



# K Caara Oy:n verkkosivujen käytettävyyden kehittäminen

Juuso Kukko

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## **K Caara Oy:n verkkosivujen käytettävyyden kehittäminen**

Juuso Kukko  
Tietojenkäsittely  
Opinnäytetyö  
Marraskuu, 2019

Juuso Kukko

**K Caara Oy:n verkkosivujen  
käytettävyyden kehittäminen**

Vuosi

2019

Sivumäärä

72

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tunnistaa asiakkaalle luodun verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydessä esiintyviä ongelmia, jotta kyseisen verkkopalvelun käyttökokemuksesta voitaisiin kehittää miellyttävämpi ja sen hierarkkisen rakenteen hahmottaminen olisi vaivatonta asiakkaille.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsiteltiin verkkosivustojen käytettävyyttä, sen arviointia sekä käytettävyydestä merkitystä käytettävyyden kehittämisessä.

Tämän opinnäytetyön tutkimusosassa hyödynnettiin sekä haastattelu- että havainnointimenetelmiä realistisen käyttäjätiedon saamiseksi. Käytettävyydestä osallistui vapaaehtoisesti kahdeksan henkilöä, jotka valikoituivat tutkimuskohteena olevan verkkosivuston kohde-ryhmien mukaan. Tutkimukseen osallistuville henkilöille kerrottiin ennen testausta tutkimuksen tarkoitus sekä syy käytettävyydestä suorittamiseen. Jokaiselta testaukseen osallistuneelta henkilöltä pyydettiin esitietona vain heidän sukupuolensa sekä ikänsä, joten yksityisiä tietoja ei julkaistu. Testaus koostui alkuhaastattelusta, erilaisista tehtävistä sekä sivuston yleisen käytettävyyden arvioinnista. Lopuksi testaukseen osallistuneille esitettiin muutama kysymys, joihin he vastasivat oman kokemuksensa perusteella. Testauksen aikana tehdyt muistiinpanot ja tehtävien vastaukset kerättiin yksilökohtaisesti digitaaliselle lomakkeelle.

Testauksen kautta saadun käyttäjätiedon avulla saatiin tietoa K Caara Oy:n verkkosivujen yleisestä käytettävyydestä sekä sen ongelmakohdista. Avoimet kysymykset nostivat esille verkkopalvelukokonaisuuden tärkeimpiä vahvuuksia ja heikkouksia. Näitä asioita käsiteltiin tämän opinnäytetyön teoriaosan jälkeen.

Tehdyn tutkimuksen perusteella voitiin todeta, että tutkittujen verkkosivujen käytettävyydessä oli kehitettäviä asioita. Pääpiirteiltään verkkosivuja oli miellyttävä käyttää, mutta testikäyttäjillä ei aina ollut ymmärrystä siitä, millä sivustolla he olivat tai miten he löytäisivät haluamansa tiedon. Merkittävimmiksi kehitysehdotuksiksi nousivatkin sivuston logojen merkitys ja kotisivun hierarkkisen rakenteen selkeyttäminen käyttäjille navigointivalikkona kehittämällä.

Asiasanat: käytettävyys, käytettävyydestä, verkkosivu, käyttäjäkeskeinen suunnittelu

Juuso Kukko

**Development of the usability of the K Caara Ltd.'s websites**

Year	2019	Pages	72
------	------	-------	----

---

The purpose of this thesis was to identify the problems with the usability of the websites created for clients in order to improve the user experience and understanding the hierarchical structure of the websites.

The theoretical part of the thesis dealt with the usability of web service, how to evaluate it and the significance of the usability testing as part of the development of the usability.

In the research part of this thesis, both interview and observation methods were used to obtain realistic user information. Eight people, who were selected according to the focus groups of the website studied, volunteered to participate in the usability testing. Before the test, the participants of the research were informed of the purpose of the study and the reason for conducting the usability test. Each person who participated in the test was only asked to tell their gender and their age as foreknowledge, so no private information was published. The testing included an interview about the foreknowledge, different kinds of assignments and the evaluation of the general usability of the web service. Finally, the participants of the testing were asked a few questions, which they answered based on their own experience. Both, the notes and the answers of the assignments made during the testing were collected on a digital form individually.

User information obtained through the testing provided information about the general usability and the usability problems of K Caara Ltd.'s websites. The open questions based on the participants' experience, highlighted the main strengths and weaknesses of the web service. These issues were dealt with after the theoretical part of this thesis.

Based on the study, it was possible to state that there was some issues to develop when considering the usability of the website researched. In a bigger picture, the websites were pleasant to use, but the test users did not always have a clear understanding on what website they have landed or how they could find the needed information. Based on this, the importance of the logos of the website and clarifying the hierarchical structure to the users via navigation came out as the most important suggestions to develop in the future.

Keywords: usability, usability testing, website, user-centered design

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Työn lähtökohta ja tarkoitus .....	7
2.1	Tutkimuskohteen kuvaus .....	7
2.2	Tutkimuskysymykset ja tutkimustavoitteet .....	8
2.3	Aihealueen rajaus .....	8
2.4	Keskeiset käsitteet .....	9
3	Käytettävyys, sen testaaminen ja heuristinen arviointi .....	9
3.1	Käytettävyys .....	9
3.2	Käytettävyystestaus, sen suunnittelu, rakenne ja toteutus .....	10
3.3	Käytettävyyden heuristinen arviointi.....	11
4	Verkkosivuston käyttäjäkeskeinen suunnittelu ja kehitys.....	13
4.1	Verkkosivujen käytettävyys ja käyttökokemus .....	13
4.2	Käyttäjäkeskeinen suunnittelu käytettävyyden mahdollistajana.....	13
4.3	Käyttäjäkeskeinen suunnittelu lisää verkkosivun ymmärrettävyyttä .....	14
4.4	Navigointi helpottaa sisällön löytymistä .....	14
4.5	Verkkosivun visuaalisuus ja sisältö .....	15
4.6	Käytettävyyden ja käyttökokemuksen merkitys yritykselle .....	16
5	Tutkimusmenetelmät .....	17
5.1	Laadullinen tutkimus .....	17
5.2	Havainnointi ja ääneen ajattelu .....	18
5.3	Haastattelu.....	18
5.4	Ennakoarviot ja oletukset.....	19
5.5	Tutkimustulosten analysointi ja hermeneuttinen analyysi .....	19
5.6	Reliabiliteetti ja validiteetti.....	20
6	Käytettävyystestin toteuttaminen.....	20
6.1	Käytettävyystestin toteuttaminen .....	21
6.2	Käytettävyystestin tehtävät.....	22
6.3	Testihenkilöiden ja laitteiston valinta .....	22
7	Tutkimuksen tulokset .....	25
8	Kehitysehdotukset.....	29
9	Yhteenveto ja johtopäätökset .....	34
	Lähteet .....	36
	Kuviot .....	38
	Liitteet.....	39

## 1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä käsitellään verkkosivujen käytettävyyttä sekä käyttäjäkeskeistä kehittämistä. Näiden lisäksi opinnäytetyössä syvennyttään tutkimus- ja tiedonkeruumenetelmiin, joita voidaan hyödyntää osana käytettävyydestä. Opinnäytetyön tutkimusosassa tuotettiin käytettävyydesti asiakasyrityksen verkkosivuille.

Tutkimuksen tiedonkeruumenetelminä hyödynnettiin haastattelua, havainnointia, ennakoarvioita sekä käytettävyyden heuristista arviointia. Käytettävyydestä varten luotiin testaus-suunnitelma ja varsinainen käytettävyydesti toteutettiin tutkimuskohteena olevien verkkosivujen käyttäjäkohderymiin kuuluvilla henkilöillä. Toteutetun käytettävyydestin pohjalta tuotettiin asiakasyritykselle kehitysehdotuksia, joiden avulla kyseisten verkkosivujen käytettävyyttä voitaisiin parantaa.

Asiakasyrityksenä toimiva K Caara Oy on vuonna 1977 perustettu Kesko Oyj:n autotoimialan vähittäiskaupan yritys. Tämä opinnäytetyö keskittyy K Caara Oy:n verkkosivuihin ja niiden käytettävyyden kehittämiseen osana Kesko Oyj:n digitaalista kehitystä. K Caara Oy:n palvelukokonaisuuden laajuus ja viimeaikaiset liiketoimintojen ostot ovat tuoneet yritykselle näkyvyyttä, mutta saatujen palautteiden ja analytiikan perusteella asiakkaat eivät kuitenkaan löydä verkkosivustoilta etsimäänsä.

Varsinkin tämän hetken heikentyneessä autoalan tilanteessa tulisi kiinnittää huomiota erityisesti brändin vahvistamiseen, verkkonäkyvyyteen sekä asiakkaille tarjottujen palveluiden, kuten verkkosivujen käytettävyyteen ja käyttökokemukseen. Hakolan (2018) mukaan, uusien digitaalisten palveluiden lisääntyessä käyttäjät etsivät tarpeisiinsa mieluummin helppoja tai helppokäyttöisiä ratkaisuja. Kehittyneet, ajankohtaiset ja käytettävyydeltään miellyttävät verkkosivut jäävätkin useammin käyttäjänsä mieleen, mikä voidaan nähdä myös kilpailuetuna (TIVIA 2019).

Vaikka käytettävyysongelmat ovat yleisiä nykypäivän digitaalisessa yhteiskunnassa, käytettävyys jää liian usein toissijaiseksi asiaksi kehitystyössä. Pahimmillaan huono käytettävyys vie työnteosta tehokkuuden tai jopa estää käyttäjää tekemästä tarvitsemiaan toimintoja. Vaikka käytettävyydeltään huonoille järjestelmille ja verkkosivuille on keksitty erilaisia tukitoimintoja, tulisi näiden tukitoimintojen lisäksi kehittää myös kestäviä ratkaisuja esimerkiksi osallistamalla käyttäjiä tuotteen tai palvelun kehitykseen. (Ukkonen 2019.)

## 2 Työn lähtökohta ja tarkoitus

Tutkimuksessa syvennyttiin käytettävyyteen, sen testaamiseen sekä testaukseen liittyviin tiedonkeruumenetelmiin. Näiden tietojen pohjalta luotiin käytettävyydesti, jonka avulla pyrittiin löytämään K Caara Oy:n verkkosivuilla esiintyviä käytettävyysoongelmia sekä ratkaisuja niihin. Tutkimuksen tarkoituksena oli nostaa esille verkkosivujen käyttäjien aitoja mielipiteitä, joiden kautta sivuston käytettävyyttä voitaisiin kehittää.

Tutkimuksen tuloksia pyrittiin saamaan mahdollisimman monelta ja eritasoiselta K Caara Oy:n kohderyhmään kuulualta käyttäjältä. Käytettävyydestauksen pohjalta oli tarkoituksena luoda ymmärrys siitä, minkälaisia asioita K Caara Oy:n verkkosivujen kohderyhmät arvostavat ja minkälaisia käytettävyysoongelmia he verkkosivuilla kohtaavat. Näin ollen tulevaisuudessa tehty kehitystyö istuisi K Caara Oy:n verkkosivujen kohderyhmien tarpeisiin entistä tehokkaammin.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tunnistaa K Caara Oy:n asiakkaille luotujen verkkosivujen käytettävyydessä esiintyviä ongelmia, jotta monista verkkosivustoista koostuvan kokonaisuuden hierarkkisen rakenteen hahmottaminen olisi vaivattomampaa asiakkaille ja sivustojen käyttökokemusta voitaisiin kehittää entistä miellyttävämmäksi.

### 2.1 Tutkimuskohteen kuvaus

K Caara Oy, entinen VV-Autotalot Oy, on vuonna 1977 perustettu ja vuonna 2018 nimenmuutoksen kokenut Kesko-konsernin autotoimialan vähittäiskaupan yritys. K Caara Oy:n palveluihin kuuluu uusien autojen myynnin lisäksi erilaisia autoilun ja liikkumisen ratkaisuja niin yksityis- kuin yritysasiakkaille. K Caara Oy:n tavoitteena on toimia Kesko-konsernin aatteiden mukaisesti oman alansa edelläkävijänä, mikä nykypäivän digitalisoituneessa yhteiskunnassa vaatii tavallisen autoliiketoiminnan rinnalle myös esimerkiksi erilaisia verkkopalveluita. (Salakari 2019.)

K Caara Oy:n verkkopalvelukokonaisuus koostuu k-caara.fi -pääsivusta sekä sen viidestä alisivusta, jotka toimivat jokainen oman www-osoitteen alla. Näistä esimerkkinä toimii ensimmäisenä, jo vuonna 2015 luotu caara.fi-sivusto, joka toimii K Caara Oy:n vaihtoautojen verkkokauppana. Näiden lisäksi K Caara Oy:lle kuuluu uusien autojen myyntiin ja palveluihin perustuvat Volkswagen Center-, Audi Center-, sekä SEAT Center -verkkosivut. (Salakari 2019.)

K-caara.fi-sivuston pääperiaatteena on antaa asiakkaille tietoa K Caara Oy:stä ja sen palveluista. Tutkimuksessakin huomioon otetun caara.fi-sivuston tarkoituksena taas on toimia vaihtoautojen verkkokauppana, jossa asiakas voi vapaasti katsella ja vertailla eri vaihtoautoja keskenään. (Salakari 2019.)

## 2.2 Tutkimuskysymykset ja tutkimustavoitteet

Tässä opinnäytetyössä keskityttiin selvittämään seuraavia tutkimuskysymyksiä:

- Mitä ongelmakohtia K Caara Oy:n verkkosivujen käytettävyydessä on?
- Kuinka näiden verkkosivujen käytettävyyttä voitaisiin kehittää?
- Mitä verkkosivujen käytettävyydellä tarkoitetaan?
- Kuinka verkkosivujen käytettävyyttä voidaan arvioida ja testata?

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa K Caara Oy:n verkkopalvelukokonaisuudelle käytettävyydestä pohjalta kehitysehdotuksia, joiden avulla verkkopalvelukokonaisuudesta voidaan kehittää tehokkaampi, käyttäjäystävällisempi sekä selkeämpi kokonaisuus niin asiakkaille kuin työntekijöillekin.

Tulevaisuudessa halutaan, että asiakkaat löytävät tiensä halutun palvelun tai tiedon ääreen vaivattomammin nykytilanteeseen verraten. Verkkopalvelukokonaisuuden muutostyö on jatkuvaa sekä ketterää ja kokonaisuuden kehityksessä asiakas on keskiössä.

Saatu tietoa tullaan mahdollisuuksien mukaan hyödyntämään K Caara Oy:n verkkopalveluiden kehityksessä. Tämän opinnäytetyön tavoitteet tukevat K Caara Oy:n yhteistä tavoitetta tarjota alansa paras asiakaskokemus kaikissa kanavissa. Opinnäytetyön pohjalta voidaan mahdollisesti myös arvioida nykyisen verkkopalveluiden kehitysmallien toimivuutta käytettävyyden näkökulmasta.

## 2.3 Aihealueen rajaus

Opinnäytetyön aihealue rajattiin keskittymään käytettävyyteen, sen testaamiseen sekä käyttäjätiedon hankinnan eri menetelmiin. Näiden tietojen pohjalta toteutettiin K Caara Oy:n verkkosivuille käytettävyydestä, jonka tulokset koottiin yhteen ja tulokset analysoitiin. Testi suoritettiin tietokoneella Chrome-verkkoselainta käyttäen sekä mobiililaitteella (iPhone) Safari-verkkoselainta käyttäen. Tässä opinnäytetyössä ei keskitytty K Caara Oy:n hallinnoimien verkkosivujen löydettävyyteen tai niiden saavutettavuuteen.

Käytettävyydestä syvennyttiin K Caara Oy:n monisivuisen verkkopalvelukokonaisuuden pääsivuston k-caara.fi:n käytettävyyteen sekä k-caara.fi:n ja vaihtoautopalvelu caara.fi:n erottamisen helppouteen. Testauksessa kiinnitettiin huomiota verkkosivujen selkeyteen ja helppokäyttöisyyteen, visuaalisuuteen sekä sivun sisäisen navigoinnin vaivattomuuteen niin mobiililaitteilla kuin tietokoneillakin.



## 2.4 Keskeiset käsitteet

**Käytettävyys** tarkoittaa yleisesti puhuttaessa tuotteen tai palvelun käyttöön liittyviä ominaisuuksia sekä niiden mittaamista.

**Käytettävyystestaus** tarkoittaa käyttöliittymän käytettävyyden tutkimista käyttöliittymän käytön laadun kehittämiseksi.

**Käyttökokemus** tarkoittaa käyttäjän kokemusperäisiä tuntemuksia, jotka pohjautuvat tuotteen tai palvelun käytettävyyteen.

**Käyttäjäkeskeinen suunnittelu** tarkoittaa tuotteen tai palvelun suunnittelua käyttäjälähtöisesti yhdistäen käyttäjien tarpeet, toiveet ja odotukset liiketoiminnan tarpeisiin.

## 3 Käytettävyys, sen testaaminen ja heuristinen arviointi

Tässä luvussa keskityttiin käytettävyyteen, sen testaamiseen sekä arviointiin. Alaluvuissa syvennyttiin käytettävyyden eri näkökulmiin, käytettävyystestauksen käytännön suorittamiseen sekä käytettävyyden heuristiseen arviointiin.

### 3.1 Käytettävyys

Käytettävyydellä tarkoitetaan yleisesti puhuttaessa tuotteen tai palvelun käyttöön liittyviä ominaisuuksia sekä niiden mittaamista. Käytettävyyden määritelmälle on olemassa erilaisia variaatioita, mutta näistä kenties yleistettävimpänä toimii ISO 9241-11 -standardin mukainen määritelmä. Sen mukaan käytettävyys on mittari, jolla mitataan tuotteen tai palvelun todellisten käyttäjien kautta sen käyttökelpoisuutta, käytön miellyttävyyttä ja tehokkuutta tuotteelle tai palvelulle ominaisessa käyttöympäristöissä. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 20.)

Vaikka käytettävyys onkin jonkin tuotteen tai palvelun ominaisuus, sen määrittäjinä ovat useimmiten palvelun tai tuotteen käyttäjät. Käytettävyys onkin hyvin käyttäjäkeskeinen mittari, joka yleisesti mittaa tuotteen tai palvelun sopivuutta sekä käyttäjälleen, käyttökontekstilleen että tehtävään, johon se on tarkoitettu (Sinkkonen ym. 2009, 21). Käytännössä käytettävyydellä mitataan käyttöliittymän käyttämisen yleistä helppoutta ja tehokkuutta sekä sitä, kuinka käyttäjä suoriutuu tuotteen tai palvelun käytössä (Reiss 2012, 17).

Käytettävyys toimii siis yhtenä tuotteen tai palvelun laatua kuvaavana ominaisuutena, jonka avulla voidaan arvioida käytön helppoutta, nopeutta, virhetilanteiden yleisyyttä, miellyttävyyttä sekä käyttöön vaadittujen toimintojen muistamisen vaivattomuutta. Näiden ominaisuuksien pohjalta käytettävyys voidaan jakaa viidelle eri osa-alueelle (kuvio 1), joita ovat opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettisyys sekä tyytyväisyys. (Nielsen 2012.)



Kuvio 1: Käytettävyuden osa-alueet (Nielsen 2012)

### 3.2 Käytettävyystestaus, sen suunnittelu, rakenne ja toteutus

Käytettävyystestin tarkoituksena on tutkia käyttöliittymän käytettävyyttä ja tämän kautta parantaa sen käytön laatua. Käytettävyystesti on merkittävässä osassa tuotteen tai palvelun käytettävyyttä kehitettäessä, sillä vaikka käyttöliittymän tekijät olisivatkin ammattilaisia, eivät he kykene näkemään käyttöliittymää todellisen käyttäjän näkökulmasta. (Sinkkonen ym. 2009, 297-299). Tästä syystä käytettävyystestausta tulisi suorittaa juuri käyttöliittymän todellisilla käyttäjillä eli kohderyhmillä (Benyon 2019, 257).

Käytettävyystesti toimii käytettävyyden heuristisen arvioinnin kanssa erinomaisesti käyttöliittymän käytettävyyden tilan määrittämiseen. Käyttäjillä suoritettavan testin avulla saadaan tietoa käyttäjien henkilökohtaisesta kokemuksesta, joten se ei korvaa tai kilpaile heuristisen arvioinnin kanssa. Käytettävyyttä tulisi arvioida muutamalla eri menetelmällä kokonaisvaltaisempien tulosten saamiseksi. (Benyon 2019, 255 & Kuutti 2003, 68.)

Käytettävyystestiä suunniteltaessa tulee ottaa huomioon testin tavoitteet; Se, mitä testillä halutaan selvittää (Benyon 2019, 255). Tämän pohjalta voidaan suunnitella testattavat käyttöliittymän toiminnot ja testitehtävät (Sinkkonen ym. 2009, 303-304). Suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon myös testikäyttäjien valinta; testiin tulisi osallistua kolmesta viiteen käyttöliittymän kohderyhmään kuuluvaa henkilöä (Benyon 2019, 257). Myös testausmenetelmät tulisi suunnitella tarkoin saadun tiedon maksimoimiseksi. Benyonin (2019, 255) mukaan,

testausmenetelmien tulisi koostua sekä asiantuntijan arviosta, että käyttäjiä osallistavista menetelmistä. Suunnitteluvaiheeseen kuuluu myös testipaikan valinta ja pilottitestin toteuttaminen, sillä ne vaikuttavat merkittävästi testin pohjalta saatujen tulosten validiuteen (Sinkkonen ym. 2009, 304-305).

Käytettävyydestin rakenne koostuu neljästä osasta; testitilanteen selvityksestä, alkukyselystä, konkreettisista testitehtävistä sekä loppuhaastattelusta. Testitilanteen selvityksen pohjalta käyttäjän tulee ymmärtää testin tarkoitus, testin ohjaajan rooli, testin luottamuksellisuus ja vapaaehtoisuus sekä käyttäjän itsensä rooli merkittävänä osana käyttöliittymän käytettävyyden kehitystä. Alkukyselyn tavoitteena on kartoittaa testihenkilön taustoja sekä osamista. Testitehtävät tulee antaa testihenkilölle yksitellen ja testin ohjaajan tulee selittää tehtävät testihenkilölle. Loppuhaastattelun avulla voidaan tuoda esille avoimia kysymyksiä hyväksikäyttäen testihenkilön ajatuksia testin suorittamisesta, hänen saamastaan käyttökokeemuksesta sekä mahdollisista kehitysehdotuksista. (Sinkkonen ym. 2009, 306-307.)

Käytettävyydestin analysoinnin ja raportoinnin tarkoituksena on tuottaa testin tulosten pohjalta tietoa, jota voidaan käyttää käyttöliittymän kehityksessä (Kuutti, 2003, 78). Benyonin (2019, 260) mukaan, testin pohjalta saadut tulokset voidaan ryhmitellä kahdella tavalla; käyttöliittymän ominaisuuksien mukaan tai sen mukaan, kuinka olennaisesti ne vaikuttavat käyttöliittymän käytettävyyteen. Tämän kautta havaittuja käytettävyysongelmia voidaan priorisoida ja tulosten yhtenäisyyttä arvioida. Analysointivaiheessa on myös erittäin tärkeää tunnistaa ongelmiin johtaneet lähtötilanteet, jotta tuloksen syntyperä voitaisiin selvittää (Sinkkonen ym. 2009, 308).

### 3.3 Käytettävyyden heuristinen arviointi

Heuristinen arviointi koostuu erilaisista säännöistä tai metodeista, joilla voidaan tarkastaa tuotteen palvelun suunnittelun onnistumista omassa kontekstissaan. Koska heuristista arviointia voidaan soveltaa käytettävyyden lisäksi monelle eri tuotteen tai palvelun osa-alueelle, on siitä myös tuotettu monia erilaisia säännöstöjä tai ohjelistoja eri tarkoituksiin. Myös käytettävyyden heuristiselle arvioinnille on olemassa erilaisia variaatioita, joista osa soveltuu paremmin käytettävyyden nopeaan arviointiin ja osa käytettävyyden perusteellisempaan arviointiin. (Benyon 2019, 246-247.)

Käytettävyyden heuristisen arvioinnin yhtenä käytetyimpänä ohjelistana tunnetaan Nielsenin lista (Nielsen & Molich 1990, 339), joka alun perin piti sisällään yhdeksän eri sääntöä. Nielsenin lista toimii Benyonin (2019, 247) mukaan esimerkkinä mahdollisimman nopeasti tuotettavaa käytettävyyden heuristisesta arvioinnista. Myöhemmin alkuperäinen Nielsenin lista on kokenut muutoksia, joiden ansiosta se sisältää nykyään 10 sääntöä:

1. Käyttäjän tulisi saada palautetta järjestelmän tilasta kohtuullisessa ajassa.
2. Käyttäjälle pitää tarjota helposti ymmärrettävää tietoa loogisessa järjestyksessä.
3. Käyttäjän täytyy löytää selvät reitit pois ei-toivotusta tilasta.
4. Järjestelmän tulisi olla johdonmukainen, ei harhaanjohtava.
5. Virhetilojen syntymistä tulisi ehkäistä huolellisella suunnittelulla.
6. Käyttöliittymän tulisi minimoida käyttäjän muistikuormitus.
7. Käyttäjän tarpeiden mukaista joustavuutta ja käytön tehokkuutta tulisi tukea.
8. Relevantin tiedon löytymiseksi muotoilun tulisi olla esteettinen ja minimaalinen.
9. Virheilmoitusten tulisi ilmaista ongelma ja sen ratkaisu selkeästi ja ymmärrettävästi.
10. Käyttäjille tulisi tarjota kunnollinen ohjeistus sekä dokumentaatio käyttöä varten.

(Nielsen 1994).

Nielsenin listan (1994) vierelle on syntynyt erilaisia variaatioita käytettävyyden heuristisesta arvioinnista. Vaikka erilaisia, käytettävyyttä perusteellisemmin arvioivia heuristiikkoja onkin ilmaantunut, pohjautuvat ne pitkälti Nielsenin (1994) alkuperäiseen listaan. Perusteellisempaan käytettävyyden heuristiseen arviointiin voidaan soveltaa esimerkiksi Benyonin (2019, 117-118) periaatteita, jotka voidaan jakaa opittavuuteen, käytön helppouteen, turvallisuuteen ja tehokkuuteen sekä soveltavuuteen:

#### Opittavuus

1. Toimintojen tulisi olla näkyvissä käyttäjälle, jotta niitä osataan hyödyntää.
2. Käyttöliittymän tulisi olla johdonmukainen muihin samankaltaisiin käyttöliittymiin verrattuna.
3. Käytetyn kielen ja symboliikan tulisi olla tuttua ja ymmärrettävää käyttäjille.
4. Eri toimintojen käyttömahdollisuudet tulee tuoda esille selvästi.

#### Käytön helppous

5. Käyttäjän toimintaa ja liikkumista tulisi tukea selkeällä navigoinnilla.
6. Toimintojen seuraukset tulisivat olla selkeästi esitettynä.
7. Käyttöliittymän tulisi tarjota jatkuvasti ristiriidatonta palautetta käyttäjälle.

#### Turvallisuus ja tehokkuus

8. Käyttöliittymän tulisi palautua nopeasti toimintojen, erityisesti virheiden jälkeen.
9. Käyttöliittymän tulisi tehokkaasti ehkäistä virheiden syntymistä rajoituksilla.

## Soveltuvuus

10. Käyttöliittymän tulisi olla joustava ja tarjota eri tapoja toteuttaa sama tehtävä.
11. Käyttöliittymän tulisi olla ulkoasultaan tyylikäs ja houkutteleva.
12. Käyttäjän mieleen tulisi jäädä miellyttävä käyttökokemus.

(Benyon 2019, 117-118.)

## 4 Verkkosivuston käyttäjäkeskeinen suunnittelu ja kehitys

Tässä luvussa syvennyttiin verkkosivujen käyttäjäkeskeisen suunnittelun eri osa-alueisiin sekä käytettävyyden, käyttökokemuksen ja käyttäjäkeskeisen suunnittelun symbioosiin ja näiden käsitteiden toteutumisen merkitykseen nykypäivän verkkosivujen kilpailutilanteessa.

### 4.1 Verkkosivujen käytettävyys ja käyttökokemus

Verkkosivuston käytettävyys ja käyttökokemus toimivat onnistumisen mittareina verkkosivujen käyttäjäkeskeiselle kehittämiselle ja ne ovat samalla myös sidoksissa toisiinsa; Hyvällä käytettävyydellä voidaan saavuttaa hyvä käyttökokemus ja huono käytettävyys taas antaa todennäköisesti huonoja käyttökokemuksia. Käyttökokemuksen avulla on siis mahdollista arvioida, kuinka hyvin käyttäjäkeskeisyys on verkkosivulla kokonaisuutena onnistunut asiakkaan näkökulmasta. Käyttökokemus kuvaakin käyttäjän kokemusperäisiä tuntemuksia, jotka syntyvät koetun käytettävyyden pohjalta. (Sinkkonen ym. 2009, 23.)

Verkkosivujen käytettävyyttä voidaan tarkastella monesta eri näkökulmasta. Huomioiden käytettävyyden osa-alueet (kuvio 1), tulisi verkkosivujenkin olla ymmärrettäviä, selkeitä, helposti opittavia ja toiminnoiltaan muistettavia. Näiden lisäksi verkkosivujen käytön tulisi tuntua luontevalta ja mielekkäältä. Verkkosivujen käytettävyyteen vaikuttavat tekijät voidaan Sinkkosen ym. (2009, 22) mukaan jakaa kolmeen verkkosivun osa-alueeseen; sisällön ymmärrettävyyteen, toiminnallisuuksien helppokäyttöisyyteen ja ulkoasun selkeyteen.

### 4.2 Käyttäjäkeskeinen suunnittelu käytettävyyden mahdollistajana

Verkkosivujen hyvän käytettävyyden varmistaminen vaatii kunnollista suunnittelua. Oikein suoritettulla verkkosivujen käyttäjäkeskeisellä suunnittelulla on mahdollista saavuttaa ymmärrys asiakkaan toiminnasta, haluista sekä odotuksista. Tämän ymmärryksen kautta saatavan tiedon avulla on mahdollista kehittää myös tuotteen tai palvelun käytön tyytyväisyyttä sekä helppokäyttöisyyttä (Sinkkonen ym. 2009, 27).

Käyttäjäkeskeisellä suunnittelulla tarkoitetaan käytännössä käyttäjien halujen, toiveiden ja tarpeiden yhdistämistä liiketoiminnan tarpeisiin, kuten esimerkiksi verkkosivun luomiseen. Käyttäjäkeskeinen suunnittelu syventyykin siis suunniteltavan tai kehitettävän tuotteen tai

palvelun käyttäjien maailmaan, heidän toimintatapoihinsa ja arvomaailmoihinsa. Tämän ansiosta tuotteen tai palvelun suunnittelu ja kehitys voidaan perustaa tiedolle, ei arvauksille. (Sinkkonen ym. 2009, 27.)

Hyvän käytettävyyden luomiseksi tarvitaan usein myös käyttäjäkeskeistä suunnittelua. Käyttäjätiedon avulla voidaan saavuttaa kokonaisuus, jossa käyttäjä, toiminta sekä tuote tai palvelu toimivat tasapainossa toisiinsa nähden. Käytännössä tuotteen tai palvelun tulee siis tukea käyttäjän toimintaa ja edistää näin käyttäjän etenemistä haluamaansa määränpäähän. Jotta tuotteelle tai palvelulle voitaisiin luoda tämä ominaisuus, vaatii sen suunnittelu tietoa tuotteen tai palvelun käyttäjistä. (Benyon 2019, 109-110.)

#### 4.3 Käyttäjäkeskeinen suunnittelu lisää verkkosivun ymmärrettävyyttä

Verkkosivun toiminnallisuuksilla tarkoitetaan erilaisia, käyttäjille tarjottuja toimintamahdollisuuksia. Käyttäjäkeskeisen suunnittelun osana, toiminnallisuudet rakennetaan käyttäjien käyttötarinoiden mukaan. Käyttötarinoiden avulla voidaan taas tunnistaa, mitä käyttäjän on tarkoitus tehdä sivustolla ja miten tämä toiminta tulisi tapahtua. Verkkosivun rakenne ja navigointi ovat suunniteltavissa toiminnallisuuksien ja käyttötarinoiden pohjalta. (Sinkkonen ym. 2009, 171.)

Verkkosivun rakenne ja navigointi muodostavat informaatioarkkitehtuurin, jonka tavoitteena on helpottaa käyttäjän toimintaa sekä tiedon löytymistä verkkosivustolta. Verkkosivun rakennemallille ei ole olemassa yhtä ja ainoa kaavaa, mutta rakenteen tulisi mahdollistaa hyvä ymmärrettävyys verkkosivusta sekä tukea käyttäjän etenemistapoja oikean tiedon löytymiseksi. Verkkosivun rakennemallin perustana voidaan pitää hierarkkista informaatioarkkitehtuuria, joka jakaa tiedon ylä- ja alakäsitteisiin. Myös käyttäjän on helppo ymmärtää ja sisäistää tämän kaltainen rakenne ihmisen tietoa luokittelevan luonteen ansiosta. (Sinkkonen ym. 2009, 184.)

Sivuston hierarkkista rakennetta suunniteltaessa tulisi huomioida erityisesti sen looginen istuvuus käyttötarinoihin ja käyttäjien yleisiin toimintatapoihin. Sivuston navigaatorakenteen eli sen päätasojen määrän tulisikin perustua sivuston kokonaisrakenteeseen tiedon löytymisen helpottamiseksi (Sinkkonen ym. 2009, 183). Jokaisen päätason osan tulisi Benyonin (2019, 351-352) mukaan sisältää enintään kuudesta kahdeksaan alatasoa, jotta käyttäjän olisi helppo hahmottaa verkkosivun rakennetta. Liian suuri alatasojen määrä nostaa käyttäjän mahdollisuuksia eksyä oikeaa tietoa hakiessaan (Sinkkonen ym. 2009, 186).

#### 4.4 Navigointi helpottaa sisällön löytymistä

Verkkosivun navigoinnilla tarkoitetaan käyttäjän liikkumista sivulta toiselle verkkosivun sisällä. Navigointi on merkittävässä roolissa, kun pohditaan sivustolla toimimisen helppoutta.

Käytännössä navigoinnin avulla käyttäjälle voidaan selventää, mitä tietoa sivustolta voi löytyä ja mistä tämä tieto löytyy (Benyon 2019, 370).

Verkkosivun navigointielementit voidaan jakaa navigointivalikoihin, sivustolle upotettuihin linkkeihin ja hakutoimintoihin (Sinkkonen ym. 2009, 216-222). Vähemmän erilaisia sisältösi-  
vuja sisältävällä verkkosivustolla ei välttämättä tarvita hakutoimintoa, mutta tällöin linkkien ja navigointivalikkojen tulee olla erittäin selkeitä. Hakutoiminto kannattaakin löytyä erityisesti esimerkiksi verkkokaupoista, jotka voivat pitää sisällään kymmeniä eri sisältösi-  
vuja (Sinkkonen ym. 2009, 222).

Verkkosivujen muiden linkkien avulla voidaan ohjata käyttäjää hänelle relevantin tiedon luokse tehokkaasti. Niiden avulla voidaan myös auttaa käyttäjää selventämään, missä kohtaa hän sivustolla tällä hetkellä on. Tästä hyvin yleisenä esimerkkinä toimivat murupolut, jotka näyttävät käyttäjälle, mitä polkua pitkin he ovat päätyneet nykyiselle sivulle (Benyon 2019, 358).

Navigointivalikot voidaan jakaa globaaleihin, koko sivustoa koskeviin navigointijärjestelmiin sekä lokaaleihin, yhden sivun sisällä toimintaa ohjaaviin navigointijärjestelmiin. Globaali, vaakasuuntainen navigointivalikko, joka Sinkkosen ym. (2009, 216) mukaan asetetaan yleensä sivuston ylälaitaan logon alle, toimii koko sivuston päävalikkona ja ohjaa käyttäjää tehokkaasti eri sisältöjen luokse (Benyon 2019, 358). Lokaalit navigointivalikot auttavat käyttäjää navigoimaan avatun sivun sisällä, varsinkin jos sivu pitää sisällään pienempiä sivuja (Sinkkonen ym. 2009, 217).

Verkkosivujen eri navigointielementit vaikuttavat merkittävästi sivuston helppokäyttöisyyteen. Sivuston helppokäyttöisyys taas toimii yhtenä käytettävyyden kulmakivistä. Erityisesti navigointivalikot voidaan nähdä edellytyksenä helpon sivustolla navigoimisen tarjoamiseksi käyttäjälle (Benyon 2019, 358).

#### 4.5 Verkkosivun visuaalisuus ja sisältö

Verkkosivujen visuaalisuudella tarkoitetaan verkkosivun käyttäjille näkyvää yleisilmettä. Käytännössä tällä tarkoitetaan verkkosivun ulkonäön selkeyttä, informatiivisuutta sekä halutun yleisilmeen, kuten brändin tai persoonallisuuden esille tuomista (Sinkkonen ym. 2009, 242-247). Käyttäjä saa usein ensivaikutelmansa verkkosivusta sen visuaalisuuden perusteella. Verkkosivujen visuaalisuuteen tulisi panostaa erityisesti, sillä sen avulla käyttäjä voidaan nopeasti vakuuttaa sivuston sopivuudesta juuri hänen tarkoitukseensa. (Sinkkonen ym. 2009, 242-247.)

Verkkosivujen sisällöllä tarkoitetaan varsinaista, käyttäjille näkyvää materiaalia verkkosivulla. Se toimiikin vuorovaikutuksessa käyttöliittymän muiden suunnittelu- ja kehitysprosessien

kanssa. Esimerkiksi verkkosivulle asetetut tavoitteet vaikuttavat verkkosivun sisällön suunnitteluun. Suunniteltu sisältö taas vaikuttaa verkkosivun rakenteen suunnitteluun. Sisällön tulisi kin vastata käyttäjän tavoitteisiin ja auttaa käyttäjää pääsemään määränpäähänsä verkkosivulla. (Sinkkonen ym. 2009, 256-257.)

Verkkosivun visuaalisuuden sekä sisällön suunnittelulla voidaan vaikuttaa olennaisesti verkkosivun käytettävyyteen. Visuaalisuus vaikuttaa käyttäjän kokemukseen esimerkiksi sivuston laadusta, ilmeestä sekä persoonallisuudesta ja käyttäjän on huomattavasti helpompia toimia visuaalisuudeltaan ja sisällöltään selkeällä verkkosivulla. (Sinkkonen ym. 2009, 250-251.) Visuaalisuus ja sisältö vaikuttavat myös käyttäjän ja verkkosivun väliseen vuorovaikutukseen, joka taas on sidoksissa verkkosivun käytettävyyden kanssa (Benyon 2019, 117 & 288). Visuaalisuuden ja sisällön suunnittelussa tulisi ottaa huomioon, mitä käyttäjä voi sivustolla aistia, mitä toimintoja hän voi fyysisesti sivustolla tehdä ja onko käyttäjän mahdollista ymmärtää, kuinka hän voi löytää haluamansa tiedon sivustolta. (Benyon 2019, 288.)

Verkkosivun visuaalisen suunnittelun kokonaisuus voidaan jakaa sivuston sisällön ja sivuston muiden, käyttäjälle näkyvien elementtien visuaaliseen suunnitteluun. Oikein suunnitelluilla väreillä ja sommiteluilla voidaan tuoda esille haluttua tunnelmaa ja yleisilmettä. Verkkosivulla oleva tyhjä tila taas toimii usein huomion vangitsijana, joten tärkeän ja olennaisen sisällön ympärille olisi hyvä jättää tilaa. Sisällön oikealla ryhmittelyllä ja hierarkkisella asetelulla käyttäjällä on mahdollisuus ymmärtää sisältöä selkeästi. Kuvat huomioidaan verkkosivuilla yleensä ensimmäisinä, joten niiden tulisi toimia sisällön tarkempaan silmäilyyn ohjaavina tunnelman luojina. Tekstisisällön määrä, asetelu, valittu fontti ja fonttikoko taas vaikuttavat olennaisesti sisällön selkeyteen ja helppolukuisuuteen. (Sinkkonen ym. 2009, 251-252 & 254-255.)

#### 4.6 Käytettävyyden ja käyttökokemuksen merkitys yritykselle

Yrityksen omista verkkosivuista on tullut nykypäivän kiihtyvässä kilpailutilanteessa jo edellytys liiketoiminnan edistymiselle. Verkkosivuilta asiakas saa tietoa yrityksestä, sen toiminnasta ja tarjotuista palveluista aiempaa nopeammin ja asiakas löytää varmasti hakukoneista tarpeitansa palvelevia yrityksiä. Suuren tarjonnan eli monen sisällöltään samankaltaisen verkkosivun takia digitaalinen käyttökokemus ja verkkosivujen käytettävyys nousevat merkittäviksi keinoiksi erottua muiden verkkosivujen joukosta (TIVIA 2019). Käytettävyys ja käyttökokemus pohjautuvat käyttäjakeskeiseen suunnitteluun ja sen kehittämiseen. Mitä konkreettisia ja kilpailuetua kasvattavia hyötyjä käyttäjakeskeisellä kehittämisellä voisi sitten saavuttaa?

Yksi merkittävimmistä kilpailuetua kasvattavista hyödyistä on maine laadukkaana yrityksenä toimimisesta. Ihmisen tarpeisiin tuotettu, positiivisia kokemuksia antava verkkosivu saa käyttäjän palaamaan verkkosivulle useammin ja käyttäjä mahdollisesti myös suosittelee verkkosi-



vua muille (Sinkkonen ym. 2009, 28). Maineen lisäksi käyttäjäkeskeisellä kehittämisellä voidaan kasvattaa myös asiakkaiden luottamusta ja sitoutumista yritykseen. Jos verkkosivun käytettävyys on heikolla tasolla tai se antaa negatiivisia käyttökokemuksia käyttäjilleen, saattaa käyttäjä hylätä sivun hyvinkin nopeasti (Sinkkonen ym. 2009, 29).

## 5 Tutkimusmenetelmät

Tässä käytettävyyttä testaavassa tutkimuksessa hyödynnettiin laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tiedonkeruumenetelminä käytettiin havainnointia, haastattelua sekä ennakoarvioita. Ennakoarvioiden avulla voidaan luoda pääpiirteinen kuva tutkittavan kohteen käytettävyydestä ja sen ominaisuuksista. Havainnointi ja haastattelu antavat relevanttia tietoa tutkimushenkilöiden käyttäytymisestä, reaktioista sekä kohdatuista käytettävyysongelmista, niiden yksityiskohdista ja mahdollisista kehitysideoista.

Verrattuna määrällisiin tutkimusmenetelmiin, laadullisten tutkimusmenetelmien pohjalta voidaan tuottaa kokonaisvaltaisempi ymmärrys tuotteen tai palvelun käytettävyydestä. Tämä perustuu laadullisten menetelmien kykyyn vastata kysymykseen ”miksi”. Laadullisten menetelmien avulla voidaankin siis ilmaista havaittujen ongelmien lisäksi myös syitä näiden ongelmien syntyyn. (Budi 2017.)

### 5.1 Laadullinen tutkimus

Laadullisella tutkimuksella pyritään saavuttamaan ymmärrys jostain ilmiöstä ja sen ominaisuuksista tutkimukseen osallistuvien henkilöiden kokemusperäisestä näkökulmasta. Laadullisen tutkimuksen aineisto tulisi kerätä aina todellisessa asiayhteydessään. Laadullista tutkimusta hyödynnetään usein tilanteissa, joissa tutkimukseen osallistuvien mielipiteet ja eri näkökulmat koetaan merkittäviksi. (Järvenpää 2006.)

Koska laadullisen tutkimuksen pohjalta saatu tieto on vapaasti muotoiltua, nousee tutkimusaineiston analysointi laadullisen tutkimuksen yhdeksi tärkeimmistä vaiheista. Analysointivaiheessa korostuu erityisesti tutkimusaineiston tuloksien yhtenäisyys sekä taito yhdistää tutkimuksen teoreettinen viitekehys tutkimuksen tuloksiin. Analysointivaiheessa on tärkeää ottaa huomioon myös tulosten sisäinen yleistettävyys tutkimusryhmän sisällä, sillä tämä vaikuttaa tutkimuksen reliabeliuteen. (Järvenpää 2006.)

Laadullisella tutkimuksella on olemassa ominaisia piirteitä, joiden avulla laadullisen tutkimuksen toteuttamisen sääntöjä on helpompi ymmärtää. Laadullinen tutkimus korostaa siis ilmiön tai sen ominaisuuksien todellista ymmärtämistä erilaisten yleistyksien sijasta. Tämän ansiosta laadullisella tutkimuksella voidaankin saada tarkoitukseensa erinomaisesti sopivaa tietoa. Laadullinen tutkimus on luonteeltaan myös hyvin luonnollinen ja neutraali, minkä ansiosta esille voi nousta asioita, joita ei aiemmin osattu odottaa. Tämä vaatii neutraalisuutta myös

tutkimuksen tekijältä, jottei tutkimus ohjailisi tutkimuksen tuloksia tai tutkimukseen osallistuvan ratkaisuja. (Larabee 2019.)

## 5.2 Havainnointi ja ääneen ajattelu

Tutkimusmenetelmien kontekstissa, havainnoinnilla tarkoitetaan tutkimushenkilön toiminnan seuraamista ympäristössä, joka on tutkimushenkilölle ominainen ja tuttu. Havainnointi toimii erittäin hyvin laadullisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä, sillä sen kautta voidaan saada yksityiskohtaista ja kokemusperäistä tietoa käyttäjän toiminnasta sekä käytön oletuksista. Havainnointimenetelmän vahvuuksia ovat käyttäjän toiminnan ymmärtäminen, nykyisen palvelun tai tuotteen puutteiden selkeytyminen sekä uusien kehitysideoiden syntyminen. (Hyysalo 2009, 106-109.)

Havainnointia käytetään usein osana tuotteiden tai palveluiden jatkokehitystä. Tiedonkeruumenetelmäksi se soveltuu erityisesti silloin, kun tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää, miten käyttäjät palvelua tai tuotetta käyttävät. Havainnointi sopiikin tiedonkeruumenetelmänä erittäin hyvin sovellettavaksi käytettävyydestänsä kanssa, sillä se pureutuu käyttäjien todelliseen toimintaan ja sen syihin. (Hyysalo 2009, 111-124.)

Jotta havainnoinnin hyödyt voitaisiin maksimoida, havainnoinnin tukena voidaan käyttää myös ääneen ajattelua. Tämä tarkoittaa koehenkilön tekoihin ja ratkaisuihin johtavien ajatusten esiin tuomista puhumalla tutkijalle tutkimustilanteen edetessä. Ääneen ajattelun kautta voidaan saada arvokasta tietoa tutkimushenkilön ajatuksenkulusta, mikä taas helpottaa tutkimushenkilön toiminnan ymmärtämisen saavuttamista. (Charters 2003, 68-70.)

## 5.3 Haastattelu

Haastattelua käytetään hyvin monen tutkimuksen osana, sillä haastattelu on mukautettavissa moneen tilanteeseen, se on resursseiltaan helppo toteuttaa ja sen pohjalta saadaan relevanttia tietoa käyttäjistä. Haastatteluita voidaan toteuttaa myös monissa eri muodoissa, kuten esimerkiksi ryhmähaastatteluna tai strukturoituna eli ennalta suunniteltuna haastatteluna. Haastattelussa jotkin olennaiset asiat voivat kuitenkin jäädä tiedostamatta, eikä haastattelulla välttämättä saada tarpeeksi yksityiskohtaista tietoa. Haastattelun onnistumisen kannalta merkittävimpänä osana voidaankin siis nähdä haastattelukysymysten luonti sekä niiden muotoilu johdattelevuuden estämiseksi. (Hyysalo 2009, 125-130.)

Haastattelun rakenteella voidaan myös vaikuttaa siihen, kuinka yksityiskohtaista, relevanttia ja tarkkaa tietoa käyttäjistä voidaan saada. Rakenteen tunteminen helpottaa myös haastattelukysymysten luontia sekä muotoilua. Yleisimmin haastattelun voidaan katsoa pitävän sisällään seuraavat kohdat:

1. Esittely - Osapuolet esittelevät toisensa.
2. Lämmittelykysymykset - Tuodaan haastateltava osaksi haastattelua.
3. Yleistason kysymykset - Esimerkiksi taustatietojen ja taitojen kartoitus.
4. Yksityiskohtaiset kysymykset - Vaatii selvän kommunikaation vaiheeseen edetessä.
5. Yleistason kysymykset - Mielipiteiden muuttumisen selvitys tai kokemuksen arviointi.
6. Haastattelun päättäminen - Selkeä kommunikointi ja vapaan sanan vastaanottaminen.

(Hyysalo 2009, 137-138).

Yksityiskohtaisemman käyttäjätiedon saamiseksi olisi suotavaa suorittaa haastattelu yksilökohtaisesti käyttämättä liian strukturoitua rakennetta. Esimerkiksi teemahaastattelu, jonka avoimet ja pohtivat kysymykset antavat haastateltavalle vapaamman sanan, soveltuu erinomaisesti käyttäjien toiminnan ymmärtämisessä sekä toiminnan syiden selventämisessä. (Hyysalo 2009, 131-132.)

#### 5.4 Ennakkoarvot ja oletukset

Ennakkoarvioita ja oletuksia käytetään hyvin usein tuotteiden ja palveluiden suunnittelussa, varsinkin alkuvaiheessa. Ennakkoarvioiden ja oletusten avulla muutoksia ja ratkaisuja voidaan suorittaa nopeallakin aikataululla. Ennakkoarvioiden ja oletuksien luotettavuus perustuu kuitenkin aiempaan ymmärrykseen, joten relevantein tieto voi jäädä puuttumaan ilman muita tiedonhankintakeinoja. (Hyysalo 2009, 78-80.)

Ennakkoarvioita ja oletuksia voidaan hyödyntää käytettävyydestä lähtien lähinnä pohja-aineistona. Niiden pohjalta tunnistetut seikat tulee kuitenkin vahvistaa muiden tiedonhankintamenetelmien avulla. Käytettäessä osana käytettävyydestä, on erittäin tärkeää hyödyntää ennakkoarvioita ja oletuksia niin, etteivät ne ohjaa testausta rajoittumaan vain näiden aiheiden äärelle. (Hyysalo 2009, 80-83.)

#### 5.5 Tutkimustulosten analysointi ja hermeneuttinen analyysi

Koska laadullisen tutkimuksen tieto on vapaasti muotoiltua, nousee analysointi yhdeksi laadullisen tutkimuksen merkittävimmistä tekijöistä. Analysoidessa tutkimusaineistoa, tutkijan tulisi syventyä saadun tiedon yksityiskohtiin sekä sen takana oleviin merkityksiin, jotta tutkimuksen kannalta kaikki olennaiset asiat saataisiin esille. Tämän ohella tutkijan tulisi kuitenkin analysoida tuloksia myös holistisesta näkökulmasta, jotta yksityiskohtien lisäksi voitaisiin ymmärtää myös tutkittavaa ilmiön kokonaisuutta ominaisuuksineen. (Larabee 2019.)

Laadullisen tutkimuksen yhtenä analysointimenetelmänä voidaan käyttää hermeneuttista tulkintaa. Hermeneuttinen tulkinta koostuu pääosin kahdesta osasta; tutkimuksen yksityiskohtien sekä tutkimuksen kokonaisuuden vuorottelevasta analysoinnista. Nämä osat muodostavat

hermeneuttisen spiraalin, jonka edetessä saavutetaan aina syvempi ymmärrys tutkimuskohdeesta. Käytännössä hermeneuttinen tutkimusaineiston analyysi voidaan jakaa neljään vaiheeseen:

1. Esiymmärrys, joka voidaan saavuttaa aiemman tiedon avulla.
2. Tutkimuksen osien yksityiskohtainen tarkastelu, jonka kautta pyritään ymmärtämään tuloksen syntyä.
3. Tutkimuksen tulosten kokonaisvaltainen tarkastelu ja vertailu yhdenmukaisuuksien tunnistamiseksi.
4. Aiempien osien koonti yhdeksi, syvemmän ymmärryksen mahdollistavaksi kokonaisuudeksi.

(Routio 2005.)

Tämän opinnäytetyön tutkimustulosten analysoinnissa hyödynnettiin laadullisen analyysin hermeneuttista näkökulmaa yhdessä käytettävyyden heuristisen arvioinnin kanssa. Käytettävyydestin tulokset koostuvat sekä tutkijan itse tekemistä havainnoista, että tutkimukseen osallistuvien kokemusperäisistä mielipiteistä. Tämän takia analysointivaiheessa tulee ottaa huomioon niin laadullisen analyysin ohjesäännöt, kuin hermeneuttisen analyysin eri vaiheet sekä heuristiikat, joiden avulla käytettävyyden tilaa selvitetään.

## 5.6 Reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta. Validius mittaakin siis tutkimuksen kykyä tutkia juurikin määriteltyä tutkimusongelmaa. (Tilastokeskus a.) Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi tutkittavan asian kokonaisvaltaista sisäistämistä, sekä tämän pohjalta annettujen testitehtävien ja annettujen vastausten oikein ymmärrystä (Järvenpää 2006).

Reliabiliteetti kertoo tutkimuksen pohjalta saatujen lopputulosten luotettavuudesta siltä osin, ovatko lopputulokset toistettavissa tai sattumanvaraisia (Tilastokeskus b). Tämä tarkoittaa käytännössä saatujen tulosten ja mielipiteiden yhdenmukaisuutta. Jos tutkimus siis toistettaisiin, olisivat sen tulokset samankaltaisia aiemman tutkimuksen kanssa. (Järvenpää, 2006).

## 6 Käytettävyydestin toteuttaminen

Tämän opinnäytetyön tutkimus suoritettiin käytettävyydestauksen muodossa. Käytettävyydestauksen pohjalta oli tarkoituksena tunnistaa K Caara Oy:n asiakkaille luotujen verkkosivujen käytettävyydessä esiintyviä ongelmia, jotta monista verkkosivustoista koostuvan kokonaisuuden hierarkkisen rakenteen hahmottaminen olisi vaivattomampaa asiakkaille ja sivustojen

käyttökokemusta voitaisiin kehittää entistä miellyttävämmäksi. Tavoitteena oli myös tuoda esille kohderyhmään kuuluvien omia kokemuseräisiä tuntemuksia K Caara Oy:n verkkosivujen käytettävyydestä yleisellä tasolla.

### 6.1 Käytettävyydestin toteuttaminen

Käytettävyydestin toteuttaminen jaettiin kolmeen vaiheeseen. Ensimmäiseksi luotiin testaus-suunnitelma, jonka avulla tämän opinnäytetyön tutkimuskysymykset ja tavoitteet oli mahdollista yhdistää käytettävyydestin kontekstiin. Testaussuunnitelmaa tehtäessä otettiin huomioon erilaiset ennakoarviot, jotka sulki pois jo tiedostettuja ongelmia. Ennakoarviot myös auttoivat testitehtävien valinnassa, sillä niiden pohjalta oli mahdollista saada tietoon, missä toiminnoissa on tiedetysti ongelmia, joiden syntyperää tulisi vielä tutkia ongelmien ratkaisemiseksi. Testaussuunnitelmaan sisältyi testitehtävien luomisen lisäksi myös testihenkilöiden, testausmenetelmien ja testipaikkojen valinta sekä pilottitesti.

Tutkimuksen testihenkilöiksi valittiin kahdeksan henkilöä. Tutkimusmenetelminä käytettiin havainnointia, haastattelua, ennakoarvioita sekä tämän opinnäytetyön tekijän tuottamaa heuristista arviointia. Näiden menetelmien avulla pyrittiin luomaan ymmärrys siitä, minkälaisia asioita K Caara Oy:n verkkosivujen kohderyhmät arvostavat ja minkälaisia käytettävyyso- ongelmia he verkkosivuilla kohtaavat. Testipaikoiksi valittiin testihenkilöille luonnollinen paikka suorittaa testi, jotta testipaikan vaikutukset testituloksiin voitaisiin minimoida. Pilottitesti suoritettiin kahdelle testiin osallistumattomalle henkilölle.

Toinen vaihe keskittyi lopulliseen käytettävyydestiin. Käytettävyydestin aluksi testihenki- löille selvitettiin testin tarkoitus, merkitys sekä ohjeet käytettävyydestin suorittamiseen. Tä- män jälkeen tuotettiin alkuhaastattelu, jonka kautta saatiin selville testihenkilöiden ikä ja su- kupuoli, jotta testihenkilöiden ja todellisten kohderyhmien yhdenmukaisuutta voitaisiin ver- rata. Tämän lisäksi testin alussa kartoitettiin myös heidän kokemustaan tietokoneiden ja in- ternetin käytöstä, sillä tavoitteena oli myös tuottaa testituloksia eritasoisilta käyttäjiltä. Al- kuhaastattelusta siirryttiin itse testitehtäviin, joissa käytettävyyttä mitattiin niin toiminto- kohtaisesti kuin yleisestikin. Käytettävyydesti päätettiin loppuhaastattelulla, jossa testi- henkilö pääsi avaamaan omia kokemuksiaan testattavasta käyttöliittymästä.

Kolmas käytettävyydestin vaihe koostui saatujen tulosten analysoinnista ja raportoinnista. Ennen testitulosten yhteen kokoamista, tuotettiin k-caara.fi -sivustolle myös käytettävyyden heuristinen arviointi tämän opinnäytetyön tekijän toimesta. Ensin testituloksia tarkasteltiin yksityiskohtaisesti pienempienkin ongelmien huomioimiseksi. Tämän jälkeen havaitut ongel- mat ja puutteet koottiin kokonaisuudeksi, jonka jälkeen tulokset käytiin vielä kerran läpi yksi- tyiskohtaisesti oikeiden havaintojen varmistamiseksi. Testitulosten pohjalta saatu kokonaisuus yhdistettiin heuristisen arvioinnin pohjalta saatuihin tuloksiin. Tämän tarkoituksena oli etsiä erilaisia yhtäläisyyksiä testitapausten ja heuristisen arvioinnin välillä. Analysoinnin pohjalta

tuotettiin erilaisia kehitysehdotuksia, joita voidaan hyödyntää osana K Caara Oy:n verkkopalveluiden kehitystä.

## 6.2 Käytettävyydestin tehtävät

Käytettävyydestin tehtävät koostuivat neljästä eri osasta. Ensimmäisessä osassa selvitettiin käyttäjien demografisia tietoja (Liite 2) sekä heidän kokemustaan internetistä ja tietokoneista (Liite 3). Toinen osa sisälsi todelliset testitehtävät, jotka testihenkilön tuli suorittaa. Kolmannessa osassa testihenkilö sai arvioida sivuston käytettävyyttä ja visuaalisuutta yleisellä tasolla. Viimeisessä osassa käyttäjälle tehtiin loppuhaastattelu, jossa käytiin läpi testiä eri näkökulmista ja pyrittiin saamaan käyttäjältä tietoa siitä, mitä verkkosivustolla tulisi ensisijaisesti kehittää käytettävyyden näkökulmasta.

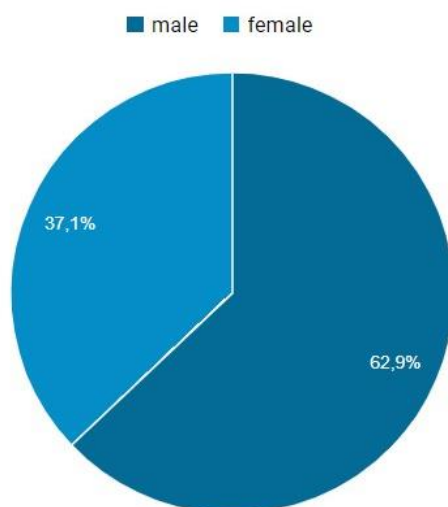
Tämän opinnäytetyön käytettävyydestin testitehtävät jaettiin teemojensa mukaisesti kolmeen eri osioon. Ensimmäisessä osiossa keskityttiin tutkimaan caara.fi -vaihtoautosivun ja k-caara.fi -kotisivun erotettavuuden helppoutta (Liite 4). Tässä osiossa kiinnitettiin huomiota esimerkiksi siihen, havaittiinko ensimmäiseksi avatun caara.fi -sivuston olevan K Caara Oy:n vaihtoautosivusto. Tämän lisäksi tutkittiin, kuinka helppoa caara.fi -vaihtoautosivustolta oli siirtyä k-caara.fi -verkkosivulle.

Toisessa osiossa keskityttiin k-caara.fi -verkkosivuun ja tiedon löytämiseen sen sisällä (Liite 5). Tässä osiossa keskityttiin erityisesti sen sisällön löytämiseen, jota ennakoarvioiden pohjalta tiedettiin käyttäjien eniten etsivän sivustolta. Samalla selvitettiin, kuinka helppoa yksityis- ja yritysasiakkaille tarjottujen palveluiden erottaminen on.

Kolmannessa osiossa käsiteltiin k-caara.fi -verkkosivun käytettävyyttä ja visuaalisuutta yleisellä tasolla (Liite 6 & Liite 7). Tämän osion avulla selvitettiin, kuinka toimivana ja helppokäyttöisenä käyttäjät näkevät sivuston. Samalla tutkittiin myös, minkälainen käyttökokemus käyttäjälle jää sivustolla vierailun jälkeen.

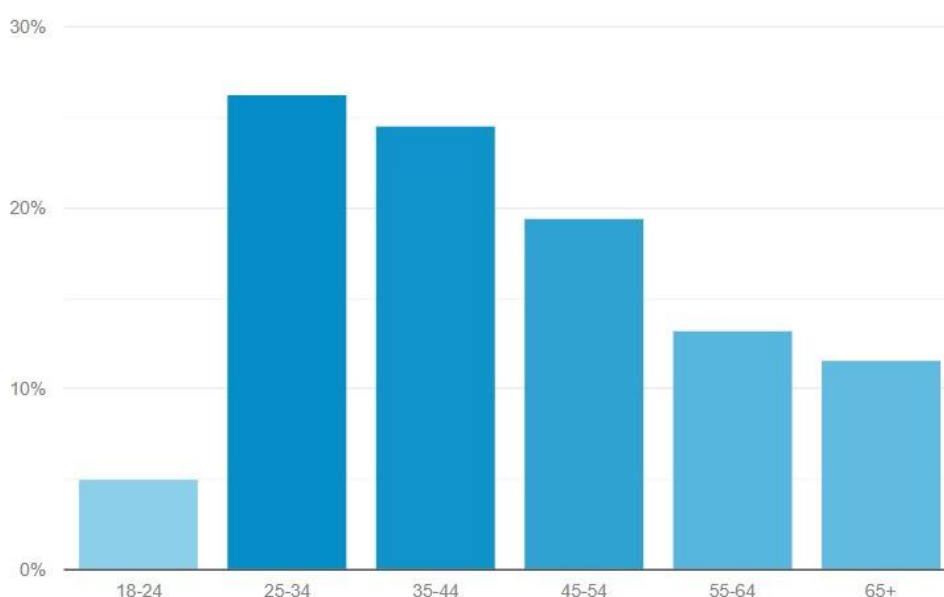
## 6.3 Testihenkilöiden ja laitteiston valinta

Tutkimushenkilöiltä toivotut demografiset ominaisuudet pohjautuivat pitkälti k-caara.fi -verkkosivuston käyttäjäkohderyhmiin, jotka oli mahdollista selvittää K Caara Oy:n hallinnoiman Google Analytics -tilin avulla. Tutkimushenkilöiden valinnassa otettiin huomioon erityisesti heidän ikänsä sekä sukupuolensa. K Caara Oy:n hallinnoiman Google Analytics -tilin tietokannasta saadun tiedon mukaan K-caara.fi -verkkosivun käyttäjistä 63 % on miehiä ja naisia 37 % (kuvio 2). Naiset muodostavat täten hieman yli kolmasosan ja miehet noin kaksi kolmasosaa k-caara.fi -verkkosivun käyttäjien kokonaismäärästä.



Kuvio 2: K-caara.fi -verkkosivun kävijöiden sukupuolijakauma

Sukupuolen lisäksi myös ikä nähtiin tutkimuksen kannalta olennaisena demografisena ominaisuutena, sillä sen kautta voitiin päätellä, minkä ikäisiä k-caara.fi -sivuston kävijät ovat. K Caara Oy:n hallinnoiman Google Analytics -tilin tietokannan mukaan k-caara.fi -verkkosivuston ikäjakauma voidaan jakaa kuuteen osaan (kuvio 3). Tutkimuksen koko ja testihenkilöiden määrä huomioiden, nämä osat kuitenkin tiivistettiin muodostamaan kolme suurempaa osaa; alle 35-vuotiaat, 35-54 -vuotiaat sekä 55- tai yli 55-vuotiaat. Tämän mukaisesti nuorin ikäryhmä muodosti noin 30 % kaikista käyttäjistä, 35-54 -vuotiaat muodostivat noin 45 % käyttäjistä ja vanhin ikäryhmä taas noin 25 % käyttäjien kokonaismäärästä (kuvio 3).



Kuvio 3: K-caara.fi -verkkosivun kävijöiden ikäjakauma

Näiden prosentuaalisten ikä- ja sukupuolijakautumien kautta oli mahdollista suunnitella myös tutkimukseen osallistuvilta testihenkilöiltä toivotut demografiset ominaisuudet. Tutkimukseen valituista kahdeksasta testihenkilöstä kolme oli naisia muodostaen naisten osuudeksi 37,5 % ja miesten osuudeksi 62,5 % kaikista testihenkilöistä. Naisia valittiin testihenkilöiksi yksi jokaisesta tiivistetystä kolmesta ikäryhmästä. Viidestä testihenkilöiksi valitusta miehestä kaksi kuului nuorimpaan ikäryhmään, kaksi keskimmäiseen ikäryhmään ja yksi vanhimpaan ikäryhmään. Tämän pohjalta tutkimukseen osallistuneista alle 35-vuotiaat ja 35-54 -vuotiaat muodostivat kumpikin 37,5 % osuuden tutkimukseen osallistuneista henkilöistä. Tutkimushenkilöiden kokonaismäärästä 25% muodostui täten 55- ja yli 55-vuotiaista henkilöistä.

Testauksen laitteiston valinta perustui k-caara.fi -verkkosivuston käyttäjien käyttämiin laitteisiin ja selaimiin, jotka olivat myös selvitettävissä K Caara Oy:n hallinnoiman Google Analytics -tilin tietokantojen avulla. Huomioon otettiin erityisesti mobiilikäyttäjien määrä sekä työpöydällä yleisimmin käytetty selain. Kaikista k-caara.fi -verkkosivun kävijöistä 51 % käytti selaimenaan Chromea ja 19 % Safaria (kuvio 4). Kaikista k-caara.fi -verkkosivun kävijöistä 46 % käytti laitteenaan tietokonetta ja 45 % mobiililaitetta (kuvio 5). Sivuston kaikista kävijöistä 27 % käytti Chromea tietokoneella, 21 % Chromea mobiililaitteella ja 12 % Safaria mobiililaitteella (kuvio 6).

1. Chrome	(50,88 %)
2. Safari	(19,31 %)
3. Firefox	(7,21 %)
4. Android Webview	(6,67 %)
5. Internet Explorer	(5,47 %)

Kuvio 4: K-caara.fi -verkkosivun selaamiseen käytetyt selaimet

1. desktop	(45,73 %)
2. mobile	(45,13 %)
3. tablet	(9,14 %)

Kuvio 5: k-caara.fi -verkkosivun selaamiseen käytetyt laitteet



1. desktop	Chrome	(26,63 %)
2. mobile	Chrome	(20,98 %)
3. mobile	Safari	(11,83 %)
4. desktop	Firefox	(6,76 %)

Kuvio 6: k-caara.fi -verkkosivun selaamiseen käytetyt laitteet ja selaimet

Tutkimukseen osallistuvien henkilöiden määrä huomioiden, testissä käytettäväksi selaimiksi valittiin Chrome ja Safari niiden suuren käytön ansiosta. Koska sekä mobiili- että tietokonekäyttäjiä oli lähes sama määrä, suoritti neljä testihenkilöä testin mobiililaitteella ja neljä tietokoneella. K-caara.fi -sivuston Chrome-käyttäjistä suurempi osa käytti tietokonetta ja Safari-käyttäjistä taas mobiililaitetta. Tämän perusteella tietokoneella suoritettavan testin selaimeksi valittiin Chrome ja mobiililaitteella suoritettavan testin selaimeksi Safari.

## 7 Tutkimuksen tulokset

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tulokset koostuivat kahdesta osasta; käytettävyyden heuristisesta arvioinnista sekä testikäyttäjille suoritetusta käytettävyydestistä. Heuristisella arvioinnilla sekä käytettävyydestillä havaittiin olevan erilaisia yhtäläisyyksiä. Käytettävyyden heuristinen arviointi suoritettiin tämän opinnäytetyön tekijän toimesta hyödyntämällä Benyonin (2019, 117-118) luomaa mallia.

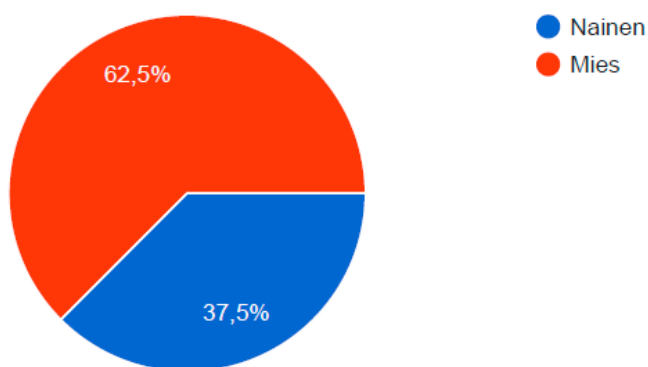
Käytettävyyden heuristiseen arviointiin (Liite 1) pohjautuen voitiin nostaa esille muutamia seikkoja. Tutkimuskohteena olevan k-caara.fi -sivuston visuaalisuus on hyvin suunniteltu edistämällä sivuston käytettävyyttä ja käyttökokemusta. Kaikki toiminnot ovat näkyvissä ja näkyvyyttä on pyritty selkeyttämään erotettavilla väreillä sekä kontrastilla. Esimerkiksi linkit ja huomiota tarvitsevat tiedot on korostettu huomiota herättävillä väreillä, minkä ansiosta käyttäjän on helpompi havaita relevantti tieto sivustolta.

Navigointivalikon tulisi selkeyttää käyttäjälle sivuston hierarkkista rakennetta, mutta tämä ei täysin toteutunut tutkimuskohteena olevalla verkkosivulla. Sivuston navigointi on visuaalisuudeltaan selkeä, mutta käyttäjän on vaikeampi etsiä tietoa, mikäli navigointivalikko ei vastaa sivuston hierarkkista rakennetta. Navigaatiovalikko ei myöskään täysin vastaa muiden samankaltaisten sivustojen navigaatioita, mikä voi aiheuttaa hämmennystä käyttäjien toimintatapojen muuttuessa.

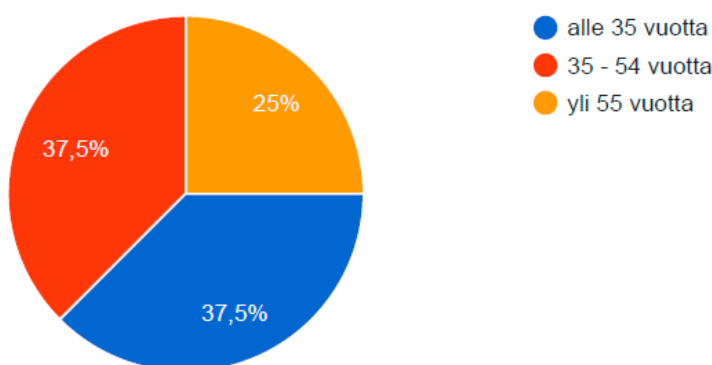
Pääosin sivuston selaamisen jälkeen mieleen jäi hyvä käyttökokemus, mutta jotkin tiedot ovat vaikeasti löydettävissä sivuston hierarkian ja navigaatiovalikon hierarkian eroavaisuuksien takia. Käyttöliittymän ulkoasu on kuitenkin hyvin selkeä, yksinkertainen ja kontrastiltaan miellyttävä. Sivusto on myös erinomaisesti suunniteltu virheiden estämiseksi.

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen toinen osa koostui testikäyttäjille suoritetusta käytettävyydestä. Käytettävyydestin tulokset koottiin yhdeksi kokonaisuudeksi (Liite 9) niiden arviointia ja raportointia varten. Käytettävyydestin tulosten raportoinnissa otettiin huomioon tutkimuskohteen todellisten kohderyhmien sekä testikäyttäjien demografisten tietojen yhtäläisyys, käytettävyydestin tulosten keskinäinen yhdenmukaisuus sekä käytettävyydestin tulosten yhdistettävyys heuristiseen arviointiin.

Käytettävyydestiin osallistuneista kahdeksasta testikäyttäjistä 37,5 % oli naisia ja 62,5 % miehiä (kuvio 7). Yli 55-vuotiaita testikäyttäjiiä oli 25 % kaikista testikäyttäjistä. Kaikista testikäyttäjistä 37,5 % oli 35-55 -vuotiaita ja 37,5 % alle 35-vuotiaita. (kuvio 8.) Kaikista testikäyttäjistä 50 % suoritti testin mobiililaitteella Safari-selainta käyttäen ja 50 % tietokoneella Chrome-selainta käyttäen.



Kuvio 7: Käytettävyydestissä toteutunut sukupuolijakauma

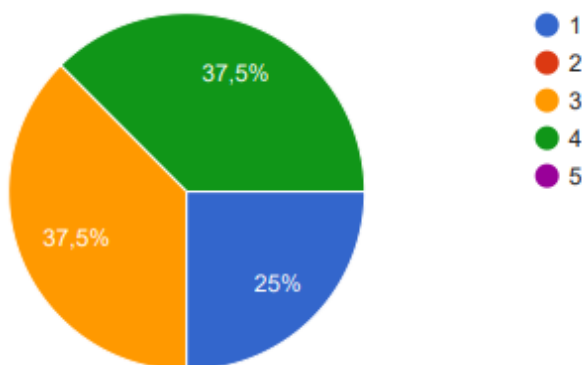


Kuvio 8: Käytettävyydestissä toteutunut ikäjakauma

Käytettävyydestin edetessä havaittiin, että jotkin testitehtävät olivat huomattavasti vaikeampia suorittaa kuin toiset. Yhdeksi vaikeimmista tehtävistä havaittiin kaikkien yksityisasiakkailla tarjottujen palveluiden löytäminen riippumatta käytetystä laitteesta. Palveluiden löytämiseksi selattiin usein ensimmäisenä navigaatiovalikkoa, josta etsittiin yhtä selkeää kokonaisuutta kaikille palveluille. Testin aikana havaittiin myös, että vaikka käyttäjät löysivätkin erilaisia palveluita, oli niiden luokittelu yksityis- ja yritysasiakaspalveluihin erittäin vaikeaa. Palveluiden luokittelua vaikeutti etenkin se, ettei tarjotut palvelut olleet valmiiksi luokiteltuina yksityis- ja yrityspalveluihin.

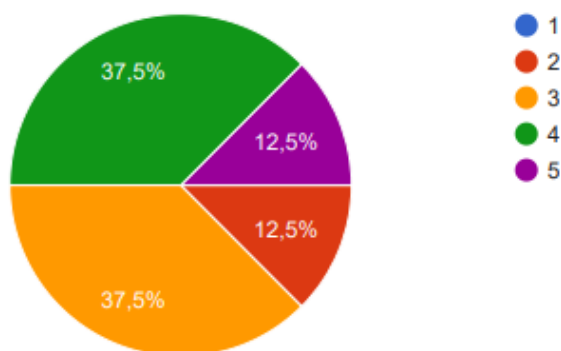
Käytettävyydestin loppuhaastattelussa pyrittiin tuomaan esille käyttäjien omia kokemuksia sivuston käytöstä, käytettävyydestä ja sen suurimmista kehityskohteista. Kysyttäessä käyttäjiltä, minkä asian he kokivat sivustolla kaikkein vaikeimmaksi, korostuivat muutamat seikat erityisesti. Esimerkiksi yksityis- ja yritysasiakkailla tarjottujen palveluiden erottaminen koettiin hyvin hankalaksi useamman käyttäjän mielestä. Tämän lisäksi sivustonrakenteen hahmottaminen koettiin haastavaksi eikä halutun tiedon löytyminen ollut tämän takia kaikissa tapauksissa helppoa.

Testikäyttäjien avulla selvitettiin myös K Caara Oy:n verkkosivujen käytettävyyttä yleisellä tasolla. Testihenkilöiden tuli arvioida muutamia sivuston käytettävyyteen ja visuaalisuuteen liittyviä ominaisuuksia asteikolla 1 (heikko) - 5 (erinomainen). Tämän pohjalta oli mahdollista havaita suurimman osan käyttäjistä kokevan sivustorakenteen itselleen epäselväksi (kuvio 9).



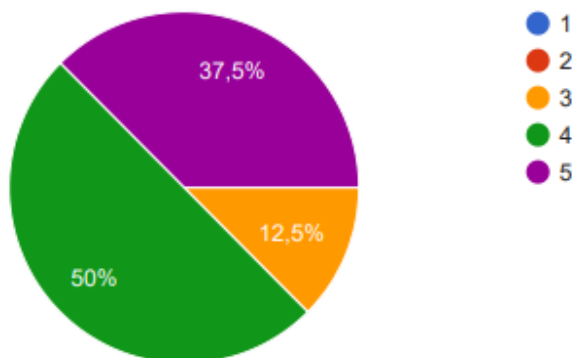
Kuvio 9: Käytettävyydestin pohjalta saatu kuva sivustorakenteen selkeydestä

Sivustorakenteen selkeys vaikuttaa olennaisesti myös sisällön löytymisen helppouteen. Mikäli verkkosivujen sivustorakenne oli testikäyttäjälle jo ennestään epäselvä, ei hän tiennyt, mistä haluttua tietoa kannattaisi lähteä etsimään. Testikäyttäjistä 50 % kokikin sisällön löytymisen melko vaikeaksi tai vaikeaksi (kuvio 10).



Kuvio 10: Käytettävyydestin pohjalta saatu kuva sisällön löytymisen helppoudesta

Yleisesti katsottuna testauksen kohteena olleen sivuston visuaalisuus paikkasi miellyttävyydellään käytettävyydessä esiin tulleita haasteita. Testikäyttäjät kokivatkin sivuston visuaalisuuden pääosin hyväksi. Erityisesti sivuston kontrastin ja tekstin erottumisen koettiin olevan erittäin hyvällä tasolla (kuvio 11).



Kuvio 11: Käytettävyydestin pohjalta saatu kuva tekstin erottumisesta sivustolla

Osana käytettävyydestä tutkittiin vaihtoautopalvelu caara.fi:n sekä kotisivu k-caara.fi:n erottavuutta sekä näiden sivustojen eroavaisuuden selkeyttä käyttäjille. Käytettävyydestin alussa käyttäjä saatettiin ensin caara.fi -vaihtoautopalveluun. Suurin osa käyttäjistä koki sivuston olevan automyyntin sivusto, mutta sivuston ajateltiin olevan samalla myös K Caara Oy:n pääsivu sisältäen sekä uusien että vaihtoautojen myynnin ja kaikki K Caara Oy:n tarjoamat palvelut sekä yhteystiedot.

Käyttäjien ollessa vielä caara.fi -vaihtoautopalvelussa, heille annettiin tehtäväksi etsiä itselleen tietoa K Caara Oy:n uusista autoista ja niiden ostamisesta. Suuri osa käyttäjistä kävi ensin läpi navigaatiovalikon elementtejä löytämättä pyydettyä tietoa. Caara.fi:n navigaatiovalikossa olleet käsitteet (linkit) koettiin myös vieraksi, minkä takia käyttäjien oli vaikea hahmottaa, mitä linkin takaa löytyisi.

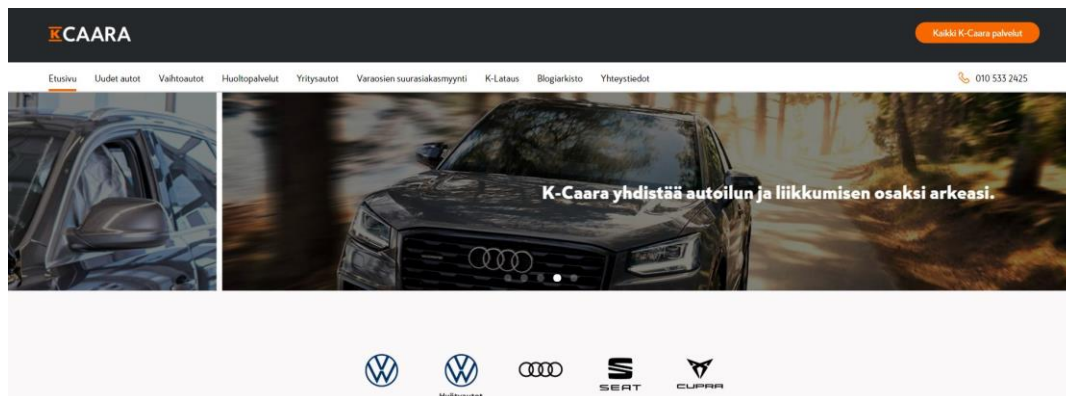
Käytettävyydestin pohjalta saatiin relevanttia tietoa tutkimuskohteen käytettävyydestä ja sen ongelmakohdista, mikä kertoo tutkimuksen korkeasta validiteetista. Osa tutkimuskohteen käytettävyysongelmista oli havaittu jo ennen käytettävyydestiä, mutta testin kautta oli mahdollista selvittää, miksi ongelmat syntyvät. Käytettävyydestin tuloksista oli myös mahdollista havaita erilaisia yhdenmukaisuuksia. Käytettävyydestin tulokset olivatkin siis toistettavissa, mikä taas vahvisti käytettävyydestin reliabiliteettia.

Pohdittaessa käytettävyyden osa-alueita suuremmissa mittakaavassa heuristisen arvioinnin ja käytettävyydestin pohjalta, havaittiin, että k-caara.fi -sivuston käytettävyys on lähtökohtaisesti melko hyvällä tasolla. Toiminnot olivat helposti muistettavissa uudelleen, sivustoa oli pääosin miellyttävä käyttää eikä virhetiloihin törmätty. Toimintojen oppiminen kuitenkin vei testikäyttäjiltä hieman aikaa, mikä vei osansa myös toimintojen suorittamisen tehokkuudesta. Tämän lisäksi erityisesti tietyn sivuston hierarkkisen rakenteen sekä eri sivustojen välisen hierarkian sekavuus vaikutti testikäyttäjien toimintaan merkittävästi.

## 8 Kehitysehdotukset

Käytettävyyden heuristisen arvioinnin ja käytettävyydestin tuloksien pohjalta oli mahdollista luoda erilaisia kehitysehdotuksia k-caara.fi:n käytettävyyden kehittämiseksi. Käytettävyydestiä tuottaessa havaittiin, että K Caara Oy oli yrityksenä monelle vielä verrattain vieras, eikä emoyhtiö Kesko Oyj:tä osattu aluksi yhdistää autokauppaan. Tästä syystä sivustolta tulisi löytyä selkeästi olennaista tietoa yrityksestä, sen toiminnasta ja palveluista.

Kaikki kehitysehdotukset on koottu yhdeksi kokonaisuudeksi (Liite 10). Ensimmäinen kehitysehdotus keskittyi K Caara Oy:n jälleenmyymiin automerkkeihin ja niiden logojen esille tuomiseen entistä paremmin. Jotta käyttäjät havaitsisivat automerkkien logot ensimmäisenä sivustolle tullessaan, tulisi logojen olla paikalla, jonka käyttäjä näkee heti sivuston latauduttua. Tähän perustuen nykyinen malli (kuvio 12) voitaisiin korvata mallilla, jossa automerkkien logot olisivatkin osa sivuston header-osiota (kuvio 13). Tällöin käyttäjän katse havaitsisi eri automerkit tehokkaasti ja samalla etusivun sisällölle jäisi enemmän tilaa.



Kuvio 12: Kotisivun nykyinen header-elementti.



Kuvio 13: Ehdotus kotisivun uudesta header-elementistä, jossa automerkkien logot

Toinen kehitysehdotus keskittyi K Caara Oy:n tunnettuuden kehittämiseen sivuston sisällä. Tämän pohjalta kehitettiin idea sivuston alisivusta, joka kertoo K Caara Oy:stä yrityksenä (kuvio 14). Yrityksestä ja sen toiminnasta kertova sivu on yritykselle erittäin tärkeä etenkin, jos yritystä ei vielä tunneta kovin hyvin. Alasivulta voisi löytyä tietoa esimerkiksi yrityksen toiminnasta, periaatteista ja historiasta (Liite 10).



Kuvio 14: Kotisivun "Meistä"-alisivun hero-osio ja sivulle sisällytetyt kappaleet

Kolmas kehitysehdotus keskittyi sekä heuristisen arvioinnin että käytettävyydestin pohjalta havaittuun sivuston päänavigaation selkeyteen ja parempaan hahmottamiseen. Nykyisen navigaatiovalikon (kuvio 15) kautta käyttäjä ei saa riittävästi ohjausta liikkua oikealle alisivulle. Navigaatiovalikon avulla ei myöskään osata erottaa yksityisille ja yrityksille tarjottuja palveluita. Käytettävyydestä tuotettaessa havaittiin, että kaikkien palveluiden löytäminen yhdestä paikasta koettiin hankalaksi. Vaikka sivuston header-osiossa onkin button-elementti kaikille K Caara Oy:n palveluille, etsivät käyttäjät näitä tietoja ensin navigaatiovalikosta.

Tästä syystä navigointivalikko voitaisiinkin muuttaa muotoon, jossa yksityisille ja yrityksille tarjotut palvelut ovat erotettu selkeästi toisistaan (kuvio 16). Samalla sivuston hierarkkinen rakenne voitaisiin saattaa osaksi navigointivalikkoa, minkä ansiosta käyttäjälläkin olisi selkeämpi kuva sivustosta ja sen sisällöstä.



Kuvio 15: Kotisivun nykyinen navigointivalikko



Kuvio 16: Ehdotus kotisivun uudesta navigointivalikosta

Uuden navigointivalikon kautta K Caara Oy:n tarjoamat palvelut olisi mahdollista jakaa selkeästi sivuston hierarkkisen rakenteen (kuvio 17) mukaan. Mikäli yritys tarjoaa runsaasti sekä yksityisille että yrityksille tarkoitettuja palveluita, on navigointivalikko usein jaettu samankaltaisesti. Tällöin uusi navigointivalikko (kuvio 17) vastaisi siis myös muita samankaltaisia käyttöliittymiä, mikä taas auttaa käyttäjiä ymmärtämään sivustoa ja navigoimaan sillä tehokkaammin.

Etusivu	Yksityisille	Yrityksille	Ajankohtaista	K-Lataus	Blogiarkisto	Yhteystiedot	Meistä
Esitetyt muutokset	Uudet autot	Uudet autot	Tarjoukset / kampanjat	Nykyinen	Nykyinen	Nykyinen	Yleistä tietoa
	Käytetyt autot	Huoltopalvelut	Ajankohtaista				K-Caara lyhyesti
	Huoltopalvelut	Leasing					K Code of Conduct
	Yksityisleasing	Vuokraus					Historia
	Vuokraus						

Kuvio 17: Uuden navigointivalikon asettuminen sivuston hierarkkiseen rakenteeseen

Käytettävyydestin pohjalta oli mahdollista päätellä, että etusivulla oleva nykyinen lyhyt esittely yrityksestä (kuvio 18) ei anna käyttäjilleen riittävästi sitä tietoa, mitä he tarvitsevat tai etsivät sivustolta. Koska kaikkea tietoa ei myöskään kannata sijoittaa heti etusivulle, syntyi ehdotus muokata tätä esittelyä ohjaamaan käyttäjiä vahvemmin heidän haluamansa tiedon äärelle hyväksikäyttämällä selkeitä otsikoita sekä linkkejä, joiden kautta käyttäjän on myös helpompi ymmärtää, mille sivulle hän on siirtymässä (kuvio 19).

## K-Caara - Mihin ikinä autoa tarvitsetkaan



**K-Caara lyhyesti**

Suomen suurin Volkswagen, Audi ja SEAT henkilöautojen sekä Volkswagen Hyötyautojen jälleenmyyjä ja monipuolisten autoilun palveluiden tarjoaja.



**Helppo löytää**

K-Caara palvelee sinua jo 15 paikkakunnalla eri puolilla Suomea. Löydät kaikki toimipisteet sekä niiden yhteystiedot helposti **täältä**.



**Osa K-Ryhmää**

Osana K-ryhmän monialaista toimintaa, liitämme autoilun ja liikkumisen osaksi arkeasi tarjoamalla erilaisia liikkumisen ratkaisuja.



**Kaikkiin tarpeisiin**

Meiltä löydät kaiken uusista autoista vaihtoautoihin ja vuokra-autoista yksityisleasingiin, unohtamatta yritysautoja tai merkkihuoltopalveluja.

Kuvio 18: Etusivun lyhyt esittely yrityksestä ja sen toiminnasta

## K-Caara - Mihin ikinä autoa tarvitsetkaan



**Liikkumisen ratkaisut kaikkiin tarpeisiin**

Liitämme autoilun ja liikkumisen osaksi arkeasi tarjoamalla erilaisia liikkumisen ratkaisuja.

[LUE LISÄÄ](#)



**Olemme aina tavoitettavissa**

Palvelemme sinua eri autoiluasioissa 15 paikkakunnalla eri puolilla Suomea.

[YHTEYSTIEDOT](#)



**Palvelut yksityisasiakkaille**

Uudet ja käytetyt autot, yksityisleasing, vuokra-autot, merkkihuollot

[YKSITYISILLE](#)



**Palvelut yritysasiakkaille**

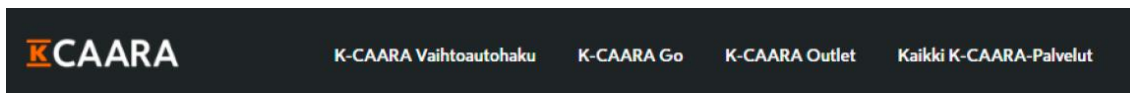
Meiltä löydät yrityksesi tarpeisiin sopivat yritysautot sekä leasingratkaisut.

[YRITYKSILLE](#)

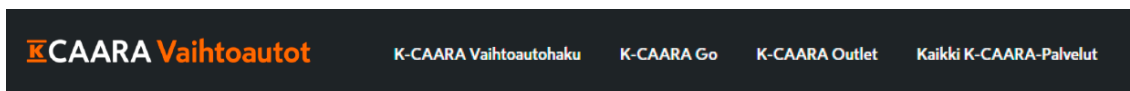
Kuvio 19: Ehdotus uudesta esittelystä sekä ohjaavat linkit

Käytettävyydestin ensimmäisen testiosion aikana havaittiin, että useimmat testikäyttäjät eivät ymmärtäneet saapuneensa K Caara Oy:n vaihtoautosivustolle, vaan tunsivat olevansa K Caara Oy:n etusivulla. Näiden sivustojen eroavaisuuden selkeyttämiseksi vaihtoautosivustolla tulisikin olla K Caara Oy:n päälogon (kuvio 20) sijasta K-CaaraVaihtoautot -logo (kuvio 21). Tämän edesauttaisi käyttäjää ymmärtämään, että caara.fi-vaihtoautopalveluun saapuessa kyseessä onkin K Caara Oy:n kotisivujen sijasta vaihtoautosivusto.



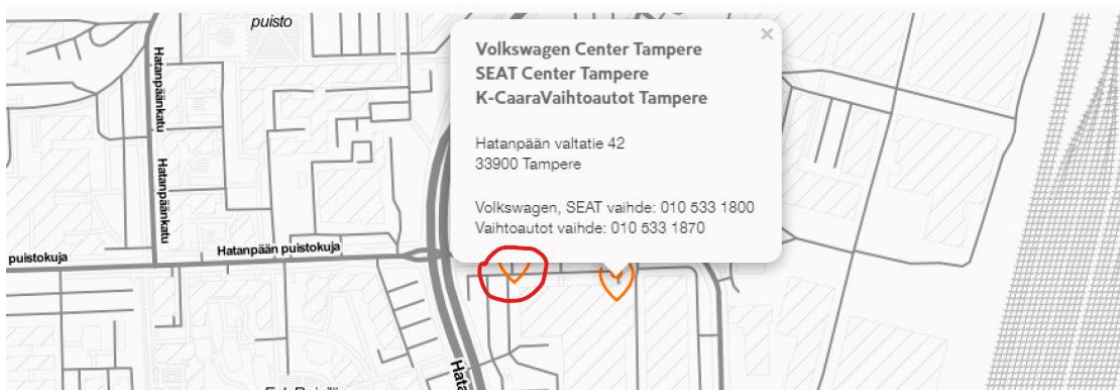


Kuvio 20: Caara.fi-vaihtoautopalvelun nykyinen header-elementti



Kuvio 21: Caara.fi-vaihtoautopalvelun header-elementti oikealla logolla

Käytettävyydestin aikana esille nousi myös k-caara.fi -sivustolla olevan kartan vaikealukuisuus. Etenkin vanhemmalle kohderyhmälle samassa kaupungissa sijaitsevien muiden toimipisteiden karttamerkkien havaitseminen oli hankalaa. Tämä johtui pitkälti siitä, että kaupungin valitessa karttaan avautui automaattisesti yhden toimipisteen tiedot, jolloin toinen toimipiste jäi näiden tietojen taakse piiloon (kuvio 22). Jotta toimipisteet eivät jäisi toistensa taakse piiloon, kartan ei tulisi automaattisesti avata yhden toimipisteen tietoja ennen kuin käyttäjä klikkaa kyseistä karttamerkkiä. Tällöin käyttäjän olisi mahdollista havaita kaikki alueella olevat toimipisteet ennen tarkempien tietojen tarkastelua.



Kuvio 22: K-Caara.fi -sivuston kartta, karttamerkin jääminen yhteystietokortin taakse

Myös karttamerkkien havaitseminen tyhjältä kartalta koettiin hankalaksi (Kuvio 23). Jotta karttamerkit olisi helpompi hahmottaa kartalta, tulisi niiden korostua taustastaan nykyistä paremmin. Karttamerkkien korostaminen on mahdollista toteuttaa erilaisilla visuaalisilla määrittelyillä. Kartta on jo nykyisessä muodossaan melko vaalea, joten kontrastia olisi mahdollista lisätä esimerkiksi kasvattamalla karttamerkin kokoa tai varjostamalla karttamerkki-elementtiä.



Kuvio 23: K-Caara.fi -sivuston kartta, karttamerkin erottuvuus taustastaan

## 9 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tässä opinnäytetyössä keskityttiin verkkosivujen käytettävyyteen, käytettävyyden kehittämiseen sekä sen testaamiseen. Verkkosivujen käyttäjäkeskeinen suunnittelu vaikuttaa merkittävästi käytettävyyteen, minkä takia tässä opinnäytetyössä pyrittiin luomaan käyttäjäkeskeisestä suunnittelusta ja käytettävyydestä yksi kokonaisuus hyödyntämällä erilaisia tietolähteitä. Tässä opinnäytetyössä hyödynnettiin laadullista tutkimusmenetelmää käytettävyydestin suorittamiseksi. Käytettävyydestiin osallistui yhteensä kahdeksan k-caara.fi:n kohderyhmiin kuuluvaa testihenkilöä.

Pohjautuen tuotettuun käytettävyydestiin, K Caara Oy:n verkkosivut koettiin pääosin miellyttäväksi käyttää ja haluttu tieto oli kaikesta huolimatta mahdollista löytää verkkosivuilta. Havaitut käytettävyysongelmat keskittyivät lähinnä sivuston hierarkkisen rakenteen ymmärtämiseen ja oikean tiedon löytymiseen sivuston sisällä. Vaihtoautosivusto caara.fi:n ja kotisivu k-caara.fi:n erot koettiin myös vaikeiksi hahmottaa. Mikään havaittu ongelma ei kuitenkaan estänyt verkkosivujen varsinaista käyttöä, mutta jotkin ongelmat vaikuttivat käyttäjän saamaan kokemukseen enemmän kuin toiset.

Esille nousseista käytettävyysongelmista merkittävimmit voitiin havaita sivuston heikkona pidetty navigointivalikko sekä erilaisten palvelujen löytäminen ja niiden ymmärtäminen. Sivuston navigaation muokkaaminen sivuston hierarkkisen rakenteen mukaiseksi korjaisi itsensä jo monta käytettävyydestissä havaittua ongelmaa. Navigaation muokkauksen jälkeen erilaiset palvelut on mahdollista luokitella käyttäjille luontevalla tavalla, jolloin myös palveluiden ymmärtäminen helpottuu.

Tämän opinnäytetyön reliabiliteetti luotiin tutkimukseen osallistuvien henkilöiden määrällä, ennakoarvioilla sekä testaus suunnitelman tarkalla läpikäynnillä. Tällöin tutkimuksen johdonmukaisuutta, ymmärrettävyyttä sekä tulosten määrää voitiin vahvistaa. Käytettävyydestäuksen luonteen mukaisen tutkimushenkilöiden pienen määrän takia tutkimushenkilöt jaettiin

kahteen ryhmään, jotka tekivät testin eri laitetta hyväksikäyttäen. Ryhmän sisällä kaikki kuitenkin suorittivat saman testin samalla laitteella ja selaimella toistettavuuden esille tuomiseksi mahdollisimman tehokkaasti.

Validiteetti tässä opinnäytetyössä ilmeni testaustehtävien selkeydellä sekä tutkimuksen jälkeen tehdyllä haastattelulla, jossa testaustehtävät käytiin läpi tutkimukseen osallistuvan henkilön kanssa. Haastattelun aikana tutkimukseen osallistunutta pyydettiin myös ilmaisemaan sekä mahdollisia kysymyksiä testin suorittamiseen liittyen, että mahdollisia käytettävyyden lisäongelmia, joita ei testauksen aikana huomioitu.

## Lähteet

### Painetut

Benyon, D. 2019. Designing user experience. 4. painos. Harlow, Iso-Britannia: Pearson Education.

Kuutti, W. 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Helsinki: Talentum.

Reiss, E. 2012. Usable Usability: Simple Steps for Making Stuff Better. Indiana, Yhdysvallat: John Wiley Sons.

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

### Sähköiset

Budiu, R. 2017. Quantitative vs. Qualitative Usability Testing. Nielsen Norman Group. Viitattu 12.9.2019. <https://www.nngroup.com/articles/quant-vs-qual/>

Charters, E. 2003. The Use of Think-aloud Methods in Qualitative Research - An Introduction to Think-aloud Methods. Brock Education Journal. Viitattu 26.9.2019. <https://journals.library.brocku.ca/brocked/index.php/home/article/view/38>

Hakola, E. 2018. Mitä tarkoittaa kuluttajalle, kun Telia ostaa Formula-lähettykset? - "Sisältö, käytettävyys ja hinta-laatu-suhde ratkaisee". Talouselämä. Viitattu 24.5.2019. <https://www.talouselama.fi/uutiset/mita-tarkoittaa-kuluttajalle-kun-telia-ostaa-formula-la-hetykset-sisalto-kaytettavyys-ja-hinta-laatu-suhde-ratkaisee/0ed051cb-9452-3406-9b43-6f0fcebd6a83>

Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä - Tieto, tutkimus, menetelmät. Viitattu 9.9.2019. <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/11826/isbn9789515583017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jyväskylän yliopisto. 2015. Hermeneuttinen analyysi. Jyväskylän yliopiston Koppa-palvelu. Viitattu 26.9. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metodit/metodit/metodit/aineiston-analyysimetodit/hermeneuttinen-analyysi>

Järvenpää, E. 2006. Laadullinen tutkimus. Viitattu 16.9.2019. <http://www.cs.tut.fi/~ih-tesem/k2007/materiaali/luento4.pdf>

Larabee, R. 2019. Organizing Your Social Sciences Research Paper: Qualitative Methods. USCLibraries. Viitattu 24.9.2019. <https://libguides.usc.edu/writingguide>

Nielsen, J. 1994. 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Nielsen Norman Group. Viitattu 11.9.2019. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Nielsen, J. 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Viitattu 6.9.2019.

<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

Nielsen, J & Molich, R. 1990. Improving a Human-Computer Dialogue. Viitattu 11.9.2019.

[http://heb.freeshell.org/ie662/Molich\\_Nielsen.pdf](http://heb.freeshell.org/ie662/Molich_Nielsen.pdf)

Routio, P. 2005. Tuotetiede. Taideteollisen korkeakoulun virtuaaliyliopisto. Viitattu 26.9.

[http://www.uiah.fi/virtu/materiaalit/tuotetiede/html\\_files/120\\_kirjallisuus.html](http://www.uiah.fi/virtu/materiaalit/tuotetiede/html_files/120_kirjallisuus.html)

Tilastokeskus a. Reliabiliteetti. Viitattu 4.9.2019. <https://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html>

[teetti.html](https://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html)

Tilastokeskus b. Validiteetti. Viitattu 4.9.2019. <https://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html>

[teetti.html](https://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html)

TIVIA. 2019. TIVIA News: Digitaalinen käyttökokemus on kaiken a ja o. TIVIA. Viitattu

10.9.2019. <https://tivia.fi/2019/03/18/tivia-news-digitaalinen-kayttokokemus-on-kaiken-a-ja-o/>

[ja-o/](https://tivia.fi/2019/03/18/tivia-news-digitaalinen-kayttokokemus-on-kaiken-a-ja-o/)

Ukkonen, C. 2019. Kehnot tieto-järjestelmät stressaavat lääkäreitä ja hoitajia. Tiedon silta.

Viitattu 24.9.2019. [https://tiedonsilta.fi/kehnot-tietojarjestelmat-stressaavat-laakareita-ja-hoitajia/?\\_ga=2.188935019.1549714476.1569303675-575867404.1569303675](https://tiedonsilta.fi/kehnot-tietojarjestelmat-stressaavat-laakareita-ja-hoitajia/?_ga=2.188935019.1549714476.1569303675-575867404.1569303675)

[hoitajia/?\\_ga=2.188935019.1549714476.1569303675-575867404.1569303675](https://tiedonsilta.fi/kehnot-tietojarjestelmat-stressaavat-laakareita-ja-hoitajia/?_ga=2.188935019.1549714476.1569303675-575867404.1569303675)

Julkaisemattomat

Salakari, A. 2019. Web-asiantuntijan haastattelu K Caara Oy:stä ja sen verkkopalveluista

17.9.2019. K Caara Oy. Vantaa

## Kuviot

Kuvio 1: Käytettävyyden osa-alueet (Nielsen 2012) .....	10
Kuvio 2: K-caara.fi -verkkosivun kävijöiden sukupuolijakauma .....	23
Kuvio 3: K-caara.fi -verkkosivun kävijöiden ikäjakauma.....	23
Kuvio 4: K-caara.fi -verkkosivun selaamiseen käytetyt selaimet.....	24
Kuvio 5: k-caara.fi -verkkosivun selaamiseen käytetyt laitteet .....	24
Kuvio 6: k-caara.fi -verkkosivun selaamiseen käytetyt laitteet ja selaimet .....	25
Kuvio 7: Käytettävyydestä toteutunut sukupuolijakauma .....	26
Kuvio 8: Käytettävyydestä toteutunut ikäjakauma .....	26
Kuvio 9: Käytettävyydestä pohjalta saatu kuva sivustorakenteen selkeydestä .....	27
Kuvio 10: Käytettävyydestä pohjalta saatu kuva sisällön löytymisen helppoudesta .....	28
Kuvio 11: Käytettävyydestä pohjalta saatu kuva tekstin erottumisesta sivustolla .....	28
Kuvio 12: Kotisivun nykyinen header-elementti.....	30
Kuvio 13: Ehdotus kotisivun uudesta header-elementistä, jossa automerkkien logot .....	30
Kuvio 14: Kotisivun "Meistä"-alasin hero-osio ja sivulle sisällytetyt kappaleet .....	30
Kuvio 15: Kotisivun nykyinen navigointivalikko .....	31
Kuvio 16: Ehdotus kotisivun uudesta navigointivalikosta .....	31
Kuvio 17: Uuden navigointivalikon asettuminen sivuston hierarkkiseen rakenteeseen.....	31
Kuvio 18: Etusivun lyhyt esittely yrityksestä ja sen toiminnasta .....	32
Kuvio 19: Ehdotus uudesta esittelystä sekä ohjaavat linkit .....	32
Kuvio 20: Caara.fi-vaihtoautopalvelun nykyinen header-elementti .....	33
Kuvio 21: Caara.fi-vaihtoautopalvelun header-elementti oikealla logolla .....	33
Kuvio 22: K-Caara.fi -sivuston kartta, karttamerkin jääminen yhteystietokortin taakse .....	33
Kuvio 23: K-Caara.fi -sivuston kartta, karttamerkin erottuvuus taustastaan .....	34

## Liitteet

Liite 1: Käytettävyyden heuristinen arviointi .....	40
Liite 2: Käytettävyydesti - Alkukysely .....	41
Liite 3: Käytettävyydesti - Kokemus tietokoneen käytöstä .....	42
Liite 4: Käytettävyydesti - Kahden eri sivuston erotettavuus .....	44
Liite 5: Käytettävyydesti - k-caara.fi:n käytettävyys .....	45
Liite 6: Käytettävyydesti - Käytettävyys yleisesti .....	46
Liite 7: Käytettävyydesti - Visuaalisuus osana käytettävyttä .....	47
Liite 8: Käytettävyydesti - Loppuhaastattelu .....	48
Liite 9: Käytettävyydestin tulokset .....	49
Liite 10: Kehitysehdotukset käytettävyydestin pohjalta .....	65

## Liite 1: Käytettävyyden heuristinen arviointi

### Opittavuus

- Toimintojen tulisi olla näkyvissä käyttäjälle, jotta niitä osataan hyödyntää.  
Kaikki toiminnot ovat näkyvissä ja näkyvyyttä on pyritty selkeyttämään erotettavilla väreillä sekä kontrastilla.
- Käyttöliittymän tulisi olla johdonmukainen muihin samankaltaisiin käyttöliittymiin verrattuna.  
Sivuston navigaatiovalikko ei täysin vastaa samankaltaisten sivustojen navigaatioita. Sivuston hierarkia on selkeä, mutta esimerkiksi yksityisille ja yrityksille tarkoitettujen palveluiden erottaminen voi olla hankalaa.
- Käytetyn kielen ja symboliikan tulisi olla tuttua ja ymmärrettävää käyttäjille.  
Pääsääntöisesti sivustolla käytetään hyvin arkista, ihmisläheistä ja ymmärrettävää kieltä. Jotkin käsitteet ovat varmasti asiakkaalle vieraita, näitä tulisi pyrkiä avaamaan paremmin. (Esim. K-CaaraDeal)
- Eri toimintojen käyttömahdollisuudet tulee tuoda esille selvästi.  
Eri toimintojen käyttömahdollisuudet ovat selkeitä. Sivuston toiminnot koostuvat pääosin linkeistä, jotka ovat selkeästi rakennettu.

### Käytön helppous

- Käyttäjän toimintaa ja liikkumista tulisi tukea selkeällä navigoinnilla.  
Navigointi on visuaalisuudeltaan järjestetty selkeästi, mutta sen hierarkiaa tulisi vielä kehittää, jotta käyttäjä ymmärtää hakea haluamaansa tietoa oikeasta paikasta.
- Toimintojen seuraukset tulisivat olla selkeästi esitettynä.  
Sivustolla olevat toiminnot ovat hyvin itseään selittäviä (linkejä), joten mielestäni näiden nykyinen esitystapa on riittävän selkeä myös käyttäjälle.
- Käyttöliittymän tulisi tarjota jatkuvasti ristiriidatonta palautetta käyttäjälle.  
Käyttöliittymä on rakennettu johdonmukaisesti, eikä se johda käyttäjänsä harhaan kovinkaan helposti. Myös virhetilanteiden syntyminen on minimoitu yksinkertaisuudella.

### Turvallisuus ja tehokkuus

- Käyttöliittymän tulisi palautua nopeasti toimintojen, erityisesti virheiden jälkeen.  
Sivusto toimii hyvin ketterästi, eikä virheisiin päädytä juuri koskaan. Esimerkiksi kokeilemalla avata sivuston sivu, jota ei ole olemassa, päädytään vain tyhjälle sivulle, josta voidaan siirtyä etusivulle takaisin.
- Käyttöliittymän tulisi tehokkaasti ehkäistä virheiden syntymistä rajoituksilla.  
Sivuston virhetilanteet on erinomaisesti rajattu. Käytännössä sivuston tavanomainen kävijä ei kykene luomaan virhetilannetta sivustolla. Virhetilanteiden syntymiselle on suurin mahdollisuus, jos esimerkiksi jokin linkki on väärin luotu.

### Soveltuvuus

- Käyttöliittymän tulisi olla joustava ja tarjota eri tapoja toteuttaa sama tehtävä.  
Sivustoa käytetään lähinnä tietyn tiedon löytymiseen. Yleisimmin etsityt tiedot löytyvät useamman eri reitin kautta, huomioiden erilaiset käyttötottumukset, joita sivuston kävijöillä on.
- Käyttöliittymän tulisi olla ulkoasultaan tyylikäs ja houkutteleva.  
Käyttöliittymän ulkoasu on hyvin selkeä, yksinkertainen ja kontrastiltaan miellyttävä. Erilaiset linkit ja tärkeät asiat on korostettu huomiöväreillä ja fonttikoolla, mikä selkeyttää käyttäjälle mahdollisia toimintoja. Sivusto ei ole myöskään liian täynnä tietoa, jonka ansiosta sivustolle luotu tieto on helpompi havaita.
- Käyttäjän mieleen tulisi jäädä miellyttävä käyttökokemus.  
Pääosin sivuston selaamisen jälkeen mieleen jäi hyvä käyttökokemus, mutta jotkin tiedot ovat vaikeasti löydettävissä sivuston hierarkian ja navigaatiovalikon hierarkian eroavaisuuksien takia.



## Liite 2: Käytettävyydesti - Alkukysely

### K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestaus

Tämä käytettävyydesti suoritetaan osana opinnäytetyötä, jonka tarkoituksena on tunnistaa K Caara Oy:n asiakkaille luotujen verkkosivujen käytettävyydessä esiintyviä ongelmia, jotta sivustojen käyttökokemuksesta voitaisiin kehittää miellyttävämpi ja monista verkkosivustoista koostuvan kokonaisuuden hierarkkisen rakenteen hahmottaminen olisi vaivattomampaa asiakaskunnalle.

Tämän käytettävyydestin pohjalta on tarkoituksena luoda ymmärrys siitä, minkälaisia asioita K Caara Oy:n verkkosivujen kohderyhmät arvostavat ja minkälaisia käytettävyyso ongelmia he verkkosivuilla kohtaavat. Tavoitteena on tuoda esille kohderyhmään kuuluvien omia kokemuseräisiä tuntemuksia käytettävyydestä tässä kontekstissa. Tämän takia tutkija, eli minä, en voi auttaa tai vastata kysymyksiisi testin aikana.

Testauksen alkukysely suoritetaan haastattelemalla tutkimushenkilöä. Käytettävyydestauksen tehtäväosiot suoritetaan "think-aloud" menetelmällä sekä haastattelemalla ja havainnoimalla tutkimukseen osallistuvaa henkilöä.

Testauksen suorittamisessa ei tarvita yksityisiä tietoja, eikä niitä täten julkaista myöhemminkään. Jokaisen tehtävän ja kysymyksen osalta kirjataan ylös tutkimushenkilön ja tutkijan havainnot.

Käytettävyydesti videokuvataan tutkimushenkilön suostumuksen puitteissa. Testiin kulutetun ajan kokonaisarviona 20-30 minuuttia.

Onko sinulla kysyttävää tähän käytettävyydestiin liittyen?

\*Pakollinen

#### 1. Tutkimushenkilön merkintä (TH1, TH2, jne.) \*

---

#### 2. Käytettävä laite ja selain \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Tietokone ja Chrome-selain
- iPhone ja Safari -selain

#### 3. Sukupuoli \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Nainen
- Mies

#### 4. Ikä \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- alle 35 vuotta
- 35 - 54 vuotta
- yli 55 vuotta

### Liite 3: Käytettävyydestä - Kokemus tietokoneen käytöstä

#### Esitieto: Kokemus tietokoneen ja internetin käytöstä

Tämä osa suoritetaan haastattelemalla tutkimukseen osallistuvaa henkilöä.

#### Kysymyksiin vastataan kyllä/ei -vastauksilla ja tutkimushenkilöltä pyydetään tarvittaessa tarkennusta.

Käytön kokemus määritellään näiden vastausten pohjalta oheisen arviointiasteikon mukaisesti. Tutkimuksen suorittaja kirjaa vastaukset tälle lomakkeelle.

Arviointi-asteikko (Kyllä-vastausten määrä)

0-1 = Ei lainkaan kokemusta, tutkimushenkilölle ei suoriteta testausta.  
2 = Heikko  
3 = Tyydyttävä  
4 = Kohtalainen  
5 = Hyvä  
6-7 = Kiitettävä  
8-9 = Erinomainen

##### 1. Omistatko tietokoneen?

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

##### 2. Osaatko asentaa itse tietokoneohjelmia?

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

##### 3. Korjaatko tietokoneen vikatilat ja ongelmat yleensä itse ilman muiden apua?

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

##### 4. Löydätkö usein Internetistä sen, mitä olet etsimässä?

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

##### 5. Käytätkö Internetiä päivittäin?

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

##### 6. Osaatko antaa esimerkin verkkosivun URL-osoitteesta? (+tarkennus)

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

**7. Oletko antanut palautetta jostain sivulla esiintyvistä viasta tai ollut muuten mukana verkkosivujen kehitystyössä? (+tarkennus)**

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

**8. Tiedätkö, mitä tarkoittaa käsite "HTML"? (+ tarkennus)**

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

**9. Osaatko nimetä vähintään 3 eri www-selainta? (+ tarkennus)**

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä  
 Ei

**10. Kyllä vastausten määrä**

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 0-1  
 2  
 3  
 4  
 5  
 6-7  
 8-9  
 Muu: \_\_\_\_\_

## Liite 4: Käytettävyydestä - Kahden eri sivuston erotettavuus

### Caara.fi ja K-Caara.fi –sivustojen erotettavuus

Siirrytään varsinaiseen käytettävyydestäukseen. Tutkimukseen osallistuvalla esitetään seuraavat tehtävät ja havainnoimalla sekä "think-aloud" menetelmällä selvitetään, kuinka helppoja tehtävät on suorittaa.

Tutkimuksen tekijä kirjaa vastauksiin havaitut asiat sekä tutkimushenkilön mietteet. Tutkimukseen osallistuva kertoo tehtävien aikana, mistä hän etsii asiaa ensimmäiseksi, mistä seuraavaksi jne.

### Avataan tutkimushenkilölle valmiiksi caara.fi - vaihtoautosivusto

1. Löydät K-Caaran sivun Googlen hausta ja päädyit tälle sivustolle. Mikä K-Caaran verkkopalvelu on mielestäsi kyseessä ja kuinka päättelit tämän? \*

---

---

---

---

---

### Caara.fi:stä K-caara.fi:hin

Seuraavan kysymyksen tietoja ei löydy vaihtoautojen myyntisivulta. Seurataan, kuinka helppoa k-caara.fi:hin siirtyminen on.

Tutkimushenkilö siirtyy tässä vaiheessa caara.fi:stä k-caara.fi:hin.

1. Haluat ostaa uuden, käyttämättömän auton. Etsi lisätietoja K-Caaran uusista autoista. \*

---

---

---

---

---

## Liite 5: Käytettävyydesti - k-caara.fi:n käytettävyys

### **K-Caara.fi:n käytettävyys [k-caara.fi](http://k-caara.fi) sivustolla palveluita etsiessä**

Tutkimukseen osallistuva kertoo tehtävien aikana, mistä hän etsii asiaa ensimmäiseksi, mistä seuraavaksi jne. Tutkimuksen tekijä kirjaa vastauksiin havaitut asiat sekä tutkimushenkilön mietteet.

- 1. Haluat tietää, mitä erilaisia palveluita yksityisasiakkaille on sivustolla tarjottu. Etsi kaikki nämä 6 palvelua.\***

---



---



---



---



---



---

- 2. Etsi sivulta kaikki K-Caaran palvelut niin yksityisasiakkaille kuin yritysasiakkaillekin.\***

---



---



---



---



---



---

- 3. Olet ostanut K-Caaralta uuden sähköauton ja kuullut samalla K-Latauksesta. Etsi tietoa K-Latauksen latauspaikoista ja niiden toiminnasta sekä ohjeet K-Lataus -sovelluksen lataamiselle.\***

---



---



---



---



---



---

- 4. Sinulla on Volkswagen-auto ja haluat varata sille huollon K-Caarasta. Etsi tiesi Volkswagen-huollon ajanvaraukseen k-caara.fi:n kautta.**

---



---



---



---



---



---

- 5. Olet kuullut K-Caaran laajentumisesta viimeaikoina ja haluaisit tietää, missä paikkakunnilla K-Caaralla on nykyään toimipisteitä. Etsi kaikki nämä paikkakunnat.\***

---



---



---



---



---



---

- 6. Päädyit Googlen hausta [k-caara.fi](http://k-caara.fi) -sivustolle ja haluaisit selata K-Caaran vaihtoautoja. Siirry K-Caaran vaihtoautopalveluun k-caara.fi:n kautta.\***

---



---



---



---



---



---

## Liite 6: Käytettävyydestä - Käytettävyys yleisesti

**K-Caara.fi:n käytettävyys yleisesti**

Seuraavassa osassa käydään yleisesti läpi [k-caara.fi](http://k-caara.fi) -sivuston käytettävyyttä. Arvosanavaihtoehtoina ovat 1 (heikko), 2 (kohtalainen), 3 (tyydyttävä), 4 (hyvä), 5 (erinomainen). Tutkimuksen suorittaja kirjaa tutkimushenkilön vastaukset tälle lomakkeelle.

**1. Sisällön löytymisen helppous \***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

**2. Sivustolla navigoinnin helppous \***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

**3. Yhteystietojen löytymisen helppous \***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

**4. Kaikkien palveluiden löytymisen helppous \***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

## Liite 7: Käytettävyydesti - Visuaalisuus osana käytettävyyttä

**K-Caara.fi:n visuaalisuus osana käytettävyyttä**

Tässä testin toiseksi viimeisessä osassa käydään yleisesti läpi [k-caara.fi](http://k-caara.fi) -sivuston ilmettä ja käytön miellyttävyyttä.

Arvosanavaihtoehtoina 1 (heikko), 2 (kohtalainen), 3 (tydyttävä), 4 (hyvä), 5 (erinomainen)

Tutkimuksen suorittaja kirjaa tutkimushenkilön vastaukset tälle lomakkeelle.

**1. Tekstin erottuminen, kontrasti**

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

**2. Fontti, fonttikoko\***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

**3. Sivuston ilme, kuvien käyttö\***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

**4. Sivustorakenteen selkeys\***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

**5. K-Caara osa Kesko-konsernia, K-ryhmään kuulumisen selkeys\***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5

## Liite 8: Käytettävyydesti - Loppuhaastattelu

### Käytettävyydestäuksen lopetus

Tässä testin viimeisessä osassa käydään läpi tutkimushenkilön mielteitä testauksen pohjalta seuraavien apukysymysten avulla.  
Kaikki havainnot kirjataan tälle lomakkeelle.

**1. Kuinka miellyttävää sivustolla asiointi oli? (käyttökokemus) Miksi? \***

---

---

---

---

---

**2. Missä käytettävyyttä tulisi mielestäsi ehdottomasti kehittää? Minkä asian koit kaikkein vaikeimmaksi? Onko sinulla joitain tiettyjä kehitysideoita mielessäsi? \***

---

---

---

---

---

**3. Vapaa palaute k-caara.fi:n käytettävyyteen liittyen. \***

---

---

---

---

---



## Liite 9: Käytettävyydestin tulokset

11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

## K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

8 vastausta

### Tutkimushenkilön merkintä (TH1, TH2, jne.)

8 vastausta

TH1

TH2

TH3

TH4

TH5

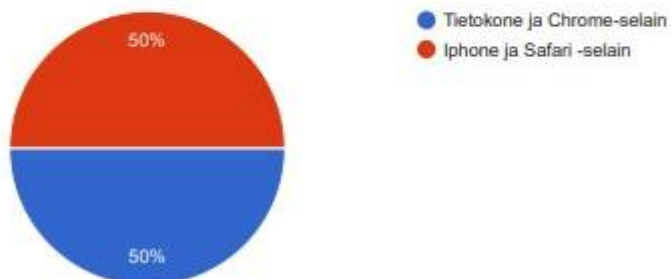
TH6

TH7

TH8

### Käytettävä laite ja selain

8 vastausta

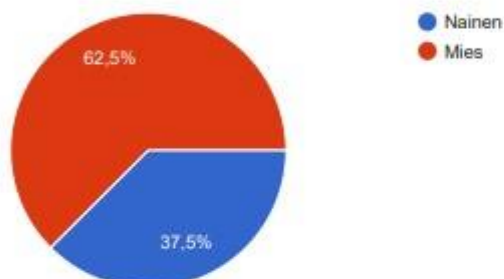


11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

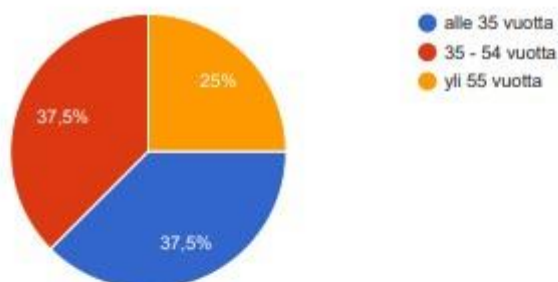
## Sukupuoli

8 vastausta



## Ikä

8 vastausta



## Esitieto: Kokemus tietokoneen ja internetin käytöstä

Kysymyksiin vastataan kyllä/ei -vastauksilla ja tutkimushenkilöiltä pyydetään tarvittaessa tarkennusta.

## Omistatko tietokoneen?

8 vastausta

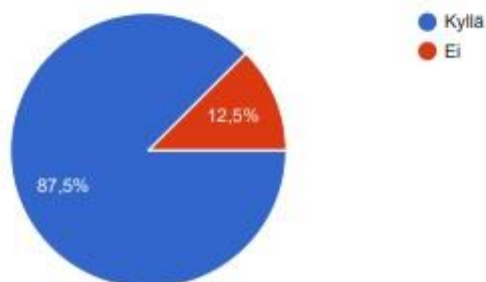
11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä



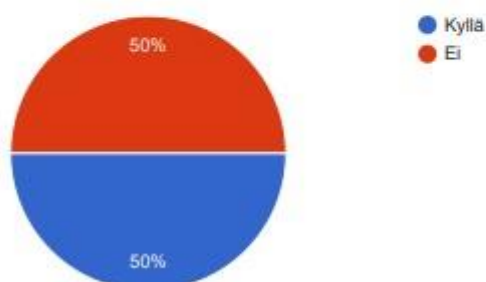
### Osaatko asentaa itse tietokoneohjelmia?

8 vastausta



### Korjaatko tietokoneen vikatilat ja ongelmat yleensä itse ilman muiden apua?

8 vastausta



11.11.2010

K-Gaaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyyttä

### Löydätkö usein Internetistä sen, mitä olet etsimässä?

8 vastausta



### Käytätkö Internetiä päivittäin?

8 vastausta

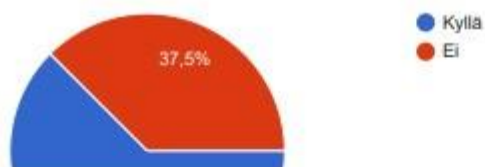


### Osaatko antaa esimerkin verkkosivun URL-osoitteesta? (+tarkennus)

8 vastausta

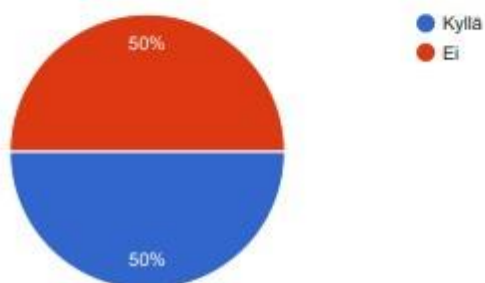
11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyysestaus



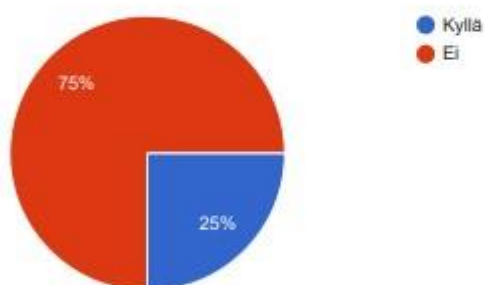
Oletko antanut palautetta jostain sivulla esiintyvistä viasta tai ollut muuten mukana verkkosivujen kehitystyössä? (+tarkennus)

8 vastausta



Tiedätkö, mitä tarkoittaa käsite "HTML"? (+ tarkennus)

8 vastausta

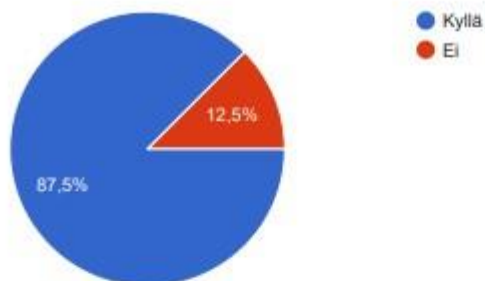


11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

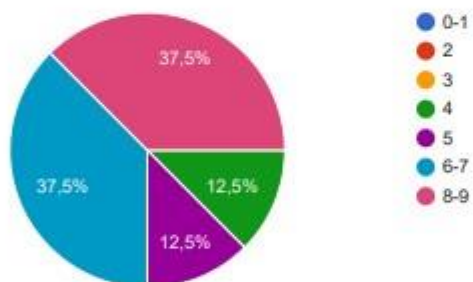
### Osaatko nimetä vähintään 3 eri www-selainta? (+ tarkennus)

8 vastausta



### Kyllä vastausten määrä

8 vastausta



### Caara.fi ja K-Caara.fi -sivustojen erotettavuus

Avataan tutkimushenkilölle valmiiksi caara.fi -vaihtoautosivusto



11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyytettä

## Löydät K-Caaran sivun Googlen hausta ja päädyit tälle sivustolle. Mikä K-Caaran verkkopalvelu on mielestäsi kyseessä ja kuinka päättelit tämän?

8 vastausta

Kyseessä vaihtoautosivu, joka pääteltävissä mainosbannerista. Outlet ihmetyttää. Pohdintana koetaan olevan kenties myös uusien autojen myyntialusta.

Käytettyjen autojen myynti, mainosbanneri selkeytti heti.

Kotisivu kyseessä. Logona K-Caara ja erilaisia palveluita kuvattuna.

Autosivusto, K-ryhmään kuuluva. Käytettyjen autojen verkkosivu, pääteltävissä hakukentästä.

Autojen verkkokauppa. Etusivulla oleva mainos avasi tilannetta hyvin. Ainakin vaihtoautoja myynnissä.

Automyynnin sivusto, K-Caaran autoja, koska selatessa etusivua näkyy autoja. Kyseessä on siis K-Caaran verkkosivut.

Kyseessä automyynnin sivu. Sivustolta arvellaan löytyvän sekä vaihtoautoja että leasingpalveluita. Päätös etusivun selaamisen kautta.

Kyessä automyynnin sivusto, jossa ainakin vaihtoautoja myynnissä. Havaittiin etusivun ohjaavan selkeästi käytetyn auton ostoon.

## Haluat ostaa uuden, käyttämättömän auton. Etsi lisätietoja K-Caaran uusista autoista.

8 vastausta

Sivun selaus edestakaisin. Huomataan, että vain vaihtoautojen myyntiä. Etsitään vaakanavigaatiosta, siirrytään K-CaaraGo:hon. Selataan uudestaan navigaatoriviä ja ihmetellään Outletin ja vaihtoautojen eroja. Painaa "Kaikki K-Caara palvelut" ja löytää tiensä k-caara.fi:hin. Tältä sivulta uudet autot löytyivät saman tien.

Navigaatio auki ensin. Painetaan K-CaaraGo auki, huomataan että väärä sivu. Avataan navigaatio ja painetaan kaikki K-Caara palvelut, löydetään k-caara.fi ja uudet autot navigaatiosta. Sivustot ei erotettavissa helposti. Logoilla iso merkitys eroavaisuuden ymmärtämisessä.

Selataan navigaatiota. Avataan heti kaikki K-Caara palvelut, uudet autot löytyivät heti.

Burgernavi auki ensiksi. Kaikki käsitteet vieraita. Painaa kaikki K-Caara palvelut. Selaa k-caara.fi:tä edestakaisin etusivulle. Autot löytyivät etusivulta.

Selataan vaakanavigaatiota. Selataan etusivua ylös ja alas. Painetaan K-CaaraGo, havaitaan, että kyseessä auton vuokrauspalvelu. Painetaan Kaikki K-Caara palvelut. Uudet autot löytyivät kätevästi heti sivun ladattua vaakanavigaatiosta.

Selataan etusivua alaspäin. Siirrytään takaisin ylös, avataan valikko. Avataan K-CaaraGO -palvelu, havaitaan ettei ole uusien myyntiä. Pohditaan K-CaaraOutletia, mutta painetaan Kaikki K-Caara palvelut -linkkiä ja päädytään k-caara.fi -sivustolle. Selataan etusivua edestakaisin. Avataan valikko, josta löytyy uudet autot.

Kiinnitetään huomiota navigaatioon. Koska kaikki muut nimet vieraita, painetaan Kaikki K-Caara palvelut nappia.



11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

Selataan etusivua edestakaisin, Painetaan auki K-CaaraOutlet. Valitaan valikosta K-CaaraGo. Ei avata Kaikki K-Caara palvelut linkkiä, sillä koetaan sen kertovan erilaisista lisäpalveluista vaihtoautoa ostaessa.

## K-Caara.fi:n käytettävyys k-caara.fi sivustolla palveluita etsiessä

**Haluat tietää, mitä erilaisia palveluita yksityisasiakkaille on sivustolla tarjottu. Etsi kaikki nämä 6 palvelua.**

8 vastausta

Etsitään ensin vaakanavigaatiosta. Selataan etusivua huomaamatta palveluita etusivulla. Ei löydetä suoraan yksityispalveluita. Avataan Kaikki K-caara palvelut -navi. Yritys- ja yksityispalveluiden erottaminen vaikeaa.

Selataan sivua edestakaisin, navigaatio auki, ei nähdä palveluja navigaatiovalikossa selkeästi. Ei jakseta scrollata tarpeeksi alas. Etsitään vain sivun alusta. Navigaatio takaisin auki tuloksetta. Lopputuloksena ei löydetty palveluita.

Selataan päänavigaatiota. Löytyi kolme palvelua. Selataan etusivua alaspäin. Löydetään kaikki etusivulta.

Avataan burgernavi. Löytyy uudet autot ja vaihtoautoit sekä huolto. Avataan kaikki K-Caara palvelut, ei saada käsitystä mitä nimet tarkoittavat, joten niitä ei avata (esim. K-CaaraDeal). Loput palvelut löytyivät etusivulta selatessa tarkemmin edestakaisin.

Etsitään ensin vaakanavigaatiosta. Löydetään kolme palvelua. Silmäillään muita vaihtoehtoja navigaatiosta sekä etusivulla selaten ylös ja alas. Havaitaan hetken pohdinnan jälkeen muut palvelut etusivun palvelukorteista.

Avataan valikko, löydetään 3 palvelua. Painetaan auki Muut K-Caara palvelut. Palvelut löytyvät, mutta ei osata sanoa, mikä on yksityishenkilöille tarkoitettu.

Navigaatiovalikko auki ensimmäisenä, selataan listaa. Ei ymmärretty mitkä palvelut olivat yksityisille ja mitkä ei. Palveluita kuitenkin löytyi monia.

Löytyi hetken selaamisen jälkeen etusivulta, hyvin vaikeasti löydettävissä, käyttäjän tulee tehdä itse työtä löytääkseen yksityisille tarjotut palvelut.

**Etsi sivulta kaikki K-Caaran palvelut niin yksityisasiakkaille kuin yritysasiakkaillekin.**

8 vastausta

Klikataan välittömästi ylänavi auki, koska helpoin ja selkein valinta, joka myös muistettavissa.



11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyysestaus

Navigaatio auki, helppo löytää, palveluita ei kuitenkaan erota, mikä yksityisille, mikä yrityksille.

Selataan päänavigaatiota. Etusivun selaus edestakaisin. Vaakanavigaatiosta löydetään yritysautot. Ei huomattu Kaikki K-Caara palvelut linkkiä laisinkaan.

Etusivulta alaspäin selatessa. Helppo löytää.

Havaitaan heti oikeassa yläkulmassa nappi "Kaikki K-Caara palvelut". Löydetään kaikki palvelut kätevästi tätä kautta.

Kaikki nämä löytyivät Muut K-Caara-palvelut valikosta.

Löytyivät navigaatiovalikosta Muut K-Caara palvelut -napin alta.

Painetaan ensin yritysautot-linkkiä, palataan k-caara.fi:hin osa palveluista löydetään suoraan vaakanavigaatiosta, loput etusivun alhaalta tovin etsinnän jälkeen.

**Olet ostanut K-Caaralta uuden sähköauton ja kuullut samalla K-Latauksesta. Etsi tietoa K-Latauksen latauspaikoista ja niiden toiminnasta sekä ohjeet K-Lataus -sovelluksen lataamiselle.**

8 vastausta

Etsitään tietoa vaakanavigaatiosta. Avataan K-Lataus -linkki. Sivulta löytyy kaikki tieto nopeasti ja vaivatta.

Navi auki, K-Lataus auki, latauspaikat löytyvät, toiminta selkeä, latausohjeet löytyvät.

Avataan K-Lataus -sivu. Sovelluksen latausohjeet löydetään ekana. Toiminta esille selkeästi. Avataan myös latauspaikkojen linkki.

Avataan burgernavi, avataan K-Lataus. Kaikki paikat löytyivät helposti sekä latauspaikkojen toiminta. Lataus sovelluksen latausohjeet löytyivät näiden alta näppärästi.

Avataan muistista ensin "Kaikki K-Caara palvelut" nappi. Tietoa ei löydetä, siirrytään selaamaan vaakanavigaatiota. Painetaan huoltopalvelut. Tieto ei löydy vielä, joten vaakanavigaatiota selataan uudelleen. Löydetään K-Lataus ja tämän kautta myös latauspaikat, ohjeet ja K-Lataus -sovellus.

Avataan navigointivaliko, painetaan K-Lataus. Selataan sivua alas päin, tiedot oli kätevästi löydettävissä.

Avataan navigaatiovalikko, painetaan K-Lataus. Kaikki tiedot löytyivät helposti alisivulta.

Avataan K-Lataus linkki, tiedot löytyvät sivulta selkeästi

**Sinulla on Volkswagen-auto ja haluat varata sille huollon K-Caarasta. Etsi tiesi Volkswagen-huollon ajanvaraukseen k-caara.fi:n kautta.**

11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

8 vastausta

Etsitään vaakanavigaatiosta huoltoa. Avataan Huoltopalvelut-linkki. Huollon ajanvaraukseen tie löytyi helposti, ei havaittuja ongelmakohtia

Selataan etusivun banneria. Navi auki, huoltopalvelut auki, Volkswagen huolto löytyi vaivatta.

Selataan etusivua. Löydetään Volkswagen huollon linkki etusivulta. Varaus löytyi helposti.

Selataan etusivua edestakaisin. Painetaan ensin K-CaaraFixiä jonka jälkeen etsittiin yhteystiedoista. Painettiin burgernavista huoltopalvelut ja huolto löytyi.

Avataan huoltopalvelut vaakanavigaatiosta. Volkswagen-huollon ajanvaraus löytyy helposti ja nopeasti.

Selataan etusivua lyhyesti, avataan navigointivalikko. Avataan Huoltopalvelut-linkki. Huollon varaus näkyy käyttäjälle selvänä.

Painetaan ensimmäiseksi etusivulta Volkswagen logoa. Brändisivuille siirtyminen, jonka kautta huoltoon. Havaittu etusivun ylimpien osien olevan huomattavasti tärkeämpiä kuin navigaatiovalikko.

Löytyi etusivulta muistettavasti ja helposti.

**Olet kuullut K-Caaran laajentumisesta viimeaikoina ja haluaisit tietää, missä paikkakunnilla K-Caaralla on nykyään toimipisteitä. Etsi kaikki nämä paikkakunnat.**

8 vastausta

Etsitään tietoa vaakanavigaatiosta. Avataan sivu. Toimipisteet löytyivät vaivatta.

Navi auki. Yhteystieto sivu auki. Paikkakunnat löytyivät selkeästi.

Selataan navigaatiota. Avataan yhteystiedot. Kaikki paikkakunnat löytyi selkeästi kartan alta.

Avataan valikko. Selataan etusivua. Painetaan linkkiä yhteystietoihin ja selataan yhteystieto-sivua alaspäin, jolloin kaupungit löytyivät.

Avataan yhteystiedot-välilehti. Selataan sivua alaspäin ja paikkakunnat löytyivät helposti kartan alapuolelta.

Avataan navigointivalikko, etsitän yhteystiedoista kertovaa linkkiä. Avataan yhteystiedot-välilehti. Selataan sivua alaspäin, paikkakunnat löytyvät kartan alta.

Selataan etusivua alaspäin. Löydetään yhteystietolinkki etusivulta. Paikkakunnat selkeästi kartan alla.

Painetaan yhteystiedot, paikkakunnat löytyvät selkeästi.

11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

Päädym Google hausta k-caara.fi -sivustolle ja haluaisit selata K-Caaran vaihtoautoja. Siirry K-Caaran vaihtoautopalveluun k-caara.fi:n kautta.

8 vastausta

Etsitään vaakanavigaatiosta. Avataan Vaihtoautot-linkki. Huomattavasti selkeämpi siirtyminen kuin caara.fi:stä k-caara.fi:hin.

Tieto löyty bannerista heti, toisena vaihtoehtona navigaatiovalikko.

Löytyi heti vaakanavigaatiosta. Helppo avata ja löytää.

Avataan valikko, vaihtoautot löytyivät nopeasti ja siirtyminen oli helppoa.

Selataan heti vaakanavigaatiota ja havaitaan Vaihtoautot-elementti. Avataan vaihtoautosivusto tätä kautta.

Muistetaan, että navigointivalikossa oli vaihtoautoille oma linkki. Avataan navigointivalikko ja painetaan Vaihtoautot.

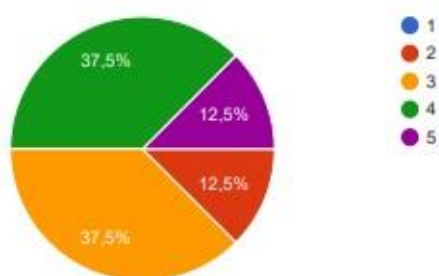
Selataan etusivua. Löydetään tovin selailun jälkeen Vaihtoautojen palvelukortti etusivulta.

Avataan linkki vaakanavigaatiosta. Siirtyminen helppo.

## K-Caara.fi:n käytettävyys yleisesti

### Sisällön löytymisen helppous

8 vastausta

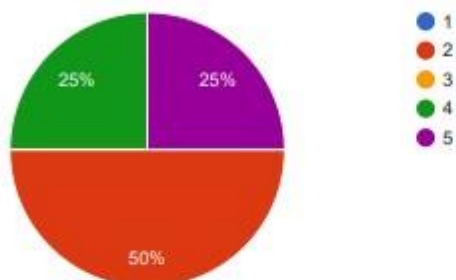


11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

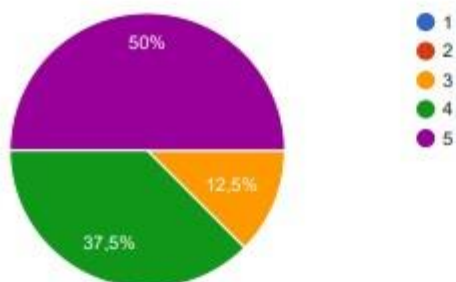
### Sivustolla navigoinnin helpous

8 vastausta



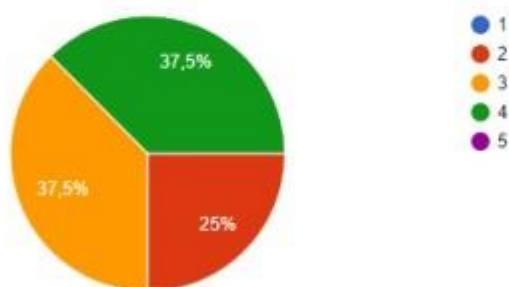
### Yhteystietojen löytymisen helpous

8 vastausta



### Kaikkien palveluiden löytymisen helpous

8 vastausta



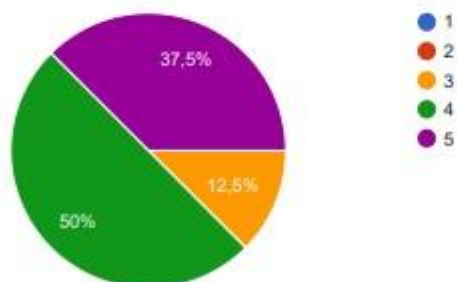
11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

## K-Caara.fi:n visuaalisuus osana käytettävyyttä

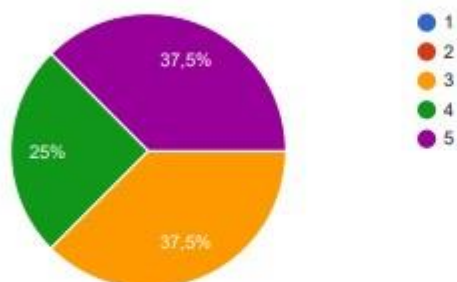
### Tekstin erottuminen, kontrasti

8 vastausta



### Fontti, fonttikoko

8 vastausta

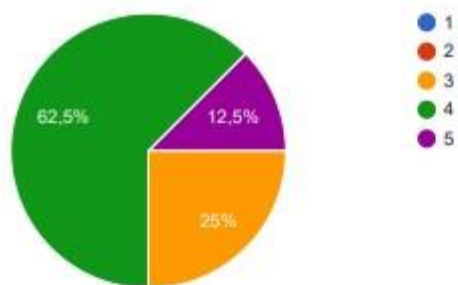


### Sivuston ilme, kuvien käyttö

8 vastausta

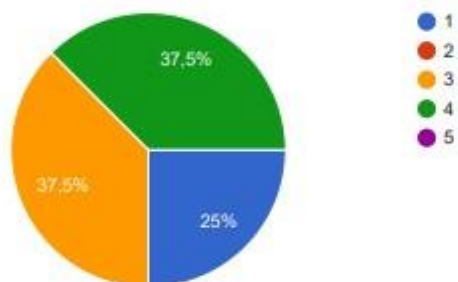
11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä



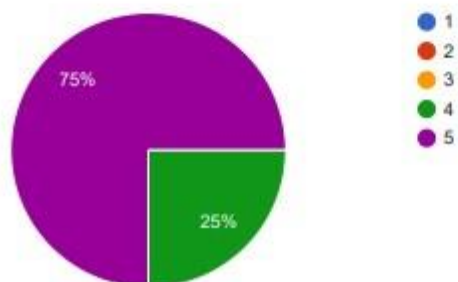
### Sivustorakenteen selkeys

8 vastausta



### K-Caara osa Kesko-konsernia, K-ryhmään kuulumisen selkeys

8 vastausta





## Käytettävyydestäuksen lopetus

### Kuinka miellyttävää sivustolla asiointi oli? (käyttökokemus) Miksi?

8 vastausta

Kokonaisuudessaan melko hyvä. Kartta oli vaikealukuinen. Vaakanavigaatioissa ei suoraan niitä linkkejä, joita haluttiin löytää.

Ei yksistään miellyttävä. Yksityiskohtaista tietoa ei löydä helposti.

Melko helppo käyttää, mutta navigaatio ei ole selkeä ja helpompi asiakkaalle. Sisältöä löytyy mukavasti myös etusivulta.

Tietyt palvelut oli vaikea löytää. Valikko suhteellisen selkeä. Merkit mainittu heti, siitä plussaa.

Kokemus oli ihan miellyttävä, tosin jotain tietoja oli hieman vaikea löytää, olisi toivottavaa että kaikki tiedot olisi löydettävissä helpommin yläpalkin avulla.

Sivusto miellytti silmää ja oli selkeä. Käsitteet voisi kuitenkin olla selvemmin avattuina, nyt huomattavan vaikeaa ymmärtää, mikä palvelu on tarkoitettu ja kenelle.

Selkeys, tieto, joka oli esillä, oli helppolukuista.

Ei oikeastaan miellyttävä, sillä ei kovinkaan selvää, millä sivulla milloinkin ollaan.

### Missä käytettävyyttä tulisi mielestäsi ehdottomasti kehittää? Minkä asian koit kaikkein vaikeimmaksi? Onko sinulla joitain tiettyjä kehitysideoita mielessäsi?

8 vastausta

Yritys- ja yksityispalveluiden selkeämpi erottelu asiakkaalle. Kartan selkeytys.

Mitkä palvelut ovat yksityisille, mitkä yrityksille. Kartan selkeys, toimipistekohtaisia tietoja vaikea löytää.

Autoista tietämättömälle asiakkaalle vaikeakäyttöinen sivu, koska termistö ei arkipäiväinen.

Mobiilissa kuvien skaalaus aiheuttaa kuvien epäselkeyttä. Yritys ja yksityispalveluiden erottaminen vaikeaa, varsinkin kun käsitteitä ei ole avattu etukäteen.

Tiedon löytäminen helpommin/nopeammin, selkeys.

Palveluiden löytyminen oli haastavaa, palvelut voisivat olla selkeämmin esitettyinä navigointivalikossa.

Yksityisille ja yrityksille tarjotut palvelut ovat epäselvästi esitetty. Oikean tiedon löytyminen otti hieman aikaa, sillä asioista ei aina ole puhuttu arkikielellä.

Yksittäistä seikkaa ei nouse esiin, mutta havaittiin, että niin yhden sivuston kuin monen sivuston kokonaiskuva on hyvin vaikea hahmottaa. Käyttäjälle tulisi tehdä selvemmäksi, mikä sivu on kyseessä ja mistä haluttu tieto voisi löytyä, jos se ei löydy kyseiseltä sivulta.

11.11.2019

K-Caaran verkkopalvelukokonaisuuden käytettävyydestä

## Vapaa palaute k-caara.fi:n käytettävyyteen liittyen.

8 vastausta

Pääpiirteiltään käytettävyys hyvällä tasolla. Toistojen kautta helppo muistaa. Sisällön yksinkertaistamista käyttäjälle helpoksi voisi pohtia.

Ilme on hyvä ja selkeä, toiminnot hyvin muistettavia, mutta hierarkisuus haittaa käyttöä huomattavasti.

Visuaalisesti miellyttävä sivu. Etusivun palvelukortit olivat hyvät, mutta jäävät hieman piiloon etusivulla. Navigaatio on hieman vaikealukuinen.

Moderni sivusto. Mobiiliyhteensopivuus tärkeää, joka toteutettu suht hyvin. Videoita lisää esimerkiksi uusista malleista sekä niiden koeajoista/ ominaisuuksista.

Kokonaisuudessaan melko miellyttävä käyttökokemus, kaikki tieto löytyy, vaikkakin pienen etsinnän jälkeen jossain tapauksissa.

Sivusto on miellyttävä käyttää päällisin puolin, mutta mikäli sivustolta etsii jotain tiettyä sisältöä, palvelua tai linkkiä, vaatii se melko paljon omaa ajattelua.

-

Asiat on ajateltu liian mutkikkaasti, yksinkertainen ja selkeä kokonaisuus voisi kenties palvelua käyttäjänsä jopa nykyistä paremmin.

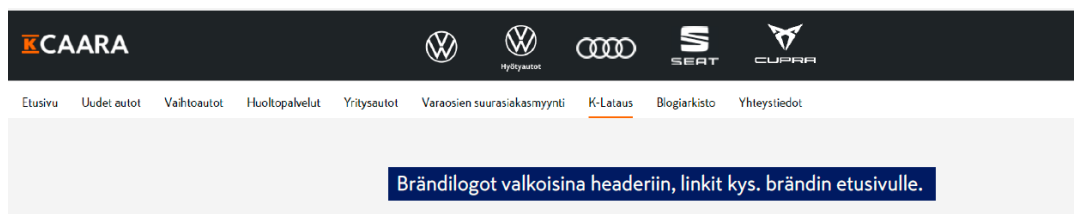
Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä. [Ilmoita väärinkäytöstä](#) - [Palveluehdot](#) - [Tietosuojakäytäntö](#)

Google Forms



## Liite 10: Kehitysehdotukset käytettävyydestin pohjalta

### 1. Header-elementti



### 2. Etusivu

Header	Logot rinnakkain
Hero/karuselli	Nykyinen
Otsikkoteksti ja iconit	Seuraava dia
Käyttövoimatesti ja ohjaus uusiin tai käytettyihin autoihin.	Nykyinen
Videospotti	Nykyinen
Bloginosto 1	Nykyinen
Bloginosto 2	Nykyinen
Footer	Nykyinen, somefeed tulevaisuudessa

## K-Caara - Mihin ikinä autoa tarvitsetkaan



**Liikkumisen ratkaisut kaikkiin tarpeisiin**

Liitämme autoilun ja liikkumisen osaksi arkeasi tarjoamalla erilaisia liikkumisen ratkaisuja.

**LUE LISÄÄ**  
/meista



**Olemme aina tavoitettavissa**

Palvelemme sinua eri autoiluasiossa 15 paikkakunnalla eri puolilla Suomea.

**YHTEYSTIEDOT**  
/yhteystiedot



**Palvelut yksityisasiakkaille**

Uudet ja käytetyt autot, yksityisleasing, vuokra-autot, merkkihuollot

**YKSITYISILLE**  
/palvelut-yksityisille



**Palvelut yritysasiakkaille**

Meiltä löydät yrityksesi tarpeisiin sopivat yritysautot sekä leasingratkaisut.

**YRITYKSILLE**  
/palvelut-yrityksille

**Lyhyt esittely, mitä kyseinen sivu tarjoaa + selkeät CTA:t**

### 3. Navigaatio

Mahdollisesti

	<a href="/">/</a>	<a href="/palvelut-yksityisille">/palvelut-yksityisille</a>	<a href="/palvelut-yrityksille">/palvelut-yrityksille</a>	<a href="/ajankohtaista">/ajankohtaista</a>	<a href="/k-lataus">/k-lataus</a>	<a href="/blogit">/blogit</a>	<a href="/yhteystiedot">/yhteystiedot</a>	<a href="/meista">/meista</a>
	Etusivu	Yksityisille	Yrityksille	Ajankohtaista	K-Lataus	Blogiarkisto	Yhteystiedot	Meistä
Esitetyt muutokset		Uudet autot	Uudet autot	Tarjoukset / kampanjat	Nykyinen	Nykyinen	Nykyinen	Yleistä tietoa
		Käytetyt autot	Huoltopalvelut	Ajankohtaista				K-Caara lyhyesti
		Huoltopalvelut	Leasing					K Code of Conduct
		Yksityisleasing	Vuokraus					Historia
		Vuokraus						

**Navigaatio kaksitasoiseksi, alempi taso auki ilman klikkauksia**

### 4. Palvelut yrityksille / yksityisille -alasisivut

YKSITYISILLE	
Uudet autot	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin-bottom: 5px;">Volkswagen</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uudet autot</li> <li>- Esittelyautot</li> <li>- Nopean toimituksen autot</li> </ul> </div> <div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin-bottom: 5px;">Audi</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uudet autot</li> <li>- Esittelyautot</li> <li>- Nopean toimituksen autot</li> </ul> </div> <div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin-bottom: 5px;">SEAT</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uudet autot</li> <li>- Esittelyautot</li> <li>- Nopean toimituksen autot</li> </ul> </div> </div>
Käytetyt autot	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Vaihtautot</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Outlet</div> </div>
Huoltopalvelut	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Volkswagen</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Audi</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">SEAT</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px; background-color: #444; color: white;">K-CaaraFix</div> </div>
Yksityisleasing	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Volkswagen</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Audi</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">SEAT</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px; background-color: #444; color: white;">K-CaaraDeal</div> </div>
Vuokraus	<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">K-CaaraGo</div> </div>
YRITYKSILLE	
Auton osto	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Volkswagen</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Audi</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">SEAT</div> </div>
Huoltopalvelut	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Volkswagen</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Audi</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">SEAT</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">Varaosien suursiikasmyynti</div> </div>
Leasing	<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">K-CaaraLeasing</div> </div>
Vuokraus	<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px; margin: 5px;">K-CaaraGo</div> </div>

**CAARA**
Kaikki K-Caara palvelut

Etusivu Yksityisille Yrityksille Ajankohtaista K-Lataus Blogiarkisto Yhteystiedot Meistä

## Palvelut yksityisille

UUDET AUTOT
KÄYTETYT AUTOT
HUOLTOPALVELUT
YKSITYISLEASING
VUOKRAUS

Kaikki palvelut linkkeinä heroon

### Uudet autot

Uudet autot  
Esittelyautot  
Nopean toimituksen autot

Uudet autot  
Esittelyautot  
Nopean toimituksen autot

Uudet autot  
Esittelyautot  
Nopean toimituksen autot

Palvelulle mahdollisesti lyhyt kuvaus, jonka jälkeen CTA:t

### Huoltopalvelut

Huollon ammattilaisemme huolehtivat autosi luotettavuudesta, liikenneturvallisuudesta sekä jälleenmyyntiarvon säilymisestä.

Käytämme alkuperäisiä varaosia, valmistajan hyväksymiä työkaluja ja noudatamme valmistajan määrittämiä huolto-ohjelmia sekä korjausohjeita.

Mahdolliset kampanjatarjoukset, päivitystyöt sekä laadun parannustoimenpiteet suoritamme automaattisesti huollon yhteydessä.

VOLKSWAGEN MERKKIHUOLTO

AUDI MERKKIHUOLTO

SEAT MERKKIHUOLTO

## 5. Meistä-sivu

**CAARA**
Kaikki K-Caara palvelut

Etusivu Yksityisille Yrityksille Ajankohtaista K-Lataus Blogiarkisto Yhteystiedot Meistä

## Autoilu ja liikkuminen osaksi arkeasi.

LYHYESTI
TOIMINTAMME
VASTUULLISUUS
HISTORIAMME
K-RYHMÄ

### Keitä olemme?

Lyhyesti ketä olemme, mitä teemme

K-Caara on Kesko-konsernin autokauppa ja autoilun palvelukokonaisuus. Meillä voit ostaa, myydä, lisätä, vuokrata, vaihtaa, huoltaa ja korjata autosi mutkattomasti. Olemme Suomen suurin Volkswagen, Audi ja SEAT henkilöautojen sekä Volkswagen Hyötyautojen jälleenmyyjä ja monipuolisten autoilun palveluiden tarjoaja.

<b>1250</b>	<b>15</b>	<b>8904</b>	<b>9172</b>
työntekijää eri toimipisteissä.	kaupungissa ympäri Suomen.	toimitettua uutta autoa vuonna 2018.	toimitettua vaihtoautoa vuonna 2018.

## K-Caara lyhyesti

### K-Caara lyhyesti

Olemme Suomen suurin Volkswagen, Audi ja SEAT henkilöautojen sekä Volkswagen Hyötyautojen jälleenmyyjä ja monipuolisten autoilun palveluiden tarjoaja.

Palvelemme sinua jo 15 paikkakunnalla eri puolilla Suomea.

Osana K-ryhmän monialaista toimintaa, liitämme autoilun ja liikkumisen osaksi arkeasi tarjoamalla erilaisia liikkumisen ratkaisuja kaikkiin tarpeisiin.

Meiltä löydät kaiken uusista autoista vaihtoautoihin ja vuokra-autoista yksityisleasingiin, unohtamatta yritysautoja tai merkkihuoltopalveluja.



## Toimintaperiaatteet esille



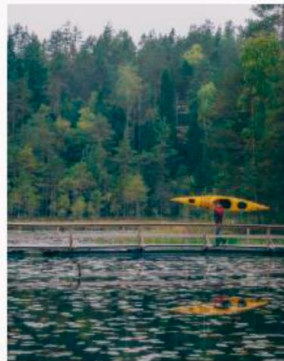
### Toimintamme

Päivittäistä toimintaamme ohjaavat Keskon arvo, visio ja missio sekä K Code of Conduct.

#### Arvo

Asiakas ja laatu – kaikessa mitä teemme.

## Toimintaperiaatteet esille



### Toimintamme

Päivittäistä toimintaamme ohjaavat Keskon arvo, visio ja missio sekä K Code of Conduct.

#### Arvo

Asiakas ja laatu – kaikessa mitä teemme.

#### Visio

Olemme asiakkaan valinta ja kaupan laatujohtaja Euroopassa.

#### Missio

Luomme vastuullisesti hyvinvointia kaikille sidosryhmillemme ja koko yhteiskunnalle.

Vastuullisuudesta

Sitaatti toimitusjohtajalta

K-Caara historia

## Vastuullisuus

- Taloudellinen vastuu
- Sosiaalinen vastuu
- Ympäristövastuu

LUE LISÄÄ

Kuva

Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä Sitaatti tekstiä

Nimi, titteli

## Historiamme

**1970-1990**

- Kesko-konserni ostaa Volkswagen ja Audi maahantuonnin Autola Oyjtä.
- MAN-maahantuontisopimus tehdään.

- VV-Auto Oystä **K Auto Oy**
- VV-Autotalot Oystä **K Caara Oy**

**2019**

- Länsi-Auto Oyn Volkswagen-, Audi-, ja SEAT- liiketoiminnot K-Caaralle.
- Autotalo Laakkonen Oyn Volkswagen-, Audi-, ja SEAT- liiketoiminnot K-Caaralle.

K-Caara / K-Auto / K-Ryhmä

K

**K-CAARA**

Suomen suurin Volkswagen, Audi ja SEAT henkilöautojen sekä Volkswagen Hyötyautojen jälleenmyyjä ja monipuolisten autoilun palveluiden tarjoaja. K-Caara palvelee sinua 15 toimipisteessä ympäri Suomen.

K-CAARA.FI

**K-AUTO**

Volkswagen-konsernin valmistamien autojen maahantuontiin, vähittäiskauppaan sekä jälkimerkinointiin erikoistunut yritys, joka kehittää myös edistyksellisiä autoalan palvelukonsepteja.

K-AUTO.FI

**K-RYHMÄ**

Suomalaisen kaupan alan edelläkävijä, joka toimii päivittäistavarakaupassa, rakentamisen ja talotekniikan kaupassa sekä autokaupassa. Konsernin toiminnan ytimessä ovat laatu ja asiakaslähtöisyys.

KESKO.FI

## 6. Ajankohtaista-sivu

**CAARA** Katki K-Caara-palvelut

Etusivu Yksityisille Yrityksille **Ajankohtaista** K-Lataus Blogiarkisto Yhteystiedot Meistä

## Ajankohtaista autoilussa

Pohdinta

KAMPANJAT AJANKOHTAISTA

**Linkit brändisivustojen kampanjasivuille**

### Kampanjat ja tarjoukset

Volkswagen kampanjat Volkswagen Hyötyauto kampanjat Audi kampanjat SEAT kampanjat

### Ajankohtaista autoilussa

Pohdinta

## Talvirenkaat edullisesti K-Caarasta!

LUE LISÄÄ

**Volkswagen Transporter 6.1** KATSO LISÄÄ

**Audi Q2 #Untaggable** TUTUSTU

(Linkkejä brändisivuille, videoita, K-Caaran ajankohtaisia asioita, omien merkkien koeajovideoita...)

Videot vaativat Contentfuliin uuden content typen, esim embedded video tms.

Hero-elementtirivien väliin lisää marginia



## 7. Kartan selkeytys

Löydät lähimmän toimipisteesi tarkemmat yhteystiedot klikkaamalla lähimmän paikkakuntasi nimeä kartan alapuolelta.



Volkswagen Center Tampere  
SEAT Center Tampere  
K-CaaraVaihtoautot Tampere

Hatanpään valtatie 42  
33900 Tampere

Volkswagen, SEAT vaihde: 010 533 1800  
Vaihtoautot vaihde: 010 533 1870

Saman kaupungin toiset toimipisteet voivat jäädä automaattisesti avautuvan toimipistekortin taakse  
→ Automaattinen avaus pois paikkakuntaa klikatessa tai yhteystietosivun avautuessa

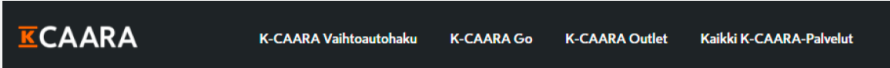
Aukioloajat esille

Löydät lähimmän toimipisteesi tarkemmat yhteystiedot klikkaamalla lähimmän paikkakuntasi nimeä kartan alapuolelta.



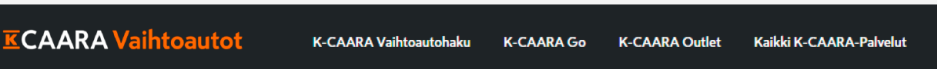
Oranssi karttamerkki on koettu vaikeaksi havaita  
→ Merkin vahvistaminen / korostaminen kartasta

## 8. K-Caara.fi vai caara.fi -valinta



**K-CAARA** K-CAARA Vaihtoautohaku K-CAARA Go K-CAARA Outlet Kaikki K-CAARA-Palvelut

Logomuutos headeriin kuvastamaan, ettei kyseessä ole K-Caaran päätasen sivusto, vaan vaihtoautoihin keskittynyt alisivusto:



**K-CAARA Vaihtoautot** K-CAARA Vaihtoautohaku K-CAARA Go K-CAARA Outlet Kaikki K-CAARA-Palvelut