

UNIVERZA V MARIBORU
FAKULTETA ZA ORGANIZACIJSKE VEDE

Primož Jenčič

**PRENOVA IN OPTIMIZACIJA
SPLETNEGA MESTA ZA PSIHOTERAPIJO
IN SVETOVANJE, ANJA KAVČIČ S. P.**

Diplomsko delo

Kranj, avgust 2022



Univerza v Mariboru

Fakulteta za organizacijske vede

Primož Jenčič

**PRENOVA IN OPTIMIZACIJA
SPLETNEGA MESTA ZA PSIHOTERAPIJO
IN SVETOVANJE, ANJA KAVČIČ S. P.**

Diplomsko delo

Kranj, avgust 2022



Univerza v Mariboru

Fakulteta za organizacijske vede

PRENOVA IN OPTIMIZACIJA SPLETNEGA MESTA ZA PSIHOTERAPIJO IN SVETOVANJE, ANJA KAVČIČ S. P.

Diplomsko delo

Študent: Primož Jenčič
Študijski program: visokošolski strokovni študijski program
organizacija in management informacijskih sistemov
Mentor: doc. dr. Borut Werber
Lektor: mag. Tadej Ian

CC BY-NC-ND

Zahvala

Zahvaljujem se mentorju doc. dr. Borutu Werberju za pomoč ter vse usmeritve pri izdelavi diplomskega dela.

Hvala Anji Kavčič lastnici spletnega mesta za dovoljenje za prenovo spletnega mesta ter za nasvete pri izdelavi diplomskega dela

Zahvaljujem se tudi lektorju mag. Tadej lanu, ki je lektoriral moje diplomsko delo.

Posebna zahvala moji družini za strpnost in podporo, ki so ju izkazali med časom pisanja diplomskega dela.

Prenova in optimizacija spletnega mesta za psihoterapijo in svetovanje, Anja Kavčič s. p.

Ključne besede: prenova, dostopnost, WordPress, SEO, psihoterapija.

Povzetek

V okviru diplomskega dela smo izvedli prenovo spletnega mesta za psihoterapijo in svetovanje, Anja Kavčič s. p., s poudarkom na optimizaciji in dostopnosti. Cilj prenove kot celote je bil povišati položaj spletnega mesta med rezultati v brskalniku, povečati pritok strank ter okrepiti zaupljivost storitve, ki je predstavljena na mestu.

S pomočjo raznih orodij smo identificirali napake na teh področjih in v sistemu za upravljanje spletnih strani WordPress in izvedli prototipno rešitev spletnega mesta s popravki.

Končna analiza prototipa je pokazala, da smo odpravili večino napak. Učinkovitost rešitve se bo pokazala po implementaciji na samem mestu.

Redesign and optimization of a website owned by psychotherapy and counselling, Anja Kavčič s. p.

Keywords: redesign, accessibility, WordPress, SEO, psychotherapy.

Abstract

In the bachelor's thesis, we conducted a redesign of a website owned by Psychotherapy and counseling, Anja Kavčič s. p., with the focus on search engine optimization and accessibility. The goal of the redesign was to increase the website's ranking among the web browser's search results, increase the number of clients, and fortify the trustworthiness of the service described on the page.

Employing various tools, we identified relevant errors. Using the content management service WordPress created a prototype webpage containing solutions.

The final analysis of the prototype indicated that we succeeded in removing most of the detected errors. The effectiveness of the prototype solution will be determined after implementation on the actual website.

KAZALO

1 UVOD.....	1
2 METODOLOGIJA.....	2
2.1 Opredelitev problema.....	2
2.2 Opredelitev ciljev zaključnega dela	2
2.3 Uporabljene metode, tehnike in orodja.....	2
3 TEORETIČNE OSNOVE	3
3.1 Optimizacija	3
3.1.1 Iskanje in analiza ključnih besed.....	3
3.1.2 Ključne besede v vsebini.....	4
3.1.3 Naslov spletne strani.....	4
3.1.4 Meta opis	4
3.1.5 URL naslov	5
3.1.6 H naslovi	5
3.1.7 Optimizacija slik	5
3.1.8 Notranje povezovanje	6
3.1.9 Povezave navzven	6
3.2 Dostopnost	7
3.2.1 Zaznavanje informacij	7
3.2.1.1 Tekstovne alternative	7
3.2.1.2 Večstranska predstavitev	7
3.2.1.3 Razločnost vsebine.....	8
3.2.2 Operativnost	8
3.2.2.1 Funkcionalnost preko tipkovnice.....	8
3.2.2.2 Zadosten čas za branje.....	8
3.2.2.3 Vsebina ne povzroča fizičnih odzivov	8
3.2.2.4 Organiziranost in navigacija	9
3.2.2.5 Deluje z različnimi navigacijskimi pripomočki	9
3.2.3 Razumljivost	9
3.2.3.1 Besedilo je razumljivo.....	9
3.2.3.2 Predvidljiva vsebina	10
3.2.3.3 Pomoč pri interakciji.....	10
3.2.4 Robustnost.....	10
3.2.4.1 Kompatibilnost z zdajšnjimi in bodočimi orodji	10
3.3 Hitrost	11

4 Posnetek obstoječega stanja.....	12
4.1 Analiza stanja SEO.....	12
4.2 Analiza ključnih besed.....	14
4.3 Analiza dostopnosti.....	16
4.4 Analiza hitrosti mesta.....	18
5 Prenova spletne strani.....	19
5.1 Skrajšanje SEO naslova.....	19
5.2 Meta opis.....	19
5.3 Naslovi vsebine.....	20
5.4 Alternativni tekst.....	23
5.5 Popravljanje kontrasta.....	25
5.6 Struktura strani.....	27
5.7 Poudarjen fokus.....	29
6 STANJE PO PRENOVI.....	30
6.1 Stanje optimizacije po prenovi.....	30
6.2 Stanje dostopnosti po prenovi.....	31
7 ZAKLJUČEK.....	33
7.1 Ocena učinkov.....	33
7.2 Pogoji za uvedbo.....	34
7.3 SWOT analiza rešitve.....	34
7.4 Možnost nadaljnjega razvoja.....	35
LITERATURA IN VIRI.....	36
KAZALO SLIK.....	38
Kazalo tabel.....	38
POJMOVNIK.....	38
KRATICE IN AKRONIMI.....	39

1 UVOD

Dandanes imajo vsa uspešna podjetja spletne strani, ki so za njih promocija produktov ali storitev ter način, da se predstavijo svojim potencialnim strankam. Zato je ključnega pomena, da so te potencialne stranke zmožne najti našo stran, ko iščejo rešitve na spletu.

Pri tem nam pomaga optimizacija spletnih strani. Poleg vidnosti našega mesta optimizacija izboljša uporabniško izkušnjo, poveča promet, pomaga bolje razumeti naše stranke ter poveča zaupanje v podjetje (Hollingsworth, 2021).

Slednji je pri psihoterapiji izjemnega pomena za njeno uspešnost. Pri izvajanju terapije je potrebno vzpostaviti iskren odnos, ki je zmožen izboljšati kvaliteto posameznikovega življenja (Kavčič).

Z vse večjo pomembnostjo in vpletenostjo spleta v vsakodnevnem življenju posameznikov je dostopnost pogosto spregledan, vendar ključen aspekt spletnih mest. Dostop do informacij in komunikacijskih tehnologij so Združeni narodi dodali med osnovne človekove pravice (Lawton, 2022).

Spletna mesta, ki so dostopna, nudijo vključenost v družbo več ranljivih skupin, kot so osebe z invalidnostjo, starejši, osebe iz odročnih krajev ter držav v razvoju (Lawton, 2022). Povrh dostopno mesto občutno izboljša splošno uporabniško izkušnjo uporabnikov na raznovrstnih napravah (Lawton, 2022).

Mnogo tematik optimizacije in dostopnosti se prekriva. Oboje podobno temelji na berljivosti spletnega mesta s strani različne programske opreme. Zato se nam je v našem diplomskem delu, ki obravnava prenovu spletnega mesta za psihoterapijo in svetovanje, Anja Kavčič s. p., zdelo smiselno osredotočiti na njuno unijo. Spletno mesto bo po končani prenovi bolj vidno novim potencialnim strankam ter dostopno osebam z različnimi invalidnostmi, ki ravno tako potrebujejo psihoterapevtske storitve.

2 METODOLOGIJA

2.1 Opredelitev problema

Zavoljo konkurenčnosti na trgu mora biti spletno mesto naročnice Anje Kavčič primerno optimizirano ter prenovljeno za boljšo uporabniško izkušnjo.

2.2 Opredelitev ciljev zaključnega dela

Namen diplomskega dela je prenova spletnega mesta s poudarkom na spodaj naštetih ciljih:

- izvedba optimizacije spletnega mesta s ciljem višje uvrstitve med zadetki v spletnih brskalnikih,
- urejanje dostopnosti spletnega mesta za osebe z različnimi oviranostmi,
- identifikacija in izboljšava pomanjkljivosti spletnega mesta.

2.3 Uporabljene metode, tehnike in orodja

Metoda analize bo uporabljena za preučitev obstoječe literature, ki se relevantno dotika problematike zaključnega dela. Pridobljena spoznanja se bodo strnila z metodama sinteze in kompilacije.

Analiza stanja bo izvedena s pomočjo orodji Wave Accesibility Extension, bralnikom zaslona NVDA, Google Načrtovalnikom ključnih besed, WebPageTest in Seobility SEO Checker. Implementacija rešitve pa bo izvedena v sistemu za upravljanje spletnih strani Wordpress.

3 TEORETIČNE OSNOVE

3.1 Optimizacija

SEO (angl. Search Engine Optimization) ali optimizacija spletnih strani je proces višanja uvrstitve spletne strani v spletnih brskalnikih (Zajšek).

Spletna stran je dokument, ki je napisan v HTML jeziku in je prikazan v spletnem brskalniku. Vse strani na spletu se lahko najde preko unikatnega URL naslova. Množica med seboj povezanih spletnih strani tvori spletno mesto. Vse te strani si delijo unikaten domenski naslov (MDN contributors, 2022).

Glavni cilj optimizacije je izboljšava frekvenca in predvsem kvalitete obiskov spletne strani ter posledično večjega prometa v podjetju (Muller, 2022a).

Večinoma se optimizacija deli na onsite ter offsite.

Onsite optimizacija je delo na spletnem mestu po smernicah spletnih iskalnikov za boljšo uvrstitev, ne da bi to škodilo uporabniški izkušnji. Ta optimizacija ima opravka s strukturo spletišč, naslovi in vsebinami strani, URL naslovi, opisi kategorij, meta podatki, ključnimi besedami, optimizacijo slik, notranjimi ter zunanji povezavami na strani, trajno preusmeritvijo spletnih naslovov, zemljevidom spletne strani in hitrostjo spletnih strani (optiweb.com, 2022).

Offsite optimizacija so vse aktivnosti, ki izboljšajo uvrstitev, ampak ne urejajo ciljnega spletnega mesta. To se doseže s tem, da na mesto vodijo povratne povezave iz drugih mest, dobro sprejetih objav na družbenih omrežjih, videoprispevkov, blogov ter forumov (optiweb.com, 2022).

3.1.1 Iskanje in analiza ključnih besed

Iskanje ključnih besed ali besednih zvez se prične s pomočjo orodij in začetnih ključnih besed. Odkrijejo se nove besede, vprašanja in teme, ki nam pomagajo nadalje raziskovati (Muller, 2022b).

Pri izbiri pomaga tudi volumen iskanj. Ključne besede z visokim volumnom so pogosto cilj, ampak besede z nižjim volumnom imajo manj konkurence in lahko prinesejo več

strank. Zato je pametno izbirati strateško in ne izključno po visokem volumnu (Muller, 2022b).

Priporočeno je izbrati eno primarno ključno besedo ali besedno zvezo ter približno sedem sekundarnih (Zajšek).

Z uporabo sopomenk ključnih besed se lahko izognemo prenatrpanosti (keyword stuffing) ter pomagamo iskalniku bolje razumeti tematiko spletne strani (Zajšek, 2021).

3.1.2 Ključne besede v vsebini

Uporaba ključnih besed v spletnih vsebinah mora biti v primerni količini. V razmerju s celotno vsebino morajo ključne besede zasedati približno 0,5-2 % celote (Zajšek, 2021).

Besede morajo biti razporejene tako, da bodo razumljive bralcu. Spletni iskalniki dajo prednost koristnosti spletne strani in ne samo ponovitvam ključnih besed (Muller, 2022c).

3.1.3 Naslov spletne strani

SEO naslov je pogosto prva stvar, ki jo stranka vidi pri spletni strani. Prikaže se z modrim tekstom v rezultatih iskanja, na zavikih ter v povezavah, ki se pojavijo na nekaterih zunanjih spletnih straneh (Muller, 2022b).

Vsaka stran naj ima svoj unikaten naslov (Muller, 2022b). Glavni naslov naj na začetku vključuje primarno ključno besedo (Zajšek).

3.1.4 Meta opis

Meta opisi se prikažejo v rezultatih iskanja pod URL naslovom in opisujejo vsebino spletne strani (Muller, 2022b).

Pomembno je, da je opis relevanten za dejansko vsebino strani in je dolg približno 150-300 znakov. Takšna dolžina je priporočena zaradi spletnih iskalnikov, ki običajno skrajšajo prikaz na 155 znakov (Muller, 2022b).

3.1.5 URL naslov

URL naslov se prikaže v rezultatih iskalnika pod glavnim naslovom in je obarvan zeleno (Zajšek, 2021). Pomembni so tudi za boljše razumevanje vsebine (Muller, 2022b).

Priporočeno je imeti čim krajši URL naslov, ki ne žrtvuje razumljivosti. Poleg števila in dolžin besed je smotrno gledati tudi na število znakov. Pridobitno je vključiti ključno besedo, ki se ne ponavlja znotraj URL naslova. Presledki se nadomestijo z znakom; besede ne smejo biti občutljive na velike začetnice (Muller, 2022b).

3.1.6 H naslovi

Naslovi vsebine ali »heading« oznake so hierarhično razdeljeni ter opisujejo naslove na spletni strani. Glavni naslov strani je H1; podnaslovom so dodeljeni od H2 naprej (Zajšek, 2021).

Vsaka stran mora imeti unikatni H1, ki jasno opisuje vsebino in primarno ključno besedo za temo vsebine. Nadaljnji naslovi bolj podrobno opisujejo podpoglavja vsebine, ki spadajo pod glavni H1 (Muller, 2022b).

Pazljivi moramo biti, da ne prenapolnimo vsebinskih naslovov le zaradi optimizacije. Bolj pomembna je uporabniška izkušnja (Muller, 2022b).

3.1.7 Optimizacija slik

Slike je najbolje vključiti na spletno stran s pomočjo HTML sintakse. Z uporabo primernih HTML elementov spletni iskalniki lažje najdejo in procesirajo slike; hkrati lahko slike prilagodimo, da so odzivne in se stran hitreje nalaga uporabnikom. (developers.google.com, 2022).

Alt atribut je alternativno besedilo, ki se pojavi, če se zaradi kateregakoli razloga slika ne more prikazati. Poleg SEO je ta tekst pomemben tudi za dostopnost strani. Priporočeno je, da je tako besedilo kratko in jedrnato (developers.google.com, 2022).

3.1.8 Notranje povezovanje

Notranje povezave znotraj spletnega mesta vodijo na druge podstrani. Pri pravilni optimizaciji teh povezav smo pozorni na lokacijo povezave na strani ter anchor besedilo, ki je uporabljeno za povezavo (Zajšek, 2021).

Besedilo, ki ga uporabimo kot povezavo na drugo stran, imenujemo anchor (zasidran ali oporni) tekst. Iskalnikom pomaga razumeti, kam vodi povezava (Muller, 2022c). Paziti moramo, da ne ustvarimo preveč povezav s ponavljajočimi ključnimi besedami v opornem besedilu, saj to iskalniki slabo ocenijo (Muller, 2022c).

Pomembnost povezave je praviloma določena po višini lokacije na strani. Povezave bližje vrha so označene za močnejše od nižjih (Zajšek, 2021).

Priporočljivo je napisati besedilo, ki je kratko, dobro opiše vsebino na povezavi ter ga je lahko prepoznati in ločiti od ostale vsebine (developers.google.com, 2022).

3.1.9 Povezave navzven

Zunanje povezave vodijo na druge spletne strani, ki niso del optimiziranega spletnega mesta. Spletni iskalniki uporabljajo te povezave, da določijo verodostojnost. Verodostojna spletna mesta praviloma povezujejo na druga verodostojna mesta, medtem ko nekredibilna mesta vodijo na druga nekredibilna (Muller, 2022c).

Večino povezav je dobro tvoriti na strokovna, verodostojna in zanesljiva spletna mesta, a včasih želimo podati povezavo tudi na strani, ki bi slabo vplivale na oceno iskalnika. To so lahko plačane vsebine, nezanesljivi viri ali pa strani, ki jih je ustvaril isti lastnik kot optimizirana stran. V tem primeru uporabimo HTML atribut `rel = nofollow`. Ta pove iskalniku, da naj ne sledi povezavi pri njegovi oceni (Muller, 2022c).

Drugi aspekt zunanjih povezav pa so povezave, ki vodijo na optimizirano spletno stran z drugih strani. Na to optimizirana stran zelo težko vpliva in si jih lahko prisluži le s kvalitetno vsebino, ki jo bodo druge strani lahko uporabile (Muller, 2022c).

3.2 Dostopnost

Dostopnost spletnega mesta je prilagojenost strani, orodij in tehnologij na način, da jih lahko osebe z invalidnostmi uporabljajo (Lawton Henry, 2022).

Osebe z invalidnostjo, ki imajo omejen dostop do spleta, so slepi in slabovidni, gibalno ovirani, gluhi in naglušni, osebe po poškodbi glave ter z duševnimi motnjami (Demšar, Klemenčič, Kranjc, Lištvanova, Pochyla, Vesel, Smerdel, 2022).

Povrhu dostopnost koristi tudi uporabnikom naprav z drugačnimi metodami vnosa, starejšim, osebam z začasno invalidnostjo, pri situacijskih omejitvah ter ob slabi internetni povezavi (Lawton Henry, 2022).

Za doseganje dostopnosti spletnega mesta je potrebno stremeti za načeli, ki se delijo v štiri temelje. Ti so zaznavanje informacij, operativen uporabniški vmesnik in navigacija, razumljivost informacij in robustnost ter zanesljiva interpretacija vsebine (Abou-Zahra, 2019).

3.2.1 Zaznavanje informacij

3.2.1.1 Tekstovne alternative

Besedilne alternative za netekstovne vsebine opisujejo namen vsebin. Z njihovo pomočjo lahko osebe na drugačen način zaznajo vsebino, ki jo sicer ne bi mogle. Besedilo se lahko prebere na glas, poveča za lažjo vidljivost in prikaže v Braillovi vrstici, pomaga pri navigiranju s tipkovnico in glasovnimi ukazi ter služi kot oznake za netekstovne vsebine (Abou-Zahra, 2019).

Za avdio in video vsebine je potrebno zagotoviti podnapise in prepis dogajanja v vsebini. Lahko se doda tudi znakovni jezik (Abou-Zahra, 2019).

3.2.1.2 Večstranska predstavitev

Vsebine morajo biti prilagodljive in zmožne biti predstavljene v različnih oblikah, da so uporabniku berljive. Zato morajo biti naslovi vsebine, sezname, tabele, vnosna polja in

ostale vsebinske strukture pravilno označeni; zaporedje informacij mora biti neodvisno od načina prezentacije (Abou-Zahra, 2019).

3.2.1.3 Razločnost vsebine

Vsebina je razločna, kadar barva ni edini nosilec pomena vsebine; barva ospredja in ozadja ima zadosten kontrast; ob povečavi besedila se ne izgubi informacij; dinamično se prilagodi velikosti oken. Velikost slik, ki vsebuje besedilo, se lahko prilagodi ali pa se jim izognemo. Zvok se lahko utiša, ugasne ali začasno ustavi. Zvok v ozadju je dovolj tih, da ne moti ali pa ga je možno ugasniti (Abou-Zahra, 2019).

3.2.2 Operativnost

3.2.2.1 Funkcionalnost preko tipkovnice

Funkcionalnosti mesta morajo biti dostopne tudi preko tipkovnice, saj nekateri obiskovalci pri navigaciji ne uporabljajo miške. To pomeni, da lahko vse akcije miške nadomesti tipkovnica ter da se fokus tipkovnice ne more zatakni na enem mestu.

Vse to pomaga tudi uporabnikom virtualne tipkovnice, glasovne navigacije ter stikalnih naprav (Abou-Zahra, 2019).

3.2.2.2 Zadosten čas za branje

Uporabnikom mora biti omogočen zadosten čas za branje in interakcijo z vsebino. To omogočimo z mehanizmi za podaljšanje ali odstranitvijo časovno omejenih elementov, odstranitev ali pavziranje premikajočih elementov, zakasnitev ali zadržanje prekinitev ter ponovno avtentikacijo ob pretečeni seji brez izgube podatkov (Abou-Zahra, 2019).

3.2.2.3 Vsebina ne povzroča fizičnih odzivov

Spletno mesto se mora izogibati utripajočim elementom, saj lahko povzročijo epileptične napade ali druge fizične odzive. Kjer se temu ne moremo izogniti, moramo podati opozorilo uporabnikom, preden jih vidijo. Neudobje lahko povzročijo tudi druga

premikanja in animacije, zato lahko nudimo mehanizme, ki jih ugasnejo (Abou-Zahra, 2019).

3.2.2.4 Organiziranost in navigacija

Vsebina naj bo dobro organizirana in v pomoč uporabniku pri navigaciji in orientaciji na spletnem mestu. Glede na specifične potrebe in preference posameznika se za navigacijo uporablja iskalne funkcije ali menije; nekateri vsebino samo vidijo ali slišijo ter lahko uporabljajo samo tipkovnico ali samo miško. S primerno organiziranostjo spletnega mesta nudimo sposobnost navigacije za vse možnosti. Takšen cilj dosegamo tako, da ima vsaka stran jasne naslove in smiselne opisne podnaslove; pomembne strani imajo več načinov dostopa; uporabnik je stalno obveščan o svoji lokaciji; kose vsebine je možno preskakovati; fokus tipkovnice je viden in sledi pomensko smiselnem zaporedju; pomen povezav je takoj razviden (Abou-Zahra, 2019).

3.2.2.5 Deluje z različnimi navigacijskimi pripomočki

Dizajn mesta se prilagodi uporabnikom, ki ne uporabljajo samo tipkovnice. To sta lahko glasovna navigacija ali zaslon na dotik. Komponente so strukturirane tako, da se je mogoče izogniti neželeni aktivaciji; akcije, ki potrebujejo natančnost, imajo alternative; oznake so natančne in se ujemajo z objektom v kodi ter gumbi; povezave in druge aktivne komponente so dovolj velike, da jih je mogoče aktivirati s klikom (Abou-Zahra, 2019).

3.2.3 Razumljivost

3.2.3.1 Besedilo je razumljivo

Pri pisanju besedil se zagotovi berljivost in jasnost za čim večjo skupino ljudi. S tem omogočimo boljše branje z uporabo tehnologije pretvorbe besedila v govorjeno besedo, procesiranje programske opreme, ki pomaga uporabnikom, ter razumevanju osebam z različnimi kognitivnimi motnjami. Identificirati je potrebno primarni jezik spletne strani,

posamične jezike manjših elementov na strani, podati definicije nenavadnim besedam, besednim zvezam in okrajšavam ter uporabiti najbolj jasno in preprosto besedišče, ki ga lahko (Abou-Zahra, 2019).

3.2.3.2 Predvidljiva vsebina

Vsebina naj bo predstavljena na predvidljiv način. Navigacijski sistemi in uporabniški vmesnik naj bodo povsod enaki; velike spremembe se zgodijo le s privolitvijo uporabnika (Abou-Zahra, 2019).

3.2.3.3 Pomoč pri interakciji

Uporabnikom naj se čimbolj pomaga pri obrazcih in drugih interaktivnih elementih. Navodila so natančna; nudi se sporočila ob napaki in nasvete za popravke; omogoči se priložnost pregleda, popravkov in po potrebi razveljavitev oddanega (Abou-Zahra, 2019).

3.2.4 Robustnost

3.2.4.1 Kompatibilnost z zdajšnjimi in bodočimi orodji

Robustnost je kompatibilnost spletnega mesta z različnimi brskalniki in pripomočki. Tudi z napredkom tehnologije mora vsebina spletnega mesta ostati dostopna (Demšar et al., 2015).

Za prikaz vsebin se uporablja HTML/XHTML jezik in zagotovimo, da vsi elementi mesta delujejo na vseh spletnih brskalnikih (Demšar et al., 2015). Kjer uporabljamo nestandardne elemente, jih ustrezno poimenujemo ter opišemo njihovo vlogo in vrednost (Abou-Zahra, 2019).

3.3 Hitrost

Hitrost spletnih strani pomembno vpliva na SEO optimizacijo. Google daje prednost hitrejšim stranem; crawlerji lažje pregledajo stran. Bolj verjetno je, da bodo uporabniki ostali (Larmier, 2022b).

Pri ugotavljanju hitrosti strani gledamo na določene metrike. »First Contentful Paint« označuje prvo točko, ko uporabniki vidijo karkoli na strani. »Largest Contentful Paint« je meritev hitrosti prikaza največjega elementa na strani. »Total Blocking Time« meri odzivnost strani. »Cumulative Layout Shift« meri vizualno stabilnost na podlagi količine nepričakovanih sprememb postavitve strani. »First Input Delay« meri čas med prvim klikom uporabnika in procesiranjem interakcije v brskalniku. »Time to Interactive« meri čas, ko stran izgleda pripravljena, vendar še ni (Larmier, 2022a).

V WordPressu lahko izboljšamo hitrost z uporabo manjših slik, lenim nalaganjem slik, predpomnilniško rešitvijo, uporabo »Content Delivery Network«, uporabo boljše teme, optimizacijo baze, optimizacijo CSS in JavaScript, izbiro boljšega ponudnika spletnega gostovanja (Larmier, 2022a).

4 POSNETEK OBSTOJEČEGA STANJA

Spletno mesto <https://psihoterapija-gorenjska.si/> je bilo postavljeno z namenom predstavitve izvajalca in procesa psihoterapije potencialnim strankam ter ponuditi način kontakta.

Izgled mesta je prikazan s primerom začetne strani na sliki 4.1. Mesto ima poleg začetne še štiri druge podstrani.



Slika 4.1: Začetna stran

4.1 Analiza stanja SEO

Pregled stanja SEO se bomo lotili z orodjem SEO Checker ponudnika Seobility.

Orodje je prepoznalo več napak in jih izpisalo v poročilu, prikazanem na sliki 4.2. Manjka meta opis; nekaj slik nima alternativnega teksta; stran ima premalo besedila; prvi nivo H vsebinskih naslovov se ponavlja; v njeni strukturi je preskočen nivo. Pri zunanji optimizaciji je opaženih premalo povratnih povezav ter neprisotnosti na družbenih omrežjih.

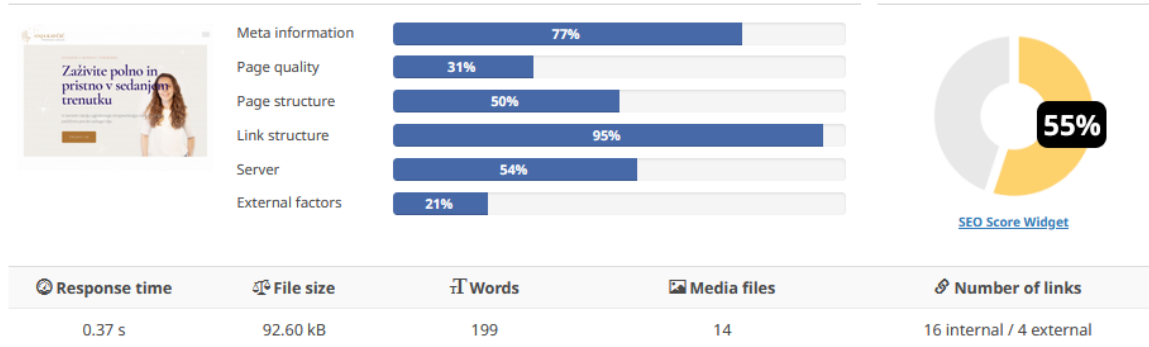
Psihoterapija-gorenjska.si - SEO Checker

PDF Export

Sign up for free!

Overview of the SEO Check

SEO Score



Task list of SEO Improvements

10 Tasks

<input type="checkbox"/> Add a meta description.	Very important!
<input type="checkbox"/> Only use 1 H1 Heading in your text.	Very important!
<input type="checkbox"/> Try to reduce the number of used CSS files.	Very important!
<input type="checkbox"/> Try to reduce the number of used JavaScript files.	Very important!
<input type="checkbox"/> Review and improve the page title.	Important!
<input type="checkbox"/> The H1 heading should suit better to the page content. (Words from the heading are rarely used in the text)	Important!
<input type="checkbox"/> Use good alternative descriptions (alt attributes) for your images.	Important!
<input type="checkbox"/> Review and improve the heading structure.	Tip!
<input type="checkbox"/> Promote your page in social networks.	Tip!
<input type="checkbox"/> Add a favicon markup to the HTML code.	Tip!

Slika 4.2: Rezultat analize orodja SEO Checker

Ključne besede, ki jih predlaga, so psihoterapija, Anja Kavčič ter Kranj.

Pri ročnem pregledu optimizacije smo najprej opazili, da je SEO naslov predolg ter ga zato iskalnik skrajša. Poleg tega se ključne besede zaradi sestave naslova ponavljajo. Na spodnji sliki 4.3 je prikazan predogled, ki bi se prikazal v brskalniku. Besedilo za opis v tem primeru izbere brskalnik.

Google preview



Preview as:

Mobile result Desktop result

localhost › psihoterapija-gorenjska.si

Anja Kavčič - Psihoterapija in svetovanje - Kranj, Gorenjska - Anja Kavčič - ...

Nov 18, 2019 - Please provide a meta description by editing the snippet below. If you don't, Google will try to find a relevant part of your post to show in the search results.

SEO title

Insert variable

Title Page Separator Site title

Slika 4.3: Predogled rezultata spletnega iskalnika

Meta opis strani manjka in iskalnik ga napolni s prvo primerno vsebino, ki jo najde.

URL naslovi so kratki in razumljivi. Zato ne potrebujejo optimizacije.

Naslovi vsebine na straneh so neprimerno uporabljeni. Prvi nivo na vseh straneh se večkrat ponovi in slabo sporoča namen strani. Naslov vsebine je uporabljen tudi za poudarek citatov in drugih besedil, ki niso povezani z drugimi vsebinami. Veliko slik nima alternativnega besedila ali pa se ta ponavlja. Pri slikah, ki niso pomembne za vsebino, manjka prazen alt atribut.

Notranje povezave so kratke in imajo oporni tekst, ki jasno opiše, kam vodi. Bolj pomembne povezave so primerno višje na strani.

Zunanjih povezav spletno mesto nima.

4.2 Analiza ključnih besed

Za spletno mesto so bile predhodno definirane ključne besede psihoterapija, Kranj, Gorenjska ter Anja Kavčič, ki je izvajalka dejavnosti.

Pri analizi ključnih besed smo si pomagali z orodjem Načrtovalnik ključnih besed, ki je del Google Ads. Rezultati analize z orodjem so prikazani na spodnji sliki 4.4.

<input type="checkbox"/> Ključna beseda (glede na ustreznost)	Povpr. mesečna iskanja	Trimesečna sprememba	Sprememba glede na prejšnje leto	Konkurenca
Ključne besede, ki ste jih navedli				
<input type="checkbox"/> integrativna psihoterapija	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Šibka
<input type="checkbox"/> terapija	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Šibka
<input type="checkbox"/> psihoterapija	1 tis. – 10 tis.	0 %	0 %	Močna
<input type="checkbox"/> psihoterapija kranj	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Močna
<input type="checkbox"/> psihoterapija gorenjska	10 – 100	0 %	0 %	Srednja
<input type="checkbox"/> psihoterapevt	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Srednja
<input type="checkbox"/> terapevt	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Šibka
<input type="checkbox"/> psihoterapevtka	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Srednja
<input type="checkbox"/> terapevtka	10 – 100	0 %	0 %	Šibka
Predlogi za ključne besede				
<input type="checkbox"/> bownova terapija	1 tis. – 10 tis.	0 %	0 %	Šibka
<input type="checkbox"/> manualna terapija	1 tis. – 10 tis.	0 %	0 %	Srednja
<input type="checkbox"/> magnetoterapija	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Srednja
<input type="checkbox"/> tecar terapija	100 – 1 tis.	0 %	0 %	Šibka

Slika 4.4: Rezultati analize ključnih besed

Kranj je najbolj iskana ključna beseda, a je smiselna le v paru z dejavnostjo. Slednja ima visoko konkurenčnost. Najbolj primerna ključna beseda je psihoterapija, ki je najbolj relevantna ter visoko iskana, a ima tudi veliko konkurenco. Alternativa bi lahko bila besedna zveza integrativna psihologija, ki ima manjšo konkurenco ampak tudi manj zadetkov. Sklepamo, da ljudje ne iščejo specifičnih psihoterapij, ker jih tudi ne poznajo dovolj dobro.

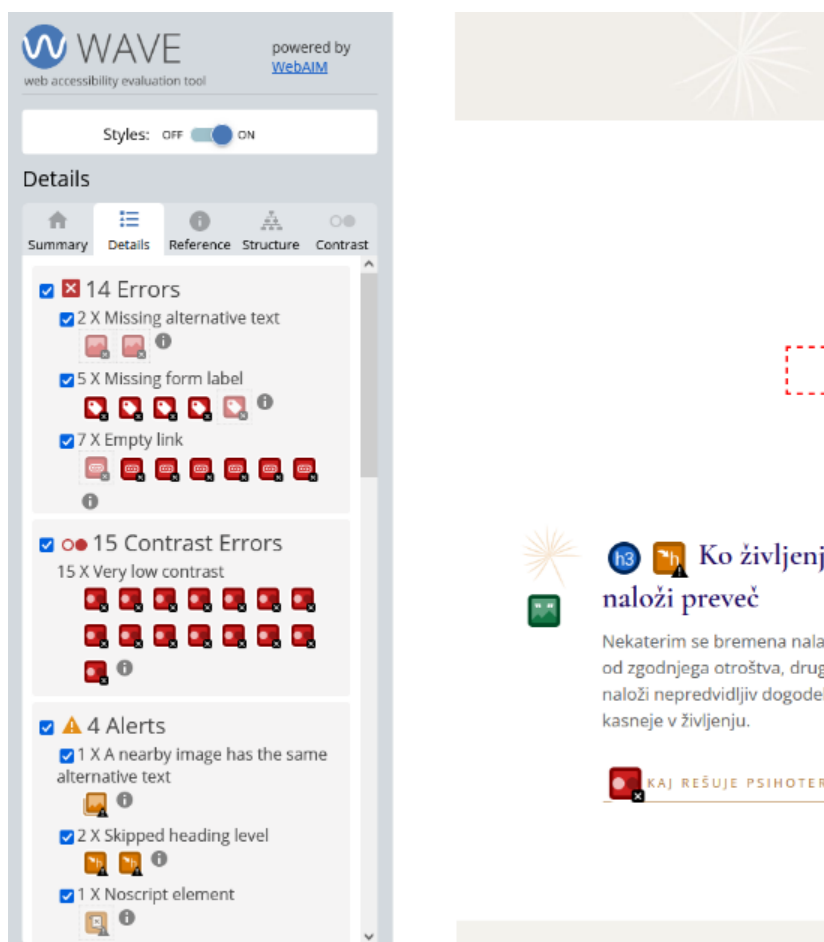
Menimo, da je najboljša izbira za prvo ključno besedo psihoterapija kljub visoki konkurenci, saj druge nezadostno opišejo vsebino in namen spletne strani.

Kombinacija s krajem se nam tudi zdi primerna. Psihoterapija Kranj je zelo zasedena. Psihoterapija Gorenjska pa je zabeležila zelo malo zadetkov.

Za sekundarne izbire smo se odločili za psihoterapija Gorenjska, psihoterapevtka in integrativna psihoterapija, ki imata zadostno število iskanj, nimata visoke konkurence in sta primerno relevantni.

4.3 Analiza dostopnosti

Pri pregledu dostopnosti si bomo pomagali z orodjem Wave Evaluation Tool, ki je dodatek za spletne brskalnike, razvit s strani WebAIM. Na presojani strani označi napake in ponudi predloge za izboljšavo. Na sliki 4.5 so izpisane vse napake, ki jih je orodje zaznalo.



Slika 4.5: Rezultati analize dostopnosti z orodjem Wave

Orodje je zaznalo več napak, povezanih z dostopnostjo na vseh straneh. Najbolj številčne so nezadostnosti v kontrastu elementov. Temu sledijo manjkajoče oznake in alternativna besedila slik. Opozoril je tudi na preskočen nivo vsebinskih naslovov, ki mora biti zaporeden, ponavljajoča alternativna besedila ter povezave, ki nimajo besedila. Večina teh povezav so namenjeni družbenim medijem in niso vidni na spletni strani, saj jih lastnica ne uporablja.

Že pri ročnem pregledu za SEO optimizacijo smo opazili nekaj napak, ki so relevantne tudi pri dostopnosti. Napačna besedila so designirana kot naslovi vsebine; preskočen je nivo v hierarhiji naslovov vsebine, kar oteži navigiranje z uporabo bralnikov zaslona. Poleg tega slike nimajo alternativnega besedila, kjer je to primerno, ter praznega alternativnega besedila, kjer slike ne pomagajo pri razumevanja vsebine.

Barvni kontrast je bolj zanesljivo pregledati z orodjem. Brskalniki in druga orodja nudijo možnost pregleda z barvnimi filtri, ki nudijo približek perspektive slabovidnih oseb, vendar ta pristop ni najbolj natančen.

Vsi elementi se prilagodijo pri približanju strani ter imajo smiselno zaporedje. Polja v obrazcu imajo nadomestno besedilo, vendar nimajo oznake, ki je za bralnike lažje berljiva. Obrazec je dostopen s tipkovnico in ne ujame fokusa; obvezna polja so jasno označena. Ob napakah se izpišejo jasna in natančna obvestila. Polja, kjer ni napake, ostanejo izpolnjena.

Mesto nima premikajočih se ali utripajočih elementov. Poleg tega tudi nima video in avdio elementov.

Z bralnikom zaslona NVDA smo pregledali stran in opazili, da se izbrani elementi vidno ne označijo. Zaporedje elementov na spletnem mestu je primerno. Pojavijo se tuji elementi, ki niso vidni na strani. Z izklopom stila, ki ga ponujajo nekateri brskalniki, lahko pogledamo zaporedno strukturo. Našli smo podvojen logotip, dodatne slike, prazna vnosna polja in gumbe za socialne medije, ki nikamor ne vodijo.

4.4 Analiza hitrosti mesta

Hitrost spletnih strani bomo izmerili s pomočjo orodja WebPageTest razvijalca Catchpoint. Ker je ciljna skupina strank Slovenija, smo testirali le z evropskih strežnikov. Povzetek rezultatov orodja je prikazan na spodnji sliki 4.6.

The screenshot shows the WebPageTest Performance Summary for the URL <https://psihoterapija-gorenjska.si/>, tested on 02/08/2022 at 17:29:08. The test was performed from Frankfurt, Germany, using a desktop browser (v103) over a cable connection. The page title is "Zaživite polno in pristno v sedanjem trenutku". The summary is divided into three sections: "Is it Quick?", "Is it Usable?", and "Is it Resilient?".

Metric	Status	Description	Score
Is it Quick?	Not bad...	This site was quick to connect and deliver initial code. It began rendering content with little delay.	5
Is it Usable?	Not bad...	This site took little time to become interactive. It had 2 accessibility issues, none serious.	1
Is it Resilient?	Not bad...	This site had many render-blocking 3rd party requests. It had no security issues detected.	2

Slika 4.6: Rezultati analize hitrosti spletnega mesta z orodjem WebPageTest

Začetna analiza hitrosti je pokazala, da stran ni počasna. Izpostavila pa je, da nalaganje začetne strani lahko upočasnijo nekateri JavaScript elementi; sklici na zunanje CSS datoteke; fonti, ki se sklicujejo z zunanjih ponudnikov; zunanji sklici, ki blokirajo nalaganje.

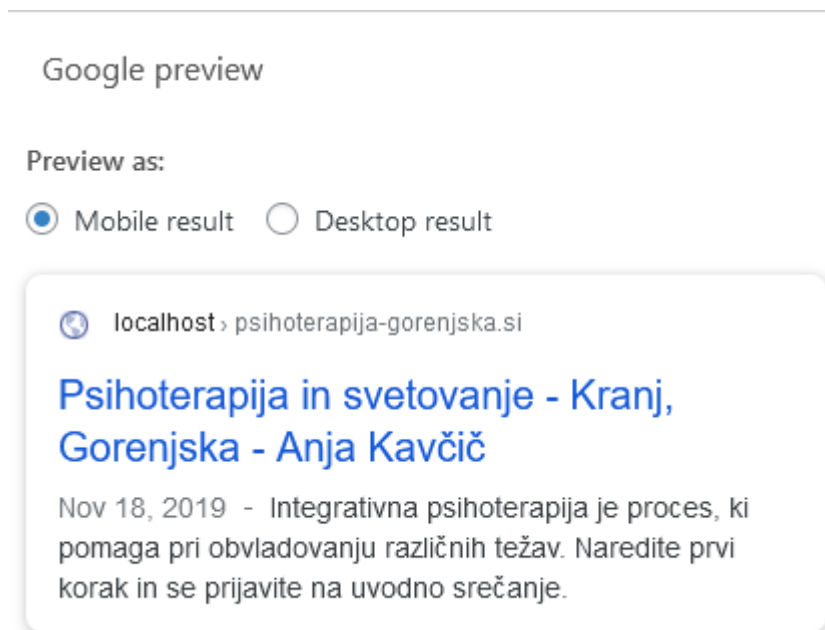
Po posvetovanju z naročnico smo se odločili, da je hitrost strani zadovoljiva in ne potrebuje nadaljnje optimizacije.

5 PRENOVA SPLETNE STRANI

5.1 Skrajšanje SEO naslova

Opazili smo, da je struktura naslova nepotrebno predolga. Gradniki v vtičniku YoastSEO ponovijo enako besedilo dvakrat. Zato smo odstranili vse gradnike razen Title, ki so vidni v spodnji sliki.

Spremenili smo tudi zaporedje besed, da je ključna beseda postavljena na začetku. Popravljen predogled prikaza v brskalniku je predstavljen na sliki 5.1.



Slika 5.1: Popravljen naslov strani in meta opis

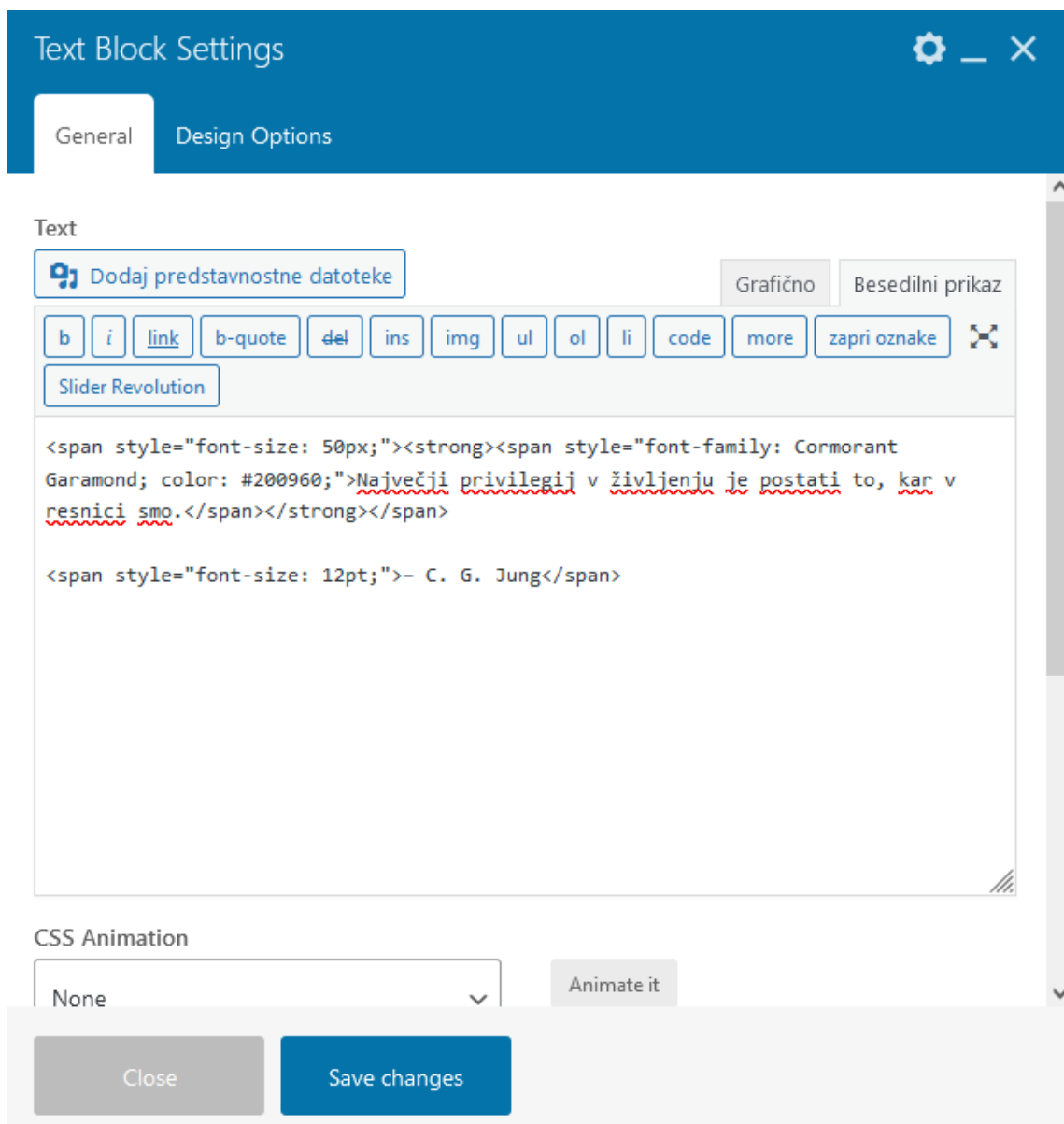
5.2 Meta opis

V trenutnem stanju spletne strani nimajo meta opisa. Z uporabo YoastSEO vtičnika smo zelo preprosto lahko dodali vsebino, ki jo želimo videti pri zadetku v brskalniku.

V opis smo vključili sekundarno ključno besedo, ki stranki takoj sporoči vrsto terapije. Besedilo dolgo 137 znakov in je zato dovolj kratko, da ga brskalnik ne pristriže.

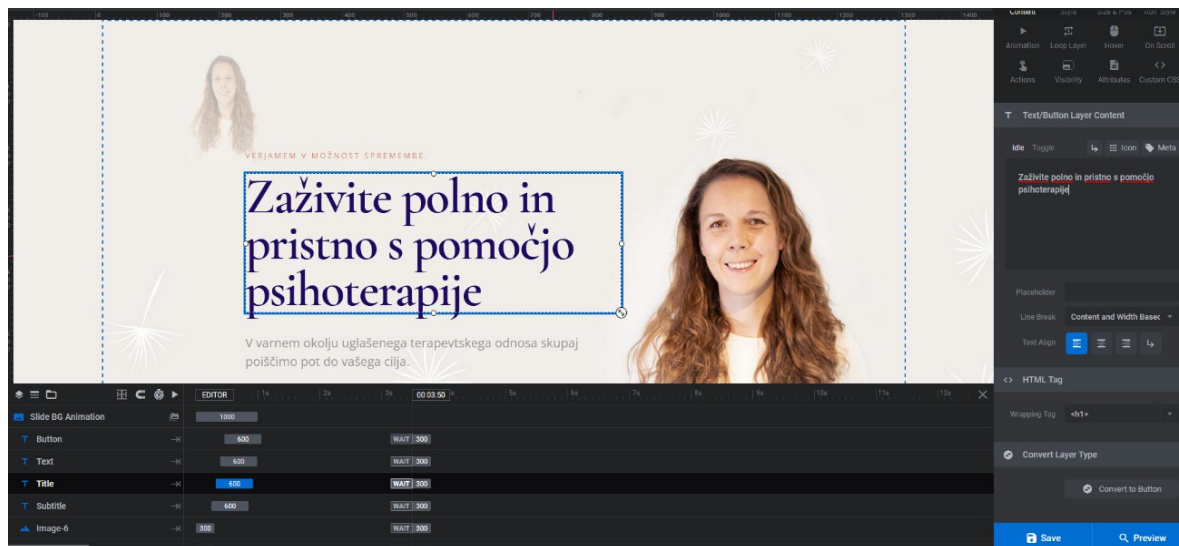
5.3 Naslovi vsebine

Na spletnih straneh smo določenim elementom odstranili status vsebinskega naslova. Citatom smo odstranili status naslova, ki je bil neprimerno uporabljen za poudarek, in popravili izgled tako, da je na pogled ostal enak. Spremembe smo izvedli z uporabo WordPress vtičnika WPBakery Page Builder, ki poleg preprostega dela z gradniki nudi tudi možnost uporabe HTML sintakse. Na sliki 5.2 sta prikazana uporabljena sintaksa in izgled urejevalnika znotraj orodja.



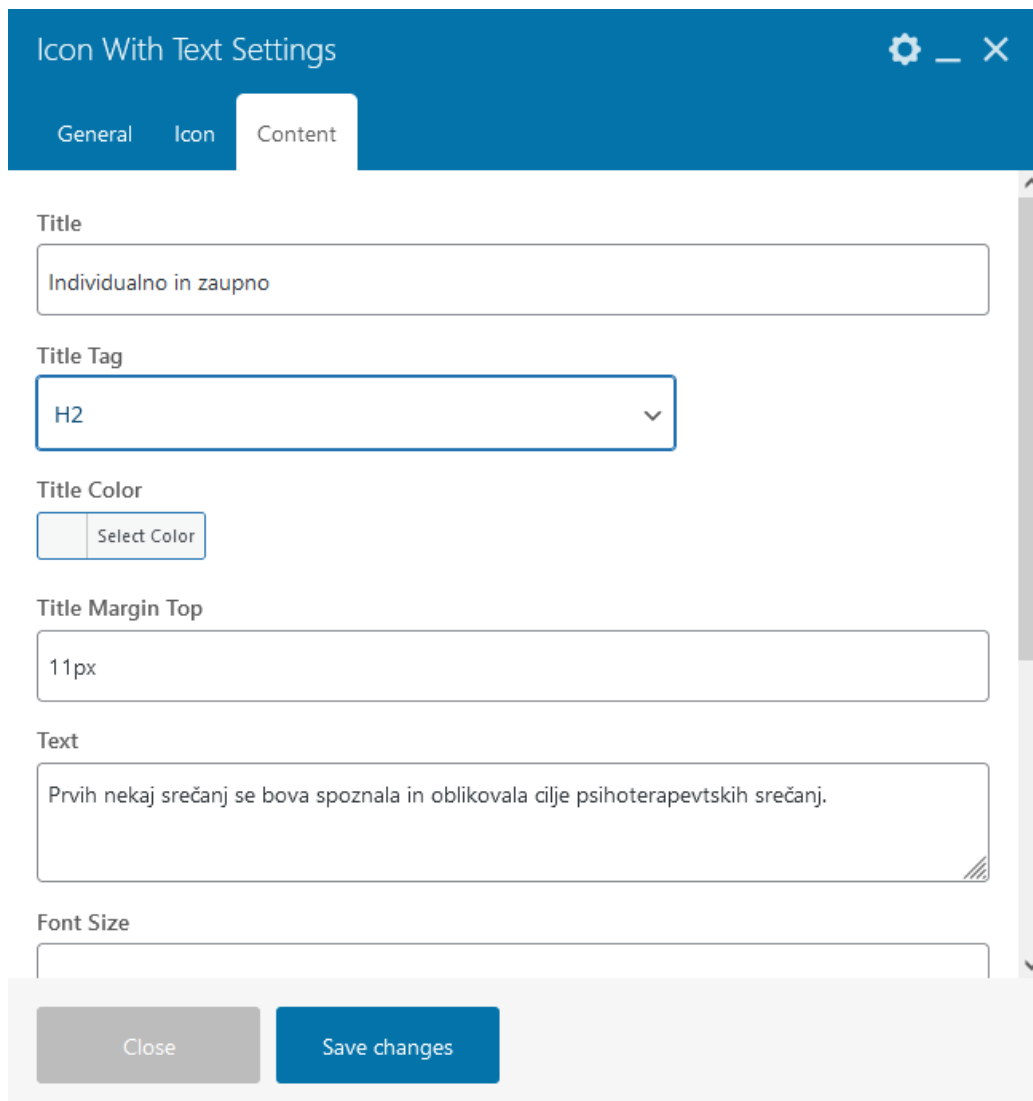
Slika 5.2: Popravljanje citatov

Na začetni strani smo določili nov h1 naslov in ga spremenili tako, da vključuje glavno ključno besedo psihoterapija. Element, ki vsebuje naslov, je oblikovan s vtičnikom Slider Revolution 6. Spremenjen naslov znotraj orodja je prikazan na spodnji sliki 5.3.



Slika 5.3: Vključitev ključne besede v glavnem naslovu strani

Prvi nivo se je uporabljal tudi pri drugih naslovih. Te smo spustili na drugi nivo z uporabo WPBakery Page Builder. Izgled se ni spremenil do te mere, da bi bilo potrebno popravljati na prejšnjo obliko. Urejanje v orodju WPBakery je prikazano na sliki 5.4.



Slika 5.4: Spuščen nivo naslova vsebine

V nogi spletnega mesta so imeli kontaktni podatki status naslova četrtega nivoja. Vlogo naslova smo premestili iz podatkov na besedilo nad njimi ter popravili nivo tako, da se ne preskoči nivoja na strani (slika 5.5).

Section Title Settings

General Title Style Tagline Style Text Style Background Text Style

Custom Class

Title

Telefon

Tagline

Text

040 190 677

Background Text

Content Alignment


Close Save changes

Slika 5.5: Dodelitev vloge naslova pravilnemu besedilu

5.4 Alternativni tekst

Slikam, ki so prikazovale izvajalko Anjo Kavčič, smo dodali alternativno besedilo, ki vsebuje sekundarno ključno besedo ter ime (slika 5.6).

PODROBNOSTI O PRIPONKI



anja_psihoterapija_banner_mobile.jpg
 20. septembra, 2021
 34 KB
 800 x 409 slik. točk
[Uredi sliko](#)
[Nepreklicno izbriši](#)


Nadomestno besedilo

[Naučite se opisati namen slike](#)
 . Pustite prazno, če je slika zgolj okrasna.

Slika 5.6: Dodajanje alternativnega besedila

Dekorativnim slikam, ki ne nosijo vsebinskega pomena za obiskovalce, smo dodali prazno alternativno vsebino, saj lahko manjkajoči alt atribut nagaja bralnikom (slika 5.7).

Podrobnosti o priponki



[Uredi sliko](#)

Naloženo: 10. septembra, 2021
 Naložil: [admin](#)
 Naloženo na: [Anja Kavčič - Psihoterapija in svetovanje - Kranj, Gorenjska](#)
 Ime datoteke: anja_kavcic-psihoterapija-dandelion.png
 Vrsta datoteke: image/png
 Velikost datoteke: 3 KB
 Dimenzije: 60 x 63 slik. točk

Nadomestno besedilo

[Naučite se opisati namen slike](#)
 Pustite prazno, če je slika zgolj okrasna.

Slika 5.7: Primer slike, ki ima prazno alternativno besedilo

Kontaktnemu obrazcu smo dodali oznake, da je lažje berljiv za bralnike. Odstranili smo nadomestno besedilo, da se vsebina ne ponovi, in dodali `<label></label>` sintakso. Oznake nismo dodali le CAPTCHA elementu. Obrazec je bil ustvarjen znotraj vtičnika

Contact Form 7, kjer oznake ne moreš skriti in bi pri CAPTCHA elementu pokvarilo izgled strani. Bralnik lahko prebere element, vendar ga ne najde v seznamu elementov, kar se nam v tem primeru zdi sprejemljivo. Popravljen sintaksa obrazca je predstavljena na spodnji sliki 5.8.



The screenshot shows the Contact Form 7 editor interface. At the top, there are tabs for 'Obrazec', 'Pošta', 'Sporočila', and 'Dodatne nastavitve'. The main area is titled 'Obrazec' and contains a message: 'Tukaj lahko urediš predloge za obrazce. Za podrobnosti glej [Uredi iz predloge](#)'. Below this is a toolbar with buttons for 'Honeypot', 'tekst', 'e-naslov', 'URL', 'tel', 'številka', 'datum', 'tekstovno polje', 'spustni meni', 'potrditvena polja', 'Radio stikala', 'sprejem', 'kviz', 'datoteka', and 'pošlji'. The main content area displays the following HTML code:

```
<p>Polja označena z zvezdico * so obvezna. </p>

<label> Ime in priimek*
[text* your-name]/</label>

<label> E-naslov*
[email* your-email]/</label>

<label> Telefon
[tel tel-414]/</label>

<label> Sporočilo
[textarea your-message 40x6]/</label>

[honeypot honeypot-811 validautocomplete:true move-inline-css:true timecheck_enabled:true]

[cf7sr-simple-recaptcha label=recaptcha]

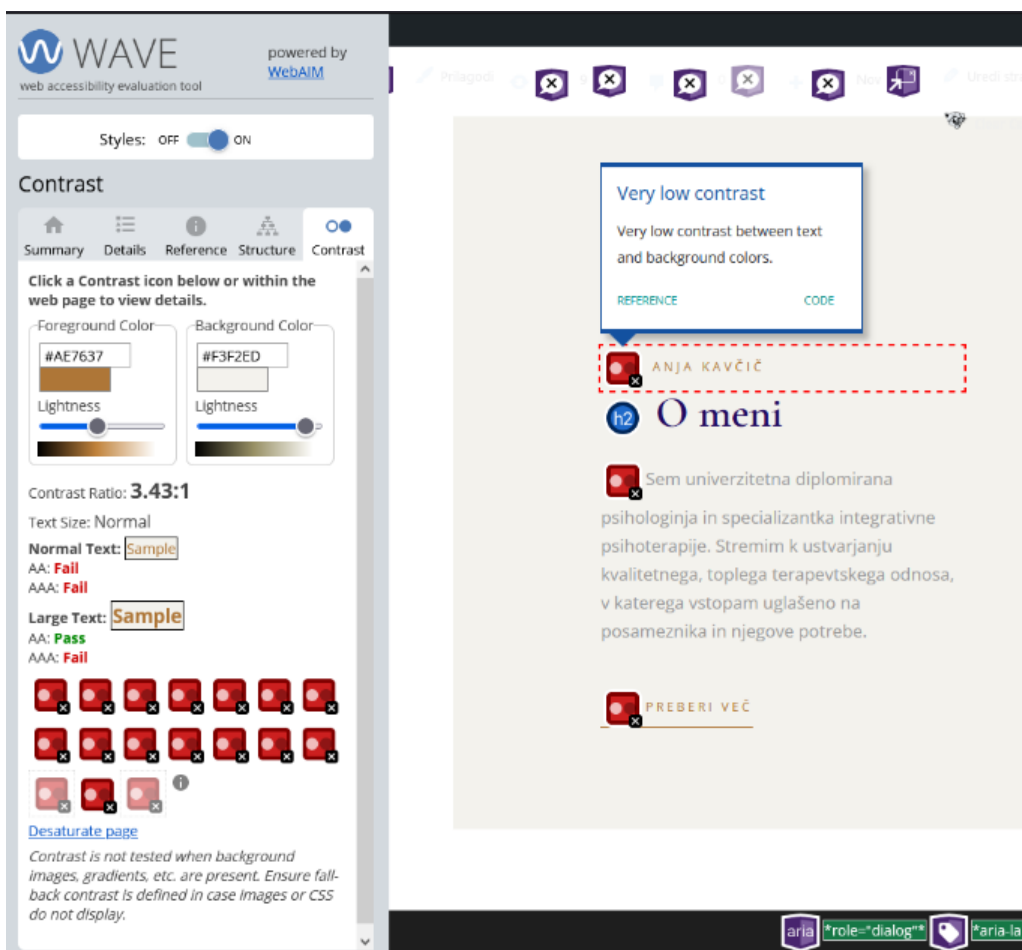
[submit "Prijavi se"]

<p>Vaše podatke bom uporabila zgolj za odgovor (in ne za zbiranje in obdelovanje v bazah podatkov).</p>
```

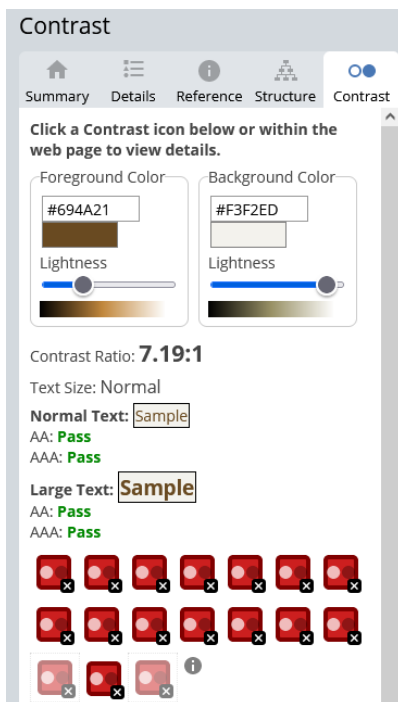
Slika 5.8: Popravljen sintaksa za kontaktni obrazec

5.5 Popravljanje kontrasta

S pomočjo orodja WAVE Accessibility Extension smo identificirali problematične elemente, ki nimajo zadostnega kontrasta, ter ga uporabili za iskanje primerne barve, ki bi nudila zadosten kontrast. Primer takšnega besedila je označen na spodnji sliki 5.9.

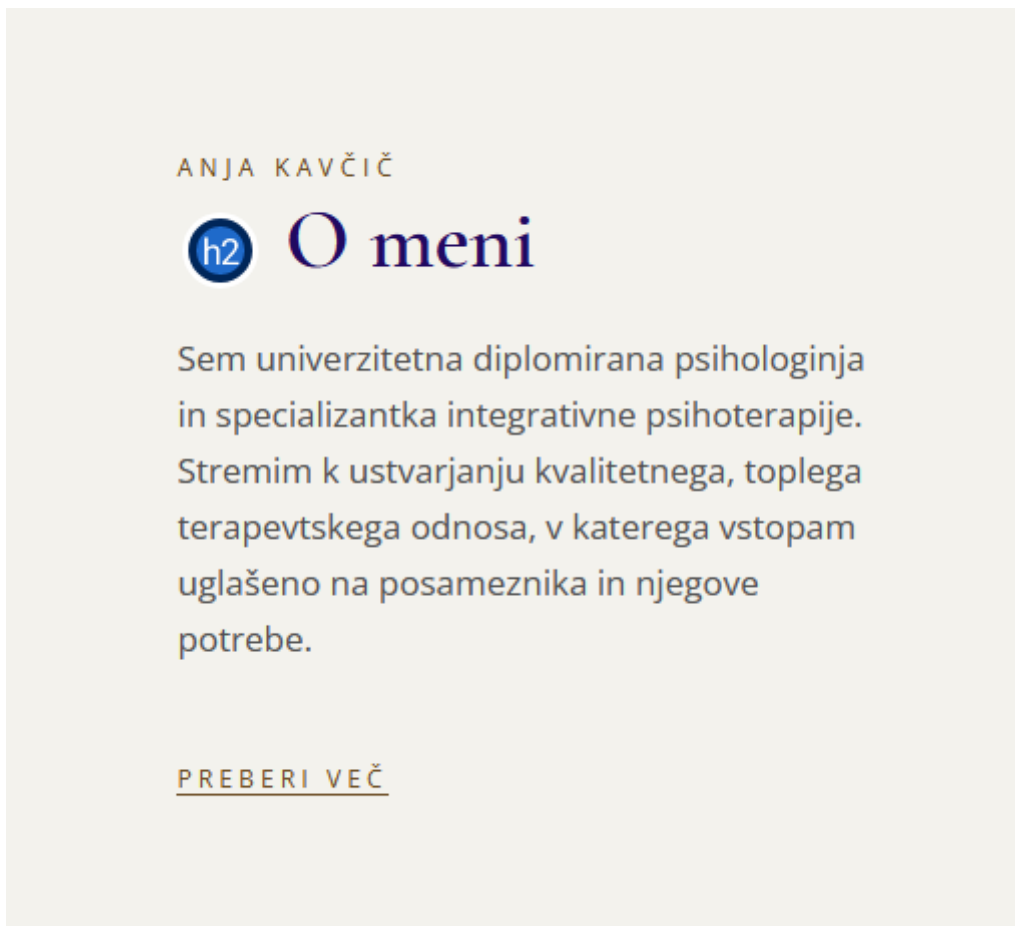


Slika 5.9: Primer nezadostnega kontrasta besedila



Slika 5.10: Primer zadostnega kontrasta

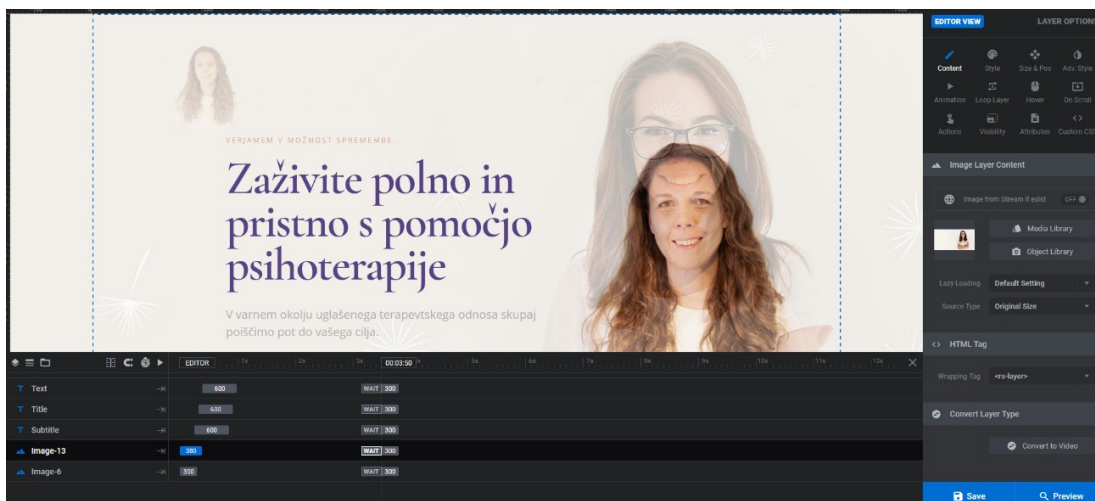
Potemnilo smo barvo besedil za povezave iz #AE7637 na #694A21. Postopek v orodju Wave je prikazan na zgornji sliki 5.10. Enako smo potemnili gumbe, ki vsebujejo belo besedilo. Sive besedilne elemente smo potemnili iz #999999 na #4F4F4F. Popravljen kontrast je prikazan na sliki 5.11.



Slika 5.11: Prikaz popravljenega kontrasta

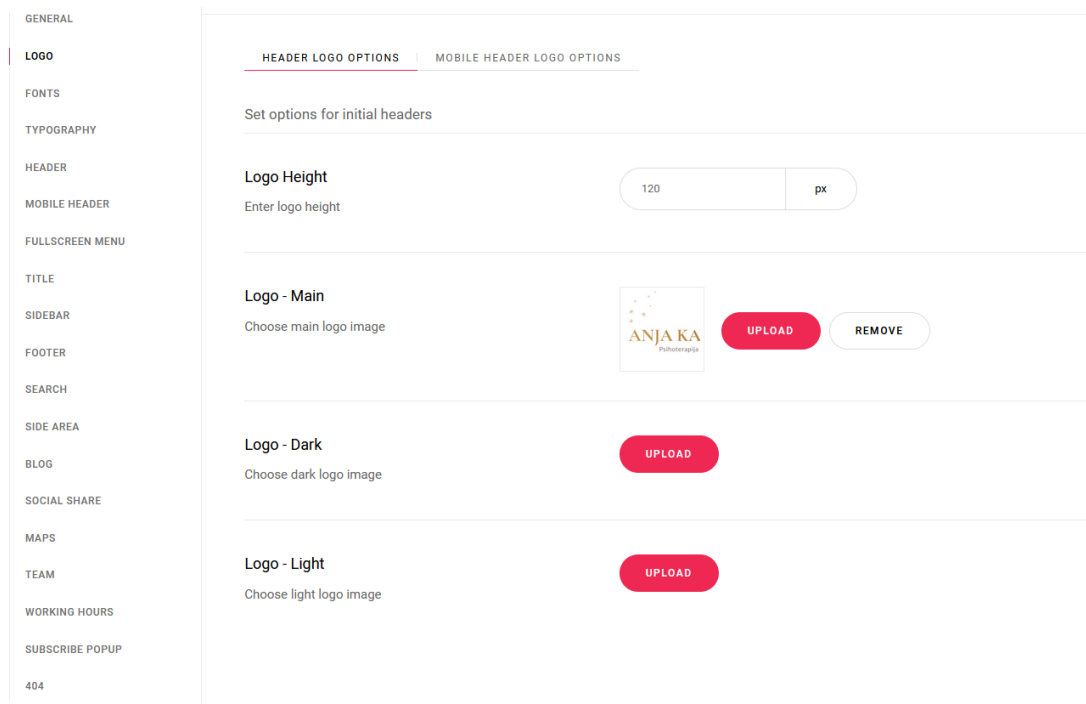
5.6 Struktura strani

Za lažjo navigacijo smo odstranili odvečne elemente. Odstranili smo pozabljeno sliko, ki je bila skrita pod prvim elementom začetne strani (slika 5.12).



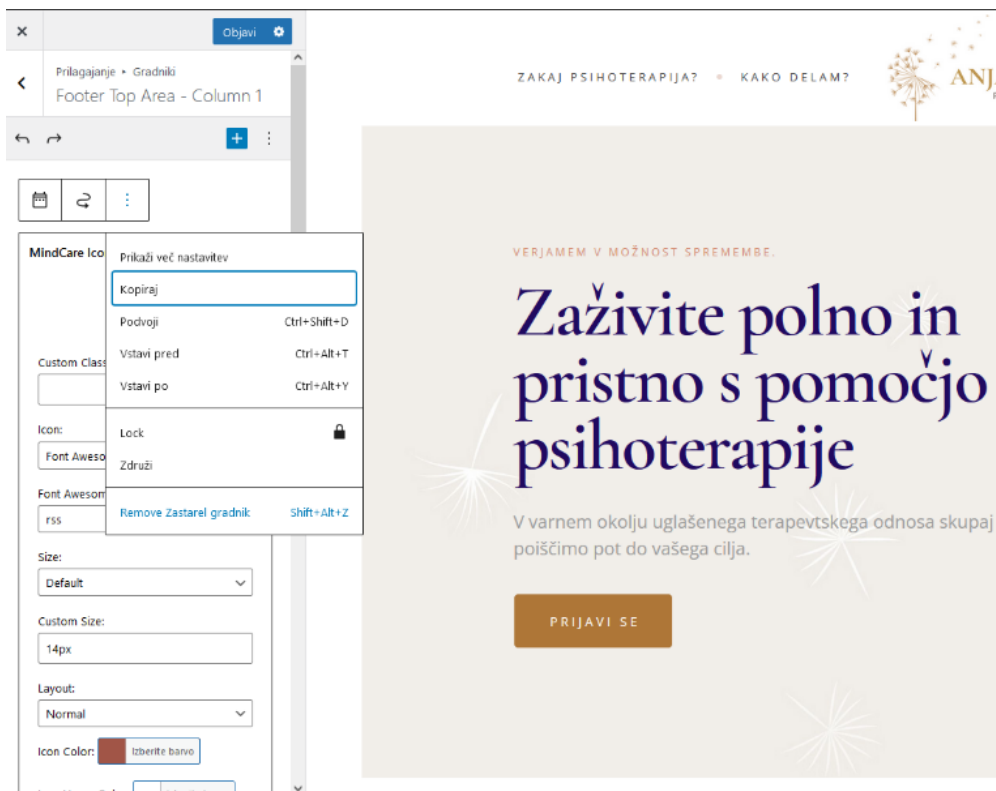
Slika 5.12: Pozabljena slika na spletnem mestu

V vtičniku MindCare Core smo odstranili Dark in Light logotip, saj se ju ni uporabljalo in sta bili zaznani pri pregledu dostopnosti (slika 5.13). Z odstranitvijo smo tudi rešili napako ponovljenega alternativnega besedila.



Slika 5.13: Odstranjeni duplikati logotipa

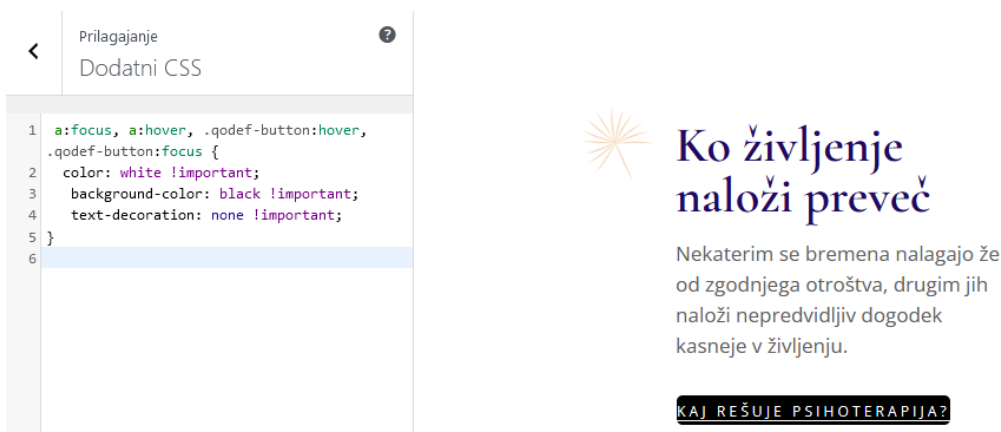
Odstranili smo elemente, ki so imeli prazne povezave na družbene medije (slika 5.14). Na spletnih straneh niso vidni in so zaznani kot prazne povezave.



Slika 5.14: Odstranjanje neuporabljenih povezav do družbenih medijev

5.7 Poudarjen fokus

Pri navigaciji po strani z uporabo tipkovnice se ni dobro označil fokus. Dodali smo dodatno CSS sintakso, ki poudari povezave in gumbe, kjer je fokus. Z ukazi focus in hover se ob dogodku izbire s tabulatorjem ali pa preletavanjem z miško spremeni izgled elementa. Sintaksa in izgled elementa sta prikazana na spodnji sliki 5.15.



Slika 5.15: Primer poudarjenega fokusa poleg uporabljene CSS sintakse

6 STANJE PO PRENOVI

Na enak način kot pred izvedeno prenovo smo ponovili analizo prototipne rešitve strani. Primerjavo bomo uporabili kot podlago za oceno uspešnosti prenove.

6.1 Stanje optimizacije po prenovi

Za analizo stanja optimizacije spletnega mesta bomo uporabili YoastSEO vtičnik, saj prototip ni objavljen na spletu in orodje SEO Checker nima dostopa.

Rezultati analize vtičnika nam povejo, da smo popravili večino opaženih napak (slika 6.1). Dodali smo meta opis, ki ima primerno dolžino; vse slike imajo alternativno besedilo; vsaka stran ima unikaten h1 naslov; hierarhija vsebinskih naslovov je urejena; popravili smo naslov strani, ki ni predolg in vsebuje glavno ključno besedo; ključne besede se ne ponavljajo preveč (keyword stuffing); vse notranje povezave delujejo pravilno.

Ostale so napake, povezane z optimizacijo zunaj spletnega mesta. Ne vsebujejo zunanjih povezav in ne uporabljajo družbenih medijev. Poleg tega začetna stran nima zadostne količine besedila in ta ne vsebuje dovolj ključnih besed. Podstrani te pomanjkljivosti nimajo.

SEO analysis
psihoterapija

[+ Add synonyms](#)
[+ Add related keyphrase](#)

Analysis results

^ Problems (5)

- **Keyphrase distribution:** Have you evenly distributed your focus keyphrase throughout the whole text? [Yoast SEO Premium will tell you!](#)
- **Outbound links:** No outbound links appear in this page. [Add some!](#)
- **Keyphrase in introduction:** Your keyphrase or its synonyms do not appear in the first paragraph. [Make sure the topic is clear immediately.](#)
- **Keyphrase density:** The focus keyphrase was found 1 time. That's less than the recommended minimum of 2 times for a text of this length. [Focus on your keyphrase!](#)
- **Text length:** The text contains 190 words. This is far below the recommended minimum of 300 words. [Add more content.](#)

^ Good results (9)

- **Image Keyphrase:** Good job!
- **Images:** Good job!
- **Internal links:** You have enough internal links. Good job!
- **Keyphrase in SEO title:** The exact match of the focus keyphrase appears at the beginning of the SEO title. Good job!
- **Keyphrase length:** Good job!
- **Keyphrase in meta description:** Keyphrase or synonym appear in the meta description. Well done!
- **Meta description length:** Well done!
- **Previously used keyphrase:** You've not used this keyphrase before, very good.
- **SEO title width:** Good job!

Slika 6.1: Rezultati analize optimizacije vtičnika YoastSEO

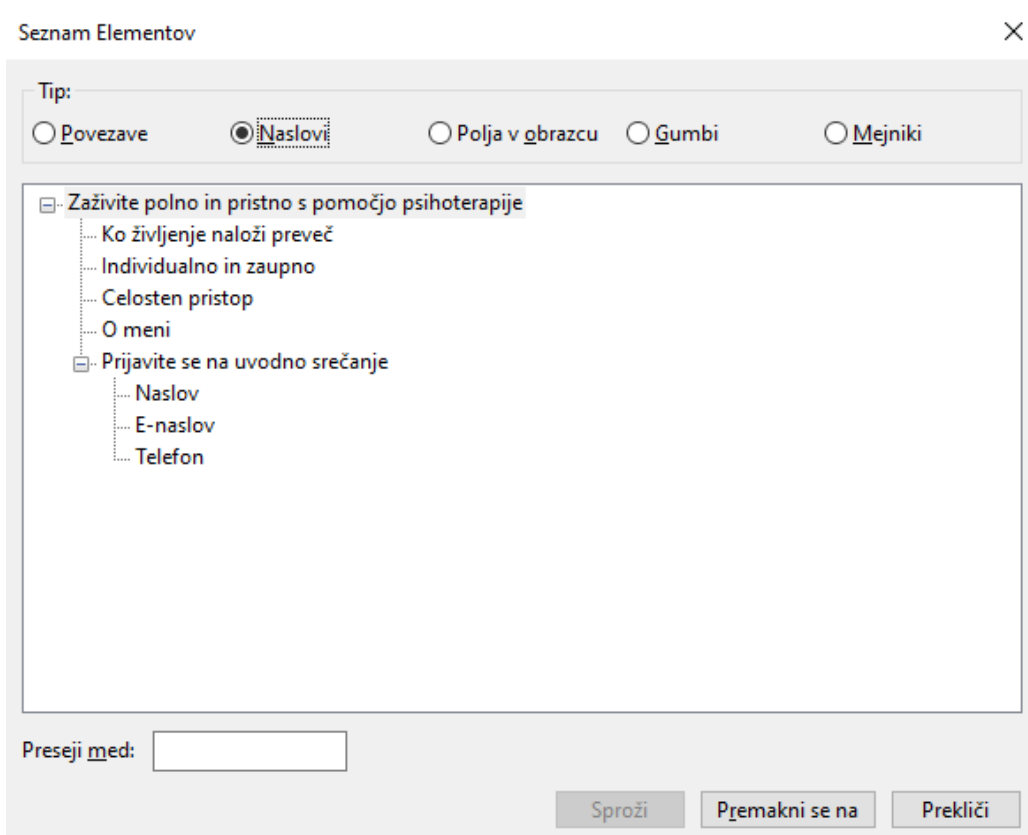
6.2 Stanje dostopnosti po prenovi

Orodje je pri drugem pregledu zaznalo tri glavne napake (slika 6.2). Manjkajoča oznaka CAPTCHA elementa v obrazcu, povezavo brez besedila na gumbu, ki vrne uporabnika na vrh strani, ter premajhen kontrast dekorativnega besedila nad kontaktnim obrazcem. Ostale napake so bile ustrezno popravljene. Kontrasti so zadostni; vse slike imajo alternativno besedilo; večina elementov v obrazcu ima oznake; hierarhija naslovov vsebine je primerna; večina povezav ima oporno besedilo.



Slika 6.2: Rezultati končne analize orodja Wave Accesibility Extension

Spletno mesto smo tudi ponovno pregledali z bralnikom. Vsi naslovi so smiselni in jih bralnik lahko prepozna (slika 6.3); izbrani elementi se vidno označijo; zaporedje vsebine je ostalo pravilno.



Slika 6.3: Hierarhija naslovov, ki jo vidi bralnik NVDA

7 ZAKLJUČEK

7.1 Ocena učinkov

Prenova spletnega mesta za psihoterapijo in svetovanje, Anja Kavčič s. p., je vključevala izvedbo optimizacije spletnih strani, izboljšavo dostopnosti za osebe z različnimi invalidnostmi ter identifikacijo drugih pomanjkljivosti mesta. Cilj prenove kot celote je bil povišati položaj spletnega mesta med rezultati v brskalniku, povečati pritok strank ter okrepiti zaupljivost storitve, ki je predstavljena na mestu.

Napake pri optimizaciji in dostopnosti smo poiskali z raznovrstnimi orodji ter v sistemu za upravljanje spletnih strani WordPressu implementirali popravke v celosten prototip. S pomočjo orodja SEO Checker smo poiskali napake pri optimizaciji in jih popravili, če to ni škodovalo uporabniški izkušnji.

Napake v dostopnosti mesta smo poiskali z orodji Wave Accesibility ter bralnikom zaslona NVDA. Vse najdene napake smo popravili, razen izjem, ki ne ovirajo uporabnikov in bi s popravki škodili celovitosti strani.

Hitrost spletnega mesta smo po analizi in posvetu z naročnico ocenili kot primerno in je nismo izboljševali.

Z rezultati diplomskega dela smo zadovoljni in na podlagi zaključnih analiz optimizacije ter dostopnosti menimo, da smo dosegli zadane cilje. Efektivnost prototipa se bo primerno pokazala po implementaciji na spletnem mestu.

Naročnica je ocenila, da prototipna rešitev dosega zastavljene cilje. Ker je bila z izgledom spletnega mesta zelo zadovoljna, je vesela, da popravki ohranijo prvotno estetsko obliko. Optimistično pričakuje rezultate po implementaciji rešitve.

7.2 Pogoji za uvedbo

Prototipno rešitev bo apliciral na spletno mesto njen skrbnik. Pri razvoju rešitve smo pazili, da smo uporabljali orodja, ki so bila uporabljena za postavitve in vzdrževanje strani. Zato raba dodatnih priključkov in orodij pri uvedbi ne bo potrebna.

WordPress priključki, ki so potrebni pri uvedbi, so YoastSEO, WPBakery Page Builder, Slider Revolution 6, Contact Form 7 ter MindCare Core.

7.3 SWOT analiza rešitve

Za lažjo analizo prototipne rešitve smo si pomagali z uporabo SWOT analize, ki je prikazana v spodnji tabeli 7.1.

Tabela 7.1: SWOT analiza rešitve

Strengths/Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Uvedba rešitev je preprosta.• Ne potrebuje dodatnih orodij.• Ohrani izgled stran.	Weaknesses/Pomanjkljivosti <ul style="list-style-type: none">• WordPress teme otežujejo prilagodljivost.
Opportunities/Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Spletno mesto dobi večji obisk.• Storitve postane bolj dostopna ranljivim skupinam.• Pri uvajanju novih elementov so pripravljena navodila za optimizacijo in dostopnost.	Threats/Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Optimizacija in dostopnost lahko zastarata.• Novi elementi so lahko nepravilno prilagojeni.

Prednost predlagane rešitve je predvsem v njeni preprostosti. Popravkov je veliko, vendar se jih hitro izvede ter zanje ni potrebno namestiti novih vtičnikov. Če bi se želelo rešitev bolj prilagoditi, se pokaže pomanjkljivost slabe prilagodljivosti, ki jo otežijo WordPress teme.

Pričakujemo, da bo v prihodnosti rešitev spletnemu mestu povečala obisk in bo storitev še bolj dostopna ranljivim skupinam. Če se bodo uvajali novi elementi na spletnih straneh, se jih na podlagi napotkov brez težav primerno prilagodi za pravilno optimizacijo in dostopnost. Ob neskrbnosti lahko nepravilno prilagojeni elementi

ogrozijo optimizacijo strani. Poleg tega tako optimizacija kot dostopnost zastarata, če se spletno mesto redno ne obnavlja in preverja.

7.4 Možnost nadaljnjega razvoja

V diplomskem delu nam ni uspelo izvesti optimizacije zunaj spletnega mesta. Naročnica bi lahko v ta namen vpletla uporabo družbenih medijev. Poleg tega je potrebno redno slediti novim napotkom ter z njimi preverjati in obnavljati spletno mesto, da ohrani primeren nivo tako dostopnosti kot optimizacije.

S pomočjo prenovljenega spletnega mesta predvidevamo, da bo naročnica zabeležila večji obisk spletnega mesta ter boljšo uporabniško izkušnjo svojih strank.

LITERATURA IN VIRI

- Abou-Zahra S. (10. 5. 2019) Accessibility Principles. W3.org. Pridobljeno 16. 7. 2022 na: <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-principles/>
- Demšar D., Klemenčič A., Kranjc A., Lištvanova L., Pochyla D., Vesel A., Smerdel A. (januar 2015). Dostopnost spletnih strani. Beletrina. Pridobljeno 16. 7. 2022 na: <https://www.studentskazalozba.si/uploads/files/dostopnost-spletnih-strani-beletrina.pdf>
- Hollingsworth S. (6. 8. 2021) 15 Reasons Why Your Business Absolutely Needs SEO. Searchenginejournal.com. Pridobljeno 15. 8. 2022 na: <https://www.searchenginejournal.com/why-seo-is-important-for-business/248101/>
- Kavčič A. Kako Delam. Psihoterapija-gorenjska.si. Pridobljeno 15. 8. 2022 na: <https://psihoterapija-gorenjska.si/kako-delam/>
- Larmier M. (24. 6. 2022a). How to Test Your WordPress Site Performance and Measure Speed Results. Wp-rocket.me. Pridobljeno 16. 7. 2022 na: <https://wp-rocket.me/blog/how-to-test-wordpress-site-performance-measure-speed-results/>
- Larmier M. (27. 4. 2022b). Page Speed Optimization for WordPress 19 Performance Tips. Wp-rocket.me. Pridobljeno 16. 7. 2022 na: <https://wp-rocket.me/blog/guide-to-page-speed-optimization-for-wordpress/>
- Lawton Henry S. (31. 3. 2022) Introduction to Web Accessibility. W3.org. Pridobljeno 16. 7. 2022 na: <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/>
- MDN contributors. (14. 8. 2022) What is the difference between webpage, website, web server and search engine? MDN Web Docs. Pridobljeno 19. 8. 2022 na: https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Learn/Common_questions/Pages_sites_servers_and_search_engines

- Muller B. Link building and establishing authority. Moz.com. Pridobljeno 12. 7. 2022c na: <https://moz.com/beginners-guide-to-seo/growing-popularity-and-links>
- Muller B. On-page SEO. Moz.com. Pridobljeno 12. 7. 2022b na: <https://moz.com/beginners-guide-to-seo/on-page-seo>
- Muller B. SEO 101. Moz.com. Pridobljeno 12. 7. 2022a na: <https://moz.com/beginners-guide-to-seo/why-search-engine-marketing-is-necessary>
- Onsite vs. offsite optimizacija. Optiweb.com. Pridobljeno 12. 7. 2022 na: <https://www.optiweb.com/sl/storitve/marketing/seo-optimizacija-spletnih-strani/>
- Search engine optimization (SEO) starter guide. Developers.google.com. Pridobljeno 12. 7. 2022 na: <https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide>
- Zajšek M. Kako optimizirati spletno stran. Seo-praktik.si. Pridobljeno 12. 7. 2022 na: <https://www.seo-praktik.si/>
- Zajšek M. (6. 3. 2021). Kaj je optimizacija spletnih strani, čemu služi in kako se izvaja [Vodnik]. Matijazajšek.com. Pridobljeno 12. 7. 2022 na: <https://www.matijazajsek.com/optimizacija-spletnih-strani/>

KAZALO SLIK

Slika 4.1: Začetna stran	12
Slika 4.2: Rezultat analize orodja SEO Checker	13
Slika 4.3: Predogled rezultata spletnega iskalnika	14
Slika 4.4: Rezultati analize ključnih besed	15
Slika 4.5: Rezultati analize dostopnosti z orodjem Wave	16
Slika 4.6: Rezultati analize hitrosti spletnega mesta z orodjem WebPageTest	18
Slika 5.1: Popravljen naslov strani in meta opis	19
Slika 5.2: Popravljanje citatov	20
Slika 5.3: Vključitev ključne besede v glavnem naslovu strani	21
Slika 5.4: Spuščen nivo naslova vsebine	22
Slika 5.5: Dodelitev vloge naslova pravilnemu besedilu	23
Slika 5.6: Dodajanje alternativnega besedila	24
Slika 5.7: Primer slike, ki ima prazno alternativno besedilo	24
Slika 5.8: Popravljen sintaksa za kontaktni obrazec	25
Slika 5.9: Primer nezadostnega kontrasta besedila	26
Slika 5.10: Primer zadostnega kontrasta	26
Slika 5.11: Prikaz popravljenega kontrasta	27
Slika 5.12: Pozabljena slika na spletnem mestu	28
Slika 5.13: Odstranjeni duplikati logotipa	28
Slika 5.14: Odstranjevanje neuporabljenih povezav do družbenih medijev	29
Slika 5.15: Primer poudarjenega fokusa poleg uporabljene CSS sintakse	29
Slika 6.1: Rezultati analize optimizacije vtičnika YoastSEO	31
Slika 6.2: Rezultati končne analize orodja Wave Accesibility Extension	32
Slika 6.3: Hierarhija naslovov, ki jo vidi bralnik NVDA	32

KAZALO TABEL

Tabela 7.1: SWOT analiza rešitve	34
--	----

POJMOVNIK

CAPTCHA:	enostaven test za ločevanje med strojem in človekom
CSS:	kaskadne stilske podloge
HTML:	jezik za označevanje nadbesedila
SEO:	optimizacija spletnih strani
URL:	enolični krajevnik vira

KRATICE IN AKRONIMI

CAPTCHA:	completely automated public Turing test to tell computers and humans apart
CSS:	cascading style sheet
HTML:	hypertext markup language
SEO:	search engine optimization
URL:	uniform resource locator