



Verkkosivun luominen uudelle rakennusalan yritykselle

Tuan Doan

2021 Laurea





Laurea-ammattikorkeakoulu

Verkkosivun luominen uudelle rakennusalan yritykselle

Tuan Doan
Liiketalous, projektin johtaminen
Opinnäytetyö
5, 2021

Tuan Doan

Verkkosivun luominen uudelle rakennusalan yritykselle

Vuosi

2021

Sivumäärä

44

Toiminnallisen Opinnäytetyön toimeksiantona oli luoda verkkosivut uudelle rakennusalan yritykselle. Toteutusta varten hyödynnettiin WordPress-sisällönhallintajärjestelmää sekä sen lisäosaa Elementor Prota, jonka avulla luotiin Nelikoti Oy:n verkkosivut. Tavoitteena oli luoda responsiivinen, moderni ja helposti ylläpidettävä verkkosivusto. Verkkosivut olivat Nelikoti Oy:n ensimmäinen digitaalinen markkinointikanava, jolloin projektissa suunniteltiin myös yrityksen markkinointia. Verkkosivun visuaalista puolta varten oli kerätty aikaisemmista myydyistä taloista kuvia ja projektia varten on käyty video- ja valokuvaamassa uudiskohdetta, jotta saisi materiaalia verkkosivuille.

Tietoperustassa esitellään Nelikoti Oy -yritystä ja WordPressiä sekä verkkosivuston suunnittelua, toteuttamista ja testausta. Raportin luettuaan, lukija saa hahmotettua kokonaisuuden verkkosivun luomisesta pienellä budjetilla. Ensimmäisessä osiossa esitellään Nelikoti Oy:n tuotetta, palvelua sekä kohderyhmää. Julkaisujärjestelmä-osiossa vertaillaan eri järjestelmien vahvuuksia ja heikkouksia. Osiossa perustellaan myös, miksi verkkosivun luomista varten valittiin WordPress. Verkkosivun suunnittelussa tarkennettiin, mitä kaikkea pitää tehdä ennen verkkosivujen toteuttamista. Toteutuksessa huomioitiin erityisesti hakukoneoptimointia, mikä on keskeinen asia verkkosivun orgaanista näkyvyyttä varten.

Lopputuloksena saatiin trendikäs ja helposti ylläpidettävät verkkosivustot Nelikoti Oy:lle. Projektin aikana videokuvattiin uudiskohteessa ja video on verkkosivun etusivulla. Toimeksiantajalle oli myös annettu yksi asiakaspersoona sekä tehty logo monelle eri taustalle. Toimeksiantajat olivat tyytyväisiä verkkosivuihin. Kielteistä palautetta tuli ainoastaan verkkosivujen hitaudesta. Verkkosivu lanseerattiin toukokuussa vuonna 2021.

Asiasanat: Verkkosivut, responsiiviset, digitaalinen markkinointi, WordPress, Elementor

Tuan Doan

Creating website for the new construction company

| | | | |
|------|------|-------|----|
| Year | 2021 | Pages | 43 |
|------|------|-------|----|

The assignment for this thesis was to create a website for a new construction company. The website for the company, Nelikoti Ltd, was implemented by using the WordPress content management system (CMS) and its expansion Elementor Pro. The objective was to produce a responsive, modern, and easily maintainable site. As the website is Nelikoti Ltd's first digital marketing channel, the project also focused on building a marketing plan for the company. To collect the visuals for the site, photographs of sold houses were gathered in addition to photographing and filming a newly developed building.

The knowledge base part of the thesis introduces the company Nelikoti Ltd and the WordPress (CMS). It also addresses what is included in planning, building, and testing a new website. After reading the report, the reader should gain an understanding of what building a website with a small budget entails in its entirety. The first section focuses on the company Nelikoti Ltd itself, its product, services, and target audience. The section on CMS compares the benefits and drawbacks of different systems, as well as justifies why WordPress was chosen for this project. Later on, the importance of the planning element is explained, and the steps needed before building the website are clarified. The section dedicated to building the website pays special attention to search engine optimisation (SEO), as organic search results are integral to a site's visibility and reachability on the web.

The result of the project is a trendy and easily maintained website for Nelikoti LTD. The video shot at a newly developed building during the project is showcased on the main page of the website. The client was provided with one customer personaa and a logo with several different backgrounds was created for them. The client was satisfied with the result, and the only negative feedback concerned the slowness of the website. The website itself was launched in May 2021.

Keywords: Website, responsive, digital marketing, Wordpress, Elementor

Sisälllys

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Johdanto..... | 7 |
| 1.1 | Kohderyhmä..... | 7 |
| 1.2 | Palvelu ja tuote | 8 |
| 1.3 | Asiakaspersoonat | 8 |
| 2 | Julkaisujärjestelmät | 10 |
| 2.1 | Miksi WordPress? | 11 |
| 2.2 | Julkaisujärjestelmien vertailu..... | 11 |
| 2.3 | WordPress.org vai WordPress.com?..... | 12 |
| 3 | Verkkosivun suunnittelu | 13 |
| 3.1 | Domain-verkkotunnus..... | 14 |
| 3.2 | Ulkoasu, typografia ja värimaailma | 15 |
| 3.3 | Wireframe, Mock Up ja teema | 17 |
| 3.4 | Tietoturva ja tietosuojat..... | 18 |
| 4 | Verkkosivujen toteutus | 19 |
| 4.1 | Hakukoneoptimointi | 20 |
| 4.2 | Responsiivinen verkkosivu | 21 |
| 4.3 | Sivukartan luonti ja lähettäminen | 22 |
| 4.4 | Kuvat ja videot | 23 |
| 4.5 | SSL sertifikaatti..... | 23 |
| 4.6 | Sivuston testaus | 24 |
| 5 | Kehitysehdotus | 24 |
| 6 | Yhteenveto | 25 |
| | Kuviot | 29 |
| | Taulukot | 29 |

1 Johdanto

Nelikoti Oy on nuoren järvenpääläisen pariskunnan vuonna 2020 perustama rakennusalan yritys. Yrityksen perustajilla on pidempi kokemus pientalojen rakennuttamisesta. Ennen yrityksen perustamista he olivat yksityishenkilöinä rakennuttanut Järvenpäähän vuonna 2017 paritalon (liite 1) ja vuonna 2019 kaksi omakotitaloa (liite 2). Nelikodin liiketoiminnan tarkoituksena on tarjota muuttovalmiita uudiskohteita asiakkaille. Heidän rakennuskohteensa sijaitsevat Järvenpäässä, sillä he tuntevat hyvin Järvenpään markkina-alueen sekä -arvon. Nelikodilla on seuraava kohde tiedossa Järvenpäässä (liite 3). Rakennuttaminen aloitetaan vuonna 2021 keväällä. Nelikoti haluaa markkinoida tulevaa kohdetta verkkosivuilla. Verkkosivuille tulisi myyntikohteet-osio, jossa tullaan ennakkomarkkinoimaan näitä tulevia uudiskohteita (liite 3). Myös tavoitteena on luoda yritykselle tunnettavuutta ja uskottavuutta. Yrityksen omistajat haluavat, että verkkosivujen avulla asiakkaat voivat tutustua etukäteen yritykseen ja tarkastella sen toimintaa läpinäkyvästi.

1.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallisen opinnäytetyön lähtökohtana on konkreettinen tehtävä, johon etsitään ratkaisua opinnäytetyön avulla. Toiminnallisella opinnäytetyöllä toiminnallisen osuuden tuloksena syntyy tuotos, joka voi olla esimerkiksi konkreettinen tuote, ohjeistus, alakohtainen suunnitelma, paketoitu palvelu, mallinnus tai konsepti. Opinnäytetyössä tehdään ulkopuoliselle toimeksiantajalle, mutta on myös mahdollista tehdä omaan yritykseen tai yritysideaan kohdistuvaa työtä. Raportissa tulee olla asianmukaisen tietoperustan lisäksi toiminnallisen osuuden kuvaus. (Karelia, 2021)

Toiminnallinen opinnäytetyö oli helppo valinta, sillä luonteeltaan olen käytännönläheinen. Koen onnistumisen iloa vahvemmin, kun asia on konkreettinen ja näkyvä. Valitsin myös toiminnallisen opinnäytetyön, koska koen sen mielenkiintoiseksi ja haastavaksi vaihtoehdoksi. Verkkosivustot ovat osa digitaalista markkinointia, jolloin tarvittaessa tiedän ja löytyy osaamista verkkosivujen ylläpitoon tai luomiseen. Opinnäytetyössä esitetään teoriaa ja sen jälkeen kirjoitetaan aina myös linkityksen. Linkityksen avulla lukija ymmärtää, miksi aiheesta on kirjoitettu teoriaa ja miten se liittyy toiminnalliseen opinnäytetyöhön.

1.2 Kohderyhmä

Kohderyhmien tunnistaminen ja valitseminen on yksi markkinoinnin keskeisimmistä haasteista. Myyntiä pitää kohdistaa valituille kohderyhmille, jolloin saadaan mahdollisimman hyvän lopputuloksen. Pitää pohtia kenelle oikeasti viestintää, markkinointia ja myyntiä tehdään. Kohderyhmän alkukartoituksessa tulee pohtia esimerkiksi sukupuolta, asuinpaikkaa

ja onko henkilö töissä vai opiskeleeko. Alkukartoituksen jälkeen pitää pohtia, mikä kiinnostaisi kohderyhmää. Mitä he tekisivät vapaa-ajalla, mikä heidän elämän tilanne on ja mikä heitä kiinnostaa ja innostaa (Orpana 2017).

Asiakasryhmä tarkoittaa alaryhmää, joka koostuu samankaltaisista asiakkaita. Asiakassegmentointi tarkoittaa sitä, että yksilöt jaetaan ryhmiin esimerkiksi sijainnin, sukupuolen tai iän mukaan (Erply 2019). Tämä mahdollistaa suunnittelussa sen, että mainostusta voi kohdentaa suoraan tiettyyn asiakasryhmään sopivien markkinointikanavien kautta. Yrityksen tavoite on parantaa asiakastytyvääisyyttä, vähentää asiakaspoistumaa ja myydä enemmän. Segmentointimenetelmiä on monenlaisia, mutta jotkut yritykset eivät käytä tietoja ostajapersoonien määrittelyyn, koska heillä on valmiina tietämystä markkinasta ja liiketoiminnasta (Vesamo 2021).

Nelikodin kohderyhmänä ovat pariskunnat tai lapsiperheet, jotka arvostavat hyvää ja rauhallista asuinympäristöä sekä helppoja arjen ratkaisuja. Nelikoti rakentaa Keski-Uusimaalla pientaloja, joiden suunnittelussa huomioidaan varsinkin lapsiperheitä esimerkiksi tilavalla kodinhoitohuoneella kurasyöpön kanssa tai terassiin johtavilla rampeilla Verkkosivuilla tavoitellaan läpinäkyvyyttä, selkeyttä ja ammattimaisuutta. Asunnon ostaminen on yleensä yksittäisen henkilön elämän suurin rahallinen sijoitus, jolloin ostaja haluaisi varmasti saada lisää tietoa asunnon rakennuttajista sekä itse kohteesta.

1.3 Palvelu ja tuote

Tuote voi olla mitä tahansa, mitä tarjotaan markkinoilla, kuten fyysiset esineet, elämykset, palvelut, henkilöt, tapahtumat, organisaatiot, paikat ja ideologit. Tuotteella pitää olla hyötyä ostajalle. Palvelu on immateriaalinen tuote, joka se ei ole fyysinen tuote. Palvelua ei voi kokeilla etukäteen, eikä sitä voi varastoida (Mikkonen 2021, 7).

Nelikoti Oy:n päätuotteena on uudisasunnot. Yritys ostaa tontin, suunnittelee ja rakennuttaa talon. Talon valmistuessa, kiinteistövälittäjä hoitaa asunnon myynnin. Sivupalveluina he tarjoavat erilaisia remontteja, pois lukien sähkö- ja LVI-työt, johon vaaditaan erilliset pätevyudet ja luvat. Verkkosivuilla on oma sivuosio, jossa on tulevat myyntikohteet (liite 3). Asiakkaat voivat tutustua kohteisiin etukäteen sivustolta. Myyntikohteiden rahoitus on jo hyväksytty, jolloin rakentaminen on mahdollista ilman ennakko-ostajan pääoman rahoitusta, mutta tapauskohtaisesti yritykseltä voi ostaa asunnon ennakkoon. Tällöin asiakas voi vielä vaikuttaa talon sisustukseen oman mielensä mukaisesti.

1.4 Asiakaspersoonat

Tunnistamalla ja valitsemalla asiakaspersoonilla voi yritys tehostaa markkinointiaan valtavasti. Asiakaspersoonan avulla voi luoda kohdennetumpaa sisältöä, pienentää

markkinointikuluja ja kasvattaa konversiota. Asiakaspersoonat ovat työkalu asiakasymmärryksen syventämiseen. Niiden avulla pystyt kohdentamaan viestin tarkemmin sekä sen avulla voit kehittää tuotteita tai palveluja todellisten tarpeiden perusteella. Yrityksellä voi on jo asiakaspersoonia oman kokemuksen pohjalta, mikä onkin prosessin ensimmäinen vaihe. Toinen vaihe on validoida myös tutkimuksen keinoin. Tutkimuksen avulla saadaan parempi asiakasymmärrys ja vahvistuu tietämys asiakkaiden ostomotiivit ja -esteet sekä ymmärtää kilpailijoiden aseman. Tutkimuksella myös varmistetaan, että yrityksen oma, aiemmin luotu näkemys on linjassa tarpeiden kanssa. Erityisesti pitkään alalla toimineen yrityksen on hyvä tarkistaa, että oma ymmärrys on pysynyt liiketoimintaympäristössä tapahtuvien muutosten mukana (Vidgren, 2019)

| |
|---|
| 1. Nimi ja kuva |
| 2. Tausta ja demografiset piirteet |
| 3. Harrastukset ja mielenkiinnon kohteet |
| 4. Tarpeet |
| 5. Tavoitteet |
| 6. Haasteet ja esteet |

Taulukko 1: Asiakaspersoonien kartoitusta varten esitettävät kysymykset. (Rummukainen, 2021)

Kartoituksen ensimmäinen vaihe on kerätä yhteen viestinnän, markkinoinnin, myynnin, tuote- tai palvelukehityksen, asiakaspalvelun ja minkä tahansa muun relevantin tahon tiedot. Tämän kartoituksen ja kuvauksen avulla voidaan jakaa ajatus siitä, millainen on asiakasryhmää edustava henkilö. Tämä auttaa yritystä ymmärtämään paremmin, kenelle puhumme ja miten voidaan auttaa hänen tarpeitaan (Vapa, 2021).

Nelikodin pääkohderyhmä on pariskunnat tai lapsiperhe Uudenmaan alueelta. Yritys ei ole kuitenkaan pohtinut yksittäisiä asiakaspersoonia tarkemmin, jolloin yhteisen keskustelun jälkeen syntyi asiakaspersoonia. Nykyhetken pandemia-tilanteen takia olisi hyvä pohtia asiakaspersoonia uudestaan, koska asuntojen markkinatilanne on muuttunut pandemian takia. Helsinki ja Espoo olivat muuttotappiokuntia vuonna 2020, mikä on poikkeus, sillä kaupungit ovat kasvaneet vuosikymmeniä jatkuvasti. Yksi näistä syistä on etätyöskentelyn voimakas

kasvu. Samalla hinnalla saa kehyskunnasta yhden huoneen lisää asuintilaa verrattuna Helsinkiin tai Espooseen, jolloin kehyskuntien asunnot herättävät enemmän kiinnostusta ja liikehdintää.

Asiakaspersoona on Antti. Antti on 30-vuotias korkeakoulutettu työssäkäyvä ja hän on avioliitossa. Antin työpaikka sijaitsee Helsingissä ja hän tekee 90% etätöitä kotonaan. Antin puoliso on keskituloinen. Yhdessä he asuvat rivitalokaksiossa kehyskunnassa eli Järvenpäässä, Tuusulassa tai Keravalla. Antin harrastukseen kuuluu lenkkeily ja pyöräily. Pariskunnan elämä on tasapainossa ja heidän seuraava askel elämässä on perheen perustaminen. He haluavat isomman kodin, joka on tarpeeksi lähellä Helsinkiä töidensä vuoksi. Järvenpää sijaintina olisi heille hyvä, koska asuntojen hinta on alhaisempi kuin Helsingin suunnilla. He haluavat myös rauhallisen ympäristön, jossa on turvallista lapsille kasvaa ja elää. Heidän haasteena on taloudellinen puoli. He eivät ole ehtineet olla pitkään työelämässä, jolloin heille ei ole ehtinyt vielä kertymään tarpeeksi pääomaa. Järvenpäästä pohjoiseen päin asunnot ovat edullisempia. Ovatko he valmiita ostamaan asunnon Järvenpäästä, jossa on huomattavasti pienempi pihatontti vai Mäntsälästä, jolloin he saisivat huomattavasti isomman pihatontin edullisemmin?

2 Julkaisujärjestelmät

Julkaisujärjestelmä on nimitys tietojärjestelmälle, joka on englanniksi Content Management System (CMS). Julkaisujärjestelmä tarkoitetaan verkkosivustomaailmassa yleensä hallintapaneelia, joka tarjoaa yksinkertaisen tavan hallita verkkosivuston sisältöä tarvitsematta ohjelmointitaitoja (Louhi 2021). Hallintapaneelin avulla voi verkkosivustoa muokata monipuolisesti. Sisällön lisäksi voi muokata esimerkiksi valikoiden muokkausta ja uusien lisäosien asennus on mahdollista. Käyttäjille on paljon erilaisia julkaisujärjestelmiä, joista osa on suljettu lähdekoodeja eli omisteinen ohjelmisto ja osa vapaasti käyttöön otettavissa ja muokattavissa eli avoimen lähdekoodeja (Ubinet 2021).

Avoimen lähdekoodin ohjelmiston englannin kielinen nimi on Open Source. Ohjelmiston ideana on se, että kuka tahansa voi päästä koodiin käsiksi ja voi ladata sekä asentaa ilmaiseksi. Avoimen lähdekoodin ohjelmiston valtaisan suosion vuoksi useat tekijät kiinnostuvat kehittämään ohjelmistolla lisäosia eli englanniksi Plugin. Lisäosat ovat joko ilmaisia tai maksullisia elementtejä, jotka voidaan asentaa ohjelmistoon tuomaan haluttua ominaisuutta tai toimintoa sivuille. Lisäosilla voidaan esimerkiksi helpottaa sivustojen rakentamista ja ylläpitämistä. Suljetussa lähdekoodissa vastaa vain ohjelman kehittäjä. Ulkopuoliset eivät pääse käsiksi ohjelmiston koodiin. Suljetun Lähdekoodin on parempi tietoturvan kannalta, jos ohjelmiston toimittaja on tehnyt ohjelmiston laadukkaasti. Huono

puoli suljetussa lähdekoodissa on hinta. Asiakas on riippuvainen ohjelmiston toimittajasta, koska hän on luonut lähdekoodin (Turkkinen 2021).

2.1 Miksi WordPress?

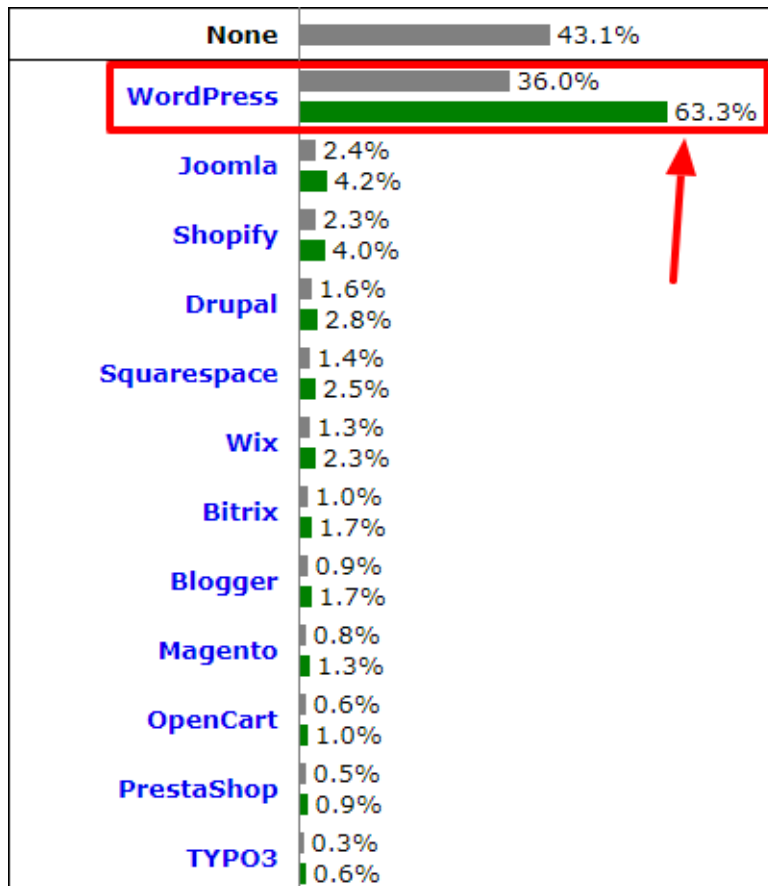
WordPress on avoimen lähdekoodin ohjelmisto, eli kuka tahansa voi muokata tai käyttää WordPress -ohjelmistoa ilmaiseksi. WordPress syntyi vuonna 2003 ja se oli aluksi kehitetty blogialustana, mutta pian siihen kehiteltiin uusia laajennuksia ja teemoja. Nykyään se on maailman suosituin avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmä. WordPressin suosio perustuu järjestelmän ilmaisuuteen, avoimuuteen, sekä ennen kaikkea sen ylivoimaiseen käyttäjäystävällisyyteen (Midata 2021).

Toimeksiantajalle on aikaisemmista töistä tullut WordPress tutuksi, joten hän halusi ehdottomasti käyttää WordPressiä verkkosivun luomiseen. Toimeksiantaja halusi nykyaikaisen, edullisen ja helppokäyttöisen verkkosivun, jolloin projektin loputtua hän voi itse luoda sisältöä sekä päivittämään verkkosivua itse. Olen aikaisimmissa projekteissa ja työelämässä ollut tekemisissä WordPressin kanssa, jolloin tämä oli minulle myös luontaisin päätös luoda verkkosivut tämän julkaisujärjestelmän avulla. En ole kuitenkaan aiemmin tehnyt verkkosivuja alusta loppuun, joten näin tilaisuuden kehittää itseäni ja tutustua WordPressiin vielä paremmin tämän projektin yhteydessä. WordPressissä on maksullinen Elementor Pro-lisäosa, jolla voi tehdä sujuvasti asiakkaalle haluamansa verkkosivut ilman erillistä osaamista koodaamisessa. Elementorin hallintapaneeli on yksinkertainen ja visuaalisesti helposti käytettävä (liite 5).

2.2 Julkaisujärjestelmien vertailu

Julkaisujärjestelmiä ovat saatavilla internetissä pilvin pimein, jolloin vertaillaan vain suosituimmat järjestelmät, jotka tuottavat samaa palvelua, kuin WordPress. Nelikoti tarjoaa uudiskohteita asiakkailleen ja myynti tapahtuu noin kerran vuodessa. Asuntokaupat tehdään perinteisellä tavalla eli kaupoista sovitaan kirjallisesti ja kauppakirjat allekirjoitetaan kaupanvahvistajan läsnäollessa. Tällöin verkkokauppa ei sovellu Nelikodin toimintaan, jolloin niitä ei huomioida raportissa. Verkkosivun keskeisin tavoite on luoda yrityksille tunnettavuutta ja luotettavuutta.

Drupal ja Joomla ovat myös avoimen lähdekoodin järjestelmiä. Molemmille järjestelmälle on tuki yli 75:llä eri kielellä. Teknillisesti kolmella julkaisujärjestelmällä ovat samanlaisia loistavia ominaisuuksia. Drupal ja Joomla vaativat enemmän koodausosaamista, jolloin voi monipuolisemmin luoda verkkosivuja. Järjestelmien vaativuuden takia käyttäjät suosivat sen vuoksi WordPressiä. Koska WordPressillä on eniten käyttäjiä, niin järjestelmään kehitetään jatkuvasti enemmän lisäosia ja laajennuksia (Editorial Staff 2021).



Taulukko 2: WordPress on valta-asemassa avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmissä. (SFWP 2021)

Taulukosta selviää, kuinka WordPress on markkinoilla edellä muista järjestelmistä. Kaikki maailman verkkosivuista 34 % on tehty WordPress-julkaisujärjestelmällä. Avoimen lähdekoodin markkinoilla WordPress-ohjelmistoa käytetään 62 %. Joomla'n käyttö on 4.9 % ja Drupalia käytetään 3.2 %. Kun WordPress jatkaa vuosittain kasvamistaan, niin ovat Joomla'n ja Drupalin käyttäjämäärät laskeneet (SFWP 2021).

2.3 WordPress.org vai WordPress.com?

WordPress.org pitää asentaa, kun WordPress.com toimii selaimen pilvipalvelujen kautta. Useimmat Webhotellit tarjoavat one-click asennuksen, jolloin käyttäjä pääsee suoraan verkkosivun hallintapaneeliin WordPress.org:issa. WordPress.org:issa käyttäjä on vastuussa ylläpidosta sekä päivityksistä. Verkkosivusto saattaa kaatua, jos liikennettä on paljon, koska olet tilannut halvan Webhotelli palvelun. WordPress.org:issa voit asentaa lisäosia ja teemoja rajoittamattomasti. Toisin sanoen WordPress.orgissa on enemmän mahdollisuuksia eikä ole niin rajattu kuin WordPress.com. Jos kirjoitat blogia tai kokeilu mielessä teet kevyemmän verkkosivuston, niin silloin suositellaan WordPress.com (Leiniö 2021). Taulukosta ilmenee WordPressien eroista.

| | WordPress.org | WordPress.com |
|--------------|---|--|
| Verkkotunnus | Vapaasti valinnainen, pitää ostaa/hankkia erikseen. | Ilmaiseksi omasivu.WordPress.com tai oman verkkotunnuksen käyttö vaatii vähintään Personal-taso 4 € kuukausi |
| Palvelintila | Webhotellin hankinta. Edullisten kuukausihinta on 5-10 € / kuukausi | Ei tarvitse erikseen webhotellia. Halvin on Personal taso 4 € / kk tai Business, rajaton 24 € / kk |
| Teemat | Voi vapaasti käyttää ja ladata ilmaisia, maksullisia tai itsekehitettyjä teemoja | Personal taso on rajattu, mutta Business tasolla voi myös ladata itsekehitettyjä teemoja |
| Verkkokauppa | Onnistuu myynti ja maksun vastaanottaminen Woocommerce tai Easy Digital Downloads lisäosilla. | Ei ole mahdollista. |

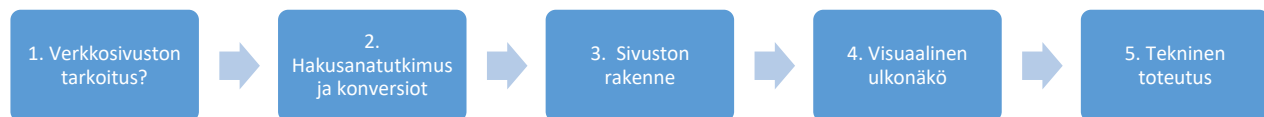
Taulukko 3:WordPress.org ja Wordpress.com eroavaisuudet (Koskinen 2021).

Vertailussa huomioitiin WordPress.com maksullista versiota. WordPress.com vaatii Business tasoa, jotta voi asentaa lisäosia ja muita palveluja, mitä WordPress.org tarjoaa halvemmalla. Business-taso maksaa 24 euroa kuukaudessa, kun WordPress.org vaatii webhotellin, joka halvimmillaan on 5-10 euroa kuukaudessa. Nelikodin verkkosivu vaatii pienen kapasiteetin liikennöintiä, jolloin WordPress.org palvelee yritystä paremmin. Nelikoti on tilannut webhotellin, johon sisältyy myös Domain-osoitteen sekä SSL-sertifikaatin. Webhotellissa on valmiiksi asennettu One-click WordPress, jolloin voi selaimen kautta päästä suoraan hallintapaneeliin ja muokkaamaan sivustoa (www.domainhotelli.fi/).

3 Verkkosivun suunnittelu

Verkkosivujen suunnittelu on ensimmäinen askel, kun lähdetään luomaan verkkosivua tai päivittämään olemassa olevaa sivustoa. Usein ajatellaan vain verkkosivuston visuaalista puolta, jolloin tekninen puoli jää huomioitta. Ensimmäisessä suunnitteluvaiheessa pitää määrittää mikä on verkkosivujen tarkoitus. Koko prosessin aikana tulee muistaa, mitä varten

verkkosivuja on tehty. Toinen suunnittelu vaihe on hakusanatutkimus sekä konversiot. Hakusanatutkimuksella selvität, mitkä hakusanat tulisi yrityksen käyttää, jotta kohderyhmä löytäisivät yrityksen hakukoneista (Trustmary 2021). Konversio tarkoittaa toimintoa, jossa käyttäjä tekee sivustolla jonkin toiminnon, minkä yritys on asettanut tavoitteeksi. Konversioita mitataan ja ovat yrityksen liiketoiminnan kannalta merkittäviä tapahtumia sivustolla (Kupli 2021). Kolmas vaihe on sivuston rakenne. Suunnitelmasta pitää tulla ilmi, mitä kaikkia sivuja sivustolta löytyy ja millaisen hierarkian ne muodostavat. Yleensä sivustolta löytyy etusivu, palvelut, blogi ja ota yhteyttä -sivu. Neljäs vaihe on visuaalinen ulkoasu. Sivuston ulkoasu tulee olla sivuston tavoitteiden ja brändin kanssa samalla linjalla. Ulkoasu tulee ohjata käyttäjää kohti ostosta. Viides vaihe on tekninen toteutus. Tekijä on hyvä huomioida erilaisia julkaisujärjestelmiä ja miettiä, mikä palvelee parhaiten yritystä (Trustmary 2021).



Kuvio 1: Verkkosivujen suunnittelun viisi vaihetta. (Trustmary 2019)

Kuvion avulla voit luoda itsellesi verkkosivusuunnitelman. Listaan Nelikoti Oy:n vaiheita läpi. Nelikoti Oy:n verkkosivuston tarkoitus on tuoda tunnettavuutta ja brändiä asiakkailleen ja sivuston vierailijoille. Verkkosivujen avulla mahdollisesti tulevat ostajat voivat tutustua ja saada informaatiota yrityksestä sekä myyntikohteesta, mikä edistäisi asiakkaan ostopäätöstä. Nelikodin perustajat ovat luoneet sopivat hakusanat. Runkohakusanoja ovat ”asunto” ”uudiskohde”, ”omakotitalo”, ”Keski-uusimaa” ja ”Järvenpää”. Näiden avulla luodaan pitkänhännän hakusanoja, kuten ”asunto perheelle”, ”uudiskohde Järvenpäästä” ja ”omakotitalo perheelle”. Nelikodin sivustosta löytyy etusivu, referenssit, myyntikohteet ja yhteydenottovalikko. Nelikoti tulee käyttämään vain omien kohteidensa valokuvia, eivätkä aio käyttää mediapankkeja. Brändiväriksi valikoitui vaalean harmaa, musta ja valkoinen. Teknisessä toteutuksessa valikoitui WordPress. WordPress käyttöön ei tarvitse osata koodaamista ja julkaisujärjestelmä on helppokäyttöinen.

3.1 Domain-verkkotunnus

Domain on suomeksi verkkotunnus. Verkkotunnus on sivuston osoite, jonka avulla käyttäjä ohjataan hakemalleen verkkosivulle. Domain koostuu alkuosasta ja loppuosasta. Domainin alkuosan voi olla mikä tahansa kirjain tai numero. Olisi kuitenkin kannattavaa käyttää vain kansainvälisiä kirjaimia. Alkuosaa ei voi sisältää symboleja tai erikoismerkkejä. Domainin

loppuosa voi olla mikä tahansa Corporation for Assigned Names and Numbers organisaation ylläpitämä ja vapaasti käytettävä loppuliite. Verkkotunnuksen loppuosaa on 1500 kappaletta, joten sitä ei voi määritellä vapaasti, niin kuin alkuosaa. Suomen maakohtainen tunnus on .fi ja maailman yleisin tunnus on .com. Domain tulisi olla lyhyt, uniikki ja helppo lausua. Käyttäjät muistavat näin paremmin verkkotunnusta ja erotut kilpailijoista. Lyhyt verkkotunnus mahdollistaa selkeämmän ulkoasun printtausmateriaaleissa, kuten käyntikortit ja esitteet (Itewiki 2021). Nelikoti Oy:n markkinat ja toiminta-alue ovat Suomessa, jolloin verkkotunnus on www.nelikoti.fi.

3.2 Ulkoasu, typografia ja värimaailma

Etusivu on kriittinen piste asiakkaalle. Se on ensivaikutelma, minkä asiakas saa yrityksestä. Asiakas arvioi yritystä ensivaikutelmallaan yrityksen luotettavuutta. Mikäli ulkoasu ei miellytä asiakasta, niin asiakas etsii informaatiota muualta. Ulkoasu tulisi tukea brändiä ja olla samassa linjassa visuaalisen ilmeen kanssa. ”Less is more” strategia on pätevä verkkosivujen ulkoasua suunniteltaessa. Suositellaan, että käytetään värejä ja fontteja, joita olisi helppo lukea. Uskottava ja laadukkaan näköinen verkkosivu voi vakuuttaa vierailijan pysymään sivuilla. Kiinnostavien asioiden tulee löytyä helposti ja sisällön olla hyödyllistä. Ulkoasut eivät lisää verkkosivun kävijämäärää. Ulkoasun tehtävänä on saada vierailijan jäämään sivustolle ja tekemään toimintoja, jota yrityksen tavoitteita ovat (Patanen, 2021).

Typografialla tarkoitetaan kirjasintyypeihin, tekstiin, kirjainten asetteluun ja väritykseen liittyvää suunnittelua ja toteutusta. Typografia on tärkeä osa graafista suunnittelua. (Graafinen, 2015) Hyvin kirjoitettu teksti on yhtä tärkeä, kuin visuaalinen ja miellyttävä typografia. Kirjaimia on kaikkialla mm. puhelin, televisio, kirja, lehti, Facebook tai pakkausseloste. Typografiassa pitää huomioida tekstin tavoitetta. Lakikirjassa on tärkeää, että typografia on asiallinen ja luotettava, kun valokuvakokoelman tulee olla kaunis ja miellyttävä.

Värit tuovat meille kaikille omasta näkökulmasta erilaisia tunteita. Ei ole yhtä oikea vastusta siihen, mitä brändin palveluksessa oleva väri viestii. Väreistä on tehty väripsykologiatutkimus, joka kattaa yleisimmät käsitykset värien merkityksestä ja niiden herättämistä tunteista. Brändivärien valinnat kannattaa valita ja pohtia tutkimuksen tuloksien perusteella. Muista, että eri maissa ja erikulttuureissa värien merkitykset voivat olla erilaisia. (Luomajoki, 2021) Alla olevasta taulukossa on eri värien merkitykset yleisesti.

| | | |
|---|--|--|
| <p>Keltainen</p> <p>Selkeys, lämpö, optimismi & nuoruus</p> | <p>Sininen</p> <p>Luotettavuus, vahvuus, konservatiivisuus, turvallisuus & maskuliinisuus</p> | <p>Oranssi</p> <p>Ystävällisyys, ilo, itseluottamus & lämpö</p> |
| <p>Vihreä</p> <p>Kasvu, rauhallisuus, terveys, luonto & raha</p> | <p>Punainen</p> <p>Rohkeus, jännitys, intohimo & suureet tunteet</p> | <p>Musta</p> <p>Voima, luksus & design</p> |
| <p>Vaaleanpunainen</p> <p>Hellyys, huolenpito, feminiinisyys & romantiikka</p> | <p>Harmaa</p> <p>Tasapaino, neutraluus & tyyneys</p> | <p>Violetti</p> <p>Luovuus, viisaus, mystisyys & mielikuvitus</p> |

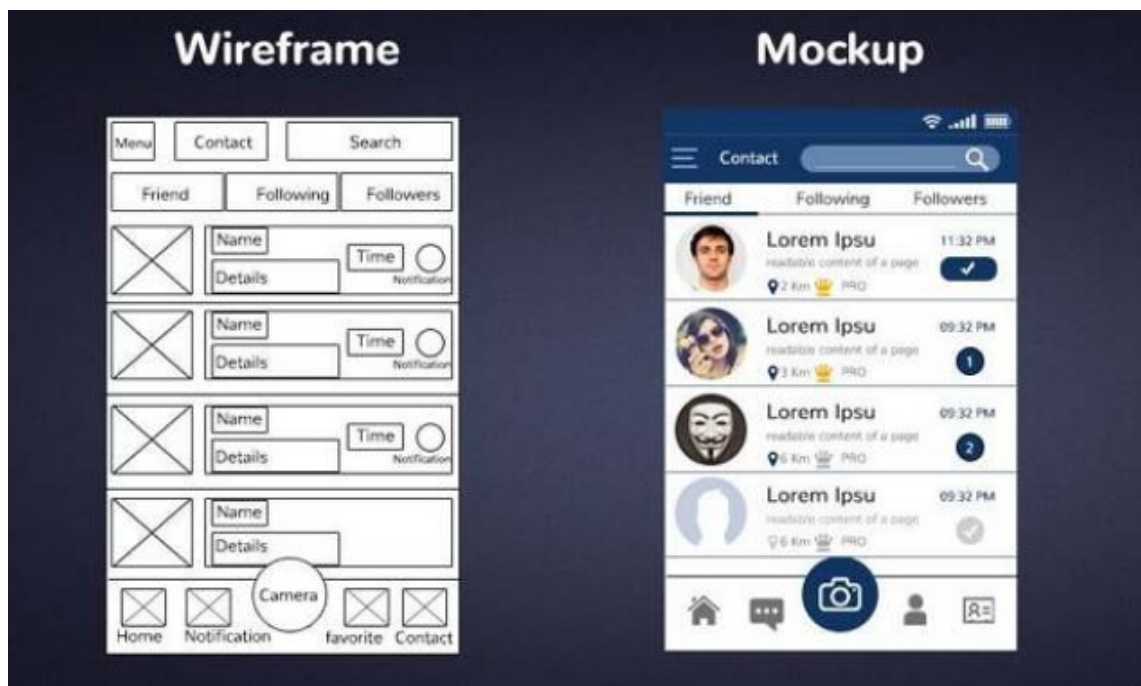
Taulukko 4: yhdeksän värin merkitys, kun väripsykologia tuloksen perusteella. (Nurminen, 2021)

Tummat sävyt aiheuttavat uskottavan ja stabiilin tunteen, kun taas kirkkaat sävyt huokuvat elinvoimaa ja intoa. Oranssi, punainen, ruskea, keltainen, vaalean ovat lämpimiksi miellettyjä värejä. Niille yhteisiä piirteitä ovat energisyys, itsevarmuus, intohimo ja luovuus. Kylmille väreille vihreälle, siniselle, turkoosille ja violetille yhteistä on yllisyys, viisaus, avoimuus ja uskottavuus. (Luomajoki, 2021)

Nelikoti halusi nykyaikaisen ja ajattoman ulkoasun. Musta ja valkoinen ovat värejä, jotka pysyvät aina ajattomina ja trendikkäinä vaikka tulisi uusia muotivillityksiä. Canvas.comilta löytyy valmiita logopohjia, minkä avulla voi hahmotella tai luoda logon. Toimeksiantaja sai valita itselleen mieluisan vaihtoehdon logoista. Tein vastaavanlaisen jäljitelmän logosta Adobe Photoshop editointiohjelmalla yrityksen haluamasta logosta, koska Canvas.com ilmaisversiosta saa vain huonolaatuisen logon omaan käyttöön (liite 6). Ehdotin, että olisi hyvä myös saada yksi väri lisää muuten yritys olisi liian ilmeeton eikä erotu massasta. Sisustusalalla on muodissa pehmeät ja neutraaliset värit, jolloin kokeilujen jälkeen yritys halusi kolmanneksi väriksi vaalean harmaan, jonka värikoodin tunnus on #F2F2F2. Kuitenkin musta ja valkoinen ovat päävärejä.

3.3 Wireframe, Mock Up ja teema

Wireframe on raakaversio, miltä tuleva verkkosivu näyttää. Wireframe luonnoksessa hahmotellaan suoraviivoilla ja laatikoilla. Wireframe tarkoituksena on saada yleiskuva, miltä verkkosivu tulee näyttämään, mutta se on vielä luonnosvaiheessa, jolloin verkkosivun muotoilua ei ole yhteen tapaan lyöty lukkoon. Tämän avulla voi alkuvaiheessa vapaasti ehdotella eri toteutusmenetelmiä verkkosivulle. Wireframen tarkoitus on esittää verkkosivun etusivun sisältöä sekä sivun rakennetta ja asettelua. Wireframella voi tehdä editointi-ohjelmalla tai sitten vain paperilla ja kynällä (Summer, 2021).



Kuva 1: Wireframe luonnos on yksinkertainen ja Mockupissa on suunniteltu ulkonäkö ja värit (Summer, 2021).

Mockup on pidemmälle kehitetty suunnitelma, jossa tulevat mukaan visuaalinen ilme sekä värit ja toiminnot olisivat testattavissa. Wireframea voidaan verrata rakennuksen pohja piirrustukseen ja Mockup on jo itse oikea 3D-piirros rakennuksesta. Mockup avulla katsoja saa realistisen kuvan, miltä tuleva verkkosivun viimeinen versio tulee näyttämään. Mockup suunnittelussa pitää olla käytössä editointi-ohjelma kuten esimerkiksi Photoshop tai Sketch. (Summer, 2021).

Teema on verkkosivujen ulkoasu ja englanniksi theme. Teemoja on saatavana kaikenlaisille verkkosivuille. Sivustoasi määrittää teema, eli mitä näyttää värit, fontit ja sivuston rakenteet. Teema on valmiiksi suunniteltu ulkoasupohja, jota voi muokata oman näköiseksi. Teemalla on tietyt rajat, mitä voi sivustoa muokata. Tuhansia maksullisia ja ilmaisia teemoja on saatavilla WordPressin valikoimasta, joten teeman valitseminen voi viedä aikaa. Usein

teemoissa on valmiiksi ulkoasupohjia mm. keskustelufoorumi, kuvakaruselli, yhteydenottolomakkeet, keskustelufoorumi, ajanvarausjärjestelmä tai portfolio. Oman teeman luomiseen vaaditaan ymmärrystä ohjelmoinnista sekä HTML-, CSS- ja PHP-kielistä. (WP-kotisivut, 2021).

Verkkosivuja toteutettiin teeman avulla. Verkkosivujen luomista lähdettiin heti toteuttamaan, sillä toimeksiantaja halusi verkkosivujen olevan valmiit mahdollisimman pian. Toimeksiantajalle lähetettiin erilaisista teemoista luotuja raakaversioita, joista hän sai valita. Kehitysehdotus jatkoa ajatellen; raakaversioita olisi voinut tarkemmin suunnitella Wireframelle ja Mock upilla, sillä muutamaan otteeseen piti vaihtaa sivuston osioita ja järjestystä. Hyvällä suunnittelulla olisi voinut välttää tämän. Verkkosivujen toteuttamisessa oli käytössä Elementor Pro lisäosa, joka on maksullinen. Lisäosaan sisältyi ilmaisversiota enemmän teemoja. Teemassa oli paljon vaihtoehtoja muokkauksille ja toiminnoille. Teeman avulla sai luotua moderniset ja tyylikkääät verkkosivut www.nelikoti.fi.

3.4 Tietoturva ja tietosuojaja

Usein ajatellaan, että tietoturva ja tietosuoja olisivat yksi sama asia. Näin ei kuitenkaan ole. Tietosuoja perustuu käytänteisiin, lakiin ja hyviin tapoihin. Tietoturva on tietosuojan yksi toteutettavista keinoista. Tietoturva on tietojen kokonaisvaltaista suojelemista eli esimerkiksi suojellaan tietojärjestelmiä ja tietoliikenteen turvallisuutta yrityksessä. Tietoturva muodostuu kolmesta tavoitteesta:

1. Luottamuksellisuus eli se, että tiedot ovat vain niiden käyttöön oikeutettujen saatavilla
2. Eheys eli se, että tietoja eivät voi muuttaa muut kuin siihen oikeutetut sekä
3. Käytettävyys eli se, että tiedot ja tietojärjestelmät ovat niiden käyttöön oikeutettujen hyödynnettävissä

Ulkopuolisilla henkilöillä ei saa olla pääsyä verkkosivulla vierailevan henkilön tietoihin, ja kerätyn tiedon koskemattomuus täytyy varmistaa lain mukaisin keinoin. Euroopan Union on luonut uuden tietosuoja asetuksen nimeltään General Data Protection Regulation ja lyhennettynä GDPR. Tietosuojalaki asetus astui voimaan 01.01.2019. Uuden GDPR-asetuksen tavoitteista on luoda kuluttajille luottamusta sähköisiin palveluihin. Myös tavoitteena on edistää EU:n digitaalisten markkinoiden kehittämistä ja luoda yhteiset tietosuojapelisäännöt henkilötietoja käsitteleville organisaatioille EU:n alueella. Ankaria sakkoseuraamuksia voi tulla velvoitteiden rikkomisesta. Yleisesti asetus tuo EU-kansalaisille lisää tietoturvaa (Pro Pilvipalvelu, 2021).

Tietosuojan tarkoitus on turvata oikeutesi henkilötietoja käsiteltäessä. Jokaisella on oikeus oman henkilötietojensa suojaan. Perusoikeuteen kuuluu tietosuoja, joka turvaa rekisteröidyn henkilön oikeuksia ja vapauksien toteutumisen henkilötietojen käsittelyssä. Tietosuojan kulmakivet ovat osoittaa, milloin ja millä edellytyksillä henkilötietoja voidaan käsitellä. Henkilötietojen käsittely on aina perustettava lakin. Viranomainen valvoo säännösten noudattamista. Kaikki tiedot ovat henkilötietoja, jos ne liittyvät tunnistettuun tai tunnistettavissa olevaan luonnolliseen henkilöön. Henkilötietojen tallentamista voi tehdä monella eri tapaa esimerkiksi sähköiset tiedostot, tietokannat, paperit, mapit sekä ääni- tai kuvataallenteella. Rekisterinpitäjä voi olla henkilö, yritys viranomainen tai yhteisö. Rekisterinpitäjä määrittelee henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset ja keinot (Tietovaltuutetun toimisto, 2021).

Nelikoti Oy:n yhteystiedot sivuosiossa sivuston vierailijalla on mahdollisuus täyttää viestilomaketta, jossa vaaditaan nimen, sähköpostiosoitteen, puhelinnumeron sekä viestin aihetta (liite 13). Tämä on Nelikodin ainut tapa kerätä tietoja vierailijoilta ja sitä varten on laadittu tietosuojaselosteeseen <https://www.nelikoti.fi/tietosuojaseloste/>, jota vierailijat voivat lukea. Nelikoti päätti, että toinen perustajista on yhteyshenkilönä rekisteriä koskevissa asioissa. Rekisterin nimi on ”potentiaalisten asiakkaiden rekisteri”. Tietoja kerätään verkkosivujen kautta annetulla suostumuksella sekä muissa tilanteissa, jossa henkilö antaa tietoisesti henkilötietojansa rekisterinpitäjän käyttöön, esimerkiksi lähettämälle viestin verkkosivujen yhteydenottolomakkeella. Rekisterin tietoja ei luovuteta yrityksen ulkopuolelle. Rekisterinpitäjä noudattaa äärimmäistä huolellisuutta rekisteröityjen henkilötietojen käsittelyssä. Rekisterin tietoja säilytetään rekisterinpitäjän laitteistolla ja internet-palvelimilla, joiden fyysisestä ja digitaalisesta tietoturvasta huolehditaan asiaankuuluvasti salatun yhteyden kautta.

4 Verkkosivujen toteutus

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda Nelikodille responsiiviset ja hakukoneoptimoidut verkkosivut. Toimeksiantajan kanssa tehtiin tiivistä yhteistyötä verkkosivujen toteutuksessa. WordPressin Elementor Pro lisäosassa on paljon valmiita toimintoja, joista asiakkaan oli helppo valita heille mieluisat osiot. Tämän avulla yhteistyö oli helppoa ja asiakkailla oli vierailijan tunnukset käytössä, jolloin he pystyivät aina käydä katsomassa, missä vaiheessa verkkosivujen luominen on. Verkkosivujen toteutuksessa myös huomioitiin hakukoneoptimointia ja SSL-sertifikaattia.

4.1 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi on englanniksi Search Engine Optimization ja lyhenne on SEO. Hakukoneoptimointi on tavoitteellista toimintaa, jonka tavoitteena on nostaa verkkosivun mahdollisimman korkealle sekä saada orgaanista näkyvyyttä hakutuloksissa tietyillä avainsanoilla. Hakukoneilla on kaksi tarkoitusta, jotka ovat maailman verkkosivujen kartoittaminen ja vastauksien antaminen etsiville. Hakukone järjestee sivustoja saamansa tiedon perusteella, jotta hakukone pystyy antamaan hakijoille parhaat mahdolliset vastaukset. Hakukonerobotin tarkoitus on vierailta verkkosivulla keräten tietoja sivun koodista ja sisällöstä. Hakukonerobotti arvioi ja luokittelee niitä parhaaksi näkemäänsä järjestykseen hakusanoittain. Hakukoneet ovat myös vastausautomaatteja. Hakukone on sitä varten, että henkilöllä on kysymys tai ongelma, johon hän etsii vastausta. Etsimä tieto voi olla sijainti, ostomahdollisuus tai jokin muu asia. Hakukoneen tehtävä on ohjata vastauksellesi parhaan mahdollisen ratkaisun tarjoavalle verkkosivulle. Algoritmien ja matemaattisten yhtälöiden avulla hakukonerobotit arvioivat verkkosivun asiantuntemusta ja luotettavuutta. Näin hakukone karsii ja antaa pisteytyksiä verkkosivuille (SDM, 5, 2020).

Hakukoneoptimointi on tärkeää koska, ihmisten ostokäyttäytyminen on muuttunut internetin ja hakukoneiden myötä. Ennen vanhaan kysimme puskaradiona suosituksia, niin nykyään etsitään tietoja Googlesta tuotteista ja palveluista. Google on suosituin hakukone ja siellä on valtava määrä liikennettä, jolloin hakukoneoptimoinnilla voit kasvattaa myyntiä. Eniten liikennettä ja näkyvyyttä saa hakukoneen ensimmäiselle sivulle päässeet verkkosivut (SDM, 18, 2020).

Sisäinen optimointi

- Sivuston tekstisisällön optimointi tietyille hakusanoille
- Metatiedot, kuten sivun otsikko (title) ja sivun kuvausteksti (description)
- Kuvien nimeäminen
- Sivuston sisäiset linkit
- URL-osoitteiden nimeäminen ja rakenne
- Sivuston käytettävyys mobiililaitteille (responsiivisuus)

Ulkoisen optimointi

- Ulkopuolisilta sivustoilta sivustollesi osoittavat linkit
- Domain Authority: kuinka luotettava sinun verkkosoitteesi on hakukoneen mielestä?
- Sivustoltasi tehtyjen sosiaalisen median jakojen määrä
- Sivuston verkkotunnuksen ikä

Taulukko 5: Hakukoneoptimointi jaetaan sisäiseen- ja ulkoiseen optimointiin. (Suhonen, 2019)

Molemmat optimoinnit ovat hyvin tärkeitä, mutta sisäinen optimointi on helpompi lähestyttävä osa-alue. Sisäisen hakukoneoptimoinnin tarkoituksena on mahdollistaa paras mahdollinen orgaaninen näkyvyys hakukoneissa. Sisältöoptimoinnilla tarkoitetaan muun muassa verkkosivuston tekstien hakukoneystävällistä tuottamista, kuvien järkevää nimeämistä ja metatietojen oikeanlaista käyttöä. Metatietoihin kuuluu metaotsikko (title) ja metakuvaus (description). Metatietojen tarkoitus on kertoa hakukoneilla, mitkä ovat sivun tarkoitus, mihin aiheisiin se liittyy. Kuvien nimeämiseen liittyy kolme eri muotoa, kuten kuvien tiedostonimi, kuvien otsikko ja kuvien vaihtoehtoinen teksti. Monesti sivuston ulkoiset optimoinnit voivat jäädä vähemmälle huomiolle, vaikka niiden merkitys hakukonelöydettävyyteen on tärkeä. Yksi isoimmista vaikuttavista tekijöistä on ulkoinen linkitys verkkosivulle. Hakukoneiden näkökulmana on se, että jos verkkosivulle tulee paljon liikennettä ulkoisista linkeistä, niin se tarkoittaa, että verkkosivuston sisältö on relevantti ja kiinnostava. Verkkotunnuksen auktoriteetti kasvaa ajan mittaan, kun luo aktiivisesti ja kiinnostavaa sisältöä. (Suhonen, 2019).

Verkkosivu on toteutettu hakukoneoptimointimenetelmillä. Sisäistä optimointia varten oli mietittynä hakusanat ja metatiedot ovat jokaisessa kuvassa verkkosivuilla (liite 10). URL-osoitteet ovat rakenteeltaan yksinkertaisia, kuten www.nelikoti.fi/myyntikohteet. Sivuston responsiivisuus on otettu huomioon ja verkkosivu on optimoitu kaikille alustoille. Ulkoista optimointia ei suunniteltu tähän projektiin, koska yritys on vasta aluillaan. Toimeksiantajan mielestä tärkeintä on saada verkkosivut aluksi käyttöön.

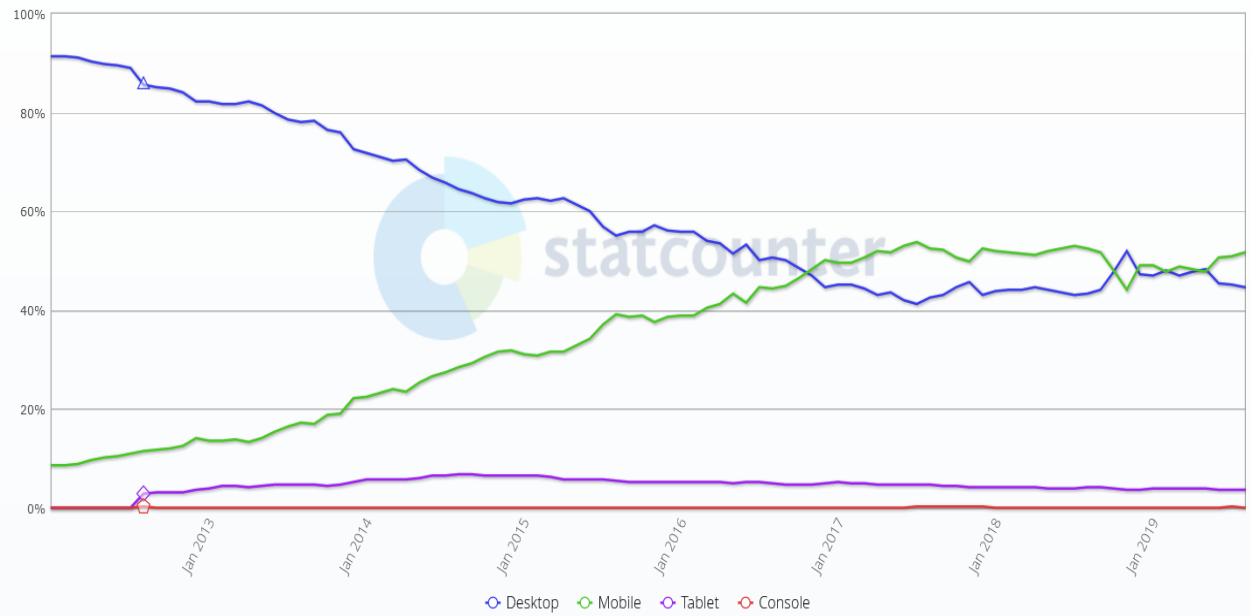
4.2 Responsiivinen verkkosivu

Responsiivisella verkkosivulla luodaan miellyttävä käyttäjäkokemus vierailijoille. Responsiiviset sivut toimivat kaikilla päätelaitteilla erinomaisesti. Tämä mahdollistaa sivun asettelun skaalautumisen sivulla vierailevan laitteen näytönkoon mukaan. Yhä useammat vierailijat käyttävät mobiililaitetta, jolloin responsiivisuus on entistäkin tärkeämpää huomioida. Kiinnostunut vierailija voi palata verkkosivulle eri aikoina käyttämällä eri laitteita. Verkkosivujen täytyy toimia hyvin siitä huolimatta, mitä laitetta vierailija käyttää (Digimarkkinointi 2021). Mobiililaitteet ohittivat tietokoneet 2017 internetin käytössä ensimmäistä kertaa historiassa. Tämän jälkeen vuoteen 2019 ovat tasaantuneet, mutta silti mobiililaitte on suosituin tapa käyttää nettiä (Pokis, 2019).

Desktop vs Mobile vs Tablet vs Console Market Share Worldwide

Jan 2012 - Aug 2019

Edit Chart Data



Kuva 2: Pöytätietokoneiden, puhelinten, tablettien ja konsoleiden käyttäjien määrä internetissä vuona 2012-2019. (Statcounter, 2019)

Google on suosituin hakukone. Suurin osa Googlen käyttäjistä käyttävät mobiililaitteita, jolloin Google suosii automaattisesti verkkosivuja, jotka kykenevät vastaamaan sen käyttäjien tarpeisiin. Google suosii verkkosivustoja, jotka on rakennettu responsiivisesti, optimoitu mobiililaitteille ja on mobiiliystävällisiä. Vuonna 2015 responsiivisuus on yksi Googlen ranking perusteista, jolla voi nostaa sivustoa Googlen hakukoneessa. (Pokis, 2019).

Nelikodin verkkosivujen yksi keskeisimmistä tavoitteista oli luoda nykyaikaiset ja responsiiviset sivustot. Nelikoti haluaa takaa jokaiselle käyttäjälle hyvän käyttökokemuksen riippumatta laitteen näyttökoosta. WordPress julkaisujärjestelmällä käytettiin maksullista Elementor Pro lisäosaa, jolla pystyy helppokäyttöisesti luomaan responsiiviset sivut. Lisäosalla oli mahdollisuus vierailta sivustolla kolmella eri näytöllä eli puhelimella, tabletilla sekä tietokoneen ruudulla yhdellä klikkauksella (liite 7). Tämän avulla oli helpompaa havaita, että toimiiko verkkosivut kaikille näytöille optimaalisesti.

4.3 Sivukartan luonti ja lähettäminen

Sitemap eli sivukartta on lista kaikista nettisivustosi sivuista. Sitemap on kartta, minkä avulla voit nähdä myös sivuston rakenteen ja hierarkian: pääsivut, alisivut, bloginpostaukset, blogin kategoriat, tuoteryhmät ja niin edelleen. Käytännössä pienellä nettisivustolla sivukartta on suppea, koska sivuja on vain muutamia. Verkkokaupan sivukartta voikin olla sitten paljon

isompi. Sivukartan tekeminen ja lähettäminen nopeuttaa sivuston indeksointia. Indeksointi tarkoittaa sitä, että hakukone lisää nettisivustosi omaan tietokantaansa, jonka avulla sivustosi näkyy hakutuloksissa. XML-sivukartan tekeminen ei ole pakollista, sillä hakukoneet löytävät silti verkkosivusi, mutta siihen voi mennä enemmän aikaa. Sivuston luominen ja lähettäminen kannattaa silloin, kun on perustanut uudet verkkosivut, siirtänyt sivut uuteen osoitteeseen tai luonut uusia isoja muutoksia sivulle. XML-kartta tehdään hakukoneille ja HTML-kartta tehdään sivuston vierailijoille. HTML-kartta kuitenkin on harvoin tarpeellista etenkin pienen yrityksen sivuilla (Ylinen, 2021). WordPress:issä on lisäosa nimeltään Yoast SEO. Lisäosalla voi automaattisesti luoda verkkosivulle XML sivukartan (liite 8).

4.4 Kuvat ja videot

Nelikoti halusi, että heidän verkkosivullaan olisi kuvia ja videoita heidän rakennuskohteistaan. He kokivat, että internetin kuvapankit eivät herätä vierailijoille samanlaista luottamusta ja uskottavuutta kuin omilla kuvilla. Verkkosivun kuvat ovat Nelikodin aikaisemmista rakennuskohteista, jotka ovat jo myytyjä. Kuvat on ottanut kiinteistövälittäjän valitsema kuvaaja ja sopimuksessa Nelikodilla on oikeus käyttää kuvia omaan markkinointiinsa. Toimeksiantaja halusi verkkosivun etusivulle videon, jotta erottuisi muista kilpailijoista positiivisesti. Toimeksiantajalla oli työkohte, jossa hänen piti asentaa seinäpaneelit tehosteseinälle. Hän ehdotti, että halusi siitä paneeliseinästä videon etusivulle. Tämä oli mahdollista, sillä olen tehnyt kamerahankinnan viime vuonna. Olen ostanut laajakuvalinssin myös sitä varten, että pystyn kuvaamaan sisätiloissa sekä tekemään asuntokuvauksia. Video on kuvattu Gimbal-vakaajalla, joka pitää kameran vakaana, eikä liikkuva kuva tärise. Video oli otettu yhdellä otoksella ja ideana on yksinkertaisuus ja eleganttisuus.

4.5 SSL sertifikaatti

SSL tulee sanoista Secure Sockets Layer. SSL-sertifikaatin avulla saadaan salattua yhteyden verkkosivuilla palvelimen ja vierailijan välillä. Sertifikaatin tarkoitus on salata muodostettua yhteyttä ja tällä tavalla ulkopuoliset eivät pääse varastamaan ja vakoilemaan sivuille antamaasi tietoa, kuten esimerkiksi luottokorttitietoja ja täyttämäsi yhteydenotto lomaketta. Eli SSL-suojauksen avulla keräät luottamusta vierailijoilta. HTTP tulee sanoista Hypertext Transfer Protocol. HTTP:n verkkoliikenne on salaamaton. HTTPS puolestaan Hypertext Transfer Protocol Secure. HTTPS tarkoittaa siis suojattua yhteyttä. Kun on SSL-sertifikaatti asennettu, niin osoiterivillä näkyy lukko ja jossain selaisemssa lukee myös turvallinen. Sertifikaatin avulla saat enemmän vierailijoita sivulle, sillä google suosii HTTPS-sivustoja (Hakukonemestarit, 2021). SSL-sertifikaatti sisältyi domain-tilaukseen. Sertifikaatti asennettiin ennen verkkosivujen julkaisua.

4.6 Sivuston testaus ja ylläpito

Testaukseni jälkeen oli toimeksiantajan vuoro testata verkkosivua. Toimeksiantajan testauksen aikana ilmeni pari virhettä. ”Ota yhteys”-toiminnosta pitäisi ohjautua yhteystietolomakkeeseen, mutta se ei toiminut. Tämä saatiin korjattua (liite 11). Sivuston etusivun päävideo latasi välillä liian pitkään. Toimeksiantaja kokeili muutaman kerran päivittää etusivua testatakseen videon latausnopeutta. Lopulta hän oli tyytyväinen kuitenkin videoon ja ongelmakohtaan ei vaadittu erillistä toimenpidettä (liite 12). Toimeksiantaja on ollut verkkosivujen luomisessa mukana jokaisessa vaiheessa ja kuten aiemmin oli myös kerrottu, että heillä oli oikeudet vierailta sivuilla koska vain. Saumattomalla ja nopealla kommunikoinnilla välttyttiin tilanteilta, jossa olisi testauksen aikana joutunut tekemään paljon muutoksia tai korjauksia. Toimeksiantaja testasi sivustoa myös eri päälaitteilla, kuten tietokoneella, tabletilla ja puhelimella. Kaikilla laitteilla sivustot toimivat kuten pitikin. Toimeksiantajan testausta ei tarvinnut tehdä pitkään, sillä verkkosivut toimivat responsiivisesti ja tämän johdosta samana päivänä julkaistiin verkkosivu. Toimeksiantaja välitti sivut verkostolleen ja sieltä tuli positiivisia palautteita koskien sivustoja.

5 Kehitysehdotus

Projekti oli kokonaisuudessaan onnistunut ja lopputulos oli toivotunlainen. Tavoitteena oli luoda verkkosivut toimeksiantajalle ja se toteutettiin onnistuneesti. Tiivis kommunikointi toimeksiantajan kanssa osoittautui hyväksi opinnäytetyön tekemiselle ja helpotti prosessia. Kuitenkin jokaisesta projektista löytyy kehitysehdotuksia. Aluksi toimeksiantaja antoi vapaat kädet, jolloin visuaalisena ihmisenä toteutin liian räikeät sivustot toimeksiantajan mielestä. Jatkossa pitäisi siis selkeämmin selvittää toimeksiantajalta ennen projektin aloitusta toiveita ja tarkennuksia, vaikka annettaisiinkin vapaat kädet lähteä toteuttamaan sivustoa. Myös jatkossa ennen kuin lähtee rakentamaan sivua visuaalisesti, olisi hyvä suunnitella Wireframe ja Mockup piirroksia yhdessä toimeksiantajan kanssa. Projektissa sivuutin Wireframen ja Mockup suunnitelman kokonaan. Tämä aiheutti sen, että tuli tehtyä turhaa työtä, koska ensimmäinen sivusto ei miellyttänyt toimeksiantajaa. Sivuston testauksessa ilmeni, että sivuston lataamisessa välillä kestää. Syyksi epäillään, että sivuston kuvat ovat todella korkealaatuisia, jolloin tämän takia lataamisessa kesti. Kehitysehdotuksena olisi tallettaa sivustolle keskilaatuiset kuvat, jotka veisivät vähemmän latausaikaa ja sivusto vastaisi nopeammin.

6 Yhteenveto

Kokonaisuudessaan WordPressin Elementor Pro lisäosa oli hyvä ratkaisu opinnäytetyön projektin tekemiselle. Elementor lisäosalla on paljon teemoja ja toimintoja, joilla voi luoda verkkosivuja nopealla aikataululla. Teemojen ja toimintojen kautta on helppo luoda Wireframen, koska niitä oli helppo lisätä sivulle. Elementorin hallintapaneeli oli visuaalinen (liite 5), jolloin käyttäjäystävällisyys korostuu ensimmäistä kertaa verkkosivujen tekijöille. Elementorin avulla oli mahdollista yhdellä klikkauksella nähdä sivuston vierailijan näkökulmasta, mikä helpotti responsiivisten sivujen tekemistä. WordPressiin oli helppo asentaa lisäosia ja tarvittaessa YouTubesta löytyi paljon ohjevideoita, jolla pääsi pitkälle projektissa.

Toimeksiantona oli luoda verkkosivut uudelle rakennusalan yritykselle. Toimeksiantajan toiveena oli tehdä WordPress avoimella lähdekoodilla verkkosivuston, koska ohjelmisto oli hänelle tuttu ja hän tulisi jatkossa itse ylläpitämään sivustoa. Sivuston testauksien jälkeen pidettiin toimeksiantajan kanssa kahden tunnin workshopin, missä käytiin läpi verkkosivujen muokkaamista, ylläpitämistä ja päivittämistä. Toimeksiantaja vastaa sisällön ylläpidosta ja asiantuntija sivuston ylläpidosta. Toimeksiannon pääkohteena oli verkkosivujen luominen, mutta sivuston lisäksi luotiin vielä yritykselle logo (liite 6), video (liite 12) sekä asiakaspersoonaa. Toimeksiantajan kanssa yhteistyö toimi saumattomasti ja kommunikointi oli helppoa. Toimeksiantaja oli antanut vapaat kädet lähteä toteuttamaan projektia muutamilla toiveilla. Toimeksiantaja ei asettanut projektille takarajaa. Projektin alussa hän kuitenkin sanoi, että olisi tyytyväinen, jos saisi loppukevällä verkkosivuston julkistettua.

Opinnäytetyö oli minulle mieluisa ja kokemuksellisesti opettavainen. Olen ennenkin tutustunut WordPressin käyttöön eri projekteissa, mutta tämä on ensimmäinen projekti, kun vastaan verkkosivujen luomisesta alusta loppuun asti itsenäisesti. Lähtötilanteessa ajattelin vain verkkosivun visuaalista ja graafista puolta, mikä on osaamistani. Tutustuttuani teoriaan koskien verkkosivujen suunnittelusta, niin ymmärsin, että on paljon teknisiä asioita huomioitavana visuaalisten puolien lisäksi. Opinnäytetyö opetti minulle, minkälainen prosessi on luoda verkkosivut ja mitä asioita tulee huomioida, jotta verkkosivut toimisivat. Nyt osaan luoda verkkosivut askel askeleelta. Opinnäytetyön avulla voin seuraavaksi luoda oman verkkosivun portfolioita.

Lähteet

Sähköiset

Balkhi, S. 2020. WordPress vs Joomla vs Drupal - Which one is better? WPBeginner LLC.

Viitattu 12.2.2021. [WordPress vs Joomla vs Drupal - Which One is Better? \(wpbeginner.com\)](https://wpbeginner.com/wordpress-vs-joomla-vs-drupal-which-one-is-better/)

Erply 2021. Asiakassegmentoinnin edut. Viitattu 16.2.2021. [Asiakassegmentoinnin edut](https://erply.com/asiakassegmentoinnin-edut/)

[\(erply.com\)](https://erply.com/)

Finnish networks of living labs 2012. Käyttäjäpersoonat. Viitattu 12.2.2021. [Käyttäjäpersoonat](https://wordpress.com/finnish-network-of-living-labs/)

[| Finnish Network of Living Labs \(WordPress.com\)](https://wordpress.com/finnish-network-of-living-labs/)

Galov, N. 2021. 33 Mind-Blowing CMS market statistics you need to know in 2020. Review42.

Viitattu 12.2.2021. [33 Amazing CMS Market Statistics You Need to Know in 2020](https://review42.com/33-amazing-cms-market-statistics-you-need-to-know-in-2020/)

[\(review42.com\)](https://review42.com/)

Huusko, L. 2016. Nettiosoitteen eli Domainin hankkiminen, eli kuinka tilaan domainin. Viitattu

18.2.2021. [Nettiosoitteen eli Domainin hankkiminen, eli kuinka tilaan domainin. - Lauri](https://huusko.fi/nettiosoitteen-eli-domainin-hankkiminen-eli-kuinka-tilaan-domainin/)

[Huusko](https://huusko.fi/)

Karelia 2021. Toiminnallinen opinnäytetyö.

<https://libguides.karelia.fi/c.php?g=679019&p=4901221>

Korpi, J. 2020. Typografia - Mitä, Missä ja Miksi? [Typografia – mitä, missä ja miksi? | Jone](https://jonekorpi.fi/typografia-mita-missa-ja-miksi/)

[Korpi](https://jonekorpi.fi/)

KSAO 2021. Tietoturva ja tietosuoja. Viitattu 2.4.2021. [Tietoturva ja tietosuoja \(peda.net\)](https://peda.net/tietoturva-ja-tietosuoja/)

Lahtinen, N. 2020. Seo-Cro ostajan opas. Viitattu 12.3.2021. [SEO-CRO-opas-ostajalle.pdf](https://digimarkkinointi.fi/seo-cro-ostajan-opas/)

[\(digimarkkinointi.fi\)](https://digimarkkinointi.fi/)

Leiniö, T. 2021. Miten WordPress.org ja WordPress.com eroavat toisistaan? WP-opas. Viitattu

23.2.2021. [Miten WordPress.org ja WordPress.com eroavat toisistaan? - WP-opas](https://wp-opas.fi/miten-wordpress-org-ja-wordpress-com-eroavat-toisistaan/)

Louhi 2021. Mikä on julkaisujärjestelmä (CMS)? Viitattu 20.4.2021. [Mikä on](https://louhi.fi/mika-on-julkaisujarjestelma-cms/)

[julkaisujärjestelmä \(CMS\)? - Louhi](https://louhi.fi/julkaisujarjestelma-cms/)

Luomajoki, N. 2021. Väripsykologiaa brändinäkökulmasta. Viitattu 20.4.2021. [Väripsykologiaa](https://wtf.design/varipsykologiaa-brandinakokulmasta-wtf-design/)

[brändinäkökulmasta :: WTF Design](https://wtf.design/brandinakokulmasta-wtf-design/)

Midata 2021. Mikä on WordPress? Viitattu 2.2.2021. [Mikä on WordPress? - midata.fi](https://midata.fi/mika-on-wordpress/)

Mikkonen, I. 2021. Markkinoinnin perusteet. Aalto University School of business. Viitattu

8.3.2021. [Tuotteiden ja palveluiden kehittäminen.pdf \(aalto.fi\)](https://aalto.fi/luopetuksen-kehittaminen/)

- Orpana, M. 2017. Mikä on yrityksesi kohderyhmä? Kupli. Viitattu 1.3.2021. [Mikä on yrityksesi kohderyhmä? \(kupli.fi\)](#)
- Patanen, A. 2014. VERKKOSIVUVINKIT YRITYKSELLE - 5 TAPAA LISÄTÄ TRAFIIKKIA. Viitattu 24.4.2021. [Verkkosivuvinkit yritykselle - 5 tapaa lisätä trafiikkaa \(salescommunications.fi\)](#)
- Pokis 2019. Responsiivinen web-suunnittelu. Viitattu 12.2.2021. [Responsiivinen web-suunnittelu | Web-suunnittelu Pokis](#)
- Pro PK-pilvipalvelut 2019. Tietoturva on välttämätöntä riskienhallintaa. Viitattu 21.4.2021 [Tietoturva - toimi tietoturvallisesti yrityksessäsi joka päivä](#)
- SFWP 2020. 7 Best CMS Platforms In 2020 To Optimize Your Website Performance And Functioning. Viitattu 10.2.2021. [7 Best CMS Platforms In 2020 To Optimize Your Website Performance and Functioning \(sfwpexperts.com\)](#)
- StatCounter 2021. Desktop vs Mobile vs Tablet vs Console Market Share Worldwide - February 2021. Viitattu 18.2.2021. [Desktop vs Mobile vs Tablet vs Console Market Share Worldwide | StatCounter Global Stats](#)
- Suhonen, M. 2019. Hakukoneoptimointi (SEO) - 10 vinkin muistilista. Viitattu 1.4.2021. [Hakukoneoptimointi \(SEO\) - 10 vinkin muistilista - Matter Agency](#)
- Suomen digimarkkinointi Oy 2021. 5 syytä, miksi valita responsiiviset verkkosivut. Viitattu 23.2.2021. [5 syytä, miksi valita responsiiviset verkkosivut - Suomen Digimarkkinointi Oy](#)
- Suomen hakukonemestarit 2021. Mitä verkkokauppaasi tai kotisivujesi värit kertovat asiakkaillesi. Viitattu 3.4.2021. <https://www.hakukonemestarit.fi/blogi/verkkokaupan-ja-kotisivujen-varimaailma/>
- Suomen hakukonemestarit 2021. Mikä on SSL-sertifikaatti, ja miksi kotisivut tarvitsevat sellaisen? Viitattu 11.4.2021. [Mikä on SSL-sertifikaatti, ja miksi kotisivut tarvitsevat sellaisen? \(hakukonemestarit.fi\)](#)
- Tietosuojavaltuutetun toimisto 2021. Tietosuoja. [Mitä tietosuoja on? - Tietosuojavaltuutetun toimisto](#)
- Toivanen, A. 2018. Yleistä typografiasta. Viitattu 14.4.2021 [Yleistä typografiasta - Graafinen.com](#)
- Trustmary Group Ltd 2021. Verkkosivujen suunnittelun viisi vaihetta, jotka toimivat alalla kuin alalla. Viitattu 14.2.2021. <https://www.trustmary.com/fi/blogi/markkinointi/verkkosivujen-suunnittelun-viisi-vaihetta-jotka-toimivat-alalla-kuin-alalla/>
- Turkkinen, V. 2021. Valitsenko avoimen vai suljetun lähdekoodin verkkokauppaohjelmiston? Oscar software. Viitattu 1.2.2021. [Valitsenko avoimen vai suljetun lähdekoodin verkkokauppaohjelmiston? | Palvelukanavasi verkossa \(oscarecommerce.fi\)](#)
- Ubinet 2021. Julkaisujärjestelmä. Viitattu 1.2.2021. [Julkaisujärjestelmä \(ubinet.fi\)](#)
- Vapa 2021. Digimarkkinoinnin työkalut osa 1: asiakasprofiilit ja kokemuspolut. Viitattu 24.4.2021. [Digimarkkinoinnin työkalut osa 1: asiakasprofiilit ja kokemuspolut - Vapa Media](#)
- Vesamo, S. 2020. Kuinka asiakassegmentointia hyödynnetään tehokkaasti - analytiikan vinkit. Viitattu 1.3.2021 [Kuinka asiakassegmentointia hyödynnetään tehokkaasti \(aureolis.com\)](#)

Vidgren, H. 2019. Määrittelemällä asiakaspersoonat markkinoit tehokkaasti. Viitattu 1.4.2021. [Määrittelemällä asiakaspersoonat markkinoit tehokkaasti \(avidlyagency.com\)](#)

Viikeri, T. 2021. Mikä on domain (verkkotunnus) ja mitä kannattaa huomioida domainia ostaessa? Itewiki. Viitattu 1.2.2021. [Mikä on domain \(verkkotunnus\) ja mitä kannattaa huomioida domainia ostaessa? | ite wiki](#)

WP-kotisivut 202. Mikä on WordPress teema? Viitattu 24.4.2021. [Parhaat WordPress Teemat | 2021 | Ohje & Opas valintaan | WP-Kotisivut.com](#)

Ye, S. 2020. Wireframe vs Mockup vs Prototype , What's the Difference?(2020 Updated). Viitattu 12.4.2021. [Wireframe vs Mockup vs Prototype , What's the Difference?\(2020 Updated\) \(mockplus.com\)](#)

Ylinen, M. 2021. Sivukartan luominen ja lähettäminen. Viitattu 21.4.2021. [Sivukartan luominen ja lähettäminen hakukoneelle | Lue helpot ohjeet! \(miiaylinen.fi\)](#)

Kuviot

| | |
|--|----|
| Kuvio 1: Verkkosivujen suunnittelun viisi vaihetta. (Trustmary 2019) | 14 |
|--|----|

Taulukot

| | |
|---|----|
| Taulukko 1: Asiakaspersoonien kartoitusta varten esitettävät kysymykset. (Rummukainen, 2021) | 9 |
| Taulukko 2: WordPress on valta-asemassa avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmissä. (SFWP 2021) | 12 |
| Taulukko 3:WordPress.org ja Wordpress.com eroavaisuudet (Koskinen 2021). | 13 |
| Taulukko 4: yhdeksän värin merkitys, kun väripsykologia tuloksen perusteella. (Nurminen, 2021) | 16 |
| Taulukko 5: Hakukoneoptimointi jaetaan sisäiseen- ja ulkoiseen optimointiin. (Suhonen, 2019) | 20 |

Liitteet

| | |
|---|----|
| Liite 1: Vuonna 2017 valmistunut paritalo | 31 |
| Liite 2: Vuonna 2019 valmistunut omakotitalot | 32 |
| Liite 3: Seuraava myyntikohde..... | 33 |
| Liite 4: Verkkosivujen myyntikohteet-osio..... | 34 |
| Liite 5: Elementorin hallintapaneeli | 35 |
| Liite 6: Logo | 36 |
| Liite 7: Hallintapaneelin responsiivinen näkymä | 37 |
| Liite 8: Yoast Seo | 38 |
| Liite 9: SSL-sertifikaatti | 39 |
| Liite 10: Kuvien metatiedot | 40 |
| Liite 11: Ota yhteys toimintonappula | 41 |
| Liite 12: Etusivun video | 42 |
| Liite 13: Yhteystietolomake..... | 43 |

Liite 1: Vuonna 2017 valmistunut paritalo



Liite 2: Vuonna 2019 valmistunut omakotitalot



Liite 3: Seuraava myyntikohde



Liite 4: Verkkosivujen myyntikohteet-osio

Myyntikohteet



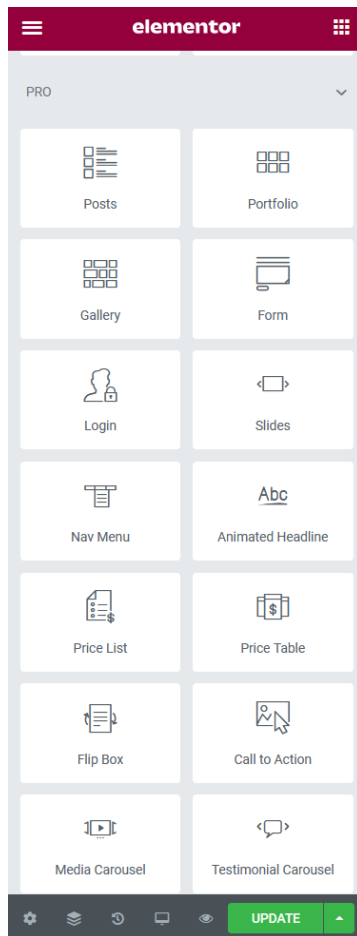
Isokydöntie 7, Isokytö, Järvenpää Omakotitalo, 135m² 5h, k, kph, s, 2x wc, var, 2x autokatospaikka

Järvenpään Isokydön alueelle rakentuu vuoden 2022 alussa puuverhoiltu omakotitalo. Talo sijaitsee omalla tontilla (764m²) monipuolisten palvelujen äärellä.

Haluatko kuulla lisää?

[OTA YHTEYTTÄ](#)

Liite 5: Elementorin hallintapaneeli

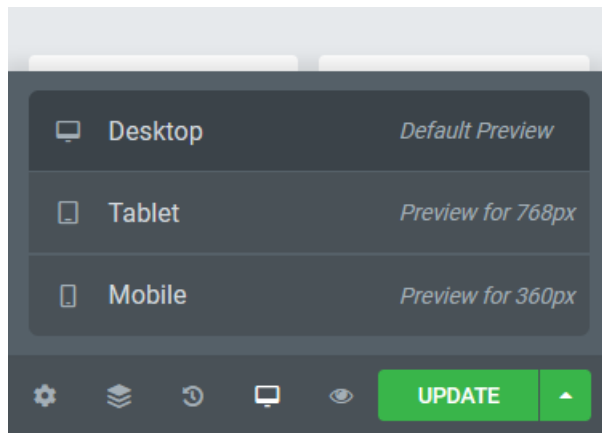


Liite 6: Logo


NELIKOTI

NELIKOTI

Liite 7: Hallintapaneelin responsiivinen näkymä



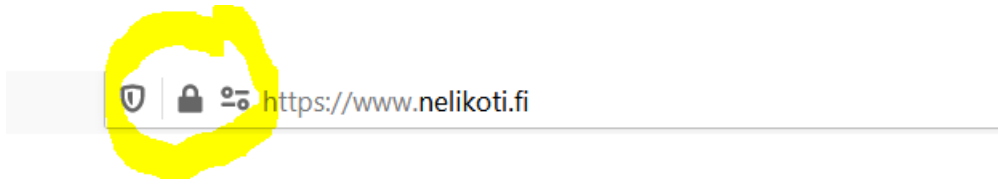
Liite 8: Yoast Seo

**First-time SEO configuration** ✓✕
Get started quickly with the Yoast SEO [configuration wizard!](#)

✓ Problems (0)
Good job! We could detect no serious SEO problems.


✓ Notifications (0)
No new notifications.

Liite 9: SSL-sertifikaatti



Liite 10: Kuvien metatiedot

ATTACHMENT DETAILS



D3X3614-Edit.jpg
February 18, 2021
1 MB
1769 by 1179 pixels
[Edit Image](#)
[Delete permanently](#)

Alt Text

[Describe the purpose of the image.](#) Leave empty if the image is purely decorative.

Title

Caption

Description

File URL:

[Copy URL to clipboard](#)

[Insert Media](#)

Liite 11: Ota yhteys toimintonappula

**Isokydöntie 7, Isokytö, Järvenpää**
Omakotitalo, 135m²
5h, k, kph, s, 2x wc, var, 2x autokatospaikka

Järvenpään Isokydön alueelle rakentuu vuoden 2022 alussa puuverhoiltu omakotitalo. Talo sijaitsee omalla tontilla (764m²) monipuolisten palvelujäärellä.

Haluatko kuulla lisää?

OTA YHTEYTTÄ



Liite 12: Etusivun video




Liite 13: Yhteystietolomake

Ota yhteyttä
Vastaamme mahdollisimman pian

Nimi * Puhelinnumero / Sähköposti *

Viesti

Suojattu reCAPTCHA-palvelun avulla
Tietosuojat - Ehdot 

LÄHETÄ