

POGOSTICK failure

Brändin vahvistaminen www-sivujen uudistamisella

Opinnäytetyö
Salla Jaatinen

Viestinnän koulutusohjelma
Graafinen viestintä
Kuopion Muotoiluakatemia
Savonia-ammattikorkeakoulu
2012

POGOSTICK failure

Brändin vahvistaminen www-sivujen uudistamisella

Salla Jaatinen

Opinnäytetyö

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma Viestinnän koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Salla Jaatinen	
Työn nimi POGOSTICK failure - Brändin vahvistaminen www-sivujen uudistamisella	
Päiväys 5.4.2012	Sivumäärä/Liitteet 68/9
Ohjaaja(t) Jouni Valtonen, Heli Reinikainen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Avoin yhtiö K+R concept / POGOSTICK failure, Emmi Korhonen ja Minna Rytönen	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön aiheena oli uudistaa asiakkaan www-sivut. Uudistuksen taustalla oli asiakkaan tarve, ja työn tarkoituksena yrityksen brändin vahvistaminen. Työskentelyn metodina oli toimintatutkimus, jossa työn tekijä ensin selvitti työn lähtötilanteen, määritteli toimintamallin tavoitteisiin pääsemiseksi ja keräsi palautetta toiminnasta. Palautteen kautta työn tekijä havaitsi toimintaansa ja jatkoi suunnittelua.</p> <p>Lähtökohtina työn toteutukselle toimivat asiakkaan aiemmat www-sivut, asiakkaan mainitsemien kilpailijoiden sivustot sekä ideointipalaverit. Niiden pohjalta työn tekijä suunnitteli www-sivujen uudistuksen, joka käsitti ulkoasun, sisällön ja rakenteen kehittämisen.</p> <p>Opinnäytetyöprosessin lopputuotoksena syntyi uusi web-sivusto, joka vastasi asiakkaan tarpeeseen ja täytti määritellyt tavoitteet. Lopuksi työn tekijä suunnitteli, kuinka ohjeistaisi asiakasta opinnäytetyön jälkeisenä aikana web-sivujen ylläpitämistä ja jatkopäivitystä varten.</p>	
Avainsanat www-suunnittelu, www-sivut, ulkoasusuunnittelu, html, css, hakukoneoptimointi	

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree programme in Design			
Author(s) Salla Jaatinen			
Title of Thesis POGOSTICK failure – Strengthening the brand through website renewal			
Date	2012/4/5	Pages/Appendices	68/9
Supervisor(s) Jouni Valtonen, Heli Reinikainen			
Client Organisation /Partners Avoin yhtiö K+R concept / POGOSTICK failure, Emmi Korhonen and Minna Rytönen			
<p>Abstract</p> <p>The subject of the final project with thesis was to renew a customer's website. The renewal was based on the customer's needs and aimed at strengthening the company's brand. The method used in the process was action research. According to the method, the author's primary action was to clarify the starting point for the project. Secondly, the author defined approaching methods to reach the goal. The author then gathered feedback from the customer, reflecting it with the actions and thereby amending the design process.</p> <p>The background for the implementation was formed with the help of the customer's existing website, competitors' websites and informal creative meetings. Based on the background research the author designed the website renewal which involved the development of the layout, content and structure of the website.</p> <p>As a result of the process, a new website was created. The new website fulfilled the customer's needs and reached the objectives. Furthermore, the author planned on how to give instructions to the customer in the future on maintaining and updating the new website.</p>			
<p>Keywords web design, website, layout design, html, css, search engine optimization</p>			

Sisälllys

1 JOHDANTO	11		
1.1 Aiheen valinta	11		
1.2 Tavoitteiden määrittely	12		
1.3 Työskentelymenetelmät ja tutkiva ote	12		
1.4 Aikataulus	14		
2 Opinnäytetyön lähtökohdat	15		
2.1 Asiakas / POGOSTICK failure	15		
2.2 Toimeksianto	16		
2.3 Kohderyhmien määrittely	17		
2.4 Työhön tarvittavat resurssit	17		
3 Työn tietoperusta	19		
3.1 Vanha www-sivusto	19		
3.2 Kilpailijat	22		
3.3 Opinnäytetöihin ja kirjallisuuteen tutustuminen	34		
4 Suunnitteluprosessin vaiheet	35		
4.1 Tiedonhankinta	35		
4.2 Ideointi	35		
4.2.1 Ulkoasun ideointi	35		
4.2.2 Sisällön ja rakenteen ideointi	38		
4.3 Työskentely	44		
4.3.1 Ideoiden jatkotyöstö	44		
4.3.2 Väliaikainen sivu	44		
		4.3.3 Typografian valitseminen	46
		4.3.4 Lopullinen ulkoasu	47
		4.3.5 Studiokuvauspäivä	49
		5 Tekninen toteutus	51
		5.1 Hakukoneoptimointi	51
		5.2 Kuvamateriaalin tuottaminen ja käsittely	51
		5.3 Ohjelmointi	52
		5.4 Sivuston testaus	53
		6 Lopputuotokset	54
		6.1 Valmiit uudet www-sivut	54
		6.2 Sivuston päivittämisen ohjeistuksen suunnittelu	58
		7 Pohdinta ja tulosten arviointi	59
		Kuvaluettelo	61
		Aineisto	65
		Lähteet	66
		Liite 1 Palaverimuistio 25.1.2012	
		Liite 2 Palaverimuistio 7.2.2012	
		Liite 3 Uuden www-sivuston lähdekoodia (HTML)	
		Liite 4 Ote uuden www-sivuston css-tyylitiedostosta	
		Liite 5 Työsuunnitelmavaiheen aikataulu	

1 // JOHDANTO

1.1 Aiheen valinta

Opinnäytetyönäni suunnittelin ja toteutin kuopiolaiselle vaate- ja asustemerkillle POGOSTICK failurelle uudet www-sivut. Uudistus koski kokonaisvaltaisesti koko sivustoa niin ulkoasun, sisällön kuin käyttöliittymän uudelleentoteutuksina.

Asiakas oli minulle ennestään tuttu. Olin tutustunut asiakkaaseen yhteisen ystävämme kautta, toiminut asiakkaan vaatemallistojen kuvauksissa mallina ja seurannut sitä kautta heidän toimintaansa hyvin läheltä muutamien kuukausien ajan. Aihe opinnäytetyölle löytyi kesällä 2011, kun silloisen uusimman vaatemalliston kuvauksissa aloimme keskustella suunnittelijakaksikko Emmi Korhosen ja Minna Rytkösen kanssa POGOSTICK failuren visuaalisesta ilmeestä. Keskustellessamme Korhonen ja Rytkönen toivat esille tarpeen www-sivujen uudistamisesta. Ajattelin, että tällaisen projektin toteuttaminen olisi mielekäs ja haastava opinnäytetyön aihe.

Asiakkaan etukäteen tuntemisesta oli opinnäytetyössäni paljon apua. Olin seurannut läheltä POGOSTICK failuren toimintaa muun muassa vaatemallistojen kuvauksissa sekä myyjäisissä. Henkilökohtainen suhteeni Korhoseen ja Rytköseen oli alun perin kaverillinen, mikä vaikutti kommunikoinnin ja palaverien luonteeseen. Asiakastapaamisissa pystyimme välillä irtautumaan toimeksiantajan ja toteuttajan rooleistamme sekä tietynlaisesta muodollisuudesta. Tämä toi kommunikointiin uusia tasoja, kuten esimerkiksi rentoutta ja vivahteikkaampaa tapaa ilmaista mielipiteitä ja kommentteja. Aikaisemman kaveruuden myötä tunsin Korhosen ja Rytkösen luonteita ja persoonia, mikä jää monesti saavuttamatta, kun kyseessä on puhtaasti asiakas, jota ei tunne ennen asiakassuhteen syntymistä.

Lisäksi kuulun itsekin POGOSTICK failuren kohderyhmään, joten minun oli helppo tarkastella aihetta ja yritystä myös asiakkaan ja kulutta-

jan näkökulmasta. Tämä oli ideaali tilanne minulle, sillä asiakkaaksi olisin voinut saada teoriassa vaikkapa sellaisen yrityksen, jonka liiketoiminta olisi tuntunut minusta vieraalta tai asiakkaan tarjoamat tuotteet ja palvelut vähemmän mielenkiintoisilta.

Tarve www-sivuston uudistamiselle syntyi osittain suunnittelijoiden omista lähtökohdista ja osaksi muualta saadun palautteen perusteella. Vanha www-sivusto oli suppea ja suhteellisen nopeasti koottu. Sivustossa oli sisällöllisiä ja teknisiä puutteita, ja asiakas koki sivuston kokonaisvaltaisen päivittämisen haastavaksi. Osa POGOSTICK failuren asiakkaista oli esittänyt kehittämissuhteita muun muassa kommentoimalla vanhoja www-sivuja ulkoasultaan hieman valjuiksi. (Korhonen & Rytkönen, 24.11.2011)

Aiemman www-sivuston satunnaisen päivittämisen ja ylläpitämisen hoiti sivujen toteuttaja, Korhosen ja Rytkösen yhteinen tuttava. Tarvittavia resursseja - kuten aikaa sivuston päivittämiseen - ei aina löytynyt suunnittelijoiden toivoessa. Saamansa palautteen ja omien kokemustensa myötä suunnittelijat kokivat siis tarvetta panostaa www-markkinointiin entistä paremmin.

Opintojeni aikana olin tutustunut www-suunnitteluun muutamalla kurssilla ja muun muassa toteuttanut ryhmätöyprojektina www-sivujen uudistamisen Kuopion Automuseolle. Näistä opinnoista sekä edellisestä kosketuksestani www-suunnitteluun ja ohjelmointiin oli kulunut kuitenkin jo puolitoista vuotta aikaa, joten oli selvää, että opinnäytetyön suorittaminen vaatisi minulta perehtymistä tähän suunnittelun osa-alueeseen uudelleen ja tarkemmin. Opintoihini ei ollut sisällynyt kurssitöiden lisäksi suurempia itsenäisesti toteutettavia projekteja, joten odotin opinnäytetyöprosessin myötä hahmottavani itsenäisen projektityön luonnetta ja vaiheita kokonaisvaltaisemmin. Uskoin opinnäytetyön antavan minulle merkittävästi valmiuksia toimia jatkossa itsenäisissä suunnittelutehtävissä.

Toimeksiintoon suhtauduin innolla ja otin sen haasteena vastaan. Asiakas luotti alusta asti kykyihini ja antoi minulle riittävästi vapauksia suunnitteluun ja toteutukseen. Tämä oli kaivattua vaihtelua useisiin opiskellessa ja työharjoittelussa vahvasti asiakkaan toiveiden pohjalta tekemiini toteutuksiin. Positiivista olivat myös asiakkaan omat visuaaliset taidot ja vahvat näkemykset ja sain heiltä paljon arvokasta palautetta. Saman oppilaitoksen entisinä opiskelijoina Korhonen ja Rytkönen osasivat myös antaa minulle hyviä käytännön vinkkejä opinnäytetyön tekemiseen.

1.2 Tavoitteiden määrittely

Opinnäytetyöni ensisijaisena tavoitteena oli vastata asiakkaan ilmoittamaan tarpeeseen eli uusien ja entisiä parempien www-sivujen suunnitteluun ja toteuttamiseen. Tarkoituksena oli suunnitella sivuston rakenne, sisältö ja ulkoasu uusiksi, jotta se vastaisi yrityksen muuta markkinointiviestinnällistä linjaa ja imagoa ja vahvistaisi POGOSTICK failuren brändiä. Uuden sivuston tavoitteena oli ulkoasunsa puolesta erottua persoonallisena, raikkaana ja vanhaan sivustoon verraten enemmän POGOSTICK failuren näköisenä markkinointikanavana. Sisältönsä puolesta sivuston pääasiallinen funktio oli olla esittelevä, informatiivinen ja kattava. Sen tuli tavoittaa entistä paremmin asiakkaan omat kohderyhmät eli sekä olemassa olevat että potentiaaliset kuluttajat, jälleenmyyjät ja median edustajat. Toivottavaa oli, että uuden www-sivuston kautta POGOSTICK failure saisi lisää näkyvyyttä medioissa.

Itselleni asettamistani tavoitteista keskeistä opinnäytetyössäni oli kokonaisvaltainen ammatti-identiteettini kasvattaminen ja vahvistaminen. Itsensä kehittämisen kannalta on tärkeää osata analysoida omaa työskentelyään. Sen kautta oppii tunnistamaan omia heikkouksiaan ja vahvuuksiaan. Tärkeää oli myös oman roolini hahmottaminen ja omalta osaltani vastuun kantaminen prosessissa.

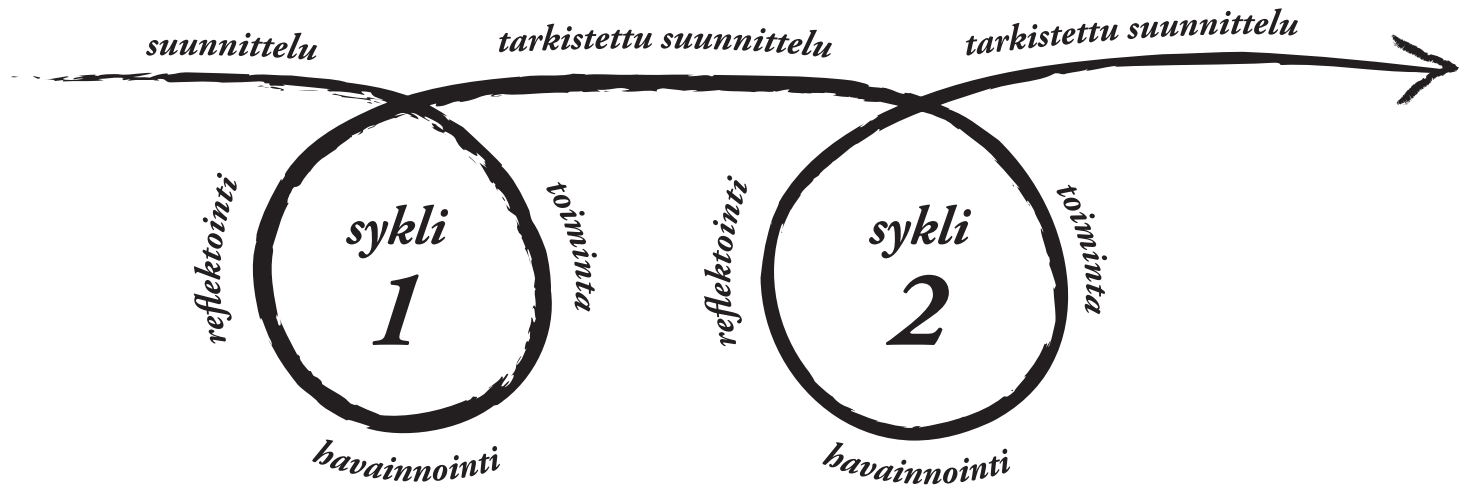
Aikataulutuksen onnistunut suunnittelu ja resurssien käyttäminen järkevästi edistävä opinnäytetyöprosessin etenemistä tehokkaasti. Opinnäytetyöni lopputuotosten toivoin tuovan minulle näkyvyyttä suunnittelijana ja tuottavan arvokasta ja hyödynnettävää materiaalia työnäyteportfoliooni.

1.3 Työskentelymenetelmät ja tutkiva ote

Opinnäytetyössäni tutkin, miten saan vahvistettua asiakkaan brändiä verkkosivujen uudistamisella. Uudistus käsitti sivuston rakenteen, sisällön ja ulkoasun kehittämisen. Tutkimuksen metodina käytin toimintatutkimusta, joka pääpiirteissään on kehittämisprosessi joka tapahtuu iteraatiokierron avulla. Tavoitteena on muutos ja kehitys määriteltyyn ongelmaan eli uudistamista koskeviin kysymyksiin sykliden kautta. Pääpiirteissään nämä syklit koostuvat suunnittelun, toiminnan, havainnoinnin ja reflektoinnin vaiheista. (KUVIO 1, s.13; Anttila 1996, 320-322., Toimintatutkimus. 28.3.2012)

Toimintatutkimuksen mukaisesti ensin selvitin ja kartoitin nykytilanteen lähtökohtineen ja ongelmineen. Keskustelin asiakkaan kanssa heidän toiveistaan ja visiostaan koskien uusia www-sivuja. Kävin läpi vanhat www-sivut ja analysoin, mitä hyvää ja puutteellista niissä oli. Arvioin vanhaa sivustoja niin käyttöliittymän, sisällön kuin ulkoasun kannalta ja etsin siitä ongelmakohtia, jotka otin huomioon uuden www-sivuston suunnittelussa.

Sen jälkeen ideoin toimintamallin, selvitin ongelmien lähestymistavat ja mietin tarvittavat prosessit, ratkaisut ja toteutustavat tavoitteisiin pääsemiseksi. Ideoin uutta sivustoja yhdessä asiakkaan kanssa ja koostin erilaisia ideoita konkreettisiksi ideakartoiksi. Tapasin myös ohjaavaa opettajaani ohjauspalaverissa, joissa keskustelimme yhdessä prosessin etenemisestä ja työn toteutustavoista. Kun ratkaisut oli löydetty ja muutos aikaansaatu, suunnittelin, kuinka varmistan toimintamallin



KUVIO 1. Toimintatutkimuksen syklit eli iteraatiokierrokset. (Kaavion malli: Linturi 2003)

jatkumisen asiakkaan www-sivuilla eli kuinka aion ohjeistaa heitä sivuston päivittämiseen ja ylläpitämiseen.

Toimintatutkimuksessa pääpaino on sillä, mihin muutoksella tähdätään ja tärkeimpänä lopputuloksena syntyy konkreettinen tuotos, joka ilmentää alussa asetettuja tavoitteita ja päämääriä. (Anttila 1996, 320-322.)

1.4 Aikataulut

Opinnäytetyöni aikataulu ajoittui loppusyksystä 2011 loppukevääseen 2012 eli noin viiden kuukauden mittaiselle aikavälille. Asiakkaan kanssa sovimme aikataulusta pääpiirteissään ensimmäisissä palavereissamme alkutalvesta 2012. Tällöin sovimme, että uudet www-sivut tullaan avaamaan maaliskuun puolenvälin tienoilla. Asiakkaan yrityksen POGOSTICK failuren vuosipäivä ajoittuisi huhtikuun alkuun, joten uusi sivusto oli suunnitelmieni mukaan hyvä saada auki hyvissä ajoin ennen yrityksen vuosipäivää. Sovimme, että kevään mittaan tarkentaisimme aikataulua.

Alkuperäinen, opinnäytetyön työsuunnitelmavaiheessa koostamani aikataulu poikkesi paikoin huomattavasti työn toteutuneesta aikataulusta (Liite 5).

Työtä ja uutta sivustoa koskeva ideointi oli määrä saada päätökseen tammikuun 2012 loppuun mennessä ja sivuston sisällön ja ulkoasun suunnitelmat ajattelin saavani valmiiksi helmikuun alkuun mennessä. Lopullisessa aikataulun toteutumisessa ideointi ja sivuston suunnittelu saatiin päätökseen maaliskuun alkuun mennessä ja sivuston ohjelmoinnin ja testaukset aloitin vasta maaliskuun puolenvälin jälkeen. Aikataulu muokkaantui alusta asti työskentelyn edetessä, ja sovimme jokaisessa asiakkaan kanssa pitämässäni palaverissa uuden tapaamisajan yleensä parin viikon sisälle edellisestä. Jokaisen tapaamisen lopuksi päivitimme tehtävälisteri seuraavaa tapaamista varten ja listasimme seuraavalla kerralla käsiteltävät

asiat valmiiksi muistiin. Tällä tavalla ja hyvän yhteydenpidon avulla sekä minä että asiakas hahmotimme koko ajan, missä vaiheessa yhteinen projektimme oli milläkin hetkellä.

Suurimmat viivästykset aikatauluun aiheuttivat työharjoittelujaksoni, joka päättyi tammikuun puolessavälissä 2012 sekä opinnäytetyön aikana tekemäni ilta- ja viikonlopputyö, jossa työpäivät venyivät joskus koko päivän mittaisiksi. Opinnäytetyöprosessiin liittyvät seminaarit onneksi rytmittivät opinnäytetyöni edistymistä pääpiirteissään, ja jokaista seminaaria varten minulla oli niitä varten annettujen ohjeiden mukaisesti tarvittavaa materiaalia valmiina.

Valmis, uusi www-sivusto julkaistiin 2. huhtikuuta 2012 ja opinnäytetyön kirjallisen raportin toteutin viralliseen palautuspäivään mennessä. Aikataulun viivästyminen ei siis lopulta vaikuttanut työni ajoissa viimeisteleminen, mutta viivästyisestä johtuen työskentelypäiväni olivat viimeisen kolmen viikon aikana hyvin pitkiä ja työtahtini vähintäänkin ripeä. Aikataulun viivästyisestä ei ollut haittaa myöskään asiakkaalle ja sivusto saatiin julkaistua asiakkaan itse valitsemana ajankohtana.

2 // Opinnäytetyön lähtökohdat

2.1 Asiakas / POGOSTICK failure

Avoin yhtiö K+R concept / POGOSTICK failure (myöhemmin mainittuna POGOSTICK failure) on kuopiolainen vaate- ja asustemerkki, jonka perustajia ovat Kuopion Muotoiluakatemiasta keväällä 2010 valmistuneet vaatetusmuotoilijat Emmi Korhonen ja Minna Rytönen.

POGOSTICK failure suunnittelee ja valmistaa asiakkailleen eettisesti ja tuotteiden elinkaarta ajatellen tuotettuja vaatteita sekä asusteita, kuten esimerkiksi pipoja, koruja ja laukkuja. Tyyllisesti POGOSTICK failuren tuotteet ovat katumuotia kokeilevalla ja rohkealla otteella. Tuotteet valmistetaan suunnittelijoiden ekologisten arvojen mukaisesti kierrätysmateriaaleista sekä kotimaisen vaatetusalan tuotannon ylijäämämateriaaleista. Korhonen ja Rytönen valmistavat tuotteet suureksi osaksi itse, mutta osa tuotteista ommellaan kuopiolaisessa ompelimossa. Kohderyhmään kuuluvat naiset ja miehet ikähaarukaltaan nuorista aikuisista keski-ikäisiin. Yrityksen toiminta-ajatus on recycle – redesign – redo eli suomennettuna kierrätä – suunnittele uudelleen – tee uudelleen. (Rytönen 2010, 4)

Idea yrityksen ja oman vaatemerkin perustamisesta syntyi Korhosen ja Rytöksen vielä opiskellessa. He ystävästyivät koulussa ja huomasivat omistavansa saman kaltaisen arvomaailman sekä saman suuntaisia tyyllisiä mieltymyksiä. Yhteistyö kahden vaatetusmuotoilun opiskelijan välillä sujui loistavasti. Korhonen ja Rytönen suunnittelivat yhdessä harrastuspohjalta tuotteita, joille alkoi löytyä kysyntää lähipiiristä, kuten opiskelutovereiden ja ystävien sekä sukulaisten keskuudesta. (Rytönen 2010, 4.)

POGOSTICK failure perustettiin vuonna 2010 ja rekisteröitiin viralliseksi yritykseksi vuonna 2011. Ensimmäinen vaatemallisto julkistettiin keväällä 2011 ja se syntyi Minna Rytöksen opinnäytetyönä. Ensimmäisen vuoden sisällä perustamisesta Korhonen ja Rytönen löysivät työtilat

Kuopiosta ja suosion myötä myös suunnittelijoiden panostus markkinointiin tuli tärkeäksi. Vaatemerkille avattiin oma sivusto sosiaalisen median kanavaan Facebookiin, sekä keväällä 2011 viralliset www-sivut. (Rytönen 2010, 6.)

Korhonen ja Rytönen mainitsivat tärkeimmiksi arvoikseen seuraavat asiat:

- luovuus, innovatiivisuus
- rohkeus
- näyttävyys
- erottuvuus, tunnistettavuus
- monipuolisuus
- hyvä laatu
- ekologisuus, kestävä toiminta ja tuotanto
- eettinen toiminta sekä eläinten että ihmisten kannalta
- lähellä tuotettu
- käsityö

(Korhonen & Rytönen 27.1.2012)

Tällä hetkellä POGOSTICK failurelta löytyy vakiintunutta asiakaskuntaa eri kaupungeista ja heillä on Facebook-sivuillaan yli 500 seuraajaa (POGOSTICK failure. 4.4.2012). Sesonkikohtaisia vaatemallistoja on neljä ja jälleenmyyjä löytyy Suomen lisäksi Belgiasta. Suunnittelijoista ja POGOSTICK failuresta kirjoitetaan ympäri Suomen luetuissa muotiblogeissa ja he ovat kiertäneet alan arvostettuja messuja niin kotimaassa kuin ulkomailla.

Kontaktihenkilöinä opinnäytetyössäni toimivat asiakkaani, eli POGOSTICK failuren molemmat suunnittelijat Emmi Korhonen ja Minna Rytönen.

2.2 Toimeksianto

Olin vuoden 2011 kevättalvella sekä kesällä mukana POGOSTICK failuren kahden eri vaatemalliston kuvauksissa. Kesän 2011 kuvausten ohessa keskustelimme merkin suunnittelija-perustajakaksikko Emmi Korhosen ja Minna Rytkösen kanssa hieman yrityksen graafisesta ilmeestä yleisesti, ja samassa mietin syksyllä alkavaa opinnäytetyökokonaisuuttani. Aloitimme pohtia, voisinko tehdä opinnäytetyöni yhteistyössä POGOSTICK failuren kanssa. Korhonen ja Rytkönen nostivatkin esiin tarpeen www-sivujen uudistamisesta, minä oman mielenkiintoni aiheeseen. Aloitimme tahoillamme hautoa ajatusta yhteisestä projektista, ja alkusyksystä 2011 vierailin Korhosen ja Rytkösen työhuoneella, jolloin sovimme yhteistyön aloittamisesta ja uuden www-sivuston rakentamisesta opinnäytetyöni aiheena.

Asiakkaani näkökulmasta pääasiallinen tarve opinnäytetyössäni oli tuottaa uudet ja entistä paremmat www-sivut, jotka ensinnäkin palvelisivat asiakasta itseään parhaalla mahdollisella tavalla. Uuden sivuston tuli olla asiakkaan itsensä vaivattomasti ja nopeasti päivitettävissä niin kuva- kuin tekstisisällön – esimerkiksi uutiset ja muut päivittyvät ja ajankoh- taiset tiedotteet – puolesta. Ennen ulkoasun suunnittelua määrittelin ja rajasin sivustolle tulevan perussisällön uudelleen yhdessä asiakkaan kanssa.

Uusi sivusto huomioi olemassa olevat sekä potentiaaliset kuluttajat ja jälleenmyyjät entistä paremmin. Uuden sivuston ulkoasua oli määrä uudistaa mielenkiintoisemmaksi ja näyttävämmäksi sekä laajentaa ja monipuolistaa sivustoa. Visuaalisuutensa puolesta tavoitteena oli suunnitella POGOSTICK failuren imagoa vastaava sivusto, sisältönsä ja raken- teensa puolesta taas informatiivinen, kattava ja helppokäyttöinen paketti asiakkaan kohderyhmille.

Arvioin asiakkaan lähtökohtia työlle SWOT -analyysin muodossa. (KUVIO 2)



KUVIO 2. SWOT -analyysi työlle asiakkaan kannalta

2.3 Kohderyhmien määrittely

POGOSTICK failurella on kolme pääasiallista kohderyhmää: kuluttaja-asiakkaat, jälleenmyyjät ja median edustajat.

Kuluttajat koostuvat pääosin nuorista aikuisista, mutta kuluttajakohderyhmästä löytyy myös keski-ikäisiä saavuttaneita ja ohittaneita asiakkaita. POGOSTICK failure suunnittelee vaatteita ja asusteita sekä naisille että miehille. Oletettavasti suuri osa kuluttajista jakaa yrityksen kanssa samoja arvoja, kuten esimerkiksi ekologisuuden, johon yrityksen toiminta pitkälti perustuu ja joka myös on näkyvä osa yrityksen toimintaa. Kuluttajien profilointia on kuitenkin haastavaa tehdä tiettyjen mittareiden avulla. Muun muassa tyyllillisten mieltymysten suhteen kuluttajissa on eroja, sillä heidän joukkoonsa mahtuu monenikäisiä ja –tyylisiä ihmisiä. Jollekin asiakkaalle katumuoti voi olla olennainen osa pukeutumistyyliä, mutta Korhosen ja Rytkösen mukaan joskus joku heidän kuluttajansa mieltyy yksittäiseen vaatteeseen tai asusteeseen. Yksittäinen kuluttaja voi myös ihastua tiettyyn printtiin yhdistäen sitä omaan tyyliinsä, joka voi poiketa muutoin suurestikin POGOSTICK failuren edustamasta tyylistä. (Korhonen & Rytönen 7.2.2012)

Kuluttajakohderyhmän eksaktin määrittämisen hankaluudesta johtuen www-sivuston suunnittelussa tuli jättää liian voimakas alleviivaaminen pois. Vaikka POGOSTICK failure määrittelee tyyliinsä pääosin katumuoti-kategoriaan, oli sen sijaan parempi nostaa esiin heidän monipuolista osaamistaan ja idearikkauttaan ja antaa tuotteiden puhua myös puolestaan.

Jälleenmyyjä POGOSTICK failurella on tällä hetkellä Suomessa viidessä eri kaupungissa, online-kaupoissa ja lisäksi belgialaisessa verkko-kauppa Lazy Baboonissa (POGOSTICK failure. 4.4.2012). Jälleenmyyjät ovat pääosin nuorten suunnittelijoiden tuotteita ja merkkejä myyviä ja lifestyle-liikkeitä, jotka korostavat merkkien sekä tuotteiden uniikkiutta

sekä tiettyjä arvoja kuten ekologisuutta tai tarkoin suunniteltua tuote-elinkaarta. Uudella www-sivustolla jälleenmyyjät tuotiin esiin niin, että kuluttajien on helppo löytää ne. Potentiaalisille jälleenmyyjille tehtiin vaivattomaksi tutustua POGOSTICK failuren brändiin ja tuotteisiin sekä helpoksi myös ottaa yhteyttä suunnittelijoihin yhteistyön aloittamisen merkeissä.

POGOSTICK failure on kasvavassa määrin ollut esillä eri medioissa, kuten sanoma-, harraste- ja aikakauslehdissä, Internet -muotiblogeissa ja jopa televisiossa (Yle, Puoli seitsemän. 30.3.2012). Myös media kohderyhmänä huomioitiin uusilla sivuilla ja heille tuotiin sivuston sisälle ladattavaa, julkaisuissa käytettäväksi tarkoitettavaa materiaalia kuten kuvia yrityksen tuotteista ja mallistoista.

2.4 Työhön tarvittavat resurssit

Opinnäytetyöni kustannukset olivat pienet. Www-sivuston suunnittelu ja toteutus sekä prosessin muut vaiheet tapahtuivat ilman rahallista korvausta. Juoksevista resursseista oleellisin oli ajankäyttö, joka jakautui opinnoissani kevätlukukaudelle 2012. Tarkoitukseni oli aikatauluttaa opinnäytetyöprosessini siten, että käyttäisin opinnäytetyöhön tarkoitettua tunteja tehokkaasti.

Muita tarvittavia resursseja olivat pääasiassa materiaaliarvikkeet, tekniset laitteet ja ohjelmistot. Työskentelin sekä koulun koneilla että omalla tietokoneellani kotoa käsin. Koulun koneilta löytyivät Adoben suunnittelu- ja julkaisuohjelmien kuten PhotoShopin, InDesignin, Dream-Weaverin ja Illustratorin täysversiot, mutta raportointia tein myös kotona. Ideoinnissa ja luonnostelussa käytin perinteisiä menetelmiä kuten käsin luonnostelua, mutta enimmäkseen luonnostelin tietokoneella. Tarvittavat tulokset hoidin koululla.

Opinnäytetyöni konkreettisia tuotoksia ovat kirjallinen ja sähköinen raportti, suunnittelun ja toteutuksen eri vaiheissa syntynyt materiaali sekä opinnäytetyöprosessin lopullinen päämäärä eli valmis www-sivusto. Lisäksi koostin muistioita tärkeimmistä asiakastapaamisista ja suunnittelin, millä tavalla ohjeistaisin asiakasta uuden www-sivuston jatkopäivitystä ja ylläpitoa varten. Ohjeistuksen aion toteuttaa kirjallisena ja havainnollistavien esimerkkien kautta.

Jäsenin henkilökohtaisia resurssejani SWOT -analyysin avulla (KUVIO 3).



KUVIO 3. Henkilökohtainen SWOT -analyysi

3 // Työn tietoperusta

3.1 Vanha *www*-sivusto

POGOSTICK failurella oli aikaisemmat olemassa olevat *www*-sivut. Ne oli toteutettu keväällä 2011 suunnittelijakaksikko Emmi Korhosen ja Minna Rytkösen tuttavien toimesta.

Sivustosta oli tullut palautetta asiakkaalle useilta tahoilta, muun muassa POGOSTICK failuren omilta asiakkailta ja muilta sivustolla vierailleilta ihmisiltä. Kehittämisehdotuksia oli annettu muun muassa sivuston käyttöliittymän suhteen. Vanhalla sivustolla oli toiminnallisia ja visuaalisia ominaisuuksia, jotka häiritsivät myös Korhosta ja Rytköstä itseään (Korhonen & Rytkönen 24.11.2011). Tässä osiossa analysoin asiakkaan vanhoja *www*-sivuja tarkemmin ulkoasun, sisällön ja käyttöliittymän kannalta. (KUVAT 1-6, s. 20-21)

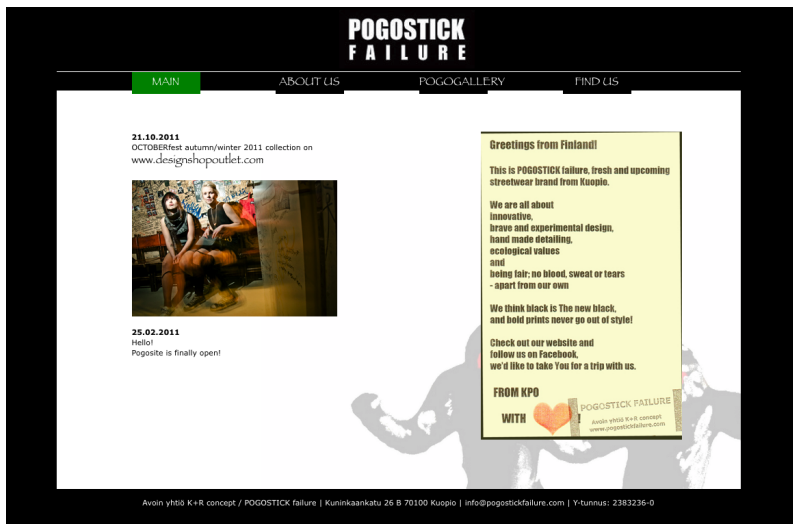
Vanhan sivuston sisältö oli selkeä mutta suppea. Sivuston päänäkyvässä kerrottiin uusimmista ajankohtaisista tapahtumista ja sinne oli tuotu kuvana suunnittelijoiden tervehdysviesti (KUVA 1, s.20). ”About us”-osiossa kerrottiin suomeksi ja englanniksi yrityksen liikeideasta ja arvoista ja tekstin vieressä oli kuva suunnittelijoista (KUVA 2, s.20). Yrityksen tuote- ja mallistokuvat löytyivät ”Pogogallery” –linkin alta omina kategorioinaan. Viimeinen osio oli ”Find us”, josta löytyi POGOSTICK failuren jälleenmyyjien yhteystietoja, sähköpostiosoite jälleenmyyjiksi haluavia varten, linkit verkkokauppoihin sekä yrityksen studion osoite ja sähköpostiosoite (KUVA 3, s.20).

Testasin sivuston eri selaimilla ja huomasin, että jotkut elementit näkyivät eri selaimilla eri tavalla. Sivustoa Opera –selaimella tarkastellessa ”About us” –osion kuvan kuvateksti hyppäsi osittain kuvan päälle (KUVA 4, s.21). Myös päänavigoinnissa käytetyt fontit näkyivät erilaisina Internet Exploreria käytettäessä. Galleriaosiossa Mozilla Firefox –selaimella tarkasteltuna alimmat mallistolinkit hävisivät osittain sisältölaatikon ulkopuolelle. (KUVA 5, s.21)

Kuvagalleriassa olleiden kuvien katselukokoja ei ollut suunniteltu yhtenäiseksi. Vaatemallistojen galleriassa eri kuvien täyskatselukuvat olivat eri kokoisia. Osa kuvista näkyi sopivan kokoisina, mutta jotkut kuvat latautuivat selaimen sisään niin suurina, että sivustoa joutui vierittämään sivupalkista, eikä kuva näkynyt yhdellä kertaa kokonaisuutena.

Navigoinnin tehosteet vaikuttivat huolimattomasti suunnitteluilta. Päävalikossa aktiivisena ollut osio näkyi siten, että linkin taustalla oli vihreä laatikko. Laatikko oli kuitenkin joka linkissä saman kokoinen, mistä johtuen se ei yltänyt kehystämään pisintä sanaa ”Pogogallerya” (KUVA 6, s.21). Galleriassa valittuna ollut mallisto esikatselukuvineen ei näkynyt aktiivisena millään tavalla. Tällaiset suunnitteluvirheet hämärtävät sivustolla vierailevan henkilön käsitystä siitä, missä kohtaa sivustolla hän on sillä hetkellä.

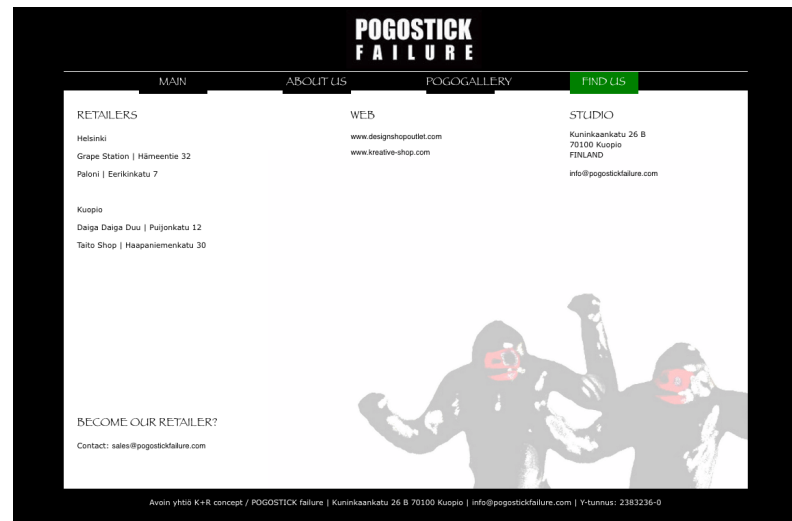
Vanhalla sivustolla pidin tietyllä tapaa ulkoasun ja rakenteen selkeydestä. Kävijän oli helppo navigoida sivuston osien välillä, eikä ulkoasuun ollut tuotu ainakaan liikaa graafisia elementtejä. Sivuston osat oli taitettu loogisesti, mutta hyvin tavanomaisella tavalla niin, että ylhäällä on yrityksen tunnus, sitten päänavigaatio ja sisältö sen alapuolella. Sivuston alalaidan footer –osiossa oli yrityksen yhteystiedot niin, että ne näkyivät joka sivulla. Selkeydestä huolimatta ulkoasu ja sisältö vaikuttivat kokonaisuutena kuitenkin enemmän raakileelta kuin huolitellusti suunnitellulta sivustolta.



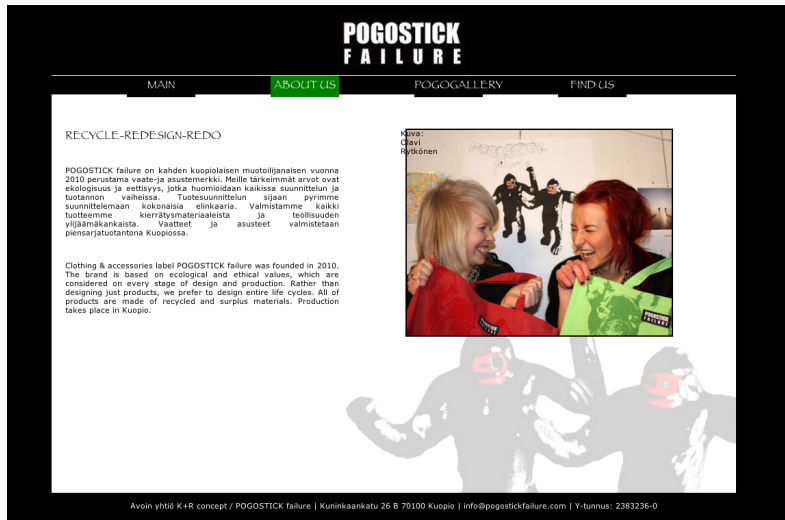
KUVA 1. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, Main-osio



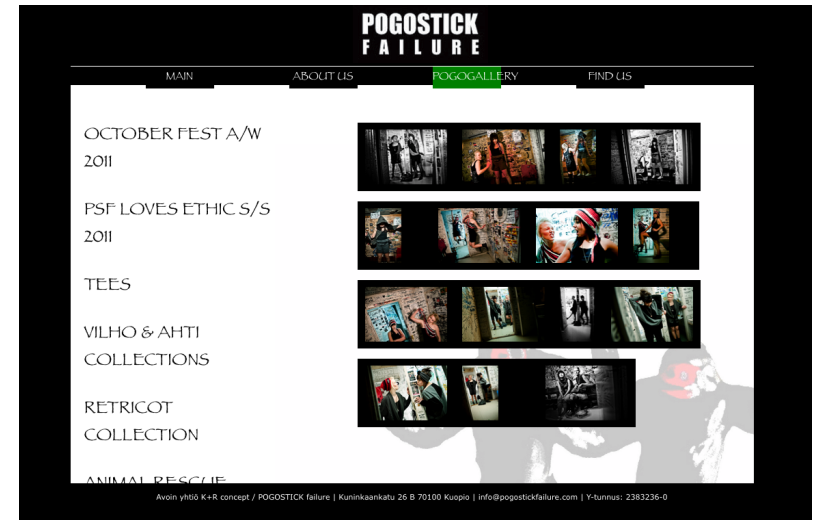
KUVA 2. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, About us -osio



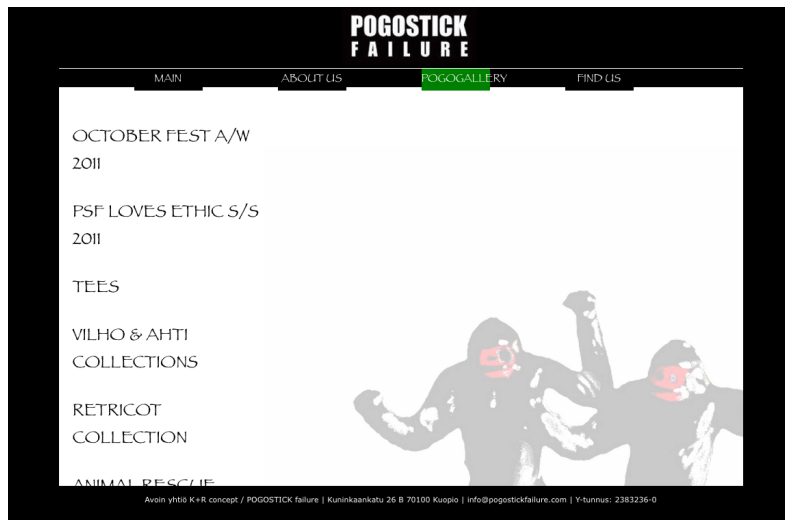
oikealla: KUVA 3. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, Find us -osio



KUVA 4. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, About us -osio. Opera -selaimella näkynyt kuvatekstin sijainnin virhe



KUVA 5. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, Pogogallery -osio. Mozilla Firefox -selaimella näkynyt gallerian linkin osittainen katoaminen



vasemmalla: KUVA 6. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, Pogogallery -osio. Liian pienikokoinen linkin korostus linkin tekstiin nähden

3.2 Kilpailijat

Pyysin asiakasta mainitsemaan muutaman yrityksen, jonka he kokivat kilpailevan samalla kentällä tuotteidensa, tyyliensä tai muiden ominaisuuksiensa osalta. Pyysin heitä tarkastelemaan tätä erityisesti www-markkinointikanavan eli yritysten web-sivujen kannalta. Toivoin, että Korhonen ja Rytönen mainitsivat myös mielestään inspiroivia tai muuten positiivisia reaktioita herättäviä web-sivustoja, jollei suorita kilpailijoita ole helppo osoittaa sanan varsinaisessa merkityksessä.

Korhonen ja Rytönen mainitsivat kuusi sivustoa, joista he antoivat itse lyhyet kommentit (Korhonen & Rytönen 27.1.2012). Seuraavassa osiossa tutkin asiakkaan esiin nostamia sivustoja tarkemmin. Yrityksen nimen jälkeen sitaattien sisällä ovat asiakkaan omat kommentit kustakin kyseessä olevasta sivustosta. Sivustoja analysoidessani etsin niistä hyviä ominaisuuksia tai huomioita, joita voisin hyödyntää asiakkaan sivustolla, mutta myös toimimattomia ratkaisuja, jotka huomasin esimerkkien kautta ja joita en halunnut tuoda POGOSTICK failuren uusille www-sivuille.

Minna Parikka / <http://www.minnaparikka.com>

”Etusivu ja kuvavalikot on kivat! Oma tyyli kulkee sekä sanoissa että kuvissa läpi sivujen, tosi viimeistelty.”

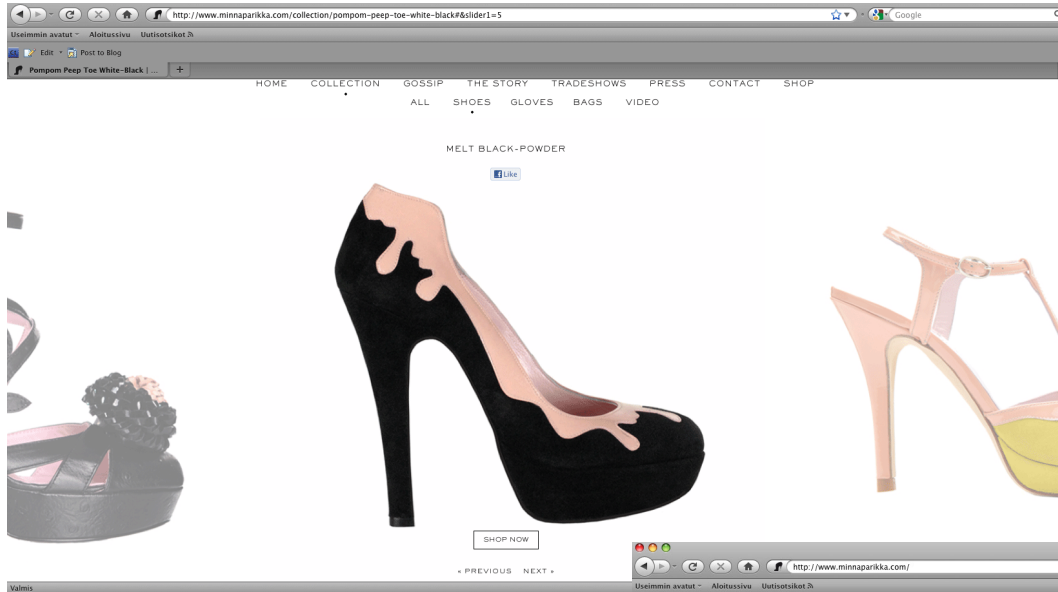
Oma ensivaikutelmani Minna Parikan sivustosta oli positiivinen. Ennen varsinaiselle aloitussivulle ohjautumista näkyi mielenkiintoinen, minimalistinen introanimaatio, jonka voi halutessaan ohittaa. Ohittamismahdollisuus on mielestäni tärkeä, sillä varsinkin pitkiä introja on sivustolle tullessa pitkästyttävä katsoa joka kerta uudestaan. Kokonaisuutena sivusto oli tyylikäs ja sisällössä oli paljon mielenkiintoista selattavaa. Löysin Parikan

www-sivuilta saman kaltaista mystiikkaa, jota POGOSTICK failuren sivustollekin voisi tuoda – useiden kuvien rajaukset olivat tavanomaisesta poikkeavia ja bannereissa pyöri esimerkiksi stop motion –animaatioita. Aloitussivulle oli poimittu nostoja, jotka toimivat linkkeinä sivuston muihin osioihin. Tällainen ratkaisu toimii, jos sivustolla on paljon sisältöä ja jos halutaan luoda esimerkiksi vaihtuvia oikopolkuja haluttuihin sivuston osioihin. Riskinä on tietysti, että jos säännöllisesti vaihtuvia ja päivittyviä oikopolkulinkejä on paljon, ne tuovat sekavuutta sivustolla navigointiin.

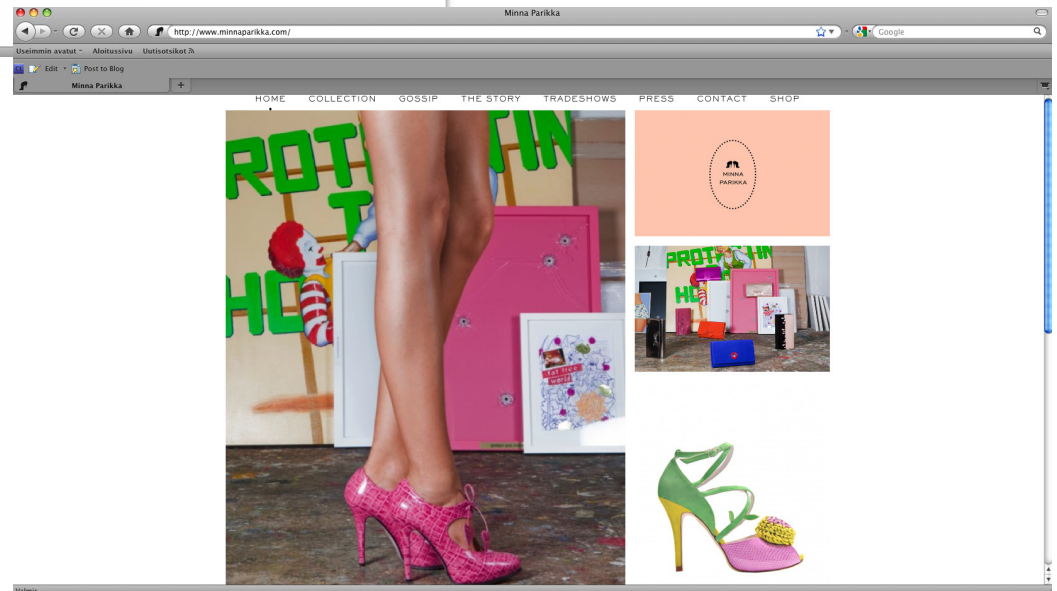
Pidin Parikan sivustolla myös tuotekuvien selauksesta. Gallerian selaaminen tapahtui suurten ja selkeiden esikatselukuvien kautta, joita klikkaamalla pääsi tarkastelemaan tuotteita peräkkäin liukuselauksena. Toteutustapa nosti tuotteet kauniisti esiin ja sopi sivuston kokonaistyyliin, mutta kiertävä selaus toimi hitaasti.

Tyylillisesti Parikan www-sivusto oli kaikessa dynaamisuudessaan hallitun harmonoinen ja kiinnostava. Päänavigoinnissa olisi saanut mielestäni olla kuitenkin hieman tyhjää tilaa eli ”ilmaa” yläpuolella. Linkkivalikko vaikutti ahtaalta ollessaan lähes kiinni selaimen osoitepalkissa. Lisäksi Parikan sivuston ulkoasussa oli muutoin hyödynnetty tyhjää tilaa joten se olisi sopinut tyyllisesti päänavigointiin.

Sivustolla oli paljon interaktiivisia ja dynaamisia elementtejä, ja ne latautuivat mielestäni hieman liian hitaasti nopeallakin testaamalla Internet-yhteydellä (ADSL 24/1 Mb/s). Latautuvuus on tärkeä ominaisuus, joka tulee ottaa huomioon erityisesti laajoilla, paljon kuvia ja muuta kuin tekstidataa sisältävillä sivustoilla. Sisällön latausnopeuteen voidaan vaikuttaa esimerkiksi käyttämällä kuva- ja videomateriaalissa www-julkaisuun tarkoitettuja tiedostomuotoja ja välttämällä liian suuria tiedostokokoja. (KUVAT 7-8, s.23)



KUVA 7. Kuvakaappaus Minna Parikan www-sivuilta



KUVA 8. Kuvakaappaus Minna Parikan www-sivuilta

Beyond the Valley / <http://www.beyondthevalley.com>

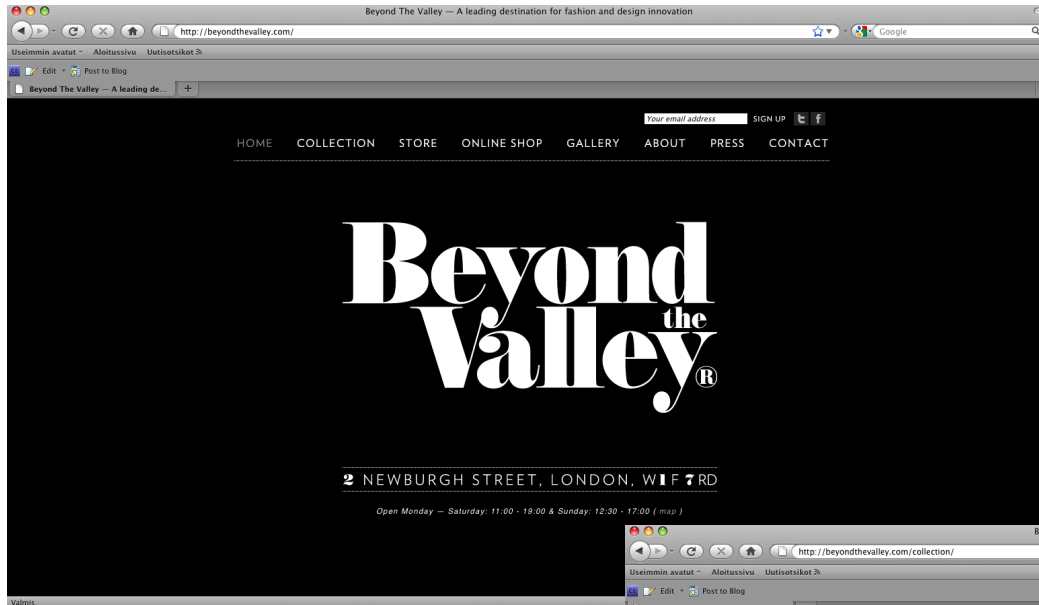
”Kivan simppeli mut tehokas.”

Beyond the Valleyn www-sivusto oli tyyllisesti selkeä ja pelkistetty. Yleisilmeeltään se oli mustavalkoinen ja vahvasti puhtaan graafinen. Yrityksen tunnus on voimakkaasti typografinen ja sivustolle valitut kirjasintyypit sekä graafiset elementit kuten pisteviivat loivat sopivasti kontrastia sen kanssa. Jos www-ulkoasuunittelussa valitsee pelkistetyin linjan, täytyy kiinnittää erityistä huomiota siihen, ettei yrityksen persoonallisuus pääse hukkumaan liikaan selkeyteen ja minimalistisuuteen.

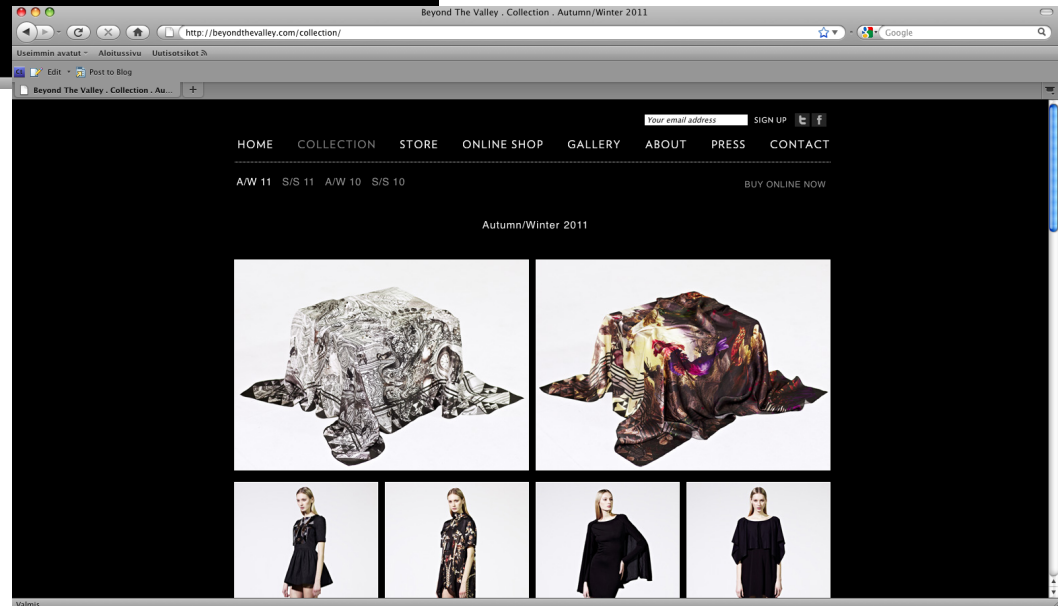
Beyond the Valleyn kohdalla graafisten elementtien niukkuus kuitenkin toimi ja pelkistetty ulkoasu antoi tilaa sivuston sisällölle kuten tuotekuville, jotka olivat tuotu jo esikatselukuvissa suuriksi. Merkin tuotteissa on paljon yksityiskohtia ja runsasta tyyliä, joten sivuston ulkoasu toimi hyvänä kontrastina niille.

Käyttöliittymä oli tehty helpoksi ja selkeäksi. Painotukset oli mietitty niin, että sivuston kävijä osaisi nopeasti ja vaivatta navigoida haluamaansa osioon. Beyond the Valleylla on verkkokauppa, johon ohjautui päänavigoinnin kautta. Linkkiä klikkaamalla online shop hyppäsi kuitenkin terävästi uuteen ikkunaan. Myös POGOSTICK failuren sivustolle oli tulossa vanhasta sivustosta poiketen näkyvä ja helposti löydettävä linkki verkkokauppaan. Pidän tärkeänä, että verkkosivujen kävijää ei yllätetä suorilla hyppäyksillä sivuston ulkopuolelle. Siksi olisi hyvä, että tällä tavoin ohjautuvat linkit toimisivat pienellä siirtymällä. Varsinkin päänavigaatiota käytettäessä käyttäjän tulisi pystyä itse kontrolloimaan sitä, pysyykö hän sivuston sisällä. Beyond the Valleyn sivustolla minua häiritsee verkkokauppaan ohjautuminen ilman minkäänlaista siirtymää, joten ajattelin, että mikäli päädyn asiakkaani sivustolla tuomaan verkkokauppalinkin suoran

linkin taakse, käyttäisin jonkinlaista introtekstiä tai muuta siirtymää ennen uudelle sivulle hyppäämistä. (KUVAT 9-10, s.25)



KUVA 9. Kuvakaappaus Beyond the Valleyyn
www-sivuilta



KUVA 10. Kuvakaappaus Beyond the Valleyyn
www-sivuilta

Paloni / <http://www.paloni.fi>

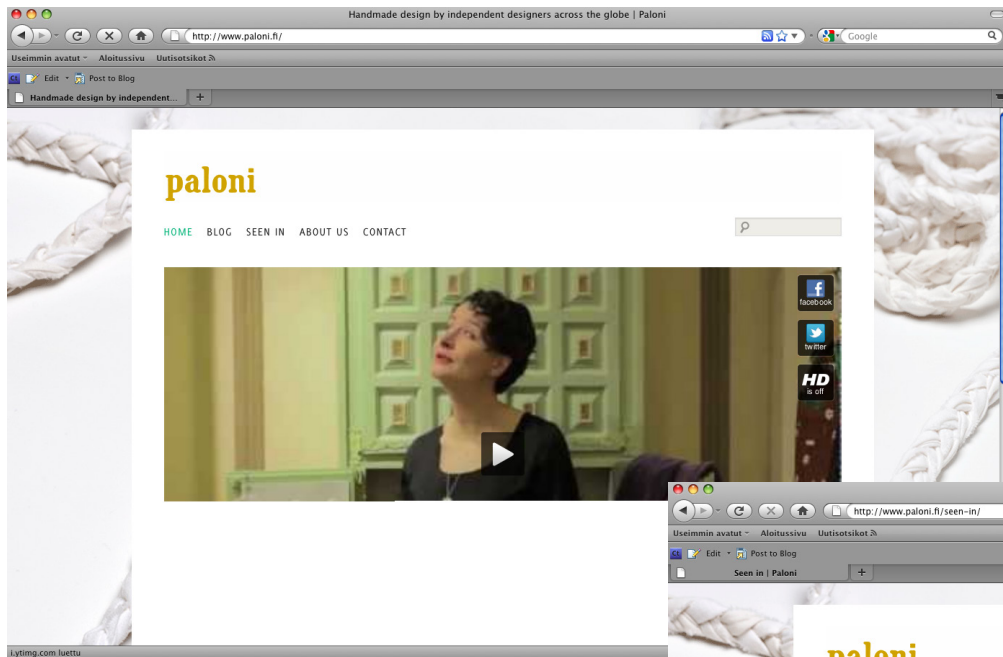
”Simppele + Seen in –osio on hyvä!”

Paloni on design-konseptimyymlä, jonka alta löytyy noin 80 suunnittelijaa, ja joka on myös yksi POGOSTICK failuren jälleenmyyjistä. Palonin www-sivujen ulkoasu oli kokonaisuudessaan blogimainen. Tekstisisältö oli artikkeli- ja uutispainotteista ja sisältöä oli paljon. Osa sivuston kuvista oli huonolaatuisia ja muun muassa taustakuvan toistuminen ja katkeaminen häiritsivät minua.

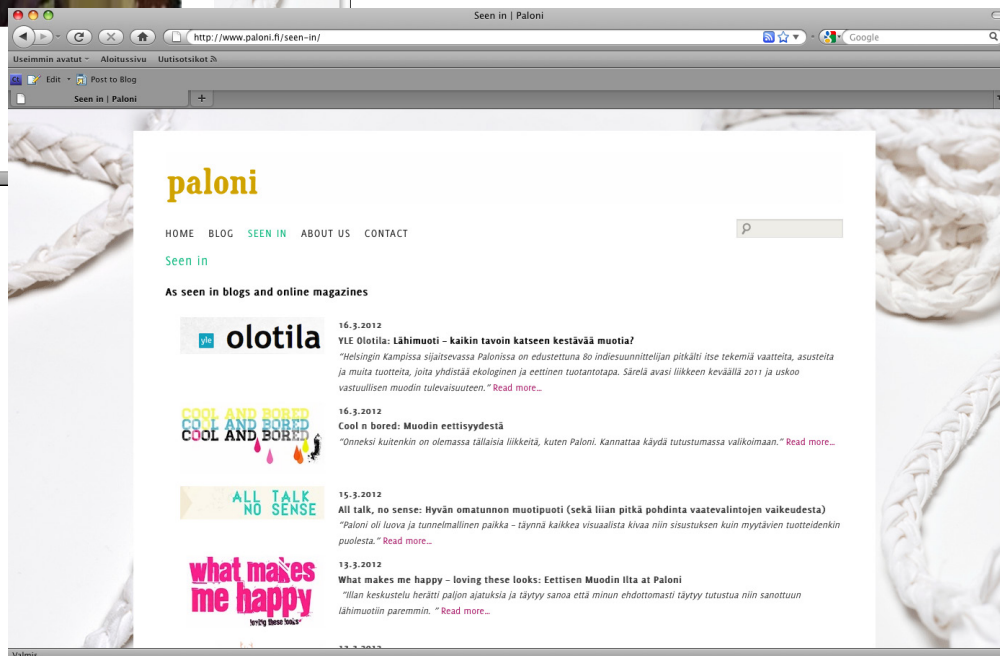
Sivuston käyttöliittymä oli selkeä ja perusnavigointi suhteellisen helppoa. Yksittäisen tuotemerkin tai suunnittelijan etsiminen onnistui helpoiten hakupalkin kautta, mutta tuotetiedot ja mallistot hukkuivat nopean selailun lomassa sisällön runsauteen ja suunnittelijoiden paljouteen. Koska sisältöä oli niin paljon, sen painopisteitä oli hankala määritellä. Etusivun alalaidassa esiteltiin ajankohtaisia, suunnittelijoihin liittyviä uutisia jotka eivät kuitenkaan toimineet linkeinä. Tämä häiritsi, sillä artikkelipätkät näyttivät ulkoasunsa puolesta klikattavilta linkeiltä, jotka avautuisivat laajemmiksi ja olivat mielestäni liian lyhyitä artikkeleiksi.

Palonin www-sivujen ulkoasu ei ollut järin mielenkiintoinen tai jännittävä. Se oli kyllä pehmeä ja ystävällinen ja käsityömäisyyttä korostava, mutta hieman vanhahtava. Sivuston sisältö määritteli vahvasti yleisilmettä, sillä sille oli rajattu suuri tila, sivuston pohjan taas ollessa vaalea, niukasti puhutteleva ja melko neutraali. Palonin kivijalkamyymlästä löytyi kuitenkin useita kuvia, mikä oli Palonin kokonaisilmeen hahmottamisen kannalta hyvä asia. Kuvien perusteella myymälän sisätilassa oli paljon samaa tyyliä kuin www-sivujen ilmeessä.

Palonin www-sivustolla pidin erityisesti Seen in –osiosta, johon oli nostettu Palonin tuotemerkkien näkyvyyttä mediassa – artikkeleita, videoita, blogeja. (KUVAT 11-12, s.27)



KUVA 11. Kuvakaappaus Palonin www-sivuilta



KUVA 12. Kuvakaappaus Palonin www-sivuilta

Dead Birds & Lion Heart / <http://www.deadbird-lionheart.fi>

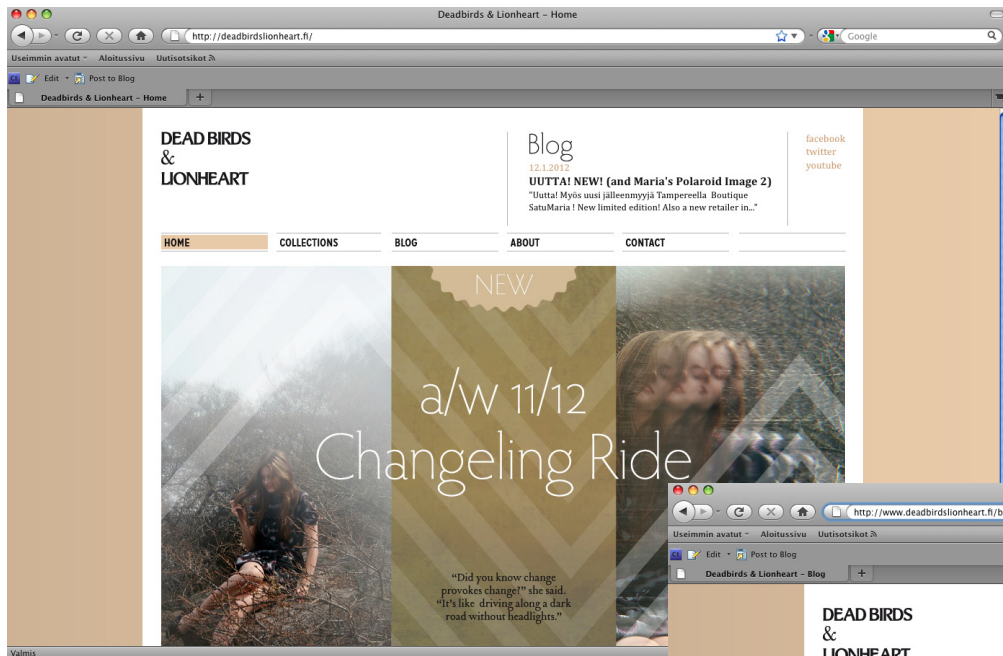
”Tosi simppele, asetelussa paljon samaa selkeyttä kuin meillä ollut kans, muuten vähän pliisut.”

Sivuston yleisvaikutelma oli ulkoasultaan harmoninen ja selkeä. Tyhjä tila header-osiossa ja sisältöosiossa sekä laajat valkoiset pinnat antoivat ilmavan ja kevyen visuaalisen vaikutelman. Sivun taustalla oli yksivärinen pastellisävy, joka tehosti rauhallista vaikutelmaa. Typografia oli hillittyä ja hyvin valittua. Liika harmonisuus ja tasapainoisuus söi kuitenkin sivuston kontrastia – suurimpana kontrastinluojana toimivat kuvamateriaali ja mustat linkkipalkit kuten ohjaus galleriaan.

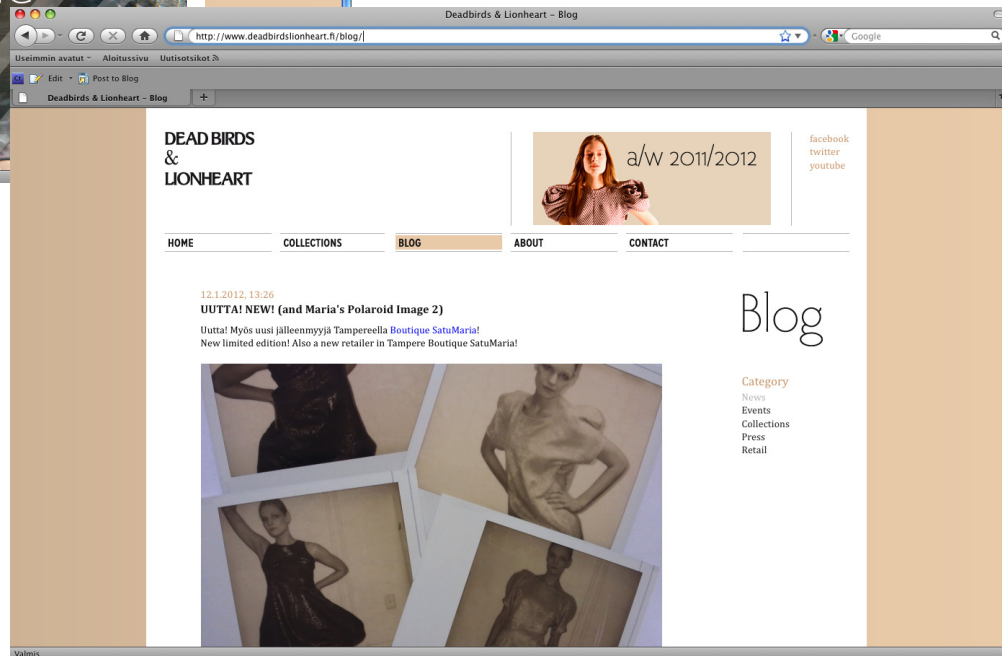
Sisällöllisesti ja rakenteellisesti Dead Birds & Lionheartin sivustolla oli päädytty tavanomaiseen toteutukseen. Sivusto ei perussisältönsä puolesta tarjonnut mitään kovin yllättävää kävijälle. Blogimuodossa toteutettu uutisosoite oli kuitenkin raikas vaihtoehto tavanomaiselle ”Uutta”- tai ”Ajankohtaista” –ratkaisuille. Blogissa pystyi sivunavigaation kategorialistasta erikseen valitsemaan, halusinko selata uutisia, tapahtumia, mallistoihin ja julkaisuihin liittyviä vai mediallyle tarkoitettuja artikkeleita. Tällainen toteutustapa helpottaa ja selkeyttää sisällön selaamista varsinkin siinä tapauksessa, jos yhdessä osiossa on runsaasti sisältöä. Dead Birds & Lionheartin sivustolla hieman häiritsevä, että se oli muuten englannin kielinen, mutta blogiosio oli kokonaan suomen kielinen. Kieliversioita mietittäessä tulisi huomioida aina toteutus ja luettavuus eri kielisten kävijöiden kannalta sekä päättää, onko painotus yhdessä kielessä vai selkeästi jaettu ja sivuston sisältö valittavissa eri kielillä.

Teknisessä toteutuksessa huomasin suuren puutteen – mallistojen johdantosisivujen kuviin upotetut linkit galleriaan eivät toimineet, eikä

galleriaa päässyt selaamaan minkään malliston kohdalla. Voi olla, että sivustoon tutustuessani päivitys oli käynnissä. Kun sivustoa päivitetään ja sinne lisätään uutta sisältöä, on tärkeää tarkistaa, että kaikki linkit toimivat edelleen ja ettei mitään olennaista sisältöä ole vahingossa poistunut. Tämän takaamiseksi on tärkeää käydä päivittämisen aikana ja sen jälkeen ainakin ne sivuston osiot läpi, joita päivitykset koskevat ja varmistaa, että käytettävyyks on kunnossa edelleen. (KUVAT 13-14, s.29)



KUVA 13. Kuvakaappaus Dead Birds & Lion Heartin www-sivuilta



KUVA 14. Kuvakaappaus Dead Birds & Lion Heartin www-sivuilta

Makia Clothing / <http://www.makiaclothing.com>

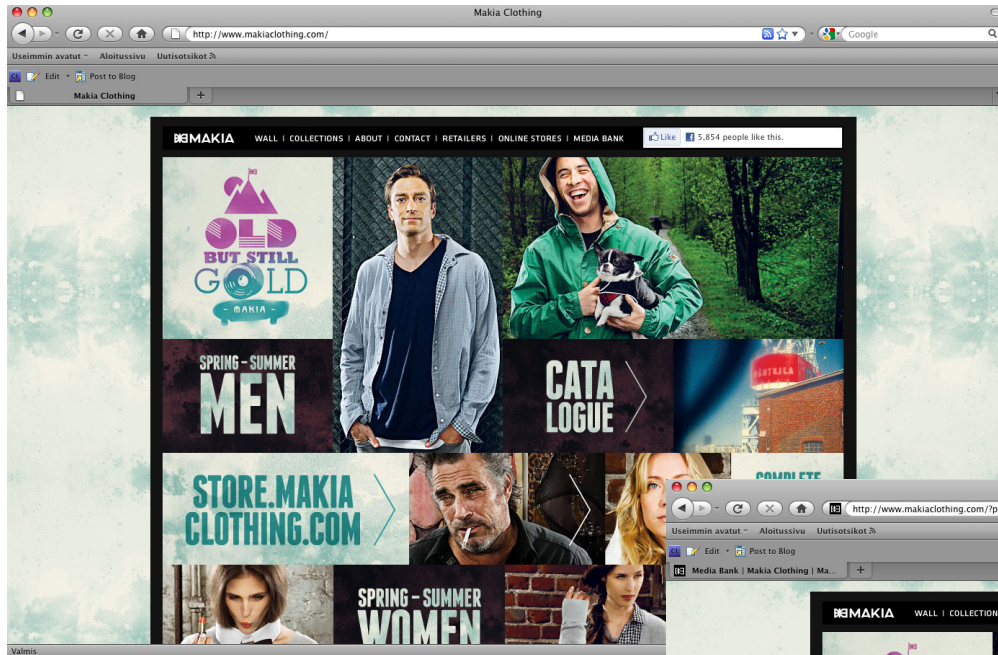
”Visuaalisesti näyttävät, graafisuus hyvä, kuitenkin vähän liian sekavat.”

Makia Clothingin www-sivut muodostivat tyylikkään ja räväkän kokonaisuuden. Ulkoasu oli visuaalisesti todella näyttävä, samoin sivustolla olevat kuvat, joiden laatu oli poikkeuksetta hyvä. Sivustolla oli paljon selattavaa, ja minulla vierähti niitä tutkiessani huomattavasti enemmän aikaa kuin muiden kilpailijoiden www-sivuilla.

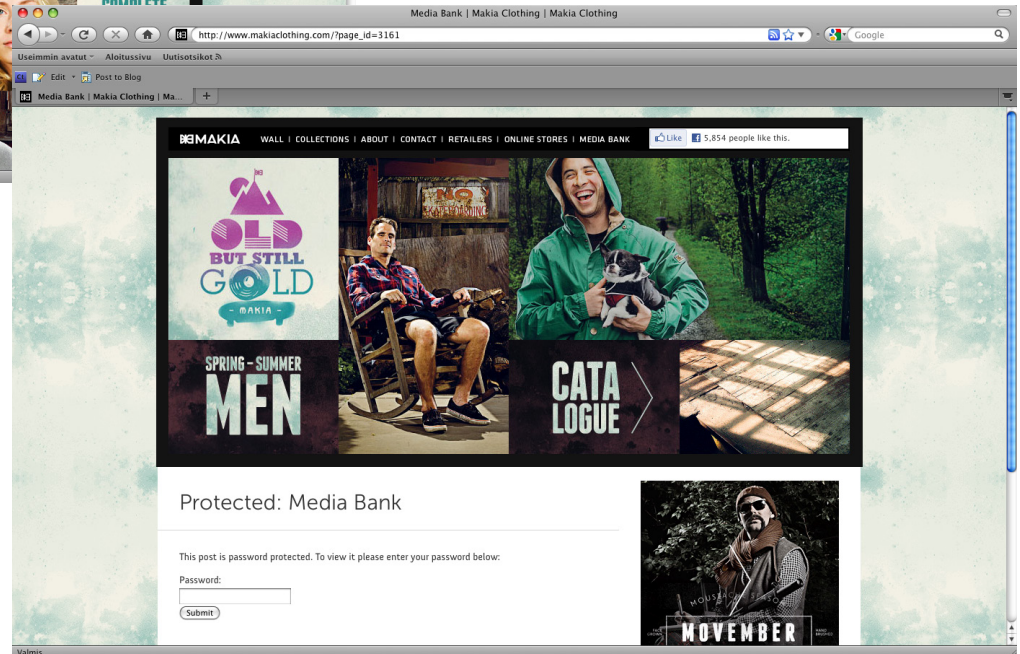
Sisältö oli visuaalisesti hyvin voimakaskontrastista johtuen muun muassa värien rohkeasta käytöstä ja vivahteikkaasta typografiasta. Tekstuuria ja kontrastia oli paikoin turhankin paljon, mistä johtuen sivusto alkoi tuntua hetken selailun jälkeen hieman levottomalta ja silmiä väsyttävältä. Www-sivujen ulkoasun suunnittelussa tulisikin huomioida myös käytökokemus ja käytön mukavuus sivuston visuaalisuuden kannalta. Makia Clothingin sivusto sisälsi paljon tekstuureja, värikontrasteja ja voimakkaita, graafisia ratkaisuja, joita olisi voinut jättää vähemmällekin ja sivusto olisi silti pysynyt ulkoasultaan mielenkiintoisena ja räväkkänä.

Etusivua alas vierittäessä löytyi uutisiosio, jonka toteutus oli visuaalisesti mielenkiintoinen suurine, samalla tavalla käsiteltyine kuvineen. Uutisiosion selaaminen tuntui kuitenkin raskaalta, sillä artikkeleita oli todella paljon ja ne jatkuivat monta sivua eteenpäin. Artikkeleissa ei ollut mahdollista käyttää myöskään hakua, joten arkiston läpi käymisessä täytyi tyytyä käsin selaamiseen.

Makia Clothingin sivustolta löytyi media bank -osio eli median edustajille tarkoitettu sähköisen materiaalin arkisto. Se oli suojattu ja vaati oikean salasanan mediapankkiin pääsemiseksi. Ratkaisu oli mielestäni toimiva, enkä ollut nähnyt sellaista muilla alan www-sivuilla. Ainoastaan kohta, jossa salasanan voi pyytää, jollei sitä ollut vielä saanut, puuttui tästä osiosta. (KUVAT 15-16, s.31)



KUVA 15. Kuvakaappaus Makia Clothingin www-sivuilta



KUVA 16. Kuvakaappaus Makia Clothingin www-sivuilta

CTRL clothing / <http://ctrlclothing.com>

”Merkin mukaiset ja uskottavat sivut, simpellit, mut liian look book- ei valikkoja tms.”

CTRL Clothingin ww-sivut olivat ulkoasultaan CTRL:n tyyliä uskolliset. Olen itse joskus ostanut CTRL:n tuotteita ja heidän tyyliään kuvastavat mielestäni parhaiten räväkkyys, asenteellisuus ja huolettomuus. Www-sivut ovat osa yrityksen markkinointi-ilmettä ja siksi on tärkeää, että brändin yleisilme tulee hyvin esiin myös www-sivuilla.

Sivuston ulkoasu oli vahvasti graafinen voimakkaaine kuviotaustoinen ja rohkeine typografisine ratkaisuineen. Sivustolla oli käytetty yleisesti ottaen mielenkiintoisia graafisen suunnittelun toteutuksia niin asettelun kuin graafisten elementtien suhteen. Sivuston suunnittelussa oli käytetty visuaalisena tehokeinona runsaasti kontrasteja esimerkiksi värien ja elementtien kokojen kautta.

CTRL Clothingin sivustolla navigoimista häiritsi valikoiden puuttuminen lähes täysin. Etusivulta pääsi valitsemansa gallerian osioon, mutta muutoin navigointi oli niin sanotusti pakotetusti ohjattua, eli vaihtoehtoisia linkkejä sivuston sisällä ei löytynyt. Edelliselle tai seuraavalle sivulle ohjaavia linkkejä en löytänyt, mutta paluulinkki pääsivulle löytyi kun sivuston vieritti kokonaan alas asti. Tällaiset ratkaisut voivat häiritä sivustolla vierailijaa suurestikin ja jos vierailu on kokemuksena epämiellyttävä, on vaarana että kävijä ei palaa sivustolle enää.

Mallistojen selaaminen tapahtui vierittämällä sivua alas päin, ja se tuntui mielestäni raskaalta, koska malliston kuvat olivat suuressa koossa ja niitä oli kunkin malliston sivulla runsaasti. Tällaista lookbook (suomennettuna selattava kirja) -henkisyttä voisi toteuttaa myös niin, ettei kaikkia kuvia tarvitsisi käydä läpi yhdellä kertaa. Ratkaisuna olisi voinut toimia

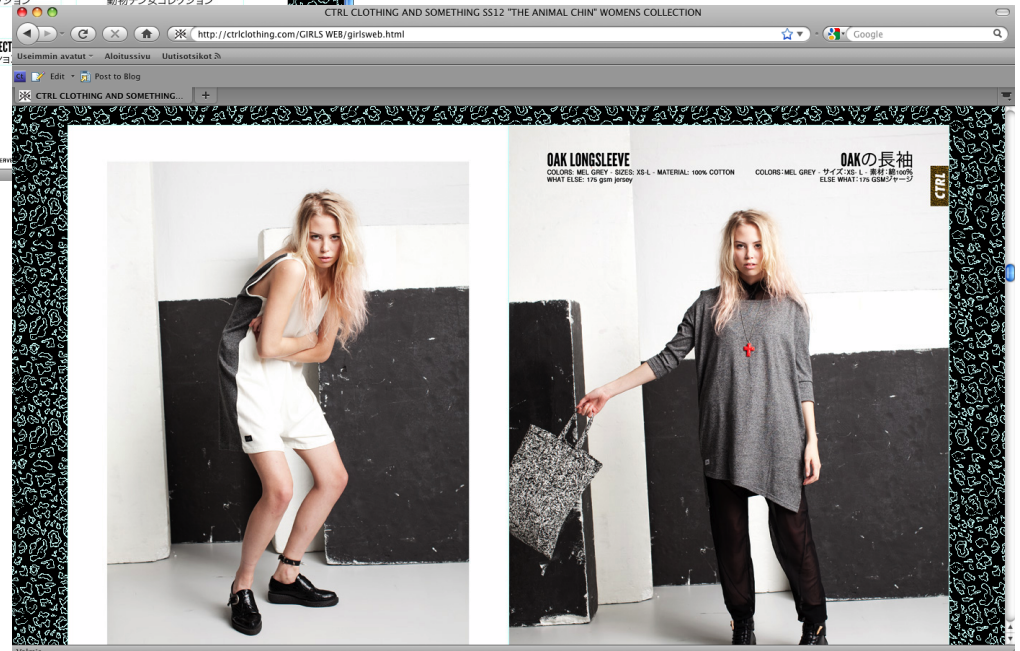
myös esimerkiksi katalogi, jota olisi voinut virtuaalisesti sivuja kääntämällä selata. (KUVAT 17-18, s.33)

Kilpailijoiden www-sivujen analysoimisen jälkeen tein pohdintoistani yhteenvedon, jonka kävin läpi asiakkaan kanssa seuraavassa palaverissamme (Liite 2). Korhosen ja Rytkösen antamat lähteet ja niiden analysointi osoittautuivat todella hyödyllisiksi, sillä löysin sivustojen kautta paljon hyödynnettäviä ideoita POGOSTICK failuren tuleville www-sivuilla.

Kilpailijoiden kautta löytyneistä ideoista uusille sivustoille päätyivät esimerkiksi salasanasuojattu mediapankki sekä seen-in –osio sisältäen referenssejä yrityksen mediaesiintymisistä. Myös kuvien rajaustapaan löytyi inspiraatiota monelta edellämäiniltä, tutkitulta sivustolta. Verkkokauppaan ohjaavan linkin suhteen totesin kilpailijoiden sivustojen esimerkkien kautta, että suoraa linkkiä käytettäessä välisiirtymää ei tarvita ennen verkkokauppaan ohjautumista. Kaikkien uuden www-sivuston elementtien osalta kiinnitin erityistä huomiota käyttäjäystävällisyyteen, mikä ei kaikilla kilpailijoiden www-sivuilla toteutunut. Sivuston toiminnallisten elementtien, kuten kuvamuotoisten linkkien, ulkoasut suunnittelsinkin niin, että kävijä tietää, mitkä elementit ovat aktiivisia, mitkä vain kuvituselementtejä.



KUVA 17. Kuvakaappaus CTRL Clothingin www-sivuilta



KUVA 18. Kuvakaappaus CTRL Clothingin www-sivuilta

3.3 Opinnäytetöihin ja kirjallisuuteen tutustuminen

Opinnäytetyöni kirjallisena lähdeaineistona käytin Pirkko Anttilan teosta ”Tutkimisen taito ja tiedonhankinta” tutkimus- ja työskentelymetodien hyödyntämistä varten. Teoksessaan Anttila esittelee erilaisia tutkivan työskentelyn työkaluja ja malleja, joista valitsin metodiksi opinnäytetyöni etenemiseen toimintatutkimuksen. (Anttila 1996, 320.)

Tarkastelin myös joidenkin oppilaitoksestani valmistuneiden henkilöiden tekemiä opinnäytetöitä. Silmäilin läpi eri aiheista tehtyjä opinnäytetyöraportteja ja havainnoin sitä, miten niiden tekijät olivat jäsenelleet sisältöä. Tutustuin muun muassa toisen POGOSTICK failuren suunnittelijan Minna Rytkösen tekemään opinnäytetyöhön ”FallFest -kierrätysmateriaaleista valmistettavan pienmalliston suunnittelu POGOSTICK failure –merkille”. Rytkösen opinnäytetyön pohjalta ymmärsin asiakkaani yrityksen synnyn historiaa ja arvopohjan muodostumista paremmin. (Rytkönen 2010)

Tutustuin myös oman opinnäytteeni kanssa samasta aiheesta toteutettuun Hanna Hyttisen opinnäytetyöhön ”Purolan ratsastuskeskus – Www-sivuston sisällön, rakenteen ja visuaalisen ulkoasun uudistaminen”, sillä se oli opinnäytetyöprosessina samankaltainen oman opinnäytteeni kanssa (Hyttinen 2008). Hyttinen oli itseni tavoin toteuttanut opinnäytetyönä asiakkaalle vanhan www-sivuston kokonaisvaltaisen uudistamisen. Työssään Hyttinen sovelsi toimintatutkimuksen kaltaista työskentelytapaa, jossa hän lähtökohtien selvittämisen ja toimintamallin luomisen jälkeen kehitti muutokset asiakkaan www-sivuille. Hyttisen työskentelyn suunnat vahvisti asiakas, ja työn lopputulos vastasi Hyttisen määrittelemiä tavoitteita. (Hyttinen 2008, 32.)

Lisäksi luin Juha T. Hakalan opinnäytetyön tekijöille tarkoitettua opaskirjaa ”Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille”, josta sain hyödyllisiä vinkkejä erityisesti aiheen rajaamiseen ja raportin rakenteeseen sekä osien kirjoittamiseen. (Hakala 2004, 119, 166.)

4 // Suunnitteluprosessin vaiheet

4.1 Tiedonhankinta

POGOSTICK failuren uusi sivusto ladattaisiin samalle palvelimelle, jossa aiempi sivusto oli. Asiakas omisti lisenssin Avaruus.net -nimiselle palveluntarjoajalle ja heillä oli jo käytössä oleva ostettu domain ”www.pogostickfailure.com” kyseiseltä palveluntarjoajalta. Ymmärtääkseni sen, miten sivusto ladattaisiin avaruus.netin palvelimelle pyysin asiakkaaltani tunnukset avaruus.netin asiakassivuille ja perehdyin sen sisältöön ja työkaluihin. Asiakassivuilta pääsin WebFTP -tiedonsiirtosivulle, josta pystyin hallitsemaan sivuston sisältöä lisäämällä, poistamalla ja muokkaamalla sitä.

Ohjelmointia varten löysin Internetistä muutamia hyödyllisiä tutoriaaleja eli vaihe vaiheelta havainnollistettuja oppaita joidenkin sisältöosioiden toteuttamista varten. Esimerkiksi kuvagallerioissa käytettävää lightbox-kuvaesitystä varten käytin valmista, lightboxin kehittäjän tekemää javascript-pohjaista koodirunkoa ja kyseinen ohjesivusto sisälsi tarkat ohjeet lightboxin käyttöön ottamiseksi (Lightbox 2. 19.3.2012). Saman tekijän valmistamaa lightbox –toteutusta olin käyttänyt aiemmin joissakin kurssitöissäni ja todennut sen hyväksi. Myös php-pohjaisten lomakkeiden toteutukseen ja toimimiseen etsin vinkkejä Internet-tutoriaaleista, kuten opettajani Jouni Valtosen www-julkaiseminen –kurssisivulta (WWW-julkaiseminen - linkit. 2.4.2012).

En käyttänyt mitään funktioita suoraan sellaisinaan tai ymmärtämättä mitä niissä tapahtuu, sillä lähes poikkeuksetta lähdekoodeja täytyy muokata omaan tarkoitukseen sopiviksi. Myös esimerkiksi linkit tiedostosta toiseen tulee aina määrittellä toteuttajan oman projektin kansiorakenteen mukaisesti. Internetistä löytämiäni hyödyllisten algoritmien käytön perusteena oli se, että joku oli havainnut ne toimiviksi ja laittanut ne muiden saataviksi ja muokattaviksi. En myöskään ole opiskellut php:tä tai javascriptiä, joten niiden tuottaminen täysin itsenäisesti ei olisi onnistunut minulta.

4.2 Ideointi

POGOSTICK failuren uuden www-sivuston ideoinnin lähteenä käytin pääosin Internetiä, selaten runsaasti omaan alaani sekä www-suunnitteluun liittyviä sivustoja ja kuvablogeja. Ideoiden etsiminen tapahtui enimmäkseen intuition ja spontaanin Internetin selailun kautta, mutta joitakin mahdollisia idealähteitä tiesin jo etukäteen. Näistä esimerkkinä FFFFOUND!, joka on kuvasivusto, johon rekisteröityneet käyttäjät voivat tuoda löytämiään inspiroivia kuvia eri lähteistä (FFFFOUND!. 20.1.2012). FFFFOUND!-ssa kuvia voi selata myös aiheen mukaan ja tietyn kuvan lähemmässä tarkastelussa sivusto ehdottaa selattavaksi muita samaan aihepiiriin kuuluvia kuvia.

4.2.1 Ulkoasun ideointi

Idealähteiden pohjalta koostin kuvakollaaseina kolme visuaalista ideakarttaa, jotka pohjautuivat eri lähtökohtiin ja erilaisiin visuaalisiin painotuksiin (KUVAT 19-21, s. 37-38). Nimesin ideat mystiseksi, BW:ksi (black and white, mustavalkoinen) ja sketchbookiksi (luonnoskirja). Ideakartat esittelin asiakkaalle vastabrief-palaverissamme 7. helmikuuta 2012. (Liite 2)

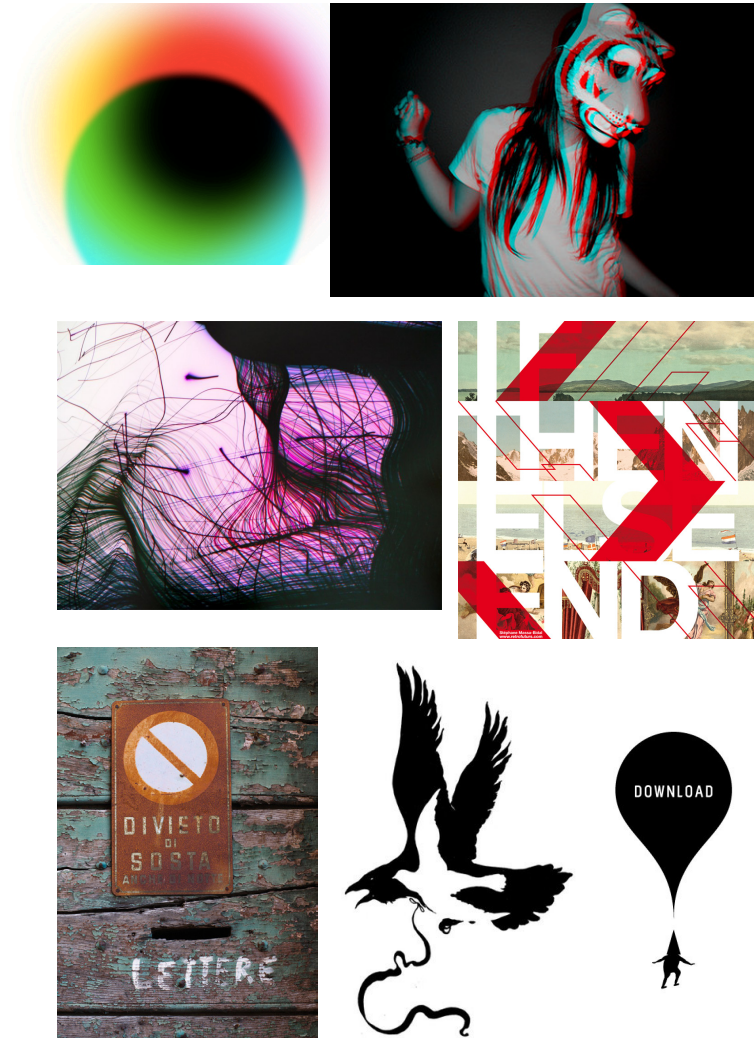
Mystinen -ideakollaasissa hain kuva- ja värimaailman kautta kontrasteja POGOSTICK failuren tuotteille (KUVA 19, s.37). Ulkoasultaan graafisten ja selkeälinjaisten tuotteiden vastapainoksi toin utuisia sävyjä ja abstraktia kuvapintaa esimerkiksi taustaelementteinä käytettäviksi. Värimaailma pohjautui muihin kuin puhtaisiin värisävyihin. Mystisen teeman pohjalta sivustolle tuleva grafiikka ja symbolit olisivat mustia, minimalistisia siluettimaisia elementtejä. Valikoissa ja linkeissä suunnittelin käytettävän muita kuin tavanomaisia tekstipohjaisia ratkaisuja, esimerkiksi esittämällä päänavigoinnin linkit symboleina, kuvakkeina tai bannerityyppisinä pieninä

kuvina. Myös sommittelussa oli tarkoitus käyttää poikkeavia ratkaisuja, kuten sijoittamalla navigaation johonkin muualle kuin sivuston yläosaan tai jommallekummalle reunalle vertikaalisesti.

BW -ideakartassa suunnittelin asiakkaan uuden sivuston ulkoasun pohjautuvan teeman nimen mukaisesti mustavalkoiseen sävy maailmaan (KUVA 20, s.37). Inspiraatio tähän teemaan syntyi alun perin POGOS-TICK failuren tyyliä kuvaavasta, Korhosen ja Rytkösen itse käyttämästä ilmaisusta ”We think black is The new black!” (POGOSTICK failure. 20.1.2012). Asiakkaan markkinointimateriaaleissaan käyttämä ausahdus kuvastaa asiakkaan mieltyä mustaa väriä kohtaan ja löydän siitä viittauksen ajatukseen, että musta on tyylikäs ja ajaton väri myös tänä päivänä. BW-teemaan löysin ideamateriaalia urbaanista ympäristöstä: harmaasävyiseen maailmaan sopisivat kaupunkiympäristössä tavattavat tekstuurit kuten betoni, teräs ja kivi, jotka ovat viitteitä myös asiakkaan tuotteiden edustamaan katumuotiin. Käyttämieni ideakuvien kautta toin ulkoasuun paljon samanlaista muotokieltä ja puhdaslinjaista graafisuutta asiakkaan tuotteiden kanssa. Sävy- ja tekstuuripintaan yhdistin käsin-kirjoitetun oloista typografiaa, joka toimisi hyvin lyhyinä sanoina kuten otsikoissa tai navigaatiossa.

Sketchbook -ideakollaasia varten listasin muistivihkooni tunnelmasanoja kuten ”rento”, ”leikkisä”, ”huoleton” ja ”dynaaminen”, jotka mielestäni kuvastivat myös asiakkaan edustamaa tyyliä ja yrityksen persoonallisuutta. Kokonaisuutena sivuston ulkoasusta tulisi tähän teemaan pohjautuen värikäs sekä selkeitä, geometrisiä muotoja ja kirkkaita värejä sisältävä (KUVA 21, s.38). Paljon voimakkaita elementtejä sisältävä ulkoasu vaatisi kuitenkin puhdasta valkoista sävyä rauhoittamaan kokonaisuutta, joten valitsin ideakarttaan kuvia, joissa värikkäillä elementeillä oli tyhjää tilaa ympärillään. Typografiaa varten etsin leikkisän ja käsintehtyn oloisia, jopa hieman lapsellisia kirjasintyyppisiä. Sketchbook -ideaehdotuksessa

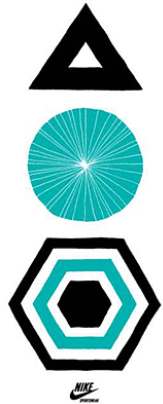
korostui kuvamaailma, ja ajattelinkin, että sivustolle tulevan kuvagallerian voisi toteuttaa poikkeavalla tavalla. CTRL Clothingin tapaan (KUVA 18, s. 33) look book -tyyppinen, suuria kuvia sisältävä – tosin CTRL Clothingin toteutuksesta poiketen – sivuja virtuaalisesti kääntäen selattava katalogi toimisi tämän teeman yhteydessä hyvin.



KUVA 19. Kuvakollaasi "Mystinen"



KUVA 20. Kuvakollaasi "BW"



KUVA 21. Kuvakollaasi "Sketchbook"

4.2.2 Sisällön ja rakenteen ideointi

Ulkoasun ideoinnin rinnalla työstin uuden sivuston sisältöä ja rakennetta. Sisältöä ja sen hierarkiaa mietin ensisijaisesti asiakkaani kohderyhmät huomioiden. Hahmottelin sivustolle sellaista sisältöä, joka olisi oleellista kaikkien kohderyhmien kannalta, ja että sivustolla oleva tieto olisi selkeästi ja loogisesti jäsennettyä. Nostin päänavigaatioon tärkeimmät osiot kuten yrityksen esittelyn, mallistojen esittelyn, uutisiosion ja jälleenmyyjäluettelon. Mietin myös, mitkä sisällöt olisi hyvä löytää sivuston jokaisesta osiosta ja olla saatavilla koko ajan sivustolla vierailtaessa. Näitä olivat tietysti yrityksen yhteystiedot eli nimi, sijainti ja yhteydenottolinkki sekä sivuston ulkopuolelle ohjaavat, POGOSTICK failurea koskevat www-sivut kuten sosiaalisen median kanavat ja verkkokauppa. Navigoinnin tasoissa halusin pitäytyä selattavuuden selkeyden vuoksi suppealla linjalla – hahmottelin kunkin päänavigaatio-otsikon alle yhden tai korkeintaan kaksi sisäkkäistä alanavigaatiota. En vielä tässä vaiheessa eritellyt navigointilinkkejä pää- ja sivunavigaatioihin.

Koostin sisällöstä sivuhierarkiakartan, jonka esittelin asiakkaalle (KUVA 22, s.40). Ennen asiakkaalle esittelemistä kävin sisällön läpi opinäytetyötä ohjaavan opettajani Jouni Valtosen kanssa ohjaustapaamisessa (Valtonen 2.2.2012). Tapaamisessa saamani palautteen pohjalta tiivistin sisältöä hieman ja mietin tarkemmin joidenkin sivun osioiden, kuten mediapankin ja lomakkeen teknisiä toteutustapoja. Sivuhierarkiakartan toteutin englannin kielellä, sillä uusi www-sivusto tulisi olemaan täysin englanninkielinen.

Sivuston sisällön ja sen hierarkian suunnittelun jälkeen toteutin kolme erilaista rautalankamalla sisältöä asetelua varten (KUVAT 23-25, s.41-43). Rautalankamallit toimivat ikään kuin alustavina kehyksinä ulkoasulle ja sisällölle yhdessä ja niiden avulla havainnollistetaan sivuston eri element-

tien ja osioiden sijainteja ja volyymeja. Niiden tarkoituksena oli auttaa asiakasta hahmottamaan vaihtoehtoisia ratkaisuja sivuston asettelulle. Rautalankamalleissani kuvasin sivuston sisäisten linkkien kuten pää- ja alinavigaatioiden sijainnit, sisältöalueen koon ja sijainnin sekä yrityksen tunnuksen paikan sivustolla. Vaikka rautalankamallit olivat keskenään erilaisia, kaikista niistä löytyi samat elementit. En yhdistänyt kuvamaailmaa, värisävyjä tai tekstuuripintoja rautalankamalleihin, mutta mallitin silti elementtien välisiä tummuuskontrasteja harmaan sävyn eri tummuusasteilla.

Ensimmäisessä rautalankamallissa sivuston yläreunaa rajasi header-osioon sijoittamani suuri kuvabanneri (KUVA 23, s.41). Asettelin kuvan hieman viistoon staattisuuden sekä pysty- ja vaakasuunnassa suorien linjojen rikkomiseksi. Kuvan alla sen diagonaalista linjaa reunusti samansuuntainen päänavigaatio, jonka alapuolelle mallitin toisen tason navigaation. Sisältökenttä vei leveys suunnassa noin kolme neljäsosaa sivun pinta-alasta ja tasasin sen sivun vasemmasta laidasta alkavaksi. Sisällön oikealle puolelle jäi tilaa linkkipalkeille kuten POGOSTICK failuren sosiaalisen median sivustoihin sekä yrityksen verkkokauppaan ohjaaville linkeille. Yritystunnus löysi paikkansa lätkämäisenä elementtinä kuvabannerin alareunasta päänavigoinnin oikealta puolelta. Keskitin linkkipalkkivalikon yritystunnuksen suhteen ja kokonaisuus näytti mielestäni mielenkiintoiselta. Sisältöelementtien ollessa tiiviisti toistensa lähellä, sivun taustaväri tarvitsi olla vaalea ja elementeille tilaa antava. Tästä syystä jätin niitä yhdistävän taustan valkoiseksi.

Toiseen rautalankamalliin jätin sivuston vaihtuvalle sisällölle suhteessa huomattavasti eniten tilaa (KUVA 24, s.42). Sivun yläreunaan mallitin päänavigaation ja sen alle alinavigaation. Sisällön asettelin sivun keskelle ja kehystämään sitä loin sivunavigaatiot linkkipalkeineen. Sisällön taustan jätin vaaleaksi ja kehystävälle taustalle toin hieman tummempaa sävy-pintaa, jonka voisi toteuttaa esimerkiksi tekstuuritaustana. Tämän mallin

käyttäminen ulkoasun pohjana mahdollistaisi laajankin sisällön esittämisen yhdessä osiossa, jolloin selaaminen alaspäin tapahtuisi koko sivua vierittämällä.

Kolmas rautalankamalli perustui idealle, jossa sisältö, painikkeet ja muut elementit kelluisivat koko sivun pinta-alan täyttävän kuvataustan päällä (KUVA 25, s.43). Kuvatausta ei saisi olla kuitenkaan liian tumma tai kontrasteiltaan voimakas. Muutoin vaarana olisi sivuston elementtien hukkuminen taustaan eli epäselvä erottuminen siitä. Vaihtuvan sisällön paikan sijoitin sivun vasemmalle puoliskolle ja yrityksen tunnuksen sekä navigoinnin ja sosiaalisen median linkit pystysuunnassa sisällön oikealle puolelle. Verkkokaupan linkkibannerille annoin sisältökentän levyisen tilan sen alapuolelta. Edellisistä malleista poiketen sivuston uutisosoio löytyisi päänavigoinnista, ei sivuston ulkopuolelle ohjaavien linkkipalkkien joukosta.

INTRO

*esim. pieni animaatio,
välähdys, teeman mukaan
vaihtuva sisältö*

MAIN

*about / yleinen esittely
arvot, liikeidea*

NEWS/ ON THE ROAD

ajankohtaista

*tapahtumat, messut,
myyjäiset*

MEDIA&PRESS

PSF mediassa

*salasanan taakse
mediapankki*

COLLECTIONS

*mallisto 1
mallisto 2*

...

POGOSHOP

pieni info

*linkki kreativeshopin
verkkokauppaan*

PSF 

linkit muualle

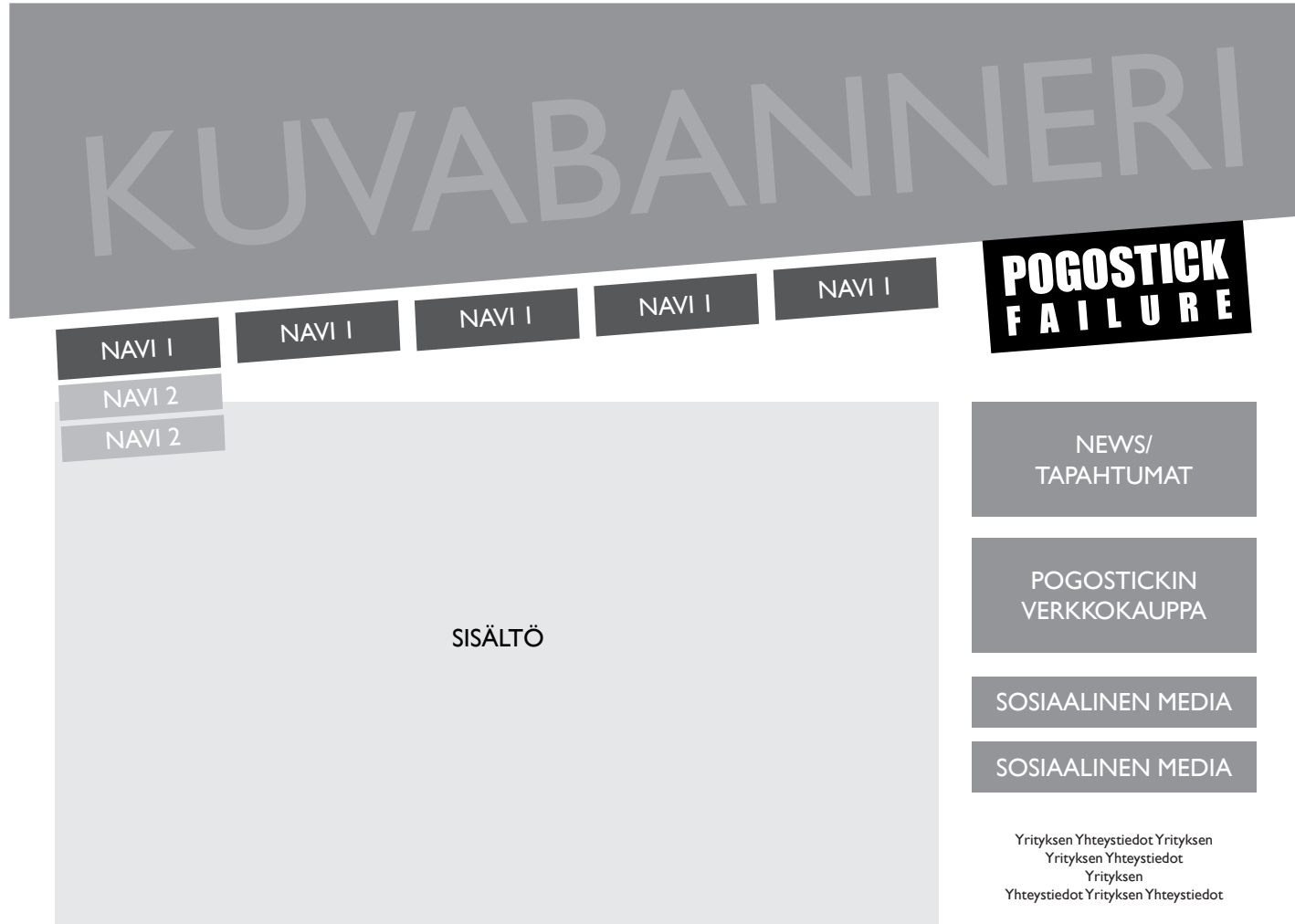
PSF SHOOTS

*exclusive-nostoja
kuvauksista*

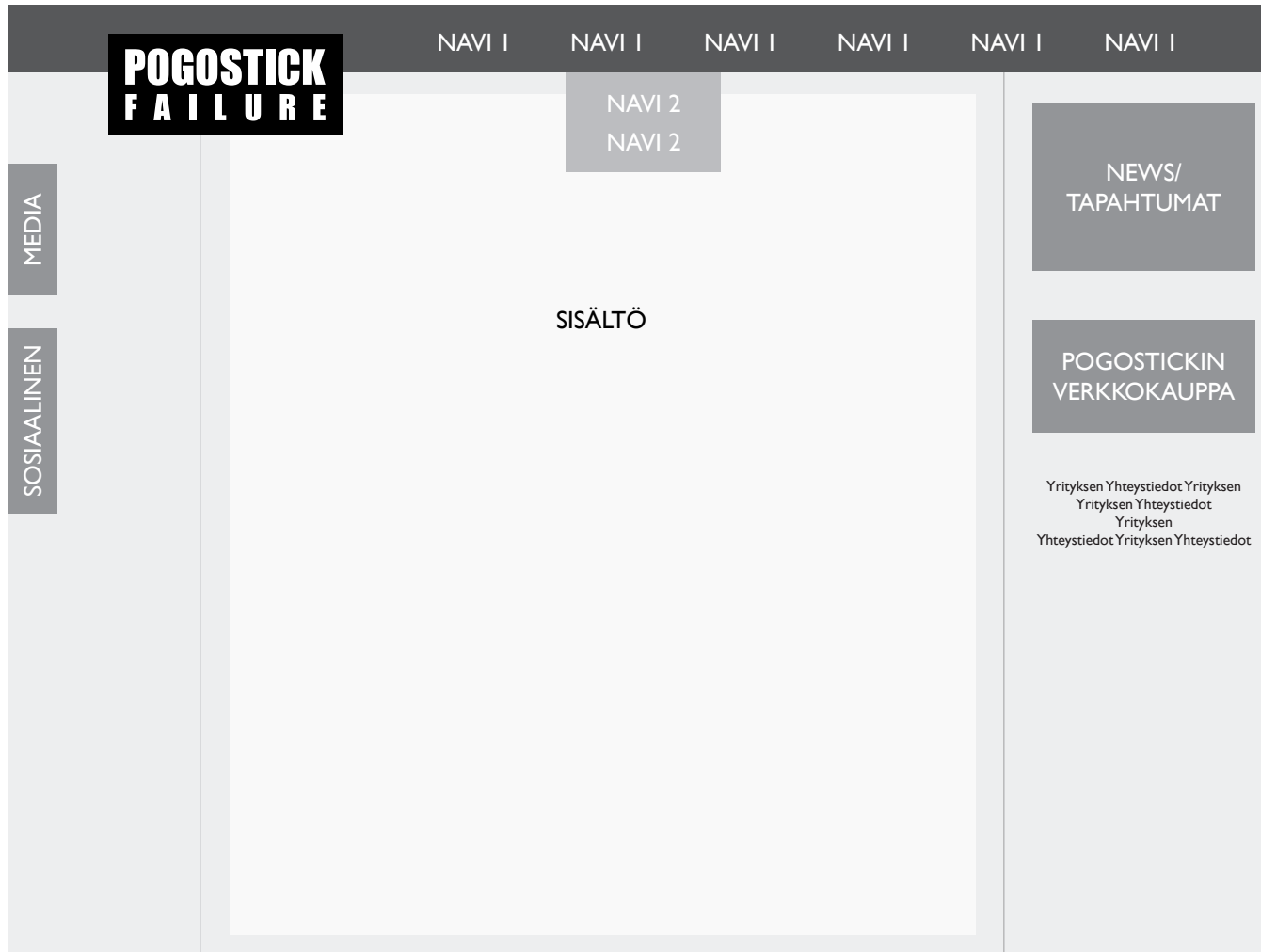
RETAILERS

*luettelo jälleenmyyjistä
linkkeineen*

STAATTISET
*yrityksen
yhteystiedot
sosiaalinen media*



KUVA 23. Sivuston rautalankamalli I



KUVA 24. Sivuston rautalankamalli 2



KUVA 25. Sivuston rautalankamalli 3

4.3 Työskentely

4.3.1 Ideoiden jatkotyöstö

Kävin vastabrief –palaverissa asiakkaan kanssa läpi kaikki kolme ideakarttaa sekä ehdotukset sivuston sisällön rakenteesta ja asetelusta. Ideoiden analysoinnin tarkoituksena oli asiakkaalta saamani palautteen kautta löytää ideoiden joukosta asiakastani miellyttävät vaihtoehdot, joita kehittäisin eteenpäin prosessin seuraavassa vaiheessa. Palaverissa käsitelimme ideakartat omana kokonaisuutenaan, samoin sisällön ja sen rakenteen sekä rautalankamallit omina teemoinaan. Myös tekemäni kilpailija-analyysi käytiin yhteisesti läpi ja sen pohjalta sovittiin asiakkaan www-sivuilla tulevista uusista ominaisuuksista, joihin oli löytynyt ideoita kilpailijoiden www-sivuilta. (Liite 2)

Ulkoasuista sain positiivista palautetta kaikkien kolmen ideakartan pohjalta. Korhonen ja Rytönen mieltäytyivät eniten BW –teeman mustavalkoiseen sävy maailmaan ja katumuotihenkisyyteen ulkoasussa. Asiakas korosti kuitenkin, ettei katumuotia tulisi tuoda esiin liiaksi alleviivaten, sillä huomioon täytyi ottaa yrityksen kohderyhmä, joka ulottui nuorten aikuisten lisäksi keski-ikäisiin naisiin. Mustavalkoisen sävy maailman rinnalle ehdotin nostettavan kirkkaan väriä esimerkiksi aktiivisina oleviin sivun osiin tai linkkeihin sekä hiiren kursorin osoittamiin elementteihin. Korhonen ja Rytönen pitivät myös BW –ideakarttaan löytämistäni tekstuuri-pinnoista. Asiakas totesi, että tekstuuriin käyttäminen korostaisi yrityksen henkeen kuuluvaa käsityömäisyyttä. Kaikissa ideakartoissa korostunut erikoinen typografia miellytti asiakasta. Erityisesti tussatun ja käsinpiirretyn oloiset kirjaintyyppit sopivat asiakkaan mielestä ulkoasuun ja viittasivat katumuotiin. (Korhonen & Rytönen 7.2.2012)

Mystinen –teeman ideakartassa asiakas piti kuvituksen tyylistä ja kuvien rajauksista. Erityisesti kollaasin kuva, jossa tytöllä on tiikerinaamari päässä, herätti ajatuksia. Kuvasta asiakas sai idean tapaan, jolla heidät voitaisiin esittää visuaalisesti uusilla www-sivuilla yrityksen esittelyosiossa. Sovimme, että varaamme oppilaitokseni valokuvausstudion myöhemmälle ajankohdalle uusien kuvien ottamista varten ja että muutkin sivustolle tulevat kuvat käsitteisin ja rajaisin mielenkiintoisiksi. Studiokuvauksista kerron luvussa 4.3.5, sivulla 49. (Korhonen & Rytönen 7.2.2012)

Asiakkaalta saamani palautteen pohjalta sain hyviä kehitysehdotuksia sivuston lopullista ulkoasua varten, ja aloin seuraavaksi työstää viimeistelyjä visualisointeja uusista www-sivuista.

4.3.2 Väliaikainen sivu

Asiakaspalaverissa 25.1.2012 sovimme, että poistan POGOSTICK failuren entiset www-sivut näkyvistä asiakkaan 10. helmikuuta alkavaa Lontoon-matkaa ennen. Päätimme, että suunnittelen ja lataan sivustolle väliaikaisen sisällön, jossa kerrotaan rakenteilla olevasta uudesta www-sivustosta ja josta ohjataan sivuston vierailijat yrityksen sosiaalisen median kanaviin Facebookiin ja Twitteriin. (Liite 1)

Väliaikaisen sivun sisällöstä sovittiin, ettei siinä tarvitsisi olla kuin yksi pääkuva, jossa on yrityksen nimi, linkit sosiaaliseen mediaan, yrityksen yhteystiedot sekä lyhyt tervehdys vierailijoille. Ulkoasun suhteen sain asiakkaalta vapaat kädet toteutukselle. Pyysin Korhosta ja Rytökstä lähettämään minulle joitakin tunnelmakuva väliaikaista sivua varten, sillä halusin tehdä ulkoasusta visuaalisesti mielenkiintoisen ja POGOSTICK failuren näköisen. En halunnut ottaa ulkoasuun vaikutteita asiakkaan vanhoilta www-sivuilta, sillä halusin väliaikaisen sivun ulkoasun kautta viestiä kävijöille kokonaisvaltaisista muutoksista, joita uudella sivustolla tulee olemaan. Suunnittelin ja taitoin ulkoasun Adobe InDesignissa ja lähetin vedoksen asiakkaalle. Asiakas hyväksyi ulkoasuehdotuksen ja latsin sisällön vanhan sivuston tilalle 7.2.2012. (KUVA 26, s.45)



POGOSTICK
FAILURE

"We are a fresh and upcoming streetwear brand from Kuopio.

We are all about innovative, brave and experimental design, hand made detailing, ecological values and being fair; no blood, sweat or tears - apart from our own.

We think black is the new black and bold prints never go out of style!"

Emmi & Minna
Designers

Brand new **POGOSITE** coming soon,
stay tuned!

Meanwhile, follow us on



KUVA 26. Väliaikaiselle sivulle suunnittelemani layout

4.3.3 Typografian valitseminen

Www-sivustolla käytettäviä kirjasimia valitessani käytin lähteinä koulun tietokoneen fonttikirjastoa sekä Dafont-nimistä sivustoa, josta olen aiemminkin ladannut fontteja käyttööni niin kurssiharjoituksissa, työharjoittelussa kuin vapaan ajan töissäni (Dafont.com. 3.3.2012) Kirjasimia valitessa ja ladataessa täytyy kiinnittää huomiota niiden lisensseihin. Tekijänoikeuksien sekä käyttöoikeuksien rikkomista välttämällä ladattavien fonttien tulee olla lisenssiltään ”free” eli ilmaisia, ellei halua maksaa lisenssimaksuja. Käyttöoikeuden rajoitukset tulee huomioida, sillä jotkut fontit on tarkoitettu omaan käyttöön, kun taas toisia voi käyttää myös kaupallisiin tarkoituksiin.

Päänavigoinnissa käytin fonttia *Uptown*. Valitsin kirjasintyyppin, koska se muistutti muotoilultaan hyvin läheisesti POGOSTICK failuren graafisessa ilmeessä – muun muassa tunnuksessa - käytettävää *Impactia*, joskin pienillä lisäyksillä ja rosoisuudella (KUVA 27). Rosoisuudestaan huolimatta *Uptown* on vahvan muotoilunsa kautta selkeä ja lyhyissä teksteissä kuten otsikoissa helposti luettavissa.

Toiseksi tehostefontiksi valitsin käsinkirjoitettu -kategoriaan kuuluvan *Daisy Scriptin*, jonka latsin myös dafont.comista. *Daisy Script* on kevyt, tussatun oloinen ja hieman koristeellinen fontti, joka luo muutokkontrastia *Uptown* -kirjasintyyppin kanssa ja jossa on samaa luonnosmaista, huoletonta tyyliä. (KUVA 28)

Www-sivujen leipätekstiin eli tekstimuotoisten otsikoiden ja tekstikappaleiden kirjasintyyppiä valitsin *Verdanan*. Se on päätteeton eli groteski kirjasintyyppi ja yksi yleisesti käytetyistä www-fonteista. *Verdana* on myös helppolukuinen ja selkeä kirjasintyyppi, minkä takia valitsin sen tasapainotamaan muuta sivustolla käyttämäni typografiaa.

Impact

Uptown



KUVA 27. Impact- ja Uptown -fonttien samankaltaisuus

Daisy Script



KUVA 28 Daisy Script -fontti

4.3.4 Lopullinen ulkoasu

Esiteltynä asiakkaalle ulkoasun, sisällön ja rakenteen suunnitelmat sekä valittuamme yhdessä lopullisen suunnan niille tein layout –pohjat uuden sivuston ulkoasusta Adobe Photoshop -ohjelmalla (KUVAT 29-35, s.47-48). Tässä suunnitteluvaiheessa kertosin mielessäni asiakkaalta saamani palautteen, sekä uudelle sivustolle määritellyt tavoitteet, jotta suunnittelun suunta pysyisi oikeana yhdistettynä ideoistani saatuun palautteeseen.

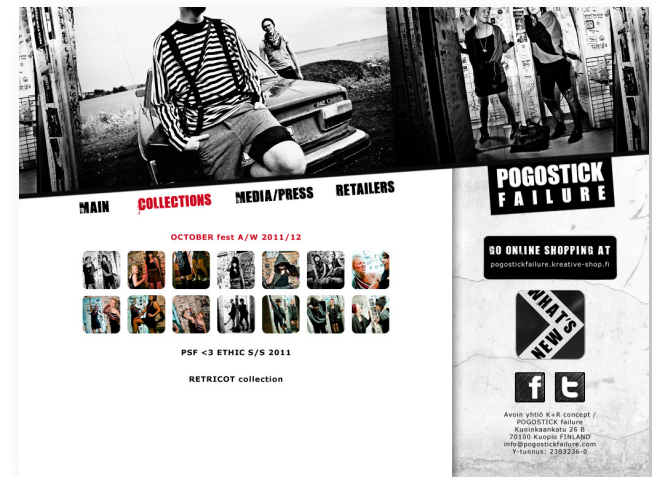
Määritin dokumenteille oikeat mitat ja rakensin sivustolle tulevat elementit lopullisissa mittasuhteissa. Visualisoisin sivuston ulkoasusta pääsivun kaikkine elementteineen, muutokset linkkien ulkoasussa niiden ollessa aktiivisena, kuvagallerian eri vaiheiden näkymät sekä uutissivuston kaksi sisäkkäistä näkymää. Tarkoituksena oli, että asiakas saisi mahdollisimman hyvän käsityksen ulkoasusta ja sen vaihtuvista elementeistä sivuston sisällön eri osissa. Tässä vaiheessa tuottamaani kuvamateriaalia pystyin hyödyntämään suoraan lopullisen sivuston ohjelmointivaiheessa.

Lopullisen ulkoasun visualisoinnissa kiinnitin erityistä huomiota kontrastien luomiseen ja eri elementtien huomiarvoihin valittuun rautalankamalliin pohjautuen, sekä mielenkiintoisiin ulkoasullisiin toteutuksiin esimerkiksi header-osion bannerien kuvien rajauksessa. Vertikaalisessa navigaatiossa sivuston ulkopuolelle ohjaavat linkit oli tarkoitus tuoda valitun rautalankamallin mukaisesti kuvina. Siksi hain niihin visuaalisesti mielenkiintoisia toteutustapoja niin, että sivuston kävijä hahmottaisi niiden olevan aktiivisia elementtejä. Kuvamuotoisissa linkeissä tuli ottaa huomioon myös niiden yksiselitteisyys, jotta sivuston kävijä ymmärtäisi, mihin näistä linkeistä ohjautuu.

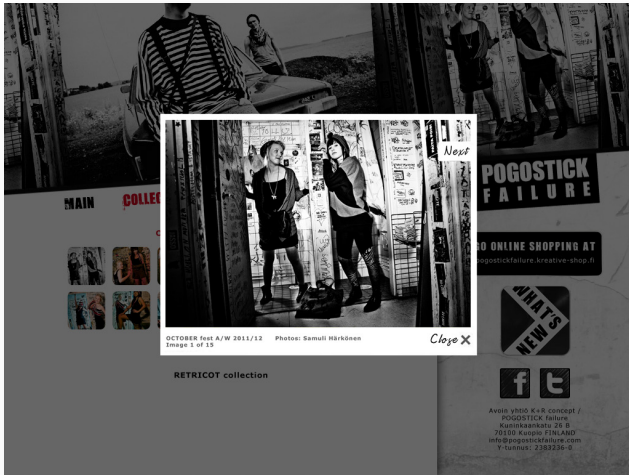
Hyväksyitin viimeisteltyt ulkoasukuvat asiakkaalla, eikä ulkoasuun tullut sen jälkeen enää merkittäviä muutoksia.



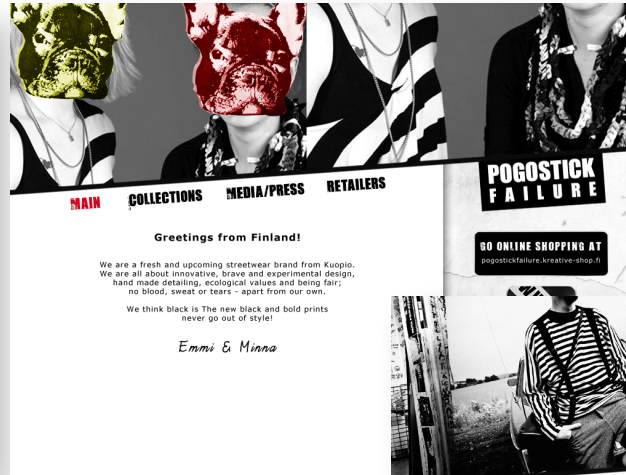
KUVA 29. Layout-pohja, gallerian 1. näkymä



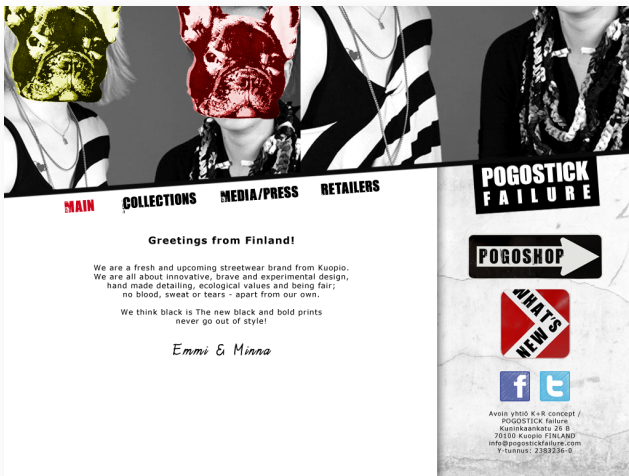
KUVA 30. Layout-pohja, gallerian 2. näkymä



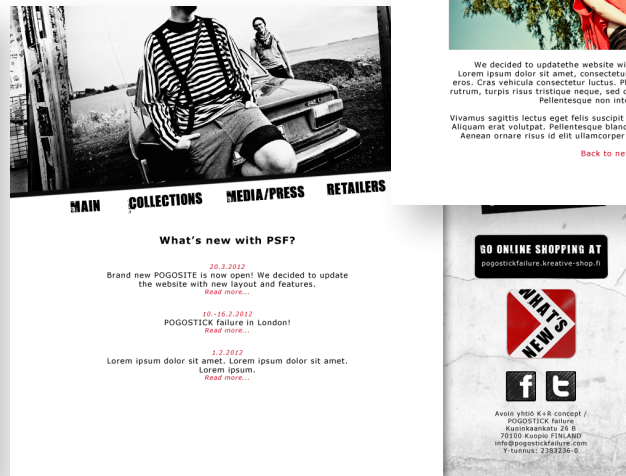
KUVA 31. Layout-pohja, gallerian 3. näkymä



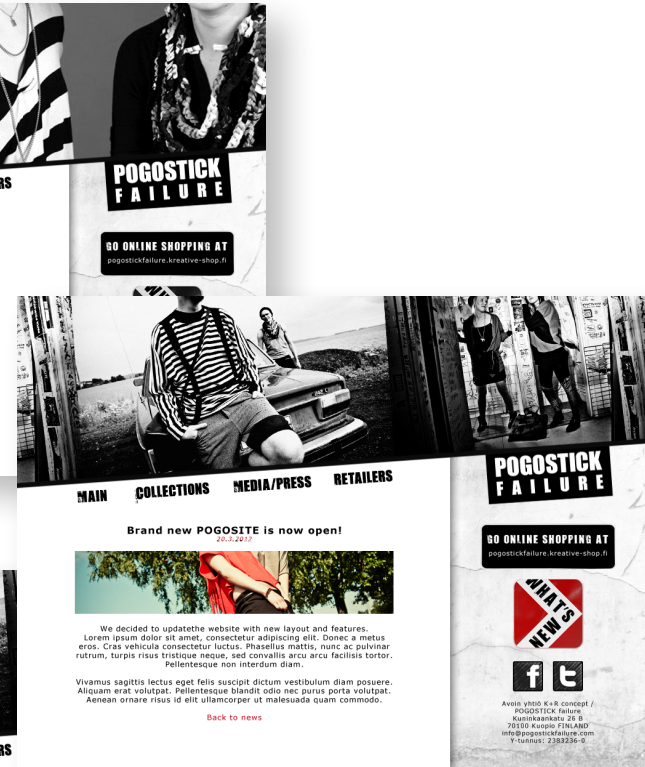
KUVA 32. Layout-pohja, etusivu



KUVA 33. Layout-pohja, valittuna olevien linkkien esitys



KUVA 34. Layout-pohja, uutisten 1. näkymä



yllä: KUVA 35. Layout-pohja, uutisten 2. näkymä

4.3.5 Studiokuvauspäivä

Uuden sivuston oletusnäkymää eli suunnittelijoiden esittelyä varten järjestin valokuvauspäivän asiakkaan kanssa oppilaitoksen valokuvausstudion tiloissa. Kuvaukset järjestettiin perjantaina 30.3.2012. Asiakas pyysi minua kuvaamaan myös joitakin heidän tuotteitaan kuten asusteita ja t-paitoja, sillä niistä ei kaikista ollut otettu virallisia tuotekuvia tai aiemmat olemassa olevat kuvat olivat huonolaatuisia.

Asiakas ja minä luotimme siihen, että saamme spontaanilla otteella hyviä valokuvia, ja siksi kuvaukset tapahtuivat ilman konkreettista, etukäteen tehtyä kuvaussuunnitelmaa. Korhosesta, Rytkösestä sekä tuotteista ottamani kuvat onnistuivatkin hyvin ja sain tuotettua juuri sellaista materiaalia, jota asiakas oli toivonutkin (KUVAT 36-39, s.49-50). Lähetin valokuvat asiakkaalle ja luovutin samalla kuvien vapaat käyttöoikeudet heille. Asiakas valitsi ottamistani kuvista www-sivuille tulevat tuotekuvat sekä heistä itsestään käytettävän kuvan esittelyosiota varten.



KUVA 36. Www-sivuille päätynyt studiokuva



KUVA 37. Www-sivuille päätynt studiokuva



KUVA 38. Www-sivuille päätynt studiokuva



KUVA 39. Www-sivuille päätynt studiokuva

5// Tekninen toteutus

5.1 Hakukoneoptimointi

Ennen ohjelmoinnin aloittamista tutustuin verkkosivujen hakukoneoptimointiin Googlen ”SEO -Search Engine Optimization Starter Guide”:n avulla. Hakukoneoptimointi on tärkeä vaihe web-julkaisemisessa ja jo ohjelmoinnin alustusvaiheessa, sillä optimoinnin kautta sivuston näkyvyyttä ja löydettävyyttä kuluttajille eli web-sivujen kävijöille voidaan parantaa ja tehostaa huomattavasti. Hakukoneoptimointi vaikuttaa yrityksen www-sivuston näkyvyyteen ja löydettävyyteen, kun kävijä etsii yrityksestä tietoa verkossa erilaisilla hakulausekkeilla. Se ei tosin vaikuta maksettuihin hakutuloksiin. (Google - Hakukoneoptimoinnin aloitusopas. 18.3.2012)

Ensimmäiset hakukonelöydettävyyttä parantavat toiminnot tein luomalla sivukohtaisesti html-tiedostoihin *title*- eli otsikkotagit - esimerkiksi etusivulle ”POGOSTICK failure” -, *meta-tietoihin* hakutuloksissa näkyvän kuvauksen eli *descriptionin* sekä sivukohtaiset hakusanat eli *keywordsit*. Hakusanoja mietin yhdessä asiakkaan kanssa ja niissä otettiin huomioon niin suomen kielellä kuin englanniksi tehtävät mahdolliset haut. Lisäsin sivuston kuville myös *alt*-nimet, jotka tehostavat kuvahaun täsmällisyyttä, sekä tulevat näkyviin esimerkiksi silloin, kun sivuston kuvasisältöä ei voi jostakin syystä ladata. (Hakukoneoptimointi lyhyesti. 25.4.2012)

Ennen ohjelmoinnin aloittamista loin juurikansion tiedostoille ja sen alle omat kansionsa sivuston eri osille sekä oman kansion sivustolle tuleville kuville. Hakemistorakenteen tein hakukoneoptimointioppaan suositusten mukaisesti, muun muassa nimeämällä kansiot ja tiedostot loogisesti sivuston pääsisältöjen mukaan. Tiedostojen ja kansioiden nimeäminen selkeästi helpottaa huomattavasti työskentelyä. Samoin esimerkiksi sivuston kävijä näkee sijaintinsa osoitepolussa kätevämmän ja pystyy navigoimaan osoiterivillä taakse päin.

5.2 Kuvamateriaalin tuottaminen ja käsittely

POGOSTICK failuren uudelle www-sivustolle tulevasta kuvamateriaalista suurin osa oli jo olemassa olevaa kuva-aineistoa, jonka sain asiakkaalta sähköpostin kautta. Osa kuvista oli studiokuvauksissa ottamiani kuvia ja yksi kuvamaailman osa-alue olivat esimerkiksi sivustolla linkkeinä toimivat kuvat sekä taustakuvat.

Kaiken tarvittavan kuvankäsittelyn tein Adobe Photoshop -ohjelmalla. Määritin asiakkaan tuotteiden kuvagallerioihin tuleville kuville yhdenmukaiset koot: pystysuuntaisten kuvien raja-arvona korkeus 600 pikseliä, vaakakuvien raja-arvona vastaavasti leveys 600 pikseliä. Samoin Seen in -osioon päätyneiden kuvien rajoiksi annoin pystysuuntaisille kuville 800 pikseliä, vaakakuville saman verran leveyssuunnassa. Tällä tavalla kuvien katselukoot olivat yhtenäiset ja ne mahtuivat selaimessa näkyvän alueen sisälle ilman, että sivua tarvitsi vierittää kuvien kokonaan näkemiseksi.

Kaikissa lightboxilla toteutetuissa kuvagallerian osissa kuvien esikatselukuvakkeet määritin kooltaan 50x50 pikselin suuruisiksi. Lähes kaikkien sivuston kuvien resoluutioksi annoin 72 ppi, sillä se on web-käyttöön tarkoitettu resoluutio. Tallensin kuvat Save for web -toiminnon kautta *.png*-tiedostomuodossa, sillä se on häviötöntä pakkaamista käyttävä tiedostomuoto, joka erityisesti *.gif*-tiedostoon verrattuna mahdollistaa sävyjen runsaamman tallentamisen. Medialle tarkoitettussa kuvamateriaalissa käytin *.jpg*-tiedostomuotoa sekä painotarkoitukseen sopivaa, 300 ppi:n resoluutiota.

5.3 Ohjelmointi

Loin pohjat juuritiedostolle *index.html* sekä koko sivuston muotoilua määrittävälle tyylitiedostolle *styles.css* Adobe DreamWeaverissa. Päätin jo ennen ohjelmoinnin aloittamista, että luon kaikki määrittelyt myös tyylitiedostoon englanniksi, sillä sivusto on englanninkielinen ja muun muassa diveille ja classeille antamani nimet taipuvat englannin kielellä lyhyempään muotoon.

Ensin määrittelin sivuston mittasuhteet ja elementtien sijainnit sekä rakensin kaikilla sivuilla toimivat linkit kuten navigointivalikot. Sen jälkeen keskityin sisällön tuottamiseen sivukohtaisesti. Rakensin html- ja css-dokumentteja koko ajan rinnakkain sitä mukaa, kun sisältöä tuli lisää. Tallensin tiedostoja lyhyin aikavälein ja loin tiedostoista kopiot, jotta säästyisin riskeiltä joita voi tapahtua esimerkiksi ohjelman sulkeutuessa yllättäen.

Aluksi ohjelmointi oli melko hidasta, sillä edellisestä kokemuksestani www-työskentelyn parissa oli jo kulunut aikaa, joten ohjelmointi ei ollut kovin sujuvaa. Työskentelytavat ja työkalut DreamWeaverin sisällä muistui kuitenkin vähitellen mieleen, ja kun olin saanut luotua määrittelyt aloitussivulle syntyi sisältöä muiden sivun osien tiedostoihin nopealla tahdilla.

Tyylitiedostossa jäsentelin muotoilumääritykset kategorioihin ja etsin ne kommentteilla (Liite 4). Tämän ansiosta muokattavat elementit oli helppo ja nopea paikantaa tyylitiedostosta, eikä minun tarvinnut virheen löytäessä miettiä kauaa, missä kohtaa kyseisen virheen olin tehnyt.

Haastavin osuus ohjelmoinnissa oli medialle tarkoitetun kuvapankin suojaaminen salasana- ja kirjautumisen taakse. Etsin sen toteutusta varten ohjeita Internet-lähteistä, mutten osannut soveltaa löytämäni aineistoa omaan tarkoitukseeni ja löytämäni tieto tuntui hajanaiselta. Pyysin

ohjaavaa opettajaani Jouni Valtosta tutkimaan salasanasuojauksen toteuttamista kanssani, ja hänen opastuksensa avulla sain lopulta tämänkin osion toteutettua.

Myös uutisosision toteutustavan jouduin miettimään uudelleen alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen. Suunnitelmani mukaan uutiset olisi tuotu sivustolle puhtaasti html -merkkauksella ja css -muotoilulla kahdeksi eri tasoiseksi osioksi, joista ensimmäisen näkymässä voisi selata uutisten otsikoita aikajärjestyksessä sekä lyhyen pätkän kustakin uutisesta. Linkkiä klikkaamalla uutista pääsisi tarkastelemaan kokonaisuudessaan. Tämä toteutustapa oli päivittämisen kannalta epäkelpo ratkaisu, sillä olisin joutunut ohjeistamaan asiakkaan muokkaamaan html-lähdekoodeja ja luomaan uusia html -tiedostoja. Se olisi mielestäni ollut liian suuri haaste asiakkaalleni, ottaen huomioon että heillä ei ollut aiempaa kokemusta html:stä, css:stä saati tiedostojen luomisesta.

Ongelma ratkesi, kun ehdotin Korhoselle ja Rytökselle, että perustaisimme heille Internet -blogin, jonka linkittäisin sivuston uutisosision sisältökenttään. Blogin upottamisen testaamista varten loin ensin itselleni tunnukset ja blogin Blogger -palveluun (Blogger - luo ilmainen blogi. 28.3.2012). Kun olin testannut teknisen toteutuksen toimivuuden ja oleellisimpia Bloggerin ominaisuuksia, kuten sen miten blogin ulkoasua saa muokattua mieleisekseen, esitin blogin toimivuuden asiakkaalle. Perustimme perjantaina 30.3.2012 yhdessä asiakkaan kanssa heille Blogger-tilin ja ohjeistin heitä alkuun pääsemiseen sekä blogin päivittämiseen tarvittavien työkalujen saloihin. Merkitsin blogin vielä lähdekoodiin siten, että asiakkaan ylläpitämä blogi näkyi jatkossa POGOSTICK failuren virallisten www-sivujen uutisosision sisältönä. Blogger-osision tuominen sivustolle toi sisältökenttään myös käytännön kannalta turhan Bloggerin oman valikon, jota ei harmikseni saanut poistettua Bloggerin asetuksista.

5.4 Sivuston testaus

Sitä mukaa kun sisältöä syntyi, testasin sen toimivuutta eri selaimilla. Selaimista testasin Mozilla Firefoxin, Safarin, Google Chromen, Operan ja Internet Explorerin. Avasin ohjelmoinnin kehittyessä luomiani html –tiedostoja ensin suoraan tietokoneen työpöydän työskentelykansioistani selaimiin. Tarkistin aina, että sivustolla olevat linkit toimivat esimerkiksi kuvagalleriassa ja sivuston osien välillä ja varmistin sivuston näkyvyyden samanlaisena eri selaimilla. Testaamalla pystyin havaitsemaan mahdolliset virheet heti kun ne olivat syntyneet ja paikallistamaan ne tiedostoistani.

Kun valmista materiaalia oli enemmän, siirsin tiedostot kansiorakenteen sisällä koulun verkkopalvelimelle omaan www-juurikansioon. Tämän jälkeen pystyin linkittämään luomani keskeneräisen testisivuston myös asiakkaalleni ja he pystyivät kommentoimaan tekemääni työtä reaaliajassa. Palautteen kerääminen tällä tavoin oli kätevää ja tehokasta, sillä asiakas kommentoi työn valmistumista nopeasti. Pystyin itse lisäämään palautteen pohjalta tehdyt muutokset nähtäväksi saman tien ja asiakas kykeni tarkastelemaan muutoksen kohteita heille antamani yksittäisen linkin kautta.

Ennen sivuston lopullista julkaisua testasin sen toimivuuden lataamalla sisällön avaruus.netin palvelimelle. Lataamista edelsivät alkuvalmistelut palvelimen sisällönhallintasivulla, missä loin kansiot siirrettäviä tiedostoja varten samassa kansiorakenteessa kuin työskentelyvaiheen tiedostoni olivat. Lataasin palvelimelle kaiken muun sisällön lukuunottamatta palvelimen juurikansioon tulevaa index.html -tiedostoa, sillä se olisi korvannut sivustolla olleen väliaikaisen sisällön ja tuonut kaiken uuden sisällön näkyviin.

6// Lopputuotokset

6.1 Valmiit uudet www-sivut

Päivää ennen uuden sivuston julkaisemista siirsin suuren osan valmiista materiaalista yrityksen käyttämälle palvelimelle avaruus.net:iin. Näin pystyin testaamaan sivuston toimivuuden vielä lopullisessa sijainnissaan.

Maanantaina 2. huhtikuuta 2012 uusi sivusto julkaistiin. Sitä ennen pyysin asiakastani käymään palvelimelle ladatun sisällön vielä läpi ja tarkistamaan, että kaikki oli niin sisällön kuin ulkoasun kohdalta kunnossa myös heidän mielestään.

Sivuston julkaisemiseen liittyvien, teknisten toimenpiteiden jälkeen asiakkaani Korhonen ja Rytönen ilmoittivat www-sivujen uudistuksesta yrityksen Facebook-sivuilla (KUVA 40; POGOSTICK failure. 4.4.2012).

Tässä osiossa esittelen POGOSTICK failuren uuden www-sivuston osioita kuvakaappausten avulla (KUVAT 41-47, s.55-57). Uusi sivusto löytyy kokonaisuudessaan osoitteesta <http://www.pogostickfailure.com>.



The image shows a screenshot of a Facebook post. At the top, the profile picture of 'POGOSTICK failure' is visible, followed by the text 'POGOSTICK failure shared a link.' and 'Monday'. The main text of the post reads: 'Uskokaa tai älkää, mutta meillä on uudet, upeet nettisivut ja ne on nyt auki!' followed by 'Kiitos tästä ihanalle Salla Jaatiselle, ollaan niin innoissamme!' and '//' on a new line. Below that, it says 'Believe it, or not our new website is open! Thanks Salla Jaatinen!' and includes the URL 'http://www.pogostickfailure.com/'. At the bottom of the post, there is a box with the text 'POGOSTICK FAILURE' and 'www.pogostickfailure.com'. Below the post content, there are interaction options: 'Like · Comment · Share' and a notification that says 'Jenni Leskinen, Minna Särelä and 11 others like this.'

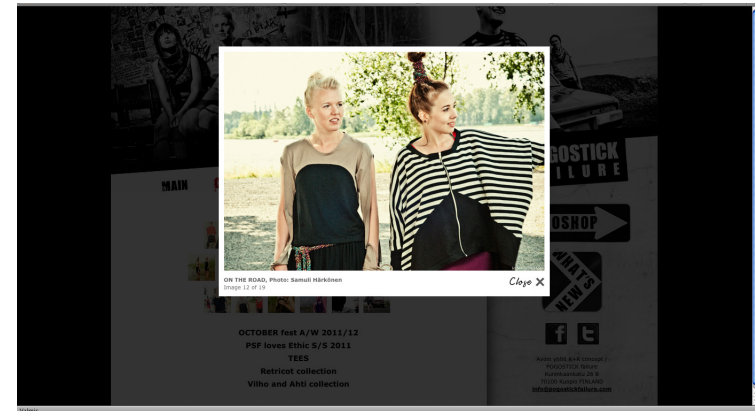
KUVA 40. Asiakkaan Facebook-sivuillaan julkaisema ilmoitus uusista www-sivuista



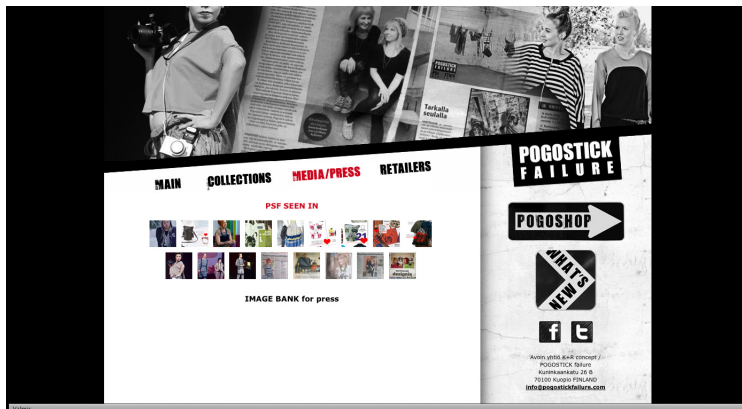
KUVA 41. POGOSTICK failuren uudet www-sivut.
Oletusnäkymä



KUVA 42. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Valitun kuvagallerian esikatselunäkymä



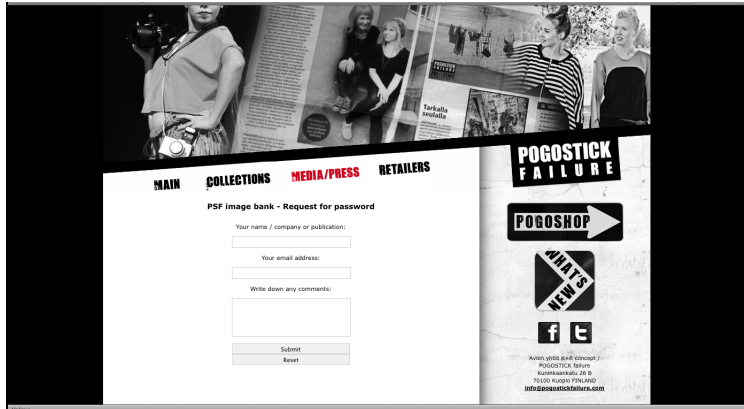
KUVA 43. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Valitun kuvan lähempi tarkastelu



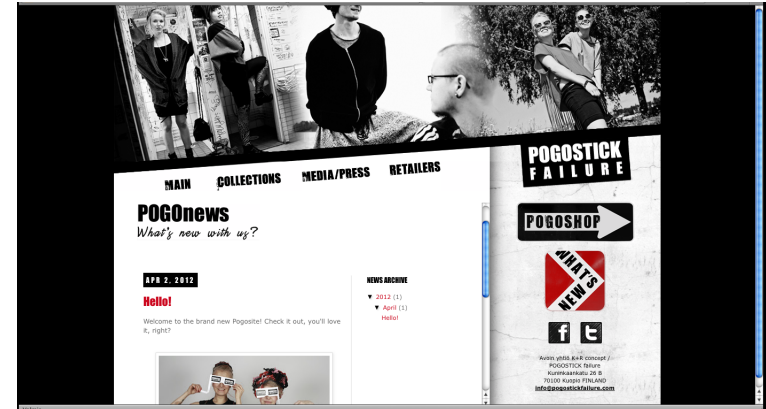
KUVA 44. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Asiakkaan tuotteiden esiintymisen mediassa, esikatselukulvat



KUVA 45. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Medialle tarkoitetun kuvapankin aloitusvalikko



KUVA 46. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Medialle tarkoitettun kuvapankin tunnustenpyytämislomake



KUVA 47. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Uutisiosion näkymä

6.2 Sivuston päivittämisen ohjeistuksen suunnittelu

Alussa määrittelemieni työn tavoitteiden täyttämiseksi, sekä tutkimusmetodini kautta tapahtuneen muutoksen ylläpitämisen jatkumiseksi suunnittelin, kuinka ohjeistan asiakasta siihen, millä tavoin he voivat itse ylläpitää ja päivittää uutta www-sivustoaan (Anttila 1996, 320-322.). Ohjeistuksen teen opinnäytetyön palauttamisen jälkeen ja lähetän tarkat ohjeet asiakkaalle esimerkiksi sähköpostiviestinä.

Mietin harkiten, miltä osin ohjeistaisin asiakasta. Jotkut sivuston osien päivitykset, kuten kuvagallerian päivittäminen, nimittäin vaativat aikaa vieviä muutoksia html-tiedostoihin ja esikatselukuvien sekä lopullisten näytettävien kuvien rajaamista ja käsittelyä kuvankäsittelyohjelmassa. Sovimme asiakkaan kanssa, että hoidan toistaiseksi itse päivittämisen näiltä osin ja ohjeistan asiakastani näiden osien päivittämiseen myöhemmin opinnäytetyön ulkopuoleisella ajalla heidän niin halutessaan.

Myös jälleenmyyjäluettelon päivittämisen hoidan toistaiseksi itse, sillä se vaatii jälleen html-tiedostojen muokkaamista lähinnä tekstin osalta.

Sivuston eri osien mukaan vaihtuvat kuvabannerit asiakas pystyy helposti ja nopeasti päivittämään itse. Korhonen ja Rytönen osaavat molemmat käyttää Photoshop -ohjelmaa. Päivittämistä varten annan heille .psd-muotoisen, kaksi tasoa sisältävän kuvatiedoston, johon he voivat itse alemmalle tasolle sijoittaa haluamansa bannerikuvat ja sen jälkeen yhdistää tasot. Bannerikuvan lataaminen tapahtuu lisäämällä se ensin avaruus.netin palvelimen sivustonhallintatyökalun kautta juurikansioon img -kansioon sisälle, missä muutkin käytetyt bannerikuvat sijaitsevat. Sen jälkeen asiakkaan tulee seurata kansioita ja avata kunkin sivuston osan html-tiedostot, joihin he haluavat lisätä uudet bannerikuvat. Bannerikuvan

linkittäminen tiedostoon tapahtuu html-koodiin merkitsemällä. Linkitykseen viittavassa tagissa eli html -merkinnässä sivuston header-osion sisälle kohtaan ` />` vaihdetaan tiedostonimeksi linkkipolun viimeisen /-merkin jälkeen uuden bannerikuvan tiedostonimi.

Uutisosion päivittämistä varten ohjeistin asiakasta käyttämään Blogger -palvelua samalla, kun loimme asiakkaalle tunnukset ja Internet-blogin (ks. s. 52, luvun 5.3 viimeinen tekstikappale).

Toistaiseksi minun osaltani tapahtuvan sivuston päivittämisen ja ylläpitämisen aineellisista korvauksista ei ole sovittu opinnäytetyöprosessin aikana. Mahdollisista päivittämisestä ja ylläpitoon liittyvistä palkkioista sovimme asiakkaan kanssa jälkikäteen.

7 // Pohdinta ja tulosten arviointi

Opinnäytetyöprosessin alussa asettamani tavoitteita tarkastelllessani prosessin lopuksi uskon, että onnistuin saavuttamaan sekä henkilökohtaisella tasolla määrittämäni että työlle asetetut tavoitteet.

Asiakkaan ilmoittama tarve työlle oli saada uudet ja entisiä www-sivuja paremmat verkkosivut, jotka tavoittaisivat kaikki asiakkaan kohderyhmät. Sivustolta tuli löytyä oleelliset tiedot niin kuluttajia, jälleenmyyjä kuin median edustajia varten. Käsittelemällä nämä aiheet asiakkaani kanssa ja analysoimalla muutoskohteita työlle keräämäni tietopohjan kautta löysin työlle oikeat suunnat, joilla tavoitteet saavutettaisiin. Uudet www-sivut sisältävät monia sisällöllisiä parannuksia verraten aiempiin verkkosivuihin. Näistä esimerkkeinä ajan tasalla oleva jälleenmyyjäluettelo, selkeämmin havaittavissa oleva yhteydenottomahdollisuus jälleenmyyjä varten, median edustajille tarkoitettu suojattu kuvapankki sekä hyvälaatuiset ja ajan tasalla olevat kuvat yrityksen tuotteista ja mallistoista.

POGOSTICK failuren brändin vahvistamiseksi suunnittelin ulkoasun tyylikkääksi, yhtenäiseksi ja asiakkaan yrityksen edustamia arvoja ja liike-idea vastaavaksi. Ulkoasun parannuksia ovat muun muassa viimeistellympi kokonaisilme yksityiskohtineen, mielenkiintoiset graafiset toteutukset kuten vaihtuvat kuvabannerit sekä erottuva typografian käyttö. Ulkoasu ei mielestäni ole liian alleviivaava tai tiettyyn kuluttajaluokkaan assosioituva, vaan se on enemmän asiakkaani näköinen ja sellaisia mielikuvia vahvistava, joita kuluttajat ovat saaneet aiemmin yrityksen tuotteiden kautta.

Sisällön ja rakenteen kannalta uusi sivusto tarjoaa tiedot jäseneltyinä ja sivuston hierarkia on looginen, vaikka sivuston sisältö laajeni huomattavasti aiempiin www-sivuihin verrattuna. Sivusto toimii myös teknisesti moitteettomasti, minkä ansiosta sen käyttäminen on vaivatonta esimerkiksi eri selaimilla. Sivusto on suunniteltu niin, että asiakkaan on helppo ylläpitää ja päivittää niitä. Uskon, että lopullisen ohjeistamisen jälkeen asiakas kykenee itsenäisesti huolehtimaan sivuston päivittämisestä.

Itselleni asettamia tavoitteita opinnäytetyössäni olivat ammattidentiteettini vahvistuminen sekä oman työskentelyni analysointikeinojen oppiminen ja sitä kautta työskentelytapojen parantaminen. Itsenäisesti suoritettavana prosessina opinnäytetyö olikin valtava oppimiskokemus. Prosessin aikana pohdin jatkuvasti omia työskentelytapojani ja valitsemiani suuntia työlle. Heijastin niitä asiakkaalta saamaani palautteeseen ja onnistuin mielestäni jatkamaan työskentelyä palautteen jälkeen oikeisiin suuntiin.

Ulkopuolelta saamani palautteen kautta opin tunnistamaan vahvuuksiani, joita ovat muun muassa ideointikyky, sopeutuminen vaihtuviin tilanteisiin ja ongelmanratkaisutaito. Työssä kohtaamani ongelmat selvitin etsimällä ongelmille syyt ja pyysin tarvittaessa apua esimerkiksi ohjaavalta opettajaltani ongelmien ratkaisemiseksi. Joskus ongelmien ratkaisuun auttoi myös ratkaisujen etsiminen olemassa olevasta aineistosta, kuten Internetin tutoriaaleista sivuston ohjelmointivaiheessa.

Yksi henkilökohtainen tavoitteeni oli myös kehittyä www-suunnittelussa ja ohjelmoinnissa. Ohjelmointitaitoni paranivat prosessin aikana ja uuden www-sivuston toteutumisen kautta opin käyttämään elementtejä ja tekniikoita, joita en aiemmin osannut hyödyntää www-projekteissa.

Asiakkaan kanssa työskentely oli helppoa ja mutkatonta, sillä asiakas oli hyvin sitoutunut ja motivoitunut projektia kohtaan. Sain asiakkaalta palautetta nopeasti aina sitä pyytäessäni ja asiakas ilmaisi rohkeasti omat mielipiteensä työn eri vaiheissa. Asiakkaasta huokunut into www-sivujen uudistamista kohtaan auttoi minua jatkamaan työskentelyä sellaisina hetkinä, jolloin koin turhautumista tai liikaa päänvaivaa työn toteutumisesta kohtaan. Työskentely Korhosen ja Rytkösen kanssa oli inspiroivaa, sillä useasti heillä itsellään oli hyviä ehdotuksia ja ideoita työn toteutuksen eri vaiheissa. Esimerkiksi studiokuvauspäivänä Korhonen ja Rytönen toimivat luovalla ja spontaanilla otteella, minkä ansiosta saimme hyvää kuvamateriaalia www-sivuja varten. Myös asiakkaan tuntemisesta oli

hyötyä, sillä kynnys yhteydenpitoon ja kommentointiin oli matalalla kun asioita ei tarvinnut ilmaista liian muodollisesti. Keskustelimme usein muun muassa Facebookin kautta, jolloin keskusteluille ei tarvinnut sopia erikseen ajankohtaa vaan tavoittelimme toisiamme kun näimme, että osapuoli on tavoitettavissa sillä hetkellä Facebookin kautta.

Aikataulutuksen suhteen tavoitteet eivät täytyneet ainakaan odotetulla tavalla. Omista samanaikaisista töistäni johtuen aikataulu viivästyi esimerkiksi ideointivaiheessa. Aikatauluongelmat olisin voinut ratkaista jättämällä muun työn tekemisen vähemmälle ja keskittymällä ainoastaan opinnäytetyöprosessiini. Loppujen lopuksi koen kuitenkin saattaneeni työn loppuun onnistuneesti opinnäytetyöhön varatussa kokonaisajassa. Asiakkaan kannalta oman työskentelyaikatauluni satunnainen viivästyminen ei ollut merkitsevää, ja asiakas sopeutui omaan työskentelyrytmiini hyvin.

Kokonaisuutena olen tyytyväinen opinnäytetyöni etenemiseen ja toteutumiseen. Työn lopputuloksesta olen ylpeä, sillä se täytti sille asetetut tavoitteet ja uskon saavani työni kautta näkyvyyttä asiakkaan sosiaalisen verkoston piirissä. Opinnäytteeni on arvokas saavutus myös työnäyteportfoliossani ja se on ensimmäinen täysin itsenäisesti toteutunut asiakasprojektiini.

Palaute asiakkaalta

”Työ lähti liikkeelle suunnittelusta, jossa Salla otti hienosti huomioon toiveemme sivujen ulkonäön ja toimintojen suhteen. Salla paneutui suunnitteluun huolella, ja sen näkee lopputuloksesta. Sovimme välitavoitteista ja pidimme palaveria, joissa Salla raportoi meille työn etenemistä. Sivujen toimintoihin Salla keksi uudenlaisia ja luovia ratkaisuja sivujen toimintojen toteuttamiseksi.

Työ eteni jouhevasti ja pysyi hyvin aikataulussa, uudet sivut saatiin auki jo suunniteltua aiemmin. Olemme todella tyytyväisiä lopputuloksena syntyneisiin sivuihin. Sivut ovat brändin mukaiset ja täydentävät osaltaan visuaalista ilmettämme. Sivut sisältävät kaikki ne toiminnot, jotka halusimmekin ja sivut ovat helppokäyttöiset. Olemme saaneet sivuista paljon positiivista palautetta.”
(Korhonen & Rytönen 23.4.2012)

Kuvaluettelo

KUVIO 1. Toimintatutkimuksen syklit eli iteraatiokierrokset. Kaavion malli: Linturi 2003: <http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464158778/1194360111832/1194360447229.html>. [28.3.2012]
Mukaillut Salla Jaatinen 2012

KUVIO 2. SWOT -analyysi työlle asiakkaan kannalta: Salla Jaatinen 2012

KUVIO 3. Henkilökohtainen SWOT -analyysi: Salla Jaatinen 2012

KUVA 1. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, Main-osio: Markus Lehtonen 2011

KUVA 2. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, About us -osio: Markus Lehtonen 2011

KUVA 3. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, Find us -osio: Markus Lehtonen 2011

KUVA 4. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, About us -osio. Opera -selaimella näkynyt kuvatekstin sijainnin virhe: Markus Lehtonen 2011

KUVA 5. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, Pogogallery -osio. Mozilla Firefox -selaimella näkynyt gallerian linkin osittainen katoaminen: Markus Lehtonen 2011

KUVA 6. POGOSTICK failuren entiset web-sivut, Pogogallery -osio. Liian pienikokoinen linkin korostus linkin tekstiin nähden: Markus Lehtonen 2011

KUVA 7. Kuvakaappaus Minna Parikan www-sivuilta: Minna Parikka. <http://www.minnaparikka.com/collection#filter=.shoes> [27.1.2012]

KUVA 8. Kuvakaappaus Minna Parikan www-sivuilta: Minna Parikka. <http://www.minnaparikka.com/> [27.1.2012]

KUVA 9. Kuvakaappaus Beyond the Valleyn www-sivuilta: Beyond the Valley. <http://beyondthevalley.com/> [27.1.2012]

KUVA 10. Kuvakaappaus Beyond the Valleyn www-sivuilta: Beyond the Valley. <http://beyondthevalley.com/collection/> [27.1.2012]

KUVA 11. Kuvakaappaus Palonin www-sivuilta: Paloni. <http://www.paloni.fi> [27.1.2012]

KUVA 12. Kuvakaappaus Palonin www-sivuilta: Paloni. <http://www.paloni.fi/seen-in> [27.1.2012]

KUVA 13. Kuvakaappaus Dead Birds & Lion Heartin www-sivuilta: Dead Birds & Lion Heart. <http://deadbirdslionheart.fi/> [27.1.2012]

KUVA 14. Kuvakaappaus Dead Birds & Lion Heartin www-sivuilta: Dead Birds & Lion Heart. <http://deadbirdslionheart.fi/blog> [27.1.2012]

KUVA 15. Kuvakaappaus Makia Clothingin www-sivuilta: Makia Clothing. <http://www.makiaclothing.com> [27.1.2012]

KUVA 16. Kuvakaappaus Makia Clothingin www-sivuilta: Makia Clothing.

http://www.makiaclothing.com/?page_id=3161 [27.1.2012]

KUVA 17. Kuvakaappaus CTRL Clothingin [www-sivuilta: CTRL Clothing.](http://ctrlclothing.com)
<http://ctrlclothing.com> [27.1.2012]

KUVA 18. Kuvakaappaus CTRL Clothingin [www-sivuilta: CTRL Clothing.](http://ctrlclothing.com/GIRLS%20WEB/girlsweb.html)
<http://ctrlclothing.com/GIRLS%20WEB/girlsweb.html> [27.1.2012]

KUVA 19. Kuvakollaasi "Mystinen": koonnut Salla Jaatinen 2012



1: farm5.static.flickr.com/4017/4474136994_87c7c98c67_b.jpg
[27.1.2012]

2: 29.media.tumblr.com/tumblr_lbd8mgjTuBlqcnvdjo1_500.png

[27.1.2012]

3: www.enohenze.de/wp-content/uploads/2010/06/2010-06-22-4-2-small-850x637.jpg [27.1.2012]

4: payload.cargocollective.com/1/0/4/176/2279337/skin_massabidalmoyen.jpeg [27.1.2012]

5: http://farm4.static.flickr.com/3535/3995849726_5f5fb9c609.jpg
[27.1.2012]

6: http://img.ffffound.com/static-data/assets/6/bb34dfc07af7dc82831490c8be097e777eeeb0e2_m.jpg [27.1.2012]

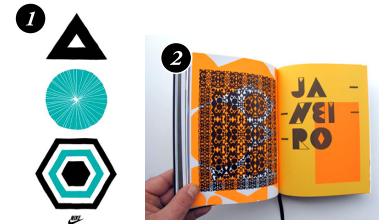
7: 4564d1c976dce912.lolipop.jp/sludge/dl.jpg [27.1.2012]

KUVA 20. Kuvakollaasi "BW": koonnut Salla Jaatinen 2012



1: http://media-cdn.pinterest.com/upload/51861833178732467_ZvmdqQqp_c.jpg [27.1.2012]
 2: <http://www.owdna.org/graphics/history/NC10.jpg> [27.1.2012]
 3: <http://behance.vo.llnwd.net/profiles/56546/projects/82424/565461206803362.jpg> [27.1.2012]
 4: <http://behance.vo.llnwd.net/profiles/56546/projects/82424/565461206803332.jpg> [27.1.2012]
 5: http://29.media.tumblr.com/tumblr_kyi2khopd6lqzr04eol_500.png [27.1.2012]
 6: http://media.tumblr.com/tumblr_lltpytogNHlqamm7n.jpg [27.1.2012]
 7: <http://blog.bandit-lsm.com/wp-content/uploads/2011/03/2-adnauseum.jpg> [27.1.2012]
 8: <http://images.piccsy.com/cache/images/revolution-4nc0hngj7-132068-400-400.jpg> [27.1.2012]
 9: 3.bp.blogspot.com/_okghuCUy9Dc/TSQYcD3kU2I/AAAAAAAAABFU/OSWqNTt8KIA/s1600/Negative%2Bspace%2B.jpg [27.1.2012]
 10: http://farm7.static.flickr.com/6079/6072976655_dc7b5cfa1_b.jpg [27.1.2012]

KUVA 21. Kuvakollaasi ”Sketchbook”: Koonnut Salla Jaatinen 2012



1: http://img.fffound.com/static-data/assets/6/aba2a684c7509aa30cab0b99780f8ff39c498052_m.gif [27.1.2012]
 2: http://www.maga-atelier.com/wp-content/uploads/2011/04/IMG_2038.jpg [27.1.2012]
 3: <http://www.kitsune.fr/~mailinglist/myspace/Shez.jpg> [27.1.2012]
 4: farm4.static.flickr.com/3530/3809378790_6598567baf.jpg [27.1.2012]

KUVA 22. Sivuston sisältö ja -hierarkia: Salla Jaatinen 2012

KUVA 23. Sivuston rautalankamalli 1: Salla Jaatinen 2012

KUVA 24. Sivuston rautalankamalli 2: Salla Jaatinen 2012

KUVA 25. Sivuston rautalankamalli 3: Salla Jaatinen 2012

KUVA 26. Väliaikaiselle sivulle suunnittelemani layout: Salla Jaatinen 2012

KUVA 27. Impact- ja Uptown -fonttien samankaltaisuus:
Salla Jaatinen 2012

KUVA 28. Daisy Script -fontti: Salla Jaatinen 2012

KUVA 29. Layout-pohja, gallerian 1. näkymä: Salla Jaatinen 2012

KUVA 30. Layout-pohja, gallerian 2. näkymä: Salla Jaatinen 2012

KUVA 31. Layout-pohja, gallerian 3. näkymä: Salla Jaatinen 2012

KUVA 32. Layout-pohja, etusivu: Salla Jaatinen 2012

KUVA 33. Layout-pohja, valittuna olevien linkkien esitys:
Salla Jaatinen 2012

KUVA 34. Layout-pohja, uutisten 1. näkymä: Salla Jaatinen 2012

KUVA 35. Layout-pohja, uutisten 2. näkymä: Salla Jaatinen 2012

KUVA 36. Www-sivuille päätynyt studiokuva: Salla Jaatinen 2012

KUVA 37. Www-sivuille päätynyt studiokuva: Salla Jaatinen 2012

KUVA 38. Www-sivuille päätynyt studiokuva: Salla Jaatinen 2012

KUVA 39. Www-sivuille päätynyt studiokuva: Salla Jaatinen 2012

KUVA 40. Asiakkaan Facebook-sivuillaan julkaisema ilmoitus uusista
www-sivuista: Kuvakaappaus. <http://www.facebook.com/POGOSTICKfailure> [4.4.2012]

KUVA 41. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Oletusnäkymä: Salla
Jaatinen 2012. <http://www.pogostickfailure.com/> [4.4.2012]

KUVA 42. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Valitun kuvagallerian
esikatselunäkymä: Salla Jaatinen 2012. <http://www.pogostickfailure.com/collections/ontheroad.html> [4.4.2012]

KUVA 43. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Valitun kuvan lähempi
tarkastelu: Salla Jaatinen 2012. <http://www.pogostickfailure.com/collections/ontheroad.html> [4.4.2012]

KUVA 44. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Asiakkaan tuotteiden
esiintyminen mediassa, esikatselukuvat: Salla Jaatinen 2012. http://www.pogostickfailure.com/media_press/seenin.html [4.4.2012]

KUVA 45. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Medialle tarkoitetun
kuvapankin aloitusvalikko: Salla Jaatinen 2012. http://www.pogostickfailure.com/media_press/mediabank_index.html [4.4.2012]

KUVA 46. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Medialle tarkoitetun
kuvapankin tunnustenpyytämislomake: Salla Jaatinen 2012. http://www.pogostickfailure.com/media_press/requestpw.html [4.4.2012]

KUVA 47. POGOSTICK failuren uudet www-sivut. Uutisosision näkymä:
Salla Jaatinen 2012. <http://www.pogostickfailure.com/news/index.html> [4.4.2012]

Aineisto

Beyond the Valley. [verkkosivu]

Saatavissa html-muodossa: <http://www.beyondthevalley.com>

[viitattu 27.1.2012]

CTRL Clothing. [verkkosivu]

Saatavissa html-muodossa: <http://ctrlclothing.com> [viitattu 27.1.2012]

Dead Birds & Lion Heart. [verkkosivu] Saatavissa html-muodossa:

<http://www.deadbirdslionheart.fi> [viitattu 27.1.2012]

Makia Clothing. [verkkosivu]

Saatavissa html-muodossa: <http://www.makiaclothing.com>

[viitattu 27.1.2012]

Minna Parikka. [verkkosivu]

Saatavissa html-muodossa: <http://www.minnaparikka.com>

[viitattu 27.1.2012]

Paloni. [verkkosivu] Saatavissa html-muodossa: <http://www.paloni.fi>

[viitattu 27.1.2012]

Lähteet

Internet-lähteet

Blogger - luo ilmainen blogi. Bloggerin aloitussivu. [verkkosivu]
Saatavissa html-muodossa: <https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=blogger&passive=1209600&continue=http://www.blogger.com/home&followup=http://www.blogger.com/home<mpl=start#s01>
[viitattu 28.3.2012]

Dafont.com. Fonttisivusto. [verkkosivu]
Saatavissa html-muodossa: <http://www.dafont.com> [viitattu 3.3.2012]

FFFFFOUND!. Image bookmarking. [verkkosivu]
Saatavissa html-muodossa: <http://fffffound.com> [viitattu 20.1.2012]

Google - Hakukoneoptimoinnin aloitusopas. [verkkosivu] Saatavissa pdf-muodossa: <http://www.google.fi/intl/fi/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-fi.pdf> [viitattu 18.3.2012]

Hakukoneoptimointi lyhyesti. Nettibisnes.info. [verkkosivu]
Saatavissa html-muodossa:
<http://nettibisnes.info/hakukoneoptimointi/> [viitattu 25.4.2012]

Lightbox 2. Lokesh Dhakaran opassivu lightboxin käyttöön. [verkkosivu]
Saatavissa html-muodossa: <http://lokeshdhakar.com/projects/lightbox2>
[viitattu 19.3.2012]

POGOSTICK failure. Asiakkaan profiilisivut Facebookissa. [verkkosivu]
Saatavissa html-muodossa: <https://www.facebook.com/POGOSTICKfailure> [viitattu 4.4.2012]

Toimintatutkimus. [verkkosivu] Saatavissa html-muodossa: <http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464158778/1194360111832/1194360447229.html> [viitattu 28.3.2012]

WWW-julkaiseminen - linkit. Jouni Valtosen www-julkaisemisen opetus-
vusto. [verkkosivu] Saatavissa html-muodossa: http://webd.savonia-amk.fi/home/kavaljo/www_julkaisu/xhtml/lomakkeet.shtml [viitattu 2.4.2012]

Yle, Puoli Seitsemän. Lähimuotia käsittelevä jakso Yle Areenassa.
[verkkodokumentti] Saatavissa html-muodossa: <http://areena.yle.fi/video/1331918733859> [viitattu 30.3.2012]

Kirjalliset ja suulliset lähteet

Anttila, P. 1996. *Tutkimisen taito ja tiedonhankinta*. ARTEFAKTA 2. Hamina: Akatiimi.

Hakala, J. 2004. *Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille*. Helsinki: Tammer-paino Oy.

Hyttinen, H. 2008. *Purolan ratsastuskeskus – Www-sivuston sisällön, rakenteen ja visuaalisen ulkoasun uudistaminen*. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu. Graafisen viestinnän laitos. Opinnäytetyö 2690/2008.

Korhonen, Emmi; Rytönen, Minna 2012. Opinnäytetyön asiakkaat. Kuopio 24.11.2011. Suullinen tiedonanto.

Korhonen, Emmi; Rytönen, Minna 2012. Opinnäytetyön asiakkaat. Kuopio 7.2.2011. Suullinen tiedonanto.

Rytönen, M. 2010. *FallFest -kierrätysmateriaaleista valmistettavan pienmalliston suunnittelu POGOSTICK failure -merkille*. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu. Vaatetusmuotoilun laitos. Opinnäytetyö 3029/2010.

Valtonen, Jouni 2012. Lehtori. Savonia-ammattikorkeakoulu. Kuopio 2.2.2012. Suullinen palaute.

Muut lähteet

Korhonen, Emmi; Rytönen, Minna 2012. Opinnäytetyön asiakkaat. 27.1.2012. Sähköpostiviesti. salla.jaatinen@edu.savonia.fi.

Korhonen, Emmi; Rytönen, Minna 2012. Opinnäytetyön asiakkaat. 23.4.2012. Sanallinen arviointi [pdf-tiedosto]. salla.jaatinen@edu.savonia.fi



SAVONIA

Savonia-ammattikorkeakoulu
www.savonia.fi

Muistio

1 / 3

3.4.2012

Palaverimuistio / POGOSTICK failure 25.1.2012

Aika	25.1.2012 13:00-14:30
Paikka	POGOSTICK failuren työtilat / Kuninkaankatu 26 B, 70100 Kuopio
Läsnä	Minna Rytönen, suunnittelija, POGOSTICK failure Emmi Korhonen, suunnittelija, POGOSTICK failure Salla Jaatinen, opinnäytetyön tekijä Salla Jaatinen, opinnäytetyön tekijä
Laatija	Salla Jaatinen, opinnäytetyön tekijä

Projektin eteneminen

Palaverissa käytiin läpi aikataulu asiakkaan sekä opinnäytetyön toteuttajan osalta ja työvaiheet tässä vaiheessa. Lisäksi palaverissa sovittiin uusi tapaaminen tiistaiksi 7.2.2011 klo 9:00.

Asiakkaan kanssa sovittiin, että he lähettävät minulle sähköisenä briefin, jonka pääasiallinen tarkoitus on toimeksianto ja joka sisältää seuraavat asiat:

- yrityksen taustatiedot lyhyesti // liikeidea, arvot, identiteetti
- suunnittelijoiden määritelmä yrityksestään ja itsestään osana yritystä muutamalla adjektiivilla omin sanoin
- muutaman (2-3kp) kilpailijan nimeäminen erityisesti www-sivujen kannalta

Näiden tietojen pohjalta kirjoitan vastabriefin asiakkaalle. Vastabriefin suunnittelen lisäksi web-sivuston alustavan sivuhierarkian, kokoan ideakartat kolmesta eri ulkoasudotuksesta, selvitan vaihtoehtoja nykyiselle web-hotellille ja domainin siirtämiselle toiselle palveluntarjoalle, perehdytän asiakasta HTML5-merkkaukielen tuomiin uusiin ominaisuuksiin ja mahdollisuuksiin lyhyesti sekä selvitan nykyisten web-sivujen tekijältä teknisiä ratkaisuja nykyisen web-sivuston väliaikaiseen päivittämiseen.



Asiakkaan aikataulu ja sen vaatimat toimet

Tässä vaiheessa ei kiirettä web-sivujen uudelle ulkoasulle vielä ole. POGOSTICK failure lähtee helmikuussa 10.-16.2. väliseksi ajaksi messuille, minkä takia on tarve tiivistää nykyistä sivustoa ottamalla navigointi pois käytöstä ja luomalla nykyiselle sivustolle yleisinfopainotteinen, "under construction"-tyyppinen staattinen kuva.

Toimet tehdään, koska messujen kautta sivustolle ohjautuville kuluttajille ei haluta esittää enää vanhaa sivustoa. Kuva sisältää mahdollisesti POGOSTICK failuren facebook-ryhmään sekä yhteyshenkilöihin ohjaavat elementit.

Sovimme, että suunnittelen kuvan layoutin. Mikäli väliaikaiseen kuvaan tulee linkejä tai painikkeita, ohjelmoin ne ja lataan lopullisen kuvan palvelimelle.

Tämä sisällönrajaus tulee tehdä ennen messujen alkuajankohtaa eli viimeistään 9.2.2012. Väliaikainen sivustonmuutos jätetään voimaan toistaiseksi.

Ideakartta

Päätimme, että uuden www-sivuston ulkoasun valitsemista varten kokoan kolme eri teemaa ideakartoiksi, jotka esittelen seuraavassa palaverissamme 7.2.2012. Käytän todennäköisimmin kollaasitekniikkaa sekä perinteisiä kuvataiteen työkaluja kuvittamiskokeiluihin sekä värimaailmojen valintaan. Tuon ulkoasuehdotuksiin myös filillisanoja tekstimuodossa. Suunnittelu on tässä vaiheessa vahvasti inspiraation ja ideoiden etsimistä sekä ulkoasuteemojen rajaamista.

Seuraavassa palaverissamme valitsemme asiakkaan kanssa ideakarttojen pohjalta ulkoasun jatkotyöstölle suunnan.



POGOSTICK failuren verkkokauppa

Palaverissa käsiteltiin asiakkaan toimesta myös verkkokauppaan liittyvät asiat. Opinnäytetyöni työsuunnitelma vaiheessa esillä ollut ajatus verkkokaupan toteuttamisesta sivuston yhteydessä jätetään taka-alalle. Tämä päätös oli minun, asiakkaan sekä opinnäytetyötäni ohjaavan opettajan Jouni Valtosen kanssa yhteisesti tehty.

POGOSTICK failuren verkkokauppa on kreativeshop.fi. Se ei ole varsinainen jälleenmyyjä tuotteille, vaan kaikki verkkomyynti tapahtuu Kreativeshopin kautta, kyseessä on siis palvelun tarjoaja. Asiakas haluaa pitää myynnin myös jatkossa Kreativeshopilla, lyhyellä tähtäimellä ainakin kesään 2012 asti.

Asiakas on ollut tyytyväinen nykyiseen verkkomyyntipalvelun tarjoajaan, mutta uusilla www-sivuilla he halusivat markkinoita Kreativeshopia varsinaisemmin POGOSTICK failuren omana verkkokauppana yrityksen kokonaismarkkinoinnin selkeyden vuoksi. Rytkönen ja Korhonen toivoivat, että uusille www-sivuilla tuotaisiin suora ja koko ajan näkyvässä oleva linkki verkkokauppaan.

Katsoimme POGOSTICK failuren verkkokauppa Kreativen sivulla <http://pogostickfailure.kreative-shop.com/fi>. Asiakkaan mielestä Kreativeshopin heikkous yritysten erottuvuuden sekä käyttöliittymän kannalta on, että kunkin yrityksen omasta tuotevalikoimasta navigoituu liian helposti selaamaan kaikkia yrityksiä ja tuotteita. Totesin olevani samaa mieltä, erityisesti sivunavigaatio on turhaa toistoa, sillä ylänavista pääsee jo selaamaan muiden yritysten tuotteita selkeästi. Korhonen ja Rytkönen aikoi ottaa yhteyttä Kreativeshopiin muutosehdotuksen ilmaisemiseksi. Heidän mukaansa Kreativeshopin yhteyshenkilö on ilmoittanut vastaanottavansa mielellään kehitysehdotuksia.

Ehdotin, että omalta osaltamme voisimme tuoda POGOSTICK failuren tuotevalikoiman yllä olevaan "kuvaus-osioon" bannerin, jossa hyödynnettäisiin mahdollisimman tehokkaasti kaikki se tila joka on käytettävissä. Banneri toisi lisää huomioarvoa ja sillä saataisiin verkkokauppasivua enemmän yrityksen ilmeeseen mukaiseksi. Suunnitelman toteutus ei vahvistunut palaverissa, vaan se jäi ideatasolle.



Palaverimuistio / POGOSTICK failure 7.2.2012

Aika	7.2.2012 9:30-11:30
Paikka	POGOSTICK failuren työtilat / Kuninkaankatu 26 B, 70100 Kuopio
Läsnä	Minna Rytönen, suunnittelija, POGOSTICK failure Emmi Korhonen, suunnittelija, POGOSTICK failure Salla Jaatinen, opinnäytetyön tekijä Salla Jaatinen, opinnäytetyön tekijä
Laatija	Salla Jaatinen, opinnäytetyön tekijä

Projektin eteneminen

Palaverissa käytiin läpi vastabrief aiemman palaverin pohjalta. Lisäksi palaverissa sovittiin uusi tapaminen tiistaiksi 21.2.2011 klo 9:00. Seuraavassa tapaamisessa esittelen asiakkaalle sivuston ulkoosan mallitusta (layouteja). Näistä mallitan etusivunäkymän, uutisosion ja mallistogallerian.

1. Väliaikainen sivusto / kuva

Asiakas oli lähdessä Lontooseen messuille 10.-16.2. väliseksi ajaksi, ja sovimme aiemmassa palaverissa että vanha www-sivusto otetaan pois näkyvistä ja tilalle luodaan väliaikainen, "under construction"-henkinen sivu, jossa kerrotaan uuden sivuston julkaisemisesta lähitulevaisuudessa ja josta löytyvät suunnittelijoiden tervehdys, yhteystiedot sekä linkit yrityksen sosiaaliseen mediaan (facebook ja twitter).

Olin laittanut vedoksen sivusta asiakkaalle edellisellä viikolla, ja asiakas oli hyväksynyt vedoksen. Sovimme, että lataan samana päivänä uuden sisällön nykyisille www-sivuille ja pilotan entisen sisällön.

2. Kilpailijoiden analysointi

Kävimme läpi kilpailijoiden www-sivustojen tarkastelun yhteisesti, ja kerroin omat kommenttini asiakkaan poimimista sivustoista



lähinnä ulkoasuun ja teknisen toimivuuden ja selattavuuden kannalta. Yhteenvetona kilpailijoiden sivustoista poimimme hyviä ja huonoja ideoita, joita voin hyödyntää tai jättää pois asiakkaan sivustossa. Seen-in-osio, joka joiltakin yrityksiltä löytyi ja jossa esittelin yrityksen tuotteiden ilmestymistä eri medioissa, koettiin toimivaksi ja käteväksi ominaisuudeksi ja sellainen tulee myös POGOSTICK failuren uudelle sivustolle.

Myös mediallyle tarkoitettu materiaalipankki löytyi joiltakin sivustoilta, ja sovimme sen toteutuksesta myös asiakkaan sivustolle. Tähän osioon tulee kirjautuminen salasamalla, jonka takaa löytyy kuva-aineistoa median käyttöön. Jos kyseessä on uusi media tai uusi median edustaja, tämä ohjataan lomakkeeseen, jonka täyttämällä ja lähettämällä asiakkaan sähköpostiosoitteeseen POGOSTICK failure antaa salasanan materiaalipankkiin.

3. Sivuston rakenne

Esittelin asiakkaalle sivuston rakenteesta koostamani kartan, josta näkyvät päänavigoinnit ja alanavigoinnit sekä muu sivustolle tuleva sisältö ryhmiteltynä.

Uutisosio löytyy monen yrityksen www-sivuilta, ja totesimme, että kun uutisia alkaa olla runsaasti, niiden selaus voi käydä raskaaksi jos kaikki uutiset löytyvät kerralla samasta osiosta. POGOSTICK failuren sivustolle uutiset tulevat todennäköisesti selattaviksi ensin suppeana näkyminä, josta voidaan valita tietty uutinen joka avautuu kokonaisuudessaan omaksi osiokseen.

Kuvagallerian ja mallistojen esittelyn osalta totesimme, että mallistojen esittely toimii parhaiten omana osionaan "Collections" -linkin alta päänavigoinnista. Muut kuin mallisto- ja tuotekuvat voidaan halutessaan tuoda omassa osiossaan, esimerkiksi "PSF behind the scenes"-fiilikuvahengessä omana linkkinään, jos sellaista aineistoa kertyy tarpeeksi.

POGOSTICK failuren verkkokaupan avautuminen uuteen ikkunaan oli asiakkaan toive, ja ehdotin heille pienen siirtymän tekemistä niin, ettei sivuston käyttäjä linkkiä klikkaamalla hyppää suoraan uuteen ikkunaan mikäli linkki verkkokauppaan sijaitsee päänavigoinnissa. Toisena vaihtoehtona verkkokauppalinkki voitaisiin tuoda bannerina sivustolle, jolloin banneria klikkaamalla suora hyppäys verkkokauppaan tuntuu käyttäjältä huomollisemmalta.



SAVONIA

Savonia-ammattikorkeakoulu
www.savonia.fi

Muistio

3 / 3

3.4.2012

Liite 2 Palaverimuistio 7.2.2012, sivu 3/3

Jälleenmyyjä-osion osalta asiakas toivoi, että jälleenmyyjät jaoteltaisiin maittain tai maanosittain.

4. Ulkoasuideat

Selasimme koostamiani kuvamuotoisia ideakarttoja, jotka olin jaotellut teemoihin ”Mystinen”, ”BW” ja ”Sketchbook”.

Yhteenvetona asiakas piti mustavalkoisesta yleistunnelmasta ja streetstyle/undergroundhenkisyudesta muutamalla värinostolla. Katumuotia tai street-henkisyyttä ei kuitenkaan haluta tuoda esiin liian alleviivavasti, sillä huomioon täytyy ottaa yrityksen kohderyhmä joka ulottuu nuorista aikuisista keski-ikäisiin naisiin.

Ehdotin, että mustavalkoiseen pääväriteemaan tuodaan muutama värinosto esimerkiksi linkkien a: hover-tilojen tai aktiivisena olevien elementtien ja symbolien kohdalla. Asiakkaan omat tuote- ja mallistokuvat ovat osittain mustavalkoisia ja osittain väriillisiä, joten ne tuovat mukavasti variaatiota yleisvärimaailmaan.

Asiakas piti tekstuuripinnoista joita olin poiminut BW -idekarttaan. He halusivat tekstuuren kautta tuoda esiin yrityksen henkeen kuuluvaa käsitömmäisyyttä. Samoin typografian osalta toivottiin erikoisempia ratkaisuja ja erityisesti tussatunoloinen kirjaintyyppi miellytti asiakasta.

Mystisen teeman osalta asiakas piti grafiikan tyylittelystä. Lisäksi olin löytänyt ideakuvan työstä, jolla on tiikerinaamio päässä, ja tämän kuvan pohjalta keksimme, että voisimme samanhenkisesti ottaa uudet kuvat suunnittelijoista sivuston yritysesitysootioon. Asiakkaan näkemys omasta esittelystään oli, että ei päädytä tavanomaiseen ratkaisuun henkilökuviissa, vaan kuvataan suunnittelijat erikoisemmalla tavalla ja niin, ettei esimerkiksi kasvoja näy välttämättä kunnolla. Sovimme, että kysyn Muotoiluakatemian valokuvaustudion vapaita aikoja sellaiselle viikolle, jolloin Rytkönen ja Korhonen pääsisivät käymään studiolla. Tällöin ottaisiin työttöistä uudet kuvat sivustolle.

Liite 3 Uuden www-sivuston lähdekoodia (HTML)

```
Lähdekoodi sivulle: http://pogostickfailure.com/#
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
  <meta name="description" content="POGOSTICK failure is a fresh and upcoming streetwear fashion brand from Kuopio, Finland."/>
  <meta name="keywords" content="pogostick failure, psf, lähimuoti, ekomuoti, katumuoti, kuopio, minna rytkönen, emmi korhonen, ecological d
  <title>POGOSTICK failure</title>
  <link href="styles.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
</head>
<body>
  <div id="container">|
  <div id="header">
     </div>
  <div id="navil">
    <ul>
      <li class="main_active"><a href="#"></a></li>
      <li class="collections"><a href="collections/index.html"></a></li>
      <li class="media_press"><a href="media_press/index.html"></a></li>
      <li class="retailers"><a href="retailers/index.html"></a></li>
    </ul></div>
  <div id="navi2">
    <ul class="home"><li class="home"><a href="#"></a></li></ul>
    <ul>
      <li class="pogoshop"><a href="http://pogostickfailure.kreative-shop.com" target="_blank"></a></li>
      <li class="new"><a href="news/index.html"></a></li>
      <li class="facebook"><a href="http://www.facebook.com/POGOSTICKfailure" target="_blank"></a></li>
      <li class="twitter"><a href="http://www.twitter.com/psf_kpo" target="_blank"></a></li>
    </ul>
    <p>Avoin yhtiö K+R concept / <br />
    POGOSTICK failure <br />
    Kuninkaankatu 26 B <br />
    70100 Kuopio FINLAND<br />
    <b><a href="mailto:info@pogostickfailure.com">info@pogostickfailure.com</a></b></p>
  </div>
  <div id="content" class="scrollbox">
    <h1>Greetings from Finland!</h1><br /><br />
    <p>We are a fresh and upcoming streetwear brand from Kuopio.<br />
    We are all about innovative, brave and experimental design,<br />
    hand made detailing, ecological values and being fair:<br />
    no blood, sweat or tears - apart from our own.<br />
    <br />
    We think black is The new black and bold prints<br />
    never go out of style!</p>
    <br /><br /><br />
    </div>
  <div id="footer"><br /></div>
</div>
</body>
</html>
```

Liite 4 Ote uuden www-sivuston css-tyylitiedostosta

```
Lähdekoodi sivulle: http://www.pogostickfailure.com/styles.css

/*header*/
#header{
    width:1024px;
    height:292px;
}

/*navil määrittäykset*/
#navil{
    position:relative;
    float:left;
    width:704px;
    height:55px;
    background-image:url(img/stripe_pala.png);
}
#navil ul{
    list-style-type:none;
    margin-left:95px;
}

/*main*/
#navil li.main{
    width:97px;
    height:55px;
    float:left;
}
.main a{
    display:block;
    width:97px;
    height:55px;
}

.main a:hover{
    background-image:url(img/navil_main_ahover.png);
}
.main{
    background-image:url(img/navil_main.png);
}
.main_active{
    background-image:url(img/navil_main_ahover.png);
}

#navil li.main_active{
    width:97px;
    height:55px;
    float:left;
}
.main_active a{
    display:block;
    width:97px;
    height:55px;
}

/*collections*/
```



Työn toteutus

4.3 Aikataulu

