



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Käytettävyys ja visuaalisuus pienyrityksen www-sivujen toteutuksessa

Niemi, Karoliina

2011 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

Käytettävyys ja visuaalisuus pienyrityksen www-sivujen toteutuksessa

Niemi, Karoliina
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2011

Karoliina Niemi

Käytettävyys ja visuaalisuus pienyrityksen www-sivujen toteutuksessa

Vuosi 2011 Sivumäärä 48

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaisia asioita pienyrityksen www-sivujen käyttöliittymän ja sisällön suunnittelussa tulisi ensisijaisesti huomioida, jotta sivusto olisi hyödyllinen sekä yritykselle että asiakkaalle. Aihetta tarkasteltiin erityisesti käytettävyyden ja visuaalisen suunnittelun näkökulmasta. Opinnäytetyön aiheen lähtökohtana oli ravintolalan yritykseltä saatu toimeksianto. Sen tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa yritykselle www-sivut.

Työ jakautui teoreettiseen ja toiminnalliseen osaan. Työn teoriaosassa perehdyttiin käytettävyyteen ja visuaaliseen suunnitteluun www-sivujen suunnittelun näkökulmasta. Käytettävyyden ja visuaalisuuden huomioiminen ovat tärkeä osa www-sivujen suunnittelua, koska sivuston tulisi olla helposti käytettävä, mutta myös ulkoasultaan miellyttävä. Opinnäytetyön toiminnallisena tavoitteena oli toteuttaa www-sivusto, joka on miellyttävä sekä käytettävyydeltään että visuaaliselta ilmeeltään. Sivujen toteutuksen lähtökohtana toimivat työn teoreettinen tausta ja käyttäjätutkimus, jonka tarkoituksena oli selvittää potentiaalisten käyttäjien toiveita ja tarpeita uusille www-sivuille. Opinnäytetyössä hyödynnettiin käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaatteita eli käyttäjän kokemuksia ja näkemyksiä huomioitiin www-sivujen toteutusprosessissa.

Käyttäjätutkimuksen tulosten pohjalta tunnistettiin tärkeimmät www-sivujen toimivuuden ja sisällön vaatimukset käyttäjän näkökulmasta. Www-sivujen vaatimukset määriteltiin tutkimuksen tulosten, yrityksen toiveiden ja teoreettisen taustan pohjalta. Tämän jälkeen toteutettiin sivusto, jota testattiin ja arvioitiin testikäyttäjryhmän kanssa toteutuksen aikana. Sivusto todettiin lopulta helppokäyttöiseksi ja selkeäksi.

Opinnäytetyön tuloksena yritys sai käyttöönsä omat www-sivut. Sivustosta tuli ulkoasultaan miellyttävä ja toimivuudeltaan selkeä ja helppokäyttöinen. Sivusto sisältää keskeisimmät tiedot yrityksen toiminnasta. Yritys huolehtii jatkossa itse sivuston ylläpidosta.

Asiasanat käytettävyys, visuaalinen suunnittelu, www-sivut

Karoliina Niemi

Usability and Visuality on a Small Business Web Site Production

Year	2011	Pages	48
------	------	-------	----

The basis of this thesis was to clarify the issues that should primarily be taken into account on a small business Web site's user interface and content design in order that the site would be useful for both the company and the customer. The subject viewed in particular usability and visual design aspects. The topic of the thesis was based on an assignment from a catering business company. It intended to design and produce a company Web site.

The thesis was divided into theoretical and functional parts. The theoretical part of the thesis was usability and visual design from a web design point of view. Usability and visual attention are important parts of web design, because the Web site should be easy to use and also visually pleasing. The functional part of the thesis was to produce a Web site which is both comfortable on its usability and visual appearance. The production process was based on the theoretical background and a user survey, which intended to identify potential users' needs and wishes for the new Web site. The thesis was intended to follow the principles of user centered design, so the user experience and opinions were taken into account in the production process.

On the basis of the user survey results, main usability and content requirements for the Web site were identified from the user's point of view. The survey results, company's wishes and the theoretical background defined the requirements to the company Web site. The site was then produced and evaluated with a small group of test users during the production process. The Web site was eventually found simple and user-friendly.

As the result of the thesis, the company got a new Web site. The Web site is visually pleasing, clear and easy to use. The Web site contains essential details of the company's functions. The company will take care of the future maintenance of the Web site itself.

Keywords usability, visual design, Web site

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Opinnäytetyön lähtökohdat ja tavoitteet.....	7
3	Tutkimusmenetelmät.....	8
4	Käytettävyys	9
	4.1 Käyttökokemus	10
	4.2 Käyttäjakeskeinen suunnittelu.....	11
	4.3 Käyttäjätutkimus	12
	4.4 Saavutettavuus	13
	4.5 Löydettävyys	14
	4.6 Yleisimpiä ongelmia www-sivuilla.....	14
5	Visuaalinen suunnittelu	15
	5.1 Navigointi.....	17
	5.2 Kuvien käyttö	17
	5.3 Värien käyttö.....	18
	5.4 Typografia	20
6	Www-sivujen toteutus	22
	6.1 Suunnittelu	22
	6.1.1 Käyttäjätutkimus.....	22
	6.1.2 Käyttäjätutkimuksen tulokset.....	23
	6.2 Toteutus	28
	6.2.1 Vaatimusmäärittely	28
	6.2.2 Sivuston tuottaminen.....	30
	6.3 Arviointi.....	35
7	Yhteenveto	36
8	Pohdinta	36
	Kuvat	40
	Kuviot	41
	Liitteet.....	42

1 Johdanto

Internetistä on tullut osa arkipäivän elämää. Yrityksen www-sivujen olemassa olon tärkeys korostuu nykypäivänä, koska monista palveluista ja tuotteista lähdetään hakemaan tietoa ensisijaisesti Internetistä. Erityisesti pieni yritys voi lisätä näkyvyyttään ja markkinointimahdollisuuksiaan omilla www-sivuilla. Sivuston suunnitteluun ja toteutukseen tulisi kuitenkin käyttää hieman aikaa ja vaivaa, sillä ei ole yhdentekevää, miten sivusto toimii tai miltä se näyttää.

Www-sivuilla voidaan luoda uudelle asiakkaalle ensivaikutelma yrityksestä. Onnistunut ja toimiva www-sivusto on tärkeä yrityksen markkinointiväline, koska huolellisesti toteutettu sivusto viestii positiivista kuvaa yrityksestä ja antaa yrityksen toiminnalle lisäarvoa. Vastaavasti huolimaton toteutus voi pahimmassa tapauksessa käännäyttää potentiaalisen asiakkaan pois sivuilta. Www-sivujen toteuttamiseen liittyy useita tärkeitä tekijöitä, jotka tulisi ottaa huomioon sivustoa suunnitellessa. Näistä tärkeimpiin lukeutuvat ainakin käytettävyys ja visuaalinen suunnittelu.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tunnistaa ja kuvata tärkeimpiä tekijöitä käytettävyyden ja visuaalisen suunnittelun näkökulmasta, jotka tulisi huomioida pienyrityksen www-sivujen suunnittelussa ja toteutuksessa. Toimivuus ja ulkoasun miellyttävyys ovat tärkeitä asioita erityisesti yrityksen www-sivuilla, koska yrityksen sivulla on vaikutus käyttäjän eli potentiaalisen asiakkaan mielikuvaan yrityksestä ja sen toiminnasta. Näiden tietojen pohjalta suunniteltiin ja toteutettiin ravintola-alan yritykselle www-sivusto, joka on käytettävä ja ulkoasultaan miellyttävä. Työssä hyödynnettiin käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaatteita eli käyttäjän kokemuksia ja näkemyksiä huomioitiin www-sivujen toteutusprosessissa.

2 Opinnäytetyön lähtökohdat ja tavoitteet

Tämän opinnäytetyön lähtökohdana oli ravintola-alan yritykseltä TJ-Catering Ay saatu toimeksianto, jonka tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa yritykselle www-sivut. Yritys toimii Sea Golf Rönnsä golf-keskuksen klubiravintolana Isnäsissä sekä tarjoaa ravintola- ja catering-palveluita erilaisiin tilaisuuksiin yrityksille ja yksityisille henkilöille. Työtä aloitettaessa yrityksellä oli Internetissä lähinnä yhteystiedot sisältävä infisivu toisen www-sivuston alasivuna. Omaa sivustoa yrityksellä ei ollut. Yritykselle toivottiin omia www-sivuja, joilla voidaan esitellä laajemmin yrityksen toimintaa ja palveluita.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaisia asioita yrityksen www-sivujen käyttöliittymän ja sisällön suunnittelussa tulisi huomioida, jotta lopputulos olisi mahdollisimman käyttäjätavallinen ja www-sivut siten hyödyksi sekä yritykselle että asiakkaalle. Opinnäytetyössä lähdettiin hakemaan vastausta kysymykseen, millaiset www-sivut palvelevat parhaiten yritystä ja asiakasta. Tarkoituksena oli keskittyä erityisesti visuaalisen ilmeen ja toimivuuden kannalta olennaisiin asioihin. Työ rajattiin käyttöliittymän sille puolelle, jonka käyttäjä havaitsee. Tässä työssä ei siten käsitellä www-sivujen teknistä puolta tai sivujen toteutukseen liittyviä menetelmiä.

Työ jakautuu kahteen osaan, teoreettiseen ja toiminnalliseen. Teoriaosassa perehdyttiin käytettävyyteen ja visuaaliseen suunnitteluun www-sivujen suunnittelun näkökulmasta. Käytettävyyden ja visuaalisuuden huomioimisella on merkittävä rooli www-sivujen suunnittelussa, koska sivujen tulisi olla helposti käytettävät, mutta myös ulkoasultaan miellyttävät. Opinnäytetyön toiminnallisena tavoitteena oli toteuttaa www-sivusto, joka on käytettävyydeltään selkeä ja toimiva sekä ulkoasultaan miellyttävä. Opinnäytetyössä hyödynnettiin käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaatteita, eli käyttäjän kokemuksia ja näkemyksiä otettiin huomioon www-sivujen suunnittelussa. Sivuston toteutuksen perustana toimivat työn teoreettinen tausta ja käyttäjätutkimus, jonka tarkoituksena oli selvittää, millaisia toiveita ja tarpeita potentiaalisilla käyttäjillä oli yrityksen www-sivuille. Käyttäjätutkimuksen avulla saatiin tietoa siitä, millainen merkitys käyttäjälle on, miltä www-sivusto näyttää tai miten se toimii. Tutkimuksella pyrittiin tuomaan lisäarvoa suunnitteluprosessiin ja lopputulokseen. Yrityksen uusille www-sivuille määriteltiin käyttöliittymän, visuaalisen ilmeen sekä sisällön vaatimukset käyttäjätutkimuksen tuloksia hyödyntäen sekä teorian tietoja soveltaen, huomioiden myös yrityksen toiveet.

Sivuston toimivuutta ei testattu erillisellä käytettävyydestauksella, vaan sivustoa kehitettiin ja arvioitiin läpi sen toteutusprosessin pienen potentiaalisia käyttäjiä edustavan ryhmän kanssa. Tavoitteena oli, että opinnäytetyön lopputuloksena yrityksellä on käytettävissään valmis, toimiva sivusto.

3 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyössä hyödynnettiin osin määrällistä ja laadullista tutkimustietoa. Opinnäytetyössä kerättiin tietoa kyselytutkimuksella ja teemahaastatteluilla.

Kyselyä voidaan hyödyntää uuden verkkopalvelun suunnittelussa potentiaalisen käyttäjäjoukon tarkasteluun. Kyselyllä voidaan kartoittaa käyttäjien toiveita tulevalle palvelulle tai selvittää yleisellä tasolla käyttäjien nykyisiä toimintatapoja. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 108.) Yleisimmin kyselyissä käytetyt kysymysmuodot ovat avoimet ja monivalintakysymykset sekä asteikkoihin perustuvat kysymykset. Avoimet kysymykset muodostuvat kysymyksestä, jonka jälkeen varataan tilaa vastaukselle. Monivalintakysymykset sisältävät valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee sopivimman vaihtoehdon. Monivalintakysymyksissä voidaan käyttää myös avoimia vaihtoehtoja, joilla pyritään saamaan esiin asioita, joita ei mahdollisesti ole osattu ottaa valmiissa vaihtoehtoissa huomioon. Asteikkoihin perustuvissa kysymyksissä esitetään väittämiä ja vastaaja valitsee asteikosta sen alueen, josta hän kokee olevansa samaa mieltä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 187 - 189.) Opinnäytetyössä kyselytutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa potentiaalisten käyttäjien toiveita ja kokemuksia www-sivujen käyttöön liittyvistä asioista ja sisällöstä. Tutkimuksen perusteella määriteltiin käyttäjien vaatimukset toteutettavalle www-sivustolle.

Teemahaastattelu on välimuoto avoimesta ja lomakehaastattelusta. Teemahaastattelussa on määritelty etukäteen haastatteluun liittyvät aihealueet, mutta niillä ei ole tarkkaa muotoa tai järjestystä. (Hirsjärvi ym. 2005, 197.) Teemahaastattelussa edetään haastattelutilanteen mukaisesti ja asioihin syvennytään tarpeen mukaan (Sinkkonen ym. 2009, 85). Teemahaastattelua käytettiin sivuston kehitys- ja arviointivaiheessa. Sivustoa arvioitiin ja kehitettiin sen toteutusprosessin aikana yhdessä testikäyttäjryhmän kanssa.

4 Käytettävyys

Sinkkonen ym. kuvaavat ISO 9241-11-standardin määritelmän käytettävyydestä ”mittariksi, jolla mitataan, kuinka käyttökelpoinen, tehokas ja miellyttävä tuote on käyttää oikeassa käyttöympäristössään, kun käyttäjinä ovat sen omat käyttäjät” (2009, 20).

Sinkkonen (2004b) on käyttänyt myös määritelmän tulkinnassa termin ”käyttökelpoisuus” sijaan ”käytön tuottavuutta”. Tuottavuudella tavoitellaan virheetöntä toimivuutta. Tehokkuus kertoo minkä verran tuotteen käyttäminen vaatii resursseja, aikaa ja kustannuksia. Miellyttävyys ilmaisee miltä tuotteen käyttäminen lopulta tuntuu.

Jakob Nielsenin mukaan käytettävyys voidaan määritellä viidellä tekijällä. Nämä tekijät ovat opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettömyys ja miellyttävyys. Opittavuudella tarkoitetaan, kuinka helposti tuotteen käyttö onnistuu silloin, kun sitä käytetään ensimmäistä kertaa. Tehokkuus tarkoittaa, kuinka helppoa tuotteen käyttäminen on sen jälkeen, kun tuotteen toimintaperiaate on opittu. Muistettavuus määrittää, kuinka helppoa tuotteen käyttäminen on jälleen sen jälkeen, kun käyttökertojen välillä on pidetty taukoa. Virheettömyys kertoo, kuinka helposti tuotteen käytössä on mahdollista tehdä virheitä ja miten virhetilanteet pystytään ratkaisemaan. Miellyttävyydellä kerrotaan se, kuinka miellyttävää tuotetta on käyttää. Lisätekijänä Nielsen käyttää vielä hyödyllisyyttä, eli miten hyvin tuote soveltuu käyttötarkoitukseensa. (Sinkkonen 2004b.)

Verkkopalvelun käytettävyyttä voidaan kuvata Nielsenin määrittämillä tekijöillä seuraavasti: Käyttäjän tullessa uuden palvelun sivulle, määritellään ensimmäiseksi, vastaako kyseisen sivun sisältö käyttäjän tarpeita ja selviääkö siitä, mihin seuraavaksi tulisi edetä. Mikäli nämä tekijät eivät toteudu, käyttäjä todennäköisesti poistuu sivulta ja etsii hakemaansa muualta. Jos käyttäjä toteaa palvelun hyödylliseksi ja oppii sen käyttöperiaatteen, palvelulta aletaan vaatia enemmän lyhyemmässä ajassa. Palvelun tulisikin tarjota nopeampia reittejä tai käyttötapoja tuttuihin ja usein käytettyihin toimintoihin. Kun käyttäjä on oppinut hyödyntämään palvelua tehokkaalla tavalla, sitä aletaan käyttää muistinvaraisesti. Visuaalisella ulkoasulla on merkittävä rooli, sillä käyttäjä alkaa luottaa palvelun käytössä kuvamuistiinsa. Hän pyrkii toimimaan samalla tavalla, kuin edellisellä käyttökerralla. Siksi sivuston toimintojen tulee säilyä samanlaisina. Sivusto ei saa ohjata käyttäjää virheiden tekemiseen. Palvelun sisällön tulee toimia johdonmukaisesti ja antaa käyttäjälle palautetta hänen tekemistään toiminnoista. Esimerkiksi linkin klikkaamisesta tulee seurata selkeä visuaalinen palaute, että käyttäjän tekemästä toiminnosta tapahtuu jotakin. (Parkkinen 2002, 28 - 29.)

Verkkopalvelun miellyttävyys voidaan käsittää esteettisinä kysymyksinä, asenteina ja arvoina. Palvelu ei saa olla käyttäjää loukkaava tai harhaanjohtava. Yleisesti www-sivuilla kannattaa keskittyä olennaisen tiedon esittämiseen ja jättää pois sellaiset asiat, jotka eivät ole välttämättömiä sivujen sisällön kannalta. (Parkkinen 2002, 31.)

Käytettävyyttä ei voida mitata, jos palvelulla ei ole käyttäjiä tai käyttäjinä toimivat vain palvelun suunnittelijat. Käyttäjä ei yleensä ole tietoinen tai edes kiinnostunut palvelun teknisistä ominaisuuksista tai toiminnoista, vaan haluaa saada aikaiseksi tavoittelemansa päämäärän, jonka vuoksi ryhtyi käyttämään palvelua. (Parkkinen 2002, 32.) Verkkopalvelun käytettävyyttä voidaan katsoa saavutetuksi siinä vaiheessa, kun tuote toimii johdonmukaisena kokonaisuutena soveltuen käytettäväksi niille käyttäjille ja siinä käyttöympäristössä, joille se on tarkoitettu käytettäväksi (Sinkkonen ym. 2009, 20).

4.1 Käyttökokemus

Käyttökokemus kuvaa käyttäjän kokemia tuntemuksia palvelun käytöstä. Käyttökokemukseen vaikuttavat palvelun ja käyttötilanteen lisäksi myös käyttäjän aiemmin kokemat tunteet sekä mielipiteet palveluun liittyvistä ominaisuuksista ja sisällöstä. Www-sivuista saatavaan käyttökokemukseen vaikuttavat muun muassa sivuston sisältö ja sen merkitys käyttäjälle, asioiden löydettävyys ja käytetty terminologia sekä sivuston ulkoasu. (Sinkkonen ym. 2009, 23.)

Käyttökokemusta voidaan havainnollistaa seuraavilla elementeillä:



Kuva 1: Käyttökokemuksen elementit (Valtiovarainministeriö 2008, 12).

Käyttökokemusta saatetaan joissakin yhteyksissä käyttää lähes käytettävyyden synonyymina. Nämä käsitteet voidaan kuitenkin erottaa merkitykseltään toisistaan, sillä käytettävyys käsitteenä määrittää enemmänkin tuotteen eli välineen laatua ja käyttökokemus puolestaan käyttäjän tuotteesta saaman kokemuksen laatua. Käytännössä tämä voidaan käsittää niin, että tuote, joka on käytettävyydeltään hyvä, vastaa käyttäjän odotuksia. Vastaavasti tuote, joka on käyttökokemukseltaan hyvä, ylittää käyttäjän odotukset tuottaen käyttäjälle myös mielihyvän tunnetta. (Tompuri 2008.) Käyttökokemus voidaan erottaa myös käsitteestä käyttäjäkokemus. Sinkkosen (2004b) mukaan käyttäjäkokemuksella tarkoitetaan kokonaiskuva, jonka käyttäjä saa palvelusta.

4.2 Käyttäjäkeskeinen suunnittelu

Käyttäjäkeskeistä suunnittelua voidaan määrittää useilla ISO-standardeilla. Ne jakautuvat työmenetelmiä tai suunniteltavan tuotteen ominaisuuksia määrittäviin standardeihin. ISO 13407-standardilla (Vuorovaikutteisten järjestelmien käyttäjäkeskeinen suunnitteluprosessi) kuvataan käytettävyyden suunnitteluprosessin pääkohdat ja sitä voidaan täydentää ISO 9241-11-standardilla (Näyttöpäätteillä tehtävän toimistotyön ergonomiset vaatimukset. Osa 11: Käytettävyyden määrittely ja arviointi), joka keskittyy käytettävyyden määrittelyyn. ISO 13407 - standardin mukaan käyttäjäkeskeisen suunnittelun tarkoituksena on huomioida käytettävyyteen liittyvät tekijät järjestelmän kehityksen kaikissa vaiheissa alkuvaiheen käyttäjien tarpeiden selvittämisestä aina tuotteen toteutukseen asti. (Wikipedia 2010.)

Käyttäjäkeskeisen suunnittelun tarkoituksena on ottaa käyttäjä mukaan osaksi suunnitteluprosessia (Kuutti 2003, 140). Käyttäjäkeskeisillä suunnittelumenetelmillä tavoitellaan tuotteille ja palveluille helppokäyttöisyyttä, tehokkuutta sekä käyttäjätyytyväisyyttä (Sinkkonen ym. 2009, 27). Käyttäjäkeskeisten menetelmien perusideana on selvittää tuotteen potentiaaliset käyttäjät, heidän toimintaympäristönsä ja -tapansa sekä miten he toimisivat tuotteen kanssa. Hankittuun tietoon perustuen suunnitellaan tuote, jota testataan aina uudelleen sen kehityksen aikana, kunnes saavutetaan toivottu tulos. Keskeisimmät käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa käytettävät menetelmät ovat käyttäjätutkimus ja tuotteen kehittäminen prototyyppien ja arvioinnin avulla. (Sinkkonen ym. 2009, 33, 35.)

Käyttäjäkeskeisen tuotekehityksen kulkua voidaan kuvata seuraavasti. Ensin selvitetään tuotteen käyttäjät ja käyttöympäristö, jossa tuotetta käytetään. Seuraavaksi määritellään organisaation ja käyttäjän vaatimukset tuotteelle. Tämän jälkeen suunnitellaan tuote, jota arvioidaan käyttäjällä. Tuotteen kehitys ja arviointi jatkuvat niin kauan, kunnes tuote täyttää sille asetetut vaatimukset. (Sinkkonen 2004a.)



Kuva 2: Käyttäjäkeskeinen suunnitteluprosessi (Sinkkonen 2004a).

Käyttäjäkeskeisyyttä voidaan hyödyntää myös suunnitteluperiaatteiden avulla. Www-sivuja suunniteltaessa tulisi huomioida ja ottaa selvää käyttäjistä, joille palvelu on tarkoitettu ja toteuttaa www-sivut tähän tietoon perustuen. Selkeä navigointi palvelussa mahdollistaa asioiden löytymisen helposti. Suunnittelussa on huolehdittava otsikoiden, linkkien ja muiden elementtien selkeydestä, jotta käyttäjä pystyy havaitsemaan sijaintinsa palvelussa sekä sen, mitä palvelussa voi tehdä tai miten siinä pääsee etenemään ja palaamaan taaksepäin. Www-sivuston on oltava helppokäyttöinen ja johdonmukainen kokonaisuus sekä sisältää ne toiminnot, joita käyttäjä sivuilla tarvitsee. Sivuilla käytettävän kielen tulee olla sellaisessa muodossa, jonka käyttäjä ymmärtää. Sivujen tulee tarvittaessa opastaa käyttäjää. Visuaalisen ilmeen tulee tukea oleellisten asioiden havaitsemista ja auttaa käyttöliittymän ymmärtämisessä. Lisäksi visuaalisuuden tulee olla yhtenäinen yrityksen tunnettavuuden kanssa. (Sinkkonen ym. 2009, 35 - 37.)

4.3 Käyttäjätutkimus

Käyttäjätutkimuksen tarkoituksena on selvittää kohderyhmän toiveita ja tarpeita palvelun käyttöliittymän, sisällön ja visuaalisen ilmeen suunnittelua varten. Käyttäjätutkimuksella voidaan lähteä selvittämään muun muassa tietoa käyttäjistä ja heidän tarpeistaan, mikä heille on tärkeää sekä miten he käyttäisivät palvelua. (Valtionvarainministeriö 2008, 26.) Käyttäjätutkimus toimii perustana käyttäjäkeskeiselle tuotekehitykselle. Käyttäjätutkimuksen laajuutta voi yleensä verrata suunniteltavan tuotteen kokoon. Pienelle järjestelmälle voi hyvin riittää pieni tutkimus, mutta suurempi kokonaisuus vaatii laaja-alaisempaa selvitystyötä. (Sinkkonen ym. 2009, 65.)

Käyttäjätutkimuksen menetelminä toimivat ryhmä- tai yksilöhaastattelut, joiden avulla voidaan selvittää käyttäjien käsityksiä, mielipiteitä ja tiedontarpeita asioista. Kyselyillä voidaan tutkia henkilöiden mielipiteitä tai faktoja heistä itsestään. Havainnointi- ja testaustilanteissa seurataan, miten käyttäjä toimii tietyissä tilanteissa. Tarina-, päiväkirja- ja luotainmenetelmissä käyttäjä kirjaa itse käyttökokemuksiaan. Roolileikkien ja simulaatioiden tarkoitus on simuloida käyttötilanteita. Käytettävä tutkimusmenetelmä valitaan sen mukaan, millaisia tuloksia tutkimuksella halutaan saavuttaa. Samassa tutkimuksessa voidaan hyödyntää ja yhdistellä myös useampaa menetelmää. Toimivia yhdistelmiä ovat esimerkiksi kyselyt ja haastattelut, haastattelut ja päiväkirjat sekä havainnointi ja haastattelut. (Sinkkonen ym. 2009, 70 - 71.)

4.4 Saavutettavuus

Saavutettavuuden eli esteettömyyden tarkoitus on mahdollistaa www-sivujen käyttäminen erilaisissa tilanteissa ja erilaisilla laitteilla (Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus TIEKE 2002). Esteettömällä www-sivustolla on huomioitu kaikki käyttäjät toimintakyvystä tai muista henkilökohtaisista ominaisuuksista riippumatta. Esteettömyyden huomioimisesta hyötyvät erityisesti sellaiset käyttäjät, joilla on näkövamma, luki- tai hahmotusvaikeuksia tai käyttötilanteeseen vaikuttavat käyttäjän motoriset rajoitteet tai käyttäjän ikä. Teknisestä näkökulmasta esteettömyydestä hyötyvät ne käyttäjät, joiden käyttötilanteeseen vaikuttavat esimerkiksi vanhat laitteistot, mobiililaitteet tai hitaat yhteydet. (Valtionvarainministeriö 2008, 33.)

Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus TIEKE (2002) on määrittänyt esteettömien www-sivujen suunnittelulle perustavoitteet. Www-sivujen rakenteen tulee olla alusta loppuun toimiva ja tärkeimmät asiat sijoitetaan heti sivun alkuun. Sivulla käytettävän kielen tulee olla yksinkertaista ja ymmärrettävää. Sivut toteutetaan tekniikaltaan yksinkertaisesti ja loogisesti, sommittelussa hyödynnetään ensisijaisesti tyylitiedostoja. Linkit suunnitellaan niin, että ne kuvaavat selkeästi sisältönsä. Multim mediasisältö tarjotaan vaihtoehtoisesti tekstisisältönä. Myös kaikille kuville määritellään tekstivaihtoehto, joka antaa kuvasta mahdollisimman samankaltaisen informaation, kuin mitä itse kuva kertoo. Taulukot toteutetaan niin, että ne ovat selkeitä myös riveittäin luettuna. Lisäksi palvelun tulee mahdollistaa tarvittaessa esteellisen sisällön ohittaminen.

4.5 Löydettävyys

”Yritystä tai yhteisöä, jota ei löydy netistä hakukoneella, ei ole olemassakaan” (Skriptio Oy 2011). Eli löydettävyys määrittää sen, kuinka hyvin www-sivut voidaan löytää hakukoneiden avulla ja sillä pystytään vaikuttamaan sivuston kävijämäärään. Internetistä ei yleensä haeta tietoa yrityksen nimen perusteella, jos sitä ei ennalta tunneta, vaan käyttäjät hakevat tarvitsemaansa tietoa tuotteita ja palveluita kuvaavilla sanoilla. Haut tehdään yleensä myös yleiskielellä, joten haettujen asioiden tulisi löytyä tavallisilla, arkisilla sanoilla. Löydettävyys on kunnossa, mikäli hakukone löytää yrityksen www-sivut haussa käytetyillä termeillä. (Skriptio Oy 2011.)

Www-sivujen löydettävyyteen voidaan vaikuttaa hakukoneoptimoinnilla, jolla tarkoitetaan erilaisia sivujen sisältöön ja käytettyyn tekniikkaan liittyviä toimenpiteitä. Näin parannetaan mahdollisuutta, että hakukoneet osaavat etsiä sivut käytetyillä hakusanoilla. Hakukoneoptimointiin vaikutetaan sisällyttämällä yrityksen toimintaan liittyviä käsitteitä www-sivujen sisältöön. Myös sivujen rakenne ja erilaiset tekniset ratkaisut vaikuttavat siihen, miten hakukoneet pääsevät sivuihin käsiksi ja siten löytävät sivut hakutuloksiin. Hakukoneoptimointi käsittelee myös www-sivujen rekisteröinnin, sillä ilman sitä hakukoneet eivät yleensä tunnista sivuja ja pysty hakemaan niitä. (Yritys-Suomi 2008.)

4.6 Yleisimpiä ongelmia www-sivuilla

Yksi yleisimmistä käytettävyysongelmia aiheuttavista tekijöistä www-sivuilla on sivustolla käytetty kieli. Jos palvelussa käytetty sanasto on käyttäjälle vierasta, käyttäjä ei ymmärrä löytämänsä sisältöä tai osaa hakea haluamaansa tietoa. Siksi käyttöliittymä tulisi toteuttaa selkeällä yleiskielellä tai käyttäjän omaa kieltä käyttäen. Ongelmana on myös käytön kontrollin vieminen käyttäjältä. Näin tapahtuu, kun toteutetaan linkkejä, jotka avaavat sisällön uuteen selaimen ikkunaan tai estetään käyttäjää käyttämästä selaimen painiketta, jolla pääsee palaamaan sivulla taaksepäin. Myös käyttäjän tottumukset saatetaan unohtaa. Käyttäjä omaksuu tietyn tyylin www-sivujen toiminnassa. Siksi tulisi huolehtia, että käyttöliittymän toimintaperiaate on samanlainen, kuin yleisesti muissakin palveluissa. Lisäksi www-sivujen ulkoasun tulisi olla kauttaaltaan yhtenäinen. Jos sivuston ulkoasun tyyli vaihtelee eli sivut eivät ole yhdenmukaiset, käyttäjän on vaikea hahmottaa, onko hän edelleen saman palvelun sivuilla. (Parkkinen 2002, 35 - 43.)

Yleisimpiä virheitä tai puutteita, joita tehdään www-sivujen toteutuksessa, ovat:

- Sivujen sisällössä ei ole huomioitu kohderyhmän tarpeita, jolloin sivut eivät kiinnosta potentiaalisia käyttäjiä.
- Sivujen sisältö on tuotu huonosti esille.
- Sivut on huonosti toteutettu graafisten ominaisuuksien osalta. Sivusto ei ole visuaalisesti riittävän mielenkiintoinen tai vaihtoehtoisesti ulkoasu on liian levoton.
- Navigointi on toteutettu epäloogisesti, jolloin käyttäjä ei löydä etsimäänsä tietoa.
- Sivut on teknisesti puutteellisesti toteutettu.
- Sivujen palvelin on ylikuormitettu tai sivuilla on liikaa graafisia elementtejä, joka aiheuttaa sivujen latautumisen hitaasti.
- Sivujen soveltuvuutta erityyppisille näytöille ja selaimille ei ole varmistettu.
- Sivuja ei löydy hakukoneilla.
- Sivuilla ei ole interaktiivista toimintaa.
- Sivujen ylläpidosta ei huolehdi.
- Sivut on toteutettu liian laajaksi, jolloin resurssit eivät riitä niiden ylläpitoon.
- Sivujen laatuun ei panosteta tarpeeksi. (Ekman-Sarkki 2006.)

5 Visuaalinen suunnittelu

Visuaalinen tunnistettavuus luodaan julkaisulle ulkoasun avulla. Se koostuu typografiasta sekä muiden julkaisussa käytettävien elementtien muodostamasta kokonaisuudesta. (Huovila 2006, 85.) Esteettisesti hyvin toteutettu tuote viestii käyttäjälle laadusta ja osaamisesta. Jos www-sivujen visuaalinen ilme on huolimattomasti toteutettu, käyttäjän huomio kohdistuu sisällön sijaan sivuilla näkyviin puutteisiin. Sen sijaan ulkoasultaan miellyttävä www-sivusto antaa käyttäjälle mahdollisuuden keskittyä olennaiseen, eli asiaan, jota sivujen on tarkoitus viestittää. (Wiio 2004, 31.) Www-sivujen toteutuksessa täytyy visuaalisen ulkoasun suunnittelussa huomioida myös käyttöliittymän suunnittelu, joka mahdollistaa www-sivujen käyttämisen. Www-sivujen näkymä perustuu kuvauskieleen, esimerkiksi HTML-kieleen (HyperText Markup Language eli hypertekstin merkintäkieli). Kuvauskielen perusteella selain tulkitsee, miten www-sivujen eri elementit, kuten teksti, kuvat ja värit, näytetään käyttäjälle. (Hatva 2003, 39 - 40.)

Visuaalisen suunnittelun avulla voidaan ohjata käyttäjän huomio sisältöön ja tehostaa informaation välitystä. Sillä voidaan vaikuttaa myös www-sivujen käytettävyyteen. Www-sivujen graafinen suunnittelu on haasteellista, sillä sivut näkyvät ja toimivat erilalla eri käyttöympäristöissä. Sivun mittasuhteet tai tekstin ominaisuudet voivat vaihdella, elementit voivat siirtyä eri paikkoihin sekä värit voivat näkyä erilalla tai kuvat olla erikokoisia. (Tompuri 2002.)

Visuaalisessa suunnittelussa on huomioitava, että käyttäjän huomio saadaan ohjattua ensimmäiseksi olennaisimpiin asioihin. Käyttäjän katse hakeutuu näytöllä yleensä luonnostaan ensiksi ylös vasemmalle sellaiseen kohtaan, josta oletetaan ensimmäisen tarpeellisen asian löytyvän. Näin ei kuitenkaan tapahdu, jos jokin voimakkaampi elementti vie käyttäjän huomion muualle. (Sinkkonen, Kuoppala, Parkkinen & Vastamäki 2009, 93.) Länsimaisessa kulttuurissa lukusuunta kulkee normaalisti vasemmalta oikealle ja ylhäältä alas, joten tämä on yleensä tavanomainen etenemisreitti myös www-sivuja käytettäessä. Tästä syystä visuaaliset elementit tulee sijoittaa normaalin lukusuunnan mukaiseen järjestykseen. (Kuutti 2003, 91.)

Onnistuneella visualisoinnilla voidaan vahvistaa viestin ymmärtämistä sellaisena kuin on tarkoitettu. Vastaavasti epäonnistuneella toteutuksella, kuten liiallisella visuaalisella informaatiolla, voidaan häiritä viestin tulkintaa. (Huovila 2006, 55.) Käyttöliittymän miellyttävyyden kannalta on tärkeää, että se on visuaalisesti tasapainoinen. Jotta tämä onnistuisi, tulisi käyttöliittymässä käytettyjen elementtien, kuten koon, sijainnin ja värien olla suunnilleen samanarvoiset, eikä minkään elementin tulisi nousta liian hallitsevasti esille. (Kuutti 2003, 97.) Myös toteutustapa täytyy huomioida, sillä www-sivuille sopimaton toteutustyyli voi tehdä www-sivujen käytöstä hankalaa, vaikka sivusto olisi muuten ulkoasultaan miellyttävä. Jos www-sivut suunnitellaan käyttäen mallina esimerkiksi mainoksia, lehtiä tai televisiota, ne eivät toteutusmenetelminä välttämättä toimi Internetissä. Sivuston ei kuitenkaan tarvitse olla tylsä, jotta se olisi käytettävä. Sivuston tulee kuitenkin olla mukautumiskykyinen käyttäjän ja käyttöympäristön asettamiin vaatimuksiin. (Tompuri, 2002.)

Nielsenin (2000, 46) mukaan www-sivuilla tulisi käyttää grafiikkaa säästeliäästi ja vain perustelluista syistä. Nopea latautumisaika kuuluu www-sivujen tärkeimpiin ominaisuuksiin. Sivun latautumisaikaan voidaan vaikuttaa pitämällä suurikokoisten elementtien määrä mahdollisimman vähäisenä. Multimediasisältöä tulee käyttää ainoastaan silloin, kun se on sisällön kannalta välttämätöntä. Sivua ei tarvitse välttämättä täyttää graafisilla elementeillä, sillä ulkoasuun voidaan vaikuttaa myös tyylitiedoilla. Graafisia elementtejä käyttäessä tulisi pyrkiä käyttämään yhtä kuvaa usean sijasta. Tällöin sama kuva voidaan näyttää nopeasti uudelleen, koska se on jo kertaalleen latautunut. Kun sivuston kuvamäärä pidetään rajallisena, se nopeuttaa sivun latautumista ja tekee myös ulkoasusta yhtenäisemmän.

5.1 Navigointi

Www-sivujen käyttö perustuu navigoinnille eli liikkumiselle sivulta toiselle. Navigoinnin avulla käyttäjä hahmottaa missä hän on ja minne seuraavaksi voi jatkaa. Navigoinnin kannalta on tärkeää, että sivusto toteutetaan yhtenäisen kaavan mukaisesti, jotta se pystytään ymmärtämään yhdeksi kokonaisuudeksi. Hahmottamisen kannalta on oleellista, että jokin tunnus josta sivun tunnistaa, kuten logo, on sijoitettu samaan kohtaan joka sivulla. Yleensä se sijoitetaan vasempaan yläkulmaan. (Nielsen 2000, 188 - 191.)

Www-sivujen päävalikko on koko sivuston kattava navigointi, joka näkyy jokaisella sivulla samanlaisena riippumatta käyttäjän sijainnista. Päävalikossa käytettävien elementtien tulee erottua selkeästi, mutta ne eivät kuitenkaan saa olla liian hallitsevia. Navigoinnin voi erottaa muusta sisällöstä värin tai sijoittelun avulla tai tekemällä navigointielementistä muuten visuaalisesti normaalia tekstiä erottuvamman. Päävalikko kannattaa yleensä sijoittaa vaakasuoraan sivun ylälaitaan logon alapuolelle tai pystyyn sivun vasempaan reunaan. Logon yläpuolelle tai oikeaan reunaan sijoitettu valikko voi jäädä käyttäjältä huomaamatta. Lisäksi oikea reuna on muutenkin epälooginen paikka valikon sijoittamiselle. (Sinkkonen ym. 2009, 215 - 216.)

Linkit ovat tärkeä osa www-sivujen kokonaisuutta, sillä niiden avulla sivut yhdistetään toisiinsa ja käyttäjä pääsee liikkumaan sivulta toiselle. Linkin tekstin tulee olla lyhyt ja kertoa selkeästi, minne linkistä pääsee. ”Klikkaa tästä” tyyppisiä linkkitekstejä ei kannata käyttää, sillä ne eivät anna käyttäjälle minkäänlaista informaatiota linkin takana olevasta sisällöstä. Jos linkkiteksti on huonosti määritelty tai se sisältää liikaa sanoja, sen merkitys ei välttämättä avaudu käyttäjälle. (Nielsen 2000, 53.) Useissa selaimissa avaamattomat linkit esitetään oletuksena sinisenä ja avatut linkit punaisena tai violetin värisenä. Tästä syystä olisi tärkeää, että kaikilla www-sivuilla noudatetaan ainakin suuntaa antavasti näitä linkkivärejä. Jos linkeissä käytetään muita värejä, käyttäjä ei välttämättä osaa hahmottaa, millä sivuilla on jo käyty ja mitä on vielä käymättä läpi. (Nielsen 2000, 60 - 62.)

5.2 Kuvien käyttö

Kuvia voidaan käyttää selittämään tekstissä käsiteltyä asiaa. Kuvia voidaan käyttää myös julkaisun jaotteluun, joka auttaa käyttäjää hahmottamaan näkemänsä asian kokonaisuutena. Kuvan avulla on myös helpompi kiinnittää katsojan huomio. Kuvan käytöllä tulisi aina olla jokin tarkoitus eli kuvan ei tule toimia vain koristeena tai täytteenä. (Loiri & Juholin 1998, 53 - 54.) Kuvat helpottavat informaation löytämistä ja tehtävistä suoriutumista. Käytettävien kuvien tulisi olla sellaisia, joilla on jokin merkitys käyttäjälle. Tällaisia ovat esimerkiksi uutiskuvat, henkilö- ja tuotekuvat, tuotetunnukset ja kartat sekä erilaiset kaaviot. (Tompuri 2002.)

Kun www-sivuilla käytetään kuvia, on huomioitava, että kuvat eivät kasvata liikaa sivujen kokoa. Siksi kuvia kannattaa ryhmitellä sekä pitää niiden koko pienenä. Kuvan viestittämän asian ymmärtämistä voidaan edesauttaa lisäämällä kuvateksti kuvan yhteyteen. Tyypillisiä kuvista aiheutuvia käytettävyysoongelmia www-sivuilla ovat otsikoiden tai linkkien esittäminen kuvina, liian kirjavat taustakuvat, animaatiot tai flash-esitykset, mainoksilta näyttävät kuvat, kuvista puuttuvat selitykset sekä symboleista puuttuvat selitykset. (Tompuri 2002.)

Www-sivuilla voidaan esittää ja hyödyntää kuvaa useissa eri muodoissa. Todellista videokuvaa voidaan käyttää silloin, kun halutaan näyttää, miten jokin asia toimii tai mitä on tapahtunut. Animaatio toimii samalla periaatteella, mutta sen avulla voidaan näyttää liikettä pelkistetyssä muodossa. Valokuvaa kannattaa käyttää silloin, kun halutaan kuvata todellisen elämän asioita. Valokuva toimii myös videokuvan tapaan silloin, kun asian esittäminen liikkeen muodossa ei ole tarpeen. Erityyppisillä piirroksilla ja maalauksilla voidaan esittää kuvia pelkistetyssä muodossa. Kaaviot toimivat parhaiten määrällisen tiedon esittämiseen. (Hatva 2003, 121 - 123.)

Kuvien laatuun vaikuttavat tiedostomuodot, miten ne tallennetaan. Se, mitä tiedostotyyppiä kannattaa käyttää, määräytyy kuvan tyyppin ja käyttötarkoituksen mukaan. Yleisimmin www-sivuilla käytetyt kuvaformaatit ovat GIF (Graphics Interface Format) sekä JPEG (Joint Photographic Experts Group). PNG-formaatin (Portable Network Graphic) käyttö on viimeaikoina yleistynyt korvaten GIF-formaatin käyttöä. (Hatva 2003, 127.) GIF toimii parhaiten esimerkiksi kaavioissa, grafiikassa tai mustavalkoisissa valokuvissa. JPEG toimii parhaiten valokuvissa, joissa on suuri värimäärä. PNG-kuvissa vastaavasti on pyritty korjaamaan GIF- ja JPEG formaattien ongelmia, mutta se on edukseen erityisesti kuvissa, jossa käytettäisiin GIF-tiedostotyyppiä. (Hatva 2003, 130 - 131.)

5.3 Värien käyttö

Värit toimivat tehokeinona viestinnän suunnittelussa. Värien avulla muodostetaan www-sivuille tunnistettavuutta, vaikutetaan sisältöön ja voidaan luoda erilaisia tunnelmia. Onnistunut värisuunnittelu tuo selkeyttä ja miellyttävyyttä, vastaavasti epäonnistuneella värivalinnalla voi olla myös negatiivinen vaikutus lopputulokseen. Värit voidaan nähdä eri tavoin ympäristöstä ja käyttöyhteydestä riippuen. Värin välittämään kokemukseen vaikuttaa se, miten väri erottuu ja millainen merkitys sillä on käyttäjälle. Siihen, miten väri nähdään näytöllä, vaikuttavat käyttäjän ominaisuuksien lisäksi myös näyttölaitteen ominaisuudet ja valaistus. (Hatva 2003, 63, 67.)

Näyttöjen ominaisuuksissa ja säädöissä voi olla suuriakin eroja, miten ne kykenevät näyttämään värejä. Myös katseluolosuhteet voivat vaikuttaa siihen, että värit eivät erotu toivotulla tavalla. (Korpela 2010, 98.)

Värit koostuvat punaisesta, sinisestä ja keltaisesta, jotka ovat päävärejä sekä vihreästä, oranssista ja violetista, jotka ovat välivärejä. Nämä värit muodostavat väriympyrässä luonnomukaisen järjestyksen, joka on punainen, oranssi, keltainen, vihreä, sininen ja violetti. Värit voidaan jaotella kylmiin väreihin, joita ovat sinivihreän ympärillä olevat värit ja lämpimiin väreihin, jotka sijoittuvat oranssin ympärille. Sekoittamalla näitä värejä keskenään, sävyjä saadaan muutettua. (Huovila 2006, 42 - 44.) Värejä voidaan kutsua myös kromaattisiksi värisävyiksi. Akromaattisia värejä ovat musta, valkoinen ja harmaa. Näistä värisävy puuttuu. (Sinkkonen ym. 2009, 113.) Painotuotteissa käytetään yleisesti CMYK-värijärjestelmää (cyan, magenta, yellow, key eli lämpimänsininen, aniliininpunainen, kirkkaan keltainen ja musta). Näyttöruudulla ja verkkosivuilla käytetään RGB-värijärjestelmää, joka koostuu punaisesta (red), vihreästä (green) ja sinisestä (blue). Värien ominaisuuksia ovat värisävy (hue), kylläisyys (saturation) ja kirkkaus (brightness), joita säätämällä voidaan vaikuttaa värin antamaa vaikutelmaa suhteessa muihin väreihin. (Hatva 2003, 64 - 65.)

Sopiva värin käyttö riippuu siitä, millaista tuotetta ollaan tekemässä ja kenelle se on tarkoitettu. Värien suunnittelussa tulee huomioida myös se, mitä ne voivat merkitä tunnetasolla, sosiaalisesti ja eri kulttuureissa. Varsinkin www-sivujen suunnittelussa värit ovat tärkeässä roolissa. Graafisissa käyttöliittymissä suositaan yleensä hillitympiä värejä. (Sinkkonen ym. 2009, 115 - 116.)

Tärkeimpiä kriteerejä värivalintoja tehdessä on värien toimivuus. Käyttöliittymän tulee olla ennen kaikkea selkeä ja helppolukuinen. Yleisin ongelma värien käytössä on se, että värejä on käytetty liikaa tai niitä on käytetty epäloogisesti. Käyttöliittymissä suositellaan yleensä enintään viiden eri värin käyttöä kerrallaan. Erityisen tarkka värien käytössä tulee olla tekstissä, jossa tärkeintä on luettavuus. Riittävä kontrastiero helpottaa tekstin lukemista, joten tumma teksti vaalealla pohjalla toimii yleensä parhaiten. Väreillä on myös kulttuureissa erilaisia merkityksiä ja niihin voidaan liittää voimakkaita mielikuvia. Väreillä on myös konventioita, eli ne liitetään johonkin aiemmin opittuun, samantyyppiseen asiaan. Esimerkiksi www-sivuilla sininen alleviivattu teksti tulkitaan yleensä linkiksi. Konventioiden avulla voidaan nopeuttaa aiemmin vastaavaan asiaan tutustuneen käyttäjän toimintaa. (Kuutti 2003, 100 - 101.)

VALKOINEN	Kylmä, Puhdas, Tyhjä Viattomuus, Puhtaus, Avioliitto, Kunnia
HARMAA	Puolueeton, mutta itsenäinen Anonyymi, Kunnioitettavuus, Yhtenäisyys
KELTAINEN	Tulevaisuus, Onnellisuus, Kunnianhimo Petos, Mustasukkaisuus, Viisautus
ORANSSI	Turvallisuus, Sosiaalisuus, Mukavuus Vaara, Voima, Onnellisuus
PUNAINEN	Toiminta, Kiihtymys, Kilpailu Vallankumous, Rohkeus, Rakkaus, Hedelmällisyys
VIHREÄ	Luja, Säilyvä Luonto, Tasapaino, Terveys, Kateus
SININEN	Rauhallinen, Tyytyväinen, Järjestys Viileys, Usko, Lojailu, Ylpeys, Taivas
VIOLETTI	Lumoava, Mystinen, Ilo Nöyrä, Kirkollinen, Kuninkaallinen
MUSTA	Kohtalo, Joustamaton, Moderni Kuolema, High-Tech, Auktoriteetti, Valta

Kuva 3: Värien psykologisia ja symbolisia merkityksiä (Huovila 2006, 45 - 46).

5.4 Typografia

Typografia tarkoittaa tekstin muotoilua, jossa huomioidaan tekstin suunnittelun ohella myös muu julkaisussa käytettävä aineisto, kuten värien ja kuvien käyttö tekstin yhteydessä sekä kokonaisuasettelu. Typografian tarkoitus on saada tekstistä kiinnostavaa sekä helppolukuista. Typografian suunnittelussa keskitytään lähinnä valmiin tekstin ulkomuodon muokkaukseen eikä siinä varsinaisesti huomioida tekstin sanamuotoja tai oikeinkirjoitusta. Tekstin sisältöön voidaan kuitenkin joutua puuttumaan, esimerkiksi tilanpuutteen tai muiden tekstin ulkomuotoon liittyvien ongelmien vuoksi. (Korpela 2010, 10 - 12.)

Hyvin toteutetun typografian tuloksena tekstin lukeminen on helppoa ja miellyttävää. Lisäksi tekstin eri osat ovat selkeästi havaittavissa eli otsikot, varsinainen sisältö sekä kuvatestit voidaan erottaa toisistaan. Typografiaa voidaan joissakin tapauksissa käyttää kuvan korvikkeena, vaikka usein kuva viestii typografiaa voimakkaammin. Typografialla voidaan kuitenkin parantaa vähemmän informatiivisen kuvan ymmärrettävyyttä. Parhaassa mahdollisessa tilanteessa kuva ja typografia tukevat ja täydentävät toisiaan. (Loiri 2004, 9 - 10.)

Korpelan (2010, 18) mukaan yleisimpiä virheitä, joita tehdään www-sivujen typografian suunnittelussa, ovat:

- Teksti on liian pienikokoista.
- Tekstin riviväli on liian pieni.
- Tekstipalsta on tasattu sellaisessa tilanteessa, jossa se ei toimi.
- Teksti törmää sille varatun alueen reunoihin.
- Tekstin oikealle puolelle muodostuu liian voimakas liehureuna, joka on seuraus kapeaksi suunnitellusta palstasta ja puutteellisesta tavutuksesta.
- Tekstin ja taustan välillä ei ole tarpeeksi kontrastieroa.
- Kokonaisuus on liian ahdas ja kirjava.
- Eri fontteja ja tehosteita on käytetty liikaa.
- Otsikot hukkuvat muun tekstin sekaan.
- Käytetyt merkit ovat kirjoituskonetasoisia.

Fontin valinnalla on merkittävä rooli tekstin muotoilussa, koska se vaikuttaa tekstin yleisilmeeseen ja luettavuuteen (Korpela 2010, 79). Fonttien lajien jaotteluun on olemassa useita eri menetelmiä. Korpela (2010, 80) on jakanut fontit viiteen perustyyppiin www-sivujen tyyli-
muotoilussa eli css-kielessä käytetyn jaottelun mukaisesti. Pääteviivallinen eli antiikvafontti (css-kielessä serif) päättyy monissa kirjaimissa pääteviivoihin ja kirjainten eri osien paksuus vaihtelee. Pääteviivattoman eli groteskifontin (sans-serif) muodot ovat yksinkertaisia ja merkit ovat yleensä kauttaaltaan lähes tasapaksuja. Tasalevyiset fontit (monospace) ovat tietoteknisen tai modernin vaikutelman antavia. Käsinkirjoitusfontilla (cursive) jäljitellään kaunokirjoitusta. Fantasiafontti (fantasy) käsittää kaikki muut fontit, joita ei voi luokitella muihin aiemmin mainittuihin luokkiin.

Fontin valinnassa on kiinnitettävä huomiota siihen, millä tavoin eri kirjaimet viestivät ja kuinka luettava kirjain on. Viestinnässä suositaan eniten antiikva tai groteski-tyylien fontteja. (Huovila 2006, 88.) Antiikva soveltuu käytettäväksi varsinkin silloin, kun tekstiä on paljon ja se on tarkoitettu luettavaksi järjestelmällisesti. Vastaavasti groteski toimii paremmin lyhyiden tekstien esittämisessä. Selainten oletusfonttina käytetään yleensä Times New Roman fonttia, joka on kuitenkin hankalalukuinen näytöllä. Www-sivuille määritellään käytettäväksi usein groteskityypin fonteista Arial, Verdana tai Tahoma. Www-sivuille voidaan määritellä CSS-kielellä lista vaihtoehtoisista fonteista, jolloin selain käyttää ensimmäistä käytettävissä olevaa fonttia. Fonttien lista tulee kuitenkin määritellä niin, että kaikki käytettävät fontit soveltuvat www-sivujen tyyliin sopivaksi. (Korpela 2010, 81, 84.)

Book Antiqua	Arial
Garamond	Kartika
Georgia	Tahoma
Palatino Linotype	Trebuchet MS
Times New Roman	Verdana

Kuva 4: Antiikva- ja groteski-tyyppien fontteja.

6 Www-sivujen toteutus

6.1 Suunnittelu

Yrityksen www-sivujen suunnitteluprosessi aloitettiin toteuttamalla käyttäjätutkimus, jonka tarkoituksena oli kartoittaa potentiaalisten käyttäjien toiveita ja tarpeita www-sivujen toiminnosta ja sisällöstä. Tutkimuksesta saatavia tietoja oli tarkoitus hyödyntää sivujen suunnittelutyössä. Tutkimuksella lähdettiin hakemaan vastauksia siihen, millaiset asiat ovat käyttäjille tärkeitä yrityksen www-sivuilla ja millaista sisältöä he yleensä lähtevät sivuilta hakemaan. Koska yrityksellä ei ollut entuudestaan omaa www-sivustoa, jota olisi voinut käyttää vertailukohteena, kyselyllä lähdettiin selvittämään asiaa yleisellä tasolla käyttäjien aiempiin kokemuksiin perustuen.

6.1.1 Käyttäjätutkimus

Tutkimuksen kohderyhmäksi nimettiin yrityksen www-sivujen potentiaaliset käyttäjät. Tutkimusjoukko rajattiin henkilöihin, jotka ovat käyttäneet aiemmin Internetiä sekä ovat iältään 15-vuotiaita tai vanhempia. Tutkimus toteutettiin lomakekyselynä elokuussa 2010 yrityksen toimitiloissa. Kyselyyn osallistuminen oli vapaaehtoista. Kyselylomake annettiin niille henkilöille, jotka olivat halukkaita vastaamaan kyselyyn. Vastauksia kerättiin yhteensä 36 kpl.

Kysely rakentui A4-kokoisesta lomakkeesta, jossa oli kysymyksiä yhteensä 12. Kysymykset olivat pääasiassa monivalintakysymyksiä, joissa osassa oli myös avoin vaihtoehto. Kahdessa kysymyksessä käytettiin neliportaista mielipideasteikkoa. Lomakkeessa kysyttiin ensin taustatietoja vastaajasta eli sukupuoli ja ikä sekä vastaajan aiempia kokemuksia Internetin käytöstä. Seuraavaksi selvitettiin varsinaisiin tutkimuskysymyksiin eli www-sivujen käytettävyyteen ja sisältöön liittyviä asioita. Lomakkeen loppuun sijoitettiin kolme avointa kysymystä.

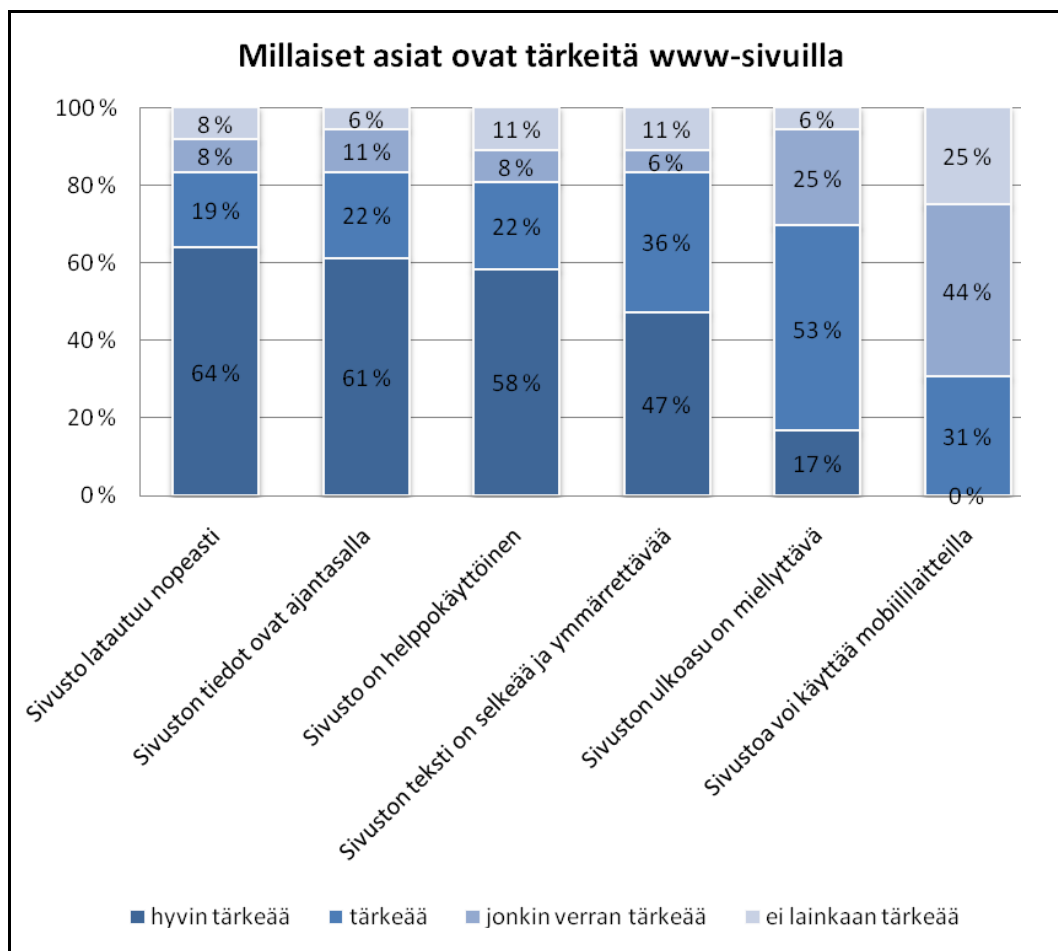
6.1.2 Käyttäjätutkimuksen tulokset

Kyselyyn vastanneista henkilöistä oli miehiä 61 % ja naisia 39 %. Eniten vastanneita oli ikäluokassa 50 - 65-vuotiaat (31 % vastanneiden määrästä). Vastaavasti vähiten vastanneita oli ikäluokassa 25 - 34-vuotiaat (8 %). Muissa ikäluokissa 15 - 24-vuotiaat, 35 - 49-vuotiaat ja 66 - vuotiaat, vastaukset jakoutuivat tasan (19 %). Yksi vastanneista oli jättänyt ikänsä mainitsematta. Kyselyyn vastanneet henkilöt olivat aktiivisia Internetin käyttäjiä. He käyttävät Internetiä pääasiassa kotonaan, yleisimmin sähköpostin lukemiseen ja tiedonhakuun.

Kyselyllä haluttiin selvittää, millaisia asioita vastaajat pitävät tärkeänä yrityksen www-sivuilla. Vastaajia pyydettiin valitsemaan sopivin vaihtoehto 1 - 4 väliltä, kuinka tärkeänä he pitävät seuraavia asioita www-sivuilla. Asteikko jakautui vaihtoehtoihin ”hyvin tärkeää”, ”tärkeää”, ”melko tärkeää” ja ”ei lainkaan tärkeää”, numeron yksi ollessa hyvin tärkeää ja numeron neljä ollessa ei lainkaan tärkeää.

- Sivuston ulkoasu on miellyttävä
- Sivusto on helppokäyttöinen
- Sivusto latautuu nopeasti
- Sivuston tiedot ovat ajan tasalla
- Sivuston teksti on selkeää ja ymmärrettävää
- Sivustoa voi käyttää mobiililaitteilla

Vastauksista voidaan havaita kolme selkeästi erottuvaa asiaa. Yli puolet vastanneista piti hyvin tärkeänä sitä, että sivusto latautuu nopeasti (64 %), sivuston tiedot ovat ajan tasalla (61 %) ja sivusto on helppokäyttöinen (58 %). Nämä kolme asiaa jakoutuivat tuloksiltaan hyvin samankaltaisesti. Myös lähes puolet (47 %) piti tekstin selkeyttä ja ymmärrettävyyttä hyvin tärkeänä. Ulkoasun merkityksellä ei ollut aivan niin suurta painoarvoa, mutta sitäkin 53 % vastanneista piti tärkeänä. Vastaajat eivät pitäneet ensisijaisen tärkeänä, että sivustoa tulisi voida käyttää helposti myös mobiililaitteilla.

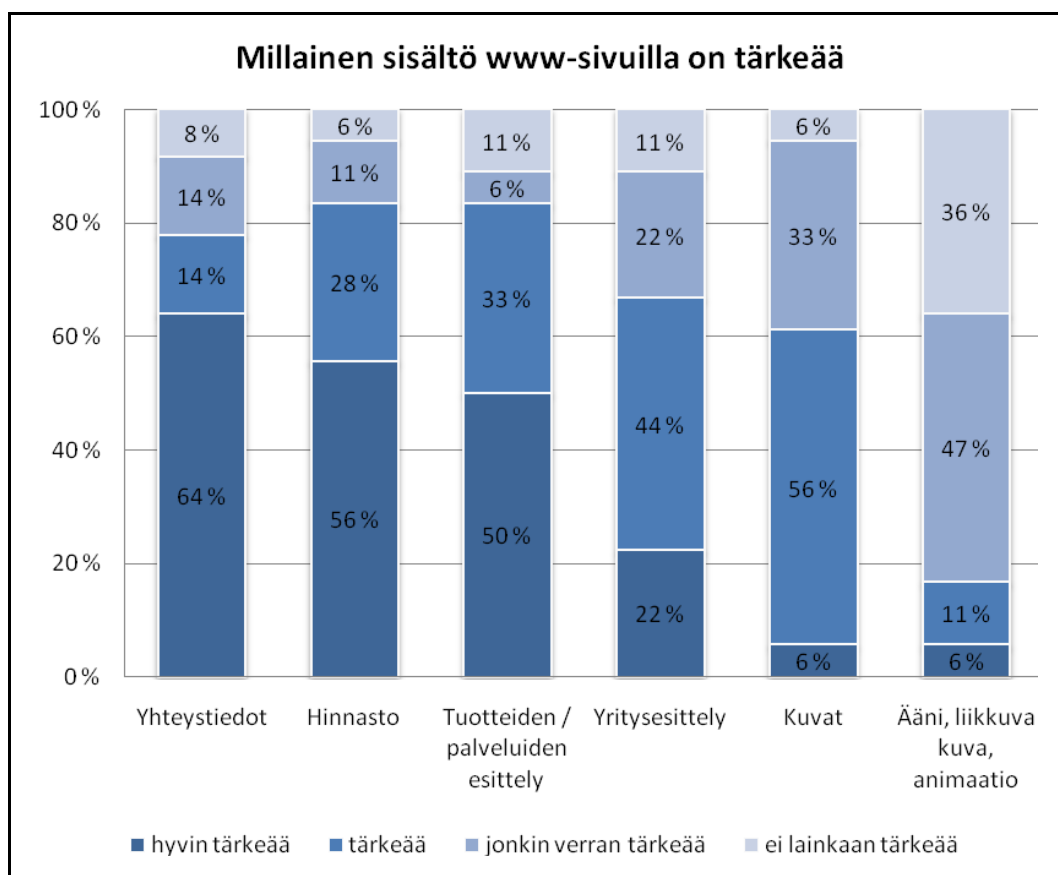


Kuvio 1: Millaiset asiat ovat tärkeitä www-sivuilla?

Kyselyssä kysyttiin myös, millaista sisältöä vastaajat pitävät tärkeänä yrityksen www-sivuilla. Vastaajia pyydettiin valitsemaan sopivin vaihtoehto samalla tavalla kuin edellisessä kysymyksessä 1 - 4 väliltä, numeron yksi ollessa hyvin tärkeää ja numeron neljä ollessa ei lainkaan tärkeää.

- Yritysesittely
- Tuotteiden / palveluiden esittely
- Hinnasto
- Yhteystiedot
- Kuvat
- Ääni, liikkuva kuva, animaatio
- Muu, mikä?

Vastausten perusteella yhteystietoja (64 %) pidettiin ensisijaisen tärkeänä osana yrityksen www-sivuja. Myös hinnasto (56 %) sekä tuotteiden ja palveluiden esittely (50 %) olivat vastausten perusteella hyvin tärkeä osa www-sivujen sisältöä. 56 % vastaajista piti kuvia tärkeänä osana www-sivujen sisältöä. Multim mediasisältöä, kuten ääntä, liikkuvaa kuvaa tai animaatioita ei pidetty vastausten perusteella kovin oleellisena sisältönä. Vastaajilla oli mahdollisuus lisätä myös oma vaihtoehto, mikäli jotain olennaista ei ollut tällä listalla mainittu. Tähän liittyen ei tullut vastauksia.



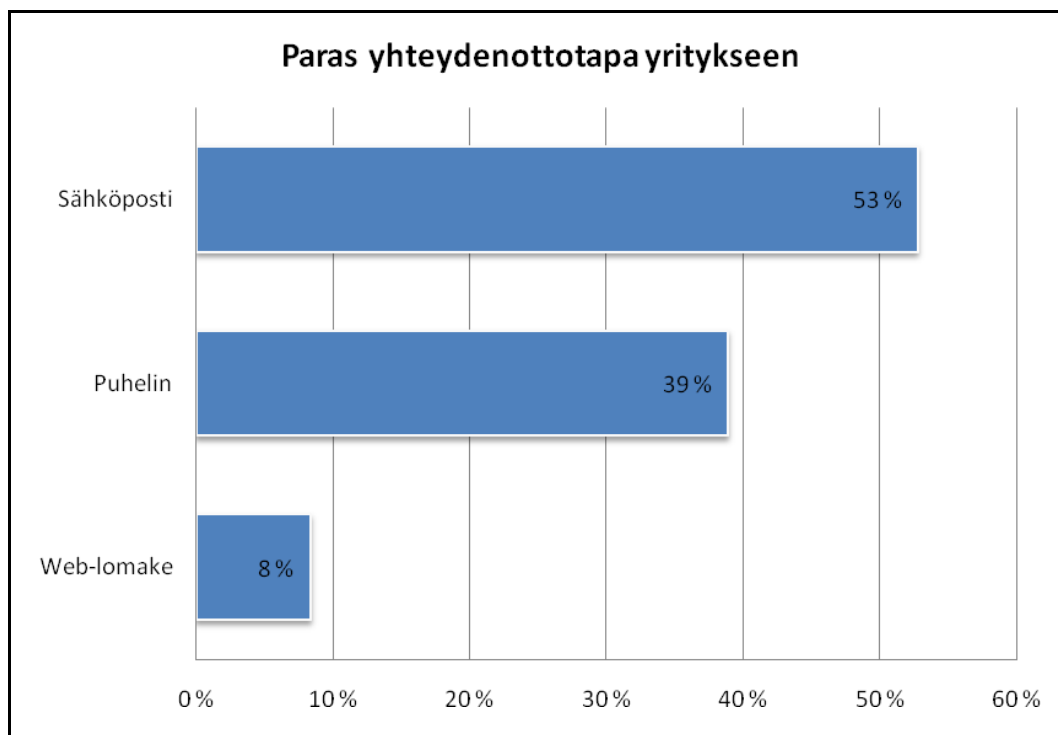
Kuvio 2: Millainen sisältö www-sivuilla on tärkeää?

Seuraavalla kysymyksellä haluttiin selvittää mahdollisia ongelmatilanteita, joita vastaajat ovat kokeneet www-sivuja käyttäessään. Kysymyksen tarkoituksena oli numeroida yhdestä kolmeen www-sivujen käytössä esiintynyttä ongelmaa siinä järjestyksessä, kuinka yleisesti ongelma on esiintynyt. Myös tähän kysymykseen oli liitetty mahdollisuus antaa oma vastaus, mikäli jokin oleellinen asia puuttui tältä listalta.

- Sivuston tiedot eivät ole ajan tasalla
- Sivustolla ei ole tarpeeksi tietoa / sisältöä
- Sivusto on vaikeakäyttöinen
- Sivuston teksti on hankalalukuista (tekstin väri, koko)
- Sivustolla on toimimattomia linkkejä
- Sivustolla on toimimattomia kuvia
- Sivusto on raskas ja latautuu hitaasti
- Sivusto ei näy oikein käytössä olevalla selaimella
- Muu, mikä?

Tämän kysymyksen vastausmerkinnöissä esiintyi jonkin verran hajontaa. Todennäköinen syy merkintöjen vaihtelevuuteen oli kysymyksen epäselvä sanamuoto. Huolimatta siitä, että kysymyslomake oli käyty läpi ja testattu ennen varsinaisen tutkimuksen toteutusta, tämän kysymyksen sanamuoto ei ollut riittävän selkeä, jotta sen tarkoitus olisi ymmärretty täysin yksiselitteisesti. Tästä syystä tämän kysymyksen vastauksista ei ollut mahdollista koota luotettavia tuloksia. Osassa vastauksista esiintyi melko yleisesti vaihtoehdot sivuston tiedot eivät ole ajan tasalla tai sivustolla ei ole tarpeeksi tietoa tai sisältöä. Vastaaajien omia vaihtoehtoja ei ollut mainittu yhtään.

Kyselyssä selvitettiin vielä, millä tavoin vastaajat ovat mieluiten yhteydessä yritykseen. Tällä kysymyksellä haluttiin kartoittaa, miten eri yhteydenottokeinit tulisi huomioida www-sivuilla. 53 % vastanneista käyttäisi yhteydenottoon sähköpostia. 39 % vastanneista ilmoitti käyttävänsä yhteydenottoon mieluiten puhelinta. 8 % vastanneista käyttäisi yhteydenottoon mieluiten web-lomaketta.



Kuvio 3: Paras yhteydenottotapa yritykseen.

Avoimissa kysymyksissä kyselyyn vastanneilta kysyttiin esimerkkejä heidän kokemistaan hyvistä www-sivuista sekä miksi kyseinen sivusto oli henkilön mielestä onnistunut. Lisäksi vastaajien oli mahdollista antaa yleisesti palautetta tai kommentteja.

Vastaukset ja niihin liittyvät kommentit:

- HS / Yle, ”kattava”
- Nordea-pankki, ”luotettava”
- Yle, ”selkeä ja helppolukuinen”
- www.yr.no, ”ei tarvitse pitkään hakea infoa”
- ”Niitä on niin monta”
- arcada.fi, ”paljon tietoa ja selkeä”
- www.golf.fi, ”selkeästi jäsenelty”
- last.fm, ”kaikki latautuu nopeasti ja ulkoasu on miellyttävä”
- Google, ”sieltä löytää kaikki tarvittava”
- Sea Golf Rönäs
- yle.fi, ”monipuolinen ja toimiva”
- Golfpiste.fi

Muita kommentteja:

- ”Sivustolle tärkeät asiat alkuun (etusivulle) ja selkeät linkitykset alasivuille.”
- ”Web-sivustoilla pitäisi olla enemmän kielivaihtoehtoja.”
- ”Monet isojen yritysten sivustot ovat liian vaikealukuisia, esim. tilausten tai vastaavien peruutusten löytäminen vaikeaa.”

6.2 Toteutus

Yrityksen www-sivuja lähdettiin toteuttamaan yrityksen toiveiden ja kyselyn tulosten pohjalta. Toteutuksessa sovellettiin myös käytännön tasolla työn teoriaosuudessa käsiteltyjä asioita. Sivuston sisältöön sekä ulkoasuun liittyviä vaatimuksia ja toiveita käytiin aluksi yrityksen yhteishenkilön kanssa läpi. Sisällön ja ulkoasun ideoinnissa hyödynnettiin myös kilpailijavertailua, jossa tutkittiin ja vertailtiin muutamia saman alan yritysten www-sivuja. Vertailussa kiinnitettiin huomioita asioihin, jotka oli toteutettu hyvin sekä mahdollisiin sivuilla havaittaviin epäkohtiin. Nämä kaikki tekijät huomioiden, määriteltiin sivustoa koskevat vaatimukset liittyen sen ulkoasuun, rakenteeseen ja sisältöön.

6.2.1 Vaatimusmäärittely

Käyttäjien vaatimusten määrittelyssä hyödynnettiin käyttäjätutkimuksesta koottuja tuloksia ja kommentteja. Näiden perusteella tehtiin yhteenveto käyttäjien määrittämistä vaatimuksista, jotka jaettiin kolmeen ryhmään. Nämä ryhmät vastasivat kysymyksiin, millainen sivuston tulisi olla, miten sen pitäisi toimia ja mitä sen tulisi vähintään sisältää.



Kuva 5: Käyttäjien määrittämät vaatimukset www-sivuille.

Vaatimusten perusteella sivustosta pyrittiin toteuttamaan rakenteeltaan kevyt ja helppokäyttöinen. Ulkoasussa lähdettiin tavoittelemaan selkeyttä väreissä, elementtien sijoittelussa sekä käytettävissä teksteissä. Sisällön suunnittelussa kiinnitettiin huomioita erityisesti yrityksen tarjoamien palveluiden ja tuotteiden esittelyyn sekä selkeisiin yhteystietoihin ja niiden esille tuomiseen. Vaikka lomaketta ei koettu kyselyn perusteella ensisijaisena yhteydenottovälineenä, päätettiin sivuille liittää myös yhteydenottolomake. Sivulla haluttiin mahdollistaa myös tämä vaihtoehto yhteydenotoille. Lomakkeen välityksellä on mahdollista täyttää ja lähettää suoraan sivujen kautta viesti tai yhteydenottopyyntö yritykselle. Sivuston suunnittelussa pyrittiin huomioimaan myös mobiililaitteiden käyttäjät. Tämä ei kuitenkaan ollut sivujen suunnittelun kannalta tärkeysjärjestyksen kärjessä, koska kyselyn perusteella ei nähty kovinkaan tärkeänä, että sivustoa tulisi voida käyttää helposti myös mobiililaitteilla. Sivuston sisältöön tarvittavan materiaalin hankkiminen ja tuottaminen oli pääasiassa yrityksen vastuulla. Yritys vastasi myös tarvittavan kotisivutilan hankinnasta ja siitä syntyvistä kustannuksista.

Käyttäjien vaatimusten sekä yrityksen toiveiden pohjalta sivuston sisältö muodostui seuraavaksi:

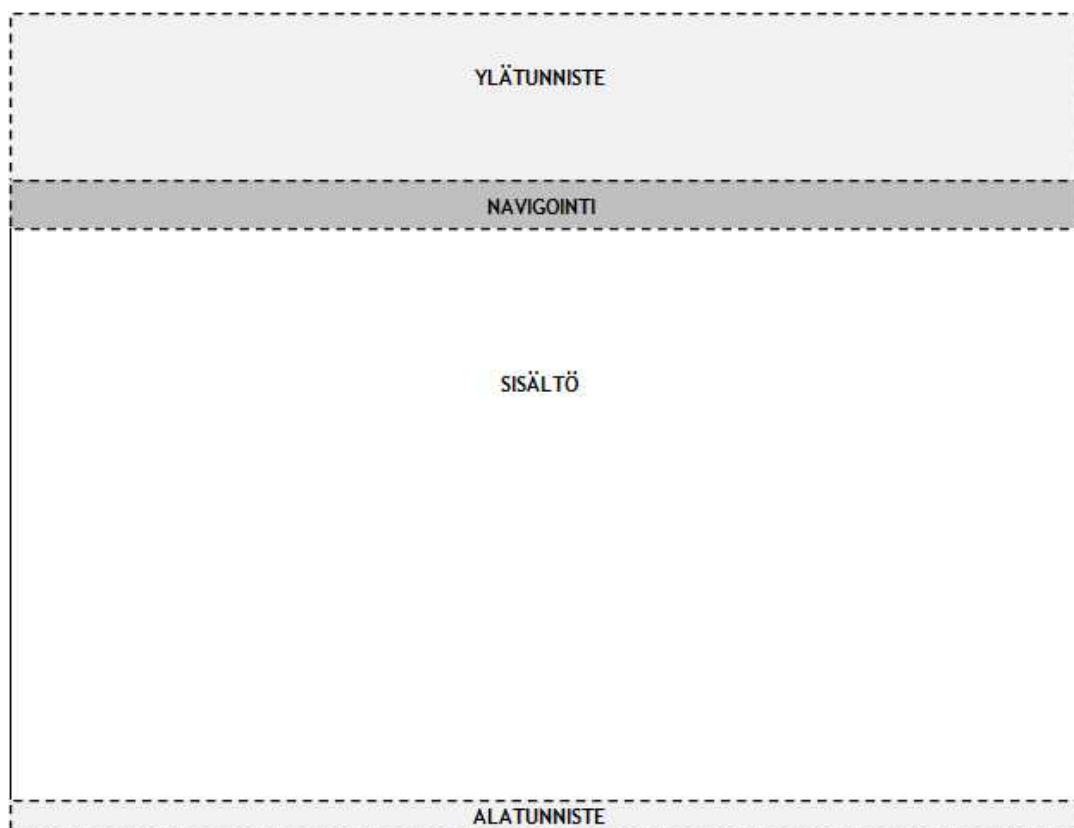


Kuva 6: Www-sivujen sisältö.

Www-sivu rakentuu viidestä sivusta, joita ovat etusivu, palvelut, menut, kuvagalleria ja yhteystiedot. Yllä olevassa kuvassa on havainnollistettu sivujen suunniteltu järjestys navigoinnissa sekä niiden sisältö. Etusivulle on tarkoitus sijoittaa esittely yrityksestä sekä ilmoittaa ajankohtaisista asioista. Palvelut -sivulle kootaan kuvaus yrityksen tarjoamista palveluista. Menu-sivulla esitellään erilaisia ruokailuvaihtoehtoja hintoineen. Kuvagalleriassa esitellään kuvin yrityksen toimintaa. Yhteystiedot -sivulle kootaan yrityksen yhteystiedot ja liitetään sivulle myös yhteydenottolomake.

Seuraavaksi suunniteltiin www-sivujen rakenne eli rautalankamalli. Sivujen rakenne koostuu ylätunnisteesta, navigoinnista, sisältöpalstasta ja alatunnisteesta. Sivujen ylätunnisteeseen sijoitetaan sivujen tunnistettavuuden kannalta tärkeä elementti eli logo tai yrityksen tiedot. Sen alapuolelle sijoitetaan sivuston navigaatio eli sivujen päävalikko horisontaalisesti eli vaakatasoon mahdollisimman loogisesti ja selkeästi.

Sivujen navigaatio muodostuu viidestä linkistä. Navigaatioon ei sijoiteta alisivuja, koska päävalikko riittää kattamaan sivuilla liikkumisen. Navigaation alapuolelle sisältösivulle sijoitetaan varsinainen sivujen sisältö, jossa esitetään kaikki www-sivujen informaatio. Sisällön alapuolelle sijoitetaan vielä alatunniste, joka käsittää sivuston tekijänoikeus-merkinnät ja se toimii tavallaan myös sivun päättävänä elementtinä. Tarkoituksena on, että visuaaliset elementit ja toiminnot säilyvät samanlaisina jokaisella sivulla, mikä auttaa hahmottamaan ja käsittämään sivuston yhtenä kokonaisuutena.



Kuva 7: Www-sivujen rautalankamalli.

6.2.2 Sivuston tuottaminen

Rautalankamallin pohjalta toteutettiin sivuston prototyyppi. Sivuston grafiikassa hyödynnettiin kuvia, joita oli toteutusvaiheessa käytettävissä. Sivun elementtien sijainti kohdistettiin niin, että ne näkyvät näytöllä keskellä. Väreiksi valittiin vihreä ja vaaleanharmaa. Sivun ylä- ja navigaatio-osan taustasta tehtiin vihreä ja varsinaisesta sisältöalueesta vaalea.

Otsikkokuvaan liitettiin valmis yrityksen aineistoista saatu logo sekä ravintola-teksti, jolla pyrittiin jäljittelemään valmiin logon tyyliä. Sivujen navigaatio sijoitettiin vihreän taustan päälle otsikkokuvan alapuolelle. Navigaation linkeistä tehtiin vaaleita, jotta ne erottuisivat selkeästi taustasta. Lisäksi valkoinen teksti jäljitteli sivuston yleistä linjaa ja otsikkokuvan kehystä. Vaalealla pohjalla on tarkoitus julkaista sivujen sisältö.



Kuva 8: Www-sivujen prototyyppi.

Sivuston toimivuutta, ulkoasua ja sisältöä arvioitiin neljän potentiaalisen testikäyttäjän kanssa. Käyttäjryhmä koostui eri-ikäisistä, molempia sukupuolia edustavista henkilöistä. Testaus käytiin henkilökohtaisesti läpi yhdessä kunkin testihenkilön kanssa. Testaus toteutettiin teemahaastattelun muodossa. Kysymykset pyrittiin suunnittelemaan ja esittämään niin, että ne eivät johdatelleet henkilöitä antamaan tietynlaisia vastauksia. Kysymyksiä tarkennettiin tarvittaessa.

Testikäyttäjät saivat nähtäväkseen kuvan www-sivujen prototyypistä, johon liittyen heille esitettiin kysymyksiä. Henkilöt saivat myös kommentoida vapaasti tai esittää ideoita prototyypistä heräävistä asioista. Henkilöiden vastaukset ja kommentit kirjattiin ylös taulukkoon ja niitä hyödynnettiin sivuston jatkokehittäelyssä.

Ohjaavina kysymyksinä toimivat:

- Mitä mieltä olet sivun ulkoasusta?
- Mitä mieltä olet sivulla käytetyistä väreistä?
- Mitä mieltä olet sivun otsikkokuvasta?
- Mitä mieltä olet navigoinnista ja linkkien järjestyksestä?
- Millaista sisältöä odotat kunkin linkin takaa löytyvän?

Ulkoasu koettiin hyväksi ja selkeäksi. Värivalinnat olivat yrityksen toimintaan sekä yläosan kuvan teemaan sopivia ja miellyttäviä, eivätkä ne olleet hyökkääviä tai räikeitä. Sivujen otsikkokuvaa kommentoitiin hyväksi ja toimivaksi. Navigointilinkit olivat selkeitä ja niiden järjestys koettiin järkeväksi ja luontevaksi sivuilla etenemiseen. Navigoinnin linkkitekstit olivat sanamuodoltaan ymmärrettäviä. Testikäyttäjät kuvasivat, millaista sisältöä kunkin navigaatiolinkin takana voisi olla. Nämä kuvaukset vastasivat hyvin sivujen suunniteltua sisältöä.

Yrityksen www-sivut toteutettiin Internet-selaimella toimivalla päivitystyökalulla. Sivuston perustamisessa päädyttiin julkaisujärjestelmään, jotta yrityksessä voidaan jatkossa huolehtia itse sivuston sisällön päivityksestä. Julkaisujärjestelmä mahdollistaa sivuston päivityksen selaimen kautta tekstinkäsittelyohjelman tapaisella työkalulla ilman www-sivujen toteutuksen vaatimaa osaamista tai kokemusta. Se ei myöskään vaadi erillisten ohjelmien asennusta koneelle. Suunnittelussa tuli siis huomioida www-sivujen käytettävyyssnäkökulma myös ylläpidon kannalta. Sivusto tuli toteuttaa niin, että sen sisältösivut ovat jatkossa helposti myös sellaisen henkilön päivitettävissä, jolle www-sivujen tekniikat eivät ole tuttuja. Tällä tavoin voidaan varmistaa sivuston ulkoasun säilyminen yhtenäisenä ja toimivana sekä helposti päivitettävänä.

Www-sivujen käyttöliittymän toteutuksessa noudatettiin valmiiksi tehtyä suunnitelmaa niin pitkälti, kun se julkaisujärjestelmän puitteissa oli mahdollista. Www-sivujen toteutusvaiheessa todettiin julkaisujärjestelmän asettavan joitakin rakenteellisia rajoituksia sivuston toteutukselle. Ulkoasuun olisi mahdollisesti pystynyt vaikuttamaan enemmän tyylitiedostojen ”edistyneellä” muokkauksella, mutta asian vaatima perehtyminen ei ollut opinnäytetyön aikataulujen myötä mahdollista.

Sivuston yläosaan tehtiin yhtenäinen otsikkokuva golf-teeman maisemasta, johon liitettiin yrityksen tunnistetiedot vasempaan laitaan. Kuvan alapuolelle toteutettiin sivuston päänavigaatio. Se koostui linkkiteksteistä, jotka olivat väritykseltään valkoisia. Linkkien värit määriteltiin niin, että kaikki linkit näkyvät oletuksena valkoisina. Kun kohdistin viedään linkin päälle, sen väri muuttuu vaalean vihreäksi. Lisäksi linkin väri muuttuu tumman vihreäksi sillä sivulla, jolla käyttäjä parhaillaan on.



Kuva 9: Navigaation linkkien värit.

Koko sivuston kattavaksi ensisijaiseksi fonttityyliksi määriteltiin Arial fontti, joka soveltui selkeydeltään ja visuaalisuudeltaan parhaiten sivuston fontiksi. Navigaation linkkeihin käytettiin Trebuchet MS fonttia, sillä sen katsottiin soveltuvan navigaatioon hieman Arialia paremmin. Trebuchet MS fontissa ei ollut isoina kirjaimina suurta eroa Arial fonttiin, joten navigaation tyyli noudattaa silti samantyylistä linjaa muun sivuilla käytetyn tekstin kanssa. Www-sivuilla käytettävän tekstin kooksi määritettiin 13 pikseliä, otsikolle 19 pikseliä ja toisen tason otsikolle 14 pikseliä. Sivuston linkeille määriteltiin otsikkokuvan tekstin mukainen sininen sävy.

Kun sivusto oli saatu rakenteellisesti toteutettua, siihen lisättiin sivujen varsinainen sisältö. Yrityksen yhteyshenkilön toimittama sisältö sovitettiin ja muokattiin sivuille sopivaan muotoon. Sivuston etusivulle koottiin lyhyt ja selkeä esittely yrityksen toiminnasta. Etusivun oikeaan reunaan sijoitettiin ajankohtaista -palsta, jossa yritys voi tiedottaa ajankohtaisista uutisista tai tapahtumista. Ajankohtais-palstan rakenne ja toiminta perustuu pääasiassa julkaisujärjestelmän valmiiseen lisäsovellukseen, johon tehtiin tarvittavat ulkoasuun vaikuttavat muokkaukset. Palvelut -sivulle liitettiin kuvaus yrityksen tarjoamista palveluista. Menu-sivulle koottiin kuvaukset yrityksen tarjoamista ruokailuvaihtoehdoista; lounasbuffet, a la carte -lista, tilausmenuesimerkkejä sekä viinilista hintoineen. Tiedot koottiin yhdelle sivulle ja ryhmiteltiin omiksi osioiksi. Sivulle lisättiin ankkurilinkit jokaiseen osioon sivun selauksen helpottamiseksi. Sivun yläosasta pääsee linkin avulla tarvittaessa suoraan valitun osion kohdalle, ilman sivun vieritystä. Vastaavasti jokaisen palstan alareunaan tehtiin ankkurilinkki, jonka avulla pääsee takaisin suoraan sivun yläosaan. Sivusta ei kuitenkaan muodostunut kokonaisuudessaan kovin pitkää, joten sen selaaminen onnistuu hyvin ilman näitä linkkejäkin.

Kuvagallerian sisältö jäi opinnäytetyön aikana vielä hieman keskeneräiseksi. Yritys tulee jatkossa itse lisäämään kuvagalleriaan toimintaansa liittyviä kuvia. Myös kuvagallerian toiminta ja rakenne perustuvat julkaisujärjestelmän valmiiseen lisäsovellukseen, johon tehtiin tarvittavat toiminnalliset ja ulkonäköön vaikuttavat muokkaukset. Yhteystiedot -sivulle lisättiin tarvittavat yrityksen yhteystiedot. Sivulle lisättiin myös linkki ajo-ohjeeseen, joka sijaitsee golf-keskuksen sivuilla. Lisäksi sivulle tehtiin yhteydenottolomake, joka mahdollistaa viestin lähettämisen yritykselle suoraan sivujen kautta. Sivuille ei rakennettu murupolkua, jonka avulla olisi voitu havainnollistaa käyttäjän sijainti sivuilla, koska sivuston navigaatio koostui ainoastaan yhden tason päälinkeistä, jotka eivät sisältäneet alisivuja.

Sivustolle määriteltiin hyvin kuvaavat, yleiskielellä toteutetut hakusanat, jotka kuvaavat sivuston sisältöä ja joilla voidaan olettaa hakukoneita käyttävien henkilöiden hakevan ja löytävän yrityksen www-sivut. Lisäksi yrityksen toimintaa kuvaavia perustermejä pyrittiin käyttämään sivujen sisällössä.

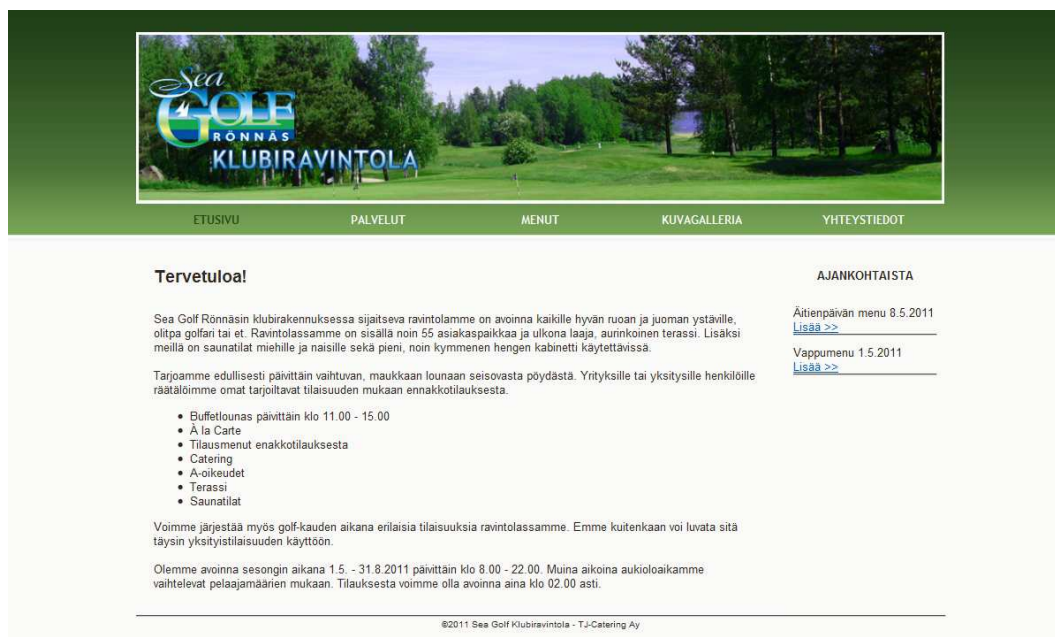
Kun sivusto oli saatu toteutettua ja sisältö oli liitetty sivuille, sivusto käytiin läpi testikäyttäjien kanssa. Henkilöt saivat ensin rauhassa selata sivuston läpi ja esittää mieleen tulevia kommentteja. Tämän jälkeen heiltä haastateltiin seuraavien kysymysten pohjalta:

- Miten sivustolla liikkuminen mielestäsi onnistuu?
- Selviääkö sivuilta, missä kohtaa olet?
- Millaisia sivuston ulkoasu ja toiminnot ovat (yhtenäisyys)?
- Mitä mieltä olet sivustolla käytetystä kielestä?
- Millaista sivustolla käytetty teksti on (koko, väri, erottuvuus)?
- Miten tekstin eri osat erottuvat (otsikot, sisältöteksti, linkit)?
- Mitä mieltä olet sivujen sisällöstä?

Sivulta toiselle siirtyminen ja sivujen selaaminen koettiin helppokäyttöiseksi. Linkkien ja otsikoiden sanallinen vastaavuus auttoi hahmottamaan, missä käyttäjä milloinkin sivustolla on. Hahmottamista auttoi myös navigaatiolinkin tummennus selattavan sivun kohdalla. Sivuston ulkoasu ja toiminnot koettiin yhtenäisiksi ja selkeiksi. Myös fonttityyli ja värit säilyivät samalaisina läpi sivuston. Sivustossa pidettiin myös siitä, että sivuilla ei ole käytetty turhia koriste-elementtejä tai taustakuvaa, jotka koetaan usein häiritseviksi. Sivustolla käytetty kieli oli ymmärrettävää ja ilmaisutyyiltään selkeää. Tekstistä tuli selkeästi esille, missä käyttäjä milloinkin oli ja mikä sivun sisällön tarkoitus oli. Sivustolla käytetyn tekstin kokoa pidettiin pääosin sopivana ja selkolukuisena. Yksi testikäyttäjistä arvioi, että sisältösivujen teksti olisi voinut olla hieman suurempaa. Toisaalta tähän saattoi vaikuttaa myös näyttölaitteen asetukset, jotka tekivät tekstistä pienikokoisempaa. Tekstin riviväli koettiin riittäväksi sekä tekstin tumma väri oli hyvä vaaleaa taustaa vasten. Otsikot, sisältötekstit sekä linkit erottuivat hyvin toisistaan. Sivuston käyttöä testattiin myös puhelimella. Sivuston todettiin latautuvan suhteellisen lyhyen ajan sisällä ja sivujen selaaminen onnistui hyvin myös puhelimen näytöltä käsin.

Sivuston läpikäynnin yhteydessä todetut kehityskohteet liittyivät lähinnä sivuston sisältöön. Kommenttien perusteella sivuston teksteihin tehtiin pieniä muutoksia ja lisäyksiä, muun muassa etusivulle lisättiin tarkempi kuvaus ravintolan aukioloajoista sekä yhteystietoihin lisättiin linkki golf-keskuksen sivuille.

6.3 Arviointi



Kuva 10: Www-sivujen etusivu.

Testikäyttäjiltä kysyttiin lopuksi arvio sivustosta.

- Millainen sivusto on kokonaisuutena?
- Miltä sivuston käyttö tuntui?
- Miten sivusto latautui?
- Miten sivuilla on tietoa yrityksestä ja sen palveluista?

Sivusto koettiin kokonaisuudessaan selkeäksi, toimivaksi ja sopivan informatiiviseksi. Sivuilta löytyi kaikki oleellinen tieto yrityksen toiminnasta. Sivuston käyttö tuntui helpolta ja sivut latautuivat riittävän nopeasti. Tässä yhteydessä huomautettiin, että varsinkin ajankohtaista -palstan tulisi ehdottomasti olla jatkossa ajan tasalla, sillä käyttäjät kokivat ärsyttäväksi www-sivujen ajankohtais-osiot, joissa esiintyy vanhoja merkintöjä.

Sivuston toimivuutta testattiin myös ilman värejä tai tyylimääräittelyjä, käyttäen selaimen suurennus- / pienennys-työkalua, eri tietokoneilla ja näytön resoluutioilla sekä yleisimmillä Firefox ja Internet Explorer -selaimilla. Lisäksi testattiin, säilyykö sisältö selkeänä näköisenä tulostaessa. Nämä kaikki testit osoittivat sivuston toimivan hyvin.

Sivusto käytiin myös yrityksen yhteyshenkilön kanssa yhdessä läpi, jolla varmistettiin, että sivusto vastasi myös yrityksen toiveita ja näkemyksiä. Tässä vaiheessa käytiin läpi myös päivitustyökalun toimintaperiaate sekä sivuston ylläpitoon liittyvät toimet, jotta sivujen sisältö säilyisi jatkossakin ajan tasalla. Yritys oli tyytyväinen lopputulokseen. Sivustosta tuli selkeä ja se sisältää kaikki tarpeelliset tiedot yrityksen toiminnasta.

7 Yhteenveto

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää tärkeimpiä tekijöitä, jotka vaikuttavat pienyrityksen www-sivujen suunnitteluun toimivuuden, ulkoasun ja sisällön osalta. Käyttäjäystävällinen sivusto on selkeä ja helppokäyttöinen. Sivusto on yhtenäinen kokonaisuus, se toimii loogisesti ja se sisältää yrityksen toiminnan kuvauksen kannalta olennaisen sisällön. Sivuston visuaaliset elementit, värit ja typografia ovat huolellisesti suunniteltu. Ne herättävät käyttäjän mielenkiinnon ja tukevat sivujen viestittämää asiaa. Sivusto on toteutettu niin, että se mukautuu tarvittaessa käyttäjän tarpeisiin. Osa sivuston käytettävyyttä on myös se, että sivujen ylläpidosta huolehditaan jatkossa.

Opinnäytetyön teoriaosassa oli tavoitteena kuvata keskeisimpiä www-sivujen suunnitteluun vaikuttavia tekijöitä käytettävyyden ja visuaalisen suunnittelun näkökulmasta. Opinnäytetyön toiminnallisena tavoitteena oli toteuttaa ravintola-alan yritykselle oma www-sivusto. Suunnittelutyössä pyrittiin hyödyntämään käytännön tasolla työn teoriapohjaa sekä käyttäjäkeskeisen suunnittelun periaatteita. Ennen sivuston toteutusta määriteltiin potentiaalisten käyttäjien tarpeet ja toiveet kyselyn avulla sekä hyödynnettiin testikäyttäjien mielipiteitä läpi koko sivuston toteutusprosessin.

Opinnäytetyön tuloksena yritys sai käyttöönsä selkeän ja toimivan sivuston. Sekä yritys että testikäyttäjät olivat tyytyväisiä lopputulokseen. Sivustosta tuli visuaaliselta ilmeeltään miellyttävä, selkeä ja helppokäyttöinen. Sivusto kattaa sisällöltään olennaisimmat asiat yrityksen toiminnasta. Käyttäjäkeskeisyyden huomioiminen suunnitteluprosessissa oli hyödyllistä ja mielenkiintoista. Sen avulla saatiin esille myös muita näkökantoja www-sivujen toteutustyölle.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön www-sivujen suunnittelu ja toteutus perustuivat työprosessin aikana kerättyihin tietoihin ja tuloksiin. Määritetyt tavoitteet saavutettiin www-sivujen toteutuksen osalta hyvin. Kyselytutkimuksen osalta tulokset jäivät osin vajaiksi kyselyssä ilmenneiden puutteiden vuoksi. Työssä saavutetut tulokset eivät sellaisenaan ole yleistettävissä, mutta niitä voidaan hyödyntää suuntaviivana esimerkiksi toisen www-sivuston suunnittelussa.

Työssä käytetyllä kyselytutkimuksella olisi voinut kerätä hieman enemmän vastauksia, jolloin näkökantoja olisi mahdollisesti saatu vielä laajemmin esille. Kyselyn laadinnassa olisi pitänyt olla tarkempi, jotta kysymykset olisivat olleet yksiselitteisiä. Myös testikäyttäjäryhmään olisi voinut ottaa mukaan muutaman henkilön lisää, jotta www-sivuista olisi saatu kartoitettua vielä laajemmin eri henkilöiden arvioita. Kuitenkin kerätyt tulokset olivat www-sivujen suunnittelun ja toteutuksen kannalta arvokkaita ja hyödyllisiä.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

- Hatva, A. 2003. Verkkografiikka. IT Press.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 11. painos. Helsinki: Tammi.
- Huovila, T. 2006. ”Look” Visuaalista viestisi. Helsinki: Inforviestintä.
- Korpela, J. 2010. Verkkojulkaisun typografia. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Kuutti, W. 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Helsinki: Talentum.
- Loiri, P., 2004. Typo. Pieni käytösopas typografian laatijalle. Inforviestintä.
- Loiri, P. & Juholin, E. 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä.
- Nielsen, J. 2000. WWW suunnittelu. Timo Haanpää. IT Press.
- Parkkinen, J. 2002. Hyvään verkkopalveluun! Käytettävyysopas verkkoviestijöille. Helsinki: Inforviestintä.
- Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Tietosanoma.
- Wiio, A. 2004. Käyttäjystävällisen sovelluksen suunnittelu. IT Press.

Sähköiset lähteet

- Ekman-Sarkki, M. 2006. Mikroyrityksen WWW-sivut. Viitattu 9.3.2011.
http://www.tieke.fi/mp/db/file_library/x/IMG/19936/file/Mikroyrityksen_www-sivut.pdf
- Sinkkonen, I. 2004a. Esteetön vai käytettävä? Viitattu 28.3.2011.
<http://www.adage.fi/blogi/2004/esteeton-vai-kaytettava/>
- Sinkkonen, I. 2004b. Käyttöliittymät ja käytettävyys. Viitattu 4.3.2011.
<http://www.adage.fi/blogi/2004/kayttoliittymat-ja-kaytettavyys>
- Sinkkonen, I., Kuoppala, H., Parkkinen, J. & Vastamäki, R. 2009. Käytettävyyden psykologia. Viitattu 7.3.2011. http://www.adage.fi/uploads/pdf/Kaytettavyuden_psykologia.pdf
- Skriptio Oy. 2011. Löydettävyys. Viitattu 7.4.2011.
http://www.scriptio.fi/palvelut/maksuttomat_palvelut/abc-tietosivut/loydettavyuden_abc/
- Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus TIEKE. 2002. Esteettömyysesite. Viitattu 9.3.2011.
http://www.tieke.fi/liiketoimintapalvelut/ict_klusteri/ict_klusterin_teemoja/esteettomyys/esteettomyysesite/
- Tompuri, J. 2002. Käytettävyys ja graafinen suunnittelu. Viitattu 28.3.2011.
<http://www.adage.fi/blogi/2002/kaytettavyys-ja-graafinen-suunnittelu/>
- Tompuri, J. 2008. Käytettävyys ja käyttökokemus. Viitattu 4.3.2011.
<http://www.adage.fi/blogi/2008/kaytettavyys-ja-kayttokokemus>

Valtiovarainministeriö. 2008. Käyttäjälähtöisyys verkkopalveluiden suunnittelussa. Viitattu 3.3.2011.
http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/04_hallinnon_kehittaminen/20080129Kaeyttae/verkkopalveluiden_suunnittelu.pdf

Wikipedia. 2010. ISO 13407. Viitattu 3.3.2011. http://fi.wikipedia.org/wiki/ISO_13407

Yritys-Suomi. 2008. Mitä hakukoneoptimointi on? Viitattu 8.4.2011.
<http://www.yrityssuomi.fi/default.aspx?nodeid=16237>

Kuvat

Kuva 1: Käyttökokemuksen elementit (Valtiovarainministeriö 2008, 12).	10
Kuva 2: Käyttäjäkeskeinen suunnitteluprosessi (Sinkkonen 2004a).	12
Kuva 3: Värien psykologisia ja symbolisia merkityksiä (Huovila 2006, 45 - 46).	20
Kuva 4: Antiikva- ja groteski-tyyppien fontteja.	22
Kuva 5: Käyttäjien määrittämät vaatimukset www-sivuille.	28
Kuva 6: Www-sivujen sisältö.	29
Kuva 7: Www-sivujen rautalankamalli.	30
Kuva 8: Www-sivujen prototyyppi.	31
Kuva 9: Navigaation linkkien värit.	33
Kuva 10: Www-sivujen etusivu.	35

Kuviot

Kuvio 1: Millaiset asiat ovat tärkeitä www-sivuilla?	24
Kuvio 2: Millainen sisältö www-sivuilla on tärkeää?	25
Kuvio 3: Paras yhteydenottotapa yritykseen.	27

Liitteet

Liite 1. Kyselytutkimuksen kysymykset	43
Liite 2. TJ-Catering Ay:n www-sivut.....	45

Liite 1. Kyselytutkimuksen kysymykset

Kysely web-sivujen käyttökokemuksista

Hei! Olen Laurea-ammattikorkeakoulun, tietojenkäsittelyn koulutusohjelman opiskelija. Teen opinnäytetyötä käyttäjälähtöisestä web-sivujen suunnittelusta. Tällä kyselyllä on tarkoitus kartoittaa web-sivujen käyttökokemuksia, eli mikä web-sivujen käyttäjälle on tärkeää erityisesti yrityksen web-sivulla ja millaista tietoa hän sivuilta hakee.

Vastauksenne on hyvin tärkeä, sillä kyselystä saatavia tuloksia tullaan käyttämään Sea Golf ravintolan web-sivujen suunnittelutyön tukena. Vastaukset käsitellään anonyymisti.

Ystävällisin terveisin,
Karoliina Niemi
karoliina.niemi@laurea.fi

Sukupuoli mies nainen

Ikä 15 - 24 25 - 34 35 - 49 50 - 65 66 -

Missä käytätte Internetiä pääasiassa? Valitkaa 1 vaihtoehto.

- kotona
 työpaikalla
 muualla, missä? _____

Kuinka usein käytätte Internetiä? Valitkaa 1 vaihtoehto.

- päivittäin
 muutaman kerran viikossa
 muutaman kerran kuukaudessa
 satunnaisesti

Mihin tarkoitukseen käytätte Internetiä pääasiassa? Valitkaa 1 - 2 vaihtoehtoa.

- sähköposti
 tiedonhaku
 työasiat
 sähköiset asiointipalvelut, esim. verkkopankki
 vapaa-aika

Kuinka tärkeänä pidätte seuraavia asioita web sivulla, jolla vieraillette?

1 = hyvin tärkeää, 2 = tärkeää, 3 = jonkin verran tärkeää, 4 = ei lainkaan tärkeää

Sivuston ulkoasu on miellyttävä	1	2	3	4
Sivusto on helppokäyttöinen	1	2	3	4
Sivusto latautuu nopeasti	1	2	3	4
Sivuston tiedot ovat ajan tasalla	1	2	3	4
Sivuston teksti on selkeää ja ymmärrettävää	1	2	3	4
Sivustoa voi käyttää mobiililaitteilla	1	2	3	4

KÄÄNNÄ!

Millaista sisältöä pidätte tärkeänä web-sivuilla, joilla vieraillette?

1 = hyvin tärkeää, 2 = tärkeää, 3 = jonkin verran tärkeää, 4 = ei lainkaan tärkeää

Yritysesittely	1	2	3	4
Tuotteiden / palveluiden esittely	1	2	3	4
Hinnasto	1	2	3	4
Yhteystiedot	1	2	3	4
Kuvat	1	2	3	4
Ääni, liikkuva kuva, animaatio	1	2	3	4
Muu, mikä? _____	1	2	3	4

Millaisia ongelmia olette mahdollisesti kohdanneet web sivuilla vieraillessanne? Numeroikaa 1 - 3 yleisintä vaihtoehtoa. 1 = yleisin ongelma, 2 = yleinen ongelma, 3 = melko yleinen ongelma

- Sivuston tiedot eivät ole ajan tasalla
- Sivustolla ei ole tarpeeksi tietoa / sisältöä
- Sivusto on vaikeakäyttöinen
- Sivuston teksti on hankalalukuista (tekstin väri, koko)
- Sivustolla on toimimattomia linkkejä
- Sivustolla on toimimattomia kuvia
- Sivusto on raskas ja latautuu hitaasti
- Sivusto ei näy oikein käytössä olevalla selaimella
- Muu, mikä? _____

Mikä mielestänne on paras yhteydenottotapa yritykseen? Valitkaa 1 vaihtoehto.

- puhelimitse
- sähköpostitse
- web-lomakkeella

Haluatteko mainita jonkin mielestänne onnistuneen ja toimivan web-sivuston?


Miksi kyseinen sivusto on mielestänne hyvä?

Muita kommentteja, toiveita tai ehdotuksia

Kiitos yhteistyöstä!

Liite 2. TJ-Catering Ay:n www-sivut

Etusivu



ETUSIVU **PALVELUT** **MENUT** **KUVAGALLERIA** **YHTEYSTIEDOT**

Tervetuloa!

Sea Golf Rönnsåsin klubirakennuksessa sijaitseva ravintolamme on avoinna kaikille hyvän ruoan ja juoman ystäville, olitpa golfan tai et. Ravintolassamme on sisällä noin 55 asiakaspaikkaa ja ulkona laaja, aurinkoinen terassi. Lisäksi meillä on saunatilat miehille ja naisille sekä pieni, noin kymmenen hengen kabinetti käytettävissä.

Tarjoamme edullisesti päivittäin vaihtuvan, maukkaan lounaan seisovasta pöydästä. Yrityksille tai yksityisille henkilöille räätälöimme omat tarjottavat tilaisuuden mukaan ennakkotilauksesta.

- Buffetlounas päivittäin klo 11.00 - 15.00
- À la Carte
- Tilausmenut ennakkotilauksesta
- Catering
- A-oikeudet
- Terassi
- Saunatilat

Voimme järjestää myös golf-kauden aikana erilaisia tilaisuuksia ravintolassamme. Emme kuitenkaan voi lupata sitä täysin yksityistilaisuuden käyttöön.

Olemme avoinna sesongin aikana 1.5. - 31.8.2011 päivittäin klo 8.00 - 22.00. Muina aikoina aukioloaikamme vaihtelevat pelaajamäärien mukaan. Tilauksesta voimme olla avoinna aina klo 02.00 asti.


©2011 Sea Golf Klubiravintola - TJ-Catering Ay

AJANKOHTAISTA

Äitiänpäivän menu 8.5.2011
[Lisää >>](#)

Vappumenu 1.5.2011
[Lisää >>](#)

Palvelut



ETUSIVU **PALVELUT** **MENUT** **KUVAGALLERIA** **YHTEYSTIEDOT**

Palvelut

Klubiravintola

Sea Golf klubiravintolassa tai terassilla voit nauttia ennen kierrosta, sen välissä tai jälkeen pientä tai isoa suoilaista ja makeaa hyvässä seurassa, juomia unohtamatta. Kierroksen jälkeen saunaan ja sitten nauttimaan runsaasta ja edullisesta lounasbuffet'sta tai tilaamaan maukasta À la Cartea kattavalta listaltamme. Päivittäin on tarjolla myös suositusannoksia, joista voit löytää mieleistäsi syötävää.

Catering

Meitä voit tilata myös cateringpalveluita (tilaukset vähintään 10 henkilölle). Häät, merkkipäivät ja muut juhlat sekä tilaisuudet järjestyvät vuosien kokemuksella ja ammattitaidolla. Olitpa kotona, mökilla tai missä vain lähialueella, tilaisuus räätälöidään teidän tarpeisiinne, kun siitä sovitaan ajoissa.


Pyydämme tekemään tilaukset vähintään viikkoa ennen tilaisuutta. Tilaisuuden järjestelyt sovitaan aina tapauskohtaisesti. Kuljetuksesta sekä muusta tarjoulusta veloitamme erikseen. Nouto on veloitukseton.

Yrityksille

Yrityksille ja yhteisöille järjestämme ennakkotilauksesta tilaisuuteenne sopivan tarjoulukokonaisuuden. Valintanne mukaan aamiaisen seisovasta pöydästä, eväspaketit kentälle mukaan ja kisan jälkeen lounaan buffet'sta tai päivällisen pöytin tarjontuna.

Ota [yhteyttä](#), niin suunnitellaan yhdessä lisää!

Menu-sivun näkymää



ETUSIVU PALVELUT MENUT KUVAGALLERIA YHTEYSTIEDOT

Menut

[Lounasbuffet](#) | [À la Carte](#) | [Tilausmenut / catering](#) | [Viinilista](#)

Lounasbuffet

Päivittäin vaihtuva lounas sisältää keiton, talon leivän, levitteen, salaattit, lämpimät ruoat, ruokajuomana jääveden sekä kahvin. Tarjoamme lounaan tänä vuonna edulliseen hintaan **8,50 €**

Keittolounas sisältää keiton, leivän, levitteen, salaattit, ruokajuomana jääveden sekä kahvin hintaan **7,00 €**

À la Carte

Caesar-salaattia Broilerista tai katkaravuista	12,60 €
Mizzan salaattia Salaattia, tomaattia, tonnikalaa, perunaa, papuja, sipulia, oliiveja, kananmunaa	12,40 €
Lohiseljankaketta Smetanaa, paahdettua leipää	7,20 € / 11,90 €
Katkarapu-fetajuustoruokku Patonkia	12,00 €
Klubin lihapullia tomaattikastikkeessa Spagettia ja juustoa	10,50 €
Broilerinrintaleike Aurajuustokastiketta, pastaa, vihanneksia	12,60 €
Klubin jättiburger Ranskalaisia	10,50 €
Kanaburger Ranskalaisia	10,50 €
Lämmin klubileipä broilerista, Ranskalaisia	10,00 €
Wienerleike Ranskalaisia	12,80 €
Klubin grillihärkää Paistettua sipulia, kylmää valkosipulikastiketta, lohkoperunoita, vihanneksia	15,50 €
Häränsisäfilettä, maustevoikastiketta Herkkusieniä, piparjuurta, lohkoperunoita, vihanneksia	28,50 €
LAPSILLE JA LAPSENMIELISILLE	
Kanakori, ranskalaisia ja chiliikastiketta	5,50 / 8,80 €
Makkarakori, ranskalaisia	5,50 / 8,80 €
Lihapullat ja muusi	5,50 / 8,80 €
Lehtipiivi, ranskalaisia	6,50 €
Lasten annokset sisältävät Ville Vallaton jaatelón!	

[Palaa sivun alkuun](#)

Kuvagalleria



Kuvagalleria

[←Edellinen](#)

2 / 2



Yhteystiedot



Yhteystiedot

Sea Golf Klubiravintola
TJ-Catering Ay

Ruukinrannantie 4
07750 Isniäs
[Ajo-ohje](#)

Outi Tervaja
gsm 044-596 0275

Pekka Jyry
gsm 050-523 6261

[tjcatering.2\[at\]gmail.com](mailto:tjcatering.2[at]gmail.com)

[Sea Golf Rönäsän sivuille](#)



Voitte ottaa yhteyttä tai lähettää tarjouspyynnön myös oheisella lomakkeella.

(Yrityksen nimi):

Yhteyshenkilön nimi:

Puhelinnumero:

Sähköpostiosoite:

Asia liittyy:

- Yritystapahtuma
- Tilausmenu
- Catering
- Yhteydenottoopyyntö
- Palaute

Lisätietoja:

Toivon yhteydenottoa ensisijaisesti:

- Puhelimitse
- Sähköpostitse