

Projektiranje i razvoj web sjedišta za promociju teretane

Dolovčak, Lovro

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:759515>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-06**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 919/MM/2024

Projektiranje i razvoj web sjedišta za promociju teretane

Lovro Dolovčak, 0336051780

Varaždin, rujan 2024. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za multimediju

Završni rad br. 919/MM/2024

Projektiranje i razvoj web sjedišta za promociju teretane

Student

Lovro Dolovčak, 0336051780

Mentor

doc. dr. sc. Marko Čačić

Varaždin, rujan 2024. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	Prijeđiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena		
PRISTUPNIK	Lovro Dolovčak	ŠKOLIŠNI BROJ	0336051780
DATUM	28.2.2024.	KODIŠNI	Web dizajn
NASLOV RADA	Projektiranje i razvoj web sjedišta za promociju teretane		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Design and development of a website for gym promotion		

MENTOR	dr. sc. Marko Čačić	ZVANJE	Docent
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Anja Zorko, pred. - predsjednica		
	2. doc. dr. sc. Marko Čačić - mentor		
	3. dr. sc. Snježana Ivančić Valenko, v. pred. - članica		
	4. dr. sc. Jelena Vlašić, pred. - zamjenska članica		
	5.		

Zadatak završnog rada

BR	919/MM/2024
OPIS	<p>Cilj ovog završnog rada je detaljno prikazati proces izrade modernog web sjedišta za promociju uslužne djelatnosti, na primjeru teretane. U radu je potrebno objasniti načela dobrog web dizajna, definirati responzivni web dizajn te objasniti pojmove dizajn korisničkog sučelja i dizajn korisničkog iskustva. Također, potrebno je objasniti alate koji će se koristiti u praktičnom dijelu rada - WordPress CMS i plugin Elementor. Proces praktične realizacije predmetnog web sjedišta potrebno je detaljno prikazati te u konačnici analizirati učinkovitost, odnosno uspješnost izvedenog rješenja.</p> <ul style="list-style-type: none">- Definirati pojmove: web stranica, responzivni web dizajn, dizajn korisničkog sučelja i dizajn korisničkog iskustva- Definirati načela dobrog web dizajna- Identificirati ključne čimbenike uspješnog web sjedišta u kontekstu fitness industrije- Opisati relevantne funkcionalnosti platforme WordPress CMS i plugina Elementor- Detaljno prikazati postupak praktične realizacije predmetnog web sjedišta te analizirati izvedeno rješenje- Izvesti zaključak rada

ZADATAK URUČEN

11. 03. 2024.



M. Čačić

Predgovor

Ovaj završni rad detaljno prikazuje proces izrade modernog web sjedišta za promociju uslužne djelatnosti, na primjeru teretane Mega Gym. Završni rad je izrađen uz mentorstvo doc. dr. sc. Marka Čačića, na Sveučilištu Sjever, u okviru prijediplomskog stručnog studija Multimedija, oblikovanje i primjena.

Glavna svrha ove web stranice je omogućiti korisnicima detaljan pregled ponude usluga teretane, uključujući opise programa, kao i informacije o članstvu i trenerima. Stranica je osmišljena kako bi pružila jednostavno, intuitivno i vizualno privlačno korisničko iskustvo, prilagođeno potrebama modernih korisnika koji traže brzi pristup informacijama.

Tijekom izrade ovog digitalnog proizvoda, primijenjena su znanja i vještine stečene tijekom školovanja, s posebnim naglaskom na web dizajn, razvoj i optimizaciju za različite uređaje. Projekt je dodatno produbio moje razumijevanje web tehnologija i potvrdio moj interes za rad u području web dizajna i razvoja.

Proces izrade web sjedišta uključivao je intenzivnu suradnju s klijentom, kako bi se precizno definirale njegove želje i zahtjevi u pogledu dizajna, funkcionalnosti i korisničkog iskustva. Cilj je bio stvoriti modernu i funkcionalnu web stranicu koja će korisnicima omogućiti lakši pristup informacijama i uslugama teretane, te istovremeno pomoći klijentu u promociji i poslovanju.

Zahvaljujem se mom mentoru, doc. dr. sc. Marku Čačiću, na nesebičnoj podršci i stručnim savjetima tijekom izrade ovog rada. Također, hvala obitelji i prijateljima na njihovoj stalnoj podršci i ohrabrenju.

Ovaj projekt je rezultat predanog rada i suradnje, te predstavlja kulminaciju stečenih znanja i vještina tijekom studija. Nadam se da će ova web stranica ispuniti očekivanja klijenta i korisnika, te doprinijeti uspjehu teretane Mega Gym.

Sažetak

Ovaj završni rad prikazuje proces razvoja web stranice za teretanu Mega Gym, s ciljem stvaranja modernog i funkcionalnog web sjedišta koje omogućava korisnicima pristup informacijama o uslugama teretane, članstvu, obavijestima o radnom vremenu i ostalim bitnim informacijama.

Stranica je dizajnirana kako bi korisnicima pružila jednostavno i intuitivno iskustvo pretraživanja i pristupa ključnim informacijama. Kroz suradnju s klijentom definirane su specifične želje i zahtjevi vezani za dizajn i funkcionalnost stranice, s naglaskom na prilagodbu različitim uređajima i osiguranje optimalnog korisničkog iskustva

Tijekom projekta korištena su znanja stečena tijekom prijediplomskog stručnog studija Multimedije, oblikovanja i primjene na Sveučilištu Sjever, posebno u području web dizajna, razvoja i optimizacije stranica. Rezultat projekta je moderna, vizualno atraktivna i funkcionalna web stranica koja ispunjava sve postavljene ciljeve, te omogućava jednostavan pristup informacijama i uslugama teretane.

Ključne riječi: web stranica, teretana, Mega Gym, web dizajn, korisničko iskustvo.

Summary

This final paper presents the process of developing a website for the gym Mega Gym, with the goal of creating a modern and functional web platform that provides users with access to information about the gym's services, memberships, opening hours, and other essential details.

The website is designed to offer users a simple and intuitive experience when browsing and accessing key information. Through collaboration with the client, specific design and functionality requirements were defined, with an emphasis on adaptability to different devices and ensuring an optimal user experience.

Throughout the project, knowledge acquired during the undergraduate professional study of Multimedia, Design, and Application at the University North was utilized, particularly in the areas of web design, development, and page optimization. The result of the project is a modern, visually appealing, and functional website that meets all set goals, providing easy access to the gym's information and services.

Keywords: website, gym, Mega Gym, web design, user experience.

Popis korištenih kratica

UX - Korisničko iskustvo (eng. User Experience - UX)

UI - Korisničko sučelje (eng. User Interface)

CMS - Sustav za upravljanje sadržajem (eng. Content Management System)

HTML - Jezik za izradu i oblikovanje web stranica (eng. HyperText Markup Language)

CSS - Kaskadni stilovi (eng. Cascading Style Sheets)

PHP - Hypertext Preprocessor (prije Personal Home Page Tools)

SEO - Optimizacija za tražilice (eng. Search Engine Optimization)

URL - Uniformni resursni lokator (eng. Uniform Resource Locator)

CTA – Poziv na akciju (eng. Call To Action)

WHM – Upravitelj web hostinga (eng. WebHost Manager)

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Uvod u web dizajn i korisnička sučelja.....	3
2.1.	<i>Povijest i evolucija web dizajna.....</i>	<i>3</i>
2.2.	<i>Načela dobrog web dizajna.....</i>	<i>3</i>
2.3.	<i>Tipografija u web dizajnu.....</i>	<i>3</i>
2.4.	<i>Prilagodljiv dizajn (Responsive Web Design).....</i>	<i>4</i>
3.	Korisnička sučelja i korisničko iskustvo (UX/UI).....	5
3.1.	<i>Osnove UX dizajna.....</i>	<i>5</i>
3.2.	<i>Proces dizajniranja korisničkog iskustva.....</i>	<i>5</i>
3.3.	<i>Elementi korisničkog sučelja.....</i>	<i>5</i>
3.4.	<i>Testiranje korisničkog iskustva.....</i>	<i>6</i>
4.	Tehnološke osnove izrade web stranica (WordPress).....	7
4.1.	<i>Osnovni koncepti WordPresa.....</i>	<i>7</i>
4.2.	<i>Elementor i Elementor Pro.....</i>	<i>7</i>
4.3.	<i>Pluginovi i njihove funkcionalnosti.....</i>	<i>8</i>
4.4.	<i>Implementacija dizajna.....</i>	<i>9</i>
5.	Analiza online prisutnosti.....	10
5.1.	<i>Analiza u kontekstu web stranica.....</i>	<i>10</i>
5.2.	<i>Trenutna digitalna prisutnost Mega Gyma.....</i>	<i>10</i>
5.3.	<i>Zaključak analize.....</i>	<i>11</i>
6.	Značajke web stranice.....	12
6.1.	<i>Struktura web stranice.....</i>	<i>12</i>
6.2.	<i>Paleta boja.....</i>	<i>13</i>
6.3.	<i>Tipografija.....</i>	<i>13</i>
7.	Razvoj i dizajn.....	15
7.1.	<i>Uvod u proces izrade.....</i>	<i>15</i>
7.2.	<i>Kupnja domene.....</i>	<i>15</i>
7.3.	<i>Kreiranje hosting paketa.....</i>	<i>15</i>

7.4.	<i>Instalacija WordPressa</i>	16
7.5.	<i>Odabir teme</i>	17
7.6.	<i>Kreiranje headera i footera</i>	18
7.7.	<i>Podешavanje globalnih postavki</i>	19
7.7.1.	Globalne boje.....	19
7.7.2.	Globalna tipografija.....	20
7.8.	<i>Dizajn stranica</i>	21
7.8.1.	Naslovna stranica.....	21
7.8.2.	Stranica O nama.....	26
7.8.3.	Galerija.....	26
7.8.4.	Cjenik.....	27
7.8.5.	Kontakt.....	28
7.9.	<i>Responzivnost web stranice</i>	29
8.	Analiza rezultata	30
8.1.	<i>Korisničko iskustvo i dizajn</i>	30
8.2.	<i>Funkcionalnost i performanse</i>	30
8.3.	<i>Digitalna prisutnost i angažman korisnika</i>	30
8.4.	<i>Zaključak analize</i>	31
9.	Zaključak	32
10.	Literatura	33
11.	Popis slika	35

Uvod

Razvoj web stranica postao je ključan aspekt poslovanja u digitalnom dobu, gdje su dostupnost informacija i korisničko iskustvo postali glavni faktori uspjeha. S obzirom na rastuću potrebu za prisutnošću u *online* prostoru, posebno u industrijama poput *fitnessa*, teretane se sve više okreću digitalnim rješenjima kako bi unaprijedile svoje poslovanje i pružile korisnicima jednostavan pristup informacijama i uslugama. U tom kontekstu, ovaj završni rad bavi se razvojem web stranice za teretanu Mega Gym, s ciljem stvaranja modernog i funkcionalnog web sjedišta koje će zadovoljiti potrebe i očekivanja korisnika.

Problem i predmet rada leže u identificiranju i rješavanju izazova s kojima se suočavaju teretane prilikom prilagodbe svojih usluga digitalnom okruženju. Problem se konkretno odnosi na nedostatak integriranih rješenja koja omogućuju učinkovito pružanje informacija o radnom vremenu, članstvu i ostalim ključnim obavijestima, što može dovesti do slabije komunikacije s postojećim i potencijalnim korisnicima. Predmet ovog rada je razvoj web stranice koja će te informacije učiniti lako dostupnima, uz osiguravanje optimalnog korisničkog iskustva na različitim uređajima.

Svrha i ciljevi rada usmjereni su na stvaranje web stranice koja će omogućiti jednostavan i intuitivan pristup informacijama o teretani Mega Gym. Glavni cilj je izrada funkcionalnog i vizualno privlačnog web sjedišta koje će korisnicima pružiti jasno strukturirane informacije o radnom vremenu, uslugama, članstvu, te ostalim relevantnim obavijestima. Dodatni cilj je optimizirati stranicu za različite platforme i uređaje kako bi se osigurala dostupnost i korisničko zadovoljstvo, što će doprinijeti boljoj komunikaciji između teretane i njenih korisnika.

Razlog za izradu web stranice teretane Mega Gym posebno je važan s obzirom na činjenicu da je to jedina teretana u okolici Krapine, te većina ljudi iz tog područja koristi upravo nju. Stvaranjem kvalitetnog *online* prisustva, teretana može još bolje doprijeti do postojećih i potencijalnih korisnika, pružajući im sve potrebne informacije na jednom mjestu i time dodatno unaprijediti poslovanje.

U strukturi rada, ovaj završni rad podijeljen je u nekoliko ključnih cjelina. Nakon uvoda, slijedi pregled teorijskih osnova koje obuhvaćaju ključne aspekte web dizajna i razvoja s posebnim naglaskom na korisničko iskustvo (UX). U idućem dijelu obrađuje se proces razvoja web stranice Mega Gym, od inicijalnog planiranja do finalne implementacije, uključujući suradnju s klijentom i prilagodbu dizajna specifičnim zahtjevima. Završni dio posvećen je analizi rezultata projekta, gdje se evaluira uspješnost stranice u ispunjavanju postavljenih ciljeva. Rad završava zaključkom u kojem se sumiraju postignuti rezultati i razmatraju mogućnosti daljnjeg razvoja.

U izradi rada korišteni su razni izvori podataka, uključujući literaturu iz područja web dizajna i razvoja, relevantne članke i istraživanja vezana uz korisničko iskustvo, te konkretne smjernice dobivene od klijenta tijekom faze planiranja. Podaci su prikupljeni analizom postojećih web rješenja u *fitness* industriji, razgovore s klijentom, te testiranja prototipa s korisnicima kako bi se osigurala kvaliteta i funkcionalnost konačnog proizvoda.

Kroz ovaj završni rad namjerava se pokazati kako pravilno razvijena web stranica može značajno unaprijediti komunikaciju i interakciju između teretane i njenih korisnika, čime se poboljšava korisničko iskustvo i potiče poslovni rast.

2. Uvod u web dizajn i korisnička sučelja

2.1. Povijest i evolucija web dizajna

Web dizajn se razvijao usporedno s tehnologijama koje su omogućile širenje interneta. Početci web dizajna sežu u rane 1990-e godine, kada su prve web stranice bile jednostavne i tekstualne, s ograničenim mogućnostima stilizacije. Uvođenjem HTML-a (*HyperText Markup Language*) i CSS-a (*Cascading Style Sheets*) omogućena je veća kontrola nad izgledom stranica, čime je web dizajn postao ključna komponenta razvoja interneta. [1]

S vremenom, web dizajn se razvijao u smjeru sve većeg fokusiranja na korisničko iskustvo. Pojava novih tehnologija, kao što su *JavaScript* i razne biblioteke poput *jQuery*, omogućila je dinamičnije i interaktivnije web stranice. Danas su moderni web dizajn i razvoj fokusirani na pristupačnost, prilagodljivost i korisničko iskustvo, što omogućava da stranice budu funkcionalne i atraktivne na svim uređajima. [2]

2.2. Načela dobrog web dizajna

Dobar web dizajn temelji se na nekoliko ključnih načela koja osiguravaju da stranica bude ne samo estetski privlačna, nego i funkcionalna. Neka od tih načela uključuju:

- **Jednostavnost:** Stranice bi trebale biti jednostavne za navigaciju, bez previše složenih elemenata koji mogu zbuniti korisnike. Korisnici bi trebali lako pronaći informacije koje traže. [3]
- **Konzistentnost:** Dizajn bi trebao biti konzistentan kroz cijelu stranicu, s istim stilovima, bojama i tipografijom na svim stranicama. To pomaže u stvaranju prepoznatljivog vizualnog identiteta. [3]
- **Pristupačnost:** Web stranice trebale bi biti pristupačne svim korisnicima, uključujući osobe s invaliditetom. To uključuje upotrebu alternativnih tekstova za slike, dobro strukturiranog HTML-a, i mogućnost navigacije putem tipkovnice. [3]

2.3. Tipografija u web dizajnu

Tipografija igra važnu ulogu u web dizajnu jer utječe na čitljivost, vizualni dojam i ukupno korisničko iskustvo. Izbor fonta, veličina slova, razmak između redova i slova ključni su za

stvaranje ugodnog čitanja na ekranu. Dobro odabrana tipografija ne samo da poboljšava estetski dojam stranice, nego i osigurava da sadržaj bude lako dostupan i razumljiv korisnicima. [4]

2.4. Prilagodljiv dizajn (*Responsive Web Design*)

Prilagodljiv dizajn je koncept u web dizajnu koji osigurava da stranice budu optimalno prikazane na različitim uređajima, bez obzira na veličinu ekrana. Prilagodljiv dizajn koristi CSS medijske upite kako bi prilagodio izgled stranice različitim veličinama ekrana. To uključuje promjenu veličine slika, reorganizaciju elemenata na stranici i promjenu veličine fontova, kako bi se osiguralo da stranica bude čitljiva i funkcionalna na svim uređajima, od pametnih telefona do desktop računala. [5]

3. Korisnička sučelja i korisničko iskustvo (UX/UI)

3.1. Osnove UX dizajna

UX (*User Experience*) dizajn fokusira se na ukupno iskustvo korisnika prilikom interakcije s web stranicom. To uključuje razumijevanje potreba i očekivanja korisnika, a zatim prilagodbu dizajna kako bi se zadovoljili ti zahtjevi. Proces UX dizajna obuhvaća nekoliko faza: istraživanje korisnika, definiranje problema, ideacija, prototipiranje i testiranje. [6]

Istraživanje korisnika je ključni prvi korak, gdje dizajneri koriste različite metode, poput intervju, anketa i analiza konkurencije, kako bi prikupili informacije o korisnicima i njihovim potrebama. Na temelju ovih informacija, stvaraju se korisničke persone - fiktivni prikazi korisnika koji pomažu u vođenju dizajnerskih odluka. [7]

3.2. Proces dizajniranja korisničkog iskustva

Proces dizajniranja korisničkog iskustva obuhvaća nekoliko važnih koraka. Ideacija uključuje generiranje ideja i rješenja za identificirane probleme korisnika. Ovaj korak često uključuje *brainstorming* sesije i stvaranje *wireframeova*, koji su osnovni skice dizajna stranica. [8] Prototipiranje omogućava stvaranje vizualnih prikaza dizajna koji mogu biti testirani i evaluirani prije konačne implementacije. [9]

Nakon što su prototipovi razvijeni, slijedi testiranje korisničkog iskustva, koje uključuje testiranje prototipova s pravim korisnicima kako bi se prikupile povratne informacije i identificirali mogući problemi. Ovi povratni podaci pomažu u refiniranju dizajna i osiguravaju da konačni proizvod zadovoljava potrebe korisnika.

3.3. Elementi korisničkog sučelja

UI (*User Interface*) se odnosi na konkretne vizualne elemente web stranice s kojima korisnici komuniciraju. To uključuje gumbе, izbornike, forme i druge interaktivne komponente. [10]

Ključni aspekti UI dizajna uključuju:

- Tipografija: Korištenje fontova koji su čitljivi i estetski ugodni. Pravilna upotreba veličine fonta, razmaka između slova i linija poboljšava čitljivost i korisničko iskustvo. [17]
- Boje: Odabir boja koje stvaraju dobar kontrast i omogućuju jasnu navigaciju. Boje također igraju važnu ulogu u stvaranju emocionalnog dojma i brenda. [17]

- Navigacija: Jasni i intuitivni navigacijski izbornici omogućavaju korisnicima brzo pronalaženje informacija. Dobar navigacijski dizajn olakšava korisnicima kretanje kroz stranicu. [17]

3.4. Testiranje korisničkog iskustva

Testiranje korisničkog iskustva je ključno za procjenu kako stvarni korisnici stupaju u interakciju s web stranicom. To je proces koji omogućuje dizajnerima i developerima da otkriju potencijalne probleme ili izazove koje korisnici mogu doživjeti tijekom korištenja stranice. Postoji nekoliko metoda testiranja, od kojih su najčešće A/B testiranje, testiranje korisničke upotrebljivosti i testiranje performansi. [11]

A/B testiranje uključuje stvaranje dviju ili više verzija određene stranice ili elementa na stranici te njihovo paralelno testiranje na stvarnim korisnicima. Ova metoda pomaže u razumijevanju koja verzija najbolje funkcionira u pogledu angažmana korisnika, što omogućuje donošenje informiranih odluka o dizajnu i sadržaju.

Testiranje korisničke upotrebljivosti fokusira se na analizu koliko je stranica intuitivna i jednostavna za korištenje. Kroz ovo testiranje, promatra se kako korisnici izvršavaju određene zadatke na stranici, identificirajući pritom potencijalne prepreke ili nejasnoće. Ovo je posebno važno za razumijevanje koliko lako korisnici mogu navigirati stranicom, pronaći potrebne informacije i izvršiti željene radnje, poput prijave za članstvo ili kontaktiranja teretane.

Testiranje performansi mjeri kako stranica funkcionira pod različitim uvjetima, kao što su brzina učitavanja, vrijeme odgovora na korisničke zahtjeve i stabilnost pod opterećenjem. Performanse stranice imaju izravan utjecaj na korisničko iskustvo; spore ili nestabilne stranice mogu frustrirati korisnike i povećati stopu napuštanja stranice.

Sve ove metode omogućuju prikupljanje vrijednih podataka koji pomažu u identifikaciji i ispravljanju problema u dizajnu, kao i u optimizaciji stranice za bolje korisničko iskustvo. Na primjer, ako A/B testiranje pokaže da određeni dizajn gumbića za prijavu dovodi do više konverzija, taj dizajn može biti implementiran kao standard. Slično, testiranje korisničke upotrebljivosti može otkriti složene navigacijske tokove koji korisnicima otežavaju korištenje stranice, omogućujući dizajnerima da pojednostave strukturu stranice. Na kraju, testiranje performansi osigurava da stranica radi brzo i učinkovito, čak i kada je pod velikim opterećenjem, što je ključno za održavanje pozitivnog korisničkog iskustva i zadovoljstva korisnika. [18]

4. Tehnološke osnove izrade web stranica (WordPress)

4.1. Osnovni koncepti WordPressa

WordPress je jedan od najpopularnijih sustava za upravljanje sadržajem (CMS) na svijetu. Omogućuje korisnicima lako stvaranje, upravljanje i ažuriranje web stranica bez potrebe za naprednim znanjem programiranja. Razvijen kao *open-source* platforma, WordPress nudi fleksibilnost i skalabilnost koja ga čini prikladnim za širok raspon web stranica, od osobnih blogova do složenih *e-commerce* rješenja. [12]

Osnovne karakteristike WordPressa uključuju:

- **Korisničko sučelje:** Intuitivno sučelje omogućava korisnicima da lako upravljaju sadržajem, dodaju nove stranice i postove, te prilagode izgled web stranice pomoću tema i dodataka.
- **Teme i dodaci:** WordPress omogućava korištenje tema za prilagodbu vizualnog izgleda stranice te dodataka (pluginova) za proširenje funkcionalnosti. Teme kontroliraju izgled i stil web stranice, dok dodaci omogućavaju dodavanje specifičnih funkcija, kao što su kontakt forme, galerije slika i SEO alati.
- **Prilagodljivost:** WordPress omogućava korisnicima da prilagode web stranicu prema svojim potrebama pomoću širokog spektra tema i dodataka. Ovaj nivo prilagodljivosti uključuje mogućnost prilagodbe HTML, CSS i PHP kodova.
- **SEO-friendly:** WordPress je dizajniran s naglaskom na optimizaciju za pretraživače. Postoje brojni pluginovi, kao što su Yoast SEO, koji pomažu u optimizaciji sadržaja za bolje rangiranje u pretraživačima.
- **Multijezičnost:** WordPress podržava više jezika i omogućava stvaranje višejezičnih web stranica pomoću dodataka kao što su WPML ili Polylang.

4.2. Elementor i Elementor Pro

Elementor je popularan *drag-and-drop builder* za WordPress koji omogućava korisnicima da lako kreiraju profesionalne web stranice bez potrebe za pisanjem koda. Elementor nudi vizualni

uređivač koji omogućava korisnicima da u stvarnom vremenu vide promjene dok rade na dizajnu stranice. [13]

Elementor Pro proširuje osnovnu verziju Elementora s dodatnim značajkama i funkcionalnostima, uključujući:

- Napredni widgeti: Pro verzija uključuje dodatne widgete poput dinamičkih oznaka, prilagođenih obrazaca i naprednih galerija). [19]
- Theme Builder: Ova funkcionalnost omogućava korisnicima da kreiraju i prilagode sve aspekte teme, uključujući zaglavlje, podnožje i predloške za pojedine stranice. [19]
- WooCommerce Builder: Omogućava prilagodbu *e-commerce* stranica i proizvoda unutar WordPressa. [19]

Prednosti korištenja Elementora uključuju:

- Brza izrada: *Drag-and-drop* sučelje omogućava brzu izradu i prilagodbu web stranica bez potrebe za kodiranjem. [19]
- Visoka fleksibilnost: Omogućava korisnicima da stvore jedinstvene dizajne s potpunom slobodom prilagodbe. [19]
- Korisnički orijentiran: Izrađuje se s fokusom na poboljšanje korisničkog iskustva i omogućuje testiranje dizajna u stvarnom vremenu. [19]

4.3. Pluginovi i njihove funkcionalnosti

Pluginovi su dodaci za WordPress koji omogućuju proširenje osnovne funkcionalnosti sustava. Postoji tisuće besplatnih i plaćenih pluginova dostupnih u WordPress repozitoriju i na tržištu. Neki od najčešće korištenih pluginova uključuju:

- Jetpack: Sveobuhvatan plugin koji nudi razne funkcionalnosti, uključujući poboljšanje sigurnosti, performansi i upravljanje sadržajem. Jetpack također uključuje analitiku, zaštitu od napada i alate za SEO.
- Akismet: Plugin koji pomaže u filtriranju neželjene pošte (*spam*) u komentarima i obrascima. Akismet automatski otkriva i blokira *spam* komentare, što pomaže u održavanju čistog i profesionalnog sadržaja na web stranici.

Izbor pravih pluginova za specifične potrebe web stranice može značajno poboljšati funkcionalnost i korisničko iskustvo. Važno je odabrati pluginove koji su redovito ažurirani i imaju dobru korisničku podršku.

4.4. Implementacija dizajna

Implementacija dizajna uključuje primjenu vizualnih i funkcionalnih elemenata dizajna na web stranicu koristeći WordPress i Elementor. Ovaj proces može obuhvatiti:

- Izrada predložaka stranica: Korištenjem Elementor Pro *Theme Builder*-a za dizajn predložaka za različite vrste stranica.
- Prilagodba dizajna: Primjena dizajnerskih elemenata, kao što su boje, tipografija i raspored elemenata, kako bi se osiguralo da web stranica odražava brend i estetske standarde.
- Testiranje i optimizacija: Testiranje funkcionalnosti stranice na različitim uređajima i preglednicima, te optimizacija performansi za poboljšanje brzine učitavanja i korisničkog iskustva.

5. Analiza online prisutnosti

5.1. Analiza u kontekstu web stranica

Analiza je ključni korak u procesu izrade web stranica, koji uključuje prikupljanje i evaluaciju podataka kako bi se razumjeli zahtjevi korisnika i ciljevi projekta. [14] Ova faza obuhvaća nekoliko ključnih komponenti:

- Analiza zahtjeva: Identifikacija i dokumentacija svih funkcionalnih i ne-funkcionalnih zahtjeva za web stranicu. Ovo uključuje potrebe korisnika, tehničke zahtjeve, i poslovne ciljeve. Cilj je osigurati da sve strane imaju jasno razumijevanje što se treba postići i koje značajke web stranica treba imati. [15]
- Analiza konkurencije: Istraživanje konkurentskih web stranica može pružiti uvid u industrijske standarde i najbolje prakse. Ova analiza pomaže u prepoznavanju snaga i slabosti konkurencije, što može informirati odluke o dizajnu i funkcionalnosti. [15]
- Analiza korisničkog iskustva (UX): Evaluacija trenutnog korisničkog iskustva i identifikacija područja koja treba poboljšati. Ovo uključuje analizu navigacije, intuitivnosti sučelja, brzine učitavanja i drugih faktora koji utječu na zadovoljstvo korisnika. [15]
- Analiza tehničkih specifikacija: Provjera tehničkih aspekata web stranice uključujući kompatibilnost preglednika, responzivnost dizajna i integraciju s drugim sustavima. [15]

5.2. Trenutna digitalna prisutnost Mega Gyma

Mega Gym je trenutno značajno prisutan na društvenim mrežama. Analizom prisutnosti na društvenim mrežama u trenutku pisanja rada, utvrđeno je sljedeće:

- Instagram: Mega Gym ima više od 1200 pratitelja na Instagramu. Objave su redovite i uključuju edukativne sadržaje koji su usmjereni na motivaciju korisnika, savjete za vježbanje i zdravlje. Profil aktivno raste, s angažiranim članovima koji redovito komuniciraju i sudjeluju u interakcijama. [16]
- Facebook: Na Facebook stranici Mega Gyma također je prisutno više od 1200 lajkova i pratitelja. Objave su redovite i uključuju sličan sadržaj kao na Instagramu, s fokusom na angažiranje zajednice i dijeljenje relevantnih informacija o uslugama teretane. Aktivni članovi interagiraju s objavama, što ukazuje na visoku razinu angažmana. [17]

Ova prisutnost na društvenim mrežama pokazuje da Mega Gym već posjeduje značajnu bazu sljedbenika i aktivno komunicira sa svojom publikom. Kontinuirano pružanje edukativnog i angažiranog sadržaja pomaže u održavanju i povećanju broja pratitelja te u jačanju online zajednice.

5.3. Zaključak analize

Analizom trenutne digitalne prisutnosti Mega Gyma, identificirane su ključne slabosti i prilike za poboljšanje. Glavni zaključci uključuju:

- Moderna web stranica: Iako je trenutna web stranica u izradi, važno je da se implementiraju napredne funkcionalnosti i moderan dizajn kako bi se poboljšalo korisničko iskustvo i funkcionalnost.
- Optimizacija za pretraživače: Poboljšanje SEO strategije može povećati vidljivost na pretraživačima i privući nove korisnike.
- Povećanje angažmana na društvenim mrežama: Kontinuirano objavljivanje edukativnog i angažirajućeg sadržaja na društvenim mrežama već donosi rezultate u vidu aktivne zajednice i rastuće baze pratitelja. Održavanje ove strategije može pomoći u daljnjem širenju prisutnosti i angažmana.

6. Značajke web stranice

6.1. Struktura web stranice

Struktura web stranice odnosi se na način na koji su informacije organizirane i predstavljene korisnicima. Dobro dizajnirana struktura omogućava korisnicima jednostavnu navigaciju i brzo pronalaženje željenih informacija. Za Mega Gym, struktura web stranice uključuje sljedeće ključne komponente:

- **Naslovna stranica:** Ova stranica treba privući pažnju i pružiti pregled najvažnijih informacija kao što su usluge teretane, specijalne ponude i najnovije vijesti. Uključuje istaknute slike i poziv na akciju (CTA) za privlačenje korisnika te objave s društvenih mreža na dnu stranice.
- **O nama:** Stranica koja pruža informacije o povijesti, misiji i viziji Mega Gyma te najbitnijim informacijama o teretani.
- **Galerija:** Stranica koja prikazuje slike vezane uz teretanu. Ova stranica omogućava posjetiteljima da vide unutarnje prostore, opremu i aktivnosti koje se odvijaju u teretani.
- **Cjenik:** Jasno prikazivanje cijena za različite usluge i članstva. Ova stranica treba biti jednostavna za razumijevanje i ažurirana redovito kako bi odražavala najnovije cijene i promocije.
- **Kontakt:** Stranica koja omogućava korisnicima da stupe u kontakt s teretanom putem različitih kanala, uključujući obrazac za kontakt, adresu e-pošte, telefonski broj i lokaciju na karti. Ovo je ključna stranica za korisnike koji traže dodatne informacije ili žele zakazati termin.

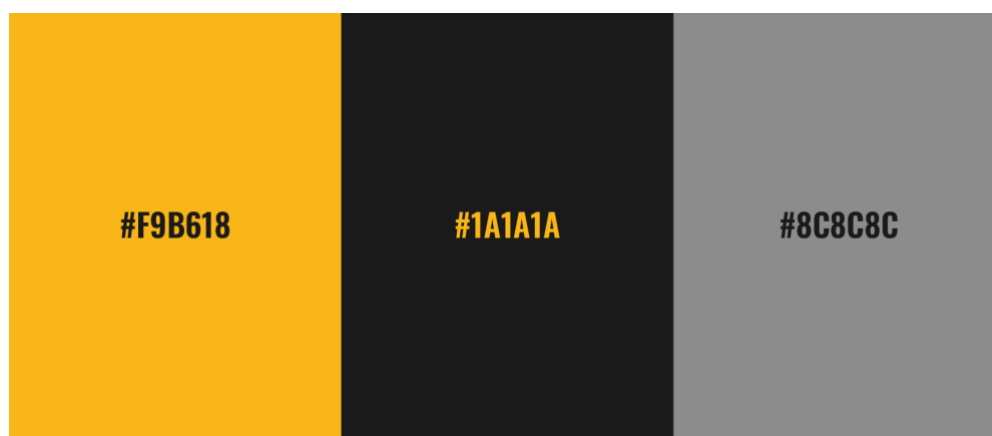


Slika 1. Struktura web stranice

6.2. Paleta boja

Paleta boja web stranice igra ključnu ulogu u oblikovanju vizualnog identiteta i u stvaranju osjećaja konzistentnosti i profesionalnosti. Za Mega Gym, odabrane boje su:

- Primarna boja: Tamno siva (#1A1A1A). Ova boja simbolizira snagu, pouzdanost i sofisticiranost, te stvara osjećaj profesionalnosti i ozbiljnosti.
- Sekundarna boja: Žuta (#F9B618). Ova boja dodaje element živahnosti i energije, te pomaže u isticanju važnih elemenata poput gumbi i promotivnih sadržaja. Žuta boja također može privući pažnju i potaknuti akciju korisnika.
- Boja teksta: Svijetlo siva (#8C8C8C). Ova boja koristi se za tekst kako bi osigurala dobru čitljivost na svjetloj i tamnoj pozadini. Također, svijetlo siva boja stvara kontrast s primarnom tamnom sivom, čineći tekst čitljivijim i estetski ugodnijim.

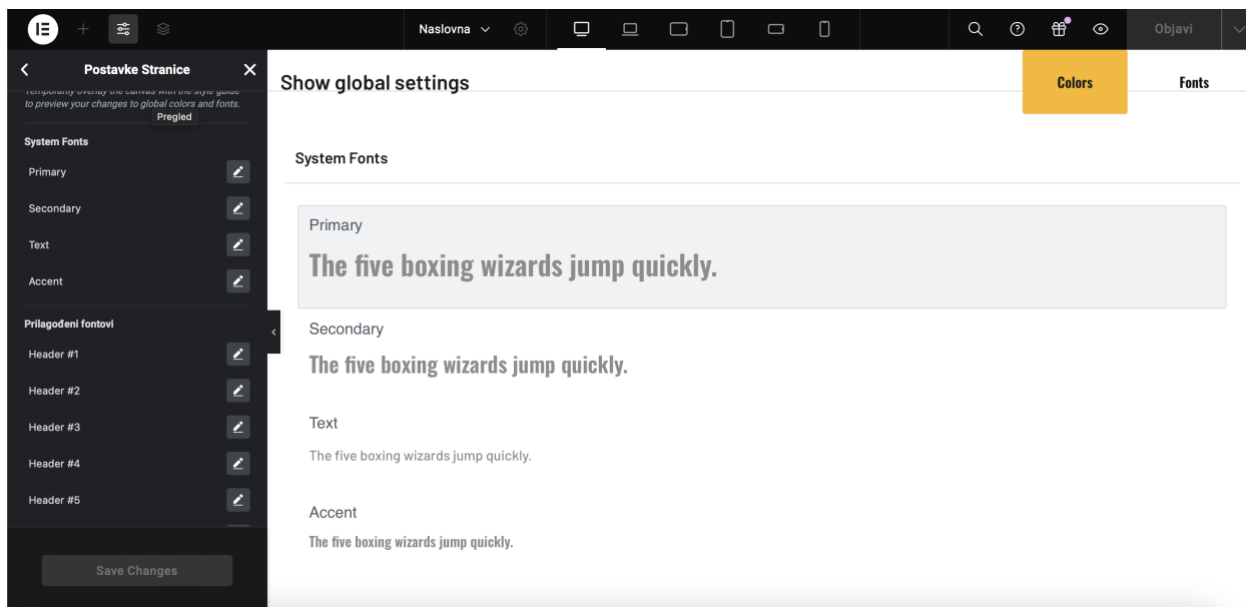


Slika 2. Paleta boja

6.3. Tipografija

Tipografija web stranice osigurava da tekst bude čitljiv i estetski privlačan. Za Mega Gym web stranicu odabrani su sljedeći fontovi:

- Oswald - sans-serif font koji se koristi za naslove i naglašene elemente. Njegov moderni i snažan izgled pomaže u stvaranju vizualnog kontrasta i privlači pažnju na ključne informacije.
- Barlow - sans-serif font koji se koristi za tekst tijela i podržavajuće informacije. Ovaj font nudi dobru čitljivost i udobnost pri dugom čitanju.



Slika 3. Fontovi stranice

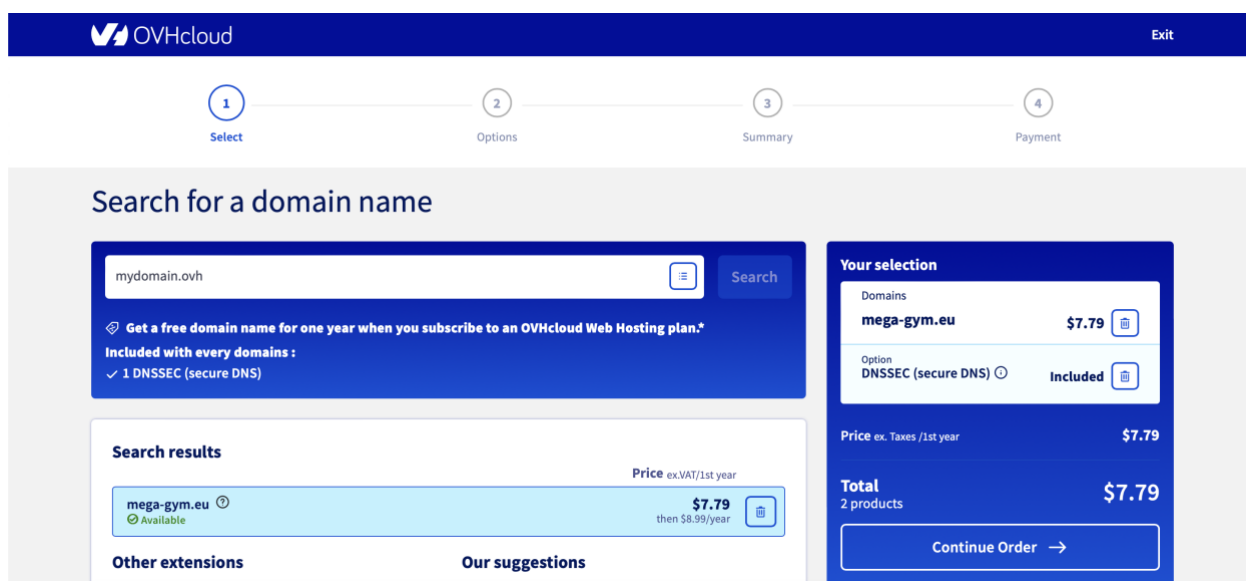
7. Razvoj i dizajn

7.1. Uvod u proces izrade

Proces izrade web stranice za Mega Gym započeo je s prvim kontaktom s klijentom i razumijevanjem njihovih potreba i ciljeva. Ovaj proces uključuje nekoliko ključnih koraka, uključujući analizu zahtjeva, prikupljanje sadržaja, dizajn i razvoj, te testiranje i implementaciju. Svaka faza je pažljivo planirana i provedena kako bi se osigurala kvaliteta i funkcionalnost krajnjeg proizvoda.

7.2. Kupnja domene

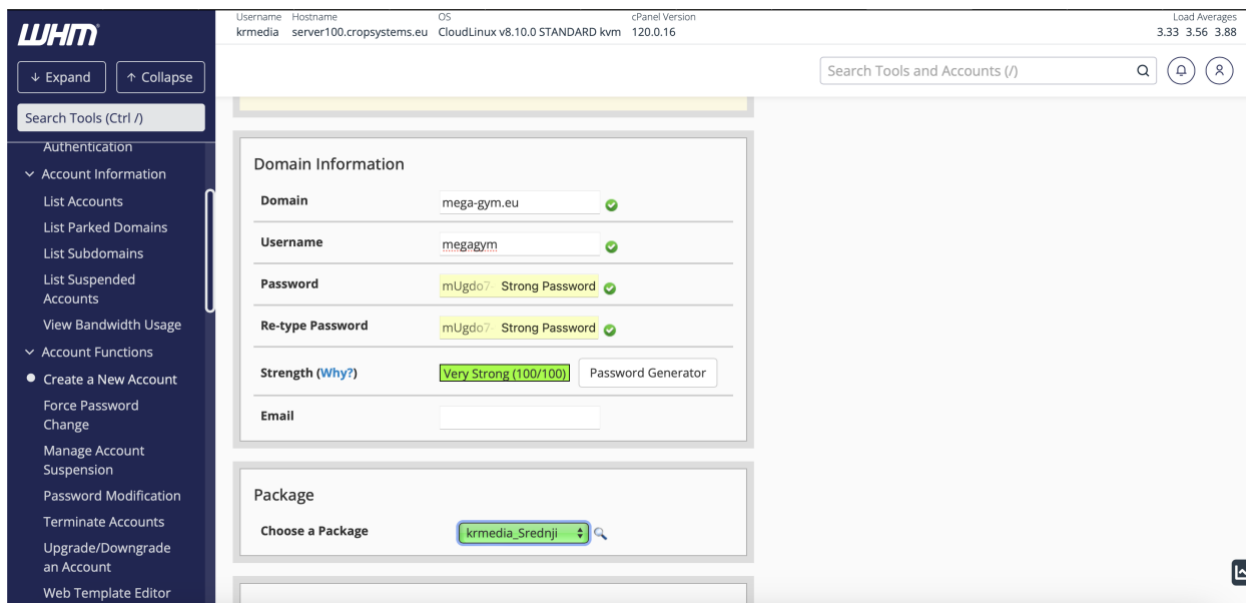
Kupnja domene je ključan korak u postavljanju web stranice jer domena služi kao jedinstvena adresa na internetu na kojoj će korisnici moći pronaći stranicu. Za Mega Gym, odabrana je .eu domena prema želji klijenta.



Slika 4. Kupnja domene (ovh.com)

7.3. Kreiranje hosting paketa

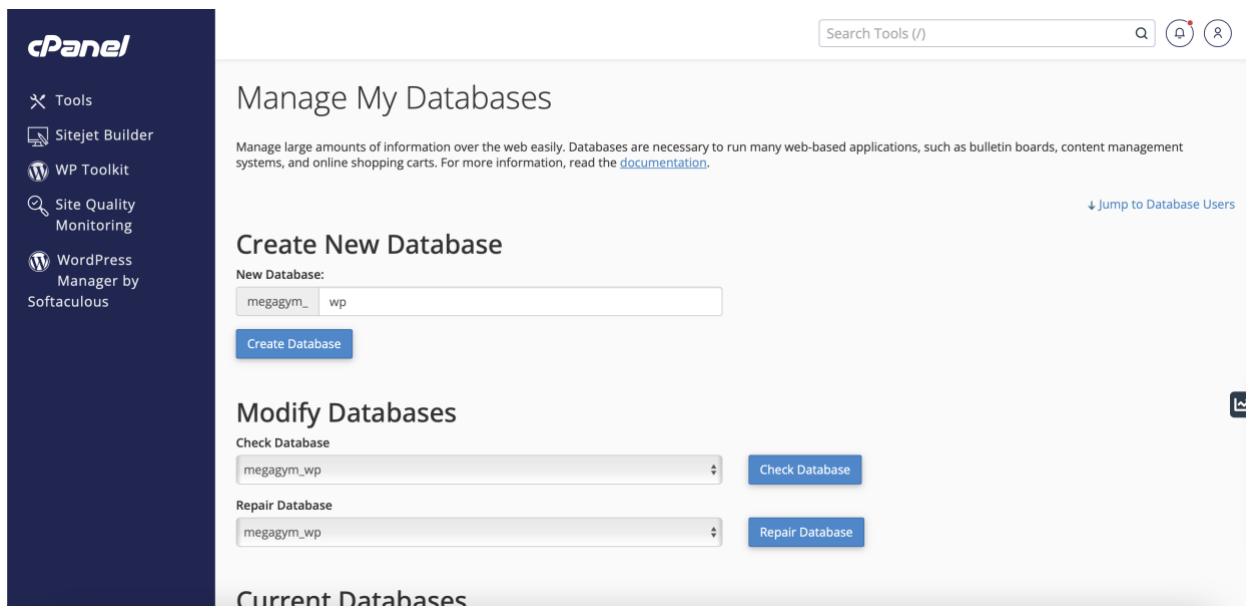
Nakon što je domena registrirana, sljedeći korak bio je kreiranje hosting paketa na WHM-u (*WebHost Manager*), koji će omogućiti pohranu i pristup web stranici na internetu. Hosting je ključan za funkcioniranje web stranice jer osigurava resurse kao što su prostor na disku, propusnost i server koji će služiti za učitavanje stranice korisnicima. Odabran je srednji paket, odnosno paket s 1gb prostora, dovoljno za potrebe stranice.



Slika 5. Kreiranje hosting paketa (server100.crossysteme.eu)

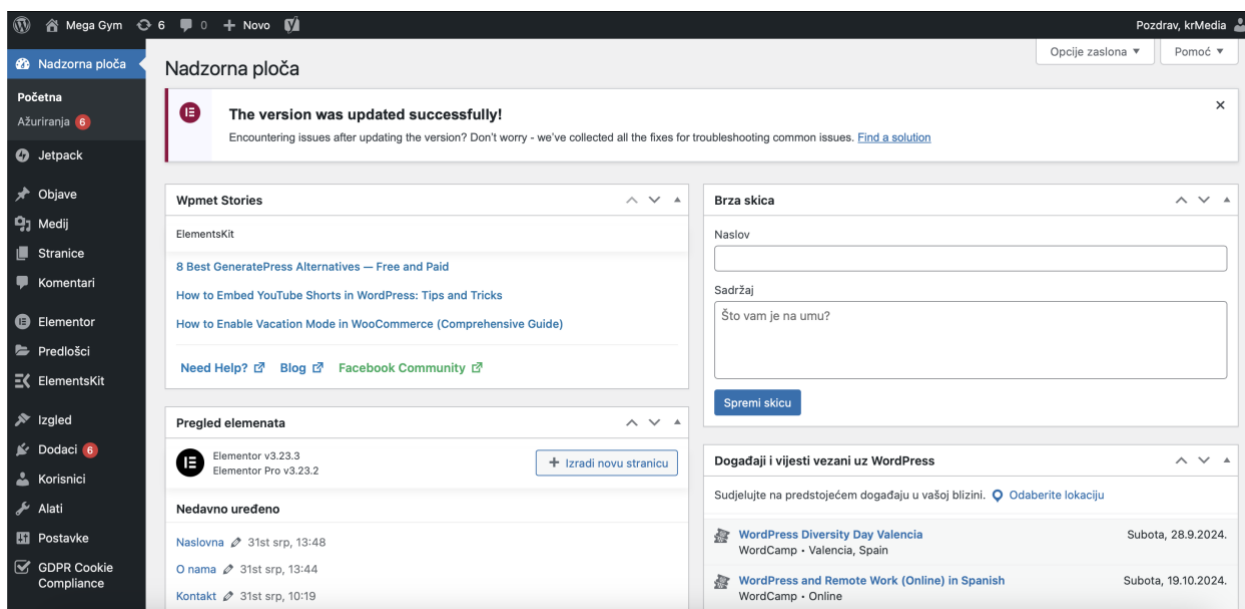
7.4. Instalacija WordPressa

Nakon što su domena i hosting uspješno povezani potrebno je skinuti WordPress instalaciju s njihovih službenih stranica te je prebaciti na server. Za instalaciju WordPressa potrebna je baza podataka pa je to bio prvi korak na cPanelu.



Slika 6. Kreiranje baze i usera (cPanel)

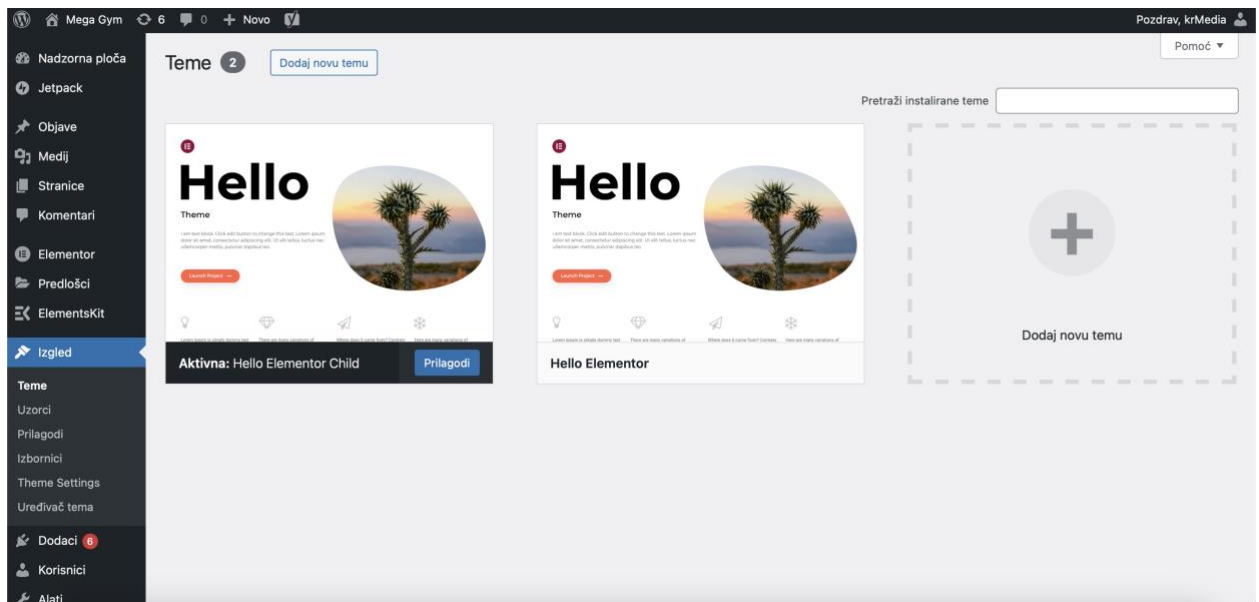
Nakon kreiranja baze podataka započeta je instalacija WordPressa. Za to nam je bilo potrebno ime baze podataka, korisnik baze i lozinka za korisnika, nakon što smo povezali WordPress i bazu podataka dolazimo na idući korak gdje bismo imenovali svoju stranicu te kreiramo administratorski račun. Kada smo i to završili možemo se logirati na našu stranicu sa korisničkim računom koji smo izradili u zadnjem koraku instalacije nakon čega nam se otvara Nadzorna ploča WordPressa.



Slika 7. Nadzorna ploča u WordPressu

7.5. Odabir teme

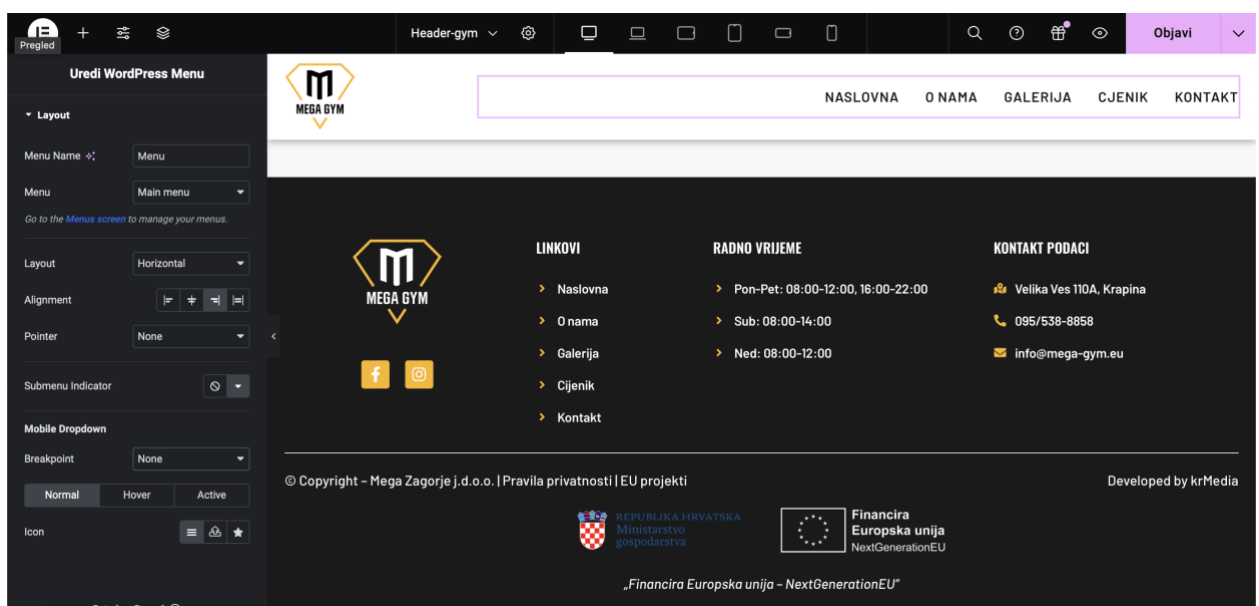
Zatim slijedi namještanje svih postavki koje su bile potrebne za daljnji rad na stranici te instaliranje teme po želji, u ovom slučaju teme *Hello Elementor* i kreiranje njezine *Child* teme da se može započeti izrada stranice. *Child* tema nam služi za izmjenu stranice pomoću koda te bi za takve promjene uvijek trebali koristiti izvedene teme zato što one prebrišu nova ažuriranja pa te promjene ostanu na stranici.



Slika 8. Stranica s instaliranim temama

7.6. Kreiranje *headera* i *footera*

Prilikom izrade web stranice, jedan od ključnih koraka je osigurati dosljedan izgled i navigaciju kroz sve stranice. Zbog toga je važno započeti proces dizajna kreiranjem *headera* (zaglavlja) i *footera* (podnožja), koji se automatski pojavljuju na svakoj stranici web stranice. Kreiranjem ovih elemenata u početnoj fazi omogućuje se da svi ostali dijelovi web stranice budu usklađeni s osnovnim vizualnim identitetom i funkcionalnostima.



Slika 9. Izrada dizajna *headera* i *footera*

Jedna od glavnih prednosti korištenja predložaka u Elementoru Pro je automatska primjena *headera* i *footera* na sve nove stranice koje se dodaju na web stranicu. To znači da nije potrebno ručno dodavati ove elemente na svaku stranicu, čime se značajno ubrzava proces izrade i smanjuje mogućnost grešaka ili nedosljednosti u dizajnu. Predloške je moguće iskoristiti i na mnoge druge načine, primjerice, ako trebamo *sidemenu* ili druge elemente koji se trebaju pojaviti na više stranica, jednostavno ih spremimo kao predložak i ponovno učitamo gdje god je to potrebno.

7.7. Podešavanje globalnih postavki

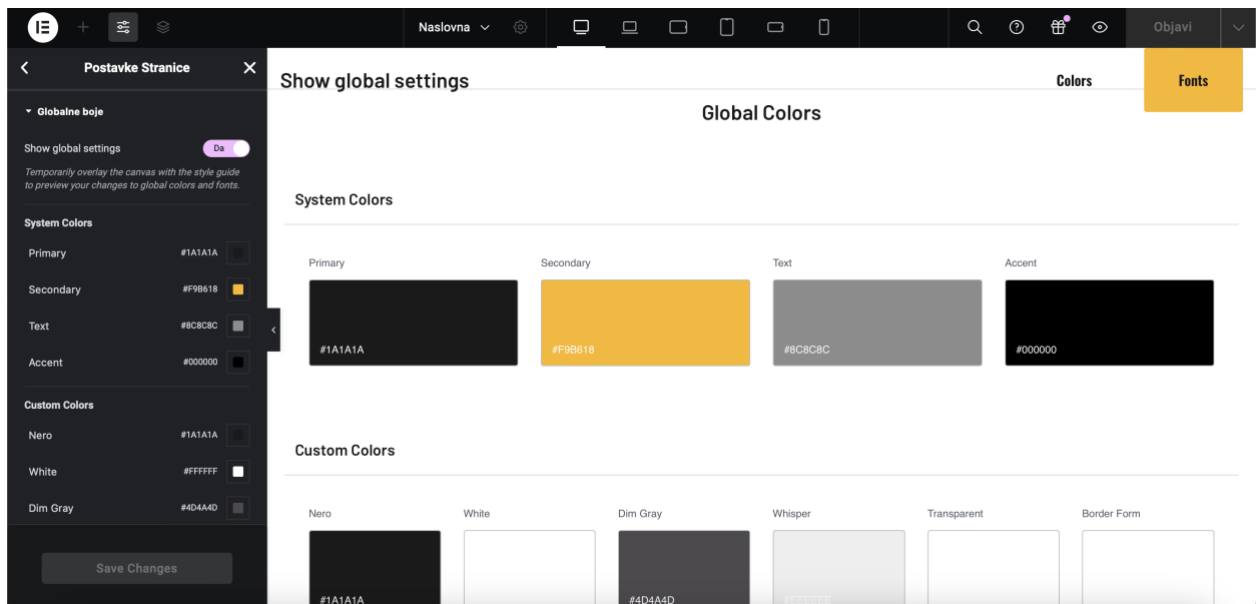
Kada se radi na izradi web stranice, dosljednost u dizajnu igra ključnu ulogu u osiguravanju profesionalnog izgleda i pozitivnog korisničkog iskustva. Elementor Pro omogućava postavljanje globalnih postavki koje se automatski primjenjuju na sve stranice i elemente web stranice. Globalne postavke omogućuju jednostavno upravljanje bojama, tipografijom i drugim vizualnim elementima na razini cijele web stranice, čime se značajno ubrzava proces dizajna.

7.7.1. Globalne boje

Jedan od prvih koraka u postavljanju globalnih postavki je definiranje globalne palete boja. U ovom slučaju, boje korištene na web stranici Mega Gyma temelje se na bojama iz logotipa:

- Primarna boja: #1A1A1A (tamna siva)
- Sekundarna boja: #F9B618 (žuta)
- Boja teksta: #8C8C8C (svijetlosiva)

Ove boje su unesene u globalne postavke Elementora, čime je omogućeno njihovo jednostavno korištenje u bilo kojem elementu ili predlošku na web stranici. Na ovaj način, svi tekstovi, gumbi, pozadine i drugi elementi koriste iste boje, što osigurava vizualnu dosljednost.



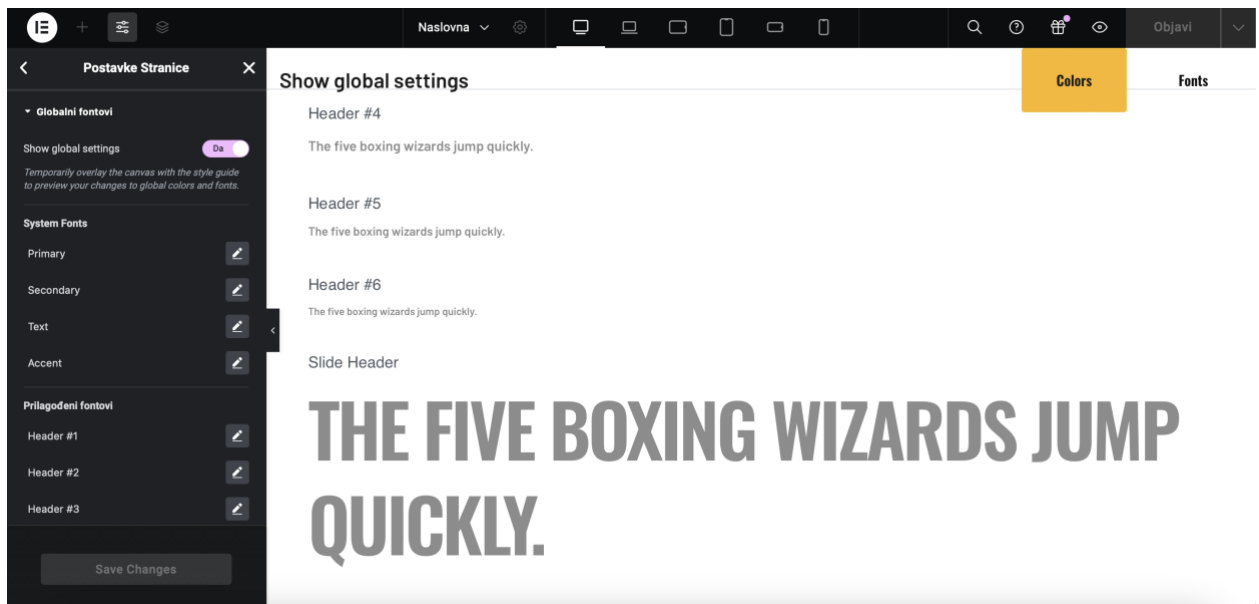
Slika 10. Globalne boje

7.7.2. Globalna tipografija

Uz boje, također je postavljena globalna tipografija kako bi se osigurala dosljednost u korištenju fontova na svim stranicama. Fontovi korišteni na web stranici Mega Gyma su:

- Oswald: Koristi se za naslove i naglašene tekstove. Ovaj font je odabran zbog svoje moderne i snažne estetike koja odgovara brendu Mega Gyma.
- Barlow: Koristi se za osnovni tekst i paragrafe. Barlow je jednostavan i čitljiv font koji osigurava lakoću čitanja na svim uređajima.

Ovi fontovi su postavljeni u globalnim postavkama tipografije, s definiranim veličinama, težinama i stilovima za različite razine naslova (H1, H2, H3, itd.) i tijelo teksta. Korištenje globalne tipografije omogućuje brze izmjene u fontovima i stilovima na cijeloj web stranici, bez potrebe za ručnim prilagođavanjem svakog pojedinog elementa.



Slika 11. Globalni fontovi

7.8. Dizajn stranica

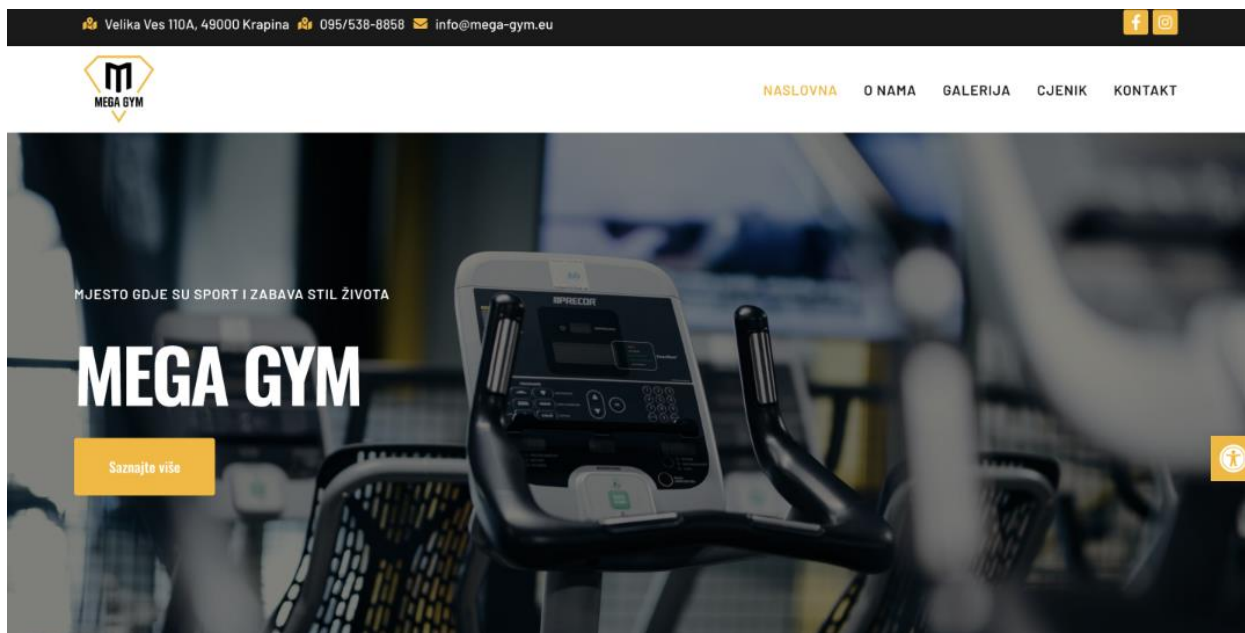
Krećemo s opisom procesa dizajna pojedinih stranica web stranice Mega Gyma. Ovdje ćemo opisati kako su ključne stranice poput naslovne, o nama, galerije, cjenika i kontakta dizajnirane i optimizirane kako bi pružile najbolje korisničko iskustvo.

7.8.1. Naslovna stranica

Naslovna stranica je najvažnija stranica web sjedišta, jer predstavlja prvi dojam koji posjetitelji dobivaju prilikom posjete web stranici. Dizajn ove stranice je fokusiran na jasan prikaz identiteta Mega Gyma, s naglaskom na vizualno privlačan izgled i intuitivnu navigaciju.

- **Hero sekcija:** Pri vrhu stranice nalazi se velika *hero* slika s motivima iz teretane, koja odmah privlači pažnju posjetitelja. U ovoj sekciji nalazi se i glavni slogan teretane koji komunicira ključnu poruku brenda.
- **Istaknuti sadržaj:** Naslovna stranica sadrži sekcije koje ističu glavne prednosti Mega Gyma, kao što su moderne sprave, raznoliki programi treninga, stručno osoblje te najvažnije - članarine. Svaka sekcija uključuje relevantne slike i kratke tekstualne opise.

- CTA gumbi: Na više mjesta na stranici nalaze se *Call to Action* (CTA) gumbi koji pozivaju posjetitelje na daljnju akciju, kao što su kontakt ili ućlanjenje u teretanu. Ovi gumbi koriste globalne boje i stilove kako bi bili vizualno istaknuti.



Slika 12. Hero sekcija

Odmah nakon *hero* sekcije, smještena je sekcija "O nama" koja posjetiteljima pruža uvid u povijest i ključne informacije o teretani. Uz fotografiju iz interijera teretane, nalazi se kratak tekst koji opisuje razvoj Mega Gyma od osnutka do danas, naglašavajući posvećenost kvaliteti usluge i zajednici te CTA gumb koji vodi na stranicu O nama.

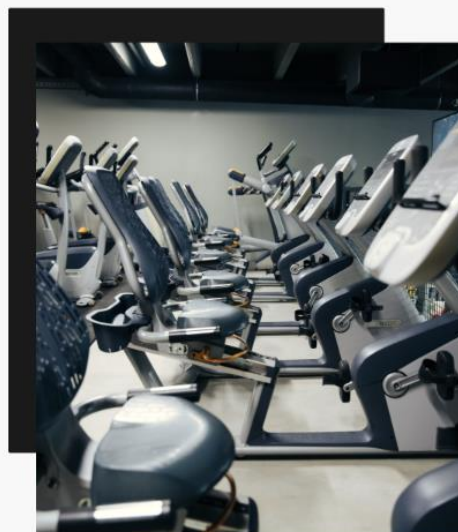
O NAMA

MEGA GYM

Smješteni na adresi Velika Ves 110a, naša teretana otvorila je svoja vrata 2018. godine s ciljem pružanja vrhunske usluge i opreme za sve ljubitelje fitnessa.


Naša teretana s više od 400 m², opremljena je najnovijim spravama za vježbanje koje zadovoljavaju sve vaše fitness potrebe. Bilo da ste početnik ili iskusni vježbač, Mega Gym ima sve što vam treba za postizanje vaših fitness ciljeva.

Saznajte više



Slika 13. Sekcija O nama

Nakon sekcije "O nama", slijedi sekcija "Zašto trenirati kod nas", koja se ističe žutom pozadinom i fotografijom. U ovoj sekciji istaknuto je zašto je Mega Gym pravi izbor za vašu fitness rutinu. Ispod teksta prikazane su ključne brojke koje ilustriraju snagu Mega Gyma: broj aktivnih članova, sveukupan broj članova, broj trenera i broj sprava dostupnih za trening.



ZAŠTO TRENIRATI KOD NAS?

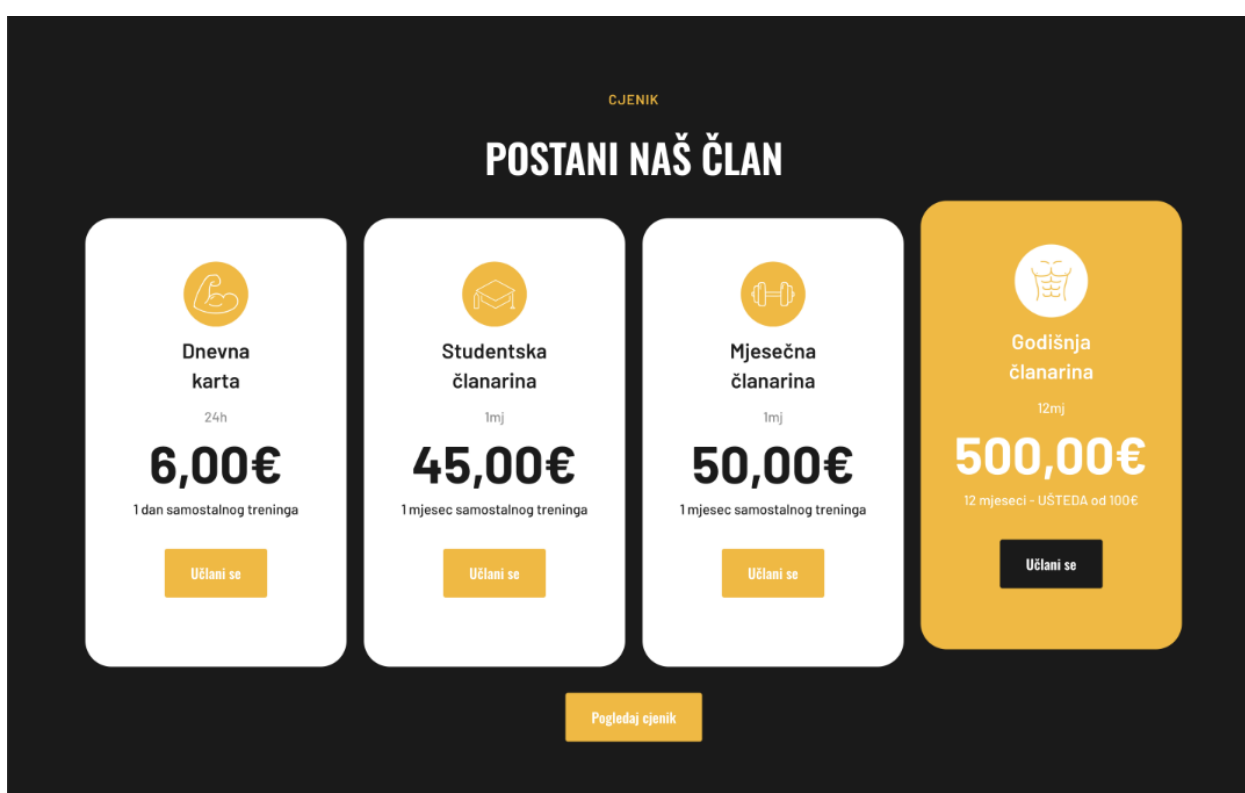
S više od 200 aktivnih članova, Mega Gym je zajednica koja podržava, motivira i inspirira. Naš stručni tim trenera i osoblja uvijek je tu da vam pruži podršku i savjete kako biste iz svog treninga izvukli maksimum.

2,000+ Upisanih članova od 2018. godine	200+ Aktivnih članova	3 Stručno osposobljenih trenera	68 Sprava za vježbanje
---	---------------------------------	---	----------------------------------

Slika 14. Sekcija Zašto trenirati kod nas?

Nakon sekcije "Zašto trenirati kod nas", slijedi sekcija "Postani naš član". Ovdje su istaknute različite opcije članstva kroz četiri vertikalna pravokutnika s okruglim rubovima. Svaka kartica pruža osnovne informacije o pojedinoj članarini. Ikone za članarine su napravljene pomoću programa *Adobe Illustrator*.

Tri kartice s bijelom pozadinom prikazuju dnevnu kartu, studentsku članarinu, i mjesečnu članarinu, dok je godišnja članarina izdvojena na kartici sa žutom pozadinom kako bi se dodatno istaknula kao najpovoljnija opcija. Ispod ovih opcija nalazi se gumb koji vodi na stranicu s potpunim cjenikom, gdje posjetitelji mogu saznati sve detalje i odabrati članstvo koje najbolje odgovara njihovim potrebama.

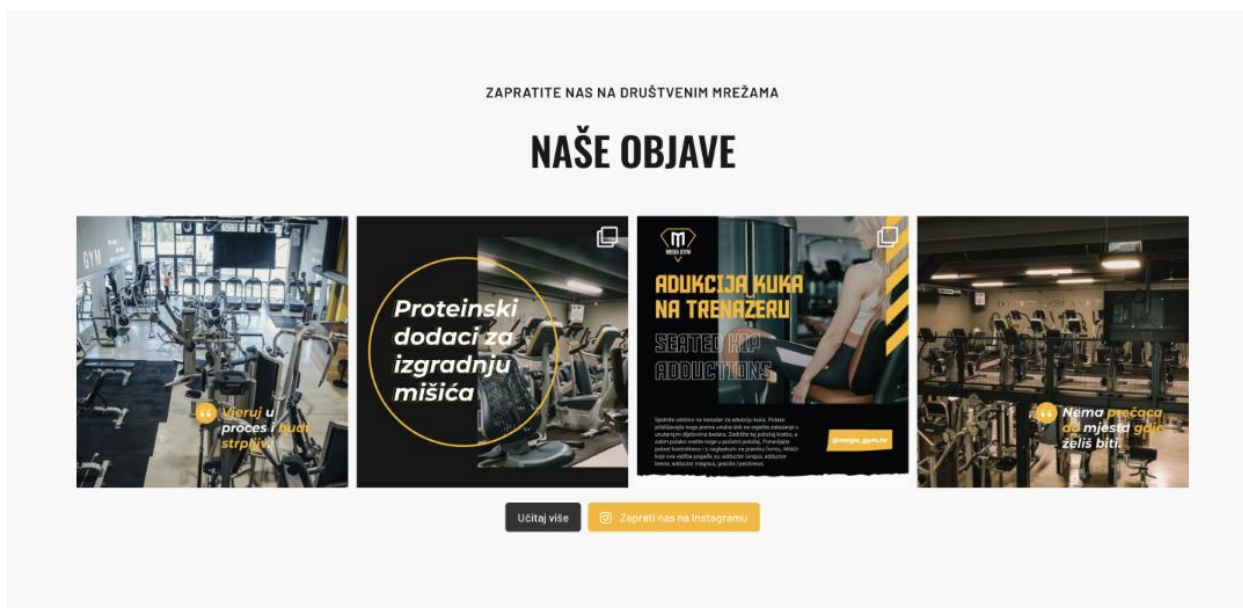


Slika 15. Sekcija s članarinama

Nakon sekcije s cjenikom, slijedi sekcija posvećena objavama s Instagrama, koja je dodana na poseban zahtjev klijenta. Ova sekcija naglašava važnost društvenih mreža u komunikaciji s članovima teretane i širenju edukativnih sadržaja.

Objave s Instagrama integrirane su pomoću plugina *Smash Balloon Instagram Feed*, što omogućuje da se na web stranici prikazuju najnovije objave izravno s Instagram profila Mega Gyma. Posjetitelji mogu pregledavati edukativne postove i možda čak zapratiti profil na Instagramu za više korisnih savjeta i inspiracija.

Ispod objava nalaze se gumbići koji omogućuju učitavanje više sadržaja ili jednostavno pozivaju posjetitelje da zaprate Mega Gym na Instagramu, dodatno potičući angažman na društvenim mrežama.



Slika 16. Sekcija objava s Instagrama

Nakon sekcije s objavama s Instagrama, nalazi se vizualno upečatljiva sekcija s pozadinskom slikom. Ova sekcija služi kao motivacijski poziv na akciju, a sadrži tekst: "Pridružite nam se i postanite najbolja verzija sebe".

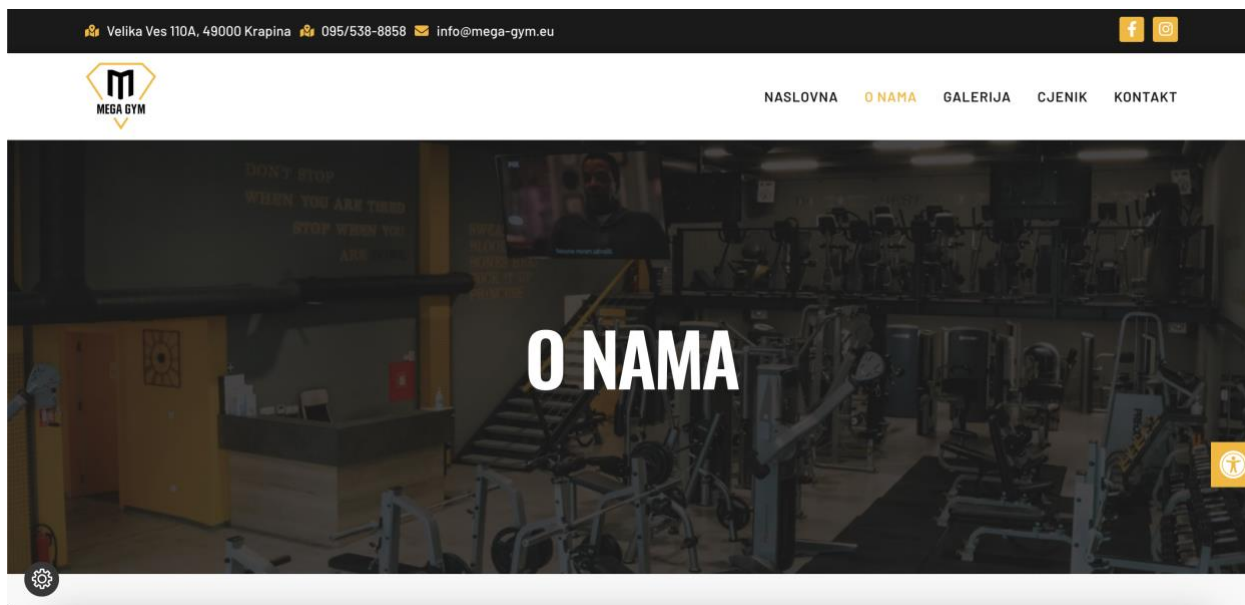
Uz ovaj inspirativni slogan nalazi se i gumb "Učlani se", koji posjetitelje vodi direktno na kontakt stranicu, omogućujući im da lako započnu proces učlanjenja u Mega Gym. Ova sekcija cilja na poticanje posjetitelja da naprave prvi korak prema pridruživanju zajednici Mega Gyma i započnu svoju *fitness* transformaciju.



Slika 17. Sekcija s pozadinskom slikom

7.8.2. Stranica O nama

Na stranici "O nama", koja slijedi nakon početne stranice, nalazimo hero sekciju koja se ističe kao i na ostalim stranicama web sjedišta. U ovoj sekciji dominira veliki naslov stranice, jasno ističući da se posjetitelji nalaze na stranici posvećenoj detaljnim informacijama o Mega Gymu. Prikazane su detaljnije verzije informacija koje su posjetitelji već mogli vidjeti na naslovnoj stranici.



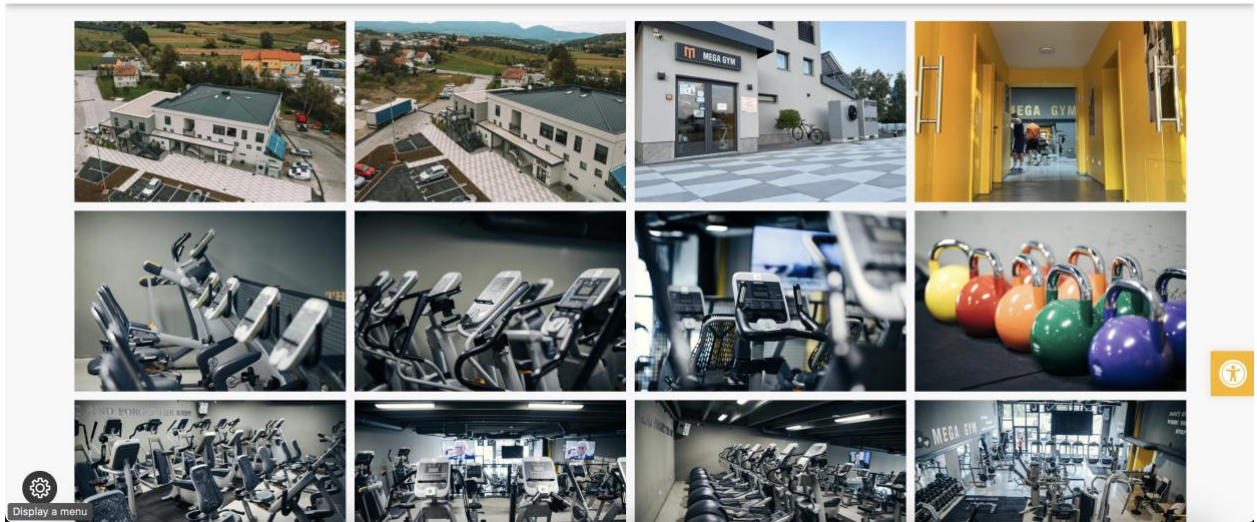
Slika 18. Stranica O nama

7.8.3. Galerija

Na stranici "Galerija" posjetitelji mogu pregledati fotografije koje prikazuju kako izgledaju eksterijer i interijer Mega Gyma. Ova stranica omogućuje potencijalnim članovima da steknu bolji dojam o prostoru i atmosferi u teretani.

Galerija obuhvaća slike različitih dijelova teretane, uključujući trening prostore, sprave, zajedničke prostorije, kao i detalje koji dodatno ističu pažnju posvećenu uređenju i opremanju prostora. Fotografije su visokokvalitetne i strateški odabrane kako bi vizualno privukle i inspirirale posjetitelje da se pridruže Mega Gymu.

Svi prikazani sadržaji imaju funkciju *lightboxa*, što omogućuje korisnicima da klikom na bilo koju sliku povećaju prikaz i detaljnije pregledaju svaki aspekt prostora. Ova značajka dodatno poboljšava korisničko iskustvo, omogućujući posjetiteljima bolji doživljaj prostora teretane.



Slika 19. Galerija fotografija

7.8.4. Cjenik

Stranica "Cjenik" dizajnirana je koristeći element *Price List* u Elementoru, što omogućuje jednostavan i pregledan prikaz svih usluga i pripadajućih cijena. Ovaj cjenik obuhvaća sve dostupne članarine, dodatne usluge i njihove troškove, prikazujući ih na način koji je lako razumljiv i vizualno privlačan.

Dizajn je minimalan i funkcionalan, fokusirajući se na jasnoću informacija, kako bi korisnici brzo i bez poteškoća mogli pronaći sve potrebne podatke o cijenama usluga koje ih zanimaju.

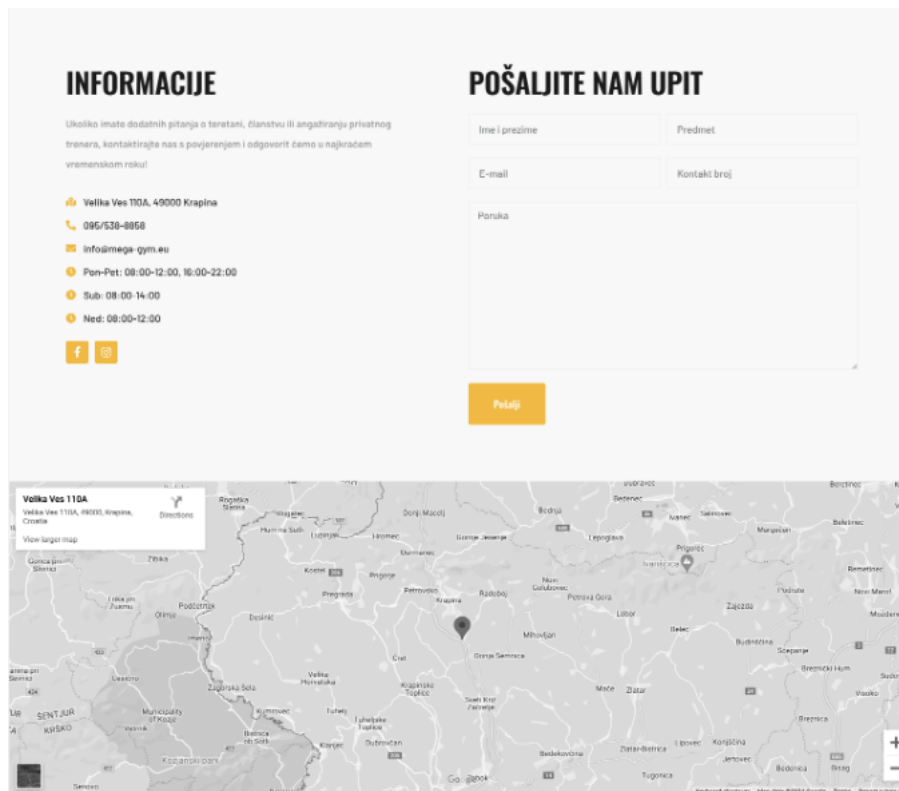
Članarina (1mj)	50.00€
Regresivni samostalni trening	
Članarina jutarnja (1mj)	45.00€
Regresivni samostalni trening	
Članarina studenti (1mj)	45.00€
Regresivni samostalni trening	
Članarina umirovljenici (1mj)	35.00€
Regresivni samostalni trening	
Family - 2 ili više članova	-10%
Članarina TREBERSKA (1mj - do 5 mjeseci)	250.00€
Članarina TREBERSKA (1mj - više od 5 mjeseci)	450.00€
Godišnja članarina	900.00€
Regresivni samostalni trening	
Individualni trening 2x tjedno	100.00€
Individualni trening 5x tjedno	130.00€
Sauna 30 min (po osobi)	13.00€
Individualni trening sa trenerom (1h)	30.00€
Najam omarica 1mj	15.00€
Najam ručnika	3.00€
Dnevna karta	8.00€
Izgubljena iskaznica	7.00€

Slika 20. Stranica Cjenik

7.8.5. Kontakt

Na stranici "Kontakt", posjetitelji mogu pronaći sve potrebne informacije za stupanje u kontakt s Mega Gymom. Ovdje su jasno prikazani kontakt podaci, uključujući telefonski broj, e-mail adresu, i fizičku adresu teretane, kao i radno vrijeme.

Stranica također sadrži kontakt formu, koja omogućuje korisnicima da jednostavno pošalju upit ili zatraže dodatne informacije. Na dnu stranice nalazi se interaktivna mapa s lokacijom Mega Gyma, pružajući posjetiteljima mogućnost da lako pronađu put do teretane. Ova kombinacija elemenata osigurava da korisnici mogu brzo i efikasno doći do svih potrebnih informacija i ostvariti kontakt s teretanom.



Slika 21. Stranica Kontakt

7.9. Responzivnost web stranice

Na kraju, fokus je stavljen na responzivnost web stranice, što je ključni aspekt modernog web dizajna. Korištenjem Elementora, omogućeno je pregledavanje i prilagodba izgleda stranice za različite uređaje, uključujući stolna računala, tablete i mobitele.

Svaka sekcija stranice je zasebno optimizirana za različite prikaze, čime je osigurano da korisničko iskustvo ostane konzistentno i ugodno, bez obzira na veličinu ekrana. Posebna pažnja posvećena je mobilnoj verziji, gdje je implementiran hamburger izbornik za jednostavniju navigaciju na manjim ekranima. Zahvaljujući ovim prilagodbama, stranica Mega Gyma je u potpunosti responzivna, pružajući optimalan prikaz i funkcionalnost na svim uređajima.

8. Analiza rezultata

U ovom poglavlju analizira se učinkovitost i uspješnost izrađene web stranice za Mega Gym, s naglaskom na postizanje postavljenih ciljeva i zadovoljavanje potreba klijenta. Kroz detaljnu analizu bit će prikazano kako su implementirani dizajn i funkcionalnosti utjecali na korisničko iskustvo, angažman posjetitelja i digitalnu prisutnost teretane.

8.1. Korisničko iskustvo i dizajn

Jedan od primarnih ciljeva bio je osigurati jednostavnu navigaciju i ugodno korisničko iskustvo. Analiza pokazuje da je web stranica uspjela u tome zahvaljujući čistom dizajnu, logičnom rasporedu sadržaja i responzivnom prilagođavanju različitim uređajima. Korištenje Elementora i njegovih mogućnosti prilagodbe doprinijelo je stvaranju konzistentnog i vizualno privlačnog sučelja. Posjetitelji lako pronalaze ključne informacije, a intuitivni elementi poput kontakt forme i integriranih društvenih mreža dodatno povećavaju angažman korisnika.

8.2. Funkcionalnost i performanse

Web stranica je pokazala visok nivo funkcionalnosti, zahvaljujući stabilnoj platformi (WordPress) i pažljivo odabranim dodacima kao što su Elementor Pro, Jetpack i Akismet. Brzina učitavanja stranice je optimizirana, što pozitivno utječe na korisničko iskustvo i SEO rangiranje. Korištenje predložaka za *header*, *footer* i druge ključne elemente omogućilo je dosljedan dizajn i jednostavnu nadogradnju stranice, čime se olakšava buduće održavanje i proširenje funkcionalnosti.

8.3. Digitalna prisutnost i angažman korisnika

Od lansiranja stranice, primijećen je porast u angažmanu korisnika, osobito kroz integraciju Instagrama i jasne pozive na akciju, poput gumbića za učlanjenje i praćenje na društvenim mrežama. Sekcija s edukativnim Instagram objavama uspjela je zadržati interes posjetitelja i potaknuti ih na dublju interakciju s brendom Mega Gyma. Osim toga, povećana je vidljivost teretane na digitalnim platformama, što je doprinijelo većem broju novih posjeta i potencijalnih članova.

8.4. Zaključak analize

Sveukupno, analiza rezultata pokazuje da je web stranica Mega Gyma uspješno ispunila postavljene ciljeve, pružajući ne samo atraktivan dizajn i responzivno korisničko iskustvo, već i učinkovit alat za povećanje digitalne prisutnosti i angažmana korisnika. Klijent je izrazio zadovoljstvo funkcionalnošću i dizajnom stranice, a početni rezultati pokazuju pozitivan utjecaj na poslovanje teretane, s povećanim interesom i interakcijom unutar zajednice Mega Gyma.

9. Zaključak

Ovaj završni rad predstavlja cjelokupan proces razvoja web stranice za teretanu Mega Gym, od početnih faza analize potreba klijenta i prikupljanja sadržaja, do konačne implementacije i optimizacije web sjedišta. Kroz razradu svih aspekata izrade, uključujući dizajn, funkcionalnost i responzivnost, cilj je bio stvoriti suvremeno digitalno rješenje koje zadovoljava zahtjeve korisnika i klijenta.

Na temelju proučenih principa web dizajna i korisničkog iskustva, definirani su ključni elementi stranice, poput strukture, palete boja i tipografije, koji su pridonijeli stvaranju vizualno privlačne i funkcionalne platforme. U procesu izrade koristio se WordPress kao stabilna i fleksibilna platforma, dok je Elementor Pro omogućio jednostavnu i efikasnu izradu dizajna, uz maksimalnu prilagodljivost za različite uređaje. Posebna pažnja posvećena je stvaranju responzivne stranice, čime je osigurano kvalitetno korisničko iskustvo na svim uređajima, od stolnih računala do mobilnih telefona.

Analiza rezultata pokazala je da je web stranica uspješno ispunila postavljene ciljeve. Stranica ne samo da pruža potrebne informacije i funkcionalnosti, već također služi kao snažan alat za povećanje digitalne prisutnosti Mega Gyma i angažmana korisnika. Integracija društvenih mreža i edukativnih sadržaja dodatno je povećala interakciju s posjetiteljima, dok je responzivan dizajn osigurao da korisnici na svim uređajima imaju dosljedno i ugodno iskustvo.

Završetak ovog projekta predstavlja ne samo realizaciju ciljeva postavljenih u dogovoru s klijentom, već i kulminaciju stečenih znanja i vještina tijekom školovanja. Web stranica Mega Gyma sada je učinkovito sredstvo za promociju i rast teretane, pružajući kvalitetno iskustvo i podršku trenutnim i budućim članovima.

Sukladno tome, projekt je ispunio sve zadane kriterije te pruža čvrstu osnovu za daljnji razvoj i nadogradnju u skladu s budućim potrebama klijenta i korisnika.

10. Literatura

- [1] Što je web dizajn? [Online]. Dostupno: <https://www.bpixels.com/sta-je-web-dizajn/> [Pristup 7.8.2024.]
- [2] Introduction to JavaScript. [Online]. Dostupno: <https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/JavaScript/Guide/Introduction> [Pristup 7.8.2024.]
- [3] 10 Usability Heuristics for User Interface Design. [Online]. Dostupno: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/> [Pristup 7.8.2024.]
- [4] Typography & Web Fonts. [Online]. Dostupno: <https://alistapart.com/blog/topic/typography-web-fonts/> [Pristup 7.8.2024.]
- [5] Responsive design. [Online]. Dostupno: https://developer.mozilla.org/enUS/docs/Learn/CSS/CSS_layout/Responsive_Design [Pristup 7.8.2024.]
- [6] User Experience (UX) Design. [Online]. Dostupno: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/uxdesign?srsId=AfmBOorJAdjylkTh7bADZDXdxflDpoj17wNCZQ6Y3hN8E75OSoKDVjY> [Pristup 7.8.2024.]
- [7] What Is User Research, and What Is Its Purpose? [Online]. Dostupno: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/the-importance-of-user-research-and-how-to-do-it/> [Pristup 7.8.2024.]
- [8] The UX Design Process. [Online]. Dostupno: <https://designlab.com/blog/what-is-the-ux-design-process> [Pristup 7.8.2024.]
- [9] Understanding the Role of Prototyping in Software Design. [Online]. Dostupno: <https://moldstud.com/articles/p-understanding-the-role-of-prototyping-in-software-design> [Pristup 7.8.2024.]
- [10] User interface (UI). [Online]. Dostupno: <https://www.techtarget.com/searcharchitecture/definition/user-interface-UI> [Pristup 7.8.2024.]
- [11] What is UX testing. [Online]. Dostupno: <https://www.browserstack.com/guide/what-is-ux-testing> [Pristup 7.8.2024.]
- [12] What Is WordPress? A Beginner's Guide. [Online]. Dostupno: <https://blog.hubspot.com/website/what-is-wordpress> [Pristup 7.8.2024.]

- [13] The Beginner's Guide to Using Elementor in WordPress. [Online]. Dostupno: <https://blog.hubspot.com/website/how-to-use-elementor> [Pristup 7.8.2024.]
- [14] The Beginner's Guide to Capturing UX Requirements. [Online]. Dostupno: <https://www.uxpin.com/studio/blog/the-beginners-guide-to-capturing-ux-requirements/> [Pristup 7.8.2024.]
- [15] Mega Gym Instagram profil. [Online]. Dostupno: https://www.instagram.com/mega_gym.hr/ [Pristup 16.8.2024.]
- [16] Mega Gym Facebook stranica. [Online]. Dostupno: <https://www.facebook.com/megagymkr> [Pristup 16.8.2024.]
- [17] Vesna Tomić, Osnovni elementi korisničkog sučelja i korisničkog iskustva, Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih, Zagreb, 2023.
- [18] Steve Krug, Don't Make Me Think, Revisited - A Common Sense Approach to Web (and Mobile) Usability, New Riders, Berkeley (California, SAD), 2014.
- [19] Elementor. [Online]. Dostupno: <https://elementor.com/products/page-builder-plugin/> [Pristup 2.9.2024.]

11. Popis slika

Slika 1. Struktura web stranice	12
Slika 2. Paleta boja	13
Slika 3. Fontovi stranice	14
Slika 4. Kupnja domene (ovh.com)	15
Slika 5. Kreiranje hosting paketa (server100.cropsystems.eu).....	16
Slika 6. Kreiranje baze i usera (cPanel).....	16
Slika 7. Nadzorna ploča u WordPressu	17
Slika 8. Stranica s instaliranim temama	18
Slika 9. Izrada dizajna headera i footera.....	18
Slika 10. Globalne boje.....	20
Slika 11. Globalni fontovi.....	21
Slika 12. Hero sekcija	22
Slika 13. Sekcija O nama.....	23
Slika 14. Sekcija Zašto trenirati kod nas?.....	23
Slika 15. Sekcija s članarinama	24
Slika 16. Sekcija objava s Instagrama	25
Slika 17. Sekcija s pozadinskom slikom.....	25
Slika 18. Stranica O nama	26
Slika 19. Galerija fotografija	27
Slika 20. Stranica Cjenik	28
Slika 21. Stranica Kontakt	29

Prilozi

Uz ovaj završni rad prilaže se:

- potpisana „Izjava o korištenju autorskih materijala klijenta“
- potpisana „Izjava o autorstvu i suglasnost za javnu objavu“
- web sjedište za Mega Gym na sljedećoj poveznici: <https://mega-gym.eu/>

Suglasnost klijenta za korištenje autorskih materijala i naziva u završnom radu

Ja, MATIJA KEREČ (ime i prezime odgovorne osobe), iz tvrtke MEGA ZAGORJE (puni naziv tvrtke), ovime dajem suglasnost Lovri Dolovčaku (ime i prezime studenta) za korištenje autorskih materijala tvrtke te spominjanje naziva tvrtke i pripadajućih brendova, u svrhu izrade završnog rada pod nazivom

Projektiranje i razvoj web sjedišta za promociju teretane

u sklopu prijediplomskog stručnog studija Multimedija, oblikovanje i primjena, na Sveučilištu Sjever.

U KRAPINI (mjesto), 05.09.24 (datum)

Potpis i pečat
MEGA ZAGORJE j.d.o.o.
Ulica Gustava Ožegovica 5
Klokovec, KRAPINSKE TOPLICE
OIB: 38850973354



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

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

Ja, Lovro Dobrić (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Praktiranje i razni web sjetiva za promociju teletane (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Dobrić Lovro
(vlastoručni potpis)

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

Ja, Lovro Dobrić (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Praktiranje i razni web sjetiva za promociju teletane (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Dobrić Lovro
(vlastoručni potpis)