

TARTU ÜLIKOOL  
Arvutiteaduse instituut  
Informaatika õppekava

**Hanna Heinloo**

# **Veebileht endale kui Personaaltreenerile**

**Bakalaureusetöö (9 EAP)**

Juhendaja: Jaan Janno

Tartu 2021

## **Veebileht endale kui Personaaltreenerile**

### **Lühikokkuvõte:**

Bakalaureusetöö eesmärk oli luua autori personaaltreeneripraksise turundamiseks veebileht, kust inimesed leiavad töö autori kui personaaltreeneri poolt pakutavate teenuste kohta infot. Töö käigus uuriti veebilehe nõuete koostamiseks, miks personaaltreeneri töö on oluline, mille järgi inimesed endale treenerit valivad, kuidas omada treenerina konkurentsieelist, kuidas treenerid end turundavad ning mis infot peaks personaaltreener enda veebilehel kajastama. Samuti intervjueriti kahte personaaltreenerit ning analüüsiti erinevaid allikaid, mille tulemusena koostas autor kui alustav personaaltreener endale veebilehe.

### **Võtmesõnad:**

Personaaltreener, veebileht, Weebly

**CERCS:** P175 Informaatika

## **Website for myself as a Personal Trainer**

### **Abstract:**

The aim of this thesis is to create a website for the author of the thesis, where people can find information about services that the author offers as a personal trainer. The thesis contains why a personal trainer job is important, how people choose the trainer, how to have a competitive advantage, how trainers market themselves and what information a personal trainer should point out on her website. Also the author interviewed two Estonian personal trainers and analyzed different sources. Based on that information, the thesis author made herself a personal trainer web page.

### **Keywords:**

Personal Trainer, web page, Weebly

**CERCS:** P175 Informatics

# Sisukord

<b>Sissejuhatus</b>	<b>4</b>
<b>1. Ülevaade personaaltreeneri ametist</b>	<b>5</b>
1.1. Personaaltreeneri mõiste ja olemus	5
1.2. Personaaltreeneri valik ja teenused	6
1.3. Kliendid ja konkurentsieelis	6
<b>2. Kodulehe planeerimine</b>	<b>8</b>
2.1. Kodulehe sisu kirjutamine	8
2.2. Intervjuu personaaltreener Kristjan-Johannes Konsapiga	9
2.3. Intervjuu personaaltreener Siim Veriga	10
2.4. Loodava lehe nõuded	11
<b>3. Kasutatud tehnoloogiad</b>	<b>13</b>
3.1. Weebly	13
3.2. Kujundusmall	14
3.3. Pistikprogrammid	14
<b>4. Veebilehe kirjeldus</b>	<b>15</b>
4.1. Veebilehe päis	15
4.3. Veebilehe avaleht	17
4.4. Veebilehe vaheleht “Teenused”	18
4.5. Veebilehe vaheleht “Minust”	19
4.6. Veebilehe vaheleht “Kontakt”	20
4.7. Veebilehe vastavus loodud nõuetele	20
4.8. Tagasiside	22
<b>5. Kokkuvõte</b>	<b>23</b>
<b>6. Viidatud kirjandus</b>	<b>24</b>
<b>Lisa I</b>	<b>26</b>

# Sissejuhatus

Käesoleva töö motivatsiooniks on autori osalemine personaaltreeneri koolitusel ning tarvidus turundada oma personaaltreeneripraksist. Kuna üheks professionaalseks turunduse kanaliks on isiklik koduleht, nägi töö autor suurepärase võimalusena ühendada bakalaureusetöö ning isikliku veebilehe tegemine.

Töö eesmärk on valmistada lihtne ja loogiline veebileht, kust inimesed leiavad personaaltreeneri poolt pakutavate teenuste kohta infot, ning kontaktandmed, mille kaudu treeneriga ühendust võtta. Autoripoolseks nõudeks on, et veebilehe loomine oleks tasuta.

Kodulehe nõuete määramisel tuginetakse asjakohase kirjanduse analüüsimisel saadud uurimistulemustele ning intervjuudele eriala ekspertidega. Kodulehe loomisel kasutatakse sisuhaldustarkvara Weebly ning selle tasuta pistikprogramme.

Töö koosneb neljast peatükist. Esimeses peatükis antakse ülevaade personaaltreeneri ametist ning selle olulisusest, personaaltreeneri valimisest ja nende pakutavatest teenustest ning klientide leidmisest ja konkurentsieelistest. Töö teises peatükis tutvustatakse kodulehe planeerimisprotsessi, tuuakse välja intervjuude tulemused kahe Eesti tuntud personaaltreeneriga ning antakse ülevaade loodud kodulehe funktsionaalsetest ning mittefunktsionaalsetest nõuetest. Kolmandas peatükis tutvustatakse kasutatud tehnoloogiaid ning põhjendatakse tehtud valikuid. Töö viimases peatükis kirjeldatakse loodud kodulehte vahelehtede kaupa ning selgitatakse välja, kas loodud veebileht vastab seatud nõuetele.

# 1. Ülevaade personaaltreeneri ametist

Käesolevas peatükis tutvustatakse personaaltreeneri ametit ning selle olulisust.

## 1.1. Personaaltreeneri mõiste ja olemus

Igal inimesel on oma elus missioon. Mõni avastab oma kutsumuse varem, mõni hiljem. Laialt levinud on väide, et “elu eesmärk on olla õnnelik”. Küll aga tekib küsimus, et kuidas siis saada õnnelikuks või mida peab inimene tegema, et olla õnnelik? Õnn tähendab inimeste jaoks erinevat asja, kuid üks õnnelikuks olemise alustalasid on hea tervis. Allikas Rhodes College [1] kirjutab, et selleks, et olla nii füüsiliselt kui ka mentaalselt terve, on vajalik tervislik ning tasakaalus toitumine, füüsiline aktiivsus ning puhkamine. Tundub justkui lihtne valem, kuidas elada tervet ja õnnelikku elu, kuid vaatamata lihtsale printsiibile, väidab Hannela Rudi [2], et 20% Eesti täiskasvanutest vaevleb rasvumise käes. Ühtlasi tegi ajakirjanik Gaby Galvin [3] kokkuvõtte, kust selgub, et 2017.-2018. aastal tehtud uuringu kohaselt kannatab üle 40% Ameerika Ühendriikide täiskasvanutest sama probleemi küüsis. Rasvumine ja ülekaal suurendavad aga oluliselt erinevaid terviseriske ning vähendavad elukvaliteeti.

Üks potentsiaalsetest lahendustest on võtta endale personaaltreener. Myfitnessi [4] järgi on personaaltreener inimene, kes aitab vastavalt vajadusele kliendil kaalu langetada, lihasmassi kasvatada ning ka lihtsalt enesetunnet parandada. Lisaks tuuakse välja, et treener aitab kliendil luua head harjumused ja olla järjepidev nende õpitud teadmiste ja harjumustega. Personaltrainer.ee [5] sõnul selgitab personaaltreener välja, mis olukorras on klient praegu, st milline on tema füüsiline võimekus ning harjumused antud ajahetkel; õpetab korrektset sooritustehnikat; nõustab treeningute ja toitumisega; kuulab kliendi mured ära ning on treenitavale eeskujuks. Samas antakse inimestele mõista, et personaaltreeneri palkamine ei tähenda garantiid, et nädala või kuu aja pärast on klient elu parimas vormis. Nende määratluse järgi on personaaltreener siiski vaid abikäsi, kes kliendi enda tugeva tahte ning muutusteks valmisoleku korral, annab treenitavale juhised ja toe, kuidas ta oma eesmärkideni jõuab.

## 1.2 Personaaltreeneri valik ja teenused

Reelika Maasikamäe [6] kirjutab, et erinevad treenerid pakuvad klientidele erinevaid teenuseid ning kasutavad erinevaid lähenemisi. Tema sõnul osa treenereid koostab kliendile vaid toitumiskava, osa annab nõu vaid treeningutega, samas kõrval spordiklubis võib kohata treenerit, kes aitab kliendil korda saada mitte ainult treeningud või toitumise, vaid terve elu. Maasikamäe väidab, et selline treener tunneb huvi, mis toimub kliendi mõttemaailmas, millised on tema probleemid/takistused, kuidas on suhted unega, milline on kliendi eesmärke toetav treening- ning toitumiskava, mis aitab kliendil saada rõõmsamaks ning enesekindlamaks, ning kuidas nende koostööd korraldada nii, et kui eesmärgid on saavutatud ja koostöö lõpeb, suudaks klient õpitud teadmiste ja uute harjumustega omal käel jätkata.

Kuna inimeste vajadused on erinevad, ei saa personaaltreeneri valikul lähtuda puhtalt tuttava soovitudest. Maasikamäe kirjutab, et klient peab tundma, et treener on inspireeriv, sümpaatne ning usaldusväärne; tunneb end temaga mugavalt ja näeb teda kui eeskujut. Vastastikune usaldus on eduka koostöö alus. Kui usaldus ja sümpaatiat on olemas, siis Maasikamäe sõnul järgmine aspekt, mida silmas pidada, on treeneri kompetents. Ta väidab, et igal tegutseval personaaltreeneril peab olema kutsetunnistus, mis tõendab, et treener omab teadmisi anatoomiast, füsioloogiast, liikumisest, toitumisest ja psühholoogiast. Plusspunkte lisavad ka erinevad täiendkoolitused. Kindlasti on hea uurida lisaks eelnevale veel varasemate klientide tagasisidet ning treenerina töötamise ajalist pikkust.

## 1.3 Kliendid ja konkurentsieelis

Kuna treenerite strateegiad on erinevaid, siis strateegia, mis võib sobida ühele kliendile, ei pruugi teisele sobida. Ideaalis on igas treeneris midagi, mis teda teistest eristab ning annab talle konkurentsieelise. Suure eelise annavad allika Protectivity insurance [7] sõnul järgnevad omadused: hea ning vaba suhtlemisoskus, oskus kiita, tunnustada ning panna klient end hästi tundma, varasemad kogemused, kirega töötamine, kõrge tööeetika, lai kontaktivõrgustik ning nišiteenuse pakkumine. Allikas väidetakse, et lihtne meetod, mis aitab treeneril avastada oma

konkurentsieelis, on kirjutada välja oma tugevused: nii isikuomadused kui ka tegevused, milles inimene hea on. Lisaks tuuakse välja, et kasuks tuleb juurde õppida midagi uut, läbida erinevaid täiendkoolitusi ning panna rohkem rõhku enda turundamisele.

Turundus on tänasel infoajastul muutunud üha olulisemaks, kuna pea iga inimene jälgib sotsiaalmeediat. Allikas kirjutab, et strateegiline turundus aitab treeneril jõuda potentsiaalsete klientideni, tekitada neis huvi oma teenuste vastu ning julgustab treeneriga ühendust võtma. Peale selle, saab allika sõnul treeneri usaldusväärsus inimeste silmis suurendada, postitades sotsiaalmeediasse oma eelnevate klientide edulugusid ning nende tagasisidet. Sel viisil nähakse, et treener teab, millest räägib, ning tema juhised toimivad. Suur hulk inimesi saab treeneri postitusi jälgides inspiratsiooni ja motivatsiooni, et hakata iseseisvalt treenima ja tervislikke otsuseid langetama, ning osa, keda antud treener rohkem kõnetab, võtavad tänu heale turundusele treeneriga ühendust, sooviga teha koostööd. Samuti väidetakse, et teenuste turundamiseks kasutavad personaaltreenerid erinevaid mooduseid: mõnel on veebileht, mõnel sotsiaalmeediakonto, osa tutvustab oma teenuseid näost-näku ning paljud kasutavad kõiki võimalikke variante.

Protectivity insurance lisab, et olulise konkurentsieelise annab ka fitnessi maailmas toimuvaga kursis olemine. Aktuaalset infot saab allika sõnul lugeda nii erinevatest raamatutest, ajakirjadest, blogidest kui ka sotsiaalmeediast. Teades, mis on parasjagu fitnessi maailmas trend ja mis mitte, aitab treeneril enda teenuseid kohandada vastavalt inimeste huvidele ja vajadusele.

Järgnevas peatükis kajastatakse nõuded, millele veebilehe valmistamisel tuginetakse.

## 2. Kodulehe planeerimine

Käesolevas peatükis kirjeldatakse kodulehe planeerimise protsessi. Ühtlasi kajastatakse funktsionaalseid ning mittefunktsionaalseid nõudeid veebilehele. Nõuete koostamiseks viidi kahe Eesti tuntud personaaltreeneriga läbi 14 küsimusest koosnev intervjuu (vt lisa 1). Intervjuude eesmärk oli uurida, kuidas ja millest lähtuvalt on professionaalsed treenerid enda kodulehe üles ehitanud. Oma kogemust jagasid Kristjan-Johannes Konsap ning Siim Veri. Konsapiga tehti intervjuu Balti Jaama Myfitnessis ning Veriga Facebooki vahendusel videokõnena.

### 2.1 Kodulehe sisu kirjutamine

Järgnevad kaks lõiku tuginevad M. Jusupovi artiklil [8]. Kodulehe sisu kirjutamine ja selle planeerimine algab oma sihtgrupi tundmisest. Selleks, et veebiturundus oleks edukas, peab inimene teadma, mis on tema sihtgrupi probleemid ning vajadused. Küll aga tuleb valmis olla selleks, et tihti sihtgrupp ei tea, mis nende probleem on. Sihtgrupi tundmine annab kodulehe loojale järgmised eelised: oskus koostada avalehele selline sõnum, mis läheks sihtgrupile korda; oskus teha pakkumisi, mis paneks kliendi ostma; oskus teha personaalseid pakkumisi; oskus kasutada arusaadavaid sõnu ning kõnepruuki; oskus müüa õigetele inimestele ning oskus teha postitusi, mis läheks lugejale korda.

Selleks, et kindlaks teha, kes on kodulehe sihtgrupp, soovib Jusupov vastata järgmistele küsimustele: “Mis on klientide suurim probleem või väljakutse, mis takistab nende eesmärkide täitmist? Mis on nende suurimad ettekäänded, et mitte sinult osta? Mis eesmärged nad püüavad saavutada? Mis on need mõõdikud, mis näitavad nende edukust või paremaid tulemusi? Millistele probleemidele nad otsivad lahendusi? Millist konkreetset infot nad veebist otsivad, mis on need küsimused? Millistes kanalites nad liiguvad? Kuidas ja kust kohast nad veebis otsivad vastuseid? Millist sisu nad eelistavad? Detailsed materjalid, õpetused, juhendavad videod, e-raamatud jne?” Ühtlasi tuleb kasuks teada oma sihtgrupi demograafilisi omadusi, keskmist vanust, sissetulekut, haridustaset ning käitumisharjumusi veebis.

## 2.2 Intervjuu personaaltreener Kristjan-Johannes Konsapiga

Kristjan-Johannes Konsap, kes igapäevaselt töötab personaaltreenerina Myfitnessi spordiklubides, rääkis, et tegi endale kodulehe, sest usub, et koduleht jätab potentsiaalsetele klientidele treenerist professionaalsema mulje. Samuti annab veebileht võimaluse anda inimestele mugav ülevaade, kuidas treeneri palkamine käib ning mis teenuseid treener pakub.

Küsimusele “Mis infot peaks personaaltreener oma kodulehel kindlasti kajastama ning mis infot vältima?” vastas Konsap, et lehel võiks olla kirjas treeneri taust; tema kvalifikatsioon; kui treener töötab mingites kindlates spordiklubides, siis mainida, kus klubides ta trenne annab; kuidas treeneriga ühendust võtta ning kirjeldada lühidalt, mida treeneri pakutavad teenused endast kujutavad. Teenuste hindade kohta ei osanud Konsap kindlalt väita, kas hindade kuvamine tuleb kasuks või kahjuks, ent ta usub, et hinna kuvamine ei ole määrav. Kui treener inimesele sümpatiseerib, siis olenemata hinnast, palkab ta selle treeneri.

Vältimise kohta ütles Konsap, et vältida tuleks info üleküllust ning kui kirjutada oma veebilehel ka blogi, siis mõelda sellele, kas ja kui isiklikuks on vaja oma postitustes minna.

Konsap pakub enda kodulehel teenustena erinevaid personaaltreeningute pakette, toitumis- ning treeningkavasid, pulmaeelseid tüdrukuteõhtu ühistrenne ning samuti ka loenguid ettevõtetele.

Konsapi koduleht on tehtud sisuhaldustarkvaraga WordPress, millega Web Technology Surveys [9] hinnangul on tehtud 40% maailmas loodud kodulehtedest. Lehe valmistas talle tema sõber ning samuti tegeleb sõber ka lehe haldamisega.

Lisaks uuriti Konsapilt, mis on tema arvates tema veebilehe tugevused ja nõrkused. Tugevustena tõi ta välja, et on oma lehele kirjutanud põhjaliku info enda kohta. Ühtlasi kuna Konsap tegeles kulturismiga, on tal ette näidata palju võistlustulemusi ning ta usub, et see on suur pluss kui treener lisaks teoreetikule on ise ka praktik. Tugevuseks peab ta ka seda, et on oma kodulehe üles ehitanud isikubrändi peale ehk kasutab domeenis enda nime.

Suurimate nõrkustena mainis ta, et esiteks ei tule tema leht otsingumootorites esimeste seas välja ning teiseks kui liikuda tema kodulehel ühelt vahelehel teisele, siis tihti ei saa inimesed aru, et vaheleht muutus, sest igal vahelehel on sama kaanefoto. Samuti ütles Konsap, et spämmifilter tuleb korda teha. Kui praegu võtab keegi läbi kontaktvormi temaga ühendust, tuleb inimesel panna linnuke, tõestamaks, et ta ei ole robot. Küll aga Konsapi sõnul oskavad tänapäeval ka robotid neid linnukesti panna ning tänu sellele saabub talle aeg-ajalt e-mailile rämpsposti. Veel tõi

ta välja asjaolu, et kuna tema lehel on kasutatud lihtsat WordPressi põhja, siis ei anna see talle just kuigi palju võimalusi.

## 2.3 Intervjuu personaaltreener Siim Veriga

Kui Konsapiga intervjuu võttis aega 23 minutit, siis Veriga kestis intervjuu 31 minutit. Veri vastas niivõrd pikalt ja põhjalikult, et intervjuerijal tekkis tunne, nagu lisaks oma küsimuste vastustele oleks ta saanud ka tasuta turunduskoolituse.

Veri, kes lisaks kodulehele turundab end aktiivselt ka sotsiaalmeedias, selgitas, et tegi endale kodulehe, et tekitada potentsiaalsete klientide seas usaldust; suunata inimesi endaga ühendust võtma ning olla otsingumootorite tulemustes paremini nähtav.

Veri, kellel endal on kliendibaas täis, ja hetkel uusi kliente juurde ei võta, usub, et koduleht ei ole klientide leidmisel määrav ning näeb kodulehte kui visiitkaarti. Küll aga leiab ta, et kodulehe omamine suurendab tõenäosust, et potentsiaalne klient teeb reaalse sammu ja võtab treeneriga ühendust.

Küsimusele “Mis infot peaks personaaltreener oma kodulehel kindlasti kajastama ning mis infot vältima?” vastas Veri, et see täiesti sõltub, millist persoonibrändi kuvandit tahab treener endast luua. Küll aga mainis ta, et olemas võiks olla kontaktivorm; juhised kuidas ühendust võtta; enda tutvustus ning pakutavad teenused. Veri kodulehel on vahelehtedena ka *podcast* ning videoblogi. Kodulehe vigade kohta ütles Veri, et kuna ta ise ei ole kellegi lehel veel näinud midagi, mis häiriks või tunduks sobimatu, siis hetkel ta midagi kindlat välja tuua ei oska. Küll aga tõi ta välja, et kui oma lehel kajastada midagi väga isiklikku või intiimset, võib see kas väga hästi toimida või vastupidi võib treener end sellega naeruvääristada.

Veri pakub oma kodulehel personaaltreeninguid, toitumisnõustamist ning erinevaid koolitusi ja seminare. Hindasid ning detailset teenuste kirjeldust Veri enda lehel ei kuva, küll aga suunab ta potentsiaalse kliendi endaga kontaktvormi kaudu ühendust võtma. Pärast kontakteerumist saadab Veri kliendile ankeedi, millest lähtuvalt oskab treener pakkuda kliendile tema eesmärkidele vastavat lähenemist. Veri pakub enda teenuseid nii näost-näku kui ka veebi teel.

Veri koduleht on tehtud sisuhaldustarkvaraga WordPress. Kodulehe valmistas treener ise ning samuti tegeleb ta ise ka veebilehe haldamisega. Valmimine võttis aega umbes 20 tundi ning WordPress sai valitud, sest see tundus talle lihtne ning lehe tegemine oli tasuta.

Lisaks uuriti treenerilt, mis on tema arvates tema veebilehe tugevused ja nõrkused. Tugevustena tõi ta välja, et tema koduleht on lihtne ja loogiline. Ühtlasi kuna Veri kodulehe eesmärk on tekitada inimestes usaldust ning suunata inimest endaga ühendust võtma, tõi ta tugevusena välja ka, et tema koduleht täidab neid eesmärke. Erilisi nõrkusi treener välja tuua ei osanud, küll aga ütles, et kodulehe välimust saaks viisakamaks teha.

Küsimusele “Millist nõu annaksid teistele personaaltreeneritele, kes hakkavad endale kodulehte tegema?” vastas Veri, et kõigepealt tuleks teha endale selgeks oma kodulehe eesmärk. Ühtlasi soovitas ta külastada teiste treenerite kodulehti, et saada aimu, mida ja kuidas on teised treenerid teinud.

## 2.4 Loodava lehe nõuded

Järgnevalt on toodud nõuded veebilehele. Nõuete loomisel lähtuti nii intervjuude vastustest kui ka autori enda arvamusest, mistõttu osad intervjuueeritavate nõuanded autor implementeeris oma veebilehel ning osad jättis implementeerimata. Samuti võeti nõuete loomisel arvesse Merlis Jusupovi artiklit “Millest algab kodulehe sisu kirjutamine ja planeerimine?” [8], Marilin Mättiku bakalaureusetööd “Veebilehe loomine Spordiklubile Villu” [10] ning Merili Osula bakalaureusetööd “Veebisaidi loomine trükifirmale Musterprint” [11].

Järgnevalt on toodud veebilehe funktsionaalsed nõuded.

- Leht üldiselt
  - Lehe külastaja saab igalt vahelehelte liikuda kõikidele teistele vahelehtedele.
  - Lehe disain on minimalistlik.
  - Lehe külastaja näeb igal vahelehel autori logo.
- Avaleht
  - Lehe külastaja näeb autori pilti.

- Lehe külastaja näeb autori lühitutvustust.
- Lehe külastaja saab lugeda autori kvalifikatsiooni kohta.
- Teenused
  - Lehe külastaja näeb autori poolt pakutavate teenuste loetelu.
  - Lehe külastaja näeb autori poolt pakutavate teenuste lühitutvustusi.
  - Lehe külastaja näeb teenuseid iseloomustavaid fotosid.
  - Lehe külastaja näeb punkte, millest autor kliendiga töötades lähtub.
- Minust
  - Lehe külastaja saab lugeda autori tausta kohta.
  - Lehe külastaja näeb autori pilti.
  - Lehe külastaja näeb autori eluviisi iseloomustavat galeriid.
- Kontakt
  - Lehe külastaja näeb autori kontaktandmeid.
  - Lehe külastaja saab ühe nupuvajutusega minna autori sotsiaalmeedia kontodele.
  - Lehe külastaja näeb autori pilti.

Järgnevalt on toodud autori mittefunktsionaalsed nõuded.

- Veebilehte peab saama avada Google Chrome, Safari, Mozilla FireFoxi ning Internet Explorer veebibrauseritega.
- Veebileht peab olema lihtne ja loogiline.
- Veebileht peab olema mobiilisõbralik.
- Veebilehe kujundus peab muutuma vastavalt akna suuruse muutumisele.

Nüüd, kus kodulehe planeerimine on tehtud, ja nõuded on kirjas, on järgmiseks sammuks kodulehe loomine ning kogu eelneva info rakendamine.

## 3. Kasutatud tehnoloogiad

Käesolevas peatükis kajastatakse veebilehel kasutatud tehnoloogiaid ning põhjendatakse tehtud valikuid.

Autor lähtus enda kodulehe loomisel printsiibist lihtsuses peitub võlu. Eesmärk oli teha võimalikult lihtne ja loogiline veebileht, seega keerulistele tehnoloogiatele antud lehe valmistamisel rõhku ei pandud. Samuti oli autori jaoks oluline, et kodulehe valmistamine oleks tasuta.

### 3.1 Weebly

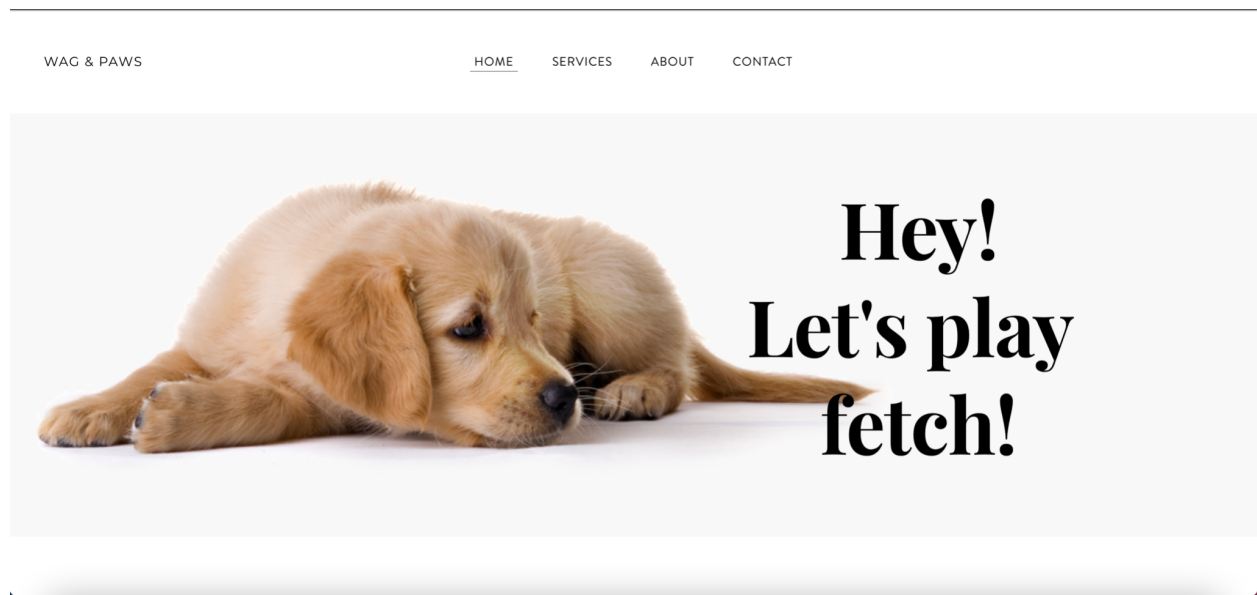
Sisuhaldustarkvarana plaaniti kasutada kas WordPressi või Weeblyt. WordPress oli valikus, sest Wixteri [12] järgi on WordPress kõikidest sisuhaldussüsteemidest maailmas populaarsuselt esikohal. Allikas soovib kasutada WordPressi, kui inimesel on kindel visioon veebilehe lõpptulemusest ning ta soovib iga detaili osas kontrolli omada. Ühtlasi oli valikus Weebly, mis Virtuaalassistendi [13] järgi võimaldab kujundada ja toimetada oma lehte sarnaselt tekstitöötlus tarkvaradele nagu Word või OpenOffice. Allikas soovitatakse valida Weebly, kui varasemalt on kodulehtede valmistamisega olnud väike kokkupuude. Lisaks toodi välja, et kuna enamik veebilehti on loodud info edastamiseks ning vahetamiseks, siis mida kiiremalt ja kergemalt inimene seda teha suudab, seda lihtsam on tal ka tulevikus oma lehte uuendada ja hallata.

Kuna autoril oli varasem positiivne kokkupuude Weeblyga olemas ning Weebly toetas autori eesmärki teha endale lihtne ja loogiline veebileht, mille uuendamine ja haldamine on lihtne, otsustas autor Weebly kasuks.

Weeblyl on lisaks tasuta paketele saadaval ka neli erinevat tasulist paketti, aga kuna autor soovis veebilehe teha lisakuludeta, valiti tasuta pakett. Küll aga on tasuta paketil kaks miinust, millega tuli autoril arvestada: esiteks ei võimalda antud pakett lisada kodulehele jalust, seega loodud kodulehel puudub jalus. Ühtlasi on loodud veebilehe domeen Weebly alamdomeeniga, mis autori arvates vähendab tema domeeni originaalsust.

## 3.2 Kujundusmall

Kujundusmallina on veebilehel kasutatud teemat “Wag & Paws - Unite 2” [14], mida iseloomustavad eelkõige neutraalsus, operatiivsus ning täislaiuses päise pilt. Autor valis antud teema, sest see meeldis talle enim.



Joonis 1. Veebilehel kasutatud teema “Wag & Paws - Unite 2”.

Joonisel 1 on kujutatud autori veebilehel kujundusmallina kasutatud teemat “Wag & Paws - Unite 2”.

## 3.3 Pistikprogrammid

Vaatamata sellele, et Weebly keskkonnas saab aktiveerida erinevaid tasuta ning tasulisi pistikprogramme, mis muudavad kodulehe omapärasemaks, ei näe autor hetkel vajadust oma kodulehel neid kasutada. Ainus pistikprogramm, mida autor sooviks kasutada, on rakendus, mis võimaldab veebilehte lugeda ka inglise keeles, kuid hetkel töötavat tasuta rakendust selle jaoks saadaval ei ole.

## 4. Veebilehe kirjeldus

Käesolev peatükk tutvustab loodud veebilehe disaini ja selle sisu. Ühtlasi testitakse mittefunktsionaalsete nõuete toimimist. Kodulehega saab tutvuda aadressil <https://hheinloo.weebly.com>.

### 4.1 Veebilehe päis

Veebimajutus.ee [15] sõnul on esimene koht, kuhu kodulehe küllastamisel inimese pilk suundub, veebilehe päis. Seetõttu võib öelda, et päis on üks olulisemaid veebilehe komponente, ning veebilehe loojal tasub panustada aega, et teha oma veebilehe päis ilusaks ja atraktiivseks.

HANNA HEINLOO

AVALEHT

TEENUSED

MINUST

KONTAKT

Joonis 2. Hanna Heinloo kodulehe päis suure ekraaniga vahendis.

Joonisel 2 on kujutatud veebilehe päist arvutiekraanilt vaadatuna. Päisel on menüüriba ning veebilehe autori nimi. Menüüriba jaguneb neljaks vaheleheks: Avaleht, Teenused, Minust ja Kontakt. Igalt vahelehelt saab menüü kaudu liikuda kõikidele teistele vahelehtedele. Samuti, kui vajutada autori nimele, suunatakse lehe küllastaja avalehele.



**HANNA HEINLOO**

Joonis 3. Hanna Heinloo kodulehe päis väikese ekraaniga vahendis.

Joonisel 3 on kujutatud veebilehe päist nutitelefonil vaadatuna. Päise vasakus nurgas on kolme kriipsuna kujutatud menüü ning kui vajutada ükskõik millisel vahelehel olles autori nime peale, suunatakse lehe küllastaja avalehele.

Turundusspetsialist Merlis Jusupov [16] kirjutab, et tagamaks veebilehe külastajale kiire ning arusaadava info leidmise, tuleb oma veebilehe menüüd asetada standardsetele kohtadele. Nende kohtade all mõtleb ta, et horisontaalne- ning peamenüü tuleks paigutada lehe ülemisse otsa, või kui kasutatud on vertikaalset menüüd, siis see peaks asetsema lehe paremal või vasakul küljel.



**AVALEHT**

**TEENUSED**

**MINUST**

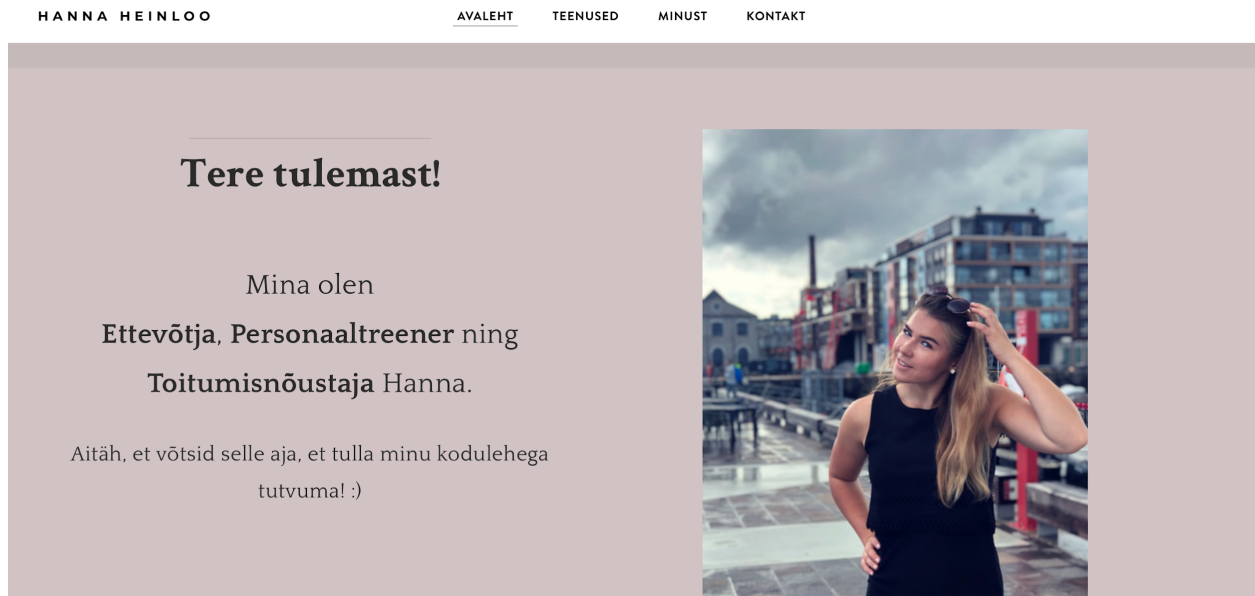
**KONTAKT**

Joonis 4. Hanna Heinloo kodulehe avatud menüü väikese ekraaniga vahendis.

Joonisel 4 on kujutatud kodulehe avatud menüüd nutitelefonil ekraanilt vaadatuna. Kui vajutada vasakus nurgas olevale ristile, sulgub menüü, ning nähtavale ilmub uuesti avaleht.

## 4.3 Veebilehe avaleht

Koolitaja Eve Keerus-Jusupov [17] väidab, et kodulehe avaleht tuleks üles ehitada selliselt, et avalehele jõudes saab inimene 5-10 sekundiga aru, mis veebilehega on tegemist. Samuti toob ta välja, et avaleht ei tohiks alata pildi, sisselogimise või pika tutvustusega, sest see takistab otsingumootorite tulemustes esile tõusmist.

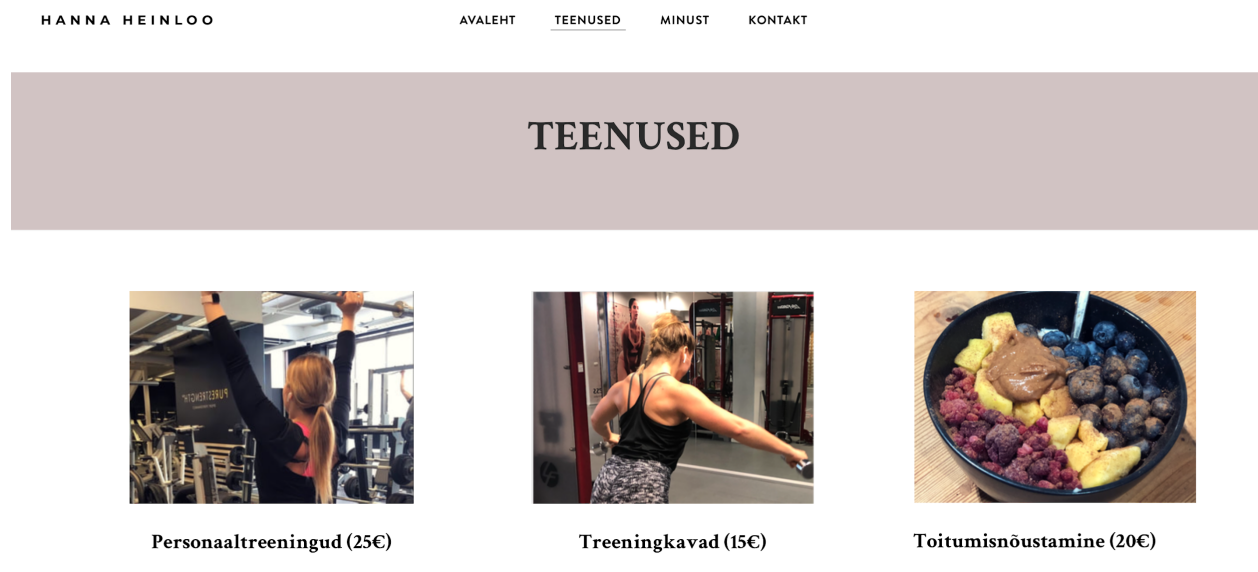


Joonis 5. Hanna Heinloo kodulehe avaleht.

Joonisel 5 on kujutatud autori kodulehe avaleht. Avalehel on autori lühitutvustus ning pilt. Kui kerida avalehel allapoole, saab lugeda ka autori missiooni ning kvalifikatsiooni kohta.

## 4.4 Veebilehe vaheleht “Teenused”

Eiffel tekstibüroo tegevjuht Kaarel Talvoja [18] kirjutab, et teenuste vahelehel tuleks fookus seada järgnevale: keskenduda kliendi kasule, mitte tootele või teenusele; müüa teenuse või toote eeliseid, mitte üldiseid omadusi; tegeleda lugeja kõhklaste ning kahtluste käsitlemisega; kirjutada selgelt ja üheselt mõistetavalt oma toote või teenuse hind; kuvada ainulaadne müügipakkumine ning lisada pilte, vahepealkirju ning täpploendeid.

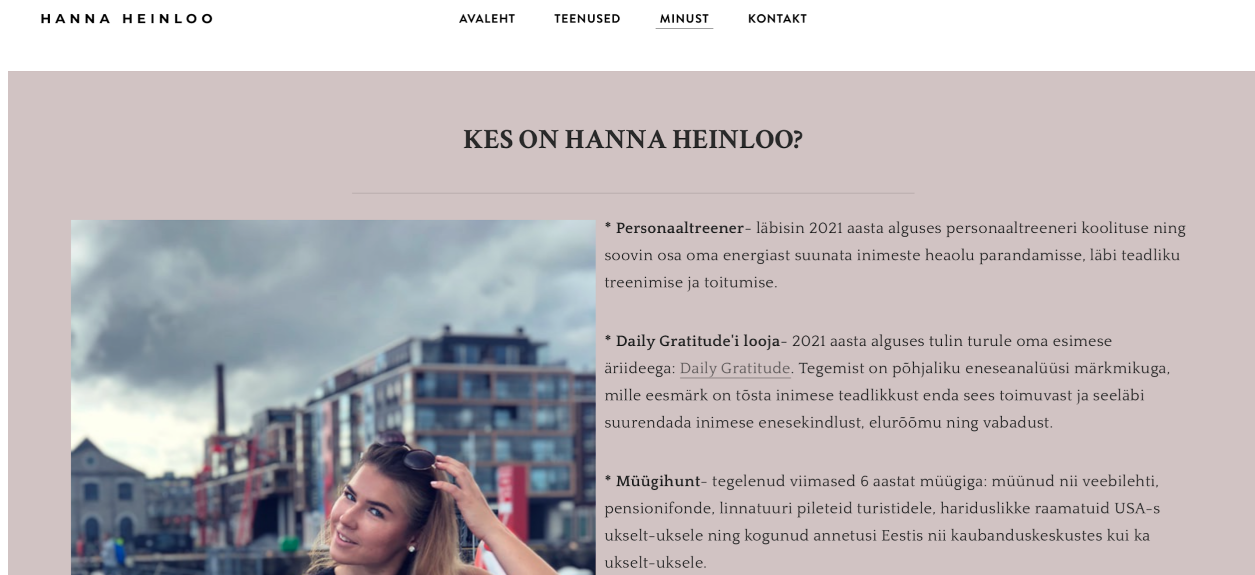


Joonis 6. Hanna Heinloo kodulehe vaheleht “Teenused”.

Joonisel 6 on kujutatud kodulehe vahelehte “Teenused”. Lehe külastaja näeb, et autor pakub teenustena personaaltreeninguid, treeningkavasid ning toitumisnõustamist. Iga teenuse juurde on lisatud ka teenust iseloomustav pilt. Kui kerida lehte allapoole, ilmuvad nähtavale teenuste täpsemad kirjeldused ning info, et autor pakub ka vastava teemalisi seminare/töötubasid. Lehe allosas on välja toodud punktid, millest autor kliendiga töötades lähtub. Samuti on näha autori pilt ning “Võta ühendust” nupp, millele vajutades suunatakse lehe külastaja “Kontakti” vahelehele.

## 4.5 Veebilehe vaheleht “Minust”

Pille Ivask [19] kirjutas “Äripäeva” veebis, et kuna uuringutest on leitud, et inimaju töötleb pilti või videot 6000 korda kiiremini kui teksti, siis ei ole mõtet enda ettevõtet tutvustavale vahelehele kirjutada pikka ning heietavat teksti ettevõtte asutamise kohta. Selle asemel soovitab ta kirjutada lühikesed ning konkreetsed lõigud ja teksti vahele lisada mõni pilt või video.

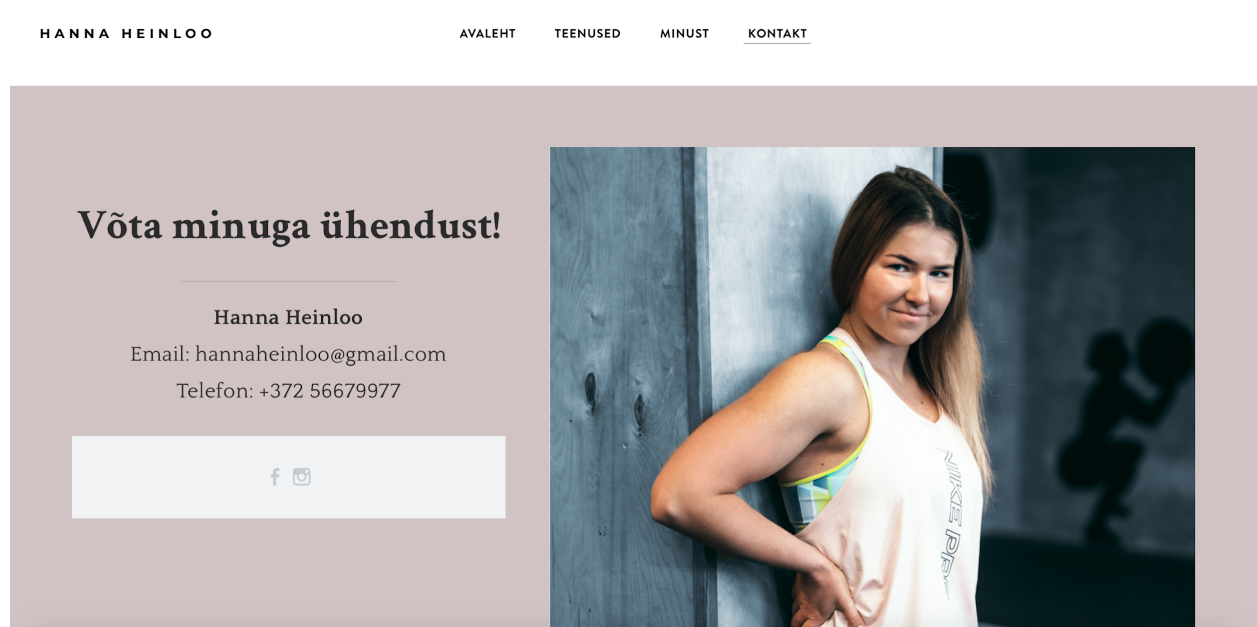


Joonis 7. Hanna Heinloo kodulehe vaheleht “Minust”.

Joonisel 7 on kujutatud kodulehe vahelehte “Minust”. Antud lehel saab külastaja ülevaate autorist ning tema taustast. Allapoole kerides näeb külastaja autori elustiili iseloomustavat galeriid.

## 4.6 Veebilehe vaheleht “Kontakt”

Pille Ivask [19] tõi “Äripäeva” artiklis välja ka selle, et kontaktandmetena peaks alati olema veebilehel kirjas ettevõtte või ettevõtja nimi, telefon ning meiliaadress. Eriti oluliseks peab Ivask seda väikeettevõtjate puhul, kes ei ole veel laialdaselt tuntud.



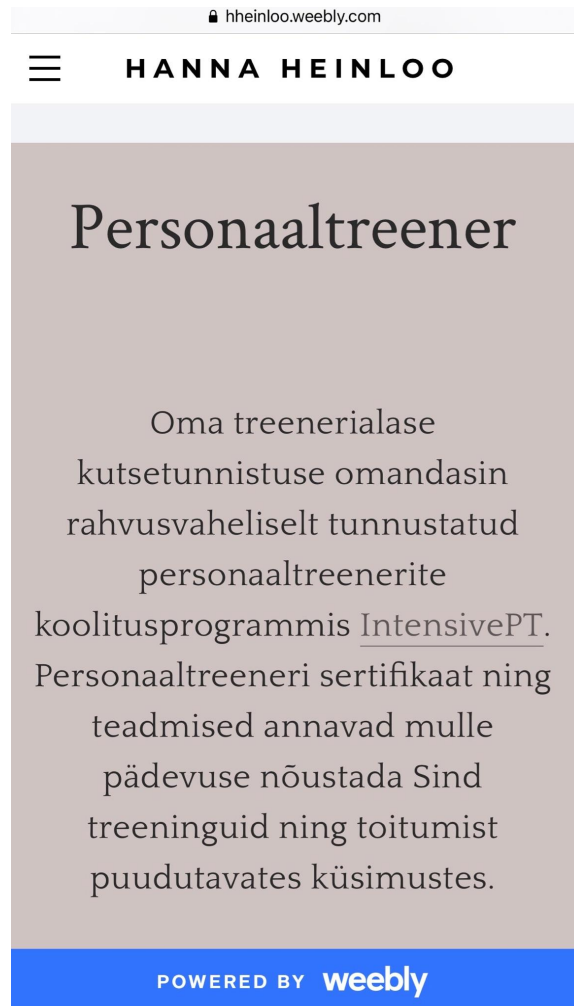
Joonis 8. Hanna Heinloo kodulehe vaheleht “Kontakt”.

Joonisel 8 on kujutatud kodulehe vahelehte “Kontakt”. Antud lehel näeb külastaja autori nime, telefoninumbrit, meiliaadressi ning pilti. Ühtlasi on kuvatud Facebook-i ning Instagram-i ikoonid, millele vajutades avaneb uues aknas autori vastav sotsiaalmeedia konto.

## 4.7 Veebilehe vastavus loodud nõuetele

Veebilehe kirjelduste põhjal saab väita, et loodud veebileht vastab autori seatud funktsionaalsetele nõuetele. Täidetud said nii lehe üldised nõuded kui ka kõikidele vahelehtedele esitatud nõuded. Mittefunktsionaalsete nõuete kontrollimiseks testiti kõigepealt, kas veebilehte saab avada Google Chrome’i, Safari, Mozilla FireFox’i ning Internet Explorer’i veebibrauseritega. Testimise tulemusena selgus, et saab ning kõik brauserid näitavad sama

tulemust. Järgmisena testiti, kas veebileht on mobiilisõbralik. Veebileht avati nutitelefoni ning selgus, et loodud koduleht on mobiilisõbralik.



Joonis 9. Hanna Heinloo kodulehe avaleht nutitelefoni ekraanil.

Joonisel 9 on kujutatud kodulehe avalehte nutitelefoni ekraanilt vaadatuna. Mobiiliversioon erineb täisversioonist selle poolest, et mobiiliversioonis on tekst kompaktsem, pildid ei ole mitte kõrvuti, vaid üksteise all ning menüü on kuvatud kolme kriipsuna.

Kolmandaks testiti, kas veebilehe kujundus muutub vastavalt akna suuruse muutumisele. Testi tulemusena selgus, et veebilehe kujundus muutub suuremaks/väiksemaks vastavalt akna suuruse muutmisele.

## 4.8 Tagasiside

Autor küsis valminud veebilehe kohta tagasisidet viielt inimeselt ning vastavalt nende soovitudele teostati töö käigus ka mitmeid parandusi. Parandusi tehti nii kuvatavas info, sõnastuses, õigekirjas kui ka üldmulje paremaks muutmisel.

## 5. Kokkuvõte

Bakalaureusetöö eesmärgiks oli luua töö autorile kui alustavale personaaltreenerile lihtsastikasutatav ning tasuta koduleht.

Töö käigus selgus, et 20% Eesti täiskasvanutest vaevleb rasvumise käes ning üks potentsiaalne lahendus sellele probleemile on palgata endale personaaltreener. Selgus, et treeneri valiku puhul on kõige olulisem, et klient tunneks, et saab oma treenerit usaldada, ning et treeneril oleks ette näidata kutsetunnistus, mis tõendab tema teadmisi anatoomiast, füsioloogiast, liikumisest, toitumisest ja psühholoogiast. Ühtlasi leiti, et treenerile annab konkurentsieelise vaba suhtlemisoskus, oskus kiita ja tunnustada, kirega töötamine ning nišiteenuse pakkumine.

Töös selgitati, et kodulehe sisu kirjutamine ja selle planeerimine algab oma sihtgrupi tundmisest ning anti juhised, kuidas oma sihtgrupp välja selgitada ning vastavaid inimesi kõnetada. Kodulehe planeerimise ning nõuete loomise käigus uuriti erinevaid asjakohaseid allikaid ning tehti intervjuu personaaltreener Kristjan-Johannes Konsapi ning Siim Veriga, eesmärgiga mõista, kuidas professionaalsed treenerid on oma kodulehe üles ehitanud, ning millest inspireerituna koostati veebileht.

Veebileht loodi sisuhaldustarkvaraga Weebly ning koduleht täidab kõiki seatud funktsionaalseid ning mittefunktsionaalseid nõudeid.

Kindlasti oleks paljusid asju saanud töö käigus paremini teha, aga kuna perfektsust ei ole olemas, siis võib öelda, et autor jäi lõpptulemusega rahule ning täitis töö eesmärgi. Autor jätkab ise kodulehe haldamisega, seega kui tekib soov katsetada uusi pistikprogramme või teistsugust kujundust, siis saab autor kõike lihtsasti muuta. Tulevikus on plaanis teha veebileht mitmekeelseks ning osta domeen ning veebimajutus. Valminud koduleht on kättesaadav aadressilt <https://hheinloo.weebly.com>.

## 6. Viidatud kirjandus

- [1] **Rhodes College.** Tips for Maintaining Good Health. <https://www.rhodes.edu/admission-aid/admitted-students/health-forms/health-awareness/tips-maintaining-good-health> (10.12.2020).
- [2] **Rudi, Hanneli 2020.** Eestis levib ülekaalulisuse epideemia. <https://www.err.ee/1028172/eestis-levib-ulekaalulisuse-epideemia> (10.12.2020).
- [3] **Galvin, Gaby 2020.** The U.S. Obesity Rate Now Tops 40%. <https://www.usnews.com/news/healthiest-communities/articles/2020-02-27/us-obesity-rate-passes-40-percent> (10.12.2020).
- [4] **MyFitness.** Personaaltreeningud ja nõustamine. <https://www.myfitness.ee/trainings/personaaltreeningud-ja-noustamine/> (10.12.2020).
- [5] **Personaltrainer.ee.** Personaaltreener. <https://www.personaltrainer.ee> (10.12.2020).
- [6] **Maasikamäe, Reeli 2015.** Kuidas valida personaaltreenerit? <https://tervis.ohtuleht.ee/707080/kuidas-valida-personaaltreenerit> (10.12.2020).
- [7] **Protectivity insurance.** What's your competitive advantage as a personal trainer? <https://www.protectivity.com/knowledge-centre/whats-your-competitive-advantage-as-a-personal-trainer/> (10.12.2020).
- [8] **Jusupov, Merlis 2013.** Millest algab kodulehe sisu kirjutamine ja planeerimine? <https://kodulehekoolitused.ee/millest-algab-kodulehe-sisu-kirjutamine-ja-planeerimine/> (28.03.2021)
- [9] **Web Technology Surveys.** Usage statistics and market share of WordPress. <https://w3techs.com/technologies/details/cm-wordpress> (24.03.2021)
- [10] Mättik, M. (2019). Veebilehe loomine Spordiklubile Villu. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, arvutiteaduse instituut.
- [11] Osula, M. (2020). Veebisaidi loomine trükifirmale Musterprint. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, arvutiteaduse instituut.
- [12] **Saar, Imre 2020.** ÕPETUS: Kodulehe tegemine WordPressiga [2021]. <https://wixter.ee/kodulehe-tegemine-wordpressiga/> (23.03.2021)
- [13] **Virtuaalassistent.** Miks Weebly? <https://virtuaalassistent.weebly.com/kodulehe-loomine-weeblyga.html> (23.03.2021)

- [14] **Weebly.** Wag & Paws - Unite 2.  
<https://www.weebly.com/themes/merch-theme/558554390572235973> (23.03.2021)
- [15] **Veebimajutus.ee.** 5 nippi kodulehele hea päise tegemiseks.  
<https://www.veebimajutus.ee/blogi/veebidisain-kodulehe-pais> (25.03.2021)
- [16] **Jusupov, Merlis 2013.** Kas su kodulehe navigatsioon on ikka SEO ja kasutajasõbralik?  
<https://kodulehekoolitused.ee/kas-su-kodulehe-navigatsioon-on-ikka-seo-ja-kasutajasobralik>  
(25.03.2021)
- [17] **Keerus-Jusupov, Eve 2013.** 15 nõuannet kodulehe tegijale.  
<https://kodulehekoolitused.ee/15-nouannet-kodulehe-tegijale> (25.03.2021)
- [18] **Talvoja, Kaarel 2017.** Mis on paljude veebide Teenuste lehel valesti?  
<https://www.veebimajutus.ee/blogi/kodulehe-veebilehe-teenused-leht> (25.03.2021)
- [19] **Ivask, Pille 2017.** 8 tüüpilist viga oma ettevõtet tutvustades.  
<https://www.aripaev.ee/uudised/2017/08/05/8-tuupilist-viga-oma-ettevotet-tutvustades>  
(25.03.2021)

# Lisa I

1. Miks Sina otsustasid hakata personaaltreeneriks?
2. Mis meetodeid Sina kasutad, et end kui personaaltreenerit turundada?
3. Milline meetod on Sulle kõige rohkem kliente toonud?
4. Miks otsustasid endale kui personaaltreenerile teha kodulehe?
5. Mis teenuseid Sina oma kodulehel pakud ja milline on kõige populaarsem teenus olnud?
6. Mis infot peaks personaaltreener oma kodulehel kindlasti kajastama?
7. Mis infot peaks personaaltreener enda kodulehel vältima?
8. Räägi natuke enda kodulehe valmimise protsessist: mis platvormi on kasutatud; kas tegid ise või ostsid teenuse sisse; kui kaua kogu valmimine aega võttis?
9. Mis on sinu hinnangul Sinu kodulehe tugevused?
10. Mis on Sinu hinnangul Sinu kodulehe nõrkused?
11. Kuidas toimub Sinul oma kodulehe haldamine?
12. Mis on kodulehe haldamise juures kõige keerulisem?
13. Kuidas omada teiste treenerite ees konkurentsi eelist?
14. Mis nõu Sa annaksid teistele personaaltreeneritele, kes hakkavad endale kodulehte tegema?

## **Litsents**

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Hanna Heinloo**,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose **Veebileht endale kui Personaaltreenerile**,

mille juhendaja on Jaan Janno,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuniautoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

**Hanna Heinloo**

**28.04.2021**