontaktnega obrazca

(vir: <https://hmklima.si/kontakt/>)

## Spletni katalog ponudbe

Potrošniki si seveda želijo jasen pregled nad ponudbo. Če ponudnik denimo ponuja več vrst ograj, lahko katalog potrošniku lažje izbrati ograjo, ki mu je všeč. Spletni katalog lahko uporabimo tudi za navajanje referenc.



Slika 4: primer spletnega kataloga

(vir: <https://www.holler-tore.at/sl/download/>)

**Galerija izdelkov oz. storitev** je lahko uporabna predvsem za navajanje **referenc**.

**Spletna trgovina** ni nujno, da je zasnovana le za prodajo ampak tudi na najem storitev ali izdelkov. Podjetje Inpro se denimo sicer ukvarja z montažo klimatskih in ogrevalnih naprav, ki pa jih tudi prodajajo (spletna trgovina: <https://www.inpro-trgovina.si/>). Spletna trgovina se lahko uporablja tudi za informativni izračun cen ter najem storitev ali izdelkov (npr. če podjetje ponuja najem klimatskih naprav za šotore ipd.).

**Večjezičnost** – če tudi storitve opravljamo le v eni državi se moramo zavedati, da so migracije danes nekaj normalnega. Večjezičnost nam kljub vsemu pomaga doseči širši trg, če tudi znotraj države.

## IZGLED SPLETNE STRANI

**Barva** – če ima podjetje že prepoznavno barvo (npr. rdeča barva Coca-cola) je najbolje, uporablja barvni spekter svoje znamke. Enako velja tudi za logotipe in druge

*Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.*



elemente, ki pomagajo identificirati podjetje. Barve spletne strani ne smejo biti prežive oz. moramo ob takšni izbiri paziti na ravnovesje.

**Postavitve/ razporeditve** – pri postavitvi moramo paziti, da je ta preprosta, čista in oblikovana tako, da pritegne pozornost na najpomembnejše dele. Preveč »natrpna« spletna stran je estetsko nezadovoljiva in bo potrošnika pred odvrnila. Ko pripravljamo spletno stran je bolje, da jo razdelimo na več spletnih strani s pomočjo spustnega menija. Tako do spletno mesto bolj pregledno in bo lahko potrošnik ali uporabnik lažje našel podatke, ki jih išče.



Slika 5: primer slabe razporeditve

(vir: What is the importance of web design for your audience? | Smart Insights)

**Pisava in tipografija** – glavno pravilo je, da je pisava berljiva in jasno vidna na barvi ozadja. Različne pisave lahko odražajo različne osebnosti podjetja (profesionalnost, zabavnost, mladostnost itd.). Ko izbiramo pisavo moramo pomisliti tudi katero starostne skupine ciljamo. Mladi denimo imajo rajši zabavne in elegantne črke, medtem, ko imajo starejše generacija raje preprostejšie in čiste črke, ki jih je lažje brati.

**Dostopnost spletne strani** – čeprav danes večina ljudi izdelke in storitve išče preko mobilnih telefonov, je pomembno, da je oblika primerna za vse naprave – tudi za računalnik in tablico. Pri dostopnosti pa ni pomembno le, da je dostopna iz več različnih

*Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.*



naprav, ampak, da je dostopna tudi za ljudi z različnim okvarami ali invalide (npr. za slabovidne, gluhe in naglušne ipd.).

**Preprosto krmarjenje** – bolj, ko je vaše spletno stran uporabniku prijazna, večja je verjetnost, da se bodo ukvarjali z vsebino in izvedli željeno dejanje. Pomembno je, da se vključi spustni meni in iskalnik. Krmarjene po spletnem mestu mora biti tako, da se uporabnik ne izgubi.

## KROŽNO GOSPODARSTVO IN SPLETNE STRANI

Med analizo podjetij je na svoji spletni strani le eno podjetje ponujalo obliko krožnega gospodarstva. Podjetje Inpro d.o.o. ponuja možnost najema klimatskih naprav za različne potrebe. Nekaj podjetij, ki se ukvarjajo z montažo ograj, imajo v svoji ponudbi možnost najema začasnih ograj, katerih uporabniki so predvsem organizatorji dogodkov. Vsa podjetja imajo na spletni strani jasno določene pogoje najema, priložen pa imajo tudi okvirni cenik.

Na spletni strani lahko podjetja delijo tudi članke in nasvete. Spletna stran je odlično orodje za zagon krožnega gospodarstva v podjetju.

## ZAKLJUČEK

Spletna stran podjetja deluje kot izobraževalna platforma ljudi o vašem podjetju. Dobro zasnovana spletna stran je izrednega pomena, saj predstavlja prvi stik med ponudnikom in potrošnikom in je vez zaupanja. Ob obisku spletne strani bo potrošnik dobil prvi vtis o podjetju, ocenili ga bodo v nekaj sekundah. Spletno stran je potrebno nenehno posodablјati, ne le zaradi videza ampak tudi zaradi nenehnega razvoja tehnologije.



fakulteta  
za komercialne  
in poslovne vede



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA VISOKO ŠOLSTVO,  
ZNANOST IN INOVACIJE



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI  
SOCIALNI SKLAD  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

## 2.5 Predlog 5

Želimo ustvariti spletno stran, ki bi predstavila podjetje in kupcem približala, ter jim predstavila izdelke. Ker na trgu večina podjetij nima spletne strani, bi le ta lahko odigrala ključno vlogo ali se kupec odloči za vaš izdelek, ali katerega drugega. Spletna stran mora biti privlačna, prijazna, ter mora vzbuja pozitivna čustva. V njo je potrebno vpeljati SEO, da jo najde več kupcev.

### Vsebina

Spletna stran bi vsebovala:

- domačo stran
- navigacijo
- kontakt,
- katalog ponudbe,
- predstavitev posameznih produktov,
- komentarje strank,
- galerijo izdelkov,
- vizualizacijo končnega izdelka na podlagi slik okolice,
- možnost naročila (spletna trgovina),
- vsebino v več jezikih
- nogo

### Domača stran

To je prva stran, na katero bi stranka prišla. Pomembno je da je preprosta in dobrega izgleda, saj želimo narediti dober prvi vtis na stranko.

### Navigacija

V tem delu bi lahko stranke izbirale med več zavihki.

DOMOV

KONTAKT

KOMENTARJI

GALERIJA

TRGOVINA

VIZUALIZACIJA

*Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.*

## Kontakt

V zavihku kontakt lahko najdemo podatke podjetja, kot so telefon, mail, naslov in formo, preko katere lahko kontaktirajo podjetje direktno. Na ta način bi lahko stranke veliko lažje komunicirale z osebjem podjetja.

## Katalog ponudbe

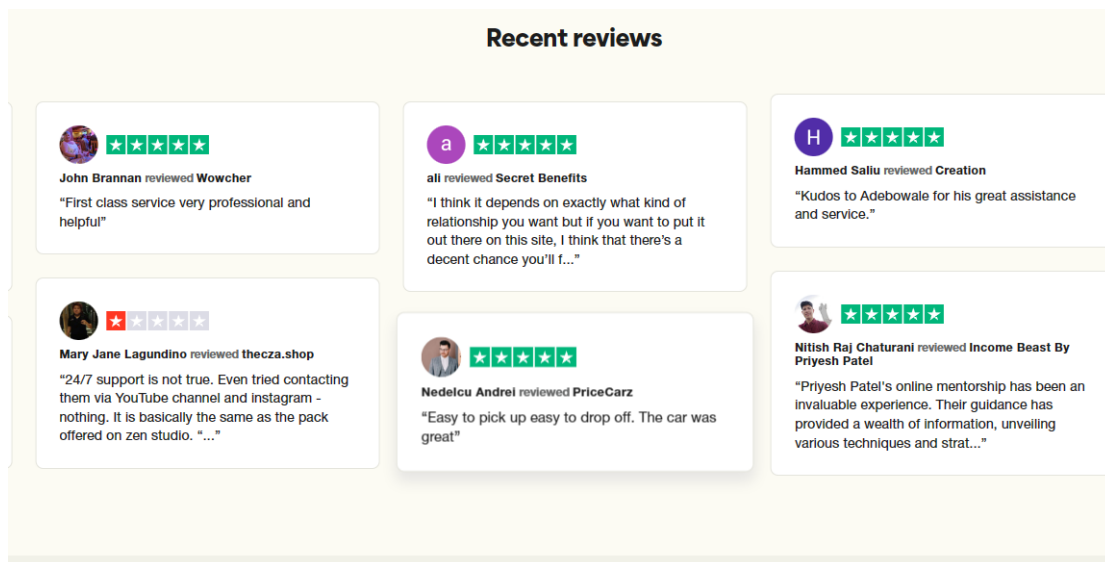
V tem zavihku bi lahko stranke našle različne vrste izdelkov. Na ta način se bi bilo stranki lažje odločiti za izbiro pravega izdelka, saj bi lahko videle kako vsak izmed njih izgleda in jih primerjale.

## Predstavitev posameznih produktov

V teh zavihkih bi podjetje podrobneje predstavilo (pomembnejše) izdelke. Na ta način bi jih predstavilo in približalo kupcem, ki bi tako izvedeli veliko več o posameznem izdelku.

## Komentarji strank

Ta zavihek bi vseboval komentarje strank. Tako bi lahko bodoče stranke izvedele o tem, kako so z posameznim izdelkom zadovoljni tisti, ki so ga že kupili. Ta zavihek bi imel tudi slike, kako ta izdelek izgleda v praksi pri nekomu drugemu in ocene od 1-5 z zvezdicami.



**Recent reviews**

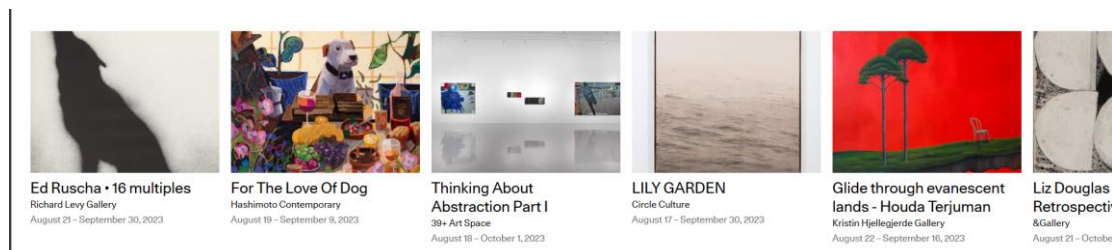
- John Brannan** reviewed **Wowcher** ★★★★★  
"First class service very professional and helpful"
- ali** reviewed **Secret Benefits** ★★★★★  
"I think it depends on exactly what kind of relationship you want but if you want to put it out there on this site, I think that there's a decent chance you'll f..."
- Hammed Saliu** reviewed **Creation** ★★★★★  
"Kudos to Adebawale for his great assistance and service."
- Mary Jane Lagundino** reviewed **thecza.shop** ★☆☆☆☆  
"24/7 support is not true. Even tried contacting them via YouTube channel and Instagram - nothing. It is basically the same as the pack offered on zen studio. "..."
- Nedelcu Andrei** reviewed **PriceCarz** ★★★★★  
"Easy to pick up easy to drop off. The car was great"
- Nitish Raj Chaturani** reviewed **Income Beast By Priyesh Patel** ★★★★★  
"Priyesh Patel's online mentorship has been an invaluable experience. Their guidance has provided a wealth of information, unravelling various techniques and strat..."

## Primer komentarjev(trustpilot.com)

Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.

## Galerija izdelkov

V tem zavihku bi stranke lahko našle slike večih izdelkov uporabljenih v praksi.



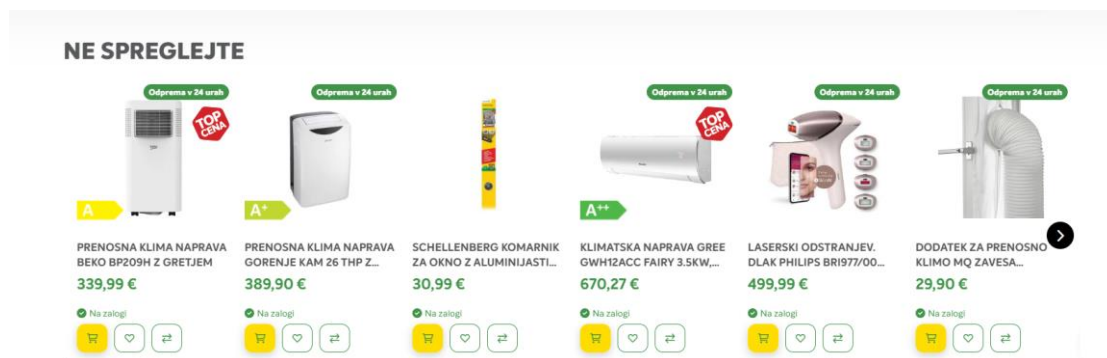
Primer galerije izdelkov(artsy.net)

## Vizualizacija izdelka na podlagi slik okolice

Na tem zavihku bi lahko stranke preizkušale, kateri izdelek je v njihovi okolici najboljše izbrati. Stranke bi naložile sliko okolice in stran bi jim prikazala sliko okolice z izdelkom v uporabi.

## Možnost naročila

V tem zavihku bi stranke lahko kupile izdelke. Bil bi v stilu spletne trgovine in implementiral tehnologijo stripe za plačevanje.



Primer spletne trgovine(merkur.si)

Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.

## Noga strani

V tem delu bi lahko stranke vtele uradne in kontaktne informacije o podjetju. Ta del bi bil implementiran na vsakem zavihku.

## IZGLED

### Barve

Stran bi uporabljala barve in logo podjetja, skupaj z barvami ki gredo skupaj z njimi. Gumbi bi bili komplementarne barve, besedilo pa kontrastne svetlosti barvi podjetja.

### Postavitev

Stran bi izgledala tako, da bi vsak zavihek imel na vrhu navigacijo, v sredini vsebino zavihka in na dnu bi bila noga. Vsebina bi bila centralno poravnana s praznim prostorom na straneh.

### Prolagodljivost napravam

Stran bi se prilagajala na širino ekrana naprave uporabnika. Na mobilnem telefonu bi tako izgledala drugače (npr. brez praznih prostorov na strani).



Primer prilagodljivosti napravam([apple.com](http://apple.com))

### Pisava

Pisava bi bila preprosta in berljiva. Pomembno je da kupci razumejo, kaj jim stran želi sporočiti in da se ne mučijo z branjem.

### Slike

Slike morajo biti podobno velike in visoke kvalitete. Morajo biti na pravih mestih, ter ne sme jih biti preveč

*Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.*

## 2.6 Predlog 6

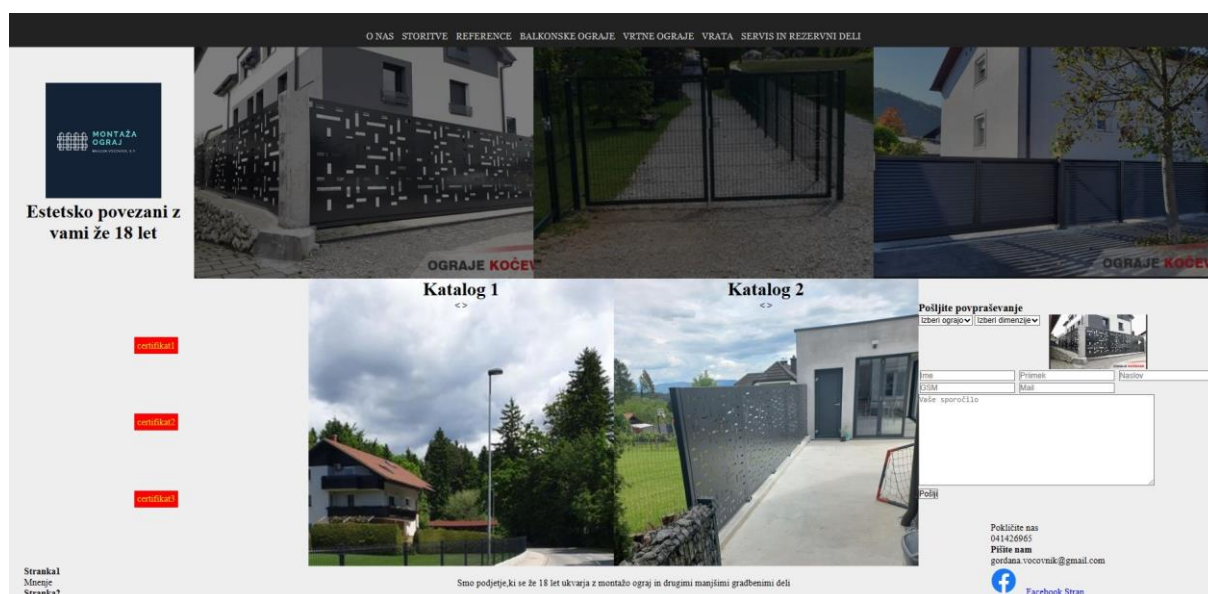
Zasnova idealne spletne strani za naše podjetje, ki se ukvarja z inštalacijo ograj in drugimi zaključnimi deli v gradbeništvu:

1. Profesionalen dizajn z enostavno barvno shemo, morda v lestvici sivin (tri barve: bela, siva, črna), ali npr. bela, modra in siva.
2. Jasno razviden logotip in ime podjetja nekje na strani, lahko zgoraj levo npr. v orodni vrstici.
3. Vse na eni strani, premik gor-dol. Na orodni vrstici zgoraj samo bližnjice do razdelkov, ki so na isti strani. Na orodni vrstici tudi jasno naveden kontaktni naslov za hiter in enostaven kontakt podjetja.
4. Na dnu strani bistvene informacije o podjetju in kontaktni naslov ter naslov z interaktivnim zemljevidom in odpiralni čas. Tudi povezave do socialnih omrežij, če jih imajo.
5. Na začetku strani ena lepa diapozitivna slika njihovih najboljših del.
6. Potem naštetje in na kratko opisane storitve, ki jih izvajajo.
7. Podrobnejši opis storitev in prikaz slik zaključnih del.
8. Del »o nas«, kratek opis nastanka podjetja. Mogoče tudi portreti zaposlenih in nekaj zelo na kratko o njih.
9. Razni industrijski in strokovni certifikati ipd.
10. Ocene strank, ki se jih lahko potegne levo-desno.
11. Reference (pomembnejših) podjetij, s katerimi so sodelovali.
12. Vmes v vsakem razdelku/poglavju dodan nek gumb za poziv k oddaji povpraševanja oz. kontakt za dodatne informacije. Stranke se tako dodatno poziva k udeležbi oz. nakupu, vendar to ne sme biti narejeno na preveč vsiljen način. Majhen gumb, kvadrček zadošča.
13. Na koncu velik obrazec za oddajo povpraševanja oz. kontakt za dodatne informacije. Mogoče tudi kalkulator za okvirni izračun cen željenih storitev, če je to mogoče.
14. Podatki naj bodo up to date in redno posodabljeni, da dobijo stranke občutek, da spletna stran ni mrtva in zastarela ter da je podjetje aktivno tudi na spletu.



### 3 Končni predlog zasnove spletne strani

Končni predlog zasnove je temeljil na vizualni privlačnosti in preglednosti. Prva stran je razdeljena v tri stolpce: na levi so informacije o podjetju (logotip in moto), na sredini so slike izdelkov, na desni pa različne možnosti za kontaktiranje podjetja. Predlog je viden na spodnji sliki. Temu smo seveda dodali priporočila, ki jih naj podjetje upošteva, da bo stran v praksi funkcionirala.



Nasveti za podjetje:

- na prejeta povpraševanja se naj odzivajo v najkrajšem možnem času, da dajo občutek, da je spletna stran »živa«
- naj razmislijo o uvedbi spletne trgovine in potem dodajo gumb spletna trgovina
- spletna stran mora dopuščati pregledovanje tako na mobilnem telefonu kot tudi na tablici in računalniku
- v kolikor bodo v prihodnosti začeli ponujati možnost najema začasnih ograj, naj to dodajo k ponudbi in opozorijo, da sledijo evropskim smernicam in tudi s tem implementirajo krožno gospodarstvo v svoje delovanje; enako velja za primer, če podjetje z odpadki gradbenega

Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.



fakulteta  
za komercialne  
in poslovne vede



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA VISOKO ŠOLSTVO,  
ZNANOST IN INOVACIJE



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI  
SOCIALNI SKLAD  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

materiala ravna v skladu s krožnim gospodarstvom – ponovna uporaba ali pa že zasnova takšna, da se uporaba oz. življenjska doba podaljšuje).

- Spletna stran podjetja deluje kot izobraževalna platforma ljudi o podjetju.
- Dobro zasnovana spletna stran je izrednega pomena, saj predstavlja prvi stik med ponudnikom in potrošnikom in je vez zaupanja.
- Ob obisku spletne strani bo potrošnik dobil prvi vtis o podjetju, ocenili ga bodo v nekaj sekundah.
- Spletno stran je potrebno nenehno posodablјati, ne le zaradi videza ampak tudi zaradi nenehnega razvoja tehnologije

*Javni razpis za izbor operacij delno financira Evropska unija, in sicer iz evropskega socialnega sklada. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10.1 Izboljšanje enakega dostopa do vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine pri formalnih, neformalnih in priložnostnih oblikah učenja, posodobitev znanja, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih oblik učenja, tudi s poklicnim svetovanjem in potrjevanjem pridobljenih kompetenc, specifičnega cilja: 10.1.3 Spodbujanje prožnih oblik učenja ter podpora kakovostni karierni orientaciji za šolajočo se mladino na vseh ravneh izobraževalnega sistema.*