

Opinnäytetyö (AMK)

Tieto- ja viestintäteknikka

MICTIS15

2017

Anssi Pirinen

VUOKRA-ASUNTOJEN MARKKINOINTI NETISSÄ

– markkinointisivuston luonti

Anssi Pirinen

VUOKRA-ASUNTOJEN MARKKINOINTI NETISSÄ

- markkinointisivuston luonti

Tämän opinnäytetyön tilaaja on kiinteistöjä isännöivä ja hallinnoiva isännöintitoimisto, jolla ei ole nettisivustoa, jonka avulla isännöintitoimisto voisi esitellä vuokra-asuntojaan asiakkailleen. Heillä on nettisivut ja nettisivuilla lomake, jonka avulla asiakkaat voivat jättää avoimen vuokra-anomushakemuksen. Isännöitsijä joutuu käymään käsityönä läpi avoimet vuokra-asuntonsa, jotta osaa tarjota asiakkailleen sopivia kohteita.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli tutkia digitaalista markkinointia, etsiä hyviä ratkaisuja olemassa olevilta markkinointisivustoilta, määrittellä asiakkaan tarpeisin soveltuva markkinointisivusto sekä toteuttaa se käyttäen parhaiten soveltuvia ohjelmistoteknologioita.

Digitaaliseen markkinointiin tutustuttiin etsimällä ja perehtymällä alan kirjallisuuteen ja artikkeleihin. Hyviä ratkaisuja etsittiin kyselemällä vinkkejä nettisivustojen kehittäjiltä sekä tutustumalla olemassa olevilta markkinointisivustoilta toteutusratkaisuja. Ratkaisuja haettiin myös netistä sekä kirjallisuudesta. Opinnäytetyön pääasiallinen tuotos on vuokra-asuntojen markkinointisivusto, joka toimii Microsoftin SQL palvelimella. Toteutuksessa käytettiin ASP.NET MVC, C#, HTML, Java Script, jQuery, Knockout sekä Bootstrap teknologioita.

Toteutettuja markkinointisivuja käytetään isännöitsijän vuokra-asuntojen markkinointiin sekä koostamaan vuokra-asuntojen hakijoilta hakemukseen heidän valitsemiaan suosikkeja.

Toteutetut markkinointisivut tarjoavat kattavan kuvan isännöitsijän vuokra-asunnoista, helpottavat isännöitsijää tarjoamaan asiakkailleen oikeanlaisia asuntoja ja tehostavat isännöitsijän vuokra-asuntoliiketoimintaa. Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää vastaavien markkinointisivustojen suunnittelussa, kehitysteknologioiden valinnassa, uusien sivustojen luonnissa sekä jo olemassa olevien markkinointisivustojen jatkokehityksessä.

ASIASANAT:

Digitaalinen markkinointi, www-sivustot, ohjelmointiympäristö, julkaisujärjestelmät

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Information and Communications Technology

2017 | 31 pages

Anssi Pirinen

MARKETING OF RENTAL APARTMENTS

- Creation of marketing web-pages

The commissioner of this thesis was a property management company which did not have any digital way of introducing their available rental apartments to their customers. The property management company had a web form in their internet site to enable their customers to leave an open rental apartment application. It took much effort and time for the property management company to find and offer the right kind of apartments for their customers.

The purpose of this thesis was to study the theory of digital marketing, to find the best practices from the implemented marketing related web pages, to make a definition on marketing web pages for the property management company and finally to implement the defined marketing pages by using the most relevant technologies.

The digital marketing theoretical study was carried out by searching and studying relevant books and articles. Best practices were found by interviewing web developers, by studying other similar web pages and by studying relevant books and material on the Internet. The main thesis output, marketing web pages, were implemented to run on Microsoft SQL server by using ASP.NET MVC, C#, HTML, JavaScript, jQuery, knockout and bootstrap.

The new marketing web pages are used by the property management company to share information about all their rentals apartments, to help web page users to find suitable and available rental apartments for themselves and to apply for renting them.

The implemented marketing web pages are a great improvement in customer's rental apartment marketing and is believed to improve property management company's apartment rental business. The outcome of this thesis work can be utilized in defining similar web pages, selecting the web development technologies, creating digital marketing pages and, generally, in the further development of existing web-pages.

KEYWORDS:

Digital marketing, web pages, software development

ALKULAUSE

Työn teettäjänä on Talokeskus Yhtiöt Oy, joka ”tarjoaa asiantuntijapalveluita ja ohjelmistoja kiinteistön koko elinkaarelle” (Talokeskus, 2017). Työ tehdään työn teettäjän asiakkaalta saaman tilauksen perusteella.

Haluan kiittää Talokeskusta ja Teemu Keiskiä mahdollisuudesta tehdä opinnäytetyöni. Lisäksi haluan kiittää työn ohjaajaa, Joonas Lindholmia, sekä kaikkia työn tekemisessä minua auttaneita henkilöitä, joista erityiskiitos kaikesta avusta ja opastuksesta Petteri Suomiselle ja Samuli Lindgrenille.

26.2.2017 Salossa

Anssi Pirinen

SISÄLTÖ

KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO	7
1 JOHDANTO	8
2 TEORIA	9
2.1 Digitaalinen markkinointi	9
2.2 Netti- ja markkinointisivut	9
2.3 Teknologiat	11
2.3.1 Sisällönhallintajärjestelmät	11
2.3.2 Ohjelmointikielet, kirjastot ja arkkitehtuurit	12
2.3.3 Tampuuri	13
3 TOTEUTUS	15
3.1 Markkinointisivuston sisällön määrittäminen	15
3.1.1 Sisällön määrittäminen yleisesti	15
3.1.2 Asiakkaan tarpeet	15
3.1.3 Muihin vastaaviin sivustoihin perehtyminen	17
3.1.4 Toteutettavaksi valittu sisältö	21
3.2 Markkinointisivuston teknologiavalinnat	23
3.3 Markkinointisivuston luominen	23
3.3.1 Yleisilme	23
3.3.2 Kohteiden haku	23
3.3.3 Valitun kohteen esittely	25
4 JOHTOPÄÄTÖKSET	29
LÄHTEET	30

KUVAT

kuva 1 Tampuuri toimintaympäristö markkinointisivuston kannalta oleellisten osien kannalta.	14
Kuva 2 Asiakkaan määrittelemä kohdehaku sivun layout.	16
Kuva 3 Asiakkaan määrittelemä kohde-esittely sivun layout	16
Kuva 4 Kohteiden haku -sivu. Hakukriteereillä on rajattu hakua kohdistamaan vain kahteen kaupunginosaan. Valittuna on kolme suosikkia ja suosikkilista on avattu näkyviin.	25
Kuva 5 Kohde-esittely sivu. Huoneistoryhmä ”Kaksiot” on avattu näkyviin. Yhdessä huoneistossa on saatavilla pohjakuva ja yksi on vapautumassa.	26
Kuva 6 Suosikki-painikkeen eri tilat: ei suosikkeja, näytä suosikit (2 kohdetta valittuna) sekä piilota suosikit (2 kohdetta valittuna).	27
Kuva 7 Hakemustyyppin valinta ennen Jätä hakemus -painikkeen aktivointia.	28

TAULUKOT

Taulukko 1 Tutkittujen kohdehaku sivustojen hakukriteerit	18
Taulukko 2 Tutkittavien kohdehaku sivustojen minikohdekorttien tiedot	19
Taulukko 3 Tutkittavien kohdehaku sivustojen kohdekorttien tiedot	20

KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO

Työn teettäjä	Opinnäytetyön teettäjä, jonka alaisuudessa opinnäytetyö tehdään ja kenen kautta työn tuotos toimitetaan asiakkaalle. Teettäjä on Talokeskus Yhtiöt Oy.
Asiakas	Asiakas on opinnäytetyönä toteutettavan markkinointisivuston tilaaja. Asiakas on Porin YH-Asunnot Oy.
Käyttäjä	Käyttäjä on kuka tahansa opinnäytetyön tuloksena asiakkaalle toteutetun, markkinointisivuston kautta vuokra-asuntoja selaileva tai vuokra-asuntoa hakeva henkilö.
Markkinointihaku	Markkinointihaku on toiminnallisuus, jonka avulla haetaan annetuilla kriteereillä soveltuvia kohteita kaikista markkinoitavista kohteista.
Kohdehaku sivu	Kohdehaku sivu on markkinointisivuston sivu, joka toteuttaa markkinointihaun ja esittelee kohteet, jotka sisältävät hakukriteerien mukaisia vuokra-asuntoja.
Minikohdekortti	Minikohdekortti on markkinointisivuston kohdehaku sivulla hakutuloksena saadun yhden kohteen lyhyt kuvaus.
Kohdekortti	Kohdekortti on markkinointisivuston sisältämä erillinen nettisivu, joka sisältää esiteltävän kohteen esittelytiedot.

1 JOHDANTO

Kiinteistöjä omistava, hallinnoiva sekä rakennuttava isännöitsijätoimisto tarvitsee markkinointisivut vuokra-asuntojensa markkinointiin. Isännöintitoimistolla on omat nettisivut sekä sähköinen lomake, jonka avulla voi hakea vuokra-asuntoa. Hakemuslomakkeella vuokra-asunnon hakija voi valita kriteerejä hakemalleen asunnolle. Isännöintitoimisto käsittelee kaikki hakemukset käsin ja etsii sekä tarjoaa asiakkailleen heidän toiveitaan vastaavia asuntoja. Isännöitsijällä on omilla nettisivuillaan lista kiinteistöistä, joissa on vuokra-asuntoja mutta heiltä puuttuu hakutoiminto, jolla asiakkaat voivat etsiä vapaita, omien kriteeriensä mukaisia kohteita sekä jättää hakemuksen vain niihin.

Työn tarkoitus on luoda asiakkaalle markkinointisivusto, jonka avulla voidaan esitellä asiakkaan hallinnoimia kohteita, etsiä omien kriteerien mukaisia kohteita sekä valikoida suosikit, joihin hakemus voidaan kohdistaa. Tavoitteena on määritellä mitä asioita markkinointisivustolla esitellään, määritellä mahdolliset teknologiat markkinointisivuston toteuttamiseksi sekä luoda markkinointisivusto työn teettäjän kanssa yhdessä sovitulla teknologialla. Samalla on myös tarkoitus helpottaa kohteiden hakua sekä auttaa asiakasta tarjoamaan tehokkaasti oikeanlaisia kohteita markkinointi-sivuston käyttäjille.

Hakutoimintoon halutaan liittää vapaita asuntoja sisältävien kohteiden haun lisäksi mahdollisuus nähdä sopimuksella olevat, kriteerejä vastaavat kohteet, jotta luodaan kattava kuva isännöitsijän hallinnoimista kohteista.

Pääosin työ on luonteeltaan tuotekehityspainotteinen, mutta se sisältää myös tutkimuksellisia elementtejä liittyen digitaaliseen markkinointiin sekä eri toteutusteknologioihin. Tutkimuksellisia elementtejä ovat myös olemassa oleviin vastaaviin sivustoihin sekä nettimarkkinointimateriaaleihin tutustuminen. Toteutusteknologian valintaa varten tutkitaan mitkä teknologiat soveltuvat parhaiten käytettäväksi tähän työhön.

2 TEORIA

2.1 Digitaalinen markkinointi

Markkinoinnilla pyritään lisäämään tietoisuutta markkinoijasta sekä markkinoijan tuotteista, vaikuttamaan asiakkaiden asenteisiin sekä lopulta lisäämään myyntiä (Lahtinen ym. 1994).

Markkinointi voidaan jakaa perinteiseen sekä moderniin markkinointiin. Perinteinen markkinointi on luonteeltaan yksisuuntaista. Sen keinoja ovat esimerkiksi lehti-, TV- ja radiomainonta. Moderni markkinointi on luonteeltaan kaksisuuntaista ja se pyrkii kohdentamaan markkinointia asiakkaan antamien tietojen perusteella. Lisäksi se pyrkii herättämään asiakkaiden luottamuksen ja sitä kautta saamaan asiakkaan hankkimaan markkinoitavia tuotteita tai palveluita. Perinteisen markkinoinnin keinoin voidaan houkuttaa asiakkaita modernien markkinoinnin välineiden käyttäjiksi. Esimerkiksi TV-markkinoinnin avulla voidaan markkinoida markkinointisivustoja. (Digitaalinen markkinointi, 2016.)

Digitaalinen markkinointi on modernin markkinoinnin osa-alue, jossa hyödynnetään sähköisiä markkinoinnin keinoja, kuten sähköpostimarkkinointia, mobiilimarkkinointia, www-sivustoja sekä online display -mainontaa (Wikipedia 2014).

2.2 Netti- ja markkinointisivut

Nettisivut ovat yleensä pääosin yksisuuntaisia tiedotuskanavia ja sisältävät usein linkkejä kaksisuuntaisiin palveluihin. Hakusivustot ovat tyypillisiä kaksisuuntaisia markkinoinnin välineitä, joissa käyttäjä määrittelee hakukriteerit ja saa niiden avulla itselleen parhaiten soveltuvia hakutuloksia. Nettisivujen lisäksi tyypillisiä digitaalisia tapoja houkutella käyttäjiä hakusivustoille ovat hakukoneoptimointi sekä sosiaalisen median kanavat.

Hakukoneoptimointi tarkoittaa toimia, joilla pyritään parantamaan nettisivun tai sivuston löydettävyyttä yleisimpien hakukoneiden avulla. Optimoinnilla pyritään saamaan sivusto

näkyviin hakutulostilan kärkeen ja siten parantaa mahdollisuuksia saada asiakas siirtymään sivustolle. Hakukoneoptimointi koostuu pääosin oikeiden hakusanojen määrittelystä ja niiden hyödyntämisestä sivuston koodissa. (Moz ei pvm.)

Sosiaalisen median kanavista yleisimpiä ja yleiskäyttöisimpiä ovat Facebook sekä Twitter. Molemmissa pyrkimyksenä on saada markkinointitietoa jaettua sosiaalisen median käyttäjien kesken niin, että käyttäjät jakavat markkinointitietoa edelleen omaan sosiaaliseen verkostoonsa. Sosiaalisen median markkinointiin voidaan myös kytkeytyä suoraan nettisivustolta sivupohjaan määriteltyjen tagien avulla. Tällöin nettisivun käyttäjä, joka haluaa jakaa sivun sosiaalisessa mediassa, voi yhdellä klikkauksella luoda sosiaalisen median kanavaan nettisivun esittelykortin, jossa on yleensä kuva, jotain perustietoa sekä linkki nettisivulle. (Juslén 2016.)

Markkinointisivustot ovat digitaaliseen markkinointiin suuntautuneita sivustoja. Ne voivat olla joko nettisivujen tapaan yksisuuntaisia tai asiakkaalta tietoa kerääviä ja sitä hyödyntäviä eli kaksisuuntaisia. Kaksisuuntaisuus tarjoaa sekä markkinoijalle että asiakkaalle nopeasti suodatettuna oleellisia tuotteita ja palveluita, joten sillä on helpompi päästä markkinoinnin tavoitteisiin.

Tietoturva on oleellinen osa kaksisuuntaista markkinointia. Jotta asiakas olisi valmis antamaan omia tietojaan, hänen pitää olla vakuuttunut siitä, että hänen antamansa tiedot päätyvät vain siihen käyttöön mihin hän on ne antanut. Tietoturvauhka liittyy niin nettisivuston käyttäjän laitteeseen, sivuston käyttämään palvelimeen kuin tiedon siirtokanavaankin. Markkinoijan on huolehdittava, että sivuston palvelin on suojattu hyvin ja kaikki asiakastiedon välitys asiakkaan koneelta hoidetaan salatun yhteyden kautta. (Whiteley 2000.)

Sivustolla olevan tiedon luotettavuus on hyvin tärkeää sivuston käytön kannalta. Kaiken tiedon on oltava ajan tasalla, johdonmukaista sekä antaa oikea kuva markkinoitavasta tuotteesta tai palvelusta.

Normaalisti käyttäjä luo mielikuvan sivustosta hyvin nopeasti ja sivuston pitää olla ulkoasultaan miellyttävä, jotta hän pysyy sivulla. Sivuston ulkoasuun vaikuttavia asioita ovat muun muassa sivuston selkeys, miellyttävä väritys sekä soveltuvuus käytössä olevaan laitteeseen. (Karukka & Inkilä 2013.)

Sivuston loogisuus on merkittävä käytettävyystekijä ja edellytys sille, että käyttäjä on halukas pysymään sivustolla. Tätä varten sivuston koko rakenne pitää suunnitella huolella ennen toteutusta. (Karukka & Inkilä 2013.)

Nettisivuille on helppo lisätä kuvia kohteesta ja kuvilla voidaankin helposti luoda hyvä käsitys markkinoitavasta tuotteesta. Kuvan päätarkoitus on herättää sivuston käyttäjän mielenkiinto ja saada hänet perehtymään tarkemmin tuotteen sisältöön. Hyvä kuva esittelee tuotteen omassa ympäristössään. Valokuva on yleensä parempi kuin piirroskuva. Markkinoitavustuotoilla voidaan käyttää paljon kuvia ja tällöin kannattaa kiinnittää huomiota kuvissa markkinoitavan tuotteen käytännöllisyyteen. (Lahtinen ym. 1994.)

2.3 Teknologiat

2.3.1 Sisällönhallintajärjestelmät

Www-sisällönhallinta on palvelu, jonka avulla hallitaan nettisivustolla olevaa sisältöä mahdollisimman tarkoituksenmukaisesti. Hallintoitava sisältö on tyypillisesti sisällönhallintajärjestelmään syötettyä julkaistavaa sisältöä tai sisällönhallintajärjestelmän ulkopuolisia nettisivuja. Oleellista sisällönhallintajärjestelmälle on sen kyky hallita monenlaista julkaistavaa sisältöä. Luonteeltaan sisällönhallinta on julkaisupainotteista ja se tarjoaa helpon tavan rakentaa informatiivisia nettisivustoja. (Tolvanen 2009.)

Mahdollisia sisällönhallintajärjestelmiä on hyvin monia, joten tässä esitellään vain sellaiset, jotka ovat todennäköisimpiä vaihtoehtoja tämän opinnäytetyön tekemisessä.

Latomo on Talokeskuksen oma sisällönhallintajärjestelmä, jonka avulla voidaan luoda ja hallita www-sivustojen sisältöä. Tyypillisesti sisältö koostuu latomoon määritellystä osasta sekä erillisellä palvelimella olevasta asp.net pohjaisesta sivusta.

WordPress on yleisin nykyään käytössä oleva sisällönhallintajärjestelmä. Se perustuu avoimeen lähdekoodiin. WordPress on kirjoitettu PHP-kielellä ja se käyttää MySQL-tietokantaa. WordPress asennetaan web-palvelimelle. WordPress sisältää tuen hyvin monenlaiselle sisällölle (WordPress, 2016).

Umbraco on avoimeen lähdekoodiin perustuva .NET framework pohjaisten sivustojen sisällönhallintajärjestelmä. Umbraco soveltuu hyvin käytettäväksi Visual Studio ohjelmistonkehitys- sekä Microsoft SQL server ympäristössä. (Pluralsight 2015.)

2.3.2 Ohjelmointikielien, kirjastot ja arkkitehtuurit

Www-sivustojen tekemiseen tarvitaan usein monia erilaisia ohjelmointikieliä sekä ohjelmointikielten lisäosia eli kirjastoja. Sivustot voidaan toteuttaa monilla eri ohjelmointiarkkitehtuureilla. Tässä kappaleessa on esitelty vain sellaisia ohjelmointikieliä, -kirjastoja sekä arkkitehtuureja, jotka ovat todennäköisimpiä vaihtoehtoja opinnäytetyön tekemisessä.

HTML on lyhenne sanoista Hypertext Markup Language ja sillä tarkoitetaan kuvauskieltä millä voidaan esittää hyperlinkkejä sisältävää tekstiä eli hypertextiä sekä merkitä tekstin rakenne. HTML on avoimesti standardisoitu kieli ja sitä tukevat kaikki modernit selaimet. HTML onkin esityskielenä erityisesti nettisivustoissa. (Whiteley 2000.)

Cascading Style Sheets eli lyhyesti CSS määrittelee HTML dokumentin tai nettisivun tyyliä. Sen avulla voidaan määritellä mitä HTML elementtejä näytetään ja miten ne näytetään. CSS tieto voidaan sisällyttää suoraan html dokumenttiin tai se voidaan erotella omaksi CSS tiedostokseen HTML sivun hallinnan helpottamiseksi. (W3Schools 2017, CSS Tutorial.)

JavaScript on tulkittava ohjelmointikieli, jonka avulla voidaan luoda nettisivustoille dynaamista sisältöä. Tulkittavuus tarkoittaa, että JavaScript tarvitsee aina toimiakseen tulkin. JavaScript koodi tulkitaan nettisivuston käyttäjän koneella hyödyntäen selaimen tulkinta. Kaikki modernit selaimet sisältävät JavaScript tulkin ja pystyvät hyödyntämään JavaScript koodia. JavaScript:in avulla voidaan lukea tai muokata nettisivustolla olevaa HTML sisältöä. (AboutTech 2017, What Is JavaScript?.)

Bootstrap on JavaScript- sekä CSS kehys, joka tarjoaa HTML, CSS, JavaScript ympäristöihin kehyksen responsiivisten sivustojen helppoon toteuttamiseen. Bootstrap tarjoaa myös monia helppoja ratkaisuja näyttävän sivuston rakentamiseksi kuten esimerkiksi kuvakarusellin kuvien näyttämiseen. (W3Schools 2017, Bootstrap.)

Knockout on JavaScript-kirjasto, jonka avulla on helppo luoda dynaamisia sekä responsiivisia käyttöliittymiä HTML sekä JavaScript ympäristöön. Knockoutissa näytöllä näytettävä data on kytketty automaattisesti päivityviin JavaScript datamalleihin. Knockoutissa on eroteltu näkymät datamalleista, jotta kumpaakin voidaan käsitellä erillisenä. (Knockoutjs.com 2017.)

jQuery on avoimen lähdekoodin JavaScript-kirjasto. Sen tarkoitus on helpottaa HTML elementtien käsittelyä JavaScript koodissa. Elementtien käsittelyn lisäksi jQuery tarjoaa helpon tavan lisätä HTML sivuston käytettävyyttä ja elementtien animointeja. (W3Schools 2017, jQuery.)

C# on Microsoftin kehittämä .NET pohjainen ohjelmointikieli. C# kehitettiin yhdistämään C++:n ja Java-kielen parhaat puolet. Käytettäessä Microsoftin palvelinympäristöä luonnollisin valinta kehitysympäristöksi on Visual Studio ja ohjelmointikieleksi jokin .net pohjainen kieli, jonka avulla voidaan toteuttaa asp.net sivustoja. C# on yksi yleisimmistä asp.net kehityskielistä. (Microsoft 2015.)

Webforms on Microsoftin SQL palvelimella toimivan nettisivuston ohjelmointitekniikka. Se on Microsoftin kehittämä tapa luoda käyttöliittymäelementtejä, jotka saadaan kuvattua html muotoisina. Webforms käyttöliittymäelementit sisältävät visuaalisen osan (ASPX) sekä erilliseen luokkaan toteutetun toiminnallisuuden (code behind). Webforms kehitystä voidaan tehdä kaikilla .net pohjaisilla ohjelmointikielillä. (Microsoft 2001.) Useat sisällönhallintajärjestelmät tukevat Webforms lomakkeiden liittämistä julkaistaviin sivustoihin.

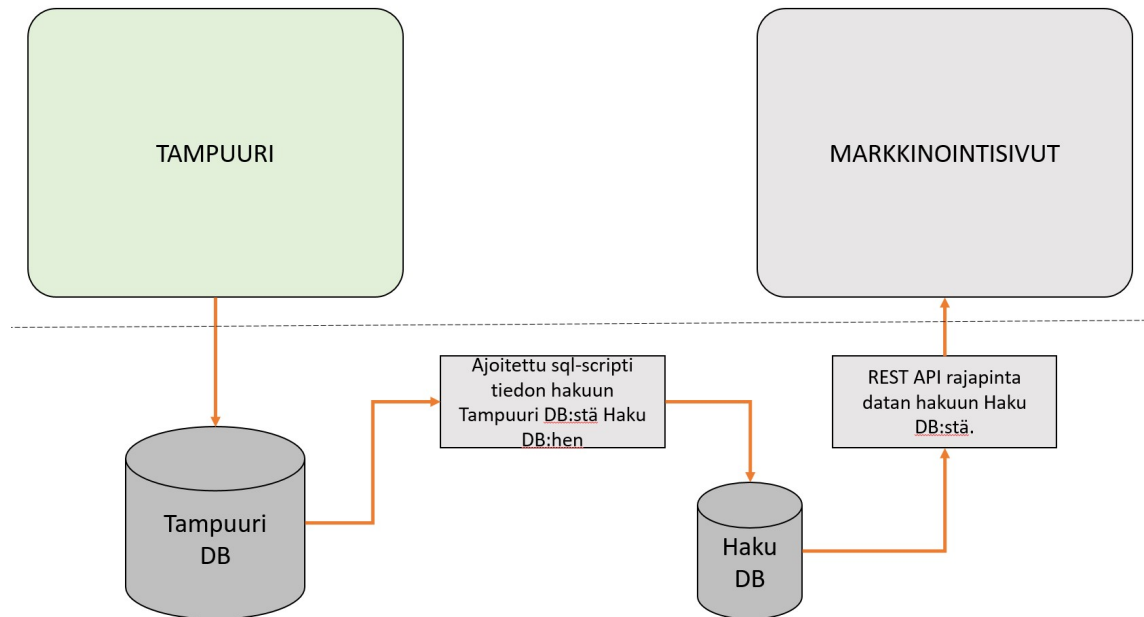
ASP.NET MVC on Webformsille vaihtoehtoinen, modernimpi tapa toteuttaa Microsoftin SQL palvelimen päällä toimivia sivustoja. ASP.NET MVC arkkitehtuurissa toiminta on jaettu malleihin (Model), jotka edustavat datan rakennetta, näkymiin (View), jotka ovat html koodia sekä kontrollereihin (Controllers), jotka hallitsevat datan käsittelyä. Rakenteen tarkoitus on helpottaa kehitys- sekä ylläpitotyötä. ASP.NET MVC ei kuitenkaan sisällä kaikkia Webforms:in ominaisuuksia, joten ennen sivuston luontia on hyvä pohtia kumpaa kannattaa käyttää. (Microsoft 2017.)

2.3.3 Tampuuri

”Tampuuri kiinteistötietojärjestelmä on monipuolinen ja kokonaisvaltainen tietojärjestelmäratkaisu kaikkeen kiinteistön manageeraukseen, hallintaan sekä ylläpitoon” (Talokeskus 2016).

Tampuuri on erittäin laaja järjestelmä, joten tässä keskitytään vain opinnäytetyön tekemisen kannalta oleellisiin osiin. Kuvassa 1 on esitelty ylätasolla markkinointisivuston te-

kemisen kannalta oleelliset osat Tampuuri toimintaympäristöstä. Asiakas hallinnoi kaikkea kiinteistöjänsä tietoja Tampuurin avulla. Markkinointisivuston käyttäjä puolestaan näkee vain markkinointisivut.



kuva 1 Tampuuri toimintaympäristö markkinointisivuston kannalta oleellisten osien kannalta.

3 TOTEUTUS

3.1 Markkinointisivuston sisällön määrittäminen

3.1.1 Sisällön määrittäminen yleisesti

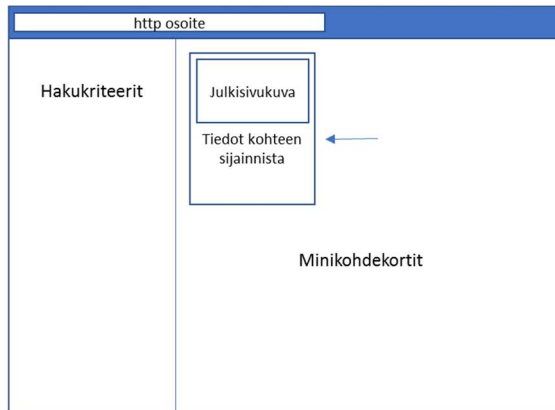
Markkinointisivuston sisällön määrittäminen lähtee asiakkaan määrittämästä tarpeesta saada omia markkinoitavia kohteitaan esille, joten tämä toimii pohjana markkinointisivustoa määriteltäessä. Tämän lisäksi tutkitaan muiden yritysten ja toimialojen vastaavia ratkaisuja ja pyritään löytämään niistä lisäideoita markkinointiin sekä sivuston toteutukseen. Lopuksi tutustutaan nettimarkkinointia käsitteleviin tutkimuksiin ja muuhun lähdeaineistoon. Kaiken käsitellyn materiaalin pohjalta määritellään toteutettavan markkinointisivuston sisältö ja ulkoasu.

3.1.2 Asiakkaan tarpeet

Ensisijaisesti asiakas tarvitsee markkinointisivuston, jonka avulla saadaan tarjottua sivuston käyttäjille kattava kuva asiakkaan kaikista vuokra-kohteista. Lisäksi samaa sivustoa halutaan käytettävän vuokra-asuntohakuun, jolloin käyttäjät voivat hakea vapaita vuokra-asuntoja valitsemillaan hakukriteereillä ja jättää sivuston kautta hakemuksen valitsemiinsa kohteisiin.

Asiakas haluaa sivuston koostuvan kohdehakusivusta, jossa näytetään yhdellä sivulla kaikki kiinteistöt, joissa heillä on vuokra-asuntoja, sekä kohde-esittelysivusta, joiden avulla esitellään kohdehakusivulta valittu kohde tarkemmin.

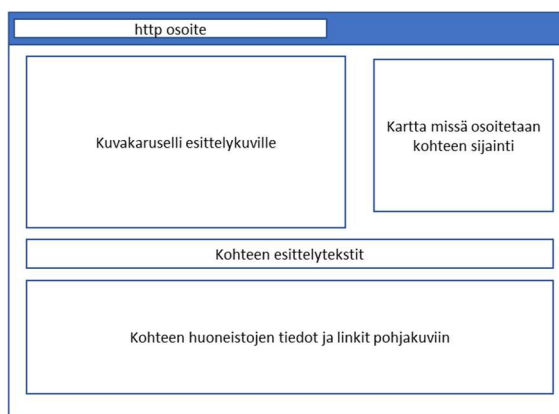
Kohteiden hakusivun halutaan koostuvan hakukriteereistä sekä alueesta, jossa esitellään hakukriteereillä löytyneet kohteet. Esittely tehdään minikohdekorteilla, joissa on kohteen julkisivukuva sekä tiedot kohteen sijainnista. Minikohdekorttia painamalla pitää siirtyä kohteen esittelysivulle. Asiakas on laatinut kohdehakusivusta kuvan 2 mukaisen luonnoksen.



Kuva 2 Asiakkaan määrittelemä kohdehaku sivun layout.

Hakukriteereinä halutaan käyttää kaupunkia, kaupunginosaa, huoneistotyyppiä (yksiö, kaksio, kolmio tai neliö), huoneiston pinta-alaa, vuokraa sekä talotyyppiä (kerrostalo, pienkerrostalo tai rivitalo). Lisäksi halutaan valinta, näytetäänkö kaikki kriteerien mukaisia huoneistoja sisältävät kohteet vai pelkästään kohteet, joissa on vapaita kriteerien mukaisia huoneistoja.

Kohde-esittelysivulla eli kohdekortilla annetaan kohteesta tarkempi esittely näyttäen esittelykuvia, esittäen kohteen sijainti kartalla, kertomalla kohteesta tarkempi esittelyteksti eli kuvaus sekä listaamalla kaikki kohteen huoneistot pinta-aloineen. Huoneistolistassa halutaan näytettävän jokaiselle huoneistolle myös pohjakuva, sekä tieto siitä, onko huoneisto vapaa. Asiakas on laatinut kohde-esittelysivusta kuvan 3 mukaisen luonnoksen.



Kuva 3 Asiakkaan määrittelemä kohde-esittelysivun layout

Muut asiakkaan tarpeet

Asiakas haluaa sivustoon sisällytettävän listan, johon käyttäjä voi valita omia suosikkejaan hakemuksen jättämistä varten. Sivustolle tulee toteuttaa ”Jätä hakemus” painike,

jonka avulla suosikit voidaan välittää hakemuslomakkeelle. Asiakkaalla on tarve käyttää erilaisia hakemuslomakkeita eri käyttäjille (opiskelijat, seniorit, ...), joten ennen hakemukselle siirtymistä halutaan valittavan hakemustyyppi.

Asiakas haluaa myös mahdollisuuden, että kaikkia vapaina olevia asuntoja ei näytetä markkinointisivulla vapaina, jotta esimerkiksi remontissa oleviin tai muuhun käyttöön varattuihin huoneistoihin ei tule turhia hakemuksia. Näin pyritään pitämään tiedot mahdollisimman realistisina ja siten varmistamaan käyttäjille mahdollisimman positiivinen asuntohakukokemus.

3.1.3 Muihin vastaaviin sivustoihin perehtyminen

Talokeskuksen vastaavat ratkaisut

Talokeskus on toteuttanut vastaavia ratkaisuja usealle eri asiakkaalle. Koska eri asiakkaiden tarpeet ovat erilaisia, myös toteutuksissa on merkittäviä eroja. Aiemmat toteutukset ovat pääasiallisesti kohdehakusivustoja, mutta sisältävät hyvin samanlaisia asioita kuin markkinointisivustotkin. Kun kohdehaku on keskittynyt vapaiden, vuokrattavissa olevien asuntojen hakemiseen, markkinointisivusto pyrkii luomaan kokonaiskuvaa olemassa olevista kiinteistöistä ja niiden huoneistoista. Tutkittavaksi valitaan kuusi erilaista asuntohakua. Vertailun helpottamiseksi valitut sivustot ovat kaikki kohdehakuja, joilla haetaan kohteita, joissa on hakuehdot täyttäviä asuntoja.

Yleisimpiä toteutettuja hakukriteerejä ovat huoneistotyyppi, talotyyppi, vuokra, pinta-ala, sauna sekä hissi. Nämä on toteutettu lähes kaikissa vertailtavissa sivustoissa. Myös kaupunki ja kaupunginosa ovat usealla sivustolla. Hakukriteereinä harvinaisempia ovat postinumero, seniorikohteet, soveltuvuus liikuntarajoitteisille tai talosauna. Kaikissa tutkituissa sivustoissa halutaan hakea tietoa kaikista asunnoista mutta vain osassa halutaan hakuehdolla rajoittua hakemaan vain vapaina olevia asuntoja. Vaikka otanta ei ole kovin kattava saadaan hyvä kuva, millaisia mahdollisuuksia eri hakukriteerien määrittämiselle on olemassa. On myös huomioitavaa, että asiakaskohtaiset hakukriteerit perustuvat järjestelmässä saatavilla olevaan dataan, eikä kaikkien kriteerien toteuttaminen kaikilla sivustoilla tuo lisäarvoa. Taulukossa 1 esitellään tutkittujen sivustojen hakukriteerit.

Taulukko 1 Tutkittujen kohdehakusivustojen hakukriteerit

Hakukriteerit	#1	#2	#3	#4	#5	#6
Alue (kaupunginosa)	x		x		x	
Asuntopiha			x			
Ei portaita/Sopii liikuntarajoitteisille					x	
Hetivapaa	x					
Hissi	x		x	x	x	x
Huoneistosauna/Sauna	x		x	x	x	x
Huoneistotyyppi/Huoneluku	x	x	x	x	x	x
Kaikki asunnot	x	x	x	x	x	x
Kaupunki	x	x	x		x	
Parveke			x		x	
pesula			x			
Pinta-ala	x		x	x	x	x
Postinumero			x		x	
Seniorikohteet			x			
Talosauna			x			
Talotyyppi	x		x	x	x	x
Uudiskohteet	x		x			
vapaat ja vapautuvat	x		x	x		
Vuokra	x		x	x	x	x

Minikohdekortilla esitellään hakutulosten tuottamat kohteet. Minikohdekortin päätarkoituksena on antaa yleiskuva kohteesta sekä toimia linkkinä varsinaiselle kohdekortille. Kaikissa tutkituissa sivustoissa minikohdekortti sisältää julkisivukuvan, taloyhtiön nimen sekä osoitetiedon. Osassa sivustoista minikohdekortille on listattu esimerkkejä kohteen vapaana olevista huoneistoista sekä tieto talotyypistä. Harvinaisempia tietoja ovat valmistumisvuosi, vapaiden asuntojen määrä tai vuokraa heti toiminto. Mikäli sivustoon on toteutettu suosikkilistaus, minikohdekortilla on tyypillisesti painike kohteen lisäämiseksi suosikkilistaan. Taulukossa 2 on esitelty tutkittujen sivustojen minikohdekorttien sisältö.

Taulukko 2 Tutkittavien kohdehakusivustojen minikohdekorttien tiedot

Minikorttien tiedot	#1	#2	#3	#4	#5	#6
Esimerkkikohteita	x	x	x			
Julkisivukuva	x	x	x	x	x	x
Lisää suosikiksi painike			x			
Osoite/Kaupunki/Alue	x	x	x	x	x	x
Talotyyppi				x	x	x
Taloyhtion nimi	x	x	x	x	x	x
Valmistumisvuosi			x		x	
Vapaiden asuntojen määrä			x			
Vuokraa heti painike			x			

Kohdekortin tarkoitus on antaa sivuston käyttäjälle kattava kuva kohteesta sekä sen huoneistoista. Kaikissa tutkituissa sivustoissa kohdekortilla ovat esittelykuvat, karttanäkymä kohteen sijainnista, valmistumisvuosi, talotyyppi, kohteen nimi sekä osoite. Markkinointitekstillä kerrotaan kohteesta lisätietoa, joka ei selviä pelkistä luvuista. Tällaisia ovat esimerkiksi kuvaus asuinalueesta, taloyhtiön historia tai lähes mikä tahansa oleellinen markkinointia edesauttava teksti. Markkinointiteksti on toteutettu kaikissa tutkituissa sivustoissa. Vapaiden huoneistojen listaus on toteutettu neljään tutkituista sivustoista mutta vain yhdessä on listattu kaikki kohteen huoneistot. Kahdessa on kuitenkin huoneistotyyppikohtainen listaus, jolla annetaan kuva, kuinka paljon erilaisia huoneistoja kohteessa on. Näiden lisäksi sivustoissa on jonkin verran yksilöllisiä eroja sen perusteella, mitä tietoja on saatavilla ja mitä koetaan tärkeiksi markkinoinnin kannalta. Taulukossa 3 on listattu tutkittujen sivustojen kohdekorttien esittelemät asiat.

Taulukko 3 Tutkittavien kohdehakusivustojen kohdekorttien tiedot

Kohdekorttien tiedot	#1	#2	#3	#4	#5	#6
Antennijärjestelmä	x		x			x
Asuntojen lukumäärä	x	x	x	x		
Autopaikkojen lukumäärä	x					
Energialuokka			x			
Esittelykuvat / esittelykuva	x	x	x	x	x	x
Hissi	x		x			x
Internet	x					x
Irtainvarasto			x			
Kaikkien huoneistojen listaus			x			
kaikkien huoneistotyyppien lista (kooste)			x		x	
karttanäkymä	x	x	x	x	x	x
Kerhuhuone	x					
Kohteen nimi	x	x	x	x	x	x
Kuivaushuone			x			
Kuvakaruselli	x		x		x	x
Lisää suosikkeihin painike				x		
Lämmitysjärjestelmä	x					x
Markkinointiteksti	x	x	x	x	x	x
Osoite/Alue	x	x	x	x	x	x
Perusparannusvuosi			x			
Pesuhuone			x			
Pesutupa	x		x	x		
Pohjakuvat huoneistolistauksessa		x	x			x
Pukuhuone			x			
Pyörävarasto/Ulkovälinevarasto	x		x			
Talosauna	x		x	x		
Talotyyppi	x	x	x	x	x	x
Tupakointi			x			
Valmistumisvuosi/Rakennusvuosi	x	x	x	x	x	x
Vapaiden huoneistojen listaus	x	x	x	x		
Varallisuusrajat			x			
Vesimaksu			x			

Muita vastaavia ratkaisuja

Vastaavien ratkaisujen etsinnässä ei rajoituta vain kiinteistöalaan vaan perehdytään erilaisiin hakusivustoihin ja niistä havaittuihin erityispiirteisiin sekä markkinointia tukeviin elementteihin.

Ulkoasultaan erilaiset hakusivustot poikkeavat varsin paljon toisistaan. Näkyvimvät muutokset ovat kuitenkin vain erilaisia layout ja tyylieroja sivustojen kesken. Näiden lisäksi erilaiset mainokset sivustoilla luovat niille eri ilmeen.

Hakutoiminnallisuus on toteutettu usein erilaisten hakukriteerien määrittelymisenä ja niiden pohjalta tehtävänä hakuna. Monilla sivustoilla hakukriteereinä näkyvät aluksi vain yleisimmät kriteerit, mutta hakua voidaan tarkentaa siirtymällä tarkennettuun hakukriteerien asetussivuun. Joissakin sivustoissa hakutoiminnallisuus on toteutettu karttapohjaisena hakuna, jossa valitaan alue kartasta ja hakutulokset näytetään alueen perusteella. Osassa sivustoista haku käynnistyy, kun kriteerejä muutetaan ja osassa haku käynnistetään erillisellä hakupainikkeella. Hakutulokset esitellään tyypillisesti erimuotoisilla kortteilla, joita klikkaamalla saadaan kyseisestä sisällöstä tarkempi esittely omalla sivulla.

Sisällön tarkemman esittelyn sivu sisältää lähes poikkeuksetta jonkinlaisen kuvan ja useimmiten kuvakarusellin kuvien esittelyä varten. Useilta sivuilta löytyvät sivun jakamisen painikkeet Twitteriin ja Facebookiin. Muutoin sivujen sisällöt koostuvat sivustolla esiteltävän asian oleellisista aiheista.

Osaan sivustoista on toteutettu suosikkilistaus toiminnallisuus ja joissakin on yhteydenottolomake tai linkki.

3.1.4 Toteutettavaksi valittu sisältö

Kohteiden haku

Kohteiden hakusivulle toteutetaan hakukriteerit, asuntohakemuksen jättäminen, suosikkilistaus sekä minikohdekortit hakuehtojen mukaisista kohteista.

Hakuehdoiksi valitaan: kaupunki, kaupunginosa, huoneistotyyppi, huoneiston pinta-ala, vuokra, talotyyppi sekä valinta näytetäänkö kaikki kohteet, joissa on hakukriteerien mukaisia huoneistoja vai pelkästään ne, joissa on vapaita hakuehtojen mukaisia huoneistoja.

Asuntohakemuksen jättämiseen toteutetaan hakemustyyppin valinta ja ohjaus eri hakemukseen eri hakemustyypeillä. Hakemukselle tulee lähetetään myös tiedot kohteista, jotka on valittu suosikkilistaan.

Suosikkilista sisältää käyttäjän suosikeiksi valitsemansa kohteet. Suosikkilista tyhjenetään yhdellä painikkeella tai yksi kohde kerrallaan. Suosikkilistaan pystyy lisäämään kohteita joko minikohdekortilta tai varsinaiselta kohdekortilta.

Minikohdekortti määritellään sisältäväksi kohteen julkisivukuvan, osoitetiedot sekä painikkeen, jolla kohde voidaan lisätä suosikkilistaan. Minikohdekortilla pitää olla myös mahdollisuus kohteen poistoon suosikkilistalta.

Haku käynnistyy erillisen ”Hae” painikkeen avulla.

Kohteen tarkempi esittely eli kohdekortti avautuu klikkaamalla minikohdekorttia.

Valitun kohteen esittely

Kohteen esittelyyn käytetään erillistä esittelysivua eli kohdekorttia. Kohdekorttiin määritellään kuuluvaksi kuvakaruselli kohteen esittelykuvien näyttämiseksi, Google-maps pohjainen karttanäkymä kohteen sijainnin osoittamiseksi kartalla, esittelyteksti kohteesta sekä kohteen huoneistojen esittelyosio.

Huoneistojen esittelyosiossa huoneistot on ryhmitelty huoneistotyyppin mukaisesti ryhmiin (yksiöt, kaksiot, kolmiot, ...) ja listattu kuinka monta kutakin on. Kun ryhmää klikataan, se avautuu listaksi, jossa kyseisen huoneistotyyppin kaikki asunnot on listattu omille riveilleen. Listassa on esillä huoneiston perustiedot, pohjakuva sekä tieto siitä, onko huoneisto vapaa. Huoneistoista ei toteuteta erillistä esittelysivua eli huoneistokorttia.

Kohdekortilta on myös nähtävillä suosikkilistaus sekä kohde voidaan valita suosikiksi suoraan kohdekortilta. Myös kohteen poisto suosikkilistalta on mahdollista kohdekortilta.

Muut toteutuksen sisältömääritykset

Sivusto noudattaa asiakkaan omilla sivuillaan käyttämää yleisilmettä. Lisäksi koko sivusto on responsiivinen eli skaalautuu oikein erikokoisille näytöille, jotta käyttäjät voivat käyttää sivustoa tehokkaasti kaikilla laitteillaan (puhelin, tabletti, pc, ...).

Lisäominaisuutena toteutetaan ominaisuus, jonka avulla asiakas voi estää haluamiensa vapaiden huoneistojen näkymisen vapaina.

3.2 Markkinointisivuston teknologiavalinnat

Palvelimella toimivan sivuston ohjelmointikielen valinta tehdään sivuston ylläpidettävyyttä ajatellen eli ohjelmointikieleksi valitaan C#, jonka ylläpitoon löytyy eniten osaajia.

Suunnittelualustana (design pattern) käytetään MVC framework:ia.

Sivuston käyttäjän näkymät toteutetaan Javascriptillä käyttäen hyväksi Knockout, jQuery sekä Bootstrap kirjastoja.

3.3 Markkinointisivuston luominen

3.3.1 Yleisilme

Markkinointisivuston kaikki data on peräisin Tampuurista. Kuvassa 1 on esitelty, miten tiedot välittyvät Tampuurista Markkinointisivustolle. Kun asiakas syöttää dataa tai kuvia Tampuuriin ne tallentuvat Tampuurikantaan. Tampuurikannasta data haetaan ajoitetusti hakukantaan. Hakukanta sisältää vain markkinointisivustolle oleellista dataa, joten se on vain murto-osa Tampuurin datasta. Markkinointisivuston data haetaan asuntohakuAPI rajapinnan (Rest Api) kautta hakukannasta.

3.3.2 Kohteiden haku



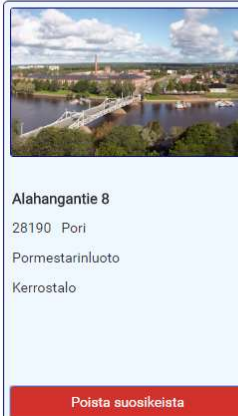



Kohteiden haku -sivun layout toteutetaan asiakkaan ehdotelman pohjalta (kuva 2). Sivuuun lisätään suosikkilista, sen hallintaan tarvittavia painikkeita sekä hakemuksen lähetysoio.

Hakutoiminnallisuus toteutetaan perustuen valittuihin hakukriteereihin. Kun markkinointisivustolle tullaan ensimmäisen kerran, haetaan kaikki kohteet ilman mitään rajoituksia. Kun hakukriteerejä muutetaan ne vaikuttavat rajoittavasti hakutuloksiin ja tuloksena käyt-

täjä näkee uusien kriteerin mukaiset hakutulokset. Käytettävyyden parantamiseksi kaupunkivalinta tulee esiin ainoastaan, kun kohteita on useammassa kuin yhdessä kaupungissa. Kaupunki ja kaupunginosavalinnoilla voidaan luoda lista hakualueista.

Minikohdekorteilla esitellään haun palauttamattomat kohteet. Minikohdekortilla on kohteen julkisivukuva, kohteen nimi, osoite sekä painike, jolla kohteen saa suosikkilistaan tai pois suosikkilistalta. Kun minikohdekorttia klikataan, siirrytään kyseisen kohteen kohde-esitelykortille.

Kuvassa 4 on esitelty kohteiden haku -sivu hakutuloksineen, kun hakua on rajattu parilla kaupunginosalla. Muutoin hakukriteerit ovat oletusarvoja. Lisäksi suosikkilista on avattu näkyviin ja siihen on valittu 3 kohdetta.

Etusivu	Vuokra-asunnot	Isännöinti	Rakennuttaminen	Yhteystiedot
Alue: Pormestarinluoto		Valitse hakemustyyppi		Jätä hakemus
Pori, Keskusta		piilota suosikit		Tyhjennä suosikit
Pori, Pormestarinluoto		Suosikit: Ylähangantie 5 Ylähangantie 2 Alahangantie 8		
Huoneistotyyppi <input type="checkbox"/> Yksio <input type="checkbox"/> Kolmio <input type="checkbox"/> Kaksio <input type="checkbox"/> Suurempi		Hakuehdolla löytyi 21 kohdetta.		
Pinta-ala m2 15 150				
Vuokra €/kk 200 1500				
Talotyyppi <input type="checkbox"/> Kerrostalo <input type="checkbox"/> Pienkerrostalo <input type="checkbox"/> Rivitalo				
Näytä <input checked="" type="radio"/> Kaikki <input type="radio"/> Vapaat ja vapautuvat				
Hae				
				

Kuva 4 Kohteiden haku -sivu. Hakukriteereillä on rajattu haku kohdistumaan vain kahteen kaupunginosaan. Valittuna on kolme suosikkia ja suosikkilista on avattu näkyviin.


3.3.3 Valitun kohteen esittely

Kohteiden haku -sivun layout toteutetaan asiakkaan ehdotelman pohjalta (kuva 3). Suosikkilistan toiminnallisuus lisätään myös kohde-esittelysivuun. Kohteiden huoneistojen tiedot ryhmitellään huoneistotyypeittäin. Kuvassa 5 on esimerkki kohde-esittelysivusta.

Etusivu
Vuokra-asunnot
Isännöinti
Rakennuttaminen
Yhteystiedot

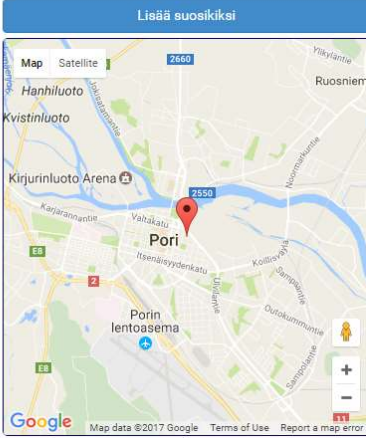
← Palaa hakuun
Ei suosikkeja
Tyhjennä suosikit

Isousikatu 3
Isousikatu 3, 28100 Pori



Esittelykuva 1

Lisää suosikiksi



Tietoa kohteesta

Kohde: Isousikatu 3 markkinointiteksti

Kohteen huoneistot

Yksiöt	6 kpl
Kaksiöt	21 kpl
2h+k+p, pa: 46.5m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+terassi, pa: 46.5m2	Pohjakuva
2h+k+p, pa: 46.5m2	Ei pohjakuvaa
2h+kk+terassi, pa: 43m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+terassi, pa: 46.5m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+p, pa: 54m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+p, pa: 46.5m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+p, pa: 46.5m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+p, pa: 54m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+p, pa: 46.5m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+p, pa: 46.5m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+terassi, pa: 52m2	Ei pohjakuvaa
2h+k+p, pa: 54m2	Ei pohjakuvaa

Vapautumassa

Kuva 5 Kohde-esittelysivu. Huoneistoryhmä "Kaksiöt" on avattu näkyviin. Yhdessä huoneistossa on saatavilla pohjakuva ja yksi on vapautumassa.

Kohteen esittelykuvat

Kohteen esittelykuvat näytetään kuvakarussellissa, joka vaihtaa kuvia 5s välein, paitsi mikäli hiiren osoitin on kuvan päällä. Tällöin kuvaa ei vaihdeta. Karussellissa on myös ominaisuus siirtyä painikkeilla edelliseen tai seuraavaan kuvaan. Mikäli yhtään esittelykuvaa

ei ole saatavilla näytetään kohteen julkisivukuva. Mikäli sitäkään ei ole saatavilla näytetään oletuskuva.

Kohteen sijainti kartalla

Kohteen sijainnin esittelyyn kartalla on hyödynnetty Google-maps:ia. Kohteen sijaintitiedot haetaan osoitetiedoilla käyttäen Google maps API rajapintaa. Sijaintitietojen pohjalta näytetään Googlen karttapohjalla kohteen sijainti. Karttaa voi tarkastella lähempää tai kauempaa sekä näkymää voi siirtää hiirellä raahaten.

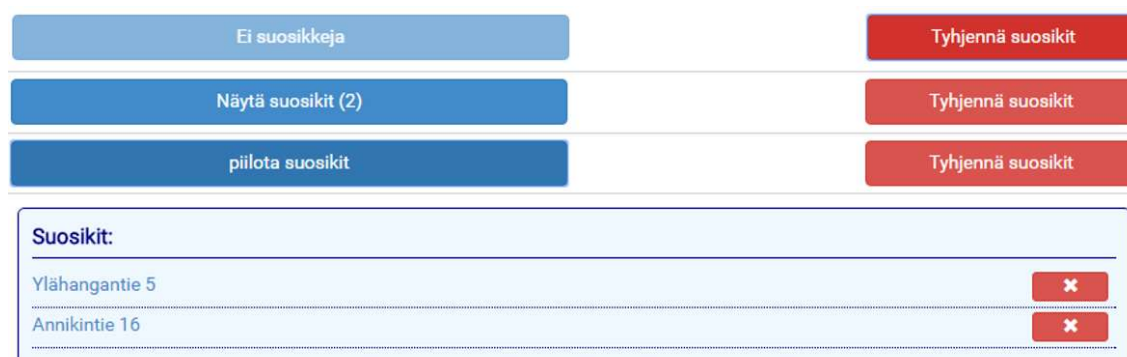
Kohteen huoneistojen tiedot ja pohjakuvat

Yksittäisen huoneiston tiedot saa näkyviin avaamalla huoneistoryhmä +-painikkeella. Huoneiston tiedoissa näytetään huoneiston tyyppi tarkennettuna, pinta-ala, pohjakuva sekä tieto mikäli huoneisto on vapautumassa tai vapaa.

Mikäli huoneistolle löytyy pohjakuva, se ilmaistaan huoneistolistauksessa linkkinä (kuva 5). Pohjakuva-linkkiä klikatessa pohjakuva avataan selaimessa uuteen ikkunaan.

Suosikit

Suosikkilistaan on mahdollista kerätä kohteita joko hakusivun minikohdekortilta tai kohteen esittelysivulta. Listan hallintaa varten molemmilla sivuilla on ”Näytä suosikit / piilota suosikit” painike. Mikäli yhtään suosikkia ei ole valittu, painike ei ole aktiivinen. Kuvassa 6 on esitelty kyseisen suosikkipainikkeen eri tilat.



Kuva 6 Suosikki-painikkeen eri tilat: ei suosikkeja, näytä suosikit (2 kohdetta valittuna) sekä piilota suosikit (2 kohdetta valittuna).

Suosikkien hallintaa varten sekä kohdehakusivulle että kohteen esittelysivulle on toteutettu ”tyhjennä suosikit” painike, ”Lisää suosikiksi / Poista Suosikeista” painike sekä suosikkilistaan painikkeet yksittäisten suosikkien poistoon. Kohdehaun painikkeet on esitelty kuvassa 4, kohde-esittelyn painike kuvassa 5 ja suosikkilistan painikkeet kuvassa 6.

Hakemuksen lähetys

Vuokra-asuntohakemus voidaan lähettää joko suosikkilistan kanssa tai ilman. Mikäli suosikeiksi on valittu kohteita, niiden tiedot välitetään sivuston ulkopuoliseen hakemuslomakkeeseen, missä tietoa voidaan hyödyntää. Koska eri hakemustyyppit käsitellään eri hakemus pohjalla pitää sivuston käyttäjän valita oikea hakemustyyppi ennen hakemuspainikkeen aktivointia. Kuvassa 7 on esitelty hakemustyyppin valinta. Kuvassa näkyy myös suosikkilista, jossa valittuna yksi kohde, jonka tiedot välittyvät hakemukselle, kun ”Jätä hakemus” -painiketta painetaan.

Kuva 7 Hakemustyyppin valinta ennen Jätä hakemus -painikkeen aktivointia.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Työn tavoitteena oli määritellä ja toteuttaa asiakkaan tilaama markkinointisivusto. Määrittelyä helpotti merkittävästi asiakkaan toimittama selkeä lista toteutettavista asioista, joskin määritelmä oli monilta osin avoin ja tarjosi mahdollisuuden toteuttaa asioita tutkimustyön tulosten perusteella. Työ oli luonteeltaan vahvasti tuotekehitysluontoinen ja tarjosi mahdollisuuden valita toteutusteknologiat vapaasti.

Työ sujui aikataulullisesti asiakkaan haluamassa aikataulussa ja lopputulos vastasi asiakkaan tarpeita. Toteutettu sivusto otettiin testikäyttöön ja viedään tuotantoon, kun asiakas on syöttänyt tarvittavan kiinteistödatan järjestelmään. Sivusto ja kaikki sen osa-alueet toimivat testiympäristössä.

Työlle asetetut tavoitteet täyttyivät, vaikka kaikkia tutkimustyön kautta kirjattuja, markkinointia tukevia asioita ei toteutettu sivustoon. Työn lopputuloksena on sivusto, joka koostuu kohdehausta, kohdehaun sisältämistä minikohdekorteista ja kohdekorteista, joilla esitellään lyhyesti kohteen huoneistot. Jatkossa jokaiselle huoneistolle voisi luoda erillisen huoneistokortin, jonka avulla voisi esitellä huoneistokohtaiset tiedot sekä huoneistokohtaisia kuvia. Hakutoiminnallisuus voisi palauttaa myös huoneistolistan nykyisen kohdelistan sijaan tai lisäksi. Sivustoon voisi rakentaa kohtuullisen helposti hakukoneoptimointia lisäämällä tähän tarkoitukseen määriteltäjä tägejä sivupohjaan. Myös sivuston näkyminen sosiaalisen median kanavissa olisi toteutettavissa lisäämällä sivustoon og- sekä twitter card tagit sekä linkityspainikkeet Facebookiin ja Twitteriin.

Teknologiavalinnat tehtiin niin, että toteutettu markkinointisivusto voidaan jatkossa laajentaa täyttämään monen muunkin asiakkaan tarpeet ja lopulta markkinointisivusto voidaan tuotteistaa. ASP.NET MVC teknologian valinta asettaa joitakin rajoitteita, mikäli sivuston sisältöä halutaan jatkossa hallita jonkin sisällönhallintajärjestelmän avulla.

Lopputuloksena asiakas sai toimivat, heidän tarpeitaan hyvin palvelevat markkinointisivustot sekä ideoita mitä tietoa voisi lisätä käytettäväksi sivustoilla joko hakukriteereinä tai kohteiden esittelyyn. Työn teettäjä puolestaan sai koostetun tiedon omista nykyisistä markkinointisivustoistaan, ideoita niiden kehittämiseksi sekä hyvän pohjan markkinointisivustojen kehittämiseksi tuotteeksi.

LÄHTEET

AboutTech 2017. What Is JavaScript? Viitattu 5. helmikuuta 2017
<http://javascript.about.com/od/reference/p/javascript.htm2017>].

Digitaalinen markkinointi 2016. Digitaalinen markkinointi. Viitattu 2. toukokuuta 2017
<http://www.digitaalinenmarkkinointi.info/>.

Lahtinen, J., Isoviita, A. & Kytönen, K 1994. Markkinointiviestintä. 2nd ed. Avaintulos Oy.

Juslén, J. 2016. Markkinointi sosiaalisessa mediassa – mihin panostaa vuonna 2017. Viitattu 5. helmikuuta 2017 <http://www.oamk.fi/epooki/2013/responsiivinen-verkkosivujen-suunnittelu/>.

Knockoutjs.com ei pvm. Knockout. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<http://knockoutjs.com/index.html>.

Karukka, M. & Inkilä, T. 2013. Responsiivinen verkkosivujen suunnittelu mukauttaa sisällön eri päätelaitteille. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<http://www.oamk.fi/epooki/2013/responsiivinen-verkkosivujen-suunnittelu/>.

Microsoft 2001. Introduction to ASP.NET and Web Forms. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<https://msdn.microsoft.com/en-us/library/ms973868.aspx>.

Microsoft 2015. C#. Viitattu 5. helmikuuta 2017 <https://msdn.microsoft.com/en-us/library/kx37x362.aspx>.

Microsoft 2017. ASP.NET MVC Overview. Viitattu 5. helmikuuta 2017
[https://msdn.microsoft.com/en-us/library/dd381412\(v=vs.108\).aspx](https://msdn.microsoft.com/en-us/library/dd381412(v=vs.108).aspx).

Moz ei pvm. THE BEGINNERS GUIDE TO SEO. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<https://moz.com/beginners-guide-to-seo>.

Pluralsight 2015. Umbraco Jumpstart. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<https://www.pluralsight.com/courses/umbraco-jumpstart>.

Talokeskus 2016. Yritys. Viitattu 5. helmikuuta 2017 <http://www.talokeskus.fi/yritys/>.

Tolvanen, P. 2009. Käsitesekamelskaa: julkaisujärjestelmä, CMS, portaali, sisällönhallintajärjestelmä. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<http://vierityspalkki.fi/2009/11/03/kasitesekamelskaa-julkaisujarjestelma-cms-portaali-sisallonhallintajarjestelma/>.

W3Schools 2017. jQuery. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<https://www.w3schools.com/jquery/default.asp>.

W3Schools 2017. Bootstrap. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<https://www.w3schools.com/bootstrap/>.

W3Schools 2017. CSS Tutorial. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<https://www.w3schools.com/css/>.

Whiteley, D. 2000. e-Commerce. McGraw-Hill Publishing Company.

Wikipedia 2014. Digital marketing. Viitattu 5. helmikuuta 2017
https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing.

WordPress.com 2016. Create a site with WordPress. Viitattu 5. helmikuuta 2017
<https://wordpress.com/com-vs-org/>.