

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutus

2022

Sara Lundstedt

# Verkkosivu-uudistuksen suunnittelu, toteutus ja analysointi

– Case Opiskelijayhdistys Trade ry



OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalouden koulutus

2022 | 37 sivua, 1 liitesivu

Sara Lundstedt

## Verkkosivu-uudistuksen suunnittelu, toteutus ja analysointi

- Case Opiskelijayhdistys Trade ry

Opinnäytetyön toimeksiantona oli tehdä verkkosivu-uudistus Opiskelijayhdistys Trade ry:lle. Tavoitteena oli luoda modernit, toimivat sekä käyttäjäystävälliset sivut, jonka avulla yhdistys pystyy viestimään toiminnastaan helposti.

Tavoitteen saavuttamiseksi tutkimusmenetelminä käytettiin sivuston lähtötilanteen analysointia sekä laadullistavana tekijänä muiden opiskelijayhdistysten verkkosivuille tehtävää funktionaalista benchmarkkausta. Menetelmän avulla tutkitaan saman toimialan organisaatioiden hyviä käytänteitä.

Lopputulokseksi saatiin tehtyä kokonaisvaltainen verkkosivu-uudistus, jotka vastaavat toimeksiantajan tarpeita. Sivut tullaan kääntämään tulevaisuudessa englanniksi, jotta yhdistys saavuttaa myös kansainväliset opiskelijat. Jotta vastaavaa suurta uudistusta ei tarvitsisi tehdä lähitulevaisuudessa uudestaan, Opiskelijayhdistys Trade ry:lle on annettu kirjallinen dokumentti, jossa kerrotaan ehdotuksista jatkotoimenpiteille.

Tämän opinnäytetyön avulla kirjoittaja sekä yhdistys saa laajan dokumentin verkkosivujen uudistamisprosessista. Opinnäytetyö tehdään tarpeesta Opiskelijayhdistys Trade ry:lle, mutta se toimii samalla esimerkkinä myös muille vastaaville yhdistyksille ja organisaatioille.

Asiasanat:

Verkkosivut, digitaalinen markkinointi, järjestöt, viestintä

BACHELOR´S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business Administration

2022 | 37 pages, 1 page in appendices

Sara Lundstedt

## Design, implementation, and analysis of the website reform

- Case Opiskelijayhdistys Trade ry

The assignment of this thesis was to make a website overhaul for Opiskelijayhdistys Trade ry. The aim was to create modern, functional, and user-friendly pages that would allow the association to communicate its activities.

To achieve this goal, the research methods used were the analysis of the initial situation of the website and, as a qualitative factor, the functional benchmarking of the websites of other student associations. The method is to study the good practices of organizations in the same industry.

The result was a comprehensive website overhaul that meets the client's needs. The pages will be translated into English in the future so that the association can also reach international students. To avoid having to carry out a corresponding major reform again soon the client has been provided with a written document describing the proposals for further measures.

With the help of this thesis, the author and the association will receive an extensive document on the process of website renewal. The thesis is done for the needs of Opiskelijayhdistys Trade ry, but it also serves as an example for other similar associations and organizations.

Keywords:

Web pages, digital marketing, associations, communication

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 LÄHTÖTILANTEEN ANALYSOINTI</b>	<b>7</b>
2.1 Toimeksiantajan esittely	7
2.2 Uudistettavan verkkosivuston lähtötilanne ja muutostarve	8
2.3 Benchmarking opiskelijayhdistysten verkkosivuista	12
2.4 Yhteenveto	16
<b>3 TOIMEKSIANTAJAN VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU</b>	<b>17</b>
3.1 Tekninen toteutus	17
3.2 Visuaalinen ilme	19
3.3 Viestintä verkkosivuilla	21
3.4 Yhteenveto	24
<b>4 TOIMEKSIANTAJAN VERKKOSIVUJEN TOTEUTUS</b>	<b>26</b>
4.1 Valmiit verkkosivut	26
4.2 Jatkotoimet	31
<b>5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>33</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>34</b>

## Liitteet

Liite 1. Uudistetun verkkosivuston etusivu

## Kuvat

Kuva 1. Lähtötilanteen verkkosivun etusivu.	10
Kuva 2. Tradenomiopiskelijoiden jäsentasot uudistetulla verkkosivuilla.	29

## **Kuviot**

Kuvio 1. Lähtötilanteen verkkosivun valikko.	11
Kuvio 2. Uuden verkkosivun havainne kartta.	23
Kuvio 3. Uudistetun verkkosivun valikko.	27
Kuvio 4. Uudistetun verkkosivun värit ja fontit.	30

# 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on verkkosivu-uudistuksen suunnittelu, toteutus ja analysointi. Toiminnallisen opinnäytetyön case-esimerkkinä ja toimeksiantajana toimii Opiskelijayhdistys Trade ry. Toimeksiantajan ongelmana on verkkosivut, sillä niiden kokonaisvaltaisesta uudistuksesta on jo tovi. Yhdistyksen vuoden 2021 ja 2022 toimintasuunnitelmissa käsitellään mm. viestinnän kehittämistä ammatillisempaan suuntaan sekä verkkosivujen ajantasaisuuteen. Viestintää tulee toteuttaa suomeksi, että englanniksi, ja nettisivujen englanninkieliseen sisältöön tulee panostaa. Tämän opinnäytetyön avulla kirjoittaja sekä yhdistys saa laajan dokumentin verkkosivujen uudistamisprosessista. Opinnäytetyö tehdään tarpeesta Opiskelijayhdistys Trade ry:lle, mutta se toimii samalla esimerkkinä myös muille vastaaville yhdistyksille ja organisaatioille.

Tavoitteena on luoda käyttäjäystävälliset, modernit ja toimivat verkkosivut. Digitaalisen markkinoinnin kehittyessä nopeasti eteenpäin, voi verkkosivujen elinkaari olla hyvinkin lyhyt. Aikanaan modernilta ja hyviltä näyttävät sivut saattavat näyttää jo muutaman vuoden päästä vanhanaikaisilta. Tavoitteen saavuttamiseksi tutkimusmenetelminä käytetään sivuston lähtötilanteen analysointia sekä laadullistavana tekijänä muiden opiskelijayhdistysten verkkosivuille tehtävää funktionaalista benchmarkkausta. Toimeksiantajan esittelyn lisäksi näitä kaikkia käsitellään luvussa kaksi.

Luvussa kolme käsitellään verkkosivu-uudistuksen suunnittelua, kuten tekninen toteutus, visuaalinen ilme sekä millä tavoin yhdistys viestii verkkosivuilla. Yhdistyksen verkkosivujen tavoitteena on herättää kävijässä mielenkiintoa yhdistystä kohtaan ja toimia Tradenomiopiskelijoiden paikallisyhdistysten suunnannäyttäjänä. Päivitetyt verkkosivut esitellään luvussa neljä, sekä millaisia jatkotoimenpiteitä laaditaan, jotta sivut pysyvät ajantasaisena ilman kokonaisvaltaista remonttia. Opinnäytetyön viimeisessä luvussa tehdään toimeksiannon yhteenveto sekä johtopäätökset.

## 2 LÄHTÖTILANTEEN ANALYYSINTI

Digimarkkinointi pohjautuu digitaaliseen presenssiin hallitsemiseen ja kasvattamiseen, jonka avulla yritys saavuttaa tavoitteensa markkinoinnin saralla. Organisaation on oltava digitaalisesti läsnä, jotta se pystyy tarjoamaan omalle kohderyhmälleen sitä mitä he tarvitsevat, oli se sitten tietoa tai palvelua. Sosiaalisen median lisäksi, nykypäivänä yleisimmät kanavat ovat hakukoneet, sähköposti sekä verkkosivut. (Folcan 2022) Verkkosivut ovat yrityksen markkinoinnin perusta, joka määrittää kävijän ensivaikutelman yrityksestä. Siksi on tärkeää, että verkkosivujen teknisessä toteutuksessa sekä visuaalisessa ilmeessä on otettu käyttäjäkokemus huomioon. Tavoitteena on saada vierailijat viipymään sivuilla mahdollisimman pitkään, joten sisällön tulee olla kevyttä, ilmavaa ja mielenkiintoista. (Suomen Digimarkkinointi, 2022) Vaikka nykypäivänä kehoitetaan olemaan aktiivinen esimerkiksi Instagramissa ja Facebookissa, perinteiset verkkosivut eivät ole menettäneet merkitystään. Kotisivut tarjoavat asiakkaille enemmän kuin mitä sosiaalisen median tilit voivat. Eniten hyötyä organisaatio saa säännöllisesti päivitetystä sivuista ja somekanavista, joka ohjaa liikennettä kaikkiin kanaviin. (Helpotkotisivut.fi 2022) Kun verkkosivu-uudistus on ajankohtainen organisaatiossa, tulee silloin pohtia, pystyykö jo olemassa olevien sivujen päälle rakentamaan uudet vai tehdäänkö uudistus kokonaisuudessaan uudelle alustalle. Sivut voivat helposti näyttää muutaman vuoden kuluttua vanhanaikaisilta, jos on päivitetty ainoastaan itse sisältöä, eikä sivujen koko runkoa.

### 2.1 Toimeksiantajan esittely

Opiskelijayhdistys Trade ry on Turun ammattikorkeakoulun tradenomiopiskelijoiden oma yhdistys, joka on perustettu vuonna 1996. Trade ry on täysin opiskelijoiden ylläpitämä yhdistys, jonka kulisseissa työskentelee hallituksen puheenjohtajan lisäksi kymmenhenkinen hallitus sekä lähes satahenkinen aktiiviverkosto. Yhdistys tarjoaa jäsenilleen, eli Turun ammattikorkeakoulussa opiskeleville tradenomiopiskelijoille edunvalvontaa

hyvinvointiin ja koulutukseen liittyvissä asioissa. Opiskelun vastapainona yhdistys järjestää myös virkistystoimintaa, kuten Vuosijuhlia, erilaisia teemabileitä sekä yhteistyökumppaneiden kanssa yritysvierailuja ja afterworkeja. Yhdistys tekee tiiviisti yhteistyötä Turun AMK:n ja Opiskelijakunta TUOn kanssa, sekä on Tradenomiopiskelijoiden alla toimiva paikallisyhdistys. (Opiskelijayhdistys Trade ry 2022) Trade ry on myös yksi Turun AMK:n suurimmista koulutusalayhdistyksistä.

Yhdistys tunnetaan Turussa ja Turun seudulla isona ja perinteikkäänä yhdistyksenä, jolla on suuri alumniverkosto. Yhdistyksen kanssa tehdään mielellään erilaisia yhteistyökuvioita, niin yritysvierailuja kuin sponsoroinninkin suhteen. Tradenomikentällä Trade ry on arvostettu yhdistys, joka tunnetaan suunnannäyttäjänä sekä on jäsenmäärältään Tradenomiopiskelijoiden suurin paikallisyhdistys. Tradenomiopiskelijat ovat kaikkien tradenomiopiskelijoiden oma liitto ja yhteisö, johon kuuluu yli 14 000 jäsentä sekä 29 jäsenyhdistystä ympäri Suomen. Liitto tarjoaa apua esimerkiksi työharjoitteluiden ja palkkaukseen liittyvissä asioissa, sekä järjestää tradenomeille suunnattuja tapahtumia ja koulutuksia. Liiton tehtävänä on pitää tradenomiopiskelijoiden puolia ja ottaa kantaa näissä liittyvissä asioissa. (Tradenomiopiskelijat 2022)

## 2.2 Uudistettavan verkkosivuston lähtötilanne ja muutostarve

Toimeksiantajan verkkosivut uudistettiin kokonaisvaltaisesti uudelle alustalle vuonna 2019. Vähäisen ulkoasun ja sisällön päivittämisen vuoksi, verkkosivut olivat jo vanhanaikaisen näköiset muutaman vuoden kuluttua. Opiskelijayhdistys Trade ry:n vuoden 2021 ja 2022 toimintasuunnitelmissa mainitaan, että verkkosivut tulee päivittää kokonaisvaltaisesti sekä lisätä suomen kielen lisäksi sisältöä englanniksi. Kielilisäyksen tavoitteena on tavoittaa kansainvälisiä opiskelijoita ja saada heidät osallistumaan mukaan opiskelijatoimintaan. Jotta verkkosivu-uudistus olisi onnistunut, toimeksiantajan edustajan kanssa on keskusteltu uusien sivujen tavoitteista ja heidän toiveistaan. (Opiskelijayhdistys Trade ry 2022) Opinnäytetyön tekijä toimi Opiskelijayhdistys Trade ry:n hallituksessa vuonna 2021 varapuheenjohtajana sekä viestintävastaavana,



jolloin verkkosivu-uudistus on aloitettu. Trade ry:n yhteyshenkilönä toimi vuoden 2022 hallituksen puheenjohtaja.

Kokonaisvaltaisen verkkosivu-uudistuksen tavoitteena on tehdä sivuista modernit, toimivat sekä käyttäjäystävälliset. Vierailijan tulee löytää etsimäänsä tietoa helposti ja vaivattomasti, sekä sisällön tulisi olla mielenkiintoista. Uusien verkkosivujen tulee vastata Opiskelijayhdistys Trade ry:n brändiä ja tuoda esiin tradenomi-identiteettiä, kertomalla muun muassa Tradenomiopiskelijoiden toiminnasta, jonka paikallisyhdistys Trade ry on. Yhdistyksen brändiväreinä toimii keltainen ja musta, sekä viestintää toteutetaan pilke silmäkulmassa ammattimaisuutta ja opiskelijamielisyttä unohtamatta. Viestinnässä nähdään myös useasti käytettävän #tradeperhe, joka viittaa siihen, että yhdistyksen jäsenet ovat keskenään yksi iso perhe. Perheeseen kuuluu niin opiskelijat kuin alumnit.

Verkkosivujen lähtötilannetta aloitettiin analysoimalla jokaista välilehteä pala palalta kokonaiskuvan saamiseksi. Sivujen avautuessa, yläbanneriin ilmestyy suuri kuva Trade ry:n hallituksen jäsenistä, selkä kohti kameraa, jotta hallituspaidan ja opiskelijahaalareiden selän painatus näkyy kuvassa. Etusivulla kerrotaan lyhyesti mikä Opiskelijayhdistys Trade ry on ja mitä toimintaa yhdistys harjoittaa. Kuvauksen alta löytyy pieni valikko, josta löytyy ajankohtaista ja tärkeää tietoa organisaatiosta, kuten tulevat tapahtumat, yritysyhteistyön mahdollisuudet sekä yhteystiedot. Sivujen alalaidasta vierailijan on mahdollista ottaa yhteyttä yhteydenottolomakkeen kautta, sekä seurata yhdistyksen sosiaalisen median kanavia. Etusivun väreinä toimii punertavat ja oranssin sävyt, jossa yhdistyksen keltainen väri pilkahtaa satunnaisesti joko logosta tai kuvista. Musta teksti hieman katoaa punertavalla taustalla, joten tässä kohtaa kevyempi taustaväri olisi parempi vaihtoehto, jotta tekstisisältö erottuisi paremmin (Kuva 1).

Opiskelijayhdistys TRADE ry

Etusivu Tradeperhe Toiminta Yrityksille Työpaikat Yhteystiedot

# Opiskelijayhdistys TRADE

Opiskelijayhdistys Trade on Turun ammattikorkeakoulun tradenomiopiskelijoiden oma yhdistys. Trade on täysin opiskelijoiden ylläpitämä yhdistys, jonka kulisseissa työskentelee yhdeksänhenkinen hallitus sekä lähes satahenkinen aktiiviverkosto. Traden jäseneksi voivat liittyä kaikki Turun AMK:n tradenomiopiskelijat mukaan lukien polku- ja vaihto-opiskelijat.

Trade tarjoaa jäsenilleen edunvalvontaa hyvinvointiin ja koulutukseen liittyvissä asioissa, järjestää opiskelijatapahtumia, sekä ylläpitää kahta jäsenpalveluun erikoistunutta toimistoa. Tavoitteenamme on tehdä tradenomiksi opiskelusta mieluisampaa ja rennompaa. Toimimme myös tiiviissä yhteistyössä Turun AMK:n ja opiskelijakunta TUOn kanssa, joten kauttamme on helppo välittää palautetta ja kehitysideoitu eteenpäin!

Tradeperhe Toiminta

Tulevat tapahtumat Yritysyhteistyö

## Ota yhteyttä!

Lemminkäisenkatu 30  
20520, Turku  
hallitus@tradery.fi

Nimi

Sähköposti

Kirjoita viestisi tähän...

Lähetä

Opiskelijayhdistys Trade ry  
Lemminkäisenkatu 30  
00200 Turku

hallitus@tradery.fi

Opiskelijayhdistys Trade ry  
TRADE

Like Page

Instagram

#tradephe

Kuva 1. Lähtötilanteen verkkosivun etusivu.

Ylälaidan valikosta löytyy kuusi eri kohtaa, joiden pudotusvalikosta löytyy monia välilehtiä, joista vierailija saa kattavasti tietoa organisaatiosta. Verkkosivujen päivittäjän näkökulmasta, moni samankaltainen välilehti aiheuttaa hankaluuksia, sillä sivujen päivittämisen kannalta vanhaa tietoa saattaa jäädä herkemmin. Jotta vierailijalle saadaan välitettyä haluttu viesti, tulee jokaisen sivun luoda harkitusti. Tavoitteena on tehdä uusien sivujen valikosta ja välilehdistä tiiviin mutta informatiivisen.

## OPISKELIJAYHDISTYS TRADE RY:N VERKKOSIVUJEN VALIKKO

Etusivu	Tradeperhe	Toiminta	Yrityksille	Työpaikat	Yhteystiedot
	Hallitus 2021	Tapahtumat	Yritysyhteistyö		
	Traden Aktiivit	Tapahtumakalenteri	Yhteistyökumppanit		
	Alumnit	Jäsenyys			
	Blogi	Organisaatio			
	Tule vaikuttamaan	Toimisto			
		Edunvalvonta			
		Haalarit			
		Sitsilaulut			
		Historia			

Kuvio 1. Lähtötilanteen verkkosivun valikko.

Lähtötilanteen verkkosivujen valikko näkyy kokonaisuudessaan kuviossa yksi. *Tradeperhe* -kohdan alta kävijä pääsee tutustumaan yhdistyksen taustalla työskenteleviin henkilöihin, sekä miten pääsee mukaan aktiivitoimintaan joko yhdistyksen aktiiviksi tai hallitukseen. *Blogista* löytyi ainoastaan vuodelta 2019 julkaisuja, jonka jälkeen uutisia ei olla päivitetty. *Toiminta* -välilehden alta saa lisätietoa tulevista tapahtumista, jäseneduista sekä yhdistyksen historiasta. Sivujen määrän olisi saanut helposti tiivistettyä, kun sisältöä olisi yhdistetty toisiinsa saumattomasti. Yrityksille löytyy myös omat sivut, joista potentiaaliset yhteistyökumppanit saavat lisätietoa yhteistyömahdollisuuksista. *Työpaikat* -sivun alta tradenomiopiskelijalla on mahdollisuus löytää alaansa sopivia työ- ja harjoittelupaikkoja. Kyseinen sivu on ollut vuoden 2019 jälkeen tyhjänä, sillä yhteistyö yrityksen kanssa, joka välittää avoinna olevia työpaikkoja, päättyi. *Yhteystiedot* -sivun alta löytyy yhdistyksen kotiosoite, eli Lemminkäisenkadun kampus sekä koko hallituksen tavoitettava sähköpostiosoite. Läpi verkkosivujen kulkee samanlainen teema, kuten etusivulla näkyvät värit (Kuva 1). Visuaalisessa ilmeessä on otettu huomioon opiskelijatoiminta, joka näkyy mm. kuvissa yhdistyksen tapahtumista ja arjesta, jossa nähdään Trade ry:n jäseniä. Brändiväreinä toimivat musta ja keltainen näkyvät läpi verkkosivun.

### 2.3 Benchmarking opiskelijayhdistysten verkkosivuista

Kun toimeksiantajan, Opiskelijayhdistys Trade ry:n, nykyiset verkkosivut oli käyty kokonaisvaltaisesti läpi, haluttiin tietää, millaisia verkkosivuja muilla samanlaisilla opiskelijayhdistyksillä on, eli Tradenomiopiskelijoiden paikallisyhdistyksillä. Benchmarking tarkoittaa tuotteen tai yrityksen kehittämistä vertailemalla sitä hyväksi todettuihin kilpailijoihin ja esikuviin (Kielitoimisto 2022). Menetelmän ideana on opettaa kyseenalaistamaan ja kehittämään omaa toimintaansa, tästä voidaan käyttää termejä esikuva-analyysi ja vertailuanalyysi. Kyseiselle menetelmälle on ominaista tehdä suoraan kilpailijoista vertailuanalyysiä. Benchmarkkauksessa voidaan soveltaa erilaista tyyliä. Tässä analyysissä käytettiin funktionaalista benchmarkkausta, jolla etsitään saman toimialan organisaatioista parhaita käytänteitä. (Meltwater 2021) Kyseinen tyyli on oiva vaihtoehto tämän kaltaiseen verkkosivu-uudistukseen, sillä eri organisaatioilla on sama viesti viestittävänä, tässä tapauksessa tradenomi-identiteetin vahvistaminen opiskelijakentällä.

Benchmarkkauksen kohteeksi valittiin neljä erilaista Tradenomiopiskelijoiden alla toimivia paikallisyhdistyksiä ympäri Suomen – isoja perinteikkäitä sekä pienempiä yhdistyksiä. Vertailuanalyysiin päätyi mukaan Tradenomiopiskelijat Metropolian Bisnes Intellektuaalit Trombi ry, Jyväskylän Tradenomiopiskelijat ry, Tampereen Tradenomiopiskelijat ry sekä Kuopion Tradenomiopiskelijat ry. Benchmarkkausta varten tarkasteltiin viittä erilaista osa-aluetta, jonka tuloksia voidaan hyödyntää toimeksiantajan verkkosivu-uudistuksessa. Tarkastelun kohteena oli:

1. Etusivu
2. Valikko ja välilehdet
3. Kirjallinen sisältö
4. Visuaalinen ilme
5. Muuta huomioitavaa

Kyseiset tarkastelukohteet valittiin siksi, jotta verkkosivujen analyysi olisi kokonaisvaltainen. Etusivu määrittää sen, saako vierailija etsimänsä vastauksen

helposti sekä jääkö hän tutkimaan mitä muuta mielenkiintoista sisältöä sivuilla on. Valikon tulisi olla rakennettu niin, että jokaisella välilehdellä on merkitys. Jos valikkoa ja sen välilehtiä ei olla pohdittu tarkkaan, voi sinne päätyä helposti sekalaista informaatiota, joka ei ole käyttäjäystävällisyyden kannalta hyvä. Vierailija joutuu tällöin käyttämään runsaasti aikaa etsiessään haluamaansa tietoa. Sivujen kirjallinen sisältö tulee herättää vierailijan mielenkiinnon ja saada tämän tutustumaan organisaatioon paremmin. Liian pitkät ja puuduttavat tekstit karkottavat vierailijan nopeasti, sillä tieto halutaan saada välittömästi. Vierailija kiinnittää ensimmäisenä huomionsa visuaaliseen ilmeeseen, josta muodostuu ensivaikutelma organisaatiosta. Ovatko sivut selkeät, sointuuko sisältö toisiinsa vaivattomasti vai joutuuko vierailija klikkaamaan monta ponnahtusikkunaa päästäkseen tutustumaan sivuihin? Viimeiseen tarkastelukohteeseen merkittiin, oliko benchmarkkauksen kohteena olevilla verkkosivuilla muuta erityistä huomioitavaa.

**Tradenomiopiskelijat Metropolian Bisnes Intellektuaalit Trombi ry** tunnetaan tradenomikentällä vahvana markkinoinnin osaajana sosiaalisessa mediassa. Etusivun bannerista löytyy kuva hallituslaisista yhdistyksen opiskelijahaalarit päällä, josta tunnistaa, että verkkosivut kuuluvat opiskelijayhdistykselle. Valikosta löytyy helposti tietoa yhdistyksen toiminnasta, kuten jäsenyydestä, edunvalvonnasta ja tapahtumista. Sivut ovat käännetty myös englanniksi, jotta kansainväliset opiskelijat saavat tarvittavat informaatiot yhdistyksen toiminnasta. Sisältöön on tuotu mielenkiintoa kuvilla yhdistyksen arjesta, kuten tapahtumista ja yhdistyksen hallituksesta. Trombi ry:n turkoosi väri tuo mukavan pilkahduksen tumman verkkosivupohjan alta. Väriä on käytetty niin sanotusti pop of colourina. Tekstisisällöt on kirjoitettu lyhyesti mutta ytimekkäästi, jotta kuka vaan jaksaa tutustua sisältöön. Verkkosivujen kirjallisesta osuudesta voi tehdä helposti liian pitkät, jolloin vierailija ei jaksaa lukea niitä loppuun. Yksinkertaisuus ja käyttäjäystävällisyys, näistä on Trombin verkkosivut luotu. (Tradenomiopiskelijat Metropolian Bisnes Intellektuaalit Trombi ry 2022)

**Jyväskylän Tradenomiopiskelijat ry**, tuttavallisemmin Konkurssi on kotoisin Jyväskylästä. Verkkosivun yleisilme on selkeä ja sisältöä on tehty suomeksi, että

englanniksi. Valikkoja löytyi etusivulta kaksi: koko valikko sivun yläosassa sekä alempana pienempi valikko, johon on nostettu tärkeitä sivuja. Valikosta löytyy välilehtiä muun muassa toiminnasta, tapahtumista, jäsenille ja valmistuville omat tiedot sekä yhdistyksen yhteystiedot. Hallitussivujen suuret, lähes sivun kokoiset henkilökuvat hankaloittivat tutustumista yhdistyksen hallituksen jäseniin. Jotta pääsisit lukemaan henkilöistä, hiiren tulee kuljettaa kuvan päälle, että tiedot tulevat näkyviin. Yhdistyksen jäsenet löytävät helposti heille kuuluvat jäsenedut jäsensivujen kautta, joissa myös kerrotaan Tradenomiopiskelijoiden jäsenyyksistä. Valmistuneiden sivuilta löytyy tietoa, millaista toimintaa valmistuneille jäsenille on Jyvässeudun tradenomeissa. Yhdistys järjestää samanlaista toimintaa kuin Konkurssi, mutta kohdeyleisönä on alumnit, eli tässä tapauksessa Jyväskylän ammattikorkeakoulusta valmistuneet tradenomiopiskelijat. Ensivaikutelma sivuista oli perussiisti, uusia kuvia ja sisältöä voisi päivittää aktiivisemmin. Verkkosivuilta löytyi paljon erilaista tietoa vierailijalle yhdistyksen toiminnasta ja palveluista, joita he tarjoavat, kuten runsaasti jäsenetuja paikallisilta yrityksiltä ja kumppaneilta. (Jyväskylän Tradenomiopiskelijat ry 2022)

**Tampereen Tradenomiopiskelijat ry**, lyhyesti TTO ry on Suomen vanhin tradenomiopiskelijoille suunnattu yhdistys. Yhdistys juhli vuonna 2021 50 v. vuosijuhliaan. TTO ry tunnetaan tradenomikentällä vahvana osaajana, joka ei pelkää luoda rohkeasti erilaista sisältöä sosiaaliseen mediaan. Verkkosivujen visuaalinen ilme vastasi yhdistyksen käyttämiä brändiominaisuuksia mitä sosiaalisen median kanavissa näkyy, väreinä oranssi ja musta. Etusivun kuvakarusellista löytyy kuvia niin vuosien takaa kuin uusiakin, sekä ajankohtaisia uutisia ja tapahtumakalenteri. Hallitussivuilla kerrotaan lyhyesti, mitä jokaisen hallituksen jäsenen rooliin kuuluu. Tällä tavoin esimerkiksi uusi opiskelija pääsee lukemaan ja tutustumaan tulevaan ainejärjestöönsä ennen opiskelujen aloittamista, sekä mahdollisesti kiinnostuu tulemaan mukaan toimintaan. Verkkosivujen sisällön monipuolisuuteen on panostettu ja luotu mielenkiintoiseksi. Sisällössä näkyy vahvasti yhdistyksen brändi, sekä millaista toimintaa he järjestävät vahvistaakseen tradenomi-identiteettiä Tampereella. Lisätietoa yhdistyksen järjestämisestä tapahtumista saa sen omalta välilehdeltä,

jossa kerrotaan selkeästi mistä tapahtumassa on kyse, sekä nostettu kuvia kyseisestä tapahtumasta. Kokonaisuudessaan verkkosivut on todella hyvin suunniteltu, sisältö on mielenkiintoista ja informatiivista, visuaalinen puoli vastaa TTO ry:n brändiä myös sosiaalisen median puolella sekä käyttäjäystävällisyys on otettu huomioon. Sisältö on luotu suomeksi ja englanniksi, jotta yhdistys tavoittaa myös kansainväliset opiskelijat. (Tampereen Tradenomiopiskelijat ry)

**Kuopion Tradenomiopiskelijat ry**, eli lyhykäisyydessään Kuotra ry, pääsi viimeisenä vertailuanalyysin kohteeksi. Yhdistys tunnetaan tradenomikentällä vaaleanpunaisesta väristään sekä Itä-Suomalaisesta meiningistä. Etusivulla nostetaan blogijulkaisuja esiin, joissa kerrotaan yhdistyksen ajankohtaisista asioista, kuten vuoden 2022 hallituksesta. Yhteistyökumppanien logot oli aseteltu sivun alaosaan, ja ne näkyivät sivusta riippumatta sivun alalaidassa. Tämä on helppo tapa luoda yhteistyökumppaneille lisäarvoa, kun kävijä näkee toiminnassa mukana olevien yritysten logot jokaisella välilehdellä. Kuotran verkkosivujen valikosta löytyy tietoa muun muassa yhdistyksestä ja sen toiminnasta, jäsenyydestä, edunvalvonnasta, vapaa-ajasta sekä uutisista. *Yhdistys* -sivun alta löytyy tietoa nykyisestä hallituksen jäsenistä sekä vanhojen vuosien takaa, yhdistyksen säännöt ja tärkeimpänä, millaista toimintaa yhdistys ylläpitää ja miten se näkyy opiskelijan arjessa. Sivuilla kerrotaan yhdistyksen järjestämästä toiminnasta, niin tapahtumista kuin yhdistyksen kokouksista. Verkkosivujen yhteydenottolomakkeen avulla jäsen pystyy helposti lähettämään palautetta esimerkiksi opetuksen laadusta tai kertomaan mahdollisesta tapahtumaideasta, jonka yhdistys voisi tulevaisuudessa järjestää. Kokonaisuudessaan verkkosivut ovat siistit ja selkeät, sisältö on mielenkiintoista, tietoa löytyy helposti ja vaivattomasti. Valokuvia ei sivuilla ollut, mikä olisi tuonut lisämakua sisältöön. Kuvilla ja videoilla vierailija saa helposti käsityksen yhdistyksen toiminnasta sekä uudet opiskelijat pääsevät tutustumaan millaisia tapahtumia heidän tuleva kotiyhdistys järjestää. (Kuopion Tradenomiopiskelijat ry 2022)

### **Johtopäätökset**

Yhtenä tutkimusmenetelmänä toiminut funktionaalinen benchmarkkaus, jolla tehtiin opiskelijayhdistysten vertailuanalyysi, oli verkkosivu-uudistuksen kannalta

tärkeää. Menetelmän avulla saatiin ideoita ja inspiraatiota Opiskelijayhdistys Trade ry:n uusille sivuille, niin sisältöön kuin ulkoasuun. Jotta vierailija saisi jo etusivulle laskeutuessaan tietoa organisaation toiminnasta, sivulla olisi hyvä kertoa lyhyesti yhdistyksestä ja mitä tämä edustaa. Verkkosivujen ajantasaisuuteen tulee panostaa, siksi etusivulle voisi esimerkiksi lisätä tapahtumakalenterin ja linkittää sosiaalisen median kanavat, joka päivittää itsensä automaattisesti, kun kanavalla julkaistaan uusia julkaisuja. Tekstisisällön lisäksi myös hyvälaatuiset kuvat, jotka kuvastavat yhdistystä, ovat tärkeä osa uudistusta. Kuvien avulla vierailija pääsee sukeltamaan syvemmälle Trade ry:n toimintaan ja näkee konkreettisesti, millainen kyseisen yhdistys on. Viimeistellyn ilmeen luo sen, kun sivut toteutetaan organisaation brändin mukaisesti.

## 2.4 Yhteenveto

Opiskelijayhdistys Trade ry:n lähtötilanteen verkkosivusto oli vuosien päivittämättömyyden vuoksi jo vanhahtavan näköinen ja sisältö ei ollut enää ajankohtaista. Yhdistyksen vuoden 2021 ja 2022 toimintasuunnitelmassa on maininta, että verkkosivut tulisi uudistaa kokonaisvaltaisesti ja sen sisältöön panostaa suomeksi, että englanniksi. (Opiskelijayhdistys Trade ry 2021) Verkkosivujen muutostarpeet todettiin yhdessä yhdistyksen vuoden 2022 hallituksen puheenjohtajan kanssa, sekä opinnäytetyön kirjoittajan toimesta, joka toimi vuonna 2021 Opiskelijayhdistys Trade ry:n hallituksen varapuheenjohtajana sekä viestintävastaavana. Verkkosivujen uudistus aloitettiin syksyllä 2021 tekemällä lähtötilanneanalyysi nykyisistä verkkosivuista sekä tekemällä vertailuanalyysia muista tradenomiopiskelijoiden opiskelijayhdistyksistä. Funktionaalisen benchmarkkauksen avulla saatiin ideoita ja inspiraatiota toimeksiantajan uusille verkkosivuille, kuten mitä tietoa kannattaa nostaa esille ja mikä ei ole relevanttia.



## 3 TOIMEKSIANTAJAN VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU

Ennen kuin verkkosivu-uudistus aloitetaan, tulee pohtia, miksi uudistustyö tehdään. Toimeksiantajan verkkosivujen päivityksestä on jo tovi, jonka vuoksi sivut näyttivät vanhanaikaisilta ja tieto ei ollut enää ajantasaista. Uusien sivujen tulee olla modernit, toimivat sekä käyttäjäystävälliset ja yhdistyksen brändi tulee näkyä visuaalisessa ilmeessä. Kokonaisvaltaisessa uudistuksessa tulee huomioida kohderyhmä, pelkkä ”asiakkaille” on liian laaja käsite (Vipu 2021). Opiskelijayhdistys Trade ry:n kohderyhmänä ovat Turun ammattikorkeakoulussa opiskelevat tradenomit, niin nykyiset kuin alumnit, sekä potentiaaliset että nykyiset yhteistyökumppanit. Kokonaisvaltainen verkkosivu-uudistus ei tarkoita sitä, että koko työ tulisi aloittaa alusta. Lähtötilanneanalyysin avulla poimitaan nykyisistä verkkosivuista hyviksi todettuja elementtejä ja mahdollisesti tekstisisältöä, joita tullaan hyödyntämään uusia sivuja rakennettaessa. Opiskelijayhdistysten funktionaalisen benchmarkkauksen avulla on poimittu hyviä käytänteitä sekä haettu inspiraatiota uusien sivujen suunnittelussa. Verkkosivu-uudistusta ei pidä saada kerralla valmiiksi, sillä sisältöä tulee päivittää tasaisin väliajoin. Hyvä lähestymistapa päivitysten tekemiseen on *Wish List*, suomeksi toivelista. Lista on organisaation sisäisessä käytössä oleva materiaali, johon kirjataan verkkosivujen päivitettävät toiminnallisuudet sekä uusia sisältöideoita, joita halutaan tulevaisuudessa sivuille lisätä. (Vipu 2021)

### 3.1 Tekninen toteutus

Opiskelijayhdistys Trade ry:n verkkosivut uudistettiin uudelle alustalle vuonna 2019, Wix:iin. Yhdistyksellä oli hyviä kokemuksia alustasta, sillä se on helppokäyttöinen, analytiikkaa pystyy seuraamaan yhdestä paikasta sekä alusta päivittää itseään tasaisin väliajoin huomioiden sivujen responsiivisuuden automaattisesti. Responsiivisuus tarkoittaa verkkosivuston mukautumista kaikille laitteille sopivaksi, kuten tietokoneille ja mobiililaitteille. Tämän avulla sisältö saadaan istutettua järkevästi kaikille näytöille, ei vain mobiili- ja tabletilaitteille.

(Groteski 2015) Vuonna 2021 tehdyn tutkimuksen mukaan, jopa 55 % verkkosivujen näyttökerroista tapahtuu mobiililaitteen kautta, tulos ei sisällä tablettilaitteita. Samaisena vuonna kuluttajien mobiilikäyttöaika on noussut lähes 25 % viiden vuoden aikana. (Techjury 2022) Näin ollen sivujen responsiivisuuteen tulee kiinnittää entistä enemmän huomiota, sillä yli puolet verkkosivuihin tulevasta liikenteestä tehdään mobiililaitteen kautta. Markkinoiden parhaana verkkosivueditorina tunnettu Wix on perustettu vuonna 2006. Toiminta perustuu pilvipalveluun, jonka avulla verkkosivujen rakentaminen on helppoa ilman aikaisempaa kokemusta. Verkkosivueditori tukee nykypäivän tärkeimpiä ominaisuuksia, kuten verkkokaupan perustamista ja blogin kirjoittamista verkkosivujen yhteyteen. Hinnoittelu vaihtelee riippuen halutuista ominaisuuksista. Sivuja pystyy julkaisemaan myös veloitusetta, mutta silloin ei pysty vaikuttamaan nettisivujen verkkotunnukseen. Maksullisen käyttäjätilin hinta vaihtelee 4,50 € - 24,50 € väliltä kuukaudessa, riippuen mitä ominaisuuksia ja palveluita halutaan käyttää. Maksullisessa versiossa pystyy vaikuttamaan verkkotunnukseen. (Nettivialut.com 2022) Toimeksiantajan verkkosivuuudistus päätettiin toteuttaa nykyisten verkkosivujen päälle, sillä aiemmin valittuun alustaan, Wix:iin, yhdistys on ollut tyytyväinen sen helppokäyttöisyyden vuoksi. Yhdistyksen omistama domain, eli verkkotunnus oli aikaisemman uudistuksen myötä linkitetty verkkosivueditoriiin. Tämä helpotti projektia runsaasti, sillä verkkotunnuksen siirto saattaa aiheuttaa hankaluuksia joillain alustoilla. Domain on verkkosivujen osoite, joka kirjoitetaan URL-kenttään (Folcan 2022).

Verkkosivuja suunniteltaessa tulee ottaa huomioon sivujen hakukoneoptimoinnin, jotta vierailijat löytyisivät sivuille. Hakukoneoptimointi, englanniksi *Search Engine Optimization* (SEO), on prosessi, jonka tavoitteena on verkkosivujen näkyvyyden parantaminen hakutuloksissa, kuten Googlessa. Kun hakukoneoptimointi on onnistunut, orgaaninen näkyvyys hakutuloksissa kasvaa, sivujen avainsanojen sijoitus tuloksissa paranee ja verkkosivuille saadaan lisää kävijöitä. (WP-kotisivut 2022) Jotta verkkosivut saataisiin hakutuloksissa kärkeen, tulee sisällön ja sivuston olla huolellisesti hakukoneoptimoitu. Mitä ylempänä sivusto löytyy hakutuloksista, sitä todennäköisemmin hakija klikkaa

juuri tätä. (Design Inspis 2022) Hakukonenäkyvyyteen vaikuttaa myös sivujen responsiivisuus. Google huonontaa näkyvyyttä, mikäli verkkosivut eivät ole responsiiviset, sillä tämä vaikuttaa runsaasti käyttäjäkokemukseen. Sivujen tulee olla käyttäjäystävälliset, jotta niiden parissa vietetään mahdollisimman paljon aikaa. (Markkinointitoimisto Sininen Härkä 2022)

### 3.2 Visuaalinen ilme

Verkkosivut ja sen visuaalinen ilme luovat ensivaikutelman organisaatiosta. Sivujen visuaalinen ilme suunnitellaan sen mukaan, millainen brändi organisaatiolla on, eli millainen mielikuva halutaan luoda ja mitä organisaatio haluaa viestiä (Näkemyshdas MBE 2022). Verkkosivut olivat vielä 2000-luvun alussa hyvin tekstipainotteisia, kuvia oli vähän ja ne olivat pieniä sekä heikkolaatuisia. Kahden vuosikymmenen ajan verkkosivujen visuaalinen ilme on kehittynyt runsaasti eteenpäin. Nykyisin kuvat, videot ja animaatiot ovat tärkeä osa verkkosivuja tekstisisällön lisäksi. Sivut, joissa on vähän kuvia tai niiden laatuun ei ole panostettu, saattavatkin tuntua vanhanaikaisilta ja tylsiltä. (Näkemyshdas MBE 2021) Verkkosivujen visuaaliset trendit muuttuvat jatkuvasti. Hyvin suunnitellun ilmeen tulisi aina vastata projektin tarpeita ja tavoitteita, joiden avulla saadaan kohderyhmä vierailemaan sivuilla mahdollisimman pitkään. Trendien muuttuessa nopeasti, kannattaa poimia sopivia elementtejä, jotka vastaavat tavoitteita. Markkinointitoimiston Sinisen Härän vuonna 2021 julkaistussa blogitekstissä käsitellään top 5 trendiä verkkosivujen visuaaliselle suunnittelulle, jotka menevät seuraavasti:

1. Näyttävä typografia
2. Liike
3. Dark mode
4. 3D ja syvyysvaikutus
5. Hillityt väripaletit

Jo muutaman vuoden ajan yksi isoimmista verkkosivujen trendeistä on näyttävä typografia (Markkinointitoimisto Sininen Härkä 2022). Typografia on tärkeä osa visuaalisuutta suunniteltaessa, sillä nämä ratkaisut vaikuttavat verkkosivujen silmäilyyn, navigointiin sekä houkuttelevat lukemaan sisältöä. Fontin tulisi olla selkeä, jotta se olisi helposti luettavissa laitteesta huolimatta sekä brändin mukainen. Kun sivuille halutaan kontrastia typografian myötä, eri kirjaisinkoot ja värien käyttö esimerkiksi otsikoissa tai linkeissä on suotavaa. Tekstisisällön ympärille kannattaa jättää tilaa esimerkiksi tekstityyliin, rivien ja kappaleiden välillä, sillä se helpottaa luettavuutta. (Näkemystehdas MBE 2021) Videoilla ja animaatioilla verkkosivuille saadaan helposti luotua interaktiivisuutta ja liikettä, esimerkiksi valikoilla, tuotekuvilla ja teksteillä, sekä sivuja skrollatessa (Markkinointitoimisto Sininen Härkä 2022). Videoiden avulla pystytään viestimään luovasti niin brändistä, kuin tuotteista ja palveluista. Visuaalisen viestinnän avulla saadaan asiakas ymmärtämään esimerkiksi monimutkaisen liikeidean tai tuotteen ominaisuuden hetkessä. (Kuulu 2022) Dark mode elementti syntyi vuonna 2019 ja nousi suosikiksi seuraavana vuonna. Kyseisen elementin avulla on mahdollista vaihtaa taustan vaaleasta tummaan, joka on silmille ystävällisempi vaihtoehto. Dark mode ominaisuuden näkee yleisemmin applikaatioissa ja tietokoneohjelmissa, kuten Microsoftin sovelluksissa. Oikein käytettynä verkkosivuilla, se voi lisätä tekstin saavutettavuutta ja antaa laadun tuntua. Neljäs trendi, eli 3D ja syvyysvaikutus, ei ole uusi ominaisuus. Tämän ominaisuuden avulla luodaan syvyyden tunnetta muun muassa kerrostamalla eri elementtejä tai lisäämällä heittovarjoja. Trendi jäljittelee fyysistä maailmaa, jota voi nähdä painikkeissa, hakupalkeissa, tekstiruuduissa sekä kuvissa ja kuvituksissa. (Markkinointitoimisto Sininen Härkä 2022) Verkkosivujen värimaailmassa näkee yleensä organisaation brändivärejä. Värivalikoima saattaa olla laaja, joten sivujen väripalettia kannattaa pohtia tarkkaan. Sopiva määrä verkkosivuilla on kolmesta neljään. (Näkemystehdas MBE 2021) Kuitenkin yksiväriset ja harmoniset välipaletit ovat suosiossa, sillä se on silmille rauhallisempi vaihtoehto (Markkinointitoimisto Sininen Härkä 2022). Opiskelijayhdistys Trade ry:n uusien verkkosivujen visuaalinen ilme suunnitellaan käyttäjäystävällisyys edellä, ja niistä tehdään modernit mutta yksinkertaiset.

Trendeistä poimitaan yhdistykselle sopivat elementit, kuten animaatioiden hyödyntäminen sekä brändivärien harkittu käyttäminen. Harmonisuutta uusille sivuille saadaan, kun värien vaaleus- ja tummuusasteita säädetään silmille sopiviksi. Sisustussuunnittelussa käytetään 60–30–10-sääntöä väriä suunniteltaessa. 60 % väripinnasta on neutraalia, joka on verkkosivuilla usein valkoinen, 30 % lisäväreille ja 10 % tehosteväreille, joilla korostetaan tärkeimpiä elementtejä. Jaottelun avulla saadaan luotua tasapainoinen ja harmoninen kokonaisuus. (Näkemystehdas MBE 2021)

### 3.3 Viestintä verkkosivuilla

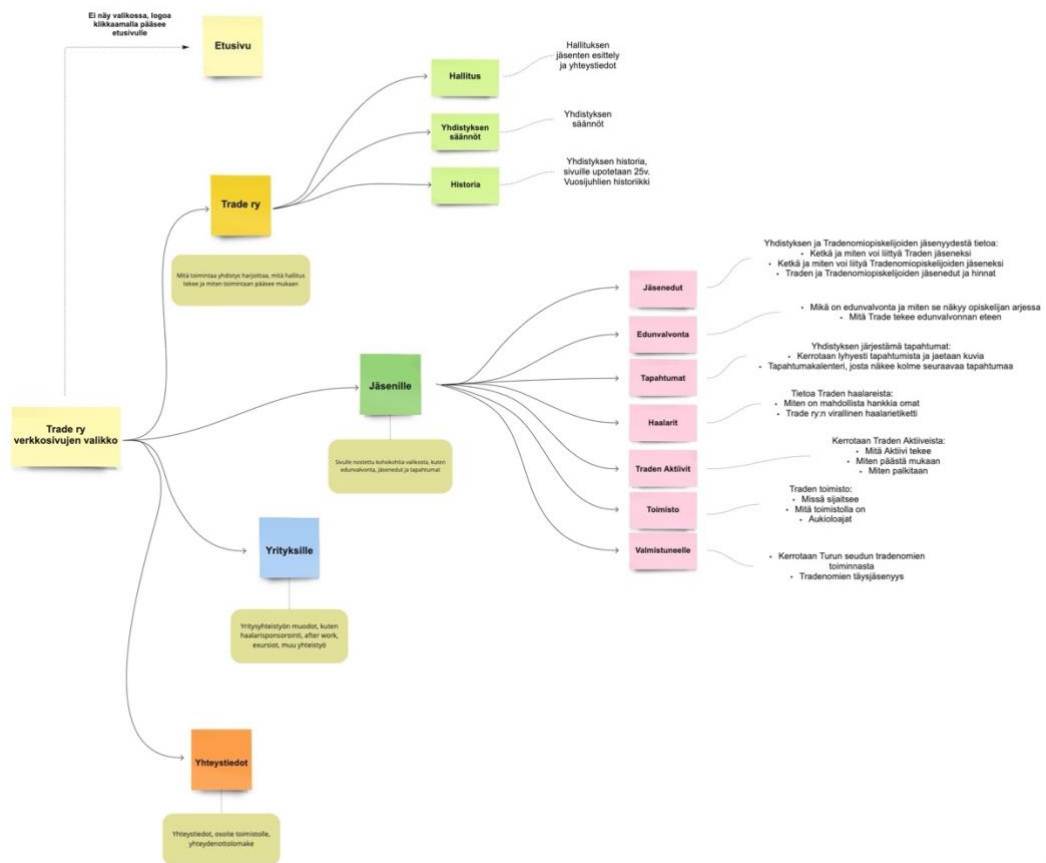
Opiskelijayhdistys Trade ry:n uusien verkkosivujen myötä halutaan helpottaa sivujen vierailijaa löytämään etsimäänsä tietoa helposti ja vaivattomasti, suomeksi että englanniksi. Sisällön tulisi aina olla ajantasaista ja helposti saatavilla. Lähtötilanneanalyysissä todettiin, että valikosta löytyy laajasti eri välilehtiä, joita olisi voinut yhdistää keskenään samoille sivuille. Monien välilehtien vuoksi sivuille voi helposti jäädä vanhaa tietoa. Verkkosivujen käyttäjäystävällisyys koskee sivuilla kävijöiden lisäksi yhdistyksen viestintävastaavaa, joka ylläpitää sivuja. Sivujen ylläpito tulisi olla helppoa, jotta sisältöä saa päivitettyä mutkattomasti. Yhdistysten ja organisaatioiden verkkosivujen suurimpana ongelmana on se, että sivut tehdään organisaatiolle itselleen, eikä yleisölle. Sivuille ei välttämättä kerrota mitä toimintaa yhdistys harjoittaa, tekstisisällössä käytetään runsaasti lyhenteitä ja järjestösanoja, sekä jäseneksi liittymisestä ei löydy tarpeeksi tietoa. (Viestintä Piritta 2018) Lähtötilanteen verkkosivujen tekstisisältöä hyödynnetään, kun uusia tekstejä luodaan. Sisältöä tehdään toimeksiantajan brändin mukaisesti, eli ammattimaisesti mutta pilke silmäkulmassa opiskelijakulttuuria huomioiden. Verkkosivujen keskipisteenä on vierailija, jonka mukaan sisältöä tehdään helposti ymmärrettäväksi. Jos sisältö ei ole ymmärrettävää, se ei tuo lisäarvoa vierailijalle. Etusivulla tulisi ainakin kertoa seuraavat tiedot:

1. Mikä yhdistys/järjestö on kyseessä
2. Missä toimii

3. Mitä varten se on perustettu
4. Miten liittyä jäseneksi
5. Miksi liittyä jäseneksi

Seuraavien tietojen avulla vierailija saa heti sivuille laskeutuessaan tiedon, mikä yhdistys/järjestö on kyseessä ja miksi se on olemassa. Tekstisisällön lisäksi kuvat ovat tärkeä osa verkkosivujen sisältökokonaisuutta. Niiden avulla vierailija saa paremman käsityksen toiminnasta sekä herättää tämän mielenkiinnon. Kuvien valintaan tulee kiinnittää huomiota, sillä niiden tulisi kuvastaa yhdistyksen toimintaa. Valinnassa on otettava huomioon kuvien laatu sekä mitä kuvat viestivät yleisölle. Jos järjestöllä ei ole omia kuvia toiminnastaan, ilmaisia kuvapankkeja on mahdollista hyödyntää. Googlen kuvahaku ei ole yksi näistä, sillä heillä ei ole vaadittavia lisenssejä, kuten esimerkiksi Unsplash:illa on. (Viestintä Piritta 2018)

Funktionaalisen benchmarkkauksen avulla tarkasteltiin Tradenomiopiskelijoiden paikallisyhdistysten verkkosivuja, joilta etsittiin inspiraatiota toiminnasta viestimiseen. Yhdistysten toiminnasta viestittiin niin, että opiskelijakulttuuri tuli esiin muun muassa kuvien ja tapahtumakalenterin kautta. Kaikki vertailukohteena olleet yhdistykset kuuluvat Trade ry:n lisäksi Tradenomiopiskelijoihin, joten luonnollisesti jokainen yhdistys kertoi organisaation toiminnasta sekä sen jäseneduista. Toimeksiantajan kanssa käytiin läpi lähtötilanteen verkkosivujen sekä vertailuanalyysissä todetut havainnot, joiden mukaan sivujen kokonaisvaltainen uudistus tehdään. Suunnittelu aloitettiin luomalla havainnekartta digitaalisen valkotaulun Miron avulla. Miro on projektinhallintaan oiva työkalu, sillä esimerkiksi isompi tiimi pystyy tekemään merkintöjä samaan tauluun omalta laitteeltaan yhtäaikaisesti. Sovellus on ilmainen, mutta siitä on saatavilla myös erilaisia Premium -versioita, riippuen halutuista ominaisuuksista (Miro 2022).



miro

Kuvio 2. Uuden verkkosivun havainnekartta.

Kuvion kaksi kautta näemme verkkosivujen suunnitelman. Havainnekartan avulla laadittiin selkeä suunnitelma uudistetun verkkosivuston rungosta, kuten mitä painikkeita valikosta löytyy ja mille sivuille ne ohjautuvat. Valkotauluun kirjattiin jokaiselle valikon painikkeelle oma kohta ja sen alla olevat välilehdet. Vaaleankeltainen kohta *Etusivu* ei näy valikossa, mutta Trade ry:n logoa painamalla pääsee takaisin etusivulle. Tummanvioletisesta *Trade ry*-painikkeesta pääsee lukemaan yhdistyksen ja hallituksen toiminnasta, sekä miten pääsee mukaan vaikuttamistoimintaan. Kohdasta aukeaa sivut *Hallitus*, *Yhdistyksen säännöt* ja *Historia*. Kohdan *Jäsenille* -painike on tummanvihreä, jonka alle nostetaan ja linkitetään muutama sen alla olevista välilehdistä. Vaaleanpunaisella olevat laatikot ovat välilehtiä, joista löytyy *Jäsenedut*, *Edunvalvonta*, *Tapahtumat*, *Haalarit*, *Traden Aktiivit*, *Toimisto* sekä

*Valmistuneelle.* Sinisestä laatikosta löytyy *Yritysyhteistyö*, jossa kerrotaan yhteistyön eri muodoista, kuten muun muassa haalarisponsoroinnista sekä afterwork -tapahtumien järjestäminen yhdessä Trade ry:n kanssa. *Yhteystiedoista* löytyy yhdistyksen toimiston osoite, y-tunnus sekä koko hallituksen tavoitettava sähköposti. Välilehdeltä löytyy myös yhteydenottolomake, josta kävijä voi helposti laittaa viestiä sähköpostin sijaan.

Verkkosivujen pohjaa suunniteltaessa on otettu huomioon käyttäjäystävällisyys, joka näkyy tiedon saamisessa. Lähtötilanteen verkkosivujen analysoinnissa todettiin, että välilehtiä oli paljon, jonka vuoksi tiedon saaminen saattoi olla sekavaa. Verkkosivujen ylläpito helpottuu, kun ajantasalla pidettävien sivujen määrä vähenee ja sisältöä on tiivistetty samoille sivuille. Suunnittelussa on huomioitu funktionaalisen benchmarkkauksen tuloksia tradenomiopiskelijoiden yhdistysten verkkosivuista sekä Viestintä Piritan blogitekstiä koskien yhdistysten/järjestöjen verkkosivujen sisältöä.

### 3.4 Yhteenveto

Ennen kun verkkosivun uudistusprosessi aloitetaan, tulisi pohtia miksi uudistustyö tehdään. Opiskelijayhdistys Trade ry:n uudistuksen syynä on se, että ne eivät ole enää ajantasalla niin sisällöltään kuin visuaaliselta ilmeeltään. Tavoitteena on tehdä uusista sivuista modernit, käyttäjäystävälliset sekä ennen kaikkea toimivat. Suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon sivujen tekninen toteutus ja visuaalinen ilme. Toimeksiantajalla oli jo käytössä Wix verkkosivueditori, joten uudet sivut tehdään nykyisten sivujen päälle. Teknisessä toteutuksessa tulee alustan lisäksi miettiä hakukoneoptimointia, jotta tulevat vierailijat löytyvät sivustolle. Jotta sivu saataisiin hakutuloksissa kärkeen, tulee sisällön olla ajantasaista, mielenkiintoista sekä relevanttia. Sivujen responsiivisuus vaikuttaa myös hakutuloksissa näkymiseen, koska se vaikuttaa pitkälti käyttäjäkokemukseen. Jos vierailija katselee verkkosivuja mobiililaitteelta, ja sivut näyttävät web -alustaan sopivilta, ne eivät ole responsiiviset. Vierailijan laskeuduttua ensimmäisen kerran verkkosivuille, huomio kiinnittyy ensimmäisenä visuaaliseen ilmeeseen, josta muodostuu ensivaikutelma organisaatiosta.



Tavoitteena on saada vierailija kokemaan olonsa mukavaksi ja saada hänet viettämään sivustolla mahdollisimman paljon aikaa. Toimeksiantajan uudet sivut tehdään yhdistyksen brändin mukaisesti. Toiminnasta viestitään ammattimaisesti, mutta pilke silmäkulmassa tuoden opiskelijakulttuuria esiin. Tekstisisällöstä tehdään mielenkiintoista lyhyesti mutta ytimekkäästi, ilmavaa että informatiivista. Vierailijan tulisi saada tietoa toiminnasta helposti ja vaivattomasti, ilman että sivuilla tarvitsee etsiä tietoa pitkään. Lähtötilanneanalyysissä havaittiin, että nykyisten verkkosivujen sisältö on todella laaja. Tämä vaikeuttaa niin vierailijaa kuin sivujen ylläpitäjää löytämään oikeaa tietoa nopeasti ja helposti. Uuden verkkosivun suunnitelma on laadittu yhdessä toimeksiantajan kanssa, jossa on otettu huomioon lähtötilanneanalyysin tulokset sekä funktionaalisen benchmarkkauksen kohteena olleet tradenomiopiskelijoiden paikallisyhdistysten verkkosivut.

## 4 TOIMEKSIANTAJAN VERKKOSIVUJEN TOTEUTUS

Tässä luvussa esitellään Opiskelijayhdistys Trade ry:n valmiit verkkosivut, jotka päivitettiin kokonaisvaltaisesti. Tavoitteena oli tehdä uusista sivuista modernit, käyttäjäystävälliset sekä ennen kaikkea toimivat. Uusien sivujen rakentamisessa on ollut paljon hyötyä aikaisemmin tehdyn opiskelijayhdistysten verkkosivujen funktionaalista benchmarkkauksesta ja lähtötilanneanalyysistä. Havaintojen avulla suunnitelma uusista sivuista oli onnistunut, sillä se vastasi tarkasti sen mitä sisältöä uusilla verkkosivuilla on. Jos alkutyötä ei olisi tehty yhtä huolellisesti, suunnitelmaa olisi jouduttu päivittämään matkan varrella.

Tässä luvussa esitellään Opiskelijayhdistys Trade ry:n uudet verkkosivut. Käydään läpi uudistuksen tavoitteet ja niiden onnistumista sekä toimeksiantajan palaute. Lopuksi kerrotaan jatkotoimenpiteistä.

### 4.1 Valmiit verkkosivut

Verkkosivujen tehtävänä on viestiä yhdistyksen harjoittamasta toiminnasta, eli valvoa Turun ammattikorkeakoulussa tradenomiksi opiskelevien etuja, niin koulutukseen kuin hyvinvointiin liittyvissä asioissa. Vanhojen sivujen ollessa jo vanhanaikaisen näköiset ja sisältö ei ollut enää ajantasaista, toimeksiantaja halusi raikkaat ja yhdistystä kuvaavat sivut. Verkkosivuista tulisi tulla esiin yhdistyksen brändi-ilme. Toimeksiantajan toiveena oli, että uusilla sivuilla olisi mahdollisimman vähän vuosittaista sisältöpäivitystä, eli sivusto olisi mahdollisimman vaivaton ja yksinkertainen. Tavoitteissa onnistuttiin hyvin, sillä sivujen tekstisisältöä tiivistettiin suppeaksi mutta informatiiviseksi. Näin sivujen määrää saatiin vähennettyä runsaasti aikaisempiin sivuihin nähden. Verkkosivueditori säilytettiin Wix:in alla, sillä toimeksiantajalla on ollut hyviä kokemuksia alustasta eikä kokenut tarpeelliseksi etsiä uutta. Domain oli jo aikaisemman verkkosivu-uudistuksen myötä siirretty nykyiselle verkkosivueditorille, eli uutta linkitystyötä ei tarvinnut tehdä.

## OPISKELIJAYHDISTYS TRADE RY:N VERKKOSIVUJEN VALIKKO

Etusivu	Trade ry	Jäsenille	Yrityksille	Yhteystiedot
	Hallitus 2022 Yhdistyksen säännöt Historia	Jäsenedut Edunvalvonta Tapahtumat Haalarit Traden Aktiivit Toimisto Valmistuneelle		

Kuvio 3. Uudistetun verkkosivun valikko.

Verkkosivu-uudistuksen yhtenä tavoitteena oli tiivistää sisältöä mahdollisimman paljon, jotta niiden ylläpito olisi vaivatonta. Kuten kuviossa kolme nähdään, välilehtiä on huomattavasti vähemmän kuin kuviossa yksi, verkkosivujen lähtötilanteessa. *Trade ry* -sivulta on poistettu *Blogi* ja *Tule vaikuttamaan* -sivut, *Alumnit* siirretty *Jäsenille* -sivun alle ja lisätty *Yhdistyksen säännöt* sekä *Historia*. *Jäsenille* -sivulta vierailija pääsee tutustumaan tarkemmin yhdistyksen näkyvään toimintaan, kuten tapahtumiin ja miksi tulisi liittyä yhdistyksen ja Tradenomiopiskelijoiden jäseneksi. Välilehti on suunnattu Trade ry:n nykyisille ja uusille jäsenille, sekä toiminnasta kiinnostuneille. Kohdasta poistettiin välilehdet *Organisaatio* ja *Sitsilaulut*, *Tapahtumakalenteri* yhdistettiin *Tapahtumat* -sivun kanssa ja *Historia* siirrettiin *Trade ry* -sivun alle. *Yrityksille* -sivu taas on suunnattu nykyisille ja potentiaalisille yhteistyökumppaneille, jotka haluavat tutustua tarkemmin yhdistykseen ja sen toimintaan. Tämän alla olleet välilehdet yhdistettiin yhdeksi sivuksi, sillä *Yhteistyökumppanit* -sivulla oli ainoastaan eri organisaatioiden logoja. Yhteistyökumppaneiden logot sen sijaan siirrettiin etusivulle alalaitaan, jossa he saavat enemmän näkyvyyttä. Kumppanien logojen ylle on lisätty teksti *Traden toimintaa tukemassa* (Liite 1, s. 1). Muutoksen ansiosta yritysten edustajat löytävät vaivattomasti tietoa yhteistyömahdollisuuksista yhdeltä sivulta. *Työpaikat* -sivu poistettiin, sillä

yhdistys ei tee enää yhteistyötä työpaikkoja välittävän yrityksen kanssa. Sivulla on aiemmin kerrottu tradenomeille suunnatuista avoimista työ- ja harjoittelupaikoista. *Yhteystiedot* -sivulta löytyy yhdistyksen yhteystiedot sekä yhteydenottolomake. Sivumäärän pienentäminen selkeyttää huomattavasti sivustolla liikkumista, sekä niiden ylläpito helpottuu.

Toimeksiantajan toiveena oli saada tapahtumakalenteri uusille verkkosivuille, jota on helppo päivittää. Kalenterin avulla jäsenet, joilla ei ole sosiaalisenmedian tilejä, saa ajankohtaista tietoa tapahtumista verkkosivuilta. Kyseinen kalenteri lisättiin etusivulle sekä *Tapahtumat* -välilehdelle, josta näkyy yhdistyksen kolme seuraavaa tapahtumaa. Etusivun sijainnin ansiosta vierailijan ei tarvitse etsiä erikseen kalenteria *Tapahtumat* -välilehdeltä, vaan saa tiedon heti nettisivuja avatessaan (Liite 1, s.1). Sisältöön on saatu liikkuvaa yläbannerin vaihtuvilla kuvilla, jossa on kuusi erilaista kuvaa yhdistyksen toiminnasta.

Uusien verkkosivujen ilmeessä on otettu huomioon Opiskelijayhdistys Trade ry:n brändi-ilme, johon kuuluu keltaisen ja mustan värit. Sivulla on käytetty pohjana kolmea erilaista keltaisen sävyä. Sivun pääväri on lähes valkoinen, yhteistyökumppanien logojen alla oleva keltainen on hieman tummempi ja alabannerin väri kaikista tummin, jotta se erottuu kaikilla sivuilla muusta sisällöstä. Kun sivulla on jaoteltu tietoa, tekstisisältö on lisätty valkoisen laatikon päälle, jotta sisältöön saadaan syvyyttä. Esimerkiksi *Jäsenedut* -välilehdellä kerrotaan Trade ry:n ja Tradenomiopiskelijoiden jäsenyydestä, jäsentasojen alle on lisätty kyseinen valkea laatikko. Tasoja löytyy kolme, Musta, Kulta ja Hopea. Jäsentasojen esittely on aloitettu korkeimmasta tasosta, eli Musta -jäsenyydestä, sillä se sisältää huomattavasti arvokkaampia etuja mitä muut tasot sisältävät. Kyseiseltä sivulta vierailija saa lisätietoa, miten liittyä jäseneksi sekä mitä muita etuja hän saa liittyessään Tradenomiopiskelijoiden opiskelijajäseneksi. Kuten kuvasta kolme näkyy, jäsenetujen tekstisisältö erottuu muusta sisällöstä valkoisen laatikon päältä huomattavasti paremmin. Laatikon avulla saadaan korostettua jäsenetuja vielä enemmän (Kuva 2).

# TRADENOMI OPISKELIJAT.

NO LIMITS.

Tradenomiopiskelijat on koko Suomen tradenomi- ja BBA-opiskelijoiden järjestö, johon kuuluu yli 14 000 jäsentä sekä 29 jäsenyhdistystä.

Tuemme tradenomiopiskelijoiden työelämän valmistumisessa, lisäämme tradenomitutkinnon tunnettua ja arvostusta sekä varmistamme, että tradenomiopiskelijoita kohdellaan työelämässä reilusti.

Osaillutamme aktiivisesti tradenomikoulutuksen kehittämiseen. Koulutuksen korkea ja tasainen laatu kautta Suomen sekä tradenomen järkevät koulutusmäärät ovat meille tärkeitä edistettävää teemoja. Näistä huolehtimalla vaikutamme tehokkaimmin siihen, että tradenomiopiskelijat valmistuvat koulutustaan vastaaviin tehtäviin työmarkkinoille.

Tarjoamme tradenomiopiskelijoille tietoa, neuvoja ja ohjausta esimerkiksi työharjoitteluun, kesätöihin ja palkkukseen liittyvissä asioissa. Lisäämme tradenomiopiskelijoiden työelämätietoutta ja autamme heitä saamaan parhaan mahdollisen alun työuralleen.

Järjestämme koulutuksia, seminaareja sekä tietenkin parhaat tapahtumat. Tapahtumissa tapaamme tradenomeja ja tradenomiopiskelijoita ja kasvatat verkostoasi tulevaisuutta varten. Meillä on 29 paikallisyhdistystä, jotka järjestävät erilaisia aktiviteetteja ja pitävät huolta tradenomiopiskelijoiden eduista kampuksilla.

Tradenomiopiskelijoiden jäseneksi voit liittyä tästä tai täyttää lomake [Traden toimistolla](#). Autamme mielellämme lomakkeen täyttämässä!

Muistathan valita paikallisyhdistykseksi Opiskelijayhdistys Trade ry. Musta- ja Kulta-tason jäsenenä saat [Traden haalarit](#) alennettuun hintaan.

MUSTA

**Musta-taso**

Musta-tasolle kannattaa valita heti, kun pääset paikalliseen harjoitteluun tai töihin, työtunteja on väh. 18h viikossa. Musta-tason jäsenyys maksaa 82 € vuodessa.

Musta-tason jäsenedut sisältää:

- Työttömyysturva
- Oikeusturva työelämän kaikkiin tilanteisiin
- Kaikki Kulta- ja Hopea-tason jäsenedut
- Traden haalarit edullisemmin

KULTA

**Kulta-taso**

Kulta-tason jäsenyys maksaa 19 € vuodessa ja se sisältää kaikkien Hopea-tason etujen lisäksi:

- Henkilökohtainen uravalmennus ja opiskelijoiden hyvinvointivalmennus
- Vapaa-ajan tapaturma- ja matkustajavakuutus
- Tradenomin järjestämät tapahtumat
- Hyvinvointivalmennus esim. stressin- ja ajanhallintaan
- Yrittäjyysparraus
- Traden haalarit edullisemmin

HOPEA

**Hopea-taso**

Hopea-tason jäsenyys on maksuton ja edut ovat käytettävissä 18 kuukauden ajan liittymisestä. Hopea-taso sisältää:

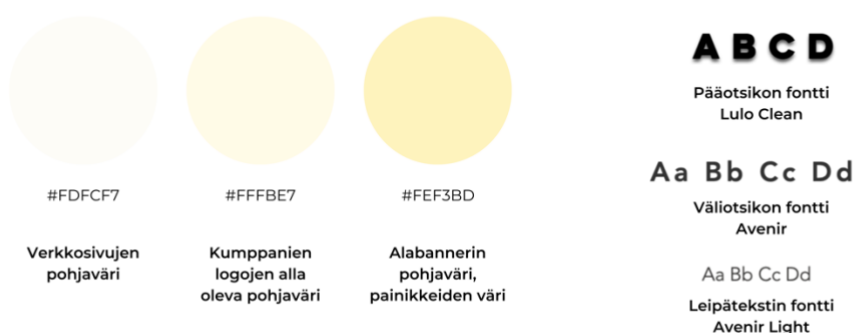
- Lakimiesten neuvontapalvelut
- Palkkaneuvonta
- Opiskelijatapahtumat ympäri Suomen (mm. Tradenologia, koulutukset ja valmistuvien tilaisuudet)
- Tradenomi-lehti
- Kaupparehti maksutta neljän kuukauden ajaksi
- Työelämätietoa
- Tradenomiakki edullisemmin
- Members -palvelu
- Alennusta ifin vakuutuksista

Kuva 2. Tradenomiopiskelijoiden jäsentasot uudistetulla verkkosivuilla.

Sivun pohjaväriä käytettiin hyvin vaaleaa, lähes valkoista väriä (#FDFCF7). Etusivulla kumppanien logojen alla käytettiin vaaleankeltaista sävyä, jotta se erottuisi pohjaväristä (#FFFBE7). Alabannerin väri on kaikista tummin keltainen sivuilla, jota on käytetty myös painikkeissa (#FEF3BD). Verkkosivujen sävyt on valittu 3.3 Visuaalinen ilme -kohdassa mainitun sisutussuunnittelun menetelmän mukaan, jossa käytetään 60–30–10-sääntöä. 60 % väripinnasta on neutraalia, tässä tapauksessa väri #FDFCF7, 30 % on lisäväri, sivuilla värikoodi #FEF3BD, jota on käytetty painikkeissa ja alabannerissa. 10 % on tehosteväriä, jolla korostetaan tärkeimpiä elementtejä. Verkkosivujen tehosteväreinä on vaaleankeltainen väri #FFFBE7, joka on kumppanien logojen alla sekä valkoinen,

jota on käytetty tekstin alla kuten kuvassa kolme. Typografiasta haluttiin mahdollisimman yksinkertaista ja selkeää. Fonteiksi valittiin kolme erilaista, pääotsikossa Lulo Clean, alaotsikossa Avenir ja leipätekstissä Avenir Light. Pääotsikon fonttiin on lisätty varjostusta, jotta se erottuisi paremmin muusta tekstisisällöstä. Väliotsikon ja leipätekstin fontti ovat samaa perhettä, pienillä eroavaisuuksilla. Leipäteksti on kevyt versio, jotta sivujen tekstisisältö olisi kevyttä ja ilmavaa, väliotsikko erottuu taas paremmin muusta leipätekstistä.

## OPISELIJAYHDISTYS TRADE RY:N UUSIEN VERKKOSIVUJEN VISUAALINEN ILME



Kuvio 4. Uudistetun verkkosivun värit ja fontit.

Toimeksiantaja on tyytyväinen lopputulokseen ja verkkosivu-uudistuksen tavoitteisiin päästiin mallikkaasti. Toteutuneet verkkosivut ovat visuaalisesti miellyttävät ja vastaavat Opiskelijayhdistys Trade ry:n brändiä, sekä informaatiota löytyy helposti ja vaivattomasti. Ennen uusien sivujen rakentamista, huolellinen lähtötilanneanalyysi ja funktionaalinen benchmarkkaus edesauttoi suunnitelman tekemistä, jonka mukaan uudet sivut on työstetty. Sivut ovat responsiiviset kaikille laitteille, ja sisältö on aseteltu saumattomasti sivusta riippumatta. Verkkosivujen nopeustesti tehtiin Pingdomin kautta, joka laskee sivun latausnopeuden ja antaa kehitysehdotuksia sen parantamiseksi. Suositeltava perusnopeus on alle yksi sekunti, sillä jos latausaika kasvaa 3 sekuntiin, välitön poistumisprosentti nousee 32 %:iin. Jos sivun latausaika

nousee taas 1 sekunnista 6 sekuntiin, poistumisprosentti nousee jopa 106 %:iin. (Google Search Console 2022) Pingdomin nopeustestin mukaan Opiskelijayhdistys Trade ry:n uudistettu verkkosivu latautuu alle sekunnissa, eli sivu latautuu tavoiteajassa (Pingdom 2022).

## 4.2 Jatkotoimet

Verkkosivujen uudistamisprosessi on jatkuvaa. Kokonaisvaltaisen uudistuksen jälkeen, sivuihin tehdään pieniä päivityksiä ja muutoksia tulevaisuudessa. Yhtenä toimeksiantajan tavoitteena oli mahdollisimman vähän sisällön päivittämistä ja ylläpitämistä. Tavoite saatiin toteutettua, sillä ainoastaan päivitettävää sisältöä on uuden hallituksen tietojen päivittäminen sekä uusien tapahtumien lisääminen kalenteriin. Menneet tapahtumat poistuvat automaattisesti kalenterista, joten riittää että sivuille lisää vain uudet tapahtumat. Yhdistyksen on helppo tehdä muutokset itse kirjautumalla sisään Wix:iin Trade ry:n omaan verkkosivujen hallintaan, jonka kautta sivuja editoidaan. Toimeksiantajan kanssa tullaan käymään tarkemmin alustan käyttöä läpi, sekä he saavat kirjalliset ohjeet sivujen elementeistä ja ylläpitoa vaativista sisällöstä.

Luvussa kolme mainittu *Wish List*, joka tulee yhdistyksen sisäiseen käyttöön, johon kirjataan sivujen päivitettävät toiminnallisuudet sekä sisältöideoita tulevaisuutta varten. Verkkosivut tullaan kääntämään myös englanniksi. Englanninkielinen tekstisisältö on tehty valmiiksi, enää itse verkkosivujen kääntäminen on tehtävä. Kokonaisvaltaista käännöstyötä ei pystytty verkkosivuille tekemään opinnäytetyön aikataulun puitteissa. Sisältö tullaan lisäämään sivuille ennen vuoden 2022 syyslukukauden alkua. Kohtaan *Trade ry* -sivulle lisätään *Yhdistyksen säännöt* -sekä *Historia* -välilehdet, sillä ne ovat vielä piilotettuna sisällön puuttumisen vuoksi. Molempiin välilehtiin tullaan upottamaan PDF-tiedostot, jotta tekstisisältö olisi helpommin luettavissa. Jos tulevaisuudessa halutaan panostaa enemmän analytiikkaan ja hakukoneoptimointiin, Wix:iin on mahdollista liittää yhdistyksen Google Analytics tili. Yhdistys ei kokenut sitä tällä hetkellä tarpeelliseksi, sillä verkkosivujen analytiikat näkevät helposti verkkosivueditorin omasta seurannasta.

Jos yhdistys haluaa tulevaisuudessa perustaa verkkosivuille verkkokaupan, jossa olisi myynnissä esimerkiksi haalarimerkkejä, tämä onnistuu jo olemassa olevan tilauksen myötä. Wix:n kautta pystyy helposti perustamaan kaupan, joka sulautuu vaivattomasti sivuihin. Trade ry:n aikaisemmillä sivuilla oli käytössä blogi, mutta se poistettiin vähäisen sisällön päivittämisen vuoksi. Jos yhdistys haluaa kuitenkin aloittaa blogin uudestaan, se on myös mahdollista Wix:in kautta, samoin uutiskirjeiden lähettäminen.

Uuden verkkosivun julkistamisen jälkeen on hyvä seurata sivujen toimivuutta esimerkiksi muutaman kuukauden ajan. Tarkasteluajanjakson jälkeen nähdään, toimiiko sivuilla kaikki, miten pitäisi sekä tehdään mahdolliset korjaukset ja muutokset. Sivun ylläpitäminen on alkuopastuksen ja kirjallisten ohjeiden jälkeen helppoa, mutta mahdollisissa ongelmatilanteissa täytyy olla valmiina auttamaan toimeksiantajaa ja selvittää hankaluudet.



## 5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda uudet verkkosivut Opiskelijayhdistys Trade ry:lle. Kokonaisvaltainen uudistus tehtiin aikaisempien verkkosivujen päälle, sillä yhdistys oli tyytyväinen alustaan, Wix:iin. Uudistuksen tavoitteena oli tehdä sivuista modernit, käyttäjäystävälliset ja toimivat, sekä niiden ylläpito tulisi olla helppoa ja vaivatonta. Työ toteutettiin esittelemällä ensin toimeksiantaja ja lähtötilanteen verkkosivut. Lähtötilanneanalyysin aikana keskusteltiin toimeksiantajan kanssa sivujen muutostarpeista. Analyysin jälkeen havainnointiin funktionaalisen benchmarkingin avulla muiden Tradenomiopiskelijoiden alla toimivien paikallisyhdistysten verkkosivuja. Uusien verkkosivujen suunnitelma tehtiin näiden kahden pohjalta yhdessä toimeksiantajan kanssa, jotta sivuista tulisi yhdistyksen näköiset.

Opinnäytetyön kirjoittajan näkökulmasta verkkosivu-uudistus oli helppo toteuttaa, koska on ollut yhdistyksen hallituksessa vuosina 2019–2021. Tämän ansiosta sisältöä oli luonnollista tehdä, koska toimintaa on ollut mukana luomassa. Vuonna 2021 uudistettiin yhdistyksen brändi-ilmettä nuorekkaammaksi sekä ammattimaisemmaksi, tuoden vaaleaa sävyä tumman ympärille. Värejä ja brändi-ilmettä tuotiin sosiaalisenmedian lisäksi uudistettuihin verkkosivuihin.

Työn tulokseksi saatiin Opiskelijayhdistys Trade ry:lle uudet verkkosivut, jotka ovat tavoitteiden mukaan helppo ylläpitää. Sisältö vaatii vähän päivittämistä hallituksen ja tulevien tapahtumien osalta. Uudet sivut toimivat responsiivisesti sekä tietoturvallisesti kaikilla laitteilla. Visuaalinen ilme vastaa yhdistyksen brändiä, sekä kuvat ja tekstit on päivitetty nykypäivään. Sivujen toimivuus nähdään kunnolla ajan kanssa, kun sinne alkaa kerääntyä tietoa, miten vierailijat liikkuvat ja käyttävät aikaa.

Toimeksiantajan mukaan uudistetut sivut ovat yhdistyksen brändin mukaiset ja ne välittävät tarpeellisen tiedon helposti ja vaivattomasti. Pyydetty toiminnalliset ominaisuudet löytyvät sivuilta ja verkkosivujen käyttäjäystävällisyys parani huomattavasti, niin vierailijan kuin sivuja hallinnoivan osapuolen mukaan.

## LÄHTEET

9 askelta: näin teet onnistuneen verkkosivu-uudistuksen. Liana Technologies. Viitattu 26.5.2022. <https://www.lianatech.fi/tutustu/blogi/9-askelta-nain-teet-onnistuneen-verkkosivu-uudistuksen.html>

Autio, K. 2022. Visuaalinen viestintä – vahvasta brändisi tunnettuutta. Sisällöstä vastaa Kuulu. Viitattu 30.5.2022. <https://www.kuulu.fi/blogi/visuaalinen-viestinta-vahvistaa-brandin-tunnettuutta/>

Avainsanojen laatuasteet ja niiden vaikutus mainontaan. Markkinointitoimisto Sininen Härkä. Viitattu 29.5.2022. <https://sininenharka.fi/avainsanojen-laatuasteet-ja-niiden-vaikutus-mainontaan/>

Benchmarking. Kielitoimiston sanakirja. Viitattu 10.5.2022. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/benchmarking?searchMode=all>

Blomqvist, P. 2021. Miten verkkosivu-uudistus kannattaa nykypäivänä toteuttaa. Sisällöstä vastaa Vipu. Viitattu 26.5.2022. <https://www.vipunet.com/fi/blog/miten-verkkosivu-uudistus-kannattaa-toteuttaa>

Competitor benchmarking – vertailuanalyysi kyseenalaistaa omaa toimintaa ja opettaa toisilta. Meltwater. Viitattu 10.5.2022. <https://www.meltwater.com/fi/blog/competitor-benchmarking-eli-vertailuanalyysi>

Hakukoneoptimointi (SEO). Sisällöstä vastaa WP-kotisivut.com. Viitattu 29.5.2022. <https://www.wp-kotisivut.com/hakukoneoptimointi/>

Heinonen, J. 2019. Verkkosivujen uudistus – huomioi nämä, kun kilpailutat teknisen toteutuksen. Sisällöstä vastaa Näkemystehdas MBE. Viitattu 26.5.2022. <https://mbe.fi/blogi/verkkosivujen-teknisen-toteutuksen-kilpailutus/>

Koivisto, S. 2018. Verkkosivut – mitä sisältöä ja kenelle? Sisällöstä vastaa Viestintä Piritta. Viitattu 2.6.2022. <https://viestintapiritta.fi/blogi/verkkosivut-mita-sisaltoa-ja-kenelle/>

Kotisivueditorit, Wix. Nettivertailut.com. Viitattu 29.5.2022. <https://nettivertailut.com/kotisivueditorit/wix/>

Mikä on domain eli verkkotunnus ja miten se oikeastaan toimii? Folcan. Viitattu 26.5.2022. <https://folcan.fi/domain-eli-verkkotunnus/>

Näkemystehdas MBE. Verkkosivut. Viitattu 30.5.2022.  
<https://mbe.fi/palvelut/verkkosivut/>

Petrov, C. 2022. 51 Mobile vs. Desktop Usage Statistics for 2022. Sisällöstä vastaa Techjury. Viitattu 2.6.2022. <https://techjury.net/blog/mobile-vs-desktop-usage/>

Pricing. Miro. Viitattu 2.6.2022. <https://miro.com/pricing/>

Sivuston suorituskykyraportti. Google Search Console. Viitattu 3.6.2022.  
<https://support.google.com/webmasters/answer/9205520?hl=fi>

Suovesi, S. 2022. Mitä tarkoittaa responsiivisuus, ja miksi se on tärkeää? Sisällöstä vastaa Markkinointitoimisto Sininen Härkä. Viitattu 29.5.2022.  
<https://sininenharka.fi/mita-tarκοittaa-responsiivisuus-ja-miksi-se-on-tarkeaa/>

Sävel, L. 2022. 7 eri tapaa, miten yritys hyötyy kotisivuista. Sisällöstä vastaa Helpotkotisivut.fi. Viitattu 11.5.2022. <https://www.helpotkotisivut.fi/blogi/7-eri-tapaa-miten-yritys-hyotyy-kotisivuista/>

Tarkiainen, S. 2015. Responsiivisuus: Trendisana, mutta mitä se tarkoittaa ja mitä sillä tehdään? Sisällöstä vastaa Groteski. Viitattu 26.5.2022.  
<https://groteski.fi/responsiivisuus-trendisana-mutta-mita-se-tarκοittaa-ja-mita-silla-tehdaan/>

Toimintasuunnitelma 2021. Opiskelijayhdistys Trade ry. Viitattu 9.2.2022.

Toimintasuunnitelma 2022. Opiskelijayhdistys Trade ry. Viitattu 9.2.2022.

Top 5 trendiä verkkosivujen visuaaliselle suunnittelulle vuonna 2021. Markkinointitoimisto Sininen Härkä. Viitattu 30.5.2022. <https://sininenharka.fi/top-5-trendia-verkkosivujen-visuaaliselle-suunnittelulle-vuonna-2021/>

Verkkosivujen hakukoneoptimointi lisää näkyvyyttä! Design Inspis. Viitattu 26.5.2022. <https://designinspis.fi/verkkosivut/verkkosivujen-hakukoneoptimointi/>

Verkkosivu-uudistus ja hakukoneoptimointi – näin säilytät näkyvyytesi Googlessa. Pixels. Viitattu 26.5.2022. <https://pixels.fi/fi/blogi/verkkosivu-uudistus-ja-hakukoneoptimointi-nain-sailytat-nakyvyytesi-googlessa/>

Verkkosivu-uudistuksen muistilista 2022. Oddy Tech. Viitattu 26.5.2022.  
<https://www.oddytech.fi/vinkit/verkkosivu-uudistuksen-muistilista-2022/>

Verkkosivujen sisällön optimointi. Suomen Digimarkkinointi. Viitattu 26.5.2022.  
<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/verkkosivujen-sisallon-optimointi>

Virtanen, E. 2021. Neljä vinkkiä verkkosivujen visuaaliseen suunnitteluun. Sisällöstä vastaa Näkemystehdas MBE. Viitattu 30.5.2022.  
<https://mbe.fi/blogi/nelja-vinkkia-verkkosivujen-visuaaliseen-suunnitteluun/>

### **Benchmarkingin aineistolähteet**

Jyväskylän tradenomiopiskelijat ry:n verkkosivut <https://www.konkurssi.org>

Kuopion tradenomiopiskelijat ry:n verkkosivut <https://www.kuotra.fi>

Tampereen tradenomiopiskelijat ry:n verkkosivut <https://www.ttory.fi>

Tradenomiopiskelijat Metropolian Bisnes Intellektuaalit Trombi ry:n verkkosivut  
<https://trombiry.fi>

### **Verkkosivualusta**

Wix'in verkkosivut <https://www.wix.com>


### **Verkkosivujen nopeustesti**

Pingdom verkkosivujen nopeustesti <https://tools.pingdom.com>


### **Toimeksiantajan verkkosivut**

Opiskelijayhdistys Trade ry:n verkkosivut <https://www.tradery.fi>

# Uudistetun verkkosivuston etusivu


TRADE

[Trade ry](#)
[Jäsenille](#)
[Yrityksille](#)
[Yhteystiedot](#)




## OPISKELIJAYHDISTYS TRADE RY

Opiskelijayhdistys Trade ry on Turun ammattikorkeakoulun tradenomiopiskelijoiden oma yhdistys. Trade on täysin opiskelijoiden ylläpitämä yhdistys, jonka kullisessa työskentelee puheenjohtajan lisäksi kymmenhenkinen hallitus sekä lähes satahenkinen aktiiviverkosto.


Trade tarjoaa jäsenilleen edunvalvontaa hyvinvointiin ja koulutukseen liittyvissä asioissa, järjestää virkistystoimintaa sekä ylläpitää jäsenpalveluun erikoistunutta toimistoa. Tavoitteenamme on tehdä tradenomiksi opiskelusta mieluisampaa ja rennompaal

Teemme tiivistä yhteistyötä Turku AMK:n ja Opiskelijakunta TUO:n kanssa, sekä olemme Tradenomiopiskelijoiden paikallisyhdistys.



[Tutustu meihin lisää!](#)


### Tulevat tapahtumat



Tradenologia 2022  
to 29. syysk. | Turku

[Lue lisää](#)

### Traden toimintaa tukemassa





Opiskelijayhdistys Trade ry  
hallitus@tradery.fi

Lemminkäisenkatu 30  
20520 Turku  
Toimisto LEM\_A178

© Opiskelijayhdistys Trade ry 2022

