



# Food by Kuhlefelt Oy -verkkosivut tarjouspyyntölomakkeella

Omar El Tokhy

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Food by Kuhlefeld Oy -verkkosivut tarjouspyyntölomakkeella

Omar El Tokhy  
Tietojenkäsittely  
Opinnäytetyö  
02/2020

Omar El Tokhy

**Food by Kuhlefeldt Oy -verkkosivut tarjouspyyntölomakkeella**

Vuosi

2020

Sivumäärä

23

Opinnäytetyö on toiminnallinen, ja sen tarkoituksena on saada aikaiseksi valmis tuote joka tuottaa lisäarvoa yritykselle. Toimeksiantajana toimii Food by Kuhlefeldt Oy. Yritys ollut toiminnassa vuodesta 2017 ja se avasi ensimmäisen ravintolansa Hirsala Golfiin tiloihin keväällä 2017. Yrityksen toiminta perustuu sekä Golf -ravintola Spooniin, sekä catering -palveluun Food by Kuhlefeldt.

Yrityksen yhteistyö Golf klubi Hirsalan kanssa on loppunut, ja Spoon muuttaa entistä isomman Golf-klubin tiloihin. Tämän muutoksen myötä myös ravintolan verkkosivut on päivitettävä. Ajoitus on sopiva tehdä myös muita muutoksia/ lisäyksiä verkkosivuille antamaan niille lisäarvoa ja parantamaan käytettävyyttä ja perusilmettä.

Sivustojen catering-osuudelle on tarkoitus rakentaa toimiva tarjouspyyntölomake. Tämän tarkoitus on helpottaa sekä asiakasta että catering -tapahtumien järjestäjää kommunikoinnissa ja tapahtumienvarauksissa. Asiakkaalta pyydetään jo sivuilla vaadittavat tiedot ja catering -järjestäjä saa tarvitsemansa tiedot heti haltuunsa, jonka perusteella voi kysellä mahdollisia lisätietoja tai aikatauluttaa tapahtuman.

Toinen toimenpide on rakentaa sivustolle sulava ja siisti linkitys ravintolan some -kanaviin, jotta päivitykset saataisiin näkymään myös ravintolan etusivulla. Some (Facebook ja Instagram) on ollut tähän asti ravintolan pääasiallinen markkinointikanava.

Lopputuloksena syntyi toimiva nettisivu, joka sai hyvää palautetta toimeksiantajalta. Haasteena oli kaiken suunnitellun työn toteuttaminen suunnitellulla tavalla vallitsevan korona -tilanteen tuomien rajoitusten vallitessa.

Asiasanat: verkkosivut, tarjouspyyntölomake, sosiaalinen media, markkinointi

Omar El Tokhy

**Food by Kuhlefelt -web page including tender form**

Year 2020

Pages

23

---

The thesis is functional by its nature and the goal is to create a finished product which can produce value to the company. My client for this project is Food by Kuhlefelt Oy. The company has been open since 2017 and it opened its first restaurant to the premises of Hirsala Golf club in spring 2017. The company is operating as a Golf club restaurant Spoon and as a catering service Food by Kuhlefelt.

Right now the cooperation with Hirsala has stopped and the restaurant is relocating in even bigger premises to another Golf club. Since the change is happening the web page of the restaurant needs an update too. The timing is just right to try and make the web page even better than last one by adding some features and changing others to bring more value to the web page.

The catering part of the web site is going to have an operating tender form. This is made to make the communication between customer and the organizer of the catering events more effortless. The customer is going to be asked the information needed on the form so the event can be organized easily.

Other action is to link all the restaurants social media feeds to the restaurant part of the site. Social media (Faceook and Instagram) has been the main marketing channel of the restaurant.

The end result is a fully functioning website, which got good reviews from the client. The biggest challenges were to do everything according to original plan during covid-19 pandemic and the restrictions which came with it.

Keywords: web design, tender form, social media, marketing

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Työn taustaa .....	7
2.1	Toimeksiantaja .....	7
2.2	Työn tavoitteet .....	8
3	Suunnittelu .....	8
3.1	Vaatimusmäärittely .....	8
3.2	Benchmarking .....	9
4	Sivustojen rakentaminen .....	10
4.1	Aloitus .....	11
4.2	Pohjan luominen .....	11
4.3	Ulkoasu .....	12
4.4	Tarjouspyyntölomake .....	13
4.5	Sosiaalisen median linkitys .....	15
4.6	Käytettävyysestaus .....	16
4.7	Viimeistely .....	16
5	Hakukoneoptimointi .....	17
5.1	Responsiivisuus & mobiiliversio .....	18
6	Haasteet .....	19
7	Yhteenveto .....	20
	Lähteet .....	21
	Kuviot .....	22
	Liitteet .....	23

## 1 Johdanto

Food by Kuhlefeldt Oy on ravintola-alan yritys, jolla on sekä catering-, että ravintolatoimintaa. Ravintola Spoon on muuttamassa uusiin tiloihin, joten yrityksen verkkosivut olivat muutoksen tarpeessa.

Opinnäytetyö oli luonteeltaan toiminnallinen, jossa luotiin toimivat verkkosivut yrityksen tarpeisiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Verkkosivuprojektin tavoite oli uudistaa verkkosivujen yleisilmettä sekä käytettävyyttä, tuomalla siihen samalla myös uudistetun ominaisuu- den.

Muutosta lähdettiin suunnittelemaan vaatimusmäärittelyllä. Vaatimusmäärittely hoidettiin haastattelulla toimeksiantajan kanssa. Tässä vaiheessa saimme rajattua jo erittäin hyvin, mitä ominaisuuksia lähdemme hakemaan uusilta verkkosivuilta. Suunnitelmissa oli tarkoitus myös tavata toimeksiantajaa mahdollisimman usein, jotta mahdolliset muutokset pystyttäisiin tekemään ajoissa. Tämä koitui projektissa myöhemmin haastavaksi vallitsevan pandemian ja sen tuomien rajoitusten vuoksi.

Raportissa käsitellään verkkosivujen rakennusprosessia, käytettyjä tekniikoita, sekä syitä sille miksi tiettyihin ratkaisuihin on päädytty. Verkkosivujen rakennuksessa otettiin tarkasti huomi- oon sekä toimeksiantajan antamat toiveet, mutta myös vapaudet tehdä asioita sen mukaan, mikä nähdään parhaaksi tietoperustan pohjalta.

Tässä projektissa verkkosivusto rakennetaan alusta loppuun, vaikka yrityksellä onkin jo verk- kosivut olemassa. Projektin alussa päätettiin, että vanhoille sivuille tulevat uudistukset ovat liian isoja siihen, että pelkkä muokkaus olisi järkevää. Raportti tulee täten sisältämään tietoa koko sivujen rakennusprosessista kokonaisuutena, sisältäen tietoa pohjan rakennuksesta, toi- minnallisuuksien lisäämisestä, sekä sivustojen responsiivisuudesta.

Verkkosivujen tärkeimmät toiminnallisuudet ja niiden kehitystä käsitellään raportin kappa- leessa Sivustojen rakentaminen alaotsikoilla Sosiaalisen median linkitys, sekä Tarjouspyyntö- lomake. Nämä olivat vaatimusmäärittelyn tärkeimmät kohdat ulkoasun sekä sisällön uudista- misen lisäksi. Verkkosivujen tekstisisältö on kuitenkin pitkälti toimeksiantajan omaa markki- nointimateriaalia.

## 2 Työn taustaa

Kun ravintola Spoon päätti muuttaa Hirsala golfin tiloista entistä suurempiin Pickala golfin tiloihin, ravintoloitsija Sebastian Kuhlefeldt päätti, että tämä oli hyvä hetki myös päivittää hänen yrityksensä verkkosivut ajan tasalle. Olemassa olevilla verkkosivuilla oli puutoksia ja ominaisuuksia johon toimeksiantaja ei ollut täysin tyytyväinen, joten hän lähti mielellään yhteistyöhön kanssani kehittämään uusia, yrityksen tarpeisiin paremmin soveltuvia verkkosivuja.

Food by Kuhlefeldtille on rakennettu verkkosivut vuonna 2017, kun se ensimmäisen kerran avautui. Muutoksia näille alkuperäisille sivustoille on tehty hyvin pieni määrä, ja Kuhlefeldt koki, että sivustojen toiminnallisuuksien lisäksi myös ulkomuoto kaipaa eheytyä. Projektissa tulisi ottaa huomioon yritykselle ajankohtaiset muutokset, sekä yrittäjän toiveet, toimimalla kuitenkin loppukäyttäjän näkökulmasta.

Lähdimme yhdessä miettimään, mitä ongelmakohtia nykyisissä sivuissa mahdollisesti on ja mitä uusilta sivustoilta vaaditaan. Sovimme tapaamisen ja teimme vaatimusmäärittelyn haastattelun pohjalta. Haastattelun yhteydessä sovittiin projektin kulusta, sekä tulevista tapaamisista, jotta verkkosivuja voi aina muokata tarpeen mukaan.

### 2.1 Toimeksiantaja

Food by Kuhlefeldt Oy on ravintola-alan yritys, joka on aloittanut toimintansa vuonna 2017. Yrityksen toimintaan kuuluu sekä catering -palvelut, että golf -ravintola Spoon. Ravintola Spoon perustettiin ensimmäisen kerran vuonna 2017 Hirsala Golfin tiloihin. Ravintolan yhteistyö Hirsalan kanssa jatkui vuoteen 2019, jolloin Spoon päätti muuttaa Pickala Golfin tiloihin. (Kuhlefeldt, 2020).

Food by Kuhlefeldt tarjoaa catering -palveluja muun muassa häihin, valmistujaisiin, sekä yritystilaisuuksiin pääkaupunkiseudulla. Food by Kuhlefeldt myös vuokraa omia tilojaan näitä tilaisuuksia varten. (Kuhlefeldt, 2020)

Ravintola Spoon taas on yrityksen ravintola, joka on parhaillaan tekemässä muuttoa uusiin tiloihin Pickalaan. Ravintola Spoon on aina ollut auki keväästä syksyyn, noin golf-kauden verran, ja talvella yritystä pitää pystyssä catering -palvelut. (Kuhlefeldt, 2020)

Food by Kuhlefeldt on myös toiminut kausiluontoisesti erilaisissa projekteissa, kuten pitänyt kesäkauden puutarhakahvila Spoonia Helsingissä. Tiedossa on myös muita vastaavia projekteja, kertoo Kuhlefeldt haastattelussa. (2020.)

## 2.2 Työn tavoitteet

Toimeksiantajan haastattelun tuloksena syntyi suunnitelma, jonka pohjalta lähdin rakentamaan uusia verkkosivuja. Suunnitelmassa korostui sivujen yhtenäinen linja, yksinkertainen ja siisti ulkoasu, toimiva tarjouspyyntölomake sivujen catering -osuudelle, sekä linkitys yrityksen sosiaalisen median julkaisuihin. Toimeksiantajan toiveena oli myös se, että verkkosivut toteutettaisiin WordPress -alustalla, sillä se on hänelle ennestään tuttu.

Verkkosivuprojektin pääasiallinen tavoite on tuottaa yritykselle mahdollisimman hyvä, toiminnallinen ja heidän tarpeisiinsa soveltuva myynti- ja markkinointikanava. Verkkosivujen on oltava asiakaslähtöiset, sillä yrityksen menestys riippuu heidän palveluiden sekä niiden tietojen saavutettavuudesta.

Verkkosivuja suunnitellessa oli tärkeää ottaa huomioon kaikki eri palvelut, joita yritys tarjoaa, jotta kaikki tarpeellinen tieto on varmasti asiakkaan saatavilla. Food by Kuhlefelt tarjoaa monipuolisesti palveluja, joten lopputuloksen oli tärkeää tuoda kaikki vaihtoehdot tasapuolisesti, mutta kuitenkin prioriteetteja noudattaen esille.

## 3 Suunnittelu

Projektin suunnittelu lähti liikkeelle haastattelusta Kuhlefeltin kanssa. Haastattelussa käytiin läpi paljon asioita yrityksestä, joita pystyin hyödyntämään verkkosivujen suunnittelussa. Haastattelussa yhteydessä sain paljon yrityksen kuvamateriaalia ja markkinointitekstejä käyttöni, sekä yrityksen sosiaalisen median tunnukset, jotka olivat keskeisessä osassa verkkosivujen suunnittelua.

### 3.1 Vaatimusmäärittely

Haastattelun yhteydessä tehtiin myös tarkka vaatimusmäärittely verkkosivuille. Vaatimusmäärittely tuloksena esille nousivat seuraavat seikat;

- Tarjouspyyntölomake koskien catering -palveluita.
- Yrityksen sosiaalisen median julkaisujen näkyvyys sivustolla.
- Siisti ja yhtenäinen ulkoasu.
- WordPress -alusta.
- Hakukoneoptimointi.

Tarjouspyyntölomake catering -palveluille oli yrittäjälle hyvin tärkeää saada toimivaksi, sillä se helpottaisi ja todennäköisesti kasvattaisi yhteydenottoja palveluista. Catering -palvelujen hinta määräytyy aina asiakkaan tarpeiden mukaan, joten yrityksen sivuilta ei löydy suoraa



hinnastoa catering tapahtumiin. Tästä syystä on tärkeää, että asiakkailta on helppo ja yksinkertainen keino olla yhteydessä palveluntarjoajaan.

Yrityksen tärkeimpiä ja pääasiallisia markkinointikanavia ovat sosiaalisen median kanavat. Tästä syystä Kuhlefelt piti erityisen tärkeänä saada viimeisimmät julkaisut nähtäville myös verkkosivuilla.

Yrityksen olemassa olevilla verkkosivuilla oli selviä puutteita designissa. Kuhlefelt kertoi erityisesti, että häntä häiritsi miten muun muassa erilaisten fonttien käyttö sivustojen eri sivuilla ja toivoi yhtenäisempää linjaa.

Yrittäjän toiveena oli saada uusi verkkosivusto toteutettuna WordPress -alustalle. Olemassa oleva verkkosivu on toteutettu WordPressillä, joten se on yrittäjälle jo ennestään tuttu järjestelmä.

Lisätoiveena oli sivujen hakukoneoptimoinnin huomioon ottaminen parhaan osaamisen mukaan.

### 3.2 Benchmarking

Sivustojen suunnittelussa käytettiin benchmarking -tekniikkaa. Benchmarking tarkoittaa oman toiminnan vertaamista toisten toimintaan, yleensä parhaaseen mahdolliseen käytäntöön (Laaksonen, 2019.)

Vertailukohteiksi valikoitui kolme Suomen parhaimmistoa edustavien ravintoloiden verkkosivuja. Vertailussa olivat sivut; [www.farang.fi](http://www.farang.fi), [www.basbas.fi](http://www.basbas.fi), sekä [www.murudining.fi](http://www.murudining.fi). Nämä kolme ravintola-alan verkkosivustoa valikoituivat vertailukohteisiksi, sillä ne edustavat kaikki huippuluokan ravintoloita, ja ne ovat kaikki eri tavalla toteutettuja.

Vertailtava sivusto oli yrityksen nykyinen verkkosivusto. Vertailtaessa sivustoja saatiin selville seuraavia huomioita;

- Vertailukohteilla kuvat olivat isommassa roolissa.
- Värejä ei ole montaa, mutta niitä käytetään korostamaan haluttuja piirteitä.
- Kaikilla vertailukohteilla oli sulava navigointi, joten vaadittavat tiedot löytyivät helposti.
- Ulkoasut olivat yksinkertaiset ja miellyttävät.

Vertailukohteissa kuvat olivat huomattavasti isommassa roolissa kuin yrityksen nykyisillä verkkosivuilla. Kuvia löytyi nykyisiltäkin sivuilta, mutta se vaati käyttäjän selaavan sivuja joskus pitkällekin eteenpäin. Vertailussa huomioitiin myös, että henkilökuntaa oli usein kuvattu, mikä antoi lämpimän vaikutelman, joten sitä yritettiin saada esille myös uusilla sivuilla.

Eri värejä oli käytetty yleensä sivuilla vain 2-3, mutta niitä oli käytetty erittäin hyvin. Yleensä päävärejä oli kaksi, jonka lisäksi oli vielä kolmas väri korostamassa haluttuja pieniä yksityiskohtia.

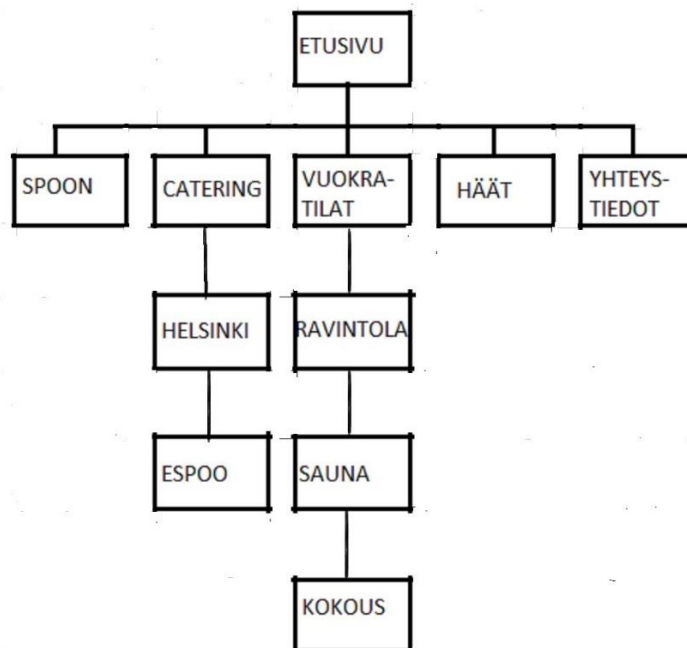
Kaikilla vertailtavilla verkkosivuilla oli sulava, kaiken kattava navigointipalkki heti sivun ylä-laidassa, josta löysi ravintoloiden palvelujen tärkeimmät tiedot kätevästi. Tässä vertailukohteet eivät juuri eronneet vertailtavasta sivusta.

Vertailukohteina olevat sivut olivat yksinkertaisia ja miellyttäviä selata. Niissä oli käytetty vain yhtä fonttia, kahta tai kolmea eri väriä, sekä sivustojen eri sivut olivat teemoiltaan täysin yhteneväiset. Tämä teki selaamisesta vaivatonta ja sivujen tarjoamaa informaatiota oli helppo löytää.

Näitä vertailututkimuksen tuloksia käytettiin hyväksi sivuston ulkoasun suunnittelussa. Kaikki toiminnallisuus on tuotettu vaatimusmäärittelyn mukaan.

#### 4 Sivustojen rakentaminen

Sivustojen rakentaminen lähti liikkeelle kirjoittamalla ensin ylös, mitä sivuja tarvitaan. Yrityksellä on paljon tarjottavia palveluja, joten loppukäyttäjän kannalta ajateltuna kaikki palvelut tulisivat saamaan oman sivun.



Kuva 1 Yksinkertainen kuva sivun navigoinnista

Kuva 1 osoittaa, kuinka navigointi suunniteltiin, sekä mitä sivuja verkkosivusto tulisi pitämään sisällään. Eri sivuja tuli yhteensä 11, mukaan lukien etusivu, joihin kaikkiin pääsee navigoimaan suoraan sivun yläreunan navigointipalkista.

Catering ja vuokratilat sivut pitivät itsessään sisällään monia sivuja, mutta kokeilemalla ensin lisätä pelkät pääsivut navigointiin, päädyttiin siihen tulokseen, että kaikkien sivujen erillinen näkyvyys navigoinnissa on paljon käyttäjäystävällisempää. Näin varmistettiin käyttäjän kätevä liikkuminen sivustojen eri sivujen välillä.

#### 4.1 Aloitus

Koska toimeksiantajan toive oli toteuttaa verkkosivut WordPress -alustalla, projektin aloitus vaati uuden ohjelmiston asennusta, sekä tutustumista WordPressin tuomiin ominaisuuksiin. Koska toimeksiantajalla on verkkosivut jo olemassa, ja niihin ei tehty muutoksia, asennettiin WordPress -ohjelmisto paikallisesti omalle tietokoneelle, josta se on mahdollista siirtää toimeksiantajan oman verkkotunnuksen alle, kun toimeksiantaja on sen valmis julkaisemaan.

WordPressin asennus ja käyttöönotto sujui kätevästi apunani Sabin-Wilsonin e-kirja WordPress Web Design For Dummies (2015.) Tämän lisäksi WordPress tarjoaa käteviä lisäosia ja teemaratkaisuja, josta Tyler Moore antoi hyvin kattavaa tietoa opetusvideollaan How To Make a WordPress Website - For Beginners (2019.)

#### 4.2 Pohjan luominen

Pohjaa lähdettiin luomaan etsimällä WordPressin teemoista sopiva alusta, ottaen huomioon vaatimusmäärittelyn tuomat osat esille. Päädyin Tyler Mooren opetusvideossa mainittuihin Astra teemaan ja Elementor -työkaluun, joissa oli selvästi hyvät työkalut verkkosivujen monipuoliseen muokkaamiseen. Molemmat olivat myös saaneet WordPressin käyttäjäarvostelusta hyvät tulokset. Astra teemojen työkaluihin kuului myös mukana tuleva lisäosa WP forms, jota käytettiin verkkosivujen tarjouspyyntölomakkeen tekemiseen.

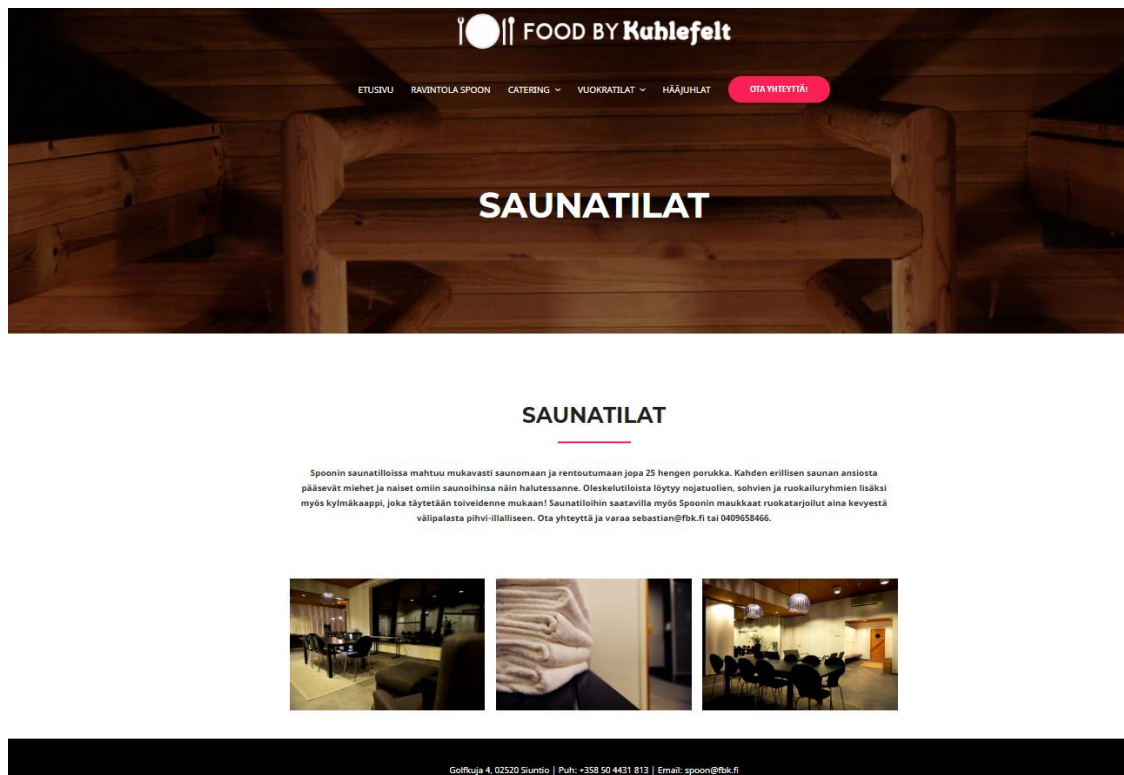
Ensimmäiseksi työssä alettiin luomaan tarvittavia sivuja. Sivuja luotiin yksitoista kappaletta, jonka jälkeen luotiin kuvan 1 mukainen navigointipalkki. Astra teemoilta löytyi sivustopohja, joka otettiin käyttöön, mutta siitä on poistettu kaikki sen valmiiksi sisältämä sisältö.

Navigoinnin lisäksi luotiin yksinkertainen ja siisti alapalkki, josta löytyy yrityksen puhelinnumero, osoite, sähköpostiosoite sekä tekijänoikeustiedot, jotta ne olisivat joka sivulla käyttäjän luettavissa, ei pelkästään yhteystiedot sivulla.

### 4.3 Ulkoasu

Sivuston ulkoasussa otettiin huomioon benchmarkingin tulokset (kappale 3.2), joiden perusteella valittiin ensin yksinkertainen väriteema. Kaksi pääväriä olivat musta ja valkoinen, sekä korostavana värinä käytettiin punaista.

Ravintola Spoonilla oli jo olemassa oma logo, mutta Food by Kuhlefelt oli olemassa olevilla sivuilla vain erilaisella fontilla kirjoitettu teksti. Tätä yritettiin piristää luomalla myös Food by Kuhlefeltille omaperäinen logo, joka seurasi joka sivun yläreunassa.

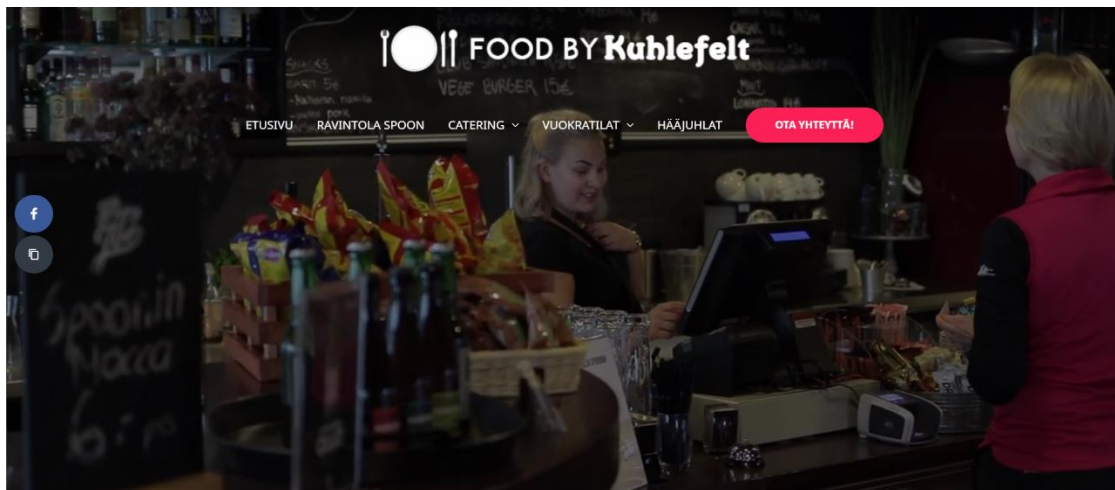


Kuva 2 Verkkosivun ulkoasu

Kuten kuvasta 2 nähdään, musta ja valkoinen ovat dominoivia värejä, mutta punainen on korostamassa tiettyjä haluttuja yksityiskohtia, kuten kuvan 2 tapauksessa OTA YHTEYTTÄ! -painiketta. Kuvia on myös haluttu käyttää paljon tekemään sivusta visuaalisesti siistin. Kaikki käytetyt kuvat on pyritty valitsemaan parhaiten sivun teemaa vastaavaksi, ja teksti on yritetty pitää tiiviinä mutta informatiivisena.

Toimeksiantajan nykyisillä verkkosivuilla on videolinkki, josta pääsee katsomaan ravintolan toimintaa YouTube -videon välityksellä. Hän toivoi, että video olisi vielä mahdollista toistaa verkkosivun kautta.

Kuva 3 Upotettu video



Kuva 4 Upotettu video

Videolle keksittiin luova ratkaisu, jossa se on upotettu RAVINTOLA SPOON -sivun ylälaitaan. Videon teema on ravintolan toimintatavat, joten se sopi tälle sivulle hyvin, vaikka se löytyikin nykyisiltä sivuilta etusivulta. Video pyörii jatkuvalla toistolla, eikä sen pitäminen tuntunut käytännössä hidastavan sivun latausaikaa huomattavasti.

#### 4.4 Tarjouspyyntölomake

Tarjouspyyntölomake toteutettiin WordPressin Astra teeman tuoman lisäosan WP formsin avulla. Tarjouspyyntölomakkeessa ei käytetty paljoakaan omaa luovuutta, vaan se toteutettiin täysin toimeksiantajan toivomien kysymysten pohjalta. Sivustojen CATERING -sivulla on kiinnitetty tarjouspyyntölomakepainike, joka seuraa sivua selailtaessa. Toimeksiantajan pyynnöstä tarjouspyyntölomakkeessa kysyttiin seuraavat tiedot;

- Nimi (pakollinen)
- Puhelinnumero (pakollinen)
- Sähköpostiosoite (pakollinen)
- Aihe (lukittuna catering)
- Aika (vapaavalintainen)
- Paikka (vapaavalintainen)
- Henkilömäärä (vapaavalintainen)
- Budjetti (vapaavalintainen)
- Vapaa viesti (vapaavalintainen)

Toimeksiantajan toiveesta lisäsimme paljon hyödyllisiä kysymyksiä listaan, mutta pidimme suurimman osan vapaavalintaisena, jotta kynnyksellä ottaa yhteyttä ei olisi turhan suuri.

**Pyydä Tarjous!**

Nimi \*

Puhelinnumero \*

Sähköpostiosoite \*

Aihe  
Catering

Aika

Paikka

Henkilömäärä

Budjetti

Vapaa viesti

**LÄHETÄ**

Kuva 5 Tarjouspyyntölomake

Kuvan 5 mukainen tarjouspyyntölomake aukeaa käyttäjälle ponnahdusikkunana, ja näyttää kiitosviestin lomakkeen lähetyksen jälkeen.

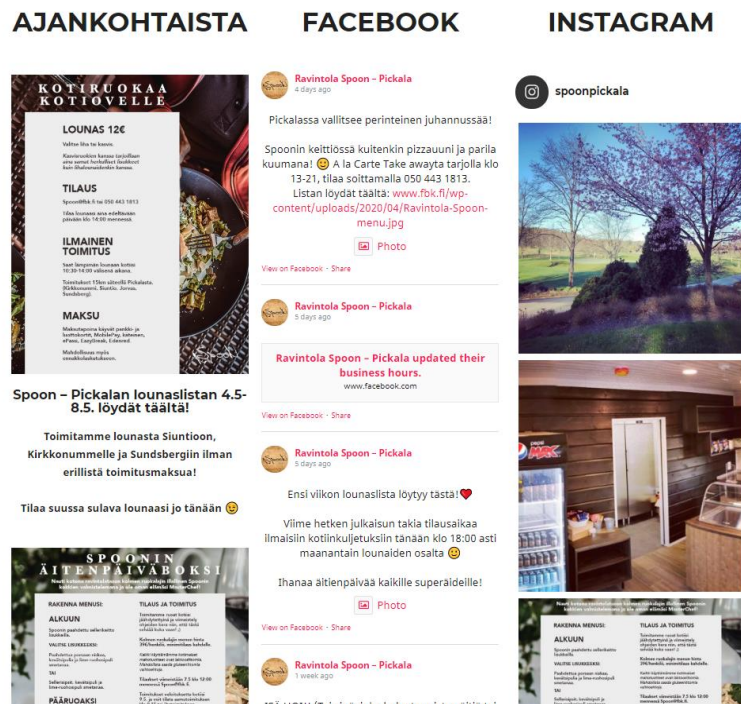
Kuhlefelt saa kaikki lomakkeeseen täytetyt tiedot eroteltuna omiin kenttiinsä suoraan omaan sähköpostiosoitteeseensa. Tämä verkkosivun ominaisuus tuo loppukäyttäjälle helpon tavan

lähestyä yrittäjää ja yrittäjä saa kaikki catering -tapahtumaa varten tarvittavat tiedot mahdollisesti jopa yhden sähköpostin välityksellä.

#### 4.5 Sosiaalisen median linkitys

Food by Kuhlefeltin tärkein markkinointikanava on heidän sosiaalisen mediansa kanavat. Täten kaikki julkaisut pyrittiin saamaan mahdollisimman hyvin näkyville, heti etusivulle.

WordPressin lisäosista päätettiin ottaa käyttöön Smash Balloonin tarjoamat sosiaalisen median julkaisuihin tarkoitetut lisäosat. Valinta perustui lisäosien saamiin hyviin arvosteluihin. Smash Balloonin lisäosat soveltuivat hyvin työhöni, sillä ne olivat helposti muokattavat ja niiden kautta oli helppo linkittää sekä Facebook, että Instagram, jotka ovat yrityksellä tiiviissä käytössä.



Kuva 6 Etusivun sosiaalisen median näkymä

Kuvassa 6 nähdään, kuinka sosiaalisen median päivitykset näkyvät etusivulla. Myös etusivulla on kuva ja navigointipalkki ennen kuvassa nähtäviä julkaisuja, mutta muuten etusivu on omistettu kokonaan sosiaalisen median julkaisuille sekä sivun omille ajankohtaisille julkaisuille.

Kaikki Facebookin ja Instagramin julkaisut toimivat myös hyperlinkkeinä Ravintolan vastaville profiileille. Asiakas pääsee siis kätevästi kuvia tai tekstejä klikkaamalla automaattisesti toiselle välilehdelle avautuvalle sivulle tutkimaan yritystä sosiaalisen median puolella.

#### 4.6 Käytettävyystestaus

Käytettävyystestaus suoritettiin vapaaehtoisten testaaajien toimesta kyselyn avulla. Vapaaehtoisia ei ollut helppo saada, joten testaus pidettiin hyvin yksinkertaisena ja helppona testaa- jille. Vapaaehtoisia testaaajia saatiin haalittua kasaan viisi, ja kysymykset esitettiin muodossa, jossa testaaajat saivat arvioida sivun tärkeimpiä toiminnallisuuksia pisteillä 1-5. Joni Virtasen artikkelin Digitaalisen palvelun käytettävyystestaus - mitä, miksi ja miten? (2019) mukaan, olisi helppo kuvitella, että mahdollisimman suuri testaaajamäärä toisi parhaat tulokset, mutta jo viiden testaaajan avulla löydetään yleensä jopa 85 prosenttia käytettävyysongelmista. Kysy- mykset olivat suoraan johdettuja vaatimusmäärittelyn tärkeimmistä vaatimuksista;

- Arvioi kuinka helposti voit olla yhteydessä yritykseen (yhteydenottolomake) (tuloksen ka. 4,7)
- Arvioi yrityksen some-näkyvyys sivustolla (tuloksen ka. 4,6)
- Arvioi verkkosivun yleisilme (tuloksen ka. 4,7)
- Arvioi kuinka helposti löysit tietoa yrityksen yhteystiedoista (tuloksen ka. 4,8)

Käyttäjien testausta seurattiin sivusta siltä varalta, että ongelmia tulisi. Testaus oli kuitenkin sen verran yksinkertainen, että käyttäjillä ei ollut mitään ongelmaa käyttää sivuja ja se sai testaaajilta erittäin hyvät pisteet.

Tämän lisäksi vastaajat saivat antaa vapaata palautetta löytämistään ongelmakohdista näin halutessaan. Kommentit olivat lyhyitä ja positiivisia, yhden kuitenkin ehdottaen sivuille lisää kuvia henkilöstöstä, joka ”tuo lisää sympaattisuutta yritykselle.” Tämä kommentti otettiin huomioon, kun lopullisia kuvia oltiin lyömässä lukkoon.

#### 4.7 Viimeistely

Viimeistelyvaiheessa tutkittiin sivuja uudestaan ja varmistettiin että kaikkien sivujen ulko- asuilla on yhtenäinen linja. Viimeisteltäessä yritettiin myös varmistaa, että kaikki kuvat vas- taavat sivujen teemaa, sekä että kaikki linkit toimivat toivotulla tavalla.

Vaatimusmäärittelyn yhteydessä toimeksiantaja toivoi, että fonttieroista eri sivujen välillä päästäisiin eroon, joten jokaisen tekstialueen käytetty fontti käytiin vielä läpi. Sivustoilla käytettiin jokaisella tekstialueella täysin samaa fonttia, ja ainoana tapana korostaa tekstiä oli joko lihavoiva tai kursivoida sitä.



## RAVINTOLA SPOON HEMMOTTELEE HYVÄN RUUAN YSTÄVIÄ KIRKKONUMMEN SEUDULLA

Toivotamme jokaisen hyvän ruuan ystävän tervetulleeksi lämmehenkiseen ravintola Spooniin, joka sijaitsee Kirkkonummen kupeessa Picalassa. Monipuolisen listamme jokainen annos tehdään laadukkaita raaka-aineista alusta saakka itse.



OIA VIBRETTÄ

A LA CARTE

SPOONISTA VOIT NYT NOUTAA HERKULLISET Å LA CARTE ANNOKSET!

SOITA, TILAA JA NOUDA! 050 443 1813

KATSO HERKULLINEN Å LA CARTE MENU TÄSTÄ!

Rakastettu ravintola Spoon siirtyi huhtikuussa 2020 Kirkkonummen kupeessa sijaitsevan Stuntion Picalaan! Toivotamme jokaisen hyvän ruuan ystävän tervetulleeksi maistelemaan herkullisia annoksiamme kattavasta ruokalistastamme. Olet myös tervetullut nauttimaan tasokkaasta lounasbuffetistamme viikon jokaisena päivänä huhtikuusta lokakuun leppuun saakka.

Spoon on Food by Kuhlfeletin tunnelmallinen, Kirkkonummen lähetyvillä Picalassa sijaitseva ravintola. Tavoitteenamme on ollut alusta saakka tarjota jokaiselle asiakkaallemme lähiseudun parasta fast casual -ravintolaruokaa. Siksi valmistamme kaikki annoksemme korkealaatuisista raaka-aineista, sesongin tarjontaa kunnioittaen. Keväällä 2020 listamme päivittyi alkui- ja jälkiruilla, joten olet jatkossa lämpimästi tervetullut syömään meille myös pidemmän kaavan mukaan!

OIA VIBRETTÄ



OLYMPUS ORIGINAL CARRIBE



OLYMPUS ORIGINAL CARRIBE



OLYMPUS ORIGINAL CARRIBE



OLYMPUS ORIGINAL CARRIBE

### RAAKA-AINEINA SESONGIN PARHAAT TUOTTEET

Päivittäin vaihtuvassa lounasbuffetistamme tarjoamme maittavia ja laadukkaita herkuja. Lounasbuffetistamme tulet löytämään viikon jokaisena päivänä yhden lämpimän ruuan, päivän keiton, erittäin runsaan salaattibuffetin sekä maittavan leipävalikoiman. Lounasta on saatavilla maanantaista sunnuntaihin. Lounaan hinta on arkisin 12,50 euroa ja viikonloppuisin 15 euroa (viikonloppuisin hinta sisältää myös jälkiruuan).

Lisäksi ravintola Spoonista löytyy erittäin kattava å la carte -lista, josta jokaiselle herkuttelijalle löytyy jotakin. Å la carte -listamme rakentuu klassikkolistastamme sekä sesonkin mukaan vaihtuvasta listasta, joka vaihtuu noin kuukauden välein. Klassikkolistamme sisältää jokain ravintolamme rakastetuimpia annoksia. Näihin kuuluvat muun muassa Spoonin legendaarinen BBQ burger sekä herkullinen pizza carbonara. Viime kesän sesonkannosten suosikeiksi nousivat muun muassa kermoinen lohikeitto sekä maustasulavat ankkarisotto ja savulohisalaatti. Monipuolinen å la carte -listamme on ottanut vaikutteita useiden maiden keittotaidosta.

Haluamme tarjota asiakkaallemme aina tuorempia ja maistavimpia saatavilla olevia raaka-aineita. Siksi noin puolet å la carte -listastamme koostuu sesongin raaka-aineisiin perustuvasta, noin kuukauden välein vaihtuvasta osiosta. Sykytään hyvän ruuan ystäviä hemmotellaan juureksilla ja sienillä, keuhkia keuhkoissa ovat raikkooz hedelmät, vihannekset ja marjat. Kevään listamme täydentyi tietysti esimerkiksi parsalla. Käytämme runsaasti Roslundin lihaa ja Tuomaan kalaa saataksemme, että liha- ja kala-annoksemme ovat parhaista mahdollisista raaka-aineista valmistettuja. Meille on tärkeää, että raaka-aineet tulevat mahdollisimman läheltä.

## Kuva 7 Verkkosivujen ulkoasu

Kuva 7 korostaa hyvin verkkosivun yksinkertaista värien ja fonttien käyttöä. Lopputuloksena on selkeä kokonaisuus, jota loppukäyttäjän on helppo lukea.

## 5 Hakukoneoptimointi

Koska halusimme verkkosivujen sijoittuvan hyvin hakukonetuloksissa, otimme optimoinnin huomioon heti alusta lähtien. Vaikka hakukoneoptimointi ei olekaan mikään kertaluontoinen projekti, vaan jatkuvaa työtä (Rasmus Ranta 2019), halusimme silti lähteä hyvistä lähtökohdista.

Rasmus Rannan (2019) artikkelin mukaan hakukoneoptimoinnin eri osa-alueita ovat;

- Kuvien valinta ja muokkaus.
- Laadukas sisältö.

- Tekninen hakukoneoptimointi.
- HTTPS-suojaus.
- Responsiivisuus.
- Sisäinen linkitys.
- Ulkoinen linkitys.

Muun muassa kuvien valinnassa, otettiin huomioon kuvien hyvä laatu ja projektissa käytettävien kuvien pientäminen sopivaan kokoon. Kuvien oikea koko on tärkeää, jotta hakukoneet pystyvät tulkitsemaan sivustollasi olevat kuvat oikein, ja siksi, että sivuston latausaika olisi mahdollisimman pieni (Rasmus Ranta 2019.)

Sivustojen meta-tagit ja otsikot ovat tärkeässä roolissa optimoinnissa, vaikka ne eivät loppukäyttäjälle näykään. Tästä syystä näihin kiinnitettiin huomiota joka sivua rakentaessa lisäämällä asiaankuuluvia tageja ja otsikoita mahdollisimman laadukkaasti ja asiaankuuluvilla sanoilla.

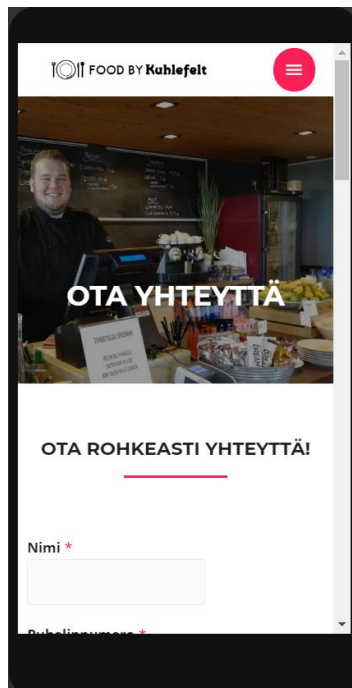
Sivuston eri sivujen linkitys toisiinsa vaikuttaa myös hakukoneiden tuloksiin (Rasmus Ranta 2019.) Jos sivuilla on hyvä linkitys toisiinsa ja niiden kautta on helppo navigoida sivulta toisille, on sillä positiivinen vaikutus hakukoneiden silmissä. Myös ulkoisilla linkeillä on suuri merkitys. Mitä useammalta ulkopuoliselta luotettavalta verkkosivulta kulkee linkki verkkosivuille, sen paremmalta se näyttää hakukoneiden silmissä (Rasmus Ranta 2019.) Tätä yritettiin toteuttaa mahdollisimman monipuolisella sisäisellä linkityksellä, sekä varmistamalla että muun muassa yrityksen sosiaalisen median profiileista löytyy linkit verkkosivuille.

### 5.1 Responsiivisuus & mobiiliversio

Koska nykyään yhä useampi käyttää internetiä mobiililaitteilla, on tärkeää, että sivustot ovat responsiiviset ja toimivat tietokoneen lisäksi tablettien sekä puhelimien näytöillä sulavasti. WordPressillä sivustojen muokkaaminen responsiiviseksi oli tehty sulavaksi.

Muutoksia ei tehty paljoa. Jotkin asiat, kuten sosiaalisen median julkaisut ja muut normaalinäkymässä vierekkäin olevat julkaisut WordPress oli itse järjestänyt siististi peräkkäin, joka näytti hyvältä mobiilinäytöllä.

Navigoinnista tehtiin vetovalikko, ja logo näkyy mobiiliversiossa mustana valkoisella taustalla toisin kuin desktop -versiossa. Ravintola Spoon alisivulla näkyvää videota ei näy mobiiliversiossa, ja se on korvattu kuvalla.



Kuva 8 Mobiiliversio

Kuvasta 8 voidaan nähdä, että vaikka sivuilla on pieniä muutoksia, sen yleisilme pysyy suhteellisen samana myös mobiilissa.

Yksi isoista muutoksista on tarjouspyyntölomake; se löytyy mobiiliversiossa vain ota yhteyttä sivulta, ja erillistä ponnahdusikkunaa ei toistaiseksi ole. Toiminnallisuudet ja kysymykset ovat kuitenkin täysin samat, ainoana erona on se, että lomake on upotettuna sivulle.

## 6 Haasteet

Tämän projektin suurimmat haasteet tulivat vastaan alun jälkeen, kun maailmanlaajuinen koronavirus -tilanne alkoi tuomaan rajoituksia. Meidän projektimme kohdalla se tarkoitti sitä, että toimeksiantajalla alkoi olemaan paljon muita huolia, kun tämä projekti. Kiireen lisäksi jouduimme rajoittamaan aluksi suunniteltuja tapaamisia paljon, joten mahdolliset keskustelut työstä tapahtuivat puhelimitse.

Toimeksiantaja päätyi valitettavasti näkemään projektin omilla silmillään vain kaksi kertaa, joka ei ollut alun perin tarkoitus. Tämä tarkoitti sitä, että jouduin työstämään projektia paljon alkuperäisen haastattelun pohjalta, ja omien vaistojen varassa.

Yllämainitun koronavirus -tilanteen johdosta käytettävyydestä oli vaikea järjestää, ja niille oli vaikea saada vapaaehtoisia testiajia. Alkuperäisen suunnitelman mukaan tämän

opinnäytetyöprojektin aikana olisi järjestetty ainakin kaksi käyttäjätestausta, mutta jouduimme tällä erää tyytymään vain yhteen.

Verkkosivua ei ole vielä julkaistu, ja käyttäjätestauksia tullaan todennäköisesti tekemään vielä jatkossa. Testauksia tullaan todennäköisesti tekemään eri menetelmillä vielä sekä ennen julkaisua, että sen jälkeen.

## 7 Yhteenveto

Verkkosivuprojektin tarkoituksena oli luoda yritykselle verkkosivu, jonka kautta asiakkaat pääsevät kätevästi ottamaan häneen yhteyttä, joka tuo heidän muut markkinointikanavansa yhteen, ja joka on ulkoasultaan moderni ja yhteneväinen kokonaisuus. Yrittäjän selkeät toiveet ja vaatimukset sivuille mahdollistivat minulle toteuttaa tämä hyvin toimivaksi muodostunut kokonaisuus.

Sivusto on julkaisua vaille valmis, toimiva kokonaisuus, jota loppukäyttäjän on helppo tulkita ja käyttää. Sivustoilla on pyritty ottamaan huomioon mahdollisimman hyvin kaikki verkkosivusuunnittelun osa-alueet aina ulkoasusta hakukoneoptimointiin.

Verkkosivuston tärkeimmät toiminnallisuudet toimivat moitteettomasti, ja ne ovat omiaan parantamaan yrityksen vuorovaikutusta asiakkaisiin. Food by Kuhlefelt aikoo käyttää sivustoa myynti- ja markkinointikanavana, ja hänen kommenttinsa sivusta olivat hyvin positiiviset;

”Projektin alussa kävimme Omarin kanssa hyvin pintapuolisen ja nopean palaverin, omien aikataulujeni takia, nykyisen sivuston ongelmista ja alueista, joita halusimme kehittää. Omar sisäisti nykyisen sivuston ongelmakohdat ja haasteet varsin hyvin. Ensimmäisen vedoksen jälkeen kävimme puhelimitse projektin uudestaan läpi ja esitin hienosäätötoiveeni: Ravintola Spoonin sivuille ”somepalkki”, joka seuraa sivuston alareunassa koko ajan, Catering sivuille vastaava palkki helpottamaan yhteydenottoa ja tekstin tasauksen muokkaaminen. Kaiken kaikkiaan sivusto oli jo tässä kohtaa äärimmäisen onnistunut ja näiden muokkausten jälkeen vastasi täysin tarpeitamme. Sivuston visuaalisuus, toimivuus ja tekninen toteutus (esimerkiksi Spoonin sivuille upotettu taustavideo) ovat erittäin vaikuttavia ja nostavat visuaalisen ilmeemme uudelle tasolle. Kiitos Omar!” -Sebastian Kuhlefelt, Food by Kuhlefelt Oy, Toimitusjohtaja.

## Lähteet

### Painetut

Sabin-Wilson, L. 2015. WordPress Web Design For Dummies 3. Painos. For Dummies.

### Sähköiset

Laaksonen 2019. Benchmarking oppimisprosessina. Viitattu 7.5.2020. <https://essee-pankki.proakatemia.fi/benchmarking-oppimisprosessina/>

Moore 2019. How To Make a WordPress Website - For Beginners. Viitattu 16.3.2020. <https://www.youtube.com/watch?v=8AZ8GqW5iak&t=3602s>

Ranta 2019. Hakukoneoptimointi on kaiken A ja O. Viitattu 9.5.2020. <https://www.folcan.fi/hakukoneoptimointi-seo-on-kaiken-a-ja-o/>

### Julkaisemattomat

Kuhlefeldt, S. 2020. Toimitusjohtajan haastattelu 14.2.2020. Food by Kuhlefeldt Oy. Kirkkonummi.

Kuva 1 Yksinkertainen kuva sivun navigoinnista.....	10
Kuva 2 Verkkosivun ulkoasu .....	12
Kuva 3 Upotettu video .....	13
Kuva 4 Upotettu video .....	13
Kuva 5 Tarjouspyyntölomake .....	14
Kuva 6 Etusivun sosiaalisen median näkymä .....	15
Kuva 7 Verkkosivujen ulkoasu .....	17
Kuva 8 Mobiiliversio .....	19

Liitteet

Liite 1: Verkkosivuprojekti kuvina.....