



Yrityksen näkyvyyden parantaminen verkkosivuilla - Case comove.fi

Jesse Inkinen

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Yrityksen näkyvyyden parantaminen verkkosivuilla - Case comove.fi

Jesse Inkinen
Tietojenkäsittely
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2020

Tässä työssä käsitellään Comove.fi verkkosivujen suunnittelua ja toteutusta. Verkkosivut toteutettiin yhteistyössä Comove Solutions Oy:n kanssa, joka on toimintaansa aloittava it-alan yritys. Sivuston tarkoituksena oli parantaa yrityksen näkyvyyttä verkossa ja tarjota mahdollisille asiakkaille tietoa yrityksestä.

Sivuston suunnittelussa ja toteutuksessa käytettiin tietopohjana materiaaleja digitaalisesta markkinoinnista, hakukoneoptimoinnista ja sosiaalisesta mediasta. Suunnitelmat toteutettiin rautalankamalleina, joiden pohjalta sivusto toteutettiin WordPress-julkaisualustalla.

Yrityksen pyynnöstä verkkosivuille tehtiin myös jatkokehitys suunnitelmat, joita yritys voi hyödyntää sivuston seuraavassa versiossa.

Asiasanat: WordPress, Hakukoneoptimointi, Verkkosivut

Laurea University of Applied Sciences

Abstract

Degree Programme in Business Information Technology

Bachelor's Degree

Jesse Inkinen

Improving the Company's Online Visibility with a Website - the Case of Comove.fi

Year

2020

Pages

20

This thesis covers designing and developing website Comove.fi. This website was made in co-operation with Comove Solutions Ltd which is a company that is starting their business in the it-development field. The website was developed to increase the company's online visibility and to offer a platform for customers to get more information about the company.

The information basis for the designing and developing was gathered from sources that cover digital marketing, search engine optimising and social media. The designs were made as frameworks that were used as a basis to develop the website with WordPress content management system.

One of the company's requests for this thesis was designs for further development so that they can be utilized in the next version of their website.

Keywords: WordPress, Search Engine Optimizing, SEO, Website

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Comove	6
3	Käsitteet	7
4	Digitaalinen markkinointi	7
5	Suunnittelu.....	8
5.1	Vaatusmäärittelyt	9
5.2	Rautalankamallit	9
5.2.1	Yläosa	10
5.2.2	Keskiosa.....	10
5.2.3	Alaosa	11
6	WordPress	11
6.1	WordPressin ohjauspaneeli	12
6.2	Teemat	12
6.3	Lisäosat.....	12
7	Toteutus	13
7.1	Teeman valinta.....	13
7.2	Sisällön luominen.....	13
8	Jatkokehitys.....	15
9	Tulokset	18
	Kuviot	20

1 Johdanto

Tässä työssä käsitellään verkkosivujen suunnittelua ja toteutusta Comove Solutions Oy:lle. Työn tarkoituksena on parantaa yrityksen näkyvyyttä verkossa ja luoda digitaalinen markkinointi alusta verkkosivujen avulla. Yrityksellä ei ollut vielä olemassa olevia verkkosivuja, joten suunnittelu ja toteutus aloitettiin puhtaalta pöydältä.

Toteutettava sivusto tulee toimimaan yrityksen käyntikorttisivustona, jonka tarkoituksena on tarjota perustiedot yrityksestä. Sivustoa on tarkoituksena jatkokehittää, kun yrityksen toiminta saadaan kunnolla käyntiin oman sovelluksen valmistuttua.

Työ tullaan toteuttamaan WordPress sisällönhallintaohjelmistolla sen tarjoamien monipuolisten ominaisuuksien ja valmiin responsiivisen alustansa takia. Varsinainen sivusto pyrittiin toteuttamaan mahdollisimman vähällä koodaamisella, jotta sivun ylläpitäminen olisi helppoa.

2 Comove

Comove Solutions Oy on syksyllä 2017 perustettu start-up yritys, joka tuottaa it-palveluita. Yritys työllistää tällä hetkellä kuusi henkilöä, joista neljä ovat it-alan osaajia ja kaksi henkilöä vastaavat markkinoinnista ja yrityksen hallinnollista asioista. Yritys tuottaa tällä hetkellä omaa sovellustaan, jonka tulisi valmistua vuonna 2020.

Tulevaisuudessa Comove suunnittelee laajentavansa toimintaansa ja aloittavan toteuttamaan konsultaatio palveluita yksityishenkilöille ja yrityksille tarjoten muun muassa verkkosivu- ja sovellus kehittämistä.

3 Käsitteet

Avoinlähdekoodi: Kaikille avoin valmis koodi, jota kuka vain voi muokata ja parantaa.

CSS: Ohjelmointikieli, jolla pystytään muokkaamaan HTML tiedoston ulkomuotoa, kuten fontteja, kuvien kokoa, värejä ja miten erilaiset HTML elementit näkyvät tiedostolla.

HTML: On lyhenne sanoista Hypertext Markup Language. HTML on standardoitu kuvauskieli, jota käytetään verkkosivuihin. HTML määrittää merkityksen ja rakenteen verkkosivulle. Käytetään usein CSS ja JavaScriptin kanssa, jotka tuovat visuaalisuutta ja toiminnallisuutta sivulle.

MySQL: Avoinlähdekoodin tietokanta. MySQL on maailman käytetyin webpohjainen tietokanta, jota käyttävät muun muassa Facebook, Twitter ja YouTube.

Onepage-konsepti: Verkkosivu, joka on vain yksi sivu. Kaikki sisältö on yhdellä pidemmällä skrollattavalla sivulla, eikä sillä ole linkkejä erillisiin sivuihin, kuten yhteystiedot ja projektit.

PHP: PHP on lyhenne sanoista PHP: Hypertext Preprocessor. PHP avoimenlähdekoodin ohjelmointikieli, jota käytetään erityisesti verkkokehittämisessä.

Rautalankamallit: Yksinkertaistettu suunnitelma, jossa esitetään miten sisältö ja navigointi sivustolla sijoitetaan.

WordPress: Sisällönhallintajärjestelmä, joka perustuu PHP- ja MySQL-ohjelmointikieliin. Mahdollistaa nopean verkkosivujen luonnin ja muokkauksen.

4 Digitaalinen markkinointi

Maailmassa on tällä hetkellä noin 3,5 miljardia älypuhelinta (Turner 2020). Älypuhelin mahdollistaa internetin käytön missä vain, milloin vain. Tämän takia on todella tärkeää, että yritys on tavoitettavissa verkosta. Tärkein digitaalisen markkinoinnin työväline on yrityksen omat verkkosivut. Niitä asiakkaat katsovat usein ensimmäisenä ja voivat niiden perusteella jo tehdä päätöksensä kannattaako yrityksen kanssa olla tekemisissä. Digitaalinen markkinointi verkkosivujen ja sosiaalisen median kautta on yksi kustannustehokkaimmista markkinoinnin tavoista. Pienelläkin budjetilla voidaan tavoittaa miljoonia mahdollisia asiakkaita.

Digitaalisen markkinoinnin yksiä kulmakiviä on hakukonemarkkinointi, jolla pyritään parempaan löydettävyyteen miljoonien verkkosivujen joukosta. Lähes 90 % käyttäjistä hakee

verkosta tietonsa hakukoneiden kautta. Nämä hakukoneet hakevat verkkosivuilta avainsanoja ja etsivät sivuille johtavien linkkien määrää. Näiden ja satojen muiden kriteerien avulla hakukoneet järjestävät haetut sivustot järjestykseen. Kaikille yrityksille onkin tärkeää olla näiden listojen kärkipäässä (Karjaluo, 2010, 133-134). Hakusanamarkkinointi on ilmaista markkinointia, joten se on ihanteellinen aloittavalle yritykselle. Monet sisällönhallintajärjestelmät tarjoavat valmiita hakukoneoptimointi työkaluja ohjelmissaan. Näiden työkalujen lisäksi apuna voi käyttää Googlen luomaa hakukoneoptimointi opasta (Hakukoneoptimoinnin aloitusopas 2020).

Sosiaalisen median suosio on viime vuosikymmenellä noussut räjähdysmäisesti. Vuonna 2010 Facebookilla oli noin 600 miljoonaa käyttäjää, kun taas 2020 niitä on noin 2,6 miljardia (Clement 2020). Sosiaalinen media onkin yksi suurimpia alustoja parantaa näkyvyyttä yritykselle. Näiden alustojen etuna on edullisuus ja hyvä optimointi. Hyvällä optimoisella alustat tarjoavat julkaisuja käyttäjille, jotka ovat kiinnostuneita kyseisestä aiheesta ja ovat hakeneet kyseistä tietoa tai saman alan yrityksiä jo aikaisemmin. Sen lisäksi, että sivustot itse tarjoavat suositeltua sisältöä jakavat käyttäjät sitä toisilleen. Hyvin onnistunut some-kampanja voi saada tuhansia jakoja, jolloin näkyvyys kasvaa. Sosiaalista mediaa käytettäessä on monia etuja, mutta myös haittoja. Alustojen ylläpito voi olla hankalaa, koska yksi väärin toteutettu julkaisu pysyy internetissä ikuisesti ja yrityksen brändi voi olla tuhottu yhdellä klikkauksella. Yrityksen kannattaakin sopia pelisäännöt jo ennen kuin kanavia luodaan ja tarkistuttaa kaikki päivitykset useammalta yrityksen työntekijältä. (Kevan, 2019)

5 Suunnittelu

Tässä luvussa käsitellään sivuston suunnittelua sekä määritetään sivuston vaatimusmäärittelyt, joiden perusteella toteutetaan rautalankamallit. Suunnittelun tarkoituksena on antaa perusta varsinaiselle toteutukselle.

Sivustolla tulee olemaan hyvin vähän toiminnallisuutta ja tärkeimpänä tavoitteena suunnittelussa oli, että käyttäjien tarvitsema tieto olisi nopeasti ja helposti saatavilla. Sivustoa suunniteltaessa haluttiin välittää yrityksen nuoret jäsenet ja heidän rento, mutta asiallinen lähestymistapansa työhönsä.

Verkkosivusta suunnitellaan kaksi versiota. Ensimmäinen suunnitelma tulee olemaan yritykselle käyntikortti tyylinen sivusto, jolta löydetään yrityksen perustiedot. Tämä suunnitelma toteutetaan tässä työssä. Toinen suunnitelma on toteuttavan sivun jatkokehittämistä varten. Suunnitelmat toteutetaan rautalankamalleina, joista voidaan helposti lähteä kehittämään varsinaista sivustoa. Tässä työssä ei nähty olennaiseksi rautalankamalleja visuaalisempaa

suunnittelua. Tässä luvussa käsitellään toteutettavan sivuston suunnittelu ja jatkokehitys-suunnitelma myöhemmin Jatkokehitys-luvussa.

5.1 Vaatimusmäärittelyt

Vaatimusmääritelmien tarkoituksena on selvittää toteutettavalle työlle vaatimuksia, joiden perusteella voidaan määrittää ohjelmiston ulkoasua ja toimintaa. Vaatimusmäärittelyn tärkein tavoite on, että työn tilaajalla ja työn toteuttajalla on sama päämäärä ja näkemys toteuttavasta työstä. (JHS 173 ICT-palvelujen kehittäminen: Vaatimusmäärittely, 2018)

Sivuston perusrakenne muodostuu yrityksen kanssa sovittujen vaatimusmääritelmien mukaan. Yritys on määrittänyt, että sivustolla tulee vähintään olla lyhyt yritys esittely, yhteystiedot, yrityksen työntekijöiden esittely ja yhteydenottolomake. Pää tavoite sivulla on tarjota asiakkaille ja yhteistyökumppaneille käyntikortti, josta näkyvät tärkeimmät yhteystiedot ja mahdollisuus ottaa yhteyttä yritykseen.

Edellä mainittujen määrittelyjen lisäksi yritys haluaisi pitää blogia yrityksessä työskentelemisestä sekä portfoliota tuotteistaan. Nämä päätettiin siirtää sivuston seuraavaan versioon, koska yrityksellä ei vielä ole valmiita tuotteita ja yritys on vasta alkutekijöissään.

5.2 Rautalankamallit

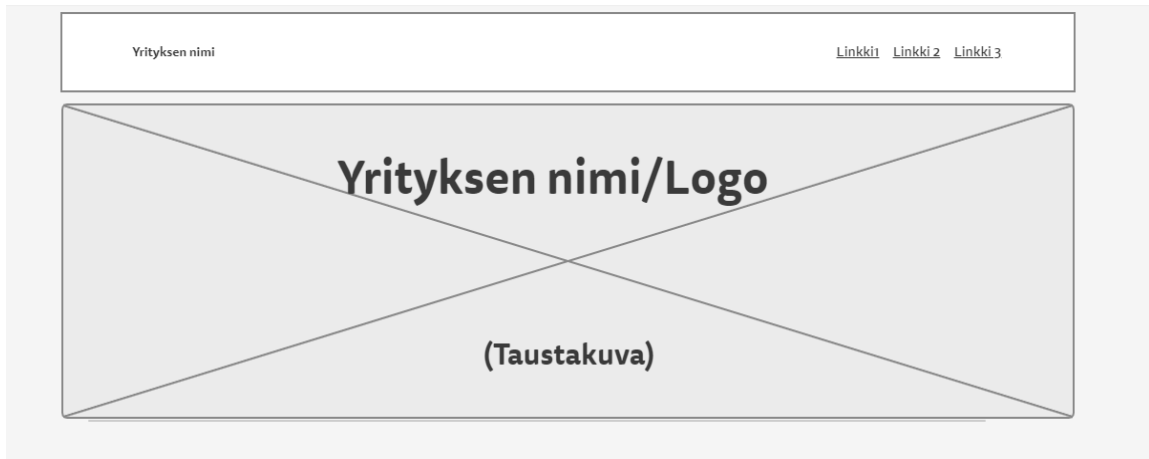
Rautalankamallit auttavat hahmottamaan sivuston rakennetta ja kokonaisuutta. Rautalankamallit voivat olla käsin piirrettyjä tai jollakin ohjelmalla luotuja malleja. Mallit ovat yksinkertaistettu kuva siitä, miten sivusto toimii ja ne toimivat hyvänä kommunikointi välineenä kehittäjän ja työntilaaajan välillä.

Yrityksen asettamien vaatimusmäärittelyjen avulla suunnittelussa päädyttiin Onepage-konseptiin. Onepage-konsepti on viime vuosina kasvanut trendi verkkosuunnittelussa, jossa nimensä mukaisesti kaikki sivuston sisältö on yhdellä sivulla, eikä siinä ole esimerkiksi omia sivuja yhteystiedoille tai yritys esittely sivulle.

Jotta sivustosta tulisi luonteva ja helppokäyttöinen, päätettiin se jakaa kolmeen osioon: ylä-, keski- ja alaosiin. Osioden avulla sivuston rakennetta voidaan jaksoittaa, eikä siitä tule sekava.

5.2.1 Yläosa

Sivun yläosaan päätettiin tehdä yläpalkki, joka sisältää linkit sivun eri osiin. Yläpalkin ideana on seurata yläreunassa, kun sivustolla liikutaan ylös tai alas mahdollistaen nopean siirtymisen eri kohtiin sivulla.



Kuvio 1: Rautalankamalli sivun yläosasta

Yläpalkin lisäksi yläosaan lisätään yrityksen toimintaan sopiva taustakuva, jonka päälle lisätään yrityksen nimi tai logo, jotta käyttäjät tietävät heti, minkä yrityksen sivulla he ovat vierailmassa. Yläosan päätarkoituksena on olla visuaalisesti miellyttävä ja saada käyttäjä jatkamaan vierailuaan sivustolla.

5.2.2 Keskiosa

Sivuston keskiosassa tulee olemaan perustiedot yrityksestä. Tämän osion tarkoituksena on tuoda käyttäjälle tiedoksi, keitä yrityksessä työskentelee ja millainen yritys on kyseessä. Keskiosa alkaa lyhyellä yritys esittelyllä, joka tullaan sopimaan yhteistyöyrityksen kanssa toteutus



Kuvio 2: Rautalankamalli sivun keskiosasta

vaiheessa. Yritysesittelyn jälkeen esitellään yrityksen kuusi jäsentä. Tiimistä lisätään heidän kuvansa ja heidän roolinsa yrityksessä.

5.2.3 Alaosa

Sivun alaosan tarkoituksena on tarjota käyttäjille mahdollisuus ottaa yhteyttä yritykseen. Suoraa yhteydenottoa varten sivulle tulee yhteydenottolomake, jonka käyttäjät voivat täyttää. Lomakkeen lisäksi alaosa sisältää linkit kaikkiin yrityksen tuleviin somekanavoihin, joita tulevat olemaan Twitter, Facebook ja Instagram.



Kuvio 3: Rautalankamalli sivun alaosasta

Sivu tulee päättymään alapalkkiin eli footeriin. Footer tulee sisältämään ainakin yrityksen perus yhteystiedot, kuten osoitteen, puhelinnumeron

6 WordPress

WordPress on avoimman lähdekoodin ohjelmisto, jolla voidaan luoda verkkosivuja, blogeja ja sovelluksia, vaikka WordPress oli alun perin suunniteltu olemaan blogialusta, käytetään sitä nykyään hyvin paljon myös niin sanottujen tavallisten verkkosivujen kehittämiseen. WordPressiä käytetäänkin yli 32 % verkkosivuista tänä päivänä. (WordPress, 2020)

WordPress käyttää lähdekoodinaan PHP:tä ja MySQL:ää, mutta verkkosivuston saa toimimaan moitteettomasti ilman tietämystä kummastakaan. Ohjelmiston ideana onkin aina ollut helppokäyttöisyys, käyttäjäystävällisyys ja nopea asennus. Helppokäyttöisyys ei kuitenkaan rajaa teknisesti taitavilta käyttäjiltä mahdollisuutta muokata koodia, vaan sitä pystytään muokkaamaan monilla tavoin.

6.1 WordPressin ohjauspaneeli

WordPressillä on monia etuja verrattuna perinteiseen verkkosivujen koodaamiseen. Yksi tärkeimmistä eduista on, kuinka WordPressissä sisältöä hallitaan ohjauspaneelilla. Ohjauspaneelin avulla käyttäjä voi tuoda mediaa, kuten kuvia ja videoita tai luoda uusia artikkeleita tai sivuja verkkosivulleen ilman minkäänlaista tarvetta koodaamiselle.

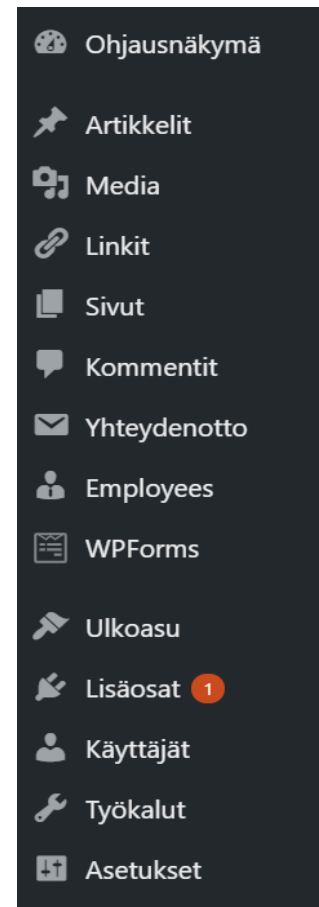
6.2 Teemat

WordPressin kasvaneen suosion ja avoimenlähdekoodin myötä monet ihmiset ovat alkaneet kehittämään omia versioitaan erilaisista teemoista. Teemoja löytyy tällä hetkellä maksullisina sekä ilmaisversiona. Monet maksulliset teemat sisältävät lisäominaisuuksia tai ne ovat optimoitu niin hyvin, ettei kehittäjän tarvitse muuttaa lähdekoodia ollenkaan.

Teemoja on tällä hetkellä tuhansia ja ne ovat räätälöity moneen tarkoitukseen. Teemoja voi hakea erilaisten filttareiden alta, kuten business, verkkokauppa tai blogi ja täten löytää juuri omaan verkkosivuunsa sopivan teeman. Teemojen suurimpia etuja ovat käytännössä täysin valmiit visuaaliset ja responsiiviset alustat. Vaikka teemojen tarkoituksena on olla valmiita paketteja kehittäjälle, voidaan niitä kuitenkin muokata tai jos mikään teema ei tunnu sopivan, voidaan sellainen kehittää itse koodaamalla.

6.3 Lisäosat

Lisäosat eli Pluginit ovat tärkeä osa verkkosivujen kehittämistä WordPressillä. Plugineja käytetään lisäämään haluttuja toimintoja sivulla, joita ei itse teemassa ole vielä toteutettu. Näitä toimintoja voivat olla muun muassa erilaiset kyselylomakkeet, hakukoneoptimoinnin parannus, tietoturva, kävijämäärien tarkkailu ja muunlainen käyttäjätiedon keruu sivustolla. Plugineilla voidaan lisätä myös toimintoja ohjauspaneeliin, kuten CSS-koodin muokkaaminen ohjauspaneelistä, jolloin kehittäjän ei tarvitse mennä muuttamaan sitä lähdekoodin kansioon.



Kuvio 4: WordPressin ohjauspaneeli

7 Toteutus

Yrityksen asettamien vaatimusmäärytyksien ja tulevaisuuden ylläpidon kannalta sivusto toteutetaan WordPress sisällönhallintaohjelmalla. WordPress mahdollistaa visuaalisesti hienon ja responsiivisen sivuston, joka voidaan toteuttaa mahdollisimman vähällä koodaamisella.

Koska verkkosivu oli yrityksen ensimmäinen, lähdettiin liikkeelle tyhjältä pöydältä. Tästä syystä toteutus aloitettiin hankkimalla verkkohotelli ja domain-nimi. Sivun julkaisussa päätettiin käyttää Hostinger verkkohotellia, joka on maailmanlaajuinen hosting palveluiden tarjoaja. Hostinger tarjoaa muun muassa verkkohotelleja, virtuaalipalvelimia, verkkotunnusten rekisteröintiä ja kotisivukoneita. Tässä työssä käytettiin verkkohotellia. Hostingeriin päädyttiin, koska se tarjosi kaikkea mitä yritys tarvitsi. Domain-nimet ja verkkohotellit saatiin samalta sivustolta nopeasti ja edulliseen hintaan. Valinnassa puolsi myös se, että Hostinger oli kehittäjälle entuudestaan tuttu sekä heidän tarjoamastaan ympärivuorokautisesta tuestaan, jos sivustolla on ongelma, jota ei itse voida ratkaista.

Hostinger mahdollisti WordPressin asentamisen helposti suoraan heidän verkkosivujensa kautta automaattisella asentajalla, joka asentaa puolestasi WordPressin. Täten sivuston ylös saamiseen ei vaadita ulkoisten tiedostojen tuontia esimerkiksi ftp-palvelimen kautta. Hostingerilla on kuitenkin mahdollista tuoda ulkopuolisia tiedostoja suoraan verkkosivujen ohjauspaneelista, jos tälle on joskus tarve.

7.1 Teeman valinta

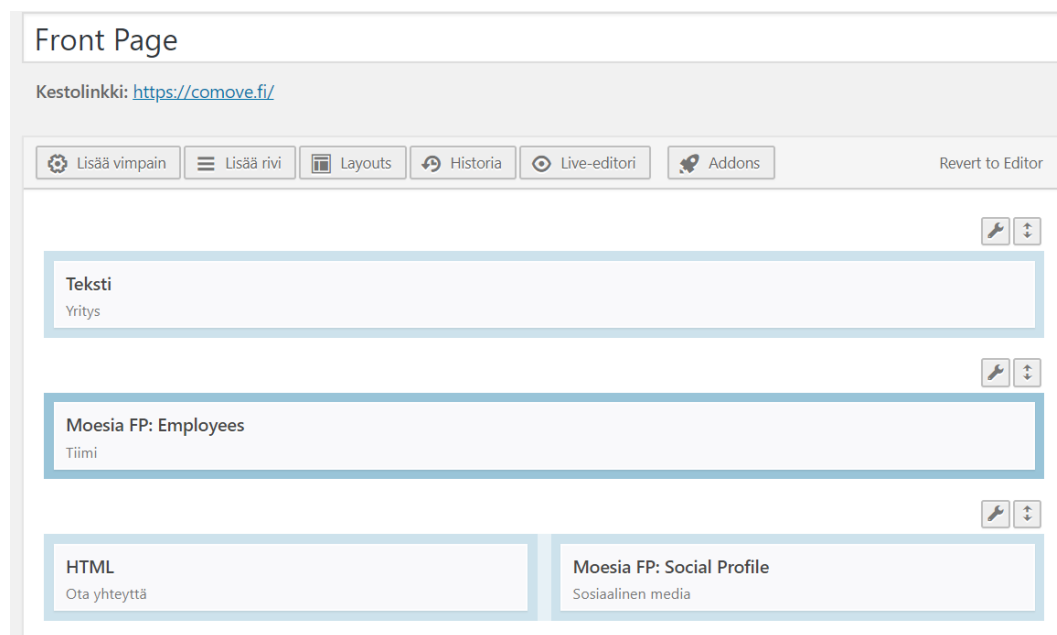
Sivuston tässä versiossa ei haluttu lähteä itse tekemään teemaa, joten suunnitelmien perusteella yhteistyö yritykselle ehdotettiin kolmea teema vaihtoehtoa: Screener, Moesia ja Shuttle goBusiness. Näistä kolmesta vaihtoehdosta yritys sai itse valita mikä teemoista sopisi parhaiten heille. Yritys päätyi valitsemaan Moesia teeman.

Moesia on Athemesin luoma responsiivinen Onepage teema, joka on luotu yritysten verkkosivuja varten. Teema sisältää valmiin sivun, jota voidaan muokata erilaisilla taustakuvilla, fontteilla ja animaatioilla.

7.2 Sisällön luominen

Ennen verkkosivun sisällön luomista päätettiin poistaa kaikki teeman kehittäjien tuoman datan. Kaikki artikkelit, kuvat ja sivuston toiminnalle tarpeettomat lisäosat poistettiin. Tyhjältä pohjalta päästiin luomaan oman näköinen sivu, joka käyttää apunaan teemaa.

Sisältöä lähdettiin suunnitelman mukaan luomaan ylhäältä alaspäin. Luominen piti aloittaa luomalla pääsivu, jolle sisältöä voidaan lisätä. Koska sivu tulee olemaan onepage-konseptin mukainen, kaikki sisältö tulee olemaan tällä sivulla, eikä muita sivuja ole tarpeellista luoda. Jotta sivuston sisältö olisi mahdollisimman helppoa luoda käytettiin apuna. SiteOriginin kehittämää Page Builder-lisäosaa. Tämä mahdollistaa drag- and drop-tyylisen sivustojen luonnin. Käytännössä luot erilaisia osia sivun ohjauspaneelissa, joita voit vapaasti liikuttaa ja pudottaa omille paikoilleen. Kaikki luodut osat ovat valmiiksi responsiivisiä ja mukautuvat toisten osien mukana. Käytetyn Moesia-teeman kanssa suositellaan käytettäväksi kyseistä lisäosaa, sillä Athemes on lisännyt siihen valmiiksi omia osiaan, jotka auttavat sivun rakentamisessa.



Kuvio 5: Page Builder-lisäosa

Sivun keskiosaa varten luotiin kaksi erilaista osiota nimeltä tiimi ja yritys. Yritys osa on teksti tiedosto, joka sisältää yritysesittelyn. Teksti luotiin yhdessä yhteistyö yrityksen kanssa ja sen tarkoituksena on avata yrityksen toimintaa ja sen arvoja. Tiimi osassa pystyttiin hyödyntämään Athemesin luomaa Moesia FP: Employees osaa PageBuilder lisäosassa. Tämä plugin hakee WordPressin ohjauspaneeliin luotujen työntekijöiden tiedot ja kuvat, jolloin niitä ei tarvitse itse koodaamalla lisätä sivustolle. Työntekijöistä päätettiin lisätä kuvat ja heidän työku- vansa yrityksessä.

Alaosaa varten päätettiin luoda yhteydenotto lomake. Tätä varten asennettiin lisäosa WPForms Lite. Yhteydenottolomake haluttiin pitää mahdollisimman yksinkertaisena, joten päädyttiin vain yhteyttä ottavan henkilön nimi tietoihin, sähköpostiin ja viestikenttään. WPForms sisältää itsessään spam filterin, jolloin ei koettu lisäturvaa tarvittavan esimerkiksi

Googlen reCAPTCHAN avulla. Jotta yhteydenotto lomake saataisiin toimimaan tuli yritykselle perustaa sähköposti, johon viestit ohjautuvat. Tämä toteutettiin Hostingerin verkkohotelli palvelussa ja yritykselle luotiin sähköposti info@comove.fi. Samalla luotiin kaikille työntekijöille omat yrityksen sähköpostit.

Sosiaalisen median nappeja varten käytettiin Moesia FP: Social Profilea. Tämä PageBuilderin osa sisältää valmiiksi kaikkien eri sosiaalisten medioiden kuvakkeet ja mahdollisti helpon linkityksen kyseisiin sivuihin. Tässä työssä ei luoda yritykselle sosiaalisen median kanavia, vaan ne jätetään yrityksen hoidettavaksi. Linkit sosiaalisen median napeissa johtavat tällä hetkellä kyseisen alustan etusivulle, mutta ovat valmiita, kun kanavat luodaan.

Footeria varten yritykselle luotiin logo, joka päätettiin laittaa footerin keskelle. Logo luotiin Adobe Photoshopilla. Logon suunnitteluun ei haluttu käyttää paljon aikaa näin yrityksen alkuvaiheessa ja seurattiin sanontaa yksinkertainen, on kaunista. Logon viereen vasemmalle puolelle lisättiin yrityksen yhteystiedot. Footerin oikeaan laitaan jätettiin tilaa blogille tai sosiaalisen median feedille, joita yritys on päättänyt ylläpitää. Viimeisenä tehtävänä palattiin sivun yläosaan linkittämään yläpalkin linkit toimimaan sivuston oikeisiin kohtiin.

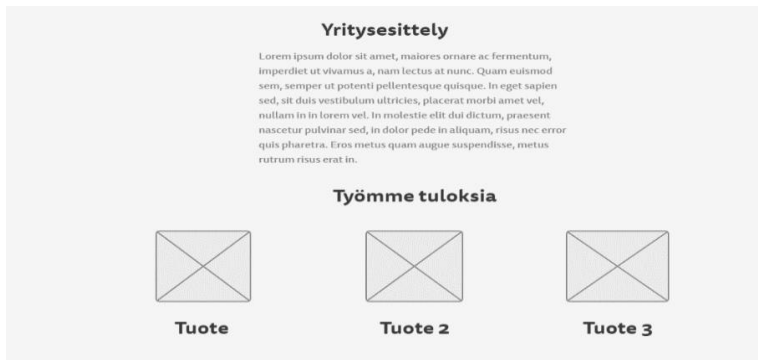
Hakukoneoptimointia varten sivustolle lisättiin avainsanoja: WordPress, ux/ui, web design, sovelluskehitys ja Comove. Hakukone optimointi tulee onnistumaan paremmin sivun seuraavassa versiossa, jossa on enemmän sisältöä ja juuri näitä avainsanoja sisältää tekstiä. Nykyisellä pienellä sisällöllä esimerkiksi Google ei saa tarpeeksi hakusanoja ja kriteereitä nostamaan sivustoa hauissa ylöspäin. Myös vielä puuttuvat somealustat heikentävät hakukoneoptimointia, koska yrityksen nimi, avainsanat ja linkit verkkosivulle eivät toistu tarpeeksi monta kertaa.

8 Jatkokehitys

Tässä työssä tehty sivu on yrityksen ensimmäinen ja se tulee varmasti muuttumaan vuosien varrella useaan otteeseen. Tässä luvussa käydään läpi mahdollisia jatkokehitys ideoita, joita yritys voi käyttää hyödykseen sivuston seuraavassa versiossa.

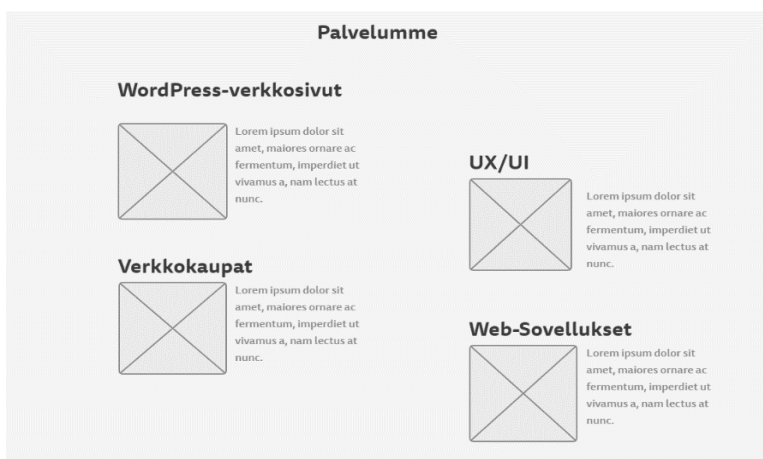
Isoimpia muutoksia seuraavassa versiossa sivusta tulisi olemaan oman WordPress teeman luominen. Luomalla oman teeman yritys pystyy näyttämään millaisia teemoja he ovat valmiita tekemään visuaalisesti sekä teknisesti. Jos oma verkkosivu ei ole näyttävä miksi kukaan tilaisi yritykseltä verkkosivuja. Itse teeman ulkonäköön ei tässä kappaleessa syvennytä vaan keskitytään sivuston sisältöön ja toimintaan.

Sivu tulee jatkossakin olemaan onepage-konseptia poikkeuksena, jos käyttäjä haluaa lukea yrityksen blogia tai käydä sosiaalisen median kanavilla ohjautuu hän uudelle sivulle. Sivun yläosa tulee muuten pysymään samana, mutta staattinen taustakuva tultaisiin vaihtamaan videolla, joka toimisi taustana. Videolla olisi kuvattu esimerkiksi työskentelyä yrityksen tiloissa. Pienemmillä laitteilla, kuten puhelimilla käytettäisiin staattista taustakuvaa, koska video olisi todennäköisesti liian häiritsevää ja pieni puhelimen näytöllä.



Kuvio 6: Rautalankamalli jatkokehitykseen

Sivun keskiosaan lisättäisiin yrityksen luomia tuotteita, kuten verkkosivuja ja sovelluksia, joita klikkaamalla käyttäjä pääsee tutustumaan niihin. Valmiiden töiden avulla mahdolliset uudet asiakkaat pystyvät näkemään millaisia tuotteita yritys pystyy luomaan ja mahdollisesti voivat haluta omalle hankkeelleen joitakin osia jo valmiista töistä. Yrityksen kasvaessa työntekijöiden määrä todennäköisesti tulee kasvamaan. Tällöin suositellaan oman tiimin poistamista sivulta. Tämä voidaan korvata esimerkiksi ryhmäkuvalla tai käyttää hyödyksi yläosassa tulevaa videota.



Kuvio 7: Rautalankamalli yrityksen palveluista jatkokehityksessä

Sivuston keskiosaa jatkettaisiin yrityksen tarjoamilla palveluilla. Tällä hetkellä yritys ei tarjoa vielä palveluita, sillä heidän oma sovelluskehityksensä on vielä kesken. Sovelluksen

valmistuttua yrityksen palveluihin tulee kuulumaan verkkosivujen luontia, UX/UI designia, verkkokauppojen luomista sekä web-sovellusten luomista.

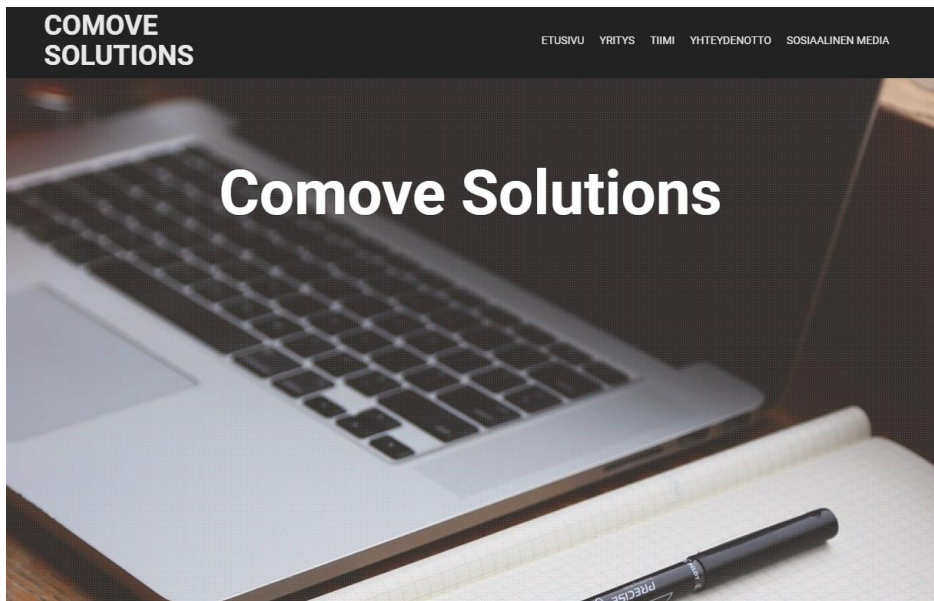
The image shows a contact form with two main sections. The left section, titled "Ota yhteyttä", contains contact information: "Sähköposti: Info@comove.fi" and "Puhelinnumero: +358 44 5665021". Below this is a heading "Tai täytä alla oleva lomake:" followed by three input fields labeled "Nimi:", "Sähköposti:", and "Viesti:". A "Lähetä" button is at the bottom. The right section, titled "Sosiaalinen media", features icons for Facebook, Twitter, and a person. Below the icons is a placeholder box with a large 'X' and a text box containing the text: "Tässä esimerkiksi viimeisin some feediä. Esimerkiksi viimeisin Facebook julkaisu."

Kuvio 8: Uudistettu yhteydenottolomake

Sivun alaosa pysyisi lähes entisellään. Alaosaa voitaisiin hieman visuaalisesti parantaa esimerkiksi poistamalla yhteydenoton laatikot ja vaihtamalla ne siistimpiin viivoihin, jotka näyttävät hieman nätimiltä silmälle. Sosiaalisen median linkkien alle lisättäisiin Sosiaalisen median feedi, jossa näytettäisiin esimerkiksi viimeisin Facebook tai Twitter julkaisu. Footeriin lisätään linkki blogiin ja avoimiin työpaikkoihin yrityksessä. Linkkien viereen voidaan lisätä viimeisin blogi postaus houkuttelemaan käyttäjiä lukemaan blogia.

9 Tulokset

Työn tuloksena syntyi sivusto comove.fi. Sivuston valmistuttua palattiin takaisin tutkimaan vaatimusmäärittäjiä, sekä suunnitelmia ja päädyttiin siihen tulokseen, että kaikki yrityksen haluamat tiedot ovat sivustolla.



Kuvio 9: Valmiin sivun yläosa

Valmiille sivulle tehtiin testejä eri kokoisilla näytöillä ja laitteilla. Testaamiseen käytettiin perinteistä isoa pöytäkonetta, puhelinta ja tablettia. Sivusto oli tähän versioon tarpeeksi responsiivinen ja miellyttävä kaikilla alustoilla. Jatkokehityksenä mobiilioptimointi voisi olla vielä parempi, kuten lyhyempiä tekstipätkiä mobiiliin ja pienemmät kuvat tai tiimin toteutus eri tavalla. Suuremmilla näytöillä ei koettu parannettavaa responsiivisuuteen tai sisältöön. Koska suunnitelmia tehtäessä tiedettiin jo, että tullaan käyttämään valmista WordPress teemaa, joka on responsiivinen ei koettu tarvetta aloittaa suunnittelua mobiiliversiosta. Sivun seuraavassa versiossa, joka todennäköisesti tehdään omalla WordPress teemalla kannattaakin suunnittelu aloittaa pienimmästä laitteesta ja optimoida se parhaaksi ensin pienimmälle näytölle ja sen jälkeen vasta isoimmalle eli tietokoneen näytölle. Mobiilia varten, jopa erillinen sivu voi olla tarpeen riippuen tulevasta sisällöstä.

Työn tulos esitettiin yritykselle, joka oli tyytyväinen sen ulkonäköön ja toiminnallisuuteen. Yritykselle neuvottiin, kuinka yhteystietolomake toimii ja mihin yhteydenotot tulevat yrityksessä. Sivuston asetuksissa lisäosien ja teeman päivitykset asennettiin automaattisiksi, mutta yritystä neuvottiin silti tarkkailemaan niitä. Kokonaisuudessaan päädyttiin yrityksen kanssa siihen, että työ on onnistunut, mutta jatkokehitykselle on tarvetta sivun seuraavassa versiossa.

Lähteet

Painetut

Karjaluoto, H. 2010. Markkinointiviestintä, Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä: WSOYpro

Sähköiset

Clement, J. 2020. Number of montly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2020 <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

Hakukoneiden aloitusopas. 2020. Google. Viitattu 25.5.2020 <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=fi>

JHS 173 ICT-palvelujen kehittäminen: Vaatimusmäärittely. 2018. Viitattu 25.5.2020 <http://docs.jhs-suositukset.fi/jhs-suositukset/JHS173/JHS173.pdf>

Kevan, L. 2019. How to Create a Social Media Marketing Plan From Scratch. Viitattu 25.5.2020 <https://buffer.com/library/social-media-marketing-plan>

Turner A. 2020. How many smartphones are there in world? Viitattu 25.5.2020 <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world>

WordPress. 2020. Viitattu 25.5.2020 <https://fi.wordpress.org/about/>

Kuviot

Kuvio 1: Rautalankamalli sivun yläosasta	10
Kuvio 2: Rautalankamalli sivun keskiosasta	10
Kuvio 3: Rautalankamalli sivun alaosasta	11
Kuvio 4: WordPressin ohjauspaneeli	12
Kuvio 5: Page Builder-lisäosa	14
Kuvio 7: Rautalankamalli jatkokehitykseen	16
Kuvio 8: Rautalankamalli yrityksen palveluista jatkokehityksessä	16
Kuvio 9: Uudistettu yhteydenottolomake	17
Kuvio 6: Valmiin sivun yläosa	18