

Tomi Tervonen

**OLAVI OIKARISEN KOTISIVUT**

Ollin Karaoke

## **OLAVI OIKARISEN KOTISIVUT**

Ollin Karaoke

Tomi Tervonen  
Opinnäytetyö  
Syksy 2014  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

---

Tekijä(t): Tomi Tervonen

Opinnäytetyön nimi: Olavi Oikarisen kotisivut – Ollin Karaoke

Työn ohjaaja: Ritva Virkkala

Työn valmistumislukukausi- ja vuosi: Syksy 2014

Sivumäärä: 31

---

Ollin Karaoke on oululainen karaoke-, levytanssi- sekä juontopalveluita tarjoava yritys. Yrityksellä ei ole tähän mennessä ollut minkäänlaista toimintaa internetissä ja nyt tavoitteena onkin tehdä toimivat ja informatiiviset www-sivut, jotka palvelevat sekä yrittäjää että asiakkaita. Ollin Karaokeen takana on yksityisyrittäjä Olavi Oikarinen. Kotisivujen tietosisältö saatiin haastattelemalla yrittäjää, jotta sivusto kuvaisi häntä parhaiten. Tarkoituksena on, että Olavi Oikarinen hyötyy uusista kotisivuistaan saamalla uusia asiakkaita ja enemmän toimeksiantoja.

Aiheen opinnäytetyölleni löysin, kun Ollin Karaoke -toiminimellä toimiva avopuolisoni isä, yrittäjä Olavi Oikarinen etsi tekijää yrityksensä kotisivuille. Opinnäytetyöni tavoitteena oli luoda WordPress-julkaisualustaa käyttäen Ollin Karaokeelle helppokäyttöiset www-sivut, jotka toimivat yrityksen käyntikorttina internetissä ja yrittäjän tarjoamien palveluiden mainoksena. Julkaisualustan WordPress valmiiden teemojen ja graafisen käyttöliittymän eli Dashboardin avulla kotisivun kehittämisen, päivittämisen ja toteutuksen valvominen käy helpommin kuin kotisivua tavallisella tekstieditorilla kehitettäessä.

Opinnäytetyössä esitellään ensin asiakaslähtöisten kotisivujen luomiseen tarvittavat osatekijät eli sisältö, käytettävyys ja ulkoasu. Kehittämisen menetelmänä käytettiin benchmarking-arviointia. Tämän menetelmän avulla saatiin selvitettyä minkälaiset ovat hyvät kotisivut sisällön, käytettävyyden ja ulkoasun kannalta. Sisällön ollessa tärkein, asiakaslähtöisten sivujen on katettava myös käytettävyyden ja ulkoasun kriteerit. Kotisivujen tekninen toteutus käydään myös läpi tässä opinnäytteessä omassa kappaleessaan.

Opinnäytetyössä myös arvioidaan ja analysoidaan muiden karaokeyrittäjien kotisivujen käytettävyyttä OAMK:n opintojakson Verkkopalveluiden Kehittäminen lomaketta käyttäen. Tällä menetelmällä saatiin tietoa siitä, mitä hyviä kehitystyössä huomioitavia ominaisuuksia kotisivuilla on ja mitä huonoja puolia tulisi kotisivujen suunnittelu- ja toteutusvaiheessa välttää.

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Information Systems

---

Author(s): Tomi Tervonen

Title of thesis: Olavi Oikarinen's Homepages

Supervisor(s): Ritva Virkkala

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2014    Number of pages: 31

---

Ollin Karaoke is the corporate name to Olavi Oikarinen's business which provides Karaoke, DJ and hosting services for various public happenings. He hasn't had any prior homepages or other connections with the Internet until now. The main goal of this thesis is to make functional and informative homepages to his business and therefore gain new clients due increase in coverage.

The aim of the thesis is to develop user-friendly homepages to my father-in-law and entrepreneur Olavi Oikarinen using content management system WordPress as the development tool. Homepages are easier to develop, update and put into practice with WordPress than with traditional text editors. This is because of various themes, plugins and widgets that are accessible from the internet. It was also equally important that the homepages also function as a sort of business card to the entrepreneur business and profession.

The Thesis first chapter presents the elements to build customer-oriented homepages. The elements such as content, usability and appearance are fundamental to create the impression of a customer-oriented and user-friendly homepage. Benchmarking was used as the method of development. Due Benchmarking I was able to find out the answer to the question such as what are the factors that well made homepages are made of in case of that content, usability and appearance are the corner stones of customer-orientated homepages. While the content is the most important element in the customer-orientated homepages the pages must fulfil also the criterion of usability and appearance. The technical execution of Olavi Oikarinen's homepages are reviewed in the third chapter of this thesis.

The thesis also validates and analyses other entrepreneur Karaoke websites. Different types of homepages were analysed by using the same form used in OUAS's Development of Web services course. With this procedure information was gained what abilities a well made homepage consist and what kind of bad solutions should be avoided in development.

---

Keywords: Homepages, WordPress

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	OPINNÄYTTEEN TAUSTA JA TARVE.....	7
2.1	Kotisivujen tarve .....	7
2.2	Opinnäytetyön tavoitteet.....	7
3	ASIAKASLÄHTÖISTEN KOTISIVUJEN OSATEKIJÄT .....	8
3.1	Kohderyhmä .....	9
3.2	Sisältö .....	10
3.3	Käytettävyys .....	12
3.4	Ulkoasu .....	14
3.5	Tekninen ratkaisu .....	18
3.6	Muiden kotisivujen analysointi .....	20
4	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	25
5	POHDINTA .....	27
	LÄHTEET .....	29

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on asiakaslähtöisten kotisivujen tekeminen Olavi Oikariselle. Karaoke, levytanssit ja juontotyöt ovat hänen yhden miehen yrityksen työnään. Toimeksiantajan toiveena on saada persoonalliset esittelysivut, jotka erottuvat muiden juontajien ja karaokeisäntien esittelysivujen massasta. Lisäksi sivuista pyritään tekemään asiakaslähtöisesti helppokäyttöiset, sisältöään selkeät ja mielenkiintoiset.

Olavi Oikarisen kotisivujen tietosisältö saatiin haastattelemalla toimeksiantajaa. Sivuista saadaan näin ollen mahdollisimman kattavat ja informatiiviset yrittäjän esittelyn ja teknisten laitteistojen osalta. Tietosisällön, kuten kuvien ja asiatekstin, lisäksi toimeksiantajaa haastattelemalla saatiin sivujen suhteen toteutuskelpoisia ideoita. Sivuston ulkoasun suhteen sain toimeksiantajalta vapaat kädet. Sivuista tehtiin käytettävyydeltään helppokäyttöiset.

Tutkimuksessa pohditaan, miksi työn toteutuksessa on päädytty tiettyyn ratkaisuun tai ratkaisuihin. Tutkimustehtävässä pyritään analysoimaan, pohtimaan ja vertailemaan samantyylisten yrittäjien sivujen ulkoasua, sisältöä ja rakennetta Olavi Oikariselle tehtävään sivustoon. Ollin Karaoken kotisivujen toteutuksessa käytettyjen ratkaisujen lisäksi selvitetään, kuinka sivuille saadaan näkyvyyttä hakukoneissa esim. Googlessa.

Opinnäytetyössä käsitellään myös kotisivujen toteutuksessa käytettyä ohjelmaa eli WordPress-julkaisualustaa. Sivujen toteutuksen helppous ja nopeus olivat tärkeänä syynä siihen, miksi WordPress-julkaisualusta valittiin sivujen toteutukseen.

## **2 OPINNÄYTTEEN TAUSTA JA TARVE**

### **2.1 Kotisivujen tarve**

Yrittäjältä vaaditaan nykyaikaisen viestinnän eri muotoja asiakaskontakteja luotaessa. Viestintää yrittäjän ja asiakkaan välillä on perinteisesti hoidettu puhelimen, faksin tai postin avulla ennen internetin aikakautta. Internet tarjoaa hyvät mahdollisuudet yrityksen markkinoinnissa. Kotisivujen tarpeellisuus kävi ilmeiseksi keväällä 2013 yrittäjä Olavi Oikarisen kanssa käymässäni keskustelussa. Asiakaskontaktien ja yrityksen kannattavuuden lisäämiseksi päätettiin luoda Olavi Oikarisen yritykselle Ollin Karaoke nimiset kotisivut.

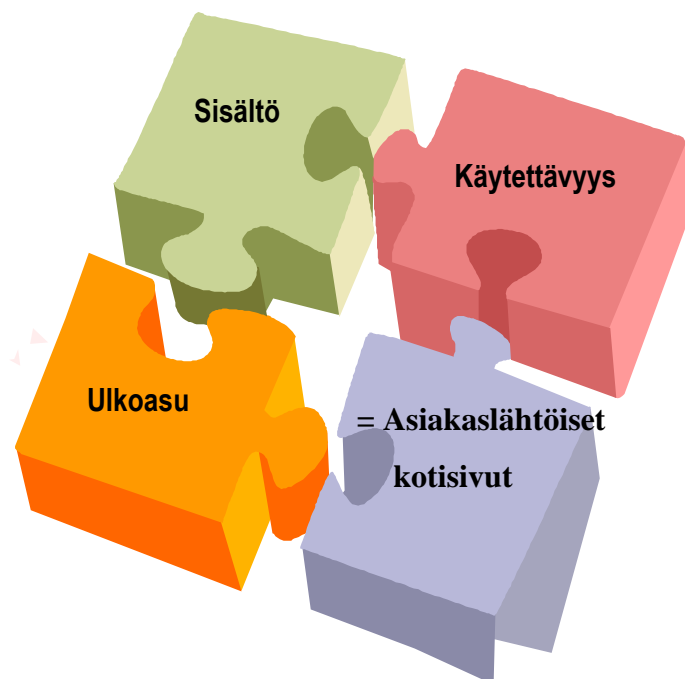
### **2.2 Opinnäytetyön tavoitteet**

Tavoitteena on luoda yrittäjä Olavi Oikariselle selkeät, helppokäyttöiset ja asiakasystävälliset kotisivut WordPress-julkaisualustaa käyttäen. Kotisivujen avulla pyritään parantamaan toimeksiantajan kilpailukykyä alansa markkinoilla. Henkilökohtaisena tavoitteenani on oppia käyttämään WordPress-julkaisualustaa kotisivujen tekovälineenä.

### 3 ASIAKASLÄHTÖISTEN KOTISIVUJEN OSATEKIJÄT

Kotisivu on websivu tai kokoelma websivuja eli dokumentteja, joita selataan internetin välityksellä. Websivu haetaan Internetistä näytölle, kun kirjoitat selaimen www-osoitteen, klikkaat linkkiä tai etsit sivua hakukoneen tietokannasta. Kotisivu voi sisältää monentyyppistä tietoa sekä sisältää tekstiä, värejä, kuvia, grafiikkaa, animaatioita ja ääntä. Seuraavaksi käsitellään asioita, joita onnistuneen kotisivun luominen edellyttää.

Asiakaslähtöiset kotisivut ovat työn olennaisin käsite. Kotisivujen rajaaminen asiakaslähtöisiksi oli tarpeellista, koska kotisivuista löytyy huomattava määrä tietoa. Asiakaslähtöisten kotisivujen pitäisi auttaa asiakasta saavuttamaan tavoitteensa tukemalla päätöksentekoa ja vuorovaikutusmahdollisuutta. Sivustojen aktiivinen päivitys tukee asiakkaiden tavoitteita, sillä vanhentunut tieto ei ilahduta tai hyödytä ketään. (Juslén 2011, 60 - 61.) Kotisivujen sisältöön, käytettävyyteen ja ulkoasuun pitää investoida, jotta sivuista saadaan asiakaslähtöiset (kuvio 1).



Kuvio 1. Asiakaslähtöisten kotisivujen osatekijät



Asiakaslähtöisiä kotisivuja rakennettaessa tulee korostaa asiakkaiden ja heidän ongelmiansa ratkaisujen näkökulmaa. Se on otettava huomioon sivujen sisällössä, käytettävyydessä ja ulkoasussa. Asiakastytyväisyyden luomiseen vaikuttaa eniten sivustojen sisältö, tämän jälkeen se, kuinka hyvin sivut toimivat ja niiden helppokäyttöisyys sekä viimeisenä ulkoasu. (Juslén 2011, 71.) Asiakastytyväisyydellä voidaan peilata sitä, kuinka asiakaslähtöiset kotisivut ovat. Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan minkälaista kotisivujen sisällön, käytettävyyden ja ulkoasun tulisi olla, jotta sivut olisivat mahdollisimman asiakaslähtöiset.

Olavi Oikarisen kotisivuissa toteutuvat asiakaslähtöisten kotisivujen osatekijät. Sivujen ollessa esittelysivut ei sisällön määrä ole päätähuimaava, mutta sitäkin oleellisempi. Tyhjää, mahdollisen asiakkaan karkottavaa ”sanahelinää” ei sivuilla esiinny, vaan tarpeelliset tiedot yrittäjästä löytyvät helposti yrittäjän sivuilla navigoitaessa.

Olavi Oikarisen sivusto on grafiikaltaan verrattain kevyt, joten käytettävyyden kannalta latausaika sivulta toiselle navigoitaessa ei ole nykyaikaisilla verkkoyhteyksillä ongelma. Sivuston kuvat on tallennettu Photoshop-kuvankäsittelyohjelmalla web- ja käyttäjäystävälliseen jpeg-formaattiin, joka mahdollistaa sivuston lyhyet latausajat ja ulkoasultaan koreamman grafiikan kuin perinteinen 256-väripaletin gif-formaatti.

### **3.1 Kohderyhmä**

Internet tavoittaa miljoonia ihmisiä ja yleensä sen luullaan riittävän, kun kohderyhmäksi rajataan kaikki sivua käyttävät ihmiset. Kaikki eivät kuitenkaan ole kiinnostuneita tuotteistasi tai palveluistasi. Kuinka usein internetsivuja selatessasi olet ostanut lähikauppasi sivulta samalla auton, tulosimen ja sukkaa? Tällainen leveä markkinointi ei ole tehokasta ja on vähintäänkin tähtitieteellisen kallista. Lisäksi tällainen yliampuva markkinointi ei auta tuotteita tai palvelua etsiviä mahdolliset asiakkaita, jotka olisivat tavoitettavissa pienemmin vaivoin ja kustannuksin. (Vigil 2014, viitattu 20.12.2014.)

Ideana on tavoittaa oikeanlaiset ihmiset, jotka etsivät tuotteitasi tai palvelujasi tekemäsi esittelyn perusteella ja saada heidät ostamaan niitä sinulta. Kaksi peruskysymystä, jotka voidaan esittää kohderyhmän määrittämiseksi ovat: 1. Keitä asiakkaat ovat? 2. Millainen on tuotteen tai palvelun oikea esittelytapa kyseisille ihmisille? (Vigil 2014, viitattu 20.12.2014.)

Nämä kaksi peruskysymystä määrittelevät kuka ostaa tuotettasi ja palveluasi sekä millainen lähestymistapa, ulkoasu ja houkuttelevuus vaikuttaa ”oikein” kohderyhmään. Yksistään näiden seikkojen avulla pystytään suunnittelemaan yksityiskohtaisemmin vaikuttavampia websivuja, markkinointia ja mainosmateriaalia kohderyhmää varten. (Vigil 2014, viitattu 20.12.2014.)

Olavi Oikarisen kotisivujen kohderyhmä saatiin selville haastatteleamalla yrittäjää. Karaoke, levytanssit ja juonnot ovat ns. viihdepalveluja. Tämän perusteella ensisijaisena kohderyhmänä ovat yleisötapahtumia järjestävät yrittäjät ja yksityiset henkilöt. Yrittäjän ensisijaisena toimialueena on Oulun seutu, joten kohderyhmä sijoittuu samalle alueelle. Tämän vuoksi sivujen sisältö pyrittiin pitämään asiallisena huumoria kuitenkin viihdepalvelu- ja kauppaava yrittäjä.

### **3.2 Sisältö**

On tärkeää, että kotisivulle sisältöä luotaessa kiinnitetään huomiota kirjoitusasuun. Sisältöä tuottaessa kannattaa käyttää henkilökohtaista ja yksilöllistä sävyä, koska websivuja yleensä selailaan yksin. Näin asiakkaalle luodaan illuusio siitä, että sivun sisältö on kirjoitettu juuri hänelle ja hänen tarpeilleen. Tiedon omaksumisen kannalta on tärkeää, että teksti on helposti ymmärrettävässä muodossa asiakkaalle. (Juslén 2011, 112.)

Olavi Oikarisen kotisivujen kirjoitusasu pyrkii saamaan sivujen käyttäjään henkilökohtaisen kontaktin. Tieto yrittäjän osaamisesta on helposti omaksuttavissa asiatekstistä. Yrittäjän kokemusta musiikkialalta ja levykirjaston laajuutta korostamalla välitetään kuva ammattitaitoisesta, monipuolisesta yrittäjästä, joka on toiminut alalla pitkään.

Nielsenin (2000, 100-101) mukaan sisältö on käytettävyytutkimusten käyttäjien mielestä tärkeintä. Uudelle sisältöalueelle saapuva käyttäjä koittaa tehdä päätelmiä sivun sisällöstä silmäilemällä ensin suurinta sisältöaluetta, otsikoita ja muita viitteitä. Tämän perusteella käyttäjä päättää jääkö sivustolle pitemmäksi aikaa vai siirtyykö hän etsimään sisältöä toisilta sivustoilta. Ulkoasu on houkuttelevuuden kannalta tärkeässä osassa, mutta sisältö on ykkönen. Tekstin pitää olla oikein tuotettua, mutta tämän lisäksi on tärkeää, että sisältö on esitetty käyttäjiä houkuttelevalla tavalla,

sillä käyttäjä käy ensiksi läpi tekstin ja otsikot. Sisällön tulee olla siis asiakkaalle selkeästi esitettyä ja se on tarjottava helposti löydettävänä.

Olavi Oikarisen kotisivuilla sisältö eli teksti pyrittiin esittämään sivustolla vierailvalle henkilölle selkeällä ja yksinkertaisella tavalla. Musta teksti vaalean taustan kanssa antaa riittävän kontrastin tekstin helppolukuisuuden kannalta. Sivustolla oleva grafiikka ei kilpaile liikaa sisällön kanssa, minkä vuoksi sisältö on helpommin omaksuttavissa. Sivuston otsikot vastaavat tekstien sisältöä ja näin ollen käyttäjä löytää tarvitsemansa tiedon otsikoita ja tekstiä silmäilemällä.

Nielsenin (2000, 101-103) mukaan tekstiä tuottaessa kotisivuille ei vaikuteta pelkästään sisältöön, vaan myös koko käyttökokemukseen, käyttäjän käydessä ensin läpi tekstin ja otsikot. Hän luettelee kolme tärkeää sääntöä sisällön kirjoittamiseksi kotisivuille. Tekstin tulisi olla ytimekkäästi kirjoitettu eli noin puolet siitä määrästä, mitä olisi käytetty paperille kirjoitettaessa. Turhia jaaritte-luja karsimalla saadaan olennainen sisältö esiin. Toiseksi teksti pitää kirjoittaa silmäiltäväksi jaot-telemalla se osiin lyhyiden kappaleiden, luetteloiden ja alaotsikoiden avulla. Kolmanneksi pitkä teksti kannattaa jakaa useille sivuille hyperlinkkejä (linkki, joka on sisällytetty tekstiin) käyttäen. Tekstin pitää olla kielipiillisesti virheetöntä. Kieliooppivirheet ovat kiusallisia, koska ne saattavat saada käyttäjän ymmälleen ja hidastaa selailua.

Olavi Oikarisen kotisivuilla kieliooppi tarkistettiin useaan otteeseen, jotta epäammattimaisia kieliooppivirheitä ei sivustolla esiintyisi. Yrittäjän osaamisalueet on jaoteltu sisällön perusteella sivus-tolla kolmelle eri sivulle. Sisältö on tarkoituksella kirjoitettu mahdollisimman ytimekkäästi, jotta haluttu asia saadaan mahdolliselle asiakkaalle helposti ja nopeasti omaksuttavaksi.

Kauhanen-Simanainen (2001, 14, 79) toteavat, että kotisivun tuottaja valitsee, mitä tietoa, vieste-jä tai informaatiota käyttäjälle lähetetään. Vastaanottajaa kiinnostavat asiat ja niiden tarpeellisuus määrittävät sisällön merkityksen ja arvon. Onnistuneen sisällön tuottamiseksi on tekijällä oltava visio tekeillä olevasta verkkopalvelusta sekä toimintamalli, sisältö rakenne ja hyvät tiedot tavoitel-tavissa olevasta kohderyhmästä.

Sisällön suunnittelussa tulee painottaa sitä, että käyttäjä saa etsimiinsä kysymyksiin vastaukset. Sisällön pitää olla käyttäjälle hyödyllistä ja vastausten pitää löytyä nopeasti, koska webin käyttäjät ovat malttamattomia ja tavoitehakuja. Käyttäjät siirtyvät helposti etsimään vastaavanlaisia sivu-ja, jos sivun hyöty ei ole saatavissa sivulta suoraan. (Nielsen 2000, 161.)

Olavi Oikarisen kotisivujen eli Ollin Karaoke -sivuston tapauksessa tarvittavat tiedot yrittäjän osaamisesta yhteystietoineen löytyvät selkeästi jäsennettynä sisältönä sivustolta. Yhteystiedot, kuten matkapuhelinnumero ja sähköpostiosoite yhteydenottoa varten näkyvät jokaisen sivun alitunnisteissa ja ovat näin jatkuvasti sivustolla vierailijan nähtävissä.

### 3.3 Käytettävyys

Merisavo, Vesanen, Raulas & Virtanen (2006, 36) toteavat, että asiakkaat hakevat ongelmiinsa apua ja tukea internetistä. Sivun uskottavuus on tärkeä asia käyttäjille, koska on epävarmaa, kuka on tiedon takana ja voiko sivuun luottaa. Sivun uskottavuutta voidaan parantaa korkealuokkaisella grafiikalla, hyvällä kirjoitustavalla ja ulkoisia hyperlinkkejä käyttämällä. Hyperlinkit osoittavat, että julkaisijat ovat tehneet kotiläksynsä ja eivät pelkää antaa käyttäjille mahdollisuutta vieraila myös toisilla sivuilla. Käyttäjät ovat kiireisiä ja haluavat saada oikeaa tietoa sivulta. Käyttäjät inhoavat internetissä vallitsevia rehastelevan subjektiivisia mainoskirjoituksia, kuten esimerkiksi ”kaikkein paras”. Käyttäjien mielestä sivun uskottavuus kärsii, jos he kokevat sivun liioittelevan. (Nielsen 1997, viitattu 24.12.2014.)

Haasteena uusien kotisivujen luomisessa on niiden erottuminen vastaavien websivujen massasta. On erittäin tärkeää, että vierailijat tulevat käymään sivustolla yhä uudelleen ja näin heistä saadaan mahdollisia ostajia. Sivujen tulisi tarjota jotain lisäarvoa vierailijoille, jota muiden sivut eivät välttämättä tarjoa. (Ahola, Koivumäki & Oinas-Kukkonen 2002, 88.) Nielsenin (2000, 18) mukaan tyhjät alueet eivät ole välttämättä tilan haaskausta. Tyhjällä tilalla voidaan usein selkiyttää ulkoasua ja sisältöä sekä ohjata katsetta.

Kotisivujen pitää olla käytettävyydeltään navigoitavat, nopeasti latautuvat ja toimivat. Kätevä tapa säilyttää sivut helposti navigoitavina on kolmen klikkauksen sääntö. Jokaisen sivuston sivun tulee siis löytyä kolmen klikkauksen päästä etusivulta. Hakukoneet pystyvät helposti analysoimaan navigoitavia sivukokonaisuuksia hakurobottien avulla. Tämä parantaa sivuston löydettävyyttä hakukoneissa. (Juslén 2011, 71.)

Olavi Oikarisen kotisivujen käytettävyys on kohtalaisen hyvä, johtuen sivuston yksinkertaisesta rakenteesta. Sivuston ollessa tyypiltään staattinen esittelysivusto ei monesti latausaikoja hidasta-

via tietokantoja tarvita. Sivusto esittää vastauksia asiakkaan ongelmiin, esimerkiksi kuinka ottaa yhteyttä kokoneeseen karaokeisäntään. Jokaiselta sivulta löytää helposti takaisin etusivulle joko päänavigoinnin avulla tai jokaisella sivulla olevan ylätunnisteen avulla.

Asiakaslähtöinen käytettävyys luodaan järkevällä tietorakenteella, sivustojen käytön sujuvuudella ja sillä, että sivulta tavoiteltavat asiat löytyvät helposti (Juslén 2011, 71). Kotisivujen etusivulta asiakas haluaa löytää selvät vastaukset neljään päämäärään:

1. Mille sivustolle he ovat tulleet.
2. Yrityksen tarjoamat hyödyt asiakkaille.
3. Tiedot yrityksestä, tiedot tuoreimmista tuotteista tai yrityksen uusimmat tapahtumat.
4. Asiakkaiden mahdollisuudet sekä tieto, miten he pääsevät niille sivuston osioille, jotka ovat heille merkityksellisimpiä. (Nielsen & Loranger 2006, 30.)

Grafiikkaa käytetään kotisivun sisällön esittämiseen sekä korostamiseen eikä vain koristelemiseen. Valokuvat ja kaaviot kannattaa muokata näytölle sopivaan kokoon. (Nielsen & Tahir 2002, 22.) Käyttömukavuutta voi parantaa laittamalla kaikkiin kuviin ja mahdollisiin videoihin ja ääninauhoihin kuvatekstit. Hyperlinkkejä käytettäessä kannattaa käyttää sanoja, jotka liittyvät linkin kontekstiin. Vaihtoehtoista sisältöä on tarjottava, jos sivustossa käytetyt skriptit (komentosarjoja, joilla automatisoidaan tehtäviä), pluginit (liitännäiset, tietokoneohjelmia, jotka tarjoavat tietyn toiminnon) tai muut sellaiset eivät toimi tai ovat tilapäisesti pois käytöstä. Tämä ylläpitää sivun hyvää käytettävyyttä. (Chaffey, Ellis-Chadwick, Mayer & Johnston 2009, 402, 404.)

Sivustolla liikkuminen pitää olla käyttäjälle mahdollisimman vaivatonta ja helppoa. Käyttäjien pitää pystyä liikkumaan sivuilla vapaasti ja löytämään etusivu helposti esimerkiksi logon avulla. Tämä tulee ottaa huomioon suunnittelussa ja kannattaa toteuttaa myös sen vuoksi, koska käyttäjä ei välttämättä tule ensimmäiseksi aloitussivulle vaan jollekin alisivulle hakukoneiden kautta. (Nielsen 2000, 25.)

Sivujen latautumisaika vaikuttaa niiden houkuttelevuuteen. Nielsen (2000, 46) mukaan www-sivujen nopea latautumisaika on niiden tärkein ominaisuus. Internet-yhteyksien nopeudet ovat kehittyneet paljon nopeammiksi kirjan julkaisuajankohdasta. Pääsääntö on kuitenkin säilynyt samana. Sivujen halutaan latautuvan nopeasti ja niiden hidas aukeaminen saattaa johtaa hylkäämiseen.

Linkit ovat tärkein osa hypertekstistä. Niiden avulla sivut liitetään toisiinsa ja käyttäjille annetaan mahdollisuus liikkua muille kiinnostaville sivuille. Linkkejä on kolmea eri tyyppiä eli rakenteellisia, sisällöllisiä ja aiheeseen liittyviä linkkejä. Rakenteelliset linkit auttavat hahmottamaan tietovarua ja liikkumaan siinä. Esimerkiksi linkki kotisivulle ja linkit sivuhistoriassa alaspäin ovat tällaisia. Sisältölinkki on yleensä alleviivattu sana, jonka avulla käyttäjä ohjataan sivulle, joka antaa lisätietoa alleviivatusta sanasta. Aiheeseen liittyvät linkit auttavat käyttäjää löytämään takaisin sivulle, jos hän huomaa olevansa väärällä sivulla. (Nielsen 2000, 53.)

Sivuston tulee toimia eli olla käytettävissä ympäri vuorokauden, jotta asiakkaat voivat tehdä ostoksia heille sopivana ajankohtana. Tämän vuoksi yritysten tulee huomioida erilaatuiset tekniset asiat, kuten sivustojen päivitykset ja viat. Näihin voidaan varautua sivuston kapasiteettia (kuinka monta asiakasta voi asioida sivuilla yhtäaikaan) lisäämällä ja asentamalla sivuston aktiivisuutta valvovan järjestelmän. Lisäksi on tärkeää varmistaa sivuston toimivuus eri laitteilla. Asiakas saattaa vieraila sivuilla millä tahansa Internet-selaimella tai -laitteella, kuten kännykällä tai tabletilla. (Chaffey ym. 2009, 398 – 399, 401.)

### **3.4 Ulkoasu**

Kotisivuja on Internetissä useita miljoonia. Oman kotisivun saaminen käyttäjiä houkuttelevaksi on haaste jokaiselle kotisivun tekijälle. Monet tekijät vaikuttavat houkuttelevuuteen ja on tärkeää kiinnittää siihen huomiota kotisivun sisältöä suunniteltaessa. Seuraavissa kappaleissa käsitellään keskeisimpiä kotisivun houkuttelevuuteen vaikuttavia tekijöitä.

Onnistuneen kotisivun suunnittelun avulla on tarkoituksena antaa kuva yrityksen ammattitaidosta. Ulkoasu on ensimmäinen asia, minkä sivulle saapuva käyttäjä näkee. Ulkoasun huolellinen suunnittelu antaa hyvän tilaisuuden luoda sivustolle uskottavuutta. (Nielsen 2000, 92.) Keskimääräinen vierailuaika kotisivuilla kestää hieman alle minuutin. Kiireisillä käyttäjillä on aikaa lukea vain neljäsosa vierailemansa sivun tekstistä, joten tekstin pitää olla epätavallisen selkeää ja keskitettyä tavoittaakseen sivun käyttäjän. Yksittäisen sivun suhteen vierailuaika vaihtelee eri käyttäjien keskuudessa suuresti. Jotkut käyttäjät poistuvat sivulta heti, kun taas toiset viipyvät sivulla useita minutteja. (Nielsen 2011, viitattu 27.12.2014.)

Korpelan & Linjaman (2005, 356) mukaan käyttäjäkunta määrittää ensisijaisesti sen, miten sivuston ulkoasun suunnittelussa lähdetään liikkeelle. Käyttäjäkunta vaikuttaa heidän mukaansa muun muassa käytettävään tekstityyppiin, kuvitukseen, tekstin määrään ja väreihin. Näiden valintojen jälkeen huomiota kiinnitetään seuraavaksi sivulle tuleviin kuviin ja teksteihin sekä grafiikkaan ja tyyliin. Ulkoasuun vaikuttaa myös se, mikä on sivun tarkoitus. Käyttäjät arvioivat ulkoasun perusteella, mikä on sivun tarkoitus. Tavallisimpia esimerkkejä ovat:

1. Itseilmaisu: sivun tekijä haluaa kertoa itsestään.
2. Asioiden listaaminen: sivu luettelee tosiasioita, faktoja.
3. Selittäminen: sivu selostaa jonkin asian, ikään kuin esite tai oppimateriaali.
4. Mieliopikirjoitus: sivu yrittää vaikuttaa lukijan näkemyksiin.
5. Uutisointi: kerrotaan ajankohtaisista tapahtumista samaan tapaan kuin sanomalehdet.
6. Mainonta: sivu yrittää myydä jotain tuotetta tai palvelua.
7. Viihdyttäminen: sivulla on ajanvietettä.
8. Hakemisto: sivun kautta voi suunnistaa muille sivuille. (Korpela & Linjama 2005, 11.)

Sivusto voi koostua useista edellä mainituista osista. Sivujen ensivaikutelma on todella tärkeä, sillä käyttäjä luokittelee sivun itse omien päämääriensä kannalta, jos websivustoa ei ole luokiteltu mitenkään. Sivun on hyvä olla tunnistettavissa johonkin tyyppiin kuuluvaksi, mutta sen kannattaa jotenkin samalla erottua muista samantyyillisistä sivuista. (Korpela & Linjama 2005, 11 – 12.)

Olavi Oikarisen kotisivut voidaan luokitella liittyvän pääsääntöisesti mainontaan, koska sivuston tarkoitus on myydä yrittäjän tarjoamia palveluja. Sivulla on kuitenkin myös itseilmaisullista sisältöä ja asioiden listaamista eli faktoja.

Nielsenin (2000, 178) mukaan yrityksen tai sivuston nimi on tärkein kotisivulla oleva elementti. Tämän vuoksi oikeanlainen sijoittaminen on tärkeää. Nimi suositellaan sijoitettavaksi sivun vasempaan yläkulmaan tai muuhun paikkaan, mistä se huomataan helposti. Sivuston käyttäjä voi saapua hakukoneiden kautta mille tahansa kotisivun alisivulle, joten käyttäjän opastamiseksi sivuston nimen pitää näkyä jokaisella sivulla.

Sivustojen tyyli koostuu kokonaisuudessaan kuvista, värien käytöstä, typografiasta (tekstin fontista, asettelusta, väristä) ja layoutista (kotisivujen tausta, pohja) (Chaffey ym. 2009, 415). Hyvin suunnitelluilla kotisivuilla tasapainottuu yhtenäisyys ja monipuolisuus. Yksinkertaisuus luo edun

sivun ulkoasulle, kunhan sivut ovat huomiota herättävät ja mieleenpainuvat. Ulkoasun ei pidä tehdä sisällöstä vaikeasti luettavaa tai syrjäyttää sitä. (Korper & Ellis 2001, 67.) Ulkoasun tulee sen sijaan ohjata asiakkaita (Tervist 2013, viitattu 22.10.2013).

Sivujen kiinteät elementit kannattaa pitää yhtäläisinä jokaisella sivulla, koska ne luovat sivustolle yhtenevän ilmeen. Jos sivulla käytetään taustakuvaa, kannattaa se olla samanlainen jokaisella sivulla. On tärkeää, että sisältö sijoitetaan samalla tavalla jokaiselle sivulle, koska pyrkimyksenä on luoda sivuista yhteneväiset kuvien ja sisällön ollessa erilaista sivuston eri osissa. Sivuja yhtenäistää tehokkaasti myös yhtenäisen tekstityypin käyttö sivustolla. (Korpela & Linjama 2005, 357.)

Olavi Oikarisen kotisivujen nimi sijaitsee sivun ylätunnisteessa näkyvällä paikalla. Sivuston nimi eli Ollin Karaoke on nähtävissä etusivun lisäksi kaikilla alisivuilla. Tällöin hakukoneen kautta sivulle saapunut vierailija ei voi olla huomaamatta kotisivujen nimeä. Ollin Karaoke -sivusto on värien ja typografian suhteen hillitty. Vaalea tausta antaa hyvän kontrastin ytimekkäästi kirjoitetulle tekstille. Sivulla oleva tyhjä tila selkeyttää tekstiä ja parantaa sen luettavuutta ja ymmärrettävyyttä. Ollin Karaoke -sivuston kiinteitä elementtejä ovat muun muassa päänavigointi, ylä- ja alatunniste sekä sisällölle eli tekstille tarkoitettu alue. Ollin Karaoke'n yleisilme on yhtenäinen muun muassa siksi, että sivustolla on käytetty samaa tekstityyppiä jokaisella sivulla.

Yksittäisen sivun suunnittelussa pääelementtejä ovat: otsikko, navigaatio ja sisältö. Elementtien kokoa ja asettelua sivun sisällä kannattaa miettiä sivun ulkoasua suunniteltaessa. On määriteltävä kuinka paljon halutaan muiden materiaalien (ala- ja yläotsikot, navigaatioelementit) vievän tilaa sivun sisällöltä. Päänavigaation sijoituessa yläosaan tai vasemmalle saadaan enemmän tilaa sisällölle. Perustiedot, kuten tekijänoikeustiedot, voidaan sijoittaa sivun alaotsikkoon, jolloin ne eivät vie paljoa tilaa, mutta ovat aina näkyvissä. (Chaffey ym. 2009, 421.)

Aloitussivu on yleensä sivuston tärkein yksittäinen sivu. Aloitus sivu joko houkuttelee käyttäjän jäämään sivustolle tai pelottaa hänet pois. Yleensä aloitus sivu on juuri se, mihin suosikeissa, painetussa sanassa ja muualla viitataan. Näin ollen se on käyttöliittymän tärkein osa. Aloitus sivu on myös itsessään viesti, sillä se ilmentää sivustoa kokonaisuutena. (Korpela & Linjama 2005, 355.)



Sivuston ulkoasujen kannalta kehykset voivat näyttää komeilta, mutta niiden käyttöä ei suositella. Hakukoneiden toiminta vaikeutuu, mutta myös kirjamerkkien ja tulosteiden teko vaikeutuu. Ulkoasun suunnitelma on onnistunut, jos se esimerkiksi sallii asiakkaan muuttaa tekstin kokoa ja vaihtaa näytön resoluutiota sivua käytettäessä. Miellyttävän ja johdonmukaisen sivuston ulkoasu syntyy, kun kaikki sivuston sivut ovat samantyyllisiä. Ulkoasun myös pitää tukea tulostamista tai tarjota vaihtoehtoinen tulostusformaatti. (Chaffey ym. 2009, 421.)

Hillitty värien käyttö sivulla on suositeltavaa. Tekstin sanomaa tuetaan yleisesti värien avulla. Värejä kannattaa käyttää sitä hillitymmin, mitä näyttävämpää sivulla oleva grafiikka on, koska värien ei tahdota vievän huomiota grafiikalta. Sivustolla käytettäväksi värimääräksi suositellaan korkeintaan kolmea, koska näin luodaan omaperäistä ilmettä paremmin kuin useita värejä käytämällä. Taustakuvan käyttö voi häiritä sivun käyttäjää. Jos taustakuvaa halutaan kuitenkin käyttää, kannattaa suosia vaaleita, yksinkertaisia ja tyylieltyjä kuvia. (Korpela & Linjama 2005, 394, 43.)

Käyttäjät silmäilevät tekstiä, poimivat siitä mielenkiintoisia virkkeitä ja kappaleita. Käyttäjät ovat kärsimättömiä ja tekstin lukeminen näytöltä tuntuu varsin vastenmieliseltä. Kotisivuille sisältöä kirjoittavan on sisäistettävä tämä seikka ja opittava kirjoittamaan siten, että tekstiä on mahdollisimman helppo silmäillä. Artikkelissa pitää olla kaksi tai kolme otsikoinnin tasoa. Tällaisesta otsikoinnista hyötyvät muun muassa näkövammaiset käyttäjät, jotka käyttävät puhuvia selaimia. Otsikon täytyy selittää käyttäjälle sivun tai kappaleen käsittelemä aihe. Yhtenäisinä toistuvat tekstikokonaisuudet pilkotaan osiin luetteloiden tai vastaavin ulkoasukeinoin pienempiin osiin sivustolle. Käyttäjän huomio pyritään kiinnittämään tekstin tärkeisiin kohtiin sanoja korostamalla ja nostamalla niitä tekstistä esiin. (Nielsen 2000, 104-106.)

Ollin Karaoke -sivuston teksti on jaettu eri sivuille tekstiä kuvaavan otsikon alle. Esimerkiksi Karaoke-palveluista kertova teksti on sijoitettu karaoke-otsikon alapuolelle, josta se on nopeasti silmäiltävissä. Yksittäisiä sanoja, kuten karaoke, on nostettu tekstistä esiin lihavoitua ja kursivoitua käyttämällä.

On tärkeää, että sivun linkeille asetetaan värit. Sivulle tarvitaan värit vieraillemattomalle linkille, vierailulle linkille, osoittimen kohdalla olevalle linkille ja aktiiviselle linkille. Punaista ja vihreää väriä ei kuitenkaan suositella sivustossa käytettäväksi, koska ne haittaavat punavihersokeaa sivun käyttäjää. (Korpela & Linjama 2005, 43 – 45.)

### 3.5 Tekninen ratkaisu

Internetin alkutaipaleella sivuilla mainostettiin sivujen toimivan parhaiten esimerkiksi selaimilla Internet Explorer tai Netscape Navigator. Tänäpä tällaiset mainokset ovat yhä harvinaisempia, koska sivujen kehittäjät näkevät vaivaa sivujensa löydettävyyden ja käytettävyyden parantamiseksi hakukoneissa ja muualla internetissä. On epätodennäköistä, että kehittäjät haluaisivat käyttäjien lähtevän sivulta pois sen vuoksi, että he käyttävät eri selainta. Web-sivun suunnittelun periaatteena on yhteensopivuus eri selainten, käyttöjärjestelmien ja koneiden kanssa sekä olla löydettävissä suurimmalle mahdolliselle yleisölle. (Heng 2000, viitattu 28.12.2014.)

Internet on käytännössä asiakas- ja palvelinpuolen tekniikoiden ympäristö. Asiakaspuolen tekniikoita ovat ne, jotka suoritetaan käyttäjän selaimella. Kirjoitettaessa web-sivun osoite selaimen osoitekenttään selain lähettää pyynnön HTML-sivusta (Hypertext Markup Language) palvelimelle ja HTML-tiedosto lähetetään selaimen katsottavaksi. HTML-sivu suoritetaan selaimessa eri tekniikoita, kuten CSS (Cascading Style Sheets) ja JavaScriptiä, käyttäen. Asiakaspuolen ohjelmoinnin rajoituksena voidaan pitää sitä, että kaikki selaimet eivät tue sitä aina täydellisesti, jolloin web-sivut eivät näyttyä selaimessa oikein. (Permessor 2014a, viitattu 28.12.2014.)

Palvelinpuolen ohjelmointikieliä ymmärtääkseen on tarkasteltava HTML-kielen heikkouksia. Näitä ovat muun muassa HTML-kielen tuottamat staattiset sivut eli websivut, jotka eivät koskaan muutu automaattisesti ellei niitä itse päivitä. Palvelinpuolen asiakirja voidaan kirjoittaa millä tahansa kirjoitusohjelmalla, kuten muistiolla ja se ladataan palvelimelle. Skripti eli ohjelmakoodin sisältävä asiakirja tallennetaan palvelimelle. Kun käyttäjä tekee pyynnön selaimellaan, koodattu tiedosto suoritetaan asianmukaisessa kääntäjässä ja HTML-sivu luodaan automaattisesti suoritetusta ohjelmakoodista. Käyttäjä itse ei koskaan näe HTML-sivun synnyttänyttä ohjelmakoodia. Palvelinpuolen kielten (ASP, PHP ja JSP) avulla voidaan web-sovelluksista tehdä hyvin vuorovaikutteisia ja muuntaa ne asiakkaiden toiveiden mukaisiksi. Web-sovellukset voivat kommunikoida tietokantojen tai toisten tiedostojen kanssa sekä varastoida, hakea ja suorittaa muita tietojenkäsittelytehtäviä. (Permessor 2014b, viitattu 28.12.2014.)

HTML ja CSS (hierarkkiset tyylisivut) ovat kaksi yleisintä web-sivun kehitykseen käytettävää kieltä. Melkein kaikki internetissä olevat web-sivut on rakennettu niitä käyttäen. HTML on standardoi-

tu web-sivun sisällön muotoilun ja rakenteen julkaisukieli. Sivun elementit, kuten otsikot, ylätunnisteet, teksti ja linkit löytyvät HTML-dokumentista. HTML-kieli on yksi internetin ydintekniikasta ja se toimii kaikkien web-sivujen runkona. (Shiotzu 2014, viitattu 28.12.2014.)

CSS on tyylisivujen kieli, joka käytännössä helpottaa web-sivujen kehittäjän työtä. Yhdessä HTML-kielen kanssa CSS antaa ohjelmoijalle mahdollisuuden määrittellä useiden web-sivujen ulkoasun ja muotoilun hetkessä. Elementit, kuten väri, sivun asettelu ja fontti määritellään yhdessä tiedostossa, mikä pidetään erossa web-sivun HTML-rungosta. Nämä kaksi kieltä luovat perusrakenteen ja tyylin staattiselle web-sivulle, joka näyttää samalta kaikille käyttäjille. (Shiotzu 2014, viitattu 28.12.2014.)

WordPress on moderni henkilökohtainen julkaisualusta. Sen painopisteinä ovat esteettisyys, web-standardit ja käytettävyys. (WordPress 2014, viitattu 29.12.2014.) Olavi Oikarisen kotisivut toteutettiin Wordpress-julkaisualustan avulla. Tämä tarkoitti käytännössä sitä, että järjestelmä teki kaiken koodaustyön ja ainoastaan tekstin kirjoittaminen jäi vastuulleni. WordPressiä kutsutaan myös sisällönhallintajärjestelmäksi. Wordpressin valmiiden teemojen avulla voidaan kotisivujen ulkoasua ja toiminnallisuutta vaihtaa, koskematta sivun sisältöön tai rakenteeseen. Teemojen PHP-, HTML- ja CSS-koodia muokkaamalla saadaan sivuille lisätoimintoja. (Wikipedia 2014a, viitattu 29.12.2014.)

Internetin sisällönhallintajärjestelmä antaa työkalut web-ohjelmointikieliä taitamattomalle käyttäjälle web-sivun julkaisuun, muokkaamiseen ja isännöintiin. Web-sivun luominen ja sen hallinta käy silloin kohtuullisen helposti, koska useimmat sisällönhallintajärjestelmät sisältävät WYSIWYG (what you see is what you get) graafisen käyttöliittymän. (Wikipedia 2014b, viitattu 29.12.2014.) Wordpressin käyttöliittymä ei eroa olennaisesti muiden sovellusten käyttämisestä käyttöliittymämallista. Sivuja ei voi kuitenkaan muokata ennen kuin hallintosivulle kirjaututaan asianmukaisin tunnukset. Hallintosivua kutsutaan Dashboardiksi. Dashboardissa kaikki Wordpressin käytössä olevat toiminnot löytyvät hallintosivun vasemmasta reunasta. Dashboardin yläkulmassa olevan visit site -painikkeen avulla voidaan kotisivujen kehitystä valvoa helposti. Tehdyt muutokset, esimerkiksi sisältöön, näkyvät heti. (iThemes Media LLC 2014, viitattu 29.12.2014)

Internetissä on monia staattisia web-sivuja, mutta niistä ei heti näe, ovatko ne tyypiltään staattisia. Kyseessä saattaa olla staattinen sivu, jos se on tehty pienelle yritykselle ja on ulkoasultaan yksinkertainen vailla vuorovaikutteisuutta. Staattisia web-sivuja pystyy päivittämään vain henkilö,

jolla on tietämystä web-sivuston kehittämisestä. Staattiset websivut ovat halvimmat kehittää ja isännöidä. Siksi pienet yritykset käyttävät vieläkin staattisia sivuja internetissä olemiseen. (Fenton 2014, viitattu 28.12.2014.)

Päädyimme Olavi Oikarisen kanssa staattisiin sivuihin, koska tarvetta tietojen jatkuvalle päivittämiselle ei yrittäjän mielestä ole. Sivujen tekemiseen staattisiksi vaikutti myös sivujen kehittämisen ja ylläpidon hinta. Kalliille tietokannoille ei ole vielä tarvetta. Kotisivun tarkoituksena on toimia esittelysivuna ja käyntikorttina yrittäjän tarjoamille viihdepalveluille. Yhteydenotto tapahtuu perinteisin menetelmin, kuten sähköpostin tai puhelimen välityksellä.

### **3.6 Muiden kotisivujen analysointi**

Sivujen analyysissä käytettiin opintojaksolla Verkkopalvelujen kehittäminen käytettyä käytettävyysslomaketta. Sivut analysoitiin käytettävyysslomakkeen kahdenkymmenenviiden kohdan avulla saatavuuden, identiteetin, navigoinnin ja sisällön perusteella. Sivuja analysoitaessa käytettiin TeliaSoneran 10M/1M internet-yhteyttä. Saatavuutta analysoitaessa haluttiin tietää, onko yrittäjien sivuilla kustomoitua "sivustoa ei löydy" -sivua (virhe 404). Sivun URL:sta eli linkistä poistettiin osa ja yritettiin hakuja, minkä seurauksena virheestä ilmoittava sivu saatiin esille.

Firebug on internetsivujen kehittäjän työkalu, jonka avulla voidaan muokata, etsiä ja poistaa virheitä sekä valvoa sivujen HTML-koodia, tyylitiedostoja ja JavaScriptiä (Mozilla 2005-2010, viitattu 21.10.2013). Sivujen analysoinnissa käytettiin apuna Firefox selaimen Firebug-liitännäistä.

Analysoitavat sivut löydettiin Fonecta Finderin avulla hakusanalla karaoke. Tarkoituksena oli analysoida toimeksiantajan kaltaisten kotimaisten karaoke-yrittäjien kotisivuja. Tästä syystä hakutuloksista saadut ohjelmatoimistojen yrityssivut rajattiin analysoitavista sivuista pois. Ajankäytöllisistä syistä karaoke yrittäjien sivuista valittiin analysoitavaksi viisi kotisivua. Tuloksista saatiin käytännön tietoa Olavi Oikarisen sivujen suunnitteluun ja toteutukseen. Seuraavassa analysoija sivustoista.

*Musicminds.org*-kotisivut latautuvat nopeasti testissä käytetyllä internetliittymällä. Sivut ovat ulkoasultaan tummansävyiset ja sisällöltään vaikealukuiset. Tekstin ja taustan kontrasti ei ole riittävä normaalilla näytön kirkkaudella, vaan kirkkautta jouduttiin säätämään tekstin luettavuuden paran-

tamiseksi. Musta lihavoitu fontti ei erotu tummanlilasta taustasta riittävän hyvin ja keskitettyinä lauseet vaeltavat epätasaisesti laidasta laitaan, mikä tekee lukukokemuksesta epämukavan.

Music Mindsin sivut ovat tekniseltä toteutukselta varsin pelkistetyt, sillä Flashia tai liitännäisiä ei ole websivuilla käytetty. Kuvien ALT-tagit auttavat hakukoneita ymmärtämään web-sivun sisältöä ja täten parantamaan sivun näkyvyyttä hakutuloksissa (Kent 2011, 116). Sivuston löydettävyyttä hakukoneissa parantavat ALT-tagit puuttuvat sivuston kuvista, joten hakukoneet eivät pysty hyödyntämään tätä ominaisuutta hakua suorittaessaan.

Käyttäjät kohtaavat satunnaisesti sivuston sivun, jota ei ole olemassa, joko seuraamalla rikkinäistä linkkiä tai kirjoittamalla väärän URL-osoitteen. Jos sivustossa on muokattu 404-sivu, joka ohjaa käyttäjät ystävällisesti takaisin toimivalle sivulle, käyttökokemus voi parantua merkittävästi. 404-sivuun kannattaa sisällyttää linkki takaisin juurisivulle ja siinä voi myös olla linkkejä sivuston suosituttuun tai aiheeseen liittyvään sisältöön. (Google 2011, viitattu 20.9.2013.) MusicMinds-sivustolla ei ole käyttäjäystävällistä kustomoitua virhe 404 -sivua. Sivun asettelu on tavallisesta poikkeava, koska logo MusicMinds on sijoitettu sivun ylätunnisteen oikeaan reunaan. Sivun iskulause on ylätunnisteen alapuolella pienellä fontilla, mikä näyttää huomaamattomalta muun tekstin ollessa lihavoitua.

Päävalikon paikka on yleensä sivun logon alapuolella vaaka- tai sivuvalikkona sivun vasemmassa laidassa. Oikeassa reunassa valikko jää helposti piiloon mobiililaitteella sivua selattaessa. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 216.) Päänavigointi on sivuvalikkona epätyypillisessä paikassa oikeassa reunassa logon alapuolella. Varsinaisia navigointia helpottavia painikkeita ei päänavigoinnissa ole, vaan hiirellä osoitettaessa linkin kohdalle ilmestyy harmaa tausta tekstin taakse. Päänavigoinnin teksti on tehty liian pienellä fontilla, mutta päättekstistä poiketen kontrasti on valkean värin ansiosta hyvä. Sivujen pääotsikot ja päävalikon teksti vastaavat käyttäjäystävällisesti toisiaan.

Sivusto *MayJane.net* latautuu hyvin nopeasti niukan sisältönsä vuoksi. Etusivun merkitys vanhanaikaisine gif-animaatioineen on tässä tapauksessa kyseenalainen, koska puhelinnumeron lisäksi se ei tarjoa muuta tietoa käyttäjälle. Vasta ylisuuren logon yläpuolella poikkeuksellisesti olevasta päävalikosta valitsemalla *karaoke ja dj-palvelut*, saadaan hieman enemmän tietoa karaoke-yrittäjän tarjoamista palveluista.

Erään tutkimuksen mukaan käyttäjät viettävät yli 80 % ajasta ”Above the fold” –alueella, joka tarkoittaa sitä aluetta, jossa sivua ei tarvitse vierittää alaspäin (Charlton 2010, viitattu 20.10.2013). Karaoke ja dj-palvelut -sivua joutuu vierittämään, jotta tarvittavaan tietoon päästään käsiksi käyttäjän toimesta. Sivujen pääotsikot ja tekstit eivät näy vierittämättä sivua. Karaoke ja dj-palvelujen sivun URL-osoite ei vastaa navigointivalikon tekstiä. Muuten linkit näkyvät selaimessa käyttäjäystävällisessä muodossa.

Kehyksin rakennetulla internetsivulla on vain yksi osoite, joka ei vaihdu sivulta sivulle navigoitaessa. Osoite liittyy koko kehyksin rakennettuun web-sivustoon ja yksittäisiä sivuja ei pystytä ulkoisia linkkejä käyttäen löytämään sivuston sisältä. (Maynard 2013, viitattu 20.10.2013.) HTML-sivujen otsikko MayJane ei vaihdu selaimen välilehdessä sivustossa navigoitaessa, koska sivusto käyttää kehyksiä eli frameja.

MayJane-sivujen positiivisena puolena voidaan pitää niiden keveyttä ja riittävää kontrastia. MayJanen tekstin ja taustan kontrastin havaittiin olevan käyttäjäystävällisempi kuin MusicMinds-sivustolla, koska sivuston kellertävä tausta ja musta fontti muodostavat riittävän kontrastin luomiseen päätekstissä.

Sivusto *Laululintunen.fi* on ulkoasultaan korea verrattuna MayJane- tai MusicMinds-sivuihin. Sivuston logo on vasemmalla ja oikealla ylätunnisteessa. *Laululintunen.fi*-sivun tyyliltään selkeästi erottuva päävalikko on käyttäjäystävällisesti vasemmassa reunassa pystyvalikkona. Etusivun mustan fontin koko ja kirjasinvälit mahdollistavat sen, että teksti on helposti luettavissa harmaata taustaa vasten. Sivun *Laululintunen.fi* kuvilla ei ole hakukoneissa hakutulosta parantavia ALT-tageja, mutta sivustolla on kustomoitu *webholder.fi* tekemä hakemaasi sivua ei löytynyt / virhe 404 –sivu. Pop-up -mainoksia tai Flashia ei sivuilla esiinny.

Jos linkistä mennään sivuston ulkopuolella, siitä on kerrottava sopivalla merkinnällä, esimerkiksi kaksoiskulmilla, kaksoisnuolella tai muulla siirtymistä esittävällä kuvakkeella. Toinen vaihtoehto on keskittää palvelusta ulos vievät linkit sivulle ja otsikoida ne siten, että käyttäjä ymmärtää linkkien vievän ulos palvelusta. Esimerkiksi, kun osoitetaan hiirellä palvelusta ulosvievää linkkiä, sivun URL-osoite tulee vihjetekstinä näkyviin. (Sinkkonen ym. 2009, 221.) *Laululintunen.fi*-sivun päävalikko koostuu kuudesta linkistä, joista Biisilista on ulkoinen linkki *melplay.fi*-soittolistasivulle. Kyseistä linkkiä hiirellä osoitettaessa vihjeteksti tulee näkyviin. Vihjeteksti ilmestyy kuitenkin vii-

veellä ja käyttäjä saattaa hämmentyä sivuston vaihdosta, jos selaimesta ei ole valittuna vaihtoehtoa uuden sivun aukeamisesta uuteen välilehteen.

Sisällöllisesti niukka *tietoa yrityksestäni* –sivu ei tarjoa mitään uutta tietoa, jota Laululintunen.fi etusivun mainoksessa ei olisi jo esitelty. Yrittäjän yhteystiedot löytyvät päävalikosta *yhteystietoni*-sivun ja *tietoa yrityksestäni* -sivulta sekä etusivun Laululintunen mainoksesta.

*Timpankaraoke.fi*-sivusto on tehty WordPress julkaisualustan kilpailijalla avoimen lähdekoodin Joomla-julkaisujärjestelmällä. Se käy ilmi jo otsikkosivun alueella olevasta virheilmoituksesta. Timpan karaoke on yhden aukeaman esittelysivu yrityksen toiminnasta. Se on tyyllisesti värikäs vaihtuvan taustaväriin vuoksi. Tekstin ja tekstitaustan kontrasti on hyvä valkea-musta vastavärien ansiosta.

Timpan karaoke & dj –logon oikealla puolella pyörivä mainos on myös piristävä lisä muuten niukkaan informaatiotarjontaan. Logosta on myös ainoana analysoitavista sivuista linkki takaisin etusivulle, mikä on tässä tapauksessa täysin turhaa, yksittäisen sivun tapauksessa. Muita linkkejä sivulla ovat laaja levyvalikoimakuvasta oleva rikkinäinen linkki toiselle web-sivulle ja sivun alustusteessa sivun tehneen yrityksen kotisivuille.

Yrityksen yhteystiedot löytyvät mainoksesta, laitteistosta kertovasta palstasta sekä sivun lopusta. Otsikkoalueen yläpuolelle sijoitettu yhteydenottolomake voi jäädä pahimmassa tapauksessa huomaamatta, koska sivua vieritettäessä sitä ei pysty näkemään. Yrityksestä kertova tieto, kuten levyvalikoima ja tilaisuudet on selkeästi erotettu kahdelle palstalle ranskalaisin viivoin. Yrityksen historiatietoa ei ole sivuille laitettu, vaan asiakkaan oletetaan ottavan yhteyttä puhelimitse tai lomakkeella tarkempaa tietoa varten.

*Eeronkaraoke.fi*-yrityssivut ovat vertailun sivuista runsaimmat kuvitukseltaan ja selkeimmät ulkoasultaan. Saatavuutta analysoitaessa huomattiin, että orkesterit-sivu latautuu kohtuullisen hitaasti kymmenen megabitin internetyhteyttä käytettäessä. Hitaaseen latausaikaan on syynä se, että useat sivun kuvista ovat kooltaan jopa neljän megatavun suuruisia. Firebug kehittäjän työkalulla kuvia tarkasteltaessa huomattiin, että sivuston kuivilta puuttuvat asianmukaiset ALT-kuvatestit.

Identiteetiltään sivu on vertailun parhaita ison otsikko-logon ja hyvän iskulauseen vuoksi. Työtä hovin vuoksi –iskulauseesta käy hyvin ilmi karaoke yrittäjän arki. Etusivulla on kerrottu kaikki

tarvittava yrittäjistä yhteystietoineen, sillä erillistä yhteystiedot-sivua ei sivustolta löydy. Jokaisella eeronkaraoke.fi sivulla on kuitenkin yhteydenottolomake. Sitä ei kuitenkaan löydy ”above the fold” –alueelta ja sivuston käyttäjän on vieritettävä sivua hiirellä löytääkseen sen. Yrityksestä kertova informaatio löytyy heti etusivulta ja sivuston karaoke-sivulla on tietoa yrityksen historiasta levystötietoineen.

Navigaatio on toteutettu kohtalaisen hyvin, sillä päänavigointi on helposti tunnistettavissa ja omaksuttavissa. Päävalikon tekstit vastaavat sivujen otsikoita ja painikkeiden määrä on viiden kappaleen lukumäärällä kohtuullinen. Sivustolta ei löydy hakutoimintoa, mikä voi olla ärsyttävää, jos etsii tiettyä orkesteria tai artistia. Orkesterit-sivu on toteutettu kuuden alisivun avulla ja artistit-sivukin on jaettu kahdelle alisivulle. Käyttäjä joutuu, esimerkiksi tiettyä orkesteria etsiessään, käymään läpi joukon orkestereita alatunnisteessa olevalla ja sivunumerot ilmaisevalla linkkivalikolla.

Sisällöltään eeronkaraoke.fi on toteutettu hyvin. Tyyli ja värit ovat johdonmukaisia sivustoa tarkasteltaessa. Sivuston teksti on kirjoitettu mustalla fontilla, otsikot ja linkit tumman oranssilla. Taustaväri on valkea, joka luo riittävän kontrastin fontin kanssa ja tekee tekstistä helppolukuisen. Väriä sivuille tuovat orkesterien ja artistien kuvat.



## 4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Asiakaslähtöisten kotisivujen tekeminen karaoke-yrittäjä Olavi Oikariselle opinnäytetyönä oli haastava prosessi. Aiempaa kokemusta web-sivujen teosta Wordpress-julkaisualustaa käyttäen minulla ei ollut. WordPressin käyttöliittymään tottuminen vei aikaa projektin alkuvaiheessa, kuten myös tyylisivujen ja teemojen muokkaaminen. WordPress tuli kuitenkin opinnäytetyötä tehdessä tutuksi ja varsinainen kehitystyö eli sivujen toteuttaminen eteni alkuvaikeuksien jälkeen joutuisasti.

Päädyimme Olavi Oikarisen kanssa staattisiin sivuihin, koska sivujen tehtävänä on toimia esittelysivuina, eikä jatkuvaa päivittämisen tarvetta ole. WordPress kehitettiin alun perin blogien tekemiseen, mutta sillä onnistuvat myös ”tavallisten” staattisten kotisivujen tekeminen. WordPressin käyttöliittymä on englanninkieliseltä nimeltään Dashboard. Poistamalla Dashboardin avulla blogeille tyypillinen kommentointimahdollisuus kotisivuista saatiin ominaisuuksiltaan perinteiset staattiset kotisivut.

Asiakaslähtöiset kotisivut muodostuvat sisällöstä, käytettävyydestä ja ulkoasusta. Olavi Oikarisen sivujen ollessa tyypiltään esittelysivut niistä ei tullut asiakaslähtöisyyden näkökulmasta kovin vuorovaikutteiset. Kommentoinnin mahdollisuutta blogien tapaan sivuilla ei ole, vaan käyttäjän oletetaan ottavan yhteyttä perinteisin menetelmin, kuten sähköpostin tai puhelimen välityksellä.

Sisällön kannalta Olavi Oikarisen kotisivujen teksti on kirjoitettu ytimekkäästi eli turhaa ’sanahelelinää’ ei sivuilla esiinny. Tärkein Olavi Oikarisen kotisivuilla olevista tiedoista ovat yhteystiedot. Ne sijaitsevat jokaisen sivun alatunnisteessa, missä ne ovat jatkuvasti käyttäjälle nähtävissä.

Olavi Oikarisen kotisivuista tuli käytettävyydeltään yksinkertaiset. Päänavigaatio toimii niin kuin pitääkin eli auttaa käyttäjää liikkumaan sivustolla. Sivuston grafiikka ei vie sisällöltä huomiota, vaan sisältö on tärkein. Kotisivujen latausajasta ei tullut pitkä, koska sivuilla ei ole paljon latausai- kaa kasvattavaa raskasta grafiikka.

Ulkoasultaan Olavi Oikarisen kotisivut voidaan luokitella kuuluvan mainostaviin sivuihin, koska sivuston tarkoitus on myydä yrittäjän tarjoamia palveluja. Kotisivuilla on kuitenkin myös itseil- maisuullista sisältöä ja asioiden listaamista eli faktoja. Kotisivujen tärkein elementti eli sivuston

nimi sijoitettiin Olavi Oikarisen kotisivujen ylätunnisteseen, mistä se on koko ajan sivuston käyttäjän nähtävissä.

Tutkimuksessa analysoitiin OAMK:n opintojakson Verkkopalveluiden Kehittäminen -lomaketta käyttäen muiden karaokeyrittäjien kotisivuja. Lomakkeen avulla saatiin tietoa viiden eri yrittäjän kotisivuista. Analyysi selvitti sekä kielteisiä että myönteisiä asioita eri kotisivujen toteutuksesta. Sivut analysoitiin kohta kohdalta OAMK:n lomaketta käyttäen. Sivuja analysoitiin saatavuuden, identiteetin, navigoinnin ja sisällön perusteella. Näin saatiin tietoa siitä, mitä Olavi Oikarisen kotisivun suunnittelussa ja toteutuksessa tulisi välttää ja mitä käyttää hyväksi. Analysoitavista sivuista poimittuja hyviä puolia olivat muun muassa kuvien asianmukaiset ALT-tekstit. Sivujen kohtuullinen latausaika oli myös positiivinen huomioitava asia. Tärkeän sisällön löytyminen ”above the fold”-alueelta eli sivua ei tarvitse vierittää sisällön löytymiseksi. Huonoja poimittuja puolia muiden yrittäjien sivuissa olivat muun muassa tekstin huono luettavuus, navigoinnin sekavuus, linkkien epäjohdonmukaisuus ja pääotsikoiden sekavuus.

Työn toimeksiantaja Olavi Oikarinen oli erittäin tyytyväinen saadessaan yritykselleen näkyvyyttä uusien kotisivujen muodossa, koska oli sitä pitkään kaivannut. Työn tavoitteena oli tehdä persoonalliset esittelysivut, jotka erottuvat muiden karaokeisäntien kotisivujen massasta. Tässä kuitenkin ei onnistuttu täysin. Sivut ovat toki yksilölliset ja selkeät, mutta sivujen ollessa staattiset ei vuorovaikutukselle jää mahdollisuutta. Kotisivujen avulla tavoitetaan kuitenkin mahdollisesti uusia asiakkaita eli sivut toimivat käyntikorttina yritykselle.

## 5 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi lähti liikkeelle tarpeesta saada opinnäytetyöaihe opinnäytetyötä varten. Avopuolisoni isä karaokeyrittäjä Olavi Oikarinen tarvitsi kotisivut parantaakseen yrityksensä näkyyttä, jolloin opinnäytetyöaiheeksi tuli luoda Ollin Karaoken sivut.

Kotisivujen sisältö saatiin Olavi Oikarisen kanssa käymieni vuorovaikutuksellisten keskustelujen perusteella. Jälkiviisaana voidaan todeta, että tietoa olisi voitu saada enemmän yrittäjältä mieltämällä ja esittämällä kysymyksiä sisällöstä, käytettävyydestä ja ulkoasusta. Kotisivujen ulkoasun suhteen sain toimeksiantajalta vapaat kädet, mutta sivujen etenemistä toki valvottiin toimeksiantajan toimesta koko opinnäytetyöprojektin ajan.

Olavi Oikarisen kotisivujen käytettävyyden suunnittelu ja toteutus kulminoituu sivulla navigoinnin helppoutena. Päänavigoinnin avulla käyttäjä pääsee helposti sivulta toiselle. Mielestäni sivuista tuli asiakasystävälliset. Opinnäytetyössäni analysoiduista viidestä kotisivusta saatiin tietoa, joista oli suurta apua käytettävyyden suunnittelussa.

Ulkoasun täytyi olla houkutteleva, jotta mahdollisimman moni aiheesta kiinnostunut vierailija kävisi sivustolla. Mielenkiintoiseen ja houkuttelevaan ulkoasuun vaikuttavat monet tekijät. Mielestäni tärkeimmäksi nousi se, että sivuille tuli kohderyhmää kiinnostavaa tietoa. Myös fonteilla ja väreillä oli suuri merkitys. Olavi Oikarinen toivoi, että suunniteltaessa kannattaa pitää mielessä, että joskus vähän on paljon. Tämän avulla sain sivuista selkeät ja helppolukuiset. Muutoin sain sivujen ulkoasun suhteen vapaat kädet.

Sivut päätettiin toteuttaa WordPress-julkaisualustaa käyttäen. WordPressin graafinen käyttöliittymä helpotti toteutusvaihetta ja sivulle tehdyt muutokset olivat heti nähtävissä. Käyttöliittymän opetteluun meni kuitenkin opinnäytetyön alkuvaiheessa liian paljon aikaa, koska aiempaa kokemusta julkaisujärjestelmistä ei ollut. WordPress sisältää valmiita sivupohjia eli teemoja. Teemat auttoivat kotisivujen tekemisessä tarjoamalla valmiin rungon, mitä muokkaamalla sivusto saatiin Olavi Oikariselle mieluisaksi. Kuvien käsittelyn opettelu kuvankäsittelyohjelmalla vaati myös suuren osan käytössä olevasta ajasta. Olavi Oikarinen valvoi koko opinnäytetyöprosessin ajan kotisivujen valmistumista. Tämä osaltaan motivoi opinnäytetyön valmiiksi saamisessa. Olimme vii-

koittain yhteydessä joko puhelimitse tai kasvokkain, jolloin hän pystyi kommentoimaan jo tehtyjä sivuja, esittämään toiveitaan ja parannusehdotuksia siitä, mihin suuntaan sivuja kehitän.

Opinnäytetyössä oppimiani asioita ovat muun muassa ajankäyttöön liittyvät asiat, WordPress-julkaisujärjestelmän käyttö ja analyyseistä selvinneet kotisivun tekemisessä käytettävät hyvät keinot. Hyviä keinoja, kuten sisällön esittämistä kotisivuilla ytimekkäästi, kannattaa käyttää, koska käyttäjät usein vain silmäilevät tekstin nopeasti. Opin myös sen, että grafiikan pitää tukea sisältöä, eikä hankaloittaa sen omaksumista.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoinen, mutta erittäin haastava prosessi. Alussa en lainkaan hahmottanut, kuinka laajasta työstä on todellisuudessa kyse. Tavoitteeni eivät olleet realistiset asettamani aikataulun kanssa. Oppimiskokemuksena voidaan pitää aikataulutuksen tarkempaa opettelua ja valvontaa. Olavi Oikarisen kotisivujen tekoon käyttämäni aika venyi, koska tein töitä täysipäiväisesti opinnäytetyötä tehdessäni.

Toimeksiantaja Olavi Oikarinen oli erittäin tyytyväinen tehtyihin kotisivuihin. Sivut toimivat esitelytarkoituksessaan hyvin ja ovat tuoneet yhteydenottoja asiakkailta. Tulevaisuudessa vuorovaikutteisuutta Olavi Oikarisen ja asiakkaiden välillä pyritään lisäämään tekemällä sivuista dynaamiset.

## LÄHTEET

Ahola, H., Koivumäki, T. & Oinas-Kukkonen, H. 2002. Markkinointi, liiketoiminta, digitaalinen media. Helsinki: WSOY.

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R. & Johnston, K. 2009. Internet Marketing – Strategy, Implementation and Practice. 4. painos. Harlow: Pearson Education Limited.

Charlton, G. 2010. Web users spend 80% of time above the fold: Nielsen. Viitattu 20.10.2013, <http://econsultancy.com/fi/blog/5630-web-users-spend-80-of-time-above-the-fold-nielsen>.

Fenton, A. 2014. Static Vs Dynamic websites – what's the difference. Viitattu 28.12.2014, <http://www.edinteractive.co.uk/article/?id=4>.

Google. 2011. Hakukoneoptimoinnin aloitusopas. Viitattu 20.09.2013, [https://static.googleusercontent.com/external\\_content/untrusted\\_dlcp/www.google.fi/fi/intl/fi/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-fi.pdf](https://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.fi/fi/intl/fi/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-fi.pdf).

Heng, C. 2000. Designing Your Website for Browser and Platform Compatibility. Viitattu 28.12.2014, <http://www.thesitewizard.com/archive/compatibility.shtml>.

iThemes Media LLC. 2014. Exploring the WordPress Dashboard. Viitattu 29.12.2014, <https://ithemes.com/tutorials/wordpress-dashboard/>.

Juslén, J. 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Esa Print: Tietosykli.

Kauhanen - Simanainen, A. 2001. Sisältöä verkkoon - mitä sisällön tuottajan pitää hallita. Vammala: IRH konsultointi.

Kent, P. 2011. Search Engine Optimization For Dummies. Indianapolis: Wiley Publishing Inc.

Korpela, K. & Linjama, T. 2005. Web-suunnittelu. Porvoo: Docendo Finland.

Korper, S. & Ellis, J. 2001. The E-Commerce Book - Building the E-empire. 2. painos. London: Academic Press.

Maynard, M. 2013. Why frames don't work for SEO. Viitattu 20.10.2013, <http://www.thewebproject.co.uk/blog/seo/why-frames-dont-work-for-seo/>.

Merisavo, M., Vesanen, J., Raulas, M. & Virtanen, V. 2006. Digitaalinen markkinointi. Helsinki: Talentum Media Oy.

Mozilla. 2005-2010. Firebug. Viitattu 21.10.2013, <https://getfirebug.com/whatisfirebug>.

Nielsen, J. 1997. How Users Read on the Web. Viitattu 24.12.2014, <http://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>.

Nielsen, J. 2000. WWW-suunnittelu. Jyväskylä: Oy Edita Ab.

Nielsen, J. 2011. How Long Do Users Stay on Web Pages. Viitattu 27.12.2014, <http://www.nngroup.com/articles/how-long-do-users-stay-on-web-pages/>.

Nielsen, J. & Loranger, H. 2006. Prioritizing Web Usability. Berkeley: New Riders.

Nielsen, J. & Tahir, M. 2002. Kotisivun suunnittelu. Helsinki: Edita.

Permessur, A. 2014a. A Web Development Primer. Viitattu 28.12.2014, <http://www.htmlgoodies.com/primers/html/article.php/3683861>.

Permessur, A. 2014b. A Web Development Primer. Viitattu 28.12.2014, [http://www.htmlgoodies.com/primers/html/article.php/11887\\_3683861\\_2/A-Web-Development-Primer.htm](http://www.htmlgoodies.com/primers/html/article.php/11887_3683861_2/A-Web-Development-Primer.htm).

Shiotzu, Y. 2014. Web Development 101: Top Web Development Languages in 2014. Viitattu 28.12.2014, <https://www.odesk.com/blog/2014/03/web-development-101-top-web-development-languages-2014/>.

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Hämeenlinna: Tietosanoma.

Tervist. 2013. Kotisivujen ulkoasu. Viitattu 22.10.2013, <http://www.tervist.fi/fi/kotisivujen-ulkoasu>.

Vigil, D. 2014. Web Design, Ad Copy and Targetting your Target Audience. Viitattu 20.12.2014, [http://dianev.com/web-design-help/web\\_design\\_basics/target\\_audience.html](http://dianev.com/web-design-help/web_design_basics/target_audience.html).

Wikipedia. 2014a. WordPress. Viitattu 29.12.2014, <http://en.wikipedia.org/wiki/WordPress>.

Wikipedia. 2014b. Web content management system. Viitattu 29.12.2014, [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_content\\_management\\_system](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_content_management_system).

WordPress. 2014. Tervetuloa. Viitattu 29.12.2014, <http://fi.wordpress.org/>.