

KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU

Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus Cafe Plazalle

Cafe Plazan toimeksianto

Meimi Turunen

Kulttuurialan opinnäytetyö
Kuvataiteen koulutusohjelma
Kuvataiteilija (AMK)

TORNIO 2011

TIIVISTELMÄ

Turunen, Meimi. 2011. Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus Cafe Plazalle.

Opinnäytetyö. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Kulttuuriala. Kuvataiteen koulutusohjelma. Sivuja 39. Liitteet 1 - 7.

Tein opinnäytetyön hankkeistettuna kuusamolaiselle kahvilalle Cafe Plazalle. Kahvilalla ei ollut aiemmin julkaistuja verkkosivuja ja mainonta on tapahtunut suorajakelun ja paikallislehden ilmoitusten kautta. Suunnittelin ja toteutin www-sivut yritykselle. Tutkimuskysymykseni oli, miten toteuttaa selkeät, persoonalliset mutta toimivat ja yritykseen yhdistettävät verkkosivut.

Kirjallisessa osassa käsittelen verkkosivujen tekoprosessia, omia havaintojani ja alan teorialähteitä ratkaisujen pohjana käyttäen. Käytin verkkografiikkaa ja visuaalista viestintää käsitteleviä verkko- ja kirjalähteitä sekä omiin kokemuksiin pohjautuvaa tietoa teknisten asioiden ratkaisemisessa. Tutustuin muiden kahviloiden sekä muiden alan yritysten www-sivuihin. Kävin kahvilassa tutustumassa kohteeseen ja otin valokuvia yrityksen tiloista sekä tuotteista. Hyödynsin valokuvia ja logoa verkkosivujen suunnittelussa ja tekemisessä. Käytin kuvankäsittelyohjelmaa ja verkkosivujen teko-ohjelmaa sivujen ulkoasun teossa.

Onnistuin sivujen teossa. Aikataulullisesti teoksen teko venyi aiottua pidemmäksi, mikä johtui osittain yrittäjän vaihdoksesta kesken sivujen teon. Työn myötä sain lisää kokemusta asiakkaan kanssa työskentelystä. Verkkosivut ovat Cafe Plazan tyylliset ja verkkosivujen ulkoasun voi rinnastaa kahvilan sisustukseen. Päädyin käyttämään sisustuksen selkeää linjaa ja värimaailmaa. Sivut kuvaavat yritystä ja ne on suunnattu Cafe Plazan potentiaalisille asiakkaille. Tällä valinnalla sivuista tuli selkeä, harmoninen kokonaisuus. Verkkosivut nostavat Cafe Plazaan hyvin esille.

Asiasanat: www-sivut, graafinen suunnittelu, visuaalinen viestintä

ABSTRACT

Turunen, Meimi. 2011. Designing and implementing web pages for Cafe Plaza.

Bachelor's Thesis. Kemi-Tornio University of Applied Sciences. Cultural and Media Studies. Degree programme of Visual Arts. Pages 39. Appendices 1-7.

My Bachelor's Thesis was commissioned by Cafe Plaza which is a coffee house located in Kuusamo. The coffee house did not have web pages and their advertising has been done via flyers and the ads on the local newspaper. My task was to design and implement the web pages for the company. The aim of my thesis work was to implement clear but distinctive, functional web pages which can be associated with the company in question.

In the written part of my Thesis I deal with the process of making a website assigned by Cafe Plaza. For the work I used my perceptions as well as theory sources as the basis of my solutions. I used both electronic and printed sources discussing web graphics and visual communication. I exploited knowledge based on my own experience when dealing with technical issues. I learnt to know other websites of coffee houses and the websites directed to the customers in the restaurant industry. I visited the coffee house and became familiar with the company. I took photographs of the spaces of the coffee house and of the products they have on offer. For designing and implementing the website I used the company logo and the photographs I took earlier. With the help of graphics software and the web development applications I designed the layout of the website.

In my opinion, I managed to create a website which can be associated with the Cafe Plaza. Time-wise the work was delayed from its schedule. The owner change was the main concern during the project and unfortunately it left me unprepared. During the Thesis work I gained more experience on communicating with the client. The website matches with the image of Cafe Plaza and the layout of the website can be associated with the coffee house. I decided to use the clear look of the coffee house's interior decor as well as its colours. The website represents the company and they are aimed to the potential customers. Due to the decor-related choice, the website became a serene harmonic ensemble. The web pages bring out Cafe Plaza image and draw more attention to the company.

Key words: web pages, graphic design, visual communication

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 LÄHTÖKOHDAT	7
3 SUUNNITTELU JA TOTEUTUS.....	9
3.1 Tarpeiden kartoitus ja materiaalin hankinta.....	9
3.2 Värimaailma.....	11
3.3 Taitto	13
3.4 Kuvamateriaalin luominen.....	15
3.5 Typografia.....	17
3.6 Sivujen rakenne.....	19
3.7 Sivujen kokoaminen.....	20
3.8 Viimeistely	22
4 KOHDERYHMÄN HUOMIOIMINEN JA TYÖSKENTELY TILAAJAN KANSSA ..	23
4.1 Kohderyhmän huomioiminen	23
4.2 Tilauslomake.....	23
4.3 Työskentely tilaajan kanssa	25
4.4 Päivittäminen	26
5 JOHTOPÄÄTELMÄT JA POHDINTA.....	28
LÄHTEET.....	30
LIITTEET	33

1 JOHDANTO

Teen opinnäytetyönä verkkosivut tilaustyönä kuusamolaiselle kahvilalle, Cafe Plazalle. Tutkin, miten toteuttaa selkeät, persoonalliset mutta toimivat ja yritykseen yhdistettävät verkkosivut Cafe Plazalle. Verkkosivut tuovat yritykselle lisää näkyvyyttä ja sivut ovat hyvä keino antaa lisäinformaatiota asiakkaille. Cafe Plazalla ei ole aiemmin julkaistuja verkkosivuja, ja mainonta on tapahtunut suorajakelun ja paikallislehden ilmoitusten kautta.

Kiinnostukseni verkkosivujen tekoon on tullut ikään kuin huomaamatta. Julkaisin 2000-luvun alussa ystäväni kanssa yhteisen sarjakuvan internetiin, jotta kaikilla olisi mahdollisuus lukea teosta. Verkkosivut olivat kanava, jonka kautta julkaisemisen saattoi nopeasti toteuttaa. Huomioni alkoi kiinnittyä sivujen rakenteeseen, ulkoasuun ja toimivuuteen. Huomasin verkkosivujen teon olevan hyvin monipuolinen tehtävä, jonka monipuolisuus ja tasokkuus ovat tekijästä, hänen mielikuvituksestaan ja taidoistaan kiinni.

Olen aikaisemmin tehnyt Kemi-Tornion ammattikorkeakoulussa verkkosivuja toimeksiantona. Asiakkaan mielipiteen huomioonottaminen on tuonut uutta näkökulmaa ja sisältöä työhön. Työn valmistuessa saan lisätä uuden teoksen portfolioon, ja täydempi portfolio edistäisi työllistymismahdollisuuksiani. Toimeksiantojen tekeminen on myös lähempänä sellaista työtä, jota todennäköisesti tekisin alan työpaikoissa.

Haluan kehittää itseäni internetsivujen teossa ja verkkoon taittamisessa. Haluan tehdä sivut, jotka ovat nykyaikaiset, täydentävät kahvilan imagoa ja ovat käytettävyydeltään toimivat. Tahdon myös lisää käytännön kokemusta ja oppia enemmän asiakkaan kanssa kommunikoinnista. Olen huomannut, että kommunikointi on avainsana onnistuneeseen projektiin.

Opinnäytetyön aiheen miettiminen vei paljon aikaa, mutta kun päätin, että haluan lopputyöni olevan käytännöllinen, hyödyllinen ja esillä, päädyin verkkosivujen tekoon. Toteutan internetsivut HTML:n, CSS:n ja JavaScriptin avulla. Käytettävät ohjelmat ovat Notepad++, Adobe Dreamviewer, Adobe Photoshop. Jotta asiakas voi päivittää internetsivut, on internetsivujen koodauksen oltava helposti päivitettävä. Täten vaikean päivitettävyytensä takia sivut eivät sisällä Flashiä.

Käytän lähteinä kirjalähteitä, jotka käsittelevät graafista suunnittelua. Muita kirjojen aiheita ovat verkkografiikka ja verkkosivujen tekeminen. Käytän internetsivujen koodaamisesta kertovia www-sivuja sekä havainnollistavina esimerkkeinä muiden kahviloiden www-sivuja.

2 LÄHTÖKOHDAT

Hain yritystä, jolla ei ollut verkkosivuja tai sellaista yritystä, joiden verkkosivut olivat visuaalisesti puutteelliset tai vanhanaikaiset. Samoilla kriteereillä etsin myös sopivaa kohdetta eri urheiluseuroista sekä muusta seuratoiminnasta. Aloitin yrityksen etsimisen listaamalla sopivia ehdokkaita, jotka löysin selailemalla paikallislehden ilmoituksia ja muistelemalla yrityksiä, joiden palveluja olen käyttänyt. Seuraavassa vaiheessa kävin läpi listan yritykset sekä muut listaamani ehdokkaat ja katsoin, oliko heillä internetsivuja. Lopulta päädyin kuusamolaiseen Cafe Plazaan, jolta ei löytynyt verkkosivuja.

Cafe Plaza on perustettu vuonna 2008 ja on alueen uusi kahvila. Pienet yritykset ovat väistyneet ketjumarkettien ja -liikkeiden tieltä ja yritysten määrä on Kuusamon keskustassa vähentymään päin. Halusin tukea yritystä, sillä Kuusamon keskustassa uudet yritykset ovat harvalukuisia. Uuden kahvilan viehäytys on tuonut asiakkaita enimmäkseen nuoria, nuoria aikuisia ja lapsiperheitä. Cafe Plaza tarjoaa kahvin ja leivonnaisten lisäksi mm. patonkeja ja lounaskeittoja. Kahvila vuokraa myös alakerran sauna- ja kokoustiloja ja yrityksessä on pitopalvelutoimintaa.

Verkkosivut tuovat näkyvyyttä yritykselle.¹ Ennen verkkosivuja kahvilan mainonta on tapahtunut paikallislehdessä ja suorajakelun puitteissa painettuna julkaisuna. Internetsivut toisivat Plazaan näkyvästi esille. Internetsivut toimisivat mainoksena, tiedon lähteenä ja kahvilan esittelynä. Sivuilta löytyvät kahvilan yhteystiedot, tietoa tuotevalikoimasta, kahvilan tarjoamista palveluista ja tarkempaa tietoa yrityksestä. Verkkojulkaisun hyviä puolia ovat vuorovaikutteisempi ja ajankohtaisempi sisältö verrattuna painojulkaisuun. Verkkojulkaisussa sisältöä voidaan päivittää nopeasti ja se mahdollistaa nopean reagoinnin.²

Kävijät hakevat useita eri asioita yritysten kotisivuilta omien tarpeidensa mukaan. Yritysten verkkosivuilta haetaan sekä yleistietoa, yhteystietoja, tuotetietoja ja hintoja kuin myös uutta tietoa: uutisia.³ Käyttäjiä voidaan luokitella navigointitaitojen mukaan satunnaisesti surffaileviin käyttäjiin ja tehokäyttäjiin. Kumpikin ryhmä käyttää verkkoa eri tavoin. Käyttäjät, jotka liikkuvat verkossa ilman päämäärää, kiinnostävät huomion

¹ Pohjanoksa 2007, 60.

² Raninen & Rautio 2003, 181.

³ Raninen & Rautio 2003, 183.

mielenkiintoisiin sivustoihin. Päämäärätietoiset kävijät hakevat tietoa ja arvostavat sen nopeaa löytymistä sivuilta.⁴

Cafe Plazan paikallislehden mainokset ovat värikkäitä: taustalla on keltaista ja oranssia sisältävä liukuväri ja teksti on kirjoitettu mustalla vahvarakenteisella ja päätteellisellä fontilla. Mainosten pohjaväri on ollut myös vaaleansinistä. Lehtimainokset ovat olleet erottuvia ja samaa linjaa on jatkettu suorajakelumainoksissa. Kahvilan sisustuksen värimaailma on rauhallisempi: sisustuksen päävärit ovat ruskean eri sävyt ja valkoinen. Oranssia on käytetty vähemmän - muutamassa yksityiskohdassa. Otin huomioon sekä Cafe Plazan mainosvärit että sisustuksen ja toivoin verkkosivuillani pystyväni yhdistelemään nämä ääripäät. Jo alusta alkaen verkkosivujen tyyli ja värimaailma muistuttivat kuitenkin enemmän kahvilan sisustusta kuin mainosten tyyliä.

Yrityksen visuaalinen ulkoasu perustuu harmaa-oranssiseen logoon, jonka värimaailmaa ja fontin tyyliä liikkeen sisustus noudattaa löyhästi (Liite 1). Cafe Plaza on kirjoitettu oranssilla, päätteettömällä fontilla. Fontin nimi on Boink LET Plain. Kirjaimen päätteiltään fontti on groteskityylinen mutta on enemmän kokeilevaa kirjatyyppeä.⁵ Logo on ollut yrityksen toiminnassa käytössä yrityksen perustamisesta lähtien.

⁴ Hatva 2003, 13.

⁵ Itkonen 2007, 64.

3 SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

3.1 Tarpeiden kartoitus ja materiaalin hankinta

Aloitin projektin sopimalla tapaamisen yrittäjän kanssa. Lähetin hänelle etukäteen tarvekartoituksen. Annoin hänelle listan kysymyksiä, joiden vastaukset auttaisivat minua sivujen teossa. Mitä asioita sivuilla kerrottaisiin kahvilasta? Annoin myös vaihtoehtoja sivujen sisällöstä, joita saattoivat olla kahvilan esittelyosuus, kuvagalleria ja tilaustyöt muun muassa. Halusin myös yrittäjän kertovan, millainen on Cafe Plaza ja millaiseksi asiakkaat mieltävät kahvilan. Kysyin kohderyhmästä ja tulevien www-sivujen tyylistä tarkoittaen sitä, halusiko yrittäjä sivuista modernit, yksinkertaiset tai koristeelliset. Kysyin samalla, halusiko yrittäjä verkkosivujen värimaailman noudattelevan kahvilan sisustuksessa käytettyjä värejä? Pyysin logoa ja valokuvia ja toivoin, että hän antaisi jotain materiaalia ensimmäisessä tapaamisessa.

Ensimmäisessä tapaamisessa kävimme näitä kysymyksiä läpi. Tarkempaa päivämäärää emme lopullisen työn palautukselle sopineet. Yrittäjä toivoi kuitenkin saavansa ainakin Cafe Plazan pikkujoulutarjoukset sisältävän yksittäisen sivun auki joulukuuksi. Sovimme, että yrittäjä hankkii sivuille palvelimen ja on se osapuoli, joka lähettää minulle materiaalit: logon, valokuvia ja tekstit. Sovimme myös, että www-sivuilla olisi tietoa Cafe Plazasta, vuokrattavista tiloista, tilaustöistä ja sivuilta löytyisi lounaslista ja kahvilan yhteystiedot. Sivuille tehtäisiin myös tilauslomake, jonka kautta asiakas pystyy tilaamaan patonkeja ja salaatteja. Tilaus hoidetaan verkon kautta ja tuotteet noudetaan kahvilasta.

Pyysin yrittäjältä valokuvia ensi tapaamisella ja sain niitä. Jo olemassa olevien valokuvien avulla saatoin nähdä, tarvitsinko lisää kuvia, jotka kuvaisin itse ja näin samalla, oliko valmiista kuvamateriaalista käytettäviksi.

Tutustuin internetistä löytyviin muiden kahviloiden verkkosivuihin. Sivut valikoituivat oman mieltymykseni mukaan, sillä hain tietoisesti hyvin tehtyjä www-sivuja inspiraatioksi ja nähdäkseni, millä tavalla sivujen ulkoasut ja tiedon järjestely oli toteutettu eri sivuilla. Keskityin sivustojen ulkoasuun eli layout-ratkaisujen tarkkailuun. Kahviloiden sivut noudattelivat lähes kaikki samaa kaavaa sisällön ja tyylin perusteella. Vaihtelua sivujen sisältöihin toivat kahvilat, jotka olivat osa suurempaa yritystä, kuten

hotellia. Silloin kahvilan tekstipainotteinen informaatio rajoittui usein vain yhteen sivuun, mikä ei ollut etsintääni tyydyttävä hakutulos. Sen takia hain malliksi ensisijaisesti yrityksiä, jotka eivät olleet osana jotakin isompaa ketjua.

Tarkastelin ensin oululaisten kahviloiden sivuja, kuten kahvila Bisketin, Cafe Saaran ja Vintin sivuja. Seuraavaksi katsoin kuusamolaisten kahviloiden ja ruokapaikkojen sivuja. Kävin läpi myös Tornion, Tampereen ja Helsingin kahviloiden sivuja. Kahvilalinkkejä kunkin kaupungin kahviloiden sivuille löysin eat.fi-sivustolta. Poinnin hyvin tehdyt sivujen www-osoitteet talteen ja selailin niitä ennen kuin aloin työstämään Cafe Plazan www-sivuja. Selailin myös vierityspalkki.fi/uudetjulkaisut -sivua toivoen löytäväni hyvännäköisiä sivustoja ja tarkastelin niiden sivurakennetta ja -jäsentelyä.

Ihminen muodostaa toimintatapoja ja tottuu käyttämiinsä käyttörutiineihin. Hyvää käytettävyyttä ei voi määritellä täysin teoreettiselta pohjalta. Ihmisen toiminta verkossa pohjautuu rutiineihin ja nämä käyttörutiinit määrittävät sen, kuinka hyvä on käyttöliittymä. Ihmisen tottuessa käyttämään jotakin verkon käyttöliittymää hän kokee tutun käyttöliittymän hyväksi ja muunlaiset huonoiksi. Siksi sivustojen uusiutuessa muutokset saavat käyttäjän pitämään uudistusta huonona, ainakin alussa. Internetsivujen tekonäkökulmasta katsoen huomaa, kuinka monet sivustot muistuttavat toisiaan. Käyttäjä ei sitä huomaa ja jos huomaakin, hän pitää sitä todennäköisesti asianmukaisena seikkana: tietynlainen toistuvuus on hyväksi käyttöliittymää tehdessä. Rutiinien jatkuvuuden takaamiseksi monet sivustojen käyttöliittymät on suunniteltu samalla tavalla toimivaksi. Poikkeava käytäntö koetaan huonona kokemuksena käytettävyydestä.⁶

Yhdenmukaisen käyttöliittymän noudattamisen hyvä puoli on, että sivuston käyttö helpottuu ja esitystavat yhdenmukaistuvat. Standardiin sopivia käyttöliittymiä voi olla useita. Sopivaa käyttöliittymää voi etsiä valikoimalla kohderyhmää vastaavan käyttäjän näkökulman. On hyvä pohtia, millaisia sivuja käyttäjä on tottunut käyttämään sekä sitä, onko hän tottunut lukemaan paperilta kaiken.⁷

Joidenkin kahviloiden sivuissa oli käytetty ruskeaa, joka on kahvin ja suklaan väri. Näitä sivuja olivat mm. Cafe Saaran www-sivut, Le Peche Mignon ja Marian

⁶ Pohjanoksa 2007, 164

⁷ Pohjanoksa 2007, 165

konditoria. Taittomallia, kokonaisuutta ja rakennetta katsoin sivuilta Ravintola Pannu sekä Maku.fi. Samanlaista layout-kokonaisuutta ja -rakennetta on hyödynnetty useissa sivuissa, ja tästä koruttomasta, vaakalinjaisista isosta palkeista kootusta rakenteesta on tullut uusi muotisuuntaus www-sivustojen ulkoasuissa. Navigointimallia katsoin erityisesti näiltä sivuilta: Taylor St Baristas sekä Beas of Bloomsbury. Navigointi on hyvin samankaltainen lähes kaikilla sivuilla. Katsoin myös millä tavalla muilla yritysten sivuilla oli otettu huomioon yrityksen logon värien käyttö. Tarkastelin kohteena olivat Karkiaisen, Cafe Saaran ja Ravintola Pannun www-sivut.

Tein luonnoksia sivujen ulkoasusta (Liite 2 ja 3). Piirsin perinteisesti kynällä paperille hahmotelmia sivuston ulkoasusta ja rakenteesta. Tiesin jo etukäteen millaisen ulkoasun suurin piirtein sivuille teen ja jäljelle jäivät tekstien ja kuvien jäsentely ja asettelu. Olen havainnut, että tämän hetken www-sivut ovat usein keskitettyjä ja horisontaalisiin alueisiin selkeästi rajattuja. En ole tehnyt verkkosivuja tätä ajatellen ja näin tässä projektissa mahdollisuuden toteuttaa nämä asiat.

3.2 Värimaailma

Koska kahvilaan tullaan levähtämään, nauttimaan hetkestä tai siellä käydään lounaalla, on verkkosivujen ulkoasunkin oltava halutun tunnelman mukainen. Kahvila on paikka, jossa asiakkaat voivat viettää hetken vapaa-aikaansa.

Sisustukseltaan Cafe Plazalla on pelkistetty ja selkeä tyyli. Kahvilassa on käytetty ruskean eri sävyjä, valkoista ja yksityiskohdissa oranssia Ehdotin alussa yrittäjälle pitäytymistä kahvilan sisustuksen väreihin. Hän suostui ehdotukseeni. Oikean sävyisen ruskean käyttö verkkosivuilla toisi kävijöille mielikuvan hyvin todennäköisesti joko kahvista tai suklaasta. Kahvinvärinen sivu toisi miellelyhtymän kahvilasta. Värimaailma tukisi siis kokonaisuutta ja sisältöä. Otin sävyn tarkan värikoodin kahvilasta ottamastani valokuvasta. Sivuja tehdessä huomasin kuitenkin, että oikean sävyisen ruskean löytäminen olisi vaikeaa. Vaikka valitsemani ruskea sävy näyttää hyvältä omalta tietokoneeltani, se ei välttämättä näytä hyvältä muilla näyttöpäätteillä. Ruskea on maanläheinen väri – rauhallinen ja hieman tunkkainen. Kokeiltuani ruskeaa taustavärinä huomasin, kuinka sivuista tuli elottomat ja tummat.

Pyrin pitämään sivujen värimaailman mahdollisimman yksinkertaisena ja selkeänä. Usean eri värin käyttö voi tehdä verkkosivukokonaisuudesta sekavan.⁸ Pitämällä värimäärän minimissä on sivuja helpompi suunnitella ja värejä yhdistellä. Päätin kokeilla valintoja logon värimaailman pohjalta. Yrityksen logo koostuu oranssilla kirjoitetusta yrityksen nimestä Cafe Plaza. Tummanharmaa taustaväri on osa logoa (Liite 1). Logo on tumma horisontaalisesti leveä suorakulmio. Levensin logon taustaa koko sisältöalueen levyiseksi ylätunnistekuvaksi Photoshopilla. Tarkoitan ylätunnisteella sivujen yläosassa olevaa kuvaa, jossa lukee usein sivuston nimi taikka logo riippuen sivuston sisällöstä. Ylätunnistekuva on usein se, mitä katsotaan ensimmäisenä.

Koska sivuissa on jo käytetty yhtä tummaa väriä, ruskean lisääminen muuttaisi sivut hyvin raskaan näköiseksi. Logossa oleva tummanharmaa taustaväri vaatii oman alueensa ja logo itsessään näkyvän paikan. Tasapainon tuomiseksi valitsin valkoisen tekstin ja kuvien taustaväriksi. Valkoinen alue on suurempi kuin tumman taustan ja sitä on suhteessa enemmän kuin tummia värejä.

Kokeilin logon tummanharmaata myös koko sivun taustaväriä, mutta se ei toiminut. Valitsin väliaikaisesti sen saman ruskean, johon aiemmin päädyin. Ajattelin, että voisin käyttää jotakin kahvilan pintatekstuuria taustakuvana ja muistin, että kahvilan sisennyksessä oli ruskeaa kuviollista tapettia (Liite 4). Sen käyttäminen taustakuvana voisi tuoda kahvilan asiakkaille ja sivuston käyttäjille mielleyhtymän Cafe Plazan kahvilasta. Tapettitausta voi luoda mielikuvan kahvilasta tunnelmineen, vaikka sivuilla kävijä ei olisi nähnyt kahvilaa. Taustakuvio muistuttaa väriltään kahvia tai kaakaota ja kuvio tuo mielikuvia höyryävästä kuumasta juomasta. Seuraavalla kerralla otin uuden kuvan seinällä olevasta ruskeasta tapetista ja vaihdoin ruskean tähän tapettikuvaan. Suoraan edestä otettu kuva tapetista mahdollisti sen, että kuvion saa näkymään taustakuvana niin, että sen kuvio jatkuu rajattomasti. Rajasin ja muutin taustakuvan sopivan kokoiseksi kuvankäsittelyohjelmalla Photoshopilla. Tapettikuva on isokokoinen, mutta pienensin sitä niin paljon kuin pystyi rikkomatta kuviota. Isokokoinen taustakuva haittaisi latautumismuuttia. Sivun näyttää nyt eloisammalta ja kuvio rikkoo sivun suorakulmaisten alueiden toistoa.

⁸ Pohjanoksa 2007, 157

Lisäsin ylätunnisteeseen valkoisella kaunokirjoitusfontilla kuvaan kolme linkkiä (liite 1) ja oranssiin logonkirjaimiin laitoin voimakkaampaa oranssia liukuvärjäyksen muodossa, jotta logon väsi oranssin saisi näyttämään edustavalta. Muutin logoa yrittäjän ehdotuksesta hyvin hienovaraisesti. Lopputuloksena logo ei näytä muuttuneen, mutta on nyt vahvemman sävyinen ja käyttökelpoisempi. Lisäsin liukuvärin myös taustaan. Käytin entistä tummempaa harmaata taustaan saadakseni siihen vähän kolmiulotteisuutta, varjoa ja korostusta keskelle. Tällä tavoin ylätunniste näyttää mielenkiintoisemmalta.

Valitsin tekstin väriksi mustaa muistuttavan tummanharmaan. Tekstialueen taustan väriksi valitsin valkoista lähellä olevan hyvin vaalean sävyn, joka taittaa himmeästi vaaleansiniseen. On hyvä pitää tekstin ja taustan kontrasti tarpeeksi suurena.⁹ Musta teksti valkoisella pohjalla on vahva yhdistelmä kontrastiltaan ja varsin käytetty. Olen huomannut, että vähentämällä mustan intensiivisyyttä on tekstiä miellyttävämpi lukea.

3.3 Taitto

Verkkosivujen ulkoasu on hyvä suunnitella niin, että sivu näkyy koko leveydeltään yleisimmillä näyttökooilla. On tärkeää valita sopiva leveys kohderyhmän käyttämän laitteiston mukaan.¹⁰ Verkkosivua koodatessa ja ulkoasu tehdessä huomasin, että verkkosivujen ulkoasu oli liian leveä. Verkkosivusto näytti isolta, tyhjältä ja leveältä sekä sisällön määrä näytti vähäiseltä. Kaikki nämä korjautuisivat pienentämällä sivun leveysarvoa. Liian leveä verkkosivu voisi rajata sivuston kävijöitä, mikäli koko sivusto ei leveytensä puolesta näkyisi näytöllä. Liika tila tuotti tyhjän näköisen ilmeen sivuille ja ratkaisuksi päädyin pienentämään sivun leveyttä. Tarkistin muista kahviloiden sivuista sivujen leveyksiä ja huomasin, että sivujen leveydet olivat kapeampia. Halusin pitää ulkoasun edelleen leveänä, sillä sivuston taitto perustui tähän. Logon ja navigoinnin sisältävän mainospalkin tyyli vaati kuitenkin tilaa sanalinkkien väliin, joten paljon en voinut kuvaa lyhentää taikka sivun leveyttä pienentää. Mainospalkin leveys määrittelee tekemäni ulkoasun leveyden.

⁹ Pohjanoksa 2007, 157

¹⁰ Loiri & Juholin 1998, 90-91.

Selvitin, mitä leveyttä muilla sivustoilla oli käytetty ja pienensin sivujen leveyttä lähemmäs muiden sivujen leveyksiä. Varmistukseksi kävin läpi parikymmentä verkkosivua, ja tallensin sivuista ruutukaappaus-kuvat eli kaappasin kuvan näyttönäkymästä. Avasin kuvat Photoshopissa ja käytin apuviivoja, jotka laitoin niille kohdille, jotka olivat sivujen leveyden raja-arvoja. Lähes puolet sivustoista, jotka selasin läpi, olivat leveydeltään 800px, kun taas työni oli ollut 1000px, joka oli aivan liian leveä. Läpi käymäni nettisivut luettelen aineistoluettelossa. Uudeksi leveydeksi sain 880px. Kuvakoon pienentäminen nopeuttaa sivuston latausnopeutta, sillä suurien kuvien hidas latautuminen häiritsee käyttäjää.¹¹

Verkkosivun pituus riippuu sisällön eli tekstien ja kuvien määrästä. Pitkä yksittäinen html-sivu jatkuu alaspäin ja sen näkee hiiren vierityspalkkia vierittämällä. Sisältöosan loppuessa jokaisen sivun alaosasta löytyy alatunniste eli tummanharmaa palkki, jossa lukee yrityksen yhteystiedot. Alatunniste näkyy joka sivun lopussa, joten yhteystiedot ovat löydettävissä jokaiselta sivulta. alatunniste ja ylätunniste ovat molemmat tummanharmaita osia ja ne kehystävät sisällön väliinsä.

Etusivu on kuin kirjan kansi, elokuvajuliste, ensitapaaminen.¹² Internetin käyttäjä on hätäinen ja kärsimätön ja siksi etsitty tieto pitää löytyä nopeasti ja vaivatta. Siksi on hyvä, että sivuston latautumisaika on lyhyt ja etusivun ensimmäisestä näyttönäkymästä löytyisivät keskeisimmät tiedot ilman vieritystä.¹³ Katse kulkeutuu kokonaisuudesta toiseen ja aluejaot kertovat käyttäjälle, että kussakin alueessa käsitellään eri asioita. Etusivulla sisältö on jäsenneily selkeästi omiin osioihinsa. Ensimmäisenä navigointipalkin jälkeen on esittelykappale, jossa kerrotaan mistä sivusta on kyse ja mikä on Cafe Plaza. Esittelykappale on lyhyt ja ytimekäs ja sen vierellä on valokuva kahvilasta. Kuvan alla, ikään kuin kuvatekstinä löytyvät yrityksen yhteystiedot. Seuraava alue alkaa tummalla pohjalla, josta löytyy ajankohtainen osio ja kuvalinkit lounaslista- ja tilauslomakesivuille.

Yläosan navigointipalkista löytyvät linkit tilat-, tilaustyöt- ja palautesivuille sekä etusivulle. Lounaslista- ja tilauslomakelinkit asettelin näkyvämmälle paikalle ja molemmat ovat muodoltaan kuvalinkkejä. Halusin pitää navigoinnin sisältävän ylätunnistekuvan suhteellisen yksinkertaisena ja siksi nämä kaksi linkkiä näkyvät

¹¹ Loiri & Juholin 1998, 94-96

¹² Hatva 2003, 15

¹³ Raninen & Rautio 2003, 191

etusivulla erikseen eivätkä ylhäällä ylätunnisteessa. Tällä tavoin voin nostaa nämä kaksi linkkiä enemmän esille. Todennäköisesti lounaslistaa haetaan sivuilta eniten ja lounaslistan toivotaan löytyvän nopeasti. Toinen vaihtoehto olisi laittaa lounaslista jo etusivulle, mutta kokeiltuani sitä täytti lounaslista teksteineen sivun täydeksi. Tilauslomake on uusi lisäys kahvilan toiminnassa ja siksi se on näkyvällä paikalla etusivulla. Tilauslomakkeen kautta asiakas voi tilata patonkeja taikka salaatteja ja noutaa tuotteet kahvilasta haluamanaan päivänä.

Sivuston tyyli jatkuu läpi sivuston ja jatkaa Plazan visuaalista ulkoasua. Päätin jättää Cafe Plazan mainosmaailman ulkoasun mainosmaailmaan, jonka värikkyydellä pyritään näyttävyyteen, sillä verkkosivuilla keltaoranssinen tausta karkottaisi lukijat. Rauhallisempi värimaailma toimii enemmän eduksi ja sivuilla viihtyy pidempään.

3.4 Kuvamateriaalin luominen

Kuvalla on verkkoviestinnässä useita eri tehtäviä. Kuvan avulla voi luoda mielikuvia, rakentaa kokonaisuuksia ja auttaa muistettavuutta ja sen myötä käytettävyyttä. Kuvien avulla voi välittää tietoa. Tiedon välitysmuotona kuvalla voi ilmaista asian yksinkertaisesti, sen avulla voi rakentaa merkityksiä ja näyttää haluttu asia. Mielikuvien luomisessa värit ja kuvat ovat nopein väline. Kuva parantaa muistettavuutta esimerkiksi maamerkin tavoin verkossa, jossa sivut muistuttavat toisiaan. Kuvan lisäämisellä verkkosivuille voidaan luoda käyttäjälle muistijälki.¹⁴

Kuvia laitettaessa verkkoon on huomioitava kuvakoon lisäksi sen resoluutio. Suurikokoiset ja suuren resoluution kuvat latautuvat hitaasti verkkokäytössä. Sopiva kuvan resoluutio näyttöpäätteeltä katsottavalle kuvalle on 72 pikseliä tuumalta, koska tietokoneen näyttö pystyy toistamaan vain 72 pikseliä tuumalta. Optimoimalla kuvat sopivalle resoluutiolle ja koolle sivuilla kävijän käyttökokemus säilyy mielekkäänä. Tavoite on vähentää tiedonsiirtoa ja sivun latautumisaikaa.¹⁵ Www-sivujen latautumisaikaa lyhentämiseksi kuvat on usein rajattu tiiviisti.

¹⁴ Pohjanoksa 2007, 194-195

¹⁵ Pohjanoksa 2007, 200-201

Www-sivuille tarvitsin kohdesidonnaisia ja tunnelmallisia valokuvia. Ensimmäisellä tapaamisella sain paljon erilaisia valokuvia yrittäjältä. Valokuvia oli laidasta laitaan. Joukossa oli kuvia, jotka eivät edustaneet kahvilaa kuten valokuvat lapsista ja kahvilan alakerrassa järjestetyistä syntymäpäiväjuhlista. Karsin edellä mainitut kuvat pois ja jaoin jäljelle jääneet kuvat tuotekuviin ja kahvilan yleiskuviin. Osa kuvista oli otettu kännykkäkameralla eli kuvien laatu ei ollut sitä mitä hain. Useissa tuotekuvissa tausta taikka kuvakulma ei ollut edustava. Jos aikoisin käyttää näitä valokuvia, menisi kuvien muokkaamiseen paljon aikaa ja todennäköisesti niistä valittaisiin vain muutama. Siksi ratkaisuni oli ottaa uusia valokuvia paikan päällä ja laajentaa kuvavalikoimaa.

Listasin tarvitsemani kuvat eri sisältösivuille. Tilaustyöt -sivulle tulisi tilaustyökuvia, etusivulle mahdollisesti yleiskuva kahvilan sisältä, menu -sivulle tuotekuvia ja tilauslomake -sivulle kuvat patongista ja salaattista. Muita käyttökuvia voisivat olla kuvat yrittäjästä työn ääressä sekä yleiskuvia tiloista. Lounaslista -sivulle voisi laittaa kuvan lounaskeitosta. Myös pikkujoulusesonkia ajatellen tarvitsin jouluisia valokuvia.

Valokuvasin kahvilaa, kahvilan yksityiskohtia, tuotteita sekä alakerran kokoustilaa. Toisella kerralla keskityin tuotteisiin, jouluisen asetelmakuvan ottamiseen sekä pikkujouluruokien kuvaamiseen. Kolmannella kerralla kävin ottamassa lounaskeittokuvia. Etsin myös sopivia tekstuureja hyödynnettäväksi sivuille. Tekstuuri on helposti hyödynnettävissä ja se toisi yhden elementin sivuille lisää, joka viittaisi Cafe Plazaan. Mikäli en käytä tekstuurivalokuvia, voisin poimia niistä sopivia muotoja ja hyödyntää niitä sivuilla.

Yrittäjän antamista ensimmäisistä kuvista en valinnut yhtään lopulliseen työhön. Tilaustyökakkukuvat jäivät vielä mietinnän alle, sillä minulla ei ollut tilaisuutta kuvata niitä. Syksyn aikana kahvilan yrittäjä kuitenkin vaihtui ja uusi yrittäjä halusi laittaa tilaustyökuvia esille ja vaihdoimme kuvat sellaisiin, joissa näkyisi uuden yrittäjän tekemät kakut. Sain häneltä kännykällä otettuja valokuvia täytekakuista ja voileipäkakuista. Ne eivät olleet täysin teräviä eikä valaistus toiminut kuvissa - voileipäkakku olisi saatettu rakentaa näkkileivän päälle kuvan perusteella. Valkoisella kuorutteella päällystetyt kakun reunat eivät luoneet näkymää kolmiulotteisesta tuotteesta. Kuvan valkoiset alueet olivat palaneet puhki eli niissä alueissa ei ollut informaatiota. Näin käy, jos on käytetty väärää valotusarvoa tai kännykkäkamera on muuttanut ne liian kontrastisiksi.

Tein nopean kuvakollaasin tilaustyösivulle minulle aiemmin annetuista kakkukuvista. Sovitin kuvia tilaustyöt -sivulle kollaasimuotoon. Kollaasi olisi tekstipalstan levyinen. Tällaisella sivustolla kuvien on hyvä olla joko horisontaalisesti pitkiä tai vertikaalisesti pitkiä, mutta ei tasasivuisen muotoisia. Tasasivuiset kuvat ovat vaikeampia sijoittaa sivustoon niin, etteivät ne rikkoisi sivuston osien linjoja. Käytettävissäni olevat kakkukuvat olivat kaikki tasasivuisia otoksia kohteistaan ja kollaasin avulla sain kompaktin kokonaisuuden verrattuna ratkaisuun, jossa laittaisin nämä kolme kakkukuvaa vierekkäin. Photoshopin avulla yhdistin kuvat ja sumensin kuvien taustareunoja toisiinsa sopiviksi sekä siistin ylimääräisiä taustalla olevia esineitä pois näkösalta. Yrittäjä piti tästä kuvasta, mutta halusi vaihtaa kuvassa näkyvät kakut ja täydentää kuvaa myös samalla sivulla mainituilla voileipäkuilla.

Muokkasin jokaisen valokuvan värit kirkkaimmiksi ja tällä tekniikalla sain myös kohteiden oikeat värisävyt esille. Käytin Photoshopin levels -kohtaa, jolla kuvan väriarvoja voi muuttaa. Otin kuvasta ylös vaaleimman ja tummimman kohdan RGB-arvot. R kuvaa punaista, G vihreää ja B punaista. Tietokone käsittelee kuvia, jotka voidaan jakaa kahden tyyppiin väriprofiileihin, jotka ovat RGB ja CMYK. Muutin Levels-kaavioon uudet RGB-arvot. Kakkukuvat eivät kuitenkaan muuttuneet edustaviksi tällä menetelmällä joten olin jättämässä kollaasin pois teoksesta, kunnes seuraavassa tapaamisessa juttelin kahvilan omistajan kanssa ja hänen pyynnöstä laitoin kaksi erillistä kakkukuvaa sivuille tekstin oikeaan reunaan (Liite 5).

3.5 Typografia

Typografia tarkoittaa pääasiassa kirjaintyyppien eli fonttien suunnittelua. Typografian tarkoituksena on helpottaa viestin välittymistä. Hyvä typografia antaa lukijalle tietoa tekstin sisällöstä ennen tekstiin perehtymistä, kuten julkaisun lajityypistä, joka voi olla esimerkiksi uutinen, oppimateriaali tai käyttöohje. Lukija suhtautuu erityyppisiin julkaisuihin eri tavoin, kuten selailemalla, opiskelun takia tai hovin vuoksi. Lukija voi selailla esim. harrastukseensa liittyvää sivua rauhallisella tahdilla. Tietoa etsiessään lukija haluaa löytää etsimänsä nopeasti ja selailee tekstiä rivien yli hyppien kunnes

löytää sen, mitä oli etsimässä. Typografia antaa lukijalleen ensivaikutelman tekstin sisällöstä, jäsentelee tekstin ja helpottaa luettavuutta.¹⁶

Www-taitossa on huomioitava leipätekstin palstan leveys. Loiri ja Juholin mainitsevat, että kapeat palstat sopivat verkkomaailmaan. Lyhyet tekstirivit ovat sopivia verkkomaailmaan, sillä pidemmät rivit vaikeuttavat lukemista. Kapeat rivit ovat silmäiltävämpiä ja verkkokäyttöön suositellaan kuudesta seitsemään sanaan pituisia rivejä.¹⁷ Verkkotekstin lukeminen on raskasta ja se pohjautuu silmäilyyn. Siksi onkin tärkeää, että tekstipalsta ei ole liian leveä. Pohjanoksa mainitsee sopivaksi palstaleveydeksi noin 60 kirjainmerkin enimmäismäärän yhdellä rivillä käytettäessä normaalia kirjainkokoja, kuten esimerkiksi kymmenen pisteen kirjainkokoja.¹⁸ Pitkät paperilla luettavaksi tarkoitettut tekstit eivät toimi verkkomaailmassa, koska verkossa tekstiä ei lueta, vaan silmäillään nopealla lukutahdilla. Verkkolukemisen ja painetun tekstin lukemisen ero on yhtä suuri kuin paperilta luetun ja äänen lausutun.¹⁹

Kokeiltuani kapeaa palstaa Cafe Plazan sivuissa huomasin pienemmän palstaleveyden toimivan. Nyt etusivulle voi laittaa kuvan leipätekstin viereen ja kuvan alle yhteystiedot näkyvälle paikalle. Tämän esittelykokonaisuuden alla oleva tyhjä tila korostaa yllä olevaa tekstiä ja tuo kävijälle lukutauon. Lisäsin myös tyhjää tilaa leipätekstin vasemmalle ja oikealle puolelle marginaaliksi. Yksi graafisen suunnittelun pääelementtejä onkin tyhjän tilan käyttö.

Valitsin päätteellisen antiikva-fontin **Georgian** kahvilan sivuille, sillä se olisi kahvilalle tyyliältään sopiva. Georgia kuitenkin vaihtui päätteettömään groteskiin **Trebuchet MS** fonttiin paremman luettavuuden vuoksi. Toisin kuin antiikvafontit, päätteettömät fontit ovat helpommin luettavissa tietokoneen näyttöpäätteeltä.²⁰ Jätin otsikot kursivoiduksi antiikvaksi, jossa Georgia toimii tyylikeinona. Antiikva tuo kahvilan asiakkaille mahdollisesti mielikuvaan vanhasta ajasta: Cafe Plaza valmistaa perinteisellä tavalla hyviä leivonnaisia, keittoja ynnä muita tuotteita. Groteski fontti tuo huomattavasti modernimman näkökulman esille ja se viestii kahvilan nuorekkaasta ilmeestä. Pienensin fonttia, jotta leipäteksti olisi luettava ja vaikka valittu fontin koko

¹⁶ Hatva 2003, 77.

¹⁷ Loiri & Juholin 1998, 94.

¹⁸ Pohjanoksa 2007, 156

¹⁹ Pohjanoksa 2007, 186-187

²⁰ Huovila 2006, 97.

on silti suhteellisen iso, 14px, ei se Trebuchetissa näytä liian isolta fonttikoolta, toisin kuin muissa fonteissa, esimerkiksi Times New Romanissa.

3.6 Sivujen rakenne

Cafe Plazan verkkosivut koostuvat etusivusta, menu-, tilat-, tilaustyöt- ja ota yhteyttä - sivuista. Jokaisen sivun alaosa löytyy vierityspalkkia vierittämällä tumma alue, joka muistuttaa yläosan mainospalkkia. Tässä alaosassa näkyvät kahvilan yhteystiedot. Etusivulla on kahvilan esittelyteksti, valokuva kahvilasta ja yhteystiedot (Liite 6).

Verkossa on usein liikaa informaatiota, joka on järjestetty epäloogisesti. Hyvällä verkkosivustolla on tiedon järjestely ja jäsentely hoidettu ja tieto on selkeästi organisoitu. Tiedon löydettävyyden helppous on myös tärkeää huomioida. Tiedon voi järjestellä hierarkisesti eli tieto on jäseneltä pääkokonaisuuksista pienempiin, yksityiskohtaisiin tietoihin. Muut vaihtoehdot tiedon jäsentelylle ovat lineaarinen tapa, jossa tieto kerrotaan alusta loppuun sekä nonlineaarinen tapa, jossa osa tiedosta pääkokonaisuuksien sisällä kerrotaan käyttäjälle alusta loppuun.²¹

Sivuston rakenne on hierarkkinen, joka tarkoittaa, että verkkosivu jakaantuu etusivulta alasivuille ja mahdollisesti myös alasivuilta seuraaville alasivuille. Hierarkkinen verkkosivurakenne on käyttäjällä helppo sisäistää.²² Hierarkkisuus näkyy etusivussa, sillä vain etusivulta löytyy kolme muuta linkkiä, jotka ovat mahdollinen ajankohtainen kuvalinkki, lounaslistan kuvalinkki sekä tilauslomakkeen kuvapainike. Ajankohtaisesta osasta löytyy pikkujoulumenua mainostava kuvalinkki. Tulevaa käyttöä varten kuvan voi vaihtaa ja kuvan alle on mahdollista kirjoittaa tekstiä.

Alun perin internetsivuille oli tarkoitus tehdä Cafe Plazan tuotevalikoimasta kertova sivu. Yrittäjän vaihtuessa päätimme uuden yrittäjän kanssa luopua tästä menusivusta, sillä kuvamateriaalia ei ollut tarpeeksi kattavan tuotevalikoiman näyttämiseksi ja sivun tarkoitus oli epäselvä. Menu-sivu tehtiin alun perin juuri tuotevalikoiman monipuolisuuden näyttämiseksi, kuvagalleriaksi. Kuvagalleria oli tarkoitus jakaa osioihin, joita olivat salaatit, leivokset jne. Näistä molemmista ideoista luovuttiin.

²¹ Raninen & Rautio 2003, 190.

²² Valtiotieteellinen tiedekunta, tv-*opetus* 2004

Päädettiin siihen, että kuvia otetaan sen verran kuin on mahdollista, mutta määrältään kuvia tarvittiin alussa oletettua vähemmän, mikä vähensi työmäärää. Menusivulle tarkoitetut jo valitut kuvat saattoi nyt lisätä muille sivuille, mikäli kuvat sopivat samaa aihetta käsittelevään tekstiin.

Sivustolta löytyy kaksi lomaketta, joista toinen löytyy palautesivulta ja toimii palautelomakkeena. Toinen on laajempi tilauslomake, jonka kautta asiakas voi tilata tuotteita. Täytetty lomake kulkeutuu Cafe Plazan sähköpostiin, jota kautta yrittäjä saa uudet tilaukset ja palautteet.

Alkuvaiheessa oli tarkoitus laittaa Cafe Plazan Facebook-sivu etusivulle pienennetyssä koossa. Se olisi ollut yrittäjälle helppo tapa päivittää sivusto ja se olisi tuonut Cafe Plazan sivustolla kävijöille uutta sisältöä nähtäväksi. Etusivun rakentuessa ja osien tiivistyessä Facebook-sivun lisäys unohtui ja lopulta sitä ei sinne tarvinnutkaan, koska etusivulta löytyi nyt kaikki tarpeellinen sisältö. Kahvilan Facebook-sivulle löytyy linkki alatunnisteen osiosta.

3.7 Sivujen kokoaminen

Halusin keskittää sisällön keskelle näyttöä. Olen tämän vuoden aikana huomannut, että keskittäminen kannattaa ja tekee sivuista siistimmät. Olen toteuttanut keskittämisen html:n table-koodauksen avulla. Jos koodissa on käytössä monimutkainen ja laaja table-koodi, voi yhden solun lisääminen hajottaa www-sivun visuaalisen järjestyksen ja aiheuttaa ongelmia kun on yrittäjän vuoro päivittää sivuja.

Lähdin etsimään toista toteutustapaa ja selailin muita verkkosivuja ratkaisun toivossa. Löysin sivun www.maura.com, jonka koodausta ymmärsin sen yksinkertaisuuden ja tutun koodikielen takia. Tallensin maura.comin etusivun ja tyyli tiedoston koneelleni ja tutustuin sivun koodiin. Kokeilin eri lukujen muuttamista ja sillä tavoin pyrin ymmärtämään mitä elementtiä kukin termi käsitteli. Huomasin sivuston käyttävän div-koodausta, ja yhdessä wrap -nimisessä elementissä sivuston keskittäminen oli hoidettu marginaalien arvojen automatisoinnilla. Kokeilin yhdistää wrap-divin Cafe Plazan sivuihin ja keskittäminen onnistui hyvin.

Etusivun ollessa työn alla se vaikutti tyhjältä sisällön puolesta. Lisäsin entisen menusivulla olleen tekstin etusivun lyhyen tekstikappaleen alle. Sivun näytti täydemmältä ja sisältörikkaammalta. Myöhemmin ymmärsin, että pitkä tekstiosa etusivulla ei olisi sivuilla kävijästä mielenkiintoinen, sillä tekstissä puhuttiin tuotevalikoimasta – asioista, jotka olivat ajattomia ja tekstin saattoi jättää etusivulle eikä sitä tarvitsisi koskaan päivittää. Kävijä ymmärtää sen ja jos hän ei hae tuotevalikoimasta tietoa, ei menutekstin paikka ole etusivulla. Poistin lisäämäni menutekstin ja ideoin mielenkiintoisemman kuvista koostuvan sisältöosan tekstin tilalle.

Etusivun esittelykappaleen ja -kuvan alle tein kolme kuva-aluetta, jotka toimivat myös linkkeinä. Ajankohtaisen osan, jossa sillä hetkellä oli joulun kuva ja linkki, sijoitin esittelykappaleen alle. Painoarvoa lisäsin tekemällä jouluosiolle isohkon kuvan keskeiseltä paikalta sivua. Kuvan alle yrittäjä voi kirjoittaa halutessaan pikkujouluun tai kulloinkin ajankohtaiseen asiaan tarkentavaa tekstiä. Kuva toimisi linkkinä itse pikkujoulusivulle. Oikealle marginaaliin lisäsin kaksi pientä kuvalinkkiä lounaslistaa ja tilauslomaketta varten. Nämä kaksi kuvaa muodostavat samankorkuisen alueen vasemmalla olevan pikkujoulukuvan kanssa ja selkeät aluejaot tehostavat sisältöä ja kokonaisuudeltaan etusivu on näin ollen selkeä.

Esittelin uuden ja vanhan version etusivusta uudelle kahvilan omistajalle ja päädyimme tekemään etusivun uuden rakenteen pohjalle. Seuraavaksi pyrin yhtenäistämään sivut. Yksittäiset sivut olivat erilaisia keskenään ja sivuilla olleiden kuvien koot ja paikat vaihtelivat. Yksittäisien sivujen sisältöä ajatellen pyrin saamaan sivun sisällön etusivulle ja laitoin kuvia sinne, missä ne palvelivat sisältöä parhaiten. Tasoitin kuvien kokoeroja ja yhdenmukaistin useiden eri sivujen ulkoasurakenteita samankaltaisiksi, jotta ne olisivat keskenään yhtenäisiä. Muuttuvat kuvien koot ja paikat tekisivät sivut sekavammaksi, sillä katsoja ei tiedä ennalta missä kuvamateriaali seuraavalla sivulla sijaitsee. Kuvat ovat korkeintaan tekstipalstan levyisiä. Harmoninen kuva-asettelu löytyy etusivulta selkeine alueineen.

Työn loppuvaiheilla yrittäjä lähetti minulle viestin, jossa ilmoitti, ettei kiireiden vuoksi ehdi panostaa www-sivujen tekoon. Hän ehdotti sivujen teon lykkäämistä seuraavaan kuuhun, mikä taas ei sopinut minulle aikataulullisesti. Saimme kuitenkin sovittua, että sivujen tekoa jatketaan entiseen malliin, koska sivut olivat lähes valmiit. Keskustelu toi

myös uutta pontta työn tekoon, kun yritin huomioida sivujen tuomaa työmäärää yrittäjän kannalta. Päädyin vähentämään ylimääräisiä tekstialueita ja jätin jotkin osat kokonaan pois.

3.8 Viimeistely

Laittaessani sivuja palvelimelle, huomasin, etteivät sivut näkyneet kaikilla yleisesti käytetyimmillä selaimilla samalla tavalla kuin oli tarkoitus. Keskitetty sivun taitto katosi Internet Explorerissa ja table-koodien leveysarvot muuttuivat toisenlaisiksi. Tiedostin sen, että Internet Explorer voi aiheuttaa lisää työtä sivujen koodaukseen, sillä Internet Explorer tulkitsee www-sivujen koodia eritavalla kuin muut selaimet. Tämän olen oppinut aikaisemmasta kokemuksestani www-sivuja tehdessä. Lähdin etsimään Googlesta muita sivuja, joissa oli kerrottu ratkaisuja samanlaisiin ongelmiin. Lopulta sain selville, että omasta koodistani puuttui doctype html public -lisäys, joka löytyy jokaisen html-sivun alusta. Doctype -koodi kertoo, mitä koodia kyseessä oleva html-sivu käyttää ja tämän lisäämällä sain table-arvot kohdalleen.

Laittaessani sivuja internetpalvelimelle huomasin, että tekstissä olleet skandinaaviset ä:t ja ö:t katosivat. Ä:t ja ö:t täytyi muuttaa koodiin symboliarvoiksi, jollaisia löytyy skandinaavisille kirjaimille. Esimerkkinä on ä, jonka tilalle kirjoitetaan ä. Selaimet kääntävät koodissa olevat symboliarvot luettaviksi kirjaimiksi.

4 KOHDERYHMÄN HUOMIOIMINEN JA TYÖSKENTELY TILAAJAN KANSSA

4.1 Kohderyhmän huomioiminen

Sivuja tehdessä on hyvä asettaa tärkeimmät asiat etusivulle ja tietoa siitä, mille sivuille kävijä on saapunut. On hyvä miettiä, kuka kahvilan verkkosivuja käy katsomassa ja mitä he etsivät. Verkossa voi surffaila huvikseen tai hakea tietoa, jolloin tekemisellä on tavoite eli kysymys, johon pyritään saamaan vastaus mahdollisimman helposti.

Kahvilan sivuille tulijoiden hakukohteet on mietittävä etukäteen ja pohdittava haettavien kohteiden tärkeysjärjestys. Milloin kahvila aukeaa? Missä kahvila sijaitsee? Mitä palveluita yritys tarjoaa? Nämä ovat potentiaalisen asiakkaan kysymyksiä. Näitä kysymyksiä miettiessäni päädyin siihen, että yhteystiedot löytyvät etusivulta. Samoin tietysti esittelyteksti kahvilasta: mikä sivu on kyseessä ja mitä kävijä täältä löytää. Seuraava kiinnostuksen kohde voi olla lounaslista. Lounaslistan tiedot ovat löydettävissä etusivun kovalinkin kautta.

Cafe Plazan asiakkaat ovat enimmäkseen nuoria aikuisia. Kahvilassa käyvät kuitenkin myös muut kuin tähän ryhmään kuuluvat henkilöt. Varsinaisen kohderyhmän muodostavat kahvilan kaikki potentiaaliset asiakkaat.²³ Mahdollisesti tilauslomaketta käyttävät muun muassa yritykset, jotka ostavat isompia määriä tuotteita esimerkiksi palavereihin. Tätä ominaisuutta nuoret aikuiset eivät todennäköisesti käytä. Verkkopalvelulle ominaista on sen näkyminen kaikelle yleisölle.²⁴ Kohderyhmä rajautuukin potentiaalisiin asiakkaisiin, sekä paikkakunnalla kävijöihin että paikallisiin. Kahvilan asiakkaat joko asuvat tai ovat käymässä kahvilan lähiympäristössä.

4.2 Tilauslomake

Sivuille laitettiin tilauslomake, jonka kautta asiakkaat voivat tilata etukäteen patonkeja ja salaatteja. Tutustuin verkossa jo oleviin kahvila- ja ravintolayritysten verkkosivujen lomakkeisiin. Otin lähtökohdaksi, että lomake on mahdollisimman käytännöllinen,

²³ TIEKE, tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry, Kohderyhmän määrittely

²⁴ Pohjanoksa 2007, 31

tarkoituksen mukainen ja että sen muoto ja ulkoasu palvelevat käyttäjää. Lomake olisi käyttäjäystävällinen ja asianmukainen.

Alkuvaiheessa yrittäjä halusi sivuille tilauslomakkeen, joka olisi sisältänyt kuvat tilattavista tuotteista tarkoittaen sitä, että jokaisesta myytävästä tuotteesta olisi valokuva. Valokuvaamisen jälkeen olemassa olevista tuotekuvista ei olisi riittänyt tarpeeksi materiaalia tämän tyylliseen verkkokauppamaiseen tilauslomakkeeseen. Kuvat eivät olisi voineet kattaa koko tilaustuotevalikoimaa. Mikäli sivustolle tehtäisiin edellä mainittu verkkokauppamainen tilaussivu, sen teko olisi saattanut vesittää koko projektin aikataulullisesti. Minulla ei ole tietotaitoa verkkokauppasivuston koodaamiseen taikka tarvittavaan tietojenkäsittelyyn. Aloin ideoimaan yksinkertaisempaa tilauslomaketta, joka perustuu html-koodin form-toimintoon. Form-toimintoa käytetään eniten palautesivuilla ja niitä löytyy lähes kaikkialta. Se olisi helpommin toteutettavissa. Tein tilauslomakkeesta kolmisivuisen lomakkeen, joista ensimmäisellä sivulla oli lista tuotteista menu-kirjan muodossa (Liite 7). Siitä asiakas saattoi valita tuotteen ja määrän kutakin tuotetta. Toisella sivulla lukisi tilausvarmistus eli lista kaikista asiakkaan valitsemista tuotteista määrineen ja hintoineen. Sen alta löytyisivät yhteystiedot -kohta, johon kirjataan asiakkaan yhteystiedot ja tuotteiden nouto-aika. Kun tilaus on lähetetty, asiakas ohjataan sivulle, jossa kiitetään tilauksesta.

Kolmisivuisen tilauslomakkeen koodaaminen olisi monimutkaisempaa ja vaatisi javascript-kieltä syötettyjen tietojen kokoamiseksi. Toivoin pystyväni toteuttamaan lomakkeen Dreamviewer-ohjelmalla, mutta lopulta tein lomakkeen html-osan itse ja jätin javascript-osan myöhemmälle. Toivoin saavanani apua joltakulta, joka osaa käyttää javascriptiä, mutta tässä ajassa en olisi ehtinyt läpikäymään uutta koodikieltä teososaa ohjaavan opettajan kanssa. Päädyin aikataulullisista syistä yksinkertaistamaan lomaketta yksisivuiseksi, jolloin lomakkeessa ei tarvitsisi käyttää javascriptiä (Liite 7). Muutin tilauslomakkeen tuotelistauksen yksinkertaisemmaksi ja yhdistin tuotelistaan tuotteiden valitsemisen. Sen alla asiakas voi kirjata yhteystiedot ja noutoajan ja -päivän.

On tärkeää, että lomakkeen täyttäminen toteutuu virheettömästi ja käyttäjä ei voi täyttää lomaketta väärin.²⁵ Pyrin pitämään lomakkeen helposti täytettävänä ja loogisena. Lomakkeen täyttäjällä laitoin pari pakollista täytettävää kenttää, kuten nimen, sähköpostiosoitteen ja puhelinnumeron. Pakolliset kentät on merkitty asteriskilla.

²⁵ Pohjanoksa 2007, 156

Lomakkeessa valitaan myös noutoaika ja -päivä ennalta määrättyjen lukujen avulla. Yrittäjä olisi halunnut kalenterimuotoisen noutopäivän, mutta se jäi toteuttamatta. Kalenterin toiminta olisi myös rajallista: siihen olisi voinut laittaa tietyn määrän kuukausia etukäteen valmiiksi asiakkaan valittavaksi, mutta se olisi ehdottomasti päivitettävä ”käyttämättömien” kuukausien päättyessä. Yrittäjä halusi sivuista helposti päivitettävät, jotta hän voi itse niitä päivittää. Kalenterin tekoon tarvittaisiin vahvaa verkkosivu- tai ohjelmointikoodauksen tuntemusta, joten siksi päädyin jättämään kalenterin pois. Kalenterin teko olisi ollut vaikeaa, sillä siihen olisi tarvittu laajempaa koodauskielten osaamista.

Tilauslomake sellaisenaan osoittautui haasteelliseksi koodattavaksi ja lopulta aikataulullisista syistä pyysin tietojenkäsittelyn alan opiskelijoilta apua tilauslomakkeen koodaamisessa. Lomakkeen testausvaiheessa huomasin, kuinka moni asia ei toiminut niin kuin piti. Lomakkeen toimivuutta voi testata palvelimella ja sain lomakkeen käyttöön tarvittavat palvelinominaisuudet käyttöni työn loppuvaiheessa. Lisäsin lomakkeeseen toiminnon, että jos asiakas ei kirjoita nimeään, puhelinnumeroaan tai sähköpostiaan lomakkeeseen, tilaus ei lähde vaan asiakas saa virheviestin ja voi saman tien korjata puuttuvan kohdan. Testausvaiheessa huomasin, että lomake tyhjeni joka kerta kun tilauksen lähetti ja jos lomakkeesta puuttui jokin tarvittava tieto, kuten nimi, joutui asiakas täyttämään tilauslomakkeen alusta asti. Se oli mielestäni ikävä piirre lomakkeessa ja nyt lomake toimii niin, että aiemmin täytetyt tiedot säilyvät, kunnes käyttäjä saa lomakkeen valmiiksi ja hyväksytyksi. Lomake ei toiminut pelkällä html-koodilla, vaan siihen tarvittiin lisäys cgi-koodauksella. Tietojenkäsittelyn opiskelija auttoi tässä ja teki korjauksen lomakkeeseen php-koodauksella, joka oli toinen vaihtoehto lomakkeen toiminnan takaamiseksi.

4.3 Työskentely tilaajan kanssa

Toimeksiantajan ja tekijän välinen vuorovaikutus on tärkeässä osassa työn onnistumisesta. Toimiva ja hyvä mainonta syntyy teoksen suunnittelijan ja asiakkaan välisenä vuorovaikutuksena.²⁶ Yhteydenpito kahvilan omistajan kanssa on ollut haastavaa. Syynä on ollut mm. omistajan vaihdos kesken prosessin. Silloin kun

²⁶ Raninen & Rautio 2003, 78.

välimatka kahvilaan ei ole ollut suuri, kävin paikan päällä juttelemassa. Kysyessäni asioita sähköpostitse, en ole saanut kysymyksiini vastauksia. Pienetkin kysymykset ja tiedustelut omistajan mielipiteestä jäivät epäselviksi. Kävin paikan päällä kahvilassa juttelemassa aina kun oli mahdollista. Valitettavasti en aina päässyt kahvilaan, sillä suurimman osan ajastani työskentelin opiskelupaikkakunnallani. Tapaamisia olisi voinut olla enemmän, sillä tapaamisten jälkeen pystyin jatkamaan sivujen tekoa ja työni eteni.

Molemmat omistajat ovat olleet vuodenaikasta riippumatta hyvin kiireisiä ja siksi heillä ei ole ollut aikaa panostaa internetsivuihin. Osallistuminen työhön voisi edesauttaa myös yrittäjän tyytyväisyyttä lopputulokseen. Ajoittain minulle on tullut sellainen mielikuva, etten tiedä mitä he haluavat sivuille tehtävän. On ollut vaikea lähestyä aihetta ja neuvoa yrittäjää projektissa kun minulle on epäselvää, mitä sivuille tulisi laittaa ja mitä yrittäjä haluaisi. Lopputuloksena tämänhetkinen yrittäjä vaikuttaa kuitenkin tyytyväiseltä sivustoon.

Yrittäjä vaihtui työn ollessa pahasti kesken. Uskon, että uuden omistajan oli vaikea miettiä mitä internetsivuille tulisi näin kesken projektin. Olimme käyneet sivuja läpi entisen omistajan kanssa alusta alkaen. Entinen omistaja näki työn kehittymisen ja sen kautta hänen oli helpompi kertoa ehdotuksia liittyen esimerkiksi sivujen sisältöön. Uudella yrittäjällä oli paljon tekemistä yrityksen käynnistämisessä, yrityksen kehittämisessä ja rytmiin pääsemisessä, joten yhteydenpito jatkui samankaltaisena, mutta paikan päällä käymällä pystyin selvittämään asioita ja jatkamaan työtä.

4.4 Päivittäminen

Olen tehnyt sivuja pitäen mielessä sen, että sivusto on kohtuullisen helposti päivitettävissä. Siksi rajasin tietyn alueen mahdollisille päivityksille, johon mitä suurimmalla todennäköisyydellä tulee päivityksiä eli etusivun ajankohtaiseen osuuteen esittelytekstin jälkeen. Sivujen päivittäminen jää yrittäjälle ja hänellä ei ole kokemusta www-sivujen teosta. Tein yrittäjälle yksityiskohtaiset päivitysohjeet, joiden avulla html-koodiin tottumaton henkilö voi päivittää internetsivuja. Päivitettäviä kohtia kysyin etukäteen ja tein jokaiselle kohdalle on ohjeet. Ohjeet käsittelevät kirjautumista, kuvien lisäämistä sekä tekstin muuttamista ja lisäämistä.

Ajankohtainen osuus muodostuu kuvasta ja mahdollisesti kuvan alla olevasta tekstistä. Sitä voi käyttää esimerkiksi kuukauden tuotemainokselle tai tapahtumalle. Tulevaa joulukautta varten valmiina on pikkujoulumenu sivu ja ajankohtaiseen osaan tuleva pikkujoulumainoskuva, jota klikkaamalla kävijä pääsee pikkujoulusivulle. Joulukauden mennessä ohi päädyimme laittamaan jouluisen kuvan tilalle ajattoman tuotekuvan ajankohtaiseen osioon.

5 JOHTOPÄÄTELMÄT JA POHDINTA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää, miten luoda selkeät, persoonalliset mutta toimivat ja yritykseen yhdistettävät verkkosivut Cafe Plazalle. Toteuttamalla sivut sisustuksen selkeää linjaa ja värimaailmaa mukailen sain sivuista selkeät ja kokonaisuudeltaan harmonisen. Verkkosivut ovat Cafe Plazan tyylliset siten, että verkkosivujen ulkoasun voi rinnastaa kahvilan sisustukseen.

En ole aiemmin suunnitellut verkkosivuja yhtä kattavaksi kokonaisuudeksi kuin tähän opinnäytetyöhön. Minulla on ollut tapana tehdä verkkosivujen ulkoasusta muutama luonnos, joiden pohjalta lähdän sivuja rakentamaan. Tällä kertaa suunnittelin sivuja enemmän ja eri seikkoja huomioiden ennen kuin aloitin sivujen toteutuksen. Suunnitteluvaihetta toteutin myös samalla kun kokeilin erilaisia ratkaisuja sivujen teossa ja rakensin sivuja ohessa. Suunnittelu auttoi, sillä sen ansioista minulla oli projektin edistyessä selkeä kuva siitä, millaista rakennetta verkkosivuille aion käyttää.

Onnistuin mielestäni sivujen teossa, vaikka aikataulullisesti teoksen teko venyi – toisaalta opinnäytetyöaikataulussa olen kyllä pysynyt. Ajanhallinta ei ole ollut vahvoja puoliani, joten pyrin kehittämään sitä jatkossa. Välitavoitteiden sopiminen voisi auttaa aikataulussa pysymistä. Yrittäjän vaihtumiseen en osannut varautua ja vaihdon aikana Cafe Plazan yrittäjät eivät ehtineet keskittyä verkkosivujen tekoon. Tiesin, että verkkosivujen tekeminen voi viivästyä ja sen välttääkseni sovin yrittäjän kanssa aikataulun vain projektin alkupuolelle. Aikataulu koski materiaalin keräämistä ja lähettämistä minulle. Projektilla ei siis ollut viimeistä valmistumispäivämäärää. Se saattoi edesauttaa projektin aikatauluongelmia. Tarkoitus oli avata yksi pikkujoulusivu joulukuussa, mutta sain kokonaisuuden (sekä pikkujoulusivun) valmiiksi vasta vuoden vaihteen jälkeen. Sivut julkaistiin yleisölle helmikuun alkupuolella. Pikkujoulusivun julkaiseminen tapahtuu näin ollen vuoden verran myöhemmin. Sivujen laitto palvelimelle, sivuston palvelintilan muuttaminen (jotta tilauslomake toimisi halutulla tavalla) ja tilauslomakkeen toiminnan testaus sekä korjailu veivät yllättävän paljon aikaa, mitä en osannut arvioida.

Www-sivut tuovat kahvilalle näkyvyyttä. Kahvilan omistajan ehdottama tilauslomake muuttaa tavalliset verkkosivut sellaisiksi, että niistä on suoraa hyötyä kahvilan liiketoiminnalle. Työn myötä sain lisää kokemusta asiakkaan kanssa työskentelystä,

joskin sitä olisi saanut tulla enemmänkin. Sain vain niukasti palautetta työstäni eli työskentelin pääasiassa itsenäisesti, pohtien kehitettäviä osia ja muuttaen niitä. Työn kehittämisen ja pohtimisen seurauksena opin arvioimaan työtäni entistä selkeämmin ja tekemään ratkaisuja huomioiden käyttäjän.

LÄHTEET

Aineistolähteet

Turunen Meimi 2011. Cafe Plaza -verkkosivut 2010–2011. Opinnäytetyön teososa. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu, Tornio.

Teorialähteet

Hatva, Anja. 2003. Verkkografiikka. Edita Publishing Oy, Helsinki.

Huovila, Tapani. 2006. ”Look” visuaalinen viestisi. Inforviestintä Oy, Helsinki.

Itkonen, Markus. 2007. Typografian käsikirja. RPS-Yhtiöt, Helsinki.

Loiri, Pekka & Juholin, Elisa. 1998. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Inforviestintä Oy, Helsinki.

Pohjanoksa, Iiro & Kuokkanen, Eevi & Raaska, Timo. 2007. Viesti verkossa: Digitaalisen viestinnän käsikirja. Infor Oy, Juva.

Raninen, Tarja & Rautio, Jaana. 2003. Mainonnan ABC. WSOY, Helsinki.

TIEKE, tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry, Kohderyhmän määrittely. Luettu 3.3.2011

<<http://wiki.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=3441045>>

Valtiotieteellinen tiedekunta, verkkojulkaiseminen, tv-t-kurssi, syksy 2004. Luettu 21.1.2011

< <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/web/s2004/luento3.htm>>

Zeldman, Jeffrey. Fix Your Site With the Right DOCTYPE! Luettu 6.1.2011

<<http://www.alistapart.com/articles/doctype/>>

Muut lähteet

456 Berea Street, Simple 2 column CSS layout. Luettu 6.1.2011

<http://www.456bereastreet.com/lab/developing_with_web_standards/csslayout/2-col/>

Alvhem makleri. Luettu 16.1.2011

<<http://www.alvhemmakleri.se/index.php?page=kontakt>>

Beas of Bloomsbury. Luettu 19.12.2010

<<http://www.beasofbloomsbury.com/>>

Browsershots. Luettu 7.1.2011

<<http://browsershots.org/>>

Cafe Bisketti. Luettu 19.12.2010

<<http://www.cafebisketti.fi/>>

Cafe Herkkusuu. Luettu 7.1.2011

<<http://www.cafeherkkusuu.com/>>

Cafe Saara. Luettu 19.12.2010

<<http://www.cafesaara.fi/>>

Eat.fi. Luettu 7.1.2011

<<http://eat.fi/fi/oulu/restaurants/kahvilat>>

Fazer kahvilat ja ravintolat Stockmann Vintti Oulu. Luettu 7.1.2011

<<http://fazer.fi/Tuotteet-ja-palvelut/Kahvilat-ja-Ravintolat/Fazer-Kahvilat-ja-Ravintolat/Ravintolat/Oulu/Stockmann-Vintti-Oulu/>>

Fressi. Luettu 6.1.2011

<<http://www.fressi.fi/simonkatu/>>

Kakkugalleria. Luettu 19.12.2010

<<http://www.kakkugalleria.com/>>

Karkiainen. Luettu 7.1.2011

<<http://www.karkiainen.fi/>>

Le Peche mignon. Luettu 7.1.2011

<<http://www.lepechemignon.co.uk/>>

Maku. Luettu 6.1.2011

<<http://www.maku.fi/>>

Marian konditoria. Luettu 19.12.2010

<<http://www.mariankonditoria.fi/>>

Olives kahvila. Luettu 19.12.2010

<<http://www.olives.fi/kahvila.htm>>

Quodis. Luettu 9.1.2011

<<http://quodis.com/>>

Ravintola Pannu. Luettu 6.1.2011

<<http://www.ravintolapannu.fi/>>

Taylor St Baristas. Luettu 19.12.2010

<<http://www.taylor-st.com/>>

Vierityspalkki.fi, Uudet julkaisut. Luettu 12.1.2011

<<http://vierityspalkki.fi/uudet-julkaisut/>>

William Blake house. Luettu 9.1.2011

<<http://www.williamblakehouse.org/>>

You know who design. Luettu 9.1.2011
<<http://www.youknowwhodesign.com/>>



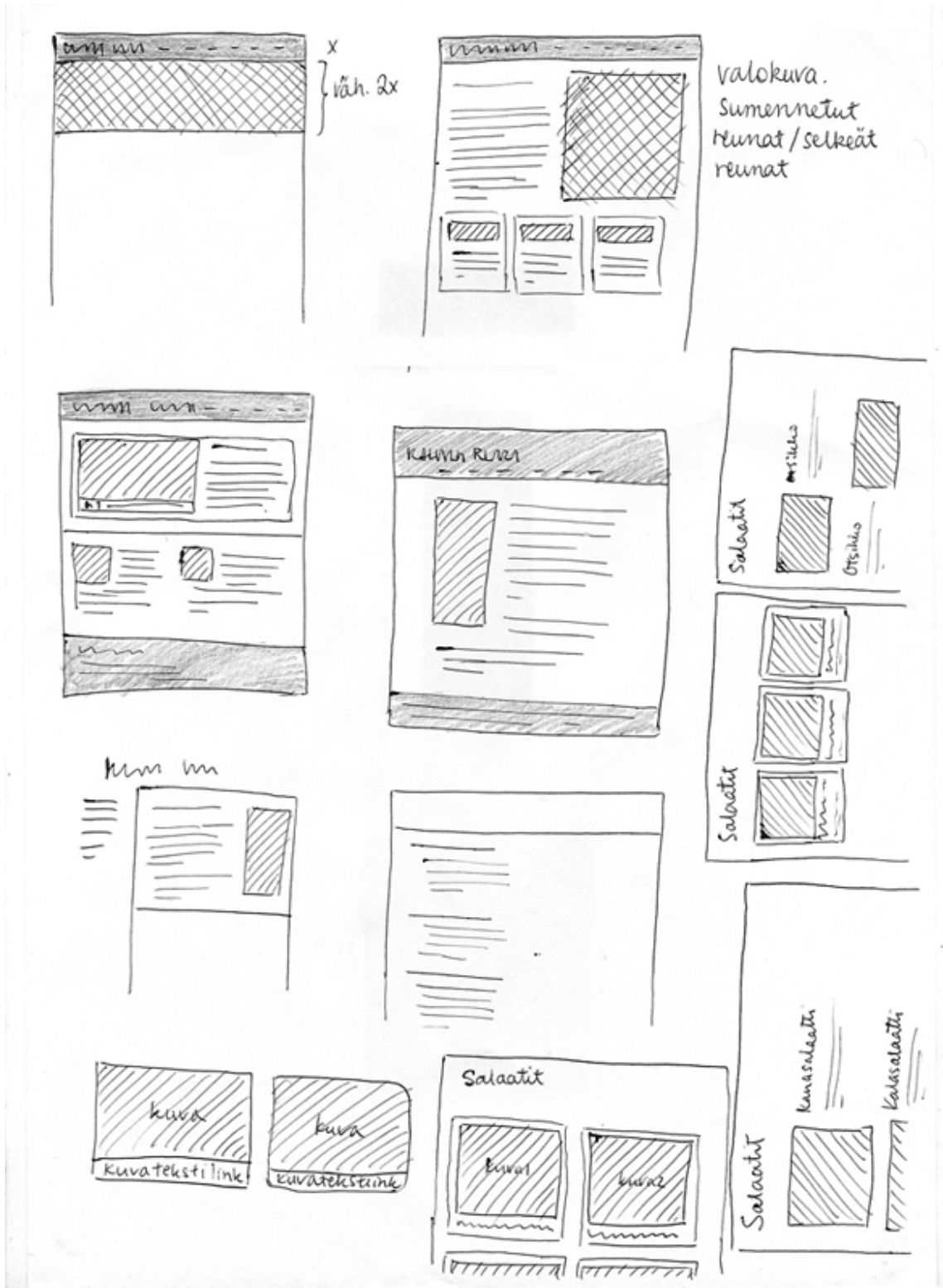
Kuva 1. Cafe Plazan logo



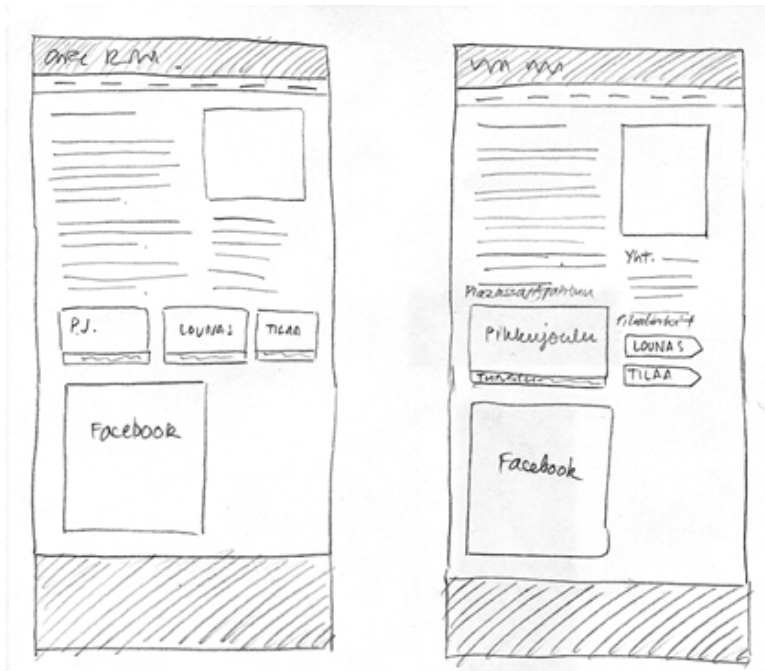
Kuva 2. Cafe Plazan viereisen liiketilan logo. Sisustusliike oli osa kahvilaa.



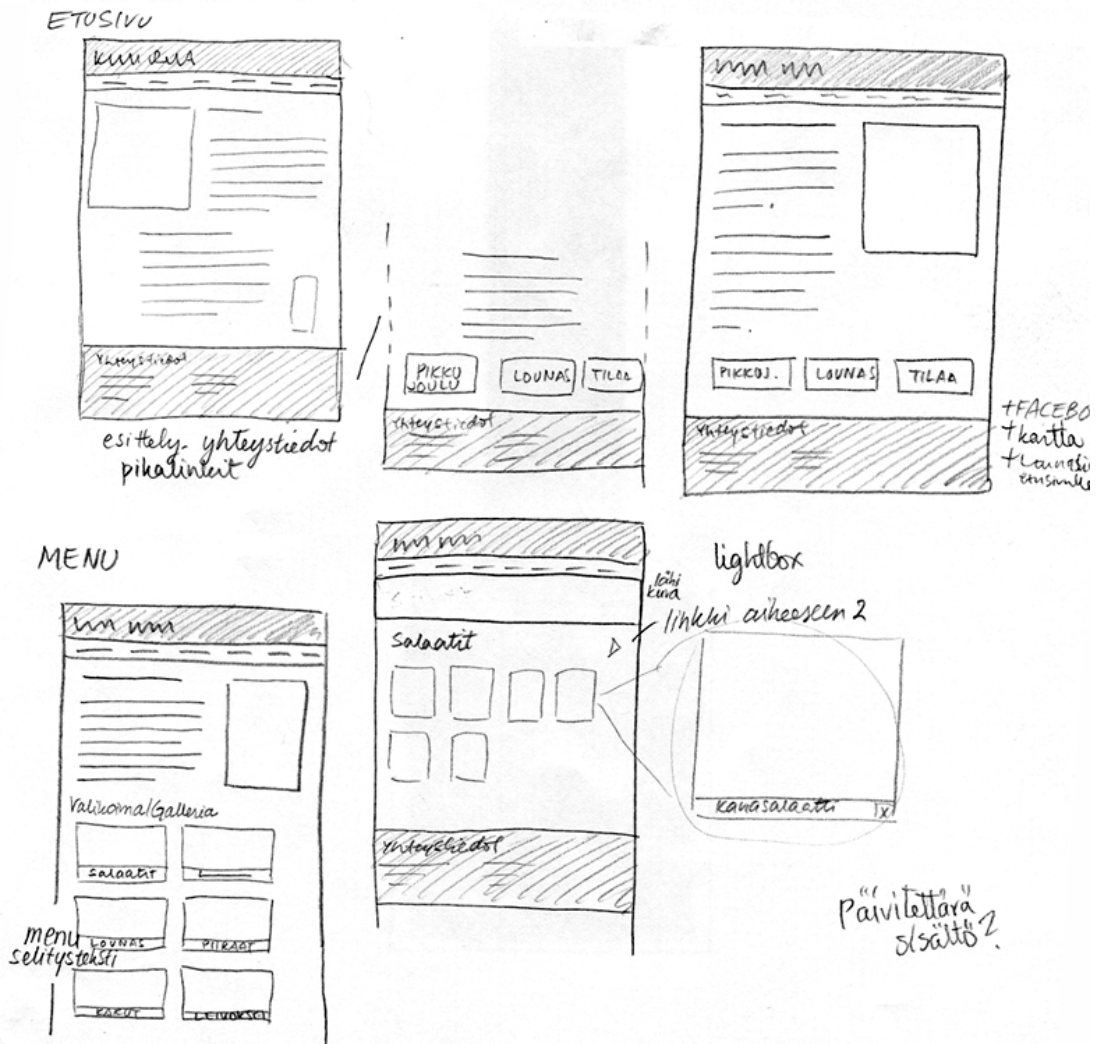
Kuva 3. Ylätunniste, joka sisältää navigoinnin ja logon



Kuva 1. Luonnoksia



Kuva 2. Luonnoksia



Kuva 3. Luonnoksia



Kuva 1. Tapetti paikan päällä



Kuva 2. Lopullinen taustakuva

CAFE PLAZA
etusivu sauna-ja kokoustilat tilaustyöt ota yhteyttä

Tilaustyöt

Valmistamme tilauksesta voileipä- ja täytekakkuja:

Voileipäkakut

Voileipäkakkuihin käytämme tummaa ja vaaleaa vuokaleipää; isossa kakussa 6 kerrosta ja pienessä 4 kerrosta.

Kinkkuvoileipäkakku	29€/kg	
Lohivoileipäkakku	29€/kg	
Porovoileipäkakku	33€/kg	


Laktoosittomana +2€/kg
Voileipäkakkujen tilaukset viimeistään 2-3 päivää ennen tilaisuutta.

Täytekakut

4:n munan kakku	28€	(8-12 hlöä)	
6:n munan kakku	32€	(12-16 hlöä)	
8:n munan kakku	38€	(16-20 hlöä)	
10:n munan kakku	45€	(20-25 hlöä)	

Laktoosittomana +2€
Kuorrutevaihtoehdot: mansikka, vadelma, kinuski, suklaa, kerma
Täytevaihtoehdot: mansikkahillo, vadelmahillo, kuningatarhillo, lakkahillo
Täytekakkujen tilaukset 1-2 päivää ennen tilaisuutta.

Cafe Plaza Kiltkanle 15 93600 Kuusamo puh. 040 7514 219 cafeplaza@cafeplaza.fi	Avoimena: ma-pe 8-18 la 10-15 http://cafeplaza.fi
--	--



Kuva 1. Cafe Plazan www-sivut, tilaustyöt

CAFE PLAZA *etusivu sauna- ja kokoustilat tilaustyöt ota yhteyttä*

Cafe Plaza

Cafe Plaza on viihtyisä ja rauhallinen kahvila Kuusamon keskustassa. Kahvilassa on 28 asiakaspaikkaa ja sekä sauna- ja kokoustilat 20 hengelle.

Yökerrassa nautit hyvät kahvit ja makeisalan lounaan. Alakerrassa vietät mukavan illan saunoen, syöden ja laulaen.



Cafe Plaza, Kitkantie 15, 93600 Kuusamo
puh. 040 7514 219 | cafeplaza@pp-sonera.net
Avoinna: ma-pe 8-18, la 10-15




Cafe Plaza
Kitkantie 15
93600 Kuusamo
puh. 040 7514 219
cafeplaza@pp-sonera.net

Avoinna:
ma-pe 8-18
la 10-15

<http://cafeplaza.fi>




Kuva 1. Cafe Plazan www-sivut, etusivu

SALAATTI- & PATONKITUILAU

Valitse haluamasi ruoat tästä. Kattava valikoima laatuja, mutta tilaus on mahdollista tehdä myös ilman valittuja ruokia. Tässä tapauksessa tilauksesi sisältää vain valittuja ruokia.


Tilauksen toimitusmaksu on 2,50 € (sisältyy tilaukseen). Tilauksen toimitusmaksu on 2,50 € (sisältyy tilaukseen).

Valitse myös mahdolliset lisäruoat, jotka lisätään tilaukseen.



Salatit

- Smorgasbolli** (Smorgasbolli, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Leikkipastat** (Leikkipastat, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Smorgasbolli** (Smorgasbolli, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Smorgasbolli** (Smorgasbolli, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Smorgasbolli** (Smorgasbolli, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Smorgasbolli** (Smorgasbolli, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€



Patonkituut

- Smorgasbolli** (Smorgasbolli, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Leikkipastat** (Leikkipastat, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Smorgasbolli** (Smorgasbolli, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Smorgasbolli** (Smorgasbolli, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€
- Leikkipastat** (Leikkipastat, salaatti, tomaatti, keuhkot) 4,50€

SALAATTI- & PATONKITUILAU

Tilauksen yhteystiedot

Tilauksen yhteystiedot

Tuote	Määrä	Hinta	Koko
1. Smorgasbolli	4,50	19,50	0,00
2. Leikkipastat	4,50	19,50	0,00
3. Smorgasbolli	4,50	19,50	0,00

Yhteensä: 58,50 €

Ilmoita yhteystiedot

Etunimi:

Sukunimi:

Puhelinnumero:

Sähköposti:

*pakolliset tiedot

Ilmoita

Ilmoita yhteystiedot. Tämä tilaus on mahdollista tehdä ilman valittuja ruokia.

Ilmoita yhteystiedot. Tämä tilaus on mahdollista tehdä ilman valittuja ruokia.

Ilmoita

Kuva 1. Alkuvaiheen tilauslomake