

Redizajn web stranice agencije

Košćak, Martin

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:377103>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

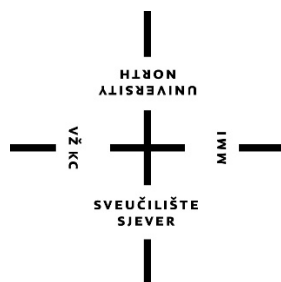
Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-20**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



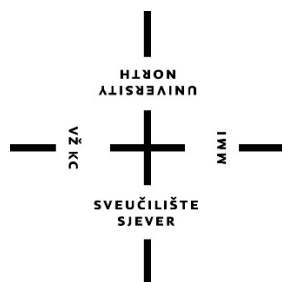


Sveučilište Sjever

Završni rad br. 683/MM/2020

Redizajn web stranice agencije

Martin Koščak, 5242/601



Sveučilište Sjever

Multimedija, oblikovanje i primjena

Završni rad br. 683/MM/2020

Redizajn web stranice agencije

Student

Martin Koščak, 5242/601

Mentor

Robert Geček, doc.art.

Varaždin, rujan 2020. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za multimediju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK Martin Koščak

MATIČNI BROJ 5242/601

DATUM 01. rujan 2020.

KOLEGIJ Web dizajn

NASLOV RADA Redizajn web stranice agencije

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Redesign of the agency's website

MENTOR Robert Geček

ZVANJE doc.art.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. Snježana Ivančić Valenko, pred. - predsjednik
2. doc. dr.sc. Andrija Bernik - član
3. doc.art. Robert Geček - mentor
4. Nikolina Bolčević Horvatić, pred. - zamjenski član
- 5.

Zadatak završnog rada

BROJ 683/MM/2020

OPIS

Tema ovog završnog rada je redizajn i izrada web stranice za kompaniju Gentleman Creative Agency. U prvom dijelu rada ću detaljno opisati ne samo povijest i sadašnjost weba kao takvog, već i smjer u kojem se web stranice kreću.

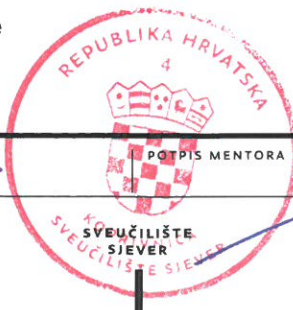
U drugom dijelu, poseban fokus biti će sam dizajn web stranice, zajedno s metodama i egzekucijom dizajna. Od korištenja boja, logotipova i fontova, pa sve do sitnih detalja na koje često kompanije zaborave prilikom izrade stranice. Uz to, opisati ću i proces pisanja tekstova te optimizacije sadržaja za web stranicu za tražilice, kako bi se ostvario konačan cilj stranice – privlačenje posjetitelja i ostvarivanje novih poslovnih kontakata.

U radu je potrebno:

- definirati web dizajn
- navesti prednosti CMS sustava
- objasniti postupak izrade web stranice
- predstaviti konačni proizvod

ZADATAK URUČEN

07. 09. 2020.



[Signature]

Predgovor

Ako pitate 50 web developera i stručnjaka za web stranice kako bi jedna web stranica trebala izgledati, vjerojatno ćete dobiti 50 različitih odgovora, od kojih ni jedan nije krivi. Ali, imajući to na umu, par stvari je jedino važno imati na umu: za koga je stranica, koliko je stranica responsivna i koliko je lako naći stranicu u moru milijardi stranica na webu. Pitanje za koga je stranica namijenjena moramo postaviti čak i prije bilo kakvog dizajniranja, pisanja tekstova ili programiranja stranice. Gledajući web stranice u Hrvatskoj, možemo prilično lako zaključiti da je to pitanje koje si mnoge kompanije nisu postavile prije izrade stranica. Zbog toga danas imamo tisuće dizajnerski elaborativnih stranica kod kojih se ne vidi jasno čemu služe, ali i onih koje još nisu izašle iz stila devedesetih te su tako postale potpuno nebitne na webu.

Redizajn jedne stranice gotovo je jednak zadatak kao i potpuno nova izrada iste. U nekim slučajevima, koje sam naveo malo prije, jednostavnije je krenuti ispočetka, dok je u slučaju „Gentleman Creative Agency“ stranice, koja je samo zahtijevala male vizualne i tekstualne preinake, blagi redizajn dovoljan je kako bi ponovno postala relevantna na tržištu.

Sažetak

Kako ulazimo u drugu dekadu 21. stoljeća, kompanije u Hrvatskoj konačno su počele shvaćati važnost imanja responsivne web stranice. Na kraju dana, usluga može biti najbolja i najkvalitetnija na svijetu – ako web stranica nije posjećena i optimizirana u skladu s brendom, tu uslugu nitko neće konzumirati.

Ono što znamo je da posjetitelji stranice prvo primijete dizajn iste. Zbog toga sam odlučio napraviti kompletan redizajn web stranice „Gentleman Creative Agency“, u potpuno minimalističkom stilu koji mi je glavna nit vodilja. Cilj redizajna stranice bio je (ali je i još uvijek) kvalitetniji i čišći prikaz portfelja projekata, kako bi potencijalni klijenti od početka bili svjesni što mogu očekivati. Kvalitetnim i čistim dizajnom omogućio sam posjetiteljima stranice lakše navigiranje kroz istu, kako bi što prije došli do mogućnosti pregledati projekte koji su relevantni za njihov proizvod te kako bi mogli stupiti u kontakt sa mnom što jednostavnije.

Uz dizajn stranice, odradio sam i potpuno novi sadržaj za nju, putem novih fotografija, videa i tekstova za stranicu, koje sam jednako tako i optimizirao za tražilice te povezao s vanjskim platformama, kako bi stvorio petlju za posjetitelje.

Abstract

As we enter the second decade of the 21st century, businesses in Croatia are finally starting to realize the importance of having a responsive website. At the end of the day, we can have the world's best and highest quality service, but if our website is not visited or optimized in accordance with our brand, this service won't be consumed by anyone.

What we know is that visitors first notice the website design. Because of that, I decided to do a complete redesign of "Gentleman Creative Agency" website, in minimalistic appearance which served as my main guiding principle. The goal of the website redesign was (and still is) a better and cleaner presentation of the project portfolio - so the potential clients know what to expect from the mere beginning. With cleaner design, I made it possible for website visitors to navigate it more easily, so they can reach project examples related to their product faster and get in touch with me as easily as possible.

With the website design, I created the new content through newly made photographs, videos, and website copy, which are also search engine optimized and connected to outside platforms to keep visitors repeatedly returning back to the website.

Popis korištenih kratica

HTML - HyperText Markup Language

HTTP - Hyper Text Transfer Protocol

SEO - Search Engine Optimization

CERN - Conseil européen pour la recherche nucléaire - Europski laboratorij za fiziku čestica

W3C - World Wide Web Consortium

WWW - World Wide Web

CMS - Content Management System

DNS - Domain Name System

TCP/IP - Transmission Control Protocol

CSS - Cascading Style Sheets

URL - Uniform Resource Locator

Sadržaj

<i>Predgovor</i>	5
<i>Sažetak</i>	6
<i>Abstract</i>	7
<i>Popis korištenih kratica</i>	8
1. <i>Uvod</i>	1
2. <i>Web</i>	2
2.1. Povijest weba	2
2.2. Budućnost weba	3
3. <i>Tehnička strana weba</i>	4
3.1. Domena	4
3.2. DNS	4
3.3. Web hosting	4
4. <i>Web dizajn</i>	5
4.1. Boja	5
4.2. Whitespace	5
4.3. Tekstura	5
4.4. Tipografija	6
4.5. Korisničko iskustvo	6
4.6. Responzivnost	6
4.7. Optimizacija za tražilice	7
5. <i>CMS sustav</i>	8
5.1. WordPress	8
5.2. Visual Builder	9
6. <i>Izrada web stranice</i>	10
6.1. Planiranje i analiza	12
6.2. Izrada grafičkog predloška	13
6.3. Izrada web stranice u CMS-u	16
6.4. Prilagodba i unos sadržaja, on-page SEO	17
6.5. Javna objava	19
6.6. Off-page SEO i web marketing	19
7. <i>Zaključak</i>	21
8. <i>Literatura</i>	23

9.	<i>Popis slika</i>	24
10.	<i>Prilozi</i>	25
10.1.	Adresa web stranice.....	25

1. Uvod

Web stranica je, bar što se modernog poslovnog svijeta tiče, osnova poslovanja. U ovom radu baviti ću se, osim teoretskim dijelom web stranica i njihovim dizajnom, prikazom potrebe za redizajnom web stranice „Gentleman Creative Agency“, razlogom zašto je došlo do te odluke, kako je tekao proces redizajna te koje sve tehnike i vještine su korištenje prilikom izrade stranice.

Jedan od glavnih razloga za redizajn web stranice „Gentleman Creative Agency“ bio je manjak portfolija na staroj stranici. Kao dizajnerska agencija, portfolio projekata najvažniji je Call to Action koji može postojati. Davno su završila vremena kad je bilo dovoljno napisati ekspertizu koju dizajner ima te tako privući nove i potencijalne klijente. Danas je cijeli fokus na projektima, partnerima i vizualnom prikazu rada, kako bi kompanije odmah dobile uvid u konačan proizvod koji bi njima bio potreban.

Osim portfolija projekata, web stranica nije bila optimizirana za nove generacije mobilnih uređaja (smartphoneova i tableta). Uvidom u Google Analytics stranice, većina posjeta istoj dolazi s mobilnih uređaja – što je ponovno očekivan podatak budući da većina mobilnog prometa u modernom svijetu dolazi s mobilnih uređaja. Stara web stranica agencije nije se mogla nositi s potrebama modernog svijeta te joj je redizajn bio potreban, što me dovodi do jedne od glavnih (iako često pregledanih) premisa u modernom poslovanju: Web stranice su platforma koju kompanije često zanemaruju te više spadaju u „nice to have“ kategoriju, pogotovo u Hrvatskoj. Budući da je web živo tkivo koje se konstantno unapređuje te da nove generacije sve više i više vremena provode online, zanemariti web stranicu kao kompanija prvi je korak do gubitka relevantnosti, a to je nešto što si „Gentleman Creative Agency“ nikako nije htjela priuštiti.

Upravo zato je ovaj redizajn projekt bio jedan od većih projekata u povijesti kompanije. Više nije dovoljno samo zalijepiti novi dizajn na postojeći i smatrati to dovoljnim. Moderni redizajn web stranice skoro se može smatrati kompletnom ponovnom izradom stranice – od vizualnih komponenata, tekstova, SEO-a, ali i backend komponenta, koje je potrebno detaljno unaprijediti kako bi podnijeli zahtjeve modernog frontenda.

2. Web

Internet je javno dostupna svjetska, odnosno globalna računalna mreža koja međusobno povezuje mnoga računala i računalne mreže. Cilj Interneta je povezivanje računalnih mreža u jednu veliku cjelinu kako bi se omogućila razmjena podataka, te korištenje raznih servisa, usluga i sadržaja. Jedna od tih usluga je www, odnosno World Wide Web. [1]

World Wide Web je softverska mreža web stranica, i trenutno najpoznatija i najraširenija usluga Interneta. WWW povezuje dijelove informacija s Interneta. Jedna od najvećih karakteristika weba je mogućnost pretraživanja, uz pomoć koje dobivamo popis na tisuće web stranica. Sve javno dostupne web stranice pohranjene su na posebno prilagođenim računalima koje nazivamo web poslužitelji ili web serveri, koji komuniciraju uz pomoć TCP/IP protokola. Svaka web stranica je posebno oblikovana tekstualna datoteka, i ima svoju vlastitu web adresu i svoj URL. Web je postao nezamjenjivi vodeći medij i trenutno najbrže rastući segment Interneta. [2]

2.1. Povijest weba

U povijesti na različitim su računalima postojale različite informacije. Milijuni računala već su bili povezani putem Interneta koji se u to vrijeme brzo razvijao. Postojao je i problem. Kako bi došli do informacija, morali ste se prijaviti na svako od računala koje koristi drugačiji program. Rješenje tog problema pronašao je britanski računalni znanstvenik Tim Berners Lee, koji je tada bio zaposlenik CERN-a. Shvatio je da se informacije mogu razmjenjivati uz pomoć korištenja nove tehnologije pod nazivom "hypertekst". U ožujku 1989. godine, Tim Berners Lee je iznio svoju viziju onog što će postati "Web". Tim je također i tvorac HTML jezika, URL adresa, HTTP protokola, HTML editora, HTTP servera, te prvog web preglednika. Krajem 1990. godine prva je web stranica poslužena na internetu, a 1991. godine novoj web zajednici pridružuju se i ljudi izvan CERN-a. Iako je nastao u CERN-u, web nikada nije bio službeni projekt CERN-a. Kako bi se Web mogao dalje širiti, Tim i njegov tim zalagali su da se Web zauvijek koristi bez naknade. U razvoj weba 2003. godine, uključile su se i mnoge druge tvrtke. Tim se 1994. godine iz CERN-a preselio u Massachusetts Institute of Technology gdje je osnovao World Wide Web Consortium (W3C). U periodu od 1994. - 2000. godine nastaju mnoge značajne web tehnologije i alati, te web postaje "mainstream". Početak weba obilježila je platforma pod nazivom "WEB 1.0", koja omogućavala samo čitanje i jednosmjernu komunikaciju. Sadržaj koji je u to vrijeme bio statičan, objavljivale su samo velike kompanije. Nakon nekoliko godina uvodi se i platforma "WEB 2.0", u kojoj su proširene mogućnosti korištenja weba. Web je postao društveno mjesto. Pojavila se dvosmjerna komunikacija, te šira publika može objavljivati sadržaj. Sadržaj je postao dinamičan. [3]

2.2. Budućnost weba

WWW ili web je živo tkivo koje se stalno unapređuje i prilagođava korisniku, te zajedno sa novim tehnologijama raste i napreduje. Mogućnosti upotrebe i primjene bezgranične su. Kako bi se te mogućnosti i dalje širile, dolazi potreba za uvođenjem “WEB 3.0” platforme. Ideja kod izrade te platforme je da ona postaje inteligentnija, te da nudi veću personalizaciju. Cilj je postići da korisnik ima veći utjecaj na sustav. Tražilice bi tada kod pretraživanja “mislile” a ne “nagađale”, te bi nas nudile s unaprijed razvrstanim sadržajem. Nova generacija web-a trebala bi se temeljiti na semantičkom prepoznavanju potreba pojedinca. Zbog progresivnog napretka inteligencije, značajan problem predstavlja pohrana semantičkih podataka, djelomično zbog količine, ali i zbog toga što bi baza podataka trebala biti decentralizirana, a upiti se distribuirati po P2P principu. Uz pomoć P2P sustava, više ne bi bili potrebni web poslužitelji, već bi svako računalo bila inteligentna radna stanica koja bi dijelila podatke s drugim umreženim računalima. Posebna pažnja kod razvoja 3.0 platforme usmjerena je u razvoj raznih multimedijских mogućnosti web tehnologija kao što su online animacija i 3D vizualizacija. Jedan od mogućih problema s kojima bi se “WEB 3.0” mogao susresti u budućnosti je privatnost korisnika. Koja je već danas jako ugrožena. [4]

3. Tehnička strana weba

Kod izrade svake web stranice vrlo je bitan odabir web hostinga i domene. Za pokretanje svake web stranice potreban je web hosting, a za njezino lako pronalaženje jedinstvena web domena.

3.1. Domena

Domena je jedinstvena simbolička oznaka, odnosno adresa web mjesta koja je DNS zapisom vezana s IP adresom računala na kojem se nalaze stranice web mjesta. Domene se razlikuju po njihovoj ekstenziji koja dolazi nakon točke. Najpoznatije i najčešće korištene su vršne domene, odnosno generičke domene. Kod registracije domene, važno je da ime domene bude jednostavno, zvučno i lako pamtljivo. Uz domenu postoji i poddomena. Poddomena je oznaka koja se hijerarhijski nalazi ispod domene. Svaka poddomena može pripadati samo jednoj domeni, a domena može imati više poddomena.[5]

3.2. DNS

Svaki puta kada upišemo URL u polje adrese u web pregledniku, koristimo DNS poslužitelj. DNS ili Domain Name System je distribuirani hijerarhijski sustav internet poslužitelja koji povezuje IP adresu s nekim imenom. Iako je nevidljiv, izuzetno je važan dio interneta. [5]

3.3. Web hosting

Računala koja su stalno spojena na Internet nazivaju se serverima (poslužiteljima). Web serveri su računala na kojima su smještene neke web stranice. Hosting je usluga zakupa prostora na internetu, na kojem je smještena određena vrsta podataka. Zadatak web hostinga je u što kraćem vremenu isporučiti podatke korisniku. Svako web mjesto ili podatak koji pronalazimo na internetu, smješteno je na nekom hostingu. [5]

4. Web dizajn

Web dizajn je proces izrade nekog web mjesta ili stranice. Dizajn je spoj između korisnika i informacije. Dobar web dizajn tiče se odnosa između određenih elemenata i njihovog uravnotežavanja. Bez obzira kakvo web mjesto razvijamo, dizajn bi trebao biti planiran, jednako kao i funkcionalnost. Iako je izgled web stranice vrlo bitan, najveći prioritet mora biti zadovoljavanje potreba klijenta. Te potrebe mogu biti vrlo zahtjevne i složene i svode se na pregledan prikaz informacija. Općenito se u dizajnu svjesnost oslanja na razumjevanje prostornih odnosa između pojedinih komponenata dizajna. Tako je pravilan raspored blokova i elemenata na stranici jako bitan. Metoda koju web dizajneri najčešće koriste za ujedinjavanje rasporeda je kontinuitet. Svakako je cilj zadovoljiti pravilnu uravnoteženost elemenata ali i zadržat glavnu funkcionalnost web stranice. Čak i ako je razlika između rasporeda početne stranice i ostalih stranica web mjesta velika, bitno je da stranice povezuje zajednička tema i stil. [6]

4.1. Boja

Jedan od najmisterioznijih aspekata web dizajna je svakako odabir boja. Nužno je odabrati skup boja koje se dobro slažu i dopunjuju komunikaciju cijele web lokacije. Prije izrade web stranice svakako je bitan odabir osnovne palete boja, koja u većini slučajeva prati vizualni identitet neke tvrtke ili slično. [6]

4.2. Whitespace

U web dizajnu whitespace se koristi u nekoliko svrha. Čitljivost u koju spadaju leading, kerning i tracing, te prostor-layout koji služi odvajanju elemenata i njihovom naglašavanju. Whitespace dizajnu daje profinjenu nijansu te pozitivno utječe na upotrebljivost web stranice. Korištenje whitespace-a u dizajnu web stranice, jednako je bitno kao i korištenje ostalog sadržaja. [6]

4.3. Tekstura

U web dizajnu uz boje možemo koristiti i teksture. Teksture su općenito dosta zanemaren dio web dizajna. Uz pomoć tekstura kao što su točke i crte, možemo dodatno nasglasiti poruku web stranice na više razina. Pritom je važno je koristiti suptilne teksture kako taj aspekt nebi bio previše dominantan. [6]

4.4. Tipografija

Poznavanje i razumijevanje mehanike pisane riječi od velikog su značaja u web dizajnu. Važnost teksta na web stranici ne može se poreći. Prije svega, bitno je poznavanje osnovnog oblika slove, te tipografskih vrsta pisama. Odabir fonta web stranice važan je segment u postupku dizajna, kako bi stranica dobila prepoznatljiv štih i pritom zadržala čitljivost i preglednost. [6]

4.5. Korisničko iskustvo

Korisničko iskustvo (engl. “User Experience”, ili skraćeno “UX”) je, generalno, način na koji se korisnici osjećaju prilikom korištenja proizvoda ili usluge. Svaki primjer interakcije između čovjeka i objekta ima uz to povezano korisničko iskustvo, no u praksi, dizajneri korisničkog iskustva su ponajviše fokusirani na interakcije između korisnika i računala, odnosno digitalnih proizvoda poput web stranica, aplikacija i sustava. Dizajn korisničkog iskustva navodi razvoj proizvoda u smjeru kako želimo da se korisnici osjećaju prilikom njegovog korištenja. [7]

Nekada je razvoj digitalnih proizvoda bio puno jednostavniji nego danas. Dizajneri su izrađivali proizvode koji su izgledali lijepo i za koje su se nadali da će se svidjeti njihovim korisnicima. Nažalost, taj pristup je problematičan iz dva razloga. Prvi je taj da je nekada konkurencija za pridobivanje pažnje korisnika online bila mnogo manja nego danas. Drugi razlog je da takav pristup nije u obzir uzimao korisnika koji će taj proizvod naposljetku i koristiti. Zbog toga je uspjeh proizvoda često ovisio o čistoj sreći. Danas nam fokus na korisničko iskustvo može uvelike povećati šanse za uspjeh našeg proizvoda. [7]

4.6. Responzivnost

S obzirom na velik porast korisnika pametnih telefona i tableta, responzivni web dizajn postao je standard u izradi web stranica. Responzivni web dizajn je proces prilagodbe web stranice različitim veličinama zaslona, kako bi korisnik ostvario zadovoljavajuće korisničko iskustvo. Web stranica ima prilagodljiv dizajn koji se skalira i po potrebi modificira ovisno o veličini određenog zaslona. Osnovni alati kod optimizaciju web stranice su media upiti, fluidni gridovi i responzivne slike. Kako bi se sadržaj jednostavno adaptirao s obzirom na veličinu zaslona, koriste se postoci u definiranju širine redaka i stupaca. Definiranje širine zaslona uređaja vrši se uz pomoć css3 media upita koji modificiraju odabrane css deklaracije. [8]

4.7. Optimizacija za tražilice

Optimizacija za tražilice (SEO), konstantan je proces optimizacije sadržaja na web stranici, ukratko rečeno. Sam proces sadrži više manjih elemenata, koji iskorištavaju algoritam tražilice kako bi stranicu postavili na što višu poziciju prilikom pretraživanja.

Glavni fokus prilikom optimizacije je ključna fraza, koja se pojavljuje na ključnim dijelovima u tekstu kako bi natjerala algoritam da više puta skenira stranicu i prikaže je kao relevantnu. Osim toga, postavljaju se i ALT tekstovi na fotografije, koji služe kao svojevrsan opis fotografije za tražilicu. Osim same manipulacije algoritmima tražilice, važno je i napraviti beskonačnu petlju na stranici, kako bi posjetitelji na njoj proveli što više vremena. To se postiže postavljanjem unutarnjih i vanjskih poveznica na i sa same stranice, obično prema drugim platformama u vlasništvu brenda. [9]

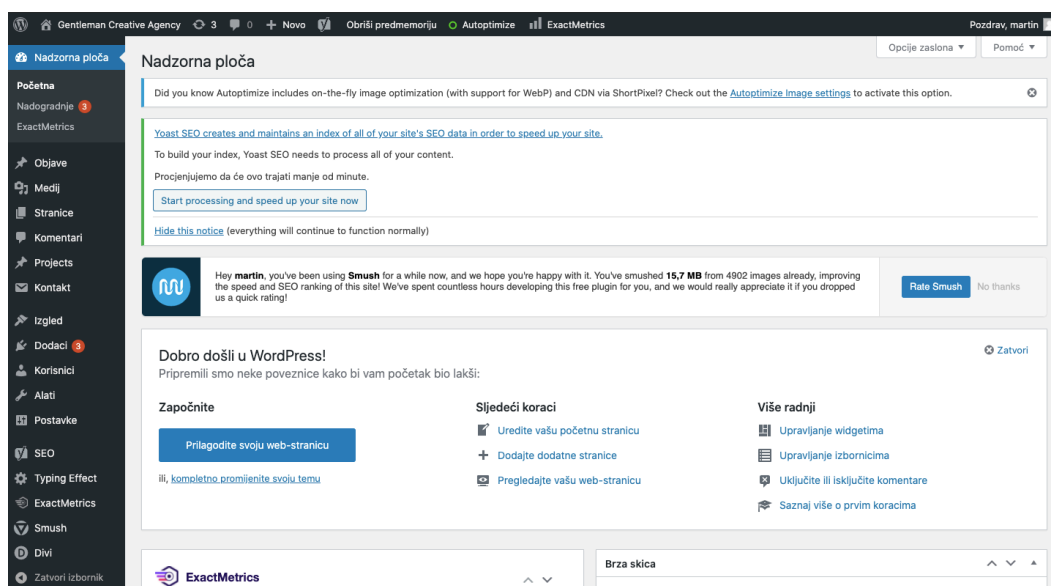
5. CMS sustav

Content Management System je sustav koji se koristi za kreiranje i upravljanje sadržajem nekog web sjedišta. Jednostavno korisničko sučelje omogućuje lako upisivanje, brisanje i uređivanje sadržaja bez potrebe poznavanja HTML jezika. CMS je tehnički podjeljen u dva dijela: Front-end, odnosno Content Management Application koji se koristi za dodavanje i upravljanje sadržaja na web stranici i back-end, odnosno Content Delivery Application koji je odgovoran za sve skrivene procese poput pohranjivanja sadržaja i njegove isporuke posjetiteljima.

Korištenje CMS sustava pomaže korisnicima web mjesta da sami uređuju sadržaj bez sudjelovanja stručnjaka. Što je uvelike rasteretilo posao webmastera. Brzim razvojem i naprednim funkcijama, CMS sustavi nametnuli su se kao vodeći nositelji razvoja u web industriji. Na današnjem su tržištu dostupni razni CMS sustavi koji pružaju mnoge mogućnosti. Postoje sustavi koji su izrađeni po narudžbi klijenta, te komercijalni i besplatni sustavi. Među najpopularnije besplatne sustave spadaju WordPress, Joomla i Drupal. [10]

5.1. WordPress

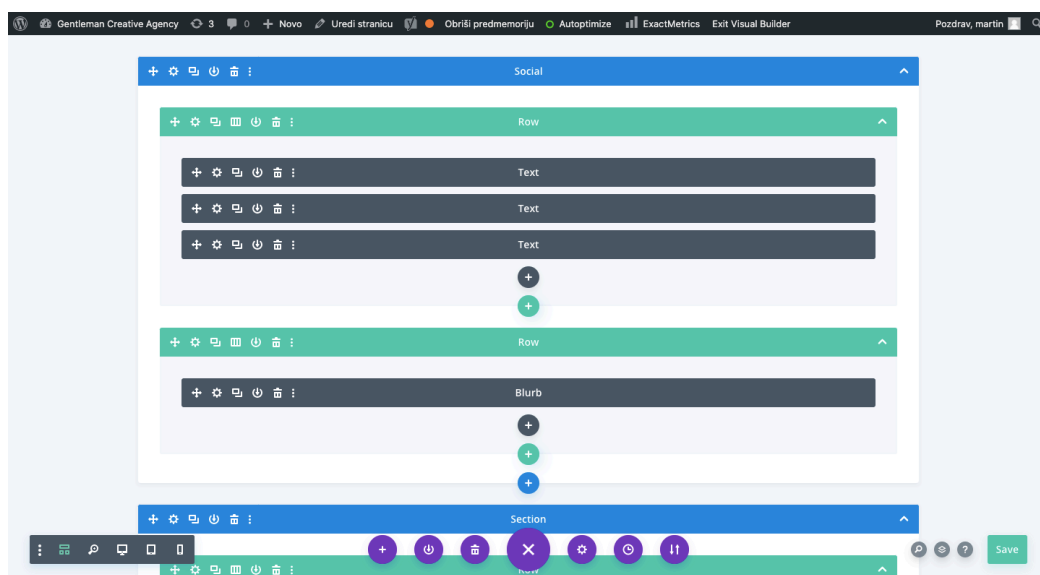
WordPress je moćan softver otvorenog koda kojeg danas pokreće velik broj web stranica na Internetu. Razvija ga zajednica u kojoj se nalazi stotine tisuća programera, kreatora sadržaja i vlasnika web stranica koji surađuju i doprinose njegovom unapređenju. WordPress nudi mnoge mogućnosti, koje je moguće proširiti i nadograditi s tisućama dodataka i različitih tema. [11]



Slika 5.1 WordPress korisničko sučelje

5.2. Visual Builder

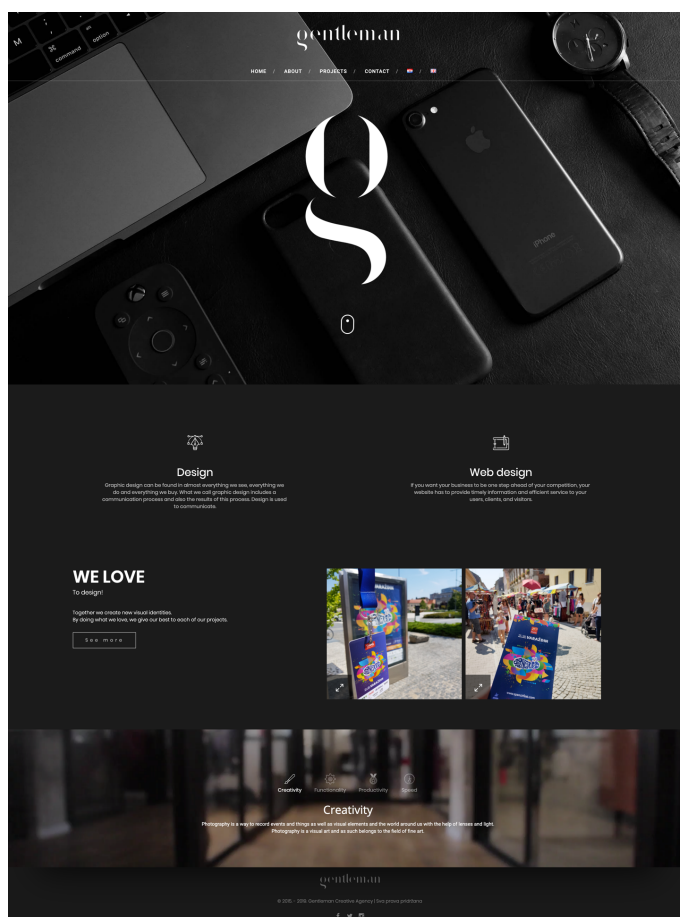
Visual Builder je dodatak koji se nalazi unutar WordPress korisničkog sučelja, i zamjenjuje standardni WordPress uređivač. Njegova prednost je što omogućava izradu i uređivanje sadržaja u front-end dijelu web stranice, čime se omogućava puno brža prilagodba i dizajn u odnosu na klasičan WordPress uređivač. Velika prednost ovog alata je također u drag and drop principu uređivanja i kombiniranja elemenata sadržaja. Builder se sastoji od tri glavna gradivna bloka: Sekcije (engl. Section), redova (engl. Rows) i modula (engl. Moduls). Odjeljci su najveći građevni blokovi i smještaju skupine redova. Redovi se nalaze unutar odjeljaka i koriste se za smještaj modula. Modul je sadržajni dio web stranice, koji može biti tekst, fotografija, gumb, galerija, e-trgovina i slično. [12]



Slika 5.2 Korisničko sučelje DIVI buildera

6. Izrada web stranice

Osnovna uloga web stranice agencije je prezentacija projekata, te pružanje osnovnih informacija agencije kao što su lokacija, broj telefona, e-mail adresa i slično. Nova web stranica “Gentleman Creative Agency” sastojat će se od portfelja, te osnovnih informacija o agenciji, koje će biti prezentirane u nekoliko zasebnih stranica. Pristup dizajnu web stranice temeljit će se na minimalizmu, zbog većeg fokusa na projekte koji će ondje biti prezentirani. Kako stranica ne bi bila dosadna, bit će dodane i popratne animacije elemenata. Cilj web stranice je servirati korisniku sve potrebne informacije na jednostavan i elegantan način, te mu omogućiti direktan uvid u rad agencije. Zbog što boljeg korisničkog iskustva bit će dodana i kontaktna forma za lakšu komunikaciju i povezivanje. Nakon dizajna pristupit će se i responzivnosti web stranice, kako bi bila pregledna na svim veličinama zaslona. Velika pažnja bit će usmjerena i optimizaciji web stranice, kako bi se postiglo njeno bolje rangiranje tražilicama.



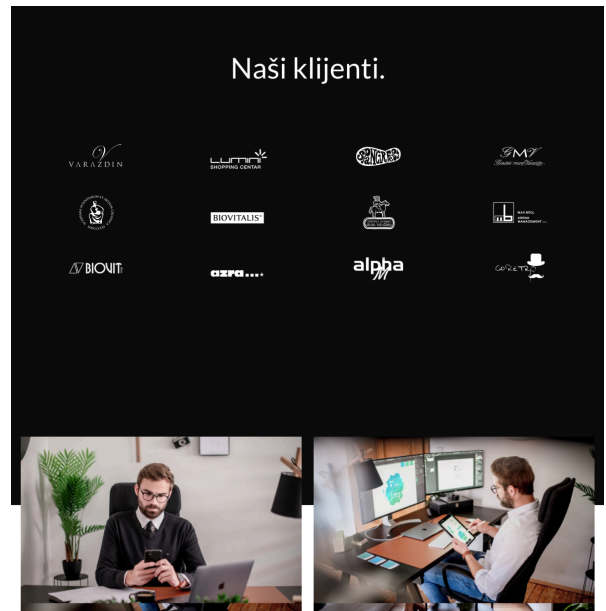
Slika 6.1 Stara naslovna stranica



Savršenstvo kroz
minimalizam.
Džentlmski.

Gentleman Creative Agency svoj rad temelji na kombinaciji elegancije i profesionalnosti. Osnovani smo 2015. godine u Varaždinu, gdje nas i danas moderne promocije.

Naš je cilj ostaviti VAS na prvo mjesto, kroz temeljit i minimalistički pristup dizajnu, kako bi VAS brend zasjaeo novim sjajem. Vašim ćemo projektima dati eleganciju koju zaslužuju, kako biste svoje brendove mogli predstaviti svijetu.



Naše mogućnosti.

Brand identity

Deputirate da bismo i vizualni komunicirali poruku vašim klijentima, jer slika govori tisući riječi - u dobrom brandingu upravo i cijela priča.

Web design

Postavimo zajedno temeljni kamen vaše organizacije.

Digital advertising

Digitalni kanali odlično su mjesto za predstavljanje vaše usluge ili proizvoda širokom spektru potencijalnih klijenata i kupaca, koji vas željno iščekuju.

Copywriting

Zaokružite svoj digitalni otisak modernim tekstovnim pisanjem, minimalističkim stilom, zbog kojeg će upravo vaša poruka doći do publike koju želite.

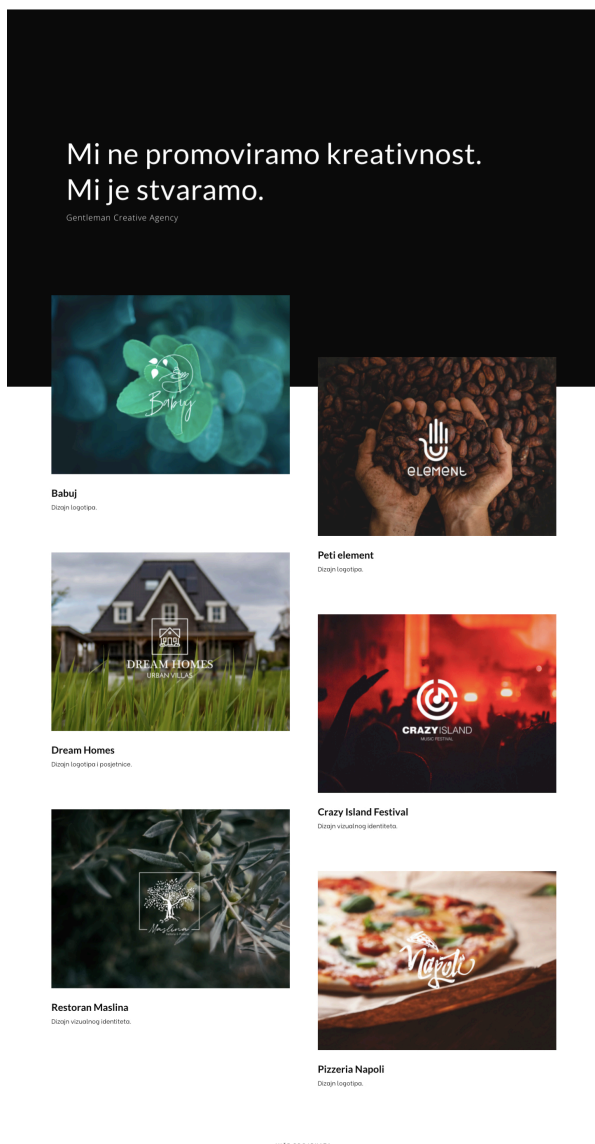
[VIDI VIŠE](#)



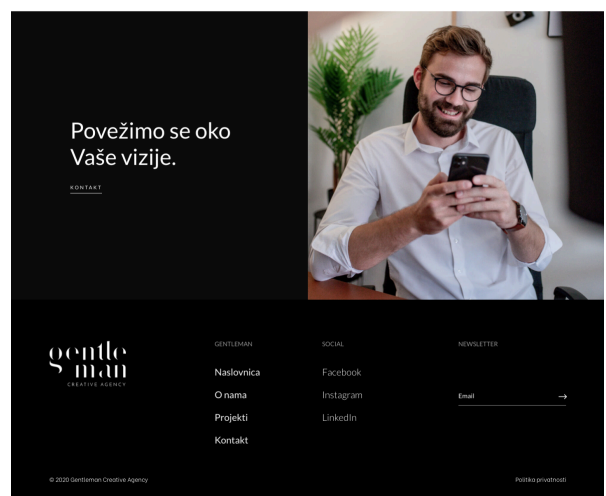
"Kreativna izvedba grafičkog rješenja, inovativnost u dizajnu, te jednostavnost, funkcionalnost i primjenjivost dizajna osvojili na prvu u odabiru novog vizualnog identiteta festivala Špancirfest."

Tihana Željnjak Ciglar
Špancirfest

• •



[VIŠE PROJEKATA](#)

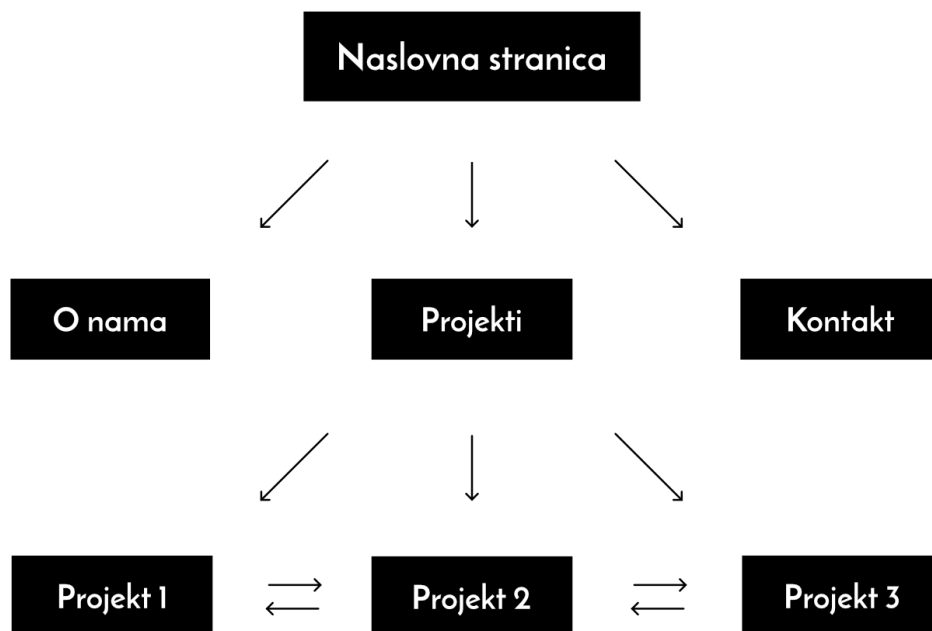


Slika 6.3 Nova naslovna stranica I. dio

Slika 6.2 Nova naslovna stranica II. dio

6.1. Planiranje i analiza

Ovaj je korak prvi i najvažniji kod izrade web stranice. Proces izrade sveo sam na otkrivanje i istraživanje. U ovom koraku bavim se definiranjem ciljeva koje agencija želi postići preko svoje web stranice. Prije svega potrebno je skicirati strukturu stranice, te definirati navigacijski izbornik. Važno je dobro poznavanje kretanja korisnika web stranicom, kako bi mu se omogućila što jednostavnija orijentacija. Glavni plan kretanja sastoji se od početne stranice “Naslovnica” s koje se može pristupiti ostalim stranicama: “O nama”, “Projekti” i “Kontakt”. Stranica će imati i navigacijski izbornik uz pomoć kojeg će biti omogućeno kretanje na bilo koju stranicu bez obzira na trenutno pozicioniranje. Isto tako, za bolje korisničko iskustvo bit će kreiran i footer koji će sadržavati sve potrebne informacije o agenciji i navigacijski izbornik. Za izradu ove web stranice koristim CMS sustav “WordPress” na kojem je postavljen Visual Builder “Divi”. Nakon detaljnog planiranja i analize, pristupam procesu izrade skice pojedinih web stranica. Kako bi bila što jednostavnija prilagodba fotografija i izrada grafika, koristit ću grafičke alate Adobe Illustrator i Adobe Photoshop.



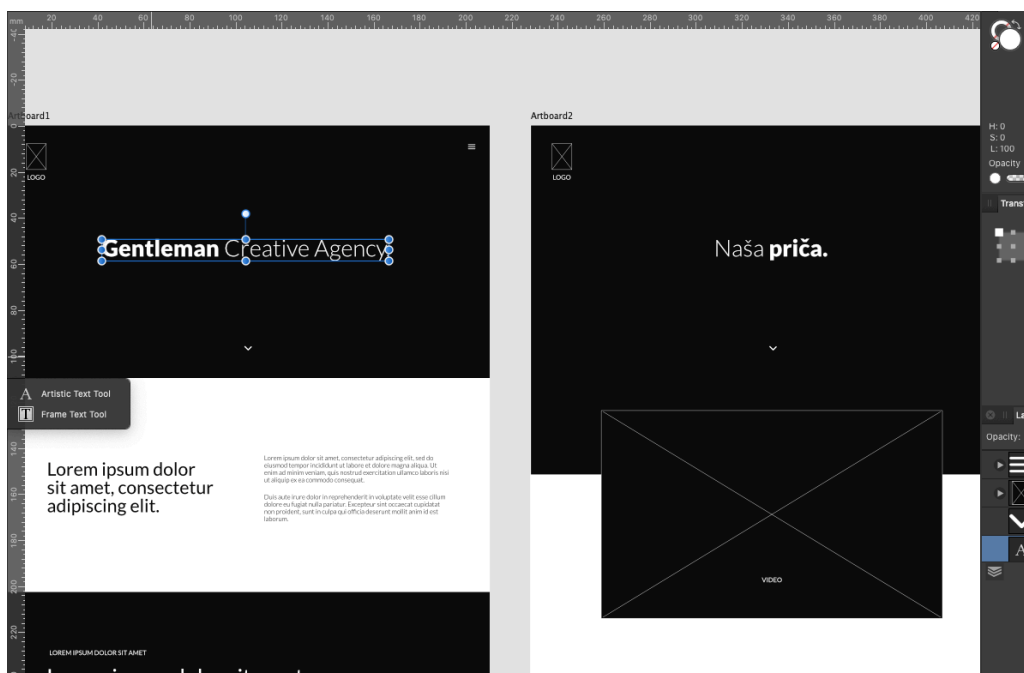
Slika 6.4 Struktura kretanja web stranicom

6.2. Izrada grafičkog predloška

U ovom koraku izrađuje se detaljna skica web stranice. Ovaj korak od iznimne je važnosti zbog uštede vremena kod same izrade sadržaja u CMS sustavu. Kod izrade predloška važan je pravilan kronološki redoslijed sadržaja. Najvažnije stvari koje želimo da klijent prve vidi, potrebno je pozicionirati na vrh stranice. Isto tako bitno je tim sadržajem i rasporedom elemenata zadržati klijenta na određenoj stranici.

Za svaki od projekata kreirana je zasebna stranica koja se temelji na istom predlošku. Kako bi se usmjerila pažnja na svaki od projekata, prezentacija svakog napravljena je u stilu mini knjige grafičkih standarda. Uključene su boje, fontovi, te opis svakog od projekata. Od globalnih elemenata kreirani su meni i footer koji će biti vidljivi na svim stranicama, te moraju dizajnom odgovarati svakoj od njih. Footer je napravljen po danas popularnim standardima, što znači da je viši od nekadašnjih standarda.. Isti sadržava sve potrebne poveznice na društvene mreže i lokacije.

Kod tekstualnog sadržaja korišten je font Google font “Lato”. Lato je sans serif font, i korišten je na stranici kako se ne bi izgubila dominacija logotipa agencije i ostalog dodatnog sadržaja. Odabirom sans serifnog fonta zadržan je minimalistički stil stranice. Na stranicama je korištena akromatska paleta boja, kako bi do izražaja došle fotografije i projekti.

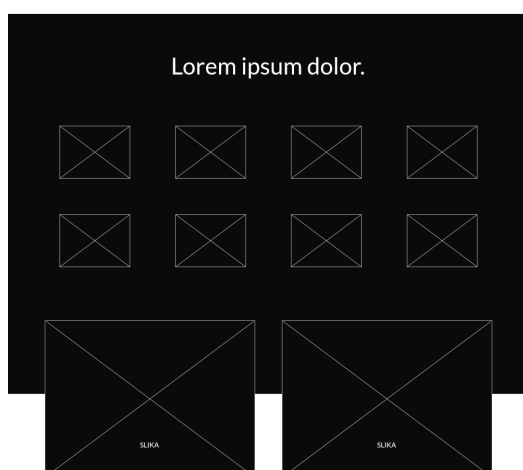
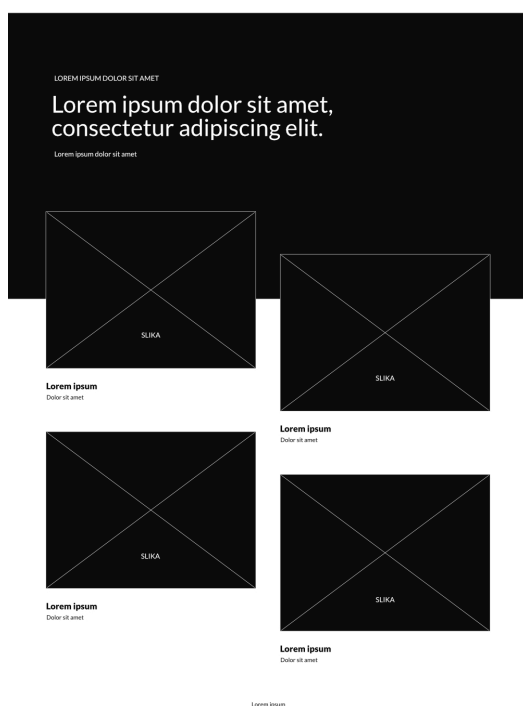


Slika 6.5 Izrada grafičkog predloška u Adobe Illustrator-u



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
 adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
 Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

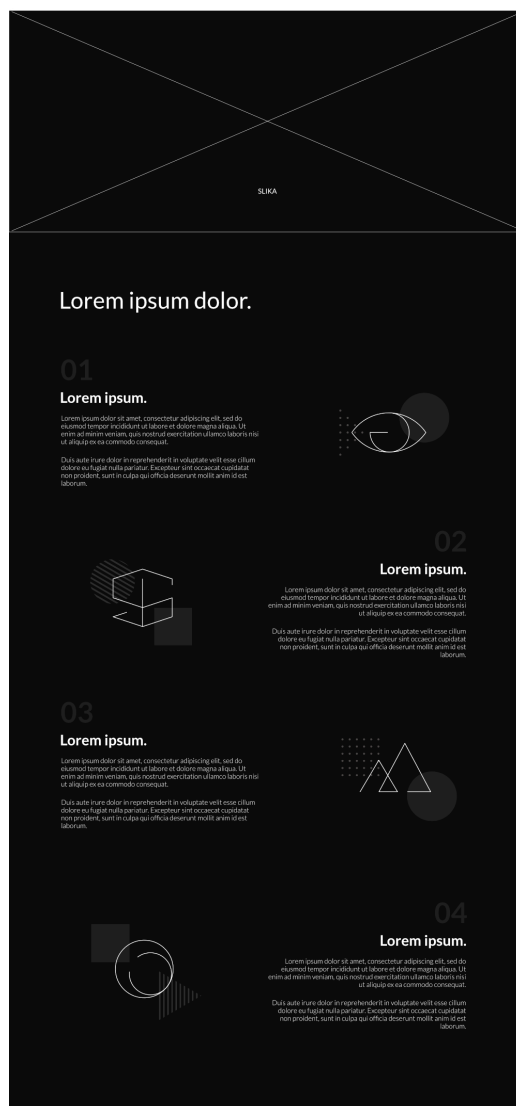


Slika 6.6 Skica stranice „Naslovnica“

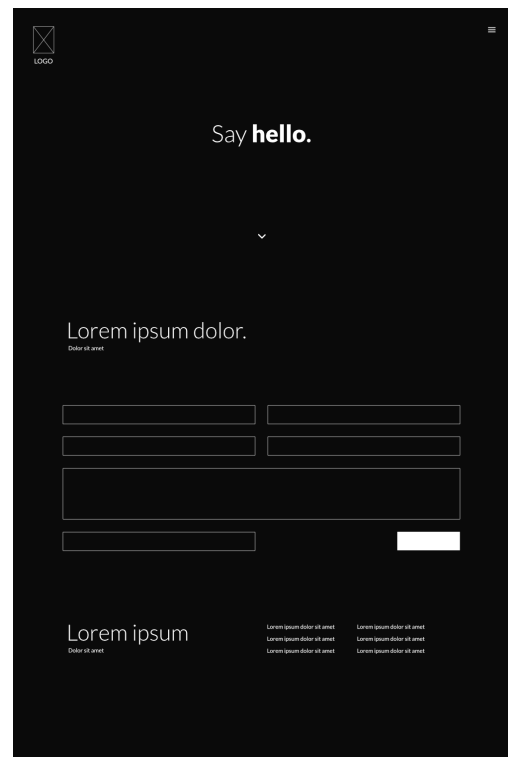
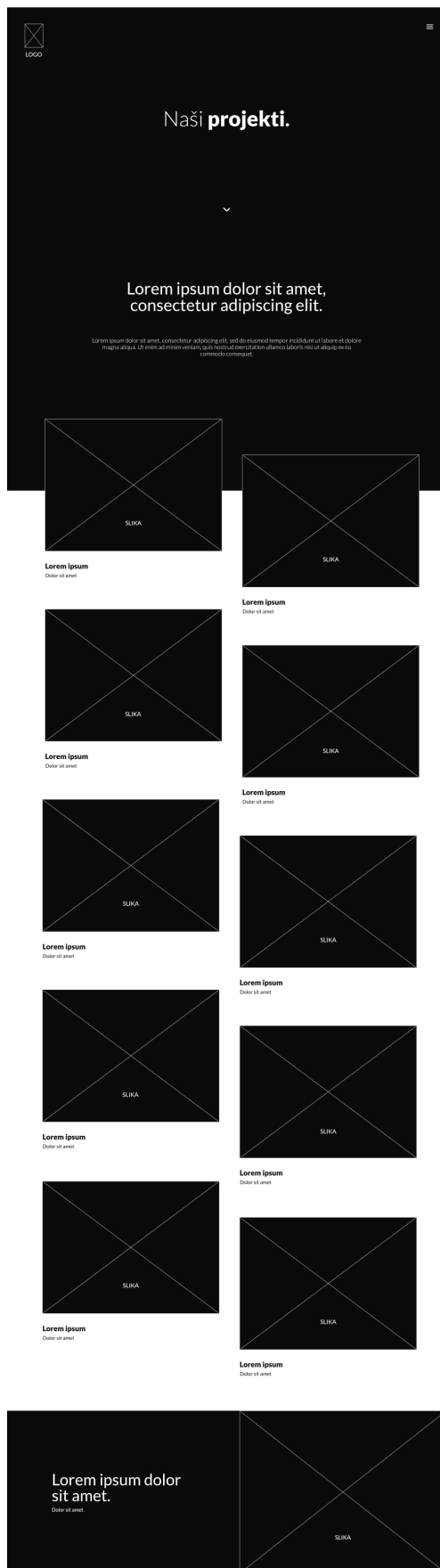


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
 adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
 Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



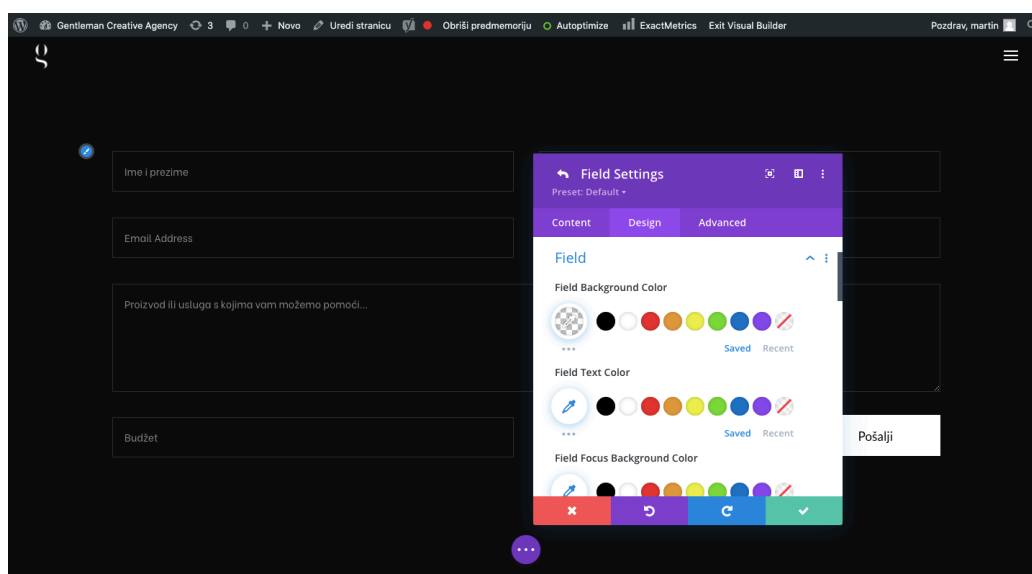
Slika 6.7 Skica stranice „O nama“



6.3. Izrada web stranice u CMS-u

Nakon izrade detaljne skice, krećem sa izradom stranice u builderu. Kako klijenti nebi imali izravan uvid u taj proces, kreirana je privremena stranica Coming Soon sa osnovnim informacijama. Iako je dizajn stranice temeljen na minimalizmu, kod korištenja Divi buildera potrebno je veliko poznavanje osnovnih načela web dizajna i programiranja. Svaki od elemenata stranice kreiran je zasebno. Za neke od modula bila je potrebna posebna prilagodba i dorada koda. Jedan od tih modula je slider sa fotografijama na naslovnoj stranici. Postoje razni Divi moduli, no oni se svojim stilom i karakteristikama nikako nisu uklapali u minimalistički izgled stranice.

Također su instalirani i neki od dodatka. Jedan od njih je “Typing Effect” koji se nalazi na svakoj od stranica. Iako se radi o dodatku, potreban je unos koda u modul gdje želimo da se taj efekt pojavljuje. Kod instalacije dodatka potreban je veliki oprez. Neki dodaci nisu kompatibilni, te se web stranica može srušiti kombiniranjem istih. Nakon kreiranja stranica, na svaku od njih dodane su odgovarajuće animacije koje su primjenjene na različite elemente. Uz pomoć animacija postignuta je određena dinamika, koja doprinosi boljem korisničkom doživljaju.



Slika 6.10 Izrada stranice u DIVI builderu

6.4. Prilagodba i unos sadržaja, on-page SEO

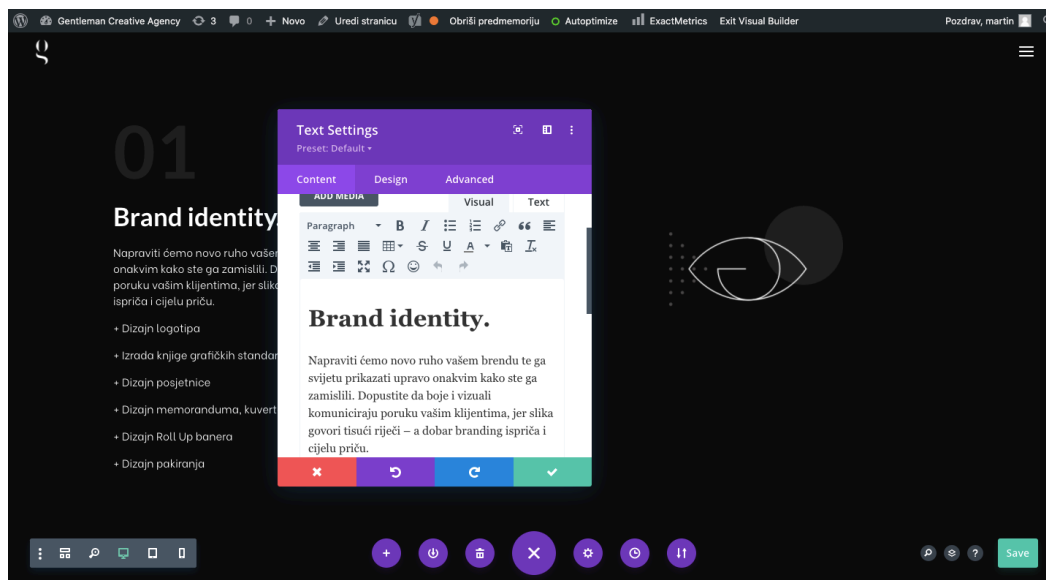
Sve fotografije, grafike, tekst i video kreirani su u procesu izrade stranice. Proces izrade i odabira fotografija i grafika zahtjeva dobro poznavanje dizajnerskih načela. Prije samog uploada fotografija i grafika bitno je kompresiranje kako bi zauzimale što manje mjesta na web stranici, ali i kako bi se sadržaj što brže učitao kod posjeta stranici. Nakon što se na stranicu ubaci sav sadržaj, kreće se s optimizacijom stranice za mobilne i tablet uređaje. Ovaj segment jako je važan jer se sva komunikacija i pretraživanje danas svodi na manje uređaje. Veličina svih blokova zadana je u postocima kako bi se što bolje prilagodili veličini uređaja na kojem se stranica otvara.

Prilikom početka stvaranja tekstova za web stranicu, više je faktora bilo u igri. Kao prvo, znao sam da želim da tekst prati kompletni vizual i ugođaj na stranici, da kvalitetno popratiti fotografije na stranici te ih detaljnije opisati. Želio sam da se posjetitelji stranice prilikom čitanja tekstova osjećaju jednako kao i prilikom gledanja vizuala. Budući da se cijela politika „Gentleman Creative Agency“ vrti oko minimalizma, htio sam da i tekst to prati. Poanta cijelog teksta bila je da opisuje projekte i odradi zamoran zadatak biti dežuran „Call to Action“, što nikad nije jednostavno napraviti elegantno. Znam što nisam htio od teksta. Nisam htio tekst za brošure, koji služi da kaže puno, a zamaskira još više. Upravo iz tog razloga sam kompletan tekst na stranici radio po modernim marketinškim principima – jednostavan jezik s manjom količinom teksta koji je potpuno optimiziran prema zadnjim Google algoritmima traženja.

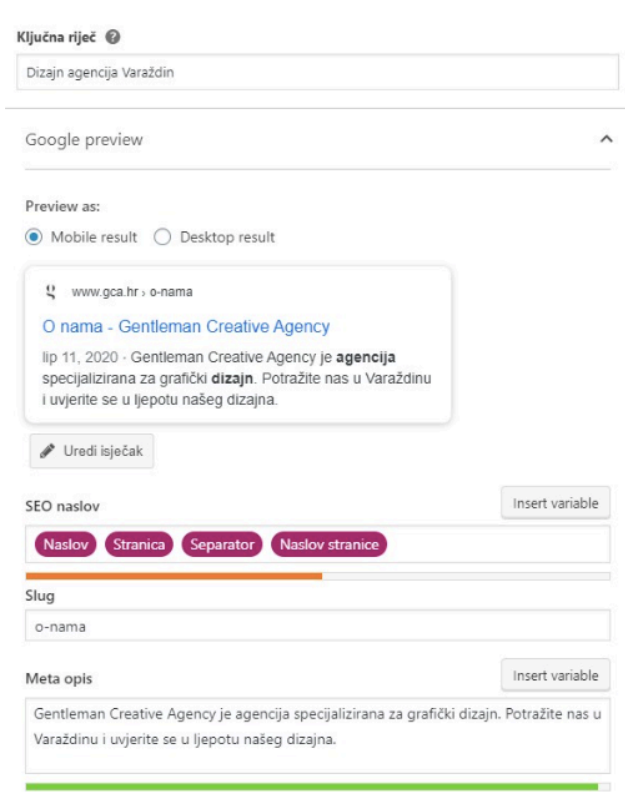
Kad smo se već dotakli optimizacije za tražilice (SEO), važno je napomenuti da, iako je trenutno svaki dio sadržaja na stranici optimiziran, to je konstantan proces u kojeg stalno treba ulagati vrijeme. Kao polaznu točku koristio sam WordPressov plugin za SEO, „YoastSEO“ te ostvario odličnu ocjenu na tom pluginu. Yoast svaki tekst analizira preko više faktora, neki od kojih su jednostavnost čitanja, dužina rečenica, količina riječi, količina ponavljanja ključnih riječi, postojanje ALT tekstova na fotografijama i slično. Najzahtjevniji dio optimizacije stranice dogodio se upravo ovdje, kad sam trebao postavljati ključne riječi za svaku stranicu.

Za istraživanje ključnih riječi i fraza koristio sam kombinaciju besplatnog alata Google Trends i Google Search Console na staroj web stranici. Prilikom istraživanja ključnih riječi prvo sam odredio koje su već postojeće ključne riječi koje publiku dovode na moju stranicu te iste iskoristio na prvoj stranici. Razlog zbog kojeg sam to tako odradio je taj da nema smisla previše se fokusirati na već postojeće ključne riječi preko kojih dobivam, već sam htio istražiti nove ključne riječi koje mogu iskoristiti. Tu nastupa Google Trends, putem kojeg sam pregledao relevantne tražene

pojmove za sjevernu Hrvatsku u posljednjih 6 mjeseci te to ukomponirao u svoje tekstove na stranici. Tako mogu biti siguran da će moja stranica ostati relevantna na Googleovoj tražilici još bar dva kvartala.



Slika 6.11 Unos teksta u DIVI builderu



Slika 6.12 Proces optimizacije za tražilice

6.5. Javna objava

U ovom koraku mićemo privremenu stranicu “Coming Soon” te objavljujemo dovršenu stranicu. Taj proces vrlo je jednostavan i zapravo ga odrađuje CMS sustav kada isključimo vidljivost „Coming Soon“ stranice.



Slika 6.13 Coming Soon stranica

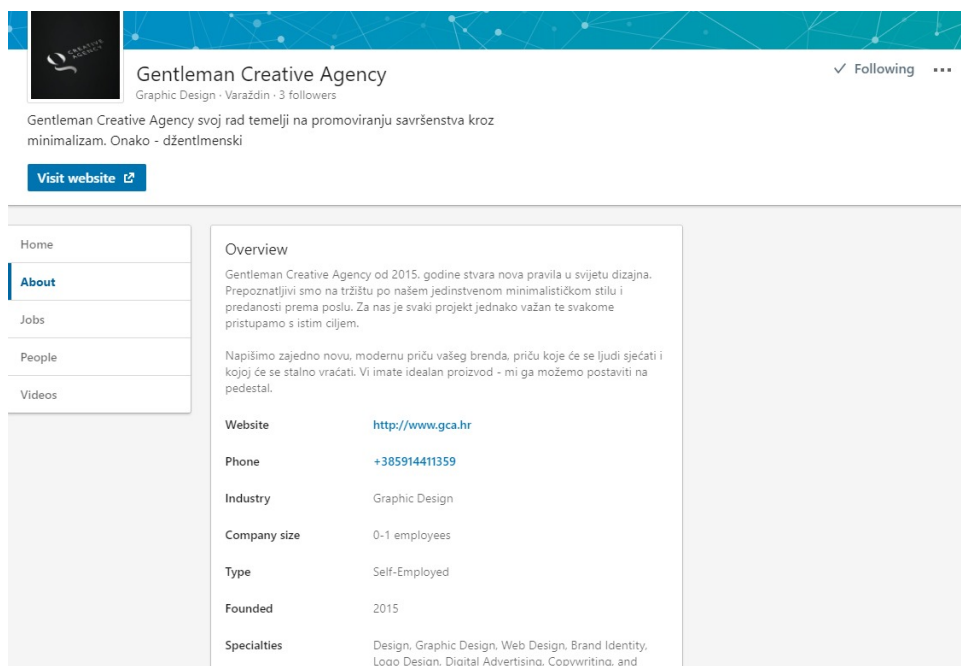
6.6. Off-page SEO i web marketing

Još jedan od važnih SEO segmenata na koji ljudi zaborave je off-page SEO. Kao što sam ranije naveo, logična putanja na i van stranice krucijalan je dio optimizacije. Jednako kako je želja svakog vlasnika stranice da publika ostaje što duže na stranici (čime se smanjuje stopa odskoka i povećava broj pregleda te se stranica indeksira na više mjesto), tu publiku je potrebno na neki način dovesti na stranicu.

Sad, najjednostavniji način za stvaranje publike je optimizacija ključnih riječi, zbog koje Google indeksira stranicu na višu poziciju te tako omogućava veću stopu pregleda. Ali, ono što je jednako tako važno je stranicu povezati sa vanjskim platformama koje stranica koristi. U svojoj sam karijeri nabasao na desetke stranica koje svoje društvene mreže nisu spojili sa svojim stranicama, što nema logike sa strane logičke putanje posjetitelja. Plan svake stranice trebao bi biti stvoriti jedinstvenu petlju sa svim svojim platformama u koju, jednom kada osoba uđe, teško može izaći van. Na primjer, ako netko na stranicu dođe putem društvenih mreža, svaka stranica na web

stranici trebala bi tu osobu navoditi da se vrati i nazad na tu društvenu mrežu s koje je osoba došla, kako bi stalno bila u petlji i time se povećala vjerojatnost kupnje proizvoda ili usluge.

Upravo zato sam off-page SEO radio s tim na umu. Facebook i LinkedIn, moje dvije najveće društvene platforme, stvaraju inbound linkove na „Gentleman Creative Agency“ stranicu, koja ih pak navodi da u maksimalno 3 klika dođu do „Call to Action“ gumba putem kojeg mogu poslati upit ili se ponovno vratiti na Facebook ili LinkedIn.



Slika 6.14 LinkedIn linkovi koji započinju beskonačnu petlju

7. Zaključak

Na kraju, htio bih citirati Leland Dieonovu knjigu „Face The Book With Your Small Business: A step by step guide to establishing your small business on the biggest social media network in existance“, koji kaže „Vaša web stranica je centar vašeg digitalnog ekosistema, kao lokacija izgrađena od cigle i betona, iskustvo koje posjetitelj ima kad uđe je važno, jednako kao što je važna percepcija koju imaju o vama prije nego što uđu kroz vrata“.

Ovaj citat predivan je zaključak cijeloj priči oko važnosti kvalitetne web stranice. Pogotovo danas, u vrijeme COVID-19 krize, kad većina kompanija radi od kuće, ulagati velike resurse u elaborativne urede je nebitno, budući da smo dokazali da se poslovanje može odvijati online. Budućnost svog poslovanja vrlo će se vjerojatno nastaviti odvijati većinski online, zbog čega je ulaganje u web stranicu kompanije koja drži do sebe najvažnija stvar u današnje vrijeme.

Uz kvalitetnu kombinaciju dizajna, optimizacije stranice i kvalitetnog sadržaja, uvjeren sam da „Gentleman Creative Agency“ stranica ima dobre temelje za budućih godinu dana poslovanja. Kao što sam naveo u ranijim poglavljima, web je dinamično i živo tkivo, koje konstantno treba unaprjeđivati i popravljati, kako bi stranica ostala relevantna.



Potpis studenta

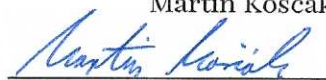


IZJAVA O AUTORSTVU I SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, **Martin Koščak** pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom **Redizajn web stranice agencije** te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

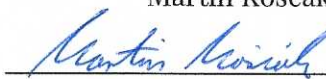
Student:
Martin Koščak


(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, **Martin Koščak** neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom završnog rada pod naslovom **Redizajn web stranice agencije** čiji sam autor.

Student:
Martin Koščak


(vlastoručni potpis)

8. Literatura

- [1] <https://www.eurokomunikacije.com/sto-je-internet/>, prikupljeno 22.07.2020.
- [2] <https://www.racunalo.com/internet-i-world-wide-web-dva-su-razlicita-pojma-ne-mijesajte-ih/>, prikupljeno 22.07.2020.
- [3] <https://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/>, prikupljeno 23.07.2020.
- [4] <https://www.ictbusiness.info/internet/buducnost-weba-lezi-u-kontekstu>, prikupljeno 23.07.2020
- [5] Luka Abrus, Izrada weba - abeceda za webmastere, 2003.
- [6] Jason Beaird, The Principles of Beautiful Web Design, 2nd Edition, 2010.
- [7] The Basics of User Experience Design, INTERACTION DESIGN FOUNDATION
- [8] <https://alistapart.com/article/responsive-web-design/>, prikupljeno 08.08.2020.
- [9] Rand Fishkin, Eric Enge, Stephan Spencer, Jessie Stricchiola, The Art of SEO, 2nd Edition, 2012.
- [10] CARNet, CMS sustavi i sigurnost, 2008.
- [11] <https://hr.wordpress.org/>, prikupljeno 10.08.2020.
- [12] <https://www.elegantthemes.com/documentation/divi/visual-builder/>, prikupljeno 22.08.2020.

9. Popis slika

Slika 5.1 WordPress korisničko sučelje	8
Slika 5.2 Korisničko sučelje DIVI buildera	9
Slika 6.1 Stara naslovna stranica	10
Slika 6.2 Nova naslovna stranica II. dio.....	11
Slika 6.3 Nova naslovna stranica I. dio	11
Slika 6.4 Struktura kretanja web stranicom	12
Slika 6.5 Izrada grafičkog predloška u Adobe Illustrator-u	13
Slika 6.6 Skica stranice „Naslovnica“	14
Slika 6.7 Skica stranice „O nama“	14
Slika 6.8 Skica stranice „Kontakt“	15
Slika 6.9 Skica Stranice „Projekti“	15
Slika 6.10 Izrada stranice u DIVI builderu	16
Slika 6.11 Unos teksta u DIVI builderu	18
Slika 6.12 Proces optimizacije za tražilice.....	18
Slika 6.13 Coming Soon stranica	19
Slika 6.14 LinkedIn linkovi koji započinju beskonačnu petlju	20

10. Prilozi

10.1. Adresa web stranice

<https://www.gca.hr>