

Henri Vanninen

Nykyaikaisten verkkosivujen luonti yritykselle: Hietalahden Luomutila

Tradenomi

Liiketalous

Kevät 2018



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tiivistelmä

Tekijä(t): Vanninen Henri

Työn nimi: Nykyaikaisten verkkosivujen luonti yritykselle: Hietalahden Luomutila

Tutkintonimike: Tradenomi (AMK), liiketalous

Asiasanat: verkkosivut, wordpress, www-suunnittelu

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda nykyaikaiset verkkosivut yritykselle. Tänä päivänä verkkosivuilta vaaditaan muun muassa responsiivista suunnittelua, hakukoneystävällisyyttä ja vuorovaikutteisuutta. Verkkosivujen teossa hyödynnettiin WordPress-julkaisualustaa. Työn toimeksiantaja oli Hietalahden Luomutila.

Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee nykyaikaisten verkkosivujen tekemiseen vaadittavia aihealueita yritysmaailmassa. Tämän lisäksi esitellään WordPress-julkaisualusta. Teoriaosuuden jälkeen kuvataan työn toiminnallinen osuus, jossa raportoidaan verkkosivujen suunnittelu ja toteutus.

Työn tuloksena valmistuivat verkkosivut, jotka saavuttivat tavoitteensa. Sivut suunnattiin kainuulaisille kuluttajille ja jälleenmyyjille. Työn suunnittelu aloitettiin keväällä 2017 ja toteutus saatiin päätökseen saman syksyn aikana, jolloin sivut julkaistiin verkossa. Valmiit verkkosivut sisältävät esittelyn tilasta ja sen toiminnasta, blogiosion, kuvagallerian sekä yhteydenottolomakkeen. Lopuksi verkkosivujen päivittämisestä koottiin ohje, joka luovutettiin toimeksiantajalle.

Abstract

Author(s): Vanninen Henri

Title of the Publication: Creating a modern website for a business: Hietalahden Luomutila

Degree Title: Bachelor of Business Administration (BBA)

Keywords: website, wordpress, web design

The purpose of the thesis was to create a modern website for a business. Today's websites are required to be responsively designed, SEO-friendly and interactive, among other things. The client of this operational thesis was Hietalahden Luomutila.

The theoretical part of the thesis discusses different themes required for creation of a modern business website. The WordPress publishing platform is also introduced in this connection. After this, the thesis describes the operational part, which deals with planning and implementation of the website.

The product of the thesis was a website achieving its objectives. The site was targeted for consumers and retailers in Kainuu. Work planning started in the spring of 2017 and the implementation was completed in the autumn of the same year when the website was published online. The finished website includes a presentation of the farm and its activities, a blog section, a photo gallery and a contact form. Finally, a step-by-step guide to update the website was created and handed over to the client.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Nykyaikaiset verkkosivut	2
2.1	Julkaisujärjestelmät	2
2.2	Ulkoasu	3
2.2.1	Värit	4
2.2.2	Typografia	5
2.3	Käytettävyys	6
2.3.1	Navigaatio	7
2.3.2	Responsiivisuus	8
3	Verkkosivut yritysmaailmassa	10
3.1	Löydettävyys	10
3.2	Hakukoneoptimointi eli SEO	11
3.3	Sivujen sisältö	13
3.4	Vuorovaikutteisuus	14
4	WordPress-julkaisualusta	16
4.1	Teemat	16
4.2	Erot .com ja .org -versioiden välillä	17
5	Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus	20
5.1	Toimeksiantaja	20
5.2	Prosessi	21
5.2.1	Ulkoasu	21
5.2.2	Sisältö	23
5.2.3	Löydettävyys	23
6	Pohdinta	25
	Lähteet	27
	Liitteet	

1 Johdanto

Verkkosivut eivät ole menettäneet merkitystään vuosien saatossa, vaikka Internet tarjoaa nykyään monia eri keinoja tavoittaa potentiaalisia asiakkaita. Yritykselle verkkosivut ovat edelleen yksi olennaisimmista kanavista kertoa sen tarjoamista tuotteista ja palveluista. Totaalinen poissaolo voi herättää asiakkaissa ihmetystä, pienenkin yrityksen kohdalla. Enää ei ole kyse siitä pitäisikö yrityksellä olla verkkosivut, vaan minkälaiset niiden kuuluisi olla.

Opinnäytetyön aiheena ja päätavoitteena on nykyaikaisten verkkosivujen suunnittelu ja toteutus yritykselle. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö. Teoriaosiossa käsitellään keskeisimpiä aihealueita, joita on tärkeää ottaa huomioon verkkosivujen tekemisessä yritykselle. Lisäksi esitellään työssä hyödynnettävä WordPress-julkaisualusta. Toiminnallisessa osuudessa kuvataan verkkosivujen suunnittelun ja toteutuksen vaiheet. Sivujen pääkohderyhmänä ovat luomutuotteista kiinnostuneet asiakkaat ja jälleenmyyjät.

Työn toimeksiantaja on sotkamolainen yritys Hietalahden Luomutila. Yrityksellä ei ole ollut käytössä omia virallisia verkkosivuja lukuun ottamatta Ruoka Kainuu -yhdistyksen ylläpitämää esittelysivua. Sivun tiedot ovat kuitenkin vanhentuneet, sillä niitä ei ole päivitetty pitkään aikaan. Aihetta voidaan pitää tärkeänä ja ajankohtaisena yrityksen kannalta. Hyvin toteutetut verkkosivut erottuvat edukseen kilpailijoista ja ne lisäävät uskottavuutta asiakkaiden silmissä. Internet on nykyään yksi tärkeimmistä mainoskanavista, ja verkkosivut toimivat monesti ensimmäisenä kontaktina asiakkaaseen.

Verkkosivuihin liittyviä opinnäytetöitä on tehty aikaisemmin, mutta tämä ei suoraan liity mihinkään aikaisempaan työhön. Tuoreena näkökulmana työssä on mukana verkkosivujen päivittämistä varten laadittu ohje toimeksiantajalle.

2 Nykyaikaiset verkkosivut

Internetin suosituin palvelu, World Wide Web, tarkoittaa hypertekstiin pohjautuvaa informaatiojärjestelmää. WWW-dokumentit, toisin sanoen verkkosivut, voivat sisältää tekstiä, kuvaa, ääntä, videokuvaa ja melkein mitä tahansa muuta tietokonemuotoista sisältöä. (Harju, Lammi, Manu, Ruuskanen & Suvanto 2013, 148.)

Nykyaikaisten verkkosivujen tekeminen vaatii erilaisten kielten ja tekniikoiden monipuolista hallitsemista, joista keskeisimpiä ovat:

- HTML-kieli, jota käytetään yleisesti internetsivujen hypertekstidokumenttien kirjoittamiseen
- CSS-merkintäjärjestelmää (Cascading Style Sheets), jota tarvitaan ulkoasun määrittelyyn
- Dynaamisten verkkosivujen ohjelmoimiseen tarvittavia kieliä ovat Java, Javascript, PHP ja ASP
- Erikoistoimintojen toteuttamiseen käytetään VRML-tekniikkaa sekä Flash- ja Shockwave-multimediatekniikoita
- Internetin uusien palveluiden toteuttamiseen tarvitaan myös eri tekniikoiden yhdistelmiä. Tällainen on muun muassa ohjelmointikielten hybriditekniikka Ajax, eli Asynchronous JavaScript And XML. (Harju ym. 2013, 148 - 149.)

2.1 Julkaisujärjestelmät

Julkaisujärjestelmillä tarkoitetaan erilaisia sisällönhallintajärjestelmiä, joiden avulla verkkosivujen ylläpito sekä sisällön luominen ja muokkaaminen onnistuvat selaimen kautta. Sisällönhallintajärjestelmiä on olemassa niin maksullisia, avoimeen lähdekoodiin perustuvia ja monelle eri ohjelmointikielelle pohjautuvia järjestelmiä. (OmniPartners 2017.) Ohjelmien peruskäyttö ei välttämättä vaadi eri kielten ja tekniikoiden osaamista, vaan myös aloittelijalla on riittävällä perehdytyksellä mahdollista luoda itselleen toimivat verkkosivut. Ohjelmat kykenevät tarvittaessa myös monimutkaisempiin toteutuksiin ja toimintojen räätälöimiseen, joten myös kehittyneempiä käyttäjiä on huomioitu. (Ahokas 2017,

56 - 57.) Suosituimpia julkaisujärjestelmiä verkkosivujen hallintaan ja luomiseen ovat WordPress, Joomla ja Drupal.

WordPress on maailman suosituin julkaisujärjestelmä, jonka käytettävyydestä on tehty helppoa jopa aloittelijalle sen joustavilla työkaluilla sekä helpolla käyttöliittymällä. Kyseessä on avoimeen lähdekoodiin perustuva ohjelma, eli sen käyttö on ilmaista. Tunnettuja sivuja, jotka hyödyntävät kyseistä ohjelmaa: The New Yorker, Best Buy ja Xerox. (Business.com. 2017.)

Joomla on myös avoimen koodin järjestelmä, jota on helppo kehittää ja muokata. Se vaatii käyttäjältä jonkin verran ohjelmointiin liittyvää tietämystä. Järjestelmä tarjoaa monipuolisia lisäosia, joista on hyötyä etenkin pienyrityksille. Tunnettuja sivuja, jotka hyödyntävät kyseistä ohjelmaa: Harvard University ja The Guggenheim Museum and Foundation. (Business.com. 2017.)

Drupal on joustava järjestelmä, jolla onnistuu niin yksinkertaisen blogin luominen kuin monipuolisen yrityssivuston. Ohjelma vaatii käyttäjältä vankkaa tietämystä web-suunnittelusta, jotta sen käyttö onnistuisi. Kyseessä on erinomainen järjestelmä, kun halutaan satsata hakukoneoptimointiin. Tunnettuja sivuja, jotka hyödyntävät kyseistä ohjelmaa: The Economist, Weather.com ja Fox. (Business.com. 2017.)

2.2 Ulkoasu

Verkkosivut koostuvat otsikoista, väliotsikoista, navigointielementeistä, hakutoiminnosta, vuorovaikutuselementeistä, erilaisista teksteistä sekä viivoista, kehyksistä, tyhjistä tilasta, logosta, kuvista ja visuaalisista elementeistä (Sinkkonen ym. 2009, 215). Suunnittelun keskeinen ajatus on luoda kiinnostava, tyylikäs ja toimiva graafinen ulkoasu. Ulkoasun tulisi heijastaa sivujen ajatusta ja ilmaista selkeästi tarkoituksensa. (TopBorn n.d.)

Kuvien tarkoituksena on havainnollistaa asioita, toimia katseen kohdistajina ja luoda sivuille ilmettä. Ne myös lisäävät aiheen vaikuttavuutta ja luovat mielikuvia. (Sinkkonen 2009, 254.) Oikeiden kuvien valitseminen voi auttaa kohdeyleisön saavuttamisessa. Eriyisesti verkkokaupoille korkealaatuisten kuvien käyttäminen on tärkeää. Videoiden käyttö verkkosivuilla lisääntyy vuosi vuodelta, joten niiden hyödyntämistä on myös hyvä harjoitella. Grafiikat tuovat vaihtelua pelkälle tekstille ja rytmittävät lukemista sekä tukevat

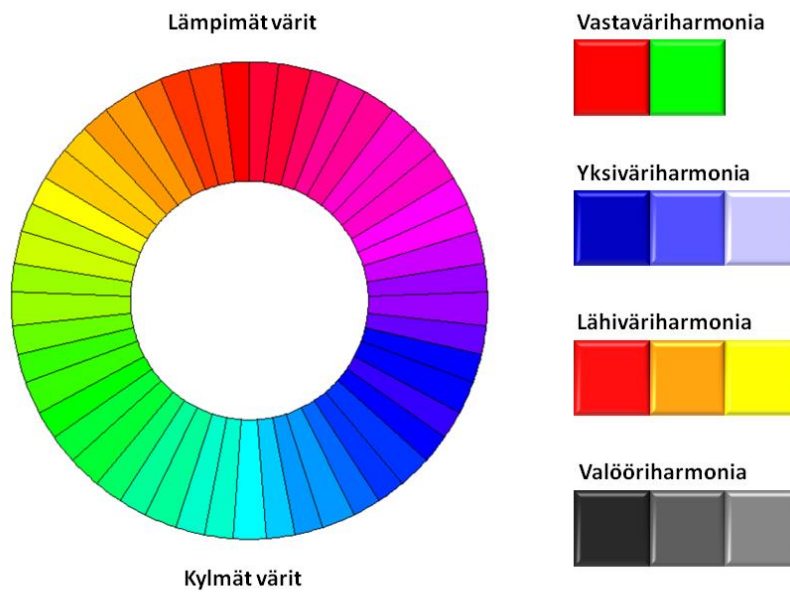
tekstisisältöä tarjoten lisätietoa. Selkeät sivut auttavat kävijöitä keskittymään itse viestiin. (Peltoperä 2015.)

2.2.1 Värit

Värit ovat voimakas osa sivujen sommittelua. Ne leimaavat vahvasti verkkosivujen yleisilmettä, kuvastavat verkkosivujen viestiä ja haluttua tunnelmaa. Taustavärinä toimivat yleensä parhaiten kylmät, murretut ja vaaleahkot värit kylmäisien, puhtaiden ja lämpimien värien sijaan. Ytimekäs väripaletti antaa varmemmin toimivan ja tyylikkään vaikutelman. Liian vahvoista väreistä ja kontrasteista on yleensä vain haittaa, varsinkin mitä kauemmin käyttäjä viettää sivuilla kerrallaan aikaa. (Sinkkonen ym. 2009, 253 - 254.)

Yleisimmät väriharmoniat ovat:

- Lähiväriharmonia, jossa valitut värit sijaitsevat lähekkäin väriympyrässä, kuten punainen ja oranssi. Vastaavanlaisia yhdistelmiä löytyy usein luonnosta, joten ne ovat usein miellyttävän näköisiä.
- Yksiväriharmonia, jolla tarkoitetaan yhden ainoan värin eri vivahteiden sarjaa, johon on lisätty vaihtelevia määriä mustaa tai valkoista. Parhaimmillaan ilme on visuaalisesti toimiva ja helppokäyttöinen, mikäli siltä ei kaivata eloisuutta ja monipuolisuutta.
- Valööriharmonia, jossa käytetään ainoastaan harmaan eri sävyjä.
- Vastaväriharmonia, jossa yhdistetään väriympyrässä toisiaan vastapäätä olevia värejä, kuten punainen ja vihreä. Vastavärit toimivat tehokkaasti, kun halutaan korostaa jokin tietty kohde. Niiden runsas käyttö ei ole kuitenkaan suotavaa. (Hypermedialaboratorio 2009.)

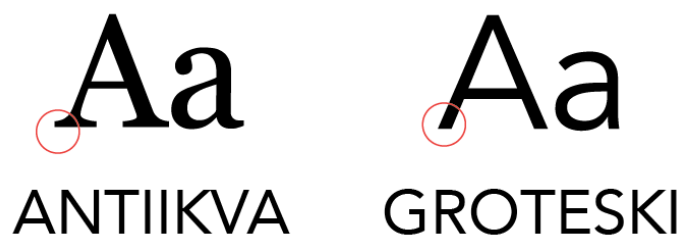


Kuva 1. Väriympyrä ja väriharmoniat (Hybermedialaboratorio 2009)

2.2.2 Typografia

Typografian suunnittelulla tarkoitetaan kirjasintyyppien ja -kokojen valintaa ja tekstin asettelua pinnalle. Sen tavoitteena on tekstin hyvä silmäiltävyys ja luettavuus. (Sinkkonen 2009, 254.) Kirjainten muoto luo osaltaan sivulle sen tunnelmaa, varsinkin mitä enemmän sivut sisältävät pelkkää tekstiä (Korpela & Linjama 2005, 372).

Fonttikoko, fonttityyli ja fonttilaji määräävät yhdessä käytössä olevan fontin. Tämä opinäytetyö on kirjoitettu pääosin 11 pisteen kokoisella Arial-fonttilajilla. Tyyllillä tarkoitetaan esimerkiksi kursivoitua tai lihavoitua tekstiä. Fonteja on kahta päätyyppiä: groteski ja antiikva. Antiikvassa useimpien kirjainten viivat päättyvät pieneen pääteviivaan, jonka takia sitä kutsutaan myös pääteviivalliseksi eli Serif-fontiksi. Groteski on pääteviivaton, mistä tulee nimi Sans serif -fontti. Antiikva soveltuu painotuotteissa hyvin leipätekstiin ja rajoitetusti otsikoihin. Tunnetuimmat antiikvatyypit ovat Times New Roman ja Garamond. Groteski on yleensä sopiva valinta verkkosivuille, koska sen luettavuus on parempi. (Korpela & Linjama 2005, 372 - 374.)



Kuva 2. Antiikvan ja groteskin ero (Häkkinen 2015)

Yhdellä sivulla on mahdollista käyttää jopa kolmea eri fonttilajia: otsikoissa, leipätekstissä ja kuvatekstissä. Lajeissa voidaan käyttää myös erilaisia lihavoitasteita ja kursivoitua. Liika on kuitenkin liikaa, ja kokonaisuuden hahmottaminen muodostuu siitä vaikeammaksi, mitä enemmän tekstityyppejä tai tyylejä on sivuilla käytössä. (Korpela & Linjama 2005, 374.) Tekstin tulee erottua hyvin taustasta. Luettavin ja yleisin vaihtoehto on musta teksti valkoisella taustalla. Myös monet muut yhdistelmät ovat toimivia, kunhan näiden keskinäinen kontrasti on riittävä. Helppolukuisia kirjasintyyppöjä ovat etenkin Sans-serif -fontit, kuten Arial, Verdana ja Helvetica. (Peltoperä 2015.)

2.3 Käytettävyys

Verkkopalvelun käytettävyydelle ei ole omaa virallista määritelmää. Käytettävyydestä on kuitenkin olemassa oma ISO-standardin mukainen yleinen määritelmä. ISO 9241-11 -standardi määrittelee käytettävyyden mittariksi, jolla mitataan, kuinka käyttökelpoinen, tehokas ja miellyttävä tuote on käyttää oikeassa käyttöympäristössään, kun käyttäjinä ovat sen omat käyttäjät. (Sinkkonen ym. 2009, 20.)

Käytettävyydeltään hyvissä verkkosivuissa sivujen selaaminen onnistuu nopeasti ja sujuvasti. Lisäksi tieto löytyy sivuilta kätevästi eikä asiakkaan tarvitse ihmetellä mitä hänen pitää seuraavaksi tehdä. (Paloheimo T. 2012, 278.) Hyvä käytettävyys auttaa kävijöitä ja saa heidät palaamaan sivuille, mikäli myös sivujen sisältö kiinnostaa heitä. Keinoja käytettävyyden parantamiseen ovat esimerkiksi selkeä navigaatio, säännöllinen päivitys ja mobiilioptimointi. (Myllynen 2017.)

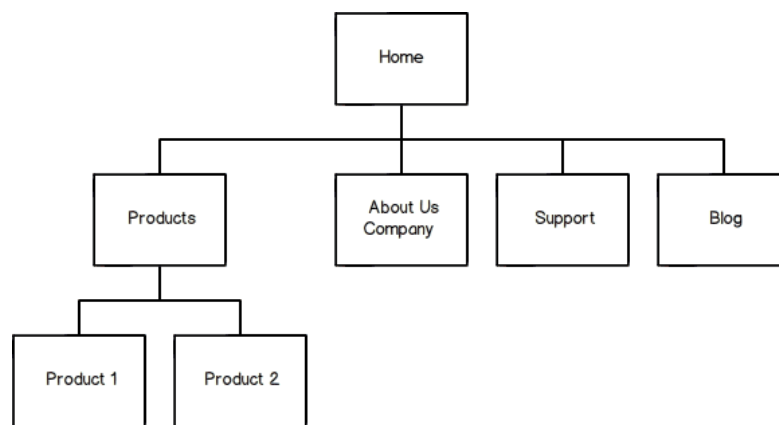
2.3.1 Navigaatio

Navigointielementeillä tarkoitetaan niitä keinoja, joiden avulla käyttäjä liikkuu verkkosivun eri osalta toiselle. Navigoinnin avulla käyttäjä näkee, missä kohti hän on järjestelmässä menossa ja mihin hän paikastaan pääsee. Navigointielementtien pitää erottua selkeästi. Erottelun välineitä ovat värit, tyhjä tila valikon ympärillä tai elementin erottaminen visuaalisesti muusta tekstistä. Suurempi kirjasinkoko, tummempi väri tai alleviivaus nostaa valikon huomiota sivuilla. (Sinkkonen ym. 2009, 215.)

Hyvin suunnitellulla navigoinnilla kävijät pysyvät sivustolla pidempään. Tutkimuksen mukaan yli 75 prosenttia vastaajista piti informaation helppoa löydettävyyttä hyvän verkkosivuston tärkeimpänä yksittäisenä ominaisuutena. Sivuston sisäinen navigaatio on siis suuressa arvossa informaation löydettävyyden kannalta. (Rindell 2011.)

Sivuilla liikkumista voi helpottaa erilaisin keinoin, joista yleisimpiä ovat:

- Selkeä sivuhierarkia, jota on hyvä luonnostella ennen sen varsinaista käyttöönottoa.



Kuva 3. Esimerkki toimivasta sivuhierarkiasta (Balsamiq n.d.)

- Leivänmuruset, eli breadcrumbs, ovat käyttäjää helpottavia linkkejä, jotka kertovat missä kohti sivustoa hän on menossa.



Kuva 4. Esimerkki leivänmurusten käytöstä Kajaanin AMK:n sivuilla (KAMK 2017)

- Klikattavat ja huomiota herättävät painikkeet ohjaavat kävijöitä toimintaan sivustolla.
- Sivuilla tulisi noudattaa kolmen klikkauksen sääntöä. Tämä tarkoittaa sitä, että miltä tahansa sivulta pitäisi päästä mille tahansa toiselle sivulle maksimissaan kolmella klikkauksella. (Peltoperä 2015.)

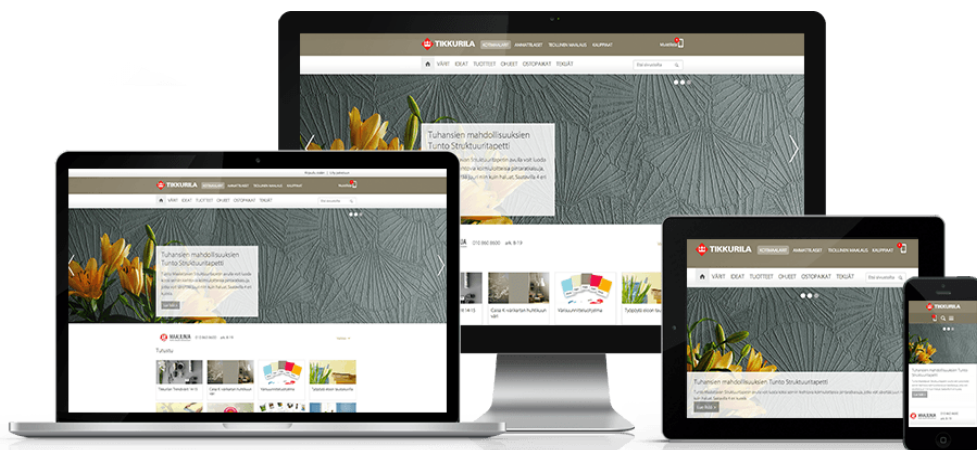
Keskeinen navigointiapuväline on myös sivujen sisäinen hakutoiminto. Osa käyttäjistä turvautuu mieluummin hakuihin etsiessään sisältöä sivuilta. Hakutoimintoa kannattaa harkita, varsinkin mitä enemmän haettavaa sivuilta löytyy. Yksinkertaisen hakukentän paikka on etusivun oikea yläkulma mahdollisen vaakavalikon yläpuolella tai valikon osana. Yksinkertainen haku tuo esille sivuston sisältöä, kuten dokumentteja, jotka täyttävät annetut ehdot. (Sinkkonen ym. 2009, 221 - 222.)

2.3.2 Responsiivisuus

Yleisesti responsiivisuudella tarkoitetaan mukautuvuutta. Responsiivisesti toteutettu verkkosivusto tunnistaa käytössä olevan laitteen ja mukauttaa sivujen sisällön, ulkoasun ja erilaiset toiminnallisuudet automaattisesti lukijaa miellyttävään muotoon. Responsiivinen sivusto mahdollistaa sisällön ja ulkoasun skaalaamisen myös isokokoisille näytöille, kuten taulutelevisioille. (Poutapilvi n.d.)

Internetin selaaminen mobiililaitteiden avulla lisääntyy vuosi vuodelta. Nykyään on tärkeää, että sivustoja voi katsella sujuvasti tietokoneen lisäksi esimerkiksi älypuhelimella ja tabletilla. Ennen oli tapana suunnitella kokonaan erillinen mobiilisivusto tai kehittää oma sovellus eri mobiilialustoille. Molemmissa ratkaisuissa jouduttiin ylläpitämään useampaa sivustoa tai sovellusta, joka vei luonnollisesti enemmän aikaa ja vaivaa. Pienikokoisilla mobiililaitteilla internetiä selaillaan eri tavoin kuin normaalia tietokonetta käytettäessä. Tämä tuo omat haasteensa verkkosivujen suunnitteluun. (Karukka & Inkilä 2013.)

Responsiivisesti toteutetulla verkkosivulla on useita hyötyjä: Verkkosivuista tarvitsee vain yhden version, jonka hakukoneet huomaavat herkemmin tuloksissaan. Verkkosivu näyttää houkuttelevalta ja toimii kaikilla laitteilla, mikä saa useamman asiakkaan palaamaan sivuille. Responsiivisesti suunnitellut sivut välittävät viestin kehityksen mukana kulkevasta yrityksestä. Yrityksen myös katsotaan välittävän asiakkaidensa käyttökokemuksesta. (TopBorn n.d.)



Kuva 5. Responsiivisesti suunnitellut verkkosivut (Poutapilvi n.d.)

3 Verkkosivut yritysmaailmassa

Yrityksen omat verkkosivut ovat yksi harvoista verkkopalveluista, jotka voivat olla täydellisesti sen hallussa ulkoasun, sisällön ja toiminnallisuuden suhteen. Onnistuneilta verkkosivuilta edellytetään toimintavarmuutta, selkeyttä ja informatiivisuutta. (Paloheimo T. 2012, 175.) Verkkosivuston suunnittelu aloitetaan usein määrittämällä sivujen käyttötarkoitus ja kohderyhmä (Karukka & Inkilä 2013).

Yrityksen omat verkkosivut tuovat paljon hyötyä markkinointia ajatellen: Verkkosivut mahdollistavat muun muassa kohderyhmien helpomman tavoittamisen, koska yritys on paremmin saatavilla ajallisesti ja alueellisesti. Yritys on myös tehokkaampi markkinoinnissa ja samalla se säästää markkinointikustannuksissa ja asiakaspalveluresursseissa. Verkkosivuille kannattaa miettiä myös tavoitteet ja toiminnot niiden saavuttamiseksi. Sivujen ylläpitoon kuluu oma aikansa, jonka takia sivuille on hyvä nimetä vastuhenkilö. Verkkosivuilla tulee myös muistaa hyvä markkinointitapa ja lainsäädännön vaatimukset. (Yritys-Suomi n.d.)

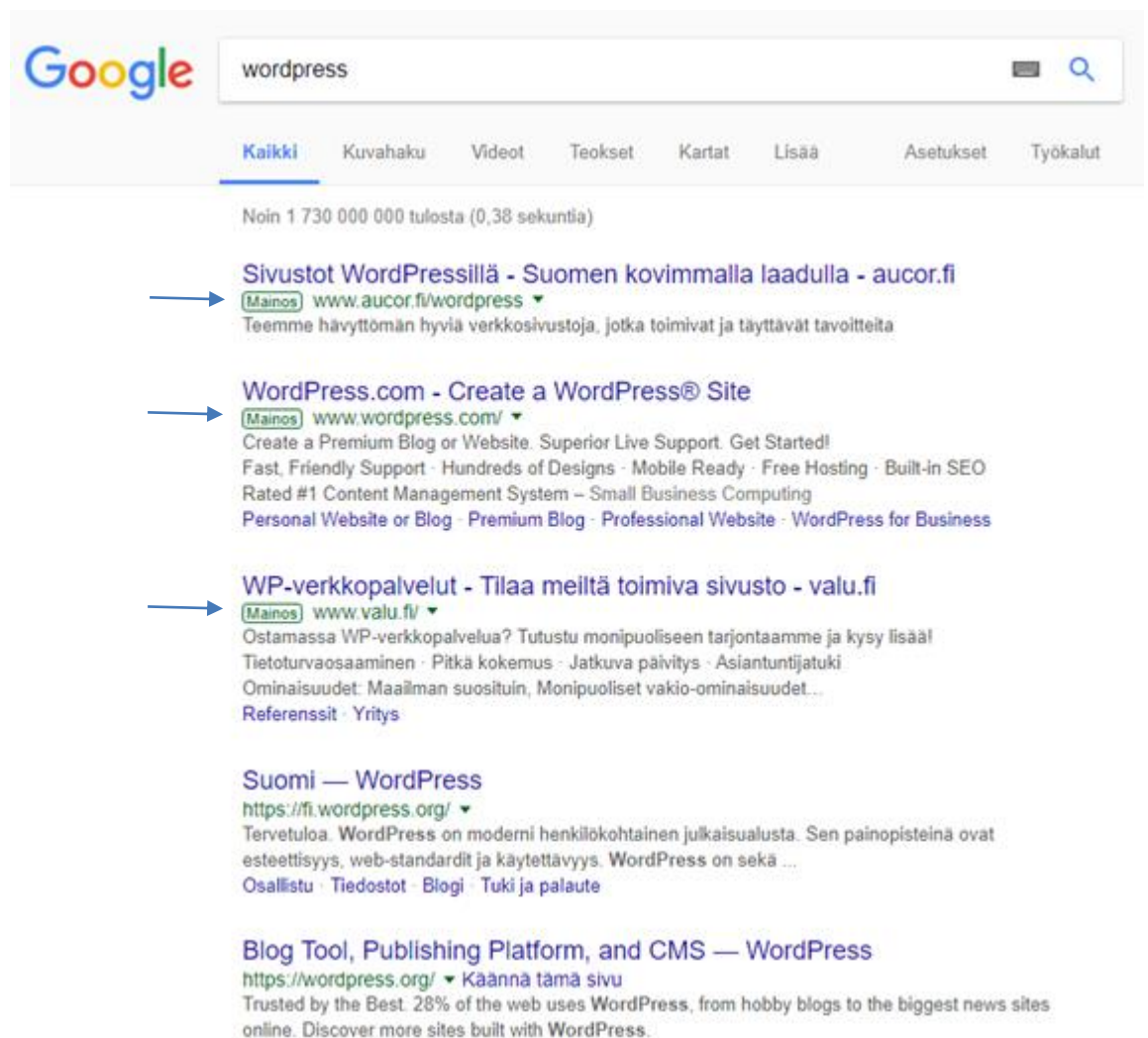
3.1 Löydettävyys

Verkkotunnus, eli domain, on osoite, jolla sivut löytyvät internetistä. Verkkotunnuksilla on erilaisia päätteitä. Suosituimmat verkkotunnuspäätteet ovat .com ja .net, joita suositaan sivujen kotimaasta riippumatta. Suomalaisten oma verkkotunnusten päätte on .fi ja ruotsalaisten .se. Tämän lisäksi on olemassa muun muassa viime vuosina yleistynyt eurooppalainen .eu-päätte. Suomessa .fi-verkkotunnusta voi hakea yksityishenkilö, jolla on kotikunta Suomessa ja suomalainen henkilötunnus. Yritys tai yhteisö joka on merkitty Suomen kauppaa-, yhdistys- tai säätiörekisteriin, on myös oikeutettu hakemaan tunnusta. Fi-loppuisia verkkotunnuksia myöntää Ficora, eli Viestintävirasto. (Jääliinoja 2010.)

Verkkosivujen osoite kannattaa miettiä huolella. On tärkeää pohtia, mikä on loogisin kirjoitusasu asiakkaan näkökulmasta. Sanat voi erotella väliviivalla tai kirjoittaa nimen kokonaan yhteen. Yhtiömuodon lyhenteitä, kuten oy tai ky, ei ole tapana kirjoittaa osoitteeseen. (Vänskä 2011, 47.)

Yritys voi käyttää hakusanamainontaa ostamalla internetin hakukoneista määrääjäksi tietyt sanat tai sanaryhmät, jolloin hakutuloksen mukana ruudulle ilmestyy yrityksen mainos. Käytetyin hakupalvelu Suomessa on Google, jonka AdWords-mainospalvelun

mainos näytetään ennalta määriteltujen hakusanojen perusteella vain asiasta kiinnostuneille hakupalvelun käyttäjille. Hakusanamainontaa on mahdollista kohdistaa paikallisesti tai alueellisesti, esimerkiksi tietyn kilometrimäärän säteellä yrityksen toimipaikasta. Googlella on myös toinen palvelu, AdSense, jonka avulla yritys voi myydä tilaa omilta verkkosivuiltaan muiden osapuolten mainoksille ja tienata tällä tavalla rahaa. (Bergström & Leppänen 2013, 375 - 376.)



Kuva 6. Kuvankaappaus Googlen hakutuloksesta, jossa mainokset näkyvät kärjessä ennen varsinaisia tuloksia

3.2 Hakukoneoptimointi eli SEO

Kaiken kaikkiaan internetistä löytyy yli miljardi aktiivista www-sivua. Hakukoneet, kuten Google, auttavat käyttäjiä löytämään etsimänsä tiedon nopeasti. Usein hyödyllinen vas-

taus tai linkki löytyy heti ensimmäiseltä tulossivulta. (Vänskä 2016.) Mikäli verkkosivusto on toteutettu oikein ja yleisiä internetstandardeja noudattaen, hakukoneilla ei ole ongelmia käydä sivustoa läpi ja lisätä sen tietoja hakuindekseihinsä. Kaikki nykyaikaiset julkaisujärjestelmät on suunniteltu hakukoneystävällisiksi. (Paloheimo T. 2012, 182 - 183.)

Hakukoneoptimoinnin avulla pyritään parantamaan sivuston näkyvyyttä hakukonetuloksissa. Optimoinnin tavoitteena on löytää sellaiset sanat ja hakulauseet, jotka toimivat hakukoneissa mahdollisimman tehokkaasti. Keinoina tähän ovat verkkosivujen koodin, tekstin, ja rakenteen muokkaaminen niin, että sivut saavat korkeamman sijoituksen hakutulosten joukossa. Kärkipaikoille sijoittuminen tuo luonnollisesti enemmän kävijöitä sivuille. (Bergström & Leppänen 2013, 376.)

Ensimmäiseksi sijoittuva hakukonetulos kerää itselleen lähes kolmanneksen kaikesta verkkoliikenteestä. Toisella sijalla olevasta tuloksesta on kiinnostunut vielä 18 prosenttia käyttäjistä. Kokonaan toiselle hakutulossivulle mentäessä kävijäliikenne on tippunut jo 95 prosentilla. Hakukoneoptimoinnin tärkeyttä ei voi siis vähätellä. (Chitika 2013.)

Tässä esiteltynä keskeisimpiä keinoja parempaan hakukonenäkyvyyteen:

- URL-osoitteiden hakukoneoptimoinnissa selaimen osoiterivin teksti kertoo käyttäjälle, että hän on etsimänsä tiedon parissa. Selkeä osoite kertoo, mitä sivu pitää sisällään. Hakukoneet käyttävät URL-osoitetta varmistamaan, että sisältö vastaa sivun otsikkoa ja kuvausta.
- Verkkosivun otsikointi, eli meta title. Yksi tärkeimmistä näkyvyyteen auttavia tekijöitä on selaimen otsikkorivillä näkyvä sivun otsikko. Otsikko herättää sekä hakukoneen että käyttäjän mielenkiinnon, sillä se näkyy ensimmäisenä tietona hakutuloksissa Googlessa sinisellä. Sivun asiasanan tulisi löytyä mahdollisimman läheltä otsikon alkua, mieluiten ensimmäisenä.
- Sivuston kuvaus, eli meta description. Google näyttää hakutuloksissa myös sivun kuvauksen. Mikäli sivulle ei ole tätä erikseen asetettu, näytetään pieni katkelma sivun sisällöstä. Hyvin kirjoitettu kuvaus vaikuttaa positiivisesti sijoitukseen hakutuloksissa, sillä se on otsikon ohella tärkein asia, jonka perusteella käyttäjä klikkaa itsensä sivulle.
- Avainsana-analyysin tekeminen auttaa selvittämään suosituimmat avainsanat, joilla käyttäjät etsivät sisältöä. Yksi tällainen työkalu analyysin tekemiseen on Googlen Keyword Planner. Määritellyt avainsanat toimivat koko hakusanaopti-

moinnin perustana ja varmistavat sen, että hakukoneoptimointi tehdään oleellisille hakusanoille. Sivujen sisällön tai tekstin tulisi sitten vastata yhteen avainsanaan.

- Sivuilla olevat kuvat auttavat havainnollistamaan sivun aihetta. Kuviin tulee myös lisätä otsikot ja kuvaukset mahdollisimman tarkasti. Tällä varmistetaan, että sivujen sisältö löytyy myös esimerkiksi Googlen kuvahaussa. (Pehkonen 2016; Verkkosivupaja 2014.)

Otsikointi	Kajaanin ammattikorkeakoulu: Tekevä, profiloitunut ja aidosti ...
Url-osoite	https://www.kamk.fi/ ▼
Kuvaus	Kajaanin ammattikorkeakoulu (KAMK) on tekevä, profiloitunut ja aidosti ... Avoin AMK - Polkuopinnot · Opiskelijan Kajaani.fi -AVOIMET OVET 2017 · Opinto- ...

Kuva 7. Kuvankaappaus Googlen hakutuloksesta, jossa otsikointi, url-osoite ja kuvaus ovat eriteltyinä

3.3 Sivujen sisältö

Verkkosivuston sisältö esitetään joko tekstinä, kuvina, videoina, animaatioina tai äänimaailmana. Lähes kaikki muut sivuston osat ovat auttamassa käyttäjää löytämään oikean sisällön lähteille. Verkkosivuston käyttökokemuksessa tärkeintä on oikean tiedon tai palvelun löytymisen onnistuminen ja sisällön sopiminen käyttäjän tavoitteisiin. (Sinkkonen ym. 2009, 256.)

Sivuston kaikilla sivuilla tulisi olla tietty päämäärä tai tarkoitus. Yleisimpiä päämääriä ovat informaation tai viihteen tarjoaminen, rekisteröityminen, lomakkeen täyttäminen, yhteydenotto puhelimitse, sähköpostin lähettäminen tai tuotteen tilaaminen verkkokaupasta. Tarkoitus on ohjata kävijät sinne, minne heidän halutaan päätyvän. Tuotetta myydessä kävijä tulee vakuuttaa tekemään ostopäätös, joten ostotapahtuma kannatta tehdä mahdollisimman helpoksi. Palvelua tarjottaessa on tärkeää kertoa selkeästi palvelusta ja sen tarjoamista hyödyistä asiakkaalle. (Peltoperä 2015.)

Verkkosivuilla on tärkeää esitellä yrityksen toimintaa ja tuotteita kiinnostavalla tavalla asiakkaille ja sidosryhmille. Hyvän sivuston tunnusmerkkejä on tarjota riittävät faktat yrityksestä. Rakenne kannattaa suunnitella sen mukaan, mitä nykyiset ja potentiaaliset asiakkaat haluaisivat nähdä sivustolla. Sivujen sisällön tulee edetä tärkeimmästä vä-

hemmän tärkeisiin, siten että kaikki olennaisimmat tiedot kerrotaan jo heti alussa. (Paloheimo T. 2012, 176.)

Yrityksen verkkosivuilla on suositeltavaa käsitellä seuraavia asioita:

- Kuvaus yrityksen toiminnasta
- Johto, henkilöstö, toimintatapa ja lyhyt historiikki sekä tarvittaessa asiakkaat
- Tuotteet, ratkaisut ja palvelut asiakkaan kannalta
- Jälleenmyyjät tai muut tavat ostaa yrityksen tuotteita
- Mahdolliset tukipalvelut
- Rekrytointi tarvittaessa
- Yhteystiedot, joihin kannattaa lisätä kartta, liikenneyhteydet ja kuva yrityksen tiloista. (Paloheimo T. 2012, 176 - 177.)

Tyypillinen verkkosivujen kävijä lukee tekstiä silmäillen ja keskittyy vain itseään kiinnostaviin aihealueisiin. Tämän vuoksi on tärkeää panostaa verkkotekstin laatuun: mielenkiintoinen otsikko herättää mielenkiinnon, kappaleet on hyvä pitää ytimekkäinä kertomalla jokaisessa selkeästi oma asiakokonaisuutensa, väliotsikot kiteyttävät kappaleiden sanomaa ja listauksien käyttö auttaa lukijaa ymmärtämään kokonaisuuden paremmin. Tiivis ja faktoihin pohjautuva teksti pitää otteessaan parhaiten. Sen tulisi olla helppotajuista ja lukijaa puhuttelevaa. Mikäli yrityksen ala ja imago antavat myöten, ilmaisullinen teksti auttaa sitä erottumaan kilpailijoistaan. (Paukkeri 2014.)

3.4 Vuorovaikutteisuus

Vuorovaikutuksella voidaan tarkoittaa yksinkertaisesti esimerkiksi yhteydenottopyynnön jättämistä tai blogiartikkelin kommentointia verkkosivuilla. Nykytekniikoiden ansiosta sivuille on mahdollista lisätä helposti animaatioita, kuvakaruselleja ja muita toimintoja, jotka reagoivat käyttäjän toimintaan sivustolla. (Paloheimo T. 2012, 178.)

Nykyään vuorovaikutteisuus on asia, jota yritys ei voi enää laiminlyödä verkkosivujen suunnittelussa. Viimeistään sosiaalisen median tullessa kuvioihin, käyttäjä on alkanut vaatia verkkosivujen sisällöltä elävää vuorovaikutusta. Perinteinen, pelkkä staattinen

sivusto karkottaa helposti asiakkaat, jotka ovat tottuneet saamaan sivuilta palvelua ja apua ongelmaansa. Keinoja vuorovaikutuksen lisäämiseen ovat esimerkiksi säännöllisesti päivitettävä blogi, vuorovaikutusseinät, chat, videoneuvottelut, ryhmät sekä sivun dokumenttien ja median jakamisen mahdollisuus sosiaalisen median kautta. (Olander 2015.)

4 WordPress-julkaisualusta

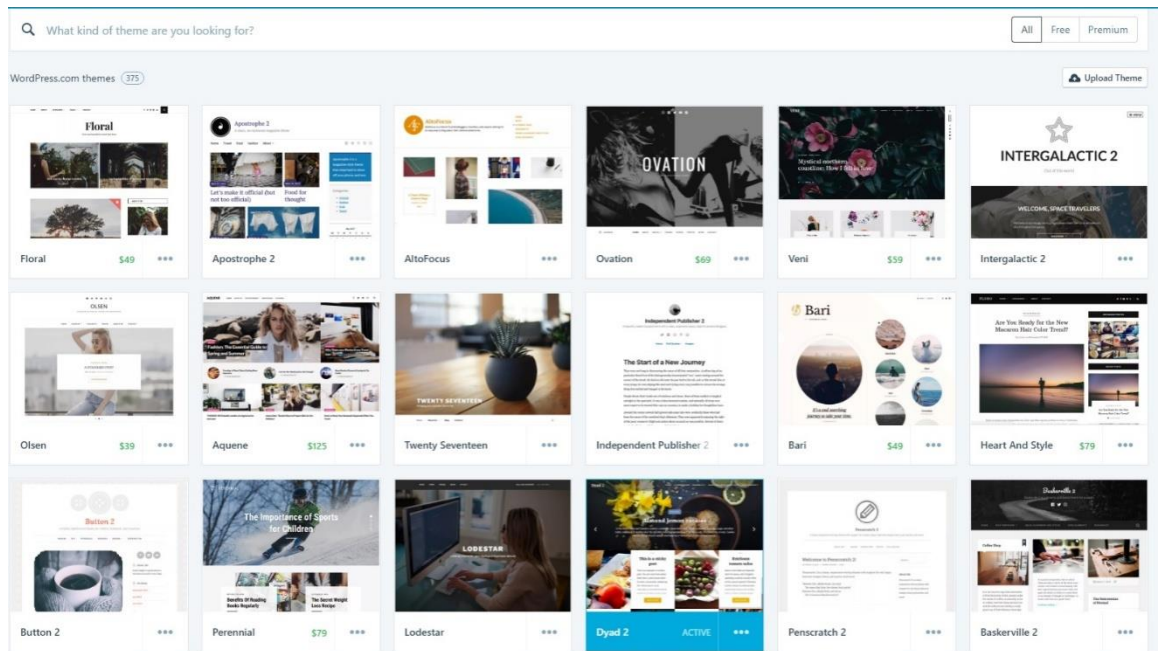
Vuonna 2003 aloitetun kehitystyön tuloksena syntynyt WordPress on ohjelma, joka on noussut maailman suosituimmaksi julkaisujärjestelmäksi. Sen tekniikka ja helppokäyttöisyys ovat keränneen kehuja. Ohjelmasta on olemassa kaksi eri versiota: WordPress.com-osoitteesta löytyvä pilvipohjainen blogisivu ja omalle palvelimelle tai web-hotelliin asennettava WordPress.org. (Vänskä 2011.) Nykyään lähes 28 prosenttia kaikista internetissä olevista sivuista hyödyntää WordPressia jollain tapaa. Julkaisujärjestelmissä sen markkinaosuus on 58 prosenttia. Toiseksi suosituin järjestelmä, Joomla, jää markkinaosuudellaan seitsemään prosenttiin. (W3 Techs 2017.)

4.1 Teemat

Teeman valitseminen on tärkein sivujen visuaalisuuteen vaikuttava tekijä. Teema määrittää monta asiaa, kuten miten grafiikat, fontit ja värit näyttyvät sivustolla sekä miltä ulkoasu näyttää yleisesti otsikoineen, sivupalkkeineen ja alatunnisteineen. Kunnianhimoisimmat WP-teemat muotoilevat uusiksi lähes kaikki sivuston visuaaliset yksityiskohdat. WordPress räätälöi joitain teemoja tiettyihin sisältötyyppeihin. Mukautettuja teemoja on saatavilla niin matkustukseen, valokuvaukseen kuin uutisblogeihin. On jopa teemoja, jotka nojautuvat voimakkaasti tiettyihin aiheisiin, kuten häiden suunnitteluun. (Macdonald 2014, 136.)

WordPress pitää sivuston sisältö- ja muotoilutiedot toisistaan erillään. Tämä mahdollistaa teeman muokkaamisen ilman, että itse sivujen sisältöön, kuten tekstiin ja kuviin, tarvitsee tehdä samalla muutoksia. Tämä on selkeä etu vanhanaikaiseen web-suunnitteluun verrattuna. Mikäli sivuston ulkoasuun haluttiin tehdä ennen muutoksia, jouduttiin koko sivuston sisältö päivittämään myös uusiksi. Prosessiin kului luonnollisesti enemmän aikaa. (Macdonald 2014, 132.)

Riippuen WordPressin versiosta sivuille on saatavilla satoja, ellei jopa tuhansia eri teemoja. Teemoja on mahdollista etsiä eri hakusanoilla. Esimerkiksi haettaessa sanalla business, sivusto listaa näkyviin yritysystävällisiä teemoja.



Kuva 8. Teemavaihtoehtojen selailua (WordPress.com 2017)

4.2 Erot .com ja .org -versioiden välillä

WordPress.com -sivusto tarjoaa ilmaiseksi käyttöön WordPress-järjestelmän. Kyseessä on helppokäyttöinen ja suosittu pilvipohjainen palvelu. Palveluun rekisteröinnin jälkeen sivuilta saa käyttöönsä oman WordPress-sivuston. Maksamalla saa lisää toimintoja, kuten oman domain-osoitteen. Tätä versiota suositellaan etenkin aloittelijoille. (Leiniö 2013.)

Wordpress.com -version hintavaihtoehdot:

- Free - 0 €/kk. Vaihtoehto, jossa käyttäjä saa oman wordpress.com-loppuisen osoitteen käytettäväkseen ilman maksua sekä 3 GB tilaa verkkosivuille kuvaa, ääntä ja muita dokumentteja varten. Teeman saa valita sivuilleen reilusta sadasta ilmaisesta eri vaihtoehdoista.
- Personal - 4 €/kk. Tällä vaihtoehdolla sivuille saa rekisteröidä oman verkkosivuston. Kyseinen vaihtoehto myös poistaa ilmaisversiossa silloin tällöin näkyvät mainokset sivuilta. Käyttäjä saa kehittyneemmät tukipalvelut ongelmatilanteiden varalle.

- Premium – 8,25 €/kk. Verkkosivuille saa vielä enemmän tilaa, joka mahdollistaa suuremman määrän sisältöä sivuille myös videoiden muodossa. Sivulla on mahdollisuus tienata rahaa mainostulojen muodossa, mikäli kävijämäärät ovat tarpeeksi suuret. Sivujen yksityiskohtaisempi muokkaaminen on myös mahdollista tässä vaihtoehdossa, mikäli käyttäjällä on siihen taitoa. Kaikki sivuilta löytyvät teemat voi asentaa ilmaiseksi.
- Business – 24,92 €/kk. Kaikkien edellä mainittujen etujen lisäksi, verkkosivuilla on käytettävissä loputtomasti tilaa. Tätä vaihtoehtoa suositellaan erityisesti yrityksille. Lisäosien asentaminen on myös mahdollista. Optio sisältää myös tuen Google Analytics -ohjelmalle, joka tarjoaa yksityiskohtaista tietoa sivulla vieraillevista kävijöistä. (WordPress.com 2017.)

WordPress.org -osoitteesta voi ladata WordPressin asennuspaketin tietokoneelleen. Jotta sivuston saa toimimaan verkossa, joutuu käyttäjä ostamaan erikseen palvelintilaa ja verkkotunnuksen niitä tarjoavilta yrityksiltä. Käyttäjä on itse vastuussa sovelluksen ylläpidosta ja varmuuskopioiden ottamisesta sekä yleisesti verkkosivujen toimivuudesta. (Leiniö 2013.)

Suurin yksittäinen ero versioiden välillä on sovelluksen tarjoamat muokkaamismahdollisuudet. Käytettäessä WordPress.com -versioita käyttäjä joutuu tyytymään tiettyihin rajoituksiin. WordPress.org antaa puolestaan vapaammat kädet toimintojen suhteen, ja käyttö vaatii enemmän teknistä perehtymistä. On mahdollista aloittaa käyttö helpommalla .com-versiolla ja siirtyä tarpeen vaatiessa myöhemmin omalla palvelimella toimivaan WordPressiin. Tietojen siirto on mahdollista eri WordPress-versioiden välillä. (Leiniö 2013.)

WordPress.org -version on saatavilla myös erikseen asennettavia liitännäisiä. Myös Wordpress.com -versiossa on nykyään lisäosien asentamisen mahdollisuus, mikäli käyttäjä valitsee hintavimman Business-hintavaihtoehdon. Liitännäisiä on kymmeniä tuhansia, joista suurin osa on täysin ilmaisia. Ne tuovat lisää toimintoja käyttäjän sivuille.

Seuraavassa esiteltynä lyhyesti suosituimmat lisäosat:

- Contact Form 7, mahdollistaa erilaisten yhteydenottolomakkeiden tekemisen kätevästi joustavilla muokkaamismahdollisuuksilla ja suojausmekanismeilla.
- Yoast SEO, parantaa sivuston hakukonenäkyvyyttä optimoimalla käyttäjän sisältöä hakukoneille sopivammaksi.

- Akismet, suojaa verkkosivustoa estämällä haitallisten roskapostiviestien pääsyn käyttäjän pitämään blogiin.
- Jetpack, huolehtii sivuston tietoturvasta, tarjoaa erilaisia tilastoja sivuihin liittyen sekä hakukoneoptimoinnin helpottamiseen liittyviä työkaluja. (WordPress.org 2017.)

5 Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus

Opinnäytetyön tavoite oli suunnitella ja toteuttaa toimeksiantajayritykselle nykyaikaiset verkkosivut. Päämääränä oli saada verkkosivusto toimimaan syksyyn 2017 mennessä. Tämän lisäksi sivujen tulisi löytyä yrityksen nimeä haettaessa Googlen ensimmäisten hakutulosten joukossa. Lopuksi oli tarkoitus perehdyttää toimeksiantaja päivittämään verkkosivuja omatoimisesti. Tätä varten tehtiisiin havainnollistava ohje.

Opinnäytetyön viitekehys koostuu seuraavasti:

- Opinnäytetyön keskiössä ovat nykyaikaiset verkkosivut yritysmaailmassa.
- Tavoite on verkkosivujen suunnittelu ja toteutus yritykselle.
- Toteutus tapahtuu WordPress-julkaisualustalla.
- Tuloksena ovat toimintavalmiit verkkosivut, jonka kohderyhmänä ovat luomutuotteista kiinnostuneet kainuulaiset kuluttajat sekä mahdolliset jälleenmyyjät.

5.1 Toimeksiantaja

Hietalahden Luomutila sijaitsee Nuasjärven rannalla Sotkamossa. Tilalle on matkaa sekä Sotkamon että Kajaanin keskustasta noin 25 km. Tilalla on asuttu 1800-luvun puolivälistä lähtien. Yrittäjät Juha Mustonen ja Eija Toikka ovat sukutilan kuudetta polvea. Tilan tuotantosuunta on luomuviljan ja -perunan viljely sekä luomuviljan jatkojalostus jauhoiksi ja -suurimoiksi. Yhteensä peltoalaa tilalla on noin 27 hehtaaria. Luomuviljelyyn yritys on siirtynyt vuonna 1991. Tuotteet myydään pääosin vähittäiskaupan kautta ja suoraan kainuulaisille leipomoille ja ravintoloille. Tilalla ei ole varsinaista myymälää, mutta etukäteistilauksella tuotteita saa myös suoraan tilalta.

Yrityksellä ei ole ollut aikaisempia verkkosivuja käytettävissä, joten sivuista luotiin kokonaan uudet alusta alkaen. Materiaalia, kuten tekstiä ja kuvia, oli saatavilla sivuja varten toimeksiantajalta. Lisämateriaalia oli myös mahdollista käydä kuvaamassa lisää tilalla, mutta tarvetta tälle ei lopulta syntynyt.

5.2 Prosessi

Opinnäytetyön pohtiminen aloitettiin keväällä 2017. Koin verkkosivujen tekemisen mielenkiintoiseksi ja tarpeeksi haastelliseksi. Toimeksianto oli kätevästi koululla jo valmiina, joten pääsin aloittamaan opinnäytetyön nopeasti. Sivujen suunnittelua varten vierailtiin vastaavanlaisilla luomutila-aiheisilla verkkosivuilla, joista kerättiin ideoita tulevia sivuja varten.

Toteutuksessa hyödynnettiin WordPress-julkaisualustaa. Valintaan vaikutti erityisesti se, että järjestelmä olisi helppokäyttöinen ja ilmainen. Versiona toimi WordPress.com. Suurin syy päätökseen oli se, että sivujen teossa ei tarvitsisi ohjelmointitaitoja, joten myös toimeksiantajalla olisi mahdollisuus päivittää verkkosivuja itsenäisesti pienellä perehdytyksellä. WordPress.com on pilvipalvelu, eli verkkosivut ovat käytettävissä yrityksen omalla palvelimella verkon kautta. Tämä seikka helpottaisi toimeksiantajaa verkkosivujen valmistuttua, sillä sivuista ei tarvitsisi ottaa erikseen esimerkiksi varmuuskopioita tai huolehtia päivitysten asentamisesta manuaalisesti.

Kevät keskityttiin teoriaosion tekemiseen ja WordPressin käytön harjoitteluun. Kesäkuussa alkoi varsinaisten sivujen tekeminen. WP-ohjelman käytön opettelemisella, monipuolisesti teoriakirjallisuuteen perehtymällä sekä toimeksiantajalta saadun palautteen avulla sivut hioutuivat vähitellen lopulliseen muotoonsa. Syksyn koettaessa verkkosivut olivat jo valmiit, eikä niihin tehty enää suurempia muutoksia.

Sivujen tekeminen lähti käyntiin rekisteröitymällä osoitteessa wordpress.com. Rekisteröinnin jälkeen käyttöön saatiin nopeasti ja ilmaiseksi omat tunnukset ja sivupohja, johon sivuja pystyisi rakentamaan. Tässä vaiheessa verkkosivujen osoitteen sai myös valita.

5.2.1 Ulkoasu

Verkkosivujen yleisilmeestä pyrittiin tekemään helppokäyttöiset ja ulkoasultaan modernin näköiset. Yrityksellä ei ollut omaa graafista ohjeistusta, joten suunnitteluun saatiin varsin vapaat kädet.

Ulkoasuun eniten vaikuttava tekijä tulisi olemaan teeman valitseminen. Ulkoasua ei voi WP:ssä suunnitella itse alusta loppuun, vaan sen runko on valittava lukuisten eri teemavaihtoehtojen joukosta. Kun teema on valittu, sivuille tulevien kuvien, taustojen ja

tekstien asettelua voi kuitenkin muokata suhteellisen vapaasti, vaikkakaan ei kovin yksityiskohtaisesti. Ulkoasuteemaksi valikoitui lopulta muutamien vahvojen eri kandidaattien jälkeen ”Twenty Seventeen” -teema. Nimi juontuu siitä, että WordPress julkaisee joka vuosi oman uuden oletusteemansa. Teemaa voidaan pitää ajantasaisena ja näkymältään modernina. Se on myös saanut käyttäjiltä paljon positiivista palautetta. Teemaa suositellaan käytettäväksi yrityksille suunnatuissa verkkosivuissa, joten tässä tapauksessa se sopi tilanteeseen erinomaisesti. Teema on myös responsiivinen, joten verkkosivujen ulkoasu näyttää hyvältä ja navigointi sivuilla on miellyttävää, oli käytössä sitten älypuhelin, tabletti tai tietokone.

Sivujen visuaalisuudessa luotettiin varmoihin ja toimiviin ratkaisuihin. Musta leipäteksti valkoisella taustalla olisi helppolukuinen. Tekstissä käytettiin päätteetöntä fonttia, jotta se olisi selkeästi luettavissa. Tekstin vastapainoksi sivuille lisättiin isoja kuvia tuomaan eloa kokonaisuuteen. Kuvia saatiin suoraan toimeksiantajalta. Valittujen kuvien haluttiin olevan mahdollisimman elinvoimaisia ja piristäviä, koska kyseessä oli luomutila. Kirkkaat ja kesäisellä säällä otetut kuvat toimisivat luonnollisesti parhaiten. Oli myös tärkeää, että kuvat olisivat tarpeeksi korkealaatuisia, jotta ne eivät näyttäisi epätarkalta isommaltakaan näytöltä selatessa.



Kuva 9. Verkkosivujen muokkaamisnäkö WordPressissä

5.2.2 Sisältö

Sivustolle luotiin yhteensä neljä erillistä sivua:

- Tila -sivu toimii etusivuna, jossa on esitetty lyhyesti tilan historiaa, sen tarjoamia tuotteita ja sijaintitiedot. Teksti haluttiin pitää mahdollisimman ytimekkäänä, koska käyttäjillä on tunnetusti tapana vain silmäillä teksti läpi. Sivulla on myös muutama iso kuva tilalta tuomassa ilmettä ja rytmittämässä lukemista. Google Maps -karttapalvelu lisättiin myös sivulle. Se näyttää käyttäjälle yrityksen tarkan sijainnin, ja antaa tarvittaessa reittiohjeet paikan päälle.
- Ajankohtaista -sivulla on tarkoitus lisätä uutisia tilan toiminnasta blogin muodossa. Tämän kohdan käyttö opastettiin toimeksiantajalle, jotta heiltä onnistuisi tilaan liittyvien uutisten lisääminen sivuille omatoimisesti. Säännöllisiä päivityksiä tarjoava blogi lisää vuorovaikutusta käyttäjiin.
- Kuvagalleria -sivulle lisättiin nimensä mukaisesti kuvia tilasta ja sen toiminnasta. Myös tämän käyttö opastettiin toimeksiantajalle, jotta uusien kuvien lisääminen onnistuisi jatkossa.
- Ota yhteyttä -sivulla sijaitsee yhteydenottolomake, jolla kävijä voi olla kätevästi suoraan yhteydessä yritykseen. Lähetetty viesti menee suoraan yrittäjän sähköpostiin. Tämä lisää käyttäjien kokemaa vuorovaikutuksen tuntua, joita sivuilta vaaditaan nykypäivänä.

Sivujen otsikoinnista tehtiin mahdollisimman ytimekkäät ja sisältöä kuvaavat. Sivut sijaitsevat navigointivalikossa, joka erottuu selkeästi sivustolla, oli käyttäjä missä kohtaa sivustoa tahansa. Tämä helpottaa kävijää sivuston selaamisessa.

5.2.3 Löydettävyys

Verkkosivut löytyvät tällä hetkellä osoitteesta: <https://hietalahdentila.wordpress.com/>

Sivujen tekovaiheesta lähtien käytössä olleen ilmaisversion huonoja puolia ovat verkkosivujen normaalia pidempi url-osoite sekä sivuilla näkyvät mainokset käyttäjille. Lisämaksua vastaan saisi oman verkkotunnuksen ja mainokset pois, mutta tätä ei ole vielä otettu käyttöön. Harmillisesti Suomessa yleisesti käytettävä verkko-osoitteen .fi-päätettä

ei saa suoraan wordpress.com-versiossa. Tyytyminen on esimerkiksi päätteisiin .com tai .net. Ainut vaihtoehto on ostaa erillinen tunnus kolmannelta osapuolelta, jonka voi sitten liittää osaksi sivuja.

Meni noin kaksi viikkoa, kunnes Google indeksoi verkkosivut hakutuloksiinsa. Sivut ovat nousseet vähän väliä ylemmäs hakutuloksissa ja tällä hetkellä ne löytyvät heti ensimmäiseltä sijalta yrityksen nimeä haettaessa. WordPress.com -versio antaa käyttäjälleen varsin suppeat työkalut hakukoneoptimointiin. Otsikoinnin saa valita itse, mutta esimerkiksi sivuston kuvausta ei pysty itse määrittelemään, joka helpottaisi käyttäjiä löytämään verkkosivuille.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa nykyaikaiset verkkosivut Hieta-lahden Luomutilalle. Sivujen tekeminen eteni suunnitelman mukaisesti, ja ne ovat olleet toiminnassa syyskuusta 2017 lähtien. Opinnäytetyön kirjallisen osuuden valmistuminen venyi kuitenkin aina keväälle 2018, joten aikataulutuspetti tämän osalta. Kirjoittamiseen vievä aika tuli helposti aliarvioitua, ja sitä tuli muutenkin usein viivyteltä. Taustalla painoivat myös muut kiireet. Yksityiskohtaisemman ajankäyttösuunnitelman teko olisi voinut auttaa asiassa.

Opinnäytetyön päätavoitteet täyttyivät: verkkosivut valmistuivat ajallaan, sivut löytyvät hakukoneella ja ohjeistus saatiin tehtyä toimeksiantajalle. Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen lopputulokseen. Yhdeksi arvioinnin lisämittariksi olisi voinut vielä miettiä jonkinlaista kävijöiden antamaa palautetta verkkosivujen toimivuudesta ja kohderyhmän saavuttamisesta.

Mielestäni verkkosivujen nykyaikaisuus toteutui monella eri tavalla: sivujen teossa hyödynnettiin julkaisujärjestelmää, hakukone löytää sivut vaivattomasti, ulkoasu on moderni ja responsiivinen. Sivuilta löytyy myös vuorovaikutuksellisia elementtejä, kuten yhteydenottolomake ja blogiosio.

WordPress on käyttäjäystävällinen, joten perusteet oppi varsin nopeasti. Tarvittaessa apua oli tarjolla runsaasti internetissä. Järjestelmän käytössä ilmeni loppua kohti pieniä rajoituksia. Esimerkiksi ulkoasun yksityiskohtaisempi muokkaaminen ei ollut monesti mahdollista ja tarjotut verkko-osoitevaihtoehdot tuntuivat puutteellisilta. Näiden lisäksi hakukoneoptimointiin olisi toivonut laajempia työkaluja. Jatkossa voisin harkita monipuolisempaan wordpress.org -versioon siirtymistä. Joka tapauksessa tässä projektissa käytössä ollut versio ajoi hyvin asiansa.

Materiaalia teoriaosuuteen oli tarjolla runsaasti, mutta enemmän ajankohtaisia kirjallisia lähteitä olisin toivonut löytäväni lisää. Tiedon ajankohtaisuus on tärkeää, sillä tieto muuttuu nopeasti alalla. Jos nyt saisin tehdä jotain toisin, hyödyntäisin enemmän englanninkielisiä lähteitä, jotta teoriaosuuteen olisi saanut mahdollisimman ajantasaista materiaalia. Sain mielestäni esiteltyä teoriaosiossa monia keskeisiä aihealueita, joita sitten otin huomioon varsinaisten verkkosivujen tekemisessä.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui hyvin. Heiltä sai tarvittaessa palautetta ja materiaalia verkkosivuja varten. Verkkosivujen tunnukset on luovutettu toimeksiantajalle, kuten

myös sivujen päivittämistä varten laadittu ohje (Liite 2). Toivon, että yrityksellä riittäisi mielenkiintoa päivittää sivuja tulevaisuudessa. Olen tarvittaessa myös valmis auttamaan toimeksiantajaa verkkosivujen ylläpidossa.

Verkkosivujen tekemisestä minulla on hieman aiempaa kokemusta, mutta ei näin suuressa mittakaavassa. Olikin mielenkiintoista viedä kokonainen projekti alusta loppuun, jonka toteuttamiseen sai vapaat kädet. Vaikka opinnäytetyön aihe ei suoraan liittynyt opiskelemaani liiketalouden alaan, ovat verkkosivujen merkitys yritysmaailmassa kuitenkin kiistattomat. Aihe oli kiinnostava, joten verkkosivuja teki mielellään, vaikkakin kirjoittaminen välillä takkusi. Mikäli verkkosivujen tekeminen kiinnostaa tulevaisuudessa, on tämä työ toiminut hyvänä opastuksena jatkoa ajatellen.

Lähteet

Kirjalliset lähteet:

Ahokas, K. 2017. Avoimen koodin julkaisujärjestelmät. Tivi 2/2017. 56 - 57.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2013. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Harju, J., Lammi, O., Manu, P., Ruuskanen, S. & Suvanto, T. 2013. Tietokoneen käyttötaito: Windows 8 & MS Office 2013. Jyväskylä: Docendo.

Korpela, J. & Linjama, T. 2005. Web-suunnittelu. Jyväskylä: Docendo.

MacDonald, M. 2014. WordPress: The Missing Manual, 2nd Edition. Yhdysvallat: O'Reilly Media.

Paloheimo, T. 2012. Klikkaa tästä: Internetmarkkinoinnin käsikirja. Helsinki: Mainostajien liitto.

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Tietosanoma.

Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi.

Vänskä, O. 2011. Kotisivut 59 minuutissa. MikroPC 11/2011. 46 - 49.

Vänskä, O. 2016. Optimoit verkkosivusi huolella. Mikrobitti 7/2016. 68 - 71.

Sähköiset lähteet:

Balsamiq. n.d. Working with Site Maps. Viitattu 12.5.2017. Saatavilla:

<https://docs.balsamiq.com/desktop/sitemaps/>

Business.com. 2017. Best Content Management System. Viitattu 2.7.2017. Saatavilla:

<https://www.business.com/articles/best-content-management-system/>

Chitika. 2013. The Value of Google Result Positioning. Viitattu 26.8.2017. Saatavilla:

<https://chitika.com/2013/06/07/the-value-of-google-result-positioning-2/>

Hybermedialaboratorio. 2009. Värien käyttö. Viitattu 7.10.2017. Saatavilla: <https://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/vpsist-oppimateriaali/10-visuaalinen-suunnittelu/10-2-varien-kaytto.html>

Häkkinen 2015. Typografia, kauneuden aakkoset? DigiPeople Studio. Viitattu 16.6.2017. Saatavilla: <https://www.digipeople.fi/fi/typografia-kauneuden-aakkoset/>

Jääliinoja, T. 2010. Hyvän verkkotunnuksen piirteet. Kotisivukone. Viitattu 14.10.2017. Saatavilla: <https://www.kotisivukone.fi/blogi/2010/07/26/46/?page2>

Karukka, M. & Inkilä, T. 2013. Responsiivinen verkkosivujen suunnittelu mukauttaa sisällön eri päätelaitteille. Oulun Ammattikorkeakoulu. Viitattu 5.6.2017. Saatavilla: <http://www.oamk.fi/epooki/2013/responsiivinen-verkkosivujen-suunnittelu/>

Leiniö, T. 2013. Miten wordpress.org ja wordpress.com eroavat toisistaan? WP-opas. Viitattu 12.5.2017. Saatavilla: <https://wpopas.fi/wordpress-org-ja-wordpress-com-erot/>

Myllynen, S. 2017. Verkkosivujen käytettävyys – 3 perusasiaa. Vipu. Viitattu 15.6.2017. Saatavilla: <http://www.vipunet.com/blog/verkkosivujen-kaytettavyys-muutamia-perusasioita>

Olander, I. 2015. Kotisivut 2015: sosiaalinen & mobiili sivusto. Sometek. Viitattu 11.11.2017. Saatavilla: <https://sometek.fi/kotisivut-2015-sosiaalinen-mobiili-sivusto/>

OmniPartners. 2017. CMS eli Content Management System. Viitattu 12.6.2017. Saatavilla: <https://omnipartners.fi/sanakirja/cms-eli-content-management-system/>

Paukkeri, P. 2014. Parempaa tekstiä yrityksen verkkosivuille. Wds. Viitattu 16.9.2017. Saatavilla: <http://www.wds.fi/artikkelit/nettitekstin-kirjoitusopas/>

Pehkonen, P. 2016. Hakukoneoptimointi eli SEO – Mitä se on ja miten se tehdään? Hehku Marketing. Viitattu 15.7.2017. Saatavilla: <https://www.hehku marketing.com/sisaltomarkkinointi/hakukoneoptimointi-eli-seo-mita-se-on-ja-miten-se-tehdaan/?gclid=CKCrhP3CrNUCFQ2UsgodV-oCow>

Peltoperä, J. 2015. Minkälaiset ovat hyvät nettisivut? Pokis. Viitattu 12.5.2017. Saatavilla: <http://www.pokis.fi/minkalaiset-ovat-hyvät-nettisivut/>

Poutapilvi n.d. Mitä on responsiivinen suunnittelu? Viitattu 12.5.2017. Saatavilla: <http://www.responsiivisuus.info/responsiivisuus.html>

Rindell, M. 2011. Sivuston sisäinen navigointi (hyvät verkkosivut). Tatami. Viitattu 30.9.2017. Saatavilla: <http://www.tatami.fi/blogi/sivuston-sisainen-navigointi-hyvat-verkkosivut>

Topborn n.d. Mobiiliystävälliset kotisivut. Viitattu 15.5.2017. Saatavilla: <https://www.topborn.com/fi/webtoimisto/verkkosivut/mobiiliystavallinen/>

Topborn n.d. Verkkosuunnittelu. Viitattu 1.7.2017. Saatavilla: <https://www.topborn.com/fi/webtoimisto/verkkosivut/verkkosuunnittelu/>

Verkkosivupaja. 2014. Hakukoneoptimointi, mitä se SEO oikein on? Viitattu 15.7.2017. Saatavilla: <https://verkkosivupaja.fi/hakukoneoptimointi-mita-se-seo-oikein-on/>

W3 Techs. 2017. Usage of content management systems for websites. Viitattu 12.5.2017. Saatavilla: https://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all

WordPress.com. 2017. Choose your WordPress.com flavor. Viitattu 28.5.2017. Saatavilla: <https://wordpress.com/pricing/>

WordPress.com. 2017. Themes. Viitattu 22.5.2017. Saatavilla: <https://wordpress.com/themes>

Wordpress.org. 2017. Lisäosat. Viitattu 22.5.2017. Saatavilla: <https://fi.wordpress.org/plugins>

Yritys-Suomi n.d. Markkinointi. Viitattu 14.6.2017. Saatavilla: <https://yrityssuomi.fi/markkinointi>

Valmiit verkkosivut



[Tila](#) [Ajankohtaista](#) [Kuvagalleria](#) [Ota yhteyttä](#)



TERVETULOA!

Viljelemme ja jalostamme tuotteitamme Hietalahden luomutilalla Sotkamossa Nuasjärven rannalla, elinvoimaisella Rimpilänniemen kylällä. Matkaa sekä Sotkamon keskustaan että Kajaaniin on noin 25 kilometriä.

Luomuviljelyyn siirryimme vuonna 1991. Me nykyiset viljelijät, Juha Mustonen ja Eija Toikka olemme sukutilan kuudetta polvea. Tilalla on asuttu 1800-luvun puolivälistä lähtien. Peltoalamme on 27 hehtaaria, kokonaisalaa on vajaat 300 hehtaaria.

Tuotteemme myymme pääosin vähittäiskaupan kautta ja suoraan kainuulaisille leipomoille ja ravintoloille. Tilalla ei ole varsinaista myymälää, mutta etukäteistilauksella tuotteita saa myös suoraan tilalta.

Tila Ajankohtaista Kuvagalleria Ota yhteyttä



Tila Ajankohtaista Kuvagalleria Ota yhteyttä

LUOMUTUOTTEET

Luomuperuna

Keskitymme jatkossa luomuperunan tuotantoon. Tilan perunoita myydään Kajaanissa Prismassa ja City-Marketissa sekä Kajaanin ja Sotkamon S-Marketeissa irtomyyntinä.

Kesäperunalajikkeena on Carrera, syys- ja talviperunalajikkeina Colomba, Marabel ja Melody. Myyntikausi on heinäkuun lopulta maaliskuuhun.

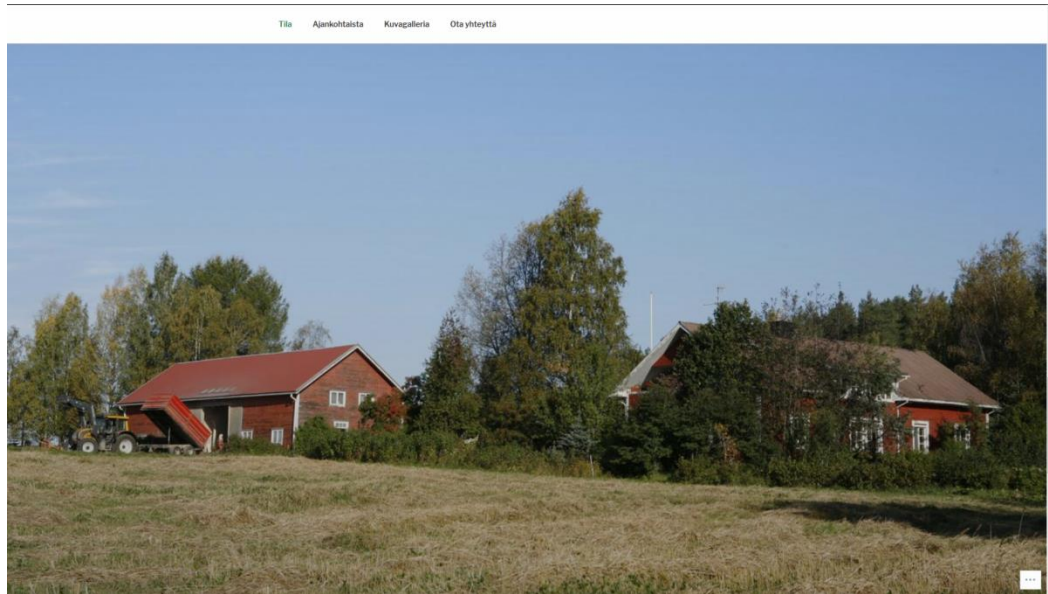
Luomuperunan viljelyssä (samoin kuin kaikessa luomuviljelyssä) lannoitus hoidetaan viherlannoituksella ja nautakarjan lannalla. Tauti- ja rikkakasvitorjunnassa ensisijaisina keinoina ovat kasvivuorottelu, lajikevalinta ja viljelytekniikka. Synteettisiä torjunta-aineita tai helppoliukoisia teollisia lannoitteita ei käytetä. Lisätietoa luomuviljelystä löytyy mm. Luomuliiton sivuilta: <http://www.luomuliitto.fi/>

Viranomaisvalvontaa hoitaa Evira: <http://www.evira.fi/yhteiset/luomu/>

Vilja

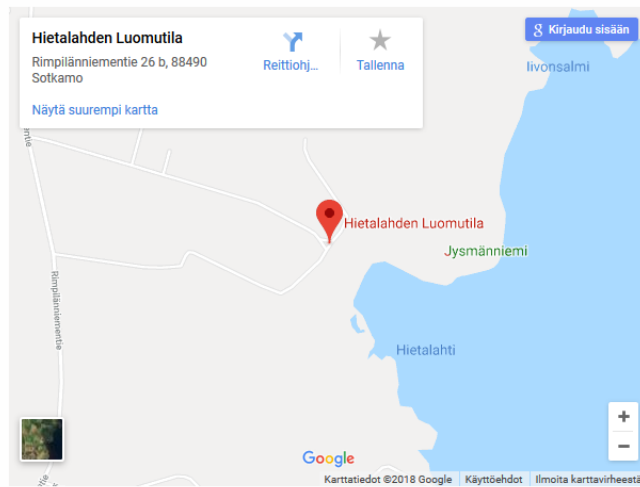
Viljoista tärkein on ohra. Siitä jauhetaan tilan omassa myllyssä jauhoja perinteiseen kainulaiseen rieskaan ja puuroihin. Viljelyssä ovat monitahoiset runsasvalkuaiset ja suhteellisen pienijyvät ohralajikkeet. Jyvää ei kuorita täysin puhtaaksi ja se jauhetaan kivimyllyllä karkeammaksi kuin teolliset jauhot.

Jauhamme myös aromikasta pohjoisen ruista leivontakarkeiksi täysjyväjauhoiksi, jotka sopivat niin puuroihin kuin leipiin ja piirakoihinkin.



Tila Ajankohtaista Kuvagalleria Ota yhteyttä

SIJAINTI



HIETALAHDEN LUOMUTILA JA MYLLY

Juha Mustonen
 Rimpilänniementie 26 B
 88490 Pohjavaara
 040 550 3234
 hietalahti(at)vuokatti.net



AJANKOHTAISTA

30.9.2017

Uudet sivut

Tervetuloa uusille sivuillemme!

KUVAGALLERIA



OTA YHTEYTTÄ

Nimesi (pakollinen)

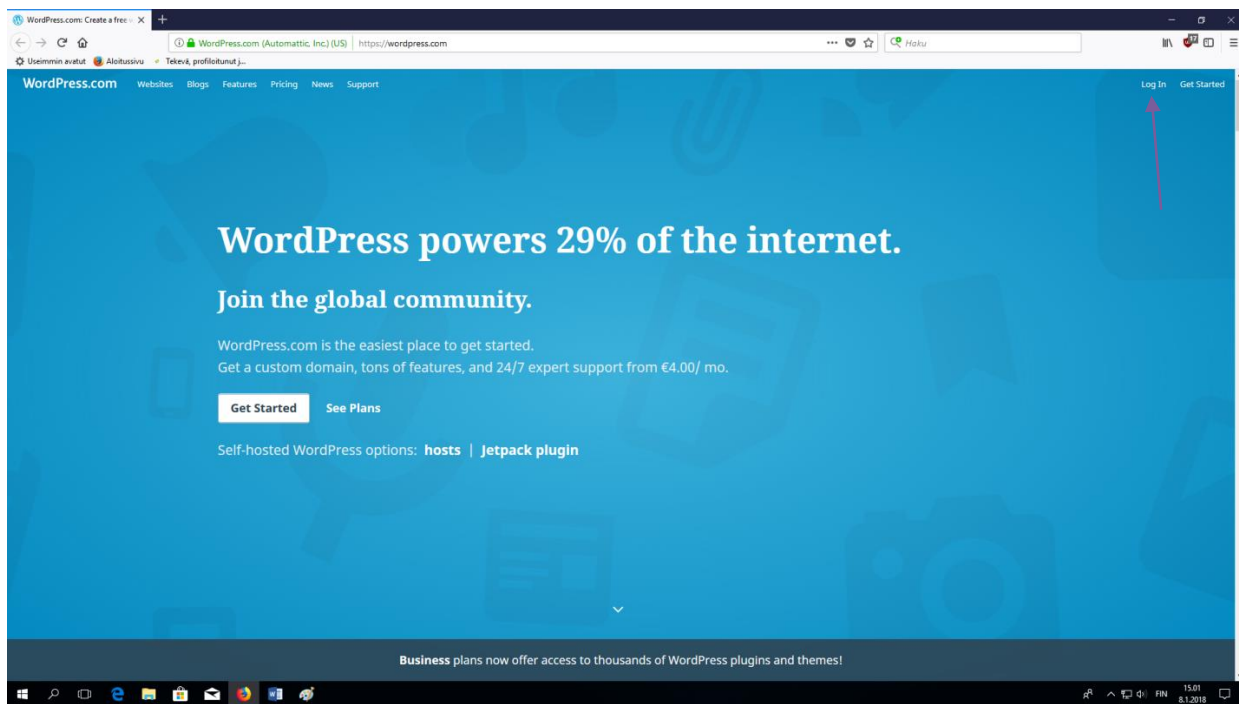
Sähköpostiosoitteesi (pakollinen)

Kommenttisi (pakollinen)

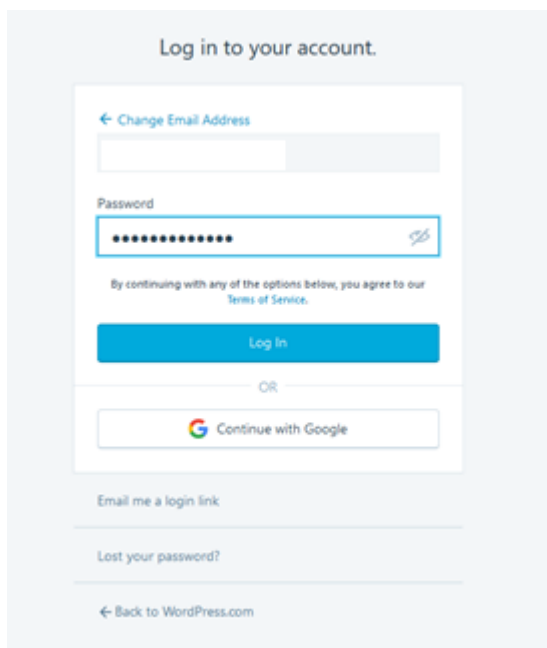
Lähetä »

Ohjeet verkkosivujen päivittämiseen

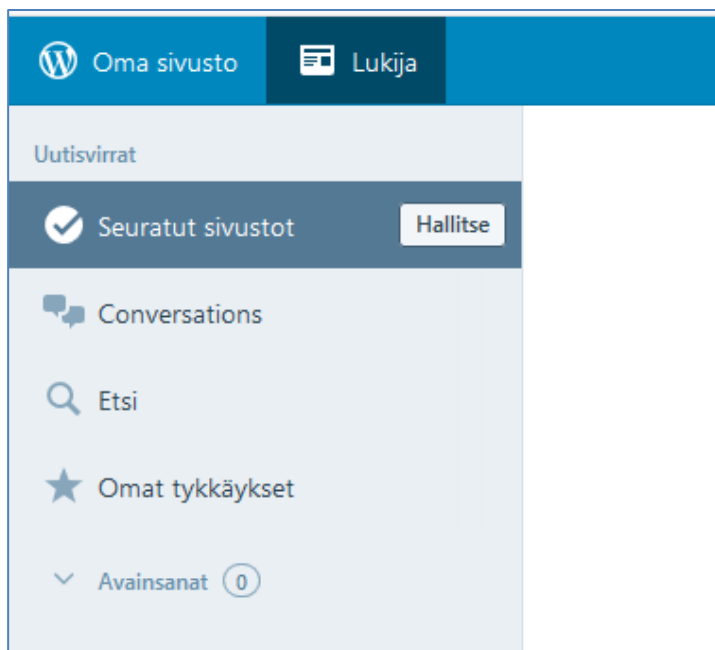
1. Mene osoitteeseen: <https://wordpress.com/>



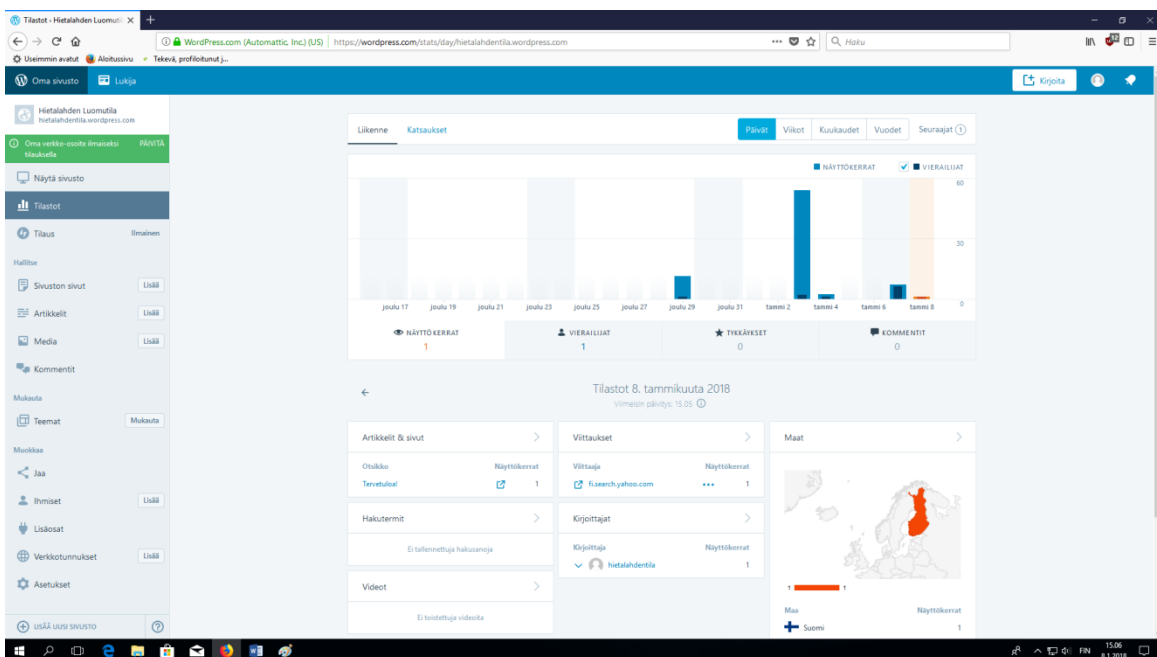
2. Klikkaa oikealta ylhäältä kohdasta **Log In**, ja kirjaudu sisään tunnuksilla.



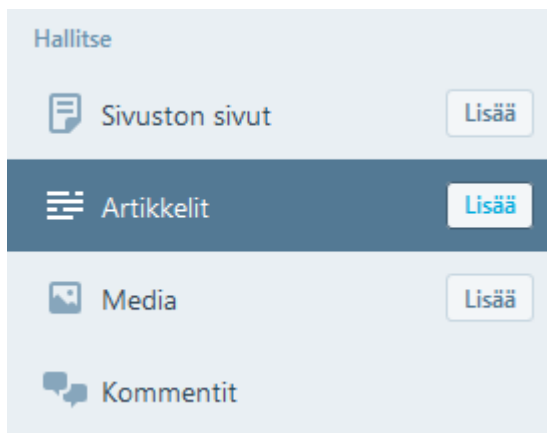
3. Kirjaututtuasi sisään, klikkaa kohdasta **Oma sivusto**.



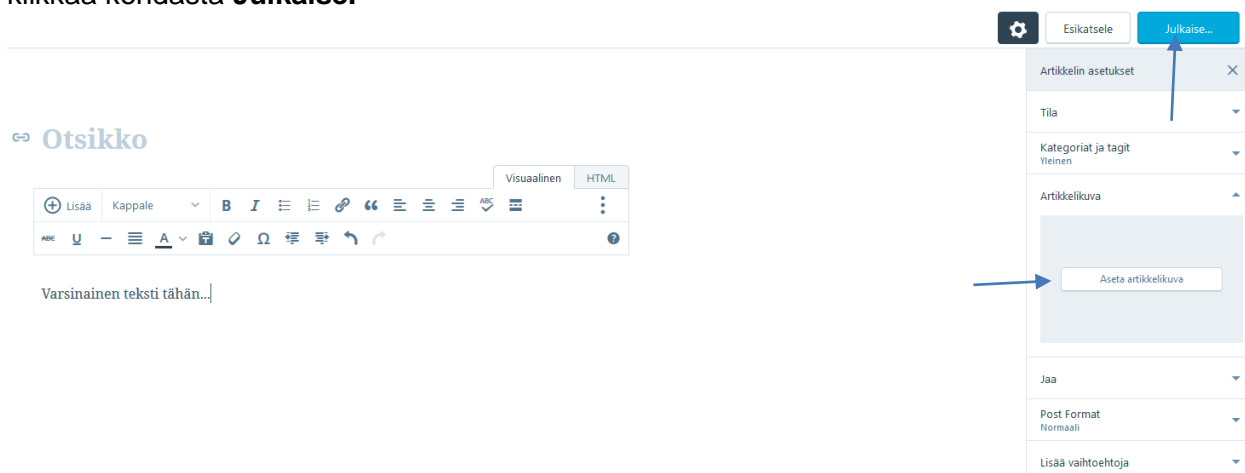
4. Tässä näet erinäisiä tietoja sivustoon liittyen, kuten kävijämäärät.



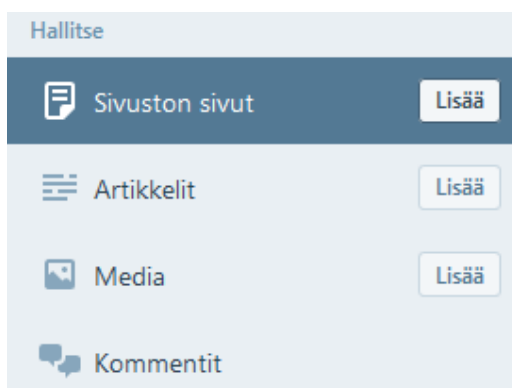
5. Lisätäksesi uuden julkaisun Ajankohtaista-sivulle, klikkaa vasemmalta kohdasta **Artikkelit** → **Lisää**




Lisää otsikko ja haluamasi teksti. Voit myös valita julkaisuun **artikkelikuvan**. Lopuksi klikkaa kohdasta **Julkaise**.






6. Mikäli haluat muuttaa jonkin tietyn sivun sisältöä. Klikkaa kohtaa **Sivuston sivut**.





Eteen tulee näkymä, josta voit valita muokattavan sivun. Klikkaa haluamaasi kohtaa, jossa on kolme pistettä (...) ja sitten muokkaa. Tässä esimerkissä lisäämme kuvia **Kuvagalleriaan**.


Julkaistu Luonnokset Ajastetut Poistetut 


Artikkelit 
"Ajankohtaista" page is showing your latest posts.


Kuvagalleria  
🕒 kolme kuukautta sitten

Sijainti 
🕒 viisi päivää sitten

Tervetuloa! 
🕒 viisi päivää sitten 🏠 Etusivu

Luomutuotteet 
🕒 viisi päivää sitten

Ota yhteyttä 
🕒 viisi päivää sitten








Ajankohtaista 
🕒 kolme kuukautta sitten 📄 Uusimmat artikkelisi















Lisätäksesi kuvia kuvagalleriaan, klikkaa kuvarykelmää → **Muokkaa**.


Kuvagalleria

<https://hietalahdentila.wordpress.com/kuvagalleria>

Visuaalinen HTML

+ Lisää Kappale B I    “    ABC 

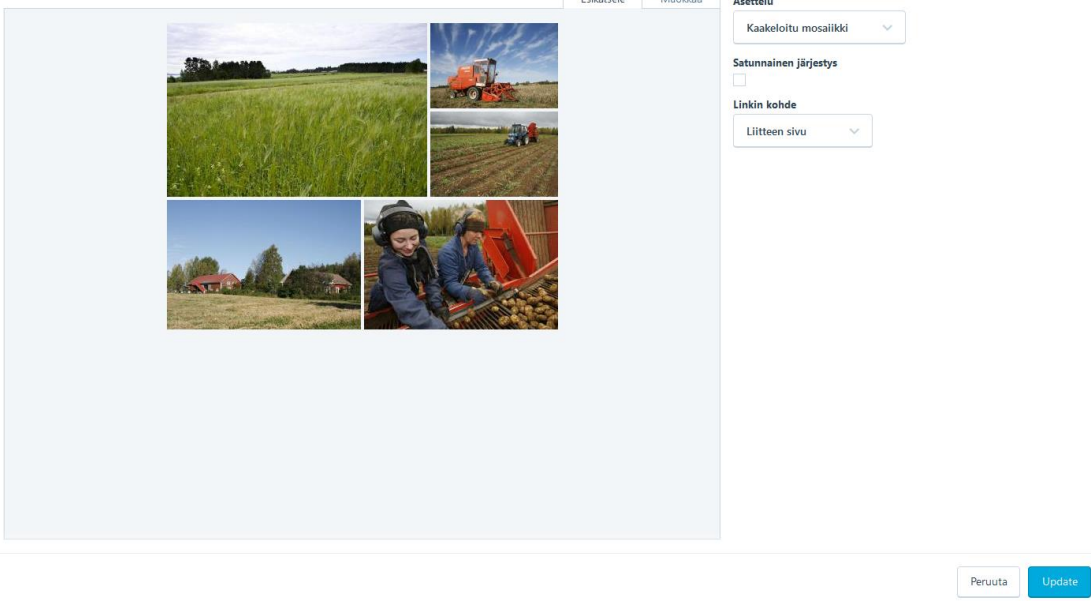
ABE U   A             ?



Klikkaa seuraavaksi kohdasta **Mediakirjasto**.

← Mediakirjasto

Eskatsela Muokkaa



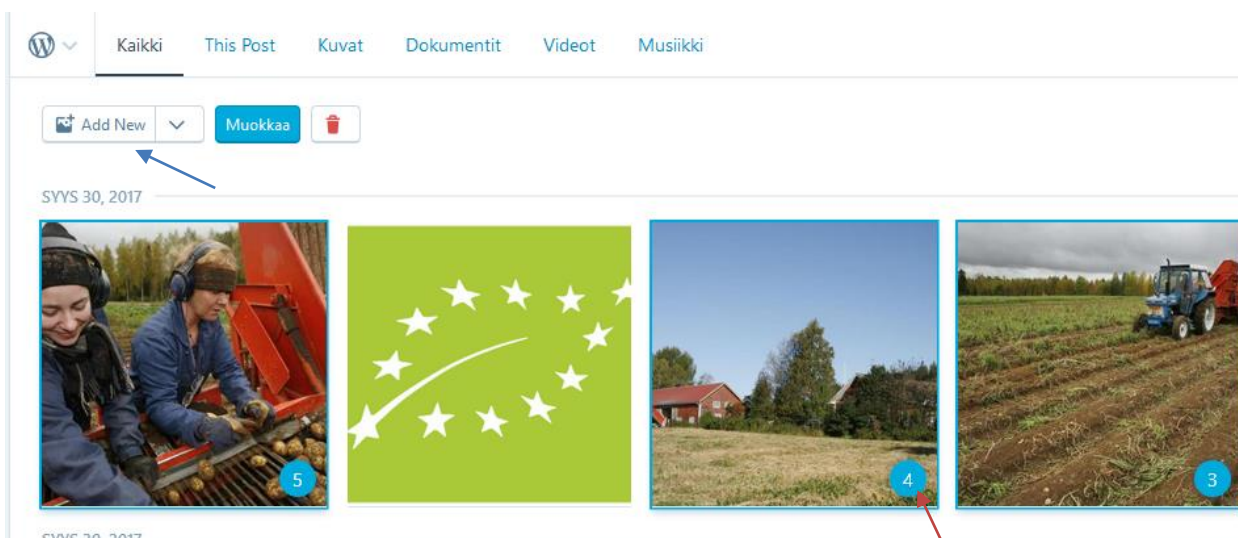
Asettelu
Kaakeloitu mosaikki

Satunnainen järjestys

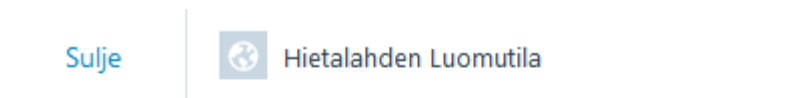
Linkin kohde
Liiheen sivu

Peruuta Update

Lisää kuv(i)a omalta tietokoneeltasi klikkaamalla kohtaa **Add New**. Voit valita, mitkä kuvat haluat näytettävän galleriassa juoksevilla numeroilla. Klikkaa lopuksi **Jatka → Update → Päivitä**.



7. Pääset takaisin alkuun klikkaamalla vasemmalta ylhäältä kohdasta **Sulje**.



8. Kirjautuaksesi ulos sivuilta, klikkaa oikealta ylhäältä henkilökuvaketta, jonka jälkeen vasemmalta **Kirjaudu ulos**.

