



Toiminnalliset verkkosivut

Jesse Hirvonen, Julius Lindberg

2022 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Toiminnalliset verkkosivut

Jesse Hirvonen, Julius Lindberg

Tietojenkäsittely

Opinnäytetyö

Kesäkuu, 2022

Tässä opinnäytetyössä vertaillaan tutkimustyönä erilaisia verkkosivujen luontialustoja, sekä luodaan yhdistetysti projektityönä toimeksiantajalle verkkosivut tutkimustyön tulosten pohjalta. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi vuonna 2019 perustettu espoolainen musiikkiyhtye Airi's.

Tutkimustyössä käytiin kymmenen erilaisen verkkosivujen luontialustan ominaisuuksia läpi ja joista kolmea sopivinta alustaa tutkittiin tarkemmassa vertailussa toimeksiantajan toiveiden ja tarpeiden mukaan. Alustoista vertailtiin muun muassa helppokäyttöisyyttä, hintaa sekä yleistä käyttäjäystävällisyyttä. Tutkimustyössä hyödynnettiin tutkimusmenetelminä laadullista tutkimusta ja vertailua eri alustojen välillä.

Projektityössä hyödynnettiin tutkimustyön tulosta ja luotiin toiminnalliset verkkosivut toimeksiantajan käyttöön. Verkkosivut luotiin tiiviissä yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Projektityön aikana kehittämismenetelminä käytettiin benchmarkingia, prototyypin luomista sekä palautteen keräämistä. Benchmarking-vaiheessa vertailtiin erilaisia olemassa olevia verkkosivuja, jonka tuloksia hyödynnettiin toimeksiantajan verkkosivuja luodessa. Benchmarking-vaiheen jälkeen verkkosivuista luotiin prototyyppi, josta kerättiin palautetta sivuston tärkeimpiin ominaisuuksiin, ulkonäköön sekä toiminnallisuuteen liittyen, minkä pohjalta verkkosivuja kehitettiin lopulliseen versioon.

Lopullinen verkkosivu sai hyvää palautetta toimeksiantajalta. Verkkosivujen toimivuus, hinta ja helppokäyttöisyys olivat odotetulla tasolla. Merkittävimpänä kehittämissuositukseksi verkkosivujen kehittämiseen tästä eteenpäin on hakukoneoptimointiin panostaminen. Myös Google Analyticsin käyttöönotto sivuilla olisi suositeltavaa, sekä verkkokaupan käynnistäminen fanituotteiden myyntiä varten.

Jesse Hirvonen, Julius Lindberg

Functional Website

Year 2022

Pages 43

This thesis project compares different website creation platforms and creates a functional website for the client based on the results of the research work. The thesis was commissioned by the Espoo-based music band Airi's, founded in 2019.

The research considered the features of ten website creation platforms, and the three most suitable platforms were examined in a more detailed comparison according to the client's wishes and needs. The platforms were compared for ease of use, price, and overall user-friendliness among other things. The research used a qualitative research and a comparison of different platforms as research methods.

The project work utilized the results of the research work to create a functional website for the client. This was created in close cooperation with the client. Benchmarking, prototyping, and feedback collection were used as development methods during the project work. The benchmarking phase compared different existing websites, and these results used to create the client's website. After the benchmarking phase, a prototype of the website was created, from which feedback was collected on the main features, appearance, and functionality of the website. The website was developed into the final version based on the feedback.

The final website received good feedback from the client. The functionality, price, and ease of use of the website were at the expected level. The most significant development proposal for website development from now on was to invest in search engine optimization. It would also be advisable to implement Google Analytics on the website as well as launching an online store for fan merchandise.

Keywords: website, prototype, open source, Carrd

1	Johdanto.....	6
2	Toimeksiantaja	6
3	Tutkimus- ja kehittämismenetelmät	7
3.1	Vertailu	7
3.2	Prototypointi.....	8
3.3	Palautteen kerääminen.....	8
3.4	Benchmarking	8
4	Tutkimustyö	8
4.1	Web-sivujen rakennustyökalut	9
4.2	Toimeksiantajan toiveet	11
4.3	Alustojen yhteenveto.....	11
4.3.1	Carrd	12
4.3.2	Drupal	12
4.3.3	Joomla	14
4.3.4	Shopify	15
4.3.5	Squarespace	16
4.3.6	GoDaddy	17
4.3.7	Tilda	17
4.3.8	Webflow	18
4.3.9	Wix.....	20
4.3.10	Wordpress	20
4.4	Karsiminen	21
4.5	Laajempi vertailu sekä alustojen testaaminen	22
4.5.1	WordPressin testaus.....	22
4.5.2	Wixin testaus.....	23
4.5.3	Carrdin testaus.....	25
4.6	Yhteenveto sekä projektiin valittava alusta.....	26
5	Kehittämiprojekti	26
5.1	Benchmarking toisista nettisivuista.....	26
5.2	Aloittava palaveri toimeksiantajan kanssa	31
5.3	Sivuston prototypointi	31
5.4	Verkkotunnuksen valinta ja hankinta.....	36
5.5	Prototyypin esittely sekä palautteen saaminen.....	37
5.6	Palautteen läpikäynti toimeksiantajan kanssa	38
5.7	Sivuston muokkaaminen palautteen mukaan.....	38
5.8	Päivitetyin version läpikäynti toimeksiantajan kanssa ja lopullinen versio.....	40
6	Yhteenveto	40
	Lähteet.....	41
	Kuvat	43

1 Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia olemassa olevia web-sivujen rakennusalustoja sekä vertailla niiden ominaisuuksia toimeksiantajallemme, jonka jälkeen suunnittelemme sekä julkaisemme toiminnalliset verkkosivut heille käytettäväksi oman julkisuutensa parantamiseksi. Opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta, jotka ovat tutkimustyö sekä kehitysprojekti.

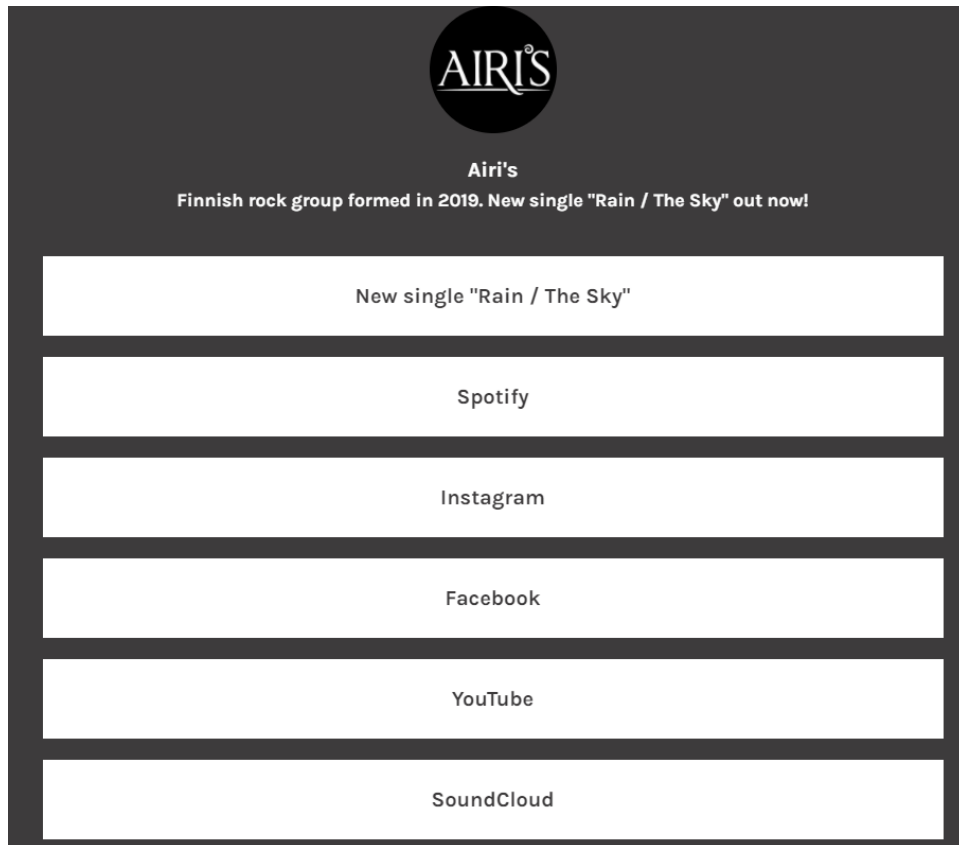
Tutkimustyö aloitetaan palaverilla toimeksiantajan kanssa, jossa käymme läpi heidän yleisiä toiveitansa verkkosivujen ulkoasusta, budjetista sekä halutuista ominaisuuksista. Tutkimustyön aikana käymme läpi tämänhetkisiä web-sivujen rakennusalustoja, joista keräämme mahdollisimman paljon hyödyllistä tietoa projektiamme varten, jotta voimme alustoja vertailemalla karsia alustoista pois huonommin projektiin soveltuvat alustat. Tutkimustyön lopussa teemme vielä laajemman vertailun mahdollisista rakennusalustoista, jossa testaamme alustojen ominaisuuksia tekemällä prototyyppisiä verkkosivuja. Laajemman vertailun tarkoituksena on löytää mahdollisimman helpokäyttöinen alusta toimeksiantajallemme, jota he voisivat käyttää sivustonsa päivittämiseen.

Aloitamme kehitysprojektin tekemällä benchmarkingia erikokoisten yhtyeiden verkkosivuja. Pyrimme etsimään sekä maailmanlaajuisesti tunnettujen yhtyeiden verkkosivuja kuin myös paikallisten pienempien yhtyeiden sivustoja. Benchmarkingin tavoitteena on löytää sivustoilta yhdistäviä tekijöitä, joita voisimme hyödyntää suunnitellessamme omia verkkosivustojamme. Tämän jälkeen aloitamme oman prototyypin suunnittelemisen valitulla rakennusalustalla. Prototyypin valmistumisen ohella tarkastelemme verkkotunnusten saatavuutta mahdollisista palveluntarjoajista sekä vertailemme näiden palveluiden hintatasoja. Ensimmäisen prototyypin valmistuttua lähdemme tekemään kvalitatiivista tutkimusta sen ominaisuuksista sekä yleisestä ulkonäöstä, jonka avulla saamme hyödyllisiä mielipiteitä meidän suunnitelmastamme sekä uusia ideoita, kuinka voisimme parantaa prototyyppiämme. Käymme palautteen läpi yhdessä toimeksiantajamme kanssa, jossa kuuntelemme heidän mielipiteitänsä prototyypistä sekä muiden antamista kehitysideoista. Palautteen jälkeen lähdemme muokkaamaan sivustoa hyväksytyjen kehitysideoiden perusteella, jonka jälkeen näytämme vielä päivitettyä versiota toimeksiantajallemme ennen sivuston virallista julkaisemista.

2 Toimeksiantaja

Airi's on tammikuussa 2019 perustettu rock-musiikkia soittava yhtye Espoosta. Nelihenkinen ryhmä on julkaissut musiikkia tasaiseen tahtiin perustamisestaan lähtien ja heillä on parhailaan suunnitteilla ensimmäisen täyspitkän albumin julkaisu tämän vuoden puolella. Osana tätä

seuraavaa vaihetta yhtyeen etenemisessä heidän toiveenaan on saada toiminnalliset verkkosivut käyttöön pääasiassa tehostamaan heidän näkyvyyttään sekä löydettävyyttä verkossa. Toiseksi Airi's on keskittänyt verkkotoimintansa sosiaalisen mediaan, kuten Facebookiin sekä Instagramiin, mutta yhtye haluaisi selkeän ensisijaisen alustan uutisoinnille julkaisuista sekä esiintymisistä. Verkkosivujen pääasiallinen tavoite on myös olla korvaava paikka nykyään käytössä olevalle Linktree-linkkialustalle.



Kuva 1: Linktree-linkkialusta

3 Tutkimus- ja kehittämismenetelmät

3.1 Vertailu

Vertailevan menetelmän avulla määritämme tutkimusvaiheessa toimeksiantajallemme mahdollisimman sopivan web-sivujen rakennuslustran. Tämä tapahtuu kahdessa vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa vertailemme kymmentä alustaa niiden ominaisuuksiltaan, hintatasoltaan sekä helppokäyttöisyydeltään. Ensimmäisen vaiheen tarkoitus on karsia pois sellaiset alustat, jotka eivät sovi toimeksiantajamme kriteereihin. Toisessa vaiheessa teemme laajemman vertailun jäljelle jääneistä alustoista, jossa keskitymme alustojen toimintaan käytännössä tekeillä jokaisella alustalla prototyypin sivustosta. Tässä vaiheessa kiinnitämme huomiota

alustan helppokäyttöisyyteen sekä sivuston ylläpitämiseen tarvittavien päivitysten tekemiseen. Testaamme myös mahdollisten ominaisuuksien toimivuutta tulevaa kehitysprojektia varten.

3.2 Prototypointi

Prototypointi on oleellinen vaihe palvelun kehittämisessä, ja sen takia käytämme sitä meidän kehitysprojektissamme. Prototyypin avulla luomme mahdollisia versioita sivuista tutkimusvaiheessa, jossa valitsemme projektiin valittavan alustan laajemmassa vertailussa. Kehitysprojektissa luomme ensimmäisen prototyypin lopullisista sivuista hyödyntäen tutkimusvaiheessa kerättyä tietoa. Ensimmäisen valmiin prototyypin avulla pääsemme keräämään palautetta käyttäjiltä.

3.3 Palautteen kerääminen

Kun saamme ensimmäiset valmiit sivut luotua, tarkoituksenamme on kerätä sivuista palautetta. Tavoitteenamme on saada kvalitatiivista eli laadullista tietoa verkkosivustamme, jonka kautta voimme korjata mahdollisia virheitä tai saada ideoita sivujemme kehittämiseksi. Tulemme todennäköisesti käyttämään palautteen keräämiseen ilmaista kyselyalustaa, esimerkiksi Google Formsia. Toimeksiantajamme mukaan heidän seuraajansa ovat kaikenikäisiä, joten olemme suunnitelleet jakavamme testisivua ja palautelomaketta melko vapaasti omissa lähipiirissämme eri ikäisille testaajille. Emme siis halua kerätä sivuston testaajilta henkilökohtaista informaatiota, koska emme koe sitä projektin kannalta tarpeelliseksi. Haluamme vain selvittää sivuston yleistä toimivuutta ja tiedustella mahdollisia kehitysideoita.

3.4 Benchmarking

Benchmarking-vaiheessa tulemme analysoimaan muiden yhtiöiden verkkosivuja saadaksemme laajempaa näkemystä ja ideoita siitä, mitä omien sivujemme tulisi sisältää. Teemme tätä pääasiassa itsenäisesti, mutta myös toimeksiantajamme kanssa. Keskitymme benchmarkingia tehdessä muun muassa ulkonäköön, toimivuuteen ja yleiseen navigointiin. Pyrimme tutkimaan etenkin asioita, jotka toistuvat eri yhtiöiden verkkosivuilla toimivina osa-alueina ja joita voimme hyödyntää omilla sivuillamme.

4 Tutkimustyö

Tutkimustyön tavoitteena on valita kehitysprojektiamme varten sopiva verkkosivujen rakennusalue toimeksiantajallemme. Tutkimustyö aloitetaan palaverilla toimeksiantajan kanssa, jossa käymme läpi heidän yleisiä toiveitansa verkkosivujen ulkoasusta, budjetista sekä halutuista ominaisuuksista. Palaverin jälkeen lähdemme keräämään tietoa tämänhetkisistä web-

sivujen rakennusaloista. Keräämme tutkimustyötä varten kymmenestä rakennusaloista tietoa. Tiedonkeruun aikana tutkimme niiden sopivuutta toimeksiantajallemme, jonka jälkeen karsimme aloista pois sellaiset, jotka eivät sopineet toimeksiantajamme kriteereihin. Jäljelle jääneistä aloista lähdemme tekemään laajempaa tutkimusta, jossa keskitymme alan toimintaan. Tutkimuksessa testamme rakennusalojen ominaisuuksia suunnittelemalla jokaisella alustalla oman prototyypin tulevista sivuista. Alustojen toimivuuden sekä prototyypin lopputuloksen perusteella valitsemme kehitysprojektiämme varten käytettävän rakennusalan.

4.1 Web-sivujen rakennustyökalut

Verkkosivun rakentaja on tyypillisesti joko alusta tai ohjelma, jonka avulla käyttäjä voi nopeasti ja helposti rakentaa itselleen nettisivut. Näiden alustojen avulla käyttäjä pystyy helposti saamaan oman brändinsä näkyviin maailmalle nettisivujen muodossa. Nämä alustat toimivat yleisesti saman kaavan mukaisesti, jossa käyttäjä voi ensiksi valita itselleen alustalla tai ohjelmalla itselleen omaan käyttöönsä sopivan mallin käyttöjärjestelmän valmiiden mallien joukosta. Tämän jälkeen käyttäjä voi muokata valitsemaansa mallia oman näköiseksi lisäämällä tähän valmiiksi toimivaan malliin esimerkiksi omia kuvia, videoita, tekstiä ja hyperlinkkejä. Kenelle nämä rakennusalustat ovat sitten suunnattu? Tällaiset alustat ovat suunnattu pienille yrityksille sekä yrittäjille, jotka haluavat parantaa heidän näkyvyyttään ja täten sopii tähän kehityshankkeeseen loistavasti sillä toimeksiantajamme kaipaa juuri tällaista helppoa tapaa parantaakseen heidän näkyvyyttään. (Bailey 2020.)

Nettisivujen rakennustyökalut voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan. Verkossa toimiviin alustoihin sekä offline-tilassa toimiviin ohjelmiin. Suurin ero näiden kahden kategorian välillä on internet-yhteyden oleellisuus alustaa käytettäessä. Molemmissa muodoissa on hyvät puolensa, esimerkiksi offline-tilassa käytettävää alustaa voi muokata melkein milloin tahansa ilman internet-yhteyttä, mutta se vaatii koneelle erilaisten ohjelmistojen latausta toimiakseen. Verkossa toimivien alustojen voi käyttää missä tahansa, kunhan sieltä löytyy internet-yhteys. Nykyäänä internet-yhteyden saaminen on helpottunut vierailijoille tehtyjen langattomien verkkojen yleistymisen vuoksi julkisilla paikoilla. Suurimmalla osalla ihmisistä on nykyään myös rajaton nettiyhteys puhelimessaan, joka on nykyajan teknologialla helposti jaettavissa eteenpäin puhelimen ominaisuuksien avulla. Verkossa toimivien alustojen mukana tulee palveluntarjoajalta lisäksi sivun isännöintipalvelu, joka helpottaa loppukäyttäjää sivujen julkaisemisessa, sillä hänen ei tarvitse erikseen ostaa näitä palveluita muualta ja täten hänen ei tarvitse välittää tästä ylimääräisestä teknisestä vaiheesta. Offline-tilassa toimivat alustat käyttävät hyväkseen näitä ladattavia ohjelmistoja käyttäjän tietokoneella, joiden avulla tämä palvelu toimii käyttäjän tietokoneen kautta, kunnes hän on valmis julkaisemaan sivustonsa. Lisäksi sivujen julkaisemisvaiheessa tulee käyttäjän ostaa isännöintipalvelu joltakin web-isäntä palvelulta. (Bailey 2020.)

Koska toimeksiantajallamme ei ole erikseen koulutettua henkilöä web-sivujen ylläpitoa varten, päätimme käyttää tätä kehittämisprojektia varten verkossa toimivaa nettisivun rakennustyökalua sen helppokäyttöisyyden sekä valmiin palveluntarjoajan takia, jotta toimeksiantajamme saisi vaivattomasti ylläpidettyä heidän sivujansa ja tarpeen vaatiessa he voisivat nostaa heidän jäsenyyttään tietyn palveluntarjoajan kanssa, jos heille tällainen tilanne tulisi eteen.

Verkkosivujen rakennusalustoissa on paljon hyötyjä tällaisia tapauksia varten, sillä nämä alustat eivät tarvitse erikseen käyttäjältään osaamista koodaamisesta tai muun kaltaista teknisiä taitoja verkkosivujen suunnittelussa tai ylläpitämisessä. Verkkosivujen rakennusalustat sekä ohjelmistot ovat suunniteltu siten, että käyttäjä näkee koko ajan mitä muokkaa ja pystyy helposti siirtämään sivun elementtejä hiiren avullansa. Tällaista ominaisuutta kutsutaan nimellä ”what you see is what you get” eli lyhennettynä ”WYSIWYG”. Sivuston loppukäyttäjä voi siis kasata itselleen kokonaisen sivuston ilman, että kirjoittaa yhtäkään riviä koodia. (Bailey 2020.)

Alustojen helppokäyttöisyyden takia niiden ylläpitäminenkin on hyvin helppoa. Koska tässä kehittämishankkeessa toimeksiantajamme on rockyhtye, heidän on päivitettävä sivujaan useasti esimerkiksi lisäämällä uusia kuvia tai päivittämällä heidän esiintymiskalenteriaan. Tämän takia verkkosivujen rakennusalustat ovat täydellinen ratkaisu heidän verkkosivu-projektillensa, sillä nämä alustat ovat helposti muokattavissa julkaisun jälkeenkin. Verkkosivujen rakennusalustat ovat kasvattaneet hyvin paljon suosiota viimeisen kymmenen vuoden aikana, jonka takia niiden sisältöön on jouduttu panostamaan paljon ja tämän takia alustoista löytyy valmiiksi monenlaisia graafisesti suunniteltuja teemoja, jotka antavat hyvän pohjan mitä lähteä työstämään. Valmiiden teemojen suunnittelussa on käytetty väriteoriaa, jonka takia pystymme löytämään sopivan väritasapainon ilman, että joudumme tätä erikseen itse erikseen käydä läpi nettisivujen suunnitteluvaiheessa. Hyvin varustetut alustat tarjoavat myös täyden kirjaston erilaisia suunnittelu elementtejä ja mukautusvaihtoehtoja, jonka avulla pystymme muokkaamaan Toimeksiantajamme nettisivuista juuri sellaiset kuin he haluavat. Koska verkkosivujen rakennusalustojen suosio on ollut nousussa, niiden hintatasot ovat jatkuvasti kilpailutuksessa ja tämän vuoksi tällaisten sivustojen käyttö ei tule kalliiksi käyttäjälle. Alustojen tarjoavat yrityksetkin ovat tasapainottaneet hinnat eri kategorioihin, jotta asiakkaat voivat valita itselleen sopivan hinnoittelusuunnitelman esimerkiksi yksittäinen henkilö voi ottaa itselleen hänelle suunnatun suunnitelman, joka tulee hänelle huomattavasti halvemmaksi kuin suunnitelman, joka on tarkoitettu pienyrityksille. Halvemmasta suunnitelmasta löytyy vähemmän ominaisuuksia, joita tavallinen yksilöllinen käyttäjä ei tarvitse ja tämän avulla sen hinta on saatu pudotettua käyttäjäryhmälle sopivaksi. (Bailey 2020.)

Suunnittelualustoissa on myös huonojakin puolia verrattuna suoraan koodattuun sivuun. Suurin ongelma on alustan rajattu käyttöliittymä, jonka takia henkilöt, jotka ovat kokeneita

verkkosivujen suunnittelijoita voivat törmätä esteeseen, jossa he eivät pysty tekemään jotain, minkä suoralla koodauksella olisi voinut suorittaa. Tämän takia kokeneet web-sivujen tekijät suosivat perinteistä koodaamista sivuille, sillä sen avulla nämä kehittyneemmätkin ominaisuudet saadaan lisättyä sivulle. Lisäksi verkkosivujen rakennusaluustoilla ei ole aina mahdollisuutta hallita sivustoa ohjaavaa koodia. Toinen huono puoli verkkosivun rakennusaluustoissa, joka voi tulla vastaan on niiden rajoittama määrä sivuja, joita voit tehdä yhtäaikaaisesti. Tämän takia tutkimus vaiheessa on tärkeä selvittää, kuinka paljon sivuja on kehittämishankkeessa tulossa vastaan ja samalla tarkastella eri hinnoittelusuunnitelmia, jotta hankkeen aikana ei näiden rajoitusten kanssa ilmene ongelmia, jotka hidastaisivat hankkeen edistymistä. (Bailey 2020.)

4.2 Toimeksiantajan toiveet

Toimeksiantajan toiveet verkkosivujen suhteen ovat hyvin selkeät. Ensisijaiset ja merkittävimmät kohdat ovat käyttöalustan yksinkertaisuus sekä hinta. Alustan tulee olla käytännössä niin yksinkertainen, että lähes kuka tahansa osaisi käyttää ja päivittää sillä sivuja. Meidän tulee siis varmistaa, että alustan käyttö onnistuu ilman ylimääräisiä lisäosia ja käytännössä pelkästään selaimen kautta. Hinnan suhteen toimeksiantajan budjetti sivuston ja domainin ylläpitoon on maksimissaan 100 euroa vuodessa. Yhtye on ilmoittanut kuitenkin olevansa tarvittaessa valmis joustamaan hinnan suhteen, mutta toivottavampaa on kuitenkin saada pidettyä kustannukset tätäkin alhaisempina.

Itse sivuston ominaisuuksien suhteen toimeksiantaja on antanut meille suhteellisen paljon vaihtoehtoja. Erityiset toiveet kuitenkin ovat muun muassa videoiden upotus joko suoraan tai esimerkiksi Youtuben kautta sekä mahdollisuus verkkokaupasta. Verkkokauppa olisi kuitenkin hyvä olla ulkoistettu, jotta toimeksiantajan ei itse tarvitse huolehtia esimerkiksi postitus- tai muista kuluista. Yhtye mainitsi myös, että verkkokauppa ei ole kriittisimpiä kohtia verkkosivujen suhteen ja tulee heille todennäköisesti relevantiksi vasta tulevaisuudessa. Yhtye kertoo myös tähtäävänsä ulkomaille, joten haluavat verkkosivujen olevan englanninkieliset.

Sivuston ulkoasun tulisi olla yhtyeen tulevan albumin kansikuvataiteen mukainen, joten väri maailma tulee olemaan vaaleanpunaisen, mustan ja valkoisen väliltä. Tulemme hyödyntämään yhtyeen promootiokuvia ulkoasua kehittäessämme. Toimeksiantajallamme ei ole suoraa näkemystä sivuston asetelmasta, mutta tulemme työn aikana esittämään heille omia ehdotuksiamme, joista valitsemme toimeksiantajalle mieluisimman.

4.3 Alustojen yhteenveto

Tässä tutkimustyössä käytämme vertailukohteina eri alustoiden hinnoittelua, helppokäyttöisyyttä ja mahdollisia lisäominaisuuksia. Toimeksiantajamme vuosittain budjetti verkkosivujen ylläpitämiselle on noin 100 euroa ja verkkosivujen ylläpidon tulisi myös olla

toimeksiantajallemme kyllin yksinkertaista. Keräämme tutkimustyötä varten kymmenestä rakennuslupasta tietoa tulevaa vertailua varten.

4.3.1 Carrd

Carrd on Yhdysvaltojen Nashvillessa vuonna 2016 alkunsa saanut avointa lähdekoodia hyödynnettävä alusta, jonka perustaja tunnetaan vain lyhenteellä AJ. Carrd sai alkunsa pienenä sivuprojektina, mutta laajensi suosiotaan etenkin Twitterin sekä Product Huntin avulla. AJ kuvailee alustansa nopeaksi, joustavaksi, yksinkertaiseksi sekä täysin ilmaiseksi. Carrdilla on kuitenkin tiettyjä ominaisuuksia, jotka vaativat maksun. (Carrd 2022.)

Carrdin luomiseen on hyödynnetty HTML ja CSS-koodikieliä. Carrdin avulla on mahdollista luoda moderneja, yksisivuisia verkkosivuja, jotka toimivat hyvin esimerkiksi onlineportfolion tai -käyntikortin luontitarkoitukseen. Käyttöalustana Carrdista on luotu mahdollisimman helpokäyttöinen ja sitä pystytään muun muassa kokeilemaan ilman rekisteröitymistä sekä tarvittaessa myös mobiilisti. Carrd on ominaisuuksiltaan äärimmäisen yksinkertainen käyttäjilleen, mutta siitä huolimatta sen avulla voidaan luoda varsin uniikkeja verkkosivuja eri tarkoituksiin. Ainoana merkittävänä miinuksena on Carrdin yksittäinen sivumäärä, mutta tämä ei kuitenkaan ole välttämättä toimeksiantajamme näkökulmasta keskeinen edellytys. (AJ 2021.)

Carrd kuvailee itseään täysin ilmaiseksi, mutta alustassa on kuitenkin ominaisuuksia, joihin pääsee käsiksi maksusitoumuksien avulla. Carrdilla on kolme erihintaista suunnitelmaa, joiden vuosihinnat vaihtelevat 9 ja 49 Yhdysvaltain dollarin välillä. Näiden suunnitelmien avulla saatavia ominaisuuksia ovat muun muassa mukautetut verkkotunnukset, laadukkaammat ja suuremmat kuvat sekä videot, sekä muut lisäasetukset. Carrd tarjoaa myös seitsemän päivän ilmaisen kokeilujakson, jolla voimme tutkia alustan laajempia ominaisuuksia. (Carrd 2022.)

Carrd läpäisee vertailussamme kaikki kolme kriteeriä. Carrd on käyttöominaisuuksiltaan hyvin yksinkertainen käyttäjilleen, joten sen luovuttaminen toimeksiantajamme käyttöön tulisi olemaan helppoa. Hintasuunnitelmien kautta käyttöön saatavat ominaisuudet takaavat laajuuden uniikkien ja toimeksiantajan toiveiden mukaisten verkkosivun luomiseen ja näiden suunnitelmien hinnatkin ovat hyvin kilpailukykyiset. Carrdin kallein Pro Plus -paketti maksaa 49 Yhdysvaltain dollaria vuodessa, jolla saisimme varmasti monipuoliset ja uniikit kotisivut aikaan, mutta mahdollisesti jopa halvempi 19 dollarin vuosihinnan Pro Standard -suunnitelma saattaa olla jo riittävän laaja kokonaisuus toimeksiantajallemme.

4.3.2 Drupal

Drupal on verkossa toimiva ohjelma/alusta, joka toimii verkkojulkaisujärjestelmänä. Drupal on alun perin julkaistu 15. tammikuuta 2001. Drupalia käytetään useiden verkkosivustojen

luomiseen sekä hallinnoimiseen. Drupal ei ole pelkästään alusta, jolla tehdään ja julkaistaan verkkosivustoja. Drupal toimii myös työkaluna rakentaa lisää työkaluja alustan sisäisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että Drupalia käyttävät web-kehittäjät voivat luoda lisää työkaluja eli moduuleja ladattavaksi toisille käyttäjille ja tämän avulla laajentaa alustan ominaisuuksien määrää ja tämän avulla välttää yleisimmän ongelman kohtaamista verkossa toimivien verkkosivustojen rakennus työkalujen kanssa, joka on rajattu ominaisuuksien määrää. Joissakin suhteissa voit jopa kutsua Drupalia ohjelmointikieleksi. (Falk 2014.)

Mutta tämäkään ei kerro koko vastausta Drupalista, sillä useimmat ihmiset, jotka ovat käyttäneet Drupalia sanovat, että Drupal on enemmänkin yhteisö, joukko ihmisiä ympäri maailmaa, jotka omaavat saman kiinnostuksen kohteen. Tässä yhteisössä on yli 1 000 000 ihmistä, jotka kaikki vaikuttavat siihen, että Drupalista saadaan parempi alusta. Jotkut näistä ihmisistä laittavat aikaansa saadakseen Drupalin näyttämään paremmalta visuaalisesti. Tämä onnistuu valmiiden teemojen muokkaamisella parempaan suuntaan. Toiset henkilöt keskittyvät ominaisuuksia luovien työkalujen luomiseen ja muokkaamiseen koodaamisen avulla. Lisäksi jotkin henkilöt auttavat yleensä uusia henkilöitä heidän kohtaamien ongelmatilanteiden ratkaisussa vastaamalla heidän kysymyksiinsä. ”Drupalin yhteisössä jotkin näistä ihmisistä ovat niin tunnettuja, että heitä voidaan melkein verrata rokkitähtiin”. Suurin osa kumminkin tämän yhteisön jäsenistä koostuvat julkaisualustan käyttäjistä, jotka vain käyttävät alustaa. Hekin auttavat Drupalin kasvamisessa kysymällä kysymyksiä alustasta, ilmoittamalla virheistä työkaluissa sekä pyytämällä uusia ominaisuuksia työkalujen kehittäjiltä. (Falk 2014.)

”Drupal jaetaan lisenssillä, jota yleensä kutsutaan avoimeksi lähdekoodiksi. Tämä tarkoittaa sitä, että toisin kuin lähes kaikki muut samankokoiset julkaisujärjestelmät, Drupal on täysin ilmainen” (Falk 2014.). Drupalin lataaminen ei maksa käyttäjälle mitään eikä sen käyttämiseen liity yhtään lisenssimaksua. Drupalin käyttämiseen kuuluu kuitenkin sääntöjä siitä mitä kaikkea sen avulla saa ja mitä ei saa tehdä. Näihin sääntöihin kuuluu esimerkiksi kohta, jossa sanotaan, että ohjelmistoa ei saa ladata tietylle määrää tietokoneita. Avoimen lähdekoodin lisenssit luotiin vastauksena suljetun lähdekoodin kohtaamiin rajoituksiin. Nämä avoimen lähdekoodin lisenssit yksinkertaistettuna sanovat, että voit käyttää kyseistä alustaa niin paljon kuin haluat, voit tarkastella sen koodia, jos haluat tietää, miten se on rakennettu. Voit myös jakaa kopioita ohjelmistosta ystävillesi. Ohjelmistoa voi myös käyttää luodakseen uusia ja parempia versioita ohjelmistosta. Drupalia käytettäessä voit myös luoda omia laajennuksia alustalle, jotka auttavat sivustoasi toimimaanhaluamallasi tavalla muiden käyttämiesi järjestelmien kanssa ilman, että sinua voidaan haastaa oikeuteen. (Falk 2014.)

Drupalin avulla kehitetään ja julkaistaan nettisivuja, mutta miten se käytännössä toimii? Drupalissa on useita standardi ominaisuuksia kuten helppo sisällöntonuonti, luotettava suorituskyky sekä erinomainen suojaus. Mutta se, joka sen erottaa muista samankaltaisista alustoista on sen joustavuus sen ladattavien lisäominaisuuksien avulla. Alustalle voi ladata lisäosia tai

moduuleita Drupalin omilta sivuilta, jotka laajentavat Drupalin toimintoja entisestään. Drupalissa kuten myös kaikissa muissa löytyy valmiiksi muokattuja teemoja, jotka auttavat sivuston mukauttamisessa. Näistä nipuista pystyy hyvin aloittamaan oman sivustonsa luonnin. Sivustoa luodessa käyttäjän tarvitsee vain ladata uusia lisäominaisuuksia, kun sivustolle niitä haluaa. (Drupal 2022.)

Drupal on hintatasoltaan hyvä valinta kehittämisprojektille, sillä sen lataaminen on ilmaista sekä lisenssikustannuksetkin ovat ilmaiset avoimen lähdekoodin lisenssin ansiota. Ominaisuuksiltaan Drupal on myös hyvin laaja ja sen kirjastosta löytyy tarvittavia ominaisuuksia kehittämisprojektiä varten. Huonoksi puoleksi Drupalissa muodostuu kuitenkin sen käyttö. Drupalissa joutuu lataamaan uusia lisäosia hyvin useasti sivua muokatessa ja uusien moduulien lataaminen ei ole toteutettu helpoimman kaavan kautta, sillä moduulit tulee etsiä erikseen Drupalin sivujen kautta. Tämä ei kuulosta vaikealta tehtävältä, mutta toimeksiantajallamme ei ole erikseen sivustosta vastaavaa henkilöä, jolla on erikseen tietämystä tältä alalta, joten moduulien etsintä ei suju niin helposti. Moduulit tulee myös erikseen asentaa koneelle erikseen, ja tämän takia Drupal ei sovellu niin hyvin kehitysprojektiimme. Lisäksi Drupalin käyttöehdoissa olevaan ehtoon, että sitä ei saa tietyille määrälle koneille asentaa, on omat ongelmansa meidän tilanteessamme, sillä kun toimeksiantajalla ei ole erikseen mainittua henkilöä ylläpitää sivustoa, tapahtuu tämä ylläpito usealta eri laitteelta, jonka takia moduulien kanssa tulee myös ongelmia.

Näitä vertailukohteita tarkastelemalla huomaamme, että Drupalissa on monia hyviä puolia ja se täyttääkin kaksi kolmesta kriteeristämme projektille, mutta sen käyttöjärjestelmä ei ole tarpeeksi helppokäyttöinen tähän tilanteeseen niin emme lähde tekemään laajempaa testausta tai vertailua tällä alustalla tutkimustyössä tulevaan loppuvertailuun.

4.3.3 Joomla

Joomla on vuonna 2005 julkaistu sisällönhallintajärjestelmä (CMS), joka hyödyntää avointa lähdekoodia. Joomla on yksi suosituimmista alustoista verkkosivujen luomiseen ja se on voittanut useita palkintoja. Joomla on maailman toiseksi suosituin alusta verkkosivujen luomiselle ja sitä suosituimpi on vain Wordpress. Joomla'n varsin käyttäjäystävälliseen käyttöympäristöön on vaikuttanut maailmanlaajuinen yhteisö vapaaehtoisia web-kehittäjiä. (Joomla 2022.)

Joomla monipuolisesti laajennettavissa ja muokattavissa oleva alusta, joka on luotu PHP-koodikielellä. Joomla'n käyttöä ja toimintakykyä voidaan laajentaa erilaisten moduulien ja lisäosien avulla, joilla voidaan parantaa sivujen toiminnallisuutta tai ulkoasua. Joomlaa voidaan käyttää selaimen avulla käyttäen Joomla! Launch -palvelua, mutta laajempia toimintoja varten, kuten esimerkiksi moduuleja ja lisäosia, on suositeltavaa ladata Joomla omalle tietokoneelle. Joomla'n lataus sekä selaimessa käytettävä palvelu ovat molemmat ilmaisia. (RocketTheme 2022.)

Joomla ei aivan läpäise vertailukriteerejämme, joten emme ota sitä tarkempaan vertailuun. Vaikka Joomla on suosittu ja käyttäjäystävällinen, se vaatii latauksia alustan laajempaan käyttöön. Tämän lisäksi Joomla ei pärjää hinnan puolesta, sillä ilmaisesta käytöstä huolimatta Joomlailla on myös ostettavia paketteja, joiden avulla esimerkiksi tietyt lisäosat saadaan käyttöön. Alustan halvin paketti maksaa 99 dollaria vuodessa. (<https://www.joomlatools.com/pricing>) Vaikka tämä ei mene toimeksiantajamme budjetin yli, on hinta silti huomattavasti kilpailijoitaan korkeampi.

4.3.4 Shopify

Shopify on kanadalainen yritys, joka on perustettu vuonna 2006 Ottawassa Ontariossa (Merritt 2022). Shopify tarjoaa tilauspohjaisen alustan/järjestelmän, jonka avulla kuka tahansa pystyy tekemään itselleen verkkosivut, jonka avulla he pystyvät mainostamaan itseään sekä myymään tuotteitaan. Shopify keskittyy verkkosivujen avulla tuotteiden myyntiin enemmän kuin tavalliset verkkosivualustat, joten nämä sopivat hyvin henkilöille, jotka ovat miettimässä tuotteensa myymistä. Shopify tarjoaa myös mahdollisuuden myydä tuotteita paikan päällä käyttäen heidän myyntipistejärjestelmänsä, jonka pystyy ladata omalle laitteellensa. Jos käyttäjällä on molemmat Shopify:n verkkokauppa sekä heidän myyntipistejärjestelmänsä käytössä, synkronoituvat nämä järjestelmät automaattisesti keskenään. Shopify tarjoaa käyttäjälleen valmiita sivuja, jos käyttäjällä ei ole halua tehdä kokonaan omia sivuja, mutta myös mahdollisuuden käyttää heidän alustansa omien sivujen tekemistä varten. (Shopify staff 2020.)

Shopify tarjoaa myöskin käyttäjilleen paljon ilmaisia työkaluja, joita käyttäjät voivat käyttää oman imagonsa suunnittelussa tai oman näkyvyytensä parantamisessa. Näihin työkaluihin sisältyy esimerkiksi oman logon suunnitteluun käytettävä työkalu, yrityksen nimigeneraattori tai iskulauseen tekijä. Oman näkyvyyden parantamiseen löytyy käytettäväksi esimerkiksi käyntikorttien suunnitteluun käytettävä suunnittelutyökalu tai nykyaikaisempi QR koodin valmistustyökalu. Näiden lisäksi heiltä löytyy paljon erilaisia työkaluja oman projektin edistämistä varten. (Shopify 2022.)

Koska Shopify keskittyy enemmän verkkosivuillaan tuotteiden myyntiin, näkyy tämä heidän hinnoittelussaan. Shopify:n hinnoittelusuunnitelmien hintataso alkaa 26 eurosta kuukaudessa ja nousee tästä 72 euroon jos haluaa lisää ominaisuuksia. He myöskin tarjoavat isommille yrityksille huomattavasti kalliimpaa hinnoittelusuunnitelmaa, joka maksaa yritykselle 275 euroa kuukaudessa. (Shopify 2022.)

Shopify tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden ladata omalle puhelimellensa sovelluksen, jonka avulla he voivat myydä tuotteitaan verkkokaupan ulkopuolella tapahtumissa tai sovituisissa tapaamisissa. Shopify retail POS-sovelluksesta löytyy myös muokkaus toiminnot, joten käyttäjä voi muokata sovelluksestakin sen näköisen, kun hän haluaa. Tämän avulla käyttäjä pystyy

pitämään samaa teemaa yllä paikan päällä, kun hänen verkkosivuillansa ja samalla helpottaa sovelluksen käyttöä ostotapahtuman yhteydessä. (Shopify 2022.)

Shopify sopii täydellisesti sellaiselle hankkeelle, joka perustuu oman verkkokaupan julkaisemiseen ja sen edistämiseen, kun taas meidän kehitysprojektimme keskittyy tuotteiden myynnin sijaan enemmän näyttävyuden parantamiseen. Shopify hintatasokin on hieman hintava toimeksiantajamme budjetille tällaista projektia varten. Shopify tarjoaa paljon työkaluja käyttäjilleen ja sen käytöstä löytyy paljon videoita sen käytöstä, joten alustan helppokäyttöisyys sopisi hyvin aloittelijoillekin.

Vertailukohteita tarkastelemalla huomaamme, että vaikka Shopify omaa monta hyvää ominaisuutta, kuten sen laaja sekä helppokäyttöinen alusta verkkosivujen rakentamiseen täten täyten vertailukriteereistä kaksi kohtaa kolmesta, mutta alustan hintataso on liian suuri toimeksiantajamme budjettiin projektia varten. Tämän takia emme lähde tekemään laajempaa testausta/vertailua tällä alustalla tutkimustyössä tulevaan loppuvertailuun.

4.3.5 Squarespace

Squarespace on vuonna 2003 perustettu avointa lähdekoodia hyödyntävä alusta, joka sai alkunsa Marylandin yliopisto-opiskelijan Anthony Casalenan asuntolahuoneessa. Casalena toimii yhä Squarespacen toimitusjohtajana ja hänen johdollaan Squarespace on sittemmin kasvanut yhdeksi suosituimmista ilmaisista alustoista verkkosivujen luomiselle ja sen avulla on luotu jo miljoonia eri verkkosivuja. (Squarespace 2022.)

Squarespacen luomiseen on käytetty CSS-koodikieltä ja se toimii sisällönhallintajärjestelmänä (CMS) sekä täysin selaimen välityksellä, joten ladattavia ohjelmistoja sen käyttämiseksi ei tarvita. Squarespace on tästä johtuen yksi yksinkertaisimmista verkkosivujen luontialustoista, josta sen suosiokin pääosin johtuu. Squarespace ei kuitenkaan sovellu kovin hyvin omaan suunnitteluun ja muokkaamiseen, vaan käyttäjälle annetaan erilaisia malleja ja pohjia, joista tulee valita mieluinen. Esimerkiksi oman CSS-koodin lisääminen ei ole mahdollista sivujen laajentamiseksi. Squarespacea kuvaillaan SaaS-alustana (suom. ohjelmisto palveluna), joten käyttäjä ei omista kopiota sivusta vaan maksaa kuukausittain sen käytöstä. Squarespacen kuukausihinnat vaihtelevat 16 ja 54 Yhdysvaltain dollarin välillä, joista vasta 26 dollarin paketti täyttää toimeksiantajamme vähimmäiskriteerit. Alusta tarjoaa kuitenkin tiettyjä alennuksia, mikäli asiakas valitsee vuosittaiset maksut. (Singleton 2022.)

Squarespace on toimeksiantajallemme kyllin yksinkertainen alusta käyttöominaisuuksien puolesta, mutta se ei kuitenkaan pärjää hintansa puolesta. Alustan käyttö tulisi maksamaan vuosittain vähintään yli 200 dollaria alennuksienkin jälkeen, joten tämä menee reilusti toimeksiantajamme budjetin yli. Tästä johtuen emme ota Squarespacea mukaan tarkempaan vertailuun.

4.3.6 GoDaddy

GoDaddy on arizonalainen vuonna 1997 perustettu yritys. Omien sanojensa mukaan he auttavat miljoonia yrittäjiä ympäri maailman rakentamaan omia verkkosivujaan. Heillä on tällä hetkellä yli 20 miljoonaa asiakasta sekä yli 80 miljoonaa domainia alustallaan ja tämän myötä ovat yksi suosituimmista alustoista verkkosivujen luomiselle. (GoDaddy 2022.)

GoDaddyn alusta perustuu keinotekoiseen suunnitteluälyyn eli ADI:hin (Artificial Design Intelligence), joka tekee alustasta varsinkin aloitteleville verkkosivun rakentajille helppokäyttöisen. GoDaddyllä on laajasti valmiita sivumalleja, joista käyttäjät voivat yksinkertaisesti tehdä omat sivunsa, kuitenkin rajallisin muokkauskeinoin. GoDaddyn vahvimpia ominaisuuksia on nimenomaan helppokäyttöisyys ja yksinkertaisuus, mutta ne jättävät hyvin vähän omille näkemyksille. (Carmichael & Willett 2022.)

GoDaddy julkaisi vuonna 2019 GoDaddy Websites + Marketing -alustan, joka on verkkosivujen rakennustyökalun lisäksi myös apuna yrityksille markkinoinnissa ja brändäämisessä. Alusta on kehitetty pääasiassa pienempien yritysten tueksi. Websites + Marketing -alustalla on mahdollista käyttää sisäänrakennettuja työkaluja esimerkiksi hakukoneoptimointiin, sähköpostimarkkinointiin sekä verkkokauppaan. Alustan InSight-oppimisjärjestelmän avulla käyttäjien on myös mahdollista pysyä ajan tasalla muun muassa oman verkkosivun liikenteestä, sosiaalisen median vilkkaudesta sekä online-myyntistä. InSight antaa käyttäjilleen InSight Score -arvosanan suorituskyvyn perusteella, joka on verrannollinen muihin, samankaltaisiin alustan verkkosivuihin. (Kelly 2019.)

GoDaddyn pakettien hinnat vaihtelevat alkaen 8 eurosta 17 euroon kuukausittaisissa mak-suissa, joihin on uusille asiakkaille kuitenkin saatavilla alennuksia. Näin ollen matalin hintapaketti liikkuu jo vuosittaisissa kuluissa toimeksiantajamme koko vuosibudjetin rajamailla. Halvimman paketin sisältö olisi kuitenkin riittävän laaja toimeksiantajallemme. (GoDaddy 2022.)

GoDaddy suoriutuu vertailussamme melko hyvin. Hintansa puolesta GoDaddy pääsee juuri ja juuri toimeksiantajamme vuosibudjetin alle. Sivustojen rakennustyökalu on itsessään melko monipuolinen, mutta se sisältää myös laajasti toimeksiantajallemme tarpeettomia ominaisuuksia liittyen etenkin brändäämiseen ja markkinointiin. Alusta on selkeästi suunnattu enemmän yrityksille, joilla on tavoitteena käydä kauppaa ja tehdä myyntitulosta. Vaikka GoDaddy on helppokäyttöinen ja kohtuullinen hintansa puolesta, emme koe sen olevan oikea toimeksiantajamme käyttötarkoitukseen ja jätämme sen pois laajemmasta vertailusta.

4.3.7 Tilda

Tilda on verkkosivujen rakennustyökalu, jonka avulla käyttäjä voi luoda verkkosivuja, aloitus-sivuja sekä verkkokauppoja. Tilda mainostaa itseään helposti hallittavana verkkosivujen

rakennustyökaluna, jossa käyttäjä pystyy luomaan verkkosivut ilman, että hänellä löytyy kokemusta verkkosivujen julkaisemiseen vaadittavista teknisistä taidoista. Tilda pyrkii erottumaan muista alustoista heidän lohkojen mekaniikkansa avulla. Sen sijaan, että Tilda tarjoaisi suoraan pohjaa, johon käyttäjä voisi alkaa rakentamaan omaa sivustoaan, jolloin sivustot alkaisivat toistaa ulkonäköään, antavat he käyttäjälle erilaisia lohkoja, joista käyttäjä voi muodostaa sivustonsa. Tilda tarjoaa käyttäjilleen kirjaston, joka sisältää 450 erilaista lohkoa ja jokainen näistä lohkoista on vielä erikseen muokattavissa oman halun mukaan. Kaikki tarjotut lohkot ovat alun perin ammattilaisten suunnittelemat ja niiden suunnitteluvaiheessa on huomioitu toisten lohkojen kanssa yhdessä toimiminen, jonka avulla käyttäjän on helppo yhdistellä erilaisia lohkoja ilman erillistä suunnittelukoulutusta. Vaikka Tildan kirjastosta löytyy suuri määrä lohkoja valittavaksi, ei käyttäjän tarvitse käyttää näitä verkkosivunsa rakentamisessa. Tildan alustasta löytyy myös graafista editoria muistuttava ”no block” editori, jossa pystyy itse lisätä tekstiä, muotoja, nappeja, kuvia, videoita, lomakkeita ja lisätä omia HTML koodin pätkiä. (Babich 2018.)

Tilda tarjoaa käyttäjilleen sekä ilmaisia, että maksullisia versioita. Ilmaisen version avulla käyttäjä pystyy luomaan yhden verkkosivun. Ilmaisessa versiossa on myös rajattu käytettävien lohkojen määrää 50 kappaleeseen. Tämän lisäksi käyttäjä ei voi yhdistää omaa verkkotunnustaan sivustoon sekä kaikilla sivuilla on oletuksena ”made with Tilda” elementti. Tilda tarjoaa ilmaisen version lisäksi henkilökohtaisen sekä liiketoiminnallisen maksusuunnitelman. Henkilökohtainen suunnitelma maksaa noin 9 euroa kuukaudessa ja siinä pystyy myös tekemään vain yhden verkkosivun, mutta käyttäjällä on käytössään kaikki 450 lohkoa sivustonsa suunnittelua varten. Tämän lisäksi käyttäjä voi yhdistää sivustonsa omaan verkkotunnukseen. Liiketoiminnallinen suunnitelma maksaa käyttäjälle noin 18 euroa kuukaudessa ja siinä on samat edut kuin henkilökohtaisessa suunnitelmassa, mutta sen avulla käyttäjä voi luoda jopa 5 verkkosivustoa sekä viedä lähdekoodia sivustolleen. (Babich 2018.)

Vertailukohteita tarkastelemalla Tilda on kelvollinen valinta kehittämisprojektillemme, sillä sen helppokäyttöisyys alustana sopii hyvin toimeksiantajallemme sekä se tarjoaa paljon ominaisuuksia erilaisten lohkojensa avulla, joita voisimme hyödyntää projektissamme. Hinnan puolesta alusta on juuri toimeksiantajamme annetun budjetin rajoilla, mutta oman verkkotunnuksen hankinnan jälkeen vuosibudjetti pääsisi ylittymään, jonka takia Tilda jää kelvolliseksi valinnaksi projektia varten, mutta se ei ole ideaali alusta meidän kehitysprojektillemme. Tämän takia emme lähde tekemään laajempaa testausta/vertailua tällä alustalla tutkimustyössä tulevaan loppuvertailuun.

4.3.8 Webflow

Webflow on vuonna 2013 julkaistu startup verkkosivujen rakennusalusta. Webflow toimii saman kaavan mukaisesti kuin muutkin saman tyyppiset verkkosivujen rakennusalustat. Se

toimii ”drag and drop” tyyppisesti, jossa käyttäjä pystyy näkemään koko ajan mitä on tekemässä sivustolleen, jonka takia se pysyy helppokäyttöisenä henkilöllekin, jolla ei ole teknistä osaamista verkkosivujen koodaamisesta. Webflow:n suunnittelualustalla käyttäjä pystyy vetämään erilaisia HTML elementtejä suoraan omalle sivulleen ja muokata näiden CSS-ominaisuuksia suoraan sivuvalikosta. Webflow:n suunnittelijan käyttöliittymä on hieman monimutkainen aluksi käyttäjille, joilla ei ole aiempaa kokemusta rakennusalan käytöstä, koska siinä on paljon erilaisia ominaisuuksia, joita käyttäjän tulee opetella. Mutta sen jälkeen, kun käyttäjä on päässyt käyttämään alustaa ja oppinut sen käytön, pääsee hän hyödyntämään sen kaikkia ominaisuuksia huoletta. Webflow on varautunut tähän haasteeseen sen kattavilla opetusohjelmilla, jotka löytyvät heidän omilta sivuiltaan. (Sanchez-Olvera 2019.)

Webflow:n etu muihin alustoihin nähden on sen laajuus sekä ominaisuudet. Tämä kostautuu ajassa, jossa verkkosivut kasataan, sillä kun toisilla alustoilla saadaan verkkosivut julkaistua melko nopeasti, niin Webflow:lla kestää ajallisesti hieman enemmän verkkosivun rakennusvaiheessa. Lopputuotos tulee olemaan kuitenkin ominaisuuksiltaan huomattavasti laajempi kuin nopeammassa alustoissa. Useat verkkosivun rakennusalustat tarjoavat käyttäjälle aluksi jonkinlaista teemaa, johon käyttäjä pystyy täyttämään omia tekstejensä sekä kuvia. Vaikka tämän tyylin avulla käyttäjä pystyy tekemään verkkosivunsa helposti ilman erillistä suunnittelua, on se myös hyvin rajoittava tekijä, sillä se lukitsee käyttäjän käyttämään kyseistä teemaa koko sivustollaan, ellei alusta tarjoa erillisiä laajennuksia, joiden avulla käyttäjä pääsisi muokkaamaan erillisiä elementtejä. Webflow:ssa ei ole tätä ongelmaa, sillä se sallii käyttäjän muokata dynaamista sisältöä ilman erillisiä laajennuksia, PHP:tä tai tietokantoja. Käyttäjät pystyvät myös tekemään kokoelmia valmiiksi suunnitelluista malleista, joita he pystyvät käyttämään uudestaan myöhemmin. Webflow myös tarjoaa käyttäjilleen työkalua (Interactions 2.0), joka on julkaistu 2017. Tämän työkalun avulla käyttäjä pystyy tekemään omia CSS-siirtyimiä sekä JavaScript-animaatioita verkkosivulleen. Tämän työkalun käyttö vaatii kuitenkin paljon kärsivällisyyttä ja aikaa. Webflow:lla on erillinen sivu (<https://webflow.com/ix2>), jossa he näyttävät tämän työkalun mahdollisuuksia. (Sanchez-Olvera 2019.)

Webflow tarjoaa käyttäjilleen ilmaista versiota sekä 3 erillistä maksusuunnitelmaa. Ilmaisversiossa verkkosivu julkaistaan ”webflow.io” verkkotunnuksella ja suunnitelmaan kuuluu 1 gigatavu kaistanleveyttä. Ensimmäinen maksullinen suunnitelma maksaa noin 11 euroa kuukaudessa ja sen avulla käyttäjä pystyy käyttämään omaa verkkotunnusta verkkosivuillaan sekä kaistanleveys on nostettu 1 gigatavusta 50 gigatavuun. Seuraava maksusuunnitelma on noin 15 euroa kuukaudessa ja siihen sisältyy kaistanleveyden nostamisen lisäksi myös mahdollisuus 3 vieraaseen editoijaan. Kolmas maksusuunnitelma tulee maksamaan noin 33 euroa kuukaudessa ja se on vain suurennettu versio toisesta maksusuunnitelmasta ilman erillisiä lisäyksiä. Webflow tarjoaa myös suuremmille yrityksille mukautettavaa suunnitelmaa heidän tarpeitensa mukaan. (Webflow 2022.)

Webflow pyrkii selkeästi erottumaan muista alustoista sen laajojen ominaisuuksiensa avulla. Meidän vertailukohteitamme tarkastelemalla Webflow sopii vain yhteen kolmesta kriteeristämme. Webflow:n hintataso on hieman liian kallis toimeksiantajamme vuosibudjettiin nähden. Ominaisuuksiltaan Webflow:ssa löytyy kaikki mitä tarvitsemme toimeksiantajamme verkkosivuihin, mutta ominaisuuksia löytyy hieman liikaa tarpeisiin nähden, jonka takia sen käyttöliittymän käyttö ei ole niin yksinkertaista, kun haluaisimme toimeksiantajallemme. Webflow ei ole sopiva alusta meidän kehitysprojektillemme, jonka takia emme lähde tekemään laajempaa testausta/vertailua tällä alustalla tutkimustyössä tulevaan loppuvertailuun.

4.3.9 Wix

Wix on ilmainen verkkosivujen luontialusta, joka perustettiin Israelissa vuonna 2006 kolmen ystävänsä ideasta tehdä verkkosivujen luomisesta yksinkertaista ja kustannustehokasta. Sittemmin heidän ideansa on kasvanut yhdeksi suosituimmaksi alustaksi verkkosivujen luomiselle ja heillä on nykyään yli 200 miljoonaa käyttäjää 190 eri maasta. (Wix 2022.)

Wix on alustana erityisen helppokäyttöinen, eikä sen käyttö vaadi laajaa koodaustaitoa. Wix tarjoaa monipuoliset työkalut ja toiminnot omien sivujen luomiselle. Wix tarjoaa muun muassa mediallyle reilusti tallennustilaa sekä laajat mahdollisuudet verkkokaupalle. Erilaisten elementtien, kuten kuvien ja laatikoiden siirtäminen on Wixin rakennustyökalulla hyvin yksinkertaista. Toisin kuin monet muut rakennusalustat, Wix on hyödyntänyt rakennustyökalussaan hiiren oikean painikkeen käytön, mikä laajentaa jo huomattavan paljon alustan monipuolisuutta ja helppokäyttöisyyttä. Wix tarjoaa myös satoja erilaisia valmiita sivupohjia, joista käyttäjä voi muokata verkkosivuistansa mieluiset. (Muchmore & Wilson 2022.)

Wixin käyttö on ilmaista, mutta saadaksemme tarvittavat ominaisuudet toimeksiantajallemme joudumme ottamaan Wixistä maksullisen version. Eri paketit vaihtelet kuukausihinnassa 4,50 eurosta 26 euroon, joista 8,50 euron kuukausihinta menisi vain hieman toimeksiantajamme sadan euron vuosibudjetin yli. Tähän Combo-pakettiin kuuluu muun muassa oma domain, sekä riittävän tallennustilat. (Wix 2022.)

Ominaisuuksiltaan ja yksinkertaisuudeltaan Wix on kyllin monipuolinen, joten otamme Wixin mukaan laajempaan vertailuun. Hinnan puolesta Wix on kuitenkin hieman kilpailijoidensa takana, mutta laajat ominaisuudet sekä helppokäyttöisyys ovat kuitenkin huomattavia yksityiskohtia Wixin eduksi.

4.3.10 Wordpress

WordPress on vuonna 2003 julkaistu alun perin blogien luomiseen sekä ylläpitämiseen tarkoitettu verkkosivujen rakennusalusta (WPBeginner Editorial Staff 2022). WordPressiä on kehitetty vuosien varrella paremmaksi työkaluksi ja sen käyttö on yleistynyt nykyään myös

tavallisten verkkosivujen luomiseen sekä ylläpitämiseen. WordPressillä voidaan nykyään tehdä esimerkiksi blogien rinnalla myös verkkokauppasivustoja, yrityksen verkkosivuja, jäsenyyssivustoja, portfolioita tai tapahtumien verkkosivuja. Verkkosivuja on mahdollista mukauttaa hyvin laajasti WordPressissä sen teemojen sekä laajennusten avulla. (IThemes 2022.)

WordPress rakennusalueena tuo monia etuja verkkosivuston julkaisemista varten esimerkiksi sen yksinkertaisuus luoda ensimmäinen sivusto käyttäen WordPressin tarjoamia teemoja. WordPressiä pystyy käyttämään kuka tahansa, sillä sen käyttöjärjestelmä on suunniteltu niin, että käyttäjä pystyy käyttämään sitä ilman minkäänlaista osaamista koodaamisesta. WordPressiä pystytään myös laajentamaan erilaisilla laajennusosilla, joita löytyy heidän omilta sivuiltaan. Laajennuksia pystyy käyttämään lataamalla ne heidän sivuiltaan ja lisäämällä ne itselleen WordPressin laajennusvalikosta. Laajennusten avulla käyttäjä pystyy saamaan verkkosivustaan juuri sellaisen, kun hän haluaa. Ilmaisten laajennusten sekä teemojen lisäksi löytyy maksullisia laajennuksia sekä teemoja, joiden avulla käyttäjä pystyy luomaan uusia ominaisuuksia sivustolleen sekä muokkaamaan sen ulkonäköä ennestään. (IThemes 2022.)

WordPress tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden ilmaisversioon, jonka avulla käyttäjä pystyy luomaan verkkosivuston käyttäen ilmaisia teemoja sekä laajennuksia. Ilmaisversiossa käyttäjä ei pysty yhdistämään omaa verkkotunnustaan tekemälleen sivustollensa. Ilmaisversio tarjoaa myös sivustolle 1 gigatavun tallennustilaa. Tämän lisäksi WordPress tarjoaa maksullista ”pro” maksusuunnitelmaa, joka maksaa 15 euroa kuukaudessa. Maksullisessa versiossa oman verkkotunnuksen pystyy yhdistämään sivulle sekä käyttäjän käytössä on kaikki Premium-laajennukset sekä mahdollisuus käyttää heidän tarjoamaa Premium-tukea. Maksullisessa versiossa tallennustilan määrä nousee 50 gigatavuun sekä sivustolta poistetaan heidän omat mainoksensa. (WordPress 2022.)

Vertailukohteitamme tarkastelemalla huomaamme, että WordPress tarjoaa hyvän alustan verkkosivujen rakentamiselle ilmaisversiossa, mutta maksullinen versio on liian kallis toimeksiantajamme budjettiin nähden. WordPress on myös hyvin laaja laajennustensa takia sekä tarpeeksi helppokäyttöinen alusta toimeksiantajallemme. Lähdemme näistä syistä kokeilemaan WordPressin ilmaisversion mahdollisuuksia laajemmassa testailussa/vertailussa tutkimustyön loppuvertailussa.

4.4 Karsiminen

Alustojen yhteenvedossa saimme hyvän käsityksen kaikkien rakennusalueiden eduista sekä haitoista. Meillä oli myös 3 vertailukohdetta, jotka olivat hinnoittelu, helppokäyttöisyys sekä alustan ominaisuuksien laajuus. Näiden avulla pystyimme karsimaan suurimman osan näistä alustoista pois. Vaikka kaikki alustat ovat omilla tavoin toimivia, ne eivät sopineet meidän kehitysprojektiimme yhtä hyvin. Karsimisen jälkeen meillä oli kolme mahdollista alustaa

kehitysprojektiämme varten. Nämä alustat olivat WordPress, Wix sekä Carrd. Jokainen näistä alustoista eroaa hieman toisistaan, joka auttaa meitä saamaan laajemmassa vertailussa paremmin eroja esiin ja näin ollen saamme paremman tuloksen tutkimustyöstämme.

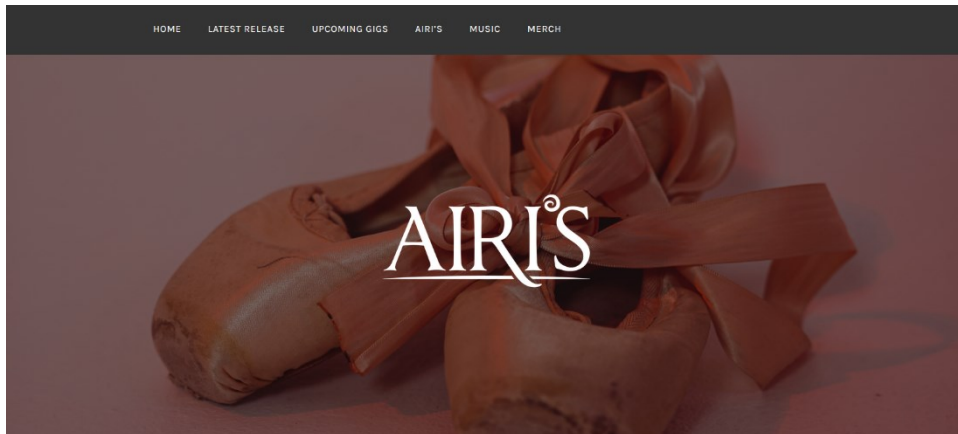
4.5 Laajempi vertailu sekä alustojen testaaminen

Seuraavaksi lähdimme tekemään laajempaa vertailua sekä testaamista näillä alustoilla, jonka tarkoituksena on löytää optimaalisin alusta, jota toimeksiantajamme voisi käyttää mahdollisimman helposti päivittäessään sivustojansa. Laajemmassa vertailussa lähdimme tekemän jokaisella alustalla prototyyppiä sivustosta, jonka aikana saamme paremman käsityksen alustan helppokäyttöisyydestä sekä sivuston ylläpitämisestä julkaisun jälkeen. Kiinnitämme huomiota myös prototyyppien ulkonäköön testauksessa sekä mahdollisista lisäominaisuuksista, joiden avulla pystyisimme korostamaan sivuja. Pyrimme myös kokeilemaan erilaisia suunnittelumalleja eri alustojen sivustoille esimerkiksi suositumpaa palikkamallia, yksittäisen sivun suunnittelua, yksinkertaista pelkistettyä suunnittelua tai usean alasivun omaavaa sivustoamallia.

4.5.1 WordPressin testaus

WordPressin avulla lähdimme rakentamaan prototyyppiä, joka perustuu yksinkertaisuuteen sekä helppokäyttöisyyteen. Haluamme saada sivuston navigoinnista myös mahdollisimman sujuvan käyttökokemuksen käyttäjälle. Sivusto koostuisi monesta alasivusta, jotka sisältävät jokainen oman aiheensa. WordPressin avulla pystyisimme luomaan jokaiselle sivulle erilaisen teeman, joka liittyisi sen aiheeseen. Tämän avulla pystyisimme korostamaan jokaisen aihealueen piirteitä juuri haluamallamme tavalla.

Prototyypin kotisivusta tulisi hyvin yksinkertainen, jossa olisi header-osioon listattu kaikki aihealueemme, josta käyttäjä pystyisi valitsemaan itseään kiinnostavan aiheen ja pääsisi tästä haluamalleen sivulle. Alasivulta löytyy tämä sama header-osio, joka sisältää palautumisnapin kotisivulle sekä muille sivuille ohjaavat linkit. Header-osio myöskin näyttäisi käyttäjälle millä sivulla hän on tietyllä hetkellä korostamalla sen linkin taustaa.



Kuva 2: WordPress-prototyyppi

WordPress on vertailtavista kohteista selkeästi vanhin ja se näkyy sen helppokäyttöisyydessä. Alustan käyttö on hieman hankalampaa toisiin verrattuna, sillä sivuoston muokkaus siirtää aina uudelle sivulle eikä alusta tue yksinkertaisempaa “drag and drop” muokkausta. Tämän lisäksi rakennustyökalusta löytyy liian monta erillistä alavalikkoa, josta pitää etsiä aina juuri oikea kohta mitä haluaa muokata.

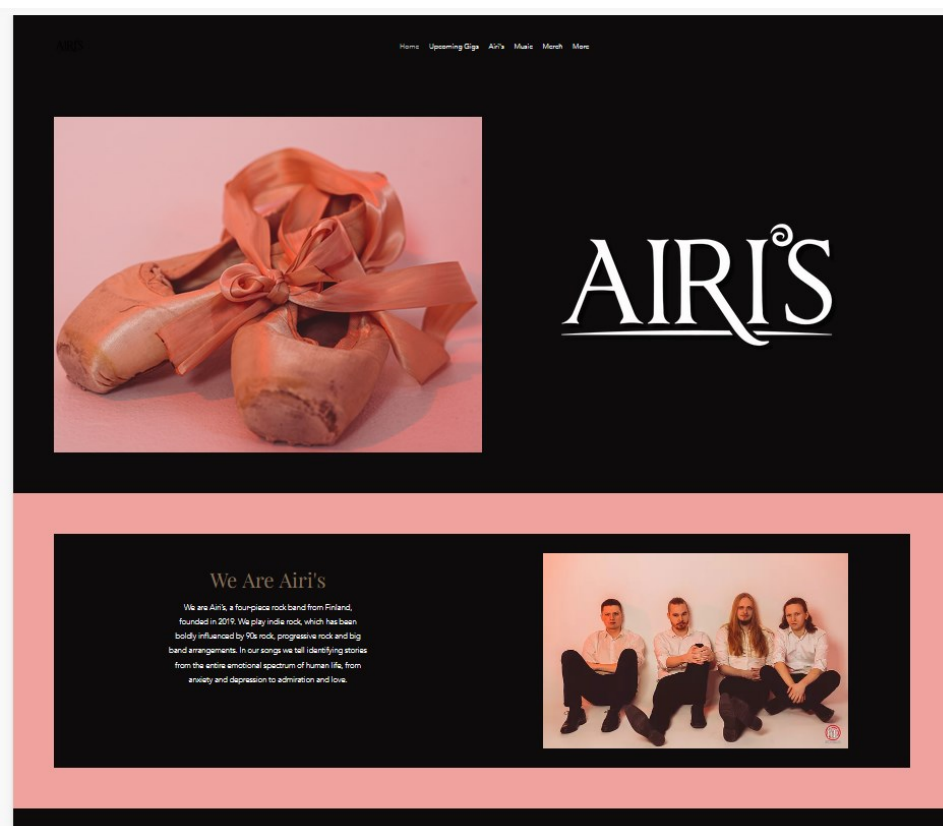
WordPressistä ei löydy erillistä muokkausnäkömää mobiiliversiolle, joka hankaloittaa suunnitteluprosessia. Olemme arvioineet, että suurin osa käyttäjistämme tulisi käyttämään sivustoa mobiililaitteella, jonka takia haluamme varmistaa, että juuri mobiilinäkymä on aina tarpeeksi helppolukuinen sekä siisti.

WordPressin testauksessa ilmeni monia haittoja sen käyttöliittymästä, jonka takia sen käyttäminen tuntui hyvin raskaalta. Suurin osa ajasta kului oikeiden kohtien etsimisessä sekä elementtien yksityiskohtien hienosäädössä, sillä alustassa piti aina siirtyä sivulta toiselle muokkauksien tekemisessä. Pelkäämme, että jos valitsisimme tämän alustan kehitysprojektiimme, niin tekisimme toimeksiantajamme ylläpitotyöstä hankalampaa kuin sen olisi tarve olla.

4.5.2 Wixin testaus

Wixin avulla halusimme luoda sivuston, joka käyttäisi modernimpaa palikkamallia sivustossa. Tämän avulla saisimme vähäisellä suunnittelulla sivustosta modernin näköiset ja samaan aikaan hyvin ryhmitellyt, jonka avulla sivustolla olisi helppo navigoida ja täten olisi käyttäjälle helppokäyttöinen. Wix tarjoaa heti sivuston suunnittelun alkuvaiheilla meille mahdollisuuden vastata kysymyksiin, jossa kysytään sivuston tarkoitusta sekä sivustoon haluttuja ominaisuuksia. Näiden kysymyksiä avulla rakennusala tarjoaa meille valmiiksi suunniteltuja teemoja sekä väripaletteja, jotka sopivat toimeksiantajamme sivustolle. Teeman valitsemisen jälkeen alusta luo erilaisia malleja verkkosivuista hyödyntäen valittua teemaa, josta voimme valita meille mieluisen suunnittelun.

Testauksessa käytimme palikkamallia suosivaa suunnittelua. Prototyypisivusto tulisi olemaan kokonaan yhdellä sivulla, jonka ylälaidasta löytyisi sen header-osio, josta löytyisi kaikki aihealueemme ja näitä kohtia klikkaamalla käyttäjä rullaa sivustolla tämän aihealueen kohdalle. Palikkamallin ansiota pystymme erottelemaan jokaisen aihealueen helposti ja samalla pystymme muokkaamaan jokaisen näistä palikoista aihealueeseen korostavalla tavalla. Lisäsimme myös tarpeen vaatiessa erillisen leijuvan napin sivustolle, kun käyttäjä on rullannut sivulla tarpeeksi alas, josta hän pääsisi helposti takaisin suoraan sivuston ylälaitaan. Toinen vaihtoehto olisi kiinnittää sivuston header-osio sivun yläreunaan, jonka avulla se pysyisi koko ajan käyttäjän näkyvillä ja täten hänellä olisi mahdollista hypätä aihealueesta toiseen pelkättään yhden napin painalluksella.



Kuva 3: Wix-prototyyppi

Wixin rakennustyökalu on hyvin yksinkertainen käyttää ja siinä voi helposti valita haluamansa alueen, jota voi lähteä muokkaamaan. Editorin sivulla on myös erillinen valikko, josta pystyy esimerkiksi lisäämään uusia elementtejä sivustolle, muokata sivuston väripalettia sekä muokkaamaan sivuston erillisiä sivuja. Sivustoa pystyy myös tarkastelemaan ja muokkaamaan helposti mobiilinäkymässä, joka on meille tärkeää, sillä olemme arvioineet, että suurin osa käyttäjistämme tulisi käyttämään sivustoa puhelimellaan. Rakennustyökalusta löytyy myös suoraan valinta oman sivustonsa esikatseluun, joka helpottaa muokkauksen tarkastelemista ennen muutosten julkaisemista.

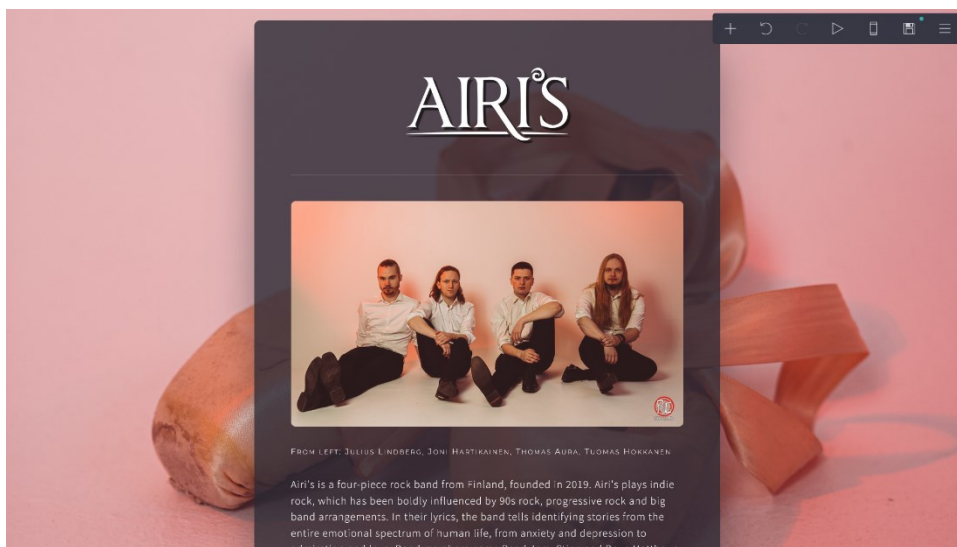
4.5.3 Carrdin testaus

Carrdilla luodut sivustot perustuvat yksittäisiin sivuihin, joilla ei ole paljoa ylimääräistä vaan pelkkä oleellinen. Carrd tarjoaa laajan valikoiman erilaisia kategorioita eri käyttötarkoituksia varten, joiden alla on useita tyyliopioita, joista valitsimme mieluisimman testausta varten. Sivuston rakenne on jaettu omiin sectioneihin eli osioihin, joiden avulla omat asiat on helppo jakaa omien otsikoiden alle. Carrdin käytössä positiivista oli rakennustyökalun kokeileminen ilman rekisteröitymistä.

Carrdin rakennustyökalu on kaikessa yksinkertaisuudessaan hyvin helppokäyttöinen. Kaikki sivulla näkyvä on käytännössä muokattavissa muutamalla klikkauksella ja uusien osioiden lisääminen onnistuu nopeasti. Sivustolla on monia fontteja, joiden vaihtaminen sekä esimerkiksi koon ja riviväljen muuttaminen onnistuu alustan omilla liukusäätimillä. Carrd tarjoaa myös erilaisia animaatiovaihtoehtoja sivun eri kohtiin, kuten esimerkiksi nappeihin ja kuviin.

Carrdilla on myös työkalu, jonka avulla mobiiliversion muokkaaminen onnistuu helposti. Mobiilinäkymä on katsottavissa matkapuhelimen ikonia klikatessa. Oman sivun jokaisen osa-alueen voi laittaa näkymään automaattisesti samanlaisena mobiiliversiona kuin mitä se on työpöytäsovelluksella, mutta osa-alueet voi muokata mobiililaitteille haluamansa näköisiksi manuaalisesti muokkaustyökalulla.

Carrdin käyttö oli yleisesti varsin miellyttävä kokemus. Kuka tahansa voi luoda Carrdin työkalun avulla näyttävät ja modernit sivut ja niiden ylläpitäminenkin onnistuu varsin luontevasti. Käyttö ei vaadi koodaustaitoja, mutta niistä ei ole sivujen luomisessa haittaakaan.



Kuva 4: Carrd-prototyyppi

4.6 Yhteenveto sekä projektiin valittava alusta

Laajemman testauksen jälkeen saimme paremman käsityksen näiden rakennusalojen hyödyistä sekä haitoista. Ensimmäinen karsittava näistä kolmesta oli WordPress, sillä vaikka sen ilmaisversiolla saisi hyvin laajat ominaisuudet sivustoon, ei sen editori ole tarpeeksi edistynyt meidän projektiamme varten. Vaikea käyttöliittymä hidastaisi turhaan toimeksiantajamme muokkausta sivuilla ja mobiilinäkymän puute vaikeuttaisi tätä kokemusta vielä enemmän.

Wixin ja Carrdin välillä ei löytynyt paljoja eroja, sillä molemmista alustoista löytyy runsaasti ominaisuuksia sivuille sekä niiden käyttäminen on hyvin yksinkertaista sekä suoraviivaista. Suurimmat erot näiden alustojen välillä näkyy niiden hinnoissa. Carrd on huomattavasti halvempi vaihtoehto Wixiin verrattuna ja vaikka siitä puuttuisikin joitain ominaisuuksia, joita Wix tarjoaa niin se ei ole relevanttia meidän projektissamme.

Valitsimme näistä syistä Carrdin käyttämisen tulevassa kehittämisprojektissamme, koska Carrd tarjoaa kaikki ominaisuudet, joita me tulemme tarvitsemaan sekä on tarpeeksi helppokäyttöinen alusta toimeksiantajallemme ja alittaa selkeästi heidän antaman budjetin verkkosivustolle.

5 Kehittämisprojekti

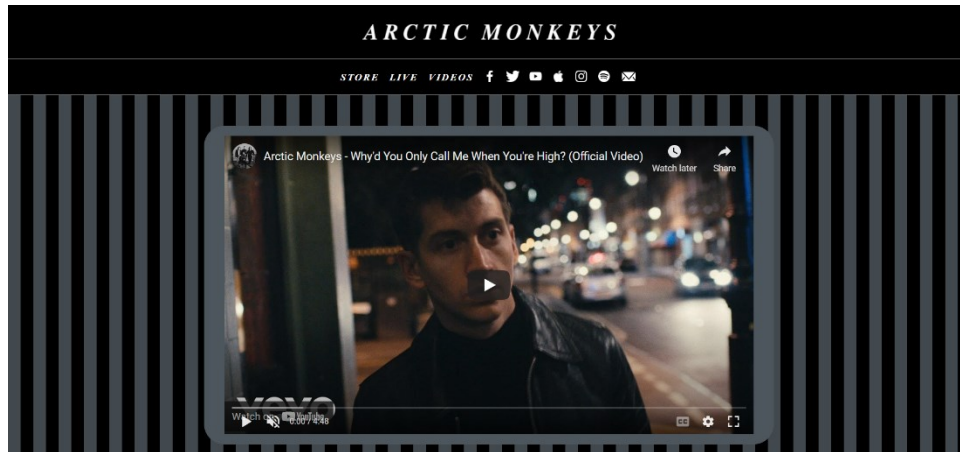
Kehittämisprojektin tarkoituksena on kehittää toimeksiantajallemme toiminnalliset verkkosivut. Kehittämisprojektissa tulemme hyödyntämään tutkimustyömme tuloksia, jonka myötä muun muassa verkkosivujen rakennusaloistana tulee olemaan Carrd.

Tarkoituksenamme on kehittämisprojektin alussa kerätä tietoa muiden yhteiden olemassa olevista sivuista benchmarking-menetelmällä, jonka kautta lähdemme rakentamaan omia sivujamme toimeksiantajamme toiveiden mukaan. Kun olemme saaneet ensimmäiset valmiit sivut aikaan, tulemme keräämään näistä palautetta lähipiiristämme kyselylomakkeen kautta. Tämän jälkeen teemme sivuillemme parannuksia palautteen pohjalta tiiviissä kontaktissa toimeksiantajamme kanssa kysyen myös heidän mielipidettään.

5.1 Benchmarking toisista nettisivuista

Benchmarking-vaiheessa tutustumme laajasti erikokoisten yhteiden olemassa oleviin verkkosivuihin. Vertailukohteina ovat sekä maailmanlaajuisesti tunnetut yhteet sekä pienemmät paikalliset yhteet, joiden kanssa toimeksiantajamme on jo tehnyt yhteistyötä. Verkkosivuja tutkiessamme tulemme selvittämään muun muassa mitkä ovat oleellisia yhdistäviä tekijöitä eri verkkosivujen keskuudessa, mitä sivuilla vierailevat näkevät heti sivulle saapuessaan ja erilaisia ulkonäöllisiä vaikutteita. Käymme läpi myös toiminnallisia

ominaisuuksia ja yleistä navigointia sivustoilla, jonka perusteella lähemme suunnittelemaan omaa sivustoamme. Pisteytimme jokaisen sivuston toimivuuden, navigoinnin ja ulkonäön arvosanalla 1-5.

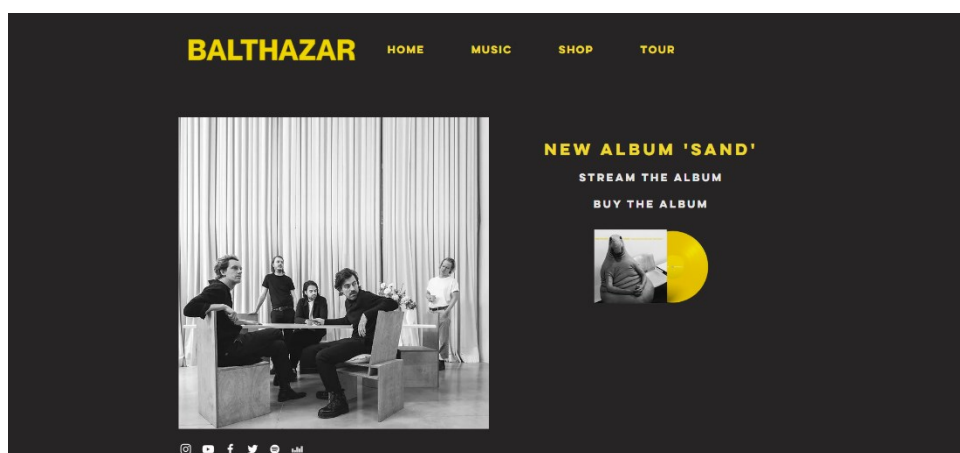


Kuva 5: Arctic Monkeysin verkkosivut

Ensimmäisenä benchmarking-kohteenamme on englantilaisen rock-yhtyeen Arctic Monkeysin verkkosivut, jotka ovat hyvin pelkistetyt ja yksinkertaiset. Heti ensimmäisenä käyttäjän silmään osuu upotettu Youtube-video yhtyeen musiikkivideosta. Sivulla on myös linkit erillisille sivuille fanituoteverkkokauppaan, konserttipäivämääriin, musiikkivideoihin sekä kuvakelinkit erilaisille sosiaalisen median alustoille, mutta ei paljoa muuta.

Yksinkertaisuudestaan huolimatta sivu on käyttäjälle varsin helppokäyttöinen ja tyyli on toimiva. Omille sivuille voimme hyödyntää etenkin musiikkivideon upotusta sekä kuvakelinkkejä.

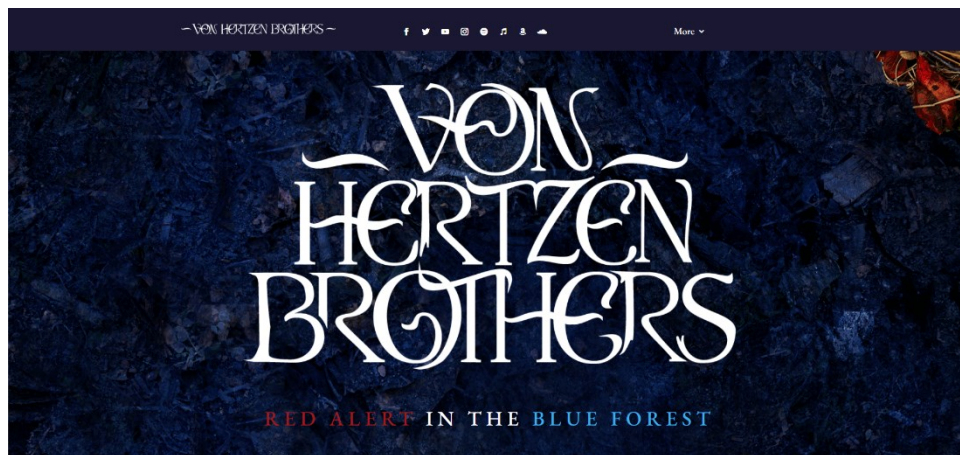
Arvosanat sivustosta: toimivuus 4, navigointi 5, ulkonäkö 5.



Kuva 6: Balthazarin verkkosivut

Toisena benchmarking-kohteenamme on belgialaisen vaihtoehtomusiikkia soittavan Balthazarin kotisivut. Sivulla osuu heti ensimmäisenä vierailijan silmään ilmoitus yhtyeen uudesta albumista, jota voimme mahdollisesti myös hyödyntää toimeksiantajamme sivuilla heidän tulevan albumin suhteen. Sivulla on myös yläreunassa linkit musiikkivideoihin, verkkokauppaan sekä kiertuepäivämäärille, jotka tosin eivät vie omille sivuilleen vaan löytyvät kaikki yhdeltä ja samalta sivulta. Sivulle on upotettu sekä musiikkivideoita että sosiaalisen median päivityksiä ulkoisilta alustoilta. Sivulla on myös sopivasti kuvia ja myös kuvakelinkit sosiaalisiin medioihin. Omalla sivullamme voisimme hyvin hyödyntää yhden sivun käyttöä, mikä on varmasti käytännöllinen vaihtoehto etenkin mobiilikäyttäjille.

Arvosanat sivustosta: toimivuus 4, navigointi 4, ulkonäkö 4.

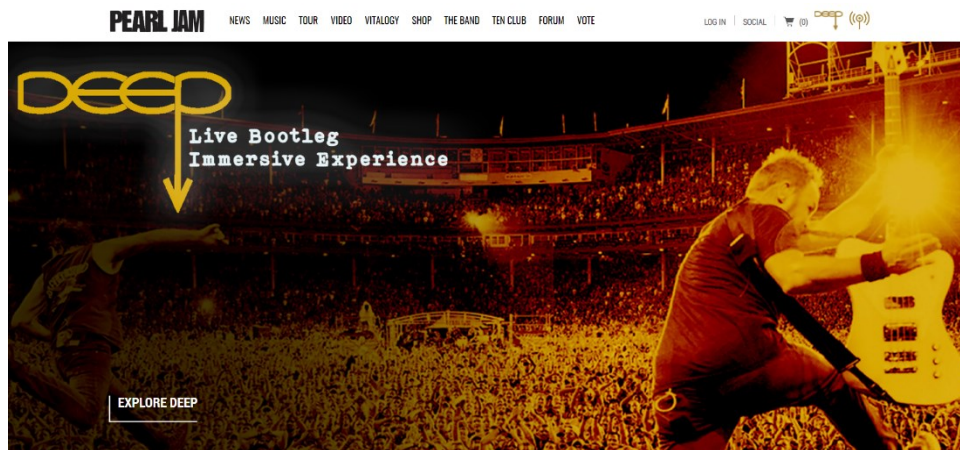


Kuva 7: Von Herten Brothersin verkkosivut

Kolmantena benchmarking-kohteenamme on suomalaisen Von Herten Brothersin kotisivut. Tälläkin sivulla ensimmäisenä huomion kohteena on ilmoitus uudesta albumista. Etusivulta löytyy kaikki oleellinen viimeisimmistä tapahtumista kiertuepäivämääriin ja sosiaalisen median kuvakelinkkeihin. Sivulla on myös pudotusvalikko, jota kautta pääsee muun muassa verkkokauppaan, uutisiin ja muihin yleisiin infosivuihin. Yleisesti sivut ovat toimivat, johon

vaikuttaa yhden sivun käytön hyödyntäminen. Värimaailma on albumin kuvataiteen mukainen, josta voimme varmasti ottaa vaikutteita omilla sivuillamme.

Arvosanat sivustosta: toimivuus 4, navigointi 4, ulkonäkö 5.



Kuva 8: Pearl Jamin verkkosivut

Neljäntenä benchmarking-kohteenamme oli yhdysvaltalaisen rockyhtyeen Pearl Jamin kotisivut. Sivut ovat aikaisempiin kohteihimme nähden huomattavasti vaikeaselkoisemmat. Ensimmäisenä vierailijan silmään osuu mainos yhtyeen Deep-alustasta, jossa on tallenteita yhtyeen vanhoilta konserteilta. Sivulta on löydettävissä myös linkit uutisiin, sosiaalisen median päivityksiin, tuleviin konsertteihin, menneisiin konsertteihin sekä uutiskirjeiden tilaamiseen. Sivun yläpalkista päästään myös kyseisiin kohteisiin, sekä lisäksi myös yhtyeen verkkokauppaan. Oma kokemuksemme sivujen käytöstä oli huono, sillä sivuilla on jopa hieman liikaa kohteita ja etenkin paljon epäoleellista sisältöä.

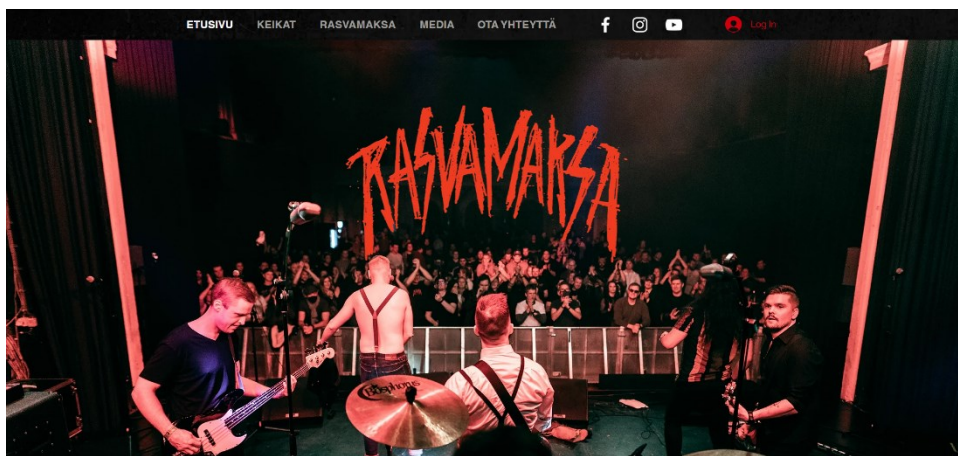
Arvosanat sivustosta: toimivuus 3, navigointi 3, ulkonäkö 4.



Kuva 9: Frozen Factoryn verkkosivut

Viidentenä benchmarking-kohteenamme ovat suomalaisen yhtyeen Frozen Factoryn kotisivut. Myös heidän sivuiltaan heti ensimmäisenä silmään osuu viimeisin albumijulkaisu. Tämän alapuolelle on sijoitettu kaikki sisältö vähän sekalaisesti fanituotteista uutisiin ja upotettuun musiikkivideoon. Sivun yläreunassa on linkit fanikaupasta musiikkivideoihin ja yhteyssivusta infosiivuun. Värimaailma ja ulkonäkö on melko yksinkertainen, sillä kuva-alueiden ohella sivu on vain valkoinen mustalla tekstillä ja reunoilla on harmaat alueet. Sivu on itsessään tietystä määrin toimiva, mutta Pearl Jamin sivujen tavoin ne ovat jopa liiankin monipuoliset tehden sivuista käyttäjilleen monimutkaiset.

Arvosanat sivustosta: toimivuus 3, navigointi 2, ulkonäkö 2.



Kuva 10: Rasvamaksan verkkosivut

Kuudentena ja viimeisenä benchmarking-kohteenamme on suomalaisen punk-yhtyeen Rasvamaksan kotisivut. Ensimmäisenä silmään osuu yhtyeen logolla varustettu keikkakuva, mikä on visuaalisesti toimiva elementti. Tämän alta on löydettävissä linkki fanikauppaan sekä blogityylisiin uutisartikkeleihin. Yläpalkissa on myös linkit kyseisille sivuille, sekä konserttipäivämääriin ja sosiaalisiin medioihin. Tietyillä sivuilla värimaailman kanssa oli ulkonäöllisiä ongelmia, joissa esimerkiksi taustan kuva ja fontti olivat molemmat valkoisella tehden lukemisesta mahdotonta. Sivut ovat yksinkertaisuudessaan kuitenkin toimivat ja yhtyeen tyyliin sopivat, joskin sivuilla on havaittavissa pieniä koodivirheitä. Nämä eivät kuitenkaan vaikuttaneet merkittävästi sivujen käytettävyyteen.

Arvosanat sivustosta: toimivuus 4, navigointi 4, ulkonäkö 3.

Muiden yhtyeiden sivuja tarkastellessa keräsimme merkittäviä huomioita, joita pidämme mielessä omia sivujamme rakentaessa. Sivujen ei ainakaan tulisi olla liian monimutkaiset, vaan yksinkertaisuus on merkittävä tekijä nykypäivän verkkosivuilla. Meidän tulee siis keskustella toimeksiantajamme kanssa siitä, mitä he aivan välttämättä haluavat sivuilleen ja mitä voimme mahdollisesti jättää pois. Merkittävimmät yhdistävät tekijät muiden yhtyeiden

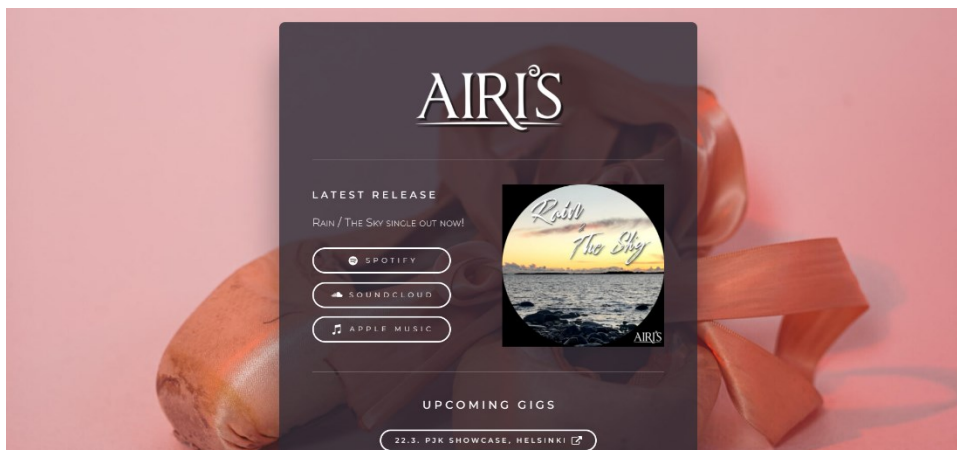
sivuilla olivat muun muassa kuvakelinkit sosiaalisiin medioihin sekä koko sivun yläreunassa ensimmäisenä silmään osuva alue. Myös upotetut Youtube-videot olivat yleisiä.

5.2 Aloittava palaveri toimeksiantajan kanssa

Pidimme tiiviin palaverin toimeksiantajamme kanssa, jossa kävimme läpi muun muassa benchmarkingissa ilmenneitä asioita sekä vielä yleisiä toiveita sivujen sisältöön liittyen. Ajatus yksittäisestä sivusta kuulosti heidän mielestään toimivalta idealta, mitä voimme lähteä kokeilemaan. Toimeksiantajan mielestä olisi hyvä saada sivun alkuosaan alue, jossa voivat kertoa viimeisimmistä tai tulevista julkaisuista. Olisi myös tärkeää saada verkkosivuille yleistä infoa yhtyeestä ja tietoa tulevista esiintymisistä sekä heidän myyntituotteistaan. Toimeksiantaja tiedusteli myös mahdollisuutta kuvien lisäämisestä sivustolle, mikäli se onnistuu siististi ja saadaan näyttämään hyvältä.

5.3 Sivuston prototypointi

Lähdimme rakentamaan verkkosivujemme prototyyppiä samalla Carrdin valmiilla pohjalla, mitä olimme vertailuvaiheessa jo käyttäneet. Carrdin yksinkertaisen käytön myötä saimme sivun rakennettua melko nopeasti. Sivulle kokosimme toimeksiantajamme ohjeiden mukaan viisi merkittävää osa-aluetta otsikoineen: viimeisin julkaisu (Latest release), tulevat konsertit (Upcoming gigs), infoalue (We are Airi's), fanituotteet (Merchandise) sekä galleria (Gallery). Sivun yläreunaan lisäsimme keskelle yhtyeen tekstilogon, mikä oli varsin yleistä muidenkin sivuilla.



Kuva 11: Prototyypin aloitussivu

Halusimme sivun alkuun osion, jolla toimeksiantajamme voi heti ensimmäisenä kiinnittää vierailijoiden huomion haluamaansa asiaan. Tämä oli benchmarking-vaiheessa yleiseksi todettu keino. Osion tarkoituksena on olla ikään kuin elävä osio, mihin toimeksiantajamme voi päivittää esimerkiksi uutisiaan, uusia julkaisujaan tai upottaa musiikkivideon. Osion otsikoksi


laitoimme “Latest release” ja lisäsimme siihen yhtyeen viimeisimmän julkaisun viime vuodelta. Osiossa on julkaisun kansikuva, sekä Carrdin buttons-työkalulla lisätyt linkit suosituimpiin musiikin suoratoistoalustoille Spotifyhin, Soundcloudiin ja Apple Musiciin. Tämän alueen sisältö tulee varmasti jo lähiaikoina muuttumaan, mikäli toimeksiantajamme julkaisee uutta materiaalia.



Kuva 12: Tulevien esiintymisten prototyyppi

Tulevien konserttien kohtaan lisäsimme Carrdin buttons-työkalulla linkit tuleviin tapahtumiin. Työkalulla pystyy lisäämään useamman painikkeen ja linkin siistiin listaan. Huomasimme kuitenkin, että lisäämällä jokaisen painikkeen yksittäin tulee listauksesta entistä siistimpi ja sen päivittäminen on myös ylläpitäjälle helpompaa. Lisäsimme kalenteriin yhtyeen toistaiseksi tiedossa olevat esiintymiset.

WE ARE AIRI'S



FROM LEFT: JULIUS LINDBERG, JONI HARTIKAINEN, THOMAS AURA, TUOMAS HOKKANEN

Airi's is a four-piece rock band from Finland, founded in 2019. Airi's plays indie rock, which has been boldly influenced by 90s rock, progressive rock and big band arrangements. In their lyrics, the band tells identifying stories from the entire emotional spectrum of human life, from anxiety and depression to admiration and love. Band members name Pearl Jam, Sting and Dave Matthews Band as their biggest role models.

Kuva 13: Infoalue prototyyppi

Infokohtaan lisäsimme yhtyeestä ryhmäkuvan sekä heiltä saadun esittelytekstin. Alue on itsessään hyvin yksinkertainen, sillä se sisältää vain kuvan, kuvatekstin ja esittelytekstin. Se on siis helposti toimeksiantajan muokattavissa.



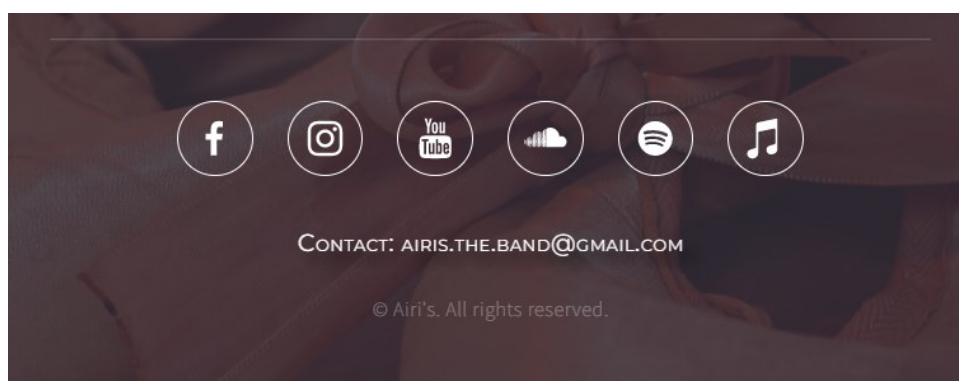
Kuva 14: Kauppatavara-alueen prototyyppi

Fanituote-osio on vielä hieman keskeneräinen, sillä yhtye ei ole varma haluaako ryhtyä pysyttämään verkkokauppaa vielä tällä hetkellä. Lisäsimme tähän osioon kuvan heillä myynnissä olevasta kangaskassista sekä tekstin, jossa kerrotaan tuotteiden olevan myynnissä itsenäisesti esiintymisten yhteydessä, kuten yhtye on tähän asti toiminut.



Kuva 15: Galleria-alueen prototyyppi

Galleria-osiossa käytimme Carrdissa valmiina olevaa galleriatyökalua, johon lisäsimme muutamman toimeksiantajaltamme saaman kuvan. Työkalun avulla kuvien lisääminen ja poistaminen on hyvin yksinkertaista ja helppoa. Mikäli galleria todetaan tarpeelliseksi osaksi sivustoa, tulemme lisäämään alueelle vielä lisää kuvia ja mahdollisesti siistimään sitä.



Kuva 16: Footer prototyyppi

Lisäsimme benchmarking-vaiheessa yleisiksi todetut kuvakelinkit yhtyeen sosiaalisiin medioihin ja muihin alustoihin sivuston footeriin. Samalle alueelle lisäsimme myös yhtyeen sähköpostin yhteydenottoja varten.

Näistä osioista galleria saattaa olla ainoa niin sanotusti ylimääräinen osio, mutta tulemme vielä palautteen kautta tarkastamaan sen tarpeellisuuden. Lisäsimme sivuston taustakuvaksi kuvan balettikengistä, mikä tulee olemaan yhtyeen tulevan albumin kansikuva sekä tärkeä osa yhtyeen imagoa. Sivustomme on tyyliltään jo prototyypivaiheessa varsin näyttävä ja on käytettävyydeltäänkin hyvin toimiva.

5.4 Verkkotunnuksen valinta ja hankinta

Toimeksiantajallamme oli verkkotunnuksen muutamia selkeitä ideoita, joiden saatavuutta testasimme. Koska sivujen on tarkoitus olla kansainvälisesti helposti saavutettavat, .com oli alusta alkaen tarkoitus olla verkkotunnuksen loppuosana. Toimeksiantajan ideoita heidän kotisivunsa verkkotunnukseksi olivat:

- airis
- airismusic
- weareairis
- airisband

Testasimme näiden verkkotunnuksien saatavuutta ja huomasimme airis.com:in ja airismusic.com:in olevan jo varattuja. Toimeksiantajamme valitsi weareairis:in ja airisband:in väliltä ensimmäisen, joten toimeksiantajamme verkkosivujen verkkotunnukseksi valittiin weareairis.com. Nimi weareairis on toimeksiantajallamme käytössä jo usealla eri sosiaalisen median alustalla, joten verkkotunnus on jatkumaa tälle.

Vaikka Carrdilla voi hyödyntää omaa verkkotunnusta, sitä ei kuitenkaan voi ostaa heiltä suoraan. Jouduimme siis käyttämään ulkoista domainpalvelua. Tähän tarkoitukseen on monia toimivia vaihtoehtoja, mutta omien kokemuksiemme pohjalta päädyimme käyttämään kotimaista Domainhotelli-palvelua, joka pikaisella vertauksella oli myös halvimpien vaihtoehtojen joukossa. Domainhotellin kautta rekisteröimme toimeksiantajallemme weareairis.com -verkkotunnuksen sekä yhden tähden webhotellin ylläpitoa varten. Verkkotunnuksen rekisteröinnin hinta oli 11,16 euroa ja webhotellin hinta vuodeksi oli 7,44 euroa, joten pysyimme yhä reilusti budjetin alla.

Saatuamme verkkotunnuksen rekisteröityä ja asetettua sen omalle sivullemme Carrdissa, meillä ilmeni SSL-sertifikaatin saamisen kanssa pieniä ongelmia. Yleisesti Carrdin tulisi lähettää ja hyväksyä SSL-sertifikaatista hakemus automaattisesti Let's Encrypt -sivuston kautta tunnin sisällä domainin asettamisesta. (<https://carrd.co/docs/sites/setting-up-ssl>)

Päädyimme kuitenkin odottamaan noin kaksi päivää turvattoman ja sertifioimattoman domai-
nin kanssa, kunnes otimme Carrdiin yhteyttä asian korjaamiseksi. Olimme suorassa yhteydessä
Carrdin perustajan AJ:n kanssa, joka lähetti uuden SSL-sertifikaattihakemuksen manuaalisesti
ja saimme vihdoinkin verkkosivumme turvallisesti toimimaan. Oli positiivinen käyttökokemus
nähdä Carrd-alustan perustaja hoitamassa itse asiakkaidensa ongelmia sunnuntainakin.

5.5 Prototyyppien esittely sekä palautteen saaminen

Saatuamme prototyypin valmiiksi, loimme palautelomakkeen Google Formsilla, jota jaoimme
lähipiirissämme kaikenikäisille ihmisille verkkosivulinkin kanssa. Käytimme osittain samoja ky-
symyksiä, kuin mitä olimme käyttäneet benchmarkingin arviointivaiheessa. Lomakkeen kysy-
mykset olivat järjestyksessä:

- Alusta, jolla olit verkkosivulla
- Sivun toimivuus (1 heikko - 5 erinomainen)
- Navigointi ja löydettävyys (1 huono - 5 erinomainen)
- Ensivaikutelma ulkonäöstä (1 huono - 5 erinomainen)
- Puuttuiko verkkosivuilta mielestäsi jotain?
- Onko verkkosivuilla jotain mikä on mielestäsi ylimääräistä?
- Huomasitko verkkosivuilta mitään virheitä?
- Vapaa sana (kehitysideoita)

Kysymyksistä pakollisia olivat neljä ensimmäistä. Tavoitteenamme oli saada laadullista pa-
lautetta, mutta koimme, että kaikilla ei välttämättä olisi antaa sanallista palautetta sivuista.
Kaikilta vastaajilta saimme kuitenkin numeerista palautetta. Keräsimme kaiken kaikkiaan 38
vastausta lomakkeeseen, joista noin puolet vastasivat vapaaehtoisiin tekstikenttiin, mihin
olimme varsin tyytyväisiä.

Kuten olimme hieman odottaneetkin, valtaosa vastaajista (89,5 %) kävivät prototyyppisivul-
lamme puhelimella ja loput (10,5 %) vastaajista käyttivät tietokonetta. Jaoimme vastausloma-
ketta pääasiassa puhelinviestein, mikä selittää vahvasti jakauman. Sivun toimivuudesta
saimme keskiarvoksi 4,76/5,00. Navigoinnista ja löydettävyydestä saimme keskiarvon
4,82/5,00. Ulkonäön ensivaikutelmasta saimme keskiarvon 4,76/5,00. Nämä luvut antoivat hy-
vää vahvistusta sille, että prototyyppisivu on jo varsin toimivassa vaiheessa.

Kysymykseen “Puuttuiko verkkosivuilta mielestäsi jotain?” saimme varsin hyviä huomioita.
Moni kaipasi navigointipalkkia sivun alkuun, jota kautta sivulla pääsisi nopeammin eri osioihin.
Olimme jättäneet navigointiosion pois, sillä emme kokeneet sivujen välttämättä tarvitsevan
sitä, mutta palautteen kautta otamme sen kehityskohteeksi. Kaksi vastaajaa olivat myös

toivoneet laajempaa esittelyä yhtyeestä ja jäsenten rooleista, joten otamme tämän toimeksiantajan kanssa puheeksi.

Kysymyksen ”Onko verkkosivuilla jotain mikä on mielestäsi ylimääräistä?” vastaukset olivat hyvin vahvasti yhtenäisiä. Kaikki vastaajat olivat vastanneet kysymykseen kielteisesti pois lukien yksi vastaaja, joka ei kokenut balettikenkien sopivan sivujen taustakuvaksi. Kuva balettikengistä tulee olemaan yhtyeen tulevan albumin kansikuva, joten tämä selittää kuvan käytön.

Kysymyksemme verkkosivujen mahdollisista virheistä oli kenties oleellisin sivujen käytettävyyden parantamiseksi. Kaiken kaikkiaan virheitä oli löytynyt vain yksi. Moni vastaajista oli huomannut, että tulevien konserttien kohdan linkeistä moni ei vienyt mihinkään. Tulemme ottamaan tämän epäkohdan seuraavassa työvaiheessa vahvasti huomioon. Testaajat eivät löytäneet muita virheitä tai ongelmia.

Vapaa sana -osiossa saimme paljon hyvää ja rakentavaa palautetta. Moni piti sivun ulkonäöstä, fonteista, värimaailmasta ja yleisestä ulkoasusta. Yksittäinen sivu keräsi myös kehuja, mikä tekee etenkin mobiiliselaamisesta helpompaa. Moni mainitsi myös uudestaan toiveen navigointivalikosta ja moni haluaisi lisää kuvia galleriaan. Galleria oli toistaiseksi jäänyt suppeaksi, sillä olimme testimielessä laittaneet sinne vain neljä kuvaa. Osa toivoi myös, että linkit tapahtumiin voisivat avautua uusiin välilehtiin.

5.6 Palautteen läpikäynti toimeksiantajan kanssa

Toimeksiantajamme osoitti tyytyväisyyttä prototyypisivuumme ja olivat yksimielisiä kyselytämme kerätyn palautteen kanssa. Toimeksiantaja oli tehnyt pääasiassa samoja huomioita sivujen suhteen kuin prototyypisivuumme testaajat, mutta kokivat saaneemme palautteen kautta myös muutamia muita hyödyllisiä kehitysideoita. Toimeksiantajamme oli erityisen tyytyväinen Latest release -osioon, konserttipäivämäärien listaukseen sekä yleiseen sivuston ulkoasuun.

Toimeksiantajamme toiveisiin kuului navigointipalkin lisääminen, gallerian laajentaminen, infoalueen muokkaaminen sekä konserttien otsikon muokkaaminen. Navigointipalkissa tulisi olla linkit jokaiseen sivun osa-alueeseen ja sen tulee olla siisti. Galleriaan meidän tulee lisätä enemmän kuvia. Infoalueeseen meidän tulee lisätä yhtyeen jäsenten roolit. Tulevien konserttien otsikko oli prototyypisivulle ”Upcoming gigs”, mutta toimeksiantajamme haluaa tämän lukevan ”Live shows”, joka sopii paremmin yhtyeen tyyliin ja imagoon.

5.7 Sivuston muokkaaminen palautteen mukaan

Lähdimme tekemään palautteen pohjalta osio kerrallaan muutoksia. Ensimmäisenä vaiheena oli navigointipalkin lisääminen, josta halusimme siistin näköisen. Tämä onnistui helposti Carrdin buttons-työkalulla ja control-komennolla. Jaoimme sivun control-komennoilla neljään

omaan osa-alueeseen, jotka linkitimme sivun yläreunaan buttons-työkaluun. Navigointipalkista vierailijat pääsevät nyt suoraan haluamilleen alueille ilman näytön vierittämistä.

Sivun alkupäässä oleva viimeisin julkaisu pysyi samanlaisena, sillä emme kokeneet tämän tarvitsevan muutoksia. Sisältökin pysyi samana, sillä toimeksiantajallamme ei ollut uusia julkaisuja prototyypisivun jälkeen.

Konserttipäivämäärien osiossa muokkasimme ensiksi toimeksiantajamme pyynnöstä otsikon "Upcoming Gigs" lukemaan "Live Shows". Tämän lisäksi olimme palautteesta huomanneet, että monet linkeistä eivät vieneet mihinkään. Olimme jättäneet URL-kohdat tyhjäksi, mikäli esiintymisille ei olla vielä luotu omaa tapahtumasivua. Päivitimme tyhjiin linkkikohtiin tapahtumapaikkojen verkkosivut. Löysimme myös keinon ohjata linkkien avaamisen uuteen välilehteen lisäämällä Carrdin alustalla linkkien perään "@blank"-komennon. Nyt linkit aukeavat uusiin välilehtiin tehden sivun käytöstä käyttäjäystävällisempää.

Yhtyeen infokohtaan lisäsimme esittelyyn kohdan, mistä ilmenee jäsenten roolit. Lisäsimme myös pienet kuvat jäsenistä nimien viereen ja poistimme isomman kuvan alta nimet. Jäsenelimme esittelytekstiä myös hieman siistimmäksi.

Aikaisemmin Merch- eli kauppatavaraosiossa oli pelkästään yksittäinen kuva yhtyeen myymästä kangaskassista sekä teksti, jossa kerrottiin tuotteiden olevan myynnissä vain yhtyeen esiintymisten yhteydessä. Toimeksiantajamme haluaa pitää tuotteidensa myynnin yhä henkilökohtaisena eikä ulkoistettuna, joten päätimme pitää osion sisällön samanlaisena päivittäen vain sisältöä siistimmäksi. Lisäsimme osioon slideshow-työkalulla toimeksiantajaltamme saamia laadukkaampia kuvia, joissa näkyy heidän myymiä tuotteitaan, sekä päivitimme hieman osion tekstiä.

Palautelomakkeessa pyydettiin galleriaan lisää kuvia, joten päätimme uusia sen kokonaan. Kokeilimme aluksi Carrdin slideshow-työkalua, jonka avulla kuvat pyörivät ikään kuin diaesityksenä. Tämä näkyi mobiilisovelluksessa hyvin pienenä, eikä se anna käyttäjälle mahdollisuutta selata kuvia halutessaan. Päädyimme siis käyttämään galleriatyökalua. Laajensimme sitä lisäämällä yhteensä 16 valokuvaa ja tiivistimme sen näyttämään siistiltä. Kuvat ovat nyt vierailijoiden avattavissa klikkaamalla isommiksi ja niitä voi halutessaan selata. Lisäsimme myös valokuvien ottajien nimet gallerian alapuolelle.

Sivun footer-osio pysyi käytännössä samana. Sosiaalisen median kuvakelinkit toimivat hyvin ja näyttivät siisteiltä. Vaihdoimme kuitenkin hieman tämänkin osion fontteja.

5.8 Päivitetyn version läpikäynti toimeksiantajan kanssa ja lopullinen versio

Toimeksiantajamme oli tekemiimme muutoksiin erittäin tyytyväisiä. Merkittävimpinä osa-alueina he pitivät sivun yläosan navigointipalkkia, joka helpottaa laajasti käyntikokemusta, sekä uudistettua galleriaa. Myös infoalueen uudistaminen oli toimeksiantajan mieleen.

Tulimme toimeksiantajan kanssa yhteiseen lopputulokseen siitä, että verkkosivu on nyt julkaisukelpoinen. Tämän yhteydessä näytimme toimeksiantajallemme Carrdin alustan käyttöominaisuuksia sekä yleisiä vinkkejä sivuston ylläpitämiseen. Alusta on hyvin käyttäjäystävällinen, joten toimeksiantajamme sai nopeasti käsityksen alustan käytöstä ja luovutimme sivuston heidän hallintaansa. Yleisellä tasolla toimeksiantajamme kertoi olevansa tyytyväinen erityisesti helppokäyttöisen, mutta monipuolisen alustan valinnasta sekä sivuston ylläpitämisen kulujen pysymisessä reilusti budjetin alapuolella.

6 Yhteenveto

Oma kokemuksemme tutkimustyön ja kehittämisprojektin tekemisestä oli varsin positiivinen. Pääsimme tutustumaan laajasti erilaisiin avointa lähdekoodia hyödyntävien verkkosivujen luontialustoihin, sekä luomaan verkkosivuja tarkoin askelin toimeksiantajan kanssa. Etenkin näin jälkikäteen näemme eri vaiheiden tärkeyden, sillä verkkosivut kehittyivät hyvin paljon ensimmäisestä prototyypistä valmiisiin, julkaistaviin sivuihin. Työn eteneminen oli mielestämme melko kivutonta ja siihen vaikutti pääasiallisesti sekä hyvin tehty alustava suunnittelu koko projektin läpiviemiseen että toimeksiantajan kanssa toiminut sujuva yhteistyö.

Pohdimme projektin päätteeksi myös kehitysideoita verkkosivujen jatkoa varten. Hakukoneoptimointiin keskittyminen oli asia, mitä mietimme myös projektia aloittaessamme, mutta minkä jätimme projektin ulkopuolelle sen aiheita rajatessamme. Hakukoneoptimoinnin lisäksi myös Google Analyticsin ottaminen käyttöön verkkosivuilla olisi suositeltavaa. Google Analyticsin käyttöönotto Carrdin avulla on varsin yksinkertaista, sillä Carrdin työkalulla voi lisätä oman Google Analytics ID:n suoraan verkkosivun koodiin. Kolmas kehitysidea verkkosivujen jatkoa ajatellen olisi luoda sivuille verkkokauppa, jonka avulla he voisivat myydä tuotteitaan suoraan sivustojensa kautta. Carrd tarjoaa mahdollisuuden lisätä sivustolle widgettejä, joiden avulla verkkomaksut saataisiin helposti toteutettua.

Lähteet

Sähköiset

Carrd 2022. About Carrd. Viitattu 30.5.2022. <https://carrd.co/docs/general/about/>

AJ 2021. The Plan. Viitattu 30.5.2022. <https://themakingof.carrd.co/#plan/>

Carrd 2022. Go Pro! Viitattu 30.5.2022. <https://carrd.co/pro/>

Joomla 2022. About Joomla! Viitattu 30.5.2022 <https://www.joomla.org/about-joomla.html/>

RocketTheme 2022. How Joomla Works. Viitattu 30.5.2022. <https://rockettheme.com/docs/joomla/platform/understanding.md/>

Squarespace 2022. Our team. Viitattu 30.5.2022. <https://www.squarespace.com/about/team/>

Singleton, C. 2022. Squarespace Review – The Key Pros and Cons of a Leading Site Builder. Viitattu 30.5.2022. <https://www.stylefactoryproductions.com/blog/squarespace-review>

GoDaddy 2022. About Us. Viitattu 30.5.2022. <https://aboutus.godaddy.net/about-us/overview/default.aspx>

Carmichael, C. & Willett, N. 2022. GoDaddy Website Builder Review 2022: Is It Right for You? Viitattu 30.5.2022. <https://www.websitebuilderexpert.com/website-builders/godaddy-review/>

Kelly, M. 2019. Introducing GoDaddy Websites + Marketing. Viitattu 30.5.2022. <https://www.godaddy.com/garage/introducing-godaddy-websites-marketing/>

GoDaddy 2022. Paketit ja hinnat. Viitattu 30.5.2022. <https://fi.godaddy.com/websites/website-builder/plans-and-pricing/>

Wix 2022. About us. Viitattu 30.5.2022. <https://www.wix.com/about/us>

Muchmore M. & Wilson J. 2022. Wix Website Builder. Viitattu 30.5.2022. <https://uk.pcmag.com/web-hosting-services/34506/wix/>

Wix 2022. Pricing. Viitattu 30.5.2022. <https://www.wix.com/upgrade/website/>

Falk, J. 2014. What is Drupal? Viitattu 20.11.2021. <https://www.drupal.org/node/1576422>

Drupal 2022. About. Viitattu 20.11.2021. <https://www.drupal.org/about>

- Shopify staff 2020. What is Shopify? Viitattu 12.3.2022. <https://www.shopify.com/blog/what-is-shopify>
- Merrit, J. 2022. The history of Shopify. Viitattu 20.3.2022. <https://fullfatcommerce.com/blog/a-history-of-shopify>
- Shopify 2022. Meet Shopify POS. Viitattu 12.4.2022. <https://www.shopify.com/pos>
- Shopify 2022. Pricing. Viitattu 12.4.2022. <https://www.shopify.com/pricing>
- Shopify 2022. Tools. Viitattu 12.4.2022. <https://www.shopify.com/tools>
- Babich, N. 2018. Building websites with Tilda. Viitattu 14.4.2022. <https://www.smashingmagazine.com/2018/09/tilda-website-builder-full-review/>
- Sanchez-Olvera, A. 2019. Why Webflow Is the Best Web Design Program Right Now. Viitattu 16.4.2022. <https://blog.prototypr.io/why-webflow-is-the-best-web-design-program-right-now-f128aef8b45>
- Webflow 2022. Plans & Pricing. Viitattu 20.4.2022. <https://webflow.com/pricing>
- IThemes 2022. What Is WordPress? Viitattu 21.4.2022. <https://ithemes.com/tutorials/what-is-wordpress/>
- WPBeginner Editorial Staff 2022. The History of WordPress from 2003 - 2022. Viitattu 21.4.2022. <https://www.wpbeginner.com/news/the-history-of-wordpress/>
- WordPress 2022. Plans & Pricing. Viitattu 25.5.2022. <https://wordpress.com/pricing/>
- Bailey, K. 2020. What is a Website Builder? Everything You Need to Know. Viitattu 15.11.2021. <https://www.dreamhost.com/blog/what-is-a-website-builder/>

Kuvat

Kuva 1: Linktree-linkkialusta.....	7
Kuva 2: WordPress-prototyyppi.....	23
Kuva 3: Wix-prototyyppi.....	24
Kuva 4: Carrd-prototyyppi.....	25
Kuva 5: Arctic Monkeysin verkkosivut.....	27
Kuva 6: Balthazarin verkkosivut.....	27
Kuva 7: Von Herten Brothersin verkkosivut.....	28
Kuva 8: Pearl Jamin verkkosivut.....	29
Kuva 9: Frozen Factoryn verkkosivut.....	29
Kuva 10: Rasvamaksan verkkosivut.....	30
Kuva 11: Prototyypin aloitussivu.....	31
Kuva 12: Tulevien esiintymisten prototyyppi.....	32
Kuva 13: Infoalue prototyyppi.....	33
Kuva 14: Kauppatavara-alueen prototyyppi.....	34
Kuva 15: Galleria-alueen prototyyppi.....	35
Kuva 16: Footer prototyyppi.....	35