



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sarita Peltoniemi

---

## Saavutettavuudesta kilpailuetua

Verkkosivu-uudistus SF-C Härmän seutu ry:lle

Opinnäytetyö  
Syksy 2024  
Tradenomi (AMK), Liiketalous



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Tutkinto-ohjelma: Tradenomi (AMK), Liiketalous

Suuntautumisvaihtoehto:

Tekijä: Sarita Peltoniemi

Työn nimi alaotsikoineen: Saavutettavuudesta kilpailuetua. Verkkosivu-uudistus SF-C Härmän seutu ry:lle

Ohjaaja: Raija Kangassalo

Vuosi: 2024

Sivumäärä: 45

Liitteiden lukumäärä: 1

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli uudistaa SF-C Härmän seutu ry:n olemassa olevat verkkosivut. toteutettiin kehitystyönä eli tarve verkkosivu-uudistukselle nousi toimeksiantajan tarpeesta. Yhdistyksen olemassa olevat verkkosivut eivät vastanneet nykyaikaisia standardeja, olivat haastavat ylläpitää sekä löytyivät huonosti hakukoneista.

Opinnäytetyössä tarkasteltiin nykyaikaisiin verkkosivuihin liittyviä standardeja ja verkkonäkyvyyden vaatimuksia. Suomessa on 1.4.2019 voimaan astunut laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta (306/2019), joka perustuu EU:n saavutettavuusdirektiiviin (2016/2102). Alun perin laki koski viranomaisia, julkisoikeudellisia laitoksia sekä tiettyjä yksityisen sektorin toimijoita, kuten pankkeja, vakuutusyhtiöitä ja joitakin järjestöjä (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2016/2102). Kansallinen digipalvelulaki laajenee koskemaan yhä useampia toimijoita 28.6.2025, jolloin se tulee koskemaan myös useita kuluttajille tarkoitettuja yksityisen sektorin palveluita. Digipalvelulaki ei kuitenkaan laajene koskemaan mikroyrityksiä, jolloin useat pienyritykset sekä yhdistykset eivät tule jatkossakaan tämän lain piiriin kuulumaan.

Saavutettavuuden tarkoituksena on varmistaa, että jokaisen yksilön on mahdollista käyttää digipalveluita täysin tasavertaisella tavalla, vaikka hänen toimintaansa rajoittaisikin jokin lyhyt- tai pitkäaikainen toimintahäiriö. Pitkäaikainen toimintahäiriö voi johtua esimerkiksi erilaisista näkö- tai kuulovammoista, motorisista rajoitteista tai erilaisista kognitiivisista haasteista. Aluehallintovirasto (i.a.-f) arvioi Suomessa olevan yli miljoona henkilöä, joiden digipalveluiden käyttö on hyvin rajoittunutta, mikäli palveluissa ei ole huomioitu saavutettavuutta.

Opinnäytetyössä todettiin, että saavutettavuusvaatimukset täyttämällä organisaation on mahdollista laajentaa asiakaskuntaansa sekä tätä kautta saavuttaa kilpailuetua. Saavutettavuudesta ei kuitenkaan ole hyötyä, ellei asiakkaat löydä digipalveluiden pariin. Tämän vuoksi saavutettavuuden rinnalla on ehdottomasti tärkeä huomioida myös verkkosivuston hakukoneoptimointi, jonka keinoin on mahdollista nostaa verkkosivuston liikennettä orgaanisesti eli hakukoneiden luonnollisten hakutulosten kautta.

<sup>1</sup> Asiasanat: saavutettavuus, hakukoneoptimointi, verkkosivu-uudistus

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Thesis abstract

Degree programme: Bachelor of Business Administration, Business Management

Specialisation:

Author/s: Sarita Peltoniemi

Title of thesis: Accessibility as a competitive advantage. Website redesign for SF-C Härmän seutu ry.

Supervisor(s): Raija Kangassalo

Year: 2024

Number of pages: 45

Number of appendices: 1

---

This thesis aimed to renew the existing website of SF-C Härmän seutu ry. This was carried out as a development project, the need for website renewal arose from the client's needs. The association's existing website did not meet modern standards, was challenging to maintain, and could not be easily found in search engines.

The thesis examined the standards and web visibility requirements for modern websites. In Finland, the Act on the Provision of Digital Services (306/2019), based on the EU Accessibility Directive (2016/2102), entered into force on 1 April 2019. Originally, the law applied to public authorities, public institutions, and certain private sector operators such as banks, insurance companies, and some organizations (Directive (EU) 2016/2102 of the European Parliament and Council). The National Digital Services Act will be extended to an increasing number of actors on 28 June 2025, when it will also apply to several private sector consumer services. However, the Digital Services Act will not be extended to micro-enterprises, which means that many small enterprises and associations will continue to be excluded from the scope of the Act.

The purpose of accessibility is to ensure that every individual can access digital services on a fully equal basis, even if they are limited by a short- or long-term disability. A long-term disability may be caused by, for example, a range of visual or hearing impairments, motor impairments, or cognitive challenges. The Regional Administrative Office (i.a.-f) estimates that there are more than one million people in Finland who have very limited access to digital services if accessibility is not considered.

The thesis found that by meeting accessibility requirements, an organization can expand its customer base and thereby gain a competitive advantage. However, accessibility is not useful if customers cannot find their way to digital services. Therefore, alongside accessibility, it is also crucial to consider the search engine optimization of the website, which can help to drive traffic to the website organically, i.e. through natural search engine results.

<sup>1</sup> Keywords: accessibility, Search Engine Optimisation, website redesign

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä .....	2
Thesis abstract .....	3
SISÄLTÖ .....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo .....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	8
1 JOHDANTO .....	10
1.1 Opinnäytetyön aihepiiri.....	10
1.2 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus .....	11
1.3 Toimeksiantajan esittely .....	12
2 DIGITAALINEN SAAVUTETTAVUUS .....	14
2.1 Saavutettavuusdirektiivi.....	14
2.2 WCAG 2.1. -ohjeistus.....	15
2.3 Saavutettavuuden käsite ja sen kolme ulottuvuutta.....	15
2.4 Erityisryhmät ja avustavat teknologiat .....	17
2.5 Saavutettava digipalvelu on arvovalinta ja kilpailuetu.....	17
2.6 Verkkosivuston käyttökokemus .....	18
3 HAKUKONEOPTIMOINTI .....	19
3.1 Hakukoneoptimoinnin perusteet.....	19
3.2 Sivuston tekninen SEO .....	19
3.3 On-page SEO.....	21
3.4 Off-Page SEO .....	22
4 OPINNÄYTETYÖN MENETELMÄT.....	23
5 VERKKOSIVUJEN UUDISTUSPROJEKTI .....	25
5.1 Verkkosivujen lähtökohta ja alustan valinta.....	25
5.2 Verkkosivuprojektin eteneminen.....	27
5.3 Verkkosivuston käytettävyys .....	28
5.4 Verkkosivuston saavutettavuus .....	28
5.5 Verkkosivuston hakukoneoptimointi .....	29
6 VERKKOSIVUSTON TESTAAMINEN JA TULOKSET .....	31

6.1	Verkkosivuston saavutettavuustestaus .....	31
6.2	Verkkosivuston hakukoneoptimoinnin testaaminen.....	33
6.3	Uusitun verkkosivuston käytettävyyden testaaminen .....	35
6.4	Toimeksiantajan palaute verkkosivualustan käytöstä.....	39
7	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	40
7.1	Yhteenveto .....	40
7.2	Pohdinta .....	40
7.3	Jatkokehitysehdotukset .....	41
	LÄHTEET .....	43
	LIITTEET .....	45

## Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Kuvakaappaus SF-C Härmän seutu ry:n vanhojen verkkosivujen etusivusta, joissa ei edes sivuston kaikki kuvat aukea. Haettu 23.11.2024. ....	26
Kuvio 2. Näyttökaappaus vanhojen verkkosivujen valikosta. Haettu 27.11.2024.....	28
Kuvio 3.Lighthouse-työkalun raportti sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivuston saavutettavuudesta eli esteettömyydestä. Tehty 17.11.2024. ....	32
Kuvio 4. Lighthouse-raportin esittämä hylätty elementti, joka viittaa valikkorakenteeseen. Haettu 27.11.2024 .....	32
Kuvio 5. Lighthouse-työkalun raportti sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivuston hakukoneoptimoinnin perustilasta. Tehty 17.11.2024.....	33
Kuvio 6. Kuvakaappaus SEMrush-työkalun antamasta analytiikasta sfc-harmanseutu.fi-verkkosivun orgaanisesta Google-näkyvyydestä. Tutkittu 17.11.2024. ....	34
Kuvio 7. Kuvakaappaus SEMrush-työkalun antamasta analytiikasta sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivun orgaanisesta Google-näkyvyydestä. Tutkittu 17.11.2024. ....	34
Kuvio 8. Vertailu tärkeimpien avainsanojen tuoman hakukonenäkyvyyden tulokset. Vertailu tehty ma-nuaalisten hakujen perusteella.....	35
Kuvio 9. Kuvakaappaus Google Search Consolen tarjoamasta analytiikasta sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivuston orgaanisesta liikenteestä 16.8.2024 alkaen. ....	35
Kuvio 10. Kuvakooste yhdistyksen vanhojen ja uusitun sivuston valikkorakenteesta. ....	36
Kuvio 11. Vanhalla verkkosivustolla oleva bannerielementti, jonka tarkoitus on kuvastaa leirintäalueen palveluita. Haettu 24.11.2024. ....	37
Kuvio 12. Uudistetun verkkosivuston houkuttelevat ja informatiiviset kuvabannerit, joiden avulla esitel-ään alueen palveluita. Haettu 25.11.2024.....	37
Kuvio 13. Vertailussa vanhojen ja uuden sivuston kuvakoosteet. ....	38

Kuvio 14. Kuvakaappaus sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivujen alue-esittelystä, jossa kerrotaan ympäröivän alueen eli Lestijärven aktiviteeteistä. Haettu 24.11.2024..... 38

Kuvio 15. Hakusanalla "leirintäalue Lestijärvi" esiin noussut hakutulos, joka selkeästi johdattaa vielä yhdistyksen vanhentuneille nettisivuille. Haettu 24.11.2024..... 42

## Käytetyt termit ja lyhenteet

**Avainsana** Sanat, jota käytetään sivuston sisällössä, jonka avulla sisältö saadaan vastaamaan hakukoneissa tehtyihin hakutuloksiin. Kts. hakusana.

**Avainsanatutkimus** Toimenpide, jonka avulla selvitetään potentiaalisimmat sanat, joita hyödyntämällä verkkosivut on mahdollista saada vastaamaan parhaalla mahdollisella tavalla hakukoissa tehtyihin hakutuloksiin.

### Avoimen lähdekoodin ohjelmisto

Ohjelmisto, jonka lähdekoodi on avoimesti saatavilla eli vapaasti käytettävissä.

**CSS-tyylitiedosto** CSS-tiedostossa määritellään HTML-elementin ulkonäkö.

**Domain** Verkkosivuston www-alkuinen verkkotunnus.

**Google Lighthouse** Vapaasti saatavilla oleva avoimen lähdekoodin ohjelmisto, jolla voi tutkia verkkosivujen tilaa.

**Hakusana** Sana, joita hakukoneiden käyttäjät käyttävät tehdessään erilaisia hakuja hakukoneissa. Sivuston sisällä hakusanaa kutsutaan avainsanaksi.

**Hakusanatutkimus** Avainsanatutkimuksesta käytettävä vaihtoehtoinen termi.

**HTML** Kieli, jota käytetään verkkosivujen rakenteen ja sisällön määrittämiseen.

**HTML-elementti** Yksittäinen verkkosivujen rakenneosia, joka määrittelee, miten tietty osa verkkosivustosta käyttäytyy.

**Konversio** Verkkosivustojen sisällä tapahtuva toivottu ja mitattava arvo kuten tilaus tai yhteystietojen jättäminen markkinointia varten.

**Metakuvaus** Hakukoneille näkyvä sivuston lyhyt kuvaus.

<b>Metaotsikko</b>	Hakukoneille näkyvä sivuotsikko.
<b>Mobile-first-suunnittelu</b>	Suunnittelutapa, jossa verkkosivuston kehitys ajatellaan ensisijaisesti mobiililaitteita ajatellen.
<b>Off-Page SEO</b>	Verkkosivuston ulkopuolella tapahtuva hakukoneoptimointi.
<b>On-Page SEO</b>	Verkkosivuston sisäpuolella tapahtuva hakukoneoptimointi.
<b>Saavutettavuus</b>	Digitaalisen maailman esteettömyyttä.
<b>SEMrush</b>	Digitaalisen markkinoinnin työkalu, joka tarjoaa muun muassa kattavia analyysejä verkkosivuston liikenteestä sekä hakukoneoptimoinnista.
<b>SEO</b>	Lyhenne englanninkielisistä sanoista Search Engine Optimization, joka tarkoittaa hakukoneoptimointia.
<b>URL-osoite</b>	Verkkosivuston osoite, jota käytetään selaimessa verkkosivustolle siirtymiseen.
<b>WCAG 2.1.</b>	Kansainvälisen Word Wide Web-konsortion (W3C) luoma ja ylläpitämä verkkosivuja koskeva saavutettavuusohjeistus. Ohjeistuksen vaatimukset takaavat verkkosivuston saavutettavuuden vähimmäisvaatimukset.

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Opinnäytetyön aihepiiri

Saavutettavuus on noussut tärkeäksi osaksi digipalveluille asetettuja vaatimuksia, sillä nykyisin yli miljoonan suomalaisen on vaikea käyttää erilaisia digipalveluita (Aluehallintovirasto, i.a.-f). Saavutettavuuden tarkoituksena on varmistaa, että jokaisen yksilön on mahdollista käyttää samoja digipalveluita täysin tasavertaisella tavalla, vaikka hänen toimintaansa rajoittaisikin jokin lyhyt- tai pitkäaikainen toimintahäiriö. Lyhytaikaiset toimintahäiriöt voivat johtua useista eri arkipäiväisistäkin häiriöistä kuten kirkkaasta auringonpaisteesta, meluisasta ympäristöstä tai väliaikaisesta loukkaantumisesta johtuvasta motorisesta rajoitteesta. Pitkäaikainen toimintahäiriö voi johtua esimerkiksi erilaisista näkö- tai kuulovammoista, merkittävistä motorisista rajoitteista tai erilaisista kognitiivisista haasteista. Tällöin erilaisten digipalveluiden käyttö edellyttää joko ulkopuolista inhimillistä apua tai erilaisten apulaitteiden käyttöä. Lyhytaikaisten toimintahäiriöiden vuoksi saavutettavuus koskettaa jossain elämämme vaiheessa meitä jokaista, mutta rajoittavia pitkäaikaisia toimintahäiriöitä omaavien henkilöiden arkea jatkuvasti. Saavutettavat digipalvelut lisäävät yksilöiden tasavertaisuutta sekä ihmisarvon tuntemista.

EU:n saavutettavuusdirektiiviin (2016/2102) pohjautuva laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta (306/2019) on Suomessa astunut voimaan 1.4.2019 ja sen 3a lukua koskevat muutokset 1.2.2023. Alun perin tämä digipalvelulaki koski viranomaisen asemassa toimivia organisaatioita kuten julkisoikeudellisia laitoksia, viranomaisia, joitakin yksityisen sektorin toimijoita kuten pankkeja ja vakuutusyhtiöitä sekä joitakin järjestöjä (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2016/2102). Tämä kansallinen laki laajenee koskemaan yhä useampia toimijoita 28.6.2025, jolloin laki tulee velvoittavasti koskemaan myös useita kuluttajille tarkoitettuja yksityisen sektorin palveluita. Digipalvelulaki ei kuitenkaan laajene koskemaan mikroyrityksiä, jolloin useat pienyritykset sekä yhdistykset eivät tule jatkossakaan tämän lain piiriin kuulumaan. Saavutettavuusvaatimukset täyttämällä on kuitenkin mahdollista luoda yhteiskunnan tasavertaisuutta, joten pienimpiäkin yrityksiä sekä yhdistyksiä suositellaan ottamaan saavutettavuus huomioon omissa digipalveluissaan.

Saavutettavuuden kautta saatavia hyötyjä pienyrityksille ja yhdistyksille on tutkittu hyvin vähän, vaikka digipalveluiden saavutettavuudesta on muutoin kirjoitettu melko laajasti.

Saavutettavuutta yksityisen sektorin toimijoiden näkökulmasta ohjelmistokehittäjän roolissa on opinnäytetyössään tutkinut Henning (2024). Tämä opinnäytetyö keskittyy esittelemään erilaisia konkreettisia tapoja, joilla yksityisen sektorin toimijat voivat parantaa digipalveluidensa saavutettavuutta. Lehtonen (2022) on puolestaan tutkinut opinnäytetyössään saavutettavuutta verkkosivuston toteuttamisen näkökulmasta. Näissä ja useissa muissa opinnäytetyöissä keskitytään enemmän saavutettavuusvaatimusten tekniseen toteuttamiseen sekä konkreettisten tekojen listaamiseen, kuin tutkimaan pienten toimijoiden saavuttamaa kilpailullista potentiaalia, mikäli he huomioivat omissa digipalveluissaan saavutettavuusvaatimukset. Nieminen ja Kock (21.12.2022) korostavat saavutettavuuden olevan yrityksen kilpailuvaltti, mutta huomauttavat samalla, ettei saavutettavuus ole ainoa taie yrityksen menestymiselle vaan nostavat verkkosivuston löydettävyyden eli hakukoneoptimoinnin myös tärkeään rooliin. Saavutettavuudesta on kirjoitettu runsaasti yleisoppaita, mutta näissä keskitytään myös saavutettavuusvaatimusten tekniseen toteuttamiseen eikä niinkään kilpailuedun esilletuomiseen, joka rohkaisisi lain ulkopuolelle jääviä toimijoita ottamaan digipalveluissaan huomioon saavutettavuuden.

Tässä opinnäytetyössä keskitytään rakentamaan uudet ja nykyaikaisten standardien mukaiset verkkosivut toimeksiantajalle. Työn tavoitteena on toteuttaa toimeksiantajalle nykyaikaiset sekä helposti hallittavat verkkosivut. Seuraavaksi esitellään tarkemmin opinnäytetyön tavoite sekä tarkoitus.

## **1.2 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus**

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia SF-C Härmän seutu ry:n verkkosivuston nykytilaa sekä kehitystarpeita, joiden perusteella suunniteltiin sekä toteutettiin yhdistykselle helposti hallittavat sekä käyttäjäystävälliset verkkosivut. Uudistuksessa huomioitiin erityisesti yhdistyksen asiakaskunnan tarpeet. Asiakaskunnan tarpeiden huomioimisen lisäksi projektissa otettiin huomioon yhdistyksen kilpailuedun korostaminen sekä aseman vahvistaminen paikallisena toimijana.

Opinnäytetyö toteutettiin kehitystyönä, jonka perusteena oli toimeksiantajalta noussut tarve parantaa sekä kehittää yhdistyksen aiempia verkkosivuja. Vanha verkkosivusto oli vaikeasti hallittava, ei vastannut nykystandardeja sekä oli huonosti löydettävissä verkosta. Projektin tarkoituksena oli rakentaa sivut nykyaikaisten standardien sekä digipalveluita koskevien

lakien mukaisena. Tämän vuoksi sivustolla otettiin käytettävyyden, hallittavuuden sekä saavutettavuuden lisäksi huomioon myös sivuston hakukonelöydettävyys.

Tämä kehitystyö vastaa toimeksiantajan tarpeeseen laajentaa asiakaskuntaansa ja lisätä tietoisuutta heidän palveluitaan kohtaan, erityisesti paikallisen kilpailun kiristyessä. Verkkosivujen uudistus auttaa yhdistystä tarjoamaan asiakkailleen käyttäjäystävällisemmän kokemuksen, mikä parantaa asiakastytyväisyyttä ja kasvattaa asiakasuskollisuutta. Asiakaskunnan laajentaminen on mahdollista saavuttaa paremmalla hakukonenäkyvyydellä sekä verkkosivujen saavutettavuudella. Tällöin verkkosivut sekä löytyvät helposti, että ovat mahdollisimman suuren joukon käytettävissä.

Hakukoneoptimoinnin avulla parannetaan sivuston näkyvyyttä hakutuloksissa, mikä lisää organisaation eli luonnollista sivustoliikennettä ja houkuttelee uusia asiakkaita niin paikallisesti kuin laajemmaltakin alueelta. Fonectan (20.6.2024) teettämästä tutkimuksesta selviää, että 81 % täysi-ikäisestä suomalaisesta aloittaa tiedon etsimisen Googlen hakukoneesta, olipa aihe mikä tahansa. Mikäli yhdistyksen tai pienten yritysten palveluja ei ole mahdollista löytää hakukoneiden kautta, menettävät he myös paljon potentiaalisia asiakkaita. Tämän opinnäytetyön pääteemana on verkkosivujen saavutettavuusvaatimukset, mutta niistä saatava hyöty jää piiloon ilman verkkosivujen löydettävyttä, jonka vuoksi myös hakukoneoptimointi on sisällytetty osaksi tätä opinnäytetyötä.

Kansallinen digipalvelulaki ei tule laajentuessaan koskemaan pakottavasti mikroyrityksiä eli ei myöskään opinnäytetyössä toimeksiantajana olevan yhdistyksen verkkosivustoa. Lakimuutoksen myötä velvoittavasti lain ulkopuolelle jäävien toimijoiden kuten mikroyritysten kannustetaan kuitenkin huomioimaan saavutettavuus digipalveluissaan mahdollisimman pitkälle. Tämän vuoksi opinnäytetyössä on tarkoitus selvittää, millaista onko pienyritysten sekä yhdistysten mahdollista saavuttaa täyttämällä verkkosivuillaan saavutettavuusvaatimukset.

### **1.3 Toimeksiantajan esittely**

Opinnäytetyön toimeksiantajana on SF-C Härmän seutu ry, joka on paikallisjärjestö ja osa valtakunnallista karavaanareiden keskusjärjestöä SF-Caravan ry:tä, (SF-C Härmän Seutu ry, i.a.) Yhdistyksen toiminta muodostuu yhdistystoiminnasta sekä leirintäaluetoiminnasta. SF-C Härmän seudun leirintäalue sijaitsee Lestijärvellä, Keski-Pohjanmaalla ja yhdistyksen kotipaikka on Seinäjoella, Etelä-Pohjanmaalla.

Opinnäytetyöprojektin suunnittelu- ja aloituspalaveriin osallistui valtakunnallisen Caravan järjestön koulutussuunnittelija Hanna Jokinen sekä paikallisyhdistyksen sihteeri Maija-Kaisa Laitinen. Yhteyshenkilöistä Maija-Kaisa Laitinen osallistui projektin tarkempaan suunnitteluun ja kehitystyön edistämiseen. Jokinen toimi projektissa valtakunnallisen keskusjärjestön edustajana.

## 2 DIGITAALINEN SAAVUTETTAVUUS

### 2.1 Saavutettavuusdirektiivi

Euroopan parlamentti ja neuvosto on asettanut 26.10.2016 voimaan direktiivin (EU) 2016/2102 koskien julkisen sektorin elinten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten saavutettavuutta (EU 2016/2102). Tähän direktiiviin viitaten Suomessa on vuonna 2019 astunut voimaan kansallinen lainsäädäntö digitaalisten palveluiden tarjoamisesta (Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta 306/2019). Alkuperäisesti lakia sovellettiin pääasiassa viranomaisten sekä julkisoikeudellisten laitosten digitaalisiin palveluihin sekä pankkipalveluihin. Tämä digipalvelulaki laajentuu ja tulee 28.6.2025 jälkeen koskemaan yhä laajempaa joukkoa palveluntarjoajia myös yksityisellä sektorilla. EU:n asettaman direktiivin sekä siihen perustuvan kansallisen digipalvelulain tarkoituksena on edistää sekä parantaa digitaalisten palveluiden saavutettavuutta, laatua sekä tietoturvallisuutta. Tämän avulla tarkoitus on parantaa jokaisen henkilön yhdenvertaista sekä tasa-arvoista mahdollisuutta käyttää erilaisia digipalveluita.

EU-direktiivi on Euroopan parlamentin sekä neuvoston asettama lainsäädäntöinstrumentti, jonka tarkoitus on yhdenmukaistaa EU-jäsenmaiden lainsäädäntöjä (Euroopan komissio, i.a.). Direktiiveissä säädetään aiheeseen liittyvät tavoitteet, mutta jokainen jäsenmaa päättää itse kansalliseen lakiin käytettävistä keinoista. Kuitenkin niin, että jokaisen EU-jäsenmaan on saatettava EU-direktiivit osaksi oman maansa kansallista lainsäädäntöään. Jokaisella EU-jäsenmaalla on 2 vuotta aikaa antaa direktiiviin perustuva kansallinen laki välttääkseen EU-komission tekemää rikosmenettelyä.

Suomessa 28.6.2025 laajentuva digipalvelulaki tulee kattamaan jatkossa muun muassa sähköiset viestintäpalvelut, audiovisuaaliset palvelut, e-kirjat, verkkosivustot sekä mobiilisovellukset, lippuautomaatit sekä pankkiautomaatit (Aluehallintovirasto, i.a.-b). Lain laajentuessa kesällä 2025 se ei tule kuitenkaan velvoittavasti koskemaan mikroyrityksiä eli yrityksiä, joissa on alle 10 työntekijää ja joiden vuosittainen liikevaihto tai taseen loppusumma jää alle kahden miljoonan euron. Vaikka yritys tai yhdistys ei kuuluisi velvoittavasti uudistuvan lain piiriin, kannustetaan niitä kuitenkin täyttämään digipalveluille asetettavat saavutettavuusvaatimukset.

Opinnäytetyöprojektissa olevan toimeksiantajan (yhdistys) verkkosivuston osalta riittäisi WCAG 2.1.-ohjeistuksen mukaiset saavutettavuusvaatimukset eli laki ei

toimeksiantajayhdistystä tule velvoittavasti koskemaan. Opinnäytetyöprojekti toteutettiin kuitenkin mahdollisimman laajat saavutettavuusvaatimukset huomioiden, jotta verkkosivut palvelisivat mahdollisimman suurta joukkoa tasavertaisella tavalla.

## **2.2 WCAG 2.1. -ohjeistus**

WCAG eli Web Content Accessibility on kansainvälisen Word Wide Web-konsortion (W3C) luoma ja ylläpitämä verkkosivuja koskeva saavutettavuusohjeistus. Useat eri maat käyttävät tätä ohjeistusta lainsäädäntönsä saavutettavuusvaatimusten perustana, jonka vuoksi tämä ohjeistus on merkittävä osa saavutettavuusdirektiiviä (Aluehallintovirasto, i.a.-d). WCAG-standardilla on ollut tärkeä ohjeistava rooli saavutettavuusvaatimusten kehittämisessä, sillä tämän ohjeistuksen tavoitteena on varmistaa, että myös erilaisia apulaitteita käyttävien on mahdollista käyttää erilaisia digipalveluita itsenäisesti. WCAG-kriteerien noudattaminen varmistaa kuitenkin vain saavutettavuusvaatimusten minimitason. Tämän vuoksi kansallinen digipalvelulaki on laajempi sekä kattavampi kuin pelkkä WCAG 2.1. -saavutettavuusohjeistus.

Ohjeistuksen alkuperäinen versio on julkaistu vuonna 1999, mutta se on päivitetty WCAG 2.0 versioon vuonna 2008. Ohjeiston uusin versio, WCAG 2.1., on luotu täydentämään edellistä versiota ja se on hyväksytty World Wide Web -konsortiossa kesällä 2018.

## **2.3 Saavutettavuuden käsite ja sen kolme ulottuvuutta**

Saavutettavuus on ajoittain vaikeasti ymmärrettävä käsite, jota on kuitenkin mahdollista havainnollistaa rinnastamalla se fyysiseen esteettömyyteen. Saavutettavuus on digipalveluiden esteettömyyttä, kun fyysisesti esteettömyydestä puhuttaessa tarkoitetaan esimerkiksi fyysisiin rakennuksiin johtavaa esteetöntä kulkua. Aluehallintovirasto (i.a.-f) arvioi Suomessa olevan yli miljoona henkilöä, joiden digipalveluiden käyttö on hyvin rajoittunutta, mikäli palveluissa ei ole huomioitu saavutettavuutta. Heidän mukaansa saavutettavuus koskee jokaista yksilöä jossain määrin, mutta osalle yksilöistä digipalveluiden saavutettavuus on välttämätöntä.

Digipalveluiden saavutettavuus jaetaan kolmeen eri ulottuvuuteen, jotka ovat tekninen toteutus, helppokäyttöisyys sekä sisältöjen selkeä ymmärrettävyys (Aluehallintovirasto, i.a.-f). Nämä kolme ulottuvuutta huomioiden on mahdollista rakentaa saavutettavuusvaatimusten

mukaisia digipalveluita, joita myös erilaisia lyhyt- tai pitkäaikaisia toimintahäiriöitä omaavat yksilöt voivat käyttää täysin itsenäisesti tai apulaitteiden avulla ilman ulkopuolista inhimillistä apua. Saavutettavan sisällön tunnuspiirteenä onkin välittää koko digitaalinen sisältö kaikkine tärkeine informaatioineen tasavertaisella tavalla kaikille digitaalisten palveluiden käyttäjille.

Digitaalisten palveluiden saavutettavuus tulee toteuttaa teknisesti sellaisella tavalla, jossa lähdekoodi rakentuu virheettömästi sekä loogisesti (Aluehallintovirasto, i.a.-c). Teknisen saavutettavuuden täyttämällä digitaalinen palvelu toimii ongelmitta avustavilla teknologioilla kuten puheohjauksella sekä ruudunlukuohjelmilla, joiden lisäksi palvelut soveltuvat käytettäväksi erilaisilla päälaitteilla. Tämä kattaa HTML- standardin sekä WCAG-ohjeistuksen mukaiset vaatimukset. Looginen ja virheetön lähdekoodi takaa teknisen luettavuuden sekä sisällön ymmärtämisen.

Pelkkä tekninen luettavuus ei riitä, sillä saavutettavien digipalveluiden yhtenä ulottuvuutena on sisällön helppolukuisuus sekä ymmärtäminen (Aluehallintovirasto, i.a.-f). Digipalvelun kuten verkkosivuston navigaation sekä rakenteen tulee olla looginen sekä ymmärrettävä, jolloin verkkosivuilla on mahdollista navigoida ilman liiallista etsimistä. Navigaatiota suunniteltaessa itse valikkorakenteen lisäksi sisältö on jaoteltava useampaan osioon sivustolla liikkumisen helpottamiseksi. Tällöin otsikointi nousee oleelliseen asemaan, sillä sen tarkoitus on jakaa myös laajaa sisältöä ymmärrettävästi eri osa-alueisiin. Otsikointi tulee toteuttaa hierarkkisesti eli laskevassa järjestyksessä otsikkoelementtejä käyttäen.

Saavutettavuuden kolmantena ulottuvuutena on parantaa ymmärrettävyyttä, jolloin sisällön tulisi olla helppolukuista sekä selkeää ja käytettyjen sanojen yleisesti ymmärrettäviä. Ymmärrettävyyttä rakennetaan jaotteleamalla sisältötekstit selkeisiin kappaleisiin tai hyödyntämällä esimerkiksi tekstikappaleiden rinnalla listauksia. Selkeän leipätekstin lisäksi linkkiteksteihin kiinnitetään huomiota, jotta linkki itsessään kertoo avustaville teknologioille, millaiseen sisältöön linkin on tarkoitus käyttäjä ohjata. Valitun selkokielen tekstin ohessa sisällön ymmärrettävyyttä helpottaa erilaisten audiovisuaalisten sisältöjen käyttö, kuten kontekstiin sitovat kuvat, äänet sekä videot. Edellä mainitut sisällöt tulee kuitenkin tarjota saavutettavuus huomioiden, jolloin esimerkiksi äänitiedostot tulisi tekstittää, kuvat kertoa ymmärrettävästi sanoin vaihtoehtoisen kuvauksen kautta ja videoille antaa sekä tekstitys että kuvailutulkkauksen eli kuvailla videon visuaalinen sisältö sanoin. Kirjoitetun sisällön selkeyttä voi lisätä valitsemalla riittävän suuren fonttikoon, varmistamalla tekstin ja taustan välisen riittävän värikontrastin sekä tekemällä kosketusalueista tarpeeksi suuret.

## 2.4 Erityisryhmät ja avustavat teknologiat

Digitaalinen saavutettavuus mahdollistaa laajalle käyttäjäkunnalle mahdollisimman helpon käytettävyyden. Tällöin erilaisia digipalveluita on mahdollista käyttää täysin itsenäisesti ilman ulkopuolista apua tai erilaisia avustavia teknologioita hyödyntäen. Aluehallintovirasto (i.a.-a) on laatinut kattavan listan erilaisista erityisryhmiin kuuluvista käyttäjistä, joille digipalveluiden saavutettavuus on välttämätöntä. Näihin kuuluvat eriasteiset näkö- sekä kuulovammat, fyysiset sekä motoriset rajoitteet, kehitysvammat, erilaiset luki- sekä oppimisvaikeudet, mielenterveyden ongelmat, muistihäiriöt sekä -sairaudet, keskittymisvaikeudet, kognitiiviset pulmat sekä heikko kielitaito. Digipalveluiden käytön esteenä saattaa kuitenkin olla myös tottumattomuus digipalveluiden käyttöä kohtaan sekä useat tilapäiset haasteet, kuten esimerkiksi kirkas auringonpaiste, ympäristöstä kantautuva melu tai kipsissä oleva käsi.

Jotta pitkäkestoisia toimintahäiriöitä omaavan henkilön olisi mahdollista käyttää itsenäisesti digipalveluita, on heillä apuna erilaisia avustavia teknologioita. Tällaisia apulaitteita ovat muun muassa ruudunlukijat, kytkinohjaimet, pistenäytöt sekä silmien liikkeellä ohjattavat kohdistimet (Kehitysvammaliitto, 2024). Apulaitteet mahdollistavat erilaisia toimintahäiriöitä omaavan henkilön esimerkiksi kuulemaan tekstin puheena, suurentamaan tekstin kokoa tai parantamaan tekstin sekä taustan välistä kontrastia. Apulaitteet eivät kuitenkaan yksistään mahdollista näitä toiminnallisuuksia, ellei verkkosivustoa ole toteutettu saavutettavuusvaatimusten kriteerien mukaisena. Esimerkiksi ruudunlukijoiden on kyettävä lukemaan sivustoa tarkoituksenmukaisessa järjestyksessä ja navigoinnin on onnistuttava ilman hiirtä. Myös digipalvelun värien tummuuskontrasteja on pystyttävä muuttamaan, jotta sisällöstä on mahdollista saada selvää vaikkapa kirkkaassa auringonpaisteessa. Koska saavutettavuus auttaa myös lyhytaikaisissa toimintarajoitteissa, vaikuttaa saavutettavuus meidän jokaisen arkeen jossain vaiheessa elämää, eikä siis rajoitu pelkästään erilaisia apulaitteita käyttäviin henkilöihin.

## 2.5 Saavutettava digipalvelu on arvovalinta ja kilpailuetu

Saavutettavilla digipalveluilla tuetaan yhteiskunnan yhdenvertaisuutta ja edistetään tasa-arvoa. Sen lisäksi, että saavutettavat palvelut ovat organisaation yksi arvovalinnoista, tuo se myös kilpailuetua markkinoilla. Lahtinen ym. (2024, s. 153) huomauttavat arvolupauksen kerrotavan asiakkaalle, kenen palveluita kannattaa ostaa. Arvolupaus tulee pohjautua toimintatapoihin eli ottaa myös huomioon kaikessa tekemisessä, eikä olla vain markkinoinnin päälle

liimattu korulause. Verkkosivuilla saavutettavuus tuodaan asiakkaille ilmi laatimalla saavutettavuusseloste, joka kertoo verkkosivujen saavutettavuuden tilasta. Saavutettavia palveluita tarjoamalla myös mikroyritykset pystyvät tarjoamaan palveluitaan tasapuolisesti kaikille käyttäjryhmille, joka mahdollistaa asiakaskunnan laajentamisen ja tuo tätä kautta kilpailuetua.

Niemisen ja Kockin mukaan (2022) saavutettavuuskriteerien täyttäminen ei kuitenkaan yksistään takaa digipalvelun menestystä, ellei asiakas löydä palvelun pariin. Heidän mukaansa verkkosivustolla hyödynnetyt saavutettavuusvaatimukset tukevat myös hakukonelöydettävyyttä, joihin vaikuttavat omalta osaltaan sivuston teknisen toteutuksen laatu sekä sivuston viestinnän selkeys. Helposti verkosta löydettävissä oleva sivusto on useimmiten asiakkaan ostopolun alkupiste, olipa kyseessä fyysisen tuotteen tai palvelun ostaminen.

## **2.6 Verkkosivuston käyttökokemus**

Verkkosivujen saavutettavuus kiteytyy käyttäjäystävälliseen käyttökokemukseen, joka mahdollistaa sujuvan navigoinnin ja verkkosivuston monipuolisen käytön. Käyttäjää varten suunniteltu ja huolellisesti rakennettu oletettu navigointipolku tulisi toteuttaa siten, että se vastaa käyttäjän tarpeisiin ja tukee samalla yrityksen liiketoiminnallisia tavoitteita, kuten ostojen edistämistä ja yhteystietolomakkeen täyttämistä (Suomen Digimarkkinointi, i.a.). Hyvä käyttökokemus ei ole vain esteetön, vaan myös intuitiivinen ja houkutteleva.

Kokonaisvaltainen käyttökokemus rakentuu useista elementeistä, kuten sivuston responsiivisuudesta, loogisesta rakenteesta, selkeästä valikosta, visuaalisesta ilmeestä, laadukkaasta sisällöstä ja nopeasta latausajasta. Nämä eivät ole vain teknisiä yksityiskohtia, vaan niillä on merkittävä vaikutus sekä käyttäjän viihtyvyyteen että liiketoiminnan tavoitteiden saavuttamiseen. On myös huomionarvoista, että käyttökokemus on yksi tärkeimmistä saavutettavuusvaatimusten osa-alueista.

Caston (i.a.) vertaa verkkosivujen käyttökokemusta digitaaliseen käyntikorttiin, joka luo ensivaikutelman sivuston kävijöille. Tämä korostaa käyttökokemuksen keskeistä roolia: se ei ole pelkkä lisäarvo, vaan ehdoton edellytys verkkosivuston menestymiselle. Hyvin suunnitellut ja informatiiviset verkkosivut eivät ainoastaan pidä kävijöitä sivustolla pidempään, vaan myös parantavat sivuston hakukonenäkyvyyttä. Hakukoneiden algoritmit huomioivat esimerkiksi käyttäjän sitoutumisen sivuston sisältöön, ja pitkä vierailuaika antaa viitteitä kiinnostavasta ja tarpeellisesta sisällöstä.

## 3 HAKUKONEOPTIMOINTI

### 3.1 Hakukoneoptimoinnin perusteet

Hakukoneoptimoinnin (SEO) ensisijainen tavoite on varmistaa, että verkkosivusto saa parhaan mahdollisen näkyvyyden hakukoneiden hakutuloksissa. Vaikka sivusto olisi teknisesti viimeistelty, tämä ei automaattisesti tarkoita sen sijoittuvan hyvin hakutuloksissa. Lahtinen ym. (2024, s. 199–200) korostavat, että hakukoneoptimointi on ratkaiseva tekijä sen määrittämisessä, mille verkkosivulle hakukoneen käyttäjä lopulta päätyy. Hyvin toteutettu hakukoneoptimointi lisää sivuston orgaanista, eli ilmaista, liikennettä ja toimii samalla koko digimarkkinoinnin kivijalkana. Kun verkkosivusto houkuttelee enemmän luonnollisia kävijöitä, myös organisaation digitaalinen näkyvyys ja liiketoiminnan vakaus vahvistuvat. Lisäksi hakukoneoptimoinnin avulla voidaan kasvattaa yrityksen tuotteiden ja palveluiden kysyntää varmistamalla niiden näkyvyys hakutuloksissa.

Sivuston sisäinen hakukoneoptimointi alkaa yleensä avainsanatutkimuksesta, jossa selvitetään, millä termeillä käyttäjät etsivät yrityksen tarjoamia tuotteita tai palveluita hakukoneiden avulla. Tämän lisäksi avainsanatutkimus paljastaa asiakkaan tarpeiden taustalla olevia tekijöitä, mikä auttaa ymmärtämään heidän haku- ja ostokäyttäytymistään tarkemmin. Avainsanatutkimuksesta saadun tiedon avulla verkkosivuston sisältö ja rakenne voidaan kohdentaa entistä paremmin potentiaalisten asiakkaiden tarpeisiin.

Perinteisesti hakukoneoptimointi jaetaan kolmeen pääosa-alueeseen, joita ovat sivuston tekninen SEO (rakenteellinen), On-Page SEO (sisällöllinen) sekä Off-Page SEO (ulkopuolinen). Nämä kolme osa-aluetta muodostavat kokonaisuuden, jossa tekniset ratkaisut, laadukas sisältö ja sivuston ulkopuolinen näkyvyys tukevat toisiaan. Hakukoneoptimointi ei siis ole vain sisältötekstien viilaamista, vaan vaatii huolellista suunnittelua, monitahoista toteutusta ja jatkuvaa seurantaa. Seuraavaksi tarkastelemme näitä jokaista osa-aluetta hieman tarkemmin.

### 3.2 Sivuston tekninen SEO

Lahtinen ym. (2022, s. 193) korostavat, että tekninen hakukoneoptimointi edellyttää huolellista huomiointia sivuston nopeudessa, mobiiliystävällisyydessä ja hakukonerobottien esteettömän pääsyn varmistamisessa. Tämä tarkoittaa, että verkkosivuston teknisen toteutuksen

on tuettava paitsi käyttäjien tarpeita, myös hakukoneiden vaatimuksia. Kuten aiemmin saavuttavuusvaatimuksia käsiteltäessä todettiin, tekninen toimivuus on olennainen osa käyttäjäkokemusta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että pienetkin tekniset ongelmat voivat estää hakukoneiden indeksointirobotteja pääsemästä käsiksi sivuston sisältöön, mikä pahimmillaan voi johtaa siihen, ettei sivusto näy lainkaan hakutuloksissa.

Nykypäivänä verkkosivuston responsiivisuus on tärkeämpää kuin koskaan, sillä jopa 55 % erilaisten verkkopalveluiden käyttäjistä suosii mobiililaitteita (Ceci, L. 1/2024). Tämä trendi on saanut myös hakukoneet, kuten Googlen painottamaan mobiilikäyttöä. Tämä niin kutsuttu mobile-first-indeksointi varmistaa, että verkkosivujen mobiiliversio on hakutulosten ensisijainen arviointiperuste (Google Search Central, i.a.). Tämän vuoksi verkkosivuston sisällön tulee mukautua eri näyttökokoihin sujuvasti, jotta sekä käyttäjäkokemus että hakukonenäkyvyys voidaan maksimoida. Skaalautumattomuus tai huonosti toteutettu mobiilikokemus ei vaikuta pelkästään käyttäjän tyytyväisyyteen, vaan myös hakukoneiden algoritmeihin, jotka arvioivat sivuston toimivuutta ja relevanssia mobiiliympäristössä.

Kun tekninen hakukoneoptimointi tehdään huolellisesti, se varmistaa, että sivuston rakenne, toimivuus ja nopeus eivät muodosta esteitä hakukonenäkyvyydelle. Tämä tarkoittaa, että sivusto latautuu nopeasti, toimii saumattomasti kaikilla laitteilla ja tarjoaa teknisesti ehjän ympäristön sekä käyttäjille että hakukoneiden indeksointirobotteille. Käyttäjän näkökulmasta teknisesti optimoitu sivusto takaa sujuvan käyttökokemuksen, kun taas hakukoneiden algoritmit palkitsevat teknisesti hyvin toimivat sivut paremmilla sijoituksilla hakutuloksissa. Näiden kahden näkökulman yhdistäminen on avainasemassa, kun tavoitteena on saavuttaa verkkosivustolle merkittävää näkyvyyttä hakukoneiden kautta.

Mobiilikäyttäjien kasvava osuus asettaa yhä enemmän vaatimuksia verkkosivustojen tekniselle hakukoneoptimoinnille. Sivuston responsiivisuus ja skaalautuminen erilaisille näytöille ovat nykypäivän verkkosuunnittelun perusedellytyksiä, sillä mobiiliystävällisyys on yksi tärkeimmistä tekijöistä sekä käyttäjätyytyväisyyden että hakukonenäkyvyyden kannalta. Lahtiinen ym. (2024, s. 54) huomauttavat asiakkaiden ja palveluntarjoajien valtasuhteiden hurjasta muutoksesta etenkin erilaisten mobiilisovellusten ja verkkosivujen mobiilikäytön lisääntyessä. Mobiililaitteilla vietetään paljon aikaa, jolloin myös markkinointi sekä esilläolo on otettava huomioon aivan uudella tavalla. Huonosti optimoitu sivuston mobiiliversio voi johtaa paitsi käyttäjän turhautumiseen myös hakukonesijoitusten laskuun, sillä hakukoneiden algoritmit painottavat mobiililaitteilla saatavaa käyttökokemusta entistä vahvemmin.

### 3.3 On-page SEO

On-Page SEO viittaa verkkosivuston sisällön ja sen rakenteen optimointiin, jotta sivusto vastaa paremmin käyttäjien hakuihin ja hakukoneiden vaatimuksiin. Lahtinen ym. (2022, s. 191–193) painottavat, että sivuston sisällön optimoinnin ytimessä ovat avainsanatutkimus ja sen pohjalta luotu sisältö. Avainsanatutkimuksen tarkoituksena on selvittää ne sanat ja hakutermit, joita käyttäjät yleisimmin käyttävät etsiessään tietoa tai palveluita hakukoneista. Tämä tieto on keskeinen osa tehokasta sisällön optimointia, sillä se auttaa kohdentamaan verkkosivuston sisältöä vastaamaan potentiaalisten asiakkaiden tekemiä hakuja hakukoneissa, mutta myös heidän tarpeitaan ja odotuksia.

Sisällön optimoinnissa huomioidaan sivuston sisältötekstiä, mutta myös monia muita elementtejä kuten otsikoiteja, kuvatiedostojen nimiä, linkkitekstejä metaotsikoita ja -kuvauksia sekä URL-rakennetta. Jokainen näistä elementeistä tarjoaa mahdollisuuden viestiä sekä hakukoneille että käyttäjille verkkosivuston relevantista sisällöstä. Esimerkiksi hakukoneiden tuloksia silmäillessä metaotsikkoon kiinnitetään huomio ensimmäisenä, jolloin parhaimmillaan houkutteleva metaotsikko lisää merkittävästi sivustoliikennettä. Tämän lisäksi metaotsikko toimii tärkeänä viestinä hakukoneille, sillä sen avulla indeksointirobotit saavat yleiskuvan sivun sisällöstä. Hakukoneiden indeksointirobotit pyrkivät myös ymmärtämään sopiiko verkkosivun sisältö annettuun metaotsikkoon sekä metakuvaukseen. Verkkosivuston sisällä kirjoitetun leipätekstin lisäksi myös linkkien kuvailevat tekstit ja avainsanojen hyödyntäminen näissä auttavat sekä avustavia teknologioita että hakukoneita ymmärtämään, mitä sisältöä linkin takaa löytyy.

Kaikki edellä listatut elementit yhdessä auttavat hakukoneiden indeksointirobotteja tulkitsemaan sivuston sisältöä paremmin, mikä parantaa sen mahdollisuuksia nousta korkeammalle hakutuloksissa. Lopulta tavoitteena on luoda sisältöä, joka ei ainoastaan houkuttele hakukoneita, vaan myös palvelee käyttäjiä mahdollisimman hyvin, tuoden sivustolle enemmän liikennettä ja parempia konversioita eli myyntiä tai esimerkiksi yhteydenottopyyntöjä. Vaikka On-Page SEO:n painopiste on sisällössä ja rakenteessa, pelkkä sisällön optimointi ei yksin riitä, vaan sen tueksi tarvitaan myös muita hakukoneoptimoinnin osa-alueita, kuten teknistä ja ulkoista SEO:ta (SEO Akatemia, i.a.).

### 3.4 Off-Page SEO

Hakukoneoptimoinnin kolmas osa-alue, Off-Page SEO, toteutuu nimensä mukaisesti täysin verkkosivuston ulkopuolella ja keskittyy sivuston tunnettuuden sekä auktoriteetin vahvistamiseen. Lahtinen ym. (2022, s. 192) korostavat, että sivuston auktoriteettia voidaan tukea valitsemalla huolellisesti domain, joka sekä herättää hakukoneiden luottamusta että viestii selkeästi sivuston asiayhteydestä. Vahva ja helposti muistettava domain ei ainoastaan paranna hakukonenäkyvyyttä, vaan myös lisää asiakkaiden luottamusta sivuston aihepiiriin ja ammatillisuuteen. On kuitenkin tärkeää huomata, että domainin valinta ei kuulu yksinomaan Off-Page SEO:n, vaan sillä on myös merkittävä rooli teknisessä hakukoneoptimoinnissa.

Sivuston ulkopuolisen hakukoneoptimoinnin merkitys rakentuu pitkälti ulkopuolisten linkitysten varaan. Hakukoneiden algoritmit näkevät nämä linkit merkinä sivuston suosiosta ja luotettavuudesta. Näiden linkkien laatu on tärkeämpää kuin määrä, jonka vuoksi linkkejä ei suositella hankittavan kuin oikeilta yhteistyökumppaneilta tai muista luotettavista lähteistä. Myös sosiaalisessa mediassa jaetuilla sivustolinkeillä voi osaltaan vahvistaa sivuston ulkopuolista hakukonenäkyvyyttä. Off-Page SEO alkaa konkreettisesti vasta sivuston julkaisun jälkeen, jolloin aktiivinen työskentely ulkoisten linkkien, kumppanuuksien ja mainintojen hankkimiseksi astuu kuvaan. Tämä jatkuva kehitystyö on olennainen osa verkkosivuston pitkäaikaista menestystä digitaalisessa ympäristössä.

## 4 OPINNÄYTETYÖN MENETELMÄT

Tämä opinnäytetyö on toteutettu kehitystyönä. Ojasalo ym. (2009, s.19) opastavat tutkimuksellisen kehittämistyön tarpeiden kumpuavan aina suoraan organisaation lähtökohdista sekä kehittämistarpeista. Heidän mukaansa kehittämistyö rakentuu käytännön ongelmien ratkaisemisen ympärille, jonka avulla tuotetaan uusia käytännön palveluita tai tuotteita. Tällöin kehitystyö keskittyy yrityksen tai yhdistyksen kriittisimmän ongelman ratkaisemiseen sekä tavoittelee käytännöllistä sekä toimivaa työkalua tai toimintatapaa, jonka mahdollisuuksia hyödynnetään liiketoiminnan kehittämisessä. Vilkka (2021, s. 59) tarkentaa lisäksi, ettei työelämälähtöinen tutkimustoiminta voi koskaan olla irrallinen toimeksiantajan lähtökohdista. Tämä määrittää sen, että tutkimustoiminnan kohteena oleva liiketoiminnan nykytila tulee tutkia kokonaisvaltaisesti ennen kehitystyöhön ryhtymistä, jotta kehitystyöstä on mahdollista saada irti paras mahdollinen hyöty.

Tässä opinnäytetyössä ratkaistaan palveluiden löydettävyyteen, hallintaan sekä käyttöön liittyvät ongelmat toteuttamalla toimeksiantajalle uudistetut ja nykyaikaisiin vaatimuksiin vastaavat verkkosivut. Kehittämistyö aloitettiin yhteispalaverissa kartoittamalla yhdistyksen ongelman eli verkkosivuston nykytilanne ja tunnistamalla sen haasteet, joihin lähdettiin etsimään parempaa ratkaisua. Tätä varten aloituspalaverin yhteydessä kirjattiin ylös kaikki toiminnallisuuteen sekä käytettävyyteen liittyvät haasteet, joiden perusteella työn määrittely ja rajaus oli mahdollista tehdä. Toimeksiantajan tarpeiden lisäksi aloituspalaverissa käsiteltiin nykyaikaisen verkkosivujen vaatimuksia sekä vertailtiin myös saman alan toimijoiden verkkosivuja.

Aloituspalaverin jälkeen tehtiin lisää vertailua saman alan toimijoiden verkkosivujen välillä käytettävyyden sekä hakukonenäkyvyyden näkökulmasta. Tällä saatiin kattava käsitys siitä, millaisia ominaisuuksia ja ratkaisuja voitaisiin uudistetuilla sivuilla hyödyntää. Tämän lisäksi tehtiin suullinen haastattelu yhdistyksen potentiaalisen asiakkaan kanssa, jolloin uuden sivuston rakentamisessa oli mahdollista ottaa huomioon myös sivuston kohderyhmään kuuluvan käyttäjän toiveet ja odotukset palveluntarjoajan verkkosivuista. Verkkosivujen olemassaolon taustalla on palvelu toimeksiantajana toimivan yhdistyksen asiakkaita, jolloin kehittämistyötä ei suositella rakennettavan pelkästään toimeksiantajan näkökulmaan pohjautuen. Tätä Vilkka (2021, s. 59) kutsuu kotikenttäeduksi, jolloin toimeksiantajan näkökulmaa saattaa rajoittaa näkemykset ainoastaan omasta näkökulmasta katsoen.

Toimeksiantajan kohderyhmään kuuluvan potentiaalisen asiakkaan haastattelussa käsiteltiin leirintäalueiden käyttäjien tarpeita ja toiveita, jotka liittyvät sekä leirintäalueiden etsimiseen hakukoneilla että navigointiin eri palveluntarjoajien verkkosivustoilla. Opinnäytetyön tavoitteen mukaisesti kehittämissä keskittyy kuitenkin verkkosivuston nykyaikaistamiseen, jolloin työn keskiössä on sivuston löydettävyys sekä saavutettavuus eikä pelkästään asiakaslähtöinen toteutus. Nykyaikaisen sivuston yksi kriteeri kuitenkin on sivuston käyttäjäkokemus, jonka vuoksi tätä näkökulmaa ei ollut mahdollista täysin sivuuttaa.

Työelämässä kehitystyönä toteutettuja hankkeita arvioidaan useiden eri tahojen toimesta erilaisilla mittareilla sekä ehdoilla (Vilkka, 2021, s.188–189). Kehitystyössä käytettävät testausmenetelmät määräytyvät aina projektikohtaisesti, riippuen käsiteltävistä elementeistä sekä siitä, millaisia kohderyhmiä ja tavoitteita lopputuloksen on tarkoitus palvella. Tässä opinnäytetyössä testaaminen on painotettu erityisesti sivuston löydettävyyteen eli hakukoneoptimointiin sekä sivuston saavutettavuuteen ja käytettävyyteen.

## 5 VERKKOSIVUJEN UUDISTUSPROJEKTI

### 5.1 Verkkosivujen lähtökohta ja alustan valinta

Projektin alkuvaiheessa pidimme suunnittelupalaverin toimeksiantajan kanssa, jossa kartoitettiin verkkosivuston uudistamistarpeet ja määriteltiin tavoitteet. Keskustelussa korostui tarve löytää uusi julkaisualusta, joka vastaisi paremmin toimeksiantajan tarpeita niin ylläpidon helpouden kuin sivuston käytettävyyden suhteen. Toimeksiantajan aiempi verkkosivusto oli rakennettu ja julkaistu Namo WebEditor v3.0-järjestelmällä. Tämä jo vanhentunut järjestelmä ei mahdollistanut nykyaikaisia verkkosivuratkaisuja, joissa huomioitaisiin käyttäjäystävällisyys, hakukonenäkyvyys ja saavutettavuus. Lisäksi järjestelmän käyttö oli toimeksiantajalle haastavaa, jolloin verkkosivu-uudistus sekä uuden julkaisujärjestelmän etsiminen olivat perusteltuja.

Vanhan sivuston ulkoasu ja rakenne olivat vanhanaikaisia, eivätkä vastanneet nykyajan käyttäjien odotuksia (kuvio 1). Vanhan verkkosivuston visuaalinen ilme ei ollut houkutteleva ja sivustolla esitetty informaatio oli hieman vaikeasti löydettävissä. Osa verkkosivuilla ladatuista kuvista ei avautunut lainkaan, mikä heikensi käyttökokemusta. Oheinen kuvakaappaus (kuvio 1) yhdistyksen vanhoista verkkosivuista otettu verkkosivuprojektin loppuvaiheessa, jolloin sivustolle oli jo ehditty lisäämään uudistetulle sivustolle johtava linkki, muutoin vanha verkkosivu on pysynyt muuttumattomana.



satunnaisesti, alustan piti mahdollistaa sisällönhallinta ilman laajaa teknistä osaamista. Mattilan (i.a.) mukaan parhain lopputulos saavutetaan, kun alusta tukee pitkäjänteistä kehittämistä, mahdollistaa kustannustehokkaan ylläpidon ja vastaa organisaation tämän hetken tarpeisiin sekä tulevaisuuden tavoitteisiin.

Verkkosivualustan valintaa varten koostettiin vertailu (liite 1) neljän eri palveluntarjoajan välillä, jossa verkkosivuilta vaadittavat ominaisuudet oli selkeästi taulukoitu. Uusien verkkosivujen alustaksi valittiin Webnode, joka vastasi toimeksiantajan tarpeisiin parhaiten. Valittu alusta mahdollistaa verkkosivuston itsenäisen päivittämisen ja hallinnoinnin. Webnodella rakennettu sivusto perustuu helppokäyttöisiin valmiisiin sivupohjiin, mutta nämä valmiit sivupohjat asettavat joitakin rajoituksia teknisille ratkaisuille, kuten räätälöityjen HTML-elementtien tai CSS-tyylitiedostojen hyödyntämiselle. Näitä rajoituksia ei kuitenkaan pidetty tässä sivustouudistuksessa merkittävinä, sillä kyseiset ominaisuudet edellyttäisivät joka tapauksessa ulkopuolisten palvelujen hankkimista. Sivuston runko rakennettiin toimeksiantajan ehdottaman visuaalisen ilmeen pohjalta.

Yhdistyksen vanhan verkkosivuston domain (sfc-harmanseutu.fi) viittasi yhdistyksen nimeen, vaikka suurelle asiakaskunnalle näkyvä toiminta pyörii kuitenkin leirintäaluetoiminnan ympärillä. Asiakkaan näkökulmasta katsottuna sivuston domain tulisi muodostua leirintäalueen nimen mukaisesti SF-C Pitkäniemenä. Uuden sivuston domain valikoitui tämän perustella sfc-pitkaniemi.fi. Lahtinen ym. (2024, s.203) korostavat vahvan verkkotunnuksen eli domainin merkitystä sivuston hakukonenäkyvyyden kannalta. Heidän näkemyksensä mukaan vahva domain antaa hakukoneille tietoa sivuston luotettavuudesta. Lisäksi asiakkaalle tämä näytetään hakukoneissa relevanttina sivustona suhteessa heidän etsimiinsä palveluihin.

## **5.2 Verkkosivuprojektin eteneminen**

Alkupalaverin jälkeen projektille laadittiin alustava aikataulu, joka toimitettiin toimeksiantajalle. Aikataulu piti toimeksiantajan ajan tasalla projektin etenemisestä ja mahdollisti sujuvan yhteistyön. Toimeksiantajan toiveesta verkkosivusto julkaistiin varhaisessa vaiheessa, ennen kauden päätapahtumaa eli juhannusta. Tämä mahdollisti ajankohtaisten tiedotteiden ja aikataulujen tarjoamisen asiakkaille tehokkaasti, vaikka sivustolla oli tuolloin vasta osa lopullisesta sisällöstä. Vanhojen verkkosivujen etusivulle lisättiin linkki, joka ohjasi käyttäjät uudelle

sivustolle (kuvio 1). Varhainen julkaisu edisti myös hakukonenäkyvyyttä, sillä se antoi hakukoneille aikaa indeksoida uusi sivusto ennen sen lopullista valmistumista.

Projektin edetessä yhteydenpito toimeksiantajan kanssa oli tiivistä, ja se toteutettiin sähköpostitse sekä säännöllisillä välipalavereilla. Tiivis yhteydenpito mahdollisti tarvittavien tietojen nopean välittymisen verkkosivuston rakentamisen tueksi ja varmisti samalla toimeksiantajan aktiivisen osallistumisen uudistusprojektiin. Toimeksiantajan mukana pitäminen oli myös keskeistä, jotta hän pystyi valmistautumaan verkkosivujen itsenäiseen päivittämiseen projektin valmistuttua, mikä oli alun perin yksi projektin keskeisistä tavoitteista.

### 5.3 Verkkosivuston käytettävyys

Yksi toimeksiantajan aiempien verkkosivujen suurimmista ongelmista oli heikko käytettävyys, jota lähdettiin merkittävästi parantamaan verkkosivuston uudistuksessa. Sivuston rakenne suunniteltiin loogisesti ja käyttäjäystävällisesti, ja sen sisältö optimoitiin sopimaan eri näyttöpäätteille. Vanhojen verkkosivujen valikkorakenne pysyi muuttumattomana eli se ei skaalautunut mobiililaitteiden näytöille sopivaksi (kuvio 2). Tässä navigaatiovalikossa ei myöskään oltu huomioitu erillistä osaa leirintäalueen esittelyyn eli pelkän valikkorakenteen avulla ei sujuvasti ollut mahdollista löytää tietoa yhdistyksen leirintäaluetoinnasta.



Kuvio 2. Näyttökaappaus vanhojen verkkosivujen valikosta. Haettu 27.11.2024

Käytettävyyden parantamisessa keskityttiin erityisesti verkkosivujen käyttäjien tarpeisiin, jotka tunnistettiin yhdistyksen asiakaskohderyhmään kuuluvalta henkilöltä saadun palautteen perusteella. Palautteessa korostui, että leirintäalueen käyttäjille ovat erityisen tärkeitä paitsi sivuston hyvä löydettävyys Googlessa, myös selkeästi esillä olevat tiedot palveluista, hinnoista ja aukioloajoista (J. Peltoniemi, henkilökohtainen tiedonanto, 22.4.2024).

### 5.4 Verkkosivuston saavutettavuus

Verkkosivuston julkaisussa otettiin huomioon digitaalinen saavutettavuus siinä määrin kuin Webnode alustana sen mahdollisti. Tämä tarkoittaa, että sivuston rakenteessa ja sisällössä

pyrittiin noudattamaan saavutettavuusvaatimuksia parhaalla mahdollisella tavalla. Koska Webnode-alustalla on rajoituksia saavutettavuuden toteuttamisessa, kaikki vaatimukset eivät olleet täysin täytettävissä, mutta sivustosta pyrittiin tekemään mahdollisimman käyttäjäystävällinen ja selkeä.

Verkkosivuille laadittiin saavutettavuusseloste, jossa kerrotaan tarkemmin sivuston saavutettavuuden tilasta, mahdollisista puutteista sekä niiden syistä. Lain mukaan verkkosivujen saavutettavuuden tilassa voi olla osittaisia tai tilapäisiä poikkeuksia, jos saavutettavuusvaatimusten täyttämistä aiheutuisi organisaatiolle kohtuutonta rasitetta (Aluehallintovirasto, i.a.-e). Poikkeuksien hyväksyttävyyttä arvioidaan kokonaisuutena, ottaen huomioon toiminnan laajuus, tuotteen tai palvelun keskeinen luonne sekä lain määrittelemät saavutettavuusvelvoitteet.

## **5.5 Verkkosivuston hakukoneoptimointi**

Tässä opinnäytetyöprojektissä ei ole tarkoitus luoda yhdistykselle SEO-strategiaa, vaan laittaa sivuston SEO-perusteet kuntoon. Opinnäytetyön pääasiallisena tarkoituksena on korostaa sivuston saavutettavuuden merkitystä ajankohtaisena ilmiönä, jolloin opinnäytetyöraportin sisällössä käsitellään hakukoneoptimointia melko suppeasti. Hakukoneoptimointia ei ole kuitenkaan mahdollista rajata verkkosivu-uudistuksen ulkopuolelle, sillä se on ikään kuin kivijalka, jonka päälle sivuston saavutettavuusvaatimukset rakentuvat.

Verkkosivuston uudistuksessa panostettiin hakukoneoptimointiin hyödyntämällä tehtyä avainsanatutkimusta, jonka pohjalta optimoitiin sivuston sisällöt sekä sivurakenne parhaan mahdollisen hakukonenäkyvyyden saavuttamiseksi. Kaikki Webnoden tarjoamat SEO-näkyvyyteen vaikuttavat elementit otettiin huomioon avainsanoja hyödyntäen. Projektissa huomioitujen SEO-elementtien sivustolla ovat metakuvaukset, metaotsikot sekä sisältöotsikot, URL-rakenteet, kuvatiedostojen nimet sekä sisältökuvaukset.

Uudistettavaan sivustoon liittyvässä avainsanatutkimuksessa huomioitiin alueen nimeä kantavat hakusanat sekä paikallisesti leirintäaluepalveluita etsivien käyttäjien tekemät haut mahdollisimman laajasti. Löydettyjä avainsanoja käytettiin sivustolla parhaiden käytäntöjen mukaisesti sivuston sisällön lisäksi etenkin sivuston metaotsikoissa sekä -kuvauksissa.

Avainsanatutkimuksessa tärkeimmät avainsanat tehdyn tutkimuksen perusteella olivat

- Leirintäalue Lestijärvi (suosituin hakutermi)
- Pitkäniemi Leirintäalue (2. suosituin hakutermi)
- SF-C Pitkäniemi
- Caravan alue Lestijärvi
- SF-C Härmän seutu
- Leirintäalueet Lestijärvi

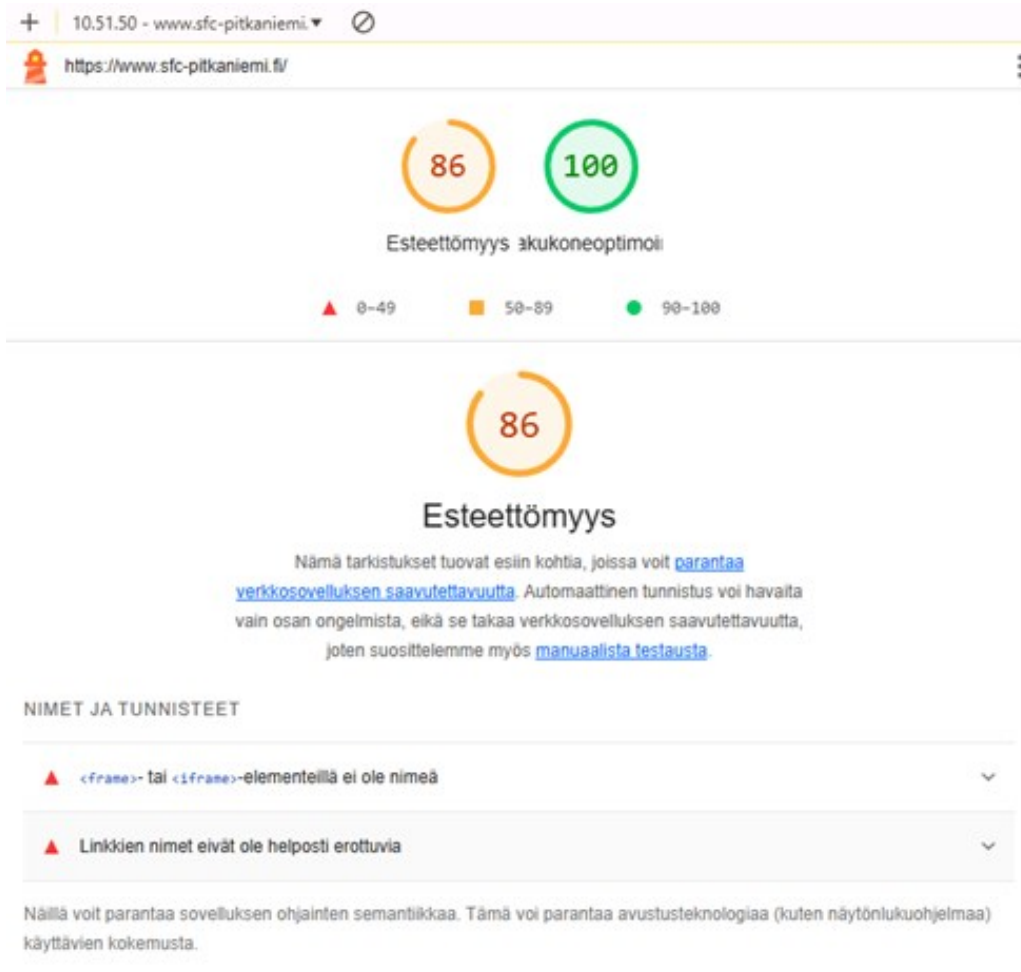
## 6 VERKKOSIVUSTON TESTAAMINEN JA TULOKSET

### 6.1 Verkkosivuston saavutettavuustestaus

Verkkosivuston saavutettavuutta sekä hakukoneoptimoinnin tilaa on testattu 17.11.2024 Googlen Lighthouse-työkalulla. Kyseessä on avoimen lähdekoodin työkalu, jolla on mahdollista testata verkkosivujen eri osa-alueita (Vanhatalo, 2019). Lighthouse-työkalu mahdollistaa verkkosivuston testaamisen joko tietokoneiden tai mobiililaitteiden näkökulmasta. Toimeksiantajan verkkosivulle tehdyssä testauksessa otettiin huomioon mobiililaitteiden näkökulma, sillä merkittävä osa verkkosivujen käyttäjistä käyttää verkkosivuja nykyisin mobiililaitteilla. Lighthouse-työkalulla on mahdollista tutkia esimerkiksi sivuston värien kontrastisuhdetta, sivuston title-tietoja eli sivuston otsikoita sekä linkkien nimityksiä. Työkalu tarkastelee sivustoa erityisesti näkövammaisten lukulaitteiden näkökulmasta.

Uudistetun verkkosivuston saavutettavuusvaatimuksia tarkastellessa otettiin huomioon, että verkkosivuprojektissa on käytetty Webnode-alustaa. Valittu verkkosivualusta rajoitti mahdollisuuksia hyödyntää kaikkia nykyaikaisimpia verkkosivuston rakennustapoja, ja se heijastui myös sivuston testaamisraporttiin. Lighthouse-raportin mukaan uudistetun sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivuston saavutettavuuden tila oli 86/100, joka on keskinkertainen tulos (kuvio 3). Lighthouse-raportti jakaa sivuston saavutettavuuden tilan kolmeen luokkaan: arvot 0–49 ilmaisevat heikkoa saavutettavuutta, 50–89 keskinkertaista saavutettavuutta ja 90–100 hyvää saavutettavuutta.

Merkittävästi tulokseen vaikutti muutamat verkkosivuilla olevat hylätyt elementit, jotka vaikuttavat erityisesti verkkosivuston lukemiseen avustavilla teknologioilla. Lighthouse-raportissa ensimmäinen hylätty tunniste viittaa sivuston <frame> ja <iframe>-elementteihin. Nämä elementit viittaavat Google Tag Managerin sekä Google Maps -upotukseen, joihin ei ole mahdollista tehdä muutoksia ilman HTML-lähdekoodin tai CSS-tyylitiedoston muokkaamista. Toinen raportin esille nostama virheilmoitus viittaa verkkosivuston valikkorakenteen nuoli-ikoneihin, joiden värikontrasti ei ole riittävän suuri näkörajoitteisten käyttäjien näkökulmasta (kuvio 4). Valikon tekstien väriin ei ollut mahdollista tehdä muutoksia sivupohjan asetuksista. Koska valmiiden sivupohjien käyttö estää näiden elementtien muokkaamisen, saavutettavuusvaatimusten täyttäminen ei ole täysin mahdollista kohtuullisin keinoin. Näistä rajoituksista on maininta myös sivuston saavutettavuusselosteessa.



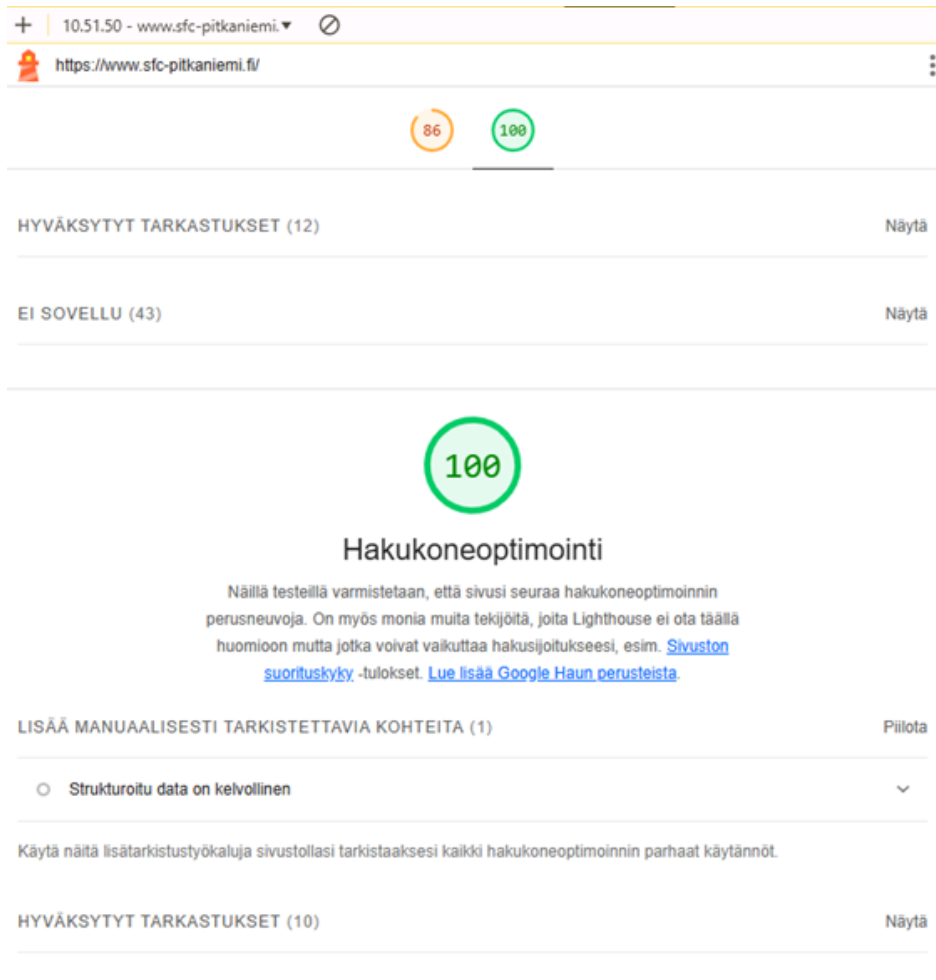
Kuvio 3. Lighthouse-työkalun raportti sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivuston saavutettavuudesta eli esteettömyydestä. Tehty 17.11.2024.



Kuvio 4. Lighthouse-raportin esittämä hylätty elementti, joka viittaa valikkorakenteeseen. Haettu 27.11.2024

## 6.2 Verkkosivuston hakukoneoptimoinnin testaaminen

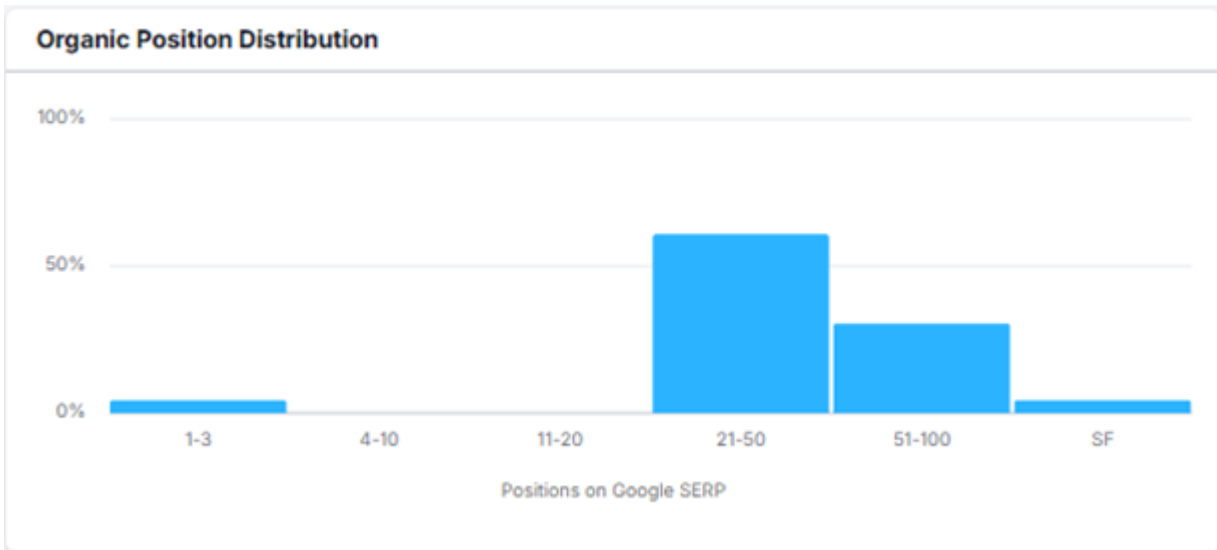
Verkkosivuston hakukoneoptimoinnin tilaa tutkittiin 17.11.2024 Lighthouse-työkalulla, joka mahdollistaa sivuston responsiivisuuden, metatekstien, indeksoinnin ja rakenteen testaamisen. Lighthouse-raportin mukaan sivuston hakukoneoptimoinnin taso 100/100 (kuvio 5). Tämä tulos muodostuu kuitenkin teknisten SEO-elementtien hyödyntämisellä eli ei osaa ottaa kantaa sivustolla käytettyjen avainsanojen määrään tai potentiaaliin.



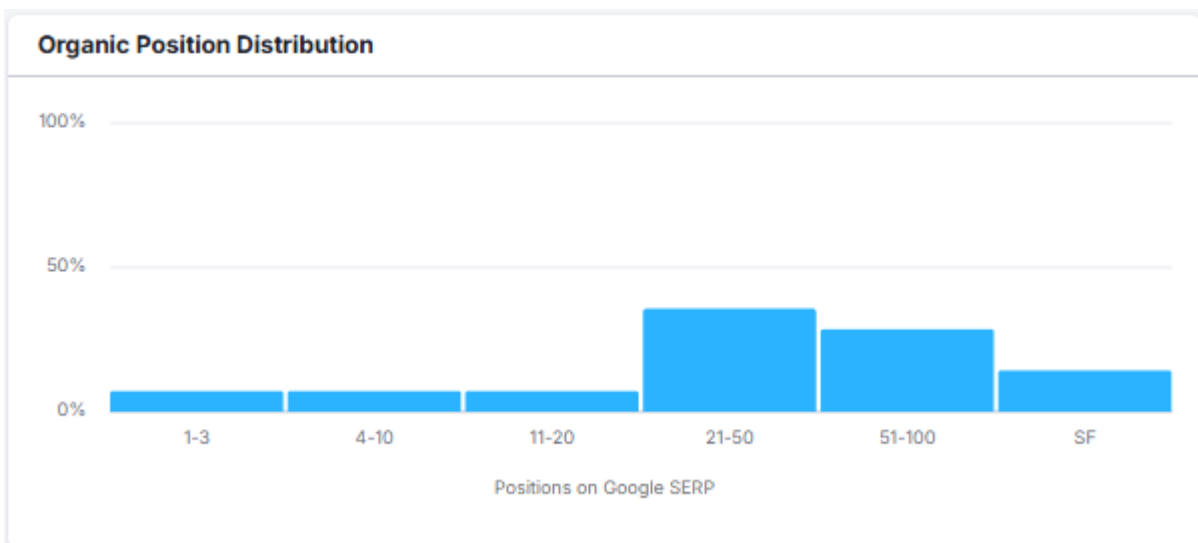
Kuvio 5. Lighthouse-työkalun raportti sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivuston hakukoneoptimoinnin perustilasta. Tehty 17.11.2024.

Lighthouse-työkalun lisäksi sivuston hakukoneoptimoinnin tasoa testattiin SEMrush-työkalulla sekä manuaalisesti suoritetuilla Google-hauilla. Näiden testauksien tarkoitus oli verrata vanhan sivuston saavuttamaan Google-näkyvyyttä uusitun verkkosivuston näkyvyyteen. Tutkimuksissa otettu huomioon erityisesti avainsanatutkimuksen kautta löydetyt sivuston tärkeimmät avainsanat. Yhdistyksen vanhojen verkkosivujen avainsanojen tuomalla orgaanisella liikenteellä on saavutettu vain yhdellä (1) tärkeällä avainsanalla Googlen hakutuloksissa sija 1–3 ja loput hakutulokset sijoittuvat sijoituksille 21–100 (kuvio 6). Kun uudistettu sivusto on

noussut paremmin esille Googlen hakutulossijoituksilla 1–20 (kuvio 7). Uudistettu sivusto nousee kuitenkin myös hakutulossijoituksille 21–100.



Kuvio 6. Kuvakaappaus SEMrush-työkalun antamasta analytiikasta sfc-harmanseutu.fi-verkkosivun orgaanisesta Google-näkyvyydestä. Tutkittu 17.11.2024.



Kuvio 7. Kuvakaappaus SEMrush-työkalun antamasta analytiikasta sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivun orgaanisesta Google-näkyvyydestä. Tutkittu 17.11.2024.

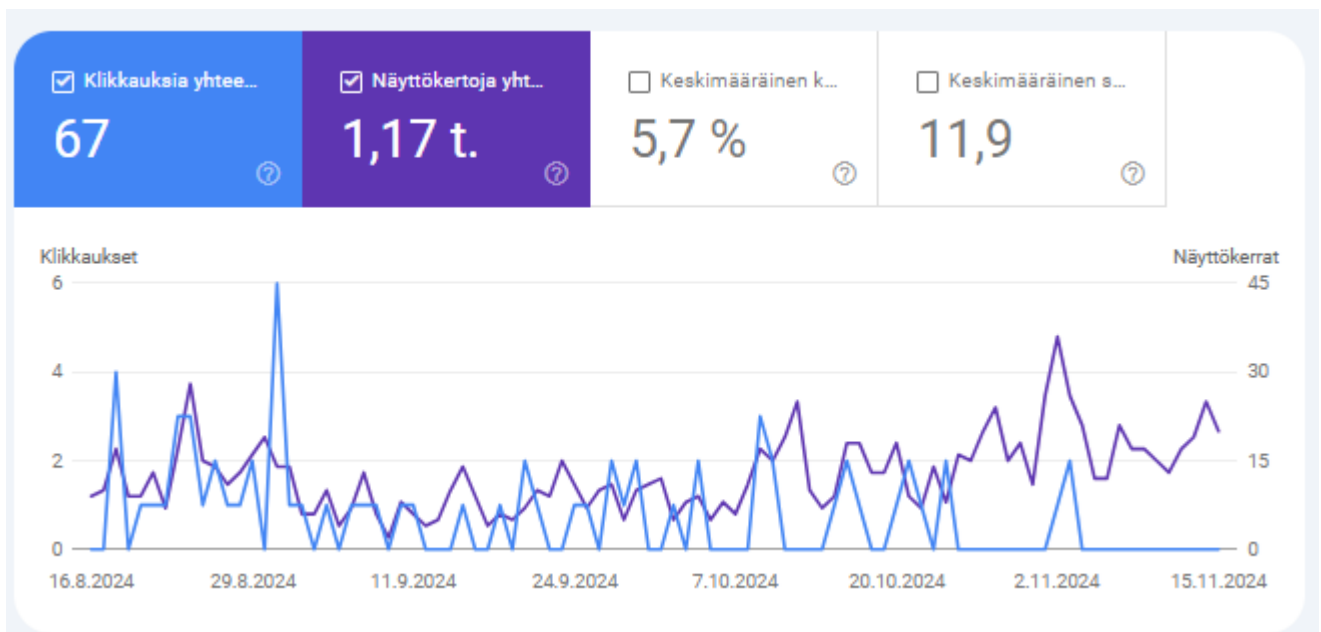
SEMrush-työkalun antaman analytiikan perusteella jo pian uusitun verkkosivuston julkaisun myötä yhdistyksen verkkosivut ovat saaneet aiempaa parempaa näkyvyyttä relevanteilla avainsanoilla Googlessa. Ensimmäisen 10 hakutulossivun joukkoon sijoittuvat hakutulokset näkyvät hakutulosten ensimmäisellä sivulla ja saavat näin parhaan mahdollisen näkyvyyden. Myös tärkeimpiä avainsanoja tutkittaessa havaittiin, että uusittu sivusto saa aiempaa parempaa vastetta hakutuloksissa verrattuna vanhaan sivustoon. Uusittujen verkkosivujen

saavuttama hakukonenäkyvyys kiri myös kilpailijoiden edelle hakutuloksissa joillakin avainsanoilla (kuvio 8).

Hakusana	Vanhan sivuston hakutuloksen sijoitus	Uuden sivuston hakutuloksen sijoitus
SF-C Pitkaniemi	Ensimmäisen sivun 2. hakutulos	Ensimmäisen sivun 1. hakutulos
Pitkaniemi leirintäalue	Ensimmäisen sivun 2. hakutulos	Ensimmäisen sivun 1. hakutulos
Leirintäalue Lestijärvi	3. sivun 1. hakutulos	2. sivun 10. hakutulos
Leirintäalueet Lestijärvi	7. sivun 10. hakutulos	1. sivun 3. sekä 10. hakutulos
Caravan alue Lestijärvi	ei hakutulosta	1. sivun 2. hakutulos ja 5.sivun 8. hakutulos

Kuvio 8. Vertailu tärkeimpien avainsanojen tuoman hakukonenäkyvyyden tulokset. Vertailu tehty manuaalisten hakujen perusteella.

Edellä mainittujen tulosten lisäksi Google Search Consolen tarjoaman analytiikan mukaan uudistettu verkkosivusto on alkanut kerätä kasvavassa määrin näyttökertoja, vaikka tuloksissa esiteltävä ajanjakso kohdistuu toimeksiantajan toiminnan sesongin ulkopuoliseen aikaan (kuvio 9). Tämä on positiivinen merkki siitä, että uudistetut verkkosivut tukevat tehokkaasti yhdistyksen liiketoiminnan kehittämistä ja vahvistavat sen asemaa paikallisena toimijana.



Kuvio 9. Kuvakaappaus Google Search Consolen tarjoamasta analytiikasta sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivuston orgaanisesta liikenteestä 16.8.2024 alkaen.

### 6.3 Uusitun verkkosivuston käytettävyyden testaaminen

Uudistetun verkkosivuston käytettävyyttä ei päästy testaamaan ulkopuolisen sivustovierailijan kanssa, mutta sivuston responsiivisuutta eli skaalautuvuutta on testattu useilla eri laitteilla.

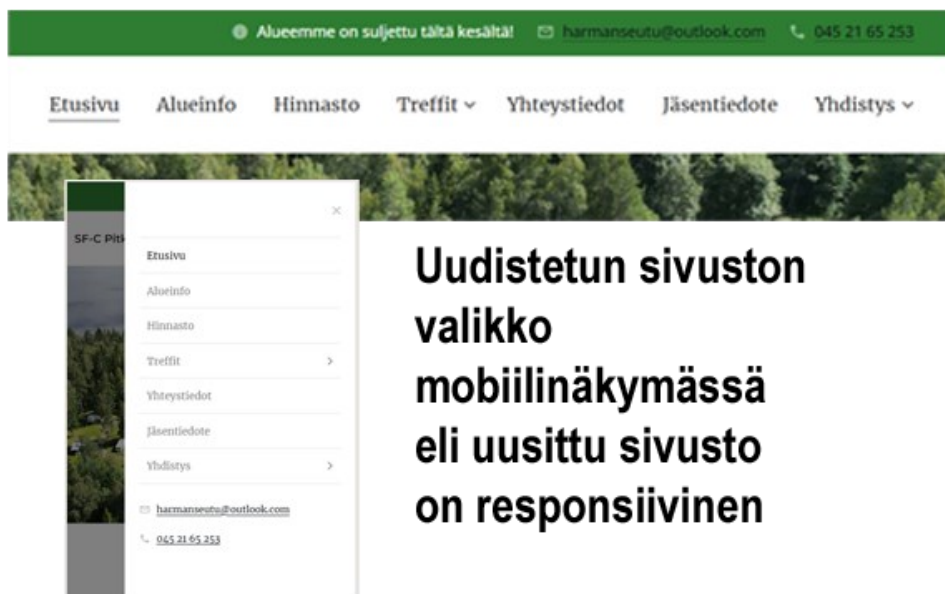
Uudistettu verkkosivusto on aiempaa selkeämpi ja informatiivisempi, ja käyttäjät löytävät tarvitsemasi tiedot nopeasti selkeän valikkorakenteen ansiosta (kuvio 10). Vanhassa sivustossa valikko ei skaalautunut mobiililaitteille, mutta tähän haettiin ratkaisu uudistuksessa. Sivuston navigointi on sujuvampaa, ja käyttäjät voivat helposti palata edelliseen sijaintiin, mikä parantaa kokonaisvaltaista käyttäjäkokemusta.

## Vanhan sivuston valikko

Tämä ei skaalaudu eri kokoisia näyttöpäätteitä varten.



## Uudistetun sivuston valikko tietokonenäkymässä

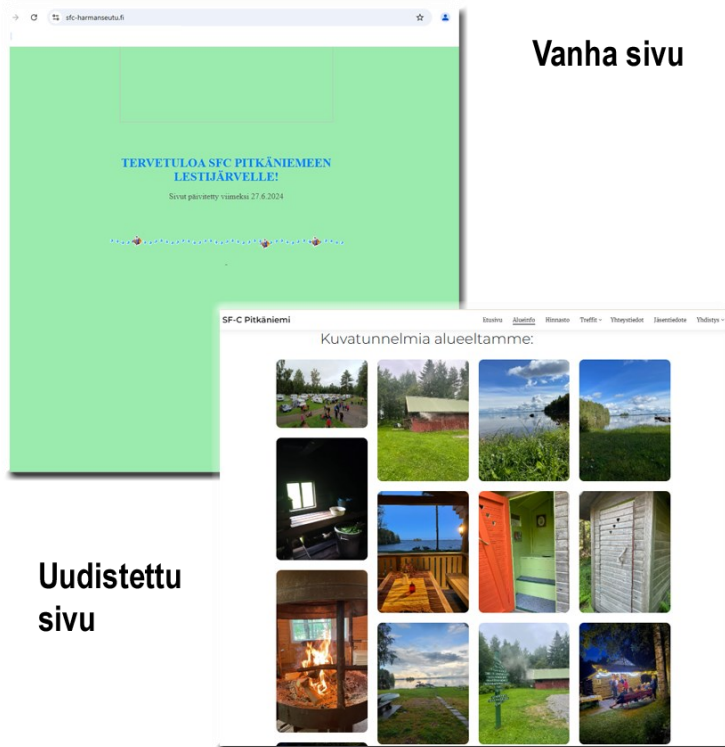


**Uudistetun sivuston valikko mobiilinäkymässä eli uusittu sivusto on responsiivinen**

Kuvio 10. Kuvakooste yhdistyksen vanhojen ja uusitun sivuston valikkorakenteesta.

Vanhalla verkkosivustolla leirintäalueen palveluista oli kerrottu vain sivun yläosan bannerin alapuolelle tuodulla valkoisella pohjalla olevien symbolien avulla (kuvio 11). Uudelle sivustolle nämä toteutettiin houkuttelevana kuvabannerina (kuvio 12).





Kuvio 13. Vertailussa vanhojen ja uuden sivuston kuvakoosteet.

Verkkosivuprojektin yhtenä tavoitteena oli vahvistaa toimeksiantajana toimivan yhdistyksen roolia paikallisena palveluntarjoajana. Tämä saavutettiin pääasiassa parantamalla paikallista hakukonenäkyvyyttä, mutta lisäksi leirintäalueen esittelyyn lisättiin myös Lestijärven alueen lyhyt esittely (kuvio 14). Vastaavaa sisältöä ei löytynyt lainkaan vanhoilta verkkosivuilta.



Kuvio 14. Kuvakaappaus sfc-pitkaniemi.fi-verkkosivujen alue-esittelystä, jossa kerrotaan ympäröivän alueen eli Lestijärven aktiviteeteistä. Haettu 24.11.2024.

## 6.4 Toimeksiantajan palaute verkkosivualustan käytöstä

Toimeksiantajan edustaja osallistui koko verkkosivu-uudistukseen, ja projektin yhtenä osana hänelle annettiin opastusta verkkosivualustan käyttöön. Tavoitteena oli varmistaa sujuva ja helppo sivuston ylläpito jatkossa, joka tukee sivuston ajantasaisena pysymistä sekä informaatiivisuutta.

M-K. Laitisen (henkilökohtainen tiedonanto, 24.11.2024) mukaan verkkosivualustana Webnode tuntuu helppokäyttöiseltä sekä käyttäjäystävälliseltä. Tarve oli saada yksinkertainen sekä toimiva alusta ja valinta on ehdottomasti vastannut odotuksia. Verkkosivuprojektiin liittyvä alustankäyttöön keskittyvä opastus on antanut kattavan käsityksen sivuston perustoiminnoista. Ohjeistus on ollut kattavaa myös erilaisista ominaisuuksista, joita alustalla on mahdollista toteuttaa. Ohjeistus auttaa meitä jatkossa käyttämään sivuja itsenäisesti, tekemään päivityksiä sekä perehdyttämään uusia henkilöitä verkkosivujen päivittämiseen.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 7.1 Yhteenveto

Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin nykyaikaisten verkkosivujen vaatimuksia, erityisesti digipalveluiden saavutettavuuden näkökulmasta. Vaikka toimeksiantajana toimiva yhdistys ei olekaan velvoitettu noudattamaan kesäkuussa 2025 voimaan tulevaa digipalvelulakia, työn tavoitteena oli selvittää saavutettavuusvaatimusten vapaaehtoisen täyttämisen mahdollisia hyötyjä. Saavutettavuuden huomioiminen ei useimmissa tapauksissa tuo merkittäviä haasteita verkkosivujen suunnitteluun, mutta se voi parantaa sivuston näkyvyyttä ja laajentaa sen käyttäjäkuntaa huomattavasti. Saavutettavuuden edistäminen voi tarjota pienyritykselle tai yhdistykselle kilpailuetua, kasvattaa asiakaskuntaa ja heijastaa samalla yhteisön arvoja, kuten yhteiskunnallista tasavertaisuutta.

Opinnäytetyö toteutettiin kehittämistyönä, jonka tavoitteena oli luoda toimeksiantajalle toimivat ja käyttäjäystävälliset verkkosivut. Uudistetun sivuston haluttiin palvelevan laajaa kävijäjoukkoa sekä sijoittuvan hyvin hakukoneiden tuloksissa. Kehitystyön jälkeen testattiin uuden sivuston löydettävyyttä Googlessa tärkeimpien avainsanojen avulla. Tulokset osoittivat, että sivusto saavutti merkittäviä parannuksia lyhyessä ajassa ja sijoittui monilla avainsanoilla jopa kilpailijoitaan paremmin.

Verkkosivujen ylläpito uudistettiin valitsemalla alusta, joka mahdollistaa sisällön helpon ja itsenäisen päivittämisen ilman ulkopuolista apua. Tämä helpottaa yhdistyksen toimihenkilöitä jakamaan ajankohtaista tietoa ja hoitamaan yhdistystoiminnan viestintää, kuten kokouskutsujen välittämistä verkkosivuston kautta. Lisäksi uusi sivusto tukee jäsenistön tiedottamista ja yhdistyksen toiminnan kehittämistä. Käyttäjäkokeemusta parannettiin muun muassa selkeyttämällä sivuston rakennetta ja navigointia sekä varmistamalla, että sivuston sisältö skaalautuu eri näyttöpäätteille sopivalla tavalla.

### 7.2 Pohdinta

Fyysisen maailman esteettömyys on usein helposti ymmärrettävissä, mutta digitaalisen maailman saavutettavuus voi olla vaikeasti hahmotettavissa, erityisesti jos sen tuomiin hyötyihin ei törmää omassa arjessa. Yhteiskunnan yhdenvertaisuus on tärkeä arvopäätös, ja

mielestäni myös niitä toimijoita, jotka eivät ole lain piiriin kuuluvia, tulisi kannustaa ottamaan digipalveluiden saavutettavuus huomioon, vaikka laki ei heitä suoraan velvoittaisikaan. Tässä projektissa halusin kiinnittää erityistä huomiota saavutettavuuteen hakukoneoptimoinnin ja käyttäjäkokemuksen ohella, vaikka toimeksiantaja ei osannut tätä erikseen vaatia. Opinnäytetyöprojektin toimeksiantaja ei kuulu 28.6.2025 voimaan astuvan digipalvelulain piiriin, mutta uskon, että saavutettavuuden parantaminen edistää yhteiskunnallista tasa-arvoa, ja siksi se oli tärkeä osa verkkosivujen kokonaisvaltaista uudistamista.

Saavutettavuusvaatimusten mukaisista digipalveluista ei ole kuitenkaan mitään hyötyä, ellei asiakkaat löydä näiden palveluiden pariin. Merkittävä osa ihmisistä aloittaa tiedonetsinnän ensimmäisenä Googlasta tai muista hakukoneista, jolloin hakukoneet ovat varsin luonnollinen väylä lisätä verkkosivuston kävijäliikennettä. Tästä syystä pidän ammattimaista hakukoneoptimointia keskeisenä osana verkkosivuston kehittämistä. Hakukoneoptimoinnin tarkoitus on nostaa verkkosivut mahdollisimman laajan käyttäjäkunnan nähtäville ja saavutettavuusvaatimukset täyttämällä taataan jokaiselle tasavertainen mahdollisuus käyttää palvelua. Näiden kahden osa-alueen yhteisvaikutuksesta muodostuu merkittävää kilpailuetua, jonka vuoksi kannustan myös pienempiä toimijoita ottamaan sekä saavutettavuusvaatimukset että hakukoneoptimointi huomioon omissa digipalveluissaan kuten verkkosivuillaan.

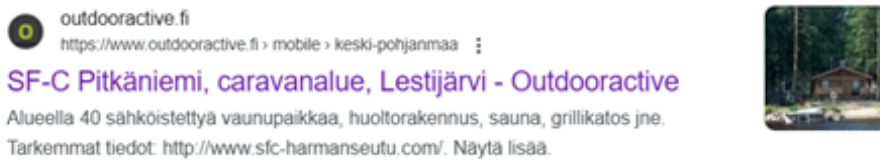
Saavutettavat digipalvelut ovat monille meistä hyödyllinen lisä, mutta tietyille ihmisryhmälle ne ovat elintärkeitä. Juuri tästä syystä saavutettavuus on keskeinen tekijä yhdenvertaisen yhteiskunnan rakentamisessa. Lisäksi on selvää, ettei mikään pieni organisaatio hyödy siitä, että se menettää asemansa kilpailussa vain siksi, että sen digipalvelut eivät ole kaikkien käyttäjien saavutettavissa yhdenvertaisesti. Kukapa meistä haluaisi kuulua tuohon joukkoon, jolle ei ole edes annettu mahdollisuutta käyttää digipalveluita itsenäisesti?

### **7.3 Jatkokehitysehdotukset**

Opinnäytetyössä käsiteltiin vain lyhyesti sivuston ulkopuolisen hakukoneoptimoinnin (Off-Page SEO) merkitystä hakukonelöydettävyyden parantamisessa. Vaikka sivuston ulkopuolinen SEO jää usein organisaation oman vastuun piiriin, sen tärkeys on syytä tuoda selkeästi esille. Tämän vuoksi olen ohjeistanut toimeksiantajaa ottamaan yhteyttä tärkeimpiin sidosryhmiin ja pyytämään heitä päivittämään yhteystietoihinsa sekä omille verkkosivuilleen

toimeksiantajayhdistyksen uusittu verkkosivun osoite. Tämä auttaa nostamaan sivuston auktoriteettia muiden sivustojen kautta, mikä puolestaan parantaa sen näkyvyyttä hakukoneissa.

On kuitenkin vaikeaa tietää tarkasti, mitkä tahot ovat linkittäneet organisaation verkkosivuille. Yksi tehokas tapa selvittää tämä on kirjoittaa Googleen oman yhdistyksen tai leirintäalueen nimi ja käydä läpi hakutulosten ensimmäiset sivut. Näin voi löytää ulkopuolisia tahoja, jotka linkittävät sivustolle, ja pyytää heitä päivittämään tietonsa ajantasaisiksi.



Kuvio 15. Hakusanalla "leirintäalue Lestijärvi" esiin noussut hakutulos, joka selkeästi johtaa vielä yhdistyksen vanhentuneille nettisivuille. Haettu 24.11.2024.

## LÄHTEET

Aluehallintovirasto. (i.a.-a). *Kenelle saavutettavuus on tärkeää?*

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/yleista-saavutettavuudesta/kenelle-saavutettavuus-on-tarkeaa/>

Aluehallintovirasto. (i.a.-b). *Muutokset digipalvelulakiin.*

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/muutokset-digipalvelulakiin/#digipalvelulain-piiriin-tulevat-uudet-palvelut>

Aluehallintovirasto. (i.a.-c). *Saavutettavat digipalvelut rakentavat yhdenvertaista Suomea.*

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/saavutettavat-digipalvelut-rakentavat-yhdenvertaista-suomea/>

Aluehallintovirasto. (i.a.-d) *Tietoa WCAG-ohjeistuksesta.*

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

Aluehallintovirasto. (i.a.-e) *Tietoa saavutettavuusselosteesta.*

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/tietoa-saavutettavuusselosteesta/#milloin-saavutettavuusseloste-pitaa-laittaa-sivuille>

Aluehallintovirasto. (i.a.-f). *Yleistä saavutettavuudesta.*

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/yleista-saavutettavuudesta/>

Caston. (i.a.). *Miksi hyvä käyttökokemus verkkosivuilla on tärkeää ja miten se vaikuttaa yrityksesi maineeseen?* <https://caston.fi/miksi-hyva-kayttokokemus-verkkosivuilla-on-tarkeaa/>

Ceci, L. (2024). *Percentage of mobile device website traffic worldwide from 1st quarter 2015 to 4th quarter 2023.* [sähköinen tilastoaineisto]. Statista. Haettu 1.10.2024.

<https://www.statista.com/statistics/277125/share-of-website-traffic-coming-from-mobile-devices/>

Euroopan komissio. (i.a.). *EU-lainsäädännön tyypit.* [https://commission.europa.eu/law/law-making-process/types-eu-law\\_fi](https://commission.europa.eu/law/law-making-process/types-eu-law_fi)

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (2016/2102). *Direktiivi julkisen sektorin elinten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten saavutettavuudesta.* <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2016/2102/oj?locale=fi>

Fonecta. (20.6.2024). *Tutkimus: Google jyrää suomalaisten tiedonhaussa – somen ja tekoälyn osuus marginaalinen.* <https://yrityksille.fonecta.fi/artikkeli/tutkimus-google-jyraa-suomalaisten-tiedonhaussa-somen-ja-tekoalyn-osuus-marginaalinen/>

- Google Search Central. (i.a.) *Mobile site and mobile-first indexing best practices*.  
<https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/mobile/mobile-sites-mobile-first-indexing>
- Henning, N. (2024). *Digitaalinen saavutettavuus yksityissektorilla: ohjelmistokehittäjän näkökulmasta* [Ylempi AMK-opinnäytetyö, Haga-Helian ammattikorkeakoulu]. Theseus.  
<https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2024052415556>
- Kehitysvammaliitto ry. (16.02.2024). *Avustavat teknologiat*.  
<https://papunet.net/saavutettavuus/miksi-saavutettava/avustavat-teknologiat/>
- Lahtinen, N., Pulkka, K., Karjaluoto, H. & Mero, J., (2022). *Digimarkkinointi. Luo strategia, vie se käytäntöön, myy enemmän*. Alma Talent.
- Lahtinen, N., Pulkka, K., Viinamäki, P., Karjaluoto, H. & Mero, J., (2024). *Digimarkkinointi +AI*. Alma Talent.
- Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta 306/2019. [Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019 - Ajantasainen lainsäädäntö - FINLEX®](#)
- Lehtonen, J. (2022). *Saavutettavuus verkkosivustoilla* [AMK-opinnäytetyö, Hämeen ammattikorkeakoulu]. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-202204014352>
- Mattila, B. (i.a.). *Verkkosivualustat esittelyssä: Mikä on paras alusta yksinyrittäjän verkkosivuille?* <https://www.bybeasusan.com/blogi/verkkosivualustat-esittelyssa-mika-on-paras-alusta-verkkosivuille>
- Nieminen, A. & Kock, H. (2022). *Saavutettavuus on yritykselle kilpailuvaltti. Myynnin & markkinoinnin ammattilaiset*. <https://mma.fi/ajankohtaista/blogi/saavutettavuus-on-yritykselle-kilpailuvaltti/>.
- Ojasalo, K., Moilanen, M., & Ritalahti, J. (2009). *Kehittämistyön menetelmät*. WSOY.
- SEO-Akatemia. (i.a.). *Hakukoneoptimoinnin perusteet – mistä SEO koostuu?*  
<https://www.seoakatemia.fi/blog/hakukoneoptimoinnin-perusteet-mista-seo-koostuu>.
- SF-C Härmän Seutu ry. (i.a.). *SF-C Härmän seutu ry*. <https://www.sfc-pitkaniemi.fi/yhdistys/>
- Suomen digimarkkinointi. (i.a.). *Verkkosivun käyttökokemus vaikuttaa hakusijoituksiisi sekä liidien määrän*. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/verkkosivun-kayttokokemus/>
- Vanhatapio, J. (11.10.2019). *Sivuston testaaminen Google Lighthouse-työkalulla*.  
<https://www.zoner.fi/kotisivut/google-lighthouse/>
- Vilka, H. (2021). *Tutki ja kehitä*. (5.p.) PS-Kustannus.

## **LIITTEET**

### **Liite 1. Verkkosivualustat vertailussa**

## Liite 1: Verkkosivualustat vertailussa

	Webnode	Kotisivukone	Squarespace	Wordpress
	<b>12,30€/kk sis alv24%</b>	<b>17,24€/kk, sis. Alv24%</b>	<b>21,08€/kk, sis 24%alv</b>	<b>31€/kk, sis 24%alv</b>
Kuukausimaksu				
Domain 1. vuosi	ilmainen	18,60€/vuosi	sis. hintaan	sis. hintaan
Domain 2. vuosi	37€/vuosi	18,60€/vuosi	alk. 18,50€/vuosi	
				Tälle pitää olla oma palvelin, jolle sivut asennetaan*
Tallennustila	3GB	1 GB	rajoittamaton	rajoittamaton
Oma verkkotunnus	sis. hintaan	sis. hintaan	sis. hintaan	sis. hintaan
Suomenkielinen asiakaspalvelu	sis. hintaan	sis. hintaan	x, aspa englanniksi	x, aspa englanniksi
Lomake-editori	sis. hintaan	12,40€/kk	sis. hintaan	sis. hintaan
Kotisivun tilastot	sis. hintaan	4,96€/kk	sis. hintaan	sis. hintaan
Sähköpostitilit	20	2,48€/kk	x	x
Videotaustakuva	sis. hintaan	x	sis. hintaan	mahdollista lisäosan kautta
Verkkokauppa	sis. hintaan	18,60€/kk	sis. hintaan	ei sisälly hintaan
Google Analytics	sis. hintaan	x		
Google AdSense	sis. hintaan	x	Paranneltu Google indeksointi, korvaa nämä	Mahdollista toteuttaa ilmaisten lisäosien kautta
Google Tag Manager	sis. hintaan	x		
Jäsenrekisteröinti	100 jäsentä	x		
Useita kieliversioita	2 kieltä	12,40€/kk	mahdollista luoda itse	mahdollista luoda itse
Varmuuskopiointi	5 varmuuskopiota	x	sis. hintaan	sis. hintaan
	Kuuluu kalliimpaan pakettiin			
Sivun sisäinen hakukone	tiin	4,96€/kk	sis. hintaan	sis. hintaan
Mobiilioptimoidut sivut	Onnistuu	Onnistuu	sis. hintaan	sis. hintaan
Mahdollisuus lähettää laskuja	x	x	sis. hintaan	x