

Piia Akkanen

# VERKKOSIVUSTON TOTEUTTAMINEN WORDPRESS-OHJELMISTOLLA

Opinnäytetyö

Tradenomi (AMK)

Digitaalinen liiketalous

2021



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Tradenomi (AMK)
Tekijä/Tekijät	Piia Akkanen
Työn nimi	Verkkosivuston toteuttaminen WordPress-ohjelmistolla
Toimeksiantaja	Eteenpäin Oy
Vuosi	toukokuu, 2021
Sivut	sivua 34, liitteitä 1 sivu
Työn ohjaaja(t)	Päivi Hurri

## TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli rakentaa sijoitustoimintaa harjoittavalle ja hallintopalveluita tarjoavalle Eteenpäin Oy:lle toimiva ja mobiililystävällinen verkkosivusto. Opinnäytetyössä uusi verkkosivusto rakennettiin WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä, joka on yleisin ja käytetyin alusta koko maailmassa.

Teoriaosuudessa on pureuduttu yleisellä tasolla WordPress-sisällönhallintajärjestelmään ja sen tekniikkaan, teemoihin ja lisäosiin. Teoriaosuudessa tutkittiin järjestelmän perusteita ja selvitettiin, miksi juuri WordPress-sisällönhallintajärjestelmä on toimeksiantajalle paras vaihtoehto. Teoriassa käsiteltiin myös hakukoneoptimointia (SEO) ja tämän merkitystä ja toimivuutta uusille julkaistaville verkkosivustoille.

Tutkimusmenetelminä tässä opinnäytetyössä käytettiin teemahaastattelua sekä benchmarking-menetelmää, jotka osoittautuivat oikeiksi valinnoiksi. Toimeksiantajalle saatiin laadittua toiveiden mukainen verkkosivusto, ja WordPress-sisällönhallintajärjestelmän todettiin palvelevan yrityksen tarpeita myös mahdollisia kehityskohteita silmällä pitäen.

Teoriaosuuden jälkeen opinnäytetyössä kuvataan pääpiirteittäin uuden verkkosivuston toteutus ja sisällön rakentaminen. Toteutuksessa suunniteltiin teoriatasolla myös uuden sivuston hakukoneoptimointi vaiheittain. Hakukoneoptimointi testataan myöhemmin, kun verkkosivusto virallisesti julkaistaan syksyllä 2021. Lopputuloksena saatiin kuitenkin toimeksiantajaa ja opinnäytetyön tekijää tyydyttävä verkkosivusto, joka sijaitsee syksyyn 2021 saakka väliaikaisella verkkotunnuksella.

**Asiasanat:** verkkosivusto, WordPress, sisällönhallintajärjestelmä, hakukoneoptimointi

Degree	Bachelor of Business Administration
Author (authors)	Piia Akkanen
Thesis title	Website design with WordPress
Commissioned by	Eteenpäin Oy
Time	May, 2021
Pages	34 pages, 1 page of appendices
Supervisor	Päivi Hurri

## ABSTRACT

The objective of this thesis was to create a working and mobile-friendly website for Eteenpäin Oy. The company's fields are investment activities and administrative services. In this thesis, the website was developed with WordPress, which is the most common and used content management system in the world.

The theoretical part of this thesis includes general terms the WordPress content management system and the system's technology, themes, and plugins. The theoretical part examined the basics of the system and found out why the WordPress content management system was the best option for the client. The theory also includes search engine optimization (SEO) and its importance and functionality for new websites to be published.

The research methods in this thesis included benchmarking and a thematic interview. These methods turned out to be the right choice. The website was created according to the client's wishes, and the WordPress content management system was found to serve all the needs of the company.

After the theoretical part, the thesis outlines the implementation of the new website and the construction of content. The search engine optimization (SEO) of the new website was also planned in this thesis. Search engine optimization (SEO) will be tested later when the website is officially launched in autumn 2021. However, result was a working website and the client was very pleased.

**Keywords:** website, WordPress, content management system, SEO

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TEORIAT .....	5
2.1	WordPress-sisällönhallintajärjestelmä .....	5
2.1.1	WordPress-tekniikka .....	6
2.1.2	WordPress-teemat.....	7
2.1.3	WordPress-lisäosat.....	7
2.2	Hakukoneoptimointi (SEO) .....	8
3	TOIMEKSIANTAJA.....	10
4	TUTKIMUSMENETELMÄT .....	10
4.1	Tutkimustaustaa .....	10
4.2	Tutkimuskysymykset.....	11
4.3	Kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät .....	11
4.3.1	Haastattelu.....	12
4.3.2	Benchmarking.....	14
5	TOIMINNALLINEN TOTEUTUS .....	18
5.1	WordPress ja verkkotunnus eteenpain.fi .....	18
5.2	Sivuston ohjauspaneeli.....	19
5.3	Sivuston pohjan rakentaminen .....	20
5.4	Sivuston kansikuva .....	23
5.5	Sivuston välitarkistus toimeksiantajan kanssa .....	24
5.6	Valmis verkkosivusto .....	27
5.7	Eteenpäin-verkkosivusto ja SEO .....	29
6	TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	31
	LÄHTEET.....	34

## KUVALUETTELO

## LIITTEET

Liite 1. Kuvaluettelo

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aihe ja toimeksianto on saatu Eteenpäin Oy:ltä. Kyseessä on kotkalainen useamman eri alan yrityksen muodostama konserni. Yrityksellä ei ole aikaisemmin ollut merkittävää, konsernin ulkopuolista asiakasliiketoimintaa. Siksi yhtiöllä ei ole ollut tarvetta verkkosivuille. Nyt tilanne on muuttunut. Yrityksen on tarkoitus lisätä mahdollisuuksien mukaan hallintopalveluasiakkaiden määrää lähitulevaisuudessa.

Yritys halusi informatiivisen yhteydenottoalustan, joten tarve verkkosivustoille oli hyvin ajankohtainen. Toimitusjohtaja Petri Piiparin mukaan verkkosivusto 2020-luvulla on myös uskottavuuskysymys. Yrityksellä on olemassa oma, digitaalille alustoille käyttökelpoinen logo. Se on otettu käyttöön viitisen vuotta sitten. Verkkotunnus eteenpain.fi on varattu yrityksen käyttöön noin kymmenen vuotta sitten. Verkkosivuston perustaminen on ollut suunnitelmissa ja oikeaksi ajankohdaksi päätettiin vuosi 2021, koska yritys laajentaa palvelutarjontaansa.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on toteuttaa hillitty, pitkäikäinen, aikaa kestävä, responsiivinen ja moderni verkkosivusto. Verkkosivuston toteutuksessa päädyttiin käyttämään WordPress sisällönhallintajärjestelmää sen monipuolisuuden ja käyttäjäystävällisen käyttöjärjestelmän takia.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa on käytetty laadullisen tutkimuksen työkaluina haastattelua sekä benchmarking-menetelmää. Teoriaosuudessa on tutkittu myös toiminnallista prosessia verkkosivuston rakentamisesta lopputulokseen saakka. Samalla analysoitiin WordPress-järjestelmän sopivuutta toimeksiantajan tarpeisiin.

## 2 TEORIAT

### 2.1 WordPress-sisällönhallintajärjestelmä

WordPress on yleisin ja pääsääntöisesti maksuton web-pohjainen maailmanlaajuisesti käytössä oleva sisällönhallintajärjestelmä. Järjestelmä on alun perin

suunniteltu blogialustaksi. Sitä on vuosien kuluessa kuitenkin kehitetty huomattavasti. Nykyisin se soveltuu kaikenlaisille yrityksille monipuolisten lisäosiensa ja teemojensa ansiosta. WordPress-järjestelmän avulla saadaan luotua nykyaikaiset ja ammattimaiset sivustot aina pienyrityksistä suuriin pörssiyrityksiin asti (WP-kotisivut 2021).

Verkkosivusto WP-kotisivut.com mukaan WordPress on maailman suosituin nettisivualusta. Sen markkinaosuus oli noin 37 % vuonna 2020. WordPress on perustettu vuonna 2003. Perustajina toimivat Matt Mullenweg ja Mike Little. WP eli WordPress-julkaisujärjestelmä on nopea ja tehokas, ja sivuston nopeus riippuu paljon myös sivuston sisällöstä. (WP-kotisivut 2021.)

WordPress-sivusto mukautuu myös mobiilikäyttöön, eli sivusto on responsiivinen. Se saadaan optimoitua kaikkiin älylaitteisiin sopiviksi. WordPress-sivuston perustaminen vie aikaa ja kärsivällisyyttä, järjestelmän hallinta vaatii myös vähän koodaamistaitoja. Lopputuloksena useimmiten saadaan toimiva, käytännöllinen ja toimeksiantajan tai asiakkaan toiveita vastaava WordPress-verkkosivusto. (Sabin-Wilson 2015.)

WordPress-järjestelmän hyödyksi voidaan laskea myös se, että asiakkaan ei tarvitse sitoutua tiettyyn palveluntarjoajaan. Webhotelli ja verkko-osoite voidaan hankkia miltä tahansa palveluntarjoajalta. WordPress-verkkosivuja voidaan myös muokata ja kehittää lähes rajattomasti. Sen hallintapaneeli on äärimmäisen helppokäyttöinen. Webhotellia valittaessa kannattaa kiinnittää huomiota palveluntarjoajan luotettavuuteen sekä levytilan suuruuteen, SSL-salaukseen, hallintapaneelin käytettävyyteen että asiakaspalvelun tasoon.

### **2.1.1 WordPress-tekniikka**

WordPress perustuu avoimeen lähdekoodiin, joka mahdollistaa järjestelmän ilmaisen käytön. WordPress-kotisivut vaativat erillisen webhotellin käytön. Webhotelli valitaan aina yrityksen oman käyttötarpeen mukaisesti. WordPress vaikuttaa alussa monimutkaiselta. Käyttöohjeita ja videoita on kuitenkin hyvin saatavilla. Nämä kanavat kannattaa alussa käyttää hyödyksi.

WordPress-hallintapaneeli on suhteellisen helppokäyttöinen. Jotta sivuston suorituskyky ja tietoturva pysyvät ajan tasalla, on WordPress päivitettävä aina ohjelman sitä tarjotessa (Sivustonikkari 2019).

### **2.1.2 WordPress-teemat**

WordPress-alusta tarjoaa tuhansia valmiita teemapohjia sivuston suunnittelun tueksi. Valmiin teeman avulla pystytään laatimaan perussivusto nopeasti julkaisukuntoon. Teemat ovat myös helposti muokattavissa, ja erillisiä koodarin taitoja ei aina välttämättä tarvita (Sivustonikkari 2019).

WordPress-järjestelmästä löytyy paljon ilmaisia teemoja ja valmiiksi suunniteltuja sivupohjia, joiden avulla saadaan verkkosivusto rakennettua jopa päivässä. Vaativampia ja monimutkaisempia sivustoja varten järjestelmästä löytyy maksullisia Premium-teemoja. Niihin on saatavilla myös tukea valmistajalta.

WordPress-järjestelmän teemaviidakkoon hukkuu helposti. Usein teemojen valinta vie kohtuuttoman paljon aikaa. Kokeneille WordPress-sivuston rakentajille muodostuukin usein suosikkiteemoja, joita muokataan aina toimeksiantajan tai asiakkaan toiveiden mukaisesti. WP-kotisivut.com on koostanut valmiiksi niin sanotun ostajan oppaan, jonka listalta löytyy teemojen parhaimmistoa. Tässä opinnäytetyössä valittiin maksullinen, turvallinen ja ammattilaisten suosittelema vaihtoehto Premium-teemojen joukosta. (Albut ym. 2013.)

### **2.1.3 WordPress-lisäosat**

WordPress-järjestelmän lisäosilla saadaan helposti lisättyä verkkosivustolle ominaisuuksia automaattisesti. Yleisimmät lisäosat liittyvät useimmiten verkkokauppaan, tietoturvakovennuksiin, hakukoneoptimointiin ja erilaisiin lomakkeisiin.

Lisäosat ts. laajennukset tekevät verkkosivustoista monipuolisemmat ja paremmat. Lisäosiakaan ei tarvitse erikseen koodata. Ne voidaan lisätä hallintapaneelissa osaksi toiminnallisuutta. Lisäosia, niiden toiminnallisuuksia sekä yhteensopivuutta valitun teeman kanssa kannattaa kuitenkin tutkia, ennen kuin ottaa ne käyttöön. Myös lisäosat pitää päivittää WordPressin suositusten

mukaisesti. Kannattaa valita ja lisätä vain ne lisäosat, joista on oikeasti hyötyä sivustolla. Liiallinen lisäosien käyttö saattaa hidastaa verkkosivuston toimintaa. Vanhentuneet ja päivittämättömät lisäosat on syytä poistaa. Hakkerit käyttävät hyväksi näitä kanavia.

Ensimmäiset lisäosat, jotka kannattaa asentaa heti alussa ovat palomuuuri ja haittaohjelmat tarkistava lisäosa, varmuuskopiointi, SEO eli hakukoneoptimointi sekä cache-välimuisti. Edellä mainitut lisäosat ovat kuitenkin osittain maksullisia. WordPress-järjestelmään on tarjolla lisäksi suuri määrä muita lisäosia. Niitä kannattaa tutkia tarkasti ennen mahdollista asentamista.

## **2.2 Hakukoneoptimointi (SEO)**

Iso ja tärkeä osa uuden verkkosivuston perustaa on hakukoneoptimointi. Optimoinnilla on tarkoitus parantaa verkkosivuston hakukonenäkyvyyttä erilaisilla hakusanoilla. Optimoinnin on tarkoitus ohjata oikeiden hakusanojen avulla mahdollisimman paljon kävijöitä verkkosivustolle.

Hakukoneoptimointi tarkoittaa löydettävyyttä ja näkyvyyttä ilmaisissa hakutuloksissa. SEO-lyhenne tulee sanoista search engine optimizaton. Hakukoneoptimointi on tärkeää heti alussa. Sen avulla ohjataan asiakkaat sivustolle. Tämän myötä yrityksen myynti ja liikevaihto saadaan kasvuun. Hakukoneoptimoinnin avulla tehdään myös yrityksen brändistä tunnetumpi.

Optimoinnissa käytetään hakusanoja ts. avainsanoja. Ne määritetään siten, että verkkosivu, koko verkkosivusto, blogi tai verkkokauppa löytyvät heti hakutulosten ensimmäisiltä sivuilta. Hakukoneoptimointi on jatkuva prosessi, johon liittyy tuloksien aktiivinen seuranta ja analysointi. Hakukoneoptimoinnissa noudatetaan tiettyä kaavaa aina aloitustilanteen analysoinnista saavutettujen tulosten analysointiin. Tarvittaessa tehdään parantavat jatkotoimet.

Hakukoneoptimointi jaotellaan kahteen osaan: sivuston sisäiseen optimointiin eli on-page osioon ja ulkoiseen optimointiin eli off-page osioon. Sisäinen osio liittyy verkkosivuston sisältöön, toisin sanoen rakenteeseen ja teksteihin. Sisäisessä osiossa tärkeitä elementtejä ovat otsikot, metateksti, leipäteksti, lin-



kit, hakusanatutkimus, erilliset avainsanat, sisältö ja sisällöntuotanto. Sisäisessä optimoinnissa tutkitaan myös mahdolliset koodivirheet. Ulkoisessa optimoinnissa kiinnitetään huomio sivuston sijoitukseen hakukonenäkyvyydessä. (WP-kotisivut 2021).

SEO-auditointi on tärkeä osa hakukoneoptimointia, jonka avulla ratkotaan mahdolliset ongelmakohdat. Sellaiset voivat haitata verkkosivuston näkyvyyttä hakutuloksissa. Ongelmakohdat voidaan tarkistaa ilmaisella Google Search Console-ohjelmalla, joka ilmoittaa mahdollisista teknisistä virheistä. Teknisen SEO-auditoinnin perusteella kartoitetaan ongelmat ja tämän perusteella ongelmat yleensä saadaankin korjattua. (WP-kotisivut 2021).

SEO-optimoinnissa käytetään erilaisia toiminnan eettisyyteen liittyviä termejä. Ne kuvaavat taktiikoita, joiden avulla optimointia harjoitetaan. White hat on niin sanottu rehellinen taktiikka, mutta myös kalliimpi ja haastavampi. Black hat -taktiikka on taas tehokkaampi kuin white hat, mutta samalla riskialttiimpi. Taktiikka on tietynlaista huijaamista. Sillä yritetään nostaa verkkosivusto epärehellisin keinoin hakukonenäkyvyyden kärkeen. Google voi rangaista mustahattu-taktiikkaa käyttävää jopa poistamalla sivuston kokonaan hakukoneiden tuloksista. Negatiivisella hakukoneoptimoinnilla taas yritetään saada kilpailevan yrityksen hakukonesijoitukset putoamaan. Tämäkin on lain vastaista toimintaa. Grey hat -taktiikka on jotakin white hat -taktiikan ja black hat -taktiikan väliltä. Se kuuluu oikeudellisesti niin sanottuun harmaaseen alueeseen. Koska yritysten tulee pysyä lain oikealla puolella ja toimia rehdisti, white hat -taktiikka on ainut oikea vaihtoehto SEO-hakukoneoptimoinnissa. (WP-kotisivut 2021).

Google-hakukoneoptimointi keskittyy käyttäjäkokemuksen kehittämiseen. Se puolestaan tarkoittaa sitä, että verkkosivuston tulee olla helppokäyttöinen, turvallinen ja vastata nopeudeltaan käyttäjän vaatimuksia. Jos halutaan sivusto, joka pärjää hakukoneiden näkyvyytuloksissa, kannattaa tutkimusten (WP-kotisivut 2021) mukaan valita WordPress. WordPress-sivuston voi helposti muokata yrityksen tarpeen mukaiseksi. Näin hakukoneoptimointikin voidaan toteuttaa hyvinkin optimaalisesti.

Hakukoneoptimointi on siinä mielessä haastava laji, että se vaatii jatkuvaa kehittämistä ja päivittämistä. Google muuttaa suurin piirtein vuoden välein algoritmia, joka voi vaikuttaa hakukonenäkyvyyteen negatiivisesti. Hakukoneoptimointia voidaan seurata Google Search Console -työkalun avulla, josta selviää, miten sivusto menestyy hakutuloksissa. Markkinoilta löytyy useita yrityksiä, jotka tarjoavat hakukoneoptimointia kuukausiveloituksella. Perusoptimointi on mahdollista kuitenkin tehdä itse, käyttämällä maalaisjärkeä. Jos on mukana myös hitunen tuuria, onnistuminen on taattua (WP-kotisivut 2021).

### **3 TOIMEKSIANTAJA**

Toimeksiantajana toimi opinnäytetyön tekijän esimies. Toimeksiantaja Petri Piipari toimii Eteenpäin Oy:n toimitusjohtajana ja samalla emoyhtiön omistuksessa olevien kaupunkilehtien Pohjois-Kymenlaakso Oy:n ja Poiju Julkaisut Oy:n toimitusjohtajana. Eteenpäin Oy harjoittaa mm. sijoitustoimintaa, kaupunkilehtien julkaisua ja on mukana peliliiketoiminnassa pääomasijoittajana. Yhtiö kehittää parhaillaan kokonaisvaltaisten hallintopalveluiden tarjoamiseen liittyvää konseptiaan. Eteenpäin Oy on yksi Kotkan vanhimmista, yhä toimivista yrityksistä. Se on perustettu 1905. edustaa toiminnassaan perinteistä ja varsin konservatiivista linjaa.

Toimeksiantajan toimitusjohtajalla Petri Piiparilla on selkeä näkemys siitä, millainen verkkosivusto palvelee parhaiten Eteenpäin Oy:n tarpeita. Tästä syystä toimitusjohtajan haastattelu onkin avainasemassa sivuston suunnittelussa. Haastattelu sujui tässä opinnäytetyössä helposti ja luontevasti, mikä johtui toimeksiantajan ja opinnäytetyölaatijan välisestä esimies-alaisuudesta.

### **4 TUTKIMUSMENETELMÄT**

#### **4.1 Tutkimustaustaa**

Opinnäytetyössä on käytetty kvalitatiivista tutkimusmenetelmää haastattelun ja benchmarking-menetelmän kautta. Lisäksi opinnäytetyössä kuvataan WordPress-käyttöjärjestelmän toimivuutta sekä verkkosivuston toiminnallista toteutusta. Opinnäytetyön lähteinä on käytetty paljon verkosta löytyvää materiaalia, Kanasta (2014) sekä Tuomista ym. (2011).

Teoriaosiossa on tutkittu myös WordPress-sisällönhallintajärjestelmän toimivuutta, käyttöominaisuuksia ja sopivuutta Eteenpäin Oy:n verkkosivuston toteuttamisessa. Teoriaosiossa on lisäksi keskitytty hakukoneoptimoinnin yksityiskohtiin ja sen tärkeyteen.

## **4.2 Tutkimuskysymykset**

Tutkimuskysymyksinä opinnäytetyössä on käsitelty seuraavat kysymykset:

1. Kuinka suunnitella ja toteuttaa mahdollisimman kattavasti toimeksiantajan toiveiden mukainen verkkosivusto?
2. Kuinka WordPress-sisällönhallintajärjestelmä palveli lopputulosta verkkosivuston laatimisessa?

Tässä opinnäytetyössä pyrittiin löytämään mahdollisimman toimiva ja toimeksiantajan toiveita vastaava verkkosivusto.

## **4.3 Kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät**

Laadullisessa tutkimuksessa voidaan luoda esimerkiksi uutta teoriaa, jos halutaan saada tutkimusongelmaan mahdollisimman kattava kuvaus ja vastaus. Laadullisessa tutkimuksessa kerätään aineistoa monista eri lähteistä käyttäen tekstejä, kuvia, haastattelua ja havainnointia. Tavoitteena on saada mahdollisimman kokonaisvaltainen tutkimustulos ja ymmärrys kohteena olevasta ilmiöstä. Tutkimusmenetelmän ydinkysymys kuuluu: Mistä tässä on kysymys? Kysymykseen on tarkoitus löytää vastaus ja oivalluksen kautta löytää ilmiöön tai asiaan syvällisempi näkemys. (Kananen 2014, 61.)

Tutkittavat dokumentit voivat olla mm. vuosikertomuksia, kokouspöytäkirjoja, päiväkirjoja, elämäkertoja tai vaikkapa tilastoja. Verkkosivustona tutkijalle voivat toimia verkkosivut, blogit, videot ja muut audiovisuaaliset tallenteet sekä sosiaalinen media.

Tässä opinnäytetyössä tutkimusmateriaalina käytettiin pääasiallisesti verkosta saatavaa materiaalia toimeksiannon luonteen takia.

### 4.3.1 Haastattelu

Haastattelua käytetään tutkimusmenetelmänä usein tapauksissa, joissa halutaan tutkia mielipiteitä ja ajatuksia. Tarkkoja ja yksityiskohtaisia kysymyksiä ei pystytä ennen haastattelua yleensä laatimaan, koska ilmiöstä tai asiasta ei ole ennakkoon tarkkaa tietoa. (Kananen 2014, 80.) Haastatteluita on olemassa kolmea eri tyyppiä: lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja syvähaastattelu. Lomakehaastattelu kuuluu kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään ja teemasekä syvähaastattelut kuuluvat laadullisen tutkimusmenetelmän piiriin. (Kananen 2014, 83.)

Teemahaastattelu tarkoittaa kahden ihmisen välistä keskustelua, jossa käydään läpi etukäteen laadittuja teemoja. Teemahaastattelu ei ole kovinkaan yksityisluontoinen, vaan enemmänkin yleisellä tasolla tapahtuvaa keskustelua. Syvähaastattelu on taas luonteeltaan avoimempi haastattelu kuin teemahaastattelu, ja syvähaastattelusta voidaankin käyttää nimitystä *avoin haastattelu*. (Kananen 2014, 83.)

Tässä opinnäytetyössä haastattelu toteutettiin teemahaastatteluna, joka tapahtuu kahden ihmisen kesken, ja tutkijalla on valittu etukäteen tietyt teema-aiheet, joiden pohjalta keskustelu viedään läpi. Sanalla *teema* tarkoitetaan haastattelun yhteydessä laajempaa asiakokonaisuutta kuin yksittäinen kysymys. Teema on enemmänkin aihe, josta keskustellaan. Keskustelu kulkee vapaamuotoisesti ja keskustelu tapahtuu haastateltavan ehdoilla. (Kananen 2014, 91.)

Haastattelu toteutettiin kahdenkeskisenä tutkijan ja toimitusjohtaja Petri Piiparin välillä. Välineenä toimi Teams-sovellus. Haastattelu nauhoitettiin, jotta haastatteluun oli mahdollista palata tutkimuksen aikana useampaan otteeseen. Haastattelun tarkoituksena oli saada selville mahdollisimman tarkasti toimeksiannon merkitys, tavoitteet sekä visuaaliset elementit. Tutkijan ja haastateltavan välillä oli jo rakennettu luottamussuhdetta 8 vuotta, sillä tutkija ja haastateltava ovat olleet työntekijä-esimies-suhteessa. Haastattelun tarkoituksena oli myös vahvistaa toimeksiannon laajuutta ja käyttötarkoitusta. Haastattelutilanne rakennettiin seitsemällä ydinkysymyksellä, jotka johdattelivat keskustelua pitäen haastattelun tietyissä puitteissa, vaikka osittain haastattelu

ajautuikin vapaamuotoiseen keskusteluun. Teemahaastattelun perusteella tässä opinnäytetyössä oli tarkoitus löytää vastaukset ja ymmärrys verkkosivuston vaatimuksiin ja ulkoasuun.

Tutkimuskysymykset pitivät haastattelun kasassa, ja kysymykset olivat kuvan 1 mukaiset:



Kuva 1. Teemahaastattelun kysymykset (Akkanen 2021)

Teemahaastattelun perusteella muodostui melko kokonaisvaltainen käsitys siitä, mitä verkkosivuston tulee sisältää. Verkkosivuston tulee olla pitkäikäinen, kestää aikaa ja sisällön tulee noudattaa Eteenpäin Oy:n perinteisiä arvoja, joita kuvaavat sanat *klassinen*, *hillitty* ja *charmikas*. Verkkosivustosta on tarkoitus tehdä mahdollisimman informatiivinen, selkeä ja sen tulee toimia yhteydenottoalustana mahdollisille uusille hallintopalveluasiakkaille. Sivustolla tul- laan käyttämään yrityksen arkistoista löytyviä vanhoja valokuvia, tiedostoja ja tekstejä. Väreinä sivustolla halutaan näkyvän Eteenpäin Oy:n logon vihreä väri sekä hillittyä harmaata ja ruskean sävyjä.

Verkkosivusto tulee pysymään melko staattisena ja toimeksiantajan toiveena oli, että käyttöikä olisi vähintäänkin kymmenen vuotta. Mahdollisia muutoksia tul- taisiin tekemään vain noin kerran vuodessa, perustiedot tulevat pysymään

samanlaisina. Toimeksiantaja oli myös suorittanut omatoimista benchmarking-menetelmää ja toi esille muutaman sivuston, jotka noudattelivat hänen suosiomaansa hillittyä ja selkeätä linjaa.

Haastattelun perustella voitiin todeta, että toimitusjohtaja Petri Piiparin oma näkemys sivuston käyttötarkoituksesta, sisällöstä ja visuaalisista elementeistä saatiin selville. Keskustelu avasi toimeksiannon yksityiskohtia, toimeksianto sai lisäksi selkeät toimintaraamit ja ohjeet lopputuotoksen toteuttamiseen.

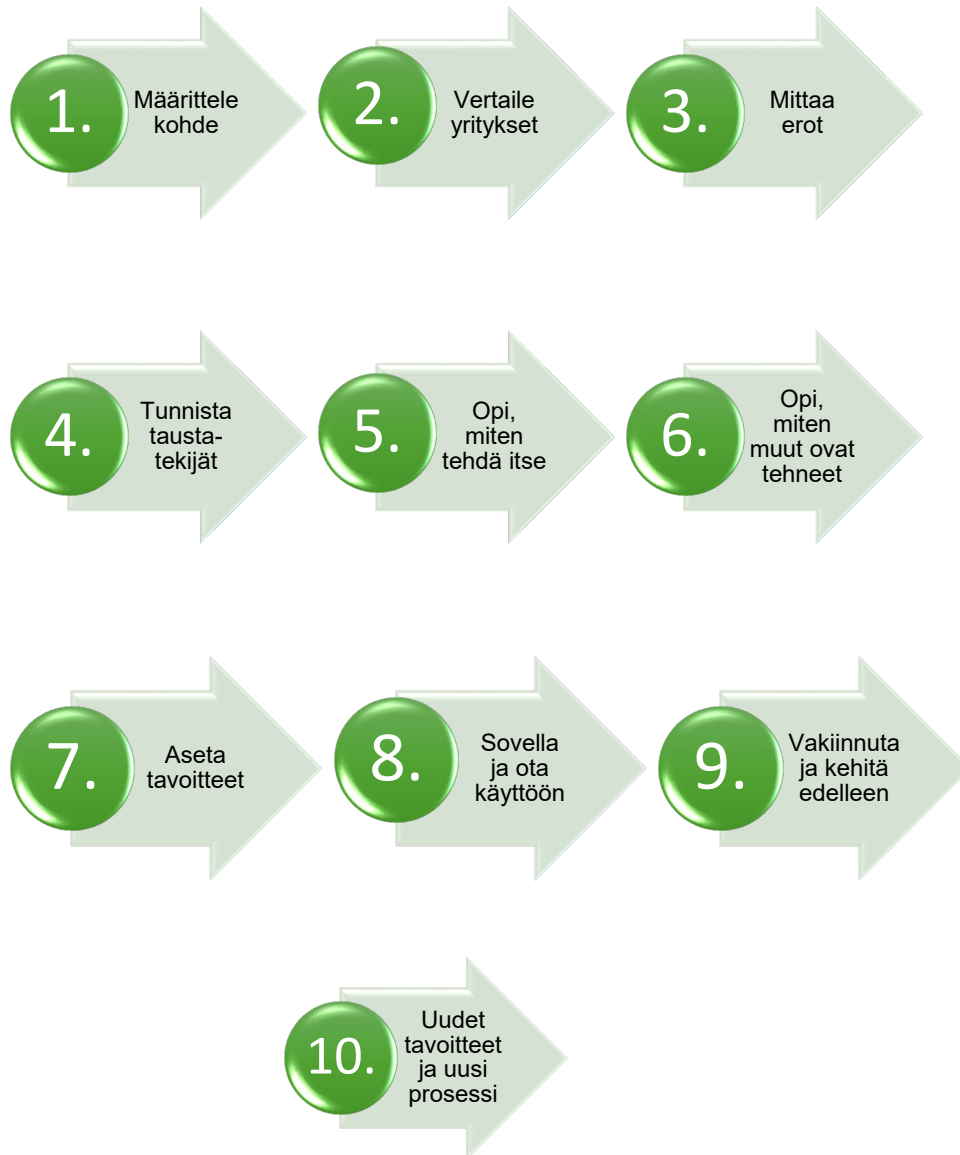
#### **4.3.2 Benchmarking**

Benchmarking voidaan kääntää vapaalla suomennoksella *vertailukehittä-miseksi*. Vertailukehittämisen tarkoituksena on oppia hyviltä esikuvilta ja toteuttaa omassa toiminnassa hyväksi havaittuja toimintatapoja. Tavoitteena on myös vertailla mahdollisia heikkouksia ja pyrkiä omassa toiminnassa toteuttamaan parempia lopputuloksia kuin vertailukohteella.

Tuominen ym. (2011) toteavat, että ”benchmarking on menetelmä oppia itseä selvästi paremmilta”. Juuret benchmarking-menetelmälle löytyvät Japanista, mutta nykyisin menetelmäprosessi on kaikkien saatavilla kirjojen sekä kursien muodossa.

Ensimmäisessä vaiheessa määritellään benchmarking-kohde, jota yrityksessä halutaan kehittää. Toisessa vaiheessa etsitään malliyritykset, joihin yrityksen kehityskohdetta voidaan verrata. Kolmannessa vaiheessa tunnistetaan erot suorituksessa tai kehityskohteessa ja tehdään arvio kehityskaaresta. Neljännessä vaiheessa etsitään tekijät, millä keinoin haluttu tulos on saavutettu. Viidennessä vaiheessa ratkaistaan, miten tavoite saavutetaan omassa yrityksessä ja haarukoidaan mahdolliset haittatekijät. Kuudennessa vaiheessa mitataan malliyritysten suorituskykyä ja vertaillaan menetelmiä ja toimintatapoja. Seitsemännessä vaiheessa asetetaan omat lyhyen sekä pitkän aikavälin suoritusavoitteet. Kahdeksannessa vaiheessa suunnitelmat sovelletaan omaan käyttöön sopiviksi ja laaditaan toteuttamissuunnitelma. Yhdeksännessä vaiheessa varmistetaan keinot, jolla asetetut tavoitteet saavutetaan. Viimeisessä vaiheessa aloitetaan tavallaan benchmarking-prosessi alusta ja määritellään uusi tavoite. (Tuominen ym. 2011, 35).

Benchmarking-prosessissa käsitellään kuvassa 2 esiintyvät vaiheet järjestyksessä, jonka jälkeen aloitetaan uusi prosessi ja määritetään uudet tavoitteet:

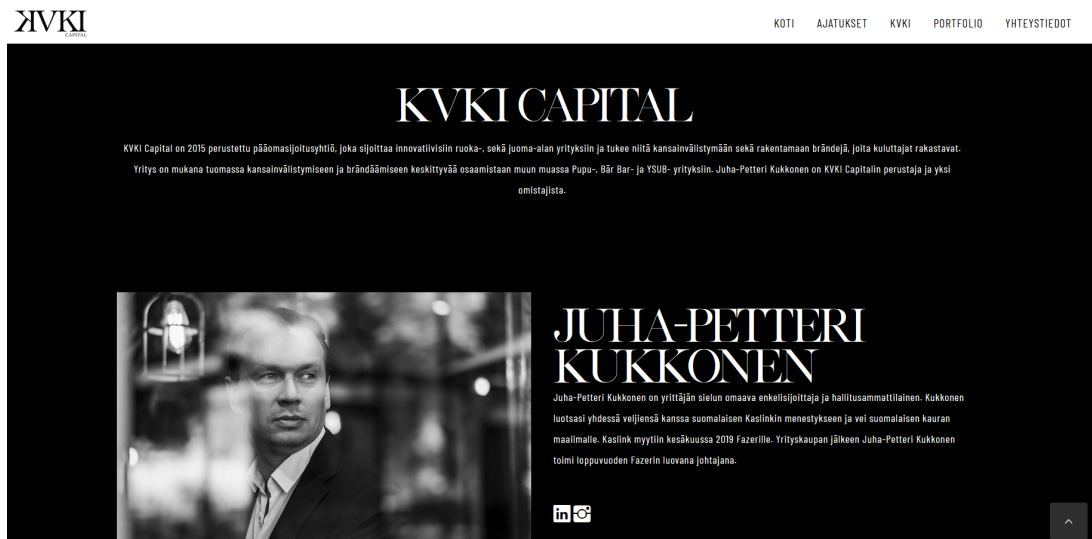


Kuva 2. Benchmarking-prosessi (Malmberg ym. 2011)

Ensimmäisessä vaiheessa tässä opinnäytetyössä valittiin kehityskohteeksi uudet verkkosivut toimeksiantajalle. Toiseen vaiheeseen siirryttiin nopeasti etsimällä vertailukelpoiset yritykset ja niiden verkkosivustot. Toimeksiantajan toimitusjohtaja Petri Piipari esitti vertailukohteeksi ja suunnittelun pohjaksi KVKI Capital sijoitusyrityksen verkkosivustoa kvkicapital.com. Sivusto todettiin hillityksi, selkeäksi, ja sen värinä oli mustavalkoinen. Lisäksi sivuston todettiin olevan näppärä, helppolukuinen ja selkeä. Opinnäytetyön vertailukohteen pohjaksi valittiinkin kyseinen sivusto.

Kvki Capitalin sivusto pohjautuu yrittäjän omaan historiaan ja yrityksen perustamisen lähtökohtiin. Sivusto on helposti lähestyttävä ja herättää mielenkiinnon ja uteliaisuuden henkilöön sivuston takana. Henkilön oma tarina taustalla on omiaan luomaan luottamusta yritykseen. Toimeksiantajan tuotoksessa pidettiin tärkeänä myös yrityksen omaa tarinaa ja historiaa ja tämän haluttiin tulevan esille historiallisin kuvin ja kertomuksien avulla. (Kvki Capital 2021.)

Sivustoa ei ollut kuitenkaan tarkoitus mukailla sataprosenttisesti, vaan oli tarkoitus poimia hyväksi havaitut yksityiskohdat ja lisätä toimeksiantajan omaa näkemystä. Mustavalkoinen teema on toimiva, kuten kuvasta 3 voimme todeta.



Kuva 3. Kuvakaappaus yrityksen KVKI Capital Oy intran pääsivusta (KVKI Capital Oy 2021)

Opinnäytetyön toimeksiantoa varten etsittiin myös muita vertailukohteita, joiden toimiala vastasi toimeksiantajan omaa alaa. Sopiviksi kohteiksi löydettiin Mandatum Life sekä Whitecoach. Molemmista sivustoista löytyi sopivia ominaisuuksia, jotka sopivat toimeksiantajan toiveisiin ja ohjeistuksiin. Yksinkertaiset ja selkeät sivustot toimivat ohjenuorana opinnäytetyön tuotoksen suunnittelussa ja toteutuksessa.

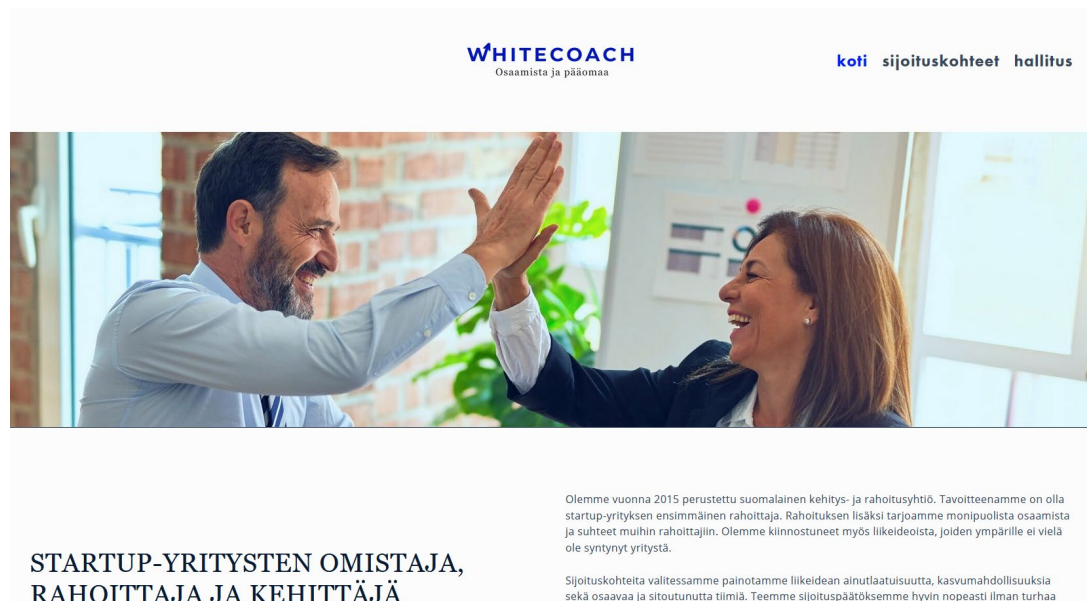
Näissä kolmessa esimerkkisivustossa on otettu huomioon ulkoasu, selkeys, helppolukuisuus sekä keskittyminen oman toimialan esittelyyn. Sijoitusyritys ja sen tuoma hyöty ja palveluntarjonta on tuotu selkeästi esille. Värimaailma on



valittu harkitun ja hillityllä tyyllillä. Erityisesti musta ja punainen väri ovat tehokkaita ja tuovat erityistä ryhtiä sivustoille. Vähäeleinen ja selkeä ulkoasu luovat uskottavuutta yritykselle. Ihmisten kuvat nettisivuilla herättävät aina lukijoissa tunteita ja tekevät sivustosta uskottavamman ja helpommin lähestyttävän. Kuvassa 4 nähdään, että Mandatum Lifen verkkosivustolla on painotettu voimakkaita värejä ja informatiivista viestintää.



Kuva 4. Kuvakaappaus yrityksen intran pääsivusta (Mandatum Life Oy 2021)



Kuva 5. Kuvakaappaus yrityksen intran pääsivusta (Whitecoach Oy 2021)

Kuvassa 5 nähdään Whitecoach Oy:n intran pääsivu, joka on raikas ja selkeä. Sivustolla on käytetty henkilökuvia, joka tekee yrityksestä helpommin lähestyttävän.

## 5 TOIMINNALLINEN TOTEUTUS

Tässä opinnäytetyön osiossa kuvataan verkkosivuston toiminnallista toteuttamista yksityiskohtaisesti sivuston perustamisesta ja suunnittelusta lopulliseen tuotokseen saakka. Projektin alkupuolella todettiin, että Eteenpäin Oy:n palveluntarjoajan Nebulan tilalle tullaan vaihtamaan vuoden 2021 loppuun mennessä toinen, paremmin vaatimuksia vastaava palveluntarjoaja. Opinnäytetyötä varten toteutettiin verkkosivusto väliaikaisella verkkotunnuksella eteenpain.net. Sivusto on tarkoitus myöhemmin siirtää varsinaiselle verkkotunnukselle eteenpain.fi ja julkaista myöhemmin toimeksiantajan ohjeiden mukaisella aikataululla.

### 5.1 WordPress ja verkkotunnus eteenpain.fi

WordPress-sivuston rakentaminen aloitettiin kirjautumalla järjestelmään ja luomalla omat kirjautumistunnukset. Väliaikainen verkkotunnus eteenpain.net varattiin suoraan WordPress-järjestelmästä, ja tässä vaiheessa tilausvaihtoehdoksi valittiin Premium-paketti. Kuvassa 6 näkyy mahdolliset tilausvaihtoehdot Eteenpäin Oy:lle. Jos sivuston rakentamisen aikana ilmenee tarvetta nostaa paketin sisällön laajuutta, tarkastellaan pakettien sisältöjä ja vaatimuksia siinä vaiheessa tarkemmin.

The screenshot shows the WordPress.com pricing page with the following details:

- Page Title:** Tilausvaihtoehdot
- Subtext:** See and compare the features available on each WordPress.com plan.
- Navigation:** Tilausvaihtoehdot, Oma tilaukseni, Ostoskori
- Notification:** You have €96.00 of pro-rated credits available from your current plan. Apply those credits towards an upgrade before they expire!
- Plan Selection:** Blogs and personal sites (selected), Business sites and online stores
- Plans:**
  - Premium:** €8 per month, billed annually. YOUR PLAN. Best for freelancers. Build a unique website with advanced design tools, CSS editing, lots of space for audio and video, Google Analytics support, and the ability to monetize your site with ads. Manage plan button.
  - Liiketoiminta:** €25 €17 (Credit applied) per month, billed annually. SUOSITTU. Best for small businesses. Power your business website with custom plugins and themes, unlimited premium and business theme templates, 200 GB storage, and the ability to remove WordPress.com branding. Päivitä button.
  - verkkokauppa:** €45 €37 (Credit applied) per month, billed annually. Best for online stores. Sell products or services with this powerful, all-in-one online store experience. This plan includes premium integrations and is extendable, so it'll grow with you as your business grows. Päivitä button.
- Footer:** ✓ Free domain for one year

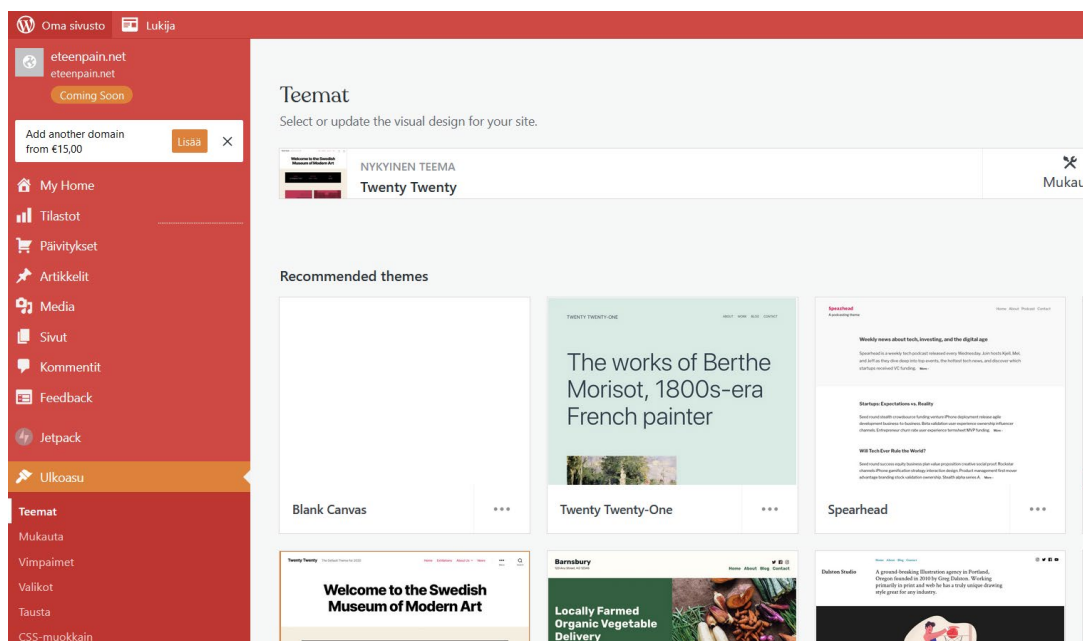
Kuva 6. Eteenpäin Oy:n WordPress tilausvaihtoehdot (Eteenpäin 2021)

Premium-paketti sisältää:

- ilmaisen verkkotunnuksen vuodeksi
- ilmaisen WordPress tuen
- rajattoman Premium-teemojen käytön
- ulkoasun kehittyneen kustomoinnin
- 136G:n tallennustilan
- WordPress-mainosten poistamisen
- maksuliikenteen
- Google Analyticsin integroinnin
- sosiaalisen median
- videopotukset sivustolle

## 5.2 Sivuston ohjauspaneeli

Sivuston työpöytä avautuu verkkosivuston laatijalle ensimmäisenä sen jälkeen, kun järjestelmään on kirjaututtu sisälle, valittu itselle sopiva tilausvaihtoehto ja suoritettu vuosimaksu valitun vaihtoehdon mukaisesti. Tässä vaiheessa kannattaa käydä jokainen alavalikko läpi, jotta sivuston mukauttaminen ja mahdolliset muutokset on helpompi matkan varrella toteuttaa. Jos sivuston laatija aikoo käyttää valmista teemaa pohjana, on teeman valinta ensimmäisiä työvaiheita sivuston laatimisessa. Jos sivuston laatijalla on koodaamistaitoja tai ei löydetä sopivaa valmista teemapohjaa, voidaan sivusto rakentaa täysin oman mallin mukaisesti. Tässä opinnäytetyössä käytetään kuitenkin apuna valmista teemapohjaa, ja sopivan pohjan valitseminen on työvaiheista ensimmäisiä. Teemavalikko löytyy Ulkoasu-valikon alta, josta löytyy yksityiskohtaisempia tietoja ja esittelyitä teemapohjista, kuten kuvassa 7 on nähtävissä.



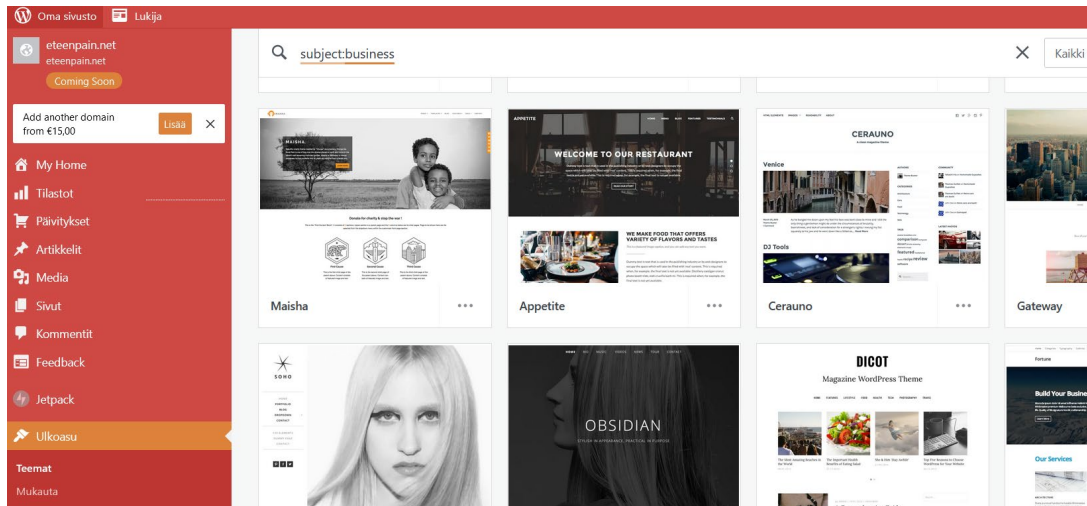
Kuva 7. Eteenpää Oy:n WordPress tilausvaihtoehdot (Eteenpää 2021)

Tähän vaiheeseen kannattaa käyttää hieman aikaa, käydä läpi kaikki vaihtoehdot sekä valita parhaiten omia tarpeita vastaava pohja. Teeman vaihtaminen onnistuu myöhemminkin, mutta se vaatii muutoksia rakenteeseen.

### 5.3 Sivuston pohjan rakentaminen

Teeman valintaa varten haettiin taustatietoja suoraan google-haun kautta ja lukemalla usean WordPress-sivuston tekijän julkaisuja, ja vertailemalla heidän kokemuksiaan sivuston toimivuuksista yritysten näkökulmasta (WP-kotisivut, 2021.) Tässä kohtaa haluttiin käydä kaikki business-mallin teemat ainakin pintapuolisesti läpi ja valita näiden joukosta kolme teemaa, joiden välillä lopullinen valinta tehtäisiin. Kolmen teeman valinta saatiin suoritettua nopeasti. Sitten kokeiltiin valittujen teemojen soveltuvuutta projektin pohjaksi: *Twenty Twenty*, *Ixon* ja *Edin*. Kaikki kolme teemaa tuntuivat mahdollisilta toteuttaa toimeksiantajan toiveiden mukaisesti.

Kuvassa 8 nähdään teemavaihtoehdojen hakusivu ja hakusanaksi valittiin *business*, jotta esille saatiin liiketalousyrityksille sopivat teemat.



Kuva 8. Eteenpää Oy:n WordPress teemavaihtoehdot (Eteenpää 2021)

Ensimmäisenä otettiin käsittelyyn *Twenty Twenty*-teema, jonka pohjalle rakennettiin verkkosivuston perusteet ja pohjat. Teema osoittautui melko lailla sopivaksi sivuston tarpeisiin ja vaatimuksiin, joten tästä oli luontevaa ruveta rakentamaan sivustoa omien muokkausten avulla. Sivuston päävalikosta pääsee kätevästi muokkaamaan teeman pohjaa valitsemalla ulkoasu/mukauta-valikko. Valikosta pystytään muokkaamaan mm. logo, värit, fontit, hakuvalikko, taustakuva ja vimpaimet eli erilaiset lisäosat, kuten kuvasta 9 voidaan todeta.



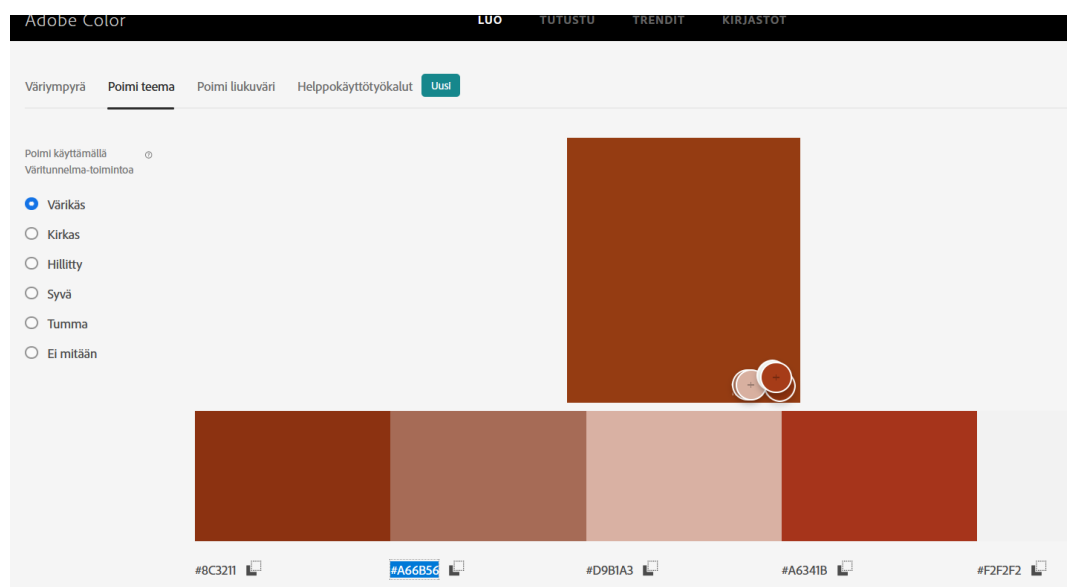
Kuva 9. Eteenpää Oy:n WordPress etusivuluonnos (Eteenpää 2021)

Kuten aiemmin jo tässä opinnäytetyössä mainittiin, toimeksiantajan toiveena oli hillitty ja klassinen tyyli. Fontiksi valittiin hieman enemmän perinteistä linjaa noudattava *Libre Franklin*. *Twenty Twenty*-teeman valmiissa valikoimassa on

noin kaksikymmentä fonttivaihtoehtoa. Valmiiden teemojen suunnittelijat rajavat valmiiksi fonttimäärää, jotta sivuston rakentajalle on helpompaa valita sopiva fontti oman sivuston tarpeita silmällä pitäen.

Teemat *Ixon*, *Edin* ja muutama muukin teema tuli testattua toimeksiantajan sivustolle, mutta loppujen lopuksi päädyttiin ensimmäiseen teemavaihtoehtoon eli *Twenty Twentyyn*. Useimmiten ensimmäinen vaihtoehto on paras, kuten tässäkin tapauksessa.

Sivuston värikartta haettiin toimeksiantajan mukaisesti ruskean eri sävyistä. Adobe Color toimi tässä kohtaa loistavana värisävyjen teemoittajana ja apuna (Adobe.com, 2021). Täältä valittiin kaksi väriä, joita testailtiin sivuston rakentamisen eri vaiheissa: #a66b56 tummempi väri ja #d9b1a3 vaaleampi väri. Adobe Color on äärimmäisen pätevä väline väriteemojen suunnittelussa. Sivustolta löytyvät vallitsevat väritrendit eri toimialoittain. Sivustolta voidaan valita mm. graafiseen suunnitteluun, muotiin, pelisuunnitteluun ja makuun sopivat väriteemat uusimpia väritrendejä mukaillen. (Adobe Color, 2021). Kuvassa 10 on näkyvissä Eteenpäin Oy:lle valittu värikartta.



Kuva 10. Eteenpäin OY:n verkkosivuston väripaletti (Adobe Color 2021)

Verkkosivuston rakentamisen aikana tulee välillä voimakas halu muuttaa ja kokeilla jotakin muuta väriä, taustakuvaa, fonttia tai jopa rakennetta. Niin myös

tämän opinnäytetyön aikana tehtiin useampia kokeiluja useampaan kohteeseen, mutta loppujen lopuksi palattiin alkuperäiseen suunnitelmaan, väreihin ja rakenteeseen.

#### 5.4 Sivuston kansikuva

Kansikuva on etusivun suurin elementti, ja ensimmäisenä kiinnitetäänkin huomio useimmiten juuri kuvaan. Kuvan täytyy jollain lailla liittyä yrityksen toimintaan, tai ainakin joiltain osin ilmentää yrityksen olemassaolon merkitystä.

Eteenpäin Oy:n kansikuvan oli tarkoitus olla ruskeansävyinen, mutta lisäksi siinä tuli olla myös henkilö. Kuvan tulisi selkeästi ilmentää yrityksen nimen mukaisesti eteenpäin kulkemista. Ilmaisista kuvapankeista ei sopivaa löytynyt, joten tässä kohtaa oli turvauduttava maksulliseen ja monipuolisempaan kuvapankkiin. Toiveita vastaava kansikuva (kuva 11) löytyi iStock-kuvapalvelusta, ja se vastasi joiltain osin myös toimeksiantajan mielestä tunnelmaa, jota sivustossa haettiin. Jokin yksityiskohta kuvassa kuitenkin vaikutti levottomalle, joten päätettiin myöhemmässä vaiheessa palata vielä kuvan muokkaamiseen tai mahdolliseen muutokseen.



Kuva 11. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston ensimmäinen kansikuvaehdotus (iStock kuvapankki 2021)

Kun värit ja taustakuva oli saatu aseteltua, seuraava vaihe oli ylävalikon rakentaminen. Sivuston pitäminen yksinkertaisena ja selkeänä toimi ohje-

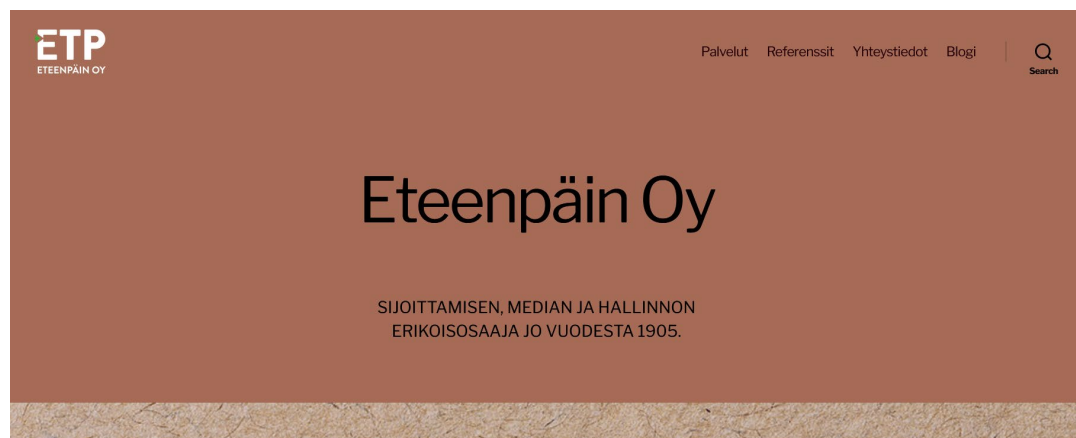
nuorana jokaisessa vaiheessa, myös tässä. Ylävalikko laadittiin neljällä otsakkeella: palvelut, referenssit, yhteystiedot ja blogi. Blogin alle rakennetaan myöhemmin oma sivusto, jota yrityksen toimittajataustan omaava toimitusjohtaja tulee henkilökohtaisesti päivittämään.

Valmiin teeman mukaista sivustopohjaa pystytään WordPress-järjestelmässä muokkaamaan usealla tavalla. Perustetun sivuston valikon kautta pääsee suhteellisen helposti säätämään sivuston perustietoja. Tämä ei vaadi ilman erityisiä koodaustaitoja. Koodaustaidoista on toki apua, jos halutaan muuttaa esimerkiksi valmiin teeman otsikkofontin kokoa ja väriä. Ulkoasua voidaan muokata CSS-koodilla, jota muuttamalla saadaan vaihdettua esimerkiksi elementtien värejä, kokoa ja tarvittaessa piilotettua elementtejä.

Ulkoasun muokkaus suositellaan kuitenkin tehtäväksi aina ensisijaisesti teeman omalla ulkoasutyökalulla, koska tämä helpottaa jatkossa ulkoasun ylläpitämistä ja päivitysten onnistumista. (Vilkas, 2021).

## 5.5 Sivuston välitarkistus toimeksiantajan kanssa

Kun sivuston perusteet ja värit kuvineen saatiin kuntoon, päätettiin tässä välissä järjestää toimeksiantajan kanssa välikatselmus. Sivuston rakentamista varten tarkoitetut aineistot puuttuivat vielä tässä vaiheessa, ja ne päätettiin käydä läpi livepalaverissa. Toimeksiantaja vaikutti olevan tyytyväinen aloitettuun sivustopohjaan ja saatiin siis vihreää valoa ulkoasun suhteen ja työtä pystyttiin jatkamaan nykyiseltä pohjalta.



Kuva 12. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston etusivu (Eteenpäin 2021)



Koska yritys on pitkäikäinen, päätettiin rakentaa etusivulle kolme eri osiota yrityksen eri aikakausien mukaisesti. Sen jälkeen liitettiin osioon kuva, lyhyt kirjoitus tai esittely tietyn ajanjakson toiminnasta. Tekstit laati toimeksiantaja ja kuvien lähteinä toimivat kolme painettua kirjaa: Honka-Hallila (1995), Hämäläinen (2015) ja Brunow ym. (1984).

Kolme osiota rakennettiin kuten kuvassa 13 nähdään seuraavasti:



Kuva 13. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston yrityksen historiaa (Eteenpäin 2021)

Toimeksiantajan palvelutarjonta tulee vielä päivittymään vuoden 2021 aikana. Palvelutarjonnan laajuutta suunnitellaan parhaillaan. Palvelut-välilehteä tullaan päivittämään tarpeen mukaisesti. Julkaisuvaiheessa pääviesti tulee olemaan yksinkertainen ja siinä kannustetaan henkilökohtaiseen yhteydenottoon, kuten kuvasta 14 nähdään.



Kuva 14. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston palvelut (Eteenpäin Oy 2021)

Kuten aikaisemmin tässä opinnäytetyössä mainittiin, etusivun kuvaa pohditaan uudelleen, kun sivusto saadaan rakenteeltaan ja teksteiltään valmiiksi. Näin tapahtui. Kansikuvan valokuvaksi valikoitui taustaltaan rauhallisempi ja virallisempi kuva. Se löytyi myös iStock-kuvapalvelusta. Kuvassa 15 nähdään, että kuvaan lisättiin Eteenpäin Oy:n logo. Kansikuvaan rakennettiin myös pienimuotoista animaatiota: Eteenpäin Oy:n logo nousee rappusten mukana alhaalta ylös saakka. Tämä kuvavalinta tyydytti sekä toimeksiantajan sekä verkkosivuston tekijän tarpeita.



Kuva 15. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston kansikuva (iStock kuvapankki 2021).

Yhteystiedot-välilehdelle lisättiin tässä vaiheessa pelkästään toimitusjohtajan yhteystiedot sekä yhteydenottolomake hallintopalvelutarjouksia varten. Myös tämä välilehti tullaan päivittämään vielä tämän vuoden aikana.



Kuva 16. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston yhteystiedot (Eteenpäin 2021)

Referensseihin tullaan lisäämään kaikki Eteenpäin Oy:n hallinnoimat tytäryritykset ja logoineen ja nettisivuineen. Kuvassa 17 nähdään, että kaikkia materiaaleja ei ole vielä tekijälle toimitettu. Lisätekstejä päivitetään tulevaisuudessa myös kyseiselle välilehdelle.



Kuva 17. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston referenssit (Eteenpäin 2021)

## 5.6 Valmis verkkosivusto

Kun verkkosivustolle lisättiin kaikki toimeksiantajan toimittamat aineistot ja kansikuva-animaatio oli hyväksytty, niin verkkosivusto julkaistiin väliaikaisella

verkkotunnuksella eteenpain.net. Julkaisemisen myötä toimeksiantajalla ja Eteenpäin Oy:n henkilöstöllä oli mahdollisuus tutustua verkkosivustoon ja sen sisältöön.



Kuva 18. Eteenpäin Oy:n intran pääsivu (Eteenpäin 2021)



Kuva 18. Eteenpäin Oy:n intran pääsivu tabletti- ja mobiiliversioina (Eteenpäin 2021)

Kuvissa 18 ja 19 on näkyvissä verkkosivuston skaalautuminen eri päätelaitteissa. Erillistä koodaamista ei tässäköön kohtaa tarvittu, vaan WordPress skaalasi versiot automaattisesti.

## 5.7 Eteenpäin-verkkosivusto ja SEO

Kun verkkosivuston rakenne pääpiirteittäin rakennettiin valmiiksi, päätettiin ottaa pieni aikalisä kansikuvan etsimisen suhteen. Tässä vaiheessa jäätiin myös odottamaan muutamia tietoja sivuston sisällön suhteen. Todettiin olevan oikea hetki keskittyä sivuston hakukoneoptimointiin ja määrittää SEO.

WordPress on tarjonnut aikaisemmin Premium-teemoihin lisäosia veloituksesta, mm. SEO-lisäosan. Yhtiö on kuitenkin muuttanut sittemmin strategiansa niin, että kaikki lisäosat ovat maksullisia. Koska toimeksiantaja on kesän aikana vaihtamassa palvelinta sekä palveluntarjoajaa, päätettiin että SEO määritetään vasta kesän 2021 jälkeen. Työ tehdään, kun virallinen verkkosivusto julkaistaan. Tässä vaiheessa mietittiin teoreettisesti, kuinka hakukoneoptimointi tultaisiin toteuttamaan.

WordPressin lisäosa SEO on siis lisämaksullinen, mutta toimiessaan erittäin pätevä. Siksi lisäosa tullaan lataamaan toimeksiantajan sivustolle ennen sivujen julkaisemista. Hakukoneoptimointiin tarkoitettuja lisäosia WordPressissä löytyy useita kymmeniä, joten etukäteen kannattaa tutkia ammattilaisten tekemiä lähteitä ja heidän suosittelmiaan lisäosia. Kun lisäosa ladataan WordPressin ohjauspaneelissa, järjestelmä näyttää eniten ladatut ja käytetyt lisäosat, joten myös tästä on joissakin tilanteissa suuri apu. Eteenpäin-verkkosivustolle tullaan lataamaan suosittu ja suositeltu Yoast SEO Premium-lisäosa.

Google-haun perusteella löytyi SEO-lisäosa, jota on maailmanlaajuisesti ladattu eniten. Tätä suositeltiin myös WP-kotisivuilla (WP-Kotisivut, 2021). Lisäosa ladataan ohjauspaneelissa. Tämän jälkeen päästään hallinnoimaan lisäosan sisältöä ja varmistamaan näkyvyys Googlessa. Lisäosassa on useampi osio. Niihin täytyy kiinnittää huomiota, jotta haku saadaan optimoitua sivuston näkyvyyden kannalta parhaaseen tulokseen.

Verkkosivuston on oltava responsiivinen, koska mobiilikäyttö on yhä yleisempää ja kasvaa jatkuvasti. Toimeksiantajan sivuston suunnittelussa otettiin

tämä seikka huomioon heti alussa ja eteenpain.net sivusto skaalautuukin käyttölaitteen mukaisesti oikeilla resoluutioilla.

SEO-lisäosasta kannattaa alkuvaiheessa myös tarkistaa osoite, vaikka se on WordPress-sisällönhallintajärjestelmän perusominaisuus ja valmiiksi säädetty. Suosituin ja turvallisin vaihtoehto on artikkelin nimi. Artikkelin tullaan asettamaan osoitteeksi myös tämän opinnäytetyön toimeksiantajan verkkosivustolla.

SEO-lisäosassa tarkistetaan myös XML-sivukartta. XML-sivukartta on tiedosto, jonka alle on listattu kaikki oman verkkosivuston alaiset yksittäiset sivut ja niihin liittyvät URL-osoitteet. Eteenpäin verkkosivuston yksittäiset oleelliset laskeutumissivut XML-kartassa ovat: etusivu, referenssit, yhteystiedot, palvelut, blogi ja yrityksen historia. Tämän jälkeen toimeksiantajan verkkosivuston sivukartta tullaan syöttämään Googlen Webmaster Toolsiin. Palveluun kirjaututaan erikseen, palvelu on ilmaista ja nopeuttaa verkkosivuston indeksointiprosessia Googlessa. (WP-Opas, 2021).

Toimeksiantajan sivustolla tullaan myös kiinnittämään huomio käytettävien kuvien tallennuksessa. Hakukoneoptimoinnissa on otettava huomioon kuvatiedoston nimeäminen, ja tallentaa ennen siirtoa WordPressiin mahdollisimman kuvaavalla nimellä, esimerkiksi *eteenpainlehti-1905*. Sen jälkeen, kun kuva on siirretty WordPressiin, päästään kuvaliite otsikoimaan ja lisäämään mahdollinen teksti. Tässä esimerkissä se voisi olla *Ensimmäinen Eteenpäin sanomalehti* tai *Sanomalehti Eteenpäin 1905*.

WordPress SEO-lisäosan avulla määritetään myös otsakkeet, jotka näkyvät selaimen välilehdellä, esimerkiksi *http://eteenpain.net/palvelut/*. Otsakkeet on syytä tarkistaa, jotta niihin ei jäisi oletuskieli eli englanti tässä tapauksessa.

Seuraavassa vaiheessa mietitään toimeksiantajan sivustolla olevien artikkelien avainsanat. Avainsana täytyy olla kuvaava, ja sen täytyy johdattaa lukijat löytämään artikkelit kyseisellä hakusanalla. Toimeksiantajan Eteenpäin Oy:n avainsanoja osiossa Yrityksen historiaa ovat mm. media, sanomalehti, sijoitustoiminta, hallintopalvelut ja kaupunkilehtiliiketoiminta. SEO-lisäosassa

avainsanat tallennetaan, jonka jälkeen nähdään, ovatko avainsanat SEO:n näkökulmasta kuvaavasti ja hyvin valittuja. Tässä kohtaa tarkistetaan myös, että samaa sisältöä ei löydy useammalta eri sivuilta.

Hakukoneoptimointi on jatkuva prosessi. Se vaatii verkkosivuston kehittämistä ja päivittämistä myös sen jälkeen, kun verkkosivusto on virallisesti julkaistu. Toimeksiantajan verkkosivuston sisältöä ja kuvamateriaalia tullaan päivittämään suhteellisen harvoin. Blogia taas tullaan kirjoittamaan kuukausittain. Hakukoneoptimointi käydään siis läpi tässä yhteydessä säännöllisesti. Hakukoneoptimoinnissa ei tarvitse olla erikoisosaaja. Riittää, kunhan yllä mainitut perusasiat saadaan verkkosivuston ohjauspaneelissa kuntoon. Näin päästään optimoinnissa ainakin alkuun.

## 6 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Verkkosivusto <https://eteenpain.net/> saatiin tämän opinnäytetyön aikana valmiiksi julkaisua varten toimeksiantajan toiveita noudattaen. Tuloksena syntyi kaikille päätelaitteille optimoitu käyttäjäystävällinen verkkosivusto. Tekstejä sekä yhteystietoja tullaan päivittämään kesän aikana. Verkkosivusto jää tässä vaiheessa odottamaan vielä Eteenpäin Oy:n palvelimen ja palveluntarjoajan tietoja ja siirtoa lopulliselle verkkotunnukselle eteenpain.fi. Eteenpain-verkkotunnukselle ladataan kävijäseurantatyökalu Google Analyticsin kautta. Google Analytics asentaa verkkosivuston jokaiselle sivulle koodinpätkän, jonka avulla voidaan seurata kävijöiden määrää ja liikettä sivustolla. Tietosuojaseloste on myös nykyisin löydyttävä jokaiselta verkkosivustolta. Seloste hoidetaan kuntoon ennen virallisen sivuston julkaisua.

Tämä opinnäytetyö saatiin valmiiksi aikataulun mukaisesti, eikä suurempia ongelmia laatimisen aikana tullut esille. Suurin haaste oli alkuvaiheessa se, ettei sivustoa saatu suoraan rakennettua varsinaiselle ja oikealle verkkotunnukselle eteenpain.fi. Käytännön syistä sivustoa varten jouduttiin noin vuoden ajaksi varaamaan väliaikainen verkkotunnus eteenpain.net. Kustannus väliaikaisesta verkkotunnuksesta ja webhotellista oli kuitenkin vain 96 euroa, joten rahameno oli vähäistä ja pysyi toimeksiantajan antamassa budjetissa.

Kommunikointi toimeksiantajan kanssa sujui yhteisymmärryksessä ja välitarkistukset olivat helppo toteuttaa esimies-alaisuuden takia vaivattomasti useampaan otteeseen. Opinnäytetyön valmis tuotos eli verkkosivusto eteenpäin.net julkaistiin, jotta toimeksiantajan ja opinnäytetyöhön liittyvät henkilöt pääsivät helposti tutustumaan sivustoon. Väliaikaisen sivuston julkaisemisesta ei myöskään todettu olevan haittaa yrityksen toiminnalle.

Opinnäytetyön laatija oli ennen tätä toimeksiantoa rakentanut WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä sivustoa noin viisi vuotta sitten. Järjestelmään oli ilmestynyt niin hyviä, kuin huonojakin muutoksia. Valmiiden teemojen muokaus ja kuvien käsittely oli yksinkertaistunut huomattavasti, ja useiden asetusten muuttaminen oli helpompaa kuin aikaisemmin. Liiketoiminta perustuu toki ansaintaan ja WordPresskin oli huomionut tämän asian. WordPressillä pystyi suhteellisen pitkään laatimaan perussivustoja veloitusetta ja osa lisäosista olivat myös ilmaisia. Tähän oli kuitenkin tullut selkeä muutos viiden vuoden takaiseen. Periaatteessa täysin maksutonta verkkosivustoa WordPressillä ei enää pystytä rakentamaan. Lähes kaikki lisäosat olivat siirretty maksumuurin taakse.

WordPress on varsin oivallinen työkalu yritysten verkkosivustoa rakennettaessa lähinnä monipuolisen teematarjonnan ja lukemattomien lisäosien ansiosta. Yrityksen tarpeiden kasvaessa, budjettia usein venytetään, mutta toimivaan ja saavutettavaan verkkosivustoon kannattaa myös panostaa. Jos yrityksellä ei ole toimivaa verkkosivustoa, se voi tehdä yrityksestä näkymättömän suurelle osalle ihmisistä.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin löydettiin vastaukset, verkkosivusto saatiin rakennettua toimeksiantajan toiveiden mukaisesti ja WordPress-sisällönhallintajärjestelmän todettiin palvelevan toimeksiantajan tarpeita. WordPress-sisällönhallintajärjestelmän monipuolisuus ja porrastettu sisältötaso antaa mahdollisuuden Eteenpäin Oy:n verkkosivuston kehittämiseksi ja monipuolistamiseksi myös tulevaisuudessa.

Tutkimustulokset teemahaastattelulla ja benchmarking-menetelmällä osoittautuivat luotettaviksi ja toimiviksi. Menetelmien avulla saatiin selvitettyä verkkosivuston tarpeet, ulkoasumallit ja valmis tuotos.



Hakukoneoptimointi SEO:n toimivuus käytännössä jää tutkittavaksi tulevaisuuteen. Optimointia tullaan seuraamaan ja tarvittaessa päivittämään, kun virallinen verkkosivusto saadaan julkaistua. Toimeksiantajan blogin kirjoittaminen vaatii myös seuranta ja optimointia, joten hakukoneoptimointi vaatii jatkuvaa kehittämistä tulevaisuudessa.

Opinnäytetyöprosessi oli kaiken kaikkiaan opettavainen ja palautti mieleen opinnäytetyön laatijan vanhoja taitoja. Tämä oli myös hyvä muistutus siitä, että sisällönhallintajärjestelmät, SEO ja maailma siinä sivussa muuttuvat jatkuvasti. Siksi oppimisprosessin on oltava digitaalisessa liiketoiminnassakin jatkuvaa.

## LÄHTEET

Allbut, J. & McCollin, R. 2013. WordPress. Pushing the limits. Ebook Central. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/reader.action?docID=1211625> [viitattu 12.2.2021].

Create image. 2021. Adobe color. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://color.adobe.com/fi/create/image> [viitattu 31.3.2021].

Downloads. 2021. iStock. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.istockphoto.com/account/download/individual/credits?> [viitattu 23.3.2021].

Hakukoneoptimointi. 2021. WP-kotisivut. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.wp-kotisivut.com/hakukoneoptimointi/> [viitattu 15.2.2021].

Kananen, J. 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä. Kustantajan kotipaikka: Jyväskylä. Kustantaja Suomen Yliopistopaino Oy. [viitattu 12.2.2021].

Kvki Capital. 2021. Kuvakaappaus yrityksen intran pääsivusta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.kvki.com/> [viitattu 12.2.2021].

Laaksonen, N. 2019. Benchmarking oppimisprosessina. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://esseepankki.proakatemia.fi/benchmarking-oppimisprosessina/> [viitattu 12.2.2021].

Lataa WordPress. 2021. WordPress. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://fi.wordpress.org/download/> [viitattu 31.3.2021].

Leiniö, T. 2014. WP-Opas. Blogi. Päivitetty 15.12.2019. Saatavissa: <https://wpopas.fi/nain-parannat-wordpress-sivustosi-hakukonenakvyvytta/> [viitattu 14.4.2021].

Malmberg, L., Niva, M. & Tuominen, K. 2011. Benchmarking käytännössä. E-kirja. Turku. Oy Benchmarking Ltd. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/reader.action?docID=3384349> [viitattu 16.2.2021].

Mandatum Life Oy. 2021. Kuvakaappaus yrityksen intran pääsivusta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.mandatumlife.fi/> [viitattu 12.2.2021].

Parhaat WordPress teemat 2021. WordPress. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.wp-kotisivut.com/wordpress/teemat/> [viitattu 23.3.2021].

Sabin-Wilson, L. 2015. Wordpress web desing for dummies. Ebook Central. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/reader.action?docID=4185186> [viitattu 16.2.2021].

Tukiohjeet: WordPress ohjeet. 2020. Zoner. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.zoner.fi/tukiohjeet/wordpress-ohjeet/> [viitattu 12.2.2021].

Ulkoasun muokkaus CSS-koodilla. 2021. Vilkas. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.vilkas.fi/tuki/ulkoasun-muokkaus-css-koodilla> [viitattu 31.3.2021].

Whitecoach Oy. 2021. Kuvakaappaus yrityksen intran pääsivusta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.whitecoach.fi/> [viitattu 12.2.2021].

WordPress kansantajuisesti ja helposti. 2019. Sivustonikkari. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://sivustonikkari.fi/wordpress-kansantajuisesti-ja-helposti/> [viitattu 12.2.2021].

WordPress kotisivut. 2021a. Webbituote. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://webbituote.fi/wordpress-kotisivut/> [viitattu 12.2.2021].

WordPress kotisivut. 2021b. WP-kotisivut. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.wp-kotisivut.com/wordpress/> [viitattu 12.2.2021].

Yoast Seo plugin. 2021. WordPress Seo. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://wordpress.org/plugins/wordpress-seo/> [viitattu 16.4.2021].

## KUVALUETTELO

Kuva 1. Teemahaastattelun kysymykset 2021. Akkanen, P. 16.2.2021.

Kuva 2. Benchmarking prosessi. Malmberg, L., Niva, M. & Tuominen, K. E-kirja. Turku. Oy Benchmarking Ltd. 2011. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/reader.action?docID=3384349> [viitattu 16.2.2021].

Kuva 3. Kuvakaappaus yrityksen intran pääsivusta. KVKI Capital Oy. 2021. Saatavissa: <https://www.kvki.com/> [viitattu 12.2.2021].

Kuva 4. Kuvakaappaus yrityksen intran pääsivusta. Mandatum Life Oy. 2021. Saatavissa: <https://www.mandatumlife.fi/> [viitattu 12.2.2021].

Kuva 5. Kuvakaappaus yrityksen intran pääsivusta. Whitecoach Oy. 2021. Saatavissa: <https://www.whitecoach.fi/> [viitattu 12.2.2021].

Kuva 6. Eteenpäin Oy:n WordPress tilausvaihtoehdot. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://wordpress.com/plans/eteenpain.net> [viitattu 22.2.2021].

Kuva 7. Eteenpäin Oy:n WordPress teemat. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://wordpress.com/themes/eteenpain.net> [viitattu 24.2.2021].

Kuva 8. Eteenpäin Oy:n WordPress teemavaihtoehdot. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://wordpress.com/themes/eteenpain.net> [viitattu 24.2.2021].

Kuva 9. Eteenpäin Oy:n WordPress mukautin. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://wordpress.com/customize/eteenpain.net> [viitattu 26.2.2021].

Kuva 10. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston väripaletti. Adobe color. 2021. Saatavissa: <https://color.adobe.com/fin/create/image> [viitattu 31.3.2021].

Kuva 11. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston ensimmäinen kansikuvaehdotus. iStock. 2021. Saatavissa: <https://www.istockphoto.com/account/download/individual/credits?> [viitattu 23.3.2021].

Kuva 12. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston etusivu. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://wordpress.com/page/eteenpain.net/6> [viitattu 24.3.2021].

Kuva 13. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston yrityksen historiaa. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://wordpress.com/page/eteenpain.net/6> [viitattu 25.3.2021].

Kuva 14. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston palvelut. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://wordpress.com/page/eteenpain.net/7> [viitattu 25.3.2021].

Kuva 15. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston kansikuva. iStock. 2021. Saatavissa: <https://www.istockphoto.com/photo/ladder-of-success-gm528441394-92979985?clarity=false> [viitattu 10.4.2021].

Kuva 16. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston yhteystiedot. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://wordpress.com/page/eteenpain.net/8> [viitattu 10.4.2021].

Kuva 17. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston referenssit. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://eteenpain.net/about/> [viitattu 10.4.2021].

Kuva 18. Eteenpäin Oy:n lopullinen verkkosivuston etusivu. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://eteenpain.net/> [viitattu 16.4.2021].

Kuva 19. Eteenpäin Oy:n verkkosivuston tabletti- ja mobiiliversiot. Eteenpäin Oy. 2021. Saatavissa: <https://eteenpain.net/> [viitattu 16.4.2021].