



Säätiön verkkosivujen käyttäjälähtöinen uudistus

Ida Holmberg

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

Opinnäytetyö

2025

Tiivistelmä

Tekijä(t) Ida Holmberg
Tutkinto Tradenomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Säätiön verkkosivujen käyttäjälähtöinen uudistus
Sivu- ja liitesivumäärä 39 + 1
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee Vanhusten Turva sr:n verkkosivujen käyttäjälähtöistä uudistamista. Työn taustalla oli säätiön tunnistama tarve parantaa verkkosivujen käytettävyyttä, selkeyttä ja saavutettavuutta heidän ikääntyvää asiakaskuntaansa varten. Verkkosivujen käytettävyyden haasteet olivat nousseet esiin asiakkaiden antamassa palautteessa. Projektin tavoitteeksi asetettiin sivuston selkeyttäminen, käyttäjäkokemuksen parantaminen sekä sivuston päivittämisen helpottaminen säätiön työntekijöille. Projektin työaika rajautui 30 tuntiin.</p> <p>Työssä sovellettiin käyttäjälähtöisen suunnittelun periaatteita, joissa käyttäjien tarpeet ja tavoitteet ovat suunnittelun lähtökohtana. Käyttäjälähtöisyys perustuu loppukäyttäjien osallistamiseen suunnitteluprosessissa sekä asiakasymmärrykseen. Asiakasymmärrystä kerättiin työpajassa, jonka lisäksi tekijän aiempi kokemus säätiön toiminnasta sekä käyttäjien havainnointi työn ohessa lisäsivät ymmärrystä asiakkaiden tarpeista. Käytännön työkaluina suunnittelussa hyödynnettiin asiakaspersoonia sekä rautalankamallinnusta.</p> <p>Projektin tekninen toteutus keskittyi verkkosivuston keskeisimpiin osioihin. Sivuston etusivun rakenne uudistettiin siten, että ajankohtaiset tapahtumat ja säätiön toiminta tuotiin selkeämmin esille. Navigaatio yksinkertaistettiin poistamalla alavetovalikot, ja tärkeät tiedot, kuten säätiön historia, missio ja arvot, koottiin yhden sivun alle helpottamaan tietojen löytämistä. Lisäksi sivustolle lisättiin uusia ominaisuuksia, kuten mahdollisuus tilata sähköinen uutiskirje, joka tuo ajankohtaiset tiedot suoraan käyttäjän sähköpostiin. Uudistukset toteutettiin Routa CMS -sisällönhallintajärjestelmällä, jolla sivut oli alun perin tehty.</p> <p>Projektin tuloksena valmistuivat uudistetut verkkosivut, jotka vastasivat tavoitteita ja valmistuivat aikataulussa. Sivuston käytettävyys, selkeys ja saavutettavuus paranivat, ja verkkosivuista tuli aiempaa houkuttelevammat ja helppokäyttöisemmät. Päivittämisen helpottaminen vähensi työntekijöiden teknistä kuormitusta ja mahdollisti sivuston sisällön ajantasaisena pitämisen pienemällä vaivalla. Projektin onnistumista edesauttoi huolellinen pohjatyö, kuten projektin suunnittelu, asiakasymmärryksen kerääminen ja rautalankamallien hyödyntäminen, jotka nopeuttivat teknistä toteutusta.</p> <p>Vaikka projekti oli onnistunut, tilaa jäi myös kehitykselle. Käyttäjälähtöisyys toteutui joillakin tavoin, mutta loppukäyttäjien aktiivisempi osallistaminen, esimerkiksi käytettävyydestien kautta, olisi tehnyt kehitysprojektista aidosti käyttäjälähtöisemmän. Tämä työ tarjoaa esimerkin siitä, kuinka pienillä, mutta harkituilla muutoksilla voidaan parantaa verkkosivuston käytettävyyttä ja arvoa organisaation toiminnan tukemisessa.</p>
Asiasanat käyttäjälähtöisyys, käyttöliittymät, saavutettavuus, verkkosivut, ikääntyvät

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Toimeksiantajan esittely	2
1.2	Työn aihe ja merkitys	2
1.3	Työn tavoite.....	2
1.4	Työn menetelmät	3
1.5	Työn rakenne ja rajaukset	4
2	Käyttäjälähtöinen suunnittelu.....	5
2.1	Käyttäjälähtöinen suunnitteluprosessi	6
2.2	Käyttäjäkokemus.....	7
2.3	Työkaluja käyttäjälähtöiseen suunnitteluun	8
2.3.1	Selvitä-vaihe	8
2.3.2	Määritä-vaihe	10
3	Käyttöliittymäsuunnittelu.....	12
3.1	Responsiivinen suunnittelu.....	14
3.2	Rautalankamallaus (wireframing) ja prototypointi	15
4	Saavutettavuus.....	17
4.1	WCAG Verkkosisällön saavutettavuusohjeet.....	19
5	Verkkosivuston uudistuksen toteutus.....	20
5.1	Projektin aloituskokous: ongelmien ja kehitystehtävien määrittely	21
5.2	Selvitä-vaihe: käyttäjätutkimus ja muihin toimijoihin tutustuminen	22
5.3	Määritä-vaihe: asiakaspersoonat.....	23
5.4	Kehitä- ja Toteuta-vaiheet: ratkaisujen ideointi ja prototypointi	25
5.5	Verkkosivuston uudistuksen tekeminen.....	27
5.6	Projektin päätös	28
6	Uudistettujen verkkosivujen esittely	29
7	Yhteenveto ja pohdinta.....	33
7.1	Jatkokehitysmahdollisuudet.....	34
	Lähteet.....	36
	Liitteet.....	40
	Liite 1. Uudistettujen verkkosivujen etusivu	40

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aihe löytyi, kun säätiö, jossa olin tehnyt työharjoitteluni, otti minuun yhteyttä ja kysyi, olisinko kiinnostunut heidän verkkosivujensa uudistamisprojektista. Innostuin tästä heti, sillä olin juuri etsimässä mielenkiintoista aihetta opinnäytetyölle, ja toiminnallisen työn tekeminen kiinnosti minua erityisesti. Oli myös luontevaa tehdä työ toimeksiantajalle, jonka toiminnan sekä asiakaskunnan tunsin jo hyvin.

Opinnäytetyöni kertoo toimeksiantajaorganisaatio Vanhusten Turva sr:n (jatkossa Vanhusten Turva sr tai Vanhusten Turva) verkkosivujen käyttäjälähtöisestä uudistuksesta. Vanhusten Turva on voittoa tavoittelematon säätiö, jonka tavoitteena on turvata ikääntyvien ihmisten arkea merkityksellisellä tavalla. Kerron lisää toimeksiantajasta luvussa 1.2.

Suomessa yli 65-vuotiaiden määrän ennustetaan kasvavan huomattavasti suhteessa muihin ikäryhmiin, mutta ikääntyvien määrä on jo nyt merkittävä: Suomen väestöstä noin neljäsosa (23,4 %) on 65-vuotiaita tai vanhempia (Tilastokeskus 2024).

Samalla yhteiskunnalliset palvelut digitalisoituvat entisestään ja kasvokkain tapahtuvan palvelun saaminen vaikeutuu. Osalle ikääntyvistä digitaalisten palveluiden käyttö voi olla erittäin vaikeaa tai jopa mahdotonta, ja noin kolmannes ikääntyvistä Suomessa ei vielä käytä niitä. Ikääntyvien syrjäytyminen digitaalisista palveluista on todellinen yhteiskunnallinen haaste. (Heponiemi, Kainiemi & Saukkonen 8.8.2023)

Jopa joka kolmas ikääntyvä Suomessa kokee olevansa yksinäinen (Laakso & Kononen 23.10.2022), ja yhdessä sosiaalinen ja digitaalinen syrjäytyminen voivat synnyttää toisiaan vahvistavan kierteen (Heponiemi, Kainiemi & Saukkonen 8.8.2023). Toimeksiantajaorganisaatio haluaa suoraan vaikuttaa näihin trendeihin ja lisätä ikääntyvien yhdenvertaisuutta sekä vähentää heidän yksinäisyyttään. Vanhusten Turvan toiminta on kasvanut erityisesti uusien rahoittajien tullessa mukaan tukemaan toimintaa.

Toiminnan kasvaessa Vanhusten Turva tunnisti verkkosivujensa toiminnassa puutteita. Säätiön verkkosivut on viimeksi uusittu täysin vuonna 2019, jolloin ne erotettiin Vanhusten Turvan omistuksessa olevan palvelutalon verkkosivuista. Säätiö sai useammalta asiakkaalta palautetta siitä, että verkkosivuilta oli hankalaa löytää välillä tärkeääkin tietoa. Myös säätiön henkilöstö koki, että verkkosivut olisivat voineet olla selkeämmät ja käytännöllisemmät. Näin syntyi tarve verkkosivujen käyttäjälähtöiselle uudistamiselle.

1.1 Toimeksiantajan esittely

Vanhusten Turva on yli 70 vuotta sitten perustettu, tänä päivänä pääkaupunkiseudulla toimiva voittoa tavoittelematon säätiö, jonka missiona on edistää ikääntyvien kokonaisvaltaista hyvinvointia sekä vähentää heidän yksinäisyyttään lämminhenkisellä ja asiantuntevalla tavalla (Vanhusten Turva s.a. a). Säätiö on ollut aikoinaan mukana kehittämässä ideaa mm. Vanhustenpäivästä ja Vanhustenviikosta sekä vaikuttanut lainsäädäntöön, uudistaen kansaneläkelakia 1950-luvulla. (Vanhusten Turva s.a. b)

Nyt Vanhusten Turva pyrkii vastaamaan tämän päivän vanhustyön tarpeisiin. Toiminta on kasvanut ja modernisoitunut lähiaikoina merkittävästi. He mm. järjestävät kulttuuri- ja liikuntakokemuksia ja sukupolvia yhdistävää toimintaa sekä tarjoavat digiohjausta ikääntyville. (Vanhusten Turva s.a. a)

1.2 Työn aihe ja merkitys

Opinnäytetyöni aiheena on siis Vanhusten Turva sr:n verkkosivujen käyttäjälähtöinen uudistaminen. Uudistus tehtiin tavalla, joka hyödynsi heidän olemassa olevia verkkosivujaan ja muutosta saatiin aikaan tekemällä pieniä, harkittuja muutoksia sekä järjestelemällä sivun sisältöjä uudelleen.

Opinnäytetyö toimiikin Vanhusten Turvan lisäksi myös muille organisaatioille ja yrityksille esimerkkinä siitä, kuinka matillisempienkin muutosten tekeminen voi vaikuttaa sivuston käytettävyyteen sekä arvoon oman tuotteiden tai palveluiden markkinoinnin välineenä merkittävästi, eikä vastaavan projektin aloittamiseksi tarvitse aina varata valtavia määriä resursseja ja suunnitella kokonaista sivustoa uudelleen.

Opinnäytetyössä käydään myös läpi käyttäjälähtöisen suunnittelun periaatteita, joihin nykyaikaisessa digitaalisten palvelujen, kuten verkkosivujen, suunnittelussa tulisi kiinnittää huomiota. Vanhusten Turvan verkkosivujen uudistusprojektin kautta näihin periaatteisiin saadaan myös esimerkki siitä, miten käyttäjälähtöisen suunnittelun työkaluja voidaan hyödyntää käytännössä verkkosivujen käyttäjäkokemuksen parantamiseksi.

1.3 Työn tavoite

Toimeksiannon ensisijaisena tavoitteena oli luoda Vanhusten Turva sr:lle uudistetut verkkosivut, jotka markkinoivat heidän toimintaansa tehokkaammin ja houkuttelevat lisää asiakkaita osallistumaan tapahtumiin sekä opintopiireihin. Toimeksiantajan kanssa yhdessä todettiin, että tavoitteen saavuttamiseksi tärkeintä oli parantaa sivuston käytettävyyttä tekemällä niistä helpommin käytettävät ja selkeämmät.

Tämän lisäksi tärkeää oli, että verkkosivujen päivittäminen olisi jatkossa helpompaa ja nopeampaa säätiön työntekijöille. Käytettävyyttä painotettiin siis myös sivuston rakenteen ja toiminnallisuuksien suunnittelussa sisällönhallintajärjestelmän puolella, jotta säätiön henkilökunta pystyy itsenäisesti päivittämään sisältöä sekä ylläpitämään sivustoa ilman syvällistä teknistä osaamista.

1.4 Työn menetelmät

Työn alkuvaiheessa tarkoitus oli tutustua toimialaan, toimeksiantajan tarpeisiin ja toiveisiin sekä kerätä asiakasymmärrystä. Sekä Vanhusten Turvan työntekijöiden, että asiakkaiden tarpeita kartoitettiin säätiön toimipisteellä järjestettyjen työpajojen avulla. Tein myös vertaisanalyysia ja tutustuin useiden muiden vanhustyön alalla toimivien sekä kulttuuri- ja liikuntaelämyksiä tarjoavien yhdistysten verkkosivuihin.

Säätiön asiakkaiden kanssa pidetyn työpajan perusteella muodostin Vanhusten Turvalle kaksi asiakaspersoonaa, jotka olivat keskeinen osa verkkosivujen uudistuksen suunnittelua. Kerätyn asiakasymmärryksen perusteella voitiin suunnitella sivut, jotka olivat käyttäjälähtöiset.

Suunnitteluprosessissa hyödynsin rautalankamalleja (wireframe) hahmotellakseni sivuston rakennetta ja uutta käyttöliittymää. Rautalankamallit auttoivat selkiyttämään omia ajatuksiani ja tarkentamaan uuden sivuston ilmettä, jolloin aikaa varsinaiseen sivujen päivitysprosessiin kului vähemmän. Käytin rautalankamallien tekemiseen Figma-sovellusta, joka oli itselleni ennestään tuttu, ilmainen työkalu.

Uudistukset tehtiin käyttäen Routa CMS -sisällönhallintajärjestelmää, jota on käytetty Vanhusten Turvan sivuston päivittämiseen siitä asti, kun verkkosivut alun perin toteutettiin kyseisellä järjestelmällä vuonna 2019.

Lopuksi laadin Vanhusten Turvan henkilökunnalle kirjallisen ohjeistuksen verkkosivujen jatkuvaa päivittämistä varten. Pidimme yhdessä projektin päätöskokouksen, jossa esittelin uudistetun sivuston toimeksiantajalle ja kävin myös läpi henkilökunnan perehdytysmateriaalit. Kokouksen päätteeksi uudistettu sivusto julkaistiin.

Näiden menetelmien avulla pyrittiin varmistamaan, että tavoitteet verkkosivujen käyttäjälähtöisyydestä, saavutettavuudesta sekä helppokäyttöisyydestä saavutettaisiin ja projektin tulos olisi toimeksiantajalle mielekäs.

1.5 Työn rakenne ja rajaukset

Koska verkkosivuston aloituskohta oli kohtuullisen hyvä ja pohja toimiva, projekti rajattiin pelkkiin käytettävyyttä parantaviin toimenpiteisiin sen sijaan, että koko sivusto olisi suunniteltu uudelleen alusta asti.

Myös sisällönhallintajärjestelmä Routa CMS haluttiin pitää samana, sillä se oli koettu toimivaksi. Tämä valinta rajoitti uudistamistoimenpiteet sellaisiin, jotka oli mahdollista toteuttaa kyseisellä alustalla, jonka toiminnallisuudessa oli tiettyjä rajoituksia. Routa CMS -järjestelmään ei esimerkiksi voinut ladata uusia lisäosia tai vimpaimia (widget), kuten vaikkapa kilpailevassa WordPress-järjestelmässä pystyy tekemään.

Projektiin käytettävä työaika, 30 tuntia, neuvoteltiin ja sovittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Tämän perusteella uudistukset keskitettiin sivuston tärkeimpiin osa-alueisiin, jotka tukevat parhaiten sivuston käytettävyyttä ja lisäävät sen arvoa. Näiden osa-alueiden arvioitiin vaikuttavan merkittävimmin käyttäjäkokemukseen ja houkuttelevuuteen. Muiden osioiden päivitykset toteutettiin vain, mikäli aikaa jäi.

Päädyimme rajaamaan sivuston uudistamiseen ja siten sen markkinoinnin arvon nostamiseksi tarvittavat toimenpiteet seuraaviin:

- Sivuston etusivu uusitaan tavalla, joka tuo paremmin näkyvyyttä tärkeille ajankohtaisille asioille sekä houkuttelee käyttäjää tutustumaan ja osallistumaan toimintaan
- Säätiön toiminta keskitetään yhden ”Toimintamme”-otsikon alle, jolloin käyttäjien on helpompi löytää itseään kiinnostavat tapahtumat
- Lisätiedot säätiön historiasta, työntekijöistä ja muista hallinnollisista asioista viedään omalle sivulleen, josta tieto löytyy helposti ja intuitiivisesti eikä syö tilaa etusivulla
- Mahdolliset muut päivitykset sivuston ilmeen raikastamiseksi, riippuen siitä paljonko aikaa on käytettävissä

Lisäksi säätiön työntekijöiden perehdyttäminen sivuston päivittämiseen jatkoa varten oli tärkeä osa projektia, ja tätä varten tein myös kirjalliset perehdytysmateriaalit.

30 työtuntiin sisältyi myös työpajat sekä Vanhusten Turvan työntekijöiden, että asiakkaiden kanssa ja projektin loppukokous, jonka yhteydessä perehdyttäminen tapahtui.

2 Käyttäjälähtöinen suunnittelu

Monet ajattelevat suunnittelua edelleen asiana, jonka tarkoituksena on yksinkertaisesti tehdä tuotteesta visuaalisesti houkuttelevampi – kuin suunnittelijan tehtävänä olisi ainoastaan luoda tuotteelle kaunis pakkaus. Värit, typografia, asettelu ja grafiikka, jotka kuuluvat perinteisiin visuaalisen suunnittelun osa-alueisiin, ovatkin tärkeitä käyttäjäkokemuksen kannalta. Vaikka verkkosivuston käyttöliittymä olisi viimeistely ja elementit näyttäviä, tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että sivu on aidosti toimiva ja käyttäjäystävällinen. (Thomsen 24.1.2021)

Käyttäjälähtöinen suunnittelu on lähestymistapa, jossa suunnittelu pohjautuu todellisten ihmisten tarpeisiin ja käyttäjäkokemukseen. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa huomioidaan markkinoiden ja teknologian asettamat rajat, mutta samalla jokainen kosketuspiste, jossa käyttäjä on vuorovaikutuksessa tuotteen kanssa, nähdään mahdollisuutena tarjota todellista hyötyä. (Thomsen 24.1.2021; Benyon 2019, 2–3)

Tavoitteena on, että palvelu ei ainoastaan vastaa käyttäjän tarpeisiin, vaan tarjoaa kokonaisvaltaisesti miellyttävän käyttökokemuksen, joka lisää tuotteen tai palvelun arvoa käyttäjän silmissä ja saa hänet valitsemaan sen uudelleenkin. Kun käyttäjät otetaan mukaan suunnitteluprosessiin, voidaan löytää useita tärkeitä pointteja – niin positiivisia kuin negatiivisiakin – joita suunnittelija itse ei välttämättä olisi tullut ajatelleeksi. (Benyon 2019, 2–3; Interaction Design Foundation 2016a)

Näin opetettiin jo Palvelumuotoilun perusteet -opintojaksolla: hyvä suunnittelija ei oleta tietävänsä käyttäjästä mitään, vaan hänen tehtävänä on olla käyttäjän kanssa vuorovaikutuksessa ja oppia siten ymmärtämään käyttäjää paremmin kuin käyttäjä ymmärtää itseään.

Käyttäjälähtöinen suunnittelu on iteroiva eli toistuva prosessi, jonka vaiheita toistetaan, kunnes haluttu päämäärä on saavutettu (Benyon 2019, 1). Siksi onkin tärkeää, että suunnittelun päämääräksi on valittu selkeä kehittämishaaste. Projektin alussa tämä kehityskohde voi olla vielä melko yleisellä tasolla, sillä prosessin aikana se saattaa luonnollisesti muotoutua tarkemmaksi. (Alhonen, Drake, Immonen, Koskimäki & Pöyhönen 2023)

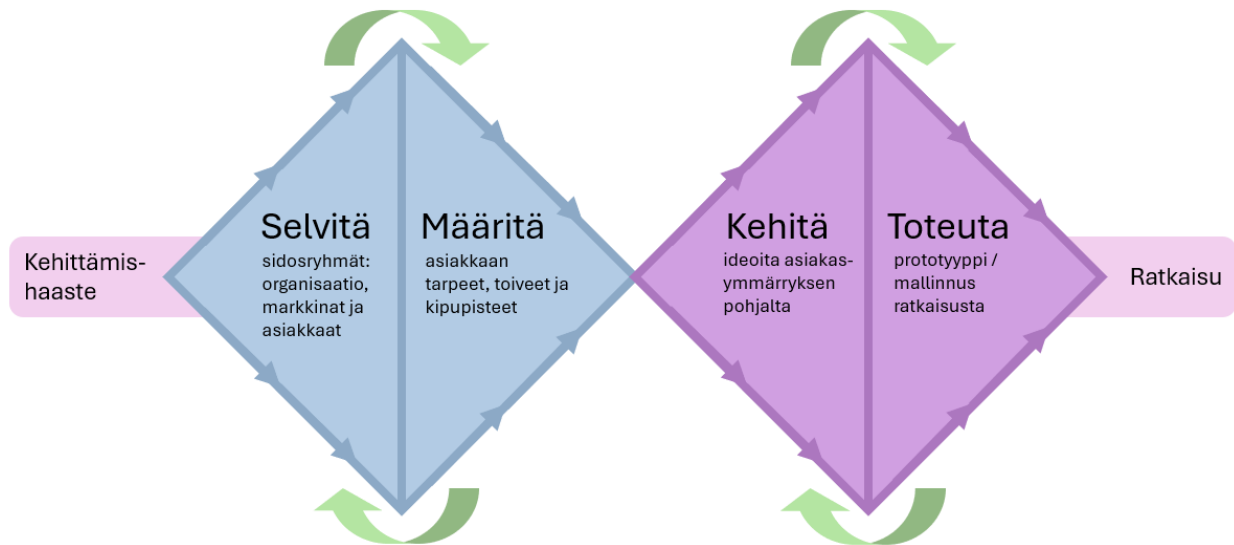
Esimerkiksi kahvilassa kehittämishaaste voisi olla ”Miten kanta-asiakasohjelmasta voisi tehdä houkuttelevamman?” tai ”Miten tarjoilijoiden työskentelytilaa voisi parantaa tehokkuuden lisäämiseksi?” – kuten huomaat, että käyttäjän ei siis välttämättä tarvitse olla yrityksen asiakas, vaan käyttäjälähtöistä suunnittelua voi hyödyntää myös yrityksen sisäisten prosessien kehittämiseksi (Alhonen yms. 2023).

Tässä opinnäytetyössä kehittämishaaste oli ”Miten Vanhusten Turvan verkkosivuista voisi tehdä käyttäjäystävällisemmät?”.

2.1 Käyttäjälähtöinen suunnitteluprosessi

Kun kehittämishaaste on valittu, voidaan aloittaa projekti. (Alhonen ym. 2023)

Yksi suosituimmista käyttäjälähtöisen suunnitteluprosessin kuvaustavoista on tuplatimanttimalli. Tuplatimanttimallissa prosessi kuvataan selkeästi neljään tiedonkeruuseen ja tiedon analysointiin perustuvaan vaiheeseen: selvitä, määritä, kehitä ja toteuta. Mallin avulla suunnitteluprosessi saadaan etenemään selkeää polkua pitkin. (Benyon 2019, 48) Tuplatimanttimalli on kuvattu alla olevassa kuvassa 1.



Kuva 1. Tuplatimanttimalli (mukaillen The Design Council 2024)

Selvitä-vaiheessa tunnistetaan kaikki sidosryhmät, joita kehittämisen kohde koskettaa ja pyritään keräämään ryhmistä mahdollisimman paljon tietoa (Alhonen ym. 2023). Tässä vaiheessa tutustutaan niin organisaatioon, sen toimintaympäristöön kuin asiakkaisiinkin. Erilaisia Selvitä-vaiheen työkaluja ovat esimerkiksi organisaation liiketoimintamallia hahmottava Business Model Canvas ja markkina-analyysiin kehitetty työkalu PESTEL (Service Design Tools s.a.; Oxford College of Marketing 2023). Avainasemassa on kuitenkin asiakasymmärryksen kerääminen, jota voidaan toteuttaa monin eri tavoin, kuten kyselytutkimuksilla, haastatteluilla, havainnoimalla sekä asiakastyöpajoilla (Innanen 17.2.2021).

Määritä-vaihe käynnistyy, kun ymmärrystä toimintaympäristöstä ja erityisesti asiakkaista on kerätty riittävästi. Tietoa analysoidaan ja siitä pyritään tunnistamaan olennaisimmat asiat: tavoitteena on saavuttaa syvempi, aito ymmärrys käyttäjien tarpeista. Tällöin asiakkaan todelliset tarpeet, odotukset ja kipupisteet selviävät ja todellinen kehityksen kohde kirkastuu. Tässä vaiheessa käytettäviä

visuaalisia työkaluja ovat esimerkiksi käyttäjäpersoonat sekä käyttäjäpolut. (Alhonen ym. 2023)
Opinnäytetyössä tutustumme näihin työkaluihin paremmin luvuissa 2.3.1 sekä 2.3.1.

Kun projektin haaste on saatu määriteltyä laadukkaasti kerätyn asiakasymmärryksen perusteella, **Kehitä**-vaiheessa lähdetään ideoimaan ratkaisuja tälle haasteelle ”Miten voisimme” -kysymyksen kautta. Ideoinnin tarkoituksena on saada mahdollisimman paljon erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja – tässä tapauksessa määrä varmistaa sen, että myöhemmin saadaan laatua. Ratkaisuja on hyvä kehittää ideariihessä yhdessä koko työryhmän kanssa. Tässä vaiheessa ei vielä tarvitse miettiä, ovatko ideat oikeasti toimivia ja kannattavia – tärkeintä on pitää mielessä Määritä-vaiheessa tunnistetut asiat, joihin kehitysideoiden on tarkoitus perustua. (Alhonen ym. 2023)

Toteuta-vaihe on luonnollista jatkumoa ideoinnille. Tässä vaiheessa valitaan kiinnostavimmat ideat, joita visualisoidaan prototyyppien kautta. Prototyypit taas testataan käyttäjien kanssa, jolloin pyritään selvittämään, onko tuote aidosti käyttäjien tarpeiden mukainen ja toteuttamiskelpoinen. Tärkeää on pyytää käyttäjiltä rehellistä palautetta, jonka perusteella ratkaisua voidaan edelleen kehittää eteenpäin. Prototyypin ei tarvitse olla monimutkainen, vaan riittää, että se havainnollistaa idean ymmärrettävällä tavalla. Voit esimerkiksi esittää idean tarinan, sarjakuvan, roolipelin tai Lego-palikoilla tehdyn mallinnuksen kautta. (Alhonen ym. 2023)

Tuplatimanttimalli ei ole suoraviivainen prosessi, vaan eri vaiheisiin voi ja usein kuuluukin palata myöhemmin projektin aikana. Kun esimerkiksi käyttäjätestauksen aikana nousee esiin uusia haasteita tai mahdollisuuksia, voi olla tarpeen palata takaisin Selvitä- tai Määritä-vaiheeseen tarkentamaan ymmärrystä käyttäjien tarpeista. Lopullinen ratkaisu on aitoon asiakasymmärrykseen perustuva ja testattu konsepti tai tuote, joka ei ainoastaan täytä käyttäjien odotuksia, vaan voi myös ylittää ne. Kehitystyö voi jatkua usein ratkaisun julkaisemisen jälkeenkin, kun uusia kehittämiskohteita löydetään. (Alhonen ym. 2023)

2.2 Käyttäjäkokemus

Käyttäjäkokemuksella viitataan siihen, millainen käyttäjän kokonaisvaltainen kokemus on jostakin organisaatiosta, sen palveluista ja tuotteista (Nielsen & Norman 8.8.1998). Se käsittää kaikki tunteet, ajatukset, tuntemukset ja toimet, jotka liittyvät toimintaan (Benyon 2019, 2).

Kuvittele, että astut sisään ruokakauppaan pitkän päivän päätteeksi. Lähdet kiertelemään hyllyjen välissä. Olet tottunut löytämään suosikkijogurttisi tietyltä hyllyltä, mutta juuri tänään se on loppu. Pettymys hiipii mieleen, mutta päätät antaa uudelle, hieman erikoiselle makuvaihtoehdolle mahdollisuuden. Kun jatkat ostoksiasi, huomaat, että juuri haluamasi kahvimerkki on alennuksessa. Hymyilet itsellesi, sillä tämä on pieni, mutta mieluisa yllätys – olet tehnyt hyvän löydön. Kassalla jono

etenee hitaasti ja alat jo vilkuilemaan kelloa, mutta erityisen ystävällinen kassahenkilö on tarvittu parannus päivääsi. Tällaisista hetkistä rakentuu käyttäjäkokemuksesi ruokakaupassa.

Käyttäjäkokemus alkaa jo siitä hetkestä, kun käyttäjä kuulee organisaatiosta ensimmäisen kerran ja alkaa tutustua sen brändiin. Se on osa jokaista palvelupolun hetkeä ja voi jatkua jopa vuosien pituisena siteenä käyttäjän ja organisaation välillä, muuttuen ajan kanssa. Käyttäjäkokemus on myös aina henkilökohtainen – tämä onkin kokemuksen kehittämistilanteessa keskeinen haaste. (Ilveskoski 16.8.2022)

Tyypillisesti ihmiset käyttävät helppokäyttöisiä asioita yleensä mielellään ja löytävät niistä vähemmän epäkohtia. Suunnittelijana et kuitenkaan ole käyttäjä, joten et voi tehdä arvioita omien mieltymystesi perusteella – se, mitä pidät itse helppona, ei välttämättä ole lainkaan helppoa kohderyhmälle. Tämän vuoksi käyttäjä tutkimuksen tekeminen on niin tärkeää. (Nielsen s.a., 1–6 min)

2.3 Työkaluja käyttäjälähtöiseen suunnitteluun

Tässä luvussa esitän muutamia työkaluja, joita voidaan hyödyntää tuplatimanttimallin vaiheissa ”Selvitä” ja ”Määritä”.

Työkalujen valinnassa on tärkeää huomioida, että erilaisilla menetelmillä tuotetaan eri tasoista tietoa. Kun esimerkiksi halutaan ymmärtää, miten asiakas toimii ruokakaupassa, on kenties parempi valita menetelmäksi asiakkaan toiminnan havainnointi todellisessa tilanteessa, kuin luottaa siihen, että asiakas muistaisi kertoa kaiken kokemuksestaan haastattelutilanteessa. (Innanen 17.2.2021)

2.3.1 Selvitä-vaihe

Selvitä-vaiheessa toteutetaan käyttäjä tutkimusta, jonka tavoitteena on kerätä mahdollisimman paljon tietoa käyttäjistä. (Alhonen ym. 2023)

Kuten missä tahansa tutkimusprosessissa, myös käyttäjä tutkimuksessa on tärkeää lähteä liikkeelle tutkimussuunnitelman teosta – näin voidaan varmistaa, että tutkimuksessa saadaan vastaukset oikeisiin kysymyksiin ja kaikki projektissa mukana olevat sidosryhmät ymmärtävät tutkimuksen arvon. Samalla varmistetaan, että olemassa olevat resurssit päästään hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti. (Identio Oy 2024)

Käyttäjä tutkimuksessa hyödynnetään usein sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Työkalujen valintaan vaikuttavat määritellyn kehittämishaasteen lisäksi esimerkiksi aikataulu, budjetti sekä kehittämistiimin koko. Tutkimussuunnitelmaa tehdessä on tärkeä ottaa nämä ympäristökijät huomioon ja valita siten työkalut, jotka tuottavat tehokkaimmin tarvittavaa tietoa käyttäjistä. (Identio Oy 2024)

Tärkeä vaihe tutkimusmenetelmien valinnassa on kiinnittää huomiota suunnitelmassa määriteltyihin tutkimuskysymyksiin. Pohdi jokaisen kysymyksen kohdalla kahta asiaa: onko tutkimuskysymys käyttäytymiseen perustuva (jotakin, mitä ihmiset tekevät) vai asenteellinen (jotakin, mitä ihmiset sanovat), sekä onko tutkimuskysymys kvantitatiivinen (selvitetään, kuinka monta tai kuinka paljon jotakin on) vai kvalitatiivinen (selvitetään, miksi jotakin tapahtuu tai miten jokin asia voidaan korjata)? (Brown 23.2.2024)

Otetaan esimerkiksi kaksi tutkimuskysymystä liittyen verkkosivujen käytettävyyden parantamiseen.

Ensimmäinen kysymys voisi olla, kuinka suuri osa käyttäjistä kokee löytävänsä sivustolta haluamansa tiedon. Tässä kysymyksessä halutaan selvittää prosenttiosuutta käyttäjistä, joten kysymys on puhtaasti kvantitatiivinen. Ihmisten kokemuksia on myös vaikea arvioida objektiivisesti, joten tässä tapauksessa olisi parasta luottaa käyttäjän sanaan, kysymys on siis myös asenteellinen.

Tässä tapauksessa kvantitatiivinen tutkimustapa, kuten kysely, voisi olla hyvä valinta. Kvantitatiivisista eli määrällisistä tutkimusmenetelmistä tunnetuin ovat varmasti erilaiset kyselytutkimukset. Kysely onkin verrattain nopea, edullinen ja suoraviivainen työkalu, mutta kenties myös vaikein käyttää oikealla tavalla. Kyselyä harkitessa tärkeintä on valita oikeanlaisia, asenteellisia ja kvantitatiivisia tutkimuskysymyksiä, sillä kvalitatiivisten kysymysten vastaamisessa kysely usein epäonnistuu. (Brown 23.2.2024)

Toisessa kysymyksessä voitaisiin pohtia, miksi käyttäjät poistuvat verkkosivulta tekemättä toimenpiteitä, kuten ilmoittautumatta sivulla mainostettavaan tapahtumaan. Tämä liittyy selkeästi käyttäjän käytökseen, ja pelkkä kysymyssana ”miksi” paljastaa jo, että kyseessä on kvalitatiivinen kysymys.

Käyttäjätutkimuksessa tavoitteena on kerätä syvempää ymmärrystä käyttäjien tarpeista, toiveista ja kipupisteistä – sellaisistakin, joita käyttäjät eivät itse osaa sanoittaa tai eivät välttämättä edes tiedosta. Siksi kvalitatiiviset eli laadulliset menetelmät ovat käyttäjätutkimuksessa erityisen tärkeitä. (Oberoi 27.9.2024) Seuraavaksi esittelen muutaman työkalun, joiden avulla voidaan kerätä arvokasta laadullista tietoa käyttäjistä.

Haastattelut ovat suosittu tapa kerätä tietoa käyttäjistä ja oppia ymmärtämään, miten he ajattelevat, toimivat ja mitä he tarvitsevat. Hyvin suunniteltuina ne auttavat suunnittelijoita rakentamaan empatiaa käyttäjiä kohtaan ja ymmärtämään käyttäjien todellisia ajatusmalleja. Haastatteluihin olisi syytä valita systemaattinen valmistautumistapa, jossa jokaisen haastattelun tavoitteet ovat selkeät ja kysymykset suunniteltu hyvin etukäteen, jotta tuloksista saadaan mahdollisimman hyvät. Haastatteluja voidaan myös yhdistää muihin menetelmiin, jolloin kerättyä tietoa voidaan syventää. (Rosala & Pernice 17.9.2023)

Havainnointi on kenttätyömenetelmä, jonka avulla pyritään ymmärtämään käyttäjää seuraamalla hänen käyttäytymistään sivusta tietyssä tilanteessa. Havainnointi voidaan toteuttaa niin sivusta ”kärpäsenä katossa” seuraamalla, kuin varjostamalla eli kulkemalla käyttäjän mukana tilanteen läpi. Havainnointia on hyvä käyttää työkaluna silloin, kun halutaan selvittää, miten palvelu todellisuudessa toimii ja mikä siinä on todella merkityksellistä käyttäjän näkökulmasta. Havainnointiprosessin aikana voidaan myös tunnistaa käyttäjien hiljaisia tarpeita, joita suunnittelija ei välttämättä itse tulisi ajatelleeksi. Havainnointi auttaa siis selvittämään, miten ihmiset oikeasti toimivat ja poikkeako se siitä, miten he sanovat toimivansa. (Komulainen 4.3.2021)

Työpajat, joihin kutsutaan kohderyhmän edustajia, voivat olla hyvä keino oppia usealta eri käyttäjältä ja eri näkökulmista samaan aikaan. Tällaisessa työpajassa osallistujat voivat hyödyntää toistensa vastauksia ja siten päästä yksityiskohtaisemmin asian juurelle. Suunnittelijan tehtävä työpajassa on toimia keskustelun fasilitaattorina ja päättää etukäteen, mikä työpajan tavoitteena on ja millaista tietoa siellä halutaan kerätä. Tarkoituksena on osallistaa käyttäjiä ja mitata heidän asenteitaan, tavoitteena luoda pohja tulevalle käyttäjätutkimukselle. Tällainen työpaja ei kuitenkaan sovi ainoaksi käyttäjätutkimuksen keinoksi, sillä osallistujien ennakoasenteet ja mielipiteet saattavat vaikuttaa tuloksiin vahvasti. (Fessenden 31.7.2022)

Kun asiakasymmärrystä kerätään eheällä tavalla, voidaan tietoa hyödyntää syvemmässä analyysissä.

2.3.2 Määritä-vaihe

Kun asiakasymmärrystä on kerätty riittävästi, Määritä-vaiheessa sitä lähdetään kiteyttämään jäseneltyyn muotoon analyysin kautta. Asiakasymmärrys visualisoidaan erilaisten työkalujen avulla niin, että sitä on helppo viestiä muille ja hyödyntää palvelun kehittämisessä – tässä vaiheessa näkymättömästä, kuten käyttäjän tuntemuksista ja toiveista, tehdään näkyvää. Tämän vaiheen päätteeksi on siis löydetty ja visualisoitu tuotteen tai palvelun todelliset, asiakkaalle oikeasti merkitykselliset kehittämiskohteet. (Alhonen ym. 2023)

Esittelen nyt muutaman visuaalisen työkalun, joita hyödynnetään Määritä-vaiheessa asiakasymmärryksen kiteyttämiseen.

Käyttäjäpersoonana on kuvitteellinen, mutta realistinen kuvaus tuotteen tyypillisestä kohdekäyttäjistä. Käyttäjäpersoonana on arkkityyppi, ei todellinen elävä ihminen, mutta tästä huolimatta persoonat kuvataan ikään kuin ne olisivat oikeita ihmisiä. Arkkityyppi perustuu kerättyyn asiakasymmärrykseen. Käyttäjäpersoonan tulisi olla perusteellinen ja sisältää yksityiskohtaisia tietoja persoonan tarpeista, huolenaiheista, käyttäytymistavoista sekä tavoitteista. Usein persoonaan liitetään myös

demografisia taustatietoja, kuten ikä, sukupuoli ja ammatti, jotka auttavat tekemään niistä aidon tuntuksia. (Harley 16.2.2015)

Käyttäjäpersoonan tarkoituksena on edistää ja luoda empatiaa suunnittelijan ja käyttäjäryhmän välille, sekä auttaa irtautumaan ajatuksesta, että lopputulosta yritettäisiin suunnitella kaikkia varten. Käyttäjäpersoonan voima onkin siinä, että suunnittelijoilla, kuten kaikilla muillakin ihmisillä, on taipumus olla kiinnostuneempia konkreettisista tapauksista kuin abstrakteista ideoista ja yleistyksistä. (Harley 16.2.2015)

Toinen paljon käytetty käyttäjäkokemuksen suunnitteluprosessin työkalu ovat käyttäjäpolut – kartat, jotka visualisoivat kaikenkattavasti prosessin, jonka käyttäjä käy läpi ratkaistakseen jonkin ongelman tai saavuttaakseen tietyn tavoitteen. On olemassa useita erilaisia tapoja visualisoida käyttäjäpolku, ja oikea tapa riippuu täysin projektin tarpeista. Tärkeintä on, että käyttäjäpolussa visualisoidaan käyttäjän tunteet sekä kosketuspisteet, joiden kautta käyttäjä on yhteydessä tuotteeseen tai palveluun koko palvelun elinkaaren aikana. (Gibbons 9.12.2018)

Tyypillisesti käyttäjäpolun mallinnus aloitetaan kokoamalla käyttäjän toimintojen sarja aikajanelle. Seuraavaksi aikajanaa täydennetään käyttäjän ajatuksilla ja tunteilla yksityiskohtaisemman kertomuksen luomiseksi. Tämä kertomus tiivistetään lopulta visuaaliseen muotoon. Käyttäjäpolun viisi avainelementtiä, jotka tulisi löytyä lopullisesta visualisoinnista, ovat toimija eli käyttäjä, jonka näkökulmasta käyttäjäpolku on rakennettu, lähtötilanne odotuksineen, polun eri vaiheet, käyttäjän teot, ajatusmallit ja tuntemukset sekä painepisteet, joissa käyttäjän on mahdollista kokea joko vastoinkäymisiä tai onnistumisia. (Gibbons 9.12.2018)

Onnistut käyttäjäpolun visualisointi paljastaa mahdollisuuksia puuttua asiakkaiden kipupisteisiin, lieventää pirstaleisuutta palvelun eri vaiheissa ja lopulta luoda kokonaisvaltaisesti parempi kokemus käyttäjälle. (Gibbons 9.12.2018)

3 Käyttöliittymäsuunnittelu

Käyttöliittymällä (user interface, UI) tarkoitetaan rajapintaa, jonka kanssa käyttäjä on suoraan vuorovaikutuksessa. Se muodostuu elementeistä, jotka määrittävät palvelun ulkoasun, tuntuman ja vuorovaikutuksellisuuden. Digitaalisten palveluiden suunnittelussa käyttöliittymä on se, mitä käyttäjä näkee laitteensa ruudulta. Se sisältää kaiken palvelun "kosmetiikan", kuten typografian, värimaailman, tilankäytön, ruudukot, painikkeet ja ikonit. Näiden ominaisuuksien kautta käyttöliittymä tarjoaa käyttäjälle näkyviä vihjeitä ja ehdotuksia siitä, miten palvelua käytetään. (Gibbons s.a., 1–1:35 min)

Käyttäjäkokemus ja käyttöliittymä kulkevat käsi kädessä. Yhdessä niitä voi verrata kakkuun, jossa käyttäjäkokemus on itse leivonnainen, ja käyttöliittymä koristelut, kuten kuorrutus ja strösselit sen päällä. Ilman koristeluja kakku näyttäisi alastomalta – ilman kakkua koristeluilla ei olisi tarkoitusta. Siinä, missä käyttäjäkokemuksen suunnittelija tekee käyttäjätutkimusta, tunnistaa käyttäjien tarpeita ja mallintaa ideoita prototyypeillä, käyttöliittymäsuunnittelija laatii ulkoasuja, luo visualisointeja sekä rakentaa tarkempia mallinnuksia käyttöliittymistä. (Gibbons s.a., 1:35–3 min)

Käyttöliittymä on keskeinen osa digitaalisen palvelun käyttäjäkokemusta, sillä se vaikuttaa merkittävästi siihen, miltä palvelu näyttää ja tuntuu. Hyvin suunniteltu käyttöliittymä ei ainoastaan houkuttele käyttäjiä, vaan tekee palvelun käytöstä intuitiivista ja miellyttävää, mikä lopulta parantaa käyttäjätyytyväisyyttä ja palvelun tehokkuutta. Hyvä käyttöliittymä johtaa useasti korkeampiin konversiolukuihin (eli useampiin klikkauksiin, parempaan myyntiin) ja vaikuttaa merkittävästi brändin tunnettuuteen. Visuaalisesti houkutteleva ja käyttäjäystävällinen verkkosivu tai sovellus erottuu joukosta – siksi se on kilpailuetu, johon panostaminen kannattaa. (Ullah 27.7.2024)

Mutta millainen on toimiva käyttöliittymä? Millä periaatteilla määritellään käytettävyyttä?

Kun suunnittelemme verkkosivustoja, on helppo olettaa, että käyttäjät lukevat jokaisen sivun huolellisesti, analysoivat sivuston rakenteen tarkasti ja harkitsevat vaihtoehtojaan ennen linkin valitsemista. Todellisuudessa suurin osa käyttäjistä kuitenkin selaa sisältöä nopeasti, vilkaisee keskeisiä elementtejä ja valitsee ensimmäisen linkin, joka vaikuttaa vastaavan heidän tarpeitaan. Suuret osat sivusta jäävät usein kokonaan huomiotta, kun käyttäjät keskittyvät vain siihen, mikä välittömästi kiinnittää heidän huomionsa – samalla tavalla, kuin katsoessaan mainostaulua, joka ohitetaan moottoritieellä 120 kilometrin tuntivauhdissa. (Krug 2006, luku 2)

Tähän perustuu ensimmäinen käytettävyyden laki: "Älä pakota minua ajattelemaan!" – toisin sanoen, digitaalisten palvelujen käyttöliittymä tulisi suunnitella niin, että käyttäjä pystyy löytämään

haluamansa tiedon pelkällä nopealla silmäilyllä. (Krug 2006, luku 1 & 3) Alla olevassa kuvassa 2 näet esimerkin käyttöliittymästä, joka toimii intuitiivisesti ja jonka käytettävyys kärsii siitä.

Väite 23.

Oikein vai väärin?

Suomi itsenäistyi vuonna 1917.



Kuva 2. Esimerkki värien vaikutuksesta käyttöliittymän intuitiivisuuteen

Yleisesti ottaen olemme tottuneet siihen, että tietyssä ympäristössä, kuten koetta tehdessä punainen väri merkitsee väärää ja vihreä oikeaa ratkaisua. Kuvittele nyt, että olet tekemässä koetta verkossa, ja ruudullesi ilmestyy kuvassa 2 esitetty kysymys vastausvaihtoehtoineen. Kuinka todennäköistä on, että klikkaisit suoraan vihreää nappia pysähtymättä lukemaan napeissa olevia tekstejä? Jos tekisit näin ja koeympäristö ilmoittaisi, että olet antanut väärän vastauksen, olisit varmaankin hämmentynyt, ehkä turhautunutkin. Tällainen hämmennys vaikuttaisi kokemukseesi kokeen tekijänä merkittävästi. Käyttöliittymän viestintä on epäselvää, sillä värien ja sanojen välittämä viesti ei ole yhtenäinen.

Jotta tällaisilta tilanteilta vältyttäisiin, on suunnittelijan tärkeää käyttää tiettyjä strategioita, jotka auttavat varmistamaan, että kävijät pystyvät omaksumaan ja hyödyntämään sivuston sisältöä tehokkaasti.

Useat verkkosivujen silmänliiketutkimukset viittaavat siihen, että käyttäjät arvioivat hyvin nopeasti, missä osissa sivua on todennäköisesti hyödyllistä tietoa, jättäen muut osiot lähes kokonaan huomiotta – ikään kuin niitä ei olisi olemassakaan. Yksi tehokkaimmista tavoista tehdä verkkosivusta intuitiivisempi on varmistaa, että jokaisella sivulla on selkeä ja looginen visuaalinen hierarkia. Sisältö tulisi siis suunnitella niin, että käyttäjälle on selkeää, mitkä elementit ovat yhteydessä toisiinsa ja mitkä ovat osa toista, erillistä kokonaisuutta. Sivun jakaminen selkeästi määriteltyihin osioihin auttaa samalla käyttäjää löytämään nopeasti ne sivun osat, joihin hän haluaa keskittyä, sekä tarpeettomat osiot, jotka voi huoletta ohittaa. (Krug 2006, luku 3)

Lisäksi otsikointiin on tärkeä kiinnittää huomiota: kun näemme ison, värikkään ja tilaa vievän otsikon, tunnistamme, että se on tärkeämpi kuin sisällössä alempana oleva, pienempi otsikko. (Krug 2006, luku 3)

Käyttöliittymäsuunnittelussa käytännöt ovat suunnittelijan ystäviä. Olemme omaksuneet lukemattomia vakiintuneita ajatusmalleja, joita emme välttämättä ajattele arjessa, mutta huomaamme kyllä, kun jokin ei toimi, kuten odotimme. Siksi tuttujen käytäntöjen hyödyntäminen, kuten vakiintuneiden asetteluiden ja tunnistettavien kuvakkeiden käyttö, tekee käyttöliittymästä intuitiivisen ja vähentää käyttäjän kognitiivista kuormitusta. (Krug 2006, luku 3) Esimerkkejä tällaisista totumuksista ovat aiemmin mainittu punaisen ja vihreän värin käyttö, vasemmalle osoittava nuoli, jota yleensä käytetään symboloimaan takaisin (esim. edelliselle sivulle) palaamista, sekä rastin käyttäminen ikkunan tai ruudun sulkemisen symbolina.

Käyttäjäkokemusta parannetaan myös varmistamalla, että interaktiiviset elementit, kuten painikkeet ja linkit, ovat helposti tunnistettavissa. Koska suuri osa siitä, mitä teemme verkossa on seuraavan klikattavan kohdan etsimistä, on tärkeää tehdä käyttäjälle päivän selväksi, mitkä elementit sivulla ovat klikattavia ja mitkä eivät. (Krug 2006, luku 3) Tämän osoittamiseen on monia tapoja, mutta monelle tuttu ja tunnistettava tapa on käyttää väriä erottamaan klikattava teksti sellaisesta, joka ei johda minnekään. Tärkeimmät interaktiiviset elementit esitetään yleensä nappeina, sillä ne on vielä helpompi huomata kuin tekstin joukossa oleva, pelkällä värillä merkitty linkki.

Lisäksi visuaalisen "melun" minimoiminen poistaa häiriötekijöitä ja auttaa käyttäjiä keskittymään olennaiseen sisältöön. Jos jokainen elementti käyttöliittymässä suorastaan huutaa käyttäjää kiinnittämään huomionsa juuri siihen, voi käyttäjä helposti tuntea olonsa ylikuormittuneeksi. Turhien katseen vangitsijoiden poistaminen ja häiritsevien elementtien häivyttäminen tekee sivuston silmäilystä helpompaa ja parantaa siten käyttäjäkokemusta. (Krug 2006, luku 3)

Nämä periaatteet yhdessä luovat selkeämmän ja käyttäjäystävällisemmän kokemuksen, ja perustan toimivien käyttöliittymien suunnittelemiselle.

3.1 Responsiivinen suunnittelu

Responsiivisuudella tarkoitetaan digitaalisissa palveluissa sitä, että käyttöliittymä rakennetaan skaalautumaan dynaamisesti eri kokoisille ja -suuntaisille näytöille. Responsiivisesti rakennetulle verkkosivulle ei tarvitse luoda erillisiä sisärsivustoja tai koodikantoja eri laitteille, kuten laajakuvanäytöille, pöytäkoneille, kannettaville, tableteille ja eri kokoisille puhelimille, vaan yksi koodikanta tukee kaikkia käyttäjiä, joilla on käytössään eri kokoisia näyttöjä. Skaalautuminen asetetaan käyttämällä CSS-koodia (joka määrittelee minkä tahansa verkkosivun ulkoasun) ja tehdään yleensä perustuen siihen, kuinka leveältä ruudulta sivua käytetään. (Schade 4.5.2014)

Responsiivisen suunnittelun tärkeys korostuu erityisesti tänä päivänä, kun esimerkiksi verkkosivua saatetaan käyttää niin pikkuruiselta älypuhelimien näytöltä kuin valtavalta työpöydän monitorilta. Pelkkä skaalautuvuus ei kuitenkaan riitä – palvelun käytettävyyden täytyy säilyä hyvänä

riippumatta siitä, minkälaiselta näytöltä sitä käytetään. Mobiililaitteen kapealle näytölle mahtuu luonnostaan vähemmän tietoa kuin leveälle tietokoneen monitorille, joten digitaalisen palvelun suunnittelijan on kiinnitettävä huomiota sisällön priorisointiin sekä eri päätelaitteiden suorituskykyyn suunnitellessaan responsiivisia digitaalisia palveluja. (Schade 4.5.2014)

Kuinka tärkeää sitten on suunnitella verkkosivut, joita voi käyttää sekä tietokoneella, tablettilaitteella, että älypuhelimella? Euroopan unionissa 86,31 % ihmisistä käytti Internetiä matka- tai älypuhelimella, kun taas kannettavalla tietokoneella käyttäjiä oli 54,31 % ja tablettilaitteella 30,22 % (Eurostat 2023). Näistä tilastotiedoista voidaan päätellä, että suunnittelijan olisi syytä kiinnittää huomiota kaikkiin eri näyttökokoihin. Erityisesti verkkosivujen mobiililaitenäkymän tärkeyttä ei välttämättä tule edes ajateltua, kunnes tutustuu käyttäjätilastoihin – esimerkiksi tämän opinnäytetyön toimeksiannossa huomattiin, että Vanhusten Turvan verkkosivuja käytettiin huomattavasti enemmän mobiililaitteilla kuin millään muilla laitteilla.

Vaikka responsiivisuus tarjoaa monia etuja eri laitteilla käytettävän palvelun suunnitteluun, se ei silti yksinään takaa hyvää käyttökokemusta – samoin kuin gourmet-reseptin käyttäminen ei takaa sitä, että valmistamasi ateria on kuin Michelin-ravintolan antia. Suunnittelijan on otettava huomioon käyttäjät kaikilla laitteilla ja varmistettava, että käyttäjä löytää hänelle tärkeät asiat helposti näytön koosta huolimatta. (Schade 4.5.2014)

3.2 Rautalankamallaus (wireframing) ja prototyyppi

Prototyypit ovat arvokas työkalu koko käyttöliittymän suunnitteluprosessin aikana – niitä käytetään suunnitelman testaamiseen projektin aikana, jotta lopputulos on varmasti toimiva ja käyttäjäystävällinen. Tuotteen kehittäminen loppuun asti ja testaaminen vasta valmiissa muodossa on hyvin riskialtista, sillä huonoimmassa tapauksessa tuote ei toimi lainkaan, jolloin aikaa ja rahaa on tuhattu huomattavasti enemmän, kuin jos tuotetta olisi testattu toistuvasti kehitysprosessin aikana ja ongelmat korjattu yksi kerrallaan. (Pernice 18.12.2016)

Prototyyppien yksityiskohtaisuus voi vaihdella suuresti. Alkuvaiheessa voidaan käyttää pelkistettyjä rautalankamalleja (wireframe), joissa käyttöliittymän elementtien sijainnit hahmotellaan yksinkertaisin viivoin ja laatikoin. Toisaalta myöhemmissä vaiheissa voidaan luoda yksityiskohtaisia prototyypppejä, jotka muistuttavat lähes valmista tuotetta väreineen, kuvineen ja fonteineen. Prototyyppien käyttötarkoitukset vaihtelevat: niitä voidaan hyödyntää esimerkiksi teknisen toteutettavuuden arvioinnissa, suunnitelman tehokkuuden testaamisessa, ideoiden visualisoinnissa tai mallina ohjelmiston kehittäjille. Prototyypin tyyppi ja yksityiskohtaisuus riippuvat aina projektin vaiheesta ja tavoitteista. (Kendrick s.a., 0–1:20 min.)

Rautalankamalleja käytetään yleensä käyttöliittymän rakenteen hahmottelemiseen projektin alkuvaiheessa. Niiden tekeminen on nopeaa ja tehokasta, sillä rautalankamalli on pelkistetty, yksinkertainen versio käyttöliittymästä. Rautalankamalleja voi käyttää esimerkiksi aivoriihiyppiseen ideoiden pommittamiseen ja toimivien suunnitelmien vertailuun, jotta löydetään paras ehdotus useampien joukosta. (Kendrick s.a., 1:20–1:30 min.)

Kun käyttöliittymän suunnitteluprosessissa ollaan jo pidemmällä ja prototyypin näkeville sidosryhmille tai testaajille halutaan esittää jo selkeämpi versio siitä, miltä käyttöliittymä saattaisi lopuksi näyttää, sopii hieman jäsennellympi prototyyppi tähän tehtävään. Kun testauksessa halutaan selvittää, miten käyttäjät ovat todella vuorovaikutuksessa käyttöliittymän kanssa ja millaisia tunteita sen ulkoasu sekä sisältö herättävät heissä, on yksityiskohtaisempi prototyyppi tähän omiaan. Toisaalta, jos kaivataan vain nopeaa palautetta jostakin tietyistä suunnitelman elementistä, voi nopea paperille piirretty hahmotelma olla tehokkain vaihtoehto. (Kendrick s.a., 1:30–2 min.)

4 Saavutettavuus

Saavutettavuudella tarkoitetaan asioiden suunnittelua niin, että ne soveltuvat lähtökohtaisesti kaikille. Se eroaa esteettömyydestä siten, että esteettömyydellä viitataan usein fyysiseen ympäristöön, kuten rakennukseen, kun saavutettavuudella tarkoitetaan ”aineetonta” ympäristöä, esimerkiksi tietoa tai verkkopalvelua. Saavutettavuutta ovat myös ilmapiiri ja asenteet, jotka ottavat huomioon ihmisten moninaisuuden ja asettavat kaikki yhdenvertaiseen asemaan. (Invalidiliitto ry s.a.)

Digitaaliset palvelut ovat luonteeltaan jo monella tavoin saavutettavia – hyvin suunniteltuina ne poistavat monet fyysisessä maailmassa kohdattavat viestinnän esteet. Huonosti suunniteltuina ne voivat kuitenkin estää ihmisiä käyttämästä palveluita. Tämän vuoksi digitaalisten palveluiden saavutettavuuden varmistaminen on olennaisen tärkeää suunnittelijoille ja organisaatioille, jotka haluavat luoda laadukkaita verkkosivustoja ja verkkotyökaluja eivätkä sulkea ihmisiä pois tuotteidensa ja palvelujensa käytöstä. (World Wide Web Consortium 2024a)

Verkon saavutettavuus tarkoittaa, että verkkosivustot, työkalut ja teknologiat suunnitellaan ja kehitetään siten, että kaikki voivat käyttää niitä riippumatta siitä, onko heillä joitakin erityistarpeita. Saavutettavuudesta hyötyvät kuitenkin kaikki – esimerkiksi kun verkkopalvelua käytetään erilaisilla laitteilla ja näytöillä, tai vaikkapa ympäristössä, jossa auringonvalo tekee näytön lukemisesta väliaikaisesti haastavaa. Saavutettavuus tukee vammaisten lisäksi esimerkiksi ikääntyvien ihmisten sekä kehittyvässä maissa elävien ihmisten sosiaalista osallisuutta. (World Wide Web Consortium 2024a)

Saavutettavuus on myös liiketaloudellisesti kannattavaa. Se parantaa yleistä käyttäjäkokemusta ja tyytyväisyyttä erityisesti erilaisissa digitaalisen palvelun käyttötilanteissa, eri laitteilla ja iäkkäiden käyttäjien osalta. Saavutettava suunnittelu voi parantaa brändiäsi, laajentaa markkina-aluettasi ja innostaa innovoimaan jotain uutta ja uniikkia. Monissa tilanteissa digitaalisilta palveluilta vaaditaan saavutettavuutta myös laissa. (World Wide Web Consortium 2024a)

Vaikka jotkin saavutettavuuden ratkaisut ovat monimutkaisempia ja vaativat laajempaa osaamista verkkosivujen kehittämisestä, monet sen osa-alueet on melko helppo ymmärtää ja toteuttaa. W3C suosittelee esimerkiksi tarjoamaan tekstivaihtoehtoja kuville, videoille ja äänelle, jotta näkövammaiset käyttäjät voivat käyttää samaa tietoa ruudunlukulaitteiden avulla. Tämä voi tarkoittaa vaikkapa alt-tekstin lisäämistä kuvaan. Lomakkeissa selkeiden, kuvailevien merkintöjen ja ohjeiden lisääminen lomakkeen kenttiin parantaa sivuston käytettävyyttä kognitiivisesti vammaisille käyttäjille. Riittävällä tekstin ja taustan välisellä värikontrastilla taas varmistetaan heikkonäköisten ja värisokeiden henkilöiden mahdollisuus lukea tekstiä. (World Wide Web Consortium 2024b)

Helppoja esimerkkejä verkkosivujen saavutettavuuden parantamisesta ovat esimerkiksi fontit, fonttikoko sekä sivustolla käytetyt värit ja niiden väliset kontrastit. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2024) Esimerkiksi alla olevasta kuvasta 3 näkyy, miten värien ja kontrastin käyttö vaikuttaa tekstin luettavuuteen.



Kuva 3. Esimerkkejä värien ja kontrastin käytöstä

Kun tekstin väri on sävyiltään liian samankaltainen kuin tausta, on lukeminen huomattavasti haastavampaa ja vaikuttaa sivuston käytettävyyteen. Matalan kontrastin esimerkeissä myös saavutettavuus on huono, sillä huononäköiselle tekstin lukeminen voi olla jopa täysin mahdotonta. Kuvassa oikealla olevat hyvän kontrastin esimerkit taas antavat kaikille paremman mahdollisuuden lukea tekstiä ja ymmärtää sisältöä.

Myös fontti vaikuttaa tekstin luettavuuteen. Tällaiset muutokset vaikuttavat verkkosivun saavutettavuuteen merkittävästi, mutta ovat sivuston ylläpidon puolesta yksinkertaisia toteuttaa ja siten muutoksia, joiden avulla voidaan matalalla kynnyksellä parantaa saavutettavuutta. Fontin luettavuutta ja sen vaikutusta käytettävyyteen on havainnollistettu alla olevassa kuvassa 4.

Onko tämä teksti helposti luettavissa?

Onko tämä teksti helposti luettavissa?

Onko tämä teksti helposti luettavissa?

Onko tämä teksti helposti luettavissa?

Onko tämä teksti helposti luettavissa?

Onko tämä teksti helposti luettavissa?

Kuva 4. Esimerkkejä erilaisista fonteista, joiden luettavuus vaihtelee

Yleisesti ottaen saavutettavan digitaalisen palvelun suunnittelussa on otettava huomioon, että sivu on luettavissa myös näytönlukulaitteilla sekä monilla erilaisilla näytöillä, ja että käyttäjillä voi olla laajasti erilaisia liikkuvuuteen, näköön ja kognitiivisiin taitoihin liittyviä rajoitteita. Saavutettavuuden varmistamiseen vaadittavat toimenpiteet määräytyvät tarkemmin erikseen suunniteltavan verkkosivuston mukaan, ja tätä varten on tehty myös virallisia ohjeistuksia, joita sivujen kehittäjät voivat käyttää toteuttaessaan saavutettavia verkkosivuja. (World Wide Web Consortium 2024b)

Euroopan Unioni on määritellyt digipalvelulain tekniset saavutettavuusvaatimukset eurooppalaisessa EN 301 549 standardissa. Standardi perustuu monilta osin kansainvälisiin verkkosisällön saavutettavuusohjeisiin, mutta sisältää myös laajempia ohjeita esimerkiksi kaksisuuntaiselle ääniviestinnälle ja reaaliaikaiselle tekstille (Aluehallintovirasto s.a.).

4.1 WCAG Verkkosisällön saavutettavuusohjeet

Verkkosisällön saavutettavuusohjeilla (Web Content Accessibility Guidelines, WCAG) tarkoitetaan laajasti käytössä olevaa kansainvälisen World Wide Web Consortiumin (W3C) luomaa ja kehittämää ohjeistusta, jonka tavoitteena on varmistaa verkkopalveluiden saavutettavuus kaikille. WCAG tarjoaa kattavat periaatteet, ohjeet ja onnistumisen kriteerit, joiden avulla suunnittelijat ja kehittäjät voivat luoda saavutettavia verkkosivustoja ja digitaalista sisältöä. Ohjeistuksen ensimmäinen versio julkaistiin jo vuonna 1999. (Saavutettavuuskirjasto Celia s.a.)

WCAG-ohjeistuksessa neljä periaatetta muodostaa verkkosaavutettavuuden perustan. Nämä periaatteet ovat havaittavuus, hallittavuus, ymmärrettävyys ja toimintavarmuus. Jokaisen periaatteen alapuolella on useampi ohje, jotka muodostavat perustavoitteet, jotta tuotettu sisältö olisi saavutettavaa henkilöille, joilla on jonkinlainen vamma tai rajoite. Lisäksi jokaiselle ohjeelle on laadittu testattavia onnistumiskriteerejä, jotka helpottavat ohjeiden tulkintaa sekä toimivat apuna tilanteissa, joissa vaatimusten määrittely ja ohjeidenmukaisuuden testaus ovat välttämättömiä. (World Wide Web Consortium 2023)

WCAG on jaettu kolmeen vaatimustenmukaisuustasoon: A, AA ja AAA, joista AA on yleisimmin tavoiteltu standardi, jossa saavutettavuus ja käytännön toteutus ovat tasapainossa. Myös EU:n saavutettavuusdirektiivi perustuu monilta osin AA-tasoon. (Saavutettavuuskirjasto Celia s.a.)

WCAG-kriteerien noudattaminen ei ole pelkästään koodareiden tai kehittäjien vastuulla, vaan kaikkien, jotka luovat digitaalisia sisältöä, tekstejä tai tiedostoja, tulisi olla tietoisia WCAG-vaatimuksista ja huomioida ne omassa työssään. Kriteerien noudattaminen edistää erilaisten käyttäjien osallisuutta, mutta on myös monien maiden, kuten Suomen, oikeudellisten ja eettisten normien mukaista. Suomessa saavutettavuusvaatimusten toteutumista valvoo Etelä-Suomen aluehallintovirasto. (Saavutettavuuskirjasto Celia s.a.)

5 Verkkosivuston uudistuksen toteutus

Säätiön verkkosivut oli toteutettu Routa CMS -sisällönhallintajärjestelmällä vuonna 2019, joten ne olivat vielä melko tuoreet. Säätiön työntekijät kokivat kuitenkin, että sivujen käytettävyyttä olisi voinut parantaa, ja olivat saaneet tästä palautetta myös asiakkailtaan. Projekti aloitettiin työpajalla, johon osallistuivat kaikki säätiön työntekijät sekä toiminnanjohtaja, jotta haluttuja muutoksia ja mahdollisia ratkaisuja saatiin selkeytettyä. Alla kuvassa 5 näkyy, miltä toimeksiantajat verkkosivut näyttivät ennen uudistusta.



Vanhusten Turva sr | Helsinki

Vanhusten Turvan alkujuuret ovat hyväntekeväisyydessä. Sen olemassaolosta saamme kiittää viittä tarmokasta naista, jotka halusivat auttaa kodittomia vanhuksia sodan jälkeisessä Suomessa.

Vanhusten Turvan yli 70-vuotiseen historiaan mahtuu useita merkittäviä saavutuksia. 1950-luvun alussa se oli keskeisesti uudistamassa kansaneläkelakia. Lisäksi Vanhusten Turva piti Suomessa ensimmäisenä

Ajankohtaista

[Luova Kesä-toiminta](#)

Kuva 5. Vanhusten Turva sr:n verkkosivujen etusivun aloitusnäkyminen ennen uudistusta

Projektin tavoitteeksi muotoutui uudistaa Vanhusten Turva sr:n olemassa olevat verkkosivut, jotta ne markkinoisivat säätiön toimintaa tehokkaammin ja houkuttelisivat lisää osallistujia mukaan tapahtumiin sekä digiohjaukseen. Tavoitteen saavuttamiseksi keskeistä oli parantaa sivuston käytettävyyttä tekemällä siitä selkeämpi ja helpommin käytettävä, huomioiden säätiön asiakkaiden tarpeet.

Lisäksi verkkosivujen päivittämisestä haluttiin tehdä säätiön työntekijöille vaivattomampaa, jotta he voivat jatkossa itsenäisesti ylläpitää ja päivittää sisältöä ilman syvällistä teknistä osaamista, ja jotta verkkosivujen päivittäminen veisi vähemmän aikaa.

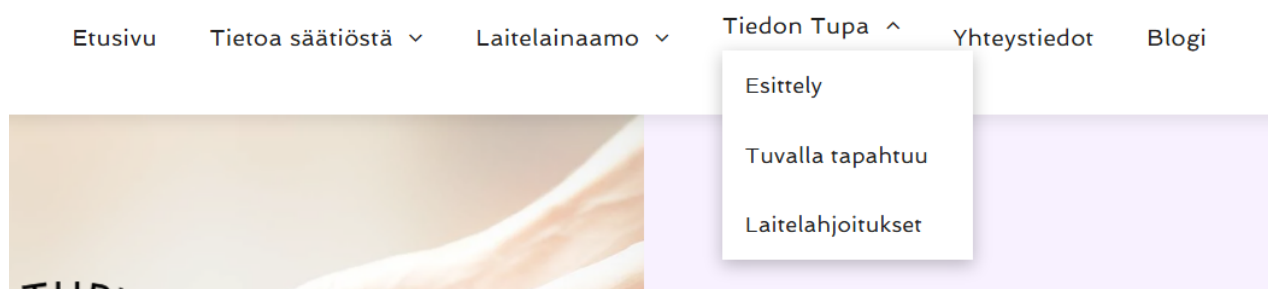
5.1 Projektin aloituskokous: ongelmien ja kehitystehtävien määrittely

Projekti aloitettiin työpajalla, jossa keskusteltiin verkkosivuston kehityskohdista sekä kehitysprojektin tavoitteista. Työpaja järjestettiin Vanhusten Turvan toimipisteellä ja siihen osallistuivat minun, eli suunnittelijan lisäksi säätiön työntekijät sekä toiminnanjohtaja.

Toimeksiantajaorganisaatio oli jo minulle ennestään hyvin tuttu, olinhan työskennellyt siellä 6 kuukautta harjoitteluni ajan. Lisäksi oli jo harjoittelun aikana päivittänyt verkkosivuja viikoittain sekä toteuttanut muutamia projekteja, kuten digitaalisen joulukalenterin säätiön sivuille. Työpajassa ei siis ollut tarvetta käydä ekstensiivisesti läpi säätiön toimintaa tai verkkosivujen kehitysympäristöä, vaan saatoimme siirtyä nopeasti asiaan.

Olin valmistautunut työpajaan suunnittelemalla kysymykset, jotka halusin esittää toimeksiantajalle ymmärtääkseni paremmin heidän toiveitaan sekä ajatuksiaan verkkosivujen kehittämisestä.

Toimeksiantajan palautteen perusteella heräsi jo useita konkreettisia asioita, joita kehittämällä verkkosivuista voisi mahdollisesti saada helppokäyttöisemmät. Toimeksiantaja oli esimerkiksi saanut palautetta alla olevassa kuvassa 6 esitetyistä navigaation alavetovalikoista, joita käyttäjät olivat kommentoineet hankaliksi hahmottaa ja käyttää. Lisäksi aidosti asiakkaita kiinnostava, ajankohtainen toiminta oli piilotettu monen alalinkin taakse tai kirjoitettu pitkästi etusivulla olevaan epäkäytännölliseen Ajankohtaista-laatikkoon, jossa oli nyt jo vanhentunutkin tietoa. Tämä koettiin erityisen tärkeäksi haasteeksi, sillä tällainen ratkaisu saattoi helposti johtaa siihen, että käyttäjä luovutti ennen kuin löysi haluamaansa tietoa toiminnasta, eikä siten osallistunut toimintaan lainkaan.



Kuva 6. Vanhan sivuston navigaatiossa olevat alavetovalikot

Koska projektiin oli käytössä vain 30 työtuntia, päädyttiin yhdessä toimeksiantajan kanssa luomaan selkeä työlista asioista, joita asiakaslähtöisesti kehittämällä tehtäisiin sivustosta käytettävämpi.

Työlista sisälsi työpajan lopuksi nämä asiat:

- Sivuston etusivu uusitaan ja yksinkertaistetaan

- Toiminta keskitetään yhden ”Toimintamme”-otsikon alle
- Lisätiedot säätiön historiasta, työntekijöistä ja muista hallinnollisista asioista tiivistetään ja viedään omalle sivulleen
- Mahdolliset muut päivitykset sivuston ilmeen raikastamiseksi, jotka hyödyttävät asiakkaita ja tekevät sivustosta käytettävämmän

Myös työntekijöiden perehdyttämisestä sivuston päivittämiseen projektin lopuksi sovittiin.

Toimeksiantaja oli tykästynyt sivuston tämänhetkiseen brändi-ilmeeseen: violetti värimaailma haluttiin säilyttää – samoin moderni, lämminhenkinen tunnelma. Sivustosta ei haluttu liian klinistä, vaan visuaalisen ilmeen haluttiin pysyvän säätiön missiolle uskollisena. Koska brändi-ilmettä ei lähdetty liiaksi muuttamaan, tämä vapautti aikaa siihen, että kehittämisessä pystyttiin keskittymään nimenomaan sivuston toiminnallisuuden parantamiseen.

5.2 Selvitä-vaihe: käyttäjätutkimus ja muihin toimijoihin tutustuminen

Projektin aloittaneen työpajan jälkeen jatkoin tutustumalla muiden alan toimijoiden verkkosivuihin. Analysoin useiden yritysten ja organisaatioiden sivustoja, jotka toimivat vanhustoiminnan tai liikunta- ja kulttuurielämysten järjestämisen parissa. Tavoitteenani oli kartoittaa ideoita ja toimintatapoja, jotka voisivat hyödyttää toimeksiantajan verkkosivujen kehittämistä. Erityisesti kiinnitin huomiota käytettävyyserätsuihin ja ominaisuuksiin, jotka joko tukivat hyvää käyttökokemusta tai olivat toisaalta mielestäni vähemmän toimivia.

Käyttäjätutkimuksen toteuttamiseksi päätimme järjestää työpajan, jonka tavoitteena oli kerätä käyttäjien näkemyksiä ja ideoita verkkosivujen parantamiseksi. Työpajaan osallistui kolme toimeksiantajan asiakasta, jotka olivat aiemminkin toimineet kokemusasiantuntijoina säätiön kehitystyössä ja pilotoinneissa. Työpaja pidettiin toimeksiantajan toimipisteellä, ja se kesti noin kaksi tuntia.

Valmistauduin työpajaan huolellisesti suunnittelemalla kysymyksiä ja harjoitteita, joiden tarkoituksena oli herättää osallistujien mielikuvitus ja saada aikaan avointa keskustelua. Halusin luoda rennon ilmapiirin, jossa osallistujien oli helppo jakaa ajatuksiaan ja kokemuksiaan. Työpajaa ei nauhoitettu, jotta osallistujien olisi mukavampaa keskustella vapaasti, mutta kerroin kirjaavani ylös keskeiset huomiot ja ideat. Tämä lähestymistapa osoittautui tehokkaaksi, ja osallistujat esittivät useita arvokkaita kehitysehdotuksia, jotka hyödynnettiin projektin edetessä. Samalla sain kerättyä asiakasymmärrystä, josta oli hyötyä seuraavassa Määritä-vaiheessa.

Koska projektiin ei ollut mahdollista sisällyttää henkilökohtaisia haastatteluja aikataulusyistä, hyödynsin aiemman 6 kuukauden harjoittelujaksoni aikana tekemääni havainnointia eheän asiakasymmärryksen keräämisessä. Harjoitteluni aikana ensisijainen tehtäväni oli Vanhusten Turvan

asiakkaiden digiohjaus. Digiohjaus oli monipuolista ja sisälsi viikoittain tiettyyn tilaan kokoontuvia 4–7 osallistujan opintopiirejä, kaikille avoimia digiluentoja sekä henkilökohtaisia tapaamisia säätiön toimipisteellä ja asiakkaiden kodeissa. Näitä ohjauspäiviä oli noin neljä viikossa, joten saatoin lopulta tehdä havaintoja kymmenten eri ikääntyneiden tavoista käyttää digitaalisia laitteita sekä palveluita.

Havainnointien aikana sain kattavan kuvan asiakkaiden erilaisista digitaidoista ja tarpeista. Jotkut asiakkaista saattoivat olla hyvin kokeneita digipalvelujen käyttäjiä, kun taas toiset tarvitsivat apua perusasioissa, kuten älypuhelimien käytössä tai verkkosivujen selaamisessa. Huomasin myös, että selkeä ja helposti navigoitava verkkosivusto helpotti huomattavasti asiakkaiden toimintaa, kun taas monimutkaiset ja sekavat ratkaisut aiheuttivat turhautumista ja jopa estivät palvelujen käyttöä. Liian pienet napit tai kummallinen sivustojen vieritystapa aiheuttivat myös kummastusta, ja huomasinkin paljon eroja sen välillä, miten he käyttivät sivustoa verrattuna minuun, diginatiiviin, joka käyttää tietokonetta ja älypuhelinia päivittäin pienimpienkin asioiden ratkaisuun.


Nämä havainnot antoivat erinomaisen pohjan verkkosivuprojektin jatkokehitykselle. Käyttäjien tarpeiden ja taitojen ymmärtäminen oli ensiarvoisen tärkeää, jotta verkkosivujen uudistamisesta voitiin tehdä sekä käyttäjäystävällinen että toimeksiantajan tavoitteita tehokkaasti palveleva.

5.3 Määritä-vaihe: asiakaspersoonat

Selvitä-vaiheessa kerätyn asiakasymmärryksen pohjalta loin kaksi asiakaspersoonaa, jotka edustavat Vanhusten Turva sr:n keskeisiä asiakasryhmiä. Näiden persoonien tarkoituksena oli konkretisoida erilaisia käyttäjiä ja heidän tarpeitaan arkkityyppien kautta. Tämä auttoi minua suunnittelemaan verkkosivujen uudistusta entistä kohdennetummin juuri Vanhusten Turvan asiakkaille sopiviksi ja loi selkeän lähtökohdan verkkosivujen käytettävyyden parantamiselle sekä sisällön suunnittelulle.

Ensimmäinen asiakaspersoonana, Orvokki Oppija, on eläkkeelle jäänyt opettaja, joka on huolissaan omista digitaidoistaan. Hän haluaisi kovasti olla mukana ystäviensä Facebook-ryhmässä ja maksaa laskut sekä ostaa HSL-lipun älypuhelimella, kuten kaikki kuulemma nykyään tekevät, mutta on epävarma omista taidoistaan. Avun pyytäminen myös jännittää häntä, sillä onhan se noloa, jos ei osaakaan yhtään mitään ja joutuu pyytämään ohjeen samaan asiaan monta kertaa peräkkäin. Orvokki kaipaisi jostain ymmärtävistä apua, mutta digipalveluiden käyttö on hänelle vielä vähän haastavaa, joten tietojen löytäminen netistä tuottaa usein vaikeuksia. Orvokin asiakaspersoonana on visualisoitu alla olevassa kuvassa 7.

Orvokki Oppija



77 vuotta, Vantaa

Orvokki on eläkkeellä oleva opettaja, joka kokee jääneensä digitalisaation kelkassa jälkeen. Hän opettelee laskujen maksamista älypuhelimella.

“Tämä maailma muuttuu niin hirveän nopeasti, ettei sitä meinaa pysyä perässä, mutta kyllähän minä yritän! Sehän on tärkeintä. Ja kyllä minä osaankin ehkä enemmän, kuin mitä itse tulee aina aluksi ajateltua.”

Tavoitteet ja toiveet	Kompastuskivet
<ul style="list-style-type: none"> ♥ Helpompi arki ♥ Pysyä mukana maailman menossa ♥ Pitää yhteyttä ystäviin ja perheeseen 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Poikani turhautuu jatkuviin kysymyksiini ✘ Tarvitsisin kärsivällisemmän ohjaajan tuekseni ✘ Mitä jos en osakaan?

Kuva 7. Asiakaspersoona 1, Orvokki Oppija

Toinen asiakaspersoona, Minna Menevä on aktiivinen helsinkiläinen, jolla ei tunnu riittävän kalenterissa tilaa kaikelle sille, mitä hän haluaa nähdä ja kokea. Minna etsii jatkuvasti uutta tekemistä, ja säätiön järjestämät kulttuuri- ja liikuntaelämykset kiinnostavat häntä. Minnalle on kuitenkin tärkeää, että aikataulut ja yhteystiedot on merkitty selkeästi, sillä hänellä ei ole juuri aikaa jäädä pohdiskelamaan ja kalenterissa on tilaa vain tiettyinä päivinä. Myös Minnalla on joskus hankaluuksia digilaitteiden ja netin käytön kanssa, mutta hän ei siitä juurikaan harmistu – jos verkkosivut ovat epäselvät, niin hän löytää toista tekemistä muualta, ellei sitten kyseessä ollut jokin erityisen kiinnostava tapahtuma. Minnan asiakaspersoona on visualisoitu alla olevassa kuvassa 8.

Minna Menevä



72 vuotta, Helsinki

Minna on aina ollut varsin menevä, eikä tunnu ainakaan hidastuvan iän myötä. Häntä kiinnostavat erityisesti uudet harrastukset sekä kulttuurielämykset.

“Sitä aina sanotaan että eläkkeellä on enemmän aikaa, mutta mulla on ainakin edelleen kalenteri aina ihan täynnä! Että voisin ehkä ehtiä kahville ensi viikon sunnuntaina klo 11... eikun mulla onkin seniorijumppa silloin.”

Tavoitteet ja toiveet

- ♥ Elää täysillä
- ♥ Tavata ystäviä, niin uusia kuin vanhojakin
- ♥ Kokeilla uusia asioita
- ♥ Irtautua arjesta ja tuntea olonsa nuoreksi

Kompastuskivet

- ✘ Niin paljon tekemistä, niin vähän aikaa
- ✘ Uusia mielenkiintoisia tapahtumia on välillä vaikea löytää

Kuva 8. Asiakaspersoonaa 2, Minna Menevä

5.4 Kehitä- ja Toteuta-vaiheet: ratkaisujen ideointi ja prototyypointi

Kehitä-vaiheessa ideoin verkkosivujen käytettävyyden parantamiseen liittyviä ratkaisuja post-it-lappuja hyödyntäen. Kirjoitin jokaisen idean omalle lapulleen ja pyrin ottamaan huomioon erityisesti käyttäjien tarpeet ja aiemmissa vaiheissa kerätyt havainnot, joista jakautui yhä enemmän uusia ideoita. Tämän jälkeen ryhmittelin laput eri teemojen alle, kuten *navigointi*, *sisältö*, *visuaalisuus* ja *toiminnallisuudet*. Tämä auttoi tunnistamaan keskeiset kehityskohteet ja varmistamaan, että ideat tukivat projektin tavoitteita.

Lapuille koottujen ideoiden ryhmittely antoi selkeän kokonaiskuvan ja teki ideointiprosessista systemaattisemman. Näin pystyin vertailemaan eri teemojen sisällä olevia ideoita ja arvioimaan, mitkä niistä olivat toteutuskelpoisia ja vaikuttavia, Toteuta-vaiheeseen vietäviä ideoita. Ryhmittely myös helpotti seuraavan vaiheen suunnittelua, sillä se tarjosi konkreettisen lähtökohdan kehitysehdotusten priorisoinnille ja toimeksiantajalle esiteltäville ratkaisuille.

Yksi ideoista, joka päättyi lopulta toteutukseen, oli verkkosivuston sivukartan uusiminen, joka on esitetty alla kuvassa 9. Aikaisemmin usealle eri sivulle levitettyä tietoa tiivistettäisiin ja vain käyttäjille olennaisimmat asiat esitettäisiin, perustuen aiemmin oppimiini käyttöliittymäsuunnittelun periaatteisiin. Havainnollistin tätä ideaa sivukartalla, johon visualisoitiin jokainen erillinen verkkosivu, joka uudelta sivustolta löytyisi. Erilaisten välilehtien määrä puolittui, kun jäsentelin

tietoa uudelleen selkeämpiin kokonaisuuksiin. Samalla linkkien määrä sivuston päänavigaatiossa väheni, ja alavetovalikoista voitiin luopua.



Kuva 9. Vanhusten Turvan verkkosivujen uusi sivukartta

Toteuta-vaiheessa päätin käyttää verkkosivujen suunnittelun tueksi rautalankamalleja, jotka loivat pohjan selkeille ja toimiville ratkaisuille, mutta olivat riittävän nopeita toteuttaa aikarajan puitteissa. Rautalankamallien avulla pystyin visualisoimaan verkkosivujen rakenteen ja käyttöliittymän ennen varsinaista toteutusvaihetta. Käytin rautalankamallien luomiseen Figmaa, joka mahdollisti nopean iteroinnin ja eri ideoiden kokeilemisen. Tämä vaihe säästi aikaa toteutusvaiheessa, koska suunnitelmat olivat valmiiksi mietittyjä ja riittävän yksityiskohtaisia, eikä minun tarvinnut käyttää ylimääräistä aikaa mahdollisten ratkaisujen pähkäilyyn.

Rautalankamalleihin liittyvä työskentelyprosessi sisälsi ensin ideoiden luonnostelua ja niiden tarkastelua asiakaspersoonien näkökulmasta. Lopulta valitsin selkeimmät ja käyttäjäystävällisimmät vaihtoehdot jatkokehittelyyn. Prosessin tuloksena syntyi muun muassa etusivun malli, joka kokosi yhteen tärkeimmät elementit, kuten helpon navigoinnin, keskeiset palvelut ja visuaalisesti miellyttävän asettelun.

Tämä kuvassa 10 näkyvä malli toimi lopullisen suunnitelman pohjana, ja sen avulla varmistettiin, että etusivu vastaa käyttäjien tarpeisiin ja ohjaa heitä tehokkaasti oikean sisällön pariin.



Kuva 10. Rautalankamalli etusivun ensimmäisestä näkymästä

5.5 Verkkosivuston uudistuksen tekeminen

Suunnittelun ja pohjatyön jälkeen lähdin toteuttamaan verkkosivujen uudistusta, joka pohjautui kerättyyn käyttäjäymmärrykseen, parhaiksi toteamiini kehitysideoihin sekä tekemiini rautalankamalleihin.

Itse verkkosivusto on tehty Routa CMS -sisällönhallintajärjestelmällä, jota käytin siis luonnollisesti myös uudistusprosessissa. Järjestelmän vuoksi kohtasin kuitenkin työskentelyn aikana joitakin teknisiä rajoitteita, kuten erilaisten vimpainten rajallisuuden. Sain haasteet lopulta ratkaistua käyttämällä hieman luovuutta sekä pitämällä mielessä kaiken tekemäni taustatyön, jonka perusteella oli helpompi erotella sopivimmat ratkaisut useammista vaihtoehdoista. Joustavamman alustan, kuten esimerkiksi WordPress.org:in käyttäminen voisi olla tässä hyödyksi, mutta verkkosivujen siirtäminen kokonaan uudelle alustalle on huomattavasti suurempi projekti, jonka todellista hyötyä täytyisi arvioida erikseen.

Suunnittelussa oli otettava huomioon paitsi sivuston käytettävyys, myös toimeksiantajan työntekijöiden kyky päivittää ja ylläpitää sivuja itsenäisesti jatkossa. Valitsin ratkaisuja, jotka olivat mahdollisimman yksinkertaisia ylläpidon kannalta, vaikka välillä jouduinkin tasapainottelemaan

käytettävyyden ja ylläpidon helppouden välillä sopivan ratkaisun löytämiseksi. Tärkeintä oli kuitenkin, että käyttäjäkokemus olisi sivuilla hyvä ja ne vastaisivat käyttäjien tarpeisiin, sekä toimisivat mahdollisimman intuitiivisesti.

Pidin suunnittelemani rautalankamallit jatkuvasti apunani tässä vaiheessa. Näin pystyin minimoimaan aikaa vievät päätöksentekovaiheet ja keskityin toteuttamaan suunnitelmat tehokkaasti. Kun suurimmat asetellut oli tehty, saatoin keskittyä pienempien yksityiskohtien hiomiseen, jotta lopputulos olisi mahdollisimman toimiva.

Lopuksi laadin toimeksiantajan työntekijöille kirjallisen perehdytysmanuaalin, joka sisälsi yksityiskohtaiset ohjeet tärkeimpien toimintojen, kuten sisältöjen päivittämisen, kuvien lisäämisen ja uusien sivujen luomisen hallintaan. Tämä manuaali varmistaa, että työntekijät voivat itsenäisesti ylläpitää ja päivittää sivustoa. Tämä varmistaa sivuston jatkuvan toimivuuden sekä tiedon ajankohtaisuuden.

5.6 Projektin päätös

Projektin lopuksi pidimme toimeksiantajan työntekijöiden ja toiminnanjohtajan kanssa viimeisen kokouksen, jossa esittelin valmiit verkkosivut. Esityksen aikana kävimme läpi sivuston rakenteen, visuaalisen ilmeen ja sen keskeiset uudet toiminnallisuudet. Toimeksiantajan palaute oli myönteistä, ja verkkosivujen todettiin vastaavan hyvin asetettuja tavoitteita.

Esityksen jälkeen pyysin työntekijöiltä palautetta sivustosta. He esittivät muutamia parannusehdotuksia ja toivoivat lisätietoja tiettyihin osioihin, kuten ajankohtaisiin tapahtumiin sekä hankkeiden omille sivuille. Nämä toiveet toteutettiin yhdessä kokouksen aikana, jotta kaikki tarvittavat muutokset saatiin nopeasti tehtyä. Tämä vaihe varmisti, että lopputulos vastasi sekä käyttäjien tarpeita että toimeksiantajan odotuksia.

Kokouksen päätteeksi perehdytin työntekijät verkkosivujen päivittämiseen hyödyntämällä laatimaani kirjallista manuaalia. Näytin käytännön esimerkkien avulla, kuinka päivittää sivuja, lisätä kuvia ja muokata vimpaimia Routa CMS -järjestelmässä. Lopuksi lähetin manuaalin sähköpostitse kaikille työntekijöille, jotta ohjeet olisivat aina tarvittaessa heidän saatavillaan. Näin verkkosivujen käyttäjälähtöinen uudistamisprojekti saatiin päätökseen onnistuneesti sekä käyttäjien että toimeksiantajan tarpeet huomioiden.

6 Uudistettujen verkkosivujen esittely

Vanhusten Turvan verkkosivut ovat käyttäjälähtöisen uudistuksen jälkeen yksinkertaisemmat, selkeämmät sekä säätiön toimintaa paremmin markkinoivat. Tämä uudistus saatiin aikaan lyhyessä ajassa, kun suunnittelu tehtiin hyvin ja siten itse uudistusvaiheessa priorisoitiin oikeita asioita, jotka auttavat parantamaan käyttäjäkokemusta sekä tekemään sivuston käyttämisestä intuitiivisempaa.

Verkkosivujen uudistuksen keskiössä olivat käyttäjälähtöisyys ja saavutettavuus. Sivuston suunnittelussa hyödynnettiin käyttöliittymäsuunnittelun periaatteita, kuten "älä pakota minua ajattelemaan", jotta sivustosta saatiin intuitiivinen ja helposti navigoitava. Erityisesti haluttiin varmistaa, että verkkosivut palvelevat myös ikääntyvää yleisöä, joka saattaa kohdata haasteita monimutkaisissa digitaalisissa ympäristöissä. Tavoitteena oli yksinkertaistaa sivuston rakennetta, tehdä siitä selkeämpi sekä mahdollistaa nopeampi ja miellyttävämpi käyttökokemus kaikille käyttäjryhmille. Käyttäjälähtöisen suunnittelun sekä saavutettavan käyttöliittymäsuunnittelun periaatteet toimivat täydellisinä työkaluina näiden tavoitteiden saavuttamiseen.

Verkkosivujen visuaalinen ilme pidettiin samanlaisena, mutta sitä muokattiin hieman ilmavammaksi sekä selkeämmäksi, tavoitteena ohjata käyttäjän katsetta kohti sivuston interaktiivisia osia – niitä, joiden avulla hän voi saada lisää tietoa säätiön toiminnasta sekä tulevista tapahtumista. Kuvassa 11 esitellään sivuston uusi aloitusnäky.



Tutustu toimintaamme



Tiedon Tupa



Laitelainaamo



Askel askeleelta kohti
yhdenvertaisuutta



Ryhmästä ryhtiä

Kuva 11. Uudistettujen verkkosivujen etusivun aloitusnäkö

Suurimmat muutokset tehtiin sivuston etusivulle, jossa toimintaa pyrittiin nostamaan esiin entistä selkeämmällä tavalla. Heti navigaation, logon sekä toimintakehoituksen eli ”Tutustu toimintaamme” -napin jälkeen etusivulla käyttäjän silmiin osuvat nyt linkit säätiön eri hankkeisiin. Kuvia klikkaamalla käyttäjä pääsee suoraan hankkeen omalle sivulle, jossa toiminnasta on kerrottu tarkemmin.

Epäkäytännölliseksi todettu Ajankohtaista-laatikko korvattiin suuremmalla osiolla, jossa kuvataan säätiön tapahtumia kuluvan sekä tulevan kuukauden aikana. Näin käyttäjä löytää itselleen sopivat, tulevat tapahtumat heti etusivulta.

Säätiön pieni esittely säilytettiin etusivulla, mutta sitä siirrettiin alemmaksi. Vanha esittely kertoi myös enemmän säätiön historiasta, joten kirjoitin tekstin uudelleen vastaamaan säätiön tämän päivän tavoitteita ja toimintaa, jotka kiinnostavat myös käyttäjiä enemmän. Historiatekstit siirrettiin Tietoa säätiöstä -kokonaisuuden alle.

Lisäksi etusivulle lisättiin mahdollisuus tilata säätiön sähköinen uutiskirje, jonka kautta käyttäjä voi saada ajankohtaista tietoa toiminnasta suoraan sähköpostiinsa – aikaisemmin uutiskirjeen tilaaminen oli mahdollista vain sopimalla asiasta suullisesti toimintaan osallistumisen yhteydessä, eikä käyttäjä edes olisi voinut tietää uutiskirjeen olemassaolosta, ellei toimeksiantaja olisi siitä hänelle erikseen kertonut. Etusivulle lisättiin myös linkki säätiön Facebook-sivulle, jossa toiminnasta myös

tiedotetaan, joten Facebookia käyttävät vierailijat voivat pysyä ajan tasalla toiminnasta sosiaalisen median kautta.

Uudistettujen verkkosivujen etusivu on kuvattu kokonaisuudessaan liitteessä 1.

Toimintamme-sivulla on etusivun tapaan kuvalinkit eri hankkeiden omille sivuille, mutta lisäksi myös lyhyet kuvaukset jokaisen hankkeen toiminnasta.

Aikaisemmin yhdellä hankkeella saattoi olla allaan useampi eri sivu – tällöin tietoa löytyi eri paikoista ja sivuston päivittäjä joutui muistamaan, mihin kaikkialle uusi tieto tai tapahtuma täytyykään päivittää. Tämä johti siihen, että riski väärän tai vanhan tiedon löytymiselle joltakin sivulta oli suuri, ja lisäksi tiedon levittäminen useammalle eri sivulle oli hämmentävää käyttäjän näkökulmasta. Nyt jokaisella säätiön hankkeella on yksi ainoa oma sivunsa, jonne kaikki tieto on kerätty ja esitetty selkeällä tavalla. Kuvassa 12 näkyy esimerkiksi säätiön Ryhmästä ryhtiä -hankkeen sivun osio, jossa kerrotaan hankkeen meneillään olevista tapahtumista. Käyttäjän on myös mahdollista ladata ja tuostaa tapahtumien esite, jolloin tieto on hänellä fyysisessä muodossa.

Syksyn 2024 aikataulu

Seuraa [Facebook-sivuumme](#) @vanhustenturvasr, kerromme tapahtumistamme myös siellä!
Voit avata tulostettavan aikataulun painamalla sivun oikealla puolella olevaa kuvaa. Tiedosto avautuu uudelle välillehdelle.

Lisätietoa / Ilmoittaudu mukaan retkille:
katarina.ohberg@vanhustenturva.fi tai p. 050-5576 274

Joka toinen tiistai (parittomat viikot) klo 10–11.30: Senioriryhmä Naapurustalo Mellarissa
Ohjelmassa pihapelejä, lähiluontoretkeä, kahvittelua ja muuta mukavaa yhteistä tekemistä. Osoite: Saariselänkuja 1 a, Mellunmäki. Ryhmä on avoin kaikille +65-vuotiaille helsinkiläisille.
Yhteyshenkilö: Katarina 0505576274
Päivämäärät: 19.11. / 3.12. Vuoden 2025 alusta kokoonnumme joka tiistai. Kevätkauden ensimmäinen senioriryhmän kokoontuminen on tiistaina 14.1.

Joka ke alkaen 21.8. klo 12.05–12.50: Lauttasaaren seniorijumppa
Kaikille avoin ja maksuton kevyt jumppa seisten ja/tai istuen. Ei ennakkoilmoittautumista. Viimeinen kerta ke 18.12. Jumpan jälkeen tuolloin kahvitarjoilut kirkolla. Lauttasaaren kirkon liikuntasali, sisäänkäynti kirkon sisäpihalta, C-porras. Vuoden 2025 ensimmäinen jumppa pidetään keskiviikkona 8.1.

Torstaisin klo 10.30-10.45: Lempeästi liikkeelle liikuntavartti Vuosaaren kirkolla.
Liikuntavartti Vuosaaren kirkolla yhteisen lounaan yhteydessä. Vartin aikana liikutaan koko vartalon voimin joko seisten tai istuen omien tarpeiden mukaan. Ei ennakkoilmoittautumista. Ryhmä on avoin kaikille. Viimeinen jumppa viimeisen lounaan yhteydessä to 12.12.

Vanhusten Turva sr:
Ryhmästä ryhtiä
Liikuntaa, luontokokemuksia ja kulttuurielämyksiä +65-vuotiaille.

To 29.8. klo 13-15: Afrikkalainen tanssityttö, Delade international
Kokoonnumme Ryhmästä ryhtiä -ryhmän kanssa tanssimaan ja musiikkiesityksen. Ohjelmaa on myös kahvipöytä ja kahvit. Ryhmä on avoin kaikille +65-vuotiaille helsinkiläisille. Tila: Mellunmäki, Mellarissa. Tila: Mellunmäki, Mellarissa. Tila: Mellunmäki, Mellarissa.

To 29.8. klo 10-12: Sienestysretki Vuosaaren Mestaruudessa.
Aikavälisen ohjelman seuraksi. Tapahtuman Vuosaaren Mestaruudessa klo 9-12. Keskustellaan metsästä ja sen merkityksestä. Ilmoittautuminen Katarinalla viimeistään to 29.8.

Pe 30.9. klo 12.45-14.30: Lupihahden Lähde
Nähtävyt ja opastus mielenrenteytyksen näkökulmasta. Museo kuvaa siltä ajalta, jolloin muuttamassa olleita avoimiksi mielen hyvinvoinnin keskeiseksi. Museo on avoin yli 65-vuotiaille mielenrenteytyksen ry. Ilmoittautuminen Katarinalla viimeistään to 5.9.

Lisätietoa ja ilmoittautuminen:
katarina.ohberg@vanhustenturva.fi 0505576274
Tilaisuus on maksuton.
AB-mallitilille omistautuneena.

Helsinki
Helsingin kaupungin vanhuspalvelut

Kuva 12. Ote Ryhmästä ryhtiä -hankkeen omalta, uudistetulta sivulta

Aiemmin kaikki säätiöstä ja sen toiminnasta yleisesti kertova asia oli jaoteltu jopa viiden eri sivun alle – nyt uudistetulla sivustolla käyttäjä löytää samat tiedot yhden Tietoa säätiöstä -sivun alta. Säätiön missio, arvot, toiminta, historia sekä säännöt ja eettiset ohjeet on nyt koottu yhteen loogiseen paikkaan, josta ne löytyvät korkeintaan parilla klikkauksella. Tältä sivulta löytyy myös sekä säätiön henkilökunnan että hallituksen jäsenten esittelyt. Ne antavat säätiöstä lämminhenkisemmän ja lähestyttävämmän kuvan, jota käyttäjät arvostavat. Lisäksi tietoa pyrittiin jäsentelemään ja

visualisoimaan kiinnostavasti eri tavoin, jotta sivu ei ollut vain täynnä pitkää tekstiä, jota kukaan harvemmin pysähtyy lukemaan tarkasti. Esimerkkinä tästä kuvassa 13 näkyvät säätiön arvot, jotka visualisointiin vierekkäisiin laatikoihin symbolien ja tiiviiden tekstien avulla.

Säätiömme arvot



Välittäminen

Kohtaamme ikäihmiset arvostaen ja kunnioittaen, luomme mahdollisuuksia heidän osallisuudelleen ja osallistumiselleen sekä edistämme heidän hyvinvointiaan ja turvallisuuttaan.



Vastuullisuus

Olemme luotettava ja vastuuntuntoinen yhteistyökumppani ja palveluntarjoaja.



Vakuuttavuus

Toimintamme perustuu tutkittuun tietoon sekä hyväksi todettuihin käytäntöihin. Vaikutamme siihen, että ikäihmisillä on yhdenvertainen mahdollisuus toimia yhteiskunnassa.

Kuva 13. Tietoa säätiöstä -sivulle lisätty osio säätiön arvoista

Sivustolla oleva blogi pidettiin samanlaisena, eikä sinne tehty muutoksia. Routa CMS -alustan kautta suurten muutosten tekeminen blogin ulkoasuun oli haastavaa, ja sitä pidettiin muutenkin riittävän toimivana. Jopa blogin kokonaan piilottamisesta oli jonkin verran puhetta, sillä toimeksiantaja ei ollut juurikaan käyttänyt sitä pitkään aikaan, mutta blogi päädyttiin kuitenkin pitämään, sillä toimeksiantajan tavoitteena oli alkaa hyödyntämään sitä enemmän erilaisten uutisten ja tekstien julkaisuun.

Yhteystiedot-sivua selkeytettiin jaotteleamalla säätiön toiminnanjohtajan sekä työntekijöiden yhteystiedot eri osioihin. Sivulla oleva yhteydenottolomake todettiin toimivaksi, eikä siihen tarvinnut tehdä muutoksia.

Navigaation yksinkertaistamista tukivat sekä työpajaan osallistuneiden käyttäjien mielipiteet että säätiön työntekijöiden havainnointi heidän laajemman asiakaskuntansa tarpeista. Sivumäärän vähentämisen ja tiedon tiivistämisen kautta ylänavigaatio selkeytyi niin, että alavetovalikot voitiin poistaa ja jäljelle jäi vain muutama yläotsikko, joita klikkaamalla käyttäjä pääsee aiempaa helpommin löytämään haluamansa tiedon. Kuvassa 14 näkyy sivuston uusi ylänavigaatio, joka on huomattavasti yksinkertaisempi kuin aikaisempi.

[Etusivu](#) [Toimintamme](#) [Tietoa säätiöstä](#) [Blogi](#) [Yhteystiedot](#)

Kuva 14. Sivuston uusi ylänavigaatio

7 Yhteenveto ja pohdinta

Projektin lopputuloksena syntyivät uudistetut verkkosivut, jotka valmistuivat aikataulussa ja vastasivat toimeksiantajan asettamia vaatimuksia ja toiveita. Tämä ei olisi onnistunut, jos projektia ei olisi suunniteltu hyvin ja tavoitteita asetettu realistisesti.

Erityisesti huolellinen suunnittelu projektin alussa auttoi työn etenemistä ja tuki oikeiden ratkaisujen tekemistä prosessin aikana. Tämä osoitti, kuinka tärkeää on panostaa suunnitteluun jo projektin alkuvaiheessa, etenkin kun projekti halutaan toteuttaa nopealla aikataululla. Siitä, että tunsin toimeksiantajan hyvin jo etukäteen, oli todella paljon hyötyä opinnäytetyön tekemisessä ja yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujuikin hyvin.

Olen todella tyytyväinen siihen, että pääsin kehittämään omia taitojani niin verkkosivujen suunnittelussa kuin projektinhallinnassakin. Opin projektin aikana paljon verkkosivujen käyttäjälähtöisestä suunnittelusta ja toteutuksesta. Käyttäjälähtöisyyden merkitys korostui, kun tavoitteena oli tehdä verkkosivuista mahdollisimman selkeät ja helposti navigoitavat loppukäyttäjille. Käyttäjälähtöisyyden periaatteita noudatettiin muun muassa käyttäjäystävällisen navigoinnin suunnittelussa sekä sisällön selkeässä jäsentelyssä. Sekä toimeksiantajan että käyttäjien tarpeiden kuunteleminen ja heidän osallistamisensa olivat keskeisiä projektin onnistumisen kannalta.

Aito käyttäjälähtöisyys tarkoittaa kuitenkin käyttäjien osallistamista koko suunnitteluprosessin aikana jokaisessa vaiheessa. Tässä projektissa toimeksiantajan näkemykset otettiin hyvin huomioon, mutta loppukäyttäjää olisi voitu osallistaa vielä enemmän.

Jos tekisin projektin uudestaan, käyttäisin siihen enemmän työtunteja, jotta aikaa jäisi vielä enemmän käyttäjätutkimuksen sekä käyttäjätestaamisen tekemiseen. Käytetyn työajan nostaminen 30 tunnista 40 tuntiin olisi jättänyt enemmän aikaa käyttäjien kanssa vuorovaikutuksessa olemiseen.

Käyttäjää olisi voinut ottaa enemmän mukaan useissa eri projektin vaiheissa. Esimerkiksi käyttäjätutkimusta tehdessä olisi käyttäjätietoa voinut kerätä myös esimerkiksi henkilökohtaisten haastatteluiden kautta, minkä avulla olisi voinut kerätä vieläkin syvempää asiakasymmärrystä. Myös kyselyiden tai olemassa olevien sivujen käytettävyydestien kautta olisi voitu saada tarkempaa tietoa loppukäyttäjien tarpeista ja odotuksista.

Itse ratkaisun kehittämisvaiheessa taas käyttäjiä olisi voitu osallistaa esimerkiksi testaamalla tekemiäni rautalankamalleja, jos aikaa olisi ollut enemmän. Päädyin tekemään mahdollisimman pelkistetyt mallit, joista minun oli helpompi valita paras vaihtoehto, mutta käyttäjätestaukseen prototyyppien olisi täytynyt olla jäsennellympiä. Tähän olisi mennyt enemmän aikaa, mutta lopputulos olisi ollut enemmän aidosti käyttäjäystävällinen kuin nyt, kun testausta ei tehty.

Tällaiset toimenpiteet olisivat voineet tehdä projektista aidosti käyttäjälähtöisemmän ja varmistaa, että verkkosivut palvelevat loppukäyttäjää vielä paremmin. Tulevaisuudessa tällainen lähestymistapa on yhä tärkeämpi ottaa huomioon ja pohtia myös sitä, voisiko työajan venyttäminen ja isompien resurssien käyttäminen olla kannattavaa, jos lopputulos on käyttäjäystävällisempi.

Kokonaisuutena projekti oli onnistunut: toimeksiantaja oli tyytyväinen lopputulokseen ja opin uutta niin käyttäjälähtöisestä suunnittelusta, käyttöliittymäsuunnittelusta kuin projektinhallinnastakin. Tilaajaa jäi kuitenkin myös kehitykselle. Käyttäjien osallistamiseen ja heidän näkökulmiensa huomioimiseen voisi tulevaisuudessa kiinnittää yhä enemmän huomiota, mikä tekisi suunnitteluprosessista aidosti käyttäjälähtöisen. Jokainen projekti on mahdollisuus oppia ja parantaa prosesseja seuraavaa kertaa varten.

7.1 Jatkokehitysmahdollisuudet

Uudistetut verkkosivut ovat olleet käytössä elokuusta 2024 lähtien ja etusivulla oleva osio, jossa ilmoitetaan tulevista tapahtumista, ei ole välttämättä toimivin ratkaisu, kun tapahtumia on paljon. Tapahtumien määrä arvioitiin kehitysvaiheessa alakanttiin, ja tapahtumien esittämiseen voisi löytyä ratkaisu, joka on sekä käytettävyydeltään parempi että helpompi ylläpitää. Tämän osion jatkokehityksessä on kuitenkin syytä ottaa huomioon sekä käyttäjien tarpeet että säätiön henkilöstön taidot ja valita ratkaisu, joka ottaa molemmat huomioon. Vaihtoehtona tähän voisi olla esimerkiksi sähköinen kalenteri, jolle saattaisi löytyä vimpain Routa CMS -palvelusta. Myös Google-kalenterin upottaminen sivulle voisi olla mahdollista.

Sivuston saavutettavuutta voitaisiin myös edelleen parantaa esimerkiksi lisäämällä kuviin enemmän alt-tekstejä sekä saavutettavuusselitteellä. Näin sivustosta saataisiin entistäkin saavutettavampi ja käyttäjäystävällisempi kaikille käyttäjille. Myös sivuston jatkokehityksessä on tärkeää kiinnittää huomiota saavutettavuuden peruseräisiin, jotta se pysyy saavutettavana jatkossakin.

Käyttäjien kanssa pidetyn työpajan perusteella kävi ilmi, että käyttäjät arvostavat Vanhusten Turvan toiminnassa erityisesti heidän lämminhenkistä ja persoonallista otettaan toiminnan järjestämiseen, ja tämä tuntuukin olevan toimeksiantajan todellinen kilpailuetu verrattuna suurempiin toimijoihin, jotka ovat säätiön suoria kilpailijoita. Henkilökohtaista ja lämminhenkistä tunnelmaa verkkosivuilla voisi lisätä esimerkiksi kehittämällä työntekijöiden esittelyjä sekä lisäämällä kuvat kaikista työntekijöistä. Myös esittelyvideoiden lisääminen voisi houkutella lisää asiakkaita mukaan toimintaan.

Muita käyttäjiltä tulleita ehdotuksia, joihin ei tämän projektin puitteissa valitettavasti voitu käyttää enempää aikaa, ovat ”Usein kysytyt kysymykset” -osio, asiakaskokemusten ja arvosteluiden lisääminen verkkosivuille sekä hakutoiminnon lisääminen verkkosivuille. Nämä voisivat tuoda käyttäjille

lisäarvoa, joten jatkossa toimeksiantaja voi tehdä lisää käyttäjätutkimusta selvittääkseen, olisiko ominaisuuksien lisääminen verkkosivuille kannattavaa ja parantaisivatko ne todella käytettävyyttä.

Suosittelavaa olisi myös kerätä käyttäjiltä palautetta sivustosta jatkuvasti. Tämän avulla toimeksiantaja voi selvittää, mitä sivustolla voidaan vielä kehittää, jotta niistä tulee edelleen paremmat.

Lähteet

Alhonen, M., Drake, M., Immonen, M., Koskimäki, T. & Pöyhönen, M. 2023. Näin teet palvelumuotoilusta arkea. Haaga-Helia julkaisut 16/2023. Luettavissa: <https://julkaisut.haaga-helia.fi/nain-teet-palvelumuotoilusta-arkea/>. Luettu: 9.11.2024.

Aluehallintovirasto s.a. Digipalvelulain vaatimukset. Luettavissa: <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/>. Luettu: 15.11.2024.

Benyon, D. 2019. Designing User Experience. 4. painos. Pearson Education. Harlow, Englanti. E-kirja. Luettu: 8.11.2024.

Brown, M. 23.2.2024. Should You Run a Survey? Nielsen Norman Group Articles. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/should-you-run-a-survey/>. Luettu: 21.11.2024.

Eurostat 2023. Individual – devices used to access the internet. Luettavissa: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ci_dev_i_custom_13907543/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=1e21b691-56d5-4eb6-81ea-5e0f2c17d93e. Luettu: 28.11.2024.

Fessenden, T. 31.7.2022. Focus Groups 101. Nielsen Norman Group Articles. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/focus-groups-definition/>. Luettu: 21.11.2024.

Gibbons, S. 9.12.2018. Journey Mapping 101. Nielsen Norman Group Articles. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>. Luettu: 21.11.2024.

Gibbons, S. s.a. UX vs UI. Nielsen Norman Group Videos. Katsottavissa: <https://www.nngroup.com/videos/ux-vs-ui/>. Katsottu: 22.11.2024.

Harley, A. 16.2.2015. Personas Make Users Memorable for Product Team Members. Nielsen Norman Group Articles. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/persona/>. Luettu: 21.11.2024.

Heponiemi, T., Kainiemi, E. & Saukkonen, P. 8.8.2023. Digitaalisuus haastaa ikääntyneiden yhdenvertaisen palvelujen saannin. Vanhustyön Keskusliitto. Luettavissa: <https://vtkl.fi/digitaalisuus-haastaa-ikaantyneiden-yhdenvertaisen-palvelujen-saannin>. Luettu: 5.11.2024.

Identio Oy 2024. Käyttäjätutkimuksen ABC. Luettavissa: <https://identio.fi/blogi/kayttajatutkimuksen-abc/>. Luettu: 21.11.2024.

Ilveskoski, I. 16.8.2022. Rakenna hyvä asiakaskokemus (eli kaikki, mitä olet halunnut tietää aiheesta). Salesforce Blog Suomi. Luettavissa: <https://www.salesforce.com/fi/blog/2022/rakenna-hyva-asiakaskokemus.html>. Luettu: 21.11.2024.

Innanen, P. 17.2.2021. Asiakasymmärrystutkimus luo pohjaa palveluiden muotoilulle. Palvelumuotoilu Palo. Luettavissa: <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/asiakasymmarrystutkimus-luo-pohjaa-palveluiden-muotoilulle/>. Luettu: 9.11.2024.

Interaction Design Foundation 2016a. What is User Centered Design (UCD)? Luettavissa: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design>. Luettu: 8.11.2024.

Interaction Design Foundation 2016b. What is User Experience (UX) Design? Luettavissa: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design>. Luettu: 8.11.2024.

Invalidiliitto ry s.a. Saavutettavuus. Luettavissa: <https://www.invalidiliitto.fi/esteettomyys/tietoa-esteettomyydesta-ja-saavutettavuudesta/saavutettavuus>. Luettu: 15.11.2024.

Kendrick, A. s.a. Prototypes vs. Wireframes in UX Projects. Video. Katsottavissa: <https://www.nngroup.com/videos/prototypes-vs-wireframes-ux-projects/>. Katsottu: 1.6.2025.

Komulainen, S. 4.3.2021. Palvelumuotoilun menetelmä – havainnointi. Palvelumuotoilu Palo. Luettavissa: <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-havainnointi/>. Luettu: 21.11.2024.

Krug, S. 2006. Don't Make Me Think!: A Common Sense Approach to Web Usability. 2. painos. New Riders. Berkeley, Kalifornia. E-kirja. Luettu: 28.11.2024.

Laakso, L-K. & Kononen, H. 23.10.2022. Pahimmillaan yksinäisyys on ikäihmisen sosiaalinen kuolessa, mutta Liisa Kivelä, 85, nauttii vapaudesta: "En enää aloittaisi uutta liittoa". Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/a/74-20001850>. Luettu: 5.11.2024.

Nielsen, J. s.a. Why UX? (Jacob Nielsen keynote). Video. Katsottavissa: <https://www.nngroup.com/videos/why-ux-keynote/>. Katsottu: 13.11.2024.

Nielsen, J. & Norman, D. 8.8.1998. The Definition of User Experience (UX). Nielsen Norman Group Articles. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>. Luettu: 10.11.2024.

Oberoi, A. 27.9.2024. Deep Dive into Qualitative UX Research Methods. Looppanel. Luettavissa: <https://www.looppanel.com/blog/qualitative-ux-research-methods>. Luettu: 21.11.2024.

Oxford College of Marketing 2023. What is a PESTEL analysis? Luettavissa: <https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2016/06/30/pestel-analysis/>. Luettu: 9.11.2024.

Pernice, K. 18.12.2016. UX Prototypes: Low Fidelity vs. High Fidelity. Nielsen Norman Group Articles. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/ux-prototype-hi-lo-fidelity/>. Luettu: 6.1.2025.

Rosala, M. & Pernice, K. 17.9.2023. User Interviews 101. Nielsen Norman Group Articles. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/user-interviews/>. Luettu: 9.11.2024.

Saavutettavuuskirjasto Celia s.a. WCAG. Luettavissa: <https://www.saavutettavasti.fi/verkkosisaltojen-saavutettavuus/wcag/>. Luettu: 15.11.2024.

Schade, A. 4.5.2014. Responsive Web Design (RWD) and User Experience. Nielsen Norman Group Articles. Luettavissa: <https://www.nngroup.com/articles/responsive-web-design-definition/>. Luettu: 28.11.2024.

Service Design Tools s.a. Business Model Canvas. Luettavissa: <https://servicedesign-tools.org/tools/business-model-canvas> Luettu: 9.11.2024.

Suomen Digimarkkinointi Oy 2024. Saavutettavuusdirektiivi verkkosivuilla – mitä se tarkoittaa? Luettavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/saavutettavat-verkkosivut/>. Luettu: 15.11.2024.

The Design Council 2024. The Double Diamond. Luettavissa: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>. Luettu: 13.11.2024.

Thomsen, D. 21.1.2021. Why Human-Centered Design Matters. Wired. Luettavissa: <https://arl.human.cornell.edu/linked%20docs/HCD%20Matters.pdf>. Luettu: 8.11.2024.

Tilastokeskus 2024. Väestö ja yhteiskunta. Luettavissa: https://stat.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#vaeston-ikarakenne. Luettu: 5.11.2024.

Ullah, A. 27.7.2024. Importance of UI UX design for application – The ultimate guide! Reloadux. Luettavissa: <https://reloadux.com/blog/importance-of-ui-ux-design-for-application/>. Luettu: 22.11.2024.

Vanhusten Turva s.a. a. Tietoa säätiöstä. Luettavissa: <https://www.vanhustenturva.fi/tietoa-saatiosta>. Luettu: 7.11.2024.

Vanhusten Turva s.a. b. Säätiön historiaa. Luettavissa: <https://www.vanhustenturva.fi/historia>. Luettu: 7.11.2024.

World Wide Web Consortium 2023. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1. Luettavissa: <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>. Luettu: 15.11.2024.


World Wide Web Consortium 2024a. Introduction to Web Accessibility. Luettavissa:
<https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/>. Luettu: 15.11.2024.

World Wide Web Consortium 2024b. Accessibility Principles. Luettavissa:
<https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-principles/>. Luettu: 15.11.2024.

Liitteet

Liite 1. Uudistettujen verkkosivujen etusivu


[Etusivu](#) | [Toimintamme](#) | [Tilaa uutiskirje](#) | [Blogi](#) | [Yhteystiedot](#)




Vanhusten hyvinvoinnin edistäjä

Tutustu toimintaamme


Tutustu toimintaamme




Tiedon Tupa



Laitelainaamo



**Askel askeleelta kohti
yhdenvertaisuutta**



Ryhmästä ryhtiä


Joulukuussa tapahtuu

Joka ke klo 12.05-12.50
Seniorijumppa Lautasaaren kirkolla
Joka to klo 10.30-10.45
Lempössi Bikkelefi liikuntavarti Vuosaaren kirkolla
Ma 2.12. klo 15-19
Vapaan kirjasto, Kiveen hakotut
Ti 3.12. klo 10-11.30
Senioriryhmä Naapurustalo Mellartissa (ykskyn
viimainen)
Ti 3.12. klo 10-12
Laitelainaamo Seniori-info Helsinki (ykskyn viimeinen)

Tulossa tammikuussa

Joka ti klo 10-11.30
Senioriryhmä Naapurustalo Mellari 14.1. aikan
Joka ko klo 12.05-12.50
Seniorijumppa Lautasaaren kirkolla 8.1. aikan
To 9.1. klo 15-18
Luo Helsinki, Ilmoittaudu Katerinalle!
Ti 21.1. klo 13-14.30
Ruuvastaanorto, (Ilmoittaudu Päiville)

Ruoholahdenranta 1 D 308A, Helsinki



Tervetuloa

Ruoholahdenranta 1 D 308A, 00100 Helsinki

Vanhusten Turva sr Helsinki

Olemme voittoa tavoittelevan säätiön, jonka tavoitteena on edistää ikäihmisten hyvinvointia vähensäätiöä yksinäisyyden torjuntaa sekä tukemalla niin kotona kuin mielen hyvinvointia. Pyrimme voimaamaan ikäihmisten ajankohtaisiin tarpeisiin yhä digitaalisemmaksi muuttavassa maailmassa.

Järjestämme mm. digiteuvoontaa ympäri paikkakuntamme sekä liikunta- ja kulttuuritapahtumia Helsingissä. Toimipisteemme Tiedon Tupa sijaitsee Ruoholahdenranta 1 D:ssä Helsingin keskustassa. Säätiö omistaa myös palvelukoti Omnitalon Tammilassa.

Tilaa uutiskirjeemme

Haluatko pysyä ajan tasalla ja saada säännöllisesti uutiskirjeen, jossa tiedotamme tulevista tapahtumista ja muista säätiöön liittyvistä uutisista? Tilaa maksuton uutiskirjeemme, joka toimitetaan sinulle suoraan sähköpostin. Täytä vain sähköpostiosoitteesi alla olevaan lomakeeseen ja vahvista tilaus painamalla "Tilaa uutiskirje".

Tilaa uutiskirje

Sähköpostiosoitte:

Tilaa uutiskirje

Seuraa Vanhusten Turvaa sosiaalisessa mediassa

Päivitämme tietoa tulevista tapahtumista jatkuvasti Facebook-sivullemme, joten jos sinulla löytyy Facebook-tili, käy seuraamassa sivust!


Facebook:
[@vanhusten.turva.sr](#)

Lahjoitukset

Haluatko olla mukana tukemassa säätiöme toimintaa ikäihmisten hyvinvoinnin edistämiseksi?

Mikäli olet kiinnostunut testamenttilahjoituksen tekemisestä, pyydämme ottamaan yhteyttä Vanhusten Turvan toiminnanjohtajaan Mikko Kätkkäläeseen.

mikko.katkkala@vanhustenturva.fi
050 3599283



VANHUSTEN TURVA SR

Ruoholahdenranta 1 D 308A
00100 Helsinki

Y-tunnus: 0120720-6

Ota yhteyttä

[Lahjoitukset](#) | [Ilmoittautuminen](#) | [Terveystieteet](#)

[Tietoa säätiöstä](#) | [Kontaktit](#) | [Terveystieteet](#)