

Täpselt sihitud turundus

Hästi leitav koduleht

Paremad tulemused veebis

**Kuidas teha kodulehte**

**Kodulehe tellimine**

**Lähteülesande**

**koostamine**

**Collectiv Koolituskeskus**

www.kodulehekoolitused.ee

2020

# Kodulehe tellimine – veebilehe lähteülesande koostamine

# Sisukord

[**Veebilehe lähteülesanne 3**](#_Toc333416947)

[**1 Analüüsifaas 5**](#_Toc333416948)

[**1.1 Ettevõtte tutvustus 5**](#_Toc333416949)

[**1.2 Ettevõtte hetkeolukord internetis 5**](#_Toc333416950)

[**1.3 Konkurendid ja analoogid 6**](#_Toc333416951)

[**1.4 Sihtgrupid ja nende eesmärgid 7**](#_Toc333416952)

[**1.5 Eesmärgid ja soovitavad tegevused lehel 7**](#_Toc333416953)

[**2 Disaini faas. Veebilehe struktuur, funktsionaalsus ja disain 8**](#_Toc333416954)

[**2.1 Sisu planeering ilma visuaalse kujunduseta 8**](#_Toc333416955)

[**2.2 Navigatsioon - menüüde ja navigeerimisvahendite kasutamine 9**](#_Toc333416956)

[**2.3 Veebilehel tehtavad toimingud 10**](#_Toc333416957)

[**2.4 Üldine disain ja graafika 11**](#_Toc333416958)

[**2.5 Sisuvaadete disain 12**](#_Toc333416959)

[**3 Rakendamise faas 14**](#_Toc333416960)

[**4 Juurutamise faas 14**](#_Toc333416961)

[**5 Ressursid 15**](#_Toc333416962)

[**5.1 Materjalid ja sisu loomine 15**](#_Toc333416963)

[**5.2 Veebimajutus, veebilehe hooldus ja haldamine 15**](#_Toc333416964)

[**5.3 Tähtajad 16**](#_Toc333416965)

[**5.4 Eelarve 16**](#_Toc333416966)

[**5.5 Vastutavad kontaktisikud 16**](#_Toc333416967)

# Veebilehe lähteülesanne

**Miks on vaja koostada lähteülesannet?**

Kui sa lähed näiteks ehitusfirmasse ja ütled, et soovid uut kodu, siis pole mõtet loota, et seda ilma põhjaliku projekti ja ettevalmistusteta hakatakse ehitama. Täpselt sama kehtib ka sinu tulevase kodulehe osas.

Sisukas lähteülesande läbitöötamine aitab tellijal aru saada, mida ta tegelikult tahab ning samuti saab töö teostaja paremini oma ressursse planeerida. Põhjaliku lähteülesande juurde kuulub ka konsulteerimine veebirakenduse loojaga, mille tulemusena selginevad veebirakenduse tellija soovid ja ootused veelgi täpsemalt.

Käesolev lähteülesande küsimustik on jaotatud viide etappi, mis iseloomustavad hästi ühe veebirakenduse sündi kuni selle küpsusfaasini.

**Ühe veebirakenduse protsess jaguneb piltlikult neljaks faasiks ja need on:**

* **analüüsi faas** – eesmärgipüstitus ja sihtgrupi defineerimine;
* **disaini faas** – struktuuri ja sisu loomine, prototüüpide loomine ja testimine;
* **rakendamise faas** – valmislahenduse loomine ja testimine;
* **juurutamise faas** – tulemuste analüüs, tagasiside kogumine, turundus ja arendus.

Olgu öeldud, et antud lähteülesande küsimustik koos oma etappidega ei pretendeeri ühelegi akadeemilisele tõekspidamistele või tarkvara arendusmetoodika täpsusele. Pigem on see loodud neile, kes ei tea veebilahenduse loomise ja tellimise protsessist kuigi palju, kuid soovivad omale veebirakendust, mis täidaks nii tema kui tema lehe külastajate ootused.

Kõik põhjendatud täiendused ja ettepanekud on oodatud e-mailile [merlis@kodulehekoolitused.ee](mailto:merlis@kodulehekoolitused.ee)

**Soovitusi hinnapakkumise küsimise osas**

Küsi vähemalt kolmelt teenusepakkujalt hinnapakkumist, sest hinnapakkumine annab sulle samuti aimu, kui põhjalik ja professionaalne on pakkuja. Hinnapakkumine võiks kajastada:

1. tööde teostamise ajagraafikut;
2. teostatavaid töid etappide kaupa;
3. hinna kujunemine etappide ja tööde kaupa;
4. kes juhib projekti ja osapooled;
5. kuidas toimub dokumenteerimine ja etappide kooskõlastamine ja kinnitamine;
6. garantiid lõpptulemusele;
7. vigade parandamist tasuta.

Olgu lisatud, et kindlasti peaksid koostama parima tulemuse nimel võimalikult täpse lähteülesande ning mitte piirduma oma soovide kirjeldusega. Mida täpsemalt koostad oma lähteülesande, seda selgemalt saab töö teostaja koostada hinnapakkumise.

Arvestama peaksid ka sellega, et töö teostaja võib esitada kaks hinnapakkumist, millest esimene sisaldab selliseid töid nagu visiooni sõnastamine, planeerimine, struktuuri loomine, detailanalüüs ja süsteemi disain.

Kui need tööd saavad tehtud, siis tehakse vajadusel hinnapakkumise korrigeerimine, kuna siis on ka selge kui palju tegelikult kulub ressurssi järgmistele tegevustele nagu programmeerimine, kasutajaliideste loome, testimine, dokumenteerimine, paigaldus, veebilahenduse ületõstmine, koolitus ja hooldusega seotud valdkonnad.

Sa ei pea vastama kõigile küsimustele, (raske on kohe kõike teada ja ette näha), kuid töö teostaja on konsultatsioonide käigus neid sinult nii või teisiti kohustatud küsima ja selgitama nende sisu ja olulisemaid punkte lähemalt.

Head lähteülesande koostamist!

# Analüüsifaas

## Ettevõtte tutvustus

Mis on teie tegevusvaldkond? Millega teie ettevõte tegeleb? Mida pakutakse oma sihtgrupile? Kui suured kogemused teil selles valdkonnas on ja mida olete oma tegevusajal suuremat korda saatnud? Millist väärtust pakute oma klientidele?

Nimeta oma põhitoodetest tekkivad suurimad kasud kliendile. Millist väärtust pakute oma klientidele?

Mis on Teie unikaalsuseks? Mille poolest erinete oma konkurentidest? Mis on teie eeliseks turul?

Kui suure ettevõtte või asutusega on tegu ja millistest osadest see koosneb?

## Ettevõtte hetkeolukord internetis

Kirjutage oma ettevõtte tänane veebilehe aadress (id)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

Mis teie veebilehe juures teie arvates töötab hästi? Millest on olnud tuntavat/mõõdetavat kasu?

Mida peaks teie veebilehe osas kindlasti ette võtma/ muutma? Miks te vajate uut veebilehte?

Milliseid kampaaniaid, reklaame olete internetis teinud? Kuidas on need õnnestunud? Mida olete sellest õppinud? Mida tuleks järgmine kord paremini teha? Nimetage kampaanialehtede aadressid kui neid on.

Kuidas kasutate sotsiaalset meediat või e-postiturundust oma turunduses? Kuidas on see seotud teie tänase veebilehega ning kuidas on see ennast õigustanud? Mis on toiminud ja mida peaks teie arvates teistmoodi tegema?

Kas ja millisel moel mõõdate ja/või olete täna analüüsinud oma veebilehel toimuvat? Kui palju ostetakse või tehakse päringuid veebilehe kaudu?

## Konkurendid ja analoogid

Konkurentide veebilehed

|  |  |
| --- | --- |
| Konkurendi veebileht | Mis on neil hästi/halvasti, mida võiks edasi arendada?) |
|  |  |
|  |  |

Milliseid teisi veebilehti võiksid disaini, ülesehituse ja teostuse poolest võtta eeskujuks?

|  |  |
| --- | --- |
| Veebilehe aadress | Mis on nende tugevused? Mida saaks sealt üle võtta? |
|  |  |
|  |  |

## Sihtgrupid ja nende eesmärgid

Kes on need inimesed või asutused, kes teilt ostavad või teie teenuseid tarbivad? Kirjelda nende nn klienditüüpi võimalikult detailselt.

Mis on nende probleem ja mida nad teie lehelt esmajärgus otsiksid?

Mis keelt nad räägivad ja kas tegemist on Eesti või välisturuga? Millised keeled on lehel vajalikud?

Kas on tegemist ühe või mitme sihtgrupiga? Mis võiksid olla nende ootused või eesmärgid teie veebilehte külastades?

Millist kõnepruuki või levinumaid eriala termineid nad suhtluses kasutavad?

Kas olete nõus sellega, et töö teostaja saab teilt teie klientide kontaktid (ca 50 kontakti) veebikasutatavuse ja vajaduste uuringute teostamise tarvis? (aitavad kaasa veebirakenduse peaeesmärgi saavutamisele)

## Eesmärgid ja soovitavad tegevused lehel

Mis on veebilehe peamine eesmärk (Mis on see kõige tähtsam konkreetne ja ajaliselt määratletud tulemus mida ootate? )

Veebilehe alameesmärgid (Milliseid teisi tegevusi peaksid külastajad teie lehel tegema? Mis peavad olema nende tegevuste konkreetsed ja mõõdetavad tulemused?)

Enim soovitud tegevused veebilehel tähtsuse järjekorras (Loetle, mida külastaja peab sinu veebilehel tegema. Ostma, liituma uudiskirjaga/facebookiga, tegema hinnapäringu jne)

# Disaini faas. Veebilehe struktuur, funktsionaalsus ja disain

## Sisu planeering ilma visuaalse kujunduseta

Domeeninimi ja valiku põhjendus

Nimeta, mis on suuremad teemad/kategooriad, millest võiks sinu sihtgrupp olla sinu lehel huvitatud? (Näiteks müüte jalatseid, siis kategooriad võivad olla meeste jalatsid, laste jalatsid, naiste jalatsid)

Kuidas võiksid kategooriad jaguneda alamteemadeks? (Näiteks kategooria on naiste jalatsid, siis alamteemad on kingad, saapad, sandaalid)

Mis on kategooriaid, alamteemasid ja konkreetse toote/teenuse sisulehti silmas pidades need olulisemad märksõnad, millega soovite otsingumootorite otsingutulemustes esile tõusta? (abiks on Google Keyword Planner)

Kategooriate lõikes:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |

Alamkategooriate lõikes:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

Konkreetse toote/teenuse või sisulehtede lõikes:

(Näiteks kui alamkategooria on naiste saapad, siis naiste saapad jagunevad vahepeal veel omakorda mitmeteks liikideks kuni lõpuks maandutakse konkreetse mudeli lehele)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

## Navigatsioon - menüüde ja navigeerimisvahendite kasutamine

Navigatsioon peab olema võimalikult lihtne ja loogiline igale külastajale. Eelpool esitatud näidete juurde sobib antud navigatsiooni näide ehk külastaja loogiline ja etteaimatav teekond:

(Veebilehe teema on näiteks Kingapood kogu perele)

Avaleht / Naistele / Jalatsid / Naistesaapad / Naiste poolsaapad Cadillac

Nimeta, millised lingid asuvad ülamenüüs (soovitavalt 5+/- 2 kõige olulisemat)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |

Nimeta, millised lingid asuvad külgmenüüs.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |

Nimeta kasutajamenüülingid kui see on olemas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |

Nimeta jaluses asuva menüü lingid

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |

Kas ja kuidas avanevad peamenüü alammenüülingid? Esita võimalikud alammenüülinkide pealkirjad.

Kas ja kuidas kasutatakse nn „leivapururada“ ehk kuidas esitletakse külastajale tema tuldud teekonda ja asukohta?

## Veebilehel tehtavad toimingud

Vormid (uudiskirjaga liitumine, hinnapäring, tagasiside – nende sisu, väljad ja kujundus, sh põhjus, miks külastaja peaks liituma) Mida nendest kasutatakse ja millisel eesmärgil?

Suhtlemine (e-posti aadresside kogumine, uudiskirjad, RSS, Facebook, Twitter, kommenteerimine) Mida nendest kasutatakse ja millisel eesmärgil?

Kas sisulehtede infot saab jagada sotsiaalses meedias?

Kas kasutatakse külastajatega Live Chat võimalust?

Kas kasutusele tuleb otsingu lahter?

Kas on vajadus lisada kalendrit?

Kas veebilehel on vaja kasutada ID kaardiga tuvastamist või allkirja andmist?

Kas veebilehega ühendatakse näiteks blogi, e-pood või laomajandusprogramm?

Kas veebileht peaks olema nähtav ja leitav mobiiliga?

Millised teised rakendused on veebilehele vaja lisada?

Joonista vaba käega veebilehe struktuuriline ülesehitus

## Üldine disain ja graafika

Disain (üldine värvitoon, peamine tekstivärv, peamine taustavärv, päis, jalus, küljeplokid, logo, otsing, suunavad disainielemendid, sisu kujundamine (font, lõigud, loetelud, tabelid, lingid, pildid, videod) – kirjelda vabas vormis.

Millised on kaks kuni kolm põhivärvi, mida läbivalt sisulehtede juures tuleb kasutada? Miks just need värvid? (Kui on ettevõttes kasutuses oma kindlad värvid ja graafika, siis võib kasutada neid.)

Millised elemendid asuvad päises?

Millised elemendid asuvad jaluses?

Millised on eelistused või nõudmised taustagraafika osas?

Kas soovite, et veebilahenduse disaini kavandid töötaks välja veebilahenduse teostaja või on teil see juba olemas või seda peab tegema disainiagentuur?

Kuidas tuleb tagada kontrastsus, mis peab tagama hea teksti loetavuse?

Kuidas toimub sisuteksti liigendamine ning milline peab olema teksti font ja suurus? Lugeja peaks saama teksti ilma pingutusteta kiiresti lugeda.

Kuidas peaksid lugejad läbivalt arusaama, et tegemist on lingi ehk viitega. Milline on värv enne ja pärast klikkimist?

Millised veebielemendid peaksid veebilehel (ekraanil) olema läbivalt esindatud? Kas näiteks logo peab olema iga sisulehe puhul nähtav, kas näiteks uudiskirjaga liitumise üleskutse peaks olema iga sisulehe puhul nähtav jne?

Kus peavad sinu veebilehte pidevalt läbivad elemendid asuma? Kirjelda ja põhjenda miks just konkreetses kohas ekraanivaadet silmas pidades. Millised veebielemendid peavad kindlasti jääma selliselt, et ka ilma alla kerimiseta on elemendid pidevalt nähtavad?

Millisele peamistele resolutsioonidele tuleb veebileht teha?

Milliseid fotosid vajate oma uuele veebilehele? Keda või mida on vaja näidata? Kas need tuleb hankida fotopangast või tuleb lasta fotograafil teha?

Kas on vajadus video või videoklippide järele? Mis teemal ja mis eesmärgil ja millistel sisulehtedel?

Kuidas toimub olulistele tegevustele disainiga suunamine (fokusseerimine)?

## Sisuvaadete disain

Kui külastaja satub ükskõik millisele sinu kodulehe sisulehele, siis milline see leht välja näeb? Kui külastaja logib kuhugi sisse või registreerub kuhugi, siis milline on see leht, mis teda järgmisena ees ootab?

Järgnevalt püüa võimalikult täpselt lahti kirjutada või teha vabakäe joonis selle kohta milline näeb välja konkreetne sisuleht, mis elemendid seal on ja kus need asuvad ja milline on selle lehe disain:

**Avaleht**

Avaleht on kõige tähtsam sisuleht ja see peab oma disaini ja tekstiga ilma alla kerimiseta kommunikeerima vastuseid vaid loetud sekunditega järgmistele küsimustele:

Sõnumi selgus avalehel

Mis lehega on tegu? Mida ma siin teha saan? Kuidas on siin pakutav mulle kasulik? Mille poolest erineb siin pakutav teistest analoogsetest?)

Mis on teie tunnuslause?

Tooted/teenused leht (kirjelda disaini ja joonista lehe struktuur)

Kontaktileht või meeskond (missugused andmed – aadress, telefon, pilt, e-mail jne)

# Rakendamise faas

Selles faasis on põhivastutav töö teostaja, kuid siin tuleb tellijaga lahendada täpsustavaid küsimusi, mistõttu pidev suhtlus on hädavajalik.

***Töö iseloom:*** HTML, CSS, PHP, MySQL, Javascriptid ja muu kodeerimine ja programmeerimistööd, struktuuri ja lehe sisu osade ühendamine ja optimeerimine. Veebilahenduse ja sinna juurde kuuluvate rakenduste kasutajakeskuse ning töötavuse testimised (resolutsioonid, erinevad veebisirvijad, kasutatavus (kasutajatestid), õigekiri, töötavus jpm).

Veebirakenduse paigaldamine kliendi väljavalitud serverisse ning andmete ülekandmine.

Kas teie jaoks on teostatud tööde dokumentatsioon oluline? Kas te vajate seda hiljem? Kas selle dokumentatsiooni taseme peaks leppima kokku hinnapakkumises?

Kas vajate tarkvara koolitust? Kas lisate kogu veebilehe sisu ise või peab seda tegema veebilahenduse loomise ajal töö teostaja? Kas hakkate ise või teie ettevõtte töötajad edaspidi lisama veebilehele uut sisu?

Kas vajate sisu optimeerimise koolitust tagamaks kõrgemad tulemused otsingumootorite otsingutulemustes?

Kas soovite osaleda veebilehe kasutatavuse ja töötavuse testimisel?

Veebilehe avaldamine. Millal peab veebileht valmis olema?

# Juurutamise faas

Millised on teie plaanid oma kodulehe edasiarenduse osas? Mis tegevused, analüüsid, uuringud tuleb teha ja millal on teil need plaanis?

Kas on plaanis testida avalehe disaini ja sõnalist mõju enim soovitud tegevusele?

Kas on plaanis testida toodete või teenuste müügitekste ja sisulehti eesmärgiga saada teada, mis ei tööta ja mille korral tehakse soovitud tegevusi rohkem?

Kas soovite, et töö teostaja tegeleks teie veebilahenduse testimisega ja edasiarendusega ka edaspidi peal töö valmimist?

Kas olete huvitatud, et töö eduka teostamise korral aitaks teie veebilahenduse tegija teid ka veebiturunduse küsimustes, kui see on muidugi viimase pädevus? Milliste internetiturunduse taktikate rakendamine võiks teile parimaid tulemusi tuua nii lühemas kui pikemas perspektiivis?

# Ressursid

## Materjalid ja sisu loomine

Kas veebilehele ülespandavad tekstid, müügikirjad, pildid, videod, joonised tulevad teilt või töö teostajalt. Kui selle eest peab hoolt kandma töö teostaja siis millises ulatuses te seda soovite?

## Veebimajutus, veebilehe hooldus ja haldamine

Kas teil on olemas oma veebimajutus, kui ei siis millised on teie eelistused või soovite, et töö teostaja leiaks selle teiega koostöös?

Veebiserveri pakkuja nimi

Kas olete huvitatud, et töö teostaja hooldaks regulaarselt teie veebi st teeb järjepidevalt vajalikud uuendused tarkvara osas tagamaks parimad turvalisuse nõuded ja kaasaegsemad tarkvara versioonid?

Kas soovite oma veebilehe sisuhaldusega ja varundamisega ise tegeleda või hoida aega kokku ja anda haldamine töö teostajale või kellelgi teisele?

Millist sisuhaldustarkvara te eelistate või peaks see selguma koostöös töö teostajaga?

Platvormi valik (blogi (WordPress), palju erinevate õigustega kasutajaid (Drupal), eesti keelne suur kogukond (Joomla))

## Tähtajad

Millal sobib teile esmane kokkusaamine lähteülesande koostamise täpsustamise ja kinnitamise osas? Mis on võimalikud kuupäevad?

Millal peab töö valmis olema? Kui palju on aega, et teostada tööd kvaliteetselt ja kontrollitult? Lihtsam veebirakendus saab rutem valmis ja suurema mahuga rakendus võtab ka oluliselt tellija aega, mistõttu tuleks need kooskõlastada teostajaga ajavaruga.

## Eelarve

Eelarve ja peamised kuluartiklid

|  |  |
| --- | --- |
| **Kululiik** | **Maksumus** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## Vastutavad kontaktisikud

Nimeta võimalikud vastutavad isikud, kes on seotud antud projektiga?

Projekti peakoordinaator

Eesnimi:

Perekonnanimi:

e-post:

telefon: