

Tiina Nykänen

**KÄYTTÄJÄKOKEMUS JA KÄYTETTÄVYYS  
RESPONSIIVISESSA SUUNNITTELUSSA**

**KÄYTTÄJÄKOKEMUS JA KÄYTETTÄVYYS  
RESPONSIIVISESSA SUUNNITTELUSSA**

Tiina Nykänen  
Opinnäytetyö  
Syksy 2014  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu Oy  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
Web-sovelluskehitys

---

Tekijä: Tiina Nykänen

Opinnäytetyön nimi: Käyttäjäkokemus ja käytettävyys responsiivisessa suunnittelussa

Työn ohjaaja: Matti Viitala

Työn valmistumislukukausi- ja vuosi: Syksy 2014

Sivumäärä: 49 + 36

---

Opinnäytetyöni aiheena oli uudistaa Codemate Oy:n internet sivusto. Sivusto oli jo ennestään responsiivinen ja sellaisena se haluttiin myös pitää, sillä sivuston yksinkertaisuuden vuoksi erillisiä versioita mobiililaitteille tai tableteille ei tarvita. Halusin keskittyä parantamaan sivuston käytettävyttä erityisesti mobiililaitteilla, sillä mielestäni sivuston mobiilinäkymät eivät antaneet samankaltaista käyttäjäkokemusta, kuin tietokoneella selattava versio. Vaikka yrityksen sivustolla tällä hetkellä suurin osa käyttäjistä vierailee tietokoneella, otin silti lähestymistavaksi mobiilin asettamisen etusijalle. Siitä on suuri hyöty, vaikka sivulla vierailaan mobiililaitteilla harvoin. Tulevaisuudessa mobiililaitteiden määrä tulee luultavasti edelleen kasvamaan, joten uskon sen myös vaikuttavan mobiililaitteilla tehtyjen vierailujen määrään yrityksen sivuilla.

Tutkin opinnäytetyössäni responsiivisyyttä ja mobile first -periaatetta. Halusin oppia lisää tästä periaatteesta, sillä ennen opinnäytetyön aloittamista mielipiteeni siitä olivat ristiriitaiset. Tavoitteena oli myös laajentaa omaa osaamista käyttäjäkokemuksen ja käytettävyyden osalta ja erityisesti sitoa ne yhteen responsiivisen suunnittelun kanssa.

Alussa edellisestä sivustosta tehtiin tutkimus kyselylomakkeen avulla, jotta löydettäisiin ne osiot, jotka kaipaavat päivittämistä ja ne jotka tulisi säilyttää entisellään. Sivustoa lähdettiin suunnittelemaan uudelleen tulosten pohjalta. Sivuston ollessa lähes valmis, siitä tehtiin erään kurssin opiskelijoiden avulla skenaariopohjainen testaus, jossa tarkkailtiin kuinka käyttäjä suoriutuu tehtävistä. Tämän jälkeen sivustoon tehtiin vielä muutamia korjauksia. Korjausten jälkeen käyttäjille teetettiin uudelleen kyselylomakkeen avulla. Kyselyssä 95 % käyttäjistä oli sitä mieltä, että uusi sivusto on parempi kuin edellinen.

Saavutin itseni ja yrityksen asettamat vaatimukset opinnäytetyössäni. Yritys sai uuden sivuston, joka sai hyvät arvostelut ja kunnon testauksen laajalla laitevalikoimalla. Opin paljon responsiivisesta suunnittelusta ja etenkin mobile first -periaatteesta. Sain työtä tehdessä paljon tietoa käytettävyydestä sekä sen testaamisen tärkeydestä ja pääsin kokeilemaan erilaisia testausmenetelmiä. Opinnäytetyön myötä olen entistäkin kiinnostuneempi web-sovellusten käyttäjäkokemuksesta sekä käytettävyydestä monilaitteympäristöissä ja haluan jatkossa paneutua niihin entistä syvemmin.

---

Asiasanat: Web-suunnittelu, responsiivisyys, käyttäjäkokemus, käytettävyys

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme of Business Information Systems  
Web development

---

Author(s): Tiina Nykänen

Title of Bachelor's thesis: User Experience and Usability in Responsive Design

Supervisor(s): Matti Viitala

Term and year of completion: Autumn 2014

Number of pages: 49 + 36

---

The subject of the thesis was to renew Codemate Ltd's internet site. The site was already responsive and different mobile versions for each device were not required because of the simplicity of the page. The main focus was to improve the usability especially on mobile devices because the old site didn't create the same kind of user experience for mobile users as it did for the desktop users. Even though Codemate's internet site has more desktop visits and just few mobile visits monthly, mobile first approach was selected. It has huge advantages even though the site is rarely visited on mobile devices. In the future the number of mobile devices probably continues to grow so this may be reflected as increased number of visits to the company's site.

Responsive design and mobile first principle are studied in this thesis. The author of the thesis was interested in examining the mobile first principle in more detail because before the thesis the opinion about this principle was really contradictory. In addition, one of the goals was to expand knowledge about user experience and usability combined with responsive design.

At the beginning of the process, a questionnaire on the old site was conducted in order to find the parts that needed to be updated and those which should be kept unchanged. A new site was redesigned on the basis of the results. Students conducted a scenario-based testing as an exercise when the site was almost finished. Some small changes were made according to the test results. After these changes the users re-commissioned the questionnaire. 95% of the users agreed that the redesigned site is better than the previous one.

All the goals set for the thesis were reached. Now the company has a new internet site which got good reviews and proper testing with a wide variety of devices. A lot was learnt about responsive design and especially about mobile first principles. Knowledge about usability and the importance of testing was gained. There was also a chance to get to know different testing methods. The study increased interest in user experience and usability especially how they are studied in multi device environments.

---

Keywords:

Web design, responsive design, user experience, usability

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	RESPONSIIVISYYS.....	9
3	MOBILE FIRST.....	13
3.1	Sijainti.....	15
3.2	Kosketus.....	16
3.3	Käyttäjät.....	18
3.4	Vähemmän on enemmän.....	19
4	KÄYTTÄJÄKOKEMUS JA KÄYTETTÄVYYS.....	20
4.1	Käyttäjäkokemus.....	20
4.2	Käytettävyys.....	21
4.3	Kymmenen käytettävyyden heuristiikkaa käyttöliittymäsuunnittelussa.....	22
5	KÄYTETTÄVYYSTESTAUS.....	24
5.1	Milloin käytettävyyttä testataan?.....	24
5.2	Tutkimusmenetelmät.....	25
5.3	Kyselylomakkeet.....	26
5.4	Skenaariopohjainen testaus.....	27
6	SUUNNITTELU JA TOTEUTUS.....	29
6.1	Lomake.....	29
6.2	Käytettävyystutkimuksen tulokset.....	30
6.3	Ratkaisut.....	32
7	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	43
8	POHDINTA.....	46
	LÄHTEET.....	48
	LIITTEET.....	50

# 1 JOHDANTO

Jo parin vuoden ajan mobiililaitteet ovat olleet minulle ainoa tapa, jolla olen vapaa-aikanani selannut internetiä. Todella monet mobiilisivustot on tehty sillä periaatteella että en halua nähdä muuta kuin liikkeen aukioloajat tai yhteystiedot, koska olen mobiilikäyttäjä. Tämä ei kuitenkaan suuressa osassa tapauksista koske minua, sillä yleensä istun kotisohvalla ja yritän saavuttaa sivustolla saman, mitä yrittäisin tietokoneellakin. Pahimpia ovat ne sivustot, jotka eivät päästä edes katsomaan normaalisivustoa mobiililaitteilla. Valitsin tämän aiheen opinnäytetyöhön omien kokemuksieni vuoksi. Aihe on minulle erittäin henkilökohtainen ja haluan tulevaisuudessa olla mukana tekemässä mobiilikäyttäjien internetselaamisesta helpompaa.

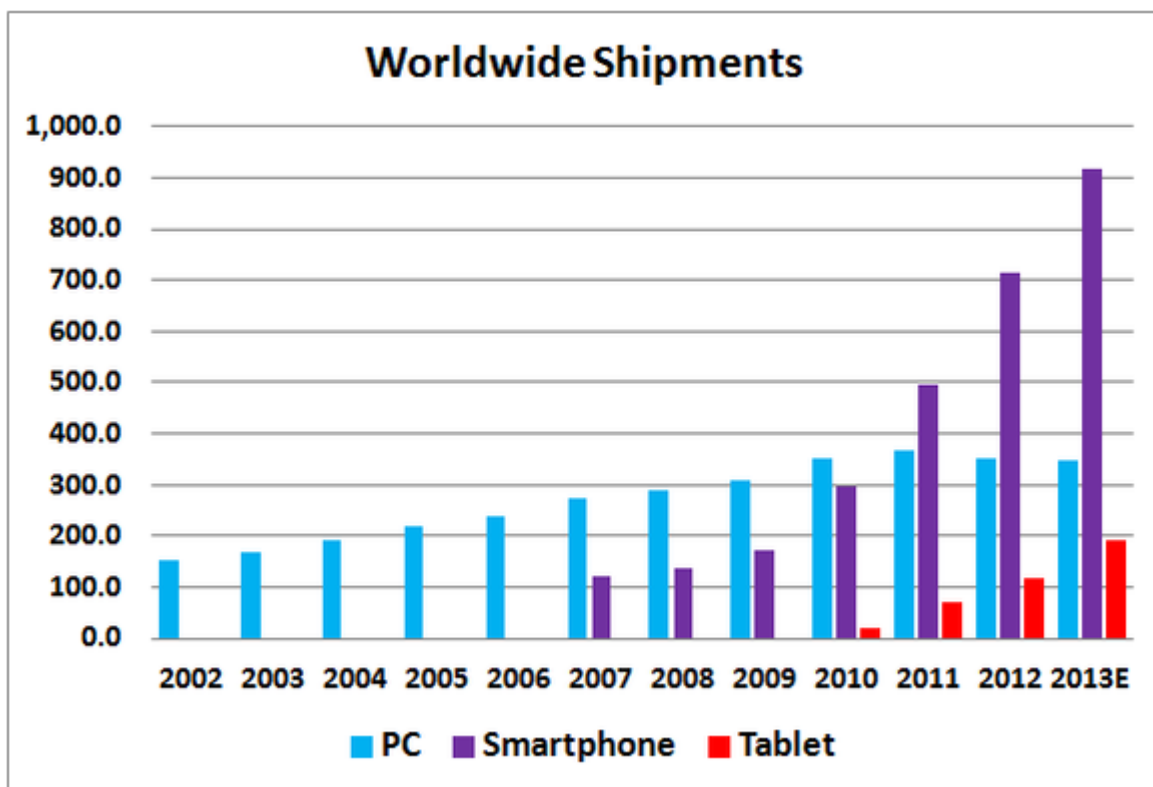
Keskeisimmät aiheet opinnäytetyössäni ovat responsiivinen suunnittelu, mobiililaitteille suunnittelun laittaminen etusijalle (mobile first), sekä käytettävyys ja käyttäjäkokemus. Tutkin myös käytettävyystausta, joka on oleellinen osa käyttäjäkokemuksen parantamista. Opinnäytetyön tavoitteena oli yhdistää nämä aiheet yhdeksi kokonaisuudeksi ja tutkia kuinka saadaan samanlainen käyttäjäkokemus kaikille laitteille responsiivisen suunnittelun avulla.

Opinnäytetyön aiheenani on parantaa Codemate Oy:n sivuston käytettävyyttä. Codemate Oy on vuonna 2007 perustettu kansainvälinen ohjelmistotalo. Yritys on erikoistunut web-järjestelmien ja mobiilisovellusten kehittämiseen ja ylläpitoon. Yrityksen sivuston tulee olla ammattimainen ja hyvin tehty, sillä se toimii ikään kuin yrityksen CV:nä. Nykyinen sivusto on responsiivinen, mutta sen mobiilinäkymissä osioita oli otettu kokonaan pois näkyvistä tai ne oli korvattu visuaalisesti tylsillä elementeillä. Kun sivustolla vieraili puhelimella, esimerkiksi uutiset on piilotettu kokonaan. Myös navigaatiossa oli epäloogisuutta, sillä työpaikat-linkki poistui navigaatiosta, mutta osio silti säilyi sivustolla. Sivustosta tehtiin erilaisia käytettävyystutkimuksia. Testihenkilöt käyttivät sivustoa eri laitteilla; tableteilla, puhelimilla ja tietokoneiden eri näytön koolla.

Mobiilimaailma kasvaa jatkuvasti. Analyttikot ennustivat jo vuosia sitten, että mobiili on seuraava iso juttu. Nyt heidän ennustuksensa on toteen. Älypuhelimien odotettiin menevän paremmin kaupaksi kuin kannettavientietokoneiden tai pöytäkoneiden vasta vuonna 2012, mutta tämä tapahtuikin jo vuonna

2010, eli kaksi vuotta odotettua aiemmin. Tämä tietysti tarkoittaa enemmän ihmisiä selaamassa internetiä mobiililaitteilla, kuin pöytätietokoneilla tai kannettavilla tietokoneilla. Vuonna 2010 PC-koneiden käyttö kotona oli jo laskussa 20 % vuodesta 2008. Syyllinen laskuun on tietenkin mobiililaitteiden vastaava nousu. Liikenne mobiilisivustoilla kasvoi 600 % vuosien 2009 ja 2010 välillä. (Wroblewski 2011, 7-8.)

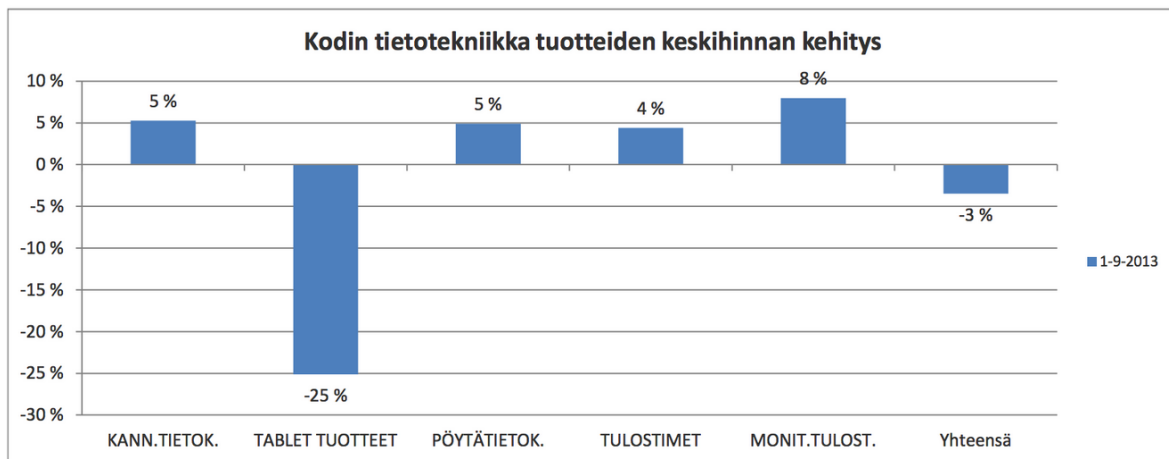
Kasvu on vain jatkunut. Maailmassa on tällä hetkellä kolme kertaa enemmän puhelimia, kuin tietokoneita. Vuoden 2014 loppuun mennessä mobiilikäyttäjien määrä ohittaa tietokonekäyttäjien määrän internetin selaamisessa. Peruskäyttäjä käyttää mobiililaitetta 60 kertaa päivässä ja lähettää 3 200 tekstiviestiä kuukaudessa. Suurempi osa ihmisistä maailmassa omistaa älypuhelimien, kuin hammasharjan. Intiassa suuremmalla osalla ihmisistä on mahdollisuus käyttää älypuhelimia, kuin vessaa. Mobiilin kasvu ei näy loppua. Vuoden 2015 loppuun mennessä ennusteiden mukaan mobiilikäyttäjille tulee olemaan 20 kertaa enemmän sisältöä ja 15 kertaa enemmän sovelluksia. (Vassos 2014. Viitattu 5.10.2014.)



TAULUKKO 1. Mobiililaitteiden myynti verrattuna tietokoneiden myyntiin (Heller 2013, viitattu 1.10.2014)

Tablettien myynti on kasvanut hurjasti myös Suomessa. Vuonna 2013 tammi-syyskuussa tabletteja myytiin yli 393 000 kappaletta, mikä tarkoittaa yli 145 % kasvua. Tablettien keskihinta on laskenut jyrkästi 546 eurosta 409 euroon. Tästä huolimatta markkina on kasvanut arvoltaan lähes 84 prosenttia viime vuonna. (Lehtiniitty 2013, viitattu 5.10.2014.) Lieneekö tablettien halpa hinta syy niiden hurjalle kasvulle?

Verrattaessa tablettien myyntiin kannettavia tietokoneita oli samassa ajassa toimitettu reilut 261 000 kappaletta, eli noin kolmanneksen vähemmän kuin tabletteja. Silti kannettavien tietokoneiden myynnin arvo oli 172 miljoonaa euroa, kun tablettien myynti oli vain 160 miljoonaa euroa niiden alhaisen hinnan vuoksi. (Lehtiniitty 2013, viitattu 5.10.2014.) Uskon kuitenkin, että asiaan on tullut muutos vuoden aikana.



TAULUKKO 2. Tablettien hinnan kehitys verrattuna muuhun elektroniikkaan. (Lehtiniitty 2013. Viitattu 5.10.2014)



## 2 RESPONSIIVISYYS

Nykypäivänä selaimen koko ei ole sidottuna pöytäkoneeseen, sillä laitteet suurenevät ja pienenevät yhtä aikaa. Pieninäyttöisten laitteiden oletetaan tulevaisuudessa olevan vallitseva internetin selaamisessa, vaikka esimerkiksi netin selaaminen television kautta on tehty helpommaksi. Suosiossa olevat tabletit tarjoavat internetin selaamiseen välineen, joka ei ole täysin mobiili, eikä myöskään perinteinen tietokone. Internetin selaaminen on nykyään enemmän kuin vain pöytäkoneella istumista. (Marcotte 2011, 6.)

Entisen ajatusmallin mukaan mobiilisivut suunniteltiin soveltamalla vanhoja käytäntöjä ja lyömällä raja mobiiliin ja tietokoneen väliin. Mobiilisivut erotettiin esimerkiksi lisäämällä */mobile* osoitteeseen ja näin käyttäjä ohjattiin kokonaan eri sivustolle. Tällä yritettiin saada mobiilikäyttäjälle parempi käyttäjäkokemus. Kuitenkin kun linkin aikoo jakaa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tai sähköpostilla, sen vastaanottaja näkee vain 320 pikselin levyiselle näytölle suunnitellun sivuston. Tästä taas koitui kamala käyttäjäkokemus tietokoneella selaavalle käyttäjälle. Joissain tapauksissa omat mobiilisivut toimivat ja niille löytyy hyviä käyttötapauksia. Laiteoptimoinnille täytyy kuitenkin vetää joku raja, sillä se menettää kohta mittasuhteensa ja luo epävakaan pohjan. Viimeisten vuosien aikana on huomattu, että emme voi yksinkertaisesti pysyä kehityksen mukana, joten onko tarpeellista luoda yksilöllistä käyttäjäkokemusta jokaiselle uudelle laitteelle ja selaimelle joita saapuu markkinoille jatkuvasti? Tälle kaikelle on vaihtoehto, nimeltään responsiivinen suunnittelu. (Marcotte 2011, 6.)

Responsiivinen web-suunnittelu on eräs web-sivustojen kehittämistavoista. Sen avulla internetsivuston ulkoasu muokkautuu dynaamisesti riippuen näytön koosta ja laitteen orientaatiosta. Responsiivinen suunnittelu on yksi tapa lähestyä suunnittelu ongelmaa, jonka monet erikokoiset laitteet pienempienistä puhelimista valtaviiin pöytäkonenäyttöihin ovat tuoneet. Responsiivisuuden yksi suurimmista eduista on, että siinä käytetään samaa koodipohjaa jokaiselle laitteelle optimoituun versioon. Tämän vuoksi kehittäminen ja ylläpito on paljon nopeampaa verrattuna siihen, että tehtäisiin kolme tai neljä eri versiota kullekin laitekoolle. Se on myös tulevaisuuden kannalta todella kestävä, sillä tuki uusille laitekoille voidaan luoda todella helposti. Responsiivisuus ei sido ulkoasua tiettyyn laitteeseen. (Amy Schade

2014, hakupäivä 27.9.2014.) Hyvin rakennettu responsiivinen sivu antaa käyttäjälle korkean tason jatkuvuuden tunteen eri laitteita käyttäessä, sillä yksinkertaisimmillaan responsiivisyys tarkoittaa yhden HTML-dokumentin jakamista lukemattomissa selaimissa ja laitteissa käyttäen mukautuvaa ulkoasua taatakseen kannettavuuden ja saatavuuden. (Marcotte 2011, 107.)



*KUVIO 1. Saman sivupohjan käyttäminen responsiivisessa suunnittelussa. (Benchmark 2014, viitattu 5.10.2014)*

Responsiivisyys perustuu uudelleen sijoittuviin elementteihin sivulla. Tämän vuoksi suunnittelijoiden ja kehittäjien tulee työskennellä tiivisti yhdessä varmistaakseen hyvän käyttäjäkokemuksen jokaisella laitteella. Responsiivisessa suunnittelussa ei riitä, että elementit vain mahtuvat sivulle, vaan tulee myös ottaa huomioon kaikki ruudun koot ja resoluutiot. Kun elementit sijoittuvat sivulla uudelleen käyttäjäkokemus voi olla todella erilainen jokaisella laitteella. (Amy Schade 2014, hakupäivä 27.9.2014.) Mielestäni kuitenkin hyvin suunniteltu responsiivinen sivusto antaa hyvin samankaltaisen käyttäjäkokemuksen jokaisella laitteella. Marcotten (2011, 8) mukaan sivustoja ei tulisi suunnitella erillisinä malleina, jotka ovat kukin räätälöityjä jokaiselle laitteelle ja selaimelle, vaan niitä tulisi ajatella saman käyttäjäkokemuksen eri osa-alueina. Suunnittelussa ei siis kannata ajatella pelkkää mukautuvuutta, vaan sitä kuinka se mukautuu laitteeseen. Responsiivista suunnittelua tulee harjoitella.

Suorituskyky voi olla yksi suurista ongelmista, mitä responsiivinen suunnittelu tuo mukanaan. Sama koodi on käytössä kaikilla laitteilla huolimatta siitä käyttäkö laite hyödyksi jokaista osaa koodista vai ei. Neljän tuuman pieni näyttö ottaa siis vastaan saman koodin minkä 24 tuumaakin. Tästä voi syntyä suorituskykyongelmia erityisesti puhelinten kanssa, joiden internetyhteydet eivät ole aina järin nopeita. Tästä syystä jotkin sivustot on tehty niin, että palvelin ottaa huomioon millainen laite pyynnön on lähettänyt ja esittää eri koodin perustuen käytettyyn laitteeseen. (Amy Schade 2014, hakupäivä 27.9.2014.)

Vaikka responsiivinen suunnittelu on tällä hetkellä yksi käytetyimmistä tekniikoista, se on silti herättänyt kiivasta keskustelua suunnittelijoiden keskuudessa.

”Se, että käyttäjän kädessä on pieni laite, on ensimmäinen huomionarvoinen asia. Se, että laite on ylipäättänsä käyttäjän kädessä, on toinen asia. Se, että käyttäjä saattaa mahdollisesti kävellä, ajaa tai löhöillä kotona on taas asia erikseen. Käyttäjät siis tarvitsevat eri sisällön ja palvelut tai edes eri prioriteetein varustellun version pöytäkoneen käyttäjäkokemukseen verran.” (Pearce, 2010, viitattu 24.8.2014.)

”Mobiilikäyttäjät haluavat eri asioita kuin pöytäkonekäyttäjät. Esimerkiksi ravintolan sivuilta pöytäkoneen käyttäjä haluaa nähdä mahdollisesti kuvia paikasta, ruokalistan ja paikan historiaa. Mobiilikäyttäjä taas haluaa nähdä vain osoitteen ja aukioloajat.” (Croft, 2010, viitattu 24.8.2014.)

Marcotte (2011, 108) on sitä mieltä, että on oikein yrittää arvata laitteen perusteella mitä käyttäjä haluaa, mutta sitä se juuri onkin; arvailua. Tutkimusten mukaan nykyään monet ihmiset selaavat internetiä kotisohvaltaan laite kytkettynä langattomaan verkkoon. Ei kuitenkaan tule väittää, etteikö sisällön muuttaminen tai uudelleen järjestäminen mobiililaitteille olisi tarpeellista. Emme kuitenkaan voi päättää käyttäjän puolesta mitä tietoa hän haluaa sivulla nähdä, sillä monesti se voi olla käyttäjälle puutteellista informaatiota. (Marcotte 2011, 108.)

Responsiivista suunnittelua ei ole tarkoitettu yksittäisten mobiilisivujen korvikkeeksi, vaan se on yksi web-suunnittelun osa-alueista. Projektin alussa tulisi siis aina miettiä onko responsiivisuus oikea ratkaisu juuri kyseiselle projektille. Joskus sivuston pöytäkone- ja mobiilikäyttäjäkokemus halutaan pitää erillään ja joskus taas sisältö olisi hyvä jakaa samana kaikille laitteille. Joskus tiettyjen sivustojen käyttäjät ansaitsevat toisenlaisen sisällön, mutta silti monet sivustot hyötyvät enemmän siitä, että ne jakavat saman dokumentin kaikille laitteille. (Marcotte 2011, 108.) Responsiivinen suunnittelu tuo mukanaan

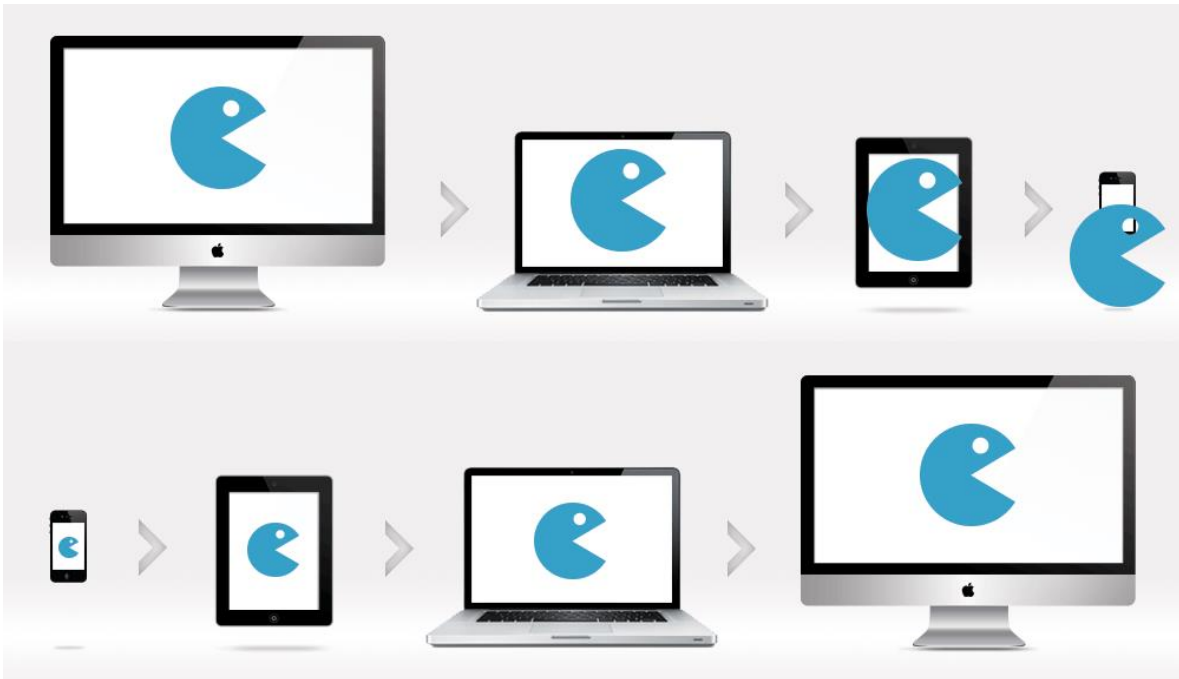
monia etuja kun suunnitellaan sivustoa eri laitteille. Tällä periaatteella suunnittelu ei kuitenkaan takaa erinomaista käyttäjäkokemusta. (Amy Schade 2014, hakupäivä 27.9.2014.)

Mobile first -periaate kannattaa pitää mielessä kun suunnitellaan toiminnollisuuksia etenkin responsiivisille web-sivustolle. Jos jotkin toiminnot otetaan pois käytöstä mobiilisivulla niin miksi niitä pitäisi ylipäätensä sinne laittaa? Tähän ei ole olemassa yksinkertaista vastausta, mutta responsiivinen suunnittelu on mahdollinen ratkaisu ongelmaan. (Marcotte 2011, 139.)

### 3 MOBILE FIRST

Muutama vuosi sitten ihmiset selasivat internetiä mobiililaitteilla erittäin vähän. Ne jotka sille tielle eksyivät, saivat yleensäkin todella huonon käyttäjäkokemuksen. Viimevuosina asiat ovat kuitenkin muuttuneet merkittävästi joten web-suunnittelun aloittaminen pöytäkonekäyttäjistä voi olla jo vanha ajattelutapa. Mobile first -periaate ei vain avaa uusia mahdollisuuksia kasvulle, vaan se voi tuoda paremman käyttäjäkokemuksen kaikille sivuston käyttäjille laitteeseen katsomatta. (Wroblewski 2011, 1.)

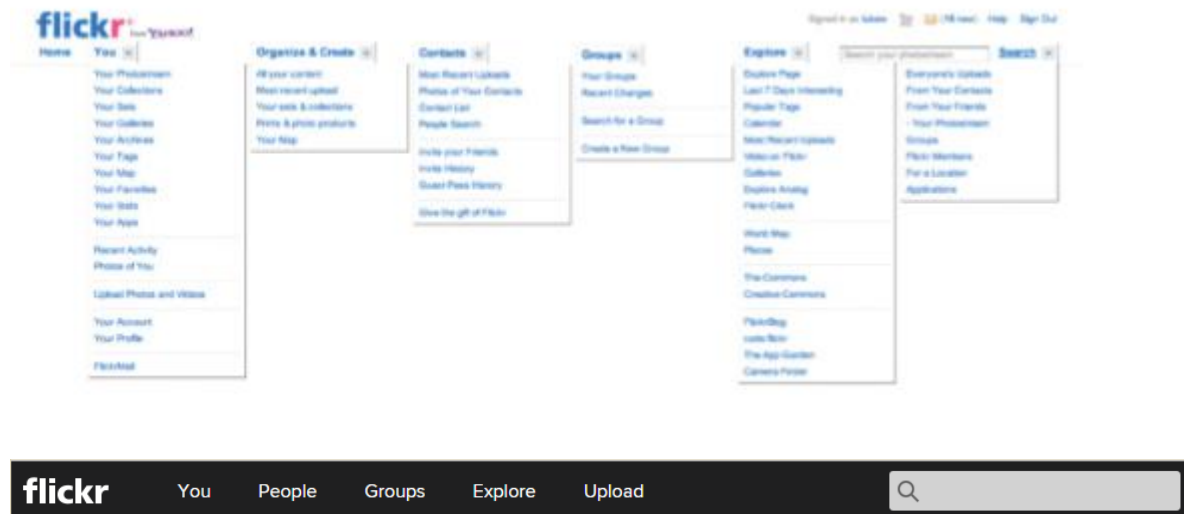
Wroblewskin mielestä (2011, 1) web-sivustot ja -sovellukset tulisi suunnitella mobile first -ajatusmallin mukaan. Se pakottaa keskittämään ja priorisoimaan sivuston asioita, auttaa tarjoamaan sellaisia innovatiivisia kokemuksia, mitä aiemmin ei ollut, sekä valmistaa mobiili-internetin räjähtävään kasvuun.



KUVIO 2. Perinteinen suunnittelutapa (yläpuolella) ja mobile first -periaate. (Zurb 2014, Viitattu 5.10.2014)

Nykypäivänä mobiili tekee näytöistämme pienen pieniä verrattuna työpöytäversioon. Ensimmäiset älypuhelimet olivat kooltaan 320×480 pikseliä, joka tarkoitti 80 % pienempää näyttöä. Siispä 80 % linkeistä, mainoksista, tekstistä ja kuvista joutuivat löytämään uuden paikan tai katoamaan lopullisesti. Näytöllä ei yksinkertaisesti ollut tilaa. Kun ajatellaan kaikkia käyttämättömiä navigaatioita, tiedon tulvaa ja tarpeettomia mainoksia voi alkaa ajatella, että ehkäpä ”mobiili dieetti” on hyväksi sekä yrityksille, että asiakkaille. Kun ihmiset tottuvat käyttämään mobiiliversiota, ei ole tavatonta, että he haluavat pöytäkoneversioistakin yhtä yksinkertaisen. (Wroblewski 2011, 18–19.)

Suosittu kuvienjakopalvelu Flickr on muuttunut aikojen saatossa paljon ja sen navigaatio oli kasvanut hurjaan 60 vaihtoehtoon. Kun oli Flickrin aika suunnitella mobiilipalvelu, tiimi onnistui rajoittamaan 60 navigointimahdollisuuden kuuteen. Miten he onnistuivat tässä? Flickr tiesi tarkalleen mitä käyttäjät tekivät sivustolla ja miksi. Useimmat käyttäjät haluavat tarkistaa mitä heidän kuvillensa kuuluu, nähdä uusia kuvia tuntemiltaan ihmisiltä ja tutkia mielenkiintoisia kuvia koko sivuston laajuisesti. (Wroblewski 2011, 19.)



KUVIO 3. Flickrin edellinen navigaatio (yläpuolella) ja uusi, mobiilimaailmaan soveltuva navigaatio. (Wroblewski 2011, 22)

Mobiilisivustot kohdistavat tärkeimmät toiminnot keskeisimmille paikoille. Kun suunnitellee mobile first-periaatteella, voidaan tehdä päätös kaikista tärkeimmistä asioista. Tämän jälkeen voidaan käyttää tätä samaa periaatetta myös pöytäkoneversiossa. Jos kaikista tärkeimmät ominaisuudet yritykselle ja asi-

akkaille voidaan päättää miksi tärkeysjärjestyksen tulisi muuttua kun ruudun koko laajenee? Eroja mobiili- ja pöytäkonekäytön välillä toki on, mutta ydinarvo ja web-palvelu pysyvät samoina kaikissa formateissa. Asiakkaat haluavat nykyään pystyä tekemään kaiken mobiilissa, etenkin he jotka käyttävät pääasiassa mobiililaitteitaan päästäkseen internetiin. Asioita siis ei saisi piilottaa mobiilissa, vaan pitäisi keskittyä niihin asioihin, jotka ovat kaikista tärkeimpiä ja jättää epäoleelliset asiat kokonaan pois. Mobile first -ajatusmaailman avulla tuloksena syntyy käyttäjäkokemukseen keskitetty palvelu, jonka avulla käyttäjillä on nopea ja vaivaton pääsy haluamiinsa asioihin ilman kiertoteitä. Pienelle näytölle ei yksinkertaisesti mahdu elementtejä, joiden tarpeellisuus voidaan kyseenalaistaa. (Wroblewski 2011, 19.)

Mobiiliin mukana tulee luonnollinen joukko asioita, jotka ensin saattavat vaikuttaa rajoittavilta. Näytöt ovat pienempiä, yhteydet ovat hitaampia ja ihmiset eivät anna täyttä huomiota tai vain pienen hetken heidän aikaansa. Mobile first -suunnittelu auttaa vaalimaan näitä rajoitteita ja kehittämään tyylikkäitä mobiiliin soveltuvia ratkaisuja. Hyöty ei ainoastaan näy mobiililaitteissa. Pienet näytöt pakottavat priorisoimaan asioita, jotka todella ovat tärkeitä asiakkaille ja yritykselle. Tilaa ei yksinkertaisesti ole millekään muulle. Lisäksi hitaat yhteydet pakottavat pohtimaan suorituskykyä. Tästä seuraa vain nopeasti latautuvia web-sivustoja paikkaa katsomatta. (Wroblewski 2011, 28.)

### **3.1 Sijainti**

Kun alettiin kuvitella kenelle mobiilisuunnittelua tehtiin, tuli ensimmäisenä mieleen kiireinen liikemies kadulla. Tämä voi olla yksi todellisista käyttötapauksista, mutta todellisuudessa niitä on todella paljon enemmän. (Wroblewski 2011, 25.)

Kun ajatellaan mobiilikäyttäjien tapauksia, olisi hyvä ajatella ihmisiä vain "yhtenä korvana ja yhtenä peukalona". Yksi peukalo siksi, että käyttäjällä on puhelin mitä todennäköisimmin yhdessä kädessä ja hän käyttää yhtä peukaloa ohjailakseen laitetta. Yksi silmä puolestaan koska useissa paikoissa on mahdotonta saada käyttäjän täyttä huomiota. Käyttäjä saattaa seisoa jonossa ja tarkistaa nopeasti illan pelin tulokset, pitää lasta yhdellä kädellä ja puhelinta toisella tai istua kotisohvalla ja katsoa samaan aikaan televisiota. Tämä ajattelutapa pakottaa yksinkertaistamaan mobiilisuunnittelua, jotta käyttäjät voivat ymmärtää ja käyttää laitteitaan tämän kaltaisissa tilanteissa. Vaikka ympäristössä ei olisikaan

häiriötekijäitä, silti yksinkertaistettu suunnittelu auttaa ihmisiä tuntemaan olonsa mukavaksi ja rennoksi. (Wroblewski 2011, 25–26.)

### 3.2 Kosketus

Käyttöliittymäsuunnittelijat ovat aina ylistäneet suoraa kontaktia. Miksi pitäisi yrittää kommunikoida hiiren ja näppäimistön avulla, jos voi suoraan ojentaa kätensä ja koskea näyttöä? Kosketusnäytölliset mobiililaitteet antavat mahdollisuuden olla suoraan vuorovaikutuksessa internetin kanssa sormenpäiden avulla. Tämä on kokonaan uusi käytettävyyden ulottuvuus ja se vain tuntuu oikealta. (Wroblewski 2011, 42.)

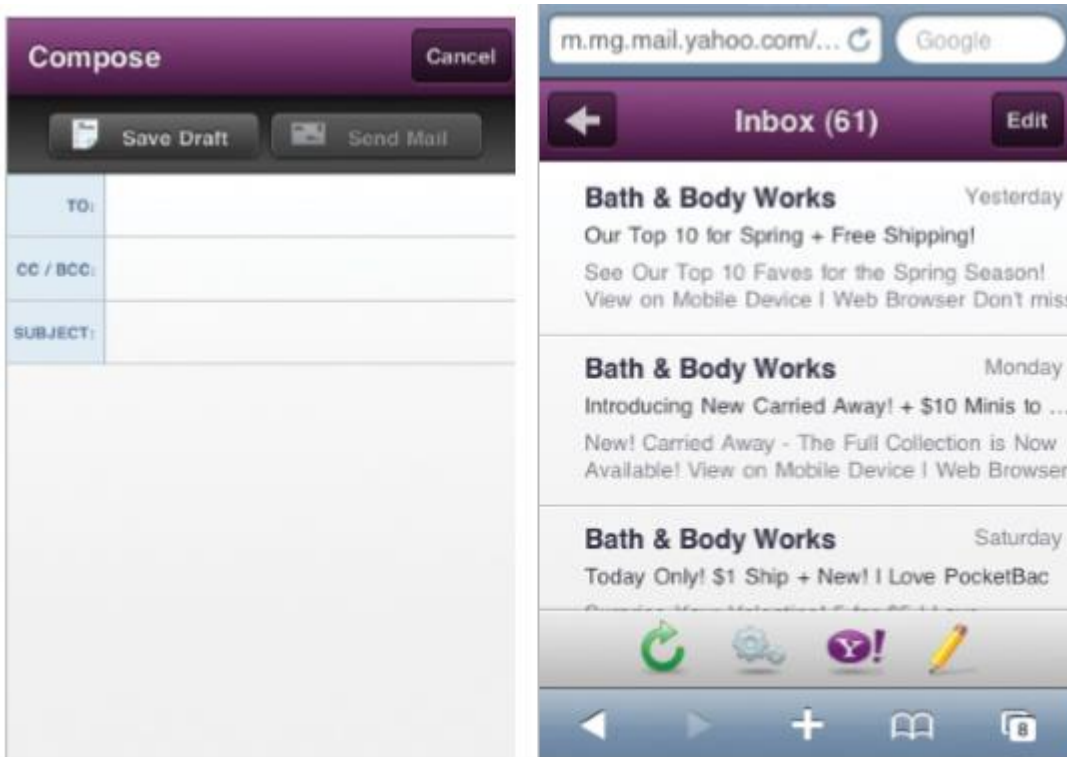
Kuinka voidaan taata, että kaikki voivat käyttää kosketusta sivuston ohjaamiseen? Koskettavien elementtien tulisi olla tarpeeksi suuria ja hyvin sijoitettuna. Olisi hyvä tietää yleisimmät kosketuseleet ja kuinka hyvin ne tukevat käyttäjän tarkoitusta. Myös hover-efektin puuttuminen tulisi korvata jollain muulla interaktiivisuudella. Mobiilisuunnittelussa helposti ajattelee, että kaikkien elementtien tulisi olla pienikokoisia, koska tilaa ei ole paljon. Tämä käsitys on kuitenkin väärä, sillä elementtien tulisi olla mahdollisimman isoja, jopa luonnottoman isoja. Ihmisten sormet ovat todella epätarkkoja välineitä osoitteluun. Sormista ei löydy pikselin tarkkaa osoitinta, toisin kuin hiirestä. Niitä myös löytyy kaiken kokoisia ja sormet yleensä liikkuvat ja lipsahtelevat ympäriinsä laitetta näppäillessä. Suuremmat tapahtumat tarkoittavat suurempaa kohdetta. Tämä auttaa ihmisiä tekemään oikeita ratkaisuja, kun he eivät kiinnitä koko huomiotaan laitteeseen. (Wroblewski 2011, 69.)

Koska mobiililaitteissa osoittimena toimii sormi, eikä hiiri hover-efektit eivät toimi samalla tavalla. Tämän vuoksi kaikki toiminnot, jotka tulevat esiin hiiren hover-toiminnolla tulisi suunnitella uudelleen ja tämä on vain positiivinen asia. Monesti hover-efektejä viljellään tarpeettoman paljon. Vain koska käyttäjä laittaa hiiren elementin päälle ei tarkoita, että hän haluaisi, että siitä tupsahtaa esiin toinen elementti. Toisin kuin klikkaukset, hover-efekti ei ole selkeä toiminto. Hover-navigaatiotkin ovat vain toimineet roskakorina ei niin tarpeellisille sivuille. Näiden korvaamiseen mobiilissa on kolme vaihtoehtoa: tuoda ne näytölle, viedä ne toiselle sivulle tai poistaa ne kokonaan. (Wroblewski 2011, 78–79.) Mielestäni hover-efektit ovat kuitenkin ansainneet paikkansa esimerkiksi linkeissä. Kun käyttäjä laittaa hiiren linkin tai napin päälle, tulisi sen reagoida jollain tavalla ja osoittaa käyttäjälle että se todella on linkki.



Ohjaimet ruudun alareunassa ovat helpommin tavoitettavissa yhdellä kädellä ja ne esittävät ideoita käyttäjille mitä pitäisi tehdä seuraavaksi kun pääsee ruudun loppuun. Vaikka alareunan navigaatiot ovat käteviä käyttäjän päästessä loppuun, niiden ei kuitenkaan tulisi toistaa samaa navigaatiota, joka on mahdollista löytää jostain toisesta paikkaa samalta sivulta. Alareuna ei kuitenkaan saa loppua kesken. Käyttäjälle tulisi antaa jonkinlainen jatkosuunnitelma siitä, mitä seuraavaksi tehdään. (Wroblewski 2011, 57.) Pitkän sivuston lopussa olisi hyvä, että käyttäjällä on mahdollisuus päästä takaisin alkuun.

Yahoon sähköpostisovellus on loistava esimerkki siitä, kuinka kaikki ylimääräinen tulisi poistaa ja käyttäjän tulisi antaa keskittyä ensisijaiseen tehtäväänsä, eli tässä tapauksessa sähköpostin lähettämiseen. Näyttö sisältää vain yhden navigaatio-komennon "peruuta". Loppuosa käyttöliittymästä on aina tarkasti mukana vain käsiteltävässä tehtävässä. Navigaatiovaihtoehtojen vähentäminen auttaa myös virheiden vähentämisessä. Kun vaihtoehtoja on vähemmän, käyttäjät siirtyvät pienemmällä todennäköisyydellä väärään paikkaan. (Wroblewski 2011, 64.)



KUVIO 4. Yahoon sähköpostisovellus. (Wroblewski 2011, 62-65)

### 3.3 Käyttäjät

Mobiilikäyttö voidaan karkeasti jakaa kolmeen joukkoon: kiireellisyys, toistuvuus ja tylsyys. Kiireellinen käyttäjä yrittää etsiä jotain ja tarvitsee vastauksen heti, useimmiten käyttäjän sijaintiin liittyvissä asioissa. Toistuvissa tapauksissa käyttäjä haluaa pysyä tilanteen tasalla ja päivittää sosiaalista mediaa tai lukee uusimmat päivitykset tai uutiset. Tylsistyneellä käyttäjällä on hetki ylimääräistä aikaa ja hän käyttää sen päämäärättömään surffailuun tai pelaamiseen. (Wroblewski 2011, 50.)

Liian monilla mobiilisivustoilla näkyy ensimmäisenä lista navigointilinkkejä, eikä ollenkaan sisältöä. Aika on usein arvokasta mobiilimaailmassa ja lataaminen voi maksaa, joten käyttäjien tulisi saada heti se, mitä he tulivat hakemaan. Sivuston rakenteen tulisi palvella tätä tarkoitusta. Yksinkertaisen ylätunnisteen tulisi kertoa millä sivustolla ollaan ja jättää navigaatio vähemmälle huomiolle. Loppuosa sivusta voidaan jättää muulle tärkeämmälle sisällölle. (Wroblewski 2011, 52.)

Mutta jos sisältö menee aina navigaation edelle, miten sivustolla voi liikkua? Vaikka käyttäjille annetaan mahdollisuus liikkua sivustolla, se ei kuitenkaan tarkoita suuria navigaatiopalkkeja, jotka peittävät koko sivun. Navigaatio voi olla esimerkiksi piilotettuna, jolloin halutessaan käyttäjä saa sen esille ja pääsee tutkimaan sivustoa. (Wroblewski 2011, 53.)

Kun suunnittelee mobiilin käytettävyyttä, tulisi miettiä miten mobiilin käyttötapaukset voidaan kohdistaa yrityksen tarpeisiin. Käyttötapaukset kiireellisyys, toistuvuus ja tylsyys auttavat ajattelemaan, kuinka kyseistä sivua tullaan käyttämään ja säätämään rakenteen oikeanlaiseksi. Ensin sisältö, sitten navigaatio -ajatusmaailma auttaa käyttäjiä saavuttamaan tarpeensa nopeammin. Olennainen ja hyvin sijoitettu navigaatio auttavat käyttäjiä tutkimaan sivustoa tarkemmin. Navigaatiovaihtoehtojen vähentäminen selkeyttää ja saavuttaa käyttäjän tarpeet nopeammin. Tämä on erityisen tärkeää silloin, kun käyttäjät ovat kovassa kiireessä, tai vaikeassa tilanteessa. Vaikka käyttäjät makoilisivatkin vain sohvalla, he silti arvostavat paljon yksinkertaisempaa käyttöliittymää. (Wroblewski 2011, 65–66.)

### 3.4 Vähemmän on enemmän

Kaiken vähentäminen on paras lähestymistapa mobiiliympäristöissä. Tilaa jätetään suurille kosketuskohteille, jotka tarvitsevat suuremman pinta-alan epätarkoille sormille. Responsiivisen suunnittelun tulee sopeutua kaikille ruudun ko'oilte ja resoluutioille. Eri laitteiden käytettävyyden ratkaisujen tulee olla ylläpidettäviä kun sisältö ja ominaisuudet muuttuvat ja kasvavat. Vähentäminen ei ainoastaan tee ulkoasun suunnittelusta helpompaa, vaan se myös auttaa käyttäjiä kohdistamaan tarpeensa nopeammin ja suoriutumaan tehtävistä tehokkaammin. (Wroblewski 2011, 117–118.)

Niin kauan kuin mobiilinäkymät muuttuvat ulkoasujen tulee olla valmiina mukautumaan moneen tehtävään; niin isoihin muutoksiin laitteiden välillä, kuin täyttämään ne pienet aukot laitteiden kokojen ja orientaation välillä. Suunnittelijoiden tulee hyväksyä ja omaksua se, että mobiilimaailman muutostahti ei tule pysähtymään lähiaikoina. Uusimpien laitteiden näyttöjen pikselitiheys tulisi huomioida tarjoamalla suuremman resoluution omaavia kuvia. Eri laitteita varten tulisi tarjota responsiivinen ja mukautuva ulkoasu ja käyttäjäkokemus eri laitteissa tulisi ottaa huomioon. Mobiilisivujen ja sovellusten sekavuutta tulee välttää karsimalla ominaisuuksia ja toiminnollisuuksia niin vähäiseksi kuin on mahdollista. (Wroblewski 2011, 118.)

Tänä päivänä mobiililaitteet ovat aina mukamme, yhteydessä internettiin ja täynnä ominaisuuksia, joilla käyttäjät voivat hoitaa erilaisia tehtäviä, kommunikoida toistensa kanssa ja viettää aikaa. Kun suunnitellessa ajatellaan näitä pieniä henkilökohtaisia laitteita ensisijaisesti, siitä saadaan suuria hyötyjä irti. Mobiilimaailman suuri kasvu voidaan ottaa vastaan etuutena suunnitella ja löytää uusia tapoja käyttäjille websivustojen ja sovellusten käyttöön. Mobile first -periaatteella voidaan hyväksyä mobiiliin tuomat rajoitteet ja asettaa etusijalle ne palvelut joita ollaan suunnittelemassa ja rakentamassa. (Wroblewski 2011, 120.)

## 4 KÄYTTÄJÄKOKEMUS JA KÄYTETTÄVYYS

Verkkosivustoista ja -sovelluksista on vähitellen muodostunut monimutkaisempia kuin teollisuuden teknologiat ja menetelmät ovat edistyneet. Se mikä aiemmin oli vaatimatonta ja yksinkertainen on nykypäivänä muuttunut erittäin rikkaaksi interaktiiviseksi kokemukseksi. Silti riippumatta siitä kuinka paljon käyttöliittymien tuotannon kehitys on muuttunut, sivuston menestys silti perustuu vain yhteen asiaan; kuinka käyttäjät kokevat sen. "Onko sivustosta minulle mitään hyötyä? Onko sitä helppo käyttää? Onko sitä miellyttävä käyttää?" Nämä ovat kysymyksiä, joita käyttäjä ajattelee käyttäessään sivustoa tai sovellusta. Samalla he muodostavat perustan päätökselleen tuleeko heistä sivuston vakituisia käyttäjiä. Käyttäjäkokemuksen suunnittelun tarkoituksena on saada käyttäjä vastaamaan näihin kysymyksiin "kyllä". (Jacob Cube 2010, hakupäivä 20.9.2014.)

### 4.1 Käyttäjäkokemus

Käyttäjäkokemus tarkoittaa sitä mitä käyttäjä tuntee ollessaan vuorovaikutuksessa web-sivuston kanssa. Käyttäjäkokemusta suunniteltaessa tutkitaan ja arvioidaan mitä käyttäjät ovat mieltä websivustosta tarkastelemalla muun muassa käytön helppoutta, kuinka käyttäjät ymmärtävät sivuston tarkoituksen, hyödyllisyyttä ja kuinka tehokkaasti käyttäjät suoriutuvat tehtävistä. Myös pientä osaa koko järjestelmästä voidaan tarkkailla. Esimerkiksi verkkokaupassa voidaan tutkia kuinka käyttäjä selviytyy koko ostoprosessista ja kuinka helpoksi ja miellyttäväksi he sen kokevat. Prosessi voidaan myös pilkkoa pienempiin osiin ja tarkastella esimerkiksi kuinka tehokasta ja miellyttävää käyttäjän on täyttää yhteystietolomakkeen kenttiä. (Jacob Cube 2010, hakupäivä 20.9.2014.)

Nykypäivänä internetsivustojen suunnittelussa annetaan niin paljon painoarvoa käyttäjäkeskeisyydelle, että käyttäjäkokemuksen kuvaaminen, sen tärkeyden perusteleva ja parantaminen vaikuttaa lähes turhalta. Kuitenkin kun katsotaan muutama vuosi taaksepäin web-suunnittelun periaatteita, voidaan huomata, että sivut toteutettiin hyvin eri tavalla. Ennen kuin käyttäjakeskeinen suunnittelu astui kuvioihin, sivustot tehtiin sillä periaatteella mikä suunnittelijasta näytti hyvältä ja mitä asiakas halusi nähdä. Toiminnollisuudet sivuille rakennettiin sen perusteella mitä suunnittelijat pitivät hyvänä ideana, se siis suunnittelivat ikäänkin vain itsellensä. Pääpaino suunnittelulla oli estetiikassa sekä brändissä ja siihen

mitä käyttäjä tuntisi tai ajattelisi sivua käyttäessään panostettiin vain vähän. Se mitä ennen suunnittelun eteen tehtiin, ei perustunut minkäänlaiseen tietoperustaan, vaan suunnitelmat tehtiin sen pohjalta mikä suunnittelijasta itsestään näytti hyvältä ja se oli mitä asiakas tahtoi. (Jacob Cube 2010, hakupäivä 20.9.2014.)

Viime vuosikymmenellä tapahtui kuitenkin muutos web-maailmassa. siitä on tullut arkea käyttäjien keskuudessa ja web-sivustoista on tullut niin monimutkaisia ja ne ovat täynnä erilaisia ominaisuuksia, että toimiakseen niillä täytyy olla loistavasti suunniteltu käyttäjäkokemus. Web-sivustoja käytetään myös monin erilaisin tavoin; pienillä mobiililaitteilla, valtavan suurilla näytöillä, sekä erityyppisillä internet-yhteyksillä. Myös saavutettavuudesta on tullut erittäin tärkeä osa käyttäjäkokemusta suunnitellessa; esimerkiksi kaikilla ei ole nopeaa internet yhteyttä käytössään tai joillakin käyttäjillä on käytössään vain vanha mobiililaitte. Kaikkien näiden muutosten myötä ne sivut, joiden käyttäjäkokemukseen on panostettu erottuvat edukseen. Nykypäivänä pääpaino sivustojen suunnittelussa on se millaisen kokemuksen suunnittelijat haluavat käyttäjille antaa. (Jacob Cube 2010, hakupäivä 20.9.2014.)

## **4.2 Käytettävyys**

Käytettävyys on laatumääre, jonka avulla katsotaan kuinka helppo käyttöösiintymää on käyttää. Sana käytettävyys myös viittaa menetelmiin, jonka avulla parannetaan käytön helppoutta suunnitteluvaiheen aikana ja se voidaan kuvata viidellä laadun komponentilla: opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheherkkyys ja tyytyväisyys. Opittavuus määrittää kuinka hyvin käyttäjä pystyy saavuttamaan tarpeensa kun hän käyttää palvelua ensimmäisen kerran. Tehokkuus selviää tutkimalla kuinka nopeasti käyttäjä pystyy suoriutumaan tehtävistä opittuaan ulkoasun. Kun käyttäjä palaa käyttämään palvelua vähän ajan kuluttua mitataan muistettavuutta sillä, kuinka hyvin opittu käyttöösiintymä palautuu mieleen. Virheillä mitataan kuinka paljon käyttäjä tekee virheitä, kuinka vakavia ne ovat ja kuinka helposti käyttäjä toipuu näistä virheistä. Tyytyväisyys puolestaan tarkoittaa yksinkertaisuudessaan sitä kuinka miellyttävä tuotetta on käyttää. (Jakob Nilsen 2012, hakupäivä 20.9.2014.)

Lisäksi on olemassa monia muita tärkeitä laadun määreitä. Yksi avainsanoista on hyödyllisyys; vastaavatko tuotteen toiminnollisuudet sitä mitä käyttäjät tarvitsevat? Käytettävyys ja hyödyllisyys ovat molemmat yhtä tärkeitä ja yhdessä ne määrittävät onko jokin tuote käyttökelpoinen. Järjestelmä joka

on helppokäyttöinen mutta ei sisällä tarvittua tietoa ei ole yhtään parempi kuin järjestelmä, joka sisältää kaiken käyttäjän tarvitseman tiedon, mutta järjestelmä on liian vaikea käyttää tiedon löytämiseksi. Tuotteen hyödyllisyyden parantamisessa voidaan käyttää samoja menetelmiä kuten käytettävyydessäkin: hyödyllisyys mittaa kuinka hyvin järjestelmä tarjoaa käyttäjän tarvitseman tiedon, käytettävyys taas kuinka miellyttävä ja helppo järjestelmää on käyttää. Käyttökelpoisuus on näiden molempien yhdistelmä. (Jakob Nilsen 2012, hakupäivä 20.9.2014.)

Sivuston käytettävyys on erittäin tärkeä ase suuren kilpailun vuoksi. Sivusto on liian vaikea käyttää. Aloitussivu ei anna selkeää kuvaa siitä mitä yritys tarjoaa ja mitä käyttäjät voivat sivustolla. Käyttäjä eksyy sivustolla. Sivustolla oleva tieto vaikeasti luettavissa ja se ei vastaa käyttäjän kysymyksiin. Nämä kaikki ovat tilanteita, joissa käyttäjä poistuu sivustolta ja siirtyy jonnekin toiselle sivulle, joka vastaa paremmin hänen tarpeisiinsa. Vastaavia sivustoja löytyy yleensä todella paljon. Kun käyttäjä kohtaa sivustolla ongelmia, lähteminen on hänen ensimmäinen puolustuskeinonsa. (Jakob Nilsen 2012, hakupäivä 20.9.2014.)

#### **4.3 Kymmenen käytettävyyden heuristiikkaa käyttöliittymäsuunnittelussa**

10 käytettävyyden heuristiikkaa käyttöliittymäsuunnitteluun ovat Jakob Nilsenin yleisperiaatteita suunnittelussa. Niitä kutsutaan heuristiikoiksi, koska ne ovat selkeitä nyrkkisääntöjä, eivätkä vain käytettävyyden yleisohjeita. (Jakob Nilsen 1995, hakupäivä 20.9.2014.)

Ensimmäinen heuristiikoista on näkyvyys. Se tarkoittaa, että käytettävän sovelluksen tulisi antaa palautetta käyttäjälle sopivin aikaväleihin siitä, mitä on tapahtumassa. Näin käyttäjän ei tarvitse jäädä pohtimaan tekeekö sovellus jotain vai onko järjestelmässä tapahtunut jokin virhe. Käyttäjän tekemät asiat tulisi olla selkeästi näkyvillä, jotta myös vahingossa tehdyt asiat tulisivat huomatuksi ennen pahoja virheitä. Sivuston tulisi olla yhteensopiva todellisen maailman kanssa. Siinä ei saisi käyttää käyttäjälle outoa tai vierasta sanastoa. Sisältö tulisi myös olla loogisessa järjestyksessä. Käyttäjällä tulisi olla hallitsevuuden ja vapauden tunne sivustoa käytettäessä. Hänellä tulisi myös olla selkeä mahdollisuus päästä pois haluamistaan tilanteista ja palata edelliseen tilaan. Selkeästi merkityt poistumistiet ovat tärkeimpiä tekijöitä sovelluksessa. (Kokkonen, Ahtinen 2000, hakupäivä 27.9.2014.)

Heuristiikka jatkuvuus ja standardit määrittää, että sovelluksessa ei tulisi esiintyä samaa asiaa monella eri tavalla sanottuna. Se vaikeuttaa ymmärtämistä ja sekoittaa käyttäjää. Sivuston tulisi ehkäistä käyttäjää tekemästä virheitä mieluummin, kuin näyttää käyttäjälle useita virheilmoituksia. Käyttöliittymän käyttäjäkeskeisyys ja loogisuus ehkäisevät virheiden tekemistä. Muistikuormituksen minimoimiseen tulisi kiinnittää huomiota. Ei saisi olettaa, että käyttäjä voisi muistaa kaiken. On siis tärkeää, että sivuston jokainen osa on looginen. Käyttämisen tulisi olla mahdollisimman tehokasta ja joustavaa. Käyttöliittymän tulisi siis tarjota tehokäyttäjille oikopolkuja erilaisiin toimintoihin. Muutkin tulee ottaa kuitenkin huomioon, eivätkä oikopolut saisi sekoittaa esimerkiksi aloittelevaa käyttäjää. Näin käyttöliittymästä tulee monipuolisempi ja se palvelee useampia käyttäjiä. (Kokkonen, Ahtinen 2000, hakupäivä 27.9.2014.)

Suunnittelu tulisi pitää mahdollisimman minimalistisena. Ulkoasut eivät saisi sisältää turhaa ja epäolennaista tietoa, sillä kaikki ylimääräiset elementit kilpailevat huomiollaan oleellisen sisällön kanssa ja heikentävät asian perille menoa. (Kokkonen, Ahtinen 2000, hakupäivä 27.9.2014.)

Yksi heuristiikoista on virheistä toipuminen. Mahdolliset virheet tulisi ilmoittaa selkeällä kielellä ja niiden pitäisi sisältää kuvaus ongelmasta ja sen korjausehdotus niin, että käyttäjä ymmärtää mistä on kyse. Virheitä ei missään nimessä saisi ilmoittaa koodeilla. Sivuston tulisi olla käytettävissä ilman ohjeita ja apuja, mutta monesti suurissa kokonaisuuksissa tämä on lähes mahdotonta. Tällöin ohjeiden tulisi olla käyttäjälle helposti saatavilla. Ohjeiden ei myöskään pitäisi olla liian pitkiä. (Kokkonen, Ahtinen 2000, hakupäivä 27.9.2014.)

## 5 KÄYTETTÄVYYSTESTAUS

Käytettävyyttä voidaan tutkia eri tavoin. Menetelmäjoukko laajenee jatkuvasti, sillä niitä tutkitaan ja kehitetään ja otetaan käyttöön tuotekehityksen tueksi. Erilaisten menetelmien avulla voidaan kerätä aineistoa, analysoida sitä ja joskus myös tuottaa ehdotuksia käyttöliittymän suunnitteluun. Useimmat menetelmät soveltuvat vain tiettyihin tilanteisiin, joten erilaisia menetelmiä löytyy paljon. Yleisimpiä käytäntöjä voivat olla haastattelu, fokusryhmät, havainnointi kentällä ja kyselylomakkeet. Vaikka itse käytettävyyttä ei voida kuvata aina samanlaisena, käytettävyytutkimuksen menetelmät voidaan ja niitä sovelletaan koko kehitysprosessin ajan. (Ovaska, Aula, Päivi 2005, 5-6.)

### 5.1 Milloin käytettävyyttä testataan?

Käytettävyydellä on tärkeä rooli jokaisessa suunnittelun vaiheessa. Käytettävyydestausta tulisi tehdä usein ja sen vuoksi suositellaan helppoja ja halpoja tapoja tehdä se. Ennen kuin uutta ulkoasua aletaan suunnitella, tulisi vanha sivusto testata. Näin voidaan tunnistaa sivustolla olevat hyvät elementit kuin myös ne kohdat, joissa käyttäjillä on ongelmia. Suunnitelmista tulisi tehdä useita versioita, ja ne kaikki tulisi testata pikkuhiljaa siirtyessä karkeista prototyypeistä kohti oikeita sivustoja muistuttavia ratkaisuja. Tulisi tarkistaa noudattaako suunniteltu sivusto käytettävyyden ohjenuoria, olivat ne sitten omia aiempia tutkimuksia tai julkaistuja tutkimuksia. Kun viimeisin suunnitelma on toteutettu, se tulisi testata uudelleen. Pieniä käytettävyyso ongelmia tulee aina mukaan toteuttamisen aikana. (Jakob Nilsen 2012, hakupäivä 20.9.2014.)

Käytettävyydestausta ei saisi lykätä siihen vaiheeseen kunnes sivusto on täysin valmis. Jos näin tehdään, on lähes mahdotonta alkaa korjaamaan kriittisiä käytettävyyso ongelmia joita testauksessa tulee esiin. Monet käytettävyyso ngelmat ovat rakenteeseen liittyviä, joten niiden korjaaminen edellyttäisi suuria arkkitehtuurisia muutoksia. Ainoa tapa saada käytettävyydeltään laadukkaita sivustoja on aloittaa testaaminen varhaisessa vaiheessa ja testata suunnittelun jokaisessa vaiheessa loppuun saakka. (Jakob Nilsen 2012, hakupäivä 20.9.2014.)



## 5.2 Tutkimusmenetelmät

Haastattelut sopivat aiheen alustavaan tutkimiseen ja tunnusteluun. Tämän menetelmän etuna on, että aineisto on enimmäkseen laadukasta ja haastattelija voi avata kysymyksiä haastattelun aikana. Menetelmällä saadaan myös kontakti käyttäjään. Ongelmaksi taas voi koitua haastattelijan liiallinen johdatelu. Fokusryhmää voidaan käyttää monien näkökulmien kartoitukseen. Tällä menetelmällä aineisto on laadukasta, saadaan kontakti käyttäjään ja se tuo mielipiteitä puolesta ja vastaan. Joskus ryhmässä dominoivat persoonat voivat hankaloittaa tilanteen läpivientiä ja aineiston laatu heikentyy. Käyttäjän toimintaan aidossa ympäristössä voidaan tutustua havainnointi kentällä -menetelmällä. Näin saadaan laadukasta havaintoaineistoa, kuvia ja kirjallista materiaalia. Toiminnan tarkkailu antaa sellaista tietoa, jota muilla menetelmillä ei voida kerätä, mutta näin materiaalia saattaa kerääntyä valtavat määrät ja sen läpikäyminen vie paljon aikaa. Kyselylomakkeilla voidaan kerätä tietoa selväpiirteisiin kysymyksiin vastaamalla. Tällä menetelmällä aineisto voi olla määrällistä ja laadukasta, mutta se ei anna välitöntä tietoa käyttöliittymästä, vaan käyttäjän mielipiteitä ja tulkintoja. Lomakkeilla voidaan tavoittaa monta vastaajaa suhteellisen vähillä resursseilla, mutta silti vastausprosentti voi jäädä alhaiseksi. Vastauksista voidaan myös huomata, että kysymystä ei ole ymmärretty oikein. Myös oikeanlaisen lomakkeen suunnittelu on haastavaa. (Ovaska, Aula, Päivi 2005, 7.)

Responsiivisessa suunnittelussa käytettävyydestä tulisi tehdä mahdollisimman laajalla määrällä erilaisia laitteita. On jo vaikeaa suunnitella web-sivu joka on käytettävä pöytäkoneella, joten monille eri laitteille suunnitellussa versiossa, jossa elementit liikkuvat ja ryhmittyvät aina eri tavoin eri laitteilla on vielä vaikeampaa. Samat elementit, jotka toimivat hyvin pöytäkoneella voivat toimia huonolla tavalla puhelimessa. (Amy Schade 2014, hakupäivä 27.9.2014.)

Jotta responsiivisen suunnittelun käyttäjäkokemus voidaan kokea, sivusto tulisi testata toimiston ulkopuolella mobiilimaailman hitailla yhteyksillä. Laitte tulisi viedä oikeaan ympäristöön korkeiden rakennusten väliin, kellariin tai syrjäisille alueille missä yhteydet ovat huonot ja kokeilla miten sivusto toimii näissä vaihtelevissa tilanteissa. Responsiivisen suunnittelun tavoite on antaa samanlainen mahdollisuus päästä käsiksi tarvittavaan tietoon laitteesta riippumatta. Puhelimen käyttäjä ei kuitenkaan saa samanlaista käyttäjäkokemusta jos latausajat ovat sietämättömän pitkiä. (Amy Schade 2014, hakupäivä 27.9.2014.)

Käyttötilanne voi muuttua eri ympäristöissä paljon. Esimerkiksi puhelinta tai muita mobiililaitteita voidaan käyttää liikkua ulkona ja käyttäjän tulisi katsoa eteenpäin ja havaita muuta liikennettä tai esteitä. Tällaiset käyttötapaukset tulee huomioida käytettävyyden arvioinnissa. Tapauksen testaaminen esimerkiksi paikallaan istuen ei tuota todellista tulosta, eikä tavoita oikeaa käyttötilannetta ja siinä esiintyviä ongelmia. Arvioinnissa tarvitaan tietoa erityisesti käyttäjän kokemuksista, eikä pelkästään käytettävyysongelmista, joita käyttäjä kohtaa ohjelmistoa tai sovellusta käyttäessään. Joskus käyttäjän tyytyväisyyden arviointi on vaikeaa pelkästään käyttäjää tarkkailemalla. Tämän vuoksi on kehitetty erilaisia kyselylomakkeita. (Ovaska, Aula, Päivi 2005, 4.)

### 5.3 Kyselylomakkeet

Kyselylomakkeita voidaan käyttää useiden tutkimusten osana, yhtenä monista tai ainoana tutkimusmenetelmänä. Kyselyn soveltuminen käytettävyydetutkimuksen osaksi riippuu paljon tutkimuksen tavoitteista. Tutkimuksen tavoitteet ja kohde vaikuttavat myös siihen, millaista lomaketta kannattaa käyttää kannattaako käyttää. Valmiit lomakkeet eivät anna välttämättä riittävän yksityiskohtaista tietoa kohteesta. Tästä syystä uuden lomakkeen luominen tai vanhan muokkaaminen on usein tarpeen. Kysymysten laatiminen voi olla vaikeaa ja ongelmia voi tulla paljon. Joitakin yleisiä ohjeita ja neuvoja laadintaan on olemassa, mutta hyvän kyselylomakkeen laatiminen edellyttää testausta ja muokkaamista. Onnistunut lomakkeen toteutus edellyttää huolellista suunnittelua ja jatkuvaa lomakkeen muokkausta ja arviointia. Ennen oman lomakkeen laatimista olisi hyvä tutustua valmiisiin lomakkeisiin ja niiden kysymyksiin. Lomakkeen valinnan ja suunnittelun lisäksi kyselyn toteuttamiseen liittyy monia päätöksiä. Vastaajien valinta, lomakkeiden toimitustapa ja vastausten analysointimenetelmä voivat kaikki merkittävästi vaikuttaa työmäärään ja tulosten luotettavuuteen. (Vanhala 2005, 17–18.)

Lomakkeiden avulla voidaan kerätä tietoa vastaajien mielipiteistä, tuntemuksista ja ajatuksista. Tutkimuksen kannalta epäoleelliset tekijät ovat hallittavissa, sillä kyselylomakkeilla tiedot voidaan kerätä yhtenäisellä tavalla. Kyselylomakkeita voidaan käyttää muiden tiedonkeruumenetelmien tukena, mutta ne soveltuvat myös tutkimuksen ainoaksi menetelmäksi, sillä tutkimuskysymykset, tutkittava kohde ja taustalla oleva teoria määräävät, kuinka hyvin kyselylomakkeet soveltuvat kyseisen tutkimuksen osaksi. (Vanhala 2005, 17.)

Suunnitteluvaiheessa erilaisten vaihtoehtojen huonoja ja hyviä puolia voidaan vertailla pyytämällä mielipidettä erilaisista ominaisuuksista tai vaihtoehdoista. Suuresta vastaajamäärästä on tässä vaiheessa erityisesti hyötyä, sillä suuremmalla määrällä saadaan kaikki käyttäjäryhmät varmemmin katetuksi, minkä ansiosta tulokset ovat luotettavampia. (Vanhala 2005, 19.)

Esimerkiksi haastatteluun verrattaessa kyselyn etuna on vähäisempi resurssien tarve, sillä haastattelun lisäksi aikaa kuluu esimerkiksi vastausten kirjaamiseen. Lisäksi haastattelija voi olemuksellaan tai sanavalinnoillaan vaikuttaa haastattelussa annettuihin vastauksiin. (Vanhala 2005, 20.) Kyselylomakkeilla saadaan myös aito toimintaympäristö, jolloin kyselyyn vastaaja voi kokeilla palvelua oikeassa käyttöympäristössään, oli se sitten kotona, puistossa tai lentokentällä.

Lomake voidaan laatia kahdella tavalla. Vastaajalle voidaan antaa valmiit vaihtoehdot tai vastaaminen voidaan sallia omin sanoin. Usein valmiit vaihtoehdot ovat suositeltavampia, koska vapaa sana -osoiden läpikäyminen vie paljon resursseja. (Vanhala 2005, 25.) Epämääräiset sanamuodot ja tuntematon terminologia voivat aiheuttaa virheitä vastauksiin. Kysymysten kontekstin tulisi siis olla selkeä. (Vanhala 2005, 27.) Mielenkiinnottomat kysymykset tulisi sijoittaa lomakkeen loppuun. Tällaisia voivat olla esimerkiksi syntymävuosi tai koulutustausta. Kiinnostavat kysymykset lomakkeen alussa herättävät paremmin vastaajan mielenkiinnon ja kannustavat aloittamaan lomakkeen täytön. (Vanhala 2005, 29.) Etenkin ensimmäisten kysymysten tulisi olla kiinnostavia ja helppoja, seuraavat kysymykset voivat käsitellä vaikeampia asioita. Lomakkeen tulisi myös näyttää helposti täytettävältä ja sen sisältö tulisi olla selkeässä järjestyksessä. (Vanhala 2005, 32.)

#### **5.4 Skenaariopohjainen testaus**

Kaikista yleisin tapa testata käytettävyyttä on käyttäjätestaus, jossa käyttäjille annetaan erilaisia tehtäviä/skenaarioita ja testaaja on mukana tarkkailemassa käyttäjien toimintoja. Tarkkailija pitää kirjaa missä käyttäjät onnistuvat, ja missä heillä on vaikeuksia käyttöliittymän kanssa. Testaaja istuu vain hiljaa vieressä ja havainnoi. (Jakob Nilsen 2012, hakupäivä 20.9.2014.)

Käyttäjät tulee testata erikseen ja heidän tulee antaa ratkaista ongelmat yksin. Jos testaaja auttaa käyttäjää ongelman ratkaisussa testaus on epäonnistunut ja tulokset eivät ole enää luotettavia. Yleisimmissä tapauksissa 5 käyttäjää riittää ratkaisemaan pahimmat käytettävyysongelmat. On parempi käyttää tämän kaltaista edullista ratkaisua jokaisessa suunnittelun vaiheessa, kuin pitää suuret kalliit tutkimukset sovelluksen tai sivuston valmistumisen jälkeen. (Jakob Nilsen 2012, hakupäivä 20.9.2014.)

## 6 SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Lähtökohta Codemate Oy: web-sivustolle oli, että se ei saa sisältää lainkaan virheitä ja sen täytyy olla erittäin ammattimaisen näköinen. Visiona yrityksellä on nuorekas, asiantunteva ja vakavasti otettava, mutta ei vakava yritys. Sain kehittämiseen melko vapaat kädet, mutta yrityksen puolesta tuli muutamia vaatimuksia. Sivuston on tarkoitus olla erittäin silmälltävä. Sivustolla otetaan siis huomioon, etteivät ihmiset jaksa lukea pitkiä pätkiä tekstiä. Nykyinen sivusto on toteutettu tätä periaatetta noudattaen muutamaa kohtaa lukuun ottamatta. Uutisoso korvattiin blogikirjoituksilla, sillä yritys alkaa panostamaan lisää sosiaalisen mediaan. Sosiaalista mediaa myös korostetaan enemmän sivulla. Yhteystiedot tuotiin ylöspäin, sillä yritys on todennut, että soittoja tulee liian paljon yleiseen numeroon, joka mainitaan ennen henkilökohtaisia numeroita.

### 6.1 Lomake

Valitsin lomakkeen testausmenetelmäksi, koska halusin vertailtavia tuloksia ennen ja jälkeen vaiheissa. Jos testaus olisi tehty vain haastattelemalla, en olisi saanut niin vertailtavia tuloksia. Nyt pystyn laskemaan keskiarvoja tuloksista ja keskiarvoista selviää onko nykyisen sivun tulos parempi kuin edellisen. Lisäksi olisin varmasti käyttänyt testihenkilöinä omia tuttujani ja luulen, että he eivät olisi vastanneet rehellisesti kysymyksiin jos heidän mielestään jokin olisi ollut sivustolla huonoa. Lomake oli myös ajan puolesta parempi ratkaisu, koska kävin töissä koko opinnäytetyön tekemisen ajan ja aikaa opinnäytetyölle oli vain iltaisin ja viikonloppuisin, joten yhteisen haastatteluajan löytäminen olisi ollut todella haastavaa. Myös sivuston tyyli vaikutti päätökseeni. Sisältö oli hyvin minimalistinen ja sivusto koostuu vain yhdestä sivusta. Sivusto ei siis ole kovin monimutkainen. Jos kyseessä olisi ollut suurempi järjestelmä, olisin varmasti vaihtanut testaustyylä. Mielestäni lomake oli tässä tapauksessa oikea ratkaisu ja saavutin sillä haluamani tavoitteet.

Kyselyt toteutetaan sähköpostin välityksellä. Kyselyyn kuului asteikoilla 1-5 kysyttäviä mittareita ja niiden yhteyteen oli liitetty "vapaa sana"-kenttä, mihin käyttäjä pystyi perustelemaan valintaansa. Mittarit tulivat mukaan sen vuoksi, että tuloksia voidaan analysoida ennen ja jälkeen. Vapaa sana sen vuoksi,

että sain siitä itse korjausehdotuksia ja mittareita on helpompi analysoida; miksi tietty asia sai huonon arvosanan.

Jotta kysymykset ymmärrettäisiin lomakkeessa oikein, niiden yhteyteen liitettiin ohjeita ja tarkennuksia mitä kysymyksellä haettiin. Myös alkuun liitettiin ohjeet kuinka lomaketta käytetään. Näin saatiin oikeita tuloksia. Lomake myös testattiin Codematen työntekijöillä. Heiltä tuli paljon palautetta esimerkiksi kysymyksistä ja niiden muotoiluista. Heiltä tuli myös pyyntö, että kysymykset numeroitaisiin, jotta seuraaminen olisi helpompaa. Parantelin lomaketta saamani palautteen pohjalta. Vastausten perusteella näyttää siltä, että kysymykset on ymmärretty oikein, joten vastaukset ovat valideja.

Kyselyt toteutettiin heti alussa, jolloin saatiin tietoon mikä nykyisessä sivustossa on hyvää ja mikä huonoa. Käyttäjiltä tuli paljon hyvää palautetta ja muutoksia tehtiin palautteiden pohjalta. Ensimmäisen kierroksen kyselyyn osallistui 22 käyttäjää.

Sivuston ollessa valmis tehtiin ensimmäinen testauskierros. Tämä tapahtui koulun kurssin puolesta, jossa oppilaat testasivat sivustoa luokassa pareittain testauskenaarioiden avulla. Loin heille valmiiksi skenaarioita, jonka pohjalta he tekivät raportin löydöksistään. Testaajia oli 14 kappaletta, joten uskon että kaikki suurimmat käytettävyysongelmat sivustolla tulivat esiin.

Luokan testauksen myötä sivustoon tehtiin vielä pieniä muutoksia. Muutosten jälkeen sivusto annettiin käyttäjille testattavaksi ja he käyttivät kyselylomakkeen uuden sivuston pohjalta. Toisen kierroksen kyselyyn vastasi 20 käyttäjää.

## **6.2 Käytettävyytutkimuksen tulokset**

Oppilaiden tekemässä skenaariopohjaisessa testauksessa esitettiin 6 skenaariota. Kirjoitin skenaariot itse ja kirjoitin ne suomeksi. Kurssilla olevat opiskelijat olivat vaihto-opiskelijoita, joten kurssin opettaja käänsi kysymykset englanniksi. Ensimmäisenä tehtävänä oli löytää toimitusjohtajan sähköpostiosoite. Tehtävä koettiin raporttien mukaan todella helpoksi. Navigaatiosta klikkaamalla yhteystietoja käyttäjä näki suoraan haetun sähköpostiosoitteen.

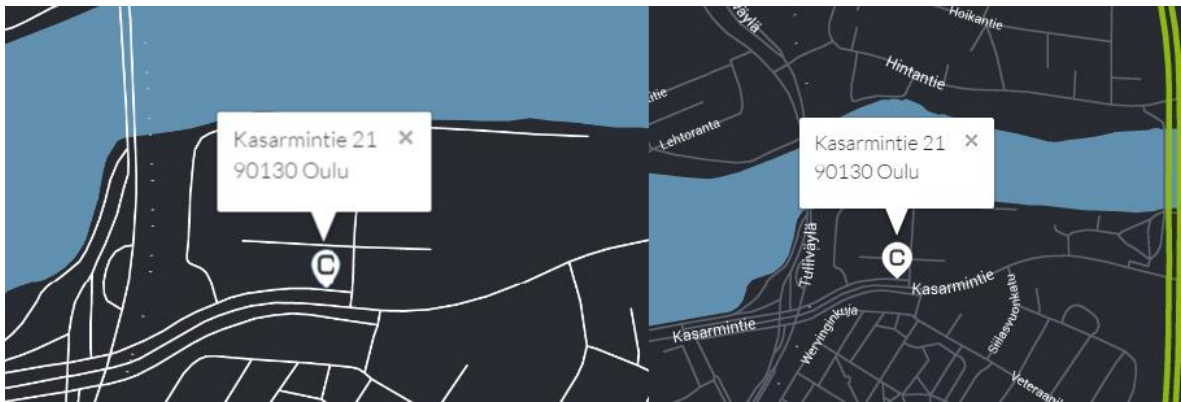
Seuraavana tehtävänä oli etsiä referensseistä mille kaikille alusteille Movenoten sovellus on tehty. Tu-  
 loksista ilmeni, että otsikot ovat huonot: käyttäjä ei löytänyt referenssejä helposti palvelut -otsikon alta.  
 Palvelut otsikon tilalle täytyy keksiä parempi otsikko, joka sitoo yhteen teknologiat, palvelut ja referens-  
 sit. Seuraava ongelma jonka käyttäjä kohtasi oli hämmennys miten kuvakarusellia käytetään mobiili-  
 laitteella. Karusellissa ei ollut minkäänlaisia viitteitä siitä, että sivuja löytyy lisää. Lisäsin karusellin ala-  
 laitaan pallot kuvastamaan sitä, että sivuja löytyy lisää. Se, että tajuaako käyttäjä karusellissa olevaa  
 pyyhkäisytoimintoa, riippuu täysin ihmisestä. Jos on tottunut käyttämään mobiililaitteita, pyyhkäisy toi-  
 minnon tulisi olla tuttu ele. Osalle karusellin toiminta oli täysin selvää ja ikonit tulivat ymmärretyksi. Oli  
 taas käyttötapauksia, jolloin käyttäjä ei osannut vastata kysymykseen, sillä ei ymmärtänyt ikoneiden  
 merkitystä. Eräässä raportissa tuli ehdotuksena, että lisätään ikonien esimerkiksi sana "alustat" sel-  
 ventämään niiden merkitystä.



KUVIO 5. Karuselli ennen päivittämistä (vas.) ja päivittämisen jälkeen.

Kolmantena tehtävänä käyttäjillä oli etsiä kaikki mobiiliteknologiat, joita yritys tuottaa. Yleisesti ottaen  
 kuviot koettiin selkeäksi, mutta järjestys oli huono, sillä ne olivat sekalaisessa järjestyksessä. Järjestelin  
 kuviot uudelleen parempaan järjestykseen. Seuraavaksi käyttäjien tuli selvittää löytyykö Dhakasta tällä  
 hetkellä vapaita työpaikkoja mobiilikehittäjille. Työpaikat koettiin selkeäksi, eikä niissä ollut ongelmia.  
 Olin itsekin tätä mieltä, joten en muuttanut työpaikkoja paljon edellisestä toteutuksesta.

Seuraavassa skenaariossa käyttäjien tuli katsoa kartasta tarkemmin ensin Oulun toimistoa ja sitten Helsingin toimistoa. Tulokset olivat tässä erittäin sekavat. En tiedä oliko kyseessä kielimuuri vai mikä, mutta monistakaan tuloksista ei ottanut kovin hyvin selvää. Ilmeisesti kartan kanssa koettiin paljon teknisiä ongelmia, jotka pyritään jatkossa ratkaisemaan. Se mitä tuloksista saatiin selville, oli että käyttäjä kaipasi teiden nimiä karttaan. Olin poistanut teiden nimet tyylillisistä syistä, mutta on totta, että kartta on paljon informatiivisempi jos siinä on osoitteet matkassa. Siispä kartta koki pienen muodonmuutoksen.



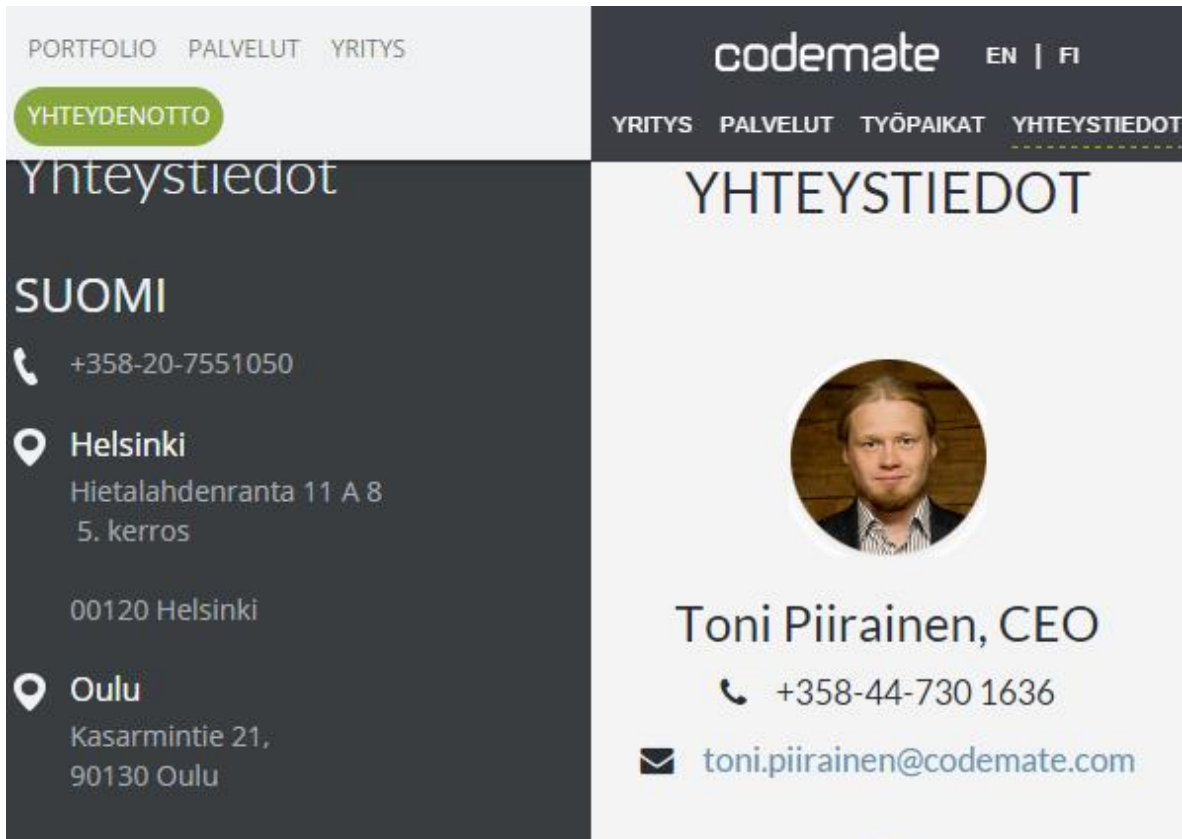
KUVIO 6. Kartta ennen päivittämistä (vas.) ja päivittämisen jälkeen.

Viimeisenä tehtävänä käyttäjillä oli katsoa lisätietoja käyttöliittymäsuunnittelusta. Tämä sujui todella hyvin, eikä yksikään käyttäjästä kokenut ongelmia tämän kanssa. Nuolet toimivat hyvin ja ilmoittivat käyttäjälle, että linkin alta löytyy lisätietoa aiheesta.

### 6.3 Ratkaisut

Navigaatio on työstetty neljään pääkategoriaan. Näin navigaatio voidaan säilyttää piilottamatta sitä pienemmilläkin näytöillä. Edellisellä sivustolla suomenkielinen navigaatio oli niin leveä, että elementit menivät kahdelle riville. Navigaatiosta on poistettu kaikki turhat JavaScript- kikkailut, joista ei kyselyn perusteella kovin pidetty ja ne on korvattu simppeleillä häivytysefektillä.





KUVIO 7. Vanhan (vas.) ja uuden sivuston navigaatio mobiilinäkyssä.

Päätin säilyttää alun vihreän taustakuva, sillä tuloksista kävi ilmi, että taustasta pidettiin ja se toi lämpimän vastaanoton. Alkutekstin fontin päätin muuttaa, koska edellisten sivujen fontti alkoi käymään liian vanhanaikaiseksi. Koko yrityksessä oltiin sitä mieltä että kaunokirjoitus-fontti toimii tässä tilanteessa ja on nykyaikainen. Yrityksen ilmettä päivitettiin samalla muuttamalla hieman vihreän sävyä.



KUVIO 8. Vanhan (vas.) ja uuden sivuston aloitusnäkyä.

Kuvat ovat kaikki korkearesoluutioisia, jotta ne näyttävät hyvältä esimerkiksi tarkemmillä Retina-näyttöilläkin. Lisäksi osassa ikoneista on käytetty ikoni fonttia FontAwesome, jotta tarkkuus säilyy kaikilla pikselitiheyksillä.

Yrityskuvaus oli edellisellä sivustolla liian pitkä. Jotkut kyselyyn vastanneet eivät jaksaneet edes lukea kuvausta loppuun, vaan siirtyivät seuraavaan kohtaan sivulla. Käyttäjät jotka jaksoivat lukea kyselyn loppuun asti, löysivät puutteita yrityskuvauksesta, vaikka se onkin pitkä ja sisältää paljon tietoa. Kuvaukselle on siis tehty mobile first -periaatteen mukaisesti lyhyt ja ytimekäs ja siihen on laitettu vain tarpeellinen tieto. Lisäksi kuvausta on pyritty elävöittämään ikoneilla ja luvuilla jotka kertovat yrityksestä. Luvuista käy ilmi esimerkiksi perustamisvuosi, jota aiemmilla sivuilla ei ollut mainittu.

**Yritys**

Codemate on suomalainen reilun 60 IT-alan ammattilaisen muodostama palveluyritys. Yhdessä asiakkaidemme kanssa luomme uusia ohjelmistoratkaisuja, jotka tuovat lisäarvoa loppukäyttäjille ja parempaa bisnestä asiakkaillemme. Osaamisemme keskittyy web-järjestelmien ja mobiilisovellusten suunnitteluun, kehittämiseen ja ylläpitoon.

Codematen Suomen toimistot ovat Oulussa ja Helsingissä. Suomessa meitä on yhteensä 30 projektipäällikköä, ohjelmistokehittäjää, arkkitehtiä, käyttöliittymäsuunnittelijaa ja pilvipalveluiden spesialistia. Olemme toteuttaneet satoja kehitysprojekteja pieniin ja suuriin tarpeisiin, pörssiyrityksistä pk-sektorille. Olipa kyseessä uusi käyttöliittymä, responsiivinen verkkopalvelu, mobiilisovellus tai vaativan julkaisujärjestelmän uudistaminen, me räätälöimme tarpeitasi vastaavan toteutuksen.

Me todella pidämme siitä mitä teemme, ja se näkyy työssämme.

**YRITYS**

Codemate on kansainvälinen ohjelmistotalo, jonka juuret ovat Suomessa. Olemme erikoistuneet arvoa tuottavien web-järjestelmien ja mobiilisovellusten kehittämiseen ja ylläpitoon palveluna. Luomme ratkaisuja, jotka tuovat parempaa bisnestä asiakkaillemme.

Olemme toteuttaneet satoja projekteja eri toimialoille - pörssiyritysten ja pk-sektorin isoihin ja pieniin tarpeisiin.



Perustettu  
2007



Liikevaihto  
2,75 M€



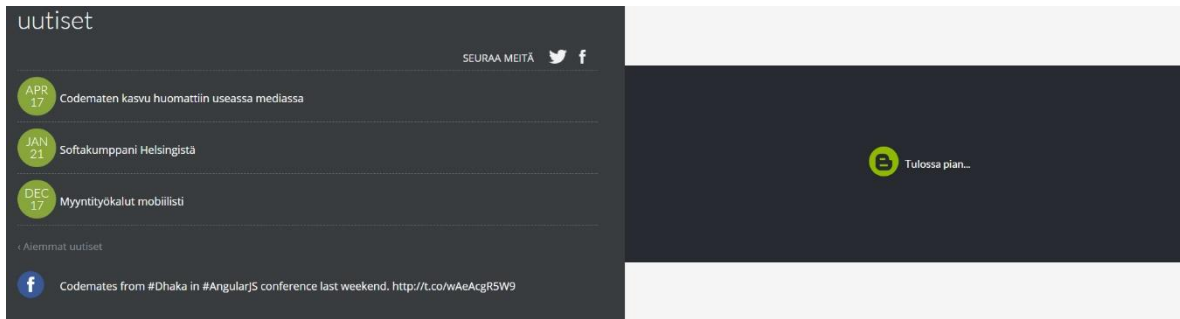
Työntekijöitä  
60



Projektin keskim.  
arvo  
36 k€

KUVIO 9. Vanhan (vas.) ja uuden sivuston yrityskuvaukset.

Kyselyssä hämmennystä keränneet uutiset tullaan korjaamaan blogikirjoituksilla. Blogikirjoitukset tulevat suoraan Blogger-palvelusta sivuille. Kirjoituksista näytetään vain muutama viimeisintä ja käyttäjä pääsee artikkelia klikkaamalla lukemaan lisää kirjoituksia. Tässäkin siis sisältö pidetään mahdollisimman minimalistisena, eikä esimerkiksi sivutusta oteta käyttöön kirjoituksille. Blogia ei ole vielä perustettu, joten sitä ei tulla vielä linkittämään sivustoon. Tällä hetkellä paikkaa sivustolla pitää ”Tulossa pian” – teksti, jotta sivuston ulkoasu ei muuttuisi kovin paljon kun blogia ollaan lisäämässä.



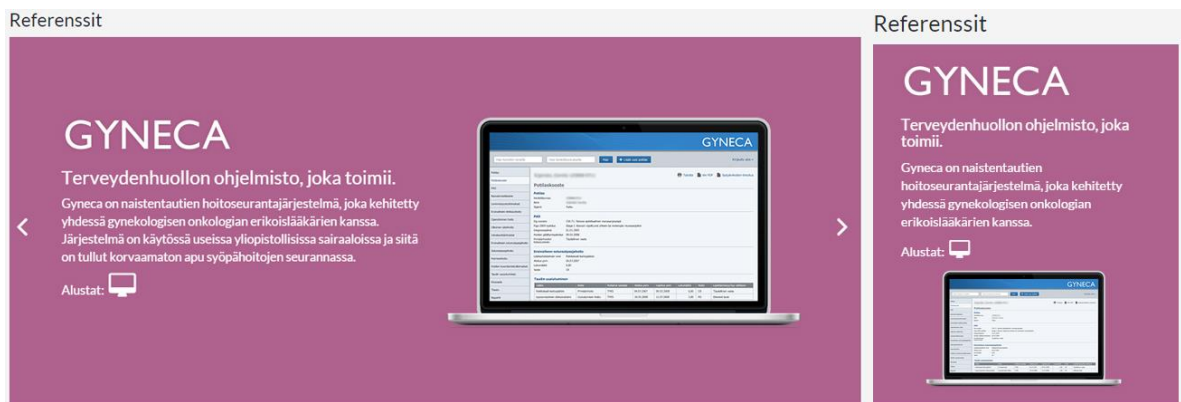
*KUVIO 10. Sivuston vanhan ulkoasun mukainen uutiset-osio (vas.) ja uuden sivuston uutisosion korvaava viimeisimmät blogi-kirjoitukset.*

Pohdin kauan millainen referenssi-osion tulisi olla. Yritin monenlaisia komponentteja, mutta tulimme yhdessä yrityksen kanssa siihen lopputulokseen, että karuselli-galleria oli kaikista paras. Yrityksellä ei ole lupaa käyttää kaikkien asiakkaiden tuotteita referensseinä, jolloin kaikista nimekkäimmät ja myyvimmat referenssit jäävät pois. Näin ollen automaattisesti rullaava karuselli oli edelleen paras ratkaisu. Edellisellä sivustolla karusellin ongelmana oli sen toiminta mobiilissa. Nuolet edelliseen ja seuraavaan näkymään katosivat mobiililaitella ja tilalle tulivat pienen pienet pallot, joihin oli todella vaikea osua suuren suurilla sormilla. Lisäksi monet kyselyyn vastanneista toivoivat karuselliin pyyhkäisytoimintoa, joka olisi luontainen toiminto mobiililaitteilla. Lähdin siis etsimään komponenttia, joka toimii pyyhkäisyllä, on responsiivinen ja johon saa myös tarvittaessa nuolet edelliseen ja seuraavaan näkymään. Edellisessä toteutuksessa ongelmana on myös se, että karusellissa ilmentyviä tietoja oli vähennetty runsaasti mobiilinäkymässä.



KUVIO 11. Vanhan sivuston portfolio-osio työpöytä näkymässä (vas.) ja mobiilinäkymässä.

Nyt tietoa on mobile first -periaatteen mukaan tiivistetty, mutta silti osa tekstistä on piilotettu periaatteen vastaisesti mobiilinäkymässä yrityksen toiveen mukaisesti. Kyselyn mukaan jotkut käyttäjät eivät edes huomanneet karusellin alla olevaa vaihtuvaa tekstiä, joten tekstin vähentäminen ja sen tuominen väri- liselle pohjalle mukaan oli oikea ratkaisu.

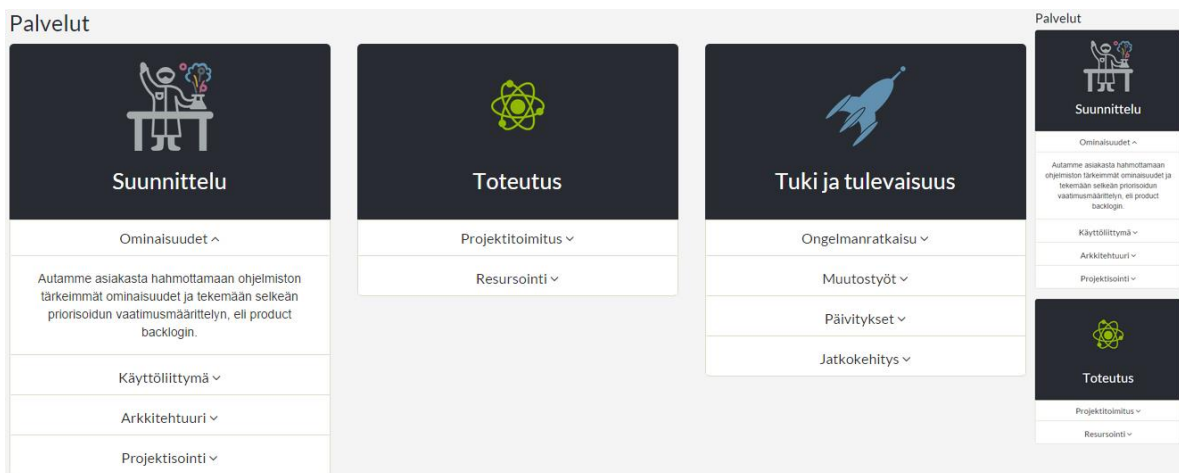


KUVIO 12. Uuden sivuston referenssi-karuselli työpöytä näkymässä (vas.) ja mobiilinäkymässä.

Palvelut- laatikot säilytin suunnilleen samannäköisinä, mutta sisältö muuttui. Nyt kyseessä on kolme selvää vaihetta palveluista. Kyselyssä tuli esille ilmiö, jossa käyttäjä luuli laatikoiden sisältävän lisätietoa ja yritti saada niitä aukeamaan. Keskustelimme asiasta ja tulimme yrityksen kanssa siihen lopputulokseen, että asioista voisi antaa lisätietoa. Kuvaukset piilotettiin linkkien alle, jolloin käyttäjä halutesaan saa niistä lisätietoa, mutta ulkoasu pysyy silti yksinkertaisena ja sisältö minimalistisena. Linkkejä myös selkeytettiin lisäämällä nuoli osoittamaan sisällön jatkumista. Edellisessä toteutuksessa laatikot hävisivät kapealla näytöllä ja tilalle tuli tylsä tekstipohjainen esitystapa. Uudella sivustolla laatikot säilytetään myös mobiilinäköymässä.



KUVIO 13. Vanhan sivuston palvelut-osio työpöytänäköymässä (vas.) ja mobiilinäköymässä.



KUVIO 14. Uuden sivuston palvelut-osio työpöytänäköymässä (vas.) ja mobiilinäköymässä.

Teknologiat nousivat omaksi osiokseen sivulla. Yrityksen puolesta teknologien kriteereinä oli mahdollisimman hyvä hakukoneoptimointi. Teknologioiden nimet tuli siis toteuttaa tekstinä, eikä kuvana. Kuviin saatiin lisättyä alt-tekstit, teknologian mukaan, joka myös parantaa hakukoneoptimointia. Suunnittelu- vaiheessa mielessä kävi, että kuvat voisivat pyörähtää hiiren mennessä kuvan päälle ja sen takaa

ilmestyisi kuvaus teknologiasta. En kuitenkaan halunnut toteuttaa tällaista toimintoa, koska käyttäjäkokemus ei olisi ollut samanlainen mobiililaitteilla. Pienellä näytöllä ikoneiden olisi pitänyt olla koko näytön leveyisiä, jotta teksti mahtuisi ikonin sisään. Tämä kuitenkin tekisi sivusta todella pitkän.



KUVIO 15. Uuden sivuston teknologiat-osio työpöytänäkymässä (vas.) ja mobiilinäkymässä.

Yritys haluaa jatkossa korostaa sosiaalista mediaa, joten sosiaalisen median ikonit nostettiin omaksi osiokseen sivulle.



KUVIO 16. Sosiaalisen median ikonit omana osionaan.

Työpaikat säilytettiin samanlaisena, uudella ulkoasulla varustettuna. Halusin lisätä osioon jonkinlaisen sitaatin joka kuvaa hyvin millaisia työntekijöitä talosta löytyy. Lisäsin työskentelyn ajaksi tekstin

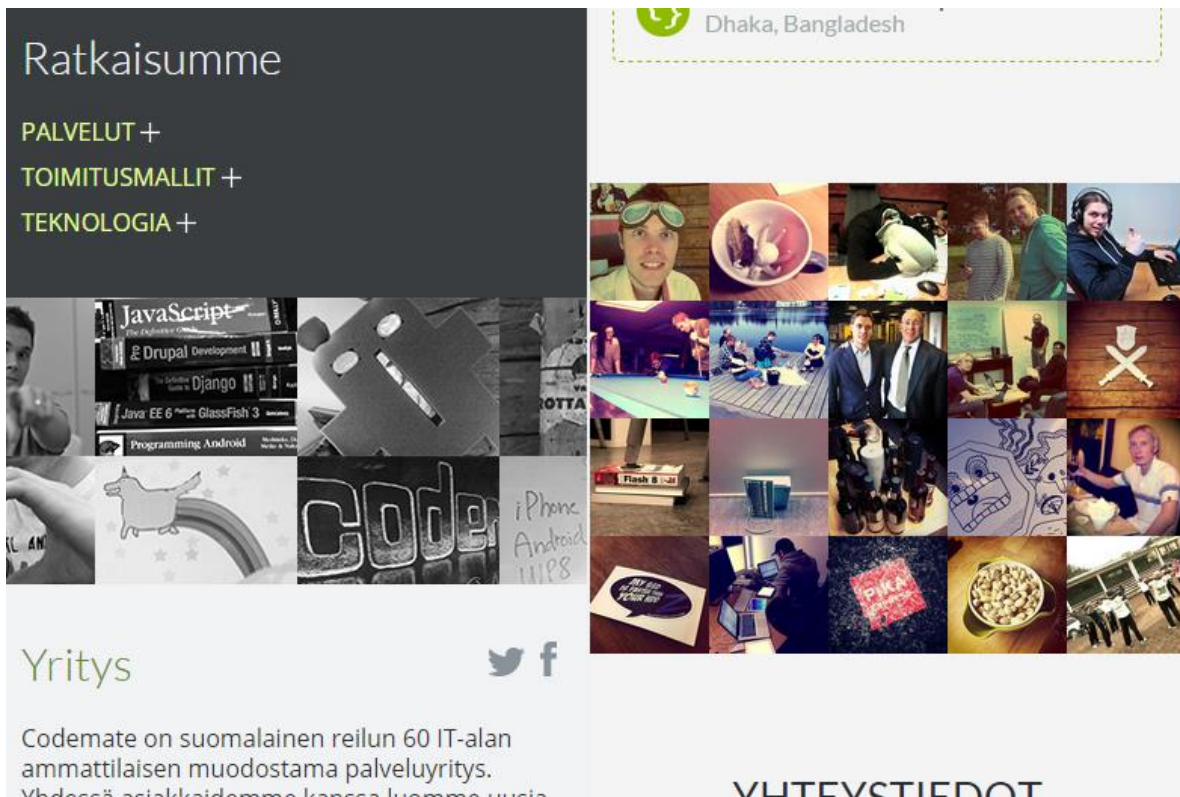


“Me haetaan semmosia huippuja tyyppejä meille töihin jotka tykkää koodata”, joka olikin yrityksen mielestä todella hyvä ja persoonallinen, joten se päätettiin jättää sivulle.

The image shows a comparison between two versions of a job advertisement banner. The left version, labeled 'Työpaikat', is cluttered with multiple job listings for various roles like 'Web front-end developer', 'Software Architect', 'Mobile developers', and 'Front-end Developer' across different locations. The right version, labeled 'TYÖPAIKAT', is clean and features a large quote: "Me haetaan semmosia huippuja tyyppejä meille töihin jotka tykkää koodata". Below the quote, there are four job listings, each with a location and a small icon.

KUVIO 17. Vanhan sivuston (vas.) ja uuden sivuston työpaikat-osio.

Kuvabanneri haluttiin ehdottomasti jättää sivulle sekä yrityksen että kyselyn tulosten mukaan. Päätin kuitenkin vähän ehostaa palkkia ja nyt siinä on käytössä komponentti, jossa kuvat vaihtuvat automaattisesti. Kuvien vaihtaminen ja sivujen päivittäminen on nyt myös helpompaa, sillä kuvat ovat omina tiedostoinaan, eikä uutta kuvabanneri tarvitse koostaa joka kerta erikseen. Banneri tuo myös lisäeloa sivustolle ja tuo yrityksestä persoonallisemman kuvan. Se on myös helpompi kustomoida mobiilille sopivammaksi, sillä edellinen kuvakokonaisuus leikkautui kapealla näytöllä jolloin näkyviin jäi vain pari kuvaa. Uudella komponentilla voidaan päättää kuinka monta kuvaa jätetään näkyviin milläkin näytön leveydellä.



KUVIO 18. Vanhan sivuston (vas.) ja uuden sivuston kuvabannerit mobiilinäkymässä.

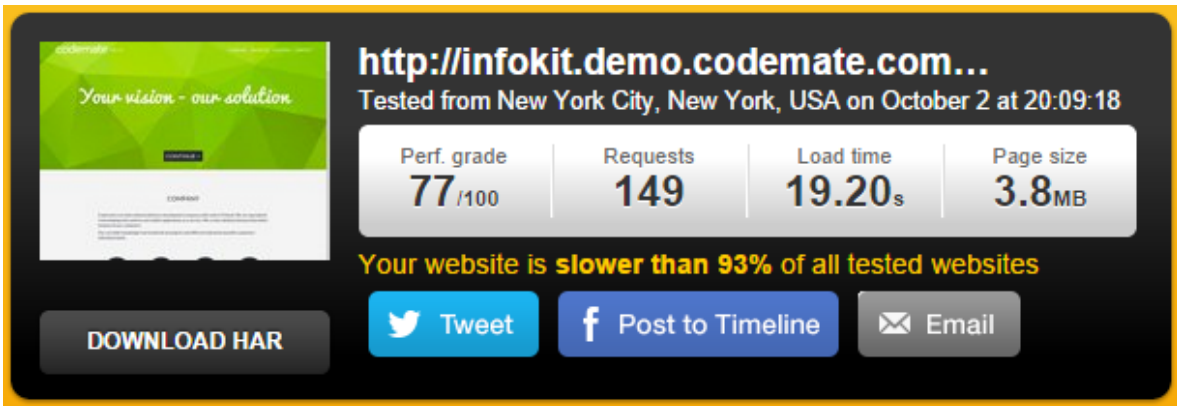
Yhteystiedot jätettiin samanlaiseksi kuin ennen. Vain yksi asia muutettiin ja se oli hover-efekti, jossa hiiren ollessa kuva päällä kuva muuttui mustavalkoisesta värilliseksi. Ominaisuus oli melko turha ja se toimi mobiilissa todella huonosti tai ei lainkaan. Toimipaikkojen yhteystiedot jäivät myös samanlaisiksi kuin ne olivat edellisellä sivustolla. Järjestystä muutettiin siten, että henkilöiden yhteystiedot tuotiin toimipaikkojen yläpuolelle, sillä tätä informaatiota tarvitaan enemmän, kuin toimipaikkojen yhteystietoja. Kartta taas tiputettiin aivan alimmaiseksi, koska tällä on kaikista vähiten informaatioarvoa. Kartta on samanlainen kuin ennen, se koki vain tyylillisesti muodonmuutoksen. Ongelmana havaittiin että käyttäjät jumittuivat karttaan, eivätkä päässeet selaamaan sivua ylös tai alas. Nyt ongelmaa on helpotettu niin, että karttaa on pienennetty mobiililaitteilla jolloin muihin osioihin on enemmän tarttumapintaa. Kartan infoikkunassa oli vanhalla sivustolla takaisin-nappi jota painamalla pääsi palaamaan kartan laajaan näkymään. Päätin poistaa tämän napin ja nyt käyttäjä pääsee laajaan näkymään painamalla x-merkkiä, joka sulkee infoikkunan. Lopussa käyttäjälle haluttiin edelleen tarjota mahdollisuus siirtyä takaisin alkuun, joten "takaisin alkuun" nappi päätettiin jättää.





KUVIO 19. Sivun alalaidassa sijaitseva ”takaisin alkuun” nappi.

Suorituskyky nousi lopussa suureksi ongelmaksi. En ollut optimoinut kuvia nettisivulle sopiviksi. Tehdessäni nopeustestin sivustolle järkytyin siitä minkä kokoiseksi sivusto oli paisunut. Sivuston koko oli 10.8Mb ja sen lataamiseen meni 28 sekuntia aikaa. Sain kuvia pienentämällä tiivistettyä sivuston 3.8 megabittiin, mutta silti sen latausaika oli hirveät 19 sekuntia.



KUVIO 10. Uuden sivuston nopeustesti kuvien pienentämisen jälkeen.

Sivustolla on poikettu hieman mobile first -näkökulmasta. Muun muassa referenssit -osiossa karusellista on piilotettu tekstiä mobiilinäkyvässä. Yrityksellä on käytössään Google analytics, jonka mukaan 83 % Codematen sivuston vierailuista tehdään tietokoneilla. Tabletteja käyttää vain 10 % ja puhelimia 7 %. Vaikka mobiililaitteet eivät olekaan yrityksen ensisijainen kohdeyleisö, halusin silti tehdä sivuston pitkälti mobile first -periaatteella. En nähnyt siinä mitään haittaa vaan päinvastoin. Sisällöstä tuli tiivistä ja sivustoa on miellyttävä selata niin tietokoneella, kuin mobiililaitteillakin. Olen myös varma, että jonain päivänä mobiilimaailman kasvu näkyy myös kyseisen yrityksen sivuston kävijämäärissä.

<input type="checkbox"/>	Device Category <sup>?</sup>	Acquisition		
		Sessions <sup>?</sup> ↓	% New Sessions <sup>?</sup>	New Users <sup>?</sup>
<input type="checkbox"/>		<b>1,100</b> % of Total: 100.00% (1,100)	<b>77.36%</b> Site Avg: 77.36% (0.00%)	<b>851</b> % of Total: 100.00% (851)
<input type="checkbox"/>	1. desktop	<b>914</b> (83.09%)	76.04%	<b>695</b> (81.67%)
<input type="checkbox"/>	2. mobile	<b>112</b> (10.18%)	79.46%	<b>89</b> (10.46%)
<input type="checkbox"/>	3. tablet	<b>74</b> (6.73%)	90.54%	<b>67</b> (7.87%)

KUVIO 11. Google Analytics tulokset yrityksen edelliseltä sivustolta.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Ensireaktio sai hieman paremmat arvostukset, kuin vanha sivusto. Uudelle sivustolle 35 % käyttävistä antoi arvostuksen viisi, 50 % käyttäjistä arvostuksen neljä ja 10 % käyttäjistä arvostuksen kolme. Vanhalla sivustolla vastaavat luvut olivat 32 %, 45 % ja 23 %.

Helppokäyttöisyydessä taas vanha sivusto sai paremmat arvostukset: 45 % antoi arvostuksen viisi ja 55 % antoi arvostuksen neljä. Uudella sivustolla arvostukset olivat 35 %, 55 % ja 10 %. Vapaa sana kentästä ei kuitenkaan selvinnyt, miksi uusi sivusto sai huonommat arvostukset. Sivustoa sanottiin helppokäyttöiseksi ja hyväksi mobiiliversioksi. Muutama kritiikki toki oli mukana, muun muassa navigaatiolinkit olivat liian pienet ja teknisiä ongelmia Google Mapsin kanssa oli koettu.

Selkeydessä uudelle sivustolle 45 % käyttäjistä antoi arvostuksen viisi, kun taas vanhalle sivustolle vastaava luku oli 36 %. Samoin ajanmukaisuudessa uusi sivusto sai paremman tuloksen: 55 % käyttäjistä antoi arvostuksen viisi ja 40% arvostuksen neljä. Vanhalla sivustolla luvut olivat 55 % ja 32%.

Sivuston ulkoasun miellyttävyydessä uusi sivusto sai paremmat arvostukset. 45 % antoi arvostuksen viisi ja 50 % antoi arvostuksen neljä. Vanhalla sivustolla vastaukset jakaantuivat arvostuksille 5-2 (41 %, 45 %, 5 % ja 9 %). Käyttäjien mielestä uusi sivu erottuu paremmin edukseen: 45 % käyttäjistä antoi arvostuksen viisi, kun taas vanhalle sivustolle vastaava luku oli 36 %. Uusi sivusto antaa myös ammattimaisemman kuvan, sillä 60 % käyttäjistä antoi sivustolle arvostuksen viisi. Vanhalle sivustolle luku oli 55 %.

Uudelta sivustolta myös löytyy tarpeellinen tieto paremmin, sillä 60 % antoi tälle osuudelle arvostuksen viisi, kun taas vanhalle sivustolle arvostuksen viisi antoi 55 % käyttäjistä. Suuri muutos oli sisällön ymmärtämisessä. Vain 45 % käyttäjistä antoi vanhalle sivustolle arvostuksen viisi, kun taas huimat 75 % käyttäjistä antoi uudelle sivustolle vastaavan arvostuksen.

Klikattavat elementit saatiin erottumaan paremmin sivustolla. Vanhalle sivustolle 18 % käyttäjistä antoi arvostuksen viisi, 41 % käyttäjistä arvostuksen neljä, 32 % arvostuksen 3 ja 9 % arvostuksen kaksi. Uudella sivustolla vastaukset jakaantuivat arvostuksille 5 -6 prosentein 35 %, 45 % ja 20 %.

Navigaatio sai huonommat arvosanat uudella sivustolla, kuin vanhalla. Kummatkin saivat n. 40 % vastauksista arvosanalle viisi, mutta uudella sivustolla muut vastaukset jakaantuivat arvosanoille neljästä kahteen, kun taas vanhalla sivustolla ne jakaantuivat neljästä kolmeen. Huonomman arvosanan uusi navigaatio sai ilmeisesti liian pienistä painikkeista.

Yritys-osuus sai reilusti paremmat arvostelut uudella sivustolla, kuin vanhalla: uudelle sivustolle annettiin 45 % vastauksista arvosana 5, kun taas vanhalla sivustolla vastaava luku oli 23 %. Uuden sivuston portfolio sai myös paremmat arvostelut vastaavien lukujen ollessa 35 % ja 14 %. Uuden sivuston palvelut veivät myös voiton, kun 50 % käyttäjistä antoi arvosanan viisi ja 45 % arvosanan neljä. Vanhan sivuston portfolio-osuudelle 32 % käyttäjistä antoi arvosanan viisi, 55 % käyttäjistä arvosanan neljä ja 14 % käyttäjistä arvosanan kaksi.

Mielenkiintoinen tulos löytyi työpaikoista, sillä uudelle sivustolle huimat 70 % antoi arvosanan viisi ja vanhalle sivustolla vastaava luku oli 50 %. Tämä on hämmentävä tulos, sillä toiminnot eivät muuttuneet lainkaan ja osio pidettiin hyvin samankaltaisena, kuin edelliselläkin sivustolla. Vain ulkoasu päivittyi, tulosten mukaan ilmeisen hyvään suuntaan.

Yhteydenotto- osiot saivat paremmat arvosanat uudella sivustolla. Yhteystietojen toisessa osassa kartan tekniset ongelmat jakoivat tuloksia arvosanoille 5-2. Silti se sai korkeamman tuloksen arvosanalle viisi. Uuden sivuston yhteystieto-osioille 65 % ja 50 % käyttäjistä antoi arvosanan viisi, kun vastaavat luvut vanhalle sivustolle olivat 45 % ja 36 %.

Kun käyttäjiltä kysyttiin kuinka paljon he pitivät sivustosta yleensä, vanha sivusto sai 27 % vastauksista arvosanalle viisi, 55 % arvosanalle neljä ja 18 % arvosanalle kolme. Vastaavat luvut uudella sivustolla olivat 25 %, 70 % ja 6 %. Uuden sivuston kyselylomakkeen lopussa kysyttiin raaka kysymys ”muuttuiko sivusto parempaan suuntaan?”. 95 % Käyttäjistä vastasi tähän kysymykseen kyllä. Yksi vastaajista siis vastasi ei ja hän oli perustellut vastaustaan näin: ”En muista vanhasta sivusta paljoa, joten en huomannut muutoksia.”

Olen tyytyväinen tuloksiin, sillä lähtökohtaisesti vanha sivusto oli jo saanut hyvät arvostukset, joten ajattelin että niitä on vaikea päivittää. Osa vastauksista harmittaa, sillä muutamiin kohtiin oli annettu arvosana 1, vaikka vapaa sana –kenttään oli vastattu ”ei mitään pahaa sanottavaa tästä kohdasta.” Tämä alensi huomattavasti arvosanaa muutamassa kohdassa. Juuri tässä tapauksessa tulee hyvin esille lomaketutkimuksen huonot puolet. Luulen että uuden sivuston tuloksiin vaikutti myös suuri virheiden määrä, sillä en ollut itse löytänyt kaikkia virheitä omassa testauksessani. Virheet ymmärrettävästi huonontavat käyttäjäkokemusta. Nyt kaikki virheet ovat kuitenkin tiedossa, joten kun ne korjataan. Lopputuloksesi voisi sanoa että Codemate Oy tulee saamaan todella hyvät uudet sivut.

Nilsenin käytettävyysteoriat heijastuvat nykypäivän moderniin ajattelutapaan ja etenkin mobile first –periaatteeseen. On hienoa, että jokin mikä on saanut alkunsa vuonna 1995, on voimassa vielä tänäkin päivänä. Yksinkertaisuutta ja loogisuutta painostetaan sekä Nilsenin heuristiikoissa, että mobile first -periaatteessa. Molempien teorioiden mukaan käyttämisen tulisi olla mahdollisimman tehokasta ja joustavaa. Samankaltaisuuksia voidaan löytää paljon. Yksi molempia yhdistävä asia oli erityisen mielenkiintoinen: ulkoasut saisi sisältää ylimääräisiä elementtejä tai epäolennaista tietoa. Missä vaiheessa web-suunnittelun säännöt ovat unohtuneet jos näitä samoja Nilsenin keksimiä periaatteita aletaan toistaa uutena, maailman mullistavan mobile first -periaatteena? Vai lieko Nilsen ollut vain edellä aikansa?

Ennen ajattelin responsiivisyydestä, että se on ainoa ratkaisu. Se on mielestäni paras ratkaisu monessa tilanteessa, mutta on olemassa paljon tilanteita, jotka vaativat oman mobiiliversion. Tässä on kuitenkin usein ongelmana tabletit, jotka putoavat välikategoriaan: normaalisivuston selaaminen on vaikeaa, mutta mobiilisivusto on optimoitu vain puhelimille. Mielestäni jos lähdetään optimoimaan sivuston versioita laitekohtaisesti, pitäisi vähintäänkin jokaiselle laitekategorialle olemassa omat versiot: tietokoneet, tabletit ja puhelimet.

Selaan vapaa-aikanani sivustoja lähestulkoon vain mobiililaitteilla. Jouduin usein tilanteisiin, joissa vasten tahtoani siirryn mobiilioptimoidulle sivustolle, jolla en voi tehdä samoja asioita, joita voisin tehdä tietokoneilla. En edelleenkään kannata sivustoja, jotka tarjoavat mobiilikäyttäjille vain rajatut mahdollisuudet. Mielestäni kukaan ei ole oikeutettu päättämään että käyttäjä haluaa nähdä vain ravintolan aukioloajat, koska on mobiilikäyttäjä.

## 8 POHDINTA

Tavoitteena oli parantaa Codemate Oy:n web-sivustoa ja sen käytettävyyttä kaikilla laitteilla. Vanhan sivuston mobiiliversiossa oli piilotettu elementtejä ja sen ulkoasu oli paljon tylsempi kuin työpöytäversion. Sivusto ei myöskään toiminut täydellisesti kaikilla mobiililaitteilla. Uusi sivusto testattiin useilla laitteilla, sekä tekijän, että käyttäjien puolesta. Tavoitteena oli saada yhtä hyvä käyttäjäkokemus kaikille laitteille.

Työn aihe oli hyvä, koska sain tehdä jotain todella haastavaa. En voinut jättää mitään puolitiehen tai jättää virheitä huomioimatta. Sain todella paljon vastuuta. On myös hienoa, että opinnäytetyöni pääsee esille ihmisten nähtäväksi.

Työn aiheessa huonoa oli se, että suurin osa sivuston varsinaisista vierailijoista käyttää sivuston selaamiseen tietokonetta. Mobile first periaatteet eivät aina päteneet sivustoon, sillä yritys halusi piilottaa tekstiä mobiililaitteilta ja palvella paremmin tietokoneella sivustoja selaavia. Tosin uskon, että joku päivä tulokset alkavat kääntyä toiseen suuntaan ja mobiililaitteiden määrän kasvu alkaa näkyä myös tämän yrityksen kävijätilastoissa. Nyt yritys on valmiina tähän muutokseen, sillä muuten valinnat pohjautuvat hyvin pitkälti mobile first -periaatteeseen.

Kun aletaan pohtia että onnistuinko tavoitteissa, kysymykseen on helppo vastata. Käyttäjät ovat puhuneet: 95 % vastaajista oli sitä mieltä, että sivusto muuttui parempaan suuntaan. Kaikkiin kysymyksiini en saanut niin hyviä pisteitä kuin olisin toivonut, mutta olen silti tyytyväinen, että uusi sivusto sai monessa paikassa paremmat arvosanat, kuin vanha sivusto. Mielestäni tavoitteet täytyivät siinä vaiheessa, kun suurin osa piti uutta sivustoja parempana kuin edellistä.

Koulussa kursseilla ei ole käsitelty paljon aihetta käytettävyys tai käyttäjäkokemus, joten halusin paneutua siihen tarkemmin. Opinnäytetyötä tehdessä selvisi paljon uusia asioita käytettävydestä ja etenkin se, kuinka tärkeää käytettävyystestaus on. Jos tekisin tämän opinnäytetyön uudelleen, lähtisin liikkeelle testaamalla edellisen sivuston paremmin. Oppilaiden tekemässä käytettävyysarviossa selvisi ongelmia, jotka ovat jo olemassa vanhalla sivustolla, mutta en osannut kiinnittää niihin huomiota. Työ

olisi siis aloittaa tekemällä skenaariopohjainen käytettävyytestaus vanhalle sivustolle. Ongelmiin olisi voitu paneutua heti alussa. Nyt ongelmia on enää myöhäistä korjata.

Lukiessani oppilaiden tekemiä raportteja skenaariotestauksesta, väittelin ensin tulosten kanssa mielessäni. Joskus työlleen tulee sokeaksi, eikä halua nähdä tai kuulla siinä esiintyviä vikoja. Olin tehnyt sivustoa jo niin kauan, että siitä oli tullut minulle absoluuttinen totuus, enkä nähnyt enää sen käytettävyyvirheitä. Kun olin vähän aikaa lukenut raportteja aloin nähdä niissä tietyn kaavan joka toistui kerta toisensa jälkeen. Näin pahimmat käytettävyysongelmat paljastuivat. Samalla huomasin, että suunnittelutyöni ei ole täydellistä.

Periaatteessa on hyvä, etten itse ehtinyt tekemään skenaariopohjaista testausta, sillä luulen, että olisin vaikuttanut omalla toiminnallani tuloksiin. Tällaiseen työhön tarvitaan tietynlaista kypsyä etenkä jos kyseessä on oma työ. Uskoisin nyt olevani valmis tekemään kyseisen testauksen, mutta vielä eläessäni maailmassa, jossa työni on täydellinen, en olisi pystynyt tuottamaan luotettavaa raporttia.

Tehdessäni kyselyn usealle käyttäjälle sain todella luotettavia tuloksia. Ihmiset saivat kommentoida sivustoja täysin anonymisti, eikä testaja ollut vaikuttamassa arvosanoihin. Kyselylomakkeet käytettävyyden analysoinnissa eivät ole ehkä paras mahdollinen keino, mutta tein kuitenkin mielestäni hyvän ratkaisun valitessani lomakkeen tutkimustavaksi. Jos kyseessä olisi ollut vaikkapa massiivinen verkko-kauppa, ei kyselylomakkeista olisi ollut mitään iloa.

Myös skenaariopohjaisten tehtävien kirjoittamisessa tarvitsen vielä paljon opettelua. Niiden tulee olla suoralinjaisia ja yksinkertaisia, mutta silti osoittaa käyttäjälle tarkkaan mitä tulee tehdä. Vaikka opinäytetyöni ei keskittynyt skenaariopohjaiseen testaukseen, on silti hyvä, että sain siitä näin paljon irti. Jos olisin aiemmin tiennyt kuinka merkittävä osa käytettävyyttä tämän kaltainen testaus on, olisin ehdottomasti keskittynyt siihen enemmän.

Haluan kiittää Codemate Oy:tä mahtavasta opinäytetyöaiheesta. Suuri kiitos myös kuuluu niille oppilaille, jotka olivat mukana skenaariotestauksissa. Suurin kiitos kuitenkin kuuluu niille, jotka olivat mukana täyttämässä lomaketta omana vapaa-aikanaan ja täysin vapaaehtoisesti. Kiitos siis kaikille osallistuneille!

## LÄHTEET

Blodget, H. & Cocotas, A. 2012. The future of digital. Hakupäivä 24.8.2014, <http://www.businessinsider.com/future-of-digital-slides-2012-11?op=1>.

Croft, J. 2010. On “responsive web design” and the mobile context. Hakupäivä 24.8.2014, <http://jeffcroft.com/blog/2010/aug/06/responsive-web-design-and-mobile-context/>.

Cube, J. 2010. What Is User Experience Design? Overview, Tools And Resources. Hakupäivä 20.9.2014, <http://www.smashingmagazine.com/2010/10/05/what-is-user-experience-design-overview-tools-and-resources/>.

Heller, S. 2013. What’s Happened to PCs? Hakupäivä 1.10.2014, <http://www.fool.com/investing/general/2013/03/22/whats-happened-to-pcs.aspx>.

Kokkonen, A. & Ahtinen A. 2000. Käytettävyyden arviointi. Hakupäivä 27.9.2014. [http://www.cs.uta.fi/ipopp/www/ipopp2000/AhtinenKokkonen/kaytettavyys\\_2.html](http://www.cs.uta.fi/ipopp/www/ipopp2000/AhtinenKokkonen/kaytettavyys_2.html).

Lehtiniitty M. 2013. Tablettilaitemyynti Suomessa kovassa vedossa: 145 prosentin kasvu. Hakupäivä 5.10.2014, <http://mobiili.fi/2013/11/01/tablettimynti-suomessa-kovassa-vedossa-145-prosentin-kasvu/>.

Marcotte, E. 2011. Responsive design. New York: A Book Apart.

Mobile First, Zurb. 2014. Hakupäivä 5.10.2014, <http://zurb.com/word/mobile-first>.

Nilsen J. 1995. 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Hakupäivä 27.9.2014. <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>.



Nilsen, J. 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Hakupäivä 20.9.2014, <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>.

Ovaska, S. & Aula, A. & Majaranta, P. 2005. Johdatus käytettävyytutkimukseen. Hakupäivä 17.7.2014, [http://www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/1\\_Ovaska-Aula-Majaranta.pdf](http://www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/1_Ovaska-Aula-Majaranta.pdf).

Pearce, J. 2010. Not a mobile web, merely a 320px-wide one. Hakupäivä 24.8.2014, <http://tripleo-deon.com/2010/10/not-a-mobile-web-merely-a-320px-wide-one>.

Responsive Design, Benchmark. 2014. Hakupäivä 5.10.2014, <http://benchmark.co.uk/technology/responsive-web-design/>.

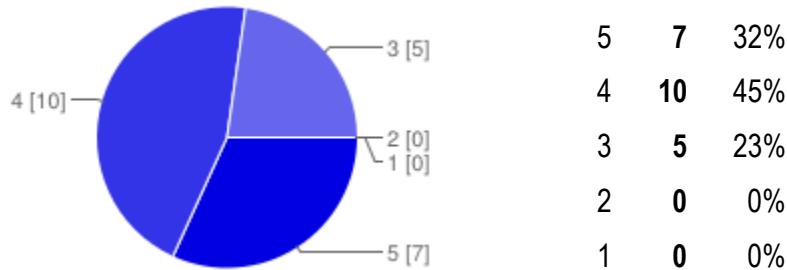
Schade A. Responsive Web Design (RWD) and User Experience. Hakupäivä 27.9.2014, <http://www.nngroup.com/articles/responsive-web-design-definition/>.

Vanhala, T. 2005. Kyselylomakkeet käytettävyytutkimuksessa. Hakupäivä 17.7.2014, <http://www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/2-Vanhala.pdf>.

Vassos T. 2014. The planet has reached the mobile moment: Top 20 mobile growth stats. Hakupäivä 5.10.2014, <http://asmarterplanet.com/mobile-enterprise/blog/2014/01/planet-reached-mobile-moment-top-20-mobile-growth-stats.html>.

Wroblewski, L. 2011. Mobile first. New York: A Book Apart.

**1. Ensireaktio:**



**Vapaa sana:**

Minulle latautui ensimmäisenä sanat Your Vision - Our Solution.. se nostatti jotenki lämpimän vastaanoton, että hei mä vien heille oman visioni niin heiltä tulee siihen ratkaisu.. oikein mukava ja käyttäjä ystävällinen sivusto.. Vihreä tausta valkoiselle tekstille tosi kiva. Yrityksen toimiala ja kaikki muu kävi melkein heti selväksi kun sivustolle tuli.

Sivusto erittäin hyvä, mutta Riku Aution värillinen ja mustavalkoinen kuva näkyvät osittain molemmat yhteystiedot kohdassa Iphone 4s:llä selatessa.

Raikas ja selkeä ulkoasu

Itse pidän sivuista, joissa värimaailma on minimaalinen (melkein mustavalkoinen) lopput väreistä tulee

En tykkää ns. yhden sivun nettisivuista :)

Codematen sivut ovat kyllä siististi tehdyt ja toiminnalliset, selkeätkin, mutta tyyllisesti näissä ei ole mitään erityistä. Eli vaikutelma jää suht neutraaliksi. Mutta ei pidä ajatella, että tämä on huono asia: tyyllisesti raflaavat sivut voivat karkoittaa osan potentiaalisista asiakkaista heti kättelyssä. Neutraalit sivut antavat käyttäjälle mahdollisuuden rauhassa tutustua sisältöön ja tuotteisiin. Eli nämä ovat ennen kaikkea funktionaalisesti selkeät rauhallisella mutta silti kurantilla tyyllillä tehtynä. Värimaailma on vähän häiritsevää. Scrollattavaa on aika paljon jos ei huomaa että navigointi palkki ylhäällä viittaa samaan sivuun. Ensi ajatus navigointi palkista oli että se vie eri sivuille eikä eri paikkoihin etusivulla joten scrollailin etusivua.

Sivun yläosassa (etusivu, portfolio, palvelut) raikas fiilis värien osalta.

Hyvät värit ja selkeät. Teksti oli isoa ja selkeä fontti.

Ensivaikutelma oli tyylikkään asiallinen ja ammattimainen.

Selkeät ja helppokäyttöiset

Vaatii totuttelua käyttää välilehdetöntä sivua. Hieman tylsä kun pitää scrollata vain alaspäin, mutta toimii paremmin puhelimella. Hyvä värimaailma, rento.

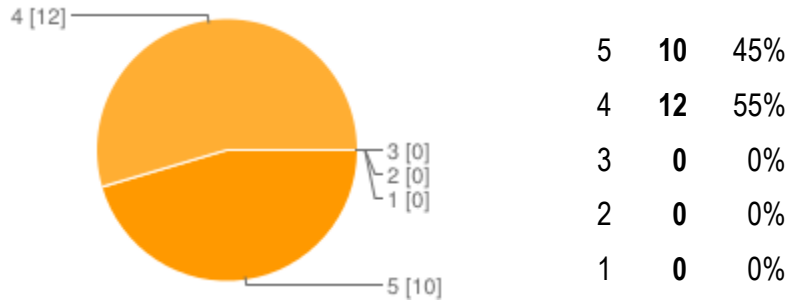
Nätti ulkoasu, värimaailma valittu hyvin. Mikään ei pomppaa silmille häiritsevästi.

Miellyttävä design, ajanmukainen.

Visuaalisesti hienot. Simppelit, mutta silti hienot ja mukava käyttää. Tosin cases-kohta näyttää hieman liikaa mainoksilta, ehkä joku toisenlainen interaktiivisuus olisi hyvä, mainosbannerimaisuuden sijasta.

Tabletilla sivulle mentäessä ensimmäisenä näkyy ylänavigaatio, vihreä "Your Vision - Our Solutin" -palkki ja pikku pätkä harmaata. Sivuston tarkoitus tulee kyllä heti selville ja näkymä on siisti, mutta ei herätä mitään suuria tunteita. Toimiva ja selkeä, mutta aika perus. Tosin tarviiko firman sivuilla ihan hirveästi kikkaillakaan?

## 2. Kuinka helppo sivua on käyttää?



### Vapaa sana:

Allekkainen jaottelu on selkeä. Sivusto on periaatteessa yksi sivu, mutta sen jaksaa selata minimaalisen tekstisisällön takia. Sivusto on tosi selkeä ja kaikki löytyy heti kun sivustolle menee. Yhteystiedot sun muut tosi helposti löydettävissä.. Tykkäsin sivustosta.

Käytettävyys helppo muuten, valikkotekstit näkyy puhelimella pienellä.

Toimiva kokonaisuus.

Sisältö on rajattu aika lailla olennaiseen, ja itselleni ainakin litteä hierarkia ylhäällä olevan navigointipalkin kanssa toimii ihan hyvin. Visuaalisestihan tuo antaa saman rakennevaikutelman niillekin käyttäjille jotka ovat tottuneet siihen että navigointipalkista avautuu aina uusi sivu.

Android puhelimella helposti luettava sivu. Ei tarvi zoomailla missään kohtaa.

Kesti hetken aikansa, että tajusi että sivua tarvii vain rullailla ylös ja alan eikä erikseen olevia välilehtiä ollut.

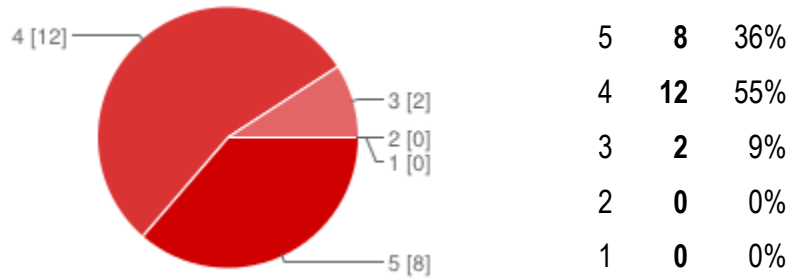
Navigointi on helppoa ja selkeää, ja sivua on miellyttävä selata. Cases-karuselli pyöri melko nopeasti, joten alla olevaa tekstiä ei ehtinyt lukea. Karusellin saa kyllä pysähtymään, mutta se voisi pysähtyä myös viemällä hiiren karusellin päälle.

Tiedon löytää helposti.

Ei toiminnallisuusongelmia.

Navigaatio on selkeä ja minusta on erittäin hyvä että kaikki sisältö on samalla sivulla ettei tule koko ajan uusia sivunlatauksia. Ainoa huono asia käytettävyden kannalta on contact -osiossa oleva iso kartta. Selatessani sivua, jumitun todella helposti karttaan kiinni. Tämä on kylläkin ihan yleinen ongelma, olen törmännyt samaan oikeastaan jokaisella sivustolla, jossa tällanen kartta on käytössä..

### 3. Kuinka selkeä sivusto on?



#### Vapaa sana:

Sivusto on helposti luettavissa, sitä on miellyttävä katsoa ja tekstiä ei ole liikaa. Mielestäni isoin puute on, että uutiset-sivu on vasta sivun keskivaiheilla, eikä sille ole linkkiä navigointivalikossa.

Sivusto on todella selkeä, en hämmentynyt missään vaiheessa :) EDIT. Uutiset - ja portfolio -osioissa tulikin vastaan vähän epäselvyyksiä. Pieniä asioita, joita en aluksi edes huomannut, kommentteja lisää niiden kysymysten kohdalla...

Mobiililaitteella selaamisessa meni vähän enemmän aikaa saada näkymään haluttu osio. Teksti oli myös aika isoa jolloin piti rullailta pidmpään.

Kuten sanottu, sisältö rajautuu oleelliseen, eikä ole syytä ympätä sinne enempää tavaraa. Jonkin verran tuolla on kulunut businessjargonia, kuten "liiketoimintalähtöinen..." -- kun mitä muuta se voi olla tällaista palvelua tuottavalle yritykselle? Jos sisällöllä haluaa erottua muista vähän, niin noita palvelukuvauksia voisi ehkä vähän terävöittää: vähemmän jargonia, enemmän suoraa juttua ihmiskielellä siitä mitä tehdään. "Kehitämme asiakkaillemme web-palveluita ja mobiilisovelluksia" on jo enemmän sitä itseään.

Aina on jotain parantamisen varaa! Omia sivuja tulee pitää ajantasalla myös uusien trendien mukaan. Ja onnistua sopeuttamaan se omaan brändiin.

Suomenkielisessä osiossa iphone 5s:llä navigointipalkki meni kahdelle riville

Portfolio hieman sekava välilehtipalloineen. En katsonut isolta näytöltä.

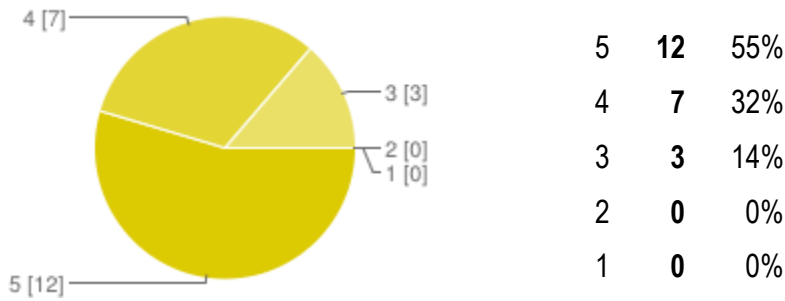
Selkeää, kun sivuston eri osiot vaihtuu alaspäin rullaamalla. Kaikki käyttäjät ei kuitenkaan välttämättä huomaa tällaista ominaisuutta.

Kaikki tarvittava on käden ulottuvilla. Sivusto ei sisällä monimutkaisia navigointihierarkioita.

Sivuston ns. "ylimmässä kolmasosassa" informaatio on aseteltu suht selkeästi, mutta loppusivusto on selkeydeltään hieman haastavampi.

Todella selkeä. Sivusto antaa juuri oikean kuvan itsestään ja mitä he tekevät, ei jäänyt ollenkaan epäselväksi yrityksen toimiala. Tieto oli myös hyvin helposti saatavilla.

#### 4. Kuinka ajanmukainen sivusto on?



#### Vapaa sana:

Ajanmukainen mutta ei mitenkään erityisen mieleenpainuva. Jotain näyttävää kaipaisi.

Kokonaisuudessaan hyvin simppelesti toteutettu ja tiivis paketti, jossa on kaikki tarvittava.

Ihan ajanmukainen sinänsä, mutta samalla aika tavallinenkin. Mutta ei tämä välttämättä tosiaan ole huono asia. Jos asiakas ei valmiiksi ole jo sellainen jolla on selkeä näkemys mitä ällistytävän hienoa ja uutta he haluavat, niin asiakkaan benchmark on yleensä muut vastaavat sivustot ja sitä he sitten itsekin haluavat. :)

Erinomaista luokkaahan nuo sivut ovat.

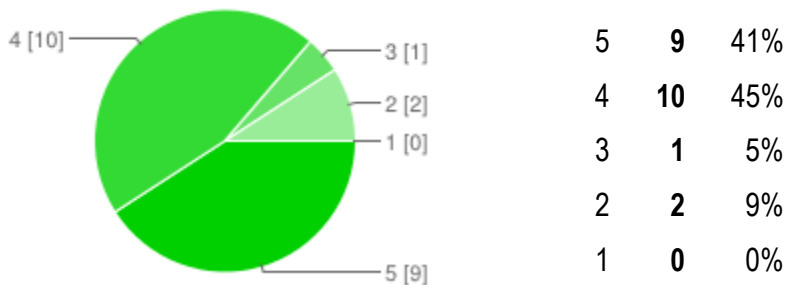
Sivu antaa itsestään modernin vaikutelman.

Ainakin grafiikka tekstit mitä siellä oli, niin voisin sanoa, että hyvin ajantasalla ja vaikutti siltä että sivustoa päivitetään sitä mukaan kun tarvetta on.

Uusimmat uutiset olivat jo pari kuukautta vanhoja.

Kyllä sivusto mielestäni on hyvinkin ajanmukainen, mukavan flätti ilman mitään turhia kikkailuja, joista suurin osa ei varmaan mobiilissa toimisi kuitenkaan...

#### 5. Kuinka miellyttävä sivuston ulkoasu on?



#### Vapaa sana:

+värit

Ankeat värit

Vihreä väri ei ole henkilökohtaisesti minulle se väri. Vihreät arvot eivät ole kaikkien mieleen, mutta miellän ajanhenkeen sopivaksi vedoksi vrehreyden! Värimaailman kanssa saa toki aina olla tarkkana! Punainen epätoivon väri (vai miten se menikään).

Siistit, väripaletti on raikas ja toimiva mutta ei räikeä. Tyyli tuntuu pysyvän kasassa ihan ok.

Jos nyt pilkun viilausta, niin ehkä vähän silmään häiritsee tekstien puolittuminen ruudulla defaulttina kun napsauttaa esim. Company -osion auki. Sama Services -osiossa, kuva puolittuu.

Värimaailma rauhalline ja toimiva

Raikkaat värit sivuston yläosassa ovat miellyttäviä, mutta esimerkiksi Yritys-osion mustavalkokollaasi ei mielestäni istu muuten raikkaaseen ilmeeseen lainkaan, vaan tekee siitä sekavan ja raskaan.

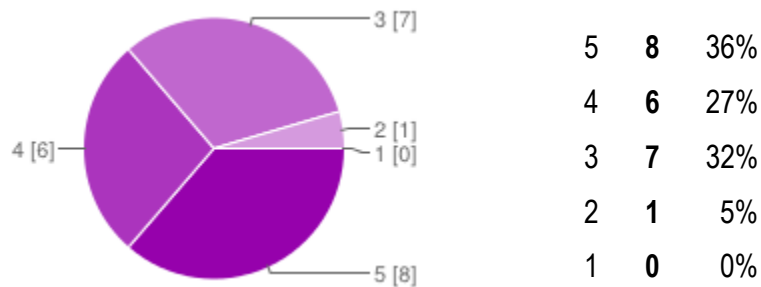
Värit sopi tosi hyvin yhteen kuten aiemmin sanoin. Ehkä vähän enemmän vähän korostaisin yrityksen vihreää tunnus väriä, ainakin yritystunnuksen perusteella voisi kuvitella että yrityksen tunnusväreinä on vihreä.

En vihaa mutta värimaailma häiritsee todella paljon.

Sivuston ulkoasu on hyvä. Ehkä tuohon ensimmäisenä näkyvään vihreään palkkiin voisi kehittää jotain mielenkiintoisempaa.. Tekstisisältö siinä on oikein hyvä.

Tosi hyvät värit ja korostusvärit toimii!

## 6. Kuinka hyvin sivusto erottuu edukseen?



### Vapaa sana:

Ainakin Oulun seudun yritysten joukosta Codemate erottuu mielestäni edukseen modernilla ja yksinkertaisella ilmeellään.

Sivusto on tyylikäs ja huomattavasti selkeämpi ja helppolukuisempi kuin useimpien kilpailijoiden sivut.

Sivustossa on (kirjakaampiä värien myötä) raikkaita elementtejä jotka erottuvat edukseen, mutta muilta osin se vaikuttaa kliseisen tasapaksulta IT-alan webbisivulta. Vaikutelma alkaa jo sloganista "Your Vision - Our Solution".

Erottautumista ei todennäköisesti kertakäyttäjät huomaa, vaan sivut pysyvät vastaavien kanssa tasalla. Toki pieniä heittoja saattanee esiintyä.

Unohtuu melko nopeasti.

Omaperäinen ja tyylikäs sivusto.

Monet sivut, joilla olen vierailut käyttävät samanlaista sivusto rakennetta mitä kyseinen sivu. Asia ei ole huono vaan näyttäisi olevan ajankohtainen tyyli, jolla sivustot kehitetään

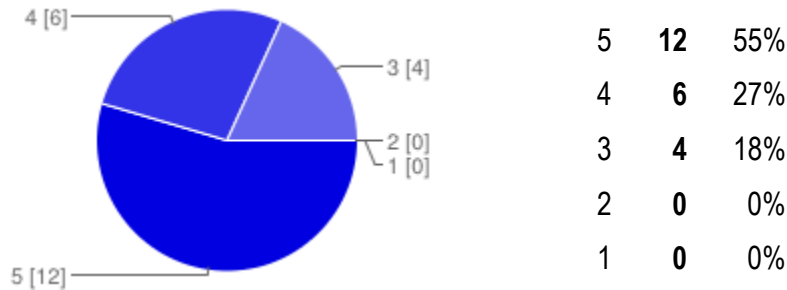
En ole niinkään paljoa selannut nettiä, että osaisin vertailla, mutta luulisin että noin selkeällä sivustolla saisi hyvin huomiota sosiaalisessa mediassa.

En ehtinyt tähän hätään katsella juurikaan muiden sivuja, mutta uskon että erottuvat hyvin edukseen varmasti!

Verraten mobiilioptimointia eroittui positiivisesti

Ei ole tullut vastaavia vastaan ja varmasti mieleenpainuvat sivut.

## 7. Kuinka ammattimaisen kuvan sivusto antaa yrityksestä?



### Vapaa sana:

Erinomaisen.

Sivusto on selvästi it-firman sivusto, suurimmalla osalla uusinta tekniikkaa olevat sivut.

Sivustosta huomaa selkeästi että koodausfirma kyseessä. On osattu käyttää erilaisia ominaisuuksia ja tekniikoita hyödyksi. Hallittu kokonaisuus, jne. joten ei harrastelijafirma mitenkään, sanoisin. Profolio-osuus lienee se paikka missä voi yrittää antaa esimerkkejä kykenevästä toteutuksesta eri yhteyksissä.

Sivusto on mukinmenevän moderni, joten siinä esiintyvä yritys pystyy varmastikin tuottamaan ammattimaista jälkeä, mutta luovuus, persoonallisuus ja mielikuvituksellisuus eivät vakuuta.

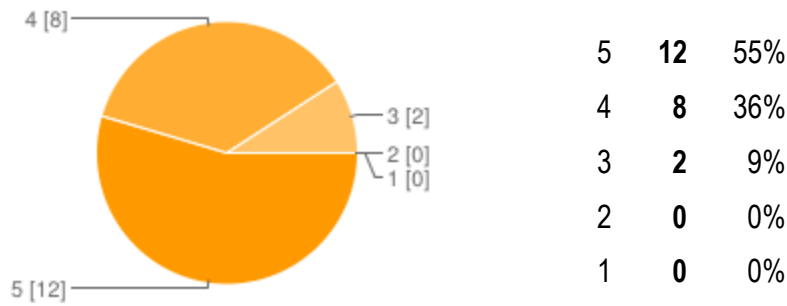
Todella ammattimaisen, värit on mietitty huolella ja sivusto ei ole liian räikeä tai liian tumma värinen. Silti toisin enemmän vihreää tai jotain väriä ja eloa sivustolle, ettei se olisi niin tumma ja synkän oloinen kun sivustoa selataan alaspäin.

Sivusto on toimiva ja nykyaikainen. Se antaa hyvän kuvan Codematesta.

Kuvaa hyvin sitä mitä ihmiset yrityksessä tekevät. Osaaminen näkyy heti sivustolla.

Varmasti riippuu asiakkaasta mutta ei jättänyt vaikutusta että olisitte erityisen osaava yritys joka tekee jotain todella hienoa ja ainutlaatuista.

## 8. Löytyykö sivustolta kaikki tarpeellinen tieto helposti?



### Vapaa sana:

Löysin itselleni kaiken tarpeellisen, Peruskäyttäjälle tärkeä yhteystiedot kenttä löytyy etusivulta kahdella tapaa.

Edelleen, uutiset-palstaan ei helposti löydä.

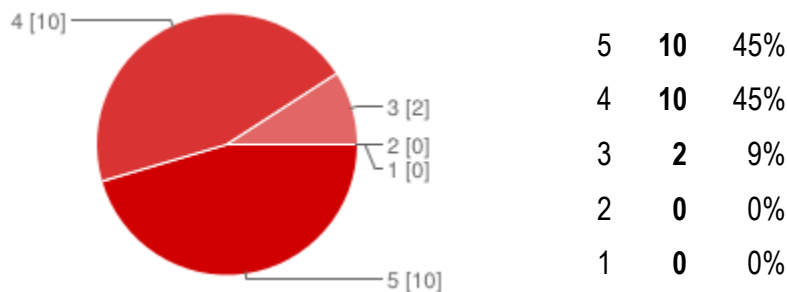
Kaikki tarpeellinen mitä yrityksestä pitäisi tietää ennen kuin heihin otetaan yhteyttä. Toki aina jotain pientä uupuu, mutta sivustot elää aina ajan myötä.

kts. kysymys 3

Lopulta selkeä ulkoasu kun tottuu.

Tieto on jäsennelly selkeästi.

## 9. Onko sisältö ymmärrettävää ja helppolukuista?



### Vapaa sana:

Teksti on oikean kokoista ja sitä juuri sopiva määrä

Teksti on sisällöllisesti selkeää, mutta erityisesti Yritys-kohdan teksti on jäsennelly mielestäni liian "sumpuksi". Rivivälien suurentaminen toisi lisää ilmavuutta ja silmäiltävyyttä.

Fontti voisi olla pienempikin varsinkin mobiililaitteissa.

Plussaa siitä että sisällöt ovat lyhyitä ja ytimekkäitä! Ei mitään turhia monen kappaleen pituisia selostuksia, joita kukaan ei pysähdy edes lukemaan..

Englanniksi toimii paremmin. Jotenkin suomenkielisistä versiosta jäi vähän tönkkö(?) vaikutelma. Toisaalta, suomenkieltä on vähän hankalaa muutenkaan muotoilla nätiksi.

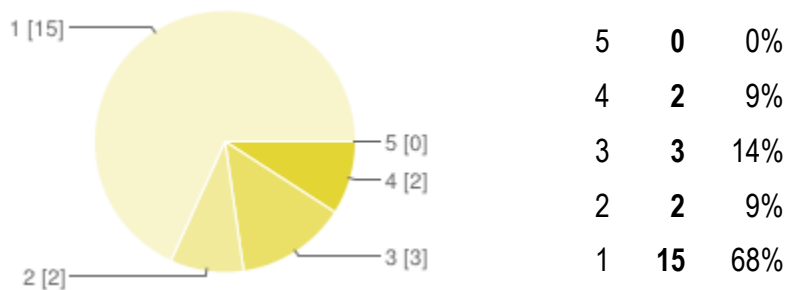


Voice on mukavan rento ja silti asiallinen sekä suomeksi että englanniksi. Jargonista jo taisin mainitakin -- rento voice voi helposti kuulostaa laiskalta jos seassa on liikaa kliseitä. Rento voice, joka puhuu lukijalleen kuin ihminen ihmiselle puolestaan antaa kuvan yksilöllisestä välittämisestä ja tekee lähestymisen helpoksi. En tiedä kuinka oleellinen osa yrityskuvaa englannin kielinen osuus on: onko tarkoitus olla läsnä natiivisiti englannin kielisillä alueilla? Enkku voisi olla idiomaattisempaa. Ei se ole huonoa sinänsä, mutta jos oikein haluaa panostaa, niin laadukas (natiivi tai älyttömän hyvä ei-natiivi) copy voi vielä terävöittää ilmaisuja.

Sopivaa tekstiähan tuo oli. Kielimuoto hyvä.

Todella selkeää englantia, ihan kuin joku Brittiläinen olisi sen kirjoittanut.

## 10. Kaipaako sivulle enemmän interaktiivisuutta?



### Vapaa sana:

Sivusto on kontaktipinta, ja yhteydenottaminen tämän kautta tavalla tai toisella on se oleellinen juttu. Careers-osassakin on varmasti parempi olla vain simppele sähköpostiyhteys kuin keuhko webform (monien isojen firmojen sähköiset hakujärjestelmät ovat todella kamalia!). Palvelupolussa kriittisintä on arvatenkin se, että yhteydenottoihin reagoidaan todella nopeasti - designissa tämä ehkä voi näkyä paitsi sillä että yhteydenottotavat korostuvat fiksusti.

En, liikkuva Codemate-logo ja Portfolio-osio sisältävät riittävästi interaktiivisuutta. Enempi olisi helposti mautonta.

Ei ainakaan mobiilisivulle, lisää liikkuvia ladattavia elementtejä hidastaisi käyttöliittymää

Jotain erityistä jää kaipaamaan joka vaikuttaisi.

Olisi mielestäni vielä parempi, jos Cases- kohdassa voisi vaihtaa jutusta toiseen pyyhkäisemällä kuvaa,

Mitä vähemmän klikkailua ja hyppimistä paikasta toiseen sen parempi. Ainakin näin mobiilikäyttäjän näkökulmasta.

Nyt jo hieman liikaa omaan makuun, interaktiivisuus antaa kyllä ammattimaisen kuvan mutta yksinkertaisuus ja särmäkäs toiminta sivuilla enemmän mieleen.

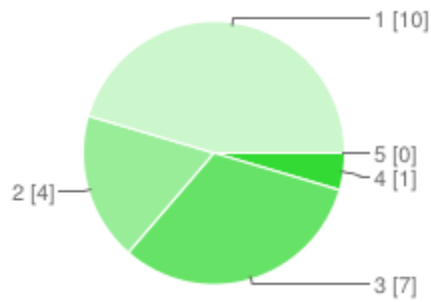
Nyt on ihan hyvä, menee liian karkkiseksi muutoin :D

Jäin hieman kaipaamaan, että mitä nuo SERVICES, DELIVERY MODELS ja TECHNOLOGY pitävät sisällään. Kaipasin niihin jotain lisä linkkiä että niitä olisi jotenkin saanut enemmän auki sivustolla.

Interaktiivisuutta korostetaan liikaa. Pelkistetyimmät sivut antavat ammattimaisemman kuvan yrityksestä kuin Flashit yms.

En kaipaa, koska luettavuus vaikeutuu.

## 11. Kaipaako sivulle enemmän valokuvia?



Rating	Count	Percentage
5	0	0%
4	1	5%
3	7	32%
2	4	18%
1	10	45%

### Vapaa sana:

En, sillä jo nyt kollaasiosion valokuvat rikkovat sen raikkauden, joka syntyy kirkaista väreistä.

Ehkä kuvia sijainnista, esim. rakennuksista, missä mikäkin yksikkö on. Jää vähäisen etäinen fiilis siitä, kun on niin vähän kuvia yrityksen henkilökunnasta.

En kaipaa ylimääräisiä valokuvia. Se riittää että sivustolla on kuvat kontaktihenkilöistä ja joitain hauskoja otoksia toimiston arjesta. Monesti ylimääräiset ihan vain kuvituksen takia laitetut valokuvat voivat olla vähän teennäisiä.

Riippuen onko portfolioon lisää tulossa

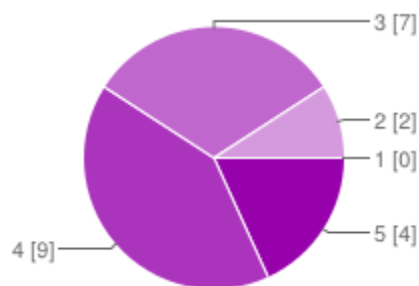
Company-palsta on hieman tylsän oloinen wall of text ja sitä voisi ehostaa kuvilla.

Menisi liian monimutkaiseksi tuon kaltaisella ulkoasulla.

Yrityksen ulkopuolinen kuva olisi mukava, eli miltä näyttää yrityksen rakennus, jossa kyseinen yritys toimii. Sekä jonkinlainen galleria, että millaista heidän työnteko on käytännössä, mutta ei mitenkään välttämätön lisäys.

Ei tarvitse. Ei kuulu Codematelle sopivaan genreen valokuvat.

## 12. Erottavatko klikattavat elementit hyvin?



Rating	Count	Percentage
5	4	18%
4	9	41%
3	7	32%
2	2	9%
1	0	0%

### Vapaa sana:

Muutamaan kertaan yritin klikata korostettua tekstiä, jossa ei ollutkaan linkkiä.

Joku pieni selkeys siihen, mistä kaikkialta voi klikkailla olisi ihan hyvä.

Osa elementeistä näyttivät siltä että niitä olisi voinut napsauttaa. (esim. palvelut, toimitusmallit ja teknologia -boxit)

Tarpeeksi, etteivät häiritse muuta toimintaa.

Portfolion pallot saisi olla mobiilille hieman isommat, ei oikeen osunu nakkisormilla

Ihan ok, en toisaalta kaipaa enempääkään. Padillä katsoessa vähän oli hankala nähdä vihreää linkkiväriä, mutta oli se kuitenkin siinä eikä sen mielestäni tarvinnut olla yhtään voimakkaampi kuitenkaan. Navigointipalkki on rakenteena niin selkeä, ettei siinä tarvitse korostaa klikattavuutta sen enempää.

Muuten, mutta Portfolio-osion klikattavat "pallot" ovat mielestäni liian pienet.

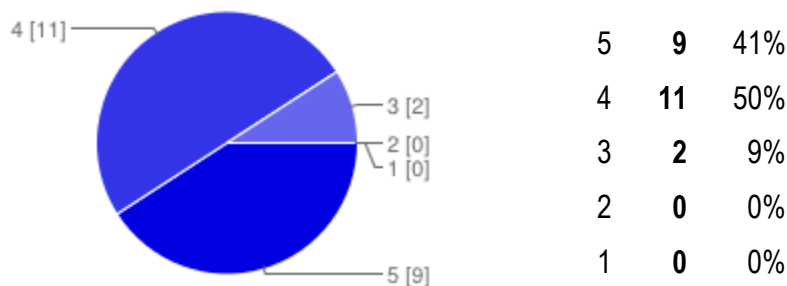
Ehkä tuossa Cases -karusellissa voisi olla ne nuolet vasemmalle ja oikealle. Tabletilla selatessa koko Cases -osion sisältö ei mahdu yhtäaikaan ruutuun ja ilman nuolia tuntuu aluksi vähän siltä ettei tässä olekaan kuin yksi kuva. Pitää kokeilla että tuleekohan sieltä pyyhkäisemällä lisää kuvia ja tulihan sieltä.. Case-tapausten selostetekstit on melko huomaamattomat, en osannut ensin yhdistää niitä kuviin ollenkaan. En edes ensimmäisellä selailulla huomannut tuota "visit the site" -linkkiä. Onko näiden tarkoitus automaattisesti vaihtua?

Työpaikat -kohdassa lisää tästä.

Suurimmaksi osaksi joo. Ehkä Uutiset osioon linkit voisi boldata tai joteinkin tehdä siitä enemmän houkuttelevampi.

Puhelimella ei koskaan osaa sanoa mikä on aktiivinen painike.

### 13. Anna arvosana osiolle: Navigaatio



#### Vapaa sana:

Navigointi tottelee hiirtä hyvin, ei ongelmia.

Meni sinne mihin pitikin, navigointipalkki tuli 2 riville suomenkielisellä käyttöliittymällä ( iphone 5s)

Hyvä kun ei ole dropdown -valikoita.

Erittäin helppo navigoida.

Navigaatio oli tosi kiva. Hyvin nykyaikainen, että on vain yksi sivu, jota rullataan navigaation avulla alaspäin, jolloin sivusto toimii nopeammin kuin että jokainen sivusto pitäisi ladata erikseen.

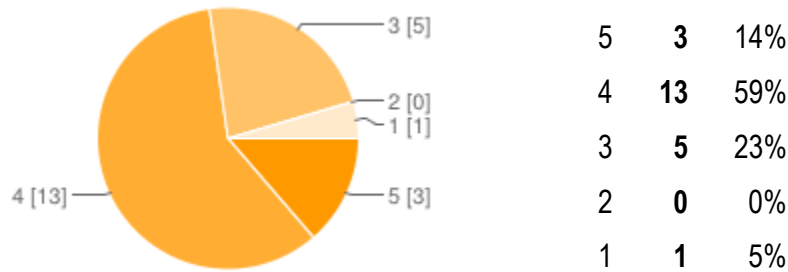
Ainakin itseltä onnistui navigointi loistavasti.

Hetki kesti tajuta miten navigaatio toimii, mutta sitten kun ymmärsi niin se oli helppoa ja käyttö oli miellyttävää.

Linkki uutisiin puuttuu. Suomen kielisellä mobiilisivulla navigaatio rivitty kahdelle riville. Yhteydenotto -teksti tippuu toiselle riville.

Navigaatio ei ole paras (ei siis erotu muusta massasta), mutta se on selkeä ja se pysyy aina mukana.

## 14. Anna arvosana osiolle: Portfolio



### Vapaa sana:

Selkeän kuvan saa, mutta pieniä "pallukoita" on vähän hankala klikkailla mobiililaitteella. Pyyhkäisy-toiminnolla jos saisi elementin toimimaan niin olisi helpompi käyttää.

Portfolion reunoilla olevien nuolten klikkausalue liian pieni

Näyttää niiltä ärsyttäviltä koko ruudulle pomppaavilta mainoksilta kun yrität lukea jotain forumia :D muuten sisällöltään kätevän näköinen, ei liikaa informaatiota mutta juuri sopivasti. Nopeasti saa hyvän kokonaiskuvan tuotoksista.

Toimii hyvin! Oikein mukava käyttää.

Portfolio on vähän heikko, kuten yllä mainitsin. Case -tapausten tekstit on liian pienellä ja liian tummalla että ne huomaisi välittömästi. Sivuuin ne ensimmäisellä selailukerralla jonkinlaisena "pikkupränttinä". Portfolion idea on hyvä ja case -tapausten yhteydessä olevat ikonit kertovat yhdellä silmäyksellä, mistä keisseissä on ollut kyse. Tekstit pitää vain olla isommalla ja vaaleammalla että ne erottuu paremmin. Tämä on minulle kuitenkin jo varmaankin vähintään 5. vierailu Codematen sivuilla ja vasta tämän kyselyn myötä huomasin nämä kunnolla....

Karusellin toimintaa voisi hieman ehostaa.

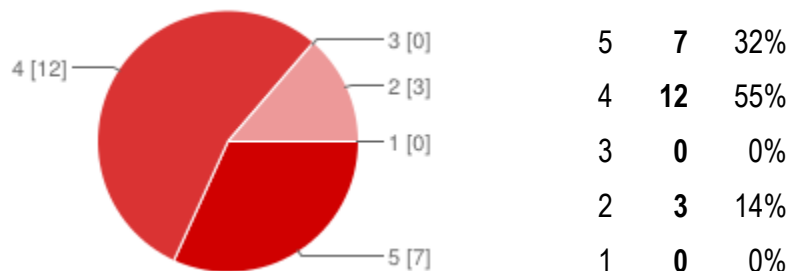
Liikaa palluroita

Se on kohtalaisen helppo käyttää, mutta klikattavat pallot ovat liian pienet, niitä on hivenen uuvuttava määrä ja niiden sisällöstä kertova teksti on liian pientä.

Ihan ok...

Saa toki, mutta jäin kaipaamaan siihen pientä kuvausta, että mitä portfolion eri kohteisiin on tehty esim. onko sivustot tehty alusta saakka vai päivitetty.

## 15. Anna arvosana osiolle: Palvelut



## Vapaa sana:

Navigaatiomenusta klikatessa sivu jää liian ylös

Selkeää!

Tässä oli liikaa niitä kliseitä, eikä kaaviokuva kyllä mielestäni antanut kovin kummoista lisäarvoa aiheelle. Aika ympäröivä, ja sellaisesta tulee aina mieleen sliipatutu myyntitykit. :P

Minusta palvelut -osio on hyvä. Se on selkeä ja informatiivinen. Viesti tulee selkeästi perille ilman pitkiä selostuksia.

Jäin tässä osiossa kaipaamaan lisätietoja, eli vaikka lisää linkkiä ja selvitystä miten kyseiset palvelut toteutetaan ja millaisella työntekijä määrällä esimerkiksi.

Kuvat ovat selkeitä, asiakas saa selkeän käsityksen yrityksen toimintatavoista kuvien kautta.

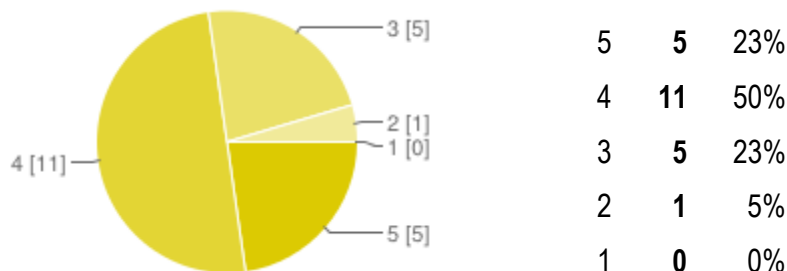
Hieman epäselvä.

Raikas ja kohtalaisen selkeä kuvio. Sivustolla puhutaan "projektihallinnasta", eikös se tulisi kirjoittaa "projektinhallinta"?

Pieni detajli, mutta tällaiset rakentavat huomaamatta kokonaisu mielikuvaa ammattimaisuudesta.

Mikäli ymmärtää miten web-kehityksen maailmaa kuva on selkeä

## 16. Anna arvosana osiolle: Yritys



## Vapaa sana:

Navigaatiomenusta klikatessa sivu jää liian ylös

Sivuston tylsin osio niin sisällöllisesti kuin graafisestikin.

Antaa mielenkiintoisen ja rennon vaikutelman yrityksestä.

Kuvakooste on hyvä, mutta tekstisisältöä voisi hieman tiivistää. En jaksaa lukea. Olisi hyvä, jos tässäkin osiossa viesti tulisi yhtä tehokkaasti perille ilman pitkiä tekstejä.

Kuva ehkä hieman turhan hallitseva/päällekkävyä.

Jäi fiilis: 'Me pystymme mihin vain, ja otamme haasteesi vastaan'. Kuvapalkki neutraloi yrityksen mahtipontisuutta. Tarkoitetaan siis sitä, että jos se olisi koostunut kuvista, jossa kaikki ovat virallisen näköisiä ja all business, olisi tekstiin yhdistettynä tullut aika hyökkäävä vaikutelma.

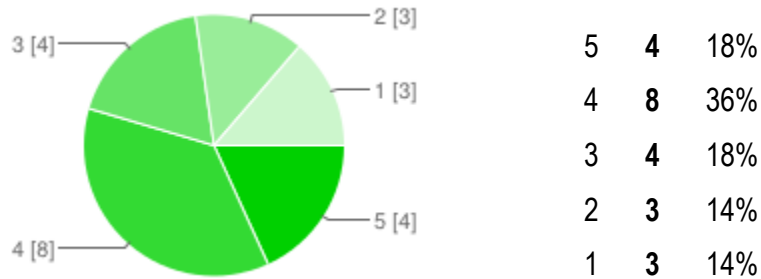
Kollaasikuva on sekava. Itse tekstisisältö on mukiinmenevän selkeä, mutta persoonaton. Teksti on liian "sumppuun" ahdettu pienine riviväleineen.

Hyvin käy selville toimipisteet ja yritys.

Kartta vähän ns. Tynkä näin pienellä näytöllä

Kuvapalkkiin haetaan monesti toimintona ns. tavoittelemansa kaverin yhteystietoja! Sitä jäin kaipaamaan. Ensi reaktio on "voi prkl mikä taideteos", mutta tarkemman tarkastelun jälkeen kuva antaa kuvan minkälainen yritys on kyseessä Hyvin selkeä, käy ilmi kaikki oleellinen, että mitä yritys on tähän mennessä saavuttanut ja hieman taustaa kerrotaan. Kuvapalkki on kiva, se kertoo hieman miten yritystoimii ja luo sellaisen rennon fiilisen yrityskuvausta lukiessa.

## 17. Anna arvosana osiolle: Uutiset



## Vapaa sana:

Linkeistä ei heti huomaa, että klikattavia  
 Ehkä voisi näkyä myös navigoinnissa koska muutkin kohdat ovat siellä.  
 Loistava toteutus  
 Linkki puuttuu navigaatiosta. Mobiililla uutiset eivät näy lainkaan.  
 Lisää uutisia vain jos on päivittää.  
 Uutiset osio oli minusta kaikista synkin osa. Jäin kaipaamaan siihen jotain kuvaa tai piristävämpää taustaa. Vaikka Yksi kuva kaikkien linkkien viereen, joka olisi ns. viimeisin uutinen ja siinä olisi kuva lisättyä. Niin ulkopuoliset saisivat sellaisen mukavamman tunnelman tummalla taustalla olevista uutisista ja uutiset osio ei olisi enään niin synkällä taustalla jos siinä olisi päivittäin, viikoittain tai kuukausittain vaihtuva kuva.  
 Aktiivinen tiedottaminen omalla sivulla plus feistwittereissä on paikallaan.  
 Puuttuu navigointipalkista. Muutoin hieman epämääräinen osio, melkein tulee mieleen että se on tehty kun kaikilla vähän niinkuin täytyy olla tällainen. Harkitsisin jopa tällaisen twitterfeedin ympäpäämistä ihan vaan pienenä osana etusivun yhteyteen? Antaa ehkä aktiivisemmän kuvan - paitsi jos feed ei päivity reippaasti. :)  
 Ensimmäinen reaktio: Mitkä uutiset? Missä? Klikkasin ensin päivämäärä -palloa, mutta uutiset ei näköjään aukeakaan siitä. Uutisissa teksti on aika pientä ja sitä on suhteellisen paljon. En tiedä onko tämä oikein tarpeellinen osio. Riittäisikö linkki Twitteriin ja Facebookiin? En jaksa kiinnostua tästä osiosta niin paljon että lukisin uutiset läpi, mieluummin seuraisin Codematen päivityksiä somessa. Uutisissa käytetyt kuvatukset ovat hieman kankeita.. Minusta tuntuu että tämä osio ei muutenkaan oikein sovi kokonaisuuteen. Codematen sivusto on kokonaisuudessaan ilmeeltään selkeä ja moderni, mutta tämä uutiset -osio ei ole kumpaakaan.  
 Kun selasin sivustoa puhelimen pystysuorassa niin uutisia en löytänyt ollenkaan kunnes tajusin kääntää puhelimen toisinpäin jolloin paljastui kaikkea muutakin mitä aiemmin en ollut huomannut.

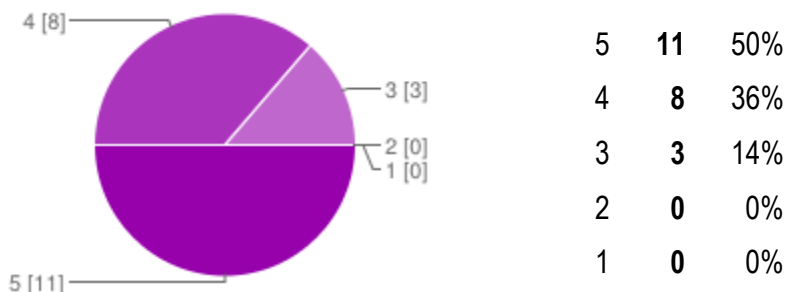
Täytyy myöntää, etten löytänyt sitä.

Aika piilossa ovat sivustolla

Osion ulkoasusta sen verran, että linkit eivät erotu napsautettaviksi. Kyllä ne näkee, mutta potentiaalisesti ne olisivat paremman näköisiä taustavärillä, joka poikkeaisi sivuston kokonaistaustaväristä.

Kohtalaisen selkeä.

## 18. Anna arvosana osiolle: Työpaikat



### Vapaa sana:

Hyvin tietoa ja selkeästi. Ainoastaan työtehtävän "otsikon" klikattavuus voisi olla selkeämpi, että käyttäjä hoksaa alta löytävän lisää tekstiä.

Ilmoitukset ovat selkeitä, ehkä jäävät hieman pieneksi jos verrataan portfolioon

Helposti löydettävä kohta! Aina miellyttävä kun työpaikkoja tarjotaan avoimesti.

Niistä ilmeni olennainen

Työpaikkoja on selkeä selata, mutta eri kohdissa käytetään erilaista muotoilua (luettelomerkit: välillä palloa, välillä ranskalaisista viivaa), mikä näyttää kummalliselta.

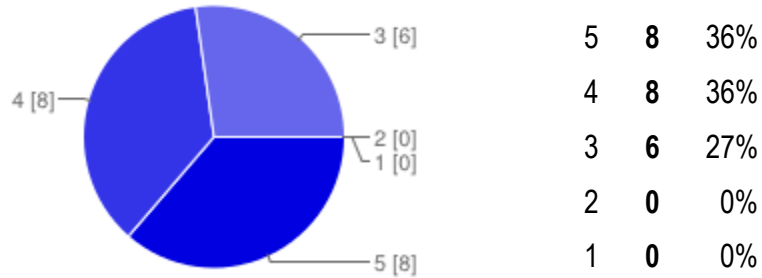
Erittäin selkeä, vihreä linkki väri kertoo, selkeästi että kyseinen paikka on vielä auki.

Hyvä, keskitetty infopaketti. Ehkä jokin aloitusrimpsu olisi hyvä olla, kun tällähetkellä aktiivisena on ensimmäisenä Web front-end developer.

Työnhaku tehdään vain Englanniksi? Jos suomen kielellä voi myös hakea niin olisi hyvä kääntää työtehtävät suomeksi. Muuten ok.

Työpaikat osio on jälleen selkeä ja informatiivinen. Ainoa mikä minua mietityttää tässä osiossa on se että ovatko nämä paikat auki edelleen vai onko joku vain unohtanut päivittää sivua. Web front-end developeria esimerkiksi on haettu Ouluun jo todella kauan. Voisiko näihin lisätä päivämäärät tai jonkun muun huomautuksen siitä että haku on edelleen auki eikä kyseessä ole vain huonosti päivitetty sisältö?

## 19. Anna arvosana osiolle: Yhteydenotto, osa 1



### Vapaa sana:

Hyvin selkeä puhelinnumerot ja emailit löytyvät helposti.

Yhteystiedot on selitetty selkeästi, kartta on liian yksityiskohtainen tämänkaltaiseen asiayhteyteen.

Navigaatiomenusta klikatessa sivu jää liian ylös

Toimiva rakenne, ei tuosta kannata parantaa

Selkeä, mutta olisi hyvä jos kartta siirtyisi esim. Ouluun klikattaessa listasta Oulua.

Kesti hetki tajuta missä kartta on, lisäksi kartan lataus puhelimella kesti aika kauan.

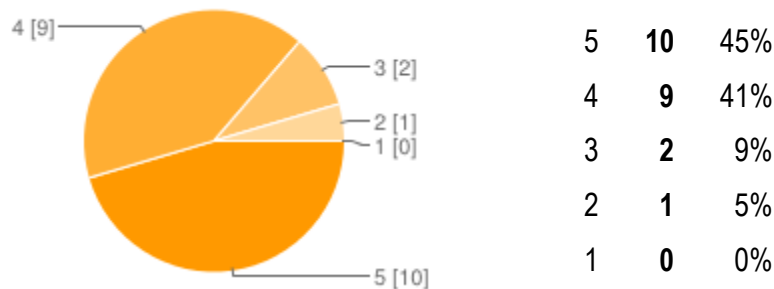
Toimii hyvin.

Ei kommentoitavaa.

Ei sähköposti yhteydenotot mahdollisia?

Kaikki yhteystiedot tulevat näkyviin kerralla, mutta karttaa ei näy, se tulee esiin vasta alaspäin selatessa. Tabletilla tässä osiossa jää ruudun yläreunaan melko paljon harmaata tilaa ja itse yhteystiedot ovat ruudun alareunassa. Alaspäin selatessa helposti jumitun karttaan kiinni.

## 20. Anna arvosana osiolle: Yhteydenotto, osa 2



### Vapaa sana:

Osalla oli aika vakava ilme kuvassa, mutta hymyilevät kuvat pelastivat sitäkin osaa.

Siinähan ne. Samat tiedot voisivat olla toki aiemminkin mainittuna, Moni asiakas/potentiaalinen tai nykyinen ei välttämättä halua nähdä kaikkea mahdollista nopeassa tiedon etsinnässä.



Selkeästi esitelty. Henkilöiden kuvat vaihtuivat värilliseksi hitaasti ja oudosti puhelimella. En tajunnut tätä ennenkuin katsoin koneella, että kuvat siis vaihtuvat värilliseksi hiiren ollessa niiden päällä.

Selkeä

Tyylikäs ja selkeä. Mobiililla kuvien hover-toiminto ei toimi luonnollisesti. Yrityksellä voisi myös olla jokin yleinen sähköpostiosoite yhteydenotoille (esim info@codemate.com), sillä nyt sivuilta löytyy vain yksittäisten henkilöiden osoitteita.

Ei kommentoitavaa.

Selkeä ja miellyttävä osio.

Hyvin selkeästi esitelty kaikki tarpeelliset tiedot yhteydenottoa varten.

Mietin vaan sitä, että kummat on tärkeämmät: toimistojen osoitteet vai ko suoraa yhteystietoja ihmisiin. Sivuston voice on voimakkaasti ihmiskeskien ja yksilöiden positiiviseen asenteeseen ja lähestyttävyyteen nojaava, mutta sitten ensisijaisena yhteystietona ei olekaan ihmiset vaan konttorit?

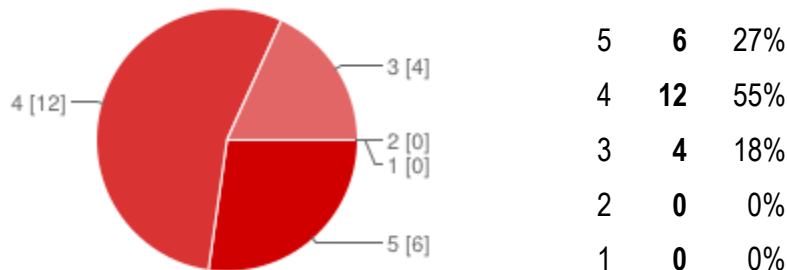
Hieman epäselvää ketkä toimivat Oulussa ja ketkä Helsingissä. Esimerkiksi jos haluaisin hakea töihin /harjoitteluun Code-matelle niin keneen otan yhteyttä.

Selkeä ja hyvä, mutta jos sivuston kielen muuttuu suomeksi, voisi myös tittelit vaihtua suomenkielisiksi jos niille löytyy suomenkieliset vastineet.

Kartan voisi toteuttaa pienempänä. Eri maiden toimipisteiden osoitetiedot vasemmalle, pienempi kartta oikealle?

Tämä osio toimii tosi hyvin. Mielestäni on mukava että henkilöistä on kuvat yhteystietojen lisäksi. On aina mukava tietää kenen kanssa on tekemisissä.

## 21. Kuinka paljon pidät sivustosta yleisesti?



## Vapaa sana:

Erittäin toimiva ja helppokäyttöinen muutamaa pientä asiaa lukuunottamatta.

Hyvin selkeä, Hyvät värit, Silti kaipaen sitä vihreää sävyä hieman enemmän sivustolle ja UUTISET osioon jotain eloa enemmän

Ammatimaisesti suunniteltu ja toteutettu

Ihan ok.

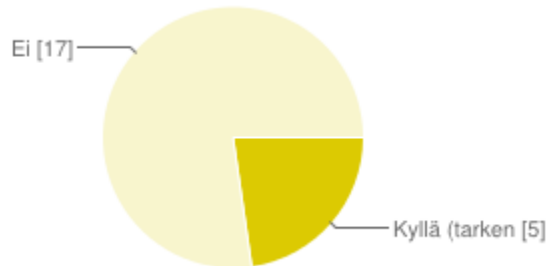
Tämän testauksen jälkeen pidän sivustosta vähemmän kuin aikaisemmin. Nopealla selaamisella sivusto vaikuttaa todella hyvältä, toimivalta ja hyvännäköiseltä, mutta tarkemmalla tutkimisella huomasi puutteita joissakin osioissa. Kaikkein eniten vaivaa ne uutiset... Sen osion herättämät reaktiot poikkesivat tosi paljon sivuston yleisestä olemuksesta.

Moderni, mutta tasapaksu vaikutelma.

Mukavat sivuthan nuo ovat.

Toimiva kokonaisuus, kivan näköinen ja tarvittava informaatio hyvänä pakettina.

## 22. Onko sivuston toiminnassa ongelmia?



Kyllä (tarkenna vastaustasi)      5      23%

Ei      17      77%

## Millaisia ongelmia sivustolla on?

Sivusto latautui melko hitaasti

En löytänyt ainakaan yhtään kun selailin sivustoa.

Osa linkeistä ohjaa sivun alkamaan keskeltä ruutua esim. yritys-linkkiä painamalla yritys-otsikko tulee ruudun aivan keskelle.

iPad minillä kävin läpi, ei kupruja.

En havainnut ongelmia.

Pieninäyttöisellä mobiililaitteella sivun yläpalkki jää liian isoksi

Mobiililaitteella hieman hitaasti toimii wifilläkin, koska kestää ladata kaikki sisältö. Navigointi myös hitaampaa.

Kartta ei toimi ihan täysillä kun olen tässä hetken jo selaillut sivustoa ylös ja alas.. Voisiko kartan lukittaa niin ettei sitä voi vierittää "yli" niin että kartta näyttää pelkkää harmaata. Luulin ensin että kartta ei toimi ollenkaan, mutta olinkin vain vierittänyt sen harmaalle alueelle..

## 23. Mitä puuttui?

Vapaa sana kentistä löytyy jo aiemmin eriteltyinä.

En havainnut puutteita.

Ei puuttunut mitään erityistä

-

Jos puuttui en huomannut sitä

Ei mielestäni.

Ei mitään elintärkeää.

Palvelut osion avaaminen uupui, eli niitä olisi voinut avata hieman enemmän että mitä kaikkea kyseinen osa-alue sisältää vaikka lyhyesti.

Ei mitään

Pienet erikoisuudet jotka tekisivät sivustosta erottuvan ja vaikuttavamman. Värimaailmaa häiritsi joten jotain siitä varmaan puuttui.

Tuli selväksi jo muissa kohdissa.

Ei sivustolta minun mielestäni puuttuu mitään erityistä.

Uutiset olisi hyvä saada näkyville myös pystysuorassa olevaan versioon.

Sivustolla oli mielestäni välitetty onnistuneesti tarvittava tieto yrityksestä.

Ei oikeastaan mitään.

Sitä suoranaista asiaa siitä, mitä siellä tehdään. Tässä kerrotaan että ollaan web-sovelluksien ja -palveluiden asialla, mutta se juttu voisi myös olla tyyliin "Suunnittelemme asiakkaidemme kanssa heidän tarpeisiinsa räätälöityjä digitaalisia palveluita, kuten vaikkapa nettikauppoja, web sivustoja tai (...jne) kaikkiin tarvittaviin järjestelmiin: mobiililaitteille, tableteille ja tietokoneille." tjsp

-

Edellä mainitut

Mitä teknologioita kehityksessä käytetään, frameworkit jne. (yrityssalaisuuksia?)

Ei minusta.

## 24. Mitä lähtisit ensimmäisenä hakemaan sivustolta?

Perustietoja yrityksestä

Sitä mitä yritys tekee.

Tietoa yrityksestä ja mitä palveluita se tarjoaa. Myös työpaikat.

Yrityksen esittelyä.

-

Haen yrityskuvauksen.

Palvelut ja yritystiedot.

Koska olen uusi alalla ja vasta aloittelemassa uraani, minua kiinnostaa avoimet työpaikat. Ne löytyvät helposti. Myös yhteystiedot ja palvelut löytyvät nopeasti.

Mitä yritys tekee.

Lyhyen, silmäiltävän kiteytyksen siitä, mikä yritys on ja mitä se tekee.

Yhteystiedot

Portfolio on minulle tärkeä. Sillä saa parhaiten tietoon mitä yritys tekee ja kuinka hyvällä laadulla.

Tietoa yrityksestä ja portfolio.

Yrityksen toiminnasta ja historiasta kertovaa tietoa.

Mahdollisena asiakkaana: mitä tämä firma tekee, tuottavatko he sitä palvelua mitä haen. Työnhakijana: onko avoimia paikkoja, mitä ne ovat?

Työpaikkailmoituksia

Että keneen ottaisın yhteyttä yrityksessä, jos haluaisın antaa jonkin visionioni tai projektin yrityksessä.

Yleistä tietoa yrityksestä

Mihin yritys on suuntautunut ja mitkä sen vahvuudet ovat, sen jälkeen portfolio

Tietoa mitä yritys tekee.

Avoimia työpaikkoja

## 25. Saitko sivustolta tietoon sen mitä olisit lähtenyt hakemaan?

Portfolio oli hyvin näkösillä ja sinne oli laitettu monipuolisesti erilaisia toimeksiantoja.

-

Kyllä. Olen Codematen asiakas, ja yleiskuvaus antoi minulle tarpeeksi pontta ottaa yhteyttä myyntipuoleen (mielummin tosiaan suoraan joku henkilö kuin geneerinen osoite) jotta pystyin tarkemmin kysymään minkä kokoisia projekteja he ottaisivat vastaan.

Kyllä.

En suoraan, mutta uskoisin, että tuonkin pystyy selvittämään puhelin soitolla.

Kyllä

Sain.

Melko hyvin. Yrityksen historiasta voisi kertoa hieman tarkemminkin, esimerkiksi perustamisvuoden ja kasvuhistorian.

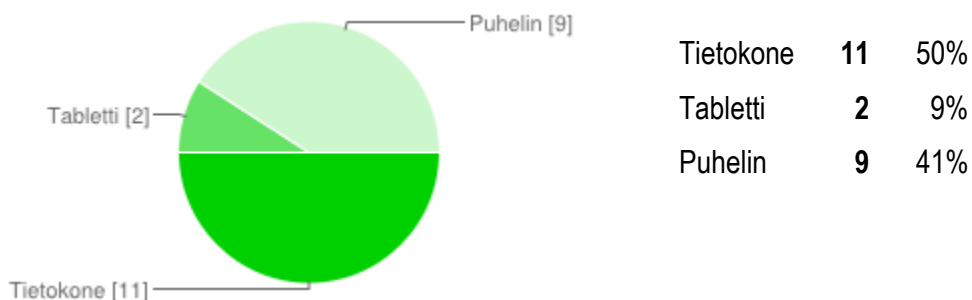
Jos olisin halunnut lähettää CV:ni niin olisin suoriutunut tehtävästä

Sain, mutta en toisaalta tiedä, mitä sellaista yritys tekee, mitä muut alan toimijat eivät tekisi. Tai kuinka se erottuu edukseen.

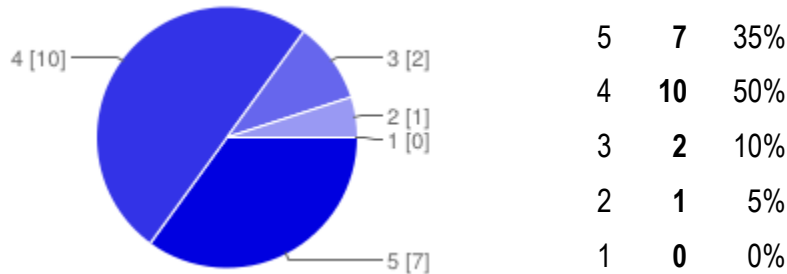
Kyllä sain.

Löysin.

## Mitä laitetta käytit?



**1. First impression:**



**Free word:**

Simppele ja selkeä.

The layout (colors, fonts etc) was pleasant.

The overall layout gives good vibes.

Takes a long time to load even with a fast internet connection. Looks good on a mobile device, not too cluttered and easy to read.

Erittäin hyvä! Propsit "takaisin ylös" napista.

Looks fresh and clear, but I was a little disappointed with the green background / header image on the top because I have been seeing too many similar backgrounds on different sites lately (only in different colours...)

The green colour is very welcoming and the look of the site gives a fresh, innovative and trustworthy feeling. P.s. Holy shit the animated banner. Impressive.

Sivun ulkoasu on tuore ja raikas. 'Cool' parallax efekti vei paljon huomiota ja kenties saa käyttäjän pysymään sivulla. Vasta 10minuutin selailun jälkeen tajusin etten vieläkkään ollut lukenut headerissa sijaitsevaa tekstiä "Your Vision - Our Solution". Veikö efekti huomion asialta, en tiedä. Tyylikäs ja todella smooth efekti kuitenkin. Myös karmiva sivunlatausaika ihmetyttää. Kenties lazy loadilla kuvat? tai vastaavaa

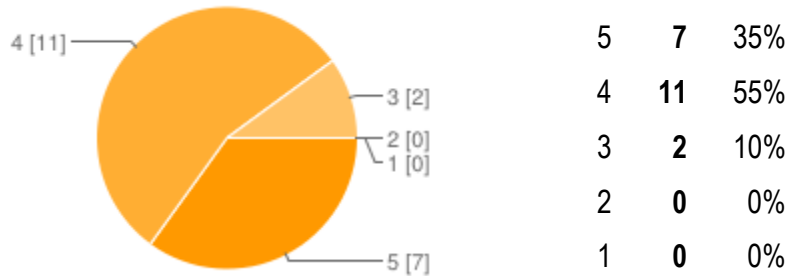
The floating banner thing actually made me feel ill. I began having mild nausea symptoms so I had to stop moving my cursor.

I liked that the company description was early on the page.

There was lot of information and pictures shown on the web page. It would be more clearer if the page is segmented to each tap on top. So I know what I am looking at more clearly

Sivuston ensivaikutelma keskittyy selkeyteen ja miellyttävään sekä yhtenäiseen värimaailmaan.

## 2. How easy it is to use the page?



### Free word:

Sivusto toimii loogisesti ja interaktiiviset elementit on selkeästi kuvattu. Ainut miinus tulee mobiilinäkymän valikosta, jonka linkit ainakin pienillä näytöillä ovat pieniä. Varsinkin kieli linkit ovat todella pieniä. Tarvitaanko kummallakin kielellä näytettävän EN | FI. Jos näytettäisiin vain toinen, jolloin sille voitaisiin antaa enemmän tilaa. Ei ikinä kuitenkaan siirrytä suomenkielestä suomenkieleen.

The continue button feels unnecessary.

Ei ole ihan samanlainen sivusto kuin yleensä tulee vastaan, joten hetki kestää ennen kuin ymmärtää miten sivustolla liikutaan. Sen jälkeen liikkuminen on jo helppoa.

Working in the IT field, yes, but I would imagine "garden-variety" users would have trouble, mostly because there are no submenus in the main navigation. I would also keep the "back to top" button fixed at the bottom of the screen, now it's only in the footer. (mobile devices)

Easy to navigate. Section titles and content generally connect to one another.

after a few minutes of browsing, it was fairly easy to understand what each tap contains.

Very easy to use, easy to find information once you get a hang of this scrolling web page style.

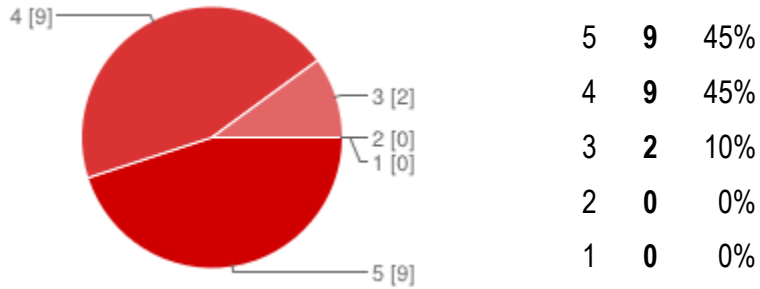
"I compared the old and the test version and both had there sides. the map on the old site works better whereas it didn't on the new one for some reason. On the other hand the new map looks much better and the bubbles with the letter C are much better proportioned. Even the old map zooms in too far when tapped, but at least in a correct place. Also I didn't need to wonder how to browse the pictures on the Services section as the would be looping automatically. The introduction text was a bit too long for a small screen as it appeared to go on forever. "

The site is very easy to use and click around using the touch screen. This is a good version of a mobile site.

The idea of having only one page makes the site very simple. Navigation is easy and you can find what you need very fast. Selkeä rakenne ja helppo oppia ja omaksua.

Yläreunan navigointipalkki on helppokäyttöinen. Rakenne on johdonmukainen, sillä ensiksi esitellään yritys, josta edetään palveluihin, työpaikkoihin ja yhteystietoihin.

### 3. How clear the site is?



#### Free word:

Clear by design? Very. Clear by usability? See above.

I did not like having one page to show everything that tap is showing. I am more used to web sites that have different page for each tab click. For example, scrolling down to see more information in Service tap shows contents which information belongs to Company tab. so it shows information that I do not want to see or need to see under Services tab.

Sivusto on aina visuaalisuudesta sisällön rakenteeseen erittäin selkeä.

The site is fairly clear to me. With the menu at the top that changes as you scroll so you know where you are helps make the navigation easier.

Crisp, clean design. No offensive to the eye features.

The new site is more clear.

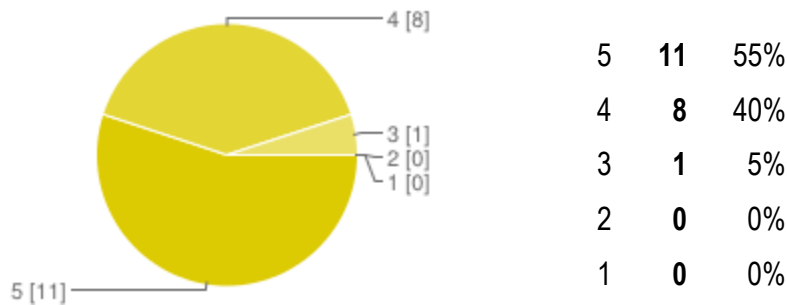
Ei ole mitään turhia grafiikoita ja väriteema on yhtenäinen.

Hyvin selkeä.

I would propably re-think the order of "Follow us" and "Careers" parts. It feels kinda off, but it might just be me.

Sivusto on hyvin selkeä. Ainoat ihmetyksen kohdat löytyy Palvelut osiosta. Täällä otsikointi menee seuraavasti: Palvelut (Pääotsikko) Referenssit Palvelut (hmm?? uudestaan?) Teknologiat En ole varma onko tämä varsinaisesti virhe, mutta hiukan outo ratkaisu ainakin

### 4. How up to date the site is?



## Free word:

Kaikki sivustolla näyttää yrityksen toimialaan nähden modernilta ja ajantasaiselta.

I guess it's updated recently, right?

At the bottom it says under NEW header the dates. and unfortunately it only shows the date and month not the year so not clear which year it happened. so not sure if they are still updating the site

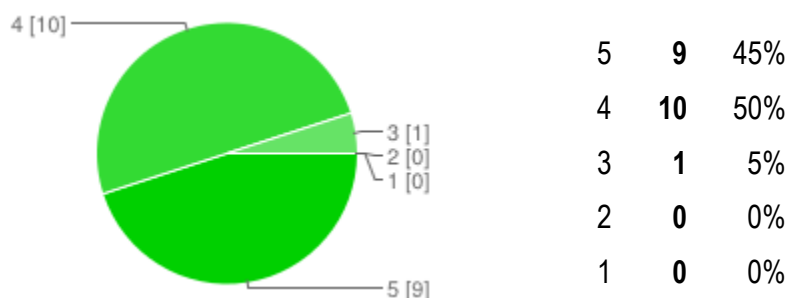
The site is a year old, but still looks relevant.

There was only one "coming soon" section.

The test site looks sharper.

Ajan hermolla. Kuitenkin hitaus ja mobiilivalikko tiputtaa yhden pisteen

## 5. How pleasant site design is?



## Free word:

I like how there aren't too many colors being used in this website. It gives the site a clean look

Green is very good colour that pops out easily from either light or dark backgrounds. Probably should use that same green in more places, in example contact parts emails and follow us thingy. But it's not like I know shit about these things. Look into it anyway if you like.

The use of soft colours is inviting but for Service section I did not like the colour for Technology, it is not fit there with other colours. Also too big pictures for Business Driven SW development explanation.

Sivuston ulkoasu on miellyttävä. Ei erityishuomioita.

Test site: Very good. Not a "wow", but clear and nice. The test site is very clear and images are nice. White background makes it easier for the eye and separates different sections nicely as they are each in their own coloured field. Centered lay out in Contact details section works well and and there is more colour all over the site which makes it brighter and and thus a nicer experience than the old / present site.

I prefer more minimalistic designs but that's just my preference. I like to see as much as possible at the same time.

Ei moittimista.

Nice colours and choice of typeface. Adjusts very well to different screen sizes!

I'm not a fan of scrolling :D

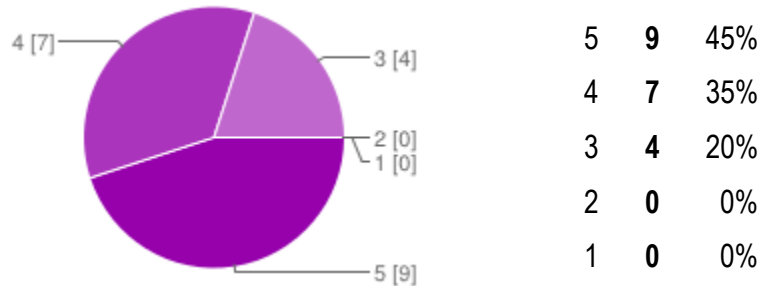
I like the colors. Very professional looking.

Yksinkertaisuus ja helppolukuisuus on plussaa ja se kyllä täytyy sivustolla.



Hyvin käytetty tehostevärejä eikä ne häiritse.

## 6. How well does the site stand out?



### Free word:

This clearly depends on which type of companies we are talking about...

There are more and more sites that have a design somewhat close to this. Anyway most of the older sites are not yet updated to these new kinda designs so it still feels very fresh and new. I could remember this site from it's looks if I return to it.

Todella hyvin esiintyy edukseen. On hyvä, että koodaamiseen erikoistuneella yrityksellä on omalaatuiset ja osaamista esittävät sivut.

(Y)

Ammattimainen ja selkeä ulkoasu.

Sivuston ulkoasu on miellyttävä, kuten äskeisessä totesin. Se ei kuitenkaan esittele juurikaan erikoisuuksia, mikä se muista erottaisi.

Helppo käyttää ja erittäin selkeä

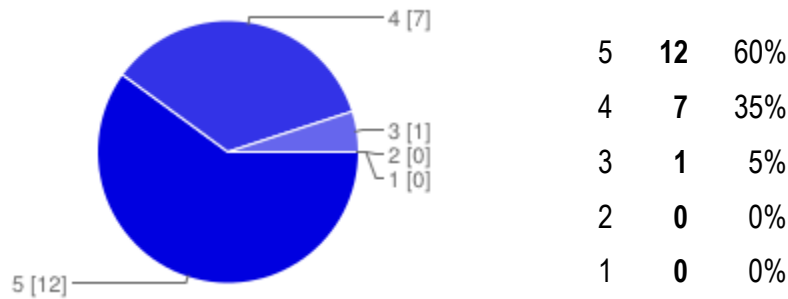
Sivusto ei ole ratkaisultaan ainutlaatuinen muiden alan yritysten verkkosivuihin nähden, mutta siinä on tehty perusasiat erittäin hyvin, mikä ei ole alalla itsestäänselvä asia.

I think the one page design and how clean it is sets it apart. There is less text and in a lot of other company sites. Makes me think of a good powerpoint presentation.

It is original.

I like this website because it has a nice, clean, modern design. I think it stands out from most of the websites out there and looks really professional.

## 7. How professional image the site provides of the company?



### Free word:

This site looks very professional and well done.

Erittäin, tavallisia asioita tavallista paremmin.

Varsin ammattimaisen. Kuitenkin suomenkielisessä painoksessa on englanninkielisiä tesktejä. Ainakin työpaikoissa -> ei anna ammattimaista kuvaa.

Very

It gives a picture of professionalism.

Up to expectations.

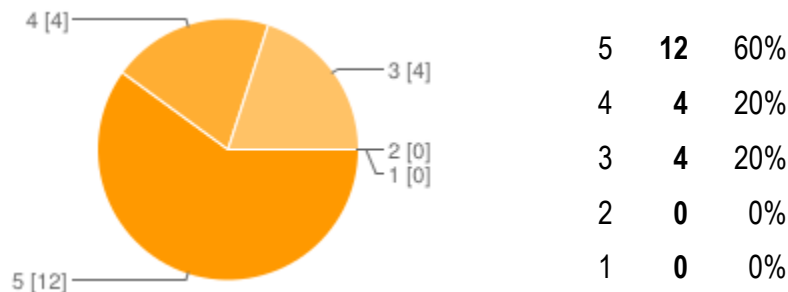
Värimaailma ehkä tekee sivustosta ei niin yritysmäisen, vaikka grafiikat ja värit kyllä omaa silmää miellyttääkin kovasti.

Esillä on kuitenkin kaikki yhteystiedot ja muut yritykseen liittyvät asiat niin siitä voi kyllä päätellä, kuinka ammattimaisesta tiimistä on kyse.

At least it provides the knowledge that you people have a nice HTML and CSS coder. No, but really it gives a professional feeling.

The theme is suitable for young generations so it give an impression that it is developed by young adults. also the photos of the employees are shown that way.

## 8. How well can you find all the necessary information?



### Free word:

Vähän saa välillä skrollailla eri osioissa löytääkseen esim. teknologiat-osuuden, mutta hyvin on tiedot esillä ja saatavilla.

Again, the navigation is a problem especially on mobile devices.

Helposti. Ainoastaan alimpien, eri maiden yhteystietojen löytäminen vaatii omaa "viitseliäisyyttä" rullaamiselta, koska ylä-palkista painaminen ei vie sinne asti.

Sometimes it was not immediately apparent under which section a specific subsection would be. The list of customers could be clearer.

Wasn't really looking for anything, but still the site was easily navigateable.

Hyvin.

Navigointi on kyllä helppo ja yksinkertainen, mutta silmät hieman menevät sekaisin kun on niin paljon nopeasti liikkuvia elementtejä.

Easy to find what the company does and what it has done. but to contact the employees individually took a while because I need to keep scroll down. Once again having everything on one page is more confusing.

Kaikki hyvin löydettävissä.

The information is put in the appropriate places that would make sense to the user.

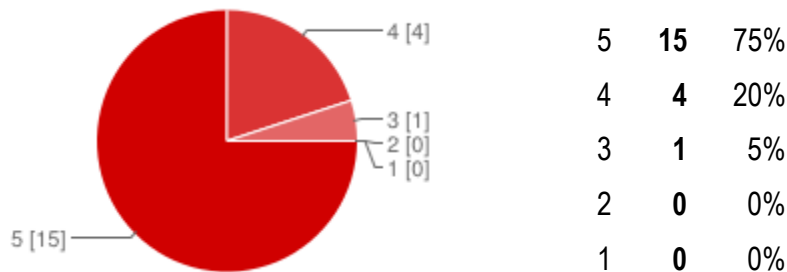
Everything is clear enough.

Main info is nicely listed on the bar.

Easy.

Again, my preference would be more compact design so that I'd see everything I need to access.

## 9. Is the content understandable and easy to read?



### Free word:

On the test site, yes. The present site is a bit dull for the eye and requires more because the background is dark in many places and there is a longish text area too.

Töihinotto lainaus häiritsi hieman, mutta antaa varmaan työnantajana remnomman kuvan. En usko, että se on esteenä asiakaskontaktien muodostamisessa.

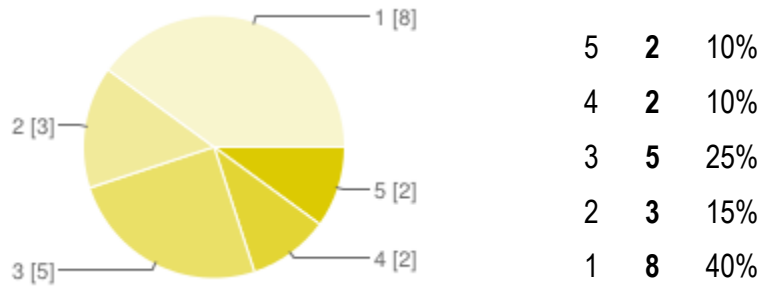
Teksti on perusselkeää. Se sisältää alan termistöä, mutta on luultavasti tarkoitettu kohderyhmällekin, josta kaikkien voisi olettaa ymmärtävän mistä puhutaan.

Yes, even without my glasses (I'm slightly nearsighted) I could clearly read it.

Kuta kuinkin kaikki on kohdillaan. Kuitenkin mielestäni suomenkielisessä osiossa koko osion tulisi olla suomeksi.

Erittäin hyvin erottuu kaikki

## 10. Would you like more interactivity on the page?



### Free word:

Not really, but I somehow expected the Locations list to be linked to the map, which it obviously wasn't...

No. While they may look cool, they would likely be "extra" stuff and might not work well on all devices.

No, definitely not. It's simple and clear to use the way it is now.

Perhaps the customer images could lead to their respective sites for people who are not familiar with them. Perhaps there could be links to more detailed information about the company.

Of course some clickable elements might bring playfulness in it, but would that be against a professional image? You can never please everybody. The site is very nice as it is. Just remove the god damn banner that's making me vomit.

Aika hyvä balanssi tällä hetkellä. Kenties vähän jotain interaktiivisuutta tuomaan ilmi yrityksen osaamista ja nykyaikaisuutta. Nope.

Ei tarvitse mielestäni yhtään enempää.

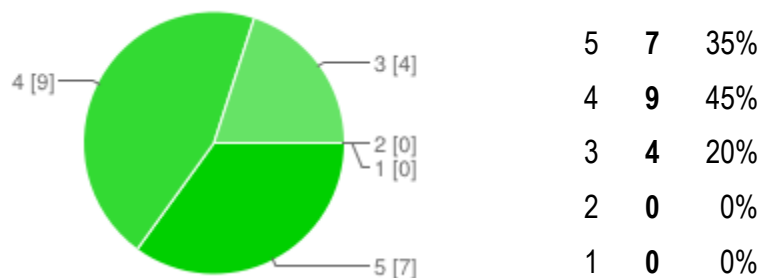
Ei, nykyinen vähäeleinen interaktiivisuus on oiva valinta.

Olisiko mahdollista kokeilla ns. Smoothscrollausta, joka vois esim nappia painamalla siirtyä juuri tiettyyn kohtaan sivulla?

Kuvia ois kiva klikkailla isommaks!

I like this website because it doesn't have a lot of interactive and moving elements. I always misclick with my fingers. I enjoyed having a website that was easy to navigate.

## 11. Do the clickable elements stand out well?



## Free word:

very well

Melko hyvin, tosin ylhäältä löytyvä navigaatiopalkki jää hieman varjoon. Ehkä boldaus voisi toimia.

This question makes me wonder if I've missed any of them...

To be honest, it's quite hard to figure out at first which of the items are clickable. But you find it out at least when you hover the mouse above objects.

Follow us icons could use colour. Careers open positions could be made more obvious to look like interactive parts

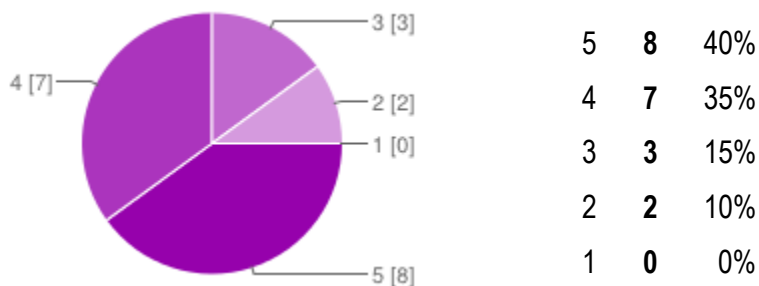
Mostly, yes. The social media box which said "Seuraa meitä" was a bit confusing to me because I thought you could click on it.

Sometimes I thought items were clickable, but they actually weren't.

I thought the technology bubbles were clickable :( Nothing happened, even though I tried so hard.

Allthought, the bar menu buttons are quite small on the phone screen.

## 12. Give a rating for: Navigation



## Free word:

Erittäin helppoa.

Työpaikat is an improvement on the test site compared to the present one. But the menu only takes you to the top categories, not the sub categories, and you have to find them by scrolling. I might have missed something if I wasn't told to specifically look for a certain thing.

The navigation itself is very intuitive, but it would be nice to be able to get to subsections using the header as well. Being able to see the entire site content with the help of drop down lists in the header could help too.

Dekstopilla jees, Mobiililla ei niinkään. Mobiililla saisi olla isomman painikkeet. Ainakin kielissä.

(Kohta 8) Vähän saa välillä skrollailla eri osioissa löytääkseen esim. teknologiat-osuuden, mutta hyvin on tiedot esillä ja saatavilla.

No lagging or stuff.

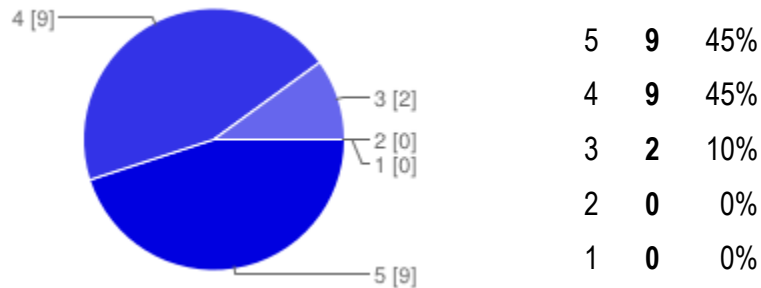
Helppo ja yksinkertainen.

The navigation itself is simple and straightforward in spite of my earlier complaints.

It was really easy to navigate this page for me.

Did not like having everything on one page

### 13. Give a rating for: Company



#### Free word:

The test site looks good as the description fits on one screen. The description on the present site is too long.

Gives a good enough introduction of the company, lacks links to more information for those interested.

It's a bit bland, not very welcoming. I really love the lego/diamond/coins etc. but the text is lacking in warmth. It looks and sounds very professional, but doesn't really reach out to me as a "new customer"

Tarpeeksi selkeä ja ytimekäs kuvaus.

The description is a little long, but easy to read.

Personally I think the site looks cool and it was a good idea to include what the company has done so I can see what their skills are. So far impressed.

Aika basic. Kertoo muutaman sanan yrityksestä, tärkeät luvut. Normi setti, ei erotu, ei välttämättä tarvitsekaan.

Se antaa yrityksestä peruspositiivisen kuvan, muttei kerro, mitä yritys tekee kilpailijoitaan paremmin. Avainkysymyksenä se, mitä juuri minä asiakkaana hyödyn tästä yrityksestä.

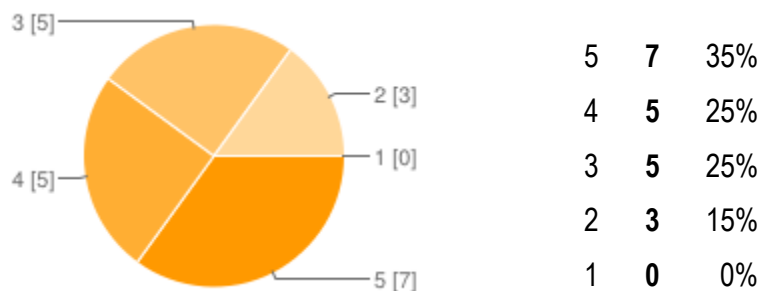
Sounds like a cool bunch.

The description is short but very informative.

Kaikki tarpeellinen esillä.

Tuntuu tyhmältä antaa täysiä pisteitä vain web-sivuston vierailun varassa.

### 14. Give a rating for: Cases



## Free word:

Yes, but I would keep the slider navigation arrows visible at all times, not just on hover. They were missing in the mobile version altogether.

Ehkä hieman hitaampi slideshow olisi parempi.

What if new cases are displayed? Or will you just update the slider with new cases and remove old ones? I kind of like that it's not the whole length of the screen.

It is still somewhat unclear as to what the "Cases" section refers to. It was surmised that it means previous customer cases, but in some of them it is not apparent how Codemate serviced them exactly. The compatibility information more ambiguous than it probably should be as a combination of identifying the device pictures, company logos and reading the flavor text is required. It is also an odd section to open with, before introducing what the company does exactly.

Swiper on tosi jees kuten aina! Alusta ikonit tosi hyvin havainnollistaa hyvin tehtyä asiaa. Vaikutelma kuitenkin jää vajaaksi kun saatavilla on vain yksi pieni kuva casesta.

Honestly, my first impression was "what cases" and then scrolled around and found them. But, I was confused because I thought that the slider was one of these annoying advertisement sliders. This was before I read the content.

On my phone the slider didn't work. I had to click each little dot and it was sort of difficult for me.

Helppokäyttöinen ja selkeä.

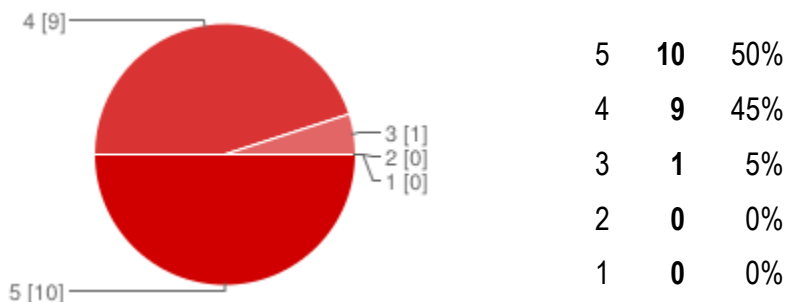
The arrows on the sides are too small. You should probably expand them vertically to match the height of the element. The picture they give is clear though.

Vähän lisää infoa ehkä?

Muuten selkeä, mutta navigointipallot ovat armotta liian pieniä klikkailuun.

Not easy to use for me, but I'm probably just dumb. It took me a good while to realise I have to slide it.

## 15. Give a rating for: Services



## Free word:

Toimiva setti. Suhteellisen perinteinen esitystapa toiminnoista, joten ei taaskaan varsinaisesti erotu, mutta hyvä kuitenkin.

I think services was fairly clear, but could be improved on to looking nicer.

Annettava kuva palveluista on selkeä. Klikkauksen taakse "piilotettu" lisätieto toimii erittäin hyvin, sillä yksinään pelkät otsikot eivät kertoisi riittävästi.

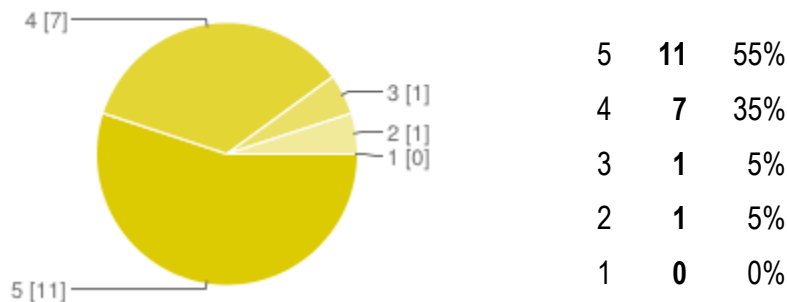
The collapsible information is a good addition to the section. I am somewhat missing the graph of Codemate's relation to the customer's business from the old site though.

I might like for there to be a hover effect on the tabs, like under services would be 'services' 'technologies' etc. But that's just me, and after using the site it might not need it.

This question makes me wonder if there is something you have hidden and I'm just not aware about it! :-D

Helposti ja yksinkertaisesti esitetty palvelut

## 16. Give a rating for: Technologies



### Free word:

I like the imagebubbles.

Cool! Vieläkun joku super siisti flip jutska ja jotain sinne taakse niin huippu. Linkit teknologioitten sivuille? Super designi :) Pelkkien symbolien käyttäminen on tyylikästä. Tässä oletetaan taas, että asiakaskohderyhmä ymmärtää kaikki symbolit. Joku vähemmän teknologiaorientoitunut ei todennäköisesti tunnista kuin tunnetuimmat symbolit.

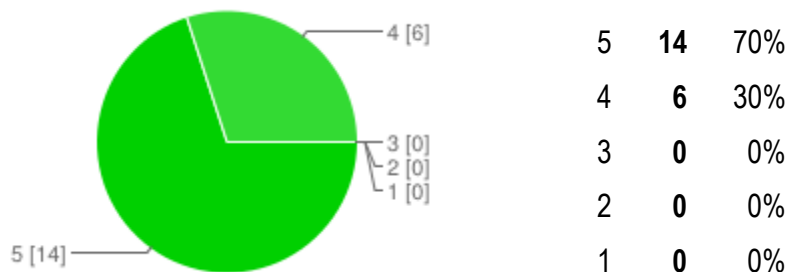
It shows the technology, but is sort of boring and plain looking. It could be made clearer.

Kuvaava ja hauska tapa esittää teknologiat.

I like the test site because it makes use of lear icons that I recognise.

The section does not mean too much to anyone not familiar enough with the technologies in question that they can recognize their logo and know what they do. Consider adding links to the logos that take to sites that pertain more information to the topic.

## 17. Give a rating for: Careers





## Free word:

Clear description of what is expected for job task was good.

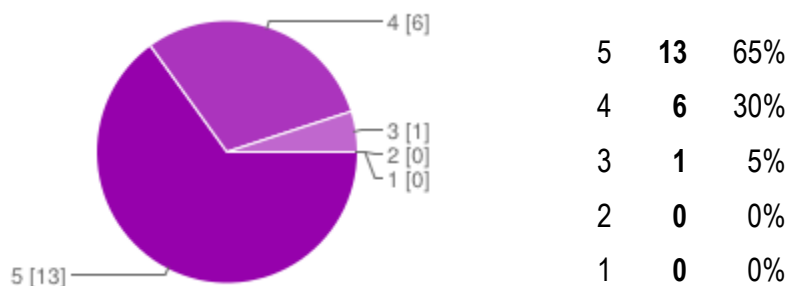
Selkeä esitystapa avoimille työpaikoille. Systeemi kertoo hyvin missä ja mitä. Ehkä yhteydenottoa voisi kuitenkin vielä korostaa? popup formi hakemuksen lähettämiseen tai jotain?

Oikein miellyttävän näköinen. Rempseä lainaus antaa helpostilähestyttävän kuvan yrityksen rekrystä.

It is sort of hard to find careers if you do not know where to look.

Helposti löytyy!

## 18. Give a rating for: Contact, part 1



## Free word:

Very simple and clear.

Tykkään erityisesti siitä, että yhteyshenkilöiden kuvat on esillä. On kiva tietää kenen kanssa on asioimassa.

Selkeä ja edustava lähestymistapa. Toki persoonallinen ote puuttuu, voi silti vaikuttaa ammattimaiselta vaikka jokaisesta henkilöstä olisikin mainittu jotakin pientä.

Why do the emails open the god damn outlook....

Layout is clear.

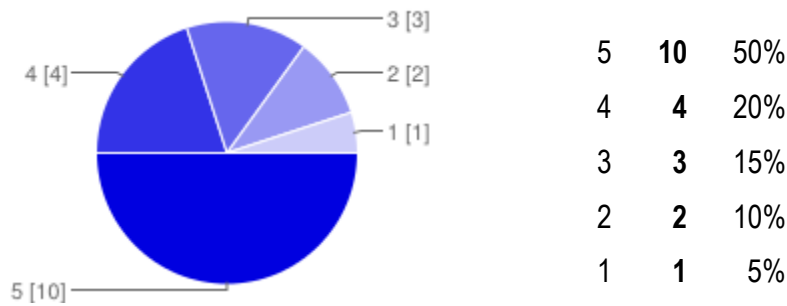
Hyvältä näyttää. Tykkäsin tosin myös siitä vanhasta, missä oli mustavalko/värillinen-hover-efekti.

Ei ole erikseen yhteydenottolomaketta?

I like how the countries are clearly marked with telephone numbers along with having the email addresses and the actual physical location.

Selkeä. Siisti setti. Osio ei kuitenkaan suoranaisesti kannusta yhteydenottoon?

## 19. Give a rating for: Contact, part 2



### Free word:

Support email address for each site would be nice. The map does not show street names and is thus not that useful for navigation.

In map there should be another way to return to whole map view than the little X-button on the bubble or the left zoom-thing. In example a clear button on the right? Don't know if it's possible.

map works very well

Map does not work as I expected on the test site.

Scrolling the mouse wheel scrolls the page but does not zoom the map. I don't know if this is a problem, I was just expecting it to do that.

It was sort of slow on my phone, but worked well. I also think I'm not too used to using a map on my phone, so that was hard for me.

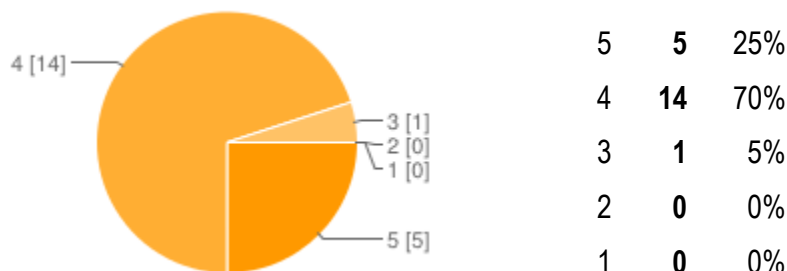
Kartassa ei pysty liikkumaan, eksyin jenkkeihin enkä päässyt pois :"( Myös markkereiden click eventit kusee. Kartta on kuitenkin cool!

Perusselkeä.

Yhteystiedot selkeät ja kartta toimii.

Ei mitään pahaa sanottavaa näistä.

## 20. How much do you like the site in general?



## Free word:

I like the site a lot. I haven't seen too many good mobile websites, but this website is definitely one of them.

Scrolling... it does this kind of jumping thing while I'm trying to scroll just a little.

I really like it, easy, simple and professional!

except for the one page structure.

I like it! Pikku viat kuntoon ja julkasuun. Asia kuitenkin mikä kiinnitti huomioita sivustolla oli se, ettei se missään vaiheessa kannustanut ottamaan yhteyttä (onko toivottua? luulisi)

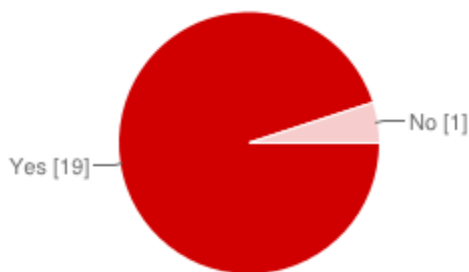
Quite nice indeed. With the little changes it would be 5/5.

Kuten jo aiemmin totesin, tavallisia asioita tavallista paremmin. Ei persoonallisuuden ylistyslaulu, mutta erittäin selkeä ja pirteä. Antaa ehdottomasti positiivisen mielikuvan.

Good.

Erittäin hyvä muutos edelliseen!

## 21. Did the site change for better?



Yes 19 95%

No 1 5%

## What you think about the changes which were made?

It will be even better when the map works. And the image carousel on the present site works better than the slider on the test site.

I like the more modern design of the new site

Pirstäviä muutoksia, häiritsevät jutut vaihdettu, selkeäpi ulkoasu ja asiat selkeämmin esillä.

-

I really can't remember the old one. But the banner....

Paljon helpompi siirtyä osiosta toiseen ja muutenkin selkeämpi ja persoonallisempi. Muutenkin ammattimaisempi.

"I liked the employee photos in colour and use less colour for describing services. Also using icons for technology was a good idea for a quick message delivery. Looking for the language tab took a while because it is small white text in a green background. Overall description of the company was good input. But the bad side was the cases are unclickable unlike the old site."

Sivusto on nyt selkeämpi ja pienet virheet on korjattu hyvin

The title "Cases" is ambiguous to me and I'm still not entirely sure what the section entails to. I liked the illustration of how Codemate's services relate to their customer's business in the old site. The map not having street names makes it of questionable usefulness, as you'll most likely need to use a map that has them when navigating to the offices. Adding extra descriptions to Planning & Design, Implementation and Support was good. I think the header could perhaps use a drop down functionality for sub-sections, for those who are looking for something specific. New site looks better I think, but I miss some of the features from the old one. The new one has a better layout as well.

Lähes kaikki muutokset olivat erittäin perusteltuja ja tyylikkäitä. Sivuston rakenne muuttui kauttaaltaan kaparemmaksi ja värimaailma miellyttävämmäksi. Ainoina notkahduksina mielestäni rahtusen liian pikkutarkat symbolit "Palvelut"-kohdassa (vrt. vaikkapa "Yritys"-kohdan symboleihin, jotka ovat selkeämpi ja vähemmän tihrustettavia) ja fontiltaan ohuempi, vähemmän erottuva navigointipalkki. Sivusto on uudessa muodossaan erittäin ammattimaisen näköinen.

I do prefer the transparency of the bar. It gives modern look. The thing that there are less text and more images in the company section, is nice. Still, it would be good to do some changes on the cases slider.

Kuitenkin vanhoilta sivuilta refenssien "vieraile sivustolla" linkit uuteen!

The overall look is better and smoother. I like that the text is centered and has wider margins than the original site. The photo collab on the original site was nice in my opinion but maybe a little out of place. Perhaps it could be implemented on the bottom of the new design?

It's way more clear than the previous one. I also like the design in general better in the new one.

En muista vanhasta sivusta paljoa, joten en huomannut muutoksia.

The design is better and information is displayed more clearly.

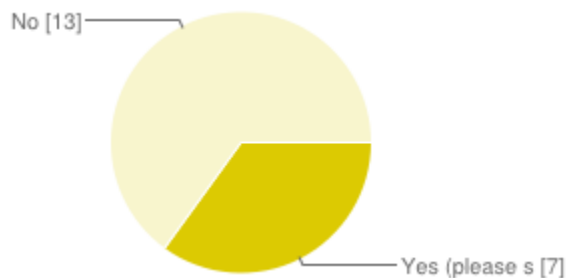
Super! Edellisessä ei vikaa, mutta tää on värikkäämpi ja yksinkertainen.

The side swipe motion for cases works on my phone, it looks even less cluttered on my phone.

Sivusto on selkeytynyt ja sisältöä on helpompi selata.

"better and more brighter colors information is briefly and understandable "

## 22. Does the site have any technical difficulties?



Yes (please specify) 7 35%

No 13 65%

## What kind of problems does the site have?

The slider did not work well on Galaxy S III, I think the slides were not equal width.

Cannot side swipe on the cases on my phone.

^ described above.

Kartta ongelmat. Törkeän hidas! (20s meni että sivu on valmis 100megan netillä dekstopilla) Pikkukuvat (tyopaikat ja yhteystiedot välissä) ohjaa aina sivun ylälaitaan. Haksahdin tähän monta kertaa. ärsyttää... Aluksi valikon tausta ei ilmestynyt kun lähti scrollaamaan. Vaikeutti sen käyttöä.

En ole tästä täydellisen varma, mutta "Your vision - our solution" -tekstin liikkuminen tuntuu hieman töksähtelevältä. Muuten ei ongelmia.

Itselläni kartta avautu tosi hitaasti lopussa ja sitä selatessa esim sivulle päin, niin saattoi "takaisin ylös" painike ja muitakin elementtejä kadota. En tiiä johtuuko hitaasta netistä.

The site "jumps" when I'm scrolling manually.

### What kind of device were you using?

