



# Verkkosivut Fysioterapeuttiyrittäjälle

Miika Nikander

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Verkkosivut Fysioterapeuttiyrittäjälle

Miika Nikander  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
toukokuu, 2021

Miika Nikander

**Verkkosivut Fysioterapeuttiyrittäjälle**

Vuosi 2021 Sivumäärä 33

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli fysioterapiayrityksen digitaalisen markkinoinnin kehittäminen. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli luoda yrittäjälle nykyaikaiset verkkosivut, jotka tuottavat lisäarvoa yrittäjän toiminnalle. Yrittäjällä ei ole aiemmin ollut käytössä verkkosivuja, joten tarve niille oli suuri ja niiden tuoma lisäarvo tiedostettiin hyvin. Toimeksiantajana opinnäytetyössä oli hyvinkääläinen fysioterapeuttiyrittäjä Erja Nikander.

Tietoperustaosuudessa käsiteltiin nykyaikaisten ja toimivien verkkosivujen luomisen prosessia sekä työkaluja. Peruskäsitteiden läpikäynnin jälkeen, tietoperustaosuudessa perehdytään paremmin tässä työssä käytettyyn Webnode-julkaisualustaan, jonka jälkeen käydään läpi yrittäjälle luotujen sivujen suunnittelu sekä toteutus osuus.

Keskeisin tuotos tässä opinnäytetyössä oli yrittäjälle luodut verkkosivut. Valmiit verkkosivut täyttivät kaikki toiveet ja tavoitteet, joita toimeksiantajan kanssa projektin alussa asetettiin. Työn suunnittelu aloitettiin jo 2020 syksyn loppupuolella ja toteutus valmistui lopulliseen muotoonsa 2021 alku kevästä, jolloin myös toimeksiantajayrityksen verkkosivut julkaistiin verkossa.

Toteutusprosessi eteni valtaosan ajasta hyvin. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa toimi saumattomasti ja se vaikutti positiivisesti tulokseen. Toimeksiantaja antoi hyvin tilaa laatia sisältöä verkkosivuille ja oli tyytyväinen saavutettuun lopputulokseen. Minun ja toimeksiantajan välinen kommunikointi oli toimivaa, minkä avulla varmistettiin myös hänen toiveitaan vastaava lopputulos.

Kehittämisehdotuksina projektissa esille nousivat verkkoajanvarausjärjestelmän sekä somekanavien perustaminen. Tuotos on onnistunut myös siitä näkökulmasta, että projektin lopussa toimeksiantaja osoitti mielenkiintonsa jatkokehitysehdotuksien laatimiselle, joita on tarkoitus lähteä yhdessä kehittämään projektin päättymisestä huolimatta.

Asiasanat: verkkosivut, markkinointi, fysioterapia, webnode

Miika Nikander

**Website for a Physiotherapist Entrepreneur**

Year	2021	Pages	33
------	------	-------	----

---

The topic of this thesis was the development of digital marketing for a physiotherapy company. The objective of this functional thesis was to create modern and value-added websites for an entrepreneur. Because the entrepreneur (the client) didn't have any websites there was a great need for them and the entrepreneur recognized the added value websites would bring. The client of the thesis was Erja Nikander, a physiotherapist entrepreneur from Hyvinkää.

The knowledge base section dealt with the process and tools needed for creating modern and functional websites. After considering the basic concepts, the knowledge base section went deeper into the webnode platform used and after that the design and implementation of the pages which were created for the entrepreneur.

The most important result achieved in this thesis was the website created for the entrepreneur and the completed website met with all the wishes and objectives set by the client. The planning of the work started in autumn 2020 and the implementation was completed in its final form in the early spring of 2021, when the website was also published online.

For most of the time, the implementation process progressed well and cooperation with the client worked seamlessly and had a positive effect on the result. The client gave space for the creation of content for the website and was happy with the results achieved. The communication with the client was good and the subsequent results met with positive feedback.

The establishment of an online appointment system and social media channels emerged as a development proposal in the project. The output was also successful from the point of view that at the end of the project, the client showed interest in drawing up proposals for further development, intended to be developed together, despite the end of the project.

Keywords: websites, marketing, physiotherapy, webnode

## Sisälllys

1	Johdanto.....	6
1.1	Tausta.....	6
1.2	Tavoitteet.....	7
2	Digitaalinen markkinointi.....	7
2.1	Sosiaalisen median merkitys.....	8
2.2	Verkkokauppa ja verkkoajanvaraus järjestelmä.....	8
3	Verkkosivujen laatiminen.....	9
3.1	Verkkosivujen laatimisen vaiheet.....	10
3.2	Verkkosivujen toimivuuden testaus sekä julkaisu.....	11
4	Käytettävyystutkimuksen tekeminen.....	11
5	Opinnäytetyön toiminnallisen osan toteutus.....	12
5.1	Internetsivujen laatiminen asiakkaalle.....	13
5.1.1	WordPress.....	14
5.1.2	Jimbo.....	14
5.1.3	Weebly.....	15
5.1.4	Wix.....	15
5.1.5	Webnode.....	16
5.2	Mallipohjan valinta.....	17
5.3	Sisällön suunnittelu ja toteutus.....	18
5.3.1	Etusivu.....	18
5.3.2	Palvelut.....	19
5.3.3	Hinnasto.....	19
5.3.4	Varaa palvelu.....	19
5.3.5	Yhteystiedot.....	20
5.3.6	Responsiivisuus.....	20
6	Tulokset.....	20
7	Jatkokehitysehdotukset.....	21
8	Arviointi.....	21
	Kuviot.....	25
	Liitteet.....	26

## 1 Johdanto

Verkkosivujen merkitys yrityksille on erittäin suuri, riippumatta siitä onko kyseessä suuri globaali organisaatio vai pienen pieni yksityisyrittäjä. Verkkosivut ovat yritykselle täydellinen kanava tuoda esille sen tarjoamat palvelut ja tuotteet. Nykypäivän digitalisoituneessa maailmassa ei voida enää ajatella, tulisiko yrityksellä olla verkkosivuja vai ei. Jokaisen yrityksen on tärkeää, pohtia minkälaiset verkkosivut se haluaa edustamaan toimintaansa niin vanhoille kuin uusille potentiaalisille asiakkaille.

Kokonaisuudessaan tämä opinnäytetyö sisältää tietoa siitä, mitä ovat verkkosivujen suunnittelun ja laatimisen keskeisimmät vaiheet. Kuinka toimeksiantaja otetaan mukaan prosessiin ja mitä vaikutuksia sillä on ollut laadittujen verkkosivujen lopputulokseen. Tarkoituksena on aluksi käsitellä verkkosivujen laatimisen keskeisimmät vaiheet yleisellä tasolla, jonka jälkeen syvennytään työvaiheisiin juuri tämän kyseisen projektin kohdalla. Tietoperustaosuuden tueksi on lähteinä käytetty aiheeseen liittyviä kirjoja, sekä verkosta löytyneitä vertailuja ja artikkeleita.

### 1.1 Tausta

Päädyin tekemään opinnäytetyönäni verkkosivut Hyvinkäällä fysioterapeutin ammattia harjoittavalle yksityisyrittäjälle, Erja Nikanderille. Toimeksiantaja halusi kehittää omaa toimintaansa luomalla yritykselleen kotisivut. Tähän mennessä yrittäjä on pystynyt pitämään toimintansa aktiivisena vuosien aikana kertyneellä vakiintuneella asiakaskunnalla. Tavoitteena kuitenkin on laajentaa palvelun tarjontaa myös uudelle kohderyhmälle ja yleisestikin kasvattaa näkyvyyttä. Yrittäjä tarjoaa fysioterapian lisäksi myös muita palveluita, kuten esimerkiksi hierontaa, sähköhoitoa tai lymfaterapiaa. Ongelmana kuitenkin on, että aikaisemmin ei yrittäjän palveluita ole ollut missään nähtävillä tai haettavissa internetistä, vaan toiminta on enemmänkin nojannut suusta suuhun markkinointiin. Yrittäjä toivoi, että hänelle saataisiin luotua kotisivut, jotka olisivat asiakkaan näkökulmasta selkeät sekä tarpeeksi informatiiviset. Yrittäjälle itselleen sivujen tulisi jatkossa olla mahdollisimman helpot ylläpitää tai tarpeen mukaan päivittää.

Juuri tämän kaltaisen aiheen valinta opinnäytetyöksi oli itselleni melko selkeä suunnitelma jo aivan opintojen alkupuolella. Opintojen edetessä pidemmälle, olin osallistunut useampaan projektiin, joiden aiheisiin sisältyi verkkosivujen luonti, markkinointi ja brändäys. Nämä projektit kasvattivat omaa kiinnostustani digitaalista markkinointia ja sisällön tuottamista kohtaan. Lisäksi nämä projektit vahvistivat aikaisempaa ajatusta siitä, että yhtenä osana omaa opinnäytetyötä olisi verkkosivujen luominen. Aikaisempi työhistoriani ei ole ollut lainkaan tämän opinnäytetyön aiheiden luonteista, minkä takia aiheeseen syventyminen oli

erittäin mielenkiintoista ja omaa ammattitaitoa laajentavaa. Toimeksiantaja kuuluu henkilökohtaiseen lähipiiriini, mikä lisäsi kiinnostustani tehdä opinnäytetyö juuri tästä aiheesta. Toimeksiantaja oli ideoinut verkkosivujen perustamista jo useamman vuoden ajan, mutta nyt sivujen perustaminen tuli opinnäytetyön myötä mahdolliseksi.

## 1.2 Tavoitteet

Yrittäjän tavoitteena oli digitalisoida omaa toimintaansa kotisivuilla, josta löytyy tarjolla olevat palvelut, yhteystiedot sekä ajanvarausohjeet. Tavoitteena on lisäksi, että uudet asiakkaat löytävät yrityksen tarjoamat palvelut helpommin. Lisäksi yrittäjän toiveena oli saada aktiiviset ja toimivat verkkosivut mahdollisimman nopeasti käyttöön kuitenkin laadusta tinkimättä. Yrittäjä halusi, että myös verkkosivujen kautta asiakkaille välittyisi lämmin ja rauhoittava ilmapiiri.

Omana oppimistavoitteena oli ennalta opittujen taitojen hyödyntäminen ja vahvistaminen. Verkkosivujen luominen oli itselleni tuttua jo opintojen alkuajoilta opintoihin liittyvistä projekteista. Nyt oli kuitenkin mahdollisuus laatia verkkosivut yksin, jonka otin vastaan mielekkäänä haasteena. Tavoitteenani oli auttaa yritystä digitaalisen markkinoinnin kehittämisessä. Tämä on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka raporttiosuudessa tuodaan esille verkkosivujen laadintaprosessi vaiheittain yritykselle.

## 2 Digitaalinen markkinointi

Yleisesti kun ajatellaan markkinointia ovat sen toimintamallit pysyneet muuttumattomina jo kymmeniä vuosia. Pääosin markkinointi perustuu asiakasta keskeyttävään mainontaan. Tarkoituksena on altistaa ihmiset mainonnalle, käyttämällä oikeita yksisuuntaisia medioita. Markkinointi on kuitenkin muuttamassa muotoaan. Internetin yleistyttyä ja käyttäytymismallien muututtua, on kuluttajien tavoittamisesta tullut haastavampaa, erityisesti juuri mainonnan osalta. Vaikka internet itsessään mahdollistaakin suuremman kuluttajamäärän tavoittamisen, saattavat mainokset silti mennä kuluttajilta ohi esimerkiksi siksi, että he välttelevät massamedioiden käyttämistä tai sen takia, että he ovat oppineet niin sanotusti väistämään mainoksia paremmin. (Juslén 2009, 41-42.)

Markkinoinnissa on todella juurtuneita vanhoja pelisääntöjä, jotka eivät päde läheskään samalla tavalla, kun tehdään digitaalista markkinointia (Juslén 2009, 43). Internetin mahdollistama digitaalinen markkinointi on suurelta osin vienyt pohjaa vanhojen markkinointitapojen ylläpitämiseltä, mikä on johtanut myös siihen, että markkinoinnille on täytynyt suunnitella täysin uudet pelisäännöt. Nykypäivän markkinoinnissa ei ole enää kyse tuotteista, joita kuluttajille tarjotaan, eikä se ole enää pelkkää mainontaa. Erityisesti verkossa, on sisällöstä ehdottomasti tullut markkinoinnin tärkein työväline. Nykypäivänä markkinointi

pohjautuu kuluttajien suostuttelemiseen, ei pakottamiseen. (Juslén 2009, 67-71.) Luhtala, From ja Jäppinenkin (2013, 9-11) toteavat kirjassaan Onnistumisen avaimet markkinointiin, että nykypäivän asiakas haluaa saada tietoa eri palveluista ja tuotteista vasta sillä hetkellä, kun hän itse todella kokee niitä tarvitsevänsä.

Yleisenä muistisääntönä on hyvä pitää sitä, että menestyksen keskeisimpänä tekijänä on ihmislähtöisyys. Asiaan ei vaikuta se, onko luomassa verkkosivuja, tekemässä myyntiä tai rakentamassa markkinointia. Palvelun menestymisen kuitenkin päättävät kuluttajat, koetaanko palvelu toimivaksi ja tarpeelliseksi. Internetpalveluiden ja digitaalisen markkinoinnin kehittyminen on tarjonnut mahdollisuuden reagoida muutostarpeisiin ripeästi sekä tehokkaasti. Mitä digitaalisemmaksi maailma muuttuu, sitä enemmän se tarjoaa mahdollisuuksia reaaliaikaisempaan luovuuteen ja vastavuoroisuuteen yrittäjiltä asiakkaille. (Salo 2017, 48-57.)

## 2.1 Sosiaalisen median merkitys

Sosiaalisessa mediassa pääsääntöisesti pätevät samanlaiset sisällöntuotannolliset säännöt kuitenkin somemedian erityispiirteet huomioiden. Yrityksen tulee olla tarkkana, että se hyödyntää sosiaalista mediaa oikealla tavalla. Valittaessa yritykselle oikeaa somekanavaa, tulee suunnitteluvaiheessa pohtia, missä potentiaaliset asiakkaat ovat ja käyttävätkö myös kilpailijat samaa sosiaalisen median kanavaa. (Kananen 2018, 81-82.) Myös Diginaisten perustajajäsen Joanna Niininen korostaa kirjassaan Somestrategia opas yrittäjälle, että yrityksen on oltava niissä sosiaalisen median kanavissa, joissa myös asiakkaat ovat (Niininen 2018, 22).

Facebookin voidaan todeta olevan yksi merkittävimmistä somekanavista, johon yrittäjien kannattaa liittyä. Vuonna 2018 ylitti Facebookin käyttäjämäärä 2 miljardin käyttäjän rajan, mikä tekee siitä ylivoimaisesti suosituimman sosiaalisen median markkinointikanavan. Facebookissa voi tuottaa todella laajasti sisältöä. Sisältönä voi olla esimerkiksi tekstejä, kuvia tai vaikka videoita. Mikäli yritys vakavissaan harkitsee Facebookin käyttöönottamista, on suositeltavaa sitä ennen pohtia, sopiiko siellä esitettävä viestintä yrityksen omaan luonteeseen viestiä asioista. Vuonna 2018 Facebookia käytti 53 % suomalaisista. Lisäksi sillä on palveluna edelleen kaikissa ikäryhmissä todella laaja sekä aktiivinen käyttäjäkunta. (Kananen 2018, 81-82.)

## 2.2 Verkkokauppa ja verkkoajanvaraus järjestelmä

Verkkokauppa on hyvä lisä liikevaihdon kasvattamisen kannalta. Jotta verkkokaupasta saadaan menestyvä, vaatii se yrittäjältä monipuolista osaamista. Ennen verkkokaupan luomista tulee pohtia, mitä halutaan myydä ja kenelle, sekä kuinka pystytään erottumaan kilpailijoista. Markkinatutkimusta kannattaa ehdottomasti tehdä. Sen avulla pystyy



selvittämään, onko vastaavanlaisia tuotteita myynnissä ja voiko itse tehdä asioita paremmin kuin kilpailija. Verkkokauppa kasvaa ja kehittyy ajan myötä kerätyn palautteen sekä testauksen myötä, joten tulee muistaa, että täydellisenä ei verkkokauppaa pysty lanseeraamaan. Luomisvaiheessa vain tulee muistaa ottaa huomioon se, että verkkokaupassa asioiminen on mahdollisimman mutkatonta ja toimivaa asiakkaan kannalta. (Yrittäjät 2018.)

Verkkoajanvarausjärjestelmän tarkoituksena on säästää yrittäjän aikaa asiakkaiden varauksien merkkauksen osalta. Samalla se on nykyaikainen ja jo melko yleinen työkalu palveluntarjoajien ajanvarauksen hoitamiseksi. Mahdollisuus ajanvarauksen tekemiseen verkossa tuo myös lähtökohtaisesti enemmän asiakkaita, koska asiakkaat tavoittavat sinut missä ja milloin tahansa. (Vello 2021.) Nykyaikaisiin verkkoajanvarausjärjestelmiin voidaan lisätä myös asiakkaille lähtevät tekstiviestimuistutukset, joiden on todettu vähentävän jopa 60 % peruuttamattomia aikoja (Vihta 2021).

### 3 Verkkosivujen laatiminen

Verkkosivujen suunnittelu kannattaa tehdä tarkkaan ja huolella. Hyvin suunnitellut sivut auttavat yritystä saamaan helppokäyttöiset, helposti löydettävät ja mitattavat sekä teknisiltä ominaisuuksiltaan toimivat verkkosivut. (Digiteam 2021.) Kotisivut toimivat suorana markkinoinnin välineenä yrittäjältä asiakkaalle (Juslen 2009, 369). Siksi onkin tärkeä määrittää, mitä liiketoimintatavoitteita verkkosivuilla on. Halutaanko verkkosivujen kautta lisätä yhteydenottoja, onko niiden kautta tarkoitus myydä suoraan kuluttajalle vai onko tarkoituksen helpottaa asiakaspalvelun työtä. (Digiteam 2021.)

Myös käyttöliittymäsuunnitteluun kannattaa käyttää aikaa. Suunnittelijan tulee pohtia ja analysoida verkkosivuston liikenteen avulla, missä osa-alueissa ovat sivujen suurimmat haasteet, ja osaltaan myös mikä sivustolla on toimivaa. Esimerkiksi asiakkaan ohjaaminen mahdollisimman helppoon yhteydenottoon on asia, johon suunnittelussa kannattaa keskittyä. (Digiteam 2021.) Verkkosivujen hyvää käytettävyyttä voidaan verrata hyvään asiakaspalveluun (Pyyhtiä ym. 2017, 107.)

Verkkosivut ovat toimivat, kun ne palvelevat asiakkaan tarpeita mahdollisimman laadukkaasti. Käyttäjäkokemuksen tulee olla kunnossa, jotta asiakas ei vaihda toisen palveluntarjoajan verkkosivuun. Hyvään käyttäjäkokemukseen vaikuttavat helposti löydettävät, nopeat ja responsiiviset sivut. Sisällön tulee olla kiinnostavaa ja relevanttia sekä ohjata asiakasta esimerkiksi kohti ajan varausta. (Juslén 2009, 158-159; Digiteam 2021.)

Verkkosivujen tulee löytyä hakukoneista niillä termeillä, joilla asiakas oletettavasti palvelua etsii eikä tästä voi tinkiä. Hyvin toteutetut verkkosivut sallivat hakukoneen käydä läpi koko verkkosivustojen sisällön, siksi suunnittelussa on otettava huomioon verkkosivujen sisällön ja

teknologian toimivuus, mikä auttaa hakutuloksien löytymisessä. (Digiteam 2021.) Hakukoneet mahdollistavat tiedon nopean löytämisen internetin valtavasta sivumäärästä ja niitä pidetäänkin internetin käyttäjien pikateinä halutun tiedon luokse (Juslén 2009, 107).

Tämän lisäksi verkkosivujen tulee olla helposti päivitettävät, jotta niiden ylläpitäminen on sujuvaa ja sivut pysyvät aina ajankohtaisina. Ulkoasun tulee olla miellyttävä ja sen pitää viestiä laadusta sekä luotettavuudesta. Tähän voi vaikuttaa informaatiolla ja kuvilla, joita sivuille laittaa. Tavoitteena loppujen lopuksi kuitenkin on se, että verkkosivut luovat lisämyyntiä palveluntarjoajalle. (Digiteam 2021.)

### 3.1 Verkkosivujen laatimisen vaiheet

Pienten yritysten on mahdollista luoda itselleen laadukkaat ja vaikuttavat verkkosivut, josta asiakas voi saada yhtä hyviä ja joissain tapauksissa jopa parempia asiakaskokemuksia, kuin suurten yritysten sivuilta. Yleisesti internetissä markkinoiminen ja laadukkaiden verkkosivujen luominen on nykypäivänä niin edullista, että käytännössä jopa pienimmillään yrittäjillä on varaa käyttää tarjolla olevia palveluita, joten siihen kannattaa ehdottomasti panostaa. (Juslén 2009, 33.) Aivan niin kuin yrityksen toiminnan suunnittelu, alkaa myös verkkosivujen suunnittelu kysymyksestä kuka on asiakas. Jotta yrityksen viestinnässä ja markkinoinnissa onnistutaan, tulee oma kohderyhmä tuntea tarkasti, mitä tarpeita, haasteita tai ongelmia heillä on. (Kananen 2018, 26-27.) Oman kohderyhmän tunteminen helpottaa asiakkaita puhuttelevien verkkosivujen luomisessa. Tällöin saadaan myös verkkosivujen visuaalinen sekä tekninen toteutus sille tasolle, että se kiinnostaa asiakkaita ja palvelee heidän tarpeitaan.

Verkkosivujen sisältöä suunnitellessa, tulee miettiä minkälaisilla ratkaisuilla asiakkaan valintaan ja mielenkiinnon kohteisiin voidaan vaikuttaa. Onnistuneella asiakkaisiin kohdistuneella viestinnällä pystytään vastaamaan mahdollisimman hyvin heidän tarpeisiinsa. Laadukkaasti tuotettu sisältö ja onnistunut sisältömarkkinointi tukee yrittäjän liiketoiminnan tavoitteiden saavuttamista. (Kananen 2018, 32-33.)

Kun päästään siihen pisteeseen, että on aika aloittaa sivujen rakenteen tarkempi suunnittelu, kannattaa pohtia rauhassa mitä hakusanoja asiakkaat todennäköisimmin käyttävät. Avainsana-analyysin tekeminen auttaa hahmottamaan, mitkä hakusanat ovat trendissä eli keräävät eniten hakumääriä. Avainsana-analyysin tekemiseen löytyy käteviä työkaluja, kuten Googlen Avainsanojen suunnittelija, joka helpottaa analyysin tekemistä. Tähän osa-alueeseen kannattaa ehdottomasti panostaa, sillä verkkosivujen rakenteella on selvä vaikutus siihen, kuinka hyvä hakukonenäkyvyys sivuilla on. Näkyvyyttä parantaa selkeät, hyvillä avainsanoilla varustetut etusivut. (Pohjanen 2018; Suomen digimarkkinointi Oy 2021.)

Verkkosivujen käytettävyyttä voidaan huomattavasti parantaa panostamalla navigointiin. Voisi sanoa, että nykypäivänä arvostetaan jopa erittäin korostetusti helppoutta, varsinkin mitä tulee verkkoasiointiin. Yritys voi siis todella nopeasti menettää arvokkaita asiakkaitaan liian hitailla tai haastavilla sivuilla. Siitä syystä sivujen navigoinnin tulee olla sujuvaa, riippumatta siitä, mitä päätelaitetta asiakas käyttää. Yksinkertaisesta navigaatorakenteesta on hyötyä myös sivujen näkyvyyden kannalta, sillä Google nostaa toimivia verkkosivuja korkeammalle hakutuloksissa. (Pohjanen 2018)

Ulkoasujen suunnittelu ja toteutus verkkosivuille on tärkeää. Visuaalisesti miellyttävät sivut antavat asiakkaalle kuvan ammattimaisesta ja osaavasta yrityksestä. Ulkoasu ei kuitenkaan saa heikentää verkkosivujen käytettävyyttä. (Juslén 2009, 159.) Sivut tulee rakentaa mieleenpainuviksi, mutta on hyvä muistaa, että liika voi myös olla liikaa, joten kohtuuden kautta kannattaa visuaalisuudessa mennä. Ylipäättäänkin on hyvä muistaa, että sivut tulisi rakentaa harmoniseksi kokonaisuudeksi niin tekstien, valokuvien kuin graafisenkin puolen osalta. (Parviainen 2019.)

### 3.2 Verkkosivujen toimivuuden testaus sekä julkaisu

Kun verkkosivujen luomisessa päästään siihen pisteeseen, että sivut ovat tekijän mielestä valmiit julkaistavaksi, tulee ne sitä ennen vielä testata. Testauksessa tulee selvittää, että sivulle tehdyt ovat ratkaisut ovat toimivia. Sivuilla navigoinnin on oltava käyttäjälle yksinkertaista ja mielekästä, jotta käytettävyydestä jäisi mahdollisimman positiivinen kokemus. Verkkosivuja ei avata julkisiksi, ennen kuin niiden testaus on suoritettu ja saatujen tuloksien pohjalta kaikki korjaukset on tehty. (Juslén 2009, 160.)

Pienimmillä yrityksillä ei ole varaa palkata verkkosivujen testaamista varten omaa testiryhmää, saati vielä ulkopuolista tarkkailemaan tuloksia ja tekemään muutoksia sen pohjalta. Sen takia, erityisesti tapauksissa, jolloin yrittäjä luo itse yritykselleen verkkosivut, voi hän itse myös luoda toimivuuden testausta varten kyselyn. Kyselyn luomiseksi kotikonstein, yksi soveltuvimmista työkaluista on ehdottomasti Google Forms. Sen avulla yrittäjä voi luoda kyselylomakkeen, joka lähetetään verkkosivuja testaaville ihmisille, johon he voivat antaa oman palautteen ja mielipiteensä sivujen toimivuudesta. Sivuja testaava ryhmä voi hyvin koostua yrittäjän omasta tuttavapiiristä.

## 4 Käytettävyytutkimuksen tekeminen

Käytettävyytutkimuksen tekeminen verkkosivujen toimivuudesta on tärkeää, jotta sen kehittämiseen saadaan mukaan käyttäjien kokemukset. Käytettävyytutkimuksen tuloksien avulla pystytään löytämään sivujen käytettävyysongelmat ajoissa, jotta ne voidaan vielä korjata ajoissa ennen sivujen lopullista julkaisua. (Handlaamo 2018.) Jotta verkkosivujen

toimivuus voidaan taata pitkäaikaisesti, vaatii se sivujen omistajalta käyttäjätietojen analysointia, minkä avulla tiedetään käyttäjien käyttötarpeet sekä mieltymykset. (Saariluoma ym. 2010.)

Käyttäjätietoja saadaan kerättyä juuri edellä mainituilla käytettävyystudkimuksilla. Niistä saatu tieto on usein käyttökelpoista ja voi antaa huomattavia kehitysehdotuksia tai jopa uusia ideoita sivujen kehittämiseksi. Tutkimusta tehdessä on oltava tarkkana, että tutkimuksen tuottaja ei lähde ohjaamaan vastaajaa liikaa kysymyksien vastausvaihtoehdoilla. Paras tulos tutkimuksella saavutetaan, kun sillä onnistutaan keräämään tietoa mahdollisimman erilaisilta ihmisiltä. Saadut tulokset kasataan yhteen, analysoidaan ja niiden pohjalta rakennetaan kehitysideat, mitkä viedään sitten käytännöntasolle verkkosivuihin. (Saariluoma ym. 2010.)

## 5 Opinnäytetyön toiminnallisen osan toteutus

Teoriaan perehtymisen ja raporttiin kirjallisen tuottamisen jälkeen oli luonnollista edetä projektissa vertailemaan eri palveluntarjoajia ja sen myötä myös valita tähän projektiin sopivin alusta verkkosivujen laatimiselle. Laatimisessa edettiin oikean pohjan löytymisen jälkeen alustavien luonnoksien tekemiseen. Sivuille hahmoteltiin erilaisia värikokonaisuuksia ja muotoiluja, joita käytiin läpi myös toimeksiantajan kanssa, jotta sivuille löydettiin miellyttävä kokonaisuus. Ennen kuin sivujen laajempi laatiminen aloitettiin, käytiin toimeksiantajan kanssa keskustelua aivan perusasioista aina pienimpiin yksityiskohtiin asti. Kun pohjatyö saatiin valmiiksi, edettiin seuraavaksi sisällöntuottamiseen.

Sisällöntuottamiseen toimeksiantaja antoi avuksi hänen palveluitaan kuvaavaa materiaali, jotta sivujen sisällöstä saadaan tuotettua ammattimaista. Sivut viimeisteltiin julkaistavaan muotoon ja ne testautettiin pienellä ryhmällä, jotta sivujen toimivuudelle ja kokonaisuudelle saatiin konkreettista palautetta. Koko projektin viimeistely koostui lähinnä verkkosivujen viimeistelystä saadun palautteen perusteella, sekä opinnäytetyön kokonaisuuteen kuuluvan raportin kasaamisesta. Kuviossa 1 näkyy projektin eteneminen aikajanamuodossa suunnittelusta lopettamiseen.



Kuvio 1: Projektin eteneminen kokonaisuudessa

### 5.1 Internetsivujen laatiminen asiakkaalle

Seuraavissa kappaleissa syvennyttään laajemmin toimiin ja vaiheisiin, joita juuri tämän opinnäytetyön tekemisessä käytiin. Projekti aloitettiin internetsivujen luomiseen käytettävien palveluntarjoajien vertailulla, jotta löydettiin yrittäjää parhaiten palveleva järjestelmä. Tämän vertailun pohjalta päädyttiin käyttämään Webnodea. Oikean järjestelmän löytyttyä, etsittiin seuraavassa vaiheessa toimeksiantajalle sivuilta muutamia potentiaalisia mallipohjia, joista hän pääsi valitsemaan itselleen mielekkäimmän vaihtoehdon, jonka pohjalta yrityksen omia sivuja lähdettiin rakentamaan.

Verkkosivujen suunnittelu aloitettiin aluksi keskustelemalla yrittäjän kanssa linjauksista, jotta saimme molemmat alustavan mielikuvan siitä, mitä sivujen tulisi sisältää. Lisäksi keskusteluissa pohdittiin, kuinka sivut hyödyttäisivät asiakkaita ja uusasiakashankintaa sekä mistä saisimme verkkosivut, jotka olisivat jatkossa yrittäjälle itselleen helpot ylläpitää. Aloitin ensimmäisenä verkkosivualustojen vertailulla ja oikean alustan löytämisellä. Sivujen tuli olla helposti päivitettävät ja yksinkertaiset ylläpitää. Vertailussa auttoi Perustamon tekemä markkinointi artikkeli aiheesta ”Tee itse ilmaiset kotisivut - Top-5 perusohjeita, jotka tulee ottaa huomioon yrityksen nettisivuja tehdessä. Lisäksi artikkelissa vertailtiin viiden eri palvelun ominaisuuksia, plussia ja miinuksia huomioiden myös se, minkälaisia sivuja on

itselleen tai yritykselleen luomassa. Kappaleissa 5.1.1 - 5.1.5 on kuvattu vertailuni eri verkkosivujen mallipohjista.

Mallipohjan löydyttyä aloitettiin sisällön suunnittelu sekä sisällön tuottaminen sivuille. Tähän vaiheeseen käytettiin eniten aikaa ja yrittäjän kanssa yhteistyössä pohdittiin erilaisia vaihtoehtoja värien sekä yleisesti kokonaisuuden osalta, josta päädyttiin miellyttävimpään lopputulokseen. Toimitin toimeksiantajalle verkkosivujen luonnosten linkin sovituin aikaväleihin. Tämän menettelyn avulla varmistettiin, että sivujen laadinta etenee oikeaan suuntaan.

Kun verkkosivujen perusrakenne oli saatu kuntoon, syvennyttiin tarkemmin hakusanojen toimivuuteen, jotta sivuille saatiin rakennettua mahdollisimman hyvä näkyvyys hakukoneissa. Samalla parannettiin sivuston navigointia, jotta käytettävyys olisi helppoa ja mielekästä. Lopuksi tarkistettiin vielä kokonaisuuden toimivuus, jotta verkkosivujen värimaailma, kuvat sekä sisältö sulautuvat hyvin yhteen ja ovat kokonaisuudessaan toimiva kokonaisuus. Lopuksi verkkosivut testattiin yrittäjän tuttavapiirin avulla. Testaajille lähetettiin linkki, jonka kautta pääsi tarkastelemaan sivuja. Lisäksi testaajille lähetettiin Google Formsin avulla luotu kyselylomake, johon oli koottu tärkeimmät kysymykset sivujen toimivuudesta, joihin testaajien tulisi kiinnittää huomiota.

#### 5.1.1 WordPress

Viidenneksi listalla oli valikoitunut erittäin suosittu nettisivu- ja blogialusta WordPress. WordPressiä suositellaan enemmän blogin perustajille kuin kotisivujen luojille, muun muassa koska sen käyttö on haastavampaa ja vaatii jo edistyneempää osaamista. WordPress.org pitää erikseen asentaa ja sitä ylläpidetään maksullisen webhotellin kautta. Kokonaisuudessaan WordPress on monimutkaisempaa käyttää, kuin muut verkkosivualustat mutta sen yleensä katsotaan olevan ammattikäyttöön paras vaihtoehto ja se onkin monen kotisivuja luovan yrityksen käytössä oleva alusta. (Perustamo 2021.)

Ilmeni melko nopeasti, että WordPressin kaltainen alusta ei sovellu käytettäväksi toimeksiantajalle. WordPressin käyttö olisi vaatinut jo kehittyneempää osaamista alustojen käyttämisestä. Yhtenä tarkoituksena kuitenkin oli löytää yksinkertainen alusta, jonka ylläpitäminen ja päivittäminen on mahdollisimman helppoa. WordPressin oli kokonaisvaltaisesti haastava, minkä takia en suosittelut sitä toimeksiantajalle.

#### 5.1.2 Jimbo

Neljänneksi oli sijoittunut saksalaisen yrityksen luoma Jimbo.com. Jimbo tarjoaa artikkelin mukaan palveluaan esimerkiksi englanniksi ja ruotsiksi. Jimbon sivupohjien nähtiin olevan vanhanaikaisemman oloisia kuin top-3 päässeiden vaihtoehtojen sivupohjat, eikä sitä niiden

rinnalla voitu nostaa yhtä potentiaalisesti vaihtoehdoksi. Jimbossa oli kaksi erilaista maksullista vaihtoehtoa, joko perusmalli hinnaltaan 5€/kk tai niin kutsuttu bisnesmalli 15€/kk. (Perustamo 2021.)

Kokonaisuudessaan Jimbossa rekisteröityminen ja verkkosivujen luominen tapahtuu melko helposti, mutta tässä tapauksessa päätin luottaa artikkelin tekijän arviointikykyyn, enkä lähtenyt tutustumaan henkilökohtaisesti Jimboon sen tarkemmin. Jimbossa myös suuren miinuksen tuotti se, että sivuille ei voi valita kieleksi suomea. Koska kyseessä ei selvästi ollut paras vaihtoehto sivujen luomiselle, ja kielinäkin oli vain englanti tai ruotsi päädyin poistamaan Jimbon heti omista vaihtoehdoistani.

### 5.1.3 Weebly

Weebly, vertailun kolmanneksi tullut verkkosivualusta ja otsikon mukaan ”ihan ok palvelu” on myös ilmainen ja helppokäyttöisen käyttöliittymän omaava sivusto. Valitettavasti ainakin tätä opinnäytetyötä tehtäessä, Weeblyllä oli puutosta samoissa asioissa kuin aikaisemmillä vertailussa olleilla alustoilla. Sen omaan kielipankkiin sisältyy kielistä ainoastaan englanti ja ruotsi, eikä suomea ollut saatavilla. Pelkästään suomen kielen puuttuminen riitti Weeblyn kohdalla pudottamaan sen pois potentiaalisista vaihtoehdoista. (Perustamo 2021.)

Vertailussa minun oli huomioitava se, että sivut on helppo päivittää ja toisaalta suomen kieli on valikosta löydettävä. Weeblyn katsottiin olevan kokonaisuudessaan kokeilemisen arvoinen työkalu verkkosivujen luomiselle, mutta ei kuitenkaan yltänyt myöskään laadussaan yhtä korkealle tasolle, kuin listan kaksi viimeistä vaihtoehtoa. Weebly sai siis jäädä pois potentiaalisista vaihtoehdoista ja meninkin vertailussa kohti seuraavaa alustaa. (Perustamo 2021.)

### 5.1.4 Wix

Wix on monipuolinen verkkosivualusta, joka sopii vaativammallekin käyttäjälle. Artikkelin kirjoitus hetkellä Wix oli yli 100 miljoonalla käyttäjällään maailman suosituin ilmaiseksi käytettävä verkkosivualusta. Valitettavasti myöskään Wixillä ei ole tällä hetkellä vaihtoehtonaan suomen kielen käyttö, mikä jälleen pudottaa sen pois vaihtoehdoista. Kaikin muin puolin Wix olisi ollut erittäin potentiaalinen vaihtoehto verkkosivujen luomiseen. Wixiin voi rekisteröityä joko sähköpostiosoitteella tai vaihtoehtoisesti Facebook- sekä Google-tunnuksilla. Wixissä verkkosivujen luominen on tehty erittäin helpoksi alustan ohjatessa tekijää vaihe vaiheelta eteenpäin verkkosivuja luodessa. Sivuilta löytyy erittäin paljon valmiita sivupohjia, joihin voi lähteä täyttämään omia tietojaan. Wixiin on myös rakennettu editori, joka käyttää apunaan tekoälyä verkkosivujen luomista helpottamaan, mutta valittavissa on myös manuaalinen editointi, joka on erittäin selkeä käyttää. (Perustamo 2021.)

Wix on sisältänyt palveluunsa myös huomattavan määrän erittäin laadukkaita ja ilmaisessa käytössä olevia kuvia. Tulee kuitenkin muistaa, että yritys antaa itsestään aina uskottavamman mielikuvan, kun verkkosivuille lisää kuvia esimerkiksi yrityksen oikeista tiloista. Sivupohjaa rakennettaessa Wix tarjoaa paljon esimerkkisisältöä ja vaihtoehtoja, mitä omille sivuilleen voisi kirjoittaa. Nämä esimerkkisisällöt on kuitenkin helppo pyyhkiä pois ja täydentää kohdat omalla, yritystä kuvaavalla sisällöllä ja palveluilla. Wixin toisena heikkoutena voisi ehkä pitää sen tapaa tuoda mainokset esille ilmaisessa versiossa. On toki normaalia, että kaikkien sivustojen ilmaisversioissa näkyy jonkinlainen mainos, mutta Wixissä se on asetettu yläpalkkiin, jopa melko häiritsevästi. Tästä ongelmasta kuitenkin selviää valitsemalla Wixin maksullisen version, jonka hinta on noin 10 € kuukaudessa. (Perustamo 2021.)

#### 5.1.5 Webnode

Vertailussa ensimmäiselle sijalle nousi Webnode.fi. Webnodesta löytyy kielivaihtoehtona suomen kieli ja sitä pidetään myös erittäin helppokäyttöisenä. Myös Webnodesta löytää runsaasti eri sivupohja vaihtoehtoja. Webnodesta löytyy myös teemoitettuja sivupohjia yrityksille, yhdistyksille tai vaikka yksityisille henkilöille, joka voi helpottaa sivupohjan valintaa ja sivujen luomisen aloittamista. Niin kuin Wixissä, tarjoaa myös Webnode sivupohjilleen valmista sisältöä helpottamaan sivujen sisällön tuottamista ja jonka päälle voi muokata esimerkiksi yrityksen omaa sisältöä. Webnodella on myös tarjolla laaja ilmaiseksi käytettävä kuvapankki, mutta kuten jo aiemmin mainittu, kannattaa yrityksen ehdottomasti käyttää omia kuvia, mikäli tilanne sen sallii. (Perustamo 2021.)

Webnodessa voi visuaalisuudessa päästää mielikuvituksen valloilleen. Sivujen taustakuviksi on mahdollista asettaa myös lyhyitä videoita, jotka lisäävät sivujen laadukkuuden tuntua sekä tyyliä. Mikäli yrittäjä haluaa olla erittäin aktiivinen kotisivujensa päivittäjä, on sivuihin mahdollista lisätä myös blogi-osuus, jonka kautta asiakkaille voi jakaa esimerkiksi ajankohtaisia artikkeleita tai muuten vain päivittää yrityksen viimeisimpiä kuulumisia. (Perustamo 2021.)

Webnoden edullisin versio maksullisista vaihtoehdoista on 4,95€/kk. Se sisältää ensimmäisen vuoden ajaksi oman verkkotunnuksen, jolla pääsee eroon osoitteen webnode.fi merkinnästä. Webnode on pitänyt huolen myös siitä, että heidän sivuissaan on SSL-suojaus. (Perustamo 2021.) SSL-suojaus eli Secure Sockets Layer on sertifikaatti, jonka avulla nettisivuilla kävijän ja käytössä olevan palvelimen välille saadaan salattu yhteys. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että ulkopuoliset tekijät eivät pääse vakoilemaan sivustoilla tapahtuvaa liikennettä. Jos asiakas esimerkiksi antaa sivustolle omat luottokorttitietonsa tuotetta ostaessa, ei niihin tai muihin annettuihin tietoihin päästä käsiksi. SSL-suojauksen löytyminen verkkosivuista on hyvä



myös siitä syystä, että Google suosii juuri näitä suojattuja eli HTTPS-sivustoja. (Suomen hakukonemestarit 2021.)

Webnodessa luodut sivut ovat automaattisesti täysin responsiivisia. Sen ansiosta verkkosivut voi huoletta kokonaisuudessaan rakentaa tietokoneella ja silti sivut näyttävät hyvältä, vaikka asiakas käyttäisi sivuja puhelimella tai tabletilla. Kaiken kaikkiaan Webnode saa arvostelussa vahvan suosituksen verkkosivualustaksi, varsinkin pienyrityksille, jotka haluavat ammattimaisen näköiset sivut ilman suurta työmäärää ja kallista kuukausihintaa. Lisäpisteitä artikkelissa Webnode saa myös ehdottomasti siitä, että he tarjoavat suomenkielisen asiakaspalvelun. (Perustamo 2021.)

Perustamon tekemä vertailu verkkosivualustojen välillä oli erittäin hyödyllinen ja vaikutti todella paljon siihen, että päädyimme yrittäjän kanssa valitsemaan Webnoden alustaksi verkkosivujen tekemiseen. Webnoden ja Wixin välillä ei sisällöllisesti ollut huomattavia eroja, ja molemmat sivustot tarjoavat huomattavasti vaihtoehtoja sekä avustusta ammattimaisten verkkosivujen luomiselle. Tätä projektia ajatellen merkittävin ero Webnoden ja Wixin välillä oli ehdottomasti jo usein esille nousut, suomen kielen puuttuminen Wixin vaihtoehtoista. Pelkästään siitä syystä oli jo selvää, että Webnode tuli olemaan alusta, jolla verkkosivut luodaan, eikä laadusta tarvinnut silti tinkiä.

## 5.2 Mallipohjan valinta

Hyvän verkkosivualustan löydyttyä, aloitettiin verkkosivujen mallipohjien läpikäynti. Tavoitteena oli löytää pohjaratkaisultaan mieluinen ja toimivan oloinen mallipohja, josta yrittäjän omia sivua lähdettäisiin rakentamaan. Kotisivuja olisi voinut toki lähteä rakentamaan aivan tyhjästä, mutta tällä tavalla haluttiin yksinkertaistaa ja nopeuttaa sivujen rakentamisvaihetta. Päädyimme siis ratkaisuun, että lähetin yrittäjälle linkin mallipohjien esikatselu sivustolle ja annoin mukaan muutamia vaihtoehtoja, joista itse pidin, mistä sivujen rakentaminen voisi olla viisasta aloittaa.

Samalla yrittäjä sai myös luoda itselleen visuaalisempaa kuvaa siitä, miltä hänen omat kotisivunsa voisivat näyttää. Webnoden sivupohjien valikoima oli erittäin suuri, mistä varmasti löytyy jokaiselle jotakin sivujen suunnittelemisen aloittamiseksi. Yrittäjä myös itse mieltä yhteensä hänelle ehdottamastani mallipohjasta, joten päädyimme nopealla ratkaisulla, että aloitamme sille pohjalle sivujen rakentamisen. Kuten jo aiemmin mainittu, sisältävät mallipohjat paljon ehdotuksia esimerkiksi siitä, minkälaisia tekstejä sivuilla voisi olla ja mihin ne voisi olla hyvä sijoittaa. Sivujen muokkaamisen ensimmäinen vaihe oli poistaa kaikki ylimääräinen ja tarpeeton sisältö. Jäljelle jätettiin perusrakenne, jonka pohjalle aloitettiin yrittäjän oman sisällön tuottaminen.

### 5.3 Sisällön suunnittelu ja toteutus

Itselläni oli heti alkuun visio minkälaiset sivujen tulisi olla ja aiheesta keskusteltiinkin paljon toimeksiantajan kanssa. Oli kuitenkin tärkeä pitää mielessä, että sivut tulevat lopulta hänen asiakkaidensa käyttöön ja sivujen tulee olla loppujen lopuksi hänen itsensä näköiset. Lähestyimme asiaa siten, että aluksi tein vertailua eri verkkosivualustojen välillä, jotta toimeksiantajalle löytyisi paras mahdollinen alusta omille kotisivuilleen. Parhaan mahdollisen alustan löydyttyä, toimitin seuraavaksi toimeksiantajalle useampia mallipohjia, mistä kotisivuja lähdetäisiin rakentamaan. Sopivan mallipohjan löydyttyä aloitin sivujen työstämisen.

Sisällön suunnittelu aloitettiin etusivusta. Yrittäjän toiveena oli, että verkkosivut välittäisivät asiakkaille lämpimän ja rentouttavan tunnelman. Kävimme yhdessä läpi useampia erilaisia värejä ja sivujen muotoilukokonaisuuksia. Päädyimme molempia miellyttävään ratkaisuun ja päätimme, että lähdän laatimaan sivujen kokonaisuutta tekemiemme valintojen pohjalta. Sivujen suunnittelussa pidin toimeksiantajan aktiivisesti mukana päivittämällä hänelle aika-ajoin minkälaisiin ratkaisuihin sivun kokonaisuuden kanssa on päädytty. Tällä tavoin toimeksiantaja sai jo projektin alkuvaiheessa ensimmäisiä näkemyksiä siitä, millaiset hänen yrityksensä verkkosivuista oli tulossa.

Toteutusvaiheessa sivut laadittiin suunnitelman pohjalta. Loogisesti sivujen laatiminen aloitettiin etusivusta, jotta saatiin luotua perusta muun kokonaisuuden rakentamiselle. Toteutuksen edetessä toimeksiantajalla oli mahdollisuus seurata työn etenemistä jatkuvasti päivittyvän linkin kautta ja halutessaan hän pystyi kommentoimaan sivuja. Sivujen toteutuksessa otettiin huomioon verkkosivujen laatimisen keskeisimmät periaatteet, jotta ne olisivat mahdollisimman yksinkertaiset käyttää ja niiden sisältö olisi hakukoneen helposti löydettävissä.

#### 5.3.1 Etusivu

Etusivulle valikoitiin rentoutumisen tunnetta luova kansikuva ja yleisesti sivun väritystä sävytettiin kuvan tunnelmaa tukevaksi. Yrittäjä myös halusi, että tarjolla olevat palvelut, sekä niiden hinnat olisivat asiakkaille helposti saatavilla ja mikäli mahdollista, heti etusivulla nähtävillä. Yrittäjän toive otettiin sivun suunnittelussa ja toteutuksessa huomioon, minkä myötä päädyttiin ratkaisuun, että etusivulle laadittaisiin palveluhinnasto suosituimmista palveluista. Lisäksi etusivulle lisättiin linkki, jonka kautta asiakas pääsee pikavalintana laajempaan ”palvelut välilehteen”.

Etusivulle nostettiin esille myös niin sanotusti kolme pääpalvelua, joita yrittäjä tarjoaa. Näitä olivat hoidot, joka kattoi sisälleen kaikki perushieronnasta aina sähköhoitoihin asti. Sen lisäksi, tarjolla olevista palveluista nostettiin esille lymfaterapia, sekä Lymed

kompresiosukkien ja -hihojen mittausta sekä tilaus. Palveluille asetettiin kuvakkeet, jotta ne nousevat selvästi etusivulta esille. Kuvakkeiden alapuolelle asetettiin linkki, josta asiakas halutessaan pääsee lukemaan lisätietoa, mitä kyseinen palvelu sisältää. Palveluiden varausta haluttiin myös korostaa etusivulla. Heti seuraavaksi sivujen kansikuvan alapuolelle asetettiin ajanvarauslinkki, joka ohjaa asiakkaan suoraan ajanvarausvälilehdelle. Sivujen loppuun lisättiin yrittäjän yhteystiedot sekä yrityksen toimipaikan osoite.

### 5.3.2 Palvelut

Palveluista luotiin verkkosivuille oma välilehti, joka yhtä lailla jaoteltiin jo edellä mainittuun kolmeen osaan pääpalveluiden osalta. Palveluiden pääsivu tuo näkymän ja pikalinkit tarkempiin välilehtiin, jotka jokainen sisältävät eriteltyä tietoa palvelun sisällöstä. Erillisten sivujen tarkoituksena on yksinkertaistaa palveluiden valintaprosessia. Erityisesti Vodder-Lymfaterapia -palvelun sivulle tuotiin lisätietoa siitä, mistä hoitomuoto on peräisin, mitä sen vaikutukset ovat ja miksi sitä käytetään tai milloin sitä ei ole tarkoitus käyttää sekä missä tapauksissa Lymfaterapia korvataan. Vodderin sivulle tahdottiin tuottaa laajemmin informaatiota hoidon harvinaisuuden sekä jollain tasolla myös tuntemattomuudesta johtuen.

### 5.3.3 Hinnasto

Hinnasto -välilehdelle rakennettiin suurempi ja tarkempi listaus siitä, mitä palveluita yrittäjä tarjoaa sekä mistä niiden hinnat koostuvat. Hinnastossa ilmoitetaan myös, mitä maksuvälineitä palveluihin voi käyttää. Esimerkiksi, mikäli asiakas saa työnantajaltaan Smartum-hierontaseteleitä, voi halutessaan asiakas käyttää niitä maksuvälineenä. Pääsääntöisesti jokaisen palvelun hinta määrittyy hoidon keston mukaan. Lisäksi asiakkaalla on halutessaan mahdollisuus lisätä palveluun esimerkiksi lämpöhoito ilman lisäveloitusta.

Hinnasto-välilehden laatimisessa tavoitteena oli tuoda alkuun selkeästi esille, kuinka paljon palvelut maksavat, minkä jälkeen hintojen alapuolelle listattiin tarjolla olevat palvelut. Hinnasto-välilehdellä tuodaan esille myös mahdollisuus, että hoito voidaan tehdä kotikäyntinä. Lisäksi sinne on listattu mahdollisuus tilata yrittäjä yrityskäynnille tai eläkeläisryhmien ohjaajaksi. Sivun loppuun on aseteltu selkeä pikavalintalinkki palvelun varaamiseksi.

### 5.3.4 Varaa palvelu

Viimeisenä välilehtenä sivuilta löytyy varaa palvelu välilehti. Yrittäjä ei halunnut sivuilleen automaattista varausjärjestelmää, joten sivuille luotiin yhteydenottolomake. Asiakas voi täyttää yhteydenottomakkeeseen omat yhteystietonsa sekä vapaa sana kenttään esimerkiksi palvelun, jonka hän haluaisi varata. Kun yhteydenottolomake on lähetetty, siitä menee sähköposti suoraan yrittäjälle, joka myöhemmin voi itse ottaa asiakkaaseen yhteyttä.

Ajanvaraus -välilehden sivulla tuodaan esille, että ajanvaraus tapahtuu joko puhelimitse tai yhteydenottolomakkeen kautta. Koska yrittäjä ei halunnut automaattista varausjärjestelmää sivuilleen, päädyimme yhdessä siihen lopputulokseen, että yhteydenottolomake on paras mahdollinen vaihtoehto. Näin yrittäjä voi itse kontaktoida asiakkaita sen mukaan, kun yhteydenottopyyntöjä tulee. Toimeksiantajan työtä tulevaisuudessa helpottaisi, mikäli hän rakentaisi itselleen verkkokalenterin, joka päivittyisi automaattisesti reaaliajassa. Tämä mahdollistaisi myös sen, että verkkosivuille voisi tulevaisuudessa rakentaa verkko ajanvarausjärjestelmän.

### 5.3.5 Yhteystiedot

Viimeisenä välilehtenä luotiin yhteystietojen sivu, josta löytyvät yrittäjän yhteystiedot, sekä yrityksen osoite. Yhteystiedot sivulla otettiin huomioon myös se, että suurin osa verkkosivuilla kävijöistä käyttää nykypäivänä mobiililaitetta. Sen takia sivulle lisättiin myös Google Mapsin karttanäkymä, josta asiakas halutessaan näkee yrityksen osoitteen. Lisäksi karttaa klikkaamalla, käytettävässä laitteessa avautuu Google Maps-toiminto, jonka avulla voi suoraan navigoida osoitteeseen.

### 5.3.6 Responsiivisuus

Tässä projektissa responsiivisuus ei aiheuttanut suurempia haasteita verkkosivujen luomisvaiheessa. Webnoden julkaisujärjestelmään on sisällytetty automaattinen responsiivisuus laitteelle kuin laitteelle. Tämä tarkoittaa sitä, että vaikka verkkosivut luodaan pelkästään tietokoneella, muokkautuvat ne automaattisesti sopiviksi myös mobiililaitteelle käytettäväksi. Webnoden automaattinen sivujen optimointi toimi todella fiksusti ja verkkosivut olivat hyvin responsiiviset myös mobiililaitteella selatessa. Suurin haaste, joka ilmeni sivujen luomisvaiheessa responsiivisuuden osalta, oli tekstien asetteleminen niin, että ne näkyisivät myös mahdollisimman selkeästi luettavina, vaikka käyttäisikin mobiililaitetta sivujen selaamiseen.

## 6 Tulokset

Opinnäytetyön tuloksena fysioterapiayrittäjä Erja Nikanderille luotiin toimivat, responsiiviset ja näkyvyyttä lisäävät kotisivut, jotka helpottavat samalla jatkossa myös hänen työntekoaan. Kotisivujen kaikki sivut on esitetty liitteissä 1-7. Kotisivuille luotiin ajan varaamiseksi yhteydenottolomake, johon asiakas voi halutessaan täyttää hänen palvelun tarpeensa sekä yhteystiedot, joka menee täytettynä toimeksiantajan sähköpostiin. Tarkoituksena on, että hän voi yhteydenottolomakkeen nähtyään kontaktoida asiakasta ja keskustella tarkemmin hoidon tarpeesta sekä varata hänelle ajan hoitoa varten.

Koska jatkossa toimeksiantajan palvelut ja yhteystiedot ovat mahdollisia löytää verkosta, tarjoaa se hänen tarjoamille palveluille huomattavasti aiempaa laajemman näkyvyyden. Toimeksiantajan toiveena oli, että jatkossa hänen kotisivunsa olisivat helposti päivitettävissä, sivujen järjestelmäkieli olisi suomi ja mikäli mahdollista, olisi asiakaspalvelua mahdollista saada myös suomeksi. Perusteellisen vertailun avulla löydettiin juuri oikea palveluntarjoaja toimeksiantajan kotisivujen laatimiselle, kuka tarjoaa näitä kaikkia edellä mainittuja asioita asiakkailleen. Laaditut verkkosivut löytyvät osoitteesta [www.fysioterapiaerjanikander.fi](http://www.fysioterapiaerjanikander.fi).

## 7 Jatkokehitysehdotukset

Suurimmiksi jatkokehitysehdotuksiksi tässä projektissa nousivat verkkoajanvarausjärjestelmän laatiminen sekä some-sivujen, erityisesti Facebook-tilin laatiminen yritykselle. Toimeksiantajan tapa hallinnoida ajanvarausta on väistämättä jäänyt melko työlääksi, minkä lisäksi nykypäivänä asiakkaat arvostavat helppoa sekä nopeaa mahdollisuutta palveluiden varaamiseksi. Verkkoajanvarausjärjestelmä helpottaisi toimeksiantajan omaa työntekoa ja ajan käyttöä kalenterin hallinnan osalta. Lisäksi se tarjoaa asiakkaille mahdollisuuden helpompaan ja nopeampaan ajanvaraukseen. Tämä myös mahdollistaa sen, että toimeksiantajan palveluiden varaus on tarjolla vuorokauden ympäri vuoden jokaisena päivänä. Mikäli toimeksiantajan verkkosivujen näkyvyys kasvaa korkealle tasolle ja hän onnistuu tulevaisuudessa kasvattamaan palveluidensa markkinointia, tarjoaa ympärivuorokautinen ajanvaraus mahdollisuuden myynnin kasvamiselle.

Projektin aikana keskustelimme toimeksiantajan kanssa useasti some-kanavien luomisen kannattavuudesta. Keskusteluissa nousi usein esiin ajan käytön rajallisuus ja some-kanavan ylläpitämisen vaatima aktiivisuus. Kun projektia lopetettiin, oli toimeksiantaja kuitenkin ehtinyt prosessoida some-kanavan plussia ja miinuksia ja nousi esille, että esimerkiksi Facebook-sivujen laatiminen yritykselle on järkevää. Facebook-sivuja ei kuitenkaan ehditty laatia enää tämän projektin yhteydessä, minkä takia se jää jatkokehitysedotukseksi. Facebookin avulla toimeksiantaja onnistuu kasvattamaan yrityksensä näkyvyyttä ja saa yrityksensä palvelut esille, edelleen suosituimmalle käytössä olevalle some-kanavalle.

## 8 Arviointi

Opinnäytetyön aloittaminen oli mielestäni samaan aikaan helppoa, mutta myös haasteellista. Helppous ilmeni jo pitkään kyteneestä ajatuksesta sen suhteen mikä opinnäytetyön aiheena voisi olla. Päätös laatia verkkosivut oli melko nopea ja luonnollinen huomioon ottaen myös sen, että suurin osa opintojen aikana tehdyistä projekteista sisälsi enemmän tai vähemmän verkkosivujen päivittämistä, kehittämistä tai jopa laatimista. Puolestaan suurimmat haasteet

opinnäytetyön aloittamisessa ilmenivät taustatutkimuksien ja sopivan lähdemateriaalin löytämisessä.

Verkkosivujen laatimisesta löytyi paljon materiaali erityisesti verkosta. Kuitenkin ajankohtaisen teorian löytäminen painetuista lähteistä ilmeni osittain jopa suureksi haasteeksi. Kirjoista pystyi keräämään tietoa niin sanotuista perusasioista, jotka eivät päivitty vuosittain. Mutta kun lähdetään syvemmin käsittelemään verkkosivujen laatimista ja siihen vaikuttavia tekijöitä tai toimintamalleja, löytyi luonnollisesti päivittynein informaatio verkosta. Mielestäni kuitenkin löysin ja käsittelen raportissani tärkeimmät aiheet, joita tulee ottaa huomioon verkkosivujen laatimisen yhteydessä.

Raportin teoriaosuuden jälkeen, pääsin enemmän perehtymään siihen, kuinka todella verkkosivut luodaan ja millaisia eri alustoja on käytettävissä. Verkkosivujen suunnittelu, laatiminen ja julkaiseminen olivat saman aikaisesti perusteellisimmat, mutta myös tehokkaimmat hetket koko projektin aikana. Etenin verkkosivujen luomisessa tehokkaasti ja tuottoisasti. Verkkosivujen laatiminen täysin yksin oli erittäin haastavaa, mutta todella mielenkiintoista ja opettavaista. Koen, että onnistuin verkkosivujen laatimisessa erittäin hyvin, koska sivuja testanneen kohderyhmän palaute oli pääsääntöisesti positiivista. Kehitysehdotukset, joita sivuille ehdotettiin, koskivat pääsääntöisesti verkkoajanvarauksen puuttumista.

Opinnäytetyön edetessä suureksi haasteeksi nousi aikataulut. Projektille ei asetettu aivan tarkkaa aikataulua koska sen tulisi olla valmis ja tämä varmasti osaltaan vaikutti siihen, miksi eteneminen oli hetkittäin liian hidasta. Kokonaisuudessaan projekti on kuitenkin mielestäni onnistunut. Tavoitteet ja vaatimukset verkkosivuista asetettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Sivujen tuli sisältää suomen kieli, olla helposti muokattavat ja päivitettävät sekä värimaailman tulisi olla lämmin. Tässä onnistuttiin ja toimeksiantajalle luotiin teknisesti toimivat ja kokonaisuudessaan tyylikkääts kotisivut. Itse toimeksiantaja oli lopputulokseen tyytyväinen ja koki saaneensa tilaamansa tuotteen. Sovimme myös hänen kanssansa, että voin jatkossa auttaa, mikäli hän kokee tarvitsevansa apua verkkosivujen muokkaamisessa. Kotisivujen luomista helpotti huomattavasti minun ja toimeksiantajan välinen yhteinen näkemys siitä, minkälaiset sivuista rakennettaisiin.

Suurin onnistuminen koko projektissa on ehdottomasti se, että sivujen valmistumisen jälkeen toimeksiantaja osoitti kiinnostuksena aiemmin kieltämiinsä some-sivuihin sekä verkkoajanvarausjärjestelmään. Valitettavasti kuitenkin some-sivuja sekä verkkoajanvarausta ei ehditty luomaan tämän opinnäytetyön aikana koska päätös niiden laatimisesta tuli niin loppuvaiheessa. Päätimme olla sisällyttämättä niitä enää tähän projektiin. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa siis jatkuu vielä tämän opinnäytetyön ulkopuolella ja tulemme jatkossa kehittämään toimeksiantajan yrityksen markkinointia sekä

palveluntarjontaa vieläkin nykyaikaisemmalle tasolle, kuin mihin tämän projektin aikana päästiin. Kokonaisuudessaan projekti oli mielestäni mielenkiintoinen, opettavainen ja itseäni kehittävä. Opin tässä projektissa käytetyistä aiheista paljon sekä uusia asioita myös omasta työkentelytavastani ja pääsin välillä myös yllättämään itseni omalla osaamisellani.

## Lähteet

### Painetut

Juslén, J. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin, hyödynnä uudet mahdollisuudet. Hämeenlinna: Talentum.

Kananen, J. 2018. Strateginen sisältömarkkinointi. Tampere: Suomen Yliopistopaino, Juvenes Print.

Luhtala, M., From, T. & Jäppinen, M. 2013. Onnistumisen avaimet mobiilimarkkinointiin. Tallinna: Mainostajien Liitto.

Niininen, J. 2018. Somestrategia opas yrittäjälle. Helsinki: Grano.

Pyyhtiä, T., Roponen, S., Frosterus, N., Mertanen, P., Vastamäki, R., Syväniemi, A., Markkula, T., Gummerus, M., Frosmo työryhmä & Räsänen, S. 2017. Tallinna: Joon.

Salo, J. 2017. Digitaalisen markkinoinnin manuaali opas markkinointijohtajille etulinjan insinööreiltä. Helsinki: Solinor

### Sähköiset

Digiteam 2021. Verkkosivujen suunnittelu. Viitattu 12.2.2021.  
<https://digiteam.fi/verkkosivujen-suunnittelu/>

Handlaamo 2018. Käytettävyytystutkimus lyhyt oppimäärä. Viitattu: 1.3.2021.  
<https://handlaamo.fi/kaytettavyystutkimus-lyhyt-oppimaara-osa-1-3-miksi/>

Parviainen. Mainostoimisto Luma. 2019. Yrittäjän työkalupakki: Digimarkkinoinnilla lisää näkyvyyttä. Viitattu: 26.2.2021. <https://mainostoimistoluma.fi/blogi/digimarkkinoinnilla-lisaa-nakyvyytta/>

Perustamo 2021. Tee itse ilmaiset kotisivut - Top-5 palvelut tehdä nettisivut vuonna 2021. Viitattu: 12.2.2021. <https://www.perustamo.com/markkinointi/ilmaiset-kotisivut-parhaat-kotisivukoneet/>

Pohjanen. Verkkooasema. 2018. Rakenne ja navigaatio osana verkkosivu-uudistusta. Viitattu 26.2.2021. <https://www.verkkooasema.fi/blogiarkisto/3-rakenne-ja-navigaatio-osana-verkkosivu-uudistusta/>

Suomen Digimarkkinointi Oy 2021. Hyvä verkkosivuston rakenne. Viitattu: 26.2.2021  
<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/hyva-verkkosivuston-rakenne>

Suomen hakukonemestarit 2021. Mikä on SSL-sertifikaatti, ja miksi kotisivut tarvitsevat sellaisen. Viitattu 1.3.2021 <https://www.hakukonemestarit.fi/blogi/mika-on-ssl-sertifikaatti-ja-miksi-kotisivut-tarvitsevat-sellaisen/>

Vello 2021. Viitattu 10.4.2021. <https://vello.fi/fi>

Vihta 2021. Viitattu 10.4.2021. <https://www.vihta.com/>

Yrittäjät 2018. Muista nämä 10 asiaa kun perustat verkkokaupan. Viitattu 12.2.2021.  
<https://www.yrittajat.fi/uutiset/570966-muista-nama-10-asiaa-kun-perustat-verkkokaupan#292ce365>



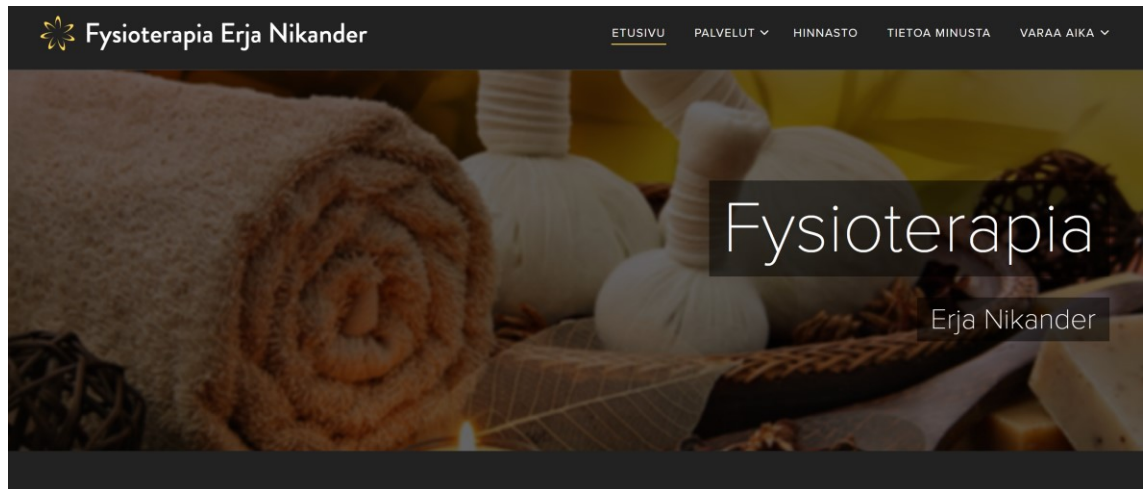
Kuviot

Kuvio 1: Projektin eteneminen kokonaisuudessa..... 13

## Liitteet

Liite 1: Etusivun yläosa .....	27
Liite 2: Etusivun alaosa .....	28
Liite 3: Palvelut sivu .....	29
Liite 4: Hinnasto sivu.....	30
Liite 5: Tietoa minusta sivu .....	31
Liite 6: Ajanvaraus sivu .....	32
Liite 7: Yhteystiedot sivu .....	33

## Liite 1: Etusivun yläosa



## Liite 2: Etusivun alaosa

## Varaa aika

Varaus

### Tule ja rentoudu



**Hoidot**

Fysikaaliset hoidot, hieronta, lämpöhoidot, parafiinihoidot, sähköhoidot.



**Lymfaterapia (Vodder)**



**Lymed kompressiosukkien ja -hihojen mittaus sekä tilaus**

## Fysioterapia palvelut

**Palvelut:**

- > Fysikaalinen hoito
- > Hieronta
- > Lymfaterapia (Vodder)

Palveluiden hinta määrittäyty hoidon keston mukaan.

**Tarvittaessa hoidot voivat sisältää myös:**

- > Lämpöhoitoa
- > Parafiinihoidoa
- > Sähköhoitoa

(Hakutessasi, kysy lisää.)

---

**Lisäksi:**

Lymed kompressiosukkien ja -hihojen mittaus sekä tilaus	Hinta määritellään tilauksen mukaan.
---	--------------------------------------

**Huom!** Peruutathan varaamasi ajan viimeistään 24h ennen varattua aikaa. Peruuttamattomista ja liian myöhään peruista ajoista veloitetaan varatun hoidon hinta.

## Yhteystiedot

 Fysioterapia Erja Nikander  
Kehräjänsäkatu 6-8 D, 05800 Hyvinkää

 040-5449680

 erja.nikander@hotmail.com

## Liite 3: Palvelut sivu



Fysikaaliset hoidot



Lymfaterapia (Vodder)



Lymed kompressiosukkien ja -  
hihojen mittaus, sekä tilaus

## Liite 4: Hinnasto sivu

## Hinnasto

*Maksuvälleinä kay kateinen, smartum hieronta ja liikunta, e-Passi Hyvinvointi tai sopimuksen mukaan lasku.*

Palveluiden hinnat määrittävät hoidon keston mukaan:

**Hinnasto:**

- 15 min. (25,00€)
- 30 min. (35,00€)
- 45 min. (44,00€)
- 60 min. (52,00€)
- 90 min. (72,00€)
- 120 min. (87,00€)

---

**Palvelut:**

- > Fysikaalinen hoito
- > Hieronta
- > Lymfaterapia (Vodder)

Palveluiden hinta määrittyy hoidon keston mukaan.

**Tarvittaessa hoidot voivat sisältää myös:**

- > Lämpöhoitoa
- > Parafiinihoitoa
- > Sähköhoitoa

(Halutessasi, kysy lisää.)

---

**Tilanteen vaatiessa, myös kotikäynnit ovat soveltavissa.**

## Lisäksi:

**Lymed kompressiosukkien ja -hihojen mittaus, sekä tilaus.**  
(Hinta määritellään tilauksen mukaan.)

---

**Yrityskäynnit**  
(Hinta sopimuksen mukaan.)

---

**Eläkeläisryhmien ohjaus**  
(Hinta sopimuksen mukaan.)

*Huom! Peruutathan varaamasi ajan viimeistään 24h ennen varattua aikaa.  
Peruuttamattomista ja liian myöhään peruista ajoista veloitetaan varatun hoidon hinta.*

## Varaa palvelu

Varaus

## Liite 5: Tietoa minusta sivu

## 33 vuoden kokemus



Hei!

Olen Erja Nikander, 33 vuoden kokemuksen omaava fysioterapeutti ja hieroja.

Olen valmistunut fysioterapeutiksi Tampereella v. 1988 sekä Vodder lymfaterapeutiksi v. 2008. Lisäksi olen laajentanut osaamistani käymällä lyhyempiä täydennyskoulutuksia:

- > Yläraajan mobilisoiva hieronta (v.2010)
- > Sovelletun rentouden kurssi (v.2017)
- > Hoitava hengitys (v.2018)
- > Kaulan- ja rintarangan mobilisoiva hieronta ja faskiakäsittely (v.2018)
- > Lantion ja alaraajan mobilisoiva hieronta ja faskiakäsittely (v.2019)

Minulla on myös usean vuoden kokemus seniori-ikäisten kuntosali- ja ryhmäliikunnan ohjauksesta.

### Palvelut:


- > Kuntoutus- ja terapiapalvelut
- > Fysioterapia
- > Seniorifysioterapia
- > Vodder lymfaterapia
- > Hieronta
- > Senioriryhmien kuntosali- ja ryhmäliikuntaohjaukset

Tarpeen mukaan myös koti- ja yrityskäynnit ovat soveltavissa.

## Varaa aika

Varaus


## Liite 6: Ajanvaraus sivu





# Varaa aika

## Ajanvaraus

*Varaa aika joko puhelimitse, tai täytä verkkolomake, jolloin sinuun otetaan yhteyttä.*

 **Fysioterapia Erja Nikander**  
Kehrääjänkatu 6-8 D, 05800 Hyvinkää

 **040-5449680**

 **erja.nikander@hotmail.com**

## Yhteydenottolomake

*Viestikentässä voit halutessasi kertoa mitä palvelua tarvitset.*

Nimi

Puhelinnumero

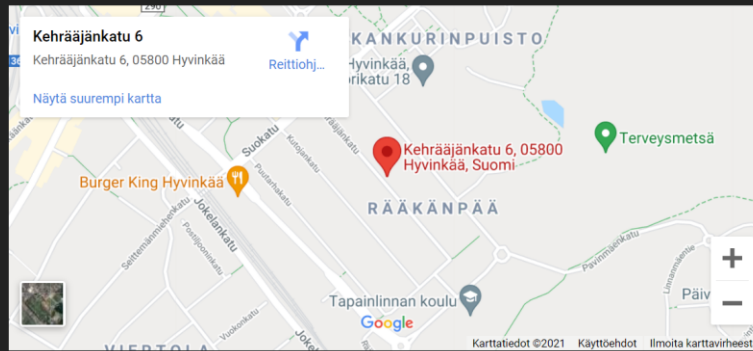
Sähköposti

Viesti



## Liite 7: Yhteystiedot sivu

# Yhteystiedot



Fysioterapia Erja Nikander

Kehraäjänkatu 6-8 D, 05800 Hyvinkää

Puhelin: 040 - 5449680

Sähköposti: erja.nikander@hotmail.com

## Ajanvaraus:

Maanantai - Perjantai: 9:00 - 18:00