



Infrastruktuurin luominen verkkovalmennukselle

Maria Palosaari, Mirka Sutinen

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Infrastruktuurin luominen verkkovalmennukselle

Maria Palosaari, Mirka Sutinen
Kauneudenhoitoalan koulutus
Opinnäytetyö
Toukokuu 2020

Maria Palosaari, Mirka Sutinen

Infrastruktuurin luominen verkkovalmennukselle

Vuosi 2020

Sivumäärä 61

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda yhteistyökumppanille toimiva infrastruktuuri heidän tulevalle verkkovalmennukselle. Tehtävänä oli verkkovalmennuksen visuaalisen ilmeen suunnittelu ja valmennusmateriaalin syöttäminen valittuun alustaan. Työn yhteistyökumppanina toimi suomalainen luonnonkosmetiikkayritys TwistBe. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys käsitteli verkossa oppimista, verkkosivujen käytettävyyttä, verkkovalmennuksen luomista, sisältömarkkinointia sekä visuaalisten elementtien hyödyntämistä osana verkkovalmennuksen rakentamista. Opinnäytetyön teoriapohja auttoi hahmottamaan, millaisia asioita tulee ottaa huomioon verkkovalmennusta luotaessa. Teoriapohjan perusteella selvisi, että verkkovalmennuksen luomisessa tärkeää oli huolellinen suunnittelu, opiskelijalle monipuolisen sisällön tuottaminen sekä kohderyhmän huolellinen tunteminen. Lisäksi verkkosivujen tulisi olla helppo käyttöiset sekä visuaalisesti miellyttävät.

Toiminnallisessa osuudessa luotiin verkkovalmennukselle toimiva ja esteettinen runko, joka toteutettiin verkkoalusta Kajabilla. Valmennuksen tunnelmaa ja värimaailmaa suunniteltiin tunnelmataululla. Valmennuksesta tehtiin myös SWOT-analyysi, jolla arvioitiin valmennuksen hyötyjä sekä riskejä. Valmiiseen runkoon yhteistyökumppani voi lisätä sisältöä, jonka jälkeen valmennuksen voi lanseerata. Yhteistyökumppani arvioi verkkovalmennukselle tehdyn pohjan ja rungon toimivan hyvin lopullisen kurssin tarpeisiin ja ulkoasun siistiksi ja selkeäksi.

Maria Palosaari, Mirka Sutinen

Creating an Infrastructure for an Online Coaching

Year 2020

Pages

61

The purpose of this functional Bachelor's thesis was to create a working infrastructure for an upcoming online coaching. The aim was to design the visual look for the online coaching and inserting the learning material to the chosen platform. The partner for this thesis was a Finnish natural cosmetics company TwistBe. The theoretical framework for the thesis included online learning, website usability, online coaching creating processes, content marketing as well as the use of visual elements as part of building an online coaching. The theoretical framework helped to outline what kind of things should be taken into account when creating an online coaching. Based on the theoretical basis, it became clear that careful planning, producing diverse content for the student and careful knowledge of the target group were important in creating an online coaching. In addition, the website should be easy to use as well as visually pleasing.

In the functional part of the thesis, a functional and aesthetic framework for the online coaching, which was implemented on the online platform Kajabi was created. The atmosphere and color scheme of the online coaching were contemplated with a moodboard. A SWOT analysis of the online coaching was also performed to assess the benefits and risks of the coaching. The partner can add content to the finished framework, after which the coaching can be launched. The partner evaluates that the base and body made for the online coaching will work well for the needs of the final course and the layout will be neat and clear.

Keywords: Online coaching, Creating, Visuality

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Työn toimeksiantaja.....	7
3	Verkossa oppiminen.....	7
4	Verkkosivujen käytettävyys	11
4.1	Verkkosivujen tekstisisältö	12
4.2	Verkkokurssialustojen vertailu.....	13
5	Verkkokurssin luominen	14
5.1	Verkkokurssin julkaisut	16
5.2	Verkkokurssin kohderyhmä	17
5.3	Verkkokurssin hyödyt.....	18
6	Sisältömarkkinointi	20
6.1	Sisältöstrategia.....	20
6.2	Hakukoneoptimointi	22
7	Visuaalisuus	22
7.1	Värit.....	22
7.2	Kuvat.....	24
7.3	Typografia	25
7.4	Verkkokurssin visuaalisuus.....	26
8	Verkkovalmennuksen infrastruktuurin rakentaminen	28
8.1	Alustan valinta	28
8.2	Verkkovalmennuksen sisältö	29
8.3	Kohderyhmä	31
8.4	Verkkovalmennuksen visuaalisuus.....	32
8.5	Valmiin valmennuksen runko.....	36
8.6	Verkkovalmennuksen infrastruktuurin arviointi.....	39
9	Pohdinta	40
	Lähteet.....	42
	Kuviot	47
	Taulukot	47
	Liitteet	48

1 Johdanto

Verkosta voi tänä päivänä ostaa ihonhoitoa, meikkejä, hoitolapalveluita, hyvinvointituotteita ja aihetta käsitteleviä kirjallisuutta sekä nykyään enenevissä määrin myös erilaisia hyvinvoinnin verkkokursseja. Ihmisiä houkuttelee verkkokauppojen helppous ja nopeus. Omalta kotisohvalta voi ostaa melkein mitä vain. Kilpailu verkossa myös kasvaa sekä kovenee ja kuluttajat vertailevat palvelutarjoajia toisiinsa. Kauneudenhoitoalan tuotteiden ja palveluiden myynti onkin tänä päivänä hyvin verkkokauppa painotteista ja kasvaa koko ajan. Kauneudenalan verkkomyynti on kasvanut maailmanlaajuisesti vuodessa 17% (Datareportal 2019). Suomessa kosmetiikka tuotteiden ostaminen verkossa on vuonna 2019 ollut 44%, kun vuonna 2018 noin kolmannes oli hankkinut verkosta kosmetiikkaa. Eritoten naiset ovat siirtyneet nettios-toksiin, heistä 58% ostavat kosmetiikkaa internetistä. (Teknokemian yhdistys 2020.) Samoja tuotteita ja palveluita myyvät useat alan eri verkkokaupat ja toimijat, joten yritysten on erottauduttava kilpailijoistaan ja erilaistettava tuotteensa sekä palvelunsa. Yritysten on hyvä myös panostaa verkossa markkinointiin ja palveluiden monipuolisuuteen erottuakseen kiristy-vässä kilpailussa.

Erilaisista verkkovalmennuksista on tullut ihmisten keskuudessa entistä suosittumia sillä ne antavat mahdollisuuden itsenäiseen opiskeluun sekä tiedon lisäämiseen itseä kiinnostavien asioiden ympärillä. Verkkovalmennuksia voi käydä ajasta ja paikasta riippumatta, silloin kuin itselle parhaiten sopii ja näin ollen ne helpottavat kiireisten ihmisten elämää sekä tuovat opiskeluun joustavuutta.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on luoda yhteistyökumppanin uudelle verkkovalmennukselle infrastruktuuri. Tarkoituksena on selvittää, kuinka luodaan toimiva ja esteettinen verkkovalmennus, joka on käyttäjälleen miellyttävä ja toimiva kokonaisuus. Tarkoituksena on edelleen perehtyä erilaisiin verkkovalmennuslustoisiin ja niiden käytettävyyteen verkkovalmennusta luotaessa ja millaisia elementtejä siihen tulisi sisällyttää. Tehtävänä on myös yhteistyökumppanilta saadun sisällön syöttäminen valittuun verkkoalustaan sekä verkkovalmennuksen visuaalisesta ilmeestä vastaaminen. Tavoitteena on lisätä yhteistyökumppanin palvelun tarjontaa mikä antaa lisäarvoa heidän asiakkailleen. Opinnäytetyön tavoitteena on myös itse oppia uudenlaisia taitoja, joka tukevat ammatillista kehitystä ja joista on hyötyä tulevaisuuden työmarkkinoilla.

Työ sisältää yhteistyökumppanin esittelyn, teoriaosuuden verkossa opiskelusta, verkkosivujen käytettävyydestä sekä verkkokurssin luomisesta. Teoriaosuudessa käydään myös läpi sisältömarkkinointia, koska sisältöä lisättäessä on mietittävä kokonaisuutta kuvien, videoiden sekä tekstin osalta. Työssä käsitellään myös visuaalisten elementtien hyödyntämistä osana

verkkokurssin luomista. Visuaalisissa elementeissä keskitytään värien, kuvien ja typografisten valintojen tarkasteluun.

2 Työn toimeksiantaja

Työn toimeksiantaja on suomalainen TwistBe, joka on perustettu vuonna 2015. TwistBe on kokonaisvaltaiseen ihonhoitoon keskittynyt myymälä ja verkkokauppa. Myymälä sijaitsee Helsingissä Lapinlahdenkadulla Kampissa.

TwistBe on kolmen naisen perustama yritys. Kaikki kolme perustajaa ovat koulutukseltaan kauppatieteiden maistereita sekä opiskelleet ihon biologiaa ja tuotteiden valmistusta brittiläisessä Formula Botanicassa. Yrityksen ideologiaan kuuluu tarjota asiakkailleen laadukasta luonnonkosmetiikkaa sekä luotettava paikka, josta saa apua kokonaisvaltaiseen ihonhoitoon ja siihen liittyviin kysymyksiin. TwistBen nimi on lyhenne englanninkielisistä sanoista The Way It's Supposed To Be, tarkoittaen niin kuin asioiden kuuluu olla, mutkatonta, tehokasta ja toimivaa. (TwistBe 2020a.)

TwistBe on lanseerannut aikaisemmin ihonhoidon verkkovalmennuksen nimeltään Uusi Alku Ihollesi. Se sisältää tietoa ihon toiminnasta ja rakenteesta, elintapojen vaikutuksesta ihonhoidossa, kosmetiikan ostamisesta sekä ohjeita eri ihotyyppien oikeanlaiseen hoitoon. Uusi Alku Ihollesi verkkovalmennus sisältää myös hyvinvointivalmentajan valmennusosion, jossa käsitellään eri elintapojen vaikutusta ihon hyvinvointiin. (TwistBe 2020b.)

Yrityksen palvelutarjontaan kuuluu myös ihonhoidon konsultaatiot, kosmetologipalvelut ja meikkauspalvelut sekä -opastukset. Yrityksen ideologia on tarjota asiakkailleen kokonaisvaltaista ihonhoitoa, joten heidän palvelutarjontaansa kuuluu myös ravintoneuvojan kanssa tehtävä yhteistyö. TwistBen perustajat pitävät viikoittaista podcastia ja blogia, joissa käsitellään erilaisia ihonhoitoon, hyvinvointiin ja elintapoihin liittyviä aiheita.

3 Verkossa oppiminen

Verkkokurssit ovat verkon välityksellä pidettäviä kursseja, jotka toimivat alustalla. Verkkokurssin rakenne, kurssimateriaali, tehtävät ja ohjeistus julkaistaan tällä alustalla. (Huhtanen 2019, 12.) Verkon välityksellä käytävät kurssit ovat lisänneet suosiotaan ja tänä päivänä sen välityksellä voi opiskella melkein mitä vain. Verkko-opinnot mahdollistavat ajasta ja paikasta riippumattoman opiskelun ja tuovat opintoihin vapautta sekä joustavuutta. Verkossa oppimisen hyötynä on, että kurssit ovat käytävissä silloin, kun ne parhaiten sopivat omaan elämäntilanteeseen ja aikatauluun. (Etäopisto 2020.) Monet verkkokurssit voidaan aloittaa, vaikka

saman tien, silloin kun se itselle tuntuu parhaimmalta ajankohdalta. Lisäksi hyötynä opiskelijalle on se, että ne ovat usein hinnaltaan huokeampia perinteisiin kursseihin verrattuna, sillä verkkokurssin luoja myy digitaalista palvelua, eikä käytä omaa aikaansa kurssin pitämiseen. (Hiissa 2020.)

Nykyteknologia mahdollistaa oppimisen missä vain ja yhä enenevässä määrin ihmiset käyttävät mobiililaitteitaan verkossa olemiseen sekä verkkokurssien käymiseen. Nykyteknologia myös mahdollistaa yhä useamman ihmisen opiskelun verkossa. Tietokone ei ole välttämätön, kun voi hyödyntää mobiililaitetta. Verkkoselaimet ja tarvittavat apuohjelmat ovat myös kehittyneet sen verran, että samat toiminnot ovat mahdollisia mobiililaitteella kuin tietokoneellakin. (Kinuthia & Marshall 2013, xi-xii.) Tämä otetaan yhä useammin, ellei aina, huomioon verkkosivuja sekä verkkokursseja luotaessa. Verkkokurssit rakennetaan niin, että ne mukautuvat ja sopivat myös mobiililaitteen näytölle. (Caudill 2013, 4.) Verkkokurssia luodessa on myös tärkeää, että kurssin tietotekniikka on helposti käytettävää, jotta opiskelija voi keskittyä kurssin suorittamiseen ja itse opiskeluun (Pellinen 2020a).

Verkossa tapahtuva oppiminen on yhtä laadukasta, kuin perinteinen opiskelu, joskin se vaatii oppijalta enemmän itsekuria ja ajankäytön hallintaa (Etäopisto 2020). Yhtenä keskeisenä piirteenä verkko-opinnoissa onkin opiskelijan itseohjautuvuus, koska opetus ei tapahdu kontaktissa opettajan kanssa vaan on itsenäistä opiskelua (Mäyrä 2001, 26). Useille verkkokursseille on tyypillistä eteneminen tietyssä ajassa, jossa opiskelija saa tietyn määrän kurssimateriaalia tietyssä aikana (Hiissa 2020). Verkko-oppimisympäristö antaa mahdollisuuden yksilöllisempään opiskeluun, jossa jokainen voi edetä opinnoissaan omaan yksilölliseen tahtiinsa (Haasio 2001, 14-15). On huomattu, että oppilaat, jotka suorittivat kaikki tai osan kursseistaan verkossa, suoriutuivat yhtä hyvin, tai jopa paremmin, kuin oppilaat, jotka suorittivat kaikki kurssit normaalisti luokkahuoneessa (U.S. Department of Education 2010, 14).

Opiskelijan iällä on merkitystä verkko-oppimisessa. Todennäköistä on, että alle 25-vuotiaat ovat kasvaneet tietokoneiden kanssa ja omaavat hyvät atk-aidot, kun taas vanhemmilla opiskelijoille tietokoneen käyttö saattaa olla haastavampaa ja ajankäyttö niukempaa. Tämä onkin otettava huomioon verkkokurssia rakentaessa. Verkko-opiskelijat voidaanakin jaotella seitsemään ryhmään. (Vai & Sosulski 2011, 15.)

Diginatiivi	Alle 25v. Kasvaneet internetin ja sähköpostin käyttöön. Osaavat skannata, tulostaa, käyttää somea. Eivät tiedä elämästä ilman nettiä/tietokoneita.
Digitaalisesti kehittyneet	X-sukupolvi, tutustuneet koneisiin koulussa. Omaavat hyvät taidot ja käyttävät somea.
Digituristit	Osaavat käyttää tietokonetta perustarpeisiin, mutta lukevat silti tekstinsä mieluummin kirjasta/paperilta.
Esi-digitaaliset oppijat	Käyvät todennäköisesti kurssia, koska muuta vaihtoehtoa ei ollut. Alkeelliset taidot.
Kansainväliset oppijat	Natiivi kieli ei ole suomi. Saattavat kysellä enemmän, mutta usein koneen käyttö onnistuu.
Klassiset, nuoret, oppijat	Nuoria, jotka todennäköisesti ovat hyviä koneiden kanssa. Pitävät enemmän klassisesta luokahuone opiskelu tyylistä. Voi myös olla jonkinlainen oppimisvaikeus, kuten lukihäiriö.
Aikuiset oppijat	Todennäköisesti työssä käyviä vanhempia, joilla ei ole aikaa hukattavaksi. Voivat olla sinut koneiden kanssa, mutta verkkokurssi on käytännöllisempi ja helpompi käydä kuin tiukasti aikataulutettua kurssia, joka on tiettyssä paikassa.

Taulukko 1: Opiskelijatyypit (mukaillen Vai & Sosulski 2011.)

Kurssia luodessa on tärkeää ottaa huomioon eri ikäiset sekä tasoiset tietokoneen käyttäjät. Jokaisen käyttäjän pitäisi pystyä käymään kurssi, riippumatta heidän atk-taidoistaan.

Verkkokurssia järjestettäessä on aluksi tärkeä määrittää oppilaalle kurssin tavoitteet. Tavoitteiden kautta opiskelijalle muodostuu mielikuva siitä, mitä kurssi tulee sisältämään ja rajaa sen ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi. Tavoitteiden asettaminen on myös tärkeää oppilaan motivaation ja oppimismenetelmien kannalta. Tavoitteet kuvataan ja määritellään opiskelijalle kurssin aluksi selkeästi, jotta jokainen ymmärtää ne ja osaa toimia niiden mukaan. Tavoitteissa voidaan kuvata mitä kurssilla on tarkoitus oppia ja minkälaista uutta tietoa se tulee opiskelijalle antamaan. (Koli 2003, 10.)

Oppimistulosten laadun kannalta on tärkeää, että opiskelija on motivoitunut suorittamaan kurssin. Verkkokursseilla opettaja ei ole läsnä opetuksessa, ja tämän vuoksi kurssilaisten motivointi eroaa perinteisestä luokkaopetuksesta. Verkkokurssille kannattaakin luoda

monipuolinen sisältö ja oppimista tukea esimerkiksi erilaisilla tehtävillä. (Pellinen 2020a.) Oppimistehtävät ovat tärkeässä roolissa verkko-oppimisessa, sillä niiden kautta oppija omaksuu uutta tietoa ja ne toimivat oppimistilanteena. Tehtävät voivat olla luonteeltaan oppilasta aktivoivia ja motivoivia, uuden tiedon pohtimista ja sen liittämistä aikaisempaan tietoon tai uusien taitojen kehittymistä ohjaavia. Tehtävät voivat olla myös sellaisia, joissa oppilaat kommunikoivat keskenään mielipiteitä vaihtamalla ja tietoa jakamalla. (Koli & Silander 2003, 45-46.)

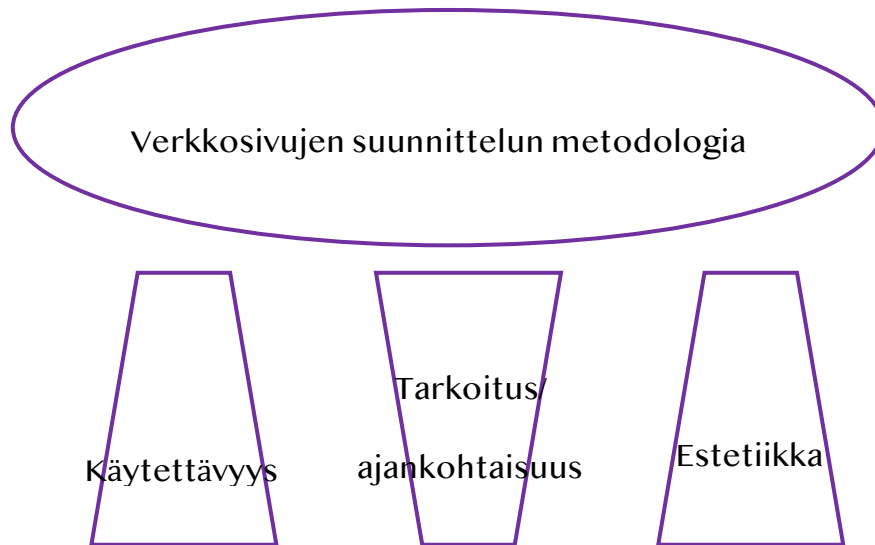
Oppimateriaalilla verkko-opetuksessa on monenlaisia tehtäviä. Oppimateriaali toimii opiskelijan tiedon käsittelyn välineenä tai asiayhteyden rakentajana ja se edesauttaa tiedon sisäistämistä. (Silander 2003a, 54.) Verkkokurssin sisältö voi koostua erilaisista osioista, joista jokaisella on oma oppimistavoitteensa. Osiot voivat alkaa oppimistavoitteen määrittelyllä ja loppuun voidaan lyhyesti tiivistää kunkin osion opitut asiat. Tämä tekee kurssin rakenteesta helpommin ymmärrettävän ja kokonaisuudesta selkeän. Verkko-opinnoissa voidaan hyödyntää myös erilaisia tosielämän tarinoita eli case- esimerkkejä. Niiden avulla opiskelijalla on helppompi liittää opitut asiat tosielämän tilanteisiin. (Pellinen 2019b.)

Verkkokursseilla videoita voidaan hyödyntää osana oppimista. Videot voivat auttaa selkiyttämään käsiteltävää asiaa ja toimia aiheeseen johdatuksen apuna. Samojen asioiden toisto sekä videolla, että tekstissä vahvistaa oppimista ja auttaa aiheen lähestymiseen monelta eri kantilta. (Pellinen 2019c.) Videoiden tekstitettyvyys mahdollistaa myös erilaisten käyttäjien opiskelun. Tällaisia käyttäjiä ovat esimerkiksi kuulorajoitteiset. (Kuokkanen 2019.)

Verkko-oppimisessa oppimista tukevia työkaluja ovat myös erilaiset keskustelualueet, joissa oppilaat voivat kommunikoida keskenään. Näille verkkokeskustelualueille oppilaiden käymät keskustelut tallentuvat ja niihin voi aina palata uudelleen sekä aloittaa niiden pohjalta uusia keskustelun aiheita. Keskustelualueiden hyötynä on asioiden syvällisempi käsitteleminen, kun ne tuotetaan kirjoittamalla. Nykytiedon valossa tiedetään, että kirjoittaminen prosessina on oppimisen kannalta keskeinen tekijä. Tällaiset keskustelualueet ovat myös hyvä keino valmennuksen laatijalle antaa kurssilaisille palautetta. (Silander 2003b, 104-105.) Sosiaalinen media voi olla myös työkalu verkko-oppimisessa, kuten Twitter, Facebook, LinkedIn sekä WhatsApp. Oppilaat voivat perustaa omia keskustelu ryhmiä tai yleisesti kysyä neuvoa tai muiden mielipiteitä. Tuttuna alustana se voi myös alentaa huomattavasti kynnystä kysyä neuvoa tai pyytää apua. Keskustelu saman kurssin osallistujien kanssa voi myös lisätä motivaatiota, sitoutumista kurssiin sekä parantaa opitun tiedon sisäistämistä. (Ubell 2017, 14-15.)

4 Verkkosivujen käytettävyys

Verkkosivujen käytettävyyden ja estetiikan tärkeyttä ei voi sivuuttaa. Jos estetiikka ei miellytä kuluttajaa, hän harvoin viihtyy sivuilla pitkään. Verkkosivujen suunnittelussa on tärkeä ottaa huomioon kolme asiaa: käytettävyys, niiden tarkoitus sekä ulkonäkö. (Lawrence & Tavakol 2007, 9-10.)



Kuvio 1: Suunnittelun metodologia (Lawrence & Tavakol 2007, 9)

Verkkosivujen tulee ennen kaikkea olla helposti käytettävät, niiden tarkoitus on oltava selkeä ja helposti ymmärrettävä sekä sivujen ulkonäön on oltava houkutteleva ja miellyttävä. (Lawrence & Tavakol 2007, 9-10.) Yksi tärkein asia on tietää kenelle verkkosivujen palvelut ja tuotteet ovat tarkoitettu, jotta osataan rakentaa kohderyhmälle sopivat verkkosivut. On eri asia suunnitella verkkosivuja nuorelle kohderyhmälle, kuin iäkkäämmälle kohderyhmälle. Asiakaspalvelua on myös mietittävä, vaikka varsinaista asiakaskohtaamista ei tapahdu. Asiakkaan esittämiin kysymyksiin lyhyt vastausaika on oleellista. Usein kysytyjen kysymysten vastauksia voi valmiiksi löytyä sivuilta, helpottamaan asiakkaiden etenemistä. (Fortmedia 2019.)

Nykyään verkkosivuja katsellaan enemmän mobiililaitteella kuin tietokoneella. Verkkosivut tulee suunnitella niin, että niitä on helppo selailla ja käyttää niin älypuhelimella, kuin tabletillakin. Tämä toisaalta hyödyttää tietokoneenkin käyttäjiä, koska tällöin verkkosivut ovat hyvin helppokäyttöiset ja selkeät myös tietokoneen näytöllä. (Heittola 2017.)

Verkkosivujen tulee potentiaalisten asiakkaiden kiinnostuksen herättämisen lisäksi myös vahvistaa yrityksen brändiä ja tarjota ajankohtaista sekä tuoretta sisältöä asiakkaille. Verkkosivuille tulee olla helppo lisätä ja päivittää sisältöä, jotta sivustot pysyvät mielenkiintoisina

sekä ajankohtaisina. Kuinka asiakkaat löytävät verkkosivuille on hyödyllistä tietää, jotta voidaan keskittyä ja panostaa oikeisiin kanaviin. Onko se sitten sosiaalinen media, uutiskirje-markkinointi, hakukoneoptimointi vai jokin muu lähde. Tieto siitä, mihin aikaan kävijät ovat liikkeellä on hyvä huomioida. Sitä voidaan hyödyntää esimerkiksi sosiaalisen median sisällön lisäämisen kannalta. Kanavia on hyvä päivittää sellaiseen aikaan, jotta mahdollisimman moni potentiaalinen sekä vanha asiakas huomaa ne. Monenlaista analytiikkaa on nykyään saatavilla monesta eri lähteestä ja sitä kannattaa hyödyntää. (Vento 2019.)

Ensimmäinen sivu, jolle asiakas saapuu ostettuaan verkkokurssin, on oltava selkeä ja kutsuva. Sen tarkoitus on toivottaa asiakas tervetulleeksi kurssille ja käydä läpi kurssin sisältö sekä tavoitteet. Kurssin sivustoilta on hyvä löytyä myös sanastosivu, jossa käydään läpi termistöä. Kaikki eivät välttämättä tunne eri alojen sanastoa, joten sitä on hyvä selkeyttää, jotta opiskelija ymmärtää oppimansa. Kurssi on hyvä jakaa osa-alueisiin, jotta se on selkeä ja helposti seurattava kokonaisuus. Jokaisella osa-alueella oma sivunsa, missä paneudutaan syvemmälle aiheeseen. Riippuen kurssista on hyvä olla jonkin näköinen tietosivu, missä on linkkejä artikkeleihin, muille sivustoille tai omaa aineistoa, mistä asiakas voi syventää tietämystään. (Vai & Sosulski 2011, 30-40.)

4.1 Verkkosivujen tekstisisältö

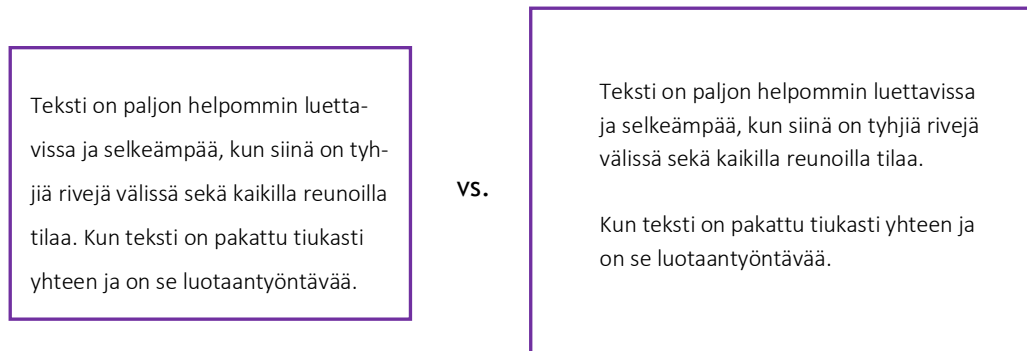
Kirjoitustyylin tulee olla selkeää, yhtenäistä sekä suoraa. Asia tulee ilmaista aina mahdollisimman ymmärrettävästi, ilman turhia täyte sanoja. Kirjoituksen sävy on hyvä pitää positiivisena, kannustavana ja keskustelevana. Opiskelijan on mukavampi lukea materiaalia, ja kynnys on matalampi olla yhteydessä, jos herää kysymyksiä. Kaikki kurssin materiaalit tulee myös nimetä hyvin selkeästi ja näkyvästi. Kuvien tai muiden materiaalien ei tule sekoittua näihin. (Vai & Sosulski 2011, 42-43, 46-47.)

Osa kurssia käyvistä opiskelijoista, yllättävän moni, sopivat useampaan kuin yhteen opiskelukategoriaan.
Osa opiskelijoista sopii useaan opiskelukategoriaan.

Taulukko 2: Esimerkki lause (mukaillen Vai & Sosulski 2011)

Saman asian voi ilmaista monimutkaisesti tai ytimekkäästi, jolloin teksti on helpommin luettavissa, mutta kuitenkin ymmärrettävissä (Vai & Sosulski 2011, 42).

Huomioitava asia on myös tekstin järkevä jaottelu sekä tyhjän tilan käyttö. Nämä luovat lukijalle taukoja sekä mielikuvan, että teksti on ilmavaa ja helposti luettavaa. Tiiviissä muodossa oleva teksti, ilman välejä tai kuvia rytmittämässä sitä, on huomattavasti raskaampaa luettavaa ja voi jäädä lukematta loppuun. (Vai & Sosulski 2011, 54).



Kuvio 2: Esimerkki tyhjätilan käytöstä (mukaillen Vai & Sosulski 2011, 54)

Tiivis teksti voi tuntua lukijaista sekavalta sekä vaikeaselkoiselta. Hyvin jaoteltu teksti, jossa on hyödynnetty tyhjää tilaa, on puolestaan miellyttävä lukea ja helpommin ymmärrettävissä. (Vai & Sosulski 2011, 54)

4.2 Verkkokurssialustojen vertailu

Työelämän yhteistyökumppani toivoi, että suoritetaan vertailu kahdesta eri verkkovalmennus-alustasta ennen lopullisen valmennus-alustan valintaa. Arvio alustoista perustuu omaan käyttökokemukseen sekä kyseisten verkkovalmennuslustojen verkkosivuilla olevaan tietoon sekä alustojen käyttöön liittyviin esittely- ja opastusvideoihin. Tämän opinnäytetyöprosessin aikana käytiin työelämäyhteistyökumppanin Uusi Alku Ihollesi verkkovalmennus, joten tämän valmennuksen alustan käytöstä saatiin omakohtaista käyttökokemusta. Yhteistyökumppanin aiempi Uusi Alku Ihollesi verkkovalmennus on tehty Campwire verkkokurssialustaan.

Campwire on kotimainen, helppokäyttöisen ja selkeän tuntuinen alusta, eikä sen käyttö vaadi teknistä osaamista. Verkkovalmennus on yksinkertaisesti toteutettavissa ja alustaan voidaan lisätä kuvia, videoita ja tiedostoja elävöittämään verkkovalmennusta sekä tukemaan oppimista. Campwire alustaan luotu verkkokurssi toimii eri laitteita käytettäessä, joskin mobiililla kurssi näyttää pelkistetyltä. (Campwire 2020.)

Kajabi on amerikkalainen verkkokurssialustan tarjoaja ja vaihtoehto uuden verkkovalmennuksen alustaksi. Kajabin sivustot ovat englanninkieliset, mutta verkkovalmennus voidaan toteuttaa alustaan myös suomen kielellä. Alusta on hieman edistyneemmälle käyttäjälle, mutta ohjeistukset ja opastusvideot ovat selkeät ja helposti ymmärrettävissä. (Kajabi 2020a.)

	Käyttökieli	Hinta	Käytettävyys	Toimivuus	Monipuolisuus
Kajabi	Englanti (voi tehdä Suomeksi kurssin)	n.185€/kk	Haastavampi, tarvitsee jo hieman osaamista	Toimii tietokoneella, tabletilla ja mobiililla	Monipuolisempi, voi luoda verkkokurssit, verkkosivut, analytiikkaa ja paljon muuta.
Campwire	Suomi	n.100€/kk + 10% os- toista	Erittäin selkeä ja helppo käyttää, sopii aloittajallekin	Toimii tietokoneella, tabletilla ja mobiililla	Verkkokurssialusta, Suomenkielinen myyntiraportti suoraan kirjanpitoon

Taulukko 3: Verkkokurssialustojen vertailu (Campwire 2020, Kajabi 2020)

Kajabi on monipuolinen alusta, joka tarjoaa useita vaihtoehtoja kurssin tekijälle. Verkkokurssi mobiililaitteella on huomioitu erinomaisesti, ja kurssi näyttää lähes samalta mobiilissa, kuin tietokoneella. Kajabilla on myös mahdollisuus lähettää automatisoituja sähköposteja asiakkaille, saada analytiikkaa kurssin kävijöistä, sivulla kävijöistä, käytetystä ajasta sivuilla sekä paljon muuta. (Kajabi 2020b.)

5 Verkkokurssin luominen

Verkkokurssin luomisessa on omat haasteensa, mutta suunnitelmallisuus ja huolellinen taustatyö antaa sille hyvän pohjan ja paremman mahdollisuuden menestyä. Ensimmäiseksi pitää tar-
koin valita verkkokurssin puitteet. On mietittävä omaa ydiosaamista, jotta eteenpäin an-
nettu tieto ja taito ovat valideja. Toiseksi pitää selvittää tarkka kohderyhmä. Sen tärkeys mo-
nesti sivuutetaan ja tämä usein johtaa verkkokurssin epäonnistumiseen. Kohderyhmä tulee ra-
jata tarkasti, jotta potentiaaliset asiakkaat löytävät kurssin. (Avoim digiylpiopisto 2020.) Tässä
tärkeänä osana on oma osaaminen, kokemus, tausta ja pätevyys. Verkkokurssia luodessa ei
tarvitse olla alansa kaikkein paras asiantuntija, riittää, että on useamman askeleen edellä
asiakasta, jotta heitä voi auttaa sekä opettaa. Tärkeää on myös, että aihe innoittaa teki-
jäänsä, koska se näkyy ja välittyy asiakkaalle. On myös osattava ilmaista osaaminen selkeässä
sekä ymmärrettävässä muodossa. Kohderyhmän tunteminen on oleellista ja verkkokurssin on
vastattava heidän tarpeisiinsa, jotta kohderyhmä haluaa ostaa kurssin. Asiakkaat eivät maksa
mistä tahansa, sen on helpotettava heidän elämäänsä, annettava vastauksia kysymyksiin tai
annettava joku helppo tapa hoitaa käsillä oleva ongelma. Kurssi on suunniteltava siten, että

se myös tuottaa tuloja. Tämän takia edellä mainitut asiat on erittäin tärkeää miettiä tarkkaan. (Porterfield 2019, 2-4.)



Kuvio 2: Kurssin luomisen tärkeät osat (Amy Porterfield 2019)

Yhdistämällä oman osaamisen, tietotaidon ja intohimon sekä tuntemalla oman kohderyhmänsä on kurssilla suurempi mahdollisuus menestyä ja tuottaa voittoa. (Porterfield 2019, 3.)

Kurssin idea on hyvä validoida useammalla keskustelulla potentiaalisen ja kohderyhmään kuuluvan henkilön tai asiakkaan kanssa. Tämän voi tehdä puhelimitse tai kasvotusten. On hyvä kuulla tai nähdä haastateltavan reaktiot. Kun idea on validoitu, eli varmuus siitä kenelle teet kurssia, mitä kohderyhmäsi tarvitsee ja myös se, miten he haluavat sen vastaanottaa; videona, podcastina, pdf-tiedostoina. Näiden tietojen kanssa on helpompi jatkaa kurssin tekoa. (Porterfield 2019, 9-10.)

Tässä vaiheessa kurssin aihe sekä arvolutaus asiakkaalle tulisi olla selvillä. Arvolutauksen tulee olla toteutettavissa, mutta kuitenkin tarpeeksi houkutteleva, jotta potentiaaliset asiakkaat haluavat ostaa kurssin. Monet haluavat kurssista hyödyn, joita voivat olla elämässä eteenpäin pääseminen tai ratkaisu ongelmaan minkä kanssa on ponnisteltu. Harva jaksaa tai on aikaa osallistua kurssille, mikä vain kasvattaa heidän tietouttaan. (Kadziolka 2016.) Arvolutauksen takia asiakas haluaa sijoittaa rahansa verkkokurssiin sekä motivoi osallistumaan sille (Pellinen 2019d). Lisäksi on kommunikoidava, miksi kurssia tehdään. Ihmiset ottavat vastaan paremmin neuvoja ja ohjeita, kun tietävät motiivit niiden takana ja näkevät innostuksen (Avoin digiyliopisto 2020). Kurssin aloittamista helpottaa, kun opiskelijalle käy heti selväksi kenelle kurssi on suunnattu ja kauanko sen suorittaminen kestää. Tällöin opiskelija voi

suunnitella sen omaan arkeen sopivaksi. Verkkokurssin laajuus kannattaa kuitenkin pitää maltillisena, jotta sen suorittaminen jaksetaan viedä loppuun asti. (Laapio 2019.)

Kurssin nimen valinta on myös tärkeää sen menestykselle. Liian pitkä ja monimutkainen nimi voi karkottaa asiakkaat ja liian yksinkertainen ei taas ilmaise tarpeeksi mistä kurssissa on kyse, ja potentiaalinen asiakas voi sivuuttaa sen. On siis löydettävä kultainen keskitie ja keksittävä ytimekäs ja houkutteleva nimi, josta selkeästi tulee esille, mitä aihetta kurssi käsittelee. (Porterfield 2017.)

Kurssin hinnoittelu on yksi merkittävistä tekijöistä ja onkin tärkeää miettiä tarkkaan sopiva hinta. Se tulee tehdä huolella ja olla realistinen tavoitteissaan. Kurssia ei kuitenkaan kannata ali hinnoitella, sillä se nakertaa kurssin uskottavuutta. Kurssin voi myös jakaa eri tasoihin. Esimerkiksi kurssilla voi olla ensimmäisen taso, jossa käydään läpi perustiedot tavoitteen saavuttamiseksi. Toisella tasolla käydään asiat läpi perusteellisemmin ja annetaan vinkkejä ja kolmannella tasolla syvennyttään aiheeseen perusteellisesti. Asiakas voi itse valita minkä tason ostaa. (Avoin digiylöpisto 2020.) Oikean hintatason löytymiseksi voidaan sitä aluksi testata potentiaalisilla asiakkailla. Asiakkailta voidaan kysyä minkä arvoisena he näkevät kurssin tai ovatko valmiita maksamaan siitä suunnitellun hinnan. Oma hintatasoa voidaan myös verrata muiden verkkokursseja tarjoavien yritysten hintoihin, joka voi antaa suunnan hinnoittelulle. Tärkeämpää on kuitenkin panostaa kurssin arvolupauksen toteutumiseen sekä tehdä siitä mielenkiintoa herättävä. (Pellinen 2019d.)

5.1 Verkkokurssin julkaisut

Yleisin tapa jakaa tietoa on ollut teksti. Klassisessa oppimisympäristössä ne ovat olleet jaettavia monisteita tai oppikirjoja. Verkkokurssilla voidaan kuitenkin hyödyntää monia tapoja tekstitiedostojen lisäksi, kuten kuvia, videoita ja äänitiedostoja. Esimerkiksi asiantuntijan äänitai videotiedostoja, kuten podcast ja webinaari. Kuvat voivat olla ruutukaappauksia, taulukoita, kuvituksia sekä paljon muuta. (Vai & Sosulski 2011, 111-114.)

Hyvin tehty video on erinomainen ja helposti sisäistettävissä oleva tapa jakaa tietoa. Videoita suunnitellessa lähdetään liikkeelle siitä, mitä kohderyhmälle halutaan opettaa, määritellään tavoitteet. Tavoitteiden selkiytyessä mietitään, miten asiat esitetään oppilaille mukaansatempaavalla tavalla ja tietävätkö he asiasta jo entuudestaan. Näiden pohjalta rakennetaan mielenkiintoa herättävä ja sisällöllisesti vaativuus tasoltaan toimiva kokonaisuus. Videoiden pituus kannattaa pitää maltillisena, jotta ne jaksetaan katsoa loppuun. Ihanteellinen videon kesto on noin kaksi minuuttia. Laajemman kokonaisuuden voi pilkkoa lyhyempiin videopätkiin. (Kuokkanen 2019.)

Webinaarit ovat verkossa tiettyä ajankohtana toteutettavia live lähetyksiä, joihin asiakas voi osallistua omalta koneeltaan. Webinaarien välityksellä voidaan järjestää erilaisia tapahtumia

tai koulutuksia ja niitä voidaan hyödyntää niin uusien asiakkaiden tavoittamiseen, kuin tiedon jakamiseen. Webinaari toimii myös hyvänä luottamuksen rakentajana, koska siinä vuorovaikutus asiakkaan kanssa on läheisempää ja reaaliaikaista. Webinaari toimii myös verkkovalmennuksen myynnin ja markkinoinnin tukena, sillä niissä voidaan esitellä paremmin valmennuksen hyöty asiakkaalle ja herättää huomio. (Valmentaja-akatemia 2019.) Webinaarit ovat myös taloudellinen keino saada nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden huomio, sillä niiden järjestäminen ei vaadi suuria investointeja. Webinaari luodaan sille tarkoitettuun järjestelmään ja ajastetaan tiettyyn ajankohtaan. Tämän jälkeen sitä voi mainostaa ja lähettää kutsut potentiaalisille sekä vanhoille asiakkaille. Järjestelmä ottaa vastaan ilmoittautumiset sekä huolehtii tarvittavien linkkien lähetyksestä. (Juslén 2020.)

Podcasteja kuvataan verkossa julkaistaviksi äänitallenteiksi, josta ne voidaan ladata esimerkiksi omalle älylaitteelle, tabletille tai kuunnella suoraan podcasteja julkaisevilta verkkosivuilta tai verkkopalveluista, joista esimerkkeinä ovat iTunes ja SoundCloud. Podcastit rakentuvat joko yhden ihmisen kertomuksille, useamman henkilön keskinäisellä keskustelulla tai haastattelulle. (Utriainen 2018.) Podcastien etu on, että niitä voi kuunnella milloin ja missä vain silloin, kun se itselle parhaiten sopii. Yrityksen näkökulmasta podcasteissa pääsee lähemmäksi asiakasta ja niiden kautta voidaan itsestä antaa aidompi sekä persoonallisempi kuva verrattuna kirjoitettuun materiaaliin. (Sillanpää 2019.)

PDF eli Portable Document Format on siirrettävä dokumenttimuoto, jota käytetään turvalli- seen tiedon jakamiseen. Ne ovat hyödyllisiä käyttää, koska voivat sisältää paljon muutakin kuin pelkkää tekstiä, esimerkiksi linkkejä, kuvia, äänitiedostoja, videoita sekä lomakekenttiä. PDF-tiedostoja voi lukea ja tulostaa kaikissa käyttöjärjestelmissä sekä laitteissa, kuten mobiilissa ja tabletissa. Tarvitset vai lukuohjelman, mikä on maksuton. PDF-tiedostoon saat paljon informaatiota kätevästi ja siitä saa tehtyä juuri sellaisen kuin haluaa. (Adobe 2020.)

5.2 Verkkokurssin kohderyhmä

Tuotettaessa sisältöä asiakkaille on tärkeää tuntea sen kohderyhmä, kenelle sisältöä ollaan tuottamassa, kuka tuotteen ostaa. Tämä on oleellista verkkokurssin menestyksen kannalta. Verkkokurssia luotaessa on tärkeä selvittää sen ihanteellinen asiakaspersoonaa ICA eli Ideal Customer Avatar. Omaa ihanteellista asiakaspersoonaa määritettäessä selvitetään, kuka asiakas on, mitä hän haluaa, mitkä ovat hänen tarpeensa ja haasteensa eli heidät on tunnettava huolellisesti. Näin pystytään luomaan sisältöä, joka vastaa asiakkaiden tarpeisiin. (Porterfield 2018.) Ihanteellisen asiakkaan määrittely ja tunteminen on tärkeää, koska se auttaa myös kohdentamaan markkinointia ja saamaan siitä kiinnostavan, joka houkuttelee juuri oikeita asiakkaita ja tavoiteltua kohderyhmää (Ranta 2020). Huolellinen taustatutkimus on keino oman ihanteellisen asiakaspersoonan selvittämiseen. Sitä voi tehdä esimerkiksi Facebook ryhmässä, erilaisilla foorumeilla sekä seuraamalla oman alan kilpailijoita ja millaisiin haasteisiin

heidän asiakkaansa hakevat apua tai ratkaisuja. Potentiaalisia asiakkaita voidaan myös lähestyä esimerkiksi videopuhelulla tai kasvotusten tehtävällä haastattelulla. Haastattelussa esitetään yksityiskohtaisia kysymyksiä, mikä helpottaa tuotteen yksilöllistämistä ja näin saadaan myös arvokasta tietoa asiakkaista ja heidän käyttäytymisestään. (Porterfield 2018.)

5.3 Verkkokurssin hyödyt

Verkkokurssi on monelle kätevämpi ja helpompi valinta, kuin klassinen kasvotusten käytävä kurssi. Verkkokurssi ei ole paikkasidonnainen, sen voi suorittaa missä vain, kun on tietokone tai mobiililaitte sekä internet. Monelle ajanhallinta on nykyään todella tarkkaa, ja koska verkkokurssin voi aloittaa ja käydä mihin kellon aikaan tahansa, voi kurssin kävijä sovittaa sen omaan aikatauluunsa, eikä tarvitse muokata omaa arkeaan sopimaan kurssin aikatauluihin. Verkkokurssia voi käydä myös omaan tahtiin, silloin kun pystyy. Tämä on suuri hyöty monelle, koska tutuimmat aihealueet voi käydä läpi nopeammin ja keskittyä itselle haastaviin osiin pidempään. Osallistuminen keskusteluun on myös helpompaa, koska verkkokurssilla ne voi esittää anonyymisti ja vastaukset saa kirjoitettuna, jolloin ne voi ottaa muistiin. (Vai & Sosulski 2011, 16-17.)

Verkkokurssin laatimisesta on hyötyä myös yritykselle. Verkkokurssit eivät ole paikkasidonnaisia, joten mahdollisuutena on laajemman asiakaskunnan tavoittaminen. Verkkokursseja tarjoamalla yritys voi myös paremmin erottua kilpailijoistaan omalla ainutlaatuisella tuotteellaan. (Hiissa 2020.) Yhä useammat kuluttajat valitsevat verkkokurssin tavallisen kurssin sijasta. Vaikka monet yritykset ovat alkaneet tehdä verkkokursseja, ne ovat silti vielä melko tuore ilmiö. Yrityksellä on hyvä mahdollisuus erottua ja tarjota asiakkailleen enemmän verkossa käytävän kurssin muodossa. Kurssin ollessa valmis, kannattaa se automatisoida mahdollisimman pitkälle, jolloin yrittäjälle jää enemmän aikaa muihin asioihin. Verkkokurssin kävijöille olevat keskustelualueet auttavat heitä ryhmittymään, mikä on hyödyksi niin kurssin kävijöille kuin yrityksellekin. Puhumalla onnistuneesta kurssista kävijät innostavat muitakin ostamaan sen. (Leaforum 2020.)

Nelikenttäänalyysia, eli SWOT-analyysia voi hyödyntää niin isot kuin pienetkin yritykset sekä yrittäjät koko yritystoiminnassaan tai pienemmissä projekteissa. Se on yksinkertainen tapa kirjata yrityksen vahvuudet, heikkoudet sekä mahdollisuudet ja uhat kätevään nelikenttään, josta ne on helpompi kartoittaa ja analysoida. Sillä tavoin yritys pääsee helposti pohtimaan omaa tuotostaan ja sen hyötyjä. (Pk-yrityksen riskienhallinta 2020.) Seuraavassa SWOT-analyysissä kartoitetaan TwistBen tulevan valmennuksen hyötyjä sekä riskejä.

<p><u>Vahvuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Uskolliset asiakkaat • Yrityksen maine, laadukas palvelu ja tuotteet • Kohderyhmä hyvin tiedossa • Hyvin kohdistettu valmennus • Innostus valmennuksen tekoon • Edullisempaa ja tuottoisampaa kuin tavallisen valmennuksen järjestäminen 	<p><u>Heikkoudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ajanpuute, riittääkö tekijöiden aika/resurssit • Löytääkö mahdolliset asiakkaat valmennuksen • Markkinoinnin kustannukset
<p><u>Mahdollisuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Uudenlainen uniikki valmennus (mitä kilpailijoilla ei ole) • Aikuisiän akne ja iho-ongelmien lisääntyminen • Luoda uusia uskollisia asiakassuhteita • Valmennuksen voi suorittaa missä ja milloin vain • Useat valitsevat verkkovalmennuksen tavallisen valmennuksen sijaan 	<p><u>Uhat</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Näkyvyys sosiaalisessa mediassa • Yllättävä taloudellisen tilanteen heikkeneminen • Tietävätkö/myöntävätkö asiakkaat itselleen iho-ongelmien johtuvan hormonaalisista muutoksista • Kilpailijoiden valmennukset

Taulukko 4: Nelikenttäanalyysi verkkovalmennuksesta

Yrityksen vahvuuksia on hyvä asiakaspalvelu ja tarkoin valitut laadukkaat tuotteet, jotka ovat auttaneet uskollisen asiakaskunnan syntymisessä. Valmennuksen kohderyhmä on tarkoin määritelty ja rajattu, mikä on etu valmennusta tehdessä. Yrittäjien innostus valmennuksen tekoon on ollut korkealla ja sen näkee heidän tekemisessään. Verkkovalmennus on myös huomattavasti edullisempi tapa järjestää valmennus. Verkossa se mahdollistaa suuremman osallistujamäärän kuin myös osallistumisen ympäri Suomea, kun klassisen valmennuksen osallistujat rajoittuisivat Uudellemaalle. Tällöin verkkovalmennus tuottaa todennäköisesti myös enemmän voittoa yritykselle.

Yrityksen heikkoutena voi olla ajanpuute. Menestynyt verkkokauppa, kivijalkamyymälä sekä muut projektit vaativat aikaa. Nopeasti kasvavan yrityksen resurssien riittävyys voi olla myös yksi uhkatekijä. Heidän verkkovalmennuksen kohderyhmäänsä ovat muun muassa ruuhkavuosiin elävä aikuinen nainen. Haittana voi olla, että ruuhkavuosien keskellä verkkovalmennuksen mainonta ja potentiaalinen asiakas eivät kohta. Maksetun markkinoinnin kustannukset ovat myös korkeat, riittääkö sosiaalisen median markkinointi.

Verkkovalmennuksen mahdollisuuksia ovat sen tämänhetkinen ainutlaatuisuus, sillä vastaavaa valmennusta ei tällä hetkellä löydy verkosta. Erilaiset iho-ongelmat ovat lisääntyneet, mikä luo kysyntää valmennukselle. Tämän avulla on myös hyvät mahdollisuudet luoda uusia uskollisia asiakassuhteita. Verkkovalmennuksen voi suorittaa missä ja milloin vain, mikä on yksi ratkaisevista tekijöistä tänä päivänä valmennusta valittaessa. Yhä useammat valitsevat verkossa käytävän valmennuksen klassisen paikan päällä käytävän valmennuksen sijaan.

Verkkovalmennuksen uhkana voi olla sosiaalisen median näkyvyys. Saadaanko näkyvyyttä tarpeeksi ja oikeissa paikoissa, jotta se tavoittaa potentiaaliset asiakkaat. Iho-ongelmista kärsivät aikuiset naiset eivät välttämättä tiedosta mistä iho-ongelmat johtuvat. Miten nämä potentiaaliset asiakkaat löytävät verkkovalmennuksen pariin. Yllättävä ja äkillinen taloudellisen tilan heikkeneminen voi myös olla uhka. Asiakkaat voivat jättää ostamatta valmennuksen rahan säästön vuoksi sekä valmennuksen ylläpito maksaa kuukausittain. Yksi mahdollinen uhka voi olla myös kilpailijat, jos joku lanseeraa oman samantyyllisen valmennuksen.

Verkkovalmennuksen nelikenttäanalyysin perusteella voidaan todeta, että positiivisia tekijöitä sekä mahdollisuuksia on enemmän, kuin mahdollisia haittoja tai uhkia.

6 Sisältömarkkinointi

Sisältömarkkinoinnilla profiloidutaan, luodaan oikeanlaisia mielikuvia sekä vaikutetaan yrityksen imagoon (Keronen & Tanni 2017, 30). Sisällöllä on edelleen päärooli asiakkaiden tavoittamisessa verkossa. Sisältö on kaikkea sitä mitä näkee verkkosivuilla, blogeissa, vlogeissa, sähköposteissa, sosiaalisen median päivityksissä, niin Facebookissa, Instagramissakin kuin monessa muussakin. Se voi olla tekstiä, kuvia tai videoita, kaikkea, joilla luodaan mielikuvia ja tietoa asiakkaalle. Verkkosivujen, blogien, sähköpostien ja muiden tekstisisältö sekä kuvien otsikointi on hyvä muokata niin, että mahdollisen asiakkaan etsiessä tietoa tai vastauksia ongelmiinsa, löytyy vastaus tekstisisällöstä, ja näin saadaan yritys ja kuluttaja kohtaamaan. Sisältö on myös keino erottua kilpailijoista sekä muokata tunnistettava oma tyyli ja ilme brändille. Hyvällä sisällöllä saadaan kuluttajia sitoutumaan ja palaamaan samoille sivuille. Sosiaalisessa mediassa kuvilla ja videoilla on nykyään hyvin suuri merkitys sisällössä. (Kananen 2018, 10-11.)

6.1 Sisältöstrategia

Sisältöstrategia on asiakaslähtöistä liiketoimintastrategiaa. Sillä määritetään miten ja millä sisällöllä pyritään pääsemään asetettuun tavoitteeseen. Nykypäivän markkinat ovat olleet muutoksen alla ja nykyään arvostetaankin asiakaslähtöisyyttä, läpinäkyvyyttä, avoimuutta ja oikeita arvoja yrityksessä. (Keronen & Tanni 2017, 24.) Sisältöstrategia on hyvä suunnitella huolella, sillä on todettu, että yritykset, joilla on hyvä sisältöstrategia ovat menestyneempiä.

Kohderyhmä ja asiakaspersonat ovat tässä tärkeitä työkaluja. Ilman tietoa kenelle markkinoidaan ei voi tehokkaasti suunnitella miten markkinoidaan tai missä kuluttaja kohdataan. (Kananen 2018, 49.)

Sisällön tuottamiseen kannattaa käyttää aikaa ja vaivaa ja tehdä kunnollinen suunnitelma. Päivittäminen ja uudistaminen ovat myös erittäin tärkeässä roolissa. Sisällön tulee toimia monella tasolla. Sen on oltava hakukoneoptimoitua, sen pitää viestiä haluttu tieto ja olla kuluttajille selkeä ja hyödyllinen kokonaisuus. Rakenteellisesti sisällöstä on tehtävä selkeä ja helpposti silmäiltävä, jos se herättää kuluttajan mielenkiinnon hän tutustuu aiheeseen tarkemmin. Tärkeimpiä asioita, jotka on huomioitava ovat otsikot, sillä niillä saadaan herätettyä kuluttajien huomio. Sisällön ydinviesti, jossa kerrotaan tiivistetyssä muodossa mistä sisällössä on kyse. Väliotsikointi, jotta sisältöä on helppo lukea sekä visuaalisuus herättämään mielenkiintoa ja mielikuvia. Olennainen osa on myös “call to action”, eli toimintakehotuspainike, joka lukijalle oikotie yrityksen sivustoille, verkkokauppaan tai lisäinformaation luo sekä sillä seurataan ja analysoidaan kuluttajien etenemistä sivustolla. Ei pidä unohtaa hakukoneystävällisyyttä, jolla tavoitetaan apua etsiviä kuluttajia. (Kananen 2018, 57.)

Yrityksen on hyvä omaksua omanlainen tyyli mikä näkyy kaikilla heidän verkkosivuillaan, verkkovalmennuksissaan, sähköposteissaan, ja sosiaalisessa mediassa. Silloin kuluttajat tunnistavat heti, että kyse on juuri heidän yrityksestään, jos he näkevät esimerkiksi Instagram päivityksen. Verkkosivujen rakenteen ja visuaalisuuden on tärkeää olla kohderyhmää miellyttävä ja selkeä, jotta siellä on mielekästä asioida. Otsikoiden tulee olla mielenkiintoa herättäviä ja ytimekkäitä ollen kuitenkin informatiivisia aiheesta, josta kirjoitetaan. Usein verkkosivuilla on kuvakkeita, esimerkiksi verkkovalmennuksen kuvake, jonka alla on lyhyt teksti, jossa hyvin tiivistetyssä muodossa kerrotaan mitä valmennuksessa käsitellään. Tämä niin kutsuttu ydinviesti kannattaa muotoilla mahdollisimman houkuttelevaan muotoon, jotta kuluttaja klikkaa sitä ja haluaa lukea lisää. Visuaalisuus on myös olennaista, jos sivu sisältää pelkkää tekstiä se voi helposti lannistaa ja jäädä lukematta. Hyvin valikoituja ja miellyttäviä kuvia tekstin seassa houkuttelee lukijaa lukemaan sen loppuun. Väliotsikointi helpottaa myös artikkelin lukemista, koska teksti ei ole yhtenä kappaleena vaan jaoteltu ja joka kappale järkevästi otsikoitu. Kuluttajat hyötyvät väliotsikoinneista ja kuvista, varsinkin jos artikkeli käsittelee esimerkiksi tuotteita. He näkevät heti miltä tuotteet näyttävät ja se voi herättää myös mielenkiinnon ostaa tuotteen. Usein artikkeleissa on myös toimintakehotuspainike tai linkki, josta pääsee verkkokauppaan kyseisen tuotteen kohdalle. Sisältöä tehdessä on myös otettava kohderyhmä hyvin huomioon. Sisällön on oltava tarpeeksi yksinkertaista tai tarpeeksi informatiivista kohderyhmän mukaan.

6.2 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointia ei tule sivuuttaa. Tietoa etsiessä asiakas käyttää usein hakukonetta apunaan. Ilman hakukoneoptimointia, potentiaalinen asiakas ei välttämättä löydä verkkosivuja ensimmäisten tulosten joukosta. Todennäköisesti asiakas valitsee itseään miellyttävän sivuston viidestä ensimmäisestä vaihtoehdosta. Kohderyhmä on tärkeää tuntea ja tietää minkälaista termistöä he käyttävät, jotta sivustojen sisältö saadaan muokattua optimaaliseen muotoonsa. Todennäköisyys, että asiakkaat löytävät juuri sinun verkkosivuillesi kasvaa suuresti. (Suomen digimarkkinointi 2019.)

Parhaat hakukonetulokset saadaan ottaen huomioon seuraavat viisi kohtaa: Aloitus ja lopetus sivut, otsikot, myös kuvien otsikot, sivujen sisältö, grafiikat ja verkkosivujen rakenne. Nämä asiat mielessä pitäen, kun rakentaa sivustoaan saa todennäköisesti parempia hakukonetuloksia. Näiden lisäksi avainsanat, linkitykset ja sivustojen osoitteet on myös otettava huomioon. (Jones 2008, 4.)

7 Visuaalisuus

Visuaalisuus on yksi keskeisimmistä tekijöistä yritysviestinnässä ja markkinoinnissa. Visuaalisuuden avulla voidaan vaikuttaa siihen millaisia mielikuvia tai tunteita kuluttajille herää. Visuaalisuuden avulla voidaan vahvistaa brändiä sekä viestin sisältöä, kiinnittää huomiota ja helpottaa vaikealta tuntuvan asian ymmärtämistä. (Lassila 2020.)

Visuaalisuuden tulee olla suunniteltua, johdonmukaista ja tukea brändin ilmettä. Hyvä visuaalinen kokonaisuus ja huolella suunniteltu sisältö toimivat yhtenäisen brändikokemuksen luoja. (Lassila 2020.) Yrityksen visuaalisen ilmeen tehtävänä on viestittää sen yrityskuvaa ja niitä arvoja ja toimintaperiaatteita, jotka ovat sille merkityksellisiä ja se tulee välittyä kaikessa yrityksen toiminnassa. Yrityksen visuaalinen ilme on kokonaisuus, johon liittyy erilaisia elementtejä, kuten sen näkyminen eri kanavissa, typografia ja tunnusvärit. Huolella suunniteltu visuaalisuus varmistaa yrityksen yhtenäisen ilmeen ja tekee siitä tunnistettavan. (Niemi 2004, 41-42.) Visuaalisuuteen liittyy erilaisia elementtejä. Keskeisimpinä visuaalisen suunnittelun elementteinä tämän verkkovalmennuksen infrastruktuurin luomisessa nähtiin värien, kuvien ja typografisten valintojen merkitys, joihin tässä opinnäytetyössä keskitytään.

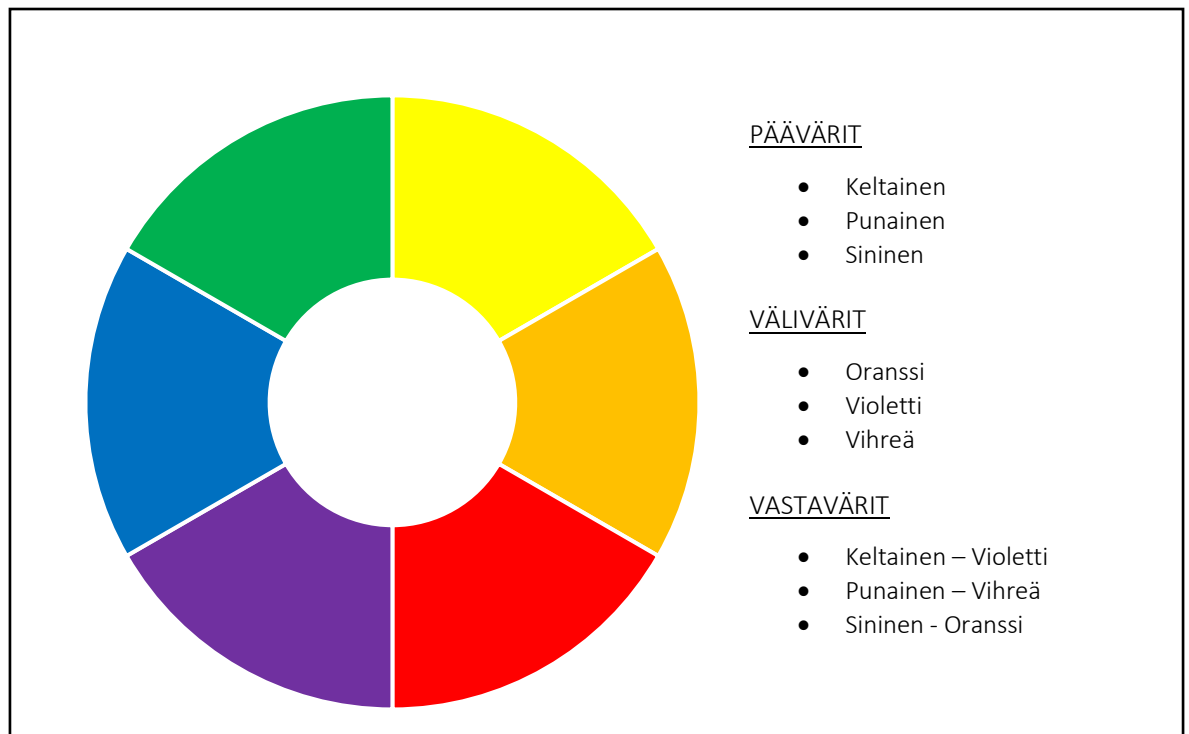
7.1 Värit

Väreillä on tärkeä rooli yrityksen visuaalisessa suunnittelussa. Värit voivat herättää tunteita, vaikuttaa käyttäytymiseen ja mielikuviin sekä auttaa tarkastelemaan ympäröivää maailmaa. Yritysten värimaailma on usein tarkkaan harkittua ja brändätty sen tuotteisiin ja palveluihin.

(Markkinoinninmuurahainen 2020.) Niemisen (2004,103) mukaan yrityksen käyttämät tunnusvärit viestivät siitä, millaista viestiä yritys haluaa itsestään välittää.

Värit voivat luoda merkityksiä ja mielikuvia sekä niiden kokemiseen ja tulkintaan vaikuttavat niin ympäristö, kuin muut läheisyydessä olevat värit (Pohjola 2003, 136;187). Värien tulkitaan ja se, millaisia tunteita ne herättävät, vaikuttavat myös värien käyttöyhteys eri kulttuureissa. Eri värit voivat eri kulttuureissa viestiä hyvinkin erilaisista asioista ja niihin liittyy symboliikkaa ja mielikuvia. (Pohjola 2003, 136.)

Yhdeksi tärkeäksi osatekijäksi visuaalisen menetelmien käytössä voidaan lukea värisommitelutaito. Värivalinnat ovat tärkeässä roolissa toivottujen vaikutelmien aikaan saamisessa, ja niillä voidaan herättää kiinnostusta ja huomiota. Erilaisia värisävyjä ja sommitteluja voidaan hyödyntää, kun halutaan luoda tietynlaisia vaikutelmia ja tunnelmia. Selkeitä väriryhmiä käyttämällä voidaan esimerkiksi tuotteita tuoda paremmin esiin. (Nieminen 2004, 187.) Värejä valittaessa ja suunnitellessa, on otettava huomioon myös vieressä olevat värit, ja niiden taustavärit, koska näillä on vaikutusta kokonaisuuteen. Käytetty väri hallitsee kokonaisuutta ja vaikuttaa myös muihin väreihin. (Loiri & Juholin 1999, 112-113.) Tehokkaita värisommitteluja luodessa voidaan hyödyntää vastavärejä, sillä niiden teho perustuu vastaväreille ominaiseen vastakkaisvaikutukseen, jossa värit täydentävät toisiaan (Nieminen 2004, 191; Loiri & Juholin 1999, 114).



Kuvio 3: Väriympyrä (mukaillen Peda 2020)

Väriympyrä muodostuu päävärien ympärille, joita ovat punainen, keltainen ja sininen. Välivärit syntyvät kahden päävärin sekoittuessa keskenään. Välivärejä ovat vihreä, violetti sekä oranssi ja perusvärien ohella ne kuuluvat värispektriin. Vastavärejä kutsutaan toiselta nimeltään komplementtiväreiksi ja ne sijaitsevat väriympyrässä kunkin värisävyyn vastakkaisella puolella. Vastavärejä hyödyntämällä voidaan saavuttaa tehokkaita värisommitteluja. Lähivärit puolestaan sijaitsevat väriympyrässä vierekkäin ja ne luokitellaan edelleen lämpimiin ja kylmiin sävyihin. Erilaisia väripareja käyttämällä voidaan saada aikaan monenlaisia tunnelmia, kuten rauhallisia, jännittäviä tai viileitä kokonaisuuksia. (Nieminen 2004, 189-194.)

Kuvan syvyysvaikutelman syntymiseen vaikuttaa oleellisesti se, onko kyseessä kylmä vai lämmin väri. Kylmillä väreillä on taipumus etäännyä, kun taas lämpimät värit näyttäisivät tulevan lähemmäksi. Kaksiulotteisen kuvan tilavaikutelman luomisessa voidaan hyödyntää kylmien ja lämpimien värien käyttöä. (Pohjola 2003, 135.) Liilan sävy, jota käytettiin verkkovalmennuksen luomisessa, on sävyltään syvempi punaiseen taittavampi liila. Väri nostaa otsikointia ja erottuu paremmin taustastaan.

7.2 Kuvat

Kuvat ovat osa viestintää ja ne ovat myös visuaalisia elementtejä. Kuvien sisällöllä ja aiheella voidaan vaikuttaa siihen, millaisia mielikuvia lukijalle herää. (Pohjola 2003, 190.) Kuvat toimivat myös oppimisen tukena, sillä niiden katselu ja tulkitseminen tiedetään edistävän oppimista. Kirjoitettuun tekstiin verrattuna kuvat aktivoivat opiskelijoissa erilaisia kognitiivisia prosesseja ja tässä kohtaa puhutaankin visuaalisesta oppimisesta. (Silarder 2003c, 73.)

Viestin vastaanottamisessa ja sisäistämisessä kuvat voivat toimia joskus kirjoitettua tekstiä paremmin, sillä sanotaan, että ”kuva voi korvata tuhat sanaa”, eikä sen tulkintaan tarvita erityistaitoja. Tekstin ja kuvan liitto on useimmiten tehokkain tapa saada asia ymmärrettävään muotoon. Kuva voi helpottaa tekstin ymmärtämistä ja asian kokonaisvaltaista hahmottamista, mutta toisaalta kirjoitettu teksti voi avata sen yhteydessä olevan kuvan sanomaa. Kuvien tehtävänä voidaan myös nähdä kokonaisilmeen jäsentäminen. Kuvat rytmittävät tekstiä, ja saavat huomion kiinnittymään aiheeseen. (Loiri & Juholin 1999, 52-53.)

Kuvia valittaessa niiden tulisi liittyä käsiteltävään asiaan ja viestiä sisällöstä. Kuvien suunnittelussa tärkeää on määrittää kuvan käyttötarkoitus, halutaanko kuvan täydentävän kokonaisuutta, toimivan huomiota herättävänä elementtinä vai onko kuva sanoman pääasia. (Loiri & Juholin 1999, 54-55.) Kuvien luonne määrittelee, mihin niitä on tarkoitus käyttää ja useimmiten käytetään erityyppisiä kuvia eri yhteyksissä (Pohjola 2003, 190). Kuvat voivat täydentää tai korostaa käsiteltävää asiaa, mutta niiden merkitys voi myös olla symbolinen. Kuva ei välttämättä ole jatkumo käsiteltävälle asialle, vaan voi toimia tunnelman herättäjänä tai oma-kohtaisen pohdiskelun käynnistävänä tekijänä. (Loiri & Juholin 1999, 53.) Kuvan viesti on onnistunut, kun se herättää katsojassa ajatuksia (Nieminen 2004, 89).

7.3 Typografia

Typografialla on keskeinen asema visuaalisessa suunnittelussa. Typografialla tarkoitetaan tekstiin, kirjasintyypeihin, kirjainten asetteluun ja väriytykseen liittyvää suunnittelua. Typografian tarkoituksena on helpottaa viestin oikeanlaista välittymistä ja luoda kirjoitetulle tekstille sille halutun esteettisen ulkoasun. (Graafinen 2015.) Julkaisun visuaaliseen ilmeeseen voidaan vaikuttaa panostamalla typografisiin valintoihin, parantaa verkkosivujen ilmettä sekä tuoda esiin tuotetta tai yrityksen brändiä (Laak 2006a). Typografia nähdään visuaalisena elementtinä, jolla voidaan tukea ja edistää kirjoitettua asiaa. Onnistunut typografia tekee julkaisun lukemisesta helppoa ja miellyttävää. Hyvin toteutettu typografia on maltillista, tukee kirjoitettua asiaa sekä herättää kiinnostusta. (Loiri & Juholin 1999, 32-33.)

Typografian suunnittelussa lähdetään liikkeelle kirjaintyyppin eli fontin valinnalla, joka on typografian tärkein elementti. Hyvä lopputulos saavutetaan, kun julkaisussa käytetään vain muutamaa erilaista kirjaintyyppiä. Näin kokonaisuus pysyy selkeänä ja helppo lukuisena. (Loiri & Juholin 1999, 34.) Kirjaintyyppin valinnalla on merkittävä rooli yhdessä grafiikan kanssa julkaisun visuaalisessa ilmeessä, mutta myös kiinnostavuuden ja mielikuvien herättämisessä (Laak 2006a; Loiri & Juholin 1999, 34). Kirjasintyyppit eli fontit jaetaan niiden ominaisuuksien mukaan joko päätteellisiin tai päätteettömiin (Laak, 2006a). Päätteelliset fontit eli antiikvat toimivat parhaiten pitkissä leipäteksteissä ja niiden ominaispiirteisiin kuuluu pienet koukerot ja väkäset, jotka tekevät lukemisesta helpompaa ja auttavat kirjaimesta toiseen siirtymistä (Loiri & Juholin, 1999, 35; Laak, 2006a). Päätteelliset fontit ovat yleisesti käytettyjä sanomalehdissä ja internet-sivuilla (Laak, 2006a).

Groteskit ovat päätteettömiä fontteja ja niille tyypillinen muotokieli on tasainen ja suoraviivainen (Nieminen 2003, 94; Laak 2006a). Groteskit nähdään arkisina ja tavanomaisina ja ne sopivat esimerkiksi otsikkotyypeiksi (Nieminen 2003, 94). Groteskeja voidaan käyttää lyhyissä kokonaisuuksissa, taulukoissa ja graafisissa esityksissä, koska ovat koristeellisempia antiikvoja uskottavamman oloisia vähäeleisyytensä takia (Loiri & Juholin 1999, 35).

Antiikva fontteja		Groteski fontteja	
Times New Roman	Aa	Arial	Aa
Georgia	Aa	Avenir	Aa
Baskerville	Aa	Calibri	Aa
Book Antiqua	Aa	Gurmukhi	Aa

Taulukko 5: Esimerkkejä fonteista (Peda 2020.)

Antiikva fonttien kirjaimet päättyvät koristeelliseen koukeroon ja kirjaimen paksuus vaihtelee, kun taas groteski fonttien kirjaimissa ei ole minkäänlaista päätettä ja kirjaimen paksuus ei vaihtelee (Peda 2020).

Kirjaintyyppin lisäksi on muitakin typografisia elementtejä, jotka vaikuttavat lukukokemukseen. Näitä ovat esimerkiksi kirjainten koot, rivien korkeus ja välistykset, sisennykset ja tauskukset sekä tekstin oikeanlainen kontrasti ja värivalinnat. (Laak 2006b.)

7.4 Verkkokurssin visuaalisuus

Verkkokurssin visuaalisuuden sekä luettavuuden kannalta on tärkeää pitäytyä vain muutaman erilaisen fontin käytössä. Sivujen kokonaisilme on silloin yhtenäisempi ja siistimpi. Myös fonttien lihavointia sekä kursivointia tulee käyttää maltillisesti, korostamaan vain tärkeitä kohtia. Otsikot, alaotsikot, osiot ja kappaletekstit ovat kaikki hyvä pitää eri kokoisina, jolloin on helppo huomata mistä on kyse sekä helpottaa lukijaa sisäistämään tiedon. Alleviivausta tulee käyttää hyvin harvoin, jos ollenkaan, se usein säästetään toimintakutsuihin. Sanoja sekä lauseita kokonaan isoilla kirjaimilla suositellaan vältettävän. Isot kirjaimet eivät ole niin helppolukuisia, ja ne voivat luoda aggressiivisen vaikutelman. (Vai & Sosulski 2011, 57-58). Tekstin luettavuuteen vaikuttaa myös tekstin värin suhde taustaväriin. Kirkkausero on tärkeä tekijä tekstin hahmottamiseen vaikuttavista tekijöistä. Tekstin lukemisen kannalta parhaimpana tekstin ja taustan yhdistelmänä nähdään mustan ja valkoisen liito. Musta teksti valkoisella

taustalla on hyvä yhdistelmä. (Arnkil 2008, 147.) Alla olevassa kuviossa havainnollistetaan, miten visuaalisuus vaikuttaa luettavuuteen ja kokonaisuuden yleiseen ilmeeseen.

Ihon puhdistus

Pitkin päivää ulkona liikkeessa, töissä, kaupassa, kotona ihollemme kertyy talia, hikeä, likaa ja ilmansaasteita sekä jos käyttää meikkiä. Päivän päätteeksi kasvot tuleekin puhdistaa hyvin, mutta hellävaraisesti, ilman liikaa hankausta tai liian kovia puhdistustuotteita. Mitä käy, jos kasvoja ei puhdisteta kunnolla? Jos kasvoja ei puhdisteta, voi seurata epäpuhtauksia, sameutta, värimuutoksia sekä kuivuutta ja ihoärsytystä. Iho voi alkaa punoittaa sekä ärsyntyymään entistä herkemmin. Neuvoni ihon puhdistukseen ovat: Luovu voimakkaista ihon puhdistuksista ja siirry tehokkaisiin puhdistuksiin. Hyvä puhdistus rutiini on ensin öljymäinen puhdistustuote, mikä irrottaa meikin, lian, hien sekä talin iholta. Viimeistellä puhdistus vielä hellävaraisella puhdistusmaidolla tai -geelillä. Kasvot on ensisijaisen tärkeää puhdistaa iltaisin, aamuisin riittää vedellä huuhtelu ja kasvovesi. Yön aikana iholle kerääntyy talia ja hikeä, mutta liiallinen pesu horjuttaa ihon omaa kosteustasapainoa ja edesauttaa ihon kuivumista. Puhdistuksen jälkeen tulee totta kai muistaa kunnan kosteutus sekä oman ihon tarpeisiin sopiva hoitoseerumi tai -tuote.

Ihon puhdistus

Pitkin päivää ulkona liikkeessa, töissä, kaupassa, kotona ihollemme kertyy talia, hikeä, likaa ja ilmansaasteita sekä jos käyttää meikkiä.

Päivän päätteeksi kasvot tuleekin puhdistaa hyvin, mutta hellävaraisesti, ilman liikaa hankausta tai liian kovia puhdistustuotteita.

Mitä käy, jos kasvoja ei puhdisteta kunnolla?

Jos kasvoja ei puhdisteta, voi seurata epäpuhtauksia, sameutta, värimuutoksia sekä kuivuutta ja ihoärsytystä. Iho voi alkaa punoittaa sekä ärsyntyymään entistä herkemmin.

Neuvoni ihon puhdistukseen ovat:

- **Luovu voimakkaista ihon puhdistuksista ja siirry tehokkaisiin puhdistuksiin.** Hyvä puhdistus rutiini on ensin öljymäinen puhdistustuote, mikä irrottaa meikin, lian, hien sekä talin iholta.
- **Viimeistellä puhdistus vielä hellävaraisella puhdistusmaidolla tai -geelillä.** Tässäkin käytetään hellävaraista vaihtoehtoa.
- **Kasvot on ensisijaisen tärkeää puhdistaa iltaisin, aamuisin riittää vedellä huuhtelu ja kasvovesi.** Yön aikana iholle kerääntyy talia ja hikeä, mutta liiallinen pesu horjuttaa ihon omaa kosteustasapainoa ja edesauttaa ihon kuivumista.

Puhdistuksen jälkeen tulee totta kai muistaa kunnan kosteutus sekä oman ihon tarpeisiin sopiva hoitoseerumi tai -tuote.

Kuvio 4: Esimerkki visuaalisuudesta (mukaillen Vai & Sosulski 2011)

Taitavasti suunniteltu ja toteutettu verkkokurssin visuaalinen ilme tukee koko kurssin menestystä. Se helpottaa asiakkaan etenemistä kurssilla ja tekee siitä selkeytetyn ja helposti ymmärrettävän. Kaikki eivät käsittele informaatiota samalla tavalla. Visuaalisuus voi parhaimmillaan tukea ja auttaa informaation sisäistämisessä ja pahimmillaan voi aiheuttaa sekavuutta ja hämmennystä. Visuaalisuus tuo helpotusta pitkän tekstin lukemiseen. Se luo taukoja lukijalle ja oikein valittu kuva myös auttaa ymmärtämään juuri luetun informaation. (Vai & Sosulski 2011, 51-52.)

8 Verkkovalmennuksen infrastruktuurin rakentaminen

Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa tehtävänä oli suunnitella infrastruktuuri yhteistyökumppanimme uudelle verkkovalmennukselle, jonka lanseerauksen ajankohtana on kevät 2020. Opinnäytetyö lähti liikkeelle teoriaosuuden suunnittelulla ja hahmottelulla ja sen selkiytyessä etsittiin aiheisiin liittyvää materiaalia niin kirjallisuudesta, kuin verkkolähteistäkin. Toiminnallisen osuuden tueksi haettiin teoriapohjaa verkossa oppimisesta, verkkosivujen käytettävyydestä, verkkovalmennuksen luomisesta, sisältömarkkinoinnista ja visuaalisuudesta. Opinnäytetyön alkuvaiheessa käytiin yhteistyökumppanimme kanssa myös Amy Porterfieldin Digital Course Academyn verkkovalmennuksen, joka käsitteli verkkovalmennuksen luomista ja rakentamista. Pidettiin myös yhdessä idea riihi tulevaa verkkovalmennusta varten, jossa mietittiin valmennuksen runkoa ja osioiden sisältöä.

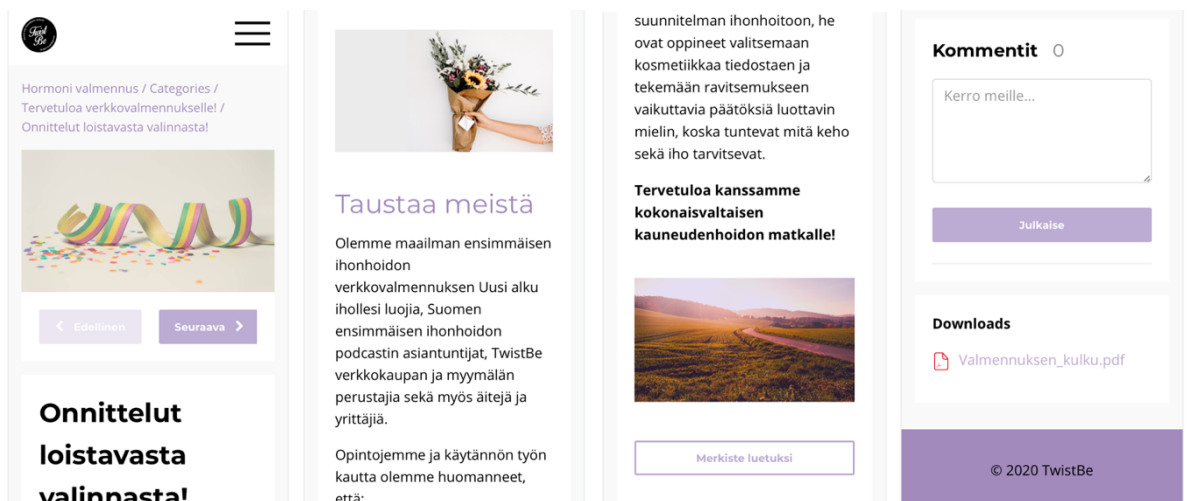
8.1 Alustan valinta

Opinnäytetyön alkuvaiheessa uudelle verkkovalmennukselle päätettiin alusta, jolle se rakennetaan. Yhteistyökumppanimme aikaisempi Uusi Alku Ihollesi verkkovalmennus on tehty Campwire alustaan ja luonnollisesti uuden kurssin lisääminen samaan alustaan olisi ollut jatkumo aikaisemmalle kurssille. Kajabi kuitenkin monipuolisuutensa, edullisemman hinnan ja esteettisyyden ansiosta osoittautui paremmaksi vaihtoehdoksi. Verkkovalmennuksen ulkonäkö on erittäin selkeä ja harmoninen verrattuna Campwireen. Kajabin verkkovalmennuksen ulkonäkö on myös mobiililaitteella miellyttävämpi ja selkeämpi kuin Campwirellä, sekä Kajabi tarjoaa kattavasti dataa verkkovalmennuksen käytöstä. Verkkovalmennuksesta saa helppokäyttöisen, mitä kaiken tasoiset tietokoneiden ja mobiililaitteiden käyttäjät osaavat käyttää, sekä se toimii kaikilla käyttöjärjestelmillä yhtä nopeasti ja tehokkaasti.



Kuvio 6: Verkkokurssialustan tarjoajat

Verkkovalmennusta tehdessä haluttiin ottaa huomioon, että älylaitteiden avulla sitä voi käydä melkein missä vaan, missä on toimiva internet yhteys. Tämän päivän mobiililaitteet, kuten älypuhelimet ja tabletit kulkevat mukana ja mahdollistavat samat toiminnot kuin tietokoneella. Vaikka verkkovalmennus sisältää videoita, äänitiedostoja sekä ladattavia PDF-tiedostoja, haluttiin että näitä kaikkia pystyy katsomaan, kuuntelemaan sekä lataamaan ja lukemaan älypuhelimella kuin tabletillakin. Asiakkaan ei tarvitse valmennusta ostaessa miettiä onko tietokonetta, vaan sen voi käydä kokonaan mobiililaitteella aivan yhtä hyvin ja ellei tehokkaamminkin, kuin tietokoneella.



Kuvio 5: Verkkovalmennuksen mobiilinäkymä

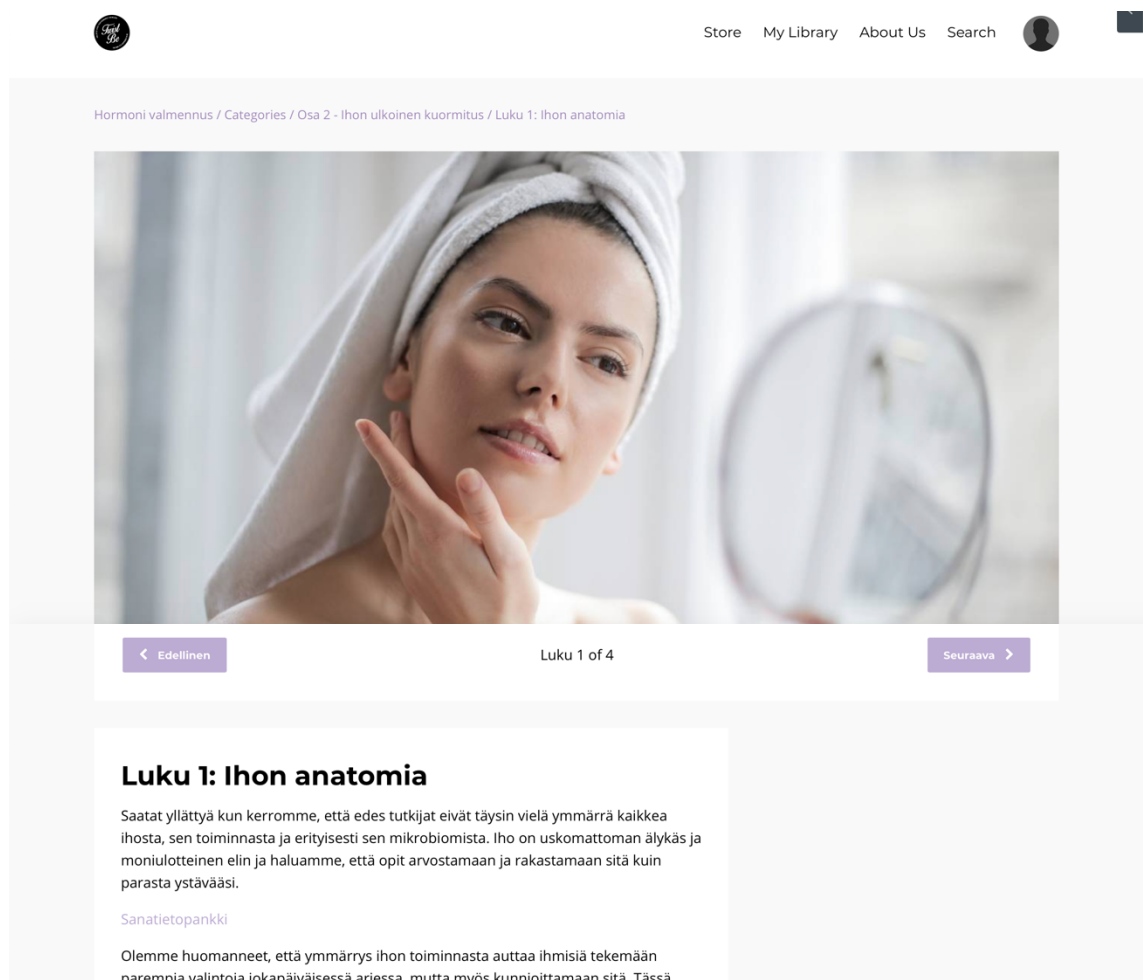
Verkkovalmennuksen visuaalinen ilme mobiililaitteella on selkeä ja esteettinen. Kokonainen luku tuntuu lyhyemmältä tietokoneella katsottuna, mutta Kajabin mobiilinäkymä on laadukas (liite 4).

8.2 Verkkovalmennuksen sisältö

Verkkovalmennus, jolle infrastruktuuria rakennetaan, tulee olemaan niin sanottu evergreen eli ikivihreä verkkovalmennus. Tämän vuoksi toteutuksessa on käytetty hyvin ajattomia värejä

sekä visuaaleja, kuitenkin ajatellen yhteistyökumppanin brändiä. Evergreen verkkovalmennuksen hyötynä on, että asiakas saa itse päättää opiskeluaikankohdastaan ja sovittaa sen omaan arkeen sopivaksi. Valmennuksen voi käydä silloin kun oma motivaatio ja halu oppia on suurimmillaan.

Verkkovalmennuksen materiaali ajastettiin vapautumaan osallistujalle pikkuhiljaa, viikon välein, jotta uuden tiedon omaksuminen ja prosessoiminen voisi tapahtua rauhassa, eikä liikaa tietoa tule kerralla. Verkkovalmennuksen jokainen osio käsittelee omaa aihealuettaan, ja luvut niiden alla paneutuvat kyseiseen aihealueeseen syvällisemmin omina kokonaisuuksinaan.



Hormoni valmennus / Categories / Osa 2 - Ihon ulkoinen kuormitus / Luku 1: Ihon anatomia

< Edellinen

Luku 1 of 4

Seuraava >

Luku 1: Ihon anatomia

Saatat yllättyä kun kerromme, että edes tutkijat eivät täysin vielä ymmärrä kaikkea ihosta, sen toiminnasta ja erityisesti sen mikrobiomista. Iho on uskomattoman älykäs ja moniulotteinen elin ja haluamme, että opit arvostamaan ja rakastamaan sitä kuin parasta ystävääsi.

[Sanatietopankki](#)

Olemme huomanneet, että ymmärrys ihon toiminnasta auttaa ihmisiä tekemään parempia valintoja jokapäiväisessä arjessa, mutta myös kunnioittamaan sitä. Tässä

Kuvio 7: Luvun alku näkymä

Yhteistyökumppanimme uusi verkkovalmennus tulee sisältämään erilaisia oppimista edistäviä tehtäviä. Oppimistehtävät ovat aktivoivia ja pohtivia tehtäviä, joissa prosessoidaan uutta opittua tietoa ja liittää sen omaan elämään.

Tehtävä: Mitä ihonhoito sinulle tarkoittaa. Mitä ihonhoito on? Mieti tätä hetki itsekseesi ennen kuin jatkat lukemista.

Kuvio 8: Esimerkki tehtäväpalkista

Verkkovalmennuksen tehtävät ovat harmaan palkin sisällä, jotta ne erottuvat selkeästi muusta tekstistä. Verkkovalmennuksella hyödynnetään myös videoita osana oppimista. Videoiden sisältö tulee vaihtelevaan luvun teeman mukaan.

Oppimista tukeva työkalu tulee myös olemaan verkkovalmennuksen ostaneille yhteinen suljettu Facebook ryhmä, johon jokaisella valmennuksen ostaneella on mahdollisuus liittyä. Verkkovalmennuksen oston jälkeen asiakas voi lähettää jäsenyys pyynnön ryhmän sivulla. Suljetussa Facebook ryhmässä voidaan keskustella valmennuksessa käsiteltyjä asioita, vaihtaa niiden ympärillä mielipiteitä, jakaa tietoutta ja kysyä tarvittaessa neuvoa. Jäsenyys tässä ryhmässä säilyy myös valmennuksen käymisen jälkeen, eikä siis päätty siihen, kun valmennus on käyty loppuun.

Verkkovalmennus tulee sisältämään PDF-tiedostoja, jotka asiakkaat voivat ladata omalle koneelleen ja hyödyntää niissä olevaa oppimateriaalia verkkovalmennuksen suorittamisen jälkeenkin. Valmennuksen PDF-tiedostot sisältävät asiakkaalle syventävää tietoa luvussa käsiteltävästä asiasta.

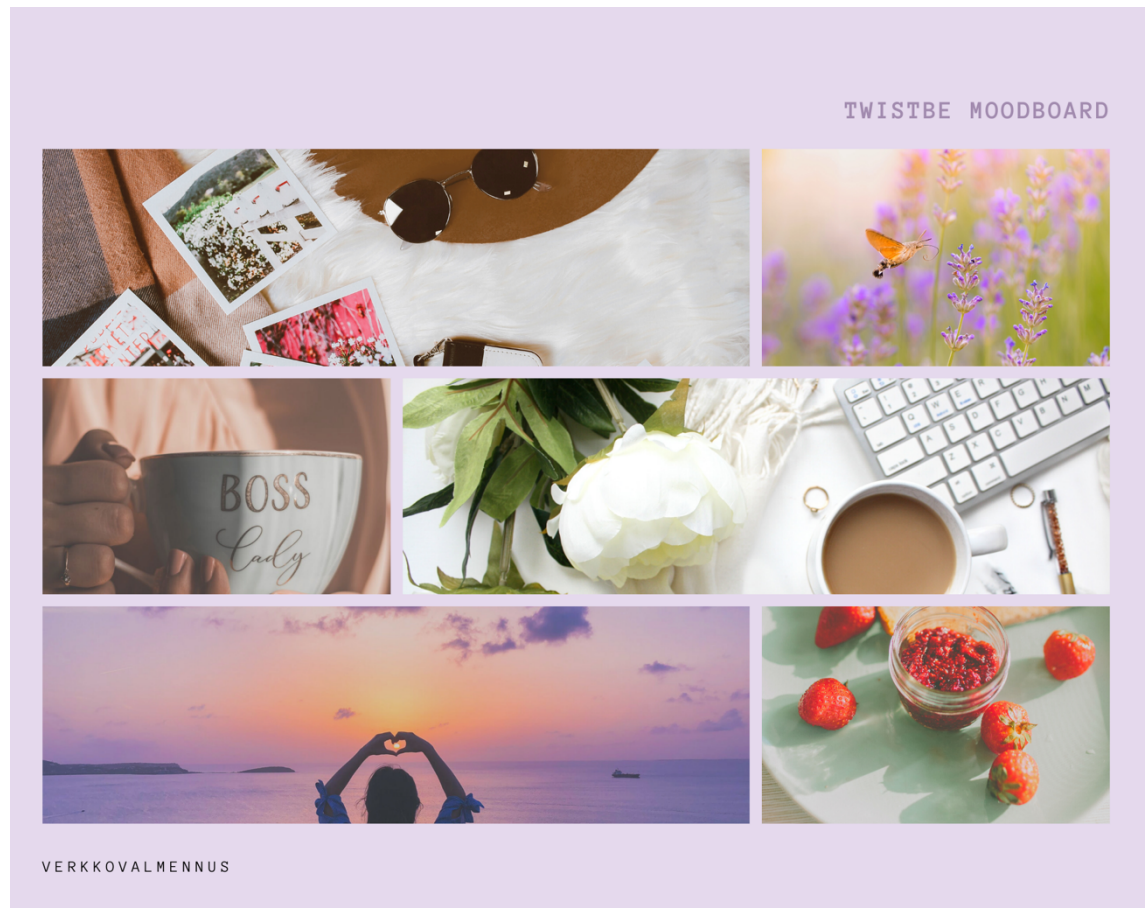
8.3 Kohderyhmä

Ihonhoito on ollut kasvava puheenaihe jo pitkään. Siihen panostetaan ja käytetään enemmän aikaa kuin ennen. Yhteistyökumppanimme oli asiakastyön kautta huomannut, että monet naiset kamppailevat erilaisten iho-ongelmien kanssa. Erilaiset iho-ongelmat ovat lisääntyneet aikuisten naisten keskuudessa ja niihin haetaan apua ja ratkaisuja. Tästä syntyikin ajatus uuden verkkovalmennuksen luomisesta, mikä antaisi iho-ongelmista kamppaileville tietoa ja käytännön avaimia oman hyvinvoinnin ja iho-ongelmien hoitoon. Monet naiset kärsivät hormonien aiheuttamista ihonongelmista, ja siksi verkkokurssi on ajankohtainen palvelu usealle.

Yhteistyökumppanin hahmottaessa valmennuksen kohderyhmää saatiin olla mukana prosessissa, missä ideoitii ja pohdittiin yhdessä mahdollista asiakaspersoona. Verkkovalmennuksen kohderyhmä rajattiin siis tarkasti. Ideoinnin ja asiakkaille tehtyjen haastattelujen kautta verkkovalmennukselle muodostui tietyn tyyppinen asiakaspersoona. Tässä opinnäytetyössä ei tulla avaamaan yksityiskohtaisesti asiakaspersoona ja heille tyypillisiä ominaispiirteitä, sillä ne ovat yrityksen yksityistä tietoa.

8.4 Verkkovalmennuksen visuaalisuus

Värien käyttö verkkokurssin infrastruktuurin luomisessa oli maltillista, jotta kokonaisuus säilyisi harmonisena ja selkeänä. Pyrittiin myös kunnioittamaan yhteistyökumppanin brändi-ima-
goa, jotta verkkovalmennus olisi mahdollisimman hyödyllinen heille.



Kuvio 9: Tunnelmataulu (Canva 2020)

Yhteistyökumppanin värimaailmaa mietittiin sekä minkälaisia mielikuvia yritys herättää sekä haluaa herättää. Tunnelmataulun (moodboard) kuvien sävyissä on haettu yhtenäisyyttä ja hyödynnetty vastavärejä vaalean liilaa sekä vaalean vihreää. Muutenkin visuaalisuus on vaalea ja pastellisävy painotteinen, mikä luo hyvin seesteisen ja harmonisen vaikutelman.

Kuten teoriaosuudessa todettiin, on tekstin lukukokemuksen kannalta mustan ja valkoisen liitto hyvä väriyhdistelmä ja tämän johdosta verkkovalmennuksen tekstialustan pohjavärinä on valkoinen ja valmennuksen tekstit kirjoitettu pääosin mustalla värillä. Muun taustan sävyksi valikoitui monien kokeilujen jälkeen vaalea harmaa, mikä teki yleisilmeestä rauhallisen. Verkkokurssin kaikissa osioissa ja luvuissa käytettiin otsikoinnissa ja asioiden tehostamisessa liilaa väriä, joka on yhteistyökumppanimme tunnusväri ja toistuu kaikessa yrityksen kanavissa. Aiemmalla Uusi Alku Ihollesi verkkovalmennuksella on myös käytetty liilaa väriä otsikoinnissa,

mutta uuden verkkovalmennuksen tehosteväriksi valittiin hieman tummempi liilan sävy, sillä sen koettiin erottuvan paremmin taustastaan.

TÄMÄ VALMENNUS ON:

Luotu sinua varten

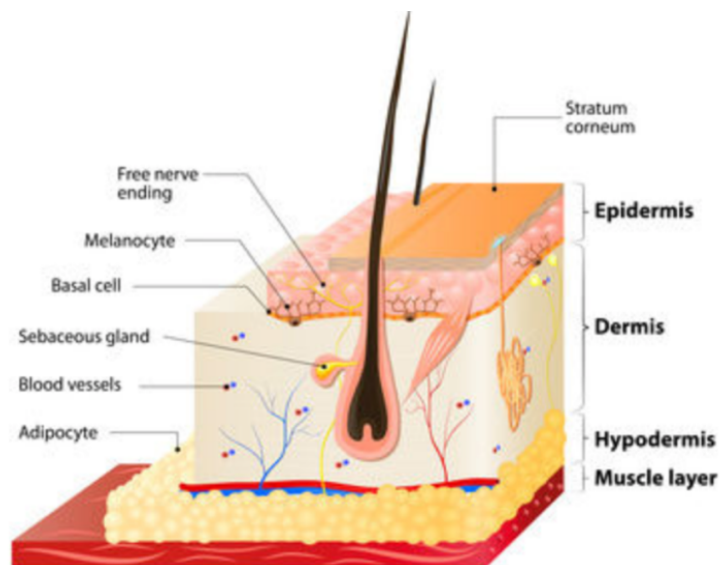
Ihohoito on ihanan pinnallinen syy
kiinnostua omasta hyvinvoinnista

Kuvio 10: Vanhan ja uuden liilan ero

Kuvassa ylempi teksti on vanhan valmennuksen ja yhteistyökumppanin sävy. Alemman tekstin sävy on uusi valittu sävy, koska se koettiin paremmin erottuvaksi ja helpommin luettavaksi.

Kuvia käytettiin paljon verkkovalmennuksen infrastruktuurin luomisessa. Verkkovalmennuksen kuvien suunnittelussa ja valinnassa liikkeelle lähdettiin siitä, että kuvat toistaisivat samaa visuaalista linjaa, kuin yhteistyökumppanin aikaisempi verkkovalmennus Uusi Alku Ihollesi. Kuvien visuaalisen ilmeen haluttiin myös olevan linjassa kaikkien muidenkin materiaalien ja julkaisujen kanssa, joita yhteistyökumppani julkaisee. Näin yrityksen yhtenäinen visuaalinen linja säilyy kaikessa heidän julkaisuissaan ja tukee brändi-ilmettä. Verkkovalmennusta alustaan rakentaessa käytettiin kuvia monipuolisesti tukemaan ja rytmittämään tekstiä. Kuvien valinnassa hyödynnettiin ilmaisia kuvapankkeja, kuten Unsplash, Pexels, Pixabay ja yhteistyökumppanin omaa kuvamateriaalia. Värimaailma kuvissa pidettiin raikkaana, harmonisena ja yhtenäisenä sekä vältettiin liian voimakkaiden ja tummien värien käyttöä.

Jokainen valmennuksen osio sisältää paljon tekstiä, jota halusimme myös kuvien käytöllä rytmittää. Näin lukukokemus olisi mahdollisimman miellyttävä ja rakenne säilyisi kevyenä. Verkkovalmennuksella käytettyjen kuvien tarkoituksena on havainnollistaa käsiteltävää asiaa ja toisaalta herättää tunteita sekä täydentää kokonaisuutta. Kuvat valittiin sen mukaan, että ne liittyvät käsiteltävään asiaan ja ovat opittavan tekstin kanssa yhdenmukaisia tai mielikuvia ja tunnetiloja herättäviä.



Kuvio 11: Esimerkki käytetyistä kuvista (Unsplash 2020, TwistBe 2020).

Esimerkiksi ihon rakenteesta kirjoitettaessa, sen yhteydessä käytetty kuva ihon rakenteesta, avaa paremmin käsiteltävää asiaa ja helpottaa sen ymmärtämistä ja hahmottamista, kuin pelkästään asiasta luettaessa.

Verkkovalmennuksen otsikoinnissa käytettiin muuta tekstiä suurempaa fonttikokoa, jotta se selkeästi erottui muusta tekstistä ja lukija huomaa, milloin kappale ja asia vaihtuu. Otsikoita tehostettiin myös liilalla värillä, mikä toi tekstiin myös vaihtelevuutta ja mielenkiintoa, jotta kaikki eivät olisi samalla värillä kirjoitettua. Alaotsikoinnissa käytettiin kirjainten lihavoitinta, jotta ne myös erottuisivat paremmin muusta tekstistä. Otsikoita muokattiin myös siten, että

olisivat yhtenäisempiä ja positiivisempia. Esimerkiksi osa 2 luvussa 2 otsikko oli alustavasti “Mitä virheitä teet ihonhoidossa”, tämä vaihdettiin “Ihonhoidon kompastuskivet”, jossa on positiivisempi sävy. Otsikoista osa oli kahden lauseen mittaisia ja toiset vain yhden sanan mittaisia. Näitä muokattiin joko ytimekkäämmäksi tai enemmän aihetta kuvaaviksi.

Luku 1: Tästä kaikki alkaa!

Ihonhoito on ihanan pinnallinen syy
kiinnostua omasta hyvinvoinnista

Kuvio 12: Otsikko fontit

Luvun pääotsikko näkyy aina voimakkaana ja lihavoituna mustana ja luvun sisällä olevat muut otsikot ovat samaa fonttia, mutta ilman lihavoitua ja liilan sävyisinä.

Kokonaisvaltainen lähestyminen ihonhoidossa on iho-ongelmien tuloksekkaan hoitamisen lisäksi tehokkain keino ennenaikaisen ikääntymisen ennaltaehkäisyssä.

Mitä on tuloksekas ihonhoito?

- Kokonaisvaltaista
- Hyvinvointia ja terveyttä edistävää
- Ihon biologiaa kunnioittavaa
- Kehoa kuormittamatonta

Kokonaisvaltaista

Tuloksekas ihonhoito on ehdottomasti kokonaisvaltaista. Tämä tarkoittaa, että ihonhoidossa huomioidaan kosmetiikan lisäksi myös ruokavalio, palautuminen, stressinhalinta, liikunta, uni ja hyvinvointi yleisesti.

Kuvio 13: Kappaleen eri fontit

Verkkovalmennuksen tekstiosioissa käytettiin myös paikoitellen kirjainten lihavoitua tehostamaan sanomaa ja erottamaan tärkeä ja keskeinen oppi tekstistä. Lihavoitua käytettiin yksittäisten sanojen, kokonaisten lauseiden tai lyhyiden kappaleiden korostamiseen, joilla katsottiin olevan erityisen tärkeä sanoma. Pienemmät väliotsikot ovat yhden fonttikoon suurempia sekä lihavoituja, jotta lukija erottaa selkeästi uudet kappaleet. Sanojen tai kappaleiden alleviivausta ei verkkovalmennuksen teksteissä käytetty.

Verkkovalmennuksessa käytetyillä fonteilla haettiin tekstiin helppoa luettavuutta sekä ilmaisuvoimaa. Haluttiin että teksti on kepeän näköistä kevyillä fonteilla, jotta tekstin paljous ei tuntuisi liian raskaalta luettavalta. Niin sanotun leipätekstin fontiksi valikoitui Open Sans, jolla

saadaan hyvin selkeää ja helposti luettavaa tekstiä. Open Sans fontin kirjainten välit ovat hieman leveämmät, joka antaa mielikuvan ilmastavasta tekstistä ja ei lannista lukijaa, vaikka tekstiä olisi enemmänkin. Kirjaimien paksuus on myös hieman ohuempaa, jotta teksti ei tunnu raskaalta. Otsikkojen fontiksi valikoitui Montserrat, mikä oli muihin fontteihin verrattuna ohuempi ja kevyempi. Kajailla oli rajallinen määrä fontti vaihtoehtoja ja varsinkin otsikoinnissa fontit olivat usein valmiiksi lihavoituja, eikä siihen voinut vaikuttaa. Montserrat fontilla otsikointiin saatiin yhtenäisempää ilmettä sekä ilmastavuutta, mitä haettiin.

Verkkovalmennuksen alustaan tekstiä sijoitettaessa vältettiin tekemästä liian pitkiä kappaleita, jotta kappaleet eivät olisi lukijalle liian raskaita ja ne jaksettaisiin lukea loppuun asti. Verkkovalmennuksen tekstiosioita pyrittiin pitämään maltillisina lisäämällä riittävän tiheään välilyöntejä kappaleiden väliin. Kuvien käyttö valmennuksen materiaalissa jaksottaa myös tekstiä ja tuo siihen ilmastavuutta. Kuvat aseteltiin sopivin välein tekstiin ja näin ne rytmittivät myös osaltaan tekstiä. Opetuksen kannalta tärkeimpiä asioita sekä tehtäviä on lisätty tekstiin harmailla palkeilla, jotta ne herättävät lukijan huomion ja tulevat varmasti luetuksi. Tämä tuo myös samalla hyvää rytmitystä ja ilmastavuutta tekstiin. Yhteistyökumppanin aikaisemmalla verkkovalmennuksella on käytetty samankaltaisia harmaita puhekuplia nostamaan esiin tärkeitä asioita sekä tehtäviä. Niiden koettiin olevan hyödyllisiä, joten niitä tuotiin myös uuden valmennuksen runkoon.

8.5 Valmiin valmennuksen runko

Tässä opinnäytetyössä tehdyn verkkovalmennuksen rungon suunnittelu oli mielenkiintoinen ja haastava tehtävä. Ensimmäisiä asioita verkkovalmennuksen infrastruktuurin luomisessa oli Kaja alustaan huolellinen perehtyminen ja sen käyttöön liittyvien opetusvideoiden läpi käyminen. Yhteistyökumppanimme oli laatinut verkkovalmennukselle alustavan sisällysluettelon, jonka mukaan valmennusta lähdettiin alustaan suunnittelemaan. Valmennuksen rakentaminen alkoi rungon suunnittelulla. Runkoa tehdessä lukujen järjestys muuttui muutamaa otteeseen ja otsikoiden nimiä vaihdettiin, jotta runko pysyisi selkeänä kokonaisuutena. Jokainen rungon osio myös ajastettiin aukeamaan omana ajankohtanaan.

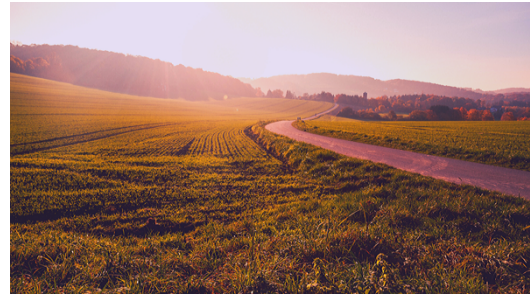
Valmennuksen rungon ollessa valmis, lähdettiin alustaan tuomaan yhteistyökumppanin kirjoittamaa tekstisisältöä, jota jaoteltiin sekä lisättiin linkitykset. Linkkien väriksi laitettiin valmennuksessa muutenkin käytetty liila, jotta kokonaisilme pysyy yhtenäisenä. Tämän jälkeen valittiin materiaalin tueksi soveltuvia kuvia, joko selventämään asiaa tai luomaan tietynlaista mielikuvaa tai tunnetilaa.

Kuvia myös muokattiin ja käsiteltiin sopiviksi. Kuvien kokoa muokattiin, esimerkiksi kuvan ollessa liian suuri tai leveä. Kapeita kuvia käsiteltiin ja manipuloitiin, jotta saatiin niistä sopivan kokoisia, mutta kuitenkin hyvänlaatuisia. Osa kuvista lisättiin myös suodattimia tai tehosteita, jotta lopputulos oli haluttu sekä brändiin soveltuva. Näihin muokkauksiin käytettiin

ohjelmia Canva Pro sekä Pixelmator. Canva Pro on graafisen suunnittelun ohjelma, jolla voi käsitellä ja muokata kuvia. Sieltä löytyy runsaasti valmiita malleja sekä erilaisiin alustoihin valmiiksi mitoitettuja pohjia, kuten Instagramin ja Facebookin eri tarkoituksiin. Canva Pro on helppokäyttöinen työkalu saada kuvat oikean kokoisiksi sekä sävyisiksi. (Canva 2020.)



Alkuperäinen



Muokattu



Alkuperäinen

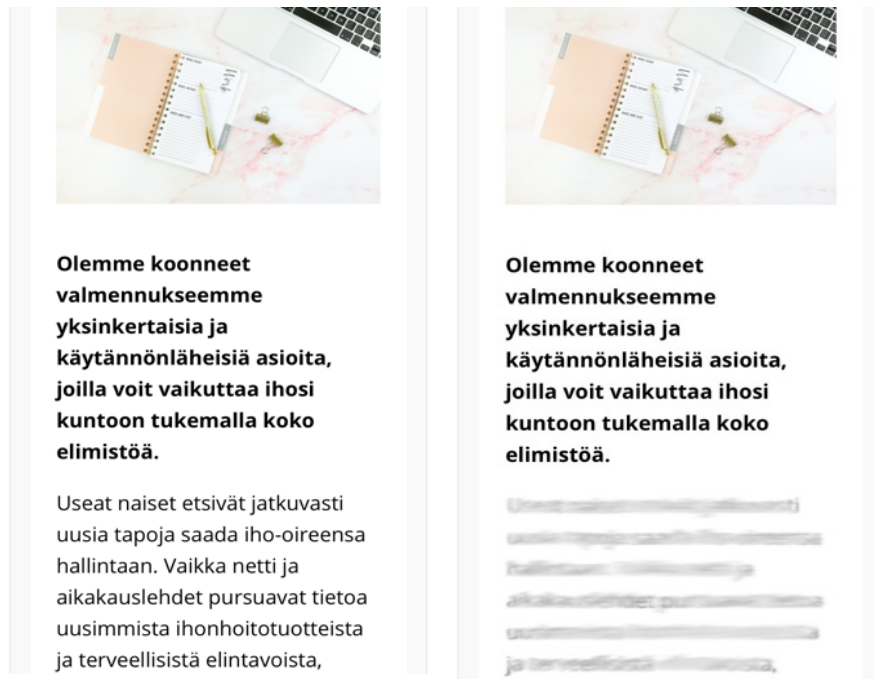


Muokattu

Kuvio 14: Esimerkkejä Canva Pron käytöstä (Unsplash 2020)

Canva Prolla oli helppo muokata kuvia haluamansa kokoisiksi ja näköisiksi. Kuvan sävyä saatiin muutettua, jotta se sopi paremmin valmennuksen tyyliin sekä värimaailmaan. Korkean kuvan muokkauksessa oli saatava reunalle sama sävy, jotta kuva ei ole liian kapea, mutta näyttäisi silti yhtenäiseltä ja esteettiseltä.

Pixelmator on kuvankäsittely ohjelma Macille. Sillä voi muokata ja käsitellä kuvia vielä laajemmin sekä tarkemmin (Pixelmator 2020).



Kuvio 15: Esimerkki Pixelmatorin käytöstä

Pixelmatoria käytettiin pääasiassa sumentamaan kuvien tekstiä sekä tarkentamaan tiettyjä osia kuvista. Ohjelmaa käytettiin iPad Prolla ja tabletin kynällä sai hyvin tehtyä tarkkoja muokkauksia.

Verkkovalmennus koostuu yhdeksästä osiosta, joista jokainen osa sisältää neljä erilaista lukua tai vaihtoehtoisesti bonus materiaalin. Verkkovalmennuksen ensimmäisessä luvussa asiakkaalle kuvataan valmennuksen taustaa sekä esitellään tulevan valmennuksen tavoitteet, mitä valmennus tulee asiakkaalle antamaan ja mitä hän voi odottaa valmennukselta saavansa. Valmennuksen ensimmäisessä osiossa myös valmennuksen tekijät esittäytyvät ja kertovat oman taustansa, tarinansa ja urapolkunsu. Tällä haluttiin tehdä valmennuksesta persoonallisemman tuntuinen.

Ensimmäisen luvun viimeisessä osiossa käydään läpi valmennuksen eteneminen, jotta asiakkaalle muodostuu kokonaiskuva tulevista viikoista sekä valmennuksen kulusta. Seuraavissa osioissa syvennyttään käsittelemään valmennuksen opetuksellisia asioita. Seuraavassa taulukossa on listattu verkkovalmennuksen sisälllys.

	Ensimmäisessä osiossa toivotetaan tervetulleeksi mullistamaan ihonhoitosi.
Osa 1	Kokonaisvaltainen ihonhoito ja eri iho-ongelmat. TwistBen oma Skincare Method.
Osa 2	Ihon anatomiaa, raaka-aineita ihon hoidossa sekä ihonhoitorutiinin kompastuskiviä.
Osa 3	Kosmetiikka ja kuinka silläkin voidaan kuormittaa ihoa. Mitä on kunnan kosmetiikka ja ihonhoito ohjeita iho-ongelmien hoitoon.
Osa 4	Sisäinen kuormitus ja kuinka siitä voi palautua. Ruoan, suoliston ja vatsan merkitys iholle.
Osa 5	Hormonitoiminta ja mitä kaikkea se tekee ihollemme, kuten kuukautiset ja vaihdevuodet. Ohjeita tasapainoiseen hormonitoimintaan ja ruokavalio apuna.
Osa 6	Muutostilanteita elämässä, kuten raskaus, synnytys, jos sairastuu ja vuoden aikojen vaikutus ihoon.
Osa 7	Meikkien kuormittavuus iholle, itsetunto ja iho-ongelmien ehostus.
	Viimeinen osiossa kiitetään ja pyydetään palautetta valmennuksesta. Annetaan myös neuvoja ja ohjeita tulevaan arkeen.

Taulukko 6: Valmennuksen sisältö

Verkkovalmennuksessa on yhteensä yhdeksän osiota, joista ensimmäinen toivottaa osallistujan tervetulleeksi ja viimeisessä osiossa kiitetään ja pyydetään palautetta sekä annetaan neuvoja tulevaan.

8.6 Verkkovalmennuksen infrastruktuurin arviointi

Opinnäytetyön tekeminen aloitettiin syksyllä 2019 ja alustavana suunnitelmana oli uuden verkkovalmennuksen lanseeraaminen keväällä 2020. Materiaali ei kuitenkaan valmistunut suunnitellusti, joten valmennuksen infrastruktuuria ei tämän vuoksi pystytty täysin toteuttamaan. Verkkovalmennukselle suunniteltiin kuitenkin runko ja valmiina oleva oppimateriaali vietiin verkkovalmennuksessa käytettyyn alustaan. Yhteistyökumppanin valmiina olleen hahmotellun sisällysluettelon mukaan valmennukselle luotiin osiot ja jokaiseen osioon suunniteltiin luvut ja ne nimettiin. Lisäksi kirjoitetun materiaalin tueksi haettiin sopivia kuvia.

Vaikka verkkovalmennus ei valmistunutkaan täysin sille luodun aikataulun mukaan, voi yhteistyökumppani hyödyntää ja muokata suunniteltua pohjaa, kun materiaali valmistuu kokonaisuudessaan ja valmennus päästään rakentamaan alustaan lopulliseen muotoonsa. Valmennuksen valmis runko tekee helpoksi materiaalin lisäämisen sekä nopeuttaa siten tulevaa lanseerausta.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön suunniteltu tavoite jäi osittain täyttymättä, sillä valmennusta ei saatu kokonaisuudessaan rakennettua ja toivottu palaute verkkovalmennuksen toivuudesta ei toteudu. Palaute sen sijaan saadaan yhteistyökumppanin näkemyksestä, miten he kokevat infrastruktuurin luomisen onnistuneen ja kuinka siitä on heille hyötyä. Yhteistyökumppani koki luodun kurssin pohjan ja rungon toimivan hyvin lopullisen kurssin tarpeisiin ja päätyvän käyttöön lähes kaikilta osin. Kuvamaailmassa oli heidän mielestään hyvin huomioitu yrityksen brändiväri ja tekstit jaksotettu luettavasti. Kurssin ulkoasu koettiin siistiksi ja selkeäksi sekä yhteistyö jouhevaksi ja toimivaksi. Opinnäytetyön tekijät myös kokevat, että verkkovalmennuksen runko on onnistunut ja visuaalisesti miellyttävä sekä tukee ja toistaa yhteistyökumppanin olemassa olevaa brändi imagoa.

Verkkovalmennusta voitaisiin jatkaa suunnittelemalla sille lanseerausaikataulua sekä lanseeraukseen sopivaa markkinointia. Verkkovalmennuksen alustalla Kajabilla on mahdollista automatisoida valmennus hyvin pitkälti. Tämä tarjoaa asiakkailleen muun muassa automaattisesti lähetettävät sähköpostit valmennuksen ostaessa sekä aina uuden osion auetessa. Tähän voisi suunnitella valmiita sähköposti luonnoksia, mitä yhteistyökumppani voi hyödyntää verkkovalmennuksen lanseerattuaan.

9 Pohdinta

Erilaisia verkkokursseja on tänä päivänä tarjolla useilla eri aloilla ja verkossa voi nykyään opiskella melkein mitä vain. Verkkokurssit ovat mahdollisuus itsensä kehittämiseen ja tiedon lisäämiseen itseä kiinnostavien asioiden ympärillä. Ne voidaan suorittaa ajasta ja paikasta riippumatta täysin verkossa, silloin kuin itselle parhaiten sopii. Verkkovalmennukset ovat myös yritykselle kannattava tapa laajentaa ja monipuolistaa toimintaansa ja asiakaskuntaansa.

Verkkokurssin luomisesta on tullut nykyään helpompaa. Vähäiselläkin tietotekniikan osaamisella pystyy rakentamaan selkeän ja visuaalisesti miellyttävän verkkokurssin. Nykyään tarjolla on monia erilaisia ja eritasoista verkkokurssialustoja, jonne voi joko itse luoda kurssin tai maksaa ammattilaisille sen luomisesta. Tämä tekee verkkokurssien luomisen ja ylläpidon huomattavasti helpommaksi jokaiselle yrittäjälle ja yritykselle, jonka vuoksi verkkokurssien määrä ja suosio kasvaa koko ajan.

Verkkovalmennusta luodessa on asioita, jotka on hyvä ottaa huomioon, jotta valmennus menestyisi ja on käyttäjälleen miellyttävä sekä opetuksellisesti täyttäisi sille asetetut tavoitteet. Verkkovalmennuksen huolellinen suunnittelu on ensiarvoisen tärkeää valmennuksen menestymisen kannalta. Valmennuksen kohderyhmä on myös tarkkaan rajattava ja määriteltävä, jotta potentiaaliset asiakkaat sen löytävät ja heidän tarpeitaan vastaavaa sisältöä osataan tuottaa. Valmennuksella tulisi hyödyntää erilaisia oppimista tukevia tehtäviä, videoita ja kuvia sekä ladattavia tiedostoja, jotta valmennuksen sisältö olisi mahdollisimman monipuolinen ja oppimista tukevaa. Asiakkaalle jää myös materiaalia verkkovalmennuksen loputtua ladattavien tiedostojen muodossa.

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä haasteellista oli alkuun aiheen rajaaminen, sekä teoriaosuuteen sopivien lähteiden löytäminen. Toiminnalliseen osuuteen haettiin teoriapohjaa verkossa oppimisesta, verkkokurssin luomisesta, sisältömarkkinoinnista sekä visuaalisten elementtien hyödyntämisestä osana verkkovalmennusta. Kirjallisuutta verkossa oppimisesta ja verkkokurssien luomisesta löytyi useita, mutta ne eivät täysin vastanneet sitä tieto- ja teoriapohjaa, jota tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä haettiin. Käytettyjä kirjallisia lähteitä täytyi soveltaa tilanteeseen sopiviksi, koska suurin osa käsitteli aihetta peruskoulu- tai yliopisto-opintojen näkökulmasta. Osa painetusta kirjallisuudesta on melko vanhaa, mutta katsottiin, että esimerkiksi värien ja typografian osalta tieto on validia vielä tänäkin päivänä. Painetun kirjallisuuden lisäksi on käytetty sähköisiä lähteitä, koska niistä löytyi hyvin tietoa opinnäytetyön toiminnallisen osuuden tueksi. Teoriapohjaan saatiin kuitenkin kasattua tietoperustaa haastavuudestaan huolimatta. Teoriapohja olisi voinut laajentaa vielä yksityiskohtaisempaan kuvaukseen verkkovalmennuksen luomisesta ja valmennukseen liittyvästä pedagogiikasta. Katsottiin kuitenkin, että tämä teoriapohja on riittävä antamaan kuvan siitä, miten verkkovalmennus luodaan ja mitä sen suunnittelussa ja rakentamisessa on otettava huomioon.

Tämä opinnäytetyö tehtiin parityönä ja työnjako oli hyvin tasapuolista. Molemmat tekijät hakivat tietoa ja kirjoittivat teoreettista viitekehystä sekä rakensivat ja suunnittelivat verkkovalmennuksen infrastruktuuria.

Lähteet

Painetut

Arnkil, H. 2008. Värit havaintojen maailmassa. 2. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Caudill, J. G. 2013. Mobile Learning and traditional students. From the publication: Kinuthia, W & Marshall, S. 2013. On the move. Mobile learning for development. North Carolina: Information Age Publishing.

Haasio, A. 2001. Tietoverkot opetuksen välineinä. Teoksessa Haasio, A & Piukkula, J. (toim.) 2001. Oppiminen verkossa. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino.

Jones, K. 2008. Search Engine Optimization: Your visual blueprint for effective internet marketing. New Jersey: Wiley.

Kananen, J. 2018. Strateginen sisältömarkkinointi. Miten onnistun verkkosivujen ja sosiaalisen median sisällön tuotannossa. Jyväskylä: Juvenes Print.

Keronen, K. & Tanni, K. 2017. Sisältöstrategia. Asiakaslähtöisyydestä tulosta. Helsinki: Alma Talent.

Kinuthia, W. & Marshall, S. 2013. On the move. Mobile learning for development. North Carolina: Information Age Publishing.

Koli, H. 2003. Opetussuunnitelman/ tavoitteiden avaus oppimisprosessin suunnittelua varten. Teoksessa Silander, P. & Koli, H. 2003. Verkko-opinon työkalupakki. Saarijärvi: Saarijärven Offset.

Koli, H. & Silander, P. 2003. Oppimistehtävien suunnittelu ja käyttö. Teoksessa Silander, P. & Koli, H. 2003. Verkko-opinon työkalupakki. Saarijärvi: Saarijärven Offset.

Lawrence, D. & Tavakol, S. 2007. Balanced website design. Optimising aesthetics, usability and purpose. Lontoo: Springer-Verlag.

Loiri, P. & Juholin, E. 1999. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 2 painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Mäyrä, F. 2001. Verkkoympäristö ja oppimisen kulttuuri. Teoksessa Haasio, A. & Piukkula, J. (toim.) 2001. Oppiminen verkossa. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino.

Nieminen, T. 2004. Visuaalinen markkinointi. Porvoo: WS Bookwell.

Pohjola, J. 2003. Ilme. Visuaalisen identiteetin johtaminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Silander, P. 2003a. Verkko-oppimateriaalin ja opetussovellusten käytön suunnittelu. Teoksessa Silander, P & Koli, H. 2003. Verkko-opetuksen työkalupakki. Saarijärvi: Saarijärven Offset.

Silander, P. 2003b. Verkko-oppimisympäristöt ja opintokokonaisuuden rakenteen organisointi. Teoksessa Silander, P & Koli, H. 2003. Verkko-opetuksen työkalupakki. Saarijärvi: Saarijärven Offset.

Silander, P. 2003c. Oppimisaihiot. Teoksessa Silander, P & Koli, H. 2003. Verkko-opetuksen työkalupakki. Saarijärvi: Saarijärven Offset.

Ubell, R. 2017. Going online. Perspectives on digital learning. New York: Routledge.

Vai, M. & Sosuliski, K. 2011. Essentials of online course design. New York: Routledge.

Sähköiset

Adobe. 2020. Mikä PDF on? Viitattu 9.3.2020. <https://acrobat.adobe.com/fi/fi/acrobat/about-adobe-pdf.html>

Avoim digiyliopisto. 2020. Näin löydät oman sanomasi, paketoit osaamisesi verkkokurssiksi ja kokoat heimon, joka haluaa oppia juuri sinulta. Viitattu 2.2.2020. <https://www.digiylipisto.fi/verkkokurssi-webinaari-tallenne/>

Campwire. 2020. Laajenna toimintaasi verkkokurssien myyntiin. Viitattu 20.2.2020. <https://www.campwire.com/fi/courses>

Canva. 2020. Design anything. Publish anywhere. Viitattu 20.4.2020. <https://about.canva.com>

Datareportal. 2019. (Kemp, S. & Moey, S.) Digital 2019: Top ecommerce categories in South-east Asia. Viitattu 19.4.2020. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-top-ecommerce-categories-in-southeast-asia>

Etäopisto. 2020. Opiskele verkossa-mitä on etäopiskelu? Viitattu 16.2.2020. <http://etaopisto.fi/>

Fortmedia. 2019. Nettisivujen teko. Viitattu 5.12.2019. <https://www.fortamedia.fi/nettisivujen-teko/>

- Graafinen. 2015. Yleistä typografiasta. Viitattu 11.1.2020. <https://www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/>
- Heittola, T. 2017. Verkkosivujen suunnittelu - kolme tärkeää perusvinkkiä, joilla onnistut. Viitattu 3.1.2020. <https://www.reco.fi/verkkosivujen-suunnittelu-helpoksi/>
- Hiissa, P. 2020. Verkkokurssien 20 huimaa hyötyä. Viitattu 16.2.2020. <https://www.digival-lankumous.fi/verkkokurssit/>
- Huhtanen, A. 2019. Verkko-oppimisen muotoilukirja. Käytännön työkaluja laadukkaan verkko-oppimisen muotoiluun. Viitattu 16.2.2020. <https://fitech.io/app/uploads/2019/09/Verkko-oppimisen-muotoilukirja-v-1.4.1-web.pdf>
- Juslén, J. 2020. Webinaari eli verkkoseminaari Viitattu 14.2.2020. <https://webinaari.fi/webinaarit-ja-verkkokokoukset/webinaari-eli-verkkoseminaari/>
- Kajabi. 2020a. Demo. Viitattu 20.2.2020. <https://kajabi.com/demo>
- Kajabi. 2020b. Pricing. Viitattu 20.2.2020. <https://kajabi.com/pricing>
- Kadziolka, A. 2016. Verkkokurssin tekeminen - 5 vinkkiä. Viitattu 20.2.2020. <https://www.businesskoulu.fi/verkkokurssin-tekeminen-5-vinkkia/>
- Kuokkanen, A. 2019. Kuinka tehdä vaikuttavia opetusvideoita. Viitattu 14.2.2020. <https://www.mediamasteri.com/blog/kuinka-tehda-vaikuttavia-opetusvideoita>
- Laak, T. 2006a. Saavutettavaa typografiaa- Osa 1. Viitattu 26.1.2020. <https://saavutettava.fi/2006/03/24/saavutettavaa-typografiaa-osa-1/>
- Laak, T. 2006b. Saavutettava typografia. Osa 2. Viitattu 1.2.2020. <https://saavutettava.fi/2006/04/16/saavutettavaa-typografiaa-osa-2/>
- Laapio, I. 2019. Vaikuttavan verkkokurssin anatomia. Viitattu 14.2.2020. <https://www.media-masteri.com/blog/vaikuttavan-verkkokurssin-anatomia>
- Lassila, P. 2020. Visuaalisuus on vaikuttamisen väline. Viitattu 2.1.2020. <https://www.ground.fi/visuaalisuus-on-vaikuttamisen-valine/>
- LeaForum. 2020. Verkkokurssien hyödyt. Viitattu 15.4.2020. <http://leaforum.fi/verkkokurssien-hyodyt/>
- Liljeroos, H. 2020. E-kirja: 15 syytä ja 8 askelta sen kirjoittamiseen. Viitattu 17.2.2020. <https://www.digivallankumous.fi/e-kirja-15-syyta-ja-8-askelta/>

Markkinoinninmuurahainen. 2020. Graafinen suunnittelu ja värit. Viitattu 4.1.2020.

<https://www.markkinoinninmuurahainen.fi/graafinen-suunnittelu-ja-varit/>

Means, B., Toyama, Y., Murphy, R., Bakia, M. & Jones, K. 2010. U.S Department of Education.

Viitattu 10.1.2020. <https://www2.ed.gov/rschstat/eval/tech/evidence-based-practices/final-report.pdf>

Peda. 2020. Fontti. Viitattu 19.3.2020. [https://peda.net/sievi/sievin-lukio/oppiaineet2/tie-](https://peda.net/sievi/sievin-lukio/oppiaineet2/tie-totekniikka/att2/bitti1/bitti1-170415/tp/merkkimuotoilut/fontti)

[toteekniikka/att2/bitti1/bitti1-170415/tp/merkkimuotoilut/fontti](https://peda.net/sievi/sievin-lukio/oppiaineet2/tie-totekniikka/att2/bitti1/bitti1-170415/tp/merkkimuotoilut/fontti)

Pellinen, J. 2020a. Motivoiva verkkokoulutus - ohjeita kiinnostavan verkkokurssin tuottami-

seen. Viitattu 17.2.2020. <https://www.vuolearning.com/fi/blog/motivoiva-verkkokoulutus-ohjeita-kiinnostavan-verkkokurssin-tuottamiseen>

Pellinen, J. 2019b. Ohjeita laadukkaan verkkokurssin tuottamiseen. Viitattu 17.2. 2020.

<https://www.vuolearning.com/fi/blog/hyva-verkkokurssi>

Pellinen, J. 2019c. Videot verkkokurssilla- millaiset videot tukevat oppimista? Viitattu

31.3.2020. <https://www.vuolearning.com/fi/blog/videot-verkkokursseilla>

Pellinen, J. 2019d. Verkkokouluttajan liiketoimintasuunnitelma-verkkokurssien hinnoittelu,

tuotteistaminen ja myynti. Viitattu 17.2.2020. <https://www.vuolearning.com/fi/blog/verkkokouluttajan-liiketoimintasuunnitelma-verkkokurssien-hinnoittelu-tuotteistaminen-ja-myynti>

Pixelmator. 2020. Professional image editing tools that anyone can use. Viitattu 20.4.2020.

<https://www.pixelmator.com/pro/>

Porterfield, A. 2017. 13 Questions to nail down your winning webinar topic and title. Podcast

145. Viitattu 27.2.2020. <https://www.amyporterfield.com/2017/01/145-13-questions-to-nail-down-your-winning-webinar-topic-and-title/>

Porterfield, A. 2018. How to identify your ideal customer avatar. Podcast 235. Viitattu

27.2.2020. <https://www.amyporterfield.com/2018/11/235/>

Ranta, R. 2020. Ostajapersoonat muodostavat yrityksesi kohderyhmän. Viitattu 18.2.2020.

<https://www.folcan.fi/mika-on-ostajapersoona-ja-miten-se-luodaan/>

Sillanpää, M. 2019. Kuinka hyödyntää podcasteja yritysviestinnän keinona? Viitattu 18.2.2020.

<https://pinghelsinki.fi/podcast-yritysviestinnan-keino/>

Suomen digimarkkinointi. 2019. Hakukoneoptimointi (SEO). Viitattu 30.12.2019.

<https://www.digimarkkinointi.fi/hakukoneoptimointi-seo>

Suomen riskienhallintayhdistys. 2020. Nelikenttäanalyysi - SWOT. Viitattu 14.4.2020.

<https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

Teknokemian yhdistys ry. 2020. (Karine, E-M.) Yhä useampi ostaa kosmetiikan verkkokaupoista. Viitattu 19.4.2020. http://www.teknokemia.fi/fin/teknokemian_yhdistys/ajankoh-taista/2020/04/yha-useampi-ostaa-kosmetiikkaa-verkkokaupasta

TwistBe. 2020a. Meistä. Viitattu 1.5.2020. <https://twistbe.fi/meista>

TwistBe. 2020b. TwistBe Uusi Alku Ihollesi verkkovalmennus. Viitattu 19.4.2020.

https://twistbe.fi/TwistBe+Uusi+alku+ihollesi+-verkkovalmennus?_tu=38524

Utriainen, R. 2018. Tunnetko jo podcastin? Viitattu 18.2.2020. [https://www.helmet.fi/fi-FI/Tapahtumat_ja_vinkit/Vinkit/Tunnetko_jo_podcastin\(127357\)](https://www.helmet.fi/fi-FI/Tapahtumat_ja_vinkit/Vinkit/Tunnetko_jo_podcastin(127357))

Valmentaja-akatemia. 2019. Webinaari: Tehokas tapa hankkia uusia asiakkaita, opettaa asi-oita ja tehdä myyntiä. Viitattu 14.2.2020. <https://www.valmentaja-akatemia.fi/webinaari/>

Vento, T. 2019. 10 vinkkiä verkkosivujen kehittämiseen. Viitattu 3.1.2020. [https://www.vipu-net.com/blog/top-10-vinkkia-verkkosivujen-kehittämiseen-hubspot](https://www.vipu-net.com/blog/top-10-vinkkia-verkkosivujen-kehittamiseen-hubspot)

Julkaisemattomat

Porterfield, A. 2019. The Ultimate Course Creation Starter Kit. https://dcasept.s3-us-west-2.amazonaws.com/DCA_Course_Creation_Starter_Kit_woCTA_September_2019.pdf

Kuviot

Kuvio 1: Suunnittelun metodologia (Lawrence & Tavakol 2007, 9).....	11
Kuvio 2: Kurssin luomisen tärkeät osat (Amy Porterfield 2019)	15
Kuvio 3: Väriympyrä (mukaillen Peda 2020).....	23
Kuvio 4: Esimerkki visuaalisuudesta (mukaillen Vai & Sosulski 2011)	27
Kuvio 6: Verkkovalmennuksen mobiilinäkymä	29
Kuvio 5: Verkkokurssialustan tarjoajat.....	29
Kuvio 7: Luvun alku näkymä	30
Kuvio 8: Esimerkki tehtäväpalkista	31
Kuvio 9: Tunnelmataulu (Canva 2020)	32
Kuvio 10: Vanhan ja uuden liilan ero.....	33
Kuvio 11: Esimerkki käytetyistä kuvista (Unsplash 2020, TwistBe 2020).....	34
Kuvio 12: Otsikko fontit	35
Kuvio 13: Kappaleen eri fontit	35
Kuvio 14: Esimerkkejä Canva Pron käytöstä (Unsplash 2020).....	37
Kuvio 15: Esimerkki Pixelmatorin käytöstä	38


Taulukot



Taulukko 1: Opiskelijatyypit (mukaillen Vai & Sosulski 2011.)	9
Taulukko 2: Esimerkki lause (mukaillen Vai & Sosulski 2011)	12
Taulukko 3: Verkkokurssialustojen vertailu (Campwire 2020, Kajabi 2020).....	14
Taulukko 4: Nelikenttäanalyysi verkkovalmennuksesta	19
Taulukko 5: Esimerkkejä fonteista (Peda 2020.)	26
Taulukko 6: Valmennuksen sisältö	39

Liitteet

Liite 1: Verkkovalmennuksen runko	49
Liite 2: Luku näkymä avattuna	52
Liite 3: Verkkovalmennuksen runko mobiili näkymänä	54
Liite 4: Luku näkymä avattuna mobiilissa	60

Liite 1: Verkkovalmennuksen runko





[Store](#)
[My Library](#)
[About Us](#)
[Search](#)


Eroon iho-ongelmista


Ongelmaihosta unelmaihoon - Kuinka ennaltaehkäistä ja päästä eroon iho-ongelmista

Aloita valmennus


Tervetuloa mullistamaan ihonhoitosi!




Onnittelut loistavasta valinnasta!
Hei, Me olemme Veera, Annina ja Kati, kokonaisvaltaisen ihonhoidon asiantuntijasi! Haluam...




Tutustu valmennuksen luojiin
Veera Brückler KTM Diploma in Organic Skincare - ihon biologia, toksikologia, kosmetiikka...



Valmennuksen tausta
Päätimme rakentaa tämän valmennuksen, koska...




Kuinka valmennus etenee
Kuinka valmennus etenee Valmennuksen sisällysluettelo:
Osa 1: TwistBe Method ja ...




0 of 36 Valmennuksesta suoritettu


Osa 1 - TwistBe Method ja kokonaisvaltaisen ihonhoidon ABC




Luku 1: Tästä kaikki alkaa!
Ihonhoito on ihanan pinnallinen syy kiinnostua omasta hyvinvoinnista Lähestymisemme ihonhoi...



Luku 2: Kokonaisvaltainen ajattelu ihonhoitoon
Miksi ihonhoidossa voi olla vaikea saada tuloksia?/Miksi ihoa voi olla vaikea saada kuntoon? Näi...




Luku 3: TwistBe Skincare Method
Käytännön asiat ja valmennuksen tavoite. Kun infoa on paljon ja ihmiset tuskailee ...




Luku 4: Eri iho-ongelmat
Eri iho-ongelmat: mitä niille on ominaista ulkoisesti ja sisäisesti akne rosacea ja...


Osa 2 - Ihon ulkoinen kuormitus



Luku 1: Ihon anatomia
Saatat yllättyä kun kerromme, että edes tutkijat eivät täysin vielä...



Luku 2: Ihonhoidon kompastuskiviä
Mitä virheitä teet ihonhoidossa. Virhe on se että et ymmärrä mitkä ...



Luku 3: Mikä oikeasti hoitaa ihoasi
Tässä luvussa opit, mikä oikeasti hoitaa ihoasi ja mikä ei.



Luku 4: Oikeaoppinen ihonhoitorutiini

Kaava ihonhoitorutiinin optimointiin: Poistetaan kuormittavat ja ongelmia aiheuttavat tekijät...

Osa 3 - Kunnon kosmetiikka ja oikeaoppinen ihonhoito



Luku 1: Mitä on laadukas kosmetiikka?

Laadukas kosmetiikka Samalla vaivalla enemmän irti: ei vaan se mitä tuotteita vaan mit...



Luku 2: Oikeaoppisen ihonhoidon perusteet

Näitä seuraavia voi kaikki kokeilla ihotyyppistä riippumatta. Muistakaa Twis...



Luku 3: Iho-ongelmakohtaiset hoito-ohjeet

Iho-ongelmakohtaiset hoito-ohjeet akne rosacea ja pod Atopia Vitiligo, psori, hidradentis ...



BONUS: Toivo elää!

Toivoa herättävät tarinat asiakascaseista: - Heikin silmäluomet - Kati...

Osa 4 - Sisäinen kuormitus ja palautuminen



Luku 1: Kuormituskuppi ja pitkän aikavälin hoito.

Kuormituskuppi - Intro sisäiseen ihonhoitoon, mitkä kaikki tekijät lisää...



Luku 2: Elämä, mikä kuormittaa - mikä palauttaa

Elämä (stressi juttua tänne?) - mikä kuormittaa - mikä palauttaa (Stre...



Luku 3: Ruoka, suolisto ja vatsan toiminta

Suolisto <3 Iho Ei ole turhaa puhua suolisto-aivot-iho - akselista. Sen lisäksi, ...



Luku 4: Mitä tehdä kun mikään ei toimi?

Lähdetään tässä liikkeelle siitä miten oireilee: olet koko ajan ki...

Osa 5 - Hormonikierto, mitä se tekee iholle



Luku 1: Aina niin ihanat kuukautiset

Kuukautiskierron vaikutus on tiedetty jo kauan. Yleisimmät vaikutukset näkyvät hieman enn...



Luku 2: Mitä hormonit tekevät iholle

Iho on kehomme suurin hormonielin Ihossa sijaitsee monipuolisia hormoni- ja välittäjä&a...



Luku 3: Tasapainoisen hormonitoiminnan 4 peruspilaria

Tasapainoisen hormonitoiminnan 4 peruspilaria: erityis (hormonien ristivaikutukset) pilkkoutum...



Luku 4: TwistBe Skincare ruokavalio

Käytännön toimenpiteet edellisille + seed rotation ym. Tänne myös ruokav...

Osa 6 - Elämän suuret muutostilanteet



Luku 1: Vuodenaikojen vaikutus ihoon

Vuodenaikat Miten ne vaikuttavat ihoon? Kuinka hoitaa eri ihotyyppisiä eri vuodenaikoina.



Luku 2: Kun sairastuu

Mitä tapahtuu kun iholle kun sairastuu? Kuinka ennaltaehkäistä ja hoitaa.



Luku 3: Kun innostus lopahtaa

Muutos on aina koettelevaa ja innostuksen lopahtaminen kuuluu asiaan. Tässä vink...



Luku 4: Raskaus ja imetys

Moni huomaa, kun tulee raskaaksi kuinka iho hehkuu ja hiukset kiiltävät sekä ...

Osa 7 - Ehostuksen ei tarvitse rasittaa ihoa



Luku 1: Miten kuormitat ihoasi meikeillä

Jokainen iho on yksilöllinen ja se mikä toimii toisella ei välttäm...



Luku 2: Itsetunto ja meikkaus

Meikkaus voi kohottaa itsetuntoa ja sillä voi olla piristävä vaikutus mielialaan.&...



Luku 3: Kuinka ehottaa iho-ongelmia

Kuinka saavuttaa paras tulos meikatessa.



BONUS: Hyvä olo on paras ehostus ihollesi

Hyvä olo näkyy ja tuntuu. Parasta mitä voit itsellesi antaa on terveen kehon ja hy...

Neuvoja tulevaan arkeen



Luku 1: Ota elämä haltuun

Elämäntavat kuntoon ja ihonhoitokin helpottuu. Ole oman elämäsi/ihosi p...



Luku 2: Kohtele itseäsi kuin parasta ystävääsi

Muista rakastaa itseäsi sellaisena kuin olet ja kohdella itseäsi kuten kohtelisit paras...



Luku 3: Miten raivata itselleen tilaa arkeen



Muutoksen tuulet puhaltavat ja meidän verkkokurssiltamme olet saanut tarvittavat evä&au...




Kaunis kiitos!

Nyt olet käynyt kurssin kokonaisuudessaan ja olet valmis. Kiitos kun valitsit kurssimme! Ker...

Liite 2: Luku näkymä avattuna

[Store](#) [My Library](#) [About Us](#) [Search](#) 

Eroon iho-ongelmista / Categories / Osa 1 - TwistBe Method ja kokonaisvaltaisen ihonhoidon ABC / Luku 1: Tästä kaikki alkaa!



[< Edellinen](#) Luku 1 of 4 [Seuraava >](#)

Luku 1: Tästä kaikki alkaa!


Ihonhoito on ihanan pinnallinen syy kiinnostua omasta hyvinvoinnista

Elämäni ihonhoito on aina ollut kokonaisvaltaista, jossa huolehdin paitsi ihonhoitotuotteiden valinnasta, myös ihonhoitotottumuksista ja ihonhoitotietämyksestä. Kaikki ihonhoitosta -podcastissa, blogissamme voit lukea lisää "Uusi alku ihollesi" -osastosta.



Tuotamme valikkomme ihonhoitotuotteita, jotka ovat laadultaan ihonhoito- ja ihonhoitotuotteita, jotka ovat laadultaan ihonhoito- ja ihonhoitotuotteita.

Olemme ihonhoitotuotteita, jotka ovat laadultaan ihonhoito- ja ihonhoitotuotteita, jotka ovat laadultaan ihonhoito- ja ihonhoitotuotteita.

Downloads

 TwistBe_ihonhoito-opas.pdf

Liite 3: Verkkovalmennuksen runko mobiili näkymänä





Eroon iho-ongelmista

Ongelmaihosta unelmaihoon -
 Kuinka ennaltaehkäistä ja päästä
 eroon iho-ongelmista

Aloita valmennus

Tervetuloa mullistamaan ihonhoitosi!



Onnittelut loistavasta valinnasta!

Hei, Me olemme Veera, Annina ja Kati, kokonaisvaltaisen ihonhoidon asiantuntijasi! Haluam...



Tutustu valmennuksen luojiin

Veera Brückler KTM Diploma in Organic Skincare - ihon biologia, toksikologia, kosmetiika...



Valmennuksen tausta

Päätimme rakentaa tämän valmennuksen, koska...

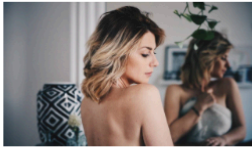


Kuinka valmennus etenee

Kuinka valmennus etenee
 Valmennuksen sisällysluettelo: Osa 1: TwistBe Method ja ...

Osa 1 - TwistBe Method ja kokonaisvaltaisen ihonhoidon ABC





Luku 1: Tästä kaikki alkaa!

Ihohoito on ihanan pinnallinen syy kiinnostua omasta hyvinvoinnista Lähestymisemme ihonhoi...



Luku 2: Kokonaisvaltainen ajattelu ihonhoitoon

Miksi ihonhoidossa voi olla vaikea saada tuloksia?/Miksi ihoa voi olla vaikea saada kuntoon? Nai...



Luku 3: TwistBe Skincare Method

Käytännön asiat ja valmennuksen tavoite. Kun infoa on paljon ja ihmiset tuskailee ...



Luku 4: Eri iho-ongelmat

Eri iho-ongelmat: mitä niille on ominaista ulkoisesti ja sisäisesti akne rosacea ja...

Osa 2 - Ihon ulkoinen kuormitus



Luku 1: Ihon anatomia

Saatat yllättyä kun kerromme, että edes tutkijat eivät täysin vielä...



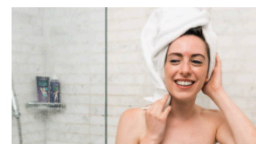
Luku 2: Virheitä ihonhoidossa

Mitä virheitä teet ihonhoidossa. Virhe on se että et ymmärrä mitkä ...



Luku 3: Mikä oikeasti hoitaa ihoasi

Tässä luvussa opit, mikä oikeasti hoitaa ihoasi ja mikä ei.



Luku 4: Oikeaoppinen ihonhoitorutiini

Kaava ihonhoitorutiinin optimointiin:
Poistetaan kuormittavat ja ongelmia
aiheuttavat tekijät...

Osa 3 - Kunnon kosmetiikka ja oikeaoppinen ihonhoito



Luku 1: Mitä on laadukas kosmetiikka?

Laadukas kosmetiikka Samalla
vaivalla enemmän irti: ei vaan se mitä
tuotteita vaan mit...



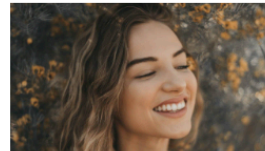
Luku 2: Oikeaoppisen ihonhoidon perusteet

Näitä seuraavia voi kaikki kokeilla
ihotyypistä riippumatta. Muistakaa
Twis...



Luku 3: Iho-ongelmakohtaiset hoito-ohjeet

Iho-ongelmakohtaiset hoito-ohjeet
akne rosacea ja pod Atopia Vitiligo,
psori, hidradentis ...



BONUS: Toivo elää!

Toivoa herättävät tarinat
asiakascaseistä: - Heikin silmäluomet
- Kati...

Osa 4 - Sisäinen kuormitus ja palautuminen



Luku 1: Kuormituskuppi ja pitkän aikavälin hoito.

Kuormituskuppi - Intro sisäiseen
ihonhoitoon, mitkä kaikki tekijät
lisää...



Luku 2: Elämä, mikä kuormittaa - mikä palauttaa

Elämä (stressi juttua tänne?) - mikä



Luku 3: Ruoka, suolisto ja vatsan toiminta

Suolisto <3 Iho Ei ole turhaa puhua suolisto-aivot-iho -akselista. Sen lisäksi, ...



Luku 4: Mitä tehdä kun mikään ei toimi?

Lähdetään tässä liikkeelle siitä miten oireilee: olet koko ajan ki...

Osa 5 - Hormonikierto, mitä se tekee iholle



Luku 1: Aina niin ihanat kuukautiset

Kuukautiskierron vaikutus on tiedetty jo kauan. Yleisimmät vaikutukset näkyy hieman enn...



Luku 2: Mitä hormonit tekevät iholle

Iho on kehomme suurin hormonielin Ihossa sijaitsee monipuolisia hormoni- ja välittäjä&a...



Luku 3: Tasapainoisen hormonitoiminnan 4 peruspilaria

Tasapainoisen hormonitoiminnan 4 peruspilaria: erityis (hormonien ristivaikutukset) pilkkoutum...



Luku 4: TwistBe Skincare ruokavalio

Käytännön toimenpiteet edellisille + seed rotation ym. Tänne myös ruokav...

Osa 6 - Elämän suuret muutostilanteet

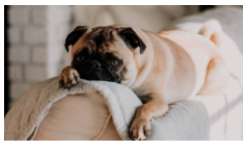


Luku 1: Vuodenaikojen vaikutus ihoon



Luku 2: Kun sairastuu

Mitä tapahtuu kun iholle kun sairastuu? Kuinka ennaltaehkäistä ja hoitaa.



Luku 3: Kun innostus lopahtaa

Muutos on aina koettelevaa ja innostuksen lopahtaminen kuuluu asiaan. Tässä vink...



Luku 4: Raskaus ja imetys

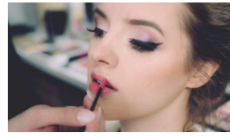
Moni huomaa, kun tulee raskaaksi kuinka iho hehkuu ja hiukset kiiltävät sekä ...

Osa 7 - Ehostuksen ei tarvitse rasittaa ihoa



Luku 1: Miten kuormitat ihoasi meikeillä

Jokainen iho on yksilöllinen ja se mikä toimii toisella ei välttämä...



Luku 2: Itsetunto ja meikkaus

Meikkaus voi kohottaa itsetuntoa ja sillä voi olla piristävä vaikutus mielialaan.&...



Luku 3: Kuinka ehostaa iho-ongelmia

Kuinka saavuttaa paras tulos meikatessa.



BONUS: Hyvä olo on paras ehostus ihollesi

Hyvä olo näkyy ja tuntuu. Parasta mitä voit itsellesi antaa on terveen kehon ja hy...

Neuvoja tulevaan arkeen



Luku 1: Ota elämä haltuun

Elämäntavat kuntoon ja ihonhoitokin helpottuu. Ole oman elämäsi/ihosi p...



Luku 2: Kohtele itseäsi kuin parasta ystävääsi

Muista rakastaa itseäsi sellaisena kuin olet ja kohdella itseäsi kuten kohtelisit paras...



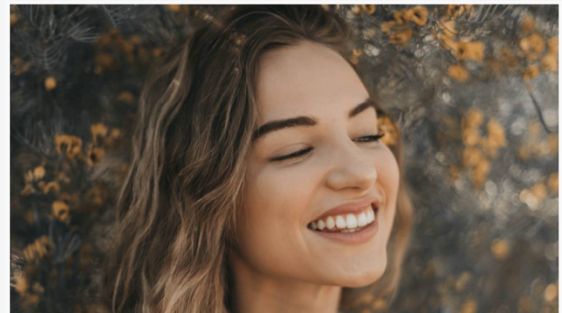
Luku 3: Miten raivata itselleen tilaa arkeen

Muutoksen tuulet puhaltavat ja meidän verkkokurssiltamme olet saanut tarvittavat evä&au...



Kaunis kiitos!

Nyt olet käynyt kurssin kokonaisuudessaan ja olet valmis. Kiitos kun valitsit kurssimme! Ker...



0 of 36 Valmennuksesta suoritettu

© 2020 TwistBe

Powered by Kajabi

[Terms](#)

[Privacy](#)



Liite 4: Luku näkymä avattuna mobiilissa



Olemme todella iloisia, että saimme juuri SINUT mukaan oppimaan uutta oman ihosi tarpeista ja hoidosta.

Haluamme heti alkuun kertoa hieman taustaa itsestämme, sillä miksi olemme tämän valmennuksen tekemässä voit tätä valmennusta odottaa.



Taustaa meistä

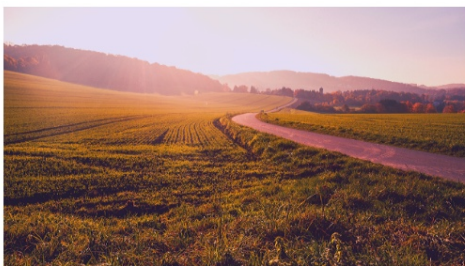
Olemme maailman ensimmäisen ihonhoidon verkkovalmennuksen läsi alku ihollisi laaja, Suomen ensimmäisen ihonhoidon verkkovalmennuksen, TwistBe verkkokurssin ja myymälän perustaja sekä myyjä ja yrittäjä.

Opetamme ja ohjaamme sinua katta olemme huomanneet, että:

uusimmista tutkimustuloksista ja tieteellisistä elintavoista, tuntuu siltä, että nykyään on jopa eniten vaikeampaa valita itselle oikea tapa hoitaa oireiluaa itse. Tiedot saattavat helposti kokea tietoa tulevan yli äyräiden. Hajallaan olevasta tiedosta puuttuu helposti systemaattisuus, luotettavuus ja laaja-alainen kokonaisvaltainen ymmärtäminen.

Tähän ongelmakenttään olemme valmennuskokiamme puuttaneet. Olemme luvanneet sinulle valmennuksen, jossa käymme selkeästi jaennellyn läpi kaiken mikä sinun tulee itsehoitoon liittyen tietää, ~~jotta voit saada~~ **tulla** ~~hajanaisen~~ **hajanaisen** tiedon sijasta.

Tervetuloa kanssamme kokonaisvaltaisen kauneudenhoidon matkalle!



Merkiste luetuksi

Kommentit 0

Kerro meille...

Julkaise

Downloads

 Valmennuksen_kulku.pdf

© 2020 TwistBe

Powered by Kajabi

[Terms](#)

[Privacy](#)

