



## **Verkkosivut uudelle yritykselle Webflow-julkaisujärjestelmää hyödyntäen**

Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Tietojenkäsittelyn koulutus

kevät, 2024

Eveliina Puisto

Tietojenkäsittelyn koulutus

Tiivistelmä

Tekijä Eveliina Puisto

Vuosi 2024

Työn nimi Verkkosivut uudelle yritykselle Webflow-julkaisujärjestelmää hyödyntäen

Ohjaaja Tommi Saksa

---

## TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja rakentaa toimeksiantajalle verkkosivut huomioiden tämän tarpeet ja toiveet. Työn toimeksiantajana toimi juuri toimintansa aloittanut pk -yritys Euran Pieneläintuhkaus. Yritys tarjoaa pieneläintuhkauspalveluita Euran ja sen lähialueen kuntien lemmikkien omistajille sekä toimii yhdessä eläinlääkäriasemien kanssa. Opinnäytetyön tuloksena syntyi Webflow-julkaisujärjestelmällä toteutetut verkkosivut, jotka on suunniteltu ja toteutettu opinnäytetyön teoriaa hyödyntäen.

Työn teoreettisessa osuudessa tutkitaan eri toteutustapoja sivustolle sekä yleisesti hyvää verkkosivusuunnittelua painottuen sivuston käytettävyyteen ja visuaaliseen ilmeeseen. Lisäksi pohditaan, mitä hyötyjä ja etuja verkkosivut tuovat yrityksille.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön teoreettisessa osuudessa käsitellään verkkosivusuunnittelun vaiheita ja mitä tulee ottaa huomioon. Näitä ovat mm. verkkosivun rakenne ja hierarkia, rautalankamalli, responsiivisuus sekä hakukoneoptimointi. Rakenteen tutkimisen jälkeen käydään läpi myös visuaalista puolta, kuten värien ja fonttien käyttöä. Lisäksi esitellään tarkemmin Webflow-julkaisujärjestelmää ja sen ominaisuuksia.

Työn tuloksena syntyi visuaalisesti miellyttävä ja käyttäjäystävällinen verkkosivusto, jota on tarkoitus hyödyntää rakentamaan uuden yrityksen brändistä selkeä ja nykyaikainen.

Avainsanat Verkkosivut, sisällönhallintajärjestelmä, Webflow, HTML, CSS, responsiivisuus

Sivut 57 sivua ja liitteitä 1 sivu

Degree Programme in Business Information Technology	Abstract
Author Eveliina Puisto	Year 2024
Subject Website for a new company by using the Webflow	
Supervisor Tommi Saksa	

---

## ABSTRACT

The aim of the thesis was to design and build websites for the client, considering their needs and wishes. The client of the work was the SME company Euran Pieneläintuhkaus, which was just starting its operations. The company offers small animal cremation services to pet owners in the municipalities of Eura and the surrounding area and works together with veterinary clinics. As a result of the thesis, web pages were created using the Webflow publishing system, which were designed and implemented using the theory of the thesis.

In the theoretical part of the work, different methods of implementation for the website and good website design in general were studied, with an emphasis on the website's usability and visual appearance. In addition, it was considered what benefits and advantages websites bring to companies.

The theoretical part of this functional thesis discussed the stages of website design and what should be considered. These included e.g., website structure and hierarchy, wireframe model, responsiveness, and search engine optimization. After examining the structure, the visual side, such as the use of colors and fonts were also viewed. In addition, the Webflow publishing system and its features were introduced in more detail.

As a result of this study is a visually pleasing and user-friendly website, has been developed with the aim to build a clear and modern brand for the new company.

Keywords Website, CMS, Webflow, HTML, CSS, responsiveness

Pages 57 pages and appendices 1 page

## Sanasto

Rautalankamalli	Yksinkertainen hahmotelma siitä, miten sivusto toimii ja millaisia linkityksiä sen sisällä on.
Responsiivisuus	Responsiivisuus tarkoittaa sitä, että verkkosivu toimii ja on käytettävissä eri laitteilla. Sivuston tulee toimia eri kokoisilla ruuduilla: tietokoneella, puhelimella, tabletilla ja televisiossa. Lisäksi sisällön pitää mahtua nätisti ruudulle ja näyttää hyvältä.
Saavutettavuus	Tarkoittaa sitä, että verkkosivut ja niiden sisällöt ovat helposti saavutettavissa: kuka tahansa voi käyttää verkossa olevia palveluita ja ymmärtää, mitä ne sisältävät.
Hakukoneoptimointi	SEO (Search Engine Optimization) tarkoittaa yrityksen internetsivujen sisällön tuottamista tai muokkaamista siten, että sivut nousisivat hakukoneiden hakutuloksissa mahdollisimman korkealle.
Ulkoasu eli layout	Tarkoittaa suunnitelmaa, pohjapiirrosta tai sommittelua. Layout on siis malli tulevasta sivustosta, jonka asiakas hyväksyy ennen kuin sivustoa aletaan rakentamaan.
HTML	HyperText Markup Language, verkkosivujen määrittelykieli
CSS	Cascading Style Sheets, verkkosivujen tyylikieli

Brändi

Nimi, termi, merkki, symboli, muoto tai näiden yhdistelmä, jonka tarkoituksena on identifioida myyjän tai myyjien tuotteet ja palvelut, sekä erottaa ne kilpailijoista.

## Sisälllys

1	Johdanto .....	1
2	Verkkosivujen hyöty yritykselle .....	3
2.1	Epäonnistuneet verkkosivut .....	3
2.2	Onnistuneet verkkosivut .....	4
3	Verkkosivujen suunnittelu ja rakentaminen .....	5
3.1	Sivujen suunnitteluprosessi .....	5
3.1.1	Tavoitteen määrittäminen .....	5
3.1.2	Rakenne ja rautalankamalli .....	7
3.2	Sivujen visuaalinen ilme .....	9
3.2.1	Ulkoasun suunnittelu .....	9
3.2.2	Värit verkkosivuilla .....	10
3.2.3	Kuvien käyttö verkkosivuilla .....	12
3.2.4	Typografia verkkosivuilla .....	12
4	Verkkosivujen toteuttaminen .....	14
4.1	Verkkosivujen ohjelmointi .....	14
4.1.1	HTML .....	14
4.1.2	CSS .....	16
4.2	Verkkosivujen rakennustyökalut .....	16
4.3	Sisällönhallintajärjestelmät .....	17
5	Hakukoneoptimointi .....	18
6	GDPR ja verkkosivut .....	19
6.1	Evästeet .....	19
6.2	Tietosuojaseloste .....	19
7	Responsiivisuus verkkosivuilla .....	20
8	Saavutettavuus verkkosivuilla .....	21
9	Webflow-julkaisujärjestelmä .....	22
10	Webflow vs. Wordpress .....	24
11	Projektin tavoitteet ja suunnittelu .....	26
11.1	Toimeksiantajan esittely .....	26
11.2	Tavoitteen määrittäminen .....	26
11.3	Hostingpalvelu ja domain .....	27
11.4	Sivuston rakenne ja rautalankamalli .....	27
11.5	Sivuston ulkoasun suunnittelu .....	29

11.5.1	Logo .....	29
11.5.2	Värit ja typografia .....	29
11.5.3	Kuvat sivustolla .....	32
11.5.4	Mallikuva eli mockup .....	32
12	Projektin toteutus Webflow-julkaisujärjestelmällä .....	34
12.1	Verkkosivujen luominen .....	34
12.2	Navigointi .....	36
12.3	Header .....	37
12.4	Sisältöosa .....	39
12.5	Footer .....	41
12.6	Muut sivut .....	42
12.7	Responsiivisuus ja saavutettavuus .....	42
12.8	Hakukoneoptimointi .....	45
13	Tulokset .....	47
14	Johtopäätökset ja pohdinta .....	51
15	Yhteenveto .....	53
	Lähteet .....	54

## **Kuvat, ohjelmakoodit ja taulukot**

Kuva 1	Verkkosivuston erilaiset päätavoitteet. (Harris, 2021) .....	7
Kuva 2	Esimerkki sivukartasta (Parri, 2023) .....	7
Kuva 3	Rautalankamalleja verkkosivusta (Smartdraw, 2023) .....	8
Kuva 4	Rautalankamallin ja visuaalisen mallikuvan ero. (Springboard, 2021) .....	10
Kuva 5	60–30–10-sääntöä kuvaava väripaletti. (Virtanen, 2021) .....	11
Kuva 6	Väriympyrä. (Khazanova, 2022) .....	11
Kuva 7	F-malli ja Z-malli verkkosivuilla. (Virtanen, 2021) .....	13
Kuva 8	HTML-elementtien eri tyypit (Lellun paja, n.d.) .....	15
Kuva 9	HTML-elementin rakenne (Lellun paja, n.d.) .....	15
Kuva 10	Responsiiviset sivut skaalautuvat eri laitteille. (The Interaction Design Foundation, 2022) .....	20
Kuva 11	Webflow henkilökohtaisten tilisuunnitelmien kuukausihinnoittelu. (Webflow, 2023) .....	23

Kuva 12 Webflow-sivostosuunnitelmien kuukausihinnointelu (Webflow, 2023) .....	23
Kuva 13 Sivustolle suunniteltu sivukartta. ....	28
Kuva 14 Etusivun rautalankamalli. ....	28
Kuva 15 Yrityksen logo.....	29
Kuva 16 Kuva sivuston header-osioon. (Unsplash, 2018).....	30
Kuva 17 Väripaletti väritunnelmalla kirkas.....	31
Kuva 18 Kontrastin tarkistuksen tulokset.....	31
Kuva 19 Sivuston väripaletti.....	31
Kuva 20 Figmalla luotu mallikuva sivustosta.....	33
Kuva 21 Webflow Dashboard-näkymä.....	34
Kuva 22 Suunnittelupohja Webflow Designerissa.....	35
Kuva 23 Designerin vasemman reunan työkalupalkki ja oikean reunan tyylipaneeli. ....	36
Kuva 24 Navbar-elementti Designerin valikossa. ....	36
Kuva 25 Sivuston navigointipalkki.....	37
Kuva 26 Sivuston header-osio.....	37
Kuva 27 Vuorovaikutukset ja animaatiot-työkalu Designerin tyylipaneelissa. ....	38
Kuva 28 Iskulauseen animaation asetukset. ....	38
Kuva 29 Komponentit-välilehti Designerin työkalupalkissa. ....	39
Kuva 30 Team Circle-sapluuna Designerin työkalupalkissa. ....	39
Kuva 31 Palvelujen esittelykortit.....	40
Kuva 32 Palvelukorttien animaation asetukset.....	40
Kuva 33 Toimeksiantajan esittely etusivulla. ....	41
Kuva 34 Footer-sapluuna työkalupalkissa.....	41
Kuva 35 Footer -osio sivustolla. ....	42
Kuva 36 Eri näyttökoiden pysäytyskohdat Designerissa. ....	42
Kuva 37 Sivustontarkistustyökalu Designerissa .....	43
Kuva 38 Tekstin kontrastisuhteen tarkistustyökalu .....	44
Kuva 39 Esikatseluasetukset eri näkövammojen mukaan.....	44
Kuva 40 SEO-asetukset .....	45
Kuva 41 Kuvan asetukset ja alt-tunnisteen lisääminen. ....	45
Kuva 42 SEO-asetukset projektin asetuksissa .....	46
Kuva 43 Euran Pieneläintuhkauksen verkkosivujen etusivu.....	47

Kuva 44 Tuhkauspalvelut-sivu.....	48
Kuva 45 Uurnat-sivu.....	49
Kuva 46 Yhteystiedot-sivu.....	50

Ohjelmakoodi 1 Esimerkki CSS-määrittämisestä ensimmäisen tason otsikolle. (Lellun paja, n.d.) .....	16
--	----

## **Liitteet**

Liite 1	Aineistonhallintasuunnitelma
---------	------------------------------

## 1 Johdanto

Nykypäivänä yritysten verkkosivuilla on monenlaisia merkityksiä, ja ne vaikuttavat koko yrityksestä muodostettavaan kuvaan. Kotisivut tuovat yritykselle näkyvyyttä, sisältävät tarvittavat yhteystiedot yhteydenottoa varten, toimivat kustannustehokkaana markkinointivälineenä sekä myynnin edistäjänä, luovat luotettavan kuvan yrityksestä sekä mahdollistavat tuotteiden ja palveluiden yksityiskohtaisemman ja kattavamman esittelyn. (Viljanen, 2019)

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on verkkosivuston suunnittelu ja rakentaminen toimeksiantajalle huomioiden tämän tarpeet ja toiveet. Työn toimeksiantajana toimii juuri toimintansa aloittava pk-yritys Euran Pieneläintuhkaus. Yritys tarjoaa pieneläintuhkauspalveluita Euran ja sen lähialueen kuntien lemmikkien omistajille sekä toimii yhdessä eläinlääkäriasemien kanssa. Opinnäytetyön tuotoksena syntyy Webflow-julkaisujärjestelmällä toteutetut verkkosivut, jotka on suunniteltu ja toteutettu opinnäytetyön teoriaa hyödyntäen.

Työssä tutkitaan eri toteutustapoja sivustolle sekä yleisesti hyvää verkkosivusuunnittelua painottuen sivuston responsiivisuuteen ja visuaaliseen ilmeeseen. Opinnäytetyön teoreettisessa osuudessa käsitellään verkkosivusuunnittelun vaiheita, sekä asioita, joita tulee ottaa huomioon suunnittelussa. Näitä ovat mm. verkkosivun rakenne ja hierarkia, rautalankamalli, responsiivisuus sekä hakukoneoptimointi. Lisäksi esitellään tarkemmin Webflow-julkaisujärjestelmän ominaisuuksia ja vertaillaan sitä kilpailijoihin. Rakenteen tutkimisen jälkeen käydään läpi myös verkkosivusuunnittelun visuaalista puolta, kuten värien ja fonttien käyttöä. Opinnäytetyön käytännön osuudessa suunnitellaan verkkosivun rakenne, visuaalinen ilme ja sisältö sekä toteutetaan verkkosivusto Webflow-julkaisujärjestelmän avulla.

Yleensä verkkosivujen rakentamiseen kuuluu suunnittelu- sekä kehitysvaihe. Monissa tapauksissa näitä eri vaiheita on valittu toteuttamaan täysin erilliset henkilöt. Mutta jos ollaan tilanteessa, jossa suunnittelija haluaa toimia myös kehittäjänä, on hyvä ottaa työkaluksi Webflow-verkkosivualusta. Se on alusta, joka tarpeen vaatiessa taipuu

vaativampiinkin visuaalisiin ratkaisuihin, mutta ilman tarvetta osata kovinkaan paljon koodaamista. (Parri, 2023)

Työn tutkimuskysymykset ovat:

- Mitä hyötyä verkkosivuista on yritykselle?
- Millainen on toimiva pk -yrityksen verkkosivujen tuotantoprosessi?
- Miten Webflow-julkaisujärjestelmä eroaa kilpailevasta Wordpress sisällönhallintajärjestelmästä?
- Mitkä ovat Webflow-julkaisujärjestelmän edut verkkosivuntekijän näkökulmasta?

## 2 Verkkosivujen hyöty yritykselle

Digitaalinen ympäristö muuttuu koko ajan ympärillämme ja siksi yrityksen verkkosivujen olemassaolo nousee entistä tärkeämpään rooliin. Jos yrityksestä ei verkosta löydy muuta kuin esimerkiksi nimi, voi se herättää asiakkaissa epäuskoa ja saa aikaan kuvan mahdollisesta yrityksen toiminnan päättymisestä tai nimen muutoksesta. (Kurjenniemi, 2016)

Ensivaikutelmalla on aina merkitystä niin oikeassa elämässä kuin myös verkossa. Monesti verkkosivut ovat se, josta asiakas saa ensikokemuksensa yrityksestä. Taustalla on usein jokin syy, miksi asiakas on eksynyt yrityksen sivuille. Näitä voivat olla tarve löytää ratkaisu johonkin ongelmaan, halu etsiä lisätietoa tai tehdä vertailuja eri vaihtoehtojen välillä. Nykypäivänä yhä useampi tekee ostoja verkossa ja siihen kuuluu tuotteiden ja palveluiden vertailuja sekä sopivimman hinnan etsimistä. Yritysten onkin kiinnitettävä entistä enemmän huomiota siihen, palvelevatko heidän sivunsa niin uusia kuin vanhojakin asiakkaita. (Helpotkotisivut.fi, 2022)

Panostaminen sosiaalisen median kanaviin voi olla yritykselle kannattava ratkaisu, varsinkin jos sen kohderyhmä käyttää somea. Tarvitaan kuitenkin riittävää osaamista ja aikaa, jotta someprofiileilla saavutettaisiin oikeanlaista hyötyä. Monenlaiset säännöt ja rajoitukset tekevät somen käytöstä yleensä haastavampaa ja profiileista paljon persoonattomampia kuin varsinaiset verkkosivut. Ja kun halutaan saavuttaa mahdollisimman laaja kohderyhmä, pelkät somekanavat eivät tässä tilanteessa riitä. Yrityksen verkkosivuja käyttävät usein myös ne asiakkaat, jotka seuraavat yritystä myös somessa. (Sivustamo, 2021)

### 2.1 Epäonnistuneet verkkosivut

Monesti verkkosivuilla vierailevat kävijät poistuvat sivuilta ennen kuin ovat ehtineet välttämättä edes etusivun loppuun asti. Poistumiseen voi olla monia syitä, mutta yleisemmin syynä on, että sivuilta ei selviä tarpeeksi nopeasti mitä yritys tekee tai mitä tuotteita tai palveluita se tarjoaa. Syynä voi olla myös se, että mahdollinen asiakas kokee sivut liian sekavana, ne eivät houkuttele tarpeeksi tai herättävät epäluottamusta. (Vainio, 2022)

Luodaan sitten täysin uusia verkkosivuja tai uudistetaan vanhoja, on tärkeää muistaa, että sivujen on täytettävä oikeat tavoitteet. Muutoksia on tehtävä, jos verkkosivut vaikuttavat negatiivisesti yrityksen myyntiin, asiakkaiden yhteydenottoihin tai potentiaalisten kävijöiden määrään sivustolla. Lisäksi jos sivujen päivittäminen koetaan kovin vaikeaksi sekä työlääksi tai yritys on selvästi muuttamassa ilmettään ja imagoaan, on hyvä tehdä verkkosivujen uudistus. (Verkkovaraani, 2021)

## **2.2 Onnistuneet verkkosivut**

Verkkosivut voidaan määritellä onnistuneeksi silloin, kun ne ovat toimivat ja täydentävät niille asetetut tavoitteet. Yleisimpiä tavoitteita verkkosivuille ovat myynnin lisääminen ja parantaminen, yrityksen imagon ja brändin vahvistaminen sekä tiedon jakaminen. Hyvät verkkosivut muodostuvat oikeanlaisesta julkaisualustasta, ulkoasusta ja rakenteesta sekä sisällöstä. (Verkkovaraani, 2021)

Onnistuneille verkkosivuille asiakkaan on helppo löytää tiensä. Tähän vaikuttaa se, kuinka hakukoneystävälliset sivut ovat. Hakukoneoptimointiin onkin hyvä syy panostaa verkkosivuja suunniteltaessa ja toteutettaessa. Sivut ovat onnistuneet, kun potentiaaliset kävijät ja asiakkaat etsiessään vastausta kysymykseensä saavat hakutuloksien kärkipäässä ehdotukseksi juuri ne verkkosivut, jotka tarjoavat niitä. (Sanoma Markkinointi Routa, 2022)

Myös verkkosivujen latausnopeudella on merkitystä. Nykypäivänä liian hitaasti latautuvat sivut ovat automaattisesti sivustokävijöitä karkottava ominaisuus. Koska verkkosivut toimivat myös osaltaan yrityksen asiakaspalveluna, kannattaa niiden suunnittelussa ja toteutuksessa jättää turhan raskaat ja latausaikaa pidentävät osat pois. (Sanoma Markkinointi Routa, 2022)

### **3 Verkkosivujen suunnittelu ja rakentaminen**

Tässä luvussa käydään läpi, mitä eri vaiheita kuuluu verkkosivuston suunnitteluprosessiin sekä itse sivujen toteuttamiseen.

Pirouzin mukaan (2002, s. 2) verkkosivujen suunnittelu on muutakin kuin tekstien ja linkkien pyörittystä. Verkkosivujen suunnittelu on prosessi, jossa suunnitellaan, hahmotellaan sekä toteutetaan suunnitelman pohjalta sivusto, joka on toimiva ja tarjoaa hyvän käyttökokemuksen. Suunnitteluun kuuluu pohjimmiltaan niiden kaikkien ominaisuuksien työstäminen, joiden kanssa käyttäjät ovat vuorovaikutuksessa. Tämän pohjalta luodaan visuaalisesti miellyttävä sekä yksinkertainen ja tehokas sivusto, jossa käyttäjät löytävät nopeasti tarvitsemansa tiedot. (Simplilearn.com, 2022)

#### **3.1 Sivujen suunnitteluprosessi**

Jotta voidaan suunnitella menestyvä verkkosivusto, on tärkeää ymmärtää suunniteltua ympäristöä sekä tuntee yleisön tarpeet. Nämä ovat ratkaisevan tärkeitä onnistuneen suunnittelun kannalta. Mahdollisten tilanteiden etukäteen tunnistaminen mahdollistaa tietoisempien ja käytännönläheisempien valintojen tekemisen. Käyttäjän ympäristöä koskevien tietojen avulla voidaan välttää tekemästä mahdollisesti kalliita virheitä, jotka voivat heikentää sivuston käytettävyyttä. Suunnittelemalla etukäteen voidaan ohjata huomio suunnittelun tiettyihin näkökohtiin, jotka saattavat olla avoimempia toteutuksen omutuisuuksille kuin muut. (Dawson, 2011, s. 18)

##### **3.1.1 Tavoitteen määrittäminen**

Verkkosivuja ei voi suunnitella ja toteuttaa tyhjästä. Koska sivut toimivat yrityksen markkinoinnin työkaluna, niihin ei haluta kuluttaa aikaa tai rahaa turhaan, varsinkaan jos huomataan, että ne eivät tuota haluttua tulosta tai ne eivät ole riittävän kannattavat tai tehokkaat. Sivuilla on aina oltava jokin tavoite. Lisäksi tavoitteessa pysymistä on mitattava koko ajan jollain tavalla. Verkkosivuille on hyvä asettaa tavoitteita, määrittää ja seurata erilaisia mittareita sekä toteuttaa jatkuvaa kehitystyötä mittareista saatavien tulosten perusteella. (Kivineva, 2018)

Ajan ja rahan sijoittamisen lisäksi verkkosivuston tehtävä on, ainakin verkossa, luoda kuva yrityksestä, organisaatiosta tai brändistä. Sivuston tavoitteen selvittäminen on erittäin tärkeä ensimmäinen askel, kun halutaan määrittää selkeä strategia verkkosivustolle. Kun sivuston päätavoite on selvä, voidaan keskittyä tarkemmin myös kohderyhmiin ja siihen, miten halutaan kävijöiden ohjautuvan sivustolla. (Harris, 2021)

Verkkosivustot voidaan jakaa seitsemään eri tyyppiin perustuen niiden tavoitteeseen. Yleistä tietysti on, että yrityksen tai organisaation verkkosivustolla on yksi tai useampi näistä Kuvassa 1 ja luettelossa luetelluista tavoitteista. (Harris, 2021)

1. Myynti: Toisin sanoen verkkokauppasivusto. Sivusto on olemassa tuotteiden tai palveluiden myymistä varten verkossa.
2. Liidien luominen: Verkkosivusto, jonka ensisijaisena tarkoituksena on liidien luominen ja uusien asiakkaiden houkuttelu. Yleensä tuotteiden tai palveluiden mahdollinen myynti tapahtuu muualla kuin verkkosivustolla.
3. Tiedot: Uutissivusto. Verkkosivusto perustuu ensisijaisesti käyttäjien tiedottamiseen tai kouluttamiseen.
4. Viihde: On olemassa monia suosittuja verkkosivustoja, jotka viihdyttävät käyttäjiään. Videoiden suoratoistosivustot, sekä maksulliset että ilmaiset, kuuluvat tähän luokkaan.
5. Palvelu: Verkkosivustoja, joiden ensisijainen tarkoitus on tarjota palvelu, mutta ei välttämättä myydä. Näitä ovat esimerkiksi valtion verkkosivustot tai voittoa tavoittelemattomat organisaatiot.
6. Esittely: Portfoliosivusto. Joidenkin verkkosivustojen ensisijainen tarkoitus on yksinkertaisesti esittää, jakaa tai näyttää tietoja tai sisältöä verkossa.
7. Yhteys: Hakemistosivusto. Lopuksi on olemassa verkkosivustoluokka, jonka ensisijaisena tarkoituksena on helpottaa ihmisten välistä yhteyttä. Esimerkiksi verkkosivusto, joka tarjoaa hakemiston tiettyä palvelua tarjoavista ammattilaisista sekä yhteystiedot, jotta verkkosivuston käyttäjät voivat ottaa heihin yhteyttä.

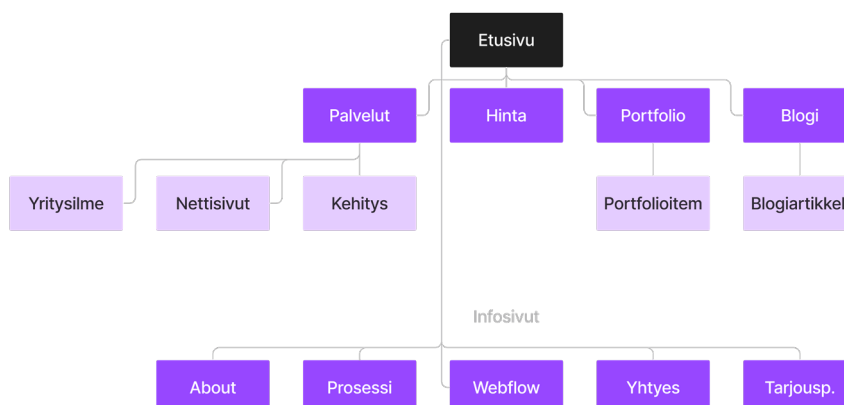
Kuva 1 Verkkosivuston erilaiset päätavoitteet. (Harris, 2021)



### 3.1.2 Rakenne ja rautalankamalli

Ennen varsinaista verkkosivuston suunnittelutyötä, on hyvä miettiä, minkälaista sivustoa ollaan tekemässä ja kuinka paljon tietoa se sisältää. Tällä on ratkaiseva vaikutus siihen, voidaanko sivusto luoda pelkästään yhdelle sivulle vai onko sivuja kenties kymmeniä, ellei satoja. Kun tarvittavat sivut ja niiden välinen hierarkia on listattu, syntyy sivukartta. Sivukartta voidaan esittää esimerkiksi visuaalisessa muodossa kuten Kuvassa 2. Sivukartan avulla voidaan myös miettiä, miten käyttäjät ovat vuorovaikutuksessa sivuston kanssa. (Parri, 2023)

Kuva 2 Esimerkki sivukartasta (Parri, 2023)

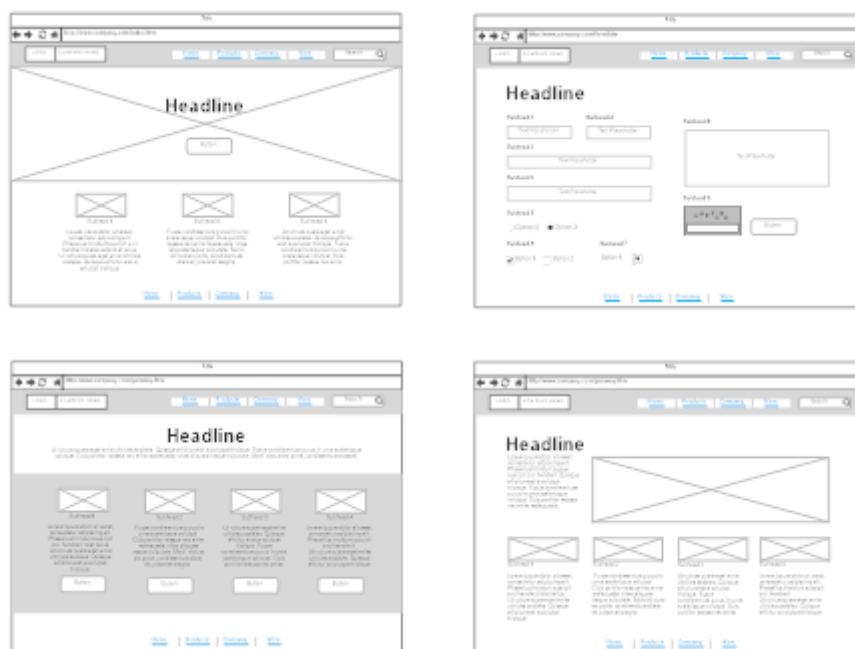


Verkkosivuston rakenteella on suuri merkitys käyttäjäkokemukseen, koska hyvin suunniteltu se auttaa kävijää esimerkiksi ostotapahtumassa tai yhteydenotossa. Jos halutaan saavuttaa optimaalinen rakenne verkkosivustolle, on hyvä käyttää mallina sopusuhtaista pyramidia. Tässä mallissa etusivu toimii huippuna ja muut pää- ja alisivut muodostavat lopun pyramidista. Kun verkkosivustolle halutaan toimiva rakenne, jossa käyttäjän on helppo navigoida, kannattaa pyrkiä mahdollisimman yksinkertaiseen ratkaisuun. Hyvänä ohjeena pidetään, että yksittäiset sivut olisivat maksimissaan kolmen klikkauksen päässä etusivusta. Käyttäjän käyttämän reitin on hyvä olla helppo ja lyhyt. (Digimarkkinointi, 2015)

Verkkosivuston rautalankamalli on sivun visuaalinen prototyyppi, joka keskittyy sisältöön, ulkoasuun ja käyttäytymiseen. Se ei yleensä sisällä tyyliä, värejä tai grafiikkaa. Se on kuin talon suunnitelma, josta näkyvät lvi- ja sähkösuunnitelma ilman sisustussuunnittelua. Verkkosivuston rautalankamalli voi myös sisältää sivun sisäiset suhteet. (Smartdraw, 2023)

Rautalankamalli rakennetaan käyttämällä perusruutuja, viivoja ja muita muotoja luomaan ääriiviivat verkkosivun toiminnallisista osista (Kuva 3) tuhlaamatta aikaa monimutkaisiin, kiillotetun suunnitelman luomiseen. (Smartdraw, 2023)

Kuva 3 Rautalankamalleja verkkosivusta (Smartdraw, 2023)



Vaikka saattaisi olla houkuttelevaa ohittaa verkkosivuston suunnittelussa rautalankamallin luominen ja tarjota asiakkaille sen sijaan suoraan visuaalisia malleja, on hyvä muistaa, että rautalankamalli tarjoaa kuitenkin muutamia keskeisiä etuja. Näitä etuja ovat muun muassa eri ideoiden ja vaihtoehtojen läpikäynti eri sidosryhmien välillä ennen resurssien käyttämistä lopullisen suunnitelmaan, sivuston tietoarkkitehtuurin muuttaminen visuaaliseksi määrittelemällä navigointielementtejä, mahdollisten ongelmien tai puutteiden huomaaminen ajoissa sekä mahdollisuus keskittyä käyttäjien vuorovaikutukseen, käytettävyyteen ja käyttökokemukseen. (Smartdraw, 2023)

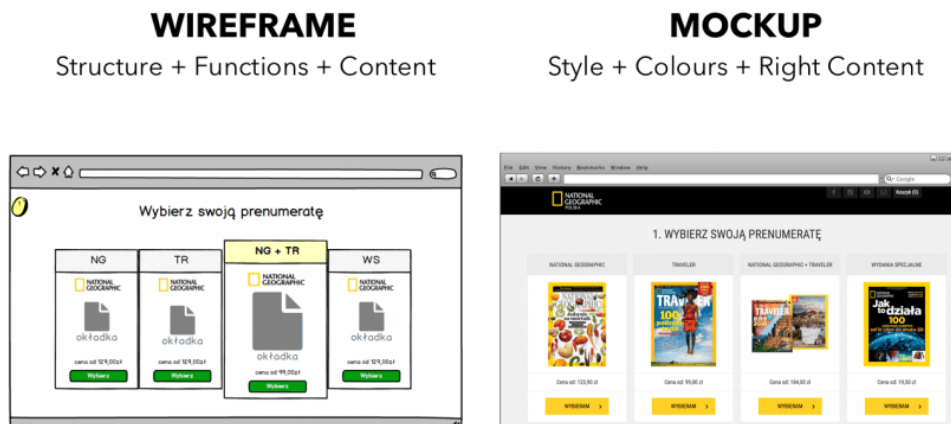
## **3.2 Sivujen visuaalinen ilme**

Ensimmäinen asia, jonka käyttäjä verkkosivustolla huomaa, on sen ulkoasu. Kun sivusto on selkeä ja visuaalisesti tyylikäs viihtyy käyttäjä siellä pidempään. Luomalla verkkosivuston ilmeestä mahdollisimman yhdenmukaisen yrityksen muun visuaalisen ilmeen kanssa, saadaan sivustosta jäämään haluttu mielikuva kävijälle. Jos sivusto on puolestaan liian sekava tai se ei tuo selvästi esiin yrityksen brändiä, käyttäjä saattaa poistua sivustolta hyvinkin nopeasti eikä muista sivustolla esiteltävästä yrityksestä juuri mitään. (Luomajoki, 2020)

### **3.2.1 Ulkoasun suunnittelu**

Ulkoasun suunnittelu keskittyy verkkosivuston visuaalisen puolen suunnitteluun, unohtamatta kuitenkin käyttäjäkokemusta tai käyttöliittymän suunnittelua. Kuvassa 4 on esitetty, kuinka sivuston graafinen ilme suunnitellaan rautalankamallin pohjalta. Sivuston staattinen mallikuva eli mockup on rakennusvaiheessa hahmoteltujen objektien sijoittelun pohjalta syntyvä malli, joka sisältää fontteja, logoja, typografiaa, navigointigrafiikkaa, värejä, kuvia ja tekstiä. Mallit eivät yleensä ole interaktiivisia, mikä tarkoittaa, että painikkeita tai linkkejä ei voi klikata. Tässä vaiheessa voidaan myös suorittaa käyttäjätestausta, jotta käyttäjältä saadaan palautetta siitä, mitkä visuaaliset elementit eivät ehkä toimi. Tämä voi auttaa säästämään aikaa ja resursseja, koska sen avulla suunnittelijat voivat käsitellä käytettävyysongelmia ennen prototyypin rakentamista. (Springboard, 2021)

Kuva 4 Rautalankamallin ja visuaalisen mallikuvan ero. (Springboard, 2021)

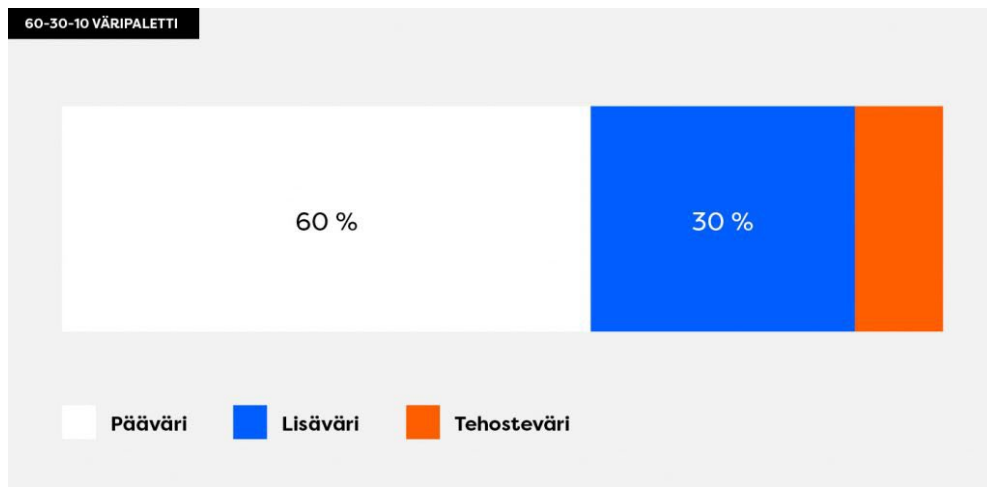


### 3.2.2 Värit verkkosivuilla

Väreillä on monia eri vaikutuksia ja merkityksiä verkkosivuston suunnittelussa. Värien avulla sivustosta voidaan tehdä kiinnostusta herättävä, miellyttävä, uskottava tai helposti sisäistettävä. Väreillä vaikutetaan saavutettavuuteen ja käytettävyyteen. Kun valitaan oikeanlaiset värit, voidaan korostaa jotain tiettyä kohtaa sivustolla, helpottaa navigointia tai esimerkiksi tekstien lukemista. (Mediatech, 2020)

Väreillä voidaan myös pilata muuten onnistuneesti suunnitellut verkkosivut. Jos värejä valitaan liikaa, voi lopputulos olla sekava, vaikeuttaa hahmottamista tai käyttäjä saattaa kokea sivuston hämmentävänä. Värejä suositellaankin käytettävän harkitusti ja niiden olisi hyvä tukea yrityksen brändiä. Verkkosivujen värien suunnittelussa on hyvä käyttää esimerkiksi 60–30–10-sääntöä. Tässä säännössä, jota on havainnollistettu Kuvassa 5, 60 % väripinnasta varataan neutraalille värille, 30 % lisävärille ja 10 % tehostevärille. (Virtanen, 2021)

Kuva 5 60–30–10-sääntöä kuvaava väripaletti. (Virtanen, 2021)



Värivalinnat ovat erittäin tärkeitä tyydyttävän käyttökokemuksen kannalta. Tehokas värimaailma voi vaikuttaa merkittävästi asiakkaisiin ja edistää verkkosivuston menestystä. Suunnittelussa kannattaa hyödyntää väriteoriaa ja väriympyrää (Kuva 6) harmonisien palettien tai oikeanlaisien väriyhdistelmien löytämiseen. Väripsykologia on tehokas tekniikka, joka voi välittää erilaisia viestejä käyttäjille. Verkkosivustoa suunnitellessa on aina hyvä tutkia kohdeyleisöä ja testata tämän värimieltyymiä. On myös hyvä selvittää, onko valittu värimaailma optimaalinen kaikille laitteille. (Khazanova, 2022)

Kuva 6 Väriympyrä. (Khazanova, 2022)



### 3.2.3 Kuvien käyttö verkkosivuilla

Tekninen kehitys ja verkkosivustojen latausnopeuden parantuminen on saanut aikaan sen, että verkkosivut ovat entistä visuaalisempia. Ennen verkkosivut sisälsivät suurimmalta osin pelkkää tekstiä ja kuvat olivat huonoja resoluutioltaan sekä pienikokoisia. Kuvien vähyys saanut nykyäänä aikaan kuvan vanhanaikaisesta sivustosta. Valokuvilla ja videoilla on nykyään yhtä suuri merkitys kuin tekstillä, ja ne ovat tärkeä osa yritysten markkinointia ja brändiä. (Virtanen, 2021)

Kuvien tulisi toimia osana visuaalista ilmettä ja toimia tekstin tukena. Kuvalla on helpompi herättää käyttäjän kiinnostus tai tuoda esiin jokin asia, joka voisi tekstiä käyttämällä olla liian vaikeasti selitettävissä. Kuvat tuovat verkkosivuston sisällölle lisäarvoa. Laadukas valokuvien käyttö verkkosivustolla mahdollistaa paremman käyttäjäkokemuksen, viestii selkeämmin yrityksen ydintä sekä luo uskottavuutta. Huonot valokuvat toimivat käänteisesti ja voivat jopa saada käyttäjät poistumaan sivuiltasi nopeammin. (Virtanen, 2021; Salokangas, n.d.)

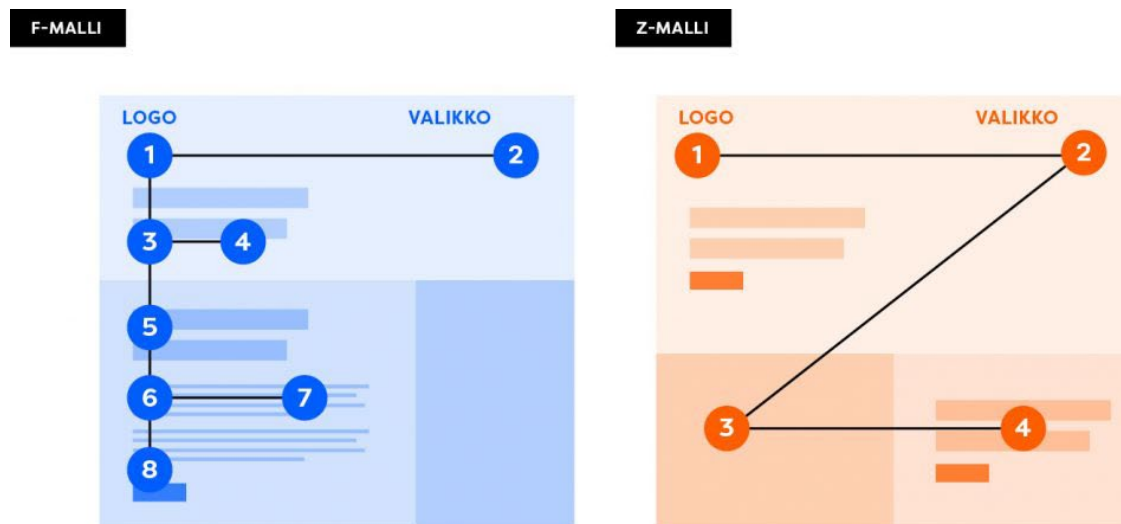
Kun valitaan kuvia verkkosivustolle, on ne hyvä optimoida sopiviksi. Verkkosivuille tuleviin kuviin tulee valita sopiva kuvaformaatti, tarkkuus sekä väri- ja pakkausasetukset. Oikein optimoidut kuvat näyttävät hyvältä ja latautuvat nopeasti. Verkkosivustoilla käytettävät yleisimmät kuvaformaatit ovat PNG, JPEG, GIF sekä WebP, joista JPEG ja PNG ovat käytetyimmät muodot. (XetNET, 2019)

### 3.2.4 Typografia verkkosivuilla

Kirjainten ja tekstin asettelua ja muotoilua kutsutaan typografiaksi. Verkkosivustolla onnistunut typografia on osa sivuston visuaalista ilmettä. Tekstin tulee olla selkeää, johdonmukaista ja helposti luettavaa, koska se auttaa käyttäjää sivuston silmäilyssä, navigoinnissa sekä houkuttelee lukemaan sisältöä. Jos sivustolla on paljon tekstiä, on sitä hyvä rikkoa välillä esimerkiksi kappalejaolla, väliotsikoilla tai kuvituksella, jotta lukijan kiinnostus aiheeseen säilyy. Verkkosivuille on hyvä valita yksi selkeä kirjasinperhe, joka on toimiva kaikilla laitteilla sekä huolehtia riittävästä tilasta niin tekstin sisällä riittäväällä rivivälillä ja kappalejaolla, kuin tekstin ulkopuolellakin. (Virtanen, 2021)

Lukusuunnalla on vaikutusta siihen, miten käyttäjä silmäilee verkkosivustoa. Länsimaisen tavan mukaan tekstiä luetaan vasemmalta oikealle sekä ylhäältä alaspäin. Tämän vuoksi verkkosivuston suunnittelussa on hyvä ottaa huomioon käyttäjän tapaa havainnoida ja lukea sivustoa. Kaksi selkeintä mallia, joiden mukaan sivuston rakennetta suunnitellaan lukusuunnan kannalta, ovat F- ja Z-malli. (Kuva 7) F-mallissa sivuston sisältö on aseteltu selkeään laatikkomaiseen malliin, jossa pääpaino on ylhäällä ja vasemmalla ja jossa käyttäjä etenee tasaisesti alaspäin vasemmalta oikealle. Tällainen malli soveltuu hyvin sivustolle, joka sisältää paljon tekstiä, kuten blogit. Z-mallissa puolestaan käyttäjä silmäilee sivua ensin ylhäältä vasemmalta oikealle, jonka jälkeen siirtyy taas alas vasemmalle ja siitä jälleen oikealle. Tämä malli sopii sivustolle, joka ei sisällä välttämättä paljon tekstiä tai paljon erilaisia elementtejä, vaan on selkeä ja ilmava. (Virtanen, 2021)

Kuva 7 F-malli ja Z-malli verkkosivuilla. (Virtanen, 2021)



## 4 Verkkosivujen toteuttaminen

Tässä luvussa tarkastellaan kolmea eri tapaa rakentaa verkkosivusto. Verkkosivuston voi luoda kokonaan alusta asti itse ohjelmoimalla käyttämällä apuna HTML-ohjelmointikieltä ja CSS-määrittäjiä, verkkosivujen rakennustyökalulla tai sisällönhallintajärjestelmillä. On tärkeää tietää, kuinka paljon aikaa ja rahaa on käytettävissä verkkosivustoprojektiin. Tällä on paljon vaikutusta siihen, mikä vaihtoehto on paras missäkin tilanteessa. (Dreamhost, 2020)

### 4.1 Verkkosivujen ohjelmointi

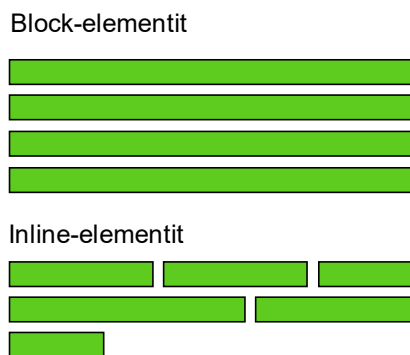
Web-ohjelmointi on verkkosivujen luontiprosessi. Tämän prosessin aikana ohjelmoija vastaa sivuston muotoilusta vaatimusten ja tarpeiden mukaan. Sivuston tarkoituksena ei ole vain täyttää tavoitteita tai tarpeita, vaan tarjota myös hyvä kokemus sen käyttäjille. Sivuston luomiseen ohjelmoijat käyttävät erilaisia ohjelmointikieliä. Ohjelmointikieli on tietokonekieli, jota ohjelmoijat käyttävät ohjelmistojen luomiseen. Ohjelmointikielillä osoitetaan ohjelmille noudatettava rakenne ja saadaan prosessista näin ollen mahdollisimman turvallinen. Nykyään on olemassa monia ohjelmointikieliä ja yleisimmät niistä ovat XML, HTML, JavaScript, Perl 5 ja PHP. Ohjelmointikielen avulla voidaan määrittää verkkosivuston rakenne sekä elementit, kuten mediatiedostot ja fontit. (Rouse, 2020)

#### 4.1.1 HTML

HTML on hypertekstin kuvauskieli ja se tulee sanoista Hypertext Markup Language. Alun perin kieli on tarkoitettu muokkaamaan teksti näkymään halutunlaisena lukijalle. HTML on kieli, jolla luodaan html-tiedostoja. Verkkosivut koostuvat tällaisista useista eri tiedostoista. HTML-sivuja ja näin ollen myös verkkosivuja luetaan selaimilla. Selaimen taustalla toimii selainmoottori, joka suorittaa HTML-tiedostoon kirjoitetut toimenpiteet ja esittää sen verkkosivuna. Hyperteksti tarkoittaa, että tiedostossa on linkkejä, joiden kautta pääsee toisiin tiedostoihin. Tällä ominaisuudella voidaan erottaa tavallinen tekstitiedosto ja hypertextitiedosto toisistaan. Nykyisin tiedostoissa on tosin muitakin elementtejä, kuten kuvia, ääntä ja videoita. (HTML-kieli, n.d.)

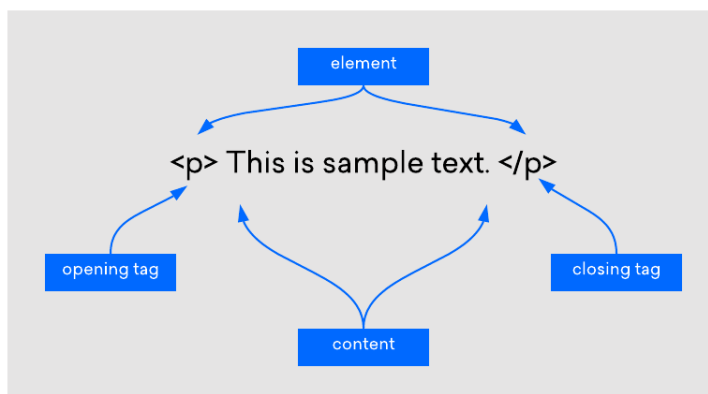
HTML-kielen perustana toimivat elementit. Verkkosivuston rakenne määritellään elementeillä, jotka voivat olla sekä sisäkkäin, että peräkkäin. HTML-kielessä käytetään hierarkkista rakennetta eli elementin sisällä voi olla toinen elementti. HTML-elementtejä on olemassa block- ja inline-elementtejä. Block-elementti alkaa aina uudelta riviltä ja se oletetusti käyttää aina koko leveyden rivistä. Inline-elementti vie vain itselleen vaaditun tilan ja niitä voi olla useampia rivillä. Elementtien toimintaa on havainnollistettu Kuvassa 8. (Lellun paja, n.d.)

Kuva 8 HTML-elementtien eri tyypit (Lellun paja, n.d.)



HTML-kieli noudattaa omaa kielioppisäännöstöä ja jos sitä ei noudateta, voi sivuston sisältö näkyä väärin käyttäjälle. HTML-elementin sisältö kirjoitetaan sen aloitus- ja lopetustagin väliin. Elementin rakennetta on havainnollistettu Kuvassa 9. Jos elementtiin ei tule mitään varsinaista sisältöä, voidaan sen aloitus- ja lopetustagi yhdistää. (Lellun paja, n.d.)

Kuva 9 HTML-elementin rakenne (Lellun paja, n.d.)



### 4.1.2 CSS

CSS on kieli, jolla määritellään verkkosivuston ulkoasua ja se tulee sanoista Cascading Style Sheets. CSS-määrittelyt sisältävät ohjeita, joiden avulla selain esittää eri elementtien ulkoasun. CSS-määrittelyt kirjoitetaan yleensä omaan erilliseen tiedostoon, joka sitten liitetään html-tiedostoon. Varsinaiset määrittelyt tulevat aaltosulkujen väliin ja jokainen määrittely tulee lopettaa puolipisteeseen. CSS-määrittelyn esimerkki, jossa h1 -tasoinen otsikko määritetään halutuksi, on esitetty Ohjelmakoodi 1:ssä. Määrittelyssä määritellään ensimmäisen tason otsikolle punainen väri, kooksi 30px sekä otsikoille, jotka kuuluvat alleviivausluokkaan, tyyliksi alleviivaus. (Lellun paja, n.d.)

Ohjelmakoodi 1 Esimerkki CSS-määrittelystä. (Lellun paja, n.d.)

```
h1 {
  color:red;
  font-size: 30px;
}
h1.alleviivaus {
  text-decoration: underline;
}
```

## 4.2 Verkkosivujen rakennustyökalut

Verkkosivujen rakennustyökalun avulla pystyy rakentamaan verkkosivuston erittäin nopeasti. Näissä ratkaisuissa on yleensä vedä ja pudota -toiminto, ne sisältävät mallipohjia suunnittelua varten eivätkä vaadi mitään koodaustaitoa. Rakennustyökalut säästävät aikaa ja rahaa, jolloin uusi sivusto saadaan käyntiin nopeasti. Lisäksi oikean työkalun avulla sivustosta voidaan muokata, eri elementtejä hyödyntämällä, juuri yrityksen brändin mukainen. Verkkosivujen rakennustyökalut ovat usein kuitenkin myös hyvin rajoitettuja ja sivuston ulkoasun tai eri toimintojen hallinta onnistuu vain osittain tai ei ollenkaan. (DreamHost, 2020)

Verkkosivujen rakennustyökalulla, joka tulee englanninkielisestä termistä website builder, pystyy hallitsemaan kaikkia verkkosivuston asetuksia, sisältöä ja ulkoasua yhdestä hallintapaneelistä. Työkalun avulla voidaan ennen julkaisua esikatsella sisältöä kaikilla laitteilla, pöytäkoneista mobiililaitteisiin. Verkkosivujen rakennustyökaluja voi olla sekä online- että offline-muodoissa. Työkalut eivät vaadi ohjelmistolatauksia, vaan ne

yksinkertaisesti toimivat Internet-selaimen kautta. Näin pystytään työskentelemään verkkosivustolla milloin tahansa ja missä tahansa. Monet verkkosivujen rakennustyökalut tarjoavat myös verkkotunnuksen rekisteröimisen, isännöintipalvelut sekä hakukoneoptimoinnin. (Hernandez, 2022)

Suosituimpia ja yleisimmin käytettäviä verkkosivujen rakennustyökaluja ovat Squarespace, Wix ja erityisesti verkkokauppojen luomiseen tarkoitettu Shopify. Squarespace on monipuolinen verkkosivustojen rakennustyökalu. Se on intuitiivinen, harkiten suunniteltu ja siinä on paljon valmiita ulkoasumalleja. Squarespace on erinomainen valinta kaikenlaisille verkkosivustoille, kuten pienille yrityksille, bloggaajille sekä portfolioille. Wix on markkinaosuudeltaan suosituin rakennustyökalu. Sen jäsentymätön editori on sen tärkein ominaisuus. Sen avulla voi siirtää minkä tahansa elementin mihin tahansa kohtaan sivulla. Tämä antaa runsaasti vapautta. Shopify on paras verkkosivujen rakennustyökalu nimenomaan verkkokaupoille. Se tekee verkkokaupan luomisesta helppoa ja sillä on hyvä rakentaa verkkokauppoja, jotka toimittavat fyysisiä tuotteita. (Benjamins, 2023)

### **4.3 Sisällönhallintajärjestelmät**

Sisällönhallintajärjestelmät (CMS) sekoitetaan usein verkkosivujen rakennustyökaluihin. Sisällönhallintajärjestelmä on kuitenkin täydellinen alusta digitaalisen sisällön luomiseen ja julkaisemiseen. Ne ovat paljon monimutkaisempia ja joustavampia kuin verkkosivujen rakennustyökalut, ja niitä voidaan käyttää muuhunkin kuin verkkosivustojen luomiseen. Verkkosivuston alustana toimivan sisällönhallintajärjestelmän tulee olla ketterä, nopeasti kehitettävä ja helppokäyttöinen, jotta erilaisten sisältöjen, ulkoasujen ja erilaisten sivujen luominen on nopeaa ja vaivatonta. Lisäksi alustan on oltava luotettava. (DreamHost, 2020)

Sisällönhallintajärjestelmä tai julkaisujärjestelmä terminä voi tarkoittaa järjestelmiä, jotka voivat liittyä esimerkiksi verkkopalveluiden hallintaan, yrityksen intraan tai dokumenttien hallintaan. Sillä ei siis ole olemassa yhtä selkeää määritelmää, vaan sillä saatetaan viitata eri tietojärjestelmiin. CMS-työkalut ovat pääasiassa online-työkaluja. Useimmiten CMS viittaa verkkopalveluiden sisällönhallinta- ja julkaisujärjestelmiin eli CMS-työkalujen avulla voidaan hallita, ylläpitää ja päivittää verkkosivuja. Yksi tunnetuimpia avoimen lähdekoodin sisällönhallintajärjestelmiä on WordPress. (Folcan, 2021)

## 5 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi on yksinkertaisimmillaan verkkojulkaisun sisällön tuottamista, linkkien hankkimista sekä rakenteen suunnittelemista käyttäjä- ja hakukoneystävälliseksi.

Hakukoneoptimoinnin tärkein tavoite, on saada hakukone ymmärtämään mistä verkkosivun sisällössä on kysymys. Kun luodaan käyttäjäystävällisellä ja toimivalla verkkosivustolla käyttäjän hakuun liittyvää laadukasta ja merkityksellistä sisältöä, autetaan samalla hakukoneita ja näin ollen lisätään sivuston laadukasta liikennettä sekä parannetaan tuloksia. (Aaltonen, 2023)

Verkkosivuston sisäinen optimointi toimii pohjana koko hakukoneoptimoinnille ja paras tulos saavutetaankin varmistamalla, että sivusto on parhaassa mahdollisessa kunnossa ennen siirtymistä ulkoiseen optimointiin. Sisäisessä optimoinnissa keskitytään verkkosivuston käytettävyyteen, sisältöön sekä tietokoneiden lukemaan koodikieleen ja sen tärkeimpänä tehtävänä on auttaa hakukoneita ja käyttäjiä valitsemaan onko sisältö tarpeeksi merkityksellistä tai lukemisen arvoista tai onko se tarpeeksi laadukasta korkeille hakusijoille. (Aaltonen, 2023)

Ulkoiset toimenpiteet, kuten linkkien rakentaminen, sisällön mainostaminen, brändin rakentaminen, sisältömarkkinointi sekä sosiaalinen media, toimivat ulkoisena hakukoneoptimointina ja nostavat verkkosivuston sijaintia hakutuloksissa. Ulkoisella hakukoneoptimoinnilla on suurin vaikutus sivuston näkyvyyteen, mutta se ei toimi täydellisesti, jos sisäistä optimointia ei ole tehty kunnolla tai ei ollenkaan. (Aaltonen, 2023)

Hakukoneoptimoinnin toimivuutta voidaan mitata erilaisilla kävijänsurantaohjelmilla. Nämä ohjelmat tutkivat kävijämäärää, miten kävijät käyttäytyvät sivustolla, syntyneiden yhteydenottojen, verkkokauppaostojen tai esimerkiksi ladattujen tiedostojen määriä sekä miten sivuston näkyvyys paranee hakusivuilla tai miten sivusto löytyy halutuilla hakusanoilla. (Ida Fram, n.d.)

## 6 GDPR ja verkkosivut

GDPR eli EU:n yleinen tietosuoja-asetus määrää henkilötietojen käsittelystä. Se vaikuttaa verkkosivustojen rakentamiseen ja suunnitteluun vain siinä vaiheessa, jos sivustolla käsitellään jollain tavalla henkilötietoja. Jos sivuston kautta ei kulje minkäänlaisia henkilötietoja asetuksen noudattamisesta ei tarvitse välittää. Henkilötietoja ovat tiedot, jotka liittyvät tunnistettuun tai tunnistettavissa olevaan henkilöön. Verkkosivustolla tällaisia tietoja voivat olla esimerkiksi yhteydenottolomakkeeseen täytettävät tiedot tai kävijäseurannassa hyödynnettävä kävijän IP-osoite. (Tietosuojavaltuutetun toimisto, n.d.)

### 6.1 Evästeet

Evästeet ovat pieniä tekstitiedostoja, jotka latautuvat päätelaitteelle selattaessa verkkosivustoja. Evästeet mahdollistavat monia modernien verkkosivustojen tyypillisiä toiminnallisuksia ja ne takaavat turvallisen, tehokkaan ja käyttäjäystävällisen käytön sähköisille palveluille. GDPR ei määrää evästeistä, muuta kuin siinä vaiheessa, jos ne sisältävät henkilötietoja. EU:n ensisijainen ohjenuora siihen, mitkä evästeet tulee hyväksyttäväksi ja mitkä ei, on sähköisen tietoturvan direktiivi. (Traficom, 2023)

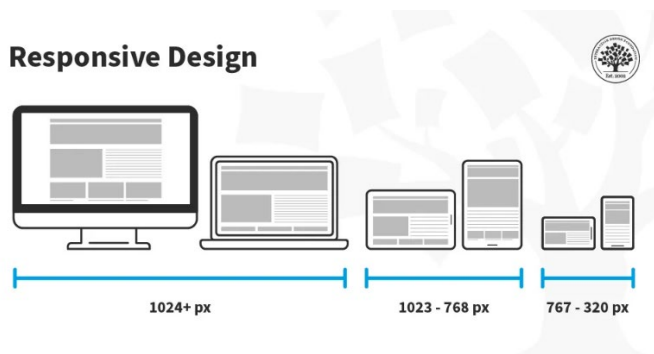
### 6.2 Tietosuojaseloste

Ennen henkilötietoja Suomessa säännösteli henkilötietolaki ja tämän pohjalta laadittiin rekisteriselosteita. Nykyään laaditaan laajennettu ja ajantasainen versio EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen laatimisvelvollisuuden mukaisesti ja tätä versiota kutsutaan tietosuojaselosteeksi. Tietosuojaselosteen tarkoituksena on kertoa, miten kerättyjä henkilötietoja käytetään ja suojataan. (Docue, n.d.)

## 7 Responsiivisuus verkkosivuilla

Responsiivinen verkkosivusto tarkoittaa sivustoa, joka mukautuu sen mukaan, millä laitteella sitä käytetään. (Kuva 10) Verkkosivujen responsiivisuus on nykypäivää ja se ansiosta sivuston käyttö, hakukoneoptimointi sekä päivittäminen helpottuvat. Käyttävätpä potentiaaliset asiakkaat sivustoa sitten mobiili- tai päätelaitteella, takaa responsiivisuus parhaan mahdollisen käyttökokemuksen. Toimivat ja helposti käytettävät sivut houkuttelevat käyttäjiä palaamaan takaisin. Jos verkkosivut eivät toimi responsiivisesti, voivat ne karkottaa mahdollisesti potentiaaliset asiakkaat muille toimivammille sivustoille. Verkkosivujen päivittäminen vaatii aikaa ja vaivaa, varsinkin silloin, jos joudutaan päivittämään useampaa versiota sivustosta. Kun luodaan responsiiviset sivut, tarvitaan ainoastaan yksi versio sivustosta, jota ylläpitää. (Santalahti, 2020)

Kuva 10 Responsiiviset sivut skaalautuvat eri laitteille. (The Interaction Design Foundation, 2022)



Useammissa laitteissa on erilaisia näytön resoluutioita, määritelmiä ja suuntauksia. Uusia laitteita uusilla näytöillä kehitetään joka päivä, ja jokainen näistä laitteista saattaa pystyä käsittelemään koon, toiminnallisuuden ja jopa värin vaihteluita. Jotkut ovat vaakasuuntaisia, toiset pystysuuntaisia, toiset jopa täysin neliömäisiä. Sen lisäksi, että suunnitellaan sekä vaaka- että pystysuunnassa, meidän on otettava huomioon satoja eri näyttökokoja.

Responsiivinen verkkosivujen suunnittelu on pelkkä konsepti, joka oikein toteutettuna voi parantaa käyttökokemusta, mutta ei täysin ratkaise sitä jokaiselle käyttäjälle, laitteelle ja alustalle. Koska tekniikka tulee kehittymään tulevina vuosina koko ajan, on käyttäjäkokemuksen parantaminen erityisen tärkeää, kun työskennellään jatkuvasti uusiutuvien laitteiden, resoluutioiden ja teknologioiden parissa. (Friedman, 2018)

## 8 Saavutettavuus verkkosivuilla

Verkkosivuista hyvät tekee se, että ne ovat kaikenlaisille käyttäjille hyvät. Saavutettavuus tarkoittaa, että sivusto on käytettävä henkilöille, vaikka heillä olisi joitain rajoitteita. Esimerkkinä voidaan pitää sitä, miten verkkosivujen typografia on suunniteltu. Tekstien tulee erottua selkeästi ja ne pitää pystyä lukemaan myös ruudun lukijalla. Lisäksi visuaaliset elementit, kuten kuvat, on hyvä olla selitettynä myös tekstin avulla. Laki velvoittaa joitain tahoja täyttämään tietyt saavutettavuusstandardit. Näitä ovat esimerkiksi julkiset organisaatiot ja koulut. (Parri, 2023)

Laki, joka velvoittaa julkisen sektorin sekä osaa yksityisen sekä kolmannen sektorin toimijoista noudattamaan saavutettavuusvaatimuksia tarjoamissaan digipalveluissa, kutsutaan digipalvelulaki. Tämän lain kolme keskeisintä vaatimusta ovat saavutettavuusvaatimusten täyttyminen WCAG eli Web Content Accessibility Guidelines ohjeistuksen kriteerien mukaisesti, saavutettavuusseloste, jossa tuodaan esille saavutettavuuden tila ja puutteet sekä mahdollisuus saavutettavuuspalautteen jättämiseen. Suomessa tämän lain toteutumista valvova viranomainen on Etelä-Suomen aluehallintoviraston saavutettavuudenvalvonnan yksikkö. Vaikka lain saavutettavuusvaatimuksia noudattaisikin, se ei silti takaa, että digipalvelu olisi kaikille käyttäjille helposti käytettävissä tai saavutettavissa. (Aluehallintovirasto, n.d.)

Verkkosivuja käytetään monenlaisilla erilaisilla laitteilla sekä niillä on monia erilaisia käyttäjiä. Laitteena verkkosivuston käytössä voi olla esimerkiksi tietokone, tabletti tai älypuhelin ja lisäksi näissä laitteissa käytetään mahdollisesti eri käyttöjärjestelmiä tai selaimia, jotka puolestaan voivat toimia eri laitteissa eri tavoin. Lisäksi jotkut erityistarpeita omaavat käyttäjät tarvitsevat erilaisia teknisiä apuvälineitä tai avustavia tekniikoita tietokoneen käyttämisen tukena. Nämä erilaiset laitteet sekä käyttäjät luovat saavutettavuudelle oman haasteensa ja verkkosivuja suunniteltaessa onkin pyrittävä lopputulokseen, joka olisi mahdollisimman järkevällä tavalla ja tasolla saavutettava. (Selovuo, 2019, ss. 9–10)

## 9 Webflow-julkaisujärjestelmä

Webflow on verkkosivustojen rakennustyökalu ja isännöintialusta. Verkkotyökallulla voidaan suunnitella visuaalisesti, mukauttaa koodia, isännöidä sivustoja ja toimia perinteisenä sisällönhallintajärjestelmänä. Webflow-julkaisujärjestelmä soveltuu erilaisiin verkkosivustotyypeihin, kuten aloitussivuksi, verkkokauppasivustoksi, blogiksi tai B2B-sivustoksi. Webflow-julkaisujärjestelmän käyttö ei vaadi ohjelmointitaitoa, mutta toisin kuin sen kilpailijat, se tarjoaa ohjelmointia osaavalle henkilölle mahdollisuuden kustomoida koodia. (Flannery, n.d.)

Suunnittelun aikana Webflow-julkaisujärjestelmä luo koodia käyttämällä ohjelmointikielenä HTML:ää, CSS:ää ja JavaScriptiä. Webflow luo koko koodin automaattisesti samalla, kun suunnittelupohjalle lisätään eri elementtejä, mikä tarkoittaa, että koodia ei tarvitse muokata suoraan, joka puolestaan auttaa välttämään syntaksivirheitä. HTML:ää käytetään sivun sisällön luomisessa, CSS määrittää, miltä elementit näyttävät ja JavaScript puolestaan lisää sivustolle toimivuutta ja interaktiivisuutta. Webflow luo puhdasta, ammattimaista koodia käyttämällä verkon parhaita käytäntöjä sekä huomioimalla hakukoneoptimoinnin sekä saavutettavuuden. (Flannery, n.d.)

Webflow-julkaisujärjestelmän hinnoittelu perustuu erilaisiin hinnoittelusuunnitelmiin. On olemassa kaksi erilaista suunnitelmaa, jotka palvelevat eri tehtäviä: sivustosuunnitelmat ja tilisuunnitelmat. Lyhyesti sanottuna sivustosuunnitelmista veloitetaan sivustokohtaisesti, ja niiden avulla pystytään yhdistämään mukautettu verkkotunnus sivustoon. Tilisuunnitelmat sen sijaan vaaditaan, jotta voidaan rakentaa verkkosivustoja Webflow:n avulla. Webflow tarjoaa tällä hetkellä kolme eri tasoista tilisuunnitelmaa yksilöille ja kaksi tasoa tiimeille. Ilmainen tilisopimus on saatavilla kaikille, jotka haluavat kokeilla Webflow-julkaisujärjestelmää ilman velvoitteita. (Corrigan, 2023)

Henkilökohtaiset tilisuunnitelmat on tarkoitettu ensisijaisesti freelance-verkkosuunnittelijoille ja heidän asiakkailleen. Ilmainen Starter-suunnitelma (Kuva 11) on ihanteellinen aloitteleville suunnittelijoille. Jos työprojektien määrä kasvaa, täytyy suunnitelma päivittää tarvittaessa maksulliseen versioon. Tiimitilisuunnitelmat sopivat puolestaan täydellisesti yrityksille, joissa on useita ihmisiä yhteistyössä projekteissa.

Maksuvaihtoehtoiksi voi valita joko kuukausittaisen tai vuosittaisen laskutuksen. (Corrigan, 2023)

Kuva 11 Webflow henkilökohtaisten tilisuunnitelmien kuukausihinnoittelu. (Webflow, 2023)

The image shows three pricing plans for Webflow:

- Starter (Free):** For those getting started and learning Webflow. Includes 1 seat, 2 unhosted sites on webflow.io domains, and 2 Agency or Freelancer Guests.
- Freelancer (\$16 /mo):** For solo shops or small teams starting out. Includes up to 3 seats as you build your team, 10 unhosted sites on webflow.io domains, Full CMS access on unhosted sites, and Free guest access in client Workspaces.
- Agency (\$35 /mo):** For scaling businesses managing multiple clients. Includes up to 9 seats as you scale your team, Unlimited unhosted sites on webflow.io domains, Full CMS access on unhosted sites, Free guest access in client Workspaces, and Manage publishing permissions for your team.

Sivustosunnitelmien päätarkoituksena on mahdollistaa tilillä luodun Webflow-sivuston yhdistäminen mukautettuun verkkotunnukseen eli domainiin. Sivustosunnitelma tarvitaan myös, jos halutaan kutsua yhteistyökumppaneita tai ottaa verkkokauppatoimintoja käyttöön. Jos sivustosunnitelmaa ei osteta, voi sivuston julkaista Webflow-julkaisujärjestelmän omalla webflow.io -alidomainilla. Vaihtoehtoisesti voidaan siirtää koodi ja isännöidä sivustoa muualla. Valittavana on useita sivustosunnitelmia. Suunnitelmat on jaettu tavallisiin verkkosivustosunnitelmiin (Kuva 12) ja verkkokauppasuunnitelmiin. (Corrigan, 2023)

Kuva 12 Webflow-sivostosunnitelmien kuukausihinnoittelu (Webflow, 2023)

The image shows five pricing plans for Webflow:

- Starter (Free):** Best for learning how to use Webflow. Includes webflow.io domain, 50 CMS items, 50 form submissions (lifetime), and 1 GB bandwidth.
- Basic (\$14 /mo):** Best for launching a simple site. Includes Custom domain, 0 CMS items, 500 monthly form submissions, and 50 GB bandwidth.
- CMS (\$23 /mo):** Most Popular. Best for a blog or other content-driven site. Includes Custom domain, 2,000 CMS items, 1,000 monthly form submissions, 200 GB bandwidth, and 3 Content editors.
- Business (\$39 /mo):** Best for a high-traffic marketing site. Includes Custom domain, 10,000 CMS items, 2,500 monthly form submissions, 400 GB bandwidth, 10 Content editors, Form file upload, and Accelerated speed.
- Enterprise (Contact us):** Bring enterprise-level security, compliance, and scalability to your website. Includes Custom domain, 10,000+ CMS items, Custom monthly form submissions, Custom bandwidth, Custom Content editors, Form file upload, Accelerated speed, and Uptime SLAs.

## 10 Webflow vs. Wordpress

Webflow ja Wordpress ovat suosittuja ratkaisuja, joiden avulla voidaan luoda yksinkertaisia tai monimutkaisia verkkosivustoja ilman syvällistä teknistä osaamista. Ne tarjoavat erilaisia lähestymistapoja verkkosivuston luomiseen, joten on tärkeää ymmärtää niiden erot, jotta pystytään valitsemaan tarpeisiin parhaiten sopiva vaihtoehto. Ehkä suurin ero on, että Wordpress on avoimen lähdekoodin sisällönhallintajärjestelmä (CMS), joka on asennettu erikseen sitä varten hankittuun isännöintipalveluun, kun taas Webflow on SaaS-sovellus, johon sisältyy niin sivuston isännöintipalvelut, turvallisuusratkaisut kuin myös itse sivuston rakennustyökalut. (Newcomer, 2022)

Webflow on ennen kaikkea visuaalinen verkkosivun koodaus työkalu. Itse verkkosivun suunnittelu ja rakentaminen on Webflow -palvelussa melko vaivatonta, vaikka alkuun se voi tuntua vähän monimutkaiselta käyttää. Lisättävät elementit sekä muotoilupaneeli ovat koko ajan näkyvillä ja saatavilla, mikä taas eroaa Wordpressiin, jossa usein täytyy siirtyä edestakaisin eri välilehtien välillä, jotta löytää haluamansa asetukset. Webflow -julkaisujärjestelmän etuna on, että siinä on kaikki oleellinen yhdessä työkalussa jo sisäänrakennettuna. Jos Wordpressissä puolestaan haluaa käyttää kustomoitua animointia, mukautettuja julkaisuja tai sisällönhallinnallisia kokonaisuuksia, tarvitaan aina erillisiä lisäosia. (Flux Academy, 2023)

Webflow-julkaisujärjestelmässä itse sivuston rakennustyökaluja on vain yksi: Designer. Wordpressillä puolestaan on tarjota monia erilaisia vaihtoehtoja sivujen rakentamiseen, kuten sen sisäänrakennettu peruseditori, Elementor, Breakdance Builder, Divi, Oxygen tai Bricks Builder. Kaikki nämä työkalut on suunnattu vähän erilaisille käyttäjille. Niille, joilla on enemmän osaamista sekä täysin aloittelijoille. Tässä etu on Wordpressin puolella, koska voidaan valita itselle sopiva vaihtoehto, kun taas Webflow-julkaisujärjestelmässä on opeteltava käyttämään ainoaa tarjolla olevaa vaihtoehtoa. Mutta on otettava kuitenkin huomioon, että vaikka käytetään mitä tahansa Wordpressin tarjoamaa rakennustyökalua, on silti asennettava lisäksi 3. osapuolen tarjoamia palveluita tai lisäosia. (Flux Academy, 2023)

Webflow taipuu paljon luovempiin ratkaisuihin kuin Wordpress, koska sillä pystyy toteuttamaan oikeastaan minkä tahansa visuaalisen ratkaisun, joita verkkosivuilla

käytännössä voi olla. Webflow-julkaisujärjestelmässä pystyy aloittamaan joko täysin tyhjältä pohjalta tai tarvittaessa käyttämään apuna useita erilaisia sapluunoita. Wordpressissä nämä onnistuvat myös, jos omaa tarpeeksi osaamista, mutta poikkeuksetta tarvitaan silti joko kustomoitua koodia tai asennettuja lisäosia. Webflow-julkaisujärjestelmällä luodut sivut ovat huolettomampia ylläpitää, kuin Wordpressillä luodut. Wordpressillä luoduilla sivuilla täytyy tasaisesti huolehtia lisäosien päivityksistä ja aina on riski, että jokin menee vikaan ja sivut eivät enää toimi halutulla tavalla. Riskiä tässä lisää myös se, että onko esimerkiksi asiakkaalla, joille sivut on tehty, tarpeeksi tietoa mitä tehdään sekä mitä kuuluu päivittää. (Parri, 2023)

Wordpress on maailmanlaajuisesti suosittu verkkosivualusta, mikä tietysti lisää sen haavoittuvuutta. Wordpressiin kohdistuu paljon hyökkäyksiä ja hakkerit ovat oppineet kirjautumaan luvatta sivustolle, syöttämään haittaohjelmia tai varastamaan tietoja käyttäjiltä. Näiden riskien vuoksi on erittäin tärkeää, että sivuston päivityksistä huolehditaan koko ajan ja tarvittavat lisäosat tietoturvan kannalta on asennettuna. Ja näistä vastuu on tietenkin sivun ylläpitäjällä. Webflow-julkaisujärjestelmässä on sisäänrakennettuna tarvittavat turvallisuusratkaisut, joita ovat muun muassa SSL-suojaus, kaksivaiheinen kirjautuminen sekä varmuuskopioiden automaattinen tallentuminen. SSL-suojaus on myös mahdollista saada Wordpress-sivustolle, jos sen hankkii isännöintipalvelun kautta. Kaksivaiheisen kirjautumisen ja varmuuskopioinnin puolestaan pystyy hoitamaan asentamalla oikeat lisäosat. (Parri, 2023)

Yhtenä Webflow-julkaisujärjestelmän heikkona kohtana voidaan pitää sen vielä hyvin uutta ja keskeneräistä verkkokauppaominaisuutta. Lisäksi se on maksullinen, kun taas Wordpressissä verkkokauppalaajennus WooCommerce on ilmainen. Webflow-julkaisujärjestelmän tarjoama verkkokauppaominaisuus on helppokäyttöinen ja soveltuu pienen ja yksinkertaisen kaupan pyörittämiseen jo tällaisenaan, mutta esimerkiksi suomalaisia verkkopankkeja ei tällä hetkellä saa lisättyä maksutapoihin. (Parri, 2023)

## **11 Projektin tavoitteet ja suunnittelu**

Työn tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa mahdollisimman saavutettavat ja toimeksiantajaa hyödyttävät verkkosivut. Tässä luvussa käydään läpi mikä on toimeksiantajan verkkosivujen tavoite ja tarkoitus sekä millaisen verkkosivun toimeksiantaja haluaa.

### **11.1 Toimeksiantajan esittely**

Työn toimeksiantajana toimii Euran Pieneläintuhkaus, joka toimii Eurassa Naarjoella. Yritys on perustettu vuonna 2023 ja se on aloittanut juuri toimintansa. Yritys tarjoaa pieneläintuhkauspalveluita Euran ja sen lähialueen kuntien lemmikkien omistajille sekä toimii yhdessä eläinlääkäriasemien kanssa. Yrityksen tarjoamiin palveluihin kuuluvat muun muassa yksilö- ja yhteistuhkaus, kuljetuspalvelut sekä uurnamyynti.

### **11.2 Tavoitteen määrittäminen**

Projekti aloitettiin tapaamisella toimeksiantajan kanssa. Tarkoituksena oli kerätä mahdollisimman paljon tietoa siitä, mitä tarpeita ja tavoitteita toimeksiantajalla oli tulevalle verkkosivustolle. Toiveena oli, että sivut olisivat nykyaikaiset, mahdollisimman yksinkertaiset ja helppokäyttöiset, jotta ne palvelisivat mahdollisimman laajaa asiakaskuntaa sekä olisivat käytettävissä erilaisilla laitteilla.

Toimeksiantajan mukaan sivuston pääsääntöisenä tavoitteena on toimia uuden yrityksen markkinointivälineenä sekä niin sanottuna käyntikorttina. Sivuilta tulisi löytyä ainakin tarkemmat esittelyt ja tiedot yrityksen tarjoamista palveluista, hinnasto sekä yhteystiedot. Alkuun yrityksen on tarkoituksena pääsääntöisesti toimia eläinlääkäriasemien välityksellä, eikä suoraan myydä palveluita asiakkaille.

Verkkosivut tuovat toimeksiantajalle huomattavan edun markkinointikustannusten pitämiseen mahdollisimman pienenä, mikä tukee kestävästä kehitystä sekä vastuullisuutta. Yleensä markkinointiesitteisiin sisältyy suunnittelukustannuksia, tulostuskustannuksia sekä jakelukustannuksia, ja ne saadaan lopulta toimitettua vain pienelle joukolle potentiaalisia

asiakkaita. Samoin lehtien sekä muiden medioiden mainokset tulevat suhteessa hyvin kalliiksi ja saavuttavat vain hetkellisesti verrattain pienen joukon asiakkaita. Verkkosivut puolestaan markkinoivat ja tavoittavat asiakkaita kellon ympäri.

### 11.3 Hostingpalvelu ja domain

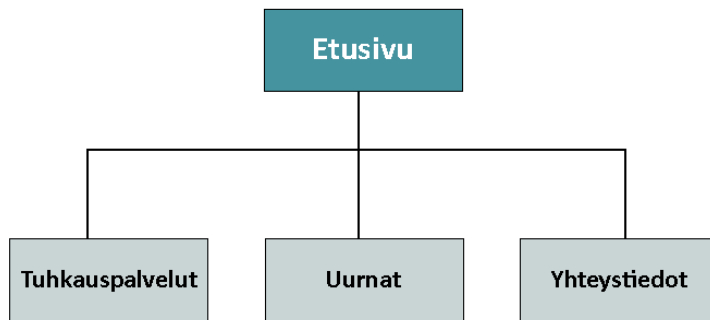
Sen varalta, mikäli toimeksiantaja on tyytyväinen lopputuloksena syntyvään verkkosivustoon ja ottaa sen käyttöön, käytiin läpi myös verkkosivun julkaisuun liittyviä vaiheita, kuten tarvittava hostingpalvelu ja yrityksen tunnettavuuteen sekä brändäykseen liitettävä yksilöllinen domain. Jos toimeksiantaja päätyy siihen, että hän haluaa pitää luodut sivut Webflow-julkaisualustalla, ei tarvita erikseen hostingpalvelua, vaan Webflow tarjoaa tämän palvelun automaattisesti vuosi- tai kuukausimaksua vastaan.

Domain on mahdollista saada Webflow-julkaisujärjestelmän kautta, mutta se ei ole niin yksilöllinen kuin erikseen ostettu domain. Webflow tarjoaa domainia omalla webflow.io -alidomainilla. Toimeksiantajan kanssa mietittiin sopivaksi domainiksi **euranpienelaintuhkaus.fi** vaihtoehtoa. Domainin hankkiminen on helppoa ja edullista jonkun domainhotellin kautta, joka usein hoitaa domainin rekisteröimisen ja sen uusimisen vuosittain, tarjoaa nimipalvelimen sekä tarvittavan uudelleenohjauksen kolmannen osapuolen palveluun.

### 11.4 Sivuston rakenne ja rautalankamalli

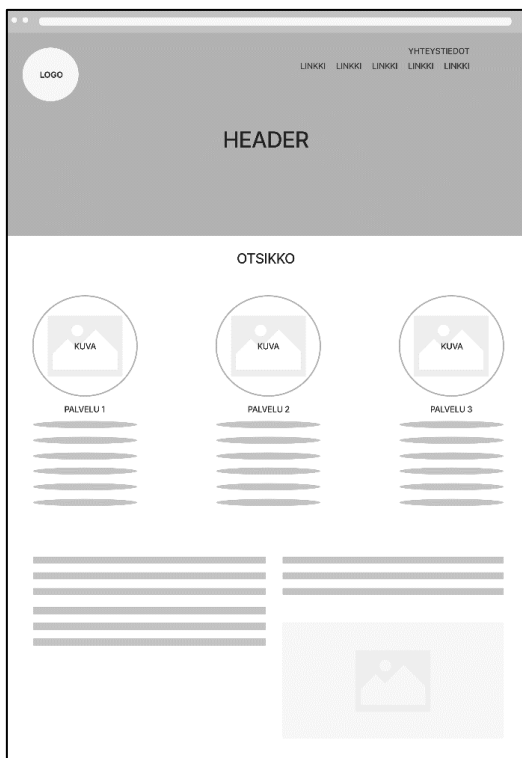
Toimeksiantajalla ei ollut kovinkaan tarkkoja vaatimuksia tai toiveita ulkoasun ja rakenteen suhteen, vaan sivuston rakennetta lähdettiin miettimään yhdessä rautalankamalleja apuna käyttäen. Rakenteesta haluttiin mahdollisimman yksinkertainen ja alkuun mietittiin vaihtoehtoa, jossa kaikki sisältö olisi vain yhdellä sivulla. Pienen suunnittelun ja sisällön tarkastelun jälkeen, todettiin kuitenkin, että osa sivuston sivuista sisältää sen verran tietoa, että yhden sivun ratkaisusta tulisi turhan raskas, joten päädyttiin tekemään etusivun lisäksi erilliset alisivut. Sivuston muut sivut, jotka on kuvattu myös sivukartassa Kuvassa 13, ovat tuhkauspalvelut, uurnat sekä yhteystiedot.

Kuva 13 Sivustolle suunniteltu sivukartta.



Koska toimeksiantaja antoi melko vapaat kädet sivuston rakenteen ja ulkoasun suunnitteluun, luotiin etusivusta Kuvan 14 mukainen rautalankamalli, jonka pohjalta lähdettiin toteuttamaan myös muita sivuja pienin muutoksin. Sovimme, että suunnittelussa päätetään suurin piirtein lopullinen malli, jonka pohjalta sivustoa aletaan toteuttaa ja kun päästään vaiheeseen, jossa Webflow-julkaisujärjestelmällä lähdetään luomaan sivuja, nähdään, miten suunnitelma toimii käytännössä ja lopputulos on helpompi hahmottaa ja tarvittaessa saadaan tehtyä vielä muutoksia, jos se koetaan tarpeelliseksi.

Kuva 14 Etusivun rautalankamalli.



## 11.5 Sivuston ulkoasun suunnittelu

Sivuston visuaalista ulkoasua lähdettiin toimeksiantajan kanssa yhdessä miettimään, kun jonkinlainen rakenne ja rautalankamalli oli saatu ideoitua. Edelleen toimeksiantajalla ei ollut erityisiä toiveita ulkoasun tai värien suhteen, vaan ehdotuksia ja ideoita kehitettiin puolin ja toisin. Mietimme yhdessä sivustolle sopivia värejä, fonttiperhettä sekä kuvia, huomioon ottaen yrityksen tavoitteen ja mahdollisen kohderyhmän. Ulkoasun suunnittelun tuloksena luotiin lopullisesta sivustosta visuaalinen mallikuva eli mockup.

### 11.5.1 Logo

Osana ulkoasun luomista toimeksiantajan kanssa sovittiin myös tulevan yrityksen logon suunnittelusta. Tässäkin sain vapaat kädet ja suunnittelun tuloksena syntyi yritykselle Kuvan 15 mukainen logo.

Kuva 15 Yrityksen logo.



### 11.5.2 Värit ja typografia

Sivuston värimaailmasta toimeksiantaja halusi tavoitteeseen sopivan eli värit, jotka ovat mahdollisimman yksinkertaisia, neutraaleja sekä mahdollisesti maanläheisiä. Värit haluttiin valita myös sen mukaan, että ne olisivat mahdollisimman saavutettavat, mutta kuitenkin miellyttävät ja kiinnostusta herättävät. Värejä lähdettiin hakemaan myös sivuille tulevien kuvien kautta.

Adoben tarjoaman Adobe Color palvelun kautta pystyy verkossa poimimaan haluamastaan kuvasta eri värejä ja luomaan näistä erilaisia väripaletteja, jotka voi määrittää myös eri väritunnelman mukaan. Käytin tätä palvelua apuna värien valinnassa sivustolle. Kuvassa 16 on kuva, joka valittiin sivuston header-osioon ilmaisesta Unsplash-kuvapankista.

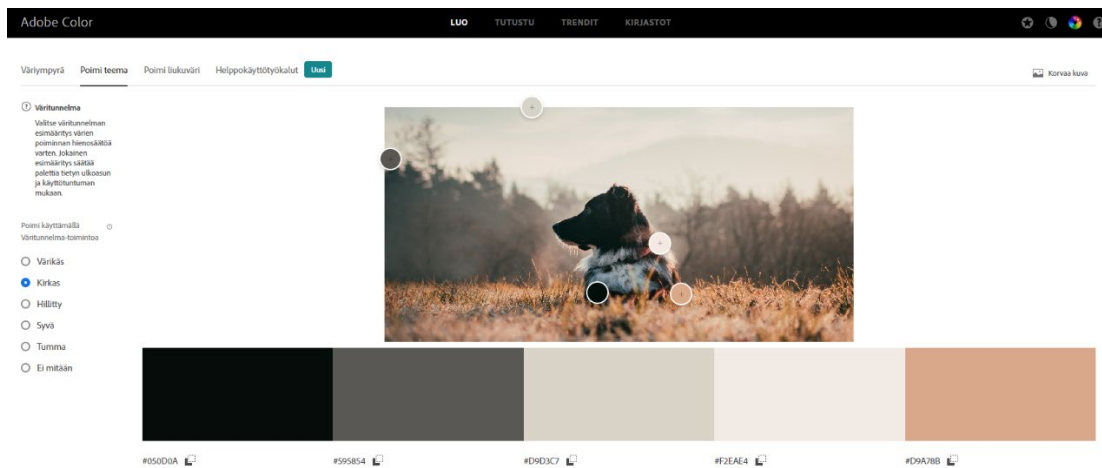
Kuva 16 Kuva sivuston header-osioon. (Unsplash, 2018)



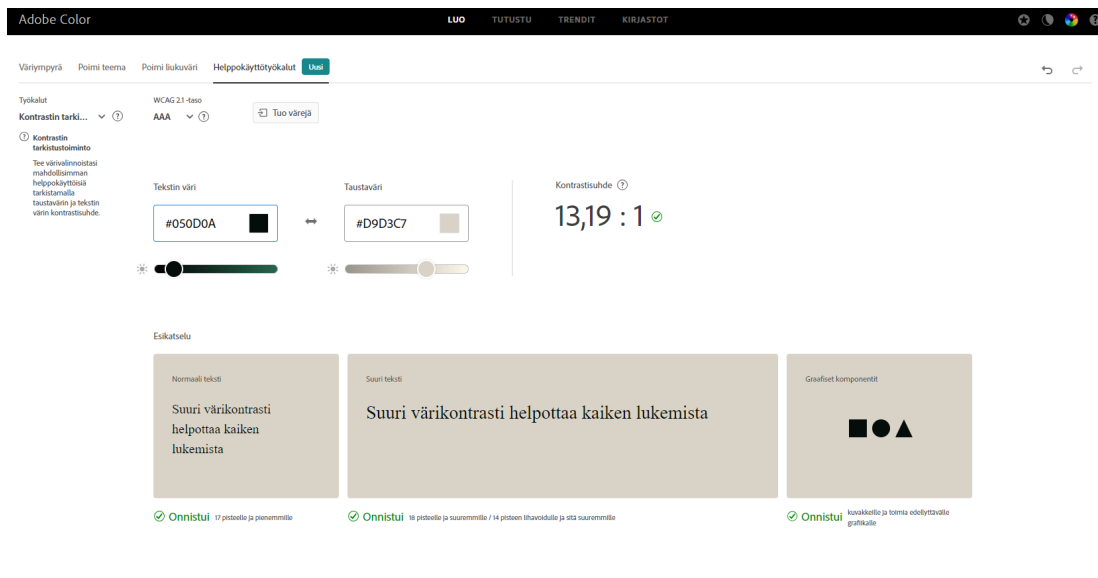
Valitsin Adobe Color palvelusta väripaletin, jossa väritunnelmana on kirkas. (Kuva 17) Värien poimimisen lisäksi palvelu tarjoaa helppokäyttötyökaluja, joihin kuuluu muun muassa kontrastin tarkistustoiminto, jossa pystyy vertailemaan värejä ja niiden välisiä kontrastisuhteita, jotta on varmaa, että ne vastaavat Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) -standardeja. Tasoksi voi valita joko AA tai AAA.

Käyttämällä väripalettien tarjoamia värejä valitsin sivustolle 60–30–10-sääntöä noudattaen kolme väriä, joista 60 % väripinnasta varataan neutraalille värille, 30 % lisävärille ja 10 % tehostevärille. Tarkistutin lopuksi vielä valitsemani taustaväriä ja tekstin väriä helppokäyttötyökalulla, jotta varmistuin, että niiden välinen kontrastisuhte on tarpeeksi standardien mukainen ja näin ollen saavutettavuusvaatimusten mukainen. Tulokset kontrastin tarkistustoiminnosta näkyvät Kuvassa 18. Sivustolle valitut värit ja niiden suhteet, on puolestaan havainnollistettu Kuvassa 19.

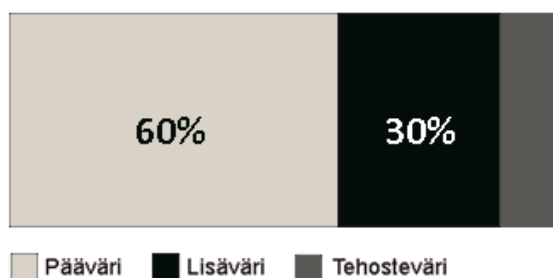
Kuva 17 Väripaletti väritunnelmalla kirkas.



Kuva 18 Kontrastin tarkistuksen tulokset.



Kuva 19 Sivuston väripaletti.



Verkkosivuilla tekstin tulisi olla yksinkertaista ja helposti luettavaa. Tämän vuoksi lähdettiin valitsemaan mahdollisimman selkeää fonttiperhettä. Webflow tarjoaa mahdollisuuden ladata suunnittelutyökaluun Googlen fontteja, joten fontiksi päädyttiin valitsemaan Google fontti Georama ja sen eri variaatiot.

### **11.5.3 Kuvat sivustolla**

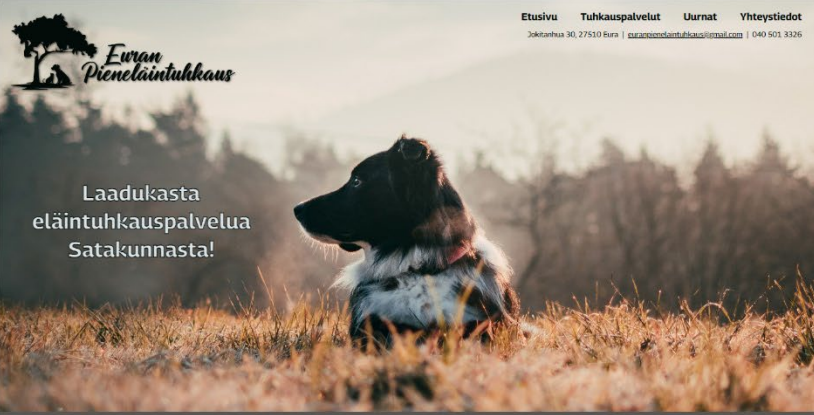
Kuvista ja kuvien käytöstä käytiin keskustelua toimeksiantajan kanssa. Tarkoituksena oli käyttää netistä löytyvien ilmaisten kuvapankkien kuvia, mutta myös itse otettuja kuvia. Esimerkiksi myyntiin tulevien uurnien kuvat on tarkoitus ottaa itse. Kuvien valinnassa ja suunnittelussa otettiin huomioon tekijänoikeudet ja käyttöoikeudet sekä niiden merkitseminen.

### **11.5.4 Mallikuva eli mockup**

Kun sivustolle tulevat värit, typografia ja osa kuvista oli valittu, siirryin toteuttamaan visuaalista mallikuvaa eli mockupia Figman avulla aikaisemmin asiakkaan kanssa luodun rautalankamallin pohjalta. Lopullinen mallikuva (Kuva 20) sivustosta eroaa hieman alkuperäisestä rautalankamallista, mutta seuraa pääpiirteittäin siinä luotua linjaa ja suunnitelmaa.

Figmalle on olemassa Figma to Webflow laajennusosa, jonka avulla Figman tasot muunnetaan niiden HTML- ja CSS-vastineiksi, mikä vastaa koodia, jonka Webflow luo automaattisesti, kun rakennetaan visuaalisella editorilla verkkosivuja. Laajennusosan avulla projekteja voidaan siis siirtää suoraan Webflow-julkaisujärjestelmään. Tässä on kuitenkin pieniä rajoitteita, eikä kaikkia Figma-malleja pysty siirtämään, kuten esimerkiksi sivuja, joilla on jotain interaktiivisia elementtejä tai animaatioita. Tässä projektissa päädyin ainoastaan luomaan mallikuvan Figmalla, mutta muuten toteutin sivuston rakentamisen ihan alusta asti pelkästään Webflow-julkaisujärjestelmän visuaalisella Designer-työkalulla.


Kuva 20 Figmalla luotu mallikuva sivustosta.



**Euran Pieneläintuhaus**

Laadukasta eläintuhauspalvelua Satakunnasta!


Etusivu Tuhkauspalvelut Uurnat Yhteystiedot  
Jokienhous 30, 27510 Eura | euranpienelaintuhaus@gmail.com | 040 501 3326



**Tuhkauspalvelut**

Hoidamme tuhkausten kunnioittavasti ja arvokkaasti. Tuhkaus suoritetaan joko yksilö- tai muustotuhauskautena.


[LUE LISÄÄ](#)



**Uurnat**

Tarjomme uurnavaihtoehtoina kankaisia, puusia, pahoisia sekä biopohjaisia uurnia, joida käytät kaikki sekä säilytettäväksi, että haudattavaksi.

[LUE LISÄÄ](#)



**Yhteystiedot**

Käikkien eläintuhauskautseen liittytöissä kysymyksissä, ole rohkeasti yhteydessä.


[OTA YHTEYTTÄ](#)


**Euran Pieneläintuhaus**

Euran pieneläintuhaus on maaseudun rauhoissa Euran Naarpeilla toimiva pieneläintuhaus, aloitimme toimintamme heinäkuussa 2023.

Noudamme lemmikkösi yhteistyöeläinlääkäreillemme sekä halutesiasi suoraan kotöasi.

Hoidamme tuhkausten kunnioittavasti ja arvokkaasti. Saat tuhkan valitsemassasi uurnassa tai vaihtoehtöisesti sirottellemme tuhkan puolestasi metsän rauhaan.





**VALIKKO**

Etusivu  
Tuhkauspalvelut  
Uurnat  
Yhteystiedot

**OTA YHTEYTTÄ**

Euran Pieneläintuhaus Oy  
Jokienhous 30, 27510 Eura  
Puhelin: +358 40 501 3326  
Sähköposti:  
euranpienelaintuhaus@gmail.com

Copyright © 2023 Euran Pieneläintuhaus Oy

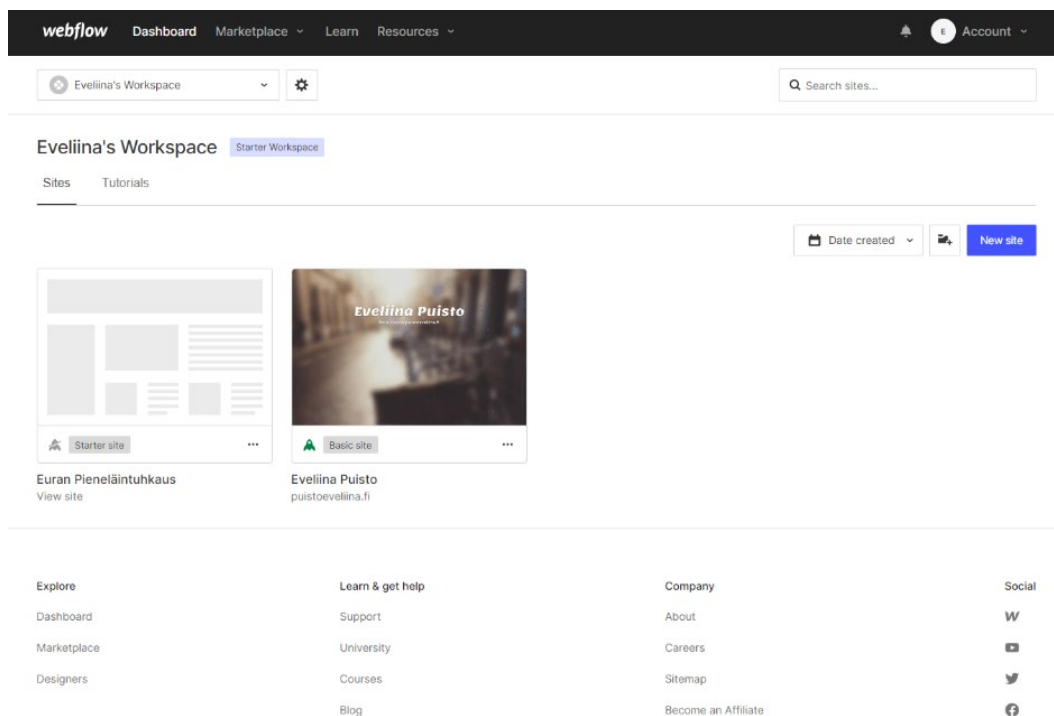
## 12 Projektin toteutus Webflow-julkaisujärjestelmällä

Tässä luvussa käydään läpi, miten toteutettiin verkkosivut toimeksiantajalle Webflow-julkaisujärjestelmällä. Sivujen toteutusta varten valittiin Webflow-julkaisujärjestelmän tarjoamista henkilökohtaisista tilisuunnitelmista sekä sivustosuunnitelmista ilmaiset Starter-versiot. Sivustoa luotaessa on tarkoitus testata erilaisia ominaisuuksia mahdollisimman laajasti ja monipuolisesti, ottaen huomioon kuitenkin sivustolle suunniteltu rakenne ja tavoite. Luvussa keskitytään luomaan mahdollisimman saavutettavat sekä toimeksiantajan tavoitteita vastaavat verkkosivut ja samalla tutkitaan Webflow-julkaisujärjestelmän ominaisuuksia ja etuja verkkosivujen kehittämisessä.

### 12.1 Verkkosivujen luominen

Uuden sivuston luonti aloitetaan luomalla Webflow-julkaisujärjestelmän Dashboard-näkymässä uusi projekti. Tässä näkymässä (Kuva 21) pystyy myös hallitsemaan kaikkien luotujen projektien asetuksia sekä tiliasetuksia. Itse sivuston toteutus tapahtuu visuaalisella Designer-työkalulla.

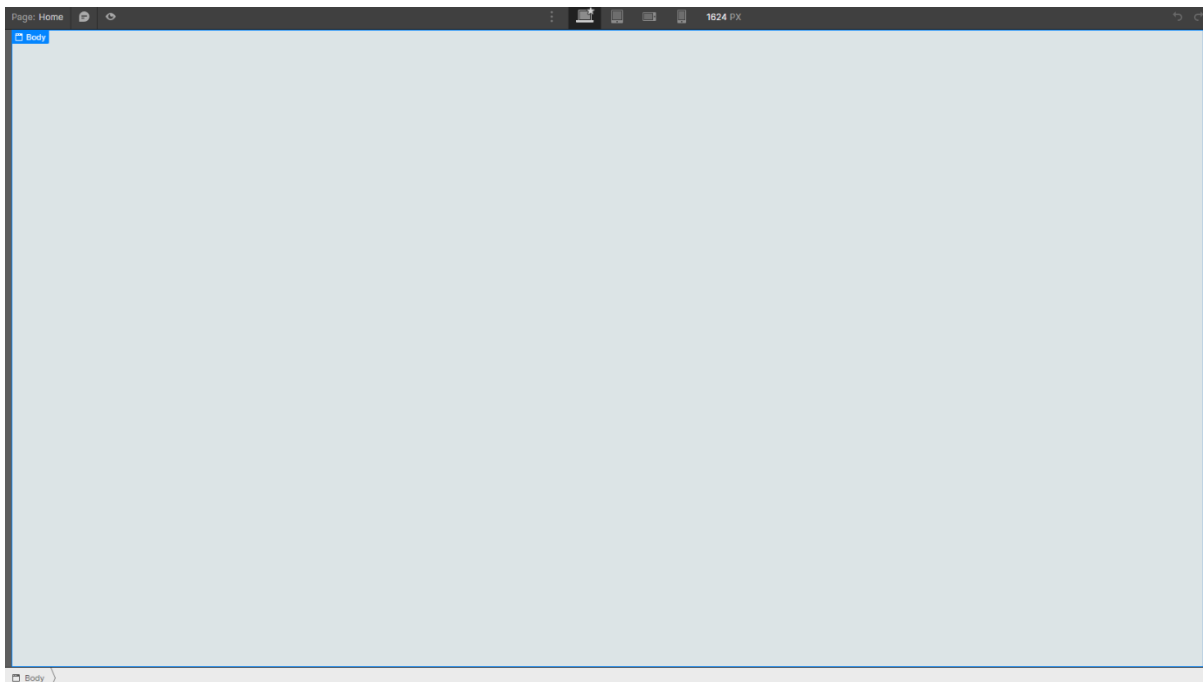
Kuva 21 Webflow Dashboard-näkymä.



Webflow-julkaisujärjestelmässä on myös Editor-työkalu, joka keskittyy pääasiassa verkkosivuston sisältöön. Toisin sanoen työkalua voi käyttää vain sisällön muokkaamiseen ja hallintaan ilman ulkoasun, animaatioiden tai rakenteen muokkaamista. Editor sopii hyvin esimerkiksi asiakkaan käyttöön, koska sivuston rakentaja pystyy lukitsemaan tietyt elementit sivuilla, ettei asiakas pysty vahingossakaan rikkomaan mitään, mutta asiakas pystyy itse kuitenkin muokkaamaan ja päivittämään sivuston sisältöä sekä näkemään tekemänsä päivitykset heti.

Designer-työkalu koostuu eri osista. Keskellä on pohja (Kuva 22), johon sivu suunnitellaan ja rakennetaan. Tämän pohjan englanninkielinen nimitys on *canvas*. Lisäksi muita osia ovat erilaiset työkalurivit ja paneelit. Kaikki suoraan sivulle tai työkalupalkeissa ja paneeleissa tehdyt muutokset näkyvät suunnittelupohjassa reaaliaikaisesti. Lisäksi kaikki muutokset tallentuvat automaattisesti.

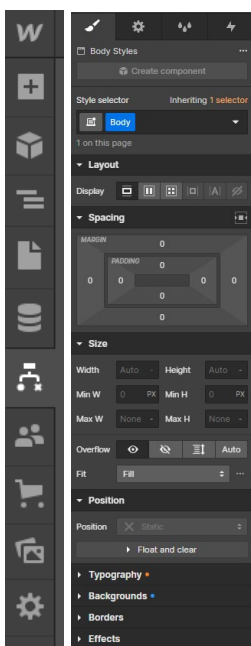
Kuva 22 Suunnittelupohja Webflow Designerissa.



Designerin vasemman reunan työkalupalkissa (Kuva 23) on joukko linkkejä ja työkaluja, joiden avulla voi jäsentää sivustoa. Työkalupalkin linkeistä voi muun muassa siirtyä Dashboard-näkymään, Editoriin tai sivuston asetuksiin, lisätä elementtejä, valmiita asetteluja

tai komponentteja, käyttää navigaattoria näyttämään työn alla olevan sivun elementtien hierarkia, lisätä, järjestää tai hallita sivuston sivuja, ladata ja järjestellä resursseja, kuten kuvia sekä CMS-paneelin avulla luoda, tarkastella ja muokata kokoelmia ja kokoelmakohteita. Oikean reunan tyylipaneelissa (Kuva 23) voi säätää kaikkia valitun elementin CSS-ominaisuuksia.

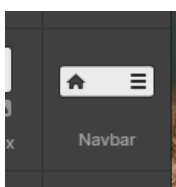
Kuva 23 Designerin vasemman reunan työkalupalkki ja oikean reunan tyylipaneeli.



## 12.2 Navigointi

Suunnittelun rautalankamallin mukaisesti tein sivustolle vaakatasoisen navigaation ihan sivun yläreunaan. Tässä käytin Webflow-julkaisujärjestelmässä olevaa valmiista Navbar-elementtiä, jonka kuvaketta on havainnollistettu Kuvassa 24. Elementissä on valmiiksi asettelu niin, että mahdollinen yrityksen logo on vasemmassa reunassa ja navigaatiolinkit oikealla.

Kuva 24 Navbar-elementti Designerin valikossa.



Navigaatioon (Kuva 25) tulikin toimeksiantajalle suunniteltu logo vasempaan reunaan ja linkit oikeaan reunaan. Lisäksi lisäsin itse vielä erillisen tekstilohkon, johon tuli toimeksiantajan yhteystiedot.

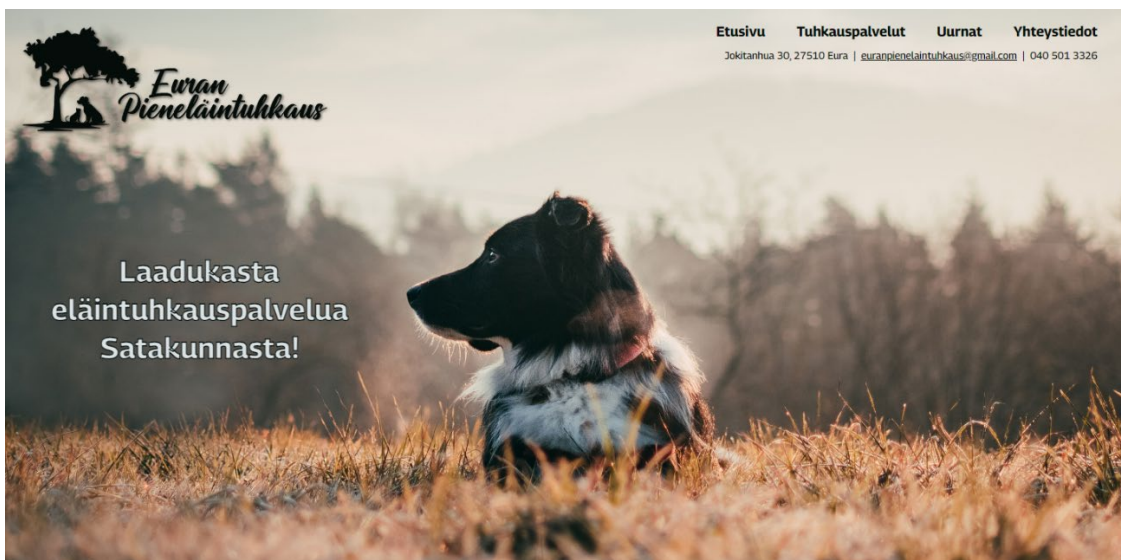
Kuva 25 Sivuston navigointipalkki.



### 12.3 Header

Seuraavaksi tein sivustolle niin sanotun header-osion (Kuva 26) sivun yläosaan. Headerin eli otsikon tarkoitus on helpottaa verkkosivustolla navigointia, vahvistaa brändiä ja luoda yhtenäinen selauskokemus koko sivustolle. Header pitää sisällään jo luodun navigaation, suuren taustakuvan sekä erillisen lokeron (container), joka pitää sisällään iskulauseen ”Laadukasta eläintuhkausta Satakunnasta!”.

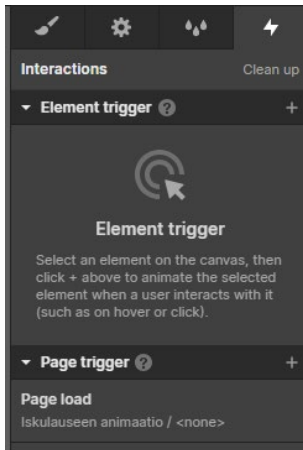
Kuva 26 Sivuston header-osio.



Webflow-julkaisujärjestelmässä erilaisten vuorovaikutusten ja animaatioiden tekeminen on tehty melko helpoksi toteuttaa visuaalisesti. Aikaisemmin nämä usein rakennettiin erittäin spesifisillä JavaScript-kirjastoilla, jotka puolestaan edellyttivät työkaluja ja laajennuksia.

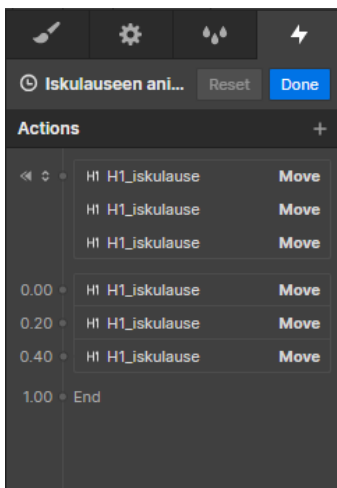
Lisäsin header-osion iskulauseeseen animointia, joka toimii niin, että kun sivu latautuu, ilmestyvät lauseen sanat vuorotellen näkyviin. Työkalu vuorovaikutuksiin ja animaatioihin löytyy Designerin oikean reunan tyylipaneelin välilehdeltä. (Kuva 27)

Kuva 27 Vuorovaikutukset ja animaatiot-työkalu Designerin tyylipaneelissa.



Vuorovaikutukset tai animaatiot voivat liittyä itse elementtiin tai sitten itse sivustolla tapahtuviin muutoksiin, kuten esimerkiksi sivun lataamiseen. Kuvassa 28 on havainnollistettu animaation asetuksia, jonka tein header-osion iskulausetta varten.

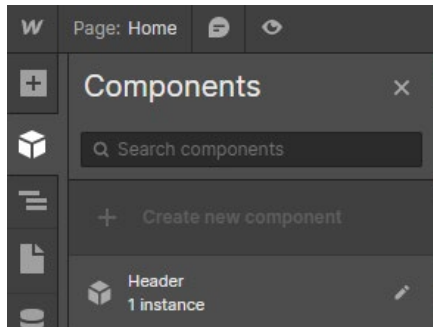
Kuva 28 Iskulauseen animaation asetukset.



Webflow-julkaisujärjestelmässä on mahdollista luoda sivulla olevista osista ja elementeistä komponentteja, jolloin niitä on helppo käyttää uudelleen jollain muulla sivulla, eikä niitä tarvitse aina tehdä alusta asti uudelleen. Tein rakentamastani header-osiosta komponentin,

koska sen on tarkoitus pysyä samanlaisena kaikilla sivuston sivuilla. Kaikki luodut komponentit löytyvät Designerissa vasemman reunan työkalupalkista komponentitvälilehdeltä. (Kuva 29)

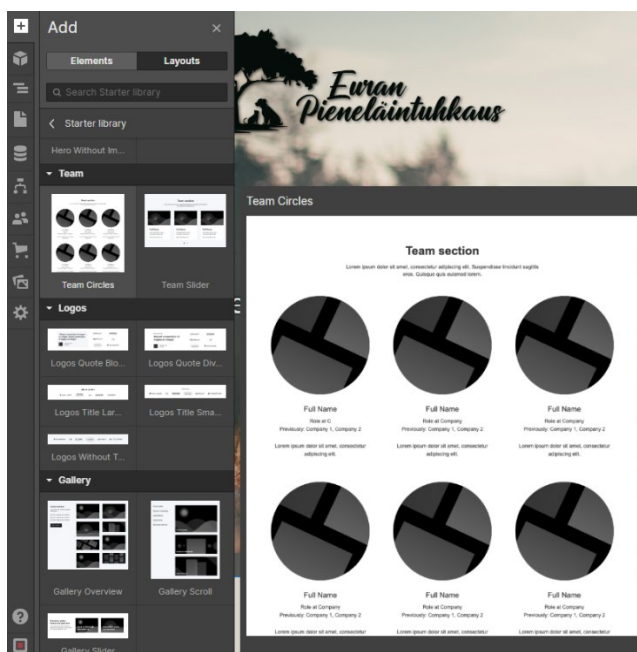
Kuva 29 Komponentit-välilehti Designerin työkalupalkissa.



## 12.4 Sisältöosa

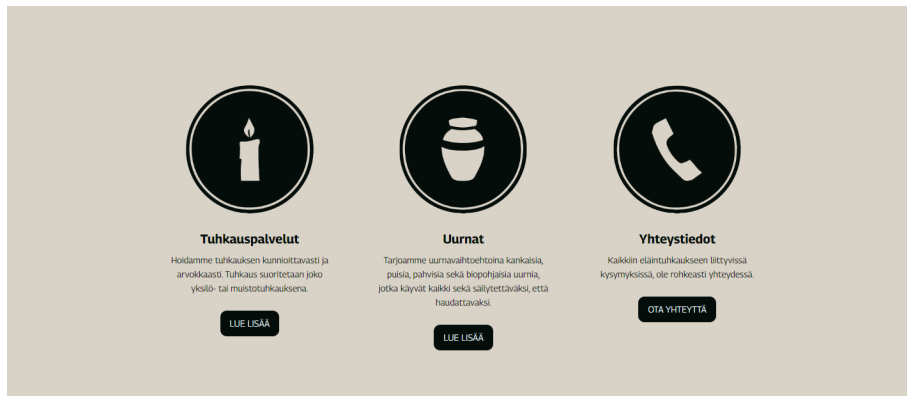
Sivuston sisältöosaan valitsin erilaisia elementtejä ja valmiita sapluunoita sen mukaan, millä sivulla ollaan ja mitä sisältöä siellä on, esimerkiksi onko kuvia tai tekstiä. Etusivulle valitsin palveluiden esittelykortteja varten valmiin Team Circles-sapluunan (Kuva 30), jota hieman muokkasin tarkoitukseeni sopivaksi.

Kuva 30 Team Circle-sapluuna Designerin työkalupalkissa.

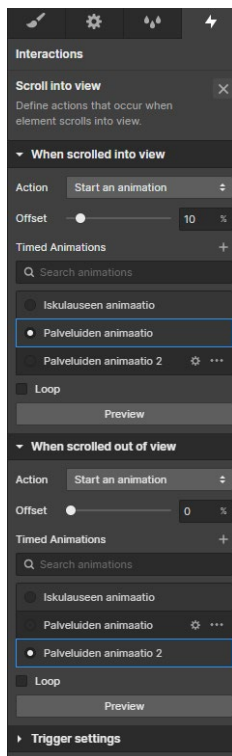


Osiossa, joka on kuvattu Kuvassa 31, on kortteja, joissa on kuva, tekstiä ja lisäksi lisäsin painikkeen, josta pääsee sivustolla eteenpäin sivulle, jossa on lisää tietoa kyseisessä kortissa esitetystä palvelusta. Lisäsin tähän osioon myös animointia, jonka asetukset ovat nähtävissä Kuvassa 32. Kun sivua lähdetään vierittämään alaspäin hiirellä, ovat palvelujen esittelykortit osittain läpikuultavia ja kun ne tulevat määrätyn verran näkyviin muuttuvat ne sulavasti vuoron perään kokonaan näkyviksi.

Kuva 31 Palvelujen esittelykortit.



Kuva 32 Palvelukorttien animaation asetukset.



Lisäksi käytin etusivun sisältöosassa Hero Heading Center-sapluunaa (Kuva 33) pohjana, kun tein osiota toimeksiantajan esittelyä varten. Osiossa on otsikko, tekstikappale sekä kuva. Kuvaan lisäsin taas vuorovaikutuksen, jossa sivua vieritettäessä, kun osio tulee tietyn verran näkyviin, osiossa oleva kuva liukuu oikealta näkyviin.

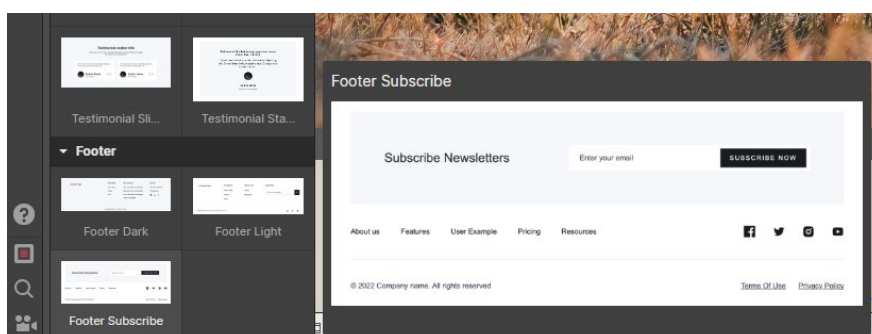
Kuva 33 Toimeksiantajan esittely etusivulla.



## 12.5 Footer

Tein jokaiselle sivuston sivulle tulevan footer-osion, joka pitää sisällään toimeksiantajan logon, linkit sivuston eri sivuille sekä tärkeimmät yhteystiedot. (Kuva 35) Footerin tarkoituksena on luoda yhteneväisyyttä läpi koko sivuston ja sisältää tärkeää tietoa, kuten muun muassa tekijänoikeustiedot. Muutin tämän osan myös komponentiksi, jotta minun oli helppo lisätä se myös muille sivuille. Tässäkin osiossa käytin apuna Designerin valmista Footer-elementtiä. (Kuva 34) Tässä elementissä kuva oli valmiiksi linkin muodossa ja muutin sen toimimaan sivun sisäisenä linkkinä eli kun osiossa olevaa logoa klikkaa, vierittää se takaisin sivun yläosaan.

Kuva 34 Footer-sapluuna työkalupalkissa.



Kuva 35 Footer -osio sivustolla.



## 12.6 Muut sivut

Muita sivuja luotaessa käytin apuna aikaisemmin komponenteiksi tallentamiani header- ja footer-osioita ja sisältöosaan valitsin eri elementtejä tarpeen mukaan. Muiden sivujen rakennusvaiheessa pienimuotoiseksi ongelmaksi muodostui kuitenkin valitut ilmaiset Starter-versiot tilisuunnitelmista sekä sivustosuunnitelmista. Ilmaisisessa versiossa on rajoitettu sivuston sivujen määrä ainoastaan 2 staattiseen sivuun per projekti. Siksi jouduinkin päivittämään projektin sivustosuunnitelman maksulliseen versioon, jotta pystyin toteuttamaan kaikki sivukartan mukaiset sivut.

## 12.7 Responsiivisuus ja saavutettavuus

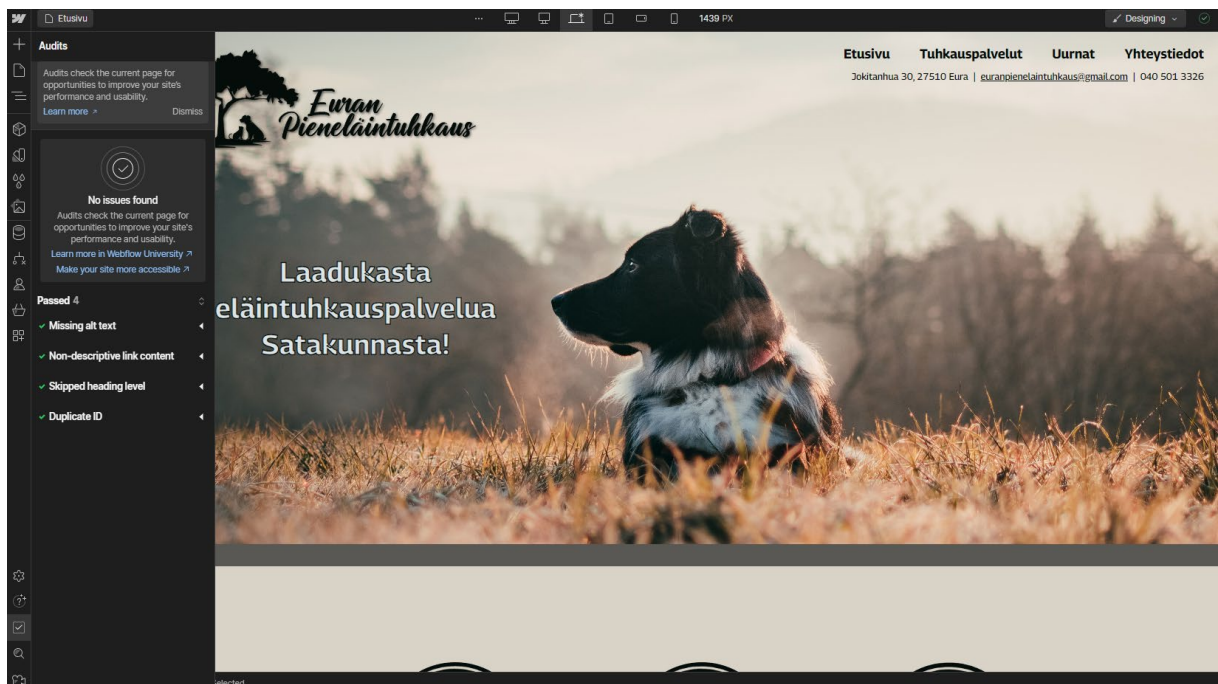
Webflow-julkaisujärjestelmässä on sisäänrakennettuna responsiivisia pysäytyskohtia (engl. breakpoints), joiden avulla on helppo suunnitella ja mukauttaa sivustoa eri näyttökoot huomioon ottaen. Designerissa nämä pysäytyskohdat ovat ylhäällä keskellä (Kuva 36), josta voi halutessaan valita eri näyttökoon näkymän laitekuvakkeista sivuston toimivuuden testausta varten sekä tarvittaessa tehdä tarvittavat muutokset suunnitelmaan ja aseteluun näyttökoon mukaan.

Kuva 36 Eri näyttökoiden pysäytyskohdat Designerissa.



Myös sivuston saavutettavuutta pystyy testaamaan Webflow -julkaisujärjestelmän sisällä. Designerin eri elementit sisältävät valmiiksi sisäänrakennetun perustason esteettömyyden, mutta lisäksi on tarjolla erilaisia ominaisuuksia ja tarkastustyökaluja, jotka auttavat luomaan helppokäyttöisemmän verkkosivuston. Näitä työkaluja ovat muun muassa sivustontarkistustyökalu, joka ilmoittaa mahdollisista ongelmista tai puutteista esimerkiksi puuttuvista alt-teksteistä tai tyhjästä linkeistä. Tarkistustyökalu löytyy Designerissa vasemmanpuoleisen työkalupalkin alaosaan. (Kuva 37)

Kuva 37 Sivustontarkistustyökalu Designerissa



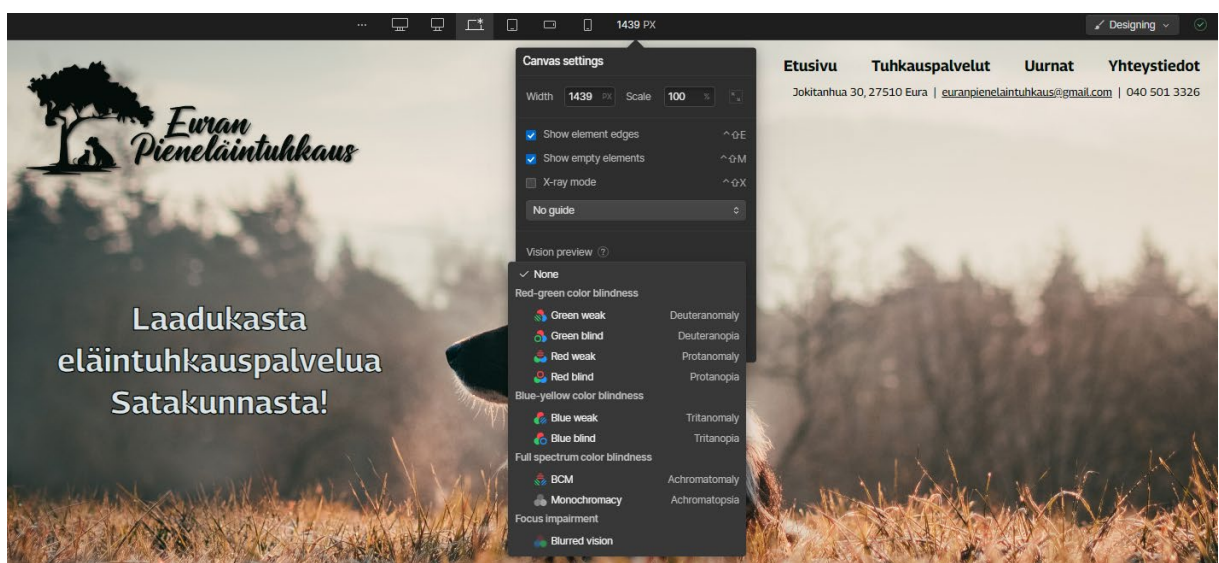
Toinen saavutettavan verkkosivuston suunnittelua helpottava työkalu on sisäänrakennettu värikontrastityökalu. Tällä työkalulla pystyy varmistamaan, että sivuston teksti on luettavissa ja että se noudattaa WCAG-standardeja. Työkalu löytyy oikealta tyylipaneelista kohdasta, josta muokataan typografia asetuksia. (Kuva 38)

Kuva 38 Tekstin kontrastisuhteen tarkistustyökalu



Verkkosivun saavutettavuutta voi testata myös simuloimalla, miten heikkonäköiset näkevät sivuston. Designerissa voi valita sivuston esikatseluasetuksista (Kuva 39) erilaisia vaihtoehtoja sen mukaan, minkälainen näkövamma sivuston käyttäjällä on. Vaihtoehtoina on muun muassa punavihersokeus, sinisokeus, värisokeus tai sumea näkö. Esikatseluasetusten valikko aukeaa ylhäältä pysäytyskohdat-valikosta.

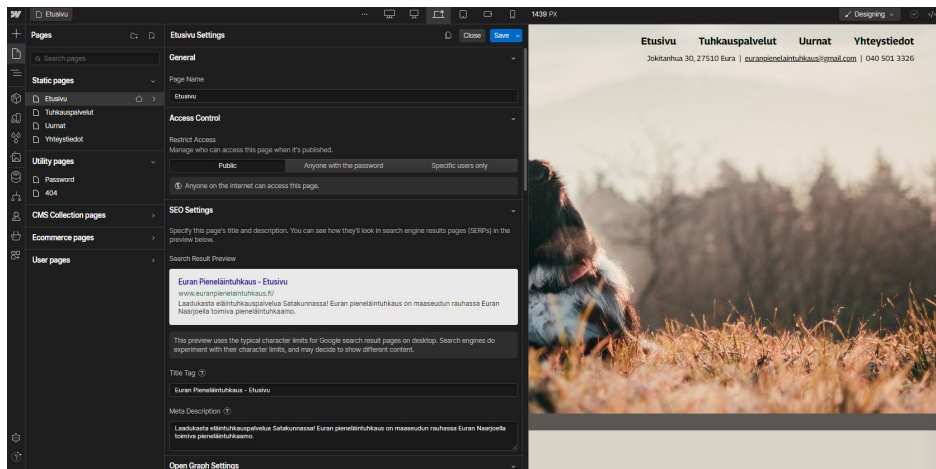
Kuva 39 Esikatseluasetukset eri näkövammojen mukaan.



## 12.8 Hakukoneoptimointi

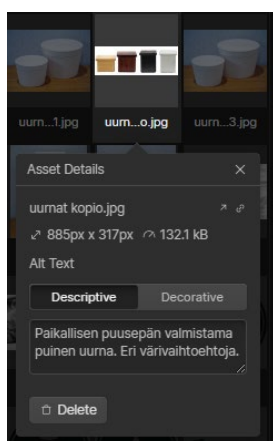
Webflow-julkaisujärjestelmä sisältää kaikki olennaiset ominaisuudet sivuston optimointiin ja helpottamaan sivuston löydettävyyttä hakukoneissa. Designerissa hakukoneoptimoinnin otsikot ja metakuvaukset on helppo lisätä kaikille sivuston sivuille vasemman reunan työkalupalkista sivuasetusten kohdasta ”SEO-asetukset”. (Kuva 40)

Kuva 40 SEO-asetukset



Vaihtoehtoiset tekstit eli alt-tunnisteet selittävät kuvan sisällön hakukoneen indeksointirobotille. Ne ovat myös hyviä verkkokäyttöön, koska näytönlukuohjelmat luottavat niihin hahmottaessaan kuvasisältöä. Myös tekstikuvaukset tulevat näkyviin, jos kuvan lataaminen ei onnistu. Designerissa kuviin on helppo lisätä vaihtoehtoinen teksti kuvan asetuksissa. (Kuva 41)

Kuva 41 Kuvan asetukset ja alt-tunnisteen lisääminen.



Lisäksi itse projektin asetuksista löytyy erillisiä SEO-asetuksia. Näissä asetuksissa, joita on kuvattu Kuvassa 42, voi poistaa aliverkkotunnuksen indeksoinnin käytöstä, muokata ja lisätä robots.txt-tiedoston, ottaa XML-sivustokartan käyttöön, lisätä Google Search Console - vahvistuksen tai asettaa yleisen kanonisen tunnisteiden domainista.

Kuva 42 SEO-asetukset projektin asetuksissa

The screenshot shows the 'SEO' settings page in the Webflow Designer for the site 'Euran Pieneläintuhkaus'. The page is divided into several sections, each with a 'Save' button:

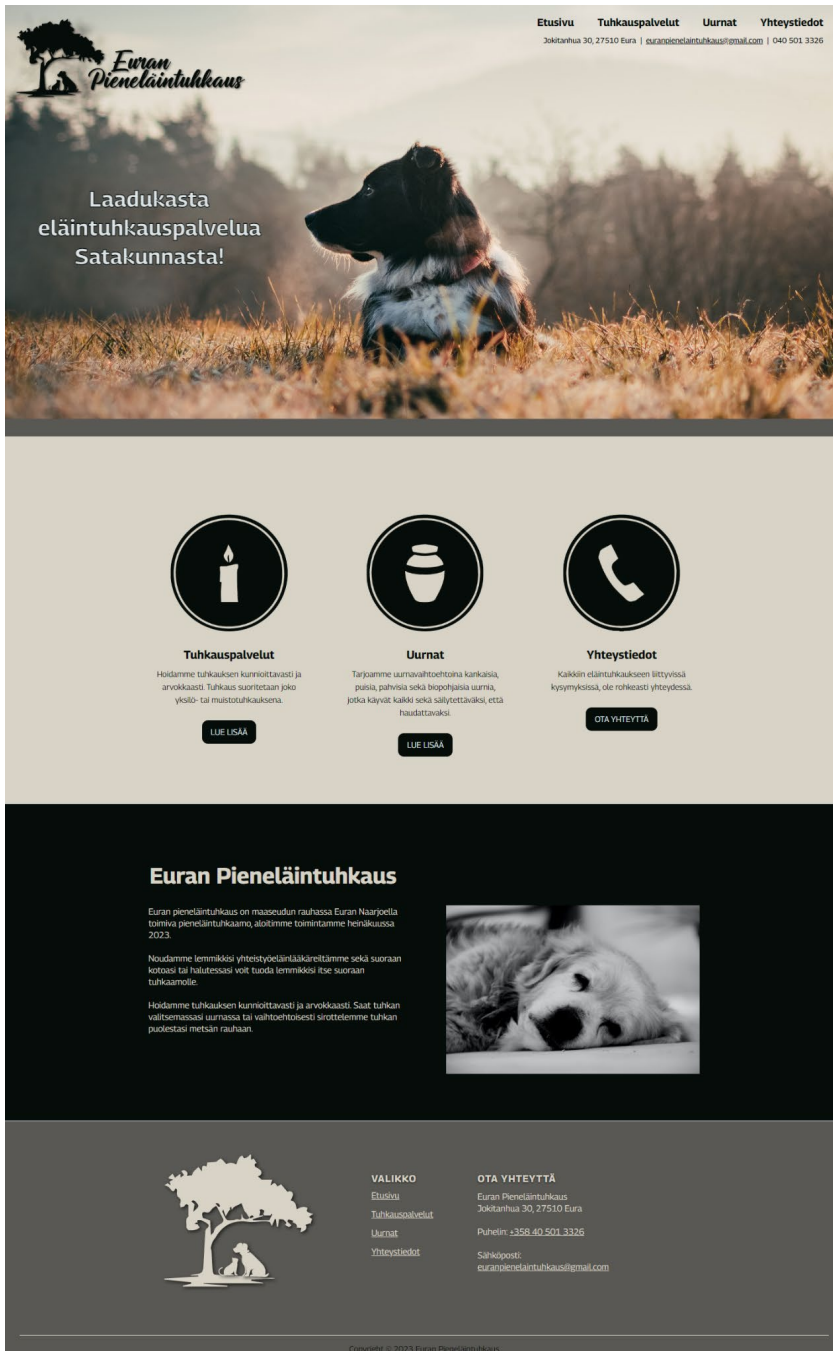
- Search engine optimization:** A general section with a link to 'SEO meta titles and descriptions'.
- Indexing:**
  - 'Disable Webflow subdomain indexing' is set to 'On'.
  - 'Indexing of https://euran-pienelaintuhkaus-cc60945219963215.webflow.io is disabled' is set to 'On'.
  - There is a text area for 'robots.txt' which is currently empty.
- Sitemap:**
  - 'Auto-generate sitemap' is set to 'On'.
  - The description says: 'Automatically update sitemap.xml when site is published.'
- Google site verification:**
  - The 'Google site verification ID' field contains the value: 'MFxx\_Woi\_-DfftsD6k066q1me611SDcDl5nVVV\_bm8'.
- Global canonical tag URI:** A field at the bottom of the page, currently empty.

The left sidebar shows the navigation menu with 'SEO' selected. The top navigation bar includes 'Dashboard', 'Marketplace', 'Learn', 'Resources', and 'Account'.

## 13 Tulokset

Tässä luvussa esitellään käytännön osuudessa projektin lopputuloksena syntyneet verkkosivut. Sivuston eri sivut on esitelty kuvakaappauksin (Kuvat 43-46). Verkkosivut on julkaistu osoitteessa <http://www.euranpienelaintuhkaus.fi>.

Kuva 43 Euran Pieneläintuhkauksen verkkosivujen etusivu.



## Kuva 44 Tuhkauspalvelut-sivu



**Euran Pieneläintuhkaus**

**Etusivu Tuhkauspalvelut Uurnat Yhteystiedot**  
Jokitanhua 30, 27510 Eura | [euranpienelaintuhkaus@gmail.com](mailto:euranpienelaintuhkaus@gmail.com) | 040 501 3326

## Laadukasta eläintuhkauspalvelua Satakunnasta!



### Tuhkauspalvelut

Hoidamme tuhkausten kunnioitavasti ja arvokkaasti. Voit valita lemmikillesi joko yksilö- tai muistotuhkausten.

**Yksilötuhkaus**

Yksilötuhkauksessa lemmikki tuhkataan yksin. Saat tämän jälkeen tuhkat välittömästi iuressa. Uurnan hinta lisätään tuhkausten kokonaishintaan.

**Muistotuhkaus**

Muistotuhkauksessa useampi lemmikki tuhkataan samaan aikaan yhteistuhkauksessa. Mikäli valitset muistotuhkausten, et tarvitse uurnaa. Sirottelemme tuhkat puolestasi metsän rauhahan.



**Tuhkaushinnasto**

Kaikki hinnat sisältävät alv. 24%. Maksupapana lasku. Tuhka toimitetaan, kun lasku on maksettu.

Lemmikin paino	Yksilötuhkaus	Muistotuhkaus
alle 2 kg	40 €	20 €
alle 10 kg	70 €	40 €
alle 20 kg	90 €	50 €
alle 30 kg	110 €	70 €
alle 40 kg	130 €	90 €
alle 50 kg	150 €	120 €
alle 60 kg	170 €	140 €
alle 70 kg	190 €	150 €
yli 70 kg	220 €	170 €

**Noutohinnasto**

Nouto eläinlääkäriltä yksilötuhkaukseen 25 €  
 Nouto eläinlääkäriltä yhteistuhkaukseen 10 €  
 Nouto kotona 50 €  
 - 30 km säteellä toimipakasta, ylimenevät +0,5 € / km

Sovittaessa lemmikin voi myös itse tuoda suoraan tuhkaamolle.

**Uurnan palautus**

Palautus eläinlääkäreille ilmainen. Uurnan nouto tuhkaamolta myös sovittaessa mahdollista.  
 Pöytäus 25 €  
 Palautus suoraan kotiin 50 €  
 - 30 km säteellä toimipakasta, ylimenevät +0,5 € / km



**VALIKKO**

[Etusivu](#)

[Tuhkauspalvelut](#)

[Uurnat](#)


[Yhteystiedot](#)

**OTA YHTEYTTÄ**

Euran Pieneläintuhkaus  
 Jokitanhua 30, 27510 Eura  
 Puhelin: +358 40 501 3326  
 Sähköposti:  
[euranpienelaintuhkaus@gmail.com](mailto:euranpienelaintuhkaus@gmail.com)

Copyright © 2023 Euran Pieneläintuhkaus

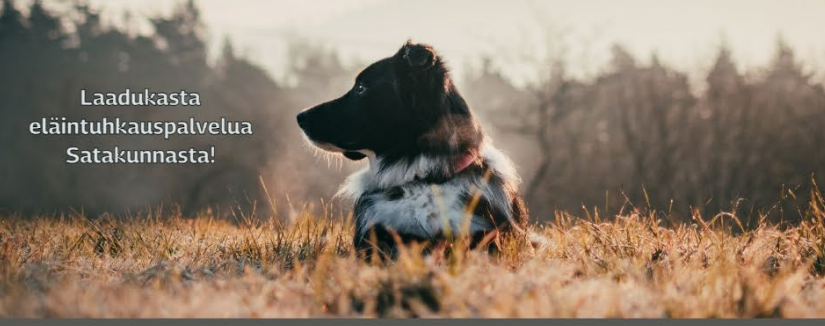
## Kuva 45 Uurnat-sivu



**Euran  
Pieneläintuokaus**

Etusivu Tuhkauspalvelut Uurnat Yhteystiedot  
 Jokelanha 30, 27510 Eura | [euranpienelaintuokaus@gmail.com](mailto:euranpienelaintuokaus@gmail.com) | 040 501 3326


Laadukasta eläintuokauspalvelua Satakunnasta!




**Uurnat**

Valkoisimmassa keuhkonekko, pulset, pahiset ja biopohjaiset uurnat, jotka käyvät sekä haudattavaksi että säilytettäväksi. Kaikki ovat täysin biomaattavia tuotteita.


Puiset uurnat ovat paikallisen puosopän valmistamia.




**Kangasuurna**  
Kaikki koot **20 €**




**Pahviuurna**  
Kaikki koot **10 €**




**Sulapac Natur-uurna, musta**  
Kaikki koot **35 €**  
Max. 50 kg




**Sulapac Natur-uurna, valkoinen**  
Kaikki koot **35 €**  
Max. 50 kg




**Kirstu, musta**  
Kaikki koot **45 €**



**Kirstu, valkoinen**  
Kaikki koot **45 €**



**Puinen uurna**  
Valkoinen, musta, puu  
Kaikki koot **50 €**



**VALIKKO**

[Etusivu](#)

[Tuhkauspalvelut](#)

[Uurnat](#)

[Yhteystiedot](#)

**OTA YHTEYTTÄ**

Euran Pieneläintuokaus  
 Jokelanha 30, 27510 Eura  
 Puhelin: +358 40 501 3326  
 Sähköposti:  
[euranpienelaintuokaus@gmail.com](mailto:euranpienelaintuokaus@gmail.com)

Copyright © 2023 Euran Pieneläintuokaus

Kuva 46 Yhteystiedot-sivu

**Euran Pieneläintuhaus**

Laadukasta eläintuhauspalvelua Satakunnasta!

Etusivu Tuhauspalvelut Uurnat Yhteystiedot  
 Jokitanhua 30, 27510 Eura | euranpienelaintuhaus@gmail.com | 040 501 3326

### Yhteystiedot

**Euran Pieneläintuhaus**

Avoinna sopimuksen mukaan.

Euran Pieneläintuhaus  
 Antti Jussila  
 Jokitanhua 30, 27510 Eura  
 puh. 040 501 3326  
 euranpienelaintuhaus@gmail.com

Jokitanhua 30  
 Jokitanhua 30, 27510 Eura  
 Näytä suurempi kartta  
 Naanjoki

**VALIKKO**

- [Etusivu](#)
- [Tuhauspalvelut](#)
- [Uurnat](#)
- [Yhteystiedot](#)

**OTA YHTEYTTÄ**

Euran Pieneläintuhaus  
 Jokitanhua 30, 27510 Eura  
 Puhelin +358 40 501 3326  
 Sähköposti:  
 euranpienelaintuhaus@gmail.com

Copyright © 2023 Euran Pieneläintuhaus

## 14 Johtopäätökset ja pohdinta

Työn teoriaosuudessa tutkin ja kävin läpi, mitä hyötyjä tai jopa mahdollisia haittoja verkkosivut voivat tuoda yritykselle. Selvää on, että verkkosivut ovat tärkeä osa yrityksen brändiä ja imagoa. Verkkosivujen avulla pystytään luomaan haluttu kuva sekä tuomaan kattavasti tarvittavaa tietoa yrityksestä suurellekin yleisölle yhtäaikaisesti. Hyvät ja toimivat verkkosivut nostavat toimiessaan yrityksen tietoisuutta, arvostusta sekä parantavat myyntiä. Verkkosivut voivat vaikuttaa myös negatiivisesti yrityksen toimintaan, jos niiden suunnitteluun ja toteuttamiseen ei olla käytetty tarvittavia resursseja tai aikaa. Verkkosivuja toteutettaessa yritykselle tärkeimpänä voidaan pitää tavoitteita, joita sivustolle on määritetty. Jos asetetut tavoitteet täyttyvät, tuovat verkkosivut kaikkein parhaiten hyötyä yritykselle.

Kävin myös verkkosivujen tuotantoprosessia läpi teoriaosuudessa. Prosessi etenee oikeassa järjestyksessä, kun ensin lähdetään liikkeelle hyvästä suunnittelusta. Alkuun on tärkeä määrittää prosessissa tuotettavan verkkosivuston tavoitteet. Seuraavaksi luodaan raakaversio eli niin sanottu rautalankamalli, jonka avulla hahmotetaan tulevan sivuston rakennetta ja osia. Suunnittelun rakenteen pohjalta aletaan rakentaa visuaalista suunnitelmaa verkkosivustosta, jossa tärkeänä osana ovat värit, kuvat ja typografia. Kun prosessin suunnitteluvaiheeseen panostetaan, on itse tuotantoprosessia helppo lähteä toteuttamaan. Itse verkkosivujen toteutustapa määräytyy paljolti siitä, minkälainen sivusto on kyseessä, mitä siltä halutaan ja kuinka paljon aikaa ja rahaa on sen toteutukseen käytettävissä. Teoriaosuus toi myös näkökulmaa ja tarkempaa tietoa Webflow-julkaisujärjestelmästä sekä sen eroavaisuuksia toiseen sisällönhallintajärjestelmään eli Wordpressiin.

Verkkosivujen suunnittelun ja toteutuksen tärkeänä osana voidaan pitää myös hakukoneoptimointia. Huolehtimalla, että sivuston hakukoneoptimointi on oikein tehty ja toimiva, saavutetaan lopputuloksena sivusto, joka on käyttäjäystävällinen sekä sisältää tarpeeksi laadukasta sisältöä ja jonka sijainti hakutuloksissa on mahdollisimman korkealla.

Osana verkkosivujen tuotantoprosessia, varsinkin nykypäivänä, ovat responsiivisuus sekä saavutettavuus. Responsiiviset verkkosivut toimivat erilaisilla laitteilla ja takaavat käyttäjälle

parhaan mahdollisen käyttökokemuksen. Responsiivisista verkkosivuista riittää vain yksi versio, mikä puolestaan helpottaa huomattavasti sivuston päivittämistä sekä ylläpitoa. Saavutettavista verkkosivuista on puolestaan toteutettu ja suunniteltu mahdollisimman järkevällä tavalla ja tasolla saavutettavat erilaisille käyttäjille, heidän rajoitteistaan huolimatta.

Itse käytännön osuudessa suunnittelin ja toteutin projektin, jonka tarkoituksena oli rakentaa työn toimeksiantajana toimivalle Euran Pieneläintuhkaukselle tämän tarpeiden ja toiveiden mukaiset verkkosivut Webflow-julkaisujärjestelmän avulla. Teoriaosuudesta saadun tiedon pohjalta oli hyvä lähteä laatimaan, yhdessä toimeksiantajan kanssa, mitkä ovat projektin päätavoitteet ja näiden pohjalta luoda suunnitelma ja tarkat ohjenuorat verkkosivujen toteutukselle.

Projektin tuloksena syntyivät Webflow-julkaisujärjestelmällä luodut verkkosivut, jotka ovat samaan aikaan sekä käyttäjäystävälliset, että visuaalisesti miellyttävät. Suunnitellut ja toteutetut verkkosivut rakentavat toimeksiantajalle Euran Pieneläintuhkaukselle selkeän ja nykyaikaisen brändin ja toimivat tämän pääsääntöisenä markkinointivälineenä.

Opinnäytetyöprojektin lopputuloksena syntyvään kokonaisuuteen toimeksiantaja oli tyytyväinen. Sivusto toteuttaa sille suunnitellut ja asetetut tavoitteet eli on yksinkertainen ja helppokäyttöinen sekä sisältää juuri oikeat ja tärkeät tiedot yrityksestä ja sen palveluista.

## 15 Yhteenveto

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella ja rakentaa toimeksiantajalleni Euran Pieneläintuhkaukselle verkkosivut huomioiden tämän tarpeet ja toiveet. Työni tutkimuskysymykset keskittyivät käsittelemään verkkosivujen hyötyjä yrityksille sekä verkkosivujen tuotantoprosessia aina suunnittelusta toteutukseen. Lisäksi tutkimuskysymyksenä oli Webflow-julkaisujärjestelmän edut verkkosivujen tekijän näkökulmasta sekä vertaaminen kilpailevaan sisällönhallintajärjestelmään Wordpressiin. Mielestäni tämä opinnäytetyö vastasi onnistuneesti näihin kysymyksiin.

Työn teoriaosuudessa sain selville, miten yritys voi parhaimmillaan hyötyä verkkosivuista ja minkälaisissa tilanteissa ne voivat mahdollisesti toimia jopa haitallisesti. Teoriaosuus antoi myös kattavasti tietoa verkkosivujen tuotantoprosessista ihan alun tavoitteiden määrittämisestä ja suunnittelusta itse toteutukseen asti. Teoriaosuus toi myös näkökulmaa Webflow-julkaisujärjestelmästä ja sen eroavaisuuksista kilpailevaan sisällönhallintajärjestelmään Wordpressiin. Käytännönsuudessa käytin teoriaosuudessa opittuja käytäntöjä sekä tietoja ja toteutin niiden pohjalta toimeksiantajan toiveiden mukaiset verkkosivut Webflow-julkaisujärjestelmällä. Webflow-julkaisujärjestelmän käyttö projektin toteutuksessa antoi samalla myös kuvan, miten ja minkälaisiin projekteihin se soveltuu sekä kuinka toimiva työkalu se on verkkosivun tekijän näkökulmasta; lähtötasosta huolimatta.

Opinnäytetyön myötä olen laajentanut osaamistani ja tietämystäni verkkosivujen suunnittelusta ja toteutuksesta, jota minulla oli jo entuudestaan vähän. Lisäksi opin Webflow-julkaisujärjestelmän käyttöä, joka oli minulle aivan tuntematon järjestelmä ennen työn aloitusta.

Verkkosivujen toteutus Webflow-julkaisujärjestelmällä oli mielenkiintoista ja herätti halun oppia lisää tästä järjestelmästä sekä verkkosivujen suunnittelusta ja toteutuksesta yleisesti. Web-kehitys on itselläni lähellä sydäntä ja toivoisin jatkossa oppivani ja kehittyväni siinä lisää sekä pystyväni työskentelemään sen parissa joskus tulevaisuudessa.

## Lähteet

Aaltonen, T. (2023) *Hakukoneoptimointi—Kaikenkattava opas 2023*. TommiAaltonen.fi

<https://tommiaaltonen.fi/hakukoneoptimointi/>

Aluehallintovirasto. (n.d.). *Digipalvelulain vaatimukset*. Saavutettavuuden lait ja standardit.

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/>

Benjamins, S. (3.1.2023). *The best website builder for 2023*. Site builder report.

<https://www.sitebuilderreport.com/best-website-builder>

Corrigan, S. (2023). *Webflow pricing explained: Which plan is right for you?* Flux Academy.

<https://www.flux-academy.com/blog/webflow-pricing-explained-which-plan-is-right-for-you>

Dawson, A. (2011). *Future-Proof Web Design*. John Wiley & Sons, Incorporated.

Digimarkkinointi. (23.12.2015). *Hyvä verkkosivuston rakenne*. Suomen Digimarkkinointi Oy.

<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/hyva-verkkosivuston-rakenne>

Docue. (n.d.). *Tietosuojaseloste malli*. <https://docue.com/fi->

[fi-asiakirjamallit/tietosuojaseloste/7ajgyO](https://docue.com/fi-asiakirjamallit/tietosuojaseloste/7ajgyO)

Dreamhost. (22.10.2020). *What are the different ways to build a website?* DreamHost

Academy. <https://www.dreamhost.com/academy/ways-to-build-a-site/>

Flannery, E. (n.d.). *Everything you need to know about Webflow*. Growfox.

<https://www.growfox.co.uk/topics/www.growfox.co.uk/topics/everything-you-need-to-know-about-webflow>

Flux Academy. (16.6.2023). *Webflow vs wordpress—Comprehensive review (2023)*. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=wIXC0MhMEpE>

Folcan. (20.2.2021). *Mitä CMS (Content management system) tarkoittaa?* Folcan.

<https://folcan.fi/mika-on-cms/>

Friedman, V. (11.8.2018). *Responsive web design: What it is and how to use it*. Smashing

Magazine. <https://www.smashingmagazine.com/2011/01/guidelines-for-responsive-web-design/>

Harris, E. (10.5.2021). *What's the purpose of your website?* Blue Hills Digital.

<https://www.bluehillsdigital.com/articles/website-purpose-seven-types/>

Helpotkotisivut.fi. (29.6.2022). *7 eri tapaa, miten yritys hyötty kotisivuista*.

<https://www.helpotkotisivut.fi/blogi/7-eri-tapaa-miten-yritys-hyotyy-kotisivuista/>

Hernandez, I. (21.10.2022). *The current state of website builders*. DreamHost.

<https://www.dreamhost.com/blog/state-of-website-builders/>

HTML-kieli. (n.d.). *HTML-kielen perusteet*.

<http://users.edu.turku.fi/mikaluoet/htmlperusteet.htm>

Ida Fram. (n.d.). *Hakukoneoptimointi*. (ei pvm.). Palveluiden markkinoinnin toimisto Ida Fram Oy. <https://idafram.fi/palvelut/hakukoneoptimointi/>

Khazanova, A. (11.1.2022). *Color Theory Fundamentals Every Web Designer Should Know*.

Elementor Blog. <https://elementor.com/blog/color-theory-web-design/>

Kivineva, J. (26.9.2018) *Verkkosivun tavoite ja sen mittaaminen*. Näkemystehdas MBE -

Näkemyksiä ja toteutuksia. <https://mbe.fi/blogi/verkkosivun-tavoite-ja-sen-toteutumisen-mittaaminen/>

Kurjenniemi, E. (22.4.2016). *5 syytä, miksi jokainen yritys tarvitsee verkkosivut*. Visman blogi.

<https://www.visma.fi/blog/p3738/>

Lellun paja. (n.d.). HTML opas. <https://www.lellunpaja.fi/html-alkeet.html>

Luomajoki, N. (22.7.2020). *Www-sivujen visuaalinen ulkoasu*. WTF Design.

<https://www.wtfdesign.fi/blogi/www-sivujen-visuaalinen-ulkoasu>

Mediatech. (4.4.2020). *Värien teoriaa verkkosivujen suunnittelijoille*. Mediatech.fi.

<https://mediatech.fi/varien-teoriaa-verkkosivujen-suunnittelijoille/>

Newcomer, C. (22.2.2023). *Webflow vs Wordpress: Which should you use to build your*

*website?* Hubspot. <https://blog.hubspot.com/website/webflow-vs-wordpress>

Parri, J. (5.2.2023). *Gdpr ja verkkosivut*. Janne Parri. <https://www.janneparri.fi/blogi/gdpr-ja-verkkosivut>

Parri, J. (5.2.2023). *Kenelle Webflow sopii?* Janne Parri.

<https://www.janneparri.fi/blogi/kenelle-webflow-sopii>

Parri, J. (5.2.2023). *Verkkosivun suunnittelu*. Janne Parri.

<https://www.janneparri.fi/blogi/verkkosivun-suunnittel>

Parri, J. (20.7.2023). *Webflow vs Wordpress | Blogi | Janne Parri*.

<https://www.janneparri.fi/blogi/webflow-vs-wordpress>

Pirouz, R., & Talasmäki, J. (2002). *Kotisivut: Parantelu ja virittäminen*. Edita, IT Press.

Rouse, M. (13.5.2020). *Web programming*. Techopedia.

<https://www.techopedia.com/definition/23898/web-programming>

Salokangas, T. (n.d.). *Valokuvien merkitys verkkosivuilla*. Quarespace & Markkinointi -blogi.

<https://www.tarusalokangas.com/blogi/valokuvien-merkitys-verkkosivuilla>

Santalahti, K. (20.7.2020). *Miksi responsiivinen verkkosivu on välttämättömyys*. Kubla.

<https://kubla.fi/blogi/responsiivinen/>

- Sanoma Markkinointi Routa. (1.12.2022). *Millaiset ovat hyvät yrityksen kotisivut?* Sanoma Markkinointi Routa. <https://www.markkinointirouta.fi/ajassa/artikkelit/millaiset-ovat-hyvät-yrityksen-kotisivut>
- Selovuo, K. (2019). *Saavutettavuusopas*. Kari Selovuo.
- Simplilearn.com. (19.12.2022). *What is web designing?* Simplilearn.Com. <https://www.simplilearn.com/what-is-web-designing-article>
- Sivustamo. (29.10.2021). *Miksi yritys tarvitsee verkkosivut*. Sivustamo Oy. <https://www.sivustamo.fi/blogi/miksi-yritys-tarvitsee-verkkosivut/>
- Smartdraw. (2023). *Website wireframes—What are wireframes, mockups, and prototypes*. Smartdraw. <https://www.smartdraw.com/website-wireframe/>
- Softia.fi. (n.d.). *Webflow arvostelu, hinta ja ominaisuudet*. (ei pvm.). <https://softia.fi/arvostelut/webflow/>
- Springboard. (4.5.2021). *What’s the Difference Between Wireframes, Prototypes, and Mockups in UX Design?* Springboard Blog. <https://www.springboard.com/blog/design/difference-between-wireframes-prototypes-and-mockups-in-ux-design/>
- The Interaction Design Foundation. (2.11.2022). *Responsive design: Best practices*. <https://www.interaction-design.org/literature/article/responsive-design-let-the-device-do-the-work>
- Tietosuojavaltuutetun toimisto. (n.d.). *Lainmukaisuus, asianmukaisuus ja läpinäkyvyys*. <https://tietosuoja.fi/lainmukaisuus-asianmukaisuus-lapinakyvyys>
- Tietosuojavaltuutetun toimisto. (n.d.). *Mikä on henkilötieto?* <https://tietosuoja.fi/mika-on-henkilotieto>
- Traficom. (4.4.2023). *Evästeet*. Liikenne- ja viestintävirasto Traficom. <https://www.kyberturvallisuuskeskus.fi/fi/toimintamme/saantely-ja-valvonta/evasteet>
- Unsplash. (2.12.2018). *Photo by Tadeusz Lakota on Unsplash*. <https://unsplash.com/photos/Farm2Ddgrdc>
- Vainio, S. (19.3.2022). *Hyvät kotisivut yritykselle | 8 elintärkeää elementtiä*. Sampsa Vainio. <https://sampsavainio.fi/blogi/kotisivut-yritykselle/>
- Verkkovaraani. (13.9.2021). *Nettisivujen uudistaminen—Opas onnistuneeseen uudistukseen*. Verkkovaraani Oy. <https://www.verkkovaraani.fi/2021/09/13/nettisivujen-uudistaminen-opas-onnistuneeseen-uudistukseen/>

Viljanen V. (13.9.2019). *Miksi nettisivut ovat välttämättömät yritykselle?* Valkohattu Oy.

<https://valkohattu.fi/artikkeli/miksi-nettisivut-yritykselle>

Virtanen, E. (29.6.2021). *Neljä vinkkiä verkkosivujen visuaaliseen suunnitteluun.*

Näkemystehdas MBE - Näkemyksiä ja toteutuksia. <https://mbe.fi/blogi/nelja-vinkkia-verkkosivujen-visuaaliseen-suunnitteluun/>

Webflow. (2023). *Plans & pricing.* Webflow. <https://webflow.com/pricing>

XetNET. (3.2.2019). *Optimoi kuvat verkkosivuille: Nopeuta sivujen latausaikoja 50–80 %.*

XetNET. <https://www.xetnet.fi/optimoi-kuvat-verkkosivuille-nopeuta-sivujen-latausaikoja/>

## Liite 1: Aineistonhallintasuunnitelma



### OPINNÄYTETYÖN AINEISTONHALLINTASUUNNITELMA

#### 1 Tutkimusaineiston tallennus ja säilytys

Teoriaosan lähdemateriaaleista tehdään muistiinpanot. Toimeksiantajan kanssa käydyistä haastatteluista ja verkkosivun suunnittelupalavereista tehdään pöytäkirjat. Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa syntyvän verkkosivuston toteutusprosessista sekä valmiista työstä otetaan kuvakaappauksia.

Kaikkia muistiinpanoja ja opinnäytetyötä säilytetään opiskelijan tietokoneella C -asemalla. Tiedoista otetaan säännöllisesti varmuuskopiot muistitikulle ja Hämeen Ammattikorkeakoulun OneDriveen. Tietokone, OneDrive ja muistitikku ovat suojattu salasanoilla.

#### 2 Henkilötietojen ja arkaluonteisten tietojen käsittely

Muistiinpanot eivät sisällä henkilötietoja. Kaikkia muistiinpanoja analysoidaan opinnäytetyötä varten.

#### 3 Opinnäytetyöaineiston omistajuus

Opinnäytetyöntekijä on opinnäytetyön omistaja. Toimeksiantajayritys voi hyödyntää työn tuloksena syntyvää verkkosivustoa toiminnan kehittämiseen.

#### 4 Opinnäytetyöaineiston jatkokäyttö työn valmistumisen jälkeen

Opinnäytetyön hyväksymisen jälkeen muistiinpanoja säilytetään vuoden verran, jonka jälkeen kaikki tiedot poistetaan.