

WWW-sivujen suunnittelu ja toteutus



Hiekkasalmi, Heikki

2010 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

WWW-sivujen suunnittelu ja toteutus

Hiekkasalmi, Heikki
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Helmikuu, 2010

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

Hiekkasalmi, Heikki

WWW-sivujen suunnittelu ja toteutus

Vuosi	2010	Sivumäärä	40
-------	------	-----------	----

Automatic Eye on espoolainen pop/rock-yhtye, joka on julkaisemassa uuden albuminsa maaliskuussa 2010. Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella ja toteuttaa yhtyeelle kilpailukykyiset WWW-sivut, joilla pyrittiin kasvattamaan yhtyeen kuuntelijakuntaa. Tavoitteena oli luoda yhtyeen toimintaa edistävä sivukokonaisuus, joka olisi samalla tyylikäs ja helppokäyttöinen. WWW-sivujen tuli toimia tietopakettina, joilta yhtyeeseen tutustumaton löytäisi tarvittavan informaation. WWW-sivut kohdistettiin yhtyeen omalle faniporukalle, Street teamille. Kohderyhmään laskettiin myös kaikki pop/rock-musiikista kiinnostuneet nuoret. WWW-sivujen kansainvälisyyden vuoksi kieleksi valittiin englanti.

WWW-sivujen toteutuksessa hyödynnettiin kahden yksityisen valokuvaajan tuottamaa kuvamateriaalia. Yhteistyökumppanina toiminut Mediapata antoi apua ulkoasun toteutuksessa ja tarjosi WWW-sivuille serveritilan. WWW-sivujen valmistuminen sovittiin tammikuulle, jolloin ne siirrettiin verkkoon tarkasteltavaksi. Varsinainen julkaisu tapahtuu vasta maaliskuussa uuden albumin ilmestyessä kauppoihin.

Opinnäytetyö käsittelee moderneja julkaisuohjelmia ja perehtyy WWW-sivujen toteutustekniikoihin. Drupal, Joomla! ja Wordpress olivat testatut julkaisuohjelmat, joista viimeisenä mainittu valittiin toteutukseen. Suunnittelun ja toteutuksen yhteydessä pohdittiin erilaisten ratkaisujen painoarvoa. Osana WWW-sivujen kilpailukykyisyyttä, hankkeen aikana harjoitettiin myös benchmarking-tekniikkaa. WWW-sivujen suhteen tehdyt ratkaisut perustuvat kirjallisiin teoksiin, verkosta löytyvään lähdemateriaaliin, benchmarking-tekniikan tuottamiin tuloksiin ja kirjoittajan näkemyksiin moderneista, kilpailevista ja toimivista WWW-sivuista.

Automatic Eye: WWW-sivujen suunnittelu ja toteutus -hanke sai osakseen kiitettävää palautetta. WWW-sivut saavuttivat halutun tavoitteen ja toimivat hyvänä viestintäkanavana yhtyeelle ja yhtyeen kuuntelijoille. Hanke esitellään askeleittain tavoitteiden asettamisesta ylläpitoon saakka. Ylläpitovaihe koostuu WWW-sivujen viikoittaisesta päivittämisestä, mahdollisten virheiden karsimisesta ja jatkuvasta kehityksestä.

Hiekkasalmi, Heikki

Design and implementation of Web pages

Year	2010	Pages	40
------	------	-------	----

Automatic Eye is a pop/rock band from Espoo, which will release a new album in March 2010. The objective of the thesis was to design and implement a new competitive Web site, which would increase the band's listener community. The purpose was to create a package that would be stylish and easy to use. The Web pages also were to be an information package for a new listener. The Web pages are targeted at the band's Street Team. The target group also includes all the young people who are interested in pop/rock music. Since the pages were international, English was chosen for the language of the site.

The project partner, advertising agency Mediapata, assisted with the lay-out and offered a server space for the web pages. Two photographers were also used during the project. The Web pages had to be ready in January, but the official publication takes place in March when the new album will be released.

The thesis examines modern publishing programs and compares different implementation techniques of web pages. Drupal, Joomla! and Wordpress were the tested publishing programs. The Web pages were created with Wordpress. The thesis also reflects on what solutions are important in planning and implementation. Since the web pages had to be competitive, benchmarking techniques were used during the project. All the solutions are based on literary works, source material on the internet, benchmarking results and the writer's view of modern, competing and operating Web sites.

The Automatic Eye: Web page design and implementation project received commendable feedback. The Web pages succeeded and act as a good channel for the band and listeners. The project will be presented from beginning to end, including maintenance. Maintenance consists of the weekly updates, error corrections and continuous developments.

Keywords Web pages, Wordpress, Web design, Benchmarking

Sisällys

1	Johdanto.....	5
1.1	Lähtötilanne.....	5
1.2	Hankkeen rajaus.....	6
1.3	Organisaatio.....	6
1.4	Riskianalyysi.....	6
1.5	Laadunhallinta.....	7
2	Käsitteet.....	8
3	Julkaisuohjelmat.....	8
3.1	Drupal.....	9
3.2	Joomla!.....	9
3.3	Wordpress.....	10
3.3.1	Historia.....	10
3.3.2	Asennus.....	11
3.3.3	Wordpressin käyttö.....	11
3.3.4	Hakukoneoptimointi.....	14
3.3.5	Wordpress 2.9.....	15
4	WWW-SIVUJEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS.....	15
4.1	Tavoitteet.....	15
4.2	Suunnittelu.....	16
4.3	Ulkoasu.....	17
4.4	Sisältö.....	18
4.5	Rakenne ja käytettävyys.....	19
4.6	Benchmarking.....	19
4.6.1	Mitä on Benchmarking?.....	20
4.6.2	Benchmarkingin asettamia haasteita.....	21
5	HANKKEEN WWW-SIVUSTOT: AUTOMATIC EYE.....	22
5.1	Tavoitteet.....	22
5.2	Suunnittelu.....	23
5.3	Benchmarkingin käyttö.....	25
5.4	Ulkoasu.....	27
5.5	Rakenne ja käytettävyys.....	28
5.6	Sisältö.....	29
5.7	Toteutus.....	31
5.8	Käyttöönotto ja testaus.....	32
5.9	Ylläpito ja jatkokehitys.....	33
6	Työn arviointi.....	33
	Lähteet.....	36
	Liitteet.....	39

Automatic Eye on suomalainen, vuonna 2005 Espoossa perustettu kahden miehen yhtye. Vuonna 2007 orkesteri solmi levytyssopimuksen ja nousi kotimaiseen tietouteen 2008 radiokanavat ja television vallanneella Away From Sunshine -singlellä. Listoilta nousseen debyyttialbumin myötä bändi kiersi noin sata keikkaa Suomessa, Euroopassa ja Japanissa ja vakiinnutti itsellensä kattavan fanikunnan. YLE valitsi bändin Suomen edustajaksi Hollannissa järjestettävään Eurosonic'09 tapahtumaan. Myös YleX poimi bändin soittoon listoillensa ja palkitsi lopulta Automatic Eyen vuoden 2008 kotimaisena tulokkaana. Toisen albumin julkaisun kynnyksellä yhtye kaipaa uusia WWW-sivuja, ja näin ollen opinnäytetyön hankkeeksi valittiin Automatic Eyen WWW-sivujen suunnittelu ja toteutus.

Hankkeen tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa nousevalle yhtyeelle uudenlaiset WWW-sivut. Niiden avulla pyritään kasvattamaan yhtyeen fanikuntaa ja innostamaan uusia aktiivisia kuulijoita mukaan toimintaan. Sivujen ulkoasun tuli olla näyttävä ja yleisen toimivuuden miellyttävä yhtyettä sekä projektiin liittyviä tahoja. WWW-sivustojen valmistuminen sijoitettiin tammikuulle, mutta julkaisu tapahtuu vasta maaliskuussa, kun yhtyeen uusi albumi ilmestyy kauppoihin.

Hankkeessa vertailtiin ja etsittiin WWW-sivuille sopivaa julkaisuohjelmaa. Sen aikana pyrittiin löytämään tekijät, jotka ovat tärkeitä yritystä edistävien sivustojen kannalta. Suunnittelu- ja toteutusvaiheessa pohdittiin erilaisten ratkaisujen painoarvoa, jotka perustuivat lähdemateriaaliin ja kirjoittajan omiin näkemyksiin toimivista WWW-sivuista. Matka tavoitteiden asettamisesta toimivien WWW-sivujen luomiseen toi mukanaan useita haasteita. Hankkeen aikana harjoitettiin myös benchmarking-tekniikkaa, jonka avulla haluttiin selvittää keinoja modernien ja kilpailukykyisten WWW-sivujen toteuttamiselle.

1.1 Lähtötilanne

Automatic Eye on julkaisemassa uuden albumin maalikuussa 2010. Yhtyeellä on käytössään toimiva Myspace-sivusto, viralliset WWW-sivut ja useita erilaisia palstoja verkon puolella. Vuosien aikana keräytynyt tieto löytyi pakettina, jota hyödynnettiin hankkeen WWW-sivuja koostaessa.

Hankkeen budjetiksi asetettiin 300 euroa, jota käytettiin layoutin toteutuksessa, materiaalin kasaamisessa ja serveritilan hankinnassa. WWW-sivujen ylläpito jää yhtyeen Street teamin jäsenille.

1.2 Hankkeen rajaus

Hankkeeseen kuului selvitys modernien ja kilpailukykyisten WWW-sivujen ominaisuuksista. Tavoitteena oli selvittää millä tavoin WWW-sivut tulee luoda, jotta ne edistäisivät yrityksen toimintaa. Edellä mainitut kysymykset vaativat perehtymistä erilaisiin julkaisuohjelmiin ja tarjolla olevaan informaatioon WWW-sivujen suunnittelusta ja toteutuksesta. Hankkeessa toteutetut WWW-sivut pitävät sisällään vain yhtyeeseen liittyvää tietoa. Niiden luomisessa on hyödynnetty WWW-suunnitteluun liittyvää lähdemateriaalia ja kilpailukykyisiä menetelmiä, joita yrityksen toimintaa edistävät WWW-sivut edellyttävät.

1.3 Organisaatio

Hankkeen toteuttaminen oli suurimmaksi osaksi omilla harteillani. Vastuuni ulottui sivujen suunnitteluun, toteutukseen ja materiaalin kasaamiseen. Hankkeen aikana mukaan liittyi yhteistyökumppaneita. Hankkeen kannalta oli tärkeää, että työharjoittelupaikkani, mainostoimisto Mediapata, tarjosi WWW-sivuille serveritilan ja antoi apua ulkoasun toteutuksessa.

Sivujen kuvamateriaalista vastasi kaksi yksityistä kuvaajaa, jotka ovat työskennelleet yhteen parissa pidemmän aikaa. Kyseisen kuvamateriaalin käyttö jäi kuitenkin vähäiseksi, sillä sivujen ulkoasussa hyödynnettiin täysin uusia taiteellisia elementtejä. Projektin organisaatioon laskettiin myös WWW-sivujen testaajat, jotka koostuivat sivujen tulevista käyttäjistä. Yhtyeen levy-yhtiön ja ohjelmatoimiston mielipiteet hankkeen onnistumisesta kirjattiin opinnäytetyön loppuun.

1.4 Riskianalyysi

Hankkeen toteuttamiseen ja lopullisen tuotoksen onnistumiseen kuului riskejä. Huolellinen suunnittelu ja yhteistyökumppaneiden kartoittaminen ehkäisivät tätä ongelmaa.

- Sivujen toimivuus suhteessa sieltä löytyvään informaatioon

Useimmat sivut, kuten tämäkin, toteutettiin hierarkkisella rakenteella. Tämä tarkoittaa sitä, että informaatio muuttuu askeleittain tarkemmaksi. Sivujen rakenteessa tuli kiinnittää erityistä huomiota siihen, etteivät sivustot tunnu millään tavalla sekavilta. Osa materiaalista jätettiin kokonaan pois, jotta riskiltä vältyttäisiin. Kyseisen materiaalin ei katsottu olevan kriittistä sivujen idean toteutumisen suhteen.

- Sivujen ulkoasu

Sivujen ulkoasu muodosti mahdollisen riskin, sillä layoutin toteutuksessa käytettiin apuna ulkopuolista yhteistyökumppania. Halutun ja vaativan vision onnistuminen ei ollut itsestäänselvyys. Tämän riskin välttämiseksi ulkoasusta sovittiin tarkkaan ja siitä toteutettiin kaksi erilaista versiota, joista toinen valittiin lopulliseen toteutukseen.

- Yhteistyökumppanit

Yhteistyökumppaneiden liittäminen projektiin oli järkevää, mutta siihen liittyi riskitekijöitä. Erilaiset näkemykset kitkettiin pitäytymällä alkuperäisessä suunnitelmassa. Yhteistyökumppaneilta vaadittiin innostuneisuutta ja motivaatiota tehtävien hoitoon, sillä organisaation kasvun ei haluttu olevan hidastava tekijä projektin toteutumisen suhteen.

- Sairastuminen / Töiden viivästyminen

Kuten useimmissa hankkeissa, jäsenien mahdollinen sairastuminen viivästyttää töiden valmistumista. Projektin aikana koettiin sairastapauksia, joista selvittiin aikataulun kiristämällä. Mikäli yhtyeen materiaali olisi saapunut liian myöhään, sivujen käyttötarkoitus olisi voitu kyseenalaistaa.

1.5 Laadunhallinta

Hankkeen WWW-sivujen laadusta haluttiin varmistus. Jokainen välivaihe tuli hyväksyttävä hankkeen tilaajalla. Ulkoasusta luotiin kaksi visiota, jotka jätettiin yhtyeen punnittavaksi. Hankkeen edetessä ulkoasuun ja sivujen yleiseen ilmeeseen saatiin uusia ideoita kommunikaation avulla. Valmistuneet sivut jätettiin hankkeen tilaajan tarkistettavaksi, jonka myötä saatiin hyväksyntä sivujen valmiudesta. Myös yhtyeen levy-yhtiö ja ohjelmatoimisto antoivat palautteen hankkeen lopputuloksesta.

Laadunhallintaan kuului WWW-sivujen kattava testaus, joka esitellään raportin loppupuolella. Testaukseen määriteltiin selaimiksi

- Mozilla/5.0 (Windows; U; Windows NT 5.1; fi; rv:1.9.0.15)
- Internet Explorer 8.0
- Opera.

WWW-sivut tuli käydä läpi HTML-validaattorin avulla. Validaattori tarkistaa HTML-koodin olevan kieliopin mukainen. Tämä osa jätettiin pois laadunhallinnasta, sillä hankkeen sisällönhallintajärjestelmä Wordpress tuotti validia XHTML koodia.

2 Käsitteet

Myspace = Sivusto tarjoaa käyttäjälleen tilan käyttäjäprofiilille. Kyseiseen profiiliin voi lisätä muun muassa musiikkia, kuvia ja videoita.

Twitter = Blogeihin ja kommunikointiin painottuva yhteisö. Käyttäjäprofiilin luotuaan käyttäjät voivat jakaa korkeintaan 140 merkin pituisia viestejä.

Facebook = Suosittu yhteisöpalvelu, joka keskittyy pääasiassa kommunikointiin.

IRC-galleria = Facebookin kaltainen, täysin suomalainen yhteisöpalvelu.

Photoshop = Suosittu kuvankäsittelyohjelma. Hankkeen layout ja sitä värittämään lisätyt yksityiskohdat pohjautuvat Photoshopilla tehtyyn kuvankäsittelyyn.

WYSIWYG = Ohjelma kirjoittaa (X)HTML-koodin käyttäjän luoman tekstin perusteella. Ohjelmaa käytetään nykyään useassa sovelluksessa. Sivua muokatessa näkymä muistuttaa läheisesti selaimesta katsottua lopputulosta. Ohjelman nimi tulee englannin kielen sanoista What You See Is What You Get.

WWW-sisällönhallintajärjestelmä = Kokoelma työkaluja, joiden avulla WWW-sivujen kasaaminen on mahdollista. Sisällönhallintajärjestelmiä ovat esimerkiksi Drupal ja Wordpress.

Layout = WWW-sivujen ulkoasu.

Tagit = Avainsanoja, joita lisätään sivuille tiedon löytämisen helpottamiseksi.

Mediapata = Mainostoimisto, jossa suoritin työharjoitteluni. Mediapata on tarjonnut minulle serveritilaa erilaisille kehitys- ja kokeiluprojekteille.

3 Julkaisuohteet

Tässä osiossa perehdytään projektin yhteydessä testattuihin julkaisuohjelmiin. Vaihtoehtoja oli tarjolla paljon ja monen ohjelman välillä havaittiin useita yhteneväisyyksiä. Testauksen

loppusuoralle selvisi vain kolme ohjelmaa, joista kaksi ensimmäistä esitellään päällisin puolin. Kolmas ohjelma, Wordpress, valittiin hankkeen toteutusvälineeksi ja esitellään kattavasti.

3.1 Drupal

Testauksen ensimmäinen ohjelma oli Drupal. Se on sisällönhallintajärjestelmä, jolla luodaan artikkeleita, blogimerkintöjä ja muuta sisältöä. Jokainen yksittäinen artikkeli ja blogimerkintä on nimetty Druplaissa kirjoitukseksi. (Drupal Suomi 2008.)

PHP-kielellä toteutettu ohjelma paljastui joustavaksi WWW-sivujen tekovälineeksi. Ohjelman saa nopeasti käyttöön ja siihen on tarjolla paljon laajennuksia. Päivittäminen perustuu WYSIWYG-ohjelmaan, jossa sivuille tehtävät muutokset näkyvät käytännössä suoraan selaimessa. Drupalin ominaisuuksista löytyy ajastin, johon voi määritellä julkaisun ajankohdan.

Monen sisällönhallintajärjestelmän tavoin sisältöä voidaan luokitella tagien avulla. Drupal on suosittu yritysten parissa, sillä ohjelman tarjoama monikielisyys ja hyvä tietoturva ovat tavanomaisia vaatimuksia yritykselle. Vuorovaikutteisuuden tukeutuva Drupal edistää yhteisöllisyyttä. Sen kautta voi julkaista esimerkiksi blogin tai keskustelupalstan.

Drupalista löytyi myös heikkouksia. Käytettävyys ei ole paras mahdollinen, ja joustavuutensa takia ohjelma vaatii paljon määriteltäviä asetuksia. Myös ylläpito näkymä on todennäköisesti liian haastava kokemattomalle WWW-sivujen päivittäjälle. Verkosta löytyy artikkeleita, joissa on törmätty kieliversioidin puutteisiin ja versiohallintaongelmiin. Edellä mainittujen syiden vuoksi ohjelma jätettiin pois projektin toteutuksesta. Tästä huolimatta Drupalia on syytä pitää kattavana ohjelmana ja erittäin käyttökelpoisena ratkaisuna WWW-sivujen julkaisujärjestelmäksi. Se on pitkäikäinen, sillä ohjelman taustalla on monta tuhatta kehitykseen osallistuvaa jäsentä. Päivityksiä on tarjolla siis tasaisin väliajoin.

3.2 Joomla!

Joomla! on ilmainen, monipuolinen ja pelkällä internet-selaimella toimiva julkaisujärjestelmä. Sen avulla yksityishenkilöt, yritykset tai yhteisöt voivat lisätä ja päivittää internet-sivujen sisältöä itsenäisesti ilman ulkopuolista apua. (Joomla Portal 2009.)

PHP:n ja MySQL-tuen vaativan ohjelman avulla voidaan julkaista rajaton määrä muokattavia sivuja ja artikkeleita. Ohjelmaan on tarjolla paljon lisäosia, jotka tuovat mukanaan täydentäviä ominaisuuksia. Lisäosista löytyy muun muassa keskustelupalstoihin ja blogeihin liittyviä päivityksiä. Joomla! on tunnettu helpon ylläpitonsa ansiosta, sillä asennuksen jälkeen

lähes kuka vain asialle omistautuva voi muokata sivuja. Julkaistava materiaali on mahdollisuus muuttaa myös PDF muotoon.

Hakukoneystävällinen ja pitkäikäinen Joomla! on suosittu valinta WWW-sivujen sisällönhallintajärjestelmäksi. Se sopii nopeasti toteutettavien sivustojen luontiin, sillä valmiiden toimintojen lisääminen käy helposti. Ohjelma ei ole käytännöllisin valinta tapauksiin, joiden toteutuksessa vaaditaan omia sivupohjia ja tarkasti räätälöityjä ratkaisuja. Joomla! on helppokäyttöinen, mutta ohjelman käyttäjähallinta vaikuttaa mutkikkaalta. Sanotaankin, että kokenut käyttäjä valitsee todennäköisemmin Drupalin kuin Joomla!:

3.3 Wordpress

Hankkeen julkaisuohjelmaksi valittu Wordpress on tutustumisen jälkeen yksinkertainen ja nopea sisällönhallintajärjestelmä. Se erottui testauksessa eniten edukseen. Wordpress on alun perin luotu blogien päivittämiseen, mutta on nykyaikana käytössä myös WWW-sivustojen toteutuksessa. Ohjelman tarjoamat ominaisuudet mahdollistavat kattavien, mutta kevyiden WWW-sivujen tuottamisen. Pitkäikäinen, paljon materiaalia ja räsittävä sivusto on tänä päivänä edukseen erottuva kokonaisuus. Luotaessa yrityksen (hankkeen tapauksessa yhtyeen) WWW-sivuja Wordpress tarjoaa keinot raamien täyttämiseen ja niiden ylläpitämiseen:

- Wordpress on helppokäyttöinen: Se sopii yhtä hyvin kokemattomalle kuin kehittyneelle koodaajalle.
- Ylläpito: Wordpressin rikas tekstieditori mahdollistaa multimedialaajennukset.
- WWW-sivuilla ja yhteisöillä on rajaton laajentumisen mahdollisuus.
- Ohjelman asennus, käyttö ja sen leviäminen on ilmaista.
(Siteground 2008.)

3.3.1 Historia

Wordpressin edeltäjä, b2/cafelog, on ohjelmoitu PHP-kielellä ja käyttää tallennukseen MySQL-tietokantaa. 2003 vuodesta asti kehitelty Wordpress on sen virallinen seuraaja ja toimii samalta pohjalta. Vuotta 2005 voidaan pitää Wordpressin kannalta läpimurtona, sillä kyseisenä vuonna se vakiinnutti itsensä kattavana sisällönhallintajärjestelmänä. Tällä hetkellä ladattavissa oleva Wordpress 2.8 pitää sisällään täysin uuden hallintapaneelin ja tarjoaa

erilaisia mahdollisuuksia muun muassa blogin päivittämiseen.

3.3.2 Asennus

Ennen Wordpressin asennusta tuli ottaa huomioon, että työasemalle oli asennettu uudet versiot PHP ja MySQL -ohjelmista. Itse asentamista ja siirtoa varten työasemalla oli käytössä File Transfer Protocol (FTP), jonka toiminta pohjautuu asiakas-palvelin periaatteeseen. Wordpressiä varten luotiin MySQL-tunnus, jolle asetettiin täydet oikeudet luotuun tietokantaan. Tietokannan asetuksia muokattiin wp-config.php -tiedostoa käsitellen.

Wordpressin tiedostot siirrettiin web-palvelimelle ja koska sivujen sisältö luotiin Wordpressiä käyttäen, asennus suoritettiin WWW-sivuston juuressa wp-admin/install.php -ohjelmalla.

3.3.3 Wordpressin käyttö

- Alkunäkymä

Wordpressiin kirjaudutaan käyttäjätunnuksen ja salasanan turvin. Alkunäkymä näyttää omien WWW-sivujen tilanteen. Näkymä jakautuu kategorioihin posts, pages, categories ja tags. Hankkeen WWW-sivut on jaettu seuraavasti:

- Categories-osioon on määritelty Blog ja News.
- Posts-osioon kirjoitetaan kaikki yllä olevien sivujen viestit.
- Pages-osiosta löytyy Bio, Contact, Discography, Gigs ja Street Team.

Vaikka Posts ja Pages osiot on luokiteltu eri kategorioihin, ylläpito toimii kummassakin samalla tavalla. Edit pages näkymässä käyttäjä voi muokata sivua, poistaa sivun tai tarkastella sivua selaimesta käsin. Sivujen lisäämistä ei ole rajoitettu ja niiden muokkaaminen käy helposti.

Wordpressin avulla WWW-sivujen kokonaisuus on mahdollista luoda nopeasti. Käyttäjä voi valita Appearance osiosta valmiita teemoja sivustojen koristukseksi. Alkunäkymän alaosasta löytyvät Users, Tools ja Settings osiot keskittyvät käyttäjätunnuksiin ja asetusten hallintaan.

- Kirjoitusnäkymä

WWW-sivujen muokkaamiseen on kaksi vaihtoehtoa: Selainta vastaava näkymä ja koodiin perustuva puoli. Selainta vastaavan näkymän käyttäminen ei perustu koodaamiseen, joten esimerkiksi Word-pohjainen osaaminen on WWW-sivujen päivittäjälle riittävä koulutus.

- Koodiin perustuva puoli

WWW-sivuja toteuttaessa voidaan hyödyntää myös (X)HTML-koodia. Kyseinen puoli tarjoaa käyttäjälleen muutamia pikatoimintoja: Sivun yläreunasta löytyvässä valikossa on tarjolla suurin osa tärkeimmistä tekstitasen elementeistä, joita hyödynnetään WWW-sivujen koodaamisessa. Seuraavassa niistä tärkeimmät:

- b (lihavointi)
- i (kursivointi)
- link (linkittäminen)
- del (yliviivaus)
- ol (järjestetty lista)
- li (lista-alkio)

Koodiin perustuva puoli toimii kätevästi:

The screenshot shows the WordPress 'Edit Page' interface. The page title is 'Street team'. A red warning banner at the top states: 'There is an autosave of this page that is more recent than the version below. [View the autosave.](#)'

The page content is displayed in the HTML editor view. The content includes:

- Permalink: http://demo.datapata.fi/automaticeye/?page_id=12 (with 'Change Permalinks' and 'View Page' buttons)
- Upload/Insert toolbar with icons for image, video, audio, and link.
- Rich text editor toolbar with buttons for bold (b), italic (i), link, b-quote, del, ins, img, ul, ol, li, code, more, lookup, and close tags.
- Text content:
 - You get access to Street Team gigs/events
 - Newsletter every month
 - Discount from merchandise
- Text content: You also find us from [IRC-galleria](http://irc-galleria.net) / [Facebook](http://facebook.com)!
- Text content: **Become a member?**
- Text content:
 - Send your name, age and address to streetteam@automaticeye.com
- Text content: If you have any questions, ideas for promotion etc. Don't hesitate to contact us -> streetteam@automaticeye.com

The bottom of the editor shows 'Word count: 75' and 'Last edited by admin on 06.12.-09 at 18:09'.

Kuva 2: Wordpress, koodilla toimiva puoli.

Selainta vastaavan näkymän tavoin, kuvan, videon, audion tai jonkun muun median lisääminen onnistuu muutamalla klikkauksella. WWW-sivujen luominen on nopeaa, kun koodin kirjoittamiseen ei kulu ylimääräistä aikaa.

- Muita ominaisuuksia

Wordpress pitää sisällään ominaisuuksia, joita normaali käyttäjä ei välttämättä tiedosta. Moni näistä ominaisuuksista puoltaa ohjelman käytännöllisyyttä:

- Wordpress tuottaa standardien mukaista koodia.
- Muutokset näkyvät heti WWW-sivuilla, joten uusien sivujen lataamiselta vältytään.
- WWW-sivujen käyttäjät voivat kommentoida uusia päivityksiä.
- Wordpressissä on vahva suojaus spämmiviestejä vastaan.
- Blogin päivittäjä voi vaatia kommentoijiltaan rekisteröitymistä tai piilottaa postit salasanan taakse.
- Wordpress kääntää esimerkiksi ASCII-koodin suoraan standardien mukaiseksi (X)HTML-koodiksi.
- Käyttäjäjärjestelmä on edistysellinen, sillä käyttäjien oikeuksia voidaan jakaa kymmenelle eri tasolle.

3.3.4 Hakukoneoptimointi

WWW-sivut lisääntyvät hyvää vauhtia. Varsinkin blogien määrä on kasvanut räjähdysmäisesti viime vuosien aikana. Siksi onkin tärkeää, että luotava sivusto erottuu hakukoneella muista ehdokkaista. Tämä mahdollisestaan pienellä vaivannäöllä ja Wordpressin asetuksien käsittelyllä. WWW-sivujen osoitteen tulee olla järkevä, sillä moni hakukone näyttää osoitteesta löytyvän hakusanan lihavoituna. Muuttamalla WWW-sivujen osoiterakennetta Wordpressin asetuksista sivuille lisättävä artikkeli näkyy osoitteessa oikeassa muodossa. Tämän vuoksi jokainen päivitys kannattaa nimetä huolellisesti. Esimerkiksi vuosiluvulla tai muutamalla avainsanalla lukijoiden määrää voidaan kasvattaa.

WWW-sivustojen leviäminen on useasti kiinni tageista, sisällöstä löytyvistä otsikoista, alaotsikoista ja avainsanoista. Monetisointi on hyvä keino WWW-sivujen suosion kasvattamiselle:

"Feedvertising on Text Link Ads -mainosverkon tarjoama RSS-mainonnan tekniikka. Sillä bloggaaja voi sisällyttää itse tuottamiaan, myymiään tai Text Link Adsin markkinapaikalta tulevia mainoksia bloginsa RSS-virtaan. Blogin julkaisija voi käyttää feedissä myös pelkästään itse tekemiään tai hankkimiaan mainoksia. Palvelu on silloinkin täysin ilmainen. Tämä tekee palvelun kiinnostavaksi suomeksi bloggaaville, koska Text Link Ads -markkinapaikan RSS-mainokset ovat pääosin englanninkielisiä." (Nettibusnes 2007.)

Jos kyse on yrityksen WWW-sivuista, ilmaispalvelujen sijaan on suositeltavaa hankkia oma domain-nimi. Sen turvin yritys välttää ilmaispalveluissa pyörivät mainokset, jotka saattavat olla jopa haitallisia yrityksen toiminnalle.

3.3.5 Wordpress 2.9

Wordpressin kehityksen on tarkoitus jatkaa vielä vuoden 2010 puolella. Hankkeen WWW-sivustoja koskien, tulevassa versiossa on muutama hyödyllinen uudistus. Versio mahdollistaa kuvankäsittelyn suoraan Wordpressistä käsin. Uudistus nopeuttaa sivujen ylläpitoa, vaikka rajoittuukin lähinnä kuvien rajaamiseen ja asetteleluun. Myös median suoraa liittämistä osaksi sivuja on helpotettu. Esimerkiksi videon lataaminen Youtubesta käy nopeasti.

Uuden version myötä ylläpitäjän asema helpottuu. Kaikki poistetut tiedostot päätyvät roskakoriin, ja ne voidaan palauttaa sieltä vaivattomasti. Jos silmäillään vain tietokannan kokoa, toiminnon tarpeellisuus voidaan kyseenalaistaa. Mielestäni toiminto tuo kuitenkin varmuutta, sillä vahingossa poistetut tiedostot jäävät talteen.

Uudeksi ominaisuudeksi voidaan laskea myös artikkelikohtaiset kuvat. Mikä tahansa artikkeliin liitetystä kuvasta voidaan merkitä artikkelin ”pikkukuvaksi”, ja tätä kuvaa voidaan kutsua sivupohjista (loopin sisällä) kutsulla `the_post_image()`. Käyttäjille tämä ominaisuus näkyy vain, jos teeman kehittäjä on ilmoittanut tukevansa sitä. (Koskinen D. 2009)

4 WWW-SIVUJEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

4.1 Tavoitteet

WWW-sivujen toteutus alkaa määrittelemällä sivuston tarkoitus eli miksi yrityksen kotisivut tehdään ja mikä niiden rooli on. WWW-sivusto on yksi markkinointiviestinnän välineistä ja jotta sivustoa pystyttäisiin hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti, pitäisi sen olla osana markkinoinnin kokonaissuunnitelmaa; suunnittelussa kannattaa miettiä, miten kotisivut voivat tukea tai jopa korvata muita markkinointitoimenpiteitä. (Tieke.fi 2006)

Yrityksen tiedostaessa tarpeet, joita varten WWW-sivut julkaistaan, voidaan siirtyä tavoitteiden asettelemiseen. Yritys voi asettaa WWW-sivujen tavoitteiksi muun muassa

- Oman toiminnan esittelemisen
- Uusien ja nykyisten asiakkaiden saavuttamisen
- Myynnin kasvattamisen
- Toiminnan kansainvälistämisen

- Laajentumisen markkinoilla

WWW-sivujen ensisijainen tavoite on siis edistää jollain tapaa yrityksen toimintaa. Jotta tämä olisi mahdollista, yrityksen tulee saada käyttäjä kiinnostumaan sivustosta ja palaamaan sinne. WWW-projektin tavoitteita asetettaessa tulisi aina ajatella tilannetta käyttäjän näkökulmasta. Jos käyttäjän tarpeisiin ei vastata, sivusto jää ilman suosiota. Ilman vakinaisia käyttäjiä suurin osa tavoitteista jää saavuttamatta. Kohderyhmät tuleekin määritellä huolellisesti, silloin WWW-sivuista osataan tehdä käyttäjiä kiinnostava paketti.

"Hyvä sivu puhuttelee niin laajaa yleisöä, kuin sen tarkoitus suinkin sallii, noudattaa vakiintuneita ja yleisiä teknisiä käytäntöjä ja hyödyntää linkkejä sen sijaan, että yrittäisi sanoa kaiken yhdellä kerralla." (Korpela J.K. & Linjama T. 2005, 67)

Tavoitteita kannattaa asettaa myös tulevaisuuteen. Yrityksen tulee kehittää WWW-sivujaan niiden valmistumisen jälkeen, sillä niistä opitut kokemukset kertovat mitä puolta kannattaa syventää. Jos kyseessä on esimerkiksi yrityksen ensimmäiset WWW-sivut, liian suurta palaa on turha haukata kerralla. Hyvällä jatkokehityssuunnitelmalla WWW-sivuista kasvaa toimiva kokonaisuus. Tämä puoltaa myös budjetin järkevää käyttöä: Osataan sijoittaa budjetti niihin osa-alueisiin, jotka katsotaan yritykselle tärkeiksi.

4.2 Suunnittelu

Suunnitteluun on olemassa kaksi erilaista näkökulmaa: taiteellinen ihanne itsensä toteuttamisesta ja tekninen näkökulma, jossa tarkoituksena on ratkaista asiakkaan ongelma. WWW-sivut kilpailevat miljoonien muiden sivustojen kanssa käyttäjän ajasta ja mielenkiinnosta, ja Web-käyttäjien odotukset sivuston käytettävyydestä muodostuvat sivustojen parhaimmiston mukaan. (Nielsen J. 2000, 11)

Useimmilla WWW-sivuilla keskeisin tavoite on hyvä käytettävyys. Sivujen luonteesta riippuen, ulkoasun tärkeys voi olla kuitenkin lähes yhtä suuri. Tulisi muistaa, että pelkästään hienolla ulkoasulla varustettu sivu ei johda pidemmän aikaiseen käyttöön. Moni käyttäjä on loppujen lopuksi suhteellisen malttamaton ja poistuu sivustolta, mikäli käytettävyys jää olemattomaksi. Hyvin toimiva sivusto on useassa tapauksessa enemmän käyttäjän mieleen, vaikka se karsisi ulkoasua. Ihannetilanne on saavutettu tapauksessa, jossa näyttävä ulkoasu kohtaa hyvän käytettävyyden.

Suunnitelmasta kannattaa aina tehdä hieman pelkistetty. Nopeasti hahmotettavissa oleva pohja, jota voidaan laajentaa askel askeleelta. Kaikki WWW-sivuihin liittyvät ja syntyvät ideat kannattaa kirjoittaa ylös, etteivät ne pääse unohtumaan. Kun suunnitelma on raameissaan,

voidaan tekemisen arvoiset ideat liittää mukaan projektiin. Selkeän pohjan luominen on sikäli tärkeää, että koko sivusto voidaan tehdä käytännössä valmiiksi; Ideoiden kehittyessä sitä voidaan rikastuttaa erilaisin elementein. Selkeällä suunnitelmalla vältetään mahdollinen havainto-ongelma. Suunnitelmasta tulee selvitä WWW-sivujen idea, rakenne, raamit ja siinä vaiheessa tarpeellinen informaatio. Jokaista osa-aluetta voidaan täydentää vielä toteutusvaiheessa.

4.3 Ulkoasu

Ulkoasu määritellään aina sivujen luonteen mukaan: Sen pitää antaa oikea kuva yrityksestä ja herättää mielenkiintoa WWW-sivujen kohderyhmissä. Molempia puolia punnitsemalla löytyy kultainen keskitie. Ulkoasu tulee aina suunnitella ja toteuttaa huolellisesti, sillä sen muokkaaminen jälkeenpäin on paljon mutkikkaampaa kuin normaalien päivitysten tekeminen. Ulkoasu tulee myös muodostaa yhtenäiseksi, jotta jokainen alisivu tunnistetaan osaksi kokonaisuutta: Alasivuilla tietyt elementit ovat pysyviä ja vaihteleva sisältö on hyvä pitää jokaisella sivulla suunnilleen samassa kohdassa. Yhtenäisyyttä voidaan tukea myös samojen fonttien ja värien avulla. Ulkoasu ei saa kuitenkaan muodostua WWW-sivujen kompastuskiveksi. Jos ajatukset ovat kiinni vain ulkoasussa, sivujen käytettävyys voi kärsiä.

Kuvien käyttö on suotavaa, sillä niiden avulla tarjotaan ihmisille paljon monipuolisempia kokemuksia, kuin pelkällä tekstillä.

Yksi kuva helposti vie enemmän tiedonsiirtokapasiteettia kuin tuhat sanaa. Mutta kuvilla on käyttönsä. Esimerkiksi eläinlajin esittely ilman yhtään kuvaa eläimestä olisi aika puutteellinen (Korpela J.K. & Linjama T. 2005, 203)

Kuviin tukeutuva ulkoasu tekee sivustoista persoonallisen näköiset ja enemmän huomiota herättävät. Mikäli ulkoasu perustuu erilaisten kuvien sommitelmaan, kuvat toimivat hyvänä yhdistävänä tekijänä myös jokaisella alisivulla. Ulkoasun suunnittelussa kannattaa miettiä kuvien luonnetta: Osa kuvista on sivujen toiminnan kannalta korvaamattomia, joukkoon mahtuu mielenkiintoa herättäviä kuvia ja osa kuvista voi olla lisätty vain yleisen ilmeen piristämiseksi. Kuvia lisätessä tulee olla varovainen, ne eivät saa haitata sivujen käytettävyttä. Liian varovaiseksi ei kuitenkaan pidä alkaa, sillä kuvien tuomat yksityiskohdat ovat useimpien WWW-sivujen suola.

Tyylikäs ulkoasu sekoittaa ajattomia perusasioita ja omaa väriä tuovia persoonallisia elementtejä. Ulkoasu tulee toimivaksi vasta, kun sen koko on määritelty oikeaksi. Hyvänä perustana pidetään sitä, että WWW-sivujen etusivu mahtuu helposti normaalille näytölle.

4.4 Sisältö

Näyttävä ulkoasu tai hyvä käytettävyys eivät riitä takaamaan sivuille vakiokäyttäjiä. WWW-sivujen sisältö on asia, joka saa ihmiset kiinnostumaan. Hyvä sisältö saa käyttäjän palaamaan sivuille myöhemminkin. WWW-sivujen sisältö tulee luoda niin, että se tarjoaa kaiken tarvittavan tiedon niin vakinaisille, kuin uusille käyttäjillekin. Sisällön tulee olla olennaista, mieluiten lyhyesti ja ytimekkäästi kirjoitettua. Pitkät epäolennaiset selostukset saavat usein käyttäjän vaihtamaan sivua. Aineisto kannattaakin jakaa järkevästi eri osiksi. Selkeä ratkaisu helpottaa sivujen käytettävyyttä, sillä kaikki tiettyyn aiheeseen liittyvät asiat löytyvät omasta osiosta. Tarjolla on olennainen ja tiivistetty informaatio, mutta halutessa sitä voidaan silmäillä tarkemmin. Moni WWW-suunnittelija suosii ratkaisua, jossa etusivu koostuu uutisista ja navigaatiosta on mahdollisuus siirtyä eri osuuksiin, kohti tarkempaa tietoa.

Arvostettu WWW-suunnittelija Jacob Nielsen (2000, 101) vaalii kolmea kirjoitussääntöä:

- Kirjoita ytimekkäästi. Käytä tekstin tuottamiseen vain puolet siitä sanamäärästä, jonka olisit käyttänyt saman materiaalin käsittelyyn paperilla.
- Kirjoita teksti silmäiltäväksi. Käyttäjiä ei pidä pakottaa lukemaan pitkiä tekstijaksoja; teksti on jaoteltava osiin lyhyiden kappaleiden, alaotsikoiden ja luetteloiden avulla.
- Jaa pitkä teksti hypertekstin keinojen avulla useammille sivuille.

Moni suunnittelija pitää WWW-sivujaan taideteoksena ja keskittyy vuorovaikutteisuuden sijasta pelkkään visuaalisuuteen. Sivustojen visuaalisten ominaisuuksien pitää tietysti olla selkeät ja ammattimaiset, koska asiakkaat saavat siitä ensivaikutelman. He eivät kuitenkaan jää nautiskelemaan visuaalisesta elämyksestä päätettyään, että sivusto on tutustumisen arvoinen. Siksi kannattaa aina paneutua sivuston vuorovaikutteisuuteen. (Nielsen J. & Tahir M. 2002, 2)

Käyttäjälle on suotavaa tarjota mahdollisuus kontaktiin sivustot omistavan yrityksen ja/tai sivustojen käyttäjien kanssa. Sähköpostien välityksellä käytävien keskustelujen lisäksi on hyödynnetty keskustelupalstoja, joista suurin osa on haihtumassa pois. Näiden sijaan erilaiset yhteisöt, kuten Facebook, Twitter ja Myspace ovat saaneet paljon jalansijaa. Sisällössä on hyvä viitata johonkin vastaavaan mediaan, jossa käyttäjällä on mahdollisuus vuorovaikutukseen.

Se millä kielellä sisältö toteutetaan, määräytyy yrityksen tarpeiden mukaan. Englannin kieli on kansainvälisyytensä vuoksi suosittu valinta, mutta monessa tapauksessa sivuilla on tarjolla

vaihtoehtoisia kieliä. Ennen sisällön julkaisua tulee aina varmistua myös julkaisu-oikeudesta. Lainattu tai jonkun muun omistuksessa oleva materiaali vaatii luvan sen käyttöön.

4.5 Rakenne ja käytettävyys

Sivuston rakenne ja käyttöliittymä tulee pyrkiä suunnittelemaan selkeäksi ja loogiseksi, jotta käyttäjän olisi mahdollisimman helppo käyttää ja vaivattomasti löytää hakemaansa tietoa sivustolta. Sivuston rakenteen ja navigoinnin suunnittelussa on havainnollista tehdä rakennekaavio, jossa on kuvattuna kaikki sivuston sivut ja niiden linkittyminen keskenään. Rakennekaavio on hyödyllinen apuväline riippumatta siitä, toteutetaanko sivusto omatoimisesti vai ostetaanko se palveluntarjoajalta. (Tieke.fi 2006)

Käyttäjät arvostavat vapaata liikkumista. Sivustojen navigaatio kannattaakin aina suunnitella järkevästi. Näin pystytään takaamaan esteettömyyden tunne, eikä käyttäjä tunne oloansa "pakotetuksi" liikkuesssa sivulta toiselle. Sivujen selaamisen tulisi olla huoletonta, liikkumisen onnistua molempiin suuntiin ja käyttäjän säilyttää tietoisuus sijainnistaan. Moni Webin käyttäjä kyllästyy helposti, eikä viivy sivustolla pidempään, jos huomaa tämän käytettävyyden olevan vaikea. Käyttäjakeskeisyys tulee siis pitää mielessä sivustoja rakentaessa.

Navigaatiomallit jakavat mielipiteitä. Suosituin vaihtoehto on koostaa navigaatio joko sivujen vasempaan laitaan tai yläreunaan. Näin käyttäjä pystyy siirtymään suoraan haluamalleen alisivulle ja näkee välittömästi mitä sivustoilla on tarjolla. Käytettävyys tuntuu helpolta, jos suurin osa tarvittavista alisivuista on yhden klikkauksen päässä. Selkeä rakenne tuo mukanaan muitakin hyötyjä:

- Sitä on helppo laajentaa tulevaisuudessa
- Ylläpito käy mutkattomasti
- Oikea jäsentäminen takaa paremmat hakukonetulokset

On suositeltavaa, että sivustojen rakenne testaan erilaisilla selaimilla ennen julkaisua. Näin varmistutaan sen toimivuudesta eri ympäristöissä ja ennaltaehkäistään tulevaisuudessa ilmeneviä ongelmia.

4.6 Benchmarking

WWW-sivujen luomiselle ei ole mitään tiettyä kaavaa. Verkko on täynnä erilaisia, toinen toistaan hienompia sivustoja. Jotta yrityksen (tässä tapauksessa yhtyeen) sivustot olisivat kilpailukykyiset, niiden tulisi herättää mielenkiintoa toteutuksensa puolesta. Benchmarking on

oleellinen osa WWW-sivujen suunnitteluvaihetta. Sillä pyritään mahdollistamaan kilpailukykyisten WWW-sivujen luominen.

4.6.1 Mitä on Benchmarking?

"Benchmarking on menetelmä, jonka avulla pyritään oppimaan olemassa olevista parhaista käytännöistä. Tämän järjestelmällisen prosessiin tavoitteena on oman organisaation ja oman toiminnan kehittäminen selvittämällä, mitkä ovat parhaita olemassa olevia toimintatapoja ja menetelmiä, vertailemalla niitä keskenään ja omiin toimintoihin sekä soveltamalla löydettyjä asioita oman yrityksen toimintaan." (Kookas 2008.)

Benchmarkingilla tarkoitetaan oman toiminnan vertailua suhteessa toisten toimintaan. Useassa tapauksessa verrattava kohde toimii samalla alalla. Kohteen tulee myös olla kilpailukykyisimmästä päästä, ellei paras mahdollinen. Tällä tavalla pyritään kyseenalaistamaan omaa toimintaa ja oppimaan verrattavalta taholta. Prosessin aikana pyritään selvittämään ratkaisevia menestystekijöitä, jotka voisivat olla avuksi omalle toiminnalle. Tavanomaisempia kohteita ovat olleet taloudellinen menestys, asiakastyytyväisyys sekä tuotteiden laatu. (Cassel, Nadin, Gray, 2001.)

Benchmarking on tärkeää, sillä kilpailevan yrityksen täytyy olla tietoinen markkinoiden perustasosta ja nousta sen yläpuolelle. Benchmarkingia voidaan harjoittaa muun muassa seuraavin keinoin:

- verkon tutkiminen (yritysten Internet-sivut, artikkelit ja muut julkaisut)
- tiedon etsiminen kirjoista ja markkinoilla liikkuvista uutisista
- vierailut organisaatioihin (kysymykset ja käynnin tavoitteet määritellään etukäteen)
- saman alan yrityksiä mittareiden vertaaminen.

Näistä saatavat tulokset voidaan kohdistaa yrityksen suorituskykyyn, prosesseihin, osaamiseen ja strategiaan. Benchmarkingin muotoja on myös monenlaisia:

- Suoritteita vertaavaa: Tutkitaan oman toiminnan tasoa vertaamalla sitä yleisiin standardeihin tai benchmarkkeihin.
- Parhaita käytänteitä omaksuvaa: Identifioidaan toisten laadukkaita toimintatapoja ja sovelletaan niitä omaan organisaatioon tai toimintayksikköön.
- Kilpailullista: Etsitään itselle markkinaetua tai etulyöntiasemaa.
- Yhteistyöhakuista: Pyritään pidempikestoiseen yhteistyöhön kumppanin kanssa.
- Sisäistä: Oman organisaation eri osien välillä tapahtuvaa.
- Ulkoista: Haetaan kumppani tai kohde oman organisaation ulkopuolelta.

- Laadullista: Pyritään nimeämään ja luokittelemaan havaintoja sanallisesti.
- Määrällistä: Pyritään ilmaisemaan havainnot ja tulokset numeerisesti.
- Vertikaalista: Tietyn organisaation eri tasojen toimintaprosessit kohteena.
- Horisontaalista: Tietty toimintaprosessi eri organisaatioissa kohteena. (Karjalainen A. 2002)

Saadun tiedon myötä omaa toimintaa voidaan arvioida. Karjalainen (2002, 2 & 7) muistuttaa myös, että arviointi on järkevää toimintaa ainoastaan silloin, kun se täyttää tekijänsä tiedostamistarpeet ja toiminnan kehittämistarpeet. Arviointi ei määritelmällisesti voi olla itsetarkoituksellista toimintaa. Tässä on yksi mielenkiintoinen arviointia varsinaisesta tutkimustoiminnasta erottava piirre. Benchmarking-arvioinnissa pragmaattinen tekijä on läsnä erityisen konkreettisesti.

4.6.2 Benchmarkingin asettamia haasteita

Vaikka Benchmarking mahdollistaa oman toiminnan kehittämisen, voi se myös koitua yrityksen kompastuskiveksi. Vertailu saattaa johtaa keskinkertaiseen tulokseen tai aiheuttaa riippuvuutta kyseiseen toimintatapaan. Tämä johtaa omien ideoiden katoamiseen, joiden perusteella moni yritys on saanut alkunsa. Benchmarkingissa ei tulisi pyrkiä olemassa olevien ideoiden monistamiseen, vaan edistää omaa toimintaa ottamalla vaikutteita eri toimijoilta. Pelkkä jäljittely voi pitää yritystä pinnalla hetken ajan, mutta pitkässä juoksussa vastaava toimintatapa käy vaikeaksi. Pelkän kilpailun sijaan kannattaa keksittyä yhteistyöhön. Osapuolten välisellä yhteistyöllä voidaan päästä hedelmälliseen tulokseen, josta kaikki osapuolet saavat osansa.

Hyvien tuloksien saamiseksi pelkkien numeroiden tarkastelu ei riitä. Se voi kertoa yrityksen asemasta verrattuna kilpailijaan, mutta ei paranna yrityksen asemaa. On siis kaivettava esiin ratkaisuja, joita voidaan hyödyntää yrityksen toiminnassa. Benchmarking tulee tehdä huolellisesti ja tunnistaa hyödyllinen tieto. Mittausprosessi ei saa kasvaa kuitenkaan liian laajaksi. Jos mitattava joukko on liian laaja, oikean tiedon löytäminen on haastavaa. Tarkoitus ei ole siis tutkia koko yritystä, vaan tiettyä osa-aluetta. Jos benchmarkingissa tukeudutaan yhteistyöhön, tulee osapuolten välisten sopimusten olla kunnossa. Salassapitosopimuksella varmistetaan, että jokin yritykselle arka tieto ei pääse leviämään.

Saataviin tuloksiin tulee aina suhtautua avarakatseisesti. Benchmarking tarkoittaa sitä, että on riittävän nöyrä myöntääkseen, että joku toinen on parempi ja riittävän viisas oppiakseen, kuinka voi itse tulla yhtä hyväksi, ellei jopa paremmaksi. (Vaso J. 2006)

5 HANKKEEN WWW-SIVUSTOT: AUTOMATIC EYE

5.1 Tavoitteet

Hankkeen ensisijainen tavoite oli luoda uudenlaiset ja kilpailukykyiset WWW-sivustot, jotka tarjoaisivat käyttäjilleen olennaisen informaation yhtyeestä. Ulkoasu tuli olla yhtyeen näköinen ja sen haluttiin herättävän mielenkiintoa uusissa kävijöissä. Ulkoasu sai uhuu nuorekasta energiaa, ja siihen tuli sisällyttää eri yksityiskohtia, jotka liittyivät läheisesti yhtyeen uuteen albumiin. Kohderyhmäksi määriteltiin kaikki pop/rock musiikista kiinnostuneet ihmiset, ja jo yhtyeen tuntevat kuuntelijat. WWW-sivut kohdistettiin yhtyeen omalle faniporukalle, Street teamille. Sivujen kautta tuli pystyä liittymään mukaan yhtyeen fanitoimintaan.

WWW-sivujen rakenteesta haluttiin helppokäyttöinen. Sivustoilla tuli olla selkeä järjestys, jossa sivujen informaatio menisi askel askeleelta tarkemmaksi. Navigaatiosta löytyisi osiot uutisille, diskografialle, biolle, blogille, street teamille ja yhteystiedoille. Etusivulta haluttiin suora yhteys muihin yhtyeeseen liittyviin medioihin.

Sivustojen päivittämisen tuli onnistua nopeasti ja lähes miltä vain pääteasemalta. WWW-sivujen tulevilla ylläpitäjillä ei ollut pitkää kokemusta ylläpidosta, joten sivustojen päivittämisen tuli onnistua yksinkertaisesti.

WWW-sivujen tavoitteiksi laskettiin:

- Uusien ja vanhojen kuuntelijoiden saavuttaminen
- Street Teamin toiminnan esittely
- Jatkuva kansainvälistyminen
- Ajankohtaisen tiedon tarjoaminen

Kaikki yllä olevat tavoitteet yhdistyivät Automatic Eyen suosion ja myynnin kasvuun. Yhtyettä koskevien tavoitteiden lisäksi, WWW-sivujen laatuun kohdistettiin vaatimuksiksi:

- Looginen rakenne
- Helppokäyttöinen käyttöliittymä ja ymmärrettävä
- Kohderyhmäänsä iskevä ja sitä hyvin palveleva
- Sisällöltään luonteeseensa sopiva
- Olennaiset tiedot sisältävä
- Esteetön (sopiva kaikille selaimille) (Korhonen H. 2003)

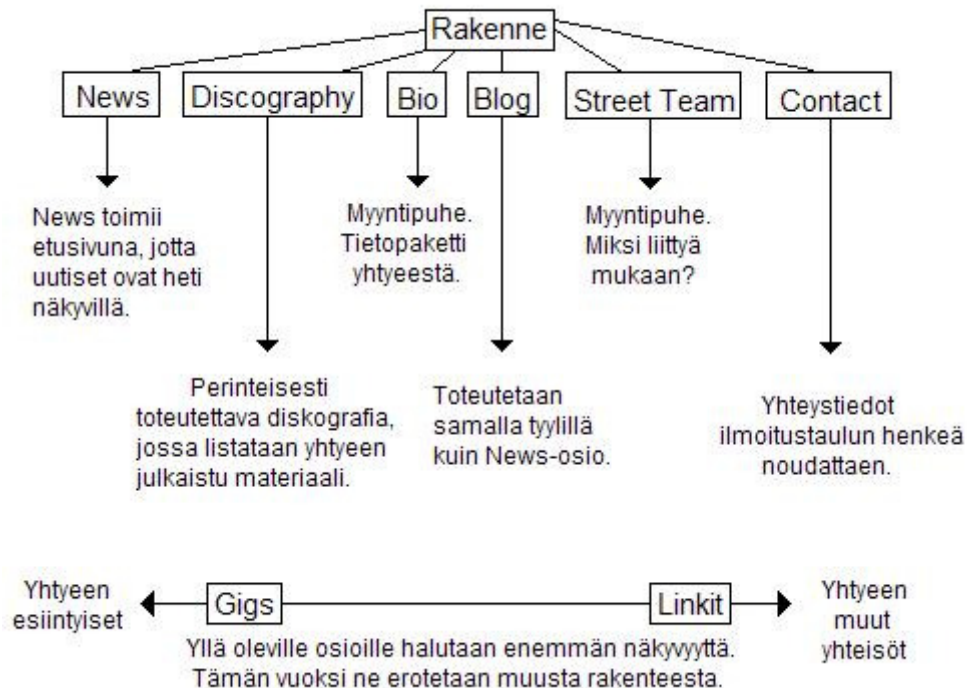
5.2 Suunnittelu

WWW-sivujen suunnittelu koostui yhtyeen kanssa käydyistä palaverista, benchmarking tekniikan hyödyntämisestä ja omien visioideni esilletuomisesta. Palaverit yhtyeen kanssa antoivat selkeät linjaukset sivujen sisällöstä, mutta ulkoasun ideointi jäi pääasiassa omalle vastuulleni. Vertailin erilaisia musiikkisivustoja ja hain inspiraatiota mahdollisimman uusista julkaisuista. Hahmottelin kokonaisuuden esityksesi ja hyväksytin sen yhtyeellä.

Hyvin onnistuneella WWW-suunnittelulla annetaan kuva ammattitaitoisesta yrityksestä. Sivuja ei pidä täyttää aloittelijoiden suosimalla roskalla, kuten raskaalla taustakuvalla, tai animoidulla kirjeellä, joka painostaa käyttäjää lähettämään sähköpostia. (Nielsen J. 2000, 92)

WWW-sivujen suunnittelussa kiinnitettiin huomiota seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä sivustolla halutaan sanoa?
- Mitä asiakokonaisuuksia sillä halutaan tuoda esiin?
- Onko sivusto tarpeellinen?
- Kenelle sivusto on suunnattu?
- Minkälaiset taidot kohderyhmillä on käyttää ja ymmärtää tietotekniikkaa?
- Milloin WWW-sivut julkaistaan? (Korhonen H. 2003)



Kuva 3: Hankkeen WWW-sivut, rakennekaavio.

Rakennekaaviosta selviää WWW-sivujen osa-alueet ja niiden kantamat roolit. Tarkoituksena oli tehdä selkeä hahmotelma keskinäisistä linkeistä ja niiden rooleista. Rakenteen suunnittelua lähdettiin tekemään puurakenteella, joka noudattaa hierarkkista toteutusta. Siinä tieto muuttuu askeleittain tarkemmaksi. Alasivuja ei kuitenkaan tullut enempää, joten rakenne on mahdollista hahmottaa helposti. WWW-sivujen aktiivinen käyttö keskittyy lähinnä uutisten ja blogin ylläpitoon. Yksinkertainen toteutus helpottaa käyttäjää tiedon etsinnässä, muttei kuitenkaan heikennä WWW-sivujen visuaalista toteutusta. Päinvastoin, aineisto sijoitetaan niin, että myös sivujen ulkoasusta saadaan näyttävä ja helppokäyttöinen.

Kenttä täytetään otsikolla ja muilla musiikkiaiheisilla kuvilla.		
<u>Navigaatio</u>		
News	Keskusta toimii kirjoitusalueena, johon jokainen alasivu aukeaa. Vasemmalla oleva navigaatio mahdollistaa helpon liikkumisen.	Linkit (kuvina)
Discography		Gigs
Bio		
Blog		
Street team		
Contact		
Kenttä täytetään musiikkiaiheisilla kuvilla.		

Kuva 4: Hankkeen WWW-sivut, navigaatio osana sivujen hahmotelmaa.

Käyttäjän tulee osata liikkua sivustolla, muuten tärkeäkin sisältö saattaa jäädä huomaamatta. Tämä mahdollistetaan selkeällä navigaatiolla. Linkit tulee olla aseteltu oikein ja tärkeä tieto mahdollisimman näkyvälle paikalle. Navigaatio asetetaan normaalisti oikeaan tai vasempaan laitaan. Selkeä yhteys sivujen välillä antaa sivustoista toimivan kuvan ja helpottaa käyttäjän toimintaa.

WWW-sivujen navigaation katsottiin toimivan parhaiten vasemmassa laidassa. Suunnitelman mukaan navigaatiossa ei ole yhtään turhaa osiota. Oikealle sijoitetut ”Linkit” ja ”Gigs” ovat näkyvillä koko ajan ja tukevat projektin hyötytarkoitusta: Käyttäjä näkee heti yhteen esiintymiset ja muut käytössä olevat yhteisöt. Suunnitelmassa on vahvasti esillä musiikkiaiheisten kuvien käyttö. Kuvat tulee kohdistaa niin, että ne ympäröivät käytettävää sivustoa ja tuovat mukanaan piristäviä yksityiskohtia.

5.3 Benchmarkingin käyttö

Lähdin kasvattamaan sivujen kilpailukykyisyyttä vertailemalla erilaisia kiinnostusta herättäviä sivustoja. Tarkoitus oli saada selville elementtejä ja menetelmiä, joiden avulla WWW-sivuille saataisiin enemmän tarttumapintaa. Tällä toiminnalla halusin myös varmentua markkinoiden perustasosta. Vertailemani sivustot olivat täysin musiikki- ja viihdepainotteisia. Tämä siksi, koska kyseiset sivut uhkuivat eniten projektiin sopivia ideoita. Benchmarkingia toteuttaessa haettiin etulyöntiasemaa, täysin omaa ideaa, joka erottaisi WWW-sivut muusta massasta. Sivustojen luonti muistuttaa kappaleen kirjoitusta: Kaikki sointukulut on jo moneen otteeseen käytetty, mutta melodia on se, joka tekee kappaleesta ainutlaatuisen.

Tutkin yhtyeisiin liittyviä yhteisöjä (mm. Facebook ja IRC-galleria), ja tein päätelmiä ihmisten kiinnostuksen perusteella. Mikäli jokin yhtye herätti paljon kiinnostusta, perehdyin yhtyeen WWW-sivuihin. Itse musiikki on kuitenkin asia, joka saa ihmiset kiinnostumaan. Tarkoitus oli siis vain kartoittaa tämän hetken suosituimmat yhtyeet, ja tutkailla kyseisiä WWW-sivuja. Hankkeen WWW-sivuilla oli jo tässä vaiheessa suhteellisen kestävä idea, joten benchmarkingissa ei pyritty olemassa olevien ideoiden monistamiseen tai omien ideoiden tuhoamiseen. Tarkoitus oli vain kyseenalaistaa omaa toimintaa ja asettaa se vertailtavaksi muiden alan tekeleiden kanssa. Tuli selvittää ratkaisuja, jotka eivät ole hyväksi WWW-sivuja koostaessa. Nämä haluttiin välttää jo suunnitteluvaiheessa. Tutkittava joukko oli kasvaa liian suureksi, joten benchmarking kohdistettiin WWW-sivujen ulkoasuun, rakenteeseen ja sisältöön.

Benchmarking osoittautui tärkeäksi osaksi WWW-sivujen suunnittelua. Kartoitus toi esiin useita laadukkaita toimintatapoja, joita mukailen WWW-sivujen ideaa kehitettiin.



Kuva 5: Butch Walkerin WWW-sivut.

Musiikkiin liittyvät elementit tuovat mukanaan mielekkäitä yksityiskohtia. Näitä haluttiin tuoda myös hankkeen WWW-sivuille. Tarkoitus ei ollut monistaa jo käytettyä ideaa, joten hankkeen sivustoille päätettiin lisätä aitoja elementtejä, kuten piuhoja, plektroja ja pääsylippuja. Jo suunnitteluvaiheen alkupuolella pohdittiin yhtyeeseen liittyvien yhteisöjen asettamista osaksi sivuston raameja. Useilla kansainvälisillä sivustoilla tämä toteutui mallikkaasti, joten kyseessä oli käyttökelpoinen idea. Tauluksi tai muuksi realistiseksi kokonaisuudeksi suunniteltu WWW-sivu on nykyaikana suosittu ratkaisu. Hankkeen WWW-sivujen ulkoasun idea tukeutui jo alun perin ilmoitustauluun, joka tekisi sivuista käsin kosketeltavan ja kuuntelijoille ominaisen. Benchmarkingia hyödyntäessä sen toteuttamiseen saatiin rohkaisua.

Osa benchmarkingin yhteydessä tutkituista sivustoista oli toteutukseltaan täysin erilaisia. Monet ideat eivät sopineet vertailtavaksi opinnäytetyön hankkeeseen, mutta usealta sivustolta löytyi toisiaan muistuttavia piirteitä. Toimivissa kokonaisuuksissa uusimmat uutiset ja päivitykset oli listattu selkeällä tavalla. Tähän tuli pyrkiä myös hankkeen WWW-sivuilla. Tämän toteutumiseen oli luottoa, sillä monilla tutkituista sivustoista oli käytössä hankkeessa testattu sisällönhallintajärjestelmä. (Liite 1)



Kuva 6: Billy Talentin WWW-sivut.

Järkevästi toteutettu navigaatio ja uutisten listaus puoltavat sivustojen selkeyttä. Hyvin toteutettuna ne eivät heikennä lainkaan ulkoasua. Yllä oleva sivusto antoi rohkaisua myös yhtyeen jäsenten liittämiseen osaksi ulkoasua. Tällä benchmarkingin yhteydessä tutkitulla sivustolla kyseinen ratkaisu toimi hyvin. Hankkeen WWW-sivujen ulkoasuun etsittiin ratkaisuja, jotka toisivat esille nuorekasta energiaa. Tutkittujen sivustojen myötä päätettiin pyrkiä toteutukseen, jossa ulkoasuun olisi kiinnitetty kaikista tärkeimmät ja eniten kiinnostusta herättävät elementit. Näin uusi kävijä saisi hyvän ensivaikutelman.

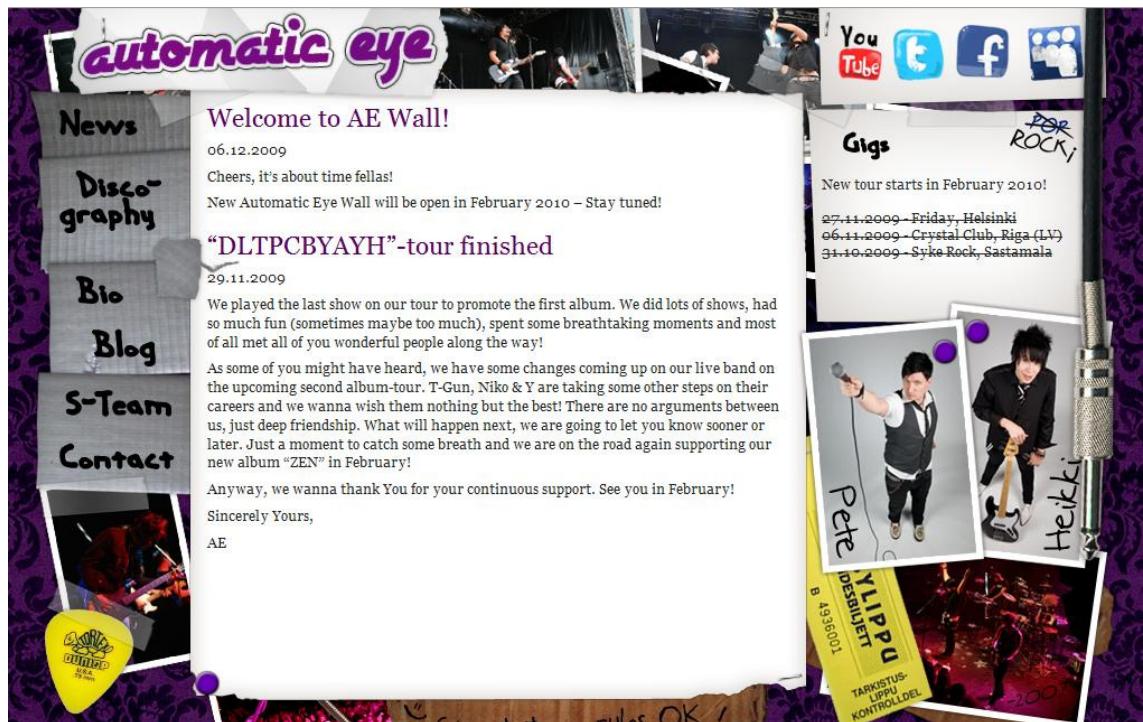
5.4 Ulkoasu

”Tosiasia on se, että sivuille saapuva käyttäjä näkee ensimmäiseksi sivun ulkoasun, ja tässä on hyvä tilaisuus luoda sivustolle uskottavuutta.” (Nielsen J. 2000, 92)

WWW-sivujen ulkoasuksi suunniteltiin ilmoitustaulua muistuttava seinä. Siinä toteutui vaatimus yhtyeen nimen sisällytyksestä ulkoasuun, toisen albumin värimaailma ja nuorekas teema. Sivustojen ulkoasussa haluttiin välttää tavanomaisuutta ja tämän vuoksi se toteutettiin persoonallisesti. Ilmoitustaulun haluttiin tehdä mahdollisimman aidoksi, joten kaikki irrallaan olevat elementit on joko teipattu, niitattu tai kiinnitetty tauluun nastan avulla. Ulkoasuun on myös liitetty valokuvia vuosien varrelta. Sivuille haluttiin sisällyttää

erilaisia musiikkiin liittyviä yksityiskohtia: Ilmoitustaulun reunoilta löytyy muun muassa yhtyeen jäsenen plektra, pääsylippu keikalle, basson kieli ja vapaana roikkuva piuha.

WWW-sivujen päävalikko muodostettiin ilmastointiteipin palasten päälle. Idea oli rohkea ja epäilyksiä herättävä, mutta huolellinen suunnittelu takasi selkeän kokonaisuuden. Ulkoasua ei haluttu hioa liikaa, sillä ilmoitustaulun tuli näyttää käytetyltä ja tällä tavoin mahdollisimman aidolta. Tämän vuoksi kaksi osiota liitettiin mukaan erillisinä paperinpalasina. Varsinaiselle taustalle vaihtoehtoja oli enemmänkin, mutta valittu köynnöksinen lila väri toi mukanaan tummuutta ja taiteen tunnetta. Kirjoitusaluslana on repaleinen valkoinen paperi, joka venyy alareunasta kun tekstiä tulee enemmän.



Kuva 7: Hankkeen WWW-sivut, etusivu.

Hankkeen loppupuolella ulkoasuun lisättiin muutama yksityiskohta. Kaksi pahvista palaa, jotka puolsivat ilmoitustaulun aitoutta. Toiseen pahviseen palaan kirjattiin tekstiä Street teamista, jotta sivujen luonne tulisi selville. Taustalle lisättiin myös huolimattomasti aseteltuja ja osittain näkyviä valokuvia. Ne saavat ulkoasun näyttämään täyteläiseltä.

5.5 Rakenne ja käytettävyys

WWW-sivujen rakenteen koostamisessa käytettiin pääasiassa perinteisiä keinoja. Näitä täydennettiin kokeilevilla ratkaisuilla. Toteutus pysyi loogisena, sillä rakenne antaa selkeän kuvan sivustojen kokonaisuudesta. Käyttäjä näkee heti saapuessaan sivustojen tarjonnan, liikkuminen on helppoa ja tarkempi tieto on saatavissa vaivattomasti. WWW-suunnittelija

Jacob Nielsenin (2000) mukaan, navigointikäyttöliittymän avulla käyttäjän on kyettävä vastaamaan kolmeen peruskysymykseen:

- Missä minä olen?
- Mistä minä tulin?
- Minne täältä voi mennä?

Hankkeen WWW-sivuja käyttävän on helppo vastata yllä oleviin kysymyksiin: Alasivut on nimetty otsikoin, sivut eivät johda harhaan ja muut alasivut ovat yhden klikkauksen päässä. Klikkauksien määrä haluttiin minimoida. Käyttäjät turhautuvat helposti ja poistuvat sivustolta, jos tieto ei ole heti saatavilla.

Sivustojen navigaatio jaettiin käytännössä kahtia. Perinteisiä keinoja käyttäen, sivujen valikko muodostettiin vasemmalle. Valikosta löytyy alasivut Discographylle, Biolle, Blogille, S-Teamille, Contactille sekä Newsille, joka mahdollistaa paluun etusivulle. Rakenteen selkeyttä ja sivujen hyötyä korostaen, osa materiaalista sijoitettiin sivujen oikeaan reunaan. Irrottaminen varsinaisesta valikosta oli järkevää, sillä käyttäjän ei tarvitse nyt avata erillistä osiota nähdäkseen yhtyeen tulevat esiintymiset. Käyttäjälle annetaan myös mahdollisuus suoraan siirtymiseen yhtyeen muihin yhteisöihin. Tärkein syy näiden osioiden itsenäistämiseksi oli se, että ne eivät jää käyttäjältä huomaamatta.

5.6 Sisältö

Useimmiten WWW-tekstin tavoitteena on käyttäjien houkuttelemine sivuille. Eri sivuilla pitää olla eri nimet. On mutkikasta vierailta seitsemällä peräkkäisellä sivulla joilla kaikilla on sama nimi. Myöskään tietyille sivuille palaaminen sivuhistorian avulla ei onnistu niin vain, koska kaikilla sivuilla on sama nimi. (Nielsen J. 2000, 115 & 123)

WWW-sivujen sisältö toteutettiin yhtyeen vaatimusten mukaisesti. Vuosien varrella kertynyt tieto löytyi pakettina, jota oli mahdollisuus hyödyntää. Sisältö tuli jakaa järkevästi, jotta kaikki alasivut noudattaisivat ilmoitustaulun henkeä. Alasivujen osiot täytettiin seuraavasti:

- News

WWW-sivujen varsinainen etusivu koostuu uutisista. Osiota tullaan ylläpitämään lähes viikoittain, joten kirjoituslusta pidettiin mahdollisimman yksinkertaisena.

- Discography

Hankkeen vaatimukseen kuului yhtyeen albumien esittely. Kyseessä on kestävä sivu, jota ei ole tarkoitus päivittää useasti. Discography -osio vastaa nyt vaatimuksia ja antaa tarvittavan infon yhtyeen julkaisuista. Jotta tunnistaminen olisi helpompaa, osioon liitettiin albumien kansikuvat. Osioon lisättiin myös linkit LevykauppaX:n sivuille, joista on mahdollisuus tilata yhtyeen musiikkia. Moni käyttäjä eksyy Discography -osioon musiikin toivossa, joten kirjoitusalueen alaosaan lisättiin johdatteleva linkki yhtyeen Myspace-sivustolle.

- Bio

WWW-sivuilla tuli olla yhtyeen esittely. Koska kyse oli kestävästä osiosta, ratkaisu oli mahdollista tehdä monella tapaa. Bio -osuuden sisältö kattaa bändin historian, kulkien tien aina nykyhetkeen asti. Osioon liitettiin yhtyeen pressikuva, joka näyttää olevan repäistä kellastuneesta sanomalehdestä. Sen on tarkoitus tuoda kestävyden tunnetta.

Normaalia tapaa kiertäen Bio -osuudesta ei löydy bändin jäsenten erillistä esittelyä. Koska kyse on kahden miehen yhtyeestä, sivujen ulkoasuun oli mahdollista liittää molemmista henkilöistä valokuvat. Kuvissa on nähtävillä jäsenten käyttämät instrumentit.

- Blog

Lähes jokainen yhtye ylläpitää statustaan blogia päivittäen. Vaikka Automatic Eyellä on käytössään verkon puolella jo kaksi blogia, sivustoille haluttiin mahdollisuus blogin kirjoittamiseen. Blogi mukailee toteutukseltaan News -osiota ja se jätettiin varsin yksinkertaiseksi. Osioon lisättiin ensimmäinen kirjoitus, joka saa kävijän palaamaan blogiin toistekin. Tästä osiosta on tarkoitus löytyä muun muassa fanien kokemuksia yhtyeen esiintymisistä.

- S-Team

WWW-sivut kohdistettiin yhtyeen Street teamille. Osio esittelee kyseisen faniporukan toimintaa ja antaa ohjeet mukaan liittymiselle. Osioon lisättiin linkit Facebook- ja IRC-galleria -yhteisöihin, joissa toimintaan pääsee perehtymään tarkemmin. Mukaan liitettiin myös kuva keikalta, joka viittaa Street teamin harrastuksiin.

- Contact

Contact -osiot koostuvat usein kirjatuista yhteystiedoista. Jotta WWW-sivuilla säilyisi ilmoitustaulun henki, yhteystiedot koostettiin erilaisista paperilappusista. Neljä kiinnitettyä lappua kattavat hankkeen kannalta vaadittavat yhteystiedot: Street Team, levy-yhtiö, ohjelmatoimisto ja kansainväliset kontaktit. Aitouden kannalta oli tärkeää, että kiinnitettyjä lappuja muokattiin käytetyn näköisiksi.

Rakenteen selkeyden vuoksi valikosta erotetut osiot, keikkakalenteri ja linkit yhtyeen muihin yhteisöihin, täytettiin vaatimusten mukaisesti. Yhteisöiksi liitettiin Youtube, Twitter, Myspace ja Facebook. Tekstin sijaan, yhteisöjä kuvataan piirretyillä logoilla, jotka kiinnittävät paremmin käyttäjän huomion. Keikkakalenteri (Gigs) koostuu tulevista esiintymisistä.

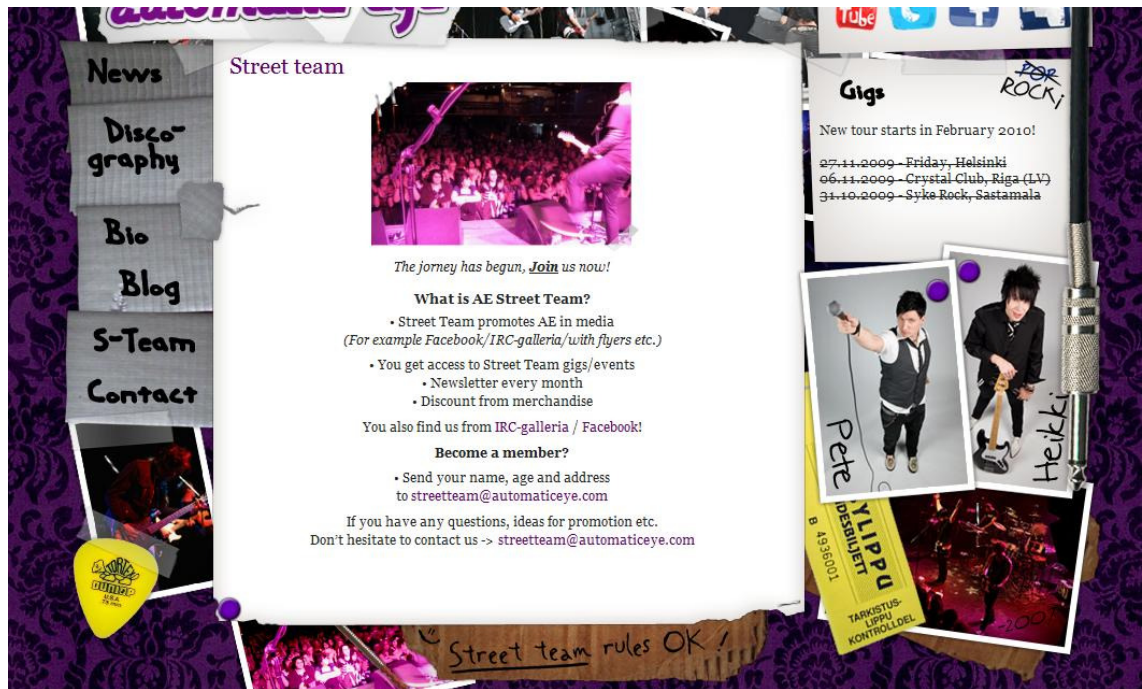
WWW-sivujen kansainvälisyyden myötä kieleksi valittiin Englanti.

5.7 Toteutus

Yllä oleviin osuuksiin käytettiin kahta ohjelmaa:

Ulkoasu toteutettiin Photoshopilla valmiin suunnitelman pohjalta ja sen asettelussa noudatettiin hankkeen vaatimuksia. Yhteistyökumppani Mediapata antoi apua ulkoasun toteutuksessa. Tämä oli tärkeää, sillä layout saatiin leikattua oikealla tavalla ja ulkoasuun tuli uusia, sitä kaunistavia piirteitä.

Materiaalin määrästä johtuen, layout kasvoi melko isoksi. Sen pelättiin olevan liian raskaan tuntuinen. Ongelmaa pyrittiin lievittämään leikkauksilla ja eri elementtien pelkistämällä. Layout päätettiin kuitenkin pitää sellaisenaan, sillä ilman näkyvillä olevaa materiaalia WWW-sivujen idea ei toteutuisi halutulla tavalla. Ratkaisu ei kiertänyt asiantuntijoiden korostamaa latausajan lyhyden tärkeyttä, sillä layout latautuu tarvittavan nopeasti myös hitaammilla yhteyksillä.



Kuva 8: Hankkeen WWW-sivut, Street team.

Kaikki näihin raameihin tuotu materiaali toteutettiin pääasiassa Wordpressillä. Sisältö jaettiin suunnitelmien mukaisesti ja jokainen alisivu noudattaa periaatteita selkeästä kokonaisuudesta. Wordpress tuottaa validia XHTML koodia, joten sisällön kanssa ei ilmennyt suurempia ongelmia. Suurin osa materiaalista kirjoitettiin pelkästään selainta vastaavaa näkymää käyttäen. Kaikki taulukot ja tyyliin liittyvät täsmennykset tehtiin koodipuolelta. Kyseiseltä puolelta selviää koodina kaikki kirjoituspuolella toteutettu materiaali, joten saman koodin hyödyntäminen onnistui myös muilla alisivuilla. Wordpressin monipuolisuuden ja helppokäyttöisyyden vuoksi, se todettiin hankkeeseen sopivaksi ylläpito-ohjelmaksi. Ulkoasun toteutuksessa käytettyä Photoshopia hyödynnettiin myös sisällön suhteen, sillä muutama kuva muokattiin ilmoitustaulun henkiseksi sen avulla.

WWW-sivujen toteutuksessa haluttiin helpottaa sivustojen löytymistä. Alisivut nimettiin järkevästi ja niille asetettiin musiikkiin liittyviä tageja. Wordpressin avulla kyseinen toimenpide onnistui helposti. Samaa menetelmää hyödynnetään jatkossakin, kun sivuille alkaa kasaantua enemmän materiaalia.

5.8 Käyttöönotto ja testaus

WWW-sivujen virallinen julkaisu ja käyttöönotto tapahtuu maaliskuussa, yhtyeen uuden albumin ilmestyessä kauppoihin. WWW-sivut sijaitsevat Mediapadan tarjoamalla serveritilalla, osoitteessa <http://demo.datapata.fi/automaticeye/>. WWW-sivujen virallinen osoite jäi

yhtyeen päätettäväksi. Toimiakseen WWW-sivut vaativat palvelimelta PHP-tuen ja MySQL 5-tietokannan. Sivusto itsessään pyörii Wordpress-pohjalla, jota on modifioitu tarkoitukseen sopivaksi. Wordpressille tuli luoda oma MySQL-tunnus, jolle määriteltiin täydet oikeudet luotuun tietokantaan. Asetuksia päästiin muokkaamaan wp-config.php-tiedostosta käsin. Tietojen siirrossa käytettiin perinteisesti FTP-ohjelmaa.

WWW-sivut testattiin laadunhallinnassa määritellyillä selaimilla ja niiden todettiin toimivan suunnitelmien mukaisesti. Testauksessa käytiin läpi kaikki sivustoilta löytyvät tekstit ja linkit. Kahdelta alisivulta löytyi pieniä tekstivirheitä, jotka saatiin korjattua helposti. Toinen osa tekstauksesta kuului tuleville käyttäjille, jotka valittiin yhtyeen Street Teamista. Palautteen myötä punnitsin eri ratkaisuja ja lisäsin sivuille vielä yhtyeeseen liittyvää infoa.

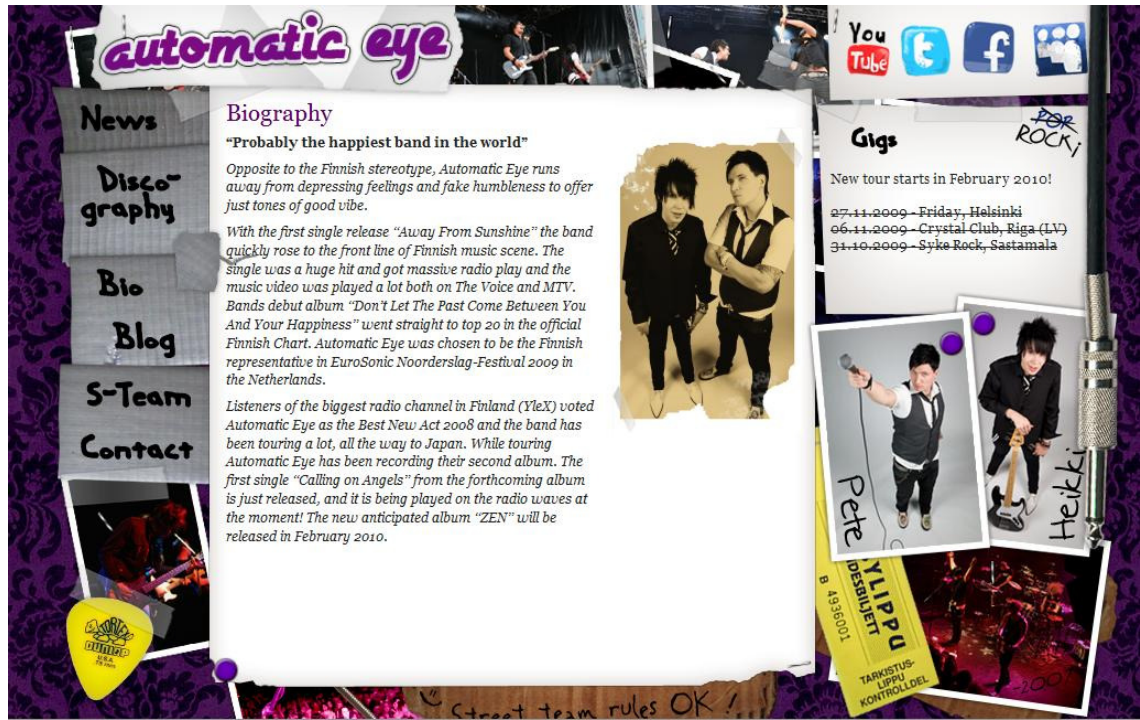
5.9 Ylläpito ja jatkokehitys

Hankkeen valmistuttua WWW-sivut siirtyivät ylläpidettäviksi. Ylläpitovaiheeseen kuuluu WWW-sivujen viikoittainen päivittäminen, mahdollisten virheiden karsiminen sekä jatkuva kehitys. Mikäli yhtyeen ympärillä tapahtuu jotain merkittävää, WWW-sivuille voidaan tehdä isompia muutoksia. WWW-sivujen pohja on toimiva ja tämän vuoksi isommatkin muutokset ovat mahdollisia. Ylläpitovastuu siirtyy kirjoittajalta Street teamin jäsenille muutaman kuukauden kuluessa.

WWW-sivujen kehitystä tullaan jatkamaan, sillä uutta materiaalia on saatavissa jälleen kesällä. Muutoksia tulee mahdollisesti niin sisällön, kuin ulkoasunkin suhteen. Mikäli hanke saa aikaan innostusta ja tuo mukanaan paljon positiivista palautetta, kansainvälistyminen jatkuu tasaisin askelin. Myös ohjelmistoa päivitetään uusien versioiden myötä.

6 Työn arviointi

Kultaista keskitietä ei ole. On vaikea tehdä sellaista sivua tai sivustoa, johon kaikki käyttäjät olisivat tyytyväisiä. Aina löytyy joku, joka ei pidä työn lopputuloksesta. Tulee tottua siihen, mutta älä turru käyttäjien kommentteihin ja saamaasi palautteeseen. Muista kohderyhmä, ja suunnittele ensisijaisesti sille. Ei ole myöskään oikein heikentää toimivaa kokonaisuutta marginaaliryhmien vuoksi - eikä toisinpäin. (Jääskeläinen 2003.)



Kuva 9: Hankkeen WWW-sivut, bio.

Opinnäytetyön hanke opetti minulle paljon. WWW-sivujen suunnitteluprosessi on nyt helpompi hahmottaa, sillä projekti toi asiaan täysin uusia näkökulmia. Kattava suunnittelu ja selkeän idean luominen ovat vaatimuksia onnistuneille WWW-sivuille. Teoriaa löytyi alan kirjallisista teoksista ja tutkivista artikkeleista. Teorian kasaamiseen, suunnitteluun ja projektin aloittamiseen käytetty työn määrä yllätti minut.

Suurin osa projektissa käytetyistä työkaluista osoittautui hyviksi valinnoiksi. Perehtyminen benchmarking tekniikkaan oli hyödyllistä työelämää silmällä pitäen. Yhteistyökumppaneiden avulla sain uusia ideoita ulkoasun toteutukseen. Näitä aion hyödyntää jatkossakin. Perehtyminen erilaisiin sisällönhallintajärjestelmiin auttaa valitsemaan tulevaisuuden projekteihin sopivan ohjelman. Ne opettivat samalla uusia toteutuskeinoja. Projektin kokonaiskuvaa on sikäli vaikea arvioida, sillä vasta julkaisun jälkeen saatavat tulokset vahvistavat onnistumisen. Tähän asti projekti onnistui kuitenkin mielestäni vähintäänkin hyvin, sillä WWW-sivut vastaavat kokonaisuutena niille asetettuja vaatimuksia. Sivustot ovat selkeät ja helppokäyttöiset, samalla kohderyhmälleen uskolliset. Ulkoasusta tuli kilpailukykyinen ja erottuva, siitä uhkuu myös haluttua nuorekasta energiaa. Vaikka sivustoilla ei ole toistaiseksi paljoakaan sisältöä, kävijä hahmottaa jo ensi näkemältä mistä sivustoissa on kyse.

Projekti oli käynnissä ollessaan turhan hajallaan. Kaikkien osa-alueiden parsiminen kasaan tuntui välillä turhankin haastavalta. Projekti ei venynyt, vaikka aikataulua jouduttiin kiireiden

keskellä muuttamaan. Myös täysin omanlaisen idean luonti tuotti vaikeuksia, sillä samalla alalla kilpailee niin monta muuta yrittäjää. Edellä mainitut ongelmat ovat kuitenkin yleisiä ongelmia monissa projekteissa ja niistä täytyy vain selvittää saavuttaakseen hyvän tuloksen. Hyvä suunnittelu ennaltaehkäisi projektissa aiheutuneita ongelmia.

Valmiit sivustot saivat kiitettävää palautetta hankkeeseen liittyviltä tahoilta:

Sami Rikala, levy-yhtiö Johanna Kustannus:

"Hyvältä näyttää kaikin puolin. Fanit ovat bändille kaikki kaikessa, joten street teamille suunnattu oma fanisivusto on erittäin hyvä idea. Sitä kautta "hardcore-fanit" saavat eksklusiivista sisältöä ja pääsevät näin lähemmäksi bändiä kuin muut fanit. Se on myös erinomainen kokoontumispaikka faneille jossa he voivat vaihtaa tietoja ja kuulumisia keskenään. Sivusto on hyvin toteutettu ja se on kaikin puolin Automatic Eye -yhtyeen näköinen."

Niina Jalonen, ohjelmatoimisto Popgram:

"Tässä kommentteja sivuista:

- Nuorekkaat.
- Faneille ja mahdollisille street teamin jäsenille hyvin toteutetut sivut.
- Automatic Eye yhtyeen näköiset sivut. Eli bändin tyyli tulee ilmi myös näistä sivuista."

Aki Hiekkasalmi, kuvaaja:

"Pidin yhtyeen ratkaisusta kohdistaa sivut omalle street teamille, se saattaa olla hyvinkin tuottelias ratkaisu. Yleisesti ottaen WWW-sivut ovat toimiva kokonaisuus. Ne herättivät kiinnostukseni ja kuvaamaani materiaalia on hyödynnetty mukavalla tavalla. Toivotaan että uuden albumin musiikki puhuu puolestaan ja sivujen hyöty maksimoituu. Jään mielenkiinnolla odottamaan tulevaisuudessa ilmeneviä käännteitä. "

Lähteet

- About.com. 1999. Avoid these benchmarking mistakes. Luettu 10.11.2009.
http://management.about.com/gi/o.htm?zi=1/XJ&zTi=1&sdn=management&cdn=money&tm=38&f=00&su=p560.7.336.ip_&tt=2&bt=1&bts=1&zu=http%3A/www.benchmarkingplus.com.au/mistakes.htm
- Billy Talent. 2010. Viitattu 18.1.2010.
<http://www.billytalent.com>
- Brain Alliance. 2003-2010. Drupal - Julkaisujärjestelmä. Luettu 8.12.2009.
<http://www.brainalliance.com/ratkaisut/julkaisujarjestelmat/drupal>
- Butch Walker. 2010. Viitattu 18.1.2010.
<http://www.butchwalker.com>
- Drupal Suomi. 2008. Peruskäsitteitä. Viitattu 8.12.2009.
<http://drupal.fi/fi/kayttajan-opas/peruskasitteita-kirjoitukset-ja-sisallon-tyypit>
- God or Julie. 2010. Viitattu 18.1.2010.
<http://www.godorjulie.com>
- Koskinen D. 2009. Wordpress 2.9. Viitattu 4.12.2009.
<http://www.dan-web-design.com/2009/11/wordpress-2-9-uudet-ominaisuudet/>
- Joomla Portal. 2005-2010. Mikä on Joomla? Viitattu 10.12.2009.
<http://www.joomlaportal.fi/content/view/93/39/>
- Jääskeläinen J. 2007. Viitattu 4.1.2010.
<http://myrsky.net/faust3/kuningas-kayttaja-eli-www-suunnittelun-10-kaskya>
- Karjalainen A. 2002. Mitä benchmarking-arviointi on? Viitattu 2.12.2009.
www oulu.fi/w5w/benchmarking/bm.RTF
- Kookas. 2008. Benchmarking yrityksen kehitysmenetelmänä. Viitattu 2.12.2009.
<http://www.kookas.fi/articles/read/6755>
- Korhonen H. 2003. Verkkoviestintää käytännössä. Viitattu 20.1.2010.
http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkay_teksti.html
- Korpela J.K. & Linjama T. 2005. Web-suunnittelu. Jyväskylä: Docendo.
- Nettibisnes. 2007. Wordpress-blogin hakukoneoptimointi. Luettu 16.12.2009.
<http://nettibisnes.info/wordpress-blogin-hakukoneoptimointi/>
- Nettibisnes. 2007. RSS-mainonta bloggaajien tulonlähteenä. Viitattu 16.12.2009.
<http://nettibisnes.info/rss-mainonta-bloggaajien-tulonlahtena/>
- Nielsen J. & Tahir M. 2002. Kotisivun suunnittelu: Miten teet vetävimmät Web-sivut. Helsinki: Edita.
- Nielsen J. 2000. WWW-suunnittelu. Jyväskylä: Oy Edita Ab / IT Press.
- Siegel D. 1997. Suomentaja Antinluoma E-M. Killer Web sites. Frank O'Donell.
- Siteground. 2004-2008. What is Wordpress? Viitattu 16.12.2009.
http://kb.siteground.com/article/What_is_WordPress.html

Tieke.fi. 2006. Mikroyrityksen kotisivut. Viitattu 4.12.2009.
http://www.tieke.fi/mp/db/file_library/x/IMG/19936/file/Mikroyrityksen_www-sivut.pdf

Vaso J. 2006. Benchmarking kehittämisen välineenä. Viitattu 2.12.2009.
<http://www.noste-ohjelma.fi/fin/bitmap.asp?R=722>

Web Design Tips. 2008. Luettu 20.1.2010.
http://www.entheosweb.com/website_design/webdesign_tips.asp

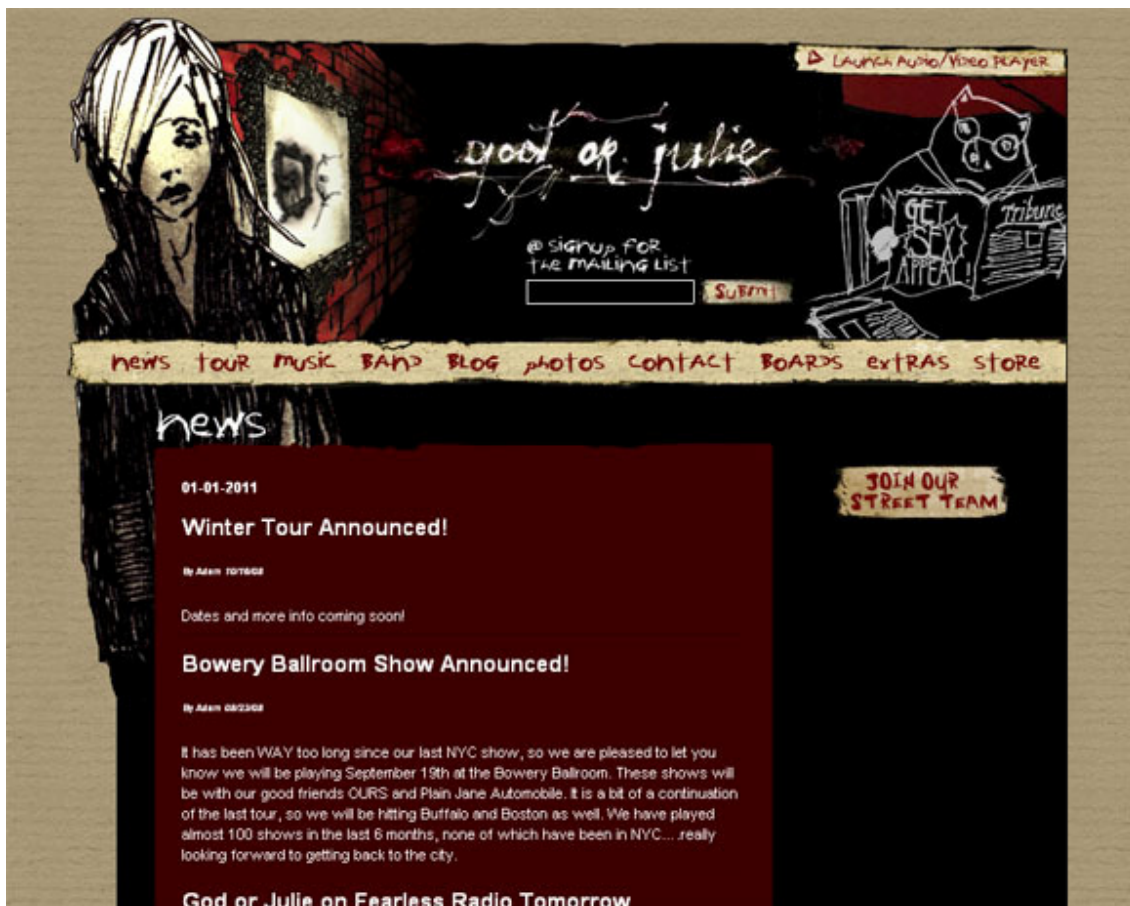
Kuvat ja kuvat

Kuva 1: Wordpress, selainta vastaava näkymä.....	12
Kuva 2: Wordpress, koodilla toimiva puoli.	13
Kuva 3: Hankkeen WWW-sivut, rakennekaavio.	23
Kuva 4: Hankkeen WWW-sivut, navigaatio osana sivujen hahmotelmaa.	24
Kuva 5: Butch Walkerin WWW-sivut.	26
Kuva 6: Billy Talentin WWW-sivut.....	27
Kuva 7: Hankkeen WWW-sivut, etusivu.	28
Kuva 8: Hankkeen WWW-sivut, street team.....	32
Kuva 9: Hankkeen WWW-sivut, bio.	34

Liitteet

Liite 1: God Or Julien WWW-sivut.	40
--	----

Liite 1:



Liite 1: God Or Julien WWW-sivut.