

Joni Vuorinen

**YRITYKSEN VISUAALISEN ILMEEN SUUNNITTELU JA
VERKKOSIVUSTON LUONTI**

Case: Fincobros Oy

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Mediatekniikan koulutusohjelma
Lokakuu 2018**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Lokakuu 2018	Tekijä/tekijät Joni Vuorinen
Koulutusohjelma Mediatekniikka		
Työn nimi Yrityksen visuaalisen ilmeen suunnittelu ja verkkosivuston luonti.		
Työn ohjaaja Hannu Puomio		Sivumäärä 19
Työelämäohjaaja Jarkko Vuorinen		
Tämän opinnäytetyön tavoite oli luoda Fincobros Oy:lle yrityksen identiteettiä kuvaava visuaalinen ilme sekä yrityksen tarpeet täyttävä verkkosivusto. Visuaalinen ilme luotiin yrityksen logon-, liikemerkin ja värimaailman suunnittelun avulla. Verkkosivuston luomisessa käytössä oli WordPress-sisällönhallintajärjestelmä. Opinnäytetyössä edetään vaihe vaiheelta samassa järjestyksessä kuin missä itse työn toteutin. Näin lukija saa pääpiirteisen käsityksen tämän kaltaisen projektin toteutuksesta alusta loppuun. Lopuksi tarkastellaan valmista kokonaisuutta sekä pohditaan sen kehitysmahdollisuuksia.		

Asiasanat Fincobros, liikemerkki, logo, responsiivisuus, typografia, verkkosivusto, väriharmonia, WordPress

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date October 2018	Author Joni Vuorinen
Degree programme Media technology		
Name of thesis The design and creation of a corporate image and a business website.		
Instructor Hannu Puomio		Pages 19
Supervisor Jarkko Vuorinen		
The objective of this thesis was to both design a corporate image that would reflect the identity of Fincobros Oy, and to build a website that would fulfil their needs as a company. The visual aspects of building a corporate image were accomplished through the design of a company logo and colour scheme. The website was built using WordPress. We progress through the thesis step by step, in the same order as the project was completed. By doing so we enable the reader to get an overarching grasp as to what's included in a project of this kind. Finally, we look at the end result and discuss the possibilities of improvement.		
Key words Colour harmony, Fincobros, logo, responsiveness, typography, website, WordPress		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Alidomain	Alidomain on varsinaisen verkkotunnuksen alle luotu irrallinen osio.
Call To Action	Call To Action on web-suunnittelussa käytetty toimintakehote.
CSS	Cascading Style Sheet on erityisesti WWW-dokumenttien tyylinohjaukseen kehitetty kieli.
HTML	Hypertext Markup Language on kuvauskieli, jota käytetään verkkosivujen rakenteen kuvaamiseen.
MySQL	Relaatiotietokantaohjelmisto, jota käytetään useissa isoissa verkkosivustoissa tietokantana.
PHP	Dynaamisten web-sivujen luomisessa laajalti käytetty ohjelmointikieli.
Responsiivisuus	Verkkosivuston sisällön mukautuvuus eri alustoille.

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 VISUAALINEN ILME	2
2.1 Typografia.....	2
2.2 Värät.....	3
2.2.1 Mitä on väri?	3
2.2.2 Värien ominaisuuksia	3
2.2.3 Väriharmonia	4
2.2.4 Värien vaikutukset	5
2.3 Logo ja liikemerkki	6
3 VERKKOSIVUSTON LUONTI.....	8
3.1 WordPress.....	8
3.1.1 Asennus ja käyttöönotto	8
3.1.2 Konfigurointi	10
3.1.3 Teemat.....	10
3.1.4 Lisäosat.....	11
3.2 Sisällön valmistelu	12
3.3 Sisällön luonti	13
3.3.1 Etusivu.....	13
3.3.2 Projektit-sivu	14
3.3.3 Yhteystiedot-sivu	15
3.3.4 Sivuston julkaisu	16
3.4 Responsiivisuus.....	16
4 POHDINTA	18
LÄHTEET	19
LIITTEET	

KUVAT

KUVA 1. Fincobros Oy:n typografinen logo.....	3
KUVA 2. Väriympyrä.....	4
KUVA 3. Fincobros Oy:n tunnusvärit	5
KUVA 4. Fincobros Oy:n liikemerkki ja logo.....	7
KUVA 5. Fincobros Oy:n vaihtoehtoiset liikemerkit	7
KUVA 6. cPanel-hallintapaneelin WordPress-asennuspaketti	9
KUVA 7. Fincobros Oy:n WordPress-kirjautumissivu	9
KUVA 8. Favicon välilehdessä.....	10
KUVA 9. OceanWP-teema.	11
KUVA 10. Elementorin käyttöliittymä.	12
KUVA 11. Verkkosivuston etusivun loppuosa.....	14
KUVA 12. Projektit-sivu.	15
KUVA 13. Yhteystiedot-sivu.....	16

KUVA 14. Responsiivinen sivusto	17
---------------------------------------	----

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella Fincobros Oy:lle nykyaikainen, massasta erottuva yrittysidentiteetti sekä suunnitella ja toteuttaa verkkosivustokokonaisuus, jota hyödyntäen yritys saisi näkyvyyttä ja uusia asiakkaita.

Fincobros Oy on mm. teräs- ja julkisivuasennuksia tekevä suomalainen yritys, joka on toiminut tätä opinnäytetyötä kirjoitettaessa viidessä eri maassa, pääosin Pohjois-Euroopassa. Koska yritys on kuitenkin niin henkilöstöltään kuin liikevaihdoltaan melko pieni yritys, herätti se verkkosivuston luomisessa tietynlaisia haasteita. Vaikkakin sivuston tulisi olla moderni, toimiva ja responsiivinen on vaarana, että liian suuren kokonaisuuden luominen herättää potentiaalisissa asiakkaissa turhankin suuren kuvan yrityksen projektintoteutusmahdollisuuksista.

Opinnäytetyö koostuu kahdesta pääluvusta, joista ensimmäisessä käsitellään visuaalista ilmettä sekä siihen liittyviä käsitteitä ja lopuksi perehdytään logon- ja liikemerkin suunnitteluun. Toisessa pääluvussa keskitytään verkkosivun luomiseen ja toteutukseen, WordPress-sisällönhallintajärjestelmään sekä responsiivisuuteen. Lopuksi vielä pohditaan valmiin työn kehitysmahdollisuuksia.

Opinnäytetyön lähteinä on käytetty niin verkosta löytyvää materiaalia kuin alan kirjallisuutta, joista esimerkkeinä Jukka K. Korpelan ja Tero Linjaman kirjoittama Web-suunnittelu sekä Markus Itkosen kirjoittama Typografian käsikirja.

2 VISUAALINEN ILME

Visuaalinen ilme tarkoittaa kaikkea sitä mitä yrityksestä voidaan havaita eri aisteilla. Siihen kuuluvat yrityksen nimi, logo, liikemerkki, tunnusvärit sekä muut yrityksen graafiset elementit kuten kotisivut.

Visuaalisen suunnittelun perusta on eri elementtien yhteen saattaminen graafisesti niin, että ne välittävät halutun viestin tietyssä kontekstissa. Välitettävää viestiä ja sen esitystapaa voidaan hallita käytettyjen elementtien harkitulla sijoittelulla ja korostuksella. Näitä elementtejä ovat pääasiallisesti sanat, kuvat ja kuviot yhdistettyinä värien käyttöön. (Swann 1987.)

2.1 Typografia

Termi typografia tulee kreikan kielen sanoista typos (merkki) ja grafein (kirjoittaa). Yleisimmät kirjaintyytit voidaan jakaa muotoilunsa perusteella kahteen pääkategoriaan: antiikva ja groteski. Antiikva tarkoittaa sitä, että kirjaimissa on eri vahvuisia viivoja vaakasuorilla päätteillä. Pystysuoraan kulkevat viivat ovat paksuja, kun taas vaakasuoraan kulkevat viivat ohuita. Kirjoitettaessa vasemmalta oikealle, ylöspäin suuntaavat viivat ovat ohuempia kuin alaspäin suuntaavat viivat. Antiikvaa käytetään useimmiten kirjoissa tai muissa medioissa, joissa tekstimäärä on suuri. Toisin kuin antiikva, groteski on päätteetön, muotojen ja viivojensa osalta lähestulkoon tasavahva kirjaintyyli. Groteski toimii parhaiten pienissä tekstimäärissä ja sitä käytetäänkin usein verkkosivustoilla. Antiikva ja groteski tunnetaan myös termeillä serif (päätteellinen) ja sans serif (päätteetön). (Itkonen 2007, Häkkinen 2015.)

Käytin Fincobros Oy:n liikemerkin kirjaisinvalinnassa Russo One-fonttia. Kyseessä on groteski, eli päätteetön fontti. Valitsin fontin koska koin sen tuovan liikemerkkiin auktoriteettista ulkonäköä, olematta kuitenkaan liian vanhanaikainen tai huomiota herättämätön. Muokkasin fonttia laajentamalla hieman kirjainvälitystä. Liikemerkin yhteydessä toimiva typografia on sommiteltu länsimaista luentatottumusta noudattaen yrityksen tunnuksen oikealle puolelle.

Fincobros Oy

KUVA 1. Fincobros Oy:n typografinen logo.

2.2 Värit

2.2.1 Mitä on väri?

Väri on kaikessa yksinkertaisuudessaan valoa. Valolla on lukemattoman useita lähteitä, mutta täällä maapallolla valosta puhuttaessa viittaamme useimmiten auringosta peräisin olevaan, aaltomuotoiseen magneettiseen säteilyyn. Jokaiselle värille on oma aallonpituutensa. Ihmisen aistittavissa olevien värien aallonpituuksista lyhin on violetilla, pisin taas puolestaan punaisella. (Hintsanen 2007.)

On myös värejä joita ihminen ei kykene havaitsemaan silmin. Esimerkiksi infrapuna on pitempiaaltoisempaa kuin ihmisen silmien havaintokyky mahdollistaa näkemään. (Hintsanen 2007.)

2.2.2 Värien ominaisuuksia

Kun puhutaan värien ominaisuuksista visuaalisen suunnittelun kannalta, tulee ensimmäiseksi vastaan kolme käsitettä: sävy, kirkkaus ja kylläisyys. Sävyllä tarkoitetaan sitä valon aallonpituutta, jonka ihmiset ovat yhdistäneet värin nimeen. Esimerkiksi käyttäessämme sanaa punainen, viittaamme (useimmiten sitä tiedostamatta) tiettyyn valon aallonpituuteen. (Lammi 2009.)

Kirkkaus tarkoittaa värin tummuusastetta joka kertoo, kuinka kaukana olemme mustasta tai valkoisesta väristä. Kylläisyydellä tarkoitetaan värin väripitoisuutta (voidaan puhua myös harmaapitoisuudesta). Väriä laimennettaessa sen puhtaus ja vahvuus vähenevät. Värikylläisyydeltään alhaisista väreistä toimii hyvänä esimerkkinä pastellivärit. (Lammi 2009.)

2.2.3 Väriharmonia

Yksi tärkeä väreihin liittyvä termi on väriharmonia. Väriharmonialla tarkoitetaan värien sointuvuutta keskenään. Väriharmonioita ovat: lähiväriharmonia, vastaväriharmonia, yksiväriharmonia ja valööriharmonia. Lähiväriharmoniaassa käytetään nimensä mukaisesti värejä, jotka ovat lähellä toisiaan väriympyrässä, esimerkiksi sinistä, violettia ja punaista. Vastaväriharmonia puolestaan perustuu ympyrässä toisiinsa vastakkain olevien värien käyttöön. (Korpela & Linjama 2003.)

Vastavärit luovat suuren kontrastin, joten niiden käytössä on syytä olla tarkkana, ettei lopputuloksesta tule liian jyrkkä tai riitaisa. Yksiväriharmonia tarkoittaa yhden värin eri kirkkausasteiden yhdistämistä. Yksiväriharmoniaasta käytetään myös nimitystä monokromaattinen värimaailma. Valööriharmoniaassa taas käytetään vain harmaan eri sävyjä. Valööriharmoniaa hyödyntäen saadaan esimerkiksi painotuotteista helposti luettavia. (Korpela & Linjama 2003.)



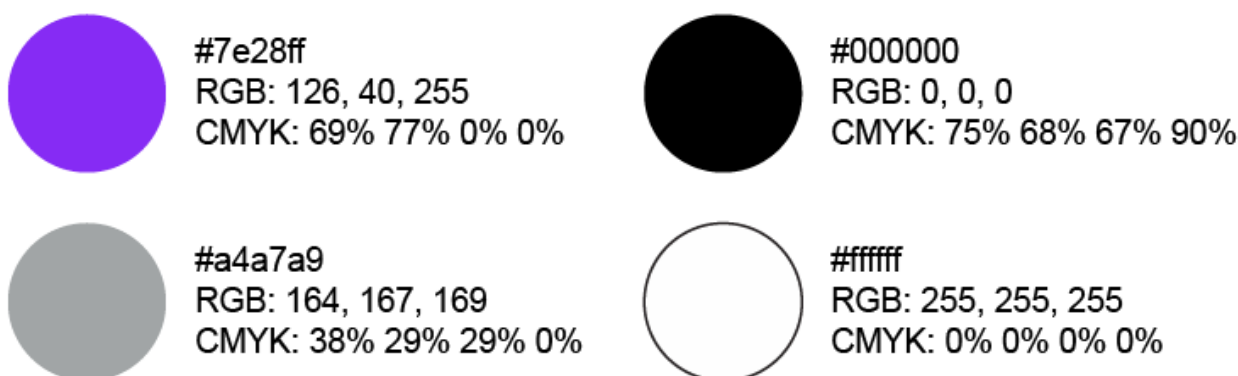
KUVA 2. Väriympyrä

2.2.4 Värien vaikutukset

Väreillä on vahva psykologinen vaikutus ihmiseen assosiaatioiden kautta. On totuttu siihen, että taivas on sininen, ruoho vihreää, veri punaista ja appelsiini oranssi. Väreillä on myös monia pitkän ajan kuluessa vakiintuneita symbolisia merkityksiä. Esimerkiksi sinistä pidetään etäännyttävänä ja rauhoittavana värinä, kun taas keltaista pidetään valovoimaisena, iloisena ja piristävänä värinä. Violettia puolestaan pidetään arvokkuuden ja mystisyyden värinä. (Korpela & Linjama 2003.)

Värien yhdistelmät taas tuovat esiin aivan erilaisia merkityksiä ja tottumuksia. Kun yhdistetään keltainen punaisen värin kanssa, saadaan aikaan vaikutelma halvasta (Salen käyttämät värit, entiset Halpa-Hallin värit) tai vaarasta (varoitukset tieliikenteessä). Valkoista taas käytetään usein yhdessä sinisen rauhoittavan vaikutuksen kanssa esimerkiksi useiden kuntien ja kaupunkien kotisivuilla. Täytyy kuitenkin muistaa, että eri kulttuureissa on erilaiset väritottumukset, joten kaikki väriyhdistelmät eivät välttämättä tarkoita samaa asiaa eri maissa.

Fincobros Oy:n tunnusväreiksi valitsin mustan, valkoisen, harmaan ja violetin. Mustan ja valkoisen valitsin mahdollisimman helpon luettavuuden sekä suuren kontrastin vuoksi. Harmaa väri puolestaan sopii kyseisien värien rinnalle ja oli oleellinen osa yritystunnuksen suunnittelua. Violetti puolestaan päättyi valituksi sen tuomien mielikuvien johdosta. Halusin yhdistää violetin tuoman arvokkuuden mielikuvan mustan ja valkoisen luoman kontrastin ohelle tuomaan tunnukseen hieman väriä välttääkseni kokonaisvaltaisen valööriharmonian. Toin violettia hieman kohti punaista väriympyrässä saadakseni aikaan modernimman värin koska koin puhtaan violetin herättävän liian passiivista mielikuvaa.



KUVA 3. Fincobros Oy:n tunnusvärit.

2.3 Logo ja liikemerkki

Logo on yrityksen nimen graafinen esitystapa, jonka tehtävä on auttaa yritystä erottumaan kilpailijoistaan. Logon suunnittelun tarkoituksena on saada aikaan lopputulos, jonka nähdessään asiakas tunnistaa sen välittömästi ja joka herättää asiakkaassa luottamusta. Liikemerkki puolestaan on yrityksen symboli, jonka tehtävä on saada näkijä tunnistamaan kyseessä oleva yritys tai tuote välittömästi. Hyvin suunniteltu ja toteutettu logo tai liikemerkki toimii lähes missä tahansa koossa, värillisenä tai ilman. (Cass 2009.)

Hyvän logon tai liikemerkin suunnittelu koostuu viiden tärkeän ominaisuuden yhdistämisestä: yksinkertaisuus, mieleenpainuvuus, ajattomuus, monipuolisuus sekä asianmukaisuus. Yksinkertaisuuden tärkeys tulee esille varsinkin, kun kokoa pienennetään. Esimerkiksi yksinkertaisuudestaan tunnettu Niken liikemerkki säilyy tunnistettavana myös erittäin pienessä koossa. Mieleenpainuvuudesta hyvä esimerkki on McDonald'sin liikemerkki. Jo pelkkä kaareva keltainen M-kirjain usein riittää halutun mielikuvan luomiseen, varsinkin punaista taustaa vasten. Ajattomia liikemerkkejä ja logoja ovat esimerkiksi Coca-Colan tai Applen tunnukset. Monipuolisuudella tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin logo tai liikemerkki toimii eri printtialustoissa. Asianmukaisuus, eli kuinka hyvin yrityksen logo tai liikemerkki soveltuu käyttöympäristöön, vaikuttaa oleellisesti varsinkin värimaailman ja fontin valintaan. Esimerkiksi lapsille suunnattuja tuotteita valmistavan yrityksen on paljon suotavampaa käyttää ja sekoitella räikeitä värejä, kuin vaikkapa lakitoimiston. (Cass 2009.)

Fincobros Oy:n liikemerkkiä luodessani aloitin logosuunnittelun perusteista. Alkuperäinen ajatukseni muotoilun osalta oli käyttää liikemerkissä jotain yrityksen nimessä olevista kirjaimista. Koska Facebook on saavuttanut pienen F-kirjaimen käytöstä liikemerkissä lähestulkoon voittamattoman yhdistelmän omalle brändilleen, päätin käyttää pienen kirjaimen sijaan isoa kirjainta. Lisäksi halusin saada liikemerkkiin liikettä passiivisuuden minimoimiseksi, joten käytin edellä nähtyä harmaata väriä kolmiulotteisuuden luomiseen siten, että loin varjostuksen F-kirjaimen vasemmalle puolelle. En ollut vielä tyytyväinen tulokseen, sillä tuolla hetkellä liikemerkistä ei voinut saada minkäänlaista käsitystä siitä, minkä alan yrityksestä on kyse. Päädyin muokkaamaan liikemerkkiä siten, että yhdistin siihen jakoavaimen muotoisen upotuksen F-kirjaimen toisen vaakaviivan vasemmalle puolelle. Lopuksi yhdistin liikemerkin ja logon sekä loin yritykselle vaihtoehtoisia liikemerkkejä käytettäväksi eri esitysympäristöihin.



KUVA 4. Fincobros Oy:n liikemerkki ja logo.



KUVA 5. Fincobros Oy:n vaihtoehtoiset liikemerkit.

3 VERKKOSIVUSTON LUONTI

Verkkosivuston luonnissa oli kannaltani onni, että yrityksellä oli jo valmis domain-nimi. Serverille oli myöskin jo asennettuna cPanel-hallintapaneeli. Tässä vaiheessa täytyi päättää, kirjoitanko verkkosivuston koodin täysin itse, vai käytänpö apunani sisällönhallintajärjestelmää. Päätin käyttää sisällönhallintajärjestelmää nimeltä WordPress.

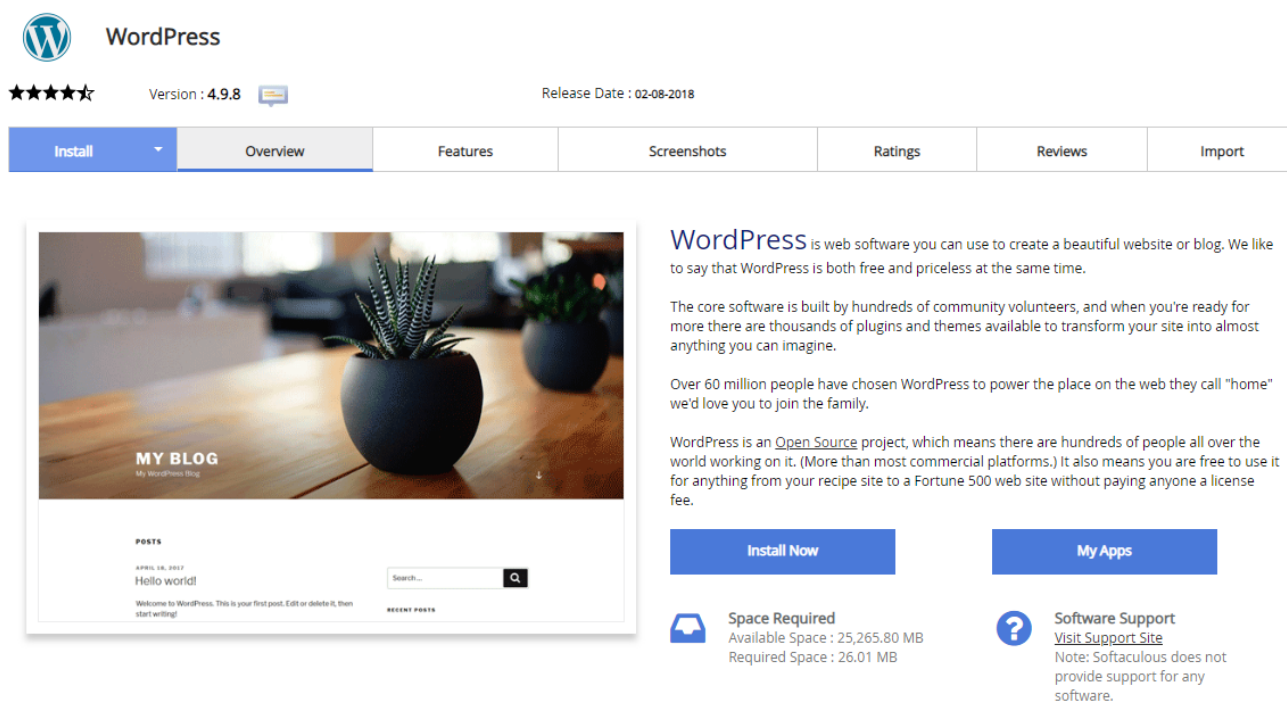
3.1 WordPress

WordPress on avoimen lähdekoodin julkaisualusta ja sisällönhallintajärjestelmä, jolla on erittäin aktiivinen yhteisö. WordPressin web-pohjainen käyttöliittymä on hyvin käyttäjäystävällinen, jota käytetään verkkoselaimella. Sivustojen muokkaamisen voi hoitaa myös tabletilla tai kännykällä.

WordPressiä käyttää noin 27,5% kaikista maailman verkkosivustoista. Sisällönhallintajärjestelmien markkinaosuus WordPressillä on noin 60,2%. Muita julkaisualustoja ovat mm. Joomla! ja Drupal. (Salminen 2018, Smith 2018.)

3.1.1 Asennus ja käyttöönotto

WordPressin asennukseen tarvitaan yleensä internet yhteys, jokin FTP-ohjelma, FTP- ja MySQL tunnukset sekä uusin WordPress-versio. Omassa tapauksessani pystyin hyödyntämään cPanelin sisältämää asennuspakettia. Asennuspaketin käyttö helpotti huomattavasti koko asennusprosessia ja kokonaisuudessaan WordPressin asentaminen kesti vain noin kymmenen minuuttia.



The image shows the WordPress installation interface within a cPanel environment. At the top, the WordPress logo is displayed next to the text "WordPress". Below this, there are five stars, the version number "4.9.8", and the release date "02-08-2018". A navigation bar contains tabs for "Install", "Overview", "Features", "Screenshots", "Ratings", "Reviews", and "Import". The "Install" tab is currently selected.

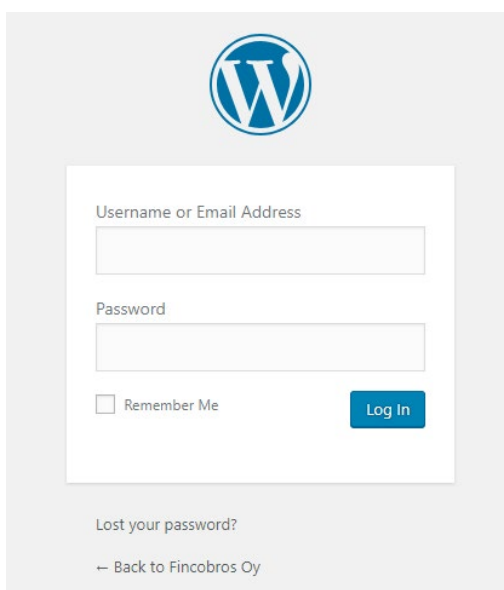
On the left, there is a preview of a WordPress blog theme titled "MY BLOG". The preview shows a header image with a potted plant, a search bar, and a list of recent posts. The first post is dated "APRIL 08, 2017" and titled "Hello world!". Below the preview, there is a "RECENT POSTS" section.

On the right, there is a description of WordPress: "WordPress is web software you can use to create a beautiful website or blog. We like to say that WordPress is both free and priceless at the same time." It mentions that the core software is built by hundreds of community volunteers and that there are thousands of plugins and themes available. It also states that over 60 million people have chosen WordPress to power the place on the web they call "home".

Below the description, there are two buttons: "Install Now" and "My Apps". To the right of the "Install Now" button, there is a section titled "Space Required" which shows "Available Space : 25,265.80 MB" and "Required Space : 26.01 MB". To the right of the "My Apps" button, there is a section titled "Software Support" which includes a link to the "Visit Support Site" and a note stating "Note: Softaculous does not provide support for any software."

KUVA 6. cPanel-hallintapaneelin WordPress-asennuspaketti.

Asennuksen aikana valitaan käytettävä protokolla, jossa suosituksena on HTTPS-protokolla, mikäli sivusto sitä tukee. Tämän jälkeen valitaan domain, jolle WordPress asennetaan, sekä eritellään asennuskansio, mikäli sellaista halutaan käyttää. Verkkosivustoa tehdessäni käytin alidomainia välttääkseni tilanteen, jossa potentiaaliset asiakkaat erehtyisivät keskeneräiselle sivustolle. Lopuksi sivusto nimetään ja luodaan ylläpitäjälle käyttäjätunnus ja salasana.



The image shows the WordPress login page. At the top, there is a large WordPress logo. Below the logo, there is a white box containing the login form. The form has two input fields: "Username or Email Address" and "Password". Below the "Password" field, there is a checkbox labeled "Remember Me". To the right of the checkbox, there is a blue button labeled "Log In". Below the login form, there is a link that says "Lost your password?". At the bottom, there is a link that says "← Back to Fincobros Oy".

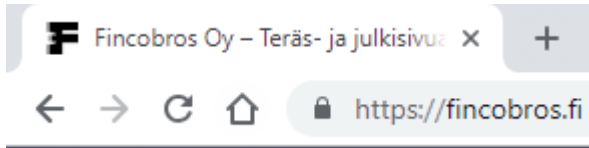
KUVA 7. Fincobros Oy:n WordPress-kirjautumissivu.

3.1.2 Konfigurointi

Ensimmäisenä asiana WordPressin asentamisen jälkeen on syytä päivittää WordPress, mikäli päivityksiä on saatavilla. Tämän jälkeen on hyvä vaihtaa kestopainikkeet haluttuun muotoon. Kestopainikkeet määrittelevät sen, millainen sivuston linkkirakenne on. Fincobros Oy:n tapauksessa kestopainikkeet ovat määritetty osoittamaan vain itse verkkosivun osoite ja alisivun nimi.

WordPress luo automaattisesti artikkelin nimeltä Hello World! sekä sivun nimeltä Sample Page. Artikkeleita en Fincobros Oy:n sivustolla käyttänyt, joten poistin sen. Sample Pagen poistamisen jälkeen tein sivustolle tarvitsemäni uudet sivut.

Sivuston mukautusta osiosta muokkasin ensimmäisenä sivun identiteettiä osiota. Sivuston otsikon ja kuvituksen muokkaamisen jälkeen lisäsin sivustolle faviconin eli pienen, selaimen välilehdessä sivuston otsikon vasemmalla puolella sijaitsevan ikonin. Tämän jälkeen tein sivustolle päävalikon, johon lisäsin tekemäni, sillä hetkellä vielä tyhjillään olevat sivut. Asetin myöskin etusivun näyttämään staattista etusivua uusimpien artikkelien sijaan.

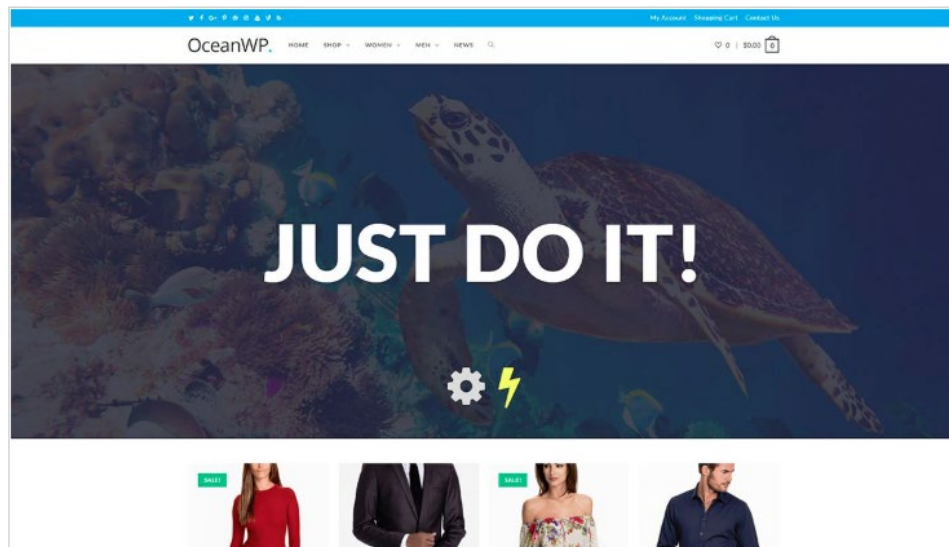


KUVA 8. Favicon välilehdessä.

3.1.3 Teemat

Teemat ovat WordPressin kanssa toimivia graafisen ulkoasun muokkaavia malleja, jotka toimivat sivuston päällä ja ne sisältävät usein teeman mallitiedostojen lisäksi kuvia, CSS-tyylitiedostoja sekä tarvittavia PHP-kooditiedostoja. Teeman asennus ei vaikuta itse WordPressin ohjelmistoon. (WordPress Codex 2018.)

Fincobros Oy:n verkkosivustolle valitsin teeman nimeltä OceanWP. OceanWP on kevyt, responsiivinen ja hyvin muokattavissa oleva teema.

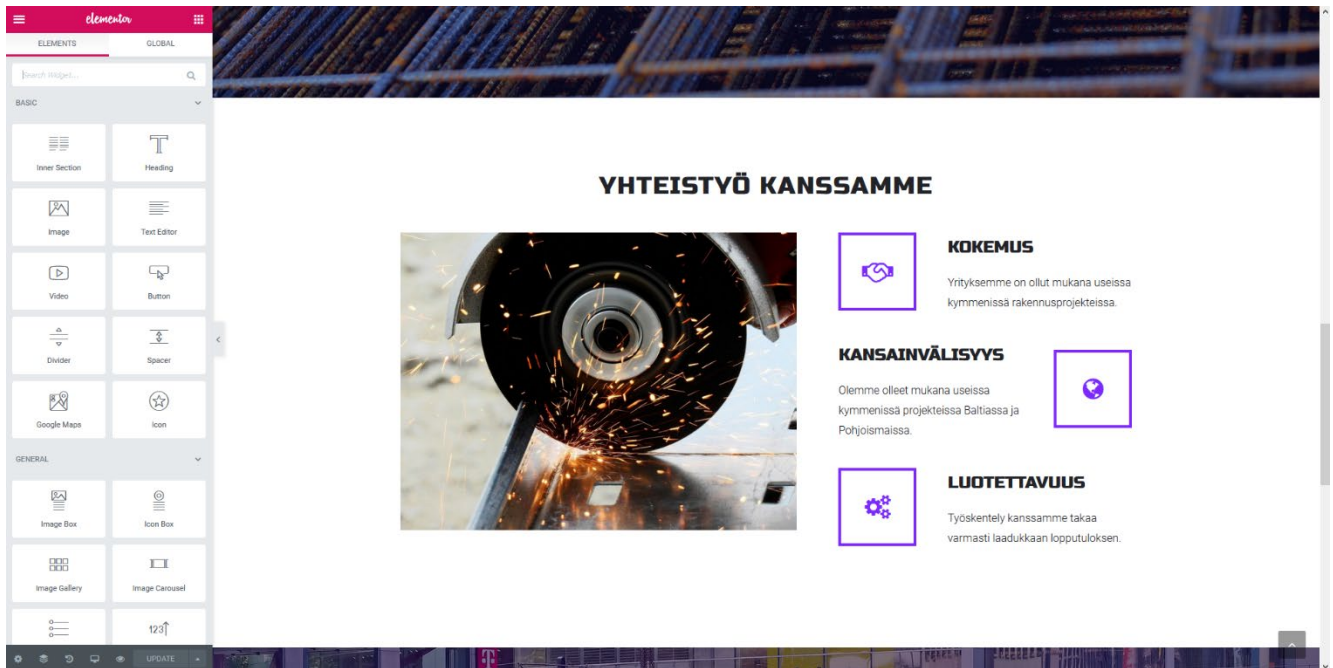


KUVA 9. OceanWP-teema.

3.1.4 Lisäosat

Lisäosat ovat keino lisätä, muokata ja laajentaa jo ennestään WordPressin sisältämiä toimintoja. Oletuksena WordPressin mukana tulevat lisäosat ovat Akismet ja Hello Dolly. (WordPress Codex 2018.)

Fincobros Oy:n verkkosivuja rakentaessani käytössäni oli kolme lisäosaa: Ocean Extra, All-in-One WP Migration sekä Elementor. Ocean Extra toi käytettäväksi uusia vimpaimia. All-in-One WP Migration oli käytössä sivuston siirtämisestä alidomainilta päädomainille. Elementor puolestaan on sivurakentaja, joka helpottaa huomattavasti itse sivujen sisällön tuottamista.



KUVA 10. Elementorin käyttöliittymä.

3.2 Sisällön valmistelu

Fincobros Oy:llä ei ollut sivuston rakentamisen kannalta sisältöön sopivaa kuvamateriaalia projektikuvia lukuun ottamatta, joten käytin hyödykseni CC0-lisenssillä (Creative Commons 0, tekijä luopuu kaikista yksinoikeuksistaan) varustettuja kuvia, joita löysin Pixabay-nimiseltä verkkosivustolta. Tarkoitukseni oli käyttää kuvia, jotka liittyivät olennaisesti rakennustyömaatoimintaan. Tätä opinnäytetyötä kirjoitettaessa Fincobros Oy:n verkkosivustolla on käytössä seitsemän CC0-lisenssillä varustettua kuvaa. (Toikkanen 2015.)

Elementor lisäosalla voi rakentaa sivustoja käyttämällä siihen sisältyviä vimpaimia, upottamalla siihen valmista tai itse kirjoitettua HTML-koodia tai käyttämällä valmiita templateja eli malleja. Templatet voivat sisältää jopa kokonaisen verkkosivuston sivun mallikappaleen, joita voi itse muokata omiin käyttötarkoituksiin. Käytin sivuston rakennuksessa hyödyksi Tyler Mooren verkkosivuillaan julkaisemia templateja, vimpaimien käytön lisäksi.

Call To Action (lyh. CTA), eli toimintakehote on usein verkkosivustoilla nähtävissä oleva painike, joka kehottaa tekemään jotain. Sen sijaan, että käyttäjää kehoitettaisiin tekemään jotain myöhemmin, CTA:n tarkoituksena on saada käyttäjä reagoimaan kehotukseen mahdollisimman pian. Hyviä esimerkkejä tästä ovat esimerkiksi kehotteet 'kokeile ilmaiseksi' tai 'liity heti'. (Ahola 2016.)

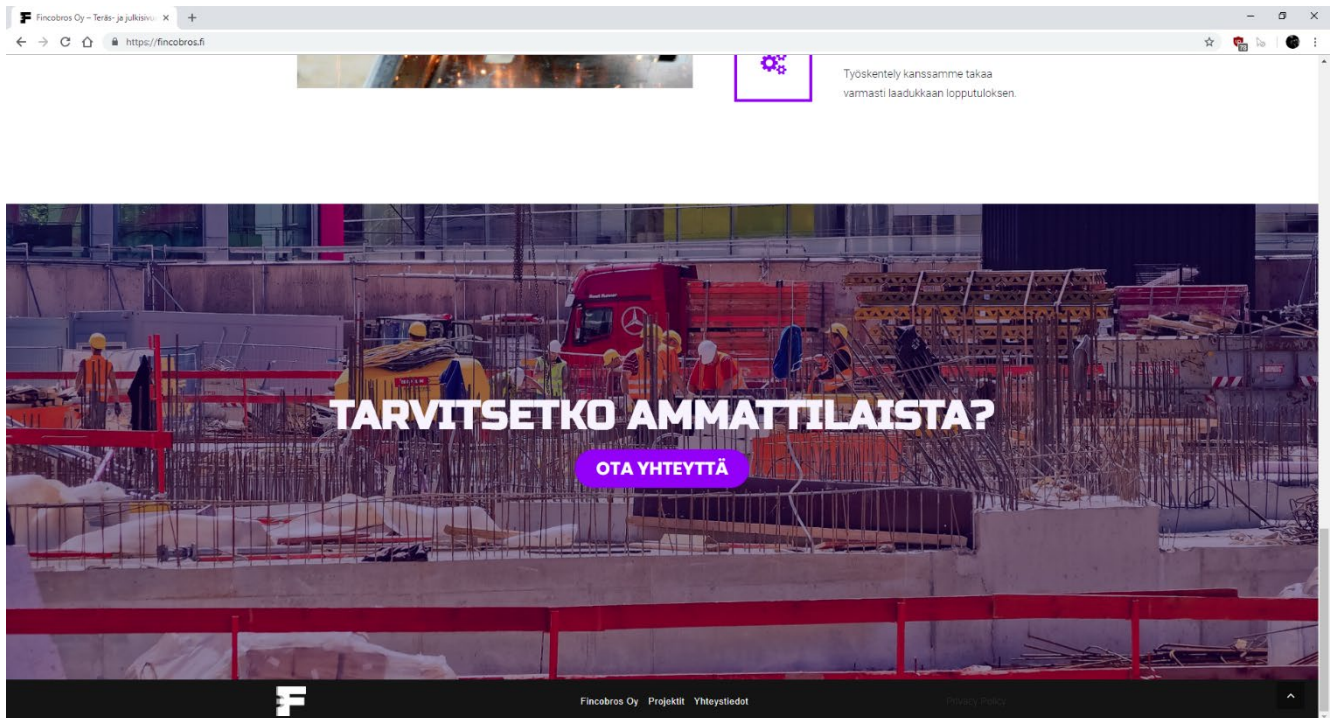
3.3 Sisällön luonti

3.3.1 Etusivu

Lähdin luomaan Fincobros Oy:n etusivua sillä ajatuksella että sen tulisi sisältää lyhyt kuvaus itse yrityksestä, vierailijaa kiinnostavaa tietoa yrityksen toiminnasta sekä useita CTA-painikkeita, jotka saisivat vierailijan saumattomasti siirtymään verkkosivuston eri osiin.

Valitsin suunnittelemistani liikemerkeistä käyttöön pelkistetyimmän version, sillä koin sen sopivan hyvin sivuston yläpalkkiin niin, että tilaa jäisi värinkäytölle itse sivulla enemmän. Värimaailmaksi valitsin yrityksen tunnusvärit. Käytin violettia väriä luomaan sivulle yhtenäisen, modernin ulkoasun.

Jaottelin sivuston sommittelultaan mielestäni sopivan mittaisiin vaakapalkkeihin, jotka vaihtelevat valkoisen ja violetin väriteeman välillä. Lisäsin CTA-painikkeita sivun keskivaiheille ja loppuun antaakseni vierailijalle tunteen sivustolla liikkumisen saumattomuudesta sekä jotain tehtävää sivun loppuun selattuaan.

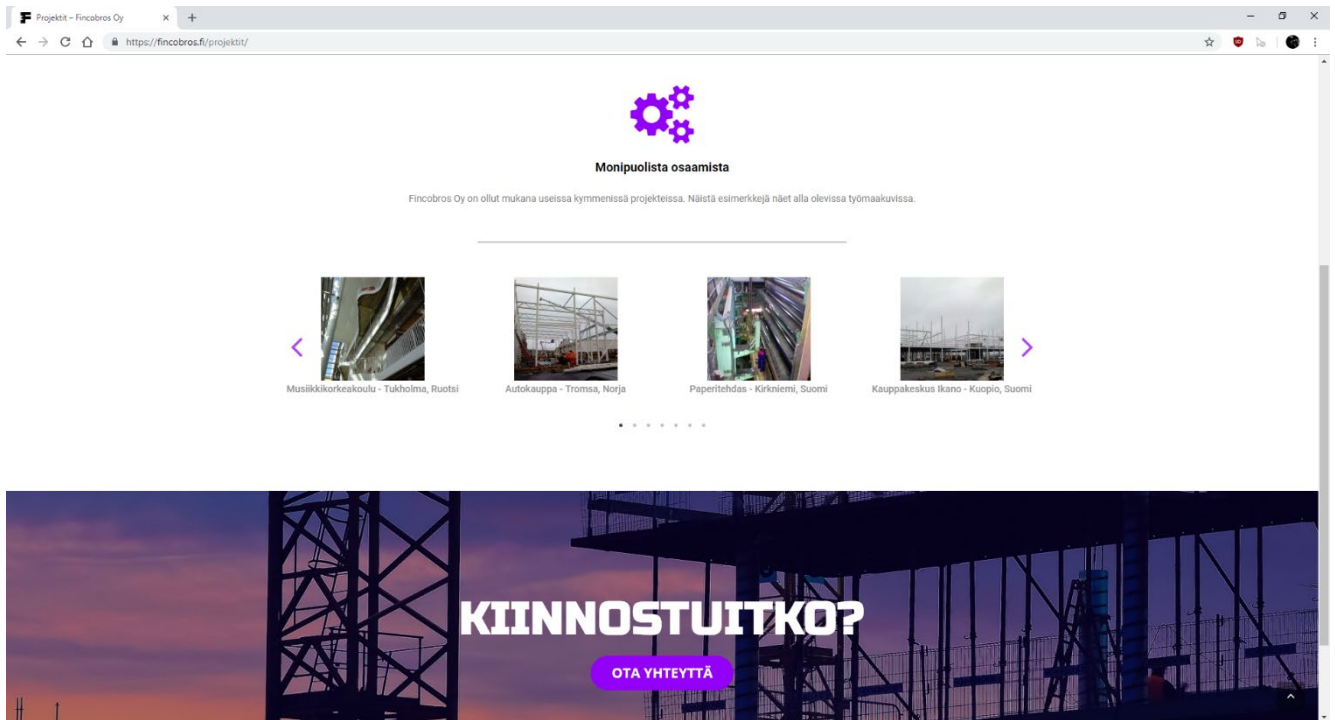


KUVA 11. Verkkosivuston etusivun loppuosa.

3.3.2 Projektit-sivu

Projektit sivun keskeinen osa on näyttää potentiaalisille asiakkaille esimerkkejä projekteista, joissa yritys on ollut mukana. Sivun alkupuolen kuvan jälkeen kirjoitin lyhyen tekstin, jonka tarkoitus on vahvistaa mielikuvaa ammattitaidosta jo ennen kuin vierailija kerkeää aukaisemaan yhtään kuvaa alla olevasta slideshow-galleriasta.

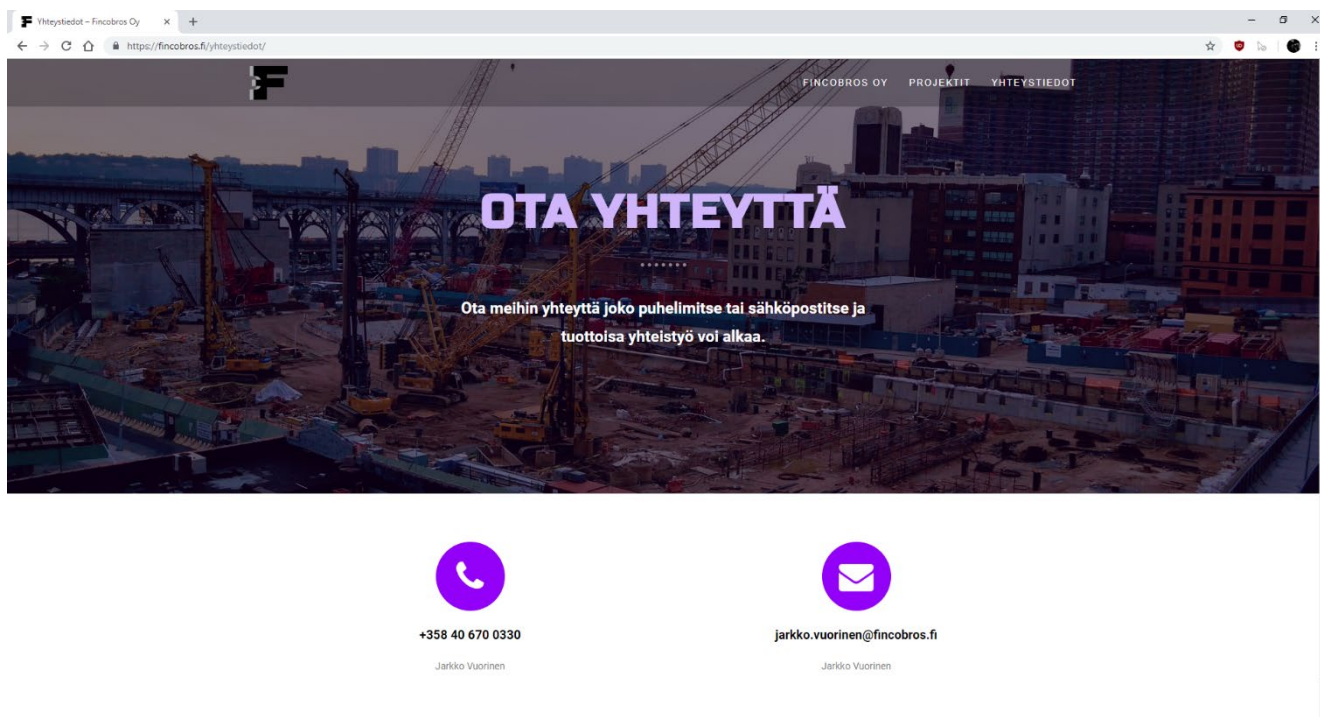
Loppuun lisäsin CTA-painikkeen ohjaamaan yhteystietosivulle, sekä tekstin korostamaan painikkeen jo valmiiksi suoraa kehotetta.



KUVA 12. Projektit-sivu.

3.3.3 Yhteystiedot-sivu

Yhteystiedot-sivun rakensin sillä olettamuksella, että kyseiselle sivulle päätenyt vierailija on yhteystyöstä kiinnostunut potentiaalinen asiakas. Sivulla on vain otsikoksi naamioitu toimintakehote sekä isot ikonit puhelinnumeron ja sähköpostiosoitteen yläpuolella. Näin vierailijan ei tarvitse etsiä haluamaansa tietoa, vaan se on aseteltu näkyville mahdollisimman helposti ja selvästi.



KUVA 13. Yhteystiedot-sivu.

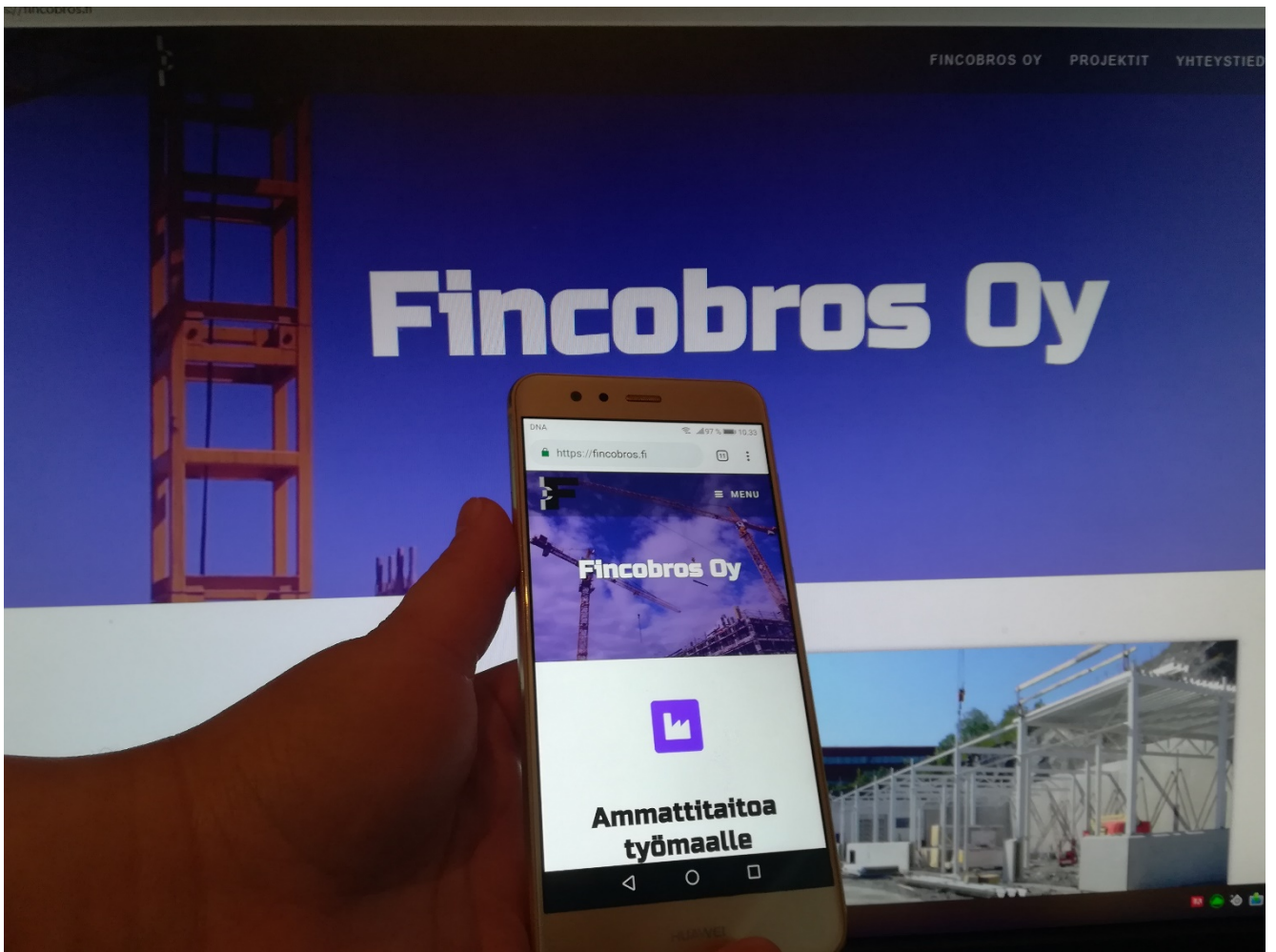
3.3.4 Sivuston julkaisu

Verkkosivuston julkaisuun hyödynsin All-in-One WP Migration-lisäosaa. Aluksi loin tähän asti rakentamastani sivustosta täydellisen kopion ja lataisin sen tietokoneelleni. Tämän jälkeen toistin WordPressin asennuksen päädomainille ja asensin All-in-One WP Migration-lisäosan. Käytin lisäosan tuontiominaisuutta, jonka jälkeen sivusto oli kaikkien katseltavissa.

3.4 Responsiivisuus

Responsiivisuus eli mukautuvuus tarkoittaa sitä, että sivusto tunnistaa laitteen, jolla sitä selataan. Nykyaikana responsiivisuus on yksi tärkeimpiä verkkosivustosunnittelun osa-alueita. Hyvin toteutettu sivusto skaalautuu niin älypuhelimille, tableteille kuin isommilla näytöillä varustetuille pöytäkoneille, kannettaville tietokoneille sekä taulutelevisioille. (Rajaniemi 2015.)

Suunnittelin Fincobros Oy:n verkkosivut mahdollisimman responsiivisiksi. Tämän mahdollistivat sekä OceanWP-teeman että Elementor-lisäosan soveltuvuus responsiivisen sivuston suunnitteluun. Testasin sivustoa kannettavalla tietokoneella, pöytäkoneella, tabletilla sekä kolmella eri älypuhelimella.



KUVA 14. Responsiivinen sivusto.

4 POHDINTA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella Fincobros Oy:lle yrityksen identiteettiä vastaava ja sitä heijastava visuaalinen ilme sekä luoda yrityksen tarpeet täyttävä verkkosivusto. Työn päätteeksi toimeksiantaja oli tyytyväinen saavutettuun tulokseen.

Henkilökohtaiset tavoitteeni oli kartuttaa tietotaitoani graafisen suunnittelun sekä verkkosivuston rakentamisen kannalta. Halusin myös kehittyä koulussa oppimieni taitojen hyödyntämisessä käytännössä.

Henkilökohtaisten tavoitteideni osalta koen onnistuneeni opinnäytetyössä hyvin. Olen tyytyväinen luomaani yritysilmeeseen varsinkin värimaailman osalta. Verkkosivusto on mielestäni toimiva ja täyttää vaaditut kriteerit.

Haasteellisin osa opinnäytetyötä oli sisällön tuottaminen verkkosivustolle. Responsiivisuuden kanssa oli ongelmia etenkin tablettien kanssa. Parantamisen varaa jäi mielestäni liikemerkin suunnittelussa.

Jatkoa ajatellen oletan seuraavan projektin olevan sivuston kääntäminen englannin kielelle sekä päivittää galleriaa uusilla, korkeampilaatuisilla kuvilla. Myös liikemerkin parantelu saattaa kuulua tulevaisuuden näkymiin.

LÄHTEET

- Ahola, J. 2016. Millainen on hyvä call-to-action? 65 esimerkkiä suomeksi ja englanniksi. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://jukkaahola.fi/hyva-call-to-action-esimerkkeja-suomeksi-ja-englanniksi/>.
- Cass, J. 2009. Vital Tips For Effective Logo Design. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.smashingmagazine.com/2009/08/vital-tips-for-effective-logo-design/>.
- Hintsanen, P. 2007. Coloria. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.coloria.net/index.htm>.
- Häkkinen, R. 2015. Typografia, kauneuden aakkoset?. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.digipeople.fi/fi/typografia-kauneuden-aakkoset/>.
- Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja. 3., laajennettu painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Korpela, J. K. & Linjama, T. 2003. Web-suunnittelu. 1. painos. Jyväskylä: Docendo.
- Lammi, O. 2009. Vaikuta visuaalisesti! Laadi selkeä esitys. 1. painos. Jyväskylä: Docendo.
- Rajaniemi, M. 2015. Mitä tarkoittaa responsiivinen?. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.internesia.fi/blog/mita-tarkoittaa-responsiivinen/>.
- Salminen, R. 2018. Sivustonikkari. WordPress kansantajuisesti ja helposti! Saatavissa: <https://sivustonikkari.fi/wordpress-kansantajuisesti-ja-helposti/>.
- Smith, C. 2018. 44 Amazing WordPress Statistics and Facts (August 2018). Www-dokumentti. Saatavissa: <https://expandedramblings.com/index.php/wordpress-statistics/>.
- Swann, A. 1987. Basic Layout and Design: Principles and Techniques of Graphics and Design Demonstrated in Step by Step Projects (Graphic Designer's Library). Oxford: Phaidon Press Ltd.
- Toikkanen, T. 2015. CC0 suomennettu. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.fi>.
- WordPress Codex. 2018. Using Themes. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://codex.wordpress.org/Themes>.