

6. osa

# *Mobiiliveeb, skaleeruv veebidisain ja mobiiliturundus*



[www.wsionline.ee](http://www.wsionline.ee)

# Eessõna

***Tanel Tatter, Solaris Kino***



*"Lähiaastatel kõnnib Tallinnas pea iga aktiivne kodanik ringi nutitelefon taskus. Mobiilsed lahendused on saanud nii iseenesest mõistetavaks, et on muutnud paljud näost näkku teenused ähmaseks ja kohmakaks mälestuseks. Hea ning hästi töötav rakendus on sinu ettevõtte visiitkaart, kuid ärge unustage, ilusa kirju pildi taga peab olema tugev sisu ja praktilisus. Meie armsas e-riigis ei heida kasutaja sulle armu, see on hea ja loonud tugeva arendajate taseme, mille üle võime suurt uhkust tunda."*

# Sisukord

<b>Eessõna .....</b>	<b>2</b>
<b>Sisukord .....</b>	<b>3</b>
<b>Sissejuhatus .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Miks mobiiliveeb on oluline? .....</b>	<b>6</b>
Miks on vaja mobiilile kohandatud kodulehte?.....	7
<b>2. Skaleeruva lahendusega koduleht või eraldi mobiiliveeb? .....</b>	<b>10</b>
Mis on mobiiliveeb? .....	10
Mobiiliveebi eelised .....	10
Mobiiliveebi puudused .....	12
Skaleeruv veebidisain ehk responsive web design.....	13
Skaleeruva veebi eelised .....	14
Skaleeruva veebi puudused .....	15
Skaleeruv veebidisain või mobiiliveeb? .....	16
<b>3. Mida arvestada mobiiliveebi tegemisel? .....</b>	<b>18</b>
1. Navigeerimine .....	18
2. Mobiiliveebi sisu.....	19
3. Funktsioonid .....	20

<b>4. Mobiiliturundus .....</b>	<b>22</b>
Mobiilirakendused ehk app'id .....	23
Wrapper .....	24
QR-kood .....	25
Makstud reklaam .....	26
SEO.....	27
<b>Kokkuvõte .....</b>	<b>29</b>

# Sissejuhatus

Esimeses e-koolituse osas rääkisime kodulehe vajalikkusest ning kuidas teha koduleht, mis toob soovitud tulemusi. Tavalise kodulehe kõrvale on muutunud olulisteks turunduskanaliteks mobiiliveeb, erinevad aplikatsioonid või hoopis kodulehe lahendus, mis on universaalne olenemata seadmest. Uued trendid ja muutused tarbijakäitumises nõuavad ka ettevõtetele kohanemisvõimet.

Nutitelefonide ja tahvelarvutite kasvav müügiedu on muutnud internetikasutuse mobiili vahendusel üha populaarsemaks. Mobiiliga on võimalik teha samu toiminguid, mida oleme harjunud tegema lauaarvutis kuid oluliselt väiksemal ekraanil. Ettevõtetele on see uus väljakutse, kuna tavaline koduleht ei täida mobiilis oma eesmärki. Kui tarbija on vahetanud suure ekraani väiksema vastu, tuleb üle vaadata oma ettevõtte e-turunduse kanalid (koduleht, SEO, AdWords, uudiskirjad jne). Lahendusi on laias laastus 3: **aplikatsioon, erilahendusega mobiiliveeb** või **skaleeruv veebidisain** ehk *responsive web design*. Selles e-koolituses keskendume neist viimasele kahele paigutades appi mobiiliturunduse võimaluste alla.

## **Selles e-koolituses saad teada:**

- Miks mobiiliveeb on oluline?
- Skaleeruv veebidisain või mobiiliveeb?
- Mida arvestada mobiiliveebi tegemisel?
- Mobiiliturunduse võimalused

# 1. Miks mobiiliveeb on oluline?

- Eelmise aasta seisuga viiekordistus tahvelarvutite müük Eestis ([Delfi Majandus](#)).
- 2012 aastal müüdi Elisas kõigist telefonidest nutitelefone 60% ja EMT-s 75%. ([Arvutimaailm](#)).
- 25% mobiilikasutajatest on EMT hinnangul nutitelefonide kasutajad ([e24](#)).
- Igakuiselt saadetakse tehastest välja rohkem nutitelefone ja tahvelarvuteid võrreldes lauarvutitega ja sülearvutitega kokku.

Statistika näitab, et nutiseadmed on vallutamas meie igapäevaelu. Selleks, et ettevõtted jõuaksid tarbijate muutuvate harjumustega kaasas käia, on oluline luua oma ettevõttele koduleht, mida on mugav vaadata ka nutitelefonis. Sellegipoolest näitab praegune turuolukord, et kvaliteetseid ja toimivaid mobiililahendusi on suhteliselt vähe. Parima kasutajakogemuse pakkumiseks loo oma ettevõttele spetsiaalselt mobiilile kohandatud koduleht, olgu see siis skaleeruv lahendus või mobiiliveeb.

# Miks on vaja mobiilile kohandatud kodulehte?

## **1. Väiksem ekraan nõuab teisi eelduseid kui tavaline koduleht**

Mobiili ekraan on kordades väiksem tavaarvuti ekraanist, mistõttu oluline info tuleb ära mahutada väiksemale pinnale. Mobiili kasutatakse sagedamini hinnainfo, asukoha info, lahtiolekuaegade jm kiire info tarbimiseks.

## **2. Mobiilile kohandamata koduleht kahjustab mainet**

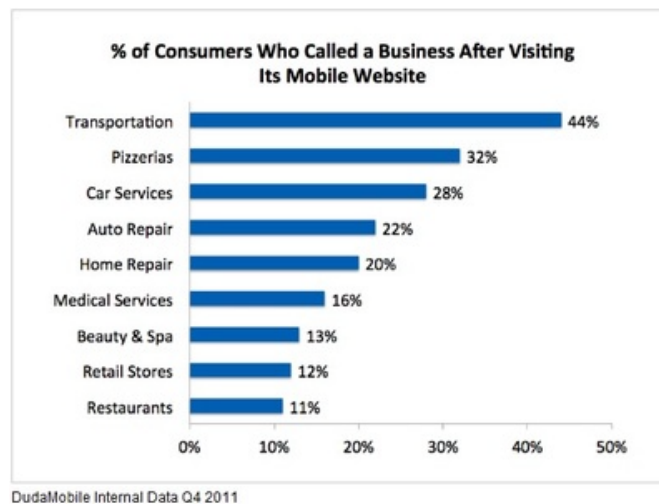
[Compuware uuringu](#) kohaselt peletab kasutajale ebamugav mobiiliveeb kasutaja lehelt minema. Tervelt 61% kasutajatest ei naase kunagi kehvale mobiiliveebile tagasi ja 57% külastajatest ei soovita halva mobiililehega ettevõtet sõpradele. Tervelt 40% läheb konkurendi lehele kui Sinu leht tekitab negatiivse kogemuse.

## **3. Mobiili otsingumahud suurenevad**

USA-s on aastaga on interneti kasutamine mobiilis ja tahvelarvutitel kasvanud 80%, seejuures 92% nutitelefonide kasutajatest on otsinud infot kohalike ettevõtete kohta, millest 89% sooritas otsingu järel mingi tegevuse ja 25% kasutajatest sooritas ostu ([Google](#)). Kuna mobiiliotsing erineb tavalisest otsingust ja Google'l on eraldi indekseerimissüsteem mobiilsetele kodulehtedele, siis on mobiiliotsingu jaoks oluline luua mobiiliveeb.

## 4. Mobiilsele otsingule järgneb tegevus

[DudaMobile](#) viis 2011 aasta neljandas kvartalis läbi uuringu, mille põhjal vaatesid, kui suur protsent kliente, kes külastasid ettevõtte mobiiliveebi tegid telefonikõne või külastasid ettevõtet. Tulemused on üllatavad, tervelt 1/5 kasutajatest võttis ettevõttega koheselt ühendust. Allolev graafik näitab milliste tegevusalade otsingutulemused toovad enim päringuid.



2013 aasta märtsis tegi Google koostöös Nielsen'iga sarnase [uuringu](#), mille tulemused reageeris otsingutulemusele mingi tegevusega 73% kasutajatest, seejuures 28% otsingu sooritajatest külastas poodi, saatis päringu või helistas ettevõttesse. Märkimisväärne oli konversiooni toimumise kiirus: 55% tegevustest sooritati 1 tunni möödudes, 26% tegevustest 1-6 tunni möödudes. Seega mobiiliotsing viib kiire tegevuseni.

## 5. App ei täida sama funktsiooni, mis mobiiliveeb

Mobiiliappi kasutamine on populaarne trend, kuid appi kahjuks räägib asjaolu, et 99% loodud app'idest ei muutu kunagi populaarseks ega tasu ära. Paljud app'id



laetakse alla, kasutatakse 1 kord ja unustatakse. App'i tasub teha vaid siis, kui selle loomiseks on mõjuv põhjus, näiteks kui tegu on keerulise rakendusega, mida mobiiliveebina on tehniliselt raske teostada (kui rakendus peab kasutama seadme riistvaralist võimekust nagu kaamerat, sensoreid vm). Samuti sobib mobiilirakendus populaarsetele teenustele nagu uudisteportaalid, parkimine, pangandus jm. Sellisel juhul täidab app pigem lisafunktsiooni mobiiliveebi kõrval, mis peaks olema olema vähemaktiivsete teenusekasutajate jaoks, kes ei soovi apliksiooni alla laadida.

## 2. Skaleeruva lahendusega koduleht või eraldi mobiiliveeb?

Mis on mobiiliveeb?

*Mobiiliveeb on erilahendusega vähendatud mahus ja graafikas koduleht, mis on kohandatud väikestele mobiiliekraanidele.*

See asub põhi kodulehest eraldi ning toimib kas eraldi sisuhalduse kaudu või põhiveebiga ühises haldussüsteemis. Mobiiliveebi puhul kuvatakse sageli vaid kõige olulisemat infot, mis on kasutajale vajalik liikvel olles ehk telefoni nr, asukoht, hinnad, pildid, broneerimine jm. Mobiiliveeb võimaldab luua kergesti lehitsetava ja navigeeritava lehe mobiilikasutajale, säilitades samal ajal ettevõtte brändi ja visuaalse identiteedi.

### Mobiiliveebi eelised

- **Eri lahendusega disain** – Eri lahendus võimaldab luua mobiiliveebi sisu vastavalt ettevõtte vajadustele, olgu selleks sisu optimeerimine või täiesti uue struktuuri ja sisu loomine.

- **Kohandatud sisu** - Telefonis kasutatakse interneti sageli kiire info saamiseks, mistõttu pikad kirjeldused ei täida mobiilis oma eesmärki. Kui tavalise veebilehe sisu on keskmiselt 250-400 sõna, siis mobiilis on eelistatud lühem sisu 70-100 sõna. Mobiiliveeb võimalda kohandada sisu nii, et külastaja saab vaid kõige olulisema info.
- **Täielikult erinev sisu** - Võimalik on luua eraldi vahelehed vaid mobiilikasutajatele, näiteks eripakkumised, sooduskoodid jm info. Kui vaja, võib mobiiliveebi sisu luua tavaveebi sisust täiesti erineva.
- **Kerge navigeerida** – Mobiiliveeb on loodud arvestades seadmete piirangutega, mis tähendab ka lihtsamat lehe ülesehitust ja navigeerimist. Mobiiliveebi puhul on võimalik sisu paigutada erinevalt tavaveebi ülesehitusest. Selliselt on võimalik nähtavamale tuua olulist infot, mida tavaveebis ei rõhutata, näiteks kontaktandmed. Mobiilile kohandamata veebi lehitsemine mobiilis on ebamugav, kuna info on ebapraktiliselt jaotunud. Nt ettevõtte info all on eraldi leht kontakti jaoks, meeskonna jaoks ja kaart. Sama info võiks mobiilis olla kuvatud ühel lehel kompaktsemalt – aadress, telefon ja kaart.
- **Kiire** – Mobiiliveebi puhul hoitakse andmete maht väiksemana sisu või kujunduselementide arvelt, mistõttu sisu laeb tunduvalt kiiremini kui skaleeruva lehe puhul. Skaleeruva lahendusega veeb võib sisaldada palju pilte ja graafilisi elemente, mis teevad lehe laadimise vaevaliseks tihtipeale aeglase internetiühendusega mobiilsetes seadmetes.

## Mobiiliveebi puudused

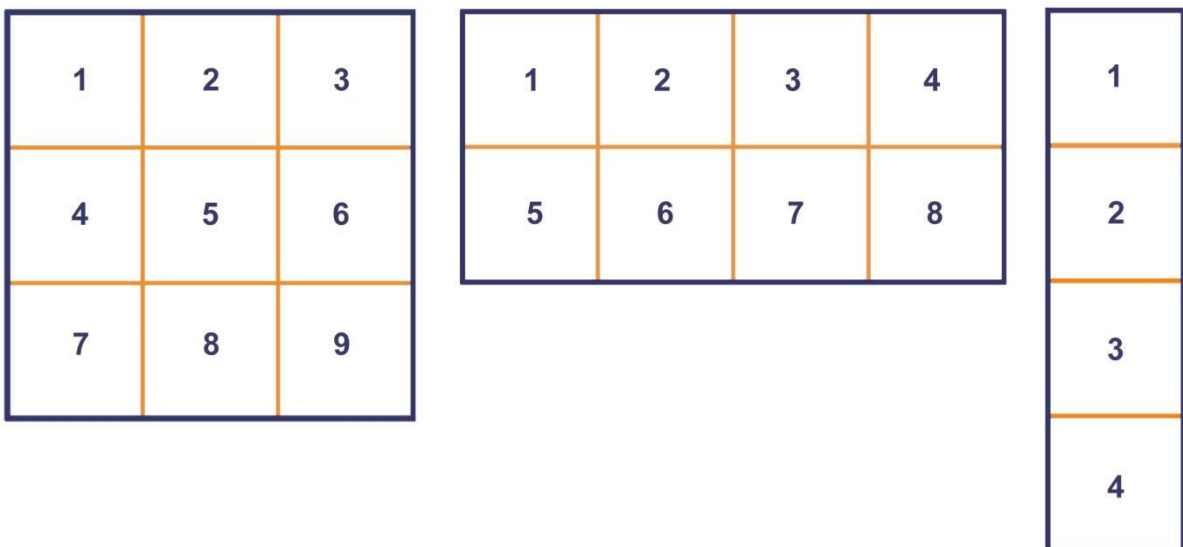
- **Liiga vähe infot** – Mobiiliveebi eesmärk on üldiselt pakkuda kõige olulisemat infot, mis võib erineda tavaveebi sisust. Mobiile kasutatakse üha rohkem ainsa internetiallikana, mistõttu ei pruugi kohandatud sisu vastata tarbija tegelikele vajadustele.
- **Erinev funktsionaalsus** - Mobiilne kodulehekülg tehakse tihtipeale siis kui põhileht ise on väga mahukas nagu näiteks e-pood. Tihtipeale võib mobiiliveebis e-poe ostmise funktsionaalsus puududa selle keerukuse tõttu, seega e-poest on saanud tavaline kataloog.
- **Ei vasta tahvelarvutite vajadustele** – Tahvelarvutid on mobiilsed seadmed, mistõttu kuvatakse neis vaikimisi mobiiliveeb. Seejuures ei ole määravaks teguriks ekraani suurus. Mobiiliveeb on kohandatud väiksele ekraanile, mistõttu väiksema tahvelarvutiga on mobiiliveebi lehitsemine mugavam kui põhiveebi kasutamine. Seevastu suurema ekraaniga tahvelarvutist vaadatuna on selle disain puudustega. Ekraani pind on ebapraktiliselt kasutatud ning lehe kuvamine tahvelarvutis pigem ebaatraktiivne. Mobiili jaoks kärbitud sisu tekitab suuremal ekraanil palju tühja ruumi ning väikesed pildid võivad olla välja venitatud.
- **Eraldi SEO** – Erinev URL aadress tähendab eraldi mobiiliveebi optimeerimist.

## Skaleeruv veebidisain ehk responsive web design

**Responsive design'i puhul kontrollitakse sisu ja kujunduselementide paigutamist vastavalt erinevatele seadmetele ja ekraani suurustele määratud stiilidele.**

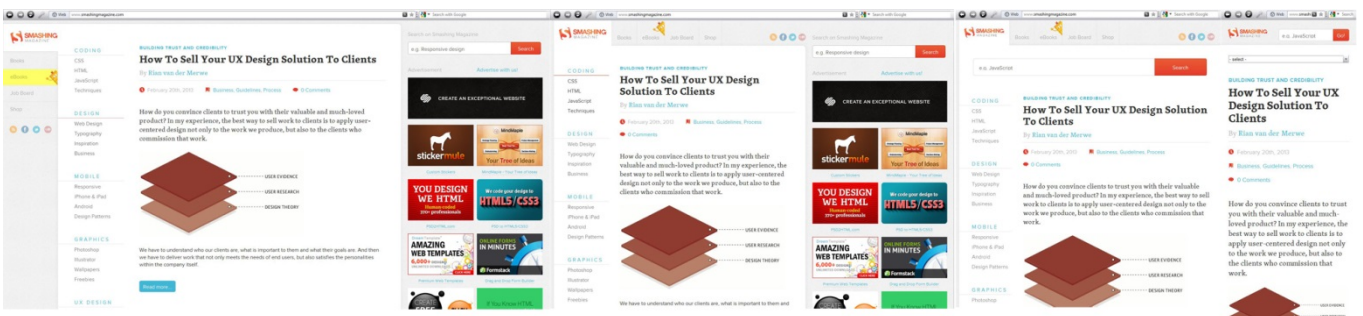
See tähendab, et koduleht ei ole loodud ühes standardmõõdus, vaid olenevalt ekraani suurusest paigutatakse „klotsid“ ümber, et lehte oleks mugav käsitleda. Seejuures ei kuvata mobiilis erilahendust, vaid kõikide seadmete jaoks on mõeldud üks info.

Kuidas see reaalselt toimib? Ava nt [Starbucks'i](#) koduleht ning tee ekraan väiksemaks. Kodulehe sisu paigutus muutub vastavalt brauseriakna suurusele, ehk mobiilis või tahvlis vaadatuna arvestab skaleeruv lahendus ekraani resolutsiooniga.



## Skaleeruva veebi eelised

- **Kohanduv sisu kuvamine** - Skaleeruva veebi eemärk on teha tavaveebi kasutamine mugavaks olenemata sellest, millise seadmega lehte külastatakse. Koduleht kohandub automaatselt ümber vastavalt ekraani suurusele. Muutuvad ka näiteks piltide suurused. Väga mugav ja universaalne lahendus.
- **Sisu vastavalt ekraani suurusele** – Vastavalt ekraani suurusele on skaleeruv lahenduse korral võimalik väiksemal ekraanil teatud elemendid eemaldada. Näiteks [Smashing Magazine](#) lehe puhul kuvatakse seda vähem elemente, mida väiksem on ekraan. Proovi ise järgi!



- **Täielik info kasutajale** – Skaleeruva veebi sisu vastab samale tasemele nii tavaarvutis, mobiilis kui tahvelarvutis. Kui külastaja soovib telefonis leida näiteks mõnda artiklit vm infot, mida tavaliselt mobiiliveebi puhul ei kuvata, siis ei pea ta pettuma.

- **Tuttav navigeerimissüsteem** – Skaleeruv veeb tõstab ümber info kuvamise kuid ei muuda sisu struktuuri. See tähendab, et tavaveebi küllastanud inimene leiab soovitud info tuttavast kohast üles.
- **SEO** – Google on väljendanud oma eelistusi skaleeruva veebidisaini osas otsingutulemuste kuvamisel. Kuna kodulehest on üks versioon, siis ei nõua skaleeruv lahendust eraldi SEO manageerimist.

## Skaleeruva veebi puudused

- **Puudub erilahendus** – Skaleeruv lahendus on optimeeritud erinevatele seadmetele paigutades ümber elementide asetuse. Küll aga ei saa muuta elementide enda järjekorda, mis tähendab puudujääke lehe ülesehitusel. Näiteks, kui kontaktinfo asub kodulehe allosas, siis mobiilist vaadatuna ei ole võimalik seda niisama lihtsalt ülespoole tõsta. Kuna telefonikasutajate vajadused on sageli erinevad tavaarvutis internetis surfajatest, siis tekitab see puudujääki just sisulise poole pealt.
- **Lehe laadimiskiirus** – Skaleeruva veebi puhul on kodulehe sisu maht sama kui põhilehel, mis tähendab aeglasemat laadimiskiirust mobiilsetes seadmetes.

## Skaleeruv veebidisain või mobiiliveeb?

Õige lahenduse valimisel tasub kõigepealt mõelda klientide vajadustele ning enda ressurssidele. Mida kliendid Sinu mobiiliveebilt otsivad? Mahuka veebi nagu uudisteväljaande jaoks on oluline täismahus artiklite kuvamine, mistõttu võib skaleeruvat lahendust sobivaks pidada. Probleemiks on siinkohal just maht, kuna palju sisu muudab lehe laadimiskiiruse väga aeglaseks. Seetõttu on sobivam lahendus hoopis mobiiliveeb, kus mahtu hoitakse kokku piltide arvelt ja piiratakse kuvatavate artiklite hulka. Ühtlasi on puudujäägi korral alati võimalus minna üle täisvaatele ja saada rohkem infot.

Skaleeruv lahendus sobib eelkõige ettevõtetele, kelle jaoks on oluline, et koduleht toimiks võrdselt hästi nii tavalises kui mobiilivaates. Näiteks kohalik pitsarestoran, kellel on lihtsamat sorti koduleht, mis ei vaja eraldi sisu mobiiliveebi jaoks. Lihtsa veebilehe puhul on andmemaht piisavalt väike, et koduleht laeks ka mobiilsel seadmel mõistliku kiirusega. Vajadusel on skaleeruva lahenduse puhul lihtne info mahtu vähendada, kuid arvestama peab, et olemas on üks nn põhivaate olemasolu ehk igas seadmes kuvatakse sama infot.



### *Mobiiliveeb on sobivam kui:*

- Külastajal on erinevad eeldused mobiiliveebi külastamiseks, näiteks kiire kontakt, ülevaade teenustest/toodetest, asukoht vm.
- Soovid pakkuda mobiilikülastajale teistsugust infot, näiteks eripakkumisi
- Oluline on mobiiliveebi kiirus.

### *Skaleeruv veebidisain on sobivam kui:*

- Sul on lihtne koduleht, mis ei vaja eraldi sisu mobiili jaoks.
- Su koduleht peab toimima võrdselt hästi nii tavaveebi kui mobiiliveebi vaates.

# 3. Mida arvestada mobiiliveebi tegemisel?

## 1. Navigeerimine

Mobiiliveebi ülesehitus erineb oluliselt tavaveebist. Navigeerimine on tehtud väga lihtsaks ning kasutatakse suuri, vähemalt **30-40px suuruseid nuppe**, millele on mugav sõrmega pihta saada.

Mobiiliveebi puhul, millel on rohkem alamlehti ja kategooriaid võib kasutada ka **avanevat menüüd**. Sel juhul on oluline kategooriad arusaadavalt märgistada, nt +/- märgiga.

Kindlasti väldi drop-down menüüd, mis mobiilis ei toimi. Sarnane lahendus on nn **pesastatud menüü** (*nested navigation*), mille puhul on navigeerimine paigutatud vastava ikooni taha. Lisaks tuleb arvestada erinevate seadmete eripäradega, näiteks android süsteemil on tagasi nupp juba telefoni all paremas nurgas, iOS süsteemil tuleb see aga teha vasakule üles nurka.



## 2. Mobiiliveebi sisu

Mobiiliveebi külastajal on üldiselt tavaveebi külastajast erinevad huvid. Kuna mobiilset interneti tarbitakse nõ käigu pealt, eeldab see kiiret info tarbimist. Mobiiliveebi külastajal ei ole aega tervet kodulehte läbi surfata olulise info leidmiseks.

### 5 reeglit sisu kohandamiseks mobiiliveebile:

- 1) Tee lühemaks** – Kui tavaveebis kasutatakse vahelehe kohta keskmiselt 250-400 sõna, siis mobiiliveebi puhul on soovitatav maht 70-100 sõna. Jäta alles vaid oluline info. Mobiiliveebi külastaja ei ole tulnud su lehele entsüklopeediat lugema. Kasuta tagurpidi püramiidi loogikat, kus kõige olulisem info on eespool (vaid esimesed paar lauset on mobiilis nähtavad ilma alla kerimiseta) ning järgnevad lõigud lisavad selgituse.
- 2) Koonda info** – Tavaveebis on sageli ettevõttel erinevad lehed „meist“, „kontakt“, „meeskond“ jm kohta. Mobiilikasutajale ei ole oluline, mis hobidega tegeleb ettevõtte raamatupidaja. Ta otsib asukohta ja kontakti.
- 3) Loetav font** – Kirjatüübid on tavaliselt mobiilis paremini loetavad tänu ekraani teravusele. Palju lähedasem või isegi parem tulemus trükitihedusele garanteerib selgejoonelised tekstid, mis tavaarvuti ekraanil võivad olla “karvased”. Nagu tavalise kodulehe puhul soovitatakse kasutada lihtsa joonega kirjatüüpe nagu Arial, Verdana või Trebuchet, nii sobivad

need ka mobiiliveebi jaoks. Oluline on jälgida teksti suurust – liiga suur tekst teeb lehe pikaks, liiga väike tekst ei ole väiksel ekraanil loetav.

**4) Liigenda tekst** – Teksti liigendamine muudab selle hõlpsamini loetavaks ja külastajal on võimalik lehest ülevaade saada vaid paari silmapilguga. Selleks kasuta vahepealkirju, loetelusid, rasvases kirjas teksti ja lühikesi tekstilõike.

**5) CTA-d ja kontaktivormid** – Paiguta CTA-d (*call-to-action* ehk üleskutse) lehe ülaosasse, et need oleksid nähtavad ilma lehel alla kerimata. Kasuta piisavalt suuri nuppe, et neile oleks mugav sõrmega pihta saada. CTA tekst olgu lühike ja selgesõnaline. Kontaktivormides kasuta võimalikult vähe välju, kuna mobiiliga trükkimine on tunduvalt aeganõudvam kui tavalise klaviatuuriga.

### 3. Funktsioonid

Mobiiliveebi eesmärk on teha kodulehe külastamine väiksema ekraaniga seadmete jaoks mugavaks. Lisaks navigeerimisele ja sisu kohandamisele saab mobiiliveebi kasutajakogemust parandada erinevate lisade ja funktsioonidega:

- **Link tavalisele kodulehele** – Lisa ALATI link ettevõtte tavalisele kodulehele. Tugevalt muudetud mobiiliveeb võib kasutajas tekitada segadust, mistõttu ei leia ta infot, mis tavalisel kodulehel olemas. Selleks anna kasutajale võimalus valida, kas ta soovib külastada mobiilset kodulehte või tavalehte.

- **Aktiivsed nupud** – Mobiiliveebi kasutaja soovib kiiret kontakti. Aktiivne *click-to-call* või *click-to-sms* nupp (ehk nupp, millele vajutades saab otse helistada või sõnumit saata) teeb ühenduse võtmise vaid ühe näpuliigutuse küsimuseks.
- **Paraja suurusega nupud** - Inimeste näpud on erineva suurusega. Liiga väikesed nupud ja lingid võivad saatuslikuks osutuda.

## 4. Mobiiliturundus

Mobiiliturundus pakub mitmeid võimalusi, kuidas olla potentsiaalsetele klientidele kättesaadav mobiili vahendusel. Mobiiliturundus on kasvav valdkond, e-Marketer'i ennustuste kohaselt investeeritakse käesoleval aastal Lääne-Euroopas mobiiliturundusse 54,8% rohkem kui eelmisel aastal, ehk 1,6 miljardit dollarit.

### **Mobiiliturundus koosneb:**

- Mobiiliveeb– mobiilile kohandatud koduleht
- App'id – mobiilirakendused
- Wrapper'id – app'i funktsiooniga veebirakendus
- QR kood – mobiiliväline rakendus, mis ühendab offline ja online keskkonda läbi mobiili
- SEO– otsingumootorite optimeerimine mobiilse otsingu jaoks
- SMS-turundus – SMS kampaaniad
- Asukohapõhine reklaam – nt Foursquare, eestimaine Flipper

## Mobiilirakendused ehk app'id

### **Mobiilirakendus on lühidalt öeldes programm Sinu mobiilis.**

Samamoodi nagu Sul on arvutis erinevaid programme, on need Sul nutitelefonil näol taskus. Rakendused võime lihtsustades jaotada kaheks:

- **Funktsionaalsed rakendused** - võimalik täita mõnda praktilist tegevust (Swedbank, Delfi, Live sporditulemuste jälgimine, parkimine) või vähem praktilist tegevust (põlev küünal, anekdoodid, mündivise jm)
- **Mängud** - suunatud meelelahutusele ja ajaviitmisele (Angry Birds, Super Mario, Tetris).

Suures plaanis võib öelda, et mobiilirakendus võib olla Sinu mobiilse kodulehe edasiarendus: rohkem funktsionaalsust, pilte, videoid jms. Kuna rakendus on Sinu telefonis ja selle käivitamiseks vajalik ainult üks klikk, on seda mugav kasutada kuna ei pea eraldi mõnele kodulehele minema.

### **Millal kasutada?**

99% loodud app'idest ei muutu kunagi populaarseks ega tasu ära. Paljud app'id laetakse alla, kasutatakse 1 kord ja unustatakse. Põhjuseks on väike lisaväärtus. App'i tasub luua vaid siis, kui selle loomiseks on mõjuv põhjus. Näiteks, kui veebileht ei paku piisavat funktsionaalsust.

## Wrapper

Wrapper näeb välja nagu app, kuid sisuliselt on tegu „pakitud“ kodulehega.

***Wrapper'i puhul laetakse telefoni programm, mis võtab mobiilile kohandatud informatsiooni traditsioonilisest veebiserverist.***

---

Tegu on soodsama lahendusega, kus rakendus on kirjutatud erinevatele platvormidele sama põhikoodiga. Wrapper'i eeliseks on soodsam hind ja lihtne teostus, kuid puuduseks app'ist nõrgem kasutajakogemus ja aeglane laadimine.



## QR-kood

QR-kood ühendab offline turunduse online turundusega. QR-koodid töötavad kasutades spetsiaalset telefoni funktsiooni, millega koodi skaneerides paljastatakse „salajane sõnum“. Koodi alla on võimalik paigutada väga erinevat infot. Koodi kasutamiseks luuakse eraldi maandumisleht kampaanialehele, mida soovitakse reklaamida.



QR-koodi saab paigutada kõikjale: kodulehele, pdf failile, videole, pildile jne. Enim kasutatakse koodi turunduskampaaniates, kuid ka tooteinfo edastamisel või visiitkaardina. Seejuures kaasneb [QR-kampaania korraldamisega mitmeid reegleid](#), mida jälgida.

### **Suurimad eksimused on:**

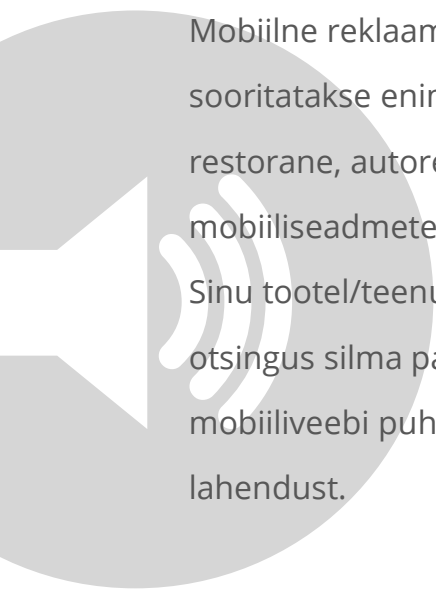
- Imepisikese koodi kasutamine välireklaamides.
- Reklaami suunamine mobiilile kohandamata veebilehele.
- Reklaami suunamine kodulehe avalehele.
- QR-koodi reklaamimine mobiililevist väljaspool.
- Koodi kasutamine ilma ilmse põhjusega.

## Makstud reklaam

Google's kuvatakse sarnaselt tavaotsingule ka mobiilis reklaame. Selleks, et Sinu mobiiliveeb oleks nähtav ka mobiilset otsingut sooritades on vaja reklaamid optimeerida mobiilile. AdWords'il on eraldi funktsioon, mis võimaldab reklaami suunamist mobiiliseadmetele. Valida saab isegi telefoni tüübi ja operatsioonisüsteemi järgi.

## Täiustatud kampaaniad

Uuendatud Google täiustatud kampaaniad ehk *Enhance campaigns* on muutnud mobiilireklaami haldamise veelgi lihtsamaks. Ühes kampaanias saab pakkumiste korrigeerimise abil hallata reklaamide pakkumisi kõigis seadmetes ehk enam ei ole vaja luua eraldi kampaaniaid mobiiliseadmete jaoks. Samuti saab erinevates seadmetes korrigeerida õige reklaami teksti, saidilingi, rakenduse või laiendi kasutamist, ilma kampaania muutmiseta kõigi võimalike seadmete, asukohtade ja kellaaegade jaoks.



Mobiilne reklaam on efektiivne vahend mobiiliveebi nähtavuse tõstmiseks. Mobiilis sooritatakse enim otsinguid kohalike tulemuste kohta. Otsitakse lähedal asuvaid restorane, autoremondi töökoda vm teenust. Enne AdWords'i kampaania tegemist mobiiliseadmetele tasub Keyword Tool'iga vaadata otsingusõnade mahtu, ehk kas Sinu tootel/teenusel on mobiiliotsingus turgu. AdWords aitab Sinu ettevõttel otsingus silma paista, kui orgaanilised tulemused nii tugevad ei ole. Seda eriti mobiiliveebi puhul, kuna Google soodustab optimeerimisel pigem *skaleeruvat* lahendust.

## SEO

Sarnaselt tavaveebile on oluline [mobiiliveebi nähtavuse esile toomiseks](#) otsingus see optimeerida. Kuna mobiiliveeb erineb oluliselt tavalisest veebist ei saa eeldada, et mobiiliveebi puhul kehtivad täpselt samad optimeerimisvõtted. Võrdluseks skaleeruv veeb, mille puhul kehtivad tavaveebi optimeerimisvõtted.

### **Mobiiliveebi optimeerimine:**

- **Märksõnaotsing** – Märksõnad, millega sooritatakse mobiiliotsinguid, erinevad sageli tavalistest otsingusõnadest. Mobiilis kasutatakse lühemaid märksõnu ja fraase ning kasutatakse rohkem Google soovitatud vasteid.
- **Meta andmed** - Pealkirjad ja meta kirjeldused on mobiilis lühemad kui tavaveebi puhul. Ära kasuta enam kui 65 tähemärki, kuid soovitatavalt 45 või vähemgi.
- **Sisutekstid** – Mobiili sisutekstid on üldiselt lühemad kui tavalisel kodulehel.
- **Pildid** – Piltide lisamisel hoolitse selle eest, et need paigutuksid teksti vahele ilusti ja avamisel ei kataks olulisi tekste ja/või linke. Parima tulemuse saamiseks sisesta pildid korrigeeritud suurusega. Väiksemad pildid aitavad ka lehe laadimist kiiremaks teha.
- **Sotsiaalmeedia** – Ühenda mobiilne koduleht sotsiaalmeedia kontodega. Google+ kasutatakse enam mobiilis kui tavalises arvutis, ehk tõenäosus postitusele +1 saab on mobiilikasutajate seas suurem.

- **Lehe kiirus** – Mobiiliveebi allalaadimisvõime on aeglasem, kui tavaarvutis, mistõttu laeb täismahus koduleht mobiilis väga aeglaselt. Lehte aitab kiiremaks teha väiksemad pildid, vähem sisu, vähem lehti ja muid vidinaid, mis on suuremahulised.



# Kokkuvõte

Mobiiliveebi tegemisel on oluliseks sõnumiks „*mobilize, not miniaturize*”. Ehk kodulehe kohandamine mobiilimõõtu ei pruugi tuua oodatavaid tulemusi, samas on see parem valik kui igasugune mobiiliveebi puudumine. Lisaks mobiiliveebile ja skaleeruva disainiga veebile on võimalik luua app või odavama variandina Wrapper. Iga lahenduse kasutamine eeldab enne põhjalikku läbimõtlemist ning põhjendust, miks just see variant on Sinu ettevõttele parim.

- Mobiilile kohandatud koduleht on oluline, tervelt 61% kasutajatest ei naase kunagi kehvale mobiiliveebile tagasi ja 57% külastajatest ei soovita halva mobiililehega ettevõtet sõpradele
- Mobiiliveeb on erilahendusega vähendatud mahus ja graafikas kodulehte, mis on kohandatud väikestele mobiiliekraanidele
- Skaleeruv veebidisain tähendab kodulehte, kus olenevalt ekraani suurusest paigutatakse „klotsid” ümber, et lehte oleks mugav käsitleda olenemata seadme ekraani suurusest.
- App ehk mobiilirakendus on programm mobiilis, mida on mugavam kasutada kui brauserist kodulehte otsida.
- Wrapper on soodne alternatiiv aplikatsioonile.
- Google Enhance kampaaniad on muutnud mobiilireklaami haldamise mugavamaks.
- Mobiiliveebi SEO erineb skaleeruva veebi optimeerimisest.
- Mobiilse lahenduse loomisel arvesta eelkõige kasutajakogemusega, mitte ekraani suurusega.

## Mis edasi?

Nüüdseks on Sul kõik põhiteadmised kodulehe ja mobiiliveebi loomiseks ning nende turundamiseks. Kodulehe arendamiseks ja turundustulemuste hindamiseks on vajalik andmete analüüs, mille põhjal teha järeldusi. Selleks kasutatakse analüütikat. Järgmises e-koolituses saad vastused küsimustele:

- Miks analüütika vajalik on?
- Mis on Google Analytics?
- Mis on kodulehe analüüs ehk veebianalüütika?
- Millised on 10 veebianalüütika põhinäitajat, mida jälgida?
- Kuidas analüüsida turundust?
- Kuidas koostada statistikaraporteid?

## Mis on WSI?

- Internetiturunduse ettevõtte alates 1995
- 1200 Kontorit üle maailma
- 80+ riigis
- 345 sertifitseeritud Google eksperti
- 35 sertifitseeritud Google Analytics eksperti
- 381 SEO arendajat
- Rahvusvaheliselt tunnustatud (WMA)

## Mida me teeme?

Internetiturunduse lahendused alates kodulehest lõpetades veebiturunduse ja analüütikaga.

**Soovid professionaalset internetiturunduse nõu? Tule WSI tasuta konsultatsioonile!**

## Partnerid



## Kontakt

[info@wsionline.ee](mailto:info@wsionline.ee)

tel. 6 888 098

fax 6 888 099

[www.wsionline.ee](http://www.wsionline.ee)

Kristiina 15, 10131 Tallinn, Estonia