



**LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU**  
*Lahti University of Applied Sciences*

# MIKROYRITYKSEN WWW-SIVUJEN JA LIKEMERKIN LUOMINEN - ILMAISIA PALVELUJA HYÖDYNTÄEN

Case: Rakennuspalvelu REM

LAHDEN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden ala  
Liiketoiminnan logistiikan koulutusoh-  
jelma  
Opinnäytetyö  
Kevät 2012  
Veli-Pekka Salminen

Lahden ammattikorkeakoulu  
Liiketoiminnan logistiikan koulutusohjelma

SALMINEN VELI-PEKKA: Mikroyrityksen www-sivujen ja liikemerkin luominen - ilmaisia palveluja hyödyntäen  
Case: Rakennuspalvelu REM

Liiketoiminnan logistiikan opinnäytetyö, 56 sivua, 7 liitesivua

Kevät 2012

## TIIVISTELMÄ

---

Tässä opinnäytetyössä kartoitettiin ja vertailtiin ilmaisia Internet-palveluita, joilla yritys voi luoda itselleen kotisivut osaksi muuta ulkoista viestintäänsä. Kartoituksen lisäksi työn teoriaosuudessa selvitetään ja kuvataan www-sivustoprojektissa yrityksen kannalta keskeisimmät asiat. Näitä olivat mikroyrityksen www-sivuston sisällön optimoiminen ja palveluntarjoajan valinnan vaikeus. Tarjolla olevista palveluista tarkasteluun otettiin vain suomenkielisiä ja Internet-ympäristössä käytettäviä palveluita.

Opinnäytetyöhön kuuluu myös case-osuus, jossa kartoituksen tulosten perusteella valittua ilmaista verkkopalvelua ja muita työkaluja käyttäen toteutettiin case-yrityksenä toimineelle mikroyritykselle verkkosivusto ja muuta yritysviestintämateriaalia.

Case-osuudessa kuvataan projektin toteutus laaditun suunnitelman pohjalta vaiheittain. Projektin lähtökohtana oli selvittää, voiko mikroyrityksen näkyvyyttä ja viestintää parantaa tarjolla olevien ilmaisupalvelujen ja -ohjelmien avulla.

Rakennuspalvelu REM Orimattilasta oli tämän opinnäytetyön toimeksiantaja ja tavoite oli luoda yritykselle toimivat, kevyet ja helposti päivitettävät www-sivut sekä yrityksen edustajalle sivuston selkokieholliset päivitysohjeet. Lisäksi tavoitteina oli pienimuotoisen lehtimainonnan käynnistäminen ja liikemerkin luominen yritykselle.

Projekti toteutui ja tavoitteet saavutettiin ajallaan. Projektin tuotoksia ovat: Rakennuspalvelu REM:n uusi verkkosivusto, selkokiehollinen kirjallinen ohjeistus sivuston päivitykseen, yrityksen liikemerkki ja ilmoitus pohja lehtimainontaa varten. Tämän lisäksi käynnistettiin lehtimainonta paikallislehdissä.

Projektin tuotoksia olivat myös opinnäytetyöhön sisältyvä vertailu käyttökelpoisista palveluntarjoajista sekä valintakriteerit mikroyrityksen kannalta laadittuina.

Avainsanat: Rakennuspalvelu REM, kotisivu, mikroyritys, palveluntarjoaja, näkyvyys, liikemerkki

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Logistics

SALMINEN, VELI-PEKKA:

Creation of Web Pages and Logo for a  
Micro Company: Taking Advantage of  
Free Services  
Case: Rakennuspalvelu REM

Bachelor's Thesis in Business Logistics, 56 pages, 7 appendices

Spring 2012

ABSTRACT

---

The focus of this thesis is to map out and compare available free internet services with which a company can create, for itself, a home page as part of its basic marketing and external communications. In addition to this comparison of available free home page services, this study examines and describes, in the theoretical section, the critical focus points of a website project from a company's perspective. These included: how to optimize a micro company's website content to meet the needs of potential clients and the difficulty of choosing the most suitable home page service provider from among all the available options. From the available internet based home page service providers, only Finnish language service providers were considered for the purpose of this study.

This thesis also includes a case study whereby the results of the comparison survey of home page service providers were utilized to create a company home page for the case company Rakennuspalvelu REM, a micro company in the renovation and building industry. The company operates in Orimattila, Finland and surrounding areas. The aim of the customer project is to create a functional, easy-to-update home page for Rakennuspalvelu REM as well as to produce step-by-step instructions, for the entrepreneur, on how to update these home pages by himself. In addition, a basic model for a local newspaper advertisement and a new company logo were to be created.

In the case section of the study, the project phases carried out according to plan were described. The main goal for this project was to find out whether it is feasible for a micro-sized company to improve their visibility and communication through freely available website based home page service providers. The customer project was completed as scheduled and all the original aims of the study were fulfilled. The main results included: a new company home page for Rakennuspalvelu REM was created; written step-by-step guidelines to update the home pages by the entrepreneur himself was produced; a company logo and a basic model for a newspaper advertisement was developed. Furthermore, a comparison of available Finnish home page service providers was compiled. This collected information can be used by any other micro and small company.

Keywords: Rakennuspalvelu REM, website, micro-company, service provider, visibility, logo

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Kartoituksen tausta	1
1.2	Tavoite, ongelmat ja rajaukset	3
1.3	Tutkimus menetelmät ja rakenne	6
1.4	Keskeiset käsitteet	8
2	MIKROYRITYKSELLE KOTISIVUT PROJEKTINA - TARVE, TARKOITUS JA SISÄLTÖ	9
2.1	WWW- projektin tarpeellisuuden määrittely	9
2.2	Projektin toteutussuunnitelma	11
2.3	Miksi yritys tarvitsee kotisivut?	13
2.4	Mitä sisältöä yrityksen kotisivuille?	14
3	PALVELU KÄSITTEENÄ JA ILMAISET KOTISIVUPALVELUT MIKROYRITTÄJÄN NÄKÖKULMASTA	18
3.1	Perinteinen palvelukäsitys ja tietoyhteiskunnan palvelut	18
3.2	Ilmaiset kotisivupalvelut ja valinnan vaikeus	20
3.3	Tarkastelussa Sivut.in	25
3.4	Tarkastelussa Webbisivu.com	27
3.5	Tarkastelussa Suntuubi.com	29
3.6	Tarkastelussa Nettisivu.org	31
3.7	Yhteenveto palveluista ja valinta case-yrityksen kotisivuvalustaksi	32
4	CASE: RAKENNUSPALVELU REM	36
4.1	Case-yrityksen esittely	36
4.2	Case-yrityksen motiivit näkyvyydenparannusprojektiin	36
4.3	Projektin toteutus	39
4.4	Projekti www-sivujen osalta	42
4.5	Projekti liikemerkin suunnittelun osalta	45
4.6	Projekti lehtimainonnan osalta	46
4.7	Projektilla saavutetut tuotokset	48
5	YHTEENVETO	52
	LÄHTEET	54
	LIITTEET	57

# 1 JOHDANTO

Yritykselle hyvä näkyvyys on sen yksi tärkeimpiä olemassaolon ehtoja. Näkyvyyden osalta on pohdittava, riittääkö mainonnaksi pelkkä ”viidakkorumpu” vai pitäisikö siihen sittenkin panostaa hieman lisää. Perinteisesti pienen yrityksen hengissä pysymisen elinehtoihin kuuluu myös tehdyn työn tai suoritetun palvelun hyvä laatu, josta asiakkaat kertovat tuttavilleen ja näin yritys saa tarvitsemaansa näkyvyyttä ja uusia työtilaisuuksia.

Monilla aloilla yrityksiä ja yrittäjiä toimii jo niin paljon samalla alueella, että ilman kohtuullista panostusta näkyvyyteen ja mainontaan, saatetaan menettää hyviä työtilaisuuksia. Uusi asiakas ei joko tiedä yrityksen olemassaolosta tai ei etsiessään löydä yrityksen yhteystietoja tarpeeksi vaivattomasti.

Pienen remontointi- ja rakennuspalveluja tarjoavan yrityksen miettiessä keinoja näkyvyytensä parantamiseen vaihtoehtoja on useita. Tässä opinnäytetyössä keskitytään Internetistä löytyviin ilmaisiin kotisivupalveluihin, joiden avulla näkyvyyttä pyritään parantamaan mahdollisimman tehokkaasti.

## 1.1 Kartoituksen tausta

Opinnäytetyön aihe on saatu toimeksiantona case-yritykseltä, joka toimii Etelä-Suomen alueella remontointi- ja rakennuspalvelualalla. Case-yrityksellä on työkohteita riittänyt omistajansa Esko Rantalan mukaan hyvin, mutta uusia huolenaiheita tulee olemaan näköpiirissä esimerkiksi kotitalousvähennyksen uudistuksen myötä ja yleisen taloustilanteen näyttäessä melko heikolta keväällä 2012. Se, kuinka kotitalousvähennys uudistus vaikuttaa asiakkaiden halukkuuteen teettää remonttinsa ja muut case-yrityksen alaan kuuluvat työt ammattilaisella, jää nähtäväksi. Yrityksessä joka tapauksessa koetaan, että yrityksen näkyvyyden parantaminen juuri nyt on ajankohtaista.

Veronmaksajat.fi sivustolla Internetissä kerrotaan kotitalousvähennyksen uudistuksesta mm. seuraavaa:

*Vuonna 2012 kotitalousvähennyksen enimmäismäärä laskee 3000 eurosta 2000 euroon. 100 euron omavastuuosuus säilyy ennallaan. Kotitalousvähennyksenä voi vähentää 45 prosenttia ennakkoperintärekisteriin kuuluvalla yrittäjällä tai yritykselle maksetusta työkorvauksesta. Vuonna 2011 vähennysprosentti oli 60. Jos toimii itse työnantajana, voi vähentää 15 prosenttia maksetusta palkasta sekä palkan sivukulut. Vuonna 2011 vähennysprosentti oli tässä tapauksessa 30. (Veronmaksajat 2012.)*

Case-yrityksen edustamalla toimialalla kotitalousvähennyksen muutokset saattavat olla hyvinkin merkittävässä osassa, silloin kun yksityiset ihmiset suunnittelevat remontointi- tai rakennustöitä.

Työterveyslaitoksen Internet-sivujen mukaan Suomessa oli kaikkiaan noin 320 000 yritystä vuonna 2011, joista alle 10 työntekijän mikroyrityksiä oli yli 93 %. Pienyrityksiä (10- 49 työntekijää) on 5,5 %, keskiuuria (50- 250 työntekijää) 0,9 % ja tätä suurempia suuryrityksiä 0,3 %. Erityisesti Pk-yritykset ovat lisänneet henkilöstöään viime vuosikymmenen puolivälistä. Uusista yrityksiin syntyneistä työpaikoista kolme neljästä on syntynyt Pk-yrityksiin (Työterveyslaitos 2012.)

Tilastokeskus puolestaan ilmoittaa tiedotteessaan 20.10.2011, että vuonna 2011 eniten uusia yrityksiä perustettiin rakentamisen toimialalla erityisesti Uudenmaan maakunnassa, jossa toimintansa aloitti 1496 uutta yritystä (Tilastokeskuksen tiedote 2011.)

Remontointi- ja rakennuspalveluja tarjoavia mikroyrityksiä toimii Suomessa tuhansia ja yrityksen näkyvyyden ja yksilöllisen erottumisen kannalta tilanne on erittäin haastava. Pien- ja mikroyrityksen mainontaan ja näkyvyyteen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota, jotta potentiaaliset uudet asiakkaat saataisiin tietoisiksi yrityksen olemassaolosta ja palvelusta, jota tarjotaan. Aikaisemmat asiakkaat on myös pyrittävä pitämään tietoisina olemassa olevasta ja tulevasta toiminnasta mahdollisimman tehokkaasti.

Remontointi- ja rakennuspalveluja tarjoavan mikroyrityksen, joka ilmoittaa toimialueeseen koko Etelä-Suomen ja työllistää pääsääntöisesti vain yhden ihmisen, on oltava erityisen valppaana työtilaisuuksien hankinnassa. Toimialalla kilpailu on kovaa ja alueellisesti Etelä-Suomi ruuhkakeskuksineen erittäin haastava alue. Remontointi- ja rakennustyötä on tarjolla varmasti paljon, mutta pohdittavaksi jää, kuinka työtilaisuuksien määrään voi vaikuttaa, eli kuinka kysyntä ja tarjonta saadaan kohtaamaan.

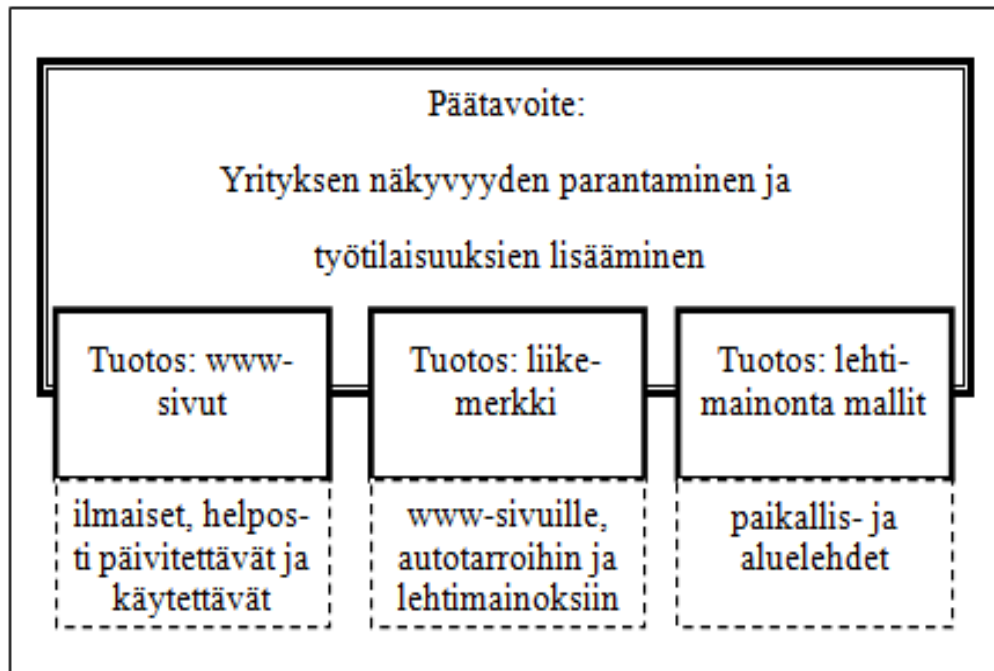
Yhdenmiehen remontointiyritys tarkoittaa yritystä, jossa yrittäjä on lähestulkoon kokoajan liikkeellä, pitkienkin välimatkojen päässä. Tällöin yrityksen hallinnollisiin asioihin ja esimerkiksi mainonnan ja näkyvyyden pohtimiseen ja parantamiseen käytetty aika on erittäin vähäistä. Kysymys kuuluukin, miten yrityksen näkyvyyttä parannetaan ja työtilaisuuksia lisätään tehokkaasti ja pienellä budjetilla?

## 1.2 Tavoite, ongelmat ja rajaukset

Tarkoituksena tässä opinnäytetyössä on selvittää, minkälaista tarjontaa on Internetissä saatavilla pienyrityksen näkyvyyden parantamiseksi ilmaisten kotisivupalveluiden avulla. Tarjolla on valtava määrä sekä maksullisia että ilmaisia kotisivujen tekemiseen tarkoitettuja palveluita, joista maallikon on aika vaikea päätellä paras vaihtoehto juuri omalle yritykselle sopivasta tuotteesta tai palvelusta. Tämän kartoituksen pääongelmana on selvittää, mihin kaikkeen pienyrittäjän tulisi kiinnittää huomiota suunnitellessaan kotisivuja yritykselleen.

Case-yrityksen edustaja painotti siistien ja toimivien www-sivujen saamisen Internetiin olevan tärkein tavoite tämän opinnäytetyön myötä. Seuraavina tavoitteina olivat yritykselle oma liikemerkki ja paikallislehtimainonnan aloittaminen.

Tavoitteena on muutamaa case-yrityksen edustajan kanssa valittua ilmaista kotisivupalvelua vertaamalla ja analysoimalla saada aikaiseksi päätös yritykselle parhaasta palveluntarjoajasta ja lopputuotoksena valitulla palvelulla tehdä yritykselle toimivat uudet www-sivut. Case-yrityksen edustajan toivomuksesta suunnitellaan yritykselle myös oma liikemerkki, jota toivomuksen mukaisesti pystytettiin hyödyntämään uusilla www-sivuilla, lehtimainonnassa ja autoteippauksissa.



KUVIO 1. Opinnäytetyön päätavoite ja tuotokset

Opinnäytetyö on rajattu koskemaan www-sivujen osalta vain suomalaisia palveluntarjoajia, joista on valittu yhdessä toimeksiantajan kanssa 4 sopivinta vaihtoehtoa, jotka täyttävät yhdessä määrittelemämme kriteerit. Kriteereiksi valittiin mm. ilmaisuus, helppokäyttöisyys ja tukipalveluiden toimivuus. Yrityksen liikemerkki päätettiin luoda myös mahdollisimman vähin kustannuksin ja olemassa olevin välinein, joita tässä tapauksessa olivat jo käytössä ollut Microsoft Word-ohjelma

ja Internetistä ilmaiseksi ladattu ns. freeware grafiikkaohjelma. Lehtimainonnan kustannuksia paikallislehdissä päätettiin selvittää ja valita case-yritykselle sopiva toimintatapa mainonnan suhteen. Projektin ulkopuolelle rajattiin ns. Web-hotelli palvelut, jotka tarjoavat kotisivuihin liittyviä palveluita niin yksityisille kuin yrityksillekin rahallista korvausta vastaan.

Kartoituksen kohdeaineisto on valittu siten, että sillä saadaan mikroyrityksen näkökulmasta riittävä näkemys tarjolla olevien kotisivukoneiden ominaisuuksista ja käyttöehdoista, joihin yrittäjä sitoutuu rekisteröityessään palveluun.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää mikrokokoisen yrityksen keinoja saada lisää näkyvyyttä ja työtilaisuuksia edustamallaan alalla. Painopiste selvityksessä kautta koko opinnäytetyön ja siihen liittyvän projektin oli päästä asetettuihin tavoitteisiin mahdollisimman pienin kustannuksin tai jopa ilmaiseksi.

Opinnäytetyöhön liittyvien selvitysten pääkysymyksiksi nousivat seuraavat asiat:

- Voiko mikroyrityksen näkyvyyttä ja viestintää parantaa Internetissä tarjolla olevien ilmaispalvelujen ja -ohjelmien avulla?
  - Löytyykö luotettavat välineet esimerkiksi www-sivujen ja yrityksen liikemerkin luontiin?
  - Voiko ilmaisain välinein erottautua edukseen?
- Mihin kaikkeen on kiinnitettävä huomiota valittaessa yritykselle ilmaista kotisivupalvelun tarjoajaa?

Opinnäytetyön alakysymyksinä voidaan pitää seuraavia:

- Mitkä ovat kriteerit ilmaisen palvelun valinnassa?
- Löytyykö perusteet luoda www-sivut mikrokokoiselle yritykselle?
- Mikä on olennainen sisältö pienen yrityksen www-sivuilla?

### 1.3 Tutkimus menetelmät ja rakenne

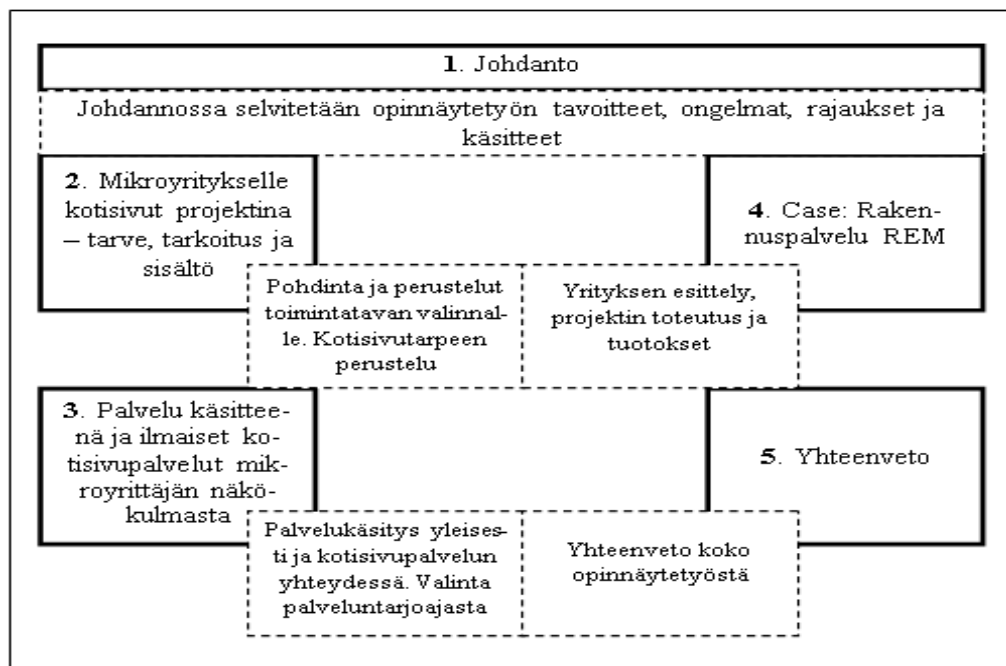
Tämän opinnäytetyön tavoitteiden saavuttamiseksi päätin toteuttaa työni toimintatutkimuksena. Toimintatutkimus on lähtökohtaisesti toimintojen tai käytänteiden muuttamista, joten se sopi peruseriaatteiltaan tämän opinnäytetyön vaatimiin ongelmanratkaisu tilanteisiin. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 58–61).

Toimintatutkimus kuuluu itseohjautuviin toiminnan kehittämisen menetelmiin. Näiden tunnusmerkkinä on, että toimiva ryhmä itse panee kehittämishankkeen alulle ja toteuttaa sen, mahdollisesti tutkijan avustamana. Toimintatutkimuksen keinoin on mahdollista saavuttaa kestäviä tuloksia kehitettäviin kohteisiin. Tämä perustuu tutkijan ja tutkimuksen kohteena olevan yhteisön saumattomaan yhteistyöhön tavoitteiden saavuttamiseksi. Yhdessä kehitetty ratkaisu on usein parempi kuin mitä ulkopuolinen tutkija voisi yksin saada aikaan ja sitoutuminen toimintaan ja tuloksiin vahvistuu samalla. Sanaton tietous, ammattitaito ja kokemustieto saadaan näin käyttöön ja tutkimus saa laajempaa näkökulmaa. (Routio 2007, 212.)

Toimintatutkimuksessa sekä tutkitaan että yritetään muuttaa vallitsevia käytäntöjä. Tutkimusten ja kartoitusten tuloksista etsitään käyttökelpoisia ratkaisuja ongelmien ratkaisemiseksi, olivatpa ne sitten teknisiä, yhteiskunnallisia, sosiaalisia, eettisiä tai ammatillisia. (KvaliMOTV 2012.) Heikkinen, Rovio ja Syrjälä (2008) mainitsevat kirjassaan Toiminnasta tietoon toimintatutkimuksen poikkeavan tavanomaisesta tutkimusprosessista. Heidän mukaansa lähtökohta toimintatutkimukselle voi olla hyvinkin arkinen, esimerkiksi havaittu ongelma, liittyen vaikkapa jokapäiväisen työn suorittamiseen. Tutkimus voi alkaa jonkin yksityiskohdan ihmettelystä ja johtaa sitten laajempiin ja yleisempiin kysymyksiin.

Aloite tutkimukseen voi tulla aiemmissa tutkimuksissa havaittujen ongelmien ratkaisutarpeesta tai kuten tämän opinnäytetyön kohdalla tutkimuskohde itse tai sitä edustava yritys tai vastaava voi olla tutkimuksen aloitteentekijänä. Toimintatutkimuksessa pyritään tutkimisen ja kartoituksen avulla asiaintilojen muutokseen edistämällä, kehittämällä ja parantamalla niitä valituin keinoin. Toimintatutkimuksessa tuotetaan aineistoa ja sen pohjalta uutta tutkimuksellista tietoa, vaikka aiottu käytännön muutokset eivät onnistuisikaan. (KvaliMOTV 2012.)

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin toimintatutkimuksen periaattein Orimattilassa toimivalle mikroyritykselle projekti, jossa yrityksen näkyvyyttä lisättiin mahdollisimman pienen rahallisen panostuksen myötä pääasiassa Internetiä hyväksi käyttäen. Opinnäytetyön tutkimusongelmia käsitellään teoriaosuudessa yleisellä tasolla ja case-osuudessa pureudutaan ongelmiin ja niiden ratkaisuihin tarkemmin. Opinnäytetyö koostuu viidestä pääluvusta, jotka selviävät kootusti kuviosta 2.



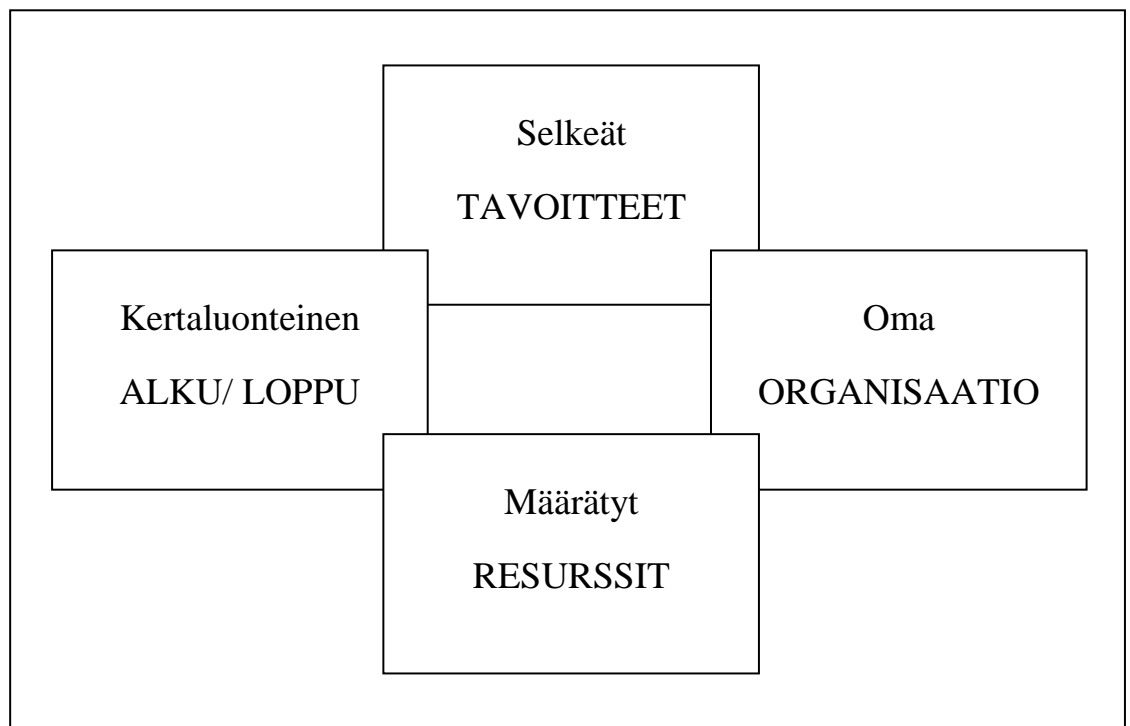
KUVIO 2. Tämän opinnäytetyön pääkohdat ja yleinen rakenne

## 1.4 Keskeiset käsitteet

- Mikroyritys
  - Yritys, jonka palveluksessa on vähemmän kuin 10 työntekijää ja jonka vuosiliikevaihto tai taseen loppusumma on enintään 2 miljoonaa
- Verkkotunnus/ Domain-nimi
  - Verkkotunnuksia eli domain-nimiä käytetään osoitteina Internetin tärkeimmissä palveluissa, kuten verkkosivujen ja sähköpostien osoitteissa
- Nimipalvelin
  - Nimipalvelin muuntaa verkkotunnuksen osoitteeksi. Ilman verkkotunnukselle määriteltyjä toimivia nimipalvelimia verkkotunnuksen www-sivuja ei löydy Internetistä eikä sähköposti mene perille.
- Siirtokaista
  - Se liikenteen määrä, jonka vierailijat lataavat www-sivuilta. Gigan siirtokaistalla esimerkiksi yhden megatavun (mt) kokoinen kuva voidaan ladata 1024 kertaa (1 gt = 1024 mt). Siirtokaistan ylärajan tultua vastaan, sivusto sulkeutuu, eikä sillä voi enää vierailla ennen seuraavan siirtokaistakuukauden alkua
- Palvelintila
  - Kun esimerkiksi kotisivut julkaistaan Internetissä, on jossain päin maapalloa aina vähintään yksi tietokone käynnissä, jolla kotisivujen vaatimat tiedostot sijaitsevat ja josta niitä käytetään ja luetaan Internet-selaimen avulla.
- Web-hotelli
  - Webhotelli on maksullinen palvelukokonaisuus johon sisältyy valmiina kaikki tarvittava www-sivuston julkaisua varten sekä palvelintilaa kotisivujen säilytystä varten ja oheistoimintoja kuten sähköpostilaatikat jne.
- Liikemerkki
  - Yhteisnimitys yrityksen nimen vakiintuneelle kirjoitustavalle ja visuaaliselle merkille tai tunnukselle

## 2 MIKROYRITYKSELLE KOTISIVUT PROJEKTINA - TARVE, TARKOITUS JA SISÄLTÖ

Projektin määritelmänä pidetään yleisesti kuvausta, jonka mukaan se on ainutkertainen, selkeästi aikataulutettu ja määritelty, tavoitteellinen kokonaisuus, jossa on selkeä alku ja loppu. Projektin toteuttaa tiettyä kokonaisuutta varten perustettu organisaatio ja sen jäsenillä on omat tehtävänsä määriteltyine resursseineen. (Silfverberg 2007, 21.)



KUVIO 3. Projektin komponentit (soveltaen Silfverberg 2007, 21.)

### 2.1 WWW- projektin tarpeellisuuden määrittely

Otalan ja Pöystin (2008, 14) mukaan ihminen kykenee ajattelemaan ja luomaan uutta tietoa vain oman osaamisensa sallimissa rajoissa. Sen sijaan, jos samanaikaisesti monta ihmistä ajattelee ja luo tietoa, saavutetaan aivan erilaisia tuloksia. Yksityisyrittäjänkin kehittäessä toimintaansa kannattaa harkita projektimaista lähestymistapaa – pienikin ryhmä saa varmasti moniulotteisempia ratkaisumalleja aikaiseksi kuin yksi ihminen.

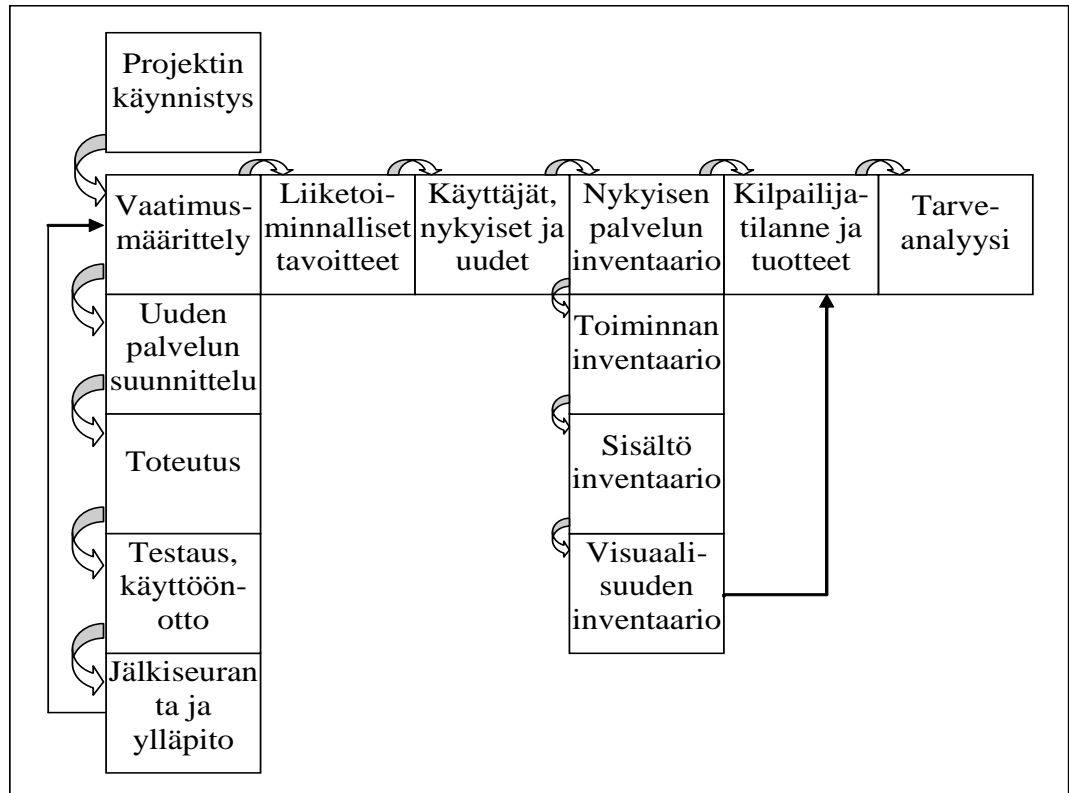
Projektin lähtölaukauksena voidaan pitää esimerkiksi tilannetta, jolloin yrittäjä huomaa jääneensä kilpailijoidensa varjoon, niin liiketoiminnallisesti, kuin myös näkyvyyden osalta. Yrittäjän on pysähdyttävä miettimään, miksi näin on käynyt. Hänen on selvitettävä, mikä on yrityksen nykytila näkyvyyden, asiakashallinnan ja työtilaisuuksien suhteen. Yrittäjän arki on jatkuvaa toiminnan tehostamista ja kustannuksien karsimista. Tyytyväisyys nykytilaan ei saa olla yrittäjän luonnollinen olotila, sillä jatkuva toiminnan kehittäminen ja parantaminen on tae yrityksen menestymiseen. Projektimainen toimintatapa on sopiva myös mikroyrityksen toiminnan kehittämisessä, aikatauluineen ja tavoitteineen.

Onnistuneen projektin pohjaksi on laadittava suunnitelma, jolla käynnistyvää kokonaisuutta voidaan tarkastella kootusti ja arvioida projektin perustehtäviä. Huolellisesti tehty suunnitelma takaa projektin hyvän hallittavuuden. Toiminnan tässä vaiheessa hankkeen/projektin alustavat rajaukset tulee olla tehtynä. Projektisuunnitelmassa tulee vastata perustellusti mm. seuraaviin kysymyksiin: miksi projekti käynnistetään? mikä on projektin tavoite? kuinka projektia valvotaan ja etenemisen onnistumista mitataan?

Projektin suunnitteluvaiheessa on myös syytä kirjata projektin konkreettiset tuotokset tavoitteeseen pääsyn kannalta. Tavoitteet ja tuotokset määrittelevät toteutusmallin, työsuunnitelman ja toteutusorganisaation käytännössä (Silfverberg 2007, 74.) Projektin vaiheistus- ja suunnittelumalleja on lukuisia. Tunnetuimpia ovat vesiputousmalli, spiraalimalli, ketterän kehityksen (agile) malli. Tässä projektissa malliksi valittiin kuvion 4 mukainen toimintatapa, koska se sopi asiakkaan ja projektin kokoon sekä käytettävissä oleviin resursseihin parhaiten.

## 2.2 Projektin toteutussuunnitelma

Kuvion 4 esittämän suunnitelman mukaisesti toimittaessa tärkeät asiat tulevat järjestelmällisesti läpikäydyiksi ja tavoitteet kertaalleen perustelluksi. Tätä mallia käytetään tässä opinnäytetyössä mahdollisimman johdonmukaisesti.



KUVIO 4. Projektin toteutussuunnitelma ja vaatimusmäärittelyt (soveltaen Sinkkonen, Nuutila ja Törmä 2009, 50.)

Projekti alkaa käynnistyspalaverilla, jossa sovitaan case-yrityksen edustajan kanssa projektin aikataulu, yleiset pelisäännöt projektin ajaksi, tavoitteet ja toteutusmenetelmät. Tässä vaiheessa pyritään jo mahdollisimman tarkasti erittelemään mitä mitä haluamme projektilta ja mitä etua haluamme asiakkaiden saavan tämän projektin lopputuotoksena. Tehdään siis tarve- ja tilanneanalyysi, jolla selkeytetään projektin liiketoiminnalliset ja yrityksen näkyvyyden parantamiseen tähtäävät tavoitteet.

Seuraavaksi yrityksen nykyiset asiakkaat ja potentiaaliset tulevat asiakkaat selvitetään ja kirjataan ylös. Tässä vaiheessa pohditaan, minkälaisia ihmisiä tai yrityksiä asiakkaat ovat ja minkälaisia asiakkaita haluttaisiin tulevaisuudessa tavoittaa www-sivujen avulla ja mahdollisesti myös paikallislehtimainonnalla.

Suunnitelman mukaisesti seuraavassa vaiheessa selvitetään, mitä yrityksen nykyiseen toimintaan kuuluu. Kartoitetaan yrityksen toiminta, toimijat ja tarjonta. Puretaan yrityksen eri osa-alueet pienemmiksi osiksi, jotta selviää osa-alueiden koostumus toimintoihin ja toimijoihin. Nykyisen toiminnan inventaario käsittää asiat, joista selviää yrityksen toiminnan sisältö. Tarkoitus on jäsenellä, mitä yritys myy ja mikä on yrityksen tuote tai palvelu.

Tässä projektin vaiheessa on syytä pysähtyä miettimään, mikä on se ”jokin” juuri tässä yrityksessä, jolla erotutaan kilpailijoista, eli millä keinoilla asiakas saadaan valitsemaan juuri tämä yritys. Mikä on se erinomainen hyöty, joka asiakkaalle tuotetaan yksilöllisesti ja asiakkaalle sopivalla tavalla sekä miten tämä asia saadaan ilmaistua tulevilla www-sivuilla.

Yrityksen visuaalisuus pitää sisällään kaiken ulospäin näkyvän toiminnan, mukaan lukien ihmiset, koneet, tilat, kulkuneuvot jne. Kaikki sellainen, josta mahdollinen asiakas luo mielikuvan kautta oman käsityksensä mm. yrityksen luotettavuudesta, toimivuudesta, ammattitaidosta jne. Kaikki nämä asia kootaan tässä vaiheessa yhteen tulevia jatkotoimenpiteitä varten.

Kilpailijatilanne sekä markkinoilla olevat kilpailevat tuotteet ja palvelut selvitetään tutkimalla kilpailevien pienyritysten www-sivustoja hakien hyviä ideoita oman sivuston toteutukseen. Yhteenvetona edellisistä tehdään päätös siitä mitä tarvitaan ja mitä lähdetään tekemään, jotta projektin tavoitteet toteutuvat. Tehtyjen havaintojen ja päätösten perusteella käynnistyy projektin toteutusvaihe. Valitaan tehtyjen vertailujen tulosten pohjalta yrityksen kotisivuille sopiva palveluntarjoaja. Alkaa uuden www-sivuston suunnittelu, toteutus, testaus ja käyttöönotto sekä case-yrityksen edustajan opastaminen sivuston käyttöön, muokkaamiseen ja ylläpitoon.

### 2.3 Miksi yritys tarvitsee kotisivut?

Yrityksen liiketoiminnan kohentaminen ja taloudellisen tilanteen parantaminen ovat vahvana motiivina suunniteltaessa yritykselle uusia kotisivuja Internetiin tai vanhojen sivujen sisällön ja ulkoasun kohentamista. Vanha totuus yrityksen perimmäisestä tarkoituksesta, voiton tuottamisesta, pätee usein myös perusteluun, jolla vastataan kysymykseen www-sivujen tarpeellisuudesta.

Pienenkin yrityksen www-sivujen tarpeellisuutta ja yrityksen ”paikallaoloa” Internetissä tukee mm. Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. Tieken verkkojulkaisu, jossa todetaan yhä useampien etsivän tarvitsemansa yrityksen yhteystietoja ainoastaan Internetin hakupalveluiden avulla. Julkaisussa mainitaan myös kuinka käsitykset esimerkiksi yritysten www-sivujen olemassaolosta ovat muuttuneet. Aikaisemmin www-sivuston ylläpito Internetissä oli rinnastettavissa yrityksen edistyksellisyteen ja trendikkyYTEEN. Nykyisin www-sivusto löytyy pienimpienkin yritysten keinona vaikuttaa liiketoimintansa edistämiseen. Internet on siis kaikin puolin arkipäiväistynyt. Internet tarjoaa yrityksille, koosta riippumatta, hyvän kanavan tiedonvälitykselle, nopealle kommunikoinnille ja laadukkaalle asiakaspalvelulle (TIEKE 2012.)

Liiketoiminnallisia motiiveja yrityksillä on yleensä vain yhtä laatua: raha. Liiketoiminnallista tulosta eli rahan määrää voi kasvattaa pääasiassa kahdella tavalla, joko lisäämällä tuottoja tai vähentämällä kustannuksia. Uusia ansaintamahdollisuuksia, työtilaisuuksia ja suoranaisia tuottoja voidaan verkkosivujen avulla saada vaikkapa myymällä hyödykkeitä tai elämyksiä suoraan sivuston kautta, tai välillisesti, esimerkiksi kasvattamalla yrityksen tai yhteisön tunnettuutta. Kustannusten vähentäminen on sekin hyvä rahanansaitsemiskeino. (Sinkkonen ym. 2009, 51.)

Kotisivuja Internetiin tekevät niin yritykset kuin yksityisetkin. Päämääriä ja syitä tekemiselle on monia, varsinkin yksityisillä. Yrityksillä päämäärä ja tavoite omille kotisivuille ovat kuitenkin selkeämmin selitettävissä. Yrityksen menestyäkseen on tiedotettava olemassaolostaan, tuotteistaan ja palveluistaan suurelle yleisölle perinteisen tiedottamisen lisäksi ja tukena. (Korpela & Linjama 2005, 48.)

Suhteellisen kalliit lehtimainokset toimivat hyvinä huomion herättäjinä ja yrityksen kotisivujen osoitteen jakajina. Lehtimainonnassa usein kerrotaan yrityksestä ja sen toiminnasta vain olennainen ja ohjataan lukija tutustumaan yritykseen ja sen tarjontaan paremmin www-sivuille. Varsinkin pienet yritykset ovat huomanneet tämän hyväksi tavaksi säästää mainonta- ja tiedotuskustannuksiaan, sillä pieninkin yrityksen tarjonta voi olla erittäin monipuolista. Esimerkiksi remontointipalveluja tarjoavan yrityksen kattava esittely, tiedotus ja mainonta tulisivat perinteisin tavoin erittäin kalliiksi. Pienimuotoisenkin lehtimainonta voi toimia hyvänä ”ponnahduslautana”, kun asiakkaita ohjataan www-osoitteen avulla yrityksen kotisivuille.

Www-sivu projektit käynnistyvät usein kun huomataan tarve tai uusi mahdollisuus lisätä liiketoimintaa verkon avulla. Olemassa olevia yrityksen toimintoja voidaan tukea toimivilla ja monipuolisilla www-sivuilla, kunhan muistetaan kiinnittää tarpeeksi huomiota järjestelmälliseen sisällön suunniteluun, ulkoasuun ja kohderyhmään, jolle sivut on tarkoitettu.

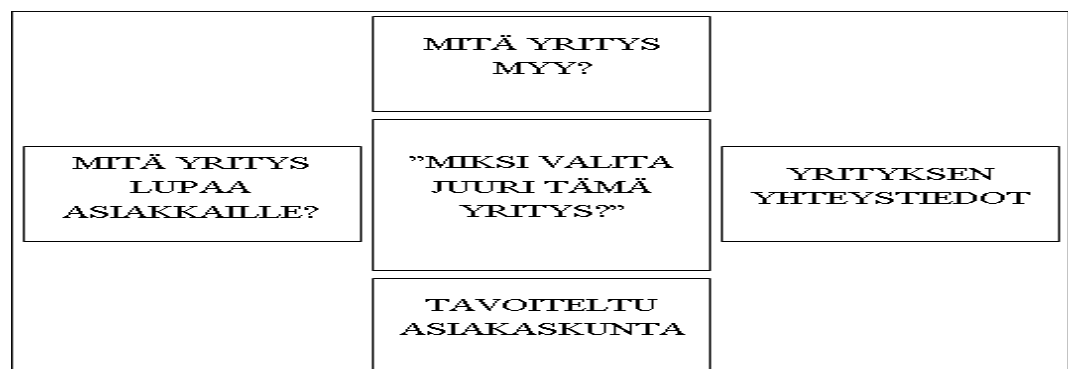
#### 2.4 Mitä sisältöä yrityksen kotisivuille?

Www-sivujen sisällön tekeminen aloitetaan usein liian innokkaasti ja puutteellisin tiedoin siitä, mitä sivuilla pitäisi kertoa, tuoda esille ja näyttää sekä kenelle tai mille kohderyhmälle sivut ovat ylipäättään kohdistettu. Hyvän ohjeena suunnittelun alkuvaiheeseen on oman yrityksen toiminnan havainnointi ja tarkastelu ikään kuin ulkopuolisen, mitään yrityksestä tietämättömän, vieraan ihmisen näkökulmasta – uuden potentiaalisen asiakkaan näkökulmasta.

Päätös siitä, kuka kotisivut toteuttaa, on yrittäjän ensimmäisiä tärkeitä päätöksiä. Tämän päätöksen myötä selviää jo alustavasti myös rahallisen panostuksen määrä ja ajankäytön tarve. Usein kotisivut toteuttaa joku ulkopuolinen taho, mutta sivuille tulevan sisällön päättää kuitenkin yrittäjä itse – parhaana asiantuntijana yrityksensä toiminnasta. Ulkopuolisen tahon toteuttaessa sivuston tekemisen, on kuitenkin jokainen vaihe sisältöineen ja rakenteineen hyväksyttävä toimeksiantajalla.

Onnistuneiksi ja toimiviksi yrityksen www-sivuiksi voidaan sanoa sivuja, joissa yrityksen liiketoiminnalliset tarpeet ja kohderyhmän tarpeet kohtaavat. Sama voidaan ilmaista myös kääntäen, kuten Sinkkonen ym. kirjassaan mainitsevat: ”jos kellään ei ole sellaisia tarpeita, joita palvelu täyttää, kukaan ei luultavasti tule palveluun” (Sinkkonen ym. 2009, 51.) Missään muussa mediassa ei uutisointia, palvelua tai mainontaa hylätä/ ohiteta vain parin sekunnin vilkaisun jälkeen, kuin Internetissä. Www-sivustolla etusivun täytyy siis onnistua mahdollisimman hyvin ”koukuttamaan” sivuilla vierailija.

Taustatyö ennen kotisivujen tekemistä on ensiarvoisen tärkeää hyvän lopputuloksen kannalta. Sivuston ulkoasuun liittyvien asioiden lisäksi yrittäjän on siis pohdittava oman yrityksensä toimintaa hieman etäämmältä – uudesta perspektiivistä. Olennainen perusasia sivuja suunniteltaessa on varmistaa tavoite, joka tuleville www-sivuille asetetaan. Onko päätavoite lisämyynnin tavoittelu, tiedottaminen vai kenties joku muu. Tähän päätökseen tulee paljolti perustumaan koko sivuston rakenne, ulkoasu ja sisältö. Yrityksen tulee selkeästi tuoda sivustollaan esille mm. yrityksen toimiala ja tarkoitus. Sivustolla vierailijalle täytyy selvitä heti, mistä on kysymys. Nopealla silmäilyllä tulee sivustolta erottua mm. seuraavat asiat:



KUVIO 5. Yrityksen www-sivuston olennainen sisältö

Korpelan ja Linjaman (2005, 60) mukaan suurin osa www-sivuilla vierailijoista ainoastaan vilkaisee etusivua. Silmäilijöitä ja vilkaisijoita on paljon enemmän kuin tarkkaan lukijoita ja pelkkä nopea silmäily jo kuitenkin ratkaisee aletaanko sivua tutkia tarkemmin ja tutustumaan sisältöön. Tärkeimmäksi asiaksi heidän mukaansa siis nousee keskittyminen olennaiseen ja sen pohtimiseen, mikä on olennaista.

Yrityksen tuotteet ja palvelut määrittelevät pitkälti sivuston tavoitellun kohde-ryhmän. Olennaista onkin tuoda yrityksen tarjonta ja tarkoitus selvästi ja tehokkaasti esille heti aloitussivulla. Potentiaalinen asiakas on siis ”koukuttettava” heti. Mahdollisen asiakkaan kiinnostuksen herätessä on erittäin tärkeää, että sivuston rakenne on suunniteltu mahdollisimman selkeäksi ja helpoksi – nimenomaan käyttäjän kannalta. Selkeät ja helppokäyttöiset www-sivut ohjaavat hienovaraisesti sivuilla vierailijaa ja saavat parhaassa tapauksessa vierailijan toimimaan juuri siten kuin oli etukäteen suunniteltu.

Tärkeää on siis pystyä kiteyttämään yrityksen ydintoiminta ja mahdollinen ydinviesti mahdollisimman mielenkiintoisesti sekä tuomaan esille, mikä on juuri kyseisen yrityksen lisäarvo mahdolliselle asiakkaalle. Erottuminen edukseen Internetissä – valtavasta määrästä yritysten kotisivuja – on erittäin haasteellinen tehtävä kenelle tahansa, mutta yrittäjän tehtävä on kuitenkin yrittää. Lyhyesti sanottuna yrityksen kotisivut vastaavat sisällöllään kysymyksiin: mitä? kenelle? miksi?

Yrityksen kaikista tuotteista ja palveluista kannattaa sivustolla mainita selkeästi ja ytimekkäästi ainakin seuraavat asiat:

- Miksi juuri tämän yrityksen tuote tai palvelu on kannattava investointi?
- Mitä lisäarvoa asiakas saa valitessaan tämän yrityksen tuotteen tai palvelun?
- Mitä erinomaista on juuri tämän yrityksen toiminnassa?
- Kenelle tuotteesi tai palvelusi on suunnattu?
- Kuinka paljon tuote tai palvelu maksaa – tai miten hinnasta saa tiedon?
- Kuinka asiakas voi tuotteen tai palvelun hankkia?

Www-sivuston suunnittelu ja tekeminen voidaan käsittää prosessina, jossa eteneminen tapahtuu sisällön suunnittelusta www-sivujen toteutukseen ja julkaisuun. Sivuston suunnitteluvaiheeseen kuuluu käyttöliittymän suunnittelu sekä sisällön tuottaminen. Toteutusvaiheeseen päästäessä www-sivut koostetaan, testataan ja loppuvaiheessa julkaistaan. Varsinaisen tekemisen vaiheina voidaankin pitää sisällönsuunnittelua, käyttöliittymän rakenteen suunnittelua, sivujen koostamista ja testaamista eri ympäristöissä ja lopuksi julkaisua.

Pienen yrityksen suunnitellessa www-sivustojensa sisältöä ja rakennetta kannattaa muistaa, että usein yksinkertainen ja selkeä toteutus palvelee asetettua tavoitetta paremmin kuin liian paljon asiaa sisältävät, värikylläiset ja kenties hitaasti latautuvat sivut. Sivuilla vierailevan mahdollisen asiakkaan näkökulmasta tällä on aivan olennainen vaikutus. Useimmat potentiaaliset asiakkaat hakevat yrityksiä hakupalvelujen esimerkiksi Googlen kautta. Siksi mahdollisimman hyvä yrityksen sivujen näkyvyys hakutuloksissa on yritykselle tärkeää.

### 3 PALVELU KÄSITTEENÄ JA ILMAISET KOTISIVUPALVELUT MIKROYRITTÄJÄN NÄKÖKULMASTA

#### 3.1 Perinteinen palvelukäsitys ja tietoyhteiskunnan palvelut

Perinteisesti palveluista ja palvelun tarjonnasta puhuttaessa on tullut esille, että palveluista monet ovat kiinteästi sidottuja tiettyyn paikkaan ja henkilöön. Ongelmana on ollut se, ettei palvelujen tuottaminen ole aina mahdollista fyysisesti siellä missä se olisi taloudellisesti edullisinta, vaan palvelut on täytynyt siirtää ja järjestää sinne missä kysyntää kulloinkin on esiintynyt. (Ylikoski, 2001, 272.)

Palvelut käsitetään aineettomiksi tuotteiksi, joille ominaista on, ettei niitä voida fyysisesti varastoida tai käsitellä tavalliseen tapaan, koskettamalla. Tyypillistä palvelulle on myös se, että palvelun kohde eli asiakas, on osallisena palvelutapah- tumassa (Lahtinen & Isoviita 2001, 46.) Ylikoski (2001, 21) puolestaan määrittelee palvelun koostuvan jostakin sellaisesta, jota voidaan ostaa ja myydä, mutta fyysisyys puuttuu. Palvelua ei voi pudottaa varpailleen, kuten hän kirjassaan *Unohtuiko asiakas?* toteaa. Palvelut ovat siis aineettomia.

Palvelua voidaan tarkastella sekä palveluntarjoajan että asiakkaan näkökulmasta. Palvelun tarjoajalle palvelu koostuu erillisistä prosessimaisista tapahtumista, joi- hin saattaa liittyä lisäksi fyysinen tuotos, joka liittyy asiakkaalle tuotettavan hyö- dyn tuottamiseen. Onnistuessaan palveluntarjoaja saa asiakkaansa osallistumaan palvelun tuottamiseen määrittelemällään tavalla ja halutulla tasolla. Palvelu ra- kennetaan joko ainutlaatuiseksi, yhdenkerran suoritettavaksi, tai sellaiseksi, jota tullaan toistuvasti toteuttamaan kummankin osapuolen toimesta. Asiakkaan näkö- kulmasta onnistuneeksi palveluksi voidaan kutsua sellaista, joka mahdollistaa asi- akkaan keskittymisen vain omien tavoitteidensa saavuttamiseen palvelua käyttä- mällä, pohtimatta palveluntarjoajan toimia palvelun taustalla. Palvelun on oltava asiakkaalle mahdollisimman helppoa, miellyttävää ja joutuisaa. Asiakkaalle hyö- tynäkökohdat ovat sitä suuremmat, mitä vähemmän hänen täytyy palveluun itse panostaa. (Kinnunen 2004, 7.)

Palveluja on siirtynyt paljolti Internet-ympäristöön. Internetin käyttö ja siinä yhteydessä Internet- palvelujen hyödyntäminen ovat voimakkaasti lisääntyneet ja loppua ei ole kasvun suhteen näkyvissä. Teknologian kehittyminen tulee avaamaan yhä uusia ja mielenkiintoisia ulottuvuuksia tavallisen kuluttajankin näkökulmasta tulevaisuudessa. Tieto- ja viestintäteollisuuden tutkimus yritys TIVIT Oy mainitsee Internet sivuillaan mm. seuraavaa:

*Tieto- ja viestintäteknologian kehitys on avannut lähes rajattomat mahdollisuudet myös uudenlaisten palveluiden kehittämiseksi. Tulevaisuus on läsnä jo nyt: verkkopalveluiden viidakko on kirjava, ja se muuttuu päivä päivältä monipuolisemmaksi. Joka-päiväiset palvelut siirtyvät yhä voimakkaammin verkkoon. Niistä tulee yhä interaktiivisempia ja käyttäjät pysyvät itse mukauttamaan palvelunäkymiänsä ja jopa luomaan uusia palveluita itse verkkoon. Jotta palvelut sopisivat meille kaikille, niiden tulee olla joustavia, mukautuvia ja luotettavia. Lisäksi ihmisten tarpeisiin pitäisi voida vastata nopeasti, joten uusia palveluita olisi kyettävä tuottamaan tehokkaasti. (Tivit 2012.)*

Internet-palvelut käsitetään kaupallisiksi palveluiksi tai ilmaisipalveluiksi, jotka on suunnattu kaikille yksityisen- ja julkisensektorin edustajille – erittelemättä tai rajaamatta mitään käyttäjäryhmää ulkopuolelle. Internet toimii siis pelikenttänä, jolle kaikilla on tasapuoliset pääsyoikeudet.

Yleisesti Internet-palveluista puhuttaessa ihmiset arvostavat palvelun helppoutta, joka ilmenee mm. riippumattomuutena vuorokauden ajasta. Palveluun voi tutustua ja sitä käyttää omassa rauhassa sopivaksi katsomanaan ajankohtana. Toinen yleisesti arvostettu ominaisuus on riippumattomuus paikasta. Palvelua voi käyttää matkustamatta mihinkään, kunhan vain Internet-yhteys on käytössä. Asia, joka myös usein nousee esiin Internet-palveluiden yhteydessä, on omien luottamuksellisten tietojen syöttäminen Internetissä sijaitsevalle sivustolle esimerkiksi verkkokaupan lomakkeelle jne. Voiko tietoja antaa pelkäämättä niiden joutuvan kolmannen osapuolen käyttöön vaikkapa mainostarkoituksissa – siinä mietittävää monille.

Tietoyhteiskunnan palveluihin lukeutuvat Internet-palvelut pitävät sisällään monenlaisia taloudellisia toimia. Tietoyhteiskunnan palvelut toimitetaan asiakkaalle yleensä vastiketta vastaan. Näihin palveluihin luetaan kuuluvaksi Innasen ja Saarikiven (2009, 229) mukaan mm. Internetissä käytettävissä olevat hakukonepalvelut, erilaiset tietopalvelut tietokantoihin, verkkojulkaisut, verkkokaupat ja ajanvietepalvelut.

Sähkökauppalaki asettaa sekä velvollisuuksia että vastuunrajoituksia tietoyhteiskunnan palvelun tarjoajille. Sähkökauppalaki sisältää määritelmän, jonka mukaan tietoyhteiskunnan palvelu toimitetaan *tavallisesti vastiketta vastaan* (Laki tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta 5.6.2002/458. 1 luku 2. §.) Samassa laissa selvennetään määritystä siten, että vastikkeellisuudella tarkoitetaan palvelun yleensä omaavan taloudellista merkitystä ja palvelun toimittamiseen liittyy taloudellista toimintaa. Palvelun ei siis tarvitse välttämättä olla vastikkeellista eli maksullista sen suoranaiseksi käyttäjälle, vaan se voidaan rahoittaa myös mainostuloilla. Sähkökauppalain mukaan tietoyhteiskunnan palveluissa toteutuu neljä ominaista piirrettä, joiden mukaisesti palvelu toimitetaan: etäpalveluna, sähköisesti, asiakkaan nimenomaisesta pyynnöstä ja kuten edellä mainittiin; *tavallisesti vastiketta vastaan*.

### 3.2 Ilmaiset kotisivupalvelut ja valinnan vaikeus

Tehdäänä www-sivuja Internetiin yksityisen tai yrityksen tarpeisiin, täytyy olla perusteltu motiivi tekemiselle. Motiivin selkeydyttyä tärkeä miettimisen aihe on suoritustapa, välineet ja esimerkiksi sivujen tuleva tallennuspaikka. Internetistä löytyviä ilmaisia palveluja, jotka mahdollistavat www-sivujen tekemisen niin yksityisille kuin yrityksillekin, löytyy todella paljon ja palveluiden taso erittäin kirjavaa.

Tietoyhteiskunnan palveluihin kuuluva Internetissä toimiva hakukone Google löysi hakusanoilla ” ilmaiset kotisivut” 1 790 000 kpl. tuloksia 0,19 sekunnissa (www.google.fi 12.1.2012). Päätelmä hakutuloksesta on, että yrityksen edustaja, joka etsii vaihtoehtoa yrityksen kotisivujen toteuttamiseksi, ilmaiseksi, on valtaavan tarjontaviidakon keskellä.

The screenshot shows a Google search interface with the search term 'ilmaiset kotisivut'. The search results page displays 'Haku' (Search) with 'Noin 1 790 000 tulosta (0,12 sekuntia)'. On the left, there are filters for 'Kaikki', 'Kuvahaku', 'Kartat', 'Videot', 'Ostokset', and 'Lisää'. Below these are 'Verkkohaku' and 'Käännetyt vieraskieliset sivut'. The main search results area shows several advertisements and organic results. The first organic result is 'Tee Kotisivut Itse | kotisivukone.fi' with the URL 'www.kotisivukone.fi'. The second organic result is 'Tee oma kotisivu MAKSUTTA | 123kotisivu.fi' with the URL 'www.123kotisivu.fi'. The third organic result is 'Edullinen kotisivukone | hostingpalvelu.fi' with the URL 'www.hostingpalvelu.fi'. The fourth organic result is 'Ilmaiset kotisivut - Nettisivu.org' with the URL 'nettisivu.org/'. There are also several advertisements on the right side of the page, including 'Tee kotisivut helposti', 'Sivut yritykselle 25€/kk', and 'Web-hotelli 1,- €/Vuosi'.

KUVIO 6. Google-haku 12.1.2012 – hakutulosten määrä.

Kotisivupalveluita ilmaiseksi havitteleva mikroyrityksen edustaja törmää sopivaa palvelua etsiessään vääjäämättä erilaisten palvelukuvausten ja palvelun nimitysten sokkeloon, jossa saattavat käsitykset mennä sekaisin. Tässä opinnäytetyössä ilmaisella kotisivupalvelulla tarkoitetaan sellaista www-sivujen tekemiseen tarkoitettua palvelua, joka ei vaadi käyttäjältään omaa tallennustilaa www-sivuja varten, erillistä ohjelmistoa eikä ohjelmointitaitoa, puhumattakaan siitä, että palveluun rekisteröityminen tai sen käyttäminen maksaisi mitään (vastaavia tai samankaltaisia nimityksiä ovat mm. ”kotisivukone”, ”kotisivumoottori”, ”tee-se-itse-sivut” jne.). Kaikki palvelun käyttöön vaadittava sijaitsee palveluntarjoajan palvelimilla ja kaikki palveluun liittyvät tapahtumat suoritetaan palveluntarjoajan www-ympäristössä.

Ilmaisen palvelun käyttöä suunnittelevalle yritykselle tai yksityiselle yksi suurimpia ilmaisuuteen liittyviä uhkia on, että palvelun tarjoaja saattaa lopettaa palvelun kokonaan ennalta ilmoittamatta tai yksipuolisesti muuttaa toimintoja tavalla, joka saattaa varsinkin yritysasiakkaan tapauksessa olla kohtalokasta – sivut menetetään kokonaan. Usein, vaikka www-sivut tehtäisiinkin ilmaisipalvelun avulla, saattaa sivujen tekemiseen käytetty aika olla melko suuri ja materiaalin määrä sivuilla teksteineen ja kuvineen huomattava. Varautuminen tällaisten tilanteiden varalle kannattaa aina. Varmuuskopioiden tekeminen omista materiaaleista on viisasta, kun kyseessä on ilmainen palvelu. Yritysasiakkaalla saattaa olla selvittelemistä omille asiakkailleen, jos yrityksen www-sivut äkkiä lakkaavat olemasta. Kuinka asiakkaat suhtautuvat silloin yrityksen toimintaan kaiken kaikkiaan? Luottamusta yritykseen se ei ainakaan edistä.

Yleisesti ottaen, havaintojeni perusteella, ilmaisia kotisivupalveluja mainostetaan erittäin sekavasti ja tarkoituksena tuntuukin olevan tarjota asiakkaalle ilmaiseksi vain kulloisenkin palvelun vaatimattomin versio ja näin koukutettu asiakas saadaan pikkuhiljaa ostamaan lisää palvelun ominaisuuksia monenlaisilla erilaisilla verukkeilla.

Kuten luvussa 3.1 mainittiin tietoyhteiskunnan palveluista kerrottaessa, on hieman harhaan johtavaa puhua ilmaisesta palvelusta. Niinkuin yleisesti tiedossa on: ”ilmaista lounasta ei ole olemassa”. Tuosta näennäisestä ilmaisuudesta maksaa aina joku, jolle siitä on taloudellista hyötyä suoraan tai välillisesti. Internetissä toimivien kotisivupalvelujen tapauksessa toiminnan rahoittavat mainostajat, jotka saavat mainosbannerinsa näkyville yksityisten ja yritysasiakkaiden www-sivuille.

Tähän opinnäytetyöprojektiin valittiin neljä suomalaista kotisivupalvelun tarjoajaa, jotka ilmoittavat mahdollisuuden tehdä yritykselle kotisivut ilmaiseksi. Neljästä palveluntarjoajasta kerättiin yhteenvedot ja tutustuttiin niiden tarjoaman palvelun käyttöehtoihin, sisältöön sekä velvoitteisiin. Pyrittiin löytämään luotettavan tuntuinen palvelu, joka on lisäksi suomenkielinen ja ilmainen. Edellä mainitut lähtökohdat ja pohdinnat huomioon ottaen vertailuun valittiin seuraavat palveluntarjoajat:

1. Sivut.in (<http://sivut.in/>)
2. Webbisivu.com (<http://webbisivu.com/>)
3. Suntuubi.com (<http://www.suntuubi.com/>)
4. Nettisivu.org (<http://nettisivu.org/>)

Kotisivupalvelujen tutkinta ja tarkastelelu alkoi tärkeimpänä näkökohtana palvelun sopivuus pienelle yritykselle ja tässä tapauksessa mikroyritykselle. Case-yrityksellä on jo olemassa jo ns. oma verkkotunnus eli domain nimi, joten sen käyttömahdollisuus palvelussa oli myös tärkeä valintakriteeri. palvelun kokonaisuus selkeys, palveluntarjoajan tietojen löytyminen ja asiakaslähtöinen toiminta olivat myös tärkeimpien vaatimusten joukossa. Palvelun selkeydellä ja asiakaslähtöisyydellä tässä opinnäytetyössä tarkoitetaan mm. sitä, että palvelukuvaus, vastuuasiat, rajoitukset ja turvallisuus sekä yleiset sopimukselliset asiat ovat helposti löydettävissä ja ymmärrettävissä.

Usein ilmaisten kotisivupalvelujen huonona puolena on se, että tällaisilla sivuilla joudutaan näyttämään palveluntarjoajan sinne laittamia mainoksia, joita voi palvelusta riippuen esiintyä sivuilla paljonkin. Mainoksia on olemassa yleensä ns. bannereita (mainospalkkina ylälaidassa) tai ponnahdusikkunoita, jotka ilmestyvät sivuille saavuttaessa. Ilmaista palvelua käytettäessä tämä pitää vain hyväksyä. Kaiken kaikkiaan etsittiin palvelua, jonka tiedotus ja toiminta tuntuivat luotettavilta.

Mikroyritykselle www-sivuja suunniteltaessa ja palveluntarjoajaa valitessa, ei palvelulta vaadita kovinkaan paljoa palvelintilaa, siirtokaistaa tai erilaisten ohjelmointikielien tukia. Mikroyritys tulee lähtökohtaisesti toimeen ns. sanotulla perussivustolla, jolla odotettu sisältömäärä ja kävijämäärä jäävät melko pieniksi. Alla oleva kuvio 7 esittää tärkeimmät, huomioonotettavat asiat, tarkasteltaessa valittuja neljää palvelua mikroyrittäjän näkökulmasta.

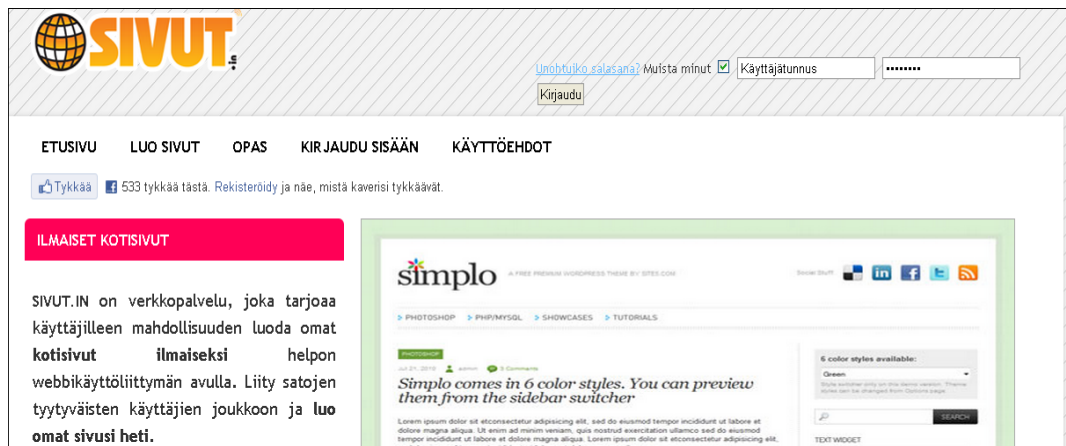
PALVELUN KUVAUS/ KÄYTTÖEHDOT →	Helposti löydettävissä ja ymmarrettävissä?
<b>VASTUU ERITTELY:</b> Palveluntuottajan vastuu Käyttäjän vastuu → Vastuu käyttäjätunnuksesta ja salasanasta Vastuu sisällöstä	Vastuut ja oikeudet esitetty ja löydettävissä? Mihin yrittäjä sitoutuu rekisteröityessään palveluun?
<b>TIEDOT JA TURVALLISUUS</b> Yksityistietojen käyttö →	Mihin yrittäjä sitoutuu ja mihin palveluntarjoaja sitoutuu?
<b>PALVELUJEN RAJOITUKSET</b> Mainostaminen Tekijänoikeudet → Käyttöehtojen muuttaminen Sopimuksen pitävyys	Mitä sisältöä palvelu sallii ja vaatii? Tarkoittaako ilmaisuus esim. liikaa mainosbannereita? Tekijänoikeudet sisältöön? Sovittujen asioiden pitävyys?

KUVIO 7. Kotisivupalveluiden analysointikriteerit mikroyrittäjän näkökulmasta

Yrittäjän tutustuessa kotisivupalveluiden palvelukuvauksiin ja käyttöehtoihin, huomiota tulee kiinnittää palvelun sopivuuteen nimenomaan yrityskäyttöön. Olipa kyseessä yksittäinen palvelu tai kuten tässä tapauksessa, palvelukokonaisuus, on yrittäjän pyrittävä selvittämään palvelun luotettavuuteen, sopivuuteen mahdolliseen vakauteen liittyvät asiat niin hyvin kuin mahdollista.

### 3.3 Tarkastelussa Sivut.in

Vaihtoehdoista ensimmäinen on Sivut.in, joka ilmoittaa palvelukuvauksessaan käyttöehtojen yhteydessä näin: ”Sivut.in on palvelu, jonka avulla voidaan luoda kotisivuja ilmaiseksi”. Lyhyesti ja ytimekkäästi, mutta yrittäjälle jää vielä monta kysymystä auki. Palvelun käyttötarkoitus kyllä selviää, mutta ei muuta. Vastauksia joutuu tämän sivuston yhteydessä etsimään turhankin kauan.



KUVIO 8. Sivut.in kotisivupalvelu osoitteessa: <http://sivut.in>

Sivut.in palveluntarjoajan yhteystietoja ei osoitteesta <http://sivut.in> löydy ollenkaan. Käyttöehdoissa tyydytään mainitsemaan ”kustantaja”, joka on nimeltään Fourcode Oy. Tämän kustantajan tiedot löytyivät Google hakupalvelun avulla. Palvelun käyttöehdoissa mainitaan kustantajan vastuusta mm. seuraavaa:

*Sivustolla olevat tiedot esitetään sellaisenaan ja kustantaja ei myönnä niille minkäänlaista takuuta, ilmaistuna, implisiittisesti, säädännäisesti tai muutenkaan sisältäen, mutta ei rajoittuen, takuuta markkinoitavuudesta tai sopivuudesta tiettyyn tarkoitukseen. Sivustolla olevia tietoja voidaan muuttaa koska tahansa, ilman ennakoilmoitusta. (Sivut.in 2012.)*

Fourcode Oy:n www-sivuilta selvisi sen olevan turkulainen yritys, joka on erikoistunut www-sivujen ostoon, myyntiin, ylläpitoon ja kehittämiseen. Sivut.in palvelusta ei Fourcode Oy:n yhteydessä löytynyt mitään tietoa. Kotisivujen tekemistä harkitsevan mikroyrittäjän näkökulmasta tämänkaltainen ”salamyhkäisyys” ei ainakaan lisää luottamusta palveluun nimeltä Sivut.in. Palvelun käyttö yrityk-

sen kotisivujen tekemiseen on sallittu ja tieto löytyi Sivut. in palvelun etusivulta – käyttöehdoissa asiasta ei mainita mitään.

Palvelun käyttäjän vastuut on pyritty Sivut.in palvelun toimesta esittämään tyhjentävästi, joskin sellaisin sanankääntein, joista ei ilman lisäselvityksiä selviä, mihin kaikkeen yrittäjä oikeasti sitoutuu rekisteröityessään palveluun. Seuraavaksi ote Sivut.in palvelun käyttöehdoissa mainituista käyttäjän vastuista:

*Sivuston käyttäjä vastaa täysmääräisesti kaikista aineellisista, aineettomista, suorista tai epäsuorista, kolmansille osapuolille, Sivut.in mukaan lukien, aiheuttamistaan vahingoista jotka aiheutuvat sivuston tai sen sisällön lainvastaisesta käytämisestä riippumatta siitä, perustuvatko vahingot sopimukseen, oikeuden loukkaukseen, huolimattomuuteen tai muuhun perusteeseen ja sitoutuu korvaamaan velvoitteiden rikkomisesta Sivut.in:lle mahdollisesti aiheutuvat vahingot. Sivut.in sivuston käyttäjä luopuu kaikista vaatimuksista Sivut.in kohtaan jotka johtuvat kolmansien osapuolten häntä vastaan mahdollisesti esittämistä oikeuksiensa loukkaamisesta jotka johtuvat Sivut.in sivuston käytöstä ja/tai sivuston lainvastaisesta käytöstä. Käyttäjä huolehtii myös siitä, että sivun muut käyttäjät (vieraat, rekisteröityneet) huolehtivat sääntöjen noudattamisesta. (Sivut.in 2012.)*

Sivut. in palvelu ei anna minkäänlaisia takuita liittyen palvelun katkoksiin, muihin vahinkoihin tai tietojen menettämiseen. Mitään korvauksia Sivut.in palvelu ei suorita – se on ainakin selvästi ilmoitettu. Vastuu käyttäjätunnuksen ja salasanan luottamuksellisesta käytöstä sekä vastuu kaikista toimenpiteistä, joita tehdään käyttäjätunnuksen ja salasanan avulla jää rekisteröityneelle käyttäjälle.

### 3.4 Tarkastelussa Webbisivu.com

Webbisivu.com sivustolla vierailtaessa, ensimmäisenä aukeaa etusivu, joka on täynnä mainoksia ja yleiskuva sivustosta on harmillisen epäselvä. Etusivu on täynnä sekalaisia mainoksia ja sivuston käyttäjien kommentteja. Kommenteista suuriosa keskittyy palvelun arvosteluun, sävy on negatiivinen ja kummastuttaa hieman, miksi palveluntarjoaja niitä etusivullaan esittelee. Yrittäjän etsiessä tietoa valitakseen luotettavaa palveluntarjoajaa www-sivujensa toteutus alustaksi, tämä ensinäkymä ei anna kovinkaan luotettavaa kuvaa palveluntarjoajasta.

KUVIO 9. Webbisivu.com kotisivupalvelu osoitteessa: <http://webbisivu.com>

Palvelukuvaus löytyy ainoastaan palvelun etusivun lohkosta, joka sekoittuu mainosten joukkoon. Kuvauksesta käy ilmi palvelun olevan ilmainen ja suunnattu kaikille – oletettavasti siis myös yrityksen kotisivujen alustaksi. Webbisivu.com ilmoittaa kuvauksessaan seuraavaa:

*Webbisivu.com tarjoaa kaikille käyttäjilleen helpon tavan luoda ja ylläpitää omaa kotisivua, ilmaiseksi! Kotisivujen teko on yhtä helppoa kuin tekstin käsittely. (Webbisivu.com 2012.)*

Mikroyrittäjän näkökulmasta palvelukuvauksesta ei selviä oikeastaan mitään, mikä saisi luottamuksen heräämään juuri tämän palvelun valintaan. Palveluntarjoaja ei ilmoita missä sivustonsa osiossa yhteystietojaan. Ainoastaan sivuston käyttöehdoissa viitataan Sijoitusyhtiö Reis oy:öön, josta siitäkään ei mainita mitään sen enempää. Viimein Google hakupalvelun avulla löytyy osoite ”<http://www.webbisivu.com/anteroreis/yhtiö>”, josta selviää, että pääpaikkaansa Vantaalla pitävä sijoitusyhtiö Reis Oy:n toimintaperiaatteena on luoda automatisoituja positiivisen kassavirran omaavia palveluita ja sijoituksia. Osoitteessa on myös lueteltu yhtiön kaikki palvelut, joita ovat: Webbisivu.com, Bonus.fi, Sunverkko.com, Seksiverkko.com.

Yhteydenotot kotisivupalvelu Webbisivu.com:iin hoidetaan vain sivustolta löytyvän yhteydenottolomakkeen kautta. Lomake-sivulla on linkki ”yhteystiedot”, joka ei kuitenkaan johda minnekään. Esimerkiksi palvelun käyttäjän halutessa tukipalvelua, täytyy hänen tyytyä vain tähän lomake järjestelyyn.

Webbisivu.com ilmoittaa käyttöehdoissaan, että ylläpitäjällä on oikeus poistaa palveluistaan kaikki sopimaton/laaduton sisältö ilman erillistä ilmoitusta. Tämä on yrittäjän näkökulmasta aika ratkaiseva tieto. Ilmaiset kotisivupalvelut yleensä antavat ilmoituksen etukäteen, jos sivustoa ollaan poistamassa jostakin syystä. Edelleen palvelun tarjoaja ilmoittaa omista vastuistaan seuraavaa:

*Ylläpitäjä vastaa vain itse tuottamansa aineistoin sisällöstä, tekijänoikeuksista ja muista immateriaalioikeuksista. Ylläpitäjä ei vastaa toisen palveluntarjoajan sisällöstä eikä tekijänoikeuksista vaikka ko. palveluun pääsisikin ylläpidon hallinnoiman palvelun kautta linkillä tai muin keinoin. Ylläpitäjä ei vastaa palvelussa mahdollisesti olevien virheellisten, puutteellisten tai tulkinvaraisien tietojen käyttämisestä käyttäjälle mahdollisesti aiheutuvista vahingoista. (Webbisivu.com 2012.)*

Palvelun käyttäjän vastuista Webbisivu.com mainitsee käyttöehdoissaan mm. että käyttäjä rekisteröityessään palveluun antaa suostumuksensa käyttöehtojen noudattamisesta. Webbisivu.com myös pidättää itsellään oikeuden muuttaa käyttöehtoja. Käyttäjän vastuista mainitaan seuraavaa:

*Käyttäjä antaa ylläpidolle oikeuden julkaista hänen palveluun lähettämänsä aineisto. Käyttäjällä on tietysin osin oikeus muokata/poistaa itsensä lisäämää aineistoa. Käyttäjä vastaa siitä, että*

*hänen lisäämä aineisto ei loukkaa kolmannen osapuolen tekijänoikeutta, tavaramerkkioikeutta tai muuta immateriaalioikeutta ja ettei se ole loukkaavaa tai muuten lainvastaista. (Webbisivu.com 2012)*

Yleisestiottaen Webbisivu.com ilmoittaa selvästi omat ja käyttäjän vastuut. Kuten yleistä ilmaisille kotisivupalveluille – myös he varmistavat ”selustansa” varsin selkeästi. Ilmaista kotisivupalvelua etsivälle yrittäjälle jäi kuitenkin paljon avonaisia kysymyksiä vastuista, sitoutumisesta, tukipalvelun toimivuudesta ja palvelun yleisestä luotettavuudesta. Tarvittaessa tukipalveluja – yrittäjän on käytettävä lo-make-periaatteella toimivaa yhteydenottoa. Puhelinnumeroa ei ole ilmoitettu.

### 3.5 Tarkastelussa Suntuubi.com

Ensimmäinen huomio saavuttaessa Suntuubi.com kotisivupalvelun sivuille on, että täältä löytyy jotakin ”ilmaista”. Huomio perustuu siihen, että tämäkin sivusto on täynnä värikkäitä mainoksia, joiden seasta palvelukuvausta ja muita tärkeitä tietoja joutuu etsimällä etsimään.

The screenshot shows the homepage of Suntuubi.com. At the top, there is a login section with fields for 'Tunnus:' and 'Salasana:' and a 'Kirjaudu' button. Below this is a navigation menu with links: 'Etusivu', 'Ilmaiset Kotisivut', 'Perusta kotisivut', 'Usein kysyttyä', 'Ohjeet', and 'Mainosta'. The main content area features a header for 'PetenKoiratarvike.com' with the tagline 'Kotimainen, nopea ja luotettava verkkokauppa' and a Facebook link. Below the header is a central section with a cartoon dog character and text: 'Tee omat ilmaiset kotisivut Suomen suurimpaan verkkosivuyhteisöön muutamassa minuutissa. Saat kotisivuillesi ilmaiseksi blogin, kuvagallerian, vieraskirjan, keskustelufoorumin, adressit / vetoomukset sekä kävijätilastoinnin. Kotisivujesi ylläpito tapahtuu suoraan normaalilla Web- selaimella.' Below this is a search bar with the text 'Kirjoita haluamasi tunnus tähän! .fi' and a 'Tarkista' button. The right sidebar contains 'Lisäpalvelut' and 'Etsi Suntuubi Sivuja!'.

KUVIO 10. Suntuubi.com kotisivupalvelu osoitteessa: <http://suntuubi.com>

Suntuubi.com:n sopimusehtoihin johtava linkki löytyy lopulta rekisteröintilomakkeen alareunasta. Tyypillisesti sopimusehdot hyväksytetään rekisteröityvällä palvelun käyttäjällä ennen kuin rekisteröintiprosessin voi suorittaa loppuun asti.

Sopimusehdoista on kirjoitettu paljon tekstiä, mutta asiat on jäsennelly riittävän selkeästi. Palvelunkuvaus löytyy heti ensimmäisestä kappaleesta. Suntuubi.com kertoo olevansa yksityinen palvelu, jonka tarjontaan kuuluvat ilmaiset työkalut www-sivujen tekemiseen. Ilmaiseen palveluun kuuluvat myös palvelintila ja Internet-yhteydet ko. sivuille. He ilmoittavat myös, että palvelusta on olemassa lisäksi maksullinen versio. Maksulliseen versioon sisältyy laajempi skaala työkaluja ja www-sivuston rakentamiseen. (Suntuubi.com 2012.)

Palveluntarjoajan yhteystiedot löytyvät niin ikään selkeästi esitettyinä sopimusehtojen ylälaidasta. Suntuubi.com palvelua tuottaa Pronetko Networks Oy Helsingistä. Yrityksen Y-tunnus on myös ilmoitettu, joten sen avulla tietoja on helppo tarkistaa halutessaan lisää esimerkiksi osoitteesta: ”<http://www.yritysrekisteri.com>”, josta löytyvät mm. toimialatiedot, puhelinnumero, sähköpostiosoite sekä www-osoite Pronetko Networksin sivustolle.

Suntuubi.com ottaa vastaan asiakkaidensa yhteydenottoja, koskien www-sivuston tekemistä, vain sähköisellä tukipyyntölomakkeella. Yritysassiakkaan tapauksessa lomakekäytäntö tuntui hieman liian hitaalta ratkaisulta..

Palveluntarjoajan ja käyttäjän vastuita käsitellään sopimusehdoissa kahden sivun verran. Poiketen muutoin selkeästä jäsentelystä, joutuu vastuuasioita etsimään ja lukemaan sopimusehdot kokonaisuudessaan. Tyypillisesti tämäkin palvelu pääpiirteissään vetäytyy kaikesta vastuusta käyttäjään nähden ja käyttäjä veloitetaan monisanaisesti huolehtimaan mm. sivujensa sisällön lainmukaisuudesta, tekijänoikeuksien noudattamisesta jne. Pronetko oy ilmoittaa selkeästi, ettei se vastaa käyttäjän sivustolle tuottaman sisällön lainmukaisuudesta. Pitkä lista ilmoittaa kielletyt sisällölliset asiat. Pronetko Networks Oy pidättää itselleen oikeuden sulkea käyttäjän Suntuubi.com-palvelulla luotu sivusto, jos sopimusehtojen vastaista käyttöä ilmenee.

Tekniset viat, huollot tai asennustyöt saattavat myös aiheuttaa katkoksia palveluun ja kaikissa tapauksissa palveluntarjoaja vetäytyy vastuusta. Mikroyrityksen kannalta edellä luetellut Suntuubi.com-palvelun sopimukselliset asiat ovat tyypillisiä muillekin ilmaista palvelua tarjoaville tahoille. Kuitenkin tämä palvelu erosi edukseen siinä, että yhteystiedot löytyivät suhteellisen helposti.

### 3.6 Tarkastelussa Nettisivu.org

Tämän palvelun käyttötarkoitus selviää sivustolla vierailijalle välittömästi: ilmaiset kotisivut. Selkeästi jäsenelty helppolukuinen etusivu, josta pienyrityksen kannalta tärkeät tiedot löytyvät ilman turhaa etsiskelyä ja arvailua. Navigaatio osioon on sijoitettu ohjelmäsäännöt ja rekisteriseloste, joihin kannattaa tutustua ensimmäisenä. Mikroyrittäjää kiinnostavat edelleen vastuut ja velvoitteet, sekä onko palvelu sopiva pienyrityksen kotisivuvalustaksi.



**ILMAISET KOTISIVUT**

Nettisivu.org tarjoaa sinulle erittäin helppokäyttöiset, automaattisesti asennettavat sekä ilmaiset kotisivut. Ainoaksi huolenaiheeksesi jää ainoastaan sisällön lisääminen kotisivuillesi. Rekisteröitymisen jälkeen kotisivusi ovat käyttövalmiit.

**Navigaatio**

- Etusivu
- Luo uudet kotisivut
- Hakemisto
- Tukifoorumi
- Ohjeet**
  - Aloituspäivä
  - Hallintapaneeli tutuksi
  - Kirjoita sivuja
  - Kuvia tekstiin
  - Sivupalkin järjestys
  - Oma domain käyttöön
  - Hyödyllistä kotisivuille
- Ohjelmäsäännöt
- Rekisteriseloste

**Kirjautuminen**

Käyttäjätunnus

Salasana

**Haluatko omat kotisivut?**

Oletko joskus haaveillut omista kotisivuista? Suomen suosituin kotisivupalvelu, Nettisivu.org tarjoaa sinulle erittäin helppokäyttöiset, automaattisesti asennettavat sekä ilmaiset kotisivut. Ainoaksi huolenaiheeksesi jää ainoastaan sisällön lisääminen kotisivuillesi. Rekisteröityminen vie ainoastaan muutaman minuutin, jonka jälkeen kotisivusi ovat käyttövalmiit.

Palvelumme avulla omien kotisivujen tuottaminen on erittäin helppoa. Omista kotisivuista saa palvelumme avulla luotua täysin yksilölliset! Katso esittely muutamista palvelumme avulla luoduista kotisivuista ennen rekisteröintiä:

**Nettisivu.org tarjoaa sinulle seuraavat ominaisuudet:**

- ★ Hienon osoitteen muotoa: [osoite.nettisivu.org](http://osoite.nettisivu.org)
- ★ Paljon hienoja, muokattavia ulkoasuja
- ★ Oman domain käyttö
- ★ Graafinen sivueditori
- ★ Header-kuvan vaihto

KUVIO 11. Nettisivu.org kotisivupalvelu osoitteessa: <http://nettisivu.org>

Ohjelmäsäännöissään Nettisivu.org ja sen ylläpito ilmoittaa tuottavansa kotisivupalveluita, kuten kotisivujen asennuksen sekä ilmaisen ylläpidon. Edellytyksiä lueteltaessa palveluntarjoaja tekee varsin selväksi, että käyttäjälle jää vastuu lähes kaikesta, mikä liittyy käyttäjän palvelun avulla tuottamaan www-sivujen sisältöön ja sen laillisuuteen ns. yleisen ”netiketin” mukaisesti toimittaessa. Rekisteröityessään palveluun käyttäjä sitoutuu noudattamaan palvelun ohjelmäsääntöjä ja vakuutta olevansa tietoinen palvelun hänestä tallettamiin tietoihin.

Nettisivu.org ilmoittaa myös pidättävänsä itsellään oikeuden muuttaa ohjelmäsääntöjensä milloin tahansa ja käyttäjän hyväksyvän kaiken ohjelmäsäännöissä mainitun rekisteröityessään Nettisivu.org kotisivupalveluun. Rekisteriselosteessa palveluntarjoaja ilmoittaa rekisterinpitäjän yhteysosoitteen, rekisterin nimen, rekisterin käyttötarkoituksen ja rekisterin sisältämät tiedot.

Mikroyrityksen kannalta olennaiset palvelun luotettavuutta kuvastavat asiat on esitetty tällä sivustolla selkeästi ja ymmärrettävästi. Kaikista tarkastelussa olleista palveluntarjoajista Nettisivu.org erottui edukseen selkeällä sivustollaan, jolla palvelunkuvaus, vastuuasiat ja keskeiset ominaisuudet selvisivät helpoiten.

### 3.7 Yhteenveto palveluista ja valinta case-yrityksen kotisivuvalustaksi

Kaikille tarkastelussa olleille ilmaisille kotisivupalveluille oli yhteistä tietynlainen salamyhkäisyys yhteystieto- ja tukipalveluasioissa. Palveluntarjoajat keskittyivät pääosin korostamaan juuri heidän palvelunsa helppoutta ja erinomaisuutta samalla, kun vetäytyttiin lähes kaikista velvoitteista käyttäjän luomaan sisältöön tai sen säilymiseen/häviämiseen nähden.

Rekisteröityminen kaikkiin palveluihin oli tehty erittäin helpoksi ja tiedot, jotka vaadittiin palvelun käytön aloittamiseen, olivat samankaltaisia. Käyttäjän itse keksimät käyttäjätunnus ja salasana sekä toimiva sähköpostiosoite riittivät rekisteröitymiseen. Mikroyrittäjän näkökulmasta hieman kevyet perusteet luetettavan palvelun tunnusmerkeiksi, mutta ilmaista palvelua etsittäessä tämä oli yksi myönnytys muiden joukossa.

Mikroyrittäjän näkökulmasta katsoen, kaikilla palveluntarjoajilla oli tarvittava ”työkaluvalikoima”. Valikoimaan kuului kaikilla sovellus, jolla www-sivut luodaan. Sovellus oli joko palveluntarjoajan itsensä luoma tai rakennettu jostakin valmiista sovelluksesta räätälöimällä. Mikroyritykselle www-sivustoa suunniteltaessa riittää, kunhan käytössä ovat tavallisimmat toiminnot, joilla yrityksen asiakkaille voidaan viestittää halutut asiat. Yrityksen asiakkaille on voitava luoda mahdollisimman helppo väylä tiedon saamiseksi yrityksen toiminnasta ja tuotteista, sekä ottaa yhteyttä yritykseen. Kyseeseen tulee tällöin mahdollisuus luoda esimerkiksi palautelomake ja/tai yhteydenottolomake. Kalenteri ja vieraskirja ovat mikroyrittäjälle myös hyviä elementtejä, joilla www-sivustosta saadaan toimivampi ja asiakasystävällisempi. Taulukossa 1 on kerätty yhteen mikroyrittäjän kannalta huomionarvoisia asioita palveluntarjoajaa valittaessa.

TAULUKKO 1. Ilmaisten kotisivupalveluiden tärkeitä ominaisuuksia mikroyrittäjän näkökulmasta (x/kyllä, -/ei)

Ominaisuus/Palvelu	Nettisivu.org	Webbisivu.com	Suntuubi.com	Sivut.in
Yritykselle sopiva	x	x	x	x
Kotisivutilaa	200 Mt	Ei rajoitusta	Ei rajoitusta	Ei ilmoitettu
Verkkotunnustuki	x	x	x	x
Liikennöintiraja/kk	Ei ilmoitettu	Ei ilmoitettu	Ei ilmoitettu	Ei ilmoitettu
Mainostenpoisto mahdollista	-	-	Lisäpalveluna	Ei ilmoitettu
Varmuuskopiointi	Päivittäin	Ei ilmoitettu	Ei ilmoitettu	Ei ilmoitettu
Tukipalvelu 24/h	Foorumi	Lomake	Lomake	Ei ilmoitettu
Kyselyt	x	x	-	-
Kalenteri	x	x	x	x
Palautelomake	x	x	x	x
Vieraskirja	x	x	x	x
Muokattavuus	HTML/CSS	HTML/CSS	HTML/CSS	HTML/CSS
Päivitysväli max.	200 pvä.	-	180 pvä.	-

Tämän opinnäytetyön case-yritykselle oli palveluntarjoajaa valitessa kynnyskysymys saada käyttää jo ennalta yritykselle hankittua verkkotunnusta ”www.rakennuspalvelurem.fi”. Jokainen kartoituksessa mukana ollut palvelu tarjosi asiakkaalleen tähän mahdollisuuden. Vain kahdesta palvelusta selvisi niiden maksimi päivitysväli. Päivitysvälillä tässä yhteydessä tarkoitetaan, että palveluntarjoaja pidättää itsellään oikeuden poistaa ei-aktiiviset kotisivut esimerkiksi 200 päivän kuluttua, jollei asiakas päivitä ja ylläpidä sivustojaan vähintään palvelussa ilmoitetun enimmäisajan aikana.

Taulukon 1 yhteydessä mainittu ”muokattavuus” tarkoittaa asiakkaan mahdollisuutta muokata palveluntarjoajan valikoimissa olevia vakioituja sivupohjia ja ”personoida” niitä enemmän vastaamaan omia mieltymyksiään. Tähän oli mahdollisuus kaikissa mukana olleista palveluista.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja Rakennuspalvelu REM päätyi edellä luetelluista palveluntarjoajista yritykselle sopivimmalta tuntuvaan ja luotettavimman yleisvaikutelman antaneeseen Nettisivu.org kotisivupalveluun. Mikroyritykselle riittävästi tallennustilaa, 200 megatavua, tarjoava palvelu ilmoittaa tarvittaessa järjestävänsä tallennustilaa lisääkin, pyynnöstä ja ilman korvausta.

Tässä palvelussa, kuten ominaista ilmaiselle palvelulle, täytyy yrittäjän hyväksyä mainosten esiin ponnahtaminen sivustolla. Nettisivu.org poikkesi muista siinä, että ”pakollinen” mainos ponnahti esiin vain aloitussivulla, muiden sivujen ollessa mainosvapaata aluetta. Palveluntarjoajan selkeä ilmoitus päivittäisestä varmuuskopioinnista oli myös huomionarvoinen ominaisuus tässä palvelussa, joskin kaikki oma sisältö kannattaa palvelun käyttäjän toimesta varmuuskopioida aika-ajoin.

Kokeiltaessa edellä mainittujen palveluntarjoajien tukipalveluiden toimivuutta, Nettisivu.org vastasi yhden vuorokauden sisällä esitettyyn tukipyyntöön. Toinen tukipyyntöön vastannut palvelu oli Suntuubi.com, mutta kaksi muuta eivät vastanneet ollenkaan. Nettisivu.org tarjoaa käyttöön toimivan tuntuksen tukifoorumin osoitteessa ” <http://www.tukifoorumi.com>”, josta www-sivuston rakentamiseen ja muokkaamiseen liittyvää tietoa oli helpohkosti saatavilla.

Yrittäjän valitessa palveluntarjoajaa www-sivujansa varten täytyy muistaa, että ilmainen vaihtoehto ei todellakaan ole se paras vaihtoehto. Kuitenkin pienen mikroyrityksen ollessa kyseessä ilmainen palvelu voi olla hyvä tapa saada toimivat kotisivut nopeasti ja helposti käyttövalmiiksi ja julkaistuksi. Tärkeä huomio on myös, että yritykselle kannattaa hankkia oma verkkotunnus. Oma verkkotunnus ei ole sidottu mihinkään tiettyyn kotisivupalveluun, vaan se on yrittäjän itsensä omaisuutta. Palveluntarjoajaa mahdollisesti vaihdettaessa yrityksen www-sivuston osoite säilyy näin samana, jota asiakkaat on saatu siihen mennessä käyttämään. Suomalaisista fi- päätteisistä verkkotunnuksista Yrittäjät.fi-sivustolla mainitaan mm. seuraavaa:

*Suomalaisia .fi -päätteisiä verkkotunnuksia voi hakea Suomen kauppaa-, yhdistys- tai säätiörekisteriin merkitty yritys tai yhteisö tai suomalaisen julkisen sektorin yhteisö. Verkkotunnuslain voimaantulon jälkeen fi-verkkotunnus on pääsääntöisesti hakijan vapaasti valittavissa, eikä esimerkiksi yhteyttä hakijan toiminimeen tai toimintaan enää vaadita. Verkkotunnuksen muodolle ja sisällölle on kuitenkin säädetty tiettyjä rajoitteita. Verkkotunnus ei esim. saa perustua toisen suojattuun nimeen tai merkkiin. .fi-verkkotunnus myönnetään kolmeksi vuodeksi kerrallaan. Verkkotunnus uusitaan maksamalla uusimismaksu ennen voimassaolon päättymistä.(Yrittäjät.fi 2012.)*

## 4 CASE: RAKENNUSPALVELU REM

### 4.1 Case-yrityksen esittely

Rakennuspalvelu REM on Orimattilasta käsin toimiva yritys, jonka toimialueeseen kuuluu koko Etelä-Suomi. Yrityksen on perustanut Esko Rantala, joka on toiminut rakennusalalla, pääosin muiden palveluksessa, jo pitkälti yli 20 vuotta. Oman yrityksen perustaminen tuli ajankohtaiseksi vuonna 2007, kun ammattitaitoiselle tekijälle alkoi tulla yhteydenottoja ja työtilaisuuksia vapaa-ajan täytteeksi enemmän, kuin mies ehti varsinaisilta leipätöiltään tehdä.

Rakennuspalvelu REM ilmoittaa viralliseksi toimialakseen asuin- ja muiden rakennusten rakentamisen (TOL: 41200). Yrityksen toimenkuvaan lukeutuvat niin julkisivuremontit, saneeraukset, purkutyöt, sisäremontit kuin myös alan erityyppiset urakoinnit, joita asiakkaat keksivät ehdottaa. Palveluun kuuluu olennaisena osana suunnitelmien ja arviointien tekeminen työkohteista yhdessä asiakkaan kanssa. Yrityksen asiakkaita ovat niin yksityiset remontointi- ja korjauspalveluja tarvitsevat tahot kuin myös yritykset, jotka tarvitsevat alan palveluja. Yrityksen mottona onkin: ”Kaikki rakennusalan työt – kivijalasta listoitukseen”.

Rakennuspalvelu REM työllistää pääsääntöisesti vain yhden ihmisen, yrittäjän itsensä. Yritys luokitellaan näin ollen mikroyritykseksi (alle 10 henkilöä). Työkohteen niin vaatiessa, yrittäjä palkkaa 1- 2 apumiestä, tästä sovitaan aina tapauskohtaisesti asiakkaan kanssa. Yrityksen varastot sijaitsevat Orimattilassa ja liikennöinti työkohteisiin tapahtuu pakettiautolla, joka on varusteltu alan yrittäjille ominaisesti – liikkuvaksi verstaaksi.

### 4.2 Case-yrityksen motiivit näkyvyydenparannusprojektiin

Rakennuspalvelu REM on yrittäjänä toimivan Esko Rantalan mukaan luottanut viimeiset vuodet mainonta- ja näkyvyysasioissa vain tekemänsä työn laadukkuuden aikaansaamaan tyytyväisyyteen asiakkaidensa keskuudessa. Rantalan mukaan tyytyväinen nykyinen asiakas on kullnarvoinen tulevien asiakkaiden ja työkohteiden hankinnassa. Perinteinen ”puskaradio” ei sido yrittäjän aikaa ja huomiota,

vaan se toimii ilmaisena näkyvyydenparannus- ja mainontakanavana. Internetissä näkyminen yrityksen kotisivujen myötä, lehtimainonta tms. eivät ole olleet Rakennuspalvelu REM:in toimintatapoja viestinnän osalta vuoden 2012 kevääseen saakka. Kova kilpailu työmarkkinoilla on kuitenkin saanut yrittäjän miettimään toimenpiteitä yrityksen toimintaedellytysten parantamiseksi. Viestinnän ja markkinoinnin tehostaminen tuntui luontevimmalta toimenpiteeltä.

Rakentamisen toimialalla on viime vuosina perustettu uusia pienyrityksiä valtava määrä juuri Rakennuspalvelu REM:in päätoimialueelle eli Päijät-Hämeeseen ja Uudenmaan maakunnan alueelle.

Tilastokeskuksen mukaan Rakennuspalvelu REM:n edustamalla toimialalla oli vuonna 2010 erikokoisia yrityksiä kaiken kaikkiaan 40 805 kappaletta, joka edustaa 12,8 % kaikkien toimialojen yrityksistä Henkilöstön määrä tällä alalla edusti 10,1 % kaikista toimialoista (Taulukko 2).

TAULUKKO 2. Yrityksiä Suomessa 2010. Kaikki toimialat vs. rakentamisen toimiala. (Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri 2012)

Toimiala (TOL 2008)	Yrityksiä		Henkilöstöä		Liikevaihto	
		%	1 000	%	milj. €	%
<b>Kaikki toimialat</b>	<b>318 951</b>	<b>100</b>	<b>1 444</b>	<b>100</b>	<b>358 909</b>	<b>100</b>
Rakentaminen	40 805	12,8	146	10,1	24 168	6,7

Henkilöstömäärältään 0-9 henkilöä työllistäviä mikroyrityksiä oli Tilastokeskuksen mukaan 301 155 kappaletta vuonna 2010. Mikrokokoisia yrityksiä oli Suomessa siis 94,4 % kaikista yrityksistä. Luku on melkoisen huomattava verrattuna henkilöstöltään suurempiin yrityksiin Suomessa. Voidaan siis todeta, että Suomi on mikroyritysten maa (Taulukko 3).

TAULUKKO 3. Kaikki toimialat Suomessa henkilöstömäärän mukaisesti jaoteltuina. (Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri 2012)

Toimiala (TOL 2008)	Yrityksiä		Henkilöstöä		Liikevaihto	
		%	1 000	%	milj. €	%
<b>Henkilöstön määrä</b>						
0-9	301 155	94,4	409	28,3	62 565	17,4
10-49	14 825	4,6	285	19,8	61 814	17,2
50-249	2 355	0,7	233	16,1	57 684	16,1
250-499	343	0,1	117	8,1	37 033	10,3
500-	273	0,1	400	27,7	139 812	39,0

Samoista asiakkaista samalla toiminta-alueella kilpailtaessa jokaisen yrittäjän on menestyäkseen panostettava asiakashankintaansa yhä enemmän ja enemmän. Yrittäjän on mietittävä juuri omalle yritykselle sopivat keinot ja rahallisen panostuksen määrä. Mikroyrityksen kyseessä ollessa, Internetin hyötykäyttö koettiin vartenotettavaksi vaihtoehdoksi Rakennuspalvelu REM:ssä. Kantavana ideana yrittäjä Rantalalla oli aloittaa yrityksen näkyvyyden parantaminen mahdollisimman vähin investoinnein, kenties ilmaiseksi. Vanha sanonta ”nopeat syövät hitaat” on kenties saamassa rinnalleen sanonnan ”näkymättömissä et ole olemassa”. Toimivan www-sivuston luominen yritykselle oli Rantalan mukaan päätavoite ja liike-merkin luonti ja sen hyödyntäminen oli toinen tavoiteltu päämäärä. Yrityksen lehdimainonnan käynnistäminen liittyi hänen mukaansa vain www-sivuston verkkosoitteen lanseeraukseen.

Pohdinnat yrityksen näkyvyyden parantamiseksi tehtävistä toimista olivat kypsyneet marraskuussa 2011 sille asteelle, että alustavien mietintöjen pohjalta Rantala otti yhteyttä amk-opiskelija V-P Salmiseen ja ehdotti em. asioita opinnäytetyön aiheeksi. Rantalan toiveena oli myös suorittaa tehtävät projektinomaisesti, jotta

saataisiin selkeät pelisäännöt ja aikataulu sekä kokonaisvaltainen tehtävien hallinta toimimaan. Näistä lähtökohdista ja toimeksiantajan tavoitteista yrityksen näkyvyyden parantamiseksi nousi tarve kehittää toimintaa, osittain sisäistä sekä asiakkaalle suoraan näkyvää. Sisäinen tarve saada yrityksen viestintä parempaan hallintaan sekä asiakkaiden yhteydenotto mahdollisuuksien parantamisen tarve johti lopulta projektiin, josta seuraavissa kappaleissa tarkemmin kerrotaan.

#### 4.3 Projektin toteutus

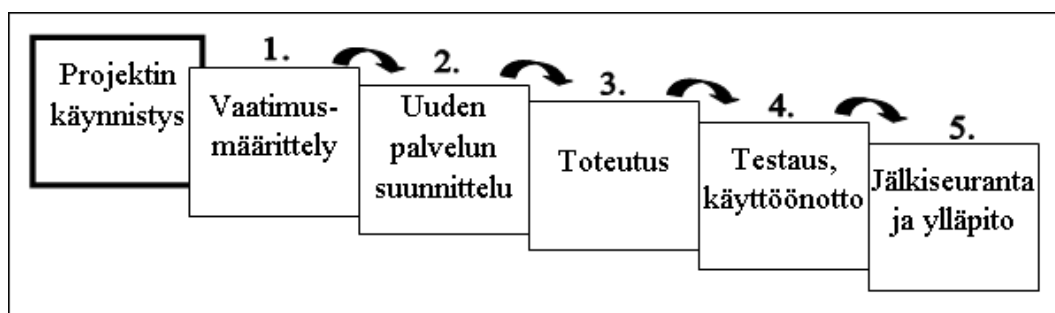
Projekti käynnistettiin aloituspalaverilla 7.11.2011. Paikalla olivat Rakennuspalvelu REM:n omistaja Esko Rantala ja amk-opiskelija V-P Salminen. Aloituspalaveri pidettiin Rantalan kotona, jossa samalla selvisi projektin lopputuotoksien kannalta tärkeät olosuhteet, eli tietotekninen ympäristö laitteineen sekä Rantalan tietoteknisen osaamisen taso.

Aloituspalaverissa sovittiin projektikäytännöistä ja -välineistä. Projektipalaverit päätettiin pitää jatkossa opinnäytetyötään tekevän Salmisen kotona, jossa projektiin kuuluvat toimenpiteet tulivat pääasiassa tapahtumaan. Sovittiin myös mahdollisuudesta järjestää verkkotapaaminen tarvittaessa Skype-ohjelman avulla. Skype on ilmainen verkkopuheluihin tarkoitettu ohjelma, joka mahdollistaa mm. äänen ja videokuvan siirron sekä esimerkiksi tiedostojen lähettämisen.

Tavoitteet projektille täsmennettiin ja sovittiin työnjako- ja vastuuasiat projektin keston ajaksi. Pää tavoitteiden lisäksi päätettiin myös, että projektin lopputuotosten on oltava hallittavissa ja ylläpidettävissä ns. normaalein ATK-taidoin, suomenkielillä. Ratkaisut oli siis pyrittävä tekemään juuri tästä näkökulmasta. Pää tavoitteiksi sovittiin asiakaspalvelun parantaminen ja liiketoiminnan piristäminen yrityksen näkyvyyteen vaikuttamisen kautta. Yrityksen uusi www-sivusto, liikemerkki ja lehtimainonnan aloittaminen sovittiin tavoitteeseen pääsemisen edellytyksiksi, eli projektin tuotoksiksi.

Projektiin kuuluvat tehtävät jaettiin Salmisen ja Rantalan kesken siten, että Salmisen vastuulle jäivät pääosin kaikki käytännön työt ja Rantala toimii projektin omistajan ominaisuudessa lähinnä valvojana, yritysasioiden asiantuntijana ja päätösten hyväksyjänä. Tämä siksi, että kaikki projektin mahdolliset tuotokset tulisivat koskemaan suoraan hänen omistamaansa yritystä. Rantalan toimenkuvaan projektissa jäi osaltaan myös esimerkiksi tuotoksena syntyvien www-sivujen testaaminen ja sisällölliset asiat.

Projektissa oli viisi päävaihetta, joiden kautta projektin päämääriä lähdettiin tavoittelemaan. Projektin käynnistyksen jälkeen käytiin läpi kaikki viisi vaihetta järjestelmällisesti, jokaisen päätavoitteen osalta. Projektin lopetuspalaveri sovittiin alustavasti viikolle 8 (v.2012). Kuvio 12 esittää lyhyesti projektin päävaiheet yleisellä tasolla.



KUVIO 12. Projekti päävaiheittain (soveltaen Sinkkonen ym. 2009, 50.)

Projektissa selvitettiin kaikkien päätavoitteiden osalta toiminnan nykytila ja tulevaisuuden tarpeet mm. liiketoiminnallisesta ja viestinnällisestä näkökulmasta. Tehtiin kartoitus, joka selkeytti entisestään projektin tarpeellisuutta yrityksen edustajalle. Kartoituksessa selvitettiin mm. mihin nykyisiin ja tuleviin käyttäjätarpeisiin Rakennuspalvelu REM haluaa projektilla ja sen tuotoksilla vastata. Kartoituksen pohjalta tehtiin päätökset toimintatavoista, käytettävistä välineistä ja ohjelmistoista tavoitteiden saavuttamiseksi. Projektissa toteutuneiden tuotosten lisäksi luotiin yritykselle uudet pelisäännöt, jotka liittyivät saavutettujen tavoitteiden toiminnan kannalta tärkeisiin asioihin, kuten esimerkiksi tuotosten toiminnan jatkuvaan seurantaan ja ylläpidollisiin asioihin.

Projektiin liittyvässä kartoituksessa yrityksen viestinnän osalta selvisi, että yritykselle oli hankittu vuonna 2010 joulukuussa oma verkkotunnus eli ”domaintunnus” muotoa ”www.rakennuspalvelurem.fi”. Tunnuksen hankinta oli tehty tilanteessa, jossa Internetissä toimivasta, yrityksille www-sivuja tekevästä palvelusta X, oli soitettu yrittäjä Rantalalle kesken kiireisen työpäivän ja tarjottu mahdollisuutta ilmaisiin kotisivuihin. Rantala oli tarttunut tähän mahdollisuuteen ja puhelimesta oli pikaisesti sovittu palveluntarjoajan hoitavan kaiken yrittäjä Rantalan puolesta.

Lopputulema tälle kaikelle ilmaisuudelle oli loppujen lopuksi ollut kaksi kappaletta maksettuja n. 350 € laskuja, Rantalan yritykselle varattu verkkotunnus (Kuvio 14) ja www-sivusto. Www-sivusto käsitti vain etusivun, jota kukaan ei päivittänyt eikä Rantalalla ollut tietoa sivuston käyttöön liittyvistä asioista. Nykytilan kartoituksessa selvisi myös, että vastaavanlaisia tapauksia oli paljon muitakin ko. palveluntarjoajan X jäljiltä. Internetin keskustelupalstoilla oli useita mainintoja asiasta (liite 1).

Projektin aikataulus on tehty alustavaksi ja ohjeelliseksi, koska etukäteen oli vaikea ennustaa asioiden täsmällistä sujumista. Yrittäjä Esko Rantala ilmoitti heti projektin käynnistyspalaverissa olevansa erittäin kiireinen, työkohteiden sijaitessa pitkienkin välimatkojen päässä. Tiedonvaihto ja kommunikointi suoritettiin pääasiassa puhelimitse ja sähköpostilla. Palavereja, joita sovittiin pidettäväksi 6 kappaletta, saatiin pidetyksi aina aikatauluun merkityin määrä viikoin.

TEHTÄVÄT/ AIKATAULU	Marraskuu 2011				Joulukuu 2011				Tammikuu 2012				Helmikuu 2012			
	vko45	vko46	vko47	vko48	vko49	vko50	vko51	vko52	vko1	vko2	vko3	vko4	vko5	vko6	vko7	vko8
Projektin käynnistys	■															
Palaverit		■		■			■		■					■		■
Määrittelyvaihe																
Liiketoiminnalliset tav.	■	■	■													
Asiakas tavoitteet	■	■	■													
Nykyisen toiminnan inv.	■	■	■													
Suunnitteluvaihe																
Www-sivusto			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Yritysmerkki/Logo					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Selvitys lehtimainonasta												■	■	■	■	■
Toteutusvaihe																
Www-sivuston toteutus												■	■	■	■	■
Www-sivuston julkaisu																
Yritysmerkki käyttöön																
Lehtimainonnan aloit.																
Käyttöönotto/Testaus																
Projektin tuotokset																
Case-yrityksen vastuulle ja ohjeistus																
Jälkiseuranta/ Ylläpito																
Käyttötuki																
Toimivuuden seuranta																
Projektin lopetus																■

KUVIO 13. Projektin Aikataulu ja tehtävät viikkotasolla

#### 4.4 Projektin www-sivujen osalta

Projektin yhdeksi päätavoitteeksi asetettu yrityksen www-sivuston luominen alkoi määrittelemällä Rakennuspalvelu REM:n sisäiset ja ulkoiset tarpeet uuden sivuston osalta. Liiketoiminnallisia eli yrityksen rahavirtaa lisääviä tavoitteita listattaessa otettiin huomioon tavoite saada Internet-sivuston avulla nykyisille ja uusille asiakkaille mahdollisuus tavoittaa yrityksen tarjonta ja palvelut entistä helpommin ja kattavammin kuin aikaisemmin. Asiakkaiden yhteydenottomahdollisuuksien parantaminen olikin yksi tärkeimmistä näkökohdista koko projektissa. Rakennus-

palvelu REM ei ollut tähän mennessä mainostanut toimintaansa mitenkään erityisesti. Tyytyväisten asiakkaiden toisilleen välittämä tieto oli toiminut ainoana viestintänä yrityksen toiminnasta.

Määrittelyvaiheessa yrittäjä Rantala vastasi liitteissä 2 ja 3 esitettyihin kirjallisiin kysymyksiin, jotka koskivat yleisesti yrityksen liiketoimintaa ja asiakkaita sekä kohdistetummin yrityksen tulevia www-sivuja. Näin saatiin hyviä työkaluja projektin toteuttamiseen. Vastaukset käsiteltiin palaverissa viikolla 46 ja niiden pohjalta suunnitteluvaihe pääsi käynnistymään. Tavoitteita ja määritelmiä toki tarkennettiin vielä myöhemminkin. Rantalan vastaukset esitettyihin kysymyksiin toimivat perustana tehdyille ratkaisuille koko projektin keston ajan. Yrittäjä Rantalan pyynnöstä vastauksia ei julkistettu, vaan ne jäivät projektiryhmän tietoon.

Määrittelyvaiheen jälkeen päästiin toiseen päävaiheeseen, eli suunnitteluvaiheeseen. Suunnitteluvaihe käynnistyi viikon 47 alussa, jolloin yhdessä Rantalan kanssa valittiin ilmaisten kotisivupalveluiden joukosta sopivimmalta tuntuva vaihtoehto Rakennuspalvelu REM:n käyttöön. Tämän opinnäytetyön luvussa 3 mainittujen kriteerien ja taulukon 1 esittämien ominaisuusvertailujen pohjalta valikoitui palveluntarjoajaksi Nettisivu.org, jonka Rantala katsoi sellaiseksi, jolla hän pystyisi projektin loputtua ylläpitämään sivustoaan. Lisäksi valintaan vaikutti sivuston hyvä muokattavuus muihin kartoituksessa mukana olleisiin palveluihin verrattuna.

Nettisivu.org:n selkeä palvelukuvaus sääntöineen vaikutti myös valintaan. Kiireiselle yrittäjälle on erittäin tärkeää, että palvelussa ei tarvitse haluamiaan toimintoja ja tietoja etsiä liian kauan. Nettisivu.org myös poikkesi muista vertailussa olleista pakollisten mainosten määrässä. Pakollinen mainos ponnahtaa esiin vain vierailtaessa sivuston etusivulla.

Seuraavana toimenpiteenä uuden palveluntarjoajan valinnan jälkeen irtisanottiin palvelusopimus aikaisemman palveluntarjoaja X:n kanssa ja maksettiin sopimuksen mukaiset laskut pois. Tämän jälkeen siirrettiin Rantalan hallussa edelleen olevan verkkotunnuksen ns. nimipalvelimet osoittamaan yrityksen www-sivujen uuden palveluntarjoajan sivustolle. Www-sivuston suunnitteluvaihe kesti palaveriineen aina viikolle 3 (2012) asti, jolloin saatiin sivuston sisällölliset asiat kuntoon viestinnälliset ja asiakaspalvelunäkökohdat huomioiden.

Verkkotunnuksen tiedot		
<b>Verkkotunnus</b>	rakennuspalvelurem	
<b>Tila</b>	Myönnetty	
<b>Voimassaoloaika (kk)</b>	36	
<b>Verkkotunnus on myönnetty</b>	18.12.2010 14:06	
<b>Voimassaoloaika päättyy</b>	18.12.2013 14:06	
<b>Vapautuu haettavaksi</b>	18.1.2014 14:06	
<b>DNSSEC käytössä</b>	Ei	
Haltija		
<b>Yhteisömuoto</b>	Yritys	
<b>Y-tunnus</b>	21348743	
<b>Nimi</b>	Esko Rantala	
<b>Osasto/yhteyshenkilö</b>	Esko Rantala	
Yhteystiedot		
<b>Postiosoite</b>	Pukkilantie 308	
<b>Postinumero</b>	16300	
<b>Postitoimipaikka</b>	Orimattila	
<b>Puhelinnumero</b>	0408225972	
Nimipalvelintiedot		
Nimipalvelin		Tila
ns2.tupakkalakko.com		Toimiva
ns3.tupakkalakko.com		Toimiva
ns1.tupakkalakko.com		Toimiva

KUVIO 14. Rakennuspalvelu REM:n verkkotunnustiedot (Viestintävirasto 2012)

Www-sivuston varsinainen rakentaminen ja toteutus suoritettiin viikkojen 4 ja 5 aikana. Toteutuksen välineinä käytettiin Nettisivu.org:n valmista sivupohjaa, jota muokattiin persoonallisemmaksi ja enemmän Rakennuspalvelu REM:n näköiseksi. Sivustolle grafiikka taustoineen tehtiin ilmaisohjelma GIMP:llä, jota on kehitetty yhdeksi parhaista ilmaisista grafiikka sovelluksista. Sivustosta rakennettiin yleisilmeeltään ja asettelultaan yhtenevä kokonaisuus, joka helpottaa sivustolla navigointia (liite 7).

Toteutuksen loppuvaiheessa sivustoa koekäytettiin testiryhmän toimesta. Testiryhmä oli koottu sukulaisista ja tuttavista. Heidän palautteensa käsiteltiin ja ehdotukset toteutettiin tarpeellisiksi katsomiltamme osin. Www-sivuston virallinen julkaisu toteutettiin viikolla 6, jolloin sivuston ulkoasu, sisältö ja toiminnot olivat yrittäjä Rantalan mukaan kelvolliset edistämään yrityksen liiketoimia. Rantala oli mukana opettelemassa toimenpiteitä sivuston käsittelyssä ja sisällön luomisessa sekä varmuuskopioiden tekemisessä. Sivuston sisältöä sovittiin päivitettävän myöhemmin keväällä 2012, lisäämällä sivustolle yrittäjän hankkimia valokuvia tehdyistä työkohteista.

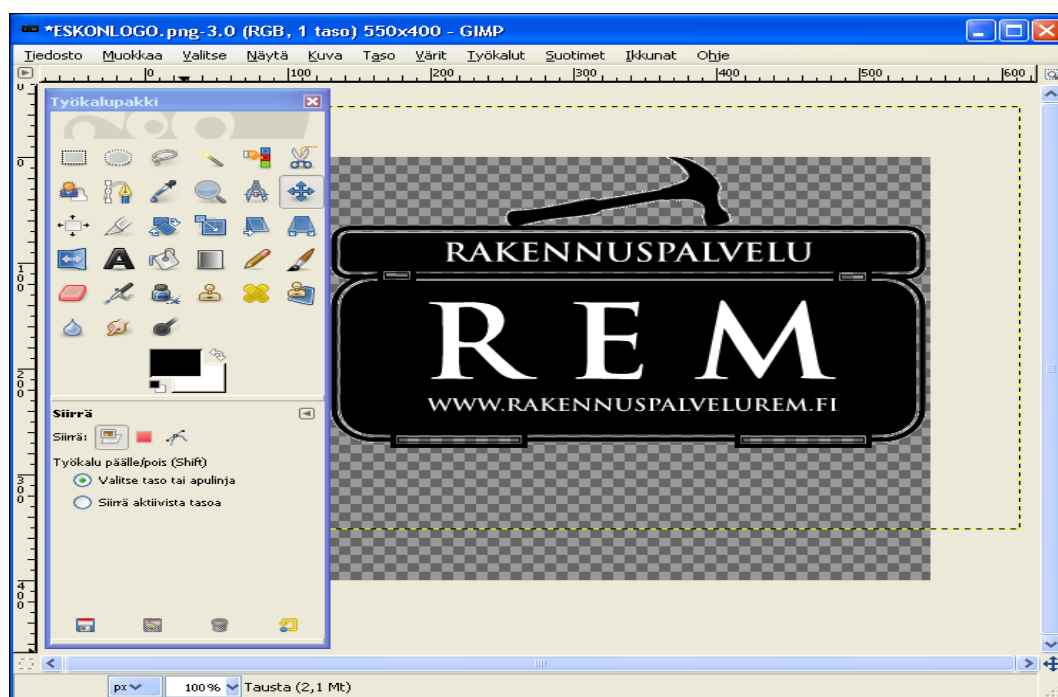
#### 4.5 Projekti liikemerkin suunnittelun osalta

Rakennuspalvelu REM:lle toteutettiin projektin aikana myös oma liikemerkki. Yrittäjä Rantala piti erittäin tärkeänä, että yritykselle saataisiin edustava, yksinkertainen ja yrityksen imagoa hyvin kuvaava merkki, jota voitaisiin hyödyntää www-sivustolla, mahdollisesti lehtimainonnassa, autoteippauksissa jne.

Viikolla 49 alkoi liikemerkin suunnittelu ja mm. selvitystyö siitä, millä välineillä liikemerkki tulotaisiin toteuttamaan. Viikon 48 palaverissa oli alustavasti jo sovittu, että liikemerkin suunnitteluun ja toteuttamiseen ei oteta ulkopuolisia toimijoita mukaan vaan asia hoidetaan Internetistä haettujen tietojen ja mahdollisesti ilmaisten ohjelmistojen turvin. Loppujenlopuksi liikemerkki, joka täytti asetetut kriteerit, löysi ulkomuotonsa vasta viikon 3 loppupuolella monien välivaiheiden ja kahden palaverin jälkeen.

Liikemerkki on verrattavissa henkilökohtaisuudessaan ja persoonallisuudessaan esimerkiksi käyntikortin ulkoasuun, yrityksen tai henkilökohtaisten www-sivujen ulkoasuun. Ulkopuolisen toimijan, tässä tapauksessa opiskelijan, on erittäin vaikea päätellä toimeksiantajan henkilökohtaisia mieltymyksiä esimerkiksi graafisen ulkoasun, fontin tai käytettävän värimaailman suhteen. Tällainen toteutustapa vaatii liikemerkin suhteen lukuisia koevedoksia ja näytekuvioita sekä tekstejä, joista toimeksiantaja saa valita lähinnä omaa ja yrityksensä arvomaailmaa olevat versiot. Näin edeten kohti onnistunutta lopputulosta tavoitteeseen pääsyyn vaadittiin sekä aikaa että hyvää yhteistyötä yrityksen edustajan kanssa.

Kuviossa 15 on esitetty havainnekuva ilmaisesta, kattavasta kuvankäsittelyohjelmasta, jonka käyttäminen vaati jonkin verran totuttelua ja asetusten säätämistä. Ominaisuuksiltaan GIMP on hyvin lähellä alan standardia eli Adobe Photoshopia (Ilmaisojohjelmat.fi 2012.) Tässä projektissa suomenkielisellä GIMP-ohjelmalla suunniteltiin Rakennuspalvelu REM:lle liikemerkin lisäksi www-sivuston taustat, kuvat jne.



KUVIO 15. Projektissa käytetty ilmainen grafiikkaohjelma GIMP

#### 4.6 Projekti lehtimainonnan osalta

Selvitystyö lehtimainonnan osalta aloitettiin viikolla 4. Ensimmäisenä toimenpiteenä selvitettiin yrittäjä Rantalan kanssa valikoitujen sanoma- ja ilmaisjakelulehtien ilmoitushinnastoja siltä osin kuin Internetin avulla tietoa oli saatavilla. Valikoiduista lehdistä lähempään tarkasteluun otettiin kaksi: Etelä-Suomen Sanomat ja Orimattilan Seutulehti. Näiden lehtien levikki ei aivan yllä Rakennuspalvelu REM:n koko toiminta-alueelle, mutta projektipalaverissa päätettiin näillä lähteä liikkeelle ja kerätä havaintoja mahdollisten jatkotoimenpiteiden varalle.

Rakennuspalvelu REM:llä ei ollut aikaisempaa kokemusta eikä materiaalia lehtimainontaa varten, joten malliesimerkkien kautta lähdettiin projektin tässäkin vai-

heessa liikkeelle. Yritykselle luodun liikemerkin käyttö lehtimainonnassa osoitautui yrittäjä Rantalan mielestä suhteellisen kalliiksi, joten päätettiin jättää liikemerkin käyttö vain Internet sivustolle ja mahdollisiin autoteippauksiin.

Etelä-Suomen Sanomat oli ensimmäinen lehtivalinta, josta ilmoitusten hintoja kartoitettiin. Kartoituksen alkuvaiheessa selvisi, että hinnat ovat tasolla, jolla kyseeseen tulisi vain ilman kuvaa olevat vaihtoehdot. Huolimatta pienelle yritykselle kalliista ilmoitushinnastosta päädyttiin ratkaisuun, jossa Rantalan ilmoitus julkaistaisiin ”Osta & Myy” rivi-ilmoituspalstalla, työsuorituksia osiossa (liite 4).

Etelä-Suomen Sanomia julkaisevan Mediatalo ESA:n Internet sivuston mukaan lehti on Lahden markkina-alueen luetuin lehti ja se tavoittaa heidän mukaansa joka päivä eri-ikäiset ja erilaisissa elämänvaiheissa olevat päijäthämäläiset, myös yrittäjät ja päättäjät. Lehden rakenne ja erilaiset teemasisällöt mahdollistavat viestin kohdentamisen juuri oikealle yleisölle. Lehden levikkialue suhteellisen sopivan alueen Rakennuspalvelu REM:n näkökulmasta. Alueeseen kuuluvat: Lahti, Hollola, Asikkala, Nastola, Orimattila, Artjärvi, Kärkölä, Hämeenkoski ja Padasjoki (Mediatalo ESA 2012.) Valtakunnallisesti mitattuna Etelä-Suomen Sanomat on lukijamäärältään 8. suurin sanomalehti Suomessa. Lukijamääräksi ilmoitetaan TNS Gallup Oy:n toteuttamassa tutkimuksessa 125 000. (Kansallinen mediatutkimus 2012).

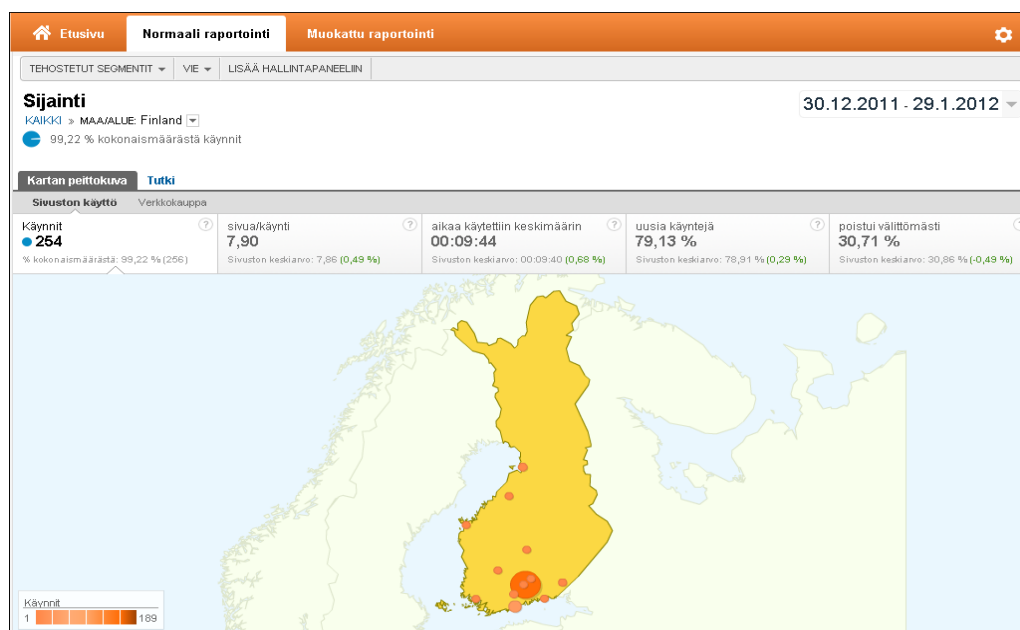
Toiseksi lehtivalinnaksi valikoitunut Orimattilan aluelehti kuuluu kaikki Lahden ympäristökunnat kattavaan kaupunkilehtiketjuun nimeltä Seutuneloset. Ketjuun kuuluvat lehdet jaetaan jokaiseen talouteen ilmestymispaikkakunnillaan. Orimattilan aluelehti jaetaan myös Artjärvelle, Pukkilaan ja Myrskylään. Kaikkien ketjuun kuuluvien aluelehtien yhteinen jakelumäärä on lähes 40.000 kappaletta. Seutunelosten pääpaikka on Hollolassa ja kustantajana toimii Esan Paikallislehdet Oy, joka kuuluu Esa-konserniin (Mediatalo ESA 2012.)

Rakennuspalvelu REM:n kannalta katsottuna Orimattilan aluelehden ilmoitushinnoittelu osoittautui hieman pienyrittäjäystävällisemmäksi, joten yrittäjä Rantalalle luotiin kaksi varteenotettavaa vaihtoehtoa harkittavaksi (liitteet 5 ja 6).

## 4.7 Projektilla saavutetut tuotokset

Projektilla saavutetut konkreettiset tuotokset olivat Rakennuspalvelu REM:lle suunnitellut ja toteutetut www-sivut, liikemerkki ja lehtimainontaa varten tehdyt julkaisumallit. Projektilla saavutettuihin tuotoksiin voidaan myös laskea yrittäjä Rantalalle tehty ohjeistus www-sivuston ylläpidosta, vertailu käyttökelpoisista, ilmaisista kotisivupalveluntarjoajista (4 kpl.) sekä kriteerit ko. palvelun valintaan mikroyrityksen kannalta.

Rakennuspalvelu REM halusi myös lisätietoa sivustolla vierailijoista. Käyttöön valjastettiin hakukone-jätti Googlen tarjoama ilmainen ratkaisu: Google Analytics (kuvio 16). Se on Googlen verkkosivuston mukaan tasoltaan täysin sopiva yritysten käyttöön antaen tarkkoja tietoja mm. verkkosivuston liikenteestä, kävijämäärästä, kävijöiden käyttämistä hakusanoista jne. (Google 2012).



KUVIO 16. Google Analytics:n tarjoamaa tietoa Rakennuspalvelu REM: www-sivuilta

Google Analytics työkalun käyttöön ottoon tarvittiin vain lyhyt koodin lisäys seurantaan haluttaville yrityksen sivuille. Koodin lisääminen sujui helposti Internetistä löytyvien ohjeiden avulla ja yrittäjä Rantalalle luotiin ns. Google-tili, joka mahdollisti tietojen seuraamisen ja analysoinnin yrityksen näkökulmasta. Google Analytics koettiin heti alussa toimivaksi ilmaiseksi ratkaisuksi.

Näytä: Kaupunki Muu		Toissijainen mittasuhte: Verkkotunnus		tehostettu		Näytä: 1-10 / 28	
Kaupunki	Verkkotunnus	Käynnit	sivuaikaynti	aikaa käytettiin keskimäärin	uusia käyntejä	poistui välittömästi	
1. Lahti	elisa-laajakaista.fi	167	9,99	00:13:43	78,44 %	17,96 %	
2. Helsinki	si-laajakaista.fi	24	1,96	00:01:20	79,17 %	87,50 %	
3. Lahti	unknown.unknown	13	6,77	00:02:37	100,00 %	7,69 %	
4. Helsinki	elisa-mobile.fi	7	1,43	00:00:11	71,43 %	85,71 %	
5. Helsinki	inet.fi	5	3,00	00:00:44	80,00 %	60,00 %	
6. Lahti	inet.fi	5	2,40	00:00:32	100,00 %	40,00 %	
7. Oulu	dnainetnet.fi	4	2,00	00:00:52	75,00 %	75,00 %	
8. Hyvinkää	inet.fi	3	1,33	00:00:02	100,00 %	66,67 %	
9. Lappeenranta	kymp.net	3	2,00	00:00:16	33,33 %	33,33 %	
10. Lahti	dnainetnet.fi	2	12,50	00:20:11	0,00 %	0,00 %	

Näytä rivit: 10 Siirry: 1 1-10 / 28

© 2012 Google | [Analytics-etusivu](#) | [Käyttöehdot](#) | [Tietosuojakäytäntö](#) | [Ota yhteyttä](#) | [Lähetä palautetta](#)

KUVIO 17. Google Analytics:n tietoja Rakennuspalvelu REM:n www-sivuilla vierailijoista

Rakennuspalvelu REM:n toimivat, kevyet ja helposti päivitettävät www-sivut ovat käytössä ja toimivat suunnitellusti. Yrittäjä Rantala opetteli tavoitteiden mukaisesti sivujen päivitystehtävät, grafiikkaohjelma GIMP:n käytön tarvittavilta osin sekä toimintaan kuuluvat varmuuskopioiden tekemiset liittyen www-sivujen sisältöön. Yrityksen www-sivut ovat toiminnassa ja yrittäjä Rantala ylläpitää sivustoa. Sivuston perinteisen etusivun korvaa ns. ”sisäänheittosivu”, jonka avulla vähennettiin esiin ponnahtavat mainokset minimiin sekä tavoiteltiin vierailijan sivuillaviipymisajan pidennystä ja mielenkiinnon herättämistä sivustoa kohtaan.

RAKENNUSPALVELU  
REM

Tärkeä viesti

Tykkää Yksi tykkäys. Rekisteröidy ja näe, mistä kaversi tykkäävät.

ÄLÄ TURHAAN TUSKAILE  
REMONTTIASIOIDEN  
KANSSA!

- SUUNNITELLAAN YHDESSÄ -  
- ME HOIDAMME TOTEUTUKSEN -

OTA YHTEYTTÄ ALAN  
AMMATTILAISEEN!

KLIKKAA JA  
TUTUSTU  
PALVELUJHIMME

Navigaatio

Etusivu  
Yritys  
Työkohdekuvia  
Palvelut

Palautteet  
Yhteystiedot

Rakentaja.fi  
Korjaustieto.fi  
Kotitalousvähennys

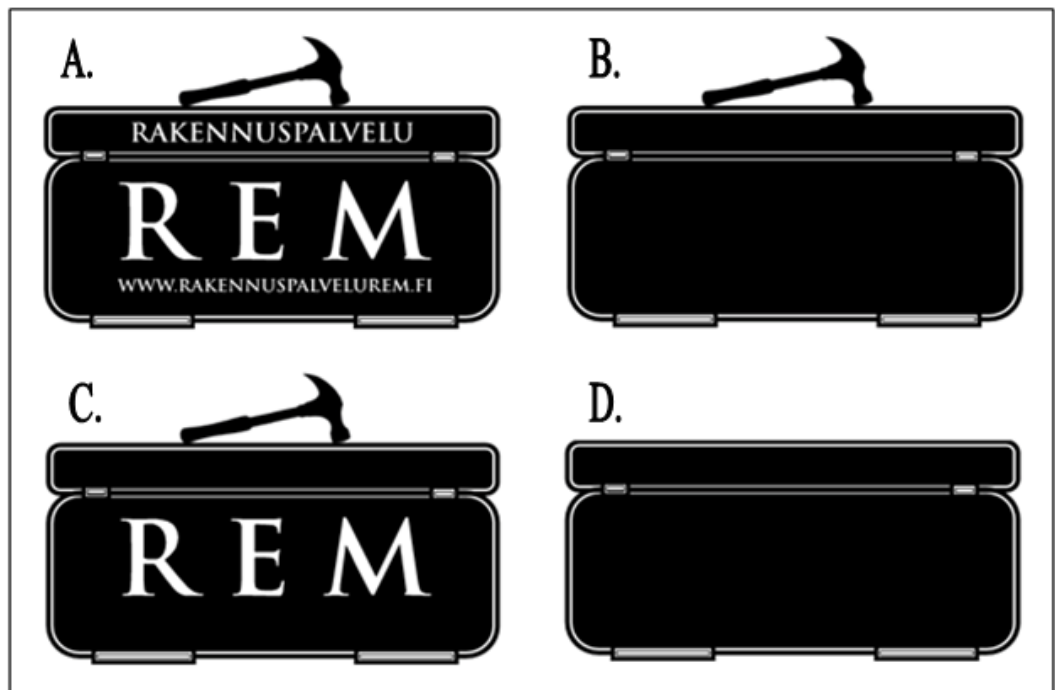
Rakennuspalvelu  
REM

Pukkilantie 308  
16300 Orimattila  
puh. 040 822 5972

KUVIO 18. Rakennuspalvelu REM:n ”sisäänheittosivu” osoitteessa:

<http://www.rakennuspalvelurem.fi>

Projektin tuotokset liikemerkin osalta olivat 4 erilaista versiota eri käyttötilanteita varten. Eri käyttötilanteisiin sopivat versiot olivat kuviossa 19 esitetyt vaihtoehdot, jotka sopivat käytettäväksi mm. www-sivustolla, lehtimainonnassa sekä esimerkiksi autoteippauksissa. Liikemerkissä on kuvattuna yrityksen toimialalle tyyppillinen ”työkalupakki”. Työkalupakin päällä oleva kirvesmiehenvasara kuvaa yrityksen ammattitaitoa ja jämäkkyyttä työasioissa. Vasara kuvaa nimenomaan asennetta ja luotettavuutta. Väreiksi valittiin musta ja valkoinen. Käytetyksi fontiksi eli kirjasinlajiksi valittiin Trajan Pro Bold-fontti.



KUVIO 19. Rakennuspalvelu REM:n liikemerkit eri käyttötilanteisiin

Liikemerkkivaihtoehto A. on suunniteltu käytettäväksi yrityksen auton tarroituksessa. Kooltaan suurempina auton sivuille ja pienemmässä koossa auton taka-oveen sekä nokkapeltiin. Vaihtoehto B:n pääasiallinen käyttöympäristö on yrityksen www-sivusto. Vaihtoehto C. on suunniteltu käytettäväksi käyntikorteissa ja vaihtoehto D. lehtimainonnassa. D. vaihtoehdosta jää kirvesmiehenvasara pois ja tekstit käyttöön vakioidulla Trajan Pro Bold-fontilla tulevat ”työkalupakin” sisälle. Tämä siksi, että pienelläkin tilansäästöllä lehtimainoksen kustannuksia on mahdollista karsia.

## 5 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää mikrokokoisen yrityksen mahdollisuuksia saada liiketoiminnalleen paremmat lähtökohdat ja paremmat selviytymismahdollisuudet viestinnän ja markkinoinnin keinoin.

Case-yritys toimii rakennus- ja remontointialalla, jolla kilpailu asiakkaista ja työtilaisuuksista on erittäin kovaa. Selvitäkseen yrityksen on kyettävä tekemään olemassaolostaan ja toiminnastaan mahdollisimman näkyvää ja helposti tavoitettavaa. Yrityskoosta riippumatta yrityksen perustehtävä on toimia kannattavasti ja tuottaa omistajalleen voittoa. Isommilla yrityksillä viestinnän, tiedottamisen ja markkinoinnin hoitaa usein sitä varten palkattu henkilöstö ko. toimintaan varatuin määrärahoihin, kun taas mikrokokoisen yrityksen vastaavat asiat hoitaa yleensä yrittäjä itse, ehtiessään. Omalle työlle ei pienyrittäjä laske hintaa, kun on kyseessä yrityksen näkyvyyden parantaminen.

Opinnäytetyössä kartoitettiin case-yrityksen toimeksiannosta Internetistä löytyviä ilmaisia keinoja yrityksen paremman tavoitettavuuden ja näkyvyyden takaamiseksi. Tässä tehtävässä onnistuttiin toimeksiantajan mielestä hyvin. Onnistumista tosin hieman varjosti vertailussa olleiden ilmaisten kotisivupalveluntarjoajien niukka tiedottaminen liittyen esimerkiksi palvelun ylläpitäjän osoitetietoihin ja tukipalvelujen toimivuuteen.

Yritykselle www-sivustoa tekevälle on tärkeää, että palveluntarjoajat toimisivat ns. läpinäkyvästi. Kaikki osoitetiedot puhelinnumerosta ylläpitäjän toimipaikan osoitteeseen ja suora osoite käyttötukipalveluun tulisivat olla selkeästi esillä. Projektin edetessä ilmaiset palvelut osoittautuivat toimiviksi, mutta luotettavuuden eteen niillä on vielä mielestäni paljon tekemistä. Yleisesti ottaen kaikki vastuu näiden palvelujen käytössä sälytettiin asiakkaalle, joten esimerkiksi varmuuskopioiden tekeminen oman www-sivuston sisällöstä kannattaa aloittaa heti itse.

Ilmaisten kotisivujen lisäksi case-yritykselle luotiin oma liikemerkki. Näin yrityksen on helpompi erottautua samalla alalla toimivista yrityksistä viestinnän ja markkinoinnin suhteen ja saada mahdollinen asiakas kiinnostumaan yrityksestä

”korotetun profiilin” ansiosta. Liikemerkin tekemiseen ei käytetty ulkopuolista apua, vaan työ suoritettiin Internetistä ladatulla ilmaisella grafiikkaohjelmalla nimeltään GIMP. Case-yrityksen edustaja Rantala opetteli ohjelman käyttöä ja kehui mm. ohjelman suomenkielistä käyttöliittymää helpohkoksi ja monipuoliseksi.

Yrityksen liikemerkillä varustettu mainos sanomalehdessä osoittautui mikroyritykselle suhteellisen kalliiksi ratkaisuksi. Päädyttiin ratkaisuun, jossa saatiin aikaiseksi valmiit mainospohjat (mallit) mahdollisesti tulevaisuudessa toteutettaviin kuvallisiin lehtimainoksiin. Ns. ilmaisjakelulehdissä kuvallisen mainoksen hinnat olivat halvimmillaankin n. 50€/kerta. Alun alkaenkin lehtimainonnan tarkoitus oli toimia vain ponnahduslautana yrityksen uuden www-sivuston lanseeraamisessa asiakkaiden tietoisuuteen. Päätettiin julkaista kahdessa paikallisesti jaettavassa lehdessä tekstimuotoiset yrityksen mainokset varustettuina uuden www-sivuston osoitteella. Www-sivuston kävijämäärästä otaksuen tämä oli toimiva ratkaisu.

Yrityksen liikemerkki tuli käytettäväksi www-sivustolla ja mahdollisesti tulevaisuudessa myös Rantalan työajossa käyttämä pakettiauto saa yrityksen liikemerkein varustetut tarrat. Orimattilassa toimiva mainosalanyritys Jopimainos teki Rantalalle tarjouksen tarrojen tekemisestä ja tarrat autoon toteutunee kesällä 2012.

Projektin päätavoitteet toteutuivat. Tuotoksien toimivuuden varmistamiseksi jatkossakin yrittäjä Rantala sai selkeän kirjallisen ohjeistuksen mm. www-sivujen päivitykseen ja ylläpitoon sekä opastuksen GIMP-grafiikkaohjelman käyttöön.

Ilmaista kotisivupalvelua yrityksen www-sivuston luomiseen käytettäessä kannattaa pysähtyä miettimään, mitä ilmaisen palvelun valinta viestii yrityksen asiakkaille ja mahdollisesti myös kilpailijoille. Ilmaisuus itsessään ei pois sulje sivuston toimivuutta. Sivuston modifiointi yrityksen persoonalliseksi näyteikkunaksi asiakkaiden suuntaan saattaa kuitenkin osoittautua haasteelliseksi. Kuka tahansa pienyrittäjä voi ottaa hyödyn irti tämänkaltaisesta ilmaisuudesta, kunhan muistaa kiinnittää huomiota tässäkin opinnäytetyössä mainittuihin asioihin.

## LÄHTEET

### **Painetut lähteet:**

Innanen, A. & Saarimäki, J. 2009. Internet-oikeus. Helsinki: Edita Publishing Oy

Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY

Korpela, J.K. & Linjama, T. 2005. WEB-suunnittelu. Porvoo: WS Bookwell Oy

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan: Helsinki: WSOY

Otala, L. & Pöysti, K. 2008. Wikimaniaa yrityksiin – Yritys 2.0 tuottamaan. Porvoo: WS Bookwell Oy

Silfverberg, P. 2007. Ideasta projektiksi. Helsinki: Edita Publishing Oy

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

### **Elektroniset lähteet:**

Google Analytics. Ilmainen verkkoanalyysityökalu. [viitattu 30.1.2012]. Saatavissa: <http://www.google.com/intl/fi/analytics/index.html>

Kansallinen Mediatutkimus KMT 2012. Kansallinen mediatutkimus. [viitattu 29.1.2012]. Saatavissa:

<http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT%20Lukija%20-tiedote%20syyskuu%202011.pdf>

KvaliMOTV 2012. Toimintatutkimus. [viitattu 30.1.2012]. Saatavissa:

[http://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/kvali/L5\\_4.html](http://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/kvali/L5_4.html)

Laki tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta 5.6.2002/458. [viitattu 12.1.12].

Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2002/20020458>

Mediatalo ESA 2012. Yritysassiakkaan mediatietopalvelu. [viitattu 29.1.2012].

Saatavissa: <http://www.mediataloesa.fi/mediatiedot>

Nettisivu.org. 2012. Ilmainen kotisivupalvelu. [viitattu 18.1.2012]. Saatavissa:

<http://nettisivu.org>

Routio, P. 2007. Ammattientiede. Tuotteiden ja palvelujen tutkimus ja kehittäminen. Internet-painos 28.5.2007. [viitattu 30.1.2012]. Saatavissa:

<http://www2.uiah.fi/projects/metodi/kirja.doc>

Sivut.in. 2012. Ilmainen kotisivupalvelu. [viitattu 18.1.2012]. Saatavissa:

<http://sivut.in>

Suntuubi.com. 2012. Ilmainen kotisivupalvelu. [viitattu 18.1.2012]. Saatavissa:

<http://suntuubi.com>

TIEKE. Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. 2012. [viitattu 14.1.2012]. Saatavissa:

[http://www.tieke.fi/julkaisut/oppaat\\_yrityksille/kuusi\\_ensiaskelta\\_tietotekniikan](http://www.tieke.fi/julkaisut/oppaat_yrityksille/kuusi_ensiaskelta_tietotekniikan)

*TIVIT Oy. 2012. [viitattu 12.1.2012]. Saatavissa:*

<http://www.tivit.fi/fi/flexibleservices>

Tilastokeskus. 2012. [viitattu 2.1.2012]. Saatavissa:

[http://www.stat.fi/til/aly/2011/02/aly\\_2011\\_02\\_2011-10-20\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/aly/2011/02/aly_2011_02_2011-10-20_tie_001_fi.html)

Työterveyslaitos 2012. [viitattu 2.1.2012]. Saatavissa:

<http://www.ttl.fi/fi/toimialat/pienyriytykset/Sivut/default.aspx>

Viestintävirasto 2012. Verkkotunnusten hallinta [viitattu 26.1.2012]. Saatavissa:

<https://domain.fi/s/FI/DomainNameSearch/FullSearch>

Webbisivu.com. 2012. Ilmainen kotisivupalvelu. [viitattu 18.1.2012]. Saatavissa:

<http://webbisivu.com>

Yrittäjät.fi 2012. Vie liiketoimintasi verkkoon. [viitattu 3.2.2012]. Saatavissa:

[http://www.yrittajat.fi/yristystoiminnanabc/liiketoiminta\\_verkkoon](http://www.yrittajat.fi/yristystoiminnanabc/liiketoiminta_verkkoon)

# LIITTEET

## LIITE 1

Kaksi esimerkkiä Internetissä toimivan ilmaisen kotisivupalvelun suoramarkkinoinnista.

19.03.11, 00:02 [#1 \(linkki\)](#)

**.fi "harjoittelutyönä kotisivut ilmaiseksi"- kampanja**

**nimimerkki**

Rekisteröitynyt: 10/2007  
Viestejä: 53

Sain tänään töihin soiton, ja joku esittäytyi etu- ja sukunimellä. Hän kertoi että haluaisi tehdä työharjoitteluna yritykselle ilmaiseksi nettisivut. Ajattelin että sepä hienoa, ja kinnostuin. Aloimme jo suunnitella sivujen toteutusta, kunnes tuli hinnan aika. Kuulemma noin 30€ kuukaudessa ja domainin rekisteröinti 80€. Kysyin häneltä että miten voisi tulla yksinkertaisista sivuista noin kalliiksi, kun eihän sellainen maksa kuin 50-150€ vuodessa. Sitten hän kysyi minulta, että saanko muka tuohon hintaan valmiit nettisivut. Minä kysyin sen jälkeen häneltä, että miten ilmainen harjoittelutyö voi yhtäkkiä maksaa, vaikka puhelun alussa painotettiin että sivut tehdään ilmaiseksi. Nuori nainen alkoi siellä jo hieman änkyttää ja selvästikin hermostua siitä, että olin kuitenkin hieman perillä asioista. Jatkoin kysymysten pommittamista, ja selvisi että referenssi töitä voisin käydä katsomassa .fi sivustoilta, että hän ei loppujen lopuksi itse tekisikään sivuja vaan joku kolleaa. Ja että mikäli ottaisiv sivut, olisi sopimus määräaikainen (12kk). En huomannut kysyä suoraan että edustaako hän virallisesti .fi sivustoja, mutta jäi vahva käsitys että edusti. Luonnollisesti jätin "tilaisuuden" käyttämättä. Vahva fiilis jäi koko sekavasta puhelusta.

[Siirry alas](#)

**.fi kiertää kaukaa**

Hyvät yrittäjät..kun alatte etsimään itsellenne www sivujen tekijää oli sitten kyseessä isot tai pienet sivustokokonaisuudet ja ehkä verkkokauppa trns niin välttää .fi kaltaisia sivustoja. Noista palvelun tarjoajista ei teille jää kuin . Eräs puolituttu ystäväni oli käyttänyt ko sivustoja ja ostanut 2v sitten hetvalmis palvelun (https://www. .fi/hetvalmis/) Hän oli saanut kyseisen palvelun edullisesti muutamalla kymppillä kun oli aloittanut liiketoiminnan ja oli sillä hetkellä ollut opiskelija. Nyt muutama kuukausi sitten oli tullut aika maksaa uusi palvelumaksu ja joka sitten ei ollutkaan enään ihan pieni "vuosimaksu" siitä että oli saanut valmiissivupaketin ja omaksi ilokseen huomannut että kyseisiä sivuja ei edes google tuntenut. Sopimuksen purkaminen ei ollut mahdollista vaan maksu on pakko maksaa jos haluat ettei asia mene oikeuteen. Myös palveluun kirjautumisten tunnukset eivät koskaan tulleet asiakkaalle perille. Milläs sitten päivität sivuja itsekkään kun ei ole tunnuksia palveluun. Kannattaako siis maksaa 592€ + 21,17 €kk siitä että sinulla on nettisivut joille kukaan ei eksey etkä itse pysty niille tekemään mitään. :)

Eli alkää siis koskaan tehdä näin. :)

Tässä alla hinnasto ko palvelusta..

Hukan . vertailemalla saat ihan oman palvelin tilan vastaavilla ominaisuuksilla joista maksat vuodessa vain muutamia kymppejä. Eli ei useita satasta niin kuin .fi palvelussa. (592€)

[Freeartists](#)

## LIITE 2

Yrittäjälle esitetyt yleiset yrityksen toimintaan liittyvät kysymykset.

### Yleiset kysymykset:

1. Mikä on yrityksen ydintehtävä?
  - Mitä yritys myy? Mitä asiakas saa yritykseltä?
2. Millaisia asiakkaita yritys tavoittelee?
  - Kenelle yrityksen palvelu/tuote on tarkoitettu?
3. Mikä on yrityksen valtti kilpailijoihin nähden?
  - Miten yritys erottautuu kilpailijoistaan?
4. Mikä on yrityksen asiakkaalle tuottama hyöty?
  - Mitä yritys voi luvata asiakkailleen? (esim. ajansäästö, rahallinen säästö jne.)
5. Miten yritys vakuuttaa asiakkaansa?
  - Minkälaisen takuun yritys antaa palvelustaan asiakkaalle?

## LIITE 3

Yrittäjälle esitetyt www-sivustoon liittyvät kysymykset.

### Www-osio:

1. Yrityksen www- sivuston tarpeellisuuden perustelut?
  - Tarkoitus ja tavoite.
2. Käytännön toimenpide, johon www-sivulla tähdätään?
  - Esim. yhteydenotot jne.
3. Kuinka em. toimenpide voidaan toteuttaa?
  - esim. www-lomake, sähköposti jne.
4. Yrityksen www-sivujen ydinviesti?
  - Mitä? Kenelle? Miksi?
5. Mitkä palvelut ja tuotteet yrityksen www-sivuilla esitellään?
  - Millä tarkkuudella yritys tuotteistaan ja palveluistaan kertoo
6. Yrityksen perustarpeet sivuston rakenteeksi?
  - esim. Etusivu, Yritys, Yhteystiedot jne.
7. Yrityksen täsmennetty toimintakehotus www-sivustolla kävijälle?
  - Täsmällinen tavoite, joka halutaan asiakkaan suorittavan sivustolla.

## LIITE 4

### Rakennuspalvelu REM:n ilmoitus Etelä-Suomen Sanomien Osta & Myy rivi-ilmoituksena

Ilmoituksesi Etelä-Suomen Sanomissa näyttää tältä:			
<b>Rakennuspalvelu REM</b> <b>Isot ja pienet remontit vuosien kokemuksella</b> <b>p. 040 822 5972</b> <b>www.rakennuspalvelurem.fi</b>			
<hr/>			
<b>3. Tarkista ilmoituksesi koko- ja hintatiedot:</b>			
Pvm 25.02.2012	Julkaisu ETELÄ-SUOMEN SANOMAT	Osasto Osta & Myy	Alaosasto TYÖSUORITUKSIA
Ilmoituksen koko:		<input type="text" value="1"/> <input type="text" value="6"/>	
		* leveys palstoina ja korkeus riveinä	
Oikotie-kohteiden lukumäärä:		Ilmoitustasi ei julkaista Oikotiellä.	
Yhteensä: Hinta yhteensä sis. ALV:		<input type="text" value="20.00"/>	
Veroton hinta		<input type="text" value="16.26"/>	
ALV		<input type="text" value="3.74"/>	

## LIITE 5

Rakennuspalvelu REM:n ilmoitus vaihtoehto 1 Orimattilan Seutu ilmaisjakeluleh-  
teen

**Ilmoituksesi on nyt valmis tarkistettavaksi**

Tarkista valmis ilmoituksesi, **KLIKKA A TÄSTÄ** .

Tiedosto on pdf-muodossa, lataa tarvittaessa [Adobe Reader](#) .



**RAKENNUSPALVELU REM**  
Kokemusta ja ammattitaitoa  
p.040 822 597 2789  
[www.rakennuspalvelurem.fi](http://www.rakennuspalvelurem.fi)

**Miltä ilmoitus näyttää?**

Jos olet tyytyväinen ilmoitukseen, siirry valitsemaan julkaisuaika. Jos ilmoituksessa on mielestäsi vielä jotain parannettavaa, siirry takaisin ilmoituksen muokkaukseen. **Huomi!** Ilmoituksesi lehdessä saattaa olla värisävyyiltään ja tummuusasteeltaan hieman poikkeava painoteknisistä syistä.

**HUOM!** Mikäli ilmoituksen kuva ei vastaa luomaasi ilmoitusta, **päivitä** sivua.

**ILMOITUKSESI**

Hinta <b>50€ +alv</b>
Korkeus <b>25</b> pmm.
Palstat <b>2</b>

Ilmoituksen hinta per palstamillimetri on 1 € +alv.

**HUOM!**  
**TARKISTA TEKSTISI JA YHTEYSTIETOSI HUOLELLISESTI, EMME VOI KORJATA ILMOITUSTASI JÄLKIKÄTEEN!**

[<< Palaa muokkaukseen](#) [Siirry eteenpäin >>](#)

## LIITE 6

Rakennuspalvelu REM:n ilmoitus vaihtoehto 2 Orimattilan Seutu ilmaisjakeluleh-  
teen

### Ilmoituksesi on nyt valmis tarkistettavaksi

Tarkista valmis ilmoituksesi, **KLIKKAA TÄSTÄ**.

Tiedosto on pdf-muodossa, lataa tarvittaessa [Adobe Reader](#).

**RAKENNUSPALVELU REM**  
p.040 822 597 2789  
[www.rakennuspalvelurem.fi](http://www.rakennuspalvelurem.fi)

### Miltä ilmoitus näyttää?

Jos olet tyytyväinen ilmoitukseen, siirry valitsemaan julkaisu-aika. Jos ilmoituksessa on mielestäsi vielä jotain parannettavaa, siirry takaisin ilmoituksen muokkaukseen. **Huom! Ilmoituksesi lehdessä saattaa olla värisävyyiltään ja tummuusasteeltaan hieman poikkeava painoteknisistä syistä.**

**HUOM!** Mikäli ilmoituksen kuva ei vastaa luomaasi ilmoitusta, **päivitä** sivua.

#### ILMOITUKSESI

Hinta **14€ +alv**

Korkeus **14** pmm.  
Palstat **1**

Ilmoituksen hinta per palstamillimetri on 1 € +alv.

**HUOM!**  
**TARKISTA TEKSTISI JA YHTEYSTIETOSI HUOLELLISESTI, EMME VOI KORJATA ILMOITUSTASI JÄLKIKÄTEEN!**

[<< Palaa muokkaukseen](#)

[Siirry eteenpäin >>](#)

