



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

LIIKETALOUS

OPINNÄYTETYÖRAPORTTI

**ALAVUS ALUFRONT OY:N KOTISIVUSTON UUSIMINEN  
SUUNNITTELUPROJEKTINA**

**Janne Kangastupa**

Liiketalouden koulutusohjelma  
joulukuu 2007  
Työn ohjaaja: Kirsi Tanner

TAMPERE 2007



---

Tekijä:	Janne Kangastupa
Koulutusohjelma:	Liiketalous
Opinnäytetyön nimi:	Alavus Alufront Oy:n kotisivuston uusiminen suunnitteluprojektina
Title in English:	Renewing Alavus Alufront Ltd. internet pages using project management tools
Työn valmistumis-	
kuukausi ja -vuosi:	marraskuu 2007
Työn ohjaaja	Kirsi Tanner
	Sivumäärä: 49

---

## Tiivistelmä

Toimeksiantonani oli tehdä uudet internetsivut sekä ohjeet sivujen ylläpitoon Alavus Alufront Oy:lle. Tällä hetkellä käytössä olevat sivut ovat lähes kymmenen vuotta vanhat eikä niitä ole päivitetty tarpeeksi usein. Yrityksen pyrkiessä nostamaan liikevaihtoaan muun muassa viennin avulla nousee markkinointiviestinnän osa-alueista internetsivusto entistä suurempaan merkitykseen.

Työ sisältää teoriaosuuden projektinhallinnasta ja hyvän internetsivuston ominaisuuksista. Case-osuus kattaa koko projektin elinkaaren aina suunnittelusta loppuarvioon. Mukaan on myös lisätty yhteenveto toteutusvaiheesta, joka on koottu projektisuunnitelman, projektipäiväkirjan ja haastatteluiden pohjalta.

Sain toimeksiannon yritykseltä, koska minulla oli vastaavanlaisesta työstä kokemusta jo entuudestaan. Projektin ylläpitämiseen tarvittavan teorian ja käytännön kokemuksen olen hankkinut TAMK:n järjestämältä projektinhallinta kurssilta, jonka jälkeen suoritin Suomen projektiyhdistyksen myöntämän D-tason sertifiointin. Internetsivuston suunnitteluun hain tietoa alan kirjallisuudesta ja käytännön ohjeita ennen toteutusta sain haastattelusta TAMK:n lehtorilta Petri Heliniemeltä. Lisäksi hankin sivuston tekniseksi toteuttajaksi tietojenkäsittelyn opiskelijan Riku Kestilän.

---

**Avainsanat:** projektinhallinta, internetsivusto, riskienhallinta, suunnitteluprojekti

# Sisällysluettelo

1	Johdanto .....	4
2	Yritysesittely .....	5
2.1	Toimeksianto .....	5
2.2	Nykyiset sivut .....	6
2.3	Yrityksen näkemys uusista sivuista .....	6
3	Internet yrityksen käyntikortina .....	8
3.1	Kotisivujen perustavoitteet .....	8
3.2	Mitä suunnittelussa täytyy huomioida .....	10
3.2.1	Kotisivuston tarkoitus .....	11
3.2.2	Oman organisaation esittely .....	11
3.2.3	Kotisivuston sisältö .....	11
3.2.4	Linkkien tekeminen .....	12
3.2.5	Grafiikan ja animaation käyttäminen .....	12
4	Projektinhallinta .....	13
4.1	Projektin elinkaari .....	15
4.1.1	Käynnistysvaihe .....	16
4.1.2	Rakentamisvaihe .....	18
4.1.3	Päätämisen vaihe .....	18
4.2	Projektin osat .....	20
4.3	Riskienhallinta .....	21
4.4	Viestintä projektiympäristössä .....	23
4.5	Projektin onnistuminen .....	24
5	Kotisivuston uusimisprojekti .....	26
6	Loppuarviointi .....	28
	Lähteet .....	31
	Liitteet .....	33
	Liite 1: Vanhat sivut .....	34
	Liite 2: Uudet sivut .....	35
	Liite 3: Projektisuunnitelma .....	36
	Liite 4: Projektipäiväkirja .....	45
	Liite 5: Haastattelu 5.9.2007, Petri Heliniemi .....	49

# 1 Johdanto

Yritysten siirtyessä yhä enemmän perinteisestä linjaorganisaatiosta joustavampiin rajoja ylittäviin organisaatiomuotoihin, on myös projektien ja tiimityöskentelyn osuus yrityksissä kasvamassa. Tulevina vuosina kasvava tarve projektialan ammattilaisille oli myös yksi pääsyyistä, miksi halusin tehdä lopputyöni projektimuotoisena.

Työn tavoitteena oli luoda Alavus Alufront Oy:lle nykyaikaiset kotisivut ja ohjeet sivujen ylläpitämiseen. Nykyiseltä sivustolta poistettiin ominaisuuksia, jotka ovat turhaan kuormittaneet yrityksen henkilöresursseja. Muun muassa tarjouslaskuri on todettu ydinliiketoiminnan kannalta turhaksi ja sitä kautta tulleet tilaukset ovat toteutumisprosentiltaan ja volyymiltään vähäisiä. Sivut rakennettiin ja suunniteltiin alusta loppuun täysin uudestaan. Tämä johtui siitä, että edellinen versio oli jo niin vanha, että sen hyödyntäminen uusien sivujen ohella ei ollut mielekäästä.

Työ toteutettiin suunnitteluprojektina, käyttäen apuna eri projektinhallinnan tarjoamia työkaluja. Voidaankin sanoa, että sivuston ohella työn toinen tarkoitus oli vahvistaa omaa osaamistani projektinhallinnan ammattilaisena. Työstä syntyvien dokumenttien tarkoitus on toimia yhtenä mahdollisena apukeinona tuleville projektien toteuttajille.

Työni teoriaosuus käsittelee projektinhallinnan keskeisimpiä osa-alueita. Lisäksi käsittelen internetsivuston toimivuutta ja hyvän sivuston ominaisuuksia. Case-osuus pitää sisällään muun muassa projektipäiväkirjan, projektisuunnitelman, riskianalyysin ja tietenkin itse sivut yritykselle. Itse en pysty sivuja toteuttamaan, koska minulla ei ole siihen tarvittavaa tietoteknistä osaamista. Siksi hankin tähän tehtävään viimeisen vuoden opiskelijan tietojenkäsittelyn puolelta. Hänen mukanaan tuomallaan ammattitaidolla saan luotua sivuista haluamani näköiset. Projektissa oma toimenkuvani vaihteli suunnittelijan, projektipäällikön ja konsultin välillä.

Työssä tarkoitukseni oli keskittyä teorian kautta projektinhallinnan eri osa-alueisiin, eikä niinkään kaavamaisesti isomman projektin mukanaan tuomiin, osaltaan pakollisiinkin dokumentteihin. Toki työlle hyödyllisimmät dokumentit löytyvät liitteistä, kuten projektisuunnitelma ja projektipäiväkirja, mutta mm. asettamiskirje ja viestintähistoria eri sidosryhmille ja ohjeet sivujen päivittämiseen on rajattu opinnäytetyöstä pois.

## 2 Yritysesittely

Alavus Alufront Oy on vuonna 1993 perustettu alumiinirakentamiseen erikoistunut yritys. Se sijaitsee Etelä-Pohjanmaalla, Alavudella. Yrityksen toiminta koostuu ovien, ikkunoiden, lasikattojen, viherhuoneiden ja julkisivujen rakentamisesta. Alufront Oy:n asiakkaita ovat sekä suuret rakennusliikkeet että yksityishenkilöt. Lisäksi Alufront Oy tarjoaa alihankintapalvelua yrityksille, jolloin alumiiniprofiilit voidaan sahata mittaan, jyrsiä, koneistaa ja koota tilaajan suunnitelmien pohjalta.

Yritys työllistää tällä hetkellä 24 oman alansa ammattilaista ja liikevaihto vuonna 2006 oli noin 2,5 miljoonaa euroa. Dun & Bradstreetin luottokelpoisuusluokituksessa Alufront on sijoitettu usein korkeimpaan AAA-luokkaan; näin myös viime vuosina. Tämä tarkoittaa yrityksen talouden olevan vahvalla pohjalla, mikä osaltaan helpottaa vahvan alihankintaketjun luomista. Yrityksen omavaraisuusaste oli vuonna 2006 noin 60 % ja tilikauden tulos noin 192 000 euroa. (Inoan kotisivut 2007)

### 2.1 Toimeksianto

Saamani toimeksianto oli yksinkertainen. Yritys halusi paremmat ja toimivammat kotisivut. Tarkoitukseni on siis suunnitella ja toteuttaa yritykselle uudet kotisivut. Heti alussa tehtiin myös selväksi, että sivuston päivitys ei kuulu tähän projektiin. Tulevaisuudessa sivut päivittää joku muu taho. Jatkokeskusteluissa projektin rajaukseen lisättiin, että yritykselle tullaan luovuttamaan perusohjeet kuvien ja tekstin lisäämisestä sivuille. Yrityksen eri vaatimukset teknisen toteutuksen ja sisällön osalta löytyvät kokonaisuudessaan alaluvusta 2.3. Koska uusien sivujen tarve on suuri, oli aikataulu melko tiukka. Projektirajauksen ja teknisten vaatimusten jälkeen uusien sivujen viimeiseksi luovutuspäiväksi asetettiin 15.11.2007. Tähän päivään mennessä sivujen tuli olla valmiit, jotta yritys voi ne hyväksyä ja siirtää palvelimelleen.

## 2.2 Nykyiset sivut

Tämänhetkiset sivut ovat erittäin vanhat, eikä niitä ole päivitetty säännöllisesti. Tärkein syy sivujen uusimiseen onkin ajantasaisen tiedon antamisen ohella uskottavuuden parantaminen asiakkaille, jotka tekevät valinnan internetin kautta. Johtuen sivujen erittäin staattisesta luonteesta ja iästä, ne eivät anna riittävän luotettavaa kuvaa yrityksestä. Tämän yrityksen vahvuus onkin ehdottomasti sen ydinliiketoiminta, niin kuin pitääkin olla, mutta toivottavasti uudelleen rakennettujen sivujen kautta myös uuden asiakaskunnan on helpompi lähestyä yritystä. Liitteistä löytyvät vanhat kotisivut (liite 1). Myös uudet kotisivut lisätään työn loppuun kun ne valmistuvat (liite 2).

## 2.3 Yrityksen näkemys uusista sivuista

*Värimaailma* Sivujen rakenne ja sisältö tulevat muuttumaan huomattavasti. Ainoa samana pysyvä asia on sivujen värimaailma. Toki sillekin tullaan antamaan pieni säväys parempaan, mutta logossa oleva tummansininen teksti, harmaa taustakuviointi ja koko logon pohjana toimiva valkoinen taustaväri ovat lähtökohtaisesti ne värit, jotka pitää selvästi erottaa sivuston kautta. Näin myös kotisivujen värimaailma tukee yrityksen brändiä. Harmaa väri on valittu vahvistamaan kytköstä alumiiniin kun taas sininen ja valkoinen kertovat yrityksen suomalaisuudesta ja sen vahvoista perusarvoista. (Aalto 14.9.2007, haastattelu)

*Rakenne* Sivujen rakenteeseen halutaan lisätä ominaisuuksia, joita vanhoissa kotisivuissa ei ollut. Muun muassa yritysesittely- ja alihankintapalvelut-välilehti lisätään sivuille. Myös lisänä vanhoihin sivuihin tulee idänkauppaa varten linkki, josta löytyy venäjänkieliset yhteystiedot, kontaktihenkilön nimi ja tuote-esite venäjäksi. Tulevaisuudessa sivuille saatetaan laittaa myös englannin- ja ruotsinkielisille asiakkaille tarvittavat tiedot, mutta tästä projektista ne on rajattu pois. Kotisivuston layout muuttuu täysin. Ensinnäkin etusivulta paljastuu lukijalle heti, minkä toimialan yrityksestä on kysymys. Etusivulle tulee tekstiä yrityksestä ja logot sen pääyhteistyökumppaneista sivun alareunaan (Sapa, Abloy ja Finnglass). Yrityksen oma logo sijoitetaan keskeiselle paikalle sivun yläreunaan ja se pysyy siellä muuttumattomana riippumatta, siitmissä osiossa ollaan. Slogan sijoitetaan logon alapuolelle. Slogan pysyy muuttumattomana riippumatta siitä, millä välilehdellä ollaan. Etusivulle laitetaan dia-show pyörimään rakennetuista kohteista. Tämä tehostekeino toimii osaltaan myös referenssinä ja tuo elävyyttä

etusivulle. Rakenteeseen liittyvä uusi piirre on jokaisella sivulla oleva yhteystiedot palkki. Yhteystiedot palkki on poikittain läpi sivun alareunan ja sieltä löytyy yrityksen yhteystiedot. (Aalto 14.9.2007, haastattelu)

#### *Välilehdet*

Välilehtien rakenne muuttuu. Nyt ne tullaan sijoittamaan sivun yläreunaan. Järjestys on etusivu, yritysesittely, tuotteet, alihankintapalvelut, referenssit ja yhteystiedot. Tuotteet- ja referenssit-linkki ovat drop down-valikoita eli siirtämällä hiiren kursorin niiden päälle avautuu lisää linkkejä. Käyttämällä näitä drop down-valikoita välilehtien määrä etusivulla ei kasva liian suureksi ja saadaan luotua selkeä kokonaisuus. Tuotteet valikko sisältää neljä linkkiä, jotka ovat ikkunat, ovet, valokatot ja lasiseinärakenteet. Referenssikuvat on jaoteltu seitsemään ryhmään asunnot, teollisuusrakennukset, konttori- ja liikerakennukset, hotellit ja ravintolat, koulut ja päiväkodit, sairaalat ja hoitolaitokset ja uimahallit ja vapaa-ajan tilat. Ilman drop down-valikoita etusivuille tulisi 18 linkkiä eri kohteisiin, jolloin etusivusta tulisi todennäköisesti liian sekava. (Aalto 14.9.2007, haastattelu)

#### *Sisältö*

Sisällön yksi suurimpia muutoksia on tarjouslaskurin poistaminen. Tarjouslaskuria ei tarvita uusissa kotisivuissa, vaan tarkoitus on antaa mahdolliselle ostajalle muita yhteydenottokanavia. Osaltaan tarjouslaskurin poistamista puoltaa myös sen kautta tulleiden kauppojen määrä ja vastaavasti tarjouslaskurin ylläpitämiseen kulunut aika. Kaikkien välilehtien tekstit tullaan myös uudistamaan. (Aalto 14.9.2007, haastattelu)

### 3 Internet yrityksen käyntikorttina

Verkkoviestinnän merkitys on kasvanut vuosi vuodelta viimeisen kymmenen vuoden ajan. Se mitä ei verkosta löydä ei ole olemassa alkaa nousta nyt tutkintonsa aloittavan ikäpolven tunnuslausahdukseksi. Myös yritysten on täytynyt opetella aivan uusi toimintakenttä osana markkinointiaan. ”Erityisesti b-to-b-markkinoilla toimivien on lähes pakko olla verkossa omilla sovelluksillaan, koska yritysmarkkinoiden avainhenkilöiden toimintatapa on muuntunut verkkoperusteiseksi niin, että normaali työskentely tapahtuu tietokoneiden avulla ja internet-rakenteissa.” (Rope 1998, 157–158)

Nykyään lähes kaikilla yrityksillä on oma kotisivu internetissä, mutta pitää kuitenkin muistaa, että osa yrityksistä on tehnyt kotisivuston vain, koska muutkin näin tekevät. ”Käytännössä kotisivut ovat käyntikortti muille yrityksille, joka kertoo kuinka heidät voi tavoittaa ja mitä tuotteita tai palveluita he tekevät” (Nielsen & Tahir 2002, 2.) ”Yritykset yrittävät siis päästä kotisivujen avulla suuren yleisön tietoisuuteen ja saada tuotteensa myytyä” (Miettinen 2001, 13.) Koska sivustojen merkitys yrityksille vaihtelee, niin myös laatu- ja toimivuuseroja on paljon. Vuonna 1995, kun yritykset alkoivat tehdä kotisivuja, oli aina suuri uutinen, kun jonkun yrityksen sivut valmistuivat. Nykyään kotisivustot ovat yksi osa yritysten markkinointiviestinnästä, ja nyt uutinen olisi, jos joku yritys ilmoittaisi jättäytyvänsä internetin ulkopuolelle kokonaan. Tämä kuvastaa hyvin, kuinka isoon osaan internet on noussut yritysten eri toiminnoissa. (Rope 1998, 157–158)

#### 3.1 Kotisivujen perustavoitteet

Kun mietitään, millainen tulisi hyvän kotisivuston olla, tulee ensimmäisenä mieleen sivuston käytettävyys. Kuten Nielsenkin toteaa: ”Webissä tärkeintä on käytettävyys. Tämä tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että jos käyttäjä ei löydä jotakin tuotetta, hän ei myöskään osta sitä. Webissä asiakas on kuningas, hiiri aseenaan hän päättää kaikesta. Jos palvelu ei tyydytä, asiakkaan on helppo mennä muualle, koska myös kaikki kilpailijat ovat vain hiiren liikautuksen päässä” (Nielsen 2000, 9.)



Sana käytettävyys voidaan Isohookanan mukaan jakaa viiteen tekijään:

1. opittavuus: kuinka helppoa palvelun käyttö on ensimmäisellä kerralla
2. tehokkuus: kun sovellusta on opittu käyttämään, sillä halutaan saavuttaa enemmän
3. muistettavuus: kuinka helppoa järjestelmää on käyttää, kun sen on oppinut
4. virheettömyys: käyttäjää ei saa ohjata harhaa, virheiden tekemisen täytyy olla mahdollisimman vaikeaa
5. miellyttävyys: sovelluksen käyttö ei saa olla ainakaan epämiellyttävää (Isohookana 2007, 274)

Listoja siitä, mitä toimiva kotisivusto vaatii, on varmasti yhtä monta kuin on tekijöitäkin. Korhonen pitää kotisivuston tärkeimpänä ominaisuutena selkeyttä. Kotisivuston layout on oltava yksinkertainen, rakenteeltaan looginen ja olennaiset tiedot sisältävä kokonaisuus. Muita olennaisia tekijöitä ovat kotisivuston latausaika ja sen esteettömyys kaikille laitteille, selaimille ja näytöille. Nämä Korhosen kuvailevat ominaisuudet kuuluvat jokaisen kotisivuston tavoitteisiin. (Korhonen 2003)

Mietittäessä tietyllä toimialalla toimivan yrityksen vaatimuksia hyvän kotisivuston ominaisuuksista, voidaan havaita selkeitä tarkennuksia Korhosen mainitsemiin seikkoihin. Jo suunnitteluvaiheessa täytyy huomioida, että lopulliset kotisivut tulevat palvelemaan tiettyä kohderyhmää, jolloin sivuilla käytetty teksti kirjoitetaan heitä ajatellen. Kotisivun ulkoasu täytyy olla helposti luettava ja yrityksen nimi, toimiala, sen tuotteet ja palvelut täytyy tuoda mahdollisimman nopeasti ja tarkasti esille. Kotisivustosta kannattaa tehdä nopeasti koneelle latautuva, vaikka toisaalta myös visuaalisuus on tärkeä ominaisuus. Kotisivuston visuaalisuus kannattaa rakentaa jo olemassa olevien toimintojen ympärille. Koristelu sinällään ei siis ole suotavaa. Visuaalisuus syntyy jo olemassa olevista tekijöistä, kuten linkeistä, välilehdistä ja tekstiä tukevista kuvista. Yrityksen on myös erittäin suotavaa pitää kotisivut ajantasaisena, jotta uusimmat tuotteet ja palvelut tai muutokset yrityksen organisaatiossa ovat heti kiinnostuneiden saatavilla. (Rope 1998, 160)

Toteuttamalla mitä tahansa ohjeita päästään varmasti kelpo lopputulokseen, mutta mielestäni jokaista sivustoa suunniteltaessa tulisi aina miettiä, joitakin tärkeitä näkökohtia: Mitkä tekevät tästä sivustosta hyvän. Mitkä vaatimukset tulisi täyttää yrityksen puolelta ja kuinka ne palvelevat sivuston loppukäyttäjiä? Toteutti mitä listaa tahansa, on kuitenkin hyvä muistaa, että yrityksen lopullinen tavoite on aina voiton hakeminen. Kotisivustolla täydennetään siis yrityksen muita viestintämuotoja tarjoamalla tietoa sen tuotteista ja palveluista asiakkaille, joiden kautta voidaan kasvattaa liikevaihtoa ja tulosta. Yhteenvetona voidaankin todeta näiden kahden listan korostavan ajatusta kauniista, mutta silti selkeästä käyntikortista. Eli tärkeintä kotisivustossa on toimivuus ja tarjottavan tuotteen tai palvelun selkeästi esille tuominen.

### **3.2 Mitä suunnittelussa täytyy huomioida**

Ensimmäinen ja tärkein vaihe kotisivuston tekemisessä on suunnittelu. Kuten Korhonen (2003) toteaa: "Hyvin suunniteltu ei ole puoliksi tehty. Internet-projekteissa hyvin suunniteltu on 60 – 90 prosenttisesti tehty." Kannattaa siis todella pyöritellä kaikkia mahdollisia kysymyksiä mielessään ja miettiä, miksi nämä sivut tehdään, kenelle ne tehdään, ketkä ovat niiden kohderyhmää, mikä niiden tavoite on jne. Suunnitelmaa kannattaa jalostaa monivaiheisesti eli kirjoittaa ideat aina sitä mukaan paperille, kun ne syntyvät. Ei siis ole hyvä lähteä toteuttamaan ensimmäistä ideaa ilman huolellista analysointia, sillä kotisivuprojektissa valitulta polulta on hidas poistua. On siis todella perusteltua pureskella eri vaihtoehtoja ja vasta huolellisen pohdinnan jälkeen valita esille tulleista ideoista ne parhaimmat ja toteuttamiskelpoisimmat. (Miettinen 2001, 13)

Koska suunnittelu esittää todella suurta osaa kotisivuston tekemisessä, haluan myös tässä työssä panostaa siihen. Sen vuoksi olenkin kerännyt suunnitteluvaihetta varten huomionarvoisia ohjeita. Suunnittelen myös itse kotisivuston pitkälti alalukujen 3.2.1 – 3.2.5 ohjeiden mukaan. Kirjoista löytyvien ohjeiden määrä on valtava, mutta olen pyrkinyt poimimaan työhöni vain sellaiset ohjeet, joita tulevaisuudessa samankaltaista projektia tekevä henkilö voisi tarvita. Sain myös itse erittäin paljon tietoutta eri tekijöistä, mitkä täytyy huomioida ennen varsinaista käytännön toteutusta. Henkilölle, joka vasta aloittaa kotisivuston suunnittelua onkin työni kolmas luku kaikista hyödyllisin. Luvusta kolme saatavat ohjeet kattavat koko suunnitteluvaiheen rakenteen asetteluohjeista aina sisällön asetteluun liittyviin neuvoihin saakka.

### **3.2.1 Kotisivuston tarkoitus**

Jos yrityksen kotisivuilta ei suoraan näe sen nimeä ja olemassaolon tarkoitusta, voidaan sivustoa pitää epäonnistuneena. Tällaista lopputulosta voitaisiin verrata ostoskeskukseen, missä kaikki kaupat pimentäisivät näyteikkunansa ja ottaisivat nimikyltinsä pois. Siksi on erittäin oleellista tuoda kotisivuston käyttötarkoitus varmasti esille.

Etusivulla yrityksen nimi ja logo täytyy asettaa niin keskeiseen paikkaan, että siihen kiinnitetään ensimmäisenä huomiota. Tunnuslause kannattaa asettaa lähelle yrityksen logoa ja tunnuslauseen tulee olla lyhyt, selkeä ja sivuston tarkoitusta tukeva. Tärkeimpiä tehtäviä tulee korostaa, jotta niihin myös kiinnitetään huomiota. Lisäksi kannattaa pyrkiä tunnuslauseessa tai sen lähellä erottumaan muista kilpailijoista positiivisesti. (Nielsen & Tahir 2002, 10 - 11)

### **3.2.2 Oman organisaation esittely**

On tärkeää kertoa oleellimmat tiedot omasta yrityksestä asiakkaalle. Heidän kuuluu saada tietää, miten organisaatio on rakennettu ja kuka sitä johtaa. Tämä osaltaan lisää yrityksen luotettavuutta ja antaa tuotteen tai palvelun tekijälle kasvot. (Nielsen & Tahir 2002, 12)

Yritystä koskevat tiedot kannattaa ryhmitellä erilliselle alueelle. Näin ne erottuvat selkeästi muusta yrityksen tarjoamasta informaatiosta. Lisäksi yhteystiedot linkki tulee sisällyttää etusivulle. Linkin takaa tulee löytyä kaikki yrityksen perustiedot aina toimitusjohtajan puhelinnumerosta yrityksen osoitteeseen asti. On myös tärkeää erottaa yrityksen intranettiin kuuluva informaatio pois yrityksen kotisivustolta. (Nielsen & Tahir 2002, 12 – 13)

### **3.2.3 Kotisivuston sisältö**

Internetissä olevan tiedon määrä on valtava ja jotta tiedonhakija löytäisi haluamansa tiedon, on hänen pystyttävä nopealla silmäyksellä päättämään, mikä tieto on lukemisen arvoista. Myös tämä seikka pitää ottaa huomioon kotisivujen sisällön kirjoittamisessa. Sisältöä ei saa siis olla liikaa ja sen pitää olla tiivistä asiaa.

Kannattaa käyttää asiakaskeskeistä kieltä ja merkitä linkit sen mukaan millainen arvo niillä on asiakkaalle, eikä sen mukaan, mitä ne merkitsevät yrityksellesi. Toistuvaa sisältöä on pyrittävä välttämään, sillä ne tekevät kotisivustosta sekavan ja vievät painoarvoa pois muista linkeistä. Kun jotakin ominaisuutta halutaan painottaa,

kannattaa se tehdä selkeästi yhdessä paikassa. Markkinointijohtajan keksimiä sanontoja kannattaa välttää. ”Esimerkiksi Travelocityn ´Dream, Plan, Go´ -luokka saattaa kuulostaa markkinointijohtajan mielestä tarttuvalta, mutta se ei ole yhtä selkeä kuin ´Vacation Planning´(Nielsen & Tahir 2002, 14.) Aina tulee siis ajatella miten asiakas ymmärtää linkin sisältämän tekstin. Vältä myös turhia otsikoita, jos sisältö on itsestään selvä. Huutomerkkien tai isojen kirjaimien käyttö muotoilukeinona ei myöskään kuulu kotisivulle. Kaiken kaikkiaan kotisivun teksti pitäisi olla huolitellun näköistä eikä mitään turhia korosteita kannata käyttää. (Nielsen & Tahir 2002, 14 – 15)

### **3.2.4 Linkkien tekeminen**

Hyvin tehdyt linkit auttavat käyttäjää navigoimaan sivulta toiselle. ”Korosta linkkejä ja helpota niiden lukemista. Aloita linkin teksti tietoa sisältävällä sanalla, koska käyttäjät vilkaisevat usein linkkien yhtä tai kahta ensimmäistä sanaa vertaillessaan niitä (Nielsen & Tahir 2002, 18.) Linkeistä kannattaa tehdä mahdollisimman lyhyitä ja kuvailevia. Värimuutoksella kannattaa korostaa jo vierailtuja linkkejä ja sanaa linkki ei kannata käyttää erottaessaan muu teksti linkeistä. Parempi tapa on merkata linkit siniseksi ja alleviivata ne. (Nielsen & Tahir 2002, 18)

### **3.2.5 Grafiikan ja animaation käyttäminen**

Grafiikka ja animaatiot voivat olla suuri apu sisällön havainnollistamiseen, jos niitä käytetään oikein. Pahimmillaan huonot animaatiot heikentävät käytettävyyttä ja pidentävät latausajat yli kipukynnyksen. Siksi grafiikkaa on käytettävä harkitusti.

Grafiikkaa kannattaa käyttää varsinaisen sisällön esille tuomisessa, ei sivujen koristelussa. Valokuvat ja kaaviot kannattaa muokata näytön mittoihin sopivaksi, sillä liian suuret valokuvat pidentävät latausaikaa liikaa. Kaikki kuvat ja kaaviot kannattaa myös otsikoida, ellei niiden merkitys selviä tekstistä. Animaatioiden käyttö ei ole suositeltavaa sillä ne vievät kaiken huomion. Jos animaatioita kuitenkin päätetään käyttää, niin ei koskaan kannata animoida kotisivuston kriittisiä osia, kuten logoa tai tunnuslausetta. Sillä animaatiot tuovat mieleen mainokset eivätkä katsojat välttämättä kiinnitä niihin huomiota. Lisäksi animoitujen osien lukeminen on hankalaa. (Nielsen & Tahir 2002, 22 )

## 4 Projektinhallinta

”Toimintaympäristön dynaamisuus ja työyhteisöjen strategisen sykkeen kiihtyminen ovat johtaneet siihen, että yritykset ja yhteisöt ovat alkaneet kiinnittää yhä enemmän huomiota oman toimintansa tehostamiseen ja kykyyn selviytyä muutoksista. Muutos ei ole enää satunnainen poikkeustilanne, vaan kysymys on jatkuvasta uusien sisäisten ja ulkoisten tavoitteiden asettamisesta ja saavuttamisesta. Jäykkä, funktionaalinen organisaatorakenne ja keskitetty päätöksenteko eivät sellaisinaan sovellu dynaamiseen ja vuorovaikutussuhteeltaan monimutkaiseen toimintaympäristöön. Muutostarpeen havaitseminen edellyttää ympäristöä koskevan informaation tehokasta hankintaa ja muutoksen reagoiminen puolestaan nopeaa päätöksentekoa ja helposti muunneltavissa olevia organisaatorakenteita”. (Ruuska 2007, 11)

Se miten moni yritys on muuntautunut vastaamaan näihin uusiin haasteisiin, on luoda pysyvän organisaation sisälle ja sen rinnalle tiimejä ja projektiryhmiä. Tiimityöskentelyn ja erilaisten projektien osuus on kasvanut voimakkaasti viime vuosina niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla. Tänä päivänä teollisuudessa jatkuvasti pyörivien toimitusprojektien arvo on miljardeja euroja ja julkinen hallinto panostaa vuosittain useita satoja työtunteja projekteihin. Ei tietenkään ole mikään itsestäänselvyys, että projektien kautta päästään automaattisesti parempaan lopputulokseen. Mutta olettaen, että organisaation kyky hallita projekteja on korkea, niin usein lopputuotoksen laatu on huomattavasti parempi, siihen on päästy nopeammin tai vähemmällä resursseilla kuin perinteisen funktionaalisen organisaatorakenteen kautta. (Ruuska 2007, 12–13)

Yritykset perustavat projekteja tuotannon tehostamiseksi eri kilpailutilanteissa. Projektien kautta resurssien käyttö on joustavampaa kuin perinteisessä linjaorganisaatiossa ja projektin luonteen mukaan vastuuta jaetaan asiantuntemuksen, eikä muodollisen aseman perusteella. Asioihin vaikuttaminen kasvattaa henkilöstön motivaatiota ja osallistuminen vaihteleviin projekteihin rikkoo perinteisiä osastorajoja, mikä puolestaan lisää viestinnän toimivuutta yrityksessä. Tällä tavoin organisaation resurssit voidaan aina keskittää kiireellisimpiin tehtäviin ilman, että perusorganisaation keinotekoiset rajat olisivat siirron esteenä. (Ruuska 2007, 26–27)

Projektien yleistyessä yrityksissä on myös sanan projekti käyttö lisääntynyt. Valitettavaa on kuitenkin, että kaikki eivät osaa käyttää sanaa oikeissa paikoissa. Yleisin virhe on sekoittaa prosessin ja projektin merkitykset keskenään. Terminä projektin määritelmä on laaja ja siksi haluankin määritellä projektin huolella.

Saarisen (2005, 4) määritelmä projektista on seuraava: ”Projektit perustetaan aina määrääjäksi toteuttamaan tiettyä ennalta suunniteltua konkreettista tehtävää eli tuottamaan joko tuote tai määritelty tulos annettujen resurssien pohjalta”. Ne voidaan jakaa luonteensa mukaan eri tyyppisiin. Perinteinen tapa on jakaa projektit tuotekehitys-, tutkimus-, toiminnan kehittämis-, toimitus-, suunnittelu- ja investointiprojekteihin.

Tuollaisenaan projektin määritelmä on melko suppea ja siksi siihen onkin hyvä lisätä vuonna 1988 Choudhury'n tekemä laajempi määritelmä, jossa on mukana myös projektille tyypillisiä ominaisuuksia. Vaikka listan teosta on jo vuosia, on se silti erinomainen tapa ymmärtää, mitä projekti käytännössä tarkoittaa. Lista avaa lukijalle projektin luonteen selittämällä keskeisimmät projektiin liittyvät käsitteet:

1. *Tavoite*: Projektilla on selkeä tavoite tai joukko tavoitteita. Kun tavoitteet on saavutettu, projekti päättyy.
2. *Elinkaari*: Projekti ei ole jatkuvaa toimintaa. Projektilla täytyy olla etukäteen määritelty päätepiste, joka voidaan normaalisti johtaa tavoitteista.
3. *Itsenäinen kokonaisuus*: Projekti on loogisesti rajattu kokonaisuus. Vastuu on keskitetty yhteen pisteeseen, vaikka mukana olisi useita erilaisia intressiryhmiä ja osapuolia.
4. *Ryhmätyöskentely*: Projektin tavoitteiden saavuttaminen edellyttää ryhmätyöskentelyä. Ryhmän jäsenet voivat edustaa eri organisaatioyksiköitä, yrityksiä ja jopa eri kansalaisuuksia.
5. *Vaiheistus*: Projektissa voidaan sen elinkaaren aikana havaita useita erilaisia vaiheita kasvusta kypsymisen kautta kuihtumiseen. Projekti on aina oppimisprosessi, josta saatua kokemusta tulisi hyödyntää seuraavissa hankkeissa.
6. *Ainutkertaisuus*: Kahta samanlaista projektia ei ole. Ihmiset ja ympäristötekijät muuttuvat ajassa, joten projektia ei voi olla sellaisenaan toista.

7. *Muutos*: Projekti kokee elinkaarensa aikana lukuisia muutoksia. Osalla muutoksista ei ole vaikutusta projektin toimintaan. Toiset taas saattavat täysin muuttaa projektin luonnetta ja tavoitteen asettelua.
8. *Seurannaisperiaate*: Meneillään olevassa projektin vaiheessa ei varmuudella tiedetä, mitä seuraavassa vaiheessa tapahtuu. Edellisen vaiheen tulokset vaikuttavat aina seuraavan vaiheen tehtäviin, kun yksityiskohdat työn edetessä tarkentuvat.
9. *Tilaustyö*: Projekti perustuu aina asiakkaan tilaukseen. Asiakas asettaa projektille vaatimuksia ja reunaehdoja, jotka rajaavat projektin toimintaa. Asiakas voi tulla oman organisaation sisältä tai toisesta organisaatiosta sen mukaan, onko kyseessä sisäinen kehittämishanke vai ulkopuolinen toimitusprojekti.
10. *Yhtenäisyys ja epäyhtenäisyys*: Projekti koostuu monimutkaisesta joukosta lukemattomia eri muuttujia, jotka liittyvät teknologiaan, laitteisiin, materiaaleihin, ihmisiin ja kulttuureihin. Näillä muuttujilla on toisiinsa nähden loogisia riippuvuuksia. Mikäli riippuvuus puuttuu, muuttuja ei kuulu projektiin.
11. *Alihankinnat*: Osa projektin tehtävistä hoidetaan aina alihankintoina, joko sisäisinä tai ulkoisina. Mitä laajemmasta projektista on kysymys, sitä suurempi on alihankintojen osuus.
12. *Riski ja epävarmuus*: Kaikkiin projekteihin liittyy riskejä ja epävarmuutta. Ne kuuluvat projektityön luonteeseen. Riskien määrä riippuu siitä, miten projekti viedään sen eri vaiheissa läpi. Huonosti suunnitellussa ja epäselvästi rajatussa projektissa riskien määrä ja niiden toteutumistodennäköisyys on suuri. (Choudhury 1988)

Oleellista lukijalle ei ole muistaa listan jokaista kohtaa, vaan ymmärtää projektin perusolemus. Toinen oleellinen seikka on erottaa projektin ja prosessin ero liiketoiminnassa. Toisin kuin projekti, on prosessi jatkuvaa toimintaa, eikä sillä ole ajallista alkua ja loppua. Esimerkiksi tuotteen valmistus linjalla voidaan nimetä tuotantoprosessiksi.

## 4.1 Projektin elinkaari

Projektin elinkaari voidaan karkeasti jakaa kolmeen vaiheeseen, jotka ovat käynnistys-, rakentamis-, ja päättämisvaihe. Ennen käynnistysvaihetta tarvitaan kuitenkin idea tai visio lopullisesta tuloksesta, jonka yleensä toimeksiantaja määrittelee. Toimeksiantaja voi myös nimetä johtoryhmän, joka valvoo projektin edistymistä. Johtoryhmä, josta käytetään myös nimitystä ohjausryhmä, voi koostua sekä toimeksiantajan että toteuttavan organisaation edustajista ja sen

tarkoitus valvonnan ja tuen ohella on nimetä projektipäällikkö ja määritellä käytettävät resurssit. Projektipäällikkö toimii linkkinä ohjausryhmän ja projektiryhmän välillä. Projektipäällikkö vastaa projektiryhmän päivittäisistä toiminnoista sekä yhteydenpidosta kaikkiin projektin sidosryhmiin. Projektipäällikön asema on keskeinen koko projektin onnistumisen kannalta ja teknisen tiedon lisäksi menestyvän projektipäällikön tarvitsee myös osata käsitellä ihmisiä, delegoida ja koordinoida. Projektiryhmä koostuu henkilöistä, jotka ovat oman alansa ammattilaisia. Heitä ei välttämättä tarvita koko projektin ajan, vaan kutsutaan paikalle aina tarpeen vaatiessa. Ryhmän koko vaihtelee paljon riippuen projektin laajuudesta, kestosta ja kansainvälisyydestä. (Ruuska 2007, 21, 33, 35)

#### 4.1.1 Käynnistysvaihe

Tämä vaihe tunnetaan myös englannin kielisellä termillä kick-off, joka tarkoittaa aloituspotkua. Samalla tavalla projekti tulee laittaa alussa nopeasti liikkeelle, sillä kuten Pelin (2002, 90) toteaa: ”lopussa on kuitenkin jumalaton kiire”. Käynnistysvaihe aloitetaan esiselvityksen, projektin asettamiskirjeen ja projektisuunnitelman tekemisellä. Esiselvityksen tarkoitus on kartoittaa, kannattaako projektia tehdä. Siinä tarkastellaan mm. projektin teknis-taloudellisia edellytyksiä, varmistetaan onko projektin tuottama hyöty tarpeeksi suuri verrattuna sen aiheuttamiin kustannuksiin, tehdään ongelma-analyysi ja alustava aikataulu. Jos esiselvitys ei tuota mitään selvää estettä, miksi projektia ei voitaisi aloittaa, tekee esimerkiksi linja organisaation johto projektin asettamiskirjeen. Kirjeessä kuvaillaan tiiviisti projektin idea, tavoiteaikataulu ja nimetään projektipäällikkö sekä johtoryhmä. Projektisuunnitelman tekee projektipäällikkö osaksi projektiryhmän kanssa asettajan antaman tavoitteen mukaiseksi niillä resursseilla, jotka ohjausryhmä kyseiseen projektiin myöntää. Ennen toteuttamista projektisuunnitelmalle on vielä saatava ohjausryhmän hyväksyntä. (Ruuska 2007, 35–37)

On luonnollista projektien erilaisuuden vuoksi, että myös projektisuunnitelmat eroavat toisistaan. Huomattavaa kuitenkin on, että runko on monissa projekteissa, riippumatta toimialasta, hyvinkin samanlainen. Projektisuunnitelma laaditaan, koska sen avulla kuvataan, kuinka lopputulokseen päästään ja lisäksi se helpottaa projektin seuranta. Seuraava lista on Pelinin (2007, 98) *Projektinhallinnan käsikirjasta* otettu runko projektisuunnitelman tekemistä varten.



**Projektisuunnitelma:**

1. Määrittelyt
  - a. Johdanto ja tausta
  - b. Projektin tulostavoitteet
  - c. Rajaus ja liittymät
2. Organisaatio
  - a. Projektiryhmä
  - b. Johtoryhmä
  - c. Yhteyshenkilöt
3. Toteutussuunnitelma
  - a. Ositus ja toteutusvaiheet
  - b. Aikataulu
  - c. Tehtäväluettelo
  - d. Resurssisuunnitelma
  - e. Riskien kartoitus
4. Budjetti
  - a. Projektibudjetti
  - b. Kustannuseuranta
5. Ohjaussuunnitelma
  - a. Kokoussuunnitelma
  - b. Tiedottaminen
  - c. Valvonta ja raportointi
  - d. Koulutussuunnitelma
  - e. Laadunvarmistus

(Pelin 2002, 98)

Kirjoittamalla jokaisen otsikon auki saa projektipäällikkö tehtyä ensimmäisen version projektisuunnitelmasta, jota voidaan käyttää projektin eteenpäin viemisessä. On kuitenkin muistettava, että projektisuunnitelma muuttuu ja hioutuu projektin aikana. Silti projektin alkuvaiheessa Pelinin tekemä projektisuunnitelma on mainio tarkastuslista, kun projektiin vaikuttavia eri tekijöitä ryhdytään käymään läpi.

### 4.1.2 Rakentamisvaihe

Projektin rakentamisvaiheen tehtäviä ovat määrittely, suunnittelu, toteutus, testaus ja käyttöönotto. Määrittelyvaiheen tarkoitus on kuvata, mikä on tuotteen tarkoitus. Jos kyseessä on tuote, määrittely tehdään projektipäällikön, projektiryhmän ja loppukäyttäjien kanssa. Määrittelyn pohjalta voidaan aloittaa tuotteen tekninen ja toiminnallinen suunnittelu.

Suunnittelu vaihe pitää sisällään ”miten järjestelmä tai tuote aiotaan toteuttaa sisäisen rakenteen, liittymien ja rajapintojen osalta” (Ruuska 2007, 39.) Vaikka lopullinen testaus tehdäänkin vasta, kun tuote on valmis, täytyy testausta tehdä läpi koko projektin. Aina osaprojektin valmistuessa on se hyvä testata ennen siirtymistä seuraavaan työvaiheeseen, jotta voidaan olla varmoja, että tämän hetkinen tuote vastaa sille asetettuja toiminnallisia ja teknisiä tavoitteita. Varsinainen käyttöönottovaihe tulee esimerkiksi uuden järjestelmän tapauksessa tehdä niin, että siirtymä ei aiheuta katkoksia työhön, kaikille on annettu riittävä koulutus ja ylläpitojärjestelyt on sovittu ennen varsinaista toteutusta. (Ruuska 2007, 37–39)

### 4.1.3 Päättämisvaihe

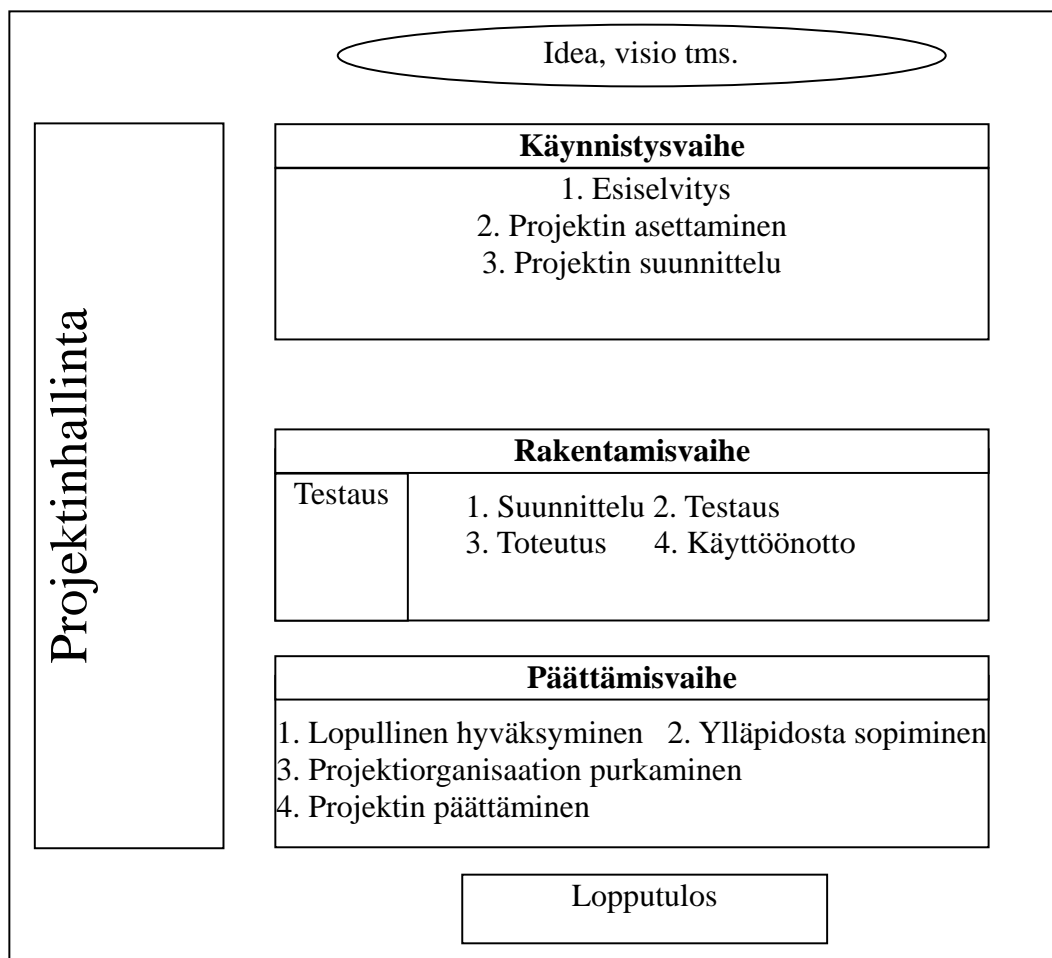
On tärkeää, että projekti lopetetaan selkeästi, kun kaikki on valmista alussa tehdyn rajauksen puitteissa. Samaan projektiin ei siis kuulu esimerkiksi valmistuneen järjestelmän ylläpito, jos se on alussa rajattu projektin ulkopuolelle. Ylläpitoa varten tarvitaan uusi projekti ja uudet resurssit. Selkeällä rajauksella ja sopimalla lopputuotteen tavoitteet yksityiskohtaisesti, voidaan varmistaa, että projekti päättyy oikeaan kohtaan. Näin voidaan myös varmistaa henkilöressurssien vapautuminen ajallaan, jotta niitä voidaan käyttää taas muissa projekteissa. (Ruuska 2007, 40)

Loppuraportti on projektipäällikön tekemä kirjallinen tuotos aina jokaisen projektin lopussa. Siinä verrataan asetettuja tavoitteita toteutumiin, sekä arvioidaan kuinka projektin eri vaiheista suoriuduttiin. Loppuraportti onkin projektipäällikön oma kirjallinen yhteenveto, johon kirjataan sellaisia asioita, joista tulevat projektiryhmät voivat hyötyä ja joilla voidaan ylipäätään kehittää organisaation tulevia projekteja. Loppuraportin sisältö Ruuskan mukaan muodostuu kahdeksasta portaasta:

1. Projektin yleiskuvaus ja tavoitteet
2. Projektin organisointi ja organisaation toimivuus
3. Lopputuote ja projektin sisällöllinen onnistuminen
4. Projektin ajallinen onnistuminen ja resurssien käyttö
5. Projektin taloudellinen onnistuminen
6. Projektin oma arvio hankkeen onnistumisesta kokonaisuutena
7. Luettelo kehittämiskohteista ja ehdotukset jatkotoimenpiteiksi
8. Lopputuotteen ylläpito ja kehitys

(Ruuska 2007, 271–274)

Kuva 1 selkeyttää projektin elinkaaren aikana tapahtuvat vaiheet ja asettaa ne aikajärjestykseen. Lisäksi se korostaa projektinhallinnan merkitystä projektin onnistumiseen. Sisältäähän projektinhallinta kaikki projektissa käytettävät työkalut ja lisäksi se antaa valmiudet ohjata projekti ideasta valmiiseen tuotteeseen tai palveluun saakka.



Kuva 1. Projektin elinkaari ja vaihejako (Ruuska 2007, 34)

## 4.2 Projektin osat

Kuten aikaisemmin mainitsin (alaluku 4.1.1) koostuu projekti neljästä osasta: asettajasta, johtoryhmästä, projektipäälliköstä ja projektiryhmästä. Haluan käydä vielä tarkemmin läpi Ruuskan projektioorganisaation puurakenteen avulla (ks. kuva 2) kunkin yksittäisen ryhmän tehtävät ja niiden merkitykset projektille.

**Asettaja** on korkein taho, joka päättää projektin rahoittamisesta ja käynnistämisestä. Sillä on myös valta keskeyttää projekti hetkellisesti tai lopettaa se kokonaan. Asettaja haluaa myös yleensä itse nimetä johtoryhmän, joka on osaltaan vastuussa tarvittavien resurssien riittävydestä. Johtoryhmän puoleen käännetään myös mahdollisissa kiistatilanteissa projekti- ja linjaorganisaation välillä.

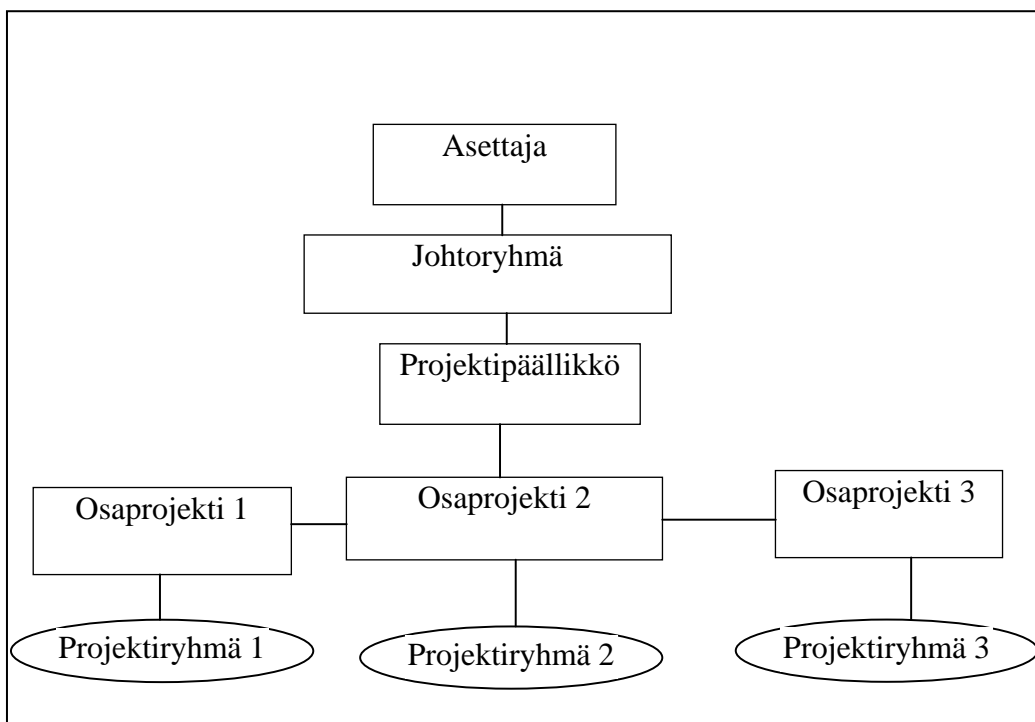
Asettaja valitsee projektin **johtoryhmän** tai nk. **ohjausryhmän** sellaisista organisaatioyksiköistä, joihin projektin lopputuloksella on suuri merkitys. Projektia johdettaessa on tällä ryhmällä suurin valta päätöksissä, mutta sen täytyy toimia kuitenkin asettajan antamien ehtojen ja määräysten mukaisesti. Ohjausryhmän tehtäviä ovat:

- määrittää projektin ajalliset, tekniset ja kustannukselliset tavoitteet
- nimetä projektipäällikkö
- hyväksyä projektipäällikön laatima projektisuunnitelma
- antaa projektille sen tarvitsemat henkilö- ja muut resurssit
- tehdä projektin keskeiset päätökset
- hyväksyä projektin tulos
- päättää projektin lopettamisesta, kun tavoitteisiin on päästy (Pelin 2002, 82–83)

**Projektipäällikön** vastuualue on käytännössä kaikki suunnittelusta toteuttamiseen. Vastuualueeseen kuuluu myös viestintä eri sidosryhmien välillä. Projektipäällikkö järjestää johtoryhmän kokoukset ja vie esityslistaan käsiteltävät asiat. Koska ohjausryhmä on osaltaan vastuussa resursseista, raportoi projektipäällikkö säännöllisesti projektin etenemisestä. Projektipäällikön tehtäviin kuuluu projektisuunnitelman teko, projektiryhmän ohjaus, koulutus ja valvonta, raporttien dokumentointi ja arkistointi, loppuraportin tekeminen ja projektin päättäminen. (Pelin 2002, 84)

**Projektiryhmän jäsen** on varsinaisen projektin tekijä, joten heiltä vaaditaan huomattava määrä ammattitaitoa omalla vastualueellaan. Varsinaisia tehtäviä ovat auttaminen projektisuunnitelman laatimisessa, raportointi projektipäällikölle ja annettujen tehtävien suorittaminen laadullisesti hyvin. (Pelin 2002, 84)

Kuva 2 kokoaa projektin eri osaryhmät ja laittaa ne hierarkkiseen järjestykseen. Riippuen projektin laajuudesta se ei välttämättä sisällä monia erillisiä osaprojekteja tai projektiryhmiä, mutta minimissään oikea projekti sisältää neljä ryhmää asettajan, johtoryhmän, projektipäällikön ja projektiryhmän.



Kuva 2. Projektiorganisaation puurakenne (Ruuska 2007, 127)

### 4.3 Riskienhallinta

Jokaisessa projektissa täytyy varautua odottamattomiin asioihin. Mitä suurempi projekti on kyseessä, mitattuna euroina, henkilöstömäärällä tai kestolla, sitä todennäköisempää on, että jotain ennalta arvaamatonta tapahtuu, mikä voi aiheuttaa aikataulun venymistä, lisäkustannuksia tai pahimmillaan koko projektin peruuntumisen. Tämän vuoksi riskienhallintaan on syytä perehtyä ja se tulisi suorittaa huolella jokaisessa projektissa. Riskienhallinta tarkoittaa systemaattista toimintaa riskien tunnistamiseksi, arvioimiseksi ja

pienentämiseksi. Käytännössä tämä tarkoittaa eri tapahtumaskenaarioiden läpikäymistä ja mahdollisten ongelmien minimointia, syntyvien ongelmien ratkaisua tai niiden siirtämistä myöhempään ajankohtaan.

Yksi tapa löytää mahdolliset uhkakuvat tulevaisuudesta tehokkaasti on pitää muutaman tunnin mittainen palaveri projektiryhmän kanssa. Jokainen projektiryhmäläinen on oman alansa ammattilainen, joten heidän pitäisi tietää kokemuksen ja koulutuksen kautta mahdolliset sudenkuopat. Palaverin runkona projektipäällikkö käyttää projektisuunnitelmaa, jolloin voidaan varmistaa, ettei mikään yksittäinen työvaihe jää vaille keskustelua. (Pelín & Pelín 2003, 62 – 63)

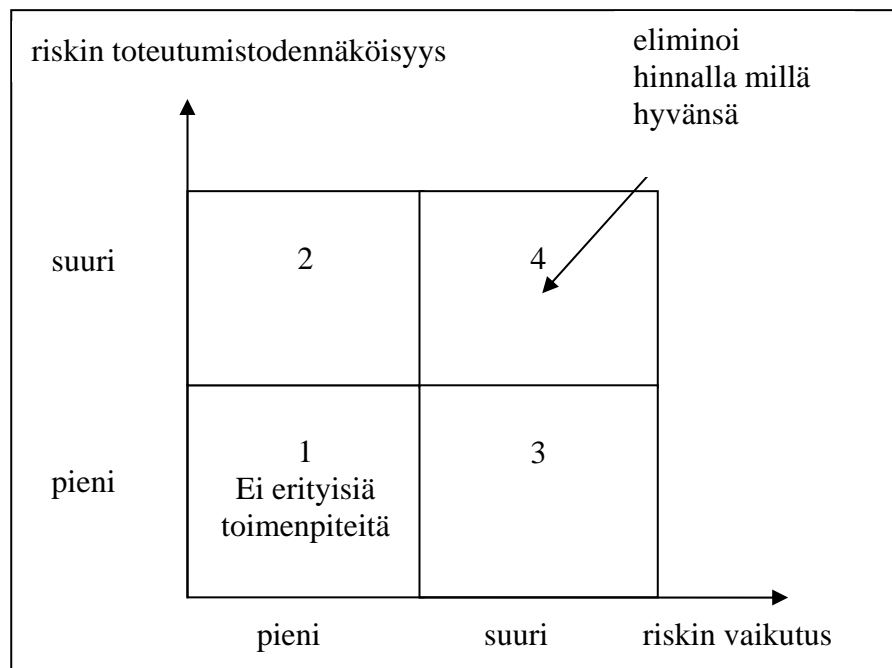
Hyvällä projektisuunnitelmalla voidaan ehkäistä monta ongelmaa, mutta täytyy muistaa, että hyvän projektisuunnitelman täytyy voida elää ja muuttua, jos se tehostaa projektin toimintaa. Onhan projektit alun perinkin luotu vastaamaan nykypäivän alati muuttuvia liiketoiminnan vaatimuksia. Toki hyvin tehdyllä projektisuunnitelmalla vähennetään riskejä, mutta olisi naiivia väittää, että projektipäällikkö pystyisi ennakoimaan kaikki tapahtumat jo projektin alkuvaiheessa. Tämän vuoksi on täysin normaalia, että projektipäällikkö tekee monta eri versioita projektisuunnitelmasta. (Ruuska 2007, 248)

Projektinhallinnan riskityypit voidaan jakaa karkeasti viiteen luokkaan. **Ensimmäinen** luokka koostuu ulkoisista riskeistä, jotka eivät ole projektipäällikön hallittavissa. Tällaisia riskejä ovat mm. luonnonkatastrofit, tulipalot, fuusiot, lakimuutokset, sabotaasi tai tietokonevirukset. Niihin on erittäin hankala vaikuttaa, mutta ne voidaan tunnistaa ja siten joihinkin niistä voi myös varautua. **Toinen** luokka on kustannusriskit. Tämän luokan riskejä ovat eri sidosryhmien kustannusylitykset, huono kustannusarviointi tai projektin laajuuden kasvu. Näihin kaikkiin projektipäällikkö pystyy vaikuttamaan ja jopa estämään ne tehokkaalla valvonnalla. **Kolmas** ryhmä on aikatauluriskit, jotka pahimmillaan johtavat projektin epäonnistumiseen esimerkiksi tuotteen lanseerausprojektissa. Tässä ryhmässä riskien syntyyn vaikuttavat resurssien puute, epärealistiset odotukset aikatauluarvioissa tai odottamattomien ulkoisten ongelmien ratkaisemiseen käytetty aika. **Neljäs** ryhmä on tekniikkariskit, jotka varsinkin it-alalla ovat vasta testausvaiheessa lopettaneet monen tuotteen tai ohjelman kehittämisen, aiheutuneiden yhteensopivuusongelmien vuoksi. **Viides** ja viimeinen ryhmä on toiminnan riskit. Yleisiä syitä riskien toteutumiseen ovat heikko viestintäsuunnitelma tai sen puute, valtuuksien puute tai ristiriitojen puutteellinen ratkaiseminen.

Ruuska (2007, 248) toteaa riskienhallinnan koostuvan neljästä osatehtävästä:

1. riskien analysoinnista
2. riskilistan laatimisesta
3. toimenpiteiden sopimisesta
4. seurannasta ja riskilistan ylläpidosta

Riskien analysointi voidaan toteuttaa projektipäällikön vetämällä palaverilla koko projektiryhmän kesken. Riskilista on taas tuotos tästä palaverista, johon eri riskit on jaoteltu ja pisteytetty niiden todennäköisyyden ja vaikutuksen perusteella. Asteikkona voidaan käyttää esimerkiksi prosentteja eli mitä suuremman arvon riski saa sen todennäköisempää tai haitallisempaa riskin toteutuminen on. Tällaisen listan avulla (kuva 3) osataan siis kiinnittää huomiota projektin onnistumiseen vaikuttaviin riskeihin. Myös liitteissä olevasta projektisuunnitelmasta (liite 3) löytyy yksi versio riskiruudukosta.



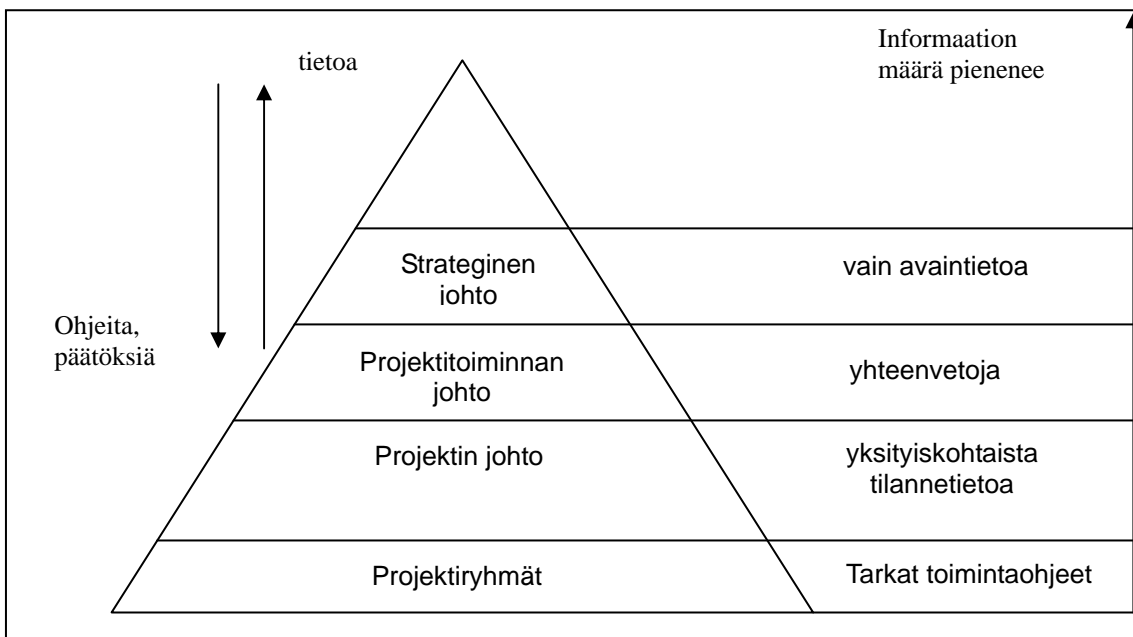
Kuva 3. Riskiruudukko (Ruuska 2007,253)

#### 4.4 Viestintä projektiympäristössä

Kaikki projektit tarvitsevat toimiakseen tehokkaasti kunnollisen viestintäjärjestelmän. Viestintä onkin osa-alueena projektipäällikön syytä hallita tehokkaasti, koska projektipäällikön rooliin kuuluu viestintä projektiryhmälle, ohjausryhmälle, rahoittajille,

viranomaisille, tiedotusvälineille ja lähes kaikille kuviteltavissa oleville sidosryhmille. Runsaan viestinnän vuoksi tehokas ja selkeästi viestivä projektipäällikkö säästää huomattavasti aikaa ja välttyy monelta ongelmalta. Viestinnässä projektipäällikön onkin valittava aina oikea väline oikealle kohderyhmälle ja oltava varma, että vastaanottaja on ensinnäkin saanut viestin ja toisekseen, että se on myös ymmärretty oikein. (Pelin 2002, 275 – 283)

Ruuskan hierarkkinen pyramidi (kuva 4) kuvaa yksityiskohtaisen informaation kasvua mentäessä johtajista rivityöntekijään. Se siis osaltaan perustelee viestintäjärjestelmän tarvetta projekteissa. Sillä onhan viestinnästä vastaava henkilö eli projektipäällikkö melkein pyramidin juuren tasolla. Silti kaikki projektiin liittyvät sidosryhmät olettavat projektipäällikön olevan linkki muiden ryhmien ja heidän itsensä välillä. Koska projektipäällikkö informoi kaikkia tasoja pyramidissa, on myös käytettävä informaatio yksityiskohtaisuudeltaan hyvin erilaista. Tämän vuoksi selkeä viestintäsuunnitelma laajassa projektissa on erittäin tarpeellinen.



Kuva 4. Tiedonvälitys eri organisaatiotasolla (Ruuska 2007, 221)

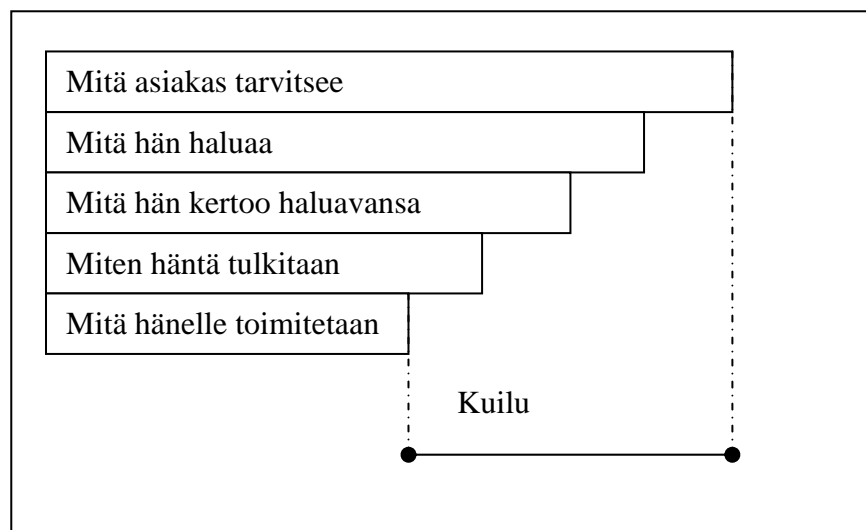
## 4.5 Projektin onnistuminen

Projektin onnistumista mitattaessa tai arvioitaessa on syytä miettiä näkökulmia, sillä esimerkiksi projektin tilaajan ja projektiorganisaation onnistumista kuvaavien mittareiden tärkeysjärjestys ei välttämättä ole sama. Tilaajan tyytyväisyyttä mittaavat kustannusarvion ja aikataulun pitävyys, kun taas projektiryhmä voi nostaa tuotteen ominaisuuden kehittämisen



aikataulua tärkeämmäksi, sillä he haluavat luoda mahdollisimman hyvän lopputuotteen. Vertaamalla, kuinka hyvin alussa asetettuihin tavoitteisiin on päästy, voidaan määrittää projektin onnistuminen. ”Tavallisesti sanotaan, että onnistuneessa projektissa saavutetaan lopputuotteelle asetetut tavoitteet suunnitellun aikataulun mukaisesti ja sovitulla kustannuksilla” (Ruuska 2007, 276.) Eli siis niin kuin aluksi projektisuunnitelmaan kirjoitettiin. (Ruuska 2007, 274–276)

Osaksi projektin onnistumista voidaan pitää myös mielipidekysymyksenä, sillä laadullisia tuotoksia on hankala mitata. Sanotaan esimerkiksi, että projektiryhmä rakentaa veneen niillä ohjeilla kuin tilaaja haluaa, mutta tilaaja huomaa veneen valmistuttua, että vesirajan olisi pitänyt olla 15 cm matalammalla, mahdollisen toisen moottorin takia. Miksi tätä ei huomioitu aiemmin? Suunnitteluvaihe on kaikille projekteille erittäin kriittinen, koska siinä hahmotellaan tuotos, rajataan projekti ja määritellään käytettävä aika ja resurssit. Alussa pidettävät kokoukset tilaajan ymmärtämiseksi ovatkin tärkeitä, koska jo silloin voi ratketa, lähteekö projekti etenemään onnistumisen vai epäonnistumisen polkua. Tämä kyseinen pulma on nk. lopputuotteen määrittämisongelma (kuva 5), jossa kuilu asiakkaan tarpeen ja toimitettavan tuotoksen välillä on minimoitava. (Ruuska 2007, 277–286)



Kuva 5. Lopputuotteen määrittämisongelma (Ruuska 2007, 278)

## 5 Kotisivuston uusimisprojekti

Yrityksessä 14.9.2007 pitämäni haastattelun jälkeen toimeksianto ja projektin rajaus olivat selkeinä mielessäni. Tämän jälkeen aloin hahmottelemaan projektin elinkaarta ja jakamaan sitä helposti hallittaviin osiin. Jokainen osa koostui yhdestä päätavoitteesta, joka jaettiin pienempiin osatavoitteisiin. Kaikki tavoitteet aikataulutettiin ja niille nimettiin vastuuhenkilö. Laajempia päätavoitteita syntyi neljä tiedonhaku, suunnittelu, toteutus ja testaus ja arviointi.

*Tiedonhaku* Projektin alkuvaiheessa tutustuin kirjallisuuden kautta hyvän kotisivuston ominaisuuksiin ja teknisiin vaatimuksiin. Halusin varmistaa, ettei kotisivuston rakentaminen keskeytyisi osaamattomuuden vuoksi. Vertailin myös Alufont Oy:n kanssa samalla toimialalla kilpailevien yritysten kotisivuja, tavoitteenani löytää sekä hyviä että huonoja ominaisuuksia kotisivustoilta. Laadin myös ensimmäisen version projektisuunnitelmasta. Lisäksi tein esiselvityksen ja riskianalyysin projektista. Näiden kahden edellämämainitun päätavoite oli varmistaa että projekti kannattaa toteuttaa ja ettei siinä ole mitään suurta ja hallitsematonta riskiä joka voisi keskeyttäisi koko projektin. Esiselvityksessä ei löytynyt mitään katastrofaalisia uhkakuvia, joten projekti käynnistettiin virallisesti. Projektisuunnitelma on tehty esiselvityksen pohjalta, minkä vuoksi liitteistä ei erikseen löydy esiselvitystä.

*suunnittelu* Tässä vaiheessa keskustelimme yrityksen kanssa kotisivuston ominaisuuksista, värimaailmasta ja layoutista. Oli erittäin tärkeää vielä varmistaa mitä yritys haluaa kotisivuilleen sillä heidän vaatimukset vaikuttivat sivujen toteuttajan valintaan. Halusin kotisivustolle tekijän, joka peruskoodamisen lisäksi hallitsisi myös JavaScript komentosarjakielen. Komentosarjakielen osaaminen oli tärkeää, koska sillä toteutettiin etusivulle laitettu dia-show yrityksen rakentamista kohteista. Löydettyäni kotisivustolle toteuttajan jatkoin kotisivuston suunnittelua tiedonhaku vaiheessa löytämieni ohjelistojen avulla. Pidin myös kotisivuston toteuttajan tietoisena suunnitelmistani, jotta hän pystyisi aloittamaan mahdollisimman aikaisin oman työnsä.

*Toteutus* Projektisuunnitelman toteutus oli jaoteltu neljään osaan runko, sisältö, tekninen toteutus ja testaus. Yrityksen vastuulle jäi tuottaa kaikki kirjallinen materiaali, joka sivuille laitettiin. Kaiken lopun teki kotisivuston toteuttaja Riku Kestilä. Omaksi rooliksi tässä vaiheessa muodostui valvonta, valmiiden osatehtävien hyväksyttäminen yritykseltä, muutosehdotuksien tekeminen ja kaiken tarvittavan materiaalin hankkiminen Riku Kestilälle.

*Testaus ja  
arviointi*

Testaus suoritettiin ennen valmiiden kotisivujen palvelimelle vientiä. Haluttiin varmistaa mahdollisimman monella selaimella ja niiden eri versioilla, että kaikki toimii niin kuin pitääkin. Arvioinnista päävastuussa oli tietenkin projektin asettaja eli yritys itse. Sain yrityksen toimitusjohtajalta kirjallisen palautteen uusista kotisivuista, koko projektista ja sen vaiheista. Palaute löytyy kokonaisuudessaan luvusta kuusi.

Projekti toteutettiin projektisuunnitelmaa noudattaen (liite 3). Poikkeamat suunnitelmasta ja tarkempi toteutuksen seuranta löytyy projektipäiväkirjasta (liite 4).

## 6 Loppuarviointi

Kotisivuston uusimisprojekti onnistui hyvin ja sille asetettuihin tavoitteisiin päästiin. Muutamassa osa-alueessa jäi kuitenkin parantamisen varaa.

### *Tavoitteet ja rajaus*

Projektille asetettuihin tavoitteisiin päästiin ja yrityksen edustaja totesi kotisivuston vastaavan sille asetettuja tavoitteita. Myös alussa tehty rajaus onnistui projektisuunnitelman mukaisesti eikä projekti laajentunut tai kutistunut missään vaiheessa.

### *Rakenne ja Sisältö*

Rakenne pysyi läpi koko suunnitelman samanlaisena ja se vastasi yrityksen toiveisiin. Toimivaan rakenteeseen vaikutti osaltaan yrityksen vahva panos suunnitteluvaiheessa ja projektipäällikön tekemät havainnot kilpailijoiden sivuista. Projektipäällikkö vertaili lähes kaikkien suomalaisten samalla toimialalla olevien yritysten kotisivuja ja poimi sieltä omasta mielestään toimivia ominaisuuksia. Sisällön eli tekstit tuotti yrityksen toimitusjohtaja, joka uudisti jokaisen välilehden sisältöä huomattavasti.

### *Projektiryhmä ja ohjausryhmä*

Yrityksen edustaja antoi palautteen ja mahdolliset muutosehdotukset jokaisesta osatehtävästä erittäin nopeasti. Näin projektiryhmä pystyi jatkuvasti työskentelemään ilman viivästyksiä. Lukuun ottamatta osatehtävien hyväksyntää, projektiryhmä ei nähnyt tarvetta olla tiiviissä yhteistyössä ohjausryhmän kanssa.

### *Suunnittelu ja toteutus*

Projektisuunnitelmaan tehdyssä aikataulussa pysyttiin ja saatiin luotua hyvät lähtökohdat toteutusta varten. Lisäksi yritys hyväksyi suunnittelussa tehdyn sivuston layoutin. Toteutus vaihe onnistui sille asetettujen teknisten tavoitteiden mukaisesti, mutta se tapahtui aikataulun kustannuksella.

### *Aikataulu*

Projektin aikana suurimmat vastoinkäymiset koettiin aikataulun takia. Vaikka kriittiseen polkuun oli lisätty hieman joustoa, ei se siltikään riittänyt. Tulevaisuudessa projektien aikataulutusta kannattaa tehdä tiiviissä yhteistyössä eri sidosryhmien kanssa. Ainakin tällaisissa projekteissa, missä projektiryhmä on erittäin pieni. Tehtävät joihin tarvitaan asettajaorganisaation apua, kannattaa aloittaa hyvissä ajoin, koska asettajaorganisaation resurssit eivät välttämättä ole heti omalle projektille käytettävissä. Aikataulu venyi alkuperäisesti suunnitelmasta noin neljä viikkoa.

<i>Budjetti</i>	Budjetissa pysyttiin eli mikään sidosryhmä ei aiheuttanut mitään kuluja
<i>Viestintä</i>	Viestintä tapahtui projektisuunnitelman mukaan ja kaikki osapuolet kokivat viestinnän olleen tehokasta ja selkeää.
<i>Valvonta</i>	Projektipäällikön olisi pitänyt panostaa valvontaan enemmän. Osaltaan valvonnan vähyys johti aikataulun venymiseen. Tulevissa projekteissa projektiryhmän tekemät vaiheet kannattaa jakaa ajallisesti osiin. Aina yhden osatehtävän valmistuessa tulee projektipäällikön hyväksyä se ennen siirtymistä seuraavaan vaiheeseen. Esimerkiksi projektisuunnitelman tehtäväluetteloa on helppo käyttää tässä apuna.
<i>Riskienhallinta</i>	<p>Projektisuunnitelmaan tehdyssä riskienhallinta-osiossa määrittelin tämän projektin todennäköisemmiksi riskeiksi aikataulun venymisen ja projektiryhmän motivaation vähentymisen. Aikataulussa ei pysytty, vaikka projektipäällikkö teki kaikki projektisuunnitelmaan kirjatut vastatoimenpiteet. Osaltaan aikataulu venyi sellaisten asioiden vuoksi, joihin ei voitu vaikuttaa. Suurin tällainen syy oli yrityksen omat kiireet liiketoiminnassaan. Näin ollen tekstien tuottaminen kotisivustolle venyi. Toisaalta tämä riski olisi pitänyt ennakoida aiemmin, jolloin siltä olisi voitu välttyä.</p> <p>Sivujen toteuttajan motivaation ylläpitäminen oli hankalaa, sillä hänelle tämä oli yksi kouluprojekti muiden joukossa. Lisäksi sekä projektipäällikön että sivujen toteuttajan lomamatkat sotkivat aikataulua. Tulevissa projekteissa aikataulun valvontaan eli toisaalta töiden etenemiseen aion panostaa huomattavasti enemmän. Koko riskienhallinta läpi työn osoittautui erittäin haastavaksi. Osa syynä on projektin luonne, sillä se ei pidä sisällään mitään projektiin sitouttavia tekijöitä, kuten rahaa tai pelkoa työpaikan menettämisestä.</p>
<i>Ylläpito</i>	Kotisivuston päivittäminen tulevaisuudessa rajattiin projektin ulkopuolelle, mutta päivittämistä varten tehtiin ohjeet yritykselle, joiden avulla kotisivusto voidaan pitää ajan tasalla.
<i>Tulevaisuus</i>	Ottaen huomioon edellisten kotisivujen staattisen luonteen, kannattaisi yrityksen harkita vastuuhenkilön nimeämistä kotisivuston ylläpitämiselle. Nyt tehtyjen ohjeiden avulla kotisivuston päivittäminen onnistuu melko vaivattomasti. Seuraava luonnollinen vaihe on englannin- ja ruotsinkielisten kotisivujen tekeminen.

*Yrityksen arvio* ”Alavus Alufront Oy:n vanhat kotisivut on tehty jo useita vuosia sitten, mikä näkyy monella tapaa sekä niiden ulkoasusta, että sisällöstä.

Annoimme Janne Kangastuvalle tehtäväksi uudistaa sivut selkeäksi, informatiiviseksi ja nykyaikaisemmaksi kokonaisuudeksi. Uusien kotisivujemme ilme tukee mainiosti sitä mielikuvaa, minkä haluamme yrityksestämme ulospäin antaa. Tämän lisäksi projekti on edennyt jouhevasti ja tehokkaasti, joten olemme lopputulokseen hyvin tyytyväisiä.”

Alavus Alufront Oy

Kimmo Aalto  
Toimitusjohtaja

## Lähteet

Choudhury S 1998 Project management. New Delhi: Tata McGraw Hill Publishing company Limited.

Inoan kotisivut 2007. [online] [viitattu 5.1.10.2007] [www.inoa.fi](http://www.inoa.fi)

Isohookana, Heli 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro.

Korhonen, Hanna 2003. Verkkoviestintää käytännössä – organisaation

WWW-sivuston rakentaminen. [online] [viitattu 28.8.2007].

[http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkay\\_teksti.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkay_teksti.html)

Miettinen, Petri 2001. Kotisivun tekeminen. Jyväskylä: Docendo.

Nielsen, Jakob 2000. WWW-suunnittelu. Helsinki: IT Press.

Nielsen, Jakob & Tahir, Marie 2002. Kotisivun suunnittelu: miten teet vetävimmät web-sivut. Helsinki: Edita.

Pelin, Risto 2004. Projektihallinnan käsikirja: Projektijohtaminen. Helsinki: Projekti johtaminen Oy Risto Pelin.

Pelin, risto & Pelin Jani 2003. Projektitoimisto, projektinhallinnan kehittämisen moottorina. Helsinki: Projekti johtaminen Oy Risto Pelin.

Rope, Timo 1998. Business to business -markkinointi. Porvoo: WSOY.

Ruuska, Kai 2007. Pidä projekti hallinnassa – Suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Helsinki: Talentum.

Siegel, David 1998. Killer web sites: miten tehdä upeita web-sivuja. New York: Prentice Hall.

### **Muut lähteet**

Aalto, Kimmo. Alavus Alufront Oy, toimitusjohtaja. Haastattelu 14.9.2007. Alavus



## **Liitteet**

Liite 1: Kuvat vanhoista kotisivuista

Liite 2: Kuvat uusista kotisivuista

Liite 3: Projektisuunnitelma

Liite 4: Projektipäiväkirja

Liite 5: Petri Heliniemen haastattelu

## Liite 1: Vanhat sivut



*Nykyaikaisen alumiinirakentamisen ammattilainen*

*Napsauta allaolevia otsikoita, saat tietää enemmän!*

<p><b>Ovet</b> <a href="#">Ovet</a></p> <p><b>Ikkunat</b> <a href="#">Ikkunat</a></p> <p><b>Julkisivut</b> <a href="#">Julkisivut</a></p> <p><b>Lasikatot</b> <a href="#">Lasikatot</a></p>	<div style="text-align: center;"> </div> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p><b>Neuvonta Valmistus Asennus</b></p> <p>Asevelitie 4 63400 ALAVUS AS</p> <p>Puhelin (06) 512 0900 Fax (06) 512 0901</p> <p>Kimmo Aalto 0400 866 959</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p><b>Myynti Projektit</b></p> <p>Tarmo Peltoniemi 0400 506 270</p> <div style="text-align: center;"> </div> <p><a href="mailto:alavus.alufont@co.inet.fi">alavus.alufont@co.inet.fi</a></p> </td> </tr> </table>	<p><b>Neuvonta Valmistus Asennus</b></p> <p>Asevelitie 4 63400 ALAVUS AS</p> <p>Puhelin (06) 512 0900 Fax (06) 512 0901</p> <p>Kimmo Aalto 0400 866 959</p>	<p><b>Myynti Projektit</b></p> <p>Tarmo Peltoniemi 0400 506 270</p> <div style="text-align: center;"> </div> <p><a href="mailto:alavus.alufont@co.inet.fi">alavus.alufont@co.inet.fi</a></p>
<p><b>Neuvonta Valmistus Asennus</b></p> <p>Asevelitie 4 63400 ALAVUS AS</p> <p>Puhelin (06) 512 0900 Fax (06) 512 0901</p> <p>Kimmo Aalto 0400 866 959</p>	<p><b>Myynti Projektit</b></p> <p>Tarmo Peltoniemi 0400 506 270</p> <div style="text-align: center;"> </div> <p><a href="mailto:alavus.alufont@co.inet.fi">alavus.alufont@co.inet.fi</a></p>		

[PÄÄSIVU](#) [IKKUNAT](#) [JULKISIVUT](#) [LASIKATOT](#)



*Nykyaikaisen alumiinirakentamisen ammattilainen*



Tuotevalikoimaamme kuuluu tällä hetkellä seuraavat alumiinirakenteiset ovet:

- Ulko-ovet
- Sisäovet
- Liukuovet
- Sormisuojaovet
- EI 30 palo-ovet
- Murtouojaovet
- C 1-3 luokan luodinkestävät ovet

Ovet toimitetaan valmiiksi pintakäsiteltyinä, lasitettuina ja heloitettuina suunnitelmien mukaan.

Sarana- ja liukuovet voidaan varustaa automaattikoneistolla. Ovet materiaalitoituksena tai valmiiksi asennettuina.


Jos tarvitset lisätietoa ovista, voit soittaa ovineuvontaanumeron (06) 512 0900 tai lähettää sähköpostia meille

[alavus.alufont@co.inet.fi](mailto:alavus.alufont@co.inet.fi)



[Referenssit](#)


## Liite 2: Uudet sivut

Sivut löytyvät kokonaisuudessaan osoitteesta [www.alufront.fi](http://www.alufront.fi)








**Nykykaikaisen alumiinirakentamisen ammattilainen**

Etusivu	Yritysesittely	<u>Tuotteet</u>	Alihankinta	Referenssit	Yhteystiedot	
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">           Ovet            Ikkunat            Lasiseinärakenteet            Valokatot         </div>				
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: right;"> <p><b>Alumiinirakentamisen osaaja</b></p> <p>Alavus Alufront Oy on Alavus Alufront Oy on alumiinikonepaja, joka valmistaa laadukkaita ovia, ikkunoita, lasiseiniä ja valokattoja sekä suorittaa alihankintatöitä asiakkaiden tilausten mukaisesti.</p> <p>Tavoitteenamme on tuotteidemme ja toimintamme korkea laatu. Näiden kriteerien täyttymistä ovat vuosien varrella todistaneet lukuisat tyytyväiset asiakkaamme niin Suomessa, kuin maamme rajojen ulkopuolellakin. Henkilöstömme yhteenlaskettu satojen vuosien kokemus alan eri tehtävistä yhdisteltynä pohjalaiseen asenteeseen takaa asiakastytyväisyyden jatkossakin.</p> <p>Tervetuloa tutustumaan toimintaamme.</p> </div> </div>						
Alavus Alufront Oy Asevelitie 4, 63400 Alavus AS, Finland Puh. 06 512 0900 Fax: 06 5120901						



**Nykykaikaisen alumiinirakentamisen ammattilainen**

Etusivu	Yritysesittely	<u>Tuotteet</u>	Alihankinta	Referenssit	Yhteystiedot	
		<div style="display: grid; grid-template-columns: 1fr 1fr; gap: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>Ovet</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Ikkunat</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Lasiseinät</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Valokatot</p> </div> </div>				
Alavus Alufront Oy Asevelitie 4, 63400 Alavus AS, Finland Puh. 06 512 0900 Fax: 06 5120901						

**Liite 3: Projektisuunnitelma**

# Alavus Alufront Oy:n kotisivuston uusiminen

## Projektisuunnitelma

Janne Kangastupa



Tampereen ammattikorkeakoulu

10.10.2007

## Sisällysluettelo:

1	Projektin ja lopputuotteen kuvaus.....	38
1.1	Tausta ja lähtökohdat.....	38
1.2	Tavoitteet ja tehtävät.....	38
1.3	Rajaus ja liittymät.....	38
2	Projektiorganisaatio.....	39
2.1	Projektiryhmä.....	39
2.2	Ohjausryhmä.....	39
3	Toteutussuunnitelma.....	39
3.1	Tiedonhaku: 10.09. - 20.09.2007.....	39
3.2	Suunnittelu: 20.09. - 5.10.2007.....	40
3.3	Toteutus: 6.10. - 7.11.2007.....	40
3.4	Testaus ja arviointi: 8.11. – 15.11.2007.....	40
4	Resurssisuunnitelma.....	40
5	Tehtäväluettelo.....	41
6	Valvonta ja laadun varmistus.....	42
7	Tiedottaminen.....	42
8	Projektibudjetti.....	42
9	Riskien hallinta.....	42
9.1	Riskien kartoitus.....	43
9.2	Suurimmat uhkakuvat.....	44

# 1 Projektin ja lopputuotteen kuvaus

## 1.1 Tausta ja lähtökohdat

Projektin idea syntyi kahden osapuolen tarpeiden kohdatessa. Alavus Alufront Oy tarvitsi uudet internetsivut vahvistamaan heidän imagoaan alumiinialan ammattilaisena, sillä heidän tarpeensa sivujen sisällön osalta olivat täysin muuttuneet vanhoihin sivuihin nähden. Itse etsin samaan aikaan mahdollista aihetta opinnäytetyöhöni ja omasin jo ennalta kokemusta internetsivujen suunnittelusta. Tämän vuoksi halusin ottaa sivut suunniteltavakseni yrityksen vaatimusten perusteella ja tehdä tästä suunnitteluprojektin, josta tulisi myös opinnäytetyöni. Projektin asettajana toimii siis Alavus Alufront Oy.

## 1.2 Tavoitteet ja tehtävät

Projektin tavoitteena on luoda täysin uusi internetsivusto yritykselle niillä ominaisuuksilla, joita liiketoiminnassa tullaan tulevaisuudessa tarvitsemaan. Tärkeintä on saada tehtyä helposti käytettävät, selkeät, luottamusta herättävät ja yrityksen ydintoiminnasta kertovat sivut. Onnistumista voidaan mitata internetin kautta tulevien asiakaskontaktien ja tarjouspyyntöjen määrän kasvulla, sekä yritysjohtajan mielipiteellä sivuston laadukkuudesta. Valmiit sivut avaavat myös uuden yhteyskanavan ulkomaisille yhteystyökumppaneille, sillä alkuperäiset sivut olivat ainoastaan suomenkieliset.

## 1.3 Rajaus ja liittymät

Projekti rajataan loppumaan uusien sivujen palvelimelle viemisen jälkeen. Tulevaisuudessa sivuille tehdyt päivitykset eivät kuulu tähän projektiin. Tosin lisänä sivujen suunnitteluun ja toteutukseen luvattiin tehdä selkeät ohjeet kuvien ja tekstin muokkaamisesta, mutta varsinaiset muutokset tekee yrityksen oma henkilökunta. Lisänä uusille suomenkielisille sivuille tulee linkki Venäjän kaupan vauhdittamiseksi. Linkistä avautuu yrityksessä toimivan henkilön yhteystiedot sekä esite yrityksestä ja sen tuotteista venäjäksi.

## 2 Projektiorganisaatio

### 2.1 Projektiryhmä

Janne Kangastupa                      Projektipäällikkö  
puh: 040 567 1916  
e-mail: [janne.kangastupa@cs.tamk.fi](mailto:janne.kangastupa@cs.tamk.fi)

Riku Kestilä                              ATK vastaava / koodaaja

### 2.2 Ohjausryhmä

Ohjausryhmä koostuu projektin asettajaorganisaation toimitusjohtajasta, joka toimii myös yrityksen yhteyshenkilönä koko projektin ajan sekä Tampereen ammattikorkeakoulun lehtorista, joka valvoo enemmänkin projektin päivittäisten toimenpiteiden etenemistä:

Kimmo Aalto                              Alavus Alufront Oy:n toimitusjohtaja  
puh: 0400 866 959  
e-mail: [kimmo.aalto@alufront.fi](mailto:kimmo.aalto@alufront.fi)

Kirsi Tanner                              Tampereen ammattikorkeakoulun lehtori  
puh: 050 305 8489  
e-mail: [kirsi.tanner@tamk.fi](mailto:kirsi.tanner@tamk.fi)

## 3 Toteutussuunnitelma

Projekti on ositettu tiedonhakuun, suunnitteluun, toteutukseen sekä testaukseen ja arviointiin.

### 3.1 Tiedonhaku: 10.09. - 20.09.2007

Tässä vaiheessa tutustuin eri kirjojen kautta määritelmiin ja suosituksiin, joita toimiva kotisivusto pitää sisällään. Pyrin myös hankkimaan tietoa suunnitteluprojektista ja yleisimmistä it-projektien sudenkuopista, jotta pystyisin ottamaan ne jo alkuvaiheessa huomioon. Lisäksi vertailen samalla toimialalla toimivien yritysten kotisivuja ja eri ominaisuuksien toimivuutta. Yritän myös poimia parhaimpina pitämäni yksityiskohdat eri sivustoilta ja lähteistä ja miettiä, voisiko niitä hyödyntää Alufront Oy:n uusissa internetsivuissa.

### **3.2 Suunnittelu: 20.09. - 5.10.2007**

Suunnitteluvaihe pitää sisällään monia palavereita eri sidosryhmien kanssa mm. teknisistä vaatimuksista, yrityksen toiveista rakenteen ja sisällön suhteen ja sivujen toteuttajan omista kyvyistä toteuttaa yrityksen toiveet. Pohjustan suunnittelun tiedonhakuvaiheen aikana tekemiini teoriaosuuksiin, jotka löytyvät opinnäytetyöstäni. Suunnitteluvaiheessa kirjoitan myös alustavan aikataulun varmistaakseni, että projekti todellakin voidaan toteuttaa sille varatussa ajassa. Toinen syy aikataulun luontiin on sen tuoma kontrolloinnin helppous, mikä varmistaa aikataulussa pysymisen. Lisäksi tässä vaiheessa teen riskianalyysin ja projektisuunnitelman toisen version.

### **3.3 Toteutus: 6.10. - 7.11.2007**

Toteutusvaihe on ajallisesti pitkäkestoisin ja myös haastavin, sillä tarkoituksena on luoda noin viidessä viikossa toimivat kotisivut, jotka vastaavat kaikkiin yrityksen toiveisiin. Ajallisesti tämä on myös vaihe, jossa viivästymisiin ei ole varaa. Toimin sivujen teknisen toteuttajan ja yrityksen yhteyshenkilön välisenä linkkinä. Pyrin pitämään molemmat osapuolet tyytyväisinä ja toimittamaan tekniselle toteuttajalle kaiken hänen tarvitsemansa tiedon ja materiaalin mahdollisimman nopeasti. Lisäksi lähetän aina valmiin yksittäisen osatehtävän (runko, värimaailma tai yksittäinen välilehti) yritykselle, jotta osio voidaan tarkistaa ja hyväksyä ennen seuraavaan tehtävään siirtymistä. Näin pystyn kontrolloimaan projektin laatua ja aikataulun toteutumista.

### **3.4 Testaus ja arviointi: 8.11. - 15.11.2007**

Sivustojen testaus suoritetaan monella eri koneella, näytöllä, selaimella ja monen eri käyttäjän toimesta, jotta voidaan varmistaa niiden toimivuus eri tilanteissa. Loppuarvioinnin suorittaa yrityksen yhteyshenkilö sivuston palvelimelle viemisen jälkeen. Arvioinnissa tarkastellaan sekä itse lopputuotosta että projektin sujuvuutta ja kiinnitetään erityisesti huomiota kaikkiin poikkeamiin alkuperäisestä suunnitelmasta.

## **4 Resurssisuunnitelma**

Koska olen opiskelijana Tampereen ammattikorkeakoulussa ja kyseessä on oma opinnäytetyöni, saan kaikki tarvittavat resurssit koululta. Saan konsultointia eri tietoteknisistä ongelmista lehtori Petri Heliniemeltä, lisäksi minulle määrätty opinnäytetyön ohjaaja auttaa parhaan kykynsä mukaan kaikissa työhön liittyvissä ongelmissa. Myös sivujen toteuttaja on TAMK:sta; hän on viimeisen vuoden opiskelija tietojenkäsittelyn puolelta. Rahallisia korvauksia työstä ei jaeta, mutta sivujen toteuttaja saa tekemästään työstä projektipisteitä, jotka nopeuttavat hänen valmistumistaan. Myös kaikki työhön tarvittavat ohjelmat ovat vapaasti kaikkien opiskelijoiden käytössä, mikä mahdollistaa kustannuksilta välttymisen.



## 5 Tehtäväluettelo

Vaikka projektiryhmä ei koostu kuin kahdesta henkilöstä, on työ silti hyvä purkaa osiin. Tämä helpottaa projektipäällikköä aikataulutuksessa.

<b>TEHTÄVÄ</b>	<b>VASTUUHLÖ.</b>	<b>VALMIS</b>
<i><b>Raportointi:</b></i>		
Tiedotus	Janne Kangastupa	31.11.2007
Esiselvitys	Janne Kangastupa	15.9.2007
Riskianalyysi	Janne Kangastupa	22.9.2007
Projektisuunnitelma	Janne Kangastupa	25.9.2007
<i><b>Haastattelut:</b></i>		
Teknisten vaatimusten kartoitus	Janne Kangastupa	5.9.2007
Sivujen koodaajan etsintä	Janne Kangastupa	12.9.2007
Yrityksen ajatukset uusista sivuista	Janne Kangastupa	14.9.2007
<i><b>Kotisivusto:</b></i>		
Runko	Janne Kangastupa	17.9.2007
Sisältö	Alavus Alufront Oy, tj	31.10.2007
Tekninen toteutus	Riku Kestilä	7.11.2007
Testaus	Projektiryhmä	15.11.2007
<i><b>Arviointi:</b></i>		
Loppuraportti	Janne Kangastupa	15.11.2007
Sivujen hyväksyntä	Alavus Alufront Oy, tj	15.11.2007

## 6 Valvonta ja laadun varmistus

Projektiryhmä ja ohjausryhmä kokoontuvat ainoastaan tarpeen vaatiessa. Pääosin keskustelut ja ongelmatilanteet pyritään hoitamaan puhelimella tai sähköpostin välityksellä. Laadunvalvonnan ohjausryhmä suorittaa sähköpostitse tarkastamalla aina valmiin osatehtävän ja antamalla siitä palautetta ennen projektiryhmän siirtymistä seuraavaan vaiheeseen. Projektin sisäisessä valvonnassa projektipäällikkö käyttää projektisuunnitelman tehtäväluetteloa. Näin työn etenemistä voidaan kontrolloida osatehtävien sisällä ja pyritään poistamaan mahdolliset viivästyksset kotisivuston käyttöönotossa. Lisäksi hyväksymällä jokainen osatehtävä yritykseltä, parannetaan onnistumisen todennäköisyyttä ja saadaan yritys sitoutumaan projektiin.

## 7 Tiedottaminen

Sisäinen tiedottaminen projektiryhmän välillä tapahtuu sähköpostilla ja puhelimella. Ulkoisesta viestinnästä eri sidosryhmiin vastaa projektipäällikkö. Pääsääntöisesti ulkoinen viestintä hoidetaan sähköpostin välityksellä.

## 8 Projektibudjetti

Projekti on harvinaislaatuinen sen kustannusrakenteen osalta, sillä mikään vaihe työssä ei aiheuta projektin sidosryhmille kustannuksia.

## 9 Riskien hallinta

Koska projektiin ei sidota mitään taloudellisia resursseja, on ongelma-analyysin tekeminen osaltaan turhaa. Se ei palvelisi mitään sidosryhmää kunnolla. Siksi haluankin varautua riskien hallintaan kartoituskaavion kautta ja analysoida ainoastaan projektille merkittävät riskit.

## 9.1 Riskien kartoitus

Nro.	Potentiaalinen ongelma	Luultavat syyt	T*M	Syyn ehkäisytoimet	Varautumistoimet
1	Projektin rönsyilemien	Epäselvä rajaus	$0,3*0,7$ =0,21	Tavoitteet kirjattu selkeästi ylös	Tavoitteiden esitys yritykselle
2	Yrityksen vähäinen motivaatio	Kiire, sivujen merkitys	$0,6*0,3$ =0,18	Sitouttaminen suunnittelun vaiheessa	Perusteellinen alku haastattelu
3	Sivujen toteuttajan motivaatio	Projektin merkitys	$0,7*0,9$ = <b>0,63</b>	Huolellinen valintaprosessi	Varatoteuttajan etsintä
4	Yrityksen mielipide tuotoksesta	Vähäinen osatehtävien tarkistus	$0,1*0,8$ =0,08	Osatehtävien hyväksyntä yrityksellä	Useita versioita
5	Tekniset ongelmat	Osaaminen	$0,2*0,9$ =0,18	Teknisten vaatimusten tarkastus	It-konsultin hankkiminen TAMK:sta
6	Aikataulun venyminen	Työtuntien virhearvio	$0,3*0,8$ =0,24	Projektipäällikön jatkuva valvonta edistymisestä	Jouston sisällyttäminen kriittiseen polkuun
7	Tiedon kulku	Sähköpostin tarkkailu	$0,4*0,8$ =0,32	Tehokkaan viestintäsuunnitelman teko	Tiedottaminen mahdollisimman nopeasti

(T = todennäköisyys, 0 – 1)

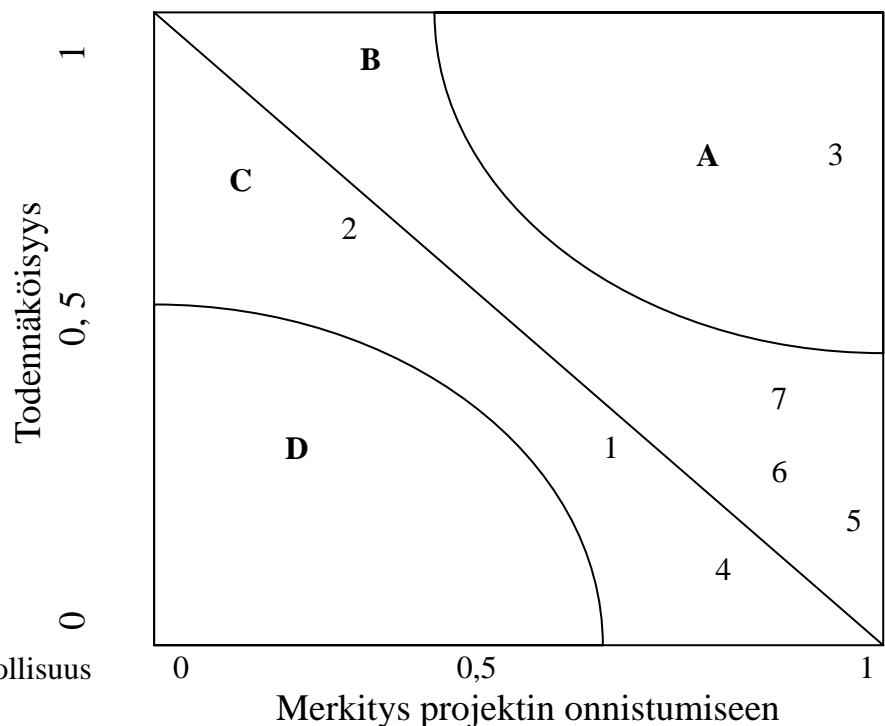
(M = merkitys, 0 – 1)

Luokka A: Vakava uhka projektille, voidaanko poistaa esim. suunnitelmaa muuttamalla

Luokka B: Huomioitava uhka projektille, tehdään analyysi ja torjuntasuunnitelma

Luokka C: Pidetään tarkkailus ja palataan myöhemmin jos todennäköisyys kasvaa

Luokka D: Merkitys ja todennäköisyys on projektille pieni, hyväksytään riskin mahdollisuus



## 9.2 Suurimmat uhkakuvat

Luokka B sisältää riskit numero viisi, kuusi ja seitsemän. Riski numero viisi saattaa syntyä yrityksen vaatiessa sivuille ominaisuuksia, joihin tekijän osaaminen ei riitä. Siksi käyn läpi ennen sivujen tekijän valintaa yrityksen kanssa sen toiveet ja vaatimukset. Valitsen työhön henkilön, jonka osaaminen on hyvällä tasolla ja hänellä on antaa näyttöä aikaisemmista töistään. Lisäksi sovin TAMK:n hypermedian opettajan kanssa mahdollisesta konsultaatiosta, jos teknisiä ongelmia projektin aikana syntyy.

Riski numero kuusi, aikataulusta kiinnipitäminen, on yksi projektin onnistumisen määrittäviä tekijöitä. Suurin aikataulua sekoittava yksittäinen tekijä on sivujen toteuttajan työskentelyvauhti. Tämän vuoksi projektipäällikön täytyy seurata työn edistymistä jatkuvasti ja varmistaa osatehtävien kelpoisuus yritykseltä ennen seuraavaan osaan siirtymistä.

Riski numero seitsemän pitää sisällään viestinnän tehokkuuden ja ymmärrettävyyden. Tämän vuoksi projektipäällikkö luo selkeän viestintäsuunnitelman ja varmistaa vastaanottajalta, että viesti on aina ymmärretty oikein, sillä toteutusvaiheessa väärin asioiden tekeminen sekoittaisi koko aikataulun.

Luokka A sisältää riskin numero kolme, joka on sivujen tekijän motivaatio. Jo valintaprosessin aikana projektipäällikön on varmistuttava tekijän mahdollisuudesta paneutua projektiin. On siis kysyttävä mahdollisista häiritsevästä tekijöistä, kuten tenteistä, kurssien määristä tai mahdollisista lomamatkoista. On oltava varma, että tekijä pystyy keskittymään työhönsä kunnolla. Lisäksi valintaprosessin aikana on jatkuvasti muistutettava viimeisestä sivujen luovutuspäivästä ja varmistettava, että tekijä ymmärtää mihin on lupautumassa. Myös lauseet, kuten ehdithän nyt varmasti panostaa näihin sivuihin tai lupaathan pysyä aikataulussa, sitouttavat tekijää alitajuisesti. Tietenkin suurin motivaation lähde on tekijälle projektista tulevat opintopisteet, jotka edellyttävät projektin onnistumista. Myös tämä asia on hyvä pitää tuoreena muistissa.

## Liite 4: Projektipäiväkirja

24.8.2007

Alavus Alufront Oy:n toimitusjohtaja, Kimmo Aalto antoi minulle opinnäytetyötäni varten toimeksiannon päivittää yrityksensä kotisivut. Emme sovi vielä mitään tarkempaa, mutta lupaan kysyä asiaa koululta ja varmistaa, että aihe on riittävän laaja opinnäytetyötäni varten.

27.8.2007

Keskustelen toimeksiannosta Tutkimusmenetelmät-kurssin vetäjän, Klaus af Ursinin kanssa. Hänen mielestään pelkkä internetsivuston päivittäminen on liian suppea aihe opinnäytetyökseni ja että jotain täytyisi lisätä teoriaosuuteen. Keskustelun päätteeksi hän ehdottaa, että lisäisin teoriaosuuteen tietoa projektinhallinnasta, internetsivustojen toimivuudesta ja yrityksen markkinointiviestinnän merkityksestä. Teoriaosuuden lisäksi puhuimme myös projektipäiväkirjan kirjoittamisesta, koska kyseessä on kehitysprojekti. Myös projektisuunnitelma ja kuvat uusista sivuista kuuluvat opinnäytetyöhöni.

31.8.2007

Menen Tampereen AMK:n kirjastoon etsimään itselleni kirjoja, jotta voisin aloittaa teoriaosuuden tekemiseen.

4.9.2007

Lähetän sähköpostia Petri Heliniemelle, joka toimii lehtorina Tampereen ammattikorkeakoulussa. Tarkoitus on päästä keskustelemaan hänen kanssaan ennen tapaamista Alufront Oy:n toimitusjohtajan kanssa, että mitä seikkoja on erityisesti otettava huomioon sivuja suunniteltaessa. Näin pyrin varmistamaan, että valmiit sivut saadaan varmasti asennettua yrityksen koneelle ja että ne myös toimivat.

5.9.2007

Tänään kello 10.30 aloitimme keskustelun Petri Heliniemen kanssa. Haastattelu kesti noin 15 minuuttia. Haastattelu löytyy kokonaisuudessaan liitteistä (Liite 5).

7.9.2007

Soitin Kimmo Aallolle, joka on Alavus Alufront Oy:n toimitusjohtaja. Sovimme alustavasti tapaamisajankohdaksi 14.9.2007 kello 13.00. Tällöin on tarkoitus keskustella sekä teknisistä että sisällöllisistä kysymyksistä koskien uusia kotisivuja. Lupasin myös lähettää alustavan aihepiirilistan keskusteltavista asioista, jotta hän pystyy varmistamaan itselleen tuntemattomat asiat.

9.9.2007

Kävin koko sivuston toteutusprosessin mielessäni lävitse, jotta en unohtaisi kysyä haastattelussa mitään oleellista. Kirjoitin myös kriittisimmät kohdat ylös, jotta voisin lähettää ne yritykselle jo etukäteen. Lisäksi suunnittelin kaksi erilaista sivustomallia valmiiksi, jotta pääsisimme mahdollisimman nopeasti keskustelemaan sisällöstä ja voisimme aloittaa teknisen toteutuksen.

10.9.2007

Lähetin Alavus Alufront Oy:n toimitusjohtajalle rungon läpikäytävistä aiheista. Lisäksi otin yhteyttä Riku Kestilään, Tampereen ammattikorkeakoulussa tietojenkäsittelyyn suuntautuneeseen opiskelijaan, joka saattaa toteuttaa sivut. Halusin vielä varmistaa häneltä, onko jotain teknisiä asioita, jotka pitäisi erityisesti huomioida ennen sivujen toteuttamista.

12.9.2007

Alufront Oy:n toimitusjohtaja vastaa viestiini ja varmistaa tapaamisajaksi 14.9.2007 kello 13.00.

14.9.2007

Menen autolla Tampereelta Alavudelle haastattelua varten. Tapaan Kimmo Aallon 12.55 ja aloitamme heti keskustelun uusien sivujen rakenteesta, sisällöstä ja teknisestä puolesta. Haastattelu kestää noin tunnin ja saan kaikkiin kysymyksiini vastauksen. Haastattelun sisältö löytyy alaluvusta 2.3. Sovimme, että palaan asiaan kun ensimmäinen versio sivujen rungosta on tehty. Näin voimme tarkastaa, että vastaako tehty runko yrityksen visiota. Nyt tiedossani on mitä yritys haluaa, joten enää se tarvitsee toteuttaa näiden ohjeiden mukaan.

17.9.2007

Teen yhteenvedon 14.9.2007 käydystä haastattelusta.

18.9.2007

Suunnittelen rungon haastattelun perusteella ja lähetän sen sähköpostilla mahdolliselle sivujen toteuttajalle, jotta saisin lopultakin varmistuksen sivujen tekijästä. Kerron hänelle myös alustavasta aikataulusta ja yritysjohton visiosta. Näin pyrin minimoimaan eri riskejä teknisessä toteutuksessa ja varmistamaan aikataulun pitävyyttä.

22.9.2007

Saan Kuulla, että Alufront Oy:n tietokoneista juuri se pimenei, jossa projektiin liittyviä valokuvia pidettiin.

24.9.2007

Kone pimenei, koska siitä hajosi kovalevy. Tämä siirtää tarvittavien kuvien saantia ainakin viikolla eteenpäin. Ennen kuin kuvat saadaan, on pakko tehdä joitain toimia aiottua aikaisemmin, jotta varmistetaan aikataulussa pysyminen.

4.10.2007

Palaveri pidetään koululla sivujen ensimmäisestä versiosta tekijän kanssa. Lisäksi raakaversio lähetettiin yritykselle, jotta voitaisiin tehdä runkoon liittyvät muutokset ennen varsinaisen sisällön lisäämistä.

5.10.2007

Kimmo Aalto antaa palautetta sivujen yleisilmeestä ja rakenteesta, jonka välitän automaattisesti eteenpäin Riku Kestilälle. Yleisilmeen puolelta kaikki on kunnossa, ainoastaan muutaman välilehden paikkaa vaihdetaan. Värimaailmaa sen sijaan pidettiin liian tummana, jonka vuoksi sitä tullaan vaalentamaan joko tehosteilla tai vaaleammalla taustavärillä. Lisäksi oikean harmaansävyn löytämisen kanssa on hankaluuksia, koska värit vaihtelevat riippuen käytettävästä näytöstä.

9.10.2007

Kotisivustolle laitettavat kuvat saapuvat postin välityksellä. Mukana on myös sähköinen logo, jota tullaan käyttämään etusivulla. Lähetän viestin asiasta Riku Kestilälle ja sovimme ajankohdan jolloin annan kuvat hänelle ja käymme lävitse tämän hetkisen tilanteen. Lisäksi kuvien paljouden vuoksi soitan Kimmo Aallolle ja ilmoitan, että etusivulle tulevaan diaesitykseen ei voida laittaa kaikkia kuvia, sillä latausaika kasvaisi liian pitkäksi. Tämän takia poistan alkuperäisestä esityksestä muutaman kuvan.

11.10.2007

Tapaamme koululla Riku Kestilän kanssa. Tarkastamme tämänhetkisen työn tuloksen ja annan hänelle lisää materiaalia sivustoa varten.

25.10.2007

Tämän hetkisen työn tarkastuttaminen yrityksellä.

5.11.2007

Vaadittujen muutosten jälkeen lähetän sivut yrityksen arvioitavaksi.

7.11.2007

Palaute sivustosta oli positiivinen eikä suurempia muutoksia tarvittu.

8.11.2007

Alkuperäisen suunnitelman mukaan 15.11.2007 piti olla valmiiden sivustojen luovutuspäivä yritykselle. Johtuen yrityksen kiireisestä aikataulusta se ei ole kyennyt toimittamaan tarvittavaa tekstiä sivustoihin.

25.11.2007

Saan kaiken tarvittavan tekstin yritykseltä ja sivuston viimeistely voi taas alkaa.

27.11.2007

Ensimmäinen ns. valmis versio lähetetään yritykselle.

29.11.2007

Yritys hyväksyy sivuston.

6.12.2007

Valmiit sivut siirretään yrityksen omalle palvelimelle.

7.12.2007

Projekti arkistoidaan ja lopetetaan.



## Liite 5: Haastattelu 5.9.2007, Petri Heliniemi

Haastattelu Tampereen ammattikorkeakoulun lehtorin Petri Heliniemen kanssa huomioitavista asioista ennen sivustojen tekemistä. Haastattelu on kirjoitettu omista muistiinpanoistani.

Mitä tietoja yrityksestä pitää ottaa huomioon ennen sivujen koodaamista?

*Tärkeintä on selvittää, onko heillä Windows- vai Linux käyttöjärjestelmänä. On myös hyvä selvittää, onko heillä oma palvelin.*

Miten hakemistojen nimeämisessä pitää ottaa huomioon sivuja tehtäessä?

*Kunhan kaikki asetellaan loogisesti samaan kansioon ja esimerkiksi kuville tehdään oma alihakemisto, ei ongelmia pitäisi syntyä. Mutta nämä seikat kyllä teknisen toteuttajasi pitäisi tietää.*

Kuinka sivuja voidaan päivittää jatkossa?

*Jos sivut tehdään käyttäen esimerkiksi EditPad Lite-ohjelmaa ja css-tyylitiedostoa käyttäen niin päivitys on varsin yksinkertaista. Molemmat ohjelmat ovat ilmaisia ja ne voidaan asentaa internetistä. Siis kuka tahansa näihin tutustunut voi hoitaa päivityksen jatkossa.*

Pitääkö ottaa jotain erityistä huomioon kun uudet sivut asennetaan?

*Ei asennusvaiheessa ole mitään erityistä. Uudet sivut voidaan vain laittaa vanhojen päälle kun heillä kerran on jo oma sivusto. Kannattaa tosin kysyä, haluaako yritys säilyttää vanhat sivut.*

Tuleeko mitään muuta mieleen, mitä pitäisi ehdottomasti huomioida sivuja suunnitellessa?

*Ei tässä tapauksessa tunnu mitään suuria esteitä olevan. Kunhan sivut vain tehdään oikein, niin en usko, että asennusvaihe tuottaa mitään ongelmia.*

Tiedätkö vartenotettavia henkilöitä, jotka voisivat suorittaa sivujen teknisen toteutuksen?

*Ensi viikolla alkaa kurssi, jolta saattaa löytyä työllesi tekijä. Lähetä minulle sähköpostia, niin voin kysyä heiltä.*

Teen opinnäytetyöni teoriaosuuteen osion internetsivustoista. Osaatko suositella kirjoja, joista voisi olla hyötyä?

Toki, niitä on paljon. Voin laittaa suoraan sähköpostiisi listan muutamasta parhaasta.