



Web-sivusto yritykselle Kvarkens Fisk

Joana Saarinen

Opinnäytetyö, AMK

Syyskuu 2025

Tieto- ja viestintätekniikan tutkinto-ohjelma (AMK)

Saarinen, Joana

Web-sivusto yritykselle Kvarkens Fisk

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. **Syyskuu 2025**, 30 sivua.

Tieto- ja viestintäteknikan tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kvarkens Fisk, Sundomissa toimiva yritys, joka valmistaa ja myy savustettuja kala- ja äyriäistuotteita. Yritys laajentaa toimintaansa kivijalkamyymälällä, minkä tueksi tarvittiin verkkosivusto. Tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa yritykselle modernit, responsiiviset ja helposti ylläpidettävät kotisivut, jotka tukevat markkinointia ja parantavat digitaalista näkyvyyttä.

Opinnäytetyö toteutettiin tutkimuksellisena kehitystyönä, jossa yhdistyvät käytännön kehittämistoimenpiteet ja tutkimuksellinen lähestymistapa. Työssä keskityttiin käytännön ongelman ratkaisuun ja samalla tuotettiin uutta, perusteltua tietoa toimeksiantajan käyttöön.

Verkkosivusto toteutettiin WordPress-julkaisujärjestelmän avulla, hyödyntäen valmista Astra-teemaa ja Elementor-sivunrakennustyökalua. Sivustolle rakennettiin selkeä rakenne, joka sisältää yrityksen esittelyn, tuotevalikoiman, historian sekä yhteydenottolomakkeen. Hakukoneoptimointi toteutettiin Yoast SEO -lisäosalla, ja sivuston tietoturvaa parannettiin muun muassa kaksivaiheisella tunnistautumisella ja varmuuskopioinnilla.

Työn tuloksena syntyi toimiva ja visuaalisesti käytännöllinen verkkosivusto, joka toimii sujuvasti eri laitteilla ja selaimilla. Sivusto testattiin sekä työpöytä- että mobiililaitteilla. Toimeksiantajalle toimitettiin myös koulutusmateriaali, jonka avulla sivuston ylläpito onnistuu itsenäisesti. Verkkosivusto tukee yrityksen liiketoiminnan kasvua ja vahvistaa sen brändiä digitaalisessa ympäristössä.

Avainsanat (asiasanat)

Verkkosivut, WordPress, Elementor

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

-

Saarinen, Joana

Website for the company Kvarkens Fisk

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, September 2025, 30 pages.

Degree Programme in Information and Communication Technology. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

Kvarkens Fisk is a company based in Sundom, specializing in the production and sale of smoked fish and seafood products. The company is expanding its operations with a physical retail store, which created the need for a new website. The goal was to design and implement a modern, responsive, and easily maintainable website that supports marketing efforts and enhances digital visibility.

The thesis was carried out as research-based development work, combining practical development actions with a research-oriented approach. The focus was on solving a real-world problem while simultaneously producing new, well founded information for the client's use.

The website was developed using the WordPress content management system, utilizing the Astra theme and the Elementor page builder. A clear site structure was created, including company presentation, product catalog, history section and a contact form. Search engine optimization was carried out using the Yoast SEO plugin, and site security was improved through measures such as two-factor authentication and regular backups.

As a result, a functional and visually appealing website was created, compatible with various devices and browsers. The site was thoroughly tested on both desktop and mobile platforms. Training materials were also provided to the client, enabling independent site maintenance. The website supports company's business growth and strengthens its brand presence in the digital environment.

Keywords/tags (subjects)

Websites, WordPress, Elementor

Miscellaneous (Confidential information)

-

Sisältö

1	Johdanto	4
1.1	Taustaa ja toimeksiantaja	4
1.2	Tehtävä ja tavoitteet.....	4
1.3	Tutkimuksellinen kehittämistyö.....	5
2	Web sivujen suunnittelu - ja toteutus	5
2.1	Verkkosivujen merkitys yrityksille.....	5
2.2	Responsiivinen web-suunnittelu.....	6
2.3	Käytettävyys.....	7
2.4	Hakukoneoptimointi	8
3	Käytetyt teknologiat ja työkalut	9
3.1	Julkaisujärjestelmät	9
3.2	WordPress.....	10
3.2.1	Teemat	10
3.2.2	Lisäosat.....	11
3.3	Elementor	11
3.4	Webhotelli ja verkkotunnus.....	12
4	CASE: Kvarkens Fisk	13
4.1	Suunnitteluprosessi	13
4.1.1	Tavoitteiden määrittely	13
4.1.2	Ulkoasun suunnittelu	13
4.2	Tekninen toteutus.....	14
4.2.1	Web-hotellin ja verkkotunnuksen valinta	14
4.2.2	Julkaisujärjestelmän valinta	14
4.2.3	Teeman valinta	15
4.2.4	Yhteydenottolomake.....	16

4.3	Valmis sivusto	17
4.3.1	Etusivu	17
4.3.2	Tuotteet.....	18
4.3.3	Yhteystiedot	19
4.3.4	Historia	20
4.3.5	Sivuston hakukoneoptimointi.....	21
4.3.6	Tietoturva	22
4.4	Testaus.....	24
4.4.1	Työpöytälaitteet	24
4.4.2	Mobiili.....	25
5	Käyttäjien koulutus	26
6	Tulokset ja pohdinta	28
	Lähteet	29

Kuviot

Kuvio 1. Wordpress hallintapaneeli.....	10
Kuvio 2. Lisäosien lataaminen	11
Kuvio 3. Mallipohjan valitseminen	16
Kuvio 4. Lomakkeen kenttien valinnat	17
Kuvio 5. Tuotteet-osio	19
Kuvio 6. Yhteudenotto-sivu	20
Kuvio 7. Historia-sivu	21
Kuvio 8. Google hakutulokset.....	22
Kuvio 9. All-in-One WP Migration -lisäosa.....	23
Kuvio 10. Authenticator vahvistus.....	24
Kuvio 11. Kaksivaiheinen tunnistautuminen -lisäosa	24
Kuvio 12. Yhteystiedot mobiilinäkymässä	26
Kuvio 13. Kuvakaappaus koulutusvideosta ”Kuinka käyttää hallintapaneelia”	27

1 Johdanto

1.1 Taustaa ja toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kvarkens Fisk, Sundomista kotoisin oleva yritys, jonka pääasiallinen liiketoiminta koostuu kala- ja äyriäistuotteiden savustamisesta. Nykyinen omistajataho on toiminut yrityksessä vuodesta 2021 lähtien. Kesällä 2025 yritys aikoo laajentaa toimintaansa perustamalla kivijalkamyymälän, jossa savustamon tuotteita myydään suoraan kuluttajille.

Tällä hetkellä Kvarkens Fiskillä ei ole verkkosivuja markkinointinsa tukena, mikä rajoittaa yrityksen kykyä tavoittaa laajempaa asiakaskuntaa. Tiedottaminen, tuotteet ja yhteystiedot löytyvät tällä hetkellä ainoastaan heidän Facebook-sivuiltansa, mikä ei kata kaikkia markkinoinnin tarpeita.

1.2 Tehtävä ja tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa Kvarkens Fisk -yritykselle modernit, selkeät ja responsiiviset kotisivut, jotka tukevat yrityksen markkinointia ja vahvistavat sen näkyvyyttä. Verkkosivuston tarkoituksena oli toimia paitsi tiedonvälityksen välineenä, myös yrityksen brändin rakentamisen ja asiakaskokemuksen kehittämisen tukena. Huomiota kiinnitettiin siihen, että sivusto olisi visuaalisesti houkutteleva, helposti navigoitava ja toimisi sujuvasti eri laitteilla, erityisesti mobiililaitteilla, joiden käyttö on yhä yleisempää.

Sisällön osalta keskeisiksi elementeiksi nousivat yrityksen tuotevalikoiman esittely, yrityksen historian kertominen sekä yhteydenottolomakkeen toteuttaminen, jonka avulla asiakkaat voivat ottaa helposti yhteyttä. Sivuston rakenne ja sisältö suunniteltiin niin, että ne vastaavat sekä nykyisten asiakkaiden tarpeisiin että houkuttelevat uusia asiakkaita.

Teknisen toteutuksen osalta valittiin WordPress-julkaisujärjestelmä, joka tarjoaa joustavan ja käyttäjäystävällisen alustan verkkosivujen rakentamiseen. WordPress mahdollistaa sen, että toimeksiantaja voi jatkossa itse päivittää ja muokata sivustoa ilman syvällisempää teknistä osaamista.

Pääasiallinen tarkoitus oli vastata yrityksen tarpeeseen luoda verkkosivusto, joka tukee yrityksen kasvua, parantaa näkyvyyttä ja tarjoaa asiakkaille selkeän, informatiivisen ja helposti saavutettavan kanavan yrityksen palveluihin.

1.3 Tutkimuksellinen kehittäminen

Opinnäytetyö toteutettiin tutkimuksellisena kehittämistyönä, jossa yhdistyvät käytännön kehittämistoimenpiteet ja tutkimuksellinen ote. Tutkimuksellisessa kehittämisessä pääpaino on käytännön ongelmien ratkaisemisessa, mutta samalla pyritään tuottamaan perusteltua ja käyttökelpoista tietoa (Toikko & Rantanen 2009, 22–23).

Toikon ja Rantasen (2009, 22–23) mukaan tutkimuksellinen kehittämistoiminta ei ole pelkästään tutkimustiedon soveltamista, vaan uuden tiedonmuodostuksen tapa, jossa tutkimus toimii avustavassa roolissa ja tavoitteena on konkreettinen muutos. Tässä työssä kehittämisen kohteena oli yrityksen verkkonäkyvyyden parantaminen verkkosivuston avulla, ja kehittämisprosessi eteni suunnitelmallisesti ideasta toteutukseen, testaukseen ja koulutukseen.

Verkkosivuston toteutus perustui työelämästä nousseeseen tarpeeseen, ja sen suunnittelussa hyödynnettiin alan teoreettista tietoa muun muassa käytettävyydestä, responsiivisuudesta ja hakukoneoptimoinnista. Lisäksi tuotettiin uutta, toimeksiantajalle käyttökelpoista koulutusmateriaalia sivuston ylläpitoon. Tämä vastaa Toikon ja Rantasen (2009, 22–23) määritelmää tutkimuksellisesta kehittämistoiminnasta, jossa kehittämistoiminta ja tiedontuotanto tukevat toisiaan.

2 Web sivujen suunnittelu - ja toteutus

2.1 Verkkosivujen merkitys yrityksille

Verkkosivut ovat nykypäivänä olennainen osa yrityksen näkyvyyttä, asiakaskokemusta sekä kilpailukykyä. Ne toimivat digitaalisena käyntikorttina, jonka kautta asiakkaat löytävät sen tuotteet ja palvelut ajankohdasta riippumatta. Ne toimivat myös ensimmäisenä kontaktipintana ja vaikuttaa

suoraan ensivaikutelman syntymiseen. Visuaalisuus, käytettävyys sekä yhtenäinen brändi-ilme rakentavat yrityksen luotettavuutta ja tunnettuutta. Nykyaikaisessa liiketoiminnassa verkkosivut eivät ole enää pelkkä pakollinen lisä, vaan keskeinen tekijä yrityksen menestymiselle. (Päätaalo 2024.)

Verkkosivusto antaa usein ensivaikutelman yrityksestä mahdollisille asiakkaille. Sivusto on sekoitus brändiä, visuaalisuutta ja sisältöä, joka ohjaa käyttäjiä haluttuihin toimenpiteisiin, esimerkiksi ostamaan tuotteita tai ottamaan yhteyttä. Laadukas verkkosivusto houkuttelee visuaalisuudellaan, on selkeärakenteinen, helposti navigoitava, nopeasti latautuva ja saavutettavissa eri käyttäjäryhmille. Se myös tukee yrityksen liiketoimintaa ja vahvistaa brändiä. (Bistricer 2025.)

Nopea käyttökokemus on myös tärkeä osa sivustoa ja se sitouttaa käyttäjää pysymään sivustolla. Useat käyttäjät odottavat, että sivusto latautuu alle 2 sekunnissa. Jo kolmen sekunnin latausaika nostaa käyttäjien poistumisen 32 prosenttiin. Kuuden sekunnin kohdalla poistumisprosentti on jopa 106 prosenttia. (Ylinen n.d.)

2.2 Responsiivinen web-suunnittelu

Erilaiset päätelaitteet ovat lisääntyneet kuluttajien keskuudessa ja yhä useammin nettisivujen selaamiseen käytetään mobiililaitteita, kuten älypuhelimia ja tabletteja. Sen vuoksi erilaiset päätelaitteet tulisi ottaa huomioon sivustoa suunnitellessa. Responsiivinen suunnittelu takaa sen, että sivusto mukautetaan erilaisille laitteille sopivaksi. Tämä taas takaa parhaan käyttökokemuksen. (Myllyaho n.d.)

Viime vuosien käyttötottumusten muutos internetin saralla on tehnyt responsiivisesta suunnittelusta entistä tärkeämpää. Kehitystä on lisännyt sosiaalisen median suosion kasvu, jonka aikana useampia sosiaalisen median palveluita on suunniteltu käytettävän älypuhelimilla, ja tämä on korvannut pöytätietokoneet sekä ajan kuluessa korvaa myös kannettavat tietokoneet. Responsiivisen suunnittelun ansiosta tekstien luettavuus säilyy ja sivusto näkyy oikein eri kokoisilla näyttöruuduilla. Käytettävyydellä pystytään vaikuttamaan vierailijan mielikuviin ja päätöksiin, sekä siihen miten julkaistu sisältö pystytään välittämään heille. Nykypäivänä responsiivisuus on websivustojen perusominaisuus, joka on sivuston tavoitteiden saavuttamiseksi välttämätöntä. (Juslén n.d.)

Verkkoliikenteen tilastopalveluja tarjoavan Statcounterin mukaan verkkoliikenteen jakautuminen päätelaitteiden välillä Suomessa huhtikuussa 2025 oli seuraavanlainen: tietokoneiden osuus oli 62,53 %, mobiililaitteiden 36,39 % ja tablettien 1,08 %. Tilasto poikkeaa maailmanlaajuisesta sekä eurooppalaisesta jakaumasta, joissa mobiililaitteiden käyttö oli jo ohittanut tietokoneet. (Desktop vs Mobile vs Tablet Market share Finland 2025.)

Käytettyjen selainten osuudessa Suomessa näkyi merkittävä ero. Ylivoimaisesti käytetyin selain oli Google Chrome, jonka osuus oli 67,88 %. Seuraavina tuli Safari 11,78 % sekä Firefox 9,56 % osuuksilla. Tämän datan perusteella voidaan todeta, että verkkosivustoja suunniteltaessa on kiinnitettävä erityistä huomiota sivustojen responsiivisuuteen sekä eri selainten yhteensopivuuteen. (Browser market share Finland 2025.)

2.3 Käytettävyys

Käytettävyydellä tarkoitetaan sitä, miten helppoa ja miellyttävää verkkopalvelun käyttäminen on. Hyvä käytettävyys parantaa käyttökokemusta, lisää sivuston luotettavuutta ja voi vaikuttaa merkittävästi asiakkaan päätöksiin. Usein yksinkertaiset ja selkeät sivut pärjäävät parhaiten, sillä ne ovat helppokäyttöisiä, visuaalisesti miellyttäviä ja vastaavat käyttäjien odotuksia. (The principles of website usability 2021.)

Verkkosivuston käytettävyydessä pitää ottaa huomioon monia asioita, joista muutamia mainittavia periaatteita ovat luotettavuus, selkeys, tunnettavuus. Selkeys on verkkosivuston käytettävyyden keskiössä. Käyttäjä tulee verkkosivustolle yleensä tavoitteenaan löytää tai toteuttaa jotain tiettyä asiaa. Jos sivuston ulkoasu tai rakenne aiheuttaa hämmennystä, voi käyttäjä turhautua ja poistua löytämättä etsimäänsä. (The principles of website usability 2021.)

Helppokäyttöisen websivuston peruseriaatteen on tiivistänyt Krug (2006) seuraavasti; ”Älä pakota minua ajattelemaan.” Tämä tarkoittaa sitä, että web-sivusto on niin päivänselvä kuin inhimillisesti katsoen on mahdollista. Käyttäjän pitäisi ymmärtää miten sivustoa käytetään ilman, että se kuluttaisi energiaa ajattelemiseen. (Krug 2006, 11).

Ihmiset eivät pidä siitä, että he joutuvat pohtimaan miten jokin asia suoritetaan. Jos asioista ei tehdä ilmiselviä, voi se horjuttaa käyttäjän luottamusta sivustoon ja julkaisijoihin sen takana. Kognitiivinen kuorma lisääntyy jokaisen kysymysmerkin kohdalla ja tämä vie huomion pois suoritettava tehtävästä. Häiriötekijöitä voi olla vähän, mutta niiden kasaantuessa yhteisvaikutus on suuri. Internetissä turhautunut käyttäjä löytää kilpailijan yhden napsautuksen päästä. (Krug 2006, 14–18.)

Sivuston käytettävyyteen vaikuttaa myös sen latausnopeus, johon voidaan vaikuttaa esimerkiksi kuvien koon optimoinnilla. Kuvien oikea koko on tärkeä osa verkkosivuston suorituskykyä. Liian suuret kuvat hidastavat sivujen latautumista, mikä voi heikentää käyttökokemusta ja vaikuttaa negatiivisesti sivuston näkyvyyteen hakukoneissa. Siksi kuvat kannattaa pienentää jo ennen niiden lisäämistä sivustolle. Kuvankäsittelyohjelmilla voidaan säätää sekä kuvan mittoja että pakkausasetta, jolloin tiedostokoko pienenee ilman merkittävää laadun heikkenemistä. Lisäksi eri tiedostomuodot sopivat eri käyttötarkoituksiin: valokuvat tallennetaan yleensä JPG-muodossa, kun taas logot ja grafiikka toimivat parhaiten PNG-formaatissa. Oikein valitut ja optimoidut kuvat parantavat sivuston nopeutta ja tukevat sen toimivuutta kaikilla laitteilla. (Ylinen n.d.)

2.4 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi, eli SEO (search engine optimisation) tarkoittaa verkkosivuston kehittämistä niin, että se näkyy paremmin hakukoneiden, kuten Googlen hakutuloksissa. Tavoite on, että sivusto löytyisi helposti silloin, kun mahdollinen asiakas etsii siihen liittyvää tietoa tai palvelua verkossa. Mitä paremmin sivusto vastaa hakukoneiden kriteereihin, sitä korkeammalle se sijoittuu hakutuloksissa. Oli kyse sitten tuotteista, palveluista tai kuvista, verkosta haetaan nykyään kaikkea. Jos yrityksen kotisivu ei löydy hakutulosten kärjestä, asiakas löytää todennäköisimmin kilpailijan palvelun. (Hakukoneoptimointi n.d.)

Hakukoneoptimointia voidaan parantaa esimerkiksi avainsanojen avulla. Avainsanoilla tarkoitetaan sanoja tai lauseita, joiden avulla käyttäjät löytävät sivustolle. Oikein valittujen avainsanojen ansiosta ihmiset löytävät sivustolle Google-haun jälkeen. Avainsanojen valintaa edellyttää avainsanatutkimus, jossa selvitetään mitä hakusanoja ihmiset käyttävät hakukoneita käyttäessään. Sen

avulla ymmärretään, miten käyttäjät hakevat juuri niitä asioita, joita yritys tarjoaa. Tärkeää on selvittää, mitkä sanat tuovat verkkosivustolle eniten liikennettä pienimmällä kilpailulla. Tämän jälkeen avainsanat sijoitetaan sivuston sisältöön mm. otsikoihin, metatietoihin ja teksteihin. (Ylinen n.d.)

3 Käytetyt teknologiat ja työkalut

3.1 Julkaisujärjestelmät

Julkaisujärjestelmä, eli CMS (content management system) on työkalu, jolla käyttäjä voi luoda ja hallinnoida verkkosivuston sisältöä ilman teknistä osaamista. Järjestelmä mahdollistaa sivujen rakentamisen ilman koodin kirjoittamista, mikä tekee siitä helppokäyttöisen myös teknisesti kokemattomille käyttäjille. Julkaisujärjestelmä huolehtii teknisestä infrastruktuurista, kuten sivupohjista sekä tietojen tallentamisesta, jotta käyttäjä voi keskittyä itse sisällön kehittämiseen.

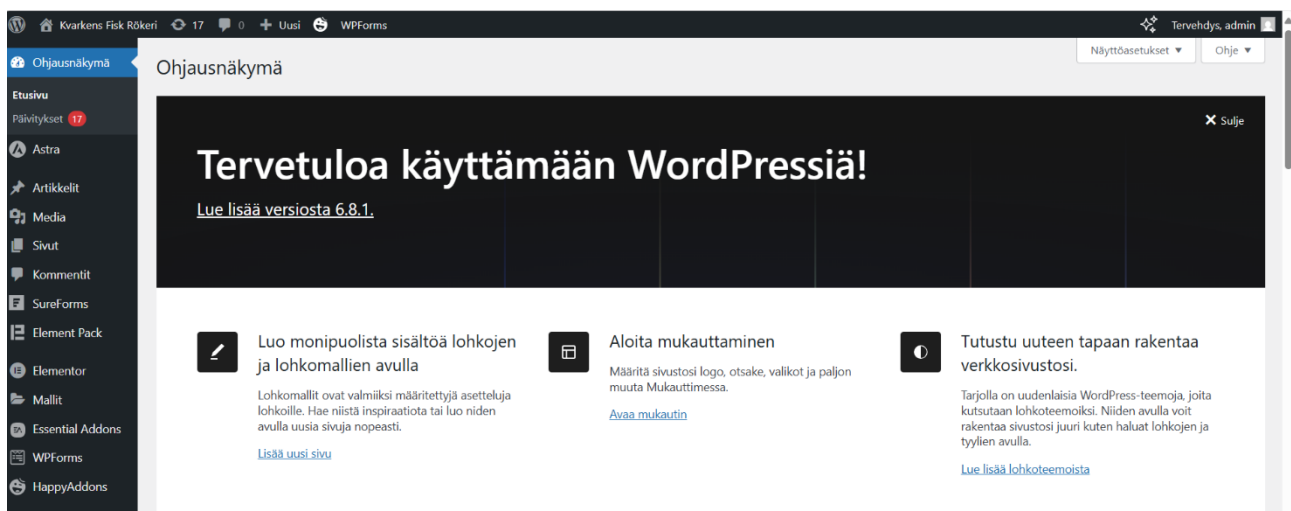
(Julkaisujärjestelmät n.d.)

Julkaisujärjestelmät ovat uudistaneet verkkosivujen ylläpidon ja päivityksen. Useimmissa julkaisujärjestelmissä on valmiita ulkoasupohjia, joita voi omien tarpeidensa mukaan muokata. Koodaamisesta ei siis tarvitse lähteä tekemään nollasta. Lisäksi ulkoasupohjia voi laajentaa lisäosien ja integraation avulla. Järjestelmien avulla voidaan luoda monenlaisia verkkosivustoja, kuten blogeja, verkkokauppoja, verkkokursseja tai yksinkertaisia portfolioita.

Julkaisujärjestelmä on siis eräänlainen hallintapaneeli, jonka avulla sivuston sisältöä päivitetään ja ylläpidetään. Tunnetuimpia julkaisujärjestelmiä ovat mm. WordPress, Joomla, Drupal sekä Magento. Näistä kaksi ensin mainittua tarvitsevat tietokannan toimiakseen, joten se tulisi ottaa huomioon valitessa webhotellia. (Julkaisujärjestelmät n.d.)

3.2 WordPress

WordPress on vuonna 2003 Mike Littlen sekä Matt Mullenwegin luoma avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmä, jolla on luotu yli 43 % maailman nettisivuista. Sen suosio perustuu sen helppokäyttöisyyteen ja monipuolisiin ominaisuuksiin, joiden ansiosta sivuston luominen onnistuu ilman suurempaa teknistä osaamista. WordPressin muihin vahvuuksiin kuuluvat helppo asennus, laaja valikoima ladattavia teemoja ja lisäosia sekä käyttöliittymä, joka on saatavilla yli 70 eri kielelle. Sen avulla on mahdollista luoda kaikenlaisia sivustoja, kuten blogeja, verkkokauppoja, foorumeita tai portfolioita. (About WordPress n.d.)



Kuvio 1. Wordpress hallintapaneeli

3.2.1 Teemat

WordPress -teema määrittää sivuston visuaalisen ilmeen. Se sisältää kaiken väreistä fontteihin sekä sivuston asetteluun. Kaikki mitä sivustolla näet, on muotoiltu kulloisenkin teeman mukaan. Tänä päivänä WordPress tarjoaa jopa 13 000 ilmaista teemaa, joiden pohjalta käyttäjät voivat muokata omanlaisensa verkkosivuston. Teeman valintaan vaikuttavia asioita ovat teeman design, nopeus ja ominaisuudet. Oikein valittu WordPress teema tekee sivustosta houkuttelevan ja helppokäyttöisen, sekä sitouttaa käyttäjiä. (Haim 2025.)

3.2.2 Lisäosat

WordPress -lisäosat ovat ohjelmistoja, joiden avulla verkkosivuston toiminnallisuuksia voidaan laajentaa ilman koodin muokkausta. Lisäosien avulla verkkosivustolle voidaan helposti lisätä uusia toimintoja, kuten vaikka ajanvarauskalenteri tai yhteydenottolomake. Ilmaisia lisäosia on tarjolla yli 50000, joten käyttäjän on vain löydettävä se itselleen sopivin lukuisien vaihtoehtojen joukosta. Lisäosien valinnassa on tärkeää huomioida lisäosan päivityshistoria, yhteensopivuus WordPressin uusimman version kanssa sekä käyttäjäarviot. Lisäksi turvallisuuteen on kiinnitettävä erityistä huomioita. Huolimattomasti luodut lisäosat aiheuttavat tietoturvariskin, joten olisi suositeltavaa laadata ainoastaan tunnetuista lähteistä hankittuja ja hyvin ylläpidettyjä lisäosia. (What is: Plugin n.d.)

The screenshot shows the WordPress plugin directory interface. At the top, there are navigation tabs: 'Suositellut', 'Suositut', 'Suositellut', 'Sinun suosikkisi', and 'For Elementor'. A search bar contains 'Etsi lisäosia' and a dropdown menu shows 'Avainsana'. Below the navigation, there is a brief instruction: 'Lisäosat laajentavat WordPressin ominaisuuksia tai lisäävät siihen uusia toimintoja. Voit asentaa lisäosia suoraan WordPressin lisäosahakemistosta tai voit siirtää ja asentaa lisäosan .zip-muodossa napsauttamalla sivun yläosassa olevaa painiketta.'

Four plugin cards are displayed in a grid:

- Akismet Anti-spam: Spam Protection**: 'The best anti-spam protection to block spam comments and spam in a contact form. The most trusted antispam solution for WordPress and WooCommerce.' Author: Automattic. Rating: 4.5 stars (1124 reviews). Last updated: 5 päivää sitten. 'Yhteensopiva sinun WordPress-versiosi kanssa'.
- Jetpack – WP Security, Backup, Speed, & Growth**: 'Improve your WP security with powerful one-click tools like backup, WAF, and malware scan. Includes free tools like stats, CDN and social sharing.' Author: Automattic. Rating: 4.5 stars (2315 reviews). Last updated: 6 päivää sitten. 'Yhteensopiva sinun WordPress-versiosi kanssa'.
- Health Check & Troubleshooting**: 'Health Check identifies common problems, and helps you troubleshoot plugin and theme conflicts.' Author: WordPress.org. Rating: 4.5 stars (169 reviews). Last updated: 10 kuukautta sitten. 'Tätä lisäosaa ei ole testattu WordPress-versiosi kanssa'.
- Gutenberg**: 'The Gutenberg plugin adds editing, customization, and site building to WordPress. Use it to test beta features before their official release.' Author: Matias Ventura. Rating: 4.5 stars (3820 reviews). Last updated: 3 viikkoa sitten. 'Tätä lisäosaa ei ole testattu WordPress-versiosi kanssa'.

Kuvio 2. Lisäosien lataaminen

3.3 Elementor

Elementor on yksi WordPressin suosituimmista lisäosista, ja se toimii visuaalisena sivunrakennustyökaluna, joka perustuu niin sanottuun, vedä ja pudota -periaatteeseen. Kyseessä ei ole varsinai-

sesti valmis teema, vaan enemmänkin elementtikirjasto, jonka avulla käyttäjä voi rakentaa yksilöllisiä verkkosivupohjia. Elementor on yhteensopiva myös valmiiden teemojen kanssa, mikä mahdollistaa sen hyödyntämisen erilaisissa verkkosivuprojekteissa. (Elementor 2025.)

Elementorista on saatavilla sekä maksuton että maksullinen versio. Tässä projektissa pyrittiin minimoimaan kustannukset ja säilyttämään verkkosivuston rakenne mahdollisimman yksinkertaisena. Tämän vuoksi työssä hyödynnetään valmista mallipohjaa sekä Elementorin ilmaista versiota ja siihen saatavilla olevia lisäosia. Vaikka maksullinen versio tarjoaisi laajemman valikoiman toiminnallisuuksia, arvioidaan ilmaisen version olevan riittävä projektin tavoitteiden saavuttamiseksi.

3.4 Webhotelli ja verkkotunnus

Verkkosivuston ylläpitäminen internetissä edellyttää kahden palvelun hankintaa: webhotellia ja verkkotunnusta. Webhotelliksi kutsutaan palvelintilaa, jonka käyttäjä vuokraa palveluntarjoajalta tallentaakseen ja ylläpitääkseen verkkosivustoansa. Verkkotunnuksella tarkoitetaan verkkosivuston yksilöllistä osoitetta, jolla sivustolle pääsee. Voi siis ajatella, että verkkotunnus on kuin katuosoite ja webhotelli talo, johon osoite johtaa. Verkkotunnus ja webhotelli ovat välttämättömät toimivan sivuston rakentamiseksi, ne luovat pohjan, jonka päälle sivusto voidaan rakentaa. (Domain247, 2023.)

Yleensä webhotelleja tarjoavat palvelut ovat valmiiksi räätälöineet valmiita paketteja, joista kuluttaja voi valita tarpeisiinsa sopivan. Webhotellia valitessa on tärkeää huomioida käytössä oleva tallennustila, sekä mahdollisuus sen lisäämiselle. Toinen huomioitava asia on sivuston liikennemäärä. Määrän arviointi voi olla haastavaa, joten olisi suositeltavaa arvioida tämä aluksi hieman yläkanttiin. Jos valittu webhotelli ei vastaa tarpeita, voi sitä myöhemmin päivittää kevyempään tai tehokkaampaan pakettiin. (Domain247, 2023.)

4 CASE: Kvarkens Fisk

4.1 Suunnitteluprosessi

4.1.1 Tavoitteiden määrittely

Projekti käynnistettiin suunnittelupalaverilla, jossa toimeksiantajan edustajan kanssa käytiin läpi verkkosivuston sisällölliset ja toiminnalliset vaatimukset. Tapaamisessa korostui erityisesti tarve responsiiviselle toteutukselle, sillä sivuston tuli toimia moitteettomasti eri päätelaitteilla, kuten tietokoneilla, tableteilla ja älypuhelimilla. Ulkoasun ja värimaailman suunnitteluun annettiin vapaat kädet, sillä yrityksellä ei ollut vielä vakiintunutta visuaalista brändi-ilmettä. Tämä mahdollisti luovan lähestymistavan, jossa visuaaliset ratkaisut voitiin suunnitella puhtaasti käytettävyyden ja esteettisyyden näkökulmasta.

Toimeksiantaja sitoutui toimittamaan tarvittavat sisällöt, kuten tekstit ja kuvat, jotta sivuston rakentaminen voitiin aloittaa suunnitellussa aikataulussa. Julkaisulle asetettiin tavoitteeksi heinäkuu 2025, mikä määritteli projektin etenemisen ja vaiheistuksen. Suunnitteluvaiheessa huomioitiin myös tuleva sisällönhallinta, ja valittiin tekniset ratkaisut, jotka mahdollistavat sivuston helpon ylläpidon ja jatkokehityksen ilman syvällistä teknistä osaamista.

4.1.2 Ulkoasun suunnittelu

Ulkoasun suunnittelussa hyödynnettiin toimeksiantajalta saatuja esimerkkejä sivustoista, jotka olivat visuaalisesti ja sisällöllisesti heidän mieleensä. Vaikka suunnitteluun annettiin vapaat kädet, referenssien avulla saatiin arvokasta tietoa siitä, millaista tunnelmaa ja käytettävyyttä asiakas toivoi. Näiden pohjalta lähdettiin rakentamaan verkkosivuston väripalettia, typografiaa ja sivuasettelua. Huomiota kiinnitettiin selkeyteen ja yksinkertaisuuteen, jotta sivusto olisi helposti navigoitava myös mobiililaitteilla. Visuaalisen ilmeen suunnittelussa pyrittiin luomaan rauhallinen ja ammattimainen kokonaisuus, joka tukee yrityksen savustamotuotteiden laadukasta mielikuvaa. Ulkoasun suunnittelussa korostui myös muokattavuuden merkitys. Koska yrityksen brändi-ilme oli vasta kehityksessä, oli tärkeää, että sivuston visuaalinen rakenne olisi helposti päivitettävissä tulevaisuudessa.

4.2 Tekninen toteutus

4.2.1 Web-hotellin ja verkkotunnuksen valinta

Web-hotelleista tehtiin vertailuja, joissa tarkasteltavia asioita olivat kotimaisuus, käyttäjätuki, hintataso sekä arvostelut. Näiden kriteerien perusteella palveluntarjoajaksi valikoitui Louhi. Yrityksellä on yli 20 000 asiakasta joista 97 % suosittelee palveluita. Sen palvelinlaitteet sijaitsevat Suomessa ja kotimaisuudesta kertoo sivustolta löytyvä Avainlippu-merkki. Yrityksen kautta sai myös rekisteröityä domainin, eli verkkotunnuksen. (Louhi 2025).

Verkkosivuston domainin huolellinen valitseminen on tärkeää yrityksen identiteetin kannalta. Samoin kuin ulkoasu, myös verkkosivuston osoite on osa yrityksen ensivaikutelmaa. Huolellisesti valittu verkkotunnus on helppo muistaa ja se tekee sivuston tarkoituksesta ymmärrettävän. (How to choose a domain name, 2023)

Verkkotunnuksen valinnassa pyrittiin erityisesti siihen, että osoite olisi helposti muistettava ja selkeästi yhdistettävissä yrityksen toimintaan. Tunnukseksi valittiin nimi, joka kuvastaa sekä yrityksen identiteettiä että sen savustamopalvelua. Valinta tehtiin Louhi-palvelun kautta, jossa verkkotunnuksen saatavuus voitiin tarkistaa ja rekisteröinti hoitaa vaivattomasti. Verkkotunnukseksi muotoutui lopulta www.kvarkensfiskrokeri.fi.

4.2.2 Julkaisujärjestelmän valinta

Toimeksiantaja valitsi verkkosivuston julkaisujärjestelmäksi WordPressin, sillä sen tarjoamat ominaisuudet vastasivat parhaiten projektin tarpeita. WordPressin keskeisiä etuja on käsitelty tarkemmin luvussa 3.2, jossa tuodaan esiin muun muassa sen avoimen lähdekoodin mahdollistama laaja muokattavuus, laaja lisäosavalikoima sekä yhteensopivuus erilaisten markkinointi- ja analytiikkatyökalujen kanssa.

WordPress tarjoaa huomattavan vapauden sivuston rakenteen ja ulkoasun suunnittelussa. Teemojen ja lisäosien avulla voidaan rakentaa toimeksiantajan tarpeisiin sopiva kokonaisuus ilman, että kaikkea täytyy kirjoittaa omalla koodilla alusta alkaen. Vaikka WordPressin käyttö voi vaatia jonkin

verran teknistä perehtymistä, sen hallintapaneeli on selkeä ja sisällön päivittäminen onnistuu helposti myös ilman syvällistä teknistä osaamista.

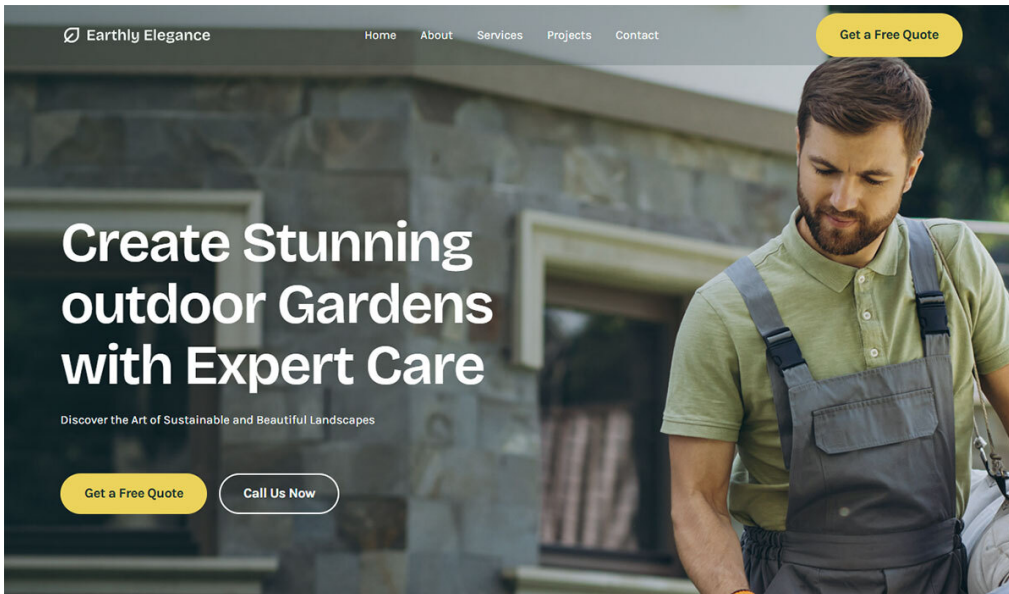
Toimeksiantajalle oli tärkeää, että verkkosivuston ylläpito ja päivittäminen onnistuvat jatkossa itsenäisesti. WordPressin käyttäjäystävällinen käyttöliittymä ja laaja dokumentaatio tukevat tätä tavoitetta hyvin. Myös kielivalinnan saaminen ruotsiksi oli iso tekijä julkaisujärjestelmää valitessa.

4.2.3 Teeman valinta

Verkkosivusto päätettiin rakentaa valmiin teeman päälle. Teemaksi valittiin Astra. Kyseinen teema on yksi WordPressin suosituimmista ja se on käytössä yli 1,5 miljoonalla verkkosivustolla. Se on suunniteltu nopeaksi ja kevyeksi ja sen mobiilinopeudessa saama arvosana 93/100 kertoo sen erinomaisuudesta. Sivun kokonaislatausaika on 2,1 sekuntia ja ensimmäinen sisältö ilmestyy käyttäjälle alle sekunnissa. Astra tarjoaa yli 250 valmiista mallipohjaa ja se toimii yhteen useimpien sivunrakentajien sekä hakukoneoptimoinnin kanssa. (Haim 2025.)

Teeman valinnan jälkeen valittiin valmis mallipohja, jonka päälle oli helppo muokata sivuston sisältöä. WordPressin laajasta teemavalikoimasta valittiin selkeä ja moderni mallipohja, joka tarjosi hyvän lähtökohdan rakenteen ja sisällön suunnittelulle. Mallipohjat ladattiin Starter Templates -lisäosalla, joka tarjosi useita ilmaisia ja valmiiksi suunniteltuja vaihtoehtoja eri käyttötarkoituksiin. Koska brändi-ilme ei ollut vielä täysin vakiintunut, mallipohjan valinnassa painotettiin muokattavuutta ja visuaalista neutraaliutta, jotta sivustoa voidaan kehittää ja yhtenäistää brändin kehitty-

essä. WordPressin teemat mahdollistavat tämän joustavasti, ja valittu pohja tarjosi tasapainon visuaalisuuden ja käytettävyyden välillä. Lopulta valittiin Earthly Elegance -mallipohja, joka tarjoaa modernin, responsiivisen muotoilun, nopeat latausajat sekä SEO-ystävällisen rakenteen.



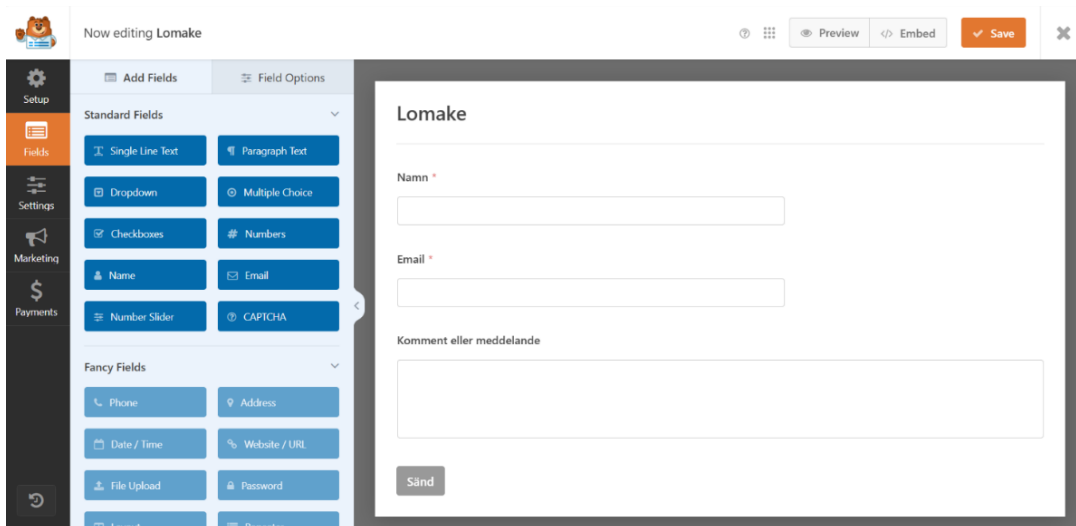
Kuvio 3. Mallipohjan valitseminen

4.2.4 Yhteydenottolomake

Sivulle haluttiin toteuttaa yhteydenottolomake, jonka avulla asiakkaat voivat helposti ottaa yhteyttä kysymyksissä tai palautteen merkeissä. Lomake toteutettiin WPForms-lisäosan avulla, jonka avulla lomakkeen luominen on hyvin yksinkertaista. Käyttöliittymän avulla lomake voidaan luoda itse tai valita valmiista lomakepohjista. Lomakkeen kenttien lisääminen tapahtuu raahaamalla haluttu tietue haluttuun kohtaan. Pakolliset tiedot, kuten nimi ja sähköposti, voidaan määrittellä erikseen. Lomakkeesta haluttiin tehdä yksinkertainen, jotta asiakkaan olisi nopeaa ja vaivatonta täyttää se. Ylimääräiset kentät voisivat haitata tai nostaa kynnystä lomakkeen täyttämiseksi.

Lomakkeelta löytyy kolme täytettävää kohtaa, nimi, sähköposti ja viesti yritykselle. Ilmoitusasetusten avulla voitiin määrittellä, mihin sähköpostiosoitteeseen lomakkeen kautta lähetetyt viestit menevät. Sähköpostit ohjataan suoraan yrityksen hallinnoimaan sähköpostiin, josta niihin on helppo

vastata. Viestit otsikoidaan nimellä "Kvarkens Fisk Rökeri" ja lähettäjänä näkyy "Kvarkens Fisk Rökeri – kund". Yritys voi vastata lomakkeen kautta tulleisiin viesteihin asiakkaan lomakkeella antamaan sähköpostiosoitteeseen. Viestin lähettämisen jälkeen asiakkaalle näytetään viesti "Tack för dit meddelande, vi svarar så snart som möjligt". Tämä antaa asiakkaalle vahvistuksen siitä, että viesti on lähtenyt eteenpäin yritykselle.



Kuvio 4. Lomakkeen kenttien valinnat

4.3 Valmis sivusto

4.3.1 Etusivu

Sivuston ylävalikkoon lisättiin seuraavat päävalikon kohdat: Etusivu, Tuotteet, Historia ja Yhteystiedot. Näiden avulla käyttäjä löytää helposti keskeiset sisällöt ilman turhaa navigointia. Jokainen valikkokohta johtaa suoraan omalle sivulleen, ja ne ovat saavutettavissa suoraan etusivulta yhdellä klikkauksella. Etusivulle tultaessa ensimmäisenä näkyy koko näytön kokoinen kuva savustusuunista, joka toimii visuaalisena katseenvangitsijana ja kertoo heti selkeästi, mistä sivustossa on kyse. Kuvan alla sijaitsee "Meistä"-osio, jossa esitellään lyhyesti yrityksen taustaa. Tämän osion yhteydessä on painike, joka ohjaa käyttäjän Historia-sivulle tutustumaan tarkemmin yrityksen tarinaan. "Meistä"-osion jälkeen etusivulla seuraa Tuotteet-osio, jossa esitellään muutamia valikoituja tuotteita. Näitä tuotteita klikkaamalla käyttäjä pääsee suoraan Tuotteet-sivulle, jossa koko valikoima

on nähtävissä. Sivun alareunassa sijaitsee footer, josta löytyvät yrityksen yhteystiedot sekä sosiaalisen median kanava. Näin käyttäjä löytää helposti tarvittavat tiedot yhteydenottoa varten riippumatta siitä, millä sivulla hän liikkuu.

4.3.2 Tuotteet

Tuotteet-sivun yläosassa sijaitsee header-osio, jossa käytetään kuvaa yrityksen myyntiautosta. Tämä auto toimii yrityksen liikkuvana myyntipisteenä markkinoilla, ja sen esittäminen sivun alussa luo vahvan visuaalisen yhteyden yrityksen toimintaan. Kuva viestii käyttäjälle, että kyseessä on paikallisesti liikkuva ja asiakkaita kohtaava toimija, mikä lisää sivuston aitoutta ja luottamusta.


Header-kuvan alapuolelle on sijoitettu varsinainen tuoteosio, jossa kaikki tuotteet on esitelty selkeinä tuotekortteina. Jokainen kortti sisältää tuotteen nimen, kuvan ja lyhyen kuvauksen. Kun käyttäjä klikkaa tuotekorttia, avautuu popup-ikkuna, jossa kerrotaan tarkemmin tuotteen sisällöstä, alkuperästä ja muista olennaisista yksityiskohdista. Popupin voi sulkea joko klikkaamalla oikeassa yläkulmassa olevaa ruksikuvaketta tai painamalla mitä tahansa kohtaa sivuston ulkopuolella. Näin käyttäjä voi tarkastella tuotteita yksityiskohtaisesti poistumatta sivulta, mikä tekee käyttökokemuksesta sujuvamman ja miellyttävämmän.

Produkter
Ett brett urbud av delikatesser för många smaker

UTIK-KALAKAUPPA

PRODUKTER


Läckra delikatesser från rökeriet



Räkor

Våra rökta räkor är en riklig delikatess för den som älskar räkor och smaker från havet.


Läs mer →



Lax

Vårt urbud inkluderar, förutom vanlig lax, även peppar- och konjaksrökt lax.


Läs mer →



Sik

Detta delikata fisk har en mild och dolig smak som är lätt att tycka om.


Läs mer →



Böckling

Om du letar efter en lækker och näringsrik fisk, tycka inte att prova vår rökta böckling.


Läs mer →



Röding

Röding är traditionell delikatess från Sundom.


Läs mer →



Abbor

Abborren passar till vardags och fester. Tycka inte att provs denna delikatess.


Läs mer →



Pepparlax

Vårt urbud inkluderar, förutom vanlig lax, även peppar- och konjaksrökt lax.

Läs mer →



Sallader

Vårt urbud innehåller många olika sallader, korn och smaka på din favorit.

Läs mer →

Kvarkens Fisk
Kvarkens Fisk Rökeriet

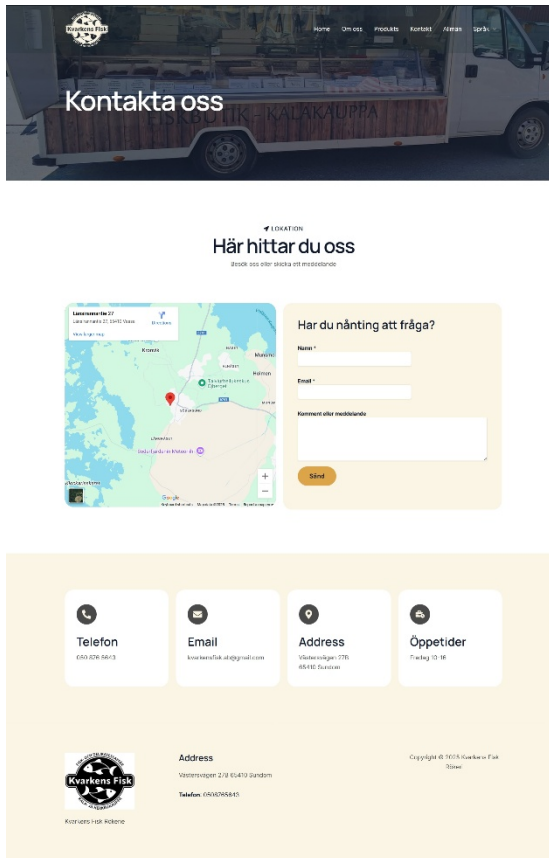
Address
Västervägen 27B 65410 Sundom
Telefon: 0508765843

Copyright © 2025 Kvarkens Fisk Rökeriet

Kuvio 5. Tuotteet-osio

4.3.3 Yhteystiedot

Yhteystiedot-sivulta löytyvät kaikki tarvittavat tiedot, joiden avulla asiakas voi olla yhteydessä yritykseen. Sivulle on koottu selkeästi yrityksen puhelinnumero, sähköpostiosoite sekä mahdollinen käyntiosoite. Näiden lisäksi sivulla on upotettu Google Maps -kartta, johon on merkitty yrityksen toimipiste. Kartta auttaa asiakasta hahmottamaan sijainnin ja mahdollistaa reittiohjeiden hakemisen suoraan karttasovelluksen kautta.



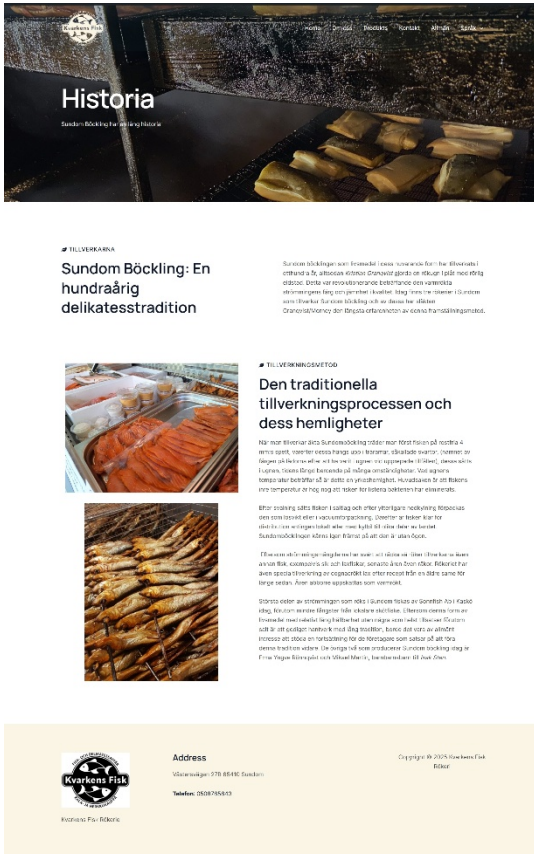
Kuvio 6. Yhteudenotto-sivu

4.3.4 Historia

Verkkosivuston Historia-osio tarjoaa kävijälle mahdollisuuden tutustua Sundomin alueen savustus-kulttuurin kehitykseen ja sen merkitykseen paikallisessa ruokaperinteessä. Sivulla kuvataan, kuinka perinteiset savustusmenetelmät ovat siirtyneet sukupolvelta toiselle ja miten ne ovat muovautuneet vuosien saatossa. Tarinan kautta tuodaan esiin paitsi yrityksen juuret, myös laajempi kulttuurinen konteksti, jossa yritys toimii.

Sivustolle on lisätty valokuvia, jotka tukevat tarinallista kerrontaa. Visuaalinen sisältö auttaa konkretisoimaan kerrottua historiaa ja tekee sivusta elämyksellisemmän. Kuvien avulla voidaan myös vahvistaa asiakkaan emotionaalista yhteyttä yritykseen, mikä on tärkeää erityisesti pienyrityksille, jotka rakentavat asiakassuhteita henkilökohtaisemman brändin kautta.

Historia-sivun tarkoituksena on tarjota kävijälle syvällisempi ymmärrys yrityksen taustasta, arvoista ja toimintafilosofiasta. Samalla se toimii keinona erottautua kilpailijoista. Historia-osio toimii siis paitsi informatiivisena sisältönä, myös strategisena elementtinä, joka tukee yrityksen brändiä, arvolutausta ja asiakassuhteiden rakentamista.



Historia
Sundom Bäckling är en riktig historia

TILLVERKAN
Sundom Bäckling: En hundraårig delikatesstradition

Sundom Bäckling är en hundraårig delikatesstradition som har sin rötter i den gamla fiskeritraditionen i Sundom. Bäcklingen är en av de mest kända fiskeriprodukterna i området och har varit en viktig del av den lokala matkulturen sedan länge. Traditionen att röka bäckling har överlevt och utvecklas fortfarande i dagens Sundom Bäckling.

TILLVERKNINGSMETOD
Den traditionella tillverkningsprocessen och dess hemligheter

Den traditionella tillverkningsprocessen för Sundom Bäckling är en hemlighet som har överlevt sedan hundratals år. Processen börjar med att välja ut de bästa fiskarna från området. Fisken tvättas noggrant och rengöras. Sedan rökas fisken i en speciell rökaugns konstruktion som ger den dess karakteristiska smak och konsistens. Detta är en process som kräver mycket erfarenhet och kunskap för att lyckas. Den traditionella tillverkningsprocessen är en viktig del av den lokala matkulturen och har varit en viktig del av den lokala ekonomin sedan länge.

Kvarkens Fisk
Kvarkens Fisk - Bäckling

Address
Sundomsgatan 770, 85418 Sundom

Telefon 0302720000

Copyright © 2025 Kvarkens Fisk
Ettor

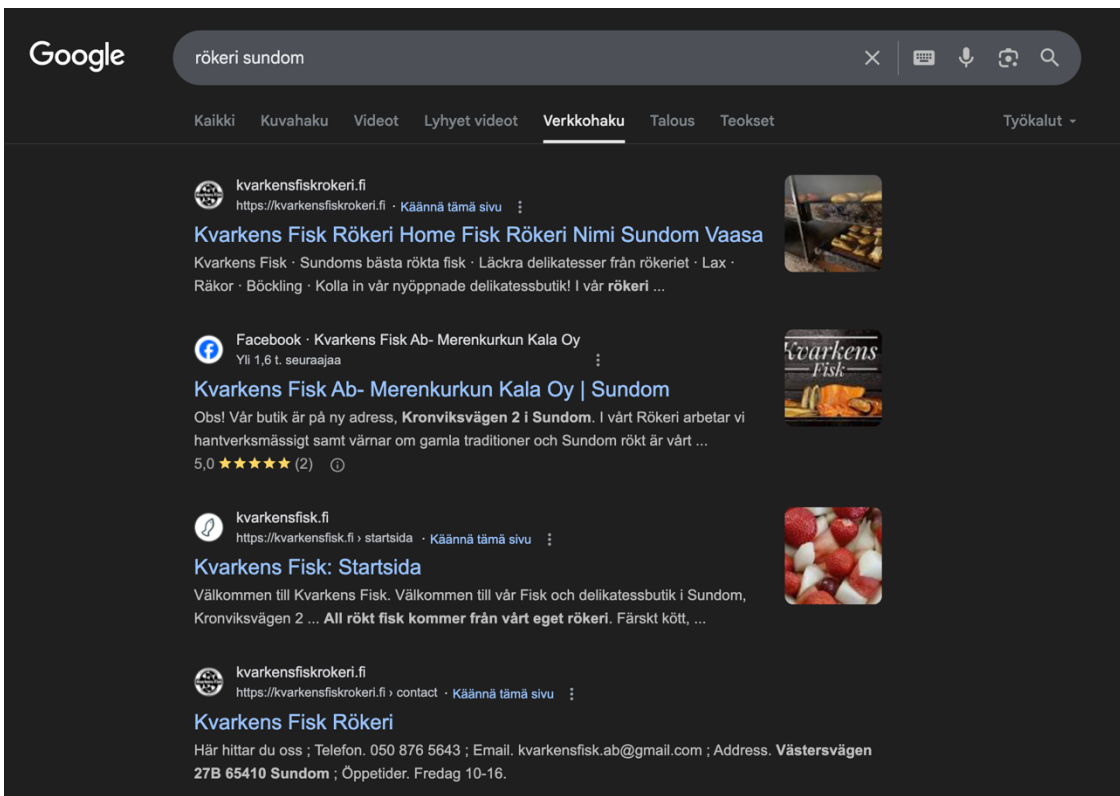
Kuvio 7. Historia-sivu

4.3.5 Sivuston hakukoneoptimointi

WordPress on tehnyt hakukoneoptimoinnin helpoksi Yoast SEO -lisäosan avulla. Yoast tarjoaa selkeät ohjeet, joiden avulla sivuston sisältöä voi parantaa hakukoneita varten. Jokaiselle sivulle ja artikkelille voi määrittää avainsanat, ja lisäosa arvioi sisällön sen perusteella. Se antaa palautetta esimerkiksi otsikon pituudesta, tekstin rakenteesta, linkkien käytöstä ja siitä, kuinka hyvin tai montako kertaa avainsana esiintyy sisällössä. (WordPress seo 2025.)

Hakukoneoptimointi piti tehdä huolellisesti, sillä samalla alalla toimii useita yrityksiä myös Vaasan alueella. Kilpailu esimerkiksi savukalan ja muiden kalatuotteiden myynnissä on paikallisesti melko tiukkaa, joten oli tärkeää varmistaa, että sivusto erottuu hakutuloksissa edukseen.

Hakukoneoptimointi toteutettiin avainsanojen avulla, jotka sijoitettiin sivuston jokaiselle sivulle. Tulokset olivat erittäin onnistuneita. Google-haun perusteella yritys sijoittui viiden ensimmäisen hakutuloksen joukkoon useilla eri hakusanoilla, kuten ”rökt fisk Sundom”, ”rökt fisk Vaasa”, ”rökeri Sundom” ja ”rökeri Vaasa”. Erityisesti hakusana rökeri Sundom toi yrityksen verkkosivuston esiin Googlen ensimmäisellä hakutulossivulla jopa kahteen kertaan, mikä osoittaa optimoinnin tehokkuuden. Yrityksen kivijalkamyymälä oli hakutuloksissa myös joka kerta ensimmäisten joukossa.



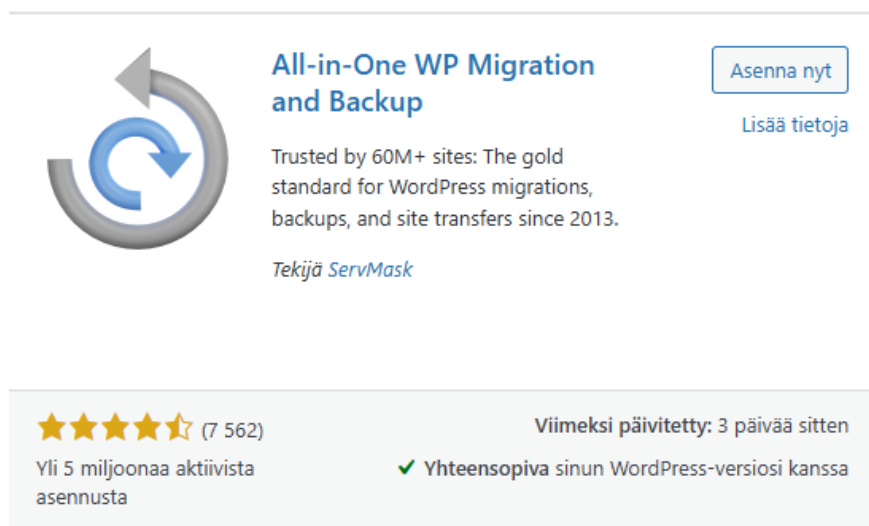
Kuvio 8. Google hakutulokset

4.3.6 Tietoturva

Sivuston tietoturvaa parannettiin muutamilla toimenpiteillä. Näistä keskeisimpiä olivat järjestelmän päivittäminen, kaksivaiheinen kirjautuminen sekä varmuuskopiointi.

WordPressin automaattiset päivitykset otettiin käyttöön, jotta pienemmät päivitykset saadaan tehtyä nopeasti ilman erillistä manuaalista työtä. Laajemmat päivitykset tehtiin itse, jotta voitiin varmistaa, että sivusto toimii päivityksen jälkeen odotetusti. Ennen päivityksiä huolehdittiin varmuuskopioinnista.

Varmuuskopiointiin käytettiin All-in-One WP Migration -lisäosaa, joka mahdollistaa koko sivuston sisällön tallentamisen ja palauttamisen tarvittaessa. Lisäosa valittiin sen saamien arvostelujen sekä hyvän dokumentaation perusteella. Varmuuskopiointi mahdollistaa nopean palautuksen esimerkiksi teknisten ongelmien, virheellisten muokkausten tai palvelinsiirron yhteydessä.



All-in-One WP Migration and Backup

Trusted by 60M+ sites: The gold standard for WordPress migrations, backups, and site transfers since 2013.

Tekijä *ServMask*

Asenna nyt

Lisää tietoja

★★★★★ (7 562)

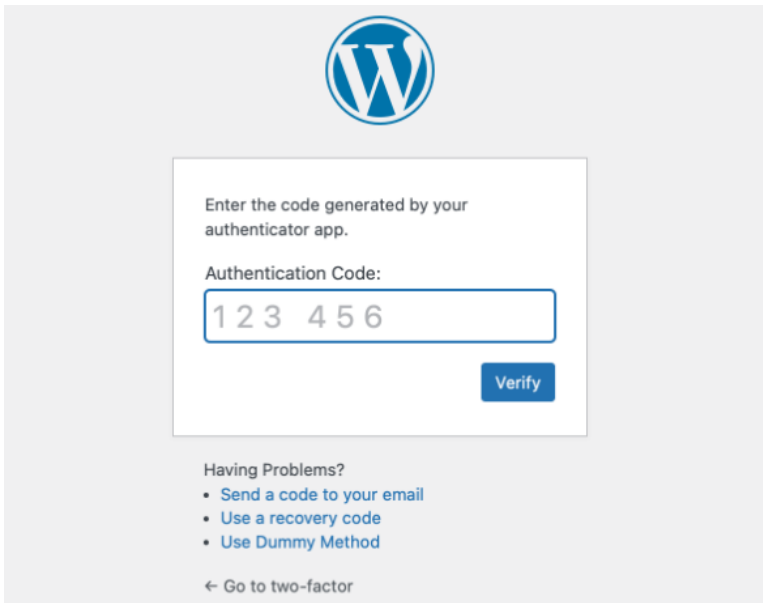
Yli 5 miljoonaa aktiivista asennusta

Viimeksi päivitetty: 3 päivää sitten


✓ Yhteensopiva sinun WordPress-versiosi kanssa

Kuvio 9. All-in-One WP Migration -lisäosa

Lisäksi sivuston kirjautumistunnukset ja salasanat vaihdettiin turvallisemmiksi. Verkkosivuston kirjautumisen suojaamiseksi otettiin myös käyttöön kaksivaiheinen tunnistautuminen. Tämän toteuttamiseksi asennettiin Kaksivaiheinen tunnistautuminen -lisäosa, joka estää sisäänkirjautumisen pelkällä käyttäjätunnuksella ja salasanalla. Kirjautumisen yhteydessä vaaditaan lisäksi henkilökohtainen kertakäyttökoodi, joka generoidaan Authenticator-sovelluksessa. Tavoitteena on estää luovattomat kirjautumisyritykset ja vahvistaa sivuston suojausta ulkopuolisilta käyttäjiltä. Sisäänkirjautumisen yhteydessä kysytään vahvistuskoodia, jonka käyttäjä löytää Authenticator-sovelluksesta.



Kuvio 10. Authenticator vahvistus



Kaksivaiheinen (tunnistautuminen)

Ota kaksivaiheinen tunnistautuminen (2FA) käyttöön käyttäen aikaperusteisia kertakäyttöisiä salasanoja (TOTP), Universal 2nd Factor (U2F) suojausavainta, sähköpostia ja varmuusvarmistuskoodia.

Tekijä WordPress.org

Asenna nyt

[Lisää tietoja](#)

★★★★★ (193)

90 000+ aktiivista asennusta

Viimeksi päivitetty: 2 kuukautta sitten

✓ Yhteensopiva sinun WordPress-versiosi kanssa

Kuvio 11. Kaksivaiheinen tunnistautuminen -lisäosa

4.4 Testaus

4.4.1 Työpöytälaitteet

Verkkosivuston toimivuus testattiin työpöytäkoneella eri selaimilla. Testauksessa käytettiin Google Chromea, Mozilla Firefoxia sekä Microsoft Edgeä. Näin varmistettiin, että sivusto näytettiin ja toimi

oikein kaikilla yleisimmillä selaimilla. Erityisesti huomioitiin, että sivun rakenne pysyi kunnossa ja kaikki sisältö latautui oikein. Lisäksi kaikki sivuston linkit käytiin läpi ja varmistettiin, että ne johtivat oikeisiin osoitteisiin. Myös yhteydenottolomake testattiin käytännössä. Lomakkeella lähetetty viesti saapui yrityksen sähköpostiosoitteeseen, ja lähettäjä sai vastausviestin takaisin omaan sähköpostiinsa.

4.4.2 Mobiili

Mobiilioptimointi oli tärkeä vaihe sivuston luomisessa. Sivuston rakenteessa ja sisällössä tehtiin tietoisia ratkaisuja, jotka paransivat käyttökokemusta pienemmillä näytöillä. Esimerkiksi osa työpöytänäkössä näkyvistä sisältöelementeistä päätettiin piilottaa mobiiliversiossa, koska ne eivät skaalautuneet riittävän hyvin tai aiheuttivat visuaalista sekavuutta. Tällainen karsinta ei heikentänyt sivuston informatiivisuutta, vaan paransi sen selkeyttä ja navigoitavuutta mobiililaitteilla. Näin varmistettiin käyttäjien sujuva ja miellyttävä kokemus myös mobiililaitteella.

Testauksessa käytettiin kahta eri puhelinta, iPhonea ja Samsungin Android-puhelinta. IPhonella sivustoa testattiin Safari-selaimella ja Samsungilla Google Chromella. Testauksessa tarkistettiin muun muassa sivuston rakenne, tekstien luettavuus, kuvien latautuminen ja valikoiden toiminta. Myös linkkien toimivuus ja yhteydenottolomakkeen käyttö testattiin molemmilla laitteilla.



📍 LOKATION
Här hittar du oss
 Besök oss eller skicka ett meddelande



Har du nånting att fråga?

Namn *

Email *

Komment eller meddelande

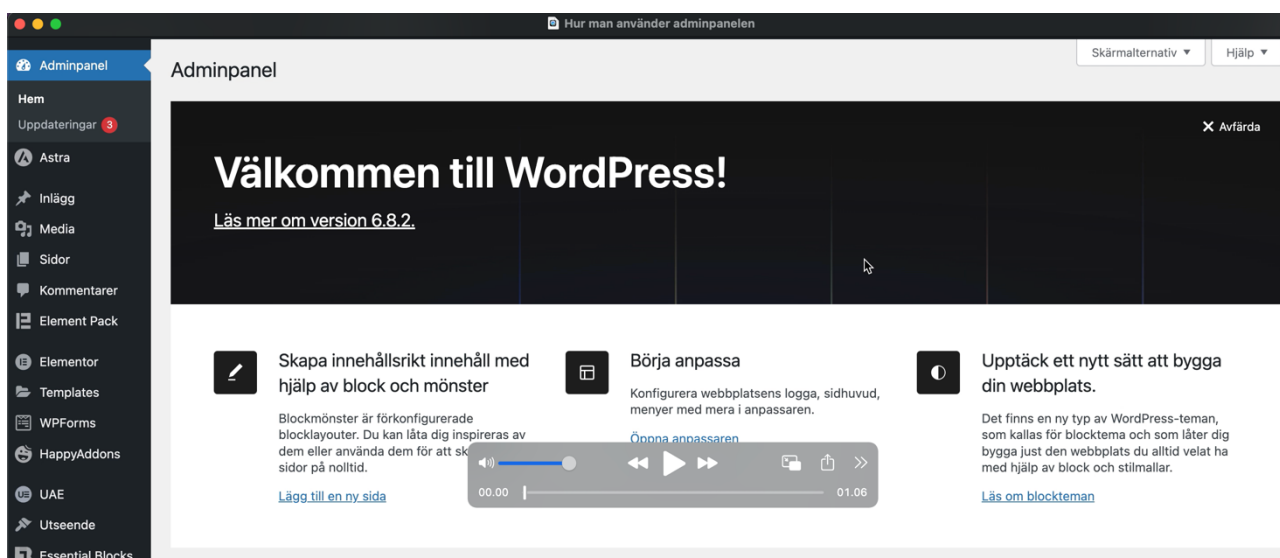
Sänd

Kuvio 12. Yhteystiedot mobiilinäkymässä

5 Käyttäjien koulutus

Verkkosivuston päivittäminen ja ylläpito ovat keskeisiä jatkotoimenpiteitä, jotta sivusto pysyy ajantasaisena, toimivana ja palvelee käyttäjiä parhaalla tavalla. Digitaalinen sisältö vanhenee nopeasti ja yrityksen toiminnan kehittyessä myös verkkosivuston tulee elää mukana muutoksissa. Tämän vuoksi sivuston ylläpidon suunnittelu on olennainen osa projektia.

Toimeksiantoon sisältyi verkkosivuston lisäksi koulutuspaketti, jonka tarkoituksena oli varmistaa, että yritys pystyy jatkossa itsenäisesti hallinnoimaan ja päivittämään sivustoa. Koulutuspaketti sisältää selkeän ohjeistuksen WordPressin käyttöön. Ohjeistuksessa käsitellään muun muassa kirjautuminen hallintapaneeliin, sivuston sisällön muokkaaminen, päivitysten lataaminen, uusien sivujen ja artikkelien lisääminen sekä keskeiset toiminnot, kuten kuvien lisääminen ja yhteydenottolomakkeen muokkaaminen. Ohjeistus koostui yhteensä 12 erillisestä videosta, jotka selostettiin ruotsiksi. Tällä tavalla ne palvelisivat mahdollisimman hyvin yrityksen kieliympäristöä. Tavoitteena on madalta kynnystä ylläpitoon ja antaa riittävät valmiudet toimia itsenäisesti ilman ulkopuolista teknistä tukea.



Kuvio 13. Kuvakaappaus koulutusvideosta ”Kuinka käyttää hallintapaneelia”

Sovitusti koulutusmateriaali toimitettiin toimeksiantajalle viimeistään kuukauden kuluessa sivuston julkaisusta. Tähän asti sivuston tekninen ylläpito ja sisällön päivittäminen ovat olleet tekijän vastuulla, mutta jatkossa vastuu siirtyy toimeksiantajalle.

Erityistä huomiota tulee kiinnittää myös mobiilioptimointiin, erityisesti silloin kun sivustolle lisätään uutta sisältöä. Vaikka käytetty WordPress-teema on responsiivinen ja mukautuu automaattisesti eri näyttökokoihin, on tärkeää tarkistaa sivuston ulkoasu säännöllisesti eri laitteilla. Näin varmistetaan, että käyttökokemus säilyy laadukkaana kaikilla alustoilla ja että sivusto toimii

moitteettomasti myös mobiilikäyttäjille. Ylläpidon ja koulutuksen suunnittelu varmistaa, että verkkosivusto pysyy relevanttina ja hyödyllisenä osana yrityksen toimintaa myös tulevaisuudessa.

6 Tulokset ja pohdinta

Opinnäytetyön tuloksena toteutettiin Kvarkens Fisk -yritykselle verkkosivusto, joka vastaa sekä teknisesti että sisällöllisesti toimeksiantajan tarpeita. Tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa yritykselle yksinkertaiset, responsiiviset ja helposti ylläpidettävät verkkosivut, jotka tukevat yrityksen markkinointia ja parantavat sen näkyvyyttä. Sivuston tuli sisältää tuotevalikoiman esittelyn, yrityksen historian sekä yhteydenottolomakkeen, ja sivuston tuli olla sellainen, että toimeksiantaja pystyy jatkossa muokkaamaan sisältöä itsenäisesti ilman teknistä osaamista. Sivusto rakennettiin WordPress-alustalle, joka tarjosi valmiiksi responsiivisen rakenteen. Tämä poisti tarpeen erilliselle mobiilioptimoinnille ja varmisti, että sivusto toimii sujuvasti kaikilla päätelaitteilla ja selaimilla.

Sivuston suunnittelussa keskityttiin selkeyteen, helppokäyttöisyyteen ja visuaaliseen yksinkertaisuuteen. Navigointi on looginen ja tärkeimmät sisällöt, kuten tuotteet, yhteystiedot ja yrityksen historia, ovat helposti löydettävissä. Yhteydenottolomake toteutettiin WPForms-lisäosalla. Lomake on yksinkertainen ja nopea täyttää, mikä madaltaa asiakkaiden kynnystä ottaa yhteyttä.

Hakukoneoptimoinnin avulla varmistettiin, että sivusto sijoittuu mahdollisimman hyvin hakutuloksissa. Tämä oli tärkeää, sillä alueella toimii useita samankaltaisia yrityksiä, ja digitaalinen näkyvyys on keskeinen osa yrityksen markkinointia.

WordPress osoittautui erinomaiseksi työkaluksi pienyrityksen verkkosivuston toteuttamiseen ja sen tarjoamat teemat ja lisäosat mahdollistivat tehokkaan kehitystyön. Sivusto tarjoaa yritykselle uuden digitaalisen kanavan tavoittaa asiakkaita ja vahvistaa yrityksen asemaa markkinoilla. Jatkossa toimeksiantaja voi itsenäisesti kehittää sivustoa lisäämällä uusia toimintoja ja sisältöä.

Lähteet

About WordPress. N.d. Wordpress.org verkkosivusto. Viitattu 16.4.2025.

<https://wordpress.org/about/>

Bistricer, R. 2025. What makes a good website: 13 must haves + implementation tips. Wix-nettisivuston blogijulkaisu. Julkaistu 3.4.2025. Viitattu 15.4.2025. <https://www.wix.com/blog/what-makes-a-good-website>.

Browser market share Finland. 2025. Statcounter verkkosivulla. Viitattu 5.5.2025.

<https://gs.statcounter.com/browser-market-share/all/finland>.

Desktop vs Mobile vs Tablet Market share Finland. 2025. Statcounter verkkosivuilla. Viitattu 5.5.2025. <https://gs.statcounter.com/platform-market-share/desktop-mobile-tablet/finland>.

Elementor. N.d. Elementorin verkkosivusto. Viitattu 3.7.2025. <https://elementor.com/>.

Haim, I. 2025. 14 Fastest WordPress themes in 2025. Elementor verkkosivuston blogijulkaisu 12.2.2025. Viitattu 3.5.2025. <https://elementor.com/blog/fastest-wordpress-themes/>

Haim, I. 2025. Best free WordPress themes. 2025. Elementor verkkosivuston blogijulkaisu 9.4.2025. Viitattu 18.4.2025. <https://elementor.com/blog/best-free-wordpress-themes/>

Hakukoneoptimointi. N.d. Artikkelin Medialuotsi verkkosivustolla. Viitattu 21.4.2025. <https://medialuotsi.fi/hakukoneoptimointi>.

How to choose a domain name. 2023. WordPress verkkosivuilla. Julkaistu 19.4.2023. Viitattu 16.4.2025. <https://wordpress.com/go/digital-marketing/how-to-choose-a-domain-name/>

Julkaisujärjestelmät. N.d. Tieturi verkkosivustolla. Viitattu 18.4.2025. <https://www.tieturi.fi/koulutusala/ohjelmistokehitys/julkaisujarjestelmat-cms/>

Juslén, J. N.d. Verkkosivujen responsiivisuus – kuinka tärkeää se on. Artikkelin Digiopiston verkkosivulla. Viitattu 16.4.2025. <https://digiopisto.com/verkkosivuston-responsiivisuus-kuinka-tarkea-se-on/>.

Krug, S. 2006. Älä pakota minua ajattelemaan. 2. p. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Louhi. N.d. Usein kysytyjä kysymyksiä. Louhi verkkosivustolla. Viitattu 22.4.2025.

<https://www.louhi.fi/faq/>

Mikä on webhotelli. 2023. Domain247 verkkosivulla. Julkaistu 17.3.2023. Viitattu 16.4.2025.

<https://www.domain247.fi/mika-on-webhotelli/>

Myllyaho, M. N.d. Verkkosivujen ulkoasun suunnittelu. Artikkelin Marko Myllyahon kotisivulla Viitattu 15.4.2025. <https://www.markomyllyaho.com/Verkkosivujen-ulkoasu>.

Päätaalo, D. 2025. Miksi yrityksellä tulee olla verkkosivut. Mediataitaja verkkosivustolla 2.2.2024. Viitattu 5.5.2025. <https://www.mediataitaja.fi/blog/miksi-yrityksella-tulee-olla-verkkosivut/>

The principles of website usability. 2021. Artikkelin 99designs verkkosivuilla. Viitattu 5.5.2025. <https://99designs.com/blog/web-digital/website-usability-principles/.c>

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta: näkökulmia kehittämisssessiin, osallistamiseen ja tiedontuotantoon. Tampere University Press. Viitattu 3.9.2025. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/100802>

What is: Plugin. N.d. Wpbeginner verkkosivustolla. Viitattu 22.4.2025. <https://www.wpbeginner.com/glossary/plugin/>

WordPress seo. 2025. WordPress verkkosivustolla. Viitattu 28.8.2025. <https://wordpress.org/plugins/wordpress-seo/>

Ylinen, M. N.d. Avainsanojen käyttö ja valinta nettisivuilla. Artikkelin Miia Ylinen kotisivulla. Viitattu 21.4.2025. <https://miiaylinen.fi/avainsanojen-kaytto-nettisivuilla/>.

Ylinen, M. N.d. Kuvien pienentäminen nettisivuja varten. Artikkelin Miia Ylinen kotisivuilla. Viitattu 28.8.2025. [Kuvien optimointi | Kuvien pienentäminen nettisivuja varten](#)

Ylinen, M. N.d. Testaa nettisivujesi nopeus. Artikkelin Miia Ylinen kotisivuilla. Viitattu 15.4.2025. <https://miiaylinen.fi/testaa-nettisivujen-nopeus/>