

Meri Nurmilaukas

Verkkosivujen suunnittelu ja päivitys

K3 ilmakuvaus

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalous

Opinnäytetyö

14.03.2016

Tekijä Otsikko	Meri Nurmilaukas Verkkosivujen suunnittelu ja päivitys
Sivumäärä Aika	28 sivua + 2 liitettä 14.03.2016
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto	Markkinointi ja viestintä
Ohjaaja	Lehtori Christina Kaarni
<p>Toiminnallisen opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella ja päivittää kuvauspalveluja tarjoavalle K3 ilmakehuvaus-yritykselle uudet verkkosivut. Yrityksen aikaisemmat verkkosivut tarvitsivat uutta ilmettä sekä sisällön päivitystä. Tarkoituksena oli toteuttaa kevyesti ylläpidettävät modernit verkkosivut.</p> <p>Toiminnallisessa osuudessa rakennettiin verkkosivut. Verkkosivuja varten ainoastaan käytettävät värit oli määritelty etukäteen yrityksen värien mukaan. Muuten verkkosivut on toteutettu suunnittelijan luovuuden ja olemassa olevien teorioiden pohjalta.</p> <p>Teoriaosassa käsitellään verkkosivuston rakenteellista suunnittelua verkkoviestinnän näkökulmasta. Rakenteen lisäksi käsitellään myös verkkosivujen käytettävyyttä, hakukoneoptimointia ja visuaalista toteutusta.</p> <p>Työ lähti liikkeelle tutustumalla aihetta käsittelevään teorian tietoon. Teoriaan tutustumisen jälkeen käytiin läpi toimeksiantajaa miellyttäviä verkkosivuja. Näiden pohjalta lähdettiin luomaan yrityksen näköisiä verkkosivuja.</p> <p>Tuloksena olevat verkkosivut ovat yritykselle sopivat ja kevyesti ylläpidettävät.</p>	
Avainsanat	Verkkosivujen suunnittelu, käytettävyys, kotisivut

Author Title	Meri Nurmilaukas Designing and updating web pages
Number of Pages Date	28 pages + 2 appendices 14 March 2016
Degree	Bachelor of business
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Marketing and communication
Instructor	Christina Kaarni, Senior Lecturer
<p>The aim of this thesis was to design and update web pages to a photography company called K3 ilmakeuvas. Company's website needed a new look and updating on the content. The purpose was to execute easily maintainable modern websites.</p> <p>The first section of the thesis was to form new website for the company. For the website the only criteria was to use company's colors. Otherwise the site is executed based on the designer's creativity and existing theories.</p> <p>In the theoretical section the focus is on the website's structure, which is based on digital communications. Along with the structure, usability, SEO and visual design are also a part of the theoretical section.</p> <p>The thesis process begun by gathering information about existing theories about the subject. After the theories was the focus on websites that the company liked. Based on the information above the website for the company started to get it's form.</p> <p>I managed well with the job. I succeeded to create web pages, which look like the company and are light to keep up.</p>	
Keywords	Web design, usability, homepage,

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Opinnäytetyön lähtökohdat	2
2.1	Toimeksiantaja ja toimiala	2
2.1.1	Toimeksiantaja suhteessa kilpailijoihin	2
2.1.2	Toimeksiantajan toiveet verkkosivujen suhteen	4
3	Markkinointiviestintä	4
3.1	Markkinointiviestintä yrityksen kilpailukeinona	4
3.2	Verkkoviestintä	5
4	Verkkosivujen suunnittelu	7
4.1	Lähtökohta	7
4.2	Tavoitteet	9
4.2.1	Verkkosivuston kohderyhmä	10
4.2.2	Sivuston kiinnostavuus	10
4.3	Käytettävyys	10
4.3.1	Käyttökokemus	11
4.3.2	Responsivisuus	12
4.4	Suunnittelun eteneminen	13
4.5	Sivujen rakenne	14
4.5.1	Navigaatio	15
4.5.2	Etusivu	17
4.5.3	Turvallisuus	19
4.5.4	Ilmakuvaus	20
4.5.5	Yhteystiedot	23
4.5.6	Referenssit	23
4.6	Hakukoneoptimointi	24
4.7	Visuaalinen ilme	25
5	Johtopäätökset	26
	Lähteet	28
	Liitteet	
	Liite 1. K3ilmakuvaus.fi ennen	

Liite 2. Ulkoasuehdotukset uusille sivuille ja lopulliset sivut

1 Johdanto

Verkkosivut ovat yrityksen tärkein markkinointikanava verkossa. (Juslén 2011, 110).

Toiminnallisen opinnäytetyöni tarkoituksena oli päivittää K3 ilmakuvauksen verkkosivut. Yritystä hoitaa pääsääntöisesti yksi henkilö, joten joidenkin tehtävien tekemisestä on viime vuosina karsittu. K3 ilmakuvauksessa aikaa oli säästetty verkkosivujen päivittämisestä.

K3 ilmakuvauksella toimii uudehkolla alalla. Kaupallisia drone-kuvauspalveluita tarjoavia yrityksiä on ollut Suomessa vasta 2010-luvulta lähtien. Alalle tulee jatkuvasti uusia palveluiden tarjoajia. Tästä syystä on tärkeää osoittaa osaaminen ja ajan tasalla oleminen. Lisäksi jo aikaisempien asiakkaiden olisi hyvä saada ajankohtaista tietoa yrityksen tämänhetkisestä toiminnasta.

Opinnäytetyöni on toiminnallinen kehittämistyö, joka koostuu kahdesta osasta: teoreettisesta ja toiminnallisesta osasta. Teoriaosuudessa tarkastellaan esimerkiksi verkkosivujen käytettävyyttä, sivujen rakennetta, visuaalista ilmettä ja sivujen sisältöä. Teoriaosuudessa on myös käyty läpi teorioita, joihin tukeutuen on tehty päätökset verkkosivuja rakennettaessa. Toiminnallisena osana on itse verkkosivut.

Lähdin pohtimaan opinnäytetyötäni ja verkkosivuja markkinointiviestinnän, ja etenkin verkkoviestinnän näkökulmasta. Markkinointiviestintä on yrityksen ulkoisiin sidosryhmiin kohdistuvaa viestintää ja yksi markkinoinnin kilpailukeinoista. Yrityksen markkinointiviestinnän tavoitteena on markkinoida yritystä ja tätä kautta lisätä myyntiä. Markkinointiviestinnällä pyritään vaikuttamaan nimenomaan niihin tietoihin ja käsityksiin, jotka ovat merkityksellisiä sidosryhmän käyttäytymiselle organisaatiota kohtaan. (Vuokko 2003, 10-12.) Verkkoviestintä on markkinointiviestinnän osa-alue.

2 Opinnäytetyön lähtökohdat

2.1 Toimeksiantaja ja toimiala

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Helsingissä ja Joensuussa toimiva kuvauspalveluita tarjoava ”K3 ilmakuvauus”. Yrityksessä työskentelee vakituisesti kaksi henkilöä, joista toinen hoitaa asiakkuudet, kuvaukset, editoinnin ja kaluston ylläpidon ja toinen hallinnolliset tehtävät Joensuusta.

Yritys on toiminut virallisesti vuodesta 2012. Vuosien aikana yritykselle on kertynyt paljon referenssejä ja kuvamateriaalia. Yrityksen vähäisen henkilöstömäärän ja runsaan työmäärän takia yrityksen verkkosivujen päivitys on jäänyt vuoteen 2013.

K3 ilmakuvauus tuottaa monipuolisia ilmakuvauuspalveluita kauko-ohjattavalla kopterilla asiakkaiden tarpeiden mukaan. Yritys tarjoaa sekä liikkuvaa että still-kuvaa. Molempia sekä perinteisessä muodossa että ilmakuvana. Yrityksen kautta on mahdollista saada myös vaijerikamerakuvaa, jota käytetään esimerkiksi suurissa tapahtumissa kuvatessa yleisömassojen päällä. K3 ilmakuvauus kuvaa lisäksi uutta 360 -asteista kuvamateriaalia. Tarvittaessa yritykseltä on mahdollista saada myös kuvauksen koko tuotanto, käsikirjoituksista ja näyttelijöistä aina filmin lopulliseen leikkaukseen asti. (Kolmonen 2015.)

K3 ilmakuvauksen pääasiallinen työ on ilmakuvauus. Yritys kuvaa UAV radio-ohjattavilla multikoptereilla eli moniroottorisilla RC-helikoptereilla. RC tarkoittaa sananmukaisesti radio control eli helikopterit ovat radio-ohjattavia. Kauko-ohjattavat helikopterit ovat kustannustehokas ja nopea tapa saada laadukasta ilmakuvaa. (Kolmonen 2015.)

Ala on uusi, mutta nopeasti yleistyvää. Suomessa Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi ei ole asettanut selkeitä kieltoja kuvauskopterien käyttöön. Suuntaa antavia ohjeita on ollut. Esimerkiksi maksimilentokorkeus on 150 metriä ja maksimietäisyys lennättäjästä on 400 metriä. Viime aikoina on ollut puhetta, että miehittämättömän ilma-aluksen maksimilentokorkeus muutettaisiin 150 metristä 120 metriin. (Mahrberg 2015.)

2.1.1 Toimeksiantaja suhteessa kilpailijoihin

Suomessa alan pioneerina on toiminut Helicam.aero. Helicam on Virossa käsin toimiva ensimmäisenä Suomessa multikoptereilla ilmakuvaukspalveluja tarjonnut yritys. Itse yrityksestä löytyy niukalti tietoa heistä. Toinen iso kilpailija alalla on KopterCam. KopterCam on ollut suurin piirtein yhtä pitkään alalla kuin K3 ilmakuvaukset. KopterCam tarjoaa samoja palveluita kuin K3 ilmakuvaukset. K3 ilmakuvauksen palveluiden lisäksi heillä on käytössään myös nosturi, jolla on helppo kuvata isoissa yleisötapahtumissa. Heillä on vakituisesti töissä viisi ihmistä. (KopterCam 2015.)

Yritykset pitävät pitkälti omana tietonaan hinnat ja töiden määrän. Kukin työtehtävä hinnoitellaan tapauskohtaisesti, jolloin otetaan huomioon työn vaativuus, työmatka, ympäristötekijät, sääolosuhteet, työn kesto ja muut mahdolliseen onnistumiseen ja turvallisuuteen vaikuttavat tekijät. On siis erittäin vaikeaa verrata suoraan yrityksiä toisiinsa, sillä kiinteitä hintoja ei ole eikä jokaista tehtyä työtä ilmoiteta missään. (Kolmonen 2015.)

K3 ilmakuvauksen vahvuuksia ovat pitkä kuvaustausta ja kiinnostus teknologiaan. Karri Kolmonen aloitti kuvauksen jo 1980-luvulla. Tuohon aikaan extreme-lajeja harrastanut Kolmonen kuvasi ystäviään harrastamassa. Ennen nykyisen yrityksen perustamista Kolmonen kuvasi ja editoi videoita ja kuvia entisen leijalautailuyrityksensä markkinointimateriaaliksi. Tässä Kolmosella oli hyötyä omasta osaamisestaan lajien parissa. Kuvauksen lisäksi Kolmonen on opetellut myös editoimaan omat materiaalinsa. Hän pystyy siis tuottamaan sekä kuvauksen että materiaalien jälkikäsittelyn. (Kolmonen 2015.)

Kolmonen on toiminut RC-koptereiden parissa pitkään. Ensin harrastuksena ja vuodesta 2012 ammattimaisesti. Kolmonen aloittaessa ei ollut vielä tarjolla valmiita kuvaukseen sopivia kauko-ohjattavia koptereita, joten hänen oli opeteltava rakentamaan ne alusta alkaen itse. Hän siis tuntee kopterit läpikotaisin. Nykyisin Kolmonen käyttää sekä itse rakentamiaan että valmiina ostettuja koptereita. Mahdollisen vian ilmetessä Kolmonen pystyy myös itse sen korjaamaan. (Kolmonen 2015.)

K3 ilmakuvaukset on tehnyt myös paljon kiinteistökuvausta eri tahoille. K3 ilmakuvauksen toimitusjohtaja Petteri Kolmonen hoitaa Joensuussa ”Sp-koti” -kiinteistöväälitysyritystä. Tätä kautta on K3 ilmakuvaukselle kehittynyt hyvä silmä ja kokemusta kiinteistöjen kuvaukseen. Lisäksi Kolmonen on kuvannut esimerkiksi teollisuushalleja ja talojen korjaustöiden tarkastuskuvia. (Kolmonen 2015.)

Kolmonen on ollut elämänsä aikana monessa mukana ja rakentanut kattavan verkoston ympäri Suomea. K3 ilmakuvaukset tekee paljon yhteistyötä toisen ammattikuvaajan, Olli-Pekka Mahrbergin, kanssa. Mahrberg on lentänyt kauko-ohjattavia koptereita jo noin kymmenen vuotta ja voittanut useita alan Suomen mestaruuksia. Kolmonen tekee yhteistyötä myös muutaman muun Suomessa toimivan kopterialan ammattilaisen kanssa. (Kolmonen 2015; Mahrberg 2015.)

Kolmosen valtteja suhteessa kilpailijoihin ovat hänen pitkä kokemuksensa sekä kuvauksesta että koptereista. Hän pystyy tuottamaan kuvauspalvelut alusta loppuun. Lisäksi hänellä on hyvä verkosto, jolta saa apua kuvaus- ja ongelmatilanteissa.

2.1.2 Toimeksiantajan toiveet verkkosivujen suhteen

Kolmoselta ei tullut juuri rajoitteita tai toiveita verkkosivujen suhteen. Vaatimuksina oli vain käyttää yrityksen logosta löytyvää mustaa ja oranssia. Yritys perusteli mustaa väriä poikkeavuudella. Karri Kolmosen (2015) mukaan alalla tuntuu olevan päävärinä valkoinen, jolloin musta toisi hänen yritykselleen erottuvuutta eri yritysten verkkosivuja selatessa.

3 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän avulla yritykset luovat, ylläpitävät ja vahvistavat asiakassuhteitaan. Edellä mainittujen lisäksi markkinointiviestinnällä vaikutetaan myös tuotteiden ja palveluiden tunnettuuteen, haluttavuuteen ja tätä kautta niiden myyntiin. Markkinointiviestintä on siis yhteydenpitoa potentiaalisten uusien asiakkaiden ja nykyisten asiakkaiden tavoittamiseen. (Isohookana 2007, 16.)

Toisin sanoen markkinointiviestintä on kaikkea viestintää yrityksen ulkopuolelle. Yritys viestii tahtomattaankin kaikella ulospäin näkyvällä toiminnallaan, kuten nimellään, sijainnillaan tai palveluillaan. Markkinointiviestintään lukeutuu siis myös esimerkiksi yrityksen verkkosivut.

3.1 Markkinointiviestintä yrityksen kilpailukeinona

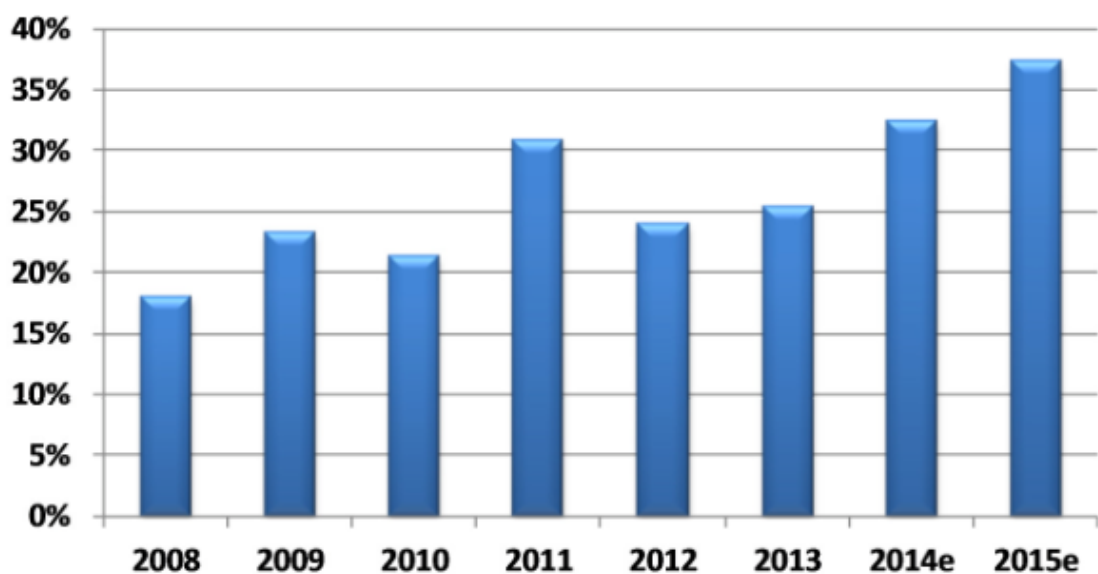
Markkinointiviestintää kuuluu yrityksen markkinointiin. Markkinoinnin kilpailukeinoja mietittäessä, määritellään ne usein Kotlerin 4 P:n mukaan. Kotlerin neljä P:tä ovat product, price place ja promotion. Suomeksi ne ovat tuote, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä. (Vuokko 2003, 23.) Yrityksissä markkinointisuunnitelma ja markkinointistrategia ohjaavat markkinointiviestintää, joka taas rakentuu pääosin kolmen muun markkinoinnin kilpailukeinon varaan. (Hollanti & Koski 2007, 126.)

Hollannin ja Kosken (2007, 126) mukaan voidaankin ajatella markkinointisuunnitelman toteuttamisen olevan ytimen olevan markkinointiviestintä ja sen tehtävänä on toteuttaa markkinointisuunnitelman tavoitteet ja seikat. Markkinointiviestinnän tavoitteet vaihtelevat yrityksittäin ja ovat sekä määrällisiä että laadullisia.

Markkinointiviestinnän perimmäisenä tavoitteena on synnyttää toimintaa. Toiminta yritystä kohtaan voi olla lähtöisin yrityksen tarjoamien palveluita koskevan lisätiedon etsimisestä yrityksen verkkosivuilta. Myöhemmin tämä toiminta saattaa hyvinkin johtaa palvelun ostamiseen. (Hollanti & Koski 2007, 128.)

3.2 Verkkoviestintä

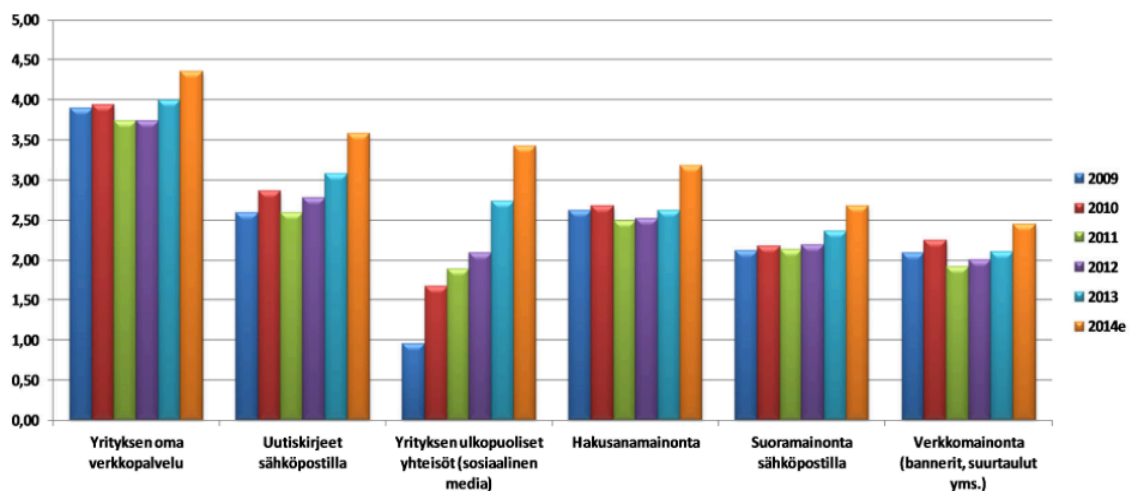
Perinteisesti markkinointiviestinnän osa-alueiksi on lueteltu mediamainonta, suoramainonta, henkilökohtainen myynti ja asiakaspalvelu sekä myynninedistäminen. Näiden lisäksi on jatkuvasti merkitystään kasvattanut verkkoviestintä. (Isohookana 2007, 63.)



Kuvio 1. Digimarkkinointibudjetti keskimäärin (% kokonaismarkkinointibudjetista) (Divia 2014.)

Isohookanan (2007, 253.) mukaan verkko on muuttanut perinteisen median roolia tiedon välittäjänä. Verkon kautta ihmisillä on mahdollisuus löytää haluamaansa tietoa tehokkaammin. Näin siis perinteinen media tiedon hankinnan ja välityksen kanavana on joutunut väistymään.

Nykypäivänä verkkosivut ovat iso osa yrityksen toimintaa. Verkkosivut välittävät käyttäjille tietoa yrityksestä. Tästä syystä verkkosivujen toimintojen ja ulkoasun tulisi vastata yritystä. Verkkosivujen kautta voidaan välittää viestiä yrityksen imagosta ja luoda tai vahvistaa käyttäjien näkökulmia tuotteista itse yrityksestä. (Jussila & Leino 2001, 61.)



Kuvio 2. Kuinka aktiivisesti organisaatiot käyttävät erilaisia digitaalisia kanavia ja keinoja markkinointiin (0=ei käytä lainkaan, 5=käyttää jatkuvasti). (Divia 2014.)

Kuviosta voidaan nähdä, kuinka kaikki verkossa tapahtuva markkinointi kasvattaa suosiotaan, mutta omat verkkosivut ovat edelleen yritysten suosituin markkinointikanava

Yrityksen verkkosivut ovat tuotteiden digitaalinen yhteys kuluttajiin. Sivuston tehtävänä olisikin herättää mielenkiintoa, rakentaa yrityksen brändiä ja aikaan saada lisää myyntiä. (Isohookana 2007, 262.)

Isohookana (2007, 274.) toteaa vielä muihin medioihin verrattuna verkkoviestinnän eduiksi esimerkiksi nopeuden, sivujen päivitettävyyden, sivujen sisällön suunniteltavuuden sekä multimedian mahdollisuudet. Näistä asiakkaalle suurin etu on vuorovaikutusmahdollisuus sekä yrityksen kanssa että muiden käyttäjien kanssa. Mahdollisuus

vuorovaikutuksellisuuteen lisää sivujen kiinnostavuutta käyttäjissä. Tämän lisäksi vuorovaikutus auttaa myös yritystä.

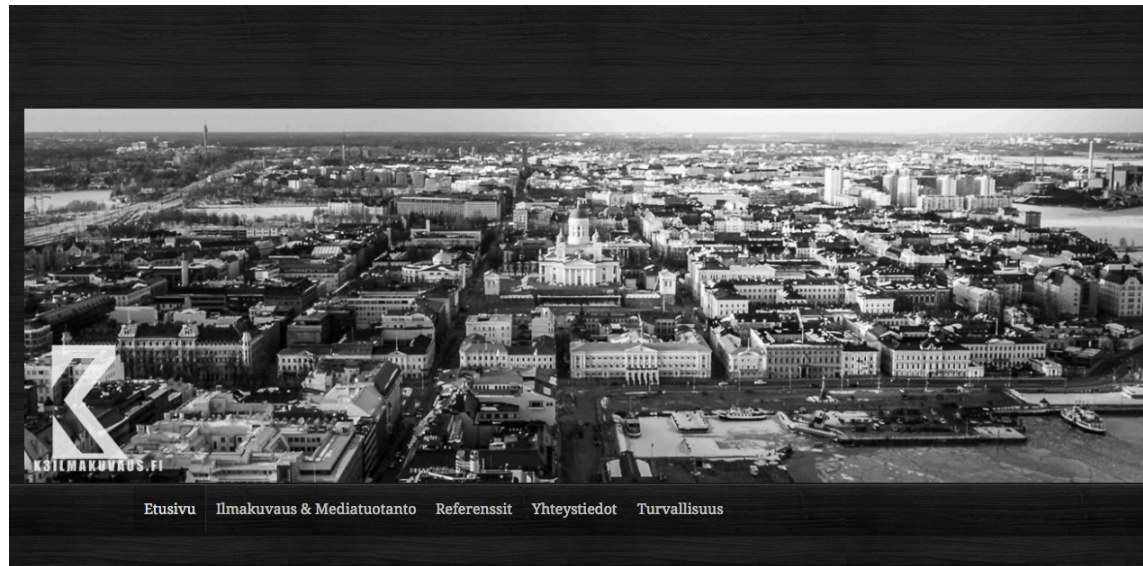
Hyvin toteutetut ja yritystä kuvaavat verkkosivut herättävät asiakkaassa tietoisuuden yrityksestä ja sen tarjonnasta. Verkkosivut saattavat herättää asiakkaassa jopa kiinnostuksen yrityksen tuotteita tai palveluita kohtaan. Houkuttelevat ja tietoa tarjoavat verkkosivut tuovat siis lisäarvoa sekä asiakkaalle että yritykselle.

Markkinointiviestinnän siirtyessä verkkoon ja kaikkien ulottuville aiheuttaa myös haasteita yrityksille. Verkossa viestinnän hallittavuuden ongelmat tulevat hyvin esille sosiaalisessa mediassa. Siellä ihmiset voivat vapaasti jakaa sisältöä ja mielipiteitään. Ihmisten jakama palaute voi olla positiivista, negatiivista tai neutraalia. Yritykselle tällaisen viestinnän seuranta ja hallinta on erittäin haastavaa. Tällä suunnittelemattomalla viestinnällä on kuitenkin vahva vaikutus ihmisten mielikuviin yrityksestä. (Isohookana 2007, 19.)

4 Verkkosivujen suunnittelu

4.1 Lähtökohta

K3 ilmakuvauksen verkkosivut olivat vuonna 2012 kotisivukone.fi -palvelimella tehdyt. Tämän jälkeen verkkosivujen kansikuvaa ja värimaailmaa oli muutettu vuonna 2014. Sisältöä oli päivitetty muutaman kerran vuosien aikana. Suurilta osin sisältö oli kuitenkin vanhaa ja huolimattomasti päivitettyä.



Kuvio3. K3-ilmakuvaus.fi kansikuva.



Kuvio 4. K3-ilmakuvaus.fi etusivu

Sivuilla oli paljon sekavasti kirjoitettua tekstiä eikä kokonaiskuva ollut mietitty. Materiaalia oli lisäilty satunnaisesti, jos yrityksellä oli ollut aikaa.

Sivuja lähdettiin rakentamaan etsimällä ensin verkkosivujen suunnittelua käsittelevää teorian tietoa. Teoriaan perehtymisen jälkeen lähdin yhdessä yrityksen kanssa tutkimaan yritystä miellyttäviä verkkosivuja, joiden pohjalta ryhdyimme suunnittelemaan K3 ilmakuvauskukselle sopivaa ulkoasua.

4.2 Tavoitteet

Korpelan ym. (2005, 52) mukaan yrityksen verkkosivujen perustavoitteet ovat

- täydentää muita viestinnän muotoja, tuomalla ajankohtaista tietoa
- ylläpitää tietovarastoa, josta löytää yksityiskohtaistakin tietoa yrityksestä ja sen toimista
- toimia yleisenä referenssinä.

Robertsin (2008, 256) mukaan yritysten verkkosivujen tavoitteena on yleisesti pidetty kahta eri suuntausta. Ensimmäinen on toimia vain tietoa tarjoavana kanavana asiakkaille, ja toinen perustuu myynnin lisäämiseen. Nämä kaksi suuntausta voi myös yhdistää, mihin pyrimme K3 ilmakuvauskuksen verkkosivuilla.

Tavoitteena on verkkosivuja uudistamalla tuoda ensisijaisesti ihmisten tietoisuuteen K3 ilmakuvauskuksen tämänhetkinen taso. Tavatessani entisiä asiakkaita, monet heistä ovat kyselleet, onko yritys enää olemassa. Vanhat päivitykset verkkosivuilla antavat ymmärtää, ettei yritys ole tehnyt juuri mitään vuoden 2013 jälkeen.

Toinen tavoite on saada lisää uusia kävijöitä verkkosivuille. Vaikkei jokainen sivuilla kävijä olisi kiinnostunut perehtymään alaan, on jokaiselle kävijälle tarjottava helpot mahdollisuudet tutustua asiaan.

Kolmantena tavoitteena on osoittaa K3 ilmakuvauskuksen nykyinen, korkea osaaminen. Kauko-ohjattavilla koptereilla kuvaaminen on vielä varsin uusi ala. Laji on kehittynyt huimasti muutamassa vuodessa. Nykyisin äärimmäisen tarkka ja vakaa kuva on oletus, mutta vielä kolme vuotta sitten oli aivan hyväksyttävää myydä rakeista ja tärisevää kuvaa. K3 ilmakuvauskuksen on siis tärkeää näyttää asiakkaille yrityksen nykyinen taso uusilla videoilla ja kuvilla.

4.2.1 Verkkosivuston kohderyhmä

On tärkeää miettiä, kenelle sivut on ensisijaisesti tarkoitettu. Tämä johtuu esimerkiksi siitä syystä, että eri ihmiset tarvitsevat erilaiset esitystavat. Toisaalta sivujen tulisi antaa kenelle tahansa kiinnostuneelle nopea yleiskuva siitä, mitä yritys tekee, missä se toimii ja miten siihen saa yhteyden. (Korpela & Linjama, 2005, 49-50.)

Ilmakuvaa käytetään nykyisin paljon normaalin kuvan rinnalla täytemateriaalina. Ei siis ole olemassa mitään erikoisalaa, johon kopterikuvasta käytettäisiin. Kauko-ohjattavat kopterit toimivat myös edullisempina ja nopeana tapana tarkistaa esimerkiksi remonttien jälkeen työn jälki. Kopterikuvaus sopii niin yksityiseen kuin yritystenkin käyttöön.

Kohderyhmää on siis vaikeahko rajata, mutta enimmäkseen K3 ilmakuvauksella tavoitellaan suuria yrityksiä, joihin olisi mahdollista luoda pitkäaikainen asiakassuhde.

4.2.2 Sivuston kiinnostavuus

Yksi tärkeimmistä mielenkiintoisuuteen vaikuttavista tekijöistä on, kuinka usein kotisivuja päivitetään ja miten päivitystahti on huomioitu sivuja suunniteltaessa (Miettinen 2001, 15). Jos yrityksen voimavarat eivät riitä jatkuvaan päivittämiseen, kannattaa tehdä verkkosivuista yksinkertaiset ja selkeät verkkosivut, joilla on melko pysyvää tietoa (Korpela & Linjama 2005, 49).

Pyrimme tekemään K3 ilmakuvauksen sivuille mahdollisimman vähän päivittämistä vaativia osia. Laitamme sivuille mahdollisimman paljon vain muuttumattomia tietoja.

4.3 Käytettävyys

Nielsen (2000, 9-10) toteaa käytettävyyden tarkoittavan yksinkertaistettuna sitä, että jos käyttäjä ei löydä hakemaansa tuotetta, hän ei myöskään osta sitä. Jos käyttäjä ei siis opi käyttämään sivuja yhdessä minuutissa, hän kyllästyy ja lähtee pois.

Nielsen (1993, 10-16) on muotoillut käytettävyyden peruseriaatteet kymmeneksi iskulauseeksi:

- Paraskaan aavistuksesi ei ole tarpeeksi.

- Käyttäjä on aina oikeassa. Jos käyttäjällä on ongelmia, ongelma johtuu käyttöliittymästä.
- Käyttäjä ei ole aina oikeassa. Käyttäjä ei ole suunnittelija, eikä tiedä, mitä haluaa.
- Käyttäjät eivät ole suunnittelijoita.
- Suunnittelijat eivät ole käyttäjiä.
- Toimitusjohtajat eivät ole käyttäjiä.
- Vähemmän on enemmän.
- Yksityiskohdat ratkaisevat.
- Ohjeet eivät ratkaise.
- Käyttöliittymän käytettävyys on prosessi. (Nielsen 1993, 10–16.)

Verkkosivujen ulkoasu liittyy kiinteästi sivujen käytettävyyteen. Huonosti toteutettu ulkoasu saattaa joko edesauttaa tai pilata kokonaan sivuston käytettävyyden, vaikka sivuston linkitykset olisikin suunniteltu toimiviksi. Jokaisella sivulla on oltava samanlaiset elementit siirryttäessä sivulta toiselle. Lisäksi sivuston taustan ja sisällön asettelu on oltava yhtenäinen. (Korpela & Linjama 2005, 356-357.)

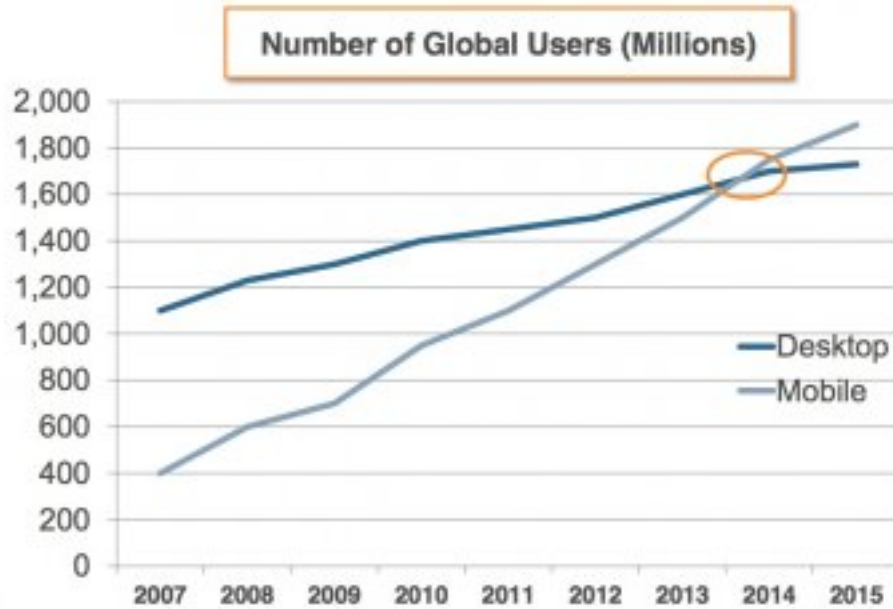
K3 ilmakuvauksen verkkosivuille laitettiin yläreunaan navigaatiopalkki, joka pysyy samanlaisena, vaikka siirryttäisiin sivuston sisällä sivulta toiselle. Otsikoita tuli navigaatiopalkkiin vain neljä ja logosta siirrytään aina etusivulle. Otsikot ovat nimetty lyhyesti ja kuvaavasti, jotta kävijä löytäisi nopeasti etsimänsä.

4.3.1 Käyttökokemus

Nykyään ei yksinään riitä pelkästään hyvä käytettävyys. Sen rinnalle on noussut käyttäjien vaatimus hyvästä käyttökokemuksesta. Käyttökokemus on käyttäjän tunne käyttäessä palvelua. Käyttökokemukseen vaikuttaa esimerkiksi käyttötilanne ja itse palvelu. Näiden lisäksi käyttäjän omat kokemukset ja mielipiteet palvelun ominaisuuksista, hyödyllisyydestä, sisällöstä ja tuotteen esialepanijasta vaikuttavat kokemukseen. Käyttökokemus voi koostua muun muassa verkkosivuston sisällöstä, sisällön omaksuttavuudesta ja merkittävydestä käyttäjälle, asioiden löydettävyydestä, terminologiasta ja visuaalisesta ilmeestä. (Sinkkonen ym. 2009, 18-23.)

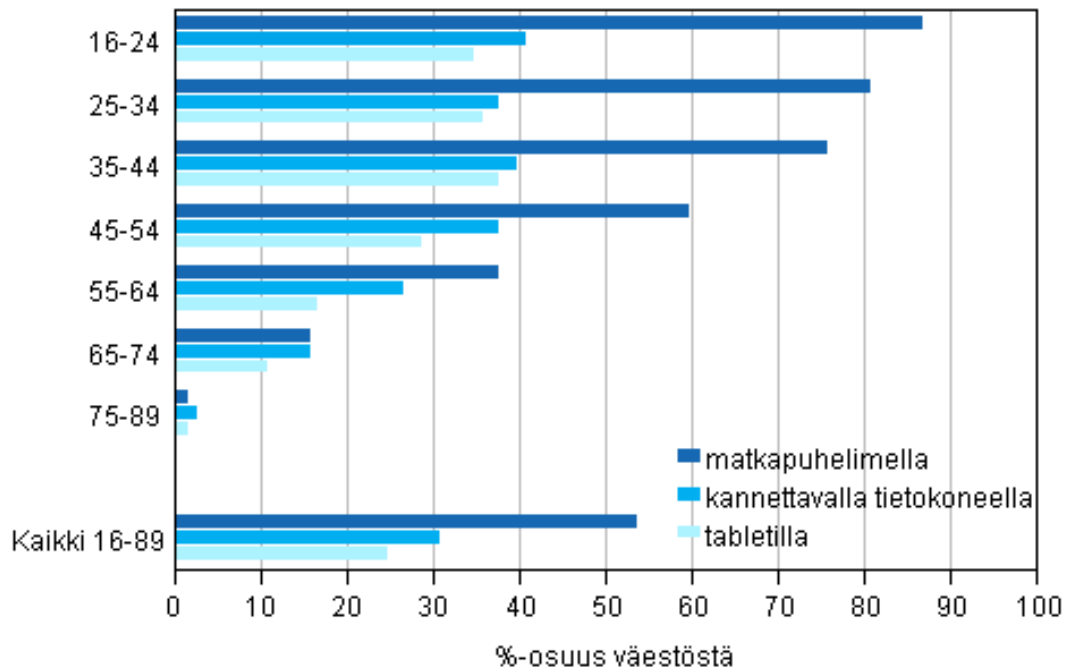
4.3.2 Responsivisuus

Tilastojen mukaan internetin selaaminen älypuhelimilla ja tableteilla lisääntyy jatkuvasti.



Kuvio 5. Internetin käyttö tietokoneilla ja mobiililaitteilla

Kuten kuviosta 5 näkee, on mobiililaitteiden käyttö kasvanut moninkertaiseksi muutamassa vuodessa. TNS Gallupin toteuttaman ja maaliskuussa 2015 julkaistun tutkimuksen mukaan 47 prosenttia suomalaisista käyttää päivittäin internetiä jonkin mobiililaitteen kautta (IAB Finland).



Kuvio 6. Suomalaisen internetin käyttö eriteltynä matkapuhelimiin, kannettaviin tietokoneisiin ja tablettiin (Tilastokeskus 2014.)

Koska internetiä käytetään varsin paljon muillakin laitteilla kuin pöytäkoneilla, on tärkeää verkkosivuja suunniteltaessa huomioida sivun toimivuus myös muilla laitteilla. Nykyään verkkosivut pystytään toteuttamaan automaattisesti skaalautuviksi ilman erillistä mobiiliversiota. Tämä toiminto on nimeltään responsiivisuus. (Marcotte 2010.) K3 ilmakuvaukselle päätimme myös luoda responsiiviset sivut. Verkkosivut ovat muuten samanlaiset, paitsi mobiiliversiossa navigaatiopalkin linkit on sijoitettu omaan valikkoon, jota on helpompi käyttää yhdellä kädellä puhelimella. Lisäksi kuvat ja tekstit ovat aseteltu kerralla helposti puhelimen näytöllä näkyviksi.

4.4 Suunnittelun eteneminen

Verkkosivuja tehtäessä lähdetään liikkeelle suunnittelusta. Sinkkonen, Nuutila ja Törmälä (2009, 50) toteavat suunnittelussa määriteltävän, mitä ollaan tekemässä ja mitä hyötyä muutoksilla halutaan. On siis pohdittava, kenelle tehdään ja mihin käyttötarpeisiin halutaan vastata. Nielsenin (2000, 11) puolesta toteaa suunnittelua voitavan katsoa kahdesta näkökulmasta, taiteellisesta ihanteesta, jossa toteutetaan itseä, ja teknisestä näkökulmasta, jossa asiakkaan ongelman ratkaiseminen on keskiössä. Nämä molemmat mielessä pitäen lähdettiin miettimään, mitä yritys verkkosivuiltaan toivoi.

Sivujen tulisi tarjota kohderyhmää kiinnostavaa sisältöä ja kasvattaa tätä kautta yrityksen tunnettuutta ja luotettavuutta. Sivuston tulisi tuoda esille yrityksen henkilöstön ammattitaito ja kokemus. (Juslén 2011, 110 -111.)

Ennen kuin lähdetään tekemään uudistuksia olisi vanhat verkkosivut hyvä inventoida. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että käydään läpi entisten sivujen nykytila ja uudistamistarpeet. Tätä kautta saavutetaan varmistus siitä, että kaikki olennainen ja hyvä saadaan vanhoilta sivuilta mukaan, mutta myös pohditaan syvällisemmin mitä kaikkea uusilla sivuilla tarvitaan. Myös kilpailijavertailu on hyvä tapa kerätä ideoita omille sivuille. (Sinkkonen ym. 2009, 53-57.)

K3 ilmakuvauksen kanssa loimme yhteisen Google Docs -tiedoston, jota pääsimme molemmat muokkaamaan. Tähän tiedostoon kokosimme kaiken entisten sivujen sisällön. Kokosimme kaiken sivuilla olleen yhä käyttökelpoisen materiaalin ja kävimme läpi, mitä uutta halutaan tuoda esille. Lähdin kirjoittamaan uutta sisältöä Kolmosen toiveiden mukaan. Google Docsin ansiosta yritys näki reaaliaikaisesti tehdyt muutokset ja pääsi kommentoimaan niitä halutessaan.

Muokkauksen tarve vaihteli paljon aihealueittain. Suurin haaste oli karsia tekstiä ja kirjoittaa jo olemassa olevat tekstit selvempään muotoon. Aikaisemmin sivuja päivittäneen Kolmosen kirjoitustyyli on rönsyilevä ja sitä on ajoittain vaikea seurata. Kirjoitin sisällöt yksinkertaistetummin.

4.5 Sivujen rakenne

Keränen, Lamberg ja Penttinen (2001, 34) ja Hatva (1998,13) puhuvat verkkosivujen rakenteen määrittävän sen, miten käyttäjä liikkuu sivustolla ja miten sisältö jäsenelään. Rakenne vaikuttaa myös käyttöliittymän ulkoasuun ja käytettävyyteen. Aloitussivulla onkin erotuttava selvästi mistä verkkosivuilla on kysymys. Hyvin ryhmiteltynä, suurempikin sisältö hahmottuu käyttäjälle selkeänä.

Sinkkonen ym. (2009, 183) mukaan kotisivujen suunnittelutyö aloitetaan sen rakenteen eli informaatioarkkitehtuurin suunnittelusta. Kaksi tärkeää sivuston rakenteeseen liittyvää sääntöä ovat seuraavat sivustolla tulee olla selkeä rakenne, ja sen tarkoitus on

heijastaa käyttäjän näkemystä sivustosta. Sivuston osat tulisi rakentaa toisiinsa nähden järjestelmälliseen hierarkiaan. (Nielsen 2000, 198.)

Nielsenin (2000, 101) mukaan internetiin kirjoitettaessa on pidettävä mielessä seuraavat kolme sääntöä:

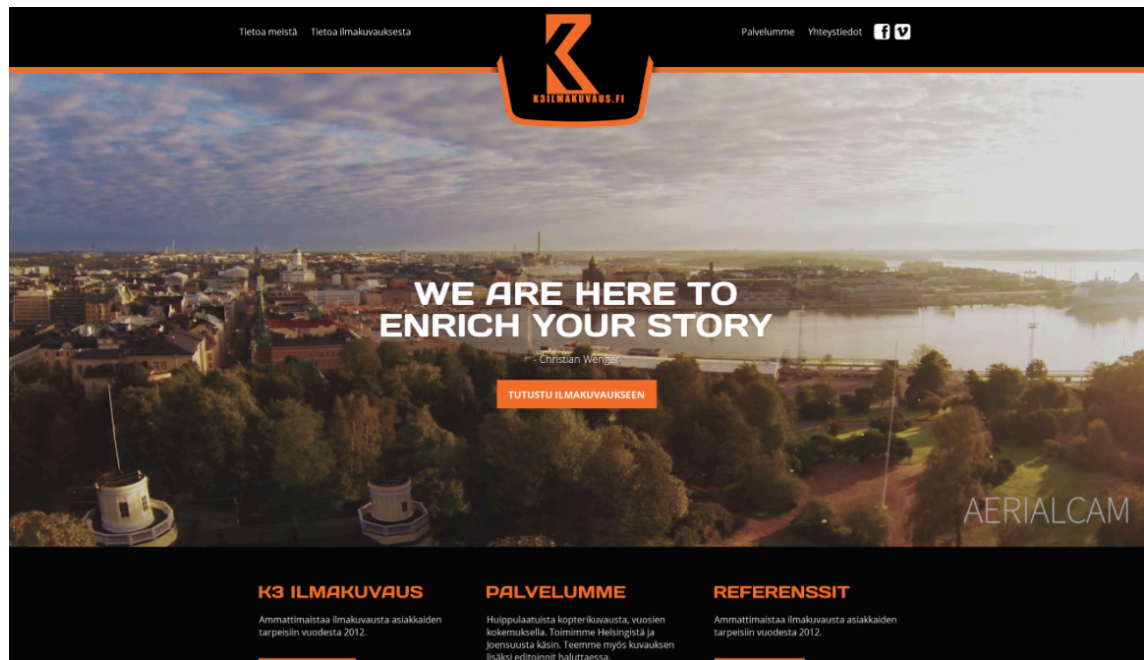
- Kirjoita ytimekkäästi.
- Tekstin on oltava nopeasti silmäiltävää.
- Pitkä teksti tulee jakaa hypertekstien avulla useammalle sivulle.

Edellä mainitut seikat huomioitiin K3 ilmakuvauksen verkkosivuja luotaessa. Otsikot olivat yhden sanan mittaisia ja kertoivat, mitä kyseinen sivu käsittelee. Sivujen tekstit pidettiin mahdollisimman lyhyinä, jotta ne olisi nopeasti luettavissa. Turvallisuutta käsittelevälle sivulle päätettiin laittaa teksti ranskalaisilla viivoilla, jotta teksti mahtuisi kerralla näytölle näyttämättä raskaalta.

4.5.1 Navigaatio

Navigointielementeillä käyttäjä pääsee sivuilla liikkumaan paikasta toiseen. Navigointielementeillä pystytään myös näyttämään käyttäjälle, missä käyttäjä on järjestelmässä ja minne hän sieltä pääsee. (Sinkkonen ym. 2009, 215.)

Päävalikko sijaitsee perinteisesti vaakavalikkona sivun ylä laidassa tai sivuvalikkona sivun vasemmassa laidassa (Sinkkonen ym. 2009, 216). Valitsimme K3 ilmakuvauksen valikon paikaksi sivujen yläreunan. Vaakavalikon etuna on sen selkeys.



Kuvio 7. Etusivun näkymä, 3. Versio

Käytimme verkkosivuilla Robertsin (2008, 256) esittelemää KISS-rakennetta. Kirjaimet KISS tulevat sanoista ”Keep It Simple Stupid”, joilla halutaan korostaa yksinkertaisen rakenteen toimivuutta. Robertsin mukaan ydinajatuksena on pitää navigointipalkki mahdollisimman yksinkertaistettuna ja helposti käytettävissä. Käyttäjän tulisi olla enintään kolmen klikkauksen päässä haluamastaan informaatiosta.

Katseen seurannalla tehdyllä tutkimuksella todettiin käyttäjien lukevan internetsivuja yleensä F-mallin mukaisesti (ks. kuvio 6.). Tutkimuksen mukaan käyttäjät silmäilevät sivut ensin vaakasuunnassa, jonka jälkeen he siirtävät katseensa hiukan alaspäin ja silmäilevät vaakasuunnassa aiempaa hieman lyhyemmän alueen. Lopuksi käyttäjä siirtää katsettaan pystysuunnassa vasenta laitaa alaspäin. (Nielsen 2006.)



Kuvio 8. F-malli (Nielsen 2006).

Valitsimme ylävalikon otsikoiksi Turvallisuus, Ilmakuvaus, Yhteystiedot ja Referenssit. Keskelle laitoimme logon, jonka kautta pääsee takaisin etusivulle, ja oikeaan yläreunaan laitoimme linkit K3 ilmakuvaus Facebook-, Vimeo-, Instagram- ja Youtube-tiluille.



Kuvio 9. Yläpalkki

On suuri virhe olla rakentamatta linkkejä muille sivustoille. Yksikään sivusto ei ole erillinen saareke, vaan osa internetiä. (Nielsen 2000, 15 & 64.) Tästä syystä lisäsimme suorat linkit Facebookiin, Vimeoon, Instagramiin ja Youtubeen sivun ylälaitaan.

4.5.2 Etusivu

Vaihdoin aikaisemmasta sivupohjasta uuteen. Suunnittelin verkkosivujen sisällön ja ulkoasun pitkälti yksin. Verkkosivupohjan luonnissa käytimme ulkoista palveluntarjoajaa, sillä koin viestinnän ja markkinoinnin opiskelijana sivujen koodaamisen vähemmän tärkeäksi oman erikoistumiseni kannalta.

Sivuston tärkein sivu on etusivu. Etusivun tulisi mahtua kokonaisuudessaan suurin piirtein kerrallaan näytölle. Etusivun tulee kertoa kävijälle yleisesti sivustosta, sen tyylistä ja sisällöstä. (Miettinen 2001, 16.)

K3 ilmakuvausten etusivulle valitsimme videon. Koimme videon kertovan enemmän kuin yksi kuva. Videon koostimme laajasti K3 ilmakuvausten tarjoamia palveluita. Päätimme olla lisäämättä ääniä videoon, sillä Wuorisalon (2015) mukaan automaattisesti pyörimään lähtevät videot äänillä koetaan verkkosivuilla ärsyttäviksi. Jotta kävijä osaisi hahmottaa, mitä palvelua kussakin videoleikkeessä esitellään, on videon alalaitaan kirjoitettu, onko kyseessä esimerkiksi kuvanvakautin vai ilmakuvaa. Videoleikkeet valikoituivat K3 ilmakuvausten omien toiveiden perusteella. Olin tutustunut K3 ilmakuvausten kuvamateriaaleihin, minkä jälkeen keskustelimme yhdessä Karri Kolmosen kanssa siitä, mitkä videoleikkeet sopisivat parhaiten edustamaan yritystä. Näistä leikkeistä muodostimme etusivulla näkyvän videon.



Kuvio 10. Etusivun video

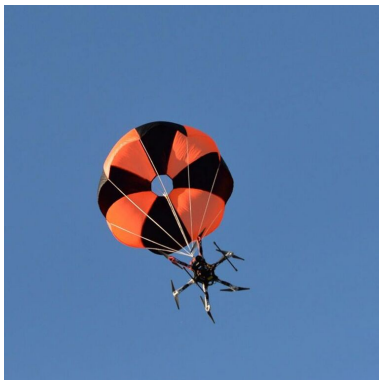
Videon päällä näkyy teksti ”Ammattimaista ilmakuvauksta asiakkaiden tarpeisiin vuodesta 2012”. Tällä halusimme tuoda esille K3 ilmakuvausten olleen alalla jo useamman vuoden ja tätä kautta yrityksellä olevan kokemuksen. Uusia palveluntarjoajia tulee lisää ilmakuvauksialalle joka vuosi. K3 ilmakuvaukset haluaa tuoda vahvasti esille omaa pitkästä taustaansa alalla.

4.5.3 Turvallisuus

Kuten Nielsen ja Tahir (2002, 14) toteavat, että useimmat käyttäjät eivät paneudu sivuihin, vaan vilkaisevat ne vain nopeasti läpi. Tämän takia halusimme pitää sivujen tekstit mahdollisimman vähäisinä.

Turvallisuussivulle sijoitettiin oikeaan reunaan kuva kuvauskopterista laskuvarjon kanssa ja vasemmalle seuraavat kohdat ranskalaisin viivoin:

- Turvallisuus on K3 ilmakuvauksen tärkein arvo.
- Noudatamme ilmailulakeja, jotka määrittävät toiminnan mahdollisuudet ja rajoitteet
- Mahdollisilla lentokieltoalueilla tiedustelemme erityisluvut
- Emme lennä turvallisuussyistä ihmisjoukkojen päällä
- Ennen jokaista kuvausta kartoitamme mahdolliset riskitekijät, tutustumme alueeseen ja suunnittelemme kuvauksen mahdollisimman valmiiksi
- Toimintamme on vastuuvakuutettua
- Koptereissamme on turvallisuus- ja varajärjestelmät esimerkiksi laskuvarjot



Kuvio 11. Turvallisuussivun kuva (O. Mahrberg, 2015)

Turvallisuus on K3 ilmakuvauksen tärkein prioriteetti työtehtävissä. Tästä syystä sille tehtiin oma välilehti. Valitsimme tekstin muodoksi listauksen.

Korpela ym. (2005, 86) mainitsevat listauksen hyväksi puoliksi verkkosivuilla esimerkiksi nämä:

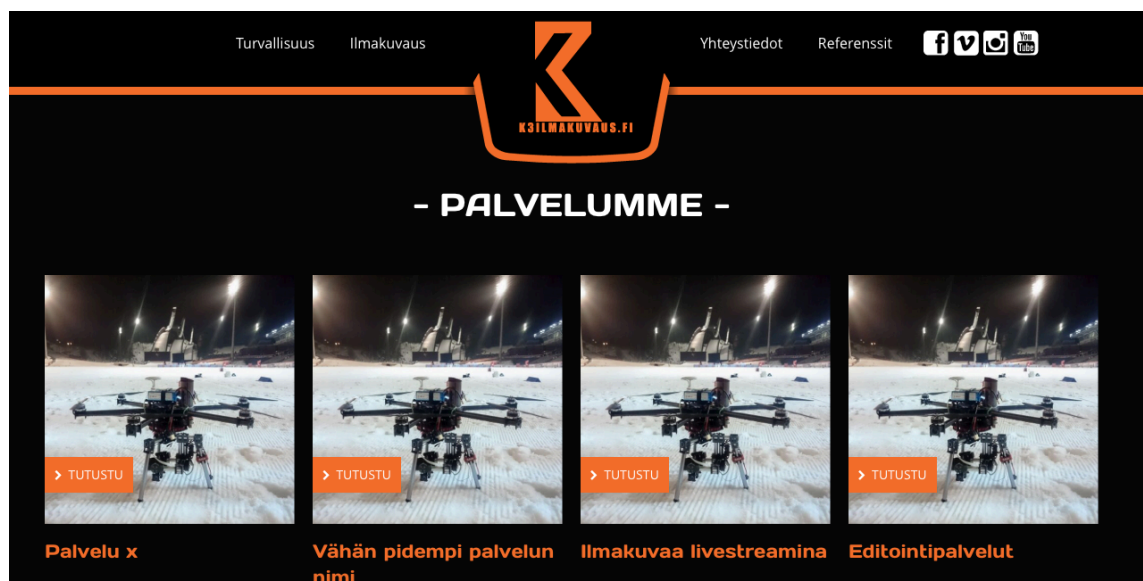
- Listarakenne erottelee kohdat helposti toisistaan.

- Listojen tyypillinen esitysasu tuo sivuille väljyyttä.
- Listan tekeminen ohjaa sivun tekijää tiivistämään asiansa ”pointeiksi”.
- Hyvin tehdystä listasta löytää kohdat helposti myöhemmin.

Olimme käyneet läpi vanhojen verkkosivujen turvallisuutta käsittelevän sisällön. Tästä sisällöstä lähdimme muokkaamaan uusille verkkosivuille tulevaa materiaalia. Kirjoitin sisällön aikaisempaa tiiviimmin ja päivitin vanhentuneita Trafain määräyksiä.

4.5.4 Ilmakuvaus

Ilmakuvaus-linkin takaa löytyy erittely K3 ilmakuvauspalveluista. Palveluiden ymmärtämisen selkiyttämiseksi laitoimme jokaisen otsikon päälle kuvan, josta käyttäjä näkee, millä palvelua kuvataan. Kuvat on mitoitettu sivulle niin, että neljä kuvaa mahtuu juuri sivulle rinnakkain. Kuvaa tai otsikkoa klikatessa sivu siirtyy automaattisesti kyseistä palvelua kuvaavaan selitykseen.



Kuvio 12. Palvelusivun näkymä esimerkkikuvilla

Laitoimme sivulle neljä kuvaa ja otsikkoa. Palveluiksi mainitsimme verkkosivuilla Ilmakuvauspalvelut, gimbaalikuvauksen, tuotanto- ja editointipalvelut sekä konsultointipalvelut.

Sivuille valitut kuvat ja tekstit:



Kuvio 13. Ilmakuvauspalvelut (T. Tähti, 2015)

Ilmakuvaus:

Multikopterit isommille kameroille:

Hexa- ja X8-multikopterit kahden henkilön miehistöllä.

Liikkuvaa 4K-videokuvaa, Panasonic GH4-kameralla ja laatulinssillä, myös Raw-videolla

Pienemmät yksinoperoitavat Quad-kopterit:

Yksin operoitavia ammattitason 4K-kuvalaadun multikoptereita. Toimii myös haastavissa olosuhteissa. Mahdollisuudet 4K-videokuvaa ja Raw-still kuvaa.



Kuvio 14. Gimbaalikuvaus (T. Tähti, 2015)

Gimbaalikuvaus:

Brushless Gimbal-kuvauksella saat dynaamista, vakaata ja korkeatasoista videokuvaa. Gimbaali tarkoittaa vapaasti suomennettuna kuvanvakautinta, joka pitää kameran jatkuvasti vakaana.

Tilaamalla gimbaalipalvelun saat mukana ammattitaitoisen kuvaajan.



Kuvio15. Editointipalvelut (K. Kolmonen, 2015)

Editointi- ja videotuotantopalvelut:

Teemme myös kokonaisia videotuotantoja asiakkaidemme tarpeisiin. Esimerkiksi yritysvideot, musiikkivideot, tuote-esittelyt.



Kuvio 16. Konsultointipalvelut (K. Kolmonen, 2015)

Kopterikonsultointipalvelut:

Viiden vuoden kokemus multikopterien rakentamisesta ja lentämisestä. Apua eri kopterilustoihin liittyviin ongelmiin.

Kysy lisää!

4.5.5 Yhteystiedot

Jokaisella sivustolla olisi hyvä olla yhteystietosivu, josta käy ilmi, miten ottaa yritykseen yhteyttä. Tarvittavat tiedot ovat ainakin sähköpostiosoite ja puhelinnumero. (Korpela & Linjama 2005, 136.)

Yhteystiedot-sivulta löytyvät yrityksen tiedot ja kuva Karri Kolmosesta. Ensimmäisenä on kerrottu Helsingin toimipisteen tiedot, sillä yritys toimii pääasiallisesti sieltä. Joensuuun tiedot löytyvät seuraavana. Yhteystiedoissa on ilmoitettu kuvaajan nimi, yrityksen toimipisteiden osoitteet, puhelinnumero, Y-tunnus ja sähköpostiosoitteet. Toinen sähköpostiosoite on info sähköpostiosoite, johon voi laittaa yleisiä tiedusteluja, ja toinen on Karri Kolmosen henkilökohtainen osoite, jolla hän pitää yhteyttä asiakkaisiin.



Kuvio 17. Karri Kolmonen (T. Tähti, 2015)

Lisäksi sivulle on laitettu laatikko, jonka kautta voi suoraan ottaa yhteyttä yritykseen. Tämän lomakkeen avulla toivotaan, että ihmisten kynnys lähestyä madaltuu.

4.5.6 Referenssit

Referenssit-sivulla esitellään yrityksen asiakkaita, joita saa käyttää suosittelijoina. K3 ilmakeinu on tehnyt töitä useille kymmenille yrityksille, mutta näistä ei juuri löytynyt tietoa yrityksen aikaisemmilta verkkosivuilta.

Lähdimme liikkeelle keräämällä yhteen materiaalit eri toimeksiantajilta. Tämän jälkeen lähetimme jokaiselle erikseen sähköpostia, jossa tiedustelimme, saako yritystä käyttää referenssinä ja saako yritykselle kuvattua materiaalia julkaista, ja jos sai, niin kuinka paljon ja missä muodossa.

Referenssit –sivulle päätimme laittaa esittelyvideon eli showreelin jokaiselta vuodelta, kun yritys on ollut toiminnassa. Videoista käy ilmi kunkin vuoden isoimpia töitä. Tätä kautta potentiaalinen asiakas näkee, mitä yritys on minäkin vuonna tehnyt.

4.6 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi on toimenpide, jolla pyritään parantamaan verkkosivujen näkyvyyttä hakukoneen hakuluettelossa. Tavoitteena tässä toimenpiteessä on siis verkkosivujen sijoittuminen mahdollisimman ylös hakutuloksissa. Tämä taas johtaa usein parempaan myyntiin. (Google-optimointi 2015.)

Hakukoneoptimoinnissa mietitetään yritystä ja sen palveluita parhaiten kuvaavia avainsanoja, joilla potentiaaliset asiakkaat saattaisivat tarvitsemiaan palveluita hakea. Avainsanoja kannattaa miettiä kuitenkin riittävän laajasti, mutta kuitenkin kansankielisesti. Avainsanojen listauksen jälkeen ruvetaan muokkaamaan sivuja avainsanoille sopivaksi. Käytännössä tämä tarkoittaa title- ja meta-tagien miettimistä ja sisällön kirjoittamista avainsanat huomioon ottaen. Title-tag kertoo käyttäjille ja hakukoneelle, mikä on kyseisen sivun aihe. Tämä näkyy hakukoneen löytämien osumien otsikossa. Meta-tag on otsikon alla näkyvä lyhyt kuvausteksti sivuista. (Google-optimointi 2015.)

Moz.com-sivusto listasi tärkeimmät tekijät, jotka auttoivat sivustojen sijoitukseen Google-haussa vuonna 2015:

- sisällön relevanttius haetulle avainsanalle
- yksilöllinen ja laadukas sisältö
- laadukkaiden paluulinkkien määrä
- sivuston Trust: ei spämmisignaaleja eli roskapostia
- sivuston Trust: sivua on linkitetty arvokkailta domaineilta eli verkkotunnuksilta
- SERP-statistiikka: millä prosentilla sivua klikataan Googlen hakutulossivulta
- sivulatauksen nopeus ts. piirtyykö sivu selaimella nopeasti
- avainsanan relevantti ja monipuolinen käyttö sivulla
- sivuston sisällön pituus
- HTTPS: Google suosii SSL-sivustoja
- domainin ikä
- sosiaalisen median signaalit, esim. sivustoon osoittavat Facebook- ja Twitter-julkaisut. (Google-optimointi 2015.)

K3 ilmakuvaukselle listasimme avainsanoiksi

- ilmakuvaus
- ilma kuvaus
- ilmakuvaus
- gimbaali
- Karri Kolmonen
- kuvaus
- 360 video
- vaijerikamera
- kopteri
- quadrokopteri

Avainsanoja pystyy lisäämään ja muuttamaan myöhemminkin, mutta näillä lähdimme liikkeelle. Valitsimme listaan sanat, jotka kuvaavat K3 ilmakuvauksen toimintaa. Otimme myös huomioon muutaman kirjoitusvirheen.

4.7 Visuaalinen ilme

Kauhasen ja Simanaisen (2001, 108) mukaan visuaalisuuteen kuuluu kaikki, mitä näemme: sivuston yleisilme, värit tekstin ja kuvien sommittelu, animaatiot ja kaikki visuaaliset elementit.

Korpela ja Linjama (2005, 356-357) toteavat huonosti toteutetun ulkoasun mahdollisesti pilaavan koko sivuston käytettävyyden. Sivuston ulkoasun on siis oltava yhtenäinen siirryttäessä sivulta toiselle ja kiinteiden elementtien pysyttävä paikallaan. Myös tekstit ja kuvat olisi hyvä pyrkiä pitämään suurin piirtein samoilla paikoilla.

Koska kyseessä on kuvausalan yritys, halusimme tuoda esille mahdollisimman paljon kuvamateriaalia tekstin rinnalle. Korpela ja Linjama (2005, 202) toteavat ihmisten hahmottavan ympäristöä ennen kaikkea näköaistin avulla. Näköaistilla havaitaan muita aisteja enemmän, sillä näköaistimus on kaksi- tai jopa kolmiulotteinen.

Sivuja vilkaistessaan ihminen kiinnittää ensin huomiota linjoihin ja väreihin. Tämän jälkeen huomio siirtyy kuviin ja vasta viimeisenä teksteihin. Kuva on myös usein helpompi ymmärtää kuin sanat. (Korpela & Linjama 2005, 202.)

Yhtenä suurimmista osista sivuston sommittelua ja suunnittelua on sivuston värimaailman valinta. Värimaailma kertoo yrityksen persoonallisuudesta ja herättää asiakkaassa tunteita (Kraynak & Bluttman 2011, 89-90).

Verkkosivujen värimaailmaan vaikutti pääasiallisesti toimeksiantajan toiveet. Miettinen (2001, 18-19) ohjeistaa valitsemaan sivuille noin kolme väriä. Yrityksen logossa on mustaa ja oranssia, joten ne valittiin sivujen pääväreiksi. Tekstien väriksi valikoitui valkoinen. Ilmakuvausyritysten verkkosivut ovat pääsääntöisesti valkoisia, K3 ilmakuvaus halusi poiketa tästä teemasta, ja myös tästä syystä sivujen päävärinä on musta.

Väreillä on myös symbolisia ja kulttuureittain vaihtelevia merkityksiä. Verkko sivuilla käytettävistä väreistä oranssi mielletään usein raikkaaksi, valoisaksi ja myönteiseksi. Toinen sivujen pääväri musta on synkkä, tuo miellelyhtymän korkeasta laadusta, herättää kunnioitusta ja on myös pelottava. Kolmanneksi väriksi valittu valkoinen tasapainottaa kahta aikaisempaa väriä. Valkoinen mielletään puhtaaksi, täydelliseksi väriksi, joka soveltuu lähes kaikkiin käyttötarkoituksiin. (Kraynak & Bluttman 2011, 90-91.)

Värejä määriteltessä on huomioitava sivuilla olevat muut värit. Värit tukevat tekstin sanomaa ja sivuilla käytettävää grafiikkaa. Kuvassa tai taustassa eniten käytetty väri hallitsee koko ympäristöä ja vaikuttaa muiden värien valintaan. Haaleat värit yleensä muuttuvat tummemmiksi, kun niiden vierellä on voimakas väri. Verkkosivuilla käytettävä taustaväri on mietittävä tarkkaan. (Loiri & Juholin 1998, 112; Korpela & Linjama 2005, 394.)

5 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella selkeät ja kevyesti ylläpidettävät verkkosivut kuvauspalveluita tarjoavalle K3 ilmakuvaus-yritykselle. Työn lähtökohtana oli muuntaa yrityksen aikaisemmat verkkosivut selkeämmäksi, kiinnostavammiksi ja vähemmällä työllä ylläpidettäviksi. Pohjasin verkkosivut pitkälti löytämäni aihetta käsittelevän teorian varaan. Lisäksi kävin toimeksiantajayrityksen edustajan kanssa läpi kiinnostavia verkkosivuja, joista otettiin mallia.

Internetiin kirjoitettaessa voidaan seuraavia kolmea sääntöä pitää pääosassa:

- Kirjoita ytimekkäästi

- Tekstin tulee olla silmäiltävää
- Pitkä teksti on hyvä jakaa useammille sivuille hyperteksteillä eli linkeillä, joiden avulla pääsee sivuille suoraan painamalla tekstiä.

(Nielsen 2000, 101.)

Pidin nämä opit koko ajan mielessäni suunnitellessani tekstejä verkkosivuille. Tekstien määrät pidettiin vähäisenä ja kevyen näköisinä, jotta mahdollisimman moni jaksaisi vilkaista ne läpi. Lisäksi etusivulla halusin pitää pääpainon videossa. Video kertoo parhaiten kuvausyrityksen toiminnasta.

Toimeksiantajayritykseni on tähän asti kerännyt suuren osan asiakkaistaan verkostoidensa avulla, mutta ymmärtää hyvien verkkosivujen merkityksen nykyaikana. Sain yritykseltä vapaat kädet lähteä toteuttamaan sivuja. Yrityksen henkilöstö tunsu minut ennestään ja luotti kykyyni tuoda esille yrityksestä tarvittavat tiedot.

Opinnäytetyön edetessä olin jatkuvasti vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa ja kävimme läpi ehdotuksiani. Yrityksen kiireiden vuoksi oli ajoittain vaikea saada vastauksia tai materiaalia verkkosivuja varten. Tulevaisuudessa yritys tulee lisäämään verkkosivuille vielä neljä palvelua lisää ja ottamaan uudet kuvat ”Ilmakuvaus”-sivuille. Tällä aikataululla yrityksellä ei ollut siihen vielä mahdollisuutta.

Kokonaisuudessaan onnistuin mielestäni keräämään oleelliset tiedot verkkosivuille ja tuotin kokonaisuuden, jota on kevyt ylläpitää jatkossakin. Etenkin etusivuun olen erityisen tyytyväinen. Videossa tulee mielestäni esille hyvin ja monipuolisesti K3 ilmakuvausosaaminen. Teoriaosuuteen kului suurin osa käyttämästäni työajasta. Pyrkimykseni oli tuoda esille kaikki osaamiseni. Opinnäytetyötä tehdessä yllätti jatkuvasti, kuinka paljon enemmän asioita voisi hioa vielä eteenpäin. Tulenkin olemaan yrityksen kanssa vielä jatkossakin yhteydessä. Tulen auttamaan yritystä suunnittelemaan yhteisemmät kuvat palveluista ja tekstit neljälle tulevalle palvelulle, joita yritys alkaa myymään ensi kesänä.

Lähteet

Digitaalisen markkinoinnin barometri 2014.

[Http://www.divia.fi/divia/sites/default/files/DiViA_Digibarometri_2014.pdf](http://www.divia.fi/divia/sites/default/files/DiViA_Digibarometri_2014.pdf). Viitattu 28.02.2016.

F-Shaped Pattern For Reading Web Content

[Http://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/](http://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/). Viitattu 29.10.2015.

Google Docs 2015. [Https://www.google.com/docs/about/](https://www.google.com/docs/about/). Viitattu 16.10.2015.

Google-optimointi 2015. [Http://www.google-optimointi.com](http://www.google-optimointi.com). Viitattu 07.11.2015.

Hollanti, Jarmo & Koski, Jouni 2007. Visio, Markkinoinnin soveltaminen liiketoiminnassa. Otava, Helsinki.

IAB Finland [Http://www.iab.fi/digimainonnan-abc/internetin-kaytto.html](http://www.iab.fi/digimainonnan-abc/internetin-kaytto.html). Viitattu 29.10.2015.

Internetin käytön yleiset muutokset (korjattu 25.11.2015)

www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_kat_001_fi.html. Viitattu 29.10.2015.

Internetin käyttö tietokoneilla ja mobiililaitteilla [Http://www.businessinsider.com/mobile-will-eclipse-desktop-by-2014-2012-6?IR=T](http://www.businessinsider.com/mobile-will-eclipse-desktop-by-2014-2012-6?IR=T). Viitattu 16.11.2015.

Juholin, Elisa & Loiri, Pekka. 2002. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Inforviestintä, Helsinki.

Juslén, Jari 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Tietosykli, Helsinki.

Jussila, Markku & Leino, Antti 2001. Net.: Verkkoviestinnän käsikirja. 2.painos. Inforviestintä, Helsinki.

Kauhanen-Simanainen, Anne 2001. Sisältöä verkkoon: mitä sisällön tuottajan pitää hallita. IRH konsultointi, Helsinki.

Kolmonen, Karri 2015 Ilmakuvausyrittäjä. Haastattelu. 8.9.2015.

Koptercam.fi 2015. Viitattu 22.02.2016.

Korpela, Jukka K. & Linjama, Tero 2005. Web-suunnittelu. Porvoo. Docendo.

Kraynak, Joe & Bluttman Ken, 2011. Brilliant web design. Pearson Education Limited, United Kingdom.

Mahrberg, Olli-Pekka 2015 Kuvauskohterin lentäjä. Haastattelu. 1.10.2015.

Marcotte, E. A List Part 25.05.2010 [Http://www.alistapart.com/article/responsive-web-design](http://www.alistapart.com/article/responsive-web-design). Viitattu 16.11.2015.

Miettinen, Petri 2001. Kotisivun tekeminen. Docendo, Helsinki.

Minato, C. Business Insider 14.06.2012 [Http://www.businessinsider.com/mobile-will-eclipse-desktop-by-2014-2012-6?IR=T](http://www.businessinsider.com/mobile-will-eclipse-desktop-by-2014-2012-6?IR=T). Viitattu 16.11.2015.

<http://www.Moz.com> 2015. Viitattu 7.11.2015.

Nielsen Jakob 1993. Usability Engineering. Academic Press, Boston.

Nielsen, Jakob 2000. www-suunnittelu. Edita, Helsinki.

Roberts, Mary 2008. Internet marketing: Integrating online and offline strategies. 2.painos. Thomson, Us.

Saskia Salomaa 2014. Hakusanamainonnan ABC–matkaopas AdWords–mainonnan saloihin. Mandarinfish Publishing, Helsinki.

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

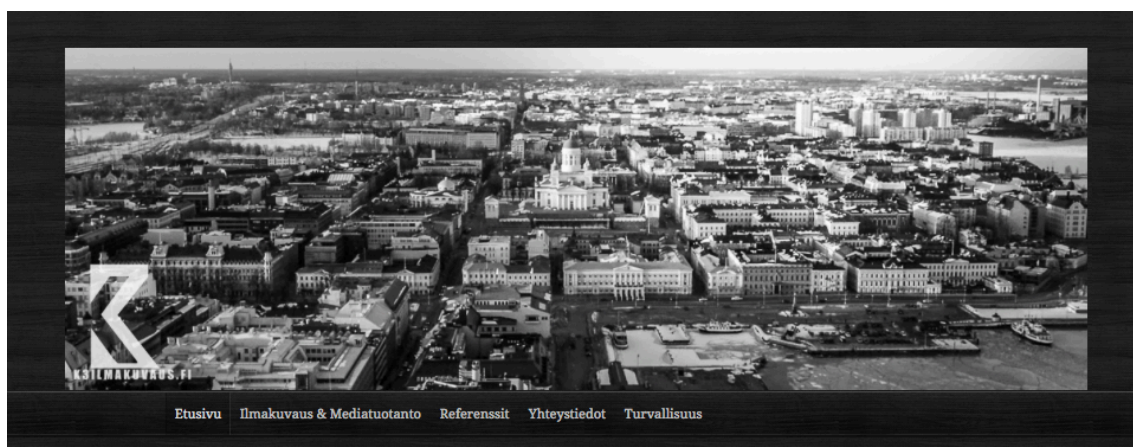
Sipilä, Jarkko 2014. Mitä on sujuva verkkoviestintä? 18.11.2014
[Http://www.rajasoft.fi/mita-on-sujuva-verkkoviestinta](http://www.rajasoft.fi/mita-on-sujuva-verkkoviestinta). Viitattu 20.11.2015.

www.Trafi.fi. Viitattu 16.11.2015.

Vuokko, Pirjo 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. WSOY, Helsinki

Wuorisalo, Jarno 2015. Online-markkinoija Haastattelu. 15.12.2015.

K3ilmakuvaus.fi ennen



Etusivu

Share |   

Sesonki 2015 käy kuumana. Kurkista missä lentelemme ja kuvailemme myös Facebook-sivuiltamme:
K3AerialFilms & AERIAL MADNESS

K3 Ilmakuvaus - UAV multikopterilla uusi ulottuvuus kuviin ja videoihin

K3 Ilmakuvaus tarjoaa monipuolisia ilmakuvauspalveluja asiakkaiden tarpeisiin. Kuvaamme UAV radio-ohjattavilla multikoptereilla, eli moniroottorisilla RC-helikoptereilla. K3 Ilmakuvaus takaa hyvin visuaaliset aerial video-ajot ja still-kuvakulmat. Mid air-kuvaus antaa syvän kolmiulotteisuuden kuville ja videoille. Kustannusnopea ja -tehokas kuvaustoiminta tapahtuu alle 150 metrin korkeudessa. Kaluston viennillä kuvausalueelle on hyvin vähän rajoitteita. Kuvaustapahtuma on hyvin nopeasti suunniteltavissa ja toteutettavissa. Teemme aina asiakkaidemme kanssa räätälöidyn paketin tarpeet huomioon ottaen, oli kyse kiinteistöilmakuvasta tai vaikka mainosvideo- tai elokuvatuotantoon sovitettavasta toinnnasta. Kysy tarjouta ilmakuvauspalvelustamme.

Hyvää ilmakuvausvuotta 2014

Perustimme www.virtualworx.fi kanssa uuden yhteistyönimen, ja voit seurata meidän 2h10n "Hi-End" ilmakuvaus työtämme ja making off meidän ikä rykkällemällä tai ihan vain tutustumalla uuteen "AERIAL MADNESS" Facebook-sivuumme.

Tässä uusi Ilmavideonäytteemme:
"K3 Ilmakuvaus & Virtual Worx Finland Aerial Film Showreel 2014"

K3 ilmakuvaus uutiset

30.6.2015
Kuvassimme materiaalia Stora Enson videoon.

7.3.2014
K3 Ilmakuvaus ja Virtual Worx Finland kuvasi Muutoksiä elokuvaan

27.7.2013
Kuvassimme materiaalia "Ice1Racing" motocross-teamille

3.7.2013
K3ilmakuvaus.fi ja Virtualworx.fi yhteistyöhön

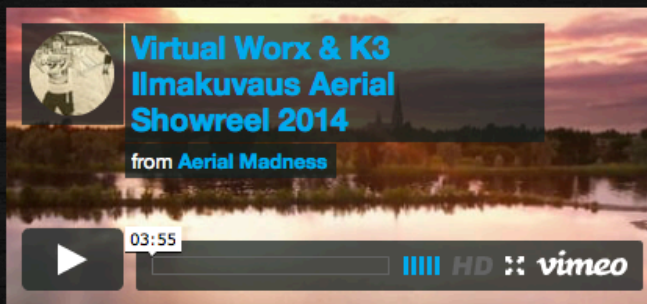
23.4.2013
Tekniikan Maailman Lavamönkijätesti-video

Yhteystiedot

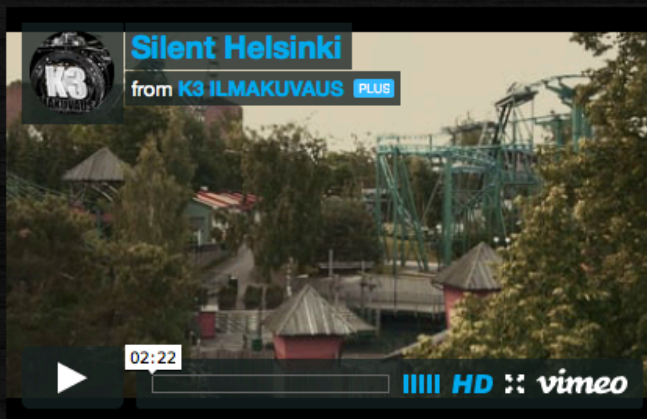
K3 Ilmakuvaus
www.k3ilmakuvaus.fi

K3 Ilmakuvaus päämaja sijaitsee Lauttasaarella Helsingissä

Kuvauspalveluista vastaa:



Katso mitä multikopteri ilmakuvauksella voidaan saada aikaan parhaimmillaan 2h:n yhteistyöllä vain muutamalla lennolla. Tässä viimeisin esimerkki videomme ilmakuvaustöidemme lomassa, www.virtualworx.fi kanssa 4 tunnin aikana, kuvattuna Silent Helsinki - "Juhannusvideosta"



Kuvausparveista vastaa:
18/24 kaikkien tiedusteluihin vastaa
s-posti: karrri@k3ilmakuvaus.fi
p. 044 2894426

Teemme myös kokonaisla
videotuotantoja:

Tiedustele vaikka yrityksenne
kokonaisen videon tuotannon
mahdollisuudesta tarkemmin.

"Nettisivu, Youtube & Facebook"-
video-markkinoinnista meillä on jo
vankka kokemus.

Kysy lisää, niin kerromme
mielilläämme lisää
mahdollisuuksista.
Suunnitellaan Yhdessä!

info@k3ilmakuvaus.fi
puhelinno 044 2894426

Yrityksen tiedot:
K3 Aerial Films Oy
Torikatu 30
80100 Joensuu
Ly 2589214-8

Vimeo Channel



Ilmakuvaus & Mediatuotanto

Share |   

UAV ilmakuvauspalvelut

- Kuvaamme multikopterilla ammattitasoisia still-ilmakuvia täysikennoisella järjestelmäkameralla.
- Kuvaamme multikopterilla liikkuvaa HD-tasoista videokuvaa ensisijaisesti laatulinsseillä varustetulla järjestelmäkameralla.
- Pystymme tuottamaan myös 360 panorama ilmakuvia
- Käytettävä kuvauskalusto määräytyy tehtävän mukaan
- Kuvaus myös tarvittaessa ammattivideokameroilla
- Tarjoamme myös editointipalvelun.
- Lennämme noin 15 minuuttia kerrallaan.
- Näitä jaksoja voi olla useita peräkkäin.
- Lennämme noin 10 minuutin mittaisia suunnitelmallisia lentoja
- Kuvaamisen toimintalämpötilat ovat Suomen kesä - talven alle -20 asteen pakkaset.
- Kuvaamme videokuvaa 0 - 10 m/s tuulella. Kovemalla tuulella päätös on tapauskohtainen.
- Kuvaamme still-kuvia alle 15 m/s tuulella. Päätökset tehdään tapauskohtaisesti.
- Nostamme kuvauslaitteet jopa 150 metrin korkeuteen.

Mihin tarkoituksiin ilmakuvausta voi käyttää ?

- Mainosten, televisio-ohjelmien ja elokuvaprojektien ilmakuvaus
- Vesistö-, rakennus-, ym. vahinkojen kartoitus
- Siltojen- ja tornien kuntokartoitus
- Kadonneiden etsintä
- Musiikkivideot
- Kiinteistöjen esittelyilmakuvat ja -videot
- Maa-alueiden kuvaaminen esimerkiksi lupatarkoituksiin
- Erilaiset kilpailut
- Tapahtumien video ja still kuvaukset maasta ja ilmasta, esimerkiksi urheilukilpailut, häät

Ilmakuvaus alle 150 metrin korkeudella tunnetaan monella nimellä; UAV, ilmakuvaus, kopterikuvaus, aerial shoot, pienoiskopterikuvaus, radio-ohjattava lentokonekuvaus. Kaikki ne periaatteessa tarkoittavat samaa asiaa

K3 ilmakuvaus uutiset

30.6.2015
Kuvassimme materiaalia Stora Enson videoon.

7.3.2014
K3 Ilmakuvaus ja Virtual Worx Finland kuvasi Muutoksii elokuvaan

27.7.2013
Kuvassimme materiaalia "Ice1Racing" motocross-teamille

3.7.2013
K3ilmakuvaus.fi ja Virtualworx.fi yhteistyöhön

23.4.2013
Tekniikan Maailman Lavamönkijätesti-video

Yhteystiedot

K3 Ilmakuvaus
www.k3ilmakuvaus.fi

K3 Ilmakuvauskeskuksen päämaja sijaitsee Lauttasaarella Helsingissä

Kuvauspalveluista vastaa:
18/24 kaikkiin tiedusteluihin vastaa
s-posti: karri@k3ilmakuvaus.fi
p. 044 2894426

Teemme myös kokonaisvideoituotantoja:

Tiedustele vaikka yrityksenne kokonaisen videon tuotannon mahdollisuudesta tarkemmin.

"Nettisivu, Youtube & Facebook"-video-markkinoinnista meillä on jo vankka kokemus. Kysy lisää, niin kerromme mielellämme lisää mahdollisuuksista. Suunnitellaan Yhdessä!

Referenssit

[Share](#) | [f](#) [my](#) [g+](#) [v](#)

Referenssit

Tässä Virtual Worx Finland / Olli-Pekka Mahrbergin kanssa 2 hlön yhteistyönä kuvattua multikopterivideotuotannon ensimmäistä satoa

Kuvasimme ilmakuvaa Ice1Racing motocross-teamille, sekä Hyvinkäällä järjestetyissä motocrossin MM-kilpailuissa "aerial video"-materiaalia MM-kilpailujen live-lähettykseen sekä eri medioille (YLE ja MTV3)


Tässä linkki Ice1Racingin "flow" sivuille, jossa mm. video "Rui Gonçalves Getaway in Finland" : <http://www.ice1racing.fi/flow/>

Ja tässä suoraan video, jossa ilmakuvaamme mukana.

Oli myös kunnia työskennellä tähän projektiin legendaarisen tuotantofirman MVP74.COM kanssa.

Enjoy the ride! **"Rui Gonçalves Getaway in Finland"**

Iceone Racing: Rui Gonçalves Getaway in Finland



🕒 ↶

Aloitimme yhteistyön alkukevästä Virtual Worx Finland / Olli-Pekka Mahrbergin kanssa kuvaamalla vielä salaiseen suomenelokuvaan. Ensi-ilta lienee tammikuun 2014 aikoihin ;)

Elokuvashoottien jälkeen päätimme kuvata "samoilla silmillä" läpi juhannusaattoyön hiljentynyttä Helsinkiä. Tässä siis pieni vilaus miten 2 hlön toimesta saadaan maukkaampia kamera-ajoja kerralla purkkiin.

Tässä ensimmäinen yhteistuotoksemme "Silent Helsinki"-niminen kopterivideo:

K3 ilmakuvauus uutiset

30.6.2015
Kuvasimme materiaalia Stora Enson videoon.

7.3.2014
K3 ilmakuvauus ja Virtual Worx Finland kuvasi Muutoksiä elokuvaan

27.7.2013
Kuvasimme materiaalia "Ice1Racing" motocross-teamille

3.7.2013
K3 ilmakuvauus.fi ja Virtualworx.fi yhteistyöhön

23.4.2013
Tekniikan Maailman Lavamönkijätesti-video

Yhteystiedot

K3 ilmakuvauus
www.k3ilmakuvaus.fi


K3 ilmakuvauksen päämaja sijaitsee
Lauttasaarella Helsingissä

Kuvauspalveluista vastaa:
18/24 kaikkiin tiedusteluihin vastaa
s-posti: karri@k3ilmakuvaus.fi
p. 044 2894426

Teemme myös kokonais videotuotantoja:

Tiedustele vaikka yrityksenne kokonaisen videon tuotannon mahdollisuudesta tarkemmin.

"Nettisivu, Youtube & Facebook"-video-markkinoinnista meillä on jo vankka kokemus.
Kysy lisää, niin kerromme mielellämme lisää mahdollisuuksista.



Silent Helsinki

from **K3 ILMAKUVAUS** PLUS

Suunnitellaan Yhdessä!
info@k3ilmakuvaus.fi
puhelinno 044 2894426


Yrityksen tiedot:
K3 Aerial Films Oy
Torikatu 30
80100 Joensuu
Ly 2589214-8

02:22 **HD** :: vimeo

Tuotimme syksyllä 2012 ilmakuvaa Tekniikan Maailman Lavamönkijätesti videoon.

Hauskaa oli, onneksi väistökokeessa ei kaaduttu kyljelleen :)

Vertailu: Lavamönkijät tositoimissa (full hd)




Tekniikan Maailman Talviauto 2013

K3 Ilmakuvaus oli mukana kuvaamassa liikkuvaa ilmakuvaa Tekniikan Maailman Talviauto 2013 testin videoihin Ivalossa tammikuun alussa.

Tässä videoita, joissa kaikki ilmakuvaus by K3 Ilmakuvaus

Talviauto 2013 video 1:

Vimeo Channel





Talviauto 2013 video 2:



traileri autotestivideoista:



Lumon.fi

Kuvasimme Lumonin parvekemainoksiin "aerial-video"-materiaalia.

Tässä yksi Lumonin videoista, joissa K3ilmakuvauksen tuottamaa ilmakuvaa:



Mäkiauto GP 2012

Olimme kuvaamassa ilmakuvia Tähtitorninmäellä todella mielettömästä Red Bull Mäkiauto GP 2012 tapahtumasta. 61 joukkoa oli todella satsannut kulkupeleihinsä ja huikeaan showhun.

Katso tapahtuman huikeita tunnelmia ja ACTIONIT klikkamalla itsesi RED BULLin kuvagalleriaan.



Ilmakuvia aiemmista töistä:



Yhteystiedot

[Share](#) | [f](#) [my](#) [3](#) [t](#)


Tiedustelut ja tarjouspyynnöt:

K3 Ilmakuvaus toimii pääkaupunkiseudulta käsin. Toinen toimipisteemme sijaitsee Joensuussa. Ota yhteyttä, kerro tarpeesi ja kysy lisää!

K3 Ilmakuvauksen päämaja sijaitsee Lauttasaarella Helsingissä.

Kuvauspalveluista päivittäin 18/24h kaikkiin tiedusteluihin vastaa
s-posti: karri@k3ilmakuvaus.fi
p. 044 2894426

Tarjouspyynnöt ja lisäinfoa palveluistamme omaan videotuotantoosi voit tiedustella tarkemmin:
info@k3ilmakuvaus.fi
puhelinno 044 2894426



Yrityksen tiedot:

K3 Aerial Films Oy
Torikatu 30
80100 Joensuu
Ly 2589214-8

info@k3ilmakuvaus.fi
tai puhelin: 044-2894426

K3 ilmakuvaus uutiset

30.6.2015
Kuvasimme materiaalia Stora Enson videoon.

7.3.2014
K3 Ilmakuvaus ja Virtual Worx Finland kuvasi Muutoksii elokuvaan

27.7.2013
Kuvasimme materiaalia "Ice1Racing" motocross-teamille

3.7.2013
K3ilmakuvaus.fi ja Virtualworx.fi yhteistyöhön

23.4.2013
Tekniikan Maailman Lavamönkijätesti-video

Yhteystiedot

K3 Ilmakuvaus
www.k3ilmakuvaus.fi

K3 Ilmakuvauksen päämaja sijaitsee Lauttasaarella Helsingissä

Kuvauspalveluista vastaa: 18/24 kaikkiin tiedusteluihin vastaa
s-posti: karri@k3ilmakuvaus.fi
p. 044 2894426




Teemme myös kokonaisia videotuotantoja:

Tiedustele vaikka yrityksenne kokonaisen videon tuotannon mahdollisuudesta tarkemmin.

"Nettisivu, Youtube & Facebook"-video-markkinoinnista meillä on jo vankka kokemus. Kysy lisää, niin kerromme mielellämme lisää mahdollisuuksista. Suunnitellaan Yhdessä!

Turvallisuus

Etusivu Ilmakuvaus & mediatuotanto Referenssit Yhteystiedot Turvallisuus

Share |   

Turvallisuus

- Emme kuvaa kaikkialla ja kaikissa olosuhteissa.
- Ilmakuvaustapahtumaan liittyvät riskit määritellään aina tapauskohtaisesti ja sen mukaan päätämme miten toimimme turvallisesti
- Kuvaustapahtuma suunnitellaan ja valmistellaan etukäteen ja tarkennetaan paikan päällä lopullisesti ennen ilmakuvaustilannetta.
- Kuvauskopterissa on turvallisuus- ja varajärjestelmät.
- Toimintamme on vastuuvakuutettua.
- Noudatamme ilmailulakia, joka määrää toiminnan mahdollisuudet ja rajoitteet.
- EMME LENNÄ YLEISÖN PÄÄLLÄ TAPAHTUMISSA! (Ihmisten päällä lennäimme ainoastaan ilmakuvaustuotannoissa, jotka on käsikirjoitettu ja suoritetaan suljetussa ympäristössä. Tällöin turvallisuussuunnitelma on aina ennalta käyty läpi näyttelijöiden / urheilijoiden kanssa.

K3 ilmakuvaus uutiset

30.6.2015
Kuvasimme materiaalia Stora Enson videoon.

7.3.2014
K3 Ilmakuvaus ja Virtual Worx Finland kuvasi Muutoksii elokuvaan

27.7.2013
Kuvasimme materiaalia "Ice1Racing" motocross-teamille

3.7.2013
K3ilmakuvaus.fi ja Virtualworx.fi yhteistyöhön

23.4.2013
Tekniikan Maailman Lavamönkijätesti-video

Yhteystiedot

K3 Ilmakuvaus
www.k3ilmakuvaus.fi

K3 Ilmakuvauksen päämaja sijaitsee
Lauttasaarella Helsingissä

Ulkoasuehdotukset uusille sivuille ja lopulliset sivut

1. Versio

K3 ILMAKUVAUS [Etusivu](#) [Ilmakuvaus & Mediatuotanto](#) [Referenssit](#) [Yhteystiedot](#) [Turvallisuus](#)

[f](#) [v](#)

UAV multikopterilla uusi ulottuvuus

K3 Ilmakuvaus tarjoaa monipuolista ilmakuvauspalveluja asiakkaan tarpeisiin. Käytämme UAV-radiokontrolloituja multikoptereita eli moniroottoreilla RC-helikoptereilla.

TUTUSTU ILMAKUVAUKSEEN

[K3 Ilmakuvaus ja Virtual Worx Finland kuvasti Muutoski elokuvaan](#) [Kuvaisimme materiaalia "IceRacing" motocross-teemille](#) [K3ilmakuvaus.fi ja Virtualworx.fi yhteistyöhön](#)

UAV ilmakuvauspalvelut

K3 Ilmakuvaus - UAV multikopterilla uusi ulottuvuus kuvoin ja videoihin

K3 Ilmakuvaus tarjoaa monipuolista ilmakuvauspalveluja asiakkaiden tarpeisiin. Kuvaamme UAV-radiokontrolloituja multikoptereilla, eli moniroottoreilla RC-helikoptereilla.

K3 Ilmakuvaus takaa hyvän visuaalisen aerial video-ajot ja stilli-kuvakulmat. Mid-air-kuvaus antaa syvän kolmiulotteisuuden kuville ja videoille.

Kustannusnopea ja -tehokas kuvaustoiminta tapahtuu alle 150 metrin korkeudessa. Kaluston viennillä kuvausalueella on hyvin vähän rajoitteita. Kuvaustapahtuma on hyvin nopeasti suunniteltavissa ja toteutettavissa.

Teemme aina asiakkaidemme kanssa räätälöidyn paketin tarpeet huomioon ottaen, oli kyse kilpailuilmakuvausta tai vaikka mainosvideo- tai elokuvatuotantoon sovitettavasta toiminnasta.

Kysy tarjoustamme ilmakuvauspalvelustamme.

KYSY TARJOUS

Yhteystiedot

K3 Aerial Films Oy
Torikatu 30, 00100 Joensuu
Ly 2589214-8
www.k3ilmakuvaus.fi

Kuvauspalveluista vastaa:
18/24 kaikkien tiedusteluihin vastaa
s-posti: kari@k3ilmakuvaus.fi
p. 044 2894426

Mäkiauto GP 2012
Tässä uusi ilmavideonäytteenomme: "K3 Ilmakuvaus & Virtual Worx Finland Aerial Film Showreel 2014"
Katso video

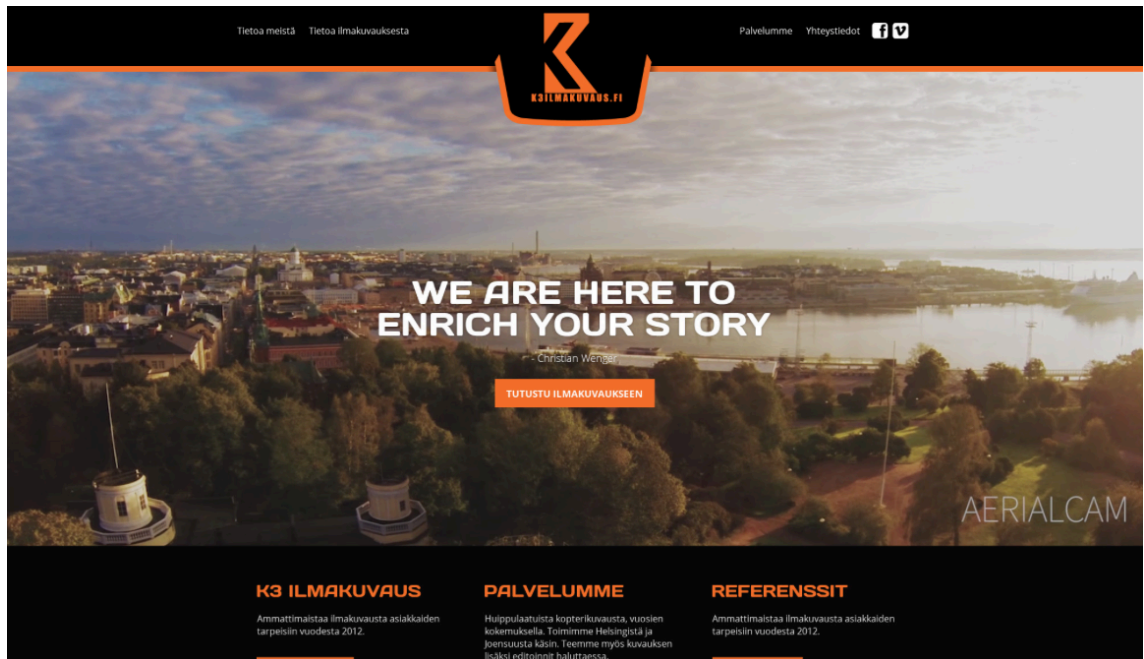
IceRacing
Kuvaisimme ilmakuvaus IceRacing motocross -teemalle, sekä Hyvinkäällä järjestetyssä motocrossin MM-kilpailussa "aerial video" materiaalia MM-kilpailujen live-lähettykseen sekä eri medioille (YLE ja MTV3)
Katso video

TM Talviauto 2013
K3 Ilmakuvaus oli mukana kuvaamassa liikkuvaa ilmakuvaus Tekniikan Maailman Talviauto 2013 testin videoihin valossa tammikuun alussa.
Katso video

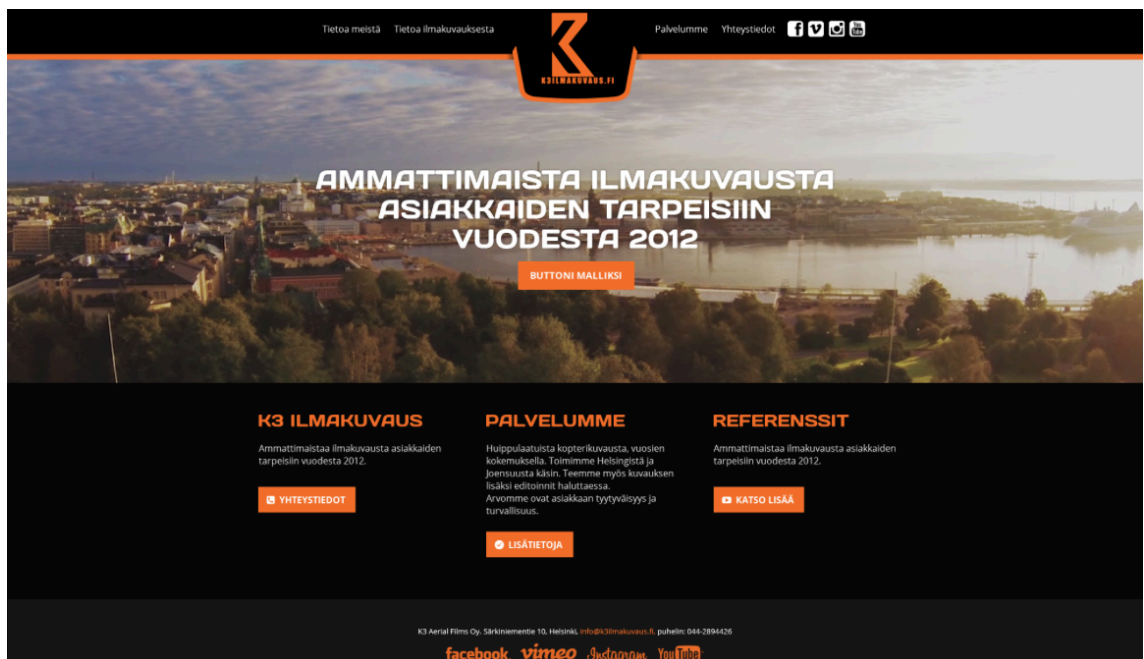
Virtual Worx & K3 Ilmakuvaus Aerial Showreel 2014
from Aerial Madness

Silent Helsinki
from K3 ILMAKUVAUS

2. Versio



3. Versio



Lopulliset sivut

Etusivu

Turvallisuus Palvelumme Yhteystiedot Referenssit

K3 ILMAKUVAUS.FI

AMMATTIMAISTA ILMAKUVAUSTA ASIAKKAIDEN TARPEISIIN VUODESTA 2012

GIMBAL CAM

Turvallisuus Palvelumme Yhteystiedot Referenssit

K3 ILMAKUVAUS PALVELUMME REFERENSSIT

Ammattimaistaa ilmakuvausta asiakkaiden tarpeisiin vuodesta 2012.

YHTEYSTIEDOT

Huippulaatuista kopterikuvausta, vuosien kokemuksella. Toimimme Helsingistä ja Joensuusta käsin. Teemme myös kuvauksen lisäksi editoinnit haluttaessa. Arvomme ovat asiakkaan tyytyväisyys ja turvallisuus.

LISÄTIETOJA

Tutustu uusimpiin työnäytteisiimme.

KATSO LISÄÄ

K3 Aerial Films Oy, Särkiniementie 10, Helsinki, info@k3ilmakuvaus.fi, puhelin: 044-2894426

facebook. vimeo Instagram YouTube

Turvallisuus

Turvallisuus Palvelumme Yhteystiedot Referenssit





K3 ILMAKUVAUS.FI


- TURVALLISUUS -

TURVALLISUUS


- Turvallisuus on K3 ilmakuvausten tärkein arvo.
- Noudatamme Trafikin sääntöjä sekä ilmalakeja, jotka määrittävät toiminnan mahdollisuudet ja rajoitteet
- Mahdollisilla lentokieltoalueilla tiedustelemme erityisluvut. Ilmakuvaus tapahtuu aina pilotin vastuulla ellei kyseessä ole viranomais toiminta.
- Emme lennä turvallisuussyistä ihmisjoukkojen päällä
- Ennen jokaista kuvausta kartoitamme mahdolliset riskitekijät, tutustumme alueeseen ja suunnittelemme kuvauksen mahdollisimman valmiiksi
- Toimintamme on vastuuvakuutettua
- Koptereissamme on turvallisuus- ja varajärjestelmät esimerkiksi laskuvarjot

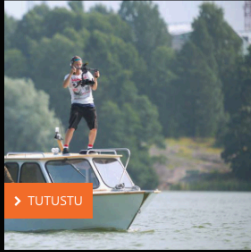
Palvelumme


Turvallisuus Palvelumme Yhteystiedot Referenssit    




- PALVELUMME -

 **Ilmakuvaus** > TUTUSTU

 **Gimbaalikuvaus** > TUTUSTU

 **Konsultaatiopalvelut** > TUTUSTU

 **Editointi- ja videotuotantopalvelut** > TUTUSTU

Yhteystiedot

Turvallisuus Palvelumme Yhteystiedot Referenssit    








- YHTEYSTIEDOT -

Puh. +358 (0) 44 289 4426
E-mail: karri@k3ilmakuvaus.fi

TOIMIPISTE:



Turvallisuus Palvelumme Yhteystiedot Referenssit    



Karri Kolmonen
Särkiniementie 10 a 3
00210 Helsinki
E-mail: karri@k3ilmakuvaus.fi
Puh. +358 442894426





Yrityksen tiedot:


K3 Aerial Films Oy
Torikatu 30
80100 Joensuu
Ly 2589214-8
E-mail: info@k3ilmakuvaus.fi
Puh. +358 44 2894426

OTA YHTETTÄ

Pakolliset kentät *

Nimi *

Turvallisuus Palvelumme Yhteystiedot Referenssit    



Pakolliset kentät *

Nimi *

Sähköposti *

Viesti *

Paljon on 10 miinus 6? *

LÄHETÄ

Referenssit

The image shows a screenshot of a website with a dark theme and orange accents. The website header includes navigation links: 'Turvallisuus', 'Palvelumme', 'Yhteystiedot', and 'Referenssit'. There are also social media icons for Facebook, Vimeo, Instagram, and YouTube. The main content area is titled '- REFERENSSIT -' and features two video thumbnails. The first video is titled 'Virtual Worx & K3 Ilmakuvaus Aerial Showreel 2014' and is from 'Aerial Madness'. The video frame shows a sunset over a lake with a church spire in the background. The second video is titled 'Suuri Seteliröstö Elokuva Bijsonimafia' and shows a woman in a winter hat in a snowy field. The website footer includes a video player interface with a play button, a progress bar at 03:55, and the Vimeo logo.