

Bloggerilla näkyvyyttä,
case TS-Salonki Team Kamppi

Helena Karvinen



Tekijä tai tekijät Helena Karvinen	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2013
Raportin nimi Bloggerilla näkyvyyttä, case TS-Salonki Team Kamppi	Sivu- ja lii- tesivumäärä 42 +83
Opettajat tai ohjaajat Irene Vilpponen	
<p>TS-Salonki Team Kamppi haluaa internetissä viestittää toiminnastaan ja näin palvella asiakkaitaan sekä yhteistyökumppaneitaan entistä paremmin. Blogin avulla tiimin jäsenet kertovat itsestään ja kampaamotyöstään sekä kampaamon palveluista. Blogilla halutaan myös parempaa verkkonäkyvyyttä. Tiimin jäsenillä ei ole juurikaan tietoteknisiä valmiuksia. Blogi soveltuu näin ollen hyvin helppokäyttöisyytensä ansiosta heidän internetsivuiksi.</p> <p>Tässä opinnäytetyössä on kartoitettu ja listattu hyödyt ja haasteet blogin pitämiseksi. Selvitetty, miksi ja miten bloggaaminen olisi paras tehdä. Lisäksi on selvitetty verkkonäkyvyyttä ja tarkasteltu markkinointinäkökulmia. Työssä on rajattu pois eri blogialustojen vertailu ja valinta. Alustaksi valittiin Blogger suosion ja käytettävyyden perusteella.</p> <p>Tavoitteena oli tuottaa toimiva, tyylikäs ja helppokäyttöinen blogisivusto yrittäjälle ja hänen tiimilleen sekä ohjata alkuun blogin pitämisessä Bloggerilla. Helppokäyttöisyys oli tärkeintä, jotta tiimin jäsenet pystyvät sivustoa ylläpitämään.</p> <p>Tässä opinnäytetyössä syntyi lisäksi:</p> <ul style="list-style-type: none">– projektisuunnitelma– sivustosuunnitelma– katsaus Googlen palveluihin– Blogger-perusohje aloittelijalle– blogisivut TS-Salonki Team Kampille <p>Aikataulun mukaisesti sivusto saatiin tehtyä ja on toiminnassa. Toiminnan aloitusvaiheessa oli opastus tiimin jäsenille.</p>	
Asiasanat blogit, verkkosivut, verkkonäkyvyys, digitaalinen markkinointi	

Degree programme in Information Technology

<p>Authors Helena Karvinen</p>	<p>Group or year of entry 2013</p>
<p>The title of thesis Easy internet visibility for a small business by Blogger - Case TS-Salonki Team Kamppi</p>	<p>Number of pages and appendices 42 +83</p>
<p>Supervisor(s) Irene Vilpponen</p>	
<p>TS- Salonki Team Kamppi wants to provide a communication channel for their customers as well as partners on the internet. The blog helps team members to provide information about themselves and their work, as well as hairdressing salon services. The blog is also intended to improve web-visibility. The team members do not have much technological skills. The blog is therefore suitable for their needs.</p> <p>The benefits and challenges of maintaining a blog are listed in the thesis. It is explained why and how blogging should be done. Because a blog is easy to use and maintain, it is a good choice for their internet website. Web-visibility and digital marketing perspectives were also studied. The Blogger was chosen as a blog publishing service based on popularity and usability. Other services are left outside the scope of the thesis.</p> <p>The aim was to produce a functional, stylish and easy-to-use blog site. Usability was the most important aspect to consider in order for the team members to be able to maintain the site. At the beginning of use there was guidance for the personnel for how to write the blog.</p> <p>In addition the following parts were completed: Project plan, Website plan, Overview of Google services, Blogger basic instruction for beginners, TS-Salonki Team Kamppi blog.</p> <p>The project was carried out on schedule. The blogsite is in use now. At the beginning of use of the site, there was a training session.</p>	
<p>Key words blogs, websites, web visibility, a digital marketing</p>	

Sisälllys

1	Johdanto	1
2	Blogi, sen hyödyt ja riskit	3
2.1	Mikä on blogi?.....	3
2.2	Blogista etua ja hyötyä yritykselle	6
2.3	Blogista riskejä ja haasteita yritykselle.....	8
3	Blogilla näkyvyyttä internetissä.....	10
3.1	Miten aloittaa bloggaaminen?	10
3.2	Sisällöntuotanto blogille ja blogin ylläpitäminen	13
3.3	Markkinointi ja verkkonäkyvyys	17
4	Blogin tekeminen Bloggerilla ja teko-ohje	23
4.1	Toimeksiantajan esittely.....	23
4.2	Blogin suunnittelu ja toteutus	24
4.3	Tuloksena verkkosivut ja ohjeet	26
4.4	Käyttöönotto ja hakukoneoptimointi	30
4.5	Saavutetaanko tavoitteet ja kehitysnäkymät	31
5	Yhteenveto ja johtopäätökset	32
	Lähteet	35
	Liitteet	38

1 Johdanto

Tämän työn tarkoituksena on ollut tehdä blogi ja ohjeistaa blogin teko sekä ylläpito yrittäjälle, jolla ei ole tietoteknistä osaamista. Blogin teko-ohje on kuvattu yhdelle alustalle, joka on Blogger. Työn ulkopuolelle on rajattu muiden blogisovellusten tutkiminen. Koska Blogger on helppokäyttöinen ja suosittu, voisi olettaa, että se ei myöskään heti häviä markkinoilta. Siinä on riittävästi muokausmahdollisuuksia perussivuston tarpeisiin. Alustaksi valittiin tämän vuoksi Blogger. Sosiaalisen median suosion ja käytön kasvu yleisesti on ajankohtainen ilmiö tänä päivänä. On mielenkiintoista selvittää sen erilaisia muotoja ja sen tarjoamia mahdollisuuksia. Tässä työssä on paneuduttu blogien maailmaan, joka on osa sosiaalista mediaa. Blogit eivät ole läheskään aina nettipäiväkirjoja, joita pitää orjallisesti päivittää joka päivä kaikkien luettavaksi. Yrityksen blogi voi olla yhtä hyvin yrityksen kotisivut, interaktiivinen foorumi eri sidosryhmien kanssa tai markkinointikanava internetissä. Koska ihmiset ovat internetissä ja pysyvät siellä, on tärkeää, että yritys panostaa näkyvyyteensä siellä ja on löydettävissä. Hakukoneet toimivat tämän päivän puhelinluettelon Keltaisina sivuina ja yritykselle on tärkeää tulla löydettyksi hakutuloksissa.

Idea tälle työlle tuli TS-Salonki Team Kampin tarpeesta saada paremmin ja nopeammin yrityksen informaatio toiminnasta asiakkaille sekä mahdollisille yhteistyökumppaneille. Tiimin jäsenillä ei ole juurikaan tietoteknisiä valmiuksia. Blogger tarjoaa helpot työkalut tuottaa internetsivusto ja soveltuu tähän tarkoitukseen mainiosti. Vaativimmat ratkaisut olisivat saattaneet jäädä toteutuksen jälkeen käyttämättä, koska niiden ylläpitämiseen olisi vaadittu ulkopuolista asiantuntijaa. Tässä opinnäytetyössä on tehty blogi kyseiselle tiimille, projektisuunnitelma, sivostosuunnitelma, katsaus Googlen palveluihin ja perus Blogger-käyttöohje aloittelijalle. Verkkonäkyvyys ja markkinointi ovat osa käsiteltävää aihetta ja olennaista yritystoimintaa ajatellen. Työ on ollut toimeksiantoon pohjautuvaa. Toimeksiantaja on kampaamoyritys TS-Salonki Kamppi, team Taru Stenberg. Koska yleinen tietotekninen osaaminen tässä tiimissä on vähäistä, on pyritty tekemään kaikki mahdollisimman yksinkertaisesti eli blogin pitämiseen riittää tietokone ja verkkoyhteys sekä halu ylläpitää sivuja. Blogin perustamisen jälkeen ylläpito siirtyi tiimille. Käyttöön-oton yhteydessä opastettiin henkilökuntaa blogin teossa.

Blogin toteutus on tehty yhdessä yrittäjän ja muun henkilöstön kanssa. Työn alussa on tehty projektisuunnitelma (liite 1) ja sivustosuunnitelma (liite 2). Toimeksiantaja on vastannut varsinaisesta sisällöntuotannosta. Sivusto on toteutettu Bloggerilla sivustosuunnitelman mukaan. Ylläpidon aloittamista on ohjattu ja seurattu. Työn ohessa syntyivät dokumentit Tutustu Googleen (liite 3) ja Blogger-perusohje (liite 4). Ohjeen toimivuus on testattu ulkopuolisilla käyttäjillä. Tässä testauksessa osoittautui, että voi olla tarvetta tutustua ensin Google-palveluihin ennen kuin aloittaa blogin tekemisen. Tästä syystä työn ohessa syntyi myös Tutustu Googleen katsaus, jossa käydään läpi muun muassa Google-tilin luominen ja profiili.

Tutkimusongelmat kysymyksen muodossa: Mikä on blogi? Miksi kannattaa tehdä yritysblogi? Mitä haasteita voi olla blogin pitämisessä yrittäjälle? Miten tehdään ja ylläpidetään blogia? Miten saadaan blogille näkyvyyttä internetissä? Lisäksi produkti toi esiin kysymykset: Mitä blogin teko-ohjeen, Blogger-ohjeen pitää sisältää, jotta se olisi riittävä aloittelijalle? Millaista ohjausta tietoteknisesti osaamaton käyttäjä tarvitsee blogin luomiseen ja ylläpitämiseen? Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa, miksi yritysblogia kannattaa pitää, sen hyödyt ja riskit huomioiden. Suunnitella ja toteuttaa blogi yritykselle yhdessä yrittäjän kanssa ja ohjata sen käytön aloituksessa. Laatia perusohjeet työn edetessä koskien sitä, miten blogi tehdään ja miten sitä ylläpidetään. Bloggerista on tehty perusohje, jonka avulla pystyy helposti luomaan ja ylläpitämään blogia. Ohje on rajoitettu perusasioihin, jotta se ei olisi liian vaikea ja raskaslukuinen. Yrittäjälle on tärkeää saada näkyvyyttä blogilleen ja tätä on selvitetty. Opinnäytetyön lopputuloksena toimeksiantaja on saanut ensimmäisen version blogista, ohjeet ja opastusta blogin käyttöön. Toimeksiantajalta saatu palaute on ollut myönteistä.

Tietoperusta on pyritty kokoamaan tutkien uusinta kirjallisuutta, nettijulkaisuja ja tutkimuksia sosiaalisesta mediasta ja blogien kirjoittamisesta. Tutkimuskysymyksiin on pyritty vastaamaan kattavasti. On selvitetty, miksi blogi kannattaa tehdä ja mitä erityistä hyötyä voi yrittäjä sillä saada. Myös blogin tuomia haasteita on mietitty. On selvitetty blogin tekemistä, ylläpitoa ja verkkonäkyvyyttä niin teknisesti kuin sisällöntuotannollisestikin unohtamatta markkinointinäkökulmaa.

2 Blogi, sen hyödyt ja riskit

2.1 Mikä on blogi?

Blogin määritelmä vaihtelee jonkin verran. Alasilta pohdiskelee, tarvitseeko blogia tarkasti edes määritellä. Blogi (weblog) on yksinkertaisesti verkkosivu internetissä. Blogialustoja eli julkaisujärjestelmiä, joille blogi luodaan, voidaan käyttää ketterästi hyvin monella tapaa ja ne soveltuvat erilaisiin tarkoituksiin. Mitään näistä tavoista ei voida pitää vääränä, vaan jokainen voi tehdä blogisivuistaan juuri omaan tarkoitukseen soveltuvat. Blogilla voidaan julkaista niin tekstiä kuin multimediaakin. Julkaisuja kutsutaan blogipostauksiksi ja julkaistut blogit muodostavat blogosfäärin internetissä. Blogit ovat oleellinen osa nykyistä nettimaailmaa Web 2.0:a. Julkaisut ilmestyvät aikajärjestyksessä ja yleensä tuorein julkaisu on ensimmäisenä. Postaukset merkitään yleensä tag:illa, tunnisteella, jolla saadaan aikaan erilaisia kategorioita sisältöön perustuen. Nämä auttavat lukijoita ja hakukoneita löytämään haluamansa tiedon helposti sivustolta.

Blogin kirjoittaja, bloggaaja, on asiaan perehtynyt henkilö. Bloggaaja voi olla asiantuntija, ryhmä, yrityksen tiimi tai yritys. Asiantuntijan ylläpitämä blogi on erinomainen tiedonlähde, jossa vuorovaikutus toimii lisämausteena. Mistä tahansa aiheesta voi kirjoittaa blogille. Jotkut bloggaajat voivat kirjoittaa erilaisista tapahtumista. Toiset puolestaan voivat julkaista uutisia tai ohjeita. Hyviltä kirjoittajilta ilmestyy artikkeleita heitä kiinnostavista aiheista. Bloggaajat voivat esitellä uusia tuotteita ja tutkimustuloksia sekä saada mainostuloja esittelyistään. Blogia pidetään tehokkaana tapana tuoda ideat markkinoille. Bloggaaja on aina henkilö, jonka pitäisi voida tunnistaa tämän nimen ja kuvan perusteella. Persoonallisuus luo uskottavuutta ja vastuunottamista blogin sisällön suhteen. Yritysblogia voi kirjoittaa monta henkilöä tai yrityksellä voi olla monta erillistä blogia. Jälkimmäinen on suositeltavaa isommalle yritykselle. Myös yritysblogissa kirjoitus tulisi olla kirjoittajansa näköinen.

Blogin pitäminen vaatii blogialustan, jolle blogi perustetaan. Blogiohjelmat ovat helpokäyttöisiä, eivätkä yleensä vaadi HTML-koodin osaamista. Koska koodia ei tarvitse ymmärtää, on blogi helppo perustaa tällaiselle blogialustalle. Jos ei ole tietoteknistä osaamista, on jopa suositeltavaa perustaa verkkosivut blogialustalle. Ilmaisia blogialus-

toja ovat esimerkiksi Blogger (www.blogger.com), Tumblr (www.tumblr.com), Posterous (www.posterous.com) tai WordPress (www.wordpress.com). Viimeisin vaatii tietoteknistä osaamista käyttäjältä ja tämän vuoksi se ei sovellu kaikille käyttäjille. Näistä tunnetuin on Blogger. Oikeastaan kuka tahansa siis pystyy perustamaan blogin, jos löytyy riittävä, palava halu tuoda ajatuksiaan ja tietoa julki.

Blogit ovat osa sosiaalista mediaa ja sille on luonteen omaista vuorovaikutus. Julkaisuja jaetaan ja niitä yleisesti kommentoidaan. Blogipostauksien jakamiseen ja seurantaan löytyy syötteen ja teksteissä on yleensä annettu kommentointimahdollisuus. Uutta blogin pitäjää vuorovaikutus voi jännittää. Eriävät mielipiteet kommentteina voivat vaatia totuttelua. Mielipiteet saavat kuitenkin sivuston elämään, kun syntyy ajatustenvaihtoa ja erilaisia näkemyksiä asiasta. Kommenteista voi hyötyä ja oppia sekä saada uusia ideoita. Blogin lukija on merkittävässä roolissa ollessaan vuorovaikutuksessa kommentoimalla tekstiä. Blogi säilyttää paremmin elinvoimansa, kun sillä on toimintaa ja bloggaaja jatkaa mielellään blogin kirjoittamista tietäessään, että hänen blogiaan myös luetaan. (Kortesuo 2010, 59; Leino 2011, 183; Lammi 2013, 128; Leino 2011, 181, 188.)

Entä seurataanko blogeja? Ihmiset eivät läheskään aina edes tiedosta lukevansa blogia, kun ovat päätyneet sivustolle linkin tai hakutulosten kautta. Blogien määritelmä hämärtyy, kun tarkastellaan internetissä luettavia uutisia, lehtiä ja journalistien kolumneja. Niitä voi myös kommentoida ja ne on saatettu julkaista blogialustalle. Kaikki sivut ovat tosiaikaista mediaa internetissä, eikä lukija pahemmin välitä sivuston määrittelystä, vaan on tyytyväinen, jos sivustolta löytyy tietoa ja viihdearvoa hänelle. Yritykselle puolestaan on tärkeää, että kävijät löytävät yrityksen sivuille. Hyviä kirjoituksia lukija jakaa mielellään sosiaalisessa mediassa. Lukijat voivat seurata blogeja erilaisilla sovelluksilla (esimerkiksi Bloglovin), jotka helpottavat lukijoita pysymään ajan tasalla lempibloggaajien postauksista. Blogien seuraaminen on helppoa syötteen avulla. Syötteen tilaamalla voi internetissä seurata muuttuvia verkkosisältöjä helposti ja nopeasti. Syötteen lukeminen onnistuu erilaisilla syötteenlukuohjelmilla tai selaimella, jotka seuraavat säännöllisesti, onko uutta tietoa päivittynyt tilatussa verkko-osoitteessa. Syötteenlukuohjelmia tarjoavat esimerkiksi Google (Google Reader) ja Netvibes.com. Syötteen voi tilata sivuilta, jotka tarjoavat RSS- tai Atom-syötteitä. Syöteellä, RSS-syöte (Really Simple Syndication), välitetään päivittyvää sisältöä syötetiedostoon. Atom on uudempi ja kehittyneempi

syötteen muoto. (Alasilta 2009, 30-36; Scott 2013, 92-95; Leino 2011, 15, 187, 243; Lammi 2013, 127-129; Uusisaari & Aalto 2009, 64; Kalliala & Toikkanen 2012, 85; Jyväskylän yliopisto 2013.)

Miksi pitäisi blogata? Blogitekstissään Lintulahti kuvaa erinomaisesti verkostoitumisen merkitystä tulevaisuuden menestystekijänä. Verkostoituminen asiakkaiden, kumppaneiden ja työntekijöiden välillä on helpompaa kuin koskaan aikaisemmin, kertoo Lintulahti. Yritykset kohtaavat uusia haastajia, jotka valtaavat helposti digitaalisia markkinoita. Yritysten pitää pystyä vastaamaan näihin haasteisiin ketterästi ja siinä voi joutua muuttamaan perinteisiä liiketoimintamalleja asiakaslähtöisiksi niin automatisoinnin, verkostoitumisen kuin digitaalisen mediankin näkökulmasta. Nykyaikainen markkinointi on enemmän kuin perinteinen mainonta. Sosiaalisen median aikakautena ovat voimassa uudet säännöt. Internetissä sisältöä luodaan, kommentoidaan ja muokataan jatkuvasti. Voi sanoa, että olet sitä, mitä julkaiset sosiaalisessa mediassa. Ihmiset haluavat aitoutta ja osallistua. He jakavat internetissä ideoita, ajatuksia, sisältöä ja ihmissuhteet ovat tärkeitä. Tarkoituksenmukaista yritykselle on saavuttaa ihmiset internetissä. Oikeanlainen verkkosisältö tavoittaa kohdeyleisön juuri tälle sopivana aikana ja oikealla tiedolla. Erinomainen sisältö tuo ostajat yrityksen luo ja hyvää sisältöä osataan arvostaa. (Matti Lintulahti 2013; Scott 2013, 53-54, 70-71.)

2.2 Blogista etua ja hyötyä yritykselle

Vuorovaikutteiset ja ajan tasalla olevat blogit ovat houkuttelevampia kuin perinteiset kotisivut. Lukija pystyy keskustelulla vaikuttamaan helposti blogin sisältöön. Hakukoneet myös suosivat paremmin blogeja kuin perinteisiä kotisivuja. Bloggaaminen on parasta! Korteso sanoo kirjassaan Sano se someksi. Yrityksen verkkonäkyvyyden, imagon ja tunnettavuuden vuoksi yhdenmukaisuus ja linkittäminen sosiaalisen median eri palveluissa kuten blogit, Facebook ja Twitter on syytä huomata. Eri palveluissa tulisi olla yhdenmukaisesti vähintään nimi, slogan ja logo. Lisäksi voi kertoa tietoa palveluista, toimipaikoista ja yhteyshenkilöistä yrityksessä. On mahdollista tehdä blogille omat facebook -sivut yrityksen facebook -sivujen lisäksi. Osuvalla otsikoinnilla saa helposti blogille lukijoita ja facebookissa tykkäyksiä. Tykkääminen ja jakaminen facebookissa saa tiedon blogista leviämään nopeasti. Tuotekehittelyn ja ideoinnin alustana toimii hyvin vuorovaikutteisuus blogilla. Asiakkailta ja lukijoilta voi suoraan kysyä, mistä he ovat kiinnostuneita. Voi syntyä uusia innovaatioita, kun vuorovaikutus toimii.

Onko yrityksesi olemassa? Ilman näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa et ole löydettävissä ja yksinkertaistettuna nykyään se tarkoittaa, että et ole olemassa, sanoo Leino. Markkinoinnin kannalta yritysten on hyvä olla mukana internetissä, koska siellä myydään ja palvellaan asiakkaita. Internetissä lisäksi tehostetaan liiketoimintaa ja luodaan hyvää ja tunnettua yrityskuvaa. Tämä kasvattaa myyntiä sekä säästää rahaa ja aikaa. Parhaimmillaan asiakassuhteet syvenevät, riskit vähenevät, syntyy uusia markkinoita ja viestintä tehostuu. Sisältöstrategiassa on huomioitava, että sisältö voi olla markkinointi-, asiakaspalvelu-, asiointi-, tilaus- ja varauspalvelukanava tai verkkokauppa. Yritysten pitäisi ymmärtää, että jokainen sivuilla käynyt on mahdollinen asiakas.

Blogilla voi rakentaa mielikuvia. Yrityksestä syntyy hyvä mielikuva, kun jaetaan hyvää sisältöä. Brändin voi luoda helposti nykyään internetissä ja saada mainetta yritykselle. Mainetta ja imagoa on syytä suojella ja hallita. Internetistä haetaan arvioita palvelusta, yrityksestä ja hyvänmaineen kannalta on toivottavaa, että arvio on yritykselle suotuisaa. Blogilla on helppo antaa oma vastineensa negatiiviseen palautteeseen. Vähintään yhtä tärkeää on, että yritys löytyy verkkohauulla. Vuorovaikutteisuus nostaa blogia hakutulok-

sisä hakukoneilla. Blogien keskuudessa verkostoituminen muiden bloggaajien kanssa tuo myönteisellä tavalla arvostusta ja lisää näkyvyyttä linkittymisen kautta.

Parasta mainosta on suosittelu, sanoo Vassinen. Hyvään sisältöön kannattaa panostaa, koska se lähtee suosittelijoiden mukana elämään ja on näin oiva markkinointikeino.

Koska vuorovaikutus on tärkeä osa blogeja, pitää lukijoiden kysymyksiin vastata, keskustella, kiittää ja muistaa heitä. Parhaat puolestapuhujat ovat sitoutuneita ja heille syntyy hyvä mielikuva, kun he kokevat, että heistä välitetään ja heidän kanssaan keskustellaan. Suosittelijoihin luotetaan lähes täysin. Perinteinen mainonta ei yllä lähellekään tätä. Yrittäjälle etua tuo blogilla eri toimintojen mitattavuus. Erilaiset mittarit antavat mahdollisuuden asettaa tavoitteita sivuille. Voidaan mitata kävijäseuranta, kommentit ja yhteydenotot. (Blog Herald 2013; Korteso 2010, 58; Leino 2011, 15-16, 41-42, 56-59, 82, 86, 104-105, 107; Vassinen 2011; Vassinen 2013; Pink Bubble/bloggari Susanna 2013.)

2.3 Blogista riskejä ja haasteita yritykselle

Haasteita blogin pitämisessä sivujen löydettävyyden lisäksi tuo yrittäjälle ajankäyttö. Sivusto pitäisi toimia kustannustehokkaasti ja sitä pitäisi pystyä seuraamaan. Digitaalinen läsnäolo ja vuorovaikutus ovat blogin peruslähtökohtia. Ajatellen bloggaajan motivaatiota tuottaa sisältöä, vaikuttaa sivujen suosio jatkuvuuteen. Ilman seuraajia ei blogin pitäminen tunnu luontevalta. Nämä voivat kehittyä riskiksi blogin elinvoimaisuutta ja houkuttelevuutta ajatellen.

Sivujen löydettävyyttä voidaan parantaa helposti. Löydettävyys on mahdollisten asiakkuuksien perusta. Koska ihmiset ovat ja pysyvät netissä, myös yritysten pitää olla siellä. Internetissä yrittäjällä pitää olla hyvät yrityssivut, yritysblogi ja sivuilla sisällöntuotanto kunnossa. Sivuilla tiedot tulee olla ajan tasalla. Nykyisin yrityksellä voi olla internetissä lisäksi verkkokauppa. Hakukoneiden ja eri sivustojen pitää ohjata ihmiset yrityksen sivuille. Löydettävyys on tärkeintä. Hakukoneille näkyvät hyvät hakusanat ja oikein muodostettu verkko-osoite paremmin, joten niiden suunnitteluun kannattaa panostaa. Asiakkaat myös muistavat hyvän verkko-osoitteen helpommin.

Riittääkö aika ja innostus tuottamaan riittävästi tuoretta sisältöä blogille, voi koitua todelliseksi ongelmaksi. Ajankäyttö tuo omat haasteensa bloggaamiseen. Ajankäyttöä helpottaa, jos toimii suunnitelmallisesti. Voidaan tehdä päivityssuunnitelmat ja sisältösuunnitelmat. Voidaan sopia, kuka päivittää ja milloin. Ohjeet voi luoda erikseen päivittämiseen ja vastaamiseen. Ohjeistus voi myös ottaa kantaa viestinnän sävyyn, mitä ulospäin voidaan sanoa ja miten käsitellään negatiivinen palaute. Vaikka bloggaaminen säästää rahaa, se vaatii aikaa. Verkkovaluutta on suosittelu, sanoo Leino osuvasti. Kun hyviä kokemuksia syntyy, lukija kertoo niistä kaverilleen. Ikävä kyllä huonoista kokemuksista sanotaan, että niistä hän kertoo kaikille. Netti on tehnyt varoittamisesta helppoa. Suosittelemme voidaan pitää internetin verkkovaluuttana ja juuri sillä ostetaan uusia asiakkaita. Useimmin suositeltavia kohteita ovat hyöty-, viihde- ja vapaa-ajanpalvelut. Sisällöntuotanto voidaan nähdä yhtenä haasteena. Selvästi riskejä blogin pitämisessä on, jos ei saada aikaan riittävästi uutta sisältöä, päivittäminen on olematonta, perusviestintä ei suju, mainoksia on liikaa, sisältö ei ole ajan tasalla, se on häiritsevän puutteellista tai

rikotaan sosiaalisia perussääntöjä. Sisällöntuotantoon tulee panostaa. (Leino 2011, 71-76, 80-81, 86, 138-139, 170-171.)

Käyttöehtoihin tutustuminen olisi jokaisen bloggaajan tehtävä. Ennen palveluiden (blogialustan tarjoaja) käyttöönottoa on syytä tarkistaa käyttöehdot ja palveluntarjoajan kotimaa. Jos palveluntarjoajan yritys sijaitsee USA:n Kaliforniassa, niin USA:n henkilötietolaki suojaa vain USA:n kansalaisia. EU:n ja USA:n välille on perustettu Safe Harbour -sopimusjärjestely ja tällöin siihen sitoutuneet yritykset suovat EU:n kansalaisille EU:n mukaisen yksityisyyden suojan. Esimerkiksi: Google Docs, Picasa (Google Inc.) on ollut 15.10.2005 alkaen Safe Harbor -statuksella. Tällöin kaikki tekijänoikeudet jäävät tekijälle itselleen. Huomaa myös käyttöehdoissa kohta "Ei alle 18-vuotiaille". Käyttäjän pitää siis olla oikeustoimikelpoinen. On myös mahdollista antaa oikeudet muille kopioida tekstiä ja kuvia blogistaan Creative Commons -sääntöjen mukaisesti CC-lisenssillä. (Kalliala & Toikkanen 2012, 100; Creative Commons Suomi 2014; Edu.fi 2013.)

3 Blogilla näkyvyyttä internetissä

3.1 Miten aloittaa bloggaaminen?

Miten valita blogin aihe ja tyyli? Aluksi kannattaa tutustua internetissä yleisesti, mitä ihmiset sanovat yrityksestä, toimialasta ja tuotteista. Voi etsiä omasta ajatuksesta ja teemasta jo löytyviä blogeja ja seurata niitä. Blogeja voi hakea blogihauilla ja erilaisilta blogilistoilta. Markkinoita ja mielipiteitä on hyvä analysoida ennen aloittamista. Keskusteluihin kannattaa ottaa vähitellen osaa ja samalla voi antaa linkin yrityksen blogisivulle tai kotisivulle, jos sellainen on olemassa. Suositellaan tekemään yhteistyötä bloggaajien kanssa, jotka kirjoittavat yrityksen toimialalla ja tuotteista. Blogikirjoittajien teksti on arvokasta ja tuo helposti näkyvyyttä internetissä. Bloggaajalle voi tarjota lisää tietoa, kokemuksia ja tuote-esittelyjä, joista hänen on helppo kirjoittaa. Tutustumisen ja keskustelujen pohjalta voi miettiä omia blogitekstejä ja aloittaa bloggaamisen. Ei kannata tehdä samanlaista blogia, mikä jo löytyy, vaan pitäisi löytää se oma juttu. Tähän auttaa, jos pystyy tekemään blogista omaperäisen, inspiroivan ja persoonallisen. Jos kirjoittajia on useita, on hyvä, jos kunkin oma tyyli myös näkyy. Joku voi hyvin kirjoittaa provosoivasti ja toinen puolestaan humoristisesti ja kolmas taas tietoperusteisesti. Aitous ei voi korostaa liikaa. On parasta olla oma itsensä kirjoittaessaan. Myös omaan kirjoittamiseen ajan myötä on hyvä kiinnittää huomiota ja saada siihen vaihtelua.

Kun suunnitellaan yritysblogia, on tärkeää pyrkiä luomaan yksilöllistä sisältöä sekä miettiä tarkkaan tavoitteet ja kohderyhmä. Suunnitelmallisuus vaatii päätöksiä siitä, ketkä blogille kirjoittavat ja milloin. Markkinoiden analysointia kannattaa tehdä niin ennen blogin aloittamista kuin myös blogin perustamisen jälkeenkin. Erilaisia verkkohakuja voi tehdä Google-hauilla ja sosiaalisessa mediassa. Markkinoiden analysoimisen lisäksi kannattaa seurata kilpailijoiden toimintaa. Erytystä huomiota voi kilpailijoiden sivuilla kiinnittää siihen, miten he ovat erikoistuneet tai ovatko he jotenkin kiinnostavampia erottuen massasta. Asiakkailta voi kysyä suoraan, mitä sosiaalista mediaa he seuraavat ja millaista informaatiota he toivoisivat. (Kortesuo 2010, 62-64; Lammi 2013, 128; Leino 2011, 180, 230, Scott 2013, 99-104, 282.)

Mitä kaikkea pitäisi ottaa huomioon, kun aloittaa bloggaamisen? On erittäin tärkeä heti alussa valita toimiva blogialusta, oikeanlainen nimi ja verkko-osoite. Sivustosuunnitteluun on hyvä varata riittävästi aikaa. Blogin nimi tulee miettiä tarkkaan hakukoneet huomioiden. Nimen muuttaminen myöhemmin voi olla vaikeaa. Helppokäyttöisiä ja ilmaisia julkaisualustoja on useita, joista Blogger on yksi. Mietitään blogin verkko-osoite (URL). Se muodostuu yleensä palveluntarjoajan mukaan esimerkiksi päätteellä .blogspot.fi yhdistettynä osoitteen osaan, jonka voi itse valita kuten ts-salonki-kamppi. On mahdollista saada verkko-osoite myös yrityksen omalle palvelimelle ja omalla nimellä korvausta vastaan. Blogisovellus tarjoaa välineet sivujen ulkoasun muokkaukseen. Sivujen suunnitteluun on syytä panostaa ja kannattaa pitää mielessä yritykselle sopiva ja tyylikäs ulkoasu.

On mietittävä vuorovaikutusta sivustolla sekä sivuston seuranta. Aluksi bloggaamista ja julkaisemista voi harjoitella tai aloittaa pienellä koeryhmällä. On päätettävä halutaanko kommentointimahdollisuus tai sallitaanko kommentointia lainkaan. Postaukset on syytä muistaa merkitä aina tunnisteilla, tageilla, ja näin luoda erilaisia kategorioita. Nämä avainsanat on mietittävä tarkoin. Aihepiirit auttavat silmäiltävyyttä ja helpottavat lukijaa löytämään haluamansa tiedon. Iskevät otsikot, lyhyet ja ytimekkäät tekstit, kuvat ja videot kiinnostavat ja tulevat huomatuksi. Ulkoasu, vaihtelu, yllätykset ja luettavuus vaikuttavat paljon sivuilla viihtymiseen. Kun sisältö on lukijalle arvokasta, kiinnostavaa ja viihdyttävää, on löytynyt kanava tuoda yrityksen omat ajatukset markkinoille. Näin uudet ideat ja tuotteet löytävät uuden markkinointikanavan.

Kun sivusto on luotu ja julkaistaan, niin se pitää saada näkymään hakukoneille. Blogi voidaan lisätä hakemistoon blogilistalle, jotta se löytyisi helpommin. Lisätään jakopainikkeet muihin sosiaalisen median palveluihin kuten Facebookiin. Tarkistetaan, että blogilla löytyy syötteentilausmahdollisuus. Sivustokokonaisuuteen on hyvä lisätä info-tiedot ja tietoa blogista ja bloggaajista. Ihmiset haluavat tietää, kuka on kirjoittaja. Rohkaistaan ihmisiä ottamaan yhteyttä ja kommentoimaan postauksia, jotta blogi saa seuraajia ja alkaa elämään. Mietitään, mitä lukijat etsivät ja näin löytäisivät blogin ja tarjotaan hyvää sisältöä lukijoille. Verkostoidutaan muiden bloggaajien kanssa. Voi viedä vähän aikaa ennen kuin yleisö löytää blogin. Kun sisältö on kiinnostavaa ja vastataan asiakkaiden tarpeisiin, ihmiset kyllä löytävät sivuille. On hyvä muistaa, että blogeja seu-

raa niin nykyiset asiakkaat, mahdolliset uudet asiakkaat, sijoittajat, työnhakijat kuin mediakin. Kävijäseurannan avulla voidaan tarkistaa, mistä ihmiset tulevat blogille ja analysoimalla kävijäseuranta voidaan kehittää blogia. (Scott 2013, 286-290.)

Kuinka kirjoittaa oikein blogeja? Kun on valittu blogialusta kuten Blogger ja muokattu asetukset ja ulkoasu halutuksi, voidaan aloittaa sisällöntuotanto blogille eli kirjoittaminen. Blogin sisällössä yrityksen kannattaa huomioida, mitä lisäarvoa voi tuottaa lukijalle ja mahdollisuuksien mukaan pyrkiä uniikkiin sisältöön. Tärkeää on läsnäolo, löydettävyys ja suosittelut. Internetissä odotetaan palvelua kellon ympäri, tietoa ja taitoa. Nykyään saa helposti sivuille myös liitettyä sijaintipalvelut, mikä voi tuoda lisää asiakkaita yrityksen toimipisteeseen. Yrittäjän pitäisi ymmärtää markkinoinnissaan sosiaalisen median käyttäjälahtöisyys. Sisältöstrategiaa mietittäessä pitää kuunnella asiakkaan tarpeita ja löytää niihin ratkaisuja. Scott kertoo esimerkin, mitä markkinointi voi oppia poliittisesta kampanjasta internetissä. Presidentti Obaman uskomattomasta vaalivoitosta hän sanoo osana kampanjaan kuuluneen uudenlainen markkinointi internetissä ja blogien avulla ihmisten tavoittaminen ja heidän kanssaan keskustelemisen internetissä. Samoilla säännöillä voi hoitaa hyvin asiakassuhteita ja tehdä parempaa viestintää. Kiinnittämällä huomiota asiakkaaseen ja hänen persoonallisuuteen, voi tavoittaa laajemman asiakaskunnan. Sosiaalisen median voimaa ei kannata aliarvioida.

Markkinointi ja asiakassuhteet sosiaalisessa mediassa toimivat uusilla säännöillä ja sen avulla voi tavoittaa enemmän ihmisiä kuin perinteisillä markkinointikanavilla. Journalistiset ominaisuudet ovat nykyään joka miehen oikeuksia ja jokainen bloggaaja on arvokas kirjoittaja. Asioiden esilletuominen selkeästi ja yksinkertaisesti, antaa jokaiselle mahdollisuuden omaksua ja muistaa tiedot sekä luo uskottavuutta. Kilpailijoita on syytä kunnioittaa, eikä hyökätä heitä vastaan. Fanit, asiakkaat ja seuraajat on syytä laittaa etusijalle ja huomioida heidät. On parempi toimia myönteisessä hengessä kuin kielteisessä. Blogeja pidetään yleisesti vuorovaikutteisina ja tätä vuorovaikutteisuutta saa blogille suoraan kehottamalla lukijaa toimimaan, esimerkiksi kysymyksillä. Lukijaa pitäisi pyrkiä aktivoimaan, saada lukija kommentoimaan ja antamaan palautetta. Asiakkaiden huomio kohdistuu yritykseen, kun he puhuvat siitä ja heitä voi siihen kannustaa. Bloggaaminen on vapaamuotoista ja sitä voi tehdä hyvin rennolla otteella. Sisältöön tulee kiinnittää

huomiota, koska internetissä on valtavasti luettavaa. (Burrows 2011, 24; Leino 2011, 15-16, 26, 31-32, 57, 174, 183-187; Scott 2013, 197-199.)

Mitä tulisi muistaa blogtessaan? Aikatauluttaminen auttaa bloggaajaa. Jotta blogi säilyttää mielenkiinnon lukijoissa ja saisi seuraajia, sisältöä on syytä tuottaa säännöllisesti ja suunnitella julkaisuaikataulu. Säännöllisyys saa myös seuraajat odottamaan seuraavaa julkaisua. Verkkonäkyvyyden lisäämiseksi pitäisi postauksissa löytyä aina jakonapit, joilla lukija voi helposti jakaa julkaisua. Vastuu ja hyvät tavat kuuluvat verkostoitumiseen internetissä. Postauksissa tulee noudattaa eettisiä sääntöjä ja hyviä toimintatapoja. Keskustelussa pitää kunnioittaa kaikkia osapuolia. Kritiikkiin on annettava mahdollisuus vastata, jotta uskottavuus säilyisi. Kun kirjoittaa jostain henkilöstä, on hyvä kertoa siitä hänelle. Lähteet tulisi tarkistaa ja ilmoittaa. Myös seuraavista asioista on hyvä tiedottaa; jos myy blogin, sidosryhmissä tapahtuu muutoksia, bloginpitämisessä tulee taukoa tai lopetetaan blogin pitäminen. (Kortesuo 2010, 79-82; Leino 2011, 176-177, 183-187.)

3.2 Sisällöntuotanto blogille ja blogin ylläpitäminen

Postaukset blogille eli sisällöntuotanto ja sisällönhallinta on syytä tehdä suunnitelmallisesti. Postausta tehdessä peruskysymyksiä ovat: mitä, kenelle ja miksi. Jotta blogi säilyttää mielenkiinnon lukijoissa, postauksia eli sisällöntuotantoa pitäisi olla säännöllisesti jopa useampi viikossa. Lyhyt postaus riittää. Tärkeää on sen ajankohtaisuus. Jos tekstistä tulee kovin pitkä, sen voi hyvin jakaa kahdelle eri päivälle. Myös loma-ajalle voi valmiiksi tehdä varastoon muutaman postauksen. Jos kirjoittajia on useita, on hyvä sopia kirjoitusvuorot. Postaus voi toimia myös tiedotteena. Vuorovaikutusta lukijoiden kanssa saa, kun ei kirjoita tekstiä liian valmiiksi. Näin lukija voidaan helposti aktivoida keskustelemaan ja kommentoimaan. Leino tiivistää tämän hyvin vaatimukseen positiivisesta läsnäolosta hyvän, säännöllisen ja ajankohtaisen sisällön tuottamisena. Sivujen ylläpidossa on huolehdittava ja määriteltävä päivittämisajat, bloggaajat ja sisällön mahdollinen kierrättäminen sosiaalisen median eri palveluissa. Kaikki kirjoitukset on hyvä kirjoittaa etukäteen ja mahdollisuuksien mukaan ne olisi hyvä luetuttaa esimerkiksi perheenjäsenellä. Palautetta kannattaa pyytää suoraan. (Alasilta 2009, 235; Korteso 2010, 60-61; Leino 2011, 44, 57, 173-174.)

Sisältövinkkejä hyvää postausta silmälläpitäen löytyy runsaasti. Vain mielikuviutus on rajana, millä voi houkuttaa sivuille lukijoita. Tässä löytyy joitain sisältövinkkejä otsikoksi, aloitukseksi ja sisällöksi. Hyvä, iskevä ja mielenkiintoinen otsikko on tärkein. Se voi olla kysymys, provokaatio, humoristinen tai hyötyvinkki. Myös aloitus on tärkeä kiireistä lukijaa ajatellen. Lukija ei välttämättä lue sitä pidemmälle. Aloitus voi mennä suoraan asiaan tai esittää selvän mielipiteen, jotta lukija kiinnostuu. Aloitukseksi sopivat myös rutiinit ja listaukset. Lukijan kiinnostusta voi herättää kritisointi tai kärjistys. Luvattu hyöty tutkimustiedon tai ennusteen muodossa saa lukijan jatkamaan lukemista pidemmälle. Tekstiä kannattaa pyrkiä aina kirjoittamaan mielenkiintoisesta aiheesta ja sitä voidaan käsitellä monesta näkökulmasta. Tyyleinä voidaan ajatella tekstin olevan ohjeistava kuten vinkit, kertomus tai teksti, joka sisältää väitteen, pohdinnat ja johtopäätöksen. Yhtä hyvin voidaan kirjoittaa uutistyyliin. Voidaan kirjoittaa tiedotteita, kaskuja tai tarinoita. Työmenetelmän kuvaaminen voi saada hyvän suosion. Tekstiä kannattaa kuvittaa, koska kävijät rakastavat kuvia ja videoita. Myös huumori tuo aina lukijoita ja jaetaan helposti sosiaalisessa mediassa. Jos tulee virheitä postaukseen, on parempi myöntää tapahtuneet virheet. Blogilla läpinäkyvyys ja rehellisyys kannattavat. Tekstiä kannattaa levittää ja verkostoitua sosiaalisessa mediassa. Kävijöiden huomioiminen esimerkiksi kiittämällä, pitää lukijat tyytyväisenä. Käyttäjiltä voi myös kysyä asioita ja mielipiteitä. (Leino 2011, 132, 136; Korteso 2010, 70-72; Lintulahti 2013.)

Miten saada lukijat kommentoimaan? Blogi on vuorovaikutteinen ja siihen kuuluu oleellisena osana keskustelu ja kommentit. Lukijat pitäisi saada aktiivisiksi. Blogilla, jossa vuorovaikutus on oleellinen osa, on syytä miettiä, kannattaako kommenttien esihyväksyntää käyttää. Se voi tehdä tekstistä hankalammin hallittavaa, koska samansisältöisiä kommentteja voi tulla useita. Jos lukija näkee heti muiden näkökulmat, niin hän ei kirjoita samansisältöistä kommenttia. Asiattomuudet voi poistaa aina jälkikäteen. Captcha -varmistus on hyvä olla estämässä automaattisten robottiohjelmien (bottien) mainosviestit. Termi captcha on lyhenne sanoista: "Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart". Sillä rekisteröityjä tunnistetaan niin, ettei käyttäjä ole roskapostirobotti. Se on yleensä pieni kuvavarmennustehtävä, jossa käyttäjä kirjoittaa tunnistamansa kirjaimet ja numerot. Joskus hyvä vaihtoehto on sallia kommentit vain rekisteröidyille käyttäjille.

Tässä on listattu joitain vinkkejä, miten voi helpommin saada aikaan keskustelua ja kommentteja blogille. Väitteet herättävät aina lukijoissa tunteita ja mielipiteitä. Lukijoille voidaan tarjota vinkkejä ja linkkilistoja, jolloin aiheeseen perehtyneet voivat niitä täydentää ja saavat hyötyä. Ajankohtaiset ja kiinnostavat aiheet synnyttävät keskustelua. Kirjoittamalla konkreettisesti aiheesta, siitä tulee mielenkiintoinen. Voidaan tehdä blogimarkkinointia. Yleisesti kannattaa kirjoittaa selkeällä ja kiinnostavalla tyylillä kohtuullisia tekstejä. Kirjoittaessa ei kannata unohtaa huumoria ja aitoutta. Ärsyttävyyttä herättää helposti lukijan kommentoimaan. Lukijalle voidaan tarjota etuja, palvelua ja uusia näkökulmia. Voidaan kirjoittaa aatteesta, järjettömyyksistä tai tabuista. Myös jostain hyvästä asiasta voidaan saada keskustelua aikaan. Tärkeää on lukijoiden kunnioitus ja kiittäminen, eikä niitä pidä unohtaa. (Kortesuo 2010, 76-79; Leino 2011, 97.)

Jos kirjoittaminen on hankalaa, voi palkata myös haamukirjoittajan, pitää videoblogia tai käydä kirjoituskurssin. Haamukirjoittaja kirjoittaa tekstin bloggaajan puolesta. Videoblogilla sisältö tuotetaan videoina. Jos ei aina löydy sanottavaa, kannattaa silti pitää yhteyttä. Leino kertoo hyviä vinkkejä, kun tuntuu, että ei ole sanottavaa. Hän kehottaa juttelemaan kuulumisia ja kertomaan päivän tapahtumista. Postauksessa voi jakaa kuvia. Yhtä hyvin voi kertoa mielipiteitään ja haastaa lukija miettimään. Aina voi kysyä lukijoilta erilaisista asioista; tehdä kysely- tai mielipidetutkimuksen tai haastattelun. Internetistä etsitään tietoa ja sitä voi tarjota kertomalla omasta alastaan, osaamisestaan ja opastaa. Lukijalle ideat ja vinkit ovat aina tervetulleita. Voi myös tutustua kilpailijaan ja tehdä arvion. Voi kutsua vierailijan kirjoittajan omalle blogille. Kaikkia kiinnostaa varmasti myös tietää, mitä julkisivun takana tapahtuu.

Kohderyhmän tavoittaa, kun sisältö puhuttelee. Jotkut ovat netissä viihtyäkseen ja jotkut etsivät tietoa. Kuvien merkitys eli visuaalisuus verkkoviestinnässä internetissä on erittäin tärkeä osa kokonaisuutta. Kuva antaa yritykselle kasvot ja luo uskottavuutta ja antaa uutta sisältöä. Mainoskuvilla on suuri merkitys ostopäätöstä tehtäessä ja niillä saadaan hyvää markkinointisisältöä blogille. Kuvalla, videolla tai animaatioilla voi hyvin korvata kirjoituksia blogilla. Kuvan laadulla on merkitystä. Pokkarikameralla saa jotettua itse hyvälaatuisia kuvia. Tärkeimmistä tilaisuuksista, henkilökunnan kasvokuvat ja tuotekuvat on syytä otattaa ammattikuvaajalla. Blogilla kuvien tiedostokoolla on merkitystä, koska isot kuvat latautuvat hitaasti ja vievät paljon levytilaa. Kuvankäsittelyohjel-

milla (esimerkiksi Adobe Photoshop Elements) voi jokainen muokata helposti ja nopeasti kuvia. Oikein valitut kuvatestit lisäävät myös verkkonäkyvyyttä. Ei pidä unohtaa sivustolle sisältöä tuottaessaan tekijänoikeuksia, tavaramerkkisuojaa eikä tietoturva. Myös eettiset toimintaperiaatteet on aina syytä muistaa. (Kortesuo 2010, 72-73; Uusi-saari & Aalto 2009, 37; Leino 2011, 164, 188-194.)

Kuinka usein pitäisi postauksia tuottaa? Päivittäin tulisi seurata postauksiin tulleita kysymyksiä ja kommentteja. On tärkeää, että niihin reagoidaan nopeasti ja vastataan. Seuraajat ja lukijat ovat arvokkaita ja siksi heitä tulee kiittää, kommentoida heidän kirjoituksiinsa ja vastata nopeasti esitettyihin kysymyksiin. Päivittäin voi jakaa kiinnostavia uutisia tai linkkejä. Viikoittain suositellaan vähintään pitämään yllä seuraajien mielenkiintoa blogikirjoituksin ja artikkelien muodossa blogin tyylistä riippuen. Kuukausittain voisi julkaista uutiskirjeen tai pyrkiä löytämään uusia ideoita innoittamaan postauksia. Neljännesvuosittain voisi hyvin julkaista valokuvia yrityksen tapahtumista ja koostaa niistä yhteenvedon.

Voiko postausta muuttaa? Kirjoitusta ei yleensä pidä mennä muuttamaan, jotta kommentit eivät olisi harhaanjohtavia tai sekavia, vaan kokonaisuus säilyisi. Kirjoitusvirheet voi korjata. Jos haluaa kertoa oman mielipiteensä muutoksesta, se on syytä tehdä uutena postauksena ja näin kehitys näkyy tekstissä. Tekstin loppuun voi myös tehdä lisäyksen, jossa korjaa selkeät faktavirheet. Tällaiseen korjaukseen on syytä myös lisätä aikatieto. (Kortesuo 2010, 79-82.)

3.3 Markkinointi ja verkkonäkyvyys

Mainonnalle ja markkinoinnille on tuonut haasteita nettisukupolvi. Nettisukupolvella tarkoitetaan sukupolvea, joka on aikuistunut digitaalisen median ympäröimänä ja digitaalinen media on heille itsestään selvää. He hallitsevat uuden teknologian vanhempiaan paremmin ja voivat opettaa vanhemmilleen sitä. Heille Google, Facebook, Twitter ja älypuhelimet ovat arkipäivää. He arvostavat nopeutta ja vapautta. Jatkuvan informaatiotulvan keskellä eläminen on kehittänyt heille hyvän medialukutaidon ja he ovat oppineet yhteen sovittamaan ja sopeutumaan todellisen maailman ja digitaalisen maailman haasteisiin. Internetin asiantuntijoina heillä on käytössään väline, jolla he voivat vaikuttaa maailmaan ja muuttaa sitä, jopa horjuttamaan perinteisiä yhteiskuntarakenteita. Internetissä vaikuttamisen voima on ollut aliarvioitua. Mainonnalle haasteita luo nettisukupolven tapa ohittaa mainokset. He eivät katso televisiota lainkaan tai ainakaan lähetyksia, jolloin he pikakelaavat mainokset ohi. Sanomalehdet eivät tavoita nettisukupolvea, koska he lukevat ajankohtaiset asiat internetistä. Myös internetissä he ovat oppineet nopeasti välttelemään mainospaikkoja sivuilla. Internetissä he viettävät pitkiä aikoja ja ennen ostopäätöstä he ottavat selvää tuotteista. Markkinoin tulisi tavoittaa heidät siellä, missä he ovat ja siitä syntyy muutostarve.

Perinteinen markkinointiviestintä on toiminut yksisuuntaisesti tuotteen tai palvelun tarjoajalta passiiviselle kuluttajalle. Tuotevalmistaja tai palvelun tarjoaja on tehnyt suunnitelmat ja määritellyt hinnan sekä hoitanut tuotteen jakelun, myyntikanavat ja -paikat. Tuotetta tai palvelua on markkinoitu, hoidettu suhdetoimintaa ja käytetty suoramarkkinointia sekä muita aggressiivisia myyntikeinoja. Kuluttaja on ollut viestinnässä passiivisessa roolissa vain kuuntelijana ja mahdollisena ostajana. Perinteiseen markkinointiin eivät kuluttajat luota. Nettisukupolvi haluaa osallistua ja olla vuorovaikutuksessa. Se muuttaa perinteisen markkinoinnin. Myyntipuheet eivät tavoita tai niihin ei uskota. Internetistä he hakevat tietoa, kokemuksia ja vertailevat tuotteita kriittisesti. Yritys voi vastata tähän tarpeeseen esittämällä tuote-arvioita tai etsiä asiantuntijoita tuote-esittelijöiksi. Kuluttajat luottavat ystäviinsä ja kuuntelevat heidän mielipiteitään. Verkostoituminen tapahtuu sosiaalisessa mediassa ja näissä yhteisöpalveluissa luodaan mielipiteitä. Nettisukupolvi odottaa valinnan varaa, hyvää ja nopeaa palvelua, viihdettä,

heille räätälöityjä tuotteita juuri silloin, kun he niitä tarvitsevat paikasta ja ajasta riippumatta.

Yritysten pitäisi palvella kaikkialla paikka ja aika riippumattomasti asiakkaan toiveiden mukaan. Kilpailua esiintyy tosimaailman ja digitaalisen maailman välillä. Yritykselle on oleellista, että asiakas löytää kaupan tai ostettavat tuotteet internetissä. Uusinta palvelua ovat mobiilisovellukset, joilla asiakas voi paikantaa yrityksen. Koska asiakkaat haluavat olla vuorovaikutuksessa ja kehittää myös tuotteita ja palveluja sekä antaa palautetta, yrityksen tulisi tarjota tähän mahdollisuus. Internetissä tuotetietoja hakiessa asiakas tutkii hintoja ja tämä vaikuttaa hinnan muodostumiseen. Kuluttajat vaikuttava paljolti yrityksen brändiin ja näin brändin luominen on tullut monimutkaisemmaksi. Sen perustana on luotettavuus ja avoimuus. On tärkeää pitää lupaukset ja tuotteen tai palvelun tulee vastata odotuksia. Näin asiakas saadaan sitoutumaan. Vallankumoukselliseksi markkinoinnin muutosta voi hyvin kutsua, kun valta on näin siirtynyt tuottajilta kuluttajille. (Tapscot 2010, 14, 204-207, 220, 231-235, 331.)

Verkostoituminen on jatkuvaa mielipiteiden vaihtoa. Ostopäätökseen vaikuttaa paljon muiden ostokäyttäytyminen ja neuvot. Ystävien vaikutus on suuri. Verkostot voivat olla laajoja ja sanoma voi levitä nopeasti. Nettisukupolvi kertoo mielipiteensä blogeilla ja yritykset voivat pyrkiä heidän kanssaan yhteistyöhön. Erikoisalojen ammattitaitoa ja osaamista kuunnellaan ja arvostetaan ja he saavat helposti suosituksia. Näin viesti leviää nopeasti. On hyvä huomata myös, että virtuaaliset ihmissuhteet voivat olla yhtä merkittäviä kuin tosimaailmankin ihmissuhteet. Yleisesti internetin käyttäjällä on enemmän merkittäviä sosiaalisia kontakteja kuin niillä, jotka eivät ole internetissä. Markkinoijien tulisi pyrkiä mukaan verkostoihin ja ystäväystymään kuluttajien kanssa, jotta saavat näkyvyyttä sanomalleen. Markkinointi seuraa ihmisiä sosiaalisiin yhteisöihin. Sosiaalisia yhteisöjä on hyvin erilaisia esimerkiksi Facebook, blogit, nettipelit kuten World of Warcraft tai virtuaalimaailmat kuten Second Life. Jotta yritys saisi kaveruuden, on sen tarjottava kuluttajalle tärkeää arvoa, merkitystä, herättää kiinnostusta ja ennen kaikkea viestinnän pitää olla aitoa. Yritys voi valita myös pienemmän kohderyhmän, jolle levittää sanomaa. Pienen ryhmän tuote-arvioita ei pidä aliarvioida. Internetissä vaikutus voi olla silti suuri. (Tapscot 2010, 211- 219, 220-228.)

Mainontaa voi tehdä internetissä eri tavoin. Verkkomainonnan tavoitteina voi pitää mielikuvan ja tunnettavuuden luomista yrityksestä, palvelusta tai tuotteista. Hyvä mainos voi olla ihan tavallinen staattinen kuva, animaatio, kuvaesitys tai video. Se voi olla myös tekstilinkki ja linkin takaa löytyvä tieto. Uudenlaisia tapoja mainontaan tuo kuvan kulma, joka aukeaa tai avautuva laatikko sekä mainoskuvat, jotka ilmestyvät sivun päälle. Kaikista verkkotoiminnoista internetissä jää jälki lokeille ja näin mitattavuus internetmainonnassa on tehokasta. Mainostilaa voi ostaa internetissä. Esimerkiksi Google (Google Adwords) tarjoaa maksullisia mainosklikkauksia ja tällöin yrittäjä maksaa vain klikkauksista. Myös hyvin tunnettu Facebook tarjoaa vastaavanlaista palvelua. Mainonta kehittyi jatkuvasti internetissä. Nykyisin käytetään paljon mainosbannereita. Mainonta ei aina toimi näin, koska käyttäjät ovat oppineet välttelemään näitä ja tätä ilmiötä kutsutaan bannerisokeudeksi. Verkkokäyttäjät internetissä ovat tottuneet mainosten tiettyihin sijainteihin ja osaavat vältellä katsomasta näitä kohtia jo sivustoilla. Parhaiten mainos toimii, kun se on kohdistettu oikeaan kohderyhmään ja on näin merkityksellinen lukijalle. Muita verkkomainonnan keinoja ovat hakusanainonta, sponsorinonta, fanisivut, sisältöyhteistyö, mainospelit, -kisat ja -videot sekä virtuaalituotteet. Mainontana voidaan käyttää asiantuntijapalveluita, jolloin lukija kokee saavansa selvän hyödyn. Mainontaa löytyy pelien sisällä, nettitelevisiossa, mobiililaitteissa, radion nettipalvelussa ja sähköisissä uutiskirjeissä. (Leino 2011, 258-263.)

Mobiilisivut eli matkapuhelimelle tuotetut sivut voi saada blogille ikään kuin kaupantähtäisiksi riippuen julkaisualustasta. Mobiilikäyttö yleistyy älykännyköiden ja tablettien löytäessä jokaiseen kotiin ja henkilökohtaiseen käyttöön. On syytä ottaa huomioon, miten yritysblogi näkyy mobiilikäytössä. Mobiililaitteissa on internet aina mukana ja asiakkaan voi tavoittaa nopeasti. Mobiililaitteissa löytyy jo paikannus-, lompakko-, tunnistautumispalvelut ja kommunikointi käy hetkessä. Asiakkaalle voi nykyään tuottaa parhaimmillaan palvelua sijainnin perusteella. Foursquare -mobiilisovellus tarjoaa ilmaisen mediatilan, jolla yritys voi linkittyä. Mobiililaitteella asiakkaan on helppo soittaa yritykseen saman tien. Mobiilisivustolla on entistä suurempi merkitys ja se kasvaa räjähdysmäisesti. Asiakkailla löytyy mukanaan jo reittiopas, kuvakoodit ja mobiilihaku. Yritys, joka tarjoaa mobiilipalvelua, löytyy helpommin kuin se, jolla ei tätä näkyvyyttä ole. Googlen hakupalvelussa on erikseen mobiilisivustokartta mobiiliverkkosivuja varten ja mobiilisivut indeksoidaan erikseen muista verkkosivuista. Onkin syytä tarkistaa,

että optimointi tulee tehtyä molemmille. Googlen mobiilihakusivu löytyy osoitteesta www.google.fi/m/. Mobiilisivut voivat hyvin kasvattaa yrityksen liikevaihtoa entisestään. Google AdWords -palvelulla voidaan kohdistaa mainontaa liikkuville käyttäjille mobiilimainonnan avulla. Ensimmäiseksi kannattaa tarkistaa latautuuko yrityksen mobiilisivut. Tämän jälkeen luodaan mobiilisivustokartta hakukoneita varten. Mobiilisivuilta riittää muutama sana ja pienet kuvat, koska mobiilisivuja ei ole erityisesti tarkoitettu lukemiseen. (Leino 2011, 246-256; Google Hakukoneoptimoinnin aloitusopas 2014, 24-25; Scott 2013, 240.)

Blogin markkinointiin on löydettävä hyvät hakusanat ja hakukoneoptimointi voi myös olla tarpeen. Jotta ihmiset löytävät sivuille hakukoneilla, on ymmärrettävä, millaisia hakusanoja tulisi käyttää. Hyviä hakusanoja yritykselle ovat yrityksen nimi, tuotteet, toimiala, ratkaisut ja palvelut. Googlessa löytyy Google Analytics ohjelmisto, jolla näkee, millä sanoilla on sivuille tultu. Aina olisi syytä tehdä hakusanaoptimointi. Hakusanamainonta on puolestaan maksettua hakusana-palvelua. Kannattaa myös muistaa karttapalvelut kuten Google-maps, joilla toimipaikka voidaan helposti paikantaa. Hakukoneella tarkoitetaan palvelua, joka hakee hakusanojen avulla tietoa internetistä. Tunnettu hakupalvelu on Google-hakupalvelu. Hakusanaoptimointia suunnitellessa kannattaa miettiä, millä sanoilla asiakas tai lukija voisi hakea sivua ja yritystä internetissä. Avainsanat tulee valita huolella, jotta hakukoneet tuovat liikennettä sivustolle tehokkaasti. Avainsanat tarkoittavat sisältöä kuvaavia sanoja. Google AdWords -mainospalvelussa voi myös selvittää erilaisia avainsanamuunnelmia ja liikenne-arvioita. Verkkosivuilla internetissä koodissa löytyy Title Tag ja tähän sijoitettu avainsana on tärkein hakukoneille. Sisällöntuotannossa on syytä myös muistaa käyttää avainsanoja. Kuvien nimissä sekä koodissa niiden alt-kuvaus pitäisi olla avainsana. Koodissa löytyy Meta-tieto ja avainsanat siinä parantavat hakutuloksia. Verko-osoitetta valittaessa on syytä myös käyttää avainsanoja. Sivustorakenteella voi vaikuttaa myös avainsanojen tehoon. (Google Hakukoneoptimoinnin aloitusopas 2014, 4, 14; Lyons 2010; Leino 2011, 86.)

Hakukoneoptimoinnilla parannetaan sivuston näkyvyyttä hakukoneille. Näkyvyyttä on myös ylläpidettävä ja siksi myös kävijäseuranta on tärkeää. Sisällön osalta tulee kiinnittää huomiota, että teksti kieliopillisesti oikein kirjoitettua sekä, mitkä ovat osuvat ha-

kusanat ja oleelliset avainsanat. Hakusana on sana, jolla tietoa haetaan. Kaikkien linkkien sanat ovat hakusanoja. Sivuston maine hakukoneille kasvaa, kun sivulle osoittaa linkkejä. Google suosii sivuja, joihin löytyy runsaasti linkkejä. Erilaiset wikit ja sosiaalinen media lisäävät hakukonenäkyvyyttä. Tekninen laatu on blogien osalta yleensä kunnossa, koska koodi on oikeaoppisesti luotua. Tulee huomata, että kuvat eivät näy hakukoneille ja siksi niiden nimet ja kuvatestit ovat tärkeitä. Sivuston osoite, tekstistä löytyvät osoitteet ja hakusanojen maininta tekstissä tuovat lisää näkyvyyttä. (Leino 2011, 235-242.)

Kävijäseurantapalvelua tarjoaa esimerkiksi ilmainen Google Analytics (www.google.com/analytics) tai pk-yrityksille suunnattu Snoobi (www.snoobi.fi/). Google Analytics palvelua käytetään Google -tunnuksilla. Palvelu luo koodin, mikä lisätään kullekin seurattavalle sivulle html -koodiin body -osioon. Kävijäseurannasta kannattaa analysoida kävijämäärien muutokset, käyntien pituus ja kesto ja miettiä, mistä käytös johtuu. Kävijäpiikit tietynä päivänä kannattaa tutkia. Voidaan miettiä, miksi kävijäpiikki syntyi ja voisiko se toistua. Syynä voi olla esimerkiksi joku tapahtuma, mainos tai kirjoitus, mikä tuonut paljon kävijöitä. Kävijäseurannasta nähdään, mistä kävijät tulevat ja löytävät sivulle sekä liikenteen lähteet: hakukone, hakumainos, suora osoite ja käytetyt avainsanat ja hakusanat. Mielenkiintoista on selvittää, onko uusia tai vanhoja kävijöitä ja mikä on palaavien asiakkaiden osuus sekä kävijöiden maantieteellinen jakautuminen. Sivuston kehittämisen kannalta on hyvä kiinnittää huomiota, mitkä ovat suosituimmat sivut ja miltä sivuilta poistutaan välittömästi. Yritys voi hyötyä paljon tästä analysoinnista. Yritys voi sen perusteella mahdollisesti tehostaa markkinointia, ymmärtää sivujen vaikutusta, miettiä kävijöiden käyttäytymistä sivuilla ja mieltymyksiä sekä tehdä erilaisia vertailuja ja löytää muutostarpeet sivuille. Jos kyseessä on verkkokauppa, voidaan seurata tuottoa ja tilauksia sekä konversiota. Verkkokaupassa konversio = ostaneet asiakkaat / verkkokaupassa käyneet asiakkaat. (Kortesuo 2010, 73-76; Leino 2011, 224-229.)

Verkkonäkyvyyden parantamiseksi Kortesus listaa useita vinkkejä. Voi pyytää vierailupostauksia, jotka ovat jonkun toisen bloggaajan kirjoittamia postauksia blogilla. Voidaan verkostoitua muiden bloggaajien kanssa ja kirjoittaa postaus toisen blogille hänen aihepiiristään. Printtimainontaan voidaan liittää aina verkkosivuston tiedot. Blogin osoi-

te voidaan painaa käyntikortteihin, esitteisiin ja presentaatioihin. Internetissä erilaiset verkkoprofiilit ja -sivustot linkittämällä näkyvyys kasvaa huomattavasti ja kävijäliikenne sen myötä. Linkitetään blogi omille kotisivuille ja sosiaalisen median sovelluksiin. Verkostoituminen tuo helposti kävijöitä sivustolle. Kommentoidaan ahkerasti muiden blogeja. Näin joku voi kiinnostua klikkaamaan omaa profiilia ja tutustumaan omaan blogiin. Blogien hakupalvelut tarjoavat mahdollisuuden listautua. Annetaan tiedot blogihakemistolle. Suomen suurin blogihakemisto on Blogilista.fi. Suomen ulkopuolelta löytyy Technorati.com. Muistetaan lisätä syötteet Twitteriin, Facebookiin ja muihin sosiaalisen median palveluihin. (Korteso 2010, 73-76; Alasilta 2009, 70-71.)

4 Blogin tekeminen Bloggerilla ja teko-ohje

4.1 Toimeksiantajan esittely

TS-Salonki on tunnettu suomalainen kampaamoalan yritys. TS-Salonki Team Kampi on Taru Stenbergin omistama Kampin toimipiste. Yritystoiminnassa on mukana nykyään monta sukupolvea. Jo 60-luvulta alkaen Terttu Stenberg loihti kampauksia julkkisille, malleille ja misseille. Taru Stenberg, Tertun tytär, on Team Kampin hiusmuodin taitaja ja jatkaa äitinsä jalanjäljissä.

Blogi haluttiin perustaa, jotta toimipisteen informaatiota on helpompi jakaa internetissä ja tavoittaa internetin välityksellä niin nykyiset kuin mahdolliset tulevat asiakkaat ja muut kumppanit. Blogin tarkoitus on palvella TS-Salonki Team Kampin henkilöstöä, kumppaneita ja asiakkaita aktiivisena viestintäkanavana. Tavoitteena on ollut tehdä blogi mahdollisimman yksinkertaisesti ylläpidon kannalta ja samalla saada siitä tyylikäs ja houkutteleva. Blogin sisällöllä pyritään antamaan perustiedot yrityksestä sekä lisäinfoa tapahtumista ja toiminnasta. Lisäksi blogi toimii markkinointikanavana ja apuna tiedonvälityksessä kaikille kiinnostuneille. Blogipostauksia on tarkoitus tuottaa rennolla ja iloisella tyyllillä vuorovaikutusta unohtamatta. On myös hyvä huomata, että TS-Salongilla on omat kotisivut. Näitä kotisivuja ylläpitävät eri henkilöt kuin Kampin tiimissä olevat. Blogilla Kampin tiimi voi nopeasti ja helposti toimittaa tietoa omaa yksikköään koskien tietoverkkoon. Tiimillä ei ole tietoteknistä osaamista ja blogi Bloggerilla on oiva keino tällöin toimia internetissä. Blogi lisää myös yrityksen näkyvyyttä internetissä, millä on suuri merkitys nykyään. Rajoituksena voisi mainita, että sivuston ei ole tarkoitus kilpailla TS-Salongin kotisivujen kanssa. Puhetta on ollut, että jokaiselle tiimille voitaisiin tehdä omat blogisivunsa, joita tiimit itse ylläpitävät ja kirjoittavat.

Projektisuunnitelmalta (liite 1) löytyvät henkilöt, joiden kanssa työtä suunniteltiin ja testattiin sekä aikataulu. Alussa heti sovittiin yrittäjän kanssa, että tehdään blogi helpokäyttöiselle Blogger -blogialustalle. Tavoitteena työlle oli suunnitella blogisivusto, saada aikaan ensimmäisen version blogista, tehdä aloitusohjeet käyttäjille sekä ohjata heitä alkuun käytössä. TS-Salonki Kampin henkilöstön kanssa sovittiin, että he toimittavat kuvat ja tekstit ensimmäiseen versioon blogista. Suunnittelun pohjalta on tehty

sivustosuunnitelma (liite 2). Suunnittelua tehtiin koko tiimin kanssa tarkastellen ulkoasua ja blogi-alustaa. Tarkistuspisteitä pidettiin ja saatiin työ etenemään vauhdille. Lopuksi toteutettiin perusopastus blogin ylläpitoon.

4.2 Blogin suunnittelu ja toteutus

Blogin tekemiseen teknisesti riittivät tietokone ja verkkoyhteys. Sähköposti ja Facebook toimivat viestinnässä apuna toimeksiantajan kanssa. Suunnitelmat tehtiin yhdessä yrittäjän kanssa ja liitteenä ovat projektisuunnitelma (liite 1) ja sivustosuunnitelma (liite 2). Yrittäjän kanssa käytiin keskustelua blogin suomista mahdollisuuksista, sisällöntuotannosta ja verkkonäkyvyydestä. Yrittäjä kertoi ideoitaan blogille ja nämä on huomioitu suunnitelmilla ja toteutuksessa. Alustan valinta oli Blogger. Blogger valittiin alustaksi, koska se on suosittu, ilmainen ja helppokäyttöinen tietoteknisesti osaamattomalle käyttäjälle. TS-Salongilla on omat kotisivut ja domain -nimi, mutta niiden ylläpito ei kuulu Kampin tiimille. Blogi on Kampin tiimin oma ja eriytetty varsinaisista kotisivuista ainakin tässä vaiheessa. Verkkosoitteen nimeksi hyväksyttiin ts-salonki-kamppi.blogspot.fi. Nimivalinta perustuu siihen, että TS-Salonki Kampin nimi näkyy siinä ja se voi näin hakukoneissa nousta paremmin näkyviin. Linkki kotisivuille löytyy tiedoissa blogisivuilla. Linkitys eri sivustojen välillä lisää hakukonenäkyvyyttä ja olisi sen takia suotavaa. Kotisivuille voisi laittaa linkin blogille ja päinvastoin sekä linkki myös Facebookiin.

Bloggaajat sovittiin. TS-Salonki Kamppi Teamin blogia tulevat ylläpitämään ja sisällöstä vastaamaan Taru Stenberg, joka on omistaja ja Tommy sekä Michaela. Myös Heini saattaa kirjoittaa blogikirjoituksia, mutta hänelle ei tässä vaiheessa annettu ulkoasun muokkausoikeuksia. Kullekin on luotu omat tunnukset ja oikeudet määritetty. Koska TS-Salonki on Facebookissa, ei luotu tässä vaiheessa Google+ -tilejä, vaan vain Blogger-profiilit. Sovittiin, että kukin kirjoittaa omalla persoonallisella tyylillään blogia. Tommylla on taitoa kuvien käsittelyssä, mikä varmasti helpottaa niiden muokkausta ja ylläpitoa blogilla. Blogin nimeksi tuli TS-Salonki Kamppi Team. Sivuston suunnittelu käsittää sisällön, aiheen, sivut/välilehdet, tyylin, yleistä ulkoasusta ja perustiedot. Sivuja syntyi Blogin pääsivu eli laskeutumissivu, Yhteystiedot ja aukioloajat, Taru Stenberg team esittely yleinen ja Kampissa toimivat henkilöt/Bloggaajat. Yläosassa on sivuston navi-

gointi, jossa linkit sivuvälilehdille. Blogikirjoitukset päivittyvät tuorein ylimpänä blogin pääsivulla. Blogin pääsivun sisältö voi olla luonteeltaan tilannetietoa, tarjouksia, kuulumisia, tapahtumia, mallikuvia, töiden esittelyä, kertomuksia ja tarinoita. Infosivulla löytyvät yhteystiedot ja aukioloajat. Infotietoihin on lisätty myös Google-map. Kukin tiiminjäsen esitellään omalla sivullaan kuvien kera.

Sivujen rakenne pysyy samankaltaisena, koska sivut on sidottu blogi-pohjaan. Kuvien sijoittelu ja koko tulisi pyrkiä pitämään yhtenevänä sivulta toiselle. Ladattavien kuvien tiedostokokoon tulisi myös kiinnittää huomiota, jotta blogisivun lataaminen ei hidastuisi. Mallin valinta ja ulkoasun muokkaaminen tehtiin, kun suunnitelmat saatiin valmiiksi. Bloggerin malleista on valittu yksinkertainen malli, koska halutaan sivustosta tyylikäs ja selkeä. Myös ulkoasun värimaailma on tyylikkään mustavalkoinen. Otsikon fontiksi valikoitui Unkempt Tommyn tietäessä kirjasintyyleistä enemmän. Sivupalkki asettuu oikealle. Sivupalkki toistuu samanlaisena joka sivulla blogin ominaisuuksista johtuen. Sivupalkki sisältää erilaisia gadgetteja, pienoishjelmia kuten blogiarkiston ja asiasanat. Lisäosien käytöstä päätettiin yhdessä. Oikeaan sarakkeeseen on valittu erilaisia gadgetteja: Team Kamppi sisältää logon, toimialan ja tiimin tiedot. Lisäksi löytyvät yhteystiedot, kävijälaskuri, blogin kirjoittajat, lista tunnistesanoista, Hae tästä blogista – hakupalvelu ja blogiarkisto. Gadgeteissa joka sivulla lukee yrityksen yhteystiedot, jotta asiakkaat löytävät ne helposti. Lukijoita kiinnostaa myös, ketkä bloggaavat ja siksi myös heidän tietonsa on lisäosissa joka sivulla. Sivut ovat tuttuun tyyliin Ylävälilehdillä. Vaihtoehtoisesti ne voidaan määritellä Sivulinkeiksi. Tähän voi tulla tarvetta silloin, kun henkilökuntaa on enemmän. Näistä tarkemmin sivustosuunnitelmalla (liite 2). Lähdekoodimuutoksia ei ole tehty muuta kuin lisätty Google-map yhteystiedot -sivulla. Google-map näyttää kartalta yrityksen sijainnin ja antaa hyvää lisäinformaatiota asiakkaille. Google-map:n lisäysohjeet löytyvät internetistä helposti ja siksi tämä on uskallettu ottaa mukaan. Muuten on vältetty koskemasta koodiin, jotta ylläpidon helppous säilyisi. Alanauhan gadget:ssä on lisätty © TS-Salonki Team Kamppi.

4.3 Tuloksena verkkosivut ja ohjeet

Tuloksena syntyivät verkkosivut blogin muodossa TS-Salonki Team Kampille (Kuvio 1). Sivusto löytyy osoitteesta: <http://ts-salonki-kamppi.blogspot.fi/>. Sivut julkaistiin nopealla aikataululla, jotta sivut nousisivat hakukoneilla näkyviin nopeasti. Tiimin jäsenet toimittivat julkaistavat tekstit ja kuvat ensimmäiseen versioon. Kuvat on muokattu Photoshop elements -ohjelmaa käyttäen rajaten ja muokaten ne verkkosivuille sopivan kokoiseksi.

TS-Salonki Kamppi Team

TS-Salonki Kampin Team toivottaa sinut tervetulleeksi seuraamaan blogiamme!

Blogi **Yhteystiedot** **Team** **Taru** **Tommy** **Michaela** **Satu** **Heini** **Susanna**

Team

Olemme Haute Coiffure Françaisen jäsenliike ja tuomme Ranskan muodin tuulahdukset kaksi kertaa vuodessa Suomeen. Käymme myös mm. Lontoon muotia kertaamassa.

Taru Stenberg

Muut parturi-kampaajat
Satu Tiitto
Tommy Väänänen
Michaela Moll
Heini Mattila

Käsihoitoja
Susanna Leima

Team Kamppi

TS-SALONKI

parturi-kampaamo palvelut

TS-Salonki Kamppi,
Malminkatu 22,
00100 HKI,
puh. 09-694 5481

Sivun näyttöjä
502

Bloggaajat

- Tommy
- TS Kamppi Team
- Michaela
- Taru Stenberg
- Heini

Tunnisteet

- Tervetuloa (2)
- TS-Salonki (1)
- TS-Salonki Kamppi Team (3)

Hae tästä blogista

Blogiarkisto

Kuvio 1. TS-Salonki Team Kampin blogi ja linkit muille TS-Salongin sivuille

Mobiilikäyttö on helppoa Bloggerilla. Bloggerin ominaisuuksiin kuuluu myös automaattisesti mobiilikäyttöön soveltuva sivu ja sivun ulkoasua voidaan muuttaa.

Mobiililaite



Kuvio 2. Mobiiliversio sivustosta.

Matkapuhelimesta tarkistettiin, miten sivu näkyy siellä. Mobiilisivun ulkoasua muokattiin vähän (Kuvio 2). Sille ei ollut mitään tarvetta erityisesti, mutta lähinnä kokeilumiehellä se tehtiin.

Koodiin on lisätty vain Google-map (Kuvio 3).

TS-Salonki Kamppi Team

TS-Salonki Kampin Team toivottaa sinut tervetulleeksi seuraamaan blogiamme!

[Blogi](#) [Yhteystiedot](#) [Team](#) [Taru](#) [Tommy](#) [Michaela](#) [Satu](#) [Heini](#) [Susanna](#)

Yhteystiedot

Tervetuloa TS-Salonki Kamppiin!


Teemme ammattitaidolla monipuolisesti ja muodikkaasti kaikki parturi-kampaamopalvelut.

Ota yhteyttä ja kysy lisää!

Malminkatu 22,
00100 HKI,
puh. 09-694 5481


Olemme auki
arkisin 9.00 - 17.00 - 20.00
lauantaisin 9.00 - 15.00 - 18.00
(tai sopimuksen mukaan)

Kartta



[Näytä suurempi kartta](#) (Jos kartta ei näy, virkistä F5)

Team Kamppi



parturi-kampaamo palvelut

TS-Salonki Kamppi,
Malminkatu 22,
00100 HKI,
puh. 09-694 5481

sivun näyttöjä

501

Bloggaajat

- Tommy
- TS Kamppi Team
- Michaela
- Taru Stenberg
- Heini

Tunnisteet

- Tervetuloa (2)
- TS-Salonki (1)
- TS-Salonki Kamppi Team (3)

Hae tästä blogista

Blogiarkisto

- tammi 2014 (2)
- joulu 2013 (1)

Kuvio 3. Google-map

Tiimin jäsenet itse kirjoittivat oman esittelynsä, jotta tyyli näkyisi alusta asti. Heiltä löytyi myös upeita kuvia tapahtumista ja omista töistään.

Tommy

Mies, kampa ja sakset!



Tässä lähtökohdat itsestäni. Aloitetaan vaikkapa miehestä. Olen muutaman vuoden päälle parikymppinen parturi-kampaajan alku. Tulin alalle vuonna 1999 aivan puskista. Vaihdoin siis alaa. Alku oli opettelemista eikä se ole tähänkään päivään mennessä muuttunut miksikään. Ala kun kehittyy aineiden, tekniikoiden ja muodin osalta jatkuvasti. Matkalle mahtuu todella paljon ja se pitää homman mielenkiintoisena.

Nautin itseni haastamisesta. Se lienee selvää, koska olen mielelläni aina siellä missä tapahtuu.



Koulutusta olen saanut monilta mestareilta. Toni&Guy, Sassoon, Haute Coiffure Franchais, Bertram K ynnä muut ovat tulleet tutuiksi matkalla. Siinä missä nautin liiketyöstä, olen mielelläni myös mukana muotinäytösten ja kuvausten tekemisessä. Aikaisemmin olen toiminut Fudgen ja Wellan kouluttajana. Tällä hetkellä toimin Matrixin kouluttajana.

Kampaukset ja blondit ovat erikoisalaani.

Kuvio 4. Tommyn esittely ja tekstiä hänen tyylillään

Kun kuvat ja tekstit oli saatu, sijoitettiin ne omille välilehdilleen (Kuvio 4).

Tätä blogia tehdessä syntyi myös Blogger-ohje aloittelijalle (liite 4). Ohje on perusohje blogin luomiseen ja ylläpitoon Bloggerilla. Koska ohje on suunnattu tietoteknisesti kokemattomalle käyttäjälle, se on pyritty saamaan hyvin selkeäksi ja yksinkertaiseksi. Siinä ei myöskään ole tästä syystä esitelty kaikkia hienouksia. Ohjeen testasi sekä täysin tietoteknisesti osaamaton vanhempi käyttäjä että nuorempaa sukupolvea oleva henkilö. Vanhemman käyttäjän testi toi hyvin esiin, kuinka yksinkertaisesti ja selkeästi asiat on esitettävä. Lisäksi oli tehtävä pikaohje Tutustu Googleen (liite 3), jotta kirjautuminen Google:n palveluihin onnistuisi varmasti. Nuorempi testaja puolestaan totesi, että Googlessa ja Bloggerilla oli niin hyvä ohjeistus, että hän ei pahemmin ohjetta edes kaivannut. Ohjeiden tarve näyttäisi olevan suoraan verrannollinen käyttäjän internetkokemuksen määrään. Ohje on tehty hyvin perusteellisesti, jotta jokainen selviäisi blogin perustamisesta ja ylläpitämisestä.

4.4 Käyttöönotto ja hakukoneoptimointi

Työ luovutettiin toimeksiantajan vastuulle ja koulutettiin Team Kampin henkilöstö blogin ylläpitoon ja kirjoittamiseen Bloggerilla. Koulutuksen alkuun oli perusopastus Googleen, Bloggerin käyttö ja hallinta. Käyttöönotto tehtiin heti, kun sivustolle oli saatu perustiedot kuntoon. Optimointitoimenpiteet Bloggerin palvelussa hakukoneille on kerrottu liitteenä olevassa perusohjeessa (liite 4). Bloggerin blogit näkyvät nopeasti hakukoneille. Tätä testattiin ensin harjoitusblogeilla ja ne nousivat hyvin nopeasti hakutuloksissa. Muutamassa viikossa myös tämä sivusto nousi Google-haussa jo ensimmäiselle sivulle hakusanoilla "TS-Salonki Kamppi blogi". Nyt muutaman kuukauden jälkeen ei tarvita enää sanaa blogi ja hakutulos näkyy ensimmäisellä sivulla. Sivuston linkittäminen parantaa näkyvyyttä ja olisi suositeltavaa linkittää sivu myös TS-Salongin kotisivulle ja jakaa se myös Facebookissa. Sivuston suosittelu eri sosiaalisissa medioissa toisi myös näkyvyyttä. Myös kaikessa nimeämisessä on otettu huomioon yrityksen nimi, jotta näkyvyys paranisi. Tämä näkyy blogin verkko-osoitteessa, blogin nimessä ja kuvien nimeämisessä.

4.5 Saavutetaanko tavoitteet ja kehitysnäkymät

Blogi syntyi nopeasti innokkaan ryhmän kanssa. Blogisivut löytyvät hyvin hakukoneilla ja käyttö on sujunut ongelmitta. Yrittäjän sanoin blogisivut ovat onnistuneet. On melko vaikea asettaa mittareita vapaamuotoiselle yritysblogille. Blogia ajatellen yksi mittari on varmasti kävijäseuranta. Pelkkä kävijälaskuri etusivulla ei näytä ihan todellista kuvaa, mutta Bloggerilla on lisäksi tarjota blogin pitäjälle melko runsaasti tilastotietoa kävijöistä. Jos tämä ei riitä, Google Analytics on myös hyvä valinta seurantaan ja se tarjoaa huomattavasti tarkempaa tietoa kävijöistä. Blogin vuorovaikutteisuus on hyvä mittari, jos käy keskustelua blogin välityksellä ja pystyy aktivoimaan ihmisiä. Palautetta voi ja kannattaa pyytää kävijöiltä. Liikkeessä voisi myös tehdä kyselytutkimuksen, millä selvittäisiin, kuinka moni liikkeeseen tullut, on löytänyt liikkeen internetin ja nimenomaan blogin välityksellä.

Myyntin ja asiakaskunnan kasvu sekä tiedonvälityksen että tavoitettavuuden parantuminen ovat toivottavasti seurausta osin myös hyvästä verkkopalvelusta internetissä. Verkostoituminen ja verkkopalvelut internetissä ovat osa tulevaisuuden myyntikulttuuria. Internetistä haetaan tiedot ja myös tehdään ostokset. Kampaamoalalla ajanvarausjärjestelmä voisi olla kehityskohteenä ja verkkokaupassa voisi myydä kampaamotuotteita. Blogin ja kotisivujen raja on hämärtyvässä. Blogi on kotisivunkaltainen verkkosivusto, jolla on aktiivista toimintaa.

5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Paneutuminen blogien maailmaan on ollut mielenkiintoista ja opettavaista. Blogin päiväkirjamaisuudesta on edetty pitkälle, eikä internetsurffaaja aina edes huomaa olevansa blogisivulla. Hyvät blogisovellukset mahdollistavat kaikenlaisten verkkosivujen luonnin ja ylläpitämisen. Blogien edut ja haasteet antavat pohjaa mietintään, millainen internet-sivusto kannattaa tehdä, ja onko sen tekemiseen ja ylläpitämiseen riittävät resurssit. Blogialustoja löytyy myös vaativampaan käyttöön, mutta silloin haastetta tuo tekninen osaaminen. Blogin ulkoasu ja sisältö vaikuttavat sivulla viihtymiseen ja se luo haasteita jo suunnitteluvaiheessa. Ajankäyttö sisällöntuotannossa voi osoittautua ongelmalliseksi, mutta sivuston merkitys ratkaisee, pitääkö uutta sisältöä tuottaa usein. Sivuston tulee joka tapauksessa olla ajan tasalla ja yrityksen tiedot helposti löydettävissä. Interaktiivisuus blogilla voi vaatia myös aikaa, kun vastaukset tulisi kirjoittaa pian.

Blogger-alusta osoittautui hyväksi valinnaksi TS-Salongin Team Kampin käyttöön, koska se ei vaadi tietoteknistä osaamista ja sisältöä sivuille saa aikaan nopeasti. Internetmarkkinointi, blogimarkkinointi, kävijäseuranta ja hakukoneoptimointi ovat oleellinen osa internetsivujen rakentamista, kun kyseessä on yritys. Yrityksen tulee löytyä hakupalveluilla. Blogger on Googlen tuotteena hyvä valinta blogialustaksi myös tästä syystä ja sivusto näkyy helposti Googlen hakukoneelle. Perinteinen markkinointi on väistymässä uuden tieltä. Ihmiset viihtyvät ja hakevat tietoa internetissä ja yrityksen markkinoinnin tulee pysyä ajan tasalla siellä, missä ihmiset ovat. Mobiilisivujen syntyminen automaattisesti blogia Bloggerilla tehdessä yllätti positiivisesti. Blogin tekeminen ja ylläpitäminen Bloggerilla on helppoa ja ohjeistusta löytyy nykyään hyvin myös suomeksi. Vaikka tämän työn ohjeet vanhenevat, ohjeet ovat käsillä helposti Bloggerin ja Googlen omassa palvelussa. Myös vaativampaan tarpeeseen lisää ohjeita löytyy Bloggerin ohjekeskuksesta.

Blogi ja ohjeet syntyivät suunnitellusti aikataulun mukaan. Testaus onnistui erinomaisesti ja antoi lisäviitteitä tarpeista, mitä tulee, kun ei ole kokenut käyttäjä internetissä. Blogin teko-ohjeen testaajia oli kaksi, joista toinen oli kokenut internetin käyttäjä ja toisella ei ollut osaamista juuri lainkaan. Kokenut käyttäjä totesi heti, että ohjetta ei juuri tarvitse, koska Bloggerin omat ohjeet ovat hyvät ja selkeät. Sen sijaan toinen käyttäjä

ei selvinnyt edes Google-tunnuksen luomisesta ennen kuin sai ohjeen Tutustu Googleen. Kummatkin testaajat onnistuivat luomaan Bloggerilla blogit ja antoivat palautetta ohjeesta. Ohje on korjattu vastaamaan tarpeita. Ennen ehdotusta blogin ulkoasusta toimeksiantajalle tehtiin useita erilaisia blogeja, jotta paras mahdollinen vaihtoehto löytyisi toimeksiantajalle.

Sivustosuunnitelma (liite 2) ja projektisuunnitelma (liite 1) käytiin toimeksiantajan kanssa läpi. Otettiin huomioon hänen toiveensa. Toteutus tapahtui hyvin nopeasti suunnitelmien pohjalta. Sähköpostilla ja Facebookilla hoitui viestintä ja pari käyntiä tarvittiin tietojen tarkistamiseen ja sisällön tuottamiseen ensimmäistä versiota ajatellen. Kaikki olivat hyvin innostuneita tiimissä blogista ja ilmapiiri oli rento ja iloinen. Kun sivusto oli kunnossa, käytiin ohjeet läpi ja katsottiin, miten Blogger toimii. Tämän jälkeen vastuu sivuston ylläpidosta siirtyi toimeksiantajalle. Palaute useamman viikon käytön jälkeen oli myönteinen. Taru kertoo palautteessa, että he ovat käyttäneet blogia postaten sinne kuvia ja kertomuksia erilaisista tapahtumista. Hän lisää, että aikovat käyttää blogia lisäksi tiedotuskanavana ja kertoa esimerkiksi kampauskikkoja. Hän kokee, että työstä on hyötyä. "Osa meistä ei ole hyviä tietokoneiden kanssa. Helena on ollut pitkäpinnainen ja järjestelmällinen kanssamme. Hän on jaksanut toistaa asioita moneen kertaan. Ymmärrämme nyt, miten blogeja voidaan käyttää monimuotoisesti ", sanoo Taru ja kiittää lopuksi.

Blogin ei ole pakko olla tietynlainen. Ei ole pakko tehdä niin kuin erilaiset blogiopaskirjat sanovat. Kaikki riippuu siitä, mitkä ovat tavoitteet, mitä sivuilla halutaan tavoittaa ja millaisia toimia lukijalta toivotaan. Imagon luomiseen tarvitaan enemmän ponnisteluja, mutta löytyäkseen hakukoneilla ei tarvita juuri muuta kuin luoda sivut. Sivusto on aina helposti muokattavissa. Yritykselle näkyvyyttä internetissä tuo lisää sosiaalisen median eri palveluiden linkittäminen keskenään. TS-Salonki on jo Facebookissa ja blogin linkittäminen sen kanssa toisi lisää liikennettä sivuille. Google+ voisi hyvin olla seuraava palvelu, johon kannattaisi tutustua kuten myös palvelut Twitter ja Pinterest. Mobiilisuveluksiin kannattaa myös perehtyä tarkemmin. Blogien tekoa voi harjoitella ja kokeilla Bloggerin kaikkia ominaisuuksia harjoitusblogeilla. Harjoittelemalla voi tulla taitavaksi käyttäjäksi.

En ollut aikaisemmin blogannut. Työn edetessä itselleni syntyi useita hyvin erilaisia blogeja kokeillessani Bloggeria eri tyyleillä ja erilaisiin tarkoituksiin. Olen erittäin tyytyväinen, että valitsin Bloggerin alustaksi. Se on helppo! Sillä saa mitä hienoimpia sivuja pienellä vaivalla aikaiseksi. Vaativammalle sivustolle kuten verkkokaupan alustaksi se tuskin taipuu kuitenkaan, vaan silloin pitää etsiä toisenlaisia ratkaisuja. Tämä kuvattu ratkaisu on yrittäjälle ilmainen. Huomasin hyvin pian, että turhaan ei sanota blogien nousevan nopeasti hakulistoilla. Hyvin pian ilman ylimääräisiä toimia yksinkertaisilla hakusanoilla blogit löytyivät Google-haulla. Työ oli innostava ja tiimin kanssa oli mukava rakentaa sivusto TS-Salonki Team Kampille. Pientä rohkeutta vaaditaan yrittäjältä perustaa verkkosivusto, jos ei ole teknistä osaamista. Bloggerilla se onnistuu ja tuo näkyvyyttä internetissä ja toivottavasti myös lisää asiakkaita.

Lähteet

Alasilta, A. 2009. BLOGI tulee töihin. Infor Oy. Helsinki.

Blog Herald 2013. Brand.com Review of 6 Tips for Managing Your Reputation Online. Luettavissa: <http://www.blogherald.com/2013/10/06/brand-com-review-of-6-tips-for-managing-your-reputation-online/>. Luettu: 26.1.2014.

Blogger ohjekeskus 2014. Luettavissa: <https://support.google.com/blogger/>. Luettu: 13.2.2014.

Burrows, T. 2008. Blogs, Wikis, MySpace, and More: Everything You Want to Know About Using Web 2.0 but Are Afraid to Ask. Chicago Review Press. London.

Creative Commons Suomi 2014. Valitse lisenssi. Luettavissa: <http://creativecommons.fi/lisenssit/valitse-lisenssi/>. Luettu: 26.1.2014.

Edu.fi 2013. Sosiaalisen median palveluiden käyttöehdot. Luettavissa: http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/sosiaalisen_median_kayttoehdot_opetuksessa/taulukko_sosiaalisen_median_palveluiden_kayttoehdoista. Luettu: 26.1.2014.

Google Hakukoneoptimoinnin aloitusopas 2014. Google Hakukoneoptimoinnin aloitusopas. Luettavissa: <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.fi/fi/fi/intl/fi/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-fi.pdf>. Luettu: 20.2.2014.

Jyväskylän yliopisto 2013. Verkkosyötteen tilaaminen. Luettavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/tvt/sosiaalinen-web/verkkosyoetteiden-tilaaminen>. Luettu: 03.12.2013.

Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2012. Sosiaalinen media opetuksessa. 2. uudistettu painos. Finn Lectura. Helsinki.

Kortesuo, K. 2010. Sano se someksi. Infor Oy. Helsinki.

Lammi, O. 2013. Opi ja työskentele verkossa, tätinörtti opastaa. Docendo. Jyväskylä.

Leino, A. 2011. Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet . Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Lintulahti, M. 2013. Unohtakaa digitaalinen liiketoiminta, Supercellien aikakausi alkaa. Luettavissa: <http://www.villetolvanen.com/2013/04/23/matti-lintulahti-unohtakaa-digitaalinen-liiketoiminta-supercellien-aikakausi-alkaa/> . Luettu: 26.1.2014.

Lintulahti, M. 2013. Näin tein blogihitin – 7 vinkkiä menestysjutun luomiseen. Luettavissa: <http://mattilintulahti.net/mediablogi/2013/02/18/nain-tein-blogihitin-7-vinkkia-menestysjutun-luomiseen/> . Luettu: 26.1.2014.

Lyons, K. 2010. Keyword Optimization: Why Optimizing for the Right Keywords is 'Do or Die'. Luettavissa: <http://www.wordstream.com/blogs/ws/2010/04/14/keyword-optimization>. Luettu: 21.02.2014.

Pink Bubble/bloggari Susanna 2013. Luettavissa: <http://www.pinkbubble.fi/2013/10/missa-kaikkiolla-blogeja-voi-seurata.html>. Luettu: 4.1.2014.

Scott, D. M. 2013. The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. Adobe PDF eBook. 4. uudistettu painos. John Wiley & Sons. New Jersey.

Tapscot, D. 2010. Syntynyt digiaikaan. Docendo. Jyväskylä.

Uusisaari, M. & Aalto, T. 2009. Nettilämää, Sosiaalisen median maailmat. Luettavissa: <http://www.nettielamaa.fi/Nettielamaa.html>. Luettu: 3.12.2013.

Vassinen, R. 2013. Slideshare. Luettavissa:

<http://www.slideshare.net/rvassinen/suosittelu-on-markkinoinnin-trkeimenestysmittari>. Luettu: 24.11.2013.

Liitteet

Liite 1. Projektisuunnitelma

Liite 2. Sivustosuunnitelma

Liite 3. Tutustu Googleen

Liite 4. Blogger-ohje aloittelijalle

Projektisuunnitelma, Yritysblogi Bloggerilla

Yritysblogi Bloggerilla

case TS-Salonki Kamppi Team

Helena Karvinen

Sisältö

1	Projektimäärittäminen.....	1
1.1	Projektin tausta.....	1
1.2	Projektin tehtävä.....	1
1.3	Projektin tavoite ja lopputulokset.....	1
1.4	Projektin rajaus.....	2
1.5	Projektin organisaatio ja kumppanit.....	2
1.6	Projektin aikataulu.....	2
2	Työsuunnitelma.....	3
2.1	Kokonaistyön vaiheistus ja ajoitus.....	3
2.1.1	Aloituskokous.....	3
2.1.2	Määrittely ja suunnittelu.....	3
2.1.3	Toteutus.....	3
2.1.4	Testaus ja opastus.....	4
2.1.5	Luovutus.....	4
2.1.6	Palautte.....	4
2.2	Työvaiheet taulukossa.....	5
2.3	Projektinhallinnolliset menettelytavat.....	7

1 Projektimäärittely

1.1 Projektin tausta

Suunnitellaan ja tehdään yritysblogi Bloggerilla. Luodaan samalla ohje Bloggerin käytöstä blogia luotaessa ja ylläpidon avuksi. Autetaan ja rohkaistaan yrittäjää, jolla ei ole tietoteknistä osaamista, luomaan, käyttämään ja seuraamaan alansa blogeja. Kerrotaan hyödyistä, mitä blogien ja sivuston pitäminen tarjoaa. Selvitetään mahdolliset riskit.

Projektin jälkeen yrittäjän tulisi osata ylläpitää blogia. Näin hän voi olla helposti vuorovaikutuksessa nykyisten ja mahdollisten tulevien asiakkaiden kanssa, jakaa ajankohtaista informaatiota ja tietoa tapahtumista, tarjouksista ja palveluista. Yritys saa uutta näkyvyyttä verkossa.

1.2 Projektin tehtävä

Tehdään helposti ylläpidettävä blogi Blogger-alustaa käyttäen yrittäjälle sekä yksityiskohtaiset ohjeet blogin luomiseen ja ylläpitämiseen.

1.3 Projektin tavoite ja lopputulokset

Suunnitellaan ja luodaan blogi yrittäjän kanssa. Ohje syntyy tässä ohessa ja täydentyy työn edetessä.

Tehdään:

- Suunnitelma blogisivustosta
- Ohje blogin tekemiseksi ja ylläpitämiseksi Bloggerilla
- ensimmäinen versio blogista TS-Salonki Kampille

Alustana käytetään Blogger -blogialustaa. Tämä on suosittu ja helppokäyttöinen blogialusta. Todennäköisesti ei suosionsa vuoksi poistu lähiaikoina markkinoilta vaan voidaan luottaa, että blogisivusto on käytössä vielä pitkään.

1.4 Projektin rajaus

Ei lähdetä selvittämään erilaisia blogialustoja vaan valitaan suoraan Blogger suosionsa, helppo-käyttöisyytensä ja riittävän hyvän muokattavuutensa vuoksi.

Kun blogi on luotu, ohjeet tehty ja opastettu yrittäjää käytössä, niin työ luovutetaan yrittäjälle. Tämän jälkeen blogin ylläpito on yrittäjän vastuulla.

1.5 Projektin organisaatio ja kumppanit

Määrittely ja suunnittelu:	Helena Karvinen Taru Stenberg (omistaja-yrittäjä) Tommy Väänänen (yrittäjä) Michaela Moll (yrittäjä) Heini Mattila (yrittäjä) Satu Tiitto (yrittäjä) Susanna Leima (käsi- ja kynsihoitaja)
Toteutus/versio1.0:	Helena Karvinen
Testaus:	Helena Karvinen Taru Stenberg Tommy Väänänen Michaela Moll Heini Mattila
Ohjeet:	Helena Karvinen
Ohjetesti:	Tuula Luukkonen, Atro Karvinen

1.6 Projektin aikataulu

Aloituskokous 11.12.2013.

Blogi-sivusto on valmis luovutettavaksi toimeksiantajalle vko 2/2014.

Katso kohta Työvaiheet viikkoaikataulu.

2 Työsuunnitelma

2.1 Kokonaistyön vaiheistus ja ajoitus

2.1.1 Aloituskokous

Pidetään aloituskokous Toimeksiantajayrittäjän Taru Stenbergin kanssa. Käydään kokouksessa läpi alustava aikataulu. Keskustellaan tarkemmin blogista; mitä hyötyä siitä on, millaisia tietoja siinä halutaan olevan, kohderyhmästä ja sisältöstrategiasta yleisesti. Kirjataan asiat muistioon. Allekirjoitetaan toimeksiantosopimus.

Toimeksiantaja miettii tekstejä ja kuvia valmiiksi, jotta päästään määrittelyn ja suunnittelun jälkeen toteuttamaan mahdollisimman tehokkaasti.

2.1.2 Määrittely ja suunnittelu

Selvitetään eri vaihtoehdot tuottaa blogi Bloggerilla. Esitellään erilaisia templateja eli malleja toimeksiantajalle. Erillistä määrittelykokousta ei pidetä. Aloituskokouksessa käytyjen asioiden lisäksi jatketaan keskustelua sähköpostilla. Mallien tekoa kuvataan työn ohessa syntyvässä ohjeessa.

Mallin tekoon ja tutkimiseen kalenteriaikaa on varattava kaksi viikkoa.

Erillistä suunnittelukokousta ei tarvita, jos aloituskokouksessa käydyt asiat sekä sähköpostin avulla työ etenee. Sähköpostilla käydään työn edetessä keskustelua ja toimitetaan tekstit ja kuvat sivuille. Kuvakaappauksilla tai itse blogilla voidaan esitellä työn etenemistä toimeksiantajalle ja toimeksiantaja voi esittää toiveita yksityiskohdista.

2.1.3 Toteutus

Toimeksiantaja toimittaa sivuille tulevat ensimmäiset tekstit ja kuvat. Tehdään ensimmäinen versio blogisivustosta. Tehdään ohjeet tämän työvaiheen rinnalla. Toteutukseen varataan aikaa kaksi viikkoa.

2.1.4 Testaus ja opastus

Järjestetään ohjaus ja opastus kaikille blogia ylläpitäville ja kiinnostuneille työntekijöille. Tällöin voi kaikki vielä esittää kysymyksiä ja antaa palautetta sivustosta.

Suoritetaan testaus. Luovutetaan blogi-sivusto toimeksiantajalle testattavaksi. Kirjataan ylös puutteet ja muutokset. Testausaika on yksi viikko.

Tehdään tarvittavat korjaukset ja suoritetaan tarvittaessa blogin testausvaihe uudestaan.

Ohjeen testaukseen käytetään ulkopuolista testaajaa, joka voi tehdä ohjeen perusteella oman blogin. Korjataan ja muutetaan ohjeet toimiviksi tämän testin pohjalta. Ohjeen testaus voi viedä viikon tai pitempään. Tämä voidaan tehdä myös luovutuksen jälkeen ja korjattu ohje toimittaa myöhemmin toimeksiantajalle.

2.1.5 Luovutus

Valmis työ luovutetaan toimeksiantajalle. Tämän jälkeen Toimeksiantaja vastaa itse blogin sisällöstä ja ylläpidosta.

2.1.6 Palaute

Pyydetään kirjallinen palaute toimeksiantajalta.

2.2 Työvaiheet taulukossa

Aloituskokous

tehtävä	tekijä(t)	tulos	viim. valmis	huomautuksia
kokouskutsu	Helena Karvinen	kokouskutsu	vko 49	sähköpostilla
kokous	Helena Karvinen, Taru Stenberg Tommy Väänänen Michaela Moll Heini Mattila Satu Tiitto Susanna Leima	aikataulu projektisuunnitelma toimeksiantosopimus	vko 50	11.12.2013

Määrittely ja suunnittelu

tehtävä	tekijä(t)	tulos	viim. valmis	huomautuksia
mallit, templatet	Helena Karvinen	teko-ohjeen aloitus	vko 49	esitellään perus- templateja
mallin valinta	Taru Stenberg	valittu malli	vko 50	aloituskokoukses- sa pääperiaatteet
määrittely ja suunnittelu	Helena Karvinen, Taru Stenberg	Aloituskokouksessa sovitut asiat kirjataan muistioon. Tämän lisäksi sähköpostien keskeinen sisältö kerätään omaan suunnitteludo- kumenttiinsa.	vko 50 - 52	mm. sivujen tyyli, mitä sivuja blogille tulee, mitä tietoja ja niiden sijainti, nimitiedot

Toteutus

tehtävä	tekijä(t)	tulos	viim. valmis	huomautuksia
tekstit ja kuvat	Taru Stenberg Tommy Väänänen Michaela Moll Heini Mattila Satu Tiitto	Sivujen sisältö toimitetaan sähköpostilla	vko 51	kunkin toimittaa omat tekstit ja kuvat blogin ensimmäiseen versioon
ensimmäinen versio	Helena Karvinen	Blogin ensimmäinen versio	vko 1	ensimmäiset sivut
Ohje	Helena Karvinen	Teko- ja ylläpito-ohje	vko 1-4	täydennetään myös tämän jälkeen tarvittaessa

Testaus ja ohjaus

tehtävä	tekijä(t)	tulos	viim. valmis	huomautuksia
perustesti	Helena Karvinen	Teknisesti toimiva sivusto	vko 1	
ohjaus	Helena Karvinen Taru Stenberg	Perusohjausta, jotta testaus onnistuu	7.1.2014	
hyväksymistesti	Helena Karvinen Taru Stenberg	Muutosehdotukset kirjataan muistioon	7.1.2014	suoritetaan yhdessä tekijän kanssa
ohjetesti	Tuula Luukkonen Atro Karvinen	Tehdään uusi blogi ohjeiden perusteella, muutosehdotukset tai puutteet kirjataan ylös ja korjaustoimet näiden perusteella	vko 1-4	
korjaukset	Helena Karvinen		vko 4	

Luovutus ja palaute

tehtävä	tekijä(t)	tulos	viim. valmis	huomautuksia
Työn luovutus toimeksiantajalle	Helena Karvinen	Julkaistu blogi	10.1.2014	
Esittely	Helena Karvinen Taru Stenberg Tommy Väänänen Michaela Moll Heini Mattila Satu Tiitto	Kirjataan muistioon esille tulleet kysymykset ja huomiot	10.1.2014	Helena esittelee, ohjaa ja opastaa
Palaute	Taru Stenberg Tommy Väänänen Michaela Moll Heini Mattila	Kirjallinen palaute	vko 2-4	
Ohjeet	Helena Karvinen	Korjatut ohjeet	vko 4	

2.3 Projektinhallinnolliset menettelytavat

Helena ja Taru sekä muut henkilöstöstä, jotka osallistuvat blogin sisällön luomiseen sopivat tapaamisia tarvittaessa, käyvät keskustelua sähköpostitse ja puhelimella. Kirjataan muistioon ja suunnitelmalle sovitut asiat, huomiot, virheet, puutteet sekä korjaukset. Helena tekee muistiot ja suunnitelmat ja lähettää ne myös Tarulle, joka voi näin oikaista mahdolliset väärinkäsitykset tai virheet.

Taru päättää julkaistaanko blogi vai miten hän haluaa itse työstää sitä ennen julkaisemista tai mahdollisesti hylätä koko sivuston.

Blogisuunnitelma, Yritysblogi Bloggerilla

TS-Salonki Kamppi Team

Helena Karvinen

Sisältö

1	TS-Salonki Kamppi Team	1
2	Toimeksianto	1
3	Blogin sivut	1
4	Sivujen asiasisältö	2
4.1	Blogin pääsivu, laskeutumisalusta	2
4.2	Taru Stenberg team.....	2
4.3	Yhteystiedot	2
4.4	Muita sivuja	3
5	Hahmotelma sivuista	3

1 TS-Salonki Kamppi Team

TS-Salongin kotisivut:	http://ts-salonki.fi/
TS-Salonki Kamppi:	http://ts-salonki.fi/malminkatu0908.htm
Taru Stenberg team:	Taru Stenberg (omistaja-yrittäjä) Tommy Väänänen (yrittäjä) Michaela Moll (yrittäjä) Heini Mattila (yrittäjä) Satu Tiitto (yrittäjä) Susanna Leima (käsi- ja kynsihoitaja)

2 Toimeksianto

- Tehdään Blogger-blogialustalle yritysblogi, jota on helppo jatkossa ylläpitää omatoimisesti. Helena tekee ensimmäisen version blogista.
- Taru, Tommy, Mikaela ja Heini toimittavat kuvat ja tekstit sisällöksi ensimmäiseen versioon blogista.
- Suunnitellaan yhdessä ulkoasua ja määritellään blogi-alustaa.
- Ennen virallista julkistusta asiakas tarkistaa blogin.
- Lopuksi perusopastus blogin ylläpitoon.

3 Blogin sivut

1. Blogin pääsivu, laskeutumissivu
2. Taru Stenberg team esittely yleinen
3. Yhteystiedot ja aukioloajat
4. Kampissa toimivat henkilöt/Bloggaajat
5. TS-Salongin viralliset kotisivut

Yläosassa on sivuston navigointi, jossa linkit sivuvälilehdille.

Sivujen rakenne pysyy samankaltaisena, koska on sidottu blogi-pohjaan. Kuvien sijoittelu ja koko tulisi pyrkiä pitämään yhtenevänä sivulta toiselle. Ladattavien kuvien tiedostokokoon pitää myös kiinnittää huomiota, jotta blogin sivun lataaminen ei hidastuisi.

4 Sivujen asiasisältö

Sisältö voi olla tekstiä, kuvia, videoita, linkkejä tms. Favicon tehdään TS kirjaimista.

4.1 Blogin pääsivu, laskeutumisalusta

Blogikirjoitukset päivittyvät tähän tuorein ylimpänä.

- Info
- Tarjouksia
- Kuulumisia
- Tapahtumia
- Mallikuvia
- Töiden esittelyä
- Kertomuksia ja tarinoita

4.2 Taru Stenberg team

Kerrotaan teamistä ja toimipisteestä.
Esitellään henkilöstö.

4.3 Yhteystiedot

Tervetuloa TS-Salonkiin Kamppiin!
Malminkatu 22, 00100 HKI,
puh. 09-694 5481

Myös aukioloajat tulevat tälle sivulle:

arkisin 9.00 - 17.00 - 20.00

lauantaisin 9.00 - 15.00 - 18.00

(tai sopimuksen mukaan)

Google-map kartta lisätään koodiin.

HUOM! Yhteystiedot pitää olla joka sivulla.

4.4 Muita sivuja

Jatkossa voi hyvin tehdä lisää sivuja. Blogger rajoittaa sivujen määrän kymmeneen. Blogikirjoitukset eli postaukset tulevat aina ensimmäiselle sivulle.

Huomaa, että samalla tunnuksella voi luoda useita blogeja. Jokaisen blogin perusmalli voi olla erilainen. Esimerkiksi tapahtumilla voisi olla oma sivustonsa eli blogi tunnuksen alla.

5 Hahmotelma sivuista

Aloituskokouksessa päätettiin toteuttaa selkeällä valkoisella pohjalla tekstit, perusteksti melko suurella fontilla ja blogin tausta rauhallisella taustavärillä. Sivupalkissa kootaan gadget:iin avainsanat ja blogitekstihistoria. Eri sivuja tehdään pääsivun lisäksi esittelysivut, jossa esitellään TS-salonki Kampissa toimivat yrittäjät, yhteystiedot ja aikataulu. Yksi sivulehti voi viedä suoraan TS-Salongin kotisivuille.

Navigointi sivuilla

Sivujen navigointipalkki tulee jokaisella sivulle blogin ominaisuuksista johtuen.

Sivupalkki

Sivupalkki tulee oikealle. Sivupalkki toistuu samanlaisena joka sivulla blogin ominaisuuksista johtuen. Sivupalkki sisältää erilaisia gadgetteja, pienoishjelmia mm. blogiarkiston ja asiasanat.

Sivupalkkiin

- TS-Salongin logo, team ja tieto, että kyseessä parturi-kampaamo
- Yhteystiedot
- Sivujen nättökertojen määrä, kävijälaskuri
- Bloggaajat
- Tunnisteet eli asiasanat, mitä blogiteksteissä on käytetty
- Hakumahdollisuus blogista
- Blogiarkisto

Alapalkki

Alanauha tulee jokaiselle sivulla alimmaksi. Lisätään tekijä tieto © TS-Salonki Team Kamppi

Tutustu Googleen

Helena Karvinen

Sisällysluettelo

1 Google palvelut	2
2 Kuinka löydät palvelut	2
3 Google-haku	4
4 Google Chrome -selain	5
5 Google Kääntäjä	6
6 Kuinka voit luoda Google -tilin ja saada tunnukset	7
7 Kirjaudu sisään/ulos	10
8 Gmail -sähköposti	10
9 Google-tilin asetukset	13
9.1 Tili	13
9.2 Profiili	15
9.3 Ilmoitukset	15
10 Google+	16
11 Google Drive	19
12 Blogger	24
13 AdSense	26
14 Google Analytics	27
15 Google Apps for Education	27
16 Google Apps for Business	28
Lähteet	29

1 Google palvelut

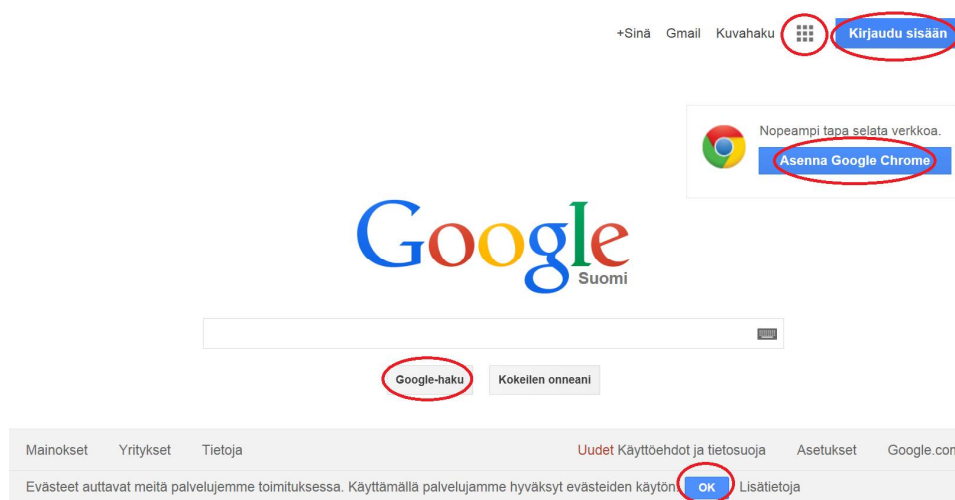
Google tarjoaa monipuolisesti peruspalveluita verkkokäyttöön ja suurin osa aivan ilmaisia. Vaativammallekin yrityskäyttäjälle hinnat ovat kohtuullisia. Löydät Googlen suomenkieliset palvelut osoitteesta **www.google.fi**. Tässä pikakatsauksessa kerron lyhyesti yleisimmistä palveluista ja mm. kuinka luot Google-tilin. Monet Googlen palvelut vaativat tilin luomisen ja kirjautumiseen tilin gmail -tunnukset.

Tässä lueteltu joitain Google-palveluita:

- Google-haku, Täsmähaku
- Google-Maps, Google-Places
- Käännä
- YouTube
- Picasa-verkkoalbumit
- Gmail-sähköposti
- Kalenteri
- Google Drive
- Hangouts
- Google+
- Blogger
- AdWords
- AdSense
- Analytics
- Google Apps -skriptit

2 Kuinka löydät palvelut

Kaikki suomenkieliset palvelut löytyvät osoitteesta **www.google.fi**. Voit toki hakea palvelun nimellä niitä Googlen hakupalvelulla. Voit myös avata Sovellukset painikkeesta oikeassa yläkulmassa. **Siirtyminen eri palveluiden välillä** tapahtuu oikeassa yläkulmassa Google -palveluiden Sovellukset -valintapainikkeella.



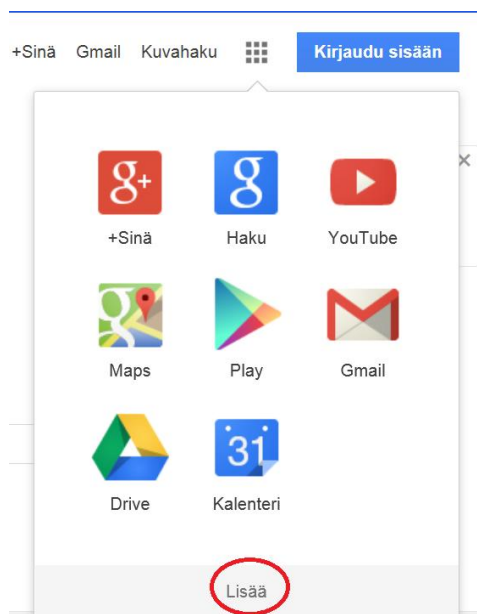
Kuvio 1. www.google.fi aloitussivu

Näkymä voi vaihdella aina hiukan riippuen selaimestasi tai selainasetuksistasi. Jos et jostain palvelua tahdo millään löytää näiden neuvojen perusteella, niin suosittelen käyttämään google-hakua.



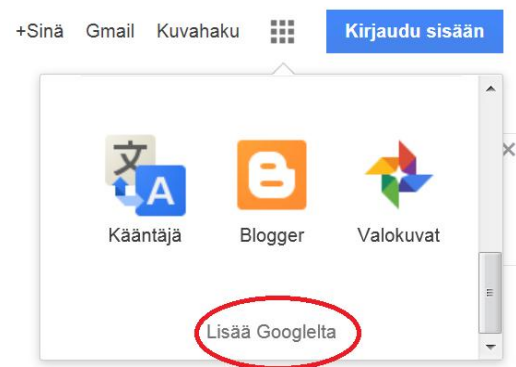
Kuvio 2. Google-palveluiden valintapainike

Sovellukset -painiketta painamalla aukeaa näkymä kuvakkeita palveluista. Kuvakkeet tulevat tutuiksi sitä mukaa, kun alat käyttämään niitä. Tässä katsauksessa esittelen muutamia. Alhaalla näkyvästä Lisää -painikkeesta saat näkyviin lisää kuvakkeita.



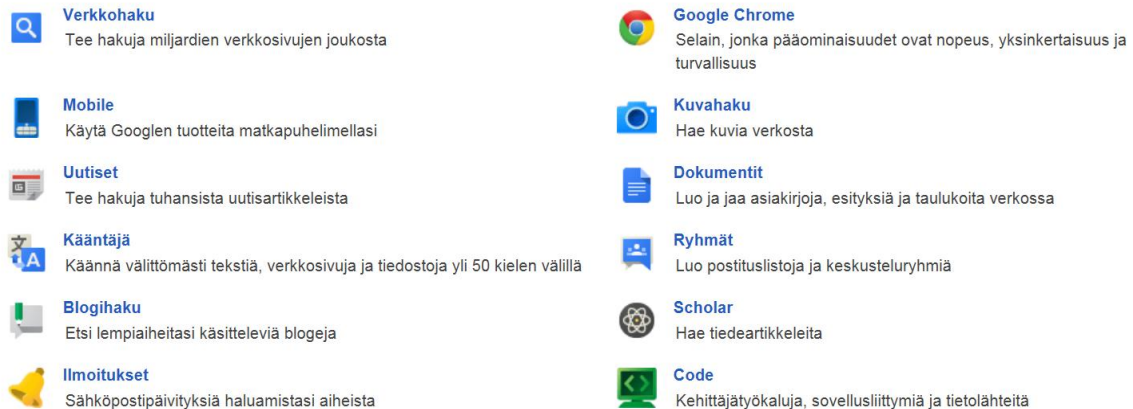
Kuvio 3. Google-palvelut

Paina lisää, jos et löydä haluamaasi palvelua.



Kuvio 4. Google-palvelut lisää

Jälleen voit painaa Lisää Googlelta saadaksesi lisätietoja.



Kuvio 5. lisää Googlelta

3 Google-haku

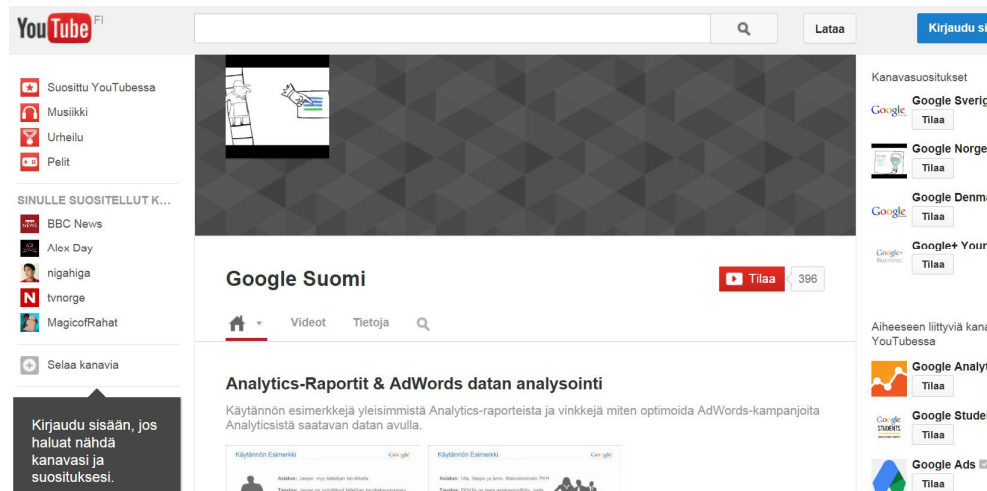
Google-haku on yleisesti tunnettu ja paljon käytetty hakupalvelu. Voit myös saada räätälöidyn täsmähaun yrityksestäsi käyttöön maksusta.



Kuvio 6. Google-haku

Lisäksi Google tarjoaa mm.

- kuvahaun
- blogihaun
- uutishakupalvelun
- Scholar -haulla voit hakea tiedeartikkeleita
- Ilmoitus -palvelulla voit keskittyä ilmoituksiin tai tehdä niitä itse
- karttahaun ja reittiohjeet
- yrityksen lisäys Google-mapsiin Places-palvelussa
- Google AdWords on Googlessa toimiva mainospalvelu yrityksille. Luot avainsanat ja mainokset hakupalvelulle. Asiakkaat näkevät mainokset hakupalvelua käyttäessään.
- Picasa - katsele/jaa kuvia
- YouTube - hae/jaa videoita

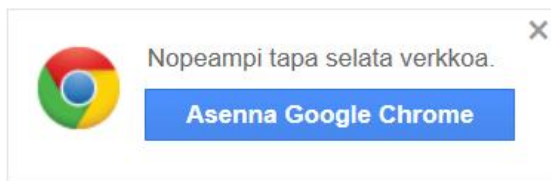


Kuvio 7. YouTube-haku

4 Google Chrome -selain

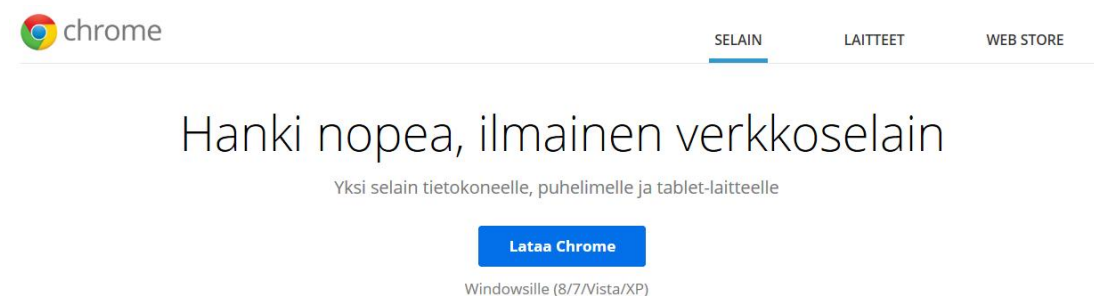
Chrome on internetiselain. Googlen palvelut myös toimivat parhaiten sen omalla selaimella. Selaimesta löytyvät myös tablet- ja mobiiliversiot.

Voit asentaa sen helposti osoitteesta www.google.fi.



Kuvio 8. Asenna Google Chrome

Paina Asenna Google Chrome:



Kuvio 9. Lataa Chrome

Paina Lataa Chrome

Hanki nopea, ilmainen verkkoselain

Google Chromen käyttöehdot

Nämä käyttöehdot koskevat Google Chromen suoritettavaa koodiversiota. Google Chromen lähdekoodi on saatavilla maksutta avoimen lähdekoodin ohjelmistojen käyttöoikeussopimusten mukaisesti osoitteesta <http://code.google.com/chromium/terms.html>.

1. Käyttäjän suhde Googleen

1.1 Googlen tuotteiden, ohjelmien, palveluiden ja verkkosivustojen (joihin viitataan tässä asiakirjassa yhteisellä nimellä Palvelut ja joiden ulkopuolelle jätetään kaikki Googlen erillisellä

[Tulostettava versio.](#)

Tee Google Chromesta oletusselain

Auta kehittämään Google Chromea lähettämällä automaattisesti käyttötilastoja ja virheraportteja Googlle. [Lisätietoja](#)

[Hyväksy ja asenna](#)

Kuvio 10. Google Chrome Hyväksy ja asenna

Ota pois ruksi kohdata Tee Google Chromesta oletusselain, jos käytät yleensä toista selainta kuten esim. Internet Exploreria. Ota myös toinen ruksi pois, jos et halua ylimääräistä liikennettä taustalle.

Paina Hyväksy ja asenna.

5 Google Kääntäjä

Google kääntäjän löydät osoitteesta translate.google.fi. Voit tehdä käännöksiä useille eri kielille. Voit käännättää sanoja, tekstejä ja tiedostoja.

Kääntäjä

englanti
suomi
ruotsi
Tunnista kieli

↔

suomi
englanti
ruotsi

↕

[Käännä](#)

Mahdotontako?
Koska hän ei tiennyt,
että se on mahdoton tehtävä,
hän meni ja teki sen. |

Impossible?
Since he did not know
that it is an impossible task,
he went and did it.

Kuvio 11. Google kääntäjä

Kirjoita tai kopio teksti laatikkoon, valitse antamasi tekstin kieli ja kieli, johon haluat sen kääntää.

6 Kuinka voit luoda Google -tilin ja saada tunnukset

Googlen käyttäjätilin voit luoda osoitteessa **www.google.fi**. Evästeiden käyttö on suositeltavaa, jotta kaikki palvelut toimivat toivotulla tavalla. Tämä vain huomioksi, jos selain kysyy tätä sinulta.

Kirjoita tunnus ja salasana ylös, että varmasti muistat ne jatkossa. Jos salasanasi pääsee unohtumaan, niin sinun pitää luodessasi tunnuksia antaa varasähköpostiosoitteesi ja puhelinnumerosi. Näillä Google pyrkii varmistamaan, että tili kuuluu juuri sinulle, kun nollaat vanhan salasanan ja annat uuden.

Kun esim. lähetät viestejä (gmail), blogipostauksia (Blogger) tai käytät Google+ - palvelua, niin huomaa, että luomasi profiilisi näkyy näissä kaikissa.

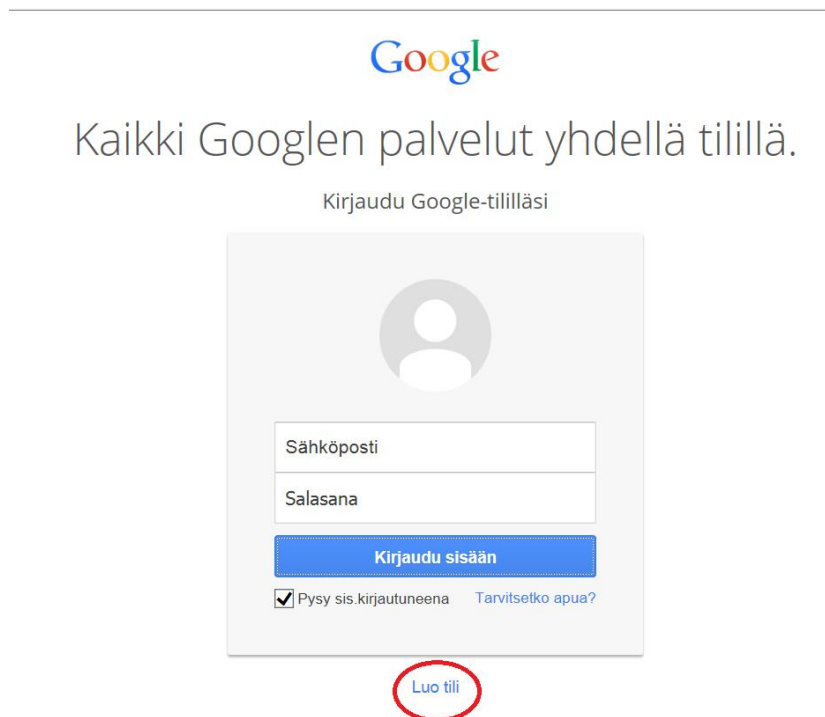
Saat automaattisesti kaikki ilmaiset Google-palvelut käyttöösi tilin luotuaasi.

Googlen aloitussivulla **www.google.fi** pääset kirjautumissivulta painikkeesta Kirjaudu sisään oikeassa yläkulmassa tekemään rekisteröitymisen. Jos sinulla on jo tili ja Google ehdottaa sitä, niin silloin voit jatkaa suoraan seuraavasta kohdasta, jos haluat luoda toisen tilin.



Kuvio 12. Kirjaudu sisään -painike

Paina Luo tili alhaalla.



Kuvio 13. Kirjautumissivu

Täytä kentät:

1. Anna nimesi
2. Valitse osoite esim. nimi.joku@gmail.com (6-30 merkkiä), tästä tulee tunnuksesi
3. Luo ja vahvista salasana
4. Anna syntymäaika ja sukupuoli
5. Anna **käytössä oleva** sähköposti-osoite, varasähköposti
6. Ota ruksi pois kohdasta Määritä Google oletusetusivuksi
7. Anna Capcha -tunnukset, huomaa kaksi sanaa
8. Tutustu käyttöehtoihin ja tietosuojakäytäntöön ja hyväksy ne.
9. Paina Seuraava vaihe

The image shows a screenshot of the Google account creation form. Several elements are circled in red: the 'Määritä Google oletusetusivuksi' checkbox, the CAPTCHA image, the CAPTCHA text 'Kirjoita kaksi sanaa', the 'Hyväksyn Googlen käyttöehdot ja tietosuojakäytännön' checkbox, and the 'Seuraava vaihe' button.

Nimi
Etunimi Sukunimi

Valitse käyttäjänimi
 @gmail.com

Luo salasana

Vahvista salasana

Syntymäaika
Päivä Kuukausi Vuosi

Sukupuoli
Olen...

Matkapuhelin
 +358

Nykyinen sähköpostiosoitteesi

Oletusetusivu
 Määritä Google oletusetusivuksi.
Oletusetusivu on ensimmäinen sivu, joka näkyy, kun käynnistät selaimen.

Todista, ettet ole robotti
 Ohita tämä vahvistus (puhelinvahvistus voidaan vaatia).

Kirjoita kaksi sanaa:

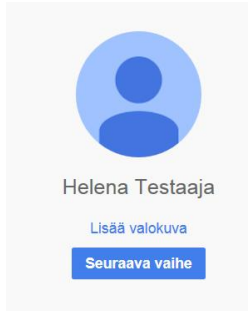
Sijainti
Suomi

Hyväksyn Googlen käyttöehdot ja tietosuojakäytännön.

[Seuraava vaihe](#)

Kuvio 14. Anna Google-tilin tiedot

Seuraavaksi voit, jos haluat, lisätä valokuvan profiilikuvaksi tai jatkaa luomalla Google-tilin. Kuvan voi lisätä myös myöhemmin asetuksissa.



Kuvio 15. Profiilikuva

Kun olet valmis, jatka painamalla Seuraava vaihe ja sinulle avautuu Tervetuloa-sivu.

*Käytä sovel
muokkaa tili*

Tervetuloa, Helena

Uusi sähköpostiosoitteesi on karvhe@gmail.com

Kiitos, että loit Google-tilin. Voit käyttää tiliäsi esimerkiksi YouTube-kanavien tilaamiseen, ilmaisiin videokeskusteluihin tai suosikkipaikkojesi katseluun Mapsissa.

Jatka palveluun Gmail

Kuvio 16. Tervetuloa, jatka palveluun

Riippuen mistä kautta lähdit luomaan Google-tiliäsi, niin painikkeessa lukee sen palvelun nimi. Paina Jatka palveluun <palvelun nimi>. Voit jatkaa opastuskierroksella painamalla Seuraava tai sulkemalla ruksista opastus-ikkunan.



Kuvio 17. Opastuskierros

Muista käydä vahvistamassa Google-tilisi antamassasi varasähköpostiosoitteessa, jollet ole tehnyt sitä tekstiviestillä puhelimellasi.

7 Kirjaudu sisään/ulos

Kaikkiin suomenkielisiin palveluihin pääset osoitteessa **www.google.fi**. Sisäänkirjautumis - painike löytyy oikeasta yläkulmasta.



Kuvio 18. Kirjaudu sisään Google-tilille

Anna Google-tilisi tunnus (joku.nimi@gmail.com) ja salasanasi. Paina kirjaudu sisään.

Jos haluat kirjautua tililtäsi ulos, niin oikeassa yläkulmassa profiilikuvaa painamalla pääset kirjautumaan tililtäsi ulos.



Kuvio 19. Google-tililtä uloskirjautuminen

8 Gmail -sähköposti

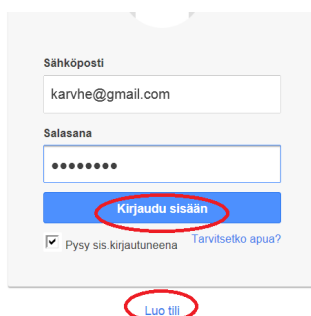
Googlen sähköpostipalvelu on nimeltään Gmail. Sen avulla voit sähköpostien lisäksi pitää vaikka videopuheluita.

Löydät osoitteesta **mail.google.com** tai, jos käytät mieluummin Sovellukset -kuvakkeita, niin paina Gmail -kuvaketta:



Kuvio 20. Gmail

Jos sinulla on gmail -tunnukset, voit kirjautua niillä sisään tai voit luoda Google -tilin. Kirjaudu tai Luo tili ensin.



Kuvio 21. Kirjautumisnäkyvä

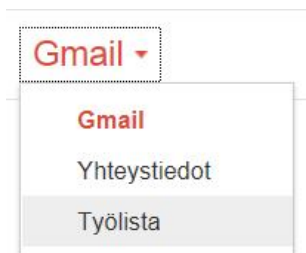
Vasemmassa reunassa näkyvät yleisimmät toiminnot. Jos haluat kirjoittaa uuden viestin, paina Kirjoita.



Kuvio 22. Kirjoita sähköpostiviesti

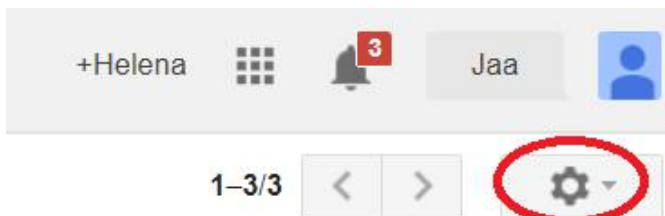
Kun siirryt muille sivuille tililläsi, niin pääset takaisin painamalla Gmail -kuvaketta Sovelluksista.

Yhteystietoja voit tallettaa Gmail -painikkeella avautuvista linkeistä. Kaikkien palveluiden yhteystiedot löytyvät samasta paikasta.



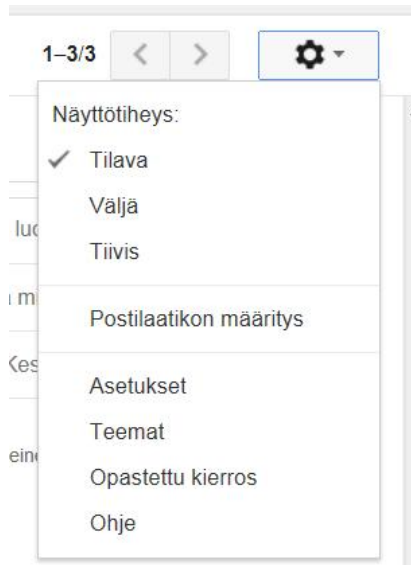
Kuvio 23. Gmail yhteystiedot

Ylhäällä oikealla löytyvät tutuksi tulevat Googlen kuvakkeet.



Kuvio 24. Googlen asetuskuvakkeet

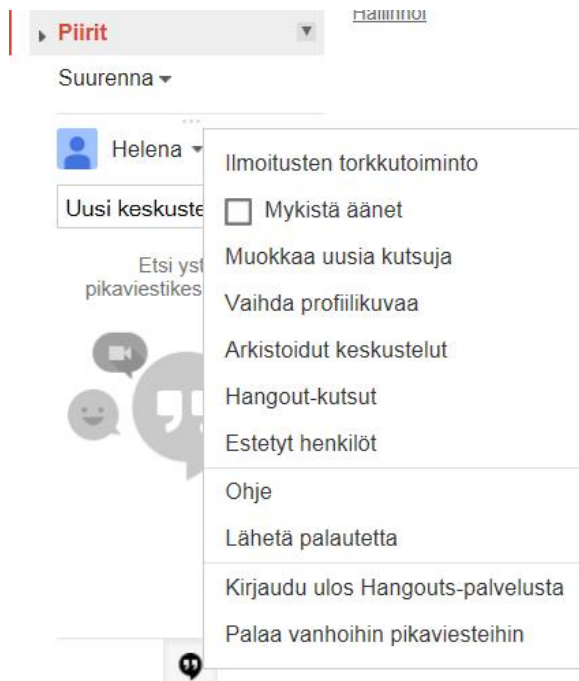
Rataskuvakkeesta tulee näkyviin seuraavat toiminnot:



Kuvio 25. Googlen rataskuvake

Tutustu ja kokeile määrittäksiä, asetuksia ja teemoja. Lue tarkemmat ohjeet verkkosivuilta.

Sivupalkissa alhaalla löytyy ns. Hangouts -toiminnot. Kun lisää ihmisiä ns. Piiriisi, niin voit käydä keskusteluja reaaliaikaisesti tällä toiminnolla.



Kuvio 26. Googlen Hangouts

Katso seuraava luku Google-tilin asetukset. Niihin pääsee oikean yläkulman profiilikuvasta.

9 Google-tilin asetukset

Oikeassa yläkulmassa on aina tutuksi tulevat Google -tilin kuvakkeet. Omaa kuvaasi painamalla pääset muuttamaan kuvaasi ja muita tiliasetuksia

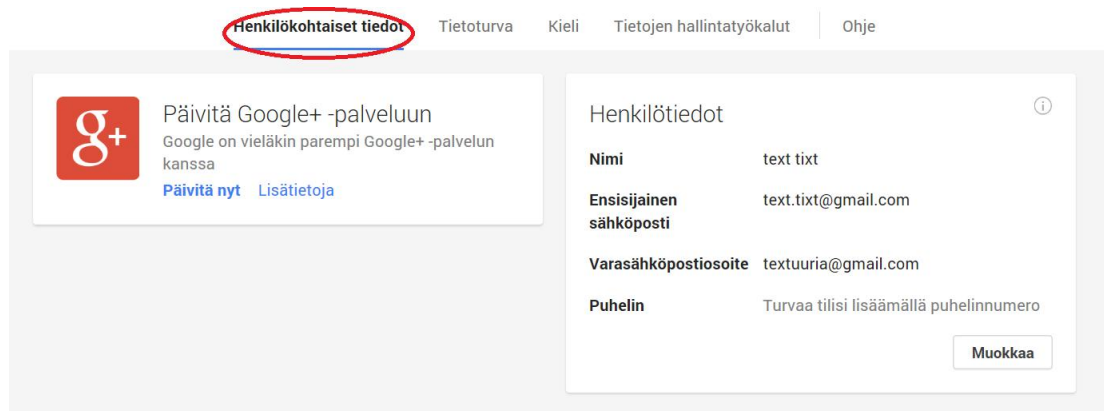


Kuvio 27. Google-tilin asetukset

Kokeile ja tutustu.

9.1 Tili

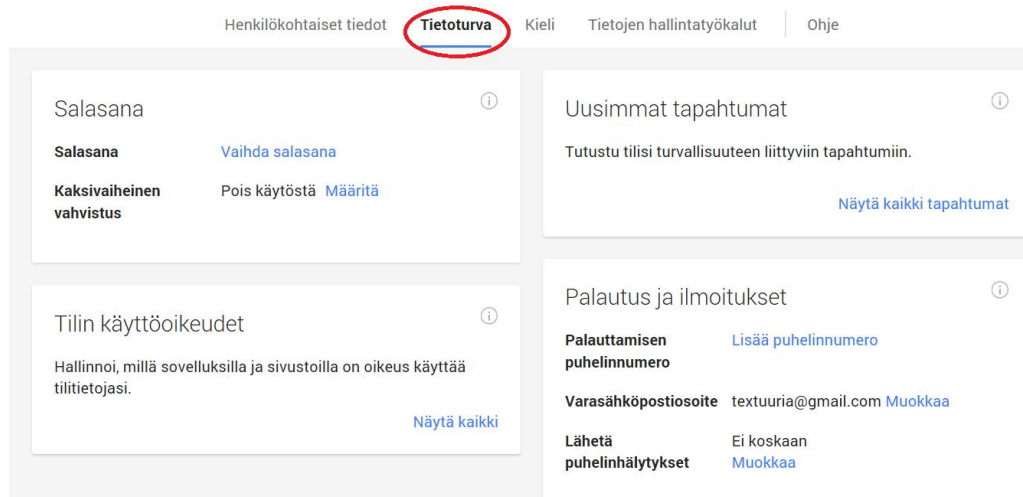
Tili -linkistä avautuvat asetukset:



Kuvio 28. Google-tilin asetukset, Henkilökohtaiset tiedot

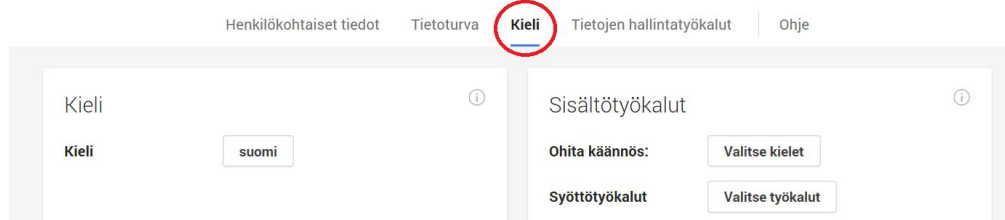
Voit muuttaa mm. varasähköpostiosoitteen Henkilötiedot kohdan Muokkaa painikkeen takaa löytyvällä sivulla.

Tietoturva -välilehdellä voit muuttaa mm. salasanan tai hallita käyttöoikeuksia. Näytä kaikki tapahtumat näyttää lokitietoja tilin tapahtumista.



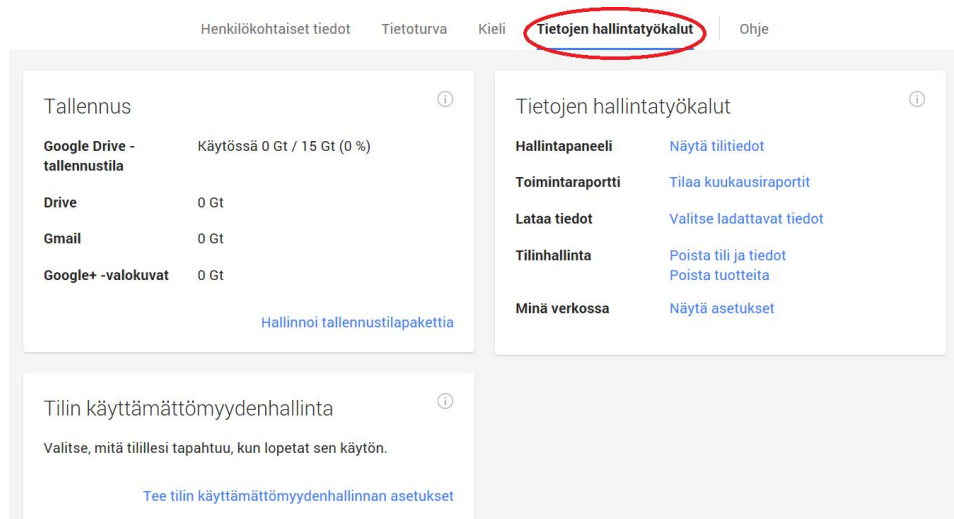
Kuvio 29. Google-tilin asetukset, Tietoturva

Kieli -välilehdellä voit hallita kieleen liittyviä asetuksia.



Kuvio 30. Google-tilin asetukset, Kieli

Tietojen hallintatyökalut -välilehdellä näytetään Google-tilin eripalvelut ja sitä kautta voidaan niiden määrittämiä muokata.

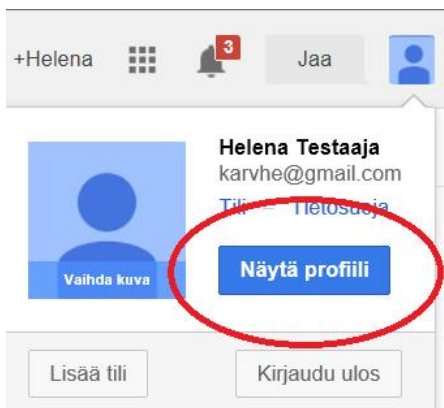


Kuvio 31. Google-tilin asetukset, Tietojen hallintatyökalut

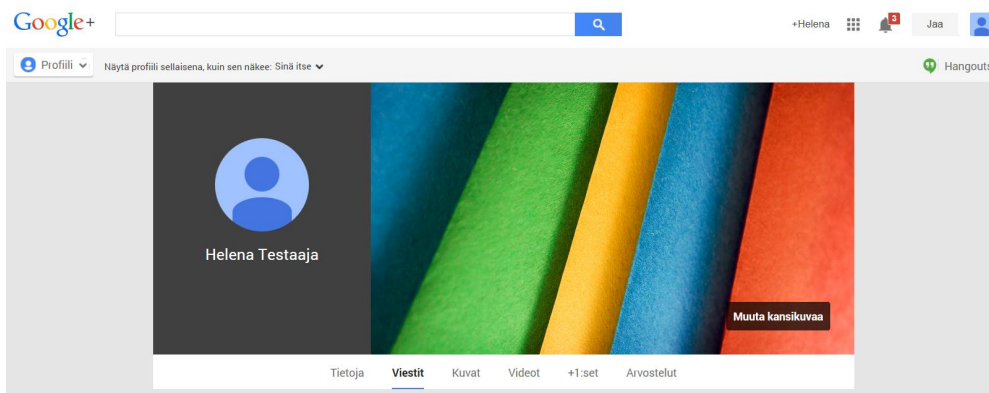
15 Gt on ilmainen tallennustila. Tätä isommat vaihtoehdot ovat maksullisia. Huomaa, että multimedia sisältö blogilla täyttää nopeasti tätä tilaa. Esimerkiksi kuvatiedostojen kokoon voi helposti vaikuttaa ennen julkaisemista kuvankäsittelyohjelmilla.

9.2 Profiili

Kun painat Näytä profiili oikeassa yläkulmassa, niin Google vie sinut Google+ -palveluun, josta enemmän seuraavassa luvussa.



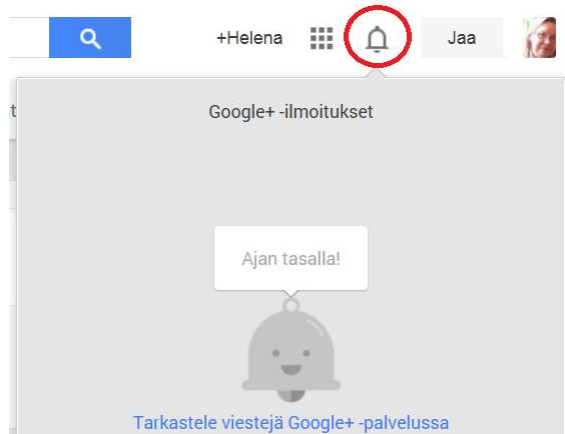
Kuvio 32. Google-tili profiili



Kuvio 33. Google-tili profiili, Google+

9.3 Ilmoitukset

Käyttäjätunnuksesi vieressä näkyy kellomainen kuvio, jonka sisällä voi olla numero. Numero näyttää, montako lukematonta ilmoitusta sinulla on. Ilmoitukset ovat tiedotteita esimerkiksi saamistasi viesteistä. Napsauttamalla numeroa näet ilmoitukset.



Kuvio 34. Google-tili ja ilmoitukset

10 Google+

Google+ on Googlen oma yhteisöpalvelu. Se toimii samaan tapaan kuin yleisemmin tunnettu Facebook pienin eroavuuksin. Voit luoda yksityiskohtaisen profiilin ja helposti verkostoitua muiden kanssa sen avulla.

Google+ löytyy osoitteesta **plus.google.com** ja/tai voit kirjautua tilillesi ja valita kuvakkeen.

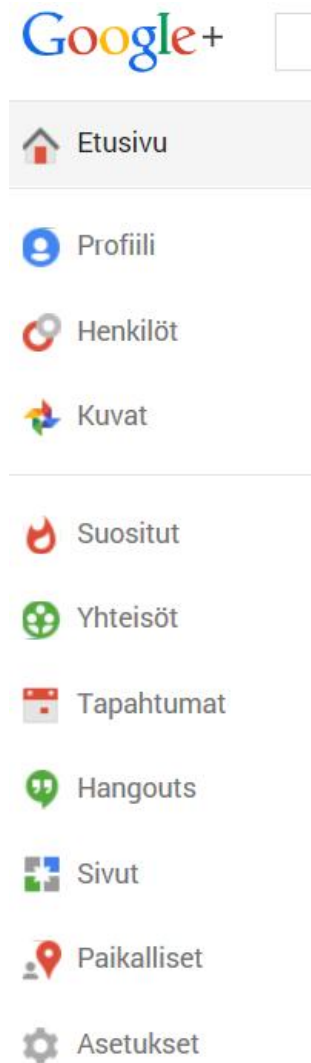


+Helena

Kuvio 35. Google+ -kuvake

Voit jakaa piireillesi tilapäivityksiä, linkkejä ym. ja seurata tuttujasi ja muita mielenkiintoisia profiileja. Luomasi profiili näkyy kaikissa Googlen palveluissa.

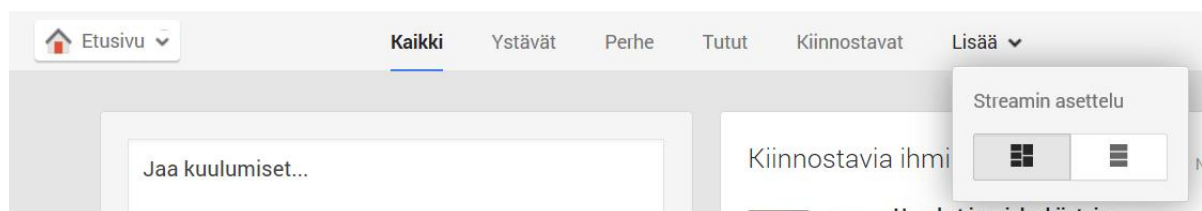
Sivupalkista löytyy perustoiminnot:



Kuvio 36. Google+ sivupalkki

Tutustu toimintoihin. Muokkaa profiilisi mieleiseksi. Lisää henkilöitä piireihisi. Muista myös tarkistaa asetukset ja määritä näkyvyysasetuksesi.

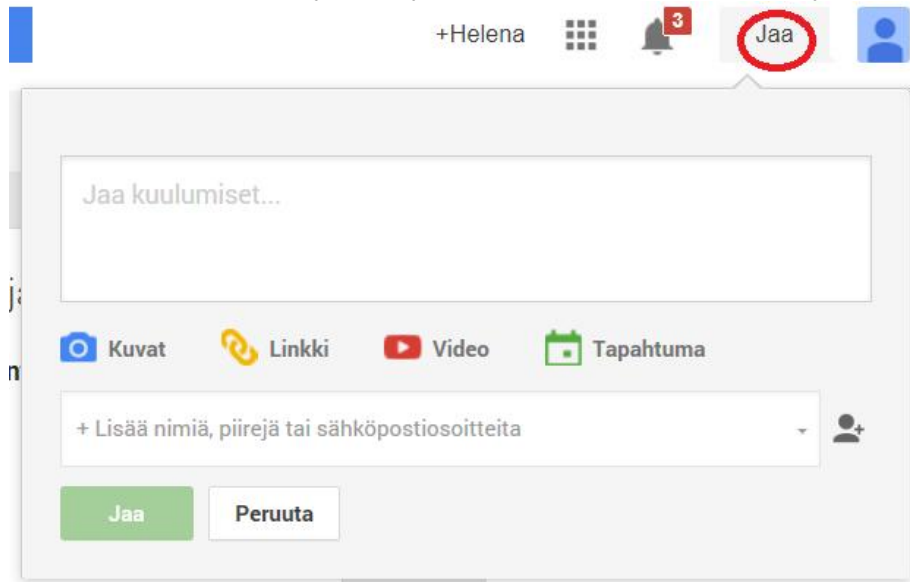
Keskeltä voit siirtyä erilaisiin näkymiin ja valitsemaan piireihisi.



Kuvio 37. Google+ näkymävalinta

Hangouts löytyy täältä kuten Gmail -sähköpostipalvelustakin. Sillä voit lähettää pikaviestejä tai olla jopa videoyhteydessä piiriisi kuuluvien kanssa.

Jaa -linkillä aukeaa ikkuna, jolla voit jakaa omat kuulumiset, tietoa, linkkejä, kuvia ym.



Kuvio 38. Google+ jaa

Jakamisen vaihtoehdot:

- tietylle henkilölle valitsemalla nimi tai sähköpostiosoite
- tietylle piirille valitsemalla esim. perhe
- kaikille Piireissäsi oleville henkilöille valitsemalla piirisi
- laajennetuille piireille jakaa piireissäsi olevien henkilöiden piireissä olijolle
- kaikille, jotka ovat lisänneet sinut piireihinsä valitsemalla julkinen

Googlen muissa palveluissa pystyt suoraan jakamaan myös esim. linkin blogipostaukseesi.

Kun kirjaudut jatkossa Google+ -tilillesi tai siirryt painikkeella esimerkiksi palvelussa oikeassa yläkulmassa löytyvällä Google+ -painikkeella palvelun etusivulle, niin näet streamin piiriisi kuuluvien julkisista jaoista, omista jaoistasi ja niistä jaoista, joiden piirien jäsen olet.



Kuvio 39. Google+

Voit luoda yhteisön tai liittyä yhteisöön. Yrityksellesi tai yhteisölle voit luoda myös oman sivun palveluun.

11 Google Drive

Google Drive löytyy osoitteesta **drive.google.com**. Voit myös kirjautua Google-tilillesi ja valita kuvakkeen.



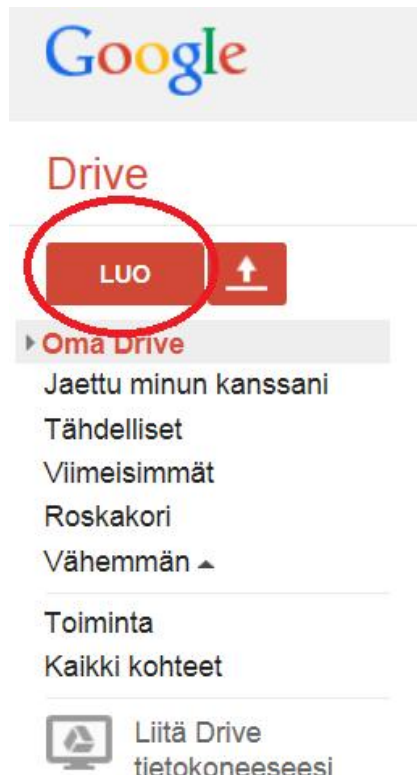
Drive

Kuvio 40. Google Drive

Google Drive on dokumenttienhallintaan ja luomiseen käytettävä pilvipalvelu. Google Drive yhdistää Google Docsin, Google+:n ja pilvipalvelun. Voit luoda tai synkronoida dokumentteja, taulukoita ja esityksiä sillä sekä säilyttää tai jakaa niitä. Valmiin työsi voi tallentaa esim. word- tai pdf-muodossa. Google Driveen voidaan ladata kaiken tyyppisiä tiedostoja.

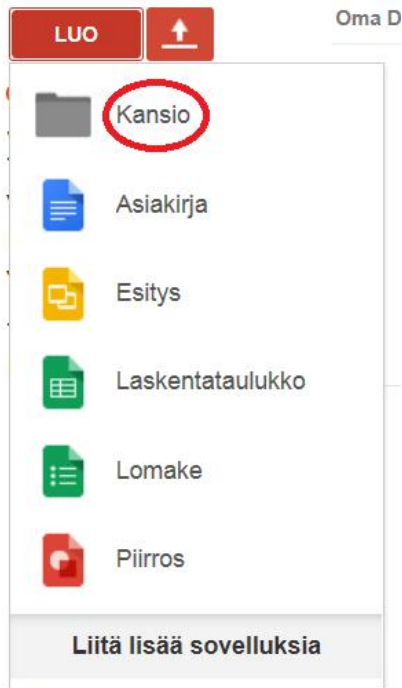
Voit työstää ja jakaa dokumentteja muiden kanssa. Useampi voi työstää dokumentteja jopa samanaikaisesti. Kaikki tehdyt muutokset tallentuvat versiohistoriaan. Viimeisin versio on aina yhdessä paikassa. Drivea käyttämällä sinun ei tarvitse lähettää sähköpostin liitetiedostoja.

Sivupalkista löytyy painike Luo, jolla pääset luomaan kansion tai dokumentin. Lisäksi sieltä löydät mm. ohjeita avuksesi.



Kuvio 41. Google Drive, Luo

Luodaan kansio:



Kuvio 42. Google Drive, Luo kansio



Kuvio 43. Google Drive, Uusi kansio

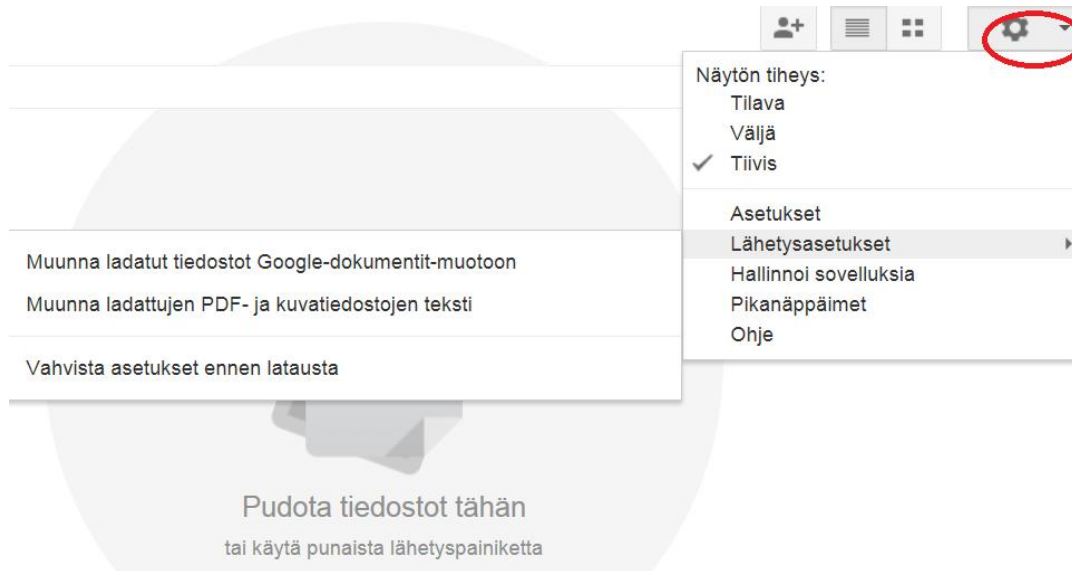
Anna kansiolle nimi ja paina Luo.

Kansio ilmestyy näytöllesi ja voit valita sen klikkaamalla.



Kuvio 44. Google Drive, oma kansio

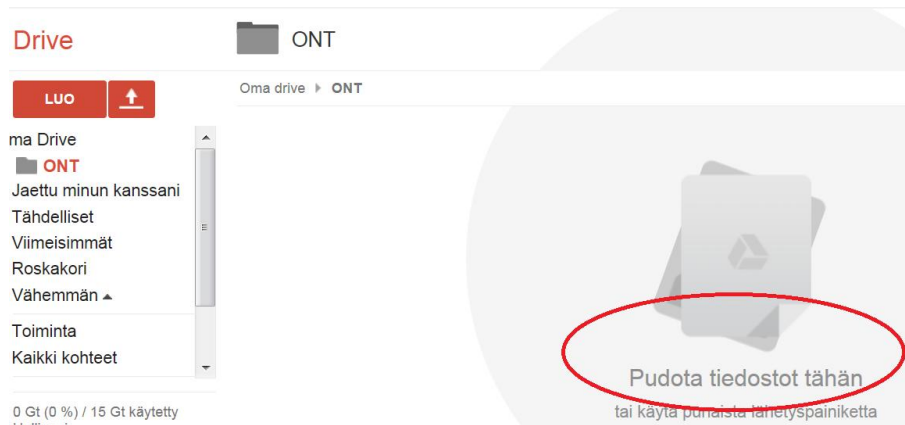
Käy läpi kaikki asetukset ennen kuin aloitat työskentelyn Google Drivessa. Asetuksiin pääset rataskuvakkeesta:



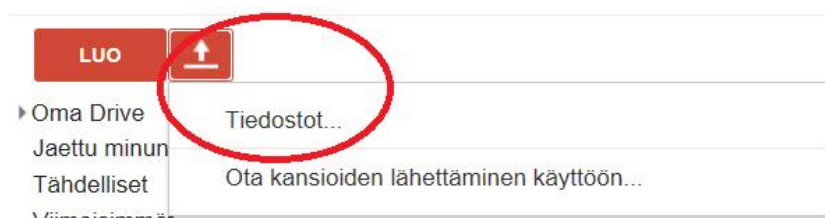
Kuvio 45. Google Drive, asetukset

Myös Pikanäppäimistä saattaa olla paljon apua, jos työskentelet paljon Google Driven parissa.

Voit tuoda kansioosi dokumentteja koneeltasi tai luoda uusia. Tiedostoja voit tuoda raahaa ja pudota toiminnolla ks. Kuvio 46 tai hakemalla tiedostot koneeltasi ks. Kuvio 47:



Kuvio 46. Google Drive, oma kansio valittu



Kuvio 47. Google Drive, hae tiedostot

Valitse kieleksi suomi ja paina Aloita lähetyks.

Lähetyksasetukset

Määritä ladattavien tiedostojen asetukset. Näitä asetuksia käytetään kaikkiin Google-dokumentteihin ladattaviin tiedostoihin. [Lisätietoja](#)

Muunna asiakirjoja, esityksiä, laskentataulukkoja ja piirustuksia vastaaviksi Google-dokumenteiksi.

Muunna PDF- tai kuvatiedostojen sisältämä teksti Google-dokumenteiksi

Asiakirjan kieli: suomi

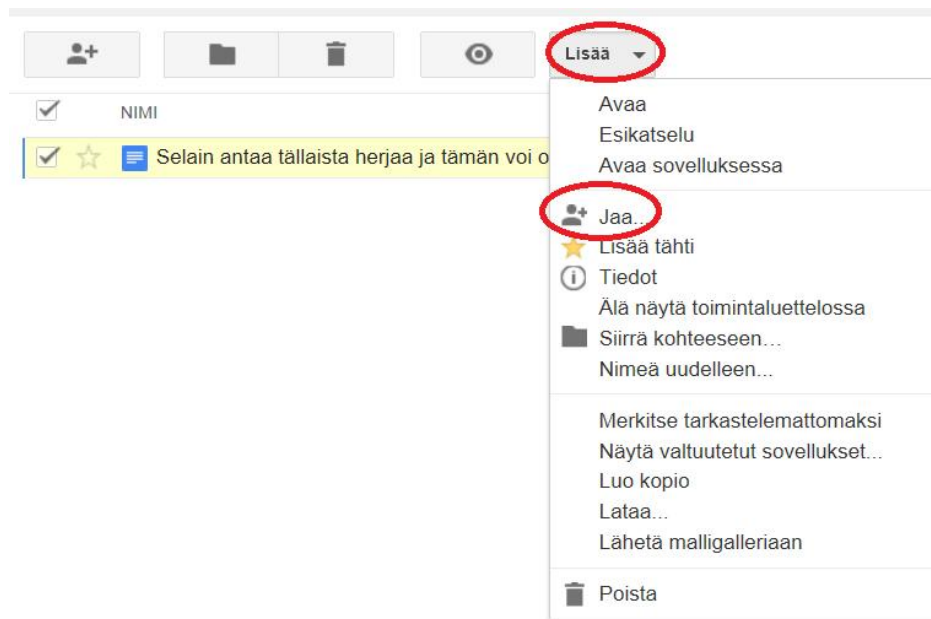
Vahvista asetukset ennen latausta

Aloita lähetyks

Peruuta

Kuvio 48. Google Drive, tiedostojen lähetyks

Voit seurata lähetyksen etenemistä ja sulkea ikkunan, kun lähetyks on mennyt tai muuttaa Jaa -linkistä käyttö- ja näkyvyysasetuksia. Oletuksina vain sinä olet käyttäjä ja vain sinä näet dokumentin. Jakoasetuksia pääset muokkaamaan myös avaamalla dokumentin ja painamalla painiketta Jaa oikeassa yläkulmassa tai toiminnoista Lisää.



Kuvio 49. Google Drive, toimintoja Lisää, Jaa

Dokumentin voi jakaa

- tietyille käyttäjille, vaatii Google-tunnuksen käyttäjiltä
- sähköpostilinkkinä linkin käyttäjille, ei vaadi Google-tunnuksia
- täysin julkisesti kaikille

Jakamisasetukset

Jaettava linkki (vain yhteiskäyttäjien saatavilla)

<https://docs.google.com/document/d/16JiykUPPLJNjFgrDIO6K4NCSCaognYIBcD8It0>

Jaa linkki seuraavan palvelun kautta:



Kenellä on käyttöoikeudet

	Yksityinen: vain sinulla on käyttöoikeus	Muuta...
	Helena Karvinen (sinä) helena.a.karvinen...	On omistaja

Kutsu käyttäjiä:

[Voi muokata](#)

Ilmoita käyttäjille sähköpostitse - [Lisää viesti](#)

[Jaa ja tallenna](#) [Peruuta](#) Lähetä kopio minulle Liitä itse kohde sähköpostiin

Muokkaajat voivat lisätä käyttäjiä ja muuttaa käyttöoikeuksia. [\[Muuta\]](#)

Kuvio 50. Google Drive, jakamisasetukset

Paina lopuksi Jaa ja tallenna. Katso myös kohta Muuta.

Kenellä on käyttöoikeudet

	Jaettu yksityisesti: vain luettelossa olevat henkilöt voivat käyttää	Muuta...
	Helena Karvinen (sinä) helena.a.karvinen...	On omistaja
	Atro Karvinen atro3141@gmail.com	Voi muokata ×
	Tuula Luukkonen tuulaluu@gmail.com	Voi muokata ×

Kutsu käyttäjiä:

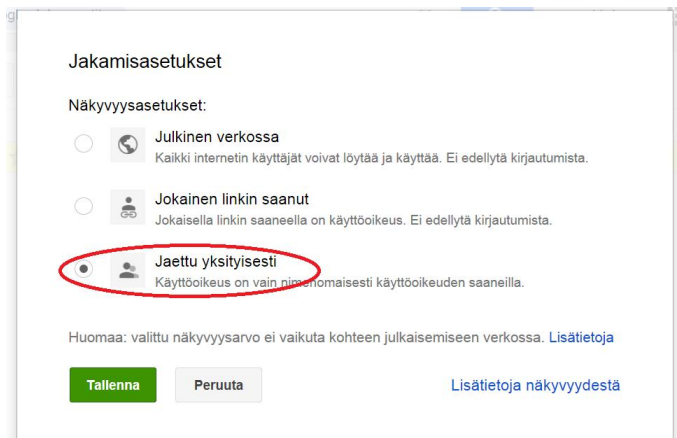
Muokkaajat voivat lisätä käyttäjiä ja muuttaa käyttöoikeuksia. [\[Muuta\]](#)



Kuvio 51. Google Drive, käyttöoikeudet, Valmis

Paina Valmis, jos olet tyytyväinen asetuksiisi.

Kohdassa muuta edellä, voit muuttaa näkyvyysasetuksia. Oletuksena dokumentti on yksityinen.



Kuvio 52. Google Drive, näkyvyysasetykset

12 Blogger

Blogger on Googlen tarjoama ilmainen blogi -alusta ja se löytyy osoitteesta **www.blogger.com**. Voit myös kirjautua Google-tilillesi ja valita kuvakkeen.



Blogger

Kuvio 53. Blogger-kuvake

Kun olet kirjautunut Google -tunnuksillasi sisään, niin jatka luomalla Blogger -profiili.

Kirjaudu sisään ja siirry Bloggeriin

A screenshot of the Blogger login form. At the top, there is a grey circular profile picture placeholder. Below it, the label "Sähköposti" is followed by a text input field containing "karvhe@gmail.com". Below that, the label "Salasana" is followed by a password input field with seven dots. A blue button labeled "Kirjaudu sisään" is below the password field. At the bottom, there is a checked checkbox labeled "Pysy sis kirjautuneena" and a link "Tarvitsetko apua?".

Kuvio 54. Blogger sisäänkirjautuminen

Kirjauttuasi sinun täytyy vahvistaa profiilisi.

Vahvista profiilisi

Alla näkyvä profiili, jonka lukijat näkevät lukiessaan päivityksiäsi. Käyttämällä Google+ -profiilisi lukijoidesi kanssa. Lisäksi lukijasi saavat mahdollisuuden jakaa ja suositella sisältöä esimerkiksi nimimerkkiä, voit valita rajoitetun Blogger-profiiliin. [Lisätietoja profiileista](#)



Kuvio 55. Blogger vahvista profiili


Jos sinulla on jo Google+ -tili, niin se toimii profiilina Bloggerissa tai voit myös luoda oman Blogger -profiiliin, jolloin paina Siirry rajoitettuun Blogger-profiiliin. Google+ -profiiliin voit luoda missä vaiheessa tahansa ja liittää sen blogisi profiiliksi. Riippuen miten olet kirjautunut, niin sinulle voi tulla myös vaihtoehdot näkyviin näin:



Kuvio 56. Google-tilin profiilin vahvistaminen

Jos et luo Google+ -profiilia, niin on sinun annettava Näyttö -tiedot eli kirjoita nimi, jolla bloggaat jatkossa kohtaan Näytä nimi. Blogger -profiiliin tietoja voit muuttaa klikkaamalla käyttäjätunnustasi oikeassa yläkulmassa.

Sinulle avautuu Bloggerin Hallintasivu aina, kun kirjaudut tai siirryt Bloggeriin. Tutustu palveluehtoihin, tietosuoja-tietoihin ja sisältökäytäntöön.

 Käyttäjän Helena Karvinen blogit

Uusi blogi

Kaikki blogit

Blogger Buzz

.opin



Ajattelun ammattilainen


Alex Stubbin blogi

Americana – Suomenkuv...



Blasit


koti Karvinen peruslinkkejä

  **Näytä blogi**



 402 sivun katselua - 3 viestiä, julkaistu viimeksi 2.1.2014


.Luen

  **Näytä blogi**

 19 sivun katselua - 1 viesti, julkaistu viimeksi 28.12.2013

Verkkolukemista linkit ja vinkit

  **Näytä blogi**

 80 sivun katselua - 1 viesti, julkaistu viimeksi 11.12.2013 - 1 seuraaja

Lukuluettelo | Alex Stubbin blogi

Lisää

Kaikki blogit

Blogger Buzz

.opin

Ajattelun ammattilainen

Alex Stubbin blogi

Americana – Suomenkuv...

Blasit

Vuosi 2013 - mitä tuli tehtyä?

Alexander Stubb blogissa [Alex Stubbin blogi](#) - 1 viikko sitten

Vuosi on lopullaan. Ennen joulua on hyvä katsoa vielä kerran taakse ja miettiä, mitä vuoden aikana on tehty. Jos tämän vuoden tiivistää osaltani lukuihin, se kuulostaa tältä: 106 virkamatkavuorokautta ja 43 matkaa. Matkat voi karkeasti jakaa siten, että reilu puolet niistä meni suomalaisyritysten viennin edistämiseen, kolmasosa Eurooppa-tehtävien hoitoon ja loput Pohjois-maiseen yhteistyöhön tai kotimaan matkoihin. Mantereista jäi koluamatta ainoastaan Etelämanner. Eri maita kertyi yhteensä 22. Toisin sanoen: jos vuonna 2013 oli 251 työpäivää, olin 42 prosenttia niistä virkamatko... [lisää »](#)

EU-USA, kolmas erä

Alexander Stubb blogissa [Alex Stubbin blogi](#) - 2 viikkoa sitten

EU:n ja USA:n neuvottelut TTIP-vapaakauppasopimuksesta jatkuvat Washingtonissa tänään maanantaina. Nyt käynnistyy k

Kuvio 57. Blogger Hallintasivu

Voit luoda blogin painamalla Uusi blogi. Tutustu ohjeisiin asetuksista, malleista, ulkoasusta ja sivuista. Blogipostauksia blogillesi voit kirjoittaa oranssista kynäkuvakkeesta painamalla ja saat tekstieditorinäkömän muokkausta varten. Tekstiluetelokuvakkeesta kynän vieressä pääset kaikkiin asetuksiin. Näytä blogi -painike avaa blogisivusi, jos olet sen luonut. Lukuluettelossa näkyvät seuraamasi blogit, jos olet niitä lisännyt sinne.

13 AdSense

Google AdSense on maksuton ohjelma, jolla voit hankkia tuloja näyttämällä Google-mainoksia omalla verkkosivustollasi. Ota selvää myös täsmähakukoneiden lisäämisestä ja mobiiliratkaisuista.

14 Google Analytics

Google Analytics on paljon käytetty kävijäseurantapalvelu. Google Analytics kertoo tarkat tilastot verkkosivustosi liikenteestä.

Luo Google Analytics tili rekisteröitymällä käyttäjäksi sivustolla www.google.com/analytics/.



Kuvio 58. Google Analytics

Määrittelemällä ominaisuudet voit vaikuttaa raportteihin. Tutustu yleiskatsaukseen. Tutustu myös mobiilisovelluksiin. Lisää saamasi Analytics -seurantatunnus ja -koodi verkkosivustoosi. Vaatii HTML -tuntemusta jonkin verran. Näin keräät ja lähetät tiedot sivuston tapahtumista Analytics-tilillesi. Tutustu tilin hallintaan ja raportteihin sekä AdWordsiin.

Kävijäseurannalla selvität mm.:

- millä hakusanoilla sivuille on tultu
- miten sivustolla liikutaan
- mistä kävijät tulevat
- mitä kävijät tekevät
- kuinka kauan kävijät viiptyvät
- miten kävijät poistuvat
- onko kävijäpiikkejä havaittavissa
- millä sivulla kävijät viihtyvät kauan
- miten kävijöistä voi tulla asiakkaita
- mitkä ovat tehokkaita avainsanoja
- mitkä asiakkaat ovat arvokkaita
- kuinka tehokasta mainontaa on ollut

15 Google Apps for Education

Tarkemmin löydät tietoa palveluista verkosta www.google.com/apps/intl/fi/edu/.

Ilmaiset sähköposti- ja yhteistyösovellukset oppilaitoksille.

Palvelut:

- Google Drive
- Google-dokumentit mobiililaitteille
- Apps Marketplace
- Tietosuoja
- Chromebook

16 Google Apps for Business

Katso enemmän tietoa verkkosivuilta osoitteessa
www.google.com/intx/fi/enterprise/apps/business/products.html.

Yrityksille Google tarjoaa pilvipalveluna mm. enemmän tallennustilaa ja oman verkkotunnuksen maksua vastaan.

	Google Apps for Business Yritystoimintaan tarkoitettu	Google Apps for Business ja Holvi Edistyneet tietoturva- ja hakutoiminnot
	Aloita ilmainen kokeilu	Ota yhteyttä myyntiin
	4 €/käyttäjä/kk tai 40 €/käyttäjä/vuosi ja verot	8 €/käyttäjä/kuukausi ja verot
Tärkeimmät ominaisuudet		
Hintaan sisältyvä Gmailin ja Driven tallennustila (tarvitsetko enemmän?)	30 Gt	30 Gt
Yksilöllinen sähköpostiosoite	✓	✓
Rajattomasti käyttäjiä	✓	✓
Videokeskustelut, kalenteri, asiakirjojen muokkaus ja paljon muuta	✓	✓
Yrityksen valvonta	✓	✓
Asiakastuki ympäri vuorokauden viikon jokaisena päivänä	✓	✓
99,9 %:n toimintatakuu	✓	✓
Yritykselle elintärkeiden tietojen arkistointi		✓
Tietojen nouto tutkimuksia varten		✓
Koko yrityksen laajuisten tietojen haku ja vienti		✓
	Aloita ilmainen kokeilu	Ota yhteyttä myyntiin

Kuvio 59. Google Apps for Business

- Gmail sähköposti
- Calendar
- Google Drive dokumenttien hallinta
- Google Talk & Hangout
- Google+

Näillä hallitset yhteystietoja, kalenteria, asiakirjoja ja sähköpostia. Ohjelmat toimivat älypuhelimellasi, tabletilla tai tietokoneella. Posti tulee yrityksesi domain -nimellä (esim. etunimi.sukunimi@yrityksennimi.fi). Huomioi verkkotunnuksen (domainin) perustaminen ja tarvittavat reititysmuutokset. Huomaa myös mahdolliset työt konvertoitaessa Microsoft Officesta sähköpostit, kalenteri- ja yhteystiedot ja dokumentit uuteen järjestelmään.

Lähteet

Google.fi Verkkosivusto

<http://www.google.fi>

Luettu 15.11.2013

Google ohjekeskus

<https://support.google.com/accounts/>

Luettu 18.12.2013

Google+ ohjekeskus

<https://support.google.com/plus/>

Luettu 28.12.2013

Google+ -URL-osoite

google.com/+GoogleSuomi

Luettu 2.1.2014

Googlen virallinen blogi

<http://googleblog.blogspot.fi/>

Luettu 2.1.2014

Google Inside AdWords

Suomen Virallinen AdWords-blogi

<http://adwords-fi.blogspot.fi/>

Luettu 2.1.2014

Google Analytics

http://www.google.com/intl/fi_ALL/analytics/

Luettu 2.1.2014

Google Analytics ohjeet

<https://support.google.com/analytics/>

Luettu 2.1.2014

Blogger-perusohje aloittelijalle

Helena Karvinen

Sisällysluettelo

1 Yleistä	3
2 Google-palveluista	3
3 Kirjautuminen Bloggeriin	4
4 Blogger-profiili	5
5 Blogin luonti	6
5.1 Blogisivun luonti.....	6
5.2 Yleiskatsaus	7
5.3 Verkkosoite.....	8
5.4 Kirjoita ensimmäinen postauksesi	9
5.5 Tarkastele luomaasi blogia	10
6 Bloggerin Hallintasivu	12
7 Bloggerin mallityökalu	16
8 Blogger-ulkoasumäärytykset	19
8.1 Blogger-navigointipalkki	20
8.2 Ylätunniste.....	20
8.3 Tietoja minusta	21
8.4 Blogipostaukset/blogitekstit.....	22
8.5 Gadget	23
8.6 Favicon.....	24
9 Postaukset - tuota sisältöä	25
9.1 Editorin painikkeet/työkalurivi	26
9.2 Hyperlinkki.....	26
9.3 Lisää kuva/video	27
10 Julkaiseminen ja muokkaaminen	29
10.1 Luonnokset.....	29
10.2 Tekstien muokkaaminen	30
10.3 Tekstin poistaminen.....	30
10.4 Tunnisteet.....	30
10.5 Tekstien ajoittaminen	30
10.6 Kommentit	31
11 Blogisivut/välilehdet	32
11.1 Uuden välilehden luonti blogille.....	32
11.2 Muokkaa sivujen esitystapaa	33
12 Yksityisyys ja käyttöoikeudet	34

13 Lukuluettelo, blogien seuraaminen.....	35
14 Hakukoneet ja näkyvyysasetukset.....	36
15 Varmuuskopio.....	37
15.1 Tekstit.....	37
15.2 Malli.....	37
16 Blogin poistaminen.....	37
17 Uloskirjautuminen.....	37
18 Lisää tietoa.....	37
Lähteet.....	38

1 Yleistä

Blogger on yksi Google:n palveluista. Suosittelen ensin tutustumaan vähän Googlen tarjoamiin monipuolisiin palveluihin. Googlen palveluihin voit tutustua Googlen sivuilla osoitteessa www.google.fi tai voit lukea tekemäni katsauksen Tutustu Googleen. Bloggerin käyttö on helpompaa Googlen omalla selaimella Google Chrome. Tällöin ei tule virheilmoituksia. Blogin lukeminen onnistuu yleisimmillä selaimilla ja jopa kännykällä.

Google tyrkyttää palvelujaan ärsyttävyyteen asti esim. Google+. Niistä tietysti pääset sillä, että otat palvelut käyttöön, mutta voi ne myös ohittaa ruksaamalla ehdotukset kiinni.



Kuvio 1. esimerkki Googlen ehdottamasta palvelusta

Jos sinulla ei ole Googlen käyttäjätiliä, luo ensin Google-tili. Sen voit tehdä osoitteessa www.blogger.com tai www.google.fi. Tarkemmat ohjeet löydät edellä mainitusta katsauksesta Tutustu Googleen. Jatkossa voit käyttää joko Blogger -profiiliä tai mahdollisesti luomaasi Google+ -profiilia.

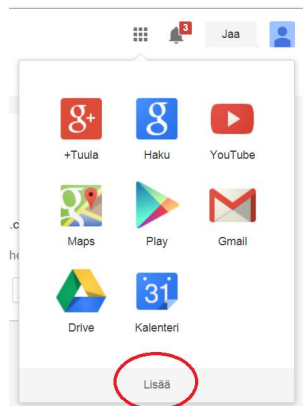
2 Google-palveluista

Kun olet kirjautunut gmail -tunnuksillasi, niin pääset kaikkiin eri Googlen palveluihin oikeasta yläkulmasta Sovellukset -kuvaketta painamalla.

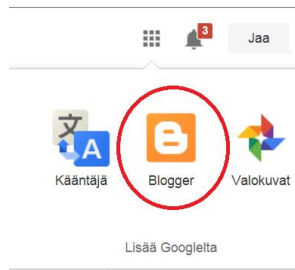


Kuvio 2. Sovellukset

Blogger löytyy, kun valitset lisää:

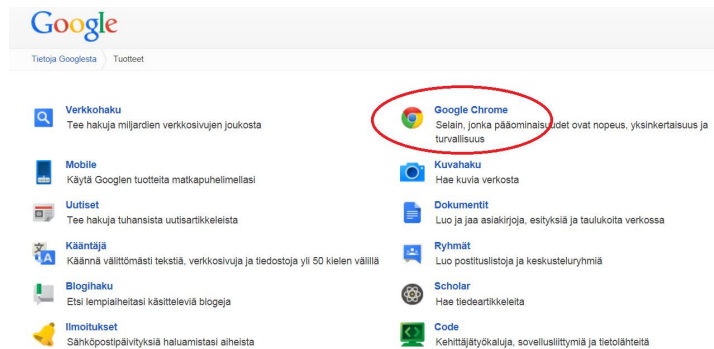


Kuvio 3. Sovellukset, Lisää



Kuvio 4. Blogger -sovelluskuvake

Jos valitset vielä Lisää Googlelta, niin avautuu lisäpalveluita ja pystyt esim. lataamaan selaimen Chrome.

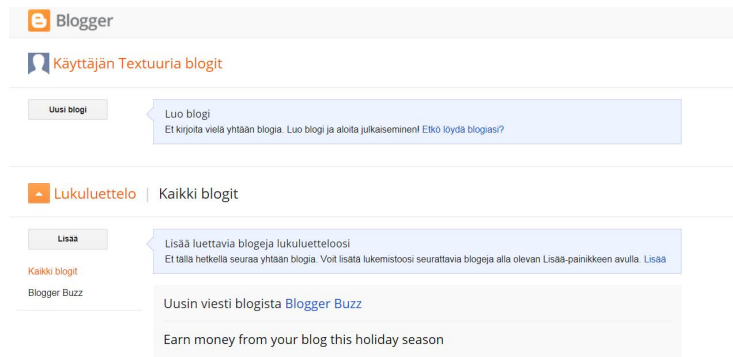


Kuvio 5. Blogger -sovelluksia, Chrome

3 Kirjautuminen Bloggeriin

Voit kirjautua Google-tunnuksilla suoraan Bloggeriin osoitteessa www.blogger.com. Kirjoita sähköpostiosoitteesi ja salasanasi niille varattuihin kenttiin ja klikkaa Kirjautu sisään.

Jos olet vahvistanut jo profiilisi, niin aina kirjaututtuasi sivulta www.blogger.com sinulle avautuu Bloggerin **Hallintasivu**. Jos et vielä ole vahvistanut profiiliasi, niin sinua pyydetään vahvistusta ja sen jälkeen paina Jatka Bloggeriin.

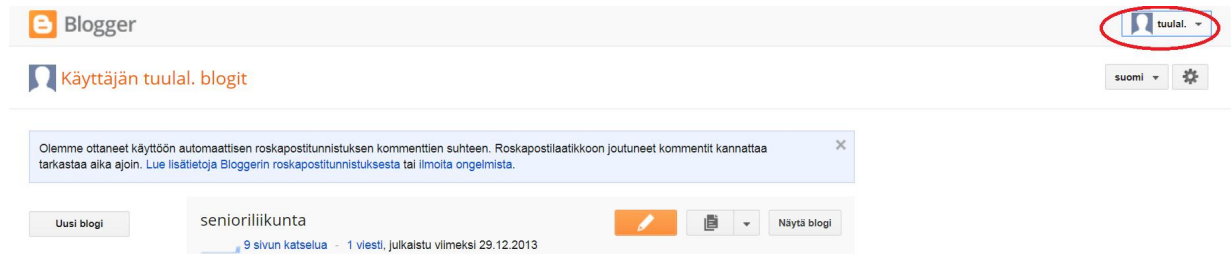


Kuvio 6. Blogger Hallintasivu

Tutustu palveluehtoihin, tietosuoja-tietoihin ja sisältökäytäntöön.

4 Blogger-profiili

Profiilitiedot riippuvat siitä käytätkö Google+ -profiilia vai rajoitettua Blogger -profiilia. Nämä on selitetty tarkemmin erillisessä Tutustu Googleen katsauksessani.



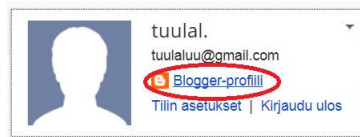
Kuvio 7. Profiilikuvake

Näet profiilin ja pääset muokkaamaan sitä klikkaamalla profiilikuvaketta.



Kuvio 8. Profiilikuvake aukaistaan

Tässä tapauksessa on kyseessä rajoitettu Blogger-profiili. Valitse profiili.



Kuvio 9. Blogger-profiili

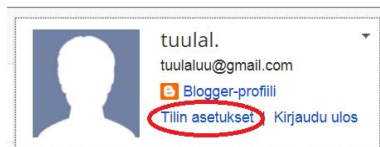
Valitse oikeasta yläkulmasta Muokkaa profiilia.



Kuvio 10. Blogger-profiili, muokkaa profiilia

Voit laittaa profiilikuvan ja tehdä monia muita asetuksia, jos haluat. Muista lopuksi painaa Tallenna profiili tai jos et halua muutoksia niin Peruuta. Muita asetuksia voit myös muuttaa täällä klikkaamalla profiilikuvakettasi.

Tilinasetuksissa löytyy Google-tilin asetukset.



Kuvio 11. Tilin asetukset

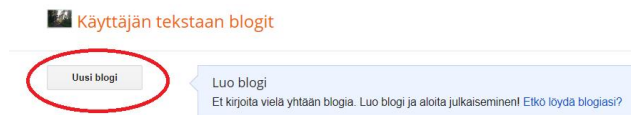
Myös uloskirjautuminen tililtäsi tapahtuu täältä.

5 Blogin luonti

Kirjaudu luomillasi tai vanhoilla Google-tunnuksilla osoitteessa www.blogger.com Bloggeriin, jos et ole vielä kirjautunut Google-tilillesi.

5.1 Blogisivun luonti

Bloggerin Hallintasivulla valitse Uusi blogi. Anna blogillesi otsikko. Hyvä otsikko tuo sinulle seuraajia!



Kuvio 12. Uusi blogi



Kuvio 13. Luo uusi blogi -sivu

Valitse nimi blogi-osoitteellesi. Osoitteen loppuosa on aina [.blogspot.fi](http://blogspot.fi) (vaikka ehdottaa [.blogspot.com](http://blogspot.com)). Osoitteen saatavuus näkyy tekstinä valinnan alla. Jos osoite on jo varattu, joudut valitsemaan toisen osoitteen. Oman verkko-osoitteen voi myös ostaa. Verko-soitteessa ei saa olla skandinaavisia aakkosia tai erikoismerkkejä.

Valitse malli. Voit muuttaa sen myöhemmin. Paina Luo blogi! Huomaa, että kaikkia antamiasi tietoja pystyt muuttamaan myöhemmin.



Kuvio 14. Blogisi on luotu! -ilmoitus

Blogisi on luotu ja voit aloittaa bloggaamisen. Asetuksia kuitenkin kannattaa muuttaa ensin. Näytä blogi -valinnalla voit aina katsella muokkauksia. Tarkastellaan vielä mitä tässä vaiheessa löytyy.

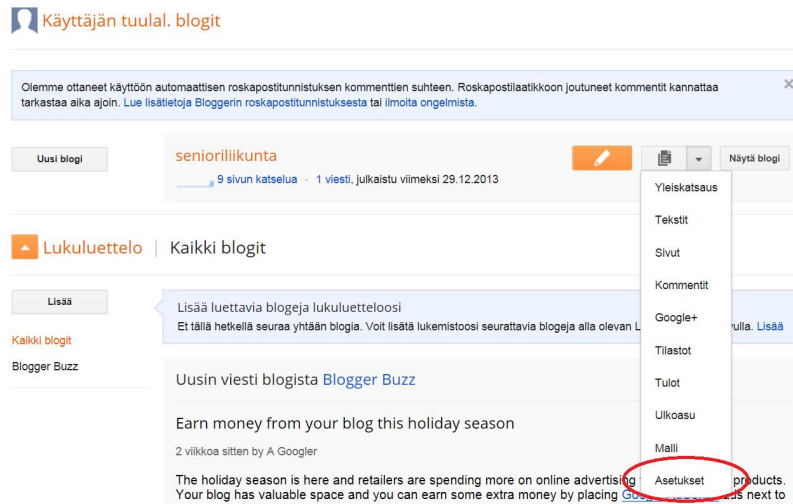
5.2 Yleiskatsaus

Kun kirjaudut tai siirryt Bloggeriin, tulet aina ensin Hallintasivulle ja se tulee sinulle tutuksi. Nyt pääset Hallintasivulle painamalla esim. Blogger -kuvaketta.



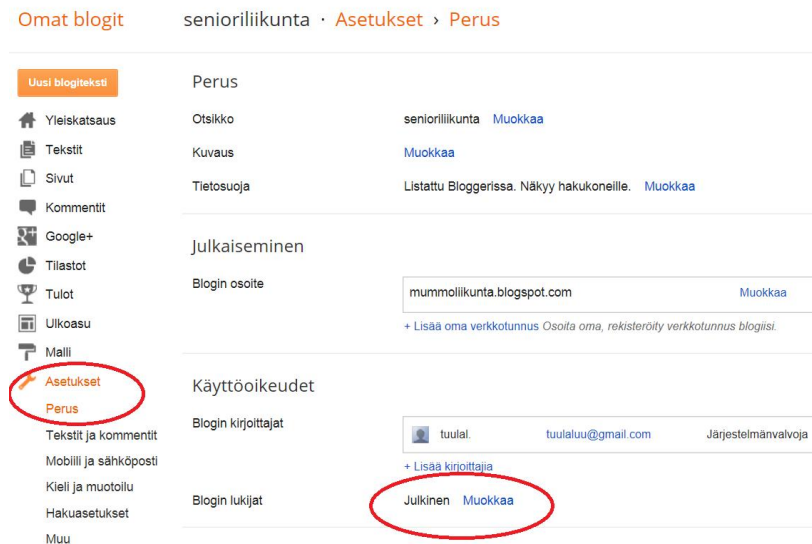
Kuvio 15. Blogger -kuvake vasemmassa yläkulmassa

Vilkaistaan asetuksia Hallintasivun oikeasta yläkulmasta:



Kuvio 16. Asetukset

Asetuksista nähdään, että blogisi on julkinen. Kaikki näkevät sen 'rungon', jos tietävät verkko-osoitteen.

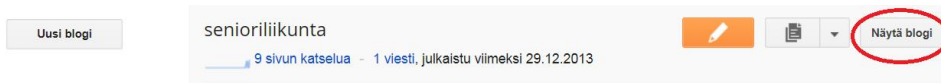


Kuvio 17. Asetukset

5.3 Verkko-osoite

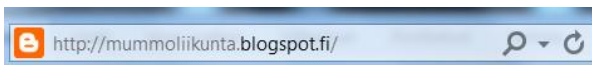
Vilkaistaan, miltä blogisi näyttää eli etsitään se. Mikä on blogisi verkko-osoite?

Varmaan kaikkein helpoin tapa kurkistaa omaa blogiaan on Hallintasivulla löytyvä painike Näytä blogi. Paina sitä ja sinulle avautuu blogisi, kuten se tällä hetkellä näkyy verkossa.



Kuvio 18. Näytä blogi

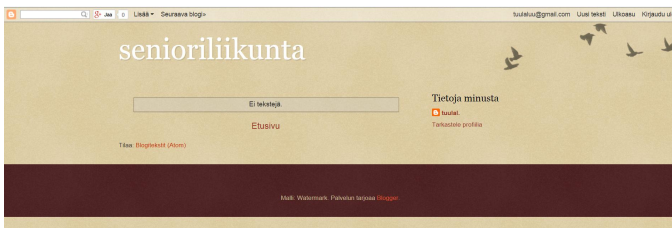
Verkko-osoitteesi näkyy nyt osoite-kentässä.



Kuvio 19. Verkko-osoite

Tässä tapauksessa se on mummoliikunta.blogspot.fi. Kokeile kirjoittaa se vielä tyhjän sivun osoitekenttään. Tätä osoitetta voit siis jakaa kaikille ja linkittää somessa tai muilla verkkosivuillesi ja saada sivuillesi lukijoita ja kävijöitä.

Sivunäkymiä ennen kuin on kirjoitettu vielä blogipostauksia:

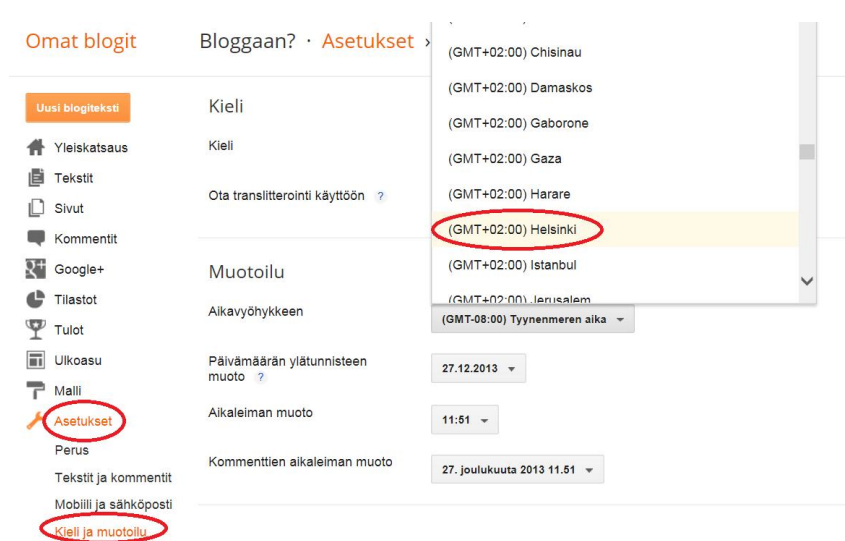


Kuvio 20. Tuulan esimerkki blogi



Kuvio 21. Näytä blogi -esikatselu esimerkki blogi

Voit Näytä blogi -esikatselusivua myös muokkausten välissä aina virkistää (F5) ja näet tallentamasi muutokset. Käy vielä muuttamassa aikavyöhyke oikeaksi Hallintasivulla, kohdasta Malli, Kieli ja muotoilu. Valitse Helsinki ja paina Tallenna asetukset.



Kuvio 22. Aikavyöhykkeen muutos

5.4 Kirjoita ensimmäinen postauksesi

Tehdessä monet kuvakkeet tuntuvat aluksi oudoilta ennen kuin ne tulevat tutuksi. Ohjeessa käydään kaikki oleelliset kohdat läpi työn edetessä. Mikään ei estä tietenkään kokeilemasta ja tutkimasta kaikkia kokeilla. Siksi on hyvä tehdä ensin harjoitusblogi, missä voi rauhassa leikkiä ja kokeilla kaikkia erilaisia vaihtoehtoja ja myös tekemiseen tulee rutiinia tätä kautta.

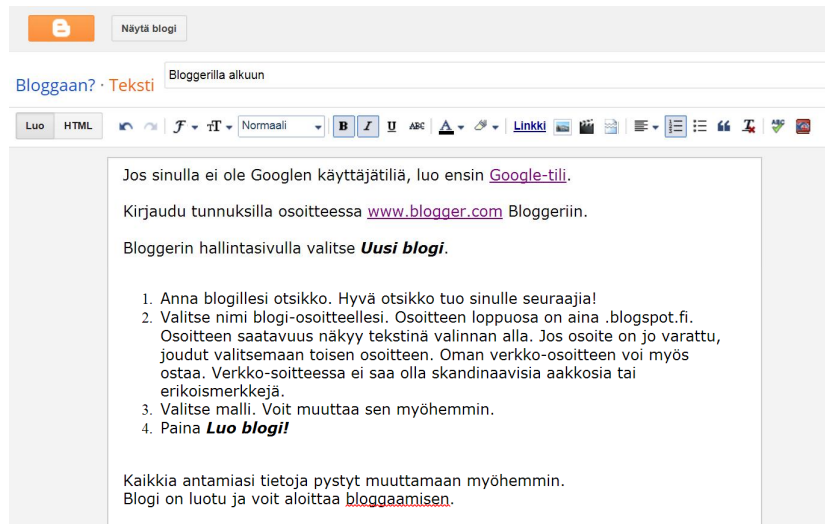
Jos asetukset ovat mieleisiäsi tai haluat muokata niitä myöhemmin, niin kirjoita ensimmäinen postauksesi. Lisää tarkempia ohjeita postauksen muokkaamiseen löytyy myöhemmin.

Bloggerin Hallintasivulta Valitse Oranssin värinen kynäkuvake



Kuvio 23. Kynäkuvake

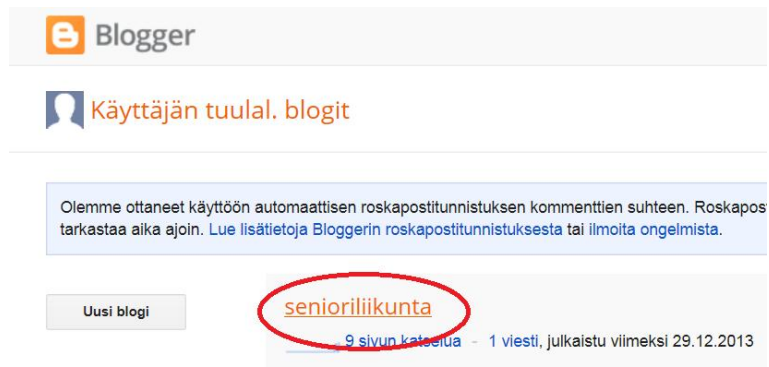
1. Kirjoita otsikko (kuvassa: Bloggerilla alkuun)
2. Kirjoita teksti
3. Muokkaa editorilla väriä, kokoa, fonttia
4. Lisää kuvia tai muuta multimediaa halutessasi
5. Halutessasi esikatsele ja Tallenna
6. Julkaise



Kuvio 24. Bloggerin tekstieditori

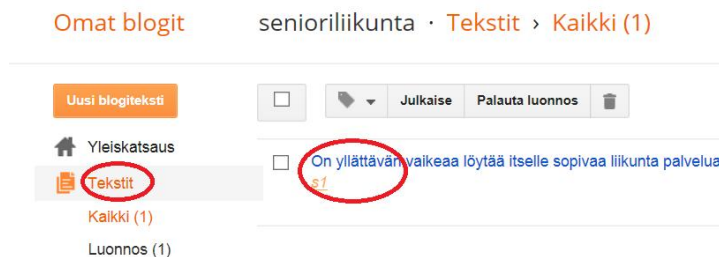
5.5 Tarkastele luomaasi blogia

Mene Hallintasivulle Blogger -kuvakkeesta vasemmassa yläkulmassa. Valitse blogisi klikkaamalla sitä. Tässä tapauksessa valitaan Senioriliikunta -blogi.



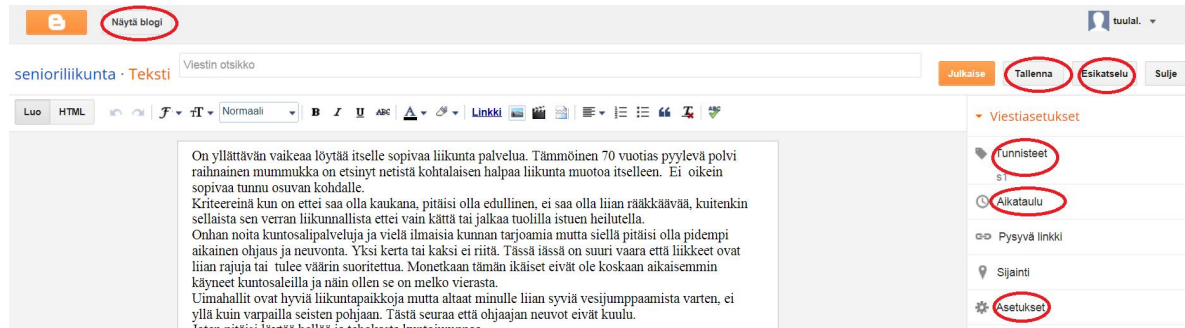
Kuvio 25. Blogin valinta

Valitaan tekstit vasemmalta sivupalkista. Valitse blogiteksi klikkaamalla sitä.



Kuvio 26. Blogin valinta

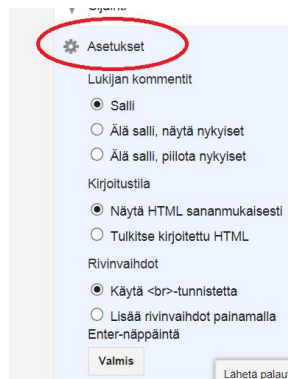
Avautuu tekstieditori.



Kuvio 27. Blogiteksti tekstieditorissa

Ohjeessa löytyy myöhemmin selitykset mm. työkaluriville.

Ennen julkaisemista onkin hyvä Tallenna -painikkeella tallentaa luonnos. Luonnoksen ulkonäköä voi katsoa Esikatselu -painikkeella. Tunnisteet auttavat hakutiedoissa. Jos julkaisuja haluaa ajastaa julkaistavaksi, käytetään Aikataulu -toimintoja. Asetukset kannattaa aina käydä tarkistamassa haluamukseen. Esim. sallitko kommentoinnin, löytyy näistä asetuksista.



Kuvio 28. Blogitekstin asetukset tekstieditorissa

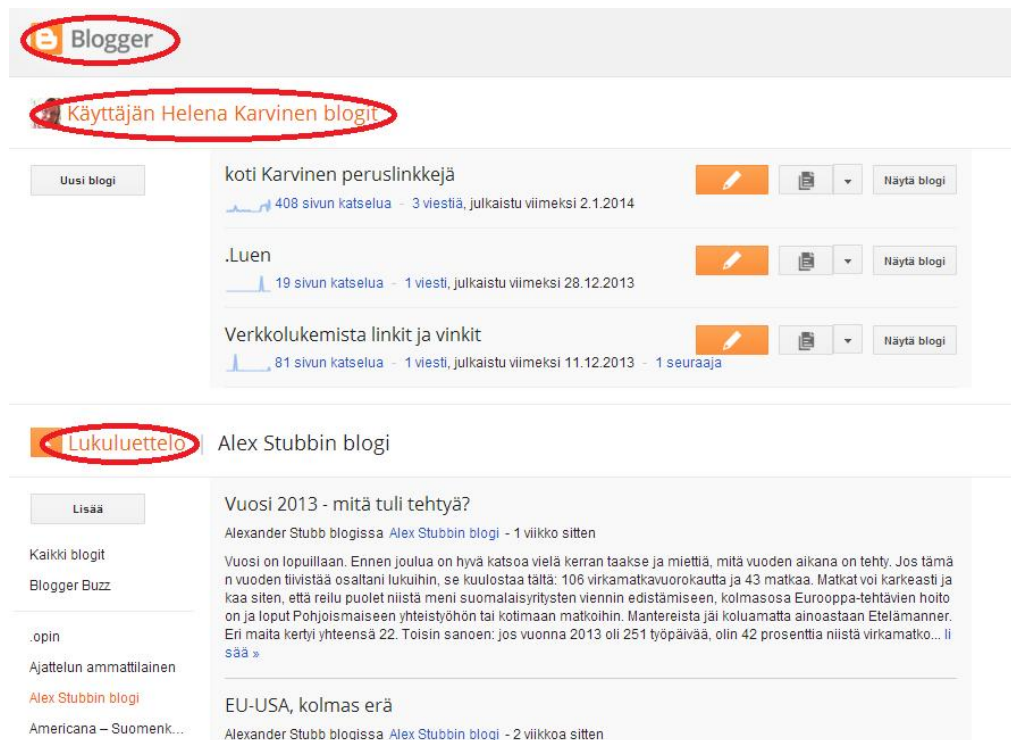


Kuvio 29. esikatseltu blogisivu

Jos olet itse tyytyväinen, niin voit julkaista ensimmäisen postauksesi. Paljon selventäviä ohjeita löydät tästä ohjeesta ja suosittelen jatkamaan niistä.

6 Bloggerin Hallintasivu

Kun kirjautut Bloggeriin, niin avautuu Hallintasivu.



Kuvio 30. Blogger:n Hallintasivu

Sivulla näet kaikki omat blogisi sekä seuraamasi blogit.

Oranssia kynäkuvaketta painamalla pääset kirjoittamaan uuden postauksen blogillesi.



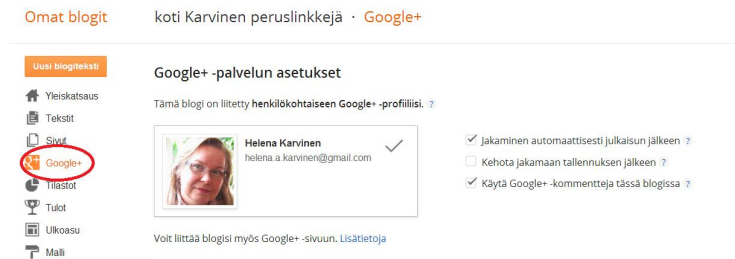
Kuvio 31. Kynäkuvake

Harmaata Tekstiluettelo-kuvaketta painamalla pääset katsomaan blogisi julkaistuja tekstejä ja luonnoksia. Sen vierestä saat auki valikon, jossa löytyy linkit: Yleiskatsaus, Tekstit, Sivut, Kommentit, Google+, Tilastot, Tulot, Ulkoasu, Malli, Asetukset.



Kuvio 32. Tekstiluettelokuvake

Google+



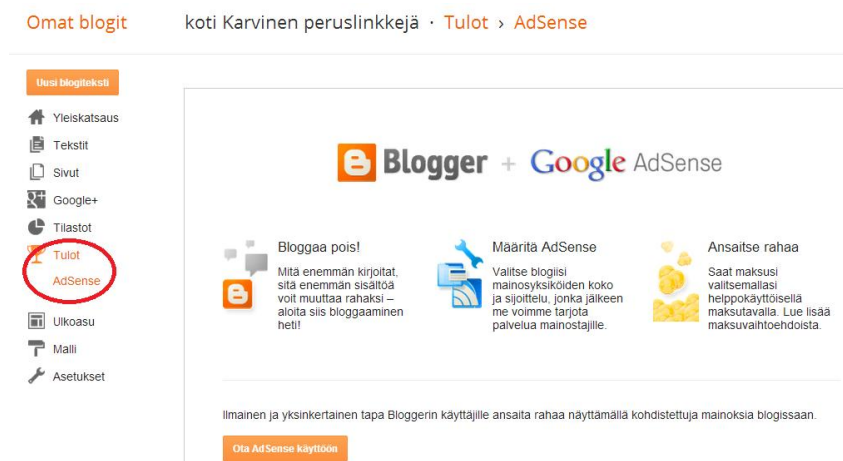
Kuvio 36. Google+

Tilastot -sivulla löytyy yksityiskohtaista tietoa kävijöistä blogillasi.



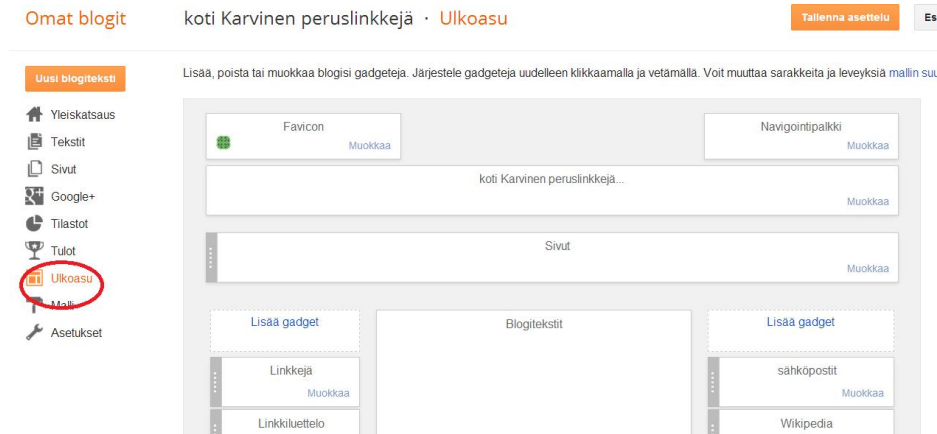
Kuvio 37. Tilastot

Tulot: Tutustu Google AdSense -palveluun.



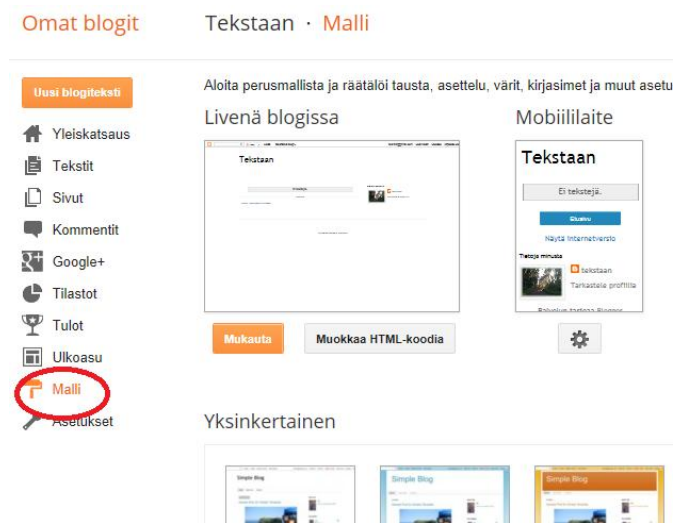
Kuvio 38. Tulot, AdSense

Ulkoasu -sivulla voit kätevästi muokata ulkoasuun liittyviä elementtejä ja niiden sijaintia. Katso myös malli. Voit lisätä ja poistaa elementtejä.

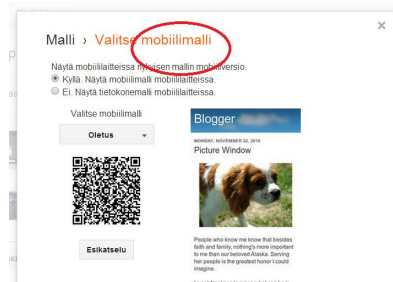


Kuvio 39. Ulkoasu

Malli -sivulla voit vaihtaa mallin. Kannattaa muistaa, että menetät vaihtaessa kaikki tekemäsi aiemmat muokkaukset. Dynaamiset mallit soveltuvat paremmin kokeneemmille käyttäjille. Huomaa, että voit tehdä mallimuutoksia mobiililaitteelle tarkoitettuun sivuun täällä.

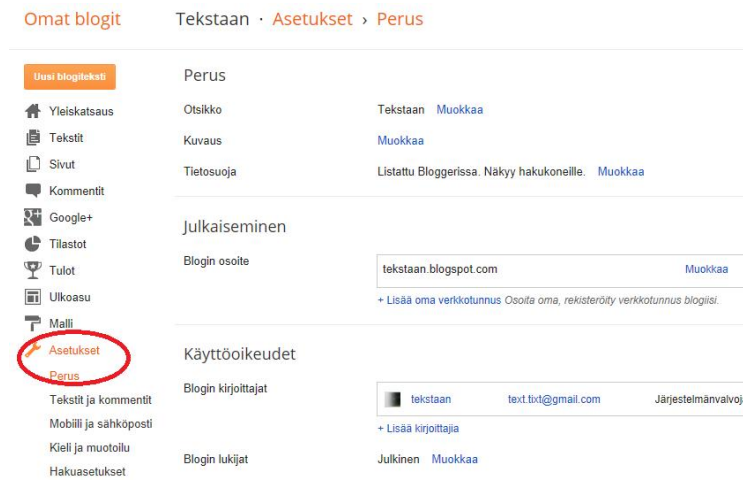


Kuvio 40. Malli



Kuvio 41. mobiilimalli

Asetukset -sivulla hallinnoit perusasetuksia Blogger-tiliisi liittyen.



Kuvio 42. Asetukset

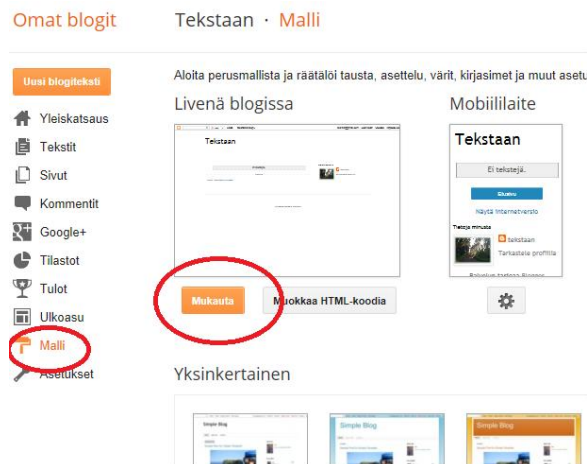
Asetuksista kerrotaan enemmän omassa luvussaan.

7 Bloggerin mallityökalu

Voit valita erilaisista malleista sinua miellyttävän tai aloittaa perusmallista ja muokata sitä. Malleissa on erilaisia kuvia, värejä ja sarakeasetteluja jo valmiina. Pääset muuttamaan niitä valinnan jälkeen ja voit aina vaihtaa mallin toiseksi.

Muokkaukset tulevat käyttöön vasta painettuasi Käytä blogissa. Sitä ennen voit muokata ja esikatsella, miltä blogisi näyttää eri vaihtoehdoilla. HUOM! Kun valitset uuden mallin, menetät kaikki tehdyt muutokset. Ennen suurempia muutoksia, muista varmuuskopiot (tästä on oma lukunsa).

Mallin valinta ja muokkaus löytyy Hallintasivulta alavetovalikosta kohdasta Malli. Aloita valitsemalla Mukauta.

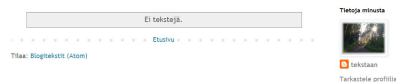


Kuvio 43. Malli, Mukauta

Avautuvassa ikkunassa näet alaosassa esikatseluruudun.

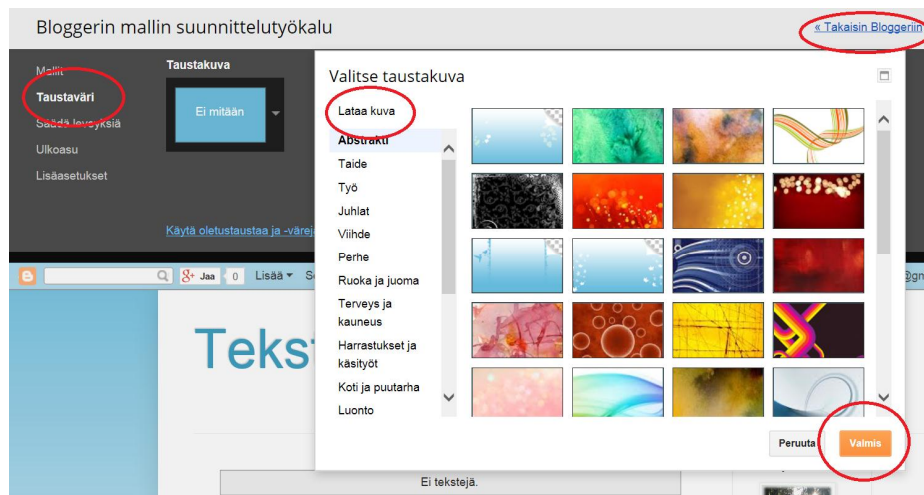


Tekstaan



Kuvio 44. Bloggerin mallin suunnittelutyökalu

Tausta: Voit valita taustavärin, väriteeman tai taustakuvan blogillesi. Taustaa pääset muokkaamaan valitsemalla Taustaväri ja klikkaamalla taustakuva-ruutua.

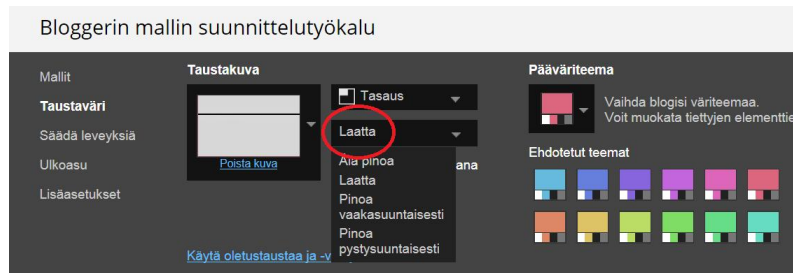


Kuvio 45. Bloggerin mallin suunnittelutyökalu, Taustakuva valikko

Oman kuvan taustakuvaksi saat, kun valitset Lataa kuva tai voit valita haluamasi kuvat valmiista vaihtoehdoista. Jos taustakuva on ns. läpinäkyvä (valittaessa näkyy oikeassa yläkulmassa), niin voi värin muuttaa tai se muuttuu teeman mukaan.

Lisäksi voit valita värin blogin eri osille, esim. tekstille ja linkeille. Blogin värien muuttaminen vaihtaa kaikkien blogimallin alueiden värit.

Jos lataat oman kuvan taustaksi, niin voit valita pinoatko kuvaa esim. vaaka- tai pystysuuntaisesti tai laattamaisesti kumpaankin suuntaan. Voit myös valita vieritkö taustakuvaa sivun mukana vai ei.



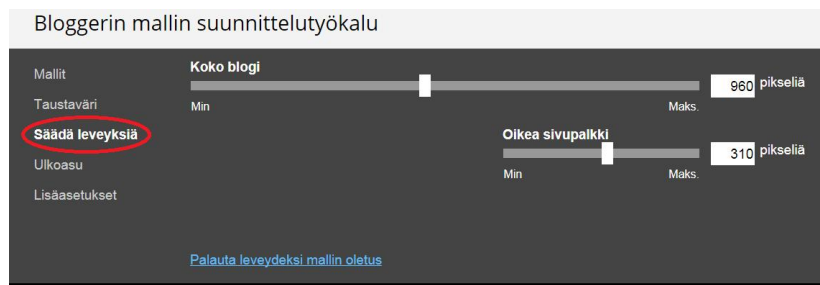
Kuvio 46. Bloggerin mallin suunnittelutyökalu, Taustakuvan pinoamisvalikko

Asettelu/ulkoasu: Ulkoasumäärittelyssä voit päättää sivulla eri osioiden paikan ja määrän. Blogin kaikki sivut käyttävät samaa jakoa. Hallintasivulta kohdasta Ulkoasu löydät lisää muokkaustyökaluja.



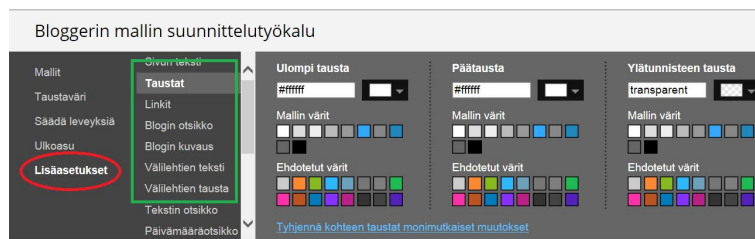
Kuvio 47. Bloggerin mallin suunnittelutyökalu, Ulkoasu

Leveyden säätäminen: Leveyksiä säätämällä voi määrittellä sivun osien leveyttä. Vedä säätöpalkkia haluamallasi kohdalle.



Kuvio 48. Bloggerin mallin suunnittelutyökalu, Säädä leveyksiä

Lisäasetuksia: Lisäasetukset kohdassa voit määrittellä mm. otsikon, tekstin ja linkkien värin.



Kuvio 49. Bloggerin mallin suunnittelutyökalu, Lisäasetukset

Talleta muutokset painamalla Käytä blogissa -painiketta oikeassa yläkulmassa.

Käytä blogissa

Kuvio 50. Bloggerin mallin suunnittelutyökalu, Käytä blogissa -painike

8 Blogger-ulkoasumääritykset

Hallintasivulta pääset määrittelemään osioiden sisältöelementtejä kohdasta ulkoasu.

Omat blogit Tekstaan · **Ulkoasu**

Uusi blogiteksti

Yleiskatsaus
Tekstit
Sivut
Kommentit
Google+
Tilastot
Tulot
Ulkoasu
Malli
Asetukset

Lisää, poista tai muokkaa blogisi gadgeteja. Järjestele gadgeteja uudelleen klikkaamalla ja vetämällä. Voit muuttaa sarakkeita ja leveyksiä r

Favicon Muokkaa Navigointipalkki Muokkaa

Tekstaan (ylätunniste) Muokkaa

Lisää gadget

Blogiteksti Muokkaa

Lisää gadget

Blogiarkisto Muokkaa

Lisää gadget Lisää gadget

Tietoja minusta Muokkaa

Lisää gadget

Lisää gadget Lisää gadget

Nimeä Muokkaa

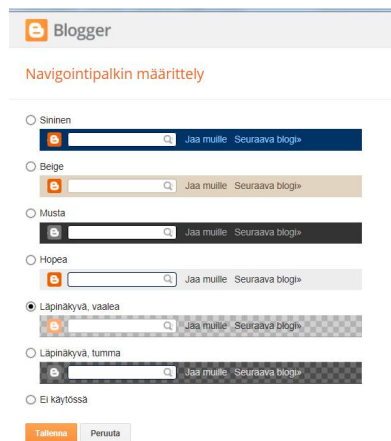
Kuvio 51. Hallintasivulta Ulkoasu

Voit eri palasia siirtää vetämällä ne haluamaasi kohtaan. Kohdasta Muokkaa voit antaa tarkat asetukset. Lisää gadget -kohtiin voi lisätä pienoisohjelmia listalta. Joissain malleissa ei ole kaikkia toimintoja.

Muista tallettaa kohdassa Tallenna asettelu, kun teet muutoksia.

8.1 Blogger-navigointipalkki

Kyseessä on blogillasi yläreunassa näkyvä Blogger -navigointipalkki. Voit muokata tämän palkin värin. Huomaa, että tämä ei ole navigointipalkki, jolla siirrytään eri sivuille omassa blogissa, vaan se löytyy gadget-toiminnoista nimellä sivut.



Kuvio 52. Ulkoasu, Navigointipalkki

8.2 Ylätunniste

Ylätunnisteella näkyy blogisi otsikko ja blogisi kuvaus. Huomaa, että nämä näkyvät blogisi seuraajille ja hakukoneille ensimmäisenä.



Kuvio 53. Ylätunnisteen esimerkki: Otsikko ja kuvaus

Huomaa myös, jos käytät kuvia otsikon tilalla, niin hakukoneet eivät ymmärrä niitä.

e Blogger

Määritä ylätunniste

Blogin otsikko

Blogin kuvaus

Kuva

Tietokoneeltasi:

Verkosta. Liitä kuvan URL-osoite alle.

Mainospaikka

Otsikon ja kuvauksen takana

Otsikon ja kuvauksen tilalla

Lisää kuvaus kuvan jälkeen

Pienennä sopivaan kokoon

Kuva pienennetään 880 kuvapistettä leveäksi

Kuvio 54. Ulkoasu, Määritä ylätunniste, otsikko ja kuvaus

8.3 Tietoja minusta

Voit muokata profiilisi otsikkoa, Tietoja minusta -kuvausta ja sijainti-tietoasi.

e Blogger

Määritä profiili

Otsikko

Näytön asetukset


Näytä tietoja minusta

Näytä sijainti

Kuvio 55. Ulkoasu, Määritä profiili, Tietoja minusta

8.4 Blogipostaukset/blogitekstit

Näillä asetuksilla vaikutat postauksesi ulkoasuun. Voit valita mm. pääsivulla näytettävien viestien lukumäärän.



Määritä blogitekstit

Pääsivun asetukset

Etusivun tekstien määrä: Tekstit ▼

Viestisivun linkkiteksti: ?

Viestisivun asetukset

perjantai 27. joulukuuta 2013 ▼

Lähetetty tekstään


klo 7.07 ▼


5 kommenttia


Linkit tähän tekstiin

Tunnisteet: valokuvat, loma

Toiminnot: hauska mielenkiintoinen siisti [Muokkaa](#)

Näytä pikamuokkaus 

Näytä sähköpostilinkit blogiteksteissä 

Näytä jakopainikkeet 

Sijainti: New York, New York, USA

Näytä kirjoittajan profiili viestin alla

Näytä mainoksia blogitekstien välissä [Lisää](#)



Sinun on luotava AdSense-tili Ansaitse rahaa -välilehdessä, ennen kuin voit määrittää upotettuja mainoksia.

Järjestä kohteet

perjantai 27. joulukuuta 2013

Tekstin otsikko

Blogitekstin runko
 Lorem ipsum vim ut utroque mandamus intellegat, ut eam omittam ancillae sadipscng, per et eius soluta veritus.

Lähetetty tekstään klo 7.07 5 kommenttia  

Tunnisteet: valok...

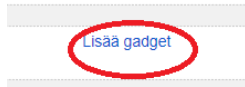
Sijainti: New Yor...

Tallenna
Peruuta

Kuvio 56. Ulkoasu, Määritä blogitekstit, postausmääritykset

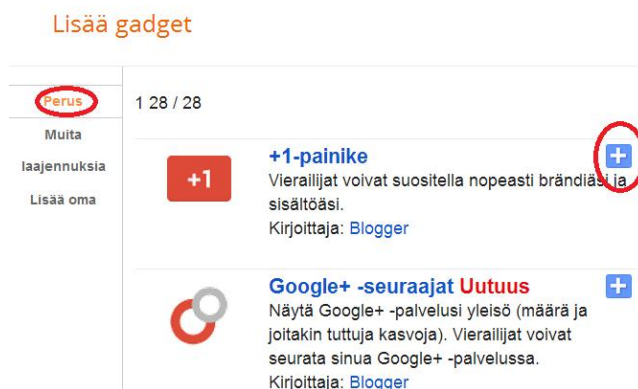
8.5 Gadget

Blogissa käytetään pienoisohjelmia, Gadgetteja. Ne näkyvät samassa kohtaa joka sivulla. Klikkaa Lisää gadget.



Kuvio 57. Lisää Gadget

Selaa ja valitse haluamasi. Lisää painamalla + -merkkiä.



Kuvio 58. Ulkoasu, Gadget -vaihtoehdot

Tässä muutamia yleisiä gadgetteja:

- Sivun ylätunniste: Näytä blogin otsikko ja kuvaus. Kirjoittaja: Blogger
- Sivut: Näytä luettelo blogisi itsenäisistä sivuista. Kirjoittaja: Blogger
- Profiili: Näytä tietoja itsestäsi vierailijoille. Kirjoittaja: Blogger
- Nimeä: Näyttää blogisi määrittystiedot. Kirjoittaja: Blogger
- Tunnisteet: Näytä kaikki tekstien tunnisteet blogissa. Kirjoittaja: Blogger
- Blogiarkisto: Vierailijat voivat liikkua helposti blogissasi vanhojen tekstien linkkien avulla. Kirjoittaja: Blogger
- Blogiluettelo: Näytä, mitä luet suosikkiblogiesi blogin rullauksen avulla. Kirjoittaja: Blogger
- Linkkiluettelo: Näytä vierailijoille kokoelma valitsemiasi sivustoja, blogeja tai sivuja. Kirjoittaja: Blogger
- HTML/JavaScript: Lisää ulkopuolisen tahon tuottamia toimintoja tai muuta koodia blogiisi. Kirjoittaja: Blogger

Esimerkiksi gadget Blogiarkisto

Voit antaa otsikon blogiarkistollesi. Blogiarkiston näyttötapoja on erilaisia: hierarkinen, luettelo tai avattava valikko. Päivämäärän muodon ja otsikoiden näytön voit muuttaa.



Kuvio 59. Ulkoasu, Määritä blogiarkisto

Esimerkin gadgettien näkymästä sivupalkeissa:



Kuvio 60. Ulkoasu, Määritä blogiarkisto

8.6 Favicon

Voit lisätä blogillesi favicon-kuvakkeen, joka näkyy selaimen välilehden tunnisteena nimen lisäksi. Kuva pitää olla .ico -päätteinen ja alle 100 kb kokoinen.

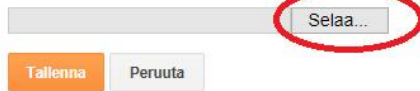


Kuvio 61. Blogger -favicon

Favicon on välilehdellä näkyvä kuvio sivun nimen edessä ja sen voi tehdä itse. Tee neliönmuotoinen kuva esimerkiksi Paint -ohjelmalla. Favicon Generator verkkosivulla (www.favicongenerator.com) voit generoida kuvan faviconiksi. On hyvä huomata, että favicon on hyvin pieni ja siinä eivät enää yksityiskohdat kuvasta tule esiin. Valitse tallentamasi favicon koneeltasi.

Lähetä oma favicon

Valitse favicon-tiedosto. Käytä neljänmuotoista kuvaa, jonka koko on alle 100 kt.



Kuvio 62. Ulkoasu, Määritä favicon

9 Postaukset - tuota sisältöä

Blogi koostuu teksteistä, kuvista, videoista, erilaisista merkinnöistä, yleisnimitykseltään postauksista.

Hallintasivulta paina Oranssia kynäkuvaketta.



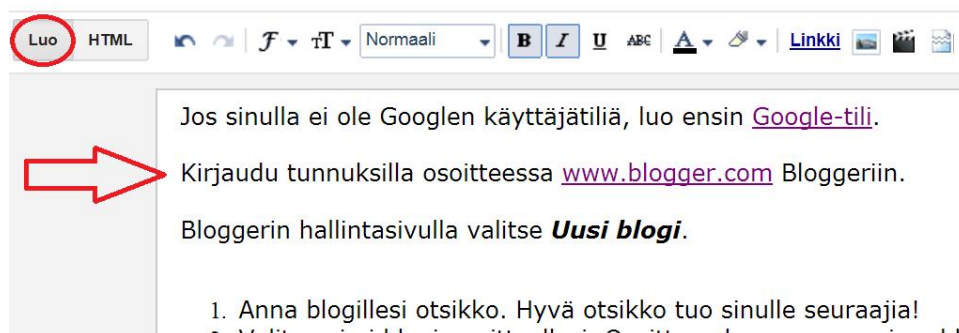
Kuvio 63. Kynäkuvake

Kirjoita otsikko postauksellesi halutessasi



Kuvio 64. Otsikko

Kirjoita teksti



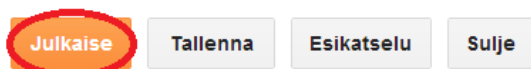
Kuvio 65. Bloggerin tekstieditori

Yläreunassa löytyy Esikatselu-painike, jolla näet miltä postauksesi näyttää.



Kuvio 66. Esikatselu

Muokkaa teksti. Voit tallentaa luonnoksen välillä, mutta tallennus tapahtuu myös automaattisesti taustalla. Paina Julkaise-painiketta, kun olet valmis.



Kuvio 67. Julkaise

9.1 Editorin painikkeet/työkalurivi



Kuvio 68. Tekstieditorin painikkeet

1. kumoa
2. tee uudelleen
3. kirjaisin (Verdanda on selkeä!)
4. kirjaisin koko (Tablet vaatii suurempaa fonttia!)
5. otsikkotaso/normaali teksti
6. lihavointi
7. kursiivi
8. alleviivaus
9. yliviivaus
10. tekstin väri
11. tekstin taustaväri
12. lisää/poista linkki
13. lisää kuva
14. lisää video
15. lisää väli
16. tekstin keskittäminen
17. numeroitu luettelo
18. numeroimaton luettelo
19. lainaus
20. poista muotoilu
21. tarkista oikeinkirjoitus
22. määritä tai käännä

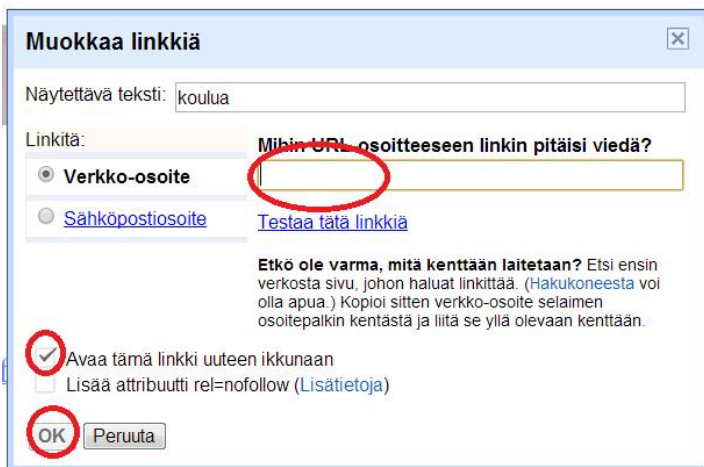
9.2 Hyperlinkki

Maalaa tekstin osa, josta teet hyperlinkin.
Paina editorin työkalupainiketta Linkki



Kuvio 69. Tee linkki

Anna verkko-osoite
paina OK

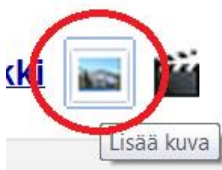


Kuvio 70. Tee linkki valmiiksi

9.3 Lisää kuva/video

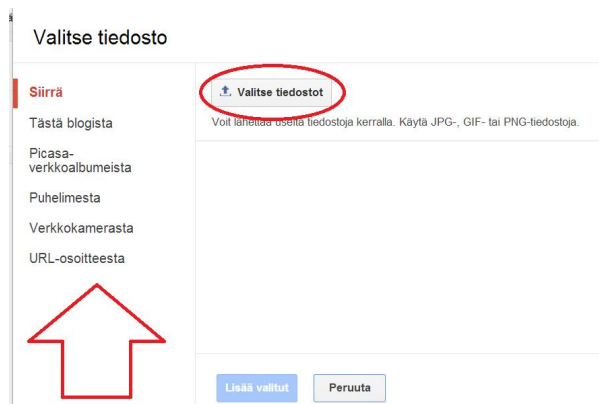
Voit lisätä blogiin tietokoneellasi tai verkossa olevan kuvan. Bloggerin kautta ladattuja kuvia säilytetään Googlen Picasa-albumissa.

Paina työkaluriviltä painiketta lisää kuva.



Kuvio 71. Lisää kuva, vieressä Lisää video

Etsi kuva koneeltasi tai anna verkko-osoite, mistä kuva löytyy.



Kuvio 72. Etsi/valitse kuvatiedosto

Valitse kuvan asemointi tekstin suhteen ja valitse kuvan näyttökoko klikkaamalla kuvaa.



Kuvio 73. Kuvan asetukset

Blogger hyväksyy JPG-, GIF-, PNG-, TIF- tai BMP-muodossa kuvia. Kuvatiedostotyypeillä on toisistaan eroavia ominaisuuksia ja käyttötarkoituksia. Verkossa käytetään yleisimmin seuraavia kuvaformaatteja:

- JPEG-kuvat käytetään valokuville, pakattu tiedostomuoto. pieni tallennuskoko, 16 miljoonaa väriä (24-bittinen)
- PNG-kuvat käytetään valokuville, joissa on läpinäkyviä osia, 248 väriä (48-bittinen)
- GIF-kuvat käytetään piirroksissa ja kaavioissa, hyvä kuvaformaatti yksinkertaisten animaatioiden tekemiseen, 256 väriä (8-bittinen)

Verkkojulkaisussa on hyvä huomioida kuvan kokoon liittyvät seikat. Hyvin isot kuvatiedostot latautuvat hitaasti. Pienemmät kuvatiedostot vievät myös vähemmän palvelintilaa. Kuvan tiedostokoko riippuu tiedostomuodosta ja ominaisuuksista. Näitä ominaisuuksia ovat kuvan fyysinen koko, kuvan resoluutio ja kuvan värit. Kuvan resoluutioksi tietokonenäytöllä riittää 72 dpi. Tämä voidaan helposti muuttaa kuvankäsittelyohjelmalla.

Kun lisäät kuvia ja videoita, niin muistathan ottaa huomioon tekijänoikeudet.

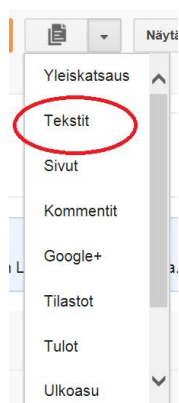
Lisää video

Voit lisätä blogiin videon. Blogger hyväksyy AVI-, MPEG-, QuickTime-, Real- ja Windows Media -tiedostot ja videon koko saa olla enintään 100 Mt. Voit julkaista myös YouTube-videoita. Bloggerin kautta ladattuja videoita ylläpidetään Google Videossa.

10 Julkaiseminen ja muokkaaminen

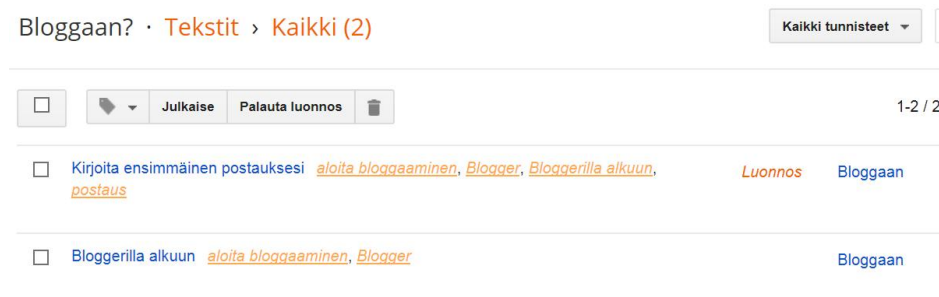
10.1 Luonnokset

Tekstisi on luonnos kunnes päätät julkaista sen. Voit tallentaa tekstejä tekstieditorin Tallenna -painikkeella. Voit palata muokkaamaan tekstiäsi Hallintasivulta normaalisti valitsemalla Tekstit Tekstiluettelokuvakeesta.



Kuvio 74. Tekstit

Siirrä hiiri blogiotsikon päälle ja valitse muokkaa tai siirry otsikkolinkistä muokkaustilaan, tekstieditoriin. Kun tarkastelet tekstejäsi, niin luonnokset erottaa selvästi julkaistuista postauksista niiden vieressä lukevasta tekstistä *Luonnos*.



Kuvio 75. Blogitekstit, julkaistut ja luonnokset

Julkaistut postaukset voi palauttaa takaisin luonnoksiksi Palauta luonnos -painikkeella.



Kuvio 76. Tekstisivun painikkeita

Vastaavasti luonnokset voidaan julkaista painamalla Julkaise -painiketta.

10.2 Tekstien muokkaaminen

Jos et vielä ole tekstieditorissa, niin Bloggerin Hallintasivulta:

1. Valitse Tekstit
2. Valitse postaus
3. Tee muokkaukset
4. Esikatsele/Tallenna/Julkaise

10.3 Tekstin poistaminen

Jos et vielä ole tekstieditorissa, niin Bloggerin Hallintasivulta:

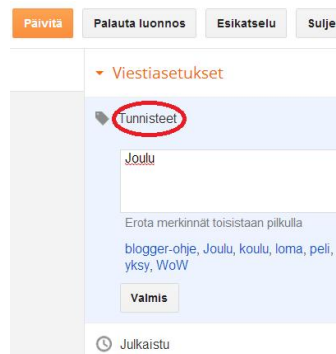
1. Valitse Tekstit
2. Vie hiiri postauksen päälle, jonka haluat poistaa
3. Valitse postauksen alta Poista
4. Vahvista

tai voit rukstata poistettavat postaukset ja siirtää ne roskakoriin klikkaamalla roskakori - kuvaketta.

10.4 Tunnisteet

Tunnisteet helpottavat blogin selaamista. Lisää tunnisteet postauksellesi:

1. valitse oikeassa reunassa Tunnisteet
2. loppuksi paina Valmis



Kuvio 77. Tunnisteet

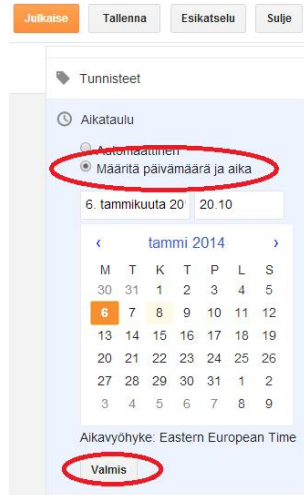
10.5 Tekstien ajoittaminen

Postauksia voit kirjoittaa varastoon ja julkaista niitä haluamaasi ajankohtana.

Jos et vielä ole tekstieditorissa, niin Bloggerin Hallintasivulta:

1. Valitse Tekstit
2. Valitse postaus, jonka haluat ajastaa
3. Valitse oikealta Aikataulu

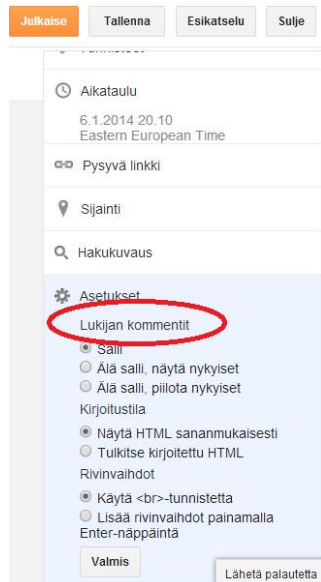
4. Määritä aika
5. Paina Valmis -> tilaksi tulee *Luonnos*
6. Paina Julkaise -> tilaksi tulee *Ajoitettu*



Kuvio 78. Ajoitus

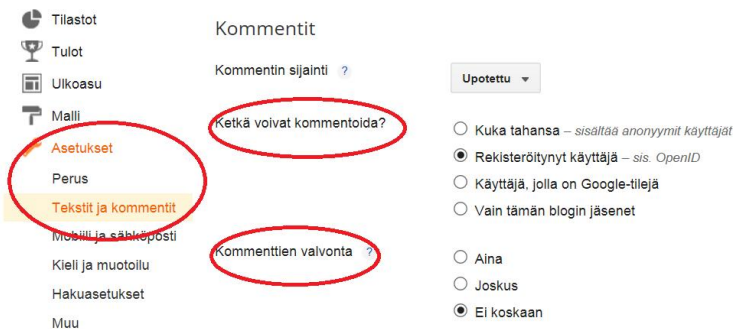
10.6 Kommentit

Oletuksena on, että kommentit ovat päällä. Jos et halua niitä postauksiisi, niin sinun on ne otettava pois päältä ennen julkaisua. Tekstieditorissa oikealla kohdassa Asetukset voit tehdä tämän tekstikohtaisesti.



Kuvio 79. Kommentit, tekstikohtaiset

Hallintasivulla vasemmalla Asetukset ja sieltä valitse Tekstit ja kommentit, niin voit määrittää kommentointiasetukset koko blogillesi.



Kuvio 80. Hallintasivulta asetukset, tekstit ja kommentit

Vinkit:

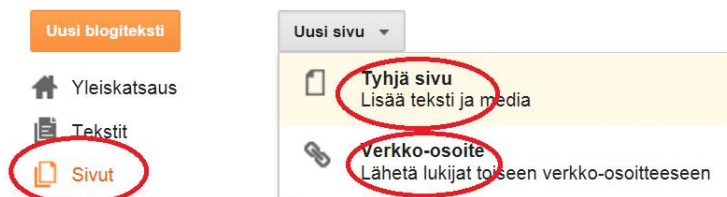
- Valitse Upotettu, jos haluat ottaa käyttöön ketjukommentoinnin. Tällöin voi vastata muiden viesteihin.
- Ei kommenttien valvontaa, jos se on työlästä. Häiriköinnit voi aina poistaa jälkikäteen, jos sellaista ilmenee.
- Näytä käänteiset linkit: Jos otat tämän asetuksen käyttöön, näet kaikki URL-osoitteet, joissa on linkki blogitekstiisi. URL-osoitteet näkyvät sekä sinulle että blogisi lukijoille.
- Lisää viesti, esim. kiitos, joka näytetään kommentoijille.
- Sanavahvistus on hyvä olla, jotta varmistetaan aidon henkilön jättävän viestin robotin sijaan.

11 Blogisivut/välilehdet

Voit luoda erillisiä linkitettyjä sivuja blogisi välilehdillä tai sivupalkeissa. Nämä sivut ovat erilaisia kuin pääsivu. Sivulla voi olla esim. vain yksi teksti. Sivustosunnitelma on hyvä apu, jos haluaa tehdä välilehtiä. Sivuja voi olla enintään 20. Ulkoasun näyttötapa koskee kaikkia sivuja.

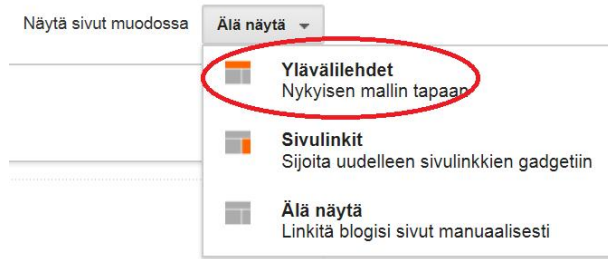
11.1 Uuden välilehden luonti blogille

Bloggerin Hallintasivulta valitse Sivut ja valitse Uusi sivu -painikkeella joko tyhjä sivu tai linkitä olemassa olevalle sivulle. Lopuksi muista tallentaa kohdasta Tallenna aseteltu.



Kuvio 81. Blogille uusia sivuja/välilehtiä

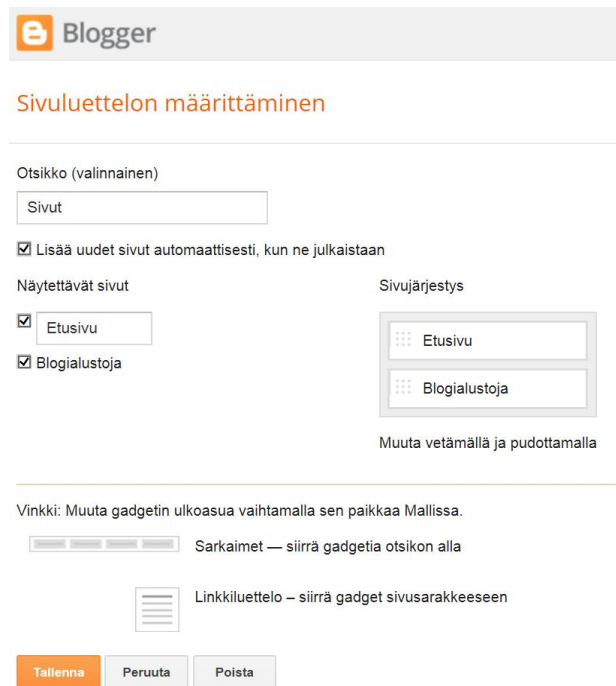
Valitse sivujen näyttötapa (ylävälilehdet muistuttaa perinteistä navigointityyliä kotisivuilla.)



Kuvio 82. Uuden sivun/välilehden näyttötapa

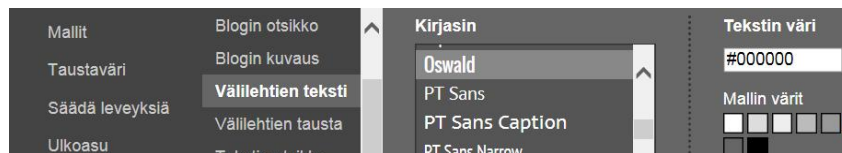
11.2 Muokkaa sivujen esitystapaa

Hallintasivulta pääset määrittelemään osioiden sisältöelementtejä kohdasta ulkoasu. Valitse kohdasta Sivut Muokkaa



Kuvio 83. Uuden sivun/välilehden asetukset

Hallintasivulta pääset määrittelemään väriä ja kokoa valitsemalla Malli ja Mukauta ja Lisäasetukset. Voit muokata Välilehtien teksti ja tausta kohdassa tekstin väriä ja kokoa.



Kuvio 84. Bloggerin mallin suunnittelutyökalu, Lisäasetukset välilehdille

Muista tallettaa muutokset painikkeella yläkulmassa Käytä blogissa/Tallenna/Julkaise riippuen teetkö muutosta, luonnosta tai julkaisua.

12 Yksityisyys ja käyttöoikeudet

Yleisesti blogit ovat julkisia ja oletusarvoisesti blogisi on julkinen. Jos haluat blogistasi yksityisen, niin voit muuttaa sen Hallintisivulla kohdasta Asetukset ja sieltä Perus -asetuksissa Käyttöoikeudet-osassa.

Omat blogit Bloggaan? · Asetukset > Perus

Ulkoasu + Lisää oma verkkotunnus Osoita oma, rekisteröity verkkotunnus blogiisi.

Malli

Asetukset

Perus

Tekstit ja kommentit

Mobiili ja sähköposti

Kieli ja muotoilu

Hakuasetukset

Muu

Käyttöoikeudet

Blogin kirjoittajat

Bloggaan text.tixt@gmail.com Järjestelmänvalvoja

+ Lisää kirjoittajia

Julkinen

Blogisi on avoin kaikille lukijoille oletuksena.

Yksityinen – vain blogin kirjoittajat

Blogisi käyttöoikeus on rajoitettu, joten vain blogin kirjoittajat voivat lukea sitä. Muut blogin kävijät eivät voi lukea tekstejä, vaan näkevät ilmoituksen, jossa kerrotaan, että blogi on yksityinen.

Yksityinen – vain nämä lukijat

Voit rajoittaa blogisi ja hyväksyä vain valitsemasi lukijat. Lukijoihin on kuitenkin kirjauduttava sisään ennen blogin lukemista, mistä aiheutuu ylimääräinen työvaihe.

Tallennamme lukijaluettelon puolestasi, joten voit siirtyä takaisin milloin tahansa.

Ei lukijoita

+ Lisää lukijoita

Tallenna muutokset Valitse yhteystiedoista Peruuta

Kuvio 85. Hallintisivulta asetukset, Perus, yksityisyyden asetukset

Voit lisätä kirjoittajia blogiisi Hallintisivulla

1. valitse Asetukset
2. valitse Perus
3. valitse Käyttöoikeudet-osassa Lisää kirjoittajia
4. Kirjoita sähköpostiosoitteet, jotka haluat kutsua blogiin. Erotta osoitteet toisistaan pilkulla. He saavat pian vahvistuslinkin sisältävän sähköpostiviestin. Huomaa, että heillä on oltava Google-tili. Jos heillä ei ole Google-tiliä, heitä kehoitetaan luomaan sellainen
5. valitse Kutsu kirjoittajia

Kun kutsun saanut hyväksyy kutsun, hänet lisätään oletuksena kirjoittajaksi. Kirjoittajat voivat ainoastaan luoda ja muokata omia tekstejään.



Kuvio 86. Kutsu vastaanottajan sähköpostissa

Järjestelmänvalvojalla puolestaan on oikeus muuttaa asetuksia ja mallia sekä muokata ja poistaa blogin muiden jäsenten kirjoittamia tekstejä. He voivat myös lisätä tai poistaa muita jäseniä. Hallinnointioikeudet yksittäisessä blogissa voi olla usealla.

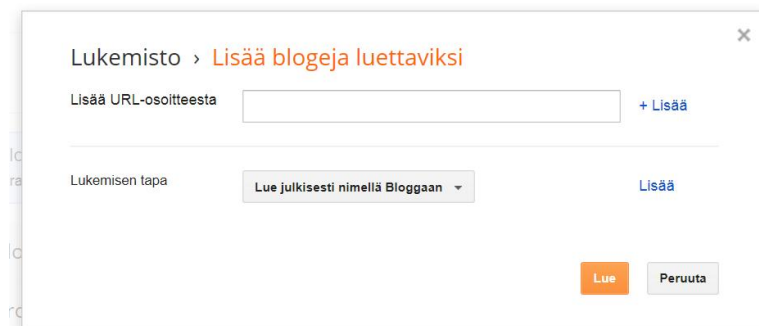
Voit muuttaa kirjoittajan hallinnoijaksi käyttämällä kyseisen kirjoittajan nimen vieressä olevaa avattavaa valikkoa. Jos blogissa on vain yksi järjestelmänvalvoja, kyseisen käyttäjän hallinnointioikeuksia ei voida peruuttaa.



Kuvio 87. Hallintasivulta asetukset, Perus, Käyttöoikeudet: Järjestelmänvalvoja/Tekijä

13 Lukuluettelo, blogien seuraaminen

Bloggerin Hallintasivulta löytyy Lukuluettelo.



Kuvio 88. Hallintasivulta Lukemisto, Lisää blogeja luettavaksi

Lisää seuraamasi blogin osoite ja valitse luetko blogia julkisesti ja paina Lue. Voit muokata lukemistosi blogiasetuksia rataskuvakkeesta ylhäällä oikealla.

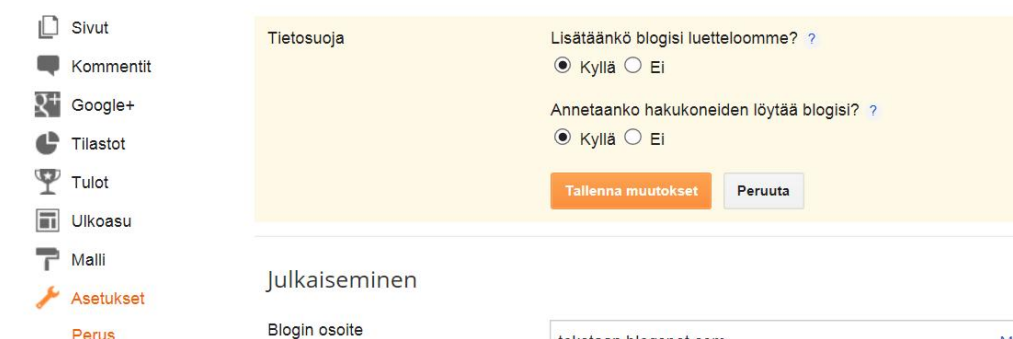


Kuvio 89. Rataskuvake

Voit lisätä seuraamasi blogit gadget:llä omalle sivustollesi.

14 Hakukoneet ja näkyvyysasetukset

Hallintasivulla valitse Asetukset ja kohdasta Perus -asetukset löytyy Tietosuoja.



Kuvio 90. Hallintasivulta Asetukset, Perus, Tietosuoja ja hakukoneet

Lisätäänkö blogisi luetteloomme? -asetus määrittää, muodostetaanko blogiisi linkki Blogger.com-osoitteesta eli Bloggerin etusivulta ja Seuraava blogi -sivulta. Jos valitset Ei, blogisi ei näy kyseisissä paikoissa, mutta se on silti luettavissa internetissä.

Annetaanko hakukoneiden löytää blogisi? -asetus määrittää, sisällytetäänkö blogisi Google-blogihakuun ja lähetetäänkö tieto päivityksistä.

Näkyvyyttä blogille saa hakukoneiden, linkkien ja sosiaalisen median välityksellä. Kaikki omat sivut, blogit ja sosiaalisen median profiilit on syytä linkittää keskenään. Erilaiset blogi -listaukset ja foorumit on hyvä paikka aloittaa omien linkkien levitys. Tärkein yksittäinen linkkien levittämisen keino on kuitenkin kommentointi. Kommentoimalla toisten kirjoituksia ja olemalla aktiivinen kasvattaa linkkien määrää nopeasti ja erittäin tehokkaasti.

Hakukoneet indeksoivat sivustosi ja sen jälkeen hakukoneen käyttäjä voi hakiessaan tietoa jostain asiasta törmätä linkkiin, joka vie myös sinun sivuillesi. Linkit kommentteissa vaikuttavat huomattavasti hakukonesijoitukseesi. Sosiaalinen mediassa jaa linkkisi. Yleisimmät ja käytetyimmät palvelut ovat Facebook, Twitter ja LinkedIn.

Jos et määritä blogillesi hakukuvausta, hakukoneet luovat hakukuvauksen puolestasi blogin sisällön perusteella. Voit luoda oman hakukuvauksen Hallintasivulla Asetukset ja Hakuasetukset avaamalla Kuvaus-tekstikentän.

Tutustu tarvittaessa tarkemmin hakukoneoptimointiin ja noudata huolellisesti ohjeita.

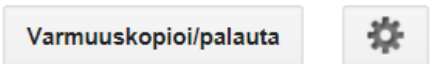
15 Varmuuskopio

15.1 Tekstit

Blogien tuonti ja vienti koskevat vain tekstejä ja kommentteja. Voit kopioida blogisi kiintolevyille tai tuoda blogisi sisällön muihin blogeihin. Löydät tämän Asetukset kohdasta Muu. Blogi tallennetaan Blogger-vientitiedostona (.xml), joka voidaan säilyttää varmuuskopiona kiintolevyllä tai tuoda toiseen blogiin. Julkaise automaattisesti kaikki tuodut tekstit -valintaruutu, ennen kuin valitset Tuo blogi. Jos et valinnut tekstien automaattista julkaisemista, sinun on julkaistava ne käsin.

15.2 Malli

Malli-sivulla voit tallentaa kopion mallista napsauttamalla Varmuuskopioi/palauta -painiketta.



Varmuuskopioi/palauta



Kuvio 91. Varmuuskopioi

16 Blogin poistaminen

Jos poistat blogin, se poistetaan pysyvästi blogiluettelostasi Bloggerin hallintapaneelissa. Löydät tämän Asetukset kohdasta Muu. Varmuuskopio blogisi ennen poistamista.

17 Uloskirjautuminen

Oikeassa yläkulmassa profiilikuvaa painamalla pääset kirjautumaan tililtäsi ulos.



Kuvio 92. uloskirjautuminen

18 Lisää tietoa

Blogger antaa tehdä muutoksia suoraan koodiin. Apua löytyy HTML- ja CSS -oppaista koodin osalta. Bloggerin omilta sivuilta löytyy paljon hyviä ohjeita. Lisäohjeita löytyy osoitteesta <https://support.google.com/blogger/>.

Lähteet

Blogger

<http://www.blogger.com>

Luettu 11.11.2013

Blogger ohjekeskus

<https://support.google.com/blogger/>

Luettu 18.12.2013

Google.fi

<http://www.google.fi>

Luettu 15.11.2013

Google ohjekeskus

<https://support.google.com/accounts/>

Luettu 18.12.2013

Google+ ohjekeskus

<https://support.google.com/plus/>

Luettu 28.12.2013