

## Ohjelmistokehittäjän työ asiakastapahtumien taustalla

Sofia Salejärvi



<b>Tekijä(t)</b> Sofia Salejärvi	
<b>Koulutusohjelma</b> Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Ohjelmistokehittäjän työ asiakastapahtumien taustalla	<b>Sivu- ja liite- sivumäärä</b> 69
<b>Opinnäytetyön otsikko englanniksi</b> Working as a software developer behind customer events	
<p>Opinnäytetyö on suoritettu päiväkirjana aikavälillä 23.1.2017 – 16.4.2017. Opinnäytetyössä on raportoitu päivittäisiä työtehtäviä ja koostettu jokaisen viikon päätteeksi analyysi, jossa on pohdittu tarkemmin viikolla esiintyneitä ongelmia ja selvitetty teorian kautta niihin ratkaisuja. Opinnäytetyön alussa käsitellään lähtötilannetta, jota verrataan viikoittaisiin raportteihin työn lopussa olevissa päätelmissä.</p> <p>Työjakso on suoritettu 11 viikon aikana kolmena päivänä viikossa mFabrik Oy -nimisessä ohjelmistokehitysyrityksessä, joka tekee digitaalisia ratkaisuja asiakastapahtumiin. Kyseessä on pienyritys, jonka suurin markkina on Suomessa. Työtehtävät vaihtelevat paljon tuotannon ja myynnin välimaastossa, käsittäen esimerkiksi verkkosivujen tekoa, myynnin tueksi tarkoitettujen dokumenttien laatimista ja sovellusten testausta. Viimeisillä viikoilla kirjoittaja lähti ottamaan haltuun yrityksen viemistä sosiaaliseen mediaan ja laajentamaan osaamistaan verkkosivujen kanssa.</p> <p>Seurantajakson aikana havaittiin, että kolmenkin kuukauden aikana ehtii tapahtua suuria muutoksia ammatillisen profiilin kannalta. Kirjoittaja sai lisää itsevarmuutta työhönsä ja löysi suunnan, johon alallaan erikoistua. Myös entistä vahvempi into työsuhteen jatkamiseen löytyi osittain työkavereiden kannustuksen ja työtehtäviin liittyvän luottamuksen ansiosta. Pohdinnoissa kävi myös ilmi, että analyysejä varten etsitty teoriatausta antoi hyvää tukea työtehtävissä kohdattuihin ongelmiin, mutta yhtä tiivistä analysointia kirjoittaja ei aio työssään jatkaa.</p>	
<b>Asiasanat</b> WWW-sivustot, testaus, myynninedistäminen, NFC-teknologia	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Keskeiset ammattikäsitteet.....	2
2	Lähtötilanteen kuvaus .....	4
2.1	Oman nykyisen työn analyysi.....	4
2.2	Sidosryhmät työpaikalla .....	7
2.3	Vuorovaikutustaidot työpaikalla.....	8
3	Päiväkirjaraportointi.....	10
3.1	Seurantaviikko 1 .....	10
3.2	Seurantaviikko 2 .....	14
3.3	Seurantaviikko 3 .....	18
3.4	Seurantaviikko 4 .....	23
3.5	Seurantaviikko 5 .....	28
3.6	Seurantaviikko 6 .....	32
3.7	Seurantaviikko 7 .....	36
3.8	Seurantaviikko 8 .....	42
3.9	Seurantaviikko 9 .....	47
3.10	Seurantaviikko 10 .....	52
3.11	Seurantaviikko 11 .....	57
4	Pohdinta ja päätelmät.....	63
	Lähteet .....	66

# 1 Johdanto

Opinnäytetyö suoritetaan päiväkirjana aikavälillä 23.1. - 16.4.2017 raportoiden työtehtäviä, joita tulee vastaan ohjelmistokehittäjille asiakastapahtumien taustalla. Työtehtävät raportoidaan joka päivä ja viikon päätteeksi koostetaan analyysi, jossa pohditaan ongelmanratkaisua tai jotain viikon aikana esiin nousutta teemaa teorian kautta. Opinnäytetyössä kuvataan kirjoittajan ammatillista kehittymistä kahdentoista viikon aikana.

Työskentelen osa-aikaisesti kolmena päivänä viikossa mFabrik Oy -nimisessä ohjelmistokehitysyhtiössä, joka on perustettu vuonna 2001. mFabrik on toteuttanut ajan saatossa monia projekteja asiakkaille, joista muutamia esimerkkejä ovat YLE Areena, Finnair-lentojen tablettiratkaisut ja verkkosivut useille eri asiakkaille. Nykyään yritys pyrkii vahvistamaan omien tuotteidensa myyntiä erinäisiin tapahtumiin. Teemme NFC- ja RFID-ratkaisuja erilaisiin asiakastapahtumiin, tarjoamme lähimaksusovelluksen tapahtumiin yhteistyökumppanimme arvato Bertelsmannin kanssa ja edistämme Augmented Reality -kokemusten näkyvyyttä Selfie Wall -sovelluksellamme yhteistyökumppanimme VTT Oy:n kanssa. Asiakkaamme ovat niin suomalaisia kuin ulkomaalaisiakin.

Työpisteeni sijaitsee mFabrikin konttorilla Hakaniemessä, jossa työskentelee lisäksi neljä koodaajaa, kaksi myyntiedustajaa ja toimitusjohtaja. Työympäristöni on monikulttuurinen, sillä kaksi työntekijöstämme on Aasiasta lähtöisin. Näin ollen työkieli on englanti, vaikka muiden suomalaisten kanssa puhummekin suomea. Toimistotiloissamme on myös muiden yritysten toimistoja. Olemme sen verran pieni yritys, että suoritamme työtehtäviä niin sanotusti yli rajojen, eli kukaan ei keskity vain tietyn tyyppisiin tehtäviin. mFabrikilla on sisaryrityksiä, alihankkijoita ja tiiviitä yhteistyökumppanuuksia, näistä lisää myöhemmin.

Työtehtävissäni vaaditaan monenlaista osaamista. Verkkosivuja tehdessä täytyy vähintään hallita html, css ja Bootstrap, ymmärtää toimivaa käyttöliittymäsuunnittelua, osata käyttää Adobe Photoshopia ja omata visuaalista silmää sommitteluun ja värien käyttöön. Kutsuja ja muita myyntitehtäviä tehdessä täytyy hallita hyvä suomen kielen taito sekoitetuna sopivan innostavaan kieliasuun. NFC- ja RFID-ratkaisuja toteuttaessa täytyy osata koota työpiste sirujen alustamista varten, hallita alustamiseen käytettävä ohjelmisto ja koota toimiva ympäristö itse tapahtumapaikalle. Toimivan ympäristön kasaamista tarvitaan aika lailla kaikkeen tekemiseeni itse tapahtumissa.

Opinnäytetyön yhtenä teoriapohjana aion käyttää Sampsa Hyysalon kirjaa Käyttäjä tuotekehityksessä - Tieto, tutkimus, menetelmät. Se käsittelee hyvää tuotekehitystä, joka ottaa huomioon käyttäjien tarpeet ja halut. Lisäksi otan avukseni Minna Hannikaisen opin-

näytetyön Yrityksen tekemän tilapäivityksen houkuttelevuus Facebookissa: Case: Jounin kauppa. Yrityksemme ei juuri käytä sosiaalisen median tilejä, joten Hannikaisen teettämän tutkimuksen tulokset voisivat olla meitäkin hyödyntävä asia.

## 1.1 Keskeiset ammattikäsitteet

**AfterPay**, lähimaksusovellus, jossa joko ladataan haluttu summa prepaidinä rannekkeen NFC-sirulle, ja maksetaan ostokset vilauttamalla ranneketta lukijaan, tai ostetaan luotolla, jolloin saadaan lasku ostoksista jälkikäteen.

**Augmented Reality**, suom. lisätty todellisuus, eli kuvien lisääminen todellisuuteen näytön avulla.

**Bootstrap**, verkkosivukoodaamisessa käytetty viitekehys, joka sisältää valmiiksi koodattuja HTML ja CSS malleja vapaasti käytettäviksi.

**Event Center**, työkalu asiakastapahtumiin, jonka avulla asiakkaita voi rekisteröidä, tarkastella sekä muokata tietoja ja nähdä saapumistilanteen.

**Jira**, tehtävienhallintaohjelmisto, jonka avulla projekti voidaan pilkkoa pienemmiksi kokonaisuuksiksi ja siten tehdä hallinnasta helpompaa. Mahdollistaa myös tuntikirjanpidon sekä virheiden ja tukipyyntöjen raportoinnin.

**Mock-up**, prototyyppi esimerkiksi sivuston halutusta ulkoasusta, jossa ei ole vielä toiminnallisuutta mukana.

**NFC**, Near Field Communication, eli tekniikka tunnistamiseen ja tiedonsiirtoon lyhyellä välimatkalla.

**QR to NFC**, tablettisovellus, joka skannaa QR-koodin, muuntaa sen linkiksi ja polttaa linkin NFC-sirulle.

**RFID**, Radio Frequency IDentification, eli radiotaajuinen etätunnistus tiedon lukemiseen ja tallentamiseen pitemmällä välimatkalla.

**Selfie Wall**, AR-tekniikkaa hyödyntävä sovellus, jossa kävijä upotetaan näytöllä olevaan kuvaan 3D-kameratekniikalla.

**Wireless Event Manager (WEM)**, sovellus sähköpostien ja tekstiviestien lähettämiseen sekä ennakoilmoittautumisten keräämiseen.

## 2 Lähtötilanteen kuvaus

### 2.1 Oman nykyisen työn analyysi

Olen vielä aloittelija työtoverieni rinnalla, joten saan hoitaakseni työtehtäviä, jotka sopivat taitotasooni. Näitä ovat yleensä graafiset tehtävät, joita toinen graafikkomme ei ehdi hoitaa, NFC- ja RFID-korttien valmistelu asiakastapahtumiin, laitteiston huolto ja päivittäminen sekä muut pienet hommat. Työni vaatii siis tarkkuutta, kärsivällisyyttä, kykyä ratkoa vastaan tulevia ongelmia itsenäisesti ja luovuutta. Jäsennän työtehtäviäni tarkemmin seuraavissa kappaleissa.

Listana työtehtäviäni näyttävät pitkälti tältä:

- Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus Bootstrapia hyödyntäen.
- Graafisen sisällön tuottaminen erilaisiin tarkoituksiin.
- NFC- ja RFID-korttien valmistelu.
- Asiakastapahtumissa infotiskillä palvelu ja uusien kävijöiden rekisteröinti tietokantaan.
- Laitteiston huolto ja päivittäminen, uusien sovellusten asentaminen ja testaaminen.
- Laitteiston pystyttäminen tapahtumiin.

Verkkosivujen toteuttamista varten aloitan yleensä luonnostelemalla sivun rakennetta ja eri tietojen esitystapaa joko paperille tai piirtopöydän avulla suoraan sähköisesti Adobe Photoshopiin. Käytämme yleisimmin Bootstrapia verkkosivujen tekoon, joten pyrin keksimään haluamaani esitystapaa vastaavan esimerkin Bootstrapin valikoimasta. Mikäli sivun rakenne vastaa jotain aiemmin toteuttamaani sivustoa, otan kyseisen koodin pohjakseni. Aina tulee tilanteita, jolloin jokin sivun osa vaatii sopivan ratkaisun etsimistä netistä. Käytin esimerkiksi ensimmäisen Lightbox-galleriani kuntoon saamiseen lähes kaksi työpäivää, kun ensimmäiset mallikoodini eivät toimineet niin kuin olisin toivonut. Kuvat sivuille haen hyväksi toteamastani kuvapankista, ja muokkaan niitä tarpeen mukaan Photoshopilla. Valmiiden sivustojen tulee olla työtovereideni hyväksymät, responsiiviset ja mahdollisimman monilla selaimilla sekä laitteilla toimivat.

Tähänastisen työurani aikana olemme tehneet vain yhden RFID-siruja käyttävän tapahtuman, joten voin todeta tämän varsin harvinaiseksi ratkaisuksi. NFC- ja RFID-sirujen ero on se, että NFC-siru toimii lukijaa koskettamalla, ja RFID-siru toimii välimatkan päältä. Välimatka tuo mukanaan tiettyjä hankaluuksia, sillä sirun ja lukijan välillä ei saa olla mitään. Havaitsemiamme ongelmia olivat esimerkiksi taskuissa pidetyt kortit ja ryhmänä

kulkevat ihmiset, jolloin joku aina blokkasi vieressä kulkevan kortinomistajan havaitsemisen. Näin ollen RFID-siruilla toteutetut ratkaisut ovat aina vähän epävarmoja, ja tästä syystä suosittelemme aina NFC-siruja asiakkaillemme.

Tapahtumissamme yleisin ratkaisu on käyttää NFC-siruilla varustettuja muovikortteja, mutta itse sirun saa lisättyä melkein mihin vaan. Kortit tilataan yleensä Kiinasta valmiiksi printattuina, mutta olen printannut myös itse kortteja joihinkin tapahtumiin korttitulostimellamme. Sirun käyttöönotto vaatii henkilön rekisteröintiä Event Center -sovelluksemme tietokantaan, joka generoi henkilölle verkko-osoitteen, jonka enkoodaan NFC Encoder -ohjelmalla siruun. Käytännössä tämä siis hoituu niin, että saamme asiakkaalta listan tapahtumaan tulevista asiakkaista yhteystietoineen, jotka syötämme Excelliin. Luomme tapahtuman Event Centeriin ja lisäämme asiakkaat syöttämällä koko Excel-listan sovellukseen. Kun tilaamamme kortit saapuvat, ladataan Excel-lista asiakkaista generoituine verkko-osoitteineen. Enkoodausta varten tarvitsen vain USB-liitännällä toimivan NFC-lukijan tietokoneeseen. Tämän jälkeen kopioin linkin Excelistä ja liitän sen enkoodausohjelmaan. Laitan asiakkaan kortin lukijan päälle, ja nappia painamalla ohjelma kirjoittaa liittämäni linkin siruun. Testaan aina välillä sirujen toimivuutta tableteillamme, joissa on sisäinen NFC-lukija. Mikäli kaikki toimii, sirun lukemisen pitäisi avata uusi välilehti, jossa näkyy asiakkaan nimi ja yhteystiedot. Verkkosivun toteutuksesta vastaa toinen työntekijämme.

Graafisen sisällön tuottaminen tarkoittaa tässä kaikkea, mitä oikea graafikkomme ei ehdi tekemään. Muokkaan kuvia Photoshopilla, teen välillä asiakaskorteille designeja, autan luomaan diaesityksiä myyntiedustajiemme käyttöön ja laadin kutsuja tuote-esittelyihimme. Tein kerran mainoslehtisen Selfie Wallista jaettavaksi Augmented World Expo -messuille Yhdysvaltoihin ja eniten luovuutta vaativana työnä laadin hädän edessä PowerPointilla lapun, joka printattiin tapahtumassa puolta tuntia myöhemmin kassalle osoittamaan lähimaksutuotteemme käytöstä. Työssäni tutuksi ovat tulleet myös infotiskit, joissa siis otan vastaan tapahtumapaikalla mukaan ilmoittautuvia asiakkaita, syötän heidän tietonsa Event Centeriin ja aktivoin NFC-sirun, kuten yllä tarkemmin selitin. Tarvittaessa tarkistan myös asiakkaan pyynnöstä, ovatko tietyt henkilöt saapuneet jo paikalle. Tämäkin hoituu Event Centerin kautta, joka rekisteröi tiedon sirun lukemisesta. Näin saadaan tietää, onko henkilö saapunut tapahtumapaikalle, milloin hän on poistunut ja onko hänet rekisteröity tapahtumaan etukäteen vaiko paikan päällä. Näin saadaan myös tietää, montako ihmistä tapahtumaan osallistui ja moniko jätti tulematta.

Tapahtumissamme käytetään tabletteja, joissa on sisäiset NFC-lukijat. Tehtäväni on uusia laitteita tilattaessa ottaa laite käyttöön, asentaa siihen tarvittavat sovellukset ja tarvittaessa päivittää niitä. Ennen tapahtumia pidän huolen, että kaikki tabletit ovat täyteen ladattuja ja



pakattu oikein. Mukana täytyy olla laturi ja varmuuden vuoksi ulkoinen NFC-lukija, sekä tarvittavat johdot ja teline tabletille. Tapahtumaa varten olen mukana pystyttämässä työpisteitä. Tapahtumasta riippuen vaaditaan tablettien ja NFC-lukijoiden kiinnittäminen paikoilleen, infopisteen tietokoneiden kasaus ja verkon pystyttäminen. Tapahtumien jälkeen teen inventaarin, pakkaan laitteet ja tarvittaessa puhdistan kaikki likaantuneet komponentit.

Osaamiseni vaihtelee jonkin verran eri työtehtävien välillä. NFC- ja RFID-sirujen alustamiseen liittyvät tehtävät hoituvat minulta kokemuksieni mukaan jopa nopeammin kuin muilla työntekijöillä. Näin ollen olen vähintäänkin taitava suoriutuja, ellen jopa kokenut asiantuntija. Olen esimerkiksi huomannut riskitekijöitä, joihin muut eivät ole osanneet kiinnittää huomiota, ja välittänyt ne eteenpäin esimiehelleni. On silti vielä paljon asioita, joita en tiedä.

Yrityksemme perustaa verkkosivut usein WordPress-alustan päälle, jonka käyttöä en ole vielä päässyt testaamaan. Itse verkkosivujen teko on minulle kohtuullisen helppoa, mutta WordPressiin siirtäminen tai julkaisu muuten on tähän asti annettu toiselle työntekijällemme tehtäväksi. Hallitsen html-kielen, css:n ja Bootstrapin, sekä kykenen etsimään ratkaisua verkosta ja soveltamaan sitä tarpeisiini sopivaksi. Olen tutustunut jQueryyn, JavaScriptiin ja AngularJS:än verkkosivuilla, joten osaan tarvittaessa käyttää myös niitä työssäni. Verkkosivujen julkaisun osaamisen puute on kuitenkin sen verran kriittinen, että se tiputtaa taitotasoni aloittelevaan toimijaan. Tiedostan myös tarvitsevani lisäharjoitusta esimerkiksi värien käyttöön virallisilla verkkosivuilla.

Grafiikan luomisessa olen tasoltani kokenut asiantuntija pitkän kuvataidetaustani ansiosta. Graafinen osaamiseni on varmasti suurin vahvuuteni tällä alalla. Muissa työtehtävissä, kuten työpisteiden kasaamisessa ja myyntitehtävissä olen vielä aloitteleva toimija kokemattomuuteni takia. Selviän kyllä näistäkin tehtävistä, mutta tarvitsen neuvoja päästäkseni toivottuun lopputulokseen.

Olen työskennellyt mFabrikille vasta seitsemän kuukauden ajan, joten kehitykseni on vasta aluillaan. Tämä on ensimmäinen IT-alan työpaikkani, jossa aloitin työharjoittelun merkeissä. Alussa oppiminen on nopeaa, joten koen kehittyneeni paljon jo nyt alkutilanteeseen verrattuna. Osaan toimia jo yksin ja etsiä ratkaisuja tarvittaessa itsenäisesti verkosta. Luotan enemmän omaan kykyihini, mutta tiedostan, mikäli tarvitsen apua kollegoilta. Olen nopeampi suoriutumaan työtehtävistäni, kun en koe enää tarvetta varmistaa jokaista asiaa minua kokeneemmilta.

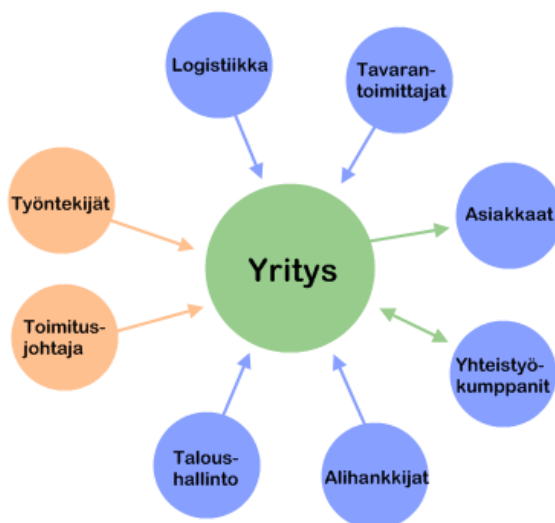
Kaikkein hyödyllisin taito, jonka voisin oppia, on työpaikkani käyttämien koodikielten hal- tuun ottaminen. Käytämme pääasiassa Node.js:ää ja PHP:tä, joita en ole käyttänyt ollen- kaan. Osaamiseni Javan kanssa on myös varsin heikkoa. Olen pitäytynyt työtehtävissä, jotka eivät vaadi suurempaa koodaustaitoa, mutta haluaisin laajentaa osaamistani myös koodaukseen. Tähän liittyen olisi hyvä, jos oppisin myös tekemään yksikkötestejä. Esi- mieheni ehdotti testausta minulle, mutten toistaiseksi ole tehnyt kuin hyvin yksinkertaisia yksikkötestejä. Voin sanoa osaavani lähinnä vain käyttöliittymätestausta, joten yksikkötes- tit olisivat hyvä aluevaltaus.

Asiakaspalvelutilanteet ovat myös asia, jossa haluan kehittyä. Olen luonteeltani ujo, joten asiakaspalvelu on aina vaikeaa minulle. Olen kuitenkin kehittynyt tällä saralla jo huomattavasti, mutta haluaisin tulla vielä sujuvammaksi. Etenkin englanninkielellä palvelu tapah- tumissa jännittää aina.

## 2.2 Sidosryhmät työpaikalla

Yrityksen sidosryhmät voidaan listata seuraavasti:

- Työntekijät
- Toimitusjohtaja
- Taloushallinto
- Alihankkijat
- Yhteistyökumppanit
- Asiakkaat
- Tavarantoimittajat
- Logistiikka



Kuvio 1. Sidosryhmät työpaikalla

Yrityksemme on siitä mielenkiintoinen organisaationa, että sisäisinä sidosryhminä nähdään vain työntekijät ja toimitusjohtaja. Taloushallintomme jakaa saman omistajan kuin me, mutta on toisen yrityksen nimissä. Tilaamme lähes joka tapahtumaan räätälöidyt kortit ja lisäksi uusia tarvikkeita laitteisiimme, jotta ne palvelisivat tapahtumissa entistä paremmin, ja tästä syntyvät sidosryhmät tavarantoimittajat sekä logistiikka. Alihankkijoita ja yhteistyökumppaneita meillä on muutamia. Yrityksen olemassa olon kannalta asiakkaat ovat sidosryhmänä tärkeimpien joukossa.

Kuvassa (kuvio 1) on esitetty oma näkemykseni siitä, mihin suuntaan työ kulkee kussakin tapauksessa sidosryhmiä tarkasteltaessa. Työtä tehdään suurimmassa osassa tapauksia yritykselle, ja tämän työn ansiosta yritys pystyy tekemään työtä asiakkaalle. Yhteistyökumppaneiden tapauksessa työtä tehdään kumpaankin suuntaan. Esimerkiksi yhteistyökumppanimme kanssa kehitetty Selfie Wall on yhteisen työpanoksen tulos, jossa VTT hoitaa kuvien jaon eri tasoihin ja me teemme koodin, joka hyödyntää näitä kuvia.

Asiakkaiden mielipide on toki kaikkein tärkein työn kannalta, jotta asiakkuus säilyy ja mahdollisesti positiivinen kuva leviää asiakkaan kautta mahdollisesti tuleville asiakkaille. Teemme työtä tiiminä, joten myös muiden työntekijöiden ja toimitusjohtajan mielipide kiinnostaa minua. Niissä tapauksissa, joissa työtä tehdään yhdessä yhteistyökumppanin kanssa, on myös yhteistyökumppanin mielipide tärkeä. Yleisesti voin siis todeta, että työni kannalta kiinnostavia mielipiteitä saan niiltä, keiden kanssa ja kenelle työtä teen.

### **2.3 Vuorovaikutustaidot työpaikalla**

Yrityksen pienestä koosta johtuen informaatio kulkee nopeasti ja suunnilleen ongelmitta. Työskentelemme kaikki samassa työpisteessä ja käytämme sähköpostia esimerkiksi tärkeiden asioiden ilmoitteluun, jos kaikki eivät ole paikalla, tiedostojen välittämiseen toisillemme ja ohjeiden antamiseen, jos emme ole esimerkiksi palaverin tai muun asiakastapaamisen takia samassa toimipisteessä. Toinen väline tiedostojen lähettämiseen ja nopeaan viestittelyyn palaverien aikana on Skype, jota myös etätöitä tehdessä käytetään. Yhteisissä keskusteluissa kielenä on englanti ulkomaalaisten työntekijöidemme takia. Suurin osa vuorovaikutuksesta tapahtuu kuitenkin kasvotusten.

Asiakkaiden kanssa keskustellaan joko sähköpostilla, Skypen välityksellä, puhelimitse tai kasvotusten tapaamisissa. Suomen ulkopuolella olevien asiakkaiden kanssa keskustelut hoidetaan aina Skype-viestien ja puheluiden välityksellä kustannussyistä. Tällöin keskusteluun saadaan myös kätevästi useampia osapuolia, kuten myyntiedustaja ja tekninen

tuki. Asiakkaille puhuttaessa täytyy olla hienovaraisempi, jotta yhteistyö säilyy mutkattomana. Oman yrityksemme sisällä voimme töksäyttää mielipiteemme tökeröstikin, mutta asiakkaan kanssa tulee olla aina korrekti ja saada asiat selitettyä selkeästi, jottei asiasta synny väärää mielikuvaa.

Itse olen niin tiiviisti tuotantopuolella, että olen keskustellut asiakkaille vain sähköpostin välityksellä ja itse tapahtumissa kasvotusten. Huomaan mukautuvani asiakkaan kirjoitustyyliin, kun henkilö tulee viestittelyn yhteydessä tutuksi. Alun muodollisuudet voivat muuttua kaverillisemmiksi, jos asiakas ottaa tämän lähestymistavan. Tapahtumissa asiakaspalvelu tulee osaksi työtä, ja tähän liittyy omia haasteita. On tärkeää, että asiakkaalle tulee positiivinen ja ammattimainen kuva meistä. Itse en esimerkiksi ole vielä päässyt asiakaspalvelutaidoissani siihen pisteeseen, että pystyisin esimieheni tavoin heittämään small talkia asiakkaan odottaessa tietojensa rekisteröintiä.

### 3 Päiväkirjaraportointi

#### 3.1 Seurantaviikko 1

*Maanantai 23.1.2017*

Palasin töihin puolen vuoden tauon jälkeen koulukiireiden hellitettyä. Tämän viikon torstaina (26.1.2017) on tulossa iso asiakastapahtuma, jonka kanssa on vielä paljon säädettävää. Minua pyydettiin hoitamaan 1600 NFC-korttia asiakkaille, 200 korttia isäntäyrityksen työntekijöille, 400 korttia paikan päällä ilmoittautuville ja tuntematon määrä kortteja jälki-ilmoittautuneille. Lähdin töihin sillä ajatuksella, että hoidan asiakkaiden 1600 korttia päivän aikana, sillä ne ovat kiireisimmät.

Työ sujui yllättävän mutkitta. Itse korttien teko prosessi on minulle hyvin tuttua kauraa, mutta aina tulee pieniä kummallisuuksia vastaan etenkin näin ison korttimäärän kanssa. Tällä kertaa kortit oli tilattu asiakkaan omalta printtifirmalta valmiiksi printattuina. Minun tehtäväni oli kirjoittaa NFC-siruille sama URL-osoite, joka asiakkaalle on generoitu Event Center -sovelluksessa. Testaan aina muutaman kymmenen kortin välein, että kaikki toimii. Tämä tehdään koskettamalla kortilla tablettimme NFC-lukijaa, ja oikein toimiessaan tabletille aukeaa uusi välilehti, jossa on asiakkaan yhteystiedot. Korttien takapuolella on myös QR-koodi, jonka pitäisi viedä samalle sivulle. Asiakkaat on selkeyden vuoksi järjestetty aakkosjärjestykseen, jonka on säilyttävä.

Päivän aikana sain hoidettua 1600 asiakkaiden korttia sekä 200 isäntäyrityksen korttia, eli sain enemmän aikaan kuin toivoin. On myös todettava, että ongelmat olivat tällä kertaa todella pieniä. Kahdeksan ongelmakorttia 1800:sta on tosi hyvä tulos ja vastaan tullut aakkostusongelma oli sen verran pienessä mittakaavassa, ettei siitä aiheutunut suurempaa päänvaivaa. Huomaan olevani paljon nopeampi korttien kanssa verrattuna viime vuoteen, jolloin olin mukana järjestämässä samaa tapahtumaa. Työhän on manuaalista ja tylsähköä, mutta mahdollistaa tämänkaltaisten tapahtumien olemassa olon.

*Keskiviikko 25.1.2017*

Tänään apuani tarvittaisiin kuulemma tapahtumapaikalla järjestelyihin ja joihinkin testeihin. Tarkempaa infoa saisin päivän mittaan. Tiedossa on siis laitteiden ja muiden tarvikkeiden kuljetusta tapahtumapaikalle ja työympäristöjen rakentelua. Päivä saattaa venähtää pitkäksi, sillä emme voi järjestellä työpisteitä ennen kuin kaikki on asiakkaan päässä kunnossa: tarvittavat pöydät ja osastot paikoillaan ja laitteiden paikat mietitty valmiiksi.

Töihin saapuessani sain ensimmäiseksi hommaksi hoitaa varakortit kuntoon niin, että ne olisivat numerojärjestyksessä 1-400 ja oikeat URL-osoitteet poltettuina siruille. Työ osoitautui luultua haastavammaksi, sillä kortit olivat ihan sekaisin, eikä ulkoapäin kortteja erotanut mitenkään toisistaan. Sain jotenkin kasattua noin sata ensimmäistä korttia, joskin välistä puuttui muutama yksittäinen kortti. Tämä kuitenkin riitti, sillä jälki-ilmoittautuneita oli vain nelisenkymmentä. Työkaverini lähetti jälki-ilmoittautuneiden listan minulle, jonka avulla hoidin tehtävän loppuun lukemalla kortin tiedot ja kirjoittamalla henkilön nimen ja yrityksen manuaalisesti tarraprinttisovellukseen, jonka kautta tulostettiin nimitarra. Tarrat liimattiin kortteihin, ja homma oli siinä. Loput rekisteröinnit jätettäisiin itse tapahtumaan.

Tein päivän aikana myös listan kaikista järjestäjille etukäteen jaetuista QR-koodeista, sillä aina joku on hukannut omansa. Laitoin siis 68 nimeä ja verkkosivugeneraattorilla luodut QR-koodit Word-taulukon ja tulostin listan. Päivän viimeinen homma oli testata tapahtumassa käytettävää sovellustamme. Sain käyttötapauskuvaukset sisältävän listan, jonka kohdat tulisi käydä läpi. Kaikki testit hoidettiin joko tabletilla tai kännykällä, sillä nämä laitteet ovat tapahtumassakin käytössä. Työ oli pitkälti testikortin lukemista joko tabletin sisäisellä NFC-lukijalla tai siihen kiinnitetyllä ulkoisella lukijalla. Eri käyttötapauksia oli noin kymmenen aina rekisteröinnistä henkilön kiinnostuksenkohteiden kyselyyn.

Lopulta apuani ei tarvittukaan itse tapahtumapaikalla, mutta sain kaikenlaista muuta tehtäväkseni. Varakorttien sekaisuus on kyllä iso ongelma, joka johtui printtifirmasta. Yleensä vastaavaa ongelmaa ei synny, sillä korteissa itsessään lukee id-numero. En ole ihan varma, miksei varakortteihin ole voitu tulostaa numeroa pienikokoisena johonkin nurkkaan, mutta ehkä se on tullut asiakkaalta. Tutustuin myös Event Center Appiin, jonka mFabrik on tuottanut poissa ollessani. Olin alkuun aika hämmentynyt siitä, mitä alustaa mihinkin käyttötapaukseen tuli käyttää, mutta sain ohjeistusta ja välillä pähkäilyseuraakin työkaveriltani. Kaikki tuli tehtyä määräajassa, joten koen tehneeni hyvää työtä.

*Perjantai 27.1.2017*

Eilen oli asiakastapahtuma, jota varten tein töitä koko viikon. Näin ollen tiedän jo, että päivän tehtäväni on purkaa mukana olleet laitteet, ladata ne ja järjestellä paikoilleen. Tablettimme säilytetään siisteissä pakkauksissa, joissa tulee olla mukana sivulaturi, micro USB-johto, muuntaja, NFC-lukija ja jatkojohto lukijan ja tabletin väliin. Tämän homman lisäksi pistin työpisteeni kuntoon, eli kasasin tietokoneen osat paikoilleen ja tarkistin, että siinä on kaikki uudet työvälineet. Iltapäivästä jatkoin toimiston järjestelyä, sillä kaikki laitteiden säilytystilat olivat poissa ollessani menneet sotkuun.

Päivän päätteeksi pahimmat sekasotkut oli siistitty, mutta tablettien laatikoihin järjestely jäi vielä kesken. Laitteiden latauksessa kestää aina oma aikansa, joten ensi töikseni aamulla laitan kaikki seinään kiinni ja jatkan muilla hommilla. Yleensä perjantait ovat aika hiljaisia, jos tiedossa ei ole mitään tapahtumaa. Näin ollen työtehtäväni olivat aika minimaalisia. Sovimme päivän aikana porukalla, että pidämme jatkossa maanantaiaamuisin palaverin, jossa käydään läpi viikon tehtävät. Ideana ihan hyvä, joten toivottavasti tämä toimii myös käytännössä.

### *Viikkoanalyysi*

Viime viikon työtehtäväni kävivät aika hyvin läpi sen, mitä toimistolla tapahtuu ennen ja jälkeen asiakastapahtuman minun näkökulmastani: korttien valmistelu, testaukset ja laitteiston purku. Tällä kertaa en päässyt koulun takia osallistumaan itse tapahtumaan, joten sen osalta tulee vielä uutta raportoitavaa jonkun muun tapahtuman yhteydessä. Muuten tapahtumien lähestyessä työtehtäväni toistavat tätä kaavaa. Etenkin näin ison kokoluokan tapahtuman teknistä toteutusta järjestäessä tulee aina vastaan haasteita, joista tulee selvitä. Tällä kertaa ongelmat olivat hyvin pieniä, ja kaikki toimi meidän osaltamme kuten pitikin. Ainoat ongelmat ilmenivät NFC-korttien kanssa, ja johtuivat puhtaasti tavarantoimittajastamme. Käytimme kyseistä yritystä ensimmäistä kertaa asiakkaamme toiveesta, joten uskon, että jatkossa yhteistyö sujuu paremmin, kun annamme palautetta.

Sovimme perjantaiaamuna pitävämme jatkossa viikkopalaverin joka maanantai paremman tiedonkulun ja tehtävien jaon vuoksi. Meillä tieto kulkee suhteellisen hyvin omasta mielestäni, mutta parempaan tulokseen on aina hyvä tähdätä. Siksi aionkin käsitellä tarkemmin tiedonkulkua yrityksen sisällä tämän viikon analyysissäni.

Hyvä tiedonkulku organisaation sisällä on tietysti kaikkein tärkein prosessi, joka yrityksessä esiintyy. Tiedon kulkeutuminen yksilöltä toiselle on edellytys sille, että yrityksen yhteisesti asetettuun tavoitteeseen päästään. Jostain syystä tämä on kuitenkin todettu melkoiseksi haasteeksi. (Turunen & Varanki 2016, 6). Se on kuitenkin positiivista, että ICT-alalla tilanne ei ole niin paha. Työntekijöistä 52% on tyytyväisiä tiedonsaantiin. Vertailun vuoksi mainittakoon, että luku on huonoimmillaan 19% terveydenhuollon piirissä. Tutkimuksen toteuttaja Kari Tervonen arvelee, että ICT-alalle ominainen tuotekehitys on mahdollista vain nopean ja laajan tiedonkulun ansiosta. (Microsoft 2011).

Pauliina Perttuli Suomen Puheopisto Oy:sta on antanut hyviä vinkkejä tiedonkulun parantamiseen. Nykyään viestintävälineitä on joka lähtöön, mutta hyvä tiedonkulku tarvitsee

niiden lisäksi koko työyhteisön panoksen. Tiedonkulun parantaminen on hyvä aloittaa itsestä. Jos kokee jäävänsä paitsi tärkeästä tiedosta, on paras ottaa asia puheeksi. Myös muiden työntekijöiden tietotarpeet on hyvä huomioida ja pyrkiä itse parantamaan näistä viestimistä. Epäselvyyksiä kohdatessa voi aina kysyä varmistusta työkavereilta tai esimieheltä. Omiin heikkouksiin ja vahvuuksiin on myös hyvä kiinnittää huomiota, jotta tietää, missä on kehitettävää. Tähän liittyen on hyvä sopia työporukan kesken, miten tiedonkulku saadaan jouhevammaksi, ja mitä viestintävälineitä aiotaan käyttää mihinkin. (Työpiste 2013).

Meillä on yrityksenä selvästi se etu, että olemme todella pieni henkilömäärältämme. Lisäksi ICT-alan yrityksenä uusien viestintätyökalujen käyttöönotto ei ole meille mikään ongelma, sillä pyrimme löytämään tai kehittämään uusia työkaluja työmme tueksi muutenkin. Poissa ollessani yritys on aloittanut Microsoft Officen käytön, sillä edellisen sähköpostin kanssa koettiin joitain ongelmia. Microsoft Outlook on hyväksi todettu, ja paketin mukana tulleet toimistotyökalut helpottavat työtä entisestään. Esimerkiksi kalenteri on kaikilla kovassa käytössä, sillä palavereista on todella helppo sopia niin asiakkaiden kuin työkavereidenkin kesken. Muiden kalentereita tarkastellessa näkee myös, jos joku ei esimerkiksi pääse toimistolle koko päivänä asiakastapaamisten takia. Tällöin tietää heti, että sähköpostilla lähestyminen kannattaa, jos on jotain asiaa.

Tiedonkulun kannalta sovitut viikkopalaverit ovat ihanteellinen lähtökohta. Tällä tavalla olemme jokainen tietoisia ajankohtaisista asioista ja omien työtehtävien lisäksi tiedämme suunnilleen, mitä muut työntekijät tekevät viikon aikana. Itse olen huomannut, etten useinkaan tiedä, mitä työkaverini tekevät milloinkin, ellei tieto kosketa minua. Tämä uusi käytäntö punoo meidät tiiminä tiiviimmin yhteen, ainakin jos kaikki menee suunnitellusti.

Sisäinen viestintä meillä on siis suhteellisen hyvällä mallilla, mutta mikä on ulkoisen viestinnän laita? Asiakkaille, yhteistyökumppaneille ja alihankkijoille viestiminen on äärimmäisen tärkeää, ja siksi asia onkin kunnossa. Viime kesänä uuden työntekijämme kehoitus sosiaalisen median hyödyntämisestä uusien asiakkaiden saamiseksi lähti lupaavasti alkuun, mutta jäi kuitenkin ajatuksen tasolle. Olin itse mukana perustamassa yritykselle Instagram-tiliä, mutta sisältöä sinne ei vielä saatu. Twitter ja Facebook yritykseltä löytyvät, mutta niitäkin päivitetään harvemmin. Yrityksen kotisivuille kirjoitetaan päivityksiä vain tärkeiden tapahtumien osalta, kuten viime vuonna Selfie Wallin ollessa esillä ensimmäisiä kertoja messuilla. Sosiaalinen media onkin oiva väline markkinointiin nykypäivänä älypuhelinmahdollistaessa netin käytön milloin ja missä tahansa (Niemi-Korpi 2012, 8).



Sosiaalinen media auttaa kaikenkokoisten yritysten markkinoinnissa, mutta etenkin pienyritykset saavat paremmin näkyvyyttä mennessään sinne, missä asiakkaat ovat. Tuloksia ei kannata odottaa heti, mutta aktiivisuus sosiaalisessa mediassa tuo yrityksen lähemmäs asiakkaita. (Niemi-Korpi 2012, 21-22). Selfie Wall on auttanut juuri tällä saralla. Sovelluksen pääidea on sosiaalisen median hyödyntäminen kuvien jakamisessa. Viime vuonna Selfie Wallilla otettuja kuvia oli jaettu Facebookiin kävijöiden toimesta reilu sata kertaa. Kun ottaa mukaan näiden henkilöiden Facebook-kaveripiiriin, ovat kuvamme päätyneet jo muutaman tuhannen ihmisen silmien eteen. Jos näistä näkijöistä osa on tykännyt kuvasta, on tavoittamamme henkilömäärä taas reilusti suurempi. Pienenä yrityksenä kaipaamme eniten juuri näkyvyyttä, joten uskon, että sosiaalisen median käyttöönotto olisi meiltä fiksu veto. Tässä voisikin olla hyvä ehdotus tuleviin palavereihimme.

### **3.2 Seurantaviikko 2**

*Maanantai 30.1.2017*

Uusi viikko ja uudet kujeet. En ihan tarkalleen tiedä, mitä työpäiväni tulee sisältämään. Viime perjantaina oli puhetta tämän viikkoisen tapahtuman esivalmisteluista, manuaalin teosta ja sähköpostipohjan visuaalien hoitamisesta, mutta näiden aikatauluista tiedän paremmin vasta viikon edetessä. Töissä kävi ilmi, että kahden viimeisen kohdalla odotetaan vielä asiakkaan vahvistusta. Niinpä päiväni alkoi perjantaina kesken jääneestä järkkäilystä. Viikkopalaveriin osallistui muu tuotantotiimimme, ja keskityimme kaikki pitkälti torstain tapahtumaamme. Päivän edetessä pääsin pakkaamaan tabletit sitä varten, asentamaan viiteen QR to NFC -sovelluksen ja testaamaan sovellusta polttamalla kymmeneen rannekeeseen testi URLin. Pienenä sivutehtävänä yritin löytää tabletin, jossa on havaittu olevan ongelmia sisäisen NFC-lukijan kanssa. Näitä löytyi muutama.

Päivän selvästi haastavin tehtävä oli uutiskirjeen rakentaminen Wireless Event Manageriin (jatkossa WEM). Asiakas lähetti mallipohjan, joka tuli kopioida omaan sovellukseemme ja haluttu lähetysaika on heti huomenna. Jostain syystä WEMissä on todella vaikea rakentaa kaksi vierekkäistä palstaa sisältävä rakenne. Aikani pähkäiltyäni oudosti käyttäytyvää koodia pyysin kokeneemman työkaverini avuksi. Yhdessä saimme pähkinän purtua, mutta tehtävä söi aikaa toden teolla. Homma jäi vielä vähän kesken, enkä koulun takia pääse huomenna tätä jatkamaan. Toivottavasti työ tuli tehtyä tarpeeksi hyvin. Pakko todeta, että ilman avun pyytämistä en olisi tästä tehtävästä selvinnyt.

*Keskiviikko 1.2.2017*

Saavuin jälleen toimistolle tietämättä tarkalleen, mitä päivä tulisi sisältämään. Huomenna on taas asiakastapahtuma, joten ainakin hoidan rannekkeet kuntoon ja luultavimmin testaan jotain niihin liittyen. Heti aamusta sain työkaverilta meilin liittyen maanantain uutiskirjeeseen. Ulkoasu oli laitettu kuntoon poissa ollessani, ja nyt kaivattiin vielä pieniä tekstimuutoksia, ennen kuin meili voitaisiin lähettää testiksi asiakkaalle. Päivän aikana lähetin valmiin uutiskirjeen vastaanottajille. Tämän lisäksi poltin aiemmin mainituista rannekkeista sadan NFC-siruihin Event Centerin generoiman linkin. Loput hoidettaisiin paikan päällä.

Päivän selvästi isoin homma liittyi AfterPayn testidatan luontiin. Loin siis testikäyttäjiä tabletilla ja tietokoneella, lisäsin tileille rahaa ja ostin tuotteita. Sovellus tekee luottotarkastuksen yhteistyökumppanimme päässä, kun valitsee maksavansa jälkikäteen, mutten päässyt tätä testaamaan palvelinongelmien takia. Tietokoneella ilmeni myös jotain kummallisuuksia NFC-lukijoiden kanssa, jota sitten testailin lokia seuraten. Jostain syystä lukija ei toiminut tietokoneella, vaikka tabletilla ei ollut mitään ongelmaa, mutta se lähtikin toimimaan tablettitestauksen jälkeen. Lähetin tästä viestiä tukimeiliimme, jotta joku osaavampi voi asiaa tutkia paremmalla ajalla. Mielenkiintoinen työtehtävä tämä kyllä oli, sillä en ole ennen juuri lokeja lueskellut.

*Perjantai 3.2.2017*

Tänään on tehtävänäni jälleen purkaa tapahtumasta palaavat 17 laitetta ja laittaa ne kuntoon seuraavaa käyttökertaa varten. Perjantait ovat toimistolla usein hiljaisempia kuin muut viikonpäivät, eli töitä ei yleensä ole hirveästi. Tänään aloitin päiväni testailemalla samaa demosovellusta kuin eilenkin, sillä testini jäivät vielä aika niukoiksi. Testailun lomassa huomasin, ettei lukijoiden toimimiseen tai toimimattomuuteen löydy toistaiseksi mitään logiikkaa. Käytin useita eri lukijoita ja USB-portteja, mutta tulos vaihteli. Raportoin myös pienestä käyttöliittymäpuutoksesta eteenpäin. Toistaiseksi tämä homma taitaa jäädä sovelluksesta enemmän tietävien harteille.

Aloin myös työstää presentaatiota Event Centeristä, joka laitetaan lopulliseen muotoonsa päästyään verkkosivuillemme. Myyntiedustajamme antoi ohjeita toivomastaan muodosta. Suurin osa ajasta menikin sopivia kuvia metsästäen. Nyt lienee myös aika harkita kunnolla esimieheni kanssa, pitäisikö umpeen mennyt Photoshopin tilaukseni ottaa taas käyttöön. Presentaatio jäi vielä kesken, mutta tekstit ovat suunnilleen kunnossa. Kuvien rakensämisessä kestää vielä oma aikansa, eli tässä onkin työstämistä vielä useamman viikon ajan. Iltapäivästä laitteemme saapuivat tapahtumapaikalta, joten loppupäivän käytin tab-

lettien puhdistamiseen ja virtatilanteen tarkastamiseen. Suurimman osan jätin latautu-  
maan viikonlopun yli, jotta voin pakata ne maanantaina paikoilleen.

### *Viikkoanalyysi*

Tämä viikko oli varsin testauspainotteinen. Ohjelmistokehitys on alana tietysti sellainen, että kaikki tekeminen vaatii testausta. Tarjotessamme palvelua asiakkaalle, on meillä oltava varmuus, että kaikki toimii halutusti myös asiakkaan mielestä. Tämän takia sovelluksia testataan kehitysvaiheessa koko ajan, samoin tapahtumiin meneviä laitteita ja enkoodattuja NFC-siruja. Testaukseen on myös monia eri tapoja. Itse osaan lähinnä vain käyttöliittymätestausta, joka oli tarpeeksi koulun projektien kanssa. Pyrkimyksenä näissä testeissä on yleensä saada sovellus menemään rikki tavalla tai toisella käytön yhteydessä, ja sovelluksen tulee pysyä kasassa kaikesta huolimatta. Uutta kehittäessä tällainen testaus onkin pääosassa, mutta erilaisia testaustapoja on useita.

Yksikkötestaus tapahtuu yksittäisten komponenttien kanssa ilman muita järjestelmän osia. Kun otetaan mukaan myös muut komponentit, puhutaan järjestelmätestauksesta. Tässä pyritään löytämään virheitä komponenttien väliltä, esimerkiksi odottamattoman vuorovai-  
kutuksen tai rajapintojen takia. Järjestelmätestauksessa testataan myös, täyttääkö järjestelmä kaikki toiminnalliset vaatimukset ja toimivatko kaikki ominaisuudet. Palautumistes-  
tauksessa selvitetään, miten hyvin järjestelmä palautuu poikkeus- ja virhetilanteista. Suori-  
tuskyykytestaus testaa, täyttääkö järjestelmä vaaditut tehokkuusvaatimukset. Hyväksyntä-  
testaus on yleensä viimeinen testi ennen järjestelmän julkaisua. Siinä järjestelmään aje-  
taan asiakkaan antamaa dataa testidatan sijaan, ja pyrkimys on testata, aiheuttaako se  
odottamattomia virheitä. Regressiotestaus on ajankohtainen järjestelmää muutettaessa.  
Se pyrkii löytämään virheitä, jotka johtuvat esimerkiksi ristiriidoista eri osien välillä muutos-  
ten jälkeen. Tyypillistä on ajaa vanhoja testitapauksia läpi ja tarkistaa, ilmenevätkö jo kor-  
jatut virheet uudelleen. (Pollari 2014, 15-18).

Kaikessa testaamisessa on selvästi ajatuksena järjestelmän rikkominen eri osa-alueiden  
kautta. Usein totuus on kuitenkin se, ettei kaikkea tajuta tai ehditä testaamaan, ja valmiiksi  
luultu ohjelmisto sisältääkin virheitä. Erityisesti pelialalla tämä tuntuu olevan enemmän  
normi kuin poikkeus, ja tästä syystä pelejä paikkaillaan sitä mukaa, kun käyttäjät löytävät  
virheitä. Oma testaamiseni viime viikolla oli siis pitkälti järjestelmätestausta, joka osoitti  
sen, että sovelluksemme vaatii vielä hiomista ennen käyttöön ottoa.

Testauksen parissa pitkän uran luoneet Bahalkar ja Ramamoorthy tuovat esille ajatuksen  
kehittyneemmästä ohjelmistotestauksesta. He kutsuvat tätä nimellä epäsuora testaami-

nen. Ajatuksena on tehdä ohjelmiston tarpeista nouseva pyramidi, jossa ylemmälle tasolle voidaan nousta vasta sitten, kun alemman tason tarpeet on täytetty. (Bahalkar & Ramamoorthy 2016, 9-10).



Kuvio 2. Ohjelmistotarpeiden hierarkia (Bahalkar & Ramamoorthy 2016, 10)

Kuvasta (kuvio 2) näkee, että tarpeista suurin on liiketoiminnan edellytykset. Asiakas on se, joka määrittää nämä edellytykset, eikä sovellusta/tuotetta ole mielekästä tehdä, jos liiketoiminnalle ei ole minkäänlaisia edellytyksiä. Järjestelmän ja suorituskyvyn edellytykset ovat edellistä yksityiskohtaisempia ja kuvailevampia. Ne antavat selkeämmän kuvan siitä, mitä sovelluksen pitäisi tehdä täyttääkseen asiakkaan tarpeet. Tähän sisältyy turvallisuuden ja käyttövarmuuden haluttu taso. Kolmantena ovat käyttäjätarinat, jotka kuvaavat miksi ja miten loppukäyttäjä käyttää sovelluksen eri toimintoja. Tähän sisältyy käyttäjän kuvaus ja odotukset sovellukselta. Liiketoimintaprosessit ovat kokoelma tapahtumia, jotka muodostavat todellisen kuvauksen siitä, miten loppukäyttäjä sovellusta käyttää. Saman tasoinen on työmenetelmien kuvaus siitä, miten tietty toiminto kuuluu suorittaa. Pyramidin huippuna ovat epäsuorat tarpeet, joita ei mainita missään dokumentoinnissa. Ne ovat pienempiä tarpeita, jotka voi löytää testaamalla sovellusta loppukäyttäjän näkökulmasta. IT-alalla on käynnissä hurja kilpailu asiakkaista, joten on äärimmäisen tärkeää kattaa myös nämä epäsuorat tarpeet. Näin saadaan nostettua käyttäjien tyytyväisyyttä sovellukseen. (Bahalkar & Ramamoorthy 2016, 11).

Epäsuorien tarpeiden testaukseen voidaan sanoa olevan kuusi hyvää keinoa. Ajatuksena on ottaa huomioon tarpeet, joita välttämättä edes käyttäjä ei ymmärrä tuoda julki ennen sovelluksen käyttöönottoa. Intuitiivinen testaaminen on tavoista ensimmäinen, mutta sen haltuunottoon vaaditaan usein taitoa, tietoa ja kokemusta testaamisesta jo etukäteen. Siinä on ideana arvata virheen aiheuttavat toiminnot esimerkiksi aikaisempien projektien pohjalta. Yksi lähtökohta on aiheuttaa tilanne, joka harvoin tulee vastaan oikeasti sovellusta käytettäessä, esimerkiksi kentän täyttäminen väärin. Toisena testautuskeinänä on tutkiva

testaaminen. Sitä varten ei tehdä minkäänlaisia käyttötapauskuvauksia tai vastaavaa dokumentaatiota, vaan sovellukseen tutustutaan testauksen lomassa. Kaikki toiminnot ja niiden käyttö opitaan testauksen aikana, ja tämän kautta voidaan suunnitella testitapaukset, jotka toteutetaan heti perään. Seuraavana on helppokäyttöisyyden testaus. Siinä otetaan huomioon erikoistilanteista johtuvat tarpeet, kuten heikentynyt näkö tai kuulo, väri-sokeus ja vanhempien ihmisten tarpeet. Tavoitteena on saada lopullisesta sovelluksesta helppokäyttöinen myös kaikille erikoisryhmille mahdollistamalla esimerkiksi tekstin suurentaminen tai tekstikenttien täyttö puheen avulla. Neljäntenä mahdollisuutena on heuristiikan testaus. Siitä voidaan puhua myös kokemuspohjaisena testauksena, sillä siihen on yleensä hyvä käyttää alan ammattilaisten apua. Heuristiikan testauksessa testataan koodikomponentteja, algoritmeja sekä historiallisen datan hyödyntäminen testausstrategioita päätettäessä. Näin ollen ammattilaiset tekevät yleensä päätökset testauksen suhteen, jotta prosessi olisi tehokkaampi ja tulospainotteisempi. Olettamustestauksessa on kyse tilastollisesta testaamisesta, jossa yritetään selvittää, ovatko jotkin testidatan olosuhteet todistettavissa todelliseksi myös koko väestön kohdalla. Käytettävissä on aina kaksi olettamusta: joko väite pitää paikkansa tai sitten ei. Toinen näistä halutaan sulkea pois testauksen päätteeksi. Viimeisenä testauskeinona on käytettävyydentestaus. Siinä selvitetään, kuinka ymmärrettävä, helposti opittava, helppokäyttöinen ja käyttäjäystävällinen sovellus on. Pääpointit tähän on ottaa huomioon, että sovelluksen pitäisi olla helposti muistettava pitkänkin käyttökätköksen jälkeen, virheistä pitäisi pystyä palaamaan helposti takaisin esimerkiksi selvien virheilmoitusten ansiosta ja käyttäjäkokemuksen pitäisi olla tyydyttävä. (Bahalkar & Ramamoorthy 2016, 11-14).

Tässä eri testaustyylien listassa on monia hyviä pointteja, jotka kannattaa ottaa huomioon meidänkin yrityksessämme. Omalla kohdallani testaaminen on usein tutkivaa, sillä työtoverini luottavat minun tietävän sovelluksista tarpeeksi, jotta voin hoitaa testaamisen pika-puolisella ohjeistamisella. Itse koen tärkeimmiksi helppokäyttöisyyden sekä käytettävyyden testaamisen. Kuten aina uuden teknologian kanssa, olemme mekin huomanneet pientä vastahakoisuutta esimerkiksi myyntiä helpottavan tuotteemme viemisessä yrityksiin. Pyrimme parantamaan käyttökokemusta palautteen pohjalta, mutta olisi varmasti hyvä idea tutustua tarkemmin esimerkiksi helpon käytettävyyden turvaamiseen käyttäjälle.

### **3.3 Seurantaviikko 3**

*Maanantai 6.2.2017*

Tänään on ohjelmassa tablettien ja latureiden pakkaaminen sekä perjantaina aloittamani presentaation jatkotyöstäminen. Voi olla, että teen muutakin kiireellisempää, jos jotain

ilmaantuu. Tämän viikon työtehtävistä ei ollut mitään puhetta etukäteen. Odotan edelleen pääseväni työstämään tuotteestamme pyydettyä manuaalia: ehkä tällä viikolla hommassa päästään eteenpäin.

Toimistolla olikin vajaamiehitys koko päivän, joten sain keskittyä etukäteen suunnittelemini tehtäviin. Hoidin ensin tabletit pois pöydältäni tilaa viemästä ja järjestin ne numerojärjestykseen laatikkoihinsa. Tablettimme on numeroitu, jotta pysymme kärryillä niiden sijainnista tapahtumissa. Päivän alussa kyllästyin nykyiseen kuvanmuokkausohjelmaani Gimpiin ja otin selvää muista vaihtoehdoista Macille. Sain tietää jo entuudestaan tutun Kritan löytyvän nykyään myös Macille, joten uusi työkaluni oli sillä selvä. Hioin presentatation tekstejä kuvaavammiksi ja etsin kuvia presentaation tueksi. Suurin osa kuvista piti koota useasta kuvasta leikkaamalla kuvat ääriviivoja pitkin, joten otin piirtopöytäni avuksi tällaiseen tarkkaan työhön. Koen piirtopöydän tärkeäksi apuvälineeksi vastaavissa töissä, sillä sen kanssa saa työstettyä paljon paremmin kuvien taustasta irrottamista. Joitain kuvia olen myös piirtänyt itse.

Päivä oli hyvin hiljainen puolien työkavereiden puuttuessa, joten työskentelyni jäi hyvin yksipuoliseksi. Olen tyytyväinen löydettyäni vihdoinkin ilmaisen työkalun avuksi työskentelyyni. Presentaation helpoimmat osiot alkavat olla nyt mallillaan, joten pian voisi olla aika kysyä muiden mielipiteitä. Tämä presentatio on tarkoitettu myynnin tueksi, joten pyydän neuvoa myyntiedustajiltamme.

### *Keskiviikko 8.2.2017*

Tänään jatkuu taas presentaation teko, ellei muuta tärkeämpää ilmaannu. Pysin saamaan sen niin valmiiksi kuin vain yksikseni pystyn, jotta asia saadaan eteenpäin. Odotan innolla, että pääsen siirtämään tämän esityksen PowerPointista verkkosivun muotoon. Työni presentaation kanssa on enää kuvien etsimistä ja uusien toimintojen keksimistä. Päivän mittaan huomasin, ettei käyttämästäni kuvapankista ole enää hyötyä tämän työn kanssa. Suosin CC0-lisenssin kuvapankkeja, sillä ne antavat kaikki oikeudet pois. Yrityksmaailmassa pitää olla tarkkana lisenssien kanssa, joten olen päättänyt käyttämään vain CC0-lisenssiä. Sen alta löytyy paljon hyviäkin kuvia, usein parempiakin kuin maksullisista kuvapankeista.

Iltapäivästä sain tehtäväksi importata uutiskirjeen Wordistä WEM:iin. Kyseessä on sama uutiskirje kuin viime viikolla, mutta ruotsiksi käännettynä. Tämä oli siitä syystä hyvin nopea homma, sillä sähköpostin pohja oli jo olemassa. Perjantaille jää vastaanottajien tuominen palveluun, varmistus asiakkaalta ja viestin lähetys. Tarkistin jo valmiiksi, ettei tälle ole mi-

tään esteitä omassa päässäni. Pyysin oikeudet Event Centerissä asiakkaamme osanottajien listaan ja tarkistin, että filteröinti onnistuu halutusti.

*Perjantai 10.2.2017*

Tavallinen perjantai, eli töitä saa taas tehdä rauhassa ilman kummempaa kiirettä. Tänään saan hoitaa heti aamusta uutiskirjeen lähettämiseen liittyvät asiat, jotta se saadaan lähetettyä vielä saman päivän aikana. Päivä lähti siis tällä tehtävällä liikkeelle. Hain vastaanottajien tiedot järjestelmästä, filteröin ne sen mukaan, onko henkilö hyväksynyt kutsun, ja ajoin ne WEMin järjestelmään. Tämän jälkeen lähetin testimeilin asiakkaallemme ja jäin odottamaan hyväksyntää häneltä.

Suurimman osan päivästä kulutin jälleen saman presentaation kanssa, mutta pyysin tällä kertaa myyjämme kommentteja. Tein joitain muutoksia alkuperäiseen presentatioon, joka vastaa muodoltaan ennemminkin nettisivujen esitystapaa. Huomaan ajattelevani tiedon esittämistä alalleni ominaiseen tapaan. Lähdin siis toteuttamaan PowerPoint-esitystä myyjän näkökulmasta niin, että sen pääpaino on enemmän kuvissa kuin tekstissä. Sama homma on toistunut useamminkin PowerPointeissani, sillä huomaan omaavani huonon tavan täyttää diat tekstillä. PowerPointin toinen, kevyempi versio valmistui päivän aikana muutamaa kuvaa lukuun ottamatta. Sain myös luvan lähteä tekemään nettisivua oman aikatauluni mukaan, joten ensi viikolla siirryn ehkä HTML-koodauksen pariin.

Iltapäivästä sain myös luvan lähettää uutiskirjeen, joten päivän tärkein tehtävä tuli hoidettua. Oli myös mukava saada presentatio eteenpäin, sillä tuntuu kuin olisin jumittanut siinä jo pidempään. Tarvitsen edelleen työkavereideni apua ja mielipiteitä työni tueksi ainakin jossain määrin, mutta niinhän jokainen tarvitsee. Työ etenee parhaiten yhdessä tiimissä.

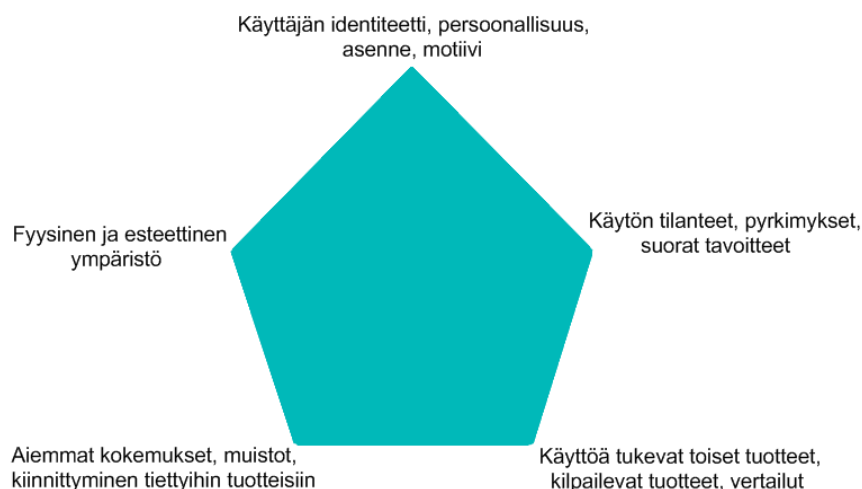
*Viikkoanalyysi*

Tällä viikolla keskityin aika lailla myyntiin liittyviin tehtäviin, johon sisältyi vähän HTML-koodausta, kuvien muokkausta ja tekstien laatimista. Olin myös ensimmäistä kertaa raportointiaikana suoraan yhteydessä yhteen asiakkaaseemme. Olen sen verran vähän asiakkaiden kanssa tekemisissä, että nämä kerrat jännittävät aina vähän, etenkin kun yhtälössä on aina muulloin mukana myyntiedustajamme välittämässä tietoa minun ja asiakkaan välillä. Kaikki meni kuitenkin ongelmitta tälläkin kertaa. Yleensä saan kiitosta nopeasta reagoinnista.

Viime viikkoanalyysissäni pohdin hyvää testausta ja totesin, että koen käytettävyyss- ja helppokäyttöisyyssysteemien tärkeimmiksi. Tällä viikolla aion jatkaa samalla aiheella syventäen tietämystäni käytettävyyssysteemien käytöstä ja siihen liittyvistä tekijöistä. Totesin myös tämän viikon perjantain raportissani, että kaipaen vielä harjoitusta myynnin tueksi tarkoitettujen presentaatioiden kanssa, joten tätä aihetta käsittelem varmast tulevaisuuden analyysissäni.

Käytettävyyttä voidaan mitata viidellä eri osa-alueella, jotka ovat opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheet ja tyytyväisyys. Opittavuus tarkoittaa tässä sitä, että tuotteen pitäisi olla helposti opittavissa keskiarvo tai huonommatkin taidot omatessa. Tehokkuudella tarkoitetaan, että tuotetta pidempään käyttäneiden henkilöiden pitäisi pystyä hyödyntämään tuotetta tehokkaasti. Muistettavuudella viitataan siihen, että tuotetta pidempään käyttämättä ollut henkilö pystyy muistamaan toiminnot ongelmitta. Virheitä ei toki tuotteessa saa olla, mutta virhetilanteissa tuotteen täytyy antaa selvät virheilmoitukset ja palautua tilanteesta helposti normaalitilaan. Tyytyväisyys viittaa käyttäjien positiiviseen kokemukseen tuotteesta. Käytettävyys on ehdottomasti tärkeimpiä asioita sovelluksessa, sillä jos jonkin käyttö on vaikeaa, ei käyttäjä yksinkertaisesti halua käyttää sitä yhtä paljon. (Mäkynen 2015, 3).

Käyttökokemus liittyy olennaisesti tuotteen käytettävyyteen. Usein tuote itse määrittää ison osan käyttökokemuksesta. Vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi käyttöliittymä, tuotteen muoto ja esteettikka. Loppu määräytyy käyttäjästä. Tuotetta käytetään aina jossain tilanteessa, ja käyttäjä haluaa saada jotain aikaan tuotteella. Käyttäjällä on aikaisempaa kokemusta, johon hän pohjaa toimintansa. Karkeasti eri tyyppisiä määrittäjiä on viisi, jotka on esitetty alla (kuvi 3). Oikeasti nämä määrittäjät kutoutuvat kuitenkin toisiinsa, eivätkä siten määritä mitään yksinään. (Hyysalo 2009, 33-34).



Kuvio 3. Käyttökokemuksen määrittäjät (Hyysalo 2009, 33-34)



Olen itsekin huomannut työssäni, että etenkin vanhoihin toimintamalleihin kiinnittyminen on iso hidaste uusia tuotteita tarjoavalle. Mainitsin viime viikon analyysissäni törmänneeni vastahakoisuuteen myyntiä helpottavan tuotteemme levittämisen kohdalla. Asensimme maksusovelluksemme ruoka- ja juomamessujen myyjille järjestäjän halutessa sen käyttöön tapahtumaansa. Asiasta oli ilmoitettu etukäteen, ja suurin osa myyjistä oli tietoisia tuotteestamme, mutta hämmennys oli silti havaittavissa. Yhdeltä kojulta minut jopa käänytettiin pois, kun tuotetta ei haluttu ottaa käyttöön. Tietysti uuden tekniikan opettelu tuntuu varmasti pelottavaltakin, kun kyseessä on vain yksi tapahtuma, jota varten pitäisi yrittää oppia uutta. Uskon, ettei motivaatio ole tällöin korkeimmillaan, etenkin kun se voisi pahimmillaan hidastaa myyntiä ja johtaa tyytymättömiin asiakkaisiin. Tilanne on aivan eri kuin vaikkapa Selfie wall -tuotteemme viemisessä tapahtumiin. Uusi teknologia ei tällöin hidasta kenenkään työtä, kun se on vain kävijöille tarjottava ekstrahuvi. Palaten vielä maksusovellukseemme, saimme kuitenkin positiivista palautetta, ja järjestäjä ilmoitti haluavansa tuotteen jatkossa kaikkiin vastaaviin tapahtumiinsa.

Nyt kun käytettävyys-termi ja siihen liittyvät seikat on selvitetty, on aika tutustua tarkemmin itse testaamiseen. Käytettävyydestäuksen pääidea on siis löytää sovelluksesta käyttöön liittyvät ongelmat, jotka tavallisesti löytyvät vasta tuotteen julkaisun jälkeen. Tällöin korjausten teko voi olla jo varsin kallista ja aikaa vievää, ja pahimmillaan korjaus lykätään vasta seuraavaan myyntiversioon. Käytettävyydestäuksessa pyritään tuomaan lopulliset käyttäjät mukaan tuotekehitykseen jo varhaisessa vaiheessa, jolloin muutokset voidaan tehdä jo heti kehitysvaiheen aikana. Yleensä käytettävyydestäus etenee seuraavasti: määritetään käytettävyydestäavoitteet, valitaan koekäyttäjät, laaditaan testitehtävät, suoritetaan testit, analysoidaan tuloksia ja raportoidaan ne eteenpäin, tehdään vaadittavat muutokset tuotteeseen ja lopuksi testataan muutokset sisältävä versio samoilla henkilöillä. Kaikkein parhaiten käytettävyydestäus palvelee iteratiivista tuotekehitystä, jossa tuotetta kehitetään vähän kerrallaan parempaan suuntaan. (Avania 2009).

Saman tiimin työskennellessä tuotekehityksen parissa on itsestään selvää, että tarpeeksi monen viikon jälkeen tuote on tullut niin tutuksi, ettei käytettävyyteen liittyviä ongelmia edes huomaa. Ulkopuolisten käyttäjien apu on tällöin tarpeen, jotta kehitykseen saadaan tuoretta näkökulmaa. Jostain syystä yrityksillä on myös tapana tehdä käytettävyydestäusta väärin. On tavallista, että testauksesta haetaan apua johonkin pieneen sisäiseen konfliktiin tuotteen kehittämiseen liittyen, mutta testauksessa ilmenee paljon suuremman luokan ongelmia. Yleensä ottaen käytettävyydestäusta tehdään aivan liian myöhään, liian vähän ja vääristä syistä. (Mäkynen 2015, 14).

Hyvin tehty käytettävyydestä antaa monia etuja. Sen avulla saadaan tietoa tuotteen suunnitteluratkaisuihin liittyvistä kehitystarpeista, ja miten käyttäjät hahmottavat tuotteen. Tuloksia saadaan todennäköisimmin suunnitteluvirheistä, käyttäjien eri hahmottamistavoista ja tuotetta koskevista malleista. Paras apu sen sijaan saadaan käyttöliittymän rakenteen, ryhmittelyn ja navigoinnin kehittämiseen. Yleisimmin käytettävyyden ongelmat liittyvät juuri käyttöliittymän outouksiin. Käytettävyydestä on kuitenkin se ongelma, että sen toteuttamiseen tarvitaan jonkinlainen prototyyppi. Lisäksi on vaikea testata monimutkaista eri laitteiden yhteiskäyttöä. (Hyysalo 2009, 179).

Onnistunut tuote koostuu usein kolmesta ominaisuudesta: se on teknisesti toimiva, kaupallisesti kannattava ja tuottaa käyttäjille hyötyä ja mielihyvää. Tuotekehityksessä käytön ymmärtäminen tuntuu jäävän yleisimmin taka-alalle. Valitettavasti tämä on myös asia, joka vain harvoin saadaan korjattua jälkikäteen. Käytön ymmärtämiseen auttaa käyttäjätiedon kerääminen ja hyödyntäminen kehityksessä. Etenkin pk-yrityksillä on kova tarve käyttäjätiedolle, sillä tuotteet suunnitetaan usein vain pienelle täsmämarkkinalle. Liian usein käyttöön liittyvien kysymysten selvittäminen jää yrityksen teknisten suunnittelijoiden päävaivaksi. (Hyysalo 2009, 13-14; 17; 22-23).

Käytettävyys on aiheena niin laaja, että voisin melkein jatkaa tutkimuksiani vielä useamman analyysin verran. Etenkin Sampsa Hyysalon kirja *Käyttäjä tuotekehityksessä - Tieto, tutkimus, menetelmät* auttoi ymmärtämään aihetta syvällisemmin. Kirja onkin suunnattu tuotekehityksen ammattilaisille, joten ei ihme, että koin sen hyödylliseksi. Pienenä yrityksenä meidänkin on vähän vaikea saada ketään oikeaoppisiin käytettävyydesteihin, mutta Hyysalon kirja auttaa tuomaan käyttäjän mukaan tuotekehitykseen ajatuksen tasolla. Kun oppii ymmärtämään käyttäjäryhmän tarpeet, osaa myös ottaa ne huomioon kehitysvaiheessa. Tällöin voidaan sanoa, että käyttäjä on mukana prosessissa.

### **3.4 Seurantaviikko 4**

*Maanantai 13.2.2017*

Päivän ohjelmassa on luultavimmin presentaation viimeistely tällä erää ja samaisen esityksen kääntäminen verkkosivun muotoon. Viikkopalaverissa selviää tarkempi aikataulu yhteisistä projekteista, joihin minua tarvitaan. Verkkosivussakin on kyllä hetkeksi väsämistä, mutta se on aina prioriteettilistan hännillä, sillä kyse on vain oman tuotteemme mainostamisen parantamisesta.

Palaverissa selvisi, että uutiskirjeitä on tulossa vielä lisää, joten ne tulevat minun tehtävälliställeni. Tälle päivälle en vielä lähetettävää saanut, joten päivä kului suunnittelemieni työtehtävien parissa. Siistin myyntipresentaatiota vielä niukemmaksi tekstien osalta, jottei se näyttäisi niin raskaalta, ja aloitin sivun työstämisen. Olen työstänyt viime vuonna samaiselle tuotteelle jonkinlaista verkkosivua, mutta se ei ikinä päässyt käyttöön asti. Päätin ottaa saman designin työstettäväkseni, tehden parannuksia siihen. Ongelmia syntyi jonkin verran heti kättelyssä.

Mietin pitkään, miksi tekemäni muutokset kuviin ja väreihin eivät toimi, mutta kyse olikin vain selaimen muistiin jääneestä tiedosta. Pakotettu selaimen päivitys ratkaisi onneksi ongelman. Seuraavaksi sain pätkäillä pitkän tovin, miten saada Bootstrapin *img-circle* -määrittely toimimaan niin, että lopputuloksena syntyy ympyrä, eikä ellipsi. Käytän siis kuvia, joissa pituus ja korkeus eivät täsmää. *img-circle* -määrittely toimii haluamallani tavalla vain, jos kuva on neliö. Googlen avulla löysin lopulta ratkaisun, joka kehotti tekemään oman tyylimäärittelyn. Löysin myös hyvän css-koodin, jota käyttää jatkossakin vastaaviin tyyliin.

Päivän aikana sain sivuston ulkoasun kutakuinkin kuntoon, ja käyttötapaukset esiteltyä. Seuraavaksi pitäisi löytää vielä muutamat kuvat ja kysyä myyntiedustajaltamme, mitä muita osia sivuun halutaan. Päivän mittaan sain myös seurata sivusta, kuinka moneen ihmiseen yksi palvelinrikko vaikuttaa.

*Keskiviikko 15.2.2017*

En tiedä taaskaan pahemmin päivän työtehtävistäni, mutta enköhän pääse jatkamaan verkkosivun luonnin parissa. Maanantaina sain kuulla olevani vastuussa uutiskirjeistä, joten ehkä tänään teen jotain niihin liittyen. Toivon pääseväni verkkosivun kanssa hyvälle mallille, ainakin Bootstrapin *Carousel*-osa olisi kiva saada toimimaan haluamallani tavalla.

Puolet päivästä sain väkertää verkkosivuja, ja käytinkin tuntikaupalla aikaa selvittääkseni, voiko *Carouselin* kuvia saada näkymään kunnolla pienemmälläkin näytöllä. Kokeilin monenlaisia ohjekoodeja, mutten löytänyt haluamaani. Lähimmäs pääsin ratkaisulla, jossa kuvan sijaan luodaan div, jonka taustakuvaksi haluttu kuva määritetään. En kuitenkaan tykännyt lopputuloksesta, sillä se ei osaa pienentää kuvaa fiksusti. Niinpä palasin alkutilanteeseen. Otin vähän taukoa koodailusta tähän väliin ja siirryin muokkaamaan *Carouseliin* haluamiani kuvia. Viestittelin myös pitkin aamupäivää asiakkaan kanssa tänään lähetettävästä uutiskirjeestä, johon olin tehnyt pieniä muutoksia.

Tässä kohtaa rupesin pyynnöstä hahmottelemaan raportointiviikolla kaksi mainitsemaani käyttöohjetta, jossa pitäisi esitellä käyttötapaukset kuvien kera. Pidämme pientä palaveria siihen liittyen perjantaina ja maanantaina, jolloin manualin olisi hyvä valmistua. Homma jäi kuitenkin kesken, kun tuli tieto, että tänään pitäisi lähteä myös toinen uutiskirje. Hoidin siis tämän tehtävän viimeisenä tältä päivää ja jäin odottamaan asiakkaan hyväksyntää lähettykseen.

*Perjantai 17.2.2017*

Sain tarkan aikataulun tulevista uutiskirjeistä keskiviikkona, joten siitä näen, että tälle päivälle ei pitäisi olla uutiskirjeen lähetystä. Keskiviikkona tekemäni kirje oli kuulemma lähetetty jo pienten muutosten kera. Käytän siis luultavimmin koko päivän käyttöoppaan toteuttamiseen, josta meillä onkin pieni palaveri puoliltapäivin. Toivon pääseväni tavoitteeseen, eli siis saamaan oppaan valmiiksi maanantaihin mennessä. Tässä oli vielä ryhmittelyyn liittyviä epäselvyyksiä, joista kysyn palaverissamme.

Suunnitelmat eivät päivän aikana muuttuneet. Käytin koko päivän oppaaseen, jonka sain noin puoleen väliin tänään. Runko on valmiina koko oppaalle, mutta itse sisältö puuttuu vielä. Aikaa meni jo siinäkin jokunen tuokio, kun yritin löytää tablettia, jossa on sovelluksemme tuotekehitysversio. Testikäyttäjällä en päässyt kirjautumaan jo tuotannossa oleviin laitteisiin, ja päältäpäin tabletista ei tiedä, kumpaan versioon se on liitetty.

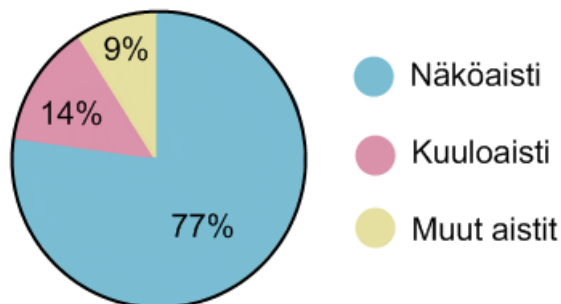
Loppupäivä kului ottaen sovelluksesta kuvankaappauksia, muokkaamalla kuviin selkeyttäviä nuolia ja muuta ohjeistusta, ja kirjoittamalla kuvaukset kohta kohdalta jokaiselle käyttötapaukselle. Maanantaina tulee toivottavasti valmista, kun työkaverini liittyy pariksi tunniksi tekoprosessiin avuksi. Olen ennenkin tehnyt vastaavia käyttöoppaita muille sovelluksillemme, mutta tämä opas jatkaa matkaansa yhteistyökumppanillemme, jossa se saa visuaalisen ilmeensä ja luultavimmin muitakin parannuksia kohti lopullista versiota. Tämä on siis isomman luokan projekti kuin edelliset oppaani.

*Viikkoanalyysi*

Tämä viikko kului pitkälti myyntiin ja mainostamiseen liittyvien tehtävien parissa. Tehtäväni vaativat selkeää kuvailua siitä, mitä missäkin käyttötapauksessa tehdään kohta kohdalta. Myös kuvallinen ilmaisu on näissä tärkeää. Verkkosivuilla käytetään kuvia, joista tulee ammattimainen kuva, mutta myös hyvän tunnelman välittäminen on tärkeää. Verrattuna käyttöoppaan kuviin niissä on selvästi enemmän vapauksia, mutta juuri sen takia tekstin tukeminen kuvalla on paljon vaikeampaa, kun ei ole määrättyä asiaa, jota kuvata. Käyttö-

oppaassa jouduin vain miettimään järkevää kuvien yhdistämistä ja itselleni ilmiselvien asioiden selittämistä mahdollisimman yksinkertaisesti ja ohjenuolia käyttäen. Minusta voi olla selvää, että ulos kirjautuessa painetaan *Log out*, mutta laitoin siitä huolimatta nuoli-symbolin näyttämään, mistä kuuluu painaa. Olen saanut hyvää opastusta työkavereiltani näihin liittyen, mutta kuten viime viikon raporteissani huomasin, on vielä paljon asioita, joissa tarvitsen harjoitusta. Tämän viikon analyysissäni käsittelen siis myynnin ja markkinoinnin visuaalista tukemista.

Olen työssäni saanut tehdä monenlaisia PowerPoint-esityksiä juuri myyjiemme esiintymisen tueksi. Tavallisimpia ovat tuotetta esittelevät diaesitykset ja koulutusmateriaalit. Käyttöoppaat ovat myös melko lähellä koulutusmateriaalia, mutta ne ovat tarkoitettu ymmärrettäväksi sellaisenaan ilman kolmannen osapuolen sanallista opastusta. Myyntiesitys onkin vain myyjän tukena auttamassa visualisoimaan esitettyä asiaa. Marius Manic kertoo artikkelissaan, että yli 90% ihmisen päivittäisestä prosessoidusta tiedosta tulee juuri visuaalisista lähteistä. Ihminen muistaa helpommin kuvat kuin sanat, etenkin kun nykypäivänä keskittymiskyky on kaikkein alhaisimmillaan. Ei siis ole ihme, että toimivan visuaalisen esityksen saaminen myyjän tueksi on tärkeää. (Manic 2015).



Kuvio 4. Tiedon saanti eri aistien kautta (Laitinen 2014, 4)

Visuaalinen tuki on myös siksi erittäin ratkaiseva, että psykologien tutkimusten mukaan ihminen saa 77% tiedosta näköaistin avulla, 14% kuulon kautta ja loput 9% muista lähteistä (kuvio 4). Jos myyntiesitykseen yhdistetään kuva ja ääni, on viestin perille meneminen paljon todennäköisempää kuin pelkän äänen avulla. Tällöin mahdollisuus nousee 91% tasolle. Ihminen muistaa paremmin asiat, jotka hän näkee ja kuulee yhtä aikaa. (Laitinen 2014, 4).

Visuaalisen esityksen on tarkoitus olla katsojaa miellyttävä. Sen tulee tuoda esiin pääkohdat esitettävästä asiasta ja herättää tunteita väreillä ja kuvilla. Mikäli katsojan keskittymiskyky herpaantuu, tulisi esityksen varmistaa, että pelkkä vilkaisu auttaa katsojaa pääse-

mään taas mukaan. Tähän auttaa, kun visuaalisesta esityksestä tehdään mahdollisimman yksinkertainen ja sanoma pidetään helposti ymmärrettävänä. Yleensä nämä esitykset ovat jollain työkalulla tehtyjä diaesityksiä. Tällöin on tärkeää, ettei dialle laiteta liikaa tekstiä, vaan ennemmin jaetaan asiasisältö useammalle dialle. Liian täysi dia saa helpommin ajatukset harhailemaan, kun keskittyminen ei riitä. Hyvä nyrkkisääntö onkin, että jokainen asia esitetään omalla diallaan, jolloin katsojan ei tarvitse itse lukea ja prosessoida tietoa. (Paukkonen 2016, 10-11).

On myös kannattavaa miettiä, tarvitaanko dialle välttämättä muuta tekstiä kuin otsikko. Etenkin isolla esiintymisnäytöllä kuvat korostuvat paremmin, ja ne välittävät myyntiviestin usein paremmin kuin sanat. On tärkeä kiinnittää lisäksi huomiota siihen, että kuvat ovat korkealaatuisia ja näyttävät hyviltä isoillakin näytöillä. Teksti väsyttää enemmän katsoja silmiä, ja väsyessään hän menettää mielenkiintonsa asiaan. Kokonaisia lauseita ei etenkin saisi käyttää, vaan ennemmin lyhyitä mielenkiinnon herättäviä avainsanoja. Esiintymisestä tulee myös energisempi, jos dioja vaihdetaan tarpeeksi usein, eli asiat on jaettu fiksiiksi pätkiksi dioille. (Paukkonen 2016, 11-12).

Nämä ovat pitkälti samoja vinkkejä, joita olen saanut kaikista laatimistani diaesityksistä niin koulussa kuin töissäkin. Toki töissä olen ottanut nämä huomioon selvästi paremmin, sillä kyseessä ei ole koulun tavoin pakollinen esitys, jota kukaan ei kuitenkaan kuuntele. Lisäksi puhujat ovat osaavampia, eivätkä siksi tarvitse kuin ne muutamat avainsanat esiintymisensä tueksi. Työkaverini vinkkasi viimeksi diaesityksestäni, että paras olisi, jos dialla olisi iso kuva ja sen yhteydessä vain lyhyt lausahdus aiheesta. Pysin muistamaan tämän asian jatkossakin. Itse olen puhujana niin kova jännittämään, että tarvitsen tuekseni pitkälti kaiken, mitä haluan sanoa esitykseni aikana. Olen monesti esimerkiksi unohtanut täysin, mitä pitäisi sanoa, ja jäänyt ihmisten eteen keräämään itseäni. Tällöin minulla on onneksi ollut pari, joka pystyi jatkamaan esitystä. Näistä kerroista on kuitenkin jäänyt niin paha trauma, etten ole pystynyt jättämään sanallista tukea niin niukaksi kuin olisi tarkoitus. Tämä varmasti heijastuu edelleen diaesityksiini, vaikka pyrin parantamaan tapojani.

Yksi diaesityksieni tekoon vaikuttava tekijä on varmasti myös se, että kouluajanani olen tottunut tietynlaisiin esityksiin. Opettajien laatimat diaesitykset ovat varsin tekstipainotteisia, sillä usein opetettavasta asiasta ei ole tehty muuta materiaalia meille jaettavaksi. Pitää aina muistaa tarkoitus, jota varten esitys on laadittu. Myyntitilanteessa diaesitys ei ole pääasiallinen tiedonjakoalusta, vaan pelkkä myyjän ja osaltaan myös katsojan tuki. Tiedän myös omalta osaltani, että esiintymistilanteessa katsojana luen ensin dian tekstit, ja vasta sitten alan kiinnittää kunnolla huomiota puhujaan. Jos tekstiä on paljon, kestää tässä pidempään, jolloin puhuja jää esityksensä varjoon. Tämä ei tietenkään ole tarkoitus, joten

tekstin kanssa täytyy olla tarkkana. Teksteihin täytyy myös kiinnittää huomiota sen suhteen, että niiden täytyy olla tarpeeksi mielenkiintoisia jäädäkseen mieleen. Kun miettii, paljonko ihminen lukee päivän aikana eri tekstejä ohimennen, ymmärtää iskevien ja mielenkiintoisten iskulauseiden merkityksen.

### **3.5 Seurantaviikko 5**

*Maanantai 20.2.2017*

Tälle päivälle on suunnitelmassa saada käyttöoppaan runko valmiiksi. Pysin pääsemään mahdollisimman pitkälle, mutta tähänastista vauhtiani ja jäljellä olevaa työmäärää tarkastellessa on aika selvää, etten pysty yksin saamaan opasta valmiiksi. Päivälle ei muuta erityistä ole etukäteen puhuttu, joten pääsen varmaan keskittymään tähän yhteen tehtävään.

Aamun palaverissa sain kuulla, että alkuvuikosta pitäisi saada pakattua 15 tablettia Ruotsiin lähetettäväksi, ja se tehtävä tulee minun listalleni. Keskiviikkona on lisäksi yhden uutiskirjeen lähetys. Sovin aamulla, että talvilomaviikon takia siirrän perjantain työpäiväni huomiseksi, mikäli kellään ei ole mitään sitä vastaan. Tämä onnistui ja sopi oikeastaan paremminkin, sillä minulle suunnatut tehtävät tulee saada tehtyä alkuvuikon aikana.

Koko päivä kului siis oppaan kanssa, jonka sain noin  $\frac{3}{4}$  valmiiksi. Jouduin muuttamaan vähän tekemääni runkoa, kun tajusin selkeämmän pääjaottelun verkkosovelluksemme näkymään. Tämä sotki Wordin numeroinnin, enkä ole sitä vielä saanut ratkaistua. Parempi edetä tässä vaiheessa kuin jäädä miettimään tällaista pientä seikkaa. Jostain syystä myös käyttämäni kuvanmuokkausohjelma alkoi temppuilla iltapäivällä, eikä suostunut tallentamaan kuvia taikka vastaamaan mihinkään. Luulen, että ohjelma on vielä beta-vaiheessa Macilla, eikä siksi toimi ihan niin kuin pitäisi. Etenin siis ilman kuvia loppupäivän. Toivottavasti huomenna kaikki taas toimii, että saan manuaalin valmiiksi asti. Sain hyvin aikaan siihen nähden, että töitä kyllä riittää.

*Tiistai 21.2.2017*

Tänään pitää laittaa Ruotsiin lähetettävät tabletit lähetysvalmiiksi ja saada käyttöopas loppuun. Mikäli asiakkaalta saadaan uutiskirjeen materiaalit, olisi hyvä saada myös se siirrettyä järjestelmäämme, jotta keskiviikkona saadaan mahdolliset muutokset tehtyä hyvissä ajoin. Tehtävää siis riittää.

Päivä ei poikennut suunnittelemastani yhtään. Puolet päivästä käytin käyttöoppaan loppuun viemiseen. Joitain ominaisuuksia jäi vielä selittämättä, sillä en ole itsekään niistä ihan varma. Runko on kuitenkin valmis, ja sitä on hyvä jatkaa muun tiimin voimin. Seuraavaksi siirryin pistämään lähetettävät tabletit kuntoon. Niistä piti poistaa kaikki meidän aiemmin asentamat ohjelmat, tarkistaa ettei kenenkään kirjautumistietoja ole jäänyt auki ja asentaa AfterPay -sovelluksemme. Tablettien pakkaamisen jälkeen ehdin vielä tutkia oppaani kummallisesti menevää numerointia, mutten löytänyt ratkaisua. Jostain syystä neljännen tason otsikoissa numerointi ei ota huomioon ylemmän otsikon numerointia, vaan alkaa alusta. Asetukset ovat oikein, mutta jossain on joku vika, mitä en ole huomannut. Yritin selkeyttää opasta luomalla sille sisällysluettelon, mutta tässäkin tapahtuu jotain kummallista, kun keskelle sisällysluetteloa ilmestyy oppaassa käyttämäni kuva. En haluaisi kopioida lähes 50-sivuista tekstiseinä uudestaan muotoiltavaksi.

Uutiskirjeen materiaaleja ei vielä saatu asiakkaalta, joten niitä lukuun ottamatta sain tehtyä kaiken, mitä pitikin. Oppaassa on vielä päiviteltävää ja lisättävää, mutta ainakin meillä on nyt näyttää runko asiakkaalle.

*Keskiviikko 22.2.2017*

Viimeinen työpäivä tältä viikolta. Aion ratkoa tekemäni oppaan numerointiongelman ja tehdä täydennyksiä muutamista käyttötapauksista. Eilen jäi ainakin asiakastileihin liittyvät toiminnot kuvaamatta, sillä ne olivat unohtuneet saamastani listasta. Lisäksi tänään on vuorossa yhden uutiskirjeen lähetys.

Uutiskirjeen materiaaleja ei vielä aamusta kuulunut, joten jatkoin käyttöoppaan korjaamista. Etsin Googlesta jonkinlaista ratkaisua numerointiongelmaan, ja lopulta sellainen löytyi. Asetuksissa ei ollut mitään vikaa, piti vain deletoida ensimmäisen alaotsikon numerointi ja kirjoittaa se käsin oikein – tällöin kaikki muutkin otsikot vaihtuivat oikeiksi. Sisällysluettelon ilmestyvän kuvan sain pois korjaamalla muotoilun kyseisen kuvan kohdalla. Jostain syystä myös kuva oli muuttunut otsikoksi. Muotoilun vaihto leipätekstiksi korjasi asian. Tämän jälkeen lisäsin kymmenisen käyttötapausta kuvineen ja korjailin vähän tekstejä.

Iltapäivästä sain kuulla, ettei uutiskirjeen materiaaleja kuulunut edelleenkään. Yhden uutiskirjesarjan aikataulua oli myös päätetty muuttaa. Kuulemma työkaverini hoitaa tälle päivälle suunnitellun kirjeen lähetyksen, kun materiaaleja ei kuulunut. Käyttöoppaani läpikäynti myös aloitettiin myyjien ja päätuottajan kesken, joten pääsen varmaan täydentämään ja korjailemaan opasta ensi viikolla. Kiinnostavaa myös nähdä, mitä graafikkomme on saanut visuaaliselle ilmeelle aikaan palatessani töihin.



## *Viikkoanalyysi*

Tämän viikon raporttejani lukiessa on ilmeistä, että päiväni pyörivät pitkälti käyttöoppaan teossa. Tekeleeni on vielä lähempänä runkoa kuin lopullista versiota. Graafikkomme hoi-  
taa visuaalisen puolen miettimisen ja asiantuntijamme tarkistavat, ettei tekstiin ole päässyt  
asiavirheitä. On myös joitain kohtia, joihin en osannut kirjoittaa selitystä, joten asiantuntijat  
täydentävät myös niitä. Tämän lisäksi myyjät antavat varmaan omia vinkkejään, joten  
meillä on aika lailla koko tiimi tekemässä yhtä opasta.

Voisi ehkä luulla, ettei Wordin kanssa syntyisi mitään kummempia ongelmia, mutta kulutin  
silti jokusen tunnin otsikkojen numeroinnin korjaamiseen. Microsoftin tuotteissa on aina  
välillä tällaisia kummallisuuksia, jotka ratkeavat antamatta kummempaa selitystä toimin-  
nalleen. Muistan ainakin Sharepointin kummallisuudet, joita sain ratkoa koulussa käymäl-  
läni kurssilla. Wordissä on kuitenkin se hyvä puoli, että käytämme pilviversiota, jolloin do-  
kumentteja on helppo jakaa työtovereille. Etenkin jatkossa, kun työstämme tätä opasta  
eteenpäin, on pilviversiosta hyötyä.

Verratessa koulun projektikursseihin on mukava huomata, etteivät samat ongelmat toistu  
omassa työympäristössäni. Koulussa näitä kursseja on varjostanut aina se asia, ettei töitä  
osata jakaa fiksusti. Olen käynyt kolme kurssia, joissa kaikissa oli sama ongelma: osalle  
ei keksitty mielekästä tekemistä ja samaan aikaan yksi tehtävä tuli tehtyä kahdesti eri tii-  
meiltä. Tällaista päällekkäistä työtä ei meillä töissä ole ilmennyt, ja hyvä niin. Tällainen  
tilanne on sekä turhauttavaa päällekkäisen työn tekijöille, että työajan haaskausta työelä-  
män näkökulmasta. Selvä ero kouluun verrattuna on myös se, että töissä hoidamme työ-  
tehtävät pitkälti yksin, kun taas koulussa suositaan pareittain tekemistä. Apua toki pyyde-  
tään työelämässäkin, kuten olen raporteissanikin tuonut esille.

Tämä yksin töiden tekeminen pohjautuu varmaan siihen, että olemme kaikki erilaisten  
asioiden osaajia ja hoidamme omaan osaamiseemme sopivia tehtäviä. On myös kustan-  
nustehokkaampaa, ettei useampi ihminen ratko yhtä asiaa. Kerran olen töissä ollut raken-  
tamassa asiakkaalle tapahtumasivua, jossa meitä oli kolme tekemässä. Itse tallensin asi-  
akkaan mock-upeista kuvat ja autoin pohtimaan parasta toteutustapaa joihinkin sivulle  
haluttuihin osiin. Yksi meistä koodasi sivua ja kolmas ratkoi joitain enemmän aikaa vieviä  
html-koodimuotoiluja sivulle. Tämä oli ihan antoisa pikkuprojekti, jota muistelen lämmöllä.  
Myös tapahtumissa toimimme tiiminä, mutta sitä ei oikein pysty vertaamaan projektitiimin  
käsitteeseen.

Tiimityöskentelystä puhuttaessa on hyvä ymmärtää, mitä tiimi-sana pohjimmiltaan tarkoittaa. Se viittaa pieneen ihmisjoukkoon, jolla on erilaisia taitoja, ja joka tekee töitä yhteisen päämäärän eteen. Tiimi pyrkii kehittämään työskentelyään tehokkaammaksi tiimijäsenten erilaisen osaamisen avulla. Näin ollen tiimin saavutukset ovat yhteisiä, eivät yksilöiden aikaansaannoksia. Työtä tehdään yhdessä ja ideana on saada organisaatio toimimaan oma-aloitteisemmin. Organisaation hierarkia pyritään unohtamaan, ja vastuu siirretään työntekijälle. (Hirvonen 2007, 6-7). Tiimillä on yleensä silti projektipäällikkö ja tiiminvetäjä, joiden tulee tuntee tiimin jäsenet. Hyvässä tiimissä vallitsee positiivinen ilmapiiri sekä luottamus, ja sosiaalinen pääoma pääsee leviämään tiimin jäsenten jakaessa omaa osaamistaan. (Salmia 2012).

Tiimityö on potentiaalia, joka syntyy ihmisten välillä, ja joka pyritään valjastamaan organisaation hyötykäyttöön. Onnistuneella tiimityöllä on vakaa perusta, joka rakentuu neljästä kulmakivistä. Tärkein näistä on fyysinen ja henkinen turvallisuudentunne. Toisena on tunne yhteisöön kuulumisesta, johon lasketaan myös tunne oman osaamisen riittävydestä osana tiimiä. Kolmas seikka on tasavertainen johtaminen, joka syntyy systemaattisella johtamistavalla ja -toiminnalla. Viimeisenä on muiden työyhteisön jäsenten arvostus ja huomioiminen sekä positiivinen asenne. Tiimin jäsenten tulee pystyä tuomaan oma mielipiteensä julki, eikä näitä huomioita tule tyrmätä. Tiimityön tulokset ovat parhaimmillaan huippuluokkaa, joihin ei päästäisi yksin työskenneltäessä. (Nyström 2014).

Hyvässä tiimityössä jäsenet tuntevat toisensa ja toistensa toimintamallit. He osaavat työskennellä yhdessä ja näkevät vaivaa tämän saavuttamiseen. Hyvä tiimityö on erilaisuuden hyväksymistä ja mahdollisesti oman viestinnän mukauttamista toisten viestintää vastavaksi. (Kivistö 2012). Se on omista näkemyksistä joustamista ja kompromissien laatimista. Kaikki tiimin jäsenet tarkastelevat asiaa oman asiantuntijuutensa läpi, joten on osattava tehdä kompromisseja. Erimielisyydet on hyvä selvittää heti alkuunsa, etteivät ne paisu koko tiimiä hiertäväksi asiaksi. Kun henkilökemiat ovat kunnossa ja vuorovaikutus toimii niin positiivisessa kuin negatiivisessakin mielessä, on tuottavan liiketoiminnan pohja kunnossa. (Alma Talent 2016).

Hyvään tiimityöhön liittyy olennaisesti yhdeksän eri asiaa. Ensinnäkin, tiimillä tulee olla johtaja. Joskus tiimi voi muodostua usean eri organisaation jäsenistä, jolloin joku jäsenistä tulee nimittää johtajaksi. Tiimillä tulee olla yksiselitteinen käsitys siitä, mitä yritetään saavuttaa. Tiiminjäsenillä tulee olla selvä rooli, jonka mukaan toimia päivittäisissä tehtävissä. Ilman roolitusta jäsenet saattavat tehdä samoja tehtäviä kahdesti ja aivan turhaan. Tiimiläisten tulee jakaa niin fyysisiä kuin henkisiäkin voimavarojaan. Näitä ovat esimerkiksi toimistossa oleva tila, laitteet, ideat ja rohkaisu. Kommunikaation tulee toimia tiimissä

saumattomasti, ja tätä varten tiimin jäsenten on hyvä tavata kasvatusten, mikäli puhutaan niin sanotuista virtuaali-tiimeistä. Jäsenten tulee omistautua työlleen ja olla innolla mukana saavuttamassa asetettuja päämääriä. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että yksityiselämä tulisi uhrata työnteolle, sillä balanssin menettäminen syö yleensä työskentelyintoa. Tiimin ja päämäärän saavuttamisen tulisi mennä yksilön egon edelle, jotta tiimin työskentely toimisi halutusti. Toimivan tiimin tulisi myös pystyä havaitsemaan, missä on parannettavaa. Viimeisenä asiana tiimin pitäisi pystyä tekemään parannuksia asioihin, joissa on parannettavaa. Yksilöihin liittyvissä asioissa tiimin johtajan olisi hyvä selvittää nämä seikat yksityisesti kyseisen henkilön kanssa, jotta tiimin toiminta tehostuisi. (CBS News 2011).

Koen, että meillä työyhteisö toimii hyvin tällä hetkellä, sillä olemme pieni kokonaisuus. Sanoisin, että tiimiajattelu on kannattavaa ottaa käyttöön, kun puhutaan yli kymmenen henkilön organisaatiosta. Koulussa projektiryhmissä on usein kolme noin viiden henkilön tiimiä. Töissä meitä on seitsemän työntekijää, joista kaksi on yleensä kiinni myyntitehtävissä, joten lopuista muodostuu tavallaan tuotantotiimi. Meillä on viikoittainen palaveri, jossa käydään tuotantotiimin tehtävät läpi, mutta koen että olemme silti enemmän yksilöitä kuin yksi tiimi. Kokonaisuuden kannalta on tietysti kiinnostavaa kartoittaa tiimityön etuja ja haittoja. Niistä jatkan ensi viikon analyysissäni.

### **3.6 Seurantaviikko 6**

*Maanantai 27.2.2017*

Sain viime viikon lopulla sähköpostissa korjauspyyntöjä käyttöoppaan joihinkin osiin, joten näillä näkymin viikkoni alkaa jälleen oppaan hiomisella. Joitain muutoksia runkoon on tehty, mutta kuvien päivittely päätettiin jättää minulle. Tarkempi viikkoaikataulu selviää jälleen palaverissa.

Oppaani oli muuttunut melkoisesti sinä aikana, kun en ollut paikalla. Meni oma aikansa selvittää, mitkä listatuista muutoksista oli jo tehty, ja mitä minulle jäi. Viikkopalaverissa sain kuulla, että apuani tarvittaisiin keskiviikkona NFC-sirujen enkoodaamiseen, mikäli vain ehdin. Oppaassa oli joitain täydennystä vaativia osioita, joten aloittelin niillä. Kaikki kuvat on määrä muuttaa niin, että niissä on käytetty Wordin omia nuoli-grafiikoita ja joissain tapauksissa esimerkkidataa haluttiin muuttaa. Tätä varten minulle luotiin oma testi-käyttäjä, jolla lähdin simuloimaan huvipuistoa ja siihen sopivaa dataa. Samalla pääsin testaamaan demo-sovellustamme lisää. Löysin joitain kummallisia virheitä, joista ilmoitin eteenpäin.

Päivän päätteeksi oppaasta oli vaihdettu suunnilleen puolet kuvista. Tekstejä täytyy vielä lisätä, ja joitain ominaisuuksia en ole vielä saanut esiteltä. Oman testikäyttäjän pystyttäminen oli siitä hyvä kokemus, että sain nähdä alusta asti, miten sovelluksemme otetaan käyttöön. Tähän lukeutui eri laitteiden hyväksyntä, tietokoneen käyttöluvan antaminen ja kaupan pystyttäminen alusta asti. Hedelmällinen päivä näin lyhyesti sanottuna.

### *Keskiviikko 1.3.2017*

Tänään on ohjelmassa enkoodata 600 NFC-sirullista ranneketta, lähettää yksi uutiskirje, mikäli saamme materiaalit ja jatkaa käyttöopasta. Enkoodaus-tehtävä olisi hyvä saada tehtyä heti aamusta, jotta ne saadaan lähetettyä Ruotsiin ajoissa. Toivon, että tällä kertaa uutiskirjeen materiaalit saadaan ajoissa, ettei sen kanssa tule kiire.

Töihin tullessa aloitin NFC-urakkani laittamalla työpisteen kuntoon. Työkaverini auttoi irrottamaan suurimman osan rannekeista toisistaan, jotta työ tehostuisi. Pysyin aikarajan puitteissa, joten rannekkeet saatiin lähtemään ajoissa. Työtä helpotti huomattavasti se, ettei rannekeisiin poltettavilla URL-osoitteilla ollut mitään vaadittua järjestystä. Tein välissä muutamat pienemmät tehtävät, kuten lähetin 300 Selfie Wall -kuvaa työkaverilleni, joka lähettää ne eteenpäin asiakkaalle, ja liitin support-meilimme omaan sähköpostiini, jotta pääsen helposti sinne tullessiini pyyntöihin käsiksi. Yritin myös selvittää, miten minulle saisi luotua oman värikategorian Outlookin sähköpostiin, jotta support-meilin tehtäviä voisi jakaa minulle. Tämä jäi vielä kesken. Iltapäivästä jatkoin hetken käyttöoppaan kuvien muokkaamista, kunnes uutiskirjeen materiaalit saapuivat. Tein viestiin halutun templatien ja ajoitin vastaanottajat järjestelmäämme. Viesti lähetetään vasta huomenna, ja muutoksiakin voi mahdollisesti vielä tulla, joten ne jäävät työkaverini huoleksi. Sain vielä toisenkin meilin työstettäväkseni viime tingassa, ja tässä piti säätää vähän sähköpostin pohjaakin. Ei onneksi mitään hirveän vaikeaa.

Kaikki päivän tavoitteet tuli täytettyä ja vähän ylimääräistäkin, joten voin taas olla tyytyväinen. Kirjeiden kanssa päivä pitkittyi jonkin verran, mutta näin käy aina välillä tällä alalla. Työporukka on kuitenkin kannustava ja kiitoksia ei säästellä näissä tilanteissa, joten jo se tsemppaa tekemään töitä täysillä.

### *Perjantai 3.3.2017*

Jatkan edelleen käyttöoppaan parantelua tänään ja mikäli aikaa on, perehdyn esimieheni toissapäiväiseen tehtävänantoon. Minua pyydettiin selvittämään paras tapa kartoittaa, mitkä kieliversioiden käännökset eivät ole verkkosivulla käytössä. Aihe on kuitenkin sen

verran vieras, että saan tehdä taustatutkimusta melkoisesti ennen kuin voin asiaa lähteä tutkimaan kunnolla. Keskiviikkona aloitin myös yhtä uutiskirjettä, johon tulee muutoksia jos senkin perusteella, ettemme vielä tiede edes kirjeen haluttua otsikkoa. Keskiviikkona oli lisäksi puhetta, että tämän päivän aikana saadaan tietää, pääsenkö jo enkoodaamaan yhteen tapahtumaan tarvittut 500 NFC-ranneketta.

Aloitin päivän oppaan viimeisten kuvien muokkaamisella ja siirryin selittämään muutamia puuttuvia ominaisuuksia auki. Kaikkiin eri ominaisuuksiin haluttiin lisäksi lyhyt sanallinen kuvaus siitä, mistä on tarkalleen kyse. Merkkasin puuttuvia selityksiä ylös, jotta näen helposti, mistä kuvaus vielä puuttuu. Iltapäivästä aloitin NFC enkoodaustyön, jonka olisi hyvä valmistua vielä saman päivän aikana, sillä tarvitsemamme laitteet lähtevät maanantai-aamuna messuille. Löysin hyvän tahdin työhön, joten valmistuin hyvissä ajoin. Loppupäivän käytin oppaan ominaisuuksien tarkistamiseen ja kuvausten lisäilyyn. Myyjämme kävi tarkistamassa, että kuvat ovat halutun laisia. Oppaan muutokset on pitkälti nyt tehty, mutta joitain lisäyksiä täytyy vielä laatia.

### *Viikkoanalyysi*

Tämä viikko kului jälleen pitkälti käyttöoppaan parissa, mutta pääsin myös enkoodaamaan 1100 NFC-ranneketta ja tekemään pari uutiskirjettä muutamien pienten työtehtävien lisäksi. Tämä uutiskirjeiden laatiminen ja lähetys on siitä mielenkiintoinen tehtävä, että pääsen näkemään käytännössä, miten omaankin sähköpostiini saapuvat uutiskirjeet ja muut tarjoukset syntyvät. Koenkin oppineeni paljon niihin liittyen.

Viime viikon analyysissäni pohdin tiimityön merkitystä yrityksissä ja totesin jatkavani tällä viikolla kartoittamalla sen hyötyjä ja haittoja. Viikon aikana olen kiinnittänyt vielä enemmän huomiota siihen, miten me työntekijät toimimme yrityksessä. Keskiviikkona iloitsin siitä, miten meillä on tapana kannustaa ja kiittää toisiamme, kun työt tulee hoidettua hyvin. Se on selvä voimavara ja merkki siitä, että meillä on ilmapiiri kunnossa. Itse ainakin huomaan saavani motivaatiota kannustuksesta ja siitä, että panokseni otetaan huomioon ja siitä osataan kiittää. Liian usein tulee ajateltua, että töitähän tässä vain tehdään: tästä minulle maksetaan. Positiivinen ilmapiiri missä vain auttaa jaksamaan. Tämä positiivinen asenne olikin yksi edellytys toimivalle tiimityölle. Jos tiimityö toimii, kuten pitäisi, on sillä huomattavia etuja.

Vaikeiden ongelmanratkaisutilanteiden käsittely helpottuu, kun eri osa-alueiden edustajat voivat pohtia parasta ratkaisua yhdessä. Yksi henkilö tuppaa näkemään vain yhdenlaisen ratkaisun, joka tulee puhtaasti hänen edustamansa osa-alueen kautta. Yksilö tietää vain

omaan alueeseensa liittyvät ongelmat ja parhaat ratkaisumenetelmät. Yleensä paras ratkaisu löytyy kuitenkin yhteistyön kautta, kun näkökulmia on useita. (Hirvonen 2007, 12). Tämän ansiosta myös työnteko tehostuu ja laatu paranee, kun jokaiseen ongelmaan löytyy sopivin ratkaisu eri näkökulmien kautta. Myös monia eri osa-alueita koskevien tehtäväkokonaisuuksien suorittaminen helpottuu, tai tulee ylipäänsä mahdolliseksi. Tällainen yhdessä toimiminen tukee myös oppimaan uutta ja mahdollistaa olemaan luovempi. Tämä taas saattaa auttaa motivoimaan työntekijöitä ja saada heidät sitoutumaan työhönsä paremmin, kun oman työn merkitys tulee paremmin esille. Tätä kautta työntekijät voivat lisäksi kiinnostua oman työnsä kehittämisestä, jolloin työprosessit ja toimintajärjestelmät kehittyvät samalla. (Chasing my future -blogi 2013).

Tiimityöskentely auttaa myös sosiaalisella tasolla. Uuden työntekijän on helpompaa tutustua työhön liittyviin rutiineihin ja työtovereihin, kun porukka on tarpeeksi pieni. Myös avun pyytäminen on helpompaa oman tiimin jäseneltä kuin joltain isomman ja hajanaisemman työporukan jäseneltä. Joukkoon kuulumisen tunne vahvistuu pienessä porukassa ja omien mielipiteiden tuominen julki on helpompaa. Lisäksi pienemmän työporukan kouluttaminen on selvästi tehokkaampaa. Sosiaaliset hyödyt auttavat takaamaan sen, että työpaikka tuntuu houkuttelevalta jatkossakin, jolloin työssä halutaan pysyä kiinni. Työnjako on joustavampaa, ja tuotannon määrä kasvaa. Kun päätösvalta voidaan jakaa tiimin kesken, on päätösten teko tehokkaampaa ja samalla valvontaa voidaan vähentää. Pienissä tiimeissä tieto kulkee hyvin ja taidot sekä vastuu ovat helposti hallittavissa. (Hirvonen 2007, 12-13).

Tiimityöskentely ei kuitenkaan kaikkiin tilanteisiin sovi. Ylimääräisiä kustannuksia voi syntyä jo tiimityön käyttöönotossa, sillä siihenkin pitää erikseen kouluttaa. Mikäli tiimityötä ei koeta hyödylliseksi, on siihen nähty turhaan vaivaa. Joskus tiimityö voi myös aiheuttaa turhaa työn tekoa ja siten estää tehokkaan toiminnan. (Hirvonen 2007, 14). Esimerkiksi niin sanottu kahden johtajan loukku, jossa ohjeita saadaan niin esimieheltä kuin tiimin vetäjältäkin, voi pahimmillaan johtaa turhaan työhön, jos ohjeet ovat ristiriidassa. Yksi ongelma voi myös olla esimiehen laskettu status, kun tiimillä on omakin johtaja. Jos tiimit ovat liian isoja, voi sisäisessä tiedonkulussa tai vuorovaikutuksessa ilmetä ongelmia. Tähän liittyen myös etäisyys virtuaalitiimien tai eri rakennuksissa toimivien tiimien kohdalla voi tuntua haasteelliselta, jos kasvokkain järjestettävät tapaamiset eivät onnistu. Tällöin myös yhteenkuuluvuuden tunne kärsii. Lisäksi tiimiksi kehittymiseen menee aikaa enemmän, kuin esimerkiksi uuden työn sisäistämiseen. (Chasing my future -blogi 2013).

Tiimityössä on iso riski siihen, että henkilökemiat eivät sovi yhteen. Tämä voi aiheuttaa hankaluuksia pidemmän päälle. Lisäksi tiimien välinen kilpailu voi liikaa paisuessaan ilmetä ongelmaksi. (Chasing my future -blogi 2013). Sosiaalisissa rakenteissa voi myös olla se

haitta, että tiimissä on henkilöitä, jotka yrittävät hyötyä tiimityöstä siirtämällä omia tehtäviään muille jäsenille. Tällä tavalla ahkerimmat tai uusimmat työntekijät voivat joutua tekemään selvästi enemmän töitä kuin normaalisti. Jotkut voivat myös kokea tiimiin osallistumisen turhana työnä, sillä työpanos olisi tärkeämpi jossain muualla. Tähän liittyen käytäntöjen, palaverien ja tehtävien laiminlyöminen on iso ongelma. Eri osastojen työntekijöistä muodostetuissa tiimeissä voi myös olla riski, että sen jäsenet edustavat oman osastonsa intressejä, eivätkä tiimin intressejä. Lisäksi keskustelun tai avoimuuden puute viestii siitä, etteivät tiimin jäsenet välttämättä luota toisiinsa. Joissain tapauksissa tiimin jäsenten välille voi syntyä kilpailutilanne, tai jäsenet eivät ole lojaaleja tiimiä kohtaan. Tiimityössä voi syntyä sekin ongelma, ettei yhteistä tavoitetta löydy, jolloin jäsenet pyrkivät vain omiin tavoitteisiinsa. (Hirvonen 2007, 14).

Tiimissä on sekin haitta, että päätöksen tekeminen kestää usein pidempään, kuin jos asiasta parhaiten tietävät päättäisivät asiasta yhdessä. Päätöstä varten voi joutua ensin kouluttamaan koko muun tiimin, jotta hekin ymmärtäisivät, mistä on kyse. Parikymmenpäisellä tiimillä tämä syö aikaa tuhottomasti. Aikataulutus muuttuu muutenkin vaikeammaksi, kun palaveriaika pitäisi saada sopimaan kaikkien jäsenten kalenteriin. Oikeaoppisesti tiimin pitäisi mennä kaiken muun edelle, mutta mikäli jäsenet laittavat omat menonsa tiimin menojen edelle, alkaa tiimin tarkoitus kadota. Mikäli tiimi muuttuu taakaksi, ei siitä ole enää mitään iloa. Lisäksi tiimissä huonotuulisuus tarttuu nopeammin kuin hyväntuulisuus, ja siten motivaatio työtä kohtaan voi laskea etenkin haasteellisina aikoina. (Esseepankki 2013).

Perusteluja on siis sekä tiimityön puolesta, että sitä vastaan. Koen itsekin isot tiimit haasteellisina, ja tämän vuoksi koulussakin olemme pitäytyneet maksimissaan viiden hengen tiimeissä, kuten viime viikolla kirjoitin. Tiimityön voisi sanoa toimivan parhaiten silloin, kun kaikilla ovat asenteet kohdillaan. Haittapuolissa tulee varsin ääripääesimerkkejä esille, enkä usko todellisuuden olevan aivan niin karu. Meillä tiiviimpikin tiimityö voisi toimia ihan hyvin, mutten tiedä, saataisiinko siitä välttämättä hirveästi irti. Tälläkin hetkellä kaikki analyysissäni mainitut sosiaaliset edut ovat jo havaittavissa, vaikka emme olekaan sitoutuneet tiimityöskentelyyn. Tiimityö on varmaan ajateltu mahdollisuudeksi isomman luokan yrityksissä, kuin mitä itse edustan.

### **3.7 Seurantaviikko 7**

*Maanantai 6.3.2017*

Sain perjantaina kaksi uutiskirjeisiin liittyvää työtehtävää heti aamuksi, joten päivä alkaa niiden parissa. Käyttöoppaassa on myös joitain lisäyksiä, joita voin vielä tehdä. Tämän tarkemmin en vielä päivän töistä tiedä. Aion rutistaa tänään oppaan valmiiksi omalta osaltani.

Palaverissa ei tänään ilmennyt mitään lisättävää viikon työlistalleni. Meillä on huomenna yksi tapahtuma, mutta olen tehnyt jo kaiken tarvittavan sitä varten. Osa lähettämistäni uutiskirjeistä liittyy siihen. Tein yhden uutiskirjeen alusta asti lähetysvalmiiksi ja muokkasinkin yhtä vanhempaa, jonka pohjan tein viime keskiviikkona. Näiden olisi määrä lähteä tänään, kun asiakkaalta saadaan varmistus. Sovin myös aamulla, että pidämme yhden myyjän kanssa katselmoinnin käyttöoppaasta puolenpäivän jälkeen, sillä alan olla jo aika loppu suoralla. Katselmoinnissa muutimme vähän joitain tekstejä, mutta jälki on kuulemma hyvää. Jatkamme tämän parissa myöhemmin, sillä työkaverilleni tuli kiireellisempää hommaa. Jatkoin iltapäivällä myyntipresentaation parissa pitkästä aikaa, ja tauko oli selvästi paikallaan. Sain hyvin puuttuvia kuvia tehtyä. Uutiskirjeistä ei ikinä kuulunut vahvistusta – asiakas on luultavimmin kiireinen tapahtuman järjestelyn kanssa.

Olen tyytyväinen päivän panokseeni. Etenkin myyntipresentaation eteneminen on hyvä juttu, sillä tehtävän antanut myyjämme kyseli jo sen perään viime viikolla. Jaoin kesken-eräisen presentaation hänelle, mutta toki työ on hyvä saattaa loppuun asti. Tämän jälkeen pääsen päivittämään uudet kuvat myös tulevalle verkkosivulle.

### *Keskiviikko 8.3.2017*

Tänään tehtävälliställeni on yhden uutiskirjeen laatiminen, mikäli saamme materiaalit asiakkaalta, ehkä käyttöoppaan läpikäymistä, jos työkaverillani ei ole mitään esteitä ja myyntipresentaation loppuun saattaminen. Mikäli aikaa jää, jatkan myös Event Centerille aloittamaani verkkosivua. Eilen oli myös asiakastapahtuma, joten jos laitteistoa ei ole vielä purettu, hoidan minä sen.

Toimistolle saapuessani huomasin, että purettavaa laitteistoa ei ole ja molemmat myyjät ovat poissa. Kummatkin ovat järjestämässä messuja koko päivän. Maanantaina lähetettäväksi tarkoitetut uutiskirjeet olivat yhä lähettämättä, eikä vahvistusta ole kuulunut. Otin myyntipresentaation ensimmäiseksi tehtäväkseni. Liidejä kuvaavan kuvan löytäminen osoittautui luultua vaikeammaksi, mutta sain sellaisen muokattua kättely-kuvasta. Presentaatio on näillä näkymin valmis. Siirryin laittamaan kaikki uudet kuvat verkkosivulle ja suunnittelin kolmatta bannerikuvaa. Tässä välissä autoin esimiestäni ratkaisemaan, miten Outlookissa saa jaettuun sähköpostilaatikkoon uuden värikategorian, jolla merkitä minulle



tarkoitettut työtehtävät. Ratkaisu oli kirjautua support-meiliin supportin omilla tunnuksilla selaimessa. Käyttämämme sähköposti-client näyttää vain kirjautuneen henkilön omat värikategoriat, eikä jaetun postilaatikon kategorioita näin pääse muokkaamaan. Tämän jälkeen testasin AfterPay-demoamme, jonka NFC-sirujen lukemisnopeutta on kuulemma parannettu 0.8 sekuntiin. Ihan näin nopeisiin tuloksiin en toistaiseksi päässyt. Loppupäivän yritin ratkoa, missä kaikkialla määritellään Bootstrapin carouseliin css, jotta saisin vaihdettua slideja ohjaavien mittareiden väriä. Tehtävä jäi vielä kesken.

Uutiskirjeistä ei kuulunut koko päivänä, joten ne jäivät myöhemmälle. Sain kuitenkin paljon kaikkea pientä tehtyä. Nettisivuja varten tarvitsen jälleen myyjien mielipiteitä siihen, mitä kaikkea sivulle halutaan. Tällä hetkellä sivulla on vain tuotepaketin kuvaus, hinnoittelu otsikkona ja yhteystiedot. Perjantaina pääsen toivottavasti sopimaan asioita myyjien kanssa sekä tähän verkkosivuun, että käyttöoppaaseen liittyen.

*Perjantai 10.3.2017*

Toivon pääseväni jatkamaan tänään keskiviikkona auki jääneitä asioita. Oppaan läpikäynti ja verkkosivujen rakenne tarvitsevat myyjiemme aikaa, joten riippuu pitkälti heistä, miten asiat etenevät. Kolmantena asiana ovat uutiskirjeet, joihin odotamme yhä asiakkaan yhteydenottoa. Jatkan varmasti ainakin verkkosivun visuaalisten määritysten kanssa painimista, kuten keskiviikkona aloittamani Carouselin indikaattorien uudelleen värjäämistä.

Aloitin päivän pureutumalla Carouseliin liittyviin asioihin ja tajusin, ettei indikaattoreita varmaan edes tarvita, kun kuvia on vain kolme ja niiden välillä on helppo vaihtaa nuolien kanssa. Poistin siis indikaattorit, mutta huomasin samalla, ettei diojen vaihtuessa näy animaatiota. En ole varma, oliko näin alusta asti. Jonkinlainen animaatio tekisi sivusta uskottavamman, joten lähdin selvittämään asiaa. Kävin läpi eri kirjastoversioita, dokumenttien järjestelyä ja muille toimineita ratkaisuja, mutta näistä mikään ei auttanut... Tai auttoi kyllä, mutta mukana tuli uusi ongelma. Jostain syystä aina slaidin vaihtuessa kuvat, joihin olen laittanut css-määrittelyä, joka muuttaa ne palloiksi, vilahtavat neliöinä. Lähdin etsimään ratkaisua, jossa kuvat hälvenevät vaihtuessaan, sillä se toimii paremmin tällä verkkosivulla. Yllättäen animaation vaihto korjasi aiemman ongelmani. Päivän aikana saimme uuden maksupäätteen, jonka yhteensopivuutta AfterPay-demoomme yritin testata. Laite on otettu käyttöön ihan oikein ja se keskustelee kyllä sovelluksen kanssa, muttei jostain syystä ota vastaan maksupyyntöjä. Työkaverini laittoi viestiä alihankkijallemme, jolta toivottavasti saamme lisätietoa maksupäätteeseen liittyen. Asia jää odottamaan jatkoa luultavimmin koko viikoksi, sillä tietokoneemme lähti reissuun tapahtumaa varten.

Koko päivä kului ongelmatilanteita ratkoessa, joten tuntuu, etten saanut paljoakaan aikaa. Syvennyin niin Carouselin ongelmiin, että ihan unohdin myyjiin liittyvät kysymykseni. Sovimme toisen kanssa ennen lähtöäni, että käymme oppaan maanantaina läpi ja katsomme vaikka kolmistaan verkkosivuanikin. Utiskirjeistäkään ei taas kuulunut mitään. Ensi viikolla saan toivottavasti nämä asiat kuntoon.

### *Viikkoanalyysi*

Viikkoon mahtui paljon kaikenlaista pientä näprättävää. Tein uutiskirjeitä, verkkosivua, myyntipresentaatiota, käyttöopasta ja etsin ratkaisuja moniin ongelmiin. Viikko keskittyi pitkälti myyntiä tukeviin materiaaleihin. Verkkosivujen teko on minulle mieleistä tekemistä, sillä se koostuu niin monesta osasta. Saan miettiä visuaalisuutta, kuvien toteutusta, leikkiä koodin kanssa parhaan ratkaisun löytääkseni ja etsiä tietoa netistä näihin ratkaisuihin. Kirjoitin lähtötilanteeni kuvauksessa, että verkkosivujen tekeminen on minulle helppoa, mutta tarvitsen harjoitusta virallisen verkkosivun ilmeen hahmottamisessa esimerkiksi värien osalta. Kun olen tiedostanut ongelman, koen jo sen osalta kehittyneeni huomasti. Ensimmäisillä tekemilläni verkkosivuilla käytin liian kirkkaita värejä, responsiivisuus ei ollut parhaimmasta päästä ja muuta vastaavaa, joten varmasti osittain siksi sivuni jäivät ottamatta käyttöön. Olen harrastanut verkkosivujen tekoa nuorempana, mutta harrastesivut poikkeavat huomattavasti virallisista yritysten verkkosivuista. Työskenneltyäni yritysmaailmassa olen oppinut esimerkiksi juuri sen, että värejä on hyvä käyttää maltillisesti. Tällä saralla kehittymistä on vielä tulossa.

Uskon, että aivan kuten piirtämisessä, myös verkkosivujen teossa oppii parhaiten muita matkien, kunnes oma tyyli löytyy. Olen toistaiseksi tehnyt verkkosivuja vain oman yritykseni käyttöön ja pysynyt siksi yrityksen standardiverkkosivutyylissä. Sisällön kanssa olen saanut vapaammat kädet, sillä oikea esitystapa on hyvinkin paljon sisällöstä kiinni. Esimerkiksi Selfie Wallin verkkosivuille tuotin grafiikkaa piirtopöydällä piirtäen, sillä leikkisän tuotteemme ilmeeseen sopi sarjakuvamainen esitystapa. Haen edelleen omaa ammattityyliäni, joten on hauska päästä toteuttamaan erilaisia verkkosivuja. Selfie Wall edustaa hauskaa mainontaa, leikkimielisyyttä, kieli poskella kuviin hyppäämistä, joten lähdin toteuttamaan verkkosivuja pitäen tämän mielessä. Tällä hetkellä työstämäni Event Center -verkkosivu on suunnattu tapahtumien järjestäjille informatiivisena pakettina, sillä nykyään käytössä oleva sivusto on hyvin minimaalinen, eikä tarjoa tarpeeksi selkeää kuvaa palvelustamme. Niinpä pyrin toteuttamaan sivusta ammattimaisen näköisen, siistin, mutta kuitenkin tarpeeksi kiinnostavan pienten elementtien avustuksella. Toivottavasti nykyinen tyyli miellyttää myös myyjiamme, joille esitän ratkaisuni maanantaina.

Tämän innoittamana lähdin tutkimaan tarkemmin, millaiset ovat hyvät yrityksen verkkosivut. Itse olen tehnyt tähän mennessä vain tuotesivuja, mutta mielestäni niihin pätevät aivan samat kriteerit. Suomen Digimarkkinointi Oy listaa kolme peruspilaria, jotka toteutuvat hyvillä kotisivuilla. Nämä asiat on esitetty alla (kuvio 5). Ensinnäkin sivuille löytävät oikeanlaiset kävijät, eli yrityksen palveluista kiinnostuvat henkilöt. Kun nämä henkilöt saapuvat sivulle, pitäisi heidän löytää etsimänsä, eli sisällön tulee olla kunnossa. Lopuksi sisällön täytyy olla niin vakuuttavaa, että henkilö päättää toimia haluamallaan tavalla, eli esimerkiksi ottaa yritykseesi yhteyttä esittäen kiinnostuksensa tarjoamaasi palveluun. Verkkosivut ovat markkinointia, ja jotta haluamasi viesti menee perille, täytyy sinun tuntea asiakkaasi ja heidän tarpeensa. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2016).



Kuvio 5. Hyvän verkkosivun peruspilarit (Suomen Digimarkkinointi Oy 2016)

On tärkeää ymmärtää, että verkkosivujen suunnittelu ei lähde ulkoasun ja grafiikan suunnittelusta, vaan asiakkaiden ymmärtämisestä. Näyttävä verkkosivu ei ole hyvä tavoite, sillä täytyy muistaa, kenelle sivusto on suunnattu. On tärkeämpää ymmärtää, mitä asiakkaat haluavat ja miten heitä voi auttaa suorittamaan halutun toimen verkkosivulla. Ulkoasu lähtöisyys ja tekstien lisääminen sekaan lopuksi ei saa aikaan toimivia verkkosivuja, joista yritys hyötyy. Siksi on hyvä asettaa verkkosivulle heti suunnitteluvaiheessa selkeä tavoite, johon sivusto pyrkii. Tämä tavoite määrää pitkälti sen, millainen on hyvä verkkosivu juuri kyseisessä tapauksessa. Tavallinen tavoite on saada verkkosivun kävijästä asiakas sillä, että kävijä tekee ostoksen tai tarjouspyynnön. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2016). Minun tähän mennessä tekemilläni verkkosivuilla tavoite on juuri tämä. Pyrin tekemään kiinnostavan ja informatiivisen verkkosivun, jonka kävijät esittävät yrityksellemme tarjouspyynnön. Yksi mielestäni tärkeä lisäseikka on ymmärtää tuotesivun kohdalla, millainen tunne tuotteeseen liittyy, ja pyrkiä välittämään se kävijöille. Selfie Wall -verkkosivu ei mielestäni toimisi liian vakavalla ja ammattimaisella ilmeellä, sillä se on tarkoitettu kävijöiden yllättämiseen, hauskuuttamiseen ja mukaan saamiseen tapahtumissa.

Kävijälle herää varmasti kysymyksiä pitkin ostoprosessia, joten sivuston yksi tarkoitus on vastata näistä jokaiseen ja siten ohjata kävijää kohti haluttua lopputulosta. Verkkosivun toteutuksen kannalta on toki olennaista, että ulkoasu ja käytettävyys ovat kunnossa. Huonosti toteutettu visuaalinen ilme karkottaa helposti kävijät ja huono käytettävyys vaikeuttaa

ostoprosessia esimerkiksi välittämällä epäammattimaista kuvaa. Toteutuksessa täytyy myös ottaa huomioon hakukoneystävällisyys, sillä kävijöiden löytäminen sivustolle on hyvin keskeinen asia. Hakukoneen tulee päästä verkkosivulle, ymmärtää verkkosivuston tärkeimmät sivut ja löytää tarvittavat hakusanat. On hyvä tunnistaa, millä sanoilla tai lauseilla kävijät yrittävät löytää sivustolle, jotta ne voidaan sisällyttää verkkosivulle. Erilaisia testejä on myös hyvä tehdä sivustolle, sillä esimerkiksi nopeampi sivusto on jo hakukoneenkin mielestä hyve. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2016).

Verkkosivuston etusivulla on hyvä olla ytimekäs kuvaus yrityksestä tai myytävästä tuotteesta, jotta kävijä ymmärtää heti, mistä on kyse. Tässä kuvauksessa on hyvä käyttää avainsanoja, joilla houkuttaa sekä uusia asiakkaita, että hakukoneita. Myös yhteydenottoon tulee panostaa tarjoamalla kävijälle monia eri vaihtoehtoja. Sivulla olisi hyvä olla tiedot sähköpostista ja puhelinnumerosta, joihin yhteydenotto onnistuu, sekä yhteydenottomake ja sosiaalisen median painikkeet. Verkkosivulla navigoinnin tulee olla helppoa ja sitä tulee tehostaa esimerkiksi tekstilinkkien avulla sivulta toiselle. Sivuston tärkeimpiin sivuihin tulee päästä vaivattomasti mistä vain. Lisäksi verkkosivun tulee olla helposti muokattavissa jälkikäteen, sillä sisältöä olisi hyvä lisätä ja päivittää aktiivisesti. Sisältöä pitäisi käydä läpi säännöllisesti rikkiäisten linkkien ja sisällön vanhentumisen varalta. (Internetmarkkinointi.com 2011).

Usein yrityksen verkkosivuilta puuttuu selvä kuvaus siitä, mitä yritys tarjoaa ja kenelle. Kävijää ei pidä pakottaa ajattelemaan, vaan tiedon pitää olla esitetty kansantajuisesti helpoimmassa mahdollisessa muodossa. Sivuston on hyvä kertoa suoraan, mitä haluat kävijän tekevän. Tarjouspyyntöä on turha odotella, jos sitä ei kehoiteta tekemään. Etenkin tuotesivujen kohdalla on äärimmäisen kriittistä, että sisältö on helposti silmäiltävää, eikä tietoja esitetä vain yhtenä tekstipötkönä. Kiinnostavimman tiedon pitää erottua joukosta, jotta kävijä löytää etsimänsä. Myös kuvat auttavat tekemään sivusta kiinnostavan. Tuotesivulla on hyvä olla kuvia itse tuotteesta, sen käytöstä ja lopputuloksesta. Kiinnostavat kuvat saavat kävijän kiinnostumaan myös tekstistä. (Kotisivukone 2010).

Myönnän, että olen keskittynyt ehkä turhankin tiiviisti siihen, että tekemäni sivut näyttävät hyviltä ja tarjoavat tarvittavat tiedot. Jatkossa pitäisi kiinnittää enemmän huomiota siihen, mitä kävijät haluavat tietää. Huomaan esimerkiksi heti, että tällä hetkellä työstämäni sivu kaipaa ehdottomasti osiota, joka esittelee erilaisia nimibadge-toteutustyyliä. Pohdimme toki sisältöä tarkemmin myyjien kanssa, joten uskon, että heillä on loppupeleissä isoin vastuu siitä, mitä sivuilla esitetään. Tässä verkkosivu-analyysissäkin nousi esiin sosiaalisen median merkitys yrityksen käytössä. Jatkan siitä ensi viikon analyysissäni.

### 3.8 Seurantaviikko 8

*Maanantai 13.3.2017*

Puhuimme työkaverini kanssa, että tänään jatkamme oppaan läpikäyntiä ja pohdimme Event Center –tuotesivun sisältöä. Uutiskirjeitä tälle viikolle ei aikatauluni mukaan ole, mutta odotamme kahteen vanhempaan kirjeeseen hyväksyntää ja yhteen materiaaleja. Aion lisäksi löytää parhaan tavan esittää Carouselin kuvat, jotta sivusto näyttää hyvältä mobiilissakin.

Aamun palaverissa minulle ei annettu uusia työtehtäviä. Työkaverini myös totesi palaavansa toimistolle iltapäivästä, joten oppaan läpikäynti saa odottaa sinne asti. Aloitin päiväni tutkimalla verkossa, miten muut ovat ratkoneet vastaavan ongelman Carouselin kanssa. Mobiilinäkymässä kuva ottaa pituudekseen ikkunan pituuden, jolloin korkeus jää alle 500 pikselin, jonka olen määritellyt Carouselin korkeudeksi. Tämä ylimääräinen tila täyttyy asettamalla taustavärillä. Nätimpi ratkaisu on saada kuva ottamaan määrittämäni korkeus ja keskittämään kuvan niin, että ylimääräinen osa kuvasta leikkautuu pois. Löysin tähän toimivan ratkaisun. Odottaessani työkaverin vapautumista siivoilin tiedostojani ja otin varmuuskopiot niistä. Iltapäivällä pääsimme tarkastamaan käyttöoppaan loppuun, joten opas on nyt meidän osaltamme julkaisuvalmis. Verkkosivun katselmointiin emme päässeet, sillä työkaverillani oli palavereja pitkin päivää.

Päivän työpanos tuntui jälleen varsin pieneltä. Seurailin vierestä yhteen tapahtumaamme liittyvien ongelmakohtien ratkomista. Työkavereillani oli kädet täynnä sen kanssa. Siihen olen erittäin tyytyväinen, että AfterPay käyttöopas saatiin nyt pakettiin. Se oli projektina omalla mittapuullani todella pitkä ja puuduttava, kun samoja asioita piti kirjata moneen kertaan eri asian yhteydessä. Lopullinen sivumäärä koko komeudella on 75. Uutta projektia odotellessa.

*Keskiviikko 15.3.2017*

Sain maanantaina omat projektini pitkälti loppuun, joten tänään tehtävälisterini on tyhjä. Pyydän lisää hommia, pyrin saamaan työstämäni verkkosivun katselmoitua myyjien kanssa ja otan esille kiinnostukseni sosiaalisen median kanavien aktivoimiseen. Idea tuli pitkälti lukiessani ensimmäisen viikon raporttiani, josta myyjämme innostuivat. Tähän mennessä sosiaalisen median käyttö on ollut meillä aika haparoivaa.

Aamulla sain tutkittavakseni mini-PC:n, joka toimiessaan otettaisiin käyttöön tapahtumiin. Käynnistäessä kävi kuitenkin ilmi, että joko PC:n kovalevy on vahingoittunut tai sen sisältämä Windows on siirretty muualle. Kone jäi odottamaan lopullista tuomiotaan. Seuraavaksi lähdin etsimään esimieheni aiemmin antamaan tehtävään ratkaisua verkosta. Käytämme verkkosovellusten käännöksiin erillistä lokalisaatio-tiedostoa, josta pitkälti kaikki tekstit haetaan sivulle. Tekstiedoston kanssa on se ongelma, ettei käyttämättömiä käännöksiä ole helppo löytää. Puuttuvat käännökset näkee käyttöliittymästä. Tähän ongelmaan löysin Symphony-työkalun, jonka yhteensopivuutta sovellukseemme pyysin työkavereitani selvittämään. Myyjiemme ollessa vapaana pääsin kysymään heidän mielipidettään Event Centerin tuotesivusta. Tein joitain muutoksia heidän pyynnöstään, mutta muuten sivu on lähes julkaisuvalmis. Ilmaisin myös olevani kiinnostunut sosiaalisen median käyttöönotosta, ja pääsen ainakin alkuun uudistamaan Facebook-tilimme ulkoasun nykyistä brändiämme vastaavaksi. Jatkamme varmasti aiheen puintia paremmalla ajalla. Loppupäivän tutustuin siihen, mitä juuri me voisimme sosiaalisessa mediassa tehdä.

Tämäkin päivä kului pitkälti tietoa etsien, mutta sain ainakin kaikki roikkumaan jääneet tehtävät eteenpäin. Päivästä jäi positiivinen tunne, sillä avasin suuni ja esitin asiani tasa-vertaisena työntekijänä – ja sain innostuneen vastaanoton asiaani. Haparoin vielä etsiesäni omaa paikkaani yrityksessä, mutta tämä kokemus antaa uskoa siihen, että ehkä se vielä löytyy. Siihen tarvitaan vain uskoa omiin kykyihini ja joku kiinnostava, pitkäaikainen projekti.

*Perjantai 17.3.2017*

Sain eilen sähköpostiini uuden uutiskirjeen materiaalit ja pyynnön saada kirje lähetyskuntoon puoleenpäivään mennessä. Jatkan myös verkkosivujen muokkailua ja kysyn myyjien mielipidettä niihin. Otan hommaksi tehdä lisäksi muutamia vaihtoehtoisia bannereita sosiaalisen median tilejämme varten. Puhumme niistä tarkemmin myyjien kanssa.

Päivä alkoi siis uutiskirjettä väsäämällä. Tämä tuli toteutettua tosi nopeasti, sillä olen tehnyt valmiin pohjan tälle uutiskirjesarjalle. Jäin odottamaan asiakkaan vahvistusta. Verkkosivuille väsäsin pienen infolaatikon, jossa rohkaistaan asiakasta ottamaan meihin yhteyttä haluamastaan palvelukokonaisuudesta. Lisäksi vaihdoin vielä yhden Carouselin bannerikuvan tyylikkäämpään vaihtoehtoon. Sain toiseenkin uutiskirjeeseen materiaalit, joten siirryin toteuttamaan sitä. Tämän kirjeen ulkoasun kanssa oli joitain kummallisuuksia, joista kysyimme asiakkaalta. Opin myös, miten saada ohjelmamme lisäämään kirjeen tekstiin vastaanottajan nimi. Tätä kysyttiin joskus aiemminkin, mutten osannut vielä käyttää ohjelman tageja. Onneksi minua fiksumpi työkaveri osasi ohjeistaa tämänkin ominaisuuden

käytössä. Lähetin aamulla tekemäni uutiskirjeen vastaanottajille ja sain asiakkaalta vahvistuksen, että toisen kirjeen ulkoasuun oli jäänyt vahingossa sinne kuulumaton elementti. Sain tämänkin kirjeen asiakkaalle hyväksyttäväksi. Iltapäivällä pohdin, millaista ilmettä sosiaalisen median bannereihimme halutaan. Toteutin kaksi eri tunnetta viestivää banneria, joista tuli ihan tyylikkäitä. Kysyn myyjien mielipidettä, kun heillä on seuraavan kerran aikaa.

Tein tänään taas myynnin puoleen nojaavia tehtäviä. Erityisen iloinen olen opittuani lisää Wireless Event Managerista, jota käytämme uutiskirjeiden lähettämiseen. Minua on tituleerattu WEMin taitajaksi, joten on toki mukava oppia lisää työkalun käytöstä, etenkin kun olen huomannut osaamisessani puutteita. Kuvien muokkailu on aina yhtä mukavaa hommaa. Jään jännittämään, mitä myyjämme tekeleistäni tykkäävät.

### *Viikkoanalyysi*

Tällä viikolla ratkoin monia ongelmakohtia varsin onnistuneesti. Verkkosivujen kanssa ongelmanratkaisu on tuttua puuhaa, mutten ole ennen etsinyt ratkaisua koko työtiimiämme koskettaviin asioihin. Lokalisaatio-ongelman kanssa sain jo pätkäillä hakusanojen kohdalla, saati sitten ratkaisun sopivuuden kanssa. Koodistamme sen verran vähän tietävänä jätin sopivuudesta päättämisen kokeneempien pohdittavaksi. Ainakin siinä mielessä löytämäni ratkaisun uskoisi toimivan, että se tukee Twig-templatea, joka meillä on käytössä.

Kiinnostavampi asia tällä viikolla on kuitenkin se, että lähdin ajamaan sosiaalisen median aktiivisempaa käyttöä ja sain luvan aloittaa Facebook-tilimme päivityksellä. Tällä hetkellä sivu mainostaa vielä tekemiämme mobiiliratkaisuja, vaikka nykyään pääpaino on tapahtumien digitalisoimisella. Yksi työntekijämme yrittää muistaa julkaista jotain aina välillä Facebookissa ja Instagramissa, mutta julkaisujen pitäisi olla viikoittaisia. Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa tuo meidät lähemmäs asiakkaita ja antaa varmasti luotettavamman kuvan meistä. Pienenä ohjelmistokehitysyhtiönä lisähuomio ei olisi pahitteeksi. Useammassakin viikkoanalyysissäni on noussut sosiaalisen median merkitys nykypäivänä, joten aion ottaa aiheen käsiteltäväksi laajemmassa mittakaavassa. Tällä viikolla aloitan siitä, mitä pitäisi ottaa huomioon, kun yritystä lähtee viemään sosiaaliseen mediaan.

Kun yritykselle lähdetään tekemään jalansijaa sosiaaliseen mediaan, tulee ensimmäisenä valita mediat, joihin halutaan liittyä. Tällä hetkellä yleisimmät sivustot ovat Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ja LinkedIn. Näihin varataan tilit oman yrityksen nimellä ja pistetään perustiedot kuntoon. Jos tiliä ei aiota käyttää aktiivisesti, tulee tilillä olla tiedot, mistä

yhteydenotto onnistuu. Joskus on tarpeen luoda lisäksi tilit tuotteille ja palveluille, ja jos nämä jäävät epäaktiivisiksi yrityksen päätilin ollessa aktiivinen, voidaan tilin tiedoissa vinkata aktiivisen päätilin suuntaan ja verkkosivuille. Asiakkaat usein etsivät yritystä niistä medioista, joissa itse ovat, joten tämän takia kannattaa tili perustaa, vaikkei sitä aikoo ottaa aktiiviseen käyttöön. Kannattaa myös varautua lisäämään tilin nimeen erilaisia päätteitä, kuten oy tai fi, sillä on varsin todennäköistä, että haluttu nimi on jo käytössä jollain yksityisellä henkilöllä. (Siliä Oy 2017).

Sosiaalinen media otetaan useimmiten käyttöön, jotta myynti tehostuisi. Tällöin tulee asiakas ottaa keskipisteeksi, kun lähdetään miettimään yksityiskohtia. Myyntiporukasta on hyvä löytää ainakin joku aktiivinen sosiaalisen median käyttäjä, joka voi lähteä johtamaan projektia. Sosiaalisen median käyttö pitää tuoda mukaan arkeen. Myös tuotantoporukka pitää ottaa mukaan keskusteluihin, jotta kaikki tuotteet ja palvelut saadaan puhumaan ”somea”. Yhdessä pohditaan, mitä asiakkaalle halutaan tarjota sosiaalisessa mediassa, jotta asiakaskokemus on hyvä. Tätä varten kannatta muodostaa 2-4 hengen tiimi, joka vastaa sosiaalisen median käytöstä. Käyttöönottoon on myös hyvä pistää 30% markkinointibudjetista tai vaihtoehtoisesti puolet tehtävästä työstä profiloimaan sosiaaliseen mediaan puolen vuoden ajan. (Siliä Oy 2017).

Yhteisistä säännöistä on hyvä sopia, jotta kaikille on selvää, mistä halutaan viestiä sosiaalisessa mediassa. Yksi johtaa projektia ja vastaa sen toteutumisesta, mutta sosiaalisen median käyttö on silti työhön kuuluvaa. Julkaisuja kannatta myös miettiä siltä kannalta, onko se asiakkaan mielestä kiinnostavaa. Alkuun kannattaa valita kaksi sosiaalisen median kanavaa, joissa aktivoidutaan. Mikäli halutaan tukea B2B, yritysmarkkinointia, on fiksuinta valita Facebook ja LinkedIn. B2C-markkinointi, kuluttajamarkkinointi, nojaa enemmän Facebookiin ja Instagramiin. Ensimmäiset 25 julkaisua on hyvä käyttää kertoen yrityksen tarina. Hyviä aiheita ovat työntekijät, mitä yrityksessä tehdään, mitä tuotteita ja palveluja tarjotaan ja siitä, miksi yritys on olemassa. Näiden julkaisujen pohjalta olisi hyvä, jos kuka tahansa tilille eksynyt osaisi kertoa yrityksen tarinan. Seuraavat 25 julkaisua kannattaa käyttää asiakkaiden palveluun. Jaetaan ammattiartikkeleita, annetaan vinkkejä, osallistutaan keskusteluihin, tuetaan, keuhutaan ja rohkaistaan asiakkaita. Pyritään hurmaamaan asiakkaat niin, että jokainen tuntee tulleen ymmärretyksi. (Siliä Oy 2017).

Hyvä julkaisutahti on vähintään kolmesti viikossa. Kun ensimmäiset 50 postausta on tehty, kannattaa siirtyä sisältömixiin, joka toimii kaavalla 4:2:1. Tämä tarkoittaa neljää muihin liittyvää julkaisua, kaksi yritykseen liittyvää julkaisua ja yksi markkinoinnillinen julkaisu omasta tuotteesta. Kannattaa tarkkailla, ettei postauksia tule liikaa lyhyen ajan sisään, jotta ylikuormituksen tunne saadaan väistettyä. 50 ensimmäisen julkaisun jälkeen on hyvä



pysähtyä miettimään, miten sosiaalisen median valloitus lähti käyntiin. Kartoitetaan, mikä meni hyvin ja missä on vielä parannettavaa. Löysivätkö asiakkaat tilille, ja mikä otetaan seuraavaksi tavoitteeksi. (Siliä Oy 2017).

Sosiaalisen median asiantuntijaksi itseänsä luonnehtiva Harto Pönkä pohti blogissaan some-markkinoinnin trendejä vuodelle 2017. Mitään isoa, uutta trendiä ei ole havaittavissa, mutta mobiilin merkitys ja vanhempien ihmisten somen käyttö näyttäisi lisääntyvän. Pönkän vinkit tälle vuodelle ovat Facebook, YouTube ja Instagram. Kekseliäät live-videot ovat Facebookissa huomioitava mahdollisuus, ja Instagramissa stories-ominaisuus, joka luo profiiliin diaesityksen päivän kuvista 24 tunnin ajaksi. Erottautuminen on nykyään yhä enemmän luovaan työhön pohjaavaa ja asiantuntijaosaaminen tekee markkinoinnista yhä arvokkaampaa. Myös huonoa sosiaalisen median markkinointia näkyy yhä enemmän, kun yritysten somen käyttö lisääntyy. (Lehmätkin Lentäis 2016).

Facebookin algoritmi vaikeuttaa somen hyödyntämistä, sillä se valitsee käyttäjien etusivulle harvemmin yritysten tuottamaa sisältöä. Mainostilankin käyttö käy vaikeammaksi ja kalliimmaksi, kun siitä kilpailee suuri joukko yrityksiä. Keskustelun käyminen nuorten kanssa vaikeutuu myös, sillä keskustelut käydään mieluummin pienemmissä ryhmissä esimerkiksi WhatsAppissa. Periscope, Vine ja Snapchat ovat sosiaalisen median palveluja, jotka alkavat unohtua tänä vuonna – tosin Vine on jo ilmoitettu lopetettavaksi. Yritysten käytössä live-videot eivät ole kovin houkutteleva media, ja niitä tarjoavista medioista Facebook on paras. (Lehmätkin Lentäis 2016).

Meidän tapauksessamme videot tuskin tulevat nousemaan kovin keskeiseksi sisällöksi, mutta Selfie Wall mahdollistaisi senkin. AR-teknologiaa hyödyntävä tuotteemme aukeaa varmasti parhaiten videomuodossa. Mainoslauseemme ”hyppää kuvaan” kuulostaa ehkä hassultakin, jos ei täysin ymmärrä, miten tuote toimii. Tallennettavat ja jaettavat kuvat ovat toki Selfie Wallin idea, ja tästä syystä se onkin ollut lähettiläämme sosiaalisessa mediasa. Vuoden sisään emme ole juuri muista tuotteista taikka palveluistamme sisältöä tuottaneet.

Facebook on niin valtamediaa, että siitä on varmasti hyvä lähteä liikkeelle. Olenkin aloittanut jo pohtimalla, miltä uudistettu ilmeemme tulisi näyttämään. Lisäksi meillä on sen verran julkaisuun sopivaa kuvamateriaalia, että Instagram sopisi myös aktivoitavaksi mediaksi. Tapahtumistamme saisi ainakin kivoja tilannekuvia jaettavaksi, samaten Selfie Wallin kuvista, joita on jo jonkin verran julkaistukin tileillämme. YouTube-kanavaa yritin luoda viime keväänä, mutta se tyssäsi sähköpostiin liittyviin ongelmiin. Tälle kanavalle olemme ajatelleet laittaa kaikki videot tuotteisiimme liittyen. Yrityksellämme on myös Twitter- ja

LinkedIn-tilit, mutta näiden aktivoimista voisi ajatella vähän myöhemmin, jos kokeilu lähtee hyvin liikkeelle. Siliä Oy:kin suositteli aloittamaan kahdella sosiaalisen median tilillä, jottei tule haukattua liian isoa palaa purtavaksi.

### **3.9 Seurantaviikko 9**

*Maanantai 20.3.2017*

En ehtinyt perjantaina kysyä myyjiemme mielipidettä verkkosivuni uusiin lisäyksiin taikka sosiaalisen median bannereihin, joten toivottavasti saan ne hoidettua tänään. Odottelen lisäksi asiakkaalta meiliä perjantaina tekemääni uutiskirjeeseen, jonka on tarkoitus lähteä vastaanottajille huomenna. Tajusin myös, että työstämäni verkkosivu olisi hyvä kääntää englanniksi, koska se tulee vastaan joka tapauksessa jossain välissä. Koulussa meillä on vapaa viikko, joten pyydän taas lupaa siirtää perjantain työpäiväni huomiseksi.

Viikkopalaverissa oli puhetta asiakkaalle tuottamamme sovelluksen kääntämisestä englanniksi. Työkaverini hoitaa tekniset valmistelut, ja itse kääntäminen voisi olla minulle sopivaa hommaa. Alkuperäiset tekstit ovat suomeksi, joten Vietnamista lähtöisin olevan työkaverini on vaikea niitä kääntää. Toinen myyjistämme on työmatkalla, mutta sain toiselta kysytyä mielipidettä tarvitsemiini asioihin. Hänen vinkistään muokkasinkin tarjouspyyntöosion niin, että siinä on myyjiemme yhteystiedot ja kuvat. Voin myös aloittaa pohtimaan Facebook-sivumme esittelytekstejä nykyistä tilannetta kuvaavammaksi. Tiedoista esimerkiksi puuttuu suurin osa nykyään aktiivisista tuotteistamme. Käänsin verkkosivuni englanniksi Word-dokumenttiin, josta ne on helppo kopioida tulevalle sivulle. Muuten olisin voinut kopioida tekemäni Eclipse-projektin, mutten ole varma tuleeko sivulle vielä joitain muutoksia. Tämän jälkeen kartoitin Facebook-sivultamme puuttuvat tuotteet ja lähdin hahmottelemaan esittelytekstiä Word-dokumenttiin. Saan Facebook-tilillemme ylläpitäjän oikeudet lähiaikoina.

Päivästä suurimman palan vei Event Center –verkkosivuni kääntäminen englanniksi. Annan tekstin vielä oikoluettavaksi ainakin toiselle myyjistämme, jotta saan varmuuden siitä, että teksti on ymmärrettävää. Etenkin tällaisessa tuote-esittelyssä on tärkeää, että teksti on muidenkin mielestä selkeästi luettavaa. Vaikeita termejä ja ilmauksia sisältävää kieltä on aina vähän vaikea kääntää fiksusti, tai siltä minusta ainakin tuntuu. Uutiskirjeistä ei tänään kuulunut mitään, joten huomenna pitää kysellä taas niiden perään, jotta lähetys onnistuu halutusti. On myös mukava huomata, miten some-lähettilääksi ryhtymiseni alkaa konkretisoitua.

*Tiistai 21.3.2017*

Tälle päivälle suunnitelmissani on tehdä työstämälleni verkkosivulle jonkinlainen nappi, joka nostaa näkymän sivun alkuun. Tänään pitäisi myös saada asiakkaalta vahvistus viime viikolla tekemääni uutiskirjeeseen, jotta se saataisiin lähetettyä. Paikalla olevan myyjämme kiireiden mukaan tarkoitukseni on lisäksi käydä eilen laatimiani tekstejä läpi hänen kanssaan, mikäli tämä onnistuu.

Kävin heti aamulla kysymässä työkaveriani mukaan tarkastamaan tekeleitäni, ja iltapäivällä olisi sille kuulemma aikaa. Niinpä siirryin toteuttamaan verkkosivuille haluamaani nappia. Löysin Googlen avulla hyvän koodin, joka lähti toimimaan ensi yrittämällä. Tämän jälkeen etsin vielä hyvää muotoilua hover-tekstille, joka tulee näkyviin, kun hiiren laittaa luomani napin päälle. Tähän tarkoitukseni on laittaa ohjeistus, että nappia painamalla on mahdollista siirtyä sivun alkuun. Löysin jQueryn Topsy-työkalun, joka vaatii vain yhden js- ja yhden css-kirjaston toimiakseen. Vastaava työkalu on myös yrityksemme sivulla käytössä. Tekemääni nappiin määritettiin vain title-attribuuttiin haluttu teksti ja halutut muotoilut sisällytettiin script-määrittelyyn sivun loppuun. Työkaveriani odotellessa tutkin myös tulevaisuuden kannalta, miten sosiaalisen median julkaisut saisi fiksuiten sivulle näkyviin. Facebookilla ja Twitterillä on omat upotettavat lisäosat, mutta Instagramin upottamiseen tarvitaan ilmeisesti lupa ylläpidolta. Tutustuin muutamiin ilmaisiin sovelluksiin, jotka upottavat julkaisut nätimmin sivulle, mutten vielä tehnyt niillä mitään. Näistä pitää jutella lisää myyjien kanssa. Iltapäivästä eksyin tutkimaan, millaisia vinkkejä Facebookin yrityssivuille on laadittu. Näistä kirjoittelen lisää viikkoanalyysiin. Myyjällemme tuli yllättävä tapaaminen, joten hänen kanssaan läpi käytävät jutut siirtyvät huomiseksi. Loppupäivän etsin kuvia erilaisiin käyttötarkoituksiin ja autoin työkaveriani ratkomaan yhtä kummallista asiakkaan raportoimaa ongelmaa.

Tuntuu, että tänään työpanokseni jäi aika pieneksi, mutta näitä päiviä on aina välillä. Työstämäni verkkosivut alkavat olla nyt siinä pisteessä, etten niihin luultavimmin mitään parannettavaa enää keksi. Uutiskirjeestä ei taaskaan kuulunut mitään, joten sen lähetys viivästyy. Huomenna pääsen toivottavasti käymään asiani läpi myyjän kanssa. Otamme lisäksi käyttöön Jiran projektinhallintaan ja työtuntien kirjaamiseen, ja sovelluksesta jonkin verran tietävänä voisin kuulemma auttaa joidenkin kysymysten kanssa ehkä jo huomenna.

*Keskiviikko 22.3.2017*

Tänään on viikon viimeinen työpäivä minulla, joten yritän saada työt loppuun. Sain eilen työpäivän jälkeen vahvistuksen asiakkaalta, että laatimani uutiskirje on lähetyskunnossa.

Aloitan siis päiväni sen parissa. Maanantaina minulle annettiin käännöstyö, jota en vielä päässyt aloittamaan. Tänään kysyn siitä, jotta pääsen hommiin. Myyjien kanssa on myös selvitettäviä asioita, jotka riippuvat heidän kiireistään.

Aamulla ajoin vastaanottajat järjestelmäämme uutiskirjettä varten ja lähetin kirjeen. Tämän jälkeen siirryin tekemään käännöksiä verkkosovellukseemme. Osa käännöksistä tuli asiakkaalta, ja hyvä niin, sillä en voi sanoa osaavani työturvallisuuteen liittyvää termistöä kovin hyvin. Tavallisempien toimintojen, kuten ”anna sähköpostiosoite” tai ”vastaus väärin” kääntäminen toki luonnistui, mutten halua lähteä arvailemaan minulle tuntematonta ammattisanastoa. Joitain tällaisia jäi siis kääntämättä, ja raportoin ne työkaverilleni, joka pyytää käännökset asiakkaalta. Huomasin samalla, että sivustamme puuttuu mahdollisuus lisätä käännöksiä yhteenveto-osioihin, joten raportoin myös tästä eteenpäin. Sivuuun pitää laatia joitain muutoksia tätä varten. Iltapäivästä odottelin myyjiämme ja tein vielä joitain muutoksia verkkosivuuni. Suurensin eilen tekemäni napin fonttia ja muokkasin Carouselin tyyliä niin, että pienemmällä medially se ottaa leveydekseen 100% muilla resoluutioilla olevan 70% sijaan. Pääsin vielä laittamaan puuttuvat käännökset aamulla aloittamaani käännöshommaan asiakkaan toimitettua puuttuneet otsikot englanniksi.

Sain mukavasti aikaan tänään, vaikka myyjien kanssa asiat jäivät edelleen odottamaan. Muut päivän hommat tuli onneksi saatettua loppuun. Oli hauska päästä tekemään käännöksiä verkkosovellukseemme, sillä testailin sen toimintaa jo viime vuonna. Muutoksia sovellukseen ei selvästi ole tehty, joten toimintojen opetteluun ei mennyt turhaa aikaa. Oli myös mukava huomata, että minulla on oikeudet siirtää support-meilimme viestejä kansista toiseen. Tämä helpottaa jatkossa postilaatikon siistimisen kanssa, kun pystyn heti homman hoidettuani siirtämään sen käsiteltyjen laatikkoon.

### *Viikkoanalyysi*

Tähän viikkoon liittyi paljon tekstien kääntämistä suomesta englanniksi. Koen englanninkielen taitoni hyväksi etenkin kirjoittamisen ja lukemisen osalta, joten työtehtävinä nämä ovat ihan mukavia. Puheen tuottaminen englanniksi on edelleen vähän hankalaa, sillä tilanteita, joissa tätä taitoa tarvitaan, on varsin vähän. Viikolla omat tehtäväni jäivät monessakin kohtaa odottamaan myyjien kallista aikaa. Tälle ei mitään voi, jos asiakkaat kutsuvat. Meillä myyjät tarkistavat loppupeleissä, että verkkosivuni ovat tarpeeksi hyvät julkaistaviksi, ja sosiaaliseen mediaan liittyvät asiat ovat varmasti enemmän heidän alaansa kuin tuotannon. Tähän ongelmaan siis tuskin löytyy mitään hyvää ratkaisua, joka poistaa myyjien odottelun omasta prosessistani.

Juurikin tämän odottelun takia lueskelin työn ohessa mielenkiintoisia artikkeleita somen käytöstä. IT Expertise Wikin blogissa kirjoitettiin, että IT-alalla parhaat b2b some-markkinointikanavat olisivat LinkedIn, Twitter ja Facebook. Mielenkiintoista tutkimuksessa oli, että Twitter kohosi Facebookin yläpuolelle. Tutkimus vahvistaa viime viikon analyysissäni esiinnoussutta seikkaa siitä, että Facebookin algoritmin takia yritysisältö ei saa aina näkyvyyttä ihmisten aikajanoilla. Toisaalta myös maksullisten mainosten käyttö voi olla noloa, ja paras vaihtoehto olisikin, että julkaisut kulkeutuvat ihmisten tykkääminä ja jakamina muiden nähtäville. (ite wiki oy, 2017). Tämä tieto ei kuitenkaan muuta omaa käsitystäni siitä, että Facebook on meillä Twitteriä parempi media käyttöön otettavaksi. Vaikka olemmekin IT-alan yritys, ovat tuotteemme suunnattu tapahtumien järjestäjille. LinkedIn on sosiaalisen median kanavaksi turhan jäykkä käyttöömmee, ja Twitterin 140 merkin raja rajoittaa tarinoiden kertomista huomattavasti.

Facebook on siis meillä valittu ykkösmediaksi, jonka otan haltuuni toivottavasti jo pian. Facebookissakin toiminnan pitää olla suunnitelmallista, jotta siitä aiheutuu positiivisia vaikutuksia yritykselle. Ensimmäisenä kannattaa kiinnittää huomiota siihen, että kuvat ovat hyvälaatuisia ja viestivät yrityksen brändiä. Kansikuvan kanssa kannattaa ottaa kaikki hyöty irti, sillä vaihdettava kuva voi viestiä milloin mitäkin ajankohtaista. Kaikkien profiilissa näkyvien kuvien tulisi silti pitää sama ilme, jottei sanoma vaihdu yhtäkkiä. Kuten muissakin markkinointikeinoissa, tulisi myös Facebookin kohdalla jäädä pohtimaan kohderyhmää ja tavoitteita. Myös julkaisusuunnitelma on tärkeä laatia, jotta voidaan kartoittaa julkaisuaiheet ja -ajankohdat. Facebookissa on myös se hyvä ominaisuus, että julkaisut voi ajastaa lähtemään tiettyyn aikaan, jolloin koko viikon julkaisut voi tehdä yhdellä kertaa. Kuvia ja videoita kannattaa hyödyntää, sillä ne saavat usein käyttäjän pysähtymään ainakin hetkeksi julkaisun ääreen. Tämän takia kuvien kannattaa olla sen verran mielenkiintoisia, että ne erottuvat positiivisesti ja saavat käyttäjän lukemaan julkaisussa olevan tekstinkin. (Hehku Marketing Oy 2016). Samaa sanomaa kertovat muut markkinointiin liittyvät artikkelit, joita olen opinnäytetyöni aikana lukenut.

Myös Someleontti-blogiin kirjoittava somestrategi Sanya Saarinen antaa samanlaisia vinkkejä Facebookiin. Edellisten asioiden lisäksi sivulla kehoitetaan käyttämään tärkeitä avainsanoja yrityksen profiilissa, jotta hakukoneet nostavat yrityksen Facebook-sivun esille. Facebookiin kannattaa myös sisällyttää myymälän tai toimiston osoite sekä aukioloajat, jotta asiakas löytää perille, tai kuten toimiston kohdalla uskoisin olevan, tarkan sijainnin kertominen nostattaa luottamusta etenkin pientä yritystä kohtaan. Visuaaliseen puoleen kannattaa panostaa ja käyttää erilaisia julkaisutyyppisiä. (Someleontti 2016a). Toisessa postauksessaan Saarinen esittelee uusia kuvakaruselli ja diaesitys -työkaluja, joilla erottuminen on kuulemma helppoa. Etenkin pienyrityksen markkinointiin nämä sopivat uu-

tuutensa ansiosta, ja näiden työkalujen kanssa julkaisuista saa hyvinkin persoonallisia. Ensimmäisen julkaisun tekeminen on tosin oma haasteensa, eikä näistä työkaluista kumpaakaan hyödyntävä julkaisu ole jälkikäteen muokattavissa. (Someleonti 2016b).

Myös markkinointikumppanuutta tarjoava Oy TuloksenTuplausToimisto Ab, lyhyemmin Tuplaamo, on laatinut pikaoppaan Facebookin ohella myös muista sosiaalisen median välineistä. Ensimmäisten vinkkien joukossa on, että mallia voi ottaa muilta yrityssivuilta. Jotkut suosivat virallista tyyliä, ja toisille sopii epävirallisempi julkaisutapa. Viralliset tilit postaavat lähinnä uutisia ja blogitekstejä, epäviralliset taasen kuvia ja tarinoita työntekijöiden arjesta sekä videoita. Videot saavat enemmän näkyvyyttä, jos ne ladataan suoraan Facebookiin, eikä esimerkiksi Youtubeen. Mainoksista Tuplaamo kertoo, että valittavissa on maksu joko näkyvyydestä tai klikkauksista. Jos kohderyhmä on valittu oikein, on näkyvyydestä maksaminen fiksumpaa. Jos kohderyhmän rajauksessa on parannettavaa, näkyvyydestä maksaessa maksetaan myös mainoksen näyttämistä kohderyhmään kuulumattomille, joita tuskin kiinnostaa avata julkaisua. Tällöin fiksumpaa on maksaa klikkauksista, eli jokaisesta kerrasta, kun joku avaa julkaisun. (Oy TuloksenTuplausToimisto Ab 2016).

Meille parhaimpana julkaisutyylinä näkisin epävirallisen. Pienenä yrityksenä voimme erottua paremmin kertomalla päivittäisistä kommelluksista ja samalla näyttää konkreettisesti, mitä teemme toimistolla. Tällainen läpinäkyvyys tuo luottamusta, kun mahdollinen asiakas pääsee kulusseihin tarkastelemaan toimintaamme jo ennen asiakkaaksi ryhtymistä. Meillä on myös kiinnostavia tuotteita, joiden testauksesta ja kehittämisestä voisi olla kiinnostavaa materiaalia. Esimerkiksi Selfie Wall -kuvien toiminta testataan aina ensin toimistolla ja uudestaan tapahtumapaikalla asennuksen yhteydessä. Tietysti näissä tulee aina harkita, onko asiakkaillemme ok, jos julkaisuissamme näkyy jotain heidän tapahtumaansa liittyvää.

Minna Hannikaisen tutkimus Yrityksen tekemän tilapäivityksen houkuttelevuus Facebookissa vahvistaa näkemystäni epävirallisen tyylin houkuttelevuudesta. Tutkimuksessa oli tutkittu Jounin kaupan Facebook-sivun tilapäivityksiä, niihin tulleita tykkäyksiä sekä kommentteja ja jakoja. Lisäksi tutkimuksessa teetettiin kysely, johon osallistui reilu 1000 Jounin kaupan Facebook-sivusta tykkäävää. Kiinnostavaa tutkimuksessa on se, että henkilökohtaiset julkaisut nousivat toiseksi kiinnostavimmaksi sisällöksi kilpailujen ja arvontojen jälkeen. Julkaisuista tekee selvästi kiinnostavan, jos se on tyyliltään humoristinen. Myös kekseliäs ja persoonallinen keräsivät ääniä. Kuvat nousivat tykkätyimmäksi tiedon esittämismuodoksi tekstin ohella. Avoimessa kysymyksessä, jossa pyydettiin vastaajia kertomaan omin sanoin, millaista sisältöä yritysten toivotaan tekevän, nousi esiin hauskat arki-

set päivitykset. Arvonnat ja mainokset toivotaan jätettävän vähemmälle ja julkaistavan ennemmin informatiivisia, mutta rentoja päivityksiä, joissa näkyy yrityksen persoona. (Hannikainen 2016, 38-60).

Toki Hannikaisen tekemän tutkimuksen tuloksissa tulee ottaa huomioon, että kaikki vastaajat ovat löytäneet kyselyyn Jounin kaupan Facebook-sivun kautta, jolloin heillä on yhteinen tekijä, jonka uskoisi sävyttävän myös vastauksia arvontojen suuntaan. Kyselyssä kysyttiin kuitenkin yleisesti yritysten Facebookin käytöstä, joten aivan perättömiksi tuloksia ei voi todeta. Jounin kauppa tuntuu ratsastavan juurikin arvontojen ansiosta tykkääjiensä suosiossa, mutta osa vastaajista kritisoi arvontoja olevan liikaa. Uskon, että yleisesti henkilökohtaiset julkaisut tekevät yrityksestä helpommin lähestyttävän. Lopullinen julkaisutyylit muotoutuu ajan kanssa, kun oman asiakaskunnan mielipide julkaisuista tulee tutuksi.

### **3.10 Seurantaviikko 10**

*Maanantai 27.3.2017*

Tänään yritän jälleen saada myyjämme kiinni, jotta voimme käydä läpi verkkosivuani, Facebook-tekstejäni, bannereita ja verkkosivun käännöksen. Lisäksi kysyn uutiskirjeistä, joiden on määrä lähteä keskiviikkona. Nämä riippuvat jälleen muista ihmisistä, joten toivotavasti saan jotain uutta tehtävää, joka ei vaadi varmistelua joka välissä.

Aamulla sain tehtäväkseni asentaa AfterPayn yhteen läppäreistämme. Sain asennustiedoston Dropboxiin, asensin sovelluksen ja muutin kirjautumistiedot halutuiksi, mutta jostain syystä yhteydelle ei annettu lupaa. Työkaverini sanoi tutkivansa asiaa paremmalla ajalla. Uutiskirjeistä laitettiin kysely asiakkaalle. Kävimme myyjien kanssa läpi heidän mielipidettään odottavat asiat, ja niihin liittyen sain vähän lisähommaa. Päätimme laittaa Facebookin tekstimme jatkossa suomeksi, joten käänsin kaikki laatimani tekstit, jotka toinen myyjämme kävi vielä läpi. Banneriin tuli myös uusi kuvaehdotus, josta laadin banneriehdotuksen. Sain Facebook-tilillemme oikeudet, jotta voin jatkossa tehdä muutokset itse. Verkkosivuni on pitkälti kunnossa, mutta tarvitsen julkaisuun apua kokeneemmalta työkaveriltani. Englanninkielisen sivun tekstit ovat nyt myös käyty läpi muutamien muutosten kera. Sain vielä iltpäivästä luvan tehdä muutokset Facebookiin. Keskiviikkona pääsen näillä näkymin auttamaan yrityksen Jiran pystyttämisessä.

Tänään sain onneksi hommat taas etenemään kunnolla. Facebookiin liittyvät päivitykset ovat nyt kunnossa. Meidän pitää vielä sopia yhteisesti julkaisustrategiasta, jotta voin alkaa tuottaa sisältöä tilillemme. Myös verkkosivuni on täysin julkaisuvalmis, joten se saadaan

nettiin varmaan lähiviikkojen aikana. Aktiivista tekemistä tänään oli aika vähän, mutta tärkeintä on, että jonkin aikaa odottaneet tehtäväni etenivät.

*Keskiviikko 29.3.2017*

Työkaverini kävi eilen sähköpostitse läpi uutiskirjeisiin liittyviä asioita asiakkaan kanssa, joten mahdollisesti pääsen tekemään taas uutiskirjeen aamusta. Pyydän myös toista työkaveriani opettamaan, miten verkkosivuni saadaan julkaistua. Tähän liittyen kopioin verkkosivuprojektini Eclipsessä, jotta saan helposti tehtyä myös englanninkielisen version sivusta. Tekstit on käännetty, mutta ne pitää liittää vielä sivulle.

Aloitin päivän laatimalla uutiskirjeen, mutta selvisikin, että siihen halutaan upottaa kunkin vastaanottajan QR-koodi. Tällöin työkaverini hoitaa kirjeen toisen sovelluksen kautta, joten työni meni niin sanotusti hukkaan. Jatkoin luomalla verkkosivustani englanninkielisen version tehden joitakin muunnoksia myös suomi-version teksteihin. Tämän jälkeen pyysin työkaveriani auttamaan, kun hänelle sopii. Sain pyynnön tehdä muutamia lisäkäännöksiä viime viikolla aloittamaani asiakkaan sovelluksen englanniksi kääntämiseen, sillä suomi-versioon lisättiin joitain uusia fraaseja. Sovellukseen on nyt tehty tarvittavat muutokset, jotta yhteenveto-osioiden tekstit saadaan käännettyä. Pyysin nämä käännökset asiakkaalta, jotta alan termistö on varmasti oikein. Katsoimme työkaverini kanssa, miten verkkosivuni saadaan julkaistuksi, mutta homma tyssäsi siihen, kun tarvitsimme toisen myyjämme kirjautumistiedot. Tällä kertaa emme tarvitse uutta verkko-osoitetta käyttöömmee, sillä tein kattavamman tuotesivun jo olemassa olevasta, hyvin niukasta, esittelysivusta. Kyseinen sivu on tehty Wordpress-alustan päälle, joten julkaisu menee vähän luultua vaikeammaksi.

Verkkosivujen julkaisu tulee toivottavasti tehtyä perjantaina, jotta projekti saadaan eteenpäin. Ajatuksena on julkaisun jälkeen soittaa yhteistyökumppaneillemme, voimmeko laittaa heidän logojaan sivulle. Tällöin meillä on näyttää, millaisissa tapahtumissa palveluamme on käytetty. Turhan työn tekeminen lannistaa aina vähän, mutta syy oli tällä kertaa siinä, ettemme malttaneet odottaa asiakkaan vastausta, kun uutiskirjeen oli määrä lähteä jo puolenpäivän jälkeen.

*Perjantai 31.3.2017*

Tälle päivälle ei ole toistaiseksi tiedossa mitään tärkeää. Pyydän työkaveriltani tunnukset Wordpressiin verkkosivuillemme ja tutkin itsekseni, miten sivujen teko tällä alustalla toimii. Oletettavasti saan jotain pientä tekemistä pyytäessäni lisää tehtävää.



Suunnitelmani mukaisesti lueskelin ison osan päivästä Wordpress-alustan käytöstä. Sain omat tunnukset verkkosivullemme, jolloin pääsin tutkimaan ihan käytännössä, mistä mitäkin asetuksia löytyy. Kävi nopeasti ilmi, ettei ulkoasun siirtäminen alustalle ole kovin helppoa. Ensi maanantaina tutkimme asiaa yhdessä työkaverini kanssa. Iltapäivästä pääsin tutkimaan Selfie Wall -tuotteemme toimintaa ja leikkimään sen parissa. Työkaverini opasti sovelluksen toiminnasta ja kartoitti, mitä eri asetukset tekevät. Tämän pohjalta loin pari omaa tasoiksi jaettua kuvaa, muutin tarvittavia kohtia config-asetustiedostossa ja testasin lopputuloksen pistämällä Selfie Wall -pisteen pystyyn. Sovelluksen haltuunotto olisi kaikkia hyödyntävä asia, sillä tällä hetkellä vain yksi työntekijöistämme hoitaa tähän liittyviä tehtäviä. Työpisteen pystytys on tuttua hommaa viime vuodelta, mutta muokattujen kuvien teko ja asetusten tutkailu tuli uutena haasteena.

Opin tänään Wordpressistä ja Selfie Wallista uusia asioita. Tähän asti verkkosivujamme hoitanut työntekijä vaihtoi työpaikkaa jokin aika sitten, ja vähän harmittaa, kun en pyytänyt häneltä opastusta verkkosivujen julkaisuun. Toivottavasti asiat selkiytyvät kuitenkin maanantaina tai ainakin ensi viikon aikana. Selfie Wallista sain kivaa opeteltavaa tuleviksi viikoiksi, jotta prosessi tulee tutuksi. Siinäkin mielessä tämä on mieleistä, että koen graafiset tehtävät omaksi vahvuudekseni.

### *Viikkoanalyysi*

Tällä viikolla opettelin paljon uusia asioita, jotka koskevat tuotteitamme ja niiden asennusta. Selfie Wallin, AfterPayn ja verkkosivujen käyttö sekä testaus on ollut tuttua jo pidemmän aikaa, mutten ole ennen ottanut niitä käyttöön alusta asti. Etenkin kaksi ensimmäistä ovat olleet jo valmiiksi tietokoneille asennettuja, jolloin oma roolini on ollut tehdä testejä. Helppoa kummankin asentaminen toki on, mutten ole vain saanut ennen eteeni tietokoneita, jossa kulloinkin tarvittavaa ohjelmistoa ei olisi jo ollut.

Viikosta erityisen teki se, että sain oikeudet yrityksemme Facebook-tilille. Parin viikon työ alkaa siis jo konkretisoitua, ja aihetta käsittelevistä analyyseistäni on töissä pidetty. Tuntuu siis todella siltä, että tekemälläni taustatyöllä on merkitystä, kun saan kertoa havainnoistani muillekin. Työkaverini myös totesi, että opinnäytetyöni valmistuessa voisimme varata aikaa sille, että kerron koko tämän seurantajakson aikana tekemäni huomiot muille työntekijöillemme. Tällainen kiinnostuksen osoitus auttaa motivoimaan viimeistenkin viikkojen osalta, kun opinnäytetyöni ei ole vain itseäni varten tehty, vaan sen tulokset kiinnostavat muitakin työpaikalla. Tämä onkin mielestäni parhaita puolia työpaikallani: olemme

sen verran tiivis porukka, että voimme lähestyä toisiamme milloin vain, mistä tahansa asiasta.

Verkkosivujen julkaisussa minua jäi harmittamaan, kun en ehtinyt pyytää oppia entiseltä työntekijältämme, joka on hoitanut julkaisemisen tähän asti. Wordpressillä julkaisemisen ei pitäisi olla vaikeaa, mutta eilisen tutkimiseni perusteella aliteeman luominen menee vähän hankalaksi. Tekemäni verkkosivu tulee korvaamaan yhden yrityksemme verkkosivujen alisivun, joka käyttää tällä hetkellä pääsivun teemaa. Pääsen muokkaamaan kyseisen sivun container-osiota, eli näytettävää sisältöä, mutta sivulla näkyisi edelleen pääsivumme header- ja footer-osiot sekä navigaatio. Tuotesivun ollessa kyseessä haluamme toki käyttää sivun omia, tuotesivuillamme ominaisia osia. Pääsivullamme on muutamia aliteemoja jo valmiiksi, joten niitä on mahdollista tehdä, mutta näistä asioista tietämättömänä koen tehtävän aika vaikeaksi. Sain sivuilleme ylläpitäjän oikeudet, joten kykyihini selvästi luotetaan. Tämän viikon analyysissäni aion perehtyä sivujen julkaisuun Wordpressillä.

Wordpress on alkujaan perustettu blogien ylläpitämiseen, mutta nykyään se on myös suosittu verkkosivujen julkaisualusta. Sen suosio johtuu oletettavasti siitä, että sovellus on ilmainen ja käyttää avointa lähdekoodia, jolloin sen kehittäminen eteenpäin on mahdollista monien eri kehittäjien toimesta. (Nordlund 2010, 1). Wordpress asennetaan aluksi palvelimelle ja sen jälkeen sovellusta käytetään selaimessa. Hallinnollisiin toimintoihin päästään käsiksi ftp-yhteydellä (File Transfer Protocol) kirjautuen sisään palvelimelle asennusvaiheessa saaduilla kirjautumistiedoilla. (Nordlund 2010, 7). Aliteeman teko onnistuu juurikin vain tällä menetelmällä, joten tarvitsen tietooni sivumme kirjautumistiedot. Käsittääkseni entinen työntekijämme on hoitanut Wordpressin asennuksen, joten tiedot saan oletettavasti häneltä Skypen kautta, jos muut eivät niitä tiedä. Perjantaina huomasimme töissä, että kyseinen henkilö oli ainoa, jolla on sivuilleme ylläpitäjän oikeudet, mutta asia korjattiin tekemällä minusta ylläpitäjä.

Wordpressissä teema määrittää kaiken ulkoasuun liittyvän, ja se muodostuu css-tiedostosta, templateista ja toiminnoista. Templatet ovat rakenteellisia elementtejä, kuten header, content ja footer ja niitä kutsutaan usein index-sivulla siinä kohtaa, mihin kutsuttu template halutaan näkyviin. Teemoja on valittavissa tuhansia ilmaiseksi, mutta myös oman teeman voi luoda. (Nordlund 2010, 10-11). Verkkosivuni julkaisun kannalta juurikin tämä oman teeman luonti kiinnostaa. Wordpressissä huomasin yksittäistä sivua muokattessani valikon, josta sai valita haluamansa templatien kyseiselle sivulle. Nämä viittaavat mielestäni aliteemaan, sillä valikossa oli niiden sivujemme nimiä, joissa teema erosi muun pääsivuston teemasta.

Aliteema toimii vain silloin, kun sillä on olemassa pääteema. Sen ideana on kopioida kaikki määrytykset käyttämästään pääteemasta ja tehdä muutoksia haluamiisi kohtiin. Aliteema on kuitenkin muokattavissa niin pitkälle, ettei alkuperäisestä teemasta ole enää mitään jäljellä. Aliteema on helpointa muokata ensin omalla tietokoneella, pakata se zip-tiedostoksi ja asentaa kuten muutkin teemat. Aliteeman voi kuitenkin luoda myös suoraan palvelimelle ftp-yhteyden avulla. (Smashing Magazine 2016).

Teeman tekoa varten kirjaututaan ensin palvelimelle ja siirrytään hakemistoon *wp-content/themes*, johon luodaan teemaa varten uusi kansio halutulla nimellä. Luotuun kansioon luodaan css-tyylitiedosto, jonka alkuun lisätään seuraavan lainen koodi:

```
``/*
Theme Name: Teeman nimi, joka näkyy back-endissä
Description: Lyhyt kuvaus teemalle, joka näkyy teemamenussa
painettaessa "Theme Details"
Author: Tekijän nimi
Template: Alkuperäisen teeman nimi, eli pääteeman kansion
nimi. Tarkoittaa hakemistoa, josta aliteema hakee pääteemasta
tarvitsemansa tiedot
Version: Aliteeman versionumero, yleensä 1.0
*/``
```

Tämän jälkeen tyylitiedostoon importoidaan alkuperäisen teeman style.css-tiedosto. Tyyliin tehdään muutokset tämän import-komennon jälkeen, sillä koodi ottaa viimeisimmän määrytyksen huomioon. (Smashing Magazine 2016). Omassa tapauksessani en tarvitse mitään alkuperäisen teeman tyylimäärytyksistä, joten on vielä vähän epäselvää, tarvitseeko tässä tapauksessa tyyliä importoida ollenkaan. En ole ihan varma, kuinka tiiviisti pääteema ja aliteema ovat toisiinsa sidotut. Periaatteessa omien tyylimäärytysten pitäisi riittää muokkaamaan sivu haluamanimilaisiksi.

Aliteema on käyttökunnossa edellä mainittujen kohtien ollessa tehty, mutta ilmeisesti hakemani ratkaisu onkin *page templat*en teko. Sitä varten tarvitaan neljä muokattua sivun osaa: itse page template, header, footer ja css-tiedosto. (Smashing Magazine 2016). Aliteeman teossa ei puhuttu mitään headerin ja footerin muokkaamisesta, joten tämä ratkaisu ainakin ensivaikutelmansa perusteella näyttäisi toimivan tilanteessani. Lopullisestihan sen tietää vasta, kun pääsee kokeilemaan. Wordpress-sivulle on helppo lisätä sisältöä, mutta itse julkaisuun näyttäisi menevän hirveästi aikaa, etenkin kun tämä ei ole tuttua meistä kenellekään. Mikäli alkaa näyttää siltä, että sivuston julkaisu menee liian vaikeaksi, voisi olla helpompi julkaista se perinteisellä tavalla palvelimelle.

### 3.11 Seurantaviikko 11

*Maanantai 3.4.2017*

Perjantaina oli puhetta, että tutkisimme Wordpress-julkaisua yhdessä työkaverini kanssa. Tuon esiin omat huomioni, joita viime viikon analyysissäni tein aiheeseen liittyen. Tämän lisäksi jatkan Selfie Wallin opiskelua. Päivälle on siis lähinnä vain opiskelua luvassa, mikäli mitään muuta ei ilmene.

Palaverissa ei ilmennyt mitään uutta tehtävää minulle, joten lähdin toteuttamaan suunnitelmaani. Aamupäivän lueskelin Wordpressin *page template*ista tarkemmin, mutta parhaiten tuloksen toimivuuden näkee vain tekemällä. Työkaverillani oli sen verran kiireitä, etten päässyt tutkimaan asiaa hänen kanssaan, mutta kerroin omat havaintoni ja kysyin ftp-yhteyteen tarvittavista kirjautumistiedoista. Ne pyydettiin entiseltä työntekijältämme, mutta mikäli niistä ei kuulu pariin päivään, resetoidaan kaikki salasanat. Verkkosivu jää siis toistaiseksi keskiviikolle. Muokkasin Selfie Walliin yhden uuden kuvan kolmeen eri tasoon, mutten päässyt vielä testaamaan sopivia asetuksia siihen, sillä käyttämäni tietokone oli käytössä toisella. Iltapäivän kulutin asentamalla maksusovelluksemme uusimman demoversion yhteen tablettiin ja testailemalla sitä. Löysin useita bugeja, joista yksi oli kriittinen. Raportoin löytöni support-meiliimme muille nähtäväksi.

Päivästä iso osa meni Wordpressistä lueskeluun, mutta ainakin teoriassa alan ymmärtää, miten haluttu tulos saavutetaan. Pitää kuitenkin vielä harkita, palveleeko tämä julkaisutapa meitä halutusti. Meillä kaikki osaavat kuitenkin lukea ja koodata HTML-kielellä, joten varsinaista syytä Wordpressin käyttöön en näe ainakaan tuotesivulla, jota ei tarvitse päivittää juurikaan. Demosovellukseemme on tehty uusi käyttöliittymä, jota tutkin virheitä etsien. Testaus on aina mukavaa, sillä sitä ei voi ikinä olla liikaa. Nytkin huomasin ison bugin vasta muutaman testauksen jälkeen.

*Keskiviikko 5.4.2017*

Tänään aion jatkaa pitkälti samojen asioiden parissa kuin maanantainakin. Toivon mukaan pääsen tutkimaan Wordpressiin liittyviä asioita vähän lähempää työkaverini kanssa, jotta asia edistyisi taas vähän. Tämän suurempia tavoitteita päivälle ei toistaiseksi ole.

Heti aamusta työkaverini kertoi saaneensa vaaditut tunnukset entiseltä työntekijältämme. Tutkimme yhdessä kansiorakennetta ja testasimme, näkyykö uusi *page template* haluamallamme tavalla. Kaikki näytti toimivan, joten minulle luotiin käyttäjä palvelimellemme ja

annettiin oikeudet tarvittavaan kansioon. Suurimman osan päivästä käytin siis Wordpressin *page templat*en luomiseen. Loin sivuani varten headerin, footerin ja itse sisällön, ja sivu muuttuikin halutusti. Jostain syystä templatessa ei kuitenkaan toimi css-tiedostot tai kuvat. Linkityksen kanssa on nyt jotain vialla, vaikka kaikki näyttäisi olevan oikein. Tähän ei työkaverinikaan osannut sanoa mitään. Loppupäivän jatkoin Selfie Wallin käyttöä opellen. Testailin lähinnä, miten eri asetukset vaikuttavat kuvaan.

Wordpressin käyttö aiheuttaa melkoisesti päänvaivaa meille, sillä meistä kukaan ei ole sen käyttöön perehtynyt. Oli kiva päästä testailemaan käytännössä, miten templateja luodaan, mutta koko homma alkaa jo puuduttaa, kun mikään ei tunnu etenevän. Jatkamme asian tutkimista.

*Perjantai 7.4.2017*

En ole saanut mitään uusia työtehtäviä ainakaan toistaiseksi tietooni, joten oletettavasti jatkan Wordpressin *page templat*en linkitysongelman selvittelyä joko yksin tai työkaverini kanssa. Pyrin selvittämään, mitä polkua linkittämiseen tulisi käyttää, jotta sivu osaa hakea kuvat.

Aamulla sain kuulla, että pidämme yhteisen koulutustilaisuuden Jiraan liittyen, jonka yksi työkavereistani pitää. Käytimme ennen Severaa tuntien kirjaamiseen ja vaihdoimme nyt Jiraan paremman projektien johtamisen toivossa. Koulutuksessa selvitettiin yhteinen linjaus asioiden kirjaamiseen esimerkiksi epicien, taskien ja vastaavien Jiran kirjaustapojen kanssa ja opastettiin käytössä lyhyesti. Tilaisuuden jälkeen tutkailin Jiraa itsekseni, jonka jälkeen siirryin Wordpressin pariin. Tein selvitystyötä jälleen tunteja, kunnes ratkaisu löytyi. Wordpress vaatii aina php-kutsun linkeissä, eikä siis osaa kääntää html-kielistä linkkiä oikein. Muunsin kaikki linkit oikeaan muotoon kuvissa ja css- sekä js-tiedostoissa, siirtelin muutamia tiedostoja oikeisiin kansioihin ja toimivuuden tarkistettuani tein saman templat<sup>en</sup> englanninkielistä versiota varten. Ehdin vielä vaihtaa kummallekin kieliversiolle oikean templat<sup>en</sup>, joten verkkosivun julkaisu on nyt saatettu päätökseen ja varmistettu toimivuus eri selaimilla.

Olen ylpeä saavutuksestani opittuani Wordpressin salat ilman apua. Hienoa saada tämänkin projekti pakettiin, ja sopivasti näin viimeisenä raportointipäivänäni. Olen lukenut Wordpressistä niin paljon viime aikoina, että alan hahmottaa sen toimintaa kiitettävästi. Jatkossa pyydän saada pystyttää palvelimellemme oman Wordpress-sivuston testausta varten, jotta opin julkaisun alusta asti.

Tästä viikosta leijonan osan vei Wordpressin opettelu. Poikkesin huomattavasti normaalista tavasta pystyttää page template ulkoasulle, ja tämän takia kohtasin virhetilanteita. Normaalisti tyylitiedostot haetaan oman functions.php-sivun kautta, johon onkin selvät ohjeet, mutta halusin linkittää tiedostot perinteisellä tavalla pysyäkseen paremmin kartalla sivun käyttämistä tiedostoista. Lisäksi kaikki sivuston sisältö on tekemässäni ratkaisussa laitettu page.php-sivulle eli koodiin, kun normaalisti sisältö laitetaan Wordpressin käyttöliittymän kautta. Tämä aiheutti ongelman kuvien kanssa, sillä php-sivun kautta tuleva kuva vaatii erilaisen linkityksen kuin tavallinen html-sivu. Normaalisti kuvat linkitetään sivulle ``, mutta tässä tapauksessa Wordpress vaatii `` -koodin saadakseen hakemiston oikein. Yritin myös linkitystä oikeaan url-osoitteeseen, mutta tämäkään ei toiminut. Ilmeisesti Wordpress haluaa tehdä asiat omalla tavallaan. Nyt asian oppineena pystyn jatkosakin laatimaan page templateja.

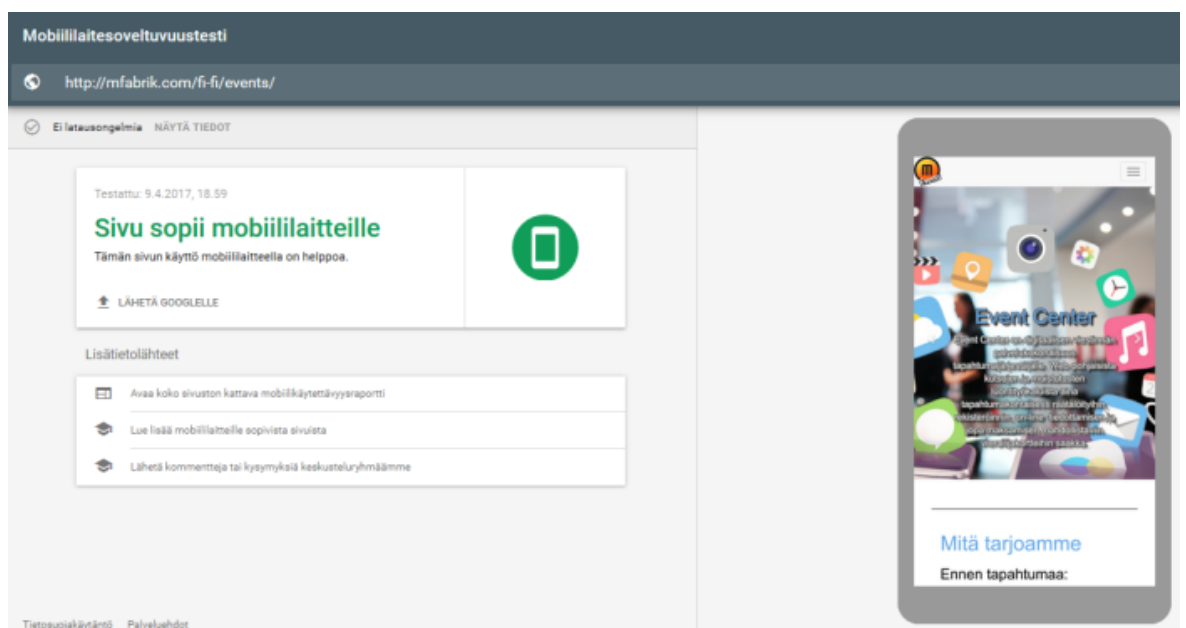
Seuraavaksi voisikin perjantain toteamukseni tapaan opiskella täysin uuden sivuston julkaisun perinteistä kautta. Normaalisti tuotesivumme on julkaistu omina Wordpress-sivuinaan, eikä pääsivumme alle, kuten tässä tapauksessa. Prosessin pitäisi luultavimmin olla helpompi niin, mutta sisällön kanssa on varmaan oma näpertämisensä, jotta se saadaan puhumaan samaa kieltä Wordpressin käyttöliittymän kanssa. En ole saanut vielä oikeuksia kaikille sivuillemme, joten en ole päässyt tutkimaan tarkemmin, miten esimerkiksi viime vuonna tekemäni Selfie Wallin tuotesivu on rakennettu Wordpressin päälle. Alustan pitäisi kuitenkin olla helppo opittava, joten eiköhän osaamiseni kartu tämänkin suhteen lukemalla ja testailemalla.

Tekemieni verkkosivujen ollessa nyt julkaistu, huomasin kännykkänäkymässä pienen viilasta tarvitsevan asian. Tämän innoittamana pohdin myös, vaatiiko sivu muitakin muutoksia, jotka ilmenisivät esimerkiksi erilaisten testien kautta. Viimeisessä analyysissäni aion selvittää, mitkä testit ovat verkkosivuille olennaisimpia ja mihin tuloksiin tekemäni sivu pääsee. Koulussa esille nousivat mobiililaitesoveltuvuuden testaus, nopeuden testaus ja eri selaimilla testaus. Pyrin selvittämään, mitkä muut testit ovat olennaisia verkkosivuille.

Digisuunnittelija Vili Lehtisalo on nostanut blogissaan esille neljä testiä, jotka verkkosivulle kannattaa tehdä, jotta mahdolliset asiakkaat eivät käänny heti pois sivuston äärestä. Ensi vaikutelma nousee tärkeimmäksi näistä. Jos kävijä sivulle tullessaan saa negatiivisen ensivaikutelman, hakeutuu hän sivulta pois sen enempää mahdollisuuksia antamatta. Tähän

voi vaikuttaa esimerkiksi ulkoasun sekavuus tai vanhanaikaisuus tai sisällön epäselvyys. Ensivaikutelmaan ei ole olemassa mitään valmiita testejä, mutta mielipiteitä saa ympärillä olevilta ihmisiltä. (Lehtisalo 2017). Ensivaikutelman kysyminen omilta tuttaviltani on sinällään riskialtista, sillä uskon mielipiteen olevan heti positiivisempi, jos kerron sivun olevan omaa käsialaani. Tuttavapiirillä on usein tapana nähdä lopputulos heti positiivisemmassa valossa, eikä palaute silloin ole aina todenmukaista. Sain itse asiassa jo kuulla perheenjäseneltäni, että sivulle tekemäni nappi, jota painamalla sivu kelautuu alkuun, kaipaisi pysyvää ohjetekstiä. Hän ei kuulemma meinannut edes huomata koko nappia. Voisin siis harkita esimerkiksi värien vahvistusta niin, että nappi tulisi paremmin esiin taustasta.

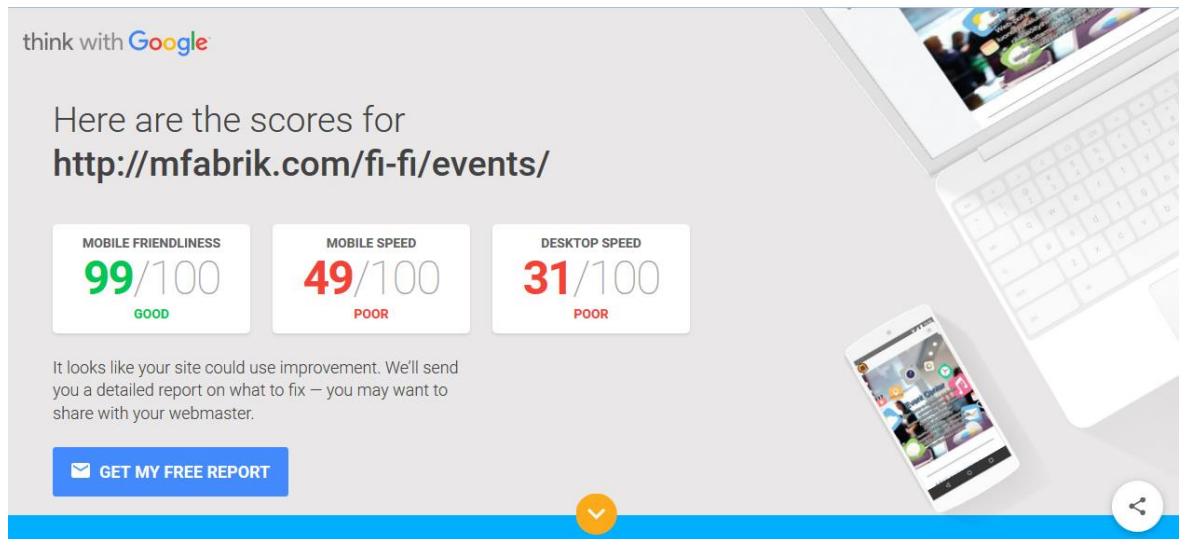
Lehtisalons seuraava vinkki on eri päätelaitteilla testaaminen, joka onnistuu helpoimmillaan esimerkiksi oman kännykän avulla. Sivun tulisi skaalautua mobiililaitteella eri tavalla kuin työpöydällä, jotta sivusta saadaan kaikki irti eri päätelaitteilla. Nykyään 70% internetin käyttöliikenteestä tapahtuu kännyköillä tai tableteilla, joten mobiilisoveltuvuus on tärkeää. (Lehtisalo 2017). Esimerkiksi Google tarjoaa helppoja päätelaitetestejä verkossa, jotka antavat palautteen nopean analyysin jälkeen. Sivulla olevaan tekstikenttään syötetään verkkosivun osoite, ja sivu antaa palautteensa hetken kuluttua.



Kuva 1. Googlen mobiililaitesoveltuvuustestin tulos (Kuvakaappaus sivulta Google Search Console 9.4.2017)

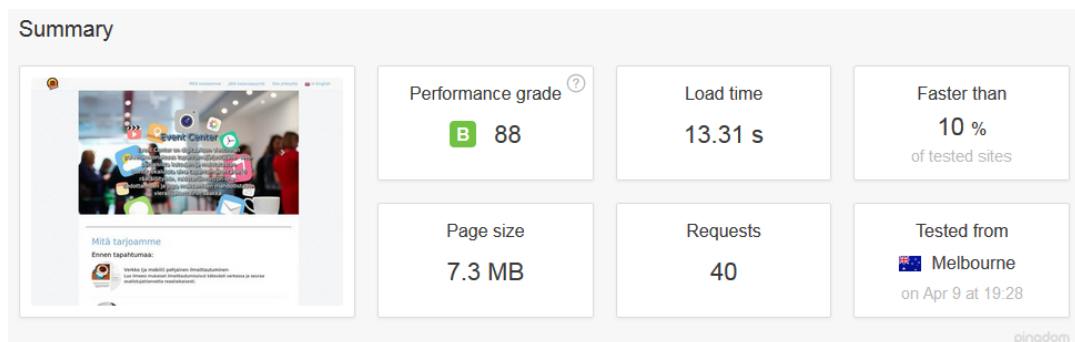
Kuten kuvassa (kuva 1) näkyy, läpäisi tekemäni verkkosivu testin. Googlen botti ei kohdannut latausongelmia sivulla ja palautteena kertoo sivun käytön olevan helppoa myös mobiililaitteella. Myös Think with Google -sivusto tarjoaa mobiililaitesoveltuvuustestin, johon on yhdistetty verkkosivun nopeuden testaus. Nopeus on myös Lehtisalons mukaan

tärkeä mittari, sillä kävijät eivät jaksaa odottaa hitaan sivun latautumista ja lähtevät sivustolta. Etenkin mobiililaitteilla sivuston nopeus tulisi maksimoida, sillä on varsin yleistä, että puhelinselaus tehdään kiireisessä tilanteessa. Myös hakutulosten kannalta nopeuteen tulisi kiinnittää huomiota, sillä Google sijoittaa nopeimmat hakutulokset listansa kärkeen. Nopeustestejä löytyy verkosta useita. (Lehtisalo 2017).



Kuva 2. Think with Googlen mobiililaitesoveltuvuus- ja nopeustestin tulokset (Kuvakaappaus sivulta Think with Google 9.4.2017)

Myös Think with Googlen testi (kuva 2) kertoo mobiililaitesoveltuvuuden olevan kohdallaan, mutta nopeus on heikolla tasolla. Sivusto kertoo myös, missä kohtaa verkkosivuilla olisi parannettavaa. Kuvat pitäisi optimoida paremmin, sivun yläosasta pitäisi poistaa kaikki ulkoiset js- ja css-tiedostot, jotka estävät sivun latautumisen näytölle, ja selaimen välimuistia tulisi hyödyntää paremmin (Think with Google 2017). Kuvien optimoinnin ja välimuistin hyödyntämisen ymmärrän ja aionkin selvittää, kuinka niihin voisi vaikuttaa, mutta js- ja css-tiedostojen poistoa en ymmärrä. Ilmeisesti Google haluaisi kaikki sivun yläosan tarvitsemat css- ja js-elementit itse html-koodin sisään, jotta niitä ei tarvitse etsiä isoista ulkoisista tiedostoista (Stackoverflow 2013).



Kuva 3. Pingdomin nopeustestin tulos (Kuvakaappaus sivulta Pingdom 9.4.2017)



Tein myös Lehtisalonsuositteleman Pingdomin nopeustestin (kuva 3), jonka tulos on yllättävän hyvä verrattuna Think with Googlen vastaavaan. Ainoa Pingdomin testin esiintuva ongelma on myös Think with Googlen mainitsema selaimen välimuistin hyödyntämättä jättäminen. Kaikille kuville, css- ja js-tiedostoille voisi sivun mukaan määrittää vanhentumispäivän ainakin viikon päähän latauksesta, jolloin resursseja ei tarvitsisi ladata joka kerta alusta asti. (Pingdom 2017). Tämä Pingdomin selitys avasi ongelman hyvin selkokielelle.

Lehtisalons viimeinen esiintuva testi on helppokäyttöisyyden testaus. Jos kävijä ei löydä sivulta etsimäänsä asiaa, hän tuskin päätyy asiakkaaksi. Testiksi kelpaa jälleen oman tuttavien hyödyntäminen esimerkiksi pyytämällä tekemään jonkun ennakkoon määritellyn asian. Nyrkkisääntönä on hyvä muistaa, että yrityksen yhteystietojen tulee olla helposti löydettävissä, eikä monen klikkauksen takana. (Lehtisalo 2017). Mielestäni tekemäni verkkosivu toteuttaa tämän ilman testejäkin. Kyseessä on yhden sivun sivusto, jossa olen linkittänyt kaikki eri sivun osat navigaatioon. Esimerkiksi yhteystiedoille ja tarjouspyynnöille on omat osionsa, joihin pääsee helposti käsiksi navigaatiosta.

## 4 Pohdinta ja päätelmät

On hauska palata ajassa kolme kuukautta taaksepäin pohtimaan silloisia ajatuksiani opin-  
näytetyöhön liittyen. Epäilin kovasti, mahtaako kehittymiseni näkyä näin lyhyessä ajassa,  
etenkin kun työ tuntui jo rutinoituneen työpaikalla aloittamiseeni verrattuna. Totesin kui-  
tenkin alkutilannetta kartoittaessani, että ammatillinen kehittymiseni on vasta aluillaan,  
vaikka olinkin ollut yrityksellä töissä seitsemän kuukautta putkeen. Tämän opinnäytetyötä  
varten tehdyn 11 viikon työjakson jälkeen huomaan selviä muutoksia osaamisessani sekä  
käyttäytymisessäni. Oma kehittyminen tuntuu todella hitaalta seurata, mutta sitä tapahtuu  
pikkuhiljaa. Olen edelleen aloittelija työssäni, joten opittavaa riittää edelleen. Tuntuu, kuin  
olisoin viimein jättämässä harjoittelijan roolini taakse ja siirtymässä muiden kanssa saman-  
arvoisen työntekijän saappaisiin.

Analyyseissäni olen pohtinut monenlaisia asioita. Totesin jo lähtötilannetta kartoittaessani,  
että pienenä yrityksenä meillä ei ole yhtä selviä rooleja kuin isomman luokan yrityksissä,  
vaan teemme työtehtäviä yli rajojen. Tämä näkyy selvästi myös analyyseissäni käsitellyis-  
tä teemoista. Totesin vuorovaikutustaidoista puhuttaessa olevani niin tiiviisti tuotantopuo-  
lolla, etten juurikaan pidä yhteyttä asiakkaisiimme. Tämä on toki edelleen totta, mutta sa-  
noisin nykyään olevani jotain tuotannon ja myyjien välimaastosta työtehtävieni osalta. Iso  
osa analyyseistäniikin pohti enemmän myynnin puoleen nojaavia teemoja, kuten sosiaalis-  
ta mediaa tai tiedon fiksua esitystapaa. Istun kyllä samassa huoneessa tuotantotiimin  
kanssa, mutta olen etenkin lähiaikoina käynyt jatkuvasti puhumassa myyjillemme työhön  
liittyvistä asioista.

Totesin huomanneeni selviä muutoksia seurantajakson aikana ja näistä selvimpänä ha-  
vaisen olevani itsevarmempi työhön liittyvissä asioissa. Olen selittänyt monia ongelmia  
seurantajakson aikana, ja näistä positiivisista kokemuksista olen saanut luottoa omiin ky-  
kyihini. Osaltaan myös opinnäytetyötä varten laatimani analyysit ovat rohkaisseet otta-  
maan asioista itse selvää ja kertomaan havaintoni eteenpäin. Suurin tästä prosessista  
esiin noussut asia on sosiaalisen median aktivoiminen, jonka otin asiakseni ajaa läpi. Uu-  
distin näin alkuun Facebook-tilimme vastaamaan nykyistä imagoamme ja nyt odotan, että  
pääsemme sopimaan yhteisesti julkaisustrategiamme, jotta voin alkaa laatia julkaisuja  
aktiivisesti viikoittain. Vielä kolme kuukautta sitten vastaavan vastuuroolin ottaminen olisi  
tuntunut pelottavalta tehtävältä. Luottamus omiin kykyihini on tullut onnistuneiden työteh-  
tävien kautta, mutta iso apu on myös työkavereiden antama tuki ja luotto. Koen tämän  
korvaamattomana voimavarana.

Mainitsinkin työkavereilleni opinnäytetyötä aloittaessani, että toivoisin pääseväni enemmän mukaan yrityksen asioihin, ja on mukava huomata, että pyyntöni vastattiin. Minulla on ollut koko lyhyen työurani aikana niin sanottu työharjoittelijan leima otsassani, sillä aloitin yrityksessä harjoittelijana. Tästä syystä ja ehkä nuoresta iästäni sekä yrityksen ainoana naisena koen olevani vähän eri asemassa kuin muut työntekijämme. Tähän on kuitenkin alkanut tulla muutos. Sen sijaan, että asiat olisi tehty minulle valmiiksi ja huikattu kaiken ollessa valmista, olen saanut seurata sivusta, kun työkaverini selittää, mitä parhaillaan tekee. Näin ymmärsin esimerkiksi, miten palvelimemme toimii verkkosivujen kohdalla. Saan myös kesän aikana mahdollisuuden ensimmäistä kertaa tehdä verkkosivuja asiakkaille osittain siksi, että ilmaisain kiinnostukseni siirtyä paikkaamaan riveistämme lähtenyttä verkkosivujen asiantuntijaa. Kerroin myös huoleni tiiviimpiin aikatauluihin ja kokemattomuuteeni liittyen, mutta työkaverini sanoivat tukevansa minua tarvittaessa. Minulle halutaan siis antaa mahdollisuus näyttää kynteni, mutta projektia ollaan valmiina tukemaan, jos kohtaan ongelmia.

Sanoisin siis, että minut päästettiin ennen helpommalla, sillä olen ollut ”vain” harjoittelija. Toki mielipiteeni on otettu ennenkin huomioon, mutta nyt sanallani tuntuu olevan enemmän painoarvoa, kun olen opinnäytetyötäni varten ottanut asioista oikeasti selvää. Työkaverini ovat esimerkiksi kiinnostuneita kuulemaan, mitä olen seurantajaksoni aikana pistänyt merkille, ja missä minun mielestäni olisi parannettavaa. Erityisesti työkavereitani kiinnosti yhdeksännen viikon Facebook-analyysini ja siihen löytämäni Hannikaisen opinnäytetyö. Työtä varten laadittu kysely nosti kiinnostavia asioita esille asiakkaiden näkökulmasta, joista on meillekin hyötyä. Meillä kyllä ymmärretään Facebookin arvo, mutta myyjien kii-reinen aikataulu on estänyt asiaan tutustumisen tarkemmin. Arvoni tuntuu siis nousseen yrityksessä jonkin verran, eikä asiaa ainakaan pahenna se, että ilmaisain kiinnostukseni vakituiseen työsuhteeseen. Tämän takia myös minulle itselleni on tullut kovempi halu näyttää, että olen yritykselle hyödyllinen voimavara. Aiemmin lähinnä toivoin, että saisin jäädä kaikessa hiljaisuudessa töihin tekemään samoja asioita kuin aina ennenkin, mutta nyt aion ottaa paikkani ja osoittaa olevani hyödyllinen.

Mainitsin alkutilanteen kuvauksessani, että verkkosivujen teko luonnistuu minulta varsin helposti, mutta Wordpress on alustana vielä täysin vieras. Opinnäytetyöni aikana pääsin tutustumaan alustaan ja julkaisin tekemäni sivun alusta loppuun itse ilman työkavereideni apua. Tämä on jälleen selvä askel kohti tarvittua osaamista verkkosivujen kanssa. Aloitin tosin Wordpressiin tutustumisen ikään kuin sivuoven kautta, sillä en lähtenyt julkaisemaan täysin uutta sivustoa perinteiseen tyyliin. Page template-toiminnon haltuunotto on silti hyvä saavutus, enkä usko uuden Wordpress-sivun julkaisun olevan tämän jälkeen suurikaan ongelma. Uskon osaamiseni tason nousseen täten aloittelijasta taitavaan suoriutujaan.

Erityisen iloinen tästä olen juurikin siksi, että pyrin ottamaan yrityksemme verkkosivujen tekijän roolin tulevaisuudessa. Tiedostan kuitenkin, etten ole vielä niin taitava, että pystyisin tekemään sivustoja samaa tahtia kuin ammattilaiset, mutta kuten aiemmin totesin, ollaan minua valmiina tukemaan. Kesälle suunnitteilla olevat verkkosivuprojektit on tarkoitus perustaa Wordpress-alustan päälle, ja ainakin alkuun riittää, että osaan toteuttaa halutut verkkosivut html- ja css-koodin tasolla.

Onkin erityisen hauska huomata, miten verkkosivut ovat nousseet työssäni koko ajan merkittävämpään rooliin. Pohdin useammassakin viikkoanalyysissäni verkkosivuihin liittyviä asioita joko suoraan tai sivuten, kuten esimerkiksi hyviä verkkosivuja, käytettävyyttä ja myynnin tukemiseen tarkoitettuja grafiikoita. Verkkosivut ovat olleet vahvuuksiani alusta asti osittain siksi, että harrastin verkkosivujen tekoa peruskouluikäisenä. Nyt ymmärryksestäni yritysten verkkosivuista on selvästi kasvanut, joten on mukava päästä haastamaan itseäni jatkossakin. Asiantuntijaksi en itseäni missään nimessä vielä kutsuisi, mutta siihen toki pyritään.

Alkutilanteen kuvauksessani otin myös esille muutamia asioita, joita minun olisi hyvä oppia. Näitä olivat Node.js:än ja php:n koodaaminen, yksikkötestien tekeminen ja asiakaspalvelutaitojen vahvistaminen. Näihin en seurantajaksoni aikana ehtinyt paneutua muiden työtehtävien painaessa päälle. Php:tä sivusin vähän Wordpressin ongelmia ratkoessani, mutta koodaamiseksi sitä ei voi sanoa. Tiedostan, että back-end koodaaminen ei ole omaa vahvuuttani, joten ehkä sen opetteluun sijaan voisin tuoda yritykseen jotain muuta, omaan vahvuusalueeseeni kuuluvaa. On nimittäin hyvä pohtia näin oman työuran alussa, mitä oikeasti haluan tehdä työkseni. Koen back-endin melkoisena mörkönä, joten voisi olla fiksumpaa kehittää front-end koodaamista esimerkiksi ottamalla haltuun uusia koodikieliä. Mainitsemani asiakaspalvelutaidot eivät saaneet myöskään vahvistusta seurantajakson aikana, sillä en koulun takia päässyt yhteenkään tapahtumaamme.

Koontina voin siis todeta löytäneeni vihdoin suunnan, johon pyrkiä työelämässä. Haluan keskittyä enemmän verkkosivuihin ja sosiaaliseen mediaan, oppia lisää näihin liittyvistä asioista ja hyödyntää oppimaani töissä. Yhtä tiiviiseen analysointiin tuskin lähden enää jatkossa, mutta opinnäytetyö opetti sen, että asioista voi ja kannattaa ottaa selvää itse. Koen tuotannon olevan enemmän omaa alaani, mutta työelämässäkin oppii pakon edessä asioita, joita koulussa ei ole käsitelty millään tasolla. Olen kuitenkin kiinnostunut oppimaan uutta, ja osittain tämän takia teoriaan pohjaavat analyysini venyivät opinnäytetyössä pitkiksi. Oman ammatillisen profiilin löydyttyä voin keskittyä kehittämään itseäni kohti uusia haasteita.

## Lähteet

Alma Talent 2016. Työelämä on persoonapeliä, jossa ihmisten erilaisuus on sekä menestystekijä että kompastuskivi. Luettavissa: <http://events.almatalent.fi/kasvata-arvoasi-blogi/tyoelama-persoonapelia-ihmisten-erilaisuus-seka-menestystekija-etta-kompastuskivi/>. Luettu: 25.2.2017.

Avania 2009. Käytettävyystestaus pähkinänkuoressa. Luettavissa: <https://www.avania.fi/kayttavyytestaus-pahkinankuoressa/>. Luettu: 11.2.2017.

Bahalkar, S. & Ramamoorthy, S. 2016. Implicit Testing - An Improved Way of Testing Software. Luettavissa: <https://ezproxy.haaga-helia.fi:3401/docview/1845009688?accountid=27436>. Luettu: 3.2.2017.

CBS News 2011. The 9 Eternal Rules of Teamwork. Luettavissa: <http://www.cbsnews.com/news/the-9-eternal-rules-of-teamwork/>. Luettu: 25.2.2017.

Chasing my future -blogi 2013. Tiimit organisaatiossa. Luettavissa: <http://www.lily.fi/blogit/chasing-my-future/tiimit-organisaatiossa>. Luettu: 3.3.2017.

Esseepankki 2013. Tiimit ja tuloksekas yritys ja tulokseton yritys. Luettavissa: <http://esseepankki.tiimiakatemia.fi/tiimit-ja-tuloksekas-yritys-ja-tulokseton-yritys/>. Luettu: 5.3.2017.

Google Search Console 2017. Onko verkkosivusi mobiililaitteille sopiva?. Luettavissa: <https://search.google.com/search-console/mobile-friendly>. Luettu: 9.4.2017.

Hannikainen, M. 2016. Yrityksen tekemän tilapäivityksen houkuttelevuus Facebookissa: Case: Jounin kauppa. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/119811/Hannikainen\\_Minna.pdf](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/119811/Hannikainen_Minna.pdf). Luettu: 25.3.2017.

Hehku Marketing Oy 2016. Facebook osana yrityksen markkinointia ja viestintää. Luettavissa: <https://www.hehku marketing.com/sosiaalinen-media/facebook-osana-yrityksen-markkinointia-ja-viestintaa/>. Luettu: 21.3.2017.

- Hirvonen, H. 2007. Tiimityöskentelyn käyttöönotto ja kehittäminen. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/17852/jamk\\_1195637065\\_5.pdf](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/17852/jamk_1195637065_5.pdf). Luettu: 25.2.2017.
- Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä - Tieto, tutkimus, menetelmät. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 97. Helsinki.
- Internetmarkkinointi.com 2011. 12 vinkkiä, joilla varmistat hyvät kotisivut yritykselle. Luettavissa: <http://internetmarkkinointi.com/blogi/12-vinkkia-joilla-varmistat-hyvät-kotisivut-yritykselle/>. Luettu: 12.3.2017.
- ite wiki oy 2017. Sisältömarkkinointi 2017: Somekanavien tärkeysjärjestys it-alalla – twitter ohitti facebookin. Luettavissa: <https://www.itewiki.fi/blog/2017/02/sisaltomarkkinointi-2017-somekanavien-tarkeysjarjestys-it-alalla-twitter-ohitti-facebookin/>. Luettu: 21.3.2017.
- Kivistö, T. 2012. Tiimityö – haitaksi vai hyödyksi? Luettavissa: <http://sitomo.fi/portaali/tiimityo-haitaksi-vai-hyodyksi>. Luettu: 25.2.2017.
- Kotisivukone 2010. Yrityksen kotisivujen 10 yleistä ongelmaa. Luettavissa: <http://www.kotisivukone.fi/blogi/2010/04/05/13/>. Luettu: 12.3.2017.
- Laitinen, S. 2014. Myyntiesityksen luominen Prezillä. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014121620062>. Luettu: 18.2.2017.
- Lehmätkin Lentäis 2016. Some-markkinoinnin trendit vuodelle 2017. Luettavissa: <https://harto.wordpress.com/2016/12/22/some-markkinoinnin-trendit-vuodelle-2017/>. Luettu: 17.3.2017.
- Lehtisalo, V. 2017. Menetät bisnestä verkkosivujesi takia. Luettavissa: <https://www.lehtisalonvili.com/blog/menetat-asiakkaita-verkkosivujesi-takia>. Luettu: 9.4.2017.
- Manic, M. 2015. Marketing engagement through visual content. Luettavissa: <https://ezproxy.haaga-helia.fi:3401/docview/1768395575?accountid=27436>. Luettu: 18.2.2017.

- Microsoft 2011. Työpaikkojen tiedonkulku hiertää. Luettavissa: [https://www.microsoft.com/finland/pr/tiedotearkisto/tiedonkulku\\_0310.html](https://www.microsoft.com/finland/pr/tiedotearkisto/tiedonkulku_0310.html). Luettu: 28.1.2017.
- Mäkynen, K. 2015. Yrityksen verkkosivujen käytettävyyden ja ulkoasun vaikutus yrityksen imagoon. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201602192422>. Luettu: 11.2.2017.
- Niemi-Korpi, A. 2012. Sosiaalisen median hyödyntäminen pienyrityksen markkinoinnissa. Luettavissa: [http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51094/Niemi-Korpi\\_Anita.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51094/Niemi-Korpi_Anita.pdf?sequence=1). Luettu: 29.1.2017.
- Nordlund, J. 2010. Websivujen julkaisu WordPress-julkaisujärjestelmällä : CASE: McCann Worldgroup Helsinki Oy. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201005078280>. Luettu: 2.4.2017.
- Nyström, J. 2014. Tiimityön merkitys työelämässä. Luettavissa: <https://www.linkedin.com/pulse/20141208115448-13263991-tiimity%C3%B6n-merkitys-%C3%B6el%C3%A4m%C3%A4ss%C3%A4>. Luettu: 25.2.2017.
- Oy TuloksenTuplausToimisto Ab 2016. Yrittäjän pikaopas somevälineisiin. Luettavissa: <https://tuplaamo.fi/2016/05/yrittajan-pikaopas-somevalineisiin/>. Luettu: 25.3.2017.
- Paukkonen, M. 2016. Arvoperusteinen myyntimateriaali. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201604114116>. Luettu: 18.2.2017.
- Pingdom 2017. Pingdom Website Speed Test. Luettavissa: <https://tools.pingdom.com/>. Luettu: 9.4.2017.
- Pollari, J. 2014. Ohjelmistotestaus. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/85400/Pollari\\_Jukka.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/85400/Pollari_Jukka.pdf?sequence=1). Luettu: 4.2.2017.
- Salmia, J. 2012. Tiimityö. Luettavissa: <https://sites.google.com/site/yhteisollisyys/home/tiimityoe>. Luettu: 25.2.2017.
- Siliä Oy 2017. Mistä yrityksen kannattaa aloittaa sosiaalisen median kanssa?. Luettavissa: <http://www.silia.fi/sosiaalisen-median-kanavat/mista-yrityksen-kannattaa-aloittaa-sosiaalisen-median-kanssa/>. Luettu: 17.3.2017.

Smashing Magazine 2016. How To Create And Customize A WordPress Child Theme. Luettavissa: <https://www.smashingmagazine.com/2016/01/create-customize-wordpress-child-theme/>. Luettu: 2.4.2017.

Someleontti 2016a. Facebook-Pikaopas (ladattava PDF). Luettavissa: <http://www.someleontti.fi/blogi/2016/04/facebook-pikaopas-ladattava-pdf/>. Luettu: 23.3.2017.

Someleontti 2016b. Yrittäjä: Käytä kuvakarusellia ja diaesityksiä Facebookissa!. Luettavissa: <http://www.someleontti.fi/blogi/2016/06/yrittaja-kayta-kuvakarusellijulkaisuja-diaesityksia-facebookissa/>. Luettu: 23.3.2017.

Stackoverflow 2013. What is "above-the-fold content" in Google Pagespeed?. Luettavissa: <http://stackoverflow.com/questions/18340402/what-is-above-the-fold-content-in-google-pagespeed>. Luettu: 9.4.2017.

Suomen Digimarkkinointi Oy 2016. Hyvät kotisivut yritykselle, mistä aloittaa? Luettavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/hyvät-kotisivut-yritykselle-mista-aloittaa>. Luettu: 11.3.2017.

Think with Google 2017. Test how mobile-friendly your site is. Luettavissa: <https://testmysite.thinkwithgoogle.com/>. Luettu: 9.4.2017.

Turunen, T. & Varanki, H. 2016. Tiedonkulun ominaispiirteet eri organisaatorakenteissa. Luettavissa: [https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/123636/Kandidaatinty%C3%B6\\_turunen\\_tomas\\_varanki\\_hannu.pdf?sequence=2](https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/123636/Kandidaatinty%C3%B6_turunen_tomas_varanki_hannu.pdf?sequence=2). Luettu: 28.1.2017.

Työpiste 2013. Välineistä huolimatta tiedonkulku voi olla kivikaudella. Luettavissa: [http://tyopiste.ttl.fi/Uutiset/Sivut/Valineista\\_huolimatta\\_tiedonkulku\\_voi\\_olla\\_kivikaudella.aspx](http://tyopiste.ttl.fi/Uutiset/Sivut/Valineista_huolimatta_tiedonkulku_voi_olla_kivikaudella.aspx). Luettu: 28.1.2017.