

KUSTANNUSTEHOKKAAT VERKKOSIVUT PIENYRITTÄJÄLLE –

Case: Sentimiento care

Mika Auvinen & Joonas Salo

Tiivistelmä

Tekijä(t) Auvinen, Mika Salo, Joonas	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 37	Valmistumisaika Kevät 2020
Työn nimi Kustannustehokkaat verkkosivut pienyrittäjälle – Case: Sentimientto Care		
Tutkinto Tradenomi, tietojenkäsittely (AMK)		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi yritys nimeltä Sentimientto Care, joka tarjoaa asiakkailleen erilaisia hyvinvointipalveluita. Projektin tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa yritykselle verkkosivut. Verkkosivuston tarkoituksena oli tuoda uusia asiakkaita yritykselle, sekä parantaa yrityksen ja asiakkaiden välistä kommunikointia.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen ja sen keskeisin tavoite on luoda mahdollisimman kustannustehokkaat verkkosivut yritykselle. Verkkosivujen rakentaminen on toteutettu Wix -julkaisujärjestelmällä. Työssä perustellaan valitsemamme ratkaisumenetelmä vertailemalla keskenään muutamaa suosittua julkaisujärjestelmää.</p> <p>Opinnäytetyö on toteutettu vetoketju teoriamalla hyödyntäen. Tämä tarkoittaa sitä, että aluksi työssä on käsitelty teoriaa, jonka jälkeen työssä käsitellään sitä, miten verkkosivusto suunniteltiin ja toteutettiin käytännössä.</p> <p>Käytimme verkkosivun visuaalisen ilmeen rakentamisessa Flat design tyyliä. Verkkosivut valmistuivat alkuvuodesta, jonka jälkeen yritys otti ne käyttöönsä välittömästi.</p>		
Asiasanat Verkkosivu, Julkaisujärjestelmä, Wix, Kustannustehokkuus, Flat design		

Abstract

Author(s) Auvinen, Mika Salo, Joonas	Type of publication Bachelor's thesis Number of pages 37	Published Spring 2020
Title of publication Cost efficient Websites for a small company – Case: Sentimiento Care		
Name of Degree Bachelor of Information Technology		
Abstract <p>The thesis was assigned by a company called Sentimiento Care, which offers a different kind of wellness services. The focus of the project was to plan and create a website for the company. The purpose of the website was to bring new customers to the company, as well as to improve the communication between the company and customers.</p> <p>This thesis is functional, and its main goal is to create the most cost-effective website for the company. The construction of the website has been implemented with the Wix website publishing system. The chosen work method is justified by the comparison between of the few popular publishing systems.</p> <p>The thesis has been made by using a theory model called the zipper model. This means that initially the thesis starts with the theory part and afterwards how the website was designed and practically made.</p> <p>We used the Flat design style to build the visual look of the website. The website was completed at the beginning of the year, after which the company took it into use immediately.</p>		
Keywords Webpage, Publishing system, Wix, Cost efficiency, Flat Design		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	KUSTANNUSTEHOKKAIDEN SIVUJEN SUUNNITTELU.....	2
2.1	Toimivan ja hyvän verkkosivun vaatimukset.....	2
2.2	Kohderyhmän määrittely.....	4
2.3	Kustannukset.....	4
3	JULKAISUJÄRJESTELMÄN VALINTA.....	5
3.1	Notepad.....	5
3.2	WordPress.....	6
3.3	Drupal.....	7
3.4	Squarespace.....	7
3.5	Wix.....	8
4	VERKKOSIVUJEN LUOMINEN.....	10
4.1	Asiakaslähtöisyys.....	10
4.2	Verkkosivujen luomisen vastuunjako.....	12
4.3	Visuaalinen ilme.....	14
4.4	Rakenne.....	21
4.5	Skaalautuminen.....	23
4.6	Hakukoneoptimointi.....	25
4.7	Monikielisyys.....	27
4.8	Lisäominaisuudet.....	29
5	SIVUSTON TESTAUS JA JULKAISU.....	34
5.1	Testaamisen tulokset.....	34
5.2	Sivuston julkaisu.....	35
6	YHTEENVETO.....	36
	LÄHTEET.....	37
	LIITTEET.....	38

1 JOHDANTO

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa modernit sekä kustannustehokkaat kotisivut Sentimiento Care -yritykselle, joka toimi tämän opinnäytetyön toimeksiantajana. Toteutimme projektin parityönä.

Sentimiento Care on yritys Inkoosta, jonka liikeidea on hyvinvointipalvelut. Palveluihin kuuluu vyöhyketerapia, kotisairaanhoido ja Coaching. Yritys tarjoaa monipuolisen vyöhyketerapia tarjonnan, johon kuuluu rentoutusvyöhyketerapia, vyöhyketerapia, tunnevyöhyketerapia sekä Detox puhdistavan jalkakylvyn.

Sentimiento Care perustettiin huhtikuussa 2019 Inkoossa. Yrityksessä työskentelee tällä hetkellä yksi ihminen kokoaikaisena. Inko on kaksikielinen kaupunki, minkä takia yrityksen toimintakielet ovat suomi ja ruotsi. Tästä syystä asiakkaan toiveena oli saada kotisivut kahdelle kielelle. Sentimiento Caren tavoite yrityksenä on luoda paras mahdollinen hyvinvointipalvelu ja tuottaa parempaa hyvinvointia asiakkaille. Heidän iskulauseensa on: ”Viemme hyvinvointisi uudelle tasolle”.

Yritykseltä puuttuivat kotisivut, joten tavoitteenamme oli rakentaa kustannustehokkaat kotisivut toimivalla ajanvarausjärjestelmällä. Nykypäivänä lähes jokainen suomalainen omistaa älypuhelimien, joten yksi tärkeimmistä vaatimuksista tässä projektissa oli ennen kaikkea luoda responsiiviset sivut.

Kartoitimme yhdessä yrittäjän kanssa verkkosivujen tarpeet ja toteutimme projektin käyttämällä Wix -julkaisujärjestelmää. Raportissa käsitellään teoriaa vaihtoehtoisista ratkaisumenetelmistä, sivuston suunnittelusta, sekä kerrotaan miten ja minkälaiseksi sivut luotiin. Työssä perustellaan myös kriteerit, joiden mukaan valitsimme Wix -julkaisujärjestelmän ratkaisumenetelmäksemme.

Projektin aikana olimme tiiviisti yhteydessä yrityksen edustajaan, jotta kaikki vaatimukset ja toivomukset saatiin toteutettua. Tiivis yhteydenpito kaikkien projektin jäsenten kesken antoi meille mahdollisuuden reagoida nopeasti ja tehdä tarvittavia muutoksia sivustoon.

2 KUSTANNUSTEHOKKAIDEN SIVUJEN SUUNNITTELU

Verkkosivustojen luomiseen on monia eri vaihtoehtoja ja monta eri asiaa mitä pitää ottaa huomioon sivujen suunnitteluvaiheessa. Verkkosivustojen hinta perustuu pitkälti siihen miten laajat ja monipuoliset niistä tekee ja mitä kaikkea yritys tai verkkosivuston omistaja vaatii verkkosivustoilta.

Verkkosivujen luomisessa pitää ottaa huomioon eri asioita kuten esimerkiksi se, mitä eri ratkaisuja käytetään. Jotta voitaisiin valita paras ratkaisumenetelmä verkkosivujen rakentamiseen, olisi hyvä ehdottaa asiakkaalle omat mieltymykset eri järjestelmien käytöstä. On myös tärkeää kuunnella asiakasta ja tehdä oikeat ratkaisut sen mukaan.

Verkkosivujen suunnitteluvaiheessa on tärkeää määrittää yhdessä asiakkaan kanssa mahdollisimman tarkkaan asiat, jotka sivuston tulee sisältää. Täytyy myös määrittää verkkosivujen tarkoitus, eli ovatko ne yrityksen verkkosivut, joiden avulla tavoitellaan voittoa, vai henkilökohtaiset sivut mitkä eivät niinkään tavoittele rahallista voittoa vaan saattaa olla esimerkiksi omaan harrastukseen. Usein harrastuksellisiin tarkoituksiin tehdään niin sanottu blogisivut. Suunnitteluvaiheessa täytyy myös selvittää yrityksen imago ja ketkä ovat yrityksen kohderyhmä. Suunnitellessa kannattaa myös miettiä, sallitaanko verkkosivuilla mainoksia, jotka saattavat tuottaa lisää liikevaihtoa yritykselle, mutta toisaalta saattavat ärsyttää asiakkaita ja näin ollen vaikuttaa negatiivisesti käyttäjäkokemukseen. (Pratas 2014, 23).

Verkkosivujen suunnittelu on monivaiheinen prosessi. Kaikki mainitut vaiheet sekä huomioon otettavat asiat luovat paremmat lähtökohdat verkkosivuston rakentamiseen. Verkkosivujen luonnin jälkeen niillä on aina joitain ylläpitämiskustannuksia kuten esimerkiksi verkotunnusten kustannukset, joita maksetaan yleensä vuosimaksuina sekä myös palvelinmaksu, josta kertyy kuukausittain tai vuosittain maksettavaa.

2.1 Toimivan ja hyvän verkkosivun vaatimukset

Globaalisesti tapahtunut ilmiö missä liiketoiminta on siirtynyt entistä enemmän digitaaliseksi kuin mitä se on aikaisemmin ollut. Yrityksille on elintärkeää digitaalinen markkinointi, jonka kaiken keskellä ovat hyvät ja toimivat verkkosivustot

Hyvien verkkosivujen yksi oleellisimmista asioista on niiden toimintatarkoitus ja se, miten ne saavutetaan. Jos verkkosivustojen tarkoitus on myydä jotakin, niin silloin suurin tavoite on onnistua tässä keskeisessä asiassa mahdollisimman hyvin asiakkaan kannalta. Tavoitteena on siis luoda lisäarvoa asiakkaalle, eli helpottaa asiakkaan asiointia kyseisillä verkkosivuilla. Jos myydään vaikkapa jotain palvelua mikä vaatii ajanvarausta, niin miten

helppoa on asiakkaan ostaa tätä palvelua ja tehdä ajanvaraus. Mitä paremmin verkkosivut suoriutuvat niiden päätarkoituksesta, sitä todennäköisemmin ne tuottavat parempia tuloksia yritykselle. (Pipes 2011, 38).

Toinen erittäin oleellinen ja tärkeä ominaisuus hyvillä verkkosivuilla on sen visuaalinen ilme eli se, miltä verkkosivut näyttävät ulkoisesti. Tämä ei ole yllättävä tekijä sinänsä, koska ulkonäkö vaikuttaa lähes kaikessa mitä kuluttaja ostaa. Verkkosivujen visuaalisen ilmeen tulisi olla kilpailijoista erottuva, sopiva yrityksen imagoon ja ilmeen kokonaisuuden pitää olla toimiva. (Pipes 2011, 37).

Hyvän verkkosivuston sisällöllä on myös erittäin paljon merkitystä. Otetaan esimerkiksi, vaikka huonekalualan yritys, joka myy pääsääntöisesti huonekaluja. Olisi omituista, jos verkkosivujen tuotteet olisivatkin musiikkiaiheisia tuotteita. Asiakas tulee verkkosivustoille odottaen löytävän ehkäpä mitä yritys yrittää markkinoida, ja jos he eivät löydä mitä he odottavat sivujen sisällöstä, niin on hyvin todennäköistä, että asiakas lähtee pois verkkosivulta (Pratas 2014, 45).

Yhdeksi tärkeäksi verkkosivuston ominaisuudeksi on noussut hakukoneoptimointi, eli se kuinka hyvin ja kuinka helposti omat sivut löytyvät Google hausta. Tämän tarkoituksena on tehdä omat sivut helposti löydettäviksi muiden verkkosivustojen joukosta eri hakusanoilla. Tätä kutsutaan verkkosivuston hakukoneoptimoinniksi. Joissakin tapauksissa verkkosivut täytyy siirtää Google Search Consoleen, jotta se tulee näkyväksi Googlessa. Wix sisältää tämän toimenpiteen. Myös eri avainsanojen optimointi on tärkeää tässä.

Yhtenä viimeisimpänä tärkeänä verkkosivujen ominaisuutena on se, miten helppoa sivuilla navigointi on. Tämän pitäisi olla mahdollisimman helppoa ja intuitiivista. Jotta sivuilla navigointi saataisiin mahdollisimman helpoksi sekä saataisiin ohjattua asiakkaat haluamiin paikkoihin, täytyy miettiä kuinka eri asiat tulisi sijoitella sivuille. Myös tekstien ja valikkojen koolla sekä värimaailmalla on iso merkitys sivujen navigoinnin suhteen. Visuaalisuus ja navigointi kulkee käsi kädessä. (Pratas 2014, 56).

Verkkosivujen responsiivisuus on myös elintärkeä ominaisuus niitä rakentaessa. Tällä tarkoitetaan sitä, miten sivut skaalautuvat eri laitteissa ja selaimissa. Eri näytöt käyttävät eri resoluutioita ja laitteiden näytön pinta-ala on eri. Esimerkiksi kännykän näytön resoluutio voi olla sama kuin tietokoneesi, mutta PPI (Pixel Per Inch) on eri, joka aiheuttaa skaalautuvuuden kannalta eroavaisuuksia. PPI tarkoittaa sitä, että miten paljon resoluutioosi mahtuu pikseleitä. Eli mitä suurempi PPI, niin sitä tarkempi ja parempi kuvalaatu voi olla. Verkkosivujen pitää siis pystyä skaalautumaan eri resoluutioille, eli käytännössä mobiililaitteille sekä pöytä- tai kannettavien tietokoneiden selaimiin. Nykypäivänä yhä useampi tekee ostoksia tai selailee internetiä mobiililaitteiden kautta, joten on erittäin tärkeää, että

verkkosivut toimivat myös mobiililaitteissa ja skaalautuvat hyvin. Hyvä verkkosivusto on useasti hyvin menestyvän yrityksen kulmakivi (McCollin 2012, 57).

2.2 Kohderyhmän määrittely

Verkkosivuja suunniteltaessa on hyvä määritellä sivujen kohderyhmä, eli kenelle ne on suunnattu. Kohderyhmää määrittäessä on myös tärkeää päättää, onko sivujen tarkoituksena houkutella uusia asiakkaita, vai tuoda lisäarvoa tämänhetkisille asiakkaille. Toki sivujen tarkoituksena kohderyhmän suhteen voi olla molemmat: houkutella uusia asiakkaita sekä antaa lisäarvoa vanhoille, jo olemassa oleville asiakkaille.

Oikean kohderyhmän ymmärtäminen on tärkeää yrityksen palveluiden mainonnan kannalta ja myös asiakkaiden löydettävyyden kannalta. Oikean kohderyhmän tiedostaminen mahdollistaa paremmat ja osuvammat markkinointimenetelmät. On erittäin kannattavaa ja tärkeää määritellä yrityksen kohderyhmä mahdollisimman aikaisin.

2.3 Kustannukset

Koska projektin yksi painopisteistä on kustannustehokkuus, on erittäin tärkeää vertailla eri järjestelmien hintoja ja arvioida hinta-laatusuhteita. Eri alustat on myös suunniteltu eri tarkoituksiin, mikä tuo lisähaasteita oikean ratkaisumenetelmän valitsemiseen.

Verkkosivujen kustannukset koostuvat muutamista eri tekijöistä. Mikäli sivujen julkaisujärjestelmäksi on valittu sisällönhallintajärjestelmä tai kotisivurakentaja, ensimmäinen välttämätön kulu on itse järjestelmien käyttämisestä veloittaminen. Järjestelmien käyttämisestä veloitetaan kuukausimaksua ja niiden hinnoissa on varianssia. Hintaan vaikuttaa myös se, että sisällönhallintajärjestelmät ja verkkosivujen rakentamislustat tarjoavat eritasoisia jäsenyyksiä. Useimmiten vaihtoehtoina on basic, normal sekä advanced -jäsenyydet. Eri jäsenyydet tuovat eri lisäominaisuuksia ja luonnollisesti kalliimpi jäsenyys tarjoaa enemmän lisäominaisuuksia. Eri julkaisujärjestelmien hinnat perustuvat myös usein eri tekijöistä.

Oikeaa ratkaisumenetelmää valitessa täytyy myös ottaa huomioon se, että sisältyykö hintaan muun muassa verkkotunnus, palvelin tai ympärivuorokautinen asiakaspalvelu. Verkkosivujen suunnittelun alkuvaiheessa täytyy myös selvittää asiakkaan asettama budjetti omille sivuilleen. Tämä helpottaa verkkosivujen rakentajia muun muassa rajaamaan sopivat julkaisujärjestelmävaihtoehdot.

3 JULKAISUJÄRJESTELMÄN VALINTA

Verkkosivujen julkaisujärjestelmän valinta on oleellinen vaihe suunniteltaessa verkkosivuja ja se vaikuttaa suuresti sivujen lopputulemaan. Jotta voidaan valita juuri oikea julkaisujärjestelmä, täytyy ottaa huomioon omat osaamiset eri järjestelmien suhteen. Verkkosivujen tekijät ovat saattaneet oppia käyttämään muutamaa tiettyä järjestelmää, joten mikäli asiakas toivoo julkaisujärjestelmäksi jotain tiettyä, lopputulema saattaa olla heikompi. Sivujen tekijöiden on kuitenkin tärkeää ottaa huomioon asiakkaan mieltymykset sekä sivuille vaaditut ominaisuudet.

Verkkosivustojen luomiseen on monta eri tapaa. Yksi tapa verkkosivujen luomiseen on koodaamalla ne itse HTML (Hypertext Markup Language) kieltä käyttäen, esimerkiksi hyödyntämällä jotain tekstieditoria kuten Windows Notepadia. HTML-dokumentteja on kuitenkin mahdollista kirjoittaa käyttäen mitä tahansa tekstieditoria.

Toinen tapa on ottaa käyttöön sisällönhallintajärjestelmä, millä luodaan verkkosivut. Sisällönhallintajärjestelmä on tietojärjestelmä, joka palvelee koko yrityksen tai organisaation sisällönhallintaa.

”Sisällönhallintajärjestelmät käsittelevät monenlaisten sisältötyyppien luomista, varastointia, hakua, kuvausta tai merkintää, sekä julkaisua tai näyttöä. Sisällönhallintajärjestelmät kattavat myös työnkulun tehtävät, yleensä muokkauksen tai julkaisemisen näkökulmasta, mutta sisältävät yhtä lailla toimintoja, kuten hyväksynnän sekä sisällön merkitsemisen lisämuokkausta tai tarkistusta varten.” (Stern, Damstra & Little 2010, 6).

Tunnetuimpia sisällönhallintajärjestelmiä ovat muun muassa WordPress, Drupal sekä Joomla. Nämä ovat ilmaisia avoimen lähdekoodin järjestelmiä.

Kolmas tapa on käyttää niin sanottuja kaupallisia julkaisujärjestelmiä, joiden kautta pystyy helposti ostamaan verkkosivuille palvelimen sekä verkkotunnuksen. Tunnetuimpia kaupallisia julkaisujärjestelmiä, joita ei määritellä sisällönhallintajärjestelmäksi ovat esimerkiksi Wix sekä Squarespace. Hyvän ja toimivan verkkosivuston voi luoda mille vain näille vaihtoehdoille. Tärkeää hyvän ja toimivan verkkosivustosi kannalta on kuitenkin se, että osataan valita näistä kolmesta vaihtoehdosta parhaan ja kaikista toimivan ratkaisun omien verkkosivustojen tarpeiden mukaan.

3.1 Notepad

Verkkosivujen rakentaminen nolasta käyttämällä tekstieditoreita kuten notepad:ia on mahdollista. Verkkosivujen rakentaminen tekstieditoreilla tapahtuu syöttämällä HTML, CSS (Cascading Style Sheet) sekä JavaScript -koodikieliä.

Lähtökohtaisesti mikäli sivut rakennettaisiin kokonaan tuottamalla kaiken koodin itse, veisi se liian paljon aikaa, sillä verrattuna muihin ratkaisumenetelmiin, tämä menetelmä on hyvin pitkä ja työläs prosessi. Työlään lisäksi se on myös erittäin haastava menetelmä, johon meidän taitotasomme ei todennäköisesti riittäisi.

Vaikka suljimme kyseisen verkkosivujen ratkaisumenetelmän nopeasti pois, on myös tällä ratkaisumenetelmällä hyvät puolensa. Ensinnäkin kyseinen menetelmä on verrattavista menetelmistä edullisin. Itse syöttämällä kaiken koodin vältetään järjestelmien käyttökustannuksista, kuten esimerkiksi Wixissä tai Squarespacessa. Toisena mainitsemisen arvoisena hyvänä puolena todettiin sivujen kustomointi. Itse koodaamalla voi rakentaa juuri omanlaiset verkkosivut, eikä tarvitse valita eri teemoista, joita löytyy vain rajattu määrä.

Vertailemalla tätä ratkaisumenetelmää muihin vaihtoehtoihin ratkaisumenetelmiin, totesimme tämän huonoimmaksi menetelmäksi, vaikka verkkosivujen rakentaminen kyseisellä metodilla on hyvinkin mahdollista ja kustannustehokkaaksi todettu. Suljimme siis kokonaan itse koodatut sivut pois vaihtoehdoista.

3.2 WordPress

WordPress on 2000 -luvun alussa kehitetty avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmä. Alun perin ainoastaan bloggaukseen tarkoitettu WordPress on viime vuosikymmenen aikana kehittynyt yhdeksi maailman suosituimmaksi sisällönhallintajärjestelmäksi. WordPress on PHP (Hypertext Preprocessor) -ohjelmointikielelle kirjoitettu. Tietojen tallentamiseen se käyttää MySQL-relaatiotietokantaa. (Stern, Damstra & Little 2010, 2).

WordPressin käyttöönotto on nykypäivänä suhteellisen nopeaksi ja helpoksi tehty. Muita WordPressin hyviä puolia ovat muun muassa sen laajat teema vaihtoehdot, sekä lähdekoodin muokattavuus ja sivujen kustomointi omanlaisiksi.

Vaikka WordPress on käytännössä ilmainen, tulee kustannuksia silti verkkotunnuksesta sekä palvelimesta. WordPressiin on myös saatavilla erilaisia teemoja sekä lisäominaisuuksia kuten muihinkin julkaisujärjestelmiin, mutta toisin kuin Wixissä, WordPressin teemoista ja muista ominaisuuksista joutuu usein maksamaan. WordPress sisältää myös ilmaisia ominaisuuksia, joissa mielestämme kuitenkin laatu ei vastaa vaadittua tasoa.

Omien sivujen muokattavuuden ja päivitysten kannalta WordPress ei olisi sopivin vaihtoehto asiakkaalle, sillä asiakkaan IT-osaaminen on hyvin rajoittuvaa. Totesimme myös, että monikielisyden kannalta WordPress ei ole paras ratkaisumenetelmä tähän projektiin. Sivujen kääntö WordPressissä on haastavaa sekä aikaa vievää, sillä monikielisyys ei kuulu

oletuksena järjestelmään, vaan se vaatii liitännäisen. Näiden perusteluiden pohjalta suljimme tämän sisällönhallintajärjestelmän pois ratkaisuvaihtoehdoista.

3.3 Drupal

Toinen sisällönhallintajärjestelmä, jota pidimme potentiaalisena ratkaisumenetelmänä sivuillemme, oli Drupal. Drupal on WordPressin kaltaisesti 2000 -luvun alussa kehitetty avoimen lähdekoodin selainpohjainen sisällönhallintajärjestelmä, jota pidetään yhtenä WordPressin isoimpina kilpailijoina. Drupal on PHP kielelle kirjoitettu.

Drupalin käyttöönotto on mielestämme verrattavista vaihtoehdoista haastavin. Drupalin käyttöliittymä on WordPressin käyttöliittymään verrattuna, hieman kankean oloinen. Drupalissa teemojen ostaminen on myös mahdollista, niin kuin useissa muissakin sisällönhallintajärjestelmissä. HTML ja CSS -koodin muokkaaminen on myös mahdollista Drupalissa, joka antaa paremmat mahdollisuudet sivujen muokkaukselle ja niiden rakentamiselle juuri omanlaisiksi. Sivujen muuttaminen monikieliseksi Drupalissa on vaivatonta, sillä liitännäisiä tähän ei tarvitse.

Koimme, että Drupal on liian monimutkainen julkaisujärjestelmä tätä projektia varten. Myöskään annettu aikamäärä tämän projektin toteuttamiseen ei olisi mahdollistanut Drupalin valitsemista, sillä sivujen rakentaminen Drupalia käyttäen vaatii paljon aikaa sekä paneutumista itse sisällönhallintajärjestelmään.

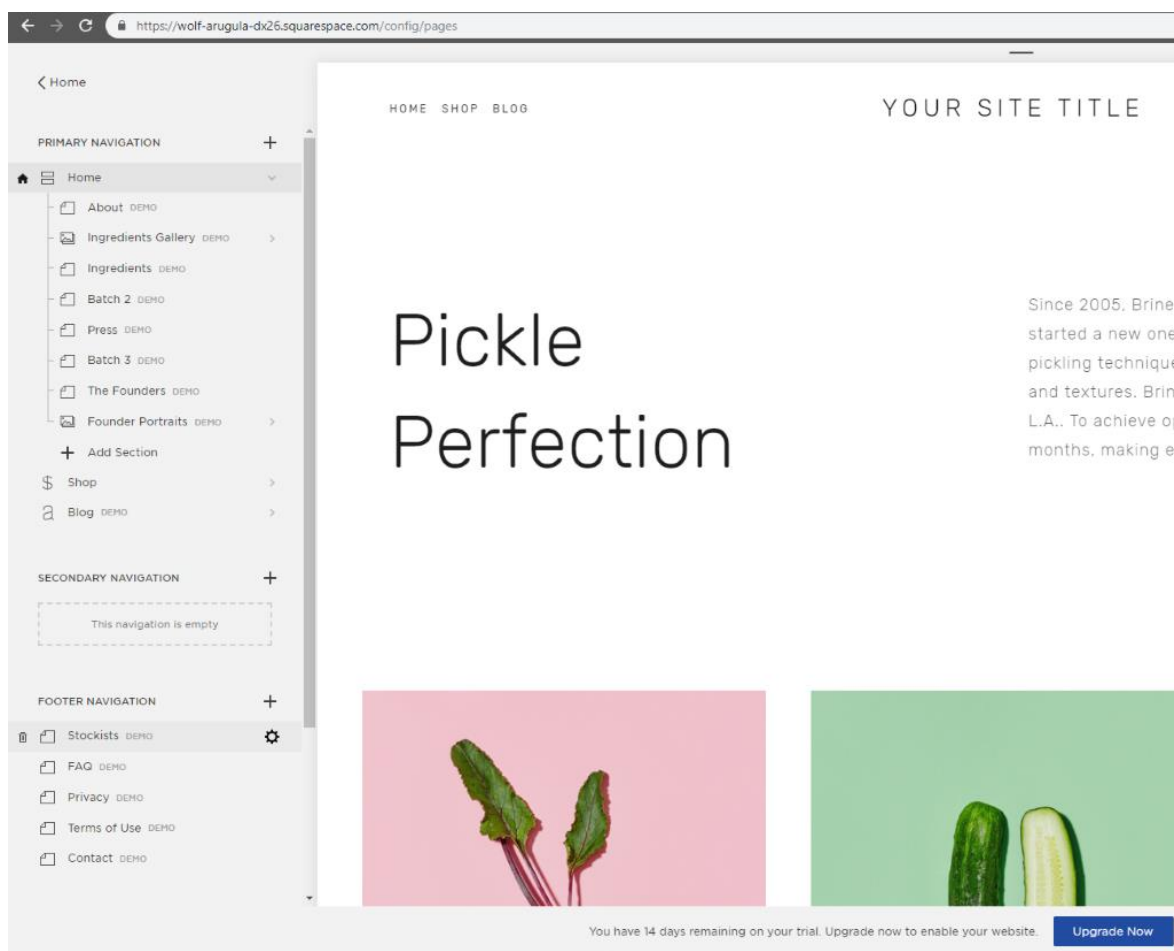
3.4 Squarespace

Toiseksi kaupallisen julkaisujärjestelmän vertailukohteeksi valitsimme Squarespacen. Hyvin paljon ominaisuuksiltaan Wixiä muistuttava ja samankaltaisen käyttöliittymän omaava Squarespace julkaistiin 2004.

Squarespace tarjoaa 14 päivän ilmaisen kokeilun, jonka jälkeen Squarespace tarjoaa kolme eri jäsenyysvaihtoehtoa käyttäjilleen. Business, Basic Commerce sekä Advanced Commerce. Business on vaihtoehdoista edullisin, joka maksaa 17 € kuukaudessa. Basic Commerce tarjoaa hieman enemmän ominaisuuksia verrattuna Business jäsenyyteen, ja se maksaakin 24 € kuukaudessa. Kallein ja myös parhaimmat ominaisuudet tarjoava Advanced Commerce maksaa 36 € kuukaudessa. Vuositainen ero halvimman ja kalleimman välillä on siis 228 €. Kalliimmat jäsenyydet tarjoavat erilaisia lisäominaisuuksia kuten asiakkaiden käyttäjätilit, joita voisi hyödyntää myös tässä projektissa. Suurin osa lisäominaisuuksista ovat kuitenkin enemmän hyödyllisiä verkkokauppasivustoille.

Squarespacen hyviä puolia ovat muun muassa sen laajat teemavalikoimat, sekä järjestelmän helppokäyttöisyys. Squarespace tarjoaa myös ympärivuorokautisen asiakaspalvelun sähköpostin sekä live chatin kautta. Se ei kuitenkaan tarjoa puhelinpalvelua.

Paneutumalla Squarespaceen syvemmin, totesimme että sivujen editointi ja sisällön tuottaminen sivuilla oli hieman hankalaa. Mielestämme myös Squarespacen hinnasto on hieman liian kallis verrattuna esimerkiksi Wixin hinnastoon. Näiden kriteerien perusteella suljimme tämän järjestelmän pois vaihtoehtoista.



Kuva 1. Kuvakaappaus Squarespacen käyttöliittymästä.

3.5 Wix

Toinen kaupallinen julkaisujärjestelmä, jota pidimme potentiaalisena ratkaisumenetelmänä sivuillemme, oli Wix. Vertailtavista kohteista Wix on uusin julkaisujärjestelmä, joka tuotiin markkinoille vuonna 2006.

Wix tarjoaa käyttäjille useita käyttäjä "tasoja" jotka ovat eri hintaisia. Wixin edullisin jäsenyys maksaa asiakkaalle kuukaudessa 12,5 €, ja kallein jäsenyys 24,5 € kuukaudessa. Lisäksi mikäli jonkun Wixin paketeista tilaa vuodeksi kerralla, saa kuukausittaisista hinnoista 25 % alennuksen. Verrattuna toiseen kaupalliseen julkaisujärjestelmään Squarespaceen, totesimme Wixin kustannustehokkaammaksi järjestelmäksi.

Wix tarjoaa käyttäjilleen yli 500 teemaa ja sen käyttöliittymä on erittäin helppokäyttöinen, sillä se on selainpohjainen, eli erillisiä ohjelmia ei tarvitse ladata tietokoneelle. Suurin osa Wixin ominaisuuksista toimii "drag & drop" menetelmällä, joka tuo helppoutta myös asiakkaalle, mikäli asiakas itse haluaa tehdä muutoksia tai päivittää sivujaan tulevaisuudessa. Wixin SEO (Search Engine Optimization) -työkalu on kattava ja se tarjoaa verkkotunnuksen uusille käyttäjille vuoden ajaksi maksutta. Wixin jokaiseen käyttäjätasoon sisältyy myös SSL (Secure Sockets Layer) -sertifikaatti, jonka tarkoituksena on suojata verkkoliikennettä. Tämä mahdollistaa käyttäjien ja palvelimen välisen yhteyden salaamisen. SSL-sertifikaatin automaattinen sisältyminen Wixin tarjoamiin paketteihin helpottaa verkkosivuprojektien rakentamista.

Muita Wixin hyviä puolia ovat muun muassa sen mobiiliystävällisyys sekä "Analytics" -ominaisuus, jonka avulla voidaan seurata sivun kävijämääriä. Totesimme Wixin ainoaksi haittapuoleksi sen muokattavuuden, eli Wixissä ei ole mahdollista muokata sivujaan esimerkiksi lisäämällä niihin omaa CSS -koodia.

Kaikista vertailemistamme järjestelmistä päädyimme valitsemaan Wixin ratkaisumenetelmäksemme. Perustelut valinnalle oli pääpiirteittäin Wixin kustannustehokkuus, helppokäyttöisyys, laaja teema ja -lisäominaisuusvalikoima sekä mobiiliystävällisyys.

4 VERKKOSIVUJEN LUOMINEN

Sentimiento Carella oli visio ja laajat vaatimukset, mitä toimintoja sivustossa pitäisi olla ja mitä sen pitäisi sisältää. Näitä eri toimintoja ja vaatimuksia lähdettiin selvittämään asiakkaan kanssa ja pohtimaan eri vaihtoehtoja, miten toteuttaa ne. Tärkeintä oli, että sivusto olisi mahdollisimman kustannustehokas, täyttäisi kaikki asiakkaan vaatimukset, asiakas olisi tyytyväinen lopputulokseen ja ylläpito olisi mahdollisimman vaivatonta.

Kävimme asiakkaan kanssa läpi meidän mielestämme parhaat vaihtoehdot markkinoilla olevista julkaisujärjestelmistä. Asiakkaan vaatimukseen kuului, että sivut olisivat helposti myös heidän muokattavissa. Näin ollen he pyysivät, että tekisimme laajemman vertailun markkinoilla olevista julkaisujärjestelmistä, jonka jälkeen raportoisimme heille kunkin vaihtoehtotettavan järjestelmän sekä hyvät että huonot puolet ja niiden hintaerot. Tämä oli siis alkutilanne verkkosivustojen luomisessa, josta lähdimme luomaan niitä aloittamalla tekemään laajemman hintavertailun eri vaihtoehtoista, jotta paras mahdollinen kokonaisuus löytyisi parhaiten täyttämään asiakkaan vaatimukset. (Pratas 2014, 48).

4.1 Asiakslähtöisyys

Verkkosivuston luomisessa asiakslähtöisyys oli tärkeänä tekijänä, joten halusimme toteuttaa sivut, jotka täyttäisivät asiakkaan tarpeet mahdollisimman hyvin. Tavoitteenamme oli saada aikaiseksi kokonaisuus, mikä miellyttäisi asiakastamme, sekä tulevien verkkosivuston käyttäjiä, eli Sentimiento Caren asiakkaita. Lopputuloksen pitäisi olla toimiva ja looginen kokonaisuus. Halusimme, että asiakas olisi mukana mahdollisimman paljon verkkosivujen luontiprosessissa. Pidimme omaa kokemustamme ja aikaisempaa tutkimustyötä eri julkaisujärjestelmien käytöstä tärkeänä lähtökohtana ja halusimme kertoa asiakkaalle mielipiteemme siitä, miltä hyvän ja modernin verkkosivuston pitäisi näyttää sekä mitä ominaisuuksia sen pitäisi sisältää. (Pratas 2014, 72).

Ennen omien sivujen suunnittelua teimme yhdessä asiakkaan kanssa taustatutkimusta muiden kilpailevien yritysten verkkosivuista ja muun muassa siitä, minkälaisia ajanvarausratkaisuja muilla alan yrityksillä oli. Tarkoituksenamme ei ollut matkia muiden yrityksen kotisivuja, vaan tunnistaa hyvien sivujen ominaisuuksia, sekä välttyä virheiltä.

Asiakkaan vaatimukset sivujen ominaisuuksien suhteen olivat seuraavanlaiset: verkkosivuston tulee sisältää ajanvarausjärjestelmä, joka on helppokäyttöinen. Seuraavana vaatimuksena sivusto pitää rakentaa kaksikieliseksi. Kielien tulisi olla suomi sekä ruotsi. Visuaalinen ilme pitää olla omanlainen ja erottuva muista kilpailevista yrityksistä. Yrityksellä ei oikeastaan ollut tähän mennessä omaa visuaalista ilmettä, joten verkkosivujen visuaalinen

ilme edustaisi myös yrityksen visuaalista ilmettä. Asiakas vaati myös sitä, että sivut olisivat mahdollisimman helppokäyttöiset sekä edulliset ylläpitää.

Kuultuamme Sentimiento Care:n toiveet teimme heille laajemman vertailun, missä kahdeksi parhaimmaksi vaihtoehdoksi nousi Wix sekä Squarespace, jotka ovat niin sanottuja kaupallisia julkaisujärjestelmiä. Totesimme sivujen lyhyeksi rakentamiseksi annetun määräjän, sivujen ylläpidon ja muokattavuuden, sekä asiakkaan asettaman budjetin puitteissa, että sisällönhallintajärjestelmä tai itse koodatut verkkosivut eivät olisi kannattavin ratkaisu tähän projektiin. Parhaaksi vaihtoehdoksi nousi kaupallisen julkaisujärjestelmän valitseminen kyseisten sivujen luomiseen. Esiteltäessä asiakkaalle julkaisujärjestelmien tarkemman vertailun tulokset sekä ilmaistuamme mielipiteemme parhaasta ratkaisusta, oli asiakas onneksemme samaa mieltä kanssamme ja hyväksyi kaupallisen julkaisujärjestelmän parhaaksi vaihtoehdoksi. (Pratas 2014, 48)

Jäljelle jääneistä vartenotettavista julkaisujärjestelmien vaihtoehdoista jäi jäljelle siis Wix sekä Squarespace. Wixin ja Squarespacen suurin ero oli, että Wix tarjoaa ilmaisen ajanvarausjärjestelmän. Squarespaceen olisi mahdollista lisätä ulkopuolinen ajanvarausjärjestelmä, joka tulisi tosin maksamaan lisää. Halvin ulkopuolinen ajanvarausjärjestelmä minkä löysimme, oli nettiaika.fi, joka tarjosi ajanvarausjärjestelmän hintaan 9,90e/kk. Squarespacen ylläpidon hinta jokaista kuukautta kohden olisi ollut sen oma kuukausi maksu, joka on 18 euroa ja tuohon lisättynä vielä ajanvarausjärjestelmän hinta, joka on 9,90 euroa. Yhteensä Squarespacen kuukausittainen ylläpito hinta olisi siis ollut 27,90e, joka sisältää myös nettimaksu mahdollisuuden. Kuukaudessa Wixin ylläpito hinta olisi ollut 17e. Wixin hintaan kuuluu vuoden ilmainen verkkotunnus, nettimaksu mahdollisuus ja ajanvarausjärjestelmä.

Hintaerot voivat kuulostaa pieniltä mutta pitää muistaa, että tämän projektin yhtenä tärkeimpänä painopisteenä on kustannustehokkuus. Pyrimme siis tekemään mahdollisimman kustannustehokkaat verkkosivut asiakkaalle, joiden ylläpito pitää olla mahdollisimman helppoa ja edullista. Asiakkaan suurimmaksi kysymykseksi nousi heti se, että miten hyvä Wixin ajanvarausjärjestelmä on sekä kuinka se pärjää markkinoilla olevia maksullista ajanvarausjärjestelmiä vastaan. Näytettyämme Wixin tarjoaman ajanvarausjärjestelmän Sentimiento Carelle he totesivat, että se on tarpeeksi hyvä ja sillä yritys pystyy suoriutuun ajanvarauksista moitteetta.

Eri verkkosivujen alustoiden kustannusten selvittelyjen ja vertailuiden jälkeen päädyimme Sentimiento Caren kanssa samaan tulokseen ja valitsimme Wixin verkkosivustojen luomiseen. Kerroimme asiakkaalle myös, että jos Wixin ajanvarausjärjestelmä ei visuaalisesti

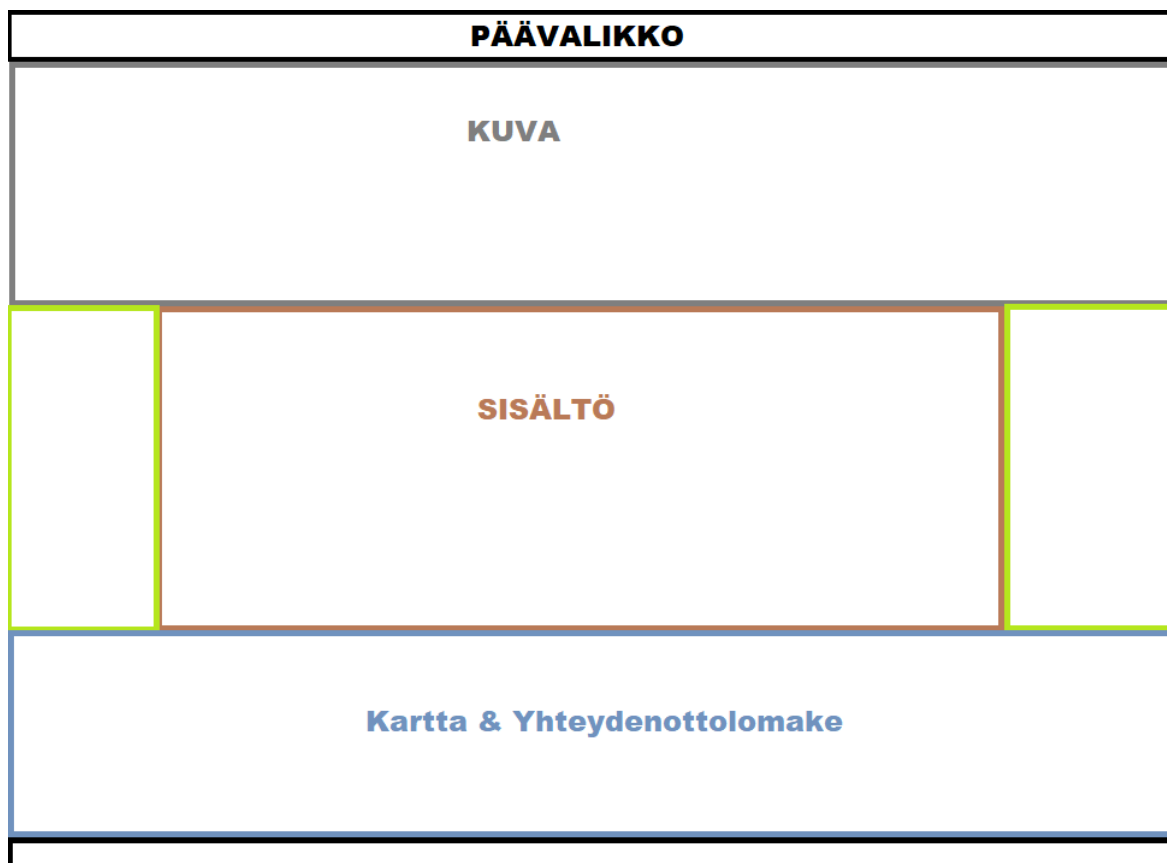
miellyttä niin se on mahdollista päivittää ulkopuoliseen, joka tosin tuo lisäkustannuksia ylläpidon kannalta.

Kävimme Sentimiento Caren kanssa verkkotunnukseen liittyviä asioita läpi, sillä heillä oli ostettu jo verkkotunnus eri palvelusta nimeltä Omalouhi. Tämä tarkoitti siis sitä, että olemassa oleva verkkotunnus piti siis siirtää Wixiin. Suurin huomio tässä oli se, että jos olisimme olleet Yhdysvalloissa, niin verkkotunnuksen siirtäminen olisi ollut lähes mahdotonta, mutta kun olemme Euroopan valtio, niin tämä oli mahdollista. Näin ollen verkkotunnuksen hintaa siis ei tarvinnut pohtia tai miettiä sen enempää, koska Wix tarjoaa ilmaisen vuoden sen jälkeen, kun on siirtänyt jo olemassa olevan verkkotunnuksen. Yritys maksoi verkkotunnuksesta aiemmin 15 euroa, joten Wixin 15 euron vuosittainen hinta ei juurikaan eroa aikaisemmasta.

4.2 Verkkosivujen luomisen vastuunjako

Verkkosivujen rakentamisen alkaessa pidimme palaverin siitä, miten aiomme suorittaa tehtävänjaon verkkosivujen tekemisestä. Vaikka toteutimme verkkosivujen rakentamista pitkälti yhdessä, halusimme silti olla ammattimaisia ja näin ollen jakaa vastuualueet. Ja oimme siis kotisivujen rakentamisen osiin, jonka jälkeen jaoimme keskenään tehtävät asiat.

Verkkosivujen sisältö oli yksi tärkeä painopiste ja miten esittää se ulospäin. Teimme yksinkertaisen prototyypin sivuista, jonka avulla demonstroimme muun muassa sivun mahdollista rakennetta sekä sitä, miten navigointi verkkosivuilla tapahtuisi ja miten verkkosivut voisi toimia käytännössä. Halusimme tehdä sivuista visuaalisesti näyttävät, mutta samalla yksinkertaiset. Prototyyppi oli suuntaa antava ja helpotti ideointia sivuston luomisessa ja tätä kautta asiakas pystyi helpommin itse kertomaan omia mielipiteitään, kun oli jotain pohjaa mille perustella niitä. Loimme prototyypin yhdessä ja tämä helpotti erittäin paljon tulevaisuuden kannalta, koska molemmat meistä olivat samalla sivulla verkkosivujen luomisessa.



Kuva 2. Verkkosivuston rakenteen prototyyppi kuva.

Verkkosivut jakaantuivat niin sanotusti viiteen eri osioon, josta jaoimme jokaisen sivuston työstettäväksi. Joonas sai vastuulleen tehdä coachingin osion sekä Hyvinvointisi varmistajat osion. Mika sai vastuulleen luoda vyöhyketerapia osion sekä kotisairaanhoidon osion.

Teimme yhdessä ajanvaraus sivuston, johon kuului ajanvarauskalenterin luominen ja sen synkronointi asiakkaan kanssa. Ajanvarauksen saamisessa toimintakuntoon meni paljon aikaa ja sen ymmärtämisessä meni myös tovi. Sentimiento Care:lla on kolme eri vuokratua toimipistettä ja muuttuvat työajat, mikä hankaloitti suuresti ajanvarausjärjestelmän luomista. Tämä ei ollut kuitenkaan mahdoton tehtävä vaan vaati hieman luovaa kekseliäisyyttä.

Eri sivustojen pohjien luotua eli kun vyöhyketerapia, kotisairaanhoidon, coaching, hyvinvointisi varmistajat ja ajanvaraus sivustot olivat valmiit, aloimme valitsemaan kuvia asiakkaan kanssa, jossa Joonas ja Mika olivat molemmat vastuussa omien luotujen sivustojen kuvien valinnoista asiakkaan kanssa. Valitsimme molemmat useita kuvia, joita esitimme yritykselle. Lopullisen valinnan kuvien suhteen teki yritys.

Kuvien valintojen jälkeen sivut tarvitsivat kontekstin eli sisällön. Tämän osa-alueen toteuttamisesta molemmat olivat vastuussa tasavertaisesti.

Verkkosivustosta piti tehdä myös kaksikielinen, josta vastuun itselleen otti Mika. Verkkosivut tehtiin ensin suomen kielellä, koska se on molempien äidinkieli. Sivujen kääntäminen suomen kielestä ruotsin kielelle oli yllättävän haastavaa ja paljon aikaa vievää, mutta sivujen kaksikieliseksi tekemisestä suoriuduttiin kuitenkin hyvin. Asiakas oli vahvasti mukana sivuston kääntämisvaiheessa mukana, jotta kaikki käännökset menisivät oikein varmasti ja kuulostaisivat hyvältä.

Mobiiliskaalautuminen oli tärkeä vaihe, ja tämän päätimme tehdä vasta, kunnes sivut ovat muuten täysin valmiit. Mikäli olisimme skaalanneet verkkosivut mobiiliystävälliseksi kesken sivujen rakentamisen, olisi ollut muutosten tekeminen jälkeinpäin haastavampaa, sillä skaalaamisen olisi joutunut tekemään uudestaan jokaisen isomman muutoksen jälkeen. Olimme yhdessä vastuussa tästä osa-alueesta.

Mika otti verkkotunnuksen siirtämisestä vastuun itselleen. Jo olemassa olevan verkkotunnuksen siirtäminen tehtiin projektin loppuvaiheilla siinä vaiheessa, kun verkkosivut alkoivat näyttämään valmiilta. Verkkotunnuksen siirrossa kesti noin viikon verran, joten oli tärkeää arvioida milloin tehdä tämä siirto.

4.3 Visuaalinen ilme

Visuaalisen ilmeen luominen on tärkeää aloittaa vasta, kun tietää suurin piirtein minkälainen sivuston rakenne tulee olemaan. Rakenteen tiedossa oleminen tekee visuaalisen ilmeen luomisesta helpompaa, koska eri vaihtoehtojen kokeileminen on helpompaa ja valmiiden sivujen lopputuleman pystyy hahmottamaan hieman paremmin. Eli mitä pidemmällä omien sivujen rakenteen luominen on, niin sitä helpompaa on kokeilla erilaisia teemoja sivuilla. Toki sivuston teemoja, värimaailmaa sekä muitakin visuaalisuuden osa-alueita voi miettiä jo ennen rakenteen hahmottamista.

Itse yrityksellä ei ollut aikaisemmin selkeää omaa väriteemaa, jota olisi voitu hyödyntää verkkosivujen visuaalisen ilmeen luomisessa, joten jouduimme kehittämään sen itse. Sentimiento Care on hyvinvointiyritys, joten rauhalliset värit ja luontoa lähellä olevat värit olivat hyvä lähtökohta. Pidimme erillisen palaverin yhdessä yrityksen edustajan kanssa kotisivujen värimaailman kehittämistä varten. Eri väriyhdistelmiä kokeiltiin niin pitkään, kunnes asiakas oli tyytyväinen. Pyrimme myös toteuttamaan sivustolla Flat design ajatus mallia, joka on noussut uudenlaiseksi trendiksi nettisivustojen kehityksessä. Flat design suunnittelun tarkoituksena on nimensä mukaisesti yrittää tehdä sivustosta mahdollisimman tasainen ja välttää 3D suunnittelua. (Pratas 2014, 33).

Flat designin visuaalinen ilme tarkoittaa sitä, että vältät 3D tyyliä asioita, Eli tarkoitus on käyttää 2D pikseli tyyliä yksinkertaistettuna. Yksi hyvä puoli Flat designissa on se, että useasti verkkosivustosi pysyy rauhallisena ja siitä ei tule sekava. Toinen hyvä puoli Flat design on se, että se on helppo toteuttaa ja siitä saa helpommin näyttävämmän, kuin esimerkiksi 3D tyylistä sivustosta. Flat designin suurin ja tärkein vahvuus ja ominaisuus on kuitenkin mobiili skaalautuminen. Yksi suurin syy miksi tosi moni iso yritys on siirtynyt ja vaihtanut logojansa Flat designiin juuri mobiili syistä. Hyviä esimerkki yrityksiä ovat Facebook ja Google. Molemmat heistä vaihtoivat logonsa Flat designiin. Toinen hyvä esimerkki on Applen käyttöjärjestelmien muuttuminen Flat designiin. (Pratas 2014, 14-15).

Flat designin suurin ongelma on myös yksi sen suurimmista vahvuuksista. Flat designilla verkkosivustostasi tulee helposti erittäin tasainen ja miellyttävä kokonaisuus, josta nousee yksi suuri ongelma ja se on, että verkkosivustoltasi ei nouse myöskään mikään asia esiin helposti. Pratas sanoo tämän hyvin ja hänen mukaansa leluissa pitää olla jotain välkkyvää, että se herättää mielenkiintoa. Flat designissa tämä välkkyvä asia puuttuu eli asiakkaiden huomion herättäminen voi olla haastavaa joskus. (Pratas 2014, 17).

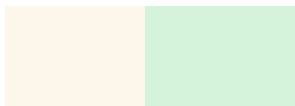
Toinen ongelma Flat designissa on se, että siinä on tiettyjä suositusvärejä mitä pitäisi käyttää, mutta tämän idean me hylkäsimme, koska asiakkaamme halusi tietyn väriteeman sivustolle, josta kerromme myöhemmin lisää. Nämä kyseiset värit löytyivät sivustolta nimeltä <http://flutaicolors.com>. Emme löytäneet hyviä värejä kyseiseltä sivustolta, jotka olisivat sopineet asiakkaan valittuun teemaan niin emme käyttäneet niitä. (Pratas 2014, 27).

Totesimme, että Flat design olisi sopiva tälle verkkosivustolle, koska asiakkaamme halusi rahallista ja mobiiliskaalautuvaa sivustoa. Nämä kaksi ominaisuuttua ovat juuri Flat designin ydin idea niin se oli suuri syy päätöksen teossa. Myöskään meillä ei ollut aikaisempaa kokemusta 3D tyylistä verkkosivustoista niin ajankannalta ja kustannustehokkuuden kannalta Flat design oli paras ratkaisu. Jos olisimme lähteneet toteuttamaan 3D tyylistä sivustoa olisimme joutuneet ostaa ohjelmia, joilla luoda 3D tyyliä.

Yhtenä ideana oli luoda metsän värimaailman keskeytyvä visuaalinen ilme, joka kuitenkin tyrmättiin, koska tummanvihreä ja tummanruskea olivat asiakkaan mielestä liian voimakkaat värit hyvinvointiyritykselle. Toinen idea oli luoda taivaan oloinen visuaalinen ilme, mutta tämä kaatui valkoisen sävyn ja sen liian neutraaliin olemuksen takia. Kolmas ehdottamamme vaihtoehto oli meriteema, josta asiakas innostui ja jota päädyimme myös käyttämään. Merenvihreä ja hiekanruskea olivat sopivan neutraaleja ja rauhallisia värejä.

Väriteeman valittua alkoi oikean merenvihreän ja oikean hiekanruskean väri sävyn löytäminen. Tämä oli mielestämme yksi haastavimmista vaiheista projektissa, sillä asiakas oli erittäin tarkka värien sävyjen valitsemisessa. Monet ehdottamamme värisävyt tyrmättiin

asiakkaan toimesta hyvin nopeasti. Tästä opimme kuitenkin, että työskentely asiakkaan kanssa ei aina joka tilanteessa ruusuilla tanssimista. Loppujen lopuksi meren vihreän sävyksi valittiin HEX #D5F2DA, RGB 213, 242, 218 ja hiekanruskeaksi valittiin HEX #FDF6EB, RGB 253, 246, 235.

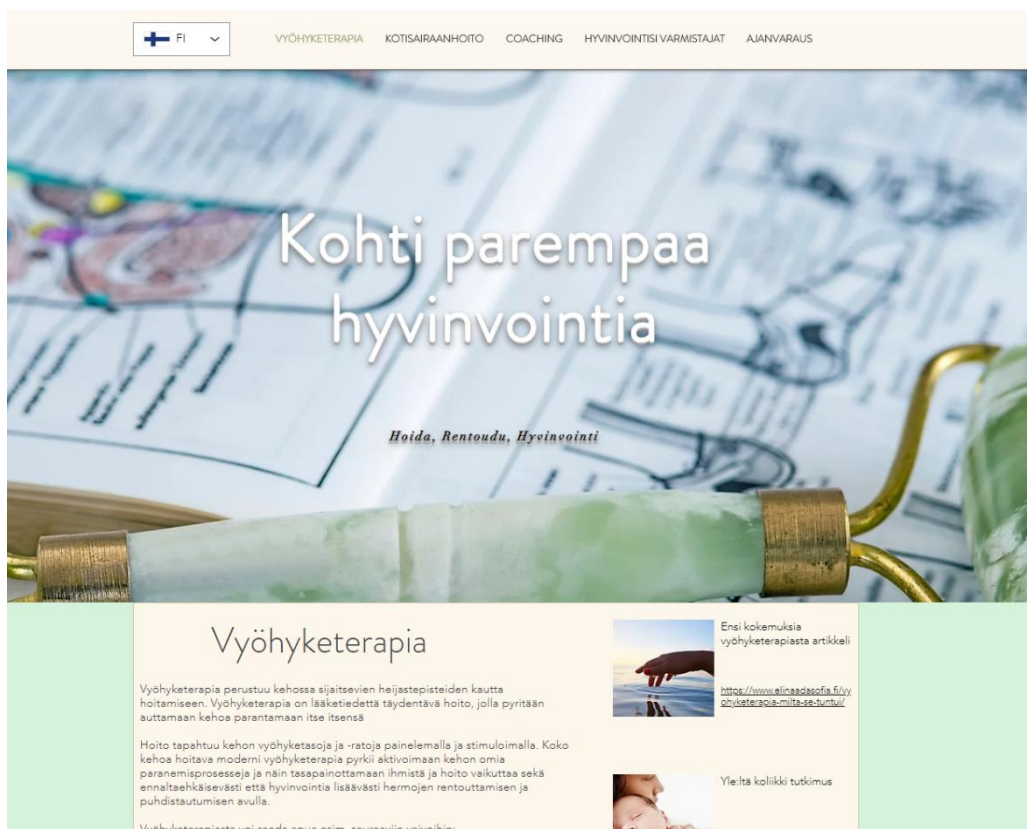


Kuva 3. Merenvihreän ja hiekanruskean sävy kuva.

Verkkosivujen värimaailman valitsemisen jälkeen aloimme keskittymään kuvien valikoimiseen ja siihen, miten hyvin ne sopisivat valitsemiimme väriteemoihin. Vaatimuksena oli, että kuvien piti olla alaan liittyviä kuvia, jotka myös sopisivat valittuihin teemoihin. Oikeiden kuvien löytämisessä meni pidempään kuin oletimme, ja koimme sen haastavaksi. Kokeilimme montaa eri versiota useamman kerran, ennen kuin löysimme juuri oikeat kuvat asiakastamme varten. (Pratas 2014, 38).

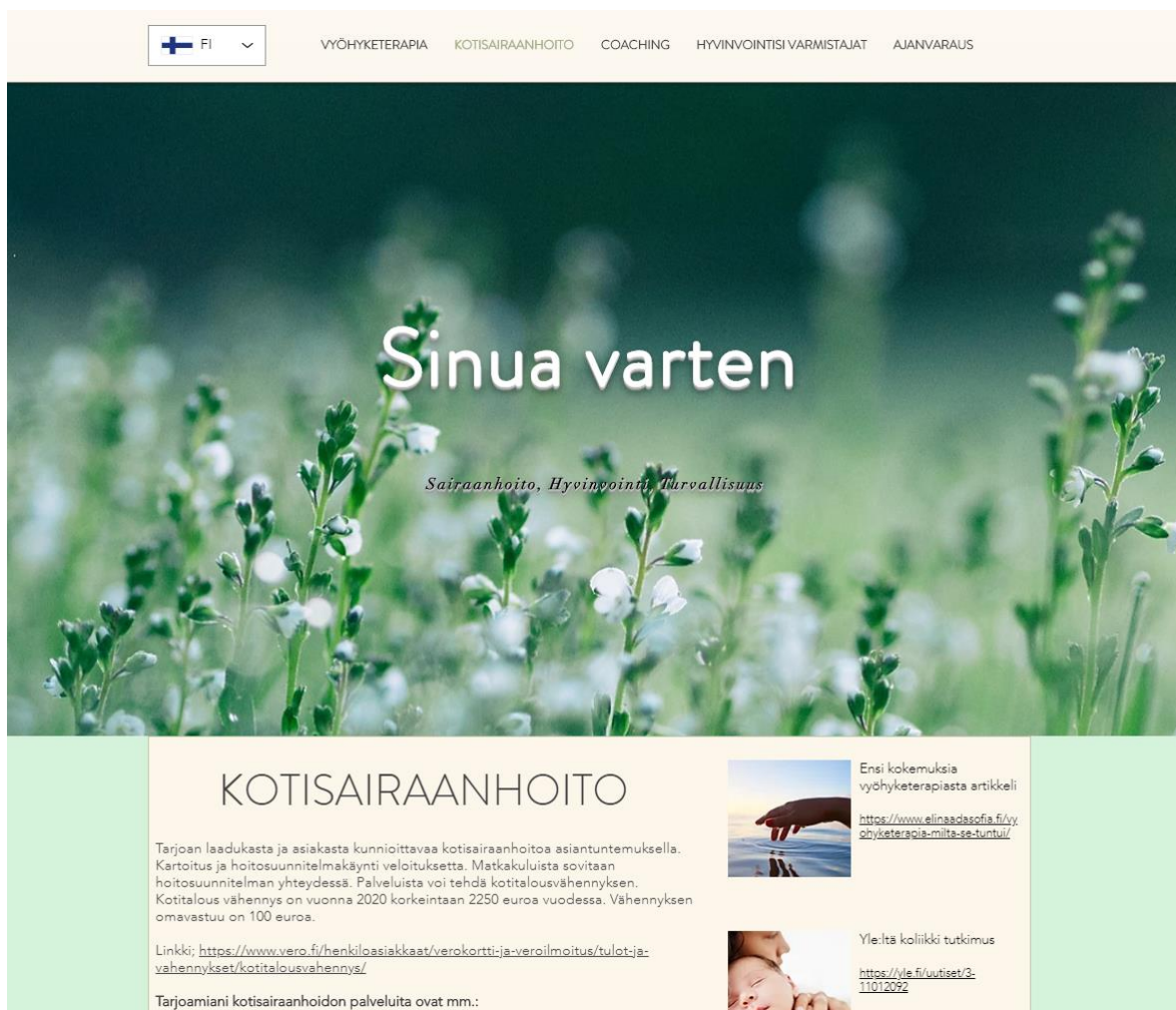
Visuaalinen ilme alkoi hiljalleen muodostua ja aloimme yhdistämään luomiemme sivujen pohjia samannäköisiksi. Tämän tarkoituksena oli muodostaa sivuista yhtenevä kokonaisuus, joka olisi silmää miellyttävä.

Tavoitteenamme oli saada vyöhyketerapia sivut ammattimaisen näköiseksi. Vyöhyketerapia sivun tarkoituksena on saada asiakkaan päähän kuva rentoutumisesta, mikä herättäisi asiakkaan mielenkiinnon ja tätä kautta halun kokeilla palvelua. Sivuston pääkuvaksi valittiin vyöhyketerapia-aiheinen kuva. Kuvassa on kirja ja merensävyinen vyöhyketerapia työkalu. Vyöhyketerapia sivun toiseksi kuvaksi valittiin ihmisen käsi, jota hierotaan. Tämän tarkoituksena oli lisätä asiakkaan rentoutumisen tunnetta ja halua.



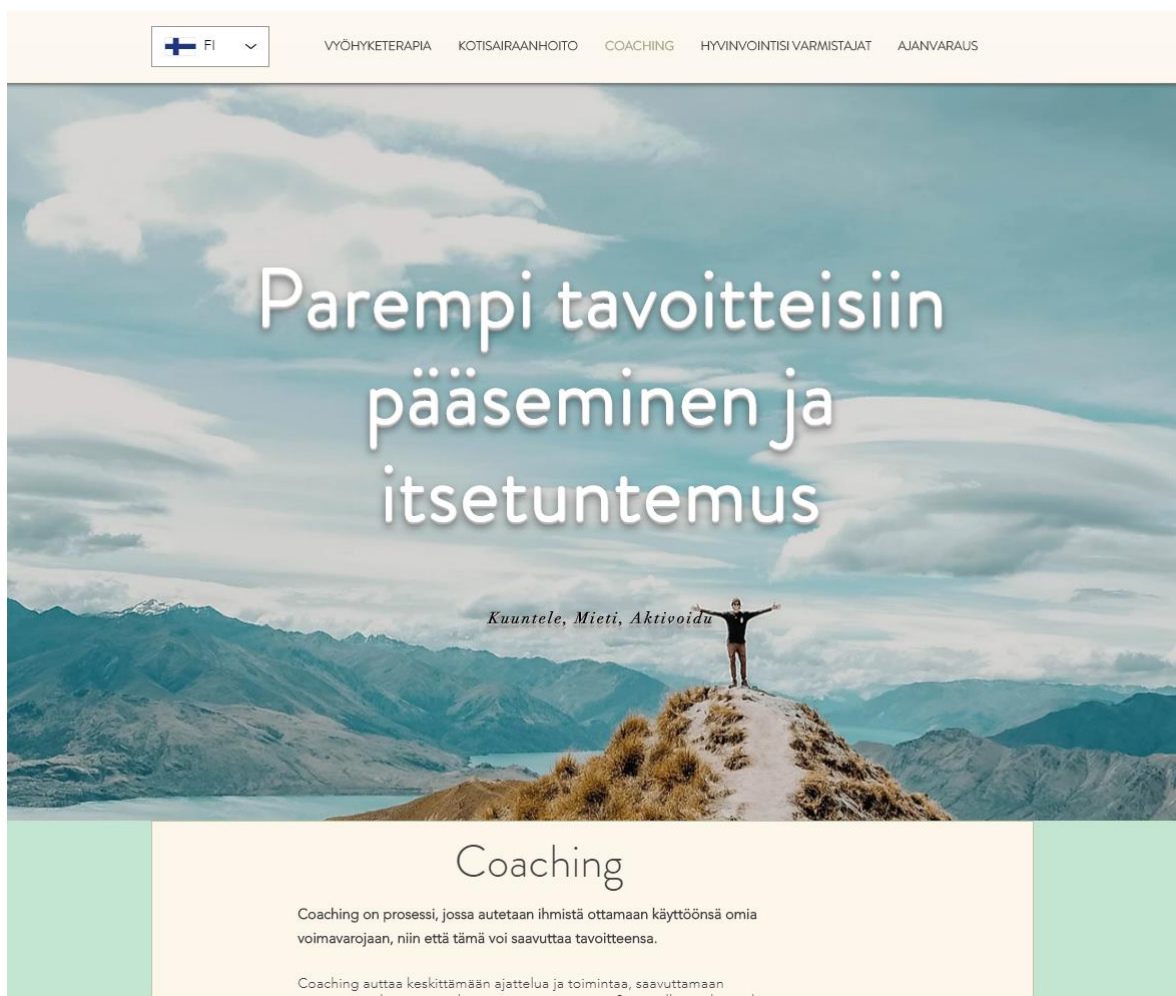
Kuva 4. Vyöhyketerapia -sivun visuaalinen ilme.

Tavoitteenamme oli tehdä kotisairaanhoidon sivuista mahdollisimman helposti lähestyttävät. Sivujen tarkoituksena on aiheuttaa asiakkaalle turvallisuuden ja rauhallisuuden tunnetta, joka saisi heidät ajattelemaan, että palvelu olisi ammattimaista ja toisi asiakkaalle arvoa. Sivuston pääkuvaksi valittiin mieltä rauhoittava kesäinen niitty. Seuraavalla sivulla oleva kuva on kotisairaanhoidon visuaalisesta ilmeestä.



Kuva 5. Kotisairaanhoidon -sivun visuaalinen ilme.

Tavoitteenamme oli saada Coaching sivuston visuaalinen ilme vaikuttamaan siltä, että asiakalla olisi mahdollista saavuttaa jotain hienoa. Sivun visuaalisen ilmeen on ikään kuin tarkoitus aktivoida asiakkaan mieltä positiivisemmaksi. Sivun pääkuvaksi valittiin kuva, missä on polku, joka johtaa vuoren huipulle, jonka huipulla seisoo henkilö. Henkilön tarkoituksena on kuvastaa asiakasta, joka kulkee pitkän polun vuoren huipulle saavuttaakseen tavoitteensa. Toinen kuva, joka sivustolle valittiin, oli jalan kuva hiekassa, joka kuvastaa matkan alkua asiakkaalle. Haasteena kyseisen sivun tekemisessä oli saada siitä mahdollisimman helposti lähestyttävä. Seuraavalla sivulla on Coaching-sivuston visuaalinen ilme.






Kuva 6. Coaching -sivun visuaalinen ilme.

Tärkeä visuaaliseen ilmeeseen liittyvä asia joka sivuilta puuttui, oli päävalikon värin valitseminen. Kokeilimme miten merenvihreä ja hiekanruskea sopisivat yhdessä sekä erikseen. Olimme yhdessä asiakkaan samaa mieltä, että päävalikon väriteemaksi sopii paremmin hiekanruskea pääväriksi ja tekstit mustaksi. Päävalikko toi ideaksi käyttää kaikissa teksteissä mustaa, koska se erottui hyvin hiekanruskeasta ja se sopi värinä hyvin kokonaisuuteen. Alla oleva kuva on kuva päävalikosta ja minkälainen se on.



Kuva 7. Verkkosivuston päävalikon visuaalinen ilme.

Saatuamme verkkosivuston mieluisaksi, rauhalliseksi ja sen kokonaisuuden toimivaksi niin visuaalisen ilmeen puolesta enää puuttuivat ainoastaan tuote palveluiden kuvat. Tuotepalveluiden kuvat olivat vyöhyketerapia palveluihin liittyviä. Tarvitsimme neljä eri tuotekuvaa, jotka olisivat keskenään saman tyyliisiä. Kuvien tulisi myös olla yhteensopivia käyttämämme teemojen kanssa. Päädyimme valitsemaan kuvat, jotka osuivat meidän ja asiakkaan mielestä hyvin sivujen visuaaliseen ilmeeseen. Alla oleva kuva on ajanvarausjärjestelmä sivuston tuotekuvista ja sen visuaalisesta ilmeestä.

	<p>Vyöhyketerapia/Zonterapi</p> <hr/> <p>1 t 15 min €55</p> <p>Varaa nyt/Reservera nu</p>
	<p>Detox puhdistava jalkakylpy/Fotbad</p> <hr/> <p>30 min €30</p> <p>Varaa nyt/Reservera nu</p>
	<p>Tunnevyöhyketerapia/Avslappnings zontetap</p> <hr/> <p>2 t €70</p> <p>Varaa nyt/Reservera nu</p>

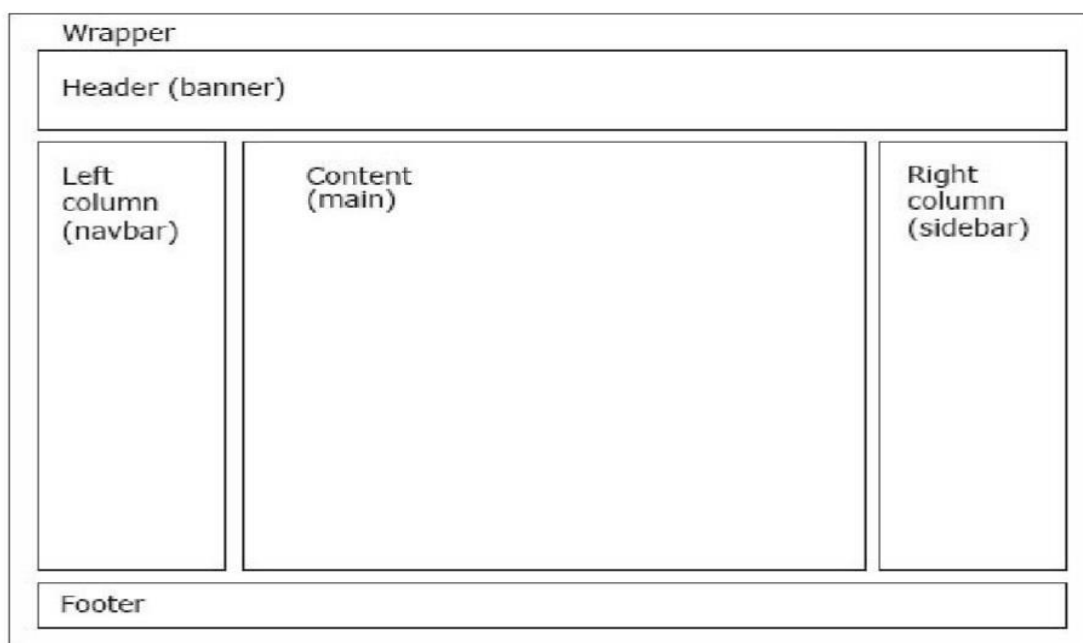
Kuva 8. Ajanvarausjärjestelmä -sivun visuaalinen ilme.

4.4 Rakenne

Verkkosivujen rakenteella on suuri vaikutus käyttäjäkokemukseen. Rakenteen tulisi olla looginen sekä nykyaikainen, jotta navigointi sivuilla olisi asiakkaille helpompaa ja vaivatonta, jotta käyttäjäkokemus olisi hyvä.

Hahmotimme ensin haluamamme rakenteen piirtämällä sen käsin, sillä tämä tuntui paljon enemmän luentavammalta ja pienemmältä vaivalta tehdä. Käsin piirretyn version jälkeen teimme rakenteesta digitaalisen version, joka esiteltiin myös asiakkaalle heidän. Halusimme asiakkaan hyväksyvän mallin sivujen rakenteesta, ennen kuin alkaisimme varsinaisesti rakentamaan sitä. (Pratas 2014, 75).

Rakenteen pohjana toimi hyvin pitkälti prototyypimme minkä teimme. Prototyypin rakenteen idean mallina toimi kyseinen kuva:

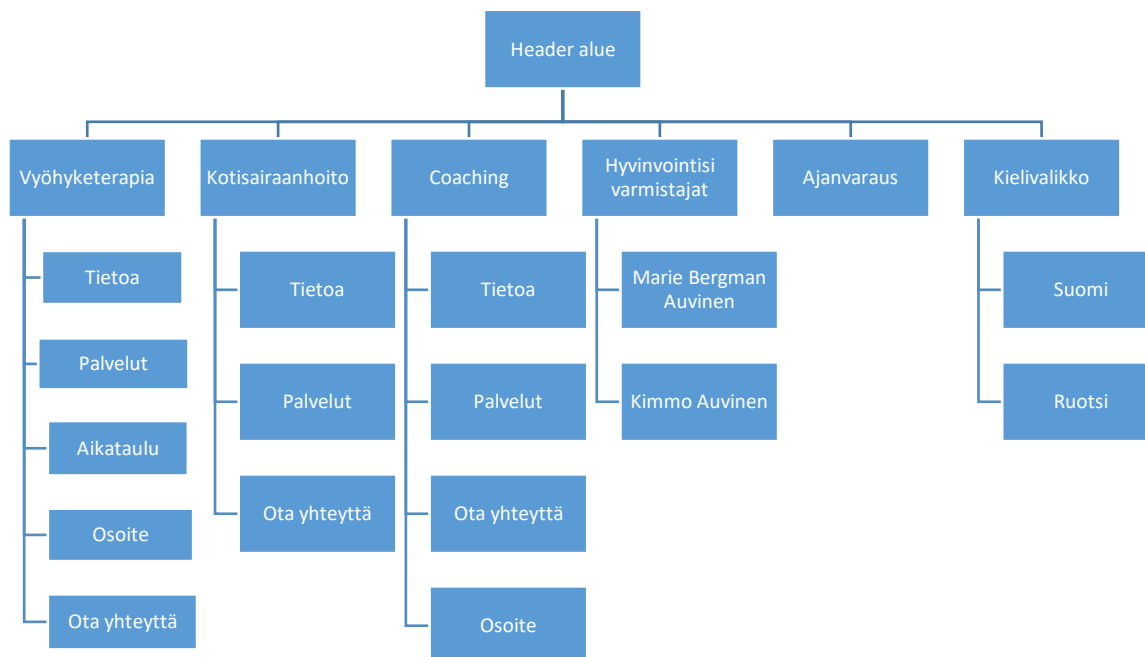


Kuva 9. Malli verkkosivuston rakenteesta (Pipes 2011, 111).

Emme lähteneet suunnittelemaan sivun rakennetta sen enempää, vaan päädyimme käyttämään jo hyväksi todettua sekä yleisimpien verkkosivujen käyttämää rakennetta. Muokkasimme rakennetta vain hieman asiakkaalle sopivammaksi. Teimme sivuston pohjan asiakkaan tarpeiden mukaan, eli mitä kaikkea asiakkaamme halusi meidän sisällyttävän niin muokkasimme pohjan koon sen mukaan.

Sivuston yksi tärkein osa rakenteen kannalta on päävalikko ja se, miten ja minne tämän aikoo sijoittaa. Pidimme myös päävalikon kokoa ja sen yhteensopivuutta muiden sivun

osioiden kanssa tärkeänä. Päävalikon mallina käytimme päävalikon rakenne luonnosta, jonka näet seuraavalla sivulla.



Kuva 10. Päävalikon malli ja prototyyppi.

Päävalikon paikka päättyi olemaan sivuston ylhäällä ja keskellä (kuvassa oleva "header" alue). Tämän ajatuksen takana oli se, että päävalikko haluttiin heti näkyviin selkeällä tavalla. Toinen tärkeä päävalikon rakenteellinen ominaisuus oli se, että se ei katoa koskaan paikasta missä se on eli tässä tapauksessa keskellä ja ylhäällä, vaan se näkyy aina. Tämä helpottaa mielestämme sivulla navigointia ja tekee siitä loogisemman. Päävalikkoon lisättiin kaikkien eri sivujen navigointimahdollisuus ja kaikkiin sivulla olevien pääotsikoihin pystyy pääsemään painamalla sivun nimeä kuten Vyöhyketerapia ja se avaa "drop" tyyli-esti pääotsikot sivulta, joihin käyttäjät ohjataan. (Pipes 2011, 111)

Päävalikkoon lisättiin myös painike, joka vaihtaa kielen Suomesta Ruotsiin ja toisinpäin. Kielen valitsemisvaihtoehto tapahtuu samalla tavalla, kuin muutkin päävalikon toiminnot eli painat lipun kuvaa, joka avaa "drop" tyyli-esti vaihtoehtot. Sivustolla on kaksi kielivaihtoehtoa, mutta tulevaisuutta ajatellen siihen pystyy lisäämään muita hyödyllisiä kieliä, kuten Englannin kielen.

Halusimme lisätä jokaiselle sivustolle päävalikon alapuolelle, kuvan joka täyttäisi lähes koko käyttäjän ruudun tilan. Kuvien yhteyteen kirjoitimme iskulauseita, joiden tarkoitus oli tehdä jokaisesta sivusta omanlaiset ja saada asiakkaan huomio niillä. Nämä iskulauseet olisivat myös ensimmäisiä sanoja, joita Google löytää ja hakee, josta kerromme lisää

hakukone optimoinnissa, mutta tämän takia niiden rakenteellinen sijoitus tärkeys oli sijoittaa kyseisen kuvan yhteyteen ja mahdollisimman aikaiseen vaiheeseen tekstien kannalta.

Kuvan alapuolelle päädyimme keskittämään sivuston keskelle laajan A4 tyyllisen nelikulman (kuvassa oleva "Content" alue), jonka ympärille jäi tyhjää tilaa. Tähän nelikulmaiseen alueeseen oli tarkoitus pistää kaikki kirjallinen sisältö mitä nettisivustoon tulisi. Asiakkaalla oli myös toiveena myöhemmin saada jonkinlainen pieni blogi myös saada mahtumaan tähän tilaan, jonka teimme. Tämä vaati vain hieman asioiden uudelleen sijoittelua. (Pipes 2011, 111).

Nelikulmaisen A4 alueen ulkopuolelle olevalle tilalle (kuvassa oleva left column ja right column alue) niihin ei tule mitään vaan se pysyy skaalautumissyistä tyhjänä kaikelta sisällöltä. Tämä niin sanottu reuna alue molemmiin puolin A4 nelikulmaisen alueen ympärillä sai värikseen merenvihreän. Tämä rakenteellisesti auttoi erittäin paljon eri skaalautumisen liittyvien asioiden kanssa ja tämän rakenteellisen ratkaisun takia säästyimme suurelta päävaivalta mitä olisi voinut tulla, jos emme tehneet tätä ratkaisua. (Pipes 2011, 111).

Nettisivuston alaosaan päädyimme pistämään yhteydenottolomakkeen ja Google Maps kartan. Näiden lisääminen tasapainotti nettisivuston kokonaisrakennetta sekä antoi sille hyvän ja toimivan kokonaisen oloisen rakenteen.

4.5 Skaalautuminen

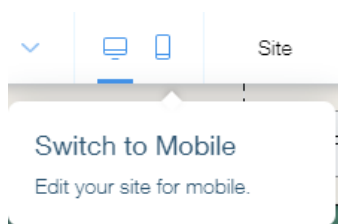
Verkkosivujen skaalautuminen otettiin huomioon jo sivujen rakenteen suunnitteluvaiheessa, koska tiesimme jo ennalta, että rakenteella on suurempi vaikutus skaalautumiseen, kuin voisi uskoa. Sentimiento Care:n vaati sivuston olevan responsiivinen, jotta asiakkaat voisivat varata palveluita ajanvarausjärjestelmästä muuallakin, kuin kotonaan. Tämä tarkoittaa sitä, että sivuston pitäisi toimia suosituimmista verkkoselaimissa moitteettomasti myös mobiililaitteilla. Kuten jo aiemmin totesimme, sivujen responsiivisuus on yksi tärkeä ominaisuus hyvälle verkkosivuille.

Resoluutiolla tarkoitetaan näytön pikseleiden määrää. Eli esimerkiksi jos näytön resoluutio on 1920x1080 niin se tarkoittaa sitä, että horisontaalinen pikseleiden määrä on 1920 ja vertikaalisesti niitä on 1080. Yksinkertaistettuna se tarkoittaa sitä, kuinka tarkan kuvan näyttö voi antaa käyttäjälleen.

Responsiivinen verkkosivusto pystyy skaalautumaan eri resoluutioihin näyttämällä hyvältä ja pitäen sivuston rakenteen kunnossa. Eli se mitä asiakkaamme halusi oli, että heidän sivustonsa toimisi 1024x860 resoluutiossa samalla tavalla kuin esimerkiksi laajemmassa 1920x1080 resoluutiossa. Tätä ominaisuutta kutsutaan responsiivisuudeksi ja se on

tärkeä ominaisuus nykypäivän verkkosivustojen perusasioista, jonka jokaisen verkkosivun pitää omata. Jokaisen verkkosivuston pitää olla responsiivinen, koska jos sivut eivät toimi kaikilla laitteilla sulavasti, niin käyttäjäkokemus heikkenee ja ihmiset saattavat turhautua verkkosivuihin ja mennä muualle asioimaan. Eli käytännössä mikäli sivut eivät ole responsiiviset, sen negatiivinen vaikutus käyttäjien sivuilla pysymiseen on todennäköisesti suuri.

Aikaisemmin mainitsimme yhtenä hyvänä verkkosivuston ominaisuutena olevan sen skaalautuva myös mobiiliin niin myös Sentimiento Caren verkkosivustoista täytyi saada mobiiliskaalautuvat. Verkkosivuston tekeminen mobiiliskaalautuvaksi kannatti tehdä vasta aivan verkkosivuston loppuvaiheessa, koska Wixin oma mobiiliskaalautuva muokkaustyökalun käytön kannalta tämä oli järkevin ratkaisu ja säästäisi turhaa työntekoa. Sivuston tekeminen mobiiliskaalautuvaksi ei ollut vaikea prosessi, mutta enemmänkin aikaa vievä pikkutarkka työ. Wixin oma mobiiliskaalautuva muokkaustyökalu oli looginen ja suosittelimme vahvasti sen käyttämistä, jos satut valitsemaan Wixin. Mobiilieditoinnin pääsee aloittamaan vain painamalla yhtä nappia. Alla oleva kuva kuvastaa, miten helppoa oli vaihtaa mobiilieditointiin Wixissä.



Kuva 11. Vaihtaminen mobiilieditointiin Wixissä.

Kuten aiemmin totesimme, niin mobiilieditointi kannattaa tehdä vasta verkkosivuprojektin loppuvaiheessa, jotta säästyy paljon ylimääräiseltä työltä ainakin Wixissä. Tämä siitä syystä, että Wixin editorin luoma käyttäjälle mobiilirakenteen nykyisestä sivustosta, joka tosin vaatii paljon työstämistä, mutta antaa ainakin hyvän alun. Seuraavalla sivulla näkyy miltä näkymä näytti, kun painoi "Switch to Mobile" nappia.



Kuva 12. Verkkosivuston mobiilinäkymä.

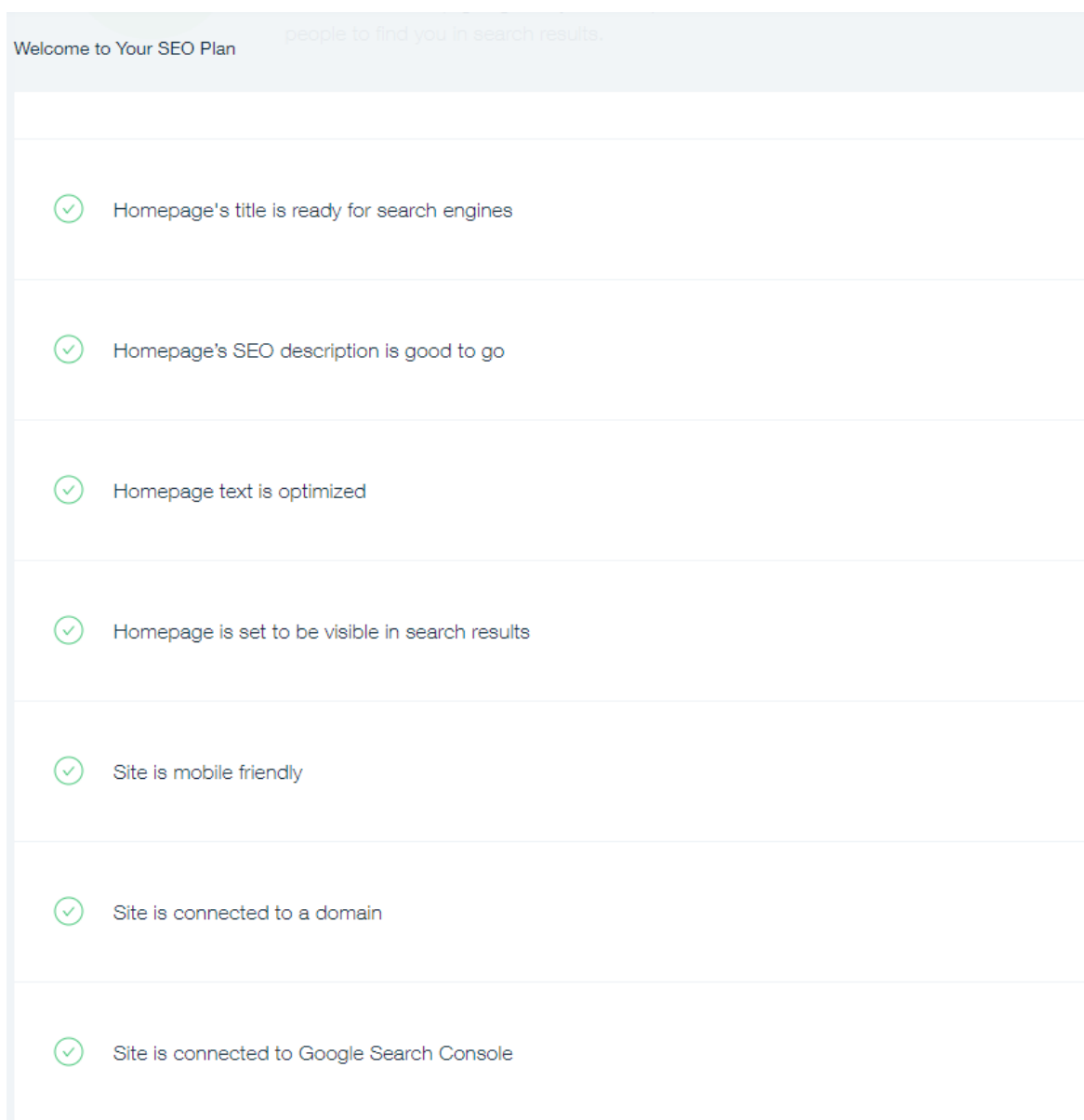
Jokainen verkkosivusto piti muuttaa yksitellen mobiiliskaalatuksi ja tiettyjä sisällöllisiä ominaisuuksia jouduttiin karsimaan pois, jotta mobiilinäkymä näyttäisi hyvältä. Blogi osio otettiin pois kahdelta sivulta, sillä sen skaalautuminen mobiiliin onnistui heikosti. Blogin selaaminen mobiililaitteella tuotti ongelmia, joten totesimme parhaaksi ratkaisuksi jättää blogiosio ainoastaan desktop laitteilla käytettäväksi. Blogi vain haittaisi oleellisen tiedon löytämistä ja teki verkkosivuista jopa hieman epäloogiset, jos ne olisi pidetty verkkosivuston mobiiliversiossa.

4.6 Hakukoneoptimointi

Uutena tärkeänä ilmiönä, mitä asiakkaamme Sentimientto Care ei olisi vaatinut, mutta kerroimme heille tästä ominaisuudesta ja miten tärkeää se on. He halusivat meidän tekemän myös verkkosivustolleen hakukoneoptimoinnin. Hakukone optimoinnilla tarkoitetaan internetissä toimivia hakukoneita kuten Googlea ja parantaa verkkosivustosi löydettävyyttä

niissä. Hakukoneoptimoinnissa on tärkeää ymmärtää, miten Googlen hakeminen toimii ja mitä se priorisoi siinä eniten. Internetissä on muitakin hakukoneita kuin Google, mutta se on kaikista yleisin ja käytetyin, joten suoritimme vain tässä verkkosivustossa hakukoneoptimoinnin Googleen hakuun.

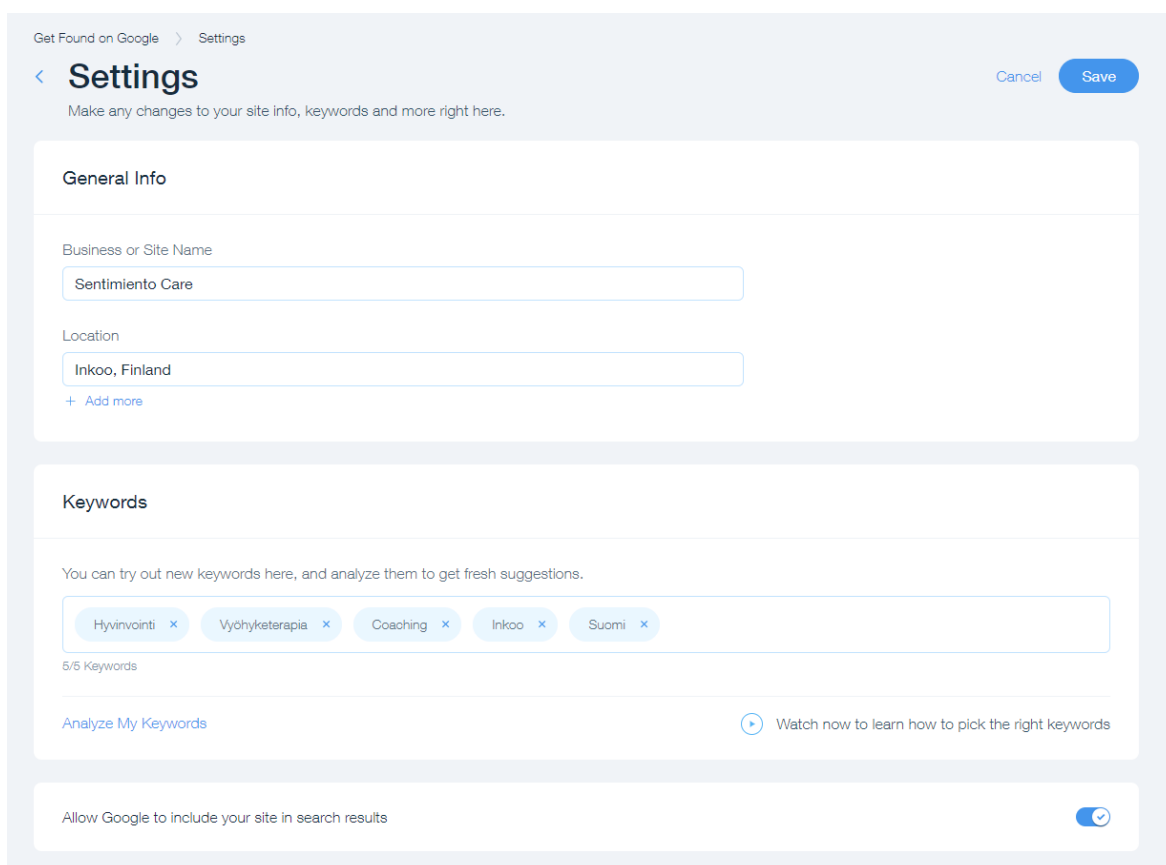
Ensimmäinen ominaisuus, mikä verkkosivustolle pitää tehdä on se, että se on mahdollista löytää Googlestä. Googlen botit tekevät tätä toimintoa automaattisesti, mutta tämä voi viedä aikaa, että sivusto on löydettävissä Googlestä. Hakukoneoptimoinnin voi tehdä myös manuaalisesti lähettämällä sivuston "Google Search Consoleen". Tämä vaatii normaalisti hieman työtä, mutta kun on valinnut Wixin niin he varmistavat, että omat verkkosivut ovat löydettävissä Googlestä heti, kun on suorittanut heidän vaatimat askeleet siihen. Wixin askeleet mitä he vaativat ovat nimeltään SEO plan, jotka olivat seuraavanlaiset:



Kuva 13. Google hakukoneoptimointi Wixissä.

Kuten kuvan viimeisestä vaiheesta huomataan, se yhdistää omat verkkosivut Google Search Consoleen, joka tekee sivuston löydettäväksi Googlesta. Useissa muissa julkaisujärjestelmissä pitäisi tehdä manuaalisesti Google Search Console lisäys, mutta Wix tekee sen käyttäjän puolesta, jos on tehnyt kuvassa olevat kaikki muut askeleet ennen sitä. Tämän jälkeen Sentimiento Caren sivusto on löydettävissä Googlesta.

Verkkosivustosi löytäminen on ensimmäinen askel hakukoneoptimoinnista, kuten mainitsimme aikaisemmin niin Google käyttää eri menetelmiä, miten sivustosi on löydettävissä kaikkien muiden sivustojen joukosta. Wix tarjoaa tähän helpon ja yksinkertaisen ratkaisun ja se on toinen osa heidän SEO suunnitelmaa. Yksinkertaistettuna Google etsii sivustoja sanojen perustella ja tämän takia on tärkeää käyttää avainsanoja, joita ihmiset pystyvät yhdistämään yrityksen tarjoamaan palveluun. Alla oleva kuva näyttää mitkä sanat me valitsimme ja miten Wix tekee tästä yksinkertaisen ratkaisun. (Eschenheimer 2018).



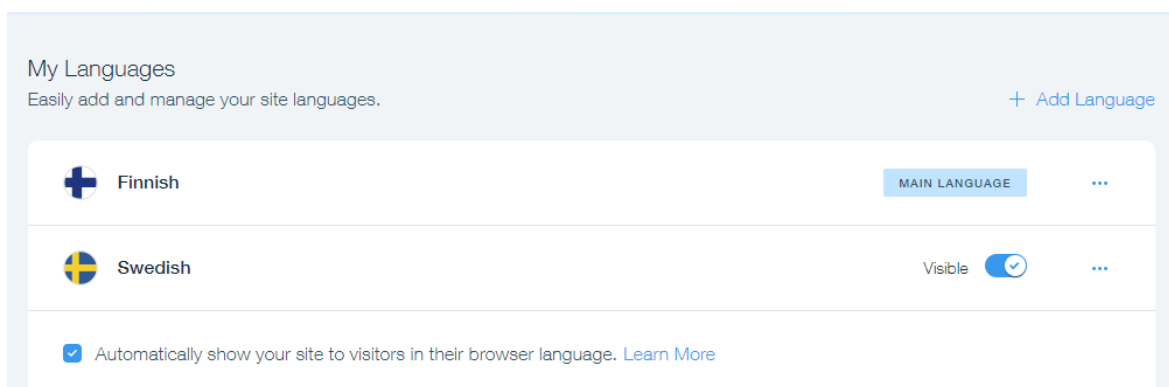
Kuva 14. Google hakukoneoptimoinnin sanoja.

4.7 Monikielisyys

Asiakkaamme yksi vaatimus sivustosta oli saada se monikieliseksi ja alkuun toive oli saada se Ruotsin kielelle sekä Suomen kielelle. Syy tähän oli se, että asiakaskunta on

suurimmaksi osaksi suomenruotsalaisia, koska kyseinen yritys toimii Inkoon, Karjaan ja Lohjan alueella. Nämä mainitut kaupungit ovat harvoja tapauksia, joissa puhutaan Ruotsin kieltä enemmän kuin Suomen kieltä. Valitsemamme julkaisujärjestelmämme Wix tarjoaa tähän helpon, mutta hieman työlään ratkaisun. Tämä ominaisuus oli tosin erittäin kustannustehokas, koska Wix ei rahasta mitään ylimääräistä siitä, toisin kuin useat muut julkaisujärjestelmät tekevät.

Jotta verkkosivut saataisiin monikieliseksi Wix:issä, täytyy sivuille asentaa ”Multilingual” ominaisuus, jonka jälkeen tulee valita kielet, jotka haluavat omille sivuilleen. Meidän tapauksessamme kielet olivat ruotsi ja suomi.



Kuva 15. Kaksikielisyyden valinta Wixissa.

Verkkosivuston aloituskieli luotiin suomeksi, joten pääkieli oli tästä syystä suomi. Ruotsin kieli lisättiin sivustolle vasta, kun olimme tehneet suomen kielellä kaiken sisällön valmiiksi. Kuten mainitsimme aikaisemmin, Wixin kielen vaihto-ominaisuus oli helppo, mutta työläs prosessi, koska jouduimme kääntämään koko sivuston Ruotsin kielelle itse. Tämä vei aikaa ja oli yllättävän pitkäkestoinen prosessi. Koimme kielenkääntöprosessin haastavaksi, sillä ruotsin kielen taitomme ei ole tarpeeksi hyvä, etenkin kun kyseessä on hyvinvoinnin ammattisanastoa. Onneksemme saimme paljon apua asiakkaalta, joka oli suuresti mukana kielenkääntöprosessissa.





Mikäli tarve on, pystyy tulevaisuudessa lisäämään verkkosivuille muitakin kieliä. Asiakas kertoi, että mahdollisesti englannin kieli voisi olla joskus hyvä lisätä tai ainakin varautua siihen, että se olisi yksi tulevaisuuden mahdollisista lisäyksistä. Tämä lisäys hoituisi helposti ja pitäisi käyttää vain ”+Add language” toimintoa, joka näkyy kuvassa yläpuolella.

4.8 Lisäominaisuudet

Lisäominaisuuksilla tarkoitetaan verkkosivuston ominaisuuksia, joita välttämättä ei ole jokaisella sivustolla. Lisäominaisuuksia voi olla esimerkiksi: verkkokauppa, kalenteri, blogi, ajanvarausjärjestelmä, rekisteröityminen, Google Maps, palaute tai yhteenottolomake. Lisäominaisuudet valitaan yleisesti omien, tai asiakkaan tarpeiden mukaan ja on viisasta pohtia mitä lisäominaisuuksia omat verkkosivut tarvitsevat eli mistä on hyötyä verkkosivuston käyttäjälle tai tuo lisäarvoa. Sentimiento Care vaati meiltä aluksi ajanvarausjärjestelmää ja blogia, mutta jälkepäin he halusivat myös kartan yrityksen sijainnista ja yhteydenotto lomakkeen.

Aloitimme lisäämällä ajanvarausjärjestelmän ja tässä suurimmaksi haasteeksi nousi asiakkaamme vaihtelevat työtunnit ja vaihtelevat sijainnit. Asiakkaamme käytti kolmea eri sijaintia vyöhyketerapiassa ja ne ovat Inkoo, Lohja ja Karjaa. Jos sijainti olisi ollut yksi paikka niin tämä olisi ollut helppoa luoda. Jokaiseen vyöhyketerapian palveluun piti lisätä kaikki kolmevaihtoehtoa. Jokainen palvelu piti luoda Wixissä itse, sekä määrittää hinnat, palvelun kesto ja se, kenen työntekijän kalenteriin varaus tapahtuu.

Terapeuttinen hoito ^

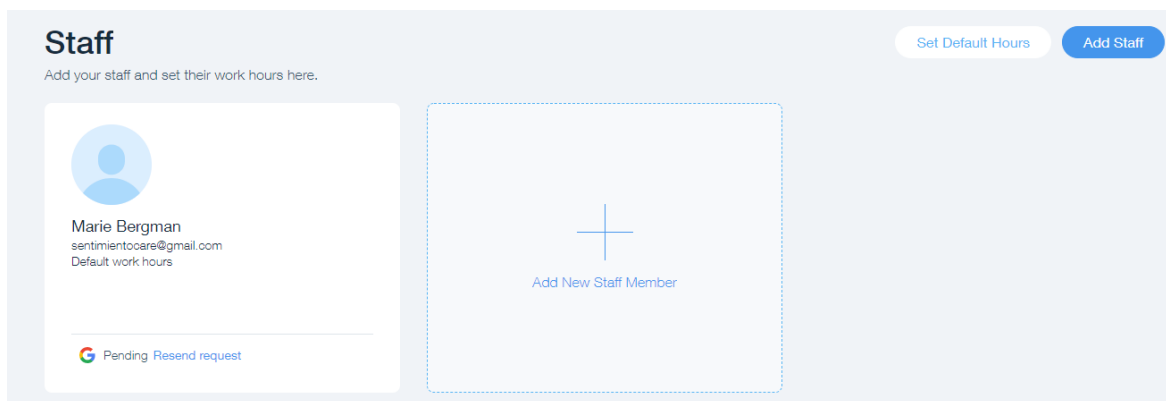
 <p style="font-size: 8px; margin: 0;">1-on-1 Session</p>	<p>Vyöhyketerapia/Zonterapi</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">1 hr 15 min · Marie Bergman</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Karjaa/Inkoo/Lohja</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Show Service Availability</p>	<p style="font-size: 8px; margin: 0;">PRICING</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">€55.00 per session</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">...</p>
 <p style="font-size: 8px; margin: 0;">1-on-1 Session</p>	<p>Detox puhdistava jalkakylpy/Fotbad</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">30 min · Marie Bergman</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Karjaa/Inkoo/Lohja</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Show Service Availability</p>	<p style="font-size: 8px; margin: 0;">PRICING</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">€30.00 per session</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">...</p>
 <p style="font-size: 8px; margin: 0;">1-on-1 Session</p>	<p>Tunnevyöhyketerapia/Avslappningszont...</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">2 hrs · Marie Bergman</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Karjaa/Inkoo/Lohja</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Show Service Availability</p>	<p style="font-size: 8px; margin: 0;">PRICING</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">€70.00 per session</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">...</p>
 <p style="font-size: 8px; margin: 0;">1-on-1 Session</p>	<p>Rentoutus Vyöhyketerapia/Känslozonterapi</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">45 min · Marie Bergman</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Karjaa/Inkoo/Lohja</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">Show Service Availability</p>	<p style="font-size: 8px; margin: 0;">PRICING</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">€40.00 per session</p> <p style="font-size: 10px; margin: 0;">...</p>

Kuva 17. Palveluiden luontivalikko Wixissä.

Jokaiseen palveluun pystyi määrittämään ajan, paikan, nimen, hinnan ja kuka työntekijä voidaan valita siihen. Palveluiden aikojen määrittäminen on tärkeää varausjärjestelmän

kannalta, koska muuten voi tulla päällekkäisiä varauksia tai muuten vain ongelmia varausjärjestelmän kanssa. Kyseinen kuva on vain sivuston järjestelmänvalvoja näkymässä.

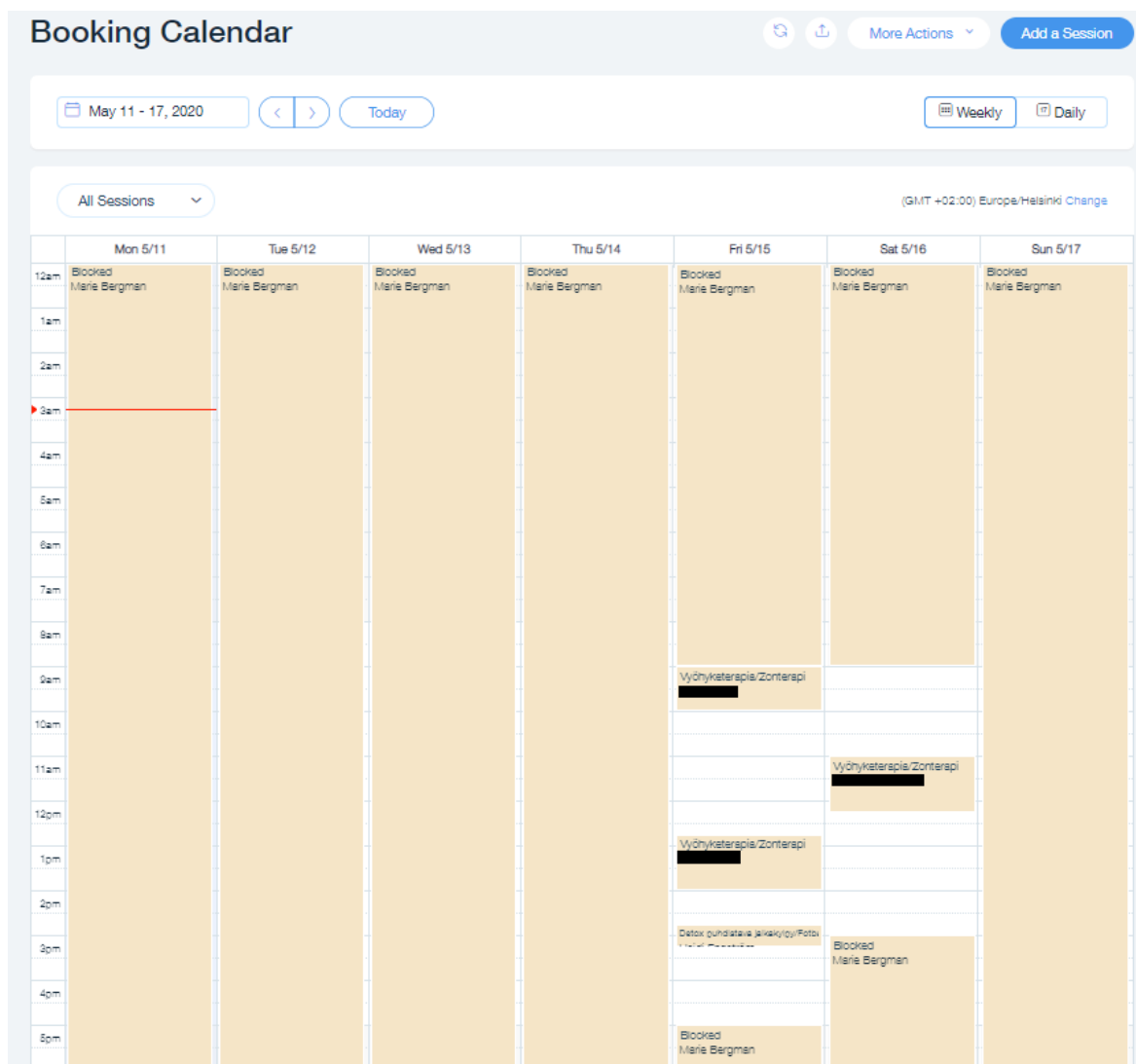
Kuten aikaisemmin mainitsimme työntekijöiden roolista, niin jouduimme luomaan Sentimiento Carelle myös sen. Wixin avulla tämä oli helppo ja yksinkertainen prosessi, joka tapahtui muutamaa nappia painamalla. Tärkeää tässä oli se, että Google kalenteri pystyttiin synkronisoimaan ajanvarausten kanssa. Seuraavan sivun kuvassa nähdään miten helppoa Wixissä oli lisätä rooleja työntekijöille.



Kuva 18. Työntekijöiden roolien määrittäminen Wixissä.

Luotamme työntekijöiden roolit osion sekä kun eri palvelut olivat lisätty, pääsimme vasta sen jälkeen työstämään itse kalenteria. Asiakkaallamme oli erittäin vaihtelevat työtunnit, joten emme voineet käyttää Wixin omaa ominaisuutta mikä olisi automaattisesti rajannut, ettei normaalien työtuntien ulkopuolelle olisi voinut tehdä varauksia. Jouduimme manuaalisesti estämään kalenterista päiviä sekä tunteja, milloin Sentimiento Care ei olisi

käytettävissä.



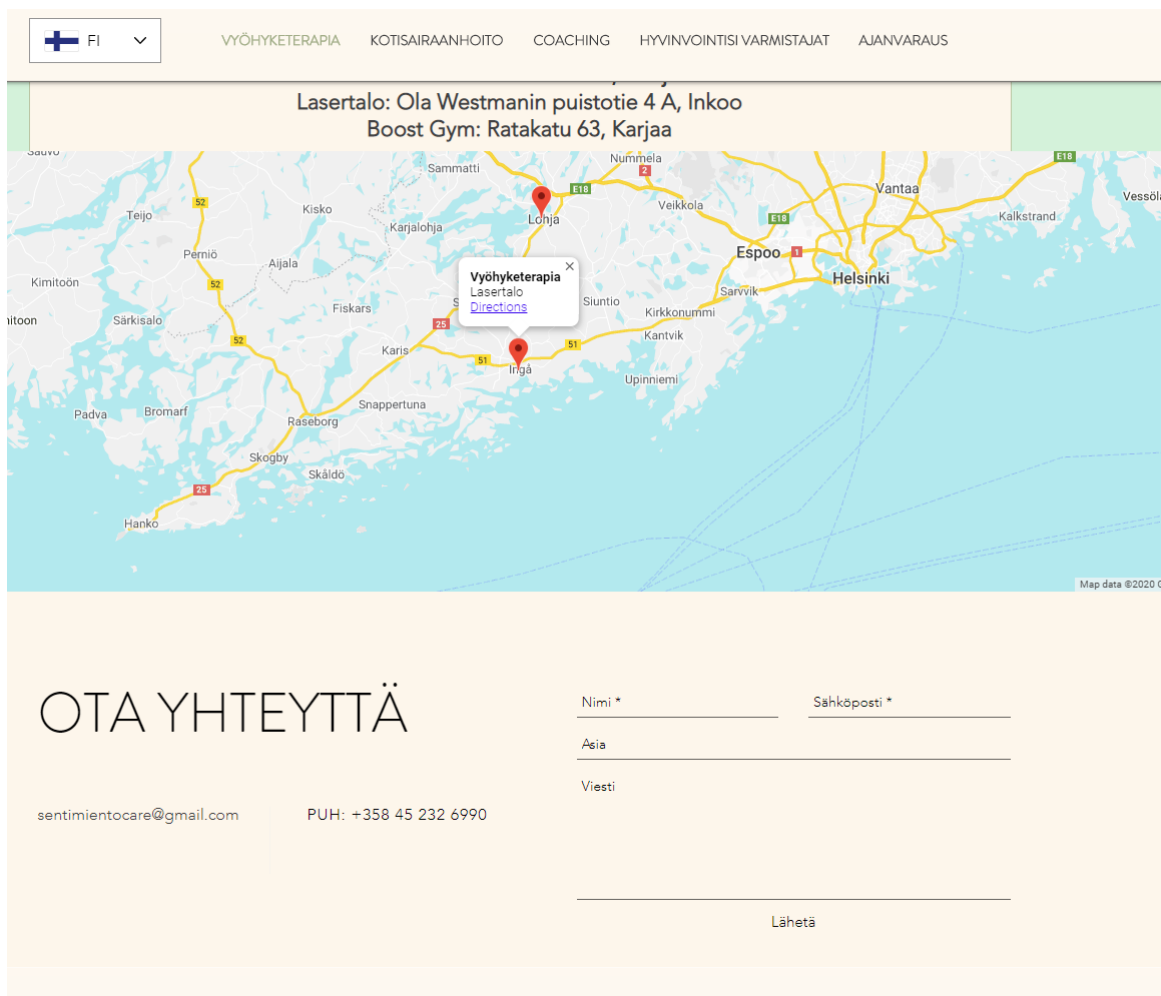
Kuva 19. Ajanvarausjärjestelmä Wixissä.

Ajanvarausjärjestelmä saatiin muuten toimimaan oikein hyvin ja pienen säätämisen jälkeen saimme myös toimimaan automaattiset viestit asiakkaalle takaisin sen jälkeen, kun on tehnyt varauksen. Ilmaiseksi ajanvarausjärjestelmäksi tämä on toimiva ja hyvä aloittamis- lähtökohta. Ajanvaraukselle luotiin oma sivu verkkosivustolla, josta voi varata palveluita loogisesti ja vaivattomasti. Yksi tärkeimmistä asioista, miksi valitsimme Wixin ilmaisen ajanvarausjärjestelmän oli se, koska se suoriutui tarpeeksi hyvin halutulta toiminnolta. Mielestämme se ei ole visuaalisesti paras ratkaisu, mutta se on kaikista kustannustehokain ratkaisu, jonka takia se myös valittiin.

Toinen lisäominaisuus verkkosivustolla oli yhteydenottolomake. Tähän ei juurikaan tarvinnut panostaa paljoakaan, koska Wixillä oli valmis malli tästä. Meidän piti vain muokata visuaalisesti ja sisällöltään samanlaiseksi, kuin sivusto ja asiakkaan yhteystiedot.

Visuaalinen ilme piti vaihtaa sivuston tyllykseksi eli tässä tapauksessa hiekanruskeaksi. Sisältö muutettiin Sentimiento Caren yhteystiedoiksi ja enää puuttui vain se, mihin pitäisi sijoittaa yhteydenottolomake. Paras paikka sille löytyi kaiken sisällön jälkeen verkkosivuston alaosassa, joka oli mielestämme myös loogisin paikka tälle. Seuraavalla sivulla olevassa kuvassa nähdään, mihin sijoitimme sen, sekä minkälainen visuaalinen ilme ja sisältö siinä on.

Kolmas lisäominaisuus minkä lisäsimme, oli kartta siitä missä yrityksen palvelut sijaitsevat. Google Maps on erittäin käytetty karttapalvelu tähän, koska se on maksuton. Maksuton tarkoittaa tässä tapauksessa kustannustehokasta. Maksuttomana karttapalveluna Google Maps hoitaa tarkoitetun hommansa hyvin eli tässä tapauksessa yrityksen palvelun sijainnin osoittamista. Google Mapsin kartan lisääminen ei ollut myöskään iso prosessi, koska taas kerran Wix oli tehnyt tästä helppoa ja yksinkertaista. Wixillä on sovellus, minkä kautta pystyy helposti lisäämään karttapalvelun verkkosivuille.



Kuva 20. Verkkosivuston Ota yhteyttä sekä Google kartta -näkyvä.

Viimeinen lisäominaisuus, minkä lisäsimme, oli blogi. Tämä tuotti enemmän ongelmia, kuin osasimme odottaa. Aluksi loimme blogille oman sivun, mutta jostain syystä näytti vain oudolta ja turhalta, että se oli omalla sivulla. Syy tähän oli se, että vähäisen sisällön kannalta kokonainen oma sivu olisi ollut vain turha ja kokonaisuuden kannalta huono ratkaisu, joten sisällytimme blogin kahden muun sivun sisälle. Nämä sivut olivat vyöhyketerapia ja kotisairaanhoido. Sentimiento Care voi nyt lisätä blogi tyylistä uutissisältöä. Seuraavalla sivulla oleva kuva näyttää miten asensimme blogin sivustolle. (Stimac 2018).

Vyöhyketerapia

Vyöhyketerapia perustuu kehossa sijaitsevien heijastepisteiden kautta hoitamiseen. Vyöhyketerapia on lääketiedettä täydentävä hoito, jolla pyritään auttamaan kehoa parantamaan itse itsensä

Hoito tapahtuu kehon vyöhyketasoja ja -ratoja painelemalla ja stimuloimalla. Koko kehoa hoitava moderni vyöhyketerapia pyrkii aktivoimaan kehon omia paranemisprosesseja ja näin tasapainottamaan ihmistä ja hoito vaikuttaa sekä ennaltaehkäisevästi että hyvinvointia lisäävästi hermojen rentouttamisen ja puhdistautumisen avulla.

Vyöhyketerapiasta voi saada apua esim. seuraaviin vaivoihin:

- stressi, levottomuus, uupumus
- unettomuus
- päänsärky
- niska- ja hartiajännitys
- lihas- ja nivelongelmat
- hormoni- ja aineenvaihduntahäiriöt
- vatsan toiminnallisuushäiriöt
- vauvojen koliikki vaivat
- lasten ja nuorten rauhattomuus

Ennen hoitoa kartoitetaan asiakkaan terveydentila, vyöhyketerapia hoito tapahtuu hoitopöydällä maaten. Hoitoa ei suositella, jos sinulla on tekonivel, tahdistin kehossa tai raskauden ensimmäisen kolmanneksen aikana eikä riskiraskauksissa.

"Hyvinvoiva keho johtaa hyvään mieleen"



Ensi kokemuksia vyöhyketerapiasta artikkeli

<https://www.elinaadasofia.fi/vyohyketerapia-milta-se-tuntuu/>



Yle:ltä koliikki tutkimus

<https://yle.fi/uutiset/3-11012092>



Vyöhyketerapiasta apua koliikkiin?

<https://www.seutu-sanomien.fi/jutut/vyohyketerapiasta-etsitaan-apua-myos-kolikkivaivoihin-2639>

Kuva 21. Verkkosivuston blogin sijainti ja visuaalinen ilme.

Blogi on sijoitettu kuvassa oikealle puolelle ja sen visuaaliseen ilmeeseen käytimme Flat design periaatetta, jota olemme käyttäneet sivuston muissakin osissa. Kokeilimme eri vaihtoehtoja blogin tyyliin kuten lisäämällä varjot siihen, mutta silloin se olisi erottunut liikaa muusta sisällöstä. Kokeilimme myös pistää siihen ääriviivoja, joka olisi selkeyttänyt blogin tekstistä, mutta tämäkin vaihtoehto näytti hieman hölmöltä eikä se sopinut kokonaisuuteen. Päätimme sijoittaa blogin tekstin tasolle ja jättää sen siten, miten se on kuvassa.

5 SIVUSTON TESTAUS JA JULKAISU

Sivujen valmistumisen jälkeen on tärkeää testata sivut, ennen kun ne julkaistaan. Tämä mahdollistaa parhaan käyttäjäkokemuksen saamisen. Emme saaneet koko projektiin tarpeeksi aikaa, jotta voisimme suorittaa laajoja käyttäjätestejä, joten jouduimme siis tyytymään omiin harkintakykyihimme sekä vaistoihin sivujen käytettävyyden suhteen. Asetimme omiksi pääpainopisteiksi sivujen käytettävyyteen helppokäyttöisyyden ja sivujen ymmärrettävyyden.

Jotta saisimme jotain konkreettisia todisteita sivujen käytettävyydestä, teimme asiakkaalle käytettävyydestin. Testissä annoimme asiakkaalle listan sivulla tehtävistä asioista, kuten sivuilla navigointi sekä ajan varaaminen. Seurasimme vierestä ja tutkimme sitä, kuinka kauan asiakkaalla kesti navigoida eri sivuilla. Tämän avulla pystyimme tekemään päätelmiä siitä, että onko sivujen käyttäminen helposti opittavaa ja ovatko sivut tarpeeksi helppokäyttöiset, joka helpottaa sivuilla asioimisen tehokkuutta. Tutkimme myös asiakkaan tekemiä virheitä, jotta voimme parantaa sivujen helppokäyttöisyyttä entisestään. Testin jälkeen kysyimme asiakkaalta, kuinka miellyttäväksi hän koki käyttää verkkosivuja.

5.1 Testaamisen tulokset

Asiakkaamme osasi varata itselleen yhden palveluista ilman suurempia ongelmia ja ainoa ongelma mikä tuli esille oli Wixin kalenterin visuaalinen indikaattori siitä, mitkä päivät olivat vapaita ja mitkä eivät. Tämä olisi voinut olla selkeämpi ero kuin vain haaleaharmaa ja musta väri. Sivulla navigointi sujui hyvin ja asiakkaan mielestä sivun kokonaisratkaisu on looginen. Päävalikko oli aina löydettävissä, joka antoi osviittaa siitä, että navigointi toimi juuri niin kuin toivoimme. Asiakkaamme kokeili sivustoa myös mobiililaitteella ja oli todennut ne myös hyväksi ja helppokäyttöiseksi. Testaamisen tuloksena blogi poistettiin mobiilista, niin kuin aikaisemmin mainitsimme.

Pienimuotoisen testaamisen jälkeen totesimme, että kaikki sivuston toiminnot toimivat niin kuin pitää, Ajanvarausjärjestelmä toimii ja lähettää viestit niin kuin pitääkin. Yhteydenotto-lomake toimii suunnitelmien mukaan ja järjestelmä lähettää yritykselle sähköpostia, jos heihin otetaan yhteyttä verkkosivujen kautta. Sivuston testaaminen olisi voinut olla laajempaa, mutta kuten mainitsimme aikaisemmin, niin aikarajoitusten takia emme kerenneet tehdä omaa tai asiakkaan testailua lukuun ottamatta laajempia tutkimuksia. Itsetestaaminen ja asiakkaan testaaminen olivat myös kaikista kustannustehokkain ja ajankäytön kannalta parhain ratkaisu.

5.2 Sivuston julkaisu

Sivuston julkaisu meni hyvin ja asiakas teki eri sosiaalisen median verkkosivuilla julkaisuviestin. Julkaisun aikana kuitenkin Suomeen iski koronavirus, joka ei mahdollistanut vyöhyketerapian palveluiden käyttämistä. Viruksen takia jouduimme sulkemaan ajanvarauksen lähes heti verkkosivuston julkaisun jälkeen. Tämä tarkoitti sitä, että emme saaneet mitään dataa asiakkailta, eikä yritys voinut kysyä asiakkailta palautetta ajanvarauksesta tai verkkosivustosta henkilökohtaisesti.

Toukokuussa Sentimiento Care pystyi jatkamaan vyöhyketerapian toimintaa, koska koki sen olevan turvallista. He tekivät uuden ilmoituksen siitä, että verkkosivuston ajanvaraus oli jälleen asiakkaiden käytettävissä. Julkaisusta kesti pari tuntia, kunnes asiakkaat alkoivat varata aikoja. Tämä tarkoittaa sitä, että verkkosivustosta ja ajanvarausjärjestelmän toimivuudesta pystyttiin saamaan palautetta. Verkkosivuston ylläpito on edullista, eikä siinä ei pitäisi olla katkoksia koska valitsimme Wixin.

6 YHTEENVETO

Tavoitteenamme oli luoda toimeksiantajallemme verkkosivusto, mikä olisi mahdollisimman kustannustehokas. Verkkosivustoon piti kuulua eri ominaisuuksia. Ne olivat seuraavanlaiset: ajanvarausjärjestelmä, kaksikielisyys (Suomen ja ruotsin kieli), blogi, sijaintipalvelu, yhteydenottolomake, moderni visuaalinen ilme, laadukas sisältö ja mobiiliskaalautuminen. Saimme kaikki yllä mainitut ominaisuudet sisällytettyä verkkosivustolle.

Aikaisempi kokemuksemme Wixistä auttoi meitä tässä projektissa suuresti. Olemme erittäin tyytyväisiä Wixin valintaan ja kaikkiin sen tuomiin maksuttomiin ominaisuuksiin. Useamman julkaisujärjestelmän keskenään vertailemisen jälkeen tämä oli mielestämme paras mahdollinen ratkaisumenetelmä pitäen mielessä, että projektin pääpainopisteenä oli kustannustehokkuus.

Projektin aikana opimme muun muassa sen, että eri julkaisujärjestelmät eroavat toisistaan erittäin paljon. Järjestelmien hintaerot ovat suuria, ja eri järjestelmät tarjoavat eri ominaisuuksia erilaisten ja erikokoisten yritysten tarkoituksiin. Opimme myös sen, että omat taidot koodaamisen sekä ohjelmoinnin suhteen rajoittavat paljon julkaisujärjestelmien vaihtoehtoja.

Verkkosivuston luontiprosessi oli erittäin asiakaslähtöistä, koska halusimme tehdä verkkosivustosta juuri asiakkaamme näköisen. Asiakkaan kanssa jatkuva kommunikointi ei jättänyt mitään arvailuiden varaan. Tämä mahdollisti sen, että pystyimme nopeasti reagoimaan muutoksiin ja keskustelemaan asiakkaan kanssa eri ratkaisuvaihtoehtoja.

Onnistuimme mielestämme luomaan hyvän ja loogisen verkkosivuston asiakkaalle, joka täytti kaikki heidän vaatimuksensa. Projektin lopputulos oli mielestämme kiitettävä, ottaen huomioon lyhyen annetun aikamäärän. Sivuston kaikki ominaisuudet toimivat ja verkkosivusto on käytössä yrityksellä tällä hetkellä. Verkkosivuston tulevaisuuden tarkoitus on jatkossakin parantaa Sentimiento Caren ja heidän asiakkaiden välistä kommunikointia sekä yleisesti kasvattamaan yritystä.

LÄHTEET

Stimac, B. 2018 saatavissa: <https://www.wix.com/blog/2018/10/wix-tutorials/>

Eschenheimer, R. 2018. Saatavissa: <https://www.wix.com/blog/2018/03/beginners-guide-google-search-console/>

McCollin, R. 2012. WordPress Mobile Web Development Beginners Guide. E-Kirja. Birmingham: Packt Publishing.

Pipes, A. 2011. How to Design Website. E-kirja. London: Laurence King Publishing

Pratas, A. 2014. Creating Flat Design Websites. E-kirja. Birmingham: Packt Publishing, Limited

Redding, J. 2010. Beginning Drupal. E-kirja. Saatavissa: <http://masto.finna.fi>

Squarespace palvelu hinnasto. Saatavissa: <https://www.squarespace.com/pricing>

Stern, H., Damstra, D., Little, M. & Williams, B. 2010. Professional WordPress. E-kirja. Saatavissa: <http://masto.finna.fi>

Wix palvelu hinnasto 2020. Saatavissa: <https://www.wix.com/upgrade/website>