

Rekku Rescue ry:n verkkoviestinnän kehittämissuunnitelma

Henna Varis



Tekijä(t) Henna Varis	
Koulutusohjelma Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Rekku Rescue ry:n verkkoviestinnän kehittämissuunnitelma	Sivu- ja liitesivumäärä 26 + 30
<p>Opinnäytetyön toimeksiantaja on suomalainen eläinsuojeluyhdistys Rekku Rescue ry, joka toimii vapaaehtoisvoimin. Yhdistys pyrkii löytämään hyvät kodit niin Suomesta kuin Virostakin löytyneille kodittomille eläimille sekä yleisesti parantamaan kodittomien eläinten hyvinvointia.</p> <p>Rekku Rescue on päättänyt uudistaa verkkosivunsa vuoden 2016 aikana ja tässä opinnäytetyössä suunnitellaan yhdistyksen verkkosivujen rakenteellinen ja visuaalinen uudistus, jotta uudet verkkosivut olisivat entistä selkeämmät ja käyttäjäystävällisemmät. Lisäksi pohditaan eri sosiaalisen median kanavien roolia viestinnässä sekä mietitään miten niitä voitaisiin hyödyntää entistä tehokkaammin.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa selvitetään minkälaiset ovat rakenteellisesti ja ulkoasultaan toimivat verkkosivut sekä mitkä ovat tämän hetkisiä trendejä verkkosivusuunnittelussa.</p> <p>Uudistusta varten tehdään verkkosivujen nykytilanalyysi sekä haastattelututkimus, jossa haastatellaan kolmea yhdistyksen työntekijää sekä kolmea adoptiokoiran ottanutta tai sellaisen ottamista harkitsevaa henkilöä. Haastattelussa kysytään haastateltavien mielipiteitä yhdistyksen tämänhetkistä verkkosivuista, kehitysehdotuksia uusien verkkosivujen varalle sekä näkemyksiä sosiaalisesta mediasta. Haastattelut toteutetaan teemahaastatteluina.</p> <p>Opinnäytetyö on produktityyppinen, joten se koostuu raporttiosioista sekä liitteenä olevasta verkkosivujen rakenne- ja ulkoasuehdotuksesta. (Liite 3).</p> <p>Rekku Rescue ry pyrkii hyödyntämään opinnäytetyötä uusien verkkosivujensa suunnitteluprojektissa.</p>	
Asiasanat Verkkoviestintä, verkkosivu-uudistus, yhdistystoiminta, vapaaehtoistoiminta, eläinsuojelu, rescuekoira,	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Raportin rakenne.....	1
1.2	Toimeksiantaja Rekku Rescue ry:n esittely.....	1
2	Verkkoviestinä ja verkkosivusuunnittelu	3
2.1	Rakenne ja tekninen toteutus.....	3
2.1.1	Responsiivisuus	4
2.1.2	Hakukoneoptimointi.....	4
2.1.3	Julkaisualusta.....	5
2.1	Visuaalinen ilme	5
2.2	Sisältö.....	6
2.2.1	Sidosryhmät	6
2.2.2	Kuvat	7
2.2.3	Verkkoteksti.....	8
2.3	Verkkosivusuunnittelun trendit	9
3	Sivujen nykytilan analyysi ja haastattelututkimus	11
3.1	Sivujen nykytilan analyysi.....	11
3.2	Sosiaalinen media	14
3.3	Haastattelututkimus.....	16
3.3.1	Haastatteluiden suunnittelu	17
3.3.2	Haastatteluiden toteutus	17
3.3.3	Tutkimuksen luotettavuus	18
4	Rekku Rescue ry:n verkkosivu-uudistus.....	19
4.1	Haastatteluiden tulokset.....	19
4.1.1	Taustoittavat kysymykset	19
4.1.2	Verkkosivut.....	19
4.1.3	Sosiaalinen media.....	22
4.2	Verkkosivu-uudistuksen tärkeimmät kehityskohdat.....	23
4.2.1	Etusivu ja navigaatio	23
4.2.2	Rakenne ja visuaalinen ilme	24
4.2.3	Sisältö	25
4.2.4	Sosiaalisen median integroiminen	25
4.2.5	Muut toiminnot.....	26
	Lähteet	27
	Liitteet.....	29
	Liite 1. Teemahaastattelun runko	29
	Liite 2. Haastattelutulokset	31
	Liite 3. Verkkosivusuunnitelma	44

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on Rekku Rescue ry:n verkkosivujen rakenteellinen ja visuaalinen uudistus sekä sosiaalisen median rooli viestinnässä. Yhdistys on päättänyt uudistaa verkkosivunsa vuoden 2016 aikana ja opinnäytetyön tarkoituksena on saada aikaan konkreettinen ehdotus, kuinka uusista verkkosivuista saadaan entistä toimivampia ja käyttäjäystävällisempiä. Verkkosivu-uudistus oli tarkoitus toteuttaa jo vuonna 2015, mutta silloin todettiin, että ennen uudistuksen aloittamista, on kartoitettava kunnolla, mitä uusilta sivuilta halutaan.

1.1 Raportin rakenne

Opinnäytetyön ensimmäisessä luvussa selvitetään mitkä tekijät tekevät verkkosivuista rakenteellisesti ja visuaalisesti selkeät ja käyttäjäystävälliset, mitä pitää ottaa huomioon kun tuotetaan sisältöä verkkoon sekä mitkä ovat verkkosivusuunnittelun tämän hetkisiä trendejä. Lisäksi pohditaan miten eri sosiaalisen median kanavat saataisiin paremmin integroitua verkkosivuihin ja miten verkkosivujen ja sosiaalisen median roolit jakautuvat viestinnässä.

Verkkosivu-uudistus -luvussa analysoidaan verkkosivujen lähtötilannetta sekä haastatellaan kolmea Rekku Rescuen työntekijää ja kolmea rescue-koiran adoptoinutta tai adoptointia harkitsevaa. Haastattelut suoritetaan teemahaastatteluina. Teemahaastattelun runko (liite 1) koostuu kolmesta erillisestä teemasta, jotka ovat taustoittavat kysymykset, yhdistyksen verkkosivuihin liittyvät kysymykset ja kysymykset sosiaalisesta mediasta.

Viimeisessä luvussa pohditaan teorian ja teemahaastatteluvastausten (liite 2) pohjalta, miten uudet verkkosivut kannattaisi rakentaa, jotta ne palvelisivat mahdollisimman hyvin niin Rekku Rescue ry:n tavoitteita kuin myös sivujen käyttäjiä. Tarkoituksena on tehdä yhdistykselle konkreettinen ehdotus, miten uudet verkkosivut kannattaisi toteuttaa. Verkkosivujen rakenne- ja ulkoasumalli toteutetaan Power Pointia hyödyntäen. Suunnitelma löytyy raportin lopusta liitteistä (liite 3).

1.2 Toimeksiantaja Rekku Rescue ry:n esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii suomalainen vuonna 2002 Helsingissä perustettu eläinsuojeluyhdistys Rekku Rescue ry. Yhdistyksen tarkoituksena on edistää kodittomien koirien, kissojen ja muiden eläinten asemaa sekä fyysistä ja henkistä hyvinvointia Suomessa ja Virossa. Yhdistyksen tavoitteena on vähentää kodittomien eläinten määrää tie-

dottamalla steriloinnin tärkeydestä ja neuvomalla ihmisiä eläinten käytösongelmien kanssa. Rekku Rescue pyrkii toimintansa kautta löytämään koteja kodittomille eläimille. Yksi yhdistyksen tavoitteista on myös parantaa eläinten kohtelua vaikuttamalla eläinsuojelula-keihin sekä ihmisten asenteisiin. (Rekku Rescue ry 2016a.)

Yhdistykseen kuuluu sekä kannatusjäseniä että varsinaisia jäseniä. Kannatusjäseneksi voidaan hyväksyä yksityinen henkilö tai oikeuskelpoinen yhteisö tai yritys, joka maksaa jäsenmaksun. Kannatusjäsenillä ei ole äänioikeutta, kun taas yhdistyksen varsinaiset jäsenet saavat äänestää yhdistyksen kokouksissa. Varsinaiseksi jäseneksi voi päästä, jos on ollut aktiivisesti mukana yhdistyksen toiminnassa. Rekku Rescuen hallitus hyväksyy sekä kannatusjäsenet että varsinaiset jäsenet. (Rekku Rescue 2016a.)

Vuonna 2016 Rekku Rescue aikoo panostaa erityisesti ennaltaehkäisevään eläinsuojelutyöhön. Yhdistyksen tavoitteena on järjestää maataiskissojen leikkauskampanjoita ympäri Suomea ja tämän lisäksi järjestää myös muunlaisia kohdennettuja sterilointikampanjoita. Vuoden 2016 tavoitteena on myös saada uusia ihmisiä mukaan yhdistyksen aktiivitoimintaan sekä saada lisättyä yhdistyksen toimintaa lahjoituksilla tukevien määrää. (Rekku Rescue 2016a.)

Yhdeksi toimikauden tavoitteeksi yhdistys listaa eläinten aseman parantamisen kattavan ja monipuolisen viestinnän avulla. Rekku Rescuen pääasialliset tiedotuskanavat ovat yhdistyksen verkkosivut sekä Facebook-tili. Yhdistyksellä on käytössä myös Instagram-tili ja oma Youtube-kanava. Vuoden 2016 aikana Rekku Rescuen on tarkoitus uudistaa yhdistyksen verkkosivut. (Rekku Rescue 2016a.)

Yhdistys on perustanut erillisen työryhmän verkkosivu-uudistusta varten. Työryhmä on tietoisesti haluttu pitää mahdollisimman pienenä ja siihen on valittu henkilöitä, joilla on aikaisempaa kokemusta verkkosivujen suunnittelusta. Työryhmään kuuluvat muun muassa yhdistyksen tiedottaja, verkkosivujen päivittäjä, uusien sivujen koodaaja sekä jatkossa myös sivujen graafisen ilmeen suunnitteleva ammattigraafikko.

2 Verkkoviestinä ja verkkosivusuunnittelu

Nykyään verkkoviestinnällä on hyvin keskeinen rooli organisaatioiden viestinnässä ja yleensä ajankohtainen tieto julkaistaan ensimmäisenä verkossa. Verkkoviestintää käytetään moniin eri tarkoituksiin kuten tiedottamiseen, tavaroiden ja palveluiden myyntiin, yhteisöjen rakentamiseen yms. Verkkoviestinnän strategiaa tulee peilata organisaation koko strategiaan, eikä sitä tule missään nimessä ajatella erillisenä osana organisaation toimintaa. Onnistuneen verkkoviestinnän perustana on tasapaino tavoitteiden ja käytössä olevien resurssien välillä. Verkkoviestinnän etu on, että se on viestintäkanavana ajasta ja paikasta riippumaton sekä hyvin vuorovaikutteinen. Organisaatioiden tulisi miettiä verkkotoeutuksiaan ennen kaikkea käyttäjäkokemuksen ja vuorovaikutteisuuden näkökulmasta. (Pohjanoksa, Kuokkanen & Raaska 2007, 11-12.)

Tässä luvussa selvitetään mitä tulee ottaa huomioon verkkosivujen rakenteen ja ulkoasun suunnittelussa ja kerrotaan muun muassa mitä verkkosivusuunnittelussa tarkoitetaan julkaisualustalla, responsiivisuudella ja hakukoneoptimoinnilla. Luvussa tarkastellaan miten sidosryhmät tulee ottaa huomioon sivuja suunniteltaessa ja mikä on kuvien rooli verkkoviestinnässä sekä perehdytään verkkotekstille ominaisiin piirteisiin. Lopuksi käydään läpi verkkosivusuunnittelun tämän hetkisiä trendejä.

2.1 Rakenne ja tekninen toteutus

Hyvän verkkoviestinnän yhtenä edellytyksenä on verkkosivujen käytettävyys. Hyvä rakenne ja sisältösuunnittelu takaa sen, että verkkosivujen rakenne on käyttäjälle selkeä ja ymmärrettävä. Heti etusivulta pitäisi syntyä kokonaiskuva siitä, kenen verkkosivuista on kyse, millaiset sivut ovat luonteeltaan, mikä on organisaation toimiala sekä verkkosivujen tarkoitus. Etusivua ei tule kuitenkaan ahtaa täyteen, vaan on parempi pitää tekstin ja informaation määrä pienenä. Tarkemmat tiedot voi sijoittaa erilliselle sisältösivulle. Verkkosivuja havainnoidaan vasemmalta oikealle, mikä tulee ottaa huomioon eri elementtien sijoittelussa. (Pohjanoksa ym. 2007, 147-150.)

Verkkosivujen navigaation rakennehierarkian tulee olla mahdollisimman selkeä. Navigaation linkkien pitää erottua hyvin sekä niiden tulee selkeästi kertoa mihin kukin linkki vie. Navigaation linkkien pitää olla myös kielellisesti selkeitä, sillä jos käyttäjä ei ymmärrä käytettyjä termejä, ei hyvinkään rakennettu navigaatio palvele käyttäjää. Navigointia suunniteltaessa on hyvä muistaa seuraavat kolme pointtia: selkeys, mahdollisimman vähän alasivuja sekä siirtymisen helppous sivulta toiselle. Jokaisella sivulla tulee olla linkki takaisin etusivulle. Esimerkiksi organisaation logo on yleisesti käytetty ja toimiva paluulinkki,

jota klikkaamalla käyttäjä pääsee helposti ja nopeasti takaisin etusivulle. (Pohjanoksa ym. 2007,150; Viestintä-Piritta 2014)

2.1.1 Responsiivisuus

Verkkoa selaillaan koko ajan yhä enemmän mobiililaitteilla. Vuonna 2015 verkon käyttö mobiililaitteilla ylitti internetissä surffaamisen perinteisillä tietokoneilla. Organisaation tulee luonnollisesti huomioida tämä myös omia verkkosivujaan ja ylipäätään viestintäänsä suunniteltaessa, sillä muuten menettää asiakkaita. Mukautuva eli responsiivinen käyttöliittymä mahdollistaa sen, että verkkosivut skaalautuvat erilaisille laitteille, minkä ansiosta käyttökokemus säilyy, selataan sivuja sitten millä laitteella tahansa. Responsiivisen suunnittelun ansioista sisältö esitetään sopivassa järjestyksessä ja muodossa oli kyseessä sitten älypuhelin tai tietokone. (Hällickä 2015).

Sisällön optimoinnin eri laitteisiin tulee perustua kunkin laitteen käyttökontekstiin ja käyttäjän tarpeisiin. Mobiililaitetta käyttävän kiinnostuksen kohde on monesti eri kuin tietokoneella verkossa surffaavan. Yksi tapa mukauttaa verkkosivut mobiililaitteille on sijoittaa tietokoneennäytöllä vaakatasossa olevat elementit mobiiliversiossa päällekkäin. Mobiililaitteella sivua selailevan tarvitsee nähdä ensisijaisesti kaikkein oleelliset tiedot, kuten esimerkiksi yrityksen yhteystiedot ja aukioloajat, joten osan sivuston sisällöstä voi jättää mobiiliversiosta pois. Kun sivuja käytetään laitteilla, joissa on pieni näyttö, voi olla hyvä jättää esimerkiksi bannerit ja osa mainoksista pois. Isommalla näytöllä voi tarjota laajempaa sisältöä. (Hällickä 2015).

2.1.2 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan sivuston muokkaamista sellaiseksi, että sillä on mahdollisimman hyvät mahdollisuudet sijoittua hyvin hakukoneiden (esimerkiksi Google) tuloksissa haluttuja hakusanoja käyttämällä. Verkkosivut eivät ole hyvin löydettävissä, jos ne löytyvät hakukoneista vain esimerkiksi organisaation nimellä. Organisaation tulisi löytyä hakukoneista myös sen toiminnan kannalta keskeisillä yleistermeillä. (Pohjanoksa ym. 2007, 175.)

Verkkosivujen tekninen toteutus vaikuttaa sivujen sijoitukseen. Muita asioita jotka vaikuttavat sijoitukseen ovat muun muassa sivuston otsikko, sisällön kuvaus ja tekstisisältö sekä sivuston ikä, hakusanojen lukumäärä ja sivun saavuttama linkkisuosio muilta sivuilta. Pitkät ja tarkasti rajattuun aiheeseen keskittyvät verkkosivut ovat hakukoneiden suosiossa. Hakukoneiden näkyvyyttä on myös mahdollista ostaa, jolloin puhutaan hakusanamainonnasta. (Pohjanoksa ym. 2007, 175)

2.1.3 Julkaisualusta

Verkkosivuja suunniteltaessa, on heti alkuun päätettävä, mitä julkaisualustaa halutaan käyttää. Julkaisualustat tekevät verkkosivujen suunnittelusta helppoa ja nopeaa ja mahdollistavat sen, että verkkosivut voi suunnitella ja toteuttaa ilman sen kummempaa web-suunnittelu- ja koodausosaamista. Nykyään suurin osa julkaisualustoista taipuu monenlaisiin verkkosivuihin, joten niiden avulla voi suunnitella niin verkkokaupan, blogin kuin esimerkiksi organisaation kotisivut. Suositujia julkaisualustoja ovat muun muassa WordPress, Joomla ja Drupal. (Mening 2015.)

Toimeksiantaja Rekku Rescue ry on päättänyt käyttää uusien verkkosivujensa julkaisualustana WordPressiä. WordPress on tällä hetkellä maailman suosituin julkaisualusta, sillä se pyörittää noin 26 prosenttia koko maailman verkkosivuista. Kaikista suosituimmilla WordPress –teemoilla on niin paljon käyttäjiä, että verkkosivustot ovat alkaneet näyttää yhä enemmän toistensa kopioilta. Toisaalta se, että sivustot ovat standardisoituneet, voi jopa parantaa käyttökokemusta, sillä kun käyttäjä tietää heti sivuille tullessaan millainen sivujen rakenne on, hän voi keskittyä nopeammin itse asiaan eli verkkosivujen sisältöön. (Olander 2016.)

Vuonna 2016 WordPressiä on kehitetty siten, että mobiilisovellusten integroiminen on tehty entistä helpommaksi. Jatkossa yhä useammalla yrityksellä saattaa olla oma app, sillä 80 prosenttia mobiililaitteiden verkon käytöstä tapahtuu sovelluksien välityksellä. Eli yhä harvempi käyttää mobiililaitteella verkkoselainta. Lähes kaikki WordPress teemat ovat responsiivisia, mikä tekee verkkosivujen suunnittelusta entistä helpompaa. Samaan aikaan kuin verkon käyttö mobiililaitteilla yleistyy, selaillaan verkkoa enemmän myös entistä isommilla näytöillä, esimerkiksi älytelevisioilla. Tämän takia modernien verkkosivujen tuuleekin taipua kaikenkokoisille näytöille. (Olander 2016.)

2.1 Visuaalinen ilme

Kaikille menestyville yrityksille ja yhteisöille on yhteistä se, että niillä on vahva visuaalinen identiteetti ja ne erottuvat siten kilpailijoistaan. Vaikka tuotteet tai palvelut olisivatkin hyvin samanlaisia kuin kilpailijoilla, organisaation visuaalisen ilmeen on oltava yksilöllinen ja tunnistettavissa. Visuaalinen ilme synnyttää pysyviä mielikuvia organisaatiosta. Sen suunnittelu on hyvin kokonaisvaltainen prosessi, joka ilmentää yrityksen identiteettiä sekä on myös osa yrityksen strategista johtamista. Itse viestin lisäksi visuaalisuuden tulisi myös ilmentää organisaatiolle tärkeitä arvoja. Visuaalisen identiteetin keskeisimpiä elementtejä ovat tunnusvärit, typografia sekä yritys- tai tuotetunnus. Organisaatiolla on hyvä olla laadittuna graafinen ohjeisto, joka on eräänlainen laatukäsikirja visuaalisuutta koskien. Jos-

kus organisaatio joutuu muuttamaan visuaalista identiteettiään, jos se alkaa olla liian vanhanaikainen tai ei enää vastaa organisaation tavoitteita ja arvoja. (Juholin 2009, 86.)

Visuaalisen suunnittelun yksi päämäärä on tukea vastaanottajalle välitettävää viestiä. Hyvä visuaalinen suunnittelu antaa informaatiolle järjestyksen ja rakenteen ja siten helpottaa viestin perille menemistä. Ulkoasun suunnittelun tehtävänä on myös herättää vastaanottajassa mielenkiintoa ja pitää se yllä. Ulkoasu on yksi osa viestiä ja siksi myös verkkosivujen ulkoasu viestii organisaation ja verkkosivujen luonteesta. Kaikki verkkosivuilla käytettävistä fonteista kuvien sommitteluun asti on osa viestiä, jonka yritys haluaa välittää verkkosivujen käyttäjille. (Huovila 2006, 11-13.)

2.2 Sisältö

Verkkosivujen sisältöä suunniteltaessa, on hyvä pitää mielessä, että luo sellaista sisältöä, joka kiinnostaa tavoiteltavia ihmisiä eli siis sivujen kohderyhmiä. Käyttäjä kyllästyy helposti, jos sivusto ei tarjoa jatkuvasti uutta mielenkiintoista sisältöä. Yleisesti ottaen tiivis, informatiivinen, mielenkiintoinen ja linkkipainotteinen sisältö kiinnostaa ihmisiä. Verkkosivujen luettavuutta parantavat kuvien käyttö sekä asioiden listaaminen. (Viestintä-Piritta 2013.)

Järjestöjen ja yhdistysten yksi pääasiallinen tavoite on saada lisää jäseniä. Sivuja suunniteltaessa onkin hyvä miettiä, millaiset sivujen pitäisi olla, jotta potentiaalinen uusi jäsen saataisiin mahdollisimman todennäköisesti liittymään jäseneksi. Jäseneksi liittyminen kannattaa siis tehdä mahdollisimman helpoksi. ”Liity jäseneksi” tai ”Tilaa uutiskirje” – painikkeet, kannattaa sijoittaa sivuille siten, että ne ovat näkyvällä paikalla. (Viestintä-Piritta 2013.)

2.2.1 Sidosryhmät

Verkkosivuja suunniteltaessa on tärkeää miettiä kenelle sivuja tehdään? Mitkä ovat organisaation sidosryhmiä eli ketkä ovat verkkosivujen käyttäjiä? Verkkosivuja ei kannata suunnitella siten, että ne ovat tarkoitettu kaikille. Verkkosivuja suunniteltaessa on selvitetävä organisaation sidosryhmien tapaa käyttää verkkoa, miten he siellä asioivat, millaista tietoa etsivät ja mikä heille on tärkeää. (Pohjanoksa ym. 2007, 123-124)

Uusien verkkosivujen suunnitteluvaiheessa voi esimerkiksi listata sidosryhmät tärkeysjärjestykseen. Sivujen suunnitteluvaiheessa tulee miettiä organisaation strategiaa ja mikä on verkkosivujen pääasiallinen tarkoitus. Jos kyseessä on järjestö tai yhdistys on hyvä miettiä, onko verkkosivujen tarkoitus tarjota tietoa vai halutaanko niiden avulla hankkia uusia

jäseniä tai esimerkiksi vaikuttaa päätöksentekoon? Kohderyhmä tulee ottaa huomioon myös kun mietitään millaista kieltä sivuilla käytetään. (Viestintä-Piritta 2013.)

Jokaiselle organisaatiolle tärkeitä sidosryhmiä ovat sen työntekijät, asiakkaat tai jäsenet sekä omistajat, rahoittajat tai sijoittajat, sillä ilman näitä ryhmiä organisaatio ei pystyisi toimimaan. Muita mahdollisia sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi viranomaiset, poliittiset päättäjät, yhteistyökumppanit, järjestöt sekä media. Toimeksiantaja Rekku Rescue ry:n tapauksessa tärkeitä sidosryhmiä ovat ainakin yhdistyksen jäsenet, lahjoittajat ja tukijat sekä yhteistyökumppanit. Sidosryhmien kiinnostuksen kohteet, tarpeet ja motiivit vaihtelevat tiedon saannista toiminnassa aktiivisesti mukana olemiseen. Organisaation on hyvä tehdä sidosryhmäanalyysi, jotta osattaisiin mahdollisimman hyvin tyydyttää sidosryhmien tarpeet. On selvitettävä millaisia odotuksia, tarpeita ja vaatimuksia sidosryhmillä on, sekä mietittävä mitä tavoitteita organisaatiolla itsellään on sidosryhmiin liittyen (Juholin 2009, 199-201.)

On luonnollista, että organisaatio pyrkii myös itse vaikuttamaan sidosryhmiinsä, esimerkiksi poliittisiin päättäjiin, tavoitteenaan vaikuttaa päätöksentekoon tai tuodakseen esille tärkeinä pitämiään asioita (ns. lobbaus) (Juholin 2009, 199-201). Myös Rekku Rescue ry listaa yhdeksi tavoitteekseen eläinsuojelulakeihin ja ihmisten asenteisiin vaikuttamisen, joten poliittiset päättäjät ja media ovat sitä kautta yhdistyksen sidosryhmiä.

2.2.2 Kuvat

Verkkoviestinnässä kuvan tehtävä on muun muassa luoda mielikuvia, välittää tietoa, parantaa käytettävyyttä ja rakentaa kokonaisuuksia. Kuvat ja värit herättävät mielikuvia nopeammin kuin mikään muu. Yrityksen logo mielletään monesti sen brändiksi. On kuitenkin hyvä muistaa, että kaikki verkkosivuilla käytetyt kuvat viestivät ja rakentavat brändiä yhtälailla. (Pohjanoksa ym. 2007, 194.)

Käyttämällä runsaasti kuvamateriaalia ja suuria kuvia saadaan luotua tunteita, mutta kuvien käyttö myös auttaa kävijää hahmottamaan sisällön nopeammin (Web-veistäjä). Valokuva välittyy suoraan katsojan tajuntaan ilman vastaanottajan omaa prosessointia ja siksi kuvan omaksuminen on paljon helpompaa kuin tekstin omaksuminen. Kaikki kuva ei kuitenkaan ole valokuvaa. Esimerkiksi kaavioiden avulla on helppo havainnollistaa ja yksinkertaistaa monimutkaisia asioita. Verkkoviestinnässä pitkiä tekstipätkiä on hyvä korvata mahdollisuuksien mukaan havainnollistavilla taulukoilla ja kaaviolla. (Huovila 2006, 26.)

Vaikka organisaatioilla on yleensä paljon kuvamateriaalia, saattaa silti käydä niin, että verkkoviestinnän tarpeisiin ei meinaa löytyä sopivia kuvia. Kuvien laatu ei välttämättä ole riittävä ja voi olla, ettei olla varmoja kuvien tekijänoikeuksista. Selkeä kuvapankki, johon useammalla organisaation työntekijällä on pääsy, on hyvä ratkaisua ongelmaan. Jotta kuvien hallinta olisi helpompaa, on hyvä laatia selkeä luokittelu kuvapankin kuville. Kuvapankista tulisi muun muassa löytyä logo-originaalit, kuvituskuvia, tapahtumakuvia, henkilökuvia yms. Kuvien käyttämisestä verkkosivuilla tulee muistaa ainakin seuraavat pointit; valitse oikea kuva oikeaan käyttötarkoitukseen, tarkista kuvan tekijänoikeudet ja varmista, että sivuilla käytetyt kuvat ovat sopivassa koossa ja muodossa. (Pohjanoksa 2007, 199-204.)

2.2.3 Verkkoteksti

Verkkotekstin tulee olla helposti silmäiltävää. Tekstiä silmäiltäessä huomio kiinnittyy ensimmäisenä otsikoihin ja väliotsikoihin, kappaleiden alkuihin sekä mahdollisiin linkkeihin. Verkkotekstin fontin ja taustan välisen kontrastin pitää olla tarpeeksi suuri, jotta teksti erottuu selkeästi pohjastaan ja on helppo lukea. Verkkotekstille on ominaista, että sitä ei lueta vaan enneminkin vain silmäillä. Tästä syystä verkossa toimii parhaiten ilmava ja kevyt teksti ja on hyvä suosia lyhyitä kappaleita ja lauserakenteita. Samat tekstit mitkä toimivat paperille printattuna eivät yleensä toimi verkossa. Verkossa noudatetaan erilaista kappalejakoja kuin perinteisesti. Yleisesti ottaen yli viisiriviset kappaleet tuntuvat raskailta ruudulla, joten mikäli tekstiä ei ole mahdollista editoida erikseen verkkoa varten, on tekstissä hyvä käyttää ylimääräisiä rivivälejä ja kappalejakoja silmäiltävyyden parantamiseksi. Osuvat ja hyvin erottuvat pää- ja väliotsikot lisäävät myös tekstin silmäiltävyyttä ja luettavuutta ja nopeuttavat tiedon löytämistä. (Kempainen 2014a; Pohjanoksa 2007, 186-187)

Verkkotekstiä kirjoittaessa, tulee tekstiä miettiä aina lukijan näkökulmasta. Kirjoittaessa on hyvä miettiä kenelle teksti on kirjoitettu, mikä on sen pääpointti, voisiko asian ilmaista yksinkertaisemmin ja onko teksti organisaation linjan mukainen? On myös muutamia tyylillisistä seikkoja, joita verkkotekstissä kannattaa välttää. Alleviivaus verkkotekstissä hämää lukijaa luulemaan, että kyseessä on linkki. Kursivoitua tekstiä taas on vaikea lukea ruudulta, joten se käyttöä kannattaa välttää. Myöskin lihavoitu teksti ja isojen kirjaimien käyttö vaikeuttavat tekstin luettavuutta. Vaikka keskitetty teksti saattaa joissain tapauksissa näyttää hyvälle, sitä ei kannata suosia suuremmissa määrin, sillä sen lukeminen on raskasta. (Pohjanoksa 2007, 189).

2.3 Verkkosivusuunnittelun trendit

Tässä kappaleessa käsitellään verkkosivusuunnittelun tämän hetken trendejä. Verkkosivusuunnittelun pääasiallinen tarkoitus on tukea verkkosivuston käytettävyyttä ja parantaa käyttökokemusta, joten on hyvä muistaa, että vaikka trendejä on hyvä seurata ja niitä voi suosia, ei kannata kuitenkaan unohtaa toimivaksi havaittuja vanhoja malleja. (Kemppainen 2014b.)

Viime vuosina verkkosivusuunnittelussa on ollut trendikästä yksinkertainen ja moderni suunnittelu eli niin sanottu ”flat design”, joka tarkoittaa sitä, että kaikki ylimääräiset napit, elementit ja erikoisefektit jätetään sivuilta pois. On trendikästä suosia selkeitä linjoja ja tyhjää tilaa käytetään korostamaan olennaisia asioista. Mitä enemmän sivuilla on valkoista eli tyhjää tilaa, sitä helpommin kävijä kiinnittää huomionsa itse sisältöön ja haluttuihin asioihin. Kuvien ja tekstin välissä oleva tyhjä tila tekee tekstistä helpommin luettavaa. Modernilla verkkosivustolla pääosassa on sisältö ja turhat asiat karsitaan pois. Rajattu väripaletti, minimalistisuus, runsas tyhjän tilan käyttö ja typografian tärkeä rooli kuuluvat tyyliin. Verkkosivusuunnittelussa korostuu funktionaalisuus; häiriötekijät minimoidaan, jotta itse viesti menee paremmin perille. (Kemppainen 2014b; Olander 2015.)

Responsiivisen suunnittelun myötä verkkosivujen sisältöä ei enää välttämättä taiteta selvärajaisen laatikon sisälle, vaan yhä useammin hyödynnetään koko sivun leveyttä. Kun koko verkkosivun leveys otetaan käyttöön, jää sivuille enemmän tyhjää tilaa ja ilmavuuden tuntua. Tyhjä tila antaa viestille lisäarvoa. Koska yksinkertaiset sivut myös monesti latautuvat nopeammin, saattaa flat design parantaa erityisesti mobiililaitteiden käyttökokemusta. Flat designilla ei tarkoiteta vain minimalistista visuaalista ilmettä, vaan myös sisällön yksinkertaistamista. (Olander 2015.)

Teknisten rajoitteiden vuoksi verkossa käytetyt typografiat ovat olleet pitkään printtien typografioita tylsempiä. Viime vuosina verkossa on kuitenkin alkanut olla mahdollista käyttää aikaisempaa persoonallisempia fontteja (esimerkiksi GoogleFonts –pilvipalvelun avulla). Trendinä on ollut myös leipätekstin fonttikoon kasvu, sillä mobiilissa on helpompi lukea hieman isompaa tekstiä. Persoonallinen, mutta edelleen helppolukuinen fontti houkuttelee lukemaan. Erityisesti käsinkirjoitetut fontit ovat vuonna 2016 hyvin trendikkäitä. (Olander 2015.)

One page -tyylisillä verkkosivuilla sisältöä ei ole jaettu usealle eri alisivulle, vaan koko verkkosivujen sisältö on yhdellä alaspäin skrollattavalla sivulla. One page –malli sopii parhaiten verkkosivuille, joilla ei ole kovin paljon sisältöä. Tällaisilla sivuilla on hyvä käyttää

kiinteää navigointipalkkia, jolloin navigointivalikko näkyy käyttäjälle myös silloin, kuin sivua selataan alaspäin. Navigaation linkkejä klikkaamalla käyttäjä pääsee haluamaansa kohtaan verkkosivuilla. One page-mallisilla verkkosivuilla voi käyttää jatkuvan skrollauksen tekniikka, jolloin sivuston sisältö latautuu sitä mukaa, kun sitä skrollataan alaspäin. Jatkuva skrollaus toimii erityisesti kuvapainotteisilla sivustoilla (esimerkkinä Pinterest.) (Kempainen 2014b.)

One page –malli sopii hyvin käytettäväksi myös mobiililaitteilla, sillä kosketusnäytöllisillä laitteilla on helppo skrollata sivua. Hyvin toteutettuna one page –malli lisää käyttökoke-
musta, sillä käyttäjä voi vain selata sivua eteenpäin, eikä hänen täydy linkkejä klikkaile-
malla ladata uusia sisältösivuja. One page -mallisilla sivuilla tarinankerronta ja verkkosivu-
jen sisällöllinen juoni korostuvat. Skorrallattavat sivut ovat myös yllättävän koukuttavia ja
saattavat vangita käyttäjän huomion pitkäksikin aikaa. Yksi nouseva trendi verkkosivu-
suunnittelussa on koko ruudun verkkosivut, jotka toimivat dia-esitysten tapaan. Navigointi
tapahtuu dioja eteen ja taaksepäin selaamalla ja jokainen sivu eli dia täyttää koko ruudun.
(Olander 2015.)

Monien verkkosivujen etusivulla koreilee nykyään lähes koko ruudun peittävä ”hero”- taus-
takuva. Tällainen taustakuva on parhaimmillaan hyvin houkutteleva, mutta kaikille sivuille
se ei kuitenkaan sovi. Isot kuvat ovat monesti hitaasti latautuvia ja täten hidastavat sisäl-
lön pariin pääsemistä, mutta esimerkiksi WorPressin viimeisin versio tarjoaa mobiililaitteil-
le automaattisesti pienempää kuvakokoa, mikä nopeuttaa sivun lataamisaikaa. Koko ruu-
dulle levittäytyvä kuva tai taustavideo ovat tehokkaita tapoja herättää tunnereaktioita ja
imeä kävijä syvemmälle sivuston maailmaan. (Olander 2016.)

Sosiaalisen median suosion kasvaessa, verkkosivustoilla käytettävät sosiaalisen median
ikonit ovat myös kasvattaneet suosiotaan. Näkyvät ikonit ovat helppokäyttöisiä ja voivat
myös osaltaan lisätä verkkosivun kävijäliikennettä, sillä ne mahdollistavat verkkosivujen
sisällön jakamisen eri kanavissa. (Kempainen 2014b.)

3 Sivujen nykytilan analyysi ja haastattelututkimus

3.1 Sivujen nykytilan analyysi

Uusien verkkosivujen suunnittelu on hyvä aloittaa tekemällä nykytilan analyysi ja miettimällä mikä nykyisillä sivuilla on tarpeellista ja mitä voisi ehkä jättää kokonaan pois. Verkkosivuja suunniteltaessa kannattaa kiinnittää erityistä huomiota ylänavigoinnin loogisuuteen, alasivujen vähyyteen ja sivulta toiselle siirtymisen helppouteen. (Viestintä-Piritta 2014.)



Kuva 1. Rekku Rescue ry:n verkkosivujen etusivu (Rekku Rescue ry 2016b)

Rekku Rescue ry:n vanhat verkkosivut ovat melko sekavat. Kuvasta 1 näkee, että sivuilla toistuviksi väreiksi on valittu turkoosi ja kirkas vihreä. Värimaailma voisi olla hieman rauhallisempi ja asiallisempi. Yläbannerista löytyy Rekku Rescuen logo, mutta muuten verkkosivujen etusivulta ei ensisilmäyksellä käy selvästi ilmi minkälaisista verkkosivuista on kyse. Kuten kuvasta 1 käy ilmi, verkkosivujen etusivulla on turhan paljon kaikkea meneillään. Etusivulta tulisi ilmetä millaisesta yhdistyksestä on kyse ja mikä on sivujen tarkoitus

Sivuilla käytetty fontti antaa hieman vanhanaikaisen ja ehkä jopa lapsellisen kuvan, eikä siten myöskään luo kovin asiantuntevaa vaikutelmaa. Verkkosivuilla olevat tekstit on kirjoitettu putkeen, monesti ilman rivivälejä tai tarkentavia alaotsikoita. Tämä aiheuttaa täyteen ahdetun, tasapaksun ja raskaan vaikutelman, mikä johtaa helposti siihen, ettei verkkosivuilla olevaa informaatiota jaksaa tai edes tee mieli lukea. Tyhjää tilaa sivuilla ei ole juurikaan, joten kävijä ikään kuin pakautuu sisällön määrästä.

Etusivu Eläimet Toiminta Liity jäseneksi FAQ Yhteystiedot Linkit Kauppa Blogi Kes

AJANKOHTAISTA

REKKUHUPPAREIDEN ENNAKKOTILAUS KÄYNNISSÄ!

2.5.2016

Nyt rajoitetun ajan Rekkukaupan tilausvalikoimasta hupparit Rekku Rescuen logolla! Sitovat tilaukset 1-22.5.2016, viimeinen maksupäivä 31.5. Tuotteet tilataan painosta ennakkomaksujen mukaan, joten toimitusaika on muita tuotteita pidempi.



[Tervetuloa ostoksille!](#)

Kuva 2. Verkkosivuejen etusivun ajankohtaista-osio (Rekku Rescue ry 2016b)

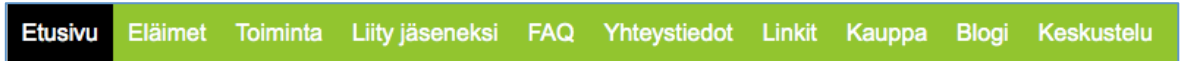
Tällä hetkellä etusivuille aukeaa ensimmäisenä ajankohtaisia uutisia (kuva 2), joiden kuuluisi olla ennemmin erillisellä sisältösivulla. Ajankohtaista osiossa muistutetaan tapahtumista, etsitään uusia kotihoitajia, mainostetaan Rekku Rescuen verkkokaupan tuotteita ja milloin mitään. Jos eläinsuojeluyhdistyksen etusivulle aukeaa ensimmäisenä kuvan 2 mukainen hupparimainos, hämmentää se varmasti sivuilla ensimmäistä kertaa vierailevaa sekä myös syö sivujen uskottavuutta.

Etusivun oikean puoleiseen reunaan on sijoitettu muun muassa pieniä kuvia kodittomista eläimistä ja yhteistyökumppaneiden logoista. Nämä voisi suosiolla sijoittaa erillisille sisältösivuille ja hyödyntää sivuston oikeaa reunaa esimerkiksi sijoittamalla siihen hyvin näkyvät linkit lahjoituksen tekemiseen ja jäseneksi liittymiseen.

Kaiken kaikkiaan etusivulle on ahdettu todella paljon sellaista sisältöä, mikä ei sinne välttämättä kuuluisi. Tästä syystä sivuston visuaalinen ilme on sekava, raskas ja vanhanaikainen. Näin sekavilla verkkosivulla käyttäjän on vaikea keskittyä olennaiseen, sillä katse harhailee väkisinkin asiasta toiseen.

Verkkosivulla on todella paljon informaatiota ja tekstiä. Tekstisisältöä on ehkä jopa turhan paljon. Kuvia sen sijaan on käytetty hyvin vähän ja niistäkin monet ovat pieniä ja melko huonolaatuisia. Sivujen sisältöä ei ole jäsenelty kovin hyvin ja se tekee sivujen selaamisesta ja tiedon löytämisestä haastavaa. Tekstiä tulisi jäsenellä ja tiivistää järkevämmäksi ja helppolukuisemmaksi. Tiettyjä asioita voisi lyhentää ja koota esimerkiksi listoiksi tai taulukoiksi, jotka ovat paljon lukijaystävällisempiä kuin pitkät tekstit. Lisäksi

tekstiosuuksia voisi myös jakaa enemmän erillisten alaotsikoiden alle, jolloin käyttäjän ei tarvitsisi lukea ensiksi läpi sivun mittaista tekstiä, löytääkseen mitä hän etsii. Tyhjää tilaa voisi olla enemmän, jottei sivuilla kävijälle tulisi sivustosta liian raskas olo. Koska kuvia käyttämällä saadaan luotua sisällölle rakennetta ja johdonmukaisuutta, voisivat aiheisiin liittyvät hyvälaatuiset kuvat olla uusilla sivuilla suuremmassa roolissa.



Kuva 3. Verkkosivujen ylänavigaatio (Rekku Rescue ry 2016b)

Sivuston ylänavigointi voisi olla entistä selkeämpi ja loogisempi. Suurin osa ylänavigoinnin alle aukeavista linkeistä on sijoitettu hassusti sivujen oikeaan reunaan, jonka takia niitä joutuu etsimään hetken. Navigointipalkista löytyvät tällä hetkellä kuvassa 3 näkyvät linkit. Esimerkiksi FAQ ja linkit ovat otsikoita, jotka voisivat ennemmin löytyä jonkun toisen linkin alta, sen sijaan että ne olisivat omina otsikoinaan ylänavigoinnissa. Tällä hetkellä etusivu linkki vie epäjohdonmukaisesti ajankohtaista osioon.

Suorina linkkeinä toimivia sosiaalisen median ikoneja ei ole vanhoilla sivuilla ollenkaan, joten verkkosivuilla kävijä ei välttämättä edes tiedä, että yhdistyksellä on käytössä myös Instagram- sekä Facebook-tili, jota päivitetään tällä hetkellä verkkosivujakin aktiivisemmin.

- [Kevättiedote Rekku Rescuen toiminnasta 4/2013 \(26.4.2013\)](#)
- [Vuoden Rescue 2013 -kilpailu \(20.7.2013\)](#)
- [Syystiedote Rekku Rescuen toiminnasta 9/2013 \(25.9.2013\)](#)
- [Lemmikki ei ole lelu! Ethän anna sellaista yllätyslahjaksi! \(5.12.2013\)](#)
- [Katso elokuva kodittomien eläinten hyväksi! \(3.1.2016\)](#)
- [Osallistu jäsenhankintakilpailuun! \(10.1.2016\)](#)
- [Rekku Rescuen vuosi 2015 \(31.1.2016\)](#)

Kuva 4. Tiedotteet (Rekku Rescue ry 2016c)

Kuten kuvasta 4 käy ilmi, muun muassa yhdistyksen tiedotteet eivät löydy sivuilta loogisessa järjestyksessä, vaan ovat listattuna vanhimmasta uusimpaan päin. Uusimman ja ajankohtaisimman tiedon pitäisi luonnollisesti olla ensimmäisenä. Lisäksi osa verkkosivuilla olevista tiedotteista ja muista materiaaleista avautuu Pdf-tiedostona ja osa taas aukeaa erilliselle sisältösivulle. Olisi hyvä olla yhdenmukainen ja päivittää kaikki tiedotteet esimerkiksi Pdf-muotoon.

Rekku Rescue ry:lle lahjoituksen tehdessä, sivuilta ei suoraan pääse verkkopankkiin maksamaan, vaan tällä hetkellä kävijän on itse mentävä verkkopankkinsa sivuille ja suoritettava maksu siten. Erityisen huonosti toimii tällä hetkellä Rekku Rescuen verkkokauppa Hyvän mielen puoti. Ostaessa jotain verkkokaupasta, ostaja saa tilauksen tehtyään sähköpostiinsa tilausvahvistuksen sekä laskun ja joutuu erikseen siirtymään verkkopankkiin maksamaan ostoksensa. Uusilla verkkosivuilla verkkopankkitoiminnot olisi hyvä päivittää nykyaikaisiksi, mikäli se on vaan mahdollista.



Kuva 5. Rekku Rescuen blogi (Rekku Rescue ry 2016d)

Rekku Rescuella on myös oma blogi, johon useampi yhdistyksen toiminnassa aktiivisesti mukana oleva jäsen kirjoittaa blogipostauksia. Blogi on kiva lisä verkkosivuille ja se toimii Googlen omistamalla blogspot alustalla. Blogista löytyy arkisto, josta postauksia voi etsiä julkaisuajankohdan mukaan. Lisäksi kirjoituksia voi etsiä avainsanojen avulla.

Blogi vaikuttaa sisällöllisesti ja ominaisuuksiltaan oikein kivalta ja toimivalta, mutta blogin visuaalinen ilme on melko lapsellinen värikkäine tassun jälkineen (kuva 5). Myös blogin ulkoasu kannattaa päivittää uusien verkkosivujen visuaalisen ilmeen mukaiseksi.

3.2 Sosiaalinen media

Rekku Rescue hyödyntää viestinnässään sosiaalisen median kanavista Facebookia ja Instagramia ja heillä on myös käytössä Youtube-kanava. Facebook on yhdistyksen viestinnässä sosiaalisen median kanavista suurimmassa roolissa, kun taas Instagramia päivitetään hieman harvemmin ja Youtube-kanavalle yhdistys lataa uusia videoita muutaman kerran kuussa.

Rekku Rescuen Facebook-tili on hyvin aktiivisessa käytössä. Uusia päivityksiä tehdään monta kertaa viikossa. Tykkääjiä yhdistyksen Facebook-tilillä on noin 7000. Rekku Rescuen Facebook-päivitykset koskevat muun muassa ajankohtaisia eläinsuojeluasioita ja lemmikkeihin liittyviä tapahtumia sekä lisäksi Facebookissa esitellään kotia vailla olevia eläimiä. Koska Facebook-tili on päivittäisviestinnässä isommassa roolissa kuin yhdistyksen verkkosivut ja se on lisäksi verkkosivuja vuorovaikutteisempi kanava, olisi ensiarvoisen tärkeää, että verkkosivuilta olisi selkeä linkitys yhdistyksen Facebook-tilille.



Kuva 6. Päivitys Rekku Rescuen Facebook-tililtä (Rekku Rescue ry 11.4.2016)

Facebook-tilin rooli on selkeästi informatiivinen ja melko asiapainotteinen ja sellaisena se halutaan yhdistyksen puolelta jatkossakin pitää. Päivitykset tehdään yleensä kaksi kertaa päivässä sekä iltapäivällä että illalla. Erityisesti kotia vailla olevia eläimiä koskevat julkaisut (kuva 6) ovat saaneet paljon tykkäyksiä ja niitä on myös jaettu jonkin verran. Facebook-tililtä on linkitys yhdistyksen virallisille verkkosivuille.



Kuva 7. Rekku Rescue ry: n Instagram-tili (Rekku Rescue ry 2.4.2016)

Rekku Rescuen Instagram-tilin tyyli on selvästi Facebookia rennompia. Yhdistys on ottanut Instagram-tilin käyttöön vasta muutama kuukausi sitten ja seuraajia heillä on noin neljästä. Instagramissa Rekku Rescue (@rekku_rescue_ry) julkaisee kuvia jo adoptoiduista ja adoptointia odottavista eläimistä. Kuten kuvasta 7 näkyy, yhdistyksen Instagram-tililtä löytyy ytimekäs esittely yhdistyksen toiminnasta ja selvä linkitys niin yhdistyksen verkkosivuille kuin Facebook-tilillekin.

Rekku Rescue seuraa Instagramissa monia muita suomalaisia eläinsuojeluyhdistyksiä, mikä on hyvä, sillä näin yhdistys pysyy kartalla siitä, mitä muut saman toimialan yhdistykset tekevät, niin yhteistyö- kuin kilpailumielessä. Rekku Rescue voisi miettiä itselleen jonkin sopivan ja tunnistettavan hashtagin, (esimerkkinä ”kilpailijayhdistyksellä” Kulkurit ry:llä on käytössä hashtag #spayone) jota myös muut Instagramin käyttäjät voisivat käyttää kuvissaan viitatessaan Rekku Rescueseen.

Yhdistyksellä on myös oma Youtube-kanava, jonne he julkaisevat noin kerran viikossa videon. Rekku Rescuen Youtube-kanavalla on vain 14-tilaajaa, mikä selittyy varmasti osittain sillä, että lähes kaikki videot ovat katsottavissa myös yhdistyksen verkkosivuilla niitä koskevan eläimen esittelysivuilla.

3.3 Haastattelututkimus

Verkkosivujen uudistamista varten tehdään haastattelututkimus. Tutkimuksen tarkoitus on selvittää haastatteluiden avulla, mikä nykyisillä verkkosivuilla on hyvää ja mitkä asiat kaipaavat kehittämistä sekä lisäksi tutkaillaan Rekku Rescuen sosiaalisen median tilejä. Tutkimuksessa haastatellaan kolmea Rekku Rescuen parissa työskentelevää (ryhmä 1) sekä kolmea henkilöä jotka ovat joko adoptoineet tai harkitsevat adoptoivansa tulevaisuudessa koiran jonkin vastaavanlaisen yhdistyksen kautta (ryhmä 2.)

Rekku Rescue ry:stä haastatellaan kolmea verkkosivu-uudistusta varten perustetun työryhmän jäsentä. Haastateltavana ovat yhdistyksen tiedottaja sekä yhdistyksen verkkosivujen päivittämisestä vastaava henkilö. Ryhmän 2 haastateltavista yhdellä oli kokemusta rescue-koiran adoptoimisesta ja kaksi muuta henkilöä ovat harkinneet ottavansa lähitulevaisuudessa koiran Rekku Rescuen kaltaisen eläinsuojeluyhdistyksen kautta.

3.3.1 Haastatteluiden suunnittelu

Haastattelut toteutetaan teemahaastatteluina, mikä tarkoittaa, että haastattelun aihepiirit eli teemat ovat tutkijan ennalta määrittämiä. Haastattelumenetelmästä puuttuu strukturoidulle haastattelulle tyypillinen kysymysten tarkka järjestys ja muoto. Haastattelija pitää huolen, että kaikki teemat käydään läpi, mutta se miten laajasti ja missä järjestyksessä ne käsitellään voi vaihdella haastattelusta toiseen. (Eskola & Suoranta 2000. 86.)

Tutkijan ennalta päättämät teemat siis sitovat haastattelun tutkimusongelmaan. Teemahaastattelun etu on, että kertyvä aineisto pohjautuu aidosti haastateltavan kokemuksiin eikä esimerkiksi tutkijan ennalta määrittämiin vastausvaihtoehtoihin. Teemahaastattelussa on tärkeää, että haastattelun rakenne pysyy haastattelijan hallinnassa (Virsta 2016.)

3.3.2 Haastatteluiden toteutus

Rekku Rescue ry:n jäsenten (ryhmä 1) haastattelut joudutaan toteuttamaan puhelinhaastatteluina tiukkojen aikataulujen takia. Muiden kolmen henkilön (ryhmä 2) haastattelut tehdään kasvotusten. Ryhmän 1 haastattelukysymykset eroavat jonkin verran ryhmän 2 kysymyksistä, mutta pääteemat molemmissa haastatteluissa ovat seuraavat; taustoittavat kysymykset, yhdistyksen verkkosivut sekä sosiaalinen media.

Haastattelun ensimmäisessä osiossa selvitetään haastateltavien taustoja, kuten ikää ja asuinpaikkaa. Haastattelun toinen osio keskittyy yhdistyksen verkkosivuihin, niiden nykytilanteeseen sekä verkkosivu-uudistukseen Ryhmää 2 pyydetään vertailemaan Rekku Rescue ry:n ja Kulkurit ry:n verkkosivuja ja kertomaan havaintojaan. Viimeinen osio käsittelee sosiaalista mediaa ja sen roolia viestinnässä.

Ryhmän 2 ensimmäisen haastattelun jälkeen totesin, että yksi kysymys pitää jättää kokonaan pois, sillä se toisti liikaa edellä esitettyä kysymystä. Haastattelut kestivät noin 20-40 minuuttia, riippuen siitä, miten paljon sanottavaa haastattelevilla oli. Ryhmän 1 haastattelut kestivät pidempään kuin ryhmän 2, mikä selittyi luultavasti sillä, että aihe oli heille ennestään tutumpi.

3.3.3 Tutkimuksen luotettavuus

Teemahaastattelun luotettavuus vaarantuu, jos haastateltava henkilö alkaa johdatella haastattelun kulkua liikaa. Tämä johtaa siihen, että eri haastatteluista kertynyt aineisto ei ole täysin vertailukelpoista. Haastatteluja tehdessä kävi ilmi, että mikäli haastateltavalla oli paljon sanottavaa aiheeseen liittyen, haastattelun rakenne meinasi helposti hajota ja haastateltava viedä keskustelun kulkua itse eteenpäin.

Osa teemahaastatteluista kertyneestä aineistosta oli sekava kokoelma haastateltavien puhetta ja tajunnanvirtaa. Tällöin tekstiä joutui jäsentelemään jälkeensä ja silloin vaarana on, että muodostuneet päätelmät perustuvat liikaa tehtyyn jäsentelyyn eikä niinkään haastateltavien vastauksiin (Virsta 2016). Koin haastavaksi tuottaa sellaisia kysymyksiä, jotka eivät ole johdattelevia, mutta eivät myöskään niin avoimia ja suuripiirteisiä, että haastateltavan on vaikea hahmottaa mitä oikein kysytään.

4 Rekku Rescue ry:n verkkosivu-uudistus

Tässä luvussa avataan teemahaastattelujen tuloksia ja niiden pohjalta tehtyjä havaintoja. Luvun lopussa on tehty teoriaan, nykytilan analyysiin ja haastatteluihin pohjautuvia päätelmiä siitä, mitä uusien verkkosivujen toteuttamisessa tulee ottaa erityisesti huomioon.

4.1 Haastatteluiden tulokset

Tässä kappaleessa esitellään teemahaastattelujen tuloksia ja tehdään havaintoja niiden pohjalta. Jokainen haastatteluteema on käsitelty omassa kappaleessaan, johon on koottu molempien ryhmien vastauksia sekä tehty havaintoja miltä osin ryhmien vastaukset ovat samankaltaisia. Haastateltaviin viitataan ryhmänä 1 ja 2.

4.1.1 Taustoittavat kysymykset

Teemahaastattelun ensimmäinen osa oli lähinnä taustoittava, siinä kysyttiin haastateltavien ikää ja asuinpaikkakuntaa. Haastateltavat olivat 21–48-vuotiaita ja asuivat yhtä haastateltavaa lukuun ottamatta pääkaupunkiseudulla. Ryhmän 1 haastateltavat olivat toimineet yhdistyksen parissa 1- 5 vuotta. Haastatteluryhmän 2 henkilöistä yksi oli adoptoinut rescue-koiran ja kaksi henkilöä on harkinnut sellaisen ottamista. Haastatelluista yksi muisti käyneensä etsimässä tietoa rescue-koirista myös Rekku Rescue ry:n verkkosivuilta, joten hänelle yhdistyksen verkkosivut olivat entuudestaan jokseenkin tutut.

Ryhmän 1 haastatteluista kävi ilmi, että hyvin harva yhdistyksen kautta lemmikin adoptoiva jää mukaan yhdistyksen toimintaan, ja siksi yhdistyksen jäseniksi kaivattaisiinkin enemmän heidän kauttaan rescue-koiran ottaneita. Ensimmäisessä teemaosiossa selvitettiin myös miten Rekku Rescue ry viestii jäsenilleen. Yhden haastateltavan mukaan yhdistyksellä on olemassa opiskelijatyönä toteutettu viestintäsuunnitelma, joka ei kuitenkaan ole kovin aktiivisessa käytössä. Tänä vuonna jäsenille on aloitettu säännöllisesti lähettämään uutiskirje, käyttämällä MailChimp sähköpostimarkkinointisovellusta. Uutiskirjeen on tarkoitus ilmestyä neljä kertaa vuodessa. Osa haastateltavista oli sitä mieltä, että olisi hyvä, jos uutiskirjeen voisi tilata olematta jäsen, koska tällä tavoin yhdistyksen toiminta saataisiin laajemman joukon tietoisuuteen ja sitä kautta olisi mahdollista saada myös uusia jäseniä ja lahjoittajia.

4.1.2 Verkkosivut

Teemahaastattelun toinen osio keskittyi Rekku Rescue ry:n verkkosivuihin ja tulevaan verkkosivu-uudistukseen. Sekä ryhmän 1 että 2 haastateltavat pitivät Rekku Rescuen

nykyisiä verkkosivuja graafiselta ilmeeltään vanhanaikaisina ja sekavina ja sivuja kuvailtiin myös hieman lapsellisiksi. Ryhmän 1 mielestä Rekku Rescuen nykyiset verkkosivut eivät myöskään erotu tarpeeksi muista eläinsuojeluyhdistyksistä. Rekku Rescuen verkkosivuilla on vihreä-sininen värimaailma. Vihreä on myös monen muun eläinsuojeluyhdistyksen, kuten esimerkiksi Kulkurit ry:n ja Kisu ry:n tunnusväri, joten Rekku Rescue haluaa muuttaa uusien verkkosivujensa värimaailman, erottuakseen visuaalisella ilmeellään paremmin muista. Haastatteluissa kävi ilmi, että Rekku Rescuen hallituksen kokouksessa on päätetty, että uusien verkkosivujen tunnusväri tulee olemaan sininen ja lisäksi oranssia käytetään tehosteväriä

Ryhmän 1 haastateltavat toivoivat, että jäseneksi liittyminen sekä lahjoittaminen tehdään uusilla sivuilla huomattavasti entistä näkyvämmäksi ja helpommaksi, sillä helppous on yksi ratkaiseva tekijä, kun henkilö päättää minkä yhdistyksen jäseneksi hän liittyy tai mihin hän tekee lahjoituksen. Verkkopankkitoiminnot halutaan päivittää nykyaikaisemmiksi, sillä tällä hetkellä kaikki maksut hoidetaan erillisellä sähköpostiin lähetettävällä laskulla.

Ryhmän 1 haastateltavien mukaan Rekku Rescue on päättänyt palkata verkkosivuuudistusta varten ammattigraafikon, jonka tehtävänä on yksinkertaistaa sivuja huomattavasti. Uusilla sivuilla aiotaan keskittyä entistä enemmän yhdistyksen omiin materiaaleihin ja yhteistyökumppanit mainitaan jatkossa vain nimeltä. Molempien ryhmien haastateltavat olivat yksimielisesti sitä mieltä, että sivuilla olevat pitkät tekstit pitäisi jäsenellä paremmin ja, että olisi hyvä jos informaatiota havainnollistettaisiin ja selkeytettäisiin kuvin, sillä se tekisi sivujen selaamisesta mielekkäämpää ja auttaisi tiedon sisäistämisessä.

Ryhmän 1 haastateltavat olivat saaneet palautetta verkkosivuista ainoastaan yhdistyksen aktiivijäseniltä. Saatu palaute koski lähinnä sitä ettei sivuja oltu päivitetty tai että sivuilta on vaikea löytää tietoa ja lisäksi palautetta ovat antaneet sivuja päivittävät henkilöt, jotka ovat kertoneet, että vanhoja verkkosivuja voi päivittää hyvin rajallisesti eivätkä ne ole juurikaan muokattavissa. Verkkosivuja pidetään yhdistyksen jäsenten keskuudessa kankeina ja ne ovat vaikeasti päivitettävissä ja hyvin rajallisesti muokattavissa. Vanhat sivut eivät yhdistyksen tiedottajan mukaan muutenkaan enää vastaa kovin hyvin yhdistyksen toimintaa.

Haastatteluissa tuli ilmi, että koska verkkosivut ovat olleet niin vaikeasti päivitettävissä ja vanhanaikaiset, on Facebookista tullut yhdistyksen ensisijainen viestintäkanava. Asian halutaan kuitenkin muuttuvan siten, että jatkossa verkkosivut ja Facebook toimisivat viestintäkanavina rinnakkain. Ryhmän 1 haastatteluissa kävi ilmi, että tähän asti kukaan ei ole seurannut verkkosivujen kävijätietoja ja dataa. Sen sijaan Facebookissa seurataan viikoit-

tain julkaisujen kattavuutta, julkaisuajankohtien merkitystä julkaisujen saamaan suosioon sekä millaiset julkaisut ovat suosituimpia.

Uusien verkkosivujen pitää toimia moitteettomasti kaikilla mobiililaitteilla. Ryhmä 1 pitää tärkeänä, että uudet verkkosivut ovat selkeät, tyylikkää, yksinkertaiset ja helppokäyttöiset. Lisäksi niiden tulee erottua visuaalisen ilmeensä puolesta edukseen muiden suomalaisten yhdistysten verkkosivuista. Verkkosivuja päivittää jatkossa sama henkilö, joka on ollut vastuussa verkkosivujen päivittämisestä tähänkin asti. Koska päivittämisen oletetaan olevan jatkossa paljon nykyistä aktiivisempaa, yhdistyksen on tarkoitus löytää toinenkin henkilö sivujen sisältöä päivittämään. Jatkossa tunnukset verkkosivuille aiotaan antaa aikaisempaa useammalle yhdistyksen jäsenelle. Koirien- ja kissojenvaraajat jatkavat entiseen tapaan adoptioeläinten kuulumisten päivittämistä verkkosivuille.

Ryhmä 1 kertoi, että Rekku Rescue on verkkosivu-uudistusta koskevassa hallituksen kokouksessa määrittänyt kohderyhmikseen potentiaaliset lahjoittajat ja jäsenet, mahdolliset adoptoijat sekä yleisesti rescue-eläimistä kiinnostuneet, jotka etsivät asiasta lisätietoa. Heidän mukaansa kohderyhmäläiset asuvat pääasiassa pääkaupunkiseudulla, mutta kohderyhmäläisten ikä vaihtelee reilu parikymppisistä eläkeläisiin saakka.

Ryhmän 2 haastateltaville näytettiin teemahaastattelun toisessa osiossa vertailumielessä sekä Rekku Rescue ry:n että saman toimi alan yhdistyksen Kulkurit ry:n verkkosivuja. Ryhmän 2 kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että yhdistyksen tämän hetkiset verkkosivut eivät ole visuaalisesti houkuttelevat, ne ovat vanhanaikaiset ja vaikuttavat raskaille suuren tekstimäärän vuoksi. Haastateltavat kuitenkin kokivat, että sivuilla on paljon hyvää informaatiota, mutta ongelma on, että sivuilta on vaikea löytää mitään ja teksti on huonosti jäseneltyä. Haastateltavat olivat sitä mieltä, etteivät adoptoisi Rekku Rescuen kautta pelkästään heidän verkkosivujensa perusteella, koska nykyisten sivujen ulkoasu ei anna kovin luotettavaa ja asiantuntevaa vaikutelmaa. Hyvän vanhoilla verkkosivuilla haastateltavat pitivät kodittomien eläinten esittelyä, ne olivat heidän mielestään kattavia. Positiivista palautetta sai se, että osasta eläimistä oli sivuilla myös videomateriaalia. Myös ryhmän 1 haastateltavista suurin osa kertoi olevansa tyytyväisiä tämän hetkisillä verkkosivuilla nimen omaan siihen, miten kotia vailla olevat eläimet on esitelty.

Kaikki ryhmän 2 haastateltavat pitivät etusivua sekavana ja sanoivat, että siinä on liian paljon sisältöä. Ajankohtaisten uutisten koettiin olevan väärässä paikassa, sillä ne aukeavat heti etusivulle. Sivuille kaivattiin selkeämpää rakennetta ja lisää suoria linkkejä eri sisältösivuille sekä sisällön parempaa jakamista ja jäsentelyä. Tekstiä oli haastateltavien mielestään aivan liikaa ja yksi haastateltava ehdottikin lue lisää –tyyppisiä linkkejä, ettei

kaikki asiasta löytyvä tieto välttämättä lävähtäisi heti ruudulle. Kulkurit ry:n verkkosivuja haastateltavat pitivät huomattavasti Rekku Rescuen verkkosivuja houkuttelevimpina, visuaalisesti viehättävimpiä, selkeämpinä ja hyvin moderneina. Haastateltavat kehuivat Kulkureiden sivuilla tiiviitä ja lyhyitä tekstiosioita, sillä Rekku Rescuen sivuilla kaikki sisältö on yhtenä raskaana tekstimassana. Kulkurit ry:n sivuilla pidettiin myös siitä, että kuvia oli käytetty paljon. Kehuja Kulkuri ry:n verkkosivut saivat haastateltavilta myös Rekku Rescueta selkeämmästä navigaatiovalikosta.

Ryhmän 2 haastateltavat pitivät tärkeänä mahdollisuutta keskustella muiden samanhenkisten kanssa. Varsinkin siinä tapauksessa, jos ei ole aikaisempaa kokemusta rescuekoiran adoptoinnista on tärkeää, että voi kysyä muiden kokemuksia ja neuvoja. Suora linkki keskustelufoorumiin yhdistyksen verkkosivuilta sai kiitosta, mutta itse keskustelualusta oli haastateltavien mielestä hieman vanhanaikainen ja kankea.

4.1.3 Sosiaalinen media

Teemahaastattelun viimeisen osion kysymykset koskivat sosiaalista mediaa. Ryhmän 1 mukaan sosiaalisella medially, ja etenkin Facebookilla, on erittäin tärkeä rooli Rekku Rescuen toiminnassa. Tällä hetkellä lähes kaikki yhdistyksen viestintä tapahtuu tiedottajan mukaan Facebookin välityksellä. Facebookin avulla tuodaan esille kotia etsiviä eläimiä sekä myös saadaan toimintaan mukaan uusia jäseniä ja lahjoittajia. Kodittomiin eläimiin liittyvät kyselypiikit tulevat yleensä Facebook päivitysten jälkeen. Rekku Rescuen Facebook-tilin päivitysvastuu on yhdistyksen tiedottajalla. Facebookiin päivitetään noin kaksi ennalta ajastettua julkaisua joka päivä. Yhdistys on perustanut Facebookiin ryhmän Rekku Rescuen aktiivijäsenille, josta löytyy muun muassa Facebookin viikkokalenteri, johon ryhmän jäsenet voivat käydä ehdottamasta millaista sisältöä Facebookissa kannattaisi julkaista ja milloin. Aktiivijäsenet jakavat ahkerasti Rekku Rescuen Facebook-tilillä julkaisuja päivityksiä, jotta saataisiin saavutettua mahdollisimman suuri näkyvyys.

Ryhmän 1 haastateltavien mukaan Instagramilla ei ole vielä kovin suurta roolia yhdistyksen viestinnässä, sillä tili on vasta perustettu. Instagram-tilin päivitysvastuu on jaettu kahdelle jäsenelle. Instagramin avulla halutaan toki saada lisää näkyvyyttä, mutta viestinnällisesti sen rooli on lähinnä tarjota söpöä katseltavaa tilin seuraajille

Ryhmän 2 haastateltavat pitivät ensiarvoisen tärkeänä, että organisaatio löytyy nykypäivänä sosiaalisesta mediasta. Haastateltavat käyttivät itse sosiaalisen median kanavista Facebookia, Instagramia ja Snapchatiä ja kokivat, että Rekku Rescuen kaltaiselle eläinsuojeluyhdistykselle ylivoimaisesti parhaat sosiaalisen median kanavat ovat yhdistyksellä

jo käytössä olevat Facebook ja Instagram. Yhdistyksen Facebook-tili sai kehuja aktiivisesta päivitystahdistista. Haastateltavat pitivät siitä, että Facebookissa julkaistiin päivityksiä niin kotia vailla olevista eläimistä kuin myös erilaisista eläinsuojeluun liittyvistä tapahtumista. Yksi haastateltavista koki, että Facebook-tilin linjaus voisi olla vielä entistä selkeämpi, sillä esimerkiksi verkkokaupan tuotteiden mainostaminen Facebookissa, ei hänen mielestään sopinut tilin linjaan.

Ryhmä 2 piti yhdistyksen Instagram-tiliä söpönä ja päivää piristävänä. Haastateltavat pitivät siitä, että Instagramissa kerrotaan myös jo kodin saaneiden eläinten kuulumisia. Haastateltavat kiinnittivät huomiota siihen, että Rekku Rescuen Instagram-tililtä käy heti selväksi mistä ja minkälaisesta yhdistyksestä on kyse. Positiivista palautetta annettiin Instagram-tilin suorista linkeistä yhdistyksen verkkosivuille sekä Facebook-tilille. Ryhmän 2 haastateltavien kehitysehdotus sosiaaliseen mediaan liittyen oli, että verkkosivuille pitäisi lisätä linkitys yhdistyksen sosiaalisen median tileille.

4.2 Verkkosivu-uudistuksen tärkeimmät kehityskohdat

Tässä kappaleessa esitetään teoriaan, nykytilan analyysiin ja haastatteluihin pohjautuvien havaintojen pohjalta verkkosivujen tärkeimmät kehityskohdat. Sekä haastattelututkimuksen että teorian perusteella voi todeta, että Rekku Rescuen verkkosivu-uudistus on aiheellinen ja tulee tarpeeseen. Erityistä huomiota kannattaa suunnitteluvaiheessa kiinnittää verkkosivujen uuteen etusivuun ja navigaatioon sekä sisällön parempaan jäsentelyyn. Suunnittelutyössä on huomioitava se, että uusien sivujen on oltava responsiiviset. Sosiaalinen median tilit tulee integroida aikaisempaa paremmin uusiin verkkosivuihin. Mahdollisuuksien mukaan uusilla sivuilla kannattaisi myös päivittää verkkopankkitoiminnot nykyisemmiksi.

4.2.1 Etusivu ja navigaatio

Heti verkkosivujen etusivulta tulisi käydä ilmi kenen verkkosivuista on kyse ja mitä organisaatio tekee ja siksi uusien verkkosivujen etusivulla tulee olla lyhyt esittely Rekku Rescuen toiminnasta. Etusivulle voisi sijoittaa toimintaan liittyvän suurehkon, hyvälaatuisen ja houkuttelevan kuvan. Etusivusta kannattaa tehdä mahdollisimman selkeä ja moderni, sillä sellaiset sivut vetoavat verkkosivujen käyttäjiin. Etusivun tulee herättää kävijän mielenkiinto, jotta hän haluaa jäädä tutkimaan verkkosivujen sisältöä tarkemmin.

Ylänavigaatiota tulee selkeyttää, sillä vanhoilla sivuilla kaikki ylänavigaation linkit eivät ole muotoiltu parhaimmalla mahdollisella tavalla, eivätkä niiden alta löytyvät asiat välttämättä ole aina loogisimmassa paikassa. Jatkossa etusivu linkin, tulee viedä uudelle ja selkeälle

etusivulle. Navigaatioon voisi lisätä ajankohtaista linkin, joka vie omalle sisältösivulle, eikä enää jatkossa verkkosivujen etusivulle. Loogisin järjestys navigaation linkeille voisi olla seuraava: etusivu, toiminta, ajankohtaista, eläimet, yhteystiedot ja keskustelu. Tällä hetkellä ylänavigaatiosta löytyvät FAQ ja linkit otsikot voisivat mieluummin aueta hierarkkisesti sopivien otsikoiden alle. Esimerkiksi FAQ-linkki sisältää lähinnä eläimen adoptointiin liittyviä kysymyksiä, joten sen voisi sijoittaa eläimet linkin alle. Linkki yhdistyksen blogiin voitaisiin sijoittaa uusilla sivuilla sosiaalisen median ikonien viereen, minkä ansioista saataisiin kevennettyä melko täynnä olevaa ylänavigaatiota.

Koska yhdistyksen tukeminen ja lahjoituksen tekeminen halutaan tehdä uusilla verkkosivuilla aikaisempaa näkyvämmäksi ja helpommaksi, voisi nämä toiminnot siirtää ylänavigaatiosta esimerkiksi verkkosivujen oikeaan reunaan erillisiksi kuvallisiksi linkeiksi, jolloin ne erottuisivat sivuilta paremmin. Koska yhdistystoiminta on monesti täysin riippuvaista jäsenistä sekä muista tukijoita on edellä mainitut toiminnot hyvä sijoittaa sivuilla mahdollisimman näkyvään paikkaan. Olisi hyvä, että linkit pysyisivät esillä, riippumatta siitä millä sisältösivulla käyttäjä on. Tarkoitus on, että käyttäjä pääsee linkeistä suoraan sivulle, jossa hän sähköisenlomakkeen täyttämällä voi joko tilata uutiskirjeen tai liittyä jäseneksi tai verkkopankkitoimintojen mahdollistaessa, siirtyä suoraan verkkopankkinsa sivuille, jossa hän voi tehdä lahjoituksen haluamallaan summalla nopeasti ja kätevästi.

4.2.2 Rakenne ja visuaalinen ilme

Yhdistys on päättänyt toteuttaa uudet verkkosivunsa käyttämällä julkaisualustana Wordpressiä. Wordpress listaa painopisteikseen esteettisyyden, web-standardit ja käytettävyyden ja se tarjoaa lukuisia valmiita teemoja, joille on helppo rakentaa omat verkkosivut ja joita on myös mahdollista muokata oman osaamisen puitteissa. Mikäli koodausosaaminen riittää, on myös mahdollista aloittaa sivujen tekeminen nolasta ja koodata verkkosivut alusta loppuun itse

Koska vanhoja verkkosivuja pidetään sekavina sekä vanhanaikaisina, halutaan uudet sivut tehdä vanhojen verkkosivujen vastakohtaksi eli hyvin yksinkertaisiksi ja moderneiksi. Uudet verkkosivut voisi tästä syystä suunnitella esimerkiksi flat design –tyylin mukaisesti, mikä tarkoittaa, että sivuilta karsitaan kaikki turha ja sivuista tehdään minimalistiset ja funktionaaliset. Flat designin mukaan toteutetuilla verkkosivuilla on runsaasti tyhjää tilaa, minkä ansioita käyttäjän on helpompi keskittyä olennaiseen eli verkkosivujen sisältöön.

Uusien verkkosivujen on ehdottomasti oltava responsiiviset eli niiden pitää toimia moitteettomasti kaikilla laitteilla. Responsiivisuus pitää ottaa huomioon suunnitteluvaiheessa, mut-

ta suunnittelutyötä varmasti helpottaa se, että suurin osa Wordpressin valmiista teemoista on jo valmiiksi responsiivisia One page-malliset tai dia-esityksen tapaan toimivat verkkosivut, toimivat yleensä hyvin mobiililaitteilla, mutta Rekku Rescue ry:n verkkosivujen suuren sisältömäärän takia one page-malli ei välttämättä tässä tapauksessa ole paras ratkaisu. Sen sijaan dia-esityksen tapaan toimivat verkkosivut, voisivat olla hyvä tapa toteuttaa sivut.

4.2.3 Sisältö

Verkkoteksti on luonteeltaan silmäiltävää, eikä sitä niinkään lueta. Tästä johtuen liian pitkät tekstiosuudet ja kappaleet eivät toimi hyvin verkossa. Haastattelututkimuksen molempien ryhmien mielestä Rekku Rescue ry:n verkkosivuilla on paljon hyvää informaatiota, mutta koska tekstit ovat todella pitkiä ja huonosti jäsenneiltyä, sivuja on hyvin raskas lukea.

Uusilla verkkosivuilla olisi hyvä huomioida verkkotekstille ominaiset piirteet paremmin. Pidemmässä teksteissä tulisi käyttää enemmän kappalejakoja sekä väliotsikoita ja jos vain mahdollista tiivistää tekstejä huomattavasti. Tiedon löydettävyyttä myös parantaisi, jos asioita jaettaisiin erillisten linkkien alle. Muita tapoja selkeyttää sivujen suurta informaation määrää on käyttää sopivissa paikoissa listoja, taulukkoja ja kuvia joko tekstin sijaan tai havainnollistamaan sitä. Esimerkiksi otsikon ”Jos haluat ottaa eläimen” alla on raskas ja pitkä tekstiosuus, jonka saisi helposti tiivistettyä selkeäksi ja helppolukuisammaksi listaksi.

Hyvälaatuiset suurehkot kuvat voisivat uusilla sivuilla olla aikaisempaa isommassa roolissa. Yhdistyksen ongelmana on ollut, että esimerkiksi verkkosivuilla käytetyt kuvat adoptioeläimistä ovat hyvin erilaatuisia ja –kokoisia. Yhdistys voisi kartoittaa valokuvaustaitoiset jäsenensä ja miettiä olisiko mahdollista, että nämä henkilöt kävisivät aina aika ajoin kuvaamassa kotia etsiviä eläimiä. Tällöin saataisiin verkkosivuille hyvälaatuista kuvamateriaalia ja voitaisiin käyttää suurempia kuvakokoja. Rekku Rescuen käyttöön otetut kuvat olisi hyvä kerätä yhteen kuvapankkiin, josta voisi jatkossa löytää helposti ja nopeasti kuvamateriaalia yhdistyksen viestinnällisiin tarkoituksiin.

4.2.4 Sosiaalisen median integroiminen

Kuten haastatteluissakin nousi esille, on uusilla sivuilla hyvä olla suora linkitys yhdistyksen sosiaalisen median tileille. Tämä on ollut viimevuosien nouseva trendi ja koska sosiaalisen median linkitys löytyy nykyään lähes kaikilta verkkosivuilta, saattaa olla monen oletus, että mikäli linkitystä ei ole, ei organisaatio luultavasti ollenkaan löydy sosiaalisesta mediasta. Esimerkiksi verkkosivujen yläkulmaan voisi sijoittaa yleisesti käytössä olevat Face-

bookin ja Instagramin ikonit, joita klikkaamalla käyttäjä siirtyy suoraan yhdistyksen sosiaalisen median tileille.

Olisi myös hyvä, että verkkosivuilla julkaistut jutut ja tiedotteet olisi mahdollista nappia painamalla jakaa sosiaalisen median kanavissa. Tällä tavoin tietoisuus yhdistyksen toiminnasta lisääntyisi ja sivuille saataisiin myös luotua lisää kävijävirtaa. Nämä kaksi asiaa parantaisivat myös verkkosivujen hakukoneluokitusta.

4.2.5 Muut toiminnot

Tällä hetkellä yhdistyksen uutiskirjettä ei ole mahdollista tilata ellei ole jäsen, missä tapauksessa kirje tulee automaattisesti sähköpostiin neljä kertaa vuodessa. Rekku Rescue voisi miettiä olisiko mahdollista, että kuka tahansa voisi tilata uutiskirjeen. Silloin yhdistyksen toiminta tulisi tutuksi useammalle ja sitä kautta Rekku Rescue saisi varmasti myös uusia jäseniä ja lahjoittajia. Yhdistyksen käyttämän MailChimp-sovelluksen käyttäminen on ilmaista 2000 tilaajaan saakka, joten mikäli yhdistyksen jäsenistö on alle 2000 henkinen, voisi Rekku Rescue hankkia lisää uutiskirjeen tilaajia, ilman ylimääräisiä kuluja.

Verkkotoimintoja suunniteltaessa on hyvä pitää mielessä vuorovaikutteisuus. Rekku Rescuen verkkosivuilla on keskustelufoorumi, johon kuka tahansa voi rekisteröityä ja käydä keskustelua muiden samanhenkisten kanssa. Haastateltavat pitivät keskustelumahdollisuutta todella tärkeänä, varsinkin silloin kun pohtii rescue-koiran ottamista. Nykyinen keskustelufoorumi on kuitenkin aika vanhanaikainen eikä myöskään houkuttele visuaalisesti. Keskustelufoorumi kannattaisi joko suunnitella toiminnoiltaan ja ulkoasultaan nykyaikaisemmaksi tai sitten miettiä siirtäisikö keskustelun kokonaan jollekin muulla alustalle, esimerkiksi jollekin sosiaalisen median kanavalle.

Selkeällä rakennesuunnittelulla, sisällön paremmalla jäsentelyllä ja uudella, modernilla visuaalisella ilmeellä, Rekku Rescuen verkkosivuista saa helposti tehtyä houkuttelevat ja käyttäjäystävälliset. Ammattigraafikon suunnittelema uusi visuaalinen ilme sekä päivitetty värimaailma auttavat Rekku Rescueta erottumaan aikaisempaa paremmin kilpailijoistaan ja tekevät sivuista luotettavamman ja asiantuntevamman oloiset.

Lähteet

Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Tampere.

Huovila, T. 2006. Look, visuaalista viestisi. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Hälikkä, S. 2015. Verkkosivustojen graafisen suunnittelun trendit 2015. Webveistämö.

Luettavissa:

<http://webveistamo.fi/2015/03/verkkosivustojen-graafisensuunnittelun-trendit-2015/> Luettu: 15.2.2016

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Infor Oy. Helsinki.

Kempainen, M. 2014a. Hyvän sisällön tuottaminen verkossa. Provianet. Luettavissa:

<http://www.provianet.fi/hyvan-sisallon-tuottaminen-verkossa/>

Kempainen, M. 2014b. Verkkosivusuunnittelun trendejä. Provianet. Luettavissa:

<http://www.provianet.fi/verkkosivusuunnittelun-trendeja/> Luettu: 16.3.2016

Kuutsa, J. 2014. Meneekö yritysilmeesi silmiin ja sydämiin? St. Hurmos. Luettavissa:

<http://www.hurmos.com/ideoita-markkinointiin/yritysilme> Luettu: 15.2.2016

Mening, R. 2015. Wordpress vs. Joomla vs. Drupal. CMS comparison chart. Web site set up. Luettavissa: <http://websitesetup.org/cms-comparison-wordpress-vs-joomla-drupal/>

Luettu: 28.4.2016

Olander, I. 2014. Responsiiviset verkkosivut – Verkon minimistandardi 2014. Sometek.

Luettavissa: <http://sometek.fi/responsiiviset-verkkosivut-minimistandardi-2014/> Luettu:

13.4.2016

Olander, I. 2015. Verkkosuunnittelun trendit 2015 – Mitä sinun tulee tietää?. Sometek.

Luettavissa: <http://sometek.fi/verkkosuunnittelun-trendit-2015-mita-sinun-tulee-tietaa/> Luettu: 13.4.2016

Olander, I. 2016. Wordpress kotisivut – 12 suunnittelutrendiä vuodelle 2016. Sometek.

Luettavissa: <http://sometek.fi/wordpress-kotisivut-12-suunnittelutrendia-vuodelle-2016/>

Luettu: 14.4.2016

Pohjanoksa, I., Kuokkanen, E. & Raaska, T. 2007. Viesti verkossa, Digitaalisen viestinnän käsikirja. Infor Oy. Helsinki.

Rekku Rescue ry. 2016a. Luettavissa: <http://rekkurescue.com/yhdistys.php> Luettu: 15.2.2016

Rekku Rescue ry. 2016b. Luettavissa: <http://rekkurescue.com/index.php> Luettu: 2.5.2016

Rekku Rescue ry. 2016c. Luettavissa: <http://rekkurescue.com/tiedotteet.php> Luettu: 2.3.2016

Rekku Rescue ry. 2016d. Luettavissa: <http://rekkublogi.blogspot.fi/> Luettu: 25.4.2016

Rekku Rescue ry. 2.4.2016. Instagram-tili. Luettavissa: https://www.instagram.com/rekku_rescue_ry/ Luettu: 2.4.2016

Rekku Rescue ry. 11.4. 2016. Facebook-päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/RekkuRescueRy/?fref=ts> Luettu: 12.4.2016

Viestintä-Piritta. 2014. Sosiaalisen median trendit järjestöille. Luettavissa: <http://www.viestintapiritta.fi/sosiaalisen-median-trendit-jarjestoille-2014/> Luettu: 23.2.2016

Viestintä-Piritta. 2013. Järjestön hyvät kotisivut – 5 vinkkiä suunnitteluun. Luettavissa: <http://www.viestintapiritta.fi/jarjeston-hyvat-kotisivut-5-vinkkia-suunnitteluun/> Luettu: 16.3.2016

Virsta virtual statistics. 2016. Luettavissa: <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/> Luettu: 11.4.2016

Liitteet

Liite 1. Teemahaastattelun runko

Ryhmä 1

Teema 1. Taustatiedot ja Rekku Rescuen toiminta?

- Paikkakunta ja ikä?
- Rooli Rekku Rescuen toiminnassa?
- Kauan olet ollut Rekku Rescuen toiminnassa mukana?
- Mikä merkitys teiltä adoptoineilla on toiminnassanne?
- Mikä on toimintamallinne?
- Miten jäsenistölle viestitään? Onko olemassa viestintäsuunnitelmaa?

Teema 2. Verkkosivut

Tämänhetkiset verkkosivut

- Mitä mieltä olet nykyisistä verkkosivuista?
- Mitä hyvää niissä tällä hetkellä on?
- Mikä ei mielestäsi toimi?
- Oletko saanut palautetta verkkosivuista? Jos niin millaista ja mitä kautta?
- Seuraatteko verkkosivujen kävijätietoja ja dataa esim. Google Analyticsillä tai jollain vastaavalla?
- Mitä tietoja näiden avulla kerätään? Jos ei kerätä niin miksi ei?

Verkkosivu-uudistus

- Mikä on mielestäsi ensisijainen kohderyhmänne?
- Mitä toiveita sinulla on liittyen uusiin verkkosivuihin?
- Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät kehittämiskohteet?
- Kuinka usein sivuja on mahdollista päivittää ja kuka niitä päivittää ja kenen toimesta?
- Osaatko mainita esimerkin hyvistä saman toimialan verkkosivuista Suomessa tai ulkomaila?

Ryhmä 2

Teema 1. Taustatiedot

- Paikkakunta ja ikä?
- Oletko harkinnut koiran adoptoimista/adoptoinut koiran?

- Mistä ja millä tavalla olet etsinyt tietoa asiasta?

Teema 2. Rekku Rescuen verkkosivut (verrataan Kulkurit ry:n verkkosivuihin)

- Mitä mieltä olet Rekku Rescue ry:n verkkosivuista?
- Adoptoisitko verkkosivujen perusteella Rekku Rescuelta?
- Mikä verkkosivuilla kaipaa kehitystä?
- Millainen sisältö sinua kiinnostaa?
- Löysitkö tarvitsemasi tiedon helposti?
- Puuttuuko sivuilta mielestäsi jotain olennaista tietoa?
- Kuinka tärkeää sinulle on mahdollisuus keskustella koiran adoptointia harkitsevan/adoptoineen kanssa?
- Onko nykyinen verkkosivuilla oleva keskustelualusta mielestäsi toimiva? Vai toivoisitko että keskustelua voisi käydä eri kanavalla?
- Vertaa muihin sivuihin, mitä tulee mieleen?

Teema 3. Sosiaalinen media

- Pidätkö tärkeänä, että yhdistys löytyy myös sosiaalisesta mediasta?
- Mitkä sosiaalisen median alustoja/sivustoja seuraat aktiivisesti?
- Mielipiteesi Rekku Rescuen Facebookista/ Instagramista, miten Rekku Rescue voisi hyödyntää sosiaalista mediaa paremmin?

Liite 2. Haastattelutulokset

Ryhmä 1

Haastattelu 1

Teema 1. Taustatiedot ja Rekku Rescuen toiminta?

- Paikkakunta ja ikä? Helsinki, ikä 33 vuotta
- Rooli Rekku Rescuen toiminnassa? Web-master, käytännössä vastaan päivityksistä, jotka vaativat html-kykyjä.
- Kauan olet ollut Rekku Rescuen toiminnassa mukana? Vähän reilu 5 vuotta.
- Mikä merkitys teiltä adoptoineilla on toiminnassanne? Harvat jäävät mukaan toimintaan adoptoinnin jälkeen.
- Miten jäsenistölle viestitään? Onko olemassa viestintäsuunnitelmaa? Kommunikoidaan Facebookin kautta, uutiskirje lähetetään pari kertaa vuodessa ja silloin, jos on tarvetta infota jäseniä meneillä olevista projekteista. Jäsentiedote on ollut unohduksissa viime aikoina, en tiedä pitääkö olla maksanut jäsenyyden, että saa tiedotteen. Olisi hyvä, että mahdollisimman suuri yleisö saisi tiedotteen eli ei tarvitsisi välttämättä olla jäsen. Voisi mielestäni riittää, että ilmoittaa vain sähköpostiosoitteensa.

Teema 2. Verkkosivut

Tämänhetkiset verkkosivut

- Mitä mieltä olet nykyisistä verkkosivuista? Nykyiset verkkosivut ovat hieman kankeat. Muutoksia on tällä hetkellä vaikea toteuttaa. Verkkosivut ovat huonosti integroitavissa Facebookin kanssa. Koska kuvat pienenevät liikaa, niitä ei voi suoraan nostaa Facebookiin. Kauppa on sellainen, ettei erillistä tuotetta voi mainostaa (kuvakokojen vuoksi). Tällä hetkellä suurin vaikeus on, että pitää olla erilliset kuvat Facebookin kanssa.
- Mitä hyvää niissä tällä hetkellä on? Kotia etsivät eläimet on esitelty järkevästi ja ovat kivalla tavalla esillä.
- Mikä ei mielestäsi toimi? Jonkin tietyn asian löytäminen on hankalaa. Monet tekstiosat ovat liian pitkiä ja teksti on huonosti jäseneltyä. Tiedon löytäminen voi olla kävijälle tuskasta. Esimerkki ”Miten voit auttaa” –kohta on piilotettu sivuvalikkoon. Sivut eivät ole loogiset.
- Oletko saanut palautetta verkkosivuista? Jos niin millaista ja mitä kautta? Lähinnä olen saanut positiivista palautetta kivoista kuvista sekä eläinten esittelyteksteistä. Palautetta saa jutellessa kasvotusten toiminnassa mukana olevien kanssa. Toimin myös kotihoitaja-

na, joten välillä ihmiset kehuvat esimerkiksi sivuilla olevia eläinten kuvia käydessään katsomassa kotihoidossa olevia eläimiä.

- Seuraatteko verkkosivujen kävijätietoja ja dataa esim. Google Analyticsillä tai jollain vastaavalla? Ei tällä hetkellä.
- Mitä tietoja näiden avulla kerätään? Jos ei kerätä niin miksi ei? En osaa sanoa.

Verkkosivu-uudistus

- Mikä on mielestäsi ensisijainen kohderyhmänne? Ihmiset jotka haluavat adoptoida eläimen. Nuorista aikuisista eläkeikäisiin eli ikähaitari on hyvin laaja. Ainakin kissojen adoptointi painottuu enemmän pääkaupunkiseudulle.
- Mitä toiveita sinulla on liittyen uusiin verkkosivuihin? Lähinnä se, että tiedotusta saisi paremmin esille. Että olisi helpompi löytää sivuilta tietoa mitä yhdistyksessä tehdään ja mitä tapahtumia on tulossa. Pidemmät tekstit olisi hyvä jäsenellä paremmin, ehkä havainnollistaa ja selkeyttää informaatiota kuvin, koska se auttaisi tekstin sisäistettävyydessä. Tekstiä on paljon, mutta se pitäisi muuttaa helpommin luettavaksi.
- Kuinka usein sivuja on mahdollista päivittää? Tietoja kotia etsivistä eläimistä päivitetään päivittäin. Julkaisualusta siinä mielessä helppo, että tavallinen käyttäjä ei pysty mokaamaan peruspäivityksiä tehdessään.
- Kuka niitä päivittää ja kenen toimesta? Eläimiin liittyvää tietoa päivittää noin 6-10 henkilöä. Kuvien lisäämisen ja haastavammat tehtävät hoidan minä (Mia).
- Osaatko mainita esimerkin hyvistä saman toimialan verkkosivuista Suomessa tai ulkomaila? Kisu ry:n sivut ovat ihan kivat. Etusivu on hyvä, siinä näkyy tapahtumia ja se on selkeä.

Teema 3. Sosiaalinen media

- Mikä sosiaalisen median merkitys Rekku Rescuen viestinnässä mielestäsi on? Suurin osa ei niin aktiivisten jäsenten mukana oloa tulee sitä kautta. Ei ole niin isossa roolissa eläinten etsinnässä, mutta tapahtumissa ja keräyksissä kyllä.
- Millainen rooli Facebookilla on? Entä Instagramilla? Facebookin rooli on informatiivinen. Instagramissa taas on enemmän kuvia ja kivaa. Se ei ole niin asiapainotteinen.
- Kuinka usein sosiaalisen mediaa päivitetään? Facebookia päivitetään päivittäin ja Instagramia hieman harvemmin.
- Miten sosiaalisen median päivitysvastuut on jaettu? Eri ihmiset hoitavat Facebookin ja Instagramin. Facebookin päävastuu on tiedottajalla. Oikeudet yhdistyksen Facebook-tilille on useammalla, mutta kaikki menee kuitenkin tiedottajan kautta.

Haastattelu 2

Teema 1. Taustatiedot ja Rekku Rescuen toiminta?

- Paikkakunta ja ikä? Helsinki, 30 vuotta
- Rooli Rekku Rescuen toiminnassa? Tiedottaja, kissojen kotihoitaja silloin tällöin.
- Kauan olet ollut Rekku Rescuen toiminnassa mukana? Marraskuusta 2014 asti, eli noin 1,5 vuotta.
- Mikä merkitys teiltä adoptoineilla on toiminnassanne? Osa jää mukaan toimintaan, osa kertoo kuulumisia ainoastaan kysyttäessä. Adoptoineita kaivattaisiin enemmän mukaan toimintaan, sillä suurin osa katoaa adoptoinnin jälkeen. On huomattu, että heitä on vaikea houkutella jäämään mukaan toimintaan. Rekku Rescue pitää kerran kuussa maanantaimiitin, johon voivat osallistua muutkin kuin jäsenet.
- Miten jäsenistölle viestitään? Onko olemassa viestintäsuunnitelmaa? Eräs opiskelija on tehnyt yhdistykselle viestintäsuunnitelman, joka ei kuitenkaan ole ollut käytössä. Kun aloitin tiedottajana moni asia oli keskeneräinen ja oli epäselvää kenen vastuulla mitään on. Viestintä oli epäjohdonmukaista, eikä se ollut säännöllistä. Vuonna 2015 ei lähetetty uutiskirjeitä, koska jäsenisihteeri vaihtui ja uutta jäsenisihteeriä ei oltu ohjeistettu kunnolla. Vuoden 2016 alusta MailChimp on otettu käyttöön ja sen avulla kaikille jäsenille lähetetään sähköpostiin uutiskirje neljä kertaa vuodessa. Uutiskirjeen kirjoittavat ja lähettävät jäsenisihteeri ja tiedottaja yhdessä.

Teema 2. Verkkosivut

Tämänhetkiset verkkosivut

- Mitä mieltä olet nykyisistä verkkosivuista? Sivuilta on vaikea löytää tietoa, eivätkä ne erotu edukseen muiden eläinsuojeluyhdistyksen joukosta. Graafinen ulkoasu on vanhanlainen ja visuaalinen ilme ehkä jopa hieman lapsellinen. Tällä hetkellä kaikki maksut hoidetaan erillisesti sähköpostiin lähetettävällä laskulla. Sivulla on hyvää informaatiota, mutta liian paljon tekstiä. Sivuja pitäisi yksinkertaistaa, mikä vaatii graafikolta taitoa. Sivuilta on tarkoitus myös karsia informaatiota, sillä jatkossa on tarkoitus keskittyä ainoastaan yhdistyksen omiin materiaaleihin, sillä Rekku Rescuella on paljon omaa tiedotusmateriaalia. Tiedottaja ei päivitä sivuja, vaan Miia. Jatkossa uusilla sivuilla pitää pystyä tehdä muutoksia. Siitä kun vanhat sivut on tehty, Rekku Rescuen toiminta on muuttunut, joten vanhat sivut eivät vastaa enää yhdistyksen toimintaa kovin hyvin. Tällä hetkellä nettisivut ovat olleet kakkosvaihtoehto Facebookin jälkeen, mutta jatkossa niiden pitäisi toimia Facebookin rinnalla RR:n viestinnässä. Vanhojen sivujen kanssa on eräällä tapaa luovutettu,

eikä niitä ole edes yritetty enää päivittää. Jatkossa päivittäminen tulee olemaan paljon aktiivisempaa uusien sivujen kanssa.

- Oletko saanut palautetta verkkosivuista? Jos niin millaista ja mitä kautta? En ole saanut palautetta muilta kuin aktiivijäseniltä. Palautetta on annettu Rekku Rescuen aktiivifoorumin kautta, joka toimii Facebookissa. Palaute on koskenut lähinnä sitä, että jotain tietoa ei ole löytynyt verkkosivuilta tai että niitä ei ole päivitetty. Olen saanut palautetta, että sivut ovat kankeat ja vaikeasti päivitettävissä sekä hyvin rajallisesti muokattavissa.
- Seuraatteko verkkosivujen kävijätietoja ja dataa esim. Google Analyticsillä tai jollain vastaavalla? En osaa vastata. Minulla ei ole tunnuksia verkkosivuille. Keskityn Facebookiin. Facebookin kanssa seuraan tietoja viikoittain. Seuraan julkaisujen kattavuuksia ja julkaisuaikojen vaikutusta. Olen huomannut, että kuvalliset julkaisut saavat enemmän näkyvyyttä, mitä söpömpi kuva sitä enemmän tykkäyksiä, kommentteja ja jakoja. Toimin aikaisemmin Kulkurit ry:ssä, joten olen koittanut välttää samoja julkaisuaikoja kuin he. Seuraan muiden yhdistysten Facebook-tilejä, jotta Rekku Rescuen olisi helpompi erottua niistä.

Verkkosivu-uudistus

- Mikä on mielestäsi ensisijainen kohderyhmänne? Hallituksen mielipide on, että kohderyhmämme ovat kaikki potentiaaliset lahjoittajat sekä tukijat, mahdolliset adoptoijat, jäsenet tai jäsenyydestä kiinnostuneet. Myös yleisesti ottaen rescue-eläimistä kiinnostuneet, saattavat tulla sivuillemme etsimään lisätietoa.
- Mitä toiveita sinulla on liittyen uusiin verkkosivuihin? Olisi tärkeä erottua muista yhdistyksistä, sillä kilpailu lahjoittajista on kovaa. Sivut kaipaavat uskottavaa ulkoasua. Sivuille tarvittaisiin uusia toimintoja, jotka lisäisivät sivujen käytön helppoutta. Esimerkiksi jäseneksi liittyminen olisi tehtävä helpommaksi, sillä se voi olla ratkaiseva tekijä ihmisen miettiessä minkä yhdistyksen jäseneksi hän liittyy. Lisäksi verkkopankkitoiminnot pitäisi muuttaa nykyaikaisemmaksi. Tulevien verkkosivujen pitää toimia hyvin kaikilla mobiililaitteilla. Uusilta sivuilta toivotaan ennen kaikkea selkeyttä, tyylikkyyttä, loogisuutta, yksinkertaisuutta ja helppokäyttöisyyttä. Lisäksi niiden pitäisi visuaalisen ilmeensä puolesta erottua muista suomalaisista yhdistyksistä. Työryhmässä on puhuttu, että kotia etsivät eläimet eivät tule heti etusivulle, koska eläimistä olevat kuvat ovat hyvin epätasalaatuisia. Värimaailma ei tule jatkossa olemaan vihreä, koska monella muulla eläinsuojeluyhdistyksellä (Hesy, Kulkurit ry) on käytössä vihreä väri. Sininen pidetään jatkossakin ja sen rinnalle otetaan ehkä oranssia. Yhdistyksen sisällä on paljon erilaisia makuja.
- Kuinka usein sivuja on mahdollista päivittää, kuka niitä päivittää ja kenen toimesta? Miia jatkaa uusienkin sivujen päivittämistä, mutta koska päivittäminen tulee olemaan aktiivista

tunnukset annetaan useammalle ihmiselle. Koira- ja kissavaraajat jatkavat eläimiä koskevien tietojen päivittämistä. Koitetaan saada joku toinen mukaan Miian rinnalle päivittämään sivuja aktiivisesti. Verkkosivujen päivittämiseen vaadittava tietotaito pitää ehdottomasti olla jatkossa useammalla jäsenellä.

- Osaatko mainita esimerkin hyvistä saman toimialan verkkosivuista Suomessa tai ulkomaila? Yksi mieleen tuleva esimerkki hyvistä verkkosivuista on Petrescue.com. Sivujen tulisi olla tyylikkäät, yksinkertaiset ja valokuvapainotteiset. Ei lapselliset. Halutaan selkeä etusivu. Itse pidän scrollattavista etusivuista. Etusivulla tulisi olla ainakin yhdistysesittely. Yläpalkki voisi olla ns. avattuna etusivulla.

Teema 3. Sosiaalinen media

- Mikä sosiaalisen median merkitys Rekku Rescuen viestinnässä mielestäsi on? Sen merkitys on erittäin tärkeä, se on väylä jolla tuodaan esiin kotia etsiviä eläimiä, väylä jolla saadaan uusia jäseniä ja lahjoittajia. Kyselypiikit eläimistä ovat yleensä Facebook päivitysten jälkeen. Instagramin rooli ei ole vielä niin merkittävä. Facebookin kautta tapahtuu tällä hetkellä lähes kaikki viestintä.
- Kuinka usein sosiaalista mediaa päivitetään? Facebookissa julkaistaan kaksi julkaisua per päivä ja ne ajastetaan etukäteen. Aktiiviryhmässä on Facebookin viikkokalenteri, jonne voi ehdottaa mitä pitäisi päivittää ja milloin. Viikkokalenteri on ollut käytössä tulostani lähtien. Tarkoitus on, että aktiivijäsenet jakavat Facebookissa kaikkia Rekku Rescuen julkaisuja, jotta tavoitetaan mahdollisimman laaja yleisö.
- Miten sosiaalisen median päivitysvastuut on jaettu? Tiedottaja on vastuussa Facebookista. Kaksi ihmistä päivittivät Instagramia.

Haastattelu 3

Teema 1. Taustatiedot ja Rekku Rescuen toiminta?

- Paikkakunta ja ikä? Helsinki, 48 vuotta
- Rooli Rekku Rescuen toiminnassa? Hallituksen jäsen, kissavaraaja
- Kauan olet ollut Rekku Rescuen toiminnassa mukana? Vuosi ja kolme kuukautta
- Mikä merkitys teiltä adoptoineilla on toiminnassanne? He ovat tietenkin tärkeitä ihmisiä, sillä he ovat antaneet kodittomalle eläimelle kodin. Heistä yritetään saada jäseniä tai lahjoittajia tai vähintäänkin Facebook-seuraajia. Olisi tärkeää, että he jäisivät seuraamaan Rekku Rescuen toimintaa ja voisivat kertoa siitä sekä eläinten adoptiomahdollisuudesta eteenpäin tutuilleen.

- Miten jäsenistölle viestitään? Onko olemassa viestintäsuunnitelmaa? Neljä kertaa vuodessa lähetetään sähköinen jäsenkirje. Viestitään verkkosivujen, somen eli lähinnä Facebookin kautta (nykyään myös Instagram).

Teema 2. Verkkosivut

Tämänhetkiset verkkosivut

- Mitä mieltä olet nykyisistä verkkosivuista? Ne ovat vanhanaikaisen näköiset ja hieman sekavat. Etusivulla on liikaa tietoa, eikä se ole hyvin jäsenelty. Yhdistyksessä on tiedostettu, että verkkosivut pitää uudistaa. Tällä hetkellä tiedon löytäminen on vaikeaa ja hidasta. Sivut eivät ole kauhean innostavan näköiset.
- Mitä hyvää niissä tällä hetkellä on? Paljon hyvää ja kiinnostavaa informaatiota, mutta se on vaan vaikea löytää. Sisältö on ylipäättään hyvää. Kodittomat eläimet on esitelty hyvin, toisin eläinten kuvat ovat tosi erilaatuisia ja kokoisia. Mutta kodittomia eläimiä koskeva informaatio löytyy hyvin.
- Mikä ei mielestäsi toimi? Verkkosivut ovat visuaalisesti kotikutoisen näköiset.
- Oletko saanut palautetta verkkosivuista? Jos niin millaista ja mitä kautta? En ole saanut palautetta. Tiedottaja on varmasti saanut enemmän palautetta.
- Seuraatteko verkkosivujen kävijätietoja ja dataa esim. Google Analyticsillä tai jollain vastaavalla? En osaa sanoa.
- Mitä tietoja näiden avulla kerätään? Jos ei kerätä niin miksi ei? En osaa sanoa.

Verkkosivu-uudistus

- Mikä on mielestäsi ensisijainen kohderyhmänne? Mielestäni adoptoitavaa eläintä etsivät ihmiset, lahjoittajat ja tukijat, sekä sellaiset henkilöt, jotka voisivat kiinnostua toiminnan tukemista. Ja tietenkin lisäksi omat jäsenet, jotka ovat jo mukana toiminnassa.
- Mitä toiveita sinulla on liittyen uusiin verkkosivuihin? Varainhankintapuolta pitää kehittää ja se halutaan selkeästi esille. Sen pitää olla oma kokonaisuus, johon on selkeästi ja helposti koottu erilaiset tukimuodot (lahjoittaminen, jäsenyys.) Verkkosivujen visuaalisuuteen pitää panostaa. Sivusta halutaan mahdollisimman modernit ja tyylikkää. Vaikka eläimistä saakin söpöjä kuvia, niin verkkosivuista ei missään nimessä haluta lapsellisia. Tavoitteena on tehdä fiksut sivut, joiden käyttöliittymä on tosi selkeä ja hyvin toimiva. Uusilla sivuilla pitää olla sosiaalisen median linkitys. Tuki- ja lahjoituspuoli on olennaisen tärkeä saada näkyvämmäksi uusilla sivuilla.
- Kuinka usein sivuja on mahdollista päivittää ja kuka niitä päivittää ja kenen toimesta? En tiedä. Nykyisin julkaisualustat ovat sen verran helppokäyttöisiä, että mahdollisimman

moni aktiivijäsenistä voisi jatkossa päivittää oman vastualueensa kuulumisia ilman pelkoa, että sivuilla menee jotain pieleen. Tällä hetkellä sivuja päivittää kaksi henkilöä. Tavoitteena on jatkossa useampi vastuuhenkilö.

- Osaatko mainita esimerkin hyvistä saman toimialan verkkosivuista Suomessa tai ulkomaila? Ei tule nyt mieleen.

Teema 3. Sosiaalinen media

- Mikä sosiaalisen median merkitys Rekku Rescuen viestinnässä mielestäsi on? Tällä hetkellä Facebook on todella tärkeä. Rekku Rescuella on yli 7000 seuraajaa, mikä on ihan kiva määrä tämänkokoisella yhdistyksellä. Facebookin rooli on tällä hetkellä tärkeämpi kuin verkkosivujen. Tämä johtuu siitä, että verkkosivut ovat vanhanaikaiset ja vähän kököät. Jatkossa nettisivut tulevat olemaan aktiivisemmat.
- Millainen rooli Facebookilla on? Entä Instagramilla? Instagram on hyvä kanava eläinsuojeluyhdistykselle, koska sinne voi laittaa ihania kuvia söpöistä eläimistä. Instagramiin voi laittaa materiaalia hieman kevyemmällä seulalla, kun taas Facebookiin ei niinkään. Instagramin merkitys varmasti kasvaa jatkossa, kunhan sinne muistetaan laittaa aktiivisesti kuvia.
- Miten sosiaalisen median päivitysvastuut on jaettu? Facebook on tiedottajan vastuulla, mutta hallituksen jäsenet ovat myös admineja. Kaikki päivitykset menevät kuitenkin tiedottajan kautta. Instagramia päivittää muutama koira- ja kissavaraaja ja olen yksi heistä. Tällä hetkellä sosiaalinen media on melko harvojen ihmisten vastuulla.

Ryhmä 2

Haastattelu 1

Teema 1. Taustatiedot

- Paikkakunta ja ikä? Helsinki, 24 vuotta
- Oletko harkinnut koiran adoptoimista/adoptoinut koiran? Olen harkinnut koiran adoptoimista
- Mistä ja millä tavalla olet etsinyt tietoa asiasta? Olen etsinyt tietoa eri rescue-yhdistysten sivuilta (esimerkiksi Espanjan katukoirat ry) olen käynyt myös RekkuRescuen sivuilla.

Teema 2. Rekku Rescuen verkkosivut (verrataan Kulkurit ry:n ja Kisu ry:n sivuihin)

- Mitä mieltä olet verkkosivuista? Verkkosivut eivät ole visuaalisesti houkuttelevat. Voi olla että sivuilla on paljon tietoa, mutten jaksa lukea, koska näyttää niin raskaalle. Sivut eivät nopeasti katsottuna houkuttele ja mielestäni tekstipätkät ovat liian pitkiä. Selkeys tärkeä. Yläbanneri on ihan söpö. Sivut tuntuvat hieman kivikautiselta. Kissaenkelit ja -koirat osio

ei ole ehkä tarpeellinen. Kotia etsivistä eläimistä on kerrottu hyvin tietoja, ja eläinten kuvaukset ovat hyvät. Lisäksi plussaa siitä että eläimistä löytyy myös videoita, se on tosi kiva. Hyvä, että sivuilla kerrotaan rehellisesti ja todenmukaisesti rescue-koiran adoptioimisesta.

- Adoptoisitko verkkosivujen perusteella Rekku Rescuelta? Pelkästään verkkosivujen perusteella, en välttämättä. Luulen, että menisin katsomaan muiden yhdistysten verkkosivut ensin tarkemmin.
- Mikä verkkosivuilla kaipaa kehitystä? Etusivulla on hassusti uutiset ja ajankohtaista osio. Verkkosivut voisivat olla visuaalisesti viehättävämmät ja selkeämmät. Sivut ja tekstit ovat liian raskaslukuisia. Suoria linkkejä voisi olla enemmän. Sivut näyttävät itse asiassa kiveimmiltä puhelimella katsottuna. Plussaa siitä, että numeroihin voi soittaa suoraan puhelimella. Kun vertaan Rekku Rescuen sivuja esimerkiksi Kulkureihin, niin se on visuaalisesti paljon viehättävämpi ja todella selkeä, eikä verkkosivuilla ole liikaa tekstiä.
- Millainen sisältö kiinnostaa? Sisällöllisesti löytyy mielestäni tällä hetkellä kaikki oleellinen. Tykkään, että sivuilta löytyy myös esim. Eläimiä kadoksissa osio ja muutakin sisältöä kuin vaan rescue-eläimen adoptointiin liittyvää. Keskustelufoorumi on todella hyvä, koska sieltä voi löytää samanhenkisiä ihmisiä. FAQ on hyvä olla.
- Löysitkö tarvitsemasi tiedon helposti? Uutiset on listattu julkaisuajankohdan mukaan, olisi hyvä että olisi haku mahdollisuus aihesanoilla.
- Puuttuuko sivuilta jotain olennaista tietoa? Ei mielestäni puutu, mutta tieto on vaan vaikea löytää. Mitä puuttuu on linkitys Facebookiin ja muihin sosiaalisen median kanaviin.
- Kuinka tärkeää sinulle on mahdollisuus keskustella koiran adoptointia harkitsevan/adoptoineen kanssa? Todella tärkeää. Jos ei ole ennen ottanut katukoiraan niin on tärkeä kuulla muiden kokemuksia ja saada tarvittaessa vertaistukea. On kiva, että voi kysyä kaikkea mitä tulee mieleen ennen ja jälkeen adoptoinnin.
- Onko nykyinen verkkosivuilla oleva keskustelualusta mielestäsi toimiva? Vai toivoisitko että keskustelua voisi käydä eri kanavalla? Kiva, että suora linkki keskustelufoorumiin verkkosivuilta. Keskustelu alusta on kyllä todella alkeellinen tällä hetkellä. Haku ei ole toimiva. Vähän kökkö ja raskas palvelin. Voisi olla parempi, että keskustelu mahdollisuus toimisi jollain muulla alustalla.
- Jos vertaat Rekku Rescuen verkkosivuja Kulkurit ry:n sivuihin, mitä tulee mieleen? Kulkureita on todella mielekäs lukea, ihan sama millä laitteella katsoo niin varmasti näyttää kivalta. Todella selkeät sivut. Suorat linkit uutisiin, voit klikata kiinnostavaa otsikkoa. Kaikki ei ole samalla sivulla raskaana massana. Verkkosivut on jäsennelly paremmin. Paljon kuvia mikä hyvä homma. Kulkurit ry:n verkkosivut huokuvat luotettavuutta ja asiantuntevuutta.

Teema 3. Sosiaalinen media

- Pidätkö tärkeänä, että yhdistys löytyy myös sosiaalisesta mediasta? Erittäin tärkeänä. Yleisimmillä kanavilla pitää olla, koska ihmiset käyttävät niitä päivittäin.
- Mitkä sosiaalisen median alustoja/sivustoja seuraat aktiivisesti? Facebook, Instagram, Snapchat.
- Ajatuksia Rekku Rescuen Facebook-tiistä? Tykkään, että siellä julkaistaan muutakin kuin suoranaisesti heidän toimintaansa liittyviä tapahtumia jne. ja tili on todella aktiivinen.. Hyvä, että jaetaan juttuja kodittomista eläimistä. Ihmiset löytävät vertaisiansa.
- Instagram-tilistä? On hyvä, että tililtä löytyy linkki verkkosivuille. Paljon eläinkuvia, niin kuin varmasti on tarkoituskin. Tykkään, että Instagramissa esitellään kotia vailla olevia koiria, sillä se saa varmasti ihmisiä menemään verkkosivuille ja perehtymään asiaan enemmän. On myös kiva, että Instassa kerrotaan kodin saaneiden eläinten kuulumisia. Rekku Rescuen Instagram on tosi suloinen ja kiva seurata. Päivää piristävä Instagram-tili
- Miten Rekku Rescue voisi hyödyntää sosiaalista mediaa paremmin? Ainakin lisäämällä verkkosivuille linkitykset Instagramiin ja Facebookiin, sillä ihmiset eivät välttämättä löydä Rekku rescuen sosiaalisen median tileille ilman sitä.

Haastattelu 2

Teema 1. Taustatiedot

- Paikkakunta ja ikä? Helsinki, 24 vuotta
- Oletko harkinnut koiran adoptoimista/adoptoinut koiran? Olen ottanut rescue-koiran, mutten suoraan miltään yhdistykseltä, vaan eräältä pariskunnalta, joka ei halunnutkaan pitää juuri Rhodokselta adoptoimaansa koiraa.
- Mistä ja millä tavalla olet etsinyt tietoa asiasta? Kun päätimme ottaa rescue-koiran asuin vielä kotona, joten etsimme tietoa yhdessä äitini kanssa ja hän teki suuremman työn. Olen kuitenkin aina välillä miettinyt toisen rescue-koiran ottamista ja käynyt katselemassa eri yhdistysten sivuja. En kuitenkaan nyt muista yhdistysten nimiä.

Teema 2. Rekku Rescuen verkkosivut (verrataan Kulkurit ry:n ja Kisu ry:n verkkosivuihin)

- Mitä mieltä olet verkkosivuista? Verkkosivuilla on todella paljon informaatiota. En jaksaisi lukea tekstiä. Voisi olla suurempia linkkejä tarkemmin eri asioihin. Sivut voisivat ylipääntään olla paljon selkeämmät.
- Adoptoisitko verkkosivujen perusteella Rekku Rescuelta? Jos olisin etsimässä koiraa, menisin varmaan selaamaan kodittomat koirat osiota mutta en silti ehkä haluaisi adoptoida Rekku Rescuelta verkkosivujen perusteella, koska ne eivät ole kovin luotettavan näköiset.

- Mikä verkkosivuilla kaipaa kehitystä? Ajankohtaista kohdassa on liian paljon tekstiä. Voisi olla ennemminkin selkeä otsikko ja kuva ja lyhyempi tekstiosio. Kaikki on kirjoitettu samalla fontilla, esim. otsikoita ei ole korostettu tarpeeksi, jotta ne erottuisivat tekstimassasta. Mielestäni sivuille voisi aueta ensimmäisenä lyhyemmät tekstit asioista ja sitten linkit joiden takaa voisi lukea lisää asiasta.
- Millainen sisältö kiinnostaa? On hyvä, että sivuilta löytyy ajankohtaista osio. Itse menisin etsimään eläintä, joten ne voisivat olla isommin esillä. Sekä lisäksi haluaisin lukea mitä kannattaa tietää ennen kuin ottaa rescue-koiran.
- Löysitkö tarvitsemasi tiedon helposti? Ylänavigaatio pitäisi laittaa mielestäni uusiksi, sillä se ei ole kovin hyvä eikä looginen ja vaikeuttaa tiedon löytämistä. Sivuilta varmasti löytyy paljon hyvää informaatiota, mutta sen pitäisi olla paremmin jäsennelty.
- Puuttuuko sivuilta jotain olennaista tietoa? Ei tule nopeasti katsottuna mieleen että mitään olennaista puuttuisi. Tärkeimmät asiat ovat mielestäni kodittomat eläimet, yhteystiedot ja mitä pitää tietää kun adoptoi.
- Kuinka tärkeää sinulle on mahdollisuus keskustella koiran adoptointia harkitsevan/adoptoineen kanssa? Keskustelufoorumi on hyödyllinen ja on hyvä että sinne on suora linkki verkkosivuilta. Jos epäilee rescue-koiran hankkimista niin on hyvä että voi keskustella ihmisten kanssa, joilla on kokemusta asiasta.
- Onko nykyinen verkkosivuilla oleva keskustelualusta mielestäsi toimiva? Vai toivoisitko että keskustelua voisi käydä eri kanavalla? Hieman vanhahtavan näköinen, niin kuin verkkosivutkin.
- Jos vertaat Rekku Rescuen verkkosivuja Kulkurit ry:n sivuihin, mitä tulee mieleen? Kulkurit ry:llä on paljon houkuttelevammat ja luotettavamman oloiset sivut sekä tosi hyvä ulkoasu. Tosi hyvä kun ylänavigoinnista löytyy suoraan linkki eläimen adoptointi. Ajankohtaista on erikseen, eikä aukea suoraan etusivulle, se on hyvä. Kisu ry: sivut ovat myös selkeämmät kuin Rekku Rescuen, mutta taas vanhahtavammat kuin Kulkureilla. Kulkureiden verkkosivut ovat tosi modernit. Rekku Rescuen ylänavigaatio on paljon epäselvempi kuin kahden muun yhdistyksen.

Teema 3. Sosiaalinen media

- Pidätkö tärkeänä, että yhdistys löytyy myös sosiaalisesta mediasta? On se hyvä, voi pitää yllä mukavaa henkeä. Voi mennä helposti selailemaan kuvia. Aikaisemmin löytynyt koti sosiaalisen median kautta.

- Mitkä sosiaalisen median alustoja/sivustoja seuraat aktiivisesti? Facebook ja Instagram. Facebookissa seuran rescue-koira tilejä sekä Instagramissa seuran erilaisia eläinsivustoja.
- Ajatuksia Rekku Rescuen Facebook-tilistä? Paljon selkeämpi kuin verkkosivut joten mieluummin selaisin tätä. Facebookissa jaetaan myös yhdistyksen ulkopuolisia tapahtumia mikä on kiva. Koska lähes kaikilla on nykyään Facebook ja sitä selataan päivittäin on helppo pysyä perillä mitä yhdistyksessä tapahtuu.
- Instagram-tilistä? Hyvä, että käy heti ilmi minkä yhdistyksen tili on kyseessä ja mitä se tekee. Löytyy linkki verkkosivuille ja Facebookiin, hyvä homma. Kivoja kuvia ja kerrotaan eläinten uutisia.
- Mielipiteesi Rekku Rescuen Facebookista/ Instagramista, miten Rekku Rescue voisi hyödyntää sosiaalista mediaa paremmin? Mielestäni käytössä on tämän kaltaiselle yhdistykselle juuri oikeat kanavat ja molemmat tilit olivat mielestäni hyvät.

Haastattelu 3

Teema 1. Taustatiedot

- Paikkakunta ja ikä? Kuopio, 21 vuotta
- Oletko harkinnut koiran adoptoimista/adoptoinut koiran? Haluaisin tulevaisuudessa adoptoida rescue-koiran
- Mistä ja millä tavalla olet etsinyt tietoa asiasta? En ole vielä kovin paljon etsinyt tietoa asiasta, lähinnä seuran Instagramissa jotain rescue-koira tilejä.

Teema 2. Rekku Rescuen verkkosivut (verrataan Kulkurit ry:n verkkosivuihin)

- Mitä mieltä olet Rekku Rescue ry:n verkkosivuista? Vähän sekavat, ajankohtaista tulee hassusti etusivulle. Sivut ovat epäselvät ja etusivu huono. Liity jäseneksi on ihan napakan näköinen, hyvä sähköinen lomake jonka voi täyttää. Eläimet ja toiminta tekstit ovat liian pitkiä, ei tekisi mieli lukea niitä. Mielestäni hyvä, että löytyy FAQ. Vaikuttaa sille, että on paljon asiaa, mutta ulkoasullisesti epäselvä.
- Adoptoisitko verkkosivujen perusteella Rekku Rescuelta? En ensimmäisenä. Esimerkiksi Kulkurit ry:llä on selkeämmät sivut ja mukavampi ulkoasu, joten kääntyisin ennemmin heidän puoleen.
- Mikä verkkosivuilla kaipaa kehitystä? Rekku Rescuen verkkosivuilla tiivistäisin tekstiä ja laittaisin lisää kuvia. Sivut voisivat olla raikkaammat. Karsisin turhat asiat pois ja tekisin selkeämmäksi, yleisilmeen tulisi olla houkuttelevampi. Teksti aseteltu vaikeasti luettavaksi, lauseet ovat liian leveitä.

- Millainen sisältö sinua kiinnostaa? Mitä yhdistys tekee eli eräänlainen yleistä osio, kattavat yhteystiedot ja FAQ.
- Löysitkö tarvitsemasi tiedon helposti? Meni aika kauan, että löysin kodittomat eläimet kohdan. Tekstin voisi jakaa alaotsikoihin, niin löytäisi nopeammin. Ylänavigaatio on ihan ok selkeä.
- Puuttuuko sivuilta mielestäsi jotain olennaista tietoa? Ei nopeasti katsottuna.
- Kuinka tärkeää sinulle on mahdollisuus keskustella koiran adoptointia harkitsevan/adoptoineen kanssa? On tärkeää. Silloin olisi muutamia ihmisiä, joilta voisi kuulla miten adoptioprosessi meni, mitä kokemuksia on yhdistyksestä ja rescue-koiran ottamisesta.
- Onko nykyinen verkkosivuilla oleva keskustelualusta mielestäsi toimiva? Vai toivoisitko että keskustelua voisi käydä eri kanavalla? Aika perus keskustelufoorumi. Ei houkuttele hirveästi, voisi olla vähän eri näköinen, varmasti löytyy paljon kaikkea kun alkaa avalla keskusteluja. Keskustelut eivät ole aikajärjestyksessä, joten ne voisivat olla mielummin siten, että uusien ensimmäisenä. Keskustelua voisi mielummin käydä esimerkiksi jollain sosiaalisen median kanavalla, koska se olisi kätevämpää ja nykyinen alusta on hieman vanhanaikainen.
- Jos vertaat Rekku Rescuen verkkosivuja Kulkurit ry:n sivuihin, mitä tulee mieleen? Kulkureilla on kätevä sivu- ja alapalkki, josta löytyy lisää linkkejä. Rekku Rescuen sivuilla ei ole mietitty siirtymiä loppuun saakka. Rekku Rescuelta löytyy varmasti kaikki olennainen tieto ja ehkä myös jotain epäolennaista, pitäisi modernisoida sivuja.

Teema 3. Sosiaalinen media

- Pidätkö tärkeänä, että yhdistys löytyy myös sosiaalisesta mediasta? Tosi tärkeänä, moni hakee ensimmäisenä tietoa Facebookin kautta tai saattaa törmätä yhdistykseen sattumalta sosiaalisessa mediassa.
- Mitkä sosiaalisen median alustoja/sivustoja seuraat aktiivisesti? Facebookia, Instagramia ja Snapchattiä.
- Mielipiteesi Rekku Rescuen Facebook-tilistä? Facebook-tili on huomattavasti parempi kuin verkkosivut. Sitä selvästi päivitetään aktiivisesti, mikä on hyvä, koska muuten on vähän turhaa edes olla sosiaalisessa mediassa. Osa sisällöstä on vähän hassua (esim. Kaupan tuotteiden mainostaminen), sillä poikkeaa tilin muusta linjasta. Hyvä, että Facebookissa on päivityksiä tapahtumista ja adoptioeläinten kuulumisia.
- Instagrami-tilistä? Ihan kiva tili. Kiva, että adoptoitujen kuulumisia. Söpöjä kuvia ja tietoja kotia vailla olevista eläimistä + hyvä, että monesti maininta lisätietoa löytyy verkkosivuilta,

eli Instagramista myös ohjataan ihmisiä yhdistyksen verkkosivuille. Facebookia selvästi päivitetään useammin kuin Instagramia.

- Miten Rekku Rescue voisi hyödyntää sosiaalista mediaa paremmin? Instagramia voisi päivittää aktiivisemmin. Facebook-tilillä julkaistaan mielestäni myös turhia päivityksiä. Päivitykset voisi tehdä tiiviimmäksi ja lisätietoja varten ohjata verkkosivuille. Sosiaalisen median kautta voisi enemmän koittaa houkutella käyttäjiä yhdistyksen verkkosivuille.

Liite 3. Verkkosivusuunnitelma

Alle on lisattu verkkosivusuunnitelmaan tehdyt muutokset

- käytetty koko sivun leveyttä: tyhjää tilaa jää enemmän --> luo ilmavuuden tuntua
- Rekku Rescuen ja sen toiminnan esittely etusivulla
- suorina linkkeinä toimivat sosiaalisen median ikonit ja linkki blogiin
- ylänavigaatiota selkeytetty
- näkyvät linkit jäseneksi liittymiselle, lahjoituksen tekemiselle ja uutiskirjeen tilaamiselle
- tekstejä jaettu useampiin kappaleisiin, käytetty väliotsikoita selkeyttämään ja parantamaan silmäiltävyyttä
- enemmän isoja, hyvälaatuisia kuvia
- ajankohtaiset uutiset siirretty omalle sivulleen
- kaikki sivun sisältö ei aukea kerralla ruudulle, vaan mikäli käyttäjä on kiinnostunut lukemaan lisää hän voi >>-symbolia klikkaamalla avata lisää sisältöä
- osa pitkistä teksteistä korvattu listoilla, mikä helpottaa silmäiltävyyttä ja tekstin nopeaa omaksumista
- jos mahdollista, uusilla sivuilla hyvä olla nopeat ja kätevät nykyaikaiset verkkopankkitoiminnot (ei enää sähköpostilaskuja ostoksista jne.)
- yhdistyksen yhteystiedot on esitetty selkeämmin, voisi olla hyvä laittaa kuvat yhdistyksen hallitukset jäsenistä yhteystietojen yhteyteen
- alabanneriin sijoitettu osa linkeistä. Esimerkkinä sivustoille tehdyt viimeisimmät päivitykset, tulevat tapahtumat, kauppa.