



Entrance-kahvilan verkkosivujen kehittäminen

Roderik Pajunen

2024 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Entrance- kahvilan verkkosivujen kehittäminen

-

Roderik Pajunen
Tietojenkäsittely tradenomi
Opinnäytetyö
Toukokuu 2024

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella ja kehittää verkkosivut kahvilalle. Toimeksiantajana oli Entrance- kahvila Bangkokissa, Thaimaassa. Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda selkeät ja suoraviivaiset verkkosivut Bangkokissa sijaitsevalle kahvilalle. Toinen tavoite oli saada verkkonäkyvyyttä kahvilan verkkosivuille käyttäen hyväksi hakukoneoptimointia.

Opinnäytetyön tietoperustassa käytiin läpi vertailuanalyysiä, digitaalista markkinointia verkkosivujen avulla, sisällönhallintajärjestelmiä ja verkkosivujen visuaalista suunnittelua. Nämä kaikki edellä mainitut asiat liittyvät verkkosivujen kehittämiseen.

Vertailuanalyysiä käytettiin aineistonhankinnassa. Opinnäytetyössä käytiin läpi kahvilan kahden kilpailijan verkkosivuja ja poimittiin sieltä niiden parhaimmat puolet. Analyysin perusteella saatiin hyviä ideoita verkkosivustoa varten.

Toteutusosassa käytiin läpi verkkosivujen kehittämisprosessi. Jokainen vaihe selitettiin askel askeleelta. Opinnäytetyön tuloksena syntyi verkkosivut ja työlle asetetut tavoitteet toteutuivat. Kahvila hyötyi opinnäytetyön tuloksista siten, että se sai verkkonäkyvyyttä. Jatkossa verkkosivuja tullaan päivittämään ja kehittämään tarpeen mukaan.

Roderik Pajunen

Development of the website of the Entrance Cafe

Year 2024

Pages

28

The topic of the thesis was to design and develop a website for a cafe. The client was the Entrance Cafe in Bangkok, Thailand. The thesis aimed to create a clear and straightforward website for a cafe in Bangkok. Another goal was to gain online visibility for the cafe's website using search engine optimization.

Benchmarking analysis, digital marketing using websites, content management systems and visual design of websites were reviewed in the thesis database. All of these things mentioned above are related to website development.

Comparative analysis was used in the procurement of materials. The websites of the cafe's two competitors were reviewed and were picked out their best aspects. Based on the analysis, good ideas were obtained for the website.

In the implementation part, the website development process was reviewed. Each step was explained step by step. The website was created due to the thesis and the goals set for the work were realized. The cafe benefited from the thesis results in gaining an online presence from its new website. The website will be updated and developed as needed in the future.

Keywords: website planning, website development, search engine optimization

Sisällysluettelo

1	Johdanto.....	6
2	Työn lähtökohdat.....	7
2.1	Työn tavoitteet.....	7
2.2	Aiheen rajaus	7
2.3	Kahvila.....	8
2.4	Studio	8
2.5	Keskeiset käsitteet.....	8
3	Digitaalista markkinointia verkkosivujen avulla	8
3.1	Verkkosivujen käytettävyys.....	8
3.2	Hakukonemarkkinointi.....	9
3.3	Verkkosivujen responsiivisuus	9
4	Sisällönhallintajärjestelmät	9
4.1	Wordpress	9
4.2	Wordpress - teemat sekä lisäosat.....	10
4.3	Joomla	10
4.4	Drupal.....	10
5	Verkkosivujen visuaalinen suunnittelu	10
5.1	Typografia.....	11
5.2	Hahmolait	11
5.3	Visuaalinen hierarkia	11
5.3.1	F- malli.....	12
5.3.2	Z- malli.....	12
5.4	Verkkosivujen värit	12
6	Vertailuanalyysi.....	13
6.1	Amazon café	13
6.2	Starbucks	14
6.3	Yhteenveto	15
7	Entrance- kahvilan verkkosivujen toteuttaminen.....	15
7.1	Projektin suunnitelma	15
7.2	Tavoitteet	16
7.2.1	Tekniset tavoitteet.....	16
7.2.2	Sisällölliset tavoitteet	16
7.3	Kohderyhmä.....	16
7.4	Verkkosivujen suunnittelu	17
7.5	Visuaalinen suunnittelu	17

7.6	Rakennesuunnittelu.....	17
7.7	Valikon suunnittelu	18
7.8	Sisällön toteutus.....	18
8	Verkkosivut Wordpress- järjestelmällä.....	18
8.1	Otsikko ja slogan	19
8.2	Rakenteen toteutus.....	19
8.3	Visuaalinen toteutus	19
8.4	Teema	20
8.5	Värit.....	20
8.6	Kuvat.....	20
8.7	Käyttäjät	20
8.8	Verkkosivujen typografia.....	21
8.9	Verkkosivujen responsiivisuus	21
8.10	Käyttöliittymän toteutus	21
8.11	Sisällön toteutus.....	22
8.12	Verkkosivujen hakukoneoptimointi	22
8.13	Testaus	23
9	Pohdinta	23
10	Lähteet	24
	Liitteet	26

1 Johdanto

Thaimaassa käytetään keskimäärin 8 tuntia päivässä internetiä. Suosituin laite internetin käytössä on mobiililaitte, ja toiseksi suosituin laite on tietokone. Noin 54 miljoonalla thaimaalaisella eli noin 75 prosentilla väestöstä on pääsy internetiin. (Statista 2024.) Yritykset pystyvät paremmin tavoittamaan ihmisiä luomalla omat verkkosivut. Verkkosivujen kautta yritykset voivat houkutella uusia kävijöitä ja asiakkaita. Suurin osa ihmisistä etsii tietoja yrityksestä internetistä. (Komulainen 2018, 218).

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Entrance- kahvila, joka sijaitsee Bangkokissa, Thaimaassa. Toimeksiantajan kanssa kävin keskusteluja verkkosivujen kehittämisestä kahvilalle. Esitin kysymyksiä työtiimille ja vastausten perusteella sekä suunnittelin että toteutin verkkosivut.

Aloitin opinnäytetyön kirjoittamisen tammikuussa 2024 ja sain sen päätökseen toukokuussa 2024. Ensin suunnittelin verkkosivut ja sitten etsin sopivan verkkohotellin ja yhdessä kahvilan tiimin kanssa mietimme sopivaa domain nimeä verkkosivuille. Lisäksi kävimme läpi eri sisällönhallintajärjestelmiä ja valitsimme parhaimman vaihtoehdon verkkosivuille. Sisällönhallintaohjelmalla loin verkkosivut Entrance- kahvilalle.

2 Työn lähtökohdat

Entrance- kahvila perustettiin vuonna 2013. Sen perustivat kaksi suomalaista lähetystyöntekijää. Entrancella on yhteistyöjärjestöjä, jotka käyttävät Entrancen tiloja. Kuusi henkilöä on täyspäiväisessä työsuhteessa Entrancen kanssa. Henkilökunnassa on myös osa-aikaisia työntekijöitä ja harjoittelijoita.

Olen työskennellyt Thaimaassa, ja yksi tehtäväni on osallistua Entrance-kahvilan toiminnan kehittämiseen. Kahvilalla on ollut vähäistä näkyvyyttä verkossa, joten tiimissä on keskusteltu verkkonäkyvyyden parantamisesta ja oman verkkosivuston luomisesta. Vaikka kahvilalla oli aikaisemmin omat verkkosivut, ne eivät enää ole käytössä. Olen suunnitellut luovani uudet verkkosivut kahvilalle, koska niille on tarvetta. Tavoitteenani on houkutella kävijöitä verkkosivuille. Uusien verkkosivujen avulla kahvila voi parantaa näkyvyyttään ja houkutella uusia asiakkaita.

2.1 Työn tavoitteet

Yksi tämän opinnäytetyön tavoitteista on saada siistit ja selkeät verkkosivut Entrance- kahvilalle. Samalla verkkosivuja pitäisi pystyä ylläpitämään helposti. Tämän vuoksi verkkosivut tul- laan kehittämään sisällönhallintaohjelmalla. Toinen tavoite on saada lisättyä verkkonäky- vyyttä tuleville verkkosivuille.

Minun tavoitteeni on oppia suunnittelemaan sekä kehittämään verkkosivuja asiakkaille. Tä- män opinnäytetyön kautta tulen saamaan paljon käytännön kokemusta ja erityisesti koke- musta asiakkaiden kanssa työskentelystä. Minulle on tärkeitä oppia vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Minun pitää kysellä ja kartoittaa asiakkaiden tarpeita. Tällä tavoin pystyn arvioi- maan heidän tarpeensa sekä vaatimuksensa ja siten voin suunnitella verkkosivut heille.

Entrance-kahvilalla on jonkin verran aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa, ja he ovat julkais- seet sekä kuvia että ilmoituksia siellä. Lisäksi kahvilalla on jo valmiina logo. Työntekijät ovat luvanneet auttaa verkkosivujen sisällön tuottamisessa, joten sinun tehtäväksesi jää verkkosi- vujen visuaalisen ilmeen luominen ja tekninen toteutus. Tämä yhteistyö varmasti helpottaa työtäni ja antaa minulle mahdollisuuden saavuttaa tavoitteeni.

2.2 Aiheen rajaus

Tämän opinnäytetyön aiheena on verkkosivujen kehittäminen ja varsinkin verkkonäkyvyyden lisääminen. Verkkonäkyvyyden lisääminen onnistuu digitaalisen markkinoinnin kautta. Sivujen visuaalinen ilme, käytettävyys sekä responsiivisuus ovat merkittäviä tekijöitä verkkosivuston kävijöitten tavoittamisessa. Näitä edellä mainittuja asioita tulen käsittelemään opinnäyte- työssäni. Tämän opinnäytetyön aikana tulen kehittämään verkkosivut, jotka lisäävät yrityksen verkkonäkyvyyttä.

2.3 Kahvila

Entrance- kahvila sijaitsee Bangkokissa. Se on Chulalongkorn- yliopiston alueella. Se sijaitsee lähellä Bangkokin keskustaa, Thaimaassa. Tällä hetkellä thaimaalaiset omistavat tämän yrityksen. Entrance vuokraa kaksikerroksista taloa. Kahvila sijaitsee alakerrassa.

2.4 Studio

Entrancella on myös oma musiikkistudio, jonka jokainen voi vuokrata tunniksi tai pidemmäksi aikaa. Musiikkistudio sijaitsee kahvilan yläkerrassa. Studioissa on yleisimmät instrumentit käytettävissä kuten esimerkiksi piano, kitara ja rummut. Studioissa voi äänittää omaa musiikkia. Vaihtoehtoisesti siellä voi harjoitella musiikkia vapaasti äänittämättä sitä.

2.5 Keskeiset käsitteet

Käyttöliittymä tarkoittaa sitä osaa, jossa ihminen on vuorovaikutuksessa koneen kanssa (Kalimo, A 1996,7). Domain nimi, toiselta nimeltään verkkotunnus, muuttaa IP- osoitteen tekstimuodoksi (Lepistö, I 2024). Web- hotelli on palvelin, johon tallennetaan verkkosivuston tiedot ja ne julkaistaan sieltä käsin (Louhi.) HTML on koodauskieli, jolla koodataan verkkosivuja (MacDonald 2011,2). HEX-koodi tarkoittaa koodia, jolla osoitetaan väri HTML- koodikielessä (Cinnamon Graphics, 2024).

3 Digitaalista markkinointia verkkosivujen avulla

Nykyään yritykset pystyvät helposti markkinoimaan tuotteitaan ja palveluita verkossa. Yritys pystyy lisäämään verkkonäkyvyyttään mainostamalla itseänsä sosiaalisen median alustoilla. Omien verkkosivujen kautta yritys pystyy tavoittamaan myös sellaisia käyttäjiä, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa. Komulaisen mukaan nykyään asiakkaita on jopa mahdotonta tavoittaa, jos yrityksellä ei ole verkkonäkyvyyttä. Suurin osa asiakkaista hankkivat tiedon internetistä ennen ostopäätöstään. Tämän vuoksi digimarkkinoinnin merkitys on suuri. (Komulainen 2018, 27.)

3.1 Verkkosivujen käytettävyys

Verkkosivujen pitää olla helppokäyttöiset, jotta käyttäjät löytävät helposti etsimäänsä informaatiota. Käyttäjät pitävät helppokäyttöisistä sivuista. Sivuston ei tule olla sekava tai muuten käyttäjä poistuu sivustolta. Verkkosivujen kehittäjän tulee kiinnittää huomiota sivujen helppokäyttöisyyteen. Käyttäjän pitäisi saada hyvä käyttäjäkokemus vieraillessa sivuilla. Tämä on käytettävyyden tarkoitus. (Nielsen 2012.)

Sivuston valikko on tärkeä osa verkkosivustoa. Käyttäjä navigoi valikon avulla sivustolla. Logo on tärkeä osa sivuston visuaalista ilmettä. Käyttäjän pitäisi pystyä palaamaan verkkosivuston etusivulle klikkaamalla logoa. Sivuston visuaalista ilmettä on hyvä päivittää silloin tällöin. Päivitetty visuaalinen ilme sivustolla antaa hyvän kuvan yrityksestä. Se kertoo siitä, että sivusto on aktiivinen. (Myllynen 2017.)

3.2 Hakukonemarkkinointi

Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan prosessia, jossa pyritään parantamaan verkkosivuston hakukonenäkyvyyttä (Komulainen, M 2023,237). Hakukoneoptimoinnin avulla verkkosivusto voi tavoittaa uusia käyttäjiä ja täten lisätä verkkonäkyvyyttä. Sen avulla parannetaan yrityksen myyntiä. Hakukoneoptimointi on välttämätöntä yritykselle, koska ilman sitä kilpailijat saavat etulyöntiaseman. (Komulainen, M 2023, 245).

3.3 Verkkosivujen responsiivisuus

Nykyään suurin osa ihmisistä, jopa 58 % nettikäyttäjistä, selailee verkkosivuja mobiililaitteilla (Buck 2024). Sen vuoksi on tärkeää, että verkkosivut toimivat moitteettomasti myös mobiililaitteilla. Responsiivisuus tarkoittaa sitä, että verkkosivut näkyvät sopivalla tavalla kaikissa laitteissa. Hakukoneet, kuten esimerkiksi Google, pisteyttävät verkkosivut niiden responsiivisuuden mukaisesti. Eli mitä paremmin sivut toimivat mobiililaitteilla, sitä korkeamman pistemäärän verkkosivusto saa hakukoneilta. (Sininen härkä 2022.)

4 Sisällönhallintajärjestelmät

Sisällönhallintajärjestelmällä tarkoitetaan internetissä toimivia sovelluksia, joiden avulla käyttäjä pystyy luomaan verkkosivut ja ylläpitämään ne. Sisällönhallintajärjestelmä on tarkoitettu niille, jotka haluavat luoda verkkosivut ilman koodailua. Järjestelmä päivittää sivuston automaattisesti ja huolehtii tietoturvasta. Yleensä näiden järjestelmien mukana tulee valmiita teemoja, joista käyttäjä voi valita sopivan itselleen. (Rahmel 2009, 3.)

4.1 Wordpress

Wordpress on sisällönhallintaohjelma, joka on tarkoitettu blogin julkaisua varten. Viime vuosina sitä on käytetty myös nettisivujen kehittämiseen. Se perustuu avoimeen lähdekoodiin. Wordpressissä pystyy lisäämään sisältöä ja sivuja ilman koodausta. (Stern, H. & Damstra, D. & Williams, B. 2010, 1). Jos haluaa luoda kotisivut ilman koodailua, niin se onnistuu Wordpress-järjestelmässä. Useimmat webhotellit tukevat Wordpressiä ja niissä voidaan asentaa kyseinen ohjelma yhdellä klikkauksella.

Wordpress.com - eroaa siten Wordpress.org:sta, että sitä ei tarvitse ladata omalle koneelleen ja sitten ladata web- palvelimelle. Wordpress- com:ssa voi ostaa webhotellin ja domainin samasta paikasta (Wordpress.com 2024).

Wordpress.org:ssa voi ladata Wordpress- paketin omalle koneelleen ja sitten asentaa sen web-palvelimelle (Wordpress.org 2024). Tosin nykyään jotkut web-palvelimet antavat mahdollisuuden asentaa Wordpress yhdellä klikkauksella heidän käyttöliittymässä. Esimerkiksi Domainhotelli -domain palvelussa voi tehdä näin (Domainhotelli 2024).

4.2 Wordpress - teemat sekä lisäosat

Wordpress- ohjelmassa on mahdollista valita sopiva teema omille verkkosivuille. Teemoja on jopa tuhansia mistä valita. Suurin osa teemoista on ilmaisia, mutta jotkut teemat ovat maksullisia (wordpress.com/themes 2024). Teemoja pystyy myös itse kehittämään.

Wordpressiin saa liitettyä lisäosia. Ilmaisia lisäosia on 59 782 kappaletta. Sen lisäksi on olemassa maksullisia lisäosia. (wordpress.com/plugins 2024). Sekä lisäosat että teemat tulee päivittää aika ajoin turvallisuusriskien vuoksi (WP Travel 2024).

4.3 Joomla

Joomla on sisällönhallintajärjestelmä. Joomla on ilmainen ja kuka tahansa voi ladata sen. Se on myös helppokäyttöinen. Käyttöliittymä on suoraviivainen ja looginen. Siihen pystyy lataamaan lisäosia. (Rahmel 2009, 3,5.)

4.4 Drupal

Drupal on avoimeen lähdekoodiin perustuva sisällönhallintajärjestelmä. Drupalissa on vahva tietoturva. Lisäosia on tarjolla myös Drupalissa ja ne tunnetaan nimellä moduulit. Drupalia saa ladata ilmaiseksi. Sitä saa myös muokata vapaasti. (Drupal 2024.)

5 Verkkosivujen visuaalinen suunnittelu

Verkkosivujen visuaalisessa suunnittelussa otetaan huomioon verkkosivuston grafiikka, värit ja typografia. Visuaalinen suunnittelu tulee tehdä hyvin, koska verkkosivuston visuaalinen ilme on tärkeä ominaisuus verkkosivuja katsellessa. Visuaalisessa suunnitelmassa myös mietitään sitä, miten halutaan kommunikoida käyttäjän kanssa visuaalisten elementtien kautta. (Duckett, J 2011, 456.)

5.1 Typografia

Graafisessa suunnittelussa sekä verkkosivujen kehittämisessä mietitään typografiaa. Fonteilla ja grafiikalla on suuri merkitys kummassakin tapauksessa. Verkkosivujen vaikutelma muuttuu todella paljon, jos esimerkiksi fontteja tai taustaväriä vaihdetaan. (Sassoon 2013,12.) Käyttäjät pitävät helposti luettavasta fontista. Kappalejako on myös tärkeä osa typografiaa. Teksti kannattaa pitää lyhyenä ja selkeänä. Tällöin käyttäjä jaksaa lukea tekstiä. (Sassoon 2013,18.)

5.2 Hahmolait

Hahmolaki on psykologinen käsite, jota hyödynnetään markkinoinnissa ja verkkosivujen kehittämisessä. Hahmolait auttavat selventämään visuaalisia kokonaisuuksia erityisesti verkkosivujen suunnittelussa ja visuaalisen suunnitelman luomisessa. Ihmisaivot pyrkivät luomaan yhteyksiä eri asioiden välillä, ja kun ihminen havaitsee kuvia, liikettä tai värejä, hän pyrkii ymmärtämään niitä kokonaisuuksien ja kuvioiden avulla.

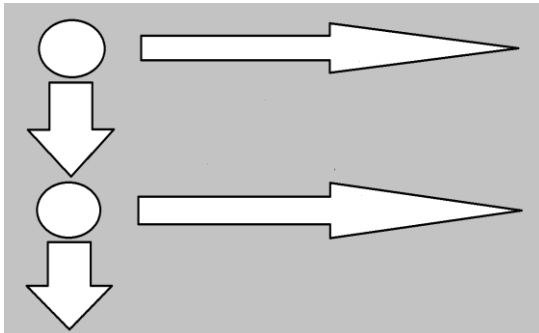
Verkkosivujen kehittäjän on tärkeää ymmärtää, miten käyttäjän mieli toimii ja miten houkuttella käyttäjä jäämään sivustolle. Tämä tieto on hyödyllistä myös käyttöliittymäsuunnittelussa. Kun ymmärretään hahmolait, voidaan luoda käyttäjäystävällisempi verkkosivusto. (Kurko 2023).

5.3 Visuaalinen hierarkia

Visuaalisella hierarkialla tarkoitetaan sitä, millaisessa järjestyksessä visuaaliset elementit ovat esille teoksessa. Tätä voidaan soveltaa verkkosivujen kehittämiseen. Ihmiset prosessoivat tietoa oppimansa kaavan mukaisesti. Ihmisen oma ympäristö, kulttuuri ja kasvatus vaikuttavat siihen, miten hän prosessoi tietoa ja visuaalisia elementtejä. Länsimaissa olemme tottuneet lukemaan tekstiä vasemmalta oikealle ja ylhäältä alas. Joissakin kielissä luetaan oikealta vasemmalle ja näin ollen tämä muuta prosessointia. Visuaalisessa hierarkiassa on erilaisia kaavoja, kuten esimerkiksi f- sekä z- mallit, joita voidaan käyttää hyväksi visuaalisessa suunnittelussa. Seuraavaksi näytetään kuvia näistä edellä mainituista malleista. (Canva 2024).

5.3.1 F- malli

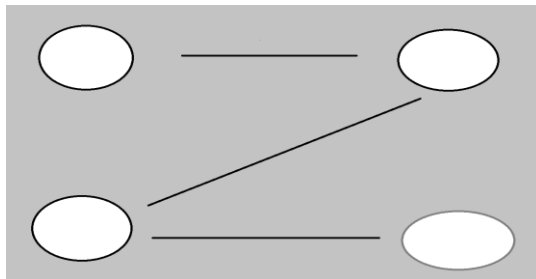
F-mallissa tieto ja visuaaliset elementit menevät vasemmalta oikealle ja sieltä alaspäin. Tässä mallissa tieto kulkee suoraviivaisesti ja loogisesti. Tämä sopii varsinkin niille kielille, joissa tekstiä luetaan vasemmalta oikealle (Kuva 1). (Virtanen 2021.)



Kuva 1. Hahmotelma F-mallista (Virtanen 2021).

5.3.2 Z- malli

Z- mallissa tieto sekä visuaaliset elementit etenevät z- muotoisesti. Kuten f- kaava, niin z- kaava on myös katsojan silmälle miellyttävä malli. Voidaan sanoa, että ihminen ei ainoastaan lue tekstiä, vaan hän skannaaa silmillään. Jotkut ihmiset skannaavat eli prosessoivat tietoa z- muotoisesti (Kuva 2). (Babich, N. 2017.)



Kuva 2. Hahmotelma Z- mallista (Babich, N. 2017).

5.4 Verkkosivujen värit

Verkkosivujen värejä miettiessä on hyvä tutustua värikarttaan. Tiettyt värit sopivat tiettyjen värien kanssa. Väreillä voidaan myös viestiä ja ne voivat hyvin sopia verkkosivuja varten asetettuihin tavoitteisiin. Värikombinaatiot ovat tärkeitä ja oikeanlaiset yhdistelmät voidaan löytää väriohjelmistolla tai joku graafikko on tehnyt valmiit väriyhdistelmät, joita muut voivat käyttää sivustoillaan.

Värimaailmassa kolme keskeisintä väriä ovat magenta, syaani ja keltainen. Muut värit koostuvat näiden aikaisemmin mainitsemien päävärien yhdistelmästä. Toissijaiset värit ovat ne värit, jotka saadaan yhdistämällä päävärejä. Näistä väriyhdistelmästä on hyötyä silloin, kun tehdään visuaalista suunnitelmaa sivustolle. (Corrigan 2024.)

6 Vertailuanalyysi

Vertailuanalyysi tarkoittaa prosessia, jossa vertaillaan oman yrityksen suorituskykyä kilpailijoihin verrattuna. Eli analysoidaan dataa yritysten välillä. Yritys vertailee itseänsä kilpailijoihin ja analysoi niiden toiminnan negatiiviset sekä positiiviset puolet. Lisäksi peilataan niiden toimintaa oman liikeyrityksen toimintaan. Samalla tarkkaillaan oman yrityksen suorituskykyä. (Niva & Tuominen 2005, 5.)

Vertailuanalyysissä ensimmäiseksi mietitään, mitä ja miten lähdetään vertailemaan eri yritysten tietoja keskenään. Samalla myös mietitään, että ketkä ovat tärkeimmät kilpailijat samalla alalla ja samalla paikkakunnalla. Analysoinnin jälkeen sitten tehdään suunnitelma, jossa käytetään hyväksi kerättyä dataa ja suunnitellaan sitä, että miten voitaisiin parantaa omia palveluita verrattuna kilpailijoihin. (Niva & Tuominen 2005, 17.)

Otin perusteellisesti selvää Entrancen kilpailijoista ja tutkin huolellisesti heidän verkkosivujaan. Keskityin erityisesti tarkastelemaan heidän verkkosivujensa sisältöä, ulkoasua ja käytettävyyttä. Vertailin, miten nämä kahvilaketjut mainostavat itseään ja millaisia tarjouksia ja tuotteita he esittelevät sivustoillaan.

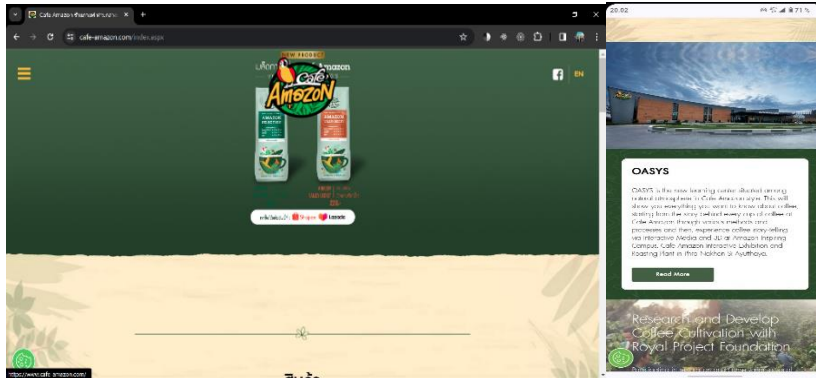
Kriteerinä valitessani kilpailijoita oli, että kyseisen kahvilan on sijaittava Bangkokissa tai vähintään Thaimaassa. Vaikka yritin etsiä Bangkokissa toimivan kahvilan verkkosivuja, en valitettavasti löytänyt sellaisia. Päätin kuitenkin tarkastella Thaimaassa sijaitsevien kahden suurimman kahvilaketjun, Starbucksin ja Amazon Cafen, kotisivuja. Näillä kahvilaketjuilla on toimipisteitä Entrance-kahvilan läheisyydessä, joten näitä kahviloita voidaan pitää Entrancen kilpailijoina.

6.1 Amazon café

Amazon café on kahvilaketju Thaimaassa (Amazon cafe 2024). Kahvilan kotisivuilla logo on esillä suurena. Etusivulla kahvila mainostaa uusia tuotteitaan. Verkkosivujen taustalla näkyy vihjeitä viidakosta, kuten palmupuiden siluetteja, mikä liittyy kahvilan nimeen, joka viittaa Amazonin sademetsään. Sivuston päävärit ovat vihreä ja beige. Kotiinkuljetuspalvelua mainostetaan näkyvästi verkkosivuilla, ja kahvila myy myös kahvipapuja. Nämä tuotteet ovat keskeisessä roolissa mainonnassa.

Sivut ovat saatavilla sekä thain että englannin kielillä. Verkkosivuilla on linkki Amazon Cafen Facebook-sivuille, mutta muita sosiaalisen median linkkejä ei näy sivuilla. (Kuva 3). Amazonin verkkosivuilta näkee kahvilan tuotteet. Hinnat eivät ole esillä. Sivulla mainostetaan kahvilan alennuskampanjoita. Verkkosivuilla myös esitellään kahvin valmistamista. Amazonilla on oma tehdas, josta viedään valmiit tuotteet sen kahviloihin. Sivustolla on kuvia tehtaasta.

Amazonin verkkosivut ovat responsiiviset (Kuva 4). Ne toimivat todella hyvin mobiililaitteilla. Kuvat pienentyvät juuri sopivan kokoisiksi mobiililaitteella. Valikko tulee esille animaation kera. Näyttäisi siltä, että sivut ovat ensisijaisesti tarkoitettu mobiililaitteille, sillä sivut näyttävät kapeilta tietokoneella.



Kuva 3. Cafe Amazon - sivusto tietokoneen selaimessa. Kuva 4. Sivusto mobiililaitteella.

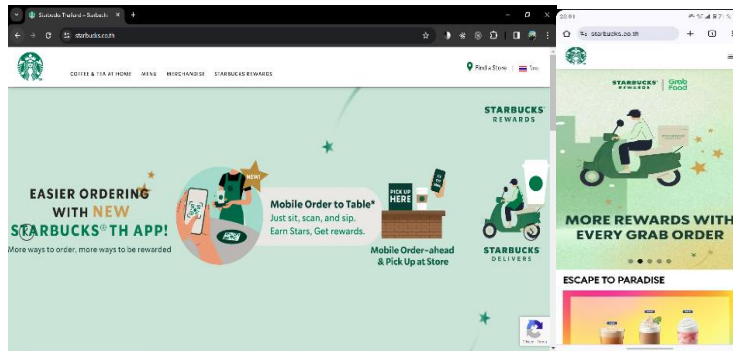
6.2 Starbucks

Starbucks - kahvilaketju on monessa eri maassa (Starbucks 2024). Etusivulla kahvila mainostaa sen uutta mobiilisovellusta. Alempana etusivulla näkyy kahvilan uudet tuotteet. Verkkosivujen päävärit ovat vihreä ja valkoinen. Verrattuna Amazonin verkkosivuihin, Starbucksin verkkosivut ovat hillityt. Logo on pieni. Valikko on näkyvillä. Se on valkoisella pohjalla. Verkkosivut ovat sekä thai- että englanninkieliset (Kuva 5).

Starbucksin verkkosivuilla esitellään kahvilan menu ja hinnat selkeästi. Jokaisesta tuotteesta on kuva, ja niihin liittyy selitysosuus, jossa kerrotaan tuotteiden sisällöstä. Lisäksi sivustolla mainostetaan Starbucksin keräilytuotteita sekä heidän palkinto-ohjelmaansa ja mobiilisovellustaan. Sivulla on myös linkit Starbucksin sosiaalisen median kanaviin

Thaimaassa sijaitsevien Starbucksin toimipisteiden osoitteet ovat nähtävillä verkkosivuilla, ja käyttäjä voi hakea tiettyä toimipistettä kirjoittamalla hakusanan hakukenttään. Yhteystietosivulla on interaktiivinen kartta, jossa näkyvät kaikki Starbucks-kahvilat Thaimaassa. Lisäksi osoitteiden lisäksi sivulla kerrotaan kahviloiden aukioloajat. Sivustolla on myös kunkin kahvilan puhelinnumero sekä linkki ajo-ohjeisiin. Kyseinen linkki ohjaa käyttäjän Google Maps -sivustolle, josta käyttäjä voi saada reittiohjeet kahvilaan kyseisestä sijainnista, missä hän fyysisesti sijaitsee.

Sivut ovat responsiiviset. Ne näyttävät hyviltä mobiililaitteilla. Mobiiliselaimessa yrityksen logo on vasemmalla ylhäällä. Valikko menee piiloon oikealle puolelle. Verkkosivujen alaosassa on toinen valikko. Sama valikko on myös nähtävissä tietokoneella. Mobiiliselaimessa tämän kyseisen valikon tausta on hieman harmaampi kuin verkkosivujen tietokoneversiossa. Etusivulla on kuvakaruselli, joka peittää suuren osan verkkosivujen mobiiliversiosta (Kuva 6).



Kuva 5. Starbucks- sivusto tietokoneen selaimessa. Kuva 6. Starbucks- sivusto mobiililaitteella

6.3 Yhteenveto

Vertailuanalyysin perusteella huomasi, että useimmilla kahviloilla Thaimaassa ei ollut omia verkkosivuja. Starbucksin ja Amazon Cafen sivustot olivat kuitenkin laadukkaasti suunniteltuja ja toteutettuja. Amazon Cafen verkkosivut oli erityisesti optimoitu mobiililaitteille, kun taas Starbucksin sivustoilla oli paljon yksityiskohtaista tietoa tuotteista ja palveluista. Molemmat sivustot olivat visuaalisesti houkuttelevia ja käyttäjäystävällisiä, ja niissä oli runsaasti kuvia ja informatiivista sisältöä.

Sivustojen värit on mietitty tarkasti ja niiden kehittäjät ovat onnistuneet valitsemaan sopivat värit. Lisäksi nämä värit sointuvat hyvin toisiinsa. Kummallakin sivustolla pääväri on vihreä. Tavoitteena on saada asiakas tuntemaan olevansa luonnon keskellä. Samalla halutaan mainostaa ekologisuutta. Starbucksin sivuilla on paljon enemmän yksityiskohtia ja infoa tuotteista kuin Amazon cafen sivuilla. Lisäksi Starbucksilla on oma mobiilisovellus, jota taas ei Amazon cafella ole. Kummatkin sivustot ovat käyttäjäystävällisiä.

7 Entrance- kahvilan verkkosivujen toteuttaminen

Entrance- verkkosivujen suunnittelun jälkeen kehitetään verkkosivut. Sen jälkeen vielä testataan verkkosivuja. Testaamisen jälkeen verkkosivut ovat valmiit julkaisemista varten. Verkkosivujen julkaisemisen jälkeen voidaan todeta, että projekti on saatu päätökseen. Sen jälkeen verkkosivuja päivitetään jatkuvasti ja sinne voidaan lisätä sisältöä.

7.1 Projektin suunnitelma

Pidimme palaverin kahvilan työntekijöiden kanssa. Tässä palaverissa keskustelimme siitä, minkälaiset sivut olisivat sopivat sekä kahvila- että studio toiminnalle. Kuuntelin tiimin toiveita ja teimme yhdessä suunnitelman, jonka mukaan tuleme etenemään tässä projektissa. Sovimme, että työtiimi ottaa vastuun kahvilan verkkosivujen sisällöstä ja minä otan vastuun sivujen teknisestä toteutuksesta.

7.2 Tavoitteet

Entrancella on tavoitteena lisätä verkkonäkyvyyttä. Verkkosivujen tarkoituksena on saada myös luotua yhteyksiä mahdollisiin uusiin sidosryhmiin. Verkkosivut tulevat tavallaan olemaan Entrancen digitaalinen ”käyntikortti”.

7.2.1 Tekniset tavoitteet

Kahvilassa ei ole sellaista henkilöä töissä, joka on kehittänyt kotisivuja. Yksi työntekijä on joskus päivittänyt Wordpress-sivuston sisältöä. Tämä on yksi syy, miksi päädyin tekemään kotisivut Wordpress-järjestelmällä. Toinen syy on se, että minulla on jonkin verran käytännön kokemusta Wordpress-järjestelmän käytöstä. Työtiimi tulee päivittämään sivuja säännöllisesti. Sivujen ulkoasua voisi myös muuttaa silloin tällöin. Tavoitteena on saada tehtyä toimivat ja nopeasti latautuvat verkkosivut.

7.2.2 Sisällölliset tavoitteet

Kahvilan verkkosivuilla tulisi kertoa sen tärkeimmät tiedot, mitä jokainen kävijä etsii: kahvilan sijainti ja tuotevalikoima. Usein kävijät etsivät ensiksi sivuilta kahvilan sijaintia. Siksi on tärkeää kertoa etusivulla, missä kahvila sijaitsee. Entrancella on myös musiikkistudio ja sitäkin tulisi mainostaa sivuilla. Jos laitamme hinnat esille sivustolle, niin ne tulisi aina päivittää saman tien silloin kun ne muuttuvat. Verkkosivujen ylläpitäjän pitäisi ahkerasti olla päivittämässä hintoja, mikäli niitä näytettäisiin sivuilla. Päätimme yhdessä, että emme laita hintoja sivuille, koska siitä tulisi liian monimutkaista. Lisäksi totesimme, että olisi hyvä tehdä myös englanninkielinen versio sivuista.

Jotta Entrance saisi verkkonäkyvyyttä, niin sen verkkosivuilla pitäisi olla jotain mielenkiintoista sisältöä, jolla se saisi houkutelua käyttäjiä sivustolleen. Monet käyttäjät etsivät tietoa yksinkertaisilla avainsanoilla hakukoneissa. (Potts, K 2007,24.) Esimerkiksi käyttäjä saattaa etsiä tietoa kahvista tai kahvilasta ja silloin olisi hyvä, jos Entrance pystyisi luomaan sisältöä tällaiseen tarpeeseen.

7.3 Kohderyhmä

Entrance- kahvilan asiakaskunta koostuu pääosin opiskelijoista, toimistotyöntekijöistä ja ulkomaalaisista turisteista. Entrancen sijainnin takia opiskelijat ovat löytäneet helposti tiensä kahvilaan. Lisäksi Entrancen yhteistyöjärjestö Envision tekee vapaaehtoistyötä kahvilan tiloissa, kuten esimerkiksi opettaa yhteisön lapsille englantia ilmaiseksi. Monet opiskelijat ovat innostuneet opettamaan ja tuonut Entrance- kahvilan opiskelijoiden tietoisuuteen.

Entrance sijaitsee yritysten toimistoja lähellä. Toimistotyöntekijät tulevat usein lounastauon aikana ostamaan kahvia Entrancelta. Entrancelle on jonkin verran vakioasiakaita toimistotyöntekijöiden keskuudessa.

Yksi Entrancen kohderyhmä on turistit. Yksi kiinalainen turisti kuvasi kahvilan vieressä sijaitsevaa ravintolaa ja julkaisi infoa siitä sosiaalisessa mediassa. Monet kiinalaiset turistit tulevat syömään tuohon kyseiseen ravintolaan. Silloin kun he tulevat syömään, niin useimmat heistä tulevat myös Entrance- kahvilaan. Ravintolasta saa alennuskuponkeja Entrancelle. Usein asiakkaat joutuvat odottamaan vuoroansa ravintolaan ja silloin he odottavat kahvilassa, sillä Entrancelle on ilmastointilaite, joka tulee tarpeeseen silloin, kun ilma ulkona on kuumaa.

7.4 Verkkosivujen suunnittelu

Piirsin paperille sellaiset verkkosivut, joita kahvilan tiimi halusi. Piirrosten pohjalta tehtiin kuvat tietokoneella. Työtiimissä keskusteltiin siitä, miten verkkosivujen kehittäminen toteutetaan. Wordpress on vahva vaihtoehto verkkosivujen luontia varten. Työtiimissä kävimme läpi sitä, mitä sivuja ja mitä tekstiä tulee olemaan myös. Lisäksi valitsimme sopivat värit sivuille. Lisäksi suunnittelin englanninkielisen sivun, jossa kerrotaan kahvilan toiminnasta englanniksi. Päätin kääntää sivun suoraan thai- kielestä englanniksi. Näin verkkosivuilla on samankaltainen sisältö kummallakin kielellä. Kahvilalla oli tarjota paljon kuvia vuosien varrelta, ja niitä pystyin käyttämään tässä projektissa.

7.5 Visuaalinen suunnittelu

Tiimin kanssa kävimme läpi eri väri vaihtoehtoja verkkosivuille. Entrance- kahvilan logo on vaaleanvihreä. Siltä pohjalta päätettiin käyttää eri vihreän värin sävyjä. Tausta on valkoinen. Teksti on musta. Tekstin fonttia oli hieman vaikea valita, sillä thai- kielen fontteja on vain vähän. Etusivulle työtiimi halusi kuvan kahvikupista. Tämä kyseinen kuva löytyi Wordpress- järjestelmän omasta kuvakirjastosta. Kahvilan etusivulla olisi hyvä olla tiedot kahvilan aukioloajoista ja sijainnista.

Entrance- kahvilan kohdalla vihreä väri liitetään luontoon. Voidaan sanoa, että vihreä on suomalaisille rakas väri, sillä Suomessa on paljon metsää ja sitä pidetään suurella arvolla. Muut värit sivustolla ovat hillittyjä.

7.6 Rakennesuunnittelu

Kahvilan verkkosivujen ensisijainen tavoite on tehdä niistä selkeälukuiset, ja jokaisen kävijän pitäisi pystyä löytämään tietoa helposti. Rakenteen tulisi olla selkeä kaikille kävijöille. Rakenteen tulisi olla looginen ja järjestelmällinen. Kävijän pitäisi pystyä etenemään sivustolla suoraanviesesti miettimättä sen tarkemmin, missä järjestyksessä tulisi sivustolla liikkua. Tein sivustoa varten niin kutsutun ”rautalankamallin” (Kuva 7).

Logo

Valikko

Otsikko

Kuva

Teksti

Sosiaalisen median linkit
Kahvilan nimi

Kuva 7. Verkkosivuston ”rautalankamalli”.

7.7 Valikon suunnittelu

Valikossa tulisi olla mahdollisimman vähän linkkejä. Valikossa voi olla alavalikko, jossa on enemmän linkkejä. Ensimmäiset sivut, jotka luodaan, ovat etusivu, info- sivu ja yhteystiedot. Tämän jälkeen luodaan sellainen sivu, jossa kerrotaan kahvilan eri toiminnoista. Toiminta- sivun alavalikkoon tulisi muun muassa sekä studio- että kahvilan yhteistyökumppanit - sivut. Viimeisenä linkkinä olisi verkkosivujen englanninkielinen versio.

7.8 Sisällön toteutus

Sisällön toteutus oli odotettua vaikeampi prosessi. Kaikki tekstit piti luoda itse tyhjästä. Etusivulla sijaitsevan kuvan päälle piti kirjoittaa teksti. Tämän tekstin tuottaminen oli hankalaa. Tekstin piti olla mainosteksti, jolla saadaan kävijän huomio kiinnitettyä kahvilaan. Lopulta yhdessä työtiimin kanssa keksimme sopivan tekstin, joka on suomeksi käännettynä ”kahvila Bangkokin keskustan sydämessä”.

8 Verkkosivut Wordpress- järjestelmällä

Verkkosivut toteutettiin Wordpress- järjestelmällä. Se on helppokäyttöinen, ja monta käyttäjää pystyy sitä käyttämään samanaikaisesti. Yksi kahvilan työntekijä lupautui ylläpitämään sivuja julkaisun jälkeen.

Wordpress.com tarjoaa erilaisia paketteja käyttäjän tarpeiden mukaisesti. Jos käyttäjän ei tarvitse muokata teemaa, niin silloin paras vaihtoehto on halvin paketti. Halvimmassa paketissa ei pysty asentamaan muualta ladattuja teemoja. Siinä pystyy vain ottamaan käyttöön jonkin valmiin teeman. Sitten on vähän kalliimpi paketti niille, jotka haluavat asentaa ulkopuolisen teeman tai itse muokata teemaa. Tämä paketti antaa paljon mahdollisuuksia. Kalteimmassa paketissa käyttäjälle annetaan vapaat kädet. Tämän lisäksi käyttäjän on

mahdollista rakentaa verkkokauppa Wordpress- alustalle. Verkkosivujen osoitteeksi valikoitui www.entrancebangkok.com.

Verkkosivujen asentaminen Wordpress.com:ssa oli helppoa. Piti vain kirjautua palveluun ja täyttää lomakkeet, jotka tulivat vastaan. Verkkosivut latautuivat domain osoitteeseen saman tien.

8.1 Otsikko ja slogan

Wordpress kysyy verkkosivujen otsikkoa ja slogania. Sekä otsikko että slogan näkyvät verkkosivuston välilehdessä. Työtiimin kanssa päätimme asettaa ” Drink Coffee. Relax. Let God Surprise You.” (Juo kahvia. Ota rennosti. Anna Jumalan yllättää sinut.) verkkosivuston sloganiksi. Verkkosivuston otsikko on Entrance.

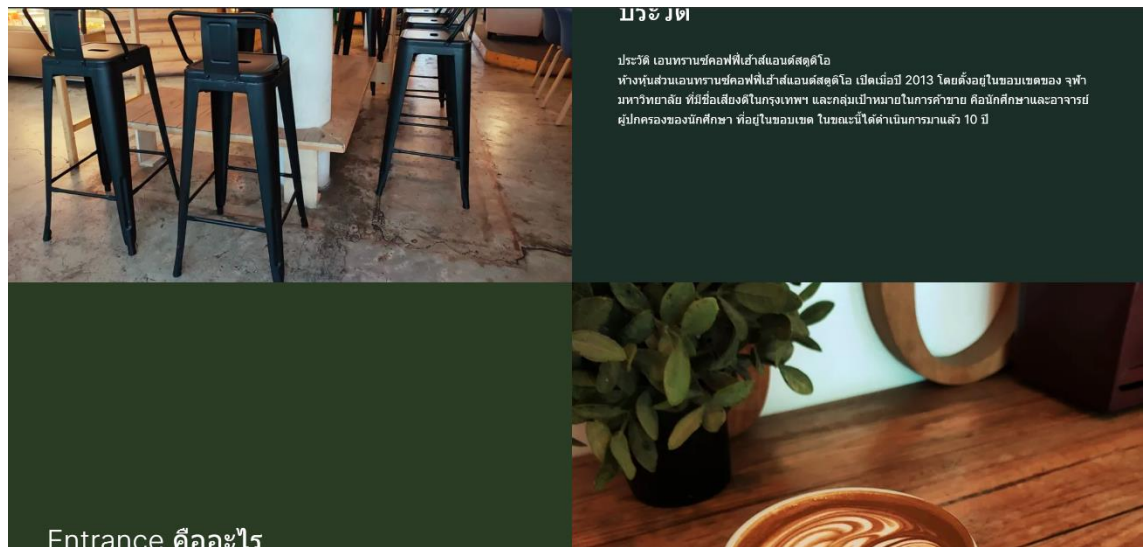
8.2 Rakenteen toteutus

Kahvilan verkkosivujen rakenne on hyvin suoraviivainen. Eli ensimmäisessä sarakkeessa on etusivu, seuraavana kahvilan toiminnat ja sitä seuraa sivu, jossa on yleistä infoa kahvilasta. Toiseksi viimeisessä sarakkeessa on kahvilan yhteystiedot ja osoite. Viimeisessä sarakkeessa on linkki sivujen englanninkieliseen versioon. Etusivulla on mainos kahvilasta, jonka jälkeen on teksti, jossa esitellään kahvila. Tämän infon jälkeen on kolme saraketta, jossa mainostetaan kahvilan eri toimintamuotoja. Siinä mainostetaan kahvilaa, kahvilan yhteydessä toimivaa musiikkistudiota sekä Entrance- mediatoimistoa, jossa kuvataan ja muokataan videoita.

8.3 Visuaalinen toteutus

Verkkosivuilla pyritään luomaan kuva rauhallisesta kahvilasta. Kävin läpi tähän sopivat kuvat, jotka edesauttavat kuvan luomista asiakkaalle. Verkkosivujen sivuilla otsikko on isona sivun alussa. Ainoastaan etusivulla ei ole näkyvissä otsikkoa. Kahvilan toimintojen esittelysivuilla on iso kuva sivun alussa.

Etusivulla on käytetty hyväksi z-mallia. Kahvikuppi on vasemmalla puolella. Kuvateksti on oikealla puolella. Siitä sitten käyttäjä siirtyy alaspäin ja seuraavat kuvat alkavat vasemmalta ja jatkuvat oikealle. Samaa mallia käytin tiedot- sivulla (Kuva 8).



Kuva 8. Info- sivu.

8.4 Teema

Verkkosivujen teemaksi ei valittu valmista teemaa, vaan päätin lähteä luomaan itse. Wordpress.com - palvelussa pystyy itse luomaan helposti uuden teeman. Teeman muokkaaminen onnistuu helposti Wordpress- järjestelmässä. Entrance- kahvilan verkkosivujen kohdalla teema luotiin tyhjästä. Myöhemmin oli mahdollista palata muokkaamaan teemaa. Teemaa muokkasinkin monta kertaa. Kokeilin eri vaihtoehtoja teeman kohdalla.

8.5 Värit

Kokeilin eri värejä etusivulla. Päädyin siihen lopputulokseen, että paras väri alkukuvan alapuolella oli tummavihreä, jonka heksakoodi on #1F2E27. Tämä väri sopii hyvin sivuille ja on myös sopiva kahvilan logon kanssa. Painikkeet ovat taas mintunvihreitä ja niiden heksakoodi on #5ECB6F. Sivun alaosan taustaväri on sama tummanvihreä, joka esiintyy aikaisemmin sivulla.

8.6 Kuvat

Etusivulla alkukuvaksi valitsin kuvan kahvikupista ja korvakuulokkeista. Monet asiakkaat tekevät etätöitä kahvilassa ja heillä on käytössä korvakuulokkeet. Minun mielestäni tämä kuva oli sopiva kahvilan etusivulle. Se on hyvin siisti kuva ja sen päälle voi lisätä tekstiä helposti, sillä tausta yksivärinen. Verkkosivujen kuvat otettiin Wordpressin omasta mediakirjastosta tai kahvilan Facebook- sivuilta.

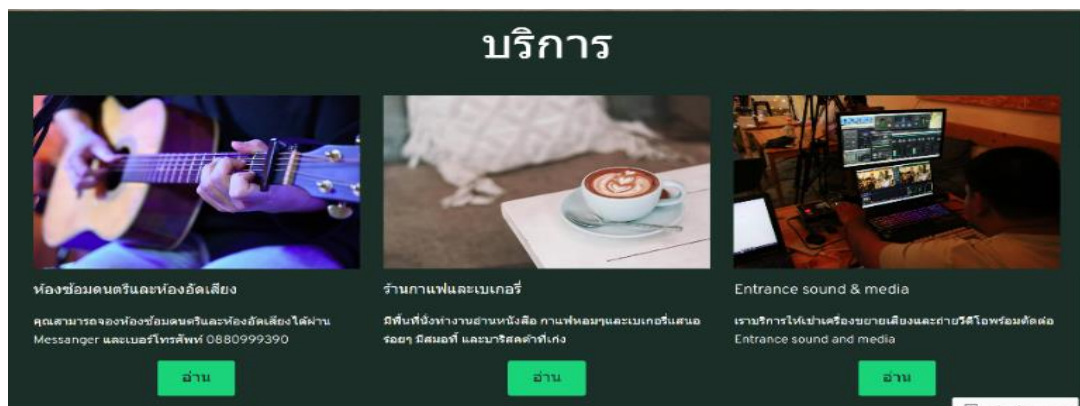
8.7 Käyttäjät

Itse toimin sivuston pääkäyttäjänä. Wordpress- järjestelmässä voi lisätä pääkäyttäjän lisäksi muita käyttäjiä. Pääkäyttäjällä on enemmän oikeuksia kuin muilla käyttäjillä. Lisäsin toisen

käyttäjän, jolla on hallitsijan oikeudet, eli samat oikeudet mitä minulla on pääkäyttäjänä. Lisäksi lisäksi yhden käyttäjän, joka pystyy kirjoittamaan muun muassa blogikirjoituksia. Yhteensä käyttäjiä tällä sivustolla on kolme.

8.8 Verkkosivujen typografia

Thai- kielessä on vähemmän fontteja valittavana kuin esimerkiksi englannin kielessä. Tämä toi omat haasteensa sivuston typografian kohdalla. Fontiksi valikoitu lopulta Overpass. Tämä kyseinen fontti sopii hyvin tälle sivustolle, sillä se on arvokkaan sekä siistinnäköinen fontti. Samanaikaisesti se on moderninnäköinen. Entrance haluaa antaa arvokkaan ensivaikutelman käyttäjälle (Kuva 9). Tämä kyseinen fontti palvelee tätä tarkoitusta ja tavoitetta. Fontin kooksi tuli medium (suomeksi keskikokoinen) eli 1.125 millimetriä. Tekstin värin on musta ja sopii hyvin valkoiselle taustalle. Sellaisissa kohdissa, joissa tausta on vihreä, tekstin väri on valkoinen. Otsikot ovat kooltaan hieman isompia kuin leipäteksti. Etusivulla kansikuvan päällä oleva teksti on h1. Sen alapuolella oleva teksti on normaalinkokoista leipätekstiä. Englanninkielisellä sivulla on käytetty samaa fonttia ja samaa fonttiluokkaa.



Kuva 9. Verkkosivuston fontti.

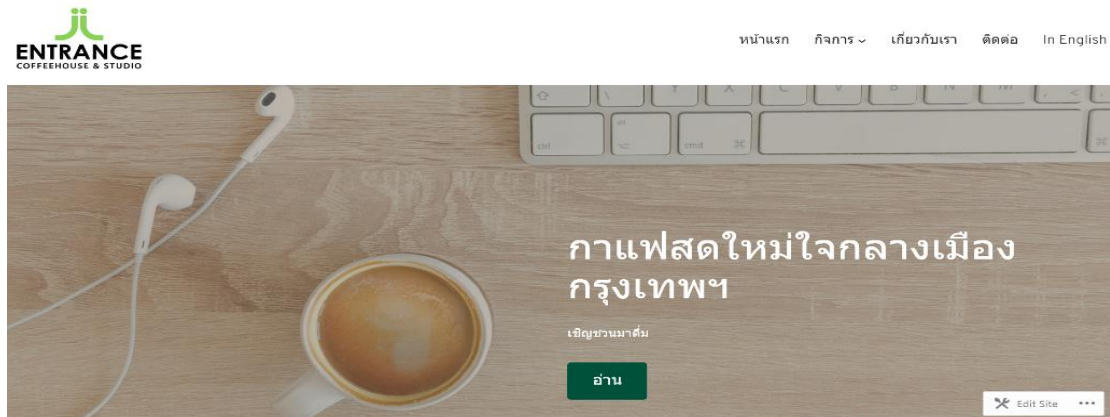
8.9 Verkkosivujen responsiivisuus

Verkkosivuja kehittäessä on pidetty koko ajan silmällä sitä, miltä ne näyttävät mobiililaitteilla. Olen testannut sivuja eri mobiililaitteilla, kuten Android- sekä Iphone- puhelimilla. Muokkasin sivuja sen mukaan, miltä ne näyttivät mobiililaitteilla. Wordpress- järjestelmässä pystyy kätevästi myös valitsemaan sen, mitä ja miten eri verkkosivujen osat näytetään mobiililaitteilla. Joskus kuvat voivat näyttäytyä eri kohdissa mobiililaitteilla kuin tietokoneella katsossa.

8.10 Käyttöliittymän toteutus

Käyttöliittymä on yksinkertainen ja selkeä (Kuva 10). Ylhäällä on sivuston valikko, josta pääsee valitsemaan, että mille sivulle haluaa mennä. Englanninkielinen sivu on oikeassa kulmassa, viimeinen linkki valikossa. Valikko on jokaisella sivulla ja se pysyy samana. Sivuston

alaosassa on tekijäoikeusmerkki ja linkit kahvilan sosiaalisen median kanaville. Sivun sisältö on sivun keskiosassa. Otsikko on valikon alapuolella. Wordpress- järjestelmän visuaalisessa editorissa pystyy lisäämään elementtejä, kuten painikkeita ja kuvia, helposti ja kätevästi. Sivuston HTML- koodia pystyy muokkaamaan koodieditorissa, mutta minun ei tarvinnut sitä käyttää.



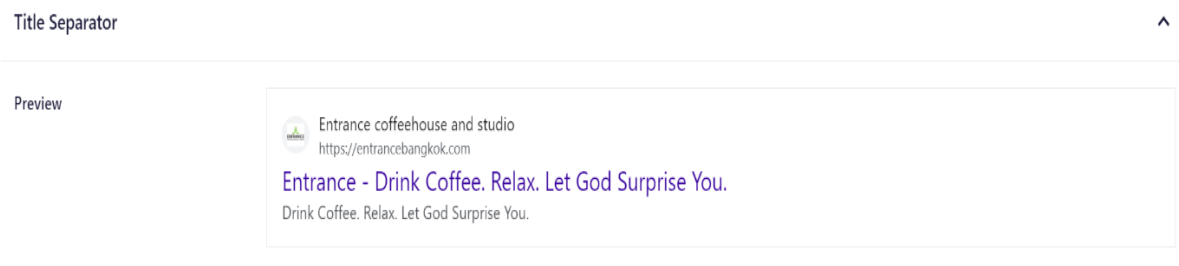
Kuva 10. Valmis käyttöliittymä.

8.11 Sisällön toteutus

Verkkosivujen sisältöä täydennettiin yhdessä yhden kahvilan työntekijän kanssa. Työtiimin kanssa pidettiin palaveri, jossa mietittiin sopiva slogan etusivulle. Tämä kyseinen työntekijä kirjotti kahvilan historian. Englanninkielinen sivu on tynkä ja se on tarkoitettu niille, jotka eivät osaa lukea thaita. Verkkosivujen sisältö on thai- kielellä ihan sen vuoksi, että Entrancen ylivoimaisesti suurin kohderyhmä on thaimaalaiset ja erityisesti bangkokilaiset. Sivulla kerrotaan myös kahvilan eri toiminta-alueista. Musiikkistudiolle on oma sivunsa ja myös Entrance videotuotannolle.

8.12 Verkkosivujen hakukoneoptimointi

Asensin All in One SEO - lisäosan Wordpress- järjestelmään. Tämän avulla Entrancen verkkosivut näkyvät hakukoneissa. Hakukoneoptimointi- lisäosalla pystyy määrittelemään avainsanat, joilla löytää verkkosivut hakukonehaussa. Nyt Entrancen verkkosivut pitäisi tulla esille hakutulosissa, jossa käyttäjä hakee kahvilaa tai studiota Bangkokin alueella (Kuva 11).



Kuva 11. Verkkosivujen näkymä hakukoneessa.

8.13 Testaus

Entrance- tiimissä on testattu sivustoa mobiililaitteilla. Minä olen testannut sivustoa sekä tabletilla että puhelimella. Minä olen testannut sivustoa myös tietokoneella ja eri selaimilla. Sivusto toimii moitteettomasti eri alustoilla. Testauksen jälkeen minä julkaisin Entrance- kahvilan verkkosivut.

9 Pohdinta

Olen ollut jo pitkään kiinnostunut verkkosivujen kehittämisestä. Olen opiskellut muun muassa HTML-, CSS- ja JavaScript-koodauskieliä, joten verkkosivujen kehittäminen tuntui luontevalta aiheelta oppinäytetyölleni. Lisäksi olen perehtynyt WordPress-järjestelmän käyttöön. Tuttavapiirissäni on ihmisiä, jotka ovat pyytäneet minua luomaan verkkosivuja heidän yrityksilleen. Jokaisella yrityksellä tulisi olla omat verkkosivut, sillä ilman verkkonäkyvyyttä yritys antaa kilpailijoilleen etulyöntiaseman. Uskon vahvasti, että verkkosivujen kehittämiselle on ja tulee olemaan kysyntää myös tulevaisuudessa.

WordPress-järjestelmä on erinomainen työkalu verkkosivujen luomiseen. Sen käyttö on suoraviivaista ja asentaminen on helppoa. Yksi WordPressin eduista on laaja valmiiden lisäosien ja teemojen valikoima. Lisäksi verkosta löytyy runsaasti ohjeita WordPressin käytöstä. Sivujen lisääminen ja muokkaaminen WordPress-järjestelmässä on helppoa, jopa henkilölle, jolla ei ole aiempaa kokemusta verkkosivujen kehittämisestä.

Uskon, että Entrance- kahvilan verkkosivut hyödyttävät heitä merkittävästi. Vaikka suurin osa heidän asiakaskommunikaatiostaan tapahtuu sosiaalisessa mediassa, verkkosivut ovat silti tärkeä osa heidän näkyvyyttään verkossa. Hakukoneoptimoinnin avulla he voivat parantaa verkkosivujensa näkyvyyttä entisestään. Tämä auttaa asiakkaita löytämään heidät helpommin ja tavoittamaan myös ne, jotka eivät välttämättä käytä sosiaalista mediaa. Verkkosivuja on tarkoitus päivittää säännöllisesti.

Toivon, että voin jatkaa verkkosivujen kehittämistä myös tulevaisuudessa ja kehittyä alalla ammatillisesti. Verkkosivujen kehittäminen ja siihen liittyvät teknologiat kiinnostavat minua suuresti.

10 Lähteet

Amazon cafe. Viitattu 6.5.2024. <https://www.cafe-amazon.com/index.aspx>

Babich, N. 2017. Z-Shaped Pattern for Reading Web Content. Viitattu 26.04.2024. <https://ux-planet.org/z-shaped-pattern-for-reading-web-content-ce1135f92f1c>

Buck, A. 2024. What Percentage of Internet Traffic is Mobile? [Updated 2024]. Viitattu 26.04.2024. <https://www.mobiloud.com/blog/what-percentage-of-internet-traffic-is-mobile>

Cinnamon Graphics. 2024. Mitä värikoodit tarkoittavat? Viitattu 6.5.2024. <https://www.cinnamon.fi/blogi/mita-varikoodit-tarchoittavat/>

Corrigan. How to strategically use color in website design. Viitattu 25.4.2024. <https://www.flux-academy.com/blog/how-to-strategically-use-color-in-website-design>

Domainhotelli. Kotimainen webhotelli. Viitattu 21.5.2024. https://www.domainhotelli.fi/webhotelli/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwjLGyBhCYARIsAPqTz1-UbPjp0Qtnr6qXS-BiaxCG6GNxtodgjUkfes15JjWJZTxSFLne1csaAvI5EALw_wcB

Drupal. Viitattu 25.04.2024. <https://www.drupal.org/>

Ducket, J. 2011. HTML and CSS: Design and Build Websites. John Wiley & Sons, Incorporated.

Kalimo A. 1996. Johdanto: Käytettävyyden merkitys. Graafisen käyttöliittymän suunnittelu - Opas ohjelmistojen käytettävyyteen. Jyväskylä: Tietotekniikan kehittämiskeskus TIEKE ry.

Kezia Endsley. 2014. Website Design. Rosen Publishing.

Komulainen, M. 2018. Menesty Digimarkkinoinnilla. E-kirja. Helsinki: Helsingin Kamari.

Komulainen, M. 2023. Menesty Digimarkkinoinnilla. E-kirja. 3. painos. Helsinki: Helsingin Kamari.

Kurko, M. 2023. Hahmolait vievät käyttäjän perille. Viitattu 26.4.2024. <https://www.blinkhelsinki.fi/blogi/hahmolait-vievat-kayttajan-perille>

Lepistö, I. 2024. Mikä on domain? - Verkkotunnuksen tasot avattuna. Viitattu 6.5.2024. <https://www.karuhelsinki.fi/blogi/mika-on-domain-verkkotunnuksen-tasot-avattuna/>

Louhi. Mikä on Webhotelli? Viitattu 6.5.2024. https://www.louhi.fi/faq-items/mika-on-webhotelli/?ppc_keyword=&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw_-GxBhC1ARIsADGg-DjsWFmKE58o2oSIH-kzDlv0fagBC-a6bWXwiB4LCKpxDSASlylljEVIaAu3UEALw_wcB

Lynch, P. J., Horton, S. & Marcotte, E. 2016. Web style guide: Foundations of user experience design. 4. painos. Yale University Press. New Haven.

MacDonald, M. 2011. Creating a website: the Missing Manual: The Missing Manual. O'Reilly Media, Incorporated.

Myllynen, S. Verkkosivujen käytettävyys - 3 perusasiaa. Viitattu 18.05.2024. <https://www.vi-punet.com/fi/blog/verkkosivujen-kaytettavyys-muutamia-perusasioita>

Nielsen, J., 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Viitattu 25.4.2024. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

Niva & Tuominen. 2005. Benchmarking käytännössä. Benchmarking Ltd Oy. E-kirja.

Potts, K. 2007. Web Design and Marketing Solutions for Business Websites. Apress L. P.

Rahmel, D. 2009. Beginning Joomla! Apress L. P.

Ryan, D. 2016. Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation. 4. painos. Kogan Page. Lontoo.

Sininen härkä. Viitattu 26.4.2024. <https://sininenharka.fi/mita-tarkoittaa-responsiivisuus-ja-miksi-se-on-tarkeaa/>

Starbucks. Viitattu 6.5.2024. <https://www.starbucks.co.th/>

Statista 2023. Number of internet users in Thailand from 2018 to 2022 with a forecast through 2028. Viitattu 17.4.2024. <https://www.statista.com/statistics/553730/number-of-internet-users-thailand/>

Statista Research Department. 2023. Thailand: number of Internet users 2018-2028. Viitattu 26.04.2024. <https://www.statista.com/statistics/553730/number-of-internet-users-thailand/>.

Stern, H. & Damstra, D. & Williams, B. 2010. Professional WordPress: Design and Development. John Wiley & Sons, Incorporated.

The ultimate guide to visual hierarchy. Viitattu 26.4.2024. <https://www.canva.com/learn/visual-hierarchy/#hierarchy>

Virtanen 2021. Neljä vinkkiä verkkosivujen visuaaliseen suunnitteluun. Viitattu 6.5.2024. <https://mbe.fi/blogi/nelja-vinkkia-verkkosivujen-visuaaliseen-suunnitteluun/>

Wordpress.com. Viitattu 29.4.2024. <https://wordpress.com/>

Wordpress.org/plugins/. Viitattu 20.5.2024. <https://wordpress.org/plugins/>

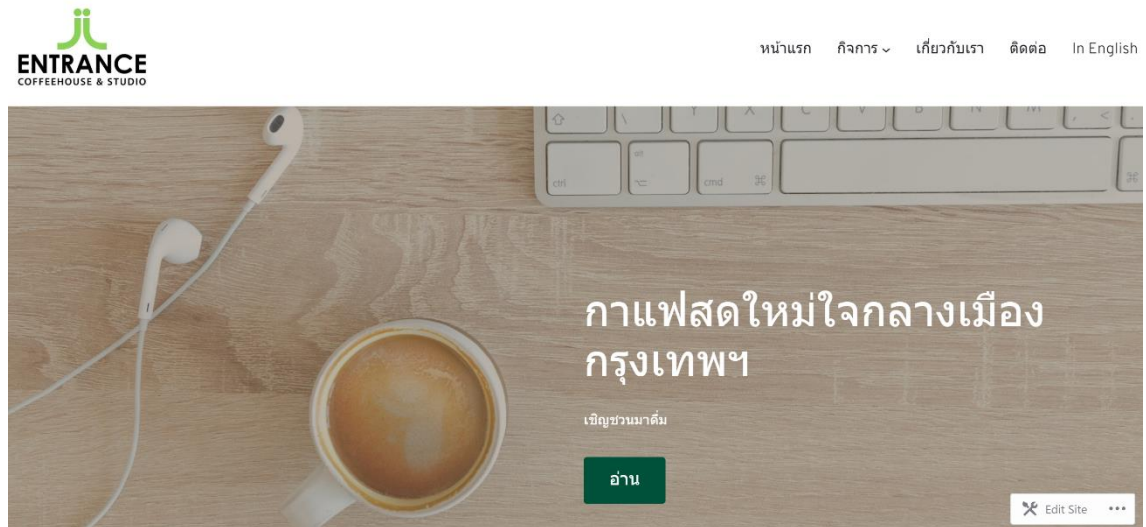
Wordpress.com/themes. Viitattu 20.5.2024. <https://wordpress.com/themes>

Wordpress.org. Viitattu 29.4.2024. <https://wordpress.org/>

WP Travel. Why should you update WordPress, Plugins, and Themes? Viitattu 20.5.2024. <https://wptravel.io/importance-of-updating-wordpress-plugins-and-themes/>

Liitteet

Liite 1. Entrance- kahvilan verkkosivuston etusivu. Osoite: www.entrancebangkok.com.



Liite 2. Verkkosivusto mobiililaitteella.

