

Joel Saapunki & Reetta Saapunki

CITY BILJARDIN VERKKOSIVUJEN KEHITTÄMINEN

CITYBILJARDIN VERKKOSIVUJEN KEHITTÄMINEN

Joel Saapunki & Reetta Saapunki
Opinnäytetyö
Kevät 2022
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu

Liiketalouden tutkinto-ohjelma, Esimiestyö ja henkilöstöosaaminen (Joel Saapunki) & Myynti ja markkinointi (Reetta Saapunki)

Tekijä(t): Joel Saapunki & Reetta Saapunki

Opinnäytetyön nimi: City Biljardin verkkosivujen kehittäminen

Työn ohjaaja(t): Jaakko Sinisalo

Työn valmistuslukuksi ja -vuosi: Kevät 2022

Sivumäärä: 50

Tämän opinnäytetyön aiheena oli City Biljardin verkkosivujen kehittäminen. Työn tavoitteena oli tuottaa City Biljardille modernit, edustavat sekä käyttäjäystävälliset sivut, koska vanhat sivut eivät olleet enää nykypäivän standardeja vastaavat.

Työ toteutettiin tutkimuksellisena ja toiminnallisena kehittämistyönä. Työn teoreettisessa osassa käydään läpi asiakaskokemusta verkkosivujen suunnittelun näkökulmasta, verkkosivujen eri elementtejä, kuten verkkosivujen visuaalista ilmettä, laadukasta sisältöä sekä navigaatiota sivustolla. Teoriaosuudessa käymme läpi myös verkkosivujen löydettävyyttä hakukoneista, eli teknistä, sisäistä ja ulkoista hakukoneoptimointia. Teoriaosuuden tietoperusta on pääasiassa peräisin asiantuntijablogeista, koska digitaalisuus ja teknologia muuttuu ja kehittyy jatkuvasti ja näistä löytyy ajankohtaisempaa tietoa. Lähteinä käytimme myös digitaaliseen markkinointiviestintään ja verkkosivuihin liittyvää kirjallisuutta, joista löytyi tähänkin päivään relevanttia tietoa. Aiheesta löytyi paljon hyvää tietoa suomenkielisistä lähteistä, joten pyrimme hyödyntämään niitä.

Työn toiminnallinen osuus koostuu kahdesta osasta. Ensiksi arvioimme, miten teoriaosuudessa läpikäytyt asiat toteutuivat City Biljardin vanhoilla sivuilla ja benchmarkkaamme eli vertailemme niitä mielestämme hyvin toteutettuun ja moderniin sivustoon. Tämän jälkeen rakensimme uudet verkkosivut ja esittelemme työssä mitä valintoja teimme uudelle sivustolle teorian ja benchmarkauksen pohjalta.

Työn tuloksena saimme toteutettua City Biljardille asiakaslähtöiset ja hakukoneystävälliset verkkosivut, jotka vastaavat City Biljardin brändi-ilmettä. Saimme päivitettyä sivustolle yrityksen tiedot ajan tasalle, tehtyä sivustosta asiakkaille houkuttelevampi ja käytettävyydeltään parempi sekä lisättyä oleellisia elementtejä, kuten yhteydenottolomakkeen, jotta yritystä olisi helpompi lähestyä. Kehitysehdotuksena sivujen sisältöä voisi rikastuttaa ja hakukonenäkyvyyttä parantaa esimerkiksi kirjoittamalla biljardiaiheista blogia.

Asiasanat: Verkkosivut, hakukoneoptimointi, digitaalinen markkinointiviestintä

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration, Option of Management and Human Resources
(Joel Saapunki) & Sales and marketing (Reetta Saapunki)

Author(s): Joel Saapunki & Reetta Saapunki
Title of thesis: Website development for City Biljard
Supervisor(s): Jaakko Sinisalo
Term and year when the thesis was submitted: Spring 2022
Number of pages: 50

The subject of this thesis was website development for City Biljard. The goal of the work was to create modern, representative, and user-friendly pages for City Biljard, because the old pages were no longer in line with today's standards.

This thesis was a research and functional development work. The theoretical part of the thesis reviews the customer experience from the perspective of website design, various elements of the website, such as the visual appearance, high-quality content, and navigation on the website. In the theoretical part, we also go through technical-, internal- and external search engine optimization. The knowledge base of the theoretical part comes mainly from expert blogs, because digitality and technology are constantly changing and evolving, and more up-to-date information can be found in these. We also used literature which still had valid information related to digital marketing communications and websites. A lot of good information was found on the topic from domestic sources, so we tried to take advantage of them.

The functional part of the work consists of two parts. First, we evaluate how the issues covered in the theoretical part were realized on the old pages of City Biljard and we benchmark i.e., compare them to a well-implemented and modern website. After that, we built a new website and presented in the work what choices we made based on theory and benchmarking.

As a result of the work, we were able to create a customer-oriented and search engine-friendly website that matches City Biljards brand image. We were also able to update the company's information on the site, make the site more attractive and usable to customers, and add essential elements, such as a contact form, to make it easier to approach the company. As a development proposal, the content of the pages could be enriched, and search engine visibility could be improved by writing a blog on billiards for example.

Keywords: Website, search engine optimization, digital marketing communications

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Tietoa toimeksiantajayrityksestä	6
1.2	Aiheen valinta ja opinnäytetyön tavoite	7
1.3	Tutkimusongelma ja -menetelmä sekä työn rakenne ja tietoperusta	7
2	ASIAKASLÄHTÖISTEN VERKKOSIVUJEN ELEMENTIT	9
2.1	Asiakaskokemus verkkosivujen suunnittelun perustana	9
2.2	Verkkosivujen visuaalinen ilme	11
2.2.1	Teema ja lisäosat verkkosivuston pohjana	11
2.2.2	Kuvilla luodaan haluttua tunnelmaa	13
2.2.3	Typografia	17
2.2.4	Väreillä on väliä mielikuvien luomisessa	19
2.3	Laadukas sisältö	20
2.4	Navigaatio sivustolla	23
3	VERKKOSIVUJEN LÖYDETTÄVYYS HAKUKONEISTA	26
3.1	Tekninen hakukoneoptimointi	26
3.1.1	Sivuston latausnopeus	27
3.1.2	Käytettävyys ja mukautuvuus eri päätelaitteilla	28
3.2	Sisäinen hakukoneoptimointi	31
3.2.1	Hyvä verkkosivuston rakenne	31
3.2.2	URL-osoite ja metatiedot hakukoneen hakusivulla	32
3.2.3	Tekstisisällön ja kuvien optimointi	35
3.2.4	Sivuston sisäinen linkitys	41
3.3	Ulkoinen hakukoneoptimointi	42
4	POHDINTA	46
	LÄHTEET	48

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on City Biljardin verkkosivujen kehittäminen. Johdannossa käymme tarkemmin läpi perusteluja aiheen valinnalle, työn tavoitteita, tutkimusongelmaa ja -menetelmää sekä työn rakennetta ja tietoperustaa. Kerromme tässä osiossa myös alkuun hieman opinnäytetyön toimeksiantajasta.

1.1 Tietoa toimeksiantajayrityksestä

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii City Biljard. Yritys on aloittanut toimintansa vuonna 1990. Se on osakeyhtiö ja viralliselta nimeltään yhtiö on Oulun Biljardi Oy. Yrityksellä on yksi toimipiste, joka sijaitsee Oulun Väikkylässä. Nykyiselle saliille Ylioppilaantie 4 C:hen sali muutti vuonna 2004. Aikaisemmin sali sijaitsi Heikinkadulla hieman pienemmissä tiloissa. Yrityksen päätoimiala on biljardisali. Nykyisellä salilla on tällä hetkellä käytössä 14 Shenderin valmistamaa snooker-pöytää, 13 Diamondin valmistamaa poolpöytää sekä 1 kaisapöytä. Salia voidaankin kutsua pohjoismaiden suurimmaksi biljardisaliksi. Salilta löytyy biljardipöytien lisäksi 2 darts-taulua, petanque ja pöytäpetanque, pokeripöytä sekä lukuisia lauta- ja korttip pelejä. Salin yhteydessä on myös viihtyisiä ja rauhallinen anniskelualue, josta voi juomien ja pikkupurtavien lisäksi ostaa myös biljardikeppejä sekä varusteita. Anniskelualueella on myös kaksi TV-ruutua sekä LED screen, joista voidaan näyttää muun muassa ajankohtaisia urheilutapahtumia. City Biljardin yhteydessä toimii myös City Escape Games, jonka tarjonnasta löytyy kyseisessä toimipaikassa kaksi erilaista pakohuonetta, jotka ovat auenneet maaliskuussa 2018.

Yhtiön City Biljard liikevaihto oli 430 tuhatta ja tilikauden tulos -16 tuhatta. Liikevaihto laski 22,8 %. Liikevoittoprosentti oli -2,2 %. Tiedot perustuvat yhtiön viimeisimpään tilinpäätökseen vuodelta 2021. 03/2021 päättyneellä tilikaudella yhtiöllä oli 3 työntekijää. Työntekijämäärä pysyi samana verrattuna edelliseen tilikauteen.

1.2 Aiheen valinta ja opinnäytetyön tavoite

Aiheeksemme valikoitui lopulta City Biljardin verkkosivujen kehittäminen yrityksen edustajan kanssa käydyn haastattelun perusteella. Meitä kiinnosti erityisesti markkinoinnin teemoista digitaalisen markkinoinnin kehittäminen, ja kun etsimme potentiaalisia yrityksiä opinnäytetyömme toimeksiantajaksi, selasimme eri yritysten digitaalisia kanavia miettien, voisiko heillä olla tarvetta yrityksen digitaalisen markkinoinnin kehittämiseksi. City Biljardin kohdalla silmään pisti erityisesti heidän vanhat verkkosivunsa, joten päätimme ottaa heihin yhteyttä. Vanhan sivuston ongelma tuli meille tässä vaiheessa jo konkreettisesti vastaan, sillä sieltä ei löytynyt mitään sähköpostia tai yhteydenottolomaketta millä ottaa yhteyttä vaan päädyimme laittamaan heille viestiä Facebookin kautta. He innostuivat ideasta ja sovimme tapaamisen, jossa kävimme tarkemmin läpi mitä opinnäytetyö sisältäisi, ja samalla tutustuimme tarkemmin yrityksen toimintaympäristöön sekä itse yritystoimintaan. Puheissa nousi esille heidän tarpeensa ja toiveensa uusista verkkosivuista. He olivat jo mietineet jopa sen hetkisten verkkosivujen poistamista kokonaan, sillä ne eivät olleet edustavat eikä kaikki tietokaan ollut enää ajan tasalla. Toimeksianto oli myös meitä kiinnostava, joten tämän myötä päädyimme siihen.

Työmme tavoitteena oli tuottaa City Biljardille modernit, edustavat sekä käyttäjäystävälliset sivut. Tavoitteenamme oli myös täyttää mahdollisimman hyvin yrityksen esittämät toiveet uusista sivuista. Yritys toivoi uusilta verkkosivuilta muun muassa sitä, että sieltä löytyisi jokin helppo väylä muille yrityksille ottaa yhteyttä, mikäli he ovat kiinnostuneita järjestämään virkistyspäiviä tai vastaavia tapahtumia City Biljardissa. He myös toivoivat, että uudet verkkosivut olisivat helposti muokattavissa, jotta he voisivat itse tarvittaessa päivittää sivuille ajankohtaista tietoa. He toivoivat myös analyyttikkatyökalun asentamista sivuille, jotta he voisivat seurata sivujen kävijätietoja. Aiemmat verkkosivut olivat tehty WordPress-alustalle, kuten myös City Biljardin yhteydessä toimivan City Escape Gamesin sivut ovat. Sen vuoksi päätimme, että uudet verkkosivut toteutetaan samalle alustalle, joka on sekä yritykselle, että toiselle opinnäytetyöntekijälle jo entuudestaan tuttu alusta.

1.3 Tutkimusongelma ja -menetelmä sekä työn rakenne ja tietoperusta

Opinnäytetyömme tutkimusongelmana on, että mitä vaikutusta verkkosivujen eri elementeillä on muun muassa asiakaskokemukseen ja miten hakukoneoptimointi vaikuttaa verkkosivujen löydet-

tävyyteen hakukoneissa. Työmme kehittämistehtävänä on tuottaa City Biljardille modernit, edustavat sekä käyttäjäystävälliset sivut. Tutkimusmenetelmänä työssämme oli toimeksiantajan kanssa käydyt haastattelut, vanhojen verkkosivujen eri elementtien arviointi ja niiden benchmarkkaaminen hyvin toteutettuun, moderniin Space Bowling -sivustoon sekä uusien verkkosivujen toteuttaminen.



KUVIO 1. Kehittämistyön menetelmä.

Työmme toteutetaan tutkimuksellisena ja toiminnallisena kehittämistyönä kuvion 1 mukaisesti. Ensiksi käymme läpi teoriassa asiakaskokemusta verkkosivujen suunnittelun näkökulmasta, verkkosivujen eri elementtejä, kuten verkkosivujen visuaalista ilmettä, laadukasta sisältöä sekä navigaatiota sivustolla. Teoriaosuudessa käydään läpi myös verkkosivujen löydettävyyttä hakukoneista, eli teknistä-, sisäistä- ja ulkoista hakukoneoptimointia. Tämän jälkeen arvioimme, miten nämä toteutuivat City Biljardin vanhoilla sivuilla ja benchmarkkaamme eli vertailemme niitä meidän mielestämme hyvin toteutettuun ja moderniin sivustoon. Tämän jälkeen esittelemme mitä valintoja olemme tehneet uudelle sivustolle teorian ja benchmarkkaamisen pohjalta. Työ etenee vetoketju-maisesti eli tietoperusta ja käytännön osuus vuorottelevat läpi työn.

Teoriaosuuden tietoperusta on pääasiassa peräisin asiantuntijablogeista, koska digitaalisuus ja teknologia muuttuu ja kehittyy jatkuvasti ja näistä löytyy ajankohtaisempaa tietoa. Lähteinä käytimme myös digitaaliseen markkinointiviestintään ja verkkosivuihin liittyvää kirjallisuutta, joista löytyy tähänkin päivään relevanttia tietoa. Aiheesta löytyi paljon hyvää tietoa suomenkielisistä lähteistä, joita pyrimme hyödyntämään tässä työssä.

2 ASIAKASLÄHTÖISTEN VERKKOSIVUJEN ELEMENTIT

Verkkosivustolla tarkoitetaan yksityishenkilön tai yrityksen verkkonäkyvyyttä. Se koostuu verkkosivuista, jotka ovat Internet-selaimessa toimivia HTML-muotoisia tekstidokumentteja. Sivustolla on oma verkko-osoite eli URL-osoite, jonka kautta verkkosivustolle päästään, ja joka ohjaa verkkosivuston etusivulle. (Lal 2013, luku 24.)

Verkkosivut ovat usein ensimmäinen asia, jonka asiakas yrityksestä näkee. Etusivu on sivuston tärkein sivu, joten siihen kannattaa erityisesti panostaa. Asiakas muodostaa sen perusteella mielikuvan yrityksestä, sen ammattitaidosta ja kiinnostuksesta myyntiin. Hyvä sivusto herättää huomion, luo tunnetiloja ja kertoo lukijalleen sen mitä hän on tullut sivuilta hakemaan. Jos sivusto ei pysty vastaamaan asiakkaan ongelmaan, sivustolla ei ole arvoa ja se karkottaa lukijan uudelleen hakukoneen luokse etsimään kilpailijoiden sivuja. Sivusto saa yleensä vain yhden mahdollisuuden jokaiselta potentiaaliselta asiakkaalta. Hyvä verkkosivusto koostuu kuitenkin monesta osasta, jossa muutamat osatekijät nousevat hieman toisia korkeammalle. (Eravia 2022a.)

Seuraavissa kappaleissa käymme läpi asiakaskokemusta verkkosivujen suunnittelun perustana, verkkosivujen eri elementtejä, kuten verkkosivujen visuaalista ilmettä, laadukasta sisältöä sekä navigaatiota sivustolla. Mietimme myös, miten ne toteutuivat City Biljardin vanhoilla sivuilla ja vertaamme niitä hieman meidän mielestämme hyvin toteutettuun, moderniin sivustoon. Benchmarkauksen kohteeksi näiden kriteerien perusteella valikoitui Space Bowling Oulun verkkosivut.

2.1 Asiakaskokemus verkkosivujen suunnittelun perustana

Asiakaskokemus on liiketoiminnan näkökulmasta yksi tärkeimmistä onnistumisen tekijöistä. Digitaalisuus on avannut markkinat niin, että ostaminen ja vertailu on nykyään jopa globaalia, joten paikalliset toimijat kilpailevat samoista asiakkaista suurempien toimijoiden kanssa ja asiakkaat vertailevat näitä keskenään. Asian voi nähdä jopa niin, että elämme kokemustaloudessa, jossa kaikki hankinnat tehdään kokemusten ja niiden aiheuttamien tunteiden perusteella. Verkkomaailmassa toimivat yritykset välittävät kokemuksellisuutta erilaisten digitaalisten elementtien, kuten kuvien, videoiden, äänien sekä erilaisten toiminnallisuuksien, avulla. (Blomster ym. 2020, 84.)

Asiakaskokemus muodostuu joka kerta, kun asiakas vierailee verkkopalvelussa. Siihen vaikuttavat monet tekijät, kuten yrityksen ja sen kilpailijoiden viestinnän ja kaikkien aiempien asiointikokemusten muokkaamat odotukset. Asiakas peilaa odotuksiaan yritysten toimintaan ja valitsee ne palveluntarjoajat, jotka pystyvät täyttämään tai parhaassa tapauksessa ylittämään hänen odotuksensa. Asiakkaan on tunnettava olonsa tyytyväiseksi joka kerta, kun hän asioi palvelussa. Tämän vuoksi pelkkä miellyttävään visuaaliseen ulkoasuun perustuva ensikokemus ei riitä, vaan asiakkaiden on myös pystyttävä helposti löytämään etsimänsä sisällöt tai hyödykkeet sivustolta, saamaan niistä tarvitsemaansa lisätietoa ja halutessaan ostamaan ja saamaan ne itselleen juuri heille sopivalla tavalla. (Blomster & Määttä 2021.)

Kun miettii City Biljardin vanhojen sivujen asiakaskokemusta, jo se, että yritys oli miettinyt vanhojen sivujen poistamista käytöstä kokonaan, kertoo aika paljon. Sivut eivät näyttäneet kovinkaan moderneilta eikä niitä ollut päivitetty ajan tasalle aikoihin, joten sieltä löytyi myös jonkin verran vanhentunutta tietoa, mikä ei ole asiakaskokemuksen näkökulmasta kovinkaan hyvä asia. Etusivulla oli myös mielestämme turhan paljon yhtenäistä tekstiä, mikä vaikeutti tärkeimpien tietojen löytämistä. Vanhoilta sivuilta ei myöskään löytynyt ollenkaan pelien hinnastoa, mikä on asiakaskokemuksen näkökulmasta melko olennainen tieto, sillä monet asiakkaat vertailevat juuri sen perusteella eri paikkoja keskenään. Kuvia itse toimipaikasta ei myöskään löytynyt etusivulta löytyneen videon lisäksi, jonka takia asiakkaan oli vaikea saada hyvää ja selkeää mielikuvaa yrityksestä. Yritysassiakkaiden näkökulmasta iso miinus vanhoilla sivuilla oli se, ettei sieltä löytynyt minkäänlaista yhteydenottolomaketta tai edes sähköpostiosoitetta, mihin olisi voinut laittaa esimerkiksi tarjouspyyntöä virkistyspäiviä ajatellen. Vanhoilla sivuilla löytyi kovalinkki yrityksen Facebook-sivuille, mutta Instagram-sivuille, joita yritys myös päivittää melko aktiivisesti, ei ollut minkäänlaista linkkiä. Asiakaskokemuksen kannalta positiivisin asia vanhalla sivustolla oli ehdottomasti sen rakenteen keveys ja nopeus, jonka vuoksi kaikki sivuston osat latautuivat nopeasti.

Space Bowling Oulun verkkosivujen asiakaskokemus on kokonaisuudessaan varsin miellyttävä, ja voisi sanoa, että ne vähintäänkin täyttävät asiakkaan odotukset. Sivujen visuaalinen ulkoasu on moderni ja sivut toimivat juuri niin kuin pitääkin. Sivuilta löytää haluamansa tiedon helposti ja sieltä myös löytyy kaikki tarvittava tieto. Sivuilta löytyy myös paljon kuvia toimipaikasta, minkä myötä asiakas voi saada hyvän mielikuvan siitä, millainen tunnelma siellä on.

Kun lähdimme rakentamaan uusia sivuja, pidimme koko ajan mielessämme vanhojen sivujen kompastuskivet ja pyrimmekin uusilla sivuilla ratkaisemaan kaikki vanhan sivuston ongelmat asiakaskokemuksen näkökulmasta. Tavoitteenamme oli tehdä sivuista nykypäivän standardit täyttävä sivusto, josta löytää haluamansa tiedon helposti. Poistimme etusivulta kaiken turhan tekstin ja päivitimme kaiken tiedon samalla ajan tasalle. Poistimme myös sivuston linkeistä kaiken turhan ja teimme sivuille ajankohtaisen hinnaston. Sovimme myös jo heti ensimmäisessä tapaamisessa yrityksen kanssa, että he hankkivat kuvaajan ottamaan uusia laadukkaita kuvia salista, joita pystyimme sitten hyödyntämään uusia sivuja kuvittaessa. Sovimme silloin myös, että lisäämme sivuille yhteydenottolomakkeen yhteystietosivuille, jota varten he tekivät uuden sähköpostiosoitteen. Lisäsimme sivujen footeriin myös kuvakkeet yrityksen Facebook- ja Instagram-sivuille, jotta jokaiselta sivuston sivulta on mahdollisuus myös siirtyä halutessaan näille sivustoille. Tavoitteenamme oli myös säilyttää vanhan sivuston hyvä latausnopeus. Tavoitteet täyttyivät näiltä osin ja onnistuimme mielestämme korjaamaan kaikki vanhan sivuston ongelmat asiakaskokemuksen näkökulmasta.

2.2 Verkkosivujen visuaalinen ilme

Visuaalisella ilmeellä vaikutetaan siihen, mitä yritys haluaa verkkosivuillaan viestiä. Visuaalinen ilme siis antaa asiakkaalle tietynlaisen mielikuvan yrityksestä ja sen toiminnasta. Valinnat ulkoasuun suhteen pohjautuvat yrityksen ilmeeseen eli graafiseen ohjeistukseen. Mikäli sellaista ei ole laadittu, voidaan ulkoasua miettiä halutun fiiliksen tai tyylin pohjalta. (Rajahalme 2021.)

Paras aika graafisen ohjeistuksen toteuttamiseen ja brändi-ilmeen tuomiseen ajan tasalle on verkkosivuston uudistuksen yhteydessä. Visuaaliseen ilmeeseen kuuluu esimerkiksi fontit, käytettävät värit, logo ja kuvien tyyli. Sivuston visuaalisen ilmeen rakentaminen lähtee kestäväälle pohjalle, kun nämä asiat ovat lähtötilanteessa mietittyinä. (Kukkula 2021.) Tässä osiossa syvennyttäänkin tarkemmin verkkosivujen eri elementteihin, joista koko verkkosivujen visuaalinen ilme muodostuu.

2.2.1 Teema ja lisäosat verkkosivuston pohjana

WordPressissä helpon muokattava osa on sen päälle toteutettava teema eli sivuston ulkoasu (Kataja 2021). WordPressistä löytyy lukuisia erilaisia valmisteemoja, joilla on helppo rakentaa verk-

kosivut. Teema on valmispohja, jolla voidaan muokata sivut halutun näköiseksi. WordPressillä voidaan muokata myös sivun lähdekoodia, jolloin sivuja voidaan räätälöidä enemmän. Teemoja on saatavilla lukuisia ilmaisina sekä maksullisina versioina. (Hosting palvelu 2022a.) Teemalla määritetään sivuston layout, asetellut, värit, fontit sekä yhteiset elementit, kuten yläpalkki eli header ja alapalkki eli footer. Koska WordPressistä löytyy valtava määrä erilaisia teemoja, voi sopivan teeman valitseminen omalle verkkosivustolle olla hankalaa ja aikaa vievää. On kuitenkin olemassa erinomaisia valmisteemoja, jotka käyvät lähes sivustolle kuin sivustolle, joten sellaisella on tietämättömänkin helppo lähteä rakentamaan verkkosivujen ilmettä. (Hyvärinen 2022.)

Myös lisäosilla voidaan lisätä sivuille erilaisia hyödyllisiä ominaisuuksia (Hosting palvelu 2022a). Lisäosia valittaessa kannattaa pohtia, mitkä lisäosat tuovat sivukävijöille ja sivustolle lisäarvoa ja hyötyjä (Hosting palvelu 2022b). Myös lisäosia on saatavilla ilmaisina ja maksullisina versioina, joissa ominaisuudet vaihtelevat. Erilaiset teemat ja lisäosat voivat pahimmillaan aiheuttaa erilaisia vikatiljoja ja hidastaa sivustoja. Siksi on tärkeää pitää kaikki lisäosat, teema ja itse WordPress päivitettyinä ja olla lataamatta ylimääräisiä lisäosia ja liian raskaita tiedostoja sivustolle. (Hosting palvelu 2022a.)

City Biljardin vanhoilla sivuilla oli käytössä Twentythirteen-teema, joka on ollut verkkosivujen perustamisen aikaan vuonna 2013 yhtenä oletusteemana Wordpressissä. Tuohon aikaan se on ollut hyvä ja toimiva teema, mutta ei enää tänä päivänä vastaa täysin verkkosivujen vaatimuksia. Lisäosia käytössä oli muutama. All in One SEO -lisäosa apuna hakukoneoptimointiin, Facebook Members -lisäosa ohjaamassa yrityksen Facebook-sivulle ja Limit Login Attempts -lisäosa vähentämään turhia kirjautumisyrityksiä. Yrityksen verkkosivujen hallintapaneelissa oli käytössä olleiden teeman ja lisäosien lisäksi myös muita ladattuja ja käyttämättömiä teemoja ja lisäosia, joita ei kannata siellä pitää turhaan. Lisäosien ja teemojen päivittäminen ei myöskään ollut käytössä, joten päivittämättömänä ne voivat aiheuttaa tietoturvariskiä. Teeman ja lisäosien osalta benchmarkkausta Space Bowlingin sivuihin emme voineet tehdä, koska niitä ei suoraan voi nähdä sivujen ulkoasun perusteella.

Uusille verkkosivuilla teemaksi valikoitui Astra. Etsimme netistä suosituimpia Wordpress-teemoja yrityskäyttöön, ja siellä Astra tuli vastaan hyvänä ilmaisena valmisteemana. Muitakin hyviä vaihtoehtoja oli, mutta testattuumme Astraa, se oli juuri sopiva ja selkeä teema tähän käyttöön. Vanhoilla sivuilla käytössä olleista lisäosista jätimme uusille sivuille All in One SEO -lisäosan hakukoneoptimointia varten, koska se vaikutti hyvältä hakukoneoptimointi-lisäosalta sekä Limit Login Attempts -

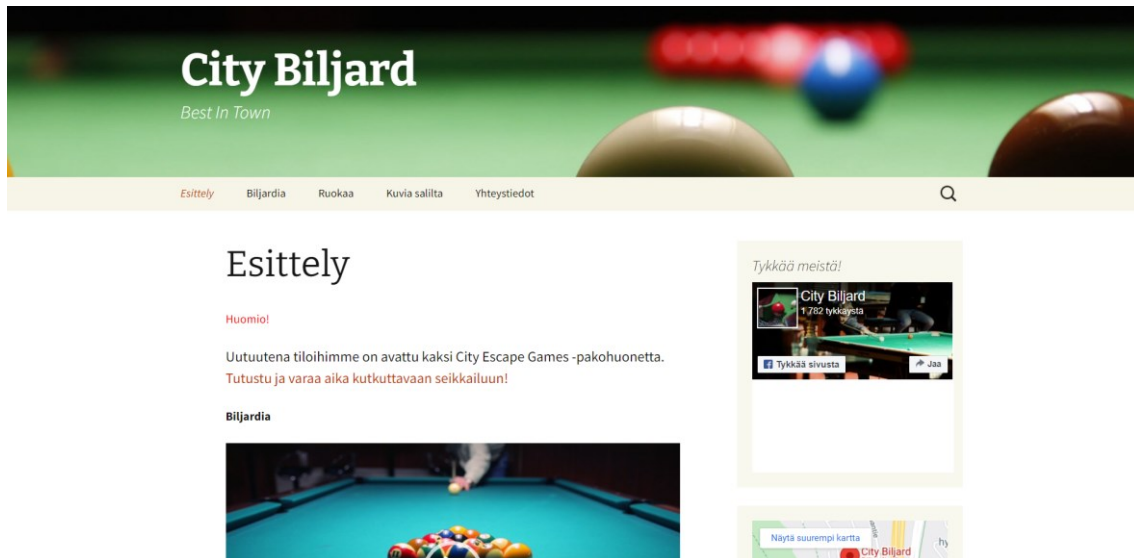
lisäosan, jolla vähennetään turhia sisäänkirjautumisyrityksiä. Uusina lisäosina sivuille latasimme Contact Form 7, jolla saimme sivustolle yhteydenottolomakkeen käyttöön Yhteystiedot-sivulle, sekä WP Super Cache -välimuisti, jolla pienennetään tiedostokokoja ja nopeutetaan sivujen latautumista. Poistimme kokonaan kaikki ylimääräiset teemat ja lisäosat sivujen keventämiseksi. Sivujen julkaisun jälkeen latasimme vielä Redirection-lisäosan, jolla saimme tehtyä linkkien uudelleenohjaukset. Yhteensä verkkosivuille tuli vain 5 lisäosaa, joka on hyvä määrä tämän kokoisille sivuille.

2.2.2 Kuvilla luodaan haluttua tunnelmaa

Kuvien avulla havainnollistetaan palveluja ja tuodaan haluttua tunnelmaa verkkosivustolle. Kuvien tuottaminen on nykyisin helppoa hyvien kännykkäkameroiden ja kuvankäsittelyohjelmien avulla eikä siksi verkkosivujen yksilöllinen kuvittaminen välttämättä vaadi ammattivalokuvaajan palkkaamista. Tarjolla on myös paljon erilaisia ilmaisia kuvapankkeja, mutta tällöin samoja kuvia saattaa löytyä kilpailijoilta ja erottautuminen niistä voi olla vaikeampaa. (Rajahalme 2021.)

Valokuvilla ja videoilla voidaan parantaa käyttäjän visuaalista kokemusta sivustolla, sillä hyvälaatuiset kuvat ja videot tekevät sivuista vakuuttavammat. Isot kuvat hidastavat verkkosivuja, kun taas pienet kuvat latautuvat nopeasti, mutta ovat tylsiä ja yleensä huonolaatuisiakin. Nykyaikaisilla verkkosivuilla käytetään isoja kuvia, joten kuvat kannattaa käsitellä aina sopivan kokoisiksi ja valita niille oikea tiedostomuoto pienen tiedostokoon aikaansaamiseksi. (Eravia 2022a.)

Myös erilaisilla ikoneilla voidaan kuvittaa verkkosivujen ilmettä. Niiden avulla saadaan verkkosivuista helpommin ymmärrettävät ja autetaan kävijää löytämään tarvittavia tietoja. Yleensä ikoni kertoo, mitä tuleva teksti sisältää jo ennen kuin kävijä on edes lukenut tekstiä. Näin saadaan sisälöstä mielenkiintoisempi, kun ikonit ovat sijoitettu sopiviin paikkoihin. Ikoneja käyttäessä kannattaa kuitenkin miettiä tarkkaan, että ikoni kuvastaa sisältöön sopivaa asiaa eikä johda harhaan. (Korpinen 2019.)



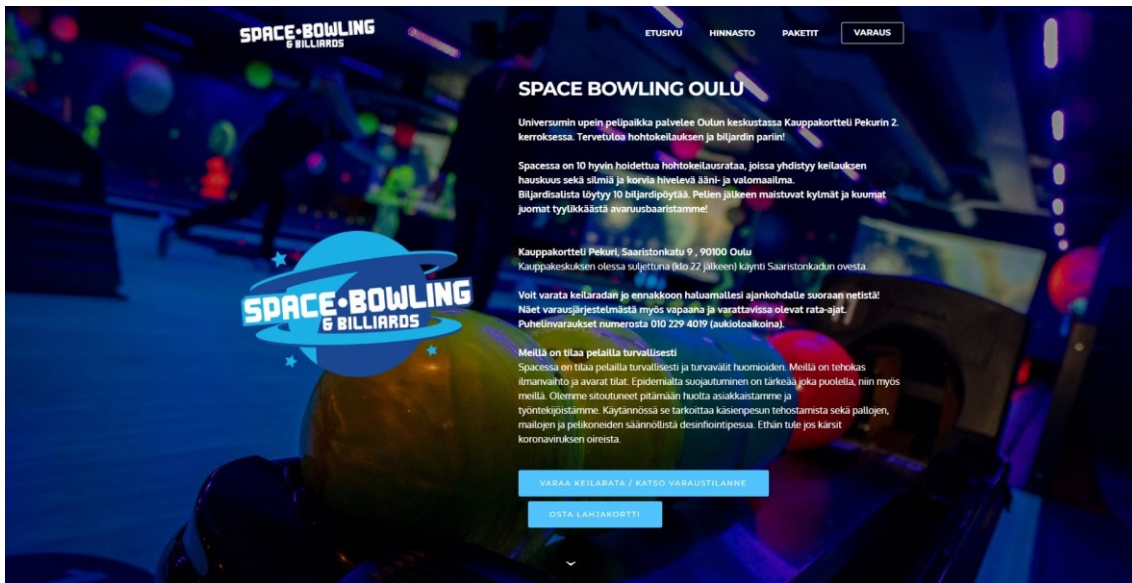
KUVIO 2. Etusivun näkymä (City Biljard 2022).

Vanhojen sivujen etusivulla (kuvio 2) oli headerissä kuva snookerpöydästä, joka näkyy navigaation jokaisella sivulla samanlaisena. Tämän lisäksi siellä oli lyhyt esittelyvideo, kuvalinkki yrityksen Facebook sivuille sekä kuvalinkki yrityksen sijainnista Google Mapsiin.



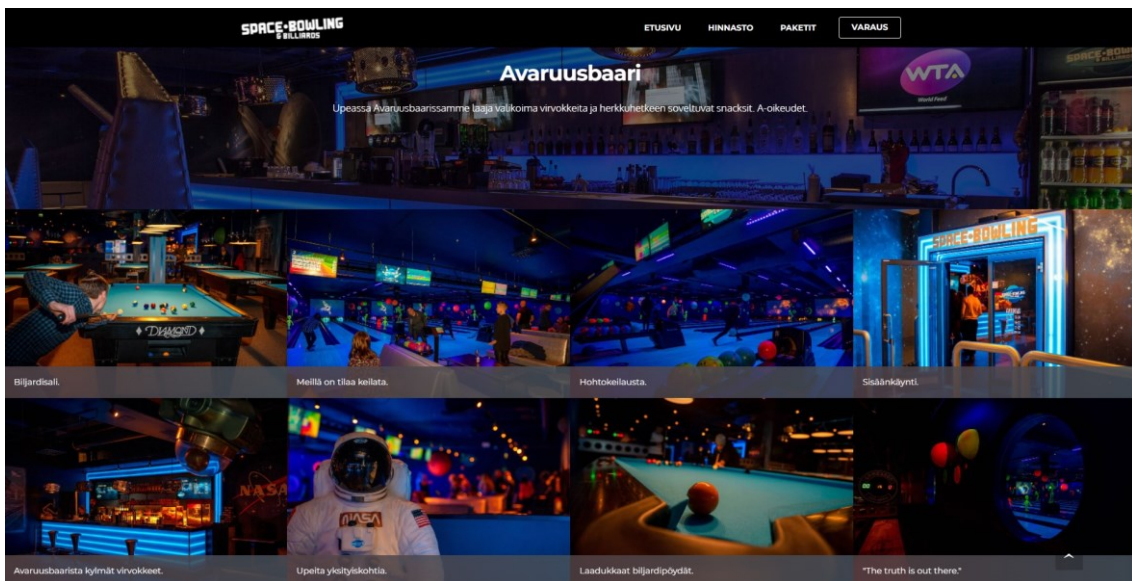
KUVIO 3. Kuvia salilta -sivu (City Biljard 2022).

Näiden lisäksi sieltä löytyi ”Kuvia salilta” -sivu, josta ei kuitenkaan kuvia enää löytynyt (kuvio 3). ”Ruokaa” -sivulta löytyi pari kuvaa salilla tarjoiltavasta menusta. Vanhoilla sivuilla kuvia oli käytetty siis hyvin rajallisesti ja kuvia itse salista ei käytännössä löytynyt luomaan toimipaikan tarjoamaa tunnelmaa. Ainoa asia sivuilla, mikä antoi edes jonkinlaisen kuvan salin toiminnasta ja tunnelmasta, oli etusivuilla ollut lyhyt esittelyvideo, mutta videolla mainitut pelipöytien lukumäärät sekä hinnat eivät olleet enää ajan tasalla.



KUVIO 4. Space Bowling Oulun etusivu (Space Bowling 2022).

Space Bowling Oulun etusivun taustana toimii iso kuva kyseisen toimipaikan keilaradoilta (kuvio 4). Kuva antaa heti osviittaa siitä, mitä palveluita yritys tarjoaa sekä minkälainen tunnelma toimipaikassa on.



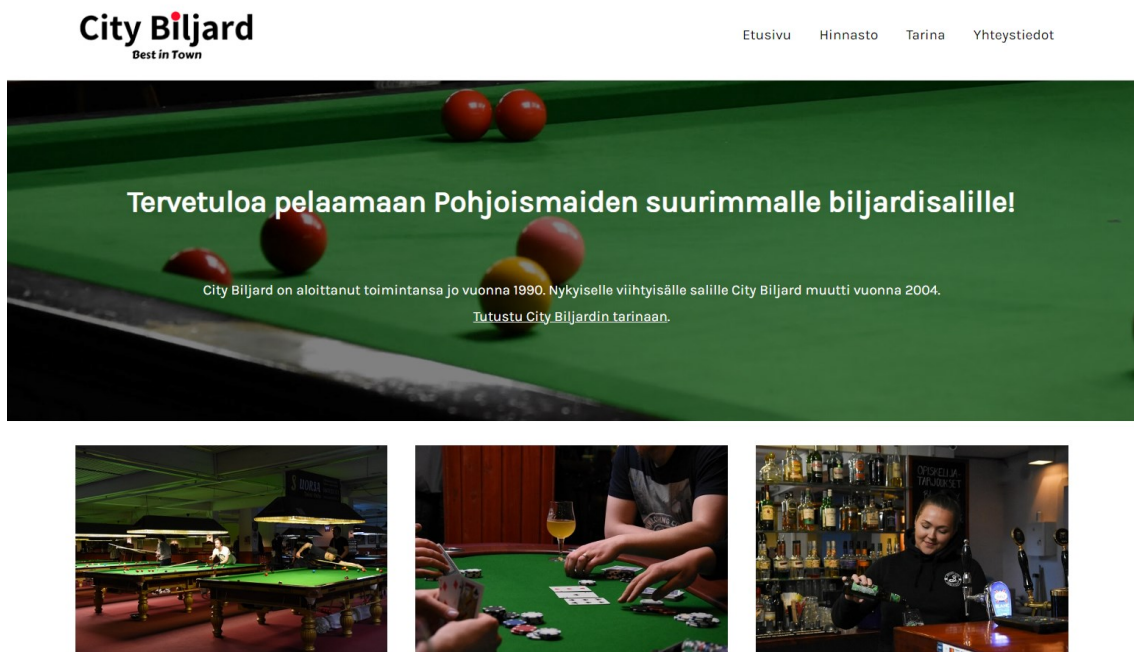
KUVIO 5. Kuvia Space Bowling Oulusta sivuston etusivulla (Space Bowling 2022).

Etusivua skrollatessa alaspäin tulee näkyviin myös lisää kuvia kyseisestä toimipaikasta, jotka antavat selkeämmän kuvan toimipaikan palveluista ja tunnelmasta (kuvio 5). Jokaisesta palvelusta on erikseen myös otettu kuvat, joiden alle on tekstin avulla kerrottu hieman tarkemmin kyseisestä palvelusta.



KUVIO 6. Space Bowling Oulun etusivun kuvakkeet (Space Bowling 2022).

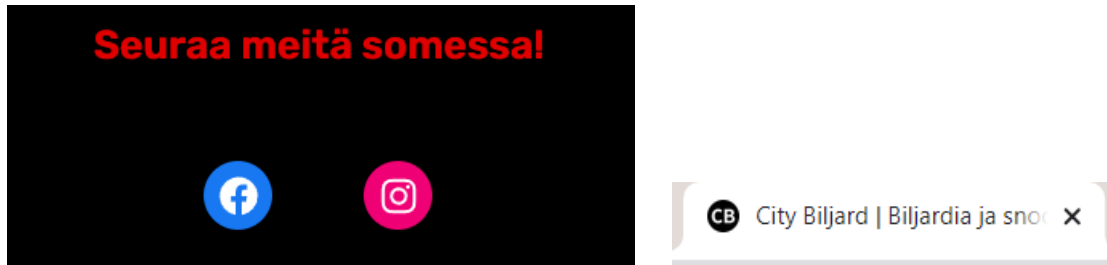
Kuviossa 6 näkyy sivulta löytyvät kuvakkeet, jotka toimivat linkkeinä yrityksen Facebook-, YouTube- sekä Instagram-sivuille. City Biljardin sivuilta ei tällaisia kuvakkeita löytynyt, vaikka hekin löytyvät kyseisiltä sivustoilta. Vanhoilta sivuilta löytyi ainoastaan jo aiemmin mainittu kuvalinkki yrityksen Facebook-sivuille.



KUVIO 7. Uusien sivujen Etusivu-näkymä sivuille tullessa.

Uusille sivuille halusimme enemmän kuvia tuomaan haluttua fiilistä yrityksestä (kuvio 7). Yritys hankki tätä varten uusia kuvia, joihin saimme vaikuttaa antamalla muutaman idean. Halusimme kuviin ihmisiä, koska ihmiset saavat kuviin tunnelmaa ja mukavan tekemisen fiilisen yrityksestä.

Toivoimme myös kuvia eri peleistä mitä yritys tarjoaa. Niillä kuvilla saimme kuvitettua hyvin yrityksen tarjontaa. Kuvista tuli hyvin yrityksen näköiset ja ne antavat saman fiiliksen kuin mitä yrityksen tilat todellisuudessa ovat.



KUVIO 8. Uusilla sivuilla käytetyt kuvakkeet.

Kuvakkeina uusilla sivuilla on käytetty ainoastaan some-kuvakkeita (kuvio 8), jotka ohjaavat yrityksen somekanaviin. Teimme myös City Biljardin verkkosivuille oman kuvakkeen, jonka tarkoituksena on muistuttaa 8 palloa niin väritykseltään kuin muodoltaankin. Sen tarkoituksena on myös mukailla ja olla yhteneväinen yrityksen logon kanssa – C- ja B-kirjaimet ovatkin kopioitu suoraan yrityksen logosta.

2.2.3 Typografia

Typografialla tarkoitetaan tekstin ulkonäköä, joka koostuu kirjaisintyypistä, kirjainkoosta ja tekstin väristä. Typografia voi tuntua mitättömältä asialta, mutta sillä vaikutetaan myös mielikuvaan kuten kuvillakin. Fontiksi kannattaa valita sellainen, joka luo haluttua mielikuvaa ja on miellyttävä lukea. Fontin koko mukautetaan kohdeyleisöön sopivaksi, esimerkiksi vanhemmalle kohdeyleisölle kannattaa valita suurempi fontti. Käyttämällä valkoisella pohjalla mustaa tekstiä saadaan paras lukemiskokemus. Se ei kuitenkaan ole välttämätöntä, mutta suositeltavaa on käyttää vaalealla pohjalla tummaa selkeästi erottuvaa tekstin väriä. (Eravia 2022a.)



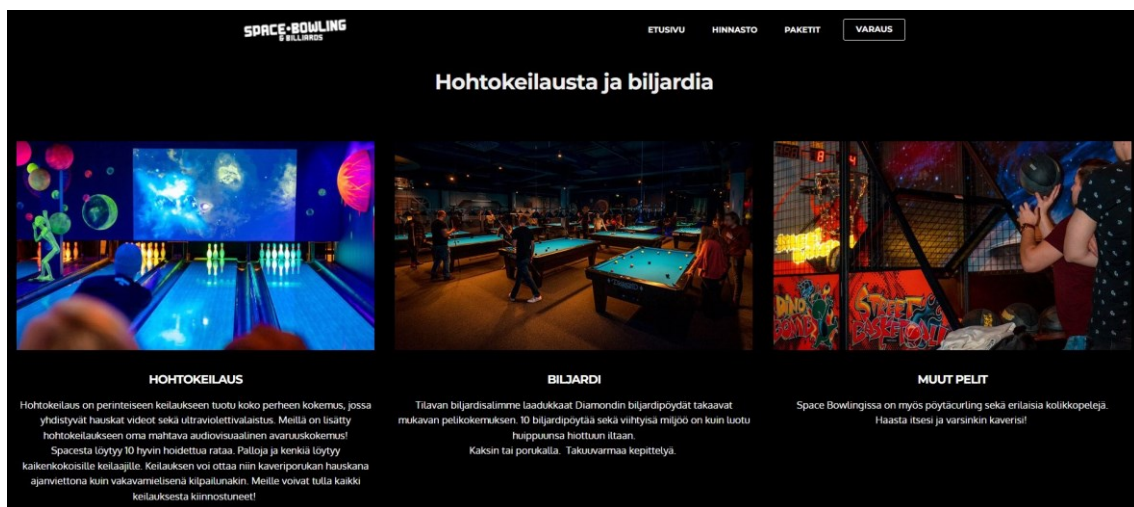
Biljardia

City Biljard on viihtyisä biljardisali Oulun keskustan läheisyydessä, Kajaanintie 36:ssa. Salilla löytyy tällä hetkellä yhteensä 28 pöytää: 14 täysimittaista snookerpöytää, 12 poolpöytää ja 2 kaisapöytää.



KUVIO 9. City Biljardin typografia (City Biljard 2022).

City Biljardin vanhojen sivujen typografia oli pääosin tavanomaista mustaa tekstiä valkoisella pohjalla, hyvin selkeää (kuvio 9). Teksti oli suhteellisen pientä varsinkin tietokoneella selatessa - tyhjää tilaa jäi ympärille paljon. Otsikot olivat kuitenkin selkeästi eroteltu muusta tekstistä.



KUVIO 10. Space Bowling Oulun typografia (Space Bowling 2022).

Space Bowling Oulun typografia on taas päinvastoin pääosin valkoista tekstiä mustalla pohjalla, mikä on yhtä selkeää, mutta sen harvinaisuuden takia se erottuu selkeästi muista samankaltaisten yritysten verkkosivuista (kuvio 10). Sivuston fontit ovat miellyttävät ja yhteensopivat sivuston jokaisella sivulla. Tekstiä ja kuvia on myös sijoitettu hyvin, ettei ympärille jää paljoa tyhjää tilaa.

salaiseen mökkiin, kauas kaikesta. Backstage huoneessamme pääsette kokemaan aitoa bakkäritunnelmaa ja pelaamaan aikaa vastaan, selvittääksenne Dööti Pois yhtyeen suurimman tähden mystistä katoamista juuri ennen vuoden suurinta keikkaa. Molemmat huoneet tarjoavat haastetta ja ovat pulmiltaan toisistaan hyvin erilasia. Huoneita voi tulla pelaamaan, vaikka peli olisi ensimmäinen. Pieni varoituksen sana kuitenkin – kouruttumisen riski on suuri!

Varee pelisi täältä!



City Biljard Best in Town	Yhteystiedot	Aukioloajat	Seuraa meitä somessal
Biljardia ja snookeria Oulussa jo vuodesta 1990.	City Biljard Oy Ylioppilaantie 4 C, 90130 Oulu p. 08 3117737 info@citybiljard.fi	Ma-Ti 14-22 Ke-To 12-24 Pe 14-02 La 12-02 Su 12-22	 

KUVIO 11. Uusien sivujen typografia.

City Biljardin uusille sivuille pyrimme valitsemaan selkeän, helposti luettavan ja mahdollisimman lähelle logon fonttia muistuttavan typografian (kuvio 11). Otsikoissa on käytetty fonttina Rubikia ja leipätekstissä Karlaa. Nämä sopivat mainiosti City Biljardin logon kanssa yhteen ja siten mukailevat yrityksen brändi-ilmettä. Tekstin väriksi valitsimme taustasta erottuvat värit – sivujen tekstisisällössä on käytetty mustaa tekstiä valkoisella pohjalla ja footerissa valkoista tekstiä mustalla pohjalla. Sivun otsikoihin valitsimme eri värit huomioväreiksi. Sivujen otsikoissa on käytetty vihreää tekstin väriä ja footerin otsikoissa punaista.

2.2.4 Väreillä on väliä mielikuvien luomisessa

Värien käyttö on välttämätöntä verkkosivuilla. Niillä luodaan mielikuvia, jonka vuoksi kannattaa perehtyä värien erilaisiin merkityksiin ja symboleihin. Huolimattomalla värien käytöllä voidaan aiheuttaa ei-toivottuja mielikuvia. Jokaisella värillä on tietynlainen viesti ja värien käyttöä kannattaa miettiä tarkkaan, jotta luodaan oikeanlainen viesti. (Eravia 2022a.) Esimerkiksi punainen tuo mieleen rakkauden ja voiman, keltainen ilon ja auringon, vihreä luonnon ja tuoreuden, valkoinen puhtauden ja yksinkertaisuuden (Markkinointitoimisto Keko 2022).

Värejä valitessa on tärkeää pitäytyä väripaletin sävyissä, ja valita yritysilmelle ominaisimmat värit. Yleensä väripaletti sisältää kaksi tai kolme pääväriä, jotka sointuvat yhteen ja tuovat haluttua mielikuvaa. (Eravia 2022a.)

City Biljardin vanhojen sivujen värimaailma oli hyvin neutraali eikä yrityksen brändivärit näkyneet selkeästi siellä. Headerissä oleva snookerpöydän kuva toi sivuille vihreää väriä, muuten teema oli pääosin vaalea beige ja valkoinen. Space Bowlingin värimaailma on puolestaan varsin tumma, teema on väreiltään pääosin sininen ja musta, ja teksti valkoista. Jos molempien teemojen värimaailman valintaa pohtii tarkemmin, niissä on onnistuttu siinä mielessä hyvin, että molemmat kuvastavat jossain määrin sitä tunnelmaa mitä voi kyseisissä toimipaikoissakin kokea. City Biljard on sisustukseltaan ja valaistukseltaan varsin neutraali ja tunnelmallinen, kun taas Space Bowling on kokonaisuudessaan paljon värikkäämpi ja tummanpuhuva.



KUVIO 12. Uusien verkkosivujen päävärit ja niiden värikoodit.

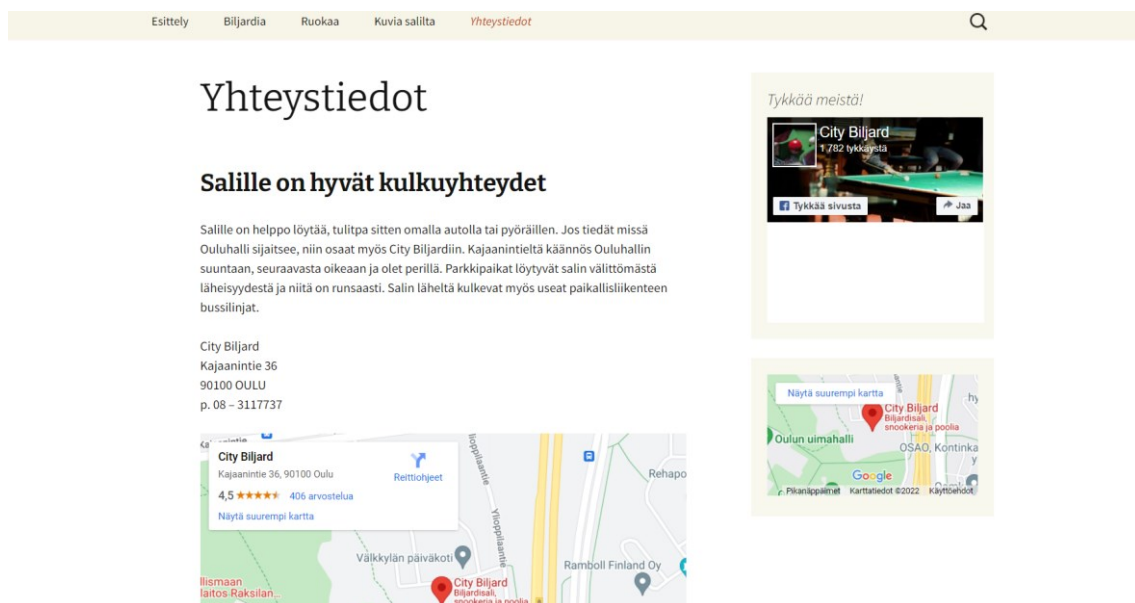
Uusien verkkosivujen pääväreiksi valitsimme yrityksen käytössä olevat brändivärit eli kirkkaan punainen, musta ja valkoinen, jotka näkyvät jo logossakin (kuvio 12). Mustaa ja valkoista käytimme suurimmaksi osaksi verkkosivuilla. Punaista väriä käytimme huomiovärinä pienissä yksityiskohdissa, kuten footerin otsikoissa ja painikkeissa. Näiden lisäksi yhdeksi pääväriksi valitsimme veran värisen vihreän, joka mukailee snookerpöydän kankaan vihreää. Vihreä väri valikoitui otsikoihin ja toistuu myös vahvasti kuvissa. Käytimme värinä myös pastellinvihreää esimerkiksi asiakaskokemus-kommenttien taustavärinä, koska päävärit olivat liian radikaaleja siihen tarkoitukseen. Pastellinvihreä sopi sävyltään kuitenkin mainiosti muiden käytettyjen värien kanssa yhteen.

2.3 Laadukas sisältö

Laadukas sisältö on ehdottomasti tärkein hyvän verkkosivun kriteereistä. Vierailija saapuu sivuille aina etsimään vastausta ongelmaansa ja sivuston ydintarkoitus onkin tarjota sisällön avulla ratkaisua tähän ongelmaan. Laadukas sisältö esittelee palvelut sekä tuotteet selkeästi, mutta tarjoaa myös yksityiskohtaisempia tietoja niille, joille perustiedot eivät riitä. Sisällön suunnittelussa kannattaa hyödyntää multimediaa, sillä kuvat ja videot kertovat tuotteista ja palveluista paremmin kuin

pitkät tuoteselosteet. Sisällön luomisessa kannattaa kiinnittää huomiota myös houkutteleviin otsikoihin, sillä ne saavat lukijaa siirtymään yhä syvemmälle tekstiin. Tekstissä voi myös harkiten käyttää avainsanoja. Tämä on osa hakukoneoptimointia, jonka avulla potentiaaliset asiakkaat löytävät yrityksesi hakukoneista. Parhaiten vastauksen hyvään sisältöön saa asettumalla itse asiakkaan asemaan. (Eravia 2022a.)

Laadukas sisältö suunnitellaan asiakkaan tarpeista lähtöisin. Se tavoittaa yleisönsä ja he kokevat hyötyvänsä siitä jotenkin. Se luo arvoa sisällön kohderyhmälle joko neuvojen, opastuksen, viihdyttämisen tai inspiroimisen kautta. Se myös tukee yritystä liiketoiminnallisten tavoitteiden saavuttamisessa. Laadukkaan sisällön avulla pystyy myös erottumaan kilpailijoista ja täten saamaan asiakkaat valitsemaan oman yrityksen kilpailijoiden edeltä. (Rummukainen, Hakola & Hiila 2019, luku 2.)



KUVIO 13. Yhteystiedot-sivu (City Biljard 2022).

City Biljardin vanhoilla sivuilla sisältö oli siinä mielessä laadukasta, että sieltä löysi paljon tietoa yrityksestä ja sen palvelutarjonnasta jo heti etusivulta. Sivuston jokaiselta sivulta löytyi myös linkit yrityksen sijaintiin Google Mapsissa sekä yrityksen Facebook-sivulle, jonne päivitetään ajankohtaisia tietoja yritykseen liittyen. Ongelma vanhoilla sivuilla tuli kuitenkin siinä vastaan, että kaikki sisältö ei ollut enää ajan tasalla eikä esimerkiksi "Kuvia salilta"-sivulla ollut enää ainuttakaan kuvaa. Sivuilta ei löytynyt pelitarjonnan hinnastoa, mutta ruokatarjoilujen hinnat löytyivät menusta, joka sekin oli vanhentunut. Yhteystiedoista ei löytynyt ollenkaan yrityksen sähköpostiosoitetta tai yhteydenottolomaketta (kuvio 13), mihin esimerkiksi virkistyspäiviä suunnittelevat yritykset voisivat laittaa tarjouspyyntöä.

Space Bowling Oulun sisältö on mielestämme hyvin toteutettu, kuten kuvioista 4, 5 ja 10 voi huomata. Heti etusivulta löytyy paljon tietoa ja kuvia palveluista sekä toimipaikasta. Varaukscalenteri sekä tarvittavat yhteystiedot ovat myös heti saatavilla etusivun avatessa. Kuvat ovat myös laadukkaita sekä hyvin optimoituja, ja kuvastavat hyvin haluttua tekstisisältöä.

Kun lähdimme suunnittelemaan uusien sivujen sisältöä, tavoitteenamme oli poistaa etusivulta kaikki ylimääräinen tieto pois ja mainita asiakkaan näkökulmasta kaikki oleelliset tiedot. Tavoitteenamme oli myös pitää sivujen linkkien määrä mahdollisimman pienenä, jotta sivustolla liikkuminen olisi mahdollisimman helppoa ja etsimänsä tiedon löytäisi mahdollisimman vähillä klikkauksilla. Tällä hetkellä sivustolla onkin vain 4 eri sivua, jotka ovat etusivu, hinnasto, tarina ja yhteystiedot.

Uudella etusivulla kerromme lyhyesti kaikesta tarjonnasta, mitä toimipaikasta löytyy kuvien kera (kuvio 7) ja lisäsimme kuvakkeita ja painikkeita tiettyihin kohtiin, joista asiakas pääsee halutessaan helposti siirtymään hinnastoon, yhteydenottolomakkeelle tai yrityksen somekanaviin. Näiden lisäksi etusivulta löytyy asiakkaiden antamia Facebook- ja Google-arvosteluja. Tämä idea säilytettiin vanhoilta sivuilta, mutta päivitimme niihin ajankohtaisempia ja toisistaan erottuvia arvosteluja. Vanhoilta sivuilta säilytimme myös tekstin ja kuvat, jossa esitellään City Escape Gamesin kaksi pakuonetta, jotka toimivat toimipaikan yhteydessä.

Pelien hinnasto

<p>BILJARDI (pool, snooker, kaisa)</p> <p>Tuntimaksu 12€</p> <p>Päiväpeli 18€ (aikaa pelata aukaisemisesta klo 18 asti)</p> <p>Iltapeli SU-TO 24€ PE-LA 28€</p> <hr/> <p>Opiskelijä-alennus näistä hinnoista -20% (ei voimassa pe-la)</p>	<p>DARTS</p> <p>Kertamaksu 2€ Saa pelata niin kauan kuin haluaa!</p> <hr/> <p>LAUTAPELIT, KORTTIPELIT, PETANQUE, POKERI</p> <p>Ilmaista ajanvietettä!</p>
---	--

KUVIO 14. Uusien sivujen Hinnasto-sivu.

Hinnasto-sivulle rakensimme ajankohtaisen pelien hinnaston sekä lisäsimme päivitetyn ruokalistan (kuvio 14). Tarina-sivulle lisäsimme kuvan yrityksen yhdestä perustajajäsenestä, Jouko Laitisesta, joka toimii yrityksen nykyisenä omistajana. Kuvan yhteyteen lisäsimme hänen kertoman City Biljardin tarinan. Sivun tarkoituksena on lisätä tietoutta City Biljardin historiasta, koska yritys on ollut toiminnassa jo kymmeniä vuosia. Se lisää myös asiakkaisissa luottamusta yritykseen. Yhteystiedot-sivulta (kuvio 40) löytyy toimipaikan yhteystiedot Google Maps -kuvalinkin kera. Karttakuvan viereen on myös lyhyesti kerrottu, kuinka helposti salille voi löytää ja kulkea, sillä esimerkiksi ihan salin edestä löytyy paljon ilmaisia parkkipaikkoja. Tälle sivulle lisäsimme myös vanhoilta sivuilta kokonaan puuttuneen sähköpostiosoitteen sekä yhteydenottolomakkeen, jotta yritysasiakkaille ja kaveriporukoille on helppo väylä laittaa tarjouspyyntöä virkistyspäiviä ajatellen. Muuten Yhteystiedot-sivu pysyi sisällöltään samanlaisena pieniä muokkauksia lukuun ottamatta.

Uuden sivuston rakenne on paljon yksinkertaisempi ja nyt sieltä löytää kaiken oleellisen tiedon helposti ja nopeasti. Onnistuimme mielestämme hyvin poistamaan asiakkaan näkökulmasta kaiken turhan tiedon ja turhat linkit, ja puolestaan lisäämään oleellista tietoa, kuten hinnaston, sähköpostiosoitteen ja yhteydenottolomakkeen, joita ei vanhoilta sivuilta löytynyt.

2.4 Navigaatio sivustolla

Sivuston sisältämien aiheiden helppoa löydettävyyttä ja loogista järjestystä edesautetaan navigoinnilla (Eravia 2022b). Navigaatiolla tarkoitetaan sivuston sivujen linkkejä eli sivuston menuja. Niitä voi olla useampia eli esimerkiksi päämenu, kakkosmenu sekä sivuston alaosan menu eli niin sanottu footer menu. (Salokangas 2022.) Navigaatio kannattaa pitää mahdollisimman selkeänä ja yksinkertaisena, jotta käyttäjä löytäisi mahdollisimman helposti tarvitsemansa tiedon. Mitä enemmän ajatustyötä käyttäjä joutuu tekemään haluamansa tiedon löytämiseen, sitä korkeammaksi ”kitka” ja sivuiltapoistumisprosentti kasvaa. Tämän takia navigointi ja käyttäjän ohjaaminen sivustolla onkin kriittinen osa käyttökokemusta. (Olander 2022.)

Navigointia voidaan helpottaa myös murupolulla, joka yleensä näkyy sivun yläosassa. Se sisältää linkkejä siihen sisältöön, jota kävijä parhaillaan selaa. (Digimarkkinointi 2022.) Se on pätkä tekstiä, joka kertoo kävijälle sen hetkisestä sijainnista sivuston hierarkiassa. Sen avulla voidaan liikkua helposti takaisin ylemmille sivuille. Esimerkki murupolusta: Etusivu > Vaatteet > Takit > Farkkutakit. Murupolku helpottaa etenkin mobiilikäyttäjiä, sillä sen saa mahtumaan sivun yläosaan. Mobiililla se

on ainoa tapa näyttää käyttäjälle nykyinen sijainti. Päävalikko ei mahdu mobiiliin näkyville, joten murupolulla on suuri merkitys mobiilikäytön kannalta. (Karhu Helsinki 2021.)



KUVIO 15. City Biljardin vanhan sivuston navigaatio (City Biljard 2022).

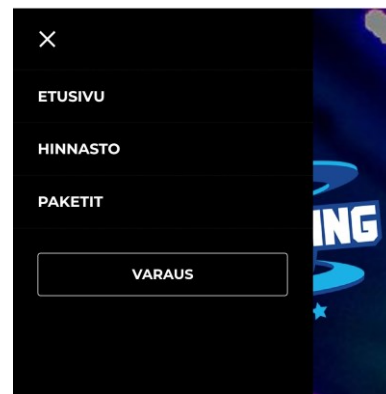
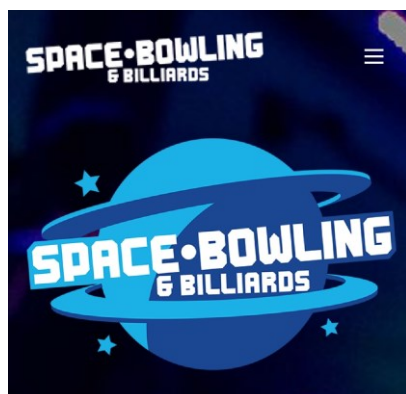


KUVIO 16. City Biljardin vanhan sivuston navigaatio mobiilissa (City Biljard 2022).

City Biljardin vanhan sivuston navigaatio oli selkeä ja yksinkertainen ja siitä löytyi kaikki sivuston sisältämät sivut (kuvio 15). Mobiilisivuilla navigaatio oli hieman erilainen (kuvio 16). Siinä ei ollut kaikki navigaation sivut heti klikattavana, vaan siinä avattiin erillinen valikko, josta nuo samat sivut sai esille ja piiloon halutessaan. Mobiilinäkymässä valikko oli Valikko-niminen, kun taas nykypäivänä se usein on modernimpi hampurilaista muistuttava kuvake, kuten Space Bowlingilla kuviossa 18. Navigaatioissa oli myös hakukenttä eli kuvioissa 15 & 16 näkyvä suurennuslasi, joka oli mielestämme tällaisella sivustolla hieman turha, kun tietoa oli vähän.



KUVIO 17. Space Bowling Oulun navigaatio (Space Bowling 2022).



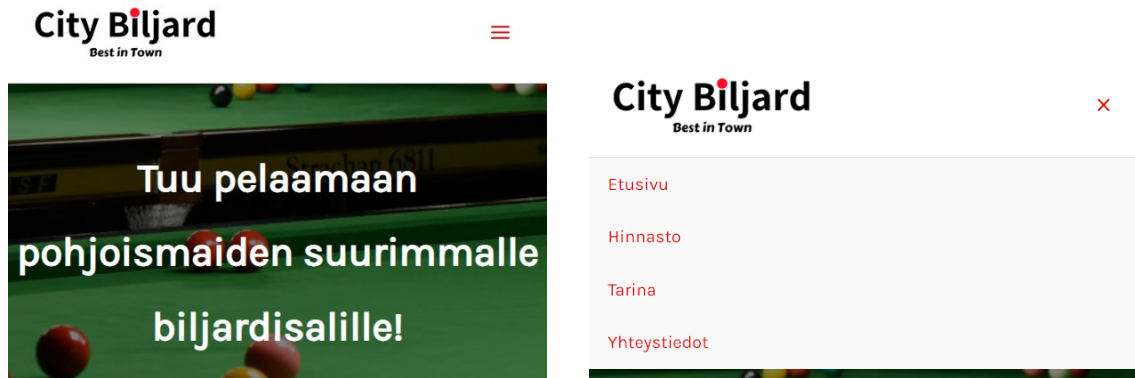
KUVIO 18. Space Bowling Oulun mobiilisivun navigaatio (Space Bowling 2022).

Space Bowling Oulun navigaatio on vieläkin yksinkertaisempi, mutta siitä löytyy kaikki tarpeellinen (kuvio 17). Sivuilta löytää tämän avulla tarvitsemansa tiedon nopeasti ja helposti. Kuten City Biljardin vanhoilla sivuilla, myös Space Bowling Oulun mobiilisivuilla navigaatio eroaa niin, että siinä navigaatio toimii valikon kautta, jonka saa halutessaan auki ja piiloon (kuvio 18). Kummallakaan näistä sivuista ei ole käytetty murupolkuja, eikä niitä tarvitakaan näin pienillä sivustoilla, joissa navigointi on helppoa ilman sitäkin.

City Biljard
Best in Town

[Etusivu](#) [Hinnasto](#) [Tarina](#) [Yhteystiedot](#)

KUVIO 19. Uusien sivujen navigaatio.



KUVIO 20. Uusien sivujen mobiilisivun navigaatio.

Uusille sivuille navigaatio toteutettiin siten, että se veisi logon kanssa vähemmän tilaa kuin mitä vanhoilla sivuilla oli (kuvio 19). Näin navigaatio näyttää selkeältä ja vie vähemmän tilaa myös mobiilinäkymässä (kuvio 20). Valikko löytyy sekä mobiilissa että tietokoneella oikeasta yläreunasta. Uusille sivuille tuli vain muutama sivu, joten kaikki sivut löytyvät valikosta. Murupolkua ei myöskään uusille sivuille tullut, koska sivuja on vähän ja niiden välillä on helppo navigoida valikon kautta. Etusivulle pääsee helposti painamalla City Biljardin logoa ja yhteystiedotkin löytyvät kätevästi footerista. Etusivulta pääsee myös helposti Hinnasto-, Tarina- ja Yhteystiedot-sivuille, joten navigointi toimii hyvin ilman murupolkua. Muita valikoita ei uusille sivuille tullut.

3 VERKKOSIVUJEN LÖYDETTÄVYYS HAKUKONEISTA

Liiketoiminta siirtyy koko ajan enemmän verkkoon, ja asiakkaat hakevat sujuvasti tietoa esimerkiksi Googlen hakukoneesta, josta hakeminen yleensä aloitetaan. Hakukoneesta löytyminen on tehokas tapa saada myyntiä ja sivuston kävijöiksi potentiaalisia asiakkaita. (Eravia 2022b.) Verkkosivujen löydettävyydessä tärkeimmässä roolissa on hakukoneoptimointi (SEO). Sen avulla parannetaan verkkosivuston sisältöä, löydettävyyttä ja sosiaalisia kanavia, jotta sivusto löytyy orgaanisella haulla paremmin hakukoneesta. (Komulainen 2018, luku 4.4.) On tärkeää optimoida verkkosivut hakukoneisiin, kun halutaan ihmisten löytävän verkkosivustolle. Jo verkkosivujen suunnitteluvaiheessa voidaan tehdä hakukoneoptimointia, jonka avulla parannetaan hakukonesijoitusta. (Lal 2013, luku 56.) Optimoinnin tarkoituksena on tehdä verkkosivustolle toimenpiteitä, jotta hakukoneet löytävät sivuston ja ymmärtävät sen sisällön. Onnistunut hakukoneoptimointi vaikuttaa merkittävästi sivuston kävijämäärään ja samalla mahdollistaa potentiaalisten asiakkaiden tavoittamisen entistä paremmin. (Eravia 2022b.) Hakukoneoptimoinnilla ei kuitenkaan saada aikaan tuloksia nopeasti, mutta se luo edellytykset menestymiseen pitkällä aikavälillä (Komulainen 2018, luku 4.4).

Googlen hakukone käyttää algoritmeja eli monimutkaisia matemaattisia kaavioita. Jokaiselle verkkosivulle algoritmit laskevat pistemäärän, jonka perusteella hakukone näyttää haun tehneelle parhaat hakutulokset. Pääasiat, joista algoritmit laskevat pisteitä, ovat sivuston laatu, luotettavuus ja auktoriteetti. Hakukonesijoituksiin voidaan vaikuttaa nostamalla edellä mainittujen asioiden pistemääriä. (Eravia 2022b.)

3.1 Tekninen hakukoneoptimointi

Tekninen hakukoneoptimointi liittyy vahvasti käyttökokemukseen ja siihen, että sivustosta tehdään hakukoneystävällinen. Sivuston nopeus on yksi tärkeimmistä hakukoneoptimoinnin tekijöistä, koska sillä vaikutetaan käyttäjäkokemukseen, jota Google haluaa kehittää koko ajan. Toinen tärkeä tekijä on mobiiliystävällisyys, koska suurin osa vierailijoista käyttää mobiililaitetta sivustolla vieraillessaan. Mobiiliystävällisyyttä ja sivuston nopeutta voidaan mitata ja parantaa Googlen tarjoamilla työkaluilla. (Blomster ym. 2020.) Verkkosivujen nopeutta ja toimivuutta voidaan testata esimerkiksi PageSpeed Insight -työkalulla osoitteessa <https://pagespeed.web.dev/>. Kyseinen testi antaa tietoa pisteyttämällä sivuston tehokkuutta sekä mobiilissa että tietokoneella. Moderneilla sivustoilla on

tällä testillä vaikea saada mobiilissa yli 50 pistettä sadasta, koska mobiilitesti emuloi vanhaa puhelinta ja hidasta 2G-yhteyttä, jolla saadaan huonoin skenaario mobiiliyhteyden tilanteesta aikaan. Myös tietokoneella on nykypäivänä lähes mahdotonta saavuttaa 100/100 tulosta, koska verkkosivujen vaatimukset ovat kasvaneet. (Laukkarinen 2020.)

3.1.1 Sivuston latausnopeus

Tulosten kannalta sivuston latausnopeudella on suuri merkitys. Nopeilla verkkosivuilla vaikutetaan sivuston käyttökokemukseen, jonka kautta sivuston konversioon ja hakukonesijoituksiin. Nopeuteen vaikuttaa useat eri tekijät. Näitä ovat muun muassa sivuston käyttämä palvelin, tekninen toteutus ja optimointi sekä erilaiset liitännäiset ja mediatiedostot. (Kataja 2020.)

Kotisivujen nopeus on jo pitkään ollut yksi kriittisistä mittareista siihen, jääkö kävijä sivuille vai ei. Jos sivusto ei lataudu tarpeeksi nopeasti, kävijät poistuvat verkkosivuilta hyvin nopeasti etsimään muita vaihtoehtoja. Sivuston nopeuteen vaikuttavat erityisesti suuret ja raskaat kuvat sekä sivuston koko ja monimutkaiset lisäosat. Kuten muukin sivuston sisältö, myös kuvat ja videot tulee optimoida nopeammin latautuviksi. Sivuston nopeus vaikuttaa sekä käyttökokemukseen, että kotisivujen löydettävyyteen. (Hosting palvelu 2022b.) Hakukoneilla on rajalliset resurssit internetin läpikäyntiin, jonka vuoksi hakukoneet arvostavat nopeasti latautuvia sivuja (Kauranen 2021). Hyvän sivustonopeuden huomaa siitä, että se latautuu siedettävällä nopeudella myös huonolla verkkoyhteydellä. Suositeltava sivuston latausnopeus hyvällä verkkoyhteydellä on vain noin sekunti. (Eravia 2022a.)

City Biljardin vanhojen sivujen nopeudessa ei ollut mitään valitettavaa vaan kaikki tekstit, linkit ja kuvat latautuivat hetkessä. Tämä oli myös vähintäänkin odotettua ottaen huomioon sen, että sivuston rakenne oli todella kevyt, kun esimerkiksi kuvia oli käytetty hyvin vähän. Nopeustestiä ei tehty vanhoille sivuille, joten varsinaiset testitulokset eivät ole tiedossa.

Myös Space Bowling Oulun sivut toimivat mainiosti sekä mobiilissa että tietokoneella. Kaikki sivuston osat latautuvat tavoiteltavan sivustonopeuden mukaisesti, vaikka sivustolla on käytetty isojakin kuvia taustalla. Käyttökokemus on siis tältä osin myös miellyttävä. Nopeustesti antoi mobiilisivulle tehokkuudeksi 54/100 pistettä (sisällön latausnopeus 4,3 sekuntia) ja tietokoneelle 93/100 pistettä (sisällön latausnopeus 1,4 sekuntia), jotka ovat hyvät pisteet nykypäivänä.

Uusille sivuille tuli huomattavasti enemmän kuvituskuvia yrityksestä ja sen tiloista ja siten myös raskaammat, kuin mitä sivut aiemmin olivat. Tämän vuoksi kuvat optimoitiin mahdollisimman pieneksi, koska turhan suuret kuvat hidastaisivat verkkosivuja. Pyrimme myös käyttämään sivuilla mahdollisimman vähän lisäosia, koska senkin avulla sivut pysyvät mahdollisimman kevyenä ja siten nopeana. Yhdeksi lisäosaksi latasimme WP Super Cachen, jolla saimme nopeutettua sivuja huomattavasti. Ennen kuvien optimointia uudet sivut saivat toimitusnopeutensa tulokseksi mobiilissa 74/100 (sisällön latausnopeus 3,9 sekuntia) ja tietokoneella 95/100 pistettä (sisällön latausnopeus 2,0 sekuntia). Kuvien optimoinnin jälkeen uudet sivut saivat tulokseksi mobiiliin 78/100 (sisällön latausnopeus 3,6 sekuntia) ja tietokoneelle 97/100 pistettä (sisällön latausnopeus 0,9 sekuntia). Tulokset ovat nopeuden kannalta erinomaiset ja mobiilissa paremmat kuin mitä osasimme odottaa Space Bowlingin tulosten jälkeen.

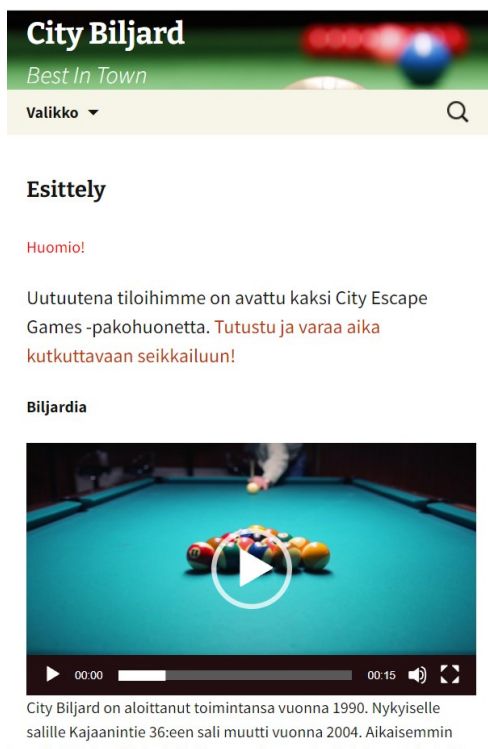
Yrityksen pienenä toiveena uusille sivuille oli laittaa instafeed näkyviin. Sitä ei kuitenkaan laitettu, koska kolmannen osapuolen somefeedien asentamista sivustolle kannattaa välttää, vaikka se näyttäisikin visuaalisesti kivalta. Somefeedien asentaminen vaikuttaa huomattavasti sivuston latausnopeuteen, joten teimme sen valinnan, ettei mitään ylimääräistä ladata nopeuden kustannuksella.

3.1.2 Käytettävyys ja mukautuvuus eri päätelaitteilla

Käytettävydestä ja käyttökokemuksesta on tullut merkittävä kilpailutekijä. Erinomaisen kokemuksen jälkeen asiakkaat olettavat kaikkien muidenkin toteuttavan asiat samalla tavalla, kun taas huonoja toteutuksia kohdatessaan kuluttajat ”äänestävät jaloillaan”. Jokaista käyttäjää miellyttävää tietojärjestelmää on yhtä vaikeaa suunnitella, kuin jokaista autoilijaa miellyttävä auto, sillä käyttäjät ovat kaikki yksilöitä. Käytettävyysuunnittelun ja -testauksen perusteella on luotu joukko suosituksia ja parhaita käytänteitä, jotka kannattaa ottaa huomioon, kun uutta palvelua tai järjestelmää kehitetään. Mutta kaikenkattavaa listaa tai mallia, joka takaa menestyksen, ei ole olemassa eikä sellaista ole mahdollista toteuttaakaan. Käyttökokemus on hyvin henkilökohtainen asia ja se muuttuu ajan myötä, kun kuluttajat omaksuvat uusia asioita, ihastuvat niihin ja alkavat pitää niitä itsestäänselvinä. (Filenius 2015, osa 1.)

Sivujen mukautuvuus eli responsiivisuus perustuu html5-tekniikkaan ja se yleistyy voimakkaasti. Responsiivisuus tarkoittaa sitä, että sivun ulkoasua määrittelevät elementit rakennetaan siten, että ne mukautuvat automaattisesti käyttämäsi päätelaitteen näytön koon mukaisesti. (Filenius 2015,

osa 3.) Näkymä on siis erilainen riippuen siitä, katsotko sivuja tietokoneella, kännykällä vai tabletilla. Mobiilioptimoidut sivut ovat helppokäyttöisiä eri laitteilla ja ne tuottavat käytettävyydeltään parempia sivustoja. Mobiilikäytön kasvusta johtuen yhä useampi haku internetissä tehdään mobiililaitteella ja asiakkaille on turhauttavaa katsella pienenpienää nettisivua, josta on vaikeaa hahmottaa tekstiä, kuvia tai myyntiargumentteja. Mobiilioptimoidut sivut näyttävät navigoinnin, kuvat ja tekstit juuri sopivan kokoisina, jolloin niitä on helppo seurata ja sieltä on helppo etsiä haluamansa tiedot. (Eravia 2022a.) Mobiilioptimoitujen sivujen kehittämiseen kannustaa myös se, että Google rankaisee hakutuloksissaan sivustoja, jotka eivät ole optimoitu mobiiliselaamiseen (Olander 2022).



KUVIO 21. City Biljardin vanhojen sivujen mobiilinäkymä (City Biljard 2022).

City Biljardin vanhat sivut olivat mobiilioptimoidut (kuvi 21). Ne itseasiassa skaalautuivat jopa paremmin mobiilille kuin tietokoneelle. Tietokoneella selatessa sivuston ympärille jäi paljon tyhjää tilaa, joka sai myös tekstin näyttämään melko pieneltä, kun taas mobiililla selatessa teksti oli sopivan kokoista ja kaikki tyhjä tila ympäriltä skaalautui pois.



KUVIO 22. Space Bowling Oulun mobiilinäkymä (Space Bowling 2022).

Kuten City Biljardin vanhat sivut, niin myös Space Bowling Oulun verkkosivut toimivat mielestämme hieman paremmin mobiililla kuin tietokoneella (kuvio 22). Ero ei ole kuitenkaan niin suuri käytettävyyden kannalta kuin City Biljardin vanhoilla sivuilla. Mobiilisivujen käytettävyys on mielestämme tämän kaltaisilla yrityksillä kuitenkin myös tärkeämpää, kuin tietokonesivujen, sillä heidän potentiaaliset asiakkaansa etsivät tietoa todennäköisemmin mobiilisti.



Biljardia

Nykyisellä biljardisalilla on käytössä 13 Diamondin valmistamaa laadukasta poolpöytää, 14 Shenderin valmistamaa snookerpöytää ja 1 kaisapöytä. Salia voidaankin kutsua pohjoismaiden suurimmaksi biljardisaliksi, joten peliolosuhteet ovat kunnossa. Omien pelivälineiden säilytys onnistuu lukitussa keppikomerossa turvallisesti ja ihan ilmaiseksi.

Myös perheen pienimmät ovat tervetulleita mukaan pelaamaan.

[Pelien hinnasto](#)

KUVIO 23. Uusien sivujen etusivun mobiilinäkymä.

Uudet sivut ovat myös responsiiviset eli kaikki sivuston sisältö skaalautuu näytön koon mukaan (kuvio 23). Uusien sivujen rakennetta rakentaessa meillä oli tietokonesivusto pohjana, mutta pyrimme rakentamaan uudet sivut mobiilikäyttö edellä, sillä uskomme, että suurin osa yrityksen potentiaalisista asiakkaista etsii tietoa yrityksestä juuri mobiilisti. Emme ole kuitenkaan tehneet sivuston rakennetta pelkästään niin, että se näyttäisi mahdollisimman hyvältä joko tietokoneella tai mobiilissa, vaan olemme tehneet päätöksiä pääasiassa sen perustalta, että on löydetty ratkaisu, joka toimii parhaiten molemmissa vaihtoehdoissa.

3.2 Sisäinen hakukoneoptimointi

Sisäinen hakukoneoptimointi tarkoittaa sivuston sisällä tehtäviä parannuksia ja muutoksia, joiden avulla sivustosta saadaan hakukoneystävällisempi (Eravia 2022b). Sisäinen optimointi koskee lähes kaikkea sivuston sisältöä, kuten tekstejä eri muodoissa, sisäisiä linkkejä, metatietoja ja sivuston rakennetta (Kauranen 2021). Seuraavaksi käydään tarkemmin läpi tärkeimmät asiat sisäisen hakukoneoptimoinnin kannalta.

3.2.1 Hyvä verkkosivuston rakenne

Hakukonelöydettävyyden kannalta on hyvällä verkkosivuston rakenteella tärkeä rooli. Hyvä rakenne antaa hakokoneelle signaaleja sivuston tärkeimmistä sivuista. Tärkeimpien sivujen tulee löytyä etusivulta nopeasti, jotta esimerkiksi Google ymmärtää niiden olevan tärkeitä. Samalla parannetaan myös sivuston käyttäjäystävällisyyttä. (Digimarkkinointi 2022.)

Hyvä verkkosivuston rakenne muistuttaakin pyramidia. Etusivu toimii pyramidin huippuna ja sen alla on pääkategoriat, joiden alla taas alakategoriat. Rakennetta suunniteltaessa on hyvä pyrkiä siihen, että jokainen sivu on etusivusta korkeintaan kolmen klikkauksen päässä. Mitä vähemmän klikkauksia sivun löytäminen vaatii, sitä parempi. Rakenteessa kannattaa huomioida myös avainsanat. Pyramidin huipulla eli etusivulla kannattaa käyttää laajaa avainsanaa. Rakenteessa alaspäin mentäessä tähdätään tarkempiin ja pitempiin hakusanoihin ja -lauseisiin. Jokaiselle sivulle asetetaan oma avainsana, joista etusivulle se sivuston tärkein avainsana. (Digimarkkinointi 2022.)

Vanhoilla City Biljardin sivuilla oli selkeä pyramidirakenne. Etusivu oli tärkein sivu eli pyramidin huippu, ja koska sivuja oli vähän, oli jokainen sivu vain yhden klikkauksen päässä. Sisällöllisesti

rakenteessa oli parannettavaa, koska kaikki sisältö esimerkiksi etusivulla oli melkein yhdessä pötkössä, jonka vuoksi luettavuus ja tietojen löytäminen oli vaikeampaa.

Myös Space Bowlingin sivujen rakenne on selkeä ja hyvä. Sivuja on muutama, joten sivujen välillä on helppo liikkua ja kaikki löytyy yhden klikkauksen päästä. Hinnasto ja Paketit -sivuilla footer näyttää hieman eriltä kuin mitä etusivulla. Linkit-osio jostain syystä hyppää muiden sarakkeiden alapuolelle ja siksi footer-osio on näillä sivuilla laajempi ja sieltä löytyy paljon tyhjää tilaa. Muuten sivuilla on selkeästi eroteltu eri aihealueet ja osiot ja luettavuus pysyy siten hyvänä.

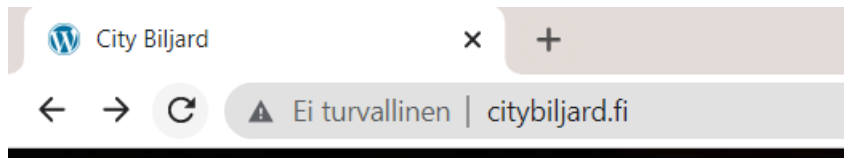
Uusilla sivuilla pyrimme hyvään rakenteeseen ja se myös toteutui mielestämme hyvin. Etusivu toimii huippuna ja muut sivut löytyvät sen alapuolelta. Silmäilemällä löytää haettavan asian helposti, kun header ja navigaatio on helposti löydettävissä ja kiinnostavat sivut löytyvät vähäisillä klikkauksilla. Sisällön rakenne on hyvä, sillä eri aiheet ovat sijoiteltu selkeästi. Otsikointi myös toimii ja on muusta sisällöstä erottuva. Pyrimme rakentamaan sivujen sisällöt siten, että eri elementtien väliin jää tarpeeksi tyhjää tilaa, jolloin luettavuus pysyy hyvänä. Sivustolle tulikin hyvässä tasapainossa tekstiä ja kuvia.

3.2.2 URL-osoite ja metatiedot hakukoneen hakusivulla

Sivuston osoiterakenne eli URL on jaettavuuden kannalta tärkeä. Yksinkertainen osoiterakenne on helppo muistaa ja kopioida jaettavaksi. Esimerkiksi verkkosivu.com/esimerkki. (Eravia 2022b.) URL-osoitteet tulee suunnitella niin, että ne kertovat niin hakukoneille kuin potentiaalisille asiakkaillekin helposti ymmärrettävän tiedon kohdesivun sisällöstä (Blomster ym. 2020). Osoiterakennetta ei kannata muuttaa sivuston julkaisun jälkeen, jotta jo ansaitsemat linkitykset eivät mene hukkaan. Jos osoiterakennetta muuttaa, kannattaa käyttää uudelleenohjausta. (Eravia 2022b.)

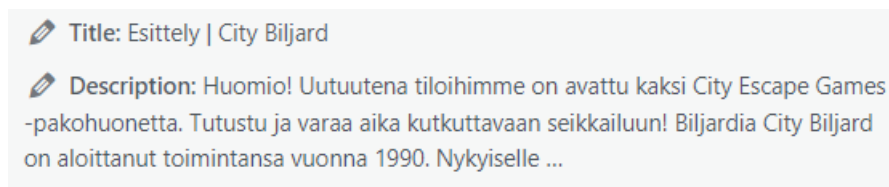
Sivuston metaotsikko (metatitle) antaa tietoa hakukoneelle, mistä sivustolla on kyse. Hakukoneet arvostavat kuvailevaa ja ainutlaatuista sisältöä, joten metaotsikkoon kannattaa sisällyttää avainsanoja järkevasti. (Blomster ym. 2020.) Metaotsikon merkkimäärä on yleisimmin 55-60 merkkiä, mutta se vaihtelee, koska otsikon pituus on määritelty pikseleinä eikä merkkien määränä. Metaotsikko tulee hakutulossivulla näkyviin hakukoneessa, joten sen pitää olla houkutteleva, ytimekäs ja sisältöön liittyvä. (Eravia 2022b.)

Metakuvauksella (meta description) ei ole varsinaista merkitystä hakukoneiden sijoituksiin, mutta se on tärkeä tapa kertoa potentiaaliselle asiakkaalle sivuston sisällöstä ja miksi sinne kannattaa mennä. Sillä vakuutetaan asiakas sivuston hyödyllisyydestä ja pyritään siten saada asiakas klikkaamaan sivu auki. (Blomster ym. 2020.)



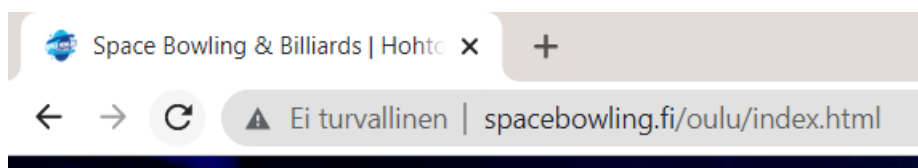
KUVIO 24. Vanhojen sivujen etusivun URL-osoite (City Biljard 2022).

City Biljardin vanhoilla sivuilla oli käytössä toimiva URL-osoite ja linkkirakenne. Eri sivujen välillä citybiljard.fi-linkin perässä näkyi sivun nimi, esimerkkinä Biljardia-sivu, jonka linkkirakenne oli citybiljard.fi/biljardia. Sivun linkin otsikoinnissa ei ollut hyödynnetty kuvausta, esimerkiksi City Biljard | Biljardisali Oulussa, vaan sivun nimenä näkyi pelkästään City Biljard. City Biljardia haettaessa hakukoneesta, ensimmäisenä oli mainos, jota klikkaamalla sivusto näytti Ei turvalliselta (kuvio 24). Se saa asiakkaat nopeasti poistumaan sivustolta.



KUVIO 25. Vanhojen sivujen etusivun metatiedot (City Biljard 2022).

Kuviossa 25 näkyy, miltä etusivun metatiedot näyttivät. Metaotsikkoa ei ollut kirjoitettu pitemmäksi, vaan otsikkona näkyi sivun otsikko ja sivuston otsikko. Metakuvaustakaan ei ollut erikseen kirjoitettu vaan siinä näkyi kaikki etusivun sisältö alkaen ensimmäisistä sivun sisältöteksteistä. Sen vuoksi etusivun metakuvaus oli pitkä ja metakuvauksen näkyvällä osalla lause jäi kesken.



KUVIO 26. Space Bowling Oulun etusivun linkki (Space Bowling 2022).

Myös Space Bowlingin sivuston linkki näyttää Ei turvalliselta. Linkkirakenteessa olisi parannettavaa, sillä esimerkiksi kuviossa 26 näkyy, miltä linkki näyttää, kun sivustolla painaa yrityksen logoa tai Etusivu-sivua. Index.html on turha ja pitäisi ottaa pois, jotta linkki olisi selkeä, yksinkertainen ja helposti muistettava. Myös muilla sivuston sivuilla näkyi .html linkin lopussa. Muuten sivuston linkkirakenne oli toimiva.

<http://spacebowling.fi> > oulu ▾

Hohtokeilausta ja biljardia Oulun keskustassa - Space Bowling

Space Bowling & Billiards Oulu. Hohtokeilaus, biljardi ja snooker. Koko perheen upea viihtymiskeskus Keskellä Oulua.

KUVIO 27. Space Bowling Oulu -hakulausekkeen metatiedot (Google hakukone).

Space Bowling Oulu -hakulausekkeella metatiedot ovat toimivat. Metatiedoissa on selkeästi käytetty muutamia yritykselle tärkeitä avainsanoja, kuten Space Bowling, Oulu, keilaus, hohtokeilaus ja biljardi (kuvio 27). Kyseiset avainsanat toistuvat niin metaotsikossa kuin metakuvauksessakin. Metakuvauksesta saa käsityksen, että Space Bowlingilla olisi myös snooker. Snookeria ei kuitenkaan löytynyt heidän verkkosivuiltaan, joten se on hieman harhaanjohtava. Metakuvauksessa on hyvin ilmaistu viimeinen lause, joka houkuttelee klikkaamaan ja tutustumaan lisää.

<https://www.citybiljard.fi> ▾

City Biljard | Biljardia ja snookeria Oulussa vuodesta 1990

Biljardi ja snooker Oulu. **City Biljard** on viihtyisä ja pohjoismaiden suurin biljardi- ja snookersali Oulun keskustan läheisyydessä, Välkylässä. Tervetuloa!

KUVIO 28. Uusien sivujen etusivun metatiedot.

City Biljardin vanhojen sivujen ansiosta uudet sivut löytyvät ensimmäisenä hakutuloksista, kun tekee haun yrityksen nimellä (kuvio 28). Uusien sivujen Etusivun metatiedoissa halusimme korostaa avainsanoina City Biljard, Oulu, biljardi ja snooker, joten ne toistuvat sekä metaotsikossa että metakuvauksessa. Näiden avainsanojen lisäksi halusimme korostaa sitä, että yritys on ollut toiminnassa jo kymmeniä vuosia, sijainti on hyvä, biljardipöytiä löytyy paljon ja että sali on viihtyisä. Metatietojen sopivaan määrään saimme apua All in One SEO -lisäosasta, sillä se näytti sopivat merkien määrät metaotsikkoon ja metakuvaukseen. Kirjoitimme kaikille sivuille omat metatiedot. Koska

uudistimme sivustoa radikaalisti vanhoihin sivuihin nähden, teimme osalle linkeille uudelleenohjaukset. Esimerkiksi aiempi Ruokaa-sivun linkki ohjattiin uudelle Hinnasto-sivulle, koska aiemmalla Ruokaa-sivulla olevat tiedot löytyvät nykyisin Hinnasto-sivulta.

3.2.3 Tekstisisällön ja kuvien optimointi

Hakukoneoptimoinnissa myös verkkosivuston sisällön optimoinnilla on tärkeä rooli, koska sillä saadaan sisältö vastaamaan haettua avainsanaa. Sisällön otsikoinnissa kannattaa käyttää otsikkohierarkiaa (Heading; H1, H2, H3...), sillä ne kertovat Googlelle sivun tärkeimmistä aihealueista ja sen, mistä sisältö kertoo. (Blomster ym. 2020.) Hierarkian on tarkoitus kuvastaa pääotsikoita ja alaotsikoita, sillä niillä on erilainen painoarvo hakukoneille (Eravia 2022b).

Kun otsikkoja muotoilee, kannattaa pyrkiä käyttämään samaa hakusanaa tai -lausetta, millä potentiaalinen asiakas etsii tietoa hakukoneesta (Blomster ym. 2020). Sivun otsikon pitää olla sisältöä kuvaava ja avainsanan löytyä sieltä. Avainsana kannattaa sisällyttää jo heti otsikon alkuun, jolloin se löytyy nopealla silmäyksellä helposti. (Hakukoneoptimointi 2022.) Otsikoihin kannattaa sisällyttää tärkeimpiä avainsanoja, sillä ne parantavat hakukonenäkyvyyttä. Mikäli tärkeimpiä avainsanoja ei otsikoissa esiinny, voi se huonontaa sivuston hakukonenäkyvyyttä. Verkkosivuston liikenteen tuottamisessa sivuston sisältö on avainasemassa. (Blomster ym. 2020.)

Potentiaaliset asiakkaat hakevat ratkaisua ongelmaansa kirjoittamalla hakukoneeseen palvelun nimen tai kirjoittamalla ongelmastaan avainsanoilla (Eravia 2022b). Sen vuoksi on hyvä asettaa sivuille sopivia yrityksen toimintaan oleellisesti liittyviä avainsanoja, joilla halutaan asiakkaan löytävän sivustolle. Yleensä ihmiset klikkaavat hakutulosten ensimmäisiä linkkejä, ja koska hakukoneet näyttävät sivustot tärkeysjärjestyksessä, on hakukoneoptimoinnilla merkitystä löydettävyyden kannalta. (Komulainen 2018, luku 4.4.)

Avainsanoja valitessa on mietittävä tarkkaan mitä ne ovat. Avainsanojen on tuotettava yrityksen toimialaan liittyviä hakuja, jotta niillä voidaan parantaa sivujen löydettävyyttä hakukoneista. Avainsanat valitaan asiakkaiden käyttämistä termeistä ja niitä sisällytetään verkkosivujen sisältöön. Yrityksen tärkeimpiä avainsanoja kannattaa lisätä otsikkojen lisäksi muun muassa sivuston tageihin, metakuvauksiin ja kuvateksteihin. Avainsanoja käytetään lähes kaikessa sisällössä, mitä sivuilta löytyy. Avainsanojen tiheydellä voidaan myös vaikuttaa hakukoneoptimointiin. (Eravia 2022b.)

Sivun URL-osoitteeseen kannattaa sisällyttää haluttu hakutermin eli avainsana. Se parantaa sivun näkymistä kyseisellä hakutermillä ja lihavoittaa hakutuloksissa URL-osoitteen niiltä osin. Todennäköisemmin se saa enemmän klikkejä aikaiseksi, kun se kuvastaa haettua asiaa. (Kauranen 2021.)

Myös kuvien optimoinnilla on vaikutusta hakukonenäkyvyyteen. Kuvien alt-tekstillä vaikutetaan siihen, miten hakukoneet havaitsevat sivuston. Alt-tekstiksi kannattaa asettaa kuvaa kuvaava teksti, jolla halutaan löytyä Googlen kuvahausta. Sitä kautta voidaan saada lisää liikennettä sivustolle. (Blomster ym. 2020.) Suositeltavaa on myös, että kuvat optimoidaan nopeasti latautuviksi (Blomster ym. 2020). Kuvat voidaan optimoida helposti ilmaisohjelmien avulla, esimerkiksi monien suosimalla Canvalla. Sivustolla ei kannata käyttää leveämpiä kuvia kuin mitä sivustolla käytetään. Jos esimerkiksi kuvien leveys on sivustolla 800px, ei kannata käyttää sen isompia kuvia. Tärkeintä on kuitenkin löytää tasapaino tiedostokoon ja laadun välillä. On olemassa häviöllistä ja häviötöntä pakkaamista. Häviöllinen pakkaaminen tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kuvassa käytettyjen värien määrää vähennetään läheisiä värejä toisiinsa yhdistelemällä. Häviötön pakkaaminen tarkoittaa taas esimerkiksi sitä, että kuvien metatiedostot poistetaan, kuten kuvanottopäivämäärä ja käytetyn kameran tiedot. Lisäksi on suositeltavaa käyttää .webp-kuvaformaattia, sillä se voi pienentää huomattavasti .png- ja .jpg-kuvia. Tähän voidaan WordPressissä käyttää esimerkiksi Imagify-lisäosaa, joka tekee muutoksen automaattisesta, jos se on alkuperäistä tiedostokokoa pienempi. (Vanhatapio 2019.)

Baarialue A- Oikeuksin

Salin yhteydessä on myös viihtyisiä ja rauhallinen anniskelualue, josta voi juomien ja pikkupurtavien lisäksi ostaa myös biljardikeppejä sekä varusteita. Anniskelualueella on myös kaksi isoa TV:tä ja kaksi pienempää TV-ruutua. Salilla on myös asiakkaiden käyttöön tarkoitettu internet-pääte.

Facebookista poimittuja asiakkaiden kommentteja:

"Viihtyisin biljardimesta mitä Suomesta löytyy. Asiakaspalvelu 5/5 myös."

"Oulun parhaat pöydät ja kepit. Ja ehdottomasti paras palvelu! Rauhallista pelata, vaikka paikka olisikin täynnä. Suosittelen!"

"Tosi reippaat, pirteät työntekijät / ilmapiiiri."

Pakohuoneet

City Escape Games on Oulun tuorein pakopeliyritys. Kaksi pakohuonettamme City Biljardin yhteyteen ovat auneet maaliskuussa 2018. Pakohuoneet antavat riemastuttavia onnistumisen kokemuksia ja yhdistävät ihmisiä. Pelit ovat

KUVIO 29. Vanhojen sivujen etusivun otsikointia (City Biljard 2022).

City Biljardin vanhoilla sivuilla ei ollut selkeää otsikkorakennetta käytössä, ja sieltä uupui Headingit eli H1, H2... otsikoinnit. Kuten kuvioista 29 näkee, otsikot ovat lihavoituina teksteinä ja otsikkojen teksti saman kokoista kuin leipäteksti. Yksi H2-otsikko löytyi Yhteystiedot-sivulta, joka oli ”Salille on hyvät kulkuyhteydet” -otsikko. Verkkosivuilla ei myöskään ollut käytetty selkeitä avainsanoja, joita olisi voinut käyttää. Esimerkiksi etusivulla biljardi-sanaa, joka näkyisi salin etuliitteenä, koska kyseessä ei ole mikä tahansa sali, vaan biljardisali. Avainsanoja ei ollut asetettu hakukoneoptimointilisäosan avulla yhdellekään sivulle.



city_biljard_menua3_2_1k...
citybiljard.fi

KUVIO 30. City Biljardin vanhojen sivujen Menu-kuvan tiedot (Google kuvahaku).

Vanhoilla sivuilla kuvia ei ollut optimoitu ja laitettu kuville alt-tekstejä. Kuvia ei ollut myöskään nimetty selkeästi, vaan kuvien tekstien väleissä näkyi erilaisia merkkejä (kuvio 30). Mediakirjastossa oli myös vanhoja kuvia, jotka eivät olleet enää käytössä. Näillä ei kuitenkaan ollut juurikaan merkitystä sivuston toimivuuteen, koska sivusto oli muuten kevyt rakenteeltaan.

Space Bowlingin sivujen otsikkohierarkiasta on hankala kertoa, koska emme sitä teknisesti näe. Mutta miltä se näyttää katsottuna, se on selkeä ja otsikkojen avulla löytää haettavat asiat helposti. Otsikkoja on käytetty useammassa kohdassa ja niissä on selkeitä koko eroja. Tämä viittaa siihen, että jonkinlainen otsikkohierarkia on käytössä ja avainsanoja on käytetty otsikoissa.

SPACE BOWLING OULU

Universumin upein pelipaikka palvelee Oulun keskustassa Kauppakortteli Pekurin 2. kerroksessa. Tervetuloa hohtokeilauksen ja **biljardin** pariin!

Spacessa on 10 hyvin hoidettua hohtokeilaurataa, joissa yhdistyy keilauksen hauskuus sekä silmiä ja korvia hivelevä ääni- ja valomaailma.

Biljardisalista löytyy 10 **biljardi**pöytää. Pelien jälkeen maistuvat kylmät ja kuumat juomat tyylikkäästä avaruusbaaristamme!

KUVIO 31. Space Bowlingin etusivun tärkein avainsana sisällön alussa (Space Bowling 2022).

Space Bowlingin sivuilla voisi luulla, että etusivun tärkein avainsana olisi keilaus, mutta se toistuu vain 5 kertaa tuossa sanamuodossa. Myös Space Bowling ja Oulu -sanat toistuvat sivulla 5 kertaa. Tärkeimmäksi avainsanaksi Space Bowlingilla on asetettu biljardi, joka toistuu sivulla 10 kertaa (kuvio 31).



Space Bowling & Billiards | Hohtokeil...
spacebowling.fi



Terwa Biljardi Oulu, TBO - Home | Fa...
facebook.com



Space Bowling & Billiards | Hohtokeilausta j...
spacebowling.fi



PELIT | Snooker Time
snookertime.net



Space Bowling & Billiards | Hohtokeilausta j...
spacebowling.fi




PELIT | Snooker Time
snookertime.net

KUVIO 32. Space Bowlingin kuvahakusijoitus Biljardi Oulu hakusanalla (Googlen kuvahaku).

Etusivun tärkeimmillä hakusanoilla "biljardi oulu" Space Bowlingin biljardikuvat sijoittuvat hyvin. Kuten kuvio 32 näkee, heti ensimmäisillä kahdella rivillä on useampi Space Bowlingin kuva. Space Bowlingin sivuilla kuvat ovat melko isoja, sillä vaikka kuvat näkyvät etusivulla pienellä, niin kuvia

pystyy aukaisemaan isompana klikkaamalla kuvaa. Kuvat ovat kuitenkin optimoitu hyvin ja tiedostomuotoina on käytetty .jpg-tiedostomuotoa.

Uusilla verkkosivuilla käytimme selkeää otsikointia (heading), jotta hakukone ymmärtää tärkeimmät asiat paremmin. Otsikointi tehtiin siten, että rakenne on selkeä ja tärkeimmät tiedot löytyvät nopealla vilkaisulla. Etusivulla halusimme, että yrityksen tarjontaa löytyy ensimmäisistä sisällön otsikoista, ja että ne ovat otsikkohierarkiassa ylimpänä. Onnistuimme myös sisällyttämään tärkeitä avainsanoja otsikoihin, jotta ne näkyisivät hakukoneessa paremmin.



Biljardia

Nykyisellä biljardisalilla on käytössä 13 Diamondin valmistamaa laadukasta poolpöytää, 14 Shenderin valmistamaa snookerpöytää ja 1 kaisapöytä. Salia voidaan kutsua pohjoismaiden suurimmaksi biljardisaliksi, joten peliolosuhteet ovat kunnossa. Omien pelivälineiden säilytys onnistuu lukitussa keppikomeroissa turvallisesti ja ihan ilmaiseksi.

Muita mukavia vapaa-ajan pelejä

Biljardisaliilta löytyy biljardipöytien lisäksi 2 darts-taulua, pokeripöytä, petanque ja pöytäpetanque sekä lukuisia lauta- ja korttipelejä.

Meille voi siis tulla viettämään mukavasti aikaa myös muiden pelien merkeissä!

Baarialue anniskeluoikeuksin

Biljardisalin yhteydessä on viihtyisä ja rauhallinen anniskelualue, josta voi juomien ja pikkupurtavien lisäksi ostaa myös biljardikeppejä sekä varusteita.

Anniskelualueelta löytyy myös kaksi TV-ruutua urheilun katseluun.

KUVIO 33. Uusien sivujen etusivun tärkein avainsana.

Uusille sivuille pyrimme jokaiselle sivulle asettamaan tärkeimmän avainsanan. Esimerkiksi etusivulla käytimme tärkeimpänä avainsanana ”biljardi”, joka toistuu monessa kohdassa. Avainsana lukee metaotsikossa, metakuvauksessa, kahteen kertaan kansikuvassa sekä useamman kerran muussa tekstisisällössä ja ensimmäisessä tärkeässä headingissa (kuvio 33). Vanhoilla sivuilla oli käytetty sali-nimitystä yrityksen tiloista, joten uusilla sivuilla pyrimme avainsanan näkökulmasta käyttämään nimenä biljardisalia. Näin saimme heti sisällön alkupäähän sisällytettyä biljardi-sanaa tiheästi. Loppujen lopuksi etusivulla avainsana toistuu jopa 13 kertaa.



KUVIO 34. Uusien sivujen etusivun toinen tärkeä avainsana.

Toisena avainsanana etusivulla halusimme käyttää ”snooker”, koska se on myös yritykselle tärkeä hakusana. Sitä halusimme toistaa myös metaotsikossa, metakuvauksessa, otsikoinnissa ja sisällössä. Kaikessa sisällössä sana toistuu muutaman kerran, ja esimerkiksi teimme footeriin kuviossa 34 näkyvän lauseen yritykselle, jossa on erikseen ilmaistu sana snooker, jotta sekin näkyisi hakukonetuloksissa paremmin. Käytimme sanaa vain hakukoneen kannalta itsenäisenä, koska snookerhan on tietääksemme yksi biljardipeleistä, mutta todennäköisimmin asiakkaat hakevat poolia biljardina ja snookeria snookerina.

Koska pyrimme uusia sivuja rakentaessa välttämään turhia lisäosia, optimoimme kuvat itse kuvien tiedostokokojen pienentämiseksi. Kuvia oli 12 kappaletta, joten kuvien pienentäminen sopivaan kokoon pikseleinä ei vienyt kovin paljoa aikaa. Esimerkiksi kansikuvan korkeutta pienensimme ja muiden kuvien koot muutimme sen kokoiseksi kuin ne sivulla ovat. Kaikkien kuvien tiedostomuotoina on käytetty .jpg. Ainoastaan verkkosivujen kuvake on .png-muodossa, koska halusimme siitä pyöreän, jossa ei ole värillistä taustaa ja tämä onnistuu vain .png-muotoisena. Alt-teksteiksi pyrimme laittamaan sellaiset tekstit, joilla asiakas voisi kyseistä kuvaa hakea ja millä hakusanalla haluamme kuvan löytyvän hakukoneesta. Esimerkiksi ruokalista -kuvan alt-tekstiksi laitoimme City Biljardin ruokalista, koska sillä hakusanalla todennäköisesti asiakas ruokalistaa hakee. Mediakirjastosta poistimme kaikki ylimääräiset kuvat, jotka eivät tulleet käyttöön, koska ne olisivat hidastaneet sivua turhaan.

3.2.4 Sivuston sisäinen linkitys

Sivuston sivujen parempaa sijoitusta hakukoneessa voidaan parantaa systemaattisella ja järjestelmällisellä linkityksellä. Ne tuovat hakukoneille varmuutta sivuston luotettavuudesta ja auttavat hakukoneita ymmärtämään sivustojen yhteyden. Hakukoneet luottavat linkityksiin ja perustavat niiden avulla sivun tärkeyden ja luotettavuuden. (Eravia 2022b.) Hyvä sivuston sisäinen linkitys auttaa sekä käyttäjää että Googlea navigoimaan sivulla ja löytämään tärkeimmille sivuille nopeasti. Navigointia voidaan helpottaa myös tekstin sisäisillä linkeillä ja murupolulla. (Digimarkkinointi 2022.) Navigoinnista ja murupoluista sivustolla on kerrottu tarkemmin luvussa 2.4.

Yksi osa sisäistä linkittämistä on ankkuriteksti, jota Google myös huomioi. Ankkuritekstillä tarkoitetaan linkin tekstiä, joka kertoo mihin linkki vie ja jota klikkaamalla kävijä pääsee linkitettävälle sivulle. Googlea autetaan ymmärtämään sivuston rakenne ja sisältö paremmin, kun toisiinsa liittyvät sivut linkittyvät toisiinsa systemaattisesti hyvillä ankkuriteksteillä. Linkkien ankkuriteksteinä käytetään tarkkoja hakusanoja, joilla halutaan näkyä Googlessa. (Digimarkkinointi 2022.)

Sisäisiä linkkejä voidaan sijoittaa myös tekstisisältöön, joiden avulla voidaan tarjota lukijalle lisätieto aiheesta. Tällöin ankkuriteksteinä kannattaa käyttää pidempiä lauseita. Tekstinsisäisiä linkkejä kannattaa käyttää vain sopivissa paikoissa, joissa halutaan linkittää johonkin tärkeälle sivulle. (Digimarkkinointi 2022.)

City Biljardin vanhoilla sivuilla oli navigaatiovalikko, jonka kautta pääsi navigoimaan sivulta toiselle. Sivujen headerissa luki City Biljard, jonka kautta pääsi etusivulle. Nämä olivat ainoat tavat, miten sisäistä linkitystä oli vanhoilla sivuilla hyödynnetty. Sivujen sisällöissä ei ollut ollenkaan sisäisiä linkkejä. Samanlaiset sisäiset linkitykset löytyvät myös Space Bowlingin sivuilta. Heilläkään ei navigaation ja logon lisäksi ole muita sisäisiä linkityksiä.

Uusilla sivuilla sisäisiä linkkejä löytyy navigaatiovalikosta, jonka kautta pääsee eri sivuille, headerin logon kautta pääsee etusivulle ja näiden lisäksi etusivulta löytyy kaksi painiketta ja yksi tekstilinkki. Ensimmäinen painike sisällöstä löytyy Biljardia-otsikon ja sen sisältötekstin jälkeen. Siitä Pelien hinnasto -painikkeesta pääsee suoraan Hinnasto-sivulle (kuviokuva 23).

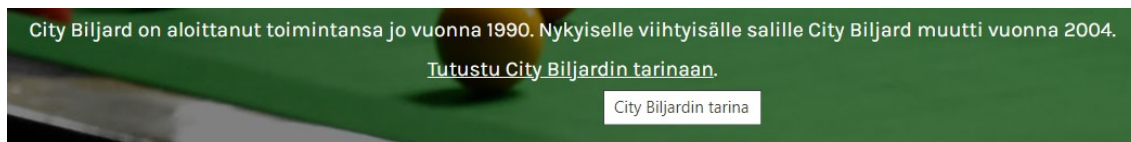
Onko yritykselläsi tulossa virkistymispäivä tai kaveriporukallasi illanistujaiset?

Koosta hauska ilta biljardin ja pakohuoneiden merkeissä. Kysy meiltä tarjousta helposti yhteydenottolomakkeella.

Kysy tarjousta täältä

KUVIO 35. Uusien sivujen Etusivulta löytyvä sisäinen linkki yhteydenottolomakkeeseen.

Etusivulta löytyvä toinen painike sijaitsee keskempänä etusivun sisältöä. Sen tarkoituksena on ohjata etenkin yritysten edustajia ja kaveriporukoille illanistujaisia järjestävien ottamaan City Biljardiin yhteyttä Yhteystiedot-sivulta löytyvät yhteydenottolomakkeen kautta (kuvio 35).



KUVIO 36. Uusien sivujen Etusivun linkin ankkuriteksti.

Painikkeiden lisäksi etusivun kansikuvasta löytyy lyhyt yrityksen esittely -teksti, jonka yhteyteen lisäsimme Tutustu City Biljardin tarinaan -tekstilinkki ja ankkuriteksti (kuvio 36). Näin etusivun kautta pääsee jokaiselle sivuston sivulle helposti.

3.3 Ulkoinen hakukoneoptimointi

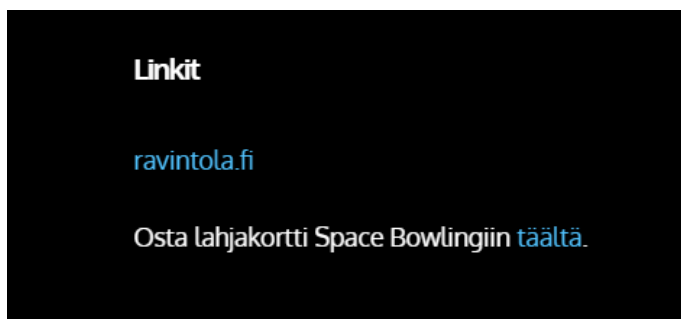
Ulkoisessa hakukoneoptimoinnissa keskitytään sivuston luotettavuuden ja muiden arvostettavuuden parantamiseen hakukoneiden näkökulmasta. Siihen kuuluu myös ulkoinen linkittäminen. Arvostettavuuteen vaikuttaa linkin laittaneiden sivujen oma sisältö ja sen vastaavuus yrityksen omaan sivustoon. (Eravia 2022b.)

Hyvällä sisällöllä saadaan itsestään linkityksiä, jonka avulla saadaan nostettua hakukonesijoitusta ja sivulle lisää kävijöitä. Hyvä sisältö ei kuitenkaan yksistään tee sivustoa näkyväksi, vaan siihen tarvitaan myös muiden arvostusta. Arvostusta mitataan linkkien avulla, joita voi olla esimerkiksi blogeissa, sähköposteissa ja myös sosiaalisessa mediassa jaetut linkit, jotka ohjaavat sivustolle. Linkitettävän ja linkittävän sivuston tulee liittyä samaan aiheeseen, jotta arvostus on laadukasta

hakukoneen näkökulmasta. Sivustolle ohjautuvat hyvät ja laadukkaat linkit tulevat arvostetuilta sivuilta. (Eravia 2022b.)

City Biljardin vanhoilla sivuilla oli muutama ulkoinen linkitys, joista kaikki näkyi etusivulla. Sivupal-kissa, joka näkyi kaikilla sivuilla, oli ensimmäisenä linkitys yrityksen Facebookiin ja sen alapuolella näkyi Google Mapsissa yrityksen sijainti, joka ohjasi klikatessa Google Mapsiin. Etusivun sisällössä (kuviossa 2) ensimmäinen ulkoinen linkki on sisällytetty tekstiin ohjaamaan City Escape Games -sivustolle. Sen jälkeen sisällöstä löytyy linkki City Biljardin tekemään Youtube-videoon, mutta video oli sen verran vanha, ettei videon tiedot pitäneet enää paikkansa. Näiden lisäksi City Escape Games -sivustolle oli myös etusivun lopussa linkitys, joka ohjasi tekemään varausta pakohuonepeleihin. Varaa pelisi tästä -painike ei ollut selkeänä painikkeena, vaan se oli tekstilinkki City Escape Games -sivustolle.

Space Bowlingin sivuilla heti valikosta löytyy ensimmäinen ulkoinen linkitys. Se on Varaus-painike, joka ohjaa ulkoiselle varaussivustolle. Samalle varaussivustolle on painike myös etusivun alkupuolella. Sen alapuolella Osta lahjakortti -painike (kuvio 4), joka ohjaa ulkoiselle lahjakortin osto -sivustolle.



KUVIO 37. Space Bowlingin ulkoiset linkit footerissa (Space Bowling 2022).

Sama Osta lahjakortti -linkitys löytyy myös sivuston footerista (kuvio 37). Ulkoisena linkkinä on myös ravintola.fi, josta voi myös löytää Space Bowlingin sivuston. Space Bowling ei kuitenkaan näy suoraan linkin takana, vaan se löytyy Ravintolatoiminta > Viihderavintola -osiosta. Linkitys toimi mielestämme paremmin, jos ravintola.fi linkki ohjaisi suoraan <https://www.noho.fi/ravintolatoiminta/viihderavintolat/> sivulle, josta Space Bowling löytyy.



Järjestämme salilla pari kertaa vuodessa Snooker-kilpailuja

Tervetuloa mukaan pelaamaan! Tarkempaa tietoa Snooker-kilpailujen ajankohdista ilmoitamme somekanavissamme.

Ota siis meidän somekanavat haltuun alta!



KUVIO 38. Uusien sivujen Etusivun ulkoiset linkit somekanaviin.

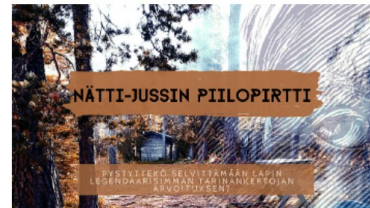
Myös uusilla sivulla on käytetty muutamia ulkoisia linkityksiä. Ulkoisina linkkeinä on käytetty linkityksiä yrityksen somekanaviin eli Facebookiin ja Instagramiin kahdessa paikassa. Linkit somekanaviin löytyvät Etusivulta snooker-kilpailu mainostamisen yhteydestä (kuvio 38) ja sivuston foote-rista (kuvio 8).

City Escape Gamesin kaksi pakohuonetta toimii samoissa tiloissa

City Escape Games on oululainen pakopeliyhteisö. Kaksi pakohuonettamme City Biljardin yhteyteen ovat auenneet maaliskuussa 2018. Pakohuoneet antavat riemastuttavia onnistumisen kokemuksia ja yhdistävät ihmisiä. Pelit ovat loistavaa ajanvietettä niin perheille, kaveriporukoille kuin yritysten työntekijöillekin. Olemme halunneet panostaa peleissä ainutlaatuisen tunnelmaan, miljööseen ja tarinaan, joka vie mennessään. Jokaisella pelillä on oma peliohjaajansa, joka varmistaa viihtyvyyden koko vierailunne ajan.

Piilopirtti-huoneemme on sukellus Lapin legendaarisimman tarinankertojan Nätti-Jussin historiaan ja uskomattomiin seikkailuihin. Pääsette ratkaisemaan miehen arvoituksia salaiseen mökkiin, kauas kaikesta. Backstage huoneessamme pääsette kokemaan aitoa bakkäritunnelmaa ja pelaamaan aikaa vastaan, selvittääksenne Dööti Pois yhtyeen suurimman tähden mystistä katoamista juuri ennen vuoden suurinta keikkaa. Molemmat huoneet tarjoavat haastetta ja ovat pulmitaan toisistaan hyvin erilaisia. Huoneita voi tulla pelaamaan, vaikka peli olisi ensimmäinen. Pieni varoituksen sana kuitenkin - kookuttamisen riski on suuri!

Varaa pelisi täältä!



KUVIO 39. Uusien sivujen ulkoisia linkkejä Etusivun alhaalla.

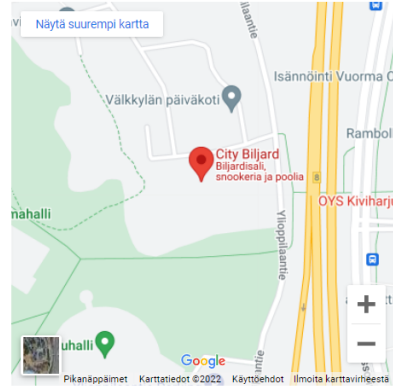
Ihan etusivun alimmaisena sisältönä mainostetaan samoista tiloista löytyviä pakohuoneita kuten vanhoilla sivuillakin oli (kuvio 39). Erona vain se, että Varaa pelisi täältä! -painikkeen lisäksi ulkoisia linkkejä löytyy myös pakohuone-kuvituskuvista, joita klikkaamalla pääsee suoraan City Escape Games -sivustolle tutustumaan paremmin kyseisiin pakohuoneisiin ja tekemään varausta. Näiden lisäksi Yhteystiedot-sivulta löytyy linkki Google Mapsiin, kuten vanhoillakin sivuilla oli (kuvio 40).

Biljardisalillemme on hyvät kulkuyhteydet

Salillemme on helppo löytää, tulitpa sitten omalla autolla, pyöräillen tai kävellen. Jos tiedät missä Ouluhalli sijaitsee, niin osaat myös City Biljardiin. Kajaanintieltä käänös Ouluhallin suuntaan, seuraavasta oikeaan ja olet perillä. Parkkipaikat löytyvät salin välittömästä läheisyydestä ja niitä on runsaasti. Salin läheltä kulkevat myös useat paikallisliikenteen bussilinjat.

Yhteystiedot

City Biljard Oy
Ylioppilaantie 4 C, 90130 Oulu
p. 08 3117737
info@citybiljard.fi



KUVIO 40. Uusien sivujen Yhteystiedot-sivun ulkoinen linkitys Google Mapsiin.

4 POHDINTA

Opinnäytetyömme tutkimusongelmana oli, että mitä vaikutusta verkkosivujen eri elementeillä on muun muassa asiakaskokemukseen ja miten hakukoneoptimointi vaikuttaa verkkosivujen löydettävyyteen hakukoneissa. Työn teoriaosuudessa saimme vastattua näihin kysymyksiin hyvin ja pystyimme hyödyntämään tietoja uusien verkkosivujen rakentamisessa, jolloin verkkosivujen lopputuloksesta tuli hyvä.

Opinnäytetyön tuloksena saimme tehtyä City Biljardin brändiä vastaavat verkkosivut, jotka ovat asiakaslähtöiset ja hakukoneystävälliset. Verkkosivut ovat myös modernit ja vastaavat nykypäivän standardeja. Olemme tyytyväisiä lopputulokseen, kun ottaa huomioon sen tosiasian, kuinka nopealla aikataululla tämä työ tehtiin, ja että tämä oli toiselle opinnäytetyöntekijälle toinen ja toiselle vasta ensimmäinen verkkosivu, jonka rakentamisessa olemme olleet mukana.

Kun opinnäytetyö tuli valmiiksi, tuli ajatus, että opinnäytetyön olisi voinut tehdä hakukoneoptimointi edellä. Hakukoneoptimoinnin osiosta tuli sen verran laaja, että koko opinnäytetyön aihe olisi voinut olla esimerkiksi Hakukoneoptimoitujen verkkosivujen rakentaminen City Biljardille. Luku 2 olisi voinut koostua vain verkkosivujen visuaalisesta ilmeestä ja luku 3 laajemmin hakukoneoptimoinnista, jolloin laadukas sisältö ja navigaatio -osuudet olisivat siirtyneet lukuun 3. Työn rakenteesta olisi tullut selkeämpi ja olisimme välttyneet paremmin asioiden toistolta. Jos työstä olisi halunnut vielä paremman ja laajemman, olisi digitaalista asiakaskokemusta voinut käsitellä laajemmin omana luvunaan.

Opinnäytetyön lopputuloksesta tuli erilainen kuin alkuun olimme ajatelleet, sillä opinnäytetyön rakenne muuttui radikaalisti alkuperäisestä suunnitelmasta. Opinnäytetyön kirjoittamisen aloitimme viikolla 12. Opinnäytetyön aloittaminen oli hieman vaikeaa, koska meille valittu ohjaava opettaja olikin pitkään poissa, jonka vuoksi jouduimme aloittamaan opinnäytetyön teon oma-aloitteisesti. Saimme tehtyä opinnäytetyötä jo melko pitkälle ennen kuin saimme uuden ohjaavan opettajan työlle. Pääsimme pitämään aloituskeskustelun vasta myöhäisemmässä vaiheessa, kun normaalisti se pidetään ennen varsinaisen opinnäytetyön aloittamista. Tämän jälkeen opinnäytetyön rakenne muuttui, mutta tämä ei kuitenkaan haitannut työn etenemistä, koska aihe oli erittäin mieleinen eikä opinnäytetyön tekeminen tuntunutkaan niin raskaalta kuin olimme ajatelleet. Käytännön osuus

työstä meni nopeasti ohi ja verkkosivut saimme rakennettua nopealla aikataululla, sillä verkkosivujen tekeminen oli molemmille mieleistä tekemistä.

Olimme suunnitelleet aikataulun siten, että toinen opinnäytetyöntekijä ehtii valmistua vielä saman kevään aikana, joten aikataulu oli tiukka. Työ piti saada tämän vuoksi valmiiksi viimeistään viikolla 21. Pysyimme hyvin suunnitellussa aikataulussa muutamista aikataulullisista muuttujista huolimatta. Jos opinnäytetyömme aikataulu ei olisi ollut näin tiukka, olisimme voineet kirjoittaa vielä lisää opinnäytetyöhön esimerkiksi blogi sisällöstä ja sen vaikutuksesta hakukonenäkyvyyteen. Tämän myötä sisältöä verkkosivuille olisimme saaneet enemmän, ja olisimme voineet kirjoittaa esimerkiksi biljardipelien säännöistä. Näin sivustosta olisi saatu sisällöltään rikkaampi.

Kahdessa opinnäytetyöntekijässä oli omat haasteensa. Esimerkiksi aikataulut oli vaikea saada sopimaan yhteen, koska molemmat kävimme opinnäytetyön teon ohella myös vuorotöissä. Työnjako oli välillä myös hieman haasteellista, mutta onnistuimme siitä huolimatta saamaan hyvän lopputuloksen. Kahdessa opinnäytetyöntekijässä oli myös hyviä puolia, sillä kahdet silmäparit ja ajatukset osaltaan rikastuttivat sekä opinnäytetyön kirjoittamisosiota että toteutettuja verkkosivuja. Molemmilla oli omat ajatuksensa ja näkökulmansa asioihin. Parina työskentely myös nopeutti huomattavasti raportin kirjoittamista sekä verkkosivujen tekemistä, sillä pystyimme tekemään kahta asiaa samaan aikaan. Parina työskentely myös motivoi meitä molempia panostamaan työhön enemmän ja pysymään suunnitellussa aikataulussa.

LÄHTEET

Blomster, Miikka & Määttä, Mika 2021. Verkkosivujen optimoinnilla parempaan asiakaskokemukseen. Oulun Ammattikorkeakoulu Hakupäivä 18.5.2022. <https://blogi.oamk.fi/2021/06/03/verkkosivujen-optimoinnilla-parempaan-asiakaskokemukseen/>.

Blomster, Miikka, Kurtti, Jonna-Riikka, Määttä, Mika & Sinisalo, Jaakko 2020. Digitaalisen markkinoinnin käsikirja: opas mikro ja pk-yrityksille. Oulu: Oulun Ammattikorkeakoulu. Hakupäivä 18.5.2022. <https://www.theseus.fi/handle/10024/347091>.

City Biljard 2022. Kuvakaappauksia. Kuvia City Biljardin vanhoista verkkosivuista. Hakupäivä 24.3.2022. <https://www.citybiljard.fi/>.

Digimarkkinointi 2022. Hyvä verkkosivuston rakenne. Suomen digimarkkinointi. Hakupäivä 12.4.2022. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/hyva-verkkosivuston-rakenne>.

Eravia 2022a. Internet-sivujen suunnittelu - Millainen on hyvä internet-sivu?. Hakupäivä 28.3.2022. <https://eravia.com/blogi/millainen-on-hyva-internet-sivu/>.

Eravia 2022b. Hakukoneoptimointi. Hakupäivä 11.4.2022. <https://eravia.com/hakukoneoptimointi/>.

Filenius, Marko 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo. Hakupäivä 7.4.2022. Ellibs. Vaatii käyttöoikeuden.

Hakukoneoptimointi 2022. Sisältö hakukoneoptimoinnissa. Hakupäivä 13.4.2022. <https://www.hakukoneoptimointi.fi/sisalto-ja-hakukoneoptimointi/>.

Hosting palvelu 2022a. Kotisivut yritykselle – näin pääset alkuun. Hakupäivä 28.3.2022. <https://www.hostingpalvelu.fi/kotisivut-yritykselle/>.

Hosting palvelu 2022b. Kotisivujen nopeus – miksi se on tärkeää ja miten parantaa sitä?. Hakupäivä 28.3.2022. <https://www.hostingpalvelu.fi/blogi/kotisivujen-nopeus-miksi-se-on-tarkeaa-ja-miten-parantaa-sita/>.

Hyvärinen, Jussi 2022. Parhaat WordPress teemat 2022. Hakupäivä 28.3.2022. <https://jussihyvarinen.com/parhaat-wordpress-teemat/>.

Karhu Helsinki 2021. Murupolku verkkosivuilla – 6 syytä, joiden takia se on arvokas. Hakupäivä 13.4.2022. <https://www.karuhelsinki.fi/blogi/murupolku-verkkosivuilla-6-syyta-joiden-takia-se-arvokas>.

Kataja, Juuso 2020. Kotisivujen latausnopeus ja sen vaikutukset. Zoner. Hakupäivä 13.4.2022. <https://www.zoner.fi/nettisivujen-teko/latausnopeus/>.

Kataja, Juuso 2021. Valmiin ulkoasuteeman asentaminen WordPress-julkaisujärjestelmään. Zoner. Hakupäivä 28.3.2022. <https://www.zoner.fi/tukiohjeet/valmiin-ulkoasuteeman-asentaminen-wordpress-julkaisujarjestelmaan/>.

Kauranen, Tapio 2021. Hakukoneoptimointiopas aloittelijalle. Hakukonemaailma. Hakupäivä 13.4.2022. <https://hakukonemaailma.com/hakukoneoptimointiopas/>.

Komulainen, Minna 2018. Menesty digimarkkinoinnilla. Helsinki: Kauppakamari. Hakupäivä 6.4.2022. Kauppakamari Ammattikirjasto. Vaatii käyttöoikeuden.

Korpinen, Aino 2019. Hyvä nettisivugrafiikka vahvistaa yrityksen brändiä. Markkinointitoimisto Kupli. Hakupäivä 13.4.2022. <https://www.kupli.fi/hyva-nettisivugrafiikka-vahvistaa-yrityksen-brandia/>.

Kukkula, Katriina 2021. Verkkosivuston uudistaminen – 9 vinkkiä ennen kuin aloitat. Markkinointitoimisto Kuulu. Hakupäivä 1.4.2022. <https://www.kuulu.fi/blogi/verkkosivuston-uudistaminen-8-vinkkia-ennen-kuin-aloitat/>.

Lal, Rajesh 2013. Digital Design Essentials : 100 Ways to Design Better Desktop, Web, and Mobile Interfaces. Beverly, MA.: Rockport Publishers. Hakupäivä 1.4.2022. EBSCOhost Ebooks. Vaatii käyttöoikeuden.

Laukkarinen, Roni 2020. Verkkosivujen latausnopeus – Onko Google PageSpeed Insights hyvä mittari vai sulaa hulluutta?. Hakupäivä 20.5.2022. <https://www.dude.fi/verkkosivujen-latausnopeus>.

Mainostoimisto Keko 2022. Värit markkinoinnissa. Hakupäivä 1.4.2022. <https://mainostoimisto-keko.fi/varit-markkinoinnissa/>.

Olander, Ilkka 2022. Verkkosivujen uudistus: 10 vinkkiä joilla onnistut. Sometek. Hakupäivä 7.4.2022. <https://sometek.fi/verkkosivujen-uudistus-10-vinkkia-joilla-onnistut/>.

Rajahalme, Arto 2021. Kotisivujen tekeminen – mitä kannattaa tehdä itse?. Hosting palvelu. Hakupäivä 28.3.2022. <https://www.hostingpalvelu.fi/blogi/kotisivujen-tekeminen/>.

Rummukainen, Mikko, Hakola, Ida & Hiila, Ilona 2019. Sisältömarkkinoinnin työkalut. Helsinki: Alma Talent. Hakupäivä 29.3.2022. Alma Talent Bisneskirjasto. Vaatii käyttöoikeuden.

Ruokonen, Mira 2016. Biteistä bisnestä!: digitaalisen liiketoiminnan käsikirja. Jyväskylä: Docendo. Hakupäivä 1.4.2022. Ellibs. Vaatii käyttöoikeuden.

Salokangas, Taru 2022. Verkkosivujen perussanasto. Hakupäivä 7.4.2022. <https://www.tarusalokangas.com/blogi/verkkosivujen-perus-sanasto>.

Space Bowling 2022. Kuvakaappauksia. Kuvia Space Bowling Oulun verkkosivuista. Hakupäivä 13.4.2022. <https://spacebowling.fi/oulu/>.

Vanhatapio, Joonas 2019. WordPress-sivuston nopeuttaminen. Zoner. Hakupäivä 24.5.2022. <https://www.zoner.fi/wordpress/wordpress-sivuston-nopeuttaminen/>.