

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR**

DIPLOMSKO DELO

**NASTANEK SPLETNE TRGOVINE WWW.KREACIJA.SI S POMOČJO
BREZPLAČNE SKRIPTE OPENCART TER UPOŠTEVANJEM OSNOVNIH
KONCEPTOV KOMUNIKACIJE**

Kandidat: Grager Robert
Študent izrednega študija
Številka indeksa: 11190122649
Program: Multimediji
Mentor: Zlatko Mihaljčič, univ. dipl. soc.

Maribor, april 2012

IZJAVA O AVTORSTVU

Študent ROBERT GRAGER, št. indeksa 11190122649, sem avtor diplomskega dela z naslovom NASTANEK SPLETNE TRGOVINE WWW.KREACIJA.SI S POMOČJO BREZPLAČNE SKRIPTE OPENCART TER UPOŠTEVANJEM OSNOVNIH KONCEPTOV KOMUNIKACIJE, ki sem ga napisal pod mentorstvom gospoda Zlatka Mihaljčiča.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oziroma citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia,
- se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del oziroma misli, kot moje lastne –kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZAPS). Prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili.
- skladno z 32. členom ZAPS dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, April 2012

Podpis študenta:

ZAHVALA

Za pomoč pri pisanju bi se rad zahvalil svojemu mentorju Zlatku Mihaljčiču, prav tako takratni ravnateljici VSŠ Academia, mag. Mirjani Ivanuši Bezjak, ki me je vedno spodbujala k delu. Prav posebno bi se zahvalil sosedu Janku Puklu, njegovo oblikovanje spletnih strani je bila inspiracija, da sem se lotil te diplomske naloge. Zahvalil bi se rad tudi svoji zaročenki Maji Jamar, saj je pomagala pri končnem izgledu diplomske naloge, ter še po ena zahvala očetu Zlatku, mami Danijeli ter sestri Nataliji in njenemu fantu Nikotu.

POVZETEK

Namen diplomskega dela je opisati postopek izdelave spletne trgovine s pomočjo brezplačnega programa OpenCart ter upoštevanjem osnov medsebojnega sporazumevanja.

Skozi celotno diplomsko nalogo tako predstavljam določene pasti brezplačnih programov, ki jih lahko spregledamo, če želimo hitro in poceni zagnati spletno trgovino. Vsak brezplačen program za spletno trgovino ima kakšno slabost, zato se je dobro pozanimati kakšne slabosti so pri določenem programu najpogostejše. Včasih je kakšna slabost prikrita, v takem primeru lahko vedno brezplačen program zamenjamo, tako sem tudi sam prišel pri svoji izdelavi spletne trgovine do odločitve za program OpenCart.

Skozi diplomsko nalogo sem proučil tudi osnovne koncepte komuniciranja, ki jih je potrebno upoštevati v današnjem poslovnem svetu. Pomembno je ustvariti vez med prodajalcem in stranko, to pa lahko uspešno naredimo samo, če se lahko s stranko primerno sporazumevamo.

Ključne besede: spletna trgovina, OpenCart, osnove komuniciranja, kreacija.si

ABSTRACT

THE PROCESS OF CREATING THE ONLINE STORE WWW.KREACIJA.SI USING THE FREE PROGRAM OPENCART AND CONSIDERATION OF THE BASICS OF MUTUAL COMMUNICATION

Purpose of this study is to describe the creating process of an online store with a free program OpenCart and take the basics of mutual communication.

Throughout the thesis are also presented certain pitfalls of free programs that can be overlooked if we are creating a quick and cheap made online store. Every freeware program for online shopping has a weakness, so it is a good idea to find the weaknesses in the specific program that are the most common. Sometimes is there a weakness disguised, in such a case you can always replace the free program, in my case I made the decision for the free program OpenCart.

Throughout the thesis I also examined the basic concepts of communication that need to be considered in today's business world. It is important to create a bond between the vendor and the customer; this can be done successfully only if we can properly communicate with the client.

Keywords: online store, OpenCart, basics of communication, Kreacija.si

KAZALO

1	Uvod	8
1.1	Predstavitev problema diplomskega dela	8
1.2	Cilji in teze diplomskega dela.....	8
1.3	Predpostavke in omejitve diplomskega dela.....	8
1.4	Metode dela.....	9
2	Splošno o spletnih trgovinah	10
3	Primerni brezplačni programi	12
3.1	Izbrani brezplačni programi.....	13
3.1.1	<i>Zen Cart</i>	13
3.1.2	<i>osCommerce</i>	14
3.1.3	<i>VirtueMart</i>	15
3.1.4	<i>OpenCart</i>	16
4	Osnove komuniciranja kot pomoč pri spletni prodaji	17
4.1	Verbalna ali besedna komunikacija.....	17
4.2	Neverbalna ali nebesedna komunikacija.....	18
4.3	Delo s strankami prek spleta	19
5	Izdelava spletne trgovine s pomočjo programa OpenCart	21
5.1	Namestitev programa OpenCart na spletni strežnik	23
5.2	Dodajanje slovenskega jezika	24
5.3	Predstavitev spletne trgovine	25
5.3.1	<i>Sprememba videza spletne trgovine z naložitvijo predloge</i>	25
5.3.2	<i>Predstavitev administrativnega dela spletne trgovine</i>	27
5.3.3	<i>Dokončno oblikovanje spletne trgovine in dodajanje izdelkov</i>	33
5.3.4	<i>Predstavitev končne oblike spletne trgovine</i>	36
5.4	Kako in kaj od komuniciranja upoštevamo pri vodenju spletne trgovine	43
6	Zagon spletne trgovine.....	45
6.1	Tržno komuniciranje kot zadnja predpriprava	45
6.2	Zagon spletne trgovine.....	46
7	Sklep.....	47
8	Literatura in viri	48
8.1	Literatura.....	48
8.2	Internetni viri	48

KAZALO SLIK

Slika 1: Logotip programa Zen Cart.....	13
Slika 2: Logotip programa osCommerce.....	14
Slika 3: Logotip programa VirtueMart	15
Slika 4: Logotip programa OpenCart	16
Slika 5: Verbalna ali besedna komunikacija	17
Slika 6: Spletni brskalnik Google Chrome	21
Slika 7: Program FileZilla	22
Slika 8: Program cPanel	24
Slika 9: Predloga yoocart005.....	26
Slika 10: Sprememba predloge.....	27
Slika 11: Nadzorna plošča	28
Slika 12: Katalog	29
Slika 13: Razširitve.....	29
Slika 14: Prodaja.....	30
Slika 15: Sistem.....	31
Slika 16: Lokalizacija	31
Slika 17: Poročila	32
Slika 18: Pomoč.....	32
Slika 19: Dobrodošlica na prvi strani spletne trgovine.....	33
Slika 20: Logotip spletne trgovine Kreacija.si	33
Slika 21: Dodajanje in urejanje izdelkov.....	34
Slika 22: Registracija novega uporabnika	35
Slika 23: Potrditv naročila	36
Slika 24: Spletna trgovina Kreacija.si	37
Slika 25: Prijava uporabnika.....	38
Slika 26: Napaka ob nepravilni prijavi	38
Slika 27: Moj račun	38
Slika 28: Akcijska ponudba	39
Slika 29: Košarica.....	40
Slika 30: Pišite nam	41
Slika 31: Kazalo strani.....	41
Slika 32: Prodajni program.....	42
Slika 33: Informacije	42
Slika 34: Iskalnik.....	43

1 UVOD

1.1 Predstavitev problema diplomskega dela

Kako v današnjem virtualno obarvanem svetu postaviti uspešno spletno trgovino? Na trgu je ogromno programov za samo izdelavo spletne prodajalne, zato bom v diplomski nalogi predstavil nekaj brezplačnih programov za ustvarjanje spletne trgovine, kot so OpenCart, Zen Cart, osCommerce in VirtueMart. Vse omenjene programe se lahko brez večjih težav najde na svetovnem spletu, saj imajo lastne spletne naslove, na katerih se zraven samega programa nahajajo tudi navodila za njihovo uporabo. Sam se bom lotil enega izmed opisanih brezplačnih programov (OpenCart) in z njegovo pomočjo postavil spletno trgovino www.kreacija.si, ter opisal priprave za uspešen zagon. Da ne bi bila spletna prodajalna sama sebi namen, pa je potrebno privabiti tudi bodoče kupce. To dejstvo bom spremljal skozi celotno izdelavo in pripravo spletne prodaje in s tem namenom proučil tudi koncepte in veščine komuniciranja. Glede na to, da je komuniciranje sestavni del našega vsakdanjega življenja, je kot tako zato pomembno tudi pri prodaji in marketingu. Pri spletni prodaji pa je še toliko bolj pomembno, da se osredotočimo tudi na to tematiko, saj nekega neposrednega stika s stranko pri prodaji preko spleta nimamo, in je zato potreben drugačen pristop za privabljanje kupcev in posledično uspešnost spletne trgovine.

1.2 Cilji in teze diplomskega dela

Cilji diplomskega dela so predstavitev posameznih brezplačnih programov in osnovnih konceptov komunikacije za postavitev spletne trgovine, izbor primernega programa iz roke uporabnika in postavitev ter zagon spletne trgovine z upoštevanjem osnovnih konceptov komunikacije.

1.3 Predpostavke in omejitve diplomskega dela

Glede na temo diplomskega dela lahko izpeljem naslednje tri hipoteze:

H1: Spletno trgovino lahko izdela povprečen uporabnik s pomočjo brezplačno dostopnega programa in navodili za ta program.

H2: Program Opencart je med najprimernejšimi programi za postavitev spletne trgovine za povprečnega uporabnika.

H3: Tudi v spletu je potrebno upoštevati osnove komuniciranja s poslovnimi partnerji, še toliko bolj, če upravljamo spletno trgovino.

Glavna omejitev pri izdelavi diplomskega dela bo gotovo povezana z literaturo, ki je večinoma dostopna v tujem jeziku (angleščini), ki je precej strokovno obarvan in uporablja veliko izrazov iz področja računalništva (navodila za uporabo programov).

Tako bo diplomska naloga omejena z viri do katerih je mogoče prosto dostopati na svetovnem medmrežju in literaturo, ki jo je mogoče dobiti v slovenskih knjižnicah.

1.4 Metode dela

Pri izdelavi diplomskega dela bom najprej uporabil teoretičen pristop analiziranja literature, s pomočjo katere bom pridobil znanja o izdelavi spletnih trgovin in različnih oblik komuniciranja. Tako bo del diplomskega dela nastal z opisom postopkov, ki so potrebni za izdelavo končnega izdelka (spletne trgovine), s pomočjo strokovnih člankov in knjig, ter analiziranja podatkov iz internetnih virov. Na tem mestu bom uporabil tudi komparativno metodo, saj bom medsebojno primerjal različne brezplačne programe za izdelavo spletnih trgovin. V drugem delu diplomske naloge pa bom teoretično pridobljeno znanje pretvoril v prakso, tako da bom ustvaril spletno trgovino in jo uspešno pripravil za prodajo. Literature z področja spletnih trgovin je v slovenskem jeziku, kot že omenjeno, malo, zato bom pri izdelavi dela uporabil predvsem vire v tujem jeziku, za področje osnov komuniciranja pa se bom zatekel predvsem k slovenski literaturi, ki je dostopna v knjižnicah in na spletu.

2 SPLOŠNO O SPLETNIH TRGOVINAH

Kaj sploh je spletna trgovina? Spletna trgovina je prodajno mesto kakršnegakoli blaga ali storitve, ki obstoja v elektronski, sprogramirani obliki v internetu. V najširšem smislu je to predstavljena stran pravnih ali fizičnih oseb, kjer lahko naročimo storitve ali blago po navodilih s te strani, največkrat preko elektronske pošte ali telefonu. Tako lahko govorimo o spletni trgovini, ko del trgovske transakcije poteka v elektronski obliki preko interneta. Spletna trgovina ima tudi nekaj drugih imen, kot so e-trgovina ali angleško e-commerce občasno tudi e-shop (Štrancar, 2001, 10).

Spletna trgovina ima veliko prednosti, najpomembnejše pa so:

- trgovina ni nikoli zaprta,
- nakupujemo lahko iz naslonjača, torej precej udobno,
- oddaljenost ni pomembna,
- nakupovanje je hitrejše od navadnega obiska trgovine,
- pregled celotne ponudbe je možen v nekaj minutah,
- velikost ponudbe ni omejena,
- preglednost preteklih nakupov,
- avtomatizacija ponudb,
- ter najpomembnejša prednost, izdelki so v večini primerov cenejši (Štrancar, 2001, 11-14).

Spletne trgovine deloma že nadomeščajo navadne tradicionalne trgovine v nakupovalnih centrih, mestnih jedrih in podobno. V njih najdemo dandanes praktično vse kar potrebujemo, od igrač, preko medicinskih pripomočkov pa vse do hiš.

Da pa lahko sami nekaj ponujamo preko spletne trgovine je potrebno imeti tudi domeno, ki jo naročimo pri enem izmed ponudnikov domen, ki jih je danes na voljo kar precej. Sam imam

zakupljeno domeno »KREACIJA.SI«, na njej pa bomo v nadaljevanju diplomske naloge naredili spletno trgovino.

3 PRIMERNI BREZPLAČNI PROGRAMI

Na svetovnem spletu je na voljo ogromna količina brezplačnih programov, ki se uporabljajo za generiranje spletnih trgovin ali samih spletnih strani. Za namene diplomskega dela sem iz kopice programov izbral sledeče štiri: OpenCart (<http://www.opencart.com/>, dne 1.12.2011), Zen Cart (<http://www.zen-cart.com/>, dne 1.12.2011), osCommerce (<http://www.oscommerce.com/>, dne 1.12.2011) in VirtueMart (<http://virtuemart.net/>, dne 1.12.2011), ter jih tudi preizkusil. Podrobno bodo programi predstavljeni s tekom diplomskega dela. Vsi omenjeni programi imajo nekaj podobnih lastnosti, ki jih tudi sami programi za postavitev spletnih trgovin oglašujejo, in sicer:

- enostavna namestitvev,
- več vrst kupcev (zlati, srebrni, bronasti in podobni),
- neomejena globina kategorij izdelkov,
- več možnih popustov,
- več načinov prikaza,
- XHTML sistem predlog,
- neomejeno število dodatnih strani,
- več krmilnikov oglasnih pasic,
- več možnosti dostav,
- več možnosti plačil,
- krmilnik novic,
- kuponi za popuste,
- kuponi darilnih bonov.

Vsak izmed programov je kot že omenjeno brezplačno dosegljiv na spletu, prav tako so brezplačno priložena navodila kako se program naloži na zakupljen strežnik, ter kako

prilagoditi sam program za lastne potrebe. V nadaljevanju pa predstavljam že omenjene programe (skripte).

3.1 Izbrani brezplačni programi

Na spletu se najde veliko število brezplačnih programov, v diplomskem delu bom predstavil tiste, ki se največkrat uporabijo in katere spletni iskalniki prikažejo že v prvih vrsticah zadetkov. Na kratko bom predstavil štiri takšne programe in lastnosti le-teh s katerimi želijo ponudniki programov prepričati uporabnika za uporabo. Po sami predstavitvi in oceni programov pa se bom odločil in izbral najprimernejši program s katerim bi povprečni uporabnik brez posebnega strokovnega predznanja lahko ustvaril spletno trgovino. Ta program pa bom potem tudi sam v nadaljnjem procesu diplomskega dela preučil, ga predstavil podrobneje in uporabil za samo izdelavo in postavitve spletne trgovine.

3.1.1 Zen Cart



Slika 1: Logotip programa Zen Cart
Vir: <http://www.zen-cart.com/>, dne 1.12.2011

Program Zen Cart (Slika 1) se predstavlja kot umetnost elektronskega poslovanja. Njegove prednosti so, da je brezplačen, uporabniku prijazen in odprtokodni. E-trgovanju namenjene spletne strani narejene z Zen Cart so namenjene mislečim lastnikom trgovin, programerjem, oblikovalcem in svetovalcem. Program omogoča, da vsi, ki ga uporabljajo lahko sami urejajo vse podatke, oblike in vsebino. Zen Cart postavlja zahteve trgovcev in kupcev v prvo vrsto.

Podobno kot tudi drugi programi, Zen Cart oglašuje uporabo in oblikovanje brez izkušenj iz strokovnega področja računalništva (<http://www.zen-cart.com/>, dne 1.12.2011).

Program Zen Cart sem preizkusil tudi sam, namestitev je relativno preprosta, z nekaj znanja angleščine je bila postavljena v 15 minutah. Sam vmesnik je bil dobro dodelan in je dobro deloval vse dokler nisem naložil slovenskega jezika, nato spletna stran ni več delovala tako kot bi morala. Določenih delov spletne trgovine enostavno ni bilo več možno zagnati, prav tako v administrativnem delu ni bilo slovenščine in je niti ni bilo mogoče brezplačno naložiti, vse brezplačne opcije pa so bile prezahtevne in bi za pomoč potrebovali kakšnega strokovnjaka s področja programiranja, zato sem se oddaljil od uporabe le-tega programa.

3.1.2 osCommerce



Slika 2: Logotip programa osCommerce
Vir: <http://www.oscommerce.com/>, dne 1.12.2011

Program osCommerce (Slika 2) se predstavlja kot eden, ki pritegne največje število ljudi za uporabo. Tudi mene so najprej pritegnile ravno številke:

- 254600 lastnikov trgovin, razvijalcev, ponudnikov storitev in navdušencev, ki uporabljajo osCommerce,
- do danes je razvitih 6700 dodatkov za spletno trgovino, ki so v večini primerov brezplačni,
- 10 let delovanja in
- več kot 12700 trgovin narejenih s programom osCommerce.

Tako kot prejšnji program je tudi osCommerce odprtokodni in ga lahko, v kolikor znamo programirati, prilagodimo našim željam. Prav tako podjetje, ki ponuja program, oglašuje, da se lahko spletno prodajalno brez težav vodi in vzdržuje, in sicer z minimalno truda in skoraj nič stroškov, honorarjev ali podobnih vpletenih omejitev (<http://www.oscommerce.com/>, dne 1.12.2011).

Pri preizkušanju programa sem ugovotil, da sam program v Sloveniji ni prisoten v večji meri, prekašata ga namreč programa VirtueMart in OpenCart, ki ju bom v nadaljevanju bolje predstavil.

Sama namestitev programa osCommerce je bila enostavna, težave je zopet povzročal slovenski jezik, ki kljub temu, da je bil brezplačen dodatek programa, ni deloval. Pri prej predstavljenem programu ZenCart je sicer slovenski jezik deloval pomanjkljivo, pri osCommerce pa sploh ni deloval, kljub natančnemu upoštevanju navodil in tudi večkratnih poskusih in ponovitvah postopka namestitve. Vseeno sem namestil program v angleškem jeziku in preizkusil kako deluje spletna trgovina, a je žal le-ta občasno prenehala delovati, tako da sem tudi ta program zavrnil iz seznama za izdelavo spletne trgovine.

3.1.3 VirtueMart



Slika 3: Logotip programa VirtueMart
Vir: <http://virtuemart.net/home>, dne 1.12.2011

VirtueMart (Slika 3) je tako kot vsi predstavljeni programi odprtokodni sistem, ki se uporablja skupaj s sistemom, ki ga imenujemo Joomla. Program se podobno kot prejšnja dva poizkuša prikazati v najboljši luči, vendar je bilo navdušenja nad programom kar hitro konec. Za uspešno uporabo programa VirtueMart je namreč potrebno imeti precejšnje znanje iz programiranja Joomla vmesnika.

Vseeno sem se lotil namestitve tako Joomla kot VirtueMarta, vendar je moje znanje že kmalu po začetku namestitve prišlo do konca. Težave sem imel že s tem, da bi se spletna trgovina sploh prikazala na internetnem naslovu www.kreacija.si. Pri prejšnjih dveh programih je bilo veliko enostavneje spraviti e-trgovino na spletni strežnik. V veliki meri so bila kriva tudi navodila, ki so pomanjkljivo napisana, že sama namestitev ni bila mogoča brez uporabnikov

forumu za VirtueMart uporabnike. Slovenski dodatek pa je bilo mogoče samo dokupiti, saj je bil brezplačni dodatek na voljo samo za določene dele spletne trgovine.

3.1.4 OpenCart



Slika 4: Logotip programa OpenCart
Vir: <http://www.opencart.com/>, dne 1.12.2011

Po polomiji s programom VirtueMart sem preizkusil še program OpenCart (Slika 4). Na spletni strani omenjenega programa ni bilo toliko statistike o programu, kot jo je imela konkurenca, sem pa že takoj pri pregledu dodatkov opazil, da je veliko več stvari možno brez doplačila namestiti na lastno spletno trgovino. Za program oglašujejo, da je upravljanje naročil in plačil že vnaprej pripravljeno po predlogi, ter da OpenCart že leta zagotavlja podporo in brezplačne posodobitve velike skupnosti uporabnikov programske opreme (<http://www.opencart.com/>, dne 1.12.2011).

Sam program OpenCart je bil hitro nameščen za spletno trgovino kreacija.si, tudi dodatek za slovenski jezik ni delal nobenih težav. Pri testiranju programov me je tako najbolj presenetil ravno OpenCart, katerega namestitev in uporabo bom v teku diplomskega dela podrobneje opisal.

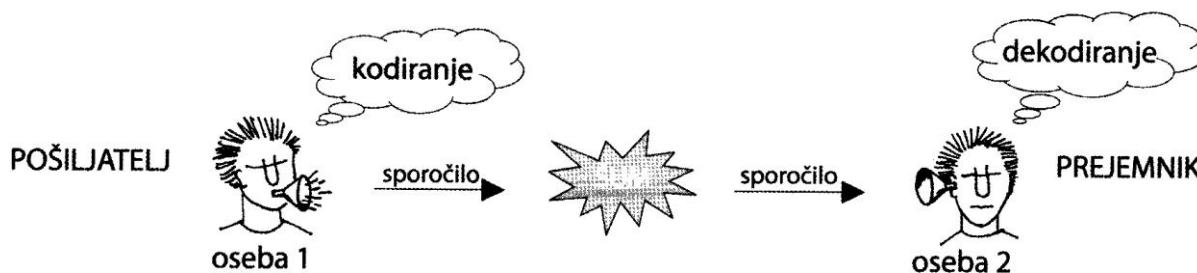
4 OSNOVE KOMUNICIRANJA KOT POMOČ PRI SPLETNI PRODAJI

Po predstavitvi in izbiri primerne programa za postavitev spletne trgovine se bom sedaj najprej posvetil osnovam komuniciranja. Potrebno je poudariti, da je komuniciranje ena izmed osnovnih funkcij, ki jo ljudje uporabljamo v medsebojnih odnosih. Ljudje s pomočjo komuniciranja usklajujemo mnenja, dosegamo različne cilje, ter vzpostavljamo, vzdržujemo in spreminjamo medsebojne odnose. V bistvu je nemogoče, da ljudje, ki se medsebojno zaznavamo, ne bi med seboj tudi komunicirali. Vse, kar nekdo govori ali počne, za nas pomeni neko informacijo, in vsemu, kar zaznamo mi sami, dajemo pomen. Čeprav bi lahko rekli, da je večšina komuniciranja najpomembnejša izmed vseh, ki jih ljudje sploh imamo, se je le malo kdaj naučimo načrtno (Curk in drugi, 2009, 173).

4.1 Verbalna ali besedna komunikacija

Verbalno ali besedno komunikacijo bi lahko na hitro definirali kot komunikacijski proces, v katerem udeleženci sprejemajo, pošiljajo in interpretirajo sporočila oziroma simbole, ki so povezani z nekim pomenom (Curk in drugi, 2009, 174).

Komunikacija je torej vedno dvosmerni proces, saj je povezana z medsebojno zaznavo in hkrati medsebojno izmenjavo sporočil. Nekako lahko to tudi grafično predstavimo, saj na Sliki 5 pod odstavkom vidimo kako poteka komuniciranje. Potrebujemo pošiljatelja in prejemnika ter način (kanal) prenosa sporočila, to je lahko na primer govor ali pa pismo (Curk in drugi, 2009, 174).



Slika 5: Verbalna ali besedna komunikacija
Vir: Curk in drugi, 2009, 174

Kot predstavljeno na sliki lahko komunikacijo med dvema oseba sestavlja sedem temeljnih elementov:

- namen, misli in čustva pošiljatelja in način pošiljanja sporočila, za katerega se je odločil,
- pošiljatelj kodira sporočilo s pretvorbo svojih misli, čustev in namenov v sporočilo, primerno za pošiljanje,
- pošiljatelj pošlje sporočilo prejemniku,
- sporočilo je poslano po kanalu,
- prejemnik dekodira sporočilo z interpretiranjem njegovega pomena - prejemnikova interpretacija je odvisna od tega, kako dobro je prejemnik razumel vsebino sporočila in namen pošiljatelja,
- prejemnik se notranje odzove na to interpretacijo sporočila in hkrati preide v vlogo pošiljatelja (vsaj nebesedno),
- šum je vsak element, ki ovira komunikacijo - šumi v kanalu so lahko povezani z zvokom iz okolja, jezikovnimi problemi, neprimerno napisanim besedilom in podobnim (Curk in drugi, 2009, 175).

Hitri povzetek besedne komunikacije nam pove, da je za učinkovito sporazumevanje potrebno primerno izražanje, tako pisno kot govorno. Prav tako moramo paziti, da okolica oddajanja in sprejemanja sporočil nima nobenih motenj in da tudi napisano besedilo lahko prejemnik drugače razume kot pošiljatelj, zato je primerno, če preverimo kakšno sporočilo želimo nameniti prejemniku in kako ga je le-ta razumel.

4.2 Neverbalna ali nebesedna komunikacija

Komunikacija ali sporazumevanje pa ne temelji samo na govornjeni in pisani besedi, saj ljudje med seboj komuniciramo tudi z oblikami neverbalnega ali nebesednega sporočanja:

- objektivna komunikacija: izgovorjava, hitrost, ritem, razni zvoki, šumi in vzkliki,

- govorica telesa: razni izrazi na obrazu in pogledi, gibi, drža telesa, telesni prostor in bližina ter dotik,
- sporočila z oblačili, frizurami, nakitom, ličenjem in podobnim.

V nasprotju z besedno komunikacijo, s katero izmenjujemo različne informacije, nam nebesedna komunikacija največ pove o odnosu med osebami, o njihovih čustvih, stališčih in namenih (Curk in drugi, 2009, 180).

Nebesedne prvine komuniciranja se lahko naučimo in s tem lahko odpravimo pošiljanje neprimernih neverbalnih sporočil k prejemniku. S pomočjo naučenih prvih se lahko dobro pripravimo na komunikacijo in s tem dosežemo, da bo prejemnik sporočila pravilno interpretiral (v bistvu zmanjšamo šum med komuniciranjem).

4.3 Delo s strankami prek spleta

Sam odnos s strankami je pri prodaji ključen. Zavedati se moramo, da so stranke vse zahtevnejše in njihova pričakovanja vedno bolj rastejo. Če torej želimo ohraniti stare in pridobiti nove stranke, moramo doseči, da bodo stranke čutile jasno povezavo z nami (Mihaljčič, 2009, 15-17).

S strankami moramo imeti kakovostni odnos, saj v primeru slabe kakovosti izgubljammo stranke. Tako moramo vedeti, da je ravno prvi stik oziroma kakor radi rečemo prvi vtis v poslovnem svetu izredno pomemben. In prvi stik se začne s samim pozdravom. Ko stranko pozdravimo, predvsem izrazimo spoštovanje do nje. Nepotrebno je navajati, da je ob sprejemu stranke pozdrav obvezen, tako da tržnik prvi pozdravi stranko, na spletni trgovini pa to vlogo prevzame prva stran ali tako imenovana domača stran spletne trgovine.

V neposredni komunikaciji tudi rokovanje naredi na sogovornika močan vtis, vendar je to pri spletni prodaji nepomembno. Bolj pomembna je zato predstavitev. Zato je najbolj primerno, da poleg pozdrava prva stran vsebuje tudi kratko predstavitev spletne trgovine.

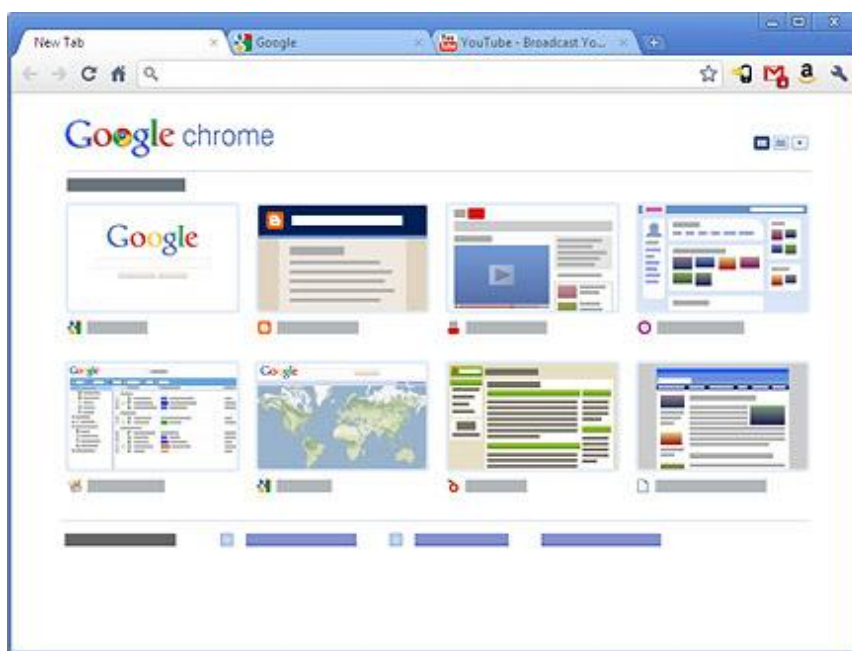
Prav tako je pomembno, da med sporazumevanjem stranko vedno vikamo, saj to predstavlja pomemben del komunikacijske kulture in izraža spoštovanje. Četudi stranka predlaga tikanje, moramo njeno pobudo vljudno zavrniti (Mihaljčič, 2009, 85-88).

Zgoraj omenjeno tako večino časa uporabljam tudi sam v praksi pri sedanji zaposlitvi. Sem namreč zaposlen kot tehnik za pomoč uporabnikom in med ključnimi nalogami mojega delovnega mesta je komunikacija z uporabniki preko telefona ali elektronske pošte. Tako vem, da je potrebno takoj pri prvem stiku stranki s prijaznim pozdravom pokazati, da se individualno in popolnoma predano ukvarjaš z njenim problemom. Velikokrat je bila že sama prijaznost preko telefona ali tudi elektronske pošte ključna, da je uporabnik lahko po mojih navodilih odpravil kakšno napako. Komunikacija je ključnega pomena za lep odnos do in s strankami.

5 IZDELAVA SPLETNE TRGOVINE S POMOČJO PROGRAMA OPENCART

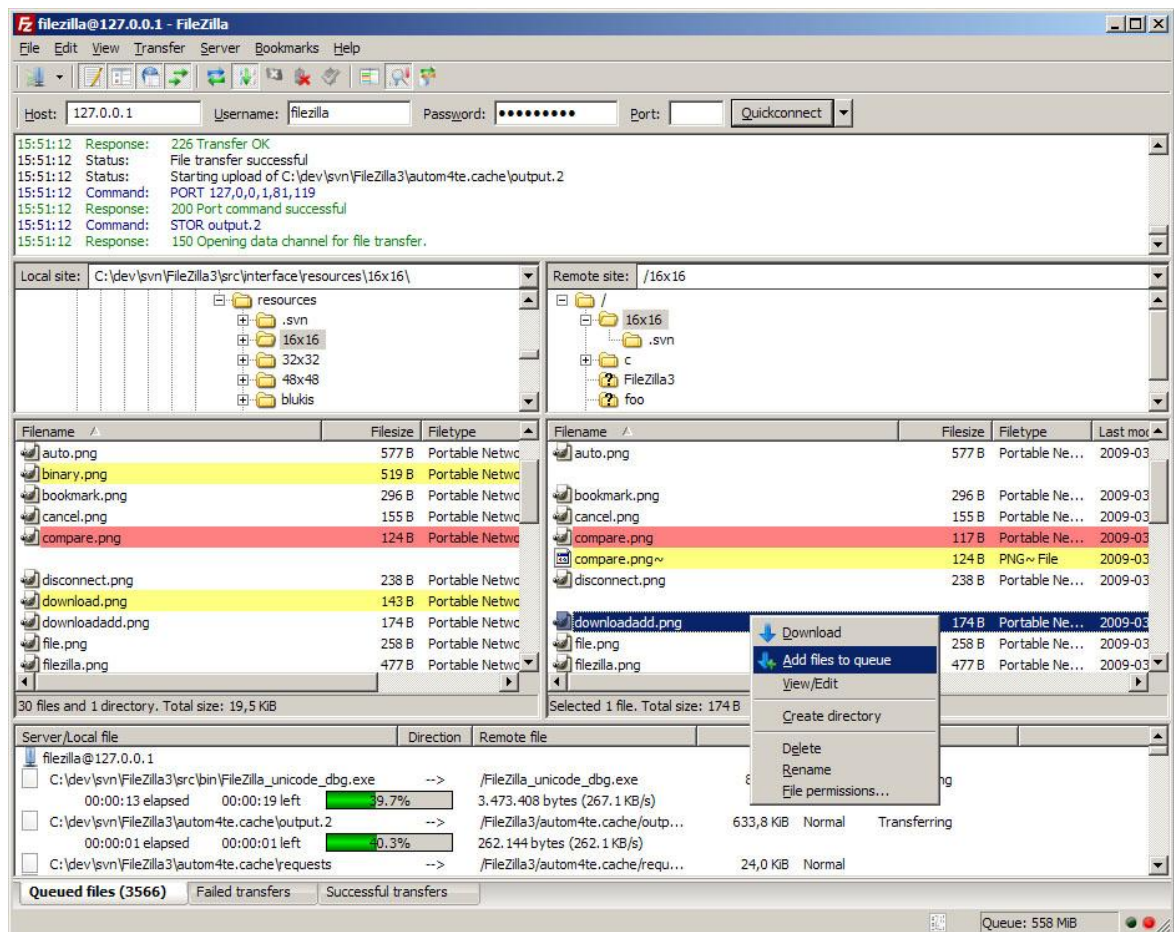
Sam program OpenCart je v nekaterih primerih nepotrebno namestiti, saj imajo ponudniki spletnih strežnikov, kjer lahko gostujejo domene, že prednameščene različne skripte oziroma programe med katere spada tudi sam OpenCart. V kolikor pa skripta ni nameščena in v mojem primeru je bilo temu tako, je potrebno upoštevati navodila za ročno namestitev programa. Namestitve se bomo lotili v vrstnem redu, ki je priporočen tudi v priročniku za program OpenCart avtorjev Murat in Yilmaz (2010).

Preden pa se lotimo same namestitve programa je potrebno na računalnik namestiti še nekaj drugih programov, ki so potrebni za učinkovito uporabo in delo s programom OpenCart. Najpomembnejši za sam ogled spletne trgovine, administrativno delo v trgovini in oblikovanje je primeren spletni brskalnik kot na primer Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome in drugi podobni. Sam uporabljam brskalnik Google Chrome (Slika 6), ki se ga brezplačno lahko naloži iz spletne strani www.google.com/chrome.



Slika 6: Spletni brskalnik Google Chrome
Vir: <https://www.google.com/chrome>, dne 1.12.2011

Drug program, ki je pomemben, v kolikor želimo hitrejše prenose datotek na strežnik, tako imenovan FTP (File Transfer Protocol – Protokol za prenos datotek), lahko na spletu najdemo prav tako brezplačno na spletnem naslovu www.filezilla-project.org. Program FileZilla je zelo priporočeno orodje na raznih spletnih portalih z nasveti za postavljanje spletnih strani in trgovin (Slika 7).



Slika 7: Program FileZilla
Vir: <http://filezilla-project.org/>, dne 1.12.2011

Ko imamo ta dva programa nameščena se lahko lotimo nadaljnje namestitve. Na spletni strani www.opencart.com poiščemo primerno verzijo programa OpenCart. Za izdelavo svoje spletne trgovine sem se odločil, da je najbolj primerna verzija 1.4.9.1, saj ima ta verzija največ dodatkov, ki so brezplačni, ter ker je dodatek za slovenski jezik v tej verziji najbolj dodelan. V

kolikor ne bi imeli nameščene te verzije, bi zelo težko imeli spletno prodajalno v slovenskem jeziku.

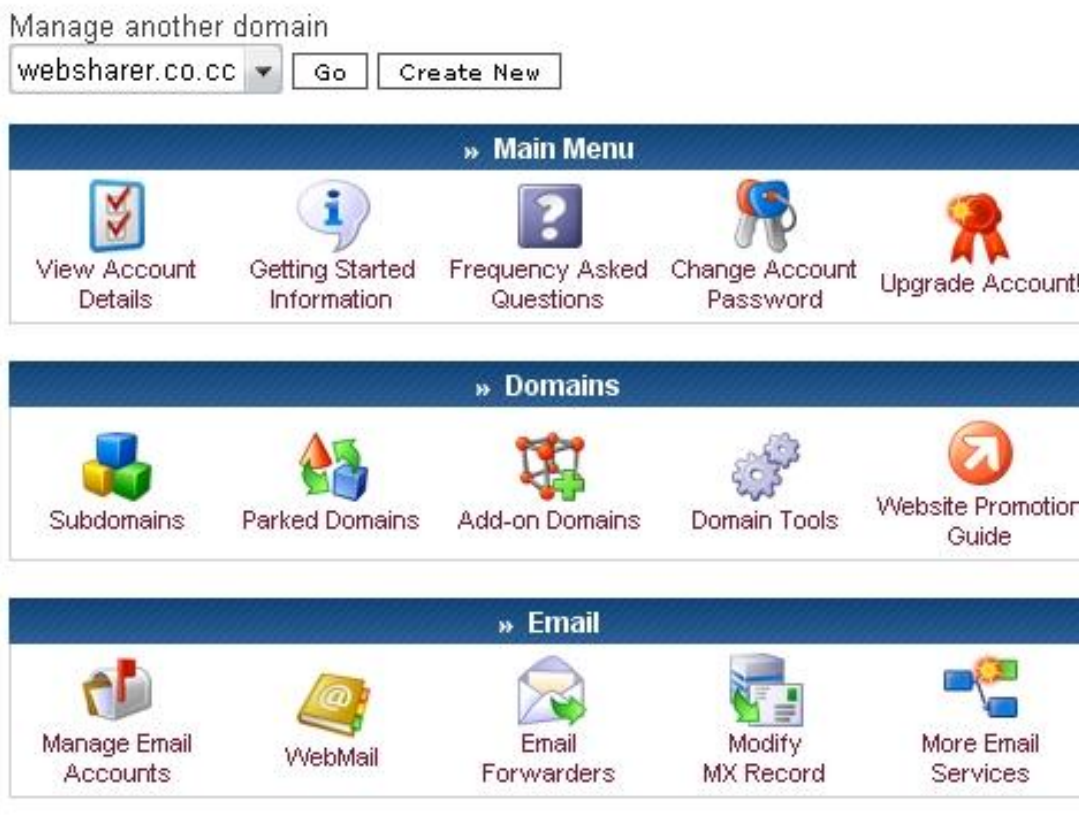
5.1 Namestitev programa OpenCart na spletni strežnik

Sedaj imamo na lastnem računalniku nameščeno celotno verzijo OpenCart 1.4.9.1 in lahko zaženemo programa FileZilla in Google Chrome. V programu Google Chrome odpremo spletno gostovanje na spletnem naslovu 000webhost.com, kjer se prijavimo v sistem. Spletno gostovanje je na omenjenem spletnem naslovu brezplačno, ravno zato sem se odločil spletno trgovino postaviti na tem gostovanju.

Na tej točki imamo na razpolago dve možnosti namestitve OpenCart na spletni strežnik, in sicer preko FTP, torej preko programa FileZilla, ali preko programa cPanel, ki deluje v okviru brskalnika Google Chrome na spletni strani 000webhost.com.

cPanel (Slika 8) je program, ki se odpre v brskalniku pri gostitelju spletne strani, preko njega lahko urejamo stvari na samem strežniku, vendar se zaradi souporabe brskalnika zadeva malce upočasni. Namenjen je lastniku spletne strani za nalaganje in urejanje spletnih strani, ustvarjanje e-poštne računalnice, namestitve spletnih aplikacij, kot so blogi in forumi, varnostno kopiranje, zaščito spletne vsebine in pasovne širine pred zlorabo, ter ustvarjanje in ogled statističnih podatkov o obiskovalcih (<http://www.cpanel.net/>, dne 1.12.2011).

V samem programu cPanel poiščemo ikono File Manager, enkrat kliknemo nanjo in lahko naložimo OpenCart na strežnik. Zadeva deluje podobno kot FTP, le veliko počasneje, poleg tega pa moramo celoten postopek opraviti v angleškem jeziku, saj spletni gostitelj 000webhost.com ne pozna slovenščine. V kolikor pa gostujemo pri katerem izmed slovenskih ponudnikov gostovanja domen le-tega problema ni, vendar so vsi slovenski ponudniki plačljivi.



Slika 8: Program cPanel
Vir: <http://www.cpanel.net/>, dne 1.12.2011

Če izberemo drugi način namestitve programa na spletni strežnik, torej preko FTP, se datoteke nalagajo bolj vidno kot preko programa cPanel, tako da imamo popolno kontrolo nad prenosom posameznih datotek. FileZilla ima tudi v Sloveniji veliko podporo, zato je vmesnik v slovenščini, kar navadnemu uporabniku olajša uporabo programa. Sam prenos datotek je enostaven, tako si v levem stolpiču poiščemo datoteke za prenos, v desnega jih nato enostavno prestavimo in prenos se začne (Slika 7). Takoj ko je prenos končan program javi »Uspešno preneseno«.

5.2 Dodajanje slovenskega jezika

Slovenski jezik je pomemben dodatek k osnovnemu programu, saj bi brez njega imeli samo angleško verzijo spletne strani oziroma trgovine. Sam dodatek se lahko prenese iz spletne

strani www.opencart.com, kjer ga lahko najdemo pod zavihkom »Extensions« (»Razširitve«), tako da ga izberemo pod našo verzijo programa in jeziki.

Nato sledimo navodilom za namestitev. Paket, ki smo ga prenesli s spleta, razširimo v mapo na našem računalniku, kjer imamo že prej naložene datoteke za spletno trgovino. Nato preko FTP skopiramo datoteke v za to določene mape, ki se nahajajo na mestu, kjer imamo naloženo spletno trgovino.

Preko administrativnega dela spletne trgovine v programu OpenCart pod zavihkom »Sistem«, kjer se nahajajo nastavitve za jezik, kliknemo povezavo za vstavljanje novega jezika. Da dokončno vzpostavimo spletno trgovino v slovenskem jeziku, pa moramo pod omenjenim zavihkom nastaviti še določene parametre značilne za slovenski jezik, vse potrebne podatke o parametrih pa najdemo v mapi, v katero smo razširili datoteke za slovenski jezik.

Ker je dodatek narejen za brezplačno uporabo ima nekaj pomanjkljivosti, ki jih lahko odpravimo z nekaj iznajdljivosti in iskanja po datotekah same spletne trgovine. Tako je bilo iz tega vidika pomembno prilagoditi sporočila za prijavo novih strank ter sporočila za nakupe, tako da so v končni obliki ustrezala moji spletni trgovini. Po manjših spremembah besedila je nato spletna trgovina skoraj že nared za obratovanje, vendar pa je pametneje, da pred tem spremenimo še njen videz in jo oblikovno prilagodimo produktom, ki jih bomo ponujali v sami spletni trgovini.

5.3 Predstavitev spletne trgovine

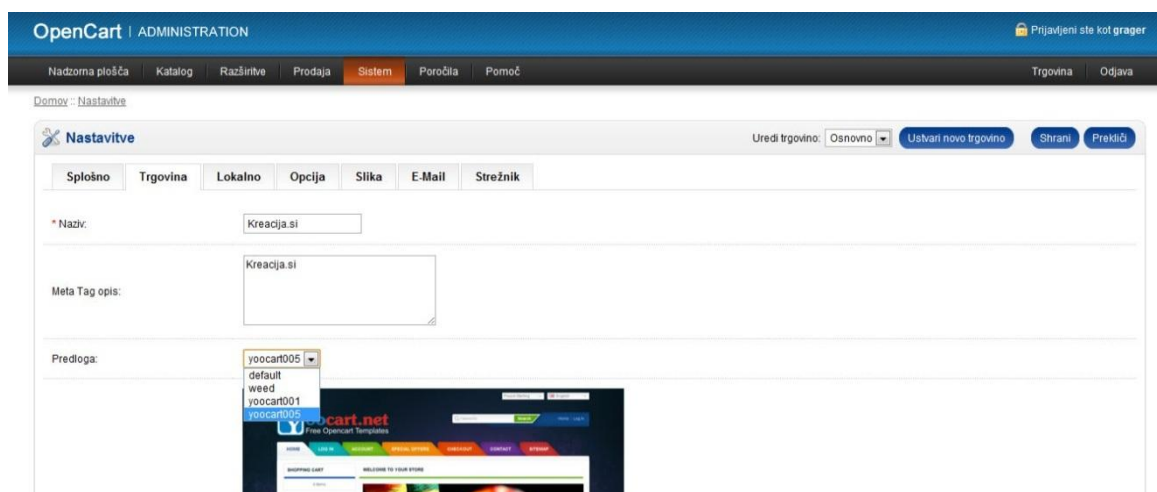
5.3.1 Sprememba videza spletne trgovine z naložitvijo predloge

Videz spletne strani oziroma trgovine je eden od glavnih aspektov, da obiskovalec začne brskati po njej. OpenCart ima veliko bazo brezplačnih predlog, zato je zelo dobro, da si pri iskanju vzamemo nekaj več časa in poiščemo primerne barvne kombinacije in primerno postavitev slik, ikon ter drugih povezav znotraj strani, ki ustrezajo spletni trgovini. Sam sem za svojo spletno trgovino izbral brezplačno predlogo oblikovalcev na spletni strani www.yoocart.net, imenovano yoocart005 (Slika 9).



Slika 9: Predloga yoocart005
Vir: <http://www.yoocart.net/>, dne 14.2.2012

Predlogo si s spletnega mesta naložimo na računalnik in datoteke za izbrano predlogo s pomočjo FTP kopiramo na strežnik v mapo namenjeno za predloge. Ko se predloga naloži smo samo nekaj klikov oddaljeni od novega videza spletne trgovine. V administrativnem delu pod zavihkom »Sistem«, podobno kot prej pri nastavitvi jezika, izberemo opcijo »Nastavitve« in »Trgovina«, ter tukaj spremenimo videz trgovine s predlogo, ki smo jo naložili (Slika 10).



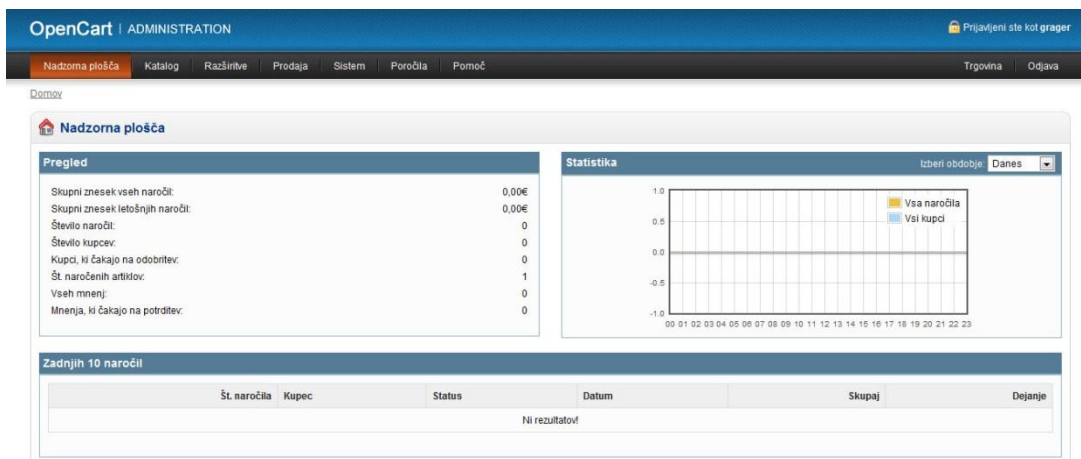
Slika 10: Sprememba predloge
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

5.3.2 Predstavitev administrativnega dela spletne trgovine

V samem administrativnem delu imamo več možnosti s katerimi upravljamo spletno trgovino. Tako lahko veliko podatkov, ki jih vidimo samo kot trgovci obdelamo brez, da spletna trgovina med tem časom ne deluje.

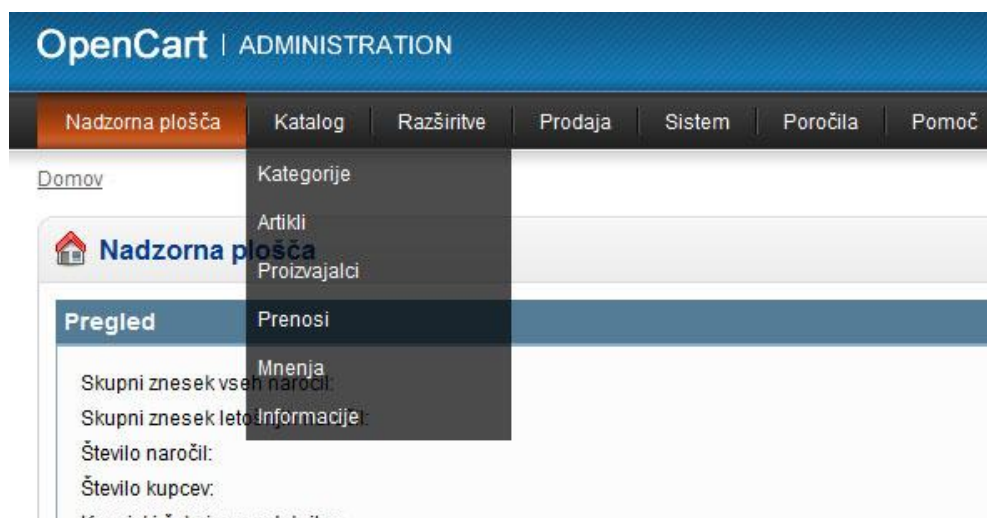
V nadaljevanju bom na kratko predstavil orodja za upravljanje spletne trgovine (<http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012):

- »Nadzorna plošča« je prva stran na kateri imamo prikazano statistiko obiskov, naročil in druge podatke o strankah spletne trgovine (Slika 11).



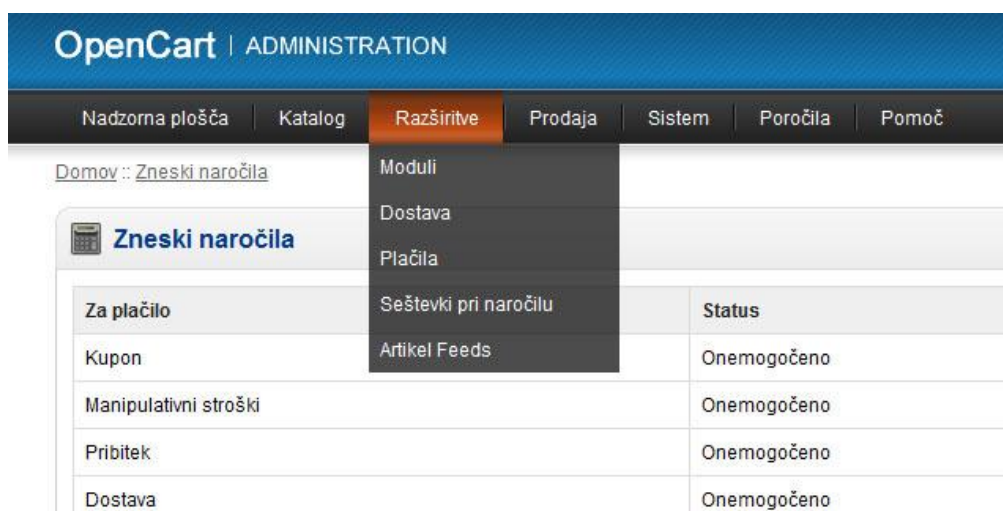
Slika 11: Nadzorna plošča
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- Pod drugim zavihkom najdemo »Katalog« kjer lahko upravljamo z izdelki (Slika 12). V samem zavihku imamo podmožnosti izbire, in sicer imamo na voljo »Kategorije«, »Artikle«, »Proizvajalce«, »Prenose«, »Mnenja« in »Informacije«. Vse nastavitve, ki so povezane s samimi izdelki tako lahko opravimo pod tem zavihkom.



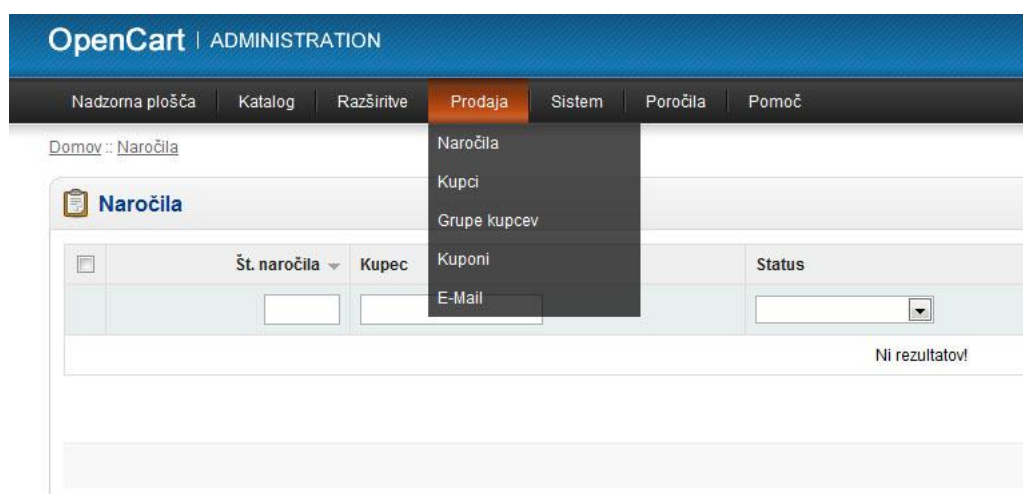
Slika 12: Katalog
 Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- Tretji zavihek nam da na razpolago »Razširitve« (Slika 13). Tukaj upravljamo z »Moduli« (dodatki), »Dostavo«, »Plačili« ter »Seštevki pri naročilu«. Zadnja opcija pod tem zavihkom je »Artikel Feeds«, ki se uporablja za dodajanje googlovih dodatkov in za mojo trgovino ni uporaben. Prav tako v svoji spletni trgovini ne bom uporabljal opcije »Plačila«, saj se izdelki oziroma naročila plačujejo po povzetju preko pošte.



Slika 13: Razširitve
 Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

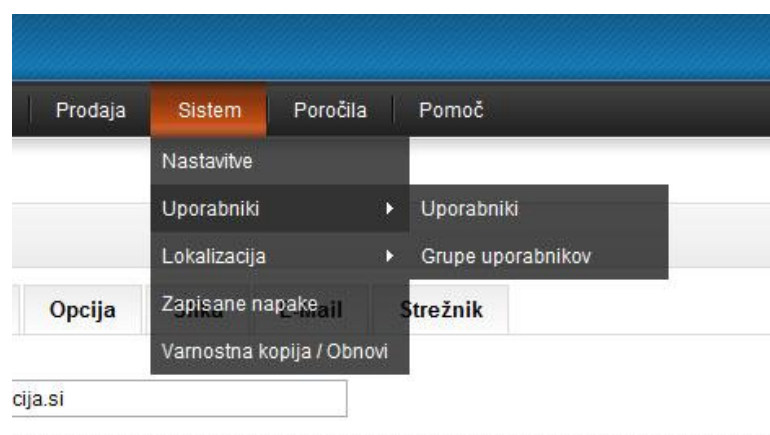
- Naslednji zavihek je »Prodaja« (Slika 14), kjer kot prvo lahko upravljamo z »Naročili«. Dalje imamo seznam »Kupcev«, v katerem so zavedeni vsi prijavljeni uporabniki spletne trgovine, katere lahko razporejamo po skupinah v opciji »Grupe kupcev«, ter najbolj zvestim kupcem omogočamo opcijo »Kuponov«. Pod zadnjo možnostjo »E-Mail« pa se nahaja še seznam vseh elektronskih naslovov prijavljenih v spletni trgovini, tako da lahko svojim strankam pošiljamo reklamna sporočila in jih obveščamo o ugodnostih in novostih.



Slika 14: Prodaja

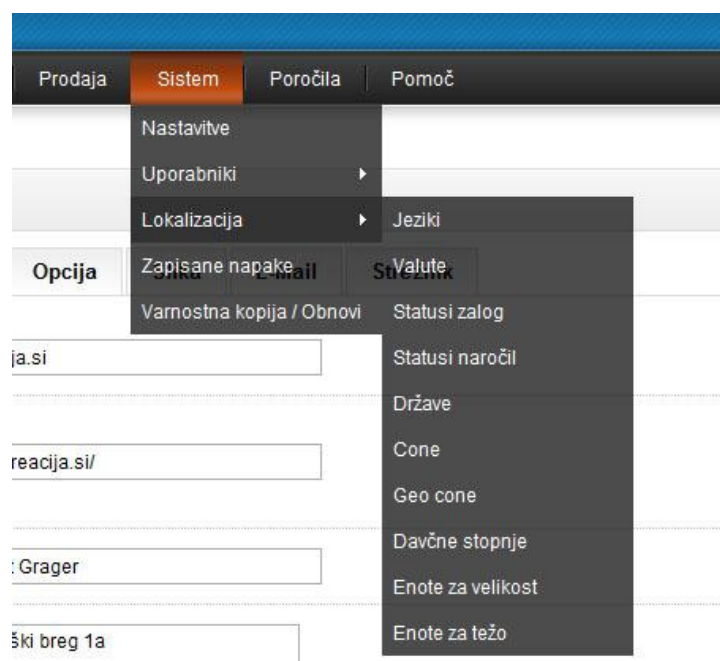
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- Pod petim zavihkom »Sistem« (Slika 15) lahko nastavljamo, spreminjamo in dodajamo vsebino spletne trgovine, kar naredimo pod opcijo »Nastavitve«. Imamo tudi možnost upravljanja uporabnikov in skupin uporabnikov (»Uporabniki«). Pod opcijo »Zapisane napake« nam sistem javi, če v spletni trgovini kaj ne deluje pravilno, pod opcijo »Varnostna kopija/Obnovi« pa lahko seveda naredimo tudi varnostno kopijo ali obnovimo katero izmed prejšnjih verzij spletne trgovine.



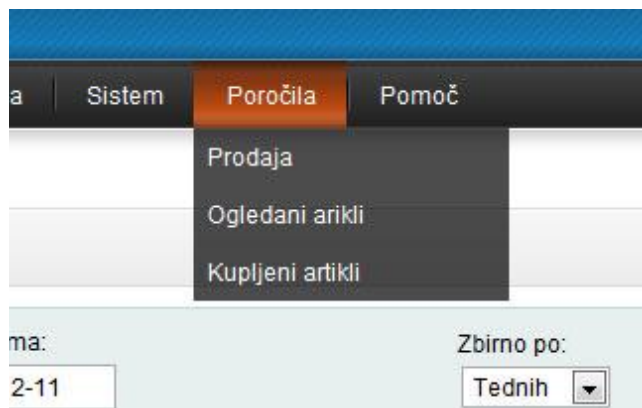
Slika 15: Sistem
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

Namenoma sem izpustil možnost »Lokalizacija« (Slika 16), saj ima veliko podnalog, v glavnem pa lahko tukaj nastavimo razne geografske parametre kot so »Jezik«, »Valute«, »Države«, »Cone«, »Geo cone«, ter »Enote za velikost« in »Enote za težo«, poleg tega pa tudi upravljamo s »Statusi naročil« in »Statusi zalog«.



Slika 16: Lokalizacija
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- Naslednji zavihek »Poročila« (Slika 17) nam ponudi možnost preverjanja »Prodaje«, ter statistiko »Ogledanih artiklov« kot tudi vseh »Kupljenih artiklov«.



Slika 17: Poročila

Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- Pod zadnjim zavihkom imamo na voljo še »Pomoč« (Slika 18). Tukaj se nahajajo hitre povezave do »Domače strani« programa OpenCart, »Dokumentacije« programa OpenCart in »Foruma za tehnično podporo«, kjer si lahko poiščemo pomoč v povezavi z delovanjem programa, v kolikor jo seveda potrebujemo.

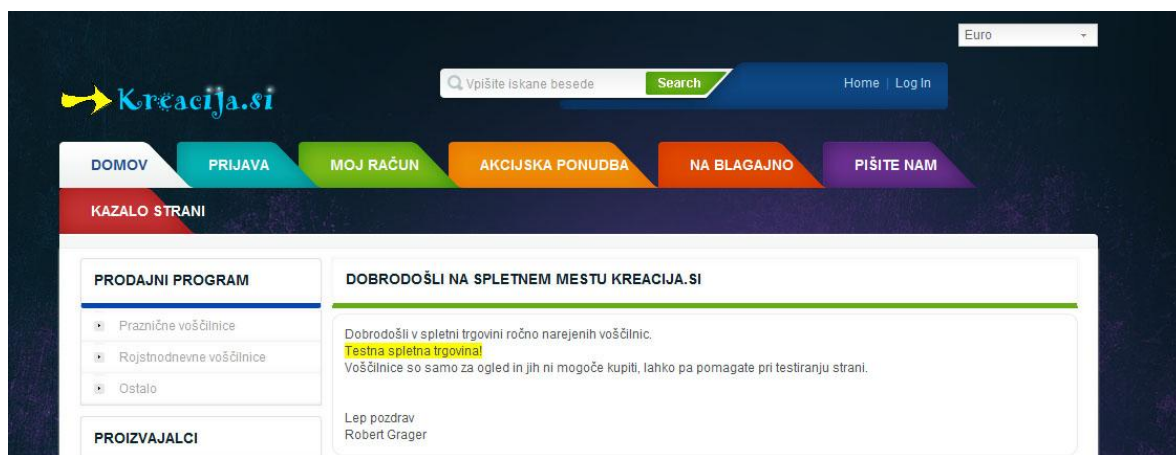


Slika 18: Pomoč

Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

5.3.3 *Dokončno oblikovanje spletne trgovine in dodajanje izdelkov*

Preden se osredotočimo na dodajanje samih izdelkov, je potrebno spletno trgovino opremiti še z besedilom. Sestavimo dobrodošlico na prvi strani spletne trgovine (Slika 19) ter naložimo logotip (Slika 20), ki ustreza imenu in tematiki naše spletne prodajalne. Logotip in vsebina se v administrativnem delu trgovine vstavita pod že v prejšnjih poglavjih omenjenim zavihkom »Sistem« ter nato opcijo »Nastavitve«. Tukaj se vstavijo še drugi podatki o sami trgovini in ko nastavimo vse podrobnosti, se lahko lotimo izdelkov.



Slika 19: Dobrodošlica na prvi strani spletne trgovine

Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012



Slika 20: Logotip spletne trgovine Kreacija.si

Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

Osredotočimo se tako na kategorije izdelkov kot tudi same izdelke, ki jih ponovno dodamo s pomočjo administrativnega dela. V moji spletni prodajalni bodo izdelki sprva samo ročno narejene voščilnice namenjene za različne dogodke in praznike, kot so božič in novo leto, velika noč, rojstni dnevi in podobno. Izdelki se dodajo pod zavihkom »Katalog« in nato

možnostjo »Artikli«, kjer jim lahko določimo ime, vrednost, opis, mere, količino zaloge in tudi omogočimo ogled izdelka s sliko le-tega. Prav tako lahko tukaj urejamo že prej dodane izdelke, jih dodamo v akcijo, jim določimo popust ali jih dodamo kot kupone za redne stranke (Slika 21).

OpenCart | ADMINISTRATION Prijavljeni ste kot grager

Nadzorna plošča **Katalog** Razširitve Prodaja Sistem Poročila Pomoč Trgovina Odjava

Domov » Artikli

Uspeh: Uredili ste artikel!

Artikli Vstavi Kopiraj Izbrisi

	Slika	Ime artikla ▲	Šifra	Količina	Status	Dejanje
☐		Božiček	boz	100	Omogočeno	[Uredi]
☐		Jelenček	Jelencek	100	Omogočeno	[Uredi]
☐		Opica	Opica	100	Omogočeno	[Uredi]

Slika 21: Dodajanje in urejanje izdelkov
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

Ko artikle dodamo, jih lahko tudi uporabniki spletne trgovine takoj vidijo in kupijo. Na tem mestu bom zato na kratko tudi predstavil kako poteka sam nakup določenega izdelka. Stranka lahko izdelke išče preko podstrani ali iskalnika za izdelke. Ko ji je kateri všeč, lahko klikne nanj in preveri ceno in opis ter pogleda sliko izdelka, ki jo lahko tudi poveča. Nato lahko nadaljuje z nakupom, vendar se mora za to najprej registrirati v spletno trgovino (Slika 22). Enkrat prijavljena, lahko nato zapusti spletno stran in se vrne drugič, ter opravi še kakšen nakup. Podatke o nakupih, plačilu in dostavi pa dobi stranka na elektronski naslov, ki ga je podala ob prijavi.

REGISTRACIJA

Če ste že registrirani na našem spletnem mestu, se prosimo prijavite na [prijavni strani](#).

Osební podatki

* Ime:	
* Priimek:	
* E-Mail:	
* Telefon:	
Fax:	

Vaš naslov

Podjetje:	
* Naslov 1:	
Naslov 2:	
* Mesto:	
* Poštna številka:	
* Država:	Slovenia v
* Regija / Država:	--- prosimo, izberite --- v

Vaše geslo

* Geslo:	
* Potrdi geslo:	

Novice

Želim prejemati e-novice: ☐ Da ☒ Ne

Slika 22: Registracija novega uporabnika
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

Sam nakup izdelka je narejen po korakih. Najprej izbran izdelek dodamo v košarico, nato nadaljujemo nakup z obiskom »Blagajne«, vpišemo vse zahtevane podatke in končamo s klikom na zadnji gumb »potrdi naročilo« (Slika 23). Vse potrebne informacije o nakupu nato dobi tako trgovec v administrativnem delu spletne trgovine kot tudi stranka preko elektronske pošte.

POTRDITEV NAROČILA

Način dostave Pošta Slovenije oz. hitra dostava Spremeni	Naslov dostave Robert Grager kamniški breg1a kamnica 2351 Slovenia Spremeni	Naslov plačnika Robert Grager kamniški breg1a kamnica 2351 Slovenia Spremeni
Način plačila Plačilo po povzetju Spremeni		

Artikel	Šifra	Količina	Cena	Skupaj
Jelenček	Jelencek	1	2,00€	2,00€
				Znesek:2,00€
				Za plačilo:2,00€

[Nazaj](#)
[potrdi naročilo](#)

Slika 23: Potrditev naročila
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

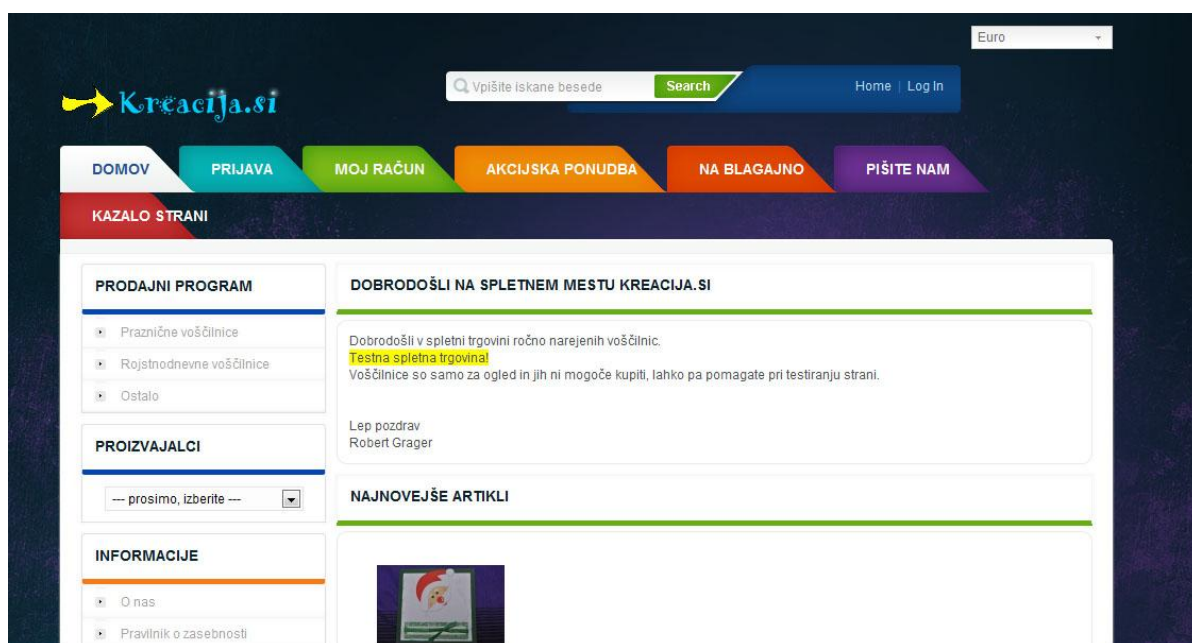
V spletni trgovini Kreacija.si je možno izdelek prejeti samo preko navadne pošte in tudi plačilo je ob dostavi. Sam program OpenCart pa nam omogoča, da dodamo tudi druge dostavne in plačilne načine.

5.3.4 Predstavitev končne oblike spletne trgovine

Po spremembi videza spletne trgovine, naložitvi ustreznega jezika, v našem primeru slovenščine, nekaterih spremembah v administrativnem delu spletne trgovine, dokončnem oblikovanju in dodajanju izdelkov smo sedaj prišli do točke predstavitve končne podobe spletne trgovine kot je na razpolago uporabniku (Slika 24).

Spletna trgovina Kreacija.si ima več možnih podstrani. Kot prvo se lahko prijavimo v sistem spletne trgovine (»Prijava«) in nam je tako na voljo več dodatnih funkcij. Kot je razvidno iz Slike 24 se dalje nahajajo zavihki »Moj račun«, »Aksijska ponudba« in »Na Blagajno«, kjer pa ima uporabnik spletne trgovine vedno možnost, da preveri koliko je že ali še bo naročil. Prav tako lahko komunicira s trgovcem preko zavihka »Pišite nam«. Posamezni zavihek tudi spremeni barvo in postane bel v kolikor na njega kliknemo, tako nam pove kje v spletni trgovini se nahajamo. Spletna trgovina ima tudi iskalnik za hitrejšo najdbo izdelkov. Tako kot

večina že delujočih spletnih trgovin ima tudi moja dobro preglednost in je moderno oblikovana.



Slika 24: Spletna trgovina Krecija.si
Vir: <http://krecija.si/>, dne 16.2.2012

Po predstavitvi prve strani bom sedaj še bolj podrobno predstavil posamezne podstrani spletne trgovine ter pozornost namenil načelu, da je zunanost spletne trgovine tisto kar naredi prvi vtis na kupca, prav to pa sem upošteval tudi z izbiro in uporabo predloge za spletno trgovino (Mihaljčič, 2000, 42):

- Prijava uporabnika spletne trgovine je pomemben element spletne trgovine, saj omogoča uporabnikom, da se pred samim brskanjem in nakupovanjem prijavijo v spletno trgovino, ter si že tukaj pregledajo pogoje poslovanja (Slika 25). V kolikor se uporabnik nepravilno prijavi, to ne pomeni problema, saj spletna trgovina to takoj javi (Slika 26).

PRIJAVA

Registracija

Izberite možnost (v kolikor je ponujena):

☒ **Registracija**

Z registracijo na spletno mesto boste lahko nemoteno opravljali nakupe, spremljali status nakupa, si ogledali zgodovino vaših naročil, prejeli novice in obvestila ter bili deležni vseh ostalih naših ugodnosti in akcij.

[Nadaljuj](#)

Prijava

Vpišite prijavne podatke in kliknite na Prijava.

E-Mail naslov:

Geslo:

[Pozabljeno geslo?](#)

[Prijava](#)

Slika 25: Prijava uporabnika
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

NAPAKA! Vpisani E-mail naslov ali geslo ni pravilno! Poskusite znova ali zahtevajte novo geslo.

Slika 26: Napaka ob nepravilni prijavi
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- Rubrika »Moj račun« je namenjena rednim uporabnikom spletne trgovine, saj tukaj lahko spreminjajo podatke računa, gesla in podatke v imeniku spletne trgovine. Lahko pa si tudi naredijo pregled vseh narejenih naročil ter se prijavijo na novice, ki jih posreduje spletna trgovina (Slika 27).

MOJ RAČUN

Moj račun

- [Spremeni podatke računa](#)
- [Spremeni geslo](#)
- [Uredi podatke v imeniku](#)

Moja naročila

- [Poglej zgodovino naročil](#)
- [Prenosi](#)

Novice

- [Odjavi se / prijavl se na novice](#)

Slika 27: Moj račun
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- »Aksijska ponudba« je dober način kako narediti nakupovanje bolj zanimivo, saj lahko s tem pritegnemo nove kupce, prav tako pa je pomembna za samo uspešnost spletne trgovine, saj lahko izdelke, ki so že dalj časa v prodaji in se počasi umikajo iz nje, hitreje prodamo (Slika 28).



Slika 28: Aksijska ponudba
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- »Košarica« je nepogrešljiv del spletne trgovine. To je v bistvu posebna, za vsakega uporabnika avtomatsko zgenerirana podatkovna baza, kamor se zapisujejo artikli, ki jih želi uporabnik naročiti. V košarico lahko artikel premaknemo s klikom na simbol »+« zraven artikla (Štrancar, 2001, 32-33). V sami košarici si lahko ogledamo vse naročene artikle in seštevke za plačilo, prav tako nam košarica še vedno omogoča nadaljevanje z nakupom, v končni fazi pa se lahko odločimo in zaključimo nakup s klikom na ikono »Na blagajno« (Slika 29).

KOŠARICA						
Odstrani	Slika	Ime	Šifra	Količina	Cena/kos	Skupaj
☐		<u>Smrekici</u>	Smrekici	1	2,50€	2,50€
☐		<u>Cvetlica</u>	Cvetlica	1	3,00€	3,00€
					Znesek:5,50€	
					Za plačilo:5,50€	
Posodobi Nadaljuj z nakupom Na blagajno						

Slika 29: Košarica
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- V primeru, da ima obiskovalec spletne trgovine kakršnokoli vprašanje, se lahko obrne na upravljavca spletne trgovine, in sicer preko zavihka »Pišite nam«. Na tej podstrani so podatki za kontaktiranje, v mojem primeru je to naslov in telefonska številka, v kolikor pa uporabnik želi, lahko vpiše tudi svoje povpraševanje in se komunikacija odvija preko elektronske pošte. Za lastno varnost imam na spletni trgovini tudi varnostno kodo, ki jo je potrebno prepisati iz vidnega kvadrata, s čimer preprečim tako imenovan elektronski spam (Slika 30).

PIŠITE NAM

Naslov: Kreacija.si Kamniški breg 1a 2351 Kamnica	Telefon: +386 64 11 55 11
---	-------------------------------------

Ime:

E-mail naslov:

Povpraševanje:

Varnostni kodo s slike prepišite v spodnje polje:



[Nadaljuj](#)

Slika 30: Pišite nam
 Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

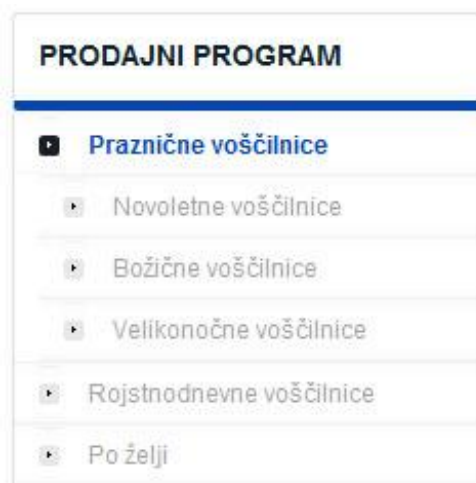
- Zadnji zavihek je »Kazalo strani«, ki ima funkcijo zemljevida spletne trgovine. Tukaj je zapisano kako je spletna trgovina preko zavihkov sestavljena. Kot je iz Slike 31 razvidno se tukaj nahajajo vsi že opisani zavihki spletne trgovine.

ZEMLJEVID STRANI

Praznične voščilnice Novoletne voščilnice Božične voščilnice Velikonočne voščilnice Rojstnodnevne voščilnice Po želji	Posebne ponudbe Moj račun Podatki o računu Geslo Imenik Zgodovina naročil Prenosi Košarica Na blagajno Iskanje Informacije O nas Pravilnik o zasebnosti Pogoji Pišite nam
--	---

Slika 31: Kazalo strani
 Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- Tabeli »Prodajni program« (Slika 32) in »Informacije« (Slika 33) sta vedno na levi strani spletne trgovine. Na ta način je vedno v vidnem polju uporabnika spletne trgovine, uporabnik ima večjo možnost pridobivanja informacij in lahko hitro klikne katero izmed kategorij artiklov, s tem pa povečamo tudi možnost nakupa dodatnih artiklov ali razjasnitev kakšne potrebe po informacijah v zvezi s spletno trgovino.



Slika 32: Prodajni program
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012



Slika 33: Informacije
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

- Iskalnik je sestavni del vsake spletne trgovine. V večini se nahaja na prvi strani in tako je tudi pri moji spletni trgovini (Štrancar, 2001, 32). Iskanje omogoča uporabniku še hitrejšo najdbo želenega izdelka oziroma izdelkov (Slika 34).



Slika 34: Iskalnik
Vir: <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012

5.4 Kako in kaj od komuniciranja upoštevamo pri vodenju spletne trgovine

Sedaj ko je celotna spletna trgovina vizualno predstavljena bom namenil še nekaj besed izbiri predloge. Za izbiro podloge sem potreboval veliko časa, držal pa sem se nekaterih napisanih predlogov:

- poskrbite, da bo pomoč v primeru težav čim hitreje pri roki (zavihek »Pišite nam«),
- kupec mora natančno vedeti koliko bo plačal za vse skupaj najpozneje pri blagajni (zavihek »Na blagajno«),
- poskrbite za kakovosten iskalnik artiklov,
- preglednost je ključnega pomena,
- ne zasipajte uporabnikov s »spamom« in jim ponudite možnost, da se sami odločijo ali želijo prejemati vašo elektronsko pošto (Štrancar, 2001, 88-89).

Prav tako sem iskal predlogo, ki bi bila malo igriva oziroma barvna, da je primerna prodajnemu asortimentu. Tako sem iskal predlogo, ki vsebuje tudi simbole, ki so za človeško komunikacijo bistveni, saj simboli predstavljajo stvari, procese, ideje ali dogodke (Kline, Ule, 1996, 25). V moji spletni trgovini so ti simboli v obliki barvnih gumbov za zavihke, pisavi, ki je klasična vendar v različnih barvah. Na taki način pritegnem obiskovalce ne samo z dobrimi artikli ampak predvsem tudi z dobro dodelano spletno trgovino.

Za komuniciranje pri spletni prodaji je najbolj pomemben element računalnik in program za pošiljanje elektronske pošte, prav tako pa je pomembno poznati prvine navadne pošte, saj se izdelki v mojem primeru vedno pošljejo preko le-te.

V spletni trgovini lahko uporabnik komunicira z vmesnikom, ki je vezan na elektronsko pošto. Tako se bodoča stranka prijavi v sistem, preko elektronskega sporočila dobi na svoj elektronski naslov sporočilo o uspešni prijavi v sistem. V našem primeru dobi dobrodošlico.

Preko spletne strani stranka lahko naroča vse izdelke, ki so na voljo, nadaljnja komunikacija pa poteka izključno preko elektronske pošte. Tako dobi stranka, ki je naročila določen izdelek, podatke o stanju naročila, znesku za plačilo ter druge informacije v povezavi z njenim nakupom. Pri tem je potrebno paziti, da dobi stranka prave podatke. K sreči je spletni program OpenCart dodobra dodelan in se baza strank ustvari sama in jo lahko preko administrativnega dela primerno oblikujemo.

6 ZAGON SPLETNE TRGOVINE

Tako smo prispeli do skorajšnjega zagona spletne trgovine, vendar se moramo zavedati, da sam zagon spletne trgovine avtomatsko ne pomeni novih strank, zato se moramo pripraviti še na marketing ali tržno komuniciranje.

6.1 Tržno komuniciranje kot zadnja predpriprava

Tržno komuniciranje so vse aktivnosti, ki jih trgovec izvaja, da bi vzpostavil komunikacijo s potencialnimi strankami. S tržnim komuniciranjem sporoča trgovec o svojem obstoju, lastnostih in prednostih svojih izdelkov. Glavni cilji tržnega komuniciranja so:

- ustvarjanje ugleda,
- sporočanje o novih izdelkih,
- izboljšava obstoječih izdelkov,
- povečanje povpraševanja po izdelkih,
- ter informiranje, kje in kdaj je izdelek mogoče dobiti (Mihaljčič, 2009, 99).

Za spletno trgovino je pomembno nekaj osnovnih orodij:

- oglaševanje,
- pospešena prodaja,
- ter neposredno trženje.

Oglaševanje je pomembna dejavnost pri pridobivanju novih kupcev. Najbolje je, da oglase namestimo na druge spletne strani, kjer bi se potencialni kupci lahko nahajali. V mojem primeru so to forumi in strani, ki se ukvarjajo s predstavitvijo ročno izdelanih voščilnic ali drugimi ročnimi deli. Pri oglaševanju je potrebno paziti, da je to množična komunikacija in nimamo možnosti, da dodatno pojasnimo ali razjasnimo sporočilo. Tako moramo poznati in predvideti reakcije prejemnika oglasa, s tem spoznanjem pa lahko načrtujemo načine in izgled komunikacijskih orodij (Kline, Ule 1996, 70-73).

Pospešena prodaja je pomembna za poudarjanje ugodnosti naše ponudbe, prav tako pa sem spadajo darila, nagradne igre, popusti in akcije. Tako si lahko utrdimo naklonjenost že obstoječih strank in prodobimo nove.

Neposredno trženje pri spletnih trgovinah je v obliki oglaševanja preko elektronske pošte, posebej pa je tukaj potrebno paziti, da pošiljamo elektronsko pošto samo strankam, ki se strinjajo s takšnim načinom pridobivanja novosti (Mihaljčič, 2009, 100-101).

S tem bomo izpolnili cilje tržnega komuniciranja, ki so:

- informiranje: predstaviti nove izdelke, opisati razpoložljive izdelke in storitve, zmanjšati kupčevo negotovost, strah in nezaupanje,
- prepričanje: dograjevanje ugleda, ustvarjanje pripadnosti, spremeniti kupčevo zaznavanje izdelka, ter prepričati, da je sedaj primeren čas za nakup,
- spominjanje: zadržati pri kupcu zavest o obstoju izdelka, spomniti, kje je izdelek na voljo (Mihaljčič, 2006, 83).

6.2 Zagon spletne trgovine

V prejšnjih poglavjih opisan postopek izdelave in postavitve spletne trgovine je sedaj pri koncu in zato na tem mestu lahko zaženemo našo spletno prodajalno, ki pa naj bo nekaj časa najprej v testni fazi. Sam naprimer še nimam registriranega podjetja, zato je bom spletno trgovino sedaj postavil za obiskovalce, ki bodo istočasno tudi preizkuševalci spletne trgovine. Da ne bi prišlo do kakršnihkoli nesporazumov glede naročil, je takoj na začetku obiska spletne trgovine v dobrodošlici obrazloženo, da je spletna trgovina samo testno postavljena in naročenih izdelkov še ne pošiljam k strankam. Prav tako naprošam vse obiskovalce, da preko elektronske pošte pošljejo mnenje o spletni trgovini. Tako lahko pripravimo vse potrebno, za uspešno delovanje spletne trgovine.

7 SKLEP

Glede na tri hipoteze, ki smo smo jih zapisali na začetku diplomskega, lahko pridemo do sklepa. Spletno trgovino lahko izdelava povprečen uporabnik s pomočjo brezplačnega programa in navodil za le-tega. Edino kar zahteva izdelava je veliko časa, še toliko bolj, če skušamo postaviti spletno trgovino ob redni zaposlitvi. Lahko le potrdim prvo hipotezo, da je možno ustvariti spletno trgovino, saj je uspelo, da moja spletna trgovina na spletnem naslovu www.kreacija.si testno že deluje.

Pri drugi hipotezi sem v teku diplomskega dela že omenil težave z drugimi brezplačnimi programi. Tako naprimer pri enem izmed programov nisem mogel naložiti brezplačno slovenskega jezika, pri drugem programu pa nisem imel dovolj znanja s področja programiranja. Sam menim, da je OpenCart za povprečno znanje računalništva in spleta najprimernejši, vendar to ne potrdi čisto druge hipoteze, saj lahko program OpenCart nadomesti kak drug program v primeru, da je naše znanje iz programiranja spletnih strani že zelo strokovno ali pa želimo spletno trgovino imeti samo v angleškem jeziku.

Prav tako sem dodobra predstavil pomembnost upoštevanja prvim medsebojnega komuniciranja. S strankami se je vedno potrebno sporazumevati in se na njihove zahteve in potrebe odzvati, saj nam še tako najbolj urejena in oblikovana spletna trgovina ne bo pomagala, če ne bomo pravilno komunicirali s strankami. S tem sem potrdil tretjo hipotezo.

Spletna trgovina je bila postavljena v kratkem času, sedaj se moram le še predano lotiti iskanja potencialnih strank. Ko pa bom enkrat imel večji krog strank pa bo potrebno stranke »presenetiti« tudi s kakšnimi ugodnostmi ali novim izgledom spletne trgovine. Vsekakor pa bom v prvi vrsti vedno upošteval mnenja strank, da bi izboljšal podobo, ponudbo in delovanje spletne trgovine.

8 LITERATURA IN VIRI

8.1 Literatura

1. Curk, J., Dogša, A., Kompare, A., Stražišar, M., & Vec, T.: *Uvod v Psihologijo*, DZS, Ljubljana, 2009.
2. Kline, M., & Ule, M.: *Psihologija tržnega komuniciranja*, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana, 1996.
3. Mihaljčič, Z.: *Delo s strankami* Jutro, Ljubljana, 2009.
4. Mihaljčič, Z.: *Poslovno komuniciranje*, Jutro, Ljubljana, 2000.
5. Mihaljčič, Z.: *Psihologija prodaje*, Jutro, Ljubljana, 2006.
6. Murat, Yilmaz: *OpenCart 1.4: Beginners Guide*, Packt Publishing, Birmingham, 2010.
7. Štrancar, M.: *Nakupovanje v internetu*, Desk, Izola, 2001.

8.2 Internetni viri

1. <http://www.cpanel.net/>, dne 1.12.2011
2. <http://filezilla-project.org/>, dne 1.12.2011
3. <https://www.google.com/chrome>, dne 1.12.2011
4. <http://kreacija.si/>, dne 16.2.2012
5. <http://www.opencart.com/>, dne 1.12.2011
6. <http://www.oscommerce.com/>, dne 1.12.2011
7. <http://virtuemart.net/>, dne 1.12.2011
8. <http://www.yoocart.net/>, dne 14.2.2012
9. <http://www.zen-cart.com/>, dne 1.12.2011