

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL  
Infotehnoloogia teaduskond

Helena Tubli 134649IABB

**AS ÄRIPÄEVA KONVERENTSIDE SISU  
HALDUSE JA VEEBIVAATE  
KASUTATAVUSE PARENDAMINE**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Karin Rava  
MSc

Tallinn 2020

## **Autorideklaratsioon**

Kinnitan, et olen koostanud antud lõputöö iseseisvalt ning seda ei ole kellegi teise poolt varem kaitsmisele esitatud. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, olulised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on töös viidatud.

Autor: Helena Tubli

15.05.2020

## **Annotatsioon**

Bakalaureusetöö „AS Äripäev konverentside sisu halduse ja veebivaate kasutatavuse parendamine“ eesmärgiks on analüüsida ja parendada konverentside sisu haldust ja veebipoe konverentsi vaate kasutatavust. Analüüsi tulemustele tuginedes luuakse parendatud konverentsi toote vaade, mis sobiks kokku AS Äripäev konverentside korraldajate vajadustega. Selleks viiakse läbi konverentside projektijuhtidega läbi töötod ja vestlused, et välja selgitada olemasoleval veebipoe vaatel esinevad probleemid. Samal eesmärgil võrreldakse Äripäeva konverentsi veebipoe lehte teiste konverentside veebilehtedega. Konverentside projektijuhtidega viiakse läbi parendatud disainiga vaate rahuloluküsitlus ning analüüsitakse küsitluse tulemusi.

Veebipoes peab klient saama kogu vajaliku informatsiooni konverentsi kohta. Samuti peab konverentsi leht olema visuaalselt meeldiv, ostma kutsuv ning kasutajasõbraliku ostuprotsessiga.

Rahvusvaheliste konverentside veebilehed on kaasaegse välimuse ja hea kasutajamugavusega [1], [2]. Veebipoe klientidele on oluline, et info oleks kergesti leitav ja selgelt edastatud. Lisaks peab olema mugav registreerimise ja ostu sooritamise protsess. Kui klient leiab, et veebileht ei ole kasutajamugav, võib see olla põhjuseks, miks loobutakse osalemast või leitakse muu kanal, mille kaudu registreeruda ja ost sooritada. Äripäeva veebipoes on ostuprotsessi juba parandatud ning kasutajamugavaks tehtud, kuid veebipoe konverentsi vaade vajab kaasajastamist ja parendamist.

Lõputöö peamisteks tulemusteks on nõuded sisu halduse ja veebivaate parendamiseks ning veebipoe parendatud vaate kujundus.

Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ning sisaldab teksti 43 leheküljel, 6 peatükki, 31 joonist, 2 tabelit.

## **Abstract**

### **Improving the Content Management and Web View Usability of AS Äripäev Conferences**

The aim of the bachelor's thesis "Improving the Content Management and Web View Usability of AS Äripäev Conferences" is to analyze the usability of the online store conference view. Based on the results of the analysis, improved view is created that would fit the needs of AS Äripäev (hereinafter Äripäev) conference organizers. To this end, workshops and interviews are held with conference project managers to identify issues with the existing online store view. For the same purpose, the Äripäev conference online store page is compared with other conference websites. A view satisfaction survey with an improved design is conducted and the results of the survey are analyzed.

In the online store, the client must receive all the necessary information about the conference. The conference page must also be visually pleasing, inviting to purchase, and have a user-friendly purchasing process.

The websites of international conferences have a modern look and good user-friendliness [1], [2]. It is important for the customers of the online store that the information is easy to find and well communicated. Also, there must be a convenient registration and purchase process. If the customer finds that the website is not user-friendly, this may be the reason for opting out or finding another channel to register and make a purchase. The shopping process in Äripäev's online store has already been improved and made more user-friendly, but the conference view of the online store needs to be updated and improved.

The main results of the dissertation are requirements to improve conference content management and web view, and the design of improved web view.

The thesis is in Estonian and contains 43 pages of text, 6 chapters, 31 figures, 2 tables.

## Lühendite ja mõistete sõnastik

.NET	Tasuta platvormide ülene avatud lähtekoodiga arendajaplattform paljude erinevat tüüpi rakenduste loomiseks [3]
HTML	<i>HyperText Markup Language</i> Märgistuskeel veebilehe struktuuri kirjeldamiseks [4]
MS SQL	Microsoft SQL Server. Relatsiooniline veebimajutuse andmebaas, mida kasutatakse veebisaidi teabe salvestamiseks [5]
NewsPortal	Äripäeva teemaveebi saadetakse toote pilditüüp, mille soovitatavad mõõdud on ~490px lai ja ~200px kõrge
nopCommerce	Tasuta ja vaba lähtekoodiga e-kaubanduse tarkvara [6]
Sisu haldus	Sisu haldus on protsesside ja tehnoloogiate kogum, mis toetab teabe kogumist, haldamist ja avaldamist mis tahes vormis või kandjal. Kui seda teavet talletatakse ja sellele pääseb juurde arvutite kaudu, võib seda teavet täpsemalt nimetada digitaalseks sisuks või lihtsalt sisuks [7].
Sisuhaldussüsteem	Sisuhaldussüsteem (CMS) on tarkvararakendus, mida saab kasutada digitaalse sisu loomise ja muutmise juhtimiseks [8].
Tag	Silt [9].
Teemaveeb	Veebileht, mis koondab ühte kohta kokku kõik olulise info sektori kohta

## Sisukord

1 Sissejuhatus .....	10
1.1 Taust ja probleem .....	11
1.2 Ülesande püstitus .....	12
1.3 Metoodika.....	12
1.4 Ülevaade tööst .....	12
2 Veebipoe kasutatavus .....	14
2.1 Kasutatavus.....	14
2.2 Kasutatavuse juhised veebipoe tootelehele .....	15
3 Konverentsi sisu halduse nõuete analüüs .....	18
3.1 Konverentside korraldamine ja sisu haldus Äripäevas.....	18
3.2 Kasutajate nõuded.....	19
4 Veebipoe konverentsi lehe nõuete analüüs.....	21
4.1 Võrdlus teiste konverentside veebilehtedega ja nende analüüs.....	22
4.2 Äripäeva vajadused.....	35
4.3 Veebilehele püstitatavad kasutatavusnõuded .....	35
5 Parendatud konverentsi vaate kujundus .....	37
5.1 Konverentsi vaate päis.....	37
5.2 Esinejad .....	39
5.3 Programm .....	40
5.4 Korraldajate kontaktid .....	43
5.5 Hinnad .....	46
5.6 Toetajad .....	48
6 Parendatud konverentsi vaate kujunduse rahulolu uuring .....	51
7 Kokkuvõte .....	54
Lisa 1 – Äripäeva konverentsi veebilehe ekraanipildid.....	57

## Jooniste loetelu

Joonis 2. Kuvatõmmis Nordic Business Forum veebilehe päisest. ....	27
Joonis 3. Kuvatõmmis Web Summit veebilehe päisest. ....	28
Joonis 4. Kuvatõmmis Nordic Business Forum-i kirjeldusest. ....	29
Joonis 5. Kuvatõmmis Nordic Business Forum esinejad. ....	30
Joonis 6. Kuvatõmmis Web Summit esinejad. ....	30
Joonis 7. Kuvatõmmis Web Summit programm [21]. ....	31
Joonis 8. Kuvatõmmis Nordic Business Forum programm [22]. ....	32
Joonis 9. Kuvatõmmis Nordic Business Forum kontaktid. ....	33
Joonis 10. Kuvatõmmis Web Summit piletiinfo registreerimise vorm [23]. ....	33
Joonis 11. Kuvatõmmis Nordic Business Forum piletite info. ....	34
Joonis 12. Kuvatõmmis Äripäeva sisu halduse süsteemi täiendus „Toote info“ vahelehel. ....	38
Joonis 13. Kuvatõmmis Äripäeva kaasajastatud veebilehe „Päis“ plokk. ....	39
Joonis 14. Äripäeva võimalik kaasajastatud veebilehe „Esinejad“ plokk muudetud Nordic Business Forum kuvatõmmise näitel [1]. ....	40
Joonis 15. Äripäeva sisu halduse süsteemi täiendused „Ajakava“ vahelehel (autori koostatud). ....	41
Joonis 16. Äripäeva kaasajastatud veebilehe „Programm“ plokk (Uptime OÜ koostatud). ....	43
Joonis 17. Äripäeva sisu halduse süsteemi täiendused „Seotud isikud“ vahelehe osas „Projekti kontaktisikud“ (autori koostatud). ....	45
Joonis 18. Äripäeva kaasajastatud veebilehe „Kontaktid“ plokk (kuvatõmmis teemaveebist mu.ee). ....	46
Joonis 19. Äripäeva sisu halduse süsteemi täiendused „Hind“ osas vahelehel „Toote info“ (autori koostatud). ....	47
Joonis 20. Äripäeva võimalik kaasajastatud veebilehe „Hinnad“ plokk Nordic Business Forum kuvatõmmise muutmise näitel [1]. ....	48
Joonis 21. Kuvatõmmis täiendatud Äripäeva sisu halduse süsteemi vahelehel „Pildid“. .....	49

Joonis 22. Kuvatõmmis Äripäeva kaasajastatud veebilehe „Toetajad“ plokk. ....	50
Joonis 23. Küsimus 1 „Kui rahul oled uue konverentsi lehe päise disainiga?“ vastused. ....	68
Joonis 24. Küsimus 2 „Kui rahul oled uue võimaliku esinejate kuva disainiga?“ vastused. ....	68
Joonis 25. Küsimus 3 „Kui rahul oled uue võimaliku programmi lahendusega?“ vastused. ....	68
Joonis 26. Küsimus 4 „Kui rahul oled uue võimaliku paralleelsessioonide lahendusega?“ vastused. ....	69
Joonis 27. Küsimus 5 „Kui rahul oled uue võimaliku konverentsiga seotud kontaktide esitlusega?“ vastused. ....	69
Joonis 28. Küsimus 6“ Kui rahul oled uue võimaliku hindade kuvamisega?“ vastused.	69
Joonis 29. Küsimus 7 „Kui rahul oled toetajate gruppidesse jagamise võimalusega?“ vastused. ....	70
Joonis 30. Küsimus 8 „Kui rahul oled uue võimaliku konverentsi vaatega tervikuna?“ vastused. ....	70
Joonis 31. Küsimus 9 „Kui Sul on veel mõtteid ja ettepanekuid vaate täiendamiseks, siis lisa need palun siia.“ Vastused. ....	70



## **Tabelite loetelu**

Tabel 1. Konverentside veebilehtede võrdlus.....	23
Tabel 2. Küsimustiku tulemused. ....	52

## 1 Sissejuhatus

AS Äripäev (edaspidi Äripäev) on asutatud aastal 1989 Rootsi meediakontserni Bonnier ja Eesti ettevõtte Mainor poolt. Esimene ajaleht ilmus 9. oktoobril 1989. Lisaks ajalehele Äripäev antakse välja veel kahte ajalehte, mitut kuukirja ja infolehte, koostatakse oma teabekeskust ([www.teabevara.ee](http://www.teabevara.ee)), antakse välja majandus- ja ajalooteemalisi raamatuid, korraldatakse konverentse, koolitusi, seminare, hoitakse käigus 17 teemaveebi. 2015. aasta jaanuaris alustati toodete müüki veebipoes ([www.pood.aripaev.ee](http://www.pood.aripaev.ee)), eesmärgiga pakkuda kõiki oma väljaandeid klientidele mugavalt ühest kohast. 4. septembril 2017 alustas tööd Äripäeva raadio. [10], [11]

2019. aastal müüs Äripäev enam kui 70-t konverentsi, kus käis üle 12 tuhande osaleja. Suurimatel konverentsidel on 500 osalejat. Konverentside müük toimub kahes kanalis: telefonimüük ja veebipood. Veebipoe müüki toetatakse turunduskampaaniatega läbi e-otseturunduspostituste ja pakkumistega sotsiaalmeedias. Äripäev müügi- ja tellimuste haldussüsteemi andmetel tehti 2019. aastal kokku 8777 tellimust (12 691 registreeritud osalejat), neist 3112 tehti läbi veebipoe (3774 registreeritud osalejat).

Veebipõhiste turunduskampaaniate puhul suunatakse kasutaja ostu sooritama veebipoe konverentsi lehele. Kui turunduskampaania eesmärk on tekitada huvi, siis veebipoes peab kasutaja saama kogu vajaliku informatsiooni ja vastused tekkinud küsimustele. Samuti peab see olema visuaalselt meeldiv, ostma kutsuv ning kasutajasõbraliku ostuprotsessiga.

Konverentside veebilehtede heale disainile ja kasutajamugavusele pööratakse üha suuremat tähelepanu, sest selleta on konverentsi keeruline ka reklaamida. Veebileht on kui veebipõhine konverentsi esindaja, mis täidab laiemat rolli kui olla ainult korraldaja ja klientide vaheline kontrollpunkt registreerimiseks. See kajastab ka seda, mida konverents endast kujutab. Kliendid pööravad suurt tähelepanu ja rõhku sellele, et info oleks kergesti leitav ja selgelt edastatud kui nad konverentsist huvitatud on. Kas huvitatud klient leiab vastused teda huvitavatele küsimustele, nagu toimumise aeg, koht, esinejad, info registreerimise kohta. Saab aru konverentsi tasemest ja kvaliteedist ning kas need

vastavad kliendi ootustele [12]. Äripäeva veebipoes on ostuprotsessi juba parandatud ning kasutajamugavaks tehtud, kuid konverentsi vaade vajab kaasajastamist.

## 1.1 Taust ja probleem

Olemasolev veebipoe toodete sisuhaldussüsteem võeti kasutusele 4 aastat tagasi, samuti loodi siis veebipoe konverentsi vaade. Praegune vaade on ajale jalgu jäänud. Samuti leidub selles kohti, kus kasutaja peab info saamiseks lisaliigutusi tegema või vastupidi, on kuvatud väga palju teksti, mida kasutajal ei ole mugav lugeda. Trend liigub üha enam esmase info saamisel mobiili põhiseks. Siin on oma osa veebikampaaniatel, kus luuakse esmakontakt kasutajaga tihtipeale läbi mõne nutiseadme (nutitelefon, tahvelarvuti). Google Analytics andmetel tuli aastal 2019 ligi 44% veebipoe liiklusest läbi mobiilsete seadmete ja see jätkab kasvutrendi.

Kui vaadata turgu laiemalt, siis konverentside korraldajaid on Eestis mitu, mis tähendab, et konkurents on tihe. Kuid see turg ei piirdu täna enam ainult Eestiga, vaid tegutsedes tuleb silma peal hoida ka muul maailmal. Konkurentide veebilehed on väga erineva tasemega, kuid neil on üks ühine omadus. Nende tooteportfellis on kindla valdkonnaga konverentsi(de) korraldamine. See teeb lehe kujunduselementide ja visuaalse jaotuse loomise ühtlaseks. Kõikidel konverentsidel on sarnane informatsiooni kuvamise vajadus ning sisu halduse süsteem peab võimaldama seda salvestada ning kuvada.

Äripäeva tooteportfell on lai ja iseloomult erinev. Veebipoes pakutakse lisaks konverentsidele ka muid tooteportfellis olevaid tooteid (ajakirjad, ajalehed, raamatud jm). Igal tootel on oma profiil ja informatsioon, mida kasutajale kuvatakse ning sisu halduse süsteemi lisatakse. Näiteks raamatutel on esinejate asemel autor(id) ja programmi asemel sisukord. Kui konverentsi puhul on oluline, kes esinevad ja millest nad räägivad, siis raamatu puhul on rõhk sisul. Sooviga teha veebipoe konverentsi vaade atraktiivseks, võib minna väga kaugele: videod, vahetuvad pildid, erinevad värvid jne, kuid siis kaob kasutajal arusaam, kuhu ta sattunud on, on see ikka Äripäeva veebipood.

## **1.2 Ülesande püstitus**

Äripäeva veebipood peab kliendile jätma professionaalse mulje ja samas soodustama väga erinevate toodete ostuks otsuse tegemist. Tänapäevaks on konverentsi vaade vananenud ja vajab värskendamist ning kasutajasõbralikumaks muutmist.

Lõputöö autor töötab igapäevaselt veebipoe arenduste projektijuhina, seega teab ta olemasoleva vaate nõrku kohti, mis parendamist vajavad. Lõputöö eesmärgiks on leida võimalusi veebipoe konverentsi vaate kasutatavuse parendamiseks, mis omakorda jaguneb 4-ks alameesmärgiks. Esimene neist on anda ülevaade kasutatavusest ja konverentsi sisu haldusest. Töö teine eesmärk on kirja panna nõuded konverentsi sisu haldusele ja vaatele. Töö kolmas eesmärk on analüüsida teisi konverentsi korraldajate veebilehti, et saada ülevaade hetke trendidest ja teiste sarnaste ürituste korraldajate veebilehtede ülesehitusest. Töö viimane eesmärk on eelnevalt kirja pandud punkte ja nõudeid arvesse võttes disainida parendatud konverentsi vaade ning saada projektijuhtide tagasiside sellele.

## **1.3 Metoodika**

Metoodikana kasutatakse intervjuusid, töötube ja küsitluse läbiviimist. Käsitletavast valdkonnast arusaamise loomiseks kirjeldatakse konverentsi haldusega seotud olemasolevad protsessid. Konverentside projektijuhtidega viiakse läbi töötoad ja intervjuud, et saada sisendid nende ootuste kohta parendatud vaatele veebipoes. Veebipoe vaate osas konsulteeritakse ka veebipoe toote omaniku ja digiturunduse arendusjuhiga, et arvestada ka nende ootustega.

Parendatud vaate kavandamisel tutvutakse kasutajaliidese ja kasutajakogemuse ekspertide koostatud materjalidega hea kasutajaliidese disainimise teemadel. Konverentsi parendatud vaate koostamisel võetakse autori poolt arvesse projektijuhtide, veebipoe toote omaniku ja digiturunduse arendusjuhi arvamusi ja soovitusi. Ka viiakse läbi rahuolu uuring, et saada tagasisidet parendatud vaate kujundusele.

## **1.4 Ülevaade tööst**

Lõputöö esimeses peatükis täpsustatakse antud töö tausta ja probleemi, püstitatakse ülesanne, kirjeldatakse metoodikaid ja antakse ülevaade tööst. Teises peatükis antakse

ülevaade veebipoe kasutatavuse olemusest. Kolmas peatükk keskendub konverentsi sisu halduse nõuete analüüsile. Neljandas peatükis võrreldakse Äripäev konverentsi veebilehte teiste korraldajate veebilehtedega ning pannakse kirja Äripäeva vajadused ja nõuded parendatavale veebilehele. Viiendas peatükis keskendutakse veebipoe vaate parandatud kujunduse loomisele püstitatud nõuete põhjal. Kuuendas peatükis kontrollitakse parendatud kasutatavust läbi rahulolu uuringu. Bakalaureusetöö lõpetatakse kokkuvõttega ning lisana pannakse kaasa kuvatõmmised olemasolevast konverentsi veebilehest ja läbi viidud rahulolu uuringu küsimustik.

## 2 Veebipoe kasutatavus

Käesoleva peatüki eesmärgiks on anda teoreetiline ülevaade kasutatavuse mõistest ja selle erinevatest definitsioonidest. Seejärel keskendub autor veebipoe toote lehele antavatele soovituslikele juhistele [13].

### 2.1 Kasutatavus

Kasutatavust iseloomustavaid definitsioone on aja jooksul välja kujunenud mitmeid. Ametlik ISO 9241-11 kasutatavuse mõiste on järgmine: mil määral saavad kasutajad kindlaksmääratud kasutuskontekstis toodet kasutada, et saavutada püsitatud eesmärgid efektiivselt, tulemusikult ja rahulolevalt [14].

Tuntud kasutatavuse valdkonna ideoloog Jakob Nielsen (2012) on kasutatavust defineerinud kui kvaliteedi atribuuti, mis hindab, kui lihtne on kasutajaliidest kasutada [15]. Tema poolt on defineeritud ka viis kasutatavuse mõõdikut:

- 1) Õpitavus – kui lihtne on kasutajatel täita põhiülesandeid, kui nad veebilehega esimest korda kokku puutuvad?
- 2) Efektiivsus ehk tulemuslikkus – kui kasutajad on juba veebilehega tutvunud, siis kui kiiresti nad ülesanded lahendavad?
- 3) Meeldejäätavus – kui kasutajad naasevad veebilehele mõne aja möödudes tagasi, siis kui hõlpsalt saavad nad oma oskused taastada?
- 4) Vigade arv ehk eksimiskindlus – kui palju vigu kasutajad teevad, kui tõsised need vead on ja kui hõlpsalt nad vigadele lahenduse leiavad?
- 5) Rahulolu – kui meeldiv disaini kasutus on? [16].

Kasutatavuse mõõtmiseks on välja töötatud erinevad mudelid ja standardid. Siiski ei hõlma ükski neist lähenemisviisidest kunagi kõiki kasutatavuse aspekte, sest iga lähenemisviis seab eesmärgiks erinevaid kasutatavuse võimalusi.

Kasutatavuse juures mängib olulist rolli lisaks lihtsale kasutajaliidesele ka see, kas kasutaja jõuab soovitud tulemuseni. See tähendab seda, kas kasutaja saab teha seda, mida ta soovis teha. Üldiselt arvatakse, et kasutatavuse testimine on väga kallis ja keeruline ning seda tuleks teha vaid siis, kui on kasutada suur eelarve ja palju aega. Parimad testimise tulemused tulevad mitte rohkem kui viie kasutajaga ning nendega teha nii mitu testi kui võimalik [17].

Lõputöös mõõdetakse parendatud kasutatavuse rahulolu aspekti.

## 2.2 Kasutatavuse juhised veebipoe tootelehele

Veebipoest ostes tuginevad kliendid ostuotsust tehes tootelehel toodud informatsioonile. Seetõttu on oluline, et tooteleht vastab kliendi võimalikele küsimustele, vajadusel võimaldab võrrelda, kuvab teiste klientide tagasisidet ja on ostuprotsessi võimalikult hõlpsaks teinud [13].

E-kaubanduses on tootelehed kriitilise tähtsusega. Tootelehel oleva informatsiooni põhjal teevad kliendid informeeritud ostuotsuse. Kui infot on liiga vähe või see on raskesti loetavalt veebilehele paigutatud, ei saa klient ostuotsuseks vajalikku informatsiooni. Veebipoe omanikul tuleb vältida olukorda, kus klient läheb näiteks Google-st vajalikku informatsiooni toote kohta otsima.

Katie Sherwini artikli põhjal (24. november 2019) on kehvadel tootelehtedel kaks peamist tulemust:

- Klient ei saa otsustada, kas toode vastab tema vajadustele ja loobub ostust.
- Klient ostab valede eelduste põhjal vale toote, mille tulemuseks on rahulolematu klient või tagastatud toode [13].

Hästi disainitud tootelehel on järgmised omadused, mille Sherwin on klassifitseerinud kui *must-have* (hädavajalikud), *nice-to-have* (tore, kui on) ja *fancy* (unistus).

Hädavajalikud komponendid:

- Kirjeldav toote nimetus
- Äratuntav pilt

- Pildi suurendatud vaade
- Hind koos võimalike täiendavate tasudega
- Selge tootevalik (värv, suurus)
- Toote saadavus
- Selge viis toote ostukorvi lisamiseks ja selge tagasiside, kui see lisatud on
- Lühike ja informatiivne tootekirjeldus [13].

Tore, kui on komponendid:

- Kliendi või eksperdi hinnang või arvustus
- Täiendavad tootepildid
- Tootevideod
- Tootepildi suurendamise võimalus
- Seotud toodete soovitused
- Toodete soovinimekiri [13].

Unistuste komponendid:

- Virtuaalne proovimine
- Klientide fotode või videotega tagasiside
- Kiire kordustellimuse tegemine
- Toote kohandamise tööriist
- 360 kraadi pilt
- Video või animeeritud kasutusjuhend [13].



Sherwini omaduste klassifikatsiooni komponente ei saa täielikult konverentside puhul rakendada, sest konverents ei ole füüsiline toode. Kuid ka konverentsi müümisel on vajalik anda ostjale baasinformatsioon konverentsi detailide kohta ja võimaldada ostu sooritamine. Konverents tootena peab tekitama emotsiooni ja soovi seal osaleda, et saada uusi mõtteid, teadmisi, kohata huvitavaid inimesi ja nendega arutelusid arendada.

Nõuete määratlemisel ja parendatud vaate kujunduse aluseks kasutatakse nimetatud klassifikatsiooni.

### **3 Konverentsi sisu halduse nõuete analüüs**

Järgnevalt esitatakse konverentsi mõiste definitsioon, ülevaade konverentside korraldamisest ja sisu haldusest Äripäevas, määratletakse kasutajate rollid ja püstitatakse nende nõuded veebipoe konverentsi sisu haldusele.

Konverents on ühist huvi omavate või valdkonnas töötavate inimeste kohtumine, mille eesmärgiks on võimaldada neil üksteisega kohtuda ning kus käsitletakse vastastikust huvi pakkuvate teemade, arengute, ideede ja tööde üle. Nende struktuur ja sisu võivad olla väga erinevad, kuid tüüpiline raamistik hõlmab ühte või mitut ettekannet tööst ja/või ideedest antud teema kohta. Ettekanded võivad esineda loengute, slaidiseansside, töötubade, paneeldiskussioonide või interaktiivsete kogemustena. Konverents võib kesta mõni tund või mitu päeva ning võib olla ühekordne üritus või regulaarne (tavaliselt iga-aastane) kohtumine osalejate ajakavas [18], [19], [20].

#### **3.1 Konverentside korraldamine ja sisu haldus Äripäevas**

Konverentsi korraldamine Äripäevas algab kohaliku vajaduse välja selgitamisest. Kui nõudluskoht on välja selgitatud, siis hakatakse sellest ideest konverentsi vormima. Valitakse esinejad, kes toetavad teema valikut ning on valmis publiku ees kõnelema. Sõnastatakse väärtuspakkumine osaleja jaoks. Valitakse teema ja sihtrühma jaoks sobiv keskkond. Koostatakse eelarve, müügi- ja turundusplaan. Konverentsi müüki teostatakse Äripäevas läbi kahe kanali: telefonimüük ja veebipood. Turunduskanalitena kasutatakse peamiselt e-otseturunduspostitusi, Äripäeva teemaveebe ja sotsiaalmeediat. Nende kanalite kaudu suunatakse klient konverentsile registreeruma läbi veebipoe.

Selleks, et informatsiooni saaks veebipoes kliendile kuvada, on vaja, et see sisu halduse süsteemi lisatakse. Veebipoe sisu halduse süsteemis kasutatakse toodete lisamiseks erinevaid malle, et katta erinevate toodete iseloomust tulenevat vajadust infot erinevalt kuvada.

Olulisem veebipoes kuvatav informatsioon konverentsi kohta on järgmine:

- Teema
- Toimumise aeg, kestus ja koht

- Sisukirjeldus
- Esineja(d)
- Hind
- Programm

### **3.2 Kasutajate nõuded**

Äripäeva veebipoe konverentsi vaate kasutajate rollid on:

- Administraator
- Klient.

Analüüsi tulemusena püstitatakse Äripäeva veebipoe konverentsi sisu haldusele järgmised kasutajate nõuded:

- FN-1: Klient peab veebilehel nägema konverentsi andmeid.
- FN-2: Klient peab veebilehel saama lugeda konverentsi sisu kohta.
- FN-3: Klient peab veebilehel saama konverentsile registreerida.
- FN-4: Klient peab veebilehel nägema konverentsi programmi.
- FN-5: Klient peab veebilehel nägema programmijuhi kontakte.
- FN-6: Klient peab veebilehel nägema esineja infot.
- FN-7: Klient peab veebilehel nägema konverentsi hindu.
- FN-8: Klient peab veebilehel nägema toetajaid.
- FN-9: Klient peab saama veebilehel programmi vaadet muuta.
- FN-10: Klient peab saama näha konverentsi külasthanutele mõeldud materjale.
- FN-11: Administraator peab saama lisada konverentsi.

- FN-12: Administraator peab saama muuta konverentsi.
- FN-13: Administraator peab saama konverentsi eemaldada.
- FN-14: Administraator peab saama esinejat esile tõsta.
- FN-15: Administraator peab saama kasutada teemaveebi pilti konverentsi panoraampildina.
- FN-17: Administraator peab saama lisada mitut kontaktisikut konverentsile.
- FN-18: Administraator peab saama lisada konverentsi erinevate hindade sisukirjeldust.

## 4 Veebipoe konverentsi lehe nõuete analüüs

Selles peatükis võrreldakse Äripäeva konverentsi vaadet kahe teise konverentsi veebilehtedega. Samuti pannakse kirja Äripäeva vajadused, mis on selgunud konverentside projektijuhtidega suhtluse ja töötubade teel. Võrdluse ja vajaduste järgi püstitatakse kasutatavusnõuded vaatele.

Veebipoe konverentsi lehelt saab klient täpsemat informatsiooni toimuva konverentsi kohta ja konverentsile registreeruda. Kuna lehel oleva informatsiooni sisu põhjal teeb klient osalemise otsuse, on oluline, et vajalik informatsioon oleks kuvatud loogiliselt, lihtsalt ja selgelt.

Teema, sisukirjelduse, programmi ja esineja(te) alusel otsustab klient konverentsil osalemise vajalikkuse ning huvitavuse üle. Toimumise aja põhjal vaatab klient, kas konverentsile minek ajaliselt sobib, samuti on oluline konverentsi toimumise koht, ehk kas osalemiseks on vaja organiseerida täiendav transport ja majutus. Lisaks kõigele eelnevale on kliendi jaoks oluline osalemise hind. Kui väärtus kliendi jaoks on loodud ja selgelt välja toodud, teeb klient ostuotsuse. Registreerimise ja pileti ostmise saab teha ühe sammuna veebipoe konverentsi lehel.

Seega võib konverentsi veebilehe ülesehituse jagada tinglikult järgmisteks plokkideks:

1. Konverentsi põhiinfo ja visuaal
2. Konverentsi kirjeldus
3. Konverentsi esineja
4. Konverentsi programm
5. Konverentsi hind
6. Muu info.

Lisaks kliendile võib konverents huvi pakkuda teemaga seotud ettevõttele, kes sooviks oma tooteid või teenuseid konverentsil osalejatele tutvustada. Selleks peaks neil olema võimalus konverentsi korraldajaga ühendust võtta, et võimalikku koostööd arutada.

## **4.1 Võrdlus teiste konverentside veebilehtedega ja nende analüüs**

Äripäeva veebipoe konverentsi lehte võrreldi Nordic Business Forum [1] ja Web Summiti [2] konverentside veebilehtedega. Valik nende kahe konverentsi veebilehe kasuks sai tehtud, sest töötubade ja vestluste käigus konverentsi projektijuhtidega toodi neid kõige enam eeskujuna välja. Võrdluse aluseks on eelnevalt esitatud veebilehtede ülesehituse tinglikud plokid. Võrdlus on välja toodud tabelis 1.

Tabel 1. Konverentside veebilehtede võrdlus.

	<b>Äripäev</b>	<b>Nordic Business Forum</b>	<b>Web Summit</b>
<b>Päis</b>	Põhiinfo + tootepilt, registreerimise võimalus.	Põhiinfo + visuaal, registreerimise võimalus.	Põhiinfo + visuaal, registreerimise võimalus.
<b>Sisu kuvamine</b>	Pigem palju tihedat teksti.	Pigem vähe hästi loetavat teksti, kus on välja toodud oluline. Kasutatud on videot, oluliste numbrite ja väärtuspakkumise välja toomist.	Pigem vähe teksti. Lisaks on kasutatud videot, oluliste numbrite ja väärtuspakkumise välja toomist.
<b>Esinejate kuvamine</b>	Kuni 5 esineja pilti ühel real. Võib olla mitu rida esinejatega. Esineja nime või muud infot kohe näha ei ole. Pildil klikkides avaneb esineja tutvustus, kus on ka esinemise aeg lisaks muule lisatud informatsioonile.	Kuni 3 esineja portreepilti ühel real. Ridu on mitu, samuti on kasutajale kohe näha esineja nimi ja amet. Kasutaja suunatakse rohkem esineja kohta teada saama uuele lehele, kus on ka ettekande kohta lühikirjeldus.	Esinejate portreepildid on erineva suurusega, tõenäoliselt selleks, et olulisemaid esinejaid rohkem esile tõsta. Näha on esineja nimi ja amet. Pildil klikkides avaneb hüpinkaken rohkema informatsiooniga esineja kohta.
<b>Programmi kuvamine</b>	Programm on muu infoga samal lehel. Konverentsid on erineva pikkusega, tavaliselt 1-3 päeva.	Programmile saab lehe ülemisest menüüst või lingilt enne esinejaid.	Käesoleva aasta programmi veel veebilehel üleval ei ole. Veebilehe menüüst leiab siiski eelmise aasta

	<b>Äripäev</b>	<b>Nordic Business Forum</b>	<b>Web Summit</b>
	<p>Programm kuvatakse päevade kaupa. Programmis on ära toodud ettekande alguse ja lõppemise kellaaeg, pealkiri, esineja (pilt, nimi, amet) ning lühikirjeldus. Kui samaaegselt toimuvaid ettekandeid on kaks, siis kuvatakse need kõrvuti.</p>	<p>Programm avaneb uuel lehel. Konverents kestab 2 päeva.</p> <p>Programm on väga lihtsa ja puhta ülesehitusega. Mingeid lisafiltreid ei ole. Programmis on ära toodud ettekande alguse kellaaeg, esineja nimi ja pealkiri. Esineja nimel klikkides viiakse kasutaja samale lehele kui esinejate nimekirjas. Samaaegselt toimuvaid ettekandeid ei ole.</p>	<p>programmi, mis viib uuele lehele. Konverents kestab 4 päeva, esinetakse mitmel laval. Programmis on võimalik teha otsingut erinevate parameetrite alusel, samuti on võimalik valida erinevate vaadete vahel- lavade või teemade põhine, mõlema vaate puhul saab valikut kitsendada kasutades <i>tag-e</i>. Programmis on ära toodud ettekande alguse kellaaeg, pealkiri, lühikirjeldus ja ruum. Ettekandel klikkides avaneb kõrval täpsem kirjeldus. Paljud ettekanded toimuvad samaaegselt.</p>
<b>Konverentsiga seotud isikute kontaktid</b>	<p>Programmijuhi nimi, amet, telefoni number, e-posti aadress on peale registreerimise infot.</p>	<p>Puuduvad.</p>	<p>Puuduvad.</p>

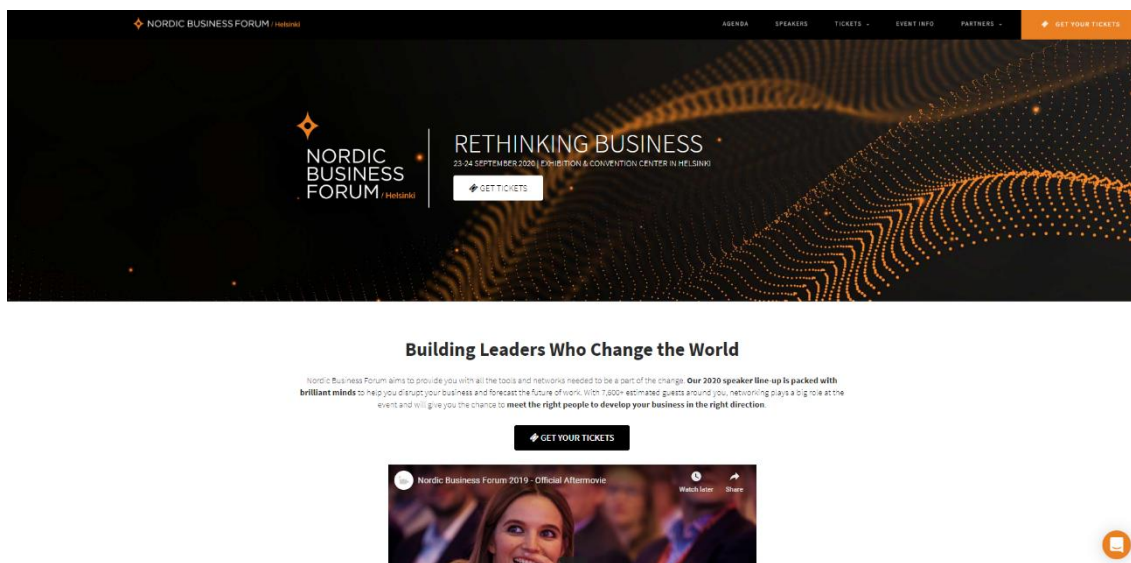


	Äripäev	Nordic Business Forum	Web Summit
<b>Piletihindade kuvamine</b>	<p>Registreerimise juurde viib nupp „Registreeri“ lehe navigatsiooni ribal. Navigatsiooni riba liigub lehte alla kerides kaasa. Registreerimine toimub veebilehe alumises osas.</p> <p>Kasutajale kuvatakse üks või mitu hinda, samuti on välja toodud soodushind ja selle kehtivus kui soodushind määratud on. Registreerimisel valib kasutaja osalejate arvu.</p>	<p>Veebilehe navigatsiooni ribal on nupp „<i>Get your tickets</i>“, mis avab uue alamlehe, kus on ära toodud erinevad paketid, nende sisu ja (soodus)hinnad. Navigatsiooni riba liigub lehte alla kerides kaasa. Ka peale konverentsi lühikest tutvustusteksti on piletite ostmise võimalus, mis viib pealehe alumisse ossa, kus kasutajale kuvatakse erinevate pakettide hinnad ja sisu.</p>	<p>Konverentsile on hetkel võimalik vaid eel registreerida ning täpsem info, sh pileti hinna, kohta puudub.</p>
<b>Sponsoriks hakkamise võimaluse kuvamine</b>	<p>Konverentsi lehe viimases osas- Lisainfo, on kontaktid ettevõtte tutvustamise võimaluste uurimiseks.</p>	<p>Lehe navigatsiooni ribal on partneriks saamise võimalus, mis viib uuele alamlehele, kus saab enda kontaktid jätta.</p> <p>Piletihindade järel on link grupisoodustuse saamiseks, mis</p>	<p>Veebilehe jaluses on link „<i>Partner with us</i>“, mis avaneb alamlehel, kus on informatsioon partnerluse kohta ja enda kontakti saatmise vorm.</p>

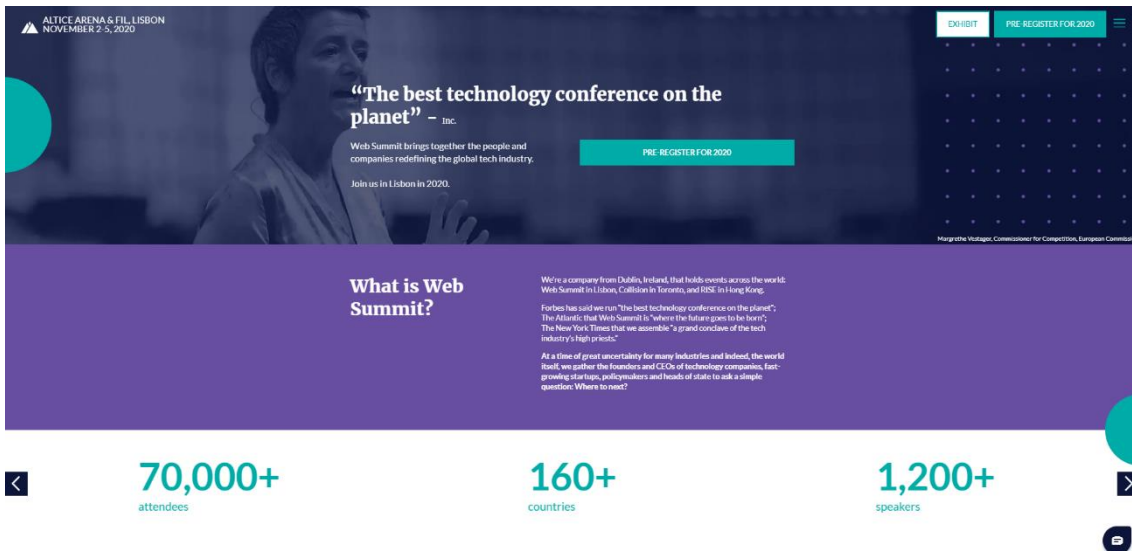
	<b>Äripäev</b>	<b>Nordic Business Forum</b>	<b>Web Summit</b>
		<p>avaneb uuel lehel. Kellegi kontakte ära toodud ei ole.</p> <p>Üldised kontaktid on toodud lehe jaluses.</p>	

Konverentside veebilehtede sisu kattub suures osas. Kõik veebilehed sisaldavad informatsiooni konverentsi sisu, eesmärgi, hindade, esinejate ja programmi kohta. Kõigil veebilehtedel saab registreerida ja osta pileti, va Web Summit, millel piletiostu võimalus hetkel puudub (märts 2020).

Nordic Business Forumi (NBF) ja Web Summiti (WS) veebilehed on sarnase välimusega, Äripäeva konverentsi vaade erineb neist. Siinkohal tuleb arvesse võtta asjaolu, et kahe esimese konverentsi veebilehed on pühendatud ainult nimetatud konverentsidele, kuid Äripäeva konverentsi veebileht on ettevõtte veebipoes, kus pakutakse ka muid tooteid. NBF-i ja WS-i veebilehtedel on oluline osa suurtel piltidel ja emotsioone tekitavatel videotel (Joonis 2 ja Joonis 3). Kuigi tehniliselt on võimalik ka Äripäeva konverentsi kirjeldusse lisada pilte ja videoid, kasutatakse seda harva, sest sisuhaldussüsteemis tuleb selleks osata korrigeerida HTML-i, et pilt või video arvestaks ka seadme suurusega.



Joonis 1. Kuvatõmmis Nordic Business Forum veebilehe päisest.

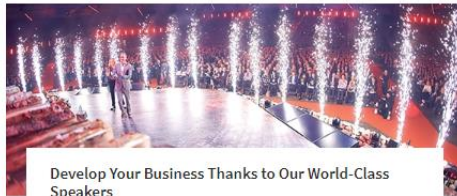


Joonis 2. Kuvatõmmis Web Summit veebilehe päisest.

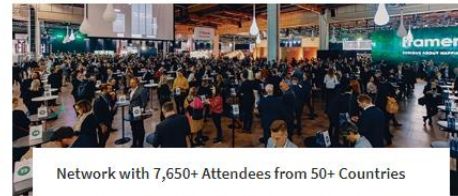
Oluliste konverentsiga seotud numbrite välja toomiseks on välismaistel veebilehtedel spetsiaalne tähelepanu äratav riba (Joonis 3). Samuti kasutatakse võimalust ja tuuakse muust tekstist eraldi välja väärtuspakkumine, mida klient osaledes saab. Selleks on kasutatud pildi ja lühikese teksti kombinatsiooni (Joonis 4).



### This is Why Leaders Like You Attend



We choose the best experts and speakers in the world to share their knowledge with you. By listening to these world-class speakers share their success stories and expertise in business and leadership, you can learn how they have done it and gain ideas and inspiration for your business. The speakers include the world's foremost business experts, leaders, thinkers, researchers, and influencers. Learning from the speakers is one of the key reasons why our customers choose to join our events year after year.



Our events bring together C-level decision makers and business owners from the Nordics, Europe and beyond. We have attendees coming from over 50 countries. For you, this means that you will be part of a community of people who are willing to build a strong network and aspire to learn from each other. With Brella networking tool you can book meetings with almost anyone attending the conference. With 15-minute meetings slots, you are able to meet several business executives during the breaks. If you are looking for new customers, you will have a wide range of decision-makers to meet under one roof.



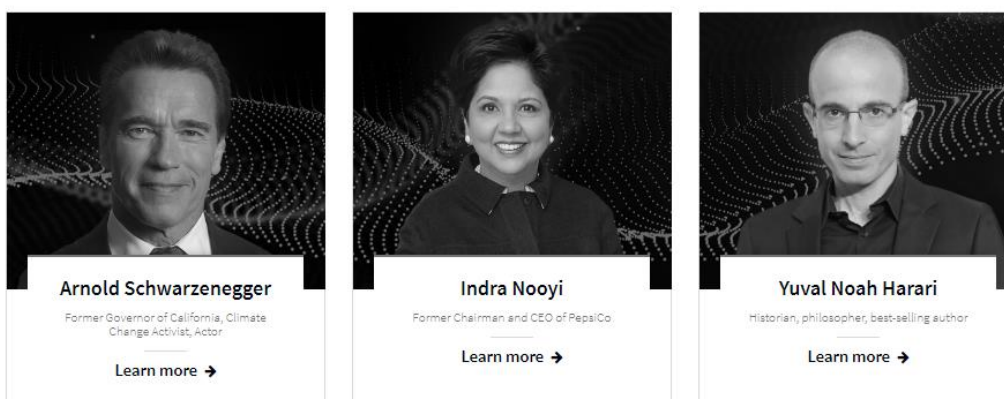
Joonis 3. Kuvatõmmis Nordic Business Forum-i kirjeldusest.

Äripäeva konverentside esinejate kohta on veebilehel kasutajale näha pilt. Pildid saadavad esinejad projektijuhile ise või otsitakse Äripäeva pildipangast. Liikudes hiirega pildi peale, tuleb nähtavale ka esineja nimi ja amet. Nordic Business Forum-i (Joonis 5) ja Web Summit-i (Joonis 6) veebilehtedel on esineja pildi peal kohe näha ka tema nimi ja amet. Kõigil veebilehtedel on võimalik rohkem informatsiooni esineja kohta saada. Äripäeva veebilehel avatakse info samal lehel ning lisaks eeltoodule kuvatakse ka esinemise kellaeg. NBF avab esineja info uuel alamlehel, kus on lisaks kirjeldusele ka ettekande nimi ja kirjeldus. Esinejate portreepildid on pandud konverentsi sümbolikaga taustale. WS-i veebilehel avaneb esineja pildil klikkides hüpinkaken tema tutvustusega.

## Speaker Lineup

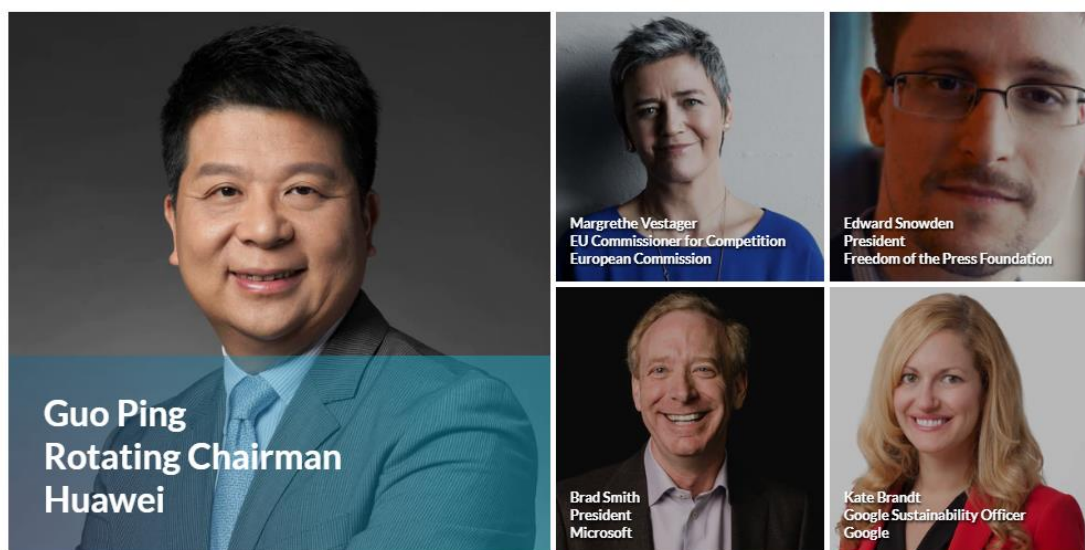
Meet and learn from the leading minds on September 23rd and 24th in Helsinki, Finland.

[Click here to view the full agenda](#)



Joonis 4. Kuvatõmmis Nordic Business Forum esinejad.

## Meet our 2019 speakers



Joonis 5. Kuvatõmmis Web Summit esinejad.

Kõige rohkemate võimalustega on WS-i programm (Joonis 7), seda põhjusel, et tegemist on kõige pikema, 4 päeva kestva, konverentsiga, kus ettekandeid toimub rohkem kui 20-nel laval. Selleks, et kasutaja suudaks valikuid teha või neid kitsendada, on olemas otsing pealkirja, kirjelduse, esineja või ettevõtte järgi. Päevad on jagatud vahelehtedeks, millel näeb programmi lavade või teemade järgi. Samuti on kasutaja fookuse lihtsustamiseks lisatud ettekannetele sildid, millega saab valikut täpsustada.

**Check out our Web Summit 2019 schedule**

EXHIBIT    PRE-REGISTER FOR 2020

Search

Topics:

Afftech   Advertising   AI   Autotech   Big data   Business intelligence   Cities   Cloud infrastructure   Content & media   Data science   Design   Development   DevOps   Digital currencies   eCommerce   Education

Energy & resources   Enterprise   Entertainment   Environment, energy & clean tech   Ethics   Fashion   Fintech   Fitness   Future of work   Gaming   Governance & trust   Hardware   Health   HR and recruitment

Human rights   Investment   IoT   Lifestyle   Machine learning   Marketing   Medtech & pharma   Music   Open data   Open source software   P2P lending   Payments   Philanthropy & social good   Politics   PR

Press   Recreation & wellness   Robotics   SaaS   Security

X Clear topics (8)

Registration information   Monday - Nov 4   Tuesday - Nov 5   Wednesday - Nov 6   Thursday - Nov 7

10:30	10:45	11:00	11:15	11:30	11:45	12:00	12:15	12:30	12:45	13:00	13:15	13:30	13:45	14:00	14:15
Centre Stage Building the next great ad empire One of the most prominent names in the advertising industry...			Designing your brand to disrupt Meet the leader of one of the world's leading...	Is Silicon Valley plotting to profit? In the wake of the WeWork story, and as more and more...	She's 'The Man': How superstar Becky Lynch came to dominate the WWE Becky Lynch, the WWE superstar, talks about her route to the top...	Cash is dead, what's next to go? Despite scrutiny and speculation, fintech disruption is here to...		breakout startups						Welcome to the future of mobile robots A pioneering company at cutting edge of robotics showcases its vision for...	
PandaConf The marketer making burgers king What if marketers treated creativity as a competitive advantage? What results...				Purpose and innovation: Rethinking how we do business Our time is precious. Success is no longer measured by pure...	Branding the East-West divide The world has never been more connected. E-commerce, instant...	Diagon, data, and the consumer experience Diagon is undertaking a programme to create cultural behavioural...								The mobile marketing trends you need to know about in 2020 When it comes to mobile technology, you have to stay ahead of the curve...	Predicting design Despite our technological renaissance...
ContentMatters Content moderation: A Google perspective Hear from Google's global head of product policy and content moderation about the policies...				Calling in on the news Are international news channels making money? In this talk we...	Is there a future for TV? This panel discussion looks at the shifting television landscape...	The power of influence Is the era of the influencer coming to an end or are we more in thrall with the lives of...				Experts: Winning is just the beginning Most people have become aware of the stratospheric growth in...					

Joonis 6. Kuvatõmmis Web Summit programm [21].

NBF-i programm (Joonis 8) on kõige lihtsama ülesehitusega, samuti ei toimu sel konverentsil mitut ettekannet samaaegselt, mistõttu ongi võimalik programmi lihtsalt kasutajale kuvada. Küll aga avatakse programm uuel alamlehel. Äripäeva programmi kuva varieerub sõltuvalt konverentsist. Konverentside kestus jääb vahemikku 1-3 päeva, mis programmis kuvatakse muu infoga samal lehel, kuid mitme päevaste konverentside puhul on programmil vahelehed, et programmi kuva liiga pikaks ei läheks. Esineb ka samaaegselt toimuvaid ettekandeid. Programmis on kohe näha lisaks esinejale ka ettekande täpne kestus (algus- ja lõppkellaeg) ning ettekande kirjeldus.

# Agenda for Nordic Business Forum 2020

Nordic Business Forum 2020 will take place at the Helsinki Expo and Convention Center.

Timezone: EEST – Eastern European Summer Time, UTC +03:00

PLEASE BE ADVISED THAT THE SCHEDULE MAY BE SUBJECT TO CHANGE.

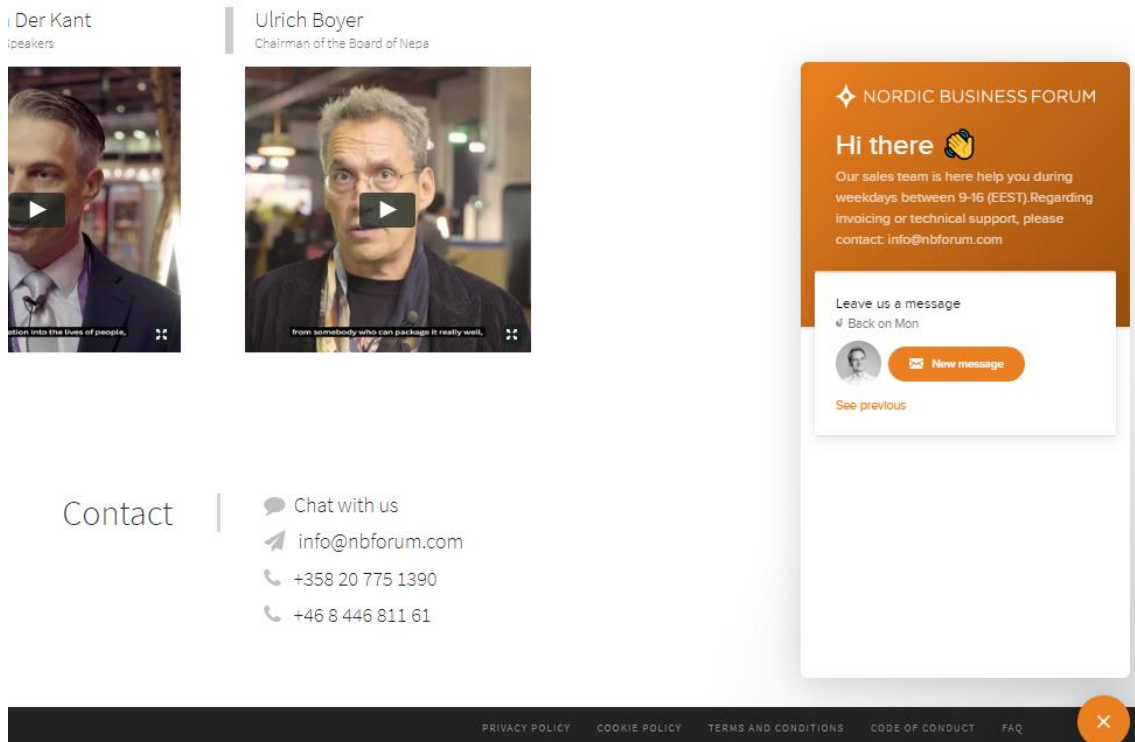
## WEDNESDAY

10:00	VIP Session by <b>Ryan Holiday</b>
11:00	<i>Seminar Welcoming Lunch</i>
12:00	<b>Rana el Kaliouby</b> – Perception AI and the Future of Work
12:50	<b>Yuval Noah Harari</b> – Important Skills for the Future of Work
	<i>Networking Break</i>
14:45	<b>Ryan Holiday</b> – Lasting Impact
15:25	Speaker Contest Winner
15:45	<b>Chatri Sityodtong</b> – Lessons From An Extraordinary Asian Unicorn
	<i>Networking Break</i>
17:25	<b>Brian Halligan</b> – A conversation on innovation, customer understanding and culture
18:15	<b>Arnold Schwarzenegger</b> – Will Innovation and Green Technologies Save the Global Economy?
19:20	<i>End of general program</i>
20:00	VIP session by <b>Arnold Schwarzenegger</b> – A moderated conversation on breaking the rules/thinking outside of the box
20:35	VIP evening and buffet dinner

Joonis 7. Kuvatõmmis Nordic Business Forum programm [22].

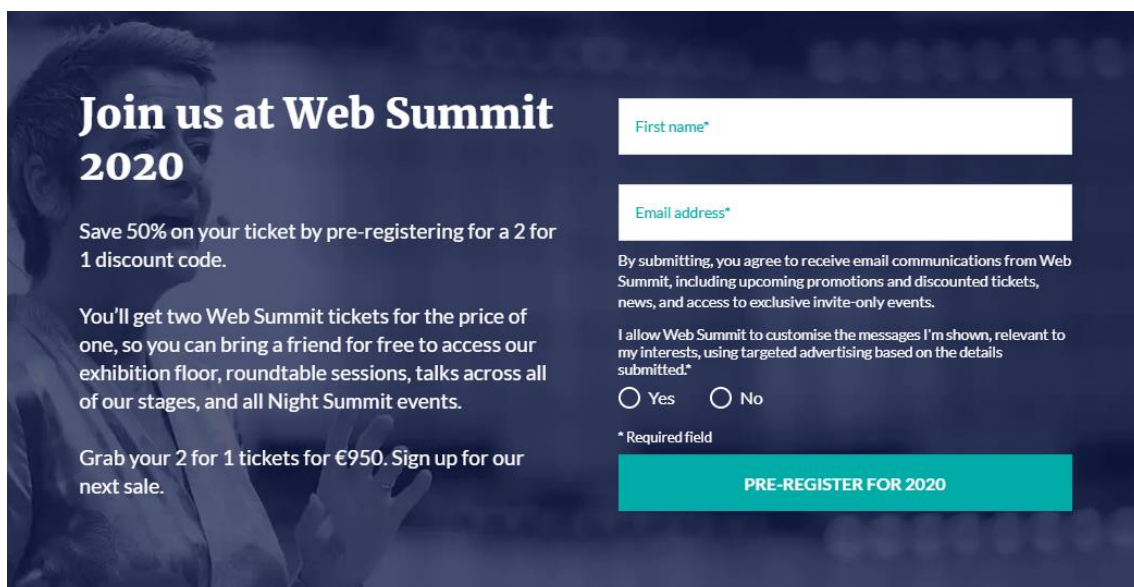
Konverentsi korraldajatega saab NBF-i puhul ühendust võtta läbi vastava vormi veebilehel või veebilehel ära toodud kontaktidel (Joonis 9). Web Summit-i veebilehel kontaktinfot kergelt ei leia, olemas on vestlusaken. Vestlus aken on ka Nordic Business Forum-i ja Äripäeva veebilehel. Äripäeva konverentsidel on lehele lisatud projektijuhi andmed.





Joonis 8. Kuvatõmmis Nordic Business Forum kontaktid.

Piletite hinnad kuvatakse veebilehtedel erinevalt, Web Summiti hindade kohta info puudub, sest töö kirjutamise ajal ei ole neid veebilehel kuvatud. Hinnad edastatakse emaili teel eelregistreerunutele järgemööda koos erinevate pakkumistega (Joonis 10).



Joonis 9. Kuvatõmmis Web Summit piletiinfo registreerimise vorm [23].

Nordic Business Forumi piletid jagunevad pakettideks ning veebilehel on kasutajale kuvatud pileti tüüp, hind, käibemaksu protsent ning paketiga kaasnev. Kuna töö kirjutamise ajal kehtivad pileti ostjale soodushinnad, siis lisaks hetkel kehtivale soodushinnale on kuvatud ka täishind. Soodushinnaga piletite müügi lõppkuupäev kuvatakse piletihindade kohal (Joonis 11). Pileti ostmiseks suunatakse klient järgmisele lehele, kus klient märgib osalejate arvu ja suundub ostu sooritama. Äripäeva veebilehel on hindade kuvamine lihtsama visuaaliga. Kui hind sisaldab veel midagi peale konverentsipääsme, siis on viide sellele pileti nimetusse lisatud. Hinnad kuvatakse nii käibemaksuta kui käibemaksuga. Soodushinna korral on näha ka täishind ning on ära toodud esimese hinna soodushinna perioodi lõpp.

## Early Bird Tickets

Your accountant will love us. We accept several payment methods (invoicing and credit card), and you choose to be invoiced either within 30 days or 90 days. Furthermore, all our tickets are subject to a 30 days full cancellation policy from the date of purchase.

The prices are valid until June 12.

TICKET	VIP TICKET	FIRST CLASS TICKET
<b>1040</b>	<b>1740</b>	<b>3240</b>
+VAT 24%*	+VAT 24%*	+VAT 24%*
NORMAL PRICE 1290 €	NORMAL PRICE 1990 €	NORMAL PRICE 3290 €
Two-day conference pass	Two-day conference pass	Two-day conference pass
Access to the Brella networking app	Access to the Brella networking app	Access to the Brella networking app
All inclusive catering	All inclusive catering	First Class catering
Simultaneous interpretation to Finnish, Estonian, Russian	Simultaneous interpretation to Finnish, Estonian, Russian	Simultaneous interpretation to Finnish, Estonian & Russian
On-demand access to the presentations for 90 days*	On-demand access to the presentations for 90 days*	On-demand access to the presentations for 90 days*
	VIP seating	Seating in the first four rows
	Access to VIP evening	Access to VIP evening
	VIP session with Ryan Holiday	VIP session with Ryan Holiday
	VIP session with Arnold Schwarzenegger	VIP session with Arnold Schwarzenegger

Joonis 10. Kuvatõmmis Nordic Business Forum piletite info.

Kõikidel veebilehtedel on sponsoralushuvilistele või väljapanekuga osaleda soovijatele loodud võimalus korraldajaga ühendust võtta läbi vastava vormi või kuvatakse kontaktid. Web Summiti veebilehel on ära toodud ka põhjused, miks väljapanekuga osaleda ja mida ettevalmistus endas sisaldama peaks. Nordic Business Forum-i veebilehel tuleb sisestada

e-maili aadress ja esindatav ettevõtte, nõustuda tingimustega, misjärel edastatakse e-mailiga link partnerlust tutvustavale veebilehele.

Kokkuvõtteks võib öelda, et konverentside veebilehed on samalaadse ülesehituse ja kuvatava informatsiooniga ja hästi toimivad. Äripäeva veebipoe konverentsi leht on kõige tagasihoidlikum ja välimus vajaks kaasajastamist. Lehel edastatava informatsiooni efektiivsem kuvamine köidab paremini kasutajat ja teeb veebilehe kasutamise lihtsamaks.

## **4.2 Äripäeva vajadused**

Töötubade ja intervjuude käigus selgunud probleeme ning mõtteid, mis tulid välja teiste veebilehtede võrdlusest, arutati konverentside programmijuhtidest juhtgrupi ja veebipoe toote omaniku ning digiturunduse arendusjuhiga, et jõuda selgusele konverentside osakonna vajadustes. Peamine soov on veebilehe välimuse kaasajastamine, et pakutav konverents mõjaks ka visuaalselt *premium*-taseme tootena.

Esimene asi, mis veebilehel mõju peab avaldama, on tootepilt. Selleks otsustati, et veebilehe päis tuleb ümber kujundada. Kirjelduse osas otsustati muudatusi mitte teha, sest juba täna on võimalik seda osa paremini kujundada. Esinejate kohta on vajalik info juba olemas, kuid sooviti selle kohest näitamist kliendile ning võimalust esinejat teistest rohkem esile tuua. Olulise täiendusena sooviti programmi kuva ümber tegemist, et selle vaade oleks kliendile arusaadav ning programmi lisamine muutuks ka administraatori jaoks kergemaks. Sooviti ka projektijuhi kontaktide esile toomist parandada ning, et oleks võimalus lisada mitut kontaktisikut. Väga oluliseks peeti sponsorite logode paremat välja toomise võimalust ning neid selgelt grupeerida. Suuremate ja mitme päevaste konverentside projektijuhtide jaoks on oluline võimalus kuvada erinevaid hinnapakette koos täpsema sisu kirjeldusega.

## **4.3 Veebilehele püstitatavad kasutatavusnõuded**

Siin jaotises tuuakse välja veebilehele püstitatud kasutatavuse nõuded.

- MFN-1: Oluline informatsioon konverentsi kohta peab olema kuvatud veebilehe alguses.

- MFN-2: Veebilehe visuaal peab olema selge ja toetama konverentsi kuvandit. Visuaal peaks pildiga toetama pakutava konverentsi sisu.
- MFN-3: Veebileht peab olema kohalduv kõigile seadmetele. Teavet tuleb erinevatel ekraanisuurustel õigesti kuvada.
- MFN-4: Konverentsi kirjelduses võib olla kasutatud konverentsi sisu paremaks välja toomiseks lisaks tekstile pilte.
- MFN-5: Veebilehel peab olema kuvatud esineja pildiga koos ka nimi, amet ja ettekande teema.
- MFN-6: Konverentsi programmi paralleelsessioonid peavad olema veebilehel kuvatud ajalisel järjestuses.
- MFN-7: Konverentsi veebilehel võivad olla kuvatud konverentsi korraldajate kontaktid.
- MFN-8: Konverentsi veebilehel võivad olla näha erinevad sponsorite grupid.
- MFN-9: Konverentsi hind peab olema veebilehel selgelt välja toodud.
- MFN-10: Konverentsi hinna soodustus peab olema veebilehel kliendile näha.

Analüüsi käigus selgusid ka muud tüüpi veebilehe kasutust puudutavad mittefunktsionaalsed nõuded, mis on järgmised:

- Veebilehte peab saama kasutada järgmistes veebibrauserites: Google Chrome, Safari, Internet Explorer, Microsoft Edge ja Mozilla Firefox.
- Veebilehel peab olema valmidus olla töökorras 99% ajast ajavahemikus 08:00-21:00.
- Veebilehe laadimise kiirus peab olema alla 4 sekundi.

## **5 Parendatud konverentsi vaate kujundus**

Veebipoe vaate parendused kasutajaliideses ja sisuhaldussüsteemis põhinevad konverentside projektijuhtide tagasisidel ja töötubadel nendega, et kasutajal oleks visuaalselt meeldiv veebipoes konverentsi lehega tutvuda, olulise info saaks edastatud ning et kasutajal ei tekiks rahulolematust.

Projektijuhtide tagasiside alusel välja selgitatud parendus vajadused on antud peatükis jagatud olemasoleva konverentsi vaate plokkide järgi, mis said määratletud neljandas peatükis:

1. Konverentsi vaate päis
2. Esinejad
3. Programm
4. Korraldajate kontaktid
5. Hinnad
6. Toetajad

Sisuhaldussüsteemina kasutab Äripäev avatud lähtekoodiga e-kaubanduse lahendust nopCommerce [6], mis põhineb Microsofti ASP.NET Core raamistikul ja MS SQL Server 2012 (või uuemal) taustandmebaasil [3]. nopCommerce on tarkvara, mis pakub tootekataloogi (veebipoe) kasutajaliidest ja sisu halduse tööriista üheskoos.

Veebilehe uuendamisel jätkatakse olemasoleva nopCommerce tarkvaraga nii sisuhaldussüsteemi kui kasutajaliidese poolt. Konverentsi vaate parendamise aluseks on käesolevas töös loodud kujundus. Alljärgnevalt esitatakse parendatud kujundusega kuvatõmmised kõikide eespool nimetatud vaate plokkide kohta.

### **5.1 Konverentsi vaate päis**

Konverentsi lehel kuvatakse täna väike tootepilt, konverentsi nimetus, kuupäev ja asukoht. Sellele järgneb konverentsi sisu kirjeldus tekstina. Väike tootepilt ei tekita

kliendis emotsiooni ja teeb pildile lisatud teksti lugemise raskeks (vaata Lisa 1.1). Puudub võimalus konverentsi erinevate Äripäeva teemaveebidega siduda.

Kohandusi tuleb teha olemasoleva veebilehe koodis. Konverentsi projektijuhtide soovil tuleb luua võimalus kasutada suure päisepildina teemaveebi pilditüüpi NewsPortal. Kui NewsPortal tüübiga pilti tootele ei lisata, tuleb kasutada vana kujundust.

Sisuhaldussüsteemi täiendusena tuleb lisada NewsPortal pildi kasutamise panoraam tüüpi pildina tunnus. Selleks tuleb lisada sisuhaldussüsteemis „Toote info“ vahelehele NewsPortal pildi panoraampildina kasutamise tunnus, *check-box* nimetusega „Kasuta detailvaates panoraampilti“.

<input type="checkbox"/> Admin kommentaar:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Tarnija:	Tarnija puudub ▼
<input type="checkbox"/> Kuva avalehel:	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Luba klientide ülevaateid:	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Luba "Tellimuse algus" valik:	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Kasuta detailvaates panoraampilti:	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Toote sildid:	▼
<input type="checkbox"/> Toote sildid:	<input type="text"/>

Joonis 11. Kuvatõmmis Äripäeva sisu halduse süsteemi täiendus „Toote info“ vahelehel.

NewsPortal pilditüübi lisamisel muutub veebilehel päise kujunduses pildi suurus ja asukoht ning konverentsi pealkiri, toimumise kuupäev ja asukoht liiguvad tootepildi kõrvalt NewsPortal pildi kohale.

## BALTICBEST ESITLEB: TURUNDUS PANDEEMIA AJAL

30.04.2020

Veebiseminar



Neli kogenud Balti mere regiooni tippagentuuride juhti (kes on ka eelmise kriisi edukalt üle elanud) jagavad oma kogemusi ja nõuandeid selle kohta, kuidas loovteenuseid pakkuvad ettevõtted kriisi üle saaksid elada.

**Seminari teemad:**

- Kuidas hoida kokku kulusid ilma tuleviku kasvupotentsiaali ohverdamata?

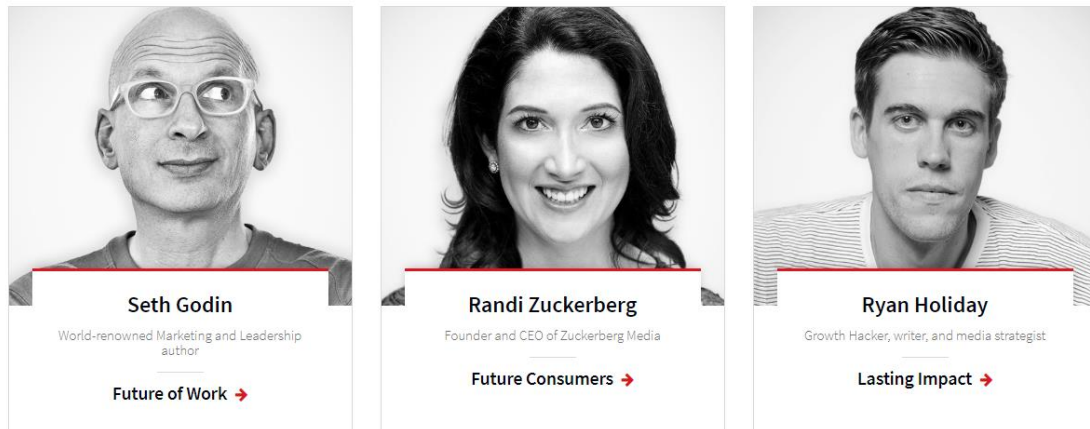
Joonis 12. Kuvatõmmis Äripäeva kaasajastatud veebilehe „Päis“ plokk.

### 5.2 Esinejad

Esinejaid on mitut tüüpi: moderaator, peaesineja, esineja. Ühtegi esinejat ei saa täna teistest esile tõsta (vaata Lisa 1.2), esineja nime saab kient teada alles siis, kui hiirega tema pildile minna. Klakkides esineja pildil, saab lugeda esineja tutvustust, kui see lisatud on, samuti näeb ära, mis kell esineja ettekanne on, kuid ei saa teada ettekande teemat.

Kogu vajalikku infot esineja kohta saab juba sisuhaldussüsteemi lisada, seega sisuhaldussüsteem täiendusi ei vaja.

Veeblehel tuleb esineja pildil välja tuua esineja nimi ja amet. Täpsema info kuva avatakse pildil klakkides ja sinna tuleb lisada ettekande kellaaja juurde ka ettekande teema. Teemavaldkonda, nagu Nordic Business Forumi veebilehel on, pildile ei lisata.




Joonis 13. Äripäeva võimalik kaasajastatud veebilehe „Esinejad“ plokk muudetud Nordic Business Forum kuvatõmmise näitel [1].

### 5.3 Programm

Kasutusel olev programmi vaade on selge ühepäevase ja järjestikku toimivate ettekannete korral. Paralleelsessioonidega konverentsi programmist aru saamine läheb keeruliseks. Programmi lisamine on administraatorile tehniliselt keeruline kui konverentsil on mitu samaaegselt toimuvat ettekannet või töötuba. Tehniliselt on võimalik lisada kaks samaaegselt toimuvat ettekannet, kuid üldist pealkirja kahele samaaegselt toimuvale ettekandele lihtsalt panna ei saa. Selleks tuleb administraatoril kellaajaga manipuleerida ehk pealkiri üks minut varasema kellaajaga lisada. Veel keerulisemaks läheb kui samaaegselt toimub 3 või enam ettekannet. Programmis puudub võimalus töötubadesse registreeruda. Veebilehel ei saa kuvada lühendatud programmi versiooni, kus kirjeldused oleksid peidetud. Kui ettekannete kirjeldused on pikad või paljudele lisatud, siis muutub programmi osa veebilehel väga pikaks (vaata Lisa 1.3).

Ajakava administreerimise osast tuleb eemaldada väli „Asukoht“, eraldada väli „Päeva nimi või kuupäev“ kaheks eraldi väljaks: „Kuupäev“ ja „Päeva nimi“, lisada väli „Ruum“. Lisatud ettekande rea lõppu teha nupp „Lisa sessioon“. Väli „Kuupäev“ tuleb administraatoril alati täita, päeva nime võib lisada, kuid ei pea. Kui „Päeva nimi“ on täidetud, siis kuvatakse veebilehel kuupäeva asemel välja „Päeva nimi“ väärtust. Programmi järjestamine tehakse kuupäeva ja ettekande alguskellaaja järgi kasvavalt. Kui ettekande rida on lisatud, saab nupu „Lisa sessioon“ abil lisada alamsessioone, millel on samad väljad kui ülemsessioonil. Alamsessioonid järjestatakse ülemsessiooni alla sessiooni alguskellaaja järgi kasvavalt.




Eesti | [Avalik pood](#) | [Tühjenda vahemälu](#) | [Taaskäivita rakendus](#)  
Sisseloginud kui: helena.tubli@aripaev.ee | [Kas login välja?](#)  
nopCommerce 3.50

Töölaua | Kataloog | Müük | Kliendid | Reklaamid | Sisuhaldus | Seadistus | Süsteem | Abi | Lisad/Pluginad

Thursday, 16 April 2020 18:37

✓ Toode on edukalt uuendatud.

**Toote Üksikasjade Muutmine - BALTICBEST ESITLEB: TURUNDUS PANDEEMIA AJAL** (tagasi tootenimekirja)
 Eelvaade | Salvesta | Salvesta ja jätkka muutmist | Kopeeri toode | Kustuta






Toote info | SEO & OG | Pildid | Kategooria seosed | Allahindlusprotsent | Allahindlused | Juurdepääsu reguleerimise nimekirja | Seotud tooted | Ristmüük | Grupeeritud tooted | Ostetud tellimustega | Lisainfo | Seotud isikud | Materjalid | **Ajakava** | Osalejad | Toote e-mailid

+ Lisa uus

Kuupäev	Päeva nimi	Kuvamise järjekord	Ruum	Algusaeg	Lõppaeg	Pealkiri	Kirjeldus	Esinejad
<input type="text"/>	<input type="text"/>	0,00	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<div style="border: 1px solid #ccc; height: 100px;"></div>	<input checked="" type="checkbox"/> Update <input type="checkbox"/> Cancel <a href="#">Muuda</a>
		0		00:00	00:00			<a href="#">Muuda</a>   <input type="button" value="Kustuta"/>   <input type="button" value="Lisa sessioon"/>
		0		00:00	00:00			<a href="#">Muuda</a>   <input type="button" value="Kustuta"/>   <input type="button" value="Lisa sessioon"/>
		0		00:00	00:00			<a href="#">Muuda</a>   <input type="button" value="Kustuta"/>   <input type="button" value="Lisa sessioon"/>

Joonis 14. Äripäeva sisu halduse süsteemi täiendused „Ajakava“ vahelehel (autori koostatud).

Klient hakkab vaikumisi nägema programmi lühendatud versiooni, kus kohe on nähtaval ettekannete pealkirjad koos esineja infoga. Ettekande täpsem kirjeldus on peidus. Üksikud kirjeldused saab avada ettekande pealkirja lõpust, täispika programmi saab avada programmi algusest. Paralleelsessioonid kuvatakse üksteise alla, et oleks kergem lugeda ning sessiooni juurde kuvatakse ka ruumi info kui see lisatud on. Mobiili vaates parandatakse viga, et kirjelduseta ettekannete juurde ei tekiks nuppu „Loe lähemalt“ ja nupp asendatakse allapoole vaatava noolega.

PROGRAMM	
02.04.2020	03.04.2020
09:00 - 10:00	○ Registreerimine ja hommikukohv
10:00 - 10:10	○ <b>Avasõnad</b>
	 <b>Marko Rillo</b> <small>Moderator</small> Strateegia konsultant, mentor, Lego Serious Play nõustaja
10:10 - 11:45	○ <b>1. SESSIOON: Maailm ja Aasia</b>
10:10 - 11:00	○ <b>Tarnehela riskide vältimatu miiniväli</b>
	 <b>Sigi Osagie</b> Tippjuht, tarnehelaekspert, kirjanik, kõneleja, ärinõustaja, juhendaja ja mentor
11:00 - 11:45	○ <b>Arutelu: Aasia roll globaalses tarneahelas – milliste riskidega peame arvestama ja kas me ikka arvestame?</b>
	Aasia kui globaalne tehas ei ole enam sugugi odav koht tootmiseks. Aga kui suur risk Aasia ikkagi täna on - millega tuleks maailmal arvestada? Kas Hiinaga saab arvestada? Millised on julgeolekuohud, kliimariisk või lapstööjõu kasutamine? Milline on Aasia roll tuleviku tarneahelates ja milliste riskidega peaks siin arvestama?
	 <b>Liisi Karindi</b> Eesti Aasia Uuringute Koja ekspert ja Hiina asjatundja
16:00 - 16:20	○ Jagunemine bussidesse ja töötubadesse
16:20 - 18:00	○ <b>Ettevõtete külastused ja töötoad (eelregistreerimisega)</b>
16:20 - 18:00	○ <b>Ettevõtete külastused</b>
	16:20 - 18:00 Majatootja <b>Matek</b> tehase külastus
	16:20 - 18:00 Elastikniiti tootva <b>Fein-Elast Estonia</b> tehase külastus
	16:20 - 18:00 Puittoodete tootja <b>Metsa Wood</b> tehase külastus
16:20 - 17:50	○ <b>Töötoad</b>
	16:20 - 17:50 Töötuba „Lego Serious Play“ Mängu viib läbi Marko Rillo
	 <b>Marko Rillo</b> Strateegia konsultant, mentor, Lego Serious Play nõustaja, konverentsi moderator
	16:20 - 17:50 Töötuba "Milline ostu- ja hankejuhtimise tase on teie ettevõttes?" Töötuba viib läbi Glamox SPL Divisjoni hankejuht Hannes Laaser
	Kui kaugel on ettevõtete ostu- ja hankejuhtimise tase tippklassist ja millised oleksid järgmised sammud sellele tasemele jõudmiseks? Hannes Laaseri praktiline töötuba annab osalejatele ülevaate, kui kaugel on ettevõtete ostu- ja hankejuhtimise tase tippklassist ja millised oleksid organisatsiooni järgmised sammud sellele tasemele jõudmiseks.
	 <b>Hannes Laaser</b> Glamox SPL Divisjoni hankejuht
18:00 - 20:00	○ Vaba aeg
20:00	○ <b>Seltskondlik õhtusöök ööklubis SUGAR</b>
	Buffet õhtusöök. Peotuju hoiab üleval ansambel <i>The Millennials &amp; Marliis Jõgeva</i> , kes hetkel on Eesti Laulu kasrusellis võistlemas Eurovisiooni pääsme eest.

Joonis 15. Äripäeva kaasajastatud veebilehe „Programm“ plokk (Uptime OÜ koostatud).

## 5.4 Korraldajate kontaktid

Sisuhaldussüsteemi saab lisada ühe konverentsiga seotud kontaktisiku andmed (nimi, amet, e-mail, telefon), mida kuvatakse veebipoes plokkide „Hinnad“ ja „Toetajad“ vahel

(vaata Lisa 1.4). Soov on, et kontakte kuvatakse sarnaselt teemaveebis olevatele visiitkaartidele.


Rohkem kui ühe kontaktisiku lisamiseks tuleb teha täiendusi sisuhaldussüsteemis konverentsi lisamisel „Seotud isikud“ vahelehel. Kontaktisikute lisamise loogika tuleb muuta sarnaseks samal vahelehel lisatavate esinejate omaga ehk isiku kohta saab lisada pildi, ees- ja perenime, ameti. Erinevalt esinejast saab kontaktisikule lisada ka telefoni numbri ja emaili.

[Toote Üksikasjade Muutmine - BALTICBEST ESITLEB: TURUNDUS PANDEEMIA AJAL](#) (tagasi tootenimekirja)
 
[Eelvaade](#)
[Salvesta](#)
[Salvesta ja jätku muutmist](#)
[Kopeeri toode](#)
[Kustuta](#)

[Toote info](#)
[SEO & OG](#)
[Pildid](#)
[Kategoria seosed](#)
[Allahindlusprotsent](#)
[Allahindlused](#)
[Juurdepääsu reguleerimise nimekirja](#)
[Seotud tooted](#)
[Ristmüük](#)
[Grupeeritud tooted](#)
[Ostetud tellimustega](#)
[Lisainfo](#)
[Seotud isikud](#)
[Materjalid](#)
[Ajakava](#)
[Osalejad](#)
[Toote e-mailid](#)

### Ürituse kontaktisik

+ Lisa uus

Pilt	Kuvamise järjekord	Eesnimi	Perenimi	Ametikoht	E-post	Telefoni number	
<input type="button" value="Laadige fail"/>	0.00	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Update <input type="checkbox"/> Cancel
	0	Karin	Tamm	Meditsiiniuudiste sündmuste juht	karin.tamm@aripaev.ee	5111 1111	<input type="button" value="Muuda"/> <input type="button" value="Kustuta"/>

10 items per page
 2 of 2 items

Joonis 16. Äripäeva sisu halduse süsteemi täiendused „Seotud isikud“ vahahelehe osas „Projekti kontaktisikud“ (autori koostatud).

Veebilehel kuvada lisatud kontaktisiku andmed sarnaselt teemaveebide visiitkaartidele. Kontaktisiku pilt on ümmarguseks lõigatud ja asub vasakul pool andmeid (nimi, amet, telefoni number ja email).



Joonis 17. Äripäeva kaasajastatud veebilehe „Kontaktid“ plokk (kuvatõmmis teemaveebist mu.ee).

## 5.5 Hinnad

Äripäeva veebipoes kuvatakse hinnad koos tootenimetusega. Juhul kui hinnale on määratud ka soodushind, siis kuvatakse lisaks täishinnale ka soodushinda ja selle kehtivuse lõppkuupäeva. Enamuse konverentside jaoks on see piisav lahendus, kuid suuremate, mitme päevaste või majutusega konverentside puhul tekib vajadus näidata kliendile, mis hinnas sisaldub.

Sisuhaldussüsteem võimaldab lisada tootele mitut hinda. Selleks luuakse sisuhaldussüsteemis grupeeritud toode ja lihtsad tooted. Lihtsad tooted seotakse pärast grupeeritud tootega. Grupeeritud tootele hinda ei lisata. Lihtsa toote nimetusega on võimalik kliendile veebipoes kuvada piletis sisalduvat. Sisuhaldussüsteemis on võimalik luua ka nn mitme osaleja soodustust, kus näiteks korraga vähemalt kolm osalejat registreeriv klient, saab soodsama piletihinna osaleja kohta. Mitme osaleja soodustust veebipoes kuvada ei saa, samuti puudub võimalus anda kliendile osalejate arvu valimisel märku, et lisades veel näiteks ühe osaleja, on hind soodsam. Täna kasutatakse mitme osaleja soodustusest teavitamiseks konverentsi kirjelduse välja või lisatakse see info e-otsepostituskirja.

Sisuhaldussüsteemis tuleb hinna lisamise juurde luua võimalus määrata mitme osaleja korraga registreerimisel hetkel kehtivale hinnale rakenduv soodustus. Selleks on vaja lisaks olemasolevale täishinna ja kolme soodushinna lisamisele täiendada süsteemi osalejate arvu ja soodustuse ulatuse lisamise võimalusega. Administraator peab saama määrata osalejate arvu, millest alates soodustus rakendub. Soodustuse ulatuse saab määrata eurodes või protsendiga hetkel kehtivast hinnast.

• * Hind käibemaksuga:	<input type="text"/>	[EUR]
• Hinna nimi:	<input type="text"/>	
• Näita hinda KM'ga:	<input type="checkbox"/>	
• Allahindluse nõude tüüp: Customer has xxx number of attendees		
RequiredClients:	<input type="text" value="3"/>	Salvesta
• Allahindluse summa:	<input type="text" value="5.0000"/>	[EUR]
• Kasutage protsenti.:	<input type="checkbox"/>	
• Soodushind käibemaksuga:	<input type="text"/>	[EUR]
• Soodushinna alguskuupäev:	<input type="text"/>	
• Soodushinna lõppkuupäev:	<input type="text"/>	
• Teine soodushind:	<input type="text"/>	[EUR]
• 2. soodushinna algus:	<input type="text"/>	
• 2. soodushinna lõpp:	<input type="text"/>	
• Kolmas soodushind:	<input type="text"/>	[EUR]
• 3. soodushinna algus:	<input type="text"/>	
• 3. soodushinna lõpp:	<input type="text"/>	

Joonis 18. Äripäeva sisu halduse süsteemi täiendused „Hind“ osas vahelehel „Toote info“ (autori koostatud).

Veebipoe vaates kuvatakse ühel real kuni 3 hinda. Hind joondatakse lehe keskele. Kui hindu on rohkem, siis kuvatakse järgmine rida. suurelt on välja toodud hetkel kehtiv hind. Hinna kohal kuvatakse hinna nimi selle olemasolul. Hinna all kuvatakse käibemaksuta hinna esitamisel rakenduva käibemaksu protsent. Kui lisaks täishinnale on määratud hinnale soodushind, siis kuvatakse soodushinna kehtivuse perioodil käibemaksu protsendi all peale soodushinna perioodi lõppu rakenduv hind. Soodushinna kehtivusperiood kuvatakse hindade kohal. Hinna all on ostetavate piletite arvu määramise lahter ja „Registreeri“ nupp. Kui mõne hinnaga piletid on välja müüdnud, siis osalejate arvu selle hinna all määrata ei saa ning hinna peal kuvatakse „Välja müüdnud“.

Peale „Registreeri“ nupul klikkamist avatakse osalejate registreerimise vorm, mida käesoleva parenduste töö raames otsustati mitte muuta.

## SOODUSHIND kuni 28.05.2020

PÄEV 1	PÄEV 2	TÄISPAKETI
<b>1040</b> €	<b>1740</b> €	<b>3240</b> €
+ KM 20%*	+ KM 20%*	+ KM 20%*
HIND 1290 €	HIND 1990 €	HIND 3290 €
Osalejate arv	Osalejate arv	
<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	


Registreeri

Joonis 19. Äripäeva võimalik kaasajastatud veebilehe „Hinnad“ plokk Nordic Business Forum kuvatõmmise muutmise näitel [1].

## 5.6 Toetajad

Sisuhaldussüsteemi saab juba lisada toetajate logosid, neid järjestada ja veebilehel kuvada, kuid neid ei saa grupeerida ja rakenduses suurust korrigeerida. Administreerimise poolele tuleb luua kolm lisa pilditüüpi, võimalus pilditüübile kategooria nimi määrata ja väljad logo presenteerimise aja määramiseks. Pilditüüpide mõõdud on fikseeritud. Administraator saab kasutada kõiki kolme gruppi või valikuliselt. Alles jääb ka olemasolev toetaja logo lisamise võimalus.











Eesti | [Avalik pood](#) | [Tühjenda vahemälu](#) | [Taaskäivita rakendus](#)  
Sisseloginud kui: helena.tubli@aripaev.ee . [Kas login välja](#)  
nopCommerce 3.8

Tööriistad | Kataloog | Müük | Kliendid | Reklaamid | Sisuhaldus | Seadistus | Süsteem | Abi | Lisad/Pluginad

Thursday, 16 April 2020 18:49

☰ [Toote Üksikasjade Muutmine - 25.Pärnu Juhtimiskonverents](#) (tagasi tootenimekirja)
 
[Eelvaade](#) | [Salvesta](#) | [Salvesta ja jätka muutmist](#) | [Kopeeri toode](#) | [Kustuta](#)

Toote info		SEO & OG	Pildid	Kategooria seosed	Allahindlusprotsent	Allahindlused	Juurdepääsu reguleerimise nimekirja	Seotud tooted	Ristmüük	Grupeeritud tooted	Ostetud tellimustega	Lisainfo	Seotud isikud
Materjalid	Ajakava	Osalejad	Toote e-mailid										
Pilt	Pildi tüüp	Pildi Url	Kategooria nimi	Periood	Kuvamise järjekord								
	Default			-	0	<a href="#">Muuda</a> <a href="#">Kustuta</a>							
	PartnerLogo_Gold	<a href="https://www.cooppank.ee/">https://www.cooppank.ee/</a>	Kuldsponsor	-	1	<a href="#">Muuda</a> <a href="#">Kustuta</a>							
	PartnerLogo_Silver	<a href="https://www.kia.ee/">https://www.kia.ee/</a>	Höbesponsor	-	1	<a href="#">Muuda</a> <a href="#">Kustuta</a>							
	PartnerLogo_Gold	<a href="http://www.directo.ee/">http://www.directo.ee/</a>	Kuldsponsor	-	3	<a href="#">Muuda</a> <a href="#">Kustuta</a>							
	PartnerLogo_Silver	<a href="http://www.saksa-automaatika.ee/">http://www.saksa-automaatika.ee/</a>	Höbesponsor	-	4	<a href="#">Muuda</a> <a href="#">Kustuta</a>							
	PartnerLogo_Bronze	<a href="https://elkemoobel.ee/">https://elkemoobel.ee/</a>	Toetajad ja partnerid	-	7	<a href="#">Muuda</a> <a href="#">Kustuta</a>							
	PartnerLogo_Bronze	<a href="https://www.creditinfo.ee/">https://www.creditinfo.ee/</a>	Toetajad ja partnerid	-	9	<a href="#">Muuda</a> <a href="#">Kustuta</a>							

Joonis 20. Kuvatõmmis täiendatud Äripäeva sisu halduse süsteemi vahelehel „Pildid“.

Klient hakkab nägema toetajate logosid vastavalt administraatori valitud kuvale. Täiendatud võimaluse kasutamisel kuvatakse logod selgelt eristuvate nimetusega gruppides ja logod on ühtlase suurusega.



Joonis 21. Kuvatõmmis Äripäeva kaasajastatud veebilehe „Toetajad“ plokk.

## 6 Parendatud konverentsi vaate kujunduse rahulolu uuring

Äripäeva konverentside töötajad teavad oma kasutamiskogemusest, mis neile olemasoleva konverentsi vaate juures meeldib ja mis mitte ning mida nad sooviksid parendatud vaates näha. Seetõttu on nende hulgas läbi viidud rahulolu küsitlus (vt Lisa 2) parendatud vaate hindamiseks.

Koostatud küsimustikus on kasutatud skaala põhjal hindamist 5-palli süsteemis ja üks küsimus on lahtine. Küsimustik on koostatud kasutades Google Forms. Küsimustik saadeti 39-le konverentside projektijuhile ning vastamine toimus anonüümselt. Vastamiseks oli aega 5 päeva.

Küsimustikus peavad hindajad vastama üheksale küsimusele:

1. Kui rahul oled uue konverentsi lehe päise disainiga?
2. Kui rahul oled uue võimaliku esinejate kuva disainiga?
3. Kui rahul oled uue võimaliku programmi lahendusega?
4. Kui rahul oled uue võimaliku paralleelsessioonide lahendusega?
5. Kui rahul oled uue võimaliku konverentsiga seotud kontaktide esitlusega?
6. Kui rahul oled uue võimaliku hindade kuvamisega?
7. Kui rahul oled toetajate gruppidesse jagamise võimalusega?
8. Kui rahul oled uue võimaliku konverentsi vaatega tervikuna?
9. Kui Sul on veel mõtteid ja ettepanekuid vaate täiendamiseks, siis lisa need palun siia.

Küsimustik on täies ulatuses välja toodud Lisas 2. Sellele vastas 9 töötajat, seega ei saa tulemust üldistada kõikide kasutajate arvamuseks.

Rahulolu uuringu tulemused esitab kokkuvõttena Tabel 2.

Tabel 2. Küsimustiku tulemused.

Vastaja	Küs. 1	Küs. 2	Küs. 3	Küs. 4	Küs. 5	Küs. 6	Küs. 7	Küs. 8
1	3	4	5	4	5	5	5	4
2	4	5	4	5	5	5	4	4
3	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	5	3	3	5	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	2	4	3	2	4	3	4	3
7	4	4	4	5	5	5	2	4
8	4	4	4	2	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>Keskmine</b>	<b>3.9</b>	<b>4.4</b>	<b>4.1</b>	<b>3.9</b>	<b>4.8</b>	<b>4.7</b>	<b>4.1</b>	<b>4.0</b>

Kõrgeimat rahuolu näitas küsitlus järgmiste vaadete osas:

- Korraldajate kontaktid (küsimus 5)
- Hinnad (küsimus 6)

Madalaimat rahulolu näitas küsitlus järgmiste vaadete osas:

- Päis (küsimus 1)
- Programmi paralleelsessioonid (küsimus 4)

Üldist rahulolu parendatud konverentsi vaatele hinnati kaheksanda küsimusega ja keskmiseks tulemuseks 5-palli skaalal oli 4,0 (tabel 2).

Neli töötajat andsid personaalse tagasiside veebilehe parendatud vaate kohta. Probleemi osas toodi välja, et päise pilt võiks olla madalam, et pildi alt natuke teksti lehte avades näha oleks. Programmi menüü peaks kindlasti mahtuma ühele reale, kasutades selleks teistsugust menüü esitamise viisi või muutes pealkirjade kirjasuurust väiksemaks. Toodi välja vajadus ettekande esiletõstmiseks ning võimalust näha samaaegselt toimuvate sessioonide esinejate kattuvust. Samuti märgiti ära, et parendatud vaade näeb palju professionaalsem välja.

Kasutatavuse kohta ei ole seni rahulolu uuringuid läbi viidud, seetõttu on huvitav koguda kasutajate tagasisidet. Autori arvates näitavad antud hinnangud parendatud kujundusele keskmist rahulolu nendega. Kujunduste realiseerimisvalmiduse jaoks tuleks toote omaniku ja digiturunduse arendusjuhiga kokku leppida, mis hindega hinnatud kujundus on realiseerimiseks piisav. Ükski parendus ei saanud kõrgeimat võimalikku tulemust, kuid sellele olid väga ligidal kaks kujundust. Madalaima tulemuse saanud kujundustega tuleks otsustada, kas antud uuringu tulemus on piisav, et kujundus realiseerida. Üldiselt vastas uuringu tulemus üldise vaatega rahulolu osas autori ootustele.

Autori soovitus on, et küsimustiku kaudu kogutud andmete põhjal võiks madalama keskmise hinde saanud vaate osad veelkord projektijuhtidega üle vaadata, et need paremini nõuetele vastaksid. Kuna küsimustik saadeti vaid Äripäeva konverentside projektijuhtidele, siis ei andnud see tagasisidet klientidelt, seega võiks kaasata vaate hindamiseks ka veebipoe kliente, et nende poolset tagasisidet saada ja vaadata, kas klientide vajadused on samuti kaetud. Autor soovitab ka, et veebilehtede või veebirakenduste arendamise esimestes etappides tulevikus luua tarbijatega testimiseks disainid või prototüübid, et arendus vastaks sellele milleks veebilehte luuakse.

## 7 Kokkuvõte

Lõputöös käsitleti Äripäeva hetkel kasutusel oleva veebipoe konverentsi sisu haldust ja vaadet veebipoes. Töö eesmärgiks oli leida võimalusi vaate kasutatavuse parendamiseks, mis omakorda jagunes 4-ks alameesmärgiks:

1. Anda ülevaade kasutatavusest ja konverentsi sisu haldusest.
2. Panna kirja nõuded konverentsi sisu haldusele ja vaatele.
3. Analüüsida teisi konverentsi korraldajate veebilehti.
4. Kujundada parendatud kasutatavusega vaade ning saada projektijuhtide tagasiside sellele.

Töö läbiviimise meetoditeks olid intervjuud ja töötoad nõuete välja selgitamiseks ning rahulolu küsitlus.

Töö käigus andis autor ülevaate kasutatavusest ning konverentside korraldamisest ja sisu haldusest. Kirja said kasutajate nõuded sisu haldusele. Edasi võrreldi erinevate konverentside veebilehti ja selgitati välja Äripäeva vajadused, püstitati veebilehe kasutatavusnõuded. Seejärel kirjeldati vajalikud muudatused ja täiendused sisu halduse osas ning veebipoe vaates, loodi vaate parendatud kujundus. Parendatud vaate kujunduse kohta tagasiside saamiseks viidi läbi rahulolu uuring konverentside projektijuhtide hulgas. Üldine rahulolu oli hea.

Töö tulemusteks on kirja pandud nõuded sisu halduse ja veebivaate parendamiseks ning veebipoe parendatud vaate kujundus.

Lõputöö eesmärk saavutati, sest kirja pandud nõuete alusel valmis parendatud kasutatavusega vaate kujundus, millega projektijuhid on rahul ja hindavad seda professionaalsemaks kui olemasolev vaade.

Äripäev on alustanud veebipoe konverentsi vaate parendamist jagades vajalikud tööd sarnaselt lõputöös tehtud jaotusele. Lõputöö esitamise ajaks on veebipoes realiseeritud vaate toetajate ja konverentsi päise osa.

## Kasutatud kirjandus

- [1] „Nordic Business Forum Helsinki,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.nbforum.com/nbf2020/>. [Kasutatud 13.04.2020].
- [2] „Home,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://websummit.com/>. [Kasutatud 13.04.2020].
- [3] „What is .NET?,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://dotnet.microsoft.com/learn/dotnet/what-is-dotnet>. [Kasutatud 18.04.2020].
- [4] „HTML Introduction,“ [Võrgumaterjal]. Available: [https://www.w3schools.com/html/html\\_intro.asp](https://www.w3schools.com/html/html_intro.asp). [Kasutatud 05.04.2020].
- [5] „What is MS SQL?,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.host-shopper.com/what-is-ms-sql.html>. [Kasutatud 18.04.2020].
- [6] „nopCommerce,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.nopcommerce.com/about-us>. [Kasutatud 10.04.2020].
- [7] „Content management,“ [Võrgumaterjal]. Available: [https://en.wikipedia.org/wiki/Content\\_management](https://en.wikipedia.org/wiki/Content_management). [Kasutatud 03.05.2020].
- [8] „Content management system,“ [Võrgumaterjal]. Available: [https://en.wikipedia.org/wiki/Content\\_management\\_system](https://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system). [Kasutatud 03.05.2020].
- [9] „Tag (metadata),“ [Võrgumaterjal]. Available: [https://en.wikipedia.org/wiki/Tag\\_\(metadata\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Tag_(metadata)). [Kasutatud 04.04.2020].
- [10] „Firmast,“ [Võrgumaterjal]. Available: <http://firma.aripaev.ee/firmast/>. [Kasutatud 10.03.2020].
- [11] „Äripäev,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://et.wikipedia.org/wiki/Äripäev>. [Kasutatud 10.03.2020].
- [12] „10 Event Website Examples You Must Check Out for Inspiration,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://blog.hubilo.com/10-event-website-inspiration/>. [Kasutatud 02.05.2020].
- [13] „UX Guidelines for Ecommerce Product Pages,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.nngroup.com/articles/ecommerce-product-pages/>. [Kasutatud 26.04.2020].
- [14] „Usability,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/usability>. [Kasutatud 26.04.2020].
- [15] „Usability 101: Introduction to Usability,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>. [Kasutatud 26.04.2020].
- [16] „Usability 101: Introduction to Usability,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>. [Kasutatud 26.04.2020].
- [17] „Why You Only Need to Test with 5 Users,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>. [Kasutatud 26.04.2020].
- [18] „Conference,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://en.wikipedia.org/wiki/Conference>. [Kasutatud 12.04.2020].
- [19] „Professional conference,“ [Võrgumaterjal]. Available: [https://en.wikipedia.org/wiki/Professional\\_conference](https://en.wikipedia.org/wiki/Professional_conference). [Kasutatud 12.04.2020].

- [20] „What is a Conference?“, [Võrgumaterjal]. Available: <https://evenues.com/event-planning-guide/what-is-a-conference>. [Kasutatud 12.04.2020].
- [21] „As Äripäev siseveeb“, [Võrgumaterjal]. Available: <https://intranet.aripaev.ee/firmast/>. [Kasutatud 10 03 2020].
- [22] „Tarkvara arendusnõuded“, [Võrgumaterjal]. Available: <https://web.htk.tlu.ee/digitaru/testimine/chapter/tarkvara-arendusnouded/>. [Kasutatud 14.04.2020].
- [23] P. Potter, „Süsteemi nõuete esiletoomine ja analüüs“, [Võrgumaterjal]. Available: <https://www.slideshare.net/PriitPotter/ssteemi-nuete-esiletoomine-ja-anals>. [Kasutatud 14.04.2020].
- [24] „Questionnaire“, [Võrgumaterjal]. Available: <https://en.wikipedia.org/wiki/Questionnaire>. [Kasutatud 02.05.2020].
- [25] „Küsimustiku koostamine“, [Võrgumaterjal]. Available: <http://samm.ut.ee/k%C3%BCsimustiku-koostamine>. [Kasutatud 02.05.2020].



## Lisa 1 – Äripäeva konverentsi veebilehe ekraanipildid

**Äripäev** e-pood

Ajakirjad / Ajalehed / Infopank / Konverentsid / Koolitused / Raamatud / Teabevara / Veebiseminarid / Muu / По русски / Sooduspakkumised

Üldinfo / Lisainfo / Prindi REGISTREERI

**BALTICBEST PRESENTS:  
SURVIVING  
IN THE TIME OF  
PANDEMIC**

**BALTICBEST ESITLEB: TURUNDUS PANDEEMIA  
AJAL**

**30.04.2020**  
Veebiseminar

**WEBINAR  
30/04/2020**

Neli kogunud Balti mere regiooni tippagentuuride juhti (kes on ka eelmise kriisi edukalt üle elanud) jagavad oma kogemusi ja nõuandeid selle kohta, kuidas loovteenuseid pakkuvad ettevõtted kriisi üle saaksid elada.

**Seminari teemad:**








- Kuidas hoida kokku kulusid ilma tuleviku kasvupotentsiaali ohverdamata?
- Kuidas hoida oma tiimi aktiivsena töös (kui tegelikult tööd pole)?
- Kas teenustasude alandamine on jäkusuutlik?
- Kuidas veenda oma kliente mitte lõpetama turundustegevust?

Lisa 1.5. Äripäeva konverentsi veebilehe „Päis“ osa.

### ESINEJAD



Lisa 1.6. Äripäeva konverentsi veebilehe „Esinejad“ osa.

13:25 - 15:00	<b>○ PRAKTIKUMIDE SESSIOON</b> Praktikumid on jaotatud huvide järgi kolme kategooriasse: juhid; coachid ja isiklik areng. Valida saab 10 erineva praktikumi vahel. Sealjuures saab iga osaleja valida 2 praktikumi.		
13:30 - 14:15	 <b>Helena Ehrenbusch</b> superviisor/coach/koolitaja, ESCÜ  Miks kaob motivatsioon? Kas takistuseks on halb planeerimine, meeskond või mõni hoopis tundmatu faktor? Töötuba keskendub individuaalsete ressursside ja takistuste tuvastamisele elluviimise kontekstis. Meetodiks kehatöö integratsioon ettevalmistusprotsessi.	13:30 - 14:15	 <b>Signe Vesso</b> Diplomeeritud superviisor/coach ESCÜ  Oluliste muutuste äratemiseks on vaja teha samme oma mugavustsoonist väljapoolse. Seda aitavad teha küsimused, mida inimesed sageli iseendalt ei taipa küsida. Töötoas praktiseerime spetsiaalselt eesmärgistamise ja elluviimisega seotud küsimusi. Osalejad saavad praktiseerida coachingu vestlusi elluviimise toetamiseks.
13:30 - 14:15	 <b>Eike Tõnismäe</b> Associate Certified Coach, ICF Intelligentne Grupp   <b>Signe Tõnismäe</b> Associate Certified Coach, Intelligentne Grupp, ICF  Töötoas vaatame inimese sügavama tahte ja väärtuste üheksa tahku läbi enneagrammi motivatsioonitüüpide. Kas eneseteostus on vajadus või võimalus? Kuidas juhina luua keskkonda tahte ja eneseteostuse avaldamiseks?	13:30 - 14:15	 <b>Tiiu Allikvee</b> Fontese juhtivkonsultant, Firework Career Coach   <b>Juta Palmeri</b> Fontese konsultant ja karjäärcoach  Karjäärcoachingu töötoas teeme kaks harjutust, mis võimaldavad kaardistada coachitava hetkeolukorda ning üldist heaolu ning aitavad teha karjääriotsuseid kaugemate sihtide kontekstis. Teeme läbi ühe osa Job Craftingust koos väärtuskaartidega, mis pakub tõhusamat tuge karjääriteemade käsitlemisel.
13:30 - 14:15	<b>○ COACHILE: Meeskonna kultuuritasandite mõju coachingu tulemuslikkusele</b>  <b>Piret Bristol</b> diplomeeritud superviisor/coach ESCÜ		

Lisa 1.7. Äripäeva konverentsi veebilehe kuvatõmmis osast „Programm“.

REGISTREERI

Lisainfo: Maarit Eerme | kaubandus.ee juht | 5144884 | maarit@kaubandus.ee

## TOETAJAD

Lisa 1.8. Äripäeva konverentsi veebilehe „Konverentsi kontaktisik“ osa.

## REGISTREERIMINE

PILET	HIND	OSALEJATE ARV
Coaching 2020 ELLUVIIMINE	399 € 478,80 € km-ga	0
Coaching 2020 veebipilet	99 € 118,80 € km-ga	0

REGISTREERI

Lisa 1.9. Äripäeva konverentsi veebileh „Hinnad“ osa.

## TOETAJAD



Lisa 1.10. Äripäeva konverentsi veebilehe „Toetajad“ osa.

## **Lisa 2 – Küsimustik täies ulatuses**

Kirjutan bakalaureusetööd Äripäeva konverentsi vaate parendamisest veebipoes Tallinna Tehnikaülikooli äriinfotehnoloogia eriala lõpetamiseks.

Küsimustiku eesmärk on hinnata Äripäeva veebipoe konverentsi uut võimalikku disaini. Saadud andmed annavad aluse parenduste realiseerimiseks veebipoes.

Küsimustik koosneb 9-st küsimusest. Küsimustiku täitmine võtab ligikaudu 4-7 minutit aega. Palun olge vastuste andmisel võimalikult ausad ja märkige ära Teie jaoks sobivaim vastus.

Küsitlus on anonüümne ja vastuseid kasutatakse vaid käesoleva uurimuse läbiviimiseks.

Suur tänu koostöö eest!

Helena Tubli

### Küsimustik

Hindamine on skaalal: 1- Ei ole üldse rahul 2- Pigem ei ole rahul 3- Nii ja naa 4- Pigem olen rahul 5- Täielikult rahul

Kui rahul oled uue konverentsi lehe päise disainiga? \*  
NewsPortal pilti on võimalik kasutada konverentsi lehel toote pildina.

[Üldinfo](#) / [Esineja](#) / [Programm](#) / [Lisainfo](#) / [Printi](#)

REGISTREERU

## BALTICBEST ESITLEB: TURUNDUS PANDEEMIA AJAL

30.04.2020  
Veebiseminar



Neli kogenud Balti mere regiooni tippagentuuride juhti (kes on ka eelmise kriisi edukalt üle elanud) jagavad oma kogemusi ja nõuandeid selle kohta, kuidas loovteenuseid pakkuvad ettevõtted kriisi üle saaksid elada.

### Seminari teemad:

- Kuidas hoida kokku kulusid ilma tuleviku kasvupotentsiaali ohverdamata?

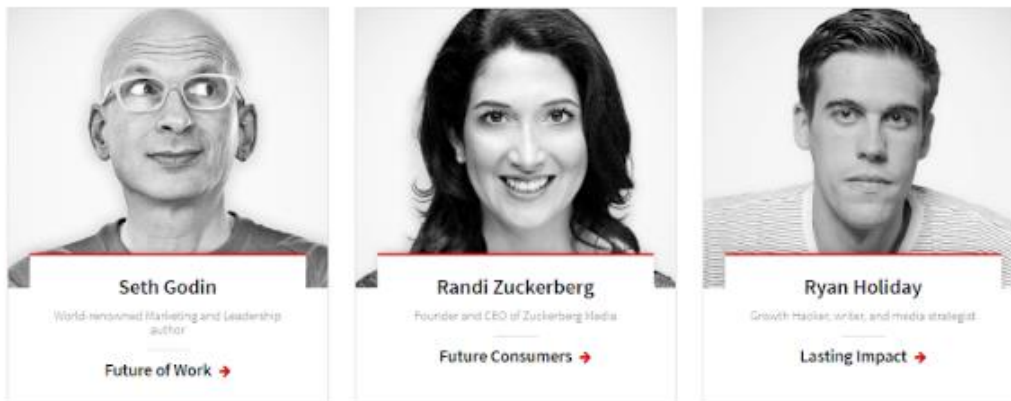
1      2      3      4      5

Ei ole üldse rahul

Täielikult rahul

Kui rahul oled uue võimaliku esinejate kuva disainiga? \*

Lisaks pildile kuvatakse kohe ka esineja nimi, amet ja ettekande teema.



1      2      3      4      5

Ei ole üldse rahul                        Täielikult rahul

Kui rahul oled uue võimaliku programmi lahendusega? \*

Programmi kirjeldused (sh esinejad) on kokku pakitud. Programmi täisvaates nägemiseks on programmi päises "Ava kirjeldused". Samuti saab iga ettekande eraldi avada.

## PROGRAMM

Ava kirjeldused

**Programm** Fookusessioon coachile Fookusessioon juhile Praktikumid juhtidele

Praktikumid coachile Praktikumid isiklikuks arenguks

08:30 - 09:15	○	<b>Tervitame hommikukohviga</b>	
09:15 - 09:25	○	<b>Konverentsi avasõnad</b>	
09:25 - 09:30	○	<b>AVASESSIOON</b>	
09:30 - 10:00	○	<b>Miks seda coachingut vaja on?</b>	∨
11:05 - 11:10	○	<b>FOOKUSSESSIOON</b>	∨
		<small>Sessioon toimub kahes erinevas saalis. Juhid saavad keskenduda teemadele, mis nende töös olulised ning coachidele pakume enesetäienduseks eri teemasid.</small>	
11:10 - 11:30	○	<b>COACHILE: „Käi minu sõnade, mitte tegude järgi“</b>	∨
11:10 - 11:30	○	<b>JUHILE: Kuidas teha coachingust osa DNast</b>	∨
11:30 - 11:50	○	<b>COACHILE: Mida juht coachilt ootab?</b>	
17:00 - 18:00	○	<b>Jagame muljeid konverentsi lounge´is</b>	∨
		<small>Muusika, klaasike veini või tervisejooki... Kutsume kõiki osalejaid konverentsipäeva lõpus aega maha võtma ja mõtteid vahetama.</small>	

1 2 3 4 5

Ei ole üldse rahul

Täielikult rahul


## Kui rahul oled uue võimaliku paralleelsessioonide lahendusega? \*

Paralleelsessioonid kuvatakse peasessiooni all ajalises järjestuses, paigutusega üksteise all, nihkes sessiooni pealkirjast. Kui ettekandele on märgitud ruum (paralleelsessioonide puhul), siis kuvatakse ettekande juures ka toimumise ruum.

11:05 - 11:10 ○ **FOOKUSSESSIOON**


Sessioon toimub kahes erinevas saalis. Juhid saavad keskenduda teemadele, mis nende töös olulised ning coachidele pakume enesetäienduseks eri teemasid.

11:10 - 11:30 ○ **COACHILE: „Käi minu sõnade, mitte tegude järgi“**

 **Endel Hango** Change Consulting coach, konsultant ja koolitaja


Coach on coachee teenistuses. Coaching lähtub kliendi vajadustest. Täiskasvanud inimeste psühholoogiline suhe olema võrdne. Need on vaid mõned printsiibid, millest coaching lähtub. Teoreetiliselt „Paris elu“ esitab aga väljakutseid ning välja kukub „ni nagu alati“. Ettekanne võtab ohud ja teatavad kahjud, mida coaching võib tekitada ning muidugi ettepanekud nende

11:10 - 11:30 ○ **JUHILE: Kuidas teha coachingust osa DNAs**

 **Ülo Vihma** Pipedrive personal coach

Muudatused on organisatsioonide igapäevane praktika, samas on vastuseis muudatustele r. Muudatuste tegemisel võib seega tekkida vajadus protsessi toetamiseks „rohujure“ tasandil – puhul. Moodsad organisatsioonid on täna lamedad ja isejuhtivate tiimidega. Juhtide jaoks jõua kõljkale ja ei peagi jõudma. Ettekandes tuleb firma Pipedrive näitel juttu, kuidas moodsas sisecoachingut kasutada.

11:30 - 11:50 ○ **COACHILE: Mida juht coachilt ootab?**

 **Oksana Kulik** Diplomeeritud coach, Danbalt Shoes tegevjuht

17:00 - 18:00 ○ **Jagame muljeid konverentsi lounge'is**

Muusika, klaasike veini või tervisejooki... Kutsume kõiki osalejaid konverentsipäeva lõpus aega maha võtma ja mõtteid vahetama.



1      2      3      4      5

Ei ole üldse rahul      ○      ○      ○      ○      ○      Täielikult rahul



Kui rahul oled uue võimaliku konverentsiga seotud kontaktide esitlusega? \*

Kontaktisikud kuvatakse sarnaselt teemaveebiga

	<b>Karin Tamm</b> Meditsiiniuudiste sündmuste juht Tel: 513 8862 <a href="mailto:karin.tamm@aripaev.ee">karin.tamm@aripaev.ee</a>		<b>Kristi Kammer</b> Näitusepindade broneerimine Tel: 507 9553 <a href="mailto:kristi.kammer@aripaev.ee">kristi.kammer@aripaev.ee</a>
---	--	--	--

1 2 3 4 5

Ei ole üldse rahul      Täielikult rahul

Kui rahul oled uue võimaliku hindade kuvamisega? \*

Kui konverentsile on lisatud mitu hinda, siis tuuakse need atraktiivsemalt välja. Taustal võiks saada hinnale määrata osalejate arvu, millest alates rakendub soodushind (mitme osaleja soodustus) ja kuvatav hind per osaleja muutub.

#### SOODUSHIND kuni 28.05.2020

<b>PÄEV 1</b>	<b>PÄEV 2</b>	<b>TÄISPAKETI</b>
<b>1040<sup>€</sup></b>	<b>1740<sup>€</sup></b>	<b>3240<sup>€</sup></b>
+ KM 20%*	+ KM 20%*	+ KM 20%*
HIND 1290 €	HIND 1990 €	HIND 3290 €
Osalejate arv	Osalejate arv	
<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	
<a href="#">Registreeri</a>		

1 2 3 4 5

Ei ole üldse rahul      Täielikult rahul

Kui rahul oled toetajate gruppidesse jagamise võimalusega? \*

Toetajate logod saab jagada kuni kolme gruppi. Igale toetajate grupile saab anda nimetuse. Logode suurus on automaatselt kahanev.

## TOETAJAD

Kuldsponsor



Höbesponsor



Toetajad ja partnerid



1 2 3 4 5

Ei ole üldse rahul

Täielikult rahul

Kui rahul oled uue võimaliku konverentsi vaatega tervikuna? Vaatega saad tutvuda siin <https://helenatubli411694.invisionapp.com/overview/Konverentsi-vaade-ck9k9ah280t480164i04n3an5/screens?v=NWYAJrnsHSWZK9GNJKqxRQ%3D%3D&linkshare=urlcopied> \*

1 2 3 4 5

Ei ole üldse rahul

Täielikult rahul

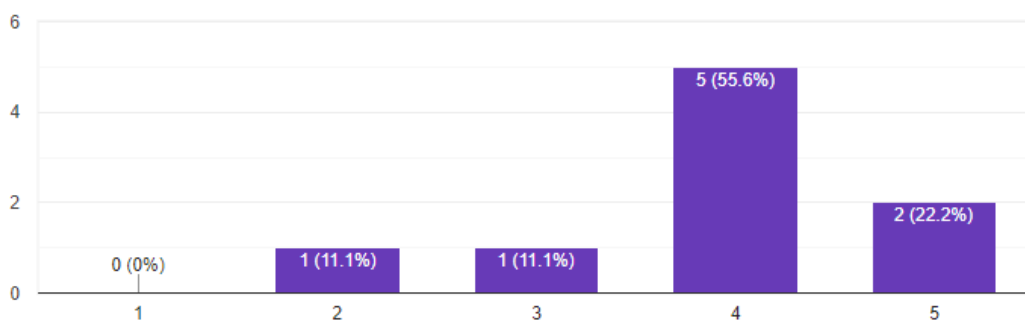
Kui Sul on veel mõtteid ja ettepanekuid vaate täiendamiseks, siis lisa need palun siia.

Your answer

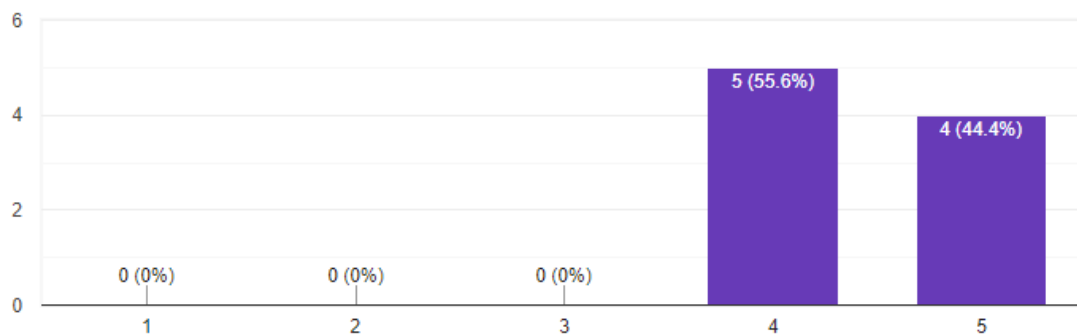
---

Aitäh vastamise eest!

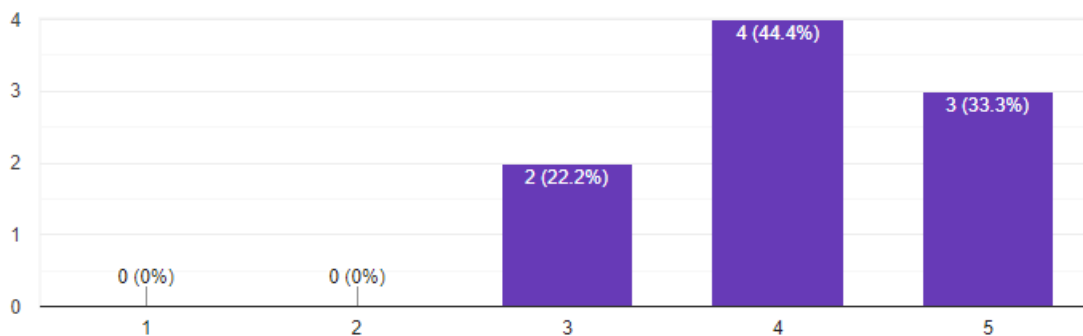
## Lisa 3 – Küsitluse vastused



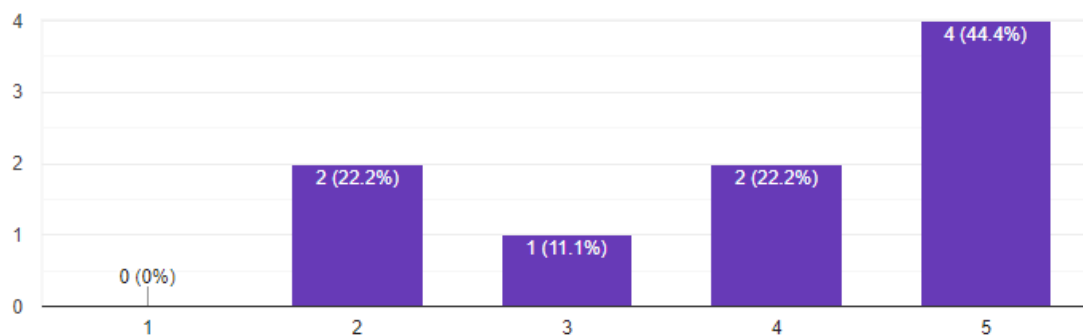
Joonis 22. Küsimus 1 „Kui rahul oled uue konverentsi lehe päise disainiga?“ vastused.



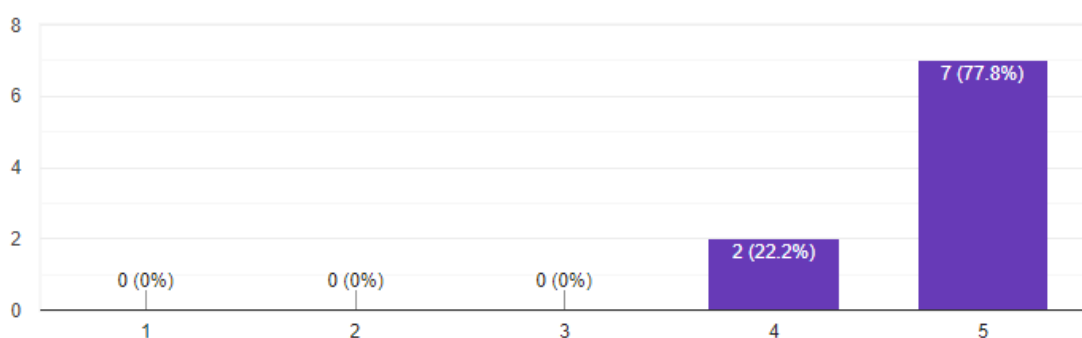
Joonis 23. Küsimus 2 „Kui rahul oled uue võimaliku esinejate kuva disainiga?“ vastused.



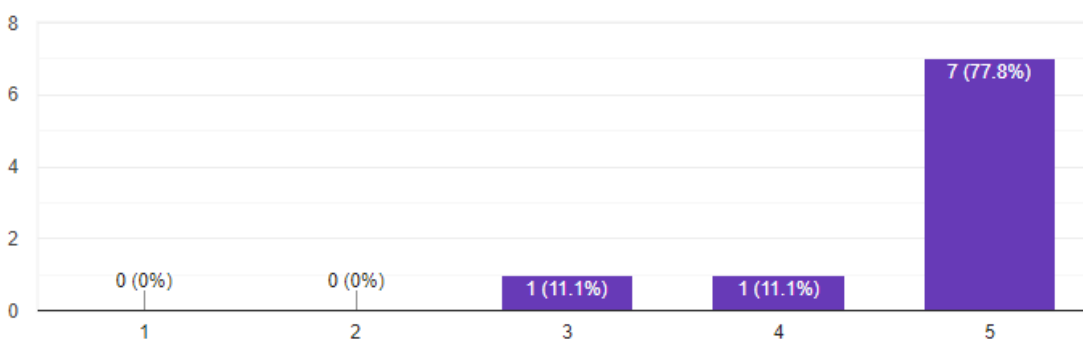
Joonis 24. Küsimus 3 „Kui rahul oled uue võimaliku programmi lahendusega?“ vastused.



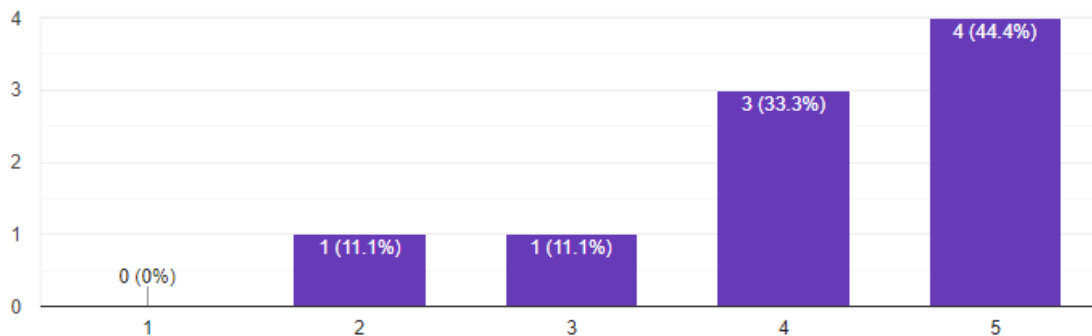
Joonis 25. Küsimus 4 „Kui rahul oled uue võimaliku paralleelsessioonide lahendusega?“ vastused.



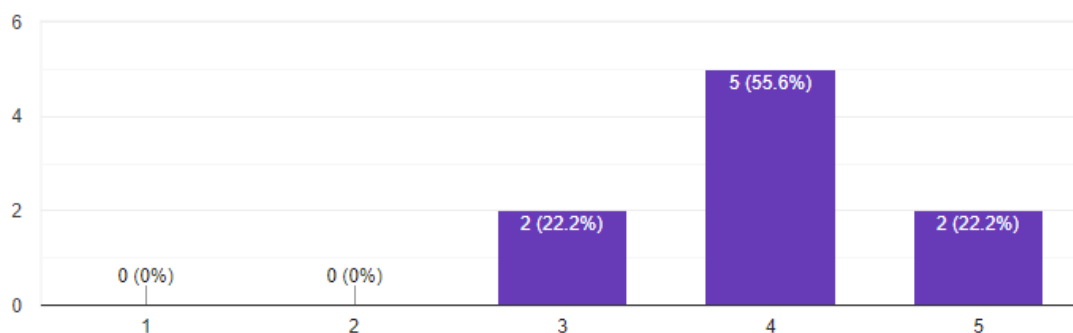
Joonis 26. Küsimus 5 „Kui rahul oled uue võimaliku konverentsiga seotud kontaktide esitlusega?“ vastused.



Joonis 27. Küsimus 6“ Kui rahul oled uue võimaliku hindade kuvamisega?“ vastused.



Joonis 28. Küsimus 7 „Kui rahul oled toetajate gruppidesse jagamise võimalusega?“ vastused.



Joonis 29. Küsimus 8 „Kui rahul oled uue võimaliku konverentsi vaatega tervikuna?“ vastused.

Päise pilt võiks natuke madalam olla, et alumise teksti osa natuke ka kohe näha oleks. Pildialused küsimused võiksid olla ka musta tekstiga, muidu natuke liiga kirju.

Programmi menüü võiks olla toggled listina vms, kuna praegu natuke kehv, kui kahel real pikad pealkirjad või siis programmi all reas väiksema fontiga, et mahuks 1 rea peale.

Toetajate logode osa tundub väga suur, hoomatavam oleks, kui need oleks väiksemad ja kui pealkirjad (kuldtoetaja jne) oleksid kas bolidga, värviga vms, et oleks paremini märgatavad.

Väga ilus! Palju parem ja professionaalsem kui enne.

ei ole :)

Paralleelsessioonide näites on coachingul kolm samaväärset ettekannet, samas teatud juhtudel on peasaalis peaprogramm ja paralleel nõ väiksema tähtsusega siis peaks see olema kuidagi kergemini eristatav. Samamoodi kõrvuti võrreldav, mis esinejad peasaalist ja paralleelist parasjagu kattuvad. Seda ka juhul, kui peasaalis on 1,5 h lahendatud 3x30min aga paralleelis on samal ajal 2x45min.

Joonis 30. Küsimus 9 „Kui Sul on veel mõtteid ja ettepanekuid vaate täiendamiseks, siis lisa need palun siia.“ Vastused.