

Veera Viippola

YRITYKSEN VERKKOSIVUSTON VISUAALISEN ILMEEN PÄIVITYS

Juvatec Oy

YRITYKSEN VERKKOSIVUSTON VISUAALISEN ILMEEN PÄIVITYS

Juvatec Oy

Veera Viippola
Opinnäytetyö
Syksy 2016
Tietojenkäsittely
Oulun Ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun Ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittely, Internet-palvelut ja digitaalisen median sv.

Tekijä: Veera Viippola

Opinnäytetyön nimi: Yrityksen verkkosivuston visuaalisen ilmeen päivitys

Työn ohjaaja: Eero Leskinen

Työn valmistumislukukausi- ja vuosi: Syksy 2016

Sivumäärä: 38 +4

Opinnäytetyön toimeksiantajana oli yksityinen yritys Juvatec Oy. Aiheena työssä oli toteuttaa visuaalinen päivitys toimeksiantajan verkkosivulle ja käyttää julkaisujärjestelmää, joka mahdollistaa verkkosivujen päivittämisen helposti jatkossa. Opinnäytetyö sisältää myös teoria osuuden. Teoria käsitteli visuaalisten elementtien eri näkökohtia ja WordPressin WooCommerce-lisäosaa.

Aikaisemmin sivustoa päivitettiin manuaalisesti koodista, mistä johtuen päivitykset ovat jääneet vähäisiksi. Lisäksi sivuston visuaalinen ilme kaipasi uudistusta ja navigointivaikeudet haittasivat sivuston käyttöä. Opinnäytetyössä käsiteltiin myös visuaalisen suunnittelun eri osa-alueita. Tavoitteena oli myös laatia sivuston yhteyteen verkkokauppa WooCommerce-lisäosalla. Verkkokauppa tavoite jäi tässä vaiheessa kuitenkin vain teoriaksi.

Työn tavoitteet saavutettiin uudistamalla sivusto visuaalisesti ja asentamalla se WordPress-julkaisujärjestelmälle, jossa hallintapaneelin kautta pystytään sivuston tulevat päivitykset tekemään helposti, koodiin koskematta. Jatkosuunnitelmia verkkokaupan ja eri kieliversioiden suhteen on jo tehty.

Asiasanat: graafinen suunnittelu, WordPress, WooCommerce, verkkosivut, typografia, sommittelu, värit

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Information Systems, Internet-services and digital media

Author(s): Veera Viippola

Title of Bachelor's thesis: Upgrading the visual layout of the company website

Supervisor(s): Eero Leskinen

Term and year of completion: Fall 2016

Number of pages: 38 + 4

The commissioner of this thesis was a private company Juvatec Oy. The primary goal was to provide visual upgrade for Finnish website of the company and transfer it to a new content management system that in turn makes content updating easier to maintain. The thesis consists also a theory section. The theoretical background of the thesis dealt with the various aspects of visual design together with the brief dive to the theory of the online shop –plugin WooCommerce.

Until recently the company websites could only be updated through its HTML code, which meant that outside personnel was needed for website maintaining and upgrading. The aim of this thesis was to provide the website much needed visual and navigational upgrades. Furthermore, the purpose was to transfer the website to content management system WordPress and to create a brief instruction of how to build an online shop that works side by side with the website.

All the initial goals were met. After upgrading and transferring website to the WordPress-system, the commissioner gained a control panel which can be used to manage the website in the future without needing to temper with sites HTML-code. In the future, there are plans for building the online store and adding a language option to the website.

Keywords: WordPress, content management system, graphic design, WooCommerce

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	GRAAFISEN SUUNNITTELUN PERUSTEET	7
2.1	Värit	7
2.2	Typografia	9
2.3	Sommittelu	12
3	WWW-SIVUJEN PÄIVITYS	14
3.1	Lähtötilanne	14
3.2	WordPress	17
3.3	Siirtyminen WordPressiin	19
3.4	Sisällön päivitys	24
4	NETTIKAUPAN TEORIASTA	28
4.1	Ohjelmisto	28
4.2	Asentaminen	29
5	POHDINTAA	36
	LÄHTEET	37
	LIITTEET	39

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena oli Juvatec Oy -sivuston visuaalisen ilmeen päivitys ja yksinkertaisen nettikaupan luominen yritykselle. Projektissa tutkittiin myös graafisen suunnittelun sisällön osa-alueita ja sitä, miten WordPress -sisällönhallintajärjestelmä toimii. Tehtävän toimeksiantajana oli yksityinen yritys, joka tuottaa palveluja mm. teollisuuden, maanrakennuksen sekä rakennus- ja kaivosteollisuuden alalla toimiville yrityksille sekä yksityisille talouksille.

Aihe valikoitui helposti, sillä yritys oli jo ennestään tuttu. Olen ollut yrityksessä kesätoissa ja sivuston visuaalinen ulkomuoto oli jo silloin päivityksen tarpeessa. Aihe oli kiinnostava myös sen ajankohtaisuuden vuoksi. Nykyään suurin osa yritysten markkinoinnista ja kaupankäynnistä tapahtuu verkossa, josta kuluttajia on helppo tavoittaa ja kuluttajat voivat käyttää kauempanakin sijaitsevien yritysten palveluja.

Työn tavoitteena oli päivittää yrityksen verkkosivujen visuaalinen ilme, joka sisältäisi hallintapaneelin tulevaisuuden päivityksiä varten. Työssä keskitytään tässä vaiheessa suomenkielisen sivuston päivittämiseen. Graafisen suunnittelun eri osa-alueet käsiteltiin ennen niiden soveltamista käytännöntyökentelyyn. Tavoitteena oli myös laatia sivuston yhteyteen verkkokauppa, joka kuitenkin tässä vaiheessa jäi teoriasolulle. Yritys ei kokenut tarvitsevansa verkkokauppaa vielä.

Opinnäytetyön jakautui kahteen eri osa-alueeseen, teorian käsittelyyn ja käytännön soveltamiseen. Opinnäytetyön alussa käsiteltiin visuaalista suunnittelua ja sen toteutukseen liittyviä perusteita, kuten typografiaa, sommittelua ja värejä. Käytännön osiossa, luvuissa kolme ja neljä, kerrottiin miten sivuston visuaalinen päivitys toteutettiin. Päivityksessä käytettiin WordPress-julkaisujärjestelmää. Luku viisi sisältää pohdinnan opinnäytetyön aiheesta ja työn etenemisestä. Opinnäytetyön loppuun lisättiin liitteeksi kuvat kaikista julkaistuista sivuista.

2 GRAAFISEN SUUNNITTELUN PERUSTEET

Graafinen suunnittelu, joka tunnetaan usein myös viestinnän suunnitteluna tai visuaalisena suunnitteluna, on taiteellista ja käytännöllistä suunnittelua. Se on ideoiden ja kokemusten visualisoimista silmännähtäviksi kuviksi ja tekstiksi, joilla pyritään saamaan yhteys lukijaan. Perinteisimpiä graafisen suunnittelun muotoja ovat painotuotetut valokuvat, lehdet, julisteet ja virtuaaliset sivustot, joiden antaman viestin lukija ymmärtää enimmäkseen niiden sisältämän tekstin ja kuvien kautta. Viestintä voi olla niin virtuaalista kuin fyysistä ja sisältää sanoja, kuvia tai muita graafisia elementtejä. Graafisen suunnittelun käytön mittakaava on laaja ja se ulottuu niin pieniin postimerkkeihin kuin kansainvälisten yritysten digitaalisiin avatareihin. Suunnittelua voidaan käyttää myös rajattomasti, esimerkiksi kaupallisiin, opetuksellisiin tai poliittisiin tarpeisiin. (AIGA, viitattiin 11.10.2016.)

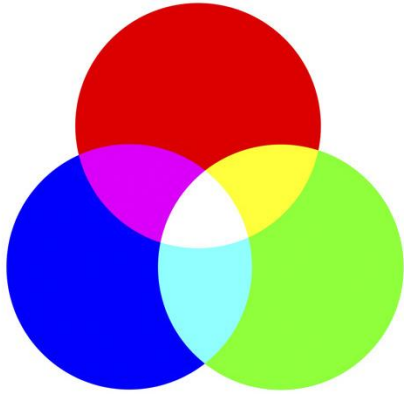
Tärkeimpiä työkaluja graafisessa suunnittelussa ovat niin tekijän oma luova mieli kuin tarkka havainnointikyky ja osaaminen yhdistää sekä taide että teknologia (treefrog, viitattiin 12.10.2016). Koska graafisen suunnittelun keskeisenä osana katsotaan olevan viestin lähettäminen lukijalle, suunnittelijan tulee pohtia ennen yhdenkään työn aloittamista eri tekijöitä jotka vaikuttavat työhön. Kenelle viesti on menossa ja kuka sen lähettää? Miten viesti halutaan saada välitettyä lukijalle ja miksi viesti lähetetään? Kun on selvitetty peruskysymykset, voidaan aloittaa julkaisun formaatin luominen mikä sisältää sommittelun, kuvituksen, värit ja typografian. (Pesonen 2007, 2–5.)

2.1 Värit

Silmin nähtävät luonnolliset värit ovat sekoitus valon, esineiden ja havainnoitsijan välillä tapahtuvasta reaktiosta, jossa valon osuminen esineisiin tai pintoihin saa aikaan sen, että heijastuksesta syntyvän ilmiön havainnoitsijan aistit rekisteröivät värinä. Värit ovat aistimuksia, jotka syntyvät valon eri aaltopituuksista. Aallonpituus, jonka tuottaman värin ihminen pystyy näkemään, sijoittuu välille 400-700 nanometriä. (Pohjala 2003, 185–187.)

Toisin kuin luonnollisesti havaittavat värit, tietokoneet tuottavat väriä numeerisesti. Tällä tarkoitetaan sitä, että värit tuotetaan erilaisilla väriprofiileilla, värimalleilla. Värimalleissa kerrotaan kuinka monta

väribittiä pikseli sisältää. Kun tiedetään pikseleissä olevien bittien määrä, voidaan väri laskea värimallista. Yleisin tietokoneiden käyttämä värimalli on RGB (KUVIO 1), jossa väri havaitaan punaisten, sinisten ja vihreiden pisteiden kautta. (Matti_M 2008, viitattu 12.9.2016.)



KUVIO 1. RGB värimalli

Visuaalisessa suunnittelussa värien valintaan tulee kiinnittää huomiota, sillä eri värit antavat lukijalle eri vaikutelmia, leimaavat vahvasti valmiin tuotannon visuaalista ilmettä ja lähettävät katsojalle erilaisia viestejä. Siihen miten katsoja värit tulkitsee, vaikuttavat eri ympäristötekijät, kuten trendit ja vuodenajat, sillä katsojan omat kokemukset vaikuttavat heidän ymmärtämiseen väreistä ja niiden merkityksistä. Värit vaikuttavat niin painetuissa kuin verkkopohjaisissa julkaisuissa. (Pohjala 2003, 185–187.)

Jokaisella värillä on oma symbolinen vaikutus, joka vaihtelee aiemmin mainittujen ympäristötekijöiden mukaan. Esimerkiksi länsimaissa surun ja kuoleman värinä toimii musta, kun taas idän kulttuureissa mustan sijasta käytetäänkin surun kuvaamisessa valkoista väriä. Länsimaissa valkoinen symboloi avioliittoa, kun taas Kiinassa avioliittoa symboloi punainen. Eri värien visuaalinen viesti on riippuvainen siitä, missä asiayhteydessä värejä käytetään ja kuka tai mihin niitä käyttää. (Pesonen 2007, 56–58.)

Värien symboliset merkitykset ovat vuosikymmenien aikana vakiintuneita ihmisten mieliin, esimerkiksi paloauton punainen, maalarin valkoinen ja taivaan sininen, mutta merkitykset vaihtelevat katsojien omien mieltymysten ja kokemusten mukaisiksi. Perinteisten symbolimerkitysten mukaan punainen

nähdään usein lämpimänä, sininen viileänä ja rauhallisena, keltainen tekee iloiseksi ja vihreä tuo mieleen luonnon. Valkoinen mielletään tyhjäksi, puhtaaksi väriksi, kun taas musta on pimeyden, synkkyyden ja surun väri. Suunniteltaessa visuaalista julkaisua onkin siis hyvä perehtyä eri värien merkityksiin. (Pesonen 2007, 56–58.)

Suunniteltaessa verkkojulkaisua, pitää pohtia millaiseen tunnelmaan julkaisussa pyritään pääsemään ja millaisen viestin käyttäjien toivotaan julkaisusta vastaanottavan, sillä värit toimivat symboleina. Värit jaetaan usein lämpimiin ja kylmiin väreihin, kuten esimerkiksi lämmin oranssi ja kylmä turkoosi. Sinkosen mukaan ei kylmien värin käytön kainosteluun ole tarvetta, vaan niiden käyttö on suositeltua, esimerkiksi käytettävänä kontrastin luovana tekijänä taustan ja tekstin välillä. (Sinkonen 2009, 252.)

Koska värit ovat voimakkaita viestijöitä, ovat niiden toiminnalliset käyttötarkoitukset monipuolisia. Väreillä voidaan korostaa, järjestellä, erottaa, keventää typografiaa ja auttaa tunnistettavuuden luonnissa. Tärkeää väripaletin laatimisessa visuaalisessa suunnittelussa on muistaa ottaa huomioon kuka suunnittelun lopputulosta käyttää, mihin paletilla pyritään vaikuttamaan ja kuinka sen halutaan vaikuttavan. Suunnittelussa ei tule käyttää liikaa värejä, vaan on parempi keskittyä luomaan harmoninen värien yhteensopiva kokonaisuus, joka palvelee suunnittelun lopullista tarkoitusta. (Pesonen 2007, 56–58.)

2.2 Typografia

Markus Itkonen mukaan typografialla tarkoitetaan tekstissä kirjasimilla tehtyä muotoilua tai valmistamista, joka näkyy tekstissä (KUVIO 2). Typografialla tuetaan tekstin antamaa sanomaa, viestitään sitä mitä sanoma koskee ja kenelle sanoman viesti on suunnattu ja joissain tapauksissa jopa kumotaan sanoma kokonaan. Lyhyemmin voitaisiin typografia kuvailla määrittelemällä sen perustuvan kirjasimien valintana ja valittujen kirjasimien käyttönä visuaalisessa suunnittelussa. (Itkonen 2012, 11.)

ABCD abcd

ABCD abcd

ABCD abce

ABCD abcd

KUVIO 2. Typografian kirjasimia

Puhuttaessa verkkojulkaisun typografiasta tarkoitetaan sillä verkkojulkaisujen tunnistettavuuden ja yhtenäisyyden rakentamista typografisin keinoin. Typografialla varmistetaan, että verkkojulkaisun visuaalinen kokonaisuus on yhtenäinen. Sen kokonaisuus rakennetaan elementtien valintojen, asetelun ja muiden osien järjestämisellä. (Huovila 2006, 85).

Ensisijaisesti typografia on muotoilua, elementtien järjestämistä. Tässä muotoilussa olennaista on pystyä kiinnittämään lukijan huomio. Typografisesti onnistuneeksi kirjoitus voidaan sanoa, kun kirjoitus on helppolukuista, silmää miellyttävää ja se pystyy herättämään lukijan kiinnostuksen. Lukukelvon typografia on käyttökeltontonta. Onnistunut typografia viestii sanomansa yhtä voimakkaasti niin ulkomuotonsa, kuin sisältönsä kautta, joten ei ole samantekevää millainen typografia julkaisussa esiintyy. (Korpela 2010, 9-15.)

Kokonaisuudessaan typografia koostuu erilaisista osatekijöistä, jotka vaikuttavat tekstin tyyliin. Kirjaisin eli fontti on typografiassa tärkein elementti, jonka käyttöön ei kuitenkaan ole olemassa yleisesti pätevää ohjeistusta, vaan typografian valintaan vaikuttavat työn käyttötarkoitus ja tekijän omat mieliteet. Tärkeää on kuitenkin muistaa, että enemmän fonttityyppejä ei ole aina parempi, ja että pitkäs-

sä tekstissä on hyvä käyttää helppolukuista ja pieni aakkosista fonttia, mikä helpottaa luettavuutta. (Pesonen 2007, 28–31.)

Merkkivälit, kappaleenjaot ja kappalevälilykset sekä rivien välilykset ja palstat ovat typografian muotoilun eri elementtejä. Näillä muotoiluilla saadaan rakennettua tekstin luettavuutta ja säädellään kirjainten, sanojen ja rivien väliä toisiinsa. Merkkivälit vaikuttavat ulkoasuun sekä luettavuuteen, rivitys tekstin sävyyn ja sanaryhmien hahmotukseen. Kappalejaolla taas parannetaan julkaisun yleistä ilmettä. (Pesonen 2007, 33–41.)

Korostuksilla, esimerkiksi lihavoinnilla ja kursivoinnilla, voidaan korostaa haluttuja typografian osia. Kontrasteilla kuten värin, vahvuuden ja koon kontrastit, luodaan tekstiin dynaamisuutta ja tuotetaan tekstiin eloisuutta. Yhteistä kaikilla elementeillä on se, että ne vaikuttavat lukukokemukseen juuri kirjainten ja niiden asettelun kautta. (Pesonen 2007, 33–41.)

Jukka Korpela aloittaa kirjansa osuvasti faktallaan siitä, että lähes kaikki nykyajan julkaisut käyttävät apunaan tietokoneita tai ovat muuten digitaalisesti luettavissa. Verkkojulkaisemiselle ei ole vedetty selvää rajaa, koska verkossa esiintyvät julkaisut muuttuvat niin tiuhaan tahtiin että perässä pysyminen on lähes mahdotonta. Typografian merkitys visuaalisena tekijänä ei kuitenkaan muutu. Typografian tarkoitus on tehdä tekstistä lukijalle mahdollisimman helppoa ja miellyttävää luettavaa. (Korpela 2010, 9 – 14)

Verkkojulkaisun typografiassa on kuitenkin omat haasteensa, joiden takia verkkokirjoittajien tekniikat poikkeavat tavallisesta painojulkaisusta. Kun verkkojulkaisua aloitetaan kirjoittamaan, tulee Korpelan mukaan muistaa pitää silmällä tietokone näyttöjen eri pixeli määriä. Tavallisen tietokoneen näytön kuvatila on yleensä karkeampaa ja täytyy muistaa että eri laitteet ja selaimet saattavat muuttaa julkaistua tekstiä, mikä johtuu selainten omista asetuksista. (Korpela 2010, 10 – 14).

Verkkojulkaisujen typografiassa voi esiintyä useita virheitä, jotka saattavat helposti jäädä muiden verkkojulkaisussa esiintyvien virheiden alle. Liian pieneksi jääneet rivinvälit ja fontit, tekstin huono erottuvuus, otsikkotekstien liiallinen samannäköisyys muun tekstin kanssa, palstojen vääristyminen ja liiallinen tehosteiden käyttö vaikeuttavat lukemista. Korpela listaa syiksi näihin virheisiin liiallisen yrit-

tämisen, epärealistiset odotukset ja vanhempien selainten kyvyttömyys ottaa vastaan uusia asetuksia sekä harrastelijoiden tietämättömyyden. (Korpela 2010, 18 – 19.)

Verkkajulkaisun, kuten muunkin digitaalisen julkaisun, voimavarana toimivat sen mahdollisuudet monimuotoiseen julkaisuun. Tällä saadaan luotua liikkuvuutta ja monimuotoisuutta johon taas painojulkaisussa ei kyetä. Typografian kehitys verkossa on kuitenkin hidasta, sillä siinä missä painotypografia on jo kehittynyt itsestäänselvyyksiin automaattisten ohjelmien kanssa, verkkajulkaisut eivät ole vielä näin pitkälle kehittyneet. Edistystä tapahtuu kuitenkin jatkuvasti tälläkin saralla, suurimpana voimavarana on tekijöiden määrän kasvu ja heidän niin sanottu ”suuruudenhulluus”, halutaan koko ajan vain isompaa ja parempaa. (Korpela 2010, 144.)

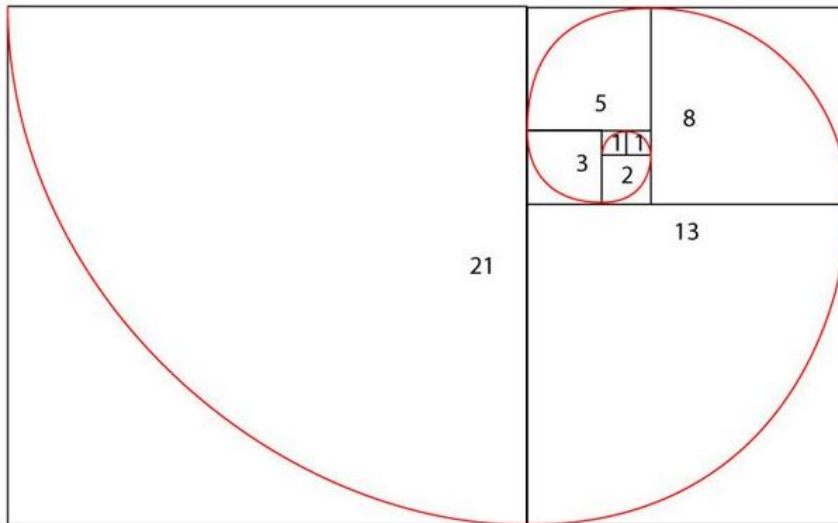
2.3 Sommittelu

Sommittelun tarkoitus on saada luotua tasapainoa. Järjestelemällä eri visuaaliset palaset, kuten värit ja typografia luodaan näin palasten välille jännitteitä. Lyhyesti sommittelulla tarkoitetaan kokonaisrakennetta, lukijan katseen liikkumisen ohjaamista (Graafinen.com 2016, viitattu 16.9.2016). Sommittelun avulla luodaan lukijalle visuaalisten elementtien kulkureitti, jolla voidaan katsojan huomio suunnata haluttuihin kohteisiin, herätetään mielenkiintoa ja välitetään tunnelmia.

Kaikissa visuaalisissa teoksissa lukijan katse kiinnittyy usein teosten tarjoamiin visuaalisiin ärsykkeisiin, joita pystytään hyödyntämään rakentamalla harmoninen sommittelu elementtien välille. Pesonen kirjoittaa, että sommittelulla tarkoitetaan graafisen suunnittelun elementtien järjestelyä, joka tapahtuu rajatussa tilassa (Pesonen 2007, 62). Jotta voidaan katsoa sommittelun johtaneen onnistuneeseen viestin vastaanottamiseen, tulisi havaintoprosessin olla sekä esteettinen kokemus että tuottaa katsojalle mielihyvää.

Hyvin suunniteltu sommittelu on harmoninen ja esteettisesti miellyttävä katsojalle, mikä kiinnittää lukijan huomion teoksen olennaisimpiin osiin. Sommittelun harmonisuus saavutetaan vakaalla sommittelulla, jossa elementit ovat sopusuhtaisessa suhteessa toisiinsa eikä sommittelun katsojalla ole tunne siitä, että jotain puuttuu tai että jotain on liikaa. Sommittelumallit ja perustekijöiden osaaminen

mahdollistavat sen, että tämä harmonisuus ja esteettisyys onnistuvat. Näihin sommittelumalleihin kuuluvat muun muassa perinteiset kultainen leikkaus (KUVIO 3) ja kolmanneksen sääntö. (Graafinen.com 2016, viitattu 16.9.2016.)



KUVIO 3. Kultainen leikkaus.

Sommittelun voidaan katsoa jakautuvan eri perustekijöihin, joihin kuuluvat sommittelumallien lisäksi kuvapinnan eri muuttujat sekä tasapainoileminen vaihtelevuuden ja johdonmukaisuuden kanssa. Kuvanpinnanmuuttujiin lukeutuvat muun muassa muoto, sijainti, tiheys, etäisyys ja koko. Näiden tekijöiden säätelyssä tuloksena sommitteluun syntyy rytmää, liikettä ja harmoniaa. Johdonmukaisuudella saadaan sommittelusta yhdennäköistä kun taas vaihtelulla pystytään luomaan sommitteluun virkistäviä yksityiskohtia. (Pesonen 2007, 62–64.)

3 WWW-SIVUJEN PÄIVITYS

Tässä osiossa käydään läpi sivuston lähtötilannetta ja mitä saavutettiin sivuston uudistuksessa. Osiossa tutustutaan myös sivustolle valittuun uuteen julkaisujärjestelmään WordPressiin. Lisäksi käydään läpi myös miten julkaisujärjestelmä asennettiin web-hotelliin.

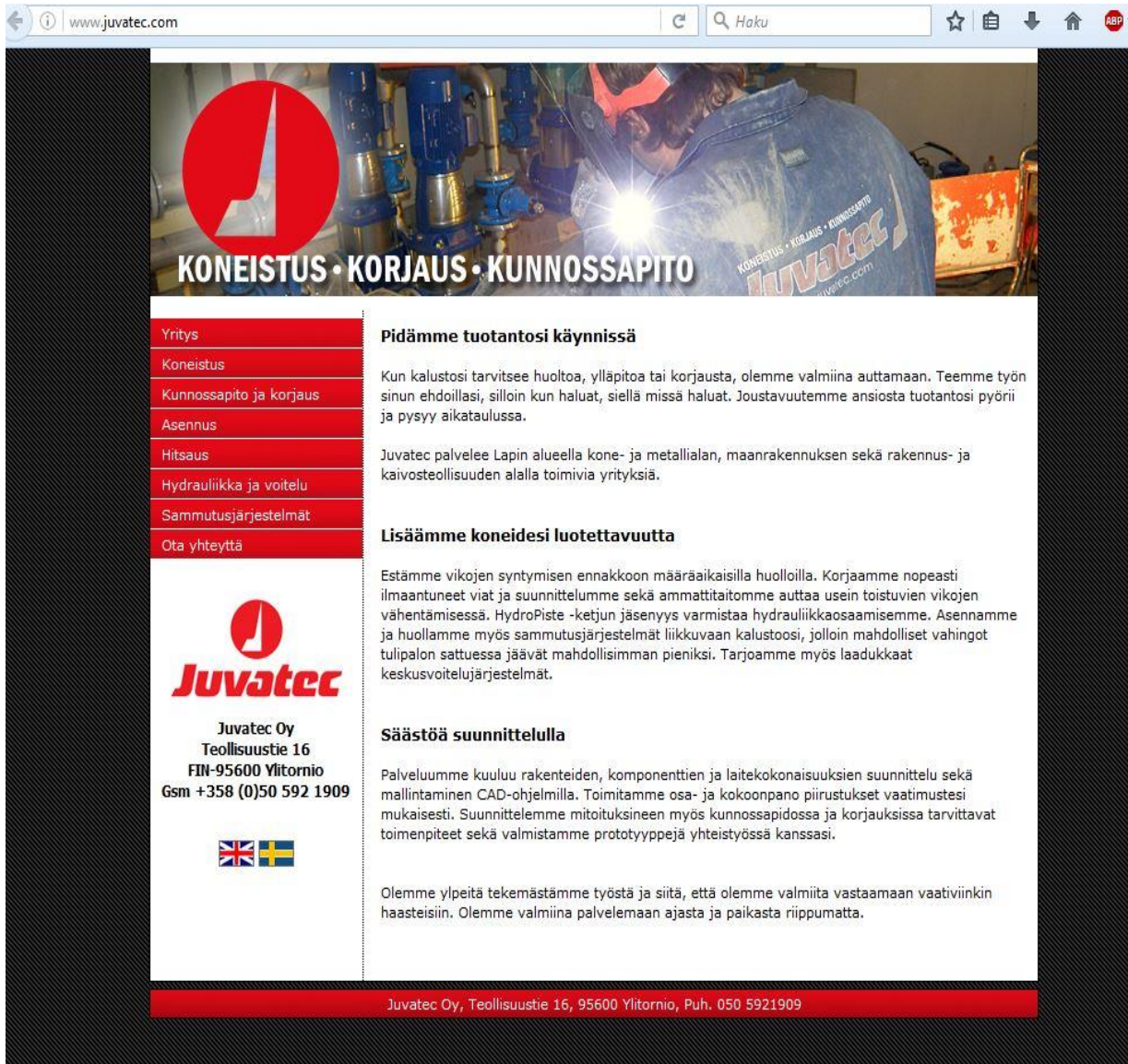
3.1 Lähtötilanne

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda uusi visuaalinen ilme yrityksen web-sivustolle, joka olisi yksinkertainen ja helppokäyttöinen, mutta samalla myös moderni ja puhdas. Ennen uuden sivuston aloittamista, arvioidaan kuitenkin edeltävien sivujen käytettävyyttä. Kriteereinä käytetään tässä tapauksena Jyväskylän yliopiston julkaisemia arviointikriteerejä (Jyväskylän Yliopisto, viitattu 7.11.2016).

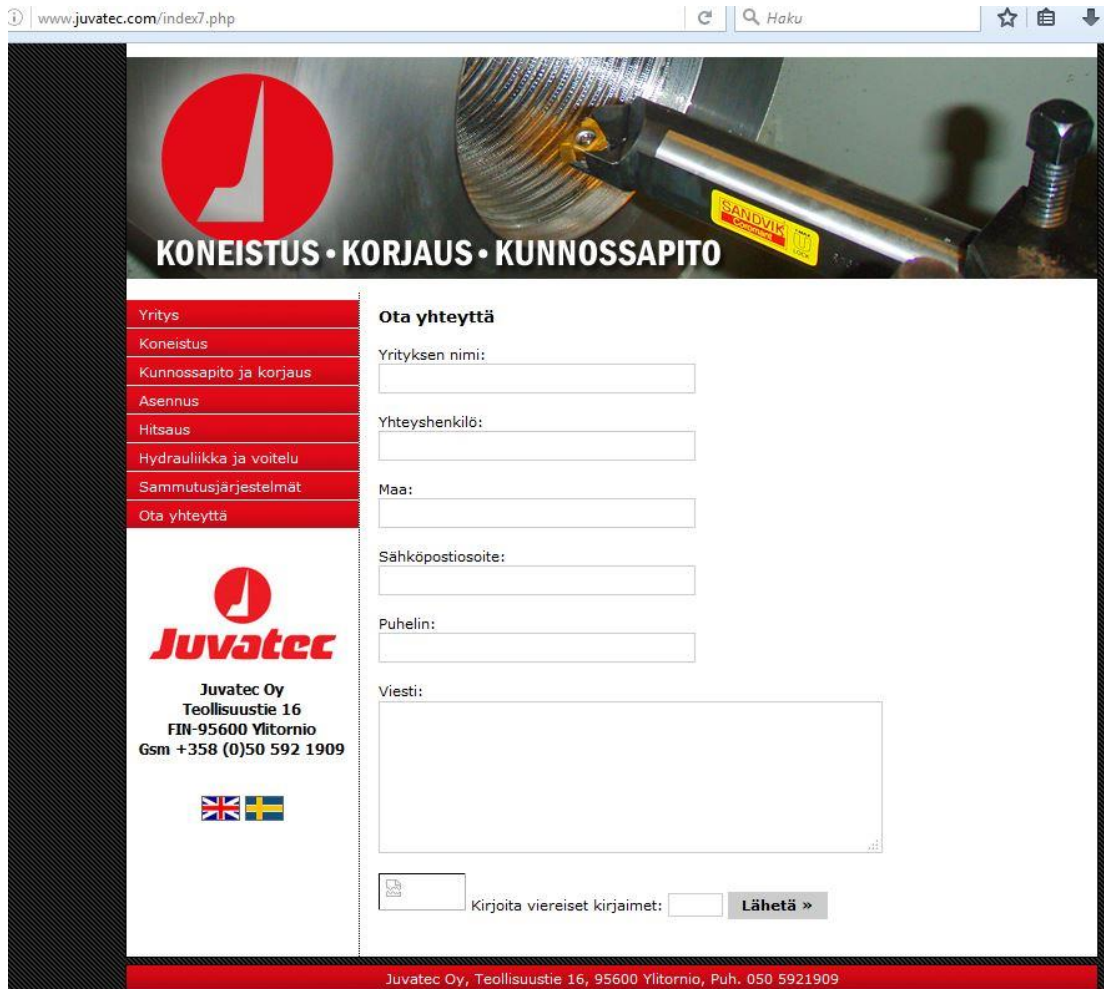
Sivuston (KUVIO 4) perustiedot ovat kunnossa ja vastaavat niitä tarpeita, joita asiakasta tarvitsee tutustuessaan sivuston tarjoamiin palveluihin. Etusivulla selviää heti, mikä yritys on kyseessä, mitä palveluja yritys tarjoaa ja miten on mahdollista ottaa yhteyttä yrityksen asiakaspalveluun. Sisällöllisesti sivuston ajankohtaisuus on kuitenkin jo osittain vanhentunutta, sillä työnantajan mukaan edellisestä päivityksestä on kulunut lähes neljä vuotta. Sivusto on kuitenkin hyödyllinen ja typografisesti teksti on hyvin luettavissa, vaikka sen ei koetakaan tuovan yritykselle suurta tunnettavuutta.

Suurimpia ongelmia ilmeni sivuston navigoinnissa. Navigaatiopalkit sivun laidassa olivat toimivia, mutta sivustolle oli helppo eksyä, sillä itse sivuilla ei lukenut missä oltiin ja osoitepalkissa luki sivuston sijainnin sijaan pelkkä sana index.

Visuaalisesti yrityksen sivusto (KUVIO 4, KUVIO 5) koettiin vanhentuneeksi. Tummat värit tekivät sivustosta synkän ja tähän haluttiin muutosta. Kuten jo opinnäytetyön alussa Värit-kappaleessa kerrotaan, on väreillä suuri merkitys tunnelman luojana. Mustan pohjaväri loi synkän ja surua herättävää tunnelmaa. Punainen logo ja valikko herättivät hyvin huomiota, kun taas valkoinen tekstin tausta tasoasi mustien reunojen aiheuttamaa synkkyyttä jonkin verran. Visuaalisesti yrityksen web-sivusto kaipasi päivitystä.



KUVIO 4. Juvatec aikaisempi sivusto.



KUVIO 5. Juvatec:in aikaisempi sivusto.

Koodillisesti yrityksen sivujen jatkuva päivittäminen oli lähes mahdotonta, sillä sivusto oli rakennettu käsinkirjoitetulla koodilla (KUVIO 6). Sivuston vaikeutena, tähän malliin koodattuna oli se, että elementtien päivittämiseen tarvitaan henkilö, joka osaa tehdä muutokset suoraan sivuston koodiin ilman, että koko sivusto kaatuu. Yksikin väärä merkki olisi voinut kaataa koko sivuston.


```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
<html>
<head></head>
<body>
  <div class="bodytable">
    <table class="btable" width="100%" cellspacing="0" cellpadding="0">
      <tbody>
        <tr></tr>
        <tr>
          <td class="lnavbg" valign="top" align="left"></td>
          <td class="mainbg" valign="top" align="left">
            <!--maintd-->
            <h1>Pidämme tuotantosi käynnissä</h1>
            <br>
            <br>
            Kun kalustosi tarvitsee huoltoa, ylläpitoa tai korjausta, olemme valmiina auttamaan. Teemme työn
            sinun ehdoillasi, silloin kun haluat, siellä missä haluat. Joustavuutemme ansiosta tuotantosi
            pyörii ja pysyy aikataulussa.
            <br>
            <br>
            Juvatec palvelee Lapin alueella kone- ja metallialan, maanrakennuksen sekä rakennus- ja
            kaivosteollisuuden alalla toimivia yrityksiä.
            <br>
            <br>
            <br>
            <h1>Lisäämme koneidesi luotettavuutta</h1>
            <br>
            <br>
            Estämme vikojen syntyminen ennakoon määräaikaaisilla huolloilla. Korjaamme nopeasti ilmaantuneet
            viat ja suunnittelumme sekä ammattitaitomme auttaa usein toistuvien vikojen vähentämisessä.
            HydroPiste -ketjun jäsenyys varmistaa hydraulikkaosaamisemme. Asennamme ja huollamme myös
            sammutusjärjestelmät liikkuvaan kalustoosi, jolloin mahdolliset vahingot tulipalon sattuessa
            jäävät mahdollisimman pieniksi. Tarjoamme myös laadukkaat keskusvoitelujärjestelmät.
            <br>
            <br>
            <br>
            <h1>Säästöä suunnittelulla</h1>
            <br>
            <br>
            Palveluumme kuuluu rakenteiden, komponenttien ja laitekokonaisuuksien suunnittelu sekä
            mallintaminen CAD-ohjelmilla. Toimitamme osa- ja kokoonpano piirustukset vaatimustesi
            mukaisesti. Suunnittelemme mitoituksineen myös kunnossapidossa ja korjauksissa tarvittavat
            toimenpiteet sekä valmistamme prototyyppejä yhteistyössä kanssasi.
            <br>
            <br>
            <br>

```

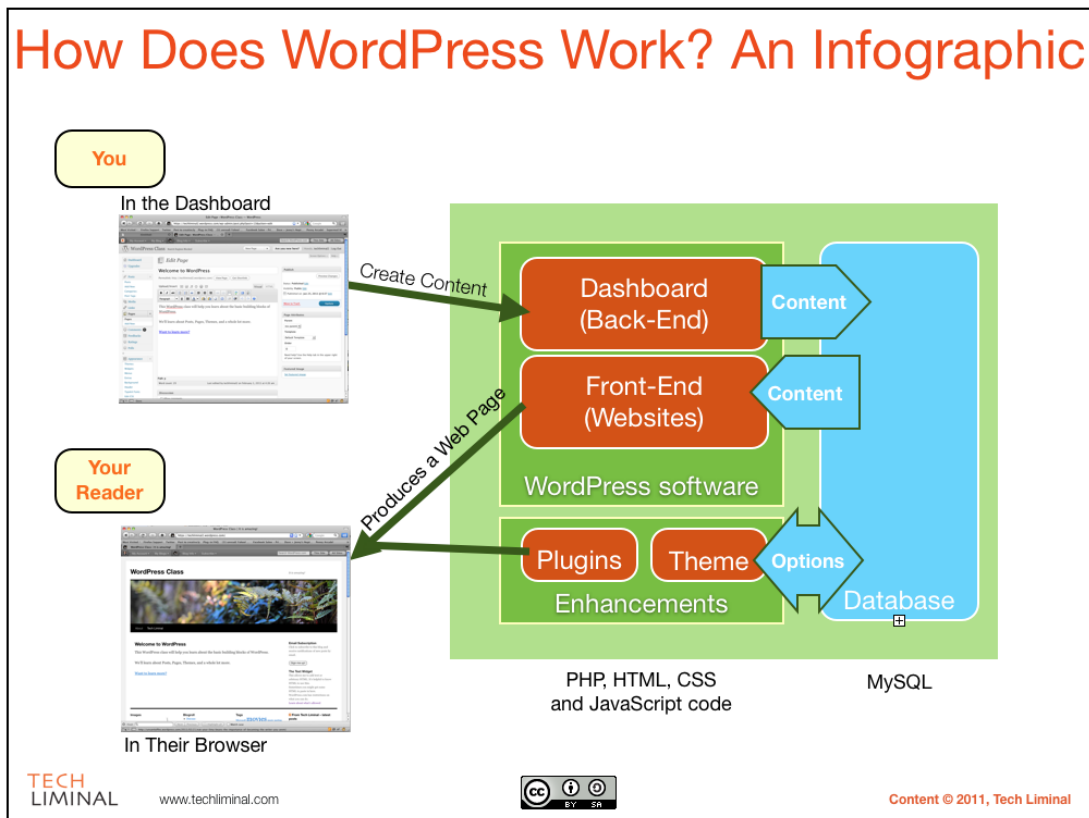
KUVIO 6. Juvatec aikaisemman sivuston koodi.

Jyväskylän Yliopiston arviointikriteereitä käyttäen, suurimmiksi käytettävyyden ongelmiksi nousivat sivustolla navigointi ja sisällön päivittämisen hankaluus. Itse visuaalisuus ei vaikuttanut käytettävyyteen, mutta asiakkaiden mielikuvat yrityksestä ovat riippuvaisia siitä, millaisia mielikuvia he sivustosta saavat. Voidaan sanoa yrityksen tarvitsevan käytettävyyden kannalta paremman julkaisujärjestelmän ja visuaalisen päivityksen (Jyväskylän Yliopisto, viitattu 7.11.2016).

3.2 WordPress

Julkaisujärjestelmällä tarkoitetaan sovellusta, jolla hallitaan verkkosivujen luomista, ylläpitoa ja sisältöä. Julkaisujärjestelmien avulla pystytään hallitsemaan web-sivustojen sisältöä ilman välikäsien eli koodauksen ammattilaisten apua. Tässä opinnäytetyössä julkaisujärjestelmäksi yritykselle valittiin

WordPress. Muita mahdollisia järjestelmiä olisivat olleet Joomla! tai Drupal. Valintaan vaikuttavia tekijöitä olivat WordPressin suoraviivaisuus ja julkaisujen ilmestyminen suoraan verkossa, ilman välikäsiä (KUVIO 7). (UBINET, viitattu 7.11.2016.)



KUVIO 7. WordPressin Julkaisujärjestelmä (Tech liminal, hakupäivä 27.10.2016).

WordPress on moderni, helppokäyttöinen, avoimen lähdekoodin sisällönhallintajärjestelmä eli Open Source. Ohjelma on toteutettu MySQL:llä ja PHP:llä ja sen kehitys on aloitettu 2003. WordPressin avulla voidaan ilmaiseksi tuottaa ja julkaista web-sivuja. Palvelin on täysin ilmainen, sisältää paljon valmiiksi rakennettuja sivustomalleja, niin sanottuja teemoja, ja sen käyttöönotto on yksinkertaista. WordPress on Open Source-julkaisualue, jossa päästään aina lähdekoodiin asti. Tämä tarkoittaa sitä, että käyttäjä itse pystyy muokkaamaan ja levittämään WordPressin:n tarjoamia koodeja vapaasti. (About WordPress 2016. viitattu 28.9.2016)

WordPressin tarjoamiin ominaisuuksiin kuuluvat muun muassa hakukoneystävällisyys, valmiiksi luotuja teemoja, lisäosia eli widgettejä ja liitännäisiä. Widgeteillä voidaan luoda esimerkiksi kuvagallerioita ja kävijälaskureita, joilla käyttäjä pystyy varmistamaan että sivusto vastaa tarkoitustaan. Perusominaisuuksien ja -toimintojen avulla WordPress panostaa hyvän käyttäjäkokemuksen sekä esteettisyyden lisäksi käytettävyyteen ja siihen että web-standardit täyttyvät. WordPressin käyttöön ei vaadita ohjelmoinnin osaamista. (About WordPress 2016. viitattu 28.9.2016)

3.3 Siirtyminen WordPressiin

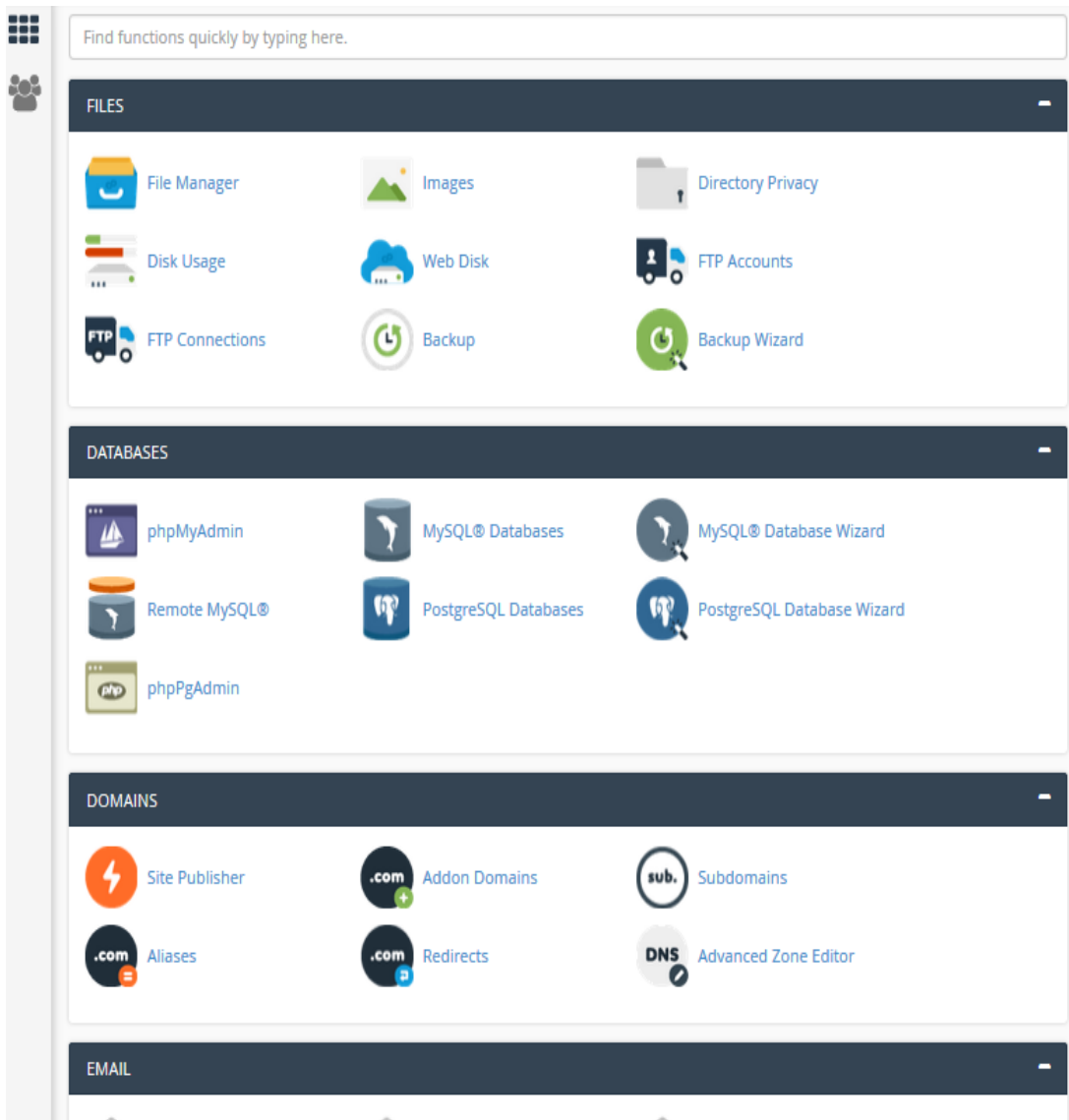
Itse sivuston asentaminen oli hyvin yksinkertaista ja helppoa, se vaatii vain palvelinympäristön jonne WordPress voitiin asentaa. Asennuksen taso riippuu joskus kuitenkin palvelintarjoajasta, joka tässä tapauksessa on webhotelli.fi. WordPressin asennukseen käytettiin tässä yhteydessä palveluun kuuluvaa cPaneelia.

Ennen kun voitiin aloittaa WordPressin asennus, täytyi poistaa toimeksiantajan jo aikaisemmin julkaistut web-sivut. Nämä tiedostot sijaitsivat webhotellin juurihakemistosta. Tämä tapahtui kirjautumalla webhotelli.fi:n FTP tiedonsiirtimille, johon päästiin käsiksi erikseen ladattavilla ohjelmistoilla, joka tässä tapauksessa oli FileZilla. Kirjautumaan sisään FileZillaan päästiin käyttämällä webhotelli.fi:lta saatuja cPaneelin tunnuksia. Kun oli kirjaututtu sisään FileZillaan avattiin public_html kansio ja poistettiin sen sisältö. Näin tyhjenneltiin webhotellin juurihakemisto ja tehtiin tilaa WordPressin asentamiselle.

Nyt kun aikaisempi web-sivusto oli saatu poistettua palvelimelta, voitiin aloittaa WordPressin asentaminen sen tilalle. Asennus aloitettiin lataamalla uusin WordPress-aloituspaketti palveluntarjoajan sivulta ja purkamalla se koneelle. Purkamisen jälkeen tiedostot siirrettiin raahaamalla FileZillasta löytyvään juurihakemistoon, eli public_html, eli sinne mistä aikaisempi sivusto poistettiin. Kun tiedostot olivat siirtyneet juurihakemistoon, voitiin siirtyä cPaneeliin. cPaneeli on sovellus, jolla käyttäjät pystyvät ylläpitämään ja hallitsemaan webhotellejaan.

Seuraavana WordPressin asennuksessa siirryttiin cPaneeliin, jossa luotiin WordPressiä varten oma tietokanta. Tietokanta luotiin cPaneelissa, valitsemalla ensin kohta "MySQL Databases" (KUVIO 8) ja

luomalla uusi tietokanta kohdassa "Create New Database". Sitten tietokannalle luotiin oma tunnus ja salasana. Kun tietokanta oli luotu, lisättiin siihen myös käyttäjä ja annettiin käyttäjälle kaikki tietokannan oikeudet.



KUVIO 8. cPanel Databases.

Kun tietokanta oli luotu ja siirretty palvelimelle, voitiin siirtyä webhotellista varattuun osoitteeseen. Aluksi ohjelmisto ilmoitti, ettei wp-config.php tiedostoa ole olemassa. Koska WordPress ei automaattisesti luonut wp-config tiedostoa, täytyi se luoda tietokantaan manuaalisesti. Seuraavaksi aukeavas-

sa tiedostossa (KUVIO 9) nähtiin, mitä ohjeita WordPress antoi ja mitä perustietoja seuraavaan lomakkeeseen tuli täyttää. Ohjeiden jälkeen täytettiin avautunut lomake (KUVIO 10) aikaisemmillä cPaneelissa luoduilla tietokannan tunnuksilla. Tietokantalomakkeen onnistuneen täytön jälkeen päästiin määrittämään sivuston nimi, käyttäjätunnus ja salasana (KUVIO 10), jotka voidaan vaihtaa tarvittaessa myöhemmin.

Tervetuloa asentamaan WordPressiä. Tarvitset seuraavat tietokantaan liittyvät tiedot ennen asennuksen aloittamista.

1. Tietokannan nimi
2. Tietokannan käyttäjätunnus
3. Tietokannan salasana
4. Tietokantapalvelin
5. Tietokantataulujen etuliite (jos haluat asentaa samaan tietokantaan useamman WordPress-sivuston)

Käytämme näitä tietoja luodaksemme `wp-config.php`-tiedoston. Jos automaattinen tiedoston luonti ei onnistu, ei hätää. Voit myös avata tiedoston `wp-config-sample.php` tekstieditoriin, täyttää tarvittavat tiedot ja tallentaa sen nimellä `wp-config.php`. Jos tarvitset lisäapua, lue ohjeet [wp-config.php -tiedoston muokkaamiseen \(englanniksi\)](#).

Olet saanut todennäköisesti nämä tiedot palveluntarjoajaltasi. Muussa tapauksessa sinun pitää olla ensin palveluntarjoajaasi yhteydessä tietojen saamiseksi. Jos olet valmis...

Jatketaan!

KUVIO 9. WordPressin asennuksen aloitus.

Asennus oli valmis kun painettiin "Asenna WordPress". Sisälle WordPressiin päästiin kirjautumalla sisään täytetyn lomakkeen tunnuksilla (KUVIO 11), jonka jälkeen voitiin aloittaa itse sivuston muokkaus.

Kirjoita alle tietokannan tiedot. Jos et ole varma yksityiskohdista, ota yhteys palveluntarjoajaasi.

Tietokannan nimi	<input type="text"/>	Sen tietokannan nimi, johon haluat asentaa WP:n.
Käyttäjänimi	<input type="text"/>	MySQL-käyttäjätunnus
Salasana	<input type="text"/>	...ja MySQL-salasanasi.
Tietokantapalvelin	<input type="text" value="localhost"/>	Saat tämän tiedon palveluntarjoajaltasi, jos localhost ei toimi.
Tietokantataulujen etuliite	<input type="text"/>	Jos haluat asentaa useita WordPressejä samaan tietokantaan, muuta tämä.

KUVIO 10. WordPress yhteys tietokantaan.

Tervetuloa

Tervetuloa kuuluisaan viiden minuutin WordPress-asennukseen! Täytä alla olevat tiedot ja pääset käyttämään maailman laajennettavinta ja tehokkainta henkilökohtaista julkaisualustaa.

Tarvittavat tiedot

Anna aluksi seuraavat tiedot. Älä huolehdi, voit kyllä muuttaa niitä myöhemmin.

Sivuston otsikko

Käyttäjänimi

Käyttäjänimissä hyväksyttäviä merkkejä ovat kaikki alfanumeeriset merkit, välilyönti, alaviiva, väliviiva, piste ja @-merkki.

Salasana, kahdesti

Salasana luodaan automaattisesti jos jätät tämän tyhjäksi.

Keskikokoinen

Vihje: Salasanassa pitäisi olla vähintään seitsemän merkkiä. Vahvista salasanaasi käyttämällä sekä isoja että pieniä kirjaimia, numeroita ja erikoismerkkejä kuten ! " ? \$ % ^ &).

Sähköpostiosoite:

Varmista sähköpostiosoitteesi ennen kuin siirryt seuraavaan vaiheeseen.

Tietosuoja

Salli sivuston näkyminen hakukoneissa.

Asenna WordPress

KUVIO 11. WordPressin asetukset.

Wordpressin asentamisen jälkeen päästiin heti tutustumaan WordPressin tarjontaan. Ominaisuuksissa suurimpana uutuuksena oli sivuston sisältämä, kaiken kattava ohjausnäky, jossa päästiin muokkaamaan sivuston ominaisuuksia. Ohjausnäkyä löydetään kaikki tarpeelliset työkalut sisällön tuottamisen aloittamista varten.

3.4 Sisällön päivitys

Kun WordPress oli ladattu ja asennettu, aloitettiin sisällön tuottaminen valitsemalla yrityksen tarkoitukseen sopiva teema. Osasyynä WordPressin valintaan olivat juuri teemat. WordPressin teemat ovat jo osittain valmiiksi rakennettuja ulkoasuja, joita julkaisujärjestelmän käyttäjät voivat vapaasti muokata ja käyttää. Teemat voivat olla joko yksityisten tahojen tai kokonaisten organisaatioiden ko-koamia, ne voivat olla joko ilmaisia tai maksullisia. Teemaa valitessa kannattaa tutustua siihen, mitä kaikkea teema sisältää, kuinka usein teemantekijä päivittää teemaa ja millaista tukea teemasta löytyy. Parhaisiin teemoihin kuuluu laaja vertaistukiverkosto. Teemaksi Juvatec Oy:lle valittiin Mantra.

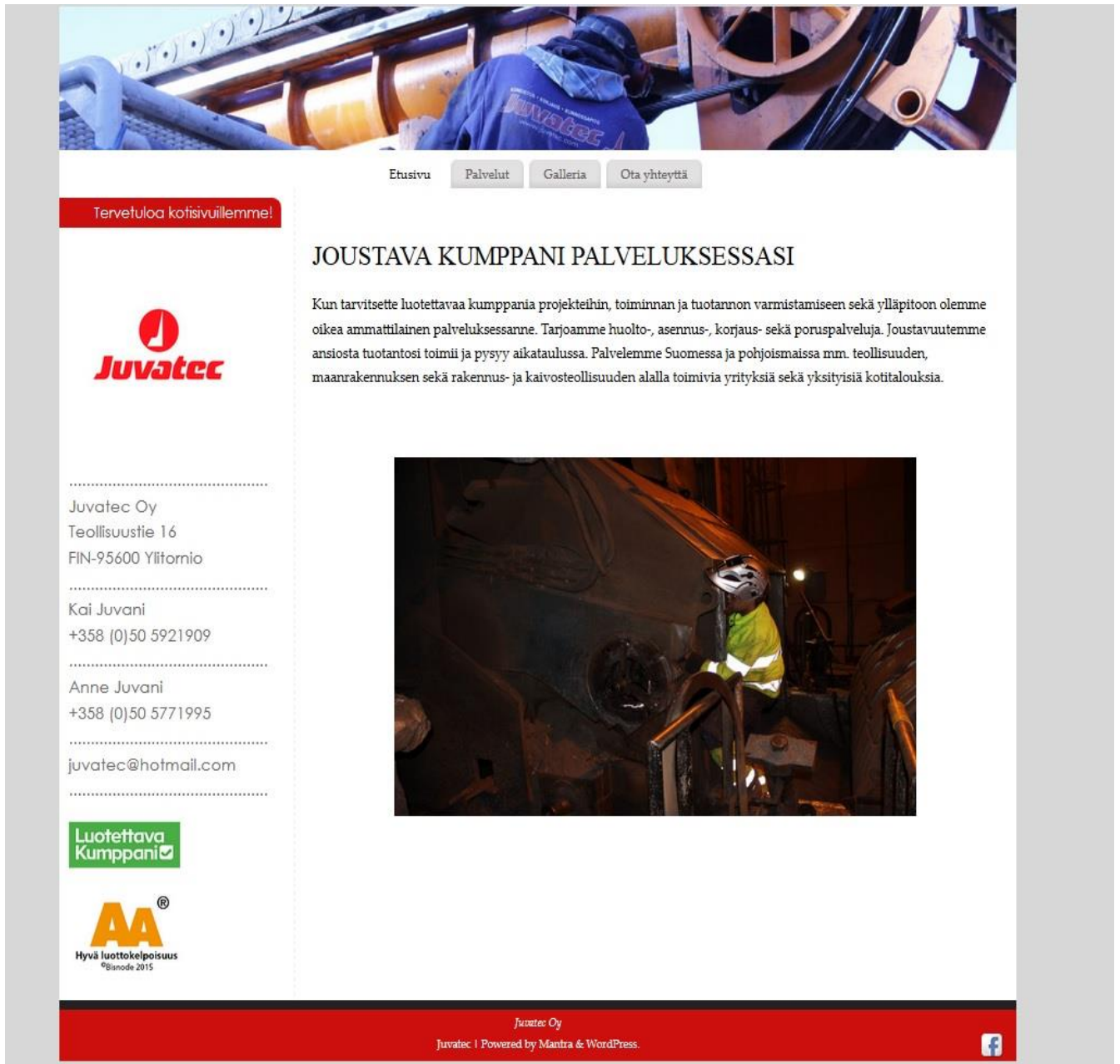
Teeman valinnan jälkeen aloitettiin visuaalisen ilmeen päivittäminen. Usein yrityksen ilmeen luominen aloitetaan graafisten tunnusmerkkien kuten logon, värien ja käyttötypografian suunnittelulla. Juvatec Oy:n tapauksessa kyse oli visuaalisen ilmeen ja järjestelmän uudistamisesta ja kehittämisestä. Yrityksellä oli jo käytössä graafinen tunnus (KUVIO 12). Visuaalisesti ja rakenteellisesti pohjana uusien sivujen suunnittelussa käytettiin yrityksen vanhaa sivustoa.



KUVIO 12. Yrityksen graafinen tunnus.

Juvatec OY:n värimaailma rakentui yrittäjän toiveen ja osittain edellisessä sivustossa rakennetun värimaailman ympärille. Uudesta sivustosta haluttiin pyrkiä selvyyteen ja parempaan erottuvuuteen. Sivustossa päädyttiin käyttämään vain kahta pääväriä ja yhtä huomiöväriä, koska sivustoon tulee runsaasti kuvia. Sivuston pääväreiksi valittiin hillitty hopeanharmaa ja puhdas valkoinen (KUVIO 13). Uudet värit luovat kontrastia paremmin kuin sivustojen aikaisemmat päävärit musta, valkoinen ja

punainen. Mustan värin käyttö käyttöliittymän pohjana teki aikaisemmasta sivustosta ankean näköisen.



Etusivu Palvelut Galleria Ota yhteyttä

Tervetuloa kotisivuillemme!

JOUSTAVA KUMPPANI PALVELUKSESSASI

Kun tarvitsette luotettavaa kumppania projekteihin, toiminnan ja tuotannon varmistamiseen sekä ylläpitoon olemme oikea ammattilainen palvelukseksenne. Tarjoamme huolto-, asennus-, korjaus- sekä poruspalveluja. Joustavuutemme ansiosta tuotantosi toimii ja pysyy aikataulussa. Palvelemme Suomessa ja pohjoismaissa mm. teollisuuden, maanrakennuksen sekä rakennus- ja kaivosteollisuuden alalla toimivia yrityksiä sekä yksityisiä kotitalouksia.

Juvatec Oy
Teollisuustie 16
FIN-95600 Ylitornio

Kai Juvani
+358 (0)50 5921909

Anne Juvani
+358 (0)50 5771995

juvatec@hotmail.com

Luotettava Kumppani

AA[®]
Hyvä luottokelpoisuus
*Bisnode 2015

Juvatec Oy
Juvatec | Powered by Mantra & WordPress

KUVIO 13. Juvatec Oy:n uusi etusivu.

Harmaan ja valkoisen yhdistelmä on raikas, harmoninen ja antaa samalla myös sivustosta ammattimaisen vaikutelman. Punaisella huomiovärillä taas annetaan sivuston muuten rauhalliseen ja neut-

raaliin ilmeeseen huomiota kiinnittävän piristyksen. Valkoisella taustalla haluttiin edesauttaa tekstin erottuvuutta ja luettavuutta.

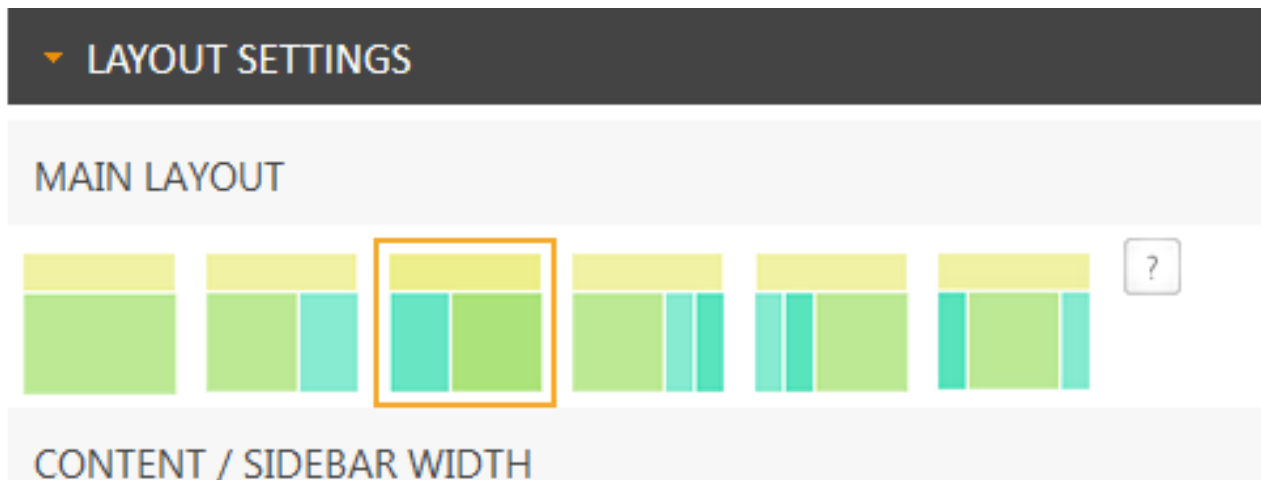
Typografiassa tärkeintä on kiinnittää huomiota sen luettavuuteen. Kirjasintyypiksi uusille sivustoille valittiin Palatino Linotype-fontti (KUVIO 14). Juvatec Oy:n toiveisiin kuului, ettei fonteista käyttöön valittaisi niinkään erikoista fonttia, vaan sen tulisi olla selkokieleistä ja yksinkertaista. Sivuston otsikoihin käytettiin perinteistä New Times Roman-fonttia luomaan kontrastia leipätekstiin verrattuna. Fonttien valintaan vaikutti myös itse sivuston sisältö. Liian koristeellinen fontti olisi antanut epäammatillisen kuvan sivuston asiallisuudesta. Typografiaa suunniteltaessa tulee muistaa sen käytön asiayhteyks.

JOUSTAVA KUMPPANI PALVELUKSESSASI

Kun tarvitsette luotettavaa kumppania projekteihin, toiminnan ja tuotannon varmistamiseen sekä ylläpitoon olemme oikea ammattilainen palveluksessanne. Tarjoamme huolto-, asennus-, korjaus- sekä poruspalveluja. Joustavuutemme ansiosta tuotantosi toimii ja pysyy aikataulussa. Palvelemme Suomessa ja pohjoismaissa mm. teollisuuden, maanrakennuksen sekä rakennus- ja kaivosteollisuuden alalla toimivia yrityksiä sekä yksityisiä kotitalouksia.

KUVIO 14. Sivuston fontti.

Sommittelussa käytettiin WordPress teemaan kuuluvaa layoutia. Mantra-teema on käytännöllinen, koska se antaa enemmän valinnanvapautta layoutin käsittelyssä. Juvatec Oy:n sivuston layoutin valintaan vaikuttivat yrittäjän omat mieltymykset (KUVIO 15). Sivuston asettelussa navigaatio sijaitsee sisällön yläpuolella ja vasemmalla sijaitsee erilaisia widgettejä, joista kerrottiin jo aikaisemmissa kappaleissa, sisältävä sivupalkki.



KUVIO 15. Sivuston layout.

Päivityksen jälkeen sivusto on teknillisesti ja ulkoisesti huomattavasti paremmassa kunnossa kuin aikaisemmat sivut. Verrattuna vanhaan sivustoon uudet sivustot ovat käytännöllisesti monipuoluisimmat ja sisällöllisesti rikkaammat. Uusien sivustojen myötä yrityksen käytössä ovat mm. helposti muokattavien tekstien ja kuvien lisäksi palautelomake viestien lähettämiseen suoraan yrittäjälle, kuvagalleria sekä liukuvat kuva-sliderit. Sivustolle on mahdollista lisätä lähes mitä vain ja suunnitelmis- sa onkin lisätä sivustolle mm. lyhyt video.

Visuaalisesti sivusto ottaa huomioon käyttäjien tarpeet. Värit ovat puhtaita ja moderneja, sommittelu ei sekoita katsojan ajatuksia ja typografia on siistiä ja helposti luettavaa. Yrittäjä oli innostunut ja erityäin tyytyväinen sivuston suunnitteluun ja varsinkin siihen, että sivuja on jatkossa helppo päivittää ja muokata. Liitteeksi opinnäytetyön loppuun lisättiin kuvia uudesta sivustosta (LIITE 1).

4 NETTIKAUPAN TEORIASTA

Kaupankäyntiä ei enää tehdä vain ja ainoastaan kivijalkaliikkeissä, vaan se on siirtynyt ja siirtyy edelleen myös virtuaaliseksi. Internet on nykyajan markkinointikanava. Tilaukset tehdään virtuaalisissa nettikaupoissa, joissa ei enää tarvitse jonottaa omaa vuoroaan kassalle, vaan tuotteet saadaan jo omalle kotiovelle toimitettuna.

Alun perin Juvatec Oy:lle oli tarkoitus tehdä myös verkkokauppa. Suunnitelmien muutosten myötä verkonkaupan laatiminen kuvataan tässä opinnäytetyössä teoriana.

4.1 Ohjelmisto

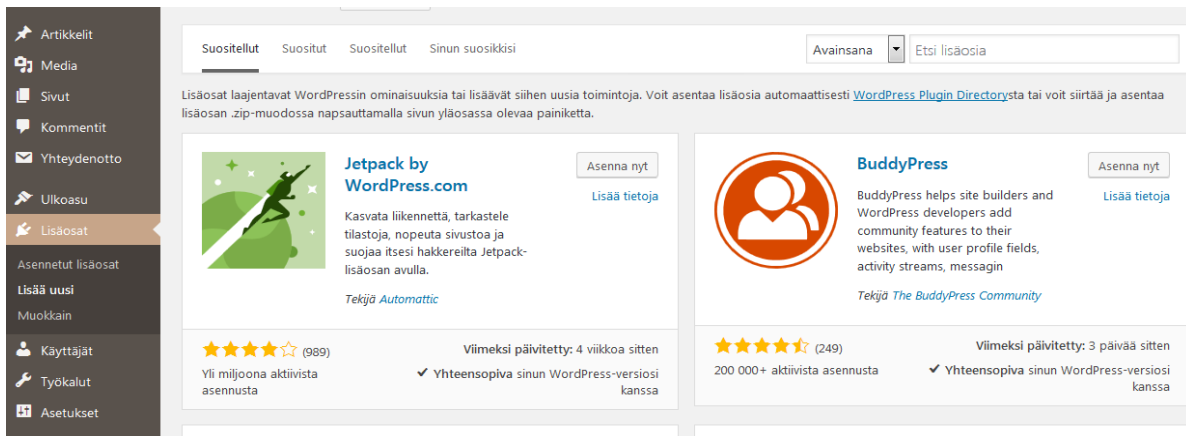
Verkkokauppa oli tarkoitus tehdä WooCommerce-nimisellä lisäosalla. Lisäosa on mahdollista ladata ja asentaa WordPressille ja se on maksuton verkkokauppa-ohjelmisto. Ohjelmisto sisältää joustavan tuoteasettelun ja antaa täydellisen hallinnan käyttäjälle. WooCommerce on maailmanlaajuisesti käytetyin verkkokauppa-lisäosa. (Wordpress.org Suomi, viitattu 5.11.2016)

Suosion takan olevia tekijöitä ovat mm. sivuston ja verkkokaupan saumaton kokonaisuus, mahdollisuus ulkonäön räätälöintiin sekä lisäosan jatkuva kehitystyö ja integroituminen muihin järjestelmiin, kuten Posti SmartPost ja Prinetti, WooCommerce mahdollistaa myös jatkokehitykset, jolla verkkokauppaa pystytään kehittämään tarpeen mukaan. (Wordpress.org Suomi 2016, viitattu 5.11.2016)

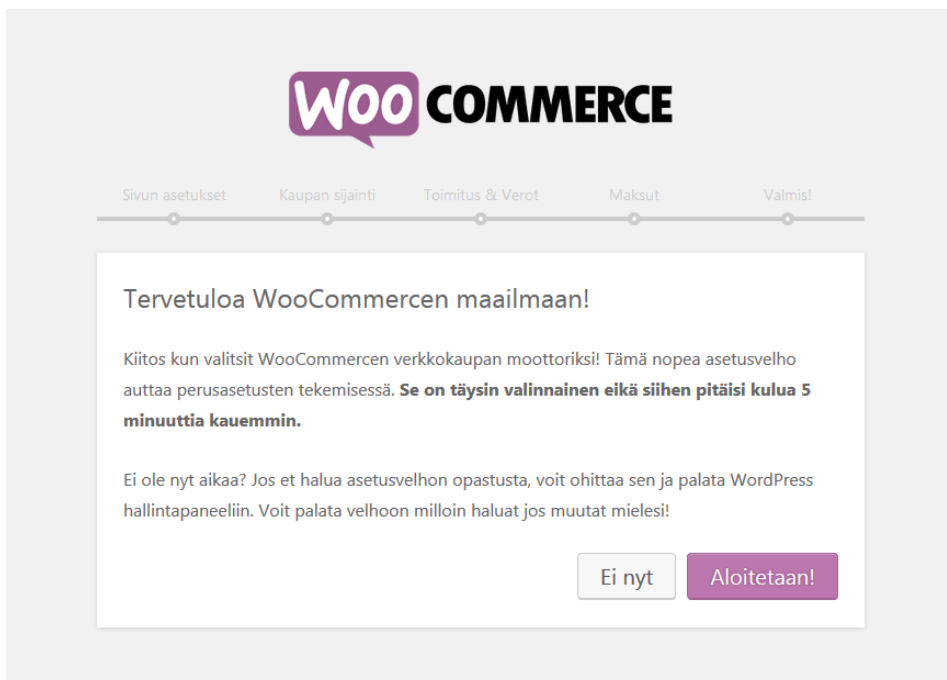
WooCommerce-ohjelmistossa pystytään myymään niin fyysisiä kuin digitaalisia tuotteita. Maksullisilla lisäosilla saadaan käyttöön myös monia käytännöllisiä lisätoimintoja, kuten tuotevarauksia ja jäsenyyksiä asiakkaille. Yrityksen on mahdollista tarjota lisäosan kautta asiakkaille erilaisia toimitus ja maksuvaihtoehtoja, valita kaupankäynnin laajuus lähimyyntistä maailmanlaajuiseksi sekä hallita ulkoasua ja asetuksia. (Wordpress.org Suomi 2016, viitattu 5.11.2016)

4.2 Asentaminen

WooCommercen asennus aloitetaan lataamalla se lisäosa-kirjastosta, joka sujuu muutamalla klikkauksella. Lisäosa etsitään kirjastosta (KUVIO 16) ja valitaan 'Asenna nyt'. Kun lisäosa on asennettu, valitaan 'Ota käyttöön'. Tämän jälkeen aukeaa asennusikkuna (KUVIO 17), josta päästään aloittamaan WooCommercen asennus.

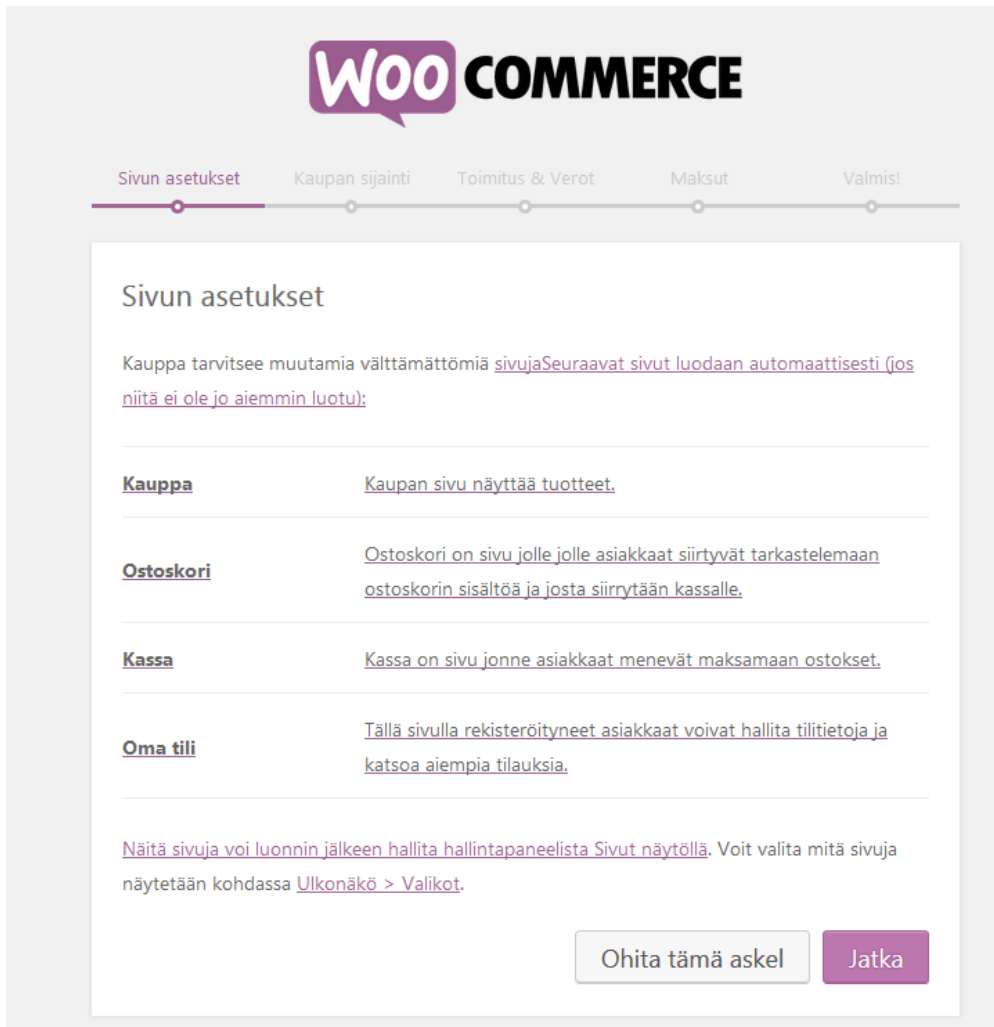


KUVIO 16. WordPress lisäosakirjasto.



KUVIO 17. WooCommercen asennus

WooCommercen asennusohjelmisto luo automaattisesti verkkokaupan käyttöön tarvittavat sivut (KUVIO 18). Sivuja pystytään muokkaamaan kun asennus on päättynyt.



KUVIO 18. Automaattisesti luodut sivut.

Seuraavana määritellään WooCommerce:ssa käytettävät perusasetukset (KUVIO 19). Määritellään kaupan sijainti, mitä valuuttan ja mittayksikköä kaupassa käytetään.

Woo **COMMERCE**

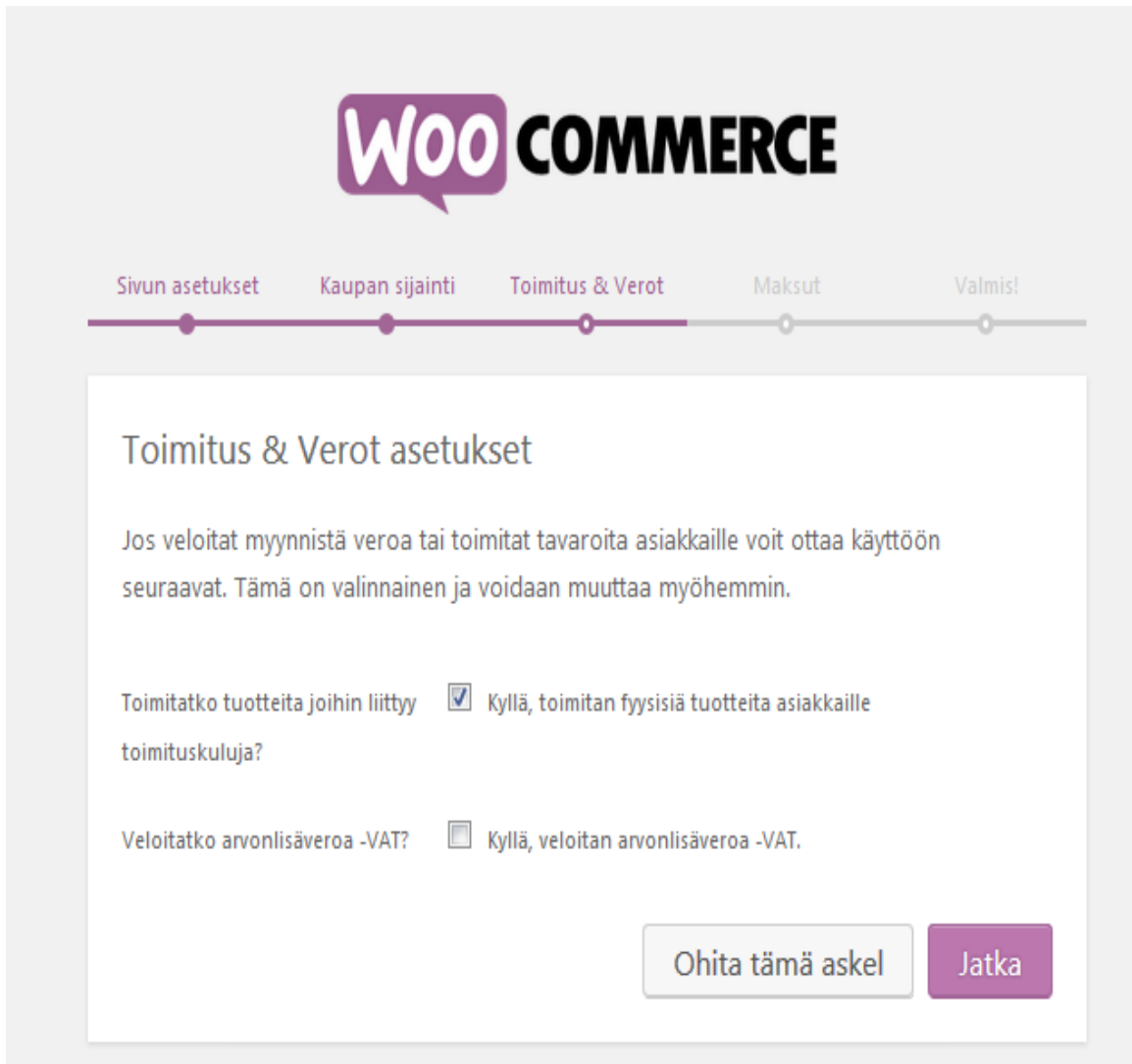
Sivun asetukset **Kaupan sijainti** Toimitus & Verot Maksut Valmis!

Kaupan sijainnin asetus

Missä kauppa sijaitsee?	<input type="text" value="Suomi"/>
Mitä valuuttaa kaupassa käytetään?	<input type="text" value="Euro (€)"/> <small>Jos valuutta ei ole listassa, voit lisätä sen myöhemmin.</small>
Valuuttamerkin paikka	<input type="text" value="Vasemmalla"/>
Tuhaterotin	<input type="text" value="."/>
Desimaalierotin	<input type="text" value="."/>
Desimaalien lukumäärä	<input type="text" value="2"/>
Mitä mittayksikköä käytetään tuotteen painossa?	<input type="text" value="kg (kilogramma)"/>
Mitä mittayksikköä käytetään tuotteen pituus/leveys/korkeus-mitoissa?	<input type="text" value="cm (senttimetri)"/>

KUVIO 19. WooCommercen asetuksia.

Kohdassa Toimitus & Verot (KUVIO 20) määritellään verkkokaupan toimitukset, niiden kulut sekä asetetaan tuotteiden arvolisäverot.



KUVIO 20. Toimituskulut ja verot.

Toiseksi viimeiseksi määritellään maksutavat (KUVIO 21). Mahdollisiksi maksutavoiksi voidaan valita esimerkiksi PayPal, pankkisiirto tai shekki tuotteen toimituksen yhteisessä.

WooCommerce

Sivun asetukset Kaupan sijainti Toimitus & Verot **Maksut** Valmis!

Maksut

WooCommerce verkkokaupassa voi maksaa suoraan tai käyttäen osittain manuaalisia maksutapoja. [Muita maksukäytäviä](#) voidaan lisätä myöhemmin. Maksukäytäviä voidaan hallita [kassan asetukset](#) näytöllä.

PayPal
Turvalliset ja varmistetut maksut luottokortilla tai asiakkaan PayPal-tilitä. [Lue lisää PayPal-palvelusta.](#)

stripe
Moderni ja vakaa tapa hyväksyä kaupassa luottokorttimaksuja. [Lue lisää Stripe-palvelusta](#)

PayPal Standard
Hyväksy maksuja PayPalin kautta, joko luottokortilla tai käyttäen tilin saldoa.

Shekkimaksut
Yksinkertainen maksukäytävä jolla voit hyväksyä shekin maksutavaksi.

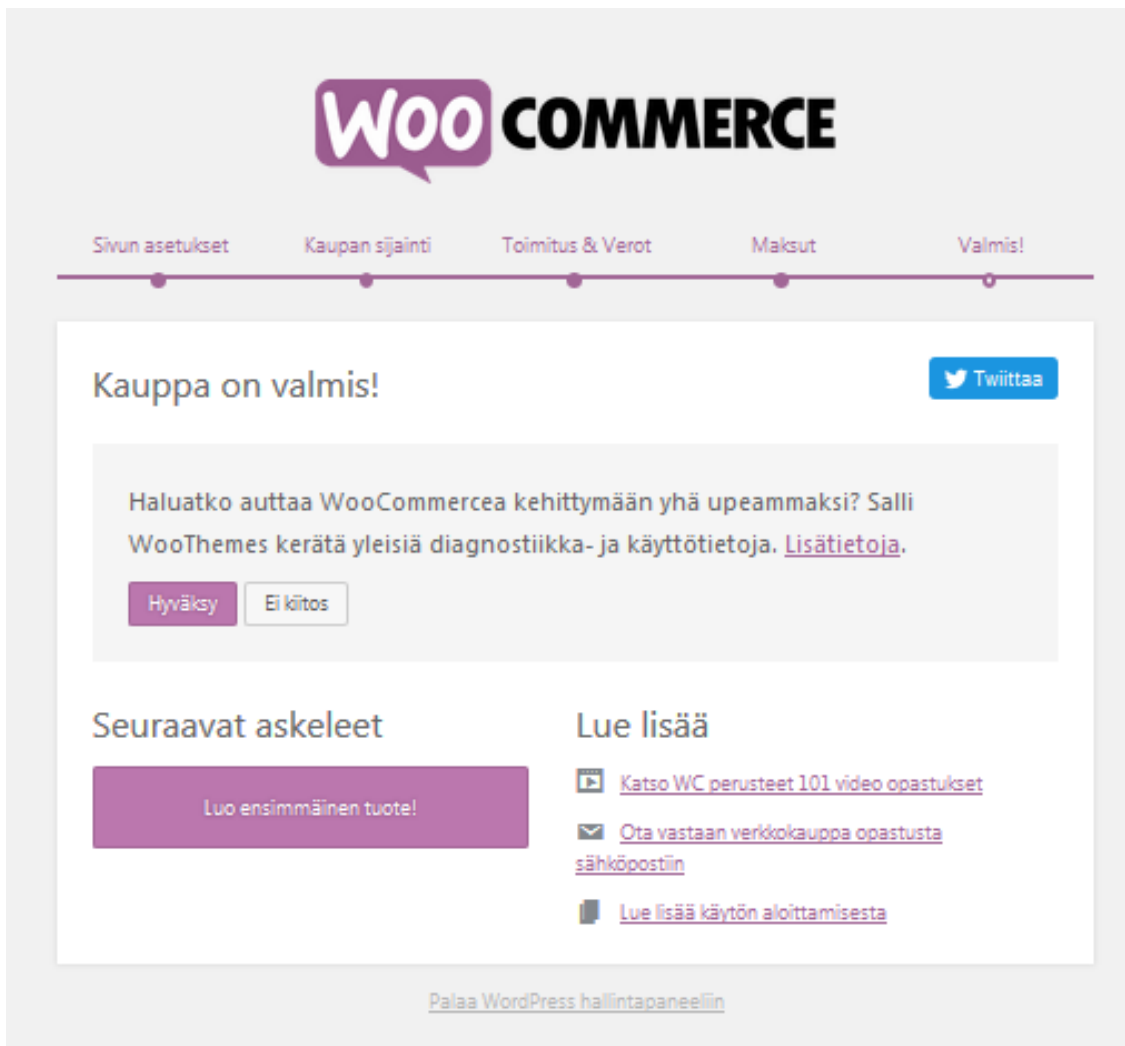
Pankkisiirto (esim. SEPA-maksu) maksut
Yksinkertainen maksukäytävä jolla voi hyväksyä Pankkisiirto maksun joka ei tarvitse verkkoyhteyttä.

Maksu toimitettaessa
Yksinkertainen maksukäytävä jolla voi hyväksyä maksun toimituksen yhteydessä.

Ohita tämä askel
Jatka

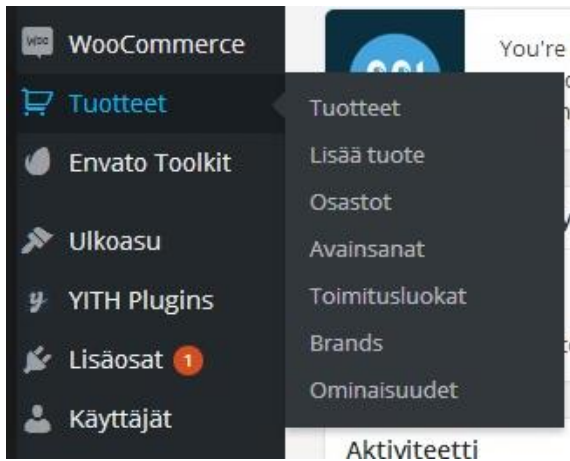
KUVIO 21. Maksutavan asettaminen.

Kun kaikki edeltävät kohdat on täytetty, pohjatiedot ovat valmiita (KUVIO 22) ja päästään lisäämään varsinaisia tuotteita.



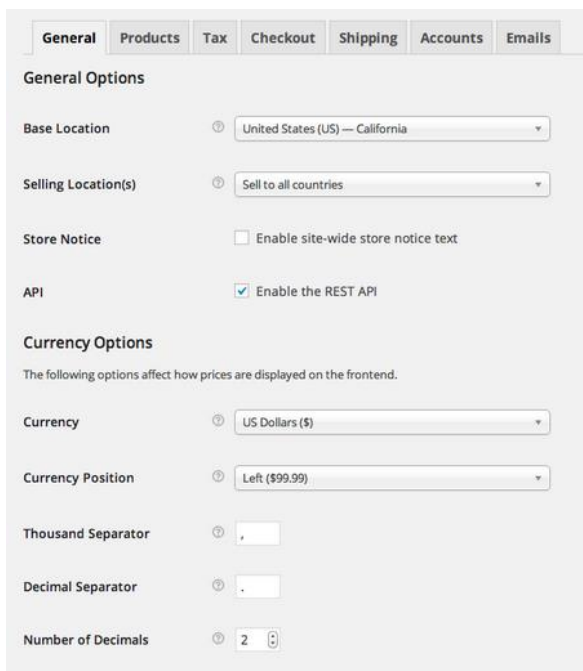
KUVIO 22. Luo ensimmäinen tuote.

Uusia tuotteita pystytään luomaan valitsemalla ohjausvalikon kohdasta "Lisää uusi tuote" (KUVIO 23).



KUVIO 23. Luo uusi tuote.

Ennen WooCommerce – lisäosan varsinaista käyttöönottoa tulee muistaa määrittää ja tarkistaa vielä perusasetuksista esimerkiksi vero-, kassa-, toimitus- ja sähköpostiasetukset (KUVIO 24).



KUVIO 24. Asetusten hallintapaneeli.

5 POHDINTAA

Projektina Juvatec Oy:n visuaalisen ulkonäön päivitys on ollut ideaalinen, sillä työnä se sisältää paljon jo ennestään tuttuja työvälineitä. WordPressiä olen käyttänyt jo Web-sivuston kehittäminen -kurssilla ja työskentelin sen kanssa myös tehdessäni työharjoitteluani. Itse aiheeseen sitouduin nopeasti, sillä opinnäytetyön aihe vastasi omaa kiinnostustani ja koska opinnoissani olen keskittynyt enemmän digitaalisen sisällön tuottamiseen, kuin itse koodaamiseen. Projekti olikin juuri siksi ihan teellinen minulle.

Työn teko aloitettiin kesäkuun puolella. Suunniteltu aikataulu ei aivan toteutunut, yrityksistäni huolimatta. Ongelmia aiheuttivat yrittäjän omat työkiireet, sekä yhteyden saaminen aikaisemman sivuston koodaajaan, joka piti hallussaan webhotelli.fi-palvelimen tunnuksia. Oman ajankäytön suunnittelu ja suunnitellussa aikataulussa pysyminen olivat myös haastavia.

Opinnäytetyön aikana olen oppinut paljon uutta, varsinkin asiakkaan kanssa työskentelystä. Olen myös päässyt syventymään jo ennestään tuttuja osaamisalueita, kuten esimerkiksi silloin, kun tein sisällöllisiä muutoksia WordPressissä käytettyyn teemaa koodista käsin. Harmillisesti verkkosivulle alun perin suunnitellun verkkokaupan rakennus jäi teoriaksi. Suunnitelmissa on kuitenkin tehdä sivustolle verkkokauppa sekä englannin- ja ruotsinkieliset käännökset myöhemmin. Yrityksen kanssa on näistä jo sovittu.

Projektin työstäminen on ollut miellyttävää ja innostavaa, aikatauluhaasteista huolimatta. WordPressin kanssa työskentely oli mieluisaa ja saavutin projektin tärkeimmän tavoitteen, eli rakensin yritykselle visuaalisesti päivitetty ja helposti päivitettävät verkkosivut. Yrittäjä on antanut rakentavaa ja kannustava palautetta ja työskentely heidän kanssaan on ollut positiivinen kokemus.

LÄHTEET

About WordPress 2016. Viitattu 18.9.2016. <https://wordpress.org/about/>

AIGA, the professional association for design 2016. What is graphic design? Viitattu 10.10.2016.
<http://www.aiga.org/guide-whatisgraphicdesign>

Graafinen.com 2015. Graafinen suunnittelu pähkinäkuoressa. Viitattu 6.10.2016.
<http://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/graafinen-suunnittelu-pahkinankuoressa/>

Graafinen.com 2015. Sommittelu. Viitattu 16.9.2016.
<http://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/sommittelu/>

Graafinen 2015. Värit graafisen suunnittelijan työssä. Viitattu 12.9.2016.
<http://www.graafinen.com/suunnittelu/varit/varit-graafisen-suunnittelijan-tyossa/>

Graafinen.com 2015. Yleistä. Viitattu 13.10.2016.
<http://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/graafinen-suunnittelu-pahkinankuoressa/>

Huovila, T. 2006. ”Look” – visualisoi viestisi. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Itkonen, M. 2012. Typografian Käsikirja. RPS-yhtiöt Helsinki.

Jyväskylän Yliopisto 2011. Verkkosivuston käytettävyyden arviointi.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/tvt/sosiaalinen-web/verkkosivuston-kaeytettaevyyden-arviointi>

Matti_M 2008. Tietoa väreistä. Viitattu 12.9.2016. https://www.finink.com/doc/tietoa_vareista.ashx

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. WS Bookwell Porvoo.

Pohjola, J. 2003. ilme – Visuaalisen identiteetin johtamine. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Tech liminal. Viitattu 27.10.2016. <http://wps-mith.net/wp-content/uploads/2012/03/website-in-a-weekend-how-does-wordpress-work-an-info-graphic.png>

treefrog 2016. What is Graphic Design? Viitattu 12.10.2016. <https://www.treefrog.ca/what-is-graphic-design>

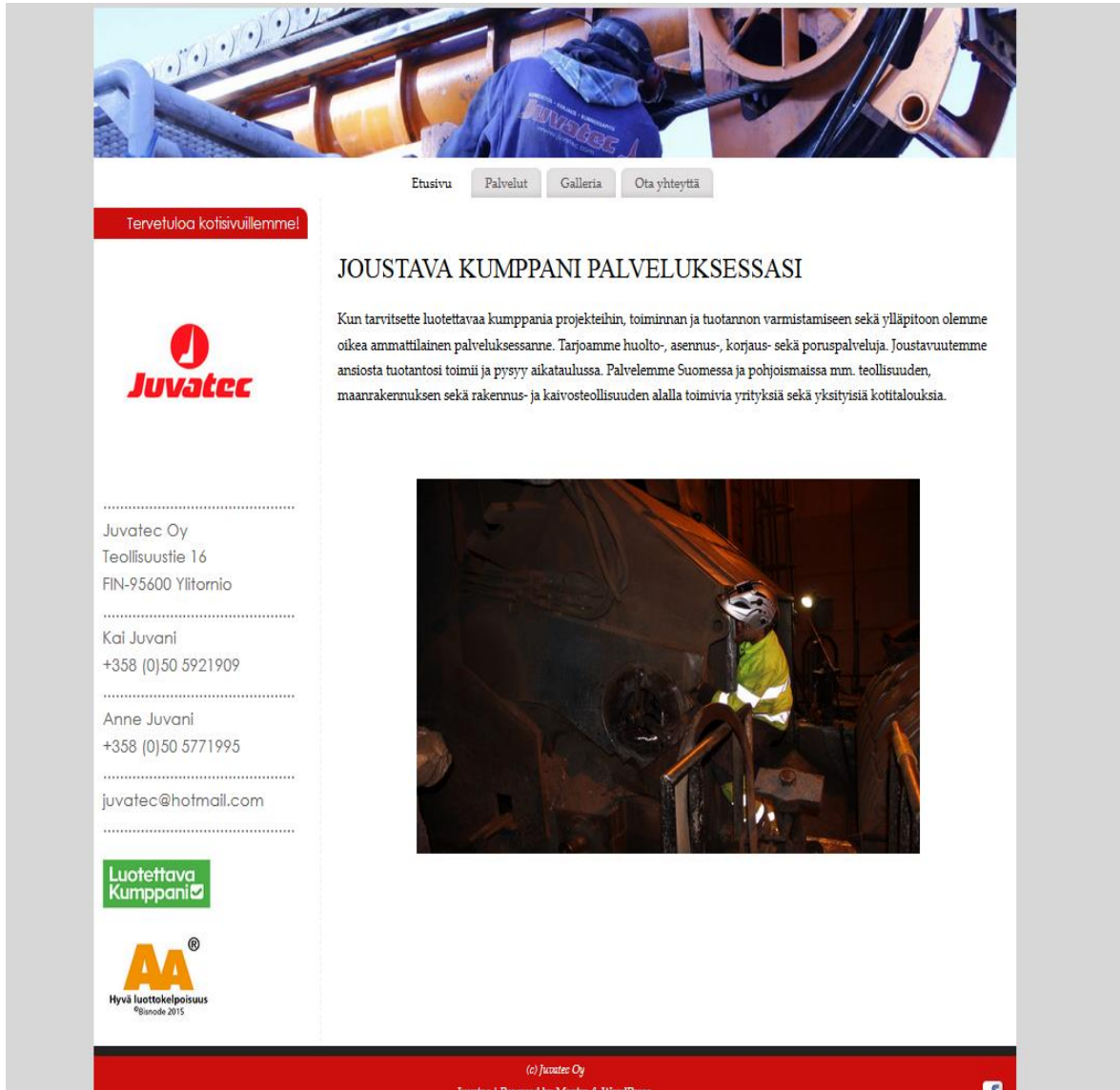
UBINET 2013. Julkaisujärjestelmät. Viitattu 7.11.2016. <http://www.ubinet.fi/www-suunnittelu/julkaisuj%C3%A4rjestelm%C3%A4>

White, A.W. 2002. The Elements of Graphic Desing. Allworth Press. New York.

Wordpress.org Suomi 2016. Lisäosahakemisto, WooCommerce. Viitattu 7.11.2016 <https://fi.wordpress.org/plugins/woocommerce/>

LIITTEET

LIITE 1 VALMIS SIVUSTO



Etusivu Palvelut Galleria Ota yhteyttä

Tervetuloa kotisivuillemme!

JOUSTAVA KUMPPANI PALVELUKSESSASI

Kun tarvitsette luotettavaa kumppania projekteihin, toiminnan ja tuotannon varmistamiseen sekä ylläpitoon olemme oikea ammattilainen palvelukseksanne. Tarjoamme huolto-, asennus-, korjaus- sekä poruspalveluja. Joustavuutemme ansiosta tuotantosi toimii ja pysyy aikataulussa. Palvelemme Suomessa ja pohjoismaissa mm. teollisuuden, maarakennuksen sekä rakennus- ja kaivosteollisuuden alalla toimivia yrityksiä sekä yksityisiä kotitalouksia.

Juvatec Oy
Teollisuustie 16
FIN-95600 Ylitornio

Kai Juvani
+358 (0)50 5921909

Anne Juvani
+358 (0)50 5771995

juvatec@hotmail.com

Luotettava Kumppani

AA[®]
Hyvä luottokelpoisuus
©sinäde 2015

(c) Juvatec Oy
Juvatec | Powered by Meutra & WordPress



[Etusivu](#) [Palvelut](#) [Galleria](#) [Ota yhteyttä](#)

Tervetuloa kotisivuillemme!



Juvatec Oy
Teollisuustie 16
FIN-95600 Ylitornio

Kai Juvani
+358 (0)50 5921909

Anne Juvani
+358 (0)50 5771995

jvatec@hotmail.com

Luotettava
Kumppani

AA[®]
Hyvä luottokelpoisuus
*Bisnode 2015

Porauspalvelut

HEI ME MYÖS PORATAAN!!

Meiltä laadukkaat ja monipuoliset porauspalvelut.

- Lämpökaivot
- Vesikaivot
- Ankkurointiporaukset
- Paaluporaukset
- Läpivientiporaukset





[Etusivu](#) [Palvelut](#) [Galleria](#) [Ota yhteyttä](#)

Tervetuloa kallaivullemme!

Galleria

Esimerkkejä työkohteistamme



Juvatec Oy
Teollisuustie 16
FIN-95600 Ylitornio

Kai Juvani
+358 (0)50 5921909

Anne Juvani
+358 (0)50 5771995

juvatec@hotmail.com



1/3 >>>



Tervetuloa kotisivuillemme!



Juvatec Oy
Teollisuustie 16
FIN-95600 Ylitornio

Kai Juvani
+358 (0)50 5921909

Anne Juvani
+358 (0)50 5771995

juvatec@hotmail.com



Ota yhteyttä

Toimipiste:
Juvatec Oy
Teollisuustie 16
FIN-95600 Ylitornio

Laskutusosoite:
Juvatec Oy
Rantakyläntie 485
95635 Kaulinranta

+358 (0)50 5921909 Kai Juvani

+358 (0)50 5771995 Anne Juvani

juvatec@hotmail.com

Lähetä viesti:

Nimi

Sähköposti

Puhelin

Aihe

Viesti

