

Veebilehe loomise algõpetus Wordpressi platvormil

Martti Raavel

Haapsalu kolledž

2023

Teine kohtumine

- Millest me eelmisel korral rääkisime?
- Miks ei näita featured image varianti postitustel?
- Kuidas Wordpress otsustab, millist malli kasutada?
- Lähteülesanne
- Kasutajakogemus
- Persoon
- Stsenarium

Eelmine kord

- Mis on internet?
- Mis on veebileht?
- Mis on Wordpress?
- Wordpressi kasutamise eelised ja miinused
- Wordpress.com vs Wordpress.org
- Wordpressi majutamine
- Wordpressi halduspaneeli kasutajaliides
- Postitus ja lehekülg
- Plokid ja plokimustrid
- Teema
- Mall
- Pluginad ehk pistikprogrammid

Wordpressi majutus?

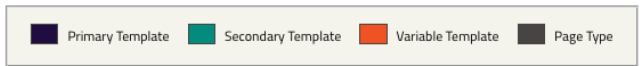
Kas keegi on vahepeal endale registreerinud Wordpressi majutuse kusagil?

Miks ei näita featured image varianti postitustel?

Kuidas Wordpress otsustab, millist malli kasutada?



For oEmbeds: embed-{post-type}-{post_format}.php → embed-{post-type}.php → embed.php → wp-includes/theme-compat/embed.php



Kuidas Wordpress otsustab, millist malli kasutada?

https://miro.com/app/board/uXjVOzhaWy4=

Lähteülesanne

Lähteülesanne veebilehe loomise kontekstis on dokument või juhend, mis sisaldab kogu vajalikku teavet ja nõudeid, et arendajad, disainerid ja muud osapooled saaksid mõista, mida veebiprojektilt oodatakse. See on aluseks veebilehe disaini ja arenduse protsessile ning aitab tagada, et kõik osapooled mõistavad projekti eesmäärke, ulatust ja ootusi.

Lähteülesanne

- Lühikirjeldus loodava veebilehe eesmärgist, nõuetest ja ajakavast;
- Annab osapooltele selge ühise arusaama projekti ootustest;
- Üldjuhul koostab lähteülesande veebilehe tellija;
- Põhjalik ja konkreetne briif tagab projekti õnnestumise.

Mida lähteülesanne sisaldab?

- Ettevõtte kirjeldus
- Projekti skoop
- Projekti eesmärk
- Sihtrühma määratlus
- Tarbimismuster
- Peamised konkurendid
- Tehnilised nõuded
- Ajakava ja eelarve
- Kokkulepete fikseerimine
- Lansseerimine ja hooldus

Ettevõtte kirjeldus

- Ülevaade ettevõttest
- Brändi väärtused, missioon ja visioon
- Ärilised eesmärgid ja arenguplaanid
- Peamised sidusrühmad.

Projekti skoop

- Projekti ulatus ja tulemused
- Ootused visuaalidele ja tekstidele
- Peamised funktsionaalsused
- Kliendi kaasatus projekti
- Probleemide lahendamine
- Analüütika, mõõdikud

Projekti eesmärk

- Probleem, mida lahendatakse
- Eesmärgid
 - bränditeadlikkuse või veebis kohaloleku kasv
 - müügi või külastuste suurendamine
 - peamiseks infoallikaks kujunemine
 - jne

Sihtrühma määratlus

- Demograafia
- Psühhograafia
- Tarbimismuster
- Vajadused.

Peamised konkurendid

- Kes pakuvad samalaadset teenust / toodet / infot vms?
- Millised on nende veebilehed – peamiste tugevuste ja nõrkuste kaardistamine!

Tehnilised nõuded

- Asjakohased nõuded ja spetsifikatsioonid!
- SEO-optimeerimine!
- Olulisemad funktsionaalsused
 - nt sisselogimine
 - kliendiandmete haldus
 - maksevõimalused jne
- Brändi stiiljuhised jt fikseeritud visuaalid

Ajakava ja eelarve

- Orienteeruv tähtaeg!
- Jälgida, et oleks töömahu osas realistlik!
- Milline on eelarve?
- Rahalised vahendid võivad olla tehnoloogia valikul määravad.

Kokkulepete fikseerimine

- Kontaktisikute ja vastutajate kinnitamine
- Kuidas ja kui tihti toimub suhtlus?
- Mis komponendid ja milline toode antakse projekti lõpuks üle?

Lansseerimine ja hooldus

- Kes vastutab valminud lehe ülesseadmise eest?
- Domeeni ja majutuse hankimine
- Kuidas on tagatud edaspidi asetleidvad hooldustööd?

Ülesanne 1

- Kasutades etteantud [malli](#), koosta lähteülesanne oma planeeritavale veebilehele.
- Näita oma koostatud lähteülesannet paarilisele ja arutlege selle üle:
 - Kas kõik on arusaadav?
 - Kas on midagi puudu või ülearu?
 - Kas on paariliselt mingeid soovitusi või ideid, kuidas lähteülesannet paremaks teha?

Ülesanne 2

- Leia vähemalt kolm samas või sarnases valdkonnas tegutseva ettevõtte veebilehte.
- Analüüsi nende ülesehitust ja disaini – Mis on nende tugevused? Mis nõrkused?

Kasutajakogemuse disain

What is the difference
between **UX** and **UI** design?



Kasutajakogemuse disain

- Kliendi vajaduste ja ettevõtte äriliste eesmärkide ühildamine;
- **Ettevõtte jaoks:** Kasutajatele sisukaid, meeldivaid ja paindlikke kogemusi pakkuvate toodete loomise protsess;
- **Kliendi jaoks:** Emotsionaalse, intellektuaalse ja praktilise kogemuse pinnalt kujunev tervikmulje süsteemist (nt veebileht, rakendus) ja selle kasutamisest.

Kasutajakogemuse disaini põhielemendid ja protsessid hõlmavad

- Kasutajauuringud
- Persoonade loomine
- Veebilehe struktuuri ja infoarhitektuuri loomine
- Prototüüpimine
- Kasutatavuse testimine
- Iteratsioon
- Kasutajaliidese disain

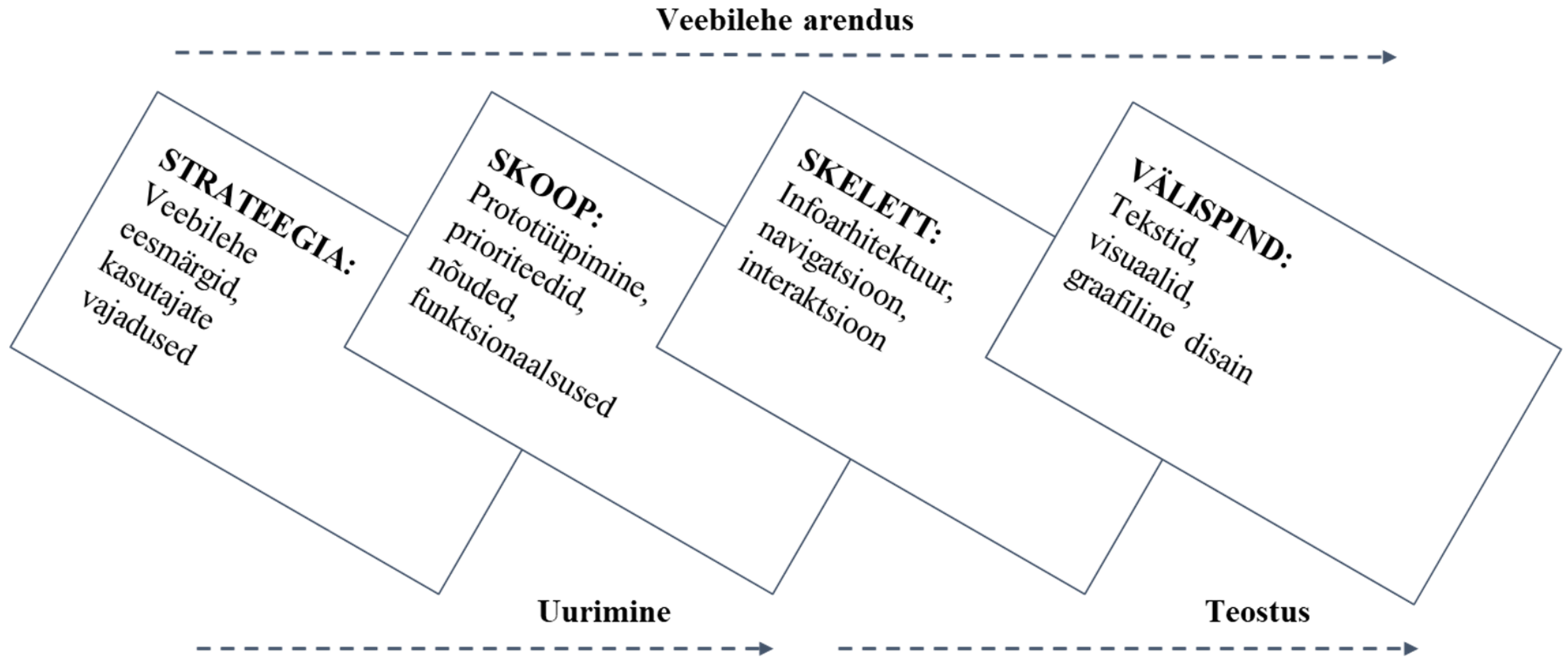
Kasutajakogemuse disain

Kasutajakogemuse disaini eesmärk on luua lahendusi, mis on mitte ainult esteetiliselt meeldivad, vaid ka funktsionaalsed, kasutatavad ja mõistetavad. Hea UX disain aitab kaasa suuremale kasutajate rahulolule, vähendab vigade arvu ja suurendab kasutajate lojaalsust.

Miks on kasutajakogemuse disain oluline?

- Veebilehe külastaja hinnang kujuneb vähem kui 10 sekundiga, esmane emotsioon vähem kui 1 sekundiga;
- Enamik lehelte lahkumisi leiab aset esimese 30 sekundi jooksul;
- Hea kasutatavus, struktuur ja disain pikendavad külastusi, suurendavad kasutajate aktiivsust ja kasumit;
- Halvad kogemused jäävad eredamalt meelde kui head!

Veebilehe arendus



Veebilehe tegemisel esita endale kolm küsimust:

- Mis see on, mida siin "müüakse"?
- Mis kasu kasutaja sellest teenusest/tootest saab?
- Mida peaks kasutaja järgmisena tegema?

Persoon

- Näidis-kasutaja, tüüpilise lõppkasutaja arhetüüp, kes esindab konkreetset kasutajagruppi;
- Luuakse kliendi paremaks mõistmiseks – mis teda motiveerib, mis ärritab, mida ta vajab?
- Ei asenda kasutajauuringuid, vaid tugineb nendel!
- Aitab disaini loomisel silmas pidada lõppkasutaja vajadusi, nt eristada olulisi funktsionaalsusi ebaolulistest.

Mida persoonas kirjeldatakse?

- Üldine info
- Pilt ja tsitaat
- Iseloom, tüpaaž
- Eesmärgid, sihid
- Valukohad, mure

Persoona - üldine info

- Nimi;
- Vanus ja sugu;
- Elukoht;
- Haridus ja elukutse;
- Perekondlik seis jne.

Persoona - pilt ja tsitaat

- Pilt räägib sõnadest rohkem – foto humaniseerib persoona. Proovi leida pilt, mis kirjeldaks sinu persoona isiksust;
- Tsitaat annab persoonale hääle. Peaks kindlasti olema seotud sinu toote / teenusega

Persoona - iseloom, tüpaaž

- Persoona isiksuse kirjeldamine aitab teda paremini mõista;
- Kirjelda tunnuseid, mis on sinu toote / teenuse seisukohast olulised (nt iseseisev vs tuge vajav; järjepidev vs püsimatu jne)

Persoona - eesmärgid, sihid

- Ainult antud teenuse / tootega seotud motivatsioon!
- Mida soovib saavutada? Mis on selle juures oluline?
- Mis võiks teenuse / toote juurde suunata? Mida soovib?

Persoona - valukohad, mure

- Ainult antud teenuse / tootega seotud probleemid!
- Mis takistab eesmärkideni jõudmisel? Millised on mured ja hirmud?
- Kuidas takistusi ületab?

Persoona - persoonade jaotumine

- Proto-persoonad
- Kvalitatiivne persoona
- Kvantitatiivne persoona



AMY DOVE

The food explorer

Age: 29

Views recipes on her phone

Normally googles for new recipes

GOALS

- Improve her cooking skills
- Find and try new recipes
- Have a more varied diet

MOTIVATIONS

- Host dinner parties
- Save time and money
- Try food from all over the world

FRUSTRATIONS

- Have to always go and look back at the recipe on phone/in cookbook
- Find it difficult to find recipes that cater to her needs
- Measurements differ in different countries.

“

It's annoying always having to touch the screen when my hands are wet or dirty from cooking.

“

I love trying new types of food, but sometimes it's hard to find new recipes that cater to my needs.

Persoona - ülesanne

- Koosta etteantud malli järgi oma kodulehe potentsiaalse kasutaja proto-persoona.
- Tutvusta oma koostatud persoonat paarilisele.

Stsenaarium

Tarkvara arendamisel viitab stsenaarium konkreetsele kasutusjuhtumile või olukorrale, millega kasutaja tarkvaraga suheldes võib kokku puutuda. Stsenaariume kasutatakse selleks, et kirjeldada, kuidas kasutaja tarkvaraga suhtleb ja milliseid samme nad peavad konkreetse ülesande või eesmärgi täitmiseks tegema.

Stsenaarium

- Persoona-põhine kirjeldus toote/teenuse kasutamisest;
- Ei keskendu ärilistele või tehnoloogilistele nüanssidele ega disainile, vaid kirjeldab kasutajakogemust!
- Sisaldab:
 - tegija
 - motivatsioon
 - eesmärk või kavatsus
 - tegevus
 - tulemus või lahendus;

Luuakse või valideeritakse koos persoona-sarnaste reaalseste kasutajatega (nn osalusdisain)!

Joonista või kleebi siia tema pilt:



Nimi: **Tiina**
Arhetüüp: Isetegija
Amet: Kosmeetik,
era-ettevõtja
Vanus: 48
Elukoht: Keila
Pere: Abielus, 2 last
Muu: Aktiivne,
loov,
õpihimuline,
digikauge



Tsitaat, aforism või vanasõna, mis teda iseloomustab

“Ise tehtud, hästi tehtud! Kui võimalik, eelistan alati asju ise teha või lahendada. See pole mitte ainult tulus, vaid ka arendab mind – õpin meeeldi midagi uut, panen enda võimeid proovile.”

Mis teda motiveerib?

Rahaline kokkuhoid;
Eneseareng;
Loovuse ja isiksuse
väljendamine.



Mis on tema eesmärk, mis teda tegutsema ajendab?

Luua oma ettevõttele
koduleht, mis aitaks
eristuda konkurentidest
ja leida uusi kliente.



Mis teda ärritab?

Teistest sõltumine;
Kui ta tunneb, et ei saa
aru või ei tule toime;
Silmatorkamatus.



Millised tugevused aitavad tal oma eesmärkide poole liikuda?

Tiina on järjekindel, ta ei jäta
alustatud tegevusi pooleli. Kui vaja,
panustab ta rohkem aega, mitte ei tee
mööndusi tulemuses.



Mis teda takistab oma eesmärkide poole liikumisel?

Tiinal on hirm ebaõnnestuda. Ta ei
tunne end arvutit või kasutades
enesekindlana. Talle ei sobi täiesti
iseseisev õppimine (eriti kui materjal
on võõrkeelne)



Stsenaarium

Tegija	Tiina..
Motivatsioon	..soovib õppida, kuidas oma ettevõttele ise veebileht luua
Eesmärk	Ta tahab leida koolitust, mis sobiks hinnalt, oleks suunatud algajatele ja toimuks sobivatel kuupäevadel
Tegevus	Tiina valib koolituste nimekirjast talle sobiva kategooria, milleks on IT. Seejärel sorteerib ta koolitusi hinna ja toimumisaja alusel ning tutvub nende sisuga
Tulemus	Ta leiab nimistust sobiva koolituse ja registreerib osalejaks

Stsenaariumi koostamisel

- Väldi tehnoloogia või disaini liigset kirjeldamist – stsenaariumi eesmärk on olla disaini inspiratsiooniks, mitte fikseeringuks!
- Ära kirjelda persoonat ja tema eesmärke ülemäärase detailsusega, keskendu vaid olulisele!

Kasutaja teekond

Kasutaja teekond, mida tuntakse ka kui kasutaja teekonnakaarti või kliendi teekonnakaarti, on tööriist, mida kasutatakse tarkvaraarenduses, et visualiseerida kasutaja kogemus toote või teenusega suheldes. See on sisuliselt kasutaja kogemuste samm-sammuline kaart, alates kasutaja esialgsest teadlikkusest tootest või teenusest, sellega suhtlemisest ja lõpuks otsuseni kasutamise jätkamisest või selle lõpetamisest.

Kasutaja teekond

- Alternatiiv / laiendus stsenaariumile, loob tervikliku ülevaate kasutajakogemusest;
- Esmalt määratakse persoona ja stsenaarium, samuti eesmärgid.
- Teisena on kaardistuse keskmes kogemuse visualiseering, mis jaotatakse mitmeks etapiks.
- Kolmanda osa moodustavad tähelepanekud ja võimalused edasiseks ning vastutajad.

Mida kasutaja teekond sisaldab?

- Teadlikkus
- Uuringud
- Registreerumine või ost
- Onboarding
- Kasutamine
- Tugi
- Uuendamine või katkestamine

Kaardistades kasutaja teekonna sel viisil, saavad tarkvaraarendajad ja disainerid tuvastada valdkonnad, kus saab parandada kasutajakogemust, näiteks lihtsustades *onboardingu* protsessi, täiustades toote funktsioone või pakkudes paremat tuge.

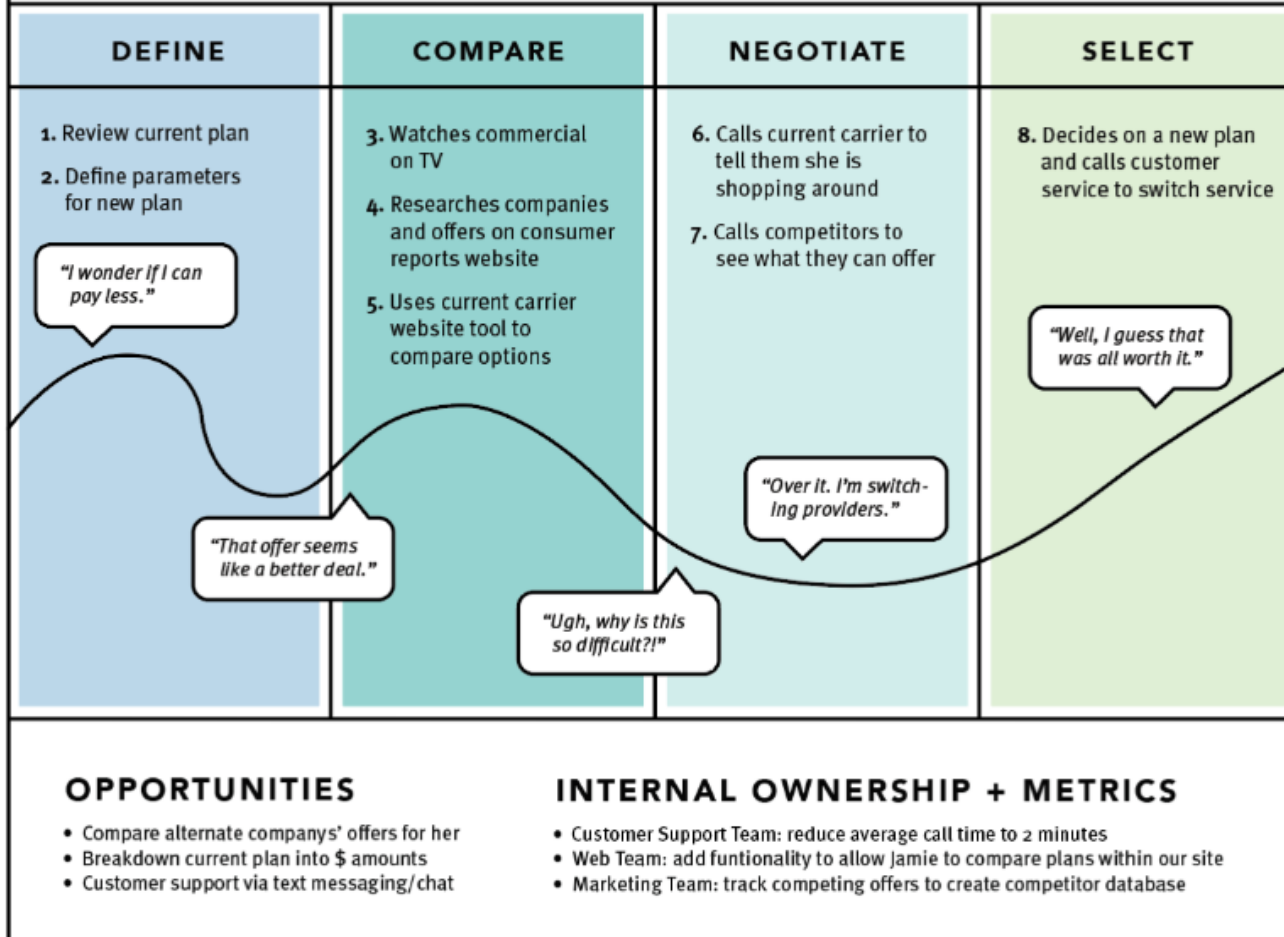


JUMPING JAMIE

Scenario: Jamie needs to switch her current mobile plan. She wants a plan that can save her money without having to sacrifice usage limits.

EXPECTATIONS

- Clear online information
- Ability to compare plan breakdowns
- Friendly and helpful customer support



Kasutaja teekond / stsenaarium - harjutus

- Võta aluseks loodud persoonad ja kirjuta igaühe kohta kas stsenaarium või kasutaja teekond, mis kirjeldaks sellele kasutajagrupile tüüpset kasutussituatsiooni!
- Vajadusel võib kirjutada ühele personale mitu stsenaariumit / teekonda.

