



Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus purjeneulomolle

Emil Brummer

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus purjeneulomolle

Emil Brummer
Tietojenkäsittely, Tradenomi
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2021

Opinnäytetyön tarkoitus oli luoda uudistetut verkkosivut WB-Sails -purjeneulomolle parantaen yrityksen näkyvyyttä verkossa. Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Toimeksiantajana toimi WB-Sails ja verkkosivuhanke toteutettiin yhteistyössä digitaaliseen suunnitteluun erikoistuneen Dunning, Kruger & Associates- yrityksen kanssa.

Työn viitekehys perustui verkkosivujen rakentamiseen ja suunnitteluun liittyviin käsitteisiin, kuten käyttäjäkokemukseen painottuvaan suunnitteluun, verkkosivujen järjestelmälliseen toteuttamiseen ja verkkosuunnittelun prioriteetteihin. Työn tuloksena valmistuivat uudet, visuaalisesti miellyttävät ja modernit verkkosivut, joissa käyttäjäkokemus on huomioitu ensisijaisesti. Verkkosivut toteutettiin ja suunniteltiin WordPress-alustalla hyödyntäen Elementor-työkalua.

Työn lopussa verkkosivun toimivuudesta kerättiin palautetta kyselyn muodossa. Kyselyllä pyrittiin hahmottamaan sivuston käyttäjäkokemusta. Verkkosivua tullaan tulevaisuudessa parantamaan ja päivittämään kyselyn palautteen perusteella.

Asiasanat: verkkosivut, verkkosuunnittelu, WordPress, sisällönhallintajärjestelmä

The purpose of the thesis was to create a redesigned website for the WB-Sails sailmaker company to improve the company's visibility online. The thesis was implemented as a functional thesis. The client was WB-Sails, and the website project was carried out in collaboration with Dunning, Kruger & Associates, a company specializing in digital design.

The framework of the thesis was based on concepts related to the building and designing of websites, such as user experience-oriented design, systematic implementation of websites and web design priorities. As a result of the project a new visually pleasing and modern website was created, in which the user experience is considered primarily. The website was implemented and designed on the WordPress platform using the Elementor web creation tool.

In the end information was gathered on the functionality of the website with a survey. The survey was aimed to outline the user experience of the site. The website will be improved and updated in the future based on the feedback survey.

Keywords: website, web design, WordPress, Content management system

Sisällys

1	Johdanto.....	5
2	Mikä on julkaisujärjestelmä/sisällönhallintajärjestelmä?	6
2.1	WordPress	8
2.2	WordPress -teeman valinta	8
2.3	WordPress -lisäosat	8
3	Suunnittelu.....	9
3.1	Värit.....	11
3.2	Fontit ja typografia	13
3.3	Verkkosivun käyttäjäkunta.....	13
4	Käyttäjäystävällinen suunnittelu	14
4.1	Navigaatio	14
4.2	Responsiivinen suunnittelu.....	15
5	Hakukoneoptimointi.....	16
6	Valmiiden verkkosivujen testaus.....	16
7	Verkkosivujen toteutus purjeneulomo WB-Sailsille	17
7.1	Verkkosivun suunnitteluprosessi	18
7.2	Verkkosivun toteutus WordPress-aslustalla.....	26
8	Viimeistely ja verkkosivun testaus.....	29
9	Pohdinta	35
10	Lähteet	36
11	Kuviot	37
12	Liitteet.....	39

1 Johdanto

WB-Sails on purjeneulomo, joka sijaitsee Helsingin Lauttasaarella. WB-Sails valmistaa tilaus-työnä purjeita asiakkailleen. Purjeet ommellaan käsin. WB-Sailsilla on pitkä historia: Yritys on perustettu vuonna 1974 ja se on saavuttanut korkean maineen purjeenvalmistajana Suomessa ja myös kansainvälisesti. Yritys tahtoo nyt parantaa näkyvyyttään digitaalisessa ympäristössä uudistamalla verkkosivujaan. WB-Sails toimi toimeksiantajana tässä kyseisessä toiminnallisessa opinnäytetyössä.

WB-Sailsin verkkosivut ovat vuosien saatossa jääneet vanhanaikaisiksi. Verkkosivut eivät vastaa nykyajan standardeja millään tavalla: Typografia on vanhanaikaista, värit eivät säväytä ja käyttäjäkokemus on kömpelö. Purjeita ei tässä tapauksessa myydä verkkokaupassa samalla tavalla kuin esimerkiksi vaatteita, mutta on ensisijaisen tärkeää, että yritys tuo esille imagonsa laadukkaana ja nykyaikaisena purjeenvalmistajana myös verkkoympäristössä. Kehitystyön tavoite on luoda WB-Sailsille nykyaikaiset, tyylikkää ja brändiä toteuttavat verkkosivut. Verkkosivut tuotetaan yhteistyössä digitaaliseen suunnitteluun erikoistuneen Dunning, Kruger & Associates yrityksen kanssa.

Verkkosivut toimivat vuonna 2021 usein asiakkaiden ensikosketuksena yritykseen. Samoin kuin vuosia sitten asiakkaat saivat mielikuvan kaupasta kivijalkakaupan kautta, saadaan mielikuva nykyään verkkosivun kautta, myi yritys sitten fyysisiä tuotteita tai palveluita vain ja ainoastaan verkossa. Korpela ja Linjama painottavat verkkosuunnitteluun perustuvassa kirjassa, että verkkosivuja käyttävät ja luovat kaikki iästään tai muista tekijöistä riippumatta (2005, 2-3). Tämä jos joku on totta tänä päivänä, koska nykyaikana kaikki käyttävät internetiä asioidensa hoitamiseen. Tämä tarkoittaa, että verkkosivuja käytetään moniin eri tarkoituksiin. Verkkosivujen toteutuksessa tulee siis huomioida monesta eri näkökulmasta, mitä sivustolla halutaan ilmaista ja miten tämä ilmaistaan. Verkkosivun visuaalinen ilme ilmaisee jo todella paljon itsessään, joten itse verkkosivulla esitettävä sisältö ei ole ainoa ensisijainen asia.

Tämä opinnäytetyö pyrkii kertomaan nykyaikaisen verkkosivuhankkeen suunnitteluprosessin prioriteetit. Työ rajautuu kertomaan ohjemuodossa, mitä suunnittelussa tulee ottaa huomioon niin visuaalisella puolella kuin teknisellä puolella sekä miten opinnäytetyön produkti eli valmiit verkkosivut syntyivät alusta loppuun ja mitä työtä tehdessä huomioitiin ensisijaisesti. Teoriaosuus on rajattu kertomaan asioista, jotka olivat oleellisia toteutusvaiheessa. On siis huomioitava, että verkkosivujen rakentamiseen liittyy paljon muutakin olennaista, kuten domain- ja tietoturva-asioita, mutta tämä opinnäytetyö painottuu enemmän sisällönhallintajärjestelmiin ja visuaaliseen suunnitteluun. Lopussa käydään läpi verkkosivujen kyselymuodossa toteutettu käyttäjätesti.

2 Mikä on julkaisujärjestelmä/sisällönhallintajärjestelmä?

Ennen kuin mitään aletaan toteuttamaan, on hyvä tietää, miten sivusto toteutetaan. Verkkosivuprojektissa mahdollisesti oleellisinta on päättää, toteutetaanko sivut julkaisualustalla vai perinteisemmin ohjelmoimalla. Valinta on usein selvä, jos sivustoa rakentavilla henkilöillä ei ole erityistä taitoa ohjelmoinnista. Voi myös olla, että vaikka sivustoa rakentavalla henkilöllä on ohjelmointitaitoja, halutaan sivustoa tulevaisuudessa muokata helposti ilman ohjelmointia. Päätös on aina kuitenkin tapauskohtainen, eikä oikeaa universaalialia tapaa tehdä päätöstä ole.

Sisällönhallintajärjestelmä eli tässä kontekstissa "Content Management System" eli "CMS" on ohjelmisto, joka mahdollistaa sisällön hallitsemisen ja muokkaamisen verkkosivuilla ilman erityistä tietämystä ohjelmoinnista. Sisällönhallintajärjestelmät tarjoavat siis yksinkertaiset työkalut verkkosivujen muokkaamiseen kaikilla osa-alueilla. On kuitenkin oleellista huomauttaa, että sisällönhallintajärjestelmiä on myös muuhunkin tarkoitukseen kuin verkkosivujen muokkaamiseen. Sisällönhallintajärjestelmään kuuluu kaksi oleellista osaa: "CMA" eli "Content Management Application" ja "CDA" eli Content Delivery Application. CMA on se osa sisällönhallintajärjestelmää, joka mahdollistaa sisällön käsittelyn. CDA on se osa sisällönhallintajärjestelmää, joka vastaa toiminnasta Backend-puolella, eli yksinkertaisesti selitettynä puolella, johon tietoa sisällönhallintajärjestelmään syöttävä henkilö ei suoranaisesti näe. CDA siis pitää huolen siitä, että CMA:n avulla sivulle syötetty tieto näkyy sivulla oikein. (Kinsta, 2021.)

Julkaisujärjestelmän valinta on välttämätön vaihe jokaiselle, joka päättää rakentaa verkkosivut ilman koodausta. Julkaisujärjestelmiä on pääosin kahdenlaisia: ilmaisia avoimen lähdekoodin järjestelmiä ja maksullisia kaupallisia järjestelmiä. Tunnetuimpia ilmaisen lähdekoodin julkaisujärjestelmiä ovat WordPress, Drupal ja Joomla ja tunnetuimpia maksullisia julkaisujärjestelmiä ovat Wix, Squarespace ja Webflow. Oikean julkaisujärjestelmän valintaa kannattaa miettiä, sillä yhtä oikeaa valintaa ei ole. Nettisivun tarpeet kannattaa käydä huolellisesti läpi, koska eri julkaisujärjestelmät ovat erikoistuneet erilaiseen toiminnallisuuteen. Oleellista siis on, että tässä vaiheessa on pieni käsitys siitä mitä toiminnallisuutta verkkosivujen tulisi sisältää. (Web-Veistämö, 2018.)

Mikä ilmaisiin avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmiin tulee, niin päällimmäisin etu on taloudellisuus. Avoin lähdekoodi tarkoittaa, että ohjelmiston lähdekoodi on avoin kaikille saatavilla ja muokattavaksi (Open Source 2021). On kuitenkin hieman harhaluuloista ajatella, että iso verkkosivuhanke yritykselle toteutuu ilmaiseksi avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmää käyttäen, koska siihen sisältyy järjestelmän tekijän asettama lisenssimaksu (Blom, 2017). Selkeitä hyötyjä avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmiin kuitenkin on. Kustomointi on huo-

mattavasti laajempaa verrattuna kaupallisiin julkaisujärjestelmiin ja avoin lähdekoodi mahdollistaa kaikin tavoin monipuolisemman kehittämissympäristön. Avoimen lähdekoodin järjestelmää käyttäen on myös huomioitava mahdolliset haasteet. Todennäköisesti perustietoa ohjelmoinnista vaaditaan. Opeteltavaa on siis huomattavasti enemmän verrattuna kaupalliseen järjestelmään ja samalla järjestelmä vaatii myös enemmän ylläpitoa. (Web-Veistämö, 2018.)

Kaupallisen julkaisujärjestelmän käyttö on hyvä vaihtoehto niille, jotka haluavat toteuttaa verkkosivun hyödyntäen visuaalista muokkainta. Toisin sanoen toteutus on huomattavasti yksinkertaisempaa ja helpompaa verrattuna avoimen lähdekoodin järjestelmään. Koodiin useimmissa tapauksissa ei edes pääse käsiksi, mutta moni voi kokea sen hyvänä asiana, jos haluaa itse rakentaa verkkosivut ilman erityistä teknistä osaamista. (Web-Veistämö, 2018.)

2.1 WordPress

Wordpress on avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmistä tunnetuin ja käytetyin. Tämä näkyy siinä, että yli 40 % maailman verkkosivustoista on tuotettu WordPressillä. WordPress on alun perin tehty blogien tuottamiseen, mutta ajan kuluessa koodia on kehitetty yhä eteenpäin ja nykyään WordPressillä on mahdollista tuottaa kaikenlaisia verkkosivuja. WordPressin käyttö painottuu hyvin pitkälti erilaisten teemojen ja lisäosien käyttöön. (Kinsta, 2021.)

WordPress on sisällönhallintajärjestelmänä hyvin laaja. WordPress jakaantuu Wordpress.org:iin ja Wordpress.com:iin. Wordpress.org on yksinkertaisesti selitettynä verkkosivu, josta WordPressin avoimen lähdekoodin ohjelmisto ladataan omalle tietokoneelle. Se on voittoa tavoittelemattoman WordPress-järjestön ohjelmisto. Wordpress.com on verkkosivu, joka toimii pilvipalveluna. Wordpress.com on voittoa tavoitteleva verkkosivu, jonka omistaa yritys nimeltä Automatic. Wordpress.com on rakennettu Wordpress.org:in avoimen lähdekoodin päälle. Myöskään Wordpress.com:in ja Wordpress.org:in välillä ei ole selkeää valintaa, mutta vertailemalla näitä kahta voidaan vetää johtopäätös, että Wordpress.org on parempi valinta useimmille käyttäjistä. Wordpress.org mahdollistaa pääsyn käsiksi kolmannen osapuolen teemoihin ja lisäosiin ilmaiseksi, kun taas Wordpress.org vaatii vastaavasta toiminnallisuudesta kallista vuosimaksua. (Kinsta, 2021.)

2.2 WordPress -teeman valinta

Oleellinen osa WordPress -sivuston rakentamisesta on oikean teeman valinta. Teema määrittää pääasiassa sen, miltä sivusto näyttää (Kinsta, 2021). Teeman valitseminen voi aiheuttaa päänvaivaa, koska voi vaikuttaa siltä, että kaikki teemat ovat hyvin samannäköisiä (Huttunen, 2021). Teemasta on olennaista löytää visuaalisuutta, jota halutaan valmiilla sivulla näkyvän. WordPress -sivuston tekeminen on niin paljon teeman kanssa tekemisissä, että on olennaista kuitenkin huomioida myös paljon muita asioita teemaa valitessa. Teeman monipuolisuuteen kannattaa kiinnittää huomiota ja siihen onko teemaa päivitetty ajan kanssa. WordPressin

kanssa työskentely painottuu myös niin paljon lisäosien käyttöön, että on tärkeää huomioida, että teema tukee olennaisia lisäosia. Olennainen perusasia teemaa valittaessa luotettavuuden kannalta on, että teema löytyy WordPressin virallisten sivujen kautta.

2.3 WordPress -lisäosat

Siinä missä teema määrittää WordPress sivuston ulkonäön, määrittävät lisäosat WordPress-lisäosat sivuston toiminnallisuuden (Kinsta, 2021). Lisäosat ovat yksinkertaistettuna valmiita sivuston elementtejä eri tarkoituksiin (Huusko, 2017). Lisäosat voivat näkyä WordPressin sivuilla esimerkiksi lomakkeina tai kuvagalleriana. Lisäosia onkin saatavilla hyvin pienistä tarkoituksista isoihin tarkoituksiin kuten verkkokaupan toiminnallisuuteen (Huusko, 2017).

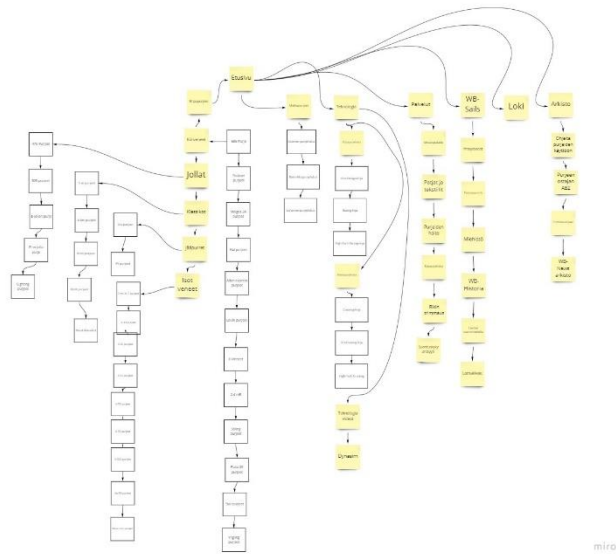
Myös lisäosien valitsemiseen liittyy useita olennaisia seikkoja. Lisäosia on saatavilla avoimen lähdekoodin lisäosina yli 42 000 mukaan laskematta maksullisia eri kehittäjien lisäosia. Ladattavaa lisäosaa ladatessa kannattaa huomioida lisäosan yhteensopivuus WordPress-version kanssa. Tämä on oleellista enimmäkseen tietoturvasyistä. Oleellista on myös huomioida lisäosan latausmäärä ja aktiiviset käyttäjät sekä ladata vain yksi lisäosa yhtä käyttötarkoitusta kohden. (Huusko, 2017.)

3 Suunnittelu

Ennen toteuttamista on myös hyvä omistaa selkeä visio siitä, miltä verkkosivujen suunnilleen tulisi näyttää. Verkkosivujen visuaalisuudesta on hyvä luoda useampia konsepteja, joista voi myöhemmin valita parhaan. Verkkosivujen suunnitteluun kannattaa panostaa, koska hyvin suunnitellut verkkosivut luovat ulkoasullaan siteen vierailijan ja yrityksen brändin välille. (Muranen, 2019.)

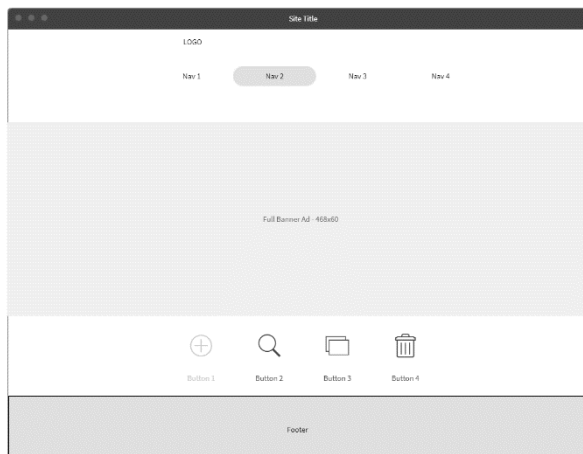
Suunnittelu on monta osa-aluetta sisältävää työtä, mikä tarkoittaa, että on monta eri asiaa, jotka tulee opetella ja ottaa huomioon verkkosivua suunnitellessa. Vaikka sivuston sisältö itsessään olisi kuinka laadukasta, ei siitä ole hyötyä vierailijalle, jos sisältöä ei löydy mistään, eikä sisältö näytä miltään. Suunnittelu on kuitenkin hyvä aloittaa määrittelemällä ketä tai mitä varten verkkosivu yleisesti on. Sivun suunnitelmalle on hyvä määrittää muutama tarkoitus, joita suunnitelmalla pyritään saavuttamaan. (Lopuck 2012, 20-21.)

Sivulle kannattaa luoda selkeä sivukartta. Sivukartta toimii vastaavasti, kun rakennettavan talon pohjapiirustus. Sivukartta kannattaa toteuttaa diagrammina, joka sisältää kaikki verkkosivut ja näyttää miten ne yhdistyvät toisiinsa. Sivukartan pohjalta sivustoa on hyvä alkaa rakentaa ilman, että sivustolta unohtuu mitään olennaista. (Lopuck 2012, 23.)



Kuvio 1: Sivukartta

Sivustosta kannattaa myös rakentaa rautalankamalli. Rautalankamalli jokaisesta sivusta näyttää miltä sivun tulisi näyttää. Malli sisältää sivun tärkeimmät elementit järkevästi sijoiteltuna toisiinsa nähden sekä sivuston navigaatio-osuudet. Malliin kannattaa myös suunnitella, miten sivuston eri elementit käyttäytyvät interaktiivisesti. Mallin tarkoitus ei ole kuitenkaan saavuttaa lopullista lopputulosta, vaan antaa hyvä kuvaus siitä miltä sivuston tulisi näyttää ja tuntua. Yhdestä mallista voidaan rakentaa monta erilaista versiota sivustosta, joilla pyritään mallin pohjalta saavuttamaan samaa lopputulosta. (Lopuck 2012, 23-24.)



Kuvio 2: Rautalankamalli

Verkkosivun visuaalisessa suunnittelussa kannattaa huomioida tietyt periaatteet toimivan lopputuloksen saavuttamiseksi. Onnistuneesti suunniteltu verkkosivu viestittää sivun tarkoituksen

selkeästi ja on visuaalisesti miellyttävän näköinen. On periaatteita, joita noudattamalla verkkosivu onnistuu paremmin näissä tarkoituksissa. (Cambell 2018, 47.)

Oleellista on verkkosivun osien eli elementtien läheisyys ja tasapaino. Miten elementit on sivustolla järjestelty, vaikuttaa huomattavasti siihen mitä sivusto kertoo ja millä tavalla. Symmetrisesti järjestellyt elementit luovat sivulle perinteisemmän ja rauhallisemman tunnelman, kun taas epäsymmetrinen järjestely elementtien välillä viestittää energisempää ja modernimpaa tunnelmaa. Olennaista kuitenkin on, että elementit noudattavat samaa järjestelyä koko sivuston osalta. (Campbell 2018, 48.)

Elementtien kontrastin avulla pyritään pitämään sivulla vierailevan mielenkiintoa yllä. Kontrastin avulla pyritään myös saavuttamaan keskipiste, johon vierailijan mielenkiinto pyritään keskittämään. Jos sivun elementit ovat kaikki saman värisiä ja kokoisia, ei sivuilla vierailija ensimmäiseksi kiinnitä huomiotaan mihinkään. Jos taas sivulla olennainen elementti on muita isompi ja värikkäämpi, kiinnittyy vierailijan mielenkiinto siihen ensimmäisenä. Näin vierailijan mielenkiinto saadaan kaapattua keskipisteellä ja hän todennäköisesti tutkii sivustoa kokonaisuudessaan enemmän. (Campbell 2018, 49.)

Sivustolla on myös oltava selkeä visuaalinen identiteetti. Visuaalinen identiteetti luo sivuston elementeille yhtenäisyyden. Visuaalinen identiteetti syntyy sivuston luonteesta ja brändistä. Oleellisia asioita ovat siis mitä brändillä halutaan viestittää käyttäen visuaalisia ominaisuuksia, kuten värejä, kuvia ja tekstiä. Kun tiedetään mitä halutaan käyttää, on oleellista, että näitä asioita käytetään sivulla säännöllisesti, jotta saavutetaan visuaalinen identiteetti ja yhtenäisyys elementtien ja niiden ominaisuuksien välille. On siis myös tärkeää, että sivusto noudattaa samantyylistä asettelua kaikkien elementtien välillä ja tietynlaista väriteemaa. (Campbell 2018, 50.)

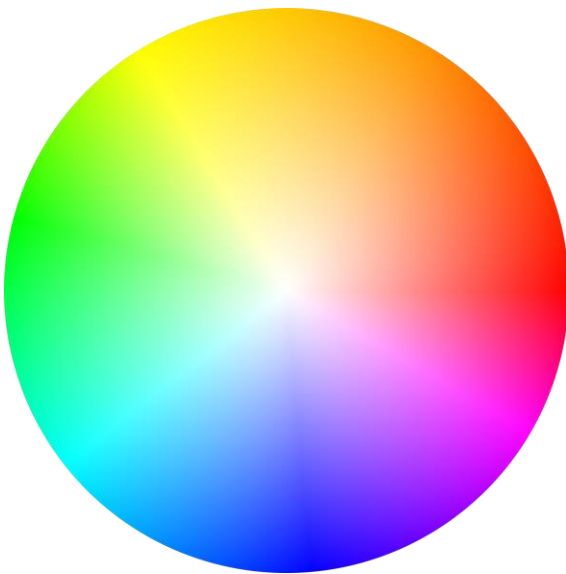
3.1 Värit

Oikeiden värien valitseminen verkkosivuille on yksi visuaalisen suunnittelun pääkohtia. Värit ovat tärkeä osa visuaalista identiteettiä, joten on tärkeää, että ne valitaan huolella perehtyen. Värejä valitessa on tärkeää miettiä, millaista tunnelmaa väreillä halutaan viestittää. Tunnelma kannattaa perustaa sivuston luonteeseen ja oleellista on, millaisia tunteita sivuston halutaan herättävän. Kun sopivat värit on valittu, kannattaa väreistä luoda väripaletti (Loppuck 2012, 118). Värit ovat siis oleellisia, koska ne luovat verkkosivun luonteen ja kontrastin verkkosivun elementtien välille (Campbell 2018, 51-52).



Kuvio 3: Väripaletti

Väripalettiin on hyvä sisällyttää tummat värit, korostusvärit ja tekstin värit. Näistä väreistä on hyvä koostaa sivuston värytys. Oleellista väripaletin luomisessa on pitää huolta, että värit toimivat keskenään ja niiden välillä on tarpeeksi kontrastia. Sivuston taustaväriksi kannattaa valita joko todella tumma tai vaalea väri, koska on oleellista, että sisällön värin ja taustavärin välille syntyy tarpeeksi iso kontrasti. Näin sisältö erottuu näyttävästi taustasta. (Lopuck 2012, 118-119.)



Kuvio 4: Väripyörä

Väripyörä on erittäin hyödyllinen väline oikeiden värien valitsemisessa. Väripyörä auttaa hahmottamaan selkeästi suhteet värien välillä. Lämpimillä väreillä kuten oranssilla ja keltaisella pystytään esimerkiksi viestimään aktiivisuutta ja viileillä väreillä tyyneyttä. Kannattaa siis pitää mielessä mitä väreillä halutaan viestiä ja ottaa huomioon, että värit ovat saaneet aikojen myötä eri tarkoituksia eri kulttuureissa (Campbell 2018, 53-54).

3.2 Fontit ja typografia

Typografia tarkoittaa tekstiin liittyvää visuaalista suunnittelua. Typografialla pyritään siis tekstin sisältöä lukuun ottamatta vaikuttamaan siihen mitä teksti viestittää tyylillään (Graafinen, 2015). Verkkosivuja tehdessä typografiaan on tärkeä panostaa, koska värien tapaan tekstityypit ja tekstien koot viestivät sivuston visuaalista identiteettiä. Tekstien fonttien valinnassa kannattaa siis huomioida useita seikkoja.

Vastaavasti kuin väreillä on fonteilla hyvä luoda tunnelmaa sivulle. Eri fontit viestivät eri merkityksiä. Tietynlaiselle fontilla voidaan esimerkiksi hakea virallista tunnelmaa ja toisella fontilla rennompaa tunnelmaa. Fonteja kannattaa valita useampi kontrastin luomiseksi, mutta näitä samoja fonteja kannattaa sitoutua käyttämään koko sivustolla. Jos sivulla toistuvat samat elementit, kannattaa niihin liittää jokin tietty fontti ja pyrkiä käyttämään tätä. Esimerkiksi kannattaa valita eri fontti otsikoille, pienemmille otsikoille ja leipätekstille. (Lopuck 2012, 120-121.)

Fonttien valintaan ja muuhun typografiseen suunnitteluun liittyy oleellisia seikkoja, jotka tulee pitää mielessä. Fontin väriä valitessa kannattaa huomioida, että fontti todellakin näkyy taustaa vasten. Esimerkiksi verkkosivun taustan ollessa musta, kannattaa fonttina pitää valkoista fonttia ja toisinpäin. Näin teksti on sivustolla vierailevalle helppolukuista. Helppolukuisuuteen ja tekstin visuaaliseen miellyttävyyteen pystytään vaikuttamaan myös suuremmalla rivivälillä. Suurempi riviväli saa usein tekstistä silmälle helppolukuisempaa ja tekee siitä miellyttävämpää katsoa. Oleellista on myös, että yksi teksti kolumni ei ole liian leveä. Nettisivut skaalautuvat tietokoneiden eri kokoisille näytöille ja tekstin lukeminen voi olla epämiellyttävää, jos rivi tekstiä kulkee näytön reunasta reunaan (Lopuck 2012, 135).

Fonttia valitessa on tärkeää huomioida fontin tyylin tarkoitus. Usein fontin on tarkoitus olla tavallinen ja luettava. Tällöin teksti johon fonttia käytetään sisältää enimmäkseen asiapi-toista tekstiä. Toinen tarkoitus fontille on toimia enemmänkin koristeena tuoden näyttävyyttä verkkosivuille. Esimerkiksi kaunokirjaimilla kirjoitettu otsikko voi näyttää miellyttävältä, mutta kokonaiseen kappaleen lukeminen pienin kaunokirjaimin voi olla vaikeaa. (Lopuck 2012, 138-139.)

3.3 Verkkosivun käyttäjäkunta

Verkkosivulle on hyvä määrittää kohdeyleisö. Kohdeyleisön määrittelemisen alkaa kysymyk-sistä, kuten kuinka paljon erilaisia ihmisiä sivustolla vierailee ja millainen on sivuston kohde-ryhmän tyypillisin asiakas. Tästä voidaan pohtia eteenpäin mikä on suurin hyöty, minkä sivus-ton kohderyhmän asiakas saa sivustolta ja kuinka hyödyt ovat parhaimman mukaan asiakkaan saavutettavissa. Mahdollisista asiakkaista kannattaa luoda käyttäjäpersoonia: Millainen on mahdollinen asiakas esimerkiksi iältään ja muilta ominaisuuksiltaan? Kaikki sivuston halutut

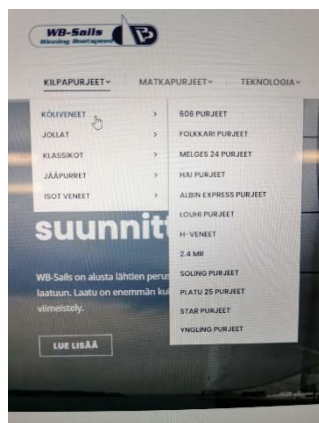
asiakkaat tuskin ovat täysin samanlaisia ominaisuuksiltaan kuten iältään ja harrastuksiltaan, joten erilaisista potentiaalisista asiakkaista kannattaa luoda useita erilaisia käyttäjäpersoonia ja suunnitella sivusto parhaimman mukaan palvelemaan jokaista niistä. On järkevää luoda käyttäjäpolkuja, joissa hahmotellaan kuvitellusti aiemmin luotujen käyttäjäpersoonien asiointia verkkosivuilla. Tämä auttaa priorisoimaan verkkosivujen sisältöä huomattavasti. (Lopuck 2012, 38-40.)

4 Käyttäjäystävällinen suunnittelu

Miltä verkkosivu näyttää silmille on yksi asia, mutta toinen suunnittelun oleellinen periaate on rakentaa sivustosta sellainen, joka on käyttäjälle helppo käyttää ja navigoida. Tässä suunnittelun vaiheessa kannattaa ottaa huomioon, mihin elementit on aseteltu ja miten ne sivulla esitetään. Tärkeää on huomioida, miten sivun tila käytetään järkevästi sivun sisällön ulos tuomiseksi. Kaikkea sisältöä ei esimerkiksi tarvitse näkyä heti sivun auetessa, vaan osa hieman epäolennaisesta sisällöstä voi olla alempana sivua. Vaihtuvaa sisältöä voidaan myös näyttää erilaisilla animaatioilla tai vastaavilla Web-elementeillä. Näin sivulle saadaan modernimpaa tyyliä ja sisältöä saadaan esitettyä enemmän yhdellä alueella. (Lopuck 2012, 65.)

4.1 Navigaatio

Oleellista käyttäjäystävällisellä sivustolla on selkeä ja toimiva navigaatio. Tämä tarkoittaa sitä, että sivustolla tulee olla helppoa siirtyä sivulta toiselle järkevässä järjestyksessä. Navigaation tulee olla sivuston kartta, joka mahdollistaa sivulla liikkumisen ilman, että käyttäjä eksyy sivulle. Sivun yläreunaan kannattaa sijoittaa sivun päävalikko eli globaali navigaatio. (Lopuck 2012, 70-73.)



Kuvio 5: Globaali navigaatio kursoritoiminnallisuudella

Gloaalista navigaatiosta vierailija pystyy liikkumaan hyvin tärkeimpien pääsivujen välillä. Jokaisella pääsivulla voidaan avata seuraava valikko, joka jakautuu pienempiin sektioihin. Tästä voidaan mennä vielä syvemmälle alakategorioihin ja niin edelleen. Näin käyttäjän silmille ei heti räjähdä valtavaa listaa verkkosivuja, vaan käyttäjä voi sukeltaa yläkategoriasta alakategoriaan. Tässä on kuitenkin huomioitava, että osa hyvän navigaation suunnittelua on sivujen selkeä kategorisointi sisällön perusteella. Navigaatioon kannattaa myös lisätä muuta helppokäyttöisyyttä kuten toiminnallisuutta, jonka avulla alavalikko aukeaa ilman navigaatiolinkkiä klikkaamalla vaan pelkästään viemällä kursori navigaatiolinkin päälle (Kuvio 5). Hyvä tapa helpottaa navigointia on myös lisätä pienikokoinen ”polku leivänmuruihin” sivustolle (Kuvio 7). Tästä käyttäjä näkee miltä sivulta hän on saapunut millekin, joten palaaminen edellisille sivuille on selkeää. (Lopuck 2012, 70-73.)

Level 1 > Level 2 > Level 3 > Level 4

Kuvio 6: Leivänmurut navigaatiossa

Mikä toimivan navigoinnin suunnitteluun tulee, navigointia voi lähestyä kahdesta eri näkökulmasta. Navigaatiota voi lähteä lähestymään käyttäjähajautuksesta tai käyttäjän ohjaamasta navigaatiostajasta. Jos navigaatiosta halutaan tehdä käyttäjähajautus, on lähtökohdana se, että navigaatiosta suunnitellaan sen tyylinen, miten käyttäjän tulisi sitä käyttää. Jos navigoinnista pyritään tekemään käyttäjän ohjaama, ei suunnitteluvaiheessa pyritä määrittelemään sitä, miten käyttäjän olisi järkevää liikkua sivustolla, vaan navigaatiosta pyritään tekemään mahdollisimman vapaa. Tässä tapauksessa navigaation päätavoite on olla käyttäjälle mahdollisimman vapaakäyttöinen. Kumpi näistä navigaation päätarkoituksista on oikea sivustolle, riippuu itse sivuston tarkoituksesta. Oleellista on siis miettiä, halutaanko vierailija johdattaa jollekin tietylle sivulle vai halutaanko, että vierailija pystyy selaamaan vaivattomasti ja nopeasti koko sivuston läpi. (Campbell 2018, 103.)

4.2 Responsiivinen suunnittelu

Nykyaikana on myös oleellista, että sivusto on toimiva ja käyttäjähajautus kaikilla laitteilla tietokoneista älypuhelimiin ja tabletteihin. Tätä kutsutaan responsiiviseksi suunnitteluksi. Responsiivinen sivu skaalautuu siis kaikille laitteille näytön koosta huolimatta ja verkkosivun toiminnot ovat käytössä kaikilla laitteilla. Responsiiviseen suunnitteluun kannattaa panostaa nykyään. Ihmiset vierailevat samalla sivustolla monella eri laitteella ja odottavat

toimivuutta kaikilla laitteilla. Verkkosivujen näkyvyys hakukoneissa kuten Googlessa on myös yhteydessä verkkosivujen responsiivisuuteen, koska esimerkiksi hakukone Google suosii hakutuloksissaan mobiiliystävällisiä sivustoja. (Suomen Digimarkkinointi Oy, 2021.)

Responsiivisessa suunnittelussa on olennaista, että ei vain mietitä sisällön skaalautumista eri näytöille, vaan mietitään, miten käyttäjäkokemus saadaan mahdollisimman hyväksi eri laitteilla. Tämä voi esimerkiksi näkyä siinä, että kaikkea sisältöä ei välttämättä tarvitse edes näyttää kaikilla laitteilla. Responsiivisessa suunnittelussa kannattaa priorisoida sivun käyttötarkoitus ja miettiä minkälaisella laitteella sivustoa käytetään eniten. On esimerkiksi sivustoja, joita pääasiassa käytetään mobiililaitteilla, joten tällaisessa tapauksessa kannattaa ensisijaisesti panostaa mobiiliversioon ja mahdollisesti jopa rakentaa mobiiliversio ennen tietokoneversiota. (Karukka; Inkilä, 2013.)

5 Hakukoneoptimointi

Kun hyvät verkkosivut on rakennettu, on myös oleellista, että ihmiset löytävät sivulle. Hakukoneoptimointi eli SEO (Search Engine Optimization) tarkoittaa sivuston verkkonäkyvyyden parantamista hakukoneissa. Tarkoituksena siis on, että verkkosivu näkyy mahdollisimman todennäköisesti hakukoneissa käyttämällä verkkosivun tarkoitusta kuvaavilla sanoilla tai lauseilla. Elbanna painottaa digimarkkinoinnin artikkelissa (2021), että hakukonenäkyvyyteen vaikuttavat ensisijaisesti sivuston tekninen toteutus, sisältö ja muut ulkoiset tekijät. Hakukoneoptimointiin panostaminen on tärkeää, koska lähes kaikki vierailut eri verkkosivuilla tehdään Google-haun kautta. Sivustolla vieraileva siis avaa ensiksi Google-hakukoneen, kirjoittaa hakukoneeseen sanan tai lauseen, joka antaa joukon hakutuloksia, joista vierailija valitsee linkin, joka johdattaa verkkosivulle. Jos siis oma sivusto ei näy hakutuloksissa, ei ole kovin todennäköistä, että oma sivusto saa vierailijoita. (Elbanna, 2021.)

6 Valmiiden verkkosivujen testaus

Verkkosivujen valmistuessa on järkevää testata, että saavuttavatko verkkosivut halutut tulokset. Verkkosivun toimivuus kannattaa käydä läpi Beta-sivustolla eli sivustolla, jota ei ole vielä julkaistu verkossa ihmisille nähtäväksi. Oleellista on tutkia, että verkkosivun saavutettavuus kohdillaan. Kannattaa siis miettiä muidenkin kuin omasta näkökulmasta, että verkkosivu toimivat heidän kohdallaan. Oleellista on aloittaa tutkiminen verkkosivun teknisen toimivuuden puolelta. Kannattaa esimerkiksi tutkia toimivatko sivuston linkit ja toimiiko sivusto responsiivisesti kaikilla laitteilla. Kannattaa myös navigoida sivustolla ympäriinsä ja samalla selvittää toimiiko navigaatio halutulla tavalla. (Campbell 2018, 176.)

Valmiiden verkkosivujen testaamista on mahdotonta toteuttaa täysin yksin. On hyvä saada erilaisia näkökulmia sivuston käyttäjiltä. Verkkosivun käyttäjiltä kannattaa pyrkiä kysymään oleellisia kysymyksiä, usein kyselyn muodossa. Kysymyksillä kannattaa pyrkiä hahmottamaan kuinka hyvin verkkosivu palvelee heidän tarpeitaan ja mitä parannettavaa verkkosivulla on. Kysely kannattaa kohdentaa verkkosivun kohdeyleisöön. Tätä kautta on hyvä varmistaa, että sivuston kohderyhmä saa sivustosta irti kaiken halutun. Kyselyyn kannattaa sisällyttää kysymyksiä, jotka hahmotteleva kyselyyn osallistuvien tietoja. Tätä kautta saadaan helposti tietää, kuinka lähellä kohderyhmää kyselyyn osallistuneet olivat. Samalla on helpompi hahmotella suhteita kysymyksiin vastanneiden ja vastausten välillä. (Campbell 2018, 177.)

7 Verkkosivujen toteutus purjeneulomo WB-Sailsille

Verkkosivujen toteutus purjeneulomo WB-Sailsille oli monivaiheinen prosessi. Projektia ei kuitenkaan aloitettu aivan tyhjästä lähtökohdista, koska yrityksellä oli jo etukäteen vanhat verkkosivut. Uudistetuista verkkosivusta oli tarkoitus tyylin osalta tehdä täysin uusi ja pitää asiassältö ainakin alkuvaiheessa samana. Verkkosivujen toteutus hankkeen oli siis tarkoitus esittää vanhojen verkkosivujen sisältö enemmän asiakaslähtöisestä näkökulmasta uudella verkkosivulla. Uusi verkkosivu suunniteltiin moderneja suunnitteluperiaatteita noudattaen yhteistyössä visuaaliseen suunnitteluun erikoistuneen Dunning, Kruger & Associates yrityksen kanssa. Kuviosta 8 näkee, että vanhat verkkosivut olivat tyyliltään vanhanaikaiset.

<p>Yhteystiedot WB-Sails miehistö Tarjouspyynnöt Laatua suunnittelulla WB-historia</p>	<p>WB-Sails - Winning Boatspeed</p> <p>WB-Sails on riippumaton, suomalainen purjeompelimo, joka on erikoistunut kilpapurjeisiin niin köli- kuin kevytveneille. Tarjoamme kaiken tämän Olympia- ja MM:n radoilla kerätyn tietotaidon myös tavalliselle retkipurjehtijalle, vain hiukan cruising-ystävällisempään "pussiin" pakattuna.</p> <p>WB-purjeet ommellaan alusta loppuun Helsingissä 15 henkisen porukkamme voimin. Jokaisella asiantuntijallamme on laajalti kokemusta paitsi menestyksestä kilparadoilla, myös siitä miten vaatimukset muuttuvat, kun siirrytään matka- ja huvipurjehduksen piiriin.</p> <p>V. 1975 perustetun WB-Sailsin historiaan liittyy paljon alamme edelläkävijämuistoja, mutta ennen kaikkea lukemattomia hienoja muistoja. Aiomme jatkossakin pysyä edelläkävijänä ja tien näyttänä kaikessa, mikä liittyy purjeisiin ja purjehdukseen - jotta sinä voisit purjehtia kovaa ja korkealle!</p>	<p>WB-Sails Ltd OY</p> <p>Italahdenkatu 22b C 00210 Helsinki Finland tel +358 9 621 5055</p> <p>Email: info@wb-sails.fi</p>
--	---	--

Kuvio 7: Vanhat verkkosivut

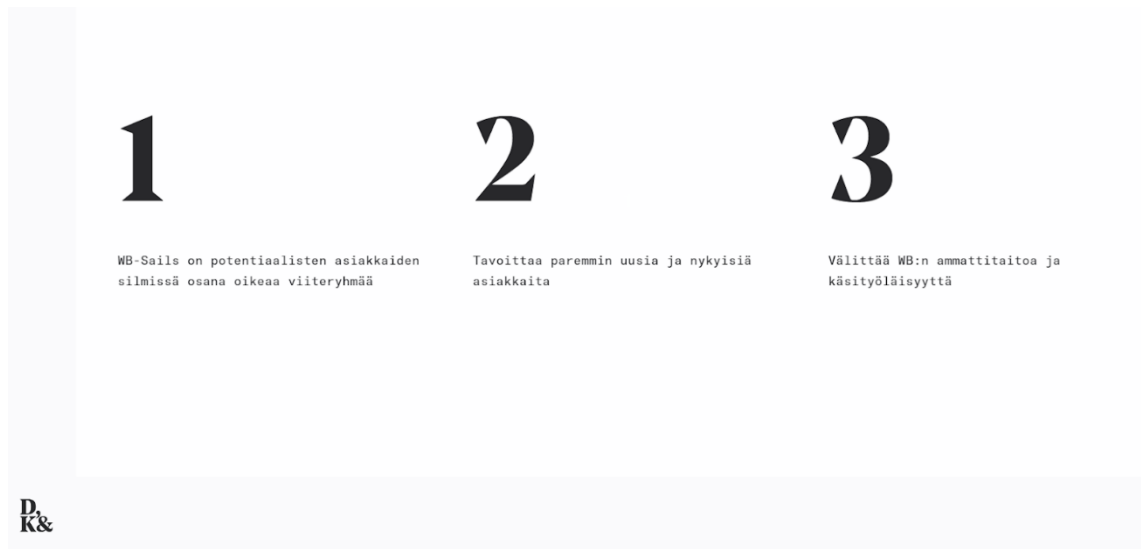
7.1 Verkkosivun suunnitteluprosessi

Suunnittelu aloitettiin päättämällä työkalut verkkosivun toteuttamiseksi. Selvää oli jo entuudestaan, että verkkosivu haluttiin toteuttaa sisällönhallintajärjestelmää hyödyntämällä, koska yritys halusi varmuuden siitä, että pystyy myös itse muokkaamaan sivustoa myöhemmin. Jos sivusto olisi päätetty rakentaa ohjelmoimalla, olisi yrityksen aina tulevaisuudessa palkattava ohjelmointiin erikoistunut henkilö, mikäli verkkosivua haluttaisiin muuttaa jollain tavalla. Sivuston julkaisujärjestelmäksi päätettiin Wordpress.com, koska se tarjosi kaiken halutun toiminnallisuuden edulliseen vuosimaksuun. Valintaan vaikutti myös se, että Wordpress.com oli kaikille toteutuksessa mukana työskenteleville tuttu entuudestaan. Samalla valitsimme myös teeman. WordPress teemaksi valikoitui nopeasti "The 7", joka tarjosi jo valmiilla visuaalisella pohjallaan haluttua tyyliä. Aloituspäivästä käytiin myös hieman läpi, millaista tunnelmaa valmiilta sivustolta halutaan. Kävimme läpi yrityksen historiaa ja hahmottelimme kohderyhmää. Pääteemoiksi verkkosivun kannalta tästä palaverista jäivät kotimaisuus, käsin ommellut purjeet sekä yrityksen pitkä historia. Nämä olivat siis asioita, jotka haluttiin näkyvän verkkosivulla. Ensisijaisen tärkeää oli myös, että kuvilla painotetaan yrityksen tyyliä. Päätettiin myös, että sivustolla halutaan painostaa WB-Sailsin asiakaslähtöistä toimintaa ja WB-Sailsin toimintaa olympiapurjehduksessa sekä intohimoa.

Tässä hankkeessa sivuston kohderyhmää ei sen enempää hahmoteltu, koska sivuston sisältö oli valmiina jo aiemmalla sivustolla. Sisältö on kohdennettu suurin osin kokeneille purjehtijoille, jotka tietävät entuudestaan lajiin liittyvät termit ja periaatteet. Sivuston kohderyhmä painottuu siis täysin jo valmiiksi purjehdusta harrastaviin ihmisiin.

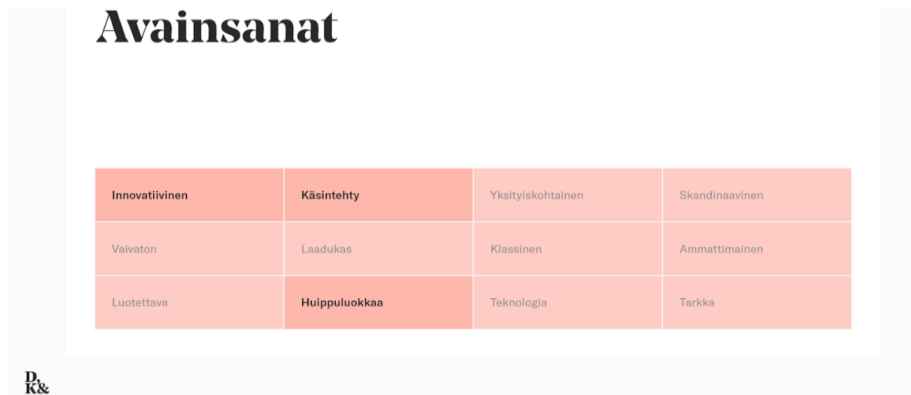
Suunnittelua jatkettiin visuaalisen konseptin luomisella. Visuaalisessa konseptissa hahmoteltiin verkkosivun identiteettiä ja luotiin päällimmäiset periaatteet verkkosivun toteutukselle. Ennen itse visuaalisten konseptien tekoa hahmoteltiin verkkosivun kolme päätavoitetta:

- WB-Sails on potentiaalisten asiakkaiden silmissä osana oikeaa viiteryhmää.
- Tavoittaa paremmin uusia ja nykyisiä asiakkaita.
- Välittää WB:n ammattitaitoa ja käsityöläisyyttä.



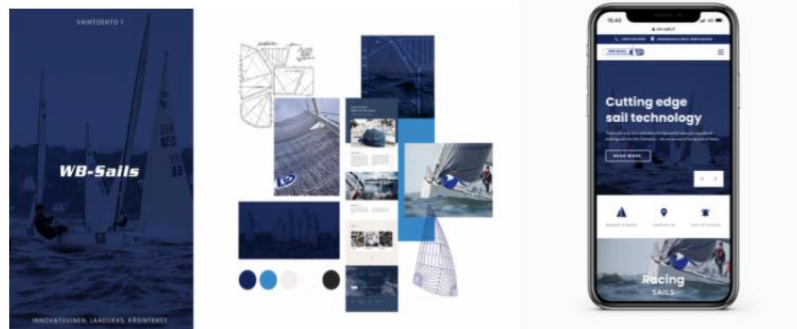
Kuvio 8: Verkkosivun kolme päätavoitetta

Tämän lisäksi luotiin joukko sivuston tulevia avainsanoja sivuston päätarkoituksen mukaisesti ja valittiin niistä tärkeimmät (Kuvio 10).



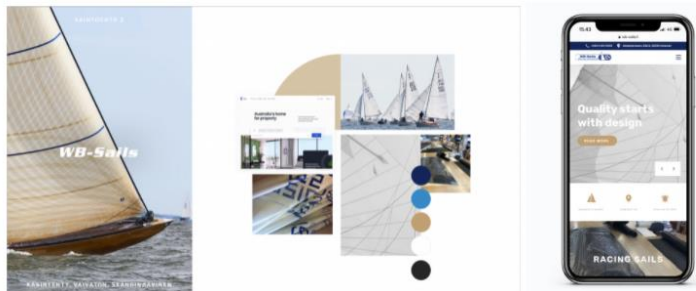
Kuvio 9: Sivuston avainsanat

Viimeisenä osana alkusuunnittelua hahmoteltiin itse visuaaliset konseptit. Visuaalisessa konseptissa hahmoteltiin tulevia värejä ja luotiin konsepteja siitä, miltä verkkosivu voisi näyttää. Niissä hahmoteltiin samalla verkkosivun tunnelmaa ja visuaalista identiteettiä. Konsepteja syntyi yhteensä 3, joista valittiin paras. Tämän pohjan perusteella lähdettiin kohti tarkempaa suunnittelua ja itse toteutusta.



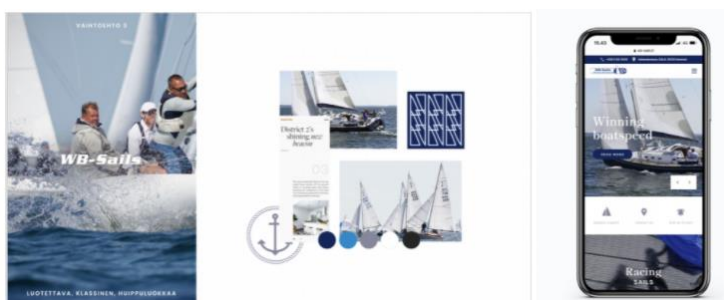
Kuvio 10: Vaihtoehto 1

Vaihtoehto 1 (Kuvio 11) oli vaihtoehdoista perinteisin. Se sisälsi modernia tunnelmaa yhdistettynä tummia värejä noudattavaan väripalettiin. Tyylillä haluttiin viestittää energisyyttä ja nykyaikaisuutta.



Kuvio 11: Vaihtoehto 2

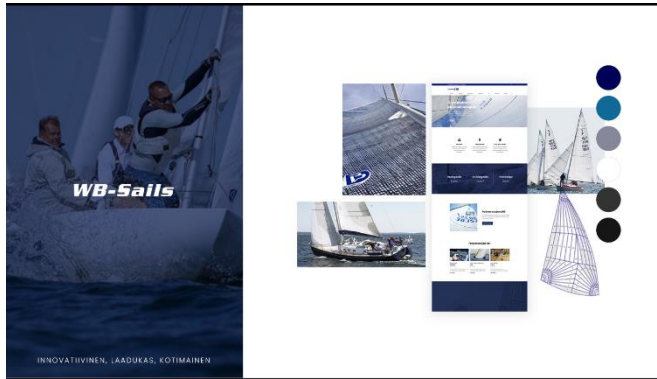
Vaihtoehto 2 (Kuvio 12) pyrki viestittämään klassisempaa tunnelmaa modernilla tavalla. Vaihtoehto hyödynsi ensimmäiseen vaihtoehtoon verrattuna vaaleampia värejä. Vaihtoehdon tyylillä oli tarkoitus myös korostaa käsityön merkitystä yrityksessä.



Kuvio 12: Vaihtoehto 3

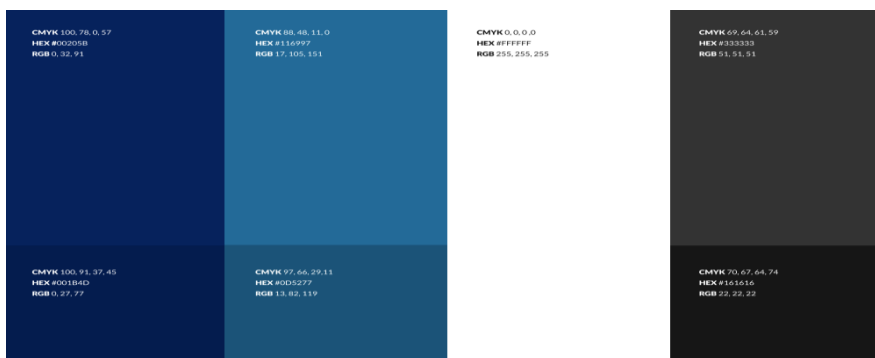
Vaihtoehtojen 1 ja 2 välille syntyi myös välimuoto vaihtoehto 3 (Kuvio 13). Se lainasi ensimmäisen vaihtoehdon värejä ja toisen vaihtoehdon klassista tyyliä. Vaihtoehdoista suljettiin heti pois vaihtoehto 2, koska se ei beigeillä väreillään kuvastanut yrityksen imagoa. Vaihtoehto 1 sopi

eniten ja tyyllillään yrityksen imagoon, joten se valittiin visuaaliseksi teemaksi. Kolmannen vaihtoehdon värimaailma oli kuitenkin hieman sopivampi tiettyihin tilanteisiin, joten tultiin lopputulokseen, että vaihtoehto 3: esta lainataan hieman värejä. Tästä syntyi tulevan sivuston lopullinen visuaalinen konsepti.



Kuvio 13: Lopullinen visuaalinen konsepti

Visuaalisessa konseptissa panostettiin sisällön ja taustan väliseen kontrastiin. Kuten konseptista näkyy, on sivun tausta valkoinen ja sisältö pääosin todella tummalla sinisellä. Näin sisältö erottuu hyvin sivulla. Sinisillä väreillä tuodaan meren tunnelmaa, mikä kuuluu yleisesti purjehdukseen ja WB-Sailsin brändiin. Sivun visuaalinen identiteetti perustuu siis brändin tuomaan siniseen väriin ja meren tunnelmaan. Korostusvärinä käytetään turkoosia väriä. Turkoosi väri viestii rennompaa tunnelmaa ja tuo samalla meren tunnelmaa. Tekstin värinä toimii perinteinen musta, jonka tarkoitus on ensisijaisesti erottua muusta sisällöstä.



Kuvio 14: Sivuston värit

Typografian osalta fontteiksi päätettiin Poppins Gold, Lato Regular ja Serpentine. Lato Regular toimii sivulla leipätekstien fonttina ja Poppins Gold otsikoiden fonttina. Lato Regular on tyyllil-

tään rauhallinen ja helposti luettava fontti ja Poppins Gold on tyyliltään ulos ponnahtava vierailijan mielenkiintoa herättävä fontti. Serpentine toimii sivustolla brändin fonttina ladattavissa painetuissa tiedostoissa.

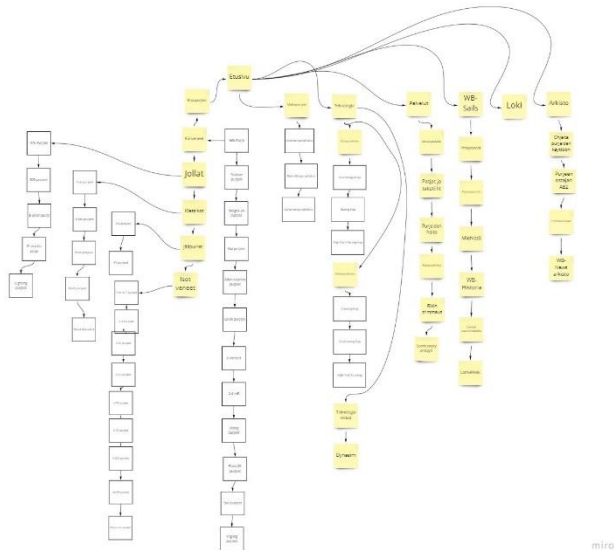
Poppins Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
 1234567890

Lato Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
 1234567890

Serpentine
 ABCDEFGHJLKL MNOPQRSTUVWXYZÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
 1234567890

Kuvio 15: Sivuston fontit

Sivustosta ei suunnitteluvaiheessa syntynyt erillistä sivukarttaa, koska sivusto rakennettiin sivujen aiemman sivuston perusteella. Myöhemmin sivukartta kuitenkin toteutettiin selkeyttämään projektia.



Kuvio 16: Sivukartta

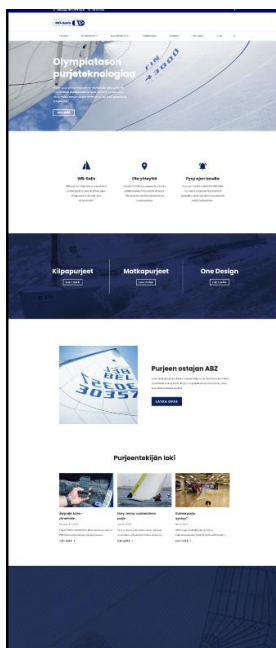
Sivun rautalankamallit luotiin Figma-suunnittelutyökalulla. Malleista tehtiin suoraan interaktiivisia selkeyden vuoksi. Malleista siis pystyi näkemään suoraan, miten esimerkiksi päävalikko ja nappulat toimivat. Etusivun malli sisälsi etusivun kaikki elementit: Päävalikon, header bannerin, ikonit linkkeinä muille sivuille, esikatselu osuuden Blog-osioon ja footer-osuuden. Etusivun oleellinen tarkoitus oli saada vierailijan mielenkiinto ja näyttää etusivulla kaikki oleellisen mitä

vierailija todennäköisesti sivulta etsii. Iso video-header nappaa vierailijan mielenkiinnon näyttävyydellään. Banner-osiassa esitellään yrityksen teknologia, palvelut ja info-sivu. Tässä vierailija saa paljon olennaista tietoa sivustosta ja yrityksestä ilman yhdenkään linkin painamista tai liikkumista alaspäin sivulla.



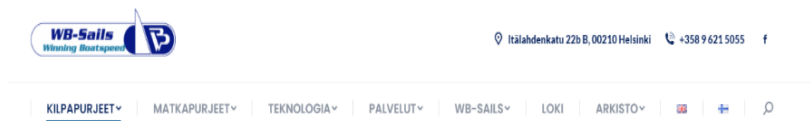
Kuvio 17: Etusivun banneri

Etusivulla olennaista ovat myös ikonit, jotka toimivat linkkeinä muille sivuille. Nämä antavat ilman suurempaa lukemista tietoa sivuston sisällöstä ja ominaisuuksista.



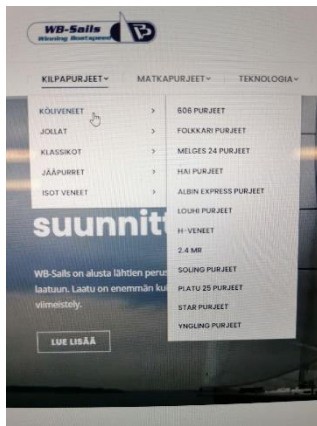
Kuvio 18: Etusivu kokonaisuudessaan

Sivuston päänavigaatio suunniteltiin aiemman sivuston pohjalta mahdollisimman yksinkertaiseksi ja helposti navigoitavaksi. Navigaation yläpuolelle sijoitettiin logo, osoite, puhelinnumero ja Facebook-linkki.



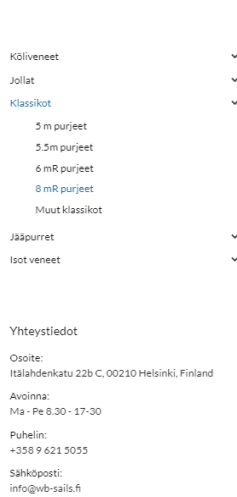
Kuvio 19: Sivuston globaali navigaatio

Navigaation linkit laskeutuvat “drop down”-tyylisesti hiirtä niiden päälle liikuttamalla. Kategoriat avautuva samalla tavoin myös alakategorioiksi ilman, että linkkejä tarvitsee avata. Näin sivulla vierailijat pystyvät liikkumaan nopeasti haluamalleen sivustolle.



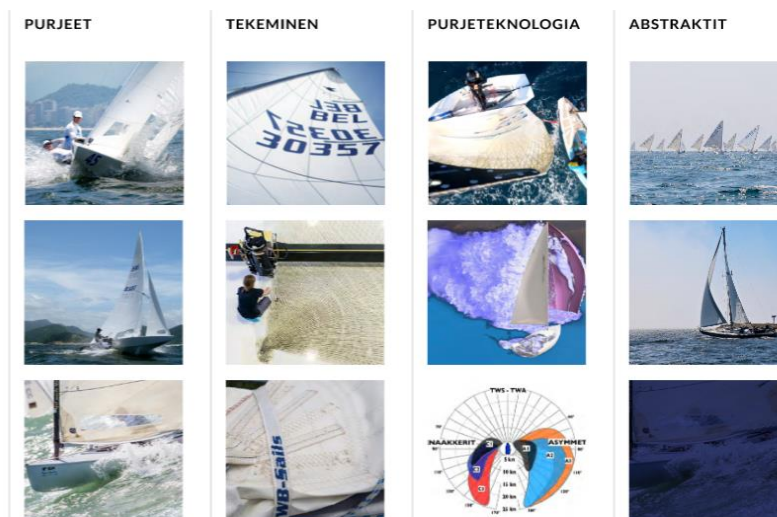
Kuvio 20: Sivuston päänavigaatio

Sivuille suunniteltiin myös sivupalkkivalikko. Tämä valikko tehtiin helpottamaan liikkumista sivuilta toiselle yhden kategorian sisällä. Sivupalikko helpottaa liikkumista sivulta toiselle yhden kategorian sisällä ja näyttää samalla millä sivulla ollaan ja missä alakategoriassa. Sivupalkkiin lisättiin myös yrityksen yhteystiedot.



Kuvio 21: Sivuston sivunavigaatio

Sivun kuvitus suunniteltiin sivulle luomalla neljä pääluokkaa kuville, joilla pyrittiin viestittämään erilaisia asioita (Kuvio 23). Purjekuvilla pyritään näyttämään sivulla purjeita käytössä eri tilanteissa. Tekeminen on toinen kuvakategoria, jolla pyritään painottamaan sivustolla osaamista ja asiantuntemusta purjeiden yksityiskohtien kautta. Purjeteknologiaa pyritään sivulla näyttämään leikkauskaavioiden ja tietokonemallinnusten kautta. Abstrakteilla kuvilla pyritään tuomaan tunnelmaa sivustolle.



Kuvio 22: Kuvataulukko

Sivun tyyli syntyi siis pääosin kuviin painottamalla. Sivut suunniteltiin luomalla selkeä kontrasti näyttävien kuvien ja tekstin välillä. Sivua katsoessaan on siis oletettavaa, että vierailijan mielenkiinto osuu ensimmäisenä näyttävään kuvaan tai videoon, joka vangitsee vierailijan mielenkiinnon. Sivulla haettiin hieman energistä tunnelmaa asettamalla tekstejä suhteessa toisiinsa eritasoisiiin kohtiin, mutta yksinkertaisuudessa pysyttiin ilman erityistä epäsymmetrisyyttä.



Kuvio 23: Sivuston lopullista tyyliä

Jokaiselle tuotesivulle lisättiin samaa kaavaa noudattaen painike, joka johtaa tarjouspyyntösiivulle. Tämä tarjouspyyntöpainike johdattaa sivulle, joka sisältää lomakkeen purjeiden tilaamista varten. Tämä on purjeiden ostamisessa helpoin tapa tehdä tilaus verkossa. Lomakkeissa noudatettiin yksinkertaista ja selkeää lomakepohjaa.

Etunimi *

Sukunimi *

Sähköposti! (Luottamuksellinen, pidämme yhteystietonne salassa) *

Puhelinnumero *

Venetyyppi ja rakennusvuosi (jos tiedossa) *

Viesti *

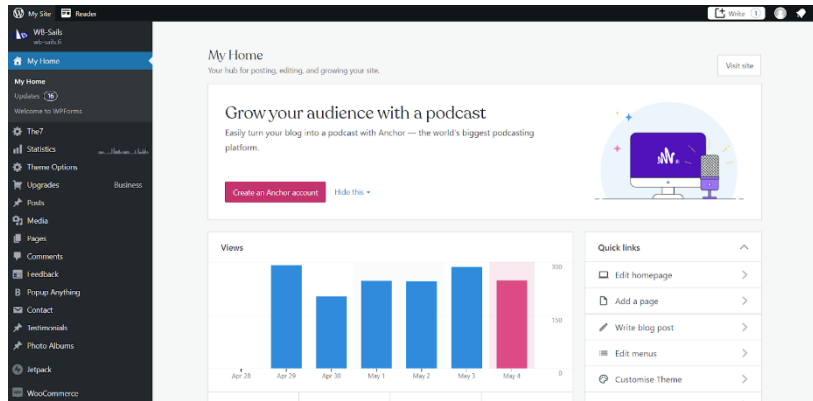
Purjenumero *

Kuvio 24: Lomakepohja

7.2 Verkkosivun toteutus WordPress-aslustalla

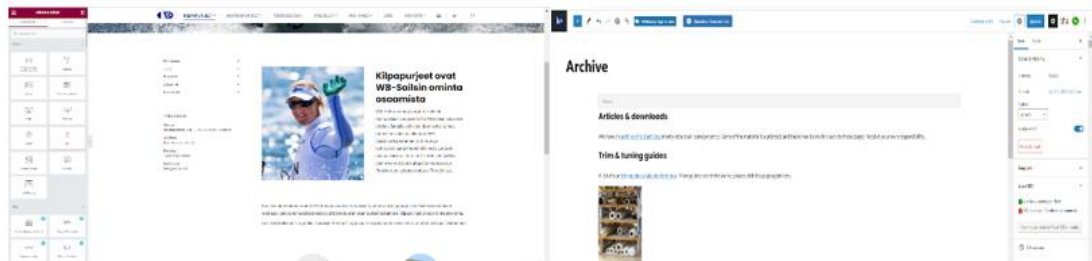
Verkkosivun toteutus alkoi WordPress-käyttäjän luomisella. WordPress-käyttäjälle lisättiin Business-tilaus, joka maksaa 300 € vuodessa. Tämä tilaus mahdollistaa lisäosien vapaan käytön,

mikä on välttämätöntä tämän kyseisen verkkosivun kannalta. Sivuston toteutus aloitettiin välittömästi rakentamalla sivuja suunniteltujen sivupohjien perusteella. Sivujen rakentamisessa hyödynnettiin Elementor -lisäosaa, joka toimi visuaalisena editorina sivua rakentaessa.



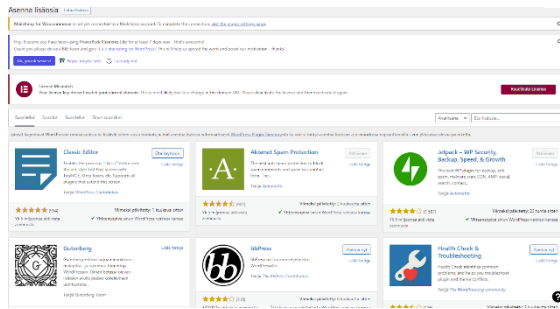
Kuvio 25: WordPress etusivu

Elementor -lisäosa helpotti toteutusta huomattavasti WordPressin omaan editoriin verrattuna. Elementorin avulla sivun suora muokkaaminen oli helpompaa, koska visuaalista puolta pystyi tarkkailemaan samanaikaisesti muokkaamisen yhteydessä.



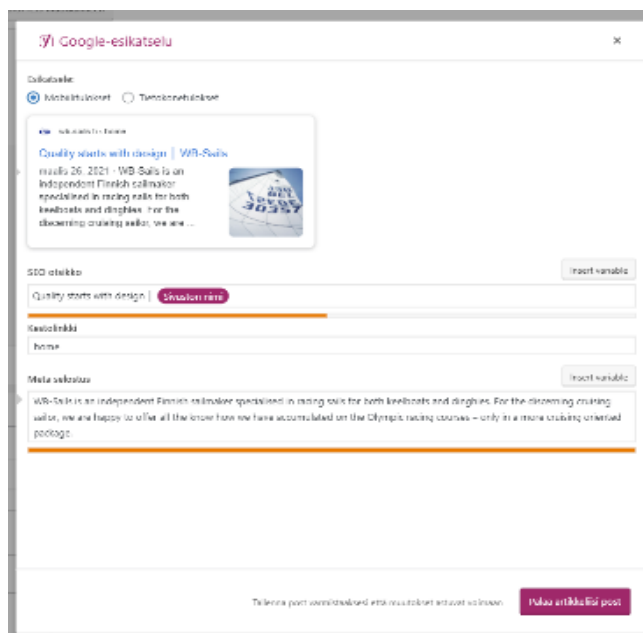
Kuvio 26: Elementor -muokkain Vs WordPress -muokkain

Toinen oleellinen lisäosa kehityksessä oli "Polylang", joka mahdollisti sivuston toteuttamisen useammalla kielellä. Sivustosta tehtiin alkuun suomen- ja englanninkieliset versiot. Sivuston lomakkeet rakennettiin "Wp-Forms" nimisellä lisäosalla. Tämä lisäosa mahdollisti lomakkeiden helpon toteutuksen ja muokkaamisen.



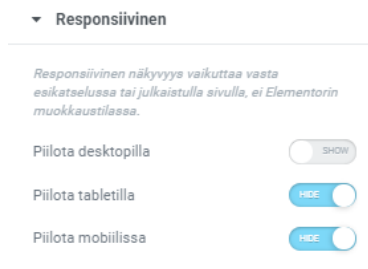
Kuvio 27: WordPress lisäosa-kauppa

Hakukoneoptimointiin käytettiin “Yoast SEO” lisäosaa. Yoast SEO- helpotti hakukonenäkyvyyden toteutusta huomattavasti. Lisäosan avulla pystyttiin suoraan vaikuttamaan siihen, miten verkkosivu näkyy Googlen hakutuloksissa. Sivuihin pystyttiin myös lisäämään avainsanoja, joita käyttämällä hakua tehdessä sivu löytyy todennäköisemmin. Jos esimerkiksi metaselostukseen on lisätty sana “purje”, löytää verkkosivua hakeva helpommin sivulle käyttäen haussa sanaa “purje”.



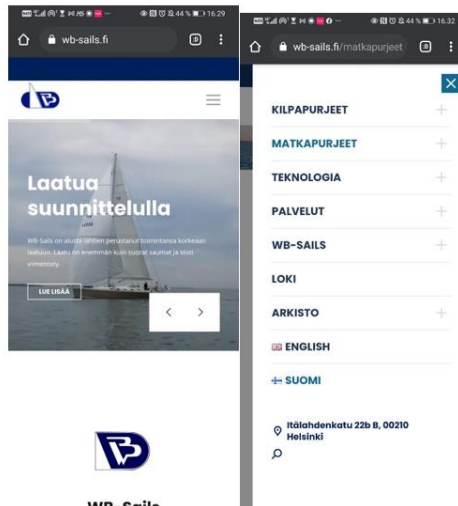
Kuvio 28: Yoast SEO

Responsiivisuus oli tärkeä osa toteutusta. WordPress-alusta ja Elementor-lisäosa pitivät automaattisesti huolen, että sivusto ei hajoa käsiin eri laitteilla, mutta eri valikot piti tehdä mobiiliversioneiksi ja joistakin elementeistä piti luopua mobiiliversiolla paremman käyttäjäkokemuksen takia.



Kuvio 29: Elementor responsiivisuus

Valikot tehtiin toiminnallisuudeltaan hahmottelemaan tietokoneversion valikoita. Valikko kuitenkin lisättiin sivupalkkiin, koska muuten se veisi mobiiliversiossa liikaa tilaa sivun yläreunasta. Mobiilivalikosta syntyi helppokäyttöinen ja käyttäjäystävällinen.



Kuvio 30: Mobiilivalikot

Responsiivinen toteutus muutti siis käyttäjäkokemusta mobiililaitteilla, mutta sivuston visuaalisesta identiteetistä tai muista periaatteista ei luovuttu.

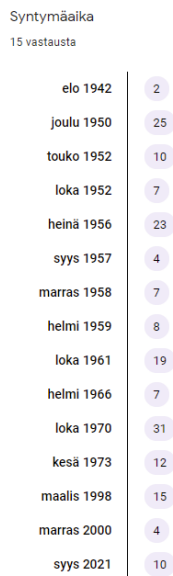
8 Viimeistely ja verkkosivun testaus

Verkkosivusto alkoi pala palalta valmistumaan. Testausta piti tehdä loppuvaiheessa paljon. Sisältö oli täynnä linkkejä vanhalle sivustolle, mitkä piti muuttaa. Sivustolla oli myös paljon vanhaa tietoa, mikä piti muuttaa. Teknisiä ongelmia oli myös muun toiminnallisuuden kanssa.

Ongelmia lähestyttiin käymällä sivuston sisältö läpi moneen kertaan. Sivuston julkaisuvaiheessa WB-Sailsin henkilökunta halusi myös tehdä useita muutoksia sivuston tyyliin, kuten kuviin ja väreihin.

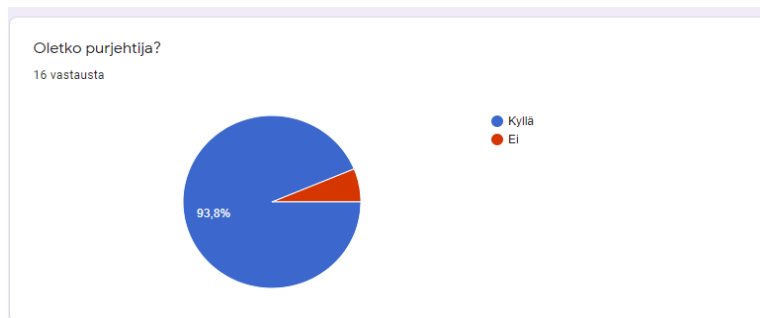
Kun tärkeimmät muutokset sivustoon oli tehty, oli aika kysellä sivuston käyttäjien mielipidettä. Kysely luotiin Googlen Forms -työkalulla. Kyselyssä pyrittiin tutkimaan verkkosivujen toimivuutta ja käyttäjäkokemusta eri osa-alueilla (Liite 1). Kyselyyn vastasi vain 16 henkilöä, mikä oli pieni pettymys, koska kysely lähetettiin 40 henkilölle. Vastaukset antoivat kuitenkin hyvää tietoa sivustosta ja sen toimivuudesta sekä ihmisten tyytyväisyydestä kokonaisuudessaan.

Ensimmäisenä kyseltiin vastaajan ikää. Kuviosta 31 näkee vastaajien iät. Vastauksista nähdään, että vastaajat ovat enimmäkseen ennen 1980-lukua syntyneitä eli hieman vanhempaa sukupolvea. Olisi ollut mielenkiintoista kuulla enemmän kaikenikäisten mielipiteitä, mutta toisaalta tämä antaa selkeän kuvan sivuston ikäkohderyhmästä.



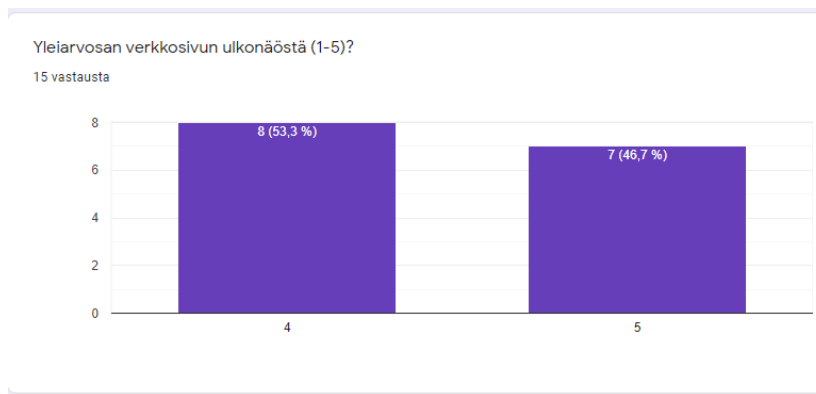
Kuvio 31: Vastaajien iät

Seuraavana kysyttiin, onko vastaaja kohderyhmää. Kuviosta 32 nähdään, että todella suuri osa vastaajista on osa kohderyhmää. Tämä on todella hyvä asia, koska näin palaute on enemmän varteen otettavaa. Toisaalta olisi ollut hyvä kuulla myös pari vastausta kohderyhmän ulkopuolelta.



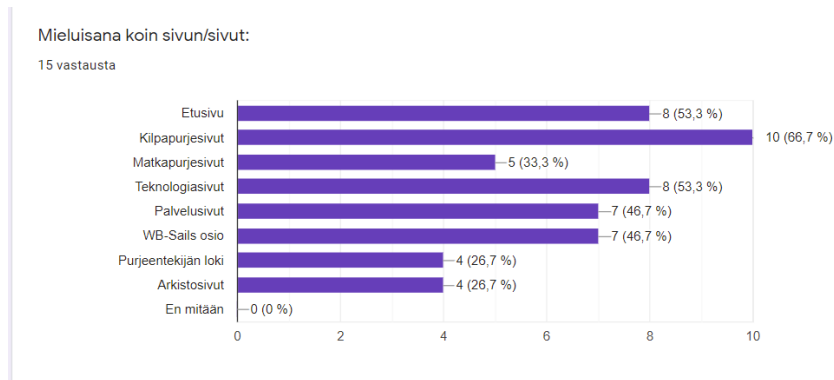
Kuvio 32: Vastaaajan osuus kohderyhmään

Seuraavana kysyttiin yleistä arvosanaa verkkosivun visuaalisesta ulkonäöstä. Kuviosta 33 nähdään, että vastaajien yleisarvosana sivuston tyylistä oli todella positiivinen. Tämä oli positiivinen yllätys.



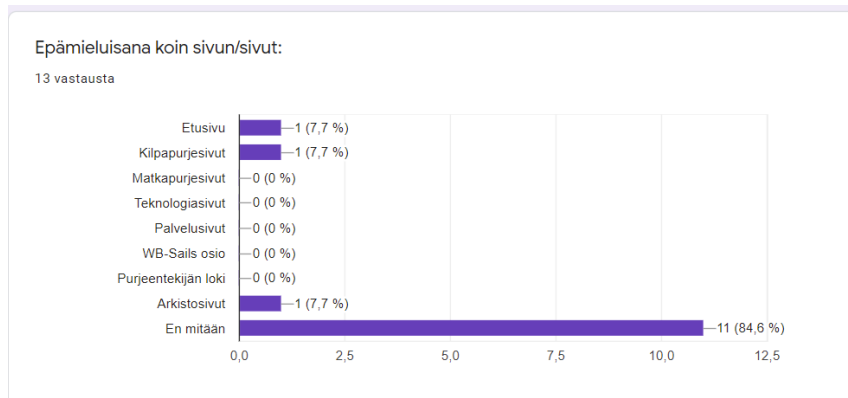
Kuvio 33: Yleisarvosana

Seuraavana kysyttiin sivuston mielisuutta tiettyä sivua kohden. Tässä pyrittiin kartoittamaan, onko jokin sivu erityisesti onnistunut muihin nähden. Vastauksissa mielenkiintoista oli, että sivuja oli valittu monipuolisesti. Oli hyvä nähdä, että etusivu oli koettu mieluisana. Kilpapurjesivut oli kyselyn mukaan koettu eniten mieluisaksi mikä oli hieman omituista, koska kilpa- ja matkapurjesivut ovat tyyliltään todella samanlaisia. Tämä on kuitenkin hyvin selitettävissä sillä, että moni on löytänyt etsimänsä sisällön sieltä.



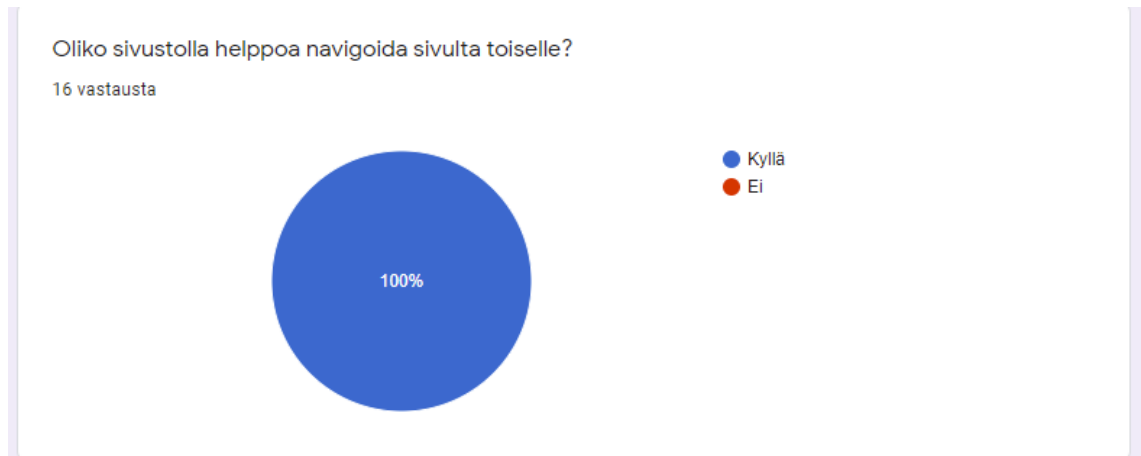
Kuvio 34: Mieluisana koin sivun/sivut

Samalla tavalla kyselyssä pyrittiin hahmottamaan sivuston epämieluisia sivuja. Positiivisena yllätyksenä tuli, että lähes kukaan ei kokenut sivustoa epämieluisana. Yksi kyselyyn vastanneista ilmoitti kuitenkin kokeneensa etusivun ja kilpapurjesivut epämieluisana. Tämä tarkoittaa, että sivuissa on mahdollista parannettavaa.



Kuvio 35: Epämieluisana koin sivun/sivut

Seuraavaksi kyseltiin mielipidettä sivustolla navigoinnista. Navigointi osoittautui menestykseksi, koska kyselyn perusteella kukaan sivustolla vierailut ei kokenut ärtyneisyyttä navigaation kanssa.



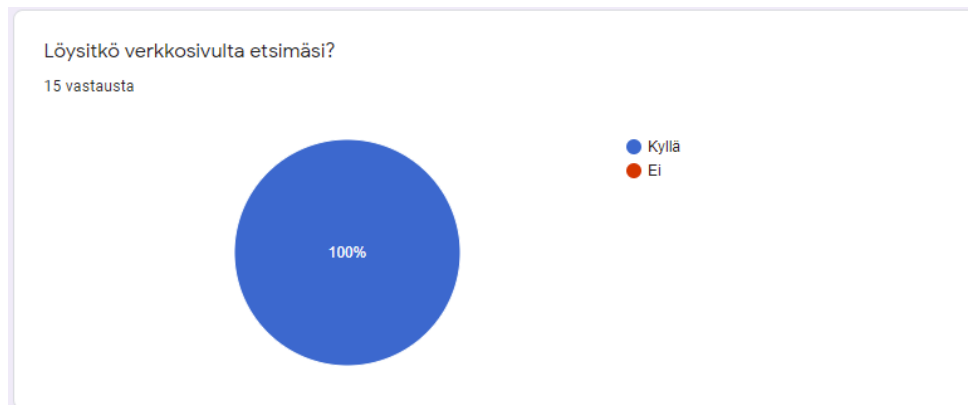
Kuvio 36: Oliko sivulla helppo navigoida?

Oli myös oleellista kysyä, kokiko kävijä sivustolla ärtyneisyyttä. Yksi kuudestatoista vastaajasta ilmoitti kokeneensa ärtyneisyyttä sivustolla, mikä tarkoittaa sivusto on onnistunut hyvin, mutta parantamisen varaa on.



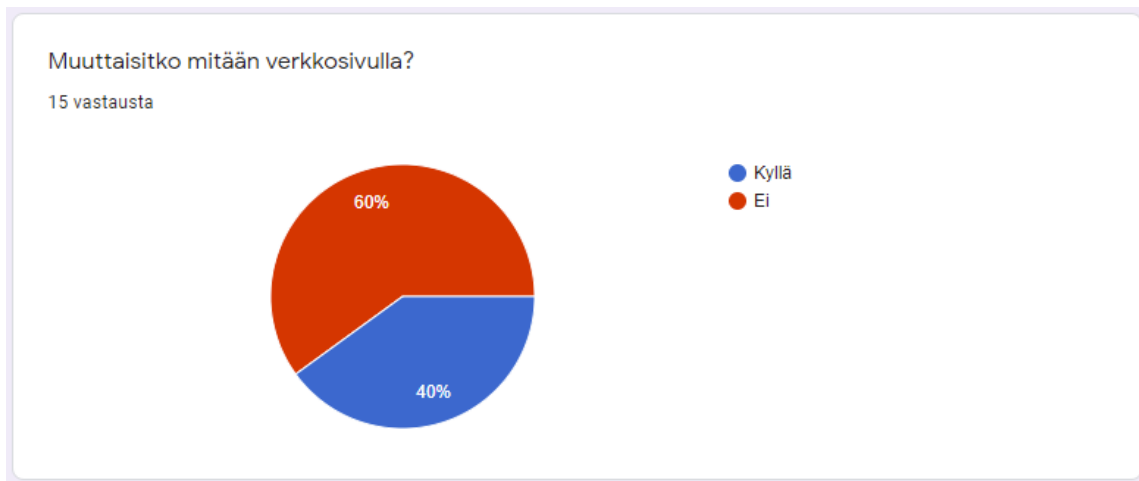
Kuvio 37: Koitko ärtyneisyyttä sivulla?

Tärkeää oli myös selvittää, löysikö vierailija etsimänsä sisällön sivustolta. Palaute tähän kohtaan oli todella positiivinen yllätys, koska kyselyn mukaan jokainen siihen vastannut löysi etsimänsä sivustolta (Kuvio 38).



Kuvio 38: Löysitkö sivulta etsimäsi?

Viimeisenä kysyttiin olisiko verkkosivulla mitään muutettavaa. Tämä oli ensimmäinen kysymys kyselyssä, joka oikeasti jakoi mielipiteitä. Suurin osa oli sitä mieltä, että sivustolla ei ole muutettavaa, mutta melkein puolet ilmoitti muuttavansa jotain sivustolla. Tämä vain vahvistaa jo aiemmista vastauksista tullutta tulosta: Sivusto on todella onnistunut, mutta parannettavaa on.



Kuvio 39: Muuttaisitko mitään verkkosivulla?

Viimeisenä oli oleellista kysyä, mitä kyselyyn vastannut sivulla haluaisi muuttaa. Yllättävän moni antoi kirjallista palautetta, mikä oli todella hyvä asia. Näiden palautteiden perusteella sivustoa on hyvä lähteä parantamaan. Palautteista näkee (Kuvio 40), että suurin osa palautteesta koskee sivuston sisältöä, eli sivusto on ainakin näillä näkymin visuaalisesti ja toimivuudeltaan onnistunut.

Jos kyllä, niin mitä?

6 vastausta

Etusivu on aika laimea, ja yleensäkin kuvat on aika pieniä.

puhelinnumeroa ei kannata piilottaa.. se on ensimmäisiä asioita joita joka sivulta joutuu hakemaan

kaipaen vielä enemmän tietoa esim. 1) eri purjemateriaalien ominaisuuksista, 2) eri avotuulipurjeiden käytöstä assyt, symmetriset, codet yms.

Hieno, että WB:lle on tullut uusia palveluja. Niitä kannattaisi nostaa enemmän esille, esim UUTTA! otsikon alla

Olisin voinut vastata myös "Ei". Ennen tätä uudistusta verkkosivu oli jotenkin jäänyt facen jalkoihin ja verkkosivuilla on (jopa etusivulla) aika vanhaa materiaalia. Siten uudistus on hyvin tervetullut. Visuaalisuus on hyvä, mutta varsinkin innokkaan purjehtijan perspektiivistä, pääasia on kuitenkin substassi ja tähän sunbstanssiin kuuluu myös materiaalien ajantasaisuus/uutuus.

vaikea sanoa! hyvältä näyttää ja tuntuvat toimivan niin kuin pitää

Opastusta

Kuvio 40: Palautteet

9 Pohdinta

Verkkosivujen tekeminen ja suunnittelu oli kokonaisuudessaan haastavaa ja aikaa vievää työtä. Suunnittelu oli vaiheista sujuvin. Kaikki työn osapuolet antoivat omia ideoitaan ja palautetta, joten suunnittelussa päästiin aina selkeään yhteisymmärrykseen. Suunnittelu toteutui järjestelmällisesti, eikä mitään alettu toteuttamaan ennen kuin selkeä suunnitelma oli valmis. Näin välttyttiin turhilta väärinkäsityksiltä ja ongelmilta. Suunnitteluprosessi avasi tärkeimmät asiat mitä tulee ottaa huomioon ja näytti, miten eri osa-alueet suunnitellaan. Tätä vahvasti kirjallisen osuuden kirjoittaminen, jota varten tuli opiskella paljon suunnitteluun liittyvää teoriaa.

Verkkosivujen toteutusprosessi oli koko projektin eniten aikaa vienyt vaihe. Toteuttaminen samoin suunnittelun tapaan opetti todella paljon työstä. Verkkosivuprojektissa toimiminen näytti, miten verkkosivut toteutetaan asiakkaan toiveiden mukaisesti eikä vain omien preferenssien perusteella. Toteutus näytti, että kannattaa aina opetella tarkasti, miten verkkosivun rakennukseen käytettävää työkalua käytetään ennen kuin lähdetään rakentamaan. WordPress on esimerkiksi hyvin moni osa-alueinen työkalu ja sen käyttäminen on huomattavasti helpompaa, kun ymmärtää tarkasti, miten kukin osa-alue toimii etukäteen.

Kokonaisuudessaan voidaan vetää johtopäätös, että verkkosivujen suunnittelu ja toteuttaminen asiakkaalle on työ, joka vaatii enemmän taustatietoa kuin miltä saattaa etukäteen näyttää. Verkkoympäristössä on valtava kilpailu yritysten välillä ja kaikki tieto ja tekniikat kannattaa hyödyntää, mikäli haluaa pärjätä verkkoympäristössä. Suunnitteluun ja toteuttamiseen kannattaa panostaa etukäteen, jos haluaa etulyöntiaseman muihin verkkosivuihin ja paljon vierailijoita omalle sivustolle. Vaikuttaa myös siltä, että verkkosivujen merkitys tulee vain voimistumaan tulevaisuudessa, joten verkkosivuhankkeen antama kokemus on arvokasta.

Verkkosivuhankkeen toimeksiantaja, WB-Sails, oli myös todella tyytyväinen lopputulokseen. Kaikki mitä sivulle haluttiin toteuttaa, saatiin toteutettua. Sivustoa ja sen palveluita kehitetään vielä tulevaisuudessa.

Valmis sivusto löytyy osoitteesta: <https://wb-sails.fi/fi/etusivu/>

10 Lähteet

Painetut

Lopuck, L. 2012. Web design for dummies. 3rd. Edition. Wiley.

Campbell, J. T. 2018. Web design: Introductory. 6th edition. Boston, MA: Cengage Learning.

Korpela, J., Linjama, T. 2005. Web-Suunnittelu. 1. painos. Jyväskylä: Docendo Finland Oy.

Sähköiset

Web-Veistäjä 2018. Julkaisujärjestelmän valinta. Viitattu 15.04.2021

<https://web-veistamo.fi/blog/2018/11/16/julkaisujarjestelman-valinta/>

Muranen, A. 2019. Mitä WordPress-verkkosivujen teko maksaa? Viitattu 23.04.2021

<https://pixels.fi/fi/blogi/mita-wordpress-verkkosivujen-teko-maksaa/>

Open Source. What is open source? Viitattu 21.04.2021

<https://opensource.com/resources/what-open-source>

Kinsta 2021. What Is a Content Management System (CMS)? Viitattu 10.04.2021

<https://kinsta.com/knowledgebase/content-management-system/>

Kinsta 2021. What Is WordPress? Explained for Beginners. Viitattu 11.04.2021

<https://kinsta.com/knowledgebase/what-is-wordpress/>

Kinsta 2021. WordPress.com vs WordPress.org - What's The Difference? Viitattu 16.04.2021

<https://kinsta.com/blog/wordpress-com-vs-wordpress-org/>

Huttunen, K. 2021. Parhaat WordPress teemat. Zoner. Viitattu 18.04.2021

<https://www.zoner.fi/parhaat-wordpress-teemat/>

Blom, V. 2017. Viisi väärinkäsitystä avoimesta lähdekoodista. Viitattu 22.04.2021

<https://web-ostajanopas.fi/2017/02/07/viisi-vaarinkasitysta-avoimesta-lahdekoodista/>

Huusko, L. 2017. WordPress lisäosat. Viitattu 19.04.2021

<https://www.laurihuusko.fi/wordpress/wordpress-lisaosat/>

Graafinen 2015. Yleistä typografiasta. Viitattu 07.05.2021

<https://www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/>

Karukka, M., Inkilä, T. 2013. Responsiivinen verkkosivujen suunnittelu mukauttaa sisällön eri päätelaitteille. Oulun Ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.05.2021

<http://www.oamk.fi/epooki/2013/responsiivinen-verkkosivujen-suunnittelu/>

Suomen Digimarkkinointi Oy. 5 syytä, miksi valita responsiiviset verkkosivut. Viitattu 12.05.2021.

<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/5-syyta-miksi-valita-responsiiviset-verkkosivut>

Elbanna, K. Mitä hakukoneoptimointi (SEO) on? Suomen Digimarkkinointi Oy. Viitattu 15.05.2021.

<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/mita-hakukoneoptimointi-seo-on>

11 Kuviot

Kuvio 1: Sivukartta	10
Kuvio 2: Rautalankamalli	10
Kuvio 3: Väripaletti	12
Kuvio 4: Väripyörä	12

Kuvio 5: Globaali navigaatio kursoritoiminnallisuudella	14
Kuvio 6: Leivänmurut navigaatiossa	15
Kuvio 7: Vanhat verkkosivut	17
Kuvio 8: Verkkosivun kolme päätavoitetta	19
Kuvio 9: Sivuston avainsanat	19
Kuvio 10: Vaihtoehto 1	20
Kuvio 11: Vaihtoehto 2	20
Kuvio 12: Vaihtoehto 3	20
Kuvio 13: Lopullinen visuaalinen konsepti	21
Kuvio 14: Sivuston värit	21
Kuvio 15: Sivuston fontit	22
Kuvio 16: Sivukartta	22
Kuvio 17: Etusivun banneri	23
Kuvio 18: Etusivu kokonaisuudessaan	23
Kuvio 19: Sivuston globaali navigaatio	24
Kuvio 20: Sivuston päänavigaatio	24
Kuvio 21: Sivuston sivunavigaatio	25
Kuvio 22: Kuvataulukko	25
Kuvio 23: Sivuston lopullista tyyliä	26
Kuvio 24: Lomakepohja	26
Kuvio 25: WordPress etusivu	27
Kuvio 26: Elementor -muokkain Vs WordPress -muokkain	27
Kuvio 27: WordPress lisäosakauppa	28
Kuvio 28: Yoast SEO	28
Kuvio 29: Elementor responsiivisuus	28
Kuvio 30: Mobiilivalikot	29
Kuvio 31: Vastaaajien iät	30
Kuvio 32: Vastaaajan osuus kohderyhmään	30
Kuvio 33: Yleisarvosana	31
Kuvio 34: Mieluisana koin sivun/sivut	31
Kuvio 35: Epämieluisana koin sivun/sivut	32
Kuvio 36: Oliko sivulla helppo navigoida?	32
Kuvio 37: Koitko ärtyneisyyttä sivulla?	33
Kuvio 38: Löysitkö sivulta etsimäsi?	33
Kuvio 39: Muuttaisitko mitään verkkosivulla?	34
Kuvio 40: Palautteet	34

12 Liitteet

Liite 1: Verkkosivukysely 44

Liite 1: Verkkosivukysely

Syntymäaika

Kuukausi, päivä, vuosi

Oletko purjehtija?

Kyllä, Ei

Yleisarvosana verkkosivun ulkonäöstä (1-5)?

1-5

Mieluisana koin sivun/sivut:

Etusivu, Kilpurpurjesivut, Matkapurjesivut, Teknologiasivut, Palvelusivut, WB-Sails osio,
Purjeentekijän loki, Arkistosivut, En mitään

Epämieluisana koin sivun/sivut:

Etusivu, Kilpurpurjesivut, Matkapurjesivut, Teknologiasivut, Palvelusivut, WB-Sails osio,
Purjeentekijän loki, Arkistosivut, En mitään

Oliko sivustolla helppoa navigoida sivulta toiselle?

Kyllä, Ei

Koitko ärtyneisyyttä/turhautuneisuutta vieraillessasi sivustolla?

Kyllä, Ei

Löysitkö verkkosivulta etsimäsi?

Kyllä, Ei

Muuttaisitko mitään verkkosivulla?

Kyllä, Ei

Jos kyllä, niin mitä?

