**OSNOVE SPLETNIH SISTEMOV – VAJE**

**ANALIZA OBSTOJEČIH REŠITEV**

**KMETIJA 1: Kmetija Pr' Čižman**

**KMETIJA 2: Gajbica**

**KMETIJA 3: Vrtni center Kurbus**

**AVTORJI: Liza Stupar, Nataša Butolen, Neja Prša**

IME KMETIJE: **Kmetija Pr' Čižman**

POVEZAVA DO SPLETNEGA MESTA: https://www.kmetijaprcizman.com/

Kmetija Pr’čižman, z več kot stoletno tradicijo, se je leta 2020 soočila z možnostjo zaprtja zaradi zdravstvenih težav glavne prodajalke in odsotnosti naslednikov. Pandemija Covid-19 je ponovno poudarila pomen lokalne hrane, kar je kmetiji dalo nov zagon.

Spletno mesto kmetije Pr’Čižman omogoča ogled spletne strani brez registracije, vendar za zaključek nakupa je registracija obvezna. Takoj po kliku na gumb oddaj naročilo, je neregistriran posameznik usmerjen na spletno stran, kjer se od njega zahteva podrobna prijava, vse od imena, priimka, e-pošte, telefona ter podatki dostave, kateri zahtevajo naslov, mesto, regijo in poštno številko, šele potem je nakup možno izvesti.

**POZITIVNE LASTNOSTI SISTEMA:**

1. Spletna stran je zelo pregledna, vsi produkti so obogateni s fotografijo izdelka, ceno in košarico, brez da bi šel na katero od podstrani ter z označbo izdelka na ponudbi, te avtomatsko vrže v razdelek s košarico, kjer je produkt prikazan z vsemi elementi, tako da je preglednost večja (ime, količina, cena ter fotografija).
2. Spletno mesto je razdeljeno na smiselne podstrani, do katerih se dostopa z orodno vrstico zgoraj. Povezava do spletnih strani je takojšnja, brez nekih vmesnih korakov ali vmesnih podstrani.
3. Dobro se nam zdi, da je zelo izrecno prikazano na spletni strani, kdaj so odprti, kdaj omogočajo sprejem, kje je njihova lokacija (vključno z zemljevidom) in omogočajo podstran za zaposlitev, torej tudi vabijo na lastni spletni strani zainteresirane posameznike naj se jim pridružijo in to le v nekaj sekundah, pa je prošnja poslana.

**ŠIBKE TOČKE IN MOŽNOST IZBOLJŠAV:**

1. Enostavnost spletnega mesta, brez nekega ekstremnega oblikovanja v ozadju. 🡪 ***REŠITEV:*** Boljše ujemanje barv, ali pa vsaj boljša uporaba barvnih kombinacij, ter oblikovanje fotografij. Morda celo profesionalno fotografiranje izdelkov enega fotografa, da bodo vse fotografije izdelkov v istem stilu, ter delovale pristno, torej njihovo (dobiš to kar je na sliki, saj ni slika vzeta s spleta). Potem dodale bi se lahko kake animacije fotografij v ozadju (slideshow fotografij) ali animacije texta po kliku npr. ne samo obarvanje ko klikneš na o nas gumb, ampak mogoče tudi kakšna odebelitev, efekt ipd.. veliko je dela tudi na spodnjem delu vsake od podstrani, kjer pride do seznama z delovnim časom in naslovom. Naslov sicer ni zgrešen, saj je dobro, da uporabnik takoj najde na vsaki strani, kje se kmetija nahaja, ampak cel seznam odprtja, ki nima skoraj nobenega oblikovanja in je predvsem predolg za telefonsko različico je malo preveč, ne samo iz pogleda, da je spletno mesto drugače v zelo nežnih tonih bele in bež in si potem šokiran z agresivno zeleno, temveč tudi zato, ker ko podrsaš po strani čisto do dol, je ta noga strani skoraj po celem ekranu, ampak videti ne moreš nič, ker ni prilagajanja velikosti pisave glede na velikost zaslona.
2. Orodna vrstica je na telefonu zelo zmanjšana, sicer v različici za računalnik je pregledna, v manjših različicah pa se pisava preprosto izgubi. 🡪 ***REŠITEV:*** Možnost boljše prilagoditve za mobilno verzijo, npr. orodna vrstica se spremeni v hamburger meni, kateri potem z drop-down menijem pokaže seznam vseh ostalih podstrani ali pa povezava HOME, kjer so potem povezave do posameznih podstrani preko npr. slik in besedila: O nas + fotografija predstavljata povezavo do te podstrani. Vseeno nekako je lažje in hitrejši za uporabo navadni meni s seznamom.
3. Ni neke interaktivnosti z obiskovalcem, razen s košarico, zaposlitvijo in nakupom, kar vselej ni najbolje posrečeno, pa tudi preglednost na sami ponudbi, bi lahko imela razdelke. 🡪 ***REŠITEV:*** Za izboljšavo preglednosti ponudbe, bi lahko naredili poimenovane razdelke, na katere bi bila povezava na vrhu strani npr. sadje, zelenjava, med, bučno olje, tropsko sadje ipd. in s klikom na ta gumb, bi potencialnega kupca vrglo na tisti del kataloga. Glede interaktivnosti pa bi mogoče lahko bil kakšen chat bot za pomoč kupcu in animacija, ki drsanje po strani popestri.

IME KMETIJE: **Gajbica**

POVEZAVA DO SPLETNEGA MESTA: https://gajbica.si/

Pri Gajbici verjamejo v svežo, lokalno hrano, ki jo že več kot desetletje dostavljajo neposredno na domove in v pisarne. Sodelujejo z več kot 50 slovenskimi pridelovalci, da vsaka gajbica vsebuje najboljše sezonske pridelke in domače dobrote.

Zavzemajo se za neposredno povezavo med kmetom in potrošnikom, brez nepotrebnih posrednikov ali skladiščenja. Ko določenih pridelkov ni v sezoni, zagotavljajo vrhunsko kakovost iz preverjenih virov v tujini. Njihovo poslanstvo je podpirati lokalne kmete in omogočati bolj zdravo ter trajnostno prehranjevanje.

Za sam ogled spletne strani registracija ni potrebna, je pa nujna pri nadaljevanju s plačilom, kjer podobno kot pri kmetiji Pr’Čižma, od tebe zahtevajo, da vneseš naslov, priimek, hišno številko (ki je dana kot nujno polje kljub temu, da določeni nimajo hišne), poštna številka, omogočajo pa tudi, da napišeš če želiš imeti drug naslov za dostavo ter želen datum dostave.

**POZITIVNE LASTNOSTI SISTEMA:**

1. Celotna grafična podoba spletne strani je enotna, barvita urejena in usklajena. Glede novih produktov imajo posebne oznake, katere dajejo produktu posebno vrednost in ga s tem naredijo še bolj privlačnega. Vidi se, da so tudi fotografije izdelkov njihove, saj so vse v istem stilu portretiranja izdelkov: barvito sadje na belem ozadju.
2. Omogočajo široko ponudbo produktov, kateri so razdeljeni v razrede oz. podskupine, do katerih je lahkotno dostopati s pomočjo prodajnega programa oz. kategorije nakupa. Ta se na mobilni verziji prestavi tik pod vrh, kjer kupec lahko s pomočjo padajočega seznama izbere kategorijo izdelkov, kateri ga najbolj zanimajo.
3. Spletna stran je tudi zelo interaktivna oz. privlačna za obiskovalca, saj se z vsakim osveževanjem slika na vrhu spletne strani spremeni.

**ŠIBKE TOČKE IN MOŽNOST IZBOLJŠAV:**

1. Sama restrikcija na spletni strani, katera te preseneti v skoraj zadnjem koraku nakupa npr. Kupec veselo daje produkte v košarico, misli da ima dovolj, gre v postopek plačila in ugotovi, da je minimalni znesek nakupa 25,00€, kar je sicer logično, saj se jim za dve stvari daleč ne splača voziti. Ampak če ti že daš neko minimalno vrednost nakupa, ki je dokaj visoka, se potem skorajda ne more zgoditi, da dostave na kraje Ptuj ni oz. ni mogoča. 🡪 **REŠITEV:** Če že spletna stran omogoča določene storitve, ampak so le te omejene oz. je zanje potreben nek pogoj, naj je to na spletni strani jasno izpostavljeno oz. prikazano, torej, če je minimum za nakup 25,00€ naj je to nekje napisano, ter če omogočajo dostavo na dom, naj je jasno napisano do kje, ne da je kupec prepuščen loteriji, če bo do njegove poštne številke izdelek lahko dostavljen.
2. Z vidika uporabnika telefona je prva stran preveč nabita z informacijami in podatki, kar lahko privede do preobremenitve gledalca in posledično odhoda s strani. 🡪 **REŠITEV:** Zmanjšanje podatkov oz. prikaz res samo bistvenih in najpomembnejših informacij, katere potem pritegnejo gledalca v globlje raziskovanje.
3. Postavitev spletne strani je v določenih formatih zelo stisnjena v kote, kateri tudi zmanjšujejo preglednost in učinkovitost spletne strani. 🡪 **REŠITEV:** uvajanje večjih vrednosti za obrobe, tako za vrh strani kot za levo in desno stran.

IME KMETIJE: **Vrtni center Kurbus**

POVEZAVA DO SPLETNEGA MESTA: https://vrtnicenterkurbus.si/index.php/sl/

Vrtni center Kurbus je eden največjih vrtnih centrov v Sloveniji, ki se ponaša z več kot 40-letno tradicijo. Nahaja se ob regionalni cesti med Gornjo Radgono in Radenci. Posebnost centra je lastna proizvodnja rastlin, kar omogoča neposredno povezavo med pridelavo in prodajo. Poleg široke ponudbe trajnic, grmovnic, dreves, zelišč in zelenjave, center nudi tudi floristične storitve.

Sama spletna stran ne omogoča prijave ali registracije, saj je spletno nakupovanje na tej strani onemogočeno.

**POZITIVNE LASTNOSTI SISTEMA:**

1. Držanje nekega sistema oblikovanja kljub temu, da ta ni vrhunski.
2. Orodna vrstica se spremeni v padajoči seznam, na katerem so tudi s puščico označene povezave, katere omogočajo nadaljnje odločanje oz. izbiro konkretne podstrani.
3. Povezave na zunanje sodelavce preko ikon.

**ŠIBKE TOČKE IN MOŽNOST IZBOLJŠAV:**

1. Kljub temu, da imajo na spletni strani omogočen dostop do vpogleda v ponudbo, katera je razdeljena na 3 podstrani (floristika, trajnice in zelišča) v dejansko ponudbo vpogleda nimaš, saj na teh straneh gre samo za razlago, da spremljajo trende npr. floristike ali pa na zunanjih delih vrtnega centra lahko vidite ponudbo trajnic, jagodičevja, nikjer pa nobene slike produktov, imen, ponudbe, torej greš tja ugibat, če to rastlino/produkt imajo. 🡪 **REŠITEV:** Vstavljanje ponudbe oz. kataloga na spletno stran, da stranke lahko vidijo kaj se lahko pri njih dobi, kot ekstra pa jih neke nove vrste lahko pritegnejo k nakupu še teh.
2. Noga postane v mobilni različici prevelika glede na format zaslona, tako da je na telefonu noga, na kateri je delovni čas tako za Vrtni center Kurbus, kot za Cvetličarno Radenci, enostavno prevelika in zavzame prostor za cel zaslon in še malo. 🡪 **REŠITEV:** Zmanjšanje noge ali pa zapis odprtja na drugačen način, npr. namesto v tabelo za vsak dan v tednu, za tiste dni, ko je delovni čas enak napišeš pon. – pet. od tu do tu, sobota tako, nedelja in prazniki pa zaprto in so to tri vrstice.
3. Oblikovanje se z malim formatom izgubi. Logotip postane neberljiv, slike ostanejo skorajda iste velikosti, tako da so na koncu skoraj čez celoten zaslon ter besedilo se stisne čisto pod slike. 🡪 **REŠITEV:** Preračun velikosti in prilagajanje na različne naprave, ter popravek, da je logotip viden (torej velikost mora biti večja)