



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Seniori365.fi-verkkopalvelun suunnittelu ja määrittely InnoEspoo-hankkeessa

Kiukas, Joni

Laakkonen, Tuomas

2015 Laurea Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Seniori365.fi-verkkopalvelun suunnittelu ja määrittely InnoEspoo- hankkeessa

Joni Kiukas & Tuomas Laakkonen
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2015

Kiukas, Joni & Laakkonen, Tuomas

Seniori365.fi-verkkopalvelun suunnittelu ja määrittely InnoEspoo-hankkeessa

Vuosi 2015 Sivumäärä 77

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja määrittellä internetsivusto verkkopalvelulle. Tämä verkkopalvelu - työnimeltään Hyvinvoinnin markkinapaikka - on InnoEspoo-hankekokonaisuuden aikana suunniteltu konsepti, jonka tarkoituksena on kehittää pääasiassa espoolaisille ikäihmisille suunnattu innovatiivinen verkkopalvelu, joka tukee ikäihmisten kotona selviytymistä. Verkkopalvelun kautta ikäihmiset voivat ostaa erilaisia yksityisiä hyvinvointituotteita ja -palveluja ja saavat myös heitä koskevaa informatiivista tietoa.

InnoEspoo-hanke on elokuussa 2013 alkanut Laurea-ammattikorkeakoulun sekä monen muun eri koulutuskeskuksen ja Espoon kaupungin välinen yhteistyöhanke. Opinnäytetyön toimeksiantajina toimii kaksi InnoEspoo-hankkeen asiantuntijaa Laurea-ammattikorkeakoulusta.

InnoEspoo-hankkeella oli vuoden 2014 alussa tarve löytää henkilöt suunnittelemaan kyseinen verkkosivusto siten, että kesän 2014 aikana sivusto rakennettaisiin tehdyn suunnittelun ja määrittelyn pohjalta. Suunnittelu- ja määrittelyvaihe alkoi maaliskuussa 2014. Tavoitteena oli suunnitella ja määrittellä internetsivusto - Hyvinvoinnin markkinapaikka. Toteutusvaihe hankkeessa alkoi kesäkuussa. Suunnittelu- ja määrittelydokumentin tuli siten olla noin 80 prosentin valmiusasteessa toukokuun loppuun mennessä.

Lähdeaineistona sivustoa suunnitellessa käytettiin kirjallisia lähteitä. Kirjallisuudessa oli kuvattu erilaisia metodeja internetsivustojen suunnitteluun. Kaikki metodit olivat toistensa kaltaisia pienin eroin. Metodeista valittiin yksi, jota sovellettiin tarvittaessa hyödyntäen muita metodeja. Valitussa metodissa sivuston toteutus koostuu seitsemästä vaiheesta: kartoitus-, sopimus-, suunnittelu-, toteutus-, testaus-, julkaisu- ja ylläpitovaiheesta. Näistä kolme ensimmäistä vaihetta kuuluvat sivuston suunnitteluprosessiin.

Suunnittelu- ja määrittelyvaihe valmistui aikataulussaan. Sivusto toteutettiin määrittelydokumentaation pohjalta. Seniori365.fi-verkkopalvelu julkaistiin syyskuun 2014 alussa.

Asiasanat: Internet-sivut, internetsivuston suunnittelu, verkkopalvelu, ikäihmiset

Kiukas, Joni & Laakkonen, Tuomas

Design and Analysis of Seniori365.fi Web Service in InnoEspoo Project

Year	2015	Pages	77
------	------	-------	----

The purpose of the project based functional thesis was to design and define a website as an online service for the elderly people living in Espoo. This online service - called the Market-place of wellbeing - is a concept designed during the InnoEspoo project, which is meant to be developed for elderly people in Espoo. It is an innovative online service which supports the elderly people to manage in their homes. Via the website the elderly can buy different kinds of wellbeing products and services and get information considering their matters.

InnoEspoo project has started in August 2013 and Laurea University of Applied Sciences, a few other education centers and the city of Espoo are running this project together. The commissioners for this thesis are two experts from the InnoEspoo project who are in an employment relationship with Laurea University of Applied Sciences.

In the beginning of the year 2014 the commissioner had a need to find persons to design a website so that it could be built according to the design plan during the summer 2014. After the commissioner and the designers had met, the designers started working on the design plan at the beginning of March. The goal was that the design plan was ready for the team who executed the building of the website.

A variety of literature was used as source material. The literature described different kinds of methods for designing a website. All methods were almost alike with little divergence. The designers chose from these methods one to follow, but when needed they used other methods in part, as well. The chosen method includes seven phases: planning, contract, design, building, testing, site launch and post-launch site maintenance. The first three phases are included in the design process.

The designers finished the work due to the deadline in the beginning of the summer 2014, when they handed out the design plan to the team which executed the building of the website. The website was made according to the design plan. The completed website was published in the autumn of 2014 called Seniori365 and the address is www.seniori365.fi.

Keywords: Internet page, web design, online service, elderly

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Työn tausta ja tarkoitus	7
2.1	Toimeksiantaja	8
2.2	Tavoitteet ja tehtävät	8
2.3	Työn rajaus.....	11
3	Verkkosivuston suunnittelu.....	12
3.1	Verkkosivuston suunnittelun eri vaiheet	12
3.1.1	Kartoitusvaihe	13
3.1.2	Sopimusvaihe.....	14
3.1.3	Suunnitteluvaihe	15
4	Toiminnallinen osuus	18
4.1	Kartoitusvaihe	19
4.1.1	Sivuston tausta, tarkoitus ja tavoitteet	21
4.1.2	Sivuston kohderyhmät	23
4.1.3	Sivuston hyödyt	24
4.1.4	Toimeksiantajan määrityksiä sivustosta.....	25
4.1.5	Kilpailevat, vastaavanlaiset ja referenssisivustot	26
4.1.6	Verkkopalvelun kohderyhmän valmiudet käyttää palvelua	30
4.1.7	Sivuston identiteetti	32
4.1.8	Ideaalit asiakkaat -henkilökuvaukset	32
4.2	Sopimusvaihe.....	34
4.3	Suunnitteluvaihe	35
4.3.1	Sisältösuunnitelma ja toiminnot.....	43
4.3.2	Käyttötapauskaavio	48
4.3.3	Yleiskuvaus sivuston sisällöstä	48
4.3.4	Sivukartta.....	50
4.3.5	Rautalankamallit ja sisällön kuvaavat selitykset	51
5	Yhteenveto	71
	Lähteet	74
	Kuvat	77

1 Johdanto

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja määritellä internetsivusto verkkopalvelulle. Tämä verkkopalvelu - työnimeltään Hyvinvoinnin markkinapaikka - on InnoEspoo-hankekokonaisuuden aikana suunniteltu konsepti, jonka tarkoituksena on kehittää pääasiassa espoolaisille ikäihmisille suunnattu innovatiivinen verkkopalvelu, joka tukee ikäihmisten kotona selviytymistä. Verkkopalvelun kautta ikäihmiset voivat ostaa erilaisia yksityisiä hyvinvointituotteita ja -palveluja sekä saavat myös heitä koskevaa informatiivista tietoa.

InnoEspoo-hanke on elokuussa 2013 alkanut monen eri koulutuskeskuksen ja Espoon kaupungin välinen yhteistyöhanke. Hankkeen tavoitteena on luoda Espoon alueen koulutusasteiden ja yrityspalveluiden rajat ylittävä yhteisö, jonka palvelut tukevat pien- ja opiskelijayritysten toimintaa ja edistävät Espoon kaupungin innovatiivista palvelutuotannon kehittämistä. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii kaksi InnoEspoo-hankkeen asiantuntijaa ja he ovat myös työsuhteessa Laurea-ammattikorkeakouluun.

InnoEspoo-hankkeen aikana Hyvinvoinnin markkinapaikasta on tarkoitus kehittää verkkopalvelu, jossa testataan osia Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptista. Tämän tarkoituksena on testata tällaisen konseptin toimivuutta. Jos hankkeen testipilotti onnistuu ja konsepti koetaan toimivaksi, niin tämän jälkeen testipilotti tullaan jatkokehittämään kaikki toiminnot ja osiot sisältäväksi verkkopalveluksi.

Opinnäytetyön tehtävänä ja tavoitteena on suunnitella tämän Hyvinvoinnin markkinapaikka -projektin testipilottivaiheen internetsivusto. Työskentelyssä tehtävänä on yhdessä toimeksiantajan kanssa pohtia ja suunnitella tarkemmin testipilottivaiheen sisältöä, sisällön järjestyä, yleisiä linjauksia jatkokehitystä ajatellen ja suunnitella kyseinen internetsivusto. Sivuston suunnittelu tulee tapahtumaan kevään 2014 aikana, tämän jälkeen tehdyn ja toimeksiantajan hyväksymän suunnitelman pohjalta erillinen toteutusryhmä toteuttaa sivuston kesän 2014 aikana. Syksyn 2014 aikana valmis verkkopalvelu julkaistaan ja sen jälkeen konseptin ja verkkopalvelun toimivuutta testataan - sekä verkkopalvelua jatkokehitetään.

Opinnäytetyön teossa turvaututtiin toimeksiantajan tekemiin määrityksiin sivustosta ja aiheen opiskelussa pohjaututtiin lähdekirjallisuuteen. Verkkosivuston kehitys on varsin nuori ja nopeasti kehittyvä suunnittelun ala, joten lähdekirjallisuuden valinnassa tuli pyrkiä uuden kirjallisuuden valintaan. Myöskään verkkosivustojen suunnittelussa ei ole standardoituja menetelmiä ja eri lähteistä tarkastellen sivustojen suunnittelun menetelmiä ja tyylejä on monenlaisia. Aiheeseen tutustuttiin kattavasti ja valittiin sellaisia tyylejä ja menetelmiä verkkopalvelun suunnittelussa, jotka sopivat tähän projektiin parhaiten.

2 Työn tausta ja tarkoitus

Elokuussa 2013 alkanut InnoEspoo-niminen hankekokonaisuus on meneillään oleva Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian, Laurea-ammattikorkeakoulun, Aalto-yliopiston pienyrityskeskusten ja Espoon kaupungin välinen yhteistyöhanke, jossa rakennetaan kansainvälistä osaajaverkostoa. Tämän hankekokonaisuuden tavoitteena on luoda Espoon alueen koulutusasteiden ja yrityspalveluiden rajat ylittävä yhteisö, jonka palvelut tukevat pien- ja opiskelijayritysten toimintaa sekä edistävät Espoon kaupungin innovatiivista palvelutuotannon kehittämistä. Tässä muodostuvassa yhteisössä yhdistyy yrittäjien, opiskelijoiden ja Espoon kaupungin tarpeet, ideat ja toimenpiteet uusiksi palvelumalleiksi ja -ideoiksi ja näistä syntyy uusia palveluita espoolaisille. Myös kansainväliset toimintaympäristöt avautuvat yrittäjille ja opiskelijoille hankkeen luomien verkostojen kautta. Hankkeen on rahoittanut Euroopan sosiaalirahasto (ESR) ja se päättyi huhtikuussa 2015.

Hankkeen tavoitteet muodostuvat kolmesta linjauksesta, jotka ovat koulutusorganisaatioiden ja kaupungin välisen yhteistyömallin rakentaminen, yrittäjyyden edistäminen ja innovatiiviset kaupunkipalvelut. Näistä linjauksista jälkimmäinen, innovatiiviset kaupunkipalvelut, sisältää Hyvinvoinnin markkinapaikka -työnimellä olevan projektin. Hyvinvoinnin markkinapaikka on InnoEspoo-hankkeen aikana toteutettava innovatiivinen palveluidea espoolaisille senioreille kotona selviytymisen tueksi ja se tulee olemaan verkkopalvelu espoolaisille ikääntyville ja heidän omaisilleen.

Tämän internetsivuston kautta espoolaiset ikäihmiset ja heidän omaisensa saavat tietoa mistä voi ostaa erilaisia yksityisiä, joko fyysisesti tai virtuaalisesti toteutettuja hyvinvointipalveluja ja -teknologiatuotteita. Sivuston fokuksena on ikäihmisille suunnattujen palvelun tarjonta. Edellä mainittujen asioiden lisäksi sivuston käyttäjät saavat tarpeellista tietoa kotona selviytymisen tueksi, saavat kaupungin ja muiden toimijoiden tuottamia erilaisia e-palveluita kotiympäristöönsä käyttöönsä, voivat keskustella keskustelufoorumilla sekä saavat tietoa Espoon kaupungin tarjoamista palveluista senioreille.

InnoEspoo-hankkeen aikana Hyvinvoinnin markkinapaikka -projektista on tavoitteena kehittää verkkopalvelu, jossa testataan osia Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptista. Näin ollen nyt kehitteillä olevasta verkkopalvelusta tulee niin sanottu testipilotti. Tämän testipilotin jälkeen arvioidaan konseptin toiminnallisuutta ja tarpeellisuutta sekä opiskelijoiden ja opiskelijayritysten työllistymismahdollisuuksia unohtamatta yrittäjyyden edistämistä. Testipilotin arvioinnin ohessa suunnitellaan uudenlainen toimintamalli yrittäjyyden ja työllistymisen edistämiseksi sekä jatkokehitetään tämän projektin konseptia.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella edellä kuvattu verkkopalvelu.

2.1 Toimeksiantaja

Työn toimeksiantajana toimii InnoEspoo-hankekokonaisuuteen osallistuva Laurea-ammattikorkeakoulu. Laurea on vuonna 1992 perustettu monialainen ammattikorkeakoulu. (Laurea-ammattikorkeakoulun tarina 2015). Se on yksi kahdestakymmenestä neljästä Opetus- ja kulttuuriministeriön hallinnonalaisesta työelämänsuuntautuneesta korkeakoulusta eli ammattikorkeakoulusta. Näistä kahdestakymmenestä neljästä ammattikorkeakoulusta neljätoista on yksityisiä ammattikorkeakouluja, jollainen Laurea on myös ollessaan osakeyhtiö. (Ammattikorkeakoulut 2015.) Sen suurimmat omistajat ovat Espoon sekä Vantaan kaupungit kummatkin 32,4 prosentin osuudellaan. (Organisaatio 2015.)

Laurean paikallisyksiköt sijaitsevat Espoossa Leppävaarassa ja Otaniemessä, Hyvinkäällä, Keravalla, Lohjalla, Porvoossa ja Vantaalla. Opiskelijoita Laureassa on lähes 8000 ja henkilöstöä Laurea työllistää 500 henkilöä. Koulutustarjonta kattaa AMK-tutkinnot päivä- ja monimuotototeutuksin, avoimen AMK:n, ylemmän AMK-tutkinnon sekä erikoistumisopinnot. (Laurea työnantajana 2015.)

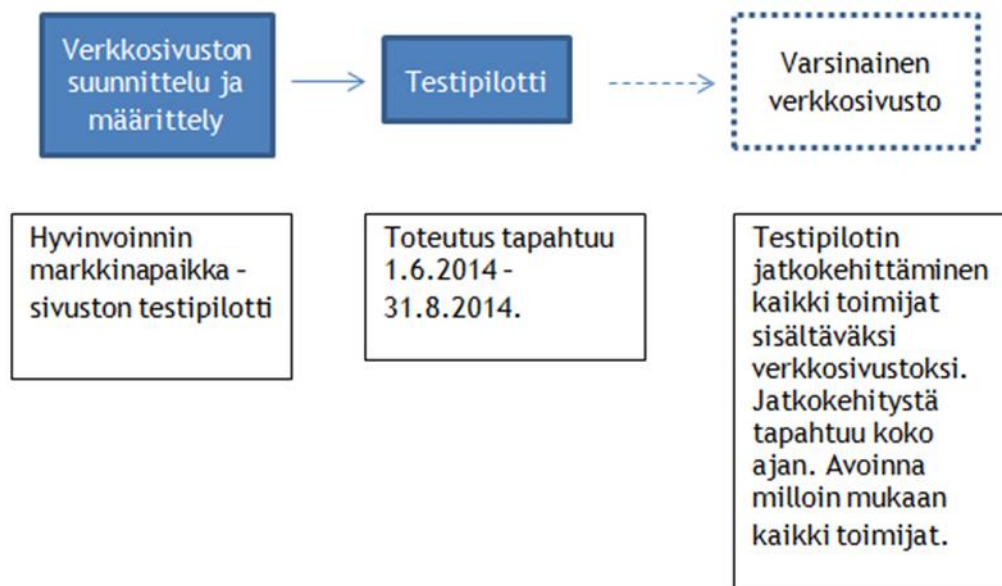
Toimeksiantajaa edustaa kaksi InnoEspoo-hankkeen asiantuntijaa Laurea-ammattikorkeakoulusta. InnoEspoo-hankkeella oli tarve löytää vuoden 2014 alkukuukausina Laurea-ammattikorkeakoulusta yksi tai useampi tietojenkäsittelylinjan opiskelija tekemään opinnäytetyönään Hyvinvoinnin markkinapaikka -verkkopalvelun suunnittelu ja määrittely kesän 2014 alkuun mennessä.

Työstä saatiin tieto Laurean Otaniemen yksikössä helmikuussa 2014 järjestetyssä opinnäytetyötori-tapahtumassa, jossa esiteltiin opinnäytetyöaiheita. Tämän kohtaamisen myötä järjestettiin kaksi palaveria, joissa pohdittiin, miten suunnittelu kannattaisi toteuttaa. Näiden palaverien pohjalta sovittiin työn aloittamisesta.

2.2 Tavoitteet ja tehtävät

Opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella ja määrittellä internetsivusto, joka toimii Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptin testipilottina. Tämä testipilotti on ikään kuin karsittu versio varsinaisesta verkkopalvelusta. Projekti oli alkanut kesän lopussa 2013 ja sivuston suunnittelu aloitettiin maaliskuun alussa 2014. Tavoitteena ajallisesti oli, että sivuston suunnittelu olisi valmis kesän 2014 alkuun mennessä. Tällöin sivuston suunnittelusta tulisi olla valmis suunnittelu- ja määrittelydokumentti, jonka pohjalta sivusto tullaan toteuttamaan. Tämä aikataulullinen tavoite oli ehdottoman tärkeää pitää, sillä projekti oli aikataulutettu siten, että kesäkuun 2014 alussa alkaisi erillinen toteutusryhmä rakentaa sivustoa. Toteutusvaiheen tulisi olla

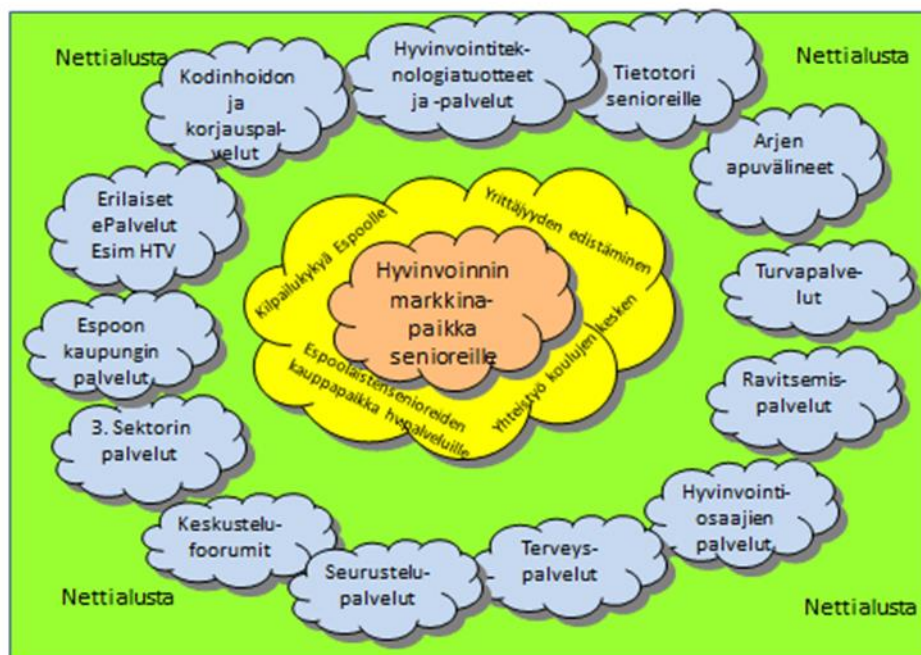
valmis elokuun 2014 lopussa, jonka jälkeen sivusto julkaistaisiin verkossa ja sitä arvioitaisiin huhtikuuhun 2015 saakka samalla jatkokehittäen konseptia että sivustoa (Kuva 1). Tavoitteena on se, että jos sivusto koetaan hyväksi ja konsepti toimivaksi ja tarpeelliseksi, niin InnoEspoo-hankkeen jälkeen sivustoa jatkokehitetään siten, että kaikki konseptin eri toimijat saadaan mukaan sivustolle.



Kuva 1: Sivuston ajallinen eteneminen

Opinnäytetyön tehtävänä oli kartoittaa, minkälaisia määrittelyjä sivustosta on jo tehty, mikä on Hyvinvoinnin markkinapaikka -konsepti, mitä tältä sivustolta odotetaan ja mitä sillä halutaan tehdä. Tämän jälkeen tehtävänä oli suunnitella ja määrittellä tuo sivusto Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptiin perustuen. Työskentely sisälsi näin ollen tiivistä yhteistyötä toimeksiantajan kanssa. Osapuolet kartoittivat toisiaan vaatimuksistaan, toiveistaan ja visioistaan sekä siitä, mikä on mahdollista ja mikä ei. Toimeksiantajaa myös autettiin jatkokehittämään ideoita sivuston suhteen.

Työn aloituksessa maaliskuun 2014 alussa ei ollut vielä täysin selvillä, mitä kaikkea sisältöä ja toiminnallisuuksia tähän testipilottiin otetaan käyttöön siihenastisesta Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptista. Hyvinvoinnin markkinapaikka -konsepti sisältää erilaisia määriteltyjä toimijoita (Kuva 2). Näistä osa oli alustavasti valittu testipilottiin jo tehtyjen määrittelyjen pohjalta (Kuva 3). Alla olevista kuvista käy ilmi, mitä kaikkea Hyvinvoinnin markkinapaikka -konsepti sisälsi työn aloituksessa.



Kuva 2: Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptin kaikki toimijat



Kuva 3: Testipilottiin valittavat toimijat työn aloituksessa

Testipilottiin tuleva sisältö kehittyi ja eli koko suunnittelun kestäneen ajan maaliskuun 2014 alusta kesäkuun alkuun 2014. Toimeksiantaja työsti sivustolle tulevaa sisältöä ja informaatiota koko suunnittelun ajan. Toimeksiantajalla oli käytössään Laurean liiketalousopiskelijoista koostuvaa ryhmä, joka auttoi kehittämään konseptia sekä varsinkin tätä testipilottia, sen informatiivista sisältöä sekä muita testipilottia kehittäessä huomioon otettavia asioita. Osa tehostyistä kehityksestä ja määrittelystä tapahtui sivuston suunnittelijoiden pyynnöstä. Sivustoa

suunniteltaessa tuli eteen erilaisia tilanteita, joissa kannatti pyytää toimeksiantajaa miettimään jotain ratkaisua tai kehityskohdetta. Näin ollen, tämä kolme kuukautta kestänyt sivuston suunnittelu oli jatkuvaa kehitystä ja usein viikon tai kahden takainen tieto oli jo vanhentunutta. Näistä edellä mainituista syistä vastavuoroinen kommunikointi ja selkeä ilmaisujen esityskyky oli tärkeä osa-alue onnistuneen suunnittelun edellytyksenä.

Viimeisen vaiheen tehtävä sijoittui kesäkuun alkuun, kun sivuston suunnittelu oli valmis ja erillinen toteutusryhmä alkoi rakentaa sivustoa kolmen kuukauden ajaksi. Kun toteutusryhmä oli saatu valittua, heillä ei juuri ollut tietoa projektista, sivustosta tai mitä he tarkalleen ottaen tekisivät. Tässä vaiheessa kesäkuun 2014 alussa, kun suunnittelu- ja määrittelydokumentti oli valmis, toimeksiantajan kanssa oli sovittu, että sivuston toteutusryhmälle kerrottaisiin mahdollisimman kattavasti, mitä suunnittelussa on tehty ja mitä he tulisivat tekemään. Tämä käsitti tiedon välittämisen aina kohderyhmistä sivuston taustoihin. Tästä syystä suunnittelu- ja määrittelydokumentista tehtiin mahdollisimman kattava ja informatiivinen, jotta toteutusryhmä saisi myös kirjallista tietoa tästä.

Omat oppimistavoitteet tällaisessa työssä ovat verkkopalvelun suunnitteluprosessin hahmottaminen, siitä suoriutuminen ammattimaisesti ja työskentely työelämän projektia vastaavassa projektityöympäristössä ja siitä oppiminen omaa tulevaisuutta ajatellen. Tavoitteena on myös projektityöskentelystä oppiminen kokonaisvaltaisesti eri sidosryhmien välillä.

2.3 Työn rajaus

Työn rajaus määriteltiin kattamaan sivuston suunnittelu määrittelyineen ja sen dokumentointi siten, että sivuston toteuttajat pääsevät heti heidän työsuhteensa alkaessaan kesäkuun 2014 alussa rakentamaan sivustoa suunnitelmallisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että sivuston suunnittelussa tultiin pyrkimään enemmänkin pääpiirteisiin ja linjauksiin kuin tarkkoihin määrityksiin. Tähän oli myös syynä sivuston sisällön eläminen ja sisällön jatkuva kehittyminen. Kun kyseessä oli testipilotti, jossa testataan osia suuremmasta kokonaisuudesta, sivuston suunnittelussa haluttiin jättää tiettyjä asioita avoimimmiksi myöhempiä päätöksiä varten. Tästä syystä tässä sivuston suunnittelun ja määrittelyn vaiheessa haluttiin pysyä pääpiirteisissä ja linjauksissa. Sivuston suunnittelussa ja sen dokumentoinnissa keskityttiin saamaan kattava yleiskuvaus projektista, verkkosivustosta, sisältösuunnitelmasta ja toiminnoista, sivuston rakenteesta sekä sivuston asetteluista.

Työn rajaukseen kuuluvat myös nekin seikat, että Hyvinvoinnin markkinapaikka -projektiin liittyi kesken sivuston suunnittelun graafikko avustamaan projektia tulevan sivuston toteuttamisessa. Sivuston suunnittelun ollessa käynnissä ja sen valmistuttua, sivustolla eikä projektilla ollut vielä graafista materiaalia, kuten esimerkiksi logoa. Sovittiin graafikon tekevän sivuston

graafista ilmettä. Rajaukseksi myös sovittiin sivuston mobiilipuolen laajempi käsittely ja sen jättäminen sivuston rakentavalle toteutustiimille. Sivustoa suunnitellessa mobiilipuoli otetaan huomioon, mutta toteutustiimille jätetään sen tarkempi toimeenpano ja määrittely.

3 Verkkosivuston suunnittelu

Verkkosivuston suunnittelu tai web design käsitteenä voi tarkoittaa eri ammattialojen ihmisille erilaisia asioita. Graafikko voi tarkoittaa web designilla verkkopalvelun ulkoasua ja ohjelmoija palvelun toiminnallisia puolia. Tässä tarkoituksessa verkkosivuston suunnittelulla ja web designilla tarkoitetaan verkkosivuston suunnittelua kokonaisuutena toimeksiantajan visiosta sivuston julkaisuun ja sen jälkeiseen ylläpitoon. (Kraynak & Bluttman 2011, 1.) Itse verkkopalvelu voidaan määritellä seuraavin sanoin: ”verkkopalvelu on sähköisessä verkossa oleva joukko aktiviteetteja, joiden käyttö tuo lisäarvoa käyttäjälle.” (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 25.)

Verkkosivuston suunnittelu ja toteuttaminen on monivaiheinen ja haastava prosessi. Se on paljon muutakin kuin silmää miellyttävien sivujen tekemistä. Sen voi määritellä olevan sivuston audienssin ymmärtämistä ja tiedon järjestämistä siten, että se täyttää audienssin tarpeet sekä täyttää sivuston tavoitteen, olkoon se tavoite sitten tiedon levittäminen tai myynti. (Lopuck 2012, 1.) Moderni verkkosivusto voi kattaa satoja eri sivuja, joten on tärkeää osata yhdenäistää design ja navigaatio käyttäen suuria määriä teknologioita ja tekniikoita rakentaakseen tehokkaan verkkosivuston. (Lopuck 2012, 9.)

Suunniteltavan sivuston suunnitteluprosessiin voi osallistua useampihenkinen työryhmä omilla työkuvauksillaan. Tämä riippuu työn laajuudesta ja sivuston tavoitteiden laajuudesta. Pienempien sivustojen suunnittelu voi onnistua hyvin yhden osaavan ihmisen toimesta. Nykyisen Internetin kulta-ajan aikana ja jatkuvasti kasvavan verkkomaailman sykkeessä sivuston suunnitteluprojekti tai -työ kuitenkin tarvitsee useimmiten erillisen projektiryhmän ja lisäksi tarpeen mukaan ulkopuolisten toimijoiden työpanosta, jotta sivusto onnistuu täyttämään tavoitteensa ja asetetut kävijämääränsä. Myös talous- ja markkinointipuolen tulee olla sivuston suunnittelussa mukana alusta alkaen. (Lopuck 2012, 10).

Kun verkkosivuston suunnittelu voi näin ollen olla laaja projekti ja jossa työskentelee iso määrä ihmisiä, niin tällaisessa suunnitteluprojektissa on syytä käyttää jonkinlaista työskentelytapaa tai -mallia, jotta projektin läpivienti helpottuu ja selkiytyy. Tällaisia tapoja ja malleja kutsutaan metodeiksi. (Lopuck 2012, 19).

3.1 Verkkosivuston suunnittelun eri vaiheet

Verkkosivuston suunnittelun ollessa laaja ja haastava työ, on syytä käyttää jonkinlaista metodia helpottaakseen työskentelyä. Metodi auttaa sivuston suunnittelussa vaiheistamaan työskentelyä ja auttaa myös toimeksiantajaa ymmärtämään, millainen kokonaisprosessi on kyseessä. Erilaisia metodeja on käytössä lukuisia, mutta monessa niistä nimitykset ja vaiheiden määrä voi vaihdella kuitenkin perustarkoituksen pysyessä lähes samana. (Lopuck 2012, 19.) Kokonaistyö jaetaan eri kronologisiin vaiheisiin ja tätä polkua seuraamalla sivuston suunnittelu etenee lähtöpisteestä valmiiseen ylläpidettävään sivustoon.

Tähän työhön valittiin metodiksi Web Design All-in-One For Dummies®, 2nd Edition -kirjassa kuvattu metodi. Tämä kyseinen metodi oli kattava ja tehokas metodi tähän työhön soveltuva. Kirjassa kuvattu metodi on suositus, mutta ei mitenkään standardisoitu menetelmä. (Jenkins 2013, 1). Näin ollen tätä metodia sovellettiin siten, että se sopisi vielä paremmin tämän kyseisen työn tarkoitukseen. Metodia sovellettiin siten, että muista lähdekirjoista otettiin niissä kuvattuja metodeja ja niiden osia tähän valittuun metodiin ja työhön soveltuviksi.

Verkkosivuston suunnittelun voi jakaa seitsemään eri vaiheeseen. Nämä vaiheet ovat kartoitus-, sopimus-, suunnittelu-, toteutus-, testaus-, julkaisu- ja ylläpitovaihe. (Jenkins 2013, 10.) Tässä valitussa ja kuvatussa metodissa työskentely alkaa kartoitusvaiheella ja etenee sen jälkeen vaihe vaiheelta aina viimeiseen vaiheeseen eli sivuston ylläpitovaiheeseen. Vaiheet tulee pyrkiä käymään nimenomaisessa järjestyksessä lävitse, sillä kussakin vaiheessa tarvitaan aina edellisten vaiheiden pohjalta saatua tai luotua tietoa.

Koska tämän työn aiheena oli verkkosivuston suunnittelu ilman varsinaista sivuston rakentamista ja sen jälkeisiä vaiheita, niin teoriaosuus on rajattu käsittelemään kartoitus-, sopimus- ja suunnitteluvaihetta.

3.1.1 Kartoitusvaihe

Verkkosivuston suunnittelu alkaa kartoitusvaiheella. Kartoitusvaiheen voi lyhyesti kuvata tarkoittavan sitä, että selvitetään kaikille projektiin osallistuville mitä tehdään, millaisella aikataululla ja millä resursseilla. Tässä työskentelyn ensiaskeleilla kun sivuston suunnittelijoilla ei ole vielä paljoakaan tietoa siitä, mitä he tulevat tekemään ja miksi, on ymmärrettävästi syytä olla toimeksiantajaan tiiviissä yhteydessä ja tehdä toimeksiantajan kanssa yhteistyötä.

Kartoitusvaiheessa määritellään aluksi sivuston tarkoitus ja tavoitteet. Toimeksiantajalta voi näin ollen heti aluksi kysyä miksi tämä sivusto tehdään, mikä on sen tavoite ja tarkoitus. (Jenkins 2013, 10-11.) Kun tähän on saatu vastaus, sivuston tarkoituksesta muodostuu suuntaa-antava, joka osoittaa oikean suunnan lähteenä etenemään sivuston suunnittelussa. (Jenkins 2013, 9.) Tämän jälkeen voidaan toimeksiantajalta kysyä siitä, mitä toimeksiantaja haluaa sivustol-

le niin sisällöltään kuin toiminnallisuuksiltaan. Tässä tiedonkeruussa toimeksiantajalta kannattaa kysellä mahdollisimman tarkasti hänen toiveistaan ja määräyksistään sivuston suhteen. Tämä auttaa suunnittelijoita muodostamaan ensimmäisiä näkemyksiä sivuston ulkoasullisista-kin seikoista. (Jenkins 2013, 12.) Tässä vaiheessa on myös hyvä huomioida, että internetsivustoilla on olemassa sellaisia elementtejä, joiden tulisi olla kaikilla sivustoilla. Tällaisia asioita ovat sivuston selkeä etusivu, kontaktitiedot, rekisteriseloste, sivuston sivukartta ja alatunniste. (Jenkins 2013, 16-19.)

Seuraavaksi voidaan tarkastella kilpailevia verkkosivustoja. Alati kasvavassa verkkomaailmassa on luonnollisesti syytä pysyä kilpailukykyisenä. Suunnittelijat voivat yhdessä toimeksiantajan kanssa tarkastella kilpailevia sivustoja. Tämän tarkoituksena on etsiä sellaisia elementtejä ja asioita, jotka toimivat hyvin näillä sivustoilla, tai toimivat huonosti. Jos kokee jonkun asian huonosti toimivaksi kilpailevalla sivustolla, niin on hyvä löytää keino esittää asia paremmin nyt kehitteillä olevalla sivustolla. Myös esimerkiksi värimaailmaan ja informaatioarkkitehtuuriin kannattaa kiinnittää huomiota. (Jenkins 2013, 11.)

Kun edellä mainitut asiat on saatu kirjattua ylös, toimeksiantajaa voidaan pyytää kuvailemaan käsitystään sivuston imagosta tarvittaessa sivuston suunnittelijoiden avustuksella. Tämä imago vahvistaa sivuston kirjoittamatonta identiteettiä ja sivustolla kävijöiden persoonallisuutta, ja johon kävijät samaistuvat. Lisäksi tämä auttaa suunnittelijoita muodostamaan käsitystä sivuston esteettisistä puolesta ja mahdollisesti myös auttaa organisatorisissa kysymyksissä. (Jenkins 2013, 16.)

Kartoitusvaiheen viimeisenä osiona voidaan tarkastella sivuston hyötyjä. Tätä voi myöhemmin täydentää käyttäen apuna myöhemmin saatuja tietoja, esimerkiksi ideaalin asiakkaan identiteetistä. Tämän tutkiskelun hyötynä on antaa suunnittelijoille ideoita toteuttaa joitain sivuston elementtejä siten, että ne toimivat varmemmin sivuston käyttäjien käydessä sivustolla, ja ennen kaikkea erottaa sivustoa kilpailevista sivustoista. (Jenkins 2013, 44-46.)

Kartoitusvaiheen jälkeen sivuston suunnittelijoilla tulisi olla kattava näkemys ja laaja käsitys nyt suunniteltavasta sivustosta. Kartoitusvaiheessa saatu ja luotu informaatio tulee olemaan pitkälti se materiaali, jolla sivusto varsinaisesti suunnitellaan.

3.1.2 Sopimusvaihe

Tässä valitussa metodissa toisena vaiheena on sopimusvaihe (engl. contract phase). Tässä vaiheessa sivuston suunnittelijat toimittavat toimeksiantajalle ehdotelman projektista. Tästä ehdotelmasta käy ilmi työn laajuus kirjoitetussa muodossa, jotta kummallakin osapuolella on selvä ja yhtenevä käsitys projektin lopputulemasta. Myös taloudelliset seikat sovitaan tässä

kohdin kuin myös aikataulu. Toimeksiantaja voi tässä vaiheessa luovuttaa sivuston suunnittelijoille sellaista materiaalia, jota tarvitaan sivuston suunnittelussa ja toteuttamisessa. Kun asioista on päästy yksimielisyyteen, niin ehdotelman pohjalta voidaan luoda virallinen sopimus työstä. (Jenkins 2013, 10.)

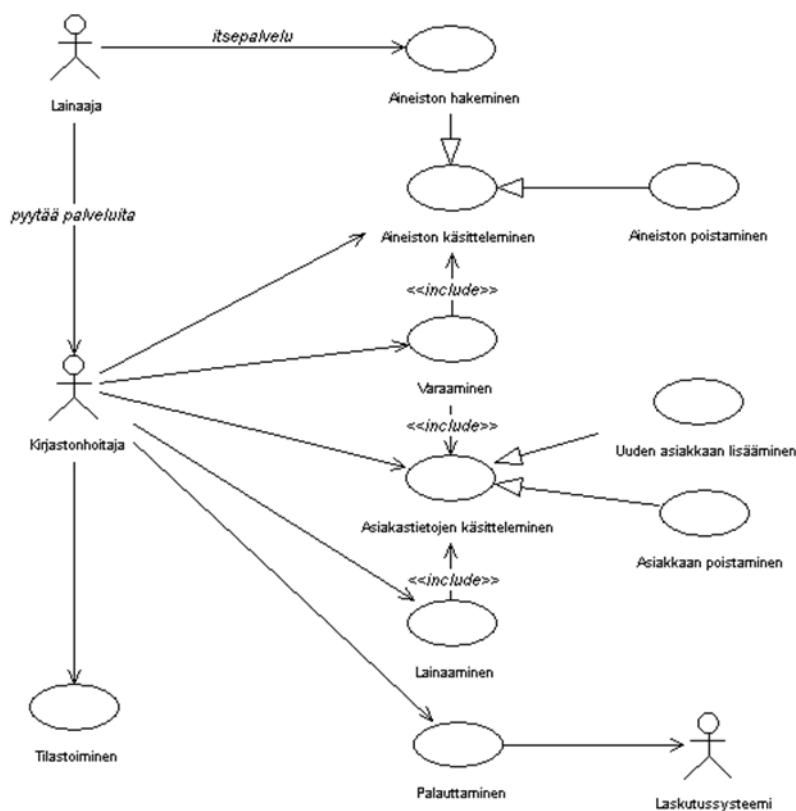
Edellä mainittu sopimus voidaan käyttää tarpeen mukaan asianajajan silmien alla, jos siihen koetaan tarvetta. Hyvänä tapana pidetään sitä, että toimeksiantaja maksaisi tässä vaiheessa vähintään 25 prosenttia työn loppusummasta. Näiden asioiden ollessa kunnossa voidaan siirtyä seuraavaan vaiheeseen eli suunnitteluvaiheeseen. (Jenkins 2013, 29.)

3.1.3 Suunnitteluvaihe

Kolmantena vaiheena tulee varsinainen luomisvaihe eli suunnitteluvaihe. Kartoitusvaiheessa saatujen tietojen tietoperustan pohjalta ja sopimusvaiheessa sovittujen muodollisten seikkojen jälkeen voidaan aloittaa suunnitteluvaihe määrittelemällä sivuston kohdeyleisö. Toimeksiantajalta voi kysyä minkälaisia ihmisiä nyt suunniteltava sivusto pyrkii houkuttelemaan kävijöikseen eli mitkä ovat sivuston kohderyhmät. Kohderyhmät voi jakaa pääasialliseen kohderyhmään sekä sekundäärisiin kohderyhmiin. Se kenelle sivusto suunnitellaan, tulee määrittämään paljon seuraavia työvaiheita, esimerkiksi lapsille suunnattu sivusto on todennäköisesti hyvin erilainen kuin aikuisille suunnattu aihealueesta ja tarkoituksesta riippumatta. (Brannan 2010, 19-20.) Sivuston kohderyhmien tarkasteluun kuuluu myös näistä ryhmistä tarkemman tiedon etsiminen. Tätä voidaan nimittää markkinatutkimukseksi. Tässä voidaan tarkastella muun muassa kohderyhmien tietokoneen ja Internetin käyttötottumuksia. Tällaista tietoa voi olla toimeksiantajalla jo itsellään, mutta joskus sivuston suunnittelijat pääsevät itse tekemään tämän. (Jenkins 2013, 30-31.) Tämän pohjalta asia voidaan viedä hieman pidemmälle kuvaamalla ideaalin asiakkaan identiteetin saatujen tietojen pohjalta. Olemalla selvillä kohderyhmiin kuuluvista ihmisistä on tärkeä merkitys suunnitteluvaiheessa, sillä se voi auttaa ratkaisemaan tärkeitä päätöksiä. Ideaalin asiakkaan identiteetin luomiseksi auttavia kysymyksiä voivat olla esimerkiksi, onko asiakas mies vai nainen tai onko sukupuolella edes väliä, mikä ikäinen hän on ja minkälaiset elintavat asiakas omaa. (Jenkins 2013, 40-44.)

Kartoitusvaiheessa toimeksiantajalta saadun sivuston sisällöllisen puolen suhteen tässä vaiheessa voi tämän sivustolle tulevan sisällön kasata yhteen sisältösuunnitelmaksi. Kun sisältösuunnitelma on valmis, niin se voidaan tarpeen mukaan kategorioida ja järjestellä ryhmiin. Tämän tarkoituksena on muodostaa samanlaiset tai samantyylliset sisällöt saman ryhmään. Myös priorisointia kannattaa tehdä tässä kohdin päättämällä sisällön tärkeimmät ja olennaimmat asiat. Priorisoimalla voi sivuston tärkeimpiä ominaisuuksia tuoda paremmin esiin ja sijoittaa ne myös paremmin sivustolle. (Lopuck 2012, 41). Sivustolle kun voi tulla kymmeniä tai satoja sivuja, niin samankaltaisten asioiden niputtaminen yhteen auttaa luomaan sivustos-

ta selkeämmän ja helpottaa suunnittelua. Kategorioitu ryhmä on myös syytä nimetä jo tässä vaiheessa eli antaa tälle kategorioidulle ryhmälle sen sisältöä kuvaava nimi. Jos vaikkapa tämä ryhmä sisältää erilaisia tuotesivuja, niin tällöin ryhmän voi nimetä kuvaavasti tuotteet-sivuksi. Käytettävyyssyistä tällaisia erilaisia pääryhmiä kannattaa olla maksimissaan viidestä seitsemään. Näistä voi muodostaa olennaisen osan sivuston navigointirakenteesta. Näiden ryhmien lisäksi voi muodostaa kullekin pääryhmälle omia alaryhmiä ja jopa niiden omia alaryhmiä kerroksittain. On kuitenkin suositeltavaa pysyä vain muutamissa alaryhmissä syvyystasossa. Tämän kategorioinnin ja priorisoinnin tarkoituksena on auttaa luomaan hahmotelma sivuston rakenteesta sekä muodostaa sivuston navigointirakennetta. Siksi on hyvä muodostaa maksimissaan viidestä seitsemään pääryhmää, sillä näistä ryhmistä on kätevää muodostaa sivun pääasiallinen navigointi. Nämä ryhmät ovat sivuston näkyvin navigointiosa ja on hyvä sijoittaa ne sivuston näkyvimpään ja olennaisimpaan kohtaan. Näiden ryhmien alaryhmät voivat tulla esiin esimerkiksi tiputusvalikkoina tai aueta näitä pääryhmiä klikkaamalla. Priorisoimalla nämä ryhmät ne voi sijoittaa haluamaansa järjestykseen. (Lopuck 2012, 42). Tämän lisäksi tässä voi käyttää apuna käyttötapauskaaviota (engl. use case diagram) (Kuva 4). Käyttötapauskaavio on osa UML-mallinnusta ja se auttaa havainnollistamaan sivuston käyttäjävaatimuksia. (Brannan 2010, 31.)



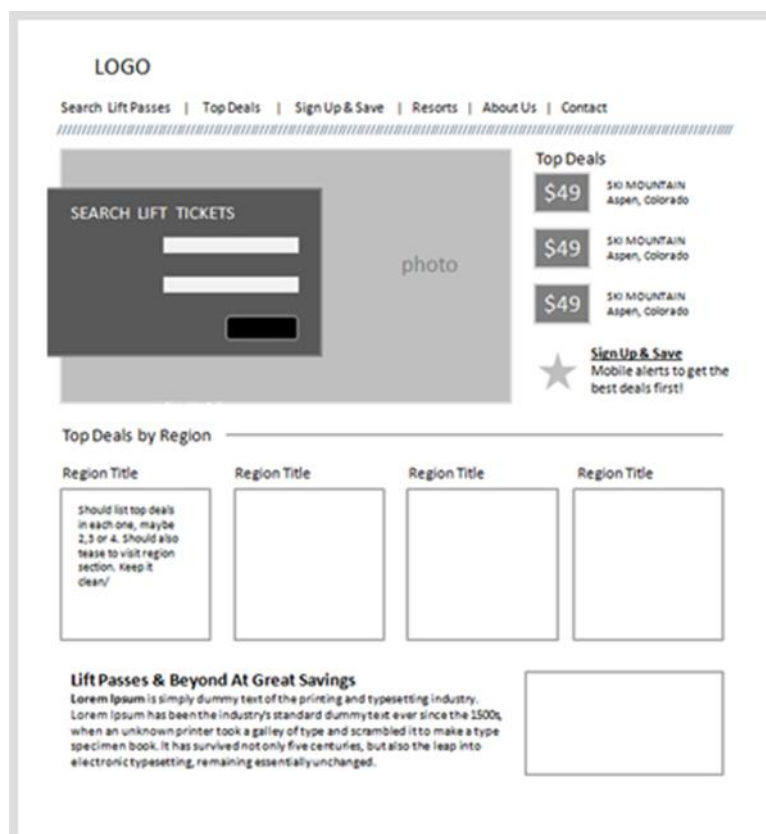
Kuva 4: Käyttötapauskaavio (Tarinani 2014)

Kun yllä mainitut sisältöön kohdistuvat asiat on tehty, on aika tehdä tästä sisällöstä sivuston yleiskuvaus (engl. outline). Tässä yleiskuvauksessa kuvataan sivuston sisältö loogisessa järjestyksessä. Sivuston pääryhmät sijoitetaan ensimmäiselle tasolle ja tämän jälkeen listataan kunkin pääryhmän alaryhmät oman pääryhmänsä alle. (Brannan 2010, 35). Yleiskuvaus muutetaan tämän jälkeen sivukartaksi (engl. sitemap). Sivukartta auttaa visualisoimaan sivuston rakenteen - informaatioarkkitehtuurin - ennen sen rakentamista (Kuva 5). (Lopuck 2012, 44). Se on ikään kuin talon pohjapiirros. Siinä kuvataan pelkistetysti ainoastaan sivut ja niiden nimet. Se voi olla hyvin yksinkertaisen näköinen mutta se on hyvä, jos se kuvaa sivustoa kokonaisuutena tarkasti. (Jenkins 2013, 75). Sivukartasta näkee myös ennalta mahdollisia ongelmia kuten sen, että jos sivustolla on liian paljon tai liian vähän pääryhmiä. Liian paljon pääryhmiä voi näkyä sivuston käyttäjälle siten, että käyttäjällä on liian paljon valinnanvaraa ja liian vähän pääryhmiä isoina sisältöinä voi tuottaa käyttäjälle navigointiongelmia sivustolla. Sopiva määrä pääryhmiä ja alaryhmiä oikein tehtyinä tuo sivustolle sopivan tasapainon. (Lopuck 2012, 45-46).



Kuva 5: Sivukartasta esimerkkikuva (Rocha web design 2014)

Kun sivuston sisältö ja sivuston rakenne on kunnossa, voidaan siirtyä tekemään rautalankamalleja. Rautalankamalleilla kuvataan sivuston yksittäisiä sivuja sisällöltään pelkistetysti ainoastaan tekstillä (Kuva 6). Rautalankamalli on hyvä tehdä ainakin jokaisesta sivuston tärkeimmästä sivustosta. Pienemmässä sivustossa rautalankamallin voi tehdä sivuston jokaisesta sivusta, jos sen kokee tarpeelliseksi, välttämätöntä se ei ole. Rautalankamallien teolla autetaan rakentamaan sivujen sisältöä. Nämä mallit eivät kerro miltä sivut näyttävät, vaan miten sivujen sisältö järjestyy. (Jenkins 2013, 58-61.)



Kuva 6: Esimerkki rautalankamallista (Website design, development and Internet marketing company 2014)

Kun on tiedossa miltä yksittäisenkin sivu näyttää pääpiirteittäin, voidaan siirtyä sivuston tarkemman ulkoasun suunnittelun pariin. Aiemman työn pohjalta sivustosta tehdään graafinen malli (engl. mock-up). Tällöin työn toimeksiantajakin näkee sen, miltä sivusto tulee näyttämään. Tämä malli on graafinen esitys sivustosta ja siinä kuvataan miltä sivusto näyttää ja kuinka se toimii myös funktionaalisesti. Se on myös viimeinen suunnittelun vaihe ennen kuin sivustoa aletaan varsinaisesti rakentaa suunnittelun pohjalta. Malli voidaan tehdä sivuston tärkeimmistä sivuista, mutta ennen kaikkea se tulee tehdä sivuston tärkeimmästä sivusta eli etusivusta. Etusivun ulkoasu määrää pitkälti sen, miltä sivusto näyttää kokonaisuudessaan. Tästä mallista käy ilmi sivuston värimaailma, navigaation sijainti, tekstien ja graafisen sisällön sijainti sekä fontit ja niiden tarkka koko. (Jenkins 2013, 158-159).

4 Toiminnallinen osuus

Tässä toiminnallisen osuuden osiossa käsitellään sitä, kuinka sivuston suunnittelu ja määrittely toteutettiin. Se kattaa eri työvaiheet kronologisessa järjestyksessä. Toiminnallinen osuus toteutettiin teorian pohjalta ja sitä sovellettiin tähän projektiin sopivaksi. Verkkosivustojen suunnittelussa hyödynnettiin ennen kaikkea toimeksiantajan jo tekemiä määrittelyjä sekä monen eri kirjallisen lähteen menetelmiä. Koska sivuston ja sen takana olevan konseptin kehittä-

ly eteni sivuston suunnittelun aikana, niin aina ei ollut mahdollista edetä täysin teorianmallien mukaan. Joissakin tilanteissa jokin vaadittu asia oli toimeksiantajalla vielä työn alla eikä ajallisesti ollut kannattavaa odottaa tämän valmistumista, niin tällöin työtä jatkettiin tilanteeseen parhaaksi katsotulla tavalla eli soveltamalla.

Toiminnallisen osuuden aikana pääasiassa ajallisten syiden vuoksi joitakin asioita sovittiin hoidettavaksi suunnittelun jälkeen, nämä asiat olisivat kuuluneet suunnitteluun. Esimerkiksi käyttäjättestaus sovittiin järjestää siten, että kesällä 2014 aloittava sivuston rakentava ryhmä hoitaa käyttäjätestauksen. Paperilla tämä ei ole ideaali ratkaisu, mutta tähän tilanteeseen se oli ideaali ratkaisu ja se koettiin toimivaksi järjestelyksi. Myös suunnitteluun kuuluva graafinen osuus sovittiin jätettäväksi sivuston rakentavalle tiimille. Suunnittelun aikana tehtiin yhteistyötä graafikon kanssa, joka toteutti sivuston designia. Tässä graafisessa työssä ei kuitenkaan päästy kovinkaan pitkälle ennen työn valmistumisen määräaikaan, joten nämä designasiat jätettiin lopullisesti tämän toteuttavan ryhmän hoidettavaksi myöhemmin. Myös sivuston mobiilipuolen tarkempi kehittäminen ja määrittely jätettiin sivuston rakentavan ryhmän toteutettavaksi, mutta suunnittelussa huomioitiin sivuston mobiilipuoli.

Toiminnallisen osuuden tehtävänä oli siis suunnitella Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptiin perustuva verkkosivusto siten, että sen pohjalta erillinen toteutusryhmä voi rakentaa sivuston, pois lukien edellä mainitut rajaukset. Tehtävään kuului myös tämän erillisen toteutusryhmän perehdyttäminen Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptiin ja sen verkkosivuston suunnitteluun.

4.1 Kartoitusvaihe

Varsinainen sivuston suunnittelun työstäminen alkoi kartoitusvaiheella. Kartoitusvaiheen ensimmäisenä toimenä toimeksiantaja kertoi sivuston taustoista, tarkoituksesta ja tavoitteista. Tämän tarkoituksena oli se, että sivuston suunnittelussa on tärkeää se, että sivuston suunnittelijoilla on hyvä ymmärrys sivustosta kokonaisuutena. Tällöin sivuston suunnittelijat tietävät tarkalleen mitä tehdään, miksi tehdään ja kenelle tehdään. Edellä kuvatun informaation pohjalta laadittiin 4.1.1.-kohdassa oleva dokumentti. Tästä dokumentista käy kattavasti selväksi se, mikä on sivuston tausta, tarkoitus ja tavoite.

Toisena vuorossa olisi ollut selvittää sivustolle tulevaa sisältöä. Koska toimeksiantaja edelleen kehittäjä ja määritteli Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptin verkkosivuston testipilottiver-siota, niin toimeksiantaja ei vielä tässä vaiheessa voinut toimittaa kovinkaan tarkkaa tietoa, mitä kaikkea testipilotti tulee sisältämään. Tästä keskusteltiin ja sovittiin myöhempi ajankoh-ta tämän sisällöllisen tiedon toimittamisajankohdaksi. Tällöin koettiin parhaimmaksi ratkai-suksi selvittää sivuston kohderyhmät eli sellaiset spesifit ihmisryhmät, joita sivusto pyrkii

houkuttelemaan kävijöikseen ja joiden odotetaan käyvän sivustolla. Tästä tuotokseksi syntyi otsikossa 4.1.2. oleva informaatio. Materiaalia oli aiheesta paljon, mutta tähän riittävä vastaus saatiin esitettyksi lyhyesti ja ytimekkäästi ja sen todettiin olevan hyvä sellaisenaan tähän tarkoitukseen. Valitussa metodissa kohderyhmää koskeva työvaihe olisi tarkoitus tehdä suunnitteluvaiheen ensimmäisenä työvaiheena. Tätä kohderyhmää koskevaa vaihetta työstettiin myös tulevien vaiheiden aikana rinnakkain.

Kohderyhmien selvittämisen jälkeen tarkasteltiin sivuston hyötyjä. Hyötyjen tarkastelu ei rajoittunut mihinkään tiettyyn osa-alueeseen, esimerkiksi sivuston asiakkaisiin, vaan sivuston hyötyjä tarkasteltiin kokonaisvaltaisesti eri tahojen osalta. Hyötyjen tarkastelun ideana oli antaa suunnittelijoille ideoita toteuttaa joitakin sivuston elementtejä siten, että ne parantavat käyttäjien viihtyvyyttä sivustolla. Tästä syntyi tuotokseksi kohdassa 4.1.3. oleva dokumentti. Tämä työvaihe olisi ollut tarkoitus hoitaa kartoitusvaiheen viimeisenä työvaiheena, mutta ajallisista syistä se oli järkevintä tehdä tässä vaiheessa. Dokumenttia muokattiin hiekan myöhempien työvaiheiden jälkeen niistä saadun informaation vuoksi.

Näiden edellä mainittujen kartoitusvaiheen osioiden jälkeen toimeksiantajalta kysyttiin tarkempaa tietoa toimeksiantajan määräyksistä sivuston suhteen niin sivustosta kokonaisuutena kuin toiminnallisuuksiltaan. Tästä asiasta oli keskusteltu aiemmissa tapaamisissa, mutta tässä vaiheessa haluttiin tarkempaa tietoa jo tehdyistä määräyksistä sivuston suhteen. Verkkosivuston suunnittelussa halutaan tietää esimerkiksi mitkä ovat toiminnalliset vaatimukset, käyttäjävaatimukset, käytettävyyksivaatimukset ja toimintaympäristövaatimukset. (Sinkkonen ym. 2009, 49.) Määritykset käyvät ilmi 4.1.4.-kohdassa olevasta dokumentista. Se on rajattu siten, että siinä ei ole käsitelty sivuston varsinaista informatiivista sisältöä eli eri toimijoita.

Tämän jälkeen tarkasteltiin kilpailevia, vastaavanlaisia ja referenssisivustoja. Toimeksiantajalla oli etukäteen tiedossa joitakin kilpailevia sivustoja sekä referenssisivustoja. Näiden lisäksi tarkasteltiin vastaavanlaisia sivustoja. Tästä muodostui kohdassa 4.1.5. oleva kattava dokumentti. Näitä sivustoja tarkastelemalla saatiin paljon ideoita ja vaikutteita nyt suunniteltavaan sivustoon.

Tämän jälkeen palattiin kohderyhmien pariin työskentelyyn. Nyt kun kohderyhmät olivat selvillä, alettiin selvittää kuinka kohderyhmät osaavat käyttää tietokonetta ja Internetiä eli tehtiin eräänlaista markkinatutkimusta kohderyhmistä. Tähän kuului haastattelu Enter ry:n edustajan kanssa. Haastattelun tarkoituksena oli saada lisätietoa pääasiallisen kohderyhmän eli ikäihmisten tietotekniikkaosaamisesta ja minkäläisten ongelmien kanssa he painivat. Haastattelusta luotiin 4.1.6.-kohdassa oleva dokumentti.

Seuraavaksi pyrittiin hakemaan sivustolle ilmettä. Tämä tapahtui yhdessä toimeksiantajan kanssa keskustellen ja kysellen millaiseksi sivuston identiteetti koetaan. Toimeksiantaja kertoi adjektiiveilla kuvaten visiotaan sivustosta. Tämä auttoi erinomaisesti muun muassa kuvaamaan ja muodostamaan käsitystä sivuston yleisilmeestä. Tästä luotiin kohdassa 4.1.7. oleva dokumentti.

Kartoitusvaiheen viimeisenä osiona oli luoda henkilökuvauksia sellaisista fiktiivisistä ihmisistä, jotka olisivat ihanteellisia kävijöitä sivustolla - eli ideaaleja asiakkaita. Tämä auttaa käyttäjälähtöisessä suunnittelussa. Tämäkin työvaihe kuului valitussa metodissa suunnitteluvaiheeseen, mutta muissa lähdekirjoissa kuvatuissa metodeissa sen paikka vaihteli, joten tämä työvaihe päätettiin toteuttaa tässä kohdin. Tämä dokumentti löytyy kohdasta 4.1.8.

4.1.1 Sivuston tausta, tarkoitus ja tavoitteet

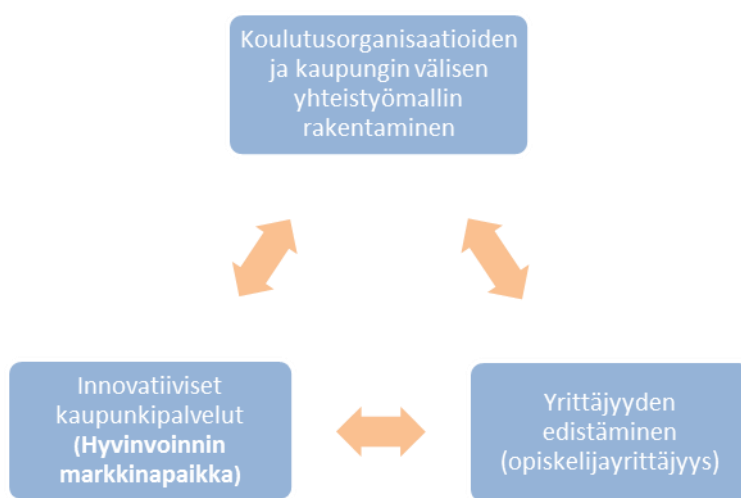
Tämä projekti on osa InnoEspoo-nimistä hankekokonaisuutta. InnoEspoo on Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian, Laurea-ammattikorkeakoulun, Aalto-yliopiston pienyrityskeskusten ja Espoon kaupungin välinen Euroopan sosiaalirahaston (ESR) rahoittama yhteistyöhanke vuosille 2013-2015. Tämän hankekokonaisuuden tavoitteena on luoda Espoon alueen koulutusasteiden ja yrityspalveluiden rajat ylittävä yhteisö, jonka palvelut tukevat pien- ja opiskelijayritysten toimintaa ja edistävät Espoon kaupungin innovatiivista palvelutuotannon kehittämistä. Yhteisössä yhdistyisi yrittäjien, opiskelijoiden ja Espoon kaupungin tarpeet, ideat ja toimenpiteet uusiksi palvelumalleiksi ja palveluideoiksi, ja näistä syntyisi uusia palveluita espoolaisille.

Yrittäjät ja opiskelijat kohtaavat ja työskentelevät yhdessä yhteisissä oppimisympäristöissä, tapahtumissa ja koulutuksissa tavoitteenaan alueen kehittyminen, yrittäjyyden edistäminen ja uudet palvelut. Tämä verkottaa alueen yrittäjät ja opiskelijat voimakkaammin yhteen ja yritykset saavat uusia luovia ratkaisuja tarpeisiinsa.

Tavoitteena on myös luoda yhteistä ja systemaattisempaa toimintamallia espoolaisen yrittäjyyden yrittäjyyspolun edistämiseen. Eri koulutusorganisaatioiden hajanaisesta mallista kohti systemaattisuutta, jossa koulutusorganisaatioiden yrittäjyyspalvelut systematisoituisivat kestäväksi toimintamalliksi. Samalla hankkeen eri koulutusasteiden oppimisympäristöjä avataan entistä laajemmin alueen yrittäjille, asiantuntijoille ja kehittäjille.

Tämän hankkeen tavoitteet vahvistaisivat vastuullista ja kestävä yrittäjyyttä Espoossa, edistäisi uusien yritysten syntymistä sekä kehittäisi Espoon alueen palvelutuotantoa innovatiivisesti, kustannustehokkaasti ja laadullisesti.

InnoEspoo-yhteistyöhankkeen tavoitteet koostuvat kolmesta linjauksesta, jotka ovat koulutusorganisaatioiden ja kaupungin välisen yhteistyömallin rakentaminen, yrittäjyyden edistäminen ja innovatiiviset kaupunkipalvelut (Kuva 7). Näistä jälkimmäinen linjaus - innovatiiviset kaupunkipalvelut - sisältää Hyvinvoinnin markkinapaikka -projektin. Hyvinvoinnin markkinapaikka on InnoEspoo-hankkeen aikana toteutettava innovatiivinen palveluidea espoolaisille senioreille kotona selviytymisen tueksi. Se tulee olemaan verkkopalveluportaalina toimiva verkkopalvelu espoolaisille ikääntyville ja heidän omaisilleen.



Kuva 7: InnoEspoo-yhteistyöhankkeen tavoitteet

Hyvinvoinnin markkinapaikka -verkkopalvelun kautta sivuston määritellyt kohderyhmät saavat tietoa mistä voi ostaa erilaisia yksityisiä, joko fyysisesti tai virtuaalisesti toteutettuja hyvinvointipalveluja ja -teknologiatuotteita. Sen fokuksena on ikäihmisille suunnattujen palvelujen tarjonta. Sivuston käyttäjät saavat tarpeellista tietoa kotona selviytymisen tukemiseksi, saavat kaupungin ja muiden toimijoiden tuottamia erilaisia e-palveluita kotiympäristöön, voivat keskustella keskustelufoorumilla sekä saavat tietoa Espoon kaupungin tarjoamista palveluista senioreille. Toimijoina tulevat olemaan pk-yritykset, opiskelijayritykset ja -osuuskunnat, erilaiset yhdistykset ja liitot sekä Espoon kaupunki ja koulutusorganisaatiot.

InnoEspoo-hankkeen aikana Hyvinvoinnin markkinapaikasta on tarkoitus kehittää verkkopalvelu, jossa testataan osia Hyvinvoinnin markkinapaikan konseptista. Siihen liitetään koulutusorganisaatioiden opiskelijayritysten, osuuskuntien ja Aalto-yliopiston Pienyrityskeskusten yritysten palvelutarjontaa, olemassa olevien hyvinvointialan yritysten palveluja sekä joitakin e-palveluita. Tarkoituksena on, että tämän verkkopalvelun testipilotin suunnittelevat Laurea-ammattikorkeakoulun tietojenkäsittelylinjan opiskelijat opinnäytetyönään. Suunnitteluvaiheen jälkeen tämä testipilotti toteutetaan suunnittelun pohjalta tätä varten kootun projektiryhmän kesken.

Tässä sivuston suunnittelussa tulee ottaa huomioon se, että nyt suunniteltava sivusto tulee nimenomaan olemaan testisivusto. Suunnittelussa tulee huomioida sivuston mahdollinen jatkokehittäminen, jos tämä kyseinen verkkopalvelu päätetään myöhemmin ottaa operatiiviseen käyttöön (Kuva 8).



Kuva 8: Hyvinvoinnin markkinapaikka -projektin eteneminen

Testipilotin suunnittelun, toteutuksen ja markkinoinnin jälkeen arvioidaan konseptin toiminnallisuutta ja tarpeellisuutta, opiskelijoiden ja opiskelijayritysten työllistymismahdollisuuksia sekä yrittäjyyden edistämistä. Testipilotin jälkeen myös suunnitellaan uudenlainen toimintamalli yrittäjyyden ja työllistymisen edistämiseksi sekä jatkokehitetään Hyvinvoinnin markkinapaikan konseptia.

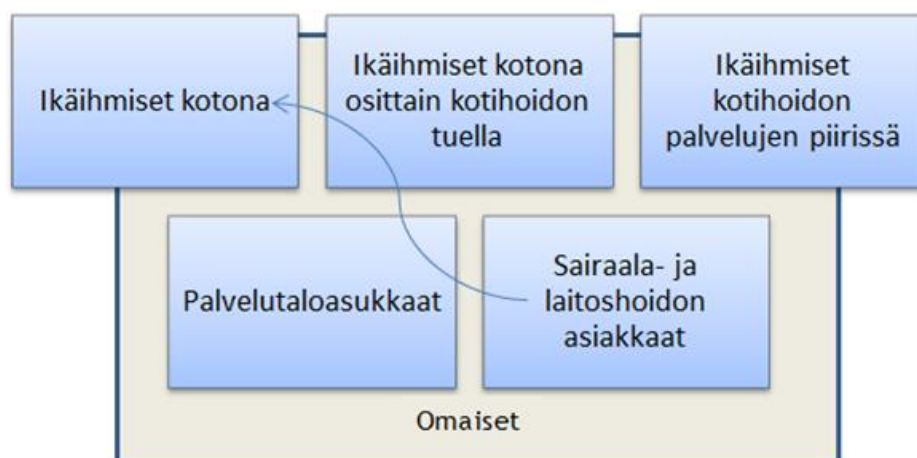
4.1.2 Sivuston kohderyhmät

Sivuston kohderyhmät tulevat olemaan espoolaiset noin 65-80-vuotiaat miehet ja naiset - eli ikäihmiset - sekä heidän omaisensa. Tämän ikäihmiset-kohderyhmän voi jakaa vielä viiteen alakategoriaan ja nämä ovat ikäihmiset kotona, ikäihmiset kotona osittain kotihoidon tuella, ikäihmiset kotihoidon palvelujen piirissä, palvelutaloasukkaat sekä sairaala- ja laitoshoidon asiakkaat. Myös sairaala- ja laitoshoidosta kotiutuvat ikäihmiset kuuluvat mukaan, mutta ei varsinaisena alakategoriana (Kuva 9). Omaiset-kohderyhmällä tarkoitetaan ikäihmiset-kohderyhmään kuuluvien käyttäjien lähisukulaisia tai oman perheen jäseniä eli omaisia.

Etenkin ikäihmiset-kohderyhmän tarkentavaksi kriteeriksi on määritelty se, että sivusto on suunnattu sellaisille käyttäjille, jotka jo osaavat omatoimisesti käyttää tietokonetta, kannettavaa tietokonetta tai mobiililaitteita sekä Internetiä. Toinen määritelty kohderyhmien kri-

teeri on se, että nämä käyttäjät voivat ostaa omalla rahallaan sivuston kautta tarjolla olevia palveluja ja tuotteita.

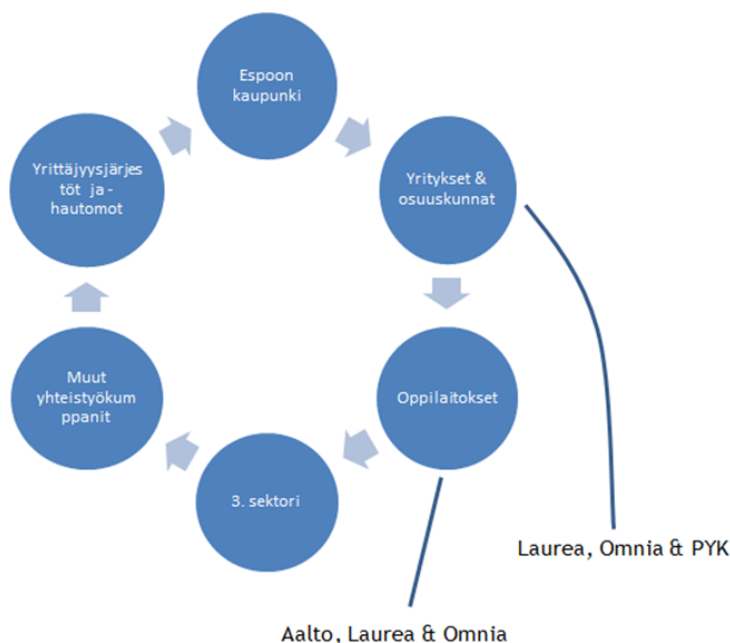
Kohderyhmässä painotettiin, että sivustolla pyritään tavoittelemaan aktiivisia senioreja.



Kuva 9: Kohderyhmät

4.1.3 Sivuston hyödyt

Tämä projekti edistää uusien yritysten syntymistä, kasvuyrittäjyyttä ja yksityisten hyvinvointipalveluiden kysyntää, erityisesti opiskelijoiden osuuskuntatoiminta on keskiössä. Projekti tarjoaa opiskelijoille harjoittelupaikkamahdollisuuksia, projektitoita osaamisen kehittämiseksi ja työllistämismahdollisuuksia. Hyvinvoinnin markkinapaikka helpottaa palveluiden ostamista, tuo senioritoimijoita yhteen ja luo mahdollisuuden kehittää senioreille suunnattuja palveluita keskitetysti - tehdään aidosti yhdessä asioita. Asiakkaan mukaan tällainen palvelu luo uudenlaisen palvelun senioreille, joka on vastaus moneen tarpeeseen. Samalla se edistää yksityisen kysynnän kasvua hyvinvointipalveluissa ja asiakkaan mukaan julkisten palvelujen tarjonta on riittämätöntä.



Kuva 10: Näkökulmia yhteistyöhön

Kohderyhmille - ja muille itse sivuston käyttäjille - sivusto tarjoaa mahdollisuuden saada tietoa, mistä voi ostaa erilaisia tuotteita tai palveluja täyttääkseen sivuston vierailijan tarpeen. Hyötynä vierailijoille on myös sivuston toimiminen tiedonhankintakanavana. Yritykset saavat tästä uusia asiakkaita, kilpailukyky paranee ja tuo kasvumahdollisuuksia sekä verkostoitumisetuista ja yleisesti parantaa uusien yritysten synnyn edellytyksiä sekä tuo kasvua hyvinvointiteknologian ja -palveluiden kysyntään. Palvelu auttaa myös osuuskuntien toimintaa ja tukee yrittäjyyttä oppilaitoksissa. Se toimii monialaisena ja moniasteisena yhteistyöpaikkana (Kuva 10). Espoon kaupungille Hyvinvoinnin markkinapaikka toimii uusien kokeilujen markkinapaikkana, vähentää julkisten palvelujen tarpeen painetta, tuo mahdollisuuden ostaa palveluja ja mahdollisuuden oppilaitosyhteistyöhön. Kolmannelle sektorille eli vapaaehtoissektorille palvelu toimii tiedonjakokanavana ja tuo yhteistyömahdollisuuksia niin muiden tahojen kuin oppilaitosten kanssa.

Muut yhteistyökumppanit ovat yrittäjyys- ja -keskukset ja -järjestöt kuin myös kirjastot, seurakunta sekä liitot ja järjestöt. Näille tahoille ei ole erikseen määriteltyjä hyötyjä.

4.1.4 Toimeksiantajan määrityksiä sivustosta

Toimeksiantajan määritykset ja visio tästä verkkopalvelusta kokonaisuutena ja toiminnallisuksien suhteen oli selkeä, mutta avoin joltain osin. Toivomuksena oli tuoda mukaan web-sivustoilla esiintyneitä uusia asioita, kuten uudenlaiset web-palvelut ja -sovellukset. Tällaiset toiminnot eivät olleet sivuston suunnittelussa tässä vaiheessa niin olennaisia asioita, vaan pikemminkin tällaiset asiat on syytä ottaa huomioon sivustoa suunniteltaessa ja toteuttaessa si-

ten, että sivuston jatkokehityksen kannalta testipilottiversion valmistumisen jälkeen tällaisia toiminnallisuuksia ja toimintoja voi lisätä sivustolle.

Sivustosta toivottiin käyttäjälle interaktiivista ja sitä, että se huomioi käyttäjän tarpeen kommunikoida. Tästä esimerkkinä käytettiin Google Hangouts -pikaviestintä -ja videokeskuspalvelua sekä Skype -VoIP -ja pikaviestintäpalvelua. Sivustolla voi esimerkiksi olla Skypen tapaisesti toimiva monipisteyhteys sivuston käyttäjien käytettävissä. Toinen kommunikointiin liittyvä väline on sivuston oma keskustelupalsta. Keskustelupalsta ei välttämättä tuoda vielä testipilottiin. Se selviää toteutusvaiheessa tehtävien kartoitusten pohjalta. Suunnittelussa sille oli näin ollen syytä jättää tilaa ja huomioida tämä.

Sivustolle toivottiin jonkinlaista karttatoimintoa. Karttaa voi hyödyntää apuna ja lisäarvoa tuovana toimintona esitellessä sivustolla olevien palveluntarjoajien eli tiettyjä palveluja myyvien yritysten sijaintia tai toiminta-aluetta ilmaiseksi tekijänä. Karttapalvelua voi myös hyödyntää esiteltäessä sivuston muuta sisältöä, kuten esimerkiksi tapahtumia.

Sivustolla tulee olemaan oma hakutoiminto, selkeä ja nopea oikopolku, jonka avulla on helppo hakea sisältöä sivustolta. Testipilotti julkaistaan suomen kielellä ja mahdollisesti myöhemmässä vaiheessa sivusto käännetään myös muille kielille.

Sivusto tulee olemaan ulkoasultaan olemaan moderni ja nykypäivään sopiva, mutta samalla yksinkertainen käyttää.

4.1.5 Kilpailevat, vastaavanlaiset ja referenssisivustot

Toimeksiantaja tiesi entuudestaan muutamia vastaavanlaisia verkkopalveluja, joita voisi kutsua kilpaileviksi sivustoiksi. Kilpaileviksi sivustoiksi luokiteltiin Valtakunnallinen ELIAS.fi-nettitori sekä Kotipalvelu Klassikko. Vastaavanlaisia sivustoja löytyi useampia, mutta niiden kohdealue ei ollut Espoo ja kilpailevaa sivustoa ei siten ollut kohdealueella. Tästä huolimatta useita eri sivustoja tarkasteltiin tiiviimmin, vaikka ne eivät suoraan olleet juuri espoolaisille senioreille suunnattuja. Mainitsemisen arvoisina sivustoina löytyivät Pohjois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskuksen ylläpitämä verkkopalvelu sekä Lohjan kaupungin Ikäihmisten palvelutori. Myös mahdolliset ulkomaalaiset kilpailijat huomioitiin, mutta sellaisia ei löytynyt. Tämä haku tuotti kaksi vastaavanlaista sivustoa, joita pidettiin hyvinä esimerkkeinä vastaavanlaisiksi sivustoiksi ja nämä olivat pääosin tuotteita myyvä parentgiving.com-sivusto sekä informatiivinen seniorhealth.about.com-sivusto.

Referenssisivustoiksi määriteltiin seitsemän eri sivustoa. Näillä sivustoilla oli hyviä ominaisuuksia toiminnallisuudessa, sisällön rakenteessa tai visuaalisuudessa. Sivustoja tarkasteltiin

myös niiden kehittämisenäkökulmasta etsittäessä ideoita. Tämän tarkoituksena oli hankkia ideoita sivuston suunnitteluun.

Referenssisivustona toiminut, ja kilpailevaksi sivustoksi määritelty, Valtakunnallinen ELIAS.fi-nettitori -sivustosta todettiin sen olevan sisällöltään varsin kattava ja sisältörakenteeltaan hyvä (Kuva 11). Sivuston hakutoiminto, jolla pystyy hakemaan eri palveluja, koettiin mielenkiintoiseksi. Hakukone toimii syöttämällä tarvittavat tiedot, esimerkiksi kunnan ja mitä palvelua tai palveluja halutaan etsiä. Nämä valittuaan hakukone näyttää listattuna potentiaaliset palveluntarjoajat kyseisillä hakukriteereillä.

ELIAS.fi

Verovähennys Palautteet Linkit

Etusivu Palveluntarjoajat Passikouluttajat Omavalvonta

Palveluryhmät

- Siivous
- Remontti
- Piha
- Hoiva
- Sairaus
- Ruoka
- TV,ATK
- Muut

Muuta

- Uutiset
- Tiedotteet
- Aloitteet
- Sopimukset
- Tutkimukset

Palveluja Kotiin passi

- Tiedotteet
- Suorittaneet
- Kouluttajat
- Koulutus

ELIAS.fi-nettitorin kehittämisessä mukana mm. Etelä-Suomen lääninhallitus, Helsingin yliopisto, Kuluttajatutkimuskeskus, Opetushallitus, Omaiset ja Läheiset ry, TEKES, Työtehoseura ry, Verohallitus, Veronmaksajain Keskusliitto sekä Espoo, Helsinki, Vantaa ja muita kuntia.

Valtakunnallinen ELIAS.fi-nettitori

hyväksyttyjä "Palveluja kotiin" tuottajia

.. kotisiivous, remontti, kotipalvelu, kotihoito, kotiapu, ikkunanpesu, siivousapu, lastenhoito, pitopalvelu, digi-tuki, pihatyö, mökkitalkkaari, kodinhoito ..

Kuluttaja-asiantuntijat kokoavat tarkoituksenmukaisia ELIAS.fi -tietoja
Turvallisen ostopäätöksen tueksi vaadimme todisteen vastuuvakuutuksesta, valvontarekistereistä ja ammattitaidosta. Torille hyväksyttäessä tarkistamme ennakonperintärekisteröitymisen.

Elias.fi on kotitalousvähennyksen 'äiti'. Hyödynnä kotitalousvähennys, katso [ohje](#).

Kuluttajansuojalaki turvaa ja velvoittaa kuluttajaa

ELIAS.fi -nettitorin tiedot ovat palveluntarjoajien itsensä antamia. Kaupan syntyminen, sen ehdot ja palvelun toteuttaminen ovat myyjän ja ostajan välinen asia.

ARVONLISÄVEROTTOMAT PALVELUT (aiv 0% Arvonlisäverolaki § 37):

- * Jos toimintakyky kotona selviämiseksi on heikentynyt
- * yrityksen pitää olla rekisteröitynyt (tieto näkyy Elias-torilla yrityksen tiedoissa)
- * kirjallisen tulee täyttää alla olevat Palvelusoinimus ja Palvelusuunnitelma -lomakkeet

HELPPERI passi Omaishoito

SOMA passi Omaishoito

Palveluja Kotiin passi Omaishoito

TAITAJA www.elias.fi

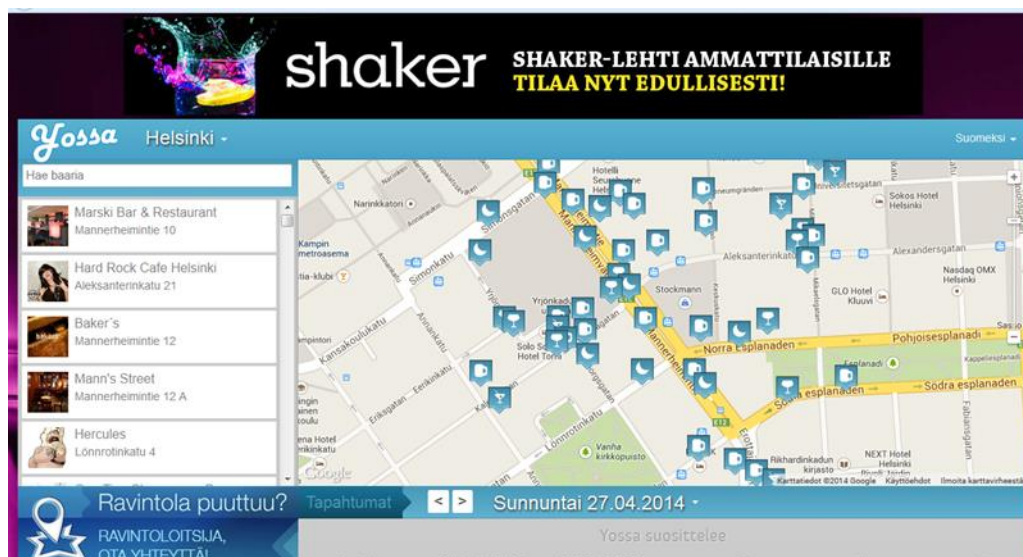
Kuva 11: ELIAS.fi-nettitorin etusivu (Valtakunnallinen ELIAS.fi-nettitori 2014)

Lohjan kaupungin Ikäihmisten palvelutorin visuaalinen ilme todettiin hyväksi sekä eri sisältökategorioiden kuvakkeet hyvin sopiviksi (Kuva 12). Myös palvelutorin navigointi koettiin onnistuneeksi ja helpoksi käyttää. Kuitenkin Lohjan verkkosivuilta Ikäihmisten palvelutorin löytäminen oli vaikeaa. Palvelutori on monen klikkauksen takana, vaikka se pitäisi onnistua löytämään kahdella tai kolmella klikkauksella.



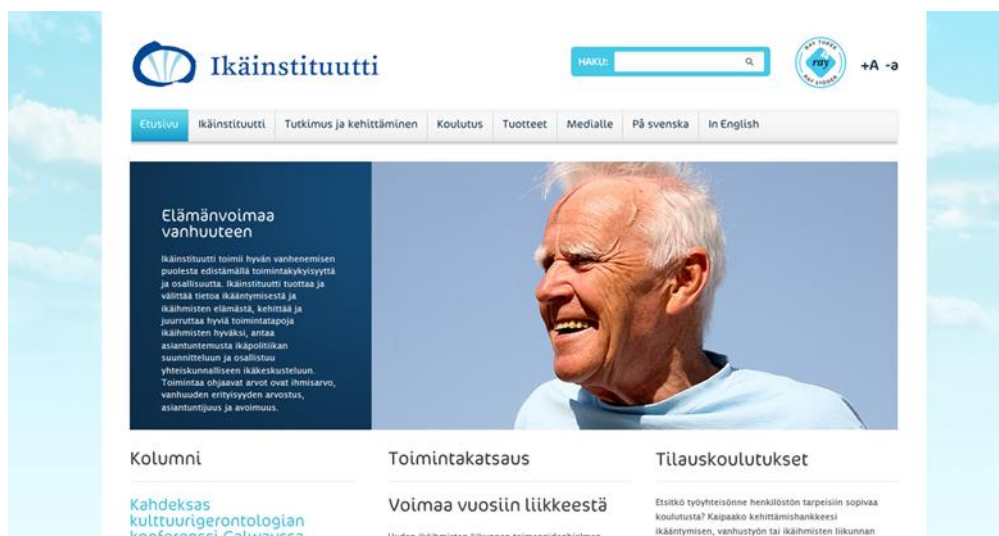
Kuva 12: Lohjan kaupungin Ikäihmisten palvelutori (Lohjan kaupunki 2014)

Yössä.fi-referenssisivuston karttatoiminnallisuus todettiin helpoksi käyttää ja visuaalisesti miellyttäväksi (Kuva 13). Karttapalvelusta löytää kaikki aiheeseen liittyvät palvelut, kuten ravintolat, kahvilat ja yökerhot monien muiden palveluiden ohella.



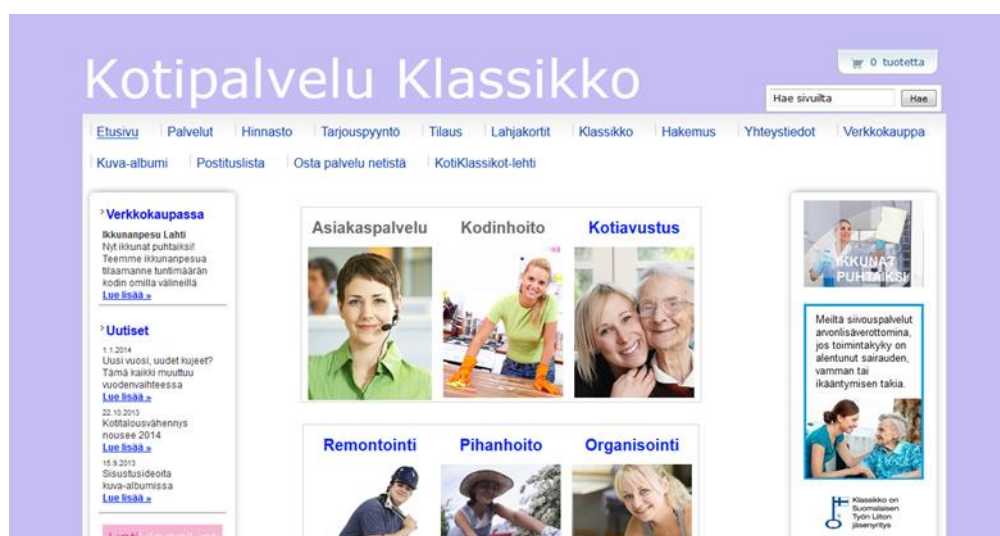
Kuva 13: Yössä.fi-sivuston karttatoiminnallisuus (Yössä.fi 2014)

Kokonaisuutena Ikäinstituutin sivusto todettiin raikkaan näköiseksi sivustoksi, joka on yksinkertainen ja helposti toimiva (Kuva 14). Valikkopalkki toimii tiputuspalkkina ja se on potentiaalinen vaihtoehto myös nyt kehitteillä olevaan sivustoon. Sivustolla olevan tekstin koon säätelymahdollisuus antaa myös heikkonäköisemmille mahdollisuuden käyttää sivustoa.



Kuva 14: Ikäinstituutti-sivuston pirteä ulkoasu (Ikäinstituutti 2014)

Niin ikään kilpailevaksi sivustoksi määritelty Kotipalvelu Klassikon sivustosta todettiin sen palvelujen ja tuotteiden kategorioinnin onnistuneen hyvin rakenteellisesti (Kuva 15). Klassikko eroaa Elias.fi-sivustosta siten, että se tarjoaa itse palvelunsa, kun taas Elias tuo esiin eri palveluntarjoajien palveluita.



Kuva 15: Kotipalvelu Klassikko -sivuston kategoriat (Kotipalvelu Klassikko 2014)

Parentgiving.com-verkkosivuston etusivun asettelu koettiin hyväksi (Kuva 16). Sivustossa vasemmalla ylhäällä oleva vaihtuva kuva on oiva keino tuoda esiin haluttua informaatiota ja sen vierelle mahtuu enemmän haluttua tietoa. Sivuston laajuus luo riskitekijöitä ikäihmisille. Sivustolla on paljon tietoa, linkkejä ja kategorioita. Tämä voi sekoittaa käyttäjää, etenkin ikäihmistä. Kuitenkin on hyvä ottaa huomioon, että ikäihminen ei aina ole se henkilö, joka ostaa palveluita tai tuotteita itselleen. Se voi hyvinkin olla myös omainen tai muu läheinen.



Kuva 16: Parentgiving.com-sivuston etusivun asettelu (Parentgiving 2014)

Eläkeläiset ry:n sivustosta pidettiin, koska se on todella selkeä ja yksinkertainen (Kuva 17). Sivuston tausta sulautuu hyvin yhteen varsinaisen asettelun suhteen. Sivustolla on myös helppo liikkua. Sivuston värimaailma on maltillinen, mutta kuitenkin asiallinen ja aiheeseen sopiva.



Kuva 17: Eläkeläiset ry:n selkeä sivusto (Eläkeläiset ry - Pensionärerna rf 2014)

4.1.6 Verkkopalvelun kohderyhmän valmiudet käyttää palvelua

Lisätietoa hankkiakseen ikäihmisten tietotekniikkaosaamisesta ja heille tulevista yleisistä ongelmista haastateltiin R. Anttilaa ENTER ry:stä Helsingin Lasipalatsin Kaupunkiverstaalla 13.5.2014.

Anttila pohti aluksi sitä, kuinka laaja ja kattava sivustosta tulee. Sivuston testipilotti ei tule olemaan niin laaja ja kattava kuin itse varsinainen verkkopalvelu ja yksi riski on se, että seniorit hakevat tarvitsemansa palvelun suoraan esimerkiksi Googlen eikä tällaisen verkkopalvelun kautta. Anttila nosti myös esiin yritysten luotettavuuden. Mistä seniori tietää voiko verkkopalvelusta löytyviin yrityksiin luottaa - uskaltaako sieltä tilata mitään. Tähän voi Anttilan mukaan kehittää jonkinlaisen kriteeristön yrityksiä varten, jotta mikä tahansa yritys ei pääsisi verkkopalveluun. Luotettavuutta lisää myös eri tahojen kuten vaikkapa Espoon kaupungin, Laurean tai Omnian logot. Espoon kaupungin verkkosivustolla voisi myös olla suora linkki verkkopalveluun. (Anttila 2014.)

Anttilan mukaan ikäihmisten suurin haaste tietokoneen käytössä on erilaiset käyttöliittymät. Tällä tarkoitettiin sitä, että kaikki verkossa olevat palvelusivut ovat erilaisia. Tästä syntyy pelko ostaa verkosta mitään, saati käyttää sivustoja ylipäättänsä. Ratkaisu tähän laajaan erillaisuuteen olisi standardit, joita kaikki noudattaisivat. (Anttila 2014.)

Anttilan mukaan tällaisella nyt toteutettavalla sivustolla voisi suora palaute näkyä yrityksen sivuilla esimerkiksi ”yritys x tarjosi hyvää palvelua, neljä henkilöä suosittelee tätä yritystä”. Käytännössä tämä tarkoittaisi sitä, kun yritysten tiedot näkyvät verkkopalvelussa, siellä lukisi myös yrityksen palveluja tai tuotteita ostaneiden asiakkaiden kommentteja yrityksestä. (Anttila 2014.)

Keskusteltuaan eri kontaktointitavoista, joita ikäihmiset oletettavasti käyttäisivät mieluiten, nousi esiin vahvimpina vaihtoehtoina soittaminen yritykseen tai sähköpostin lähettäminen. Anttilan mukaan verkkopalvelussa voisi olla valmis lomake, johon sivustolla vieraileva käyttäjä pystyisi laittamaan oman sähköpostiosoitteensa tai puhelinnumeronsa ja yritys vastaisi asiakkaalle henkilökohtaisesti. (Anttila 2014.)

Ikäihmiset pelaavat eniten erilaisia korttipelejä ja sudokua. Facebook-ryhmän luominen auttaisi palveluiden käyttäjiä vaihtamaan tietojansa yrityksistä ja uusien yrityksiä etsimisessä. Karttapalveluista Anttila toteaa Fonectan tarjoavan laajan ja hyvän karttapalvelun, jonka kautta pystyy löytämään esimerkiksi pelkästään Espoon alueen yrityksiä, jotka tarjoavat erilaisia palveluita. (Anttila 2014.)

Esteettömyyskysymykset nousivat esiin, sillä ikääntyessä näkö heikkenee ja teksti ei saa olla kovinkaan pientä. Tämä voi tuottaa ongelmia jos lukee pientä tekstiä älypuhelimien näytöltä. Vapina on myös sellainen asia, mikä pitäisi huomioida. Klikattavat kohteet eivät saa olla liian pieniä. Vapina tekee tabletilla tai älypuhelimella kuvan suurentamisen tai pienentämisen haasteelliseksi. Toteuttamisvaiheessa testaaminen on tärkeä vaihe. (Anttila 2014.)

Anttila mainitsi, että Laurean opiskelijat voivat olla etu tiedon levittämisessä ja yritysten toiminnan parantamisessa. Opiskelijat voisivat toimia yritysten kautta senioreiden ostamien palveluiden toteuttajina. Tämä lisää työntoteuttajien kapasiteettia huomattavasti. (Anttila 2014.)

4.1.7 Sivuston identiteetti

Toimeksiantajaa pyydettiin kuvaamaan sivustoa, jotta saataisiin käsitys toimeksiantajan visiosta sivuston identiteetin suhteen. Sivustoa kuvattiin seuraavin sanoin: reipas, valoisa, selkeä, helposti hahmoteltavissa, kuvat elävöittävät, innostava, seniorit ovat dynaamisia ja luotettava.

Jos yllä oleva puetaan lauseiksi omin sanoin, niin sivusto olisi identiteetiltään sellainen, että se kuvaisi ikäihmiset aktiivisina, elinvoimaisina ja energisinä ihmisinä. Tässä voi olla hyvä ottaa huomioon kuitenkin se, ettei edellä mainittuja kuvaavia tekijöitä tuoda esiin korostetusti, vaan pidetään identiteetissä mukana myös tietty määrä sympaattisuutta eli ei kuvata kaikkia ikäihmisiä ”ylireippaina ja yliaktiivisina”. Reippaus ja valoisuus puolestaan korostaisivat sivuston positiivisuutta. Selkeys ja luotettavuus loisivat luottamuksen tunnetta ja hälventäisivät pelkoja ja ennakkoluuloja teknologiaa kohtaan. Kuvat kuvaavat palvelun monipuolisuutta ja tuovat samaistumisen tunnetta sivuston vierailijoille sekä muuten elävöittävät sivuston ulkoasua ja sen sisältöä.

4.1.8 Ideaalit asiakkaat -henkilökuvaukset

Toimeksiantajalta saatujen materiaalien pohjalta määriteltiin erilaisia ideaaleja asiakkaita sivustolle. Näiden on tarkoitus auttaa sivuston käyttäjälähtöisessä suunnittelussa.

Henkilö 1 - Seppo, 69-vuotias

Seppo on 69-vuotias eläkeläinen ja asuu Espoon Tapiolassa omakotitalossa vaimonsa kanssa. Hän on korkeasti koulutettu ja toimi ennen eläkkeelle jäämistä lääkärinä. Hänen arkensa koostuu rutiineista, harrastuksista ja säännöllisistä elämäntavoista. Hän viettää aikaa vaimonsa kanssa, käy kaupassa, näkee lähiomaisiaan eli omaa perhettään ja muutamia ystäviä, jotka ovat tarttuneet matkaan elämän varrella. Hänelle teknologia on tuttua ja hän osaa käyttää erilaisia teknologisia laitteita hyvin ja omatoimisesti. Hänen harrastuksiaan ovat kirjojen luku, kävely ja kevyt lenkkeily.

Seppo kokee elävänsä aktiivista ja sosiaalista elämää. Hän on aktiivinen ja hyvätuloinen, mutta hän kokee, että hän välillä tarvitsisi jonkinlaista apua kodin askareiden suhteen, esimerkiksi remontointiapua. Hän ei omaa paljoa käsityökokemusta, joten kodin hoitamisasioissa hän voisi palkata remontointiapua kodin ylläpidoksi.

Henkilö 2 - Martta, 80-vuotias

Martta on 80-vuotias eläkeläinen leski ja hän asuu Espoon Soukassa palvelutalossa. Hänen toimintakykynsä on heikentynyt vuosien varrella ja hän tarvitsee terveyspalveluja säännöllisesti. Martta on ollut eläkkeellä jo 15 vuotta, ennen eläkkeelle jäämistä hän toimi toimistotyöntekijänä ja on koulutukseltaan ylioppilas. Hän on paljon sisätiloissa itse palvelutalossa. Hänen arkensa koostuu tietynlaisista rutiineista, hän juo aamukahvin muiden palvelutaloasukkaiden kanssa ja lukee lehtiä ja aika kuluu pitkälti televisiota katsellen ja sudokuja ratkoen. Arki palvelutalossa on melko pitkäväteistä Martan mielestä ja hän kaipa elämäänsä enemmän laadullista sisältöä. Hän kylläkin on puhelimitse muutamia kertoja viikossa yhteydessä lähiomaisiinsa sekä toki keskustelee ja viettää aikaa muiden palvelutaloasukkaiden kanssa. Kuitenkin hän kokee itsensä yksinäiseksi.

Hänelle hänen työssään tietokone ja Internet tulivat tutuiksi, joten teknologia on hänelle tuttua siinä määrin, ettei hän pelkää sitä. Martta käyttää palvelutalon tietokonetta säännöllisesti etsien tietoa erilaisista asioista ja hän vierailee myös erilaisilla keskustelupalstoilla. Hän haluaisi olla enemmän yhteydessä vanhoihin ystäviinsä, perheeseensä ja omaisiinsa. Hän haluaisi myös tutustua uusiin ihmisiin. Hän olisi valmis ja halukas kokeilemaan esimerkiksi kuvapuhelupalveluita Internetin kautta, jotta hän voisi tyydyttää edellä mainitut tarpeensa. Hänellä on myös tarve saada enemmän tietoa erilaisista terveyspalveluista.

Henkilö 3 - Pentti, 73-vuotias

Pentti on 73-vuotias naimaton eläkeläinen mieshenkilö ja hän asuu Matinkylässä Espoossa osittain kotihoidon tuella. Hänen luonaan käy hoitaja kerran päivässä aamuisin katsomassa Pentin kuntoa ja avustamassa joissakin pienissä ja yksinkertaisissa asioissa sekä arjen rutiineissa. Pentillä ei ole lapsia eikä hän ole ollut naimisissa. Hänellä on pienehkö eläke, mutta hän tulee toimeen sillä. Pentti on ollut aina teknisesti valmentunut ja hän tykkää käsitellä erilaisia teknologisia laitteita ja hän on kätevä käsistään. Hän toimi koko ikänsä suutarina ja sai tähän ammattikoulutuksen. Hänellä on muutamia hyviä ystäviä, joita hän tapaa noin kaksi kertaa viikossa. Hän käyttää Internetiä melko aktiivisesti sekä myös sosiaalista mediaa. Internetissä hän tykkää seurata maailman menoa ja erilaisia keskustelupalstoja, jotka käsittelevät hänen kiinnostuksen kohteena olevia teknisiä alueita. Hän seuraa jääkiekkoa, sillä hän pelasi jääkiekkoa nuorempana ja hän on aina ollut kiinnostunut jääkiekosta.

Hänen toimintakykynsä on heikentynyt vuosien mittaan ja hän kaipaisi apua ruoan valmistuksen suhteen. Hän voisi kokeilla jonkinlaisia ateriapalveluja, joissa hänelle toimitettaisiin ruoka kotiin. Hän myös kaipaisi jonkinlaista turvallisuuden tunnetta ja hän haluaisi tähän tarkoitukseen jonkinlaisen turvaratkaisun, esimerkiksi turvarannekkeen.

Henkilö 4 - Minna, 35-vuotias

Minna on 35-vuotias työssäkäyvä nainen Helsingin Malmilta. Hän on juuri saanut ensimmäisen lapsensa ja mennyt myös naimisiin. Hän työskentelee kaupan kassalla isossa marketissa kokopäiväisesti. Hänen perheeseensä kuuluu nyt pieni vauva, aviomies sekä koira. Hän on äitiyslomalla tällä hetkellä ja palaa työelämään vajaan vuoden kuluttua. Hänen arkensa koostuu vauvan hoitamisesta sekä perheen arkirutiinien pyörittämisestä. Hänelle Internet on tuttu asia ja hän esimerkiksi etsi paljon tietoa äitiydestä ja siihen liittyvistä asioista ennen lapsen syntymää.

Minnan 70-vuotias isä ja 66-vuotias äiti asuvat Espoon Leppävaarassa. Minna tapasi käydä usein hänen vanhempiansa luona avustamassa heitä kodin askareiden hoidossa yhdessä hänen miehensä kanssa. Nyt kun Minna sai perheenisäystä, niin hänellä ei ole enää niin aikaa auttaa vanhempiaan entiseen malliin. Hänen isänsä on pyörätuolissa, joten hänen isänsä tarvitsee melko paljon avustusta arkeensa eikä Minnan äiti pysty auttamaan aina, vaikka hän parhaansa tekeekin. Minna haluaisi jatkaa vanhempiansa avustamista kotoaan käsin, joten hän haluaisi löytää erilaisia palveluja ja tuotteita helposti, jotta hän voisi avustaa vanhempiaan. Hänen vanhemmat tarvitsevat apua melko erilaisilla elämän alueilla, joten avun tarpeen kirjo on laaja. Korjauspalvelut tulisivat varmasti kysymykseen, sillä hänen isänsä ei enää itse niin kykene suoriutumaan tällaisista asioista, vaikka kykyä muuten löytyisi. Myös arjen apuvälineet eli erilaiset tuotteet Minnan vanhempien kotiin tulisivat myös varmasti kysymykseen sekä muutenkin erilaiset tuotteet, jotka avustaisivat Minnan vanhempien välillä raskasta arkea ja parantaisi vanhempien elämänlaatua.

4.2 Sopimusvaihe

Sivuston suunnitteluun valitun metodin sopimusvaihe oli varsin lyhyt ja tämän kaltaisessa projektissa tällä vaiheella ei ollut kovin paljoa virkaa. Tämän vaiheen katsottiin sopivan sellaisiin varsinaisiin asiakasprojekteihin, joissa erillinen digitoimisto toteuttaa internetsivuston asiakkaalleen taloudellista korvausta vastaan. Tämä työ tehtiin Laurea-ammattikorkeakoulun sisäisenä työnä, joten sopimukselle ei ollut tarvetta eikä tekijöille maksettu korvausta tästä työstä. Työhön oli sitouduttu oppimisvelvoitteesta.

Tässä vaiheessa toimitettaisiin toimeksiantajalle ehdotelma siitä, kuinka laajasta työstä on kyse, jotta kummallakin osapuolella on sama ennako-odotus sivustosta ja sen lopputulemasta. Tämä on huomion arvoinen seikka taloudellisen kustannuksen vuoksi. Tämä osio jätettiin pois, sillä tälle osiolle ei ollut varsinaista tarvetta. Tässä kohdin ehdotelman lisäksi sovitaan myös aikataulu ja toimeksiantaja voi luovuttaa sivuston suunnittelijoille materiaalia, joita tarvitaan sivuston suunnittelussa ja toteuttamisessa. Materiaalin toimittaminen liittyy pikeminkin sivuston toteuttamisvaiheeseen, jossa sivuston toteuttajat tarvitsevat materiaalia laittavaksi sivustolle, näitä voi olla esimerkiksi tekstisisältö ja kuvat. Tässä työssä, joka keskittyy suunnitteluun, ei ollut tarvetta saada tällaista materiaalia.

Edellä mainittu aikataulu tosin toimitettiin. Myös senkin takia, jotta toimeksiantaja tietäisi, milloin toimeksiantajalta odotetaan jotain tiettyä tietoa. Toimeksiantaja työsti tulevaa sivustoa koko sivuston suunnittelun ajan, joten tuli tilanteita vastaan, jolloin sivuston suunnittelussa tarvittiin uutta tietoa sivustosta, jotta työ etenisi. Tässä vaiheessa luovutettiin aikataulu sivuston suunnittelusta (Kuva 18).

Tehtävät	Aloituspäivä	Kesto (vrk)	Lopetuspäivä	Valmis	
Oppari-suunnitelma	21.huhti	7	15.maalis	OK	
Projektin taustat, sivuston tarkoitus, hyödyt eri tahoille ja kohderyhmät + kilpailevat sivustot ja referenssi sivustoja + mitä asiakas haluaa sivustolta	21.huhti	7	7.huhti	OK	
Tutkitaan kohderyhmää (tietokoneen ja Internetin käytön osaamista)	1.touko	6	16.huhti	OK	Käkäte-raportti, Enter ry. Haastattelu
Luodaan sivuston identiteettiä	30.huhti	7	22.huhti	OK	
Sisällön kartoittaminen (mitä sisältöä sivustolle tulee?)	8.touko	3	1.touko	OK	Sisältö pääpiirteittäin selvillä, päivittyä vielä
Sivuston rakenne (sitemap, structure), use case ja layout (wireframe)	8.touko	7	10.touko		

Todettiin parhaaksi ratkaisuksi, että ei jaotella projektin osa-alueita projektiin osallistuvien henkilöiden kesken tähän dokumenttiin. Jaamme kyllä keskenämme tehtäviä aina tarpeen mukaan.

Kuva 18: Työn aikataulutusta

Sopimusvaiheen voisi sanoa olleen lyhyt välivaihe tässä työssä. Se on todella tärkeä vaihe internetsivuprojekteissa, mutta tällaisessa työssä sille ei ollut juuri käyttöä. Tässä työssä oli perustellumpaa siirtyä seuraavaan vaiheeseen - suunnitteluvaiheeseen.

4.3 Suunnitteluvaihe

Kartoitusvaiheessa saamien tietojen pohjalta siirryttiin sopimusvaiheesta suunnitteluvaiheeseen. Tämä suunnitteluvaihe alkoi sisältösuunnitelmalla. Sivustolle tuleva informaatio sisältö kehittyi jatkuvasti suunnitteluprosessin edetessä. Toimeksiantaja kehitti sivuston ideaa ja konseptia yhdessä suunnittelijoiden kuin myös Laurean opintojaksolle osallistuneen liiketalo-

usryhmän kanssa. Alla olevassa kuvassa (Kuva 19) on kuvattu sivuston sisältösuunnitelma silloin, kun sivuston suunnitteluprosessi alkoi.

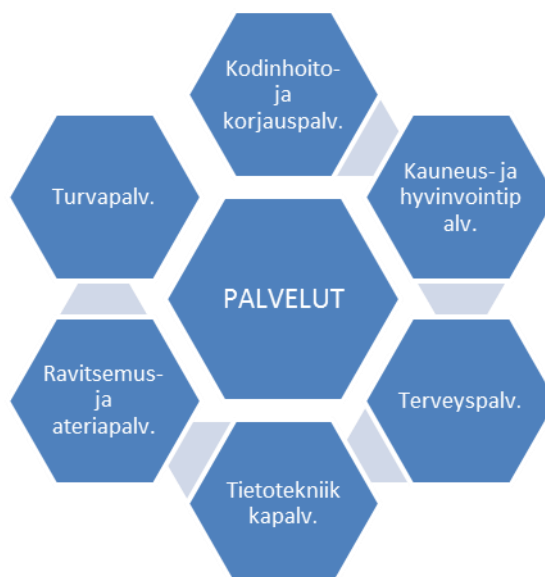


Kuva 19: Sisältösuunnitelma työn alkaessa

Kun suunnitteluprosessi oli edennyt tähän varsinaisen suunnittelun alkamisen hetkeen, syntyi tarve saada lähes lopullinen sisältösuunnitelma, jotta sivuston varsinaisen suunnittelun voi aloittaa. Aivan lopullista sisältösuunnitelmaa tässäkin vaiheessa ei vielä tarvinnut, mutta mahdollisimman kattava sisältösuunnitelma mahdollisti suunnittelun aloittamisen. Tällöin toimeksiantaja toimitti sivustolle tulevasta sisällöstä päivitetyn version. Tämä päivitetty versio on esitettyä työn otsikossa 4.3.1. nimellä sisältösuunnitelma ja toiminnot. Nyt toimitettu tieto sivustolle tulevasta sisällöstä poikkesi paljon alkuperäisestä suunnitelmasta (kts. Kuva 19).

Alkuperäisessä suunnitelmassa sivustolle oli määritelty neljä eri palveluosiota, arjen apuvälineet -tuotesivu, eräänlainen linkkisivu muille sivustoille sekä optiona ollut e-palvelut-kohta, joka sisältäisi erilaisia verkossa käytettäviä palveluita sivuston käyttäjille. Nämä olivat olennainen osa jo tehtyjä määrittelyjä. Sivuston informaatorakennetta muodostaakseen, sivuston sisällön jakamiseen eri aihealueisiin sekä sivuston jatkokehitystä ajatellen sivustolle tulevaa sisältöä jaoteltiin eri osioihin tai ryhmiin. Tässä vaiheessa oli jo tiedossa, että sivustolle alun perin valitut 6+1-toimijaa eivät tulisi olemaan ainoita toimijoita testipilotissa. Eri palveluista muodostettiin oma kokonaisuutensa. Samalla lopulliseksi palveluiksi valittiin kodinhoito- ja korjaus-, kauneus- ja hyvinvointi-, terveys-, tietotekniikka- sekä ravitsemus- ja ateriapalvelut (Kuva 20). Turvapalvelut olivat optiona eli turvapalvelut otetaan mukaan toteutusvaiheessa, jos tällöin koetaan tarpeelliseksi ottaa ne mukaan. Näin ollen nämä kuusi eri palveluosiota muodostettiin kattamaan palvelut-osio tai paremmin kuvattuna palvelut-kategoria. Tämä palvelut-kategoria käsittää kuusi edellä kuvattua palvelutoimijaa. Näitä kuutta palvelutoimijaa

nimitetään alakategorioiksi. Näin esimerkiksi kodinhoito- ja korjauspalvelut on palvelukategorian alakategoria. Erilaisia kodinhoito- ja korjauspalveluja voi olla tarjolla espoolaiselle väestölle lukuisia, joten kodinhoito- ja korjauspalvelut sisältävät vielä omia alakategorioita.

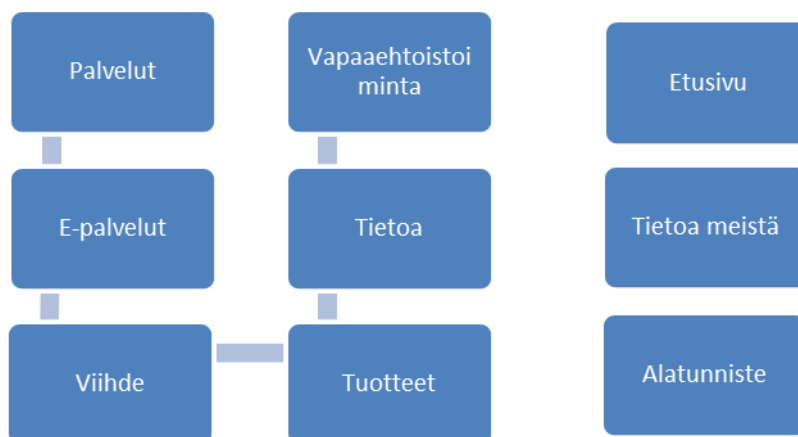


Kuva 20: Sivuston eri toimijoita muodostettu yhden isomman osion sisään

Suunnitteluprosessin aikana toimeksiantajan kehittäessä sivuston sisältöä ja projektin konseptia, oli päädytty ottamaan sivustolle mukaan lopulliseen testipilottiin myös kehityksen kokenut arjen apuvälineet -toimija ja sen muuttaminen tuotteet-kokonaisuudeksi, joka sisältää erilaisia tuotteita useammasta kategoriasta. Muita testipilottiin mukaan otettavia toimijoita olivat erilaiset e-palvelut, viihde muun muassa pelien ja videoiden muodossa, tietoa-toimija tarjotakseen informatiivista tietoa sivuston kohderyhmille sekä vapaaehtoistoiminta.

Tässä kohdin päätettiin luoda tuotteet-kategoria. Tämän kategorian alle luotiin tähän testipilottiin neljä eri alakategoriaa ja nämä olivat hyvinvointiteknologiatuotteet ja -palvelut, arjen apuvälineet, toimintakyvyn ylläpito ja turvallisuus. Muut kategorioiksi muodostetut omat kokonaisuudet olivat tietoa-, e-palvelut-, viihde- ja vapaaehtoistoimintakategoriat.

Näiden kuuden sisältökategorian lisäksi kolme muuta kokonaisuutta määriteltiin kuuluvan omiksi sisältökokonaisuuksiin. Nämä olivat sivuston etusivu, tietoa meistä ja alatunniste. Nämä yhteensä yhdeksän eri sisältökokonaisuutta tuli olemaan sivuston suunnittelussa se sisältö, joka otetaan mukaan sivuston suunnitteluun ja joiden pohjalta suunnitellaan muun muassa sivuston rakennetta (Kuva 21).



Kuva 21: Sivuston eri sisältökokonaisuudet

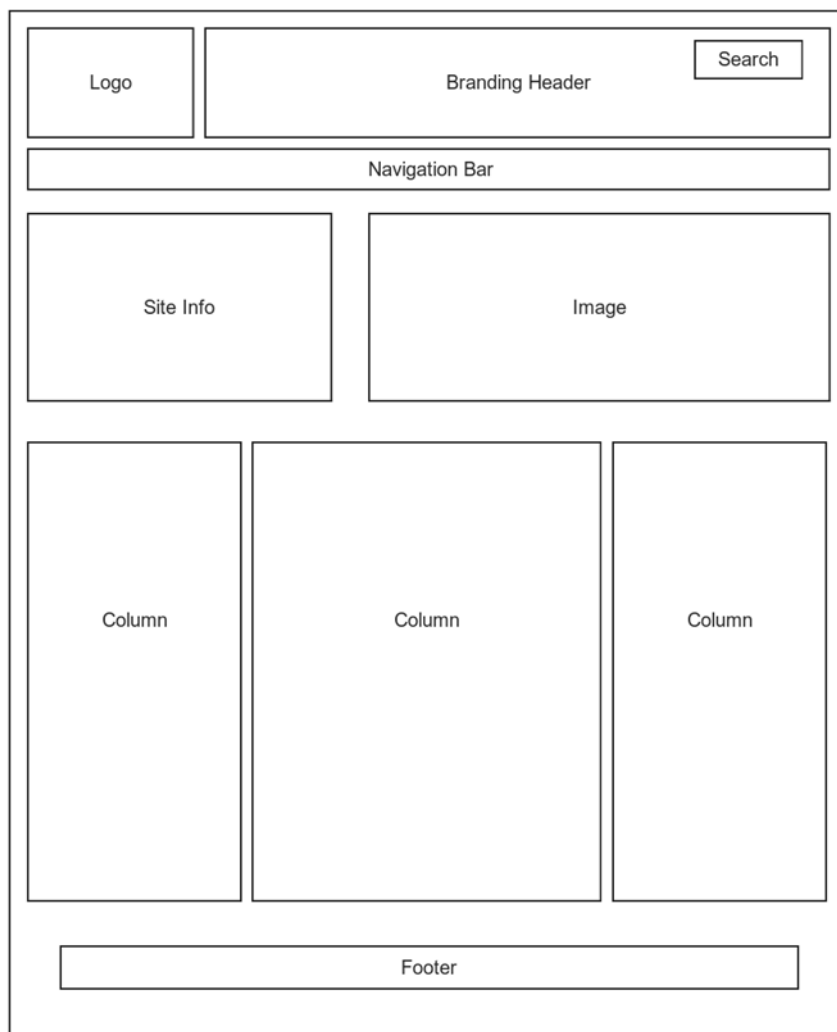
Sisältösuunnitelmaan kuuluvana aiheena määriteltiin ne toiminnallisuudet, jotka otetaan mukaan testipilottiin. Nämä olivat hakutoiminnot sekä karttapalvelu. Sivustolla on oma ensisijainen hakutoiminto, jonka avulla sivuston käyttäjä voi hakea sivustolta sisältöä hakusanoin. Toisena hakutoimintona palvelut- ja tuotteet-kategorioissa on oma hakutoimintonsa. Näissä kahdessa sisältökategoriassa voi olla lukuisia erilaisia tietosisältöjä ja tämän hakutoiminnon avulla sivuston käyttäjä voi hakea joko haluamiaan palveluita tai tuotteita sillä tavoin, kun käyttäjä itse haluaa sivustolta löytää sisältöä. Karttapalvelutoiminto haluttiin pitää testipilotin osalta optiona eli se otetaan toteutusvaiheessa käyttöön, jos myöhemmin näin päätetään.

Sisältösuunnitelman ja toiminnallisten vaatimuksien jälkeen tehtiin näiden pohjalta sivustosta käyttötapauskaavio. Käyttötapauskaavio kuvaa sivuston käyttäjän ja muiden toimijoiden toimienpiteitä verkkosivustossa. Se on kuvattuna (Kuva 30) kohdassa 4.3.2.

Sivuston sisältösuunnitelman pohjalta luotiin tästä sisällöstä sivuston yleiskuvaus. Apuna käytettiin myös käyttötapauskaaviota. Yleiskuvauksessa sivuston sisältö ja pääryhmät sijoitettiin ensimmäiselle tasolle ja tämän jälkeen kunkin pääryhmän alakategoriat sijoitettiin näiden alle. Tässä käytettiin myös priorisointia ja kukin pääryhmä sijoitettiin tärkeysjärjestyksessään yleiskuvaukseen. Yleiskuvaus on nähtävissä otsikossa 4.3.3. Tämän jälkeen sivuston yleiskuvauksen avulla muodostettiin sivuston sivukartta ja tämä on nähtävillä otsikossa 4.3.4. (Kuva 31). Sivukartta oli helppo tehdä sivuston yleiskuvauksen pohjalta, sillä yleiskuvaus onnistuttiin tekemään selkeäksi. Sivukartasta näkyi sivuston tuleva rakenne, jonka jälkeen rakenne voitiin todeta valmiiksi.

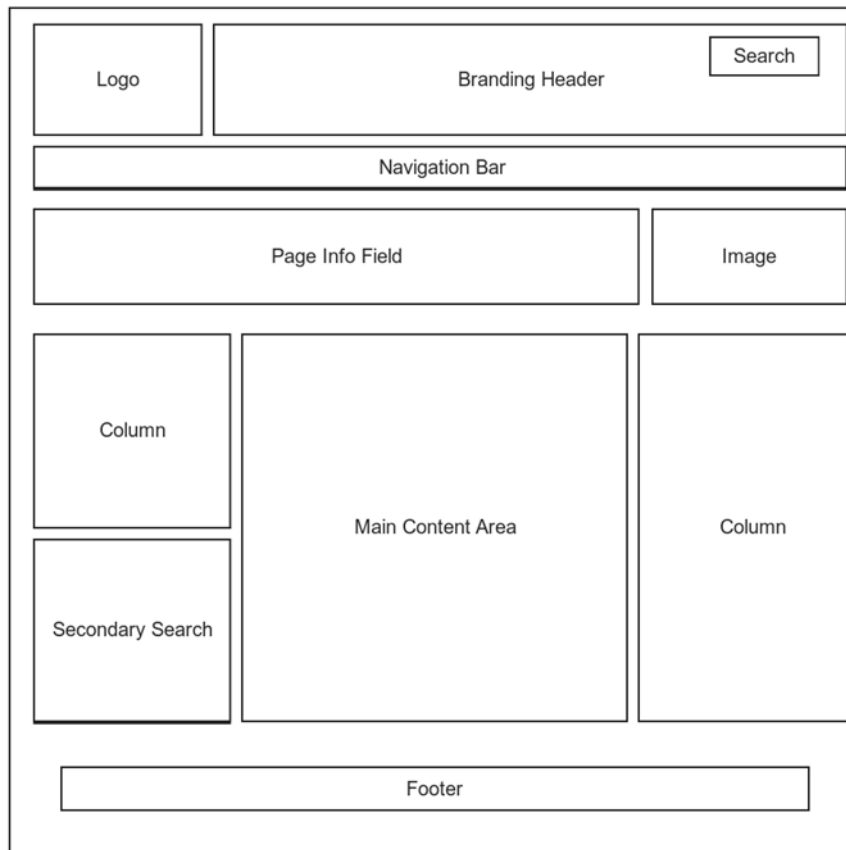
Kun sivuston rakenne oli valmis, oli aika siirtyä yksittäisten sivujen rakenteen pariin ja tämä tapahtui rautalankamallien muodossa. Rautalankamallit tehtiin jokaisesta sivukartassa olevasta sivusta. Tämä tehtiin sen vuoksi, koska sen katsottiin auttavan sivuston toteuttavaa tiimiä heidän työskentelyssään. He saavat näin ollen jokaisesta sivusta valmiin mallin jota lähteä

työstämään. Etusivu (Kuva 22) sivuston tärkeimpänä sivuna määrittelee pitkälti myös muiden sivujen raameja. Käyttäjäystävällisyyden - ja ikäihmiset kohderyhmänä - vuoksi, sivustosta haluttiin tehdä johdonmukainen eli jokainen yksittäinen sivu muistuttaa muita sivuja mahdollisimman tarkasti. Sivuston yläosa pysyy muuttumattomana sivustolla liikkuesssa, joten siksi sinne oli hyvä sijoittaa logo ja sen vierelle oikealle puolelle sivuston nimi ja tarvittaessa kuvaava otsikko, jos sivuston nimestä ei käy hyvin selväksi sivuston luonne. On tärkeää, että sivustolle tuleva vierailija näkee ensimmäisten sekuntien aikana, mistä sivustossa on kyse. Näin ollen jos sivuston nimestä ei käy täysin selväksi sivuston luonne, sen oheen voi sijoittaa jonkin kuvaavan sloganin, joka auttaa tuomaan ilmi sivuston luonteen. Tässä yläosassa oikealla on myös sivuston hakutoiminto. Se on luonteva paikka sijoittaa hakutoiminto, sillä se on helposti löydettävissä. Tämän muuttumattoman yläosan alaosassa on navigation bar -kohta, johon sijoitetaan sivuston pääasiallinen navigointivalikko. Aiemmin muodostetut sivuston sisällön pääryhmät sijoitetaan tähän (Kuva 32). Site info -kohta luotiin siksi, että se on näkyvässä paikassa oiva keino kuvata sivuston tarkoitusperiä. Sivustolle tuleva vierailija näkee tästä tiiviin tiedon siitä, mistä sivustolla on kyse. Tarpeen mukaan siihen voi myös sijoittaa muuta tekstiä, jos sen varsinaista tarkoitusta ei koeta niin tarpeelliseksi. Tämän site info -kohdan oikealla puolella on kuva. Tämä luotiin siksi, että tarkastelemalla kilpailevia, vastaavanlaisia ja referenssisivustoja huomattiin, että tässä kohdin on hyvä paikka tuoda esiin muualla sivustolla olevia asiasisältöjä. Esimerkiksi tässä voi olla vaihtuva slider-tyyppinen kuvasarja, johon voi kerätä vaikkapa sivustolle juuri tulleita uusia palveluja tai tuotteita. Sivuston varsinainen tekstisisältö ja jokaisen sivun pääasiallinen oma sisältö päätettiin jakaa kolmeen pystysuunnan palstaan eli column-kohtiin. Lopuksi sivun alalaidassa on sivustolla liikkuesssa muuttumattomana kohtana alatunniste eli footer-kohta.



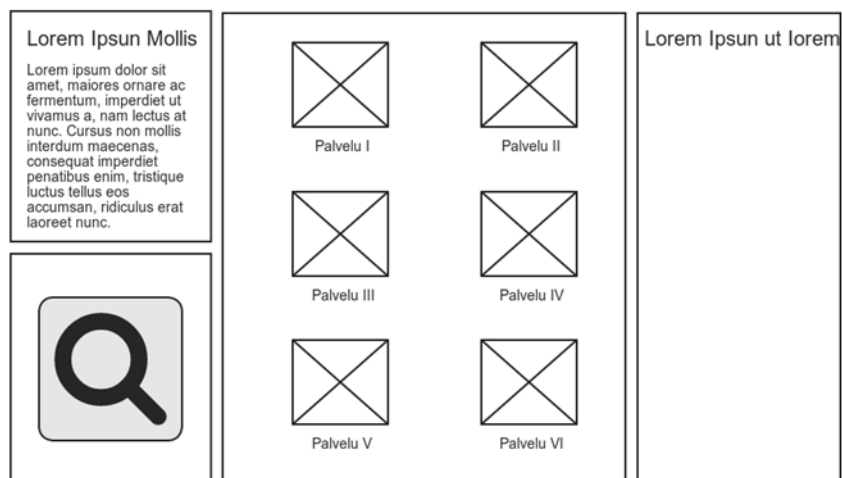
Kuva 22: Rautalankamalli sivuston etusivusta

Rautalankamalleissa pyrittiin huomioimaan se asia, että sivustolla liikkuesssa sivuston vierailija tietäisi, missä hän liikkuu ja mikä on kyseisen sivun tarkoitus. Esimerkkinä alla olevassa kuvassa (Kuva 23) navigation bar -kohdan alla on page info field -kohta, johon voi sijoittaa lyhyen kuvauksen kyseisen sivun tarkoituksesta. Tämän oikealla puolella oleva image-kohta on varattu kuvalle, sillä sivustolle haluttiin varata tilaa kuville. Jokaisen pääryhmän omalla sivulla pyrittiin noudattamaan etusivun rakennetta ja järjestämään sivun varsinaisen oma sisältö kolmeen pystysuunnan palstaan. Näistä keskimmaiselle varattiin suurempi tila siksi, että sivun keskellä olevaan tilaan voi sijoittaa enemmän sisältöä. Palvelut- ja tuotteet-pääryhmien sivut vaativat erityistä huomiota näiden pääryhmien sisällön vuoksi.



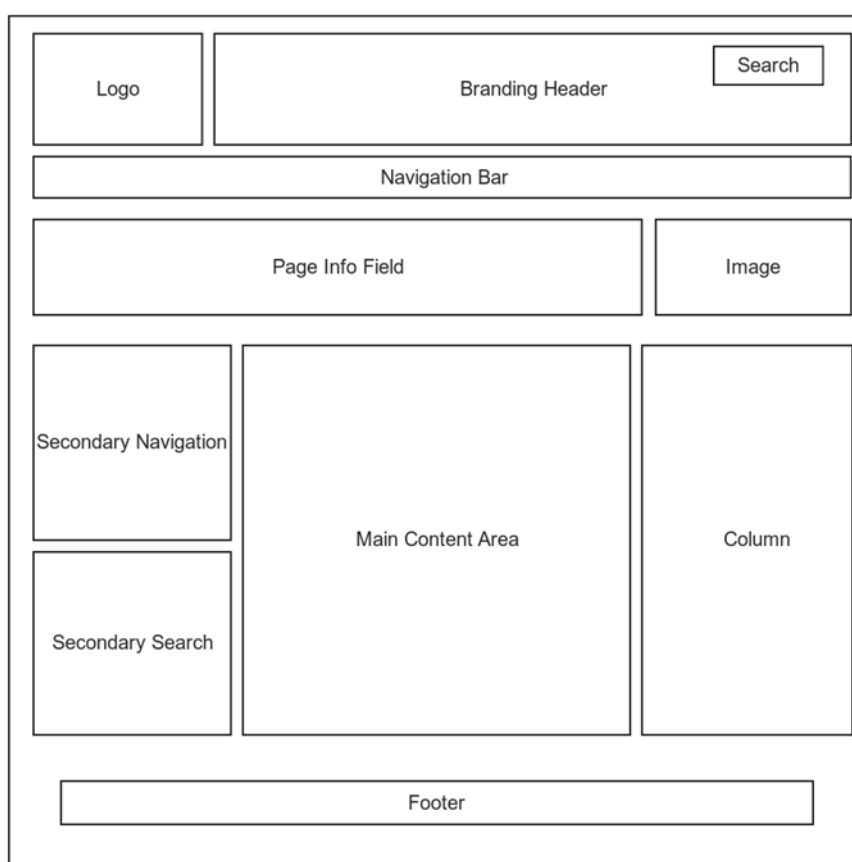
Kuva 23: Palvelut-pääsivun rautalankamalli

Yllä olevan kuvan (Kuva 23) palvelut-pääryhmän sivun main content area -kohtaan on tarkoitus sijoittaa tämän pääryhmän alakategoriat (Kuva 24). Koska tämä pääryhmä sisältää suuren määrän informaatiota, niin päädyttiin sijoittaa tälle pääryhmälle oma hakutoiminto ja se on kuvattuna kohdassa secondary search.



Kuva 24: Palvelut-pääsivun rautalankamalli kuvattu sisältöesimerkin sisältäen

Käyttäjän klikatessa jonkun näistä alakategorian sivuista auki aukeaa tämän alakategoriasivun oma sivu. Tällä aukeavalla sivulla on tämän aukaistun sivun sisältämä sisältö eli jonkun palvelukategorian yrityslistaus (Kuva 25). Sivuston rakenne pysyy edelleen samana, mutta vasempaan reunaan ilmestyy secondary navigation -kohta. Tämän navigaatiovalikon tarkoituksena on tehdä sivustosta käyttäjäystävällisempi ja helpottaakseen sivuston käyttäjän liikkumista sivustolla. Main content area -kohta sisältää listauksen tämän tietyn palvelut-pääryhmän alakategorian yrityksistä eli siinä on yrityslistaus. Kun sivuston käyttäjä silmäilee tätä yrityslistausta, niin tämän tällä sivulla olevan navigaatiovalikon avulla hän voi liikkua eri alakategorioiden välillä helposti ja käytännöllisesti. Tämä malli toistuu niillä sivuilla ja niissä pääryhmissä, joissa tällaiselle on koettu olevan tarvetta.

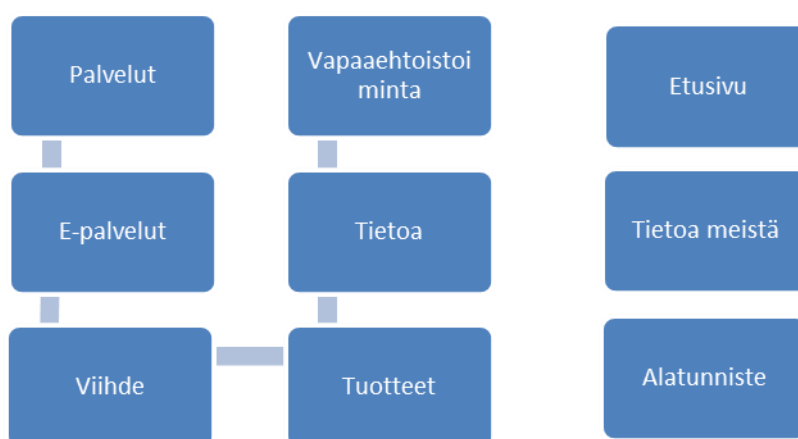


Kuva 25: Palvelut-alakategoriasivun rautalankamalli

Rautalankamallit on kuvattuna alkaen otsikosta 4.3.5. ja näiden rautalankamallien oheen päätettiin sisällyttää tarkempaa tietoa siitä, että mitä rautalankamallien sisällöillä tarkoitetaan. Tämän johdosta sivuston toteuttava tiimi pystyy näkemään näistä tiedoista esimerkiksi sen, mitä sisältöä kullekin sivulle tulee. Rautalankamallien tekeminen jäi suunnittelun viimeiseksi aiheeksi. Tämän jälkeen olisi suunnittelussa siirrytty designin pariin, mutta työn rajauksen vuoksi se ei enää kuulunut tähän työhön, vaan sivuston toteuttavalle ryhmälle.

4.3.1 Sisältösuunnitelma ja toiminnot

Sivuston sisältö on jaettu kuuteen varsinaiseen sisältökategoriaan eli pääryhmään, jotka ovat palvelut, tuotteet, tietoa, e-palvelut, viihde ja vapaaehtoistoiminta. Nämä eri kategoriat jakavat sivuston sisällön eri aihealueisiin ja muodostavat omat kokonaisuutensa. Näiden kuuden varsinaisen sisältökategorian lisäksi on olemassa kolme muuta omaa sisällöllistä kokonaisuutta ja nämä ovat etusivu, tietoa meistä ja alatunniste. Kaikki sivuston sisältö on näiden kategorioiden alla (Kuva 26).



Kuva 26: Sisältökategoriat

Palvelut-sisältökategoriassa on esillä erilaisia yrityksiä, jotka myyvät tietynlaisia palveluita. Tällaisia palveluiden myyjiä voi olla todella suuri määrä sivustolla esillä ja palveluiden sisältö on toisistaan poikkeavaa, joten on syytä muodostaa erilaisia kategorioita. Palveluihin on muodostettu kuusi erilaista kategoriaa ja nämä ovat kodinhoito- ja korjaus-, kauneus- ja hyvinvointi-, terveys-, ravitsemus- ja ateria-, tietotekniikka- sekä turvapalvelut. Turvapalvelut-kategoria on optiona. (Kuva 27).



Kuva 27: Palvelut-sisältökategorian kategoriat

Vielä tässäkin vaiheessa jokaiseen kategoriaan tulee paljon sisältöä lukuisien yritysten muodossa ja esimerkiksi kodinhoito- ja korjauspalvelut voi käsittää sisällöltään hyvin erityyppisiä yrityspalveluita, joten kategoriat on syytä jakaa vielä omiin alakategorioihinsa (Kuva 28).



Kuva 28: Palvelut-sisältökategorian kategorioiden alakategoriat

Tuotteet-sisältökategorian tarkoituksena on esitellä erilaisia fyysisiä tuotteita sivuston käyttäjille. Tuotteet-sisältökategoriassa on esillä tuotteita erilaisista kategorioista. Tämä sisältökategoria on rakenteeltaan ja kontekstiltaan lähes samanlainen kuin palvelut-sisältökategoria. Tuotteet on jaoteltu eri kategorioihin niiden toiminnallisten soveltuvuuksien ja käyttötarkoituksien perusteella. Näitä kategorioita on neljä kappaletta ja nämä ovat hyvinvointiteknologiatuotteet ja -palvelut, arjen apuvälineet, toimintakyvyn ylläpito ja turvallisuus (Kuva 29). Tässä on vielä jätetty avoimeksi se asia, että onko edellä mainituilla kategorioilla omat alakategoriansa. Jos alakategoriat tulevat olemaan, niin se toteutetaan samoin kuin palvelut-sisältökategoriassa.



Kuva 29: Kuvaus tuotteet-sisältökategorian sisällöstä

Tietoa-sisältökategoria on informatiivinen osio, jonka tarkoituksena on tarjota sivuston käyttäjälle informatiivista sisältöä. Sisältö koostuu erilaisista listauksista ja linkeistä kolmannen osapuolen sivustoille. Tietoa-sisältökategorian sivulla on esillä erilaisia omia aihealueita, esimerkiksi tietoa dementiasta -kohta, jota klikkaamalla aukeaa uusi sivu, jossa on esillä tietoa dementiasta ja linkkejä tätä aihealuetta koskeville muille sivustoille. Toinen tällainen sivulla esillä oleva oma aihealue voi olla esimerkiksi eläkeläisjärjestöt ja tätä klikkaamalla aukeaa uusi sivu, jossa on listattu eri eläkeläisjärjestöt ja tietoa niistä sekä linkki näiden kotisivuille. Muut tahot, joihin tämä sivu voi linkittyä, ovat esimerkiksi Espoon kaupunki, eri liitot, KELA, seniorijärjestöt ja ynnä muut vastaavat tahot ja toimijat.

E-palvelut-sisältökategorian sisältö on pitkälti avoinna. Sen sisältö päätetään toteutusvaiheen aikana. Nimensä mukaisesti se tulee tarjoamaan erilaisia e-palveluita kuten e-kirjaston. Tämä sisältökategoria listaa ja jaottelee erilaisia e-palveluita ja sivun kautta sivuston käyttäjä voi tutustua näihin ja esillä olevan linkin kautta siirtyä itse palveluun.

Viihde-sisältökategoria sisältää pelejä, linkkejä muun muassa sanomalehtien ja tv-kanavien verkkosivuille ja videoita. Videot ovat vielä optiona. Sivustolla mahdollisesti oleva keskustelufoorumi sijoittuu mahdollisesti tähän sisältökategoriaan. Sisältö on esitetty ja jaoteltu listausmaisesti sivulle. Esimerkiksi sanomalehdet ovat yksi oma aihealueensa ja tämän auki klikkaamalla avautuu uusi sivu, jossa on linkitykset eri sanomalehtien verkkosivuille. Tämä toistuu tv-kanavien kohdalla. Sivulla tulee olemaan listaus erilaisista peleistä, jotka löytyvät verkosta ja näihin on esillä linkki, jonka kautta pääsee pelaamaan haluamaansa peliä. Sivustolla tulee myös mahdollisesti olemaan projektissa tehtyjä pelejä. Videot-kohta sisältäisi erilaisia videoita, jotka ovat itsessään sivustolla tai upotettuina siihen. Tällaisia videoita voisivat olla esimerkiksi tuolijumppa ja nojatuolimatka.

Vapaaehtoistoiminta-sisältökategoriassa on esitelty erilaisia vapaaehtoispalveluja ja -toimintaa. Tällaisten palveluiden toiminnan sisältöä on kuvattu ja kerrottu sekä esitelty erilaisia tällaisia toimijoita ja tarjottu linkki heidän sivuilleen.

Etusivu on nostettu esiin omana sisältökategorianaan ja omana kokonaisuutenaan. Etusivu on nimensä mukaisesti sivuston etusivu ja sivuston tärkein yksittäinen sivu. Tällä sivulla kerrotaan sivustosta yleisesti ja se muodostaa näyteikkunan koko sivuston sisällöstä. Tämä on todennäköisesti ensimmäinen sivu, jonka sivustolla vierailleva sivustosta näkee ja etusivu on myös tärkeä hakukoneiden vuoksi. Etusivun teksti tulee olla kuvaavaa, avainsanoja sisältävää ja hakukoneystävällistä HTML-tekstiä, ei graafista tekstiä. Tällä sivulla voi tuoda esiin haluttuja sisällöllisiä ja toiminnallisia asioita muualta sivustolta. Tällä sivulla on tärkeää herättää sivuston käyttäjän kiinnostus sivustosta kokonaisuutena ja luoda sivustosta selkeä kuva ja antaa sivuston käyttäjälle aihetta muodostaa luottamus sivuston käyttäjän ja sivuston välille.

Etusivulla oleva design ja rakenne on syytä pitää jokaisella muullakin sivulla mahdollisuuksien mukaan samana. Tällä sivulla on esillä tapahtumat-osio sekä mainintoja projektissa että sivustossa mukana olevista tahoista.

Tietoa meistä -sisältökategoriassa ja kokonaisuudessa esitellään yleistä tietoa sivustosta. Täällä on tietoa sivustosta ja sen omistavista ja ylläpitävistä tahoista. Sisällön tulee kuvata sivuston taustatahoa kattavasti ja selkeästi sekä kertoa tästä taustatahosta vaikkapa sen historiaa ja tavoitteita. Tällä sivulla on myös yhteystiedot, jotta sivuston käyttäjä voi ottaa halutessaan yhteyttä sivustoon ylläpitäjiin. Yhteystiedot voivat sisältää myös sosiaalisen median linkit. Tähän sisältöön sopii myös hyvin FAQ eli frequently asked questions -kohta, jossa on listattuina sellaisia kysymyksiä, joita sivuston käyttäjät voivat kysyä ja vastaukset näihin. Myös uutiset-osio voidaan sisällyttää tämän sisältökategorian alle.

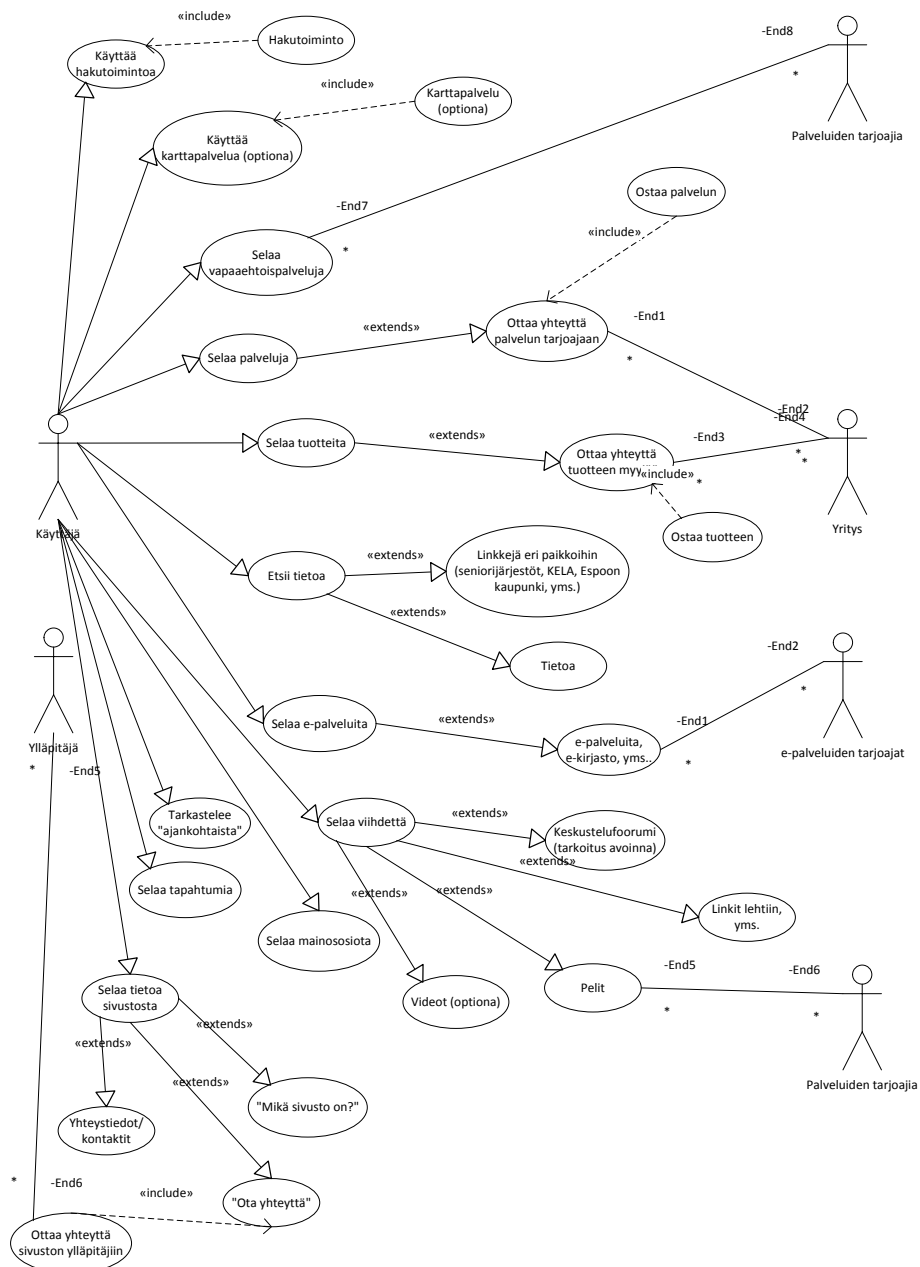
Alatunniste-kokonaisuus ei ole varsinaisesti sisältökategoria, vaan oma kokonaisuutensa, joka on syytä nostaa esiin, mutta sitäkin voi nimittää yhdeksi sisältökategoriaksi. Alatunniste eli footer on jokaisen sivun alalaidassa näkyvä osio, jolla on tärkeä rooli sivustolla. Se pysyy täysin muuttumattomana riippumatta itse sivun sisällöstä. Alatunnisteessa on näkyvissä minimissään sivuston nimi, tarvittaessa tekijänoikeustiedot, sivukartta sivustosta, etusivu, tietoa meistä ja yhteystiedot. Alatunnisteeseen on suositeltavaa laittaa myös navigointi kokonaisuudessaan eli etusivu, palvelut, tuotteet, tietoa, e-palvelut, viihde, vapaaehtoistoiminta ja tietoa meistä. Jos navigoinnin laittaa kokonaisuudessaan tänne, ei välttämättä etusivu- ja tietoa meistä -kohtia tarvitse laittaa. Yhteystiedot-kohta on syytä pitää kuitenkin, koska sillä se ei varsinaisesti ole navigaatiossa suoranaisesti esillä. Alatunnisteeseenkin voi myös laittaa sosiaalisen median linkit.

Sivustolla on oma ensisijainen hakutoiminto. Ensisijainen hakutoiminto on esillä jokaisella sivuston sivulla oikeassa yläkulmassa. Tämän hakutoiminnon avulla käyttäjä voi hakea sisältöä hakusanojin ja tämän jälkeen hän näkee hakusanojansa kuvaavan sisällön. Palvelut- ja tuotteet-sisältökategorioissa on omat toissijaiset hakutoiminnot. Tällaisen toissijaisen hakutoiminnon avulla käyttäjä voi hakea määrättyä sisältöä näissä sisältökategorioissa. Aukaistessaan palvelut-sivun, käyttäjä näkee sivun vasemmassa alalaidassa tämän toissijaisen hakutoiminnon. Tässä hakutoimintonäkymässä on valmiiksi erilaisia hakukenttiä, esimerkiksi ”hae postinumeron perusteella”, johon käyttäjä voi syöttää haluamansa postinumeron ja täyttää myös muita hakukriteereitä. Hae-painiketta painamalla aukeaa hakutulokset täyttävät kriteerit täyttävät palveluiden tarjoajat. Tämä hakutoiminto on esillä palvelut-sisältökategorian jokaisella sivulla. Tässä toissijaisessa haussa on hyvä olla esillä käyttäjää auttamassa valmiita hakusanoja eli tageja, esimerkiksi ”siivous” ja ”remontointi”. Edellä kuvattu toiminto toimii myös tuotteet-sisältökategorioissa lähes samanlaisesti, ainoastaan palvelut on korvattu tuot-

teilla ja hakukriteereissä on erilaisia kriteerejä, muun muassa sijainnin perusteella hakua ei tarvita.

Karttapalvelu on tässä projektin testipilottiversiossa optiona. Sen voi kuitenkin ottaa osaksi sivustoa jo tässä testipilottiversiossa, jos niin halutaan. Sitä voisi hyödyntää sivustolla olevien palveluidentarjoajien eli palveluita myyvien yritysten sijaintia ilmaisemaan tai esitellessä muun muassa sivustolla mainostettavia tapahtumia. Varsinaisissa rautalankamalleissa eikä sisältösuunnitelmassa ole huomioitu suunnitteluvaiheessa kartan rakenteellista sijaintia tämän toiminnon epävarmuuden vuoksi. Se voi kuitenkin sijaita esimerkiksi palveluiden yrityslistaussivulla (1.1.1 - 1.6.2) main content area -kohdan päällä. Tämä sijainti olisi tällaisella karttapalvelulle hyvä sijainti kuvaamaan yrityslistauksessa olevien yritysten sijaintia. Karttapalvelun ollessa käytössä tapahtumien sijaintia kuvaamaan, se voi olla nähtävillä etusivulla palstoja sopivasti yhdistelemällä, jolloin kartan saa tarpeeksi suuresti ilmaisemaan tapahtumien sijaintia. Toinen vaihtoehto on luoda linkki tapahtumista karttapalveluun ja karttapalvelu tässä tilanteessa sijaitsisi muualla sivustossa, kenties kokonaan omalla sivulla valitun sisältökategorian alla.

4.3.2 Käyttötapauskaavio



Kuva 30: Käyttötapauskaavio

4.3.3 Yleiskuvaus sivuston sisällöstä

0.0 Etusivu

- 1.0 Palvelut
 - 1.1 Kodinhoito- ja korjauspalvelut
 - 1.1.1 Siivouspalvelut
 - 1.1.2 Kodinhoitopalvelut
 - 1.1.3 Korjauspalvelut
 - 1.2 Kauneus- ja hyvinvointipalvelut
 - 1.2.1 Alakategoria I
 - 1.2.2 Alakategoria II
 - 1.3 Terveyspalvelut
 - 1.3.1 Alakategoria I
 - 1.3.2 Alakategoria II
 - 1.4 Ravitsemus- ja ateriapalvelut
 - 1.4.1 Alakategoria I
 - 1.4.2 Alakategoria II
 - 1.5 Tietotekniikkapalvelut
 - 1.5.1 Alakategoria I
 - 1.5.2 Alakategoria II
 - 1.6 Turvapalvelut (optio)
 - 1.6.1 Alakategoria I
 - 1.6.2 Alakategoria II
- 2.0 Tuotteet
 - 2.1 Hyvinvointiteknologiatuotteet ja -palvelut
 - 2.1.1 Alakategoria I
 - 2.1.2 Alakategoria II
 - 2.2 Arjen apuvälineet
 - 2.2.1 Alakategoria I
 - 2.2.2 Alakategoria II
 - 2.3 Toimintakyvyn ylläpito
 - 2.3.1 Alakategoria I
 - 2.3.2 Alakategoria II
 - 2.4 Turvallisuus
 - 2.4.1 Alakategoria I
 - 2.4.2 Alakategoria II
- 3.0 Tietoa
 - 3.1 Tietoa dementiaasta
 - 3.2 Eläkeläisjärjestöt

- 3.3 Aihealue III
- 3.4 Aihealue IV
- 3.5 Aihealue V, (tarpeen mukaan lisää)

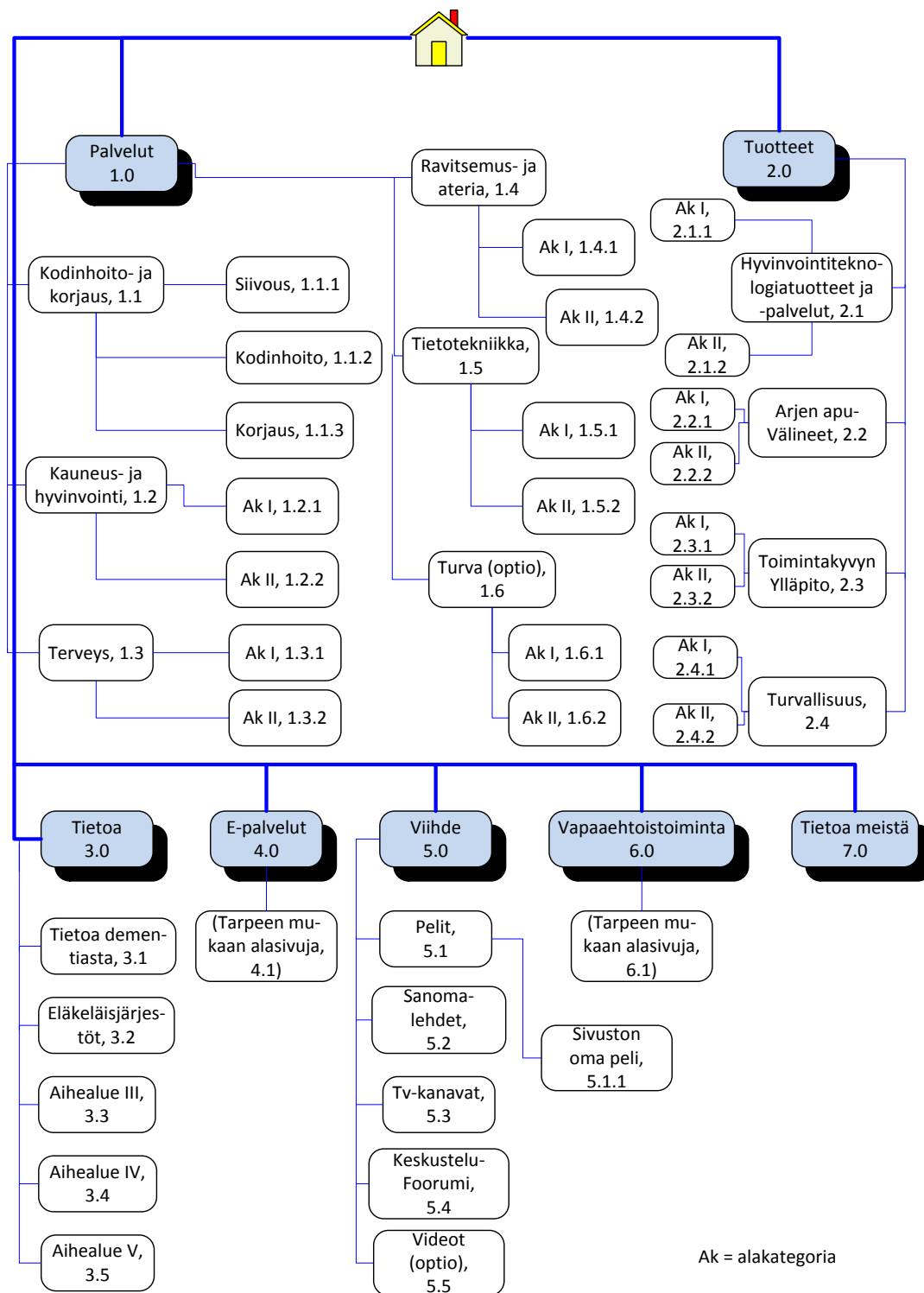
- 4.0 E-palvelut
- 4.1 (Tarpeen mukaan alisivuja)

- 5.0 Viihde
- 5.1 Pelit
- 5.1.1 Sivuston oma peli
- 5.2 Sanomalehdet
- 5.3 Tv-kanavat
- 5.4 Keskustelufoorumi (mahdollinen)
- 5.5 Videot (optio)

- 6.0 Vapaaehtoistoiminta
- 6.1 (Tarpeen mukaan alisivuja)

- 7.0 Tietoa meistä

- 4.3.4 Sivukartta

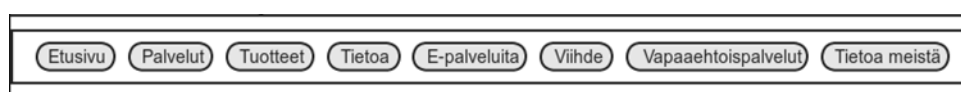


Kuva 31: Sivuston sivukartta

4.3.5 Rautalankamallit ja sisällön kuvaavat selitykset

Sivuston vasemmassa yläkulmassa on näkyvissä sivuston logo logo-kentässä. Tämän oikealla puolella on tilaa sivuston nimen ilmaisemiseksi. Jos sivuston nimi ei ole täysin kuvaava, tähän branding header -kenttään voi sijoittaa myös sivustoa kuvaavan sloganin.

Logon ja branding header -kohdan alla on navigation bar ja tämä on sivuston pääasiallinen navigointiväline. Tähän navigointikenttään (Kuva 32) sijoitetaan sivuston kahdeksan eri sisäl-
tökategoriaa ja omaa kokonaisuutta eli kaikki lukuun ottamatta alatunnistetta. Nämä ovat
etusivu, palvelut, tuotteet, tietoa, e-palvelut, viihde, vapaaehtoistoiminta ja tietoa meistä.
Etusivulle on siis oma kohtansa varattuna ja tekstillä ilmaistuna. Klikkaamalla tässä palvelut-
kohtaa aukeaa palvelut-sivu. Jos hiiren kursorin laittaa palvelut-kohdan päälle, mutta ei klik-
kaa sitä, aukeaa alasetoivalikko, jonka avulla voi navigoida palvelut-sivua ja mennä halutes-
saan suoraan jonkin kategorian sivulle.



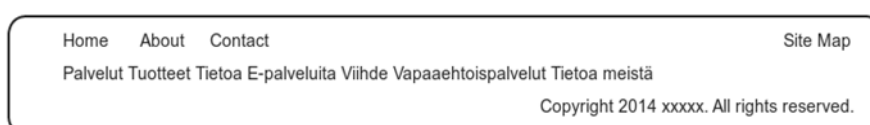
Kuva 32: Navigaatiosta hahmotelma

Yhtenä navigoinnin apuvälineenä voi käyttää myös polkua kuvaamaan käyttäjän sijaintia (Kuva 33). Tämän polun perusteella käyttäjä saa apuvälineen kuvaamaan omaa liikkumistaan ja si-
jaintiaan sivustolla. Tämä polku on hyvä olla käytössä kaikilla sivuilla ja paras paikka sille on
pääasiallisen navigoinnin alapuolella.



Kuva 33: Kuvaava hahmotelma polusta

Footer eli alatunniste löytyy sivun alalaidasta (Kuva 34).



Kuva 34: Alatunnisteesta (footer) kuvaava luonnos

Logo, branding header, navigation bar ja footer pysyvät koko ajan näkyvissä ja koko ajan sa-
mannäköisinä rakenteen tai ulkoasun muuttumatta.

Logo = Kuvaa logoa.

Branding header = Sivuston nimi & slogan tarvittaessa.

Navigation bar = Sivuston pääasiallinen navigointiväline.

Footer = Alatunniste.

Search = Sivuston oma hakutoiminto.

Site info = Tekstikenttä kuvaamaan sivuston tarkoitusta ja tehtävää.

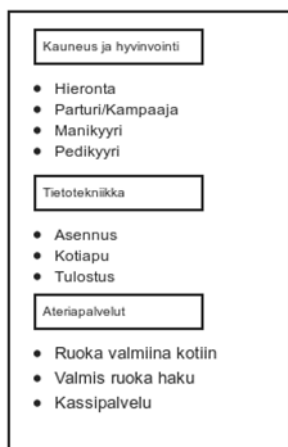
Image = Kuva.

Page info field = Tekstikenttä kuvaamaan tämän yksittäisen sivun tarkoitusta ja tehtävää.

Column = Palsta sisältöä varten.

Main content area = Sivun pääasiallisen sisällön paikka.

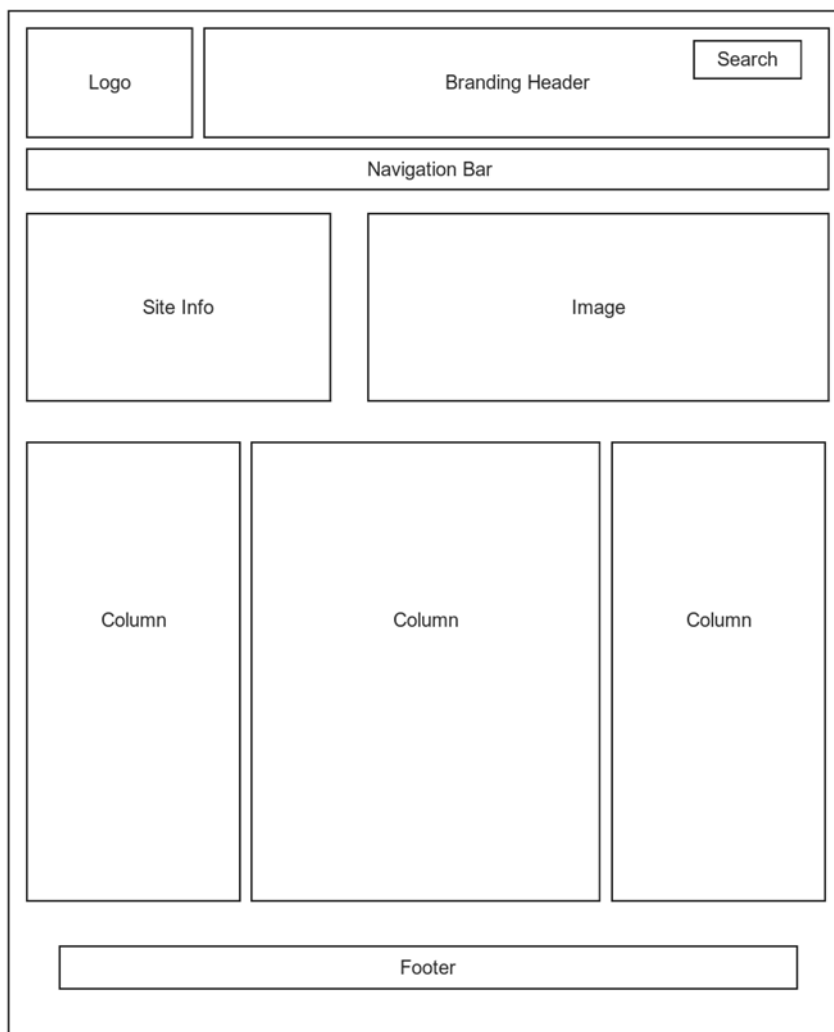
Secondary search = Toissijainen hakutoiminto, jota käytetään vain tietyissä sisältökategorioissa (Kuva 35).



Kuva 35: Luonnos toissijaisesta navigaatiosta

Secondary navigation = Toissijainen navigaatio, käytetään omilla sisältökategorioillaan helpottamaan ja nopeuttamaan kyseisessä sisältökategoriassa liikkumiseen.

Etusivu, 0.0



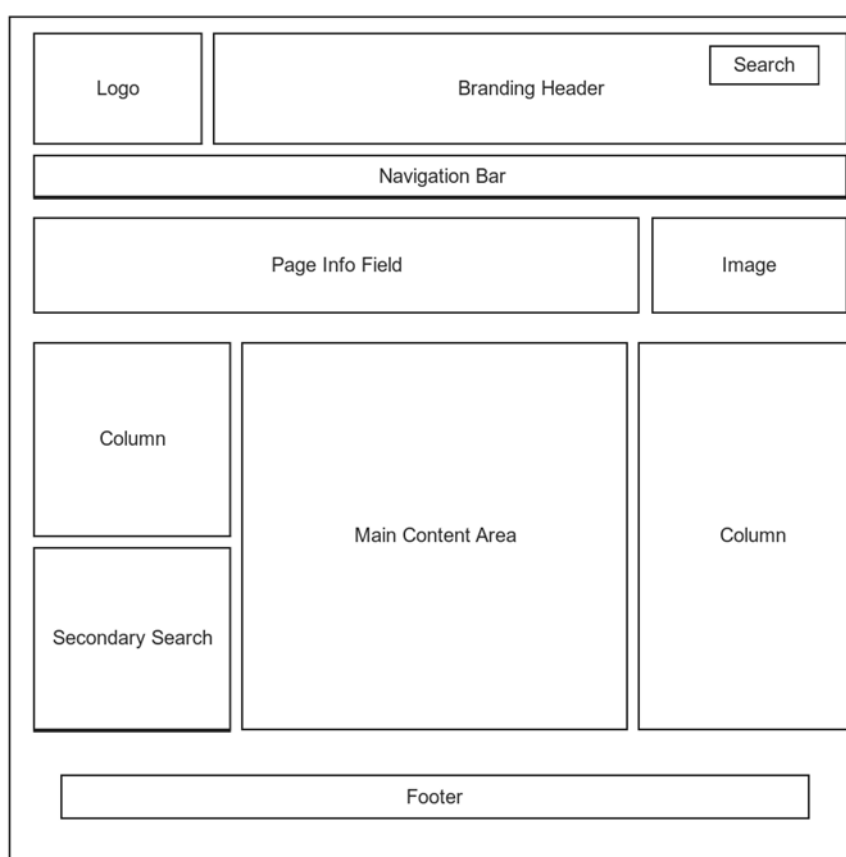
Kuva 36: Etusivu-rautalankamalli, 0.0

Site info -kohta on varattu tilaksi kertoa sivuston tarkoituksesta - mikä tämä sivu on. Tässä kohdassa on hyvä kertoa tarkemmin siitä, mille sivustolle käyttäjä on saapunut.

Site info -kohdan oikealla puolella on sijoitettu image-kohta. Tämä image tulee olemaan vaihtuva kuva eli slider-kuva. Sivuston kokonaisuuden suhteen tämä kohta on hyvässä sijainnissa ja tähän sijoitettu slider-kuva on hyvä keino tuoda esiin muun muassa sivustolla olevia kohteita. Tähän slideriin voi sijoittaa kolmesta kuuteen kuvaa. Kuva vaihtuu käyttäjän klikkauksesta tai tietyn ajan jälkeen. Kuvassa on syytä olla selkeät nuolinäppäimet, jotta käyttäjä osaa vaihtaa kuvaa. Kuvan ohessa voi olla tekstiä joko itse kuvan sisällä tai sen alapuolella. Kuva ja teksti kummatkin toimivat linkkeinä sivuston haluttuun sijaintiin. Esimerkiksi laurealainen opiskelija on perustanut oman pienen yrityksen ja tästä on sivustolla lyhyt tarina. Tätä tarinaa voi mainostaa tässä etusivun kuvassa. Käyttäjän klikatessa kuvaa aukeaa itse tarina kokonaisuudessaan.

Yllä mainittujen kohtien alapuolella on kolme pystysuoraa palstaa, jotka on nimetty column-nimellä. Näistä keskimmäinen on hieman muita leveämpi. Tämän sisällöstä ei ole täyttä varmuutta, sillä ei vielä tiedetty, mitä näissä kohdin voisi tuoda sisällöllisesti esiin. Nämä kolme pystysuoraa palstaa luotiin pohjaksi, johon voi helposti asettaa sisältöä, kun sisältö on selvillä. Esiin tulleita asioita, joita näissä palstoissa on sisältönä ovat tapahtumat sekä projektissa mukana olevat tahot. Nämä tahot voi ilmaista logoina. Projektissa on mukana arvovaltaisia tahoja muun muassa rahoittajina, joten näiden tahojen logojen esille tuonti toisi sivustolle luotettavuuden tunnetta.

Palvelut-pääsivu, 1.0

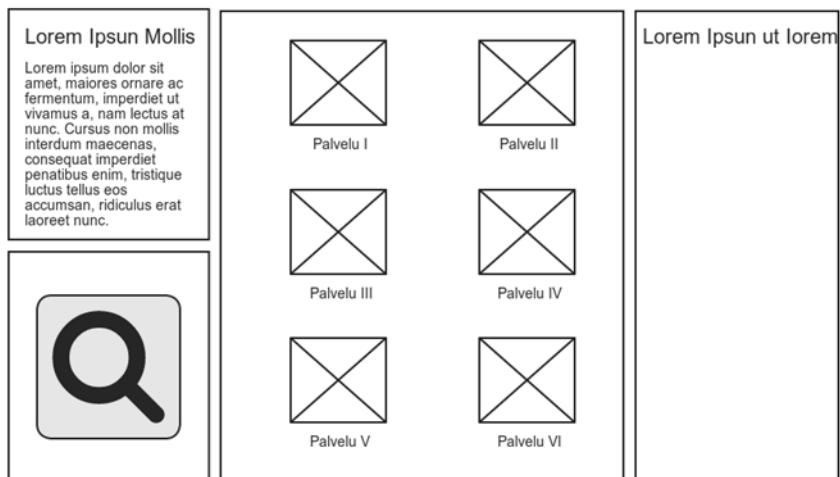


Kuva 37: Palvelut-pääsivun rautalankamalli, 1.0

Page info field -kohdassa ilmaistaan mikä tämä palvelut-sivu on. Yllä mainitun kohdan oikealla on image-kohta. Tähän voi sijoittaa jonkin sivuston ulkoasua elävöittävän kuvan.

Vasemmalla ja oikealla ovat palstat eli column-kohdat. Näistä oikean puoleiseen voi sijoittaa tarinat. Tässä palstassa voi kertoa erilaisten yritysten ja heidän palveluidensa tarinoita. Vasemman puoleisen palstan sisältö on avoin.

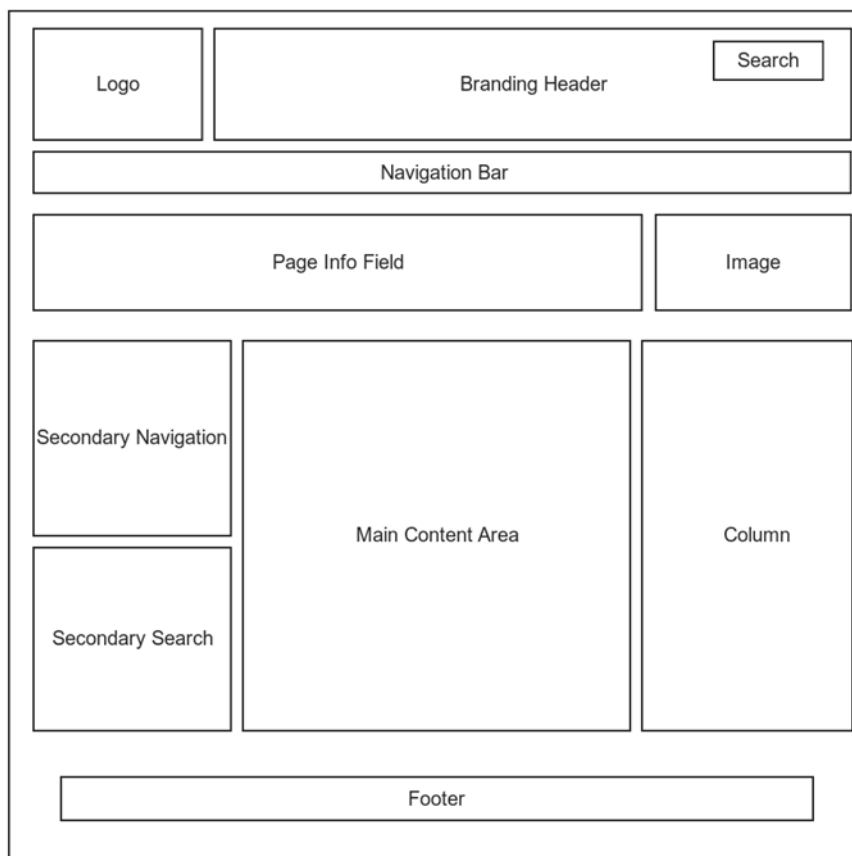
Main content area -kohtaan sijoitetaan kuusi eri kategoriaa palvelut-sisältökategoriasta. Nämä ovat kodinhoito- ja korjaus-, kauneus- ja hyvinvointi-, terveys-, ravitsemus- ja ateria-, tietotekniikka- sekä turvapalvelut. Turvapalvelut on optiona. Tälle alueelle voi sijoittaa kuusi kuvaa tasaisesti kuvaamaan kutakin kategoriaa. Kuvan ohessa on kategorian nimi ja tarvittaessa lyhyt kuvausteksti.



Kuva 38: Palvelut-sivun kategoriat esiteltynä

Vasemmalla puolella on secondary search -kohta. Tämä hakutoiminto kattaa tämän palvelukohdan sisällön haun. Tässä haussa sivuston käyttäjä voi hakea palvelut-sivulta palveluita oman halunsa mukaan.

Palvelut-alakategoriat, 1.1-1.6



Kuva 39: Palvelut-alkategoriat-rautalankamalli 1.1-1.6

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta.

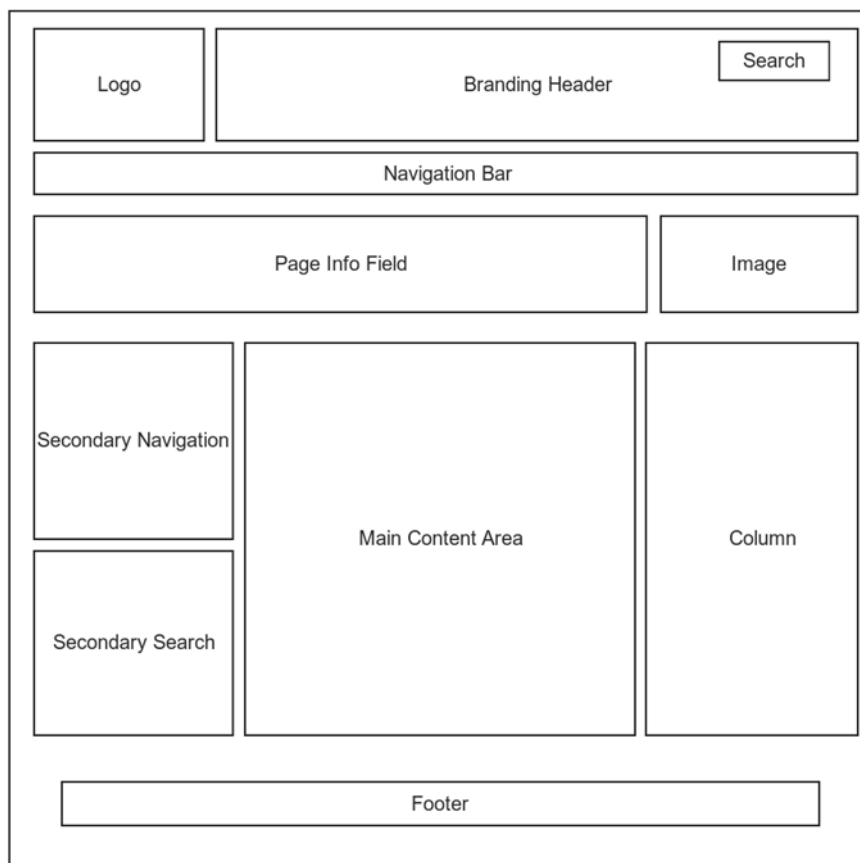
Main content area -kohdassa on esillä tietyn kategorian alakategoriat. Nämä alakategoriat ovat esillä listausmaisesti pelkällä nimellään, esimerkiksi siivouspalvelut, tai sitten kuvakkeilla kuten edellisessä kohdassa varsinaiset kategoriat.

Vasemmalla puolella on secondary navigation -kohta. Tällä sivulla on näkyvissä jokin tietty kuudesta palvelut-sisältökategorian kategoriasta. Jos käyttäjällä on näkyvissä vaikkapa kategoria I, toissijaisessa navigoinnissa on tässä näkyvässä esillä muut palvelut-kategoriat. Jos käyttäjä on sivulla kodinhoito- ja korjauspalvelut (1.1), tässä navigoinnissa on näkyvillä kauheus- ja hyvinvointi, terveys-, ravitsemus- ja ateria-, tietotekniikka- ja turvapalvelut. Mahdollisesti mukaan voi ottaa jo tässä vaiheessa näiden kategorioiden alakategoriat.

Tässäkin näkyvässä on esillä secondary search -kohta.

Oikealla puolella on palsta eli column-kohta. Tämän voi pitää tässä ja täyttää sen sisällöllä, jos tähän kohtaan sopivaa sisältöä tarjolla. Toisena vaihtoehtona on laajentaa main content area -kohtaa tämän palstan päälle.

Palvelut-yrityslistaus, 1.1.1-1.6.2



Kuva 40: Palvelut-yrityslistaus-rautalankamalli, 1.1.1-1.6.2

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan sivuun sopiva kuva.

Secondary navigation -kohdassa tässä yrityslistaussivulla on esillä palvelut-sisältökategorian kategoriat, joita on kuusi kappaletta. Tässä voi näkyä viisi kategoriaa, sillä sitä kategoriaa joka on näkyvillä, ei tarvitse ilmaista tässä toissijaisessa navigoinnissa. Myös alakategoriat voi näkyä. Toisena vaihtoehtona tässä vaiheessa tässä sijainnissa voi ilmaista saman kategorian muut alakategoriat pelkästään.

Secondary search -kohta toimii palvelut-sivukokonaisuudessa omana hakuna ja se on jokaisella palvelut-sivulla samanlainen eli se toimii palvelut-kokonaisuuden omana hakuna eikä sen tarvitse mukautua sen sivun mukaan, jolla sivuston käyttäjä sillä hetkellä on. Esimerkiksi jos

käyttäjä on siivouspalvelut-sivulla selaamassa yrityslistausta, tämä hakutoiminto toimii silti palvelut-kokonaisuuden omana hakunaan eikä se mukaudu pelkästään siivouspalveluiden hauksi. Toki sillä tässäkin vaiheessa voi hakea pelkkiä siivouspalveluita.

Main content area -kohdassa on esillä eri yrityksiä eli palveluiden tarjoajia listausmaisesti (Kuva 41). Jos kyseessä on vaikkapa siivouspalvelut-osio, tässä näkyy listattuna eri siivouspalveluiden tarjoajat. Yritykset voivat olla listattuna aakkosjärjestyksessä. Esillä yrityksestä on ainakin nimi, yrityksen oma teksti, linkki kotisivuille, palveluiden kuvaus sekä yhteystiedot. Yrityksiä tulee olemaan paljon, joten yrityksen kohdalla on hyvä olla jonkinlainen laajennuspainike, jolloin valitusta yrityksestä tulee esiin isompi pop-up-kuva, jossa on esillä enemmän tietoa kyseisestä yrityksestä.

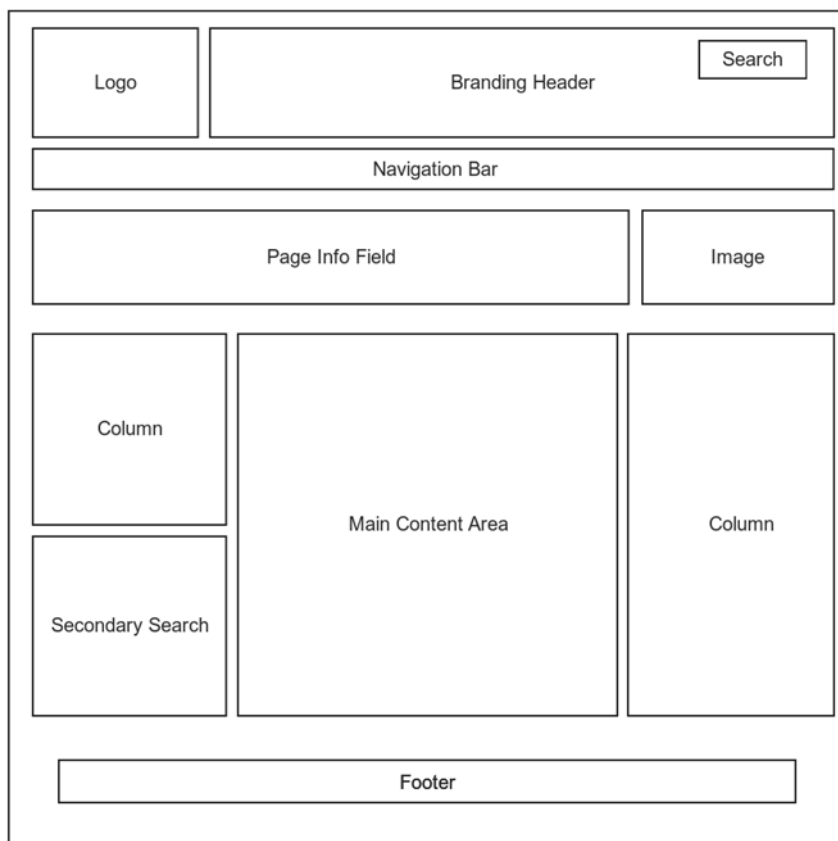


Kuva 41: Yritykset yrityslistauksessa

Oikealla puolella on palsta eli column-kohta. Tämän kohdan voi jättää pois ja ottaa jäljelle jäävä tyhjä tila main content area -kohdan käyttöön tarpeen mukaan.

Jos tällä sivulla tulee olemaan karttapalvelu kuvaamaan yritysten sijaintia, se on hyvä sijoittaa main content area -kohdan päälle.

Tuotteet-pääsivu, 2.0



Kuva 42: Tuotteet-pääsivun rautalankamalli, 2.0

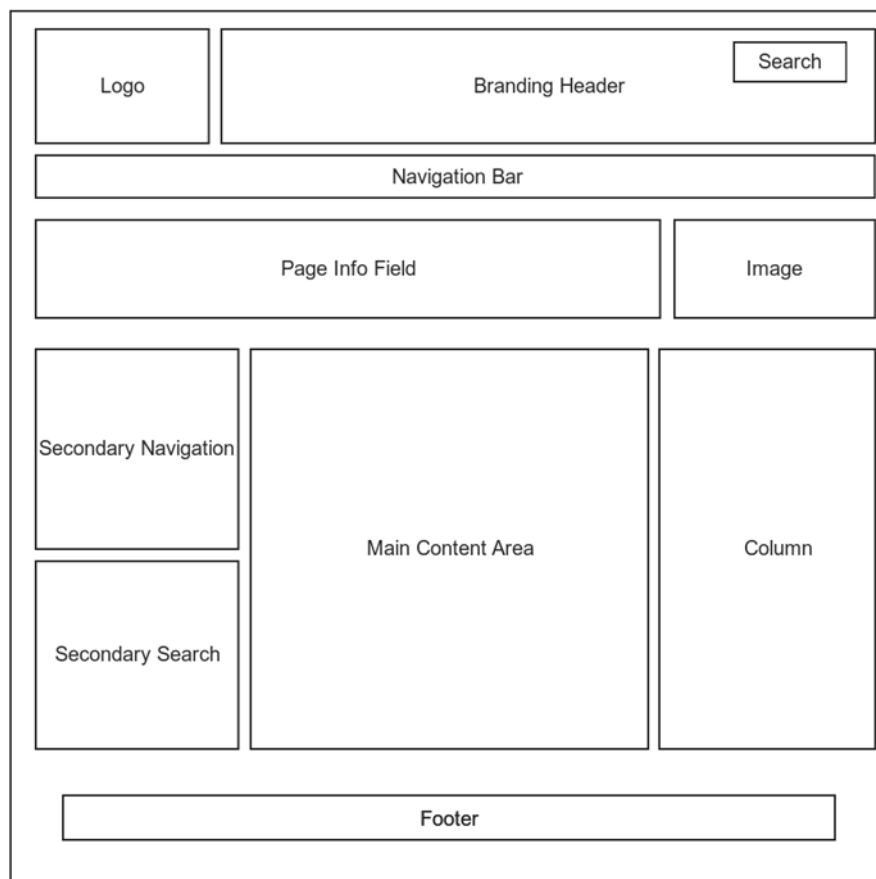
Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan sivuun sopiva kuva.

Vasemmalla ja oikealla ovat palstat eli column-kohdat. Näihin voi tuottaa sivulle sopivaa sisältöä tai jättää ne tarpeen vaatiessa pois ja jäljelle jäävä tyhjä tila jättää toisien kohtien käyttöön.

Main content area -kohtaan sijoitetaan neljä eri kategoriaa tuotteet-sisältökategoriasta. Nämä ovat hyvinvointiteknologiatuotteet ja -palvelut, arjen apuvälineet, toimintakyvyn ylläpito ja turvallisuus. Tälle alueelle voi sijoittaa neljä kuvaa tasaisesti tilaa käyttäen kuvaamaan kutakin kategoriaa. Kuvan ohessa on kategorian nimi ja tarvittaessa lyhyt kuvausteksti.

Vasemmalla puolella on secondary search -kohta. Tämä hakutoiminto kattaa tämän tuotteet-kohdan sisällön haun. Tässä haussa sivuston käyttäjä voi hakea tuotteet-sivulta tuotteita oman halunsa mukaan.

Tuotteet-alkategoriat, 2.1-2.4



Kuva 43: Tuotteet-alakategoriat, 2.1-2.4

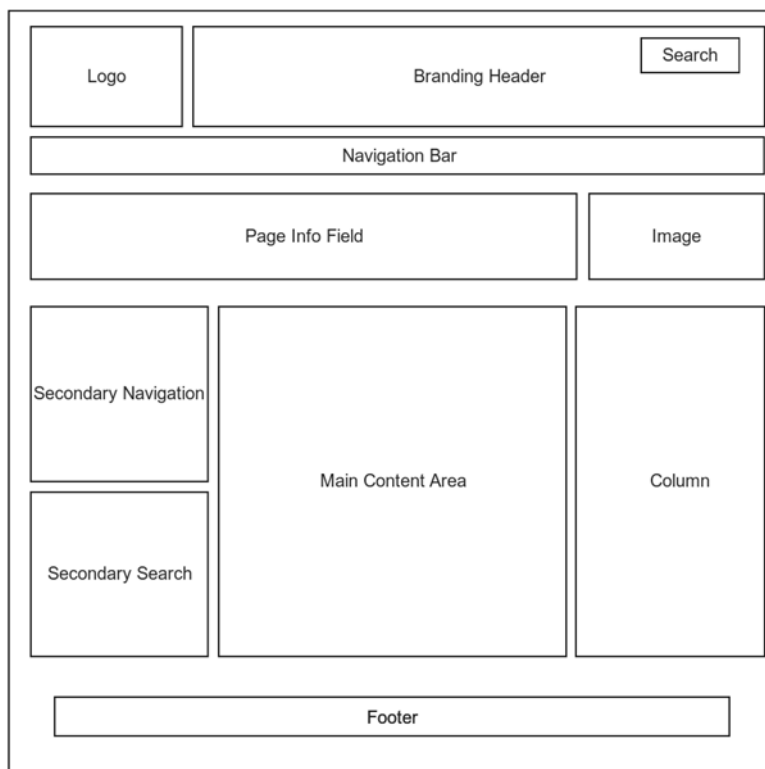
Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan asetetaan sivuun sopiva kuva.

Main content area -kohdassa on esillä tietyn kategorian alakategoriat. Nämä alakategoriat ovat esillä listausmaisesti pelkällä nimellään, esimerkiksi siivouspalvelut, tai sitten kuvakkeilla kuten edellisessä kohdassa varsinaiset kategoriat. Secondary search -kohta on tässä näkyvässä näkyvillä ja se toimii samoin kuin tuotteet-pääsivulla.

Tällä sivulla, jolla on esillä jokin neljästä tuotteet-sisältökategorian kategoriasta, secondary navigation -kohdassa on esillä loput kolme kategoriata helpottaakseen käyttäjän navigointia. Myös kyseisten kategorioiden alakategoriat voivat näkyä tässä navigoinnissa, jotta navigointi olisi vieläkin nopeampaa.

Oikealla näkyvässä palstassa eli column-kohdassa voi olla sivun sisällön kannalta olennaista tietoa. Muuten tämän kohdan voi jättää main content area -kohdan käyttöön.

Tuotteet-tuotelistaus, 2.1.1-2.4.2



Kuva 44: Tuotteet-tuotelistaus-rautalankamalli, 2.1-2.4.2

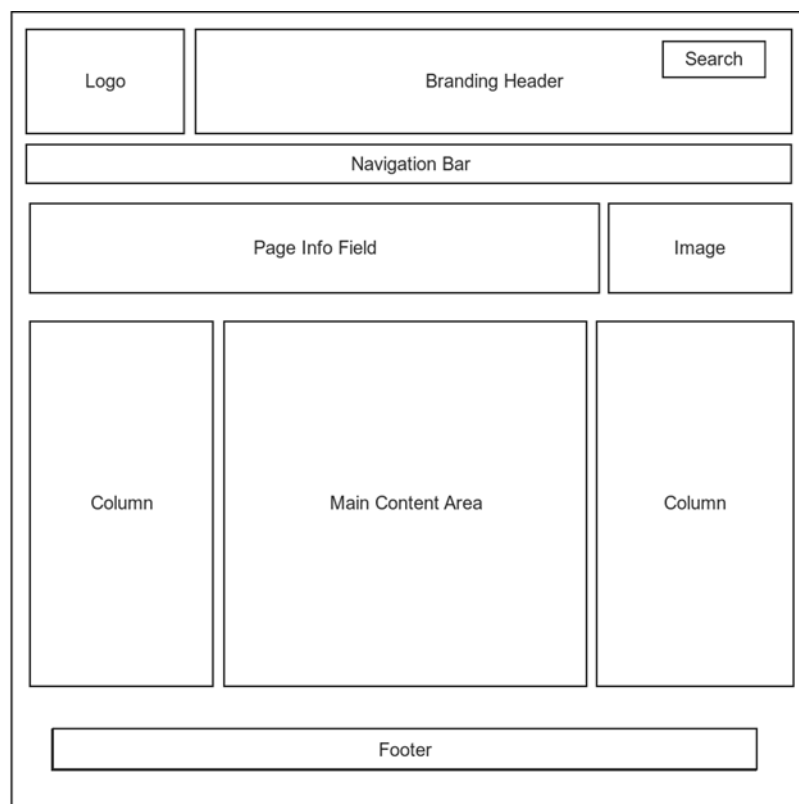
Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan voi asettaa sivuun sopivan kuva. Secondary search -kohta on esillä ja se toimii tässä näkymässä samoin kun tuotteet-pääsivulla.

Main content area -kohdassa on esillä tuotteita. Tuotteesta voi olla näkyvillä kuva, infotekstiä sekä linkki valmistajan tai myyjän verkkosivustolle. Tuotteet on listattu tähän eikä yksittäisille tuotteille ole omaa sivua. Tuotteen ohessa on linkki, josta sivuston käyttäjä pääsee tutustumaan tuotteeseen tarkemmin valmistajan tai myyjän verkkosivustolla.

Secondary navigation -kohdassa on näkyvillä tällä tuotelistaussivulla muut kategoriat ja tästä sivuston käyttäjä pääsee nopeasti ja helposti selaamaan toista tuotekategoriaa.

Oikealla puolella oleva palsta eli column-kohta voi sisältää sivun kannalta olennaista tietoa. Toinen vaihtoehto on käyttää tämä tila main content area -kohtaa laajentaakseen.

Tietoa-pääsivu, 3.0

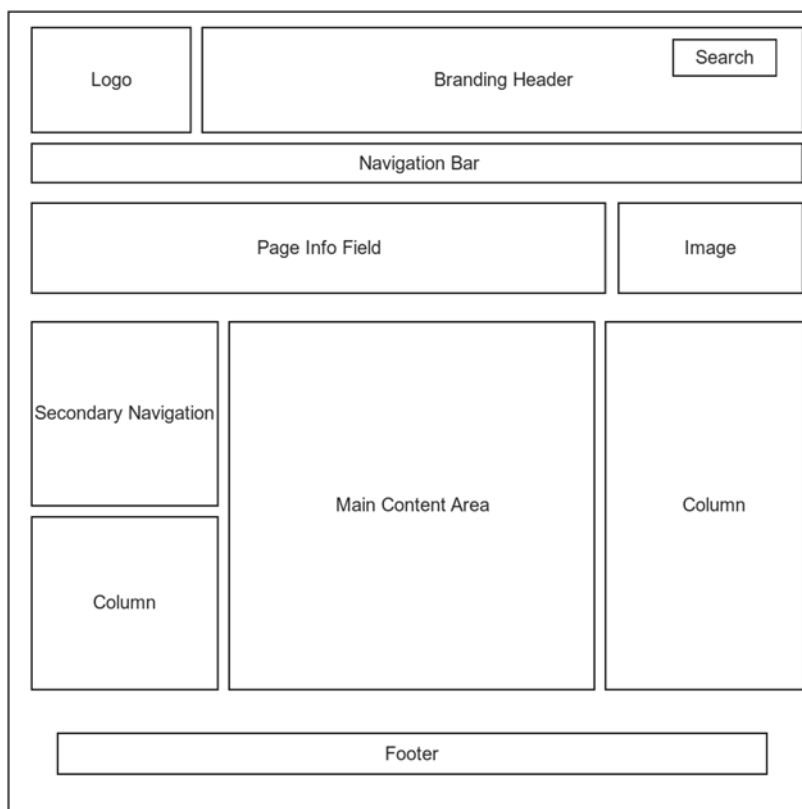


Kuva 45: Tietoa-pääsivu-rautalankamalli, 3.0

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan käy sivuun sopiva kuva.

Tämä sivu sisältää kolme pystysuoraa palstaa. Näistä reunimmaisat ovat kapeampia palstoja eli column-kohdat ja keskellä on leveämpi main content area -kohta. Reunimmaisten palstojen sisällöstä ei ole vielä tietoa. Main content area -kohta sisältää tilan erilaisille aihealueille. Tällä sivulla tulee olemaan erilaisia listauksia, muun muassa tietoa dementiasta ja eläkeläisjärjestöt. Main content area -kohtaan sijoitetaan nämä aihealueiden otsikot eli tietoa dementiasta ja eläkeläisjärjestöt sekä linkkejä muihin tahoihin, esimerkiksi Espoon kaupunkiin. Käyttäjän klikatessa linkkiä tai aihealuetta, sivu ohjaa linkin sivustolle tai jos kyseessä on isompi aihealue, esimerkiksi eläkeläisjärjestöt-aihealue, aukeaa eläkeläisjärjestöt-sivu, jossa on esitelty eri eläkeläisjärjestöjä.

Tietoa-alasivut, 3.1-3.5



Kuva 46: Tietoa-alasivut-rautalankamalli, 3.1-3.5

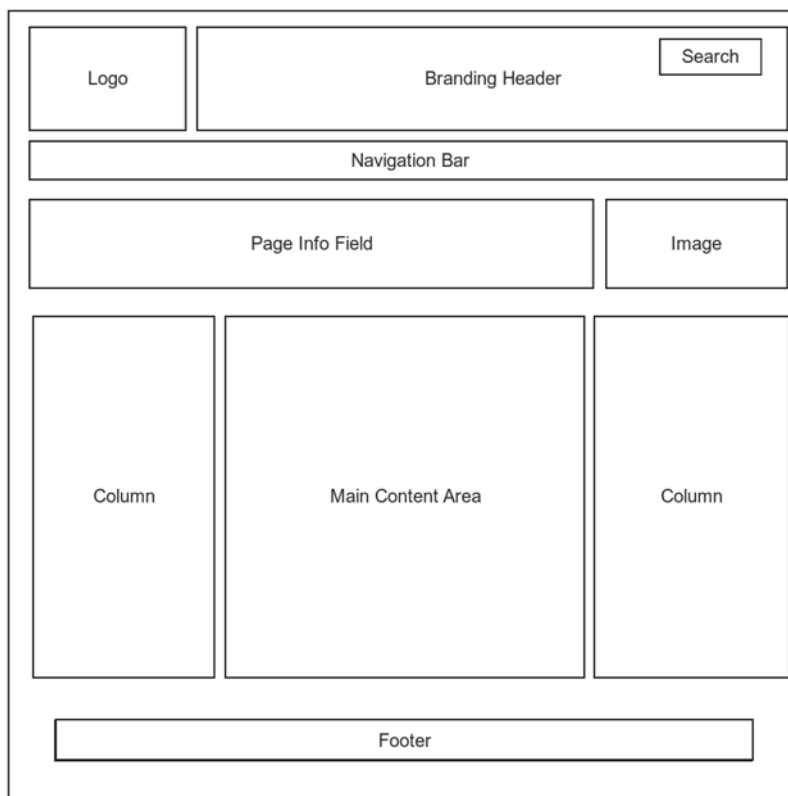
Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan sivuun sopiva kuva.

Tällä tietoa-pääsivun alasivulla on esimerkiksi esitelty eläkeläisjärjestöt. Main content area -kohdassa on esitelty tämän aihealueen sisältö eli tässä esimerkissä eri eläkeläisjärjestöt. Nämä eläkeläisjärjestöt on esitelty listausmaisesti allekkain ja jokaisesta eläkeläisjärjestöstä on esillä nimi, infoteksti, yhteystiedot ja linkki heidän kotisivuilleen.

Secondary navigation -kohdassa voi olla esillä tietoa-pääsivun muut aihealueet, jotta käyttäjä voi halutessaan siirtyä suoraan toiseen aihealueeseen.

Vasemmalla ja oikealla puolella on palstat eli column-kohdat ja näihin voi myöhemmin laittaa sisältöä.

E-palvelut-pääsivu, 4.0



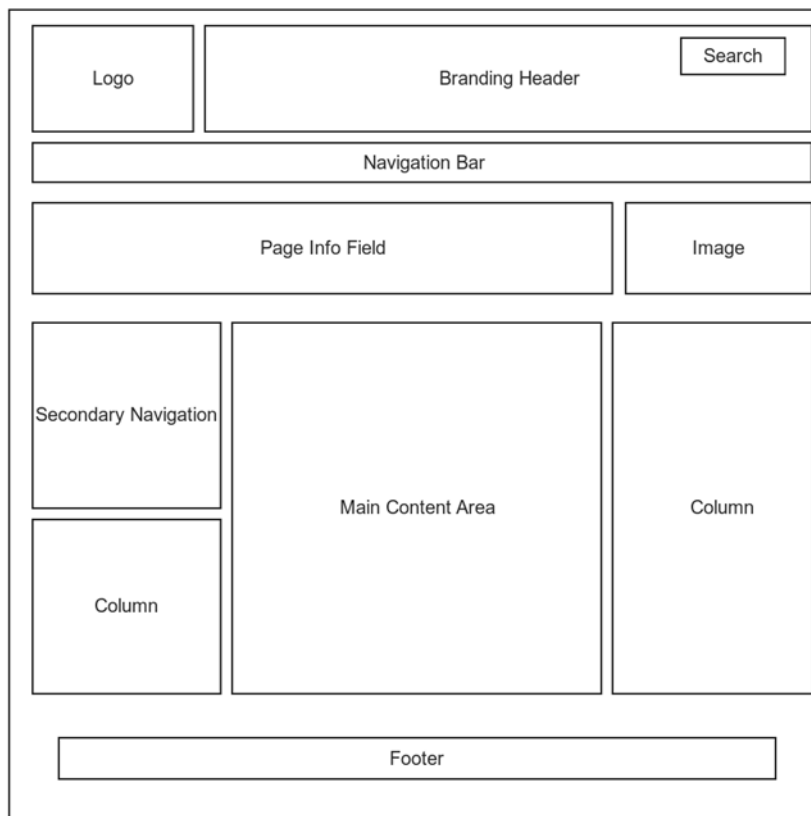
Kuva 47: E-palvelut-pääsivu-rautalankamalli, 4.0

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan käy sivuun sopiva kuva.

Tämä sivu sisältää kolme pystysuoraa palstaa. Näistä reunimmaisheet ovat kapeampia palstoja eli column-kohdat ja keskellä on leveämpi main content area -kohta. Suunnitteluvaiheessa tämän sisältökategorian sisältö on pitkälti avoinna. Main content area -kohdassa tulee olemaan sivun pääsisältö eli jonkinlaiset e-palvelut listattuina, esimerkiksi e-kirjasto. Reunoilla olevat column-kohdat voivat sisältää sellaista sisältöä, joka sopii tälle sivulle. Jos sisältö koostuu muutamista erilaisista e-palveluista, nämä voi ilmaista ja esittää main content area -kohdassa kuvakkein ja tekstein.

Tämän pääsivun alla on vielä tarpeen mukaan alasivuja käytössä.

E-palvelut-alasivut, 4.1



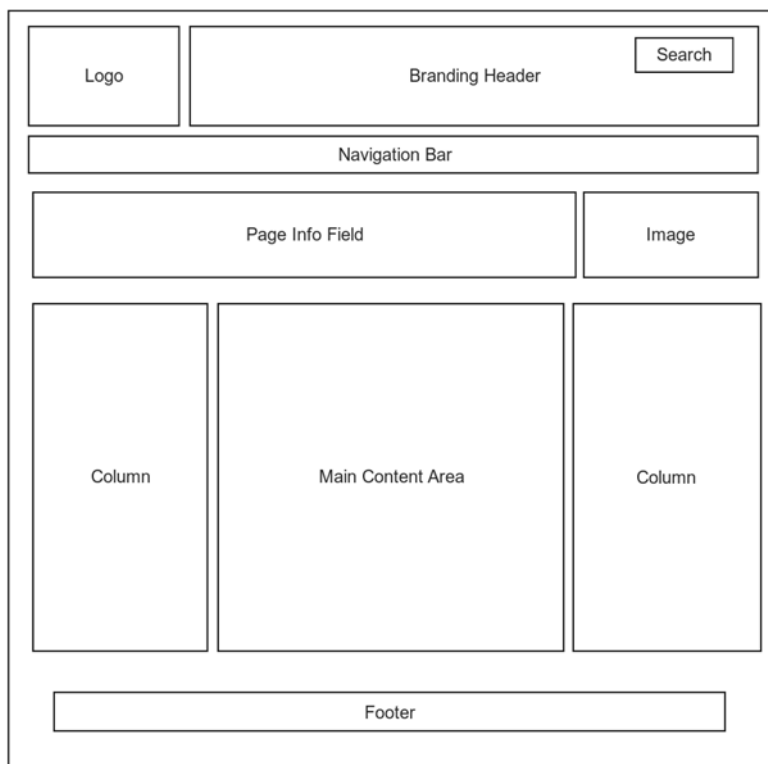
Kuva 48: E-palvelut-alasivut-rautalankamalli, 4.1

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan sopii sivuun sopiva kuva.

Main content area -kohdassa on sivun pääasiallinen sisältö. Tämän reunoilla on kaksi palstaa eli Column-kohdat ja näitä pystyy hyödyntämään tuomaan sisältöä esiin.

Secondary navigation -kohta sisältää toissijaisen navigoinnin. Jos e-palvelut-pääsivulla on esillä erilaisia sisällöllisiä kokonaisuuksia, tällä tietyllä alasivulla tässä navigoinnissa nämä muut sisällölliset kokonaisuudet voivat olla esillä.

Viihde-pääsivu, 5.0



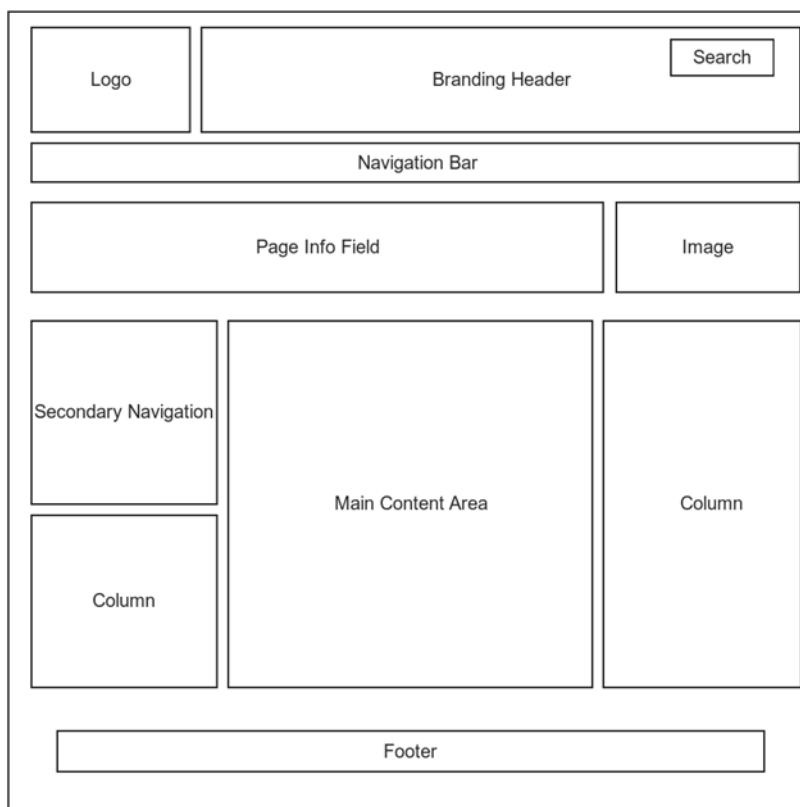
Kuva 49: Viihde-pääsivu-rautalankamalli, 5.0

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan käy sivuun sopiva kuva.

Main content area -kohdassa on esillä sivun pääasiallinen sisältö. Tällä sivulla on esillä sanomalehtiä, tv-kanavia, pelejä ja videoita. Nämä kaikki sisältävät omat aihealuekokonaisuutensa ja nämä voivat olla esillä main content area -kohdassa. Jokaisesta aihealueesta voi olla esillä vain otsikko, esimerkiksi sanomalehdet ja tätä klikkaamalla aukeaa sanomalehdet- alisivu.

Sivun reunoilla on kaksi palstaa eli column-kohdat. Näihin voi laittaa sivulle sopivaa sisältöä.

Viihde-alasivut, 5.1-5.5



Kuva 50: Viihde-aliasivut-rautalankamalli, 5.1-5.5

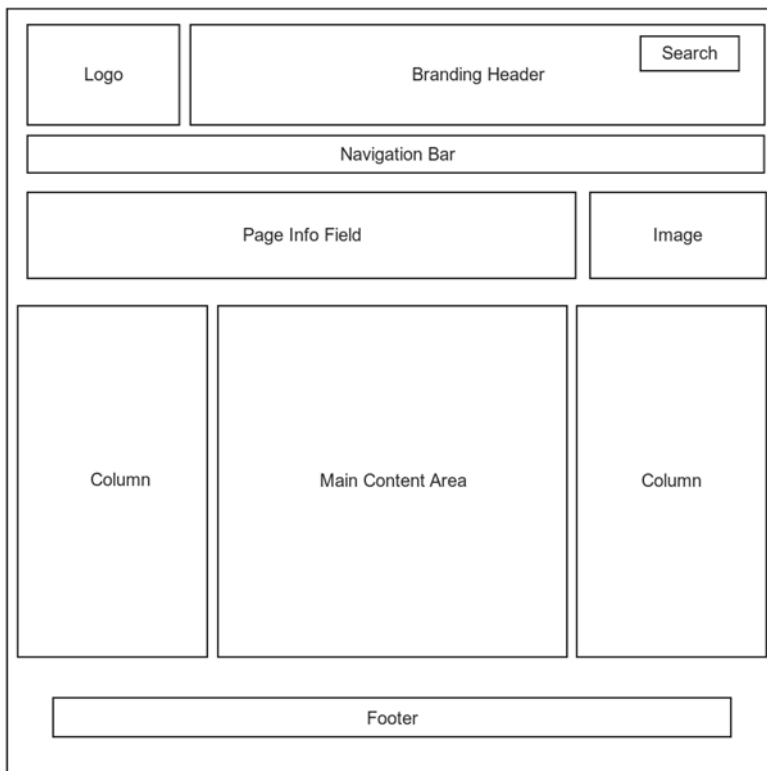
Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan sivuun sopiva kuva.

Main content area -kohdassa on esillä sivun pääasiallinen sisältö. Jos kyseessä on sanomalehdet-aliasivu, main content area -kohdassa on esitelty tämän aihealueen sisältö tekstein, linkkein ja mahdollisesti kuvien avulla. Reunoilla ovat palstat eli column-kohdat, joita voi hyödyntää sivulle sisältöä laitettaessa.

Secondary navigation -kohdassa on esillä viihde-sisältökategorian muut kategoriat tai aihealueet, esimerkiksi pelit.

Pelit-aliasivu sisältää listauksen peleistä, jotka tuodaan sivulle sivuston käyttäjien nähtäväksi. Jos sivustolle tulee omia pelejä, ne voi laittaa pelattavaksi tälle sivulle ja tarpeen mukaan luoda pelit-aliasivun alle lisää aliasivuja.

Vapaaehtoistoiminta, 6.0

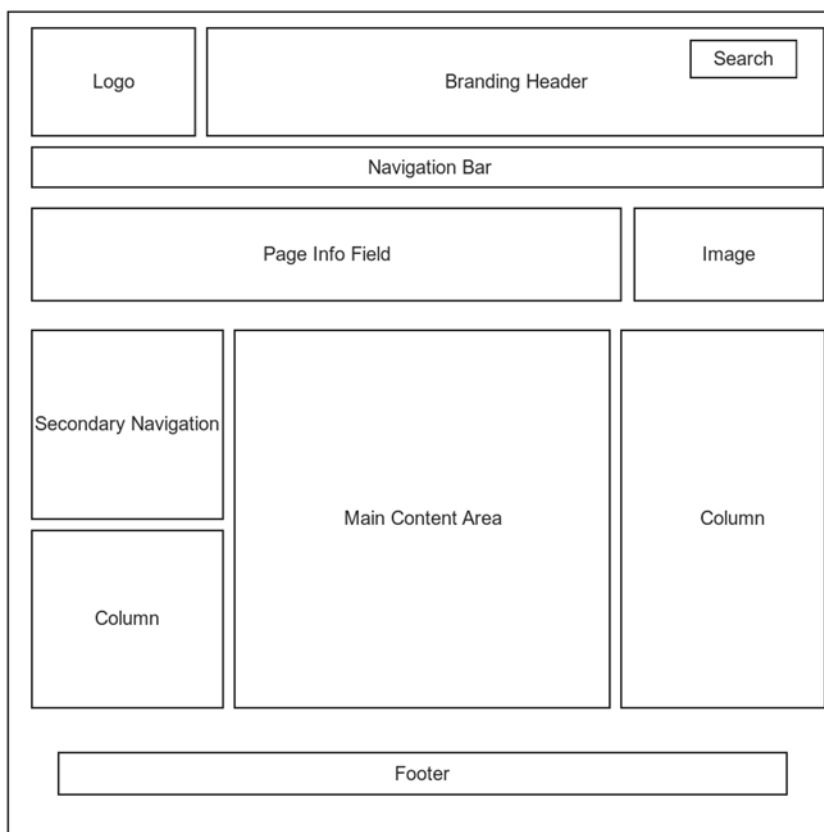


Kuva 51: Vapaaehtoistoiminta-rautalankamalli, 6.0

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan sivuun sopiva kuva.

Main content area -kohtaan tulee esille vapaaehtoistoimintaa käsittelevä sisältö. Tämä voi olla listaus eri vapaaehtoispalveluja tarjoavista järjestöistä tai vastaavista. Tämän reunoilla ovat kaksi palstaa eli column-kohtaa, joita voi hyödyntää sisällöllisesti.

Vapaaehtoistoiminta-alasivut, 6.1



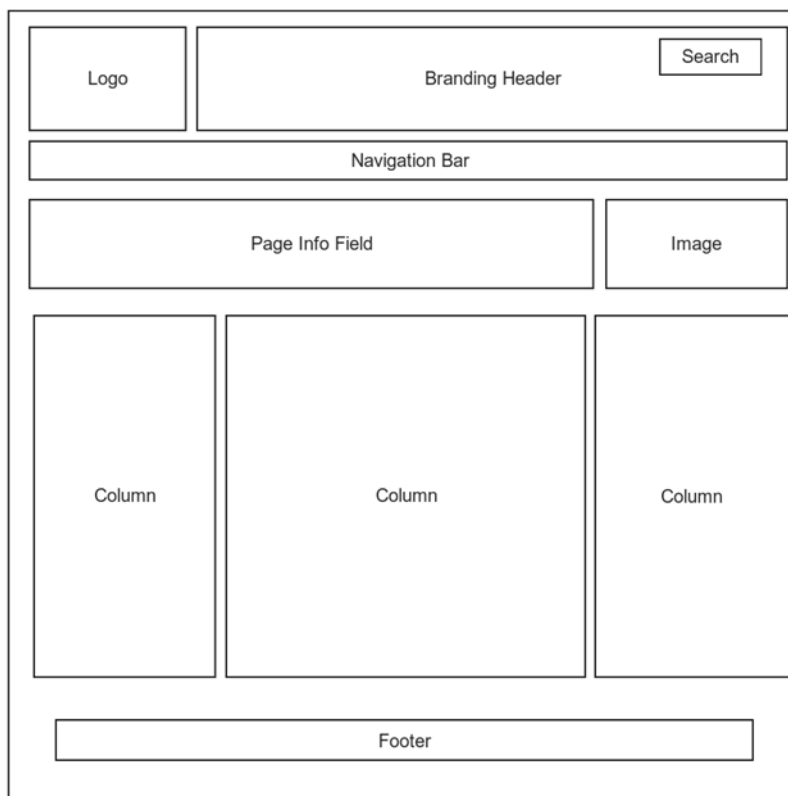
Kuva 52: Vapaaehtoistoiminta-alasivut-rautalankamalli, 6.1

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan sivuun sopiva kuva.

Main content area -kohtaan tulee esille tämän sivun pääasiallinen sisältö. Tämän sisältö jätetään avoimeksi suunnitteluvaiheessa, koska vielä ei ole tarkempaa tietoa tämän osion sisällöstä. Näitä alasivuja ei tarvita, jos vapaaehtoistoiminta-sisältökategoria ei alasivuja edellytä.

Reunoille ovat varattu kaksi palstaa eli column-kohtaa sisältöä varten.

Tietoa meistä -pääsivu, 7.0



Kuva 53: Tietoa meistä -pääsivun rautalankamalli, 7.0

Page info field -kohdassa kuvataan juuri tämän kyseisen sivun tarkoitus eli tähän infoteksti kyseisestä sivusta. Image-kohtaan sivuun sopiva kuva.

Tällä sivulla kerrotaan tämän sivuston tarkoituksesta sekä muuta yleispätevää tietoa koko sivustosta. Tälle pääasialliselle sisällölle on varattu main content area -kohta. Sisällölle on vielä jätetty kaksi palstaa reunoille eli kohdat column.

5 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja määritellä internetsivusto Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptille. Tarkemmin tavoitetta voisi kuvata siten, että työn tavoitteena oli suunnitella tämä verkkosivusto sillä tavoin, että suunnittelun pohjalta erillinen toteutusryhmä voi rakentaa sivuston kesällä 2014. Tämän tavoitteen pohjalta tässä opinnäytetyössä ja projektissa pääasiallisiksi tehtäviksi muodostuivat sivuston suunnittelu sekä toteutusryhmän perehdyttäminen suunnitteluun ja sen tuloksiin sekä myös perehdyttää Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptia tälle ryhmälle.

Suunnittelussa käytettiin apuna jo tehtyjä määrittelyjä sivustosta ja aiheen opiskeluun käytettiin siihen liittyvää lähdekirjallisuutta. Toimeksiantaja oli tehnyt sivustosta määrittelyjä Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptoinnin aikana ja nämä määrittelyt toimivat työssä tieto-

lähteenä sivustoa suunniteltaessa. Tämä toi työhön asiakaskeskeistä suunnittelua. Lähdekirjoissa oli kuvattuna erilaisia metodeja ja työskentelytapoja ja -malleja suunnitella internetsivusto. Tekijät huomasivat, että paras keino suoriutua työstä on yhdistellä näitä eri metodeja, jotta he loisivat käytännössä oman metodin, joka soveltuisi parhaiten tähän heidän tekemään työhönsä.

Sivuston suunnittelu tapahtui toimeksiantajan kanssa tiiviissä yhteistyössä. Yhteistyö ja kommunikointi olivat vastavuoroista. Työn aloituksessa oli käsitys siitä, millainen sivusto tulemaan niin sisällöltään kuin muutenkin. Oli kuitenkin tiedossa, että Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptia sekä testipilottia tullaan toimeksiantajan puolesta vielä kehittämään. Sivuston ollessa niin sanottu testipilotti Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptista, toimeksiantaja kehittäi koko suunnittelun kestäneen ajan sitä, mitä sivustolle lopulta tulee. Tämä painotti tiiviin yhteistyön tarvetta.

Sivuston suunnittelun valmistuttua suunnittelusta luotiin määrittelydokumentti ja se luovutettiin kesäkuun 2014 alussa toimeksiantajalle ja toteutusryhmälle. Tämä määrittelydokumentin sisältö on kuvattu tässä opinnäytetyössä pois lukien määrittelydokumentin johdanto, jossa kerrottiin kyseisen dokumentin sisällöstä lyhyesti sekä kirjoitus dokumentin tarkoituksesta ja kohderyhmästä. Kun suunnittelutyö oli aivan viime metreillä sekä sen valmistuttua, Hyvinvoinnin markkinapaikka -projektiin osallistuville henkilöille pidettiin esitys tehdystä työstä. Sinä päivänä kun toteutusryhmä aloitti työnsä, tälle ryhmälle sekä toimeksiantajalle pidettiin tarkempi esitys sivuston suunnittelun tuotoksista ja tuloksista. Tällä oli tarkoitus perehdyttää toteutusryhmää heidän omaan työhön sekä työn aloitukseen. Työskentelyssä pidettiin yhtenä näkökulmana sitä, että määrittelydokumentissa itsessään perehdytetään toteutusryhmää heidän omaan työhön sekä Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptiin. Näiden lisäksi kun toteutusryhmä kesällä 2014 rakensi sivustoa, osallistuttiin ikään kuin neuvonantajina toimeksiantajan ja toteutusryhmän noin viikoittaisiin palavereihin auttaen sivuston rakentamisessa.

Suunnitteluprosessi oli haastava. Haastavuus johtui työn vaikeudesta ja laajuudesta. Laajahkon internetsivuston suunnittelu itsessään on hankalaa ja vaatii paljon työtä. Työ oli laaja, sillä sivustossa oli paljon ”liikkuvia osia” eli erilaisia osa-alueita ja elementtejä. Työn rajaus auttoi selättämään työn vaikeutta ja laajuutta, sillä se selvensi suunnitteluprosessia ja selkeytti työnjakoa. Osa suunnitteluprosessissa olevista työvaiheista päätettiin jättää sivuston rakentavalle toteutustiimin hoidettavaksi. Tällaisia asioita olivat muun muassa käyttäjätestauksen tekeminen, sivuston designin luominen, mobiilipuolen kehitys ja erilaiset pienemmät asiat, kuten esimerkiksi kirjasintyyppien valitseminen. Näin ollen suunnittelussa pyrittiin enemmänkin luomaan pohjaa toteutusryhmän työskentelyä varten ja jotta he pystyisivät aloittamaan työskentelyn heti silloin, kun oli Hyvinvoinnin markkinapaikka -projektin aikataulutukseen määritelty.

Syksyn 2014 alussa valmis sivusto lopulta avattiin nimellä Seniori365 verkko-osoitteessa www.seniori365.fi. Tällöin Laurea-ammattikorkeakoulun Otaniemen yksikössä järjestettiin avajaistilaisuus. Alun perin tämän testipilotin oli tarkoitus loppua vuoden 2014 lopussa, mutta sittemmin projektia jatkettiin vuoden 2015 huhtikuuhun. Sivusto on toiminut yhtäjaksoisesti julkaisustaan lähtien ja sitä on samalla jatkokehitetty. Seniori365-palvelu on voittanut julkaisunsa jälkeen kansainvälisen Best Practice 2015 -palkinnon. Kyseessä oli maailmanlaajuinen kilpailu, jossa palkittiin viisi parasta palveluinnovaatiota tai -projektia. (InnoEspoossa kehitetty Seniori365.fi -palvelu voitti kansainvälisen Best Practice 2015 -palkinnon 2014).

Lähteet

Kirjalliset

Brannan, J. A. 2010. Web Design. 1. painos. Pearson education limited, Harlow, UK.

Goto, K. & Cotler, E. 2003. Verkkopalveluprojekti. 1. painos. Edita Publishing Oy.

Jenkins, S. 2013. Web Design All-In-One For Dummies, 2nd edition. 2. painos. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, NJ, USA.

Korpela, J. K. & Linjama, T. 2005. Web-suunnittelu. 2. laitos, 1. painos. Docendo, Jyväskylä, Suomi.

Kraynak, J. & Bluttman, K. 2011. Brilliant Web Design. 1. painos. Pearson education limited, Harlow, UK.

Lopuck, L. 2012. Web Design For Dummies, 3rd edition. 3. painos. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, NJ, USA.

Metsämäki, M. 2000. Verkkopalvelun suunnittelu. 1. painos. Oy Edita Ab, Helsinki, Suomi.

Nielsen, J. & Tahir, M. 2002. Kotisivun suunnittelu. 1. painos. Edita Publishing Oy, Helsinki, Suomi.

Sabin-Wilson, L. 2013. Wordpress For Dummies, 5th edition. 5. painos. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, NJ, USA.

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. 1. painos. Tietosanoma, Helsinki, Suomi.

Sähköiset

Eläkeläiset ry - Pensionärererna rf. Viitattu 15.5.2014.

www.elakelaiset.fi

Espoon kaupunki. Viitattu 2.5.2014.

[http://www.espoo.fi/fi-FI/InnoEspoosaajaverkosto_a_rakennetaan\(24749\)](http://www.espoo.fi/fi-FI/InnoEspoosaajaverkosto_a_rakennetaan(24749))

Ikäinstituutti. Viitattu 26.4.2014.

www.ikainstituutti.fi

Kotipalvelu Klassikko. Viitattu 26.4.2014.

www.klassikko.fi

Laurea. 2015. Laurea-ammattikorkeakoulun tarina. Viitattu 14.4.2015.

<https://www.laurea.fi/laurea/laurea-organisaationa>

Laurea. 2014. InnoEspoossa kehitetty Seniori365.fi -palvelu voitti kansainvälisen Best Practice 2015 -palkinnon. Viitattu 1.4.2015.

<https://www.laurea.fi/tiedotteet/Sivut/InnoEspoossa-kehitetty-Senior365-fi-%E2%80%93palvelu-voitti-kansainv%C3%A4lisen-Best-Practice-2015-%E2%80%93palkinnon.aspx>

Laurea. 2015. Organisaatio. Viitattu 14.4.2015.

<https://www.laurea.fi/laurea/laurea-organisaationa/organisaatio>

Laurea. 2015. Laurea työnantajana. Viitattu 14.4.2015.

<https://www.laurea.fi/laurea/laurea-tyonantajana>

Lohjan kaupunki. Viitattu 23.4.2014.

www.lohja.fi/default.asp?kieli=246&id_sivu=2273&alasisivu=2273

Marcotte, E. 2010. Responsive Web Design. 2010. Viitattu 11.3.2015.

<http://alistapart.com/article/responsive-web-design>

Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2015. Ammattikorkeakoulut. Viitattu 14.4.2015.

<http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/ammattikorkeakoulut/?lang=fi>

Parentgiving. Viitattu 31.5.2014.

www.parentgiving.com

Rocha web design. Viitattu 31.5.2014.

http://www.rochawebdesign.com/images/example_sitemap.jpg

Tarinani. Viitattu 30.3.2015.

<http://tarinani.net/osma/OSMA/Osmamalli/Tehtavat/prosessiyhteenvedo.htm>

Valtakunnallinen ELIAS.fi-nettitori. Viitattu 15.5.2014.

www.elias.fi

Virtuaalinen sosiaali- ja terveystalvvelukeskus. Viitattu 31.5.2014.

www.virtu.fi

Website design, development and Internet marketing company. Viitattu 26.2014

<http://www.fivetechnology.com/blog/wp-content/uploads/2010/11/wireframe-web-deisgn-lp2.jpg>

Yössä.fi. Viitattu 18.4.2014.

www.yossa.fi

Haastattelut

Anttila, R. 2014. Haastattelu 13.5.2014. Enter ry.

Kuvat

Kuva 1: Sivuston ajallinen eteneminen	9
Kuva 2: Hyvinvoinnin markkinapaikka -konseptin kaikki toimijat	10
Kuva 3: Testipilottiin valittavat toimijat työn aloituksessa	10
Kuva 4: Käyttötapauskaavio (Tarinani 2014)	16
Kuva 5: Sivukartasta esimerkkikuva (Rocha web design 2014)	17
Kuva 6: Esimerkki rautalankamallista (Website design, development and Internet marketing company 2014)	18
Kuva 7: InnoEspoo-yhteistyöhankkeen tavoitteet	22
Kuva 8: Hyvinvoinnin markkinapaikka -projektin eteneminen	23
Kuva 9: Kohderyhmät	24
Kuva 10: Näkökulmia yhteistyöhön	25
Kuva 11: ELIAS.fi-nettitorin etusivu (Valtakunnallinen ELIAS.fi-nettitori 2014)	27
Kuva 12: Lohjan kaupungin Ikäihmisten palvelutori (Lohjan kaupunki 2014)	28
Kuva 13: Yössä.fi-sivuston karttatoiminnallisuus (Yössä.fi 2014)	28
Kuva 14: Ikäinstituutti-sivuston pirteä ulkoasu (Ikäinstituutti 2014)	29
Kuva 15: Kotipalvelu Klassikko -sivuston kategoriat (Kotipalvelu Klassikko 2014)	29
Kuva 16: Parentgiving.com-sivuston etusivun asettelu (Parentgiving 2014)	30
Kuva 17: Eläkeläiset ry:n selkeä sivusto (Eläkeläiset ry - Pensionärerna rf 2014)	30
Kuva 18: Työn aikataulutusta	35
Kuva 19: Sisältösuunnitelma työn alkaessa	36
Kuva 20: Sivuston eri toimijoita muodostettu yhden isomman osion sisään	37
Kuva 21: Sivuston eri sisältökokonaisuudet	38
Kuva 22: Rautalankamalli sivuston etusivusta	40
Kuva 23: Palvelut-pääsivun rautalankamalli	41
Kuva 24: Palvelut-pääsivun rautalankamalli kuvattu sisältöesimerkin sisältäen	41
Kuva 25: Palvelut-alakategoriasivun rautalankamalli	42
Kuva 26: Sisältökategoriat	43
Kuva 27: Palvelut-sisältökategorian kategoriat	43
Kuva 28: Palvelut-sisältökategorian kategorioiden alakategoriat	44
Kuva 29: Kuvaus tuotteet-sisältökategorian sisällöstä	44
Kuva 30: Käyttötapauskaavio	48
Kuva 31: Sivuston sivukartta	51
Kuva 32: Navigaatiosta hahmotelma	52
Kuva 33: Kuvaava hahmotelma polusta	52
Kuva 34: Alatunnisteesta (footer) kuvaava luonnos	52
Kuva 35: Luonnos toissijaisesta navigaatiosta	53
Kuva 36: Etusivu-rautalankamalli, 0.0	54
Kuva 37: Palvelut-pääsivun rautalankamalli, 1.0	55
Kuva 38: Palvelut-sivun kategoriat esiteltynä	56
Kuva 39: Palvelut-alakategoriat-rautalankamalli 1.1-1.6	57
Kuva 40: Palvelut-yrityslistaus-rautalankamalli, 1.1.1-1.6.2	58
Kuva 41: Yritykset yrityslistauksessa	59
Kuva 42: Tuotteet-pääsivun rautalankamalli, 2.0	60
Kuva 43: Tuotteet-alakategoriat, 2.1-2.4	61
Kuva 44: Tuotteet-tuotelistaus-rautalankamalli, 2.1-2.4.2	62
Kuva 45: Tietoa-pääsivu-rautalankamalli, 3.0	63
Kuva 46: Tietoa-alasivut-rautalankamalli, 3.1-3.5	64
Kuva 47: E-palvelut-pääsivu-rautalankamalli, 4.0	65
Kuva 48: E-palvelut-alasivut-rautalankamalli, 4.1	66
Kuva 49: Viihde-pääsivu-rautalankamalli, 5.0	67
Kuva 50: Viihde-alasivut-rautalankamalli, 5.1-5.5	68
Kuva 51: Vapaaehtoistoiminta-rautalankamalli, 6.0	69
Kuva 52: Vapaaehtoistoiminta-alasivut-rautalankamalli, 6.1	70
Kuva 53: Tietoa meistä -pääsivun rautalankamalli, 7.0	71