



Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus koirankouluttajalle

Julia Muthugalage

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus
koirankouluttajalle**

Julia Muthugalage
Liiketalous
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2019

Julia Muthugalage

Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus koirankouluttajalletoteutus koirankouluttajalle

Vuosi	2019	Sivumäärä	31
-------	------	-----------	----

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoite oli luoda responsiiviset ja selkeät verkkosivut, jotka ovat helposti muokattavissa. Toimeksiantajana oli koirankouluttaja, joka toivoi verkkosivujen tuovan lisää yksityisasiakkaita. Verkkosivut tulevat myös toimimaan tulevaisuudessa toimeksiantajan verkkokurssien alustana.

Opinnäytetyön viitekehys muodostui verkkosivujen suunnittelusta, painottuen responsiivisyyteen ja visuaalisuuteen. Verkkosivut kehitettiin tiiviissä yhteistyössä toimeksiantajan kanssa ja valmiille verkkosivuille suoritettiin käytettävyytestaus.

Opinnäytetyön tuotoksena syntyi responsiiviset ja selkeät verkkosivut. Verkkosivujen käytettävyytestaus varmistti sivujen olevan responsiiviset kaikilla laitteilla ja sivujen ulkoasu on käyttäjiä miellyttävä. Verkkosivut tehtiin toimeksiantajalle tutulle julkaisujärjestelmälle Wordpressille. Wordpress toimii myös hyvänä alustana toimeksiantajan verkkokursseille tulevaisuudessa.

Toimeksiantaja on tyytyväinen verkkosivuihin ja pitää paljon sivujen visuaalisesta ilmeestä. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa jatkuu mahdollisesti myöhemmin ja tuleamme seuraamaan ainakin, miten paljon kävijöitä sivuilla on ja miten verkkosivut sijoittuvat hakukoneissa.

Julia Muthugalage

Website design and implementation for a dog trainer

Year	2019	Pages	31
------	------	-------	----

The purpose of this functional thesis was to create a responsive and clear website which would be also easily maintainable. The client was a dog trainer who hoped the website would bring in more private customers. The website will also serve as a platform for the client's online courses in the future.

The thesis framework consisted of website design with an emphasis on responsiveness and visuality. The website was developed in close collaboration with the client and the finished website was tested for usability.

The result of this thesis was a responsive and clear website. Website usability testing proved that the website is responsive on all devices and it has a user-friendly design. The website was made with Wordpress, a publishing system familiar to the client. Wordpress will also serve as a good platform for the client's online courses in the future.

The client is pleased with the results and likes the visual appearance of the website. Collaboration with the client may continue later, and we will at least monitor how many visitors there is on the website and how it is ranked in search engines.

Keywords: Webpage, Responsive website, Visual appearance, Dog training

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Huomioon otettavaa verkkosivujen suunnittelussa	6
2.1	Hakukoneoptimointi	7
2.2	Responsiiviset verkkosivut	8
2.3	Julkaisujärjestelmä	8
3	Verkkosivujen suunnittelun vaiheet	9
3.1	Tarkoitus ja kohderyhmä.....	10
3.2	Sisältö	10
3.3	Rakenne ja navigaatio	10
3.4	Ulkoasu.....	11
3.5	Testaus, julkaisu ja ylläpito	12
4	Verkkosivujen toteutus toimeksiantajalle.....	12
4.1	Julkaisujärjestelmän valinta	12
4.2	Responsiivisuuden toteuttaminen	13
4.3	Hakukoneoptimoinnilla enemmän kävijöitä	14
4.4	Tarkoitus ja kohderyhmä.....	15
4.5	Sisältö	15
4.6	Rakenne ja navigaatio	17
4.7	Ulkoasu.....	18
4.8	Testaus, julkaisu ja ylläpito	19
5	Käytettävyydestaus	20
6	Pohdinta	25

1 Johdanto

Verkkosivut ovat nykypäivänä välttämättömät yrittäjälle. Yrityksen markkinointi alkaa hyvistä verkkosivuista ja sivut toimivat käyntikorttina, sekä palvelujen ja sisältöjen jakelupaikkana. Verkkosivujen tulee vastata yrityksen tarpeita ja hyvät sivut tukevat ja kasvattavat liiketoimintaa. (Leino 2012, 80-83.)

Verkkosivujen toteuttamisesta on tullut koko ajan helpompaa, kun teknologia ja ohjelmat ovat kehittyneet. Ennen toteutukseen tarvitsi koodaustaitoja, mutta nykyään kuka vaan voi tehdä itse verkkosivut erilaisten kotisivukoneiden avulla. Ammattimaisen verkkosivun toteutukseen kuitenkin tarvitsee kokeneen tekijän, jotta sivut ovat käyttäjäystävälliset ja hakukoneiden löydettävissä. Toteutuksessa tulee siis ottaa huomioon monia yksityiskohtia, jotta verkkosivuista saadaan responsiiviset ja hakukoneoptimoidut.

Tässä työssä toimeksiantajana toimii Laura Tikka, joka on ammatiltaan eläintenkouluttaja. Tikka on ystävänä ja hän kertoi tulevaisuuden suunnitelmista sekä verkkosivujen tarpeesta. Hänellä ei ole vielä olemassa olevia verkkosivuja, minkä vuoksi hän tarvitsi sellaiset. Sovimme, että teen hänelle verkkosivut opinnäytetyönä, sillä olen kerryttänyt jo entuudestaan kokemusta verkkosivujen tekemisestä.

Tällä hetkellä toimeksiantaja työskentelee koirakoulussa, mutta hän haluaisi saada lisää yksityisasiakkaita ennen kuin siirtyy tekemään urallaan verkkokoulutuksia. Lähitulevaisuudessa hän alkaa pitämään verkossa kurseja koirankouluttamisesta. Hän toivoo verkkosivujen palvelun alkuun yksityisasiakkaiden saamisessa ja myöhemmin verkkokurssien alustana. Verkkosivujen tulisi siis olla helposti muokattavissa toimeksiantajan muuttuviin tarpeisiin. Toimeksiantaja tulee itse tekemään tulevaisuudessa muutokset verkkosivuille verkkokurssija varten.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoite on toteuttaa toimeksiantajalle selkeät ja responsiiviset verkkosivut, jotka ovat helposti muokattavissa. Toimeksiantajalle on tärkeää, että verkkosivut ovat visuaalisesti kauniit ja toimivat moitteettomasti. Verkkosivujen suunnittelussa on otettu huomioon, että alusta on muokattavissa verkkokurssien pitämiseen tulevaisuudessa.

Työ rajataan kuvaamaan verkkosivujen suunnittelua ja toteutusta. Tarkoitus on kuvata kaikki tärkeimmät asiat, mitkä liittyvät toimivan ja menestyvän verkkosivun toteutukseen. Työssä painotetaan varsinkin verkkosivujen responsiivisuutta ja visuaalista ilmettä. Työn tietoperustana on verkkosivujen suunnittelusta kertovat kirjat sekä lukuisat blogiartikkelit.

2 Huomioon otettavaa verkkosivujen suunnittelussa

Internet on muuttanut asiakkaiden tapaa etsiä tietoa ennen varsinaista ostopäätöstä. Internetin avulla asiakkaat voivat löytää yrityksen, milloin vain viikon jokaisena päivänä. Yrityksen verkkosivuista on hyötyä vain, jos asiakkaat löytävät sivut. Sen vuoksi onkin tärkeää huolehtia

verkkosivujen löydettävyydestä. Yrityksen olisi hyvä panostaa hakukoneoptimointiin, sillä se on ilmaista mainostusta. Tällä tapaa yritys saa jatkuvasti kävijöitä sivuille ja asiakkaan hankinta tulee edullisemmaksi. (Juslén 2011, 129-131.)

Internetin kehittyessä myös laitteet ovat kehittyneet ja verkkosivuja selataan yhä enemmän mobiililla. Responsiiviset verkkosivut ovat nykyään välttämättömyys uusilla sivuilla, jonka vuoksi jo verkkosivuja suunnitellessa olisi hyvä miettiä, miten toteuttaa responsiiviset verkkosivut. (Pitkänen 2019.)

Verkkosivujen tekeminen alkaa julkaisujärjestelmän valinnasta ja sen vuoksi pitää ottaa huomioon, että valitulla julkaisujärjestelmällä pystyy tekemään kaikki vaaditut asiat (Web-veistämö 2019). Tässä opinnäytetyössä verkkosivujen hakukoneoptimointi ja responsiivisuus on tärkeässä osassa, jonka vuoksi julkaisujärjestelmän pitää pystyä tekemään nämä asiat. Sen lisäksi olisi hyvä, että julkaisujärjestelmä olisi helppokäyttöinen, jotta verkkosivujen ylläpito ja hallinta onnistuu toimeksiantajalta.

2.1 Hakukoneoptimointi

Nykyajan kilpailuilla markkinoilla hakukoneoptimointi on tärkeämpää kuin koskaan. Hakukoneoptimointi tulee englannin kielen sanoista Search Engine Optimization. Hakukoneoptimoinnilla saadaan verkkosivut näkyväksi paremmilla sijoilla hakukoneissa. Yli 65% hakukoneiden käyttäjistä vierailee verkkosivulla, joka on ehdotuksissa viiden ensimmäisen joukossa. (Chris 2019.)

Uusilla verkkosivuilla voi kestää monta vuotta päästä edes hakukoneiden ehdotusten ensimmäiselle sivulle. Hyviin hakutuloksiin päästään nopeammin, kun tutkitaan mm. millä hakusanoilla käyttäjät etsivät palvelua, valitaan hyvä verkkotunnuksen nimi, varmistetaan ettei sivuston latausnopeus ole hidas, asennetaan SSL salaus ja huolehditaan metatiedoista. (Kataja 2018.)

Domain eli verkkotunnus on kirjaimista koostuva nimi, joka annetaan verkkosivuille. Verkkosivun nimeksi on hyvä valita jokin helposti muistettava nimi, usein se on yrityksen nimi tai henkilön nimi. Domain on myös tärkeä osa brändiä, jonka vuoksi sen pitäisi olla yksilöllinen ja uniikki. (Hostingpalvelu 2018.)

Google analyticsiä voi käyttää monipuolisesti markkinoinnin analysointiin ja suunnitteluun. Sen avulla voidaan muuan muassa mitata verkkosivujen kävijämääriä, katsoa mistä kävijät tulevat sivuille ja mitä kävijät tekevät sivuilla. Google analytics kertoo myös verkkosivujen latausnopeuden ja ehdottaa, miten parantaa verkkosivun nopeutta. (Muurinen 2019.)

SSL (Secure Sockets Layer) tarkoittaa, että yhteys on salattu kävijän ja palvelimen välillä. Sen avulla ulkopuoliset eivät pääse katselemaan antamiasi tietoja sivulle. Google suosii

hakutuloksissa verkkosivuja, joissa on käytössä SSL salausta. Ilman SSL salausta selain ilmoittaa, että sivu ei ole turvallinen. (Hakukonemestarit 2019.)

Verkkosivulle voidaan lisätä metatietoja, eli tarkentavia tietoja sivuston sisällöstä, mikä auttaa hakukoneita tiedon etsimisessä. Metatietojen avulla voidaan parantaa sivuston löydettävyyttä hakukoneissa. (Salescommunications 2019.)

2.2 Responsiiviset verkkosivut

Vuonna 2011 mobiililaitteiden myynti ohitti tietokoneiden myynnin ja tabletit tulivat markkinoille (Hinderman 2015, 18). Samoihin aikoihin graafinen suunnittelija Ethan Marcotte (www.ethanmarcotte.com) oli tuonut esille ajatuksen responsiivisista sivuista, koska verkkosivujen suunnittelu jokaiselle näyttökoolle ei ollut käytännöllistä. Responsiivisuus tarkoittaa, että sivut skaalautuvat näytön kokoon. Tämä tarkoittaa käytännössä, että sivuja suunnitellaessa pitää ottaa huomioon puhelimen, tabletin ja tietokoneen näytön koko. (Treehouse 2012.) Responsiivisten sivujen suunnittelussa täytyy myös miettiä, millainen navigaatio sopii pienemmälle näytölle ja että verkkosivun latausnopeus olisi riittävä (Hinderman 2015, 21).

Responsiivisista verkkosivuista on paljon hyötyä nykypäivänä, koska suuri osa kävijöistä on mobiilikäyttäjiä. Asiakaskunnan saavutettavuus paranee, sillä responsiiviset verkkosivut ovat käyttäjäystävälliset laitteesta riippumatta ja saavat kävijän palaamaan takaisin. Hakukoneet myös suosivat responsiivisia sivuja, joten verkkosivut ovat helpommin löydettävissä. Responsiivisuus onkin yksi tärkeä hakukoneoptimoinnin osa-alue. (Pitkänen 2016.)

2.3 Julkaisujärjestelmä

Julkaisujärjestelmä eli CMS tulee sanoista ”Content Management System”. Se tarkoittaa tietojärjestelmää, jota apuna käyttäen voidaan tehdä verkkosivuja ja muokata niitä ilman koodaustaitoja (Web-veistämö 2019). Julkaisujärjestelmän oikea valinta on tärkeää, koska verkkosivujen hakukoneoptimoinnin pitäisi olla helposti toteutettavissa (Landry 2019).

Tunnetuimpia avoimen koodin julkaisujärjestelmiä ovat Wordpress, Joomla ja Drupal. Näissä julkaisujärjestelmissä on eroja ja ne sopivat eri tarkoituksiin. Wordpressissä on helppo käyttöösi liittyä ja se sopii hyvin pienten ja keskisuurten verkkosivujen tekemiseen. (Pinomaa 2017.)

Wordpress on avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmä. Avoin lähdekoodi tarkoittaa, että kukaan ei omista sitä ja kuka vaan voi kehittää sitä. Wordpress perustettiin aluksi blogeja varten vuonna 2003, mutta siitä on kehittynyt monipuolinen julkaisujärjestelmä. (Król & Silver 2013, 30-31;36.) Kaikista internetin aktiivisista verkkosivuista 27% on tehty Wordpressillä, mikä tekee siitä maailman suosituimman julkaisujärjestelmän. Wordpressistä tulee säännöllisesti uusia paranneltuja versioita ja uusia lisäosia, eli se on luotettava ja monipuolinen.

Lisäsien tai koodin avulla Wordpress on täysin muunneltavissa omien tarpeiden mukaan. (Hostsorter 2019.)

Avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmien asennusta varten tarvitsee webhotellin. Webhotelli on palvelu, joka tarjoaa kotisivutilaa. Toisin sanoen se vuokraa palvelintilaa, jota tarvitaan verkkosivujen ylläpitämiseen. Sen lisäksi yleensä pakettiin kuuluu palveluntarjoajasta riippuen mm. sähköpostipalvelut ja varmuuskopioinnit. (Zoner 2019.)

Markkinoille on tullut paljon myös niin sanottuja kaupallisia julkaisujärjestelmiä, joiden avulla voi luoda helposti ja nopeasti kauniita verkkosivuja. Näitä ovat esim. Wix, Weebly ja Squarespace. Tämän tyylliset julkaisujärjestelmät ovat kalliimpia kuin avoimen koodin julkaisujärjestelmät, eikä niitä voi muokata vapaasti. (Web-veistäjä 2019.)

3 Verkkosivujen suunnittelun vaiheet

Menestyvät verkkosivut ovat visuaalisesti houkuttelevat, tuovat esille selkeän viestin ja jättävät lukijaan vaikutuksen (Campbell 2018, 47). Näihin tavoitteisiin pääsemiseksi verkkosivut olisi hyvä suunnitella Kuviossa 1 näkyviä askeleita apuna käyttäen.



Kuvio 1: Verkkosivun suunnittelun askeleet (Campbell 2018, 72).

Ensimmäinen askel on määrittää verkkosivujen tarkoitus ja kohderyhmä. Verkkosivuilla voi olla myös erilaisia tavoitteita, joista yleisin on tuotteiden tai palveluiden myynti. Tavoitteisiin pääsemisessä auttaa se, että tietää kohderyhmänsä hyvin. Näiden jälkeen päätetään sisältö ja valitaan rakenne. Verkkosivujen sisällön pitäisi vastata kysymyksiin kuka, mitä, miksi ja missä. Kun sisältö ja rakenne on suunniteltu, mietitään verkkosivuille sopivaa navigaatiota. (Campbell 2018, 72-73; 78.)

Viidentenä askeleena suunnitellaan ulkoasu. Verkkosivujen visuaalisen ilmeen tulisi olla yhtenäinen ja tukea brändiä. Visuaalinen yhtenäisyys saavutetaan valitsemalla jokaiselle sivulle samat fontit, väripaletit ja asetelut. Viimeisenä askeleena suunnitellaan testausta, julkaisetaan verkkosivut ja ylläpidetään niitä. Testaus pitäisi tehdä ennen kuin verkkosivut julkaistaan, jotta mahdolliset virheet ja käyttöongelmat voitaisiin korjata. Verkkosivujen julkaisun jälkeen niitä ylläpidetään, eli tarkistetaan säännöllisesti, että kaikki toimii ja tehdään mahdollisia päivityksiä järjestelmään. (Campbell 2018, 110;192.)

3.1 Tarkoitus ja kohderyhmä

Kohderyhmän määrittäminen on jokaisen markkinoijan yksi tärkeimmistä tehtävistä. Kohderyhmä on ryhmä ihmisiä, jotka halutaan tavoittaa ja he voivat mahdollisesti ostaa yrityksen tuotteita tai palveluita. Heitä yhdistää jokin asia esim. käyttäytyminen, ikä tai persoonallisuus. (Newberry 2018.) Verkkosivujen suunnittelussa pitää ottaa huomioon erityisesti kohderyhmän käyttäytyminen. Verkkosivuista pystyy luomaan juuri omalle kohderyhmälle sopivat, jos tunnistaa mitä kohderyhmä haluaa ja tarvitsee. (Campbell 2018, 73.) Tunnistettuaan kohderyhmän voi alkaa luomaan markkinointistrategiaa. Strategian luomisen pohjana on asiakkaiden ongelman ratkaisu. Tulisi miettiä, miten yritys voi ratkaista asiakkaan ongelman ja siten tuottaa lisäarvoa asiakkaalle. (Juslén 2011.)

3.2 Sisältö

Verkkosivujen tärkein elementti on sen sisältö ja se voidaan esittää mm. tekstinä, kuvina tai videoina. Verkkosivujen käyttökokemus syntyy usein siitä, kuinka hyvin käyttäjä löytää etsimänsä tiedon ja sopiiko sisältö hänen tarpeisiinsa. (Sinkkonen ym. 2009, 256.) Verkkosivujen etusivulta olisi hyvä tulla ilmi, että kenen verkkosivut ovat, mitä ne tarjoavat vierailijalle, miksi vierailijan pitäisi vierailla sivuilla ja mistä hän löytää etsimänsä tiedon (Campbell 2018, 78-79).

3.3 Rakenne ja navigaatio

Verkkosivujen rakenteen pitäisi olla sellainen, että käyttäjä löytää helposti etsimänsä. Jos sivuilla on paljon tietoa, käyttäjän voi olla vaikea löytää etsimänsä tietoa. (Sinkkonen ym. 2009, 184.) Verkkosivun rakenteen tulisi muistuttaa pyramidia. Jos etusivu on pyramidin huippu, niin sen alla ovat pääkategoriat ja niiden alla kategorioiden alisivut. Tulisi myös pyrkiä siihen, että jokainen sivu on enintään kolmen askeleen päässä etusivusta. (Suomen Digimarkkinointi 2019.)

Verkkosivun rakenteen suunnittelun jälkeen voidaan päättää, millainen navigaatio sivulle sopisi (Campbell 2018, 102). Navigaatio on tärkeä elementti verkkosivuilla, koska sen avulla käyttäjä siirtyy sivulta toiselle ja löytää helpommin etsimänsä tiedon (Stolley 2011, 177). Navigaation täytyy olla yksinkertainen, jotta käyttäjä saa hyvän käyttökokemuksen

verkkosivuilla. Kun käyttäjä löytää sivuilta etsimänsä helposti ja nopeasti, on suurempi mahdollisuus, että hänestä tulee asiakas. (Ionos 2018.)

3.4 Ulkoasu

Visuaalisen suunnittelun avulla voidaan verkkosivuille luoda yleisilme, joka toteuttaa pintatasolla yrityksen brändiä, mutta myös syvemmillä tasolla tuoden ilmi onko yritys vaikka asian-tunteva, hauska tai uudenaikainen (Sinkkonen ym. 2009, 242-243). Visuaalisen suunnittelun tavoitteita ovat esteettisyys, brändi, kokonaisilme ja persoonallisuus. Ihmiset pitävät usein esteettisiä tuotteita muita tuotteita laadukkaampina ja helppokäyttöisempinä. Brändi luo mielikuvan käyttäjälle yrityksestä ja palvelusta, ja sen pitäisi kuvastaa lisäksi yrityksen arvoja. Brändäyksen avulla myös erotutaan kilpailijoista. Brändiä voi tuoda esiin visuaalisesti värien, logon ja tekstin avulla. (Sinkkonen ym. 2009, 249-250.)

Persoonallisuutta pitäisi tavoitella suunnittelussa. Se rakentuu tekstin avulla, mutta käyttäjä huomaa persoonallisuuden helpommin visuaalisesta ilmeestä. Kaikki mitä verkkosivulla on, pitäisi olla sopusoinnussa keskenään. Näiden ollessa ristiriidassa tätä persoonallisuutta on vaikea viestittää käyttäjälle tai se viestitään väärin. (Sinkkonen ym. 2009, 251.)

Värien avulla verkkosivuista voi saada erittäin houkuttelevat ja toimivat. Värit auttavat tuomaan esille yrityksen brändin, sekä niitä voi käyttää korostaakseen tiettyjä alueita verkkosivuilla ja helpottaakseen lukukokemusta. Värien valinnassa tulee ottaa huomioon kohderyhmän odotukset ja mieltymykset, koska ihmiset reagoivat eri tavalla eri väreihin. (Campbell 2018, 51-53.) Värejä ei saisi olla kuitenkaan liikaa verkkosivuilla ja niiden pitäisi sopia toisiinsa, jotta sivuista ei tule liian sekavat (Parker 2012, 80).

Väreillä on psykologisia vaikutuksia ihmisten käyttäytymiseen ja päätöksiin. Värejä käytetään paljon hyödyksi markkinoinnissa ja tiettyjen värien avulla voidaan saada ihmiset ostamaan tuotteita. Punaista väriä käytetään paljon alennusmyynneissä ja se saa aikaan kiireellisyyden tuntua. Punainen väri liitetään myös liikkeeseen, innostukseen ja intohimoon. Sininen väri on tuo luotettavuuden tuntua ja sitä käytetään usein tuotteissa, joiden halutaan herättää luottamusta. Vihreä väri liittyy terveyteen, voimaan ja luontoon. Sen sanotaan rauhoittavan asiakkaita ja väriä käytetään paljon markkinoidessa ekologisia asioita. Musta väri liitetään voimaan, tasapainoon ja auktoriteettiin. Värin käytössä pitää olla kuitenkin varovainen, ettei sitä käytä liikaa. Valkoinen väri huokuu puhtautta ja turvallisuutta, ja sitä voi käyttää tasapainottamaan muita värejä. (Smallbiztrends 2014.)

Verkkosivujen kuvilla voidaan tehdä sivuista kiinnostavimmat ja saada käyttäjän huomio. Ihmiset katsovat mieluummin kuvia kuin tekstiä, koska kuvat herättävät tunteita. Kuvia valittaessa on tärkeää huomioida, että kuvat tukevat sivuston sisältöä ja sopivat yleisilmeeseen.

Verkkosivuilla ei kannata kuitenkaan olla liikaa kuvia, sillä se voi tehdä sivuista sekavat ja hitaat. (Idler 2012.)

Typografia on yhtä vanha kuin kirjapainotaito ja se on alun perin tarkoittanut tekstin muotoilua. Typografian avulla teksti voidaan esittää helppolukuisella, kiinnostavalla ja silmälle miellyttävälle tavalla. Fontti on yksi typografiaan kuuluva elementti. (Korpela 2010, 10-11.)

Fontti on tyyliltään yhtenäinen kirjoitusmerkkien kokoelma ja se vaikuttaa tekstin yleisilmeeseen, yksityiskohtiin ja luettavuuteen (Korpela 2010, 79). Fontin avulla voidaan luoda verkkosivulle tietynlainen tunnelma, minkä vuoksi on tärkeää huomioida mikä fontti sopii tietyn tyyppiselle verkkosivulle. Yhdellä verkkosivulla voi olla monta eri fonttia, mutta ei kuitenkaan suositella, että fontteja olisi enemmän kuin kolme. (Campbell 2018, 120-130.)

Fontit voidaan jaotella viiteen eri tyyppiin: serif, sans-serif, monospace, cursive ja fantasy. Näistä serif, eli antiikva ja sans-serif, eli groteski ovat yleisimmät. Antiikvafontteja on yleensä käytetty kirjoissa ja sanomalehdissä. Groteskifontteja taas käytetään usein lyhyiden tekstien esittämiseen esimerkiksi mainoksissa ja ohjeissa. (Korpela 2010, 80-81.)

3.5 Testaus, julkaisu ja ylläpito

Käytettävyydestin tarkoitus on kehittää tuotetta ja varmistaa sen käytettävyys. Se on tarpeellinen myös ammattilaisille, sillä oman työn jäljelle sokeutuu helposti. Testaukseen pitäisi ottaa käyttäjiä, jotka näkevät ensi kertaa sivuston, jolloin he huomaavat puutteet ja ongelmat. Testata voi joko koko palvelua, prototyyppiä tai vain tiettyä osaa siitä. (Sinkkonen ym. 2009, 297;299.)

Verkkosivujen testauksen ja mahdollisten korjausten jälkeen sivut voidaan julkaista. Verkkosivuja suunniteltaessa tulisi miettiä valmiiksi, miten ja milloin verkkosivut julkaistaan. Sivuja pitää myös päivittää, jotta sivut pysyvät ajan tasalla ja kävijät palaavat uudelleen sivulle. (Campbell 2018, 119;121;178.)

4 Verkkosivujen toteutus toimeksiantajalle

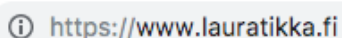
Tässä työssä verkkosivut suunniteltiin ja toteutettiin koirankouluttajalle. Verkkosivujen suunnittelun ensimmäisessä palaverissa toimeksiantaja kertoi, että haluaisi selkeät ja responsiiviset verkkosivut. Hän myös toivoi, että sivut olisivat visuaalisesti kauniit ja niistä välittyisi leikkisä ote koirankouluttamiseen. Hän näytti minulle erilaisia verkkosivuja, joissa oli hänen pitämäänsä elementtejä ja sain hyvän mielikuvan millaisesta toteutuksesta hän voisi pitää.

4.1 Julkaisujärjestelmän valinta

Verkkosivujen tekeminen alkoi valitsemalla ensin julkaisujärjestelmä. Julkaisujärjestelmä valittiin Wordpressin ja Wixin väliltä. Molemmissa on hyvät puolensa, mutta päädyin

Wordpressiin sen rajattomien muokkausmahdollisuuksien vuoksi ja siksi, että se on edullisempi kuin Wix. Otin myös huomioon, että Wordpressillä toimeksiantaja voi tulevaisuudessa toteuttaa verkkokursseja, mikä ei olisi onnistunut mitenkään Wixillä. Wordpressin avulla on myös helppo tehdä sivuista responsiiviset ja tehdä hakukoneoptimointia erilaisia lisäosia apuna käyttäen.

Tarvitsin Wordpressiä varten webhotellin ja valitsin Hostingpalvelun, sillä minulla on siitä hyviä kokemuksia aiempien verkkosivujen toteutuksien perusteella ja se on toiminut hyvin. Valitsin samalla verkkotunnuksen Hostingpalvelulta, kun tilasin webhotellin verkkosivuja varten.

A screenshot of a domain name, showing the URL <https://www.lauratikka.fi> in a light blue box with a small information icon on the left.

Kuvio 2: Domain

Kuviossa 2 näkyy valittu domain. Domainiksi valittiin toimeksiantajan nimi, jolloin verkkosivusto löytyy osoitteesta www.lauratikka.fi. Tämä vahvistaa toimeksiantajan henkilöbrändiä ja vanhat asiakkaat löytävät verkkosivut helposti nimen perusteella.

Webhotellin ja domainin tilaamisen jälkeen asensin Wordpressin Hostingpalvelun palvelimille ja sain heti tunnukset Wordpressin kirjautumista varten. Nopean asennuksen jälkeen pääsin kirjautumaan Wordpressiin ja muokkaamaan verkkosivuja.

4.2 Responsiivisuuden toteuttaminen

Responsiiviset sivut ovat tärkeitä, koska toimeksiantajan kohderyhmä on suurelta osin nuorempaa porukkaa, jotka käyttävät enemmän mobiililaitteita. Responsiivisuuden toteuttamista täytyy miettiä ennen kuin alkaa rakentamaan verkkosivuja. Jälkeenpäin se voi olla vaikeampaa tai aiheuttaa rajoituksia. Valitsin verkkosivujen toteutukseen Wordpressissä lisäosan nimeltä Elementor. Elementorin raahaa ja pudota toiminto on kätevä ulkoasun suunnittelussa ja sen lisäksi sivujen responsiivisuus on helppo toteuttaa sen avulla.



Kuvio 3: Elementorin mobiilinäkymä

Responsiivisessa tilassa voi muokata mobiili- ja tablettinäkymää. Kuviossa 3 havainnollistetaan, miten mobiilinäkymässä sivujen muokkaus onnistuu kätevästi samalla tarkastaen, miltä verkkosivut näyttävät oikeasti mobiilissa.

Responsiivisessa tilassa pystyy myös hallitsemaan, mitkä osiot näkyvät eri laitteilla ja millainen asettelu sivulla on. Osoiden ja elementtien poistaminen kokonaan myös onnistuu. Jouduin poistamaan esim. Instagram kuvakkeen ylätunnisteesta mobiilinäkymässä, koska se olisi näyttänyt hassulta ja silloin logo ei olisi voinut olla keskellä sivua.

Tein ensin verkkosivut kokonaan valmiiksi työpöytänäkymässä, jonka jälkeen vasta aloin muokkaamaan tabletti- ja mobiilinäkymää. Näin vältyin tekemästä ylimääräistä työtä, sillä verkkosivuille tehdyt muutokset olisi pitänyt joka kerta korjata myös tabletti- ja mobiilinäkymässä.

4.3 Hakukoneoptimoinnilla enemmän kävijöitä

Tässä työssä tehdyn verkkosivun hakukoneoptimoinnin tuloksia ei ehdi saamaan tähän raporttiin. Hakukoneoptimoinnin tuloksien saaminen voi kestää kuukausia tai vuosia. Olen kuitenkin tehnyt tarvittavat toimenpiteet, jotta verkkosivu olisi mahdollisimman hyvin hakukoneoptimoitu ja asettuisi Googlen hakutuloksissa korkealle mahdollisimman nopeasti.

Asensin Wordpressiin Yoast SEO lisäosan, jonka avulla voidaan lisätä metatietoja verkkosivulle. Lisäsin esimerkiksi manuaalisesti verkkosivun otsikon, kuvaustekstin ja kuvan. Nämä tiedot näkyvät muun muassa hakukoneiden tuloksissa ja myös jos verkkosivun linkin jakaa Facebookiin. Sen lisäksi tarkistin verkkosivun latausnopeuden verkosta löytyvän ”Pingdom Website

Speed Test” testin avulla ja otin käyttöön SSL salauksen. SSL salaus oli helppo asentaa muuttamalla klikkauksella Hostingpalvelun kautta. SSL salaus asennettiin, jotta sivu luokiteltaisiin turvallisiksi ja se näkyisi paremmin Googlen hakutuloksissa. Sivulla kävijöiden turvallisuus on myös tärkeä asia ja se, että kävijä kokee sivun luotettavaksi.

Verkkosivut linkitettiin myös Google Analyticsiin, ja Wordpressiin asennettiin Monster Insight lisäosa. Lisäosan avulla näitä kävijätietoja on helppo katsella suoraan Wordpressistä, eikä tarvitse kirjautua Google-tilille. Olen myös ohjeistanut toimeksiantajalle, miten Google Trends palvelun avulla voi etsiä potentiaalisia avainsanoja. Kun verkkosivulla alkaa tulevaisuudessa olemaan liikennettä, voidaan Google Search Consolen avulla tarkistaa, millä hakusanalla kävijät ovat löytäneet kyseisen verkkosivun ja näin saada lisätietoa, mikä avainsana toimii ja mikä ei.

4.4 Tarkoitus ja kohderyhmä

Verkkosivujen on tarkoitus auttaa tuomaan uusia asiakkaita toimeksiantajalle, mutta myös palvelemaan vanhoja asiakkaita helpommin. Vanhat asiakkaat koostuvat pääosin toimeksiantajan ryhmäkoulutuksien asiakaskunnasta. Verkkosivujen visuaalinen ilme ja tekstit luodaan houkuttelemaan toimeksiantajan uutta kohderyhmää, koska tässä on otettu huomioon tulevaisuuden suunnitelmat verkkokurssien tekemisestä.

Nuoret aikuiset voivat olla vastaanottavaisempia verkossa tapahtuvalle koulutukselle ja toimeksiantaja haluaisikin tavoittaa n. 20-30 vuotiaita naisia. Kohderyhmällä olisi vähän tai ei ollenkaan kokemusta koiran kouluttamisesta, mutta paljon kiinnostusta kouluttaa hyväkäytök-sinen koira ja he kaipaavat yksinkertaisia vinkkejä koiran kouluttamiseen.

4.5 Sisältö

Käytin verkkosivuilla sisältönä tekstiä ja kuvia. Tekstiosiot kertovat informaatiota sivuista ja kuvat luovat tunnelmaa. Verkkosivuilta löytyy tietoa muun muassa siitä kuka toimii koirankou-luttajana, mitä palveluita hän tarjoaa ja miten häneen voi olla yhteydessä.

Varasin jokaiselle sisällölle oman osion sivuilla ja täytin ne väliaikaisilla paikkamerkkitek-teillä ja kuvapankkikuvilla. Lopulliset sisällöt lisättiin vasta myöhemmin, eli verkkosivujen muiden osioiden valmistumisen jälkeen kirjoitimme tekstit ja valitsimme kuvat yhdessä toi-meksiantajan kanssa. Kävimme läpi moneen kertaan tekstiosiot, jotta teksti sisältäisi tar-peeksi informaatiota, ei kuitenkaan liikaa, ettei sivulla vierailija kyllästyisi. Halusimme myös tekstin olevan helposti ymmärrettävää ja vältimme koira-alan ammattisanastoa.

LAURA TIKKA

15



Kuvio 4: Etusivun näkymä

Kuviossa 4 näkyy verkkosivujen etusivun näkymä. Verkkosivuilla vieraillessa ensimmäisenä näkyy kuva koirista ja tekstiä, josta käy ilmi, että koirankouluttaja tarjoaa yksityistunteja ja ryhmäkoulutuksia pääkaupunkiseudulla. Sivun ylätunnisteessa on koirankouluttajan nimi ja painike, josta pääsee hänen Instagram-tilille.



Kuvio 5: Kuvaus koirankouluttajasta

Seuraavaksi verkkosivuilla on Kuviossa 5 näkyvä osio, jossa kuvaillaan, kuka koirankouluttaja on ja miten hän on päätenyt koirankouluttajaksi. Kuvauksessa myös kerrotaan laajasta koulutuskokemuksesta ja projektikoirista. Tämän osion tarkoitus on herättää luottamusta ja tuoda ilmi alan asiantuntijuutta.



YKSITYISTUNNIT

Tarjoan yksityistunteja erilaisiin haasteisiin, kuten:

- Hihnäkäytös ja vierellä kulkeminen
- Luoksetulo
- Motivointi
- Kontakti ja yhteistyö
- Rauhoittuminen
- Malti

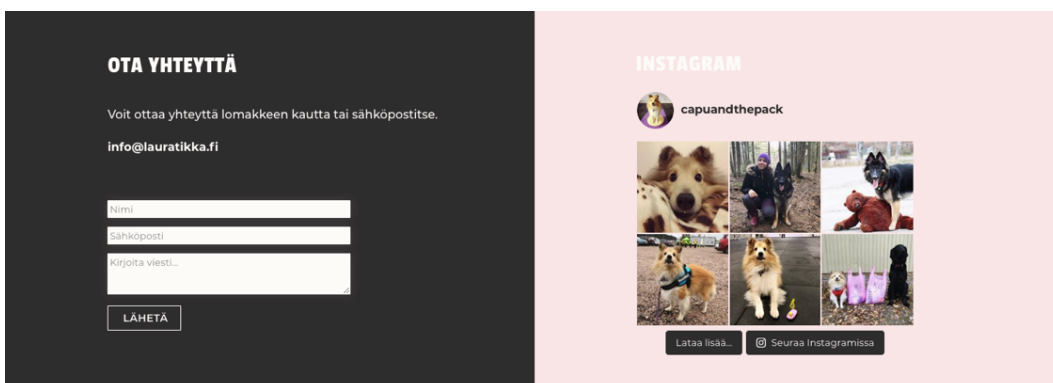
Yksityistunnilla käydään läpi erilaisia harjoituksia, joita voidaan lähteä kokeilemaan koiran kanssa arjessa. Yksityistuntien määrän tarve riippuu ongelman laajuudesta sekä omasta halusta jatkaa yksityistunteja. Yleensä 1-4 yksityistuntia riittää.

Ota yhteyttä myös, jos olet kiinnostunut yksityistunneista harrastelajien parissa!

1h/80€ 3h/225€ 5h/350€

Kuvio 6: Yksityistunnit

Koirankouluttajan kuvauksen jälkeen verkkosivuilla on kerrottu lisätietoa yksityistunneista. Osio näkyy Kuviossa 6. Osiossa on lueteltu erilaisia haasteita koiran kanssa mitä varten voi varata yksityistunnin ja paljonko tunnit maksavat.



OTA YHTEYTTÄ

Voit ottaa yhteyttä lomakkeen kautta tai sähköpostitse.

info@lauratikka.fi

Nimi

Sähköposti

Kirjoita viesti...

LÄHETÄ

INSTAGRAM

capuandthepack

Lataa lisää... Seuraa Instagramissa

Kuvio 7: Yhteydenotto ja Instagram

Verkkosivujen viimeisessä osiossa on Kuviossa 7 näkyvä yhteydenottolomake, jonka avulla yhteyden ottaminen koirankouluttajaan on helppoa ja nopeaa. Sivuille on myös upotettu toimiksiantajan koiratilin Instagram-syöte, jonka kautta sivulla kävijä voi tutustua koirankouluttajan koiriin ja arkeen.

4.6 Rakenne ja navigaatio

Verkkosivuilla ei ole navigaatiota, sillä kaikki tieto löytyy samalta sivulta. Verkkosivuilla ei ole puuttuvan navigaation takia myöskään rakennetta, sillä sivun rakenne kertoo alasivujen sijainnin ja näillä verkkosivuilla alasivuja ei ole.

Tällaista verkkosivua, jossa ei ole navigaatiota ja kaikki tieto löytyy yhdeltä sivulta, sanotaan yhden sivun verkkosivuksi. Tähän ratkaisuun päädyttiin, koska sivuilla ei ole niin paljon

materiaalia, että ne pitäisi erotella eri sivuille. Sivulla vierailija voi löytää etsimänsä nopeammin, jos kaikki tieto on yhdellä sivulla. Yhden sivun verkkosivuja on myös helpompi ylläpitää, sillä täytyy huolehtia vain yhden sivun sisällöstä ja suunnittelusta. (Litwin 2018.) Huono puoli näissä yhden sivun verkkosivuissa on se, että ne voivat olla haasteellisemmat hakukoneoptimoinnin suhteen. Ne kuitenkin ovat paljon käyttäjäystävällisimpiä mobiilikäyttäjille, kun ei tarvitse klikkailla pienellä näytöllä navigaatiota. (Rajaniemi 2017.)



Kuvio 8: Verkkosivujen ylätunniste

Kuviossa 8 näkyy verkkosivujen ylätunniste. Verkkosivujen toteutuksessa on otettu huomioon toimeksiantajan suunnitelma verkkokurssien pitämisestä tulevaisuudessa ja sivujen ylätunniste on muokattavissa navigaation lisäämistä varten. Tällä hetkellä ylätunnisteessa on vain logo ja Instagram kuvake. Tätä pystyy muokkaamaan helposti siten, että ottaa Instagram kuvakkeen pois ja lisää alasivujen otsikot sivun ylätunnisteeseen.

4.7 Ulkoasu

Valitsin värit verkkosivuille sen jälkeen, kun verkkosivut olivat valmiit, lukuun ottamatta lopullisia tekstisisältöjä ja kuvia. Kysyin toimeksiantajalta minkälaisen värimaailman hän haluaisi verkkosivuille ja hän sanoi olevansa avoin kaikelle, kunhan sivuista tulee selkeät ja raikkaat. Aloin etsimään erilaisia väripaletteja verkosta ja kokeilin verkkosivuille muutamia variaatioita. Näytin variaatiot toimeksiantajalle ja hän ihastui väripalettiin, johon kuului seuraavat kolme väriä. Värit näkyvät Kuviossa 9.



Kuvio 9: Verkkosivuille valitut värit

Ensimmäinen väreistä on todella tummanharmaan väri, joka ei kuitenkaan ole musta ja tuo siten hieman pehmeyttä. Mustan sävyinen väri tuo myös verkkosivuille tyylikkyyttä (Cao 2018). Roosa väri on korosteväriä ja auttaa tuomaan eloisuutta sivuille. Roosa väri liitetään usein feminiinisyteen ja se onkin suosittu verkkosivuilla, joissa kohderyhmänä on naiset (Cao

2018). Valkoinen väri on vähän vaaleanpunaiseen taittuva ja siten sopii hyvin muihin väreihin. Valkoinen tuo sivuille puhtautta ja selkeyttä (Cao 2018). Tällä paletilla verkkosivujen ilmeestä tuli selkeä ja raikas, kuten toimeksiantaja toivoi.

Kuvat valittiin verkkosivuille viimeisenä ja varmistin, että värit ja kuvat ovat sopusoinnissa. Verkkosivuille tuli yhteensä kaksi kuvaa. Kuvien haluttiin sopivan visuaaliseen ilmeeseen ja tuovan eloisuutta sivuille. Etusivulle valittiin taustalle kuvapankin kuva, jossa on kaksi koira juoksemassa. Näin vierailijalle tulee heti selväksi, että on kyse koiriin liittyvistä verkkosivuista. Tämän osion alla on toimeksiantajan kuva hänestä ja hänen projektikoirastaan. Toimeksiantaja aikoo myös lisätä tulevaisuudessa videon verkkosivuille, kunhan saa kuvattua videomateriaalia.

Käytin verkkosivuilla kahta eri fonttia, otsikoissa Passion Onea ja leipätekstissä Montserratia. Kaksi fonttia oli sopiva määrä ja kolmas fontti olisi voinut tuoda epäselkeyttä sivuille.

Passion One

Montserrat

Kuvio 10: Verkkosivuilla käytetyt fontit

Kuviossa 10 näkyy verkkosivuilla käytetyt fontit. Passion One tuo verkkosivuille leikkisyyttä ja Montserrat luo yksinkertaisuudellaan selkeyttä.

4.8 Testaus, julkaisu ja ylläpito

Verkkosivujen valmistumisen jälkeen aloin suunnittelemaan käytettävyydestä. Testauksen tulokset löytyvät seuraavasta luvusta. Testauksessa saadun palautteen perusteella verkkosivuille tehtiin viimeiset muutokset.

Verkkosivu www.lauratikka.fi julkaistiin samana päivänä, kun kysely avattiin, eli 5.11.2019. Verkkosivu on pidetty auki sen jälkeen koko ajan, sillä kysely osoitti verkkosivun olevan toimiva ja julkaisukelpoinen. Pienet muutokset, joita tehtiin kyselystä saamien palautteiden perusteella, eivät vaatineet verkkosivun väliaikaista sulkemista.

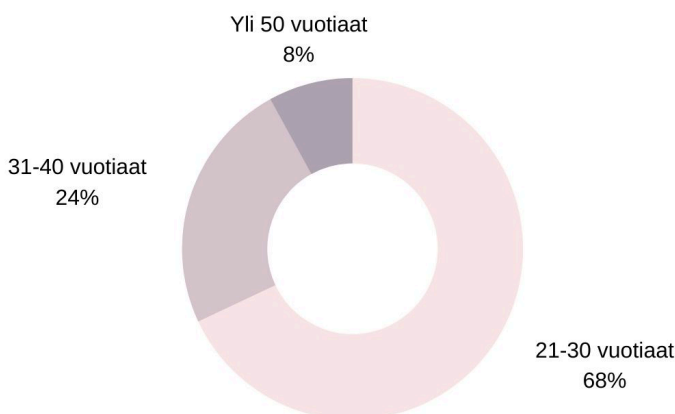
Verkkosivujen ylläpito jää julkaisun jälkeen toimeksiantajan vastuulle ja hän aikoo jatkaa verkkosivujen kehittämistä ja sisällön lisäämistä. Pysyn jatkossa kuitenkin ongelmatilanteita varten neuvonantajana toimeksiantajalle, koska hän on myös ystäväni ja pidämme yhteyttä säännöllisesti.

5 Käytettävyystestaus

Tässä työssä testasin verkkosivujen responsiivisuutta ja visuaalista ilmettä Google Formsissa tehdyn kyselyn avulla. Testauksen tavoite oli selvittää, miten sivuston responsiivisuudessa on onnistuttu ja onko visuaalinen ilme käyttäjää miellyttävä. Responsiivisuuden testauksella haluttiin varmistaa, että verkkosivu avautuu nopeasti ilman ongelmia eri laitteilla ja selaimilla. Oli myös tärkeää, että sivun asettelu ja tekstit skaalautuvat oikein eri kokoisille näytöille. Visuaalisen ilmeen testauksen tarkoitus oli selvittää, että pitääkö kohderyhmä verkkosivun ulkoasusta.

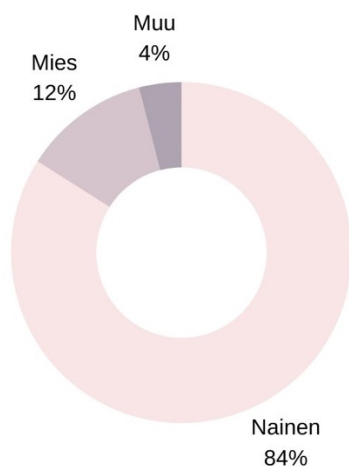
Vastaajia pyrittiin saamaan varsinkin kohderyhmältä, eli 20-30 vuotiailta naisilta. Kyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot löytyvät liitteistä (Liite 1). Kyselyssä neuvottiin menemään www.lauratikka.fi sivulle ja vastaamaan sen jälkeen kyselyn yhdeksään kysymykseen. Kyselyn linkki jaettiin oman lähipiirin avulla henkilöille, joista suurin osa ei tunne henkilökohtaisesti minua eikä toimeksiantajaa. Näin vastaajilta voitiin saada suoraa ja rehellistä palautetta.

Kyselyssä oli yhdeksän kysymystä, joista kolme ensimmäistä on taustatietoja varten. Näiden kysymysten avulla haluttiin selvittää, kuinka iso osa vastaajista kuuluu toimeksiantajan kohderyhmään. Seuraavat kysymykset liittyivät sivujen responsiivisuuteen ja ulkoasuun. Kyselyssä kysyttiin myös, kuinka todennäköisesti valitsisi Tikan kouluttajaksi verkkosivujen perusteella. Tällä haluttiin saada kokonaiskuvaa siitä, miten verkkosivujen toteutuksessa on onnistuttu. Viimeinen kysymys oli avoin kysymys, johon sai vastata vapaasti mistä tykkäsi tai kertoa parannusehdotuksia.



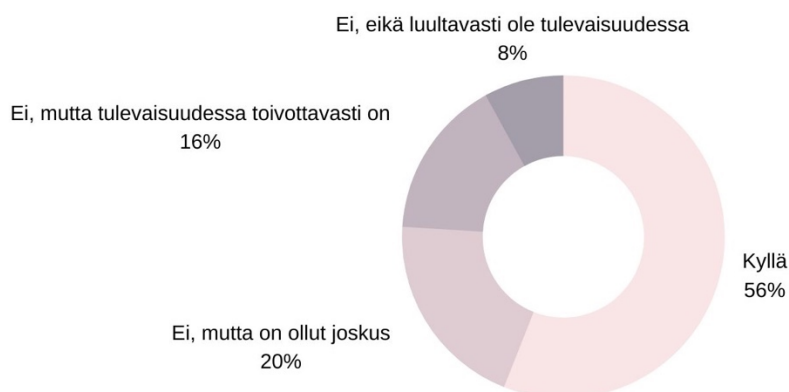
Kuvio 11: Ikä?

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajan ikää. Kuviossa 12 näkyy, minkä ikäisiä kyselyyn vastanneet olivat. Kyselyyn vastasi yhteensä 25 henkilöä, joista 68%, eli 17 henkilöä sopi iän puolesta toimeksiantajan kohderyhmään eli 21-30 vuotiaisiin. Vastaajista 24% oli 31-40 vuotiaita ja 8% yli 50 vuotiaita.



Kuvio 12: Sukupuoli?

Kuviosta 12 ilmenee, että 84% kaikista kyselyyn vastanneista oli naisia. Oli myös kiinnostava saada miesten mielipiteitä visuaalisuudesta. Miehiä oli 12% eli kolme vastaajaa ja sen lisäksi yksi vastaajista oli muun sukupuolinen.



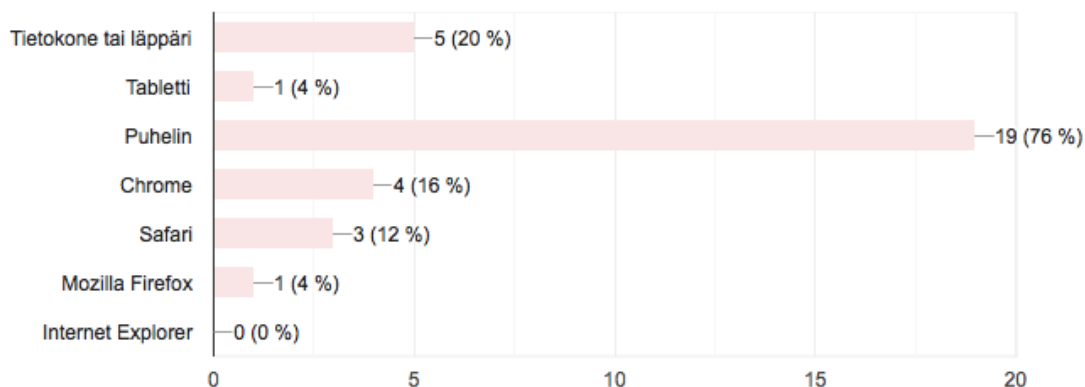
Kuvio 13: Onko sinulla koira/koiria?

Seuraavaksi kyselyssä kysyttiin, onko vastaajalla koira. Vastaukset näkyvät Kuviossa 13. Tällä kysymyksellä haluttiin kartoittaa ovatko vastaajat koiraihmiä ja tulisivatko he mahdollisesti joskus käyttämään koirankoulutuspalveluita. Verkkosivun ulkoasuun haluttiin mielipiteitä varsinkin koiraihmisiltä ja 92% kyselyyn vastanneista voisi luokitella koiraihmiseksi, sillä he joko omistavat koiran, ovat joskus omistaneet koiran tai tulevat tulevaisuudessa omistamaan koiran. Vain kaksi henkilöä, eli 8% vastaajista kertoi, ettei ole omistanut koiraakaan eikä luultavasti tule ikinä omistamaan.

län, sukupuolen ja koiran omistamisen selvittämisen tarkoitus oli saada tietää, kuuluuko kyselyyn vastaajat toimeksiantajan kohderyhmään. Verkkosivun responsiivisuutta mitattaessa iällä ja sukupuolella ei tietenkään ollut merkitystä. Sen vuoksi ei haitannut, vaikka kaikki vastaajat

eivät kuuluneet kohderyhmään. Verkkosivujen visuaalisesta ilmeestä kuitenkin haluttiin erityisesti kohderyhmään kuuluvien mielipiteitä.

Kyselyn seuraavat kaksi kysymystä liittyivät verkkosivun responsiivisuuteen.

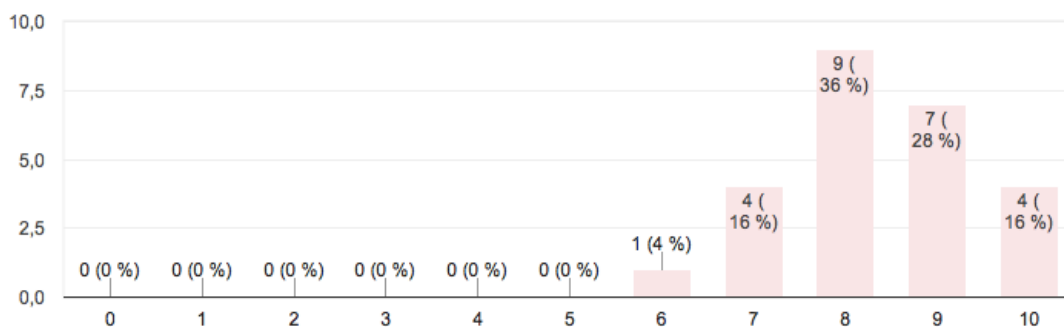


Kuvio 14: Millä laitteella ja selaimella avasit nettisivun?

Kuviossa 14 näkyy, millä laitteella ja selaimella he ovat vierailleet koirankouluttajan verkkosivuilla. Tämä monivalintakysymys olisi ollut parempi jakaa kahteen eri kysymykseen, sillä melkein kaikki vastaajista rastivat vain joko käyttämänsä laitteen tai selaimen. Tarkoitus olisi ollut, että vastaajat rastivat sekä laitteen että selaimen. Vastauksista saa kuitenkin selvää, että kaikkein yleisimpiä laitteita ja selaimia on käytetty. Vastanneista 76% oli käynyt verkkosivuilla puhelimilla ja 20% tietokoneella. Kaikki vastaajat eivät olleet rastineet mitä selainta he ovat käyttäneet, mutta 28% oli käyttänyt joko Safaria tai Chromea. Ne ovatkin nykyään käytetyimmät selaimet.

Seuraava kysymys oli avoin kysymys ja siinä kysyttiin, oliko verkkosivun avaamisessa, näkymisessä tai nopeudessa mitään ongelmia. Kaikki kertoivat sivun näkyvän normaalisti ja ilman ongelmia. Muutama henkilö sanoi verkkosivun latautuvan hitaasti, mutta selvisi, että se johtui Google Formsin hitaasta uudelleenohjauksesta testattavalle sivulle. Kyseessä ei siis onneksi ollut testattavan verkkosivun hitaus.

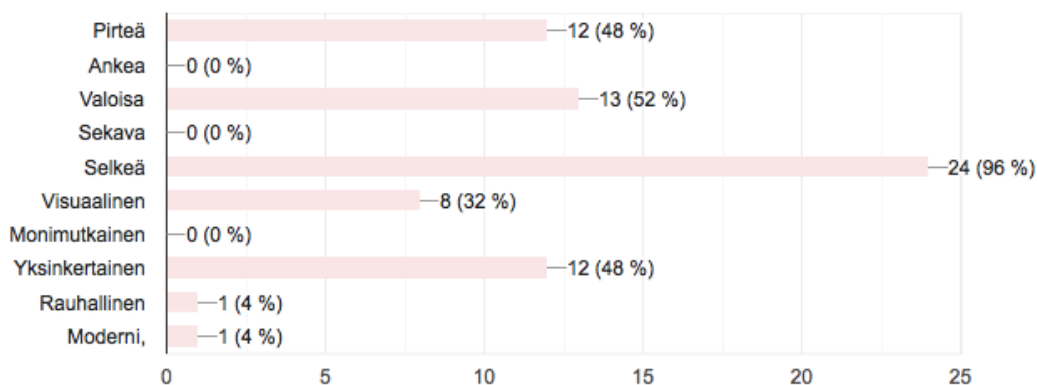
Seuraavat kysymykset liittyivät verkkosivun ulkoasuun. Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin kuinka paljon vastaaja pitää verkkosivun visuaalisesta ilmeestä.



Kuvio 15: Kuinka paljon pidit nettisivun visuaalisesta ilmeestä?

Kuviosta 15 näkyy vastaukset ja asteikko, joka oli 1-10. Asteikolla 1 tarkoittaa, ettei pidä ollenkaan ja 10, että pitää todella paljon. Kyselyyn vastanneet pitivät paljon verkkosivujen ilmeestä, sillä kaikki vastaukset osuvat asteikolla 6-10. Vastaajista 80% vastasi 8 tai enemmän, eli visuaalinen ilme on miellyttänyt monia. Hyvä tulos on erityistä, koska joukossa on myös vastaajia, jotka eivät kuulu kohderyhmään.

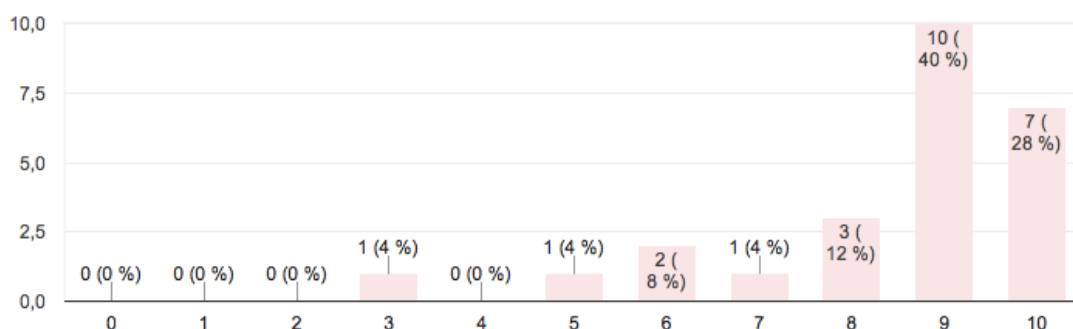
Seuraavaksi kyselyssä oli monivalintakysymys ”Mitkä seuraavista adjektiiveista sopivat nettisivujen yleisilmeeseen?” Vaihtoehtoina oli sekä positiivisia että negatiivisia adjektiiveja.



Kuvio 16: Mitkä seuraavista adjektiiveista sopivat nettisivujen yleisilmeeseen?

Kuviossa 16 näkyy vastaukset ja vastausvaihtoehdot. Kaikki vastasivat vain myönteisiä adjektiiveja ja 25:stä vastaajasta 24 vastasi adjektiivin selkeä. Muita valittuja adjektiiveja olivat mm. pirteä, raikas, yksinkertainen. Pari vastaajaa oli myös vastannut oman vaihtoehdon eli kertoi verkkosivun olevan rauhallinen ja moderni.

Seuraavaksi kyselyssä kysyttiin, kuinka todennäköisesti valitsisi Laura Tikan kouluttajaksi verkkosivujen perusteella.



Kuvio 17: Jos tarvitsisit koirankoulutuspalveluita, kuinka todennäköistä olisi, että valitsisit Laura Tikan kouluttajaksi nettisivujen perusteella?

Kuviosta 17 näkyy, että asteikko oli 1-10 ja 80% vastaajista vastasi numeron 8 tai korkeamman, eli erittäin todennäköisesti valitsisi Laura Tikan kouluttajaksi verkkosivujen perusteella.

Kyselyn lopuksi oli vielä vapaa osio, mihin sai kirjoittaa mistä tykkäsi tai ehdottaa parannuksia. Muutama oli kertonut kaipaavansa referenssejä tai lisätietoa koulutuksista. Näistä olimme keskustelleet toimeksiantajan kanssa jo ennen kuin aloin suunnitella verkkosivua. Toimeksiantaja sanoi täydentävänsä verkkosivuaan tulevaisuudessa ja rajasimme minun tehtäväkseni vain suunnitella julkaisukelpoiset verkkosivut, joita pystyy helposti muokkaamaan ja täydentämään itse. Tämän vuoksi emme nyt lähteneet lisäämään verkkosivulle lisää tietoa, koska toimeksiantaja aikoo sen tehdä itse lähitulevaisuudessa. Kyselyn vastaajien kesken löytyi myös monta henkilöä, jotka pitivät siitä, ettei verkkosivulla ollut liikaa tekstiä ja olivat sitä mieltä, että kaikki tarvittava tieto löytyy jo sieltä.

Muita parannusehdotuksia oli muun muassa, ettei ensimmäisen osion teksti erottunut tarpeeksi hyvin taustakuvasta ja kaivattiin linkkiä ryhmäkoulutuksien verkkosivuille. Tein heti tarvittavat toimenpiteet, eli tummensin taustakuvaa, jotta teksti näkyisi selkeämmin. Lisäsin myös ryhmäkoulutuksien kohdalle linkin, josta pääsee sen yrityksen verkkosivuille, missä toimeksiantaja käy kouluttamassa.

Suurelta osin vapaassa osiossa tuli positiivista palautetta. Esiin nousi erityisesti sivun selkeys, sillä vapaaseen osioon oli vastannut 15 henkilöä ja heistä 10 korosti verkkosivun selkeyttä. Kommentteja tuli myös kivasta värimaailmasta ja yhtenäisestä ilmeestä.

Kyselyn vastauksien perusteella verkkosivujen toteutus on ollut erittäin onnistunut. Responsiivisuudessa ei ole ilmennyt mitään ongelmia ja visuaalinen ilme on miellyttänyt vastaajia sukupuolesta tai iästä riippumatta. Tärkeintä oli kuitenkin saada todella hyvää palautetta kohde-ryhmältä.

6 Pohdinta

Pidimme toimeksiantajan kanssa palaverin ennen kuin aloitin tekemään verkkosivuja, ja kävimme läpi toimeksiantajan toiveita verkkosivujen suhteen. Opinnäytetyön tavoitteeksi muodostui siten selkeiden ja responsiiviset verkkosivujen toteutus. Sivujen piti olla myös helposti muokattavissa, koska toimeksiantaja alkaa tekemään tulevaisuudessa verkkokursseja. Työn edetessä palavereja oli melkein kerran viikossa ja toimeksiantaja oli tietoinen kaikista työn vaiheista ja muutoksista. Läheinen yhteistyö mahdollisti työn etenemisen koko ajan oikeaan suuntaan.

Toimeksiantajan kommentit valmiista verkkosivuista olivat, että hän tykkäsi niistä visuaalisesti todella paljon ja värimaailma oli ihana. Hän oli myös sitä mieltä, että hänen persoona on tuotu hyvin esille verkkosivujen kautta. Yhteistyö sujui vaivattomasti ja kokonaisuudessaan hän on tyytyväinen prosessiin ja lopputulokseen.

Käytettävyydestä varmistin, että myös käyttäjät ovat tyytyväisiä sivuihin. Kyselyn avulla käyttäjiltä kysyttiin sivujen responsiivisuudesta ja ulkoasusta. Responsiivisuudessa ei ollut mitään ongelmia ja ulkoasustakin pidettiin paljon.

Olen itsekin tyytyväinen verkkosivujen toteutukseen ja koin paljon onnistumisen tunteita saadessani hyvää palautetta sekä toimeksiantajalta että testaukseen osallistuneilta. Verkkosivujen tekeminen on jo itselleni tuttua puuhaa, minkä vuoksi uutta asiaa ei tullut paljoa. Tein kuitenkin ensimmäistä kertaa kunnollisen käytettävyydestä ja testauksen tuloksia oli mielenkiintoista lukea.

Haasteita opinnäytetyössä tuotti tietoperustan etsiminen ja lähteisiin viittaaminen. Verkkosivujen toteutukseen liittyvän teorian hyödyntäminen tuntui välillä turhautavalta, koska tiesin kokemuksesta, miten joku asia on, mutta siihen piti silti etsiä lähteitä. Oli kuitenkin kiinnostavaa tehdä verkkosivut eri tavalla kuin yleensä, eli teoriapohjaa hyödyntäen.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyötä oli miellyttävä tehdä ja pystyin pitämään yllä motivaatiota, koska tein työn nopeasti. Olin asettanut itselleni työn alkaessa tavoitteen, milloin haluaisin opinnäytetyöni olevan valmis. Aikataulussa pysyttiin erittäin hyvin ja tavoite viivästy vain noin viikolla. Yhteensä koko opinnäytetyön tekemiseen meni noin 10 viikkoa. Tähän sisältyi sekä verkkosivujen tekeminen sekä raportin kirjoittaminen.

Verkkosivut ovat nyt julkaisukelpoiset, mutta kehittämistyötä riittää. Tällä hetkellä verkkosivut näkyvät Googlessa sivulla kolme, kun etsii hakusanalla laura tikka. Hakusanalla koirankoulutus helsinki, verkkosivuja ei löydy ollenkaan. Tämä on kuitenkin yleistä näin uudella sivulla. Toimeksiantaja aikoo lähitulevaisuudessa avata verkkosivuille blogin ja alkaa pitämään verkkokoulutuksia koirankouluttamisesta. Tulen avustamaan näissä tehtävissä tarpeen tullen, mutta toimeksiantajalla on jo aiempaa kokemusta Wordpress julkaisujärjestelmästä. Jään

myös mielenkiinnolla odottelemaan Google Analyticsin tarjoamaa dataa ja katsomaan miten verkkosivu sijoittuu hakukoneissa tulevaisuudessa.

Lähteet

Painetut

Campbell, J. T. 2018. Web design: Introductory. 6th edition. Boston, MA: Cengage Learning.

Juslén, J. 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Helsinki: Tietosykli Oy.

Korpela, J. K. 2010. Verkkojulkaisun typografia. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Leino, A. 2012. Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet. Helsinki: Infor.

Parker, S. 2012. The web designer's 101 most important decisions: Professional secrets for a winning website. Cincinnati, OH: How Books.

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

Sähköiset

Cao, J. 2018. 12 colours and the emotions they evoke. Viitattu 18.11.2019.
<https://www.creativebloq.com/web-design/12-colours-and-emotions-they-evoke-61515112/2>

Chris, A. 2019. What Is Search Engine Optimization (SEO) And Why Is It Important. Viitattu 19.11.2019.
<https://www.reliablesoft.net/what-is-search-engine-optimization-and-why-is-it-important/>

Hakukonemestarit. 2019. Mikä on SSL-sertifikaatti, ja miksi kotisivut tarvitsevat sellaisen? Viitattu 14.10.2019.
<https://www.hakukonemestarit.fi/blogi/mika-on-ssl-sertifikaatti-ja-miksi-kotisivut-tarvitsevat-sellaisen/>

Hinderman, B. 2015. Building Responsive Data Visualization for the Web. John Wiley & Sons, Incorporated. Viitattu 2.10.2019.
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/laurea/detail.action?docID=4548082>

Hostingpalvelu. 2018. Mikä on domain/verkkotunnus/verkko-osoite. Viitattu 9.10.2019.
<https://www.hostingpalvelu.fi/ohjeet/yleiset-domain-ohjeet/mika-on-domainverkkotunnus-verkko-osoite/>

Hostsorter. 2019. Wordpress statistics. Viitattu 14.10.2019.
<https://hostsorter.com/wordpress-statistics/>

Idler S. 2012. 10 things to know about images in web design. Viitattu 15.10.2019.
<https://usabilla.com/blog/10-things-to-know-about-images-in-web-design/>

Ionos. 2018. Good website navigation: How to increase web usability. Viitattu 15.10.2019.
<https://www.ionos.com/digitalguide/websites/web-design/website-navigation/>

Kataja J. 2018. Hakukoneoptimointi. Viitattu 14.10.2019.
<https://www.zoner.fi/hakukoneoptimointi-eli-seo/>

Król, K & Silver, A.H. 2013. WordPress 3.7 Complete. Packt Publishing. Viitattu 2.10.2019.
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/laurea/detail.action?docID=1343645>

- Landry, A. 2019. 7 SEO factors to consider before choosing a content management system. Viitattu 20.11.2019.
<https://www.klipfolio.com/blog/seo-content-management-system>
- Litwin B. 2018. One page website: When to use single page website? Viitattu 8.10.2019.
<https://www.a2hosting.com/blog/one-page-website/>
- Muurinen, J. 2019. Hyödynnä Google Analytics digimarkkinoinnissasi. Viitattu 19.11.2019.
<https://www.kuulu.fi/blogi/google-analytics-hyodyt-digimarkkinoinnissa/>
- Newberry C. 2018. How to define your target market: A guide to audience research. Viitattu 14.10.2019.
<https://blog.hootsuite.com/target-market/>
- Pinomaa, J. 2017. Verkkosivujen sisällönhallintajärjestelmät. Viitattu 13.11.2019.
<https://huipulla.fi/verkkosivujen-sisallönhallintajärjestelmat/>
- Pitkänen, A. 2016. 5 syytä miksi valita responsiiviset verkkosivut. Viitattu 18.11. 2019.
<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/5-syyta-miksi-valita-responsiiviset-verkkosivut>
- Pitkänen, A. 2019. Kotisivut yritykselle. Viitattu 28.11.2019.
<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/kotisivut-yritykselle>
- Rajaniemi, M. 2017. Yhden sivun kotisivut - Ongelmia hakukoneoptimointiin? Viitattu 8.10.2019.
<https://internesia.fi/yleinen/yhden-sivun-kotisivut-ongelmia-hakukoneoptimointiin/>
- Salescommunications. 2019. Metatiedot hakukoneoptimoinnissa. Viitattu 14.10.2019.
<https://www.salescommunications.fi/blog/metatiedot-hakukoneoptimoinnissa>
- Smallbiztrendz. 2014. How to Use the Psychology of Colors When Marketing. Viitattu 28.11.2019.
<https://smallbiztrends.com/2014/06/psychology-of-colors.html>
- Stolley, K.A. 2011. How to Design and Write Web Pages Today. Viitattu 2.10.2019.
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/laurea/detail.action?docID=664526>
- Suomen Digimarkkinointi. 2019. Hyvä verkkosivuston rakenne. Viitattu 19.2019.
<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/hyva-verkkosivuston-rakenne>
- Treehouse. 2012. Beginner's guide to responsive web design. Viitattu 8.10.2019.
<https://blog.teamtreehouse.com/beginners-guide-to-responsive-web-design>
- Zoner. 2019. Mikä on webhotelli? Viitattu 9.10.2019.
<https://www.zoner.fi/webhotellit/>
- Web-veistämö. 2019. Julkaisujärjestelmän valinta. Viitattu 18.11.2019.
<https://web-veistamo.fi/blogi/julkaisujärjestelman-valinta/>

Kuviot

Kuvio 1: Verkkosivun suunnittelun askeleet (Campbell 2018, 72).....	9
Kuvio 2: Domain	13
Kuvio 3: Elementorin mobiilinäkymä	14
Kuvio 4: Etusivun näkymä.....	16
Kuvio 5: Kuvaus koirankouluttajasta.....	16
Kuvio 6: Yksityistunnit.....	17
Kuvio 7: Yhteydenotto ja Instagram	17
Kuvio 8: Verkkosivujen ylätunniste	18
Kuvio 9: Verkkosivuille valitut värit.....	18
Kuvio 10: Verkkosivuilla käytetyt fontit.....	19
Kuvio 11: Ikä?	20
Kuvio 12: Sukupuoli?	21
Kuvio 13: Onko sinulla koira/koiria?	21
Kuvio 14: Millä laitteella ja selaimella avasit nettisivun?	22
Kuvio 15: Kuinka paljon pidit nettisivun visuaalisesta ilmeestä?	23
Kuvio 16: Mitkä seuraavista adjektiiveista sopivat nettisivujen yleisilmeeseen?	23
Kuvio 17: Jos tarvitsisit koirankoulutuspalveluita, kuinka todennäköistä olisi, että valitsisit Laura Tikan kouluttajaksi nettisivujen perusteella?	24

Liitteet

Liite 1: Kyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot	31
---	----

Liite 1: Kyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot

1. Ikä?

| Alle 21 | 21-30 | 31-40 | 41-50 | Yli 50 |

2. Sukupuoli?

| Nainen | Mies | Muu |

3. Onko sinulla koira/koiria?

| Kyllä | Ei, mutta on ollut joskus | Ei, mutta tulevaisuudessa toivottavasti on | Ei, eikä luultavasti ole tulevaisuudessa |

4. Millä laitteella ja selaimella avasit nettisivun?

| Tietokone tai läppäri | Tabletti | Puhelin | Chrome | Safari | Mozilla Firefox | Internet Explorer |

5. Oliko nettisivun avaamisessa/näkymisessä/nopeudessa jotain ongelmia? Mitä?

Avoin kysymys.

6. Kuinka paljon pidit nettisivun visuaalisesta ilmeestä?

Asteikko 1-10. 1= En pitänyt ollenkaan. 10= pidin erittäin paljon.

7. Mitkä seuraavista adjektiiveista sopivat nettisivujen yleisilmeeseen?

| Pirteä | Ankea | Valoisa | Sekava | Selkeä | Visuaalinen | Monimutkainen | Yksinkertainen | Muu |

8. Jos tarvitsisit koirankoulutuspalveluita, kuinka todennäköistä olisi, että valitsisit

Laura Tikan kouluttajaksi nettisivujen perusteella?

Asteikko 1-10. 1= Ei ollenkaan todennäköistä. 10= Erittäin todennäköistä.

9. Muuta? Mistä tykkäsit? Mistä et tykännyt? Parannusehdotuksia?

Avoin kysymys.