

## **Web-sivuston kehitys**

**CASE: Personal Trainer Ville Lehtonen**

Petri Penttinen

Opinnäytetyö

Toukokuu 2020

Tekniikan ala

Insinööri (AMK), tieto- ja viestintätekniikka

|   |                                     |                                   |
|---|-------------------------------------|-----------------------------------|
| Tekijä(t)<br>Penttinen, Petri   | Julkaisun laji<br>Opinnäytetyö, AMK | Päivämäärä<br>Toukokuu 2020       |
|   | Sivumäärä<br>38                     | Julkaisun kieli<br>Suomi          |
|   |                                     | Verkojulkaisulupa<br>myönnetty: x |
| Työn nimi<br><b>Web-sivujen kehitys</b><br>Case: Personal Trainer Ville Lehkonen  |                                     |                                   |
| Tutkinto-ohjelma<br>Tieto- ja viestintätekniikka  |                                     |                                   |
| Työn ohjaaja(t)<br>Kari Niemi, Ari Rantala  |                                     |                                   |
| Toimeksiantaja(t)<br>Lehkonen Ville   |                                     |                                   |
| <p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda personal trainer Ville Lehkoselle henkilökohtaiset verkkosivut. Lehkosella ei ollut aikaisemmin tapaa tuoda itseään esille verkossa, eikä olla yhteydessä asiakkaisiin muuten kuin fyysisesti työpaikallaan. Verkkosivut toimivat Lehkosen henkilökohtaisena portfoliona, tuoden esille hänen osaamisensa ja kykynsä. Verkkosivut toimivat myös väylänä asiakkaiden ja Lehkosen välillä. Verkkosivut edustivat myös Lehkosen perustamaa Team East Fit-yhdistystä ja sen palveluita.</p> <p>Opinnäytetyössä käytettäväksi tutkimusmenetelmäksi valittiin toiminnallinen kehittämistyö. Prosessin alussa tutkittiin verkkosivujen suunnittelu- ja toteutusprosessiin liittyvää tietoperustaa, jonka pohjalta saatuja tuloksia hyödynnettiin Lehkosen verkkosivun luomisessa. Suunnitteluprosessiin kuuluivat vaatimusmäärittelyn luominen sekä sivuston rakenteen ja ulkoasun suunnittelu. Toteutusprosessissa verkkosivuston luomiseen käytettiin WordPressissä itse luotua omaa teemaa sekä WordPressin Elementor sisältöeditori-lisäosaa. Elementor sisältöeditorin tuottamia valmiita elementtejä muokattiin vielä tyyllitiedostoissa verkkosivun tyyliin sopivimmaksi.</p> <p>Verkkosivujen suunnittelu- ja toteutusprosessissa on tärkeää muistaa toimeksiantajan näkökulmat aiheeseen. Toimeksiantajan oman alan ammattitaitoa on myös tärkeää hyödyntää erityisesti kohderyhmää määriteltäessä. Lehkonen on oman alansa ammattilainen ja osasi näin määritellä tarkasti oman kohderyhmänsä. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa tuli suureen rooliin opinnäytetyön aikana.</p> <p>Lopputuloksena saatiin Lehkosen sekä hänen kohderyhmänsä tarpeisiin soveltuvat, hieman hienosäätöä vaativat verkkosivut.</p> |                                     |                                   |
| Avainsanat (asiasanat)<br>Web-suunnittelu, Web-kehitys, WordPress   |                                     |                                   |
| Muut tiedot (Salassa pidettävät liitteet)<br>.  |                                     |                                   |

|   |  |   |
|---|--|---|
| Author(s)<br>Penttinen, Petri   | Type of publication<br>Bachelor's thesis | Date<br>May 2020<br>Language of publication:<br>Finnish |
|   | Number of pages<br>38                    | Permission for web publication: x                       |
| Title of publication<br><b>Web page development</b><br>Case: Personal Trainer Ville Lehkonen  |  |   |
| Degree programme<br>Information and communication technology  |  |   |
| Supervisor(s)<br>Niemi Kari, Rantala Ari.   |  |   |
| Assigned by<br>Lehkonen Ville   |  |   |
| Abstract<br><br><p>The aim of the thesis was to create a personal website for Ville Lehkonen, who works as a personal trainer. Lehkonen had no prior way to present himself online. He had to meet his customers at his workplace. The website serves as Lehkonen's personal portfolio, highlighting his skills and abilities. The website operates as a channel for Lehkonen and his customers to communicate online. The website also represents Lehkonen's founded association, Team East Fit and its services.</p> <p>Functional development was chosen as the research method. At the beginning of the process, the knowledge base of the website design and implementation process was examined. These results were used to create Lehkonen's website. The design process included the creation of a requirements specification. The requirements definition included the definition of Lehkonen's target group. The structure of the site and its layout were also defined in the design process. The implementation process began by compiling the planned site for the WordPress publishing platform. A self-created theme combined with Elementor add-on was used to create the WordPress website. The challenge with Elementor was that created elements were not always what was required, so the elements had to be modified by hand within the stylesheets.</p> <p>In the process of designing and implementing a website, it is important to remember the client's perspectives on the topic. Lehkonen is a professional in his field and could therefore define the target group himself. Cooperation with the client played a major role in the making of the thesis.</p> <p>The result was nearly finished product that only needed to be fine-tuned, and published. According to Lehkonen, the result was suitable for him and his target group.</p> |  |   |
| Keywords/tags (subjects)<br>Web design, web development, WordPress  |  |   |
| Miscellaneous (Confidential information)  |  |   |

## Sisältö

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>Työn lähtökohdat ja tavoitteet .....</b>                | <b>3</b>  |
| 1.1      | Tausta ja toimeksiantaja.....                              | 3         |
| 1.2      | Tehtävät ja tavoitteet .....                               | 4         |
| 1.3      | Tutkimusmenetelmät .....                                   | 4         |
| <b>2</b> | <b>Verkkosivujen suunnittelu- ja kehitysprosessi .....</b> | <b>5</b>  |
| 2.1      | Yleistä .....  | 5         |
| 2.2      | Vaatimusmäärittely .....                                   | 6         |
| 2.3      | Sivurakenne, rautalankamalli ja hakukoneoptimointi .....   | 7         |
| 2.3.1    | Sivurakenne .....  | 7         |
| 2.3.2    | Rautalankamalli .....                                      | 9         |
| 2.3.3    | Hakukoneoptimointi.....                                    | 10        |
| 2.4      | Sisältö .....  | 11        |
| 2.5      | Ulkoasu ja muotoilu.....                                   | 12        |
| 2.6      | Värit .....  | 13        |
| 2.7      | Kuvat.....   | 14        |
| 2.8      | Typografia.....  | 15        |
| <b>3</b> | <b>Verkkosivujen toteutus.....</b>                         | <b>16</b> |
| 3.1      | Toteutus.....  | 16        |
| 3.1.1    | Yleistä.....   | 16        |
| 3.1.2    | Wordpress .....  | 16        |
| 3.2      | Testaus, julkaisu ja ylläpito.....                         | 17        |
| 3.2.1    | Testaus.....   | 17        |
| 3.2.2    | Palvelin (Server).....                                     | 18        |
| 3.2.3    | Domain .....   | 18        |
| 3.2.4    | Ylläpito .....   | 18        |
| 3.3      | Web-analytiikka.....                                       | 19        |

|  |           |
|--|-----------|
|  | 2         |
| <b>4 Case: Personal trainer Ville Lehkosen verkkosivut .....</b> | <b>20</b> |
| 4.1 Sivuston määrittely.....                                     | 20        |
| 4.2 Suunnittelu .....  | 20        |
| 4.2.1 Sivurakenne .....  | 21        |
| 4.3 Rautalankamalli .....  | 21        |
| 4.4 Sisältö .....  | 24        |
| 4.4.1 Etusivu .....  | 24        |
| 4.4.2 Alasivut .....   | 24        |
| 4.5 Ulkoasu ja muotoilu.....                                     | 25        |
| 4.5.1 Värit .....  | 25        |
| 4.5.2 Kuvat.....   | 25        |
| 4.5.3 Logo .....   | 28        |
| 4.5.4 Typografia.....  | 29        |
| <b>5 Toteutus.....</b>   | <b>29</b> |
| 5.1 Yleistä .....  | 29        |
| 5.1.1 Teema .....  | 29        |
| 5.1.2 Lisäosat .....   | 30        |
| 5.2 Jatkokehitys.....  | 32        |
| <b>6 Pohdinta.....</b>   | <b>33</b> |
| <b>Lähteet .....</b>   | <b>35</b> |

# 1 Työn lähtökohdat ja tavoitteet

## 1.1 Tausta ja toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli personal trainer Ville Lehkonen, joka työskentelee personal trainerina Joensuussa. Lehkonen on toiminut virallisena, sertifikaattien omaavana, personal trainerina viisi vuotta. Sali- ja treenikokemusta Lehosella on 14 vuotta. Ennen voimaharjoittelun aloittamista kuntosalilla, Lehkonen oli kilpatason thai-nyrkkeilijä. Personal trainerina ja valmentajana Lehosen erikoisosaamiseen kuuluvat oikeaoppiset ja monipuoliset liiketekniikat, kehonmuokkaus, lihasmassan kasvattaminen, ruokavalion ja treenin yhdistäminen, kokonaisvaltaisen elämäntapamuutoksen tukeminen, ryhmäohjaus, asiakkaan motivointi, kilpavalmennus ja poseerausharjoittelu. Lehkonen tekee valmennustyötä myös eri urheilulajien urheilijoiden tavoitteiden saavuttamiseksi. Urheilijoita on monenlaisia kuten esimerkiksi kilpatason urheilijoita, thai-nyrkkeilijöitä, poliisikouluun haluavia ja karaten pitkänlinjan harrastajia. (Easyfit PT-esittely 2020.) Lehkonen on Suomen Fitness urheilu ry:n hyväksymä valmentaja. Suomen Fitness urheilu ry on kuulunut vuodesta 1995 lähtien Suomen urheilun eettisen keskuksen ry:n (ADT ry) anti-doping -testauspiiriin. Lehkonen on tämän liiton virallinen valmentaja. (Viralliset valmentajat 2020.)

Lehkonen työskentelee yhteistyökumppaninsa Easyfitin kanssa, joka tarjoaa tilat ja laitteet Lehosen toiminnalle. Yhteistyössä Personal Trainer Lehkonen markkinoi, myy ja toteuttaa PT-palveluita kuntokeskuksen asiakkaille. Asiakkaat tilaavat kuntokeskukselta palvelut ja PT-toteuttaa ne kuntokeskuksen puolesta. Lehkonen saa käyttää yhteistyösopimuksella kuntokeskuksen tiloja ulkopuolelta tulevien asiakkaiden valmennukseen. (Lehkonen 2020.)

Lehkonen on perustanut Team East Fit -yhdistyksen vuonna 2015 (Finder yritystiedot 2020). Team East Fit on virallinen Fitness urheilutiimi. Team East Fit -tiimiin kuuluu kymmenkunta urheilijaa, eri Fitness-lajeista. He ovat naisia ja miehiä. Lehosella on

IFBB:n (International Federation Of Bodybuilding and Fitness) ensimmäisen ja toisen tason koulutukset, jotka mahdollistavat kisavalmentajana toimimisen kansainvälisellä tasolla. (Suomen Fitness urheilu 2020.)

## 1.2 Tehtävät ja tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda Lehkoselle verkkosivut alustaksi, joka korostaisi hänen osaamistaan ja loisi tavan käsitellä Lehkosen asiakkaita nykyisen käsin kirjattavan kalenterin tilalle. Verkkosivujen tarkoitus oli myös luoda Lehkoselle näkyvyyttä ja tuoda Lehkosen laajaa osaamista asiakkaiden tietouteen. Verkkosivut tehtiin Lehkosen asiakkaille eli aloitteleville urheilijoille, kokeneille treenaajille, uraa tekeville kilpaurheilijoille sekä kilpauraa aloittamista pohtiville verkkosivut tehtiin sopiviksi kaikille Lehkosen asiakkaille eri poluilla etusivusta lähtien. Tavoitteena oli tuoda Lehkosen asiakkaille helpompaa ja selkeämpää tapaa ottaa häneen yhteyttä ja saamaan parempaa palvelua selkeillä, Lehkosen persoonaan sopivilla verkkosivuilla.

## 1.3 Tutkimusmenetelmät

Toiminnallinen kehitystyö on hyvin lähellä projektia, mutta sitä se ei kuitenkaan ole. Verrattaessa näitä kahta, molemmissa on työnantaja, joka haluaa lopputuotoksen, eli verkkosivut itselleen. Työllä on myös takaraja opettajien ja valmistumisen puolesta. Toteutus tehdään lähinnä kokeilemalla ja osallistujia on useampia. Opinnäytetyöllä on aina jokin tavoite: tutkia, luoda tai kehittää. (Latvala & Tuomi. N.d.) Tässä opinnäytetyössä tehdään toimeksiantajalle verkkosivut, eli lopussa, kirjallisen työskentelyn lisäksi tulee olemaan jokin tuotos.

Toiminnallisella opinnäytetyöllä tarkoitetaan perinteisestä tutkimustyyppisestä opinnäytteestä poikkeavaa työtä. Työssä on perinteinen teoreettinen osuus, eli tietoperusta, sekä käytännön osuus, jonka lopputuloksena on luotu tuote eli tässä tapauk-

nessa verkkosivut. Tässä työssä tiedonhankintana toimivat valmiit materiaalit ja dokumentit sekä itse uusien teknologioiden kokeilu ja opettelu. (Pohjannoro & Taijala 2007)

Toiminnallinen opinnäytetyö ei tähtää uuden tiedon saavuttamiseen, vaan vanhan, jo olemassa olevan tiedon keräämiseen ja sen hyödyntämiseen tuotoksessa (Salonen 2013). Tässä työssä suuressa roolissa on toimeksiantaja Lehkonen. Tämä työ tehdään toimeksiantajalle, eli sen pitää olla hänelle mieluinen. Tämä toteutetaan toiminnalliselle kehittämistyölle tyypillisillä tavoilla. Hänen mielipiteitään kuunnellaan ja kommentteja kysellään pitkin suunnitteluprosessia sekä toteutusprosessia. (Salonen 2013.) Lehkonen voi jopa uudelleen suunnata toiminnan kulkua, jos alustavat suunnitelmat eivät kuulosta hyvältä. Asiakslähtöisyys on ensimmäinen prioriteetti.

Toteutuksen tiedonhankintaan ja taidonhankintaan käytetään internetistä valmiiksi löytyviä neuvoja ja ohjeita sekä opetellaan tekijälle uudet teknologiat. Kehittämistyö tapahtuu teoriaosuudessa tehtyjen löytöjen soveltamista verkkosivujen luontiin. (Tutkimus- ja kehittämistoiminta N.d.) Suunnitelmat lopputuotoksesta kuten rautalankamallit ja sivurakennesuunnitelmat ovat opinnäytetyön dokumentteja, joista tehdään osa opinnäytetyön sisältöä.

## **2 Verkkosivujen suunnittelu- ja kehitysprosessi**

### **2.1 Yleistä**

Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Verkkosivujen luominen on yksi iso prosessi, joka kannattaa ensin suunnitella ja sitten toteuttaa. Suunnitteluosio koostuu tiedonkeräämisestä vaatimusmäärittelyllä sekä sivurakenteen luonnostelusta. Sivurakenteen luonnoksekseen tehdään suuntaa antavan rautalankamalli, verkkosivuston sisältö



sekä suunnitellaan ulkoasu ja sen muotoilu. Toteutusprosessi jaetaan tekniseen toteutukseen, testaamiseen ja julkaisuun sekä ylläpitoon ja jatkuvaan päivittämiseen (Gordiyenko 2015).

## 2.2 Vaatimusmäärittely

*”Vaatimusmäärittelyllä tarkoitetaan kehitettävän ohjelmiston vaatimusten kartoittamista ja dokumentointia”* (Vaatimusmäärittely ketterässä ohjelmistokehityksessä. N.d.). Vaatimusmäärittely on tärkeää tiedon keräämistä tulevaa toteutusta varten, ja tästä saadut johtopäätökset vaikuttavat toteutukseen huomattavasti (Gordiyenko 2015). Vaatimusmäärittelyn tärkein tehtävä on hahmottaa sivuston tarkoitus. Mitä sivustolla on tarkoitus tehdä? Kuka sitä aikoo käyttää ja kuka sitä ylläpitää? Näitä lähdetään miettimään vaatimuksina, ja vaatimukset voidaan jakaa kategorioihin. Kategoriat ovat liiketoiminnalliset vaatimukset, käyttäjien vaatimukset, toiminnalliset vaatimukset, palvelun laadun vaatimukset sekä toteutuksen vaatimukset. Vaatimusmäärittelyjen alkuun laitetaan jokaisen vaatimuksen kategoriasta vain pari lausetta, joilla tiivistetään, mitä sivustolta halutaan sen vaatimuskategorian osalta ja niitä tarkennetaan projektin edetessä. Nämä vaatimukset eivät kuitenkaan neuvo, miten sivusto pitää lopulta toteuttaa, vaan mitä siellä pitää olla. (Website Requirements N.d.)

*”Hankkeen visio muodostuu liiketoimintavaatimuksista”* (Mäkinen 2002). Liiketoiminnallisilla vaatimuksilla kuvataan verkkosivujen omistajan tavoitteita, eli mitä omistaja haluaa verkkosivuillaan saavuttaa. Käyttäjien vaatimuksilla kuvataan, mitä yksittäinen käyttäjä tai käyttäjäryhmä, haluaa sivustolta ja miten he käyttäytyvät sivustolla. Näin saadaan parempi ymmärrys, mitä tuleva asiakas etsii verkkosivulta. (Scenarios N.d.)

Toiminnallinen vaatimus on määritelmä toiminnosta tai toiminnon osasta, joka verkkosivuston tulee sisältää. Toiminnallisia vaatimuksia on useita, joista jokainen määrittelee eri toiminnon, kuinka se toimii ja käyttäytyy sitä käytettäessä. Toiminnalliset

vaatimukset keskittyvät käyttäjien vaatimuksiin. Esimerkiksi verkkosivun sisäänkirjautumisen ja lomakkeiden toimivuus ovat toiminnallisia vaatimuksia. (What is a Functional Requirement? N.d.)

Laadulliset vaatimukset määrittelevät, miten sivusto ja sen osat toimivat ja käyttäytyvät sitä käytettäessä. Laadullisilla vaatimuksilla pyritään parantamaan asiakkaan käyttökokemusta, esimerkiksi luomalla erinomaisen suorituskyvyn, käytettävyyden eri laitteilla kuten PC, mobiili tai MAC ja huomioimalla eri käyttäjien tarpeet esteettisyydellä. (What is a Functional Requirement? N.d.)

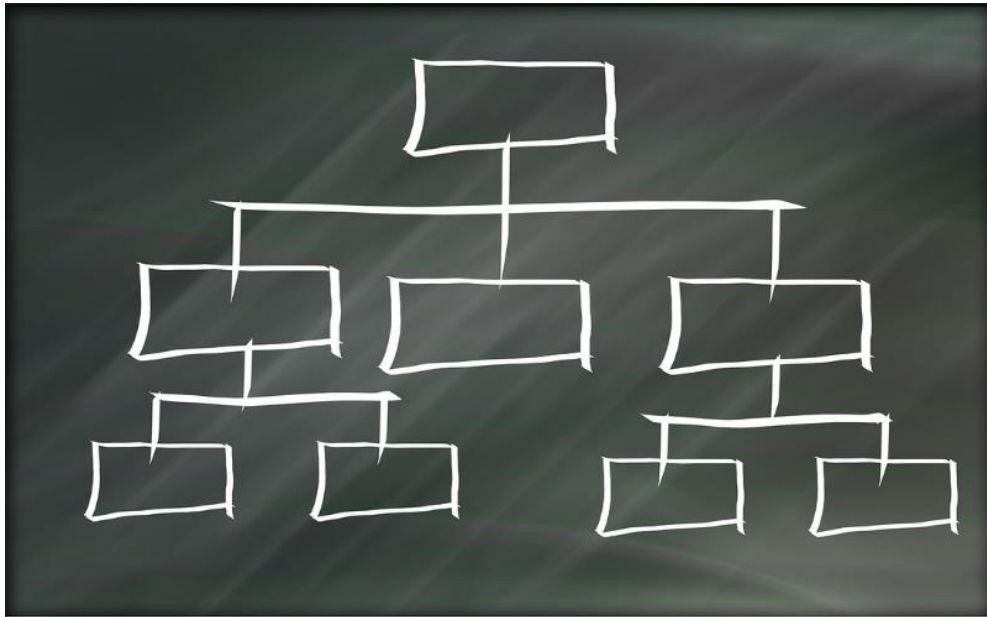
## 2.3 Sivurakenne, rautalankamalli ja hakukoneoptimointi

Sivurakenteella ja rautalankamalleilla hahmotellaan sivuston runkoa ja pääsisältöjä. Sivurakenteella määritellään sivuston runko ja sivujen paikat suhteessa toisiinsa. Rautalankamallilla kuvataan sivuston pääsivujen ja alasivujen elementtien sijainnit yksittäisillä sivuilla. Elementtejä ovat esimerkiksi kuvat, tekstikentät ja linkit. Rautalankamalli ei sisällä mitään visuaalista kuten värejä tai kuvia. Näiden selkeys, yksinkertaisuus, laadukkuus ja sijainnit vaikuttavat hakukoneoptimointiin. (Gordiyenko 2015.)

### 2.3.1 Sivurakenne

*”Sivuston rakenne määräytyy sivukartan mukaan. Sivukartta yleensä kuvataan puumaisen hierarkian avulla.”* (Sivukartta N.d.) Kuvio 1 on esimerkki sivurakenteesta. Sivurakennetta kuvataan sivukartalla. Sivukarttaa voi verrata tavalliseen karttaan, jota tarvitaan matkan onnistumiseen. Ilman karttaa matkaan voisi kuulua turhia pysähdyksiä ja eksymisiä. Matkustamisessa ja sivustoa selailtaessa on oltava looginen reitti pisteestä A pisteeseen B. Matkan varrella saa olla tutkittavaa ja ihmeteltävää, kunhan ne sopivat teemaan. (Sesay N.d.)

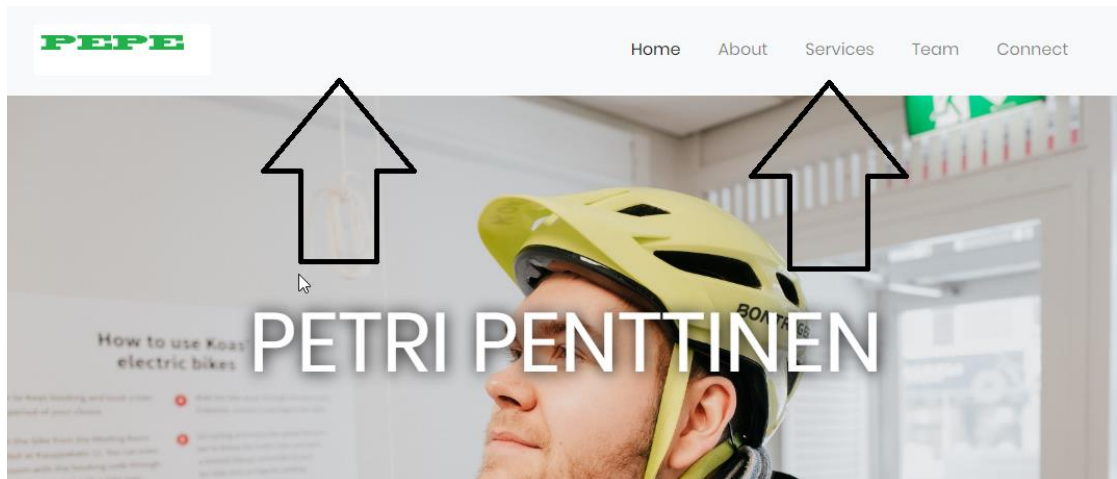
Mikä on sivukartta? Sivukartta luo kartan sivuston sisällöistä ja niiden paikoista, suhteessa toisiinsa. Sivukartasta voi tulkita, onko asiakkaan helppo selata sivustoa ja löytää etsimänsä aloittaessaan etusivulta. Sivukartassa päällimmäinen taso on sivuston pääsivu eli etusivu. Jokaisella sivulla voi olla alisivuja, jotka voi kuvata pienemmällä neliöllä liitettyinä toiseen neliöön eli sivuun, kuten esimerkiksi kuviossa 1. (Sebjanic 2019.)



Kuvio 1. Sivukartta

Sivukartta on ensimmäinen konkreettinen asia, joka näyttää, mitä olet luomassa. Hyvin suunniteltu sivukartta johdattelee sivuston käyttäjiä heidän tietämättään navigoimaan ja käyttäytymään sivuston suunnittelijan haluamalla tavalla. Sivurakennetta suunnitellessa kannattaa pysyä mahdollisimman yksinkertaisissa puumalleissa, jotta rakenne pysyy selkeänä ja sitä on ylläpidettävyyden kannalta mukavampi hoitaa tulevaisuudessa. (La Barbera 2020.)

Sivurakenteen hahmottelussa määritellään ensimmäiseksi ylätasen sivut. Ylätasen sivut ovat aina yleensä esillä jossakin, kuten navigaatiopalkissa. Navigaatiopalkki löytyy tyypillisesti kaikilta alatasen sivuiltakin, tehden navigaatiosta helppoa. Mitä enemmän vaihtoehtoja asiakkaalla on valittavana navigaatiopalkissa, sitä sekavampi sivustosta tulee. (La Barbera 2020.)

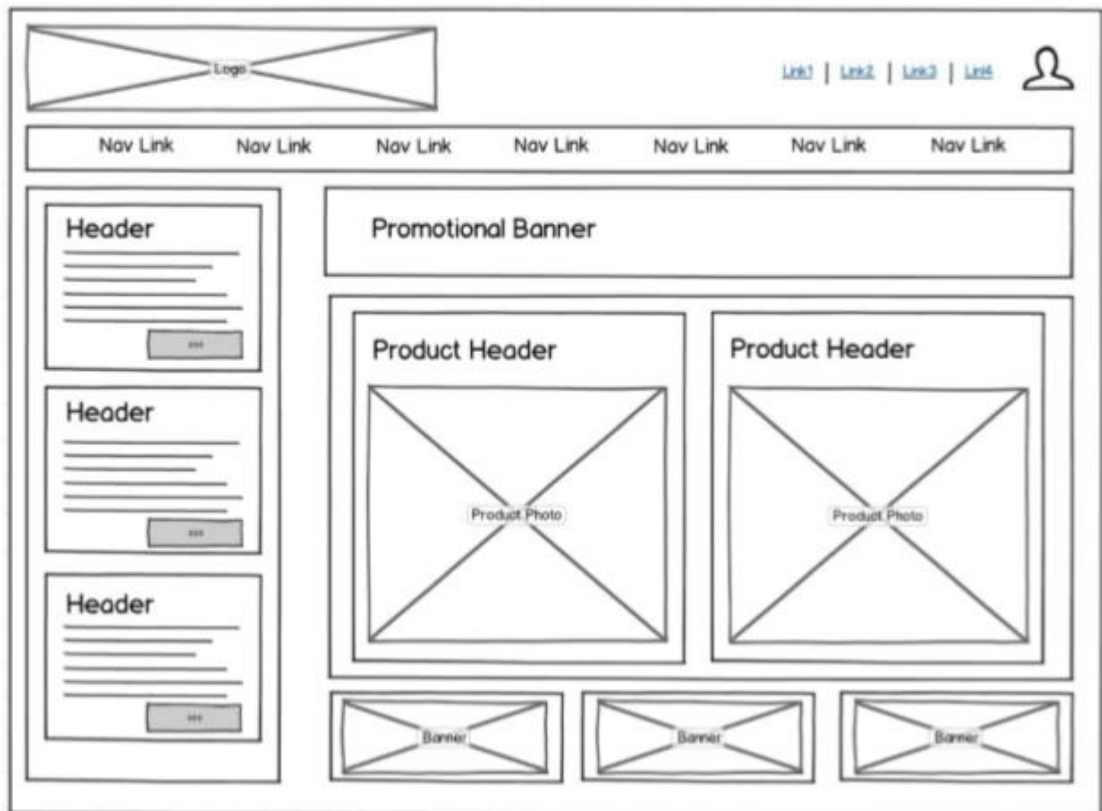


Kuvio 2. Navigaatiopalkki.

### 2.3.2 Rautalankamalli

Rautalankamalli on yksinkertainen mustavalkoinen kuvaelma verkkosivusta, joka määrittelee tarkat koot ja paikat sivun elementeille, ominaisuuksille ja navigaatiolle. Kuten talonperustuksetkin on suunniteltava, jotta tiedetään, mihin tulee putkisto, mihin vessa ja mihin ikkunat. Jälkeenpäin on helpompi sisustaa talo, kun se on valmiiksi rakennettu. Rautalankamalli on riisuttu väreistä, fonteista, logoista ja kaikesta muistakin suunnitelluista elementeistä. Ilman näitä pystytään rehellisesti keskittymään vain sivun rakenteeseen ja tähän rautalankamallin teko tähtää. (Haas 2011)

Suunnittelija toteuttaa rautalankamallin koodaajalle eli sivuston toteuttajalle. Kuvio 3 on esimerkki sivun rautalankamallista. Tämä malli sivustosta toimii koodarin suunta-  
viivana, kuinka sivusto tulee toteuttaa.



kuvio 3. Rautalankamalli (INFORMAATIOARKKITEHTUURI VS. VISUAALINEN SUUNNITTELU – KUMPI TULEE ENSIN? 2018.)

### 2.3.3 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimoinnin (SEO, Search Engine Optimization) rooli on tuoda verkkosivustolle enemmän asiakkaita hakukoneista. Hakukoneiden tuomat asiakasmäärät ovat ilmaista, eli orgaanista liikennettä. Hakukoneet pyrkivät näyttämään oikeita hakutuloksia oikeille kohderyhmille. Tämä onnistuu erilaisilla välineillä. Hakukoneita ovat esimerkiksi Google ja Bing. Kaikilla hakukoneilla on algoritmit, jotka skannaavat sivustoja läpi ja analysoivat sisältöjä. (Hakukoneoptimointi (SEO) N.d.)

Ostokäyttäytyminen on muovaantunut edellisen 15 vuoden aikana suunnattomasti, ja ostajat haluavat enemmän tietoa tuotteesta tai palvelusta, ennen kuin he päättävät ostaa sen, ja tämän infon he hakevat Googlestä. Hakukoneoptimoinnissa pyritään siihen, että verkkosivu löytyy hakutuloksissa mahdollisimman alusta. Tämä onnistuu tuotetta tai palvelua kuvaavilla hakusanoilla ja hakulauseilla. (Suojanen. N.d.)

Hakusanatutkimuksella selvitetään, mitä sanoja ihmiset käyttävät hakukoneissa etsiessään tiettyä palvelua tai tuotetta. Googlen AdWords on hyvä työkalu, joka vertaa sinun palveluasi tai tuotetta muihin samantyyliisiin ja kertoo, mitkä sanat ovat hyviä tuotteellesi. (Suojanen. N.d)

*”Verkkosivuston teknisessä hakukoneoptimoinnissa varmistetaan siis, että sen sisältö ja rakenne ovat helposti Googlen ymmärrettävissä. – (Suojanen N.d)”*

Sivurakenteella on suuri merkitys sivuston onnistumiseen, ja hyvin toteutettuna se vaikuttaa käyttökokemukseen niin kuin hakukonenäkyvyyteenkin. Optimoitaessa sivustoa ja sen toimivuutta sivuston rakenne on yleisesti vähätelty aihe. Hakukoneoptimointi on yksi tärkeimmistä optimoinnin osa-alueista, johon pitää laittaa resursseja, samalla tavalla kuin myös panostetaan sivuston sisältöön. Sisällön järkevä ja looginen sijoittelu sisäisine linkkeineen edistää käyttäjäkokemusta ja luo luonnollisen reitin käyttäjälle sisällöstä toiseen. Tämä jalostaa käyttökokemusta ja vähentää edestakaisin sivustolla liikkumista ja hakukoneeseen palaamista. Tämä parantaa sivuston sijoitusta hakutuloksissa hakukoneoptimoinnin osalta. (Sivuston rakenne ja hierarkia 2018)

## 2.4 Sisältö

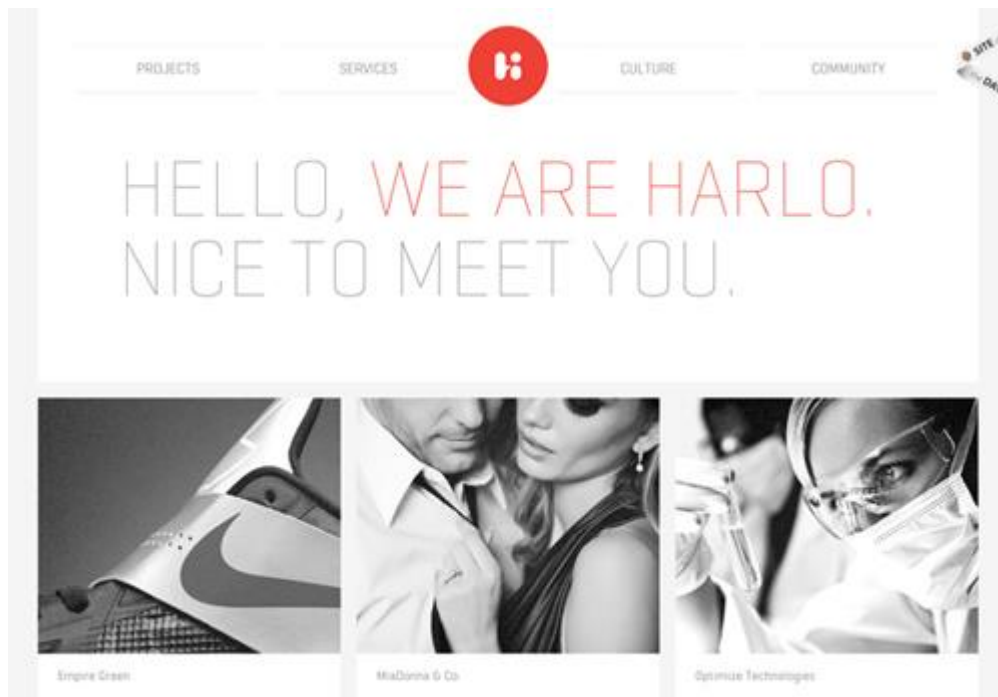
Yksittäiset asiat eivät tee sivustoa, vain se kokonaisuus. Sisällön takia mahdollinen tuleva asiakas on löytänyt sivuston ja tahtoo löytää etsimänsä mahdollisimman äkkiä. Hyvä sisältö saa asiakkaan ehkä vielä palaamaan takaisin. Sisältö on verkkosivun viesti puettuna sanoiksi lukijalle. (Gordiyenko 2015.)

Sisältö pitää suunnitella kohdeasiakkaat ja sivuston tarkoitus mielessä pitäen. Jos yrität saavuttaa kaikki asiakkaat, et saavuta ketään. On tiedettävä, minkälaiset ihmiset haluavat käyttää verkkosivulla tarjottavia palveluita, jotta osataan luoda heitä kiinnostavat sivut. (Gordiyenko 2015.)

Sivuston sisältö pitää suunnitella siten, että tärkein on heti nähtävillä. Pahimmassa tapauksessa innokas googlaaja saapuu sivullesi, katselee sitä hetken, ei löydä etsimäänsä ja painaa takaisin-nappia. Näin sivu on epäonnistunut. Jos sivusto on kauppa, on tulevan käyttäjän melkein välittömästi päästävä selaamaan tuotteita. Jos sivusto on infoa antava sivu, tärkeimmät pitää löytyä heti otsikosta tai alaotsikosta. On siis tärkeää priorisoida ensi- ja toissijaiset sisällöt. Kuvat ovat tärkeitä, ja tekstiä voi korostaa aiheeseen liittyvillä kuvilla. (Sisällön asettelu 2016.)

## 2.5 Ulkoasu ja muotoilu

Vaikka verkkosivujen sisältö olisikin juuri sitä, mitä asiakas olikin etsimässä, voi hirveät väriyhdistelmät ja huonot sisällön sijoittelut ajaa asiakkaan pois. Ulkoasua suunnitellessa on edelleen pidettävä mielessä kohderyhmä ja sivuston tarkoitus. (Gordiyenko 2015.) Yksinkertainen on kaunista. Nykyihminen selailee sivustoja läpi. Liian paljon sisältöä sivustolla voi olla sekoittavaa, jopa ärsyttävää, jos se vaikuttaa verkkosivun nopeuteen. Yksinkertainen design värien ja kuvien puolesta vain korostaa sisältöä. Yksinkertaisuus on tehokasta ja toimivaa. Esimerkkikuvio 4:ssä on yläreunassa erittäin yksinkertainen valikko, sen alla tervehdysteksi jonka jälkeen erilaiset artikkelit esitellään kuvien muodoissa. (Keep it simple. 2020.)



Kuvio 4. Esimerkkikuva yksinkertaisista verkkosivuista. (Keep it simple 2020)

## 2.6 Värit

Värit ovat voimakkain työkalu verkkosivujen suunnittelussa. Väreillä voidaan vetää puoleensa huomiota, ilmaista tarkoitusta ja jopa luoda himoja. Hyvät värivalinnat vaativat huolellista suunnittelua, ja oikein toteutettuna värit voivat vaikuttaa siihen, kuinka asiakas tulkitsee näkemänsä verkkosivun sisällön. Tulkinta voi tapahtua alitajuisesti, joten väripaletit eivät saa olla ristiriidassa brändin filosofian kanssa. Värit tarkoittavat eri asioita. Punainen on aktiivinen ja vahva väri, kun taas vihreä on raikas, rauhallinen ja rentoutunut väri. Ei voi puhua rankasta salitreeneistä rauhalliseen ja rentoutuneeseen sävyyn. Eri värit vaikuttavat esimerkiksi miehiin ja naisiin. (How Important is Color in Website Design? N.d.)

Liian monta väriä on liikaa ja liian vähän värejä taas liian vähän. On suositeltavaa, että käytetään muutamaa pääväriä, yhtä huomioväriä ja paria neutraalia väriä. päävärit täyttävät noin 70 % verkkosivusta. Sitä käytetään esimerkiksi logossa, pääotsikoissa ja ensisijaisen informaation korostamisessa. Huomioväri kaappaa huomion tai kertoo, missä olet menossa. Sillä korostetaan kaikista tärkeintä informaatiota, kuten



valikon aktiivinen linkki ja call-to-action-toiminnot kuten rekisteröidy, tilaa, kokeile ilmaiseksi ja lue lisää sekä muut samantyylliset linkit. Muutama neutraali väri valitaan täyttämään verkkosivun tausta ja tyhjät kohdat, joissa ei ole sisältöä. (How Important is Color in Website Design? N.d.)

## 2.7 Kuvat

Kuvia on erilaisia ja eri tarkoituksiin. Kuvat tuovat verkkosivuston eloon omalla tavallaan. Kuvia käytetään herättämään huomiota ja antamaan paljon infoa kerralla. On tärkeää, että verkkosivulla käytetyt kuvat ovat korkealaatuisia, sillä ne antavat katselijalle vaikutelman, että tähän on panostettu. Liian korkealaatuiset kuvat, eli tiedostokooltaan suuret kuvat vaikuttavat verkkosivun suorituskykyyn ja latausnopeuksiin, joten on hyvä tiivistää kuvat matalampaan resoluutioon esimerkiksi mobiiliversiota varten. Puhelimissa eli mobiiliversiossa tämän vaikutus näkyy paremmin, sillä se lataa kuvat nopeammin. Kun kuvien laatu vaihtuu tietokone- ja mobiiliversiossa, tämä vaikuttaa Googlen Search Engine -optimointiinkin positiivisemmin. (Hawkins 2019.)

Kuva kertoo tuhat sanaa, mutta se myös näyttää, mitä sinulla on. Haluatko kertoa vai näyttää, mitä sinulla on? Esimerkkinä kylpylä. Kuva kylpylän etuovesta ei välttämättä ole kylpylää kuvaavin kuva. Se ei kuvaa rentouttavaa tunnetta, jonka saat, kun olet kylpylässä uimassa ja rentoutumassa. Kuvat altaista ja onnellisista, tyytyväisistä asiakkaista tuovat enemmän persoonaa verkkosivulle, ja on muutenkin suositeltavaa käyttää samaistuttavia kuvia kohderyhmälle. (Hawkins 2019.) Facial attractiveness: evolutionary based research tutkimuksen mukaan ihmiset synnynnäisesti hakeutuvat kasvoja kohti, joten aitojen ihmisten käyttö kuvissa on suositeltavaa. (Debruine, Jones & Little 2011.)

## 2.8 Typografia

Teksti on yksi tärkeimmistä ominaisuuksista verkkosivulla. Se on taidetta, sillä hyvin muotoiltu teksti tekee vaikutuksen lukijaan. Typografialla tehdään tekstistä luettavaa, sillä kiinnitetään huomiota tiettyihin sanoihin korostusten muodossa, voidaan priorisoida sisältöjä ja jopa vaikuttaa lukijan olotilaan. (Nguyen 2017.)

Lukijan huomion saa kiinnitettyä esimerkiksi isolla fonttikoolla. Isoa fonttikokoa käytetään esimerkiksi otsikoissa, jotta ne varmasti erottuisivat sivustolla ja keräisivät huomiota. Väreillä voidaan korostaa myös otsikoita ja muita huomiota vaativia asioita kuten valikkoja ja linkkejä. Kuviossa 5 on esitelty erilaisia tekstityyppejä esimerkkeinä normaali otsikko- ja leipäteksti sekä koristellut tekstiversiot. (Nguyen 2017.)

**Serif**

**Sans Serif**

*Script*

**DECORATIVE**

Kuvio 5. Erilaisia tekstityyppejä (Nguyen 2017.)

## 3 Verkkosivujen toteutus

### 3.1 Toteutus

#### 3.1.1 Yleistä

Toteutusvaiheessa aloitetaan verkkosivujen luominen. Suunnitteluosiossa luodut dokumentit ja graafiset elementit ovat luomisen perusta, ja niitä käytetään ohjeina luomisprosessissa. Yleensä etusivu luodaan ensin ja siitä siirrytään sivurakenteen määrittämissä järjestyksessä alaspäin alasivuja luoden. Kaikki rautalankamallissa suunnitellut kuvien ja tekstien paikat täytetään sisällöllä. Mahdolliset toiminnalliset ominaisuudet, kuten linkit ja painikkeet, lisätään. Samalla testataan responsiivisuus eri näytöillä sekä että kaikki elementit toimivat suunnitellusti. (Gordiyenko 2015.)

#### 3.1.2 Wordpress

WordPress on vuonna 2003 kehitetty blogialusta, joka lisäosineen ja teemoineen soveltuu nykyään melkein mihin tahansa. (What is WordPress? Explained for beginners 2020.) Kaikista internetin verkkosivuista noin 35.2 % (Usage statistics and market share of WordPress 2020) käyttää WordPressiä pohjanaan, sillä WordPress on ilmainen ja kustomoitavissa alusta loppuun. WordPress soveltuu melkeinpä alustaksi mihin tahansa, yksinkertaisesta blogista monimutkaiseen verkkokauppaan. WordPress on tehty helppokäyttöiseksi hyvällä käyttöliittymällä. Henkilö, joka osaa käyttää tekstinkäsittelyeditoria, osaa käyttää WordPressiä. Koska WordPress on web-pohjainen sisällönhallintajärjestelmä, sitä voidaan käyttää internetissä, mikä mahdollistaa sen, että WordPressiä voi käyttää koska tahansa ja melkein miltä laitteelta tahansa. (What is WordPress? Explained for beginners 2020.)

#### **WordPress Teemat (Themes)**

Wordpressissä on lukemattomia erilaisia teemoja, joista jokainen esittää sivuston sisällön ja tyylin eri tavalla. WordPressin teema on kokoelma tiedostoja, jotka yhdessä

tuottavat graafisen käyttöliittymän yhdistäen sivuston sisällön. Näitä tiedostoja kutsutaan mallitiedostoiksi (template file). Teemalla muokataan sivujen ulkonäköä ilman, että sivujen sisältö muuttuu. On mahdollista valita valmis teema verkkosivulle tai tehdä oma teema. Kaikkia teemoja voi muokata tarpeidensa mukaan muokkamalla teemoissa käytettyjä tiedostoja. (Using Themes 2020.)

### **WordPress Lisäosat (Plugins)**

Lisäosilla voidaan laajentaa sekä lisätä toimintoja, jotka ovat jo olemassa WordPressissä. WordPressin ydin on jo suunniteltu mahdollisimman siistiksi ja kevyeksi, että se maksimoisi joustavuuden ja minimoisi koodimäärän. Lisäosat tarjoavat muokattavia toimintoja, joilla jokainen voi räätälöidä sivuston omiin tarpeisiinsa. WordPressiin voi ladata lisäosia eri lähteistä, joista suosituin on WordPressin oma virallinen lisäosakirjasto (Plugins Repository). Lisäosakirjaston lisäosat ovat vapaaehtoisten käyttäjien kehittämiä ja suurin osa niistä on vapaasti ladattavissa. (Plugins 2020.)

## **3.2 Testaus, julkaisu ja ylläpito**

### **3.2.1 Testaus**

Testaaminen on kehitysprosessin rutiininomaisin osio. Testauksessa testataan jokaisen mahdollisen elementin toimivuus. Käydään läpi kaikki linkit, lomakkeet, koodit, tietokantayhteydet ja virhekoodit. Tarkastetaan, että sivusto toimii jokaisella selaimella, yleisimmillä näyttökoilla ja skaalautuu suunnitellusti. Testattaessa tarkastetaan kaikki tekstit erittäin tarkkaan, ettei löydy kirjoitusvirheitä. Sivusto ajetaan koodin tarkastajan läpi, että sivusto on luotu mahdollisimman tehokkaaksi ja toimivaksi. On myös tarkastettava, että koodi on tämänhetkisten internetin standardien mukaiset. Kun kaikki on tarkastettu, sivusto voidaan julkaista. (Gordiyenko 2015.)

### 3.2.2 Palvelin (Server)

Verkkosivuja ei voi julkaista, ellei ole paikkaa ja osoitetta, mihin ne julkaistaan. Tähän tarvitaan palvelin. Palvelin, arkisesti serveri, toimii internetiin liitettynä tietokonetta muistuttavana alustana, joka säilyttää selainohjelmia kuten esimerkiksi verkkosivuja tai sähköpostipalveluita. Kaikki sivustot internetissä ovat jollakin palvelimella, ja ne ovat liitettynä toisiinsa nopeilla tietoliikenneyhteyskaapeleilla. Tämä palvelimien verkko muodostaa Internetin. (Internetin rakenne ja toimintaperiaate. N.d.)

### 3.2.3 Domain

Domain on verkkosivun osoite, jolla käyttäjä löytää verkkosivun internetistä. Domain muodostuu www-etuliitteestä, pääosasta ja päätteestä. WWW-etuliite tulee sanoista Word Wide Web. Pääosa on sivuston ”identiteetti” eli nimi esimerkiksi **www.google.com**. Pääte voi olla maan oma pääte, kuten esimerkiksi Suomessa ’.fi’ tai Ruotsissa ’.se’. Pääte voi olla kaupallinen kuten .com, tai hupikäyttöön suunnattu ’.pizza’. Sopivan domainin hankinnan jälkeen sivusto voidaan siirtää palvelimelle ja sen jälkeen sivuston voi löytää internetissä. (internetin osoitekäytäntö. N.d.)

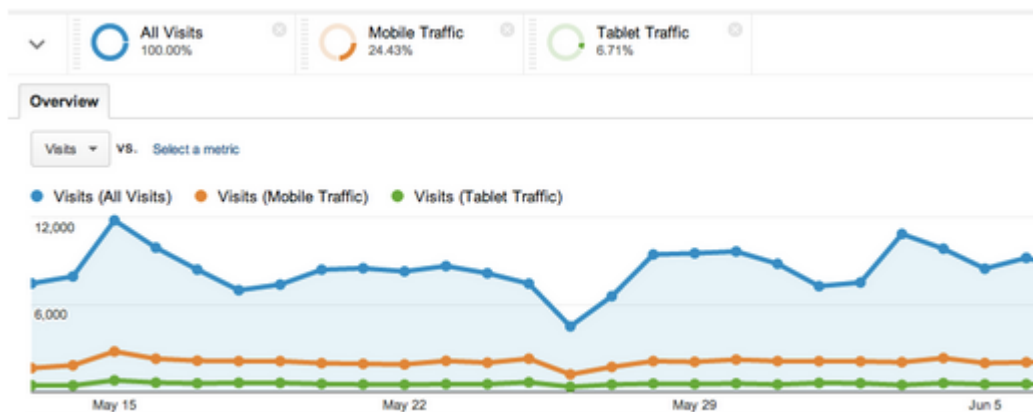
### 3.2.4 Ylläpito

Verkkosivut ovat enemmänkin palvelu, josta pidetään huolta, toisin kuin tuote, joka vain julkaistaan ja jätetään sellaisekseen. Verkkosivujen onnistuneen julkaisun jälkeen alkaa aina ylläpito, joka on sivuston seuraamista ja päivittämistä tasaisin väliajoin. Tärkeintä on välittömästi korjata päivityksen jälkeiset rikkonaiset osat verkkosivuilta, jotta asiakkaat voivat jatkaa palvelun käyttöä eivätkä vaihda toiseen. (Gordiyenko 2015.)

### 3.3 Web-analytiikka

Web-analytiikka mittaa, kerää, kertoo ja analysoi sivuston dataa, että voidaan ymmärtää ja optimoida kuinka verkkosivua käytetään. Dataa voidaan kerätä erilaisilla työkaluilla kuten Google Analytics tai Analytics Suite. (Web Analytics N.d.) Dataa analysoidessa painopiste on organisaatio- ja käyttäjätavoitteisiin perustuvien toimenpiteiden tunnistamisessa ja verkkosivustotietojen käyttämisessä näiden tavoitteiden onnistumisen määrittelemiseksi. (Web Analytics Basics N.d.)

Web-analytiikka analysoi sekä verkkosivuston kävijöitä että heidän käyttäytymistään. Analysoinnista saaduilla tiedoilla optimoidaan verkkosivujen sisältöä ja käytettävyyttä. Google Analytics kertoo esimerkiksi sivuston käyttäjämäärät, kuinka käyttäjät ovat tulleet sivustolle, kuinka kauan käyttäjä viettää aikaa sivustolla ja kuinka usein käyttäjä palaa sivustolle. Analytics kertoo myös, mitä sisältöä käyttäjä katsoo eniten. Tämä kertoo sivuston suosituimmat sisällöt, jotka voi sitten esimerkiksi nostaa esille jo etusivulla. (Pyylampi 2019.) Google Analyticsillä voidaan myös tarkkailla, millä laitteella asiakkaat saapuvat sivustolle, esimerkkinä kuvio 6.



Kuvio 6. Esimerkki Google Analytics käyttöliittymästä (Goulart 2014)

## 4 Case: Personal trainer Ville Lehkosen verkkosivut

### 4.1 Sivuston määrittely

Vaatimusmäärittely aloitettiin Lehkosen kanssa kokouksella maaliskuussa 2020. Lehkosella oli jo idea, minkälaista verkkosivua hän tarvitsee. Palaverissa selailtiin jo valmiita verkkosivuja, joista vertailtiin erilaisia etusivuja, valikoita ja profiileja. Samassa kokouksessa mietittiin ketkä ovat Lehkosen asiakkaita, eli mahdollisia sivuston käyttäjiä ja kuinka sivuston pitää heitä palvella.

Käydyn kokouksen tietojen pohjalta tehtiin vaatimusmäärittely, jossa verkkosivujen ensisijainen tavoite tulisi olla Lehkosen esille tuominen sekä Lehkosen osaamisen mainostus. Toiseksi tärkeimmäksi tavoitteeksi määriteltiin Lehkosen tarjoamien PT-palveluiden mainostaminen sekä Team East Fitin esittely. Lehkosen sosiaalisen median, kuten Facebookin ja Instagramin mainostuksesta keskusteltiin, ja ne päätettiin upottaa verkkosivulle. Lehkosen kotikuntana oli Joensuu, joten englanninkielisiä sivuja ei pidetty välttämättömänä.

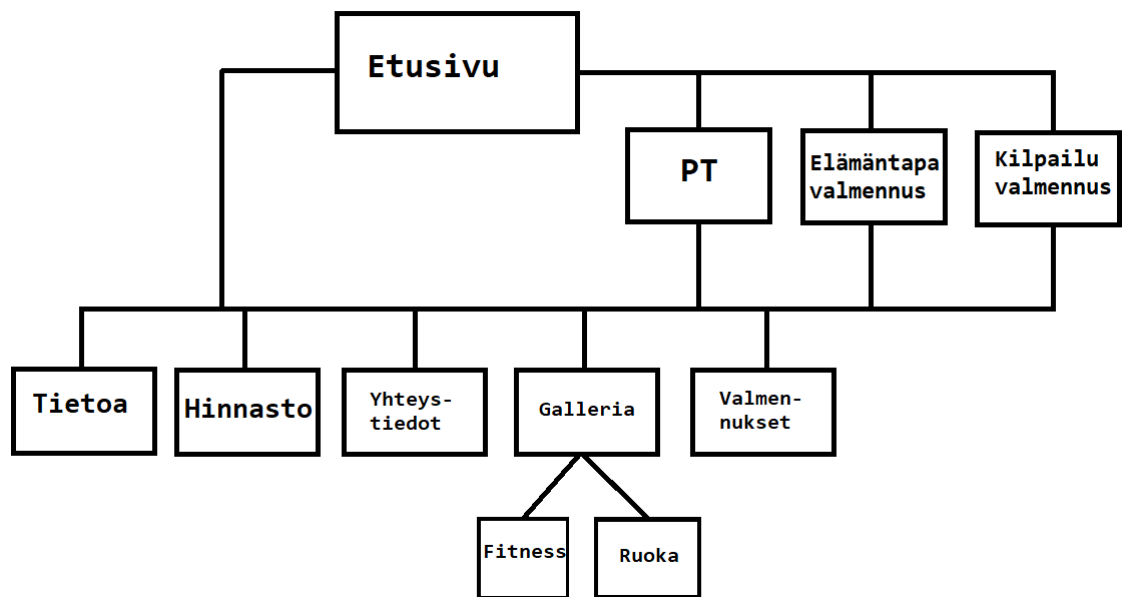
Lehkosen laaja osaaminen, pitkä urheilu-ura sekä hankitut sertifikaatit olivat hänen parhaat kilpailuvaltinsa. Lehkosen työpaikkana toimivat kotikäynnit, ulkotreenit sekä kiinteä Sali Joensuun keskustassa, jotka toivat hänelle vipuvoimaa verrattaessa muihin personal trainereihin. Lehkonen painotti hankittujen sertifikaattien painoarvoa, joten ne päätettiin asettaa esille.

### 4.2 Suunnittelu

Vaatimusmäärittelyn jälkeen siirryttiin suunnittelemaan verkkosivuja. Suunnitelmien pohjana käytettiin Lehkosen ja hänen vaimonsa tekemää suunnitelmaa Webnode palvelussa. Palvelusta saatiin kehykset sivurakenteelle ja sen pohjalta pystyttiin tekemään myös rautalankamalli lopullisesta tuotoksesta.

#### 4.2.1 Sivurakenne

Verkkosivujen sivurakenne kuvio 7. Etusivu suunniteltiin jakamaan vierailijat ryhmiin tarpeidensa mukaan. Alasivujen ensimmäiseksi haaraksi tuli Lehkosen palvelut erilaisille urheilijoille ja toiseksi oli kaikki tarvittavat tiedot Lehkosesta. Sivusto tehtiin ensisijaiseksi Lehkosen portfolioiksi, joten tiedot hänestä ja hänen osaamisestaan tuli olla heti saatavilla.



kuvio 7. Verkkosivujen sivurakenne.

Tarkoitus oli ryhmitellä sivuston käyttäjät kolmeen osaan, tavalliset ihmiset, urheilijat sekä kilpaurheilijat. Tavalliset ihmiset sekä urheilijat tulisivat etsimään sivustolta tietoa ja siksi kaikki heille suunnatut sivut olivat linkattuna toisiinsa. Kilpaurheilijoita piti lähestyä eri tavalla.

#### 4.3 Rautalankamalli

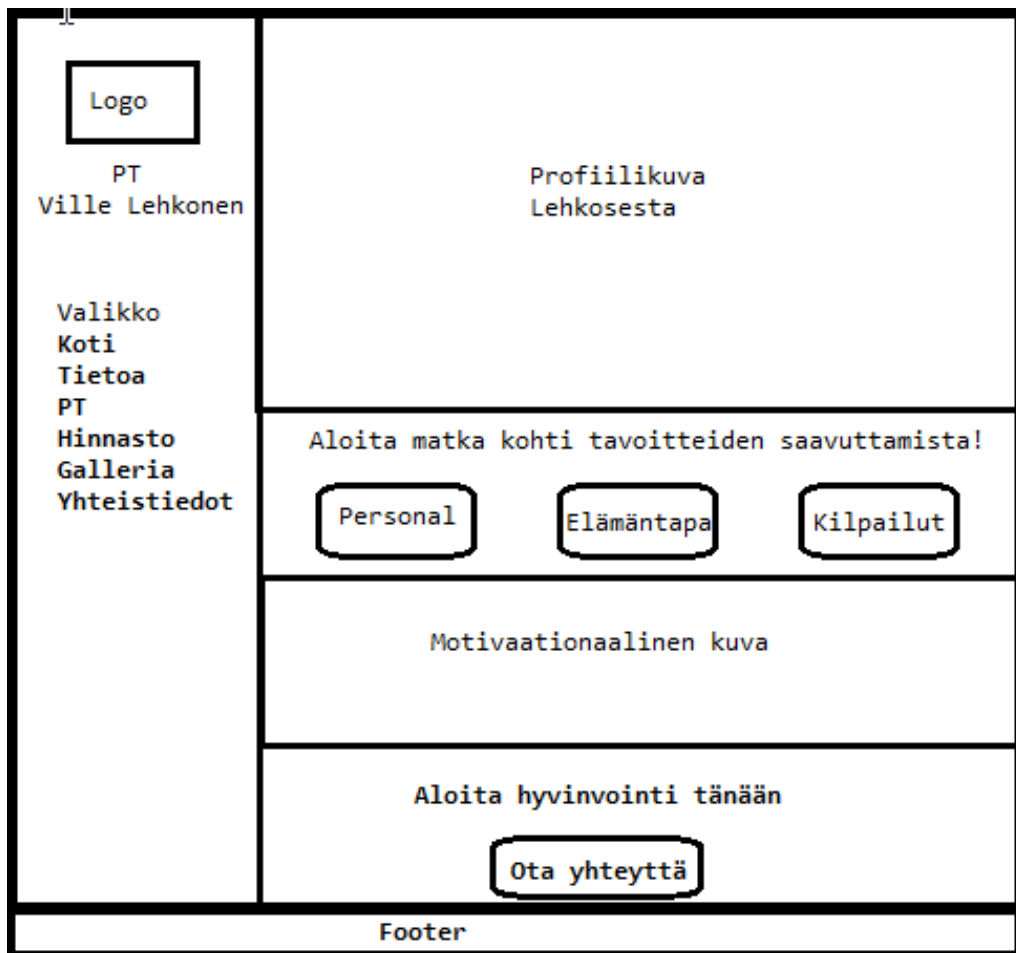
Sivuston rautalankamalli suunniteltiin yksinkertaiseksi. Sivuston tarkoitus oli näyttää, kuka on Ville Lehkonen sekä mitä hänellä on tarjottavana. Tämä tehtiin painottamalla jokaisen sivun otsikkoa, sekä lisäämällä aiheeseen sopiva kuva.



## Etusivu

Lehkonen halusi sivuston olevan mahdollisimman yksinkertainen tavalliselle käyttäjälle, joten päätimme tehdä vasempaan sivuun paikallaan pysyvän valikon, josta pääsi melkein jokaiselle sivulle linkin kautta. Valikon yläpuolelle asetettiin Lehkosen perustaman tiimin, Team East Fitin logo ja Lehkosen nimi sekä tittelit. Etusivun alkuun tuli suuri kuva Lehkosesta, kertomaan että nämä ovat hänen sivunsa. Kuvan alle asetettiin Lehkosen mainoslause, ”Aloita matka kohti tavoitteiden saavuttamista!” Tämän alle lisättiin linkit eri tasoille harjoittelijoille.

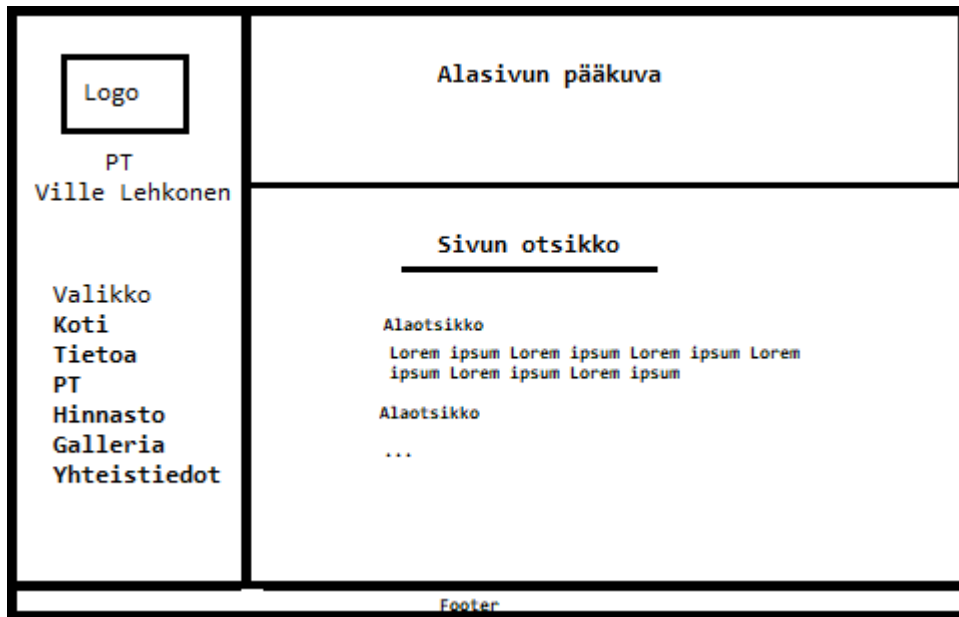
Etusivu kaipasi vielä jotakin, joten alle päätettiin lisätä vielä motivoiva kuva salilta ja sen alle motivaatioteksti: ”Aloita hyvinvointi tänään!”, sekä tämän alle vielä ”Ota Yhteyttä” nappi. Etusivun pohjalle tuli Footer, johon sijoitettiin Lehkosen yhteystiedot. Kuvio 8 on esimerkkinä etusivun rautalankamallista.



Kuvio 8. Etusivun Rautalankamalli

### Alasivut

Alasivujen vasempaan reunaan sijoitettu sivupalkki, sisältäen logon, valikon, Lehtosen nimen ja tittelin pysyi samana kuin etusivulla oleva sivupalkki. Alasivun tunnusomaiseksi elementiksi tuli yläreunaan sijoitettava, aiheeseen liittyvä kuva. Kuvan alle tuli otsikko, joka kuvasi alasivun tarkoituksen kokonaisuudessaan. Otsikon alle tuli jokaisen oman alasivun teksti, oli se sitten Tietoa Lehtosesta ja hänen osaamisestaan tai Gallerian ruokakuvat. Kuvio 9 on esimerkki alasivun rautalankamallista.



Kuvio 9. Alasivun rautalankamalli.

## 4.4 Sisältö

Sisältöä sai helposti Lehkosen EasyFitin PT-esittelystä sekä Lehkoselta itseltään. Jäljellä oli sisällön sijoittelu siististi eri alasivuille, jotta sivusto pysyisi mahdollisimman yksinkertaisena.

### 4.4.1 Etusivu

Etusivu toimi portaalina alasivuille. Etusivulla oleva Lehkosen kuva tervehti uudet asiakkaat tervetulleiksi. Etusivun muut sisällöt sijoiteltiin mainostamaan valikon sekä PT-palveluiden linkkejä, joista pääsi alasivujen tärkeimpiin teksteihin.

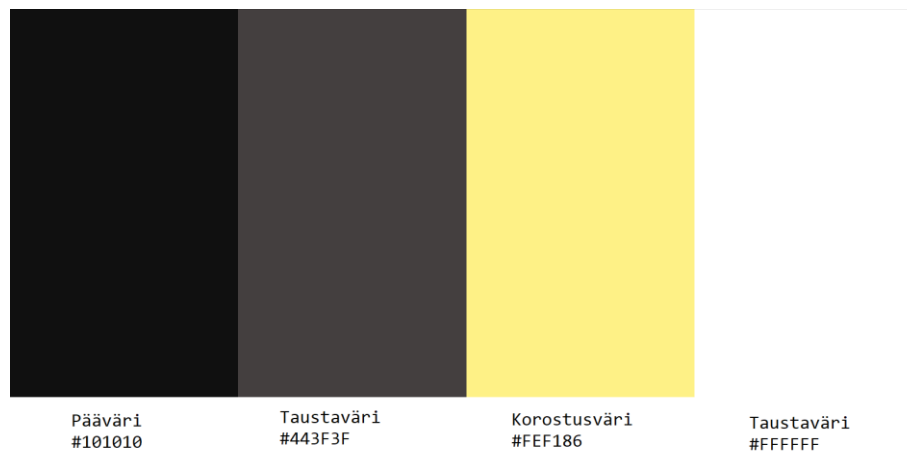
### 4.4.2 Alasivut

Alasivujen yläreunan pääkuvan alla oli aina pääotsikko, joka kertoi mitä tällä alasivulla on. Sen alla saattoi olla vielä alaotsikko, joka tarkensi lisää sivun keskeisestä sisällöstä. Otsikoiden alla oli tärkein sisältö. Hakukoneoptimointi huomiointiin esimerkiksi sisällyttämällä tärkeimpiä hakusanoja leipätekstiin.

## 4.5 Ulkoasu ja muotoilu

### 4.5.1 Värit

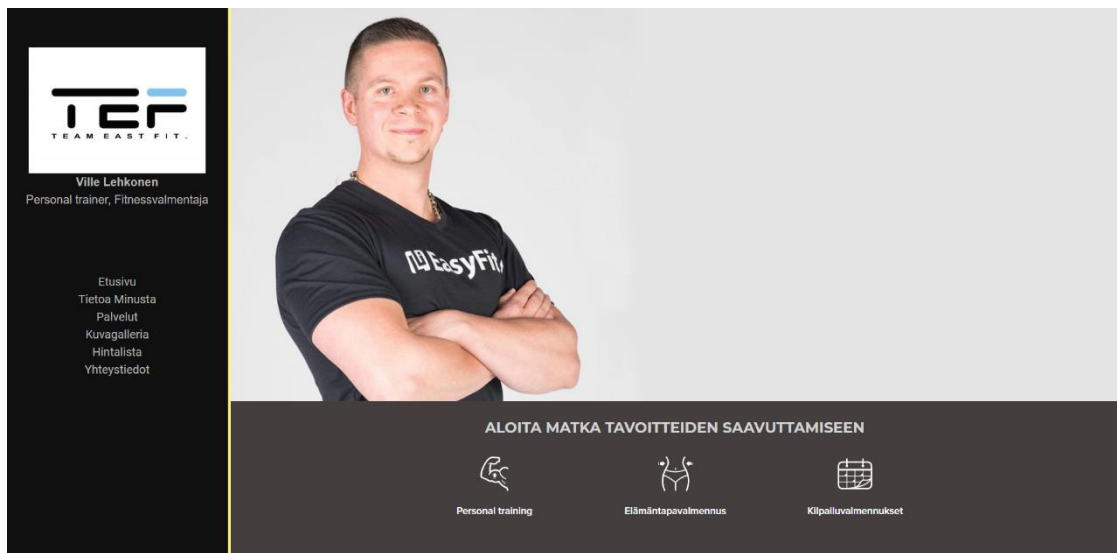
Sivustolle väreiksi valittiin kolme vahvaa väriä. Kuvio 10 on sivuston valittu väripaletti. Smoky black valittiin pääväriksi, joka näkyi valikossa ja footerissa. Vahva ja tumma Smoky black väri valittiin koska se edustaa varmuutta ja voimaa. Taustaväreiksi Harmaa, Dark Liver ja Valkoinen, joita käytettiin sivuston sisällön taustalla. Harmaa kuvaa kunnioitusta ja kärsivällisyyttä. Korostusväriksi huomioväri, Yellow Crayola, joka toistui valikon valitussa sivussa, painikkeissa, pääotsikoissa ja linkeissä. Keltainen valittiin tuomaan energisyyttä sivustolle.



Kuvio 10. Väripaletti

### 4.5.2 Kuvat

Kuvia verkkosivuille päätettiin laittaa yksi jokaiselle sivulle. Etusivulle käytettiin suurta näytön melkein levyistä ja korkuista profiilikuvaa Lehkosesta. Kuvio 11. esittää kuvaa etusivulla. Kuva kattoi sivun sivupalkista sivun toiseen reunaan sekä siihen myöhemmin lisättiin Lehkosen nimi. Tämä kuva toimi tervehdyksenä sivustolle saapuneille asiakkaille. Valokuvaaja oli aikaisemmin ottanut valokuvia Lehkosesta, mutta päätettiin ottaa vielä lisää kuvia omalla kameralla, jotta verkkosivuille olisi valmiina kuvat kaikesta mahdollisesta.



Kuvio 11. Etusivu

Jokaisella alisivulla käytettiin leveää kuvaa yläreunassa. Kuvan tehtävä, yhdessä sivun otsikon kanssa, oli kertoa mitä sivulla on. Kuvio 12. on ”tietoa minusta”-alisivulta. Esimerkiksi ”Tietoa minusta”-alisivulle tuli kuva Lehkosesta salilla harjoittelemassa. Kuvan tarkoitus oli kertoa sivun kohdeyleisölle, että Lehkonen on samanlainen henkilöä kuin he eli salilla treenaava henkilö. Jokaiselle alisivulla oli oma tarkoituksensa. Sisältö alisivuilla pyrittiin pitämään mahdollisimman tiiviinä, jotta tärkein sisältö olisi heti luettavissa.



Kuvio 12. Kuva alisivulta

Lehkosella oli myös IFBB:n ensimmäisen ja toisen tason valmentajakoulutus, joka mahdollisti Lehkosen sivuilla Suomen fitnessurheilun valmentaja tason 1 ja 2 certifi-  
kaattimerkkien käytön. Valmentajakoulutukset olivat ansioita, joita myös piti esitellä  
sivustolla. Kuvio 13 ja 14 ovat esimerkkejä koulutuksista.



Kuvio 13. Lehkosen taso 1 Valmentajakoulutus.



Kuvio 14. Lehkosen taso 2 Valmentajakoulutus.

#### 4.5.3 Logo

Lehkosen perustamalla yhdistyksellä, Team East Fitillä oli jo valmis logo. Kuvio 15 on Lehkosen yhdistyksen, Team East fitin logo. Logo oli Lehkosen itse tekemä, joten se haluttiin esille kaikkialle ja siitä tulikin sivuston logo. Logo päätettiin sijoittaa jokaisella sivulla olevaan valikkopalkkin yläreunaan. Logosta löytyy Suomelle tutut värit, sininen ja valkoinen, mustalla fontilla.



Kuvio 15. Team East Fitin logo.

#### 4.5.4 Typografia

Otsikoissa ja kuvateksteissä käytettiin Google fontin ilmaista Montserrat fonttia. Esimerkkinä kuvio 16. Leipätekstiin valittiin Google fonttien selkeä ja hyvin yleinen Roboto.

***Aloita matka tavoitteiden saavuttamiseksi***

Kuvio 16. Montserrat fontti

## 5 Toteutus

### 5.1 Yleistä

Toimeksiantaja halusi valmiit verkkosivut ja sivujen ylläpidon Lehkonen delegoi sivujen laatijalle. Verkkosivujen julkaisualustaksi valittiin WordPress-julkaisujärjestelmä, jonka ympärille rakennettiin oma teema. Oman teeman sai muokata mieluisaksi, ja siihen pystyi myös helposti upottamaan WordPressin omia lisäosia. Verkkosivujen kehitys jatkui vielä opinnäytetyön palautuksen jälkeen.

#### 5.1.1 Teema

WordPressin laajasta teemakirjastosta huolimatta päädyimme tekemään oman teeman. Taulukossa 1 määritellään teeman tiedostot ja niiden käyttötarkoitus.

Taulukko 1. Teeman tiedostot

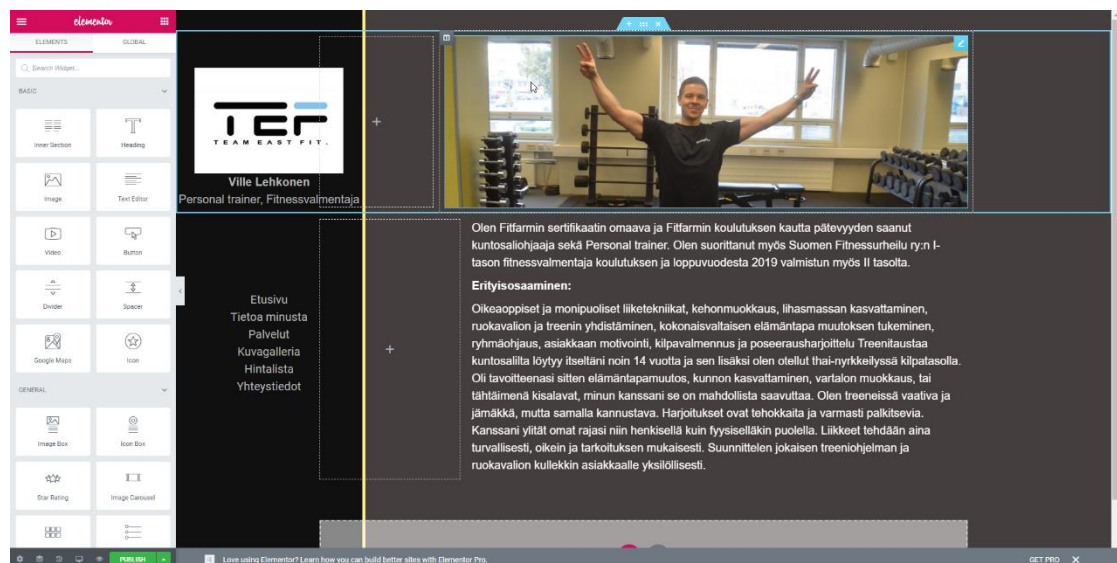
| Tiedostokansio | Käyttötarkoitus                         |
|----------------|---|
| Footer.php     | Sivun alatunniste                       |
| Front-page.php | WordPressin vaatima tiedosto etusivulle |
| Page.php       | WordPressin vaatima tiedosto alisivulle |



|               |  |
|---------------|--|
| Functions.php | Teeman sisältämät toiminnot                                  |
| Head.php      | Sisältää fontit, bootstrap kirjaston ja Javascript kirjaston |
| Header.php    | Sisältää valikon   |
| Index.php     | Sivuston etusivu   |
| style.css     | Sivujen tyyli tiedostot                                      |

### 5.1.2 Lisäosat

Elementor-lisäosaa käytettiin sivujen rakennustyökaluna osalle alisivuista. Elementor lisäosan raahaa ja pudota-toiminto oli hyvä vaihtoehto sivujen rakentamiselle perinteisen sijaan. Elementor otti koodaamamme pohjan, jonka päälle pystyi vaivattomasti lisäämään elementtejä. Kuvio 17 on kuva elementorin käyttöliittymästä.



Kuvio 17. Elementor käyttöliittymä

Bellows Accordion menu-lisäosalla sai WordPressin omasta menusta helposti muokattua hampurilaisvalikon mobiilinäkymään. Tätä lisäosaa käytettiin vasta jälkikehityksessä mobiiliversioon.

Contact form 7-lisäosalla pystyi luomaan helppoja ja valmiita lomakkeita. Kuvio 18. on Contact Form 7:n käyttöliittymä.

Form

You can edit the form template here. For details, see [Editing Form Template](#).

text email URL tel number date text area drop-down menu checkboxes radio buttons acceptance quiz file submit

```
<label> Nimi (Pakollinen)
  [text* your-name] </label>

<label> Sähköposti (Pakollinen)
  [email* your-email] </label>

<label> Viestisi
  [textarea your-message] </label>

[select menu-670 "Ohjattu treeni kuntosalilla 59€" "Ohjattu treeni ulkona 59€"
"Henkilökohtainen Ruokaohjelma79€" "Henkilökohtainen treeniohjelma 79€" "3kk valmennus 490€" "6kk valmennus 790€"]

[submit "Send"]
```

Save

Kuvio 18. Contact Form 7 Käyttöliittymä

Feed them social-lisäosalla pystyi upottamaan kaikki mahdolliset sosiaalisen median tilit verkkosivuille. Lehkosen Instagram ja Facebook tilin julkaisuja upotettiin esimerkiksi gallerian kuviin. Kuvien itse sosiaalisen median linkkeihin ja kuvakkeisiin käytettiin bootstrap 4:n omaa kirjastoa.

Force Regenerate Thumbnails-lisäosa pakotti thumbnailien, eli WordPressin esikatselukuvien uudelleen lataamisen. Tätä lisäosaa tarvittiin erään WordPressin vian poistamiseen. Esikatselukuvien kokoa muuttaessa, ne eivät välttämättä päivittyneet vian takia. Tämä lisäosa korjasi ongelman.

Akismet Anti-Spam-lisäosa poisti haitallisen verkkosivuilla olevan lomakkeen käytön. Lisäosa esti epäilyttävän toiminnan sekä epäilyttävien viestien lähettämisen.

Yoast SEO-lisäosalla lisätään googlessa näkyvät kuvaukset sekä avainsanat ja lisäosa informoi, jos verkkosivulla ei ole SEOn mielestä tarpeeksi linkkejä ulospäin muille sivuille. Lisäosa laskee myös käytetyt hakusanat leipätekstissä.

## 5.2 Jatkokehitys

Ajanpuutteenvuoksi lopputyötä ei saatu julkaistua opinnäytetyön palautuspäivään mennessä. Verkkosivun kehitys ei tähän loppu sillä lähitulevaisuuteen on suunniteltu sivuston kuvien optimointi, mobiiliversion kehittäminen ja julkaisu. Sivuston kuvat eivät palautushetkellä olleet täysin optimoituja vaan olivat vielä kooltaan aivan liian suuria, mikä hidastaa latausajoillaan verkkosivua.

Verkkosivujen skaalautuvuus mobiiliin on tärkeä osa nykyaikaisia verkkosivuja. Tätä ominaisuutta pidettiin tärkeänä kaikkien mielestä ja pakollisena osana verkkosivuja. Verkkosivuilla käytetty Bootstrap tyylikirjasto antaa hyvät työkalut tämän toteuttamiseen tulevaisuudessa.

Julkaisu tapahtuu Lehkosen vuokraamalle Domainille ja palvelimelle. Dokumentin palautushetkellä nämä eivät olleet tiedossa. Palvelimelle ladataan WordPress, jonka tiedostoihin siirretään Lehkosen tema ja verkkosivun sisällöt. Julkaisun jälkeen käydään googlen tarjoamien hakukoneoptimoinnin kriteerit läpi ja tehdään tarvittavat muokkaukset sivustolle.

## 6 Pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena luoda Lehoselle verkkosivut. Samalla tavoitteena oli opetella pätevien verkkosivujen luominen, joista tekijällä, eli minulla, ei ollut vielä yhtään kokemusta. Materiaalia verkkosivujen luomiseen löytyi verkosta hyvin paljon. Ongelmaksi tulikin materiaalin rajaaminen juuri toimeksiantajan tarpeisiin.

Verkkosivuja suunnitellessa piti miettiä, kenelle sivut tehdään. Koska verkkosivuja ei tehty pelkästään toimeksiantajalle vaan hänen asiakkailleen, kohderyhmä nousi tärkeäksi tekijäksi sivustoa suunniteltaessa. Lehkonen on alansa ammattilainen ja on ollut osana salipiirejä jo toistakymmentä vuotta, joten hän tiesi ketä kohderyhmään kuuluu ja mitä he haluavat. Toimeksiantajasta tuli näin vielä tärkeämpi osa opinnäytetyötä.

WordPress on alustana erittäin joustava. Ei ihme, että se onkin maailman suosituin julkaisualusta. WordPressiä tutkiessa huomattiin sen mahdollisuudet. Oman teeman ansiosta saatiin yhdistettyä oma koodi ja WordPressin jo valmiiksi tarjoamiin elementteihin yksinkertaisemmin. Jos WordPressistä ei löytynyt sopivaa elementtiä, sen sai tehdä itse ja upottaa elementtinä sivulle. Tämä opinnäytetyön tekeminen opetti WordPressin toimintaperiaatteen ja kehitti jo olemassa olevia verkkokehityksen taitoja.

Teknisessä toteutuksessa haasteena toimivat omat taidot. Periaate verkkokehityksestä oli tuttua, mutta sen toteuttaminen WordPressillä oli toinen asia. WordPressin oma manuaali toimi läheisenä ohjekirjana sivustoa kehittäessä, kuin myös lukuisat internetin lähteet.

Sivustoa tehdessä jokainen sivu piti suunnitella erikseen. Jokaisella sivulla on oma viesti, joka haluttiin kertoa eri tavalla. Oleellisin sisältö kerrotaan heti sivun alussa ensimmäisessä kappaleessa ja erinäiset sisällöt kannattaa jakaa useille eri sivuille, ettei yhdestä sivusta tule liian pitkää ja raskaslukuista.

Julkaisu tapahtuu lähiaikoina domainin ja serverin vuokraamisen jälkeen. Julkaisun jälkeen voidaan ottaa käyttöön Google Analytics, jolla pystytään seuraamaan web-analytiikkaa ja kerätyillä tiedoilla voidaan kehittää sivustoa. Analytiikka kerää tietoa sivuston suosituimmista sisällöistä, joita pystyy optimoida lisää korostamalla ja tuomalla enemmän esille esimerkiksi etusivulle.

## Lähteet

Debruine, L. & Jones, B. & Little, A. 2011. Tutkimus Facial attractiveness: evolutionary based research. julkaistu 12.6.2011. Viitattu 4.4. 2020.  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3130383/>

Easyfit Palvelut 2020. Viitattu 16.3.2020. <https://www.easyfit.fi/fi/joensuu/palvelut>  
 | <https://www.easyfit.fi/fi/joensuu/personal-training>

Easyfit PT-esittely. N.d. Lista Easyfit www-sivuilla. Viitattu 16.3.2020.  
<https://www.easyfit.fi/fi/joensuu/personal-training/pt-esittely>

Finder yritystiedot 2020. Yritys Finder www-sivuilla. Viitattu 27.3.2020  
<https://www.finder.fi/Liikuntapalvelut/Personal+Training+palvelut+Ville+Lehkonen/Joensuu/yhteystiedot/3108840>

Gordiyenko, S. 2015. Web development Process. Full Guide in 7 Steps. Viitattu 17.3.2019. <https://xbsoftware.com/blog/website-development-process-full-guide/>

Haas, N. 2011. What is a wireframe? Viitattu 27.3.2020.  
 (<https://www.orbitmedia.com/blog/7-reasons-to-wireframe/>)

Hakukoneoptimointi (SEO) N.d.) Infoteksti Guru-analytics sivustolla. Viitattu 26.3.2020 [https://quru-analytics.com/fi/tyokalut/hakukoneoptimointi-seo/?utm\\_term=%2Bhakukoneoptimointi&utm\\_campaign=Q%C3%85+%7C+SEO+%7C+Hakukoneoptimointi&utm\\_source=adwords&utm\\_me-  
 dium=ppc&hsa\\_acc=3574296708&hsa\\_cam=1693406062&hsa\\_grp=63143985541&hsa\\_ad=330441413449&hsa\\_src=g&hsa\\_tgt=kwd-26918013578&hsa\\_kw=%2Bhakukoneoptimointi&hsa\\_mt=b&hsa\\_net=adwords&hsa\\_ver=3&gclid=EAlaIQob-ChMllc\\_d\\_tK86AIVF-WaCh0hIQPHEAAYASAAEgLyOfD\\_BwE](https://quru-analytics.com/fi/tyokalut/hakukoneoptimointi-seo/?utm_term=%2Bhakukoneoptimointi&utm_campaign=Q%C3%85+%7C+SEO+%7C+Hakukoneoptimointi&utm_source=adwords&utm_me-<br/>
  dium=ppc&hsa_acc=3574296708&hsa_cam=1693406062&hsa_grp=63143985541&hsa_ad=330441413449&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-26918013578&hsa_kw=%2Bhakukoneoptimointi&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=EAlaIQob-ChMllc_d_tK86AIVF-WaCh0hIQPHEAAYASAAEgLyOfD_BwE)

Hawkins, C. 2019. HOW TO USE PHOTOS IN YOUR WEBSITE. Päivitetty 16.12.2019. Viitattu 11.4.2020. <https://globalspex.com/8-types-photos-include-website/>

How Important is Color in Website Design? N.d. Artikkelit Studio1Design verkkosivulla. Viitattu 4.4.2020. <https://studio1design.com/how-important-is-color-in-website-design/>

Goulart, M. 2014. How to use google analytics. Artikkele julkaistu 24.2.2014. Viitattu 14.5.2020. <https://www.business2community.com/online-marketing/use-google-analytics-advance-0789392#!x5EIO>

INFORMAATIOARKKITEHTUURI VS. VISUAALINEN SUUNNITTELU – KUMPI TULEE ENSIN? 2018. Artikkele Verkkosema.fi verkkosivulta. Julkaistu 22.8.2018. Viitattu 27.3.2020. <https://www.verkkosema.fi/blogiarkisto/5-informaatioarkkitehtuuri-vs-visuaalinen-suunnittelu-kumpi-tulee-ensin/>

Internetin osoitekäytäntö. N.d. Tietoa Internetopas.com verkkosivustolla. Viitattu 22.4.2020. <http://www.internetopas.com/yleistietoa/osoitteet/>

Internetin rakenne ja toimintaperiaate. N.d. Tietoa Internetopas.com verkkosivustolla. Viitattu 22.4.2020. <http://www.internetopas.com/yleistietoa/rakenne/>

Keep it simple. 2020. KEEP IT SIMPLE: SIMPLICITY IN WEB DESIGN. Julkaistu Logosatwork verkkosivulle 18.5.2019. Viitattu 4.4.2020. <https://logosatwork.com/keep-it-simple-simplicity-in-web-design/>

La Barbera, V. 2020. Wait, What's a sitemap again? Viitattu 27.3.2020. <https://www.imforza.com/blog/sitemap-tips/>

Latvala, E. & Tuomi, S. N.d. Tutkimuksellinen kehittämishanke opinnäytetyönä vs projektityö. Viitattu 27.3.2020 <https://oppimateriaalit.jamk.fi/yamk-kasikirja/tyoelaman-tutkiva-kehittamistoiminta/projektityo-vs-ns-toiminnallinen-tutkimuksellinen-kehittamishanke-opinnaytetyo/>

Lehkonen, V. 2020. Personal trainer. Joensuun kaupunki. Haastattelu 25.3.2020

Mäkinen, P. 2002. Laadukas vaatimustenhallinta. Viitattu 20.3.2020. <http://www.pekkamakinen.fi/pdf/nohau-200902.pdf>.

Nguyen M. 2017. Basic Typographic terms you need to know. viitattu 14.4.2020 <https://www.havain.fi/basic-typographic-terms/>

Plugins. 2020. Ohje WordPress.org sivustolla. Viitattu 22.4.2020 <https://wordpress.org/support/article/plugins/>

Pohjannoro, H. & Tajjala, B. 2007. Näkökulmia toiminnalliseen opinnäytetyöhön Opinnäytetyö Ylempi AMK. Tampereen ammattikorkeakoulu. theseus.fi viitattu 1.4.2020 <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201003063019>

Pyylampi, S. 2019. Web-analytiikka – mitä jokaisen markkinoijan pitäisi tietää siitä? Julkaistu 11.6.2019. Viitattu 20.4.2020. <https://www.kupli.fi/web-analytiikka/>

Salonen, K. 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön. viitattu 1.4.2020. <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf>

Scenarios N.d. Verkkojulkaisu Usability.gov sivustolla. Viitattu 17.3.2020. <https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/scenarios.html>

Sebjanic, S. 2019. How to plan a website structure? 9 Steps to do it right! 5.4.2019. viitattu 22.3.2020. <https://nomiscomwebdesign.eu/how-to-plan-a-website-structure/#4-Plan-Out-Your-Websites-Hierarchy>

Sesay, I. N.d. Why is the sitemap of your website important? viitattu 27.3.2020 <https://www.amara-marketing.com/travel-blog/why-sitemap-website-important>

Sisällön asettelu. 2016. Sisällön asettelu. julkaistu 17.10.2016. Viitattu 3.4.2020. <https://netello.fi/blogi/sivuston-sisällön-asettelu>

Sivukartta N.d. Ohje Bonsait Verkkosivustolla. Viitattu 1.4.2020 <https://www.bonsait.fi/sivukartta>

Sivuston rakenne ja hierarkia. 2018 Sivuston rakenne ja hierarkia – Miten ne vaikuttavat SEOon? 2.2.2018 Viitattu 27.3.2020 <https://oikio.fi/hakukoneoptimointi/sivuston-rakenne-ja-hierarkia-miten-ne-vaikuttavat-seoon/>

Suojanen, J. N.d. Mitä hakukoneoptimointi (SEO) on? Viitattu 28.3.2020 <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/mita-hakukoneoptimointi-seo-on>

Suomen Fitnessurheilu. 2020. Tietoa Suomenfitness urheilun www-sivuilla. Viitattu 27.3.2020 <http://suomenfitnessurheilu.fi/>

Tutkimus- ja kehittämistoiminta. N.d. Käsitteet Tilastokeskuksen sivustolla. Viitattu 4.4.2010. [https://www.stat.fi/meta/kas/t\\_ktoiminta.html](https://www.stat.fi/meta/kas/t_ktoiminta.html).



Usage statistics and market share of WordPress. 2020. Statistiikkaa sivustolla w3techs.com. Päivitetty 13.4.2020. Viitattu 13.4.2020. <https://w3techs.com/technologies/details/cm-wordpress> viitattu 22.4.2020

Using Themes 2020. Ohje Wordpress.org sivustolla. Viitattu 22.4.2020. <https://wordpress.org/support/article/using-themes/>

Vaatimusmäärittely ketterässä ohjelmistokehityksessä. N.d. Opas Alfamen verkkosivuilla. Viitattu 17.3.2020. <https://www.alfame.com/hubfs/files/Vaati-musma%CC%88a%CC%88rittely%20kettera%CC%88ssa%CC%88%20ohjelmistokehityksessa%CC%88%20-opas.pdf>

Viralliset valmentajat. 2020. Lista Suomen Fitnessurheilun www-sivuilla. viitattu 27.3.2020 <http://suomenfitnessurheilu.fi/valmentajat/>

Web Analytics Basics. N.d. Verkkojulkaisu usability.gov sivustolla. Viitattu 20.4.2020. <https://www.usability.gov/what-and-why/web-analytics.html>

Web Analytics. N.d. Web analytics. Infoteksti atinternet.com sivustolla. Viitattu 20.4.2020. <https://www.atinternet.com/en/glossary/web-analytics-2/>

Website Requirements. N.d. Artikkelisi Usability sivustolla. Viitattu 17.3.2019. <https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/requirements.html>

What is a Functional Requirement? N.d. Artikkelisi Guru99 sivustolla viitattu 20.3.2020. <https://www.guru99.com/functional-requirement-specification-example.html>

What is WordPress? Explained for beginners. 2020. Artikkelisi Kinsta.com verkkosivustolla. Päivitetty 13.4.2020. Viitattu 14.4.2020. <https://kinsta.com/knowledge-base/what-is-wordpress/>