

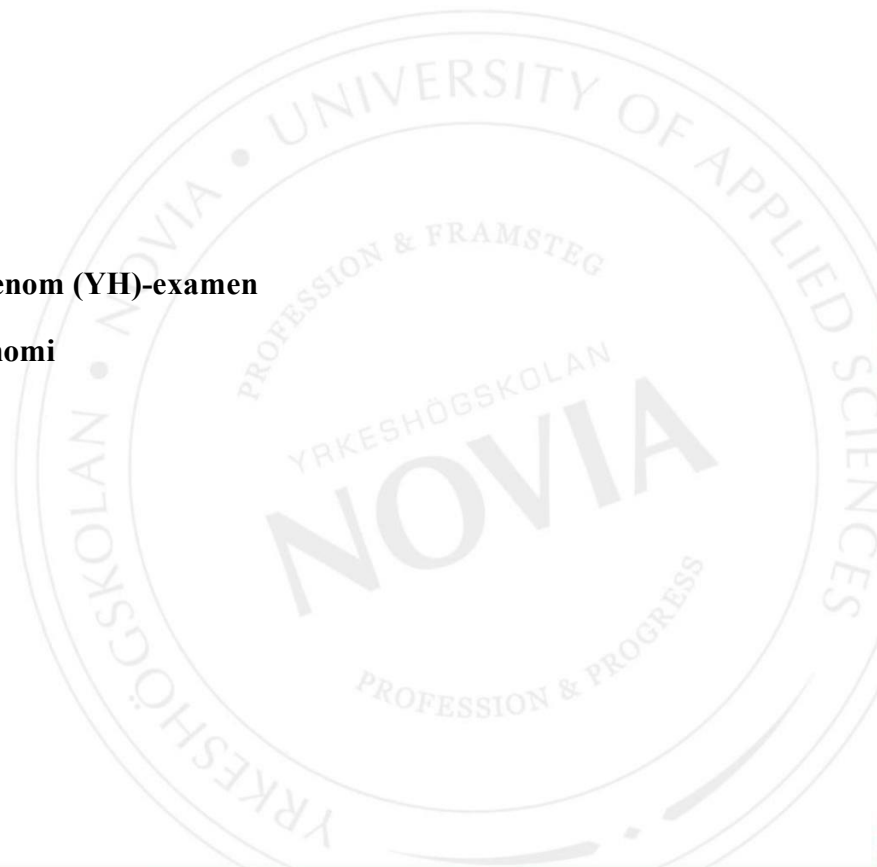
Utveckling av webbplats för Västergårds Hantverk

Benjamin Fagerlund

Examensarbete för tradenom (YH)-examen

Utbildning Företagsekonomi

Åbo 2022



EXAMENSARBETE

Författare: Benjamin Fagerlund

Utbildning och ort: Tradenom, Åbo

Inriktning: Marknadsföring

Handledare: Rolf Gammals

Titel: Utveckling av webbplats för Västergårds Hantverk

Datum:	November	2022	Sidantal:	33	Bilagor:	17
--------	----------	------	-----------	----	----------	----

I detta examensarbete görs en grundlig planering och implementering av en webbsida till kunden Västergårds Hantverk. Västergårds Hantverk har ett behov av webbsida för sin verksamhet och i detta arbete kommer jag att lista ut vad som ska ingå och hur kunden som saknar erfarenhet av att göra webbsidor, själv skall kunna uppdatera dem i efterhand. Webbsidan kommer att optimeras så att flera olika enheter såsom datorer, mobiltelefoner och surfplattor kan användas vid besök utan problem.

Arbetet är handlingsbaserat, vilket innebär planering av projektet och dokumentation av hur jag gått till väga. Projektet går ut på att få en bild av hur man bygger en webbsida och vad som ska ingå för att den ska bli så användarvänlig som möjligt. Arbetet gick bra till en början men under arbetets gång började problem och motgångar uppstå. Den överenskomna finansieringen för projektet kunde inte genomföras på grund av andra akuta finansieringsbehov. Kunden kommer efter att projektet är avslutat att få en grundlig genomgång av webbsidan och skolning i hur han kan fortsätta med uppdateringen på egen hand.

Resultatet av arbetet är en stilren webbsida som fungerar som en kommunikations- och informationskanal för kunden. Webbsidan är fullt optimerad för användare av datorer, mobiltelefoner och läsplatta. Webbsidan är även tillgänglig på två olika språk, svenska för den huvudsakliga målgruppen och engelska för utländska företag och partner.

Språk: svenska

Nyckelord: webbplats, projekt, WordPress

BACHELOR'S THESIS

Author: Benjamin Fagerlund

Degree Programme: Business Administration, Turku

Specialisation: Marketing

Supervisor: Rolf Gammals

Title: Development of a Website for Västergårds Hantverk

Date	November2022	Number	of	pages	33	Appendices	17
------	--------------	--------	----	-------	----	------------	----

In this Bachelor's thesis I will conduct research, planning and implementation of a website for a customer. The customer Västergårds Hantverk has a need for a website for their business and in this thesis, I will figure out what should be included and how the customer should be able to update it afterwards without experience. The website will be optimized so that it can be accessed from several different devices such as computers, mobile phones and tablets.

The work is action-based where it means planning the project and documenting the process is part of the thesis work. The research involved getting a picture of how to build a website and what should be included in order for it to be as user-friendly as possible. The work went well at first, but over time, problems and setbacks began to arise.

The agreed financial part could not be met due to more urgent financial matters. After the project was completed, the customer will received a thorough review of the website and training on how to proceed with the update on their own.

All goals set by the customer were met but internal targets and timeframes were not met due to financial adversity at the client's end.

The result of the project is a stylish, clean website that serves its purpose as a communication and information channel for the customers. Fully optimized for use on computers, mobile phones and tablets, the website is available in two different languages Swedish for the main target audience and English for foreign firms and partners.

Language: Swedish

Key words: webpage, project, Wordpress

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Problemformulering.....	2
1.2	Syfte.....	3
2	Metod.....	4
3	Projektets faser	5
3.1	Idé	7
3.2	Information	7
3.3	Genomförande	7
3.4	Test.....	8
3.5	Lansering	8
4	Företagspresentation.....	9
4.1	Företagets logo.....	10
5	Grunden till en bra webbsida.....	10
5.1	Sökmotor.....	11
5.2	Sitemap	12
6	Webbsidan upplägg	13
7	Webbsidan	14
8	WordPress.....	22
8.1	Tillägg.....	23
8.2	Tilläggslista.....	23
8.3	Prestanda.....	24
9	Kundinläring.....	25
10	Avslutande diskussion.....	26
11	Källförteckning.....	27

Figurförteckning:

Figur 1: Projektplan.....	5
Figur 2: Tidsplan	6
Figur 3: Logo.....	10
Figur 4: Webbssidans upplägg.....	13
Figur 5: Domän.....	14
Figur 6: Tema på WordPress.....	14
Figur 7: Appleton Info.....	15
Figur 8: Sid mallar.....	16
Figur 9: Header.....	17
Figur 10: Meny.....	17
Figur 11: Om oss	18
Figur 12: Smidesprodukter.....	19
Figur 13: Textilprodukter	20
Figur 14: Kalender.....	21
Figur 15: Footer.....	22
Figur 16: Test av webbsida 1.....	24
Figur 17: Test 2	24

1 Inledning

Målsättningen med arbetet är att skapa en webbsida för Västergårds hantverk där webbsidans funktion i huvudsak är att fungera som en plattform som förmedlar information och kommunikation till kunderna. Webbsidan vänder sig till privatpersoner eller företag som är intresserade av hantverksprodukter. Syftet med webbsidan är att ge företaget en plattform till där all information är samlad och deras internationella kontakter kan direkt följa upp var de kommer befinna sig och har lätt till att ta kontakt.

I examensarbetet kommer jag att upp vad webbsidan kommer att innehålla, framför allt vad kunden önskar sig och vad en bra webbsida ska innehålla. Webbsidan kommer att vara skriven på svenska som huvudspråk men även på engelska för att företaget har många internationella kontakter, kunder samt andra inom branschen som de håller kontakt med så att de lätt ska kunna följa med vad som pågår.

I arbetet kommer jag kort att ta upp vad det är man ska tänka på när man bygger en webbsida och det väsentligaste som man bör ha med för att ha en bra optimerad webbsida för datorer, läsplattor och mobila enheter.

Visionen på webbsidan kommer på lång sikt att fungera som en kanal för kunderna där de kan följa med vad som pågår. Den kommer inte att fungera som en webbutik. Kunden sagt till eftersom de inte har kapacitet att producera tillräckligt med produkter.

Jag kommer utbilda kunden i hur man redigerar och editerar webbsidan så att de själva i fortsättningen kan hålla den uppdaterad. Kunden har också planer på att senare köpa en betalplan på WordPress och sakta utveckla deras webbsida enligt företaget och kundens behov.

1.1 Problemformulering

Idag finns det omkring 2 miljarder webbsidor och över 5 miljarder användare på internet. Skall man vara relevant som ett företag idag så skall man finnas på internet med en webbsida. Vill man både företag och privatperson expandera, synas eller över lag bara dela med sig av sin vardag så måste man ha en social medieplattform. En webbsida för företag är vanligt i dagens läge och saknar företaget en sådan så ligger man långt bakom sina konkurrenter.

Västergårds Hantverk är ett relativt nytt företag som kommit in på marknaden med hantverksprodukter i form av smidesprodukter och textil. Men de saknar en plattform där de kan dela med sig av sin historia och vardag. Eftersom företaget inte har så mycket resurser eller erfarenhet inom området så kommer jag in i bilden. Jag kommer att som examensarbete bygga en webbsida för företaget och utbilda kunden i hur man kan upprätthålla och uppdatera webbsidan efter att den är lanserad samt hur man kan vidareutveckla webbsidan när det väl finns resurser.

I nuläget kommer den främst att fungera som en kommunikations och informationskanal till kunderna med utrymme för utveckling för framtida behov. Webbsidan kommer att avgränsas till endast en kommunikation och informationskanal, och inte en webbutik med motivering för att det inte finns resurser i företaget att producera produkter för både försäljning på marknader, produkter till salu hos partners, produktion till lager för marknader och en webbutik.

Att lyckas stå ut ur mängden och framför allt från sina konkurrenter är en utmaning, men inte omöjligt. Men hur skall man gå till väga för att just ens företag skall komma först i Google när man söker på någonting relevant. Jo, Sökmotor optimering är viktigt för att just du och ditt företag skall komma så högt som möjlig i listan. Kunden kommer att få en plan på tillägg till WordPress där de sedan kan implementeras när det blir aktuellt med betalplaner igen. I arbetet kommer vi att gå in i olika typer av manuella optimeringar som man kan göra för att höja resultatet på sökningar.

Efter att leveransen är genomförd kommer kunden även att få tillgång till allt material och tillgång till hjälp efter att arbetet är avslutat. Kunden har specifikt begärt att webbsidan skall vara gratis i början på grund av plötslig ändring i budgeten, detta sätter grova ramar inom vad jag kunde arbeta med. Uppdragsgivaren har blivit informerat om kostnader för olika betalplaner på WordPress med deras olika funktioner, samt att bara köpa en domän till att börja med.

Att köpa en domän tyckte kunden lät som en bra tillfällig lösning och han fick material som man kan jämföra kostnader på olika domäner. Att ha en tillfällig köpt domän till exempel år ett och två skulle vara en billig lösning och en visuellt bättre än den nuvarande vastergards.wordpress.com. Jag gav några exempel på domäner som var tillgängliga till ett förmånligt pris på under 20€ /år.

Förslag på domäner med .fi/ .com/ .net: Vastergards eller Vastergardshantverk

1.2 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att skapa en webbsida för Vestergårdshantverk så att kunden har främst en informations och kommunikationskanal till kunderna och få mera synlighet och möjligtvis fler kunder. Webbsidan kommer även fungera som en portfolio på olika produkter och projekt. Målet är att kunden skall själv kunna uppdatera webbsidan med nya produkter, avslutade projekt och uppdatering av deras kommande vistelser på till exempel marknader, evenemang eller andra tillställningar med inriktning på medeltid, efter att den är lanserad.

Jag kommer att ge kunden en inläring i WordPress så att de själva kan ta hand om den och vidare utveckla den efter deras behov och expanderings. Webbsidan kommer att avgränsas till en informations och kommunikationskanal och inte i detta skede att innehålla en webbutik.

Kunden vill inte ha en webbutik, detta beror först och främst på att de inte har kapacitet att producera tillräckligt med varor för deras nuvarande försäljningskanaler. Deras försäljningskanaler är olika handelsbodar runt om Raseborg och Egentliga Finland där deras produkter finns att köpa, samt smedjan som man alltid är välkommen att besöka. Västergårds Hantverk åtar sig även smidesprojekt som nyligen en handsmiden grind till en granngård. Deras huvudkanal där de både bygger kundrelationer är att infinna sig på olika marknader, evenemang eller andra tillställningar med inriktning på medeltid.

2 Metod

Arbetet jag kommer att avlägga är ett handlingsbaserat arbete och en konkret produkt. Handlingsbaserade arbetet skall innehålla en tidsplan och arbetsplan. (Airaksinen, u.å.)

Jag började med att läsa teori om vad som skall finnas med på en bra webbsida och undersökte vad olika webbhotell och CMS-program erbjöd för tjänster. Efter insamling av information kontaktade jag kunden för att boka ett möte och höra vad denna har för förväntningar och krav.

Efter första kundmötet gjorde jag en projektplan och tidsplan som skulle följas. Dessa framkommer senare i arbetet. Efter att jag fått klara direktiv om vad som skall finnas och att jag fått kundens material så började jag att bygga webbsidan.

När webbsidan var klar för första presentationen så bokade vi ett nytt möte för en genomgång och så att kunden skall kunna ge förändringsförslag. I detta skede kom det två stycken funktionerna som kunden vill ha till. Webbsidan skall vara på engelska och ett kontaktformulär.

Efter andra webbsida presentationen var kunden nöjd, så då började jag finslipa och optimera webbsidan. Även införa SMO och en sitemap. I detta skede skulle vi betala för en plan men budgeten höll inte och SMO delen kunde inte genomföras. I detta skede gjordes en plan på tillägg som kunden kan implementera i efterhand.

Kunden kommer att få en inläring i hur han kan upprätthålla webbsidan på egenhand.

3 Projektets faser

Jag kommer att använda mig av en projektmetod vid planering och genomföring av projektet. Projektet kommer att bestå av 5 faser Idé, Information, Genomförande, Test och Lansering. Slutprodukten av arbetet kommer att vara en fungerade webbsidan som kunden kommer att äga. Kunden kommer även att få information i hur de själva kan uppdatera och upprätthålla deras webbsida, och vara medvetna om funktioner och appar som finns med betalplaner.

Webbsidan kommer att byggas i WordPress, webbsidan kommer att använda sig av WordPress inbyggda verktyg och funktioner. Arbetsprocessen kommer att följa projektplanen (se figur 1)



Figur 1: Projektplan

Hela projektet har gått efter en tidsplan (se figur 2) med olika moment. Första momentet var generering av en idé, i detta fall kom det fram att Västergårds Hantverk saknade en webbsida.

Följande del är insamling av information och design. Intervju med kunden vad det är de söker efter och lite deras krav på webbsidan, budget och uppbyggnad själva webbsidan.

Följande momenten är allmän optimering, finslipning på detaljer och förändringar efter kundens begäran.

Efter det är det att lansera webbsidan och lära in kunden i hur de kan optimera och ändra på den fullständiga slutprodukten.



Figur 2: Tidsplan

3.1 Idé

Idé för arbetet kommer från att ha diskuterat med ägaren för Västergårds Hantverk och att de saknade en webbsida. Efter lite diskussioner och idéförslag vad webbsidan skulle ha för funktion. I huvudsak och dagsläget är kunden i behov av en information och kommunikationskanal. Både för kunder som har frågat efter en och till nya kunder och deras internationella kontakter. Efter diskussion med kunden om det finns intresse för en webbutik men det kom ett starkt nej med motivering på att det inte finns resurser i detta skede. Så kom vi överens om att det skall vara en webbplats där kunderna kan följa upp var de kommer befinnas sig fysiskt på plats och ett galleri på Produkter de har i sitt sortiment och genomförda projekt.

3.2 Information

Informationen kommer kopplas till forskningen och teorin för uppbyggnad av webbsidan och olika verktyg. Informationen kommer samlas via olika verktyg, bland annat av Googles egna. Webbsidans design kommer att basera sig på kundens önskemål och deras grafiska manual, samt det som jag kommit fram till efter forskning, vilka delmoment som skall innehåll för att få en smidig och enkel webbsida som kunderna lätt kan använda. Efter att webbsidan är klar så skall kunden även klara av att upprätthålla den utan vidare självskoling eller bakgrund inom området för deras del.

3.3 Genomförande

I detta skede kommer jag att bygga upp webbsidan och funktionerna. Implementera materialet som kunden har gett mig. Men före det skall implementeras så måste materialet gås igenom och optimeras genom olika verktyg. Detta är den längsta delen av projektet eftersom det tar ganska mycket tid att utföra det man planerat. Man har allt på det klara men det tar en god stund att implementera och det uppstår alltid tekniska problem.

3.4 Test

Efter att webbsidan fått en design och optimering samt intrigerade delområden som skall in i webbsidan kommer jag att presentera den till kunden. Hädanefter kommer det att ske ändringar efter kundens begäran. Då återgår jag till informations stadiet och efter genomförda önskemål, presenteras webbsidan återigen till kunden. Vid godkänt av kunden så går jag vidare till nästa steg och testar Webbsidan via ett snabbhetstest på webbsidan. Med snabbhetstest menas att hur länge det tar för webbsidan att ladda efter tryck på länken.

Webbsidans värden kan mätas på olika sätt, som snabbhet vilket menas med hur snabbt webbsidan laddar fram efter tryck på länken, detta skall vara lågt och vi ligger på runt 7 sekunder för tillfället med en gratis plan. En gratis plan stryker tillgången för ändringar, det är endast minimal och ytliga funktioner man kan ändra på. Webbsidan kommer även mätas i SMO och där ligger vi högt från början, och utan applikationer som hjälper till.

3.5 Lansering

Efter att kunden godkänt webbsidan kommer den att lanseras, i detta skede kommer jag även vid tillfälle att lära in kunden i hur de kan underhålla och upprätthålla webbsidan, hur kunden kan införa nya bilder i deras galleri och uppdatera befintliga bilder. Uppbyggnaden av webbsidan kommer att ske via WordPress. Designen och layouten kommer att basera sig på kundens önskemål. Webbsidan kommer även vara sökmotor optimerad för att få mera synlighet och nya kunder. Kunderna har möjligheten att surfa på en optimerad Webbsidan för webbläsare på datorer, mobiltelefoner och surfplattor.

4 Företagspresentation

Företaget Västergårds Hantverk består av ägaren Rolf Eriksson och hans sambo Magdalena. Rolf har avlagt en examen och är därmed även en ädelmetallartesan, hösten 2016 började Rolf studera till smedsgesäll. Magdalena studerade vid sidan av jobbet och blev våren 2017 till färdig textilartesan. 2017 startade idén med Västergårds Hantverk. Som färdig smedgesäll 2018 började Rolf att smida i sin första smedja i Pojo. Smedjan i Pojo var ett litet skjul med hem byggda maskiner och arbetsbänkar. Utrymmet var litet och det saknades större platser för förvaring av material och färdiga produkter.

Tre år efter idén om Västergårds Hantverk, under 2020 bestämde de sig att köra igång med verksamheten på riktigt. Sommaren 2021 flyttade de till Korpo i Åbolands skärgård. Nuvarande smedjan är belägen längs Skärgårdsvägen i Korpo på gården de hyr. Den nuvarande smedjan är en gammal ladugård som Rolf har "renoverat" till en ordentlig arbetslokal men gott om utrymmen för att både arbete och förvar av material och produkter. Han har även efterhand expanderat sina materiella och maskinerier till moderna arbetsredskap.

Magdalena har också en sömnadsateljé på gården. Hon utför både klädsömnad och reparations sömnad. Hon har ibland med lite färdiga produkter som hon säljer på marknaderna.

Produkter kan man köpa direkt från smedjan eller på marknader. De deltar i marknader i deras närmiljö och reser runt i Finland för att delta medeltids och vikingatids marknader.

På marknaderna brukar ässjan vara varm och Rolf smider på plats och Magdalena står för försäljningen. Rolf står huvudsakligen för produktionen av produkter, främst smidesprodukter som han smider i sin välutrustade smedja.

Magdalena står i huvudsak för det administrativa och hon ser till att det finns produkter i de handelsbodas de har samarbete med, främst under lågsäsongen. Magdalena producerar även textilprodukter som de även säljer.

Västergårdshantverk har samarbete med flera olika handelsbodas runtom Svenskfinland i 4 olika kommuner året om. Under sommarmånaderna har de även samarbete med lokala gästhamnar runtom Åbolands skärgård. Största motgången med dessa samarbeten är att det är långa avstånd mellan alla olika handelsbodas och att hinna producera nya produkter.

4.1 Företagets logo

Västergårds Hantverk hade en självdesignad logo från tidigare (se figur 3) dock är den i svart och vit. Detta gav inte mycket i grafisk väg men när jag diskuterade med kunden om vad de brukar använda så fick jag till svar att medeltida färger och såna med grön, brun, silver grå och svart nyans är något som de försöker fånga i sina bilder.



Figur 3: Logo

5 Grunden till en bra webbsida

Först och främst när man skapar en webbsida så skall man ha tydliga mål. I det här faller är målet att kunderna skall kunna se hurdana produkter det finns i sortimentet, en webbsida som är lätt att använda, användar vänlig för mobiler, surfplattor och datorer och så skall kunderna kunna följa med deras kalender och se var Västergårds Hantverk kommer att befinna sig.

Snygg och enkel sid navigering men även så skall det vara lätt för besökarna att navigera på webbsidan sen hjälper det även med SEO. En nyckelregel är att hemsidan inte skall vara mera än 2 klickningar bort. (Saran, 2022)

I Finland fanns det 4.83 miljoner smartphoneanvändare år 2021. (Smartphones i nordiska länder - Intressanta fakta och statistik, u.å.) Idagens läge så har alla en dator i sin ficka och 60% av användarna föredrar att använda telefonen för att kolla upp en webbsida.

Även innehållet och designen på webbsidan är viktigt. Som tidigare nämnt skall den vara lätt att navigera, stilren och den skall se professionell ut. Webbsidan hemsida skall vara runt 2 klickar bort och rätt information skall finnas på rätt plats. (Saran, 2022)

5.1 Sökmotor

När du skriver in ett ord i Google så får du upp tusentals hemsidor med relevant information till ordet, detta är SMO, koppla rätt sökord med rätt hemsidan. (Ledford, 2007, sid. 1)

Detta har inte alltid funnits, innan SMO systemet kom var det ett system som hette FTP (File Transfer Protocol) vilket var hemsidor som man kunde ladda upp eller ner filer. Men för att hitta rätt fil i denna stora kollektion var mycket tidskrävande. (Ledford, 2007, sid. 3)

På 90-talet var det en studerande på McGill University of Montreal som tyckte att det borde finnas ett lättare sätt. Alan Emtage han som skapade det första sökverktyget Archie. Archie i sig var inte en sökmotor, Archie laddade ner katalogförteckningar på alla filer från olika FTP sidor. Som i sin tur laddades upp i en sökbar databas. (Ledford, 2007, sid. 4)

Mark McCahill en annan studerande på Universitetet av Minnesota kom på idén att om man kan söka på filer på internet så kan man även söka på brödtext eftersom det inte fanns ett sådan program så skapade han Gopher.

Efter att Gopher kom så hade man en början på sökmotorer och det har bara utvecklats där efter. (Ledford, 2007, sid. 5)

Sökmotor optimering betyder att ens webbsida skall hamna så högt uppe som möjligt på Google när man gör en sökning med relevant nyckelord eller produkter i ens företag, som i sin tur kan leda till nya kunder. Nyckelord är det som identifierar Google sökningen med webbsidan, det gäller att ha rätt nyckelord för webbsidan. Man vill åstadkomma så mycket populära och effektiva nyckelord som möjligt. (Ledford, 2007)

Det är vissa saker man skall tänka på när man optimerar en webbsida så att sökmotorn har lättare att hitta. Detta kan vara optimerade bilder med textförklaring. Med optimerade bilder menar jag att dom skall ha hög resolution, klar bild, men även inte för stora filer så att de drar ner på webbsidans prestanda. Nyckelord är en klar sak man skall tänka på. Nyckelorden skall vara så specifika som möjligt för ens kundgrupp. Google nyckelord's planerare är ett ypperligt verktyg för det här. Här hittar man all sorts statistik på nyckelord. Här gäller det att hitta relevanta nyckelord med hög månatlig sökning och låg konkurrensanvändning. (*On-Page vs. Off-Page SEO (Complete Guide)*, 2022)

5.2 Sitemap

En sitemap är en fil där man ger information om sidan till Google till exempel videon, bilder eller andra filer. En sitemap kommunicerar med Google och berättar vilka filer som är viktiga och ger värdefull information. (What Is a Sitemap | Google Search Central, u.å). Informationen som Google får så kommuniceras vidare till den som söker i Google på liknande som finns på webbsida. En sitemap specificerar informationen på till exempel en video, hur lång den är, dens, rating och till och med vilka åldrar videon är lämplig för, denna information kopplas till sökmotorerna i webbläsarna. (Build and Submit a Sitemap, Google Search Central, u.å).

När man gör en sitemap är det ganska enkelt, det finns i stort sätt 3 delar till en sitemap. Första delen är att veta vilket format, med format menas vilken typ av kanal webbsidan har. Sitemapen skall vara i samma kanalform som webbsidan. Till exempel du kan inte skicka ett meddelande i whatsapp och personen som du skickar till läser det i någon annan kanal. (Build and Submit a Sitemap | Google Search Central|, u.å.)

Följande steg är att laga en sitemap vilket man kan göra manuellt men detta kräver kunskap, eller så kan man göra det automatiskt till exempel via olika online verktyg eller via CMS i dethär fallet WordPress.

Efter att man gjort en sitemap antingen manuellt eller via ett verktyg så måste man föra in den till Google så att sitemapen kommer ti kännedom. Man kan göra detta på flera olika sätt, man kan föra in den i själva koden på webbsidans sitemap fil eller lägga en kod till webbsidans URL, koden markerar URL för Google. Dessa två alternativ är komplicerade för såna utan bakgrund (A., 2022).

Vanligaste sättet och det simplaste är att använda sig av sitemap reports verktyg som Google erbjuder. Med verktyget kopplar man sin fungerade sitemap direkt till Google, verktyget meddelar även om det skulle vara problem eller andra störningar. (Manage Your Sitemaps Using the Sitemaps Report - Search Console Help, u.å.)

En sitemap skall bara föras in i Googles system när den antingen är ny eller uppdateras, det hjälper inte att införa den flera gånger för att man tror att den skall kommunicera bättre, vilket fallet inte är.

6 Webb sidan upplägg

I header kommer det finnas en meny som man kan navigera med som tar en till respektive område. Bakgrunds information om företag, vem de är, var de är. Information om evenemang som de kommer medverka i. Bildgalleri på produkter av deras sortiment, samt genomförda projekt. Footer befinner sig i slutet på sidan och kommer även innehålla kontaktuppgifter såsom epost, adress, telefonnummer och information om deras sociala medier som Instagram och Facebook. Det finns även ett formulär som man kan fylla i om man vill kontakta dem direkt med en fråga eller tanke. Formuläret skickar ett mejl till företagets email. Webb sidans design och stil kommer att vara en onepage, motivering till detta är att det skall vara lätt och smidigt att navigera sig fram till de olika delarna. Allt visuellt material på webbsidan kommer att vara kundens egna bilder och videon eller vad de fått tillgång till från andra källor som kunden haft att göra med.

Karta för hur webbsidan kommer att se ut. (Se figur 4)



Figur 4: Webb sidans upplägg

7 Webbstan

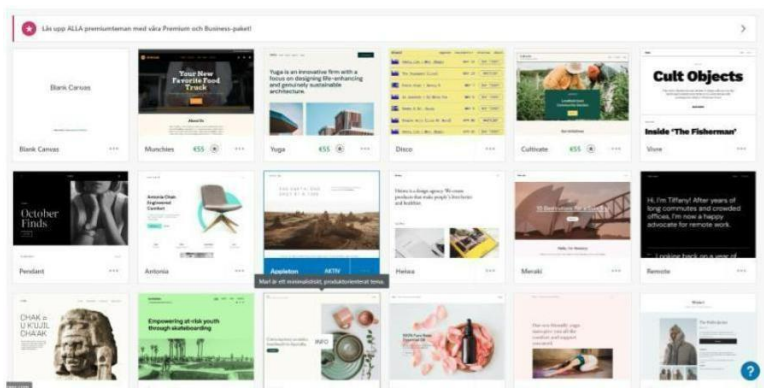
När man skapar en webbsida så måste man skaffa sig en domän. Domänen är en internetadress som kopplar sig till webbsidan när man söker på respektive domän.

Jag började med att reservera en gratis domän på WordPress. Eftersom kundens budget inte räckte till en egen domän så registrerades en gratis version med WordPress i namnet och domänen är följande, Vastergards.wordpress.com (se figur 5). Denna kommer att bytas vid köp av betalplan eller köp av en domän till exempel, vastergardshantverk.com. Domänen kan kunden antingen köpa via ett webbhotell eller Google, eller via WordPress med en betalplan.



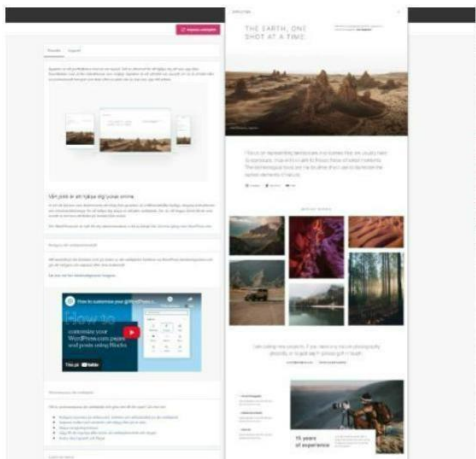
Figur 5: Domän

Följande steg i processen var att välja ett tema som grund för webbsidan, man kan även börja från noll och bygga allt på egen hand. WordPress erbjuder flera hundratals olika gratis teman (se figur 6) som man kan anpassa till webbsidan. Alla har olika funktioner och upplägg, olika mängd block. Blocken kan man plocka bort och lägga till hur som helst men skönt med en grund och bygga på den. Det finns även teman med inbyggda funktioner som till exempel kontaktformulär i footern eller sociala media knappar i headern dessa kan även plockas bort och in i efterhand.



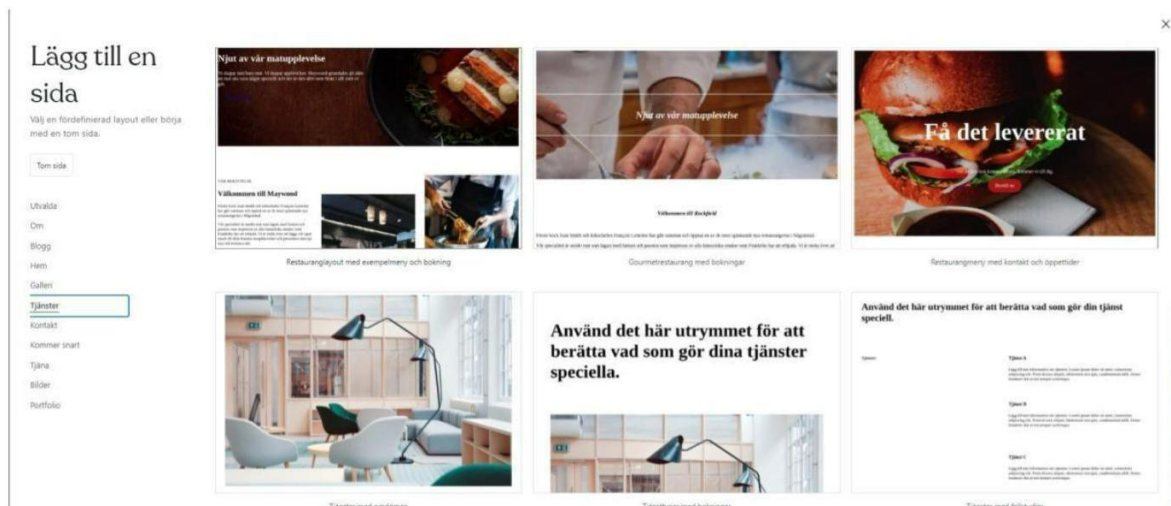
Figur 6: Tema på WordPress

Men det valda temat som passade in på den webbsidan som kunden är ute efter, heter Appleton (se figur 7) som hade en bra bas med de saker vi sökte efter. En enkel header, olika stycken med i detta fall bilder som mallen visar. Använde i stort sett ingenting annat än upplägget på temat.



Figur 7: Appleton Info

Nu till uppbyggnaden av webbsidan. I detta fall så kommer webbsidan att bli en Onepage. Kort förklarat så är allt på en sida och man blir inte omdirigerad till andra under-sektioner. Efter att man skapat en ny sida kan man välja att starta från noll men jag valde ett botten för en restaurang (se figur 8). Varför jag valde första mallen i figuren nedan var för att den hade en struktur som matchar det jag sökte. Dock så tog jag bort allt innehåll och höll basstrukturen det vill säga Så höll jag alla block. Detta innebar att jag kunde fritt redigera allt innehåll som att ladda upp företagets bilder valfria texttrutor med mycket mera.



Figur 8: Sid mallar

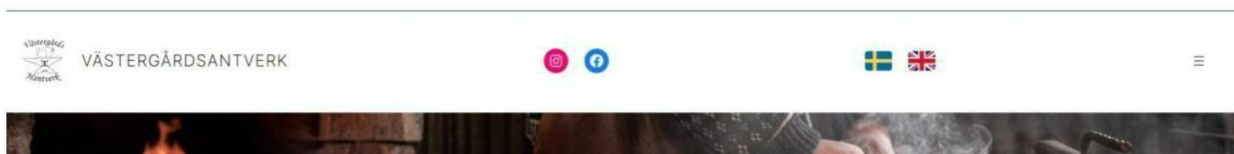
Innan jag började med själva designen och implementering av funktioner så raderade jag alla block med deras innehåll, och skapade 5 stycken nya med en huvudrubrik per block som skall finnas på webbsidan det vill säga, Om oss, smidesprodukter, textilprodukter, kalender och kontakta oss. Detta var för att delvis kunna koppla menyn och se att allt fungerar men även för att ha en struktur på arbetet.

Jag började med att bygga på headern (se figur 9) fån den mall som fanns. Lade till företagets logo och namn i vänstra hörnet. Västergårds Hantverk har även en funktion som logon om man klickar på någondera så kommer man till startsidan.

Därefter lade jag till Instagram och Facebook knappar som vid klick för besökaren till Västergårds Hantverks sociala medier beroende på vilken man klickat på.

Följande viktiga del i headern är val av språk, webbsidan är automatiskt på Svenska eftersom det är huvudspråket men man kan även läsa den på Engelska vid tryck på den Brittiska flaggan. Och samma sak om man är på den Engelska versionen och vill läsa den på Svenska så klickar man på den Svenska flaggan.

Under headern så lade jag in en bild för att få ett litet mellanrum mellan det första stycket och headern. Detta för att den skall bli stilrenare och en personligare känsla.



Figur 9: Header

Det sista som jag infogade i header är en meny som utvidgas när man klickar på den (se figur 10). Menyn har flera stycken olika underrubriker som är kopplade till olika stycken på webbsidan som vid ett klick i menyn blir man direkt omdirigerad till respektive plats på webbsidan. Om oss, Smides Produkter, Textil Produkter, Kalender och kontakta oss.



Figur 10: Meny

Efter att jag fått headern klar och efter mycket prövande att alla knappar fungerade och tog besökaren till rätt plats så började jag med att bygga upp efter mina satta huvudrubriker.

Om oss blocket av webbsidan är det första besökaren kommer till utöver headern. Här står en välkomnande text och en informativ beskrivning om företaget och ägarna. Bildgalleriet (se figur 11) är direkt sammanslutet med företagets Instagram kanal och är implementerad i webbsidan som ett flöde. Detta betyder att när företaget lägger upp nya inlägg på Instagram så uppdateras galleriet på webbsidan automatiskt med det senaste.

Välkommen till Västergårds Hantverk

"Man får prata med smeden"

Med inriktning på traditionellt smide av bruksföremål och prydnader.

2017 startade idén med Västergårds Hantverk, 2020 bestämde vi oss att köra igång. Smedjan är belägen i Korpo i Åboland skärgård. Produkter kan man köpa direkt från smedjan eller på marknader. Vi deltar i marknader i vår närmiljö och vissa medeltida/vikinga marknader.

På marknaderna brukar jag smida och sambon min står för försäljningen. Sambon min Magdalena är sömmeriska och har sin syateljé i huset bredvid smedjan.



Figur 11: Om oss

Smidesprodukt delen av webbsidan innehåller ett bildgalleri (se figur 12) på 3x4 bilder, Detta galleri kan man öka eller minska beroende på hur många av sina produkter man vill visa här.

Detta var inte så mycket tekniskt jag förde in en radbrytare, den grå linjen som syns i figur 8. Ett bildgalleri som jag förde in produktbilder som jag fått av kunden, men innan jag laddade upp dem till webbsidan så optimerade jag dem genom TinyPNG, som minskade bildernas storlek. Varför jag gjorde detta så kommer fram senare i arbetet.

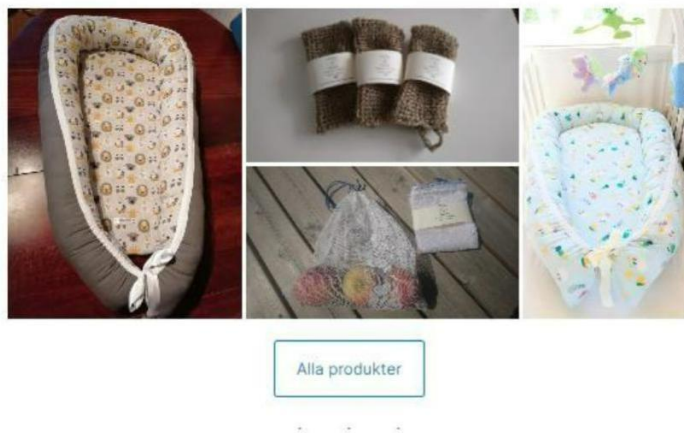


Figur 12: Smidesprodukter

Textilprodukternas block så gjorde jag samma som med föregående block. Förde in ett bildgalleri med i det här fallet 4 bilder eftersom textilverksamheten inte är det huvudsakliga. Här var det samma process som gällde innan införande av bilder så skall de optimeras via TinyPNG. Men den delen som kommer extra här är att jag lade till en knapp

(se figur 13) “Alla produkter “. Vid klick på knappen så kommer man till ett bildbibliotek med alla deras produkter och projekt.

Textilprodukter



Figur 13: Textilprodukter

Företagets kalender som man finner på webbsidan (se figur 14) är kopplad till företagets kalender. Vilket betyder att när företaget bokar in en marknad så kommer den även till webbsidan på de datum som valts. Kalendern fanns som en funktion som WordPress erbjuder, dock så är den inte så vacker men den är enkel och lätt att använda.

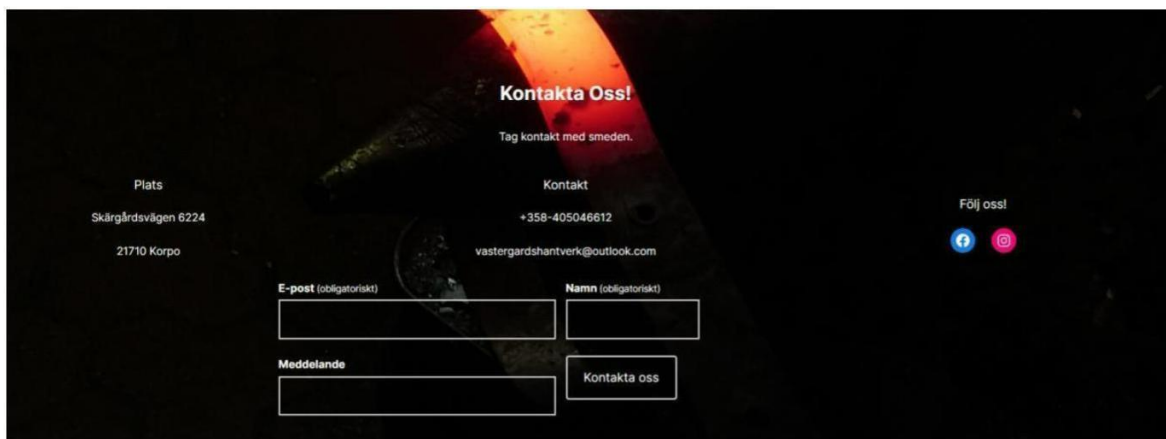


Figur 14: Kalender

Sista blocket och slutet på webbsidan så ligger footern (se figur 15). I första versionen som jag presenterade kunden så fanns inte kontaktformuläret, detta tillkom och slutade med att jag lagade om hela footern. Bilden är rörlig, vilket betyder att när man rullar nedåt på webbsidan så följer bilden med och får ett sorts eget liv.

Det finns 3 olika delar som är implementerade i footern, det första är deras kontaktuppgifter det vill säga, adressen längst till vänster, telefonnummer och e-post adressen i mitten. Längst till höger är det samma funktion på Instagram och Facebook knapparna, det vill säga att vid klick så blir besökaren kopplad till respektive social media.

Den sista delen i footern är ett kontaktformulär som man fyller i. Avsändarens e-post, namn och ett kort meddelande, efter att alla fält är ifyllda så tycker besökaren på kontakta oss så skickas ett e-post till Västergårds Hantverks företags e-post.



Figur 15: Footer

Slutligen så efter att webbsidan hade sin grund så var det att gå igenom del för del och testa att alla olika funktioner och knappar fungerade. Det var ofta som en liten del bytte plats och jag måste lista ut var det gick fel och hur man skulle rätta till det.

Det var även i detta skede när webbsidan fungerade som den skulle så började jag med att översätta den. Översättnings delen var lätt att implementera kopierade i princip hela grunden till webbsidan och lagade ett nytt lager som jag kopplade till den Brittiska flaggan. Så vid klick på den så kommer man till samma webbsida men en annat botten.

8 WordPress

WordPress det enklaste och populäraste sättet för att skapa din egen blogg eller webbsida. Över 43 % av webbsidorna på Google är gjorda med WordPress. WordPress är ett content management system med öppen källkod licensierad med GPLv2. Detta betyder att vem som helst kan ändra eller använda WordPress konstadsfritt. Content management system gör det lättare att hantera aspekter i ens webbsida utan att ha kunskap i programmering. (*Democratize Publishing*, u.å.)

WordPress har 4 olika betalplaner med tillgång till olika funktioner. Med en prislapp mellan 4€/ månad för den förmånligaste och paketet med allt för 45€/ månad. I det mest begränsade paketet så kommer det några funktioner till, men dom viktigaste för Västergårds Hantverk skulle vara ett webbhotell, gratis domän i ett år och tar bort wordpress.com i domänen och så får man även tillgång till tillägg. Med tillägg menas SMO appar som söker tekniska delar och funktioner på webbsidan, mera information om tillägg kommer senare i arbetet.

Men det paketet jag skulle rekommendera är följande i prisnivå som ligger på det dubbla men en ändå rimlig summa på 8€ / månad. Man får tillgång till samma funktioner men även tillgång till webbsidans kod och Google analytics. Med åtgång kan man införa funktioner som tillägg gör och optimera webbsidan ytterligare.

8.1 Tillägg

Tillägg är i korthet små appar som man kan lägga till sin webbsida på WordPress. Dessa tillägg gör olika saker kan vara allt från en design funktioner till en verklig funktion som att införa spotify spellistor.

Tilläggena är bra för dem som saknar kunskap om kodning och apparna är enkla snabba lösningar på de flesta problem. Nackdelen med tilläggena är att de kan försvinna från WordPress, det vill säga de kan försvinna från din webbsida och då måste man hitta ett nytt tillägg som har samma funktion som man är ute efter.

Tilläggena finns i många olika varianter, det finns gratis och billiga som dyra. Fördelen med de som kostar är att de som upprätthåller tilläggen får en inkomst och detta motiverar att fortsätta med att uppdatera och hålla dem kvar på WordPress.

8.2 Tilläggslista

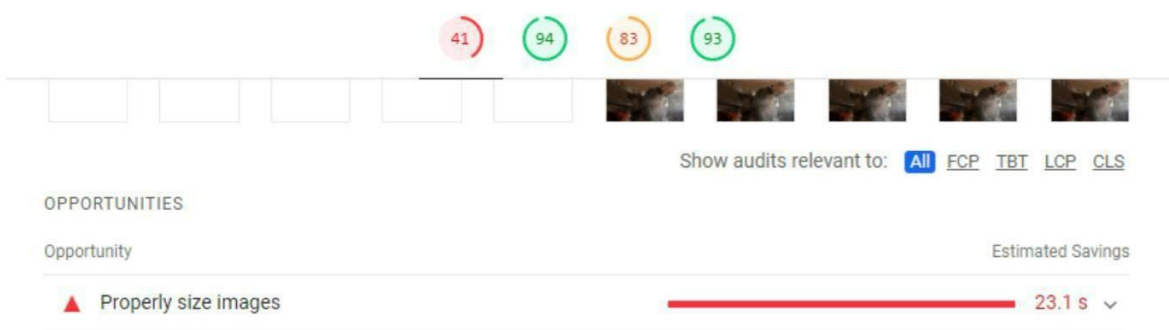
Lista med rekommendationer på tillägg till kunden och deras funktioner.

□ All in one SEO	Smart automatisk SMO
□ Sticky header	Headern följer med när man scollar
□ GTranslate	Översätter webbsidan till olika språk
□ The Events Calendar	Snyggare kalender
□ Contact Us	Snyggare formulär, bifoga bilagor

8.3 Prestanda

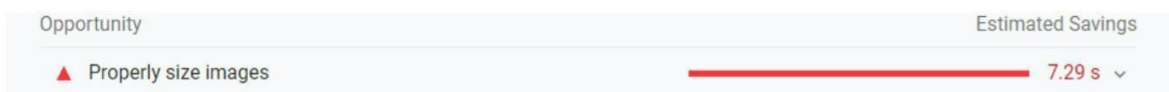
Första prestandatestet efter att webbsidan var lanserad visade att jag inte hade optimerade bilder. Detta innebar att det tog 23,1 s längre att ladda webbsidan än vad den skulle göra med optimerade bilder. Man kan lösa problemet med ooptimerade bilder relativt enkelt, det finns två sätt man kan göra det på. Första alternativet är att man komprimerar bilderna via antingen ett tillägg i WordPress, eller så kan man komprimera dem delvist manuellt genom att föra in bilderna i ett program som editerar dem. Jag använde mig av TinyPNG som är ett gratisprogram som minskar storleken på bilderna så att när webbsidan laddar ner informationen från servern så tar det kortare tid för att det är mindre data som skall hämtas.

Ett annat alternativ är att man manuellt ställer in storleken på bilderna det vill säga att man anger hur många pixlar bilden skall vara till exempel 1024x1024 pixlar detta klassas som en stor bild. Man kan ange olika värden men det fungerar som x gånger y (A., 2022). Efter att jag optimerat bilder och sociala medier inlägg på webbsidan så fick jag ner tiden för att förhandsladda webbsidan från 23,1s till 7,29s (se figurer 16 & 17). Detta är en bra minskning men den skulle kunna vara ännu större. Men med de tillgångar jag har i dagsläget är detta nästan omöjligt det finns tillägg som sköter det lilla sista men då måste webbsidan gå via ett



betalprogram.

Figur 16: Test av webbsida 1



Figur 17: Test 2

9 Kundinläring

Kunden kommer till att börja med få en väldigt enkel inläring där jag visar hur man kan byta bilder till exempel om någon produkt blir inaktuell eller dylikt. Hur kunden kan lägga till beskrivningar på produkterna. Och hur kunden kan lägga till nya produkter eller kategorisera dem. Jag kommer även finnas privat som stöd för kunden efter att arbetet är slutfört.

Jag kommer även att berätta om olika betalplaner som man kan aktivera, där man även får tillgång till en massa tilläggs appar som förbättrar prestandan, tillgängligheten, och det visuella på webbsidan, så att kunden är medveten att det finns mycket mera än denna ytliga webbsida. Men det var dela av motiveringen så att de lätt själva skall kunna lära sig att uppdatera webbsidan till en början.

Kunden kommer även få tillgång till de olika optimeringar som jag tagit fram men inte kan införa på grund av att det är en gratis version som man inte har tillgång till koden. De kommer få en sitemap som de kan införa i senare skede om det blir aktuellt, en SMO plan som jag tagit fram med relevanta sökord, som kommer att måsta uppdateras men det finns en grund.

Kunden kommer även få en grundlig skolning i hur de skall gå till väga när de uppdaterar webbsidan vad de skall tänka på hur de kan optimera nya bilder så att sidan hålls optimerad.

10 Avslutande diskussion

Målsättning med detta examensarbete var att bygga upp en webbsida för kunden som de i fortsättningen kan använda och upprätthålla på egen bekostnad och med egen kunskap. Kundens kunskap baserar sig i början på det som jag lärt dem, så som hur man redigerar, lägger till eller tar bort olika delar på webbsidan, laddar upp nya bilder eller ersätter existerande.

Till planen hörde också att implementera SMO, men efter en budgetminskning så finns det inte kapital till Google Ads eller en betald plan på WordPress där var man kan implementera till exempel nyckelord eller en sitemap.

Första prestandatestet efter att webbsidan var publicerad gav ett gott resultat, förutom att bilderna inte var optimerade. Det tog hela 23,1 s extra på grund av ooptimerade bilder, med ett resultat på 41 / 100. Efter att jag optimerat bilderna via TinyPNG så tappade vi hela 16 sekunder och ligger nu nere på runt 7 sekunder för att ladda webbsidan, detta är inte det bästa men en bra förbättring.

Jag byggde upp webbsidan eftersom kunden saknar kunskaper inom datateknik och inte har den bakgrund som många andra har av webbsidor, sociala medier, internet osv. Ett kriterium var att kunden på egen hand ska kunna uppdatera och upprätthålla webbsidan, utan att behöva lägga mycket extra tid på att lära sig. Jag kommer finnas som stöd för dem och hjälpa och lära dem tills de själva anser att de vill ta över uppdateringarna själva. Webbsidan är lätt att navigera i, lätt att upprätthålla och uppdatera och den uppfyller alla de krav som kunden har ställt. Jag föreslog att kunden i ett senare skede ska anlita en professionell fotograf för att ta bilder till sitt galleri, eller att man investerar i en kamera och till exempel går en kurs i fotografering.

11 Källförteckning

About. (u.å.). *web.dev*. Hämtat från <https://web.dev/about/>

A., H. (2022). *How to Optimize Images for WordPress*. Hämtat från

<https://www.hostinger.com/tutorials/optimize-images-wordpress/>

Airaksinen, T. (u.å.). *Toiminnallinen opinnäytetyö tekstinä*. Hämtat från

<https://www.slideshare.net/TiinaMarjatta/toiminnallinen-opinnytyö-tekstin>

Google. (u.å.). *Manage your sitemaps using the Sitemaps report - Search Console Help*.

Hämtat från <https://support.google.com/webmasters/answer/7451001>

Google Developers. (u.å.). *What Is a Sitemap | Google Search Central | Documentation |*.

Hämtad från <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemaps/overview>

Google Developers. (u.å.). *Build and Submit a Sitemap | Google Search Central |*

Documentation |. Hämtat från <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemaps/build-sitemap>

Ledford, J. L. (2007). *SEO Search Engine Optimization Bible*. Wiley Publishing.

On-Page vs. Off-Page SEO. (2022, Juli 7). *Website Guides, Tips & Knowledge*. Hämtat

från <https://www.dreamhost.com/blog/on-page-off-page-seo/>

Saran, D. (2022). *14 Essential Elements Of A Good Website In 2022 - Axis Web Art*.

Hämtat från <https://www.axiswebart.com/blog/14-top-essential-elements-for-successful-business-website/>

Smartphones i nordiska länder - Intressanta fakta och statistik. (u.å.). *Smartphones i*

Finland 2021. Hämtat från <https://www.mytrendyphone.se/shop/cms-smartphones-nordiska-lander-statistik.html>

TinyPNG. (u.å.). *Compress WebP, PNG and JPEG images intelligently*. Hämtat från

<https://tinypng.com/>

WordPress. (2022). *About Us*. Hämtat från <https://wordpress.com/about/>

XML Sitemaps Generator. (u.å.). *Create your Google Sitemap Online*. Hämtat från

<https://www.xml-sitemaps.com/>