

# **Prototyp för en användarvänlig och effektiv webbutik**

Kim Joel Strömfors

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Information och medieteknik
Identifikationsnummer:	
Författare:	Kim <u>Joel</u> Strömfors
Arbetets namn:	Prototyp av en användarvänlig webbutik
Handledare (Arcada):	Johnny Biström
Uppdragsgivare:	Staffberg Ab
<p>Sammandrag:</p> <p>Arbetet beskriver prototypen för en webbutik med fokus på användarvänlighet och effektivitet. Prototypen är utvecklad på Magento plattformen. Uppdragsgivaren är Staffberg Ab som skall ha möjlighet att utnyttja prototypen som mall för en ny webbutik. Arbetet sammanfattar bakgrund, specifikation, modell och tekniska aspekter av prototypen. Arbetet behandlar inte visuell design utan koncentrerar sig på den funktionella aspekten med huvudvikt på användarvänlighet. Resultaten mäts genom intervju med uppdragsgivaren där man granskar hur väl målsättningen uppnåtts. Resultat visar att prototypen är användarvänlig och kan tas som modell för den operationella butiken. Prototypen är tillgänglig vid <a href="http://www.rakkaudella.fi/magento">www.rakkaudella.fi/magento</a>. Den operativa butiken kommer att finnas tillgänglig vid <a href="http://www.rakkaudella.fi">www.rakkaudella.fi</a> då den färdigställts</p>	
Nyckelord:	webbutik, e-handel, magento, användarvänlighet, Staffberg Ab
Sidantal:	35
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Information and Media Technology
Identification number:	4507
Author:	Kim Joel Strömfors
Title:	Prototype for a userfriendly and streamlined webshop
Supervisor (Arcada):	Johnny Biström
Commissioned by:	Staffberg Ab
<p>Abstract:</p> <p>The thesis is written on a prototype for an webshop designed with focus on usability and streamlined process. The prototype has been developed upon the Magento plattform. Staffberg Ab has commissioned this prototype and it will be used as an model for their new webshop. The thesis consist of background, specification, modell and technical aspects of the prototype. Visual design will not be discussed and instead the thesis discusses the functional aspect with focus on usability. The results will be measured by interviewing the commissioner and get feedback on how well the targets have been achived. According to the results the prototype is userfriendly and shows good usability. Therefor it will be used as basis for the operational webshop. The prototype is available for inspection at <a href="http://www.rakkaudella.fi/magento">www.rakkaudella.fi/magento</a>. The operational webshop will be available on <a href="http://www.rakkaudella.fi">www.rakkaudella.fi</a> upon completion.</p>	
Keywords:	Webshop, E-Commerce, Magento, Usability, Staffberg Ab
Number of pages:	35
Language:	swedish
Date of acceptance:	



# INNEHÅLL

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Bakgrund.....</b>	<b>7</b>
2.1	Syfte och mål.....	8
2.2	Metoder .....	9
2.3	Avgränsingar .....	9
2.4	Nyckelbegrepp.....	10
<b>3</b>	<b>Teknisk bakgrund för butiken.....</b>	<b>10</b>
3.1	Val av plattform.....	10
3.2	Hosting lösning .....	14
<b>4</b>	<b>Allmänt om prototypen.....</b>	<b>16</b>
<b>5</b>	<b>Prototypens sektioner .....</b>	<b>19</b>
5.1	Header sektionen .....	20
5.1.1	<i>Språkmenyn</i> .....	20
5.1.2	<i>Socialmedie-meny</i> .....	21
5.1.3	<i>Leveransdatum och namnsdagar</i> .....	21
5.1.4	<i>Fokus på bild-elementet</i> .....	21
5.2	Info sektionen .....	22
5.3	Produkt sektionen.....	22
5.4	Produkt detaljer .....	23
5.5	Varukorgen .....	25
5.6	Kassan.....	25
5.6.1	<i>Betalningstjänsten</i> .....	27
5.6.2	<i>Resultat av betalning</i> .....	28
5.7	Footer sektionen.....	28
<b>6</b>	<b>RESULTAT .....</b>	<b>29</b>
6.1	Framtida utvecklings modeller.....	30
<b>7</b>	<b>SAMMANFATTANDE DISKUSSION .....</b>	<b>31</b>
	<b>Källor .....</b>	<b>32</b>
	<b>Bilaga 1.....</b>	<b>35</b>
	<b>Bilaga 2.....</b>	<b>36</b>

## Figurer

Figur 1. En översikt av marknadsandelar för olika e-handelsplattformar. (magentocommerce.com, 2013) .....	11
Figur 2 Jämförelse av egenskaper i de olika versionerna av Magento. (nchannel, 2013) .....	12
Figur 3. En överblick av hur en Magento butik kan se ut (Magento Commerce, 2013).	13
Figur 4. Egenskaper på vårt webhotell (Skärmbild ifrån Domainmaailma Cpanel) .....	15
Figur 5. Exempel på hur fancybox fungerar med iframe. ....	16
Figur 6. Prototypen är uppbyggd omkring hemsidan. ....	17
Figur 7. Schema över fallback strukturen i Magento (Designguide,2013) .....	19
Figur 8. Överblick över sektioner som används i prototypen.....	19
Figur 9. Headern för sidan.....	20
Figur 10 Magneto utnyttjar butiksvyer för att visa butiken på olika språk (Designguide, 2013).....	20
Figur 11. Mera information om tjänsten presenteras då muspekaren fokuseras på bilden. ....	22
Figur 12. Produkterna visas på hyllor. Navigeringen sker med pilar till höger/vänster.	23
Figur 13. Produkt detaljer för en sipel produkt. ....	24
Figur 14. Modifierbara produkter byts produkt informationen ut beroende på val av attribute.....	24
Figur 15. Varukorgens innehålle visas då muspekaren är över kassa-knappen. ....	25
Figur 16. Kassa-sidan har komprimerats till en sida. ....	26
Figur 17. Datum för leverans väljs med en kalender.....	27

## Tabeller

Tabell 1. Olika produkt typer i prototypen. ....	18
--	----

# 1 INLEDNING

För att starta en traditionell butik inom detalj handel kräver det ett stort kapital av entreprenören. Sofistikerad e-handels plattformar utvecklade på öppen källkod har gjort det möjligt att man med mindre kapital kan pröva sina vingar på marknaden. Kostnaderna för att starta och upprätthålla en virtuell butik är endast en bråkdel i jämförelse med en konventionell fysisk. Fördelarna begränsar sig inte endast till kostnaderna. Den virtuella butiken är öppen dygnet runt och tillgänglig kunderna oberoende av deras geografiska läge.

För att en webbutik skall vara framgångsrik kräver det dock att konceptet och förverkligande av butiken är lyckade. Med att skapa en version av webbutiken som inte är operationell, en prototyp, kan man testa olika möjligheter innan man skapar slutprodukten. Slut produkten kan skilja sig väsentligt från prototypen och innehåller de delar från prototypen som man anser fungera bra. Vid behov kan man skapa flera prototyper och sedan kombinera de element som fungerar för att skapa den riktiga versionen.

# 2 BAKGRUND

Företaget Staffberg Ab är ett nystartat företag som är baserat på Kimitoön. Verksamheten är huvudsakligen att sälja dekorativa prydnads-saker som är tillverkade med hög kvalitet. Försäljningen sker från en liten butik som håller öppet under sommarsäsongen. För att utvidga verksamheten och få en inkomstkälla även på vintern så tänker företaget öppna en webbutik. Staffberg Ab har tagit över verksamheten av Persil Ab som tidigare haft en operationell webbutik. Resultatet från denna butik var otillfredsställande. För att uppnå bättre resultat så bestämdes att en prototyp för butiken skulle skapas. Denna prototyp skall byggas så att den efter granskning kan modifieras och sedan tas i produktion och göras operationell.

Företaget kontaktade mig och begärde att jag skulle skapa prototypen. Efter granskning av prototypen skall den kompletteras och modifieras för att utgöra grunden för den operativa butiken.

Företaget kommer att ha ungefär 50 olika produkter i sortimentet, dessa kan grovt indelas i fyra kategorier(Nallar, Ätbara, Dekorativa och Paket). Leveranserna av paketen

kommer att skötas av Itella. Itella är ett serviceföretag som tillhandahåller dagliga posttjänster i Finland (Itella i korthet, 2013). Kostnaderna för leveransen är inbakade i produktpriserna och tjänsten marknadsförs som att vara utan leveranskostnader. Alla produkter levereras hem. För beställningar gjorda och hanterade före kl. 13 kan kunden få leverans till följande vardag.

## 2.1 Syfte och mål

Arbetets syfte är att beskriva prototypen som skapats. I logisk ordningsföljd beskrivs lösningarna i prototypen och hur de hjälper att nå målsättningen. Arbetet fördjupar sig såväl i den tekniska bakgrunden, allmänna strukturen och detaljerade delar av prototypen. Arbetet avslutas med att resultaten mäts och möjliga förbättringar och utvecklingsmodeller presenteras.

Målsättningen för prototypen är att möta dessa specifikationer:

- Planerad för en stor målgrupp, diverse användare som i ålder varierar från unga vuxna till äldre seniorer
- Effektiviserad (streamlined), processen från att sidan öppnas till att transaktionen är fullföljd skall vara enkel och kort
- Reflektera företagets varma värden
- Fungera med litet sortiment, men med möjlighet för utvidgning utan att behöva göra fundamentala ändringar i butiken
- Möjlighet till synlighet inom socialmedier
- Översatt på Finska, Svenska och Engelska
- Betalningsmetoder för Finländska nätbanker
- Kommande namnsdagar och tidigaste möjliga leveransdatum skall vara synliga
- Användaren skall kunna välja ett senare leveransdatum vid kassan



## 2.2 Metoder

Prototypen är skapad från en mallbutik som kommer med standard installation av Magento. Mallbutiken har därefter stegvis modifierats för att bättre motsvara målsättningen. Arbetsprocessen har varit att strukturerat göra förändringar i prototypen. I praktiken har detta inneburit att koden skrivits och sedan har man testat resultatet och vid behov upprepat processen tills önskvärt resultat uppnåts. Magento installationen har varit på servern och filerna som modifierats laddats upp efter hand. Detta har varit ett moment som man med en lokal installation undviktit.

Orsaken till denna lösning är att det medfört att företaget enkelt kunnat granska resultaten efter hand. Företaget har haft möjlighet att även ladda upp produkter för att se hur dessa fungerar med lösningen.

Som verktyg har Adobe Dreamweaver CS4, Notepad++, FileZilla FTP-Klient, GIMP-bildmanipuleringsprogram och Firebug webutvecklings-applikation använts. Programmerings språk som använts är PHP samt Javascript och dess jQuery biblioteket. Övriga teknologier som användts är HTML,HTML5 och CSS. Prototypen är designad för att fungera med Mozilla Firefox webbläsare och med varierande resolutioner.

För att granska hur väl målsättningen har uppnåtts har jag intervjuat uppdragsgivaren och begärt honom att svara på frågor och ge kommentarer angående sidan. Utgående från denna intervju kommer den operativa butiken att skapas.

## 2.3 Avgränsingar

Prototypen är skapad med tanke på funktionalitet. De färger och bilder som används är endast för att ge en helhetsbild av elementens storlek och position. Alla element är dokumenterade, filnamn och storlek (Bilaga 1). Undersökning om vilka bilder och färger som är visuellt fungerande kommer inte att behandlas i detta arbete.

Prototypen är inte som sådan färdig för att tas i operationellt bruk. Prototypen fungerar som en modell som presenterar funktionalitet som kan som sådana eller modifierade

utvecklas för den slutgiltiga webbutiken. Aspekter, t.ex. sökmaskin optimering, som endast behöver bearbetas för den operativa butiken har inte behandlats i detta arbete.

## 2.4 Nyckelbegrepp

Butiksvy	En instans av en webbutik gjorda på Magento, för att visa butiken på flera olika språk utnyttjas olika instanser av butiken. Ett språk används för en vy.
Prototyp	Den inte operationella versionen av butiken som används för att testa hur funktionalitet och design stöder användarvänlighet.
Operativa	Webbutiken som är offentligt tillgänglig och som kunderna kan handla i.
Modul	Färdig programkod som kan installeras som ett paket till Magento och utvidgar funktionaliteten.
Fixerad	Element som inte förflyttas då användaren rullar upp eller ner i webbläsaren.

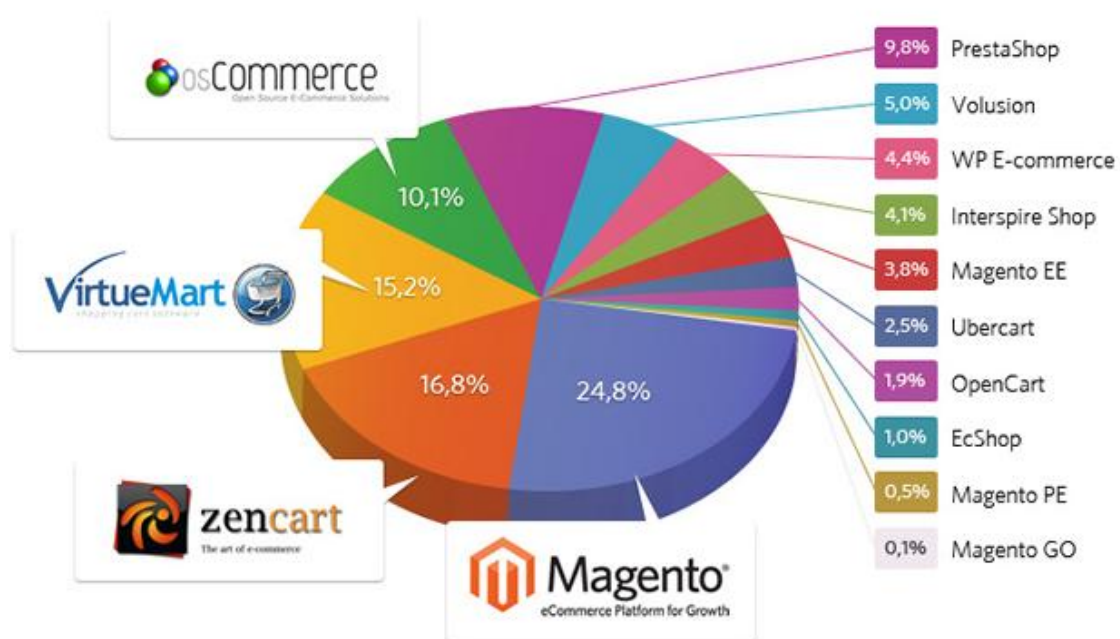
## 3 TEKNISK BAKGRUND FÖR BUTIKEN.

För att kunna beskriva produkten är det relevant att veta de tekniska faktorer som i bakgrunden påverkar prestanda och funktionalitet. För en webbutik är två relevanta faktorer hosting servicen samt på vilken plattform butiken är uppbyggd. I detta kapitel presenteras faktorerna på en allmän nivå samt de specifika lösningar som butiken är uppbyggd på.

### 3.1 Val av plattform

Valet av plattform kan ställa begränsningar till funktionaliteten av butiken. Då man väljer plattform bör man noga granska vilka behov man har och även ta i beaktande framtida utveckling. Plattformarna varierar från licenserade avgiftsbelagda till sådana skrivna på öppen källkod. En del plattformar är specifikt utvecklade för e-handel och andra kan

vara ett CMS med tillgängliga moduler som ger funktionalitet för handel. CMS förkortning kommer från engelska termerna Content Management System och betyder innehållshanteringssystem (Jääskeläinen, 2010). Vissa företag har specialiserat sig på att endast sälja och leverera färdig webbutik lösningar (Vehmas, 2008, s. 68). En undersökning visar att de mest använda plattformarna i Finland år 2010 var CloverShop och OsCommerce (Pelkkikangas, 2010). En färskare global undersökning gjord 2013 visar att av de 34,864st största e-handelssidor, använder 9063st Magento som plattform (nchan- nel, 2013).



Figur 1. En översikt av marknadsandelar för olika e-handelsplattformar. (magentocommerce.com, 2013)

Magento är en e-handels plattform som finns tillgänglig med både licenserad och öppen källkod. Plattformen lanserades våren 2008 och är skapad av produkt utvecklingsgruppen Varien. Varien jobbade tidigare med plattformen OScommerce och även Magento är skrivet med PHP på Zend-ramverket. Varien har bytt namn till Magento INC och ägs idag av eBay (Pelkkikangas, 2010). Magentos popularitet grundar sig på flera orsaker (Malinen, 2012). Det finns tre versioner av plattformen att välja bland (Figur 2)

	Magento Go	Magento Enterprise	Magento Community
<b>Hosted by Magento</b>	✓	∅	∅
<b>On Premises / 3<sup>rd</sup> Party</b>	∅	✓	✓
<b>Supported by Magento</b>	Varies by plan	✓	∅
<b>B2C</b>	✓	✓	✓
<b>B2B</b>	limited capabilities	✓	requires 3rd party add-ons
<b>Targeted Users</b>	Small businesses	mid-large size businesses	developers & tech-savvy merchants

Figur 2 Jämförelse av egenskaper i de olika versionerna av Magento. (nchannel, 2013)

Endast Community versionen är gratis och skriven med öppen källkod. Denna version saknar officiell support men det finns mycket documentation och en aktiv hjälpsam utvecklarens samhälle att referera till. Denna prototyp är byggd på Magento för följande orsaker:

- Innehåller direkt inbyggt en massa funktioner
- Stort utbud av moduler varav flera anpassade till Finska marknaden
- Sökmaskinvänlig struktur
- Flexibelt med utseende, möjlighet att enkelt byta skin.
- En utbredd användarbas garanterar att utvecklingen och supporten fortsätter
- Ett aktiv och stor utvecklarens samhälle
- Plattformen är open source och därmed gratis

Butiken använder version 1.7 av Magento. Den nyaste versionen är 1.8 och gavs ut i september. För den operationella butiken kan den nyare versionen vara aktuell. Filstrukturen och programkoden i prototypen är skriven så att den inte påverkas av uppdateringen. Inga core-filer har modifierats och alla utvidgad kod är sparade i kataloger utsedda för detta. Dessa kataloger förblir intakta vid en uppdatering av versionen.



Figur 3. En överblick av hur en Magento butik kan se ut (Magento Commerce, 2013).

För att ge helheten på plattformen och dess funktionalitet har även följande moduler installerats utöver bas-installationen av Magento.

- Lightboxes (Magepsycho, 2013)
- Add this (Magento Connect, 2013)
- One page checkout (Uni, 2013)
- Checkout Finland(Kompassi, 2013)

Mera om modulerna beskrivs i samband av deras användning.

## 3.2 Hosting lösning

Hosting påverkar hur snabbt sidorna laddas och hur tillgänglig butiken är. Dålig hosting kan medföra att sidorna laddas långsamt och ger användaren en negativ bild av butiken. En bra hosting tjänsteleverantör har vidtagit åtgärder för att maximera drifttiden (uptime). Idealäget är att sidorna är tillgängliga alltid. En otillgänglig butik medför ett negativt intryck åt användaren. Speciellt viktigt är detta för att skapa första intrycket. Användare som besöker sidan första gången bör inte mötas av en otillgänglig sida, eftersom detta med stor sannolikhet innebär att användaren inte kommer att besöka butiken igen.

Man kan välja att sköta hostingen själv eller att köpa tjänsten av en leverantör. Genom att investera i en egen server kan företaget sköta och upprätt hålla hostingen själv. Detta ger fullkomligt fria händer till hur tjänsten sköts. För ett företag att inskaffa en egen server är dyrt och att upprätthålla den även dyrare (WMHost, 2013). Då man köper tjänsten kallas det för att hyra ett webbhotell. Då hyr man en del kapacitet från en befintlig server som upprätthålls av ett utomstående företag. Att hyra ett webbhotell har flera fördelar (Jääskeläinen, 2010 s 197).

- Leverantören har ansvaret över driften av servern
- Möjligheten att öka på serverkapacitet vid behov
- En garanterad nivå av datasäkerhet

Eftersom det finns väldigt många leverantörer för webbhotell är konkurrensen hård. Detta innebär billiga priser och hög nivå på service för konsumenten. För ett litet företag som vill koncentrera sig på sin kärnverksamhet är det en bra lösning att sköta hosting via webbhotell. Efter att hade bekantat mig med åsikter om olika tjänsteleverantörer via diskussionsforum samt jämfört olika paket enligt pris valde vi oss för att hyra vårt webbhotell av Domainmaailma.

Domainmaailma drivs av det Finländska företaget Oy Capnova Ltd (YTJ, 2013) och erbjuder hosting i form av webbhotell. Genom långt optimerade produktionsprocesser

och automationerade system samt låga marknadsförings utgifter kan företaget erbjuda konkurrenskraftiga priser (Domainmaailma, 2013).

Ett exempel på detta är kundservicen. Den fungerar endast via webben och sköts genom att användaren skapar en fel rapport och får ett referensnummer. Genom automatiserade rapporter kan man följa med lösningen av problemet. Då vårt webhotell togs i bruk använde jag kundsupporten och responstiden var inom några timmar vilket jag anser vara utmärkt. Noteras bör att problemet var från vår sida och att problemet var löst före responsen. Företaget erbjuder skräddarsydda paket som kan uppdateras vid behov. Man betalar endast för den kapacitet som man behöver.

Vi valde ett paket med 500MB utrymme på serverns hårddiskiva. Själva Magento installation tar 80MB av detta. Produktbilderna och övriga material behöver ytterligare 200MB av hårddisks utrymme. Även e-posten skall rymmas på samma utrymme, men detta är inte ett problem så länge man har skräppost inställningarna i skick. För trafik har vi reserverat 3GB per månad. Bandbredden är uträknad med hjälp av denna ekvation: Medeltal på sidstorlek \* Medeltal på besökare \* Medeltal på sidladdningar = Behov av bandbredd.

Värdena är estimerade och kommer efter att sidan lanseras att utvärdera den aktuella statistiken och vid behov beställa reservera mera bredband. Övriga specifikationer för webshotell paketet kan ses i följande figur.



Kontoinformation	Serverinformation
Domännamn <b>rakkaudella.fi</b>	Servers namn <b>cp1.domainmaailma.com</b>
Hosting Paket <b>Custom</b>	WWW-mapp <b>/home2/rakkaude/public_html</b>
Bandbredd <b>330.39/3000.00 MB</b>	Root-bibliotek <b>/home2/rakkaude</b>
Disk användning <b>392.68/500 MB</b>	Perl-moduler <a href="#">Klicka för att visa</a>
Others <b>392.68</b>	Apache version <b>2.2.25</b>
Subdomäner <b>0/0</b>	MySQL version <b>5.1.70-cll</b>
Parkerade Domäner <b>0/0</b>	PHP version <b>5.3.27</b>
Extra Domäner <b>0/0</b>	PHP-info <a href="#">Klicka för att visa</a>
SQL Databas <b>1/2</b>	
MySQL <b>1</b>	
Mailing List Disk Space <b>0</b>	
Email Konton <b>3/3</b>	
Vidarebefodrande Email <b>0/obegränsat</b>	
Auto-Svarare <b>0/obegränsat</b>	
Email Filter <b>1/obegränsat</b>	
Mailing Listor <b>0/10</b>	
FTP Konton <b>0/0</b>	

Figur 4. Egenskaper på vårt webhotell (Skärmbild ifrån Domainmaailma Cpanel)

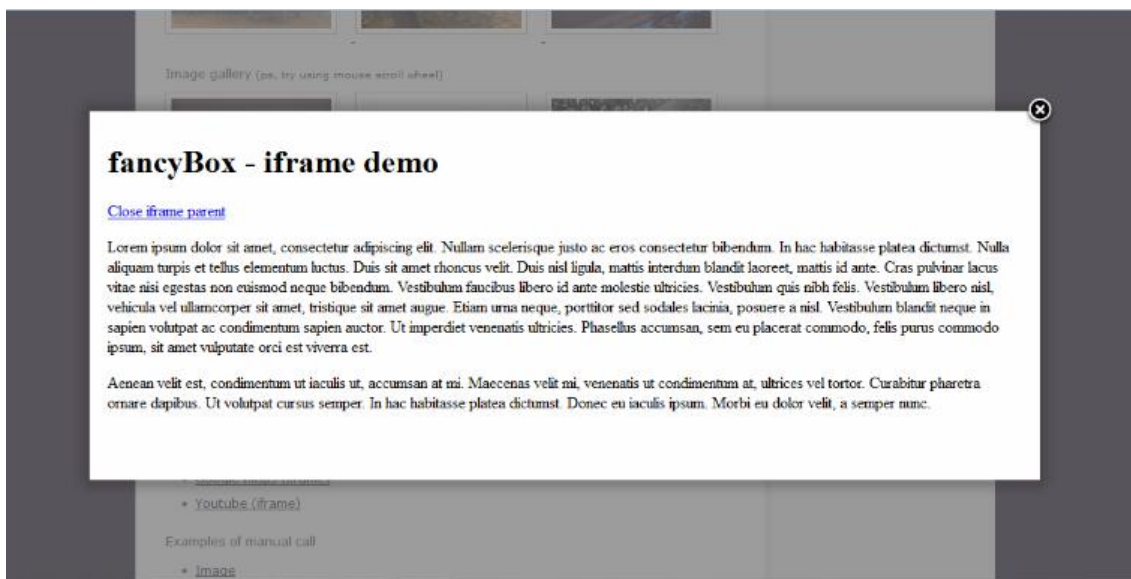
Administration av de egna sidorna sköts via en webbaserad kontrollpanel, cPanel. cPanel är den mest använda hosting kontrollpanel som används på flera miljoner webbsidor (cPanel, 2013). Det grafiska användarsnittet ger enkel och snabb administration av webbsidorna och hosting-kontot. Via cPanel kan man bl.a:

- Skapa och administrera databaser
- Köra skript som installerar programvara
- Ta säkerhetskopiering av sidorna
- Se statistik över besökare.
- Hantera e-post konton

cPanel har visat sig vara ett bra verktyg och underlättade väsentligt bl.a. vid installationen av Magento.

## 4 ALLMÄNT OM PROTOTYPEN

Prototypen är helt uppbyggd runt hemsidan. Detta har förverkligats genom att utnyttja iframes som öppnas i fancyboxes över huvudsidan. Iframe är en ram vilken inom en egen internetsida öppnas. Fancybox är en funktionalitet som är skriven med jQuery och är ett sätt att presentera huvudsakligen bilder. För vårt behov har vi utnyttjat fancybox med iframes.



Figur 5. Exempel på hur fancybox fungerar med iframe.

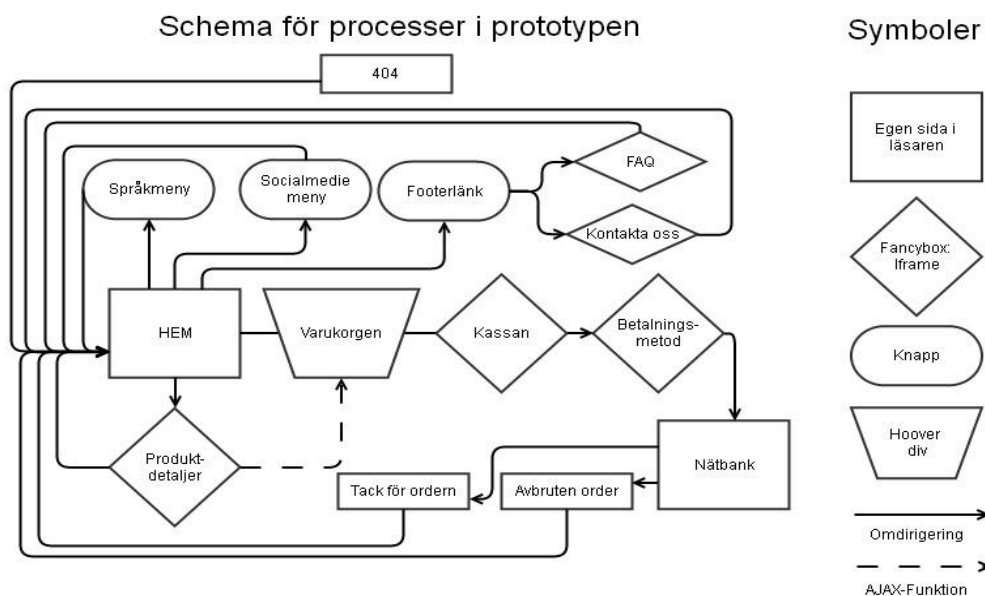


Den nya sidan försvinner då man:

- Klickar stäng ikonen i höger övre hörn
- Klickar var som helst utanför iframen
- Då sidan utfört sin funktion, t.ex. placerat beställning eller produkten flyttad till varukorgen

Denna struktur och uppbyggnad gör att användaren inte kan tappa bort sig på sidan utan hela tiden har en helhetsbild om var i butiken användaren befinner sig (Figur 5). Denna lösning är bra för användare av olika åldrar och datorvana (Vehmas, 2008. s.55-56).

Betalningsmomentet kräver att användaren omdirigeras till nätbanken för att slutföra sin betalning. Detta sker i samma browserfönster och användaren dirigeras tillbaka till butiken så fort som betalningsskedet är avklarat. Länkar till tillverkare av produkter öppnas i en ny flik och avbryter inte på så vis processen för handel.



Figur 6. Prototypen är uppbyggd omkring hemsidan.

Hemsidan är reducerad och innehåller endast väsentlig information och funktionalitet. Då man planerar en reducerad sida bör man ta som utgångspunkten produkterna (Veh-

mas, 2008. s.58). Produkterna tar den största delen av hemsidan och är i den mest centrala rollen.

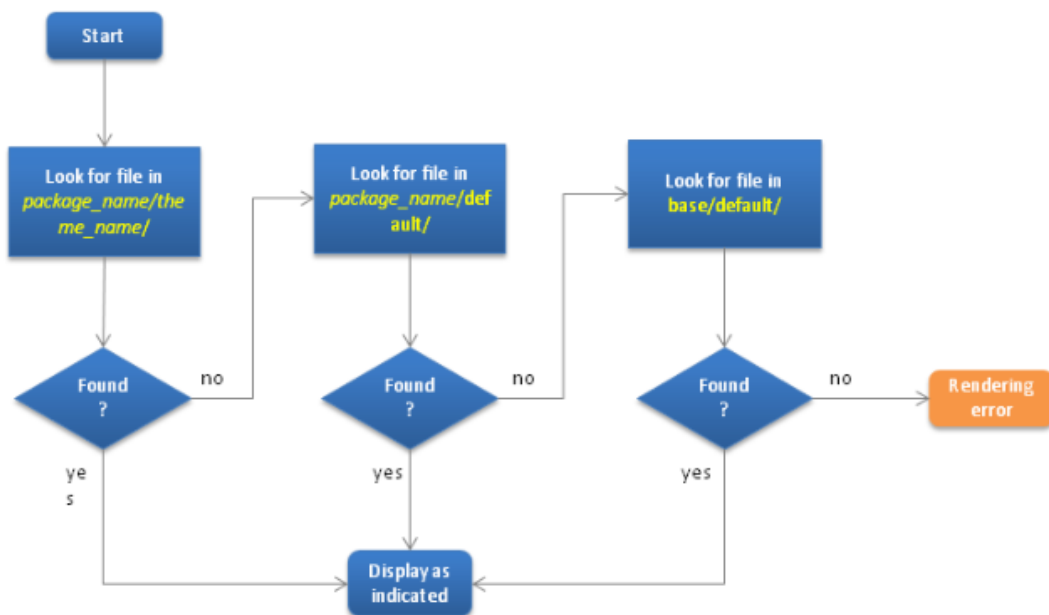
De finns tre olika sorters produkter i butiken, detta är inte att blanda med kategorier som specificeras skilt.

Namn (Magento):	Beskrivning:	Exempel:
Enkel (Simple)	Vanliga produkter	Nalle
Konfigurerbar (Configurable)	En produkt som har valbara egenskaper. Beronde på egenskap refererar produkten till en enkel produkt	Nalle: Välj färg
Paket(Grouped)	Flera produkter som säljs som paket. Refererar till alla enkla produkter som ingår i paketet.	Nalle och Chokolad

Tabell 1. Olika produkt typer i prototypen.

Produkterna kan skapas enskilt från Magento administration sidan eller importerats via CSV filer. CSV är förkortning av engelska termerna Comma separate values och är ett filformat som används för att spara värden sparade separerade med kommatecken. Vanliga kalkylprogram stöder sparande av tabellen i CSV format.

Butikens utseende kan enkelt varieras genom att välja skinn (grafiskt användargränssnitt). Detta är bra för att kunna ha variation på sidan och kunna framhäva vissa säsonger. Man bör dock vara försiktig att inte byta utseendet för ofta då man vill bygga upp ett bränd och få användaren att bli bekant med sidan. Byte av skin påverkar inte funktionaliteten eller strukturen av sidorna. Möjligheten att byta skin har förverkligats genom att skapa olika kataloger under Magento tema katalogen. Företaget kan specificera vilket skin från vilken tema katalog skall användas. Detta kan man även ställa in enligt tidsperioder. Om inte en fil hittas i den först specificerade katalogen så söker man i följande katalog (Figur 7).



Figur 7. Schema över fallback strukturen i Magento (Designguide,2013)

Funktionaliteten kommer även att utnyttjas då prototypen modifieras för operativt bruk. Genom att byta vilket skin butiken använder kan vi pröva olika färger och bildkombinationer för att hitta den som passar bäst.

## 5 PROTOTYPERNS SEKTIONER

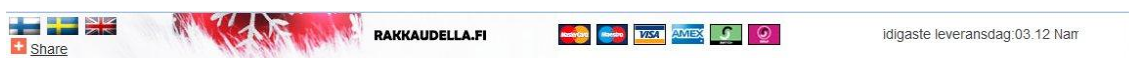
Sidan är indelad i olika sektioner (Figur 8). I detta kapitel granskas alla sektioner och dess funktionalitet.



Figur 8. Överblick över sektioner som används i prototypen.

## 5.1 Header sektionen

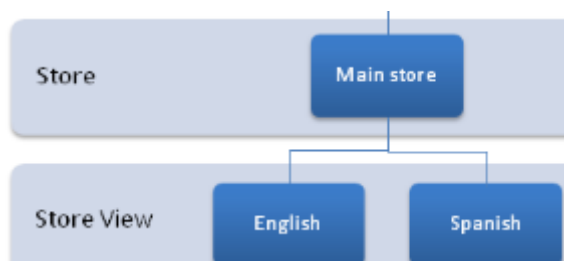
En container som innehåller funktionalitet som inte behöver vara synligt hela tiden (Figur 9). Då man scollar ner sidan försvinner balken och ger mera utrymme för själva produkterna. Ofta i webbutiker finns det möjlighet för kunden att logga in på butiken. I denna prototyp är den funktionalitet bortlämnad. Detta är ett moment som inte är obligatoriskt för att kunden skall kunna handla. All obligatorisk information som behövs fylls i då kunden kommer till kassan. Detta är lösning som hjälper till med att få den reduce-rade designen. Att låta användaren handla utan att logga in minskar även ett av stegen i processen att handla och därmed även effektiviserar prototypen.



Figur 9. Headern för sidan.

### 5.1.1 Språkmenyn

Genom att välja flagga kan man byta butiksvy och således byta språket som används på sidan. Butiken är översatt till två ytterligare språk utöver standarden Engelska. Finska och Svenska är ned laddade språkpaket som kompletterats (magentocommerce, 2013). Översättningen fungerar så att alla termer är sparade i CSV filer. Med en inbyggd funktion i plattformen, inline translate, kan man manuellt översätta enstaka ord åt gången. Filerna kan alternativt öppnas i en tabell editor och manuellt komplettera alla termer som bör översättas. Fördelen med detta är att man inte riskerar att missa någon term. Svårigheten är den att Magento är så pass stort att filerna är uppdelade beroende på var de används. I praktiken skapar man tre olika butikervyer, en för varje språk (Figur 10). Beroende på vilken butik man är inne i vet Magento var den skall söka efter termen.



Figur 10 Magento utnyttjar butiksvyer för att visa butiken på olika språk (Designguide, 2013).

Även produktbeskrivningarna sparas enskilt för varje butik, dessa går inte att översättas med inline translate. För att översätta dem bör man ändra på beskrivningen enskilt för produkten som visas i respektive butik eller importera beskrivningarna relativt för språk genom en CSV fil för produkterna.

### **5.1.2 Socialmedie-meny**

En meny där användaren kan dela med sig om sidan via sociala media sidor, t.ex Facebook och Twitter. Denna sektion är förverkligad med AddThis modulen och kan modifieras i backend. Inställningarna för denna meny bör kontrolleras noggrannare men är med i prototypen för att kunna testa olika alternativ.

### **5.1.3 Leveransdatum och namnsdagar**

För att framhäva de snabba leveranserna så informeras kunden om tidigaste möjliga leveransdatum. Datumet uppdateras enligt tiden på servern och byts dynamiskt efter klockan 13 varje dag. För att uppmuntra till merförsäljning visas även namnsdagar för två dagar. Dessa namnsdagar är anknytna till tidigaste leveransdag och visar namnsdagarna för tidigaste leveransdag samt följande dag. Leveransdatumet körs via ett PHP skript och använder serverns tidsinställningar. Namnsdagarna är förverkligade med Javascript som tar datumet utgående från leveransdatumet. Namnsdagskriptets koden är hämtad från nätet (jonneweb, 2013) och modifierad för att även inkludera Finlands-svenska namnsdagar.

### **5.1.4 Fokus på bild-elementet**

Då användaren fokuserar musen över bilden expanderas header sektionen över info sektionen (figur 11). Det nya området fylls med mera information om butiken. I denna sektion beskrivs tjänsten kort och företaget har möjlighet att framhäva de varma värderingar som butiken reflekterar. Bilden bör väljas med tanke på att den tydligt markerar en sektionen som ger tillgång till ytterligare information.



Figur 11. Mera information om tjänsten presenteras då muspekaren fokuseras på bilden.

## 5.2 Info sektionen

En container som i utgångsläge visar logon och reklam-texter för butiken. Samma container används för att visa mera information och bilder på en specifik produkt då användaren har muspekaren över en produkt. Denna container är fixerad, men skjuts upp överst till skärmen då header-sektionen försvinner då man scollar ner. Denna sektion bör vara synlig för kunden även om kunden hamnar scrolla ner för att se produkter som inte är synliga på skärmen. Fördelen med att ha en sektion som byts på sidan är enligt Weinschenk att förändringen åter aktiverar användarens uppmärksamhet. Nackdelen är dock i att ifall förändringen är för stor kan inte användaren fokusera på det viktiga som i vårt fall är produkterna (Weinschenk, 2009, s.70).

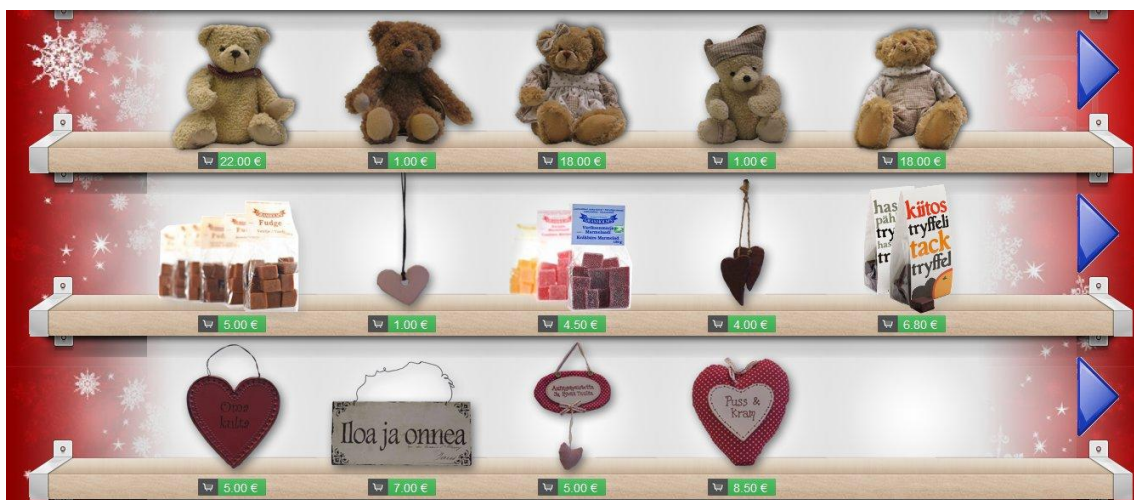
## 5.3 Produkt sektionen

Detta är den viktigaste delen av sidan eftersom denna del visar själva produkterna. Att ha produkterna direkt presenterat på huvudsidan har en betydlig effekt på försäljningen. (Vehmas, 2008 s.44)

Produkterna presenteras som de vore på en hylla med en prislapp under produkten (figur 12). Varje enskild produkt kategori visas på en egen hylla. Ifall alla produkter inte ryms att visas på en hylla så kan användaren med pilar navigera till höger/vänster på enskild hylla. Då pilarna används så byts alla produkter ut till nya på den specifika hyllan. Eftersom sortimentet inte är väldigt stort för stunden fungerar denna navigering bra. I praktiken är detta löst genom att en hylla är en div. Div är ett html element som definierar en sektion (w3schools, 2013). Via CSS har denna div specificerats en höjd och bredd samt att innehåll som överskrider storleken(overflow) på sektionen inte visas. Genom att trycka på en navigerings pil utförs en rullfunktion i bakgrunden med JavaScript och sektionens synliga innehåll förändras.

Då användaren håller muspekaren över en produkt så byts bilderna ut i info sektionen. För mycket information kan distrahera kunden och bör undvikas om det inte är väsentligt för val av produkt (Vehmas, 2008, s.62). Mera detaljerad information om produkten presenteras på produkt detalj sidan som visas då produktbilden klickas.

Då användaren trycker på prislappen så läggs enkla och paket produkter direkt till i varukorgen. För att en modifierbar produkt skall kunna läggas till i varukorgen måste attributet på produkten bestämmas och därför öppnas produkt detalj sidan för val av specifik produkt.



Figur 12. Produkterna visas på hyllor. Navigeringen sker med pilar till höger/vänster.

## 5.4 Produktdetaljer

Sidan öppnas då användaren klickar på en produkt. Under produkt detaljerna visas en större produktbild samt ett galleri av alla bilder som är anknutna till produkten. Produktens namn presenteras tydligt och mera detaljerad information om produkten visas. Information består av en produkt beskrivning, produkt tillgänglighet i lagret och produktens dimensioner. Ifall produkten finns att beställa så visas en drop down meny där man kan lägga till stycke antal av produkten.



Figur 13. Produkt detaljer för en sipel produkt.



Figur 14. Modifierbara produkter byts produkt informationen ut beroende på val av attribute.

Beroende på produktens typ variant så är designen lite olika på sidan som öppnas. Funktionaliteten för produkt detaljerna är inte fullständig i prototypen. Denna del är väldigt viktig och är en av de delar som kräver mest arbete innan prototypen kan göras operationell.



## 5.5 Varukorgen

Varukorgen är fixerad till över högra hörnet och byter inte plats då användaren rullar ner i webläsaren. Då användaren fokuserar med muspekaren på knappen visas innehållet i korgen. Innehållet visas som en div som kommer fram ovanpå allt annat på sidan. För varje produkt visas respektive namn, antal och pris moms. Dessutom visas en liten produkt bild och ett kryss som tar bort produkten ur varukorgen. Efter sista produkten visas totalsumman samt moms. Under detta finns två knappar, ena tömmer hela korgen och andra förflyttar användaren till kassan betala. Töm korgen funktionen kan möjligtvis tas bort för den operationella butiken.



Figur 15. Varukorgens innehåll visas då muspekaren är över kassa-knappen.

Om användaren klickar på varukorgen så förflyttas även användaren till kassa-sidan. Detta bör tas i beaktande för operationella butiken och försöka hitta en lösning för knappen som förmedlar funktionen tydligt.

## 5.6 Kassan

Sidan för kassan i Magento standard installation är uppdelad på sex olika sidor. För att få en snabbare och effektivare process har detta skede förminskats till en ända

sida(Figur 16). Den nya kassa sidan är förverkligad med One page checkout modulen som modifierats för våra behov.

The screenshot shows a one-page checkout form with two main sections:

- 1 MINA UPPGIFTER**: Contains input fields for 'Förnamn\*', 'Efternamn\*', 'Telefon\*', and 'E-postadress\*'. There is a checkbox for 'Leverans till mig'.
- 2 LEVERANSADRESS**: Contains input fields for 'Förnamn\*', 'Efternamn\*', 'Adress\*', 'Stad\*', 'Postnummer\*', and 'Telefon\*'. Below these is a text area for 'Meddelande till mottagaren' with a character limit of 150.
- GRANSKA DIN BESTÄLLNING**: A summary table of the order items and a date field for 'Önskad leveransdatum: 2/12/2013'. At the bottom right is a large orange 'Beställ' button.

Produktnamn	Antal	Summa (ex.moms)
Mellanstor Teddybjörn	2	1,62 €
Trähjärtan	1	3,23 €
Maria	1	14,52 €
Liten Teddybjörn	2	1,62 €
Moms:		5€
<b>Totalsumma:</b>		<b>26€</b>

Figur 16. Kassa-sidan har komprimerats till en sida.

Som förvalt är att användaren beställer leverans till någon annan än sig själv. Då behöver användaren endast fylla i uppgifterna om eget namn, e-post och telefon nummer. För att kunna leverera paketet behövs mottagarens namn och kontaktuppgifter. Paketet levereras hem till dörren. För leverans av större paket som inte ryms i brevlådan behöver Itella telefonnumret till mottagaren. Ifall användaren beställer produkten till sig själv kan man kryssa för alternativet ”leverans till mig”. Då byts mottagarens fält ut till att begära användarens postuppgift.

Kassa sidan visar även ett sammandrag av produkterna som finns i varukorgen. I detta skede kan inga förändringar i varukorgen göras. Ifall kunden vill byta innehållet i varukorgen bör man gå tillbaka till huvudsidan. Detta är gjort för att kunden inte skall ångra valet i detta skede och gå vidare med transaktionen med alla varor.

Produkterna levereras paketerade i gåvopapper och med ett kort. Användaren kan i fältet "Meddelande till mottagaren" fylla i vilken text som kommer att finnas på kortet. Fältet är begränsat till 150 tecken.

Leveranserna för paketen kommer att förverkligas med endast en leveransmetod. Ingen sektion för leveransmetoder behövs därför inte. För kunder som vill ha en senare leveransdatum en tidigast möjliga har ett fält för detta skapats. Då fältet aktiveras visas en liten kalender med möjliga leverans datum(figur 17). Förvalt värde för detta fält är tidigaste möjliga leveransdatum. Datum som inte är möjliga som veckoslut och helgdagar är inte valbara. Denna kalender är förverkligad med jQuery funktionen datepicker (Bilaga 2).



Figur 17. Datum för leverans väljs med en kalender.

Då användaren trycker på beställ knappen så kontrolleras att alla obligatoriska fält är ifyllda. E-post fältet kontrolleras för att formatet är rätt ([xxxx@xxxx.xxx](#)). Ifall allt är ifyllt korrekt så flyttas användaren till betalningstjänsten.

### 5.6.1 Betalningstjänsten

Betalningen processen är förverkligad genom en utomstående betalningstjänst (Checkout, 2013). Gränssnittet från prototypen använder en färdig modul som installerats och använder testmiljön(sandbox) av tjänsten. Modulen kan uppdateras med de riktiga kredensialerna då butiken förflyttas till produktion. Checkout erbjuder som betalningsmetod alla Finländska nätbanker och större kreditkort. Första steget i processen är att välja

betalningsmetod. Sidan för detta laddas i samma iframe som kassa-sidan. Ifall ingen betalning metod är vald och iframen stängs före betalnings så kommer ingen order att skapas och varukorgen inte att tömmas. Då en betalningsmetod är vald stängs iframen och användaren förflyttas till sidan för nätbanken. Detta skede av processen har man ingen kontroll över, eftersom den är förverkligad av respektive bank. Detta moment vanligt för de flesta webbutiker och ger användare en trygg och bekant känsla.

### **5.6.2 Resultat av betalning**

Om betalningen lyckats visas en sida som tackar användaren för köpet. I detta skede är ordern sparad i databasen och varukorgen tömd. Användaren får e-post som bekräftar köpet. Denna e-post fungerar även som kvitto.

Ifall betalningen blir avbruten eller misslyckas så kommer användaren till en sida som berättar ett fel uppstått. Från sidan finns en länk till huvudsidan. Alla varor finns kvar i varukorgen och en order med status avbruten blir skapad. Genom att skapa en egen order för avbrutna beställningar kan man följa med hur ofta detta sker och analysera ifall det något problem med betalningsprocessen.

## **5.7 Footer sektionen**

Denna sektion innehåller sådana länkar som behöver vara synliga på framsidan. Dessa är länkar till sidorna: om oss, om tjänsten och en kontakta oss funktion. Dessa länkar är sådana som är obligatoriska på nästan alla sidor och det har blivit en standard att placera dem längs ner på sidan. Alla länkar öppnas i iframe med fancybox. Sidorna *om oss* och *om tjänsten* sidan, som innehåller frågor och svar samt leveransvillkor, är statiska sidor som innehåller endast text. Kontakta oss sidan innehåller ett formulär som skickar email till butikens info e-post adress.

## 6 RESULTAT

I detta kapitel granskas hur väl prototypen motsvarar målsättningen. För att mäta detta har uppdragsgivaren fått bekanta sig med prototypen och sedan intervjuats. Frågorna är ställda gällande ursprungliga målsättningen och strävar till att få svar på hur väl lösningarna fungerar.

- Hurudant första intryck ger prototypen?
- Hur tror du att prototypen till talar målgruppen?
- Kunder processen försnabbas?
- Är processen tydlig och intuitiv?
- Skulle de varma värdena kunna reflekteras bättre i strukturen av butiken?
- Är navigeringen bland produkterna förverkligad på ett ändamåls enligt sätt?
- Är socialmedia menyn fungerande som sådan?
- Hur känns administrationen av butiken?
- Finns det någon del av prototypen som kunde som sådan implementeras till den operationella butiken?
- Vilken eller vilka aspekter från prototypen bör förverkligas annorlunda med den operationella butiken?

Intervjun var tömmande och kan sammanfattas följande.

Alla aspekter inom målsättningen har tagits i beaktande. Första intrycket är bra och det viktigaste aspekterna framhävs och endast de väsentligaste funktioner har lämnats kvar. Processen är tydlig och intuitiv och maximalt effektiviserad. Visuella element bör dock tänkas igenom för att försäkra sig att butikens funktioner är tillräckligt tydliga. Butikens varma värden är svåra att reflekteras genom strukturen men kan framhävas via innehållet och produkterna. Därför är det bra att produkterna presenteras tydligt och klart redan på första sidan. Möjligheten att enkelt byta visuella element, gör att man kan söka sig fram för att hitta en färg och visuell design som framhäver en varm atmosfär. Navigationen med det nuvarande antalet produkter fungerar bra. Socialmedia menyn bör granskas noggrannare och utvecklas vidare eftersom den har en viktig roll för marknadsföringen av den operationella butiken. Administrationen av butiken är långsam och

administrations-sidorna laddas långsamt. Att skapa och modifiera produkterna har hittills gjorts manuellt, men i framtiden vore det bra att få CSV importeringen att fungera smidig. Prototypen utgör en bra grund för den operationella butiken. Inga större strukturella förändringar behövs men detaljer och visuella design delen bör bearbetas vidare.

Utifrån denna feedback kommer jag att bearbeta vidare och börja förverkliga den operationella butiken. Prototypen kommer att kompletteras med en del vidare funktionalitet och den befintliga kommer att bearbetas. I detta skede kommer jag även att koncentrera mig på den visuella delen.

## **6.1 Framtida utvecklings modeller**

Fördelen med att använda en databas baserad CMS inventarie är att funktionalitet som att sortera eller filtrera produkter är enkelt att tillämpa. Sidan innehåller för tillfället inget sådan funktionalitet. Med ett litet sortiment är detta inget problem, men då sortimentet ökar kan det vara själ att skapa en meny för sortering av produkter. En tanke som diskuterades var att kunden skulle kunna via rullgardinsmenyer specificera vilken sorts produkt som den söker. Första menyn skulle kunna vara till vem produkten är ämnad, andra menyn orsaken och tredje vara prisklassen.

Kundregistrering är en annan funktionalitet som bör övervägas. Då kan man visa vad kunden tidigare köpt. Man skulle även kunna skapa en kalender som är användaranknuten. Kalendern kunde innehålla för användaren viktiga datum och skicka påminnelse via SMS eller e-post om märkesdagar. Med personliga användarkonton kan man även bra skicka t.ex. julkort till kunderna. Detta är ett enkelt sätt att skapa långvarade kundrelationer och öka kund lojalitet, eftersom detta får kunden omedvetet att känna sig i tacksamhets skuld (Weinschenk, 2009, s.34-35).

Nyhetsbrev kunde även förverkligas för sidan. Detta behöver inte anknytas med registrering till butiken. Nyhetsbrev kan vara nyttiga för att skicka information om kampanjer och nya produkter. Detta bör dock även övervägas och förverkligas med eftertanke. Man vill inte att kunden skall få känslan av ett billigt företag som ständigt skickar reklam.

## 7 SAMMANFATTANDE DISKUSSION

Projektet har varit väldigt lärorikt och intressant. Det som varit absolut största lärdomen är att projekt bör planeras noggrant från första början. Man bör ha klart för sig vilken målsättningen är och hur man vill förverkliga det. Man bör noggrant välja den funktionalitet som skall finnas och efter det inte lägga till mera. Efter att man uppnått den ursprungliga målsättningen kan man sedan starta ett nytt projekt som bygger på den fungerande butiken. Att välja plattform har en viktig del i hur arbetet kommer att utföras. Då man första gången skapar en butik är det svårt att veta hur en viss plattform kommer att passa in för ens behov. Magento har visat sig vara väldigt långsamt och lämpar sig kanske bättre för större företag. Tidtabellerna bör inte skapas med alltför stor optimism. Det är bättre utan att skapa en förläng tidtabell och avklara projektet före avsatt tid.

Som helhet tror jag att den operationella butiken kommer att vara bättre då den är uppbyggd på prototypen, än om den skapats utan modell. Lärdomarna jag fått inom webbprogrammering genom detta projekt kommer att vara värdefulla för mig då den slutgiltiga produkten förverkligas.

## KÄLLOR / REFERENCES

Checkout, 2013. *Checkout maksupalvelu* [Internät sida] Tillgängligt:

<http://www.checkout.fi/> Hämtad 10.12.2013

cPanel, INC, 2013. *cPanel overview*. [Internät sida] Tillgängligt:

<http://cpanel.net/cpanel-whm/> Hämtad 18.11.2013

Domainmaailma. 2011, *Kysymyksiä ja vastauksia domainmaailmasta*. [Internät sida]

Tillgängligt: <http://www.domainmaailma.com/faq/> Hämtad 20.11.2013

Jonneweb, 2013. *Nimipäivä skripti* [Program kod] Tillgängligt:

<http://www.jonneweb.net/esimerkit/javascript/nimipiv.htm> Hämtad 8.11.2013

Itella Oy, 2013. *Itella i korthet* [Internt sida] Tillgängligt:

<http://www.itella.fi/group/svenska/koncernen/itellaikorthet.html> Hämtad 29.11.2013

Jääskeläinen, Janne. 2010, *Verkkopalvelun ostajan opas*, Helsingfors: Talentum, 346 s

Kompassi, 2013. *Checkout-Finland* [Mageno modul] Tillgängligt:

<https://github.com/Kompassi/Checkout-Finland-Magento-module> Hämtad 10.09.2013

Koskinen Jaakko, 2004, *Verkkoliiketoiminta*, Helsingfors: Edita Oy, 400 s

Magento Blog, 2013. *Magento News and Announcements* [Blog inlägg] Tillgängligt:

<http://www.magentocommerce.com/blog/magento-is-the-leading-ecommerce-platform-for-alexas-top-1m-sites/> Hämtad 18.11.2013

Magento Commerce, 2013. *Magento Demoshop* Tillgängligt:

<http://demo.magentocommerce.com/> Hämtad 30.11.2013

Magento Connect, 2013. *Finnish language pack*, Version number: 1.3.0.0.2 [Filpaket]

Tillgängligt: <http://www.magentocommerce.com/magento-connect/magento-community-modules-finnish-finland-language-pack.html> Hämtad 10.09.2013



Magento Connect, 2013. *Swedish language pack*, Version number: 1.8.0.02013 [Filpaket] Tillgängligt: <http://www.magentocommerce.com/magento-connect/swedish-sweden-language-pack.html> Hämtad 10.09.2013

Magento Connect, 2013. *AddThis* [Magento modul] Tillgängligt: <http://www.magentocommerce.com/magento-connect/addthis.html> Hämtad 14.12.2013

Magento, INC 2011. *Magento Design Guide* [PDF-Dokument] Tillgängligt: <http://info.magento.com/rs/magentocommerce/images/MagentoDesignGuide.pdf>

Hämtad 8.11.2013

Malinen, Teemu, 2012. *10 Syytä valita Magento verkkokauppa alustaksi* [Blog inlägg] Tillgängligt: <http://www.sofokus.com/blogi/10-syyta-valita-magento-verkkokauppa-alustaksi/> Hämtad 23.12.2013

Magepsycho, 2013. *jQuery Lightboxes* [Magento Modul] Tillgängligt: <http://www.magepsycho.com/jquery-lightbox-es.html> Hämtad 10.09.2013

Nchannel, 2013, *Why Magento* [Blog inlägg] Tillgängligt: <http://www.nchannel.com/2013/05/22/comparing-magento-go-vs-enterprise-vs-community-how-to-choose-the-right-version/> Hämtad 10.11.2013

Pelkkikangas, Olli, 2010. *Verkkokauppojen alustojen vertailu ja asiakkaiden tarpeiden*. Jyväskylä: Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. 27 s.

Robershaw, Tom, 2013. *Ecommerce survey* [Internät sida] Tillgängligt: <http://tomrobertshaw.net/2013/03/feb-2013-ecommerce-survey/> Hämtad 22.11.2013

Stiftelsen Svensk Industridesign, 2013. *Ordlista* [Internät sida] Tillgängligt: <http://www.svid.se/sv/Hallbarhetsguiden/Process/Design-for-hallbar-utveckling/#P>

Hämtad 23.11.2013

Vehmas Seppo, 2008, *Perusta menestyvä verkkokauppa*, Jyväskylä: WSOY, 320 s

W3schools, 2013. *HTML <DIV> Tag* [Internät sida] Tillgängligt: [http://www.w3schools.com/tags/tag\\_div.asp](http://www.w3schools.com/tags/tag_div.asp) Hämtad 20.11.2013

Weinschenk, Susan, Ph.d. 2009, *Neuro Web Design*, Berkley: New Riders, 147 s

WMHost, 2013. *Webhotellit*. [Internät sida] Tillgängligt:

<http://www.wmhost.com/palvelut/webhotellit> Hämtad 20.11.2013

Unicode Systems, 2013. *Express - One page checkout* [Magento modul] Tillgängligt:

<http://store.unicodesystems.in/extensions/op-checkout-extension.html> Hämtad

10.09.2013

YTJ, 2013. *Yritystietojärjestelmä* [Söktjänst] Tillgängligt: <http://www.ytj.fi> Hämtad

20.11.2013

## BILAGA 1

Dokumentation över bilder som prototypen använder:

Namn	Katalog/namn	Bredd	Höjd
BG left	/site/bg_left.png	250px	100%
BG right	/site/bg_right.png	200px	100%
Header background	/site/header/top.png	100%	50px
Flags	/flags/flag_fi.gif	35px	18px
Info background	/site/info/info_bg.png	100%	150px
Content-shelf right:	/site/shelf/shelf_right.png	192px	50px
Content-shelf center:	/site/shelf/shelf.pn	192px	100%
Content-shelf left:	/site/shelf/shelf_left.png	192px	150px
Shelf bottom right	/site/shelf/end_right.png	50px	75px
Shelf bottom center:	/site/shelf/end_left.png	50px	100px
Shelf bottom left	/site/shelf/end_center.png	50px	100px
Add to cart	site/add_to_cart.png	20px	80px
Add to cart hover	site/add_to_cart_hover.png	20px	80px

## BILAGA 2

Programkod för jQuery datepicker, tillämpat för finsk kalender.

```
jQuery('#datepicker').datepicker({
    minDate: min_ship,
    firstDay: 1,
    beforeShowDay: noWeekendsOrHolidays
});
```

```
function noWeekendsOrHolidays(date) {
    var noWeekend = jQuery.datepicker.noWeekends(date);
    if (noWeekend[0]) {
        return unavailable(date);
    } else {
        return noWeekend;
    }
}
```

```
function unavailable(date) {
    var noship =
["1.1","6.1","3.2","10.2","17.3","24.3","29.3","31.3","1.4","1.5","9.5","19.5","19.5","26
.5","22.6","30.6","14.7","29.9","2.11","24.11","6.12","25.12","26.12"];

    var dm = date.getDate();
    var dd = date.getMonth() + 1;
    var str = dm + "." + dd;

    if (jQuery.inArray(str, noship) == -1) {
        return [true, ""];
    } else {
        return [false, "", "Unavailable"];
    }
} });
```