

Jere Anttila & Joonas Paananen

VERKKOSIVUT YRITYKSELLE

Peintre Oy

VERKKOSIVUT YRITYKSELLE

Peintre Oy

Jere Anttila & Joonas Paananen
Opinnäytetyö
Syksy 2020
Tietojenkäsittely
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittely, internet-palvelut ja digitaalinen media

Tekijä(t): Jere Anttila, Joonas Paananen
Opinnäytetyön nimi: Verkkosivut yritykselle
Työn ohjaaja(t): Anu Niva
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2020
Sivumäärä: 24

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii maalausyritys Peintre Oy. Opinnäytetyön toimeksiantajana on verkkosivujen päivittäminen. Toimeksiantaja toivoi opinnäytetyön tuloksena parannusta verkkosivujen toimivuuteen sekä raikkautta ja modernimpaa otetta ulkonäöllisiin tekijöihin. Sivustolle haluttiin lisäksi parempaa hakukoneoptimointia ja helpompaa ylläpidettävyyttä. Toimeksiantaja ei esittänyt tarkempia toiveita sivujen sisällöistä.

Helppokäyttöisyyden ja joustavuuden vuoksi uusi verkkosivusto toteutettiin WordPress-julkaisujärjestelmällä sekä ilmaisella OceanWP-teemalla. Lisäksi kaikki sivustolla käytetyt lisäosat olivat ilmaiseksi saatavilla. Opinnäytetyössä perehdyttiin verkkosivujen luomisen eri työvaiheisiin ja hakukoneoptimointiin. Lisäksi opinnäytetyö käsittelee perusteita tiettyjen teemojen ja lisäosien valintaan Peintre Oy:n verkkosivuja varten sekä Googlen ja YouTuben hyödyntämistä niiden teossa.

Opinnäytetyön tuloksena saatiin aikaan verkkosivut, joihin toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen. Sisällöntuotannon lisääminen ja verkkosivujen selkeämpi ylläpidettävyyden tekivät sivuista mieluisan käyttää ja poistivat paljon ongelmia aikaisempiin sivuihin verrattuna. Lisäksi sivujen responsiivisuus toimi ongelmitta. Hakukoneoptimoinnin todettiin olevan monimutkainen ja epäselvä prosessi mutta helppokäyttöisten WordPress-julkaisujärjestelmällä tehtyjen nettisivujen tekeminen osoittautui suhteellisen yksinkertaiseksi.

Asiasanat: WordPress, nettisivut, hakukoneoptimointi, web-suunnittelu, verkkosivut

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Information Systems

Author(s): Jere Anttila, Joonas Paananen
Title of thesis: Updating the website of a painting company
Supervisor(s): Anu Niva
Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2020
Number of pages: 24

The painting company Peintre Ltd is the commissioner of the thesis. The assignment of the thesis is to update the website. For the website commissioner requested for a better functioning website as well as a more fresh and modern appearance. There was also a wish to improve the search engine optimization of the website and to ease the maintainability. The client didn't make any specific request for the content of the website.

To ensure effortless and flexible use, the new website was created with the WordPress publishing system and a free Ocean WP theme. All the plugins used on the website were available for free use. The goal of the thesis is to explore the different stages of creating a website and the search engine optimization.

As a result of the thesis, the improved website was clearer to maintain as well as more pleasant and to use. The website worked responsively without prominent problems. The search engine optimization was found to be a complicated and unclear process but creating the website with the WordPress publishing system proved to be relatively simple.

Keywords: WordPress, Website, SEO, Web Designer

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Toimeksiantajayritys	6
1.2	Tehtävä ja tavoite	7
2	SIVUJEN TOTEUTUS JA SUUNNITTELU	8
2.1	WordPress	8
2.2	Teema	8
2.3	Suunnitteluprosessi	9
2.4	Toteutusprosessi.....	10
3	MODERNIT VERKKOSIVUT	12
3.1	Ulkoasu	12
3.2	Värit ja fontit	15
3.3	Rakenne	16
3.4	Responsiivisuus	16
	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	
4	VANHOJEN SIVUJEN PÄIVITYS	18
4.1	Kriteerit	18
4.2	Hakukoneoptimointi ja markkinointi	19
5	POHDINTA	21
	LÄHTEET.....	23

1 JOHDANTO

Verkkosivut ovat nykypäivänä digitaalisen markkinoinnin ydin. Muiden markkinoinnin keinojen tarkoituksena on käytännössä vain houkutella kävijöitä verkkosivuille. Onnistuneet verkkosivut ovat ulkoasultaan edustavat, responsiiviset, myyvät ja informatiiviset. (Muurinen 2016, viitattu 26.8.2020.)

Tämän opinnäytetyön aiheena on luoda Peintre Oy:lle uudet verkkosivut. Toimeksiantaja on vuonna 2017 perustettu maalausliike, joka pyrkii kasvattamaan liiketoimintaansa. Pääasiallisesti toimeksiantaja toivoo sivuista tulevan yksinkertaisen toimivat käyttölaiteesta riippumatta sekä ulkoisesti sellaiset, että kävijä saa yrityksestä hyvän kuvan. Peintrellä on verkkosivut jo ennestään, mutta ne eivät palvele yrityksen tämänhetkisiä, edellä mainittuja tarpeita. Aiempien verkkosivujen tekotapa ei ollut meille tuttu, joten emme katsoneet hyödylliseksi korjata niitä vaan rakensimme kokonaan uudet.

Toimeksiantajalle suunnittelemiemme sivujen tulisi olla helposti muokattavissa, koska jatkossa sisällön luomisen tulee tekemään yritys itse. WordPress-julkaisujärjestelmä, jolla sivut tehtiin, on perustettu alun perin blogeja varten eli se on suhteellisen helppokäyttöinen. Esimerkiksi julkaisujen luominen ja niiden muokkaaminen onnistuu melko yksinkertaisesti.

1.1 Toimeksiantajayritys

Toimeksiantajayrityksenä toimii Peintre Oy, jonka toimitusjohtaja Julius Hannuksela toimii myös opinnäytetyön sivun hyväksyjänä. Peintre Oy on vuonna 2017 perustettu vapaan arkkitehtuurin maalausliike. Yrityksen työntekijät ovat pääsääntöisesti kokeneita kaupan ja rakentamisen alan ammattilaisia. Liikeidean juuret ovat Hannukselan tekemän asiakaslähtöisen myynnin opinnäytetyössä, jonka keskeinen ajatus oli kehittää ja luoda asiakkaille mahdollisimman helppo palvelu- ja myyntiprosessi. Laadukkaille, takuutyönä toteutettaville kodin ulkooverhouksille ja peltikattojen maalauksille on paljon kysyntää, ja siksi yritys tarjoaa ammattitaitoista palvelua tällä tärkeällä ja kausiluonteisella alalla. Peintre Oy tarjoaa asiakkaille turvallisuutta ja ammattitaitoa myös haastavimilla työmailla. (Peintre 2020, viitattu 12.8.2020.)

Peintre Oy koostuu osin opiskelijoista ja profiloituu yritykseksi, jonka työntekijät opiskelevat yliopistoissa syksystä kevääseen ja kesän toimivat yrittäjinä ja työntekijöinä. Peintre Oy:ssä on mukana pienemmällä osakkuudella muitakin yrityksen työntekijöitä toimitusjohtajan lisäksi. (Peintre 2020, viitattu 12.8.2020.) Peintre tähtää joka vuosi liikevaihdon sekä tuloksen kasvuun ja on tavoitteensa saavuttanut. 2019 vuoden liikevaihto Peintrellä oli 253 000 euroa (Finder 2020, viitattu 23.8.2020).

1.2 Tehtävä ja tavoite

Ajatus Peintre Oy:n verkkosivujen uusimisesta lähti liikkeelle tyytymättömyydestä yrityksen edelliisiin sivuihin. Sivujen ylläpidettävyys oli hankalaa ja sisältöä oli vaikeaa muuttaa. Lisäksi sivut olivat käyttötuntumaltaan raskaat ja hitaat.

Uusissa sivuissa haluttiin panostaa erityisesti käytön helppouteen, joustavuuteen, yksinkertaisuuteen ja sivujen ylläpidettävyuteen. Kasvavassa yrityksessä verkkosivuja muokataan paljon, johtuen työntekijöiden määrän lisääntymisestä ja sisällöntuotannosta. Edellä mainittujen pyrkimysten lisäksi, Peintre Oy:n hallituksen jäsen toivoi sivujen teossa huomioitavan hakukoneoptimoinnin, jotta tulevaisuudessa asiakkaita päätyisi Peintren sivuille myös orgaanisen haun kautta.

Toimeksiantajan kanssa yhteiseksi tavoitteeksi asetettiin niin toimivat ja hyvät verkkosivut, että Peintre Oy:n hallitus voi hyväksyä ne käyttöön sopiviksi. Henkilökohtaiseksi tavoitteeksi päätettiin ottaa riittävän miellyttävä verkkosivujen ulkoasu ja sivujen erinomainen toiminta sekä mobiililaitteella että työpöytänäkömässä. Lisäksi tavoitteena oli luoda verkkosivuille onnistuneesti jotain erikoista, kilpailevien yritysten sivuista poikkeavaa.

2 SIVUJEN TOTEUTUS JA SUUNNITTELU

2.1 WordPress

Toimeksiantajan ensisijaiset toiveet uusille verkkosivuille olivat helppo ylläpidettävyys, sisällöntuotamisen ketteruus sekä ulkoasultaan nuorekkaat ja modernit sivut. Näiden syiden vuoksi päätimme rakentaa nettisivut WordPress-julkaisujärjestelmällä. WordPress on alun perin tarkoitettu blogien luomiseen ja ylläpitoon. Sen www-sisällönhallintaohjelmisto perustuu avoimeen lähdekoodiin. WordPress on kirjoitettu PHP-koodikielellä ja se käyttää MySQL-tietokantoja tiedon tallentamiseen. (WordPress 2020b, viitattu 23.8.2020.)

WordPress on kaikille suunniteltu ohjelmisto, joka korostaa saavutettavuutta, suorituskykyä, turvallisuutta ja helppokäyttöisyyttä. WordPress uskoo, että erinomaisten ohjelmistojen pitäisi toimia vähimmäisasetuksilla, jotta käyttäjä voi keskittyä tuottamaan sisältöä ja jakamaan palveluaan tai tuotettaan. Käytön aloittaminen on helppoa, koska perusohjelmisto on yksinkertainen ja ennakoitavissa. Lisäksi WordPress tarjoaa tehokkaita ominaisuuksia, joiden avulla voidaan lisätä yrityksen kasvua ja menestystä. Avoimesta lähdekoodista seuraa julkaisemisen vapautuminen ja vapaus. Tämä ajatus on hankkeen ydin. WordPress kertoo yhteisönsä olevan vieraanvarainen ja osallistava. Avustajien intohimo ajaa WordPressin menestystä, mikä puolestaan auttaa sivuston käyttäjää saavuttamaan tavoitteensa. (WordPress 2020b, viitattu 23.8.2020.)

2.2 Teema

WordPress-teemat ovat tiedostoja, jotka yhdessä luovat WordPress-sivuston ulkoasun ja toiminnallisuuden. Jokainen teema on erilainen ja voi tarjota verkkosivun tekijälle useita vaihtoehtoja muuttaa sivuston ulkoasua ja rakennetta. Toiset teemat ovat enemmän muokattavissa kuin toiset. (Codex Wordpress 2020, viitattu 29.8.2020.)

WordPress-teemoilla on paljon erilaisia hyötyjä ja etuja. Teemat mahdollistavat web-sivujen teon ilman erillistä ohjelmoinnin osaamista. Toiset teemoista ovat hyvin valmiita, jopa niin valmiita, että niiden muokkaaminen voi olla hankalaa. (Codex Wordpress 2020, viitattu 29.8.2020.) WordPress-

teemoja tarkisteltaessa täytyy miettiä web-sivun tekijän prioriteetteja. Valintoja voidaan tehdä esimerkiksi sen perusteella, onko web-sivua tehtäessä tärkeää pystyä muuttamaan sivun sisältöä tai millaista tyyliä sivuille halutaan ja onko teemalla mahdollista toteuttaa sitä. Lisäksi teemojen valintaan vaikuttaa olennaisesti myös se, millainen rakenne sivuille halutaan.

WordPress-teemat on pääasiallisesti koodattu seuraavilla muutamalla standardilla. Niissä on käytetty jäseneltyä, virheetöntä PHP- ja HTML-koodia, puhdasta CSS-koodausstandardia sekä erilisiä Codex WordPressin suunnitteluohjeita sivustosunnittelussa sekä asettelussa. Käytetyimmät WordPress-teemat, joilla suunnittelijat rakentavat sivuja, noudattavat hyvin tarkasti määriteltyjä standardeja. Tämän vuoksi teemaa valittaessa, jopa aloittelevat käyttäjät voivat luottaa web-sivujen erinomaiseen rakenteelliseen tasoon. (Codex Wordpress 2020, viitattu 29.8.2020.)

2.3 Suunnitteluprosessi

Opinnäytetyön suunnitteluosiossa lähdettiin liikkeelle toimeksiantajan vaatimusmäärittelyllä, jonka pohjalta tehtiin karkea suunnitelma opinnäytetyön työvaiheista ja aikataulusta. Toimeksiantaja toivoi sivujen teossa panostettavan ylläpidettävyyteen ja hakukoneoptimointiin. Tekijöinä halusimme painottaa käyttäjäystävällisyyttä ja asiakkaan tarpeiden huomioimista sivuilla asioitaessa. Tästä syystä, suunnitelmana oli testata sivun käyttömukavuutta uusilla käyttäjillä opinnäytetyön eri vaiheissa. Usein toistuvat palautteet huomioitaisiin ja niiden pohjalta tehtäisiin muutoksia. Lisäksi suunnitteluvaiheessa päätettiin pitää pienimuotoista päiväkirjaa projektin etenemisestä. Suunnitteluprosessin loppuvaiheessa valitsimme teeman, josta alkoi toteutusprosessimme (kuvio 1).



KUVIO 1. Teema

2.4 Toteutusprosessi

Sivujen tekeminen aloitettiin perustamalla alidomain Peintren entisen sivun hosting-palvelun domainin ohelle. Alidomainin luominen hidasti opinnäytetyöprosessia eniten, koska tiedon puutteesta aiheutui ongelmia. Kun alidomain saatiin tehtyä, ladattiin serverille wordpress.org:sta WordPressin tiedostot. Tämän jälkeen asennettiin jo aiemmin valittu OceanWP-teema ja siihen lisättiin muutama oleellinen lisäosa: Elementor, WPForms ja Ocean Extra. Elementor on ilmainen ja erittäin suosittu sivujen rakennustyökalu WordPressille. Se toimii drag & drop -periaatteella ja sisältää yli 300 erilaista valmista osaa, joista sivut voidaan rakentaa. (WordPress 2020, viitattu 26.8.2020.)

Kun työkalut verkkosivujen luomista varten olivat kunnossa, niiden rakentaminen aloitettiin sivu kerrallaan. YouTube'n laaja tutoriaalivideoverkosto toimi erinomaisena apuna pienissä ongelmissa, joita ei pystytty ratkaisemaan ilman apua. Sivun otsakkeen eli osion tekemiseen perehdyttiin opinnäytetyön teossa huolellisesti. Otsakkeesta löytyvät verkkosivujen oleellisimmat asiat, kuten navigaatio. Koska päämääränä oli tehdä sivuista helppokäyttöiset ja ymmärrettävät, otsakkeesta tehtiin pysyvä eli se näkyy sivun yläreunassa myös selatessa sivuja alaspäin. Sivujen muu rakenne määrytyi pääasiassa kokeilujen kautta. Elementorilla voidaan rakentaa verkkosivuja niin nopeasti, että suunnitteluvaiheessa on helppo kokeilla erilaisia vaihtoehtoja. Kaikilla luoduilla sivulla on yhteistä tyyliä antava otsakekuva, mutta muu sisältö on mietitty jokaiselle sivulle erikseen, niiden

tarpeiden mukaisesti. Navigaatiopalkista löytyvät logo sekä pienempi kuvake on luotu Adobe Illustrator -ohjelmalla.

3 MODERNIT VERKKOSIVUT

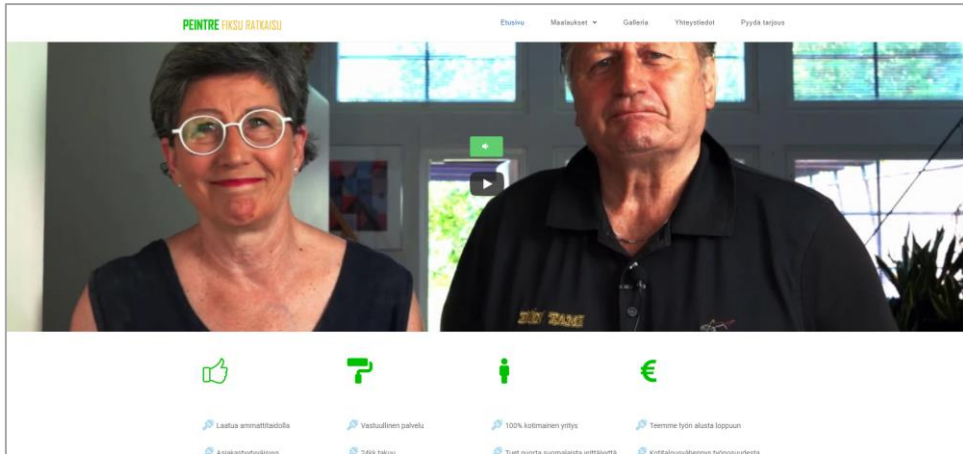
Nykypäivänä verkkosivujen suunnittelu aloitetaan usein valitsemalla julkaisujärjestelmä. Sillä tarkoitetaan järjestelmää (engl. Content management system), joka palvelee organisaation sisällönhallintaa. Tällä voidaan käsittää www-sisällönhallintajärjestelmien lisäksi myös esimerkiksi, dokumenttienhallintajärjestelmiä, verkkokauppajärjestelmiä tai aineistönhallintajärjestelmiä. Toimivat verkkosivut rakentuvat sopivan julkaisujärjestelmän ympärille, joka on tarkoituksenmukainen ja ottaa huomioon kaikki alustatyypit sekä hakukoneoptimoinnin.

3.1 Ulkoasu

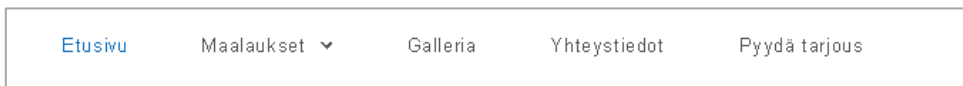
Verkkosivun ulkoasu on hyvin tyypillinen ulkoasu 2020-luvun verkkosivustolle (kuviot 2, 3 ja 4). Etusivulle on sijoitettu tärkeimmät asiat, ja sivuston yläosan menussa sijaitsee navigointi sivuille, joista löytyvät tarkemmat ja yksityiskohtaisemmat tiedot (kuvio 3). Sivulla ei ole liikaa asiaa ja kaikki tieto on helposti löydettävissä. Sivuston alatunniste on jokaisella sivulla sama sisältäen navigoinnin, yhteystiedot, gallerian sekä sosiaalisen median oikopolut (kuvio 4).

Verkkosivusto on tehty asiakasta varten, joten kaikessa sisällössä on priorisoitu helppokäyttöisyys ja löydettävyys tärkeimmäksi. Vaikka sivustolla ei ole paljon tekstiä, asiakkaalle tärkeät otsikot löytyvät heti menusta ja sitä kautta navigointi tiedon lähteille on helppoa. Maalaukset, yhteystiedot ja pyydä tarjous ovat tärkeimpiä sivuja, sillä asiakkaat hakevat ja tarvitsevat niitä eniten (kuviot 5, 7 ja 8).

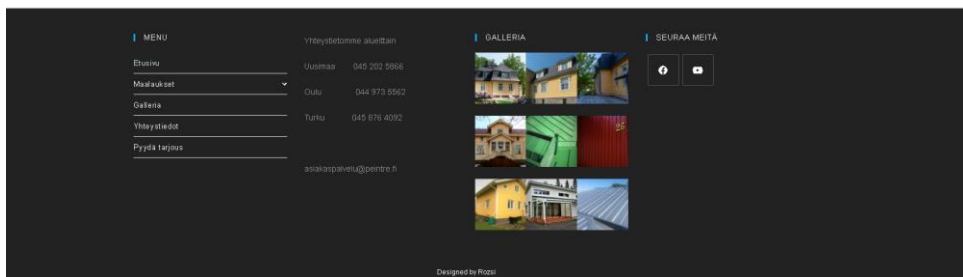
Etusivun tyyli eroaa hieman muista sivuista (kuvio 1). Muiden sivujen rakenne ja ulkoasu on rakennettu samoihin raameihin, mutta pienin, sivustokohtaisin muutoksin (kuviot 5, 6, 7 ja 8).



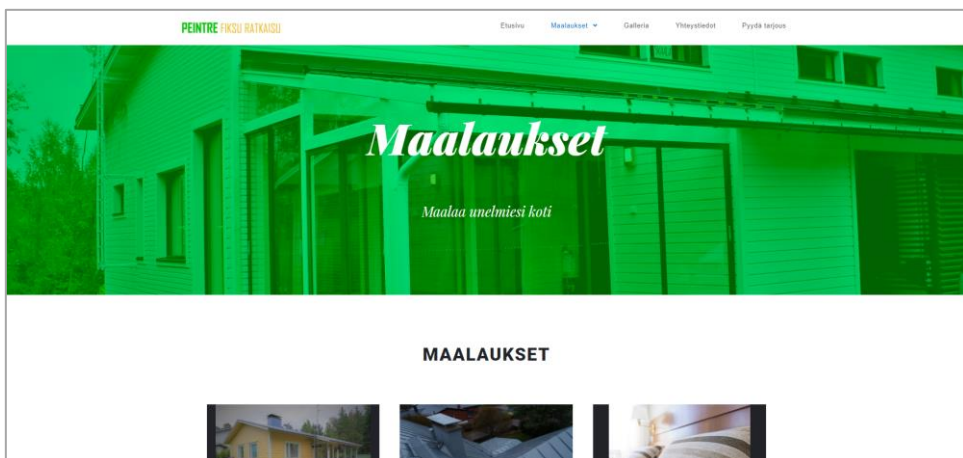
KUVIO 2. Etusivu



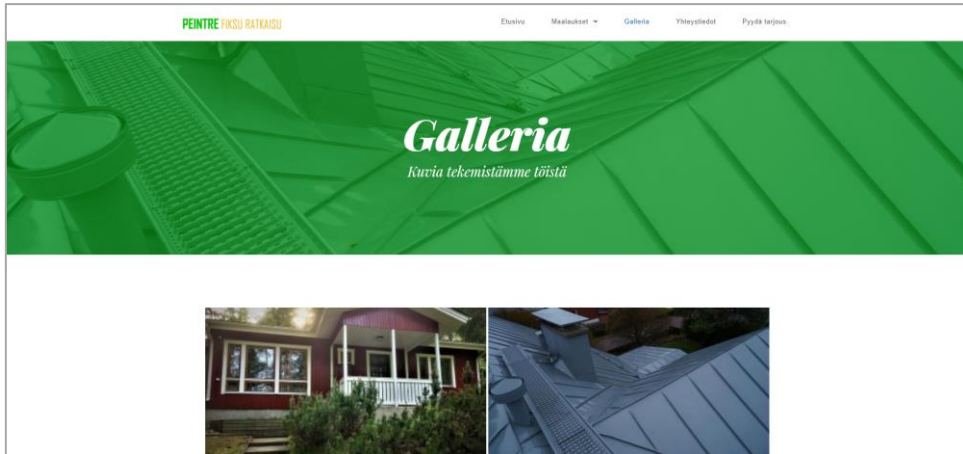
KUVIO 3. Menu



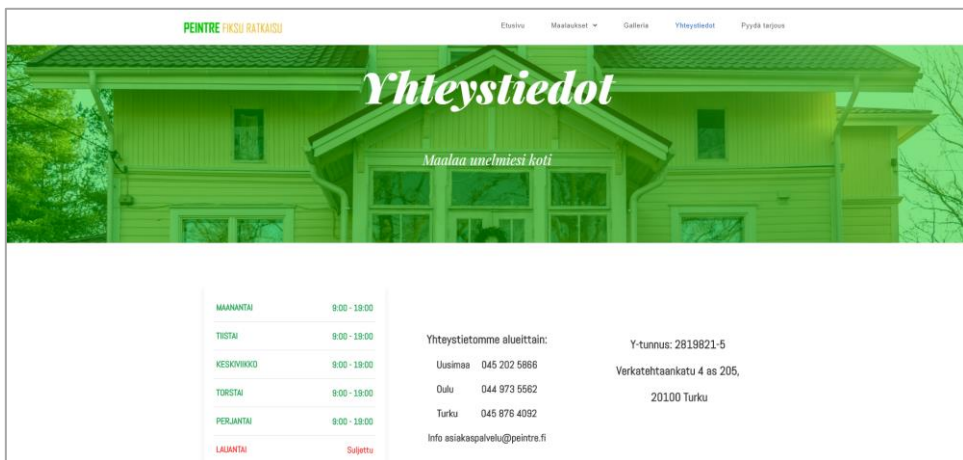
KUVIO 4. Footer



KUVIO 5. Maalaukset-sivu



KUVIO 6. Galleria-sivu



KUVIO 7. Yhteystiedot-sivu



KUVIO 8. Pyydä tarjous -sivu

3.2 Värät ja fontit

Ulkoasuun määrittelimme fontin ja sivuston väriteeman. Fontteina käytimme isoimmista otsikoissa Playfair Displaytä ja teksteissä Abelia. Väreinä sivustolla käytimme keltaista (#E8B61C), vihreää (#00C200) sekä tummanharmaata (#333).



KUVIO 9. Värät

3.3 Rakenne

Valitsimme OceanWP-teeman sen monipuolisuuden ja soveltuvuuden takia. Koska toimeksiantomme päätarkoituksena on tehdä toiminnalliset, ylläpidettävät ja optimoidut sivut, tarvitsimme teeman, joka ei rajoita liikaa vaihtoehtoja.

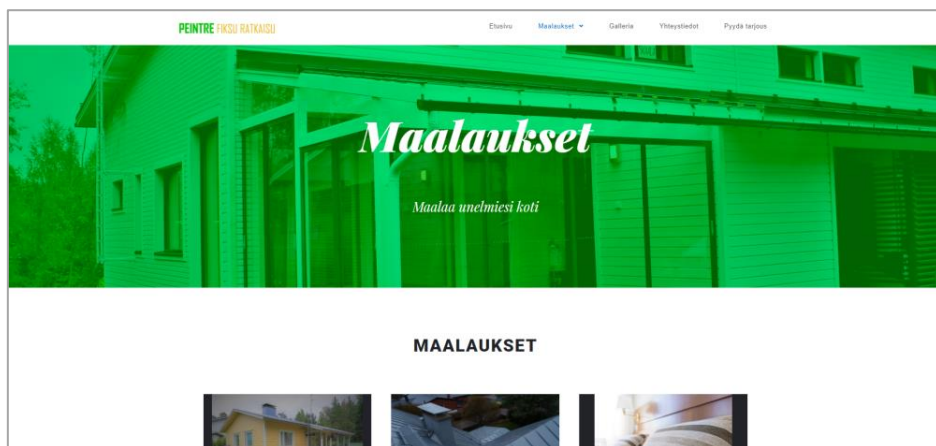
OceanWP markkinoi sivuillaan teemaa täydellisenä pohjana kaikenlaisille projekteille. Teeman mukana tarjotaan pro-ominaisuudet ilmaiseksi sekä ainutlaatuisia lisäosia. Teemaa käytettäessä ei OceanWP:n mukaan tarvitse oikeastaan osata ohjelmoida. Sivujen kerrotaan toimivan nopeasti, ja ne tarjoavat valmiiksi lähes kaikki lisäosat, mitä käyttäjä saattaa tarvita. Lisäksi teeman mukana saa täyden kustomoitavuuden, hakukoneoptimoinnin, responsiivisuuden, verkkokauppavalmiuden, hyvän käyttäjätuen sekä 95 % asiakastyytyväisyysasteen. (OceanWP 2020, viitattu 15.8.2020.)

OceanWP–teema vaati alkuun hieman opettelua, mutta kaiken kaikkiaan se osoittautui hyvin joustavaksi ja tarjosi verkkosivuille monipuolista sisältöä värikkäine lisäosineen. Teema myös yllätti positiivisesti tavassaan muuttaa työpöytänäkymä responsiivisesti mobiililaitteille. Sivut toimivat nopeasti ja liikkuminen niiden välillä on ketterää. Sivuston ulkoasun rakenne on käyty tarkemmin läpi ulkoasuosiossa.

3.4 Responsiivisuus

Nykyajan Suomessa suurin osa ihmisistä käyttää internetiä matkapuhelimellaan. Vuonna 2019 tämä prosenttiosuus oli 80 %. Kannettavalla tietokoneella internetiä käytti 66 % ja pöytäkoneella 36 % väestöstä. Tabletin osuus oli 44 %. (Tilastokeskus 2019, viitattu 14.8.2020.) Johtuen käyttölaitteiden moninaisuudesta verkkosivujen responsiivisuus on ensiarvoisen tärkeää. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että sivut ovat luettavissa sujuvasti kaikilla edellä mainituilla laitteilla (kuvio 11). Responsiiviset sivut mukauttavat sivujen sisällön käyttäjän laitteen näytön koon mukaan. Tämä ei välttämättä aina tarkoita sitä, että sama sisältö näytetään vain pienempänä. Osa sisällöstä saattaa näyttää erilaiselta tai jopa kokonaan puuttua pienemmillä näytöillä katsottuina. Pöytäkoneelle sivuilla voidaan näyttää enemmän asioita (kuvio 10).

Responsiivinen suunnittelu täytyy erottaa adaptiivisesta suunnittelusta. Adaptiivisen suunnittelun periaatteena on, että sivut tunnistavat käyttäjän käyttämän laitteen ja mukautuvat juuri sen näytön resoluution mukaisesti, parhaaksi mahdolliseksi versioksi. Sivun asettelu saattaa muuttua kokonaan, esimerkiksi siirryttäessä pöytäkoneelta mobiililaitteelle. Responsiivinen suunnittelu eroaa adaptiivisesta siten, että responsiivisilla sivuilla yleinen ilme ja pääasiallisesti sisältökin näkyvät kaikille laitteille samoina. Sivujen mukautuvuus eri laitteille vaikuttaa suoraan niiden toimivuuteen. Jos mukautuvuus ja toimivuus eivät ole kunnossa, hakukoneet eivät suosi sivuja, eivätkä ihmiset löydä niitä. (McFedries 2019, luku 13.)



KUVIO 10. Sivun pöytäkoneella



KUVIO 11. Sivun mobiililla

4 VANHOJEN SIVUJEN PÄIVITYS

Toimeksiantaja Peintre Oy:llä oli olemassa verkkosivut jo ennen projektin alkua. Ne eivät kuitenkaan vastanneet yrityksen tarpeisiin. Lisäksi ylläpidettävyyden, yleinen sulavuus ja ulkonäkö eivät täyttäneet yrityksen vaatimuksia asiakaslähtöisille verkkosivuilla. Sivujen tekijä ja tekotapa eivät olleet helposti selvitettävissä, joten katsoimme yksinkertaisemmaksi rakentaa kokonaan uudet. Toimeksiantaja halusi sivuista yksinkertaiset, kaikilla laitteilla toimivat ja silmälle miellyttävät. Hakukoneissa näkymiseen ei ollut aiemmin panostettu ja sitä haluttiin parantaa.

4.1 Kriteerit

Modernissa, minimalistisessa web-suunnittelussa ei ole kyse siitä, että saataisiin mahdollisimman paljon sisältöä yhdelle sivulle, vaan pikemminkin päinvastoin. Kyse on selkeydestä ja yksinkertaisuudesta. Sivujen laatua kehitettäessä tärkeimpiä asioita ovat käytettävyys ja toimivuus. Käytännöllisellä ja toimivalla sivulla on huomattavasti paremmat mahdollisuudet kasvattaa konversioprosenttia. Sivujen käyttäjien eli mahdollisten asiakkaiden tulee pystyä navigoimaan ja lukemaan sivuja sujuvasti. Hyvin suunnitellut sivut latautuvat nopeasti ja saavat yrityksen näyttämään ammattimaiselta. (Van Marciano 2020, viitattu 25.8.2020.)

Verkkosivujen sisältö on suunnittelussa kaikkein olennaisinta. Jos sivuilla ei ole houkuttelevaa sisältöä, ei ole myöskään kävijöitä. Kun sivun päällimmäinen tarkoitus on tarjota ratkaisu asiakkaan ongelmaan eli myydä hänelle jokin palvelu tai tuote, on tärkeää antaa riittävästi laadukasta tietoa. Asiakkaalle on kerrottava selkeästi, mitä myydään ja yksityiskohtaista tietoa on oltava saatavilla sitä haluaville. Täsmälliset otsikot ovat olennaisessa osassa. Hakukonenäkyvyyden kannalta avainsanojen sisällyttäminen sivuston teksteihin on suotavaa, jopa välttämätöntä tietyissä määrin. (Eravia 2020, viitattu 25.8.2020.)

Toimeksiantajayrityksen toiveena sivuilta oli opinnäytetyön päätteeksi saada tarpeeksi yksinkertaiset sivut, jotka antaisivat yrityksestä helposti lähestyttävän kuvan. Jatkossa yritys tulee itse ylläpitämään ja muokkaamaan sivuja, joten vaatimuksena oli myös suhteellisen yksinkertaiset tavat muokata sivuja. Tähän WordPress antaa hyvät edellytykset.

4.2 Hakukoneoptimointi ja markkinointi

Suurin osa verkkosivustolla kävijöistä tulee yleensä hakukoneiden kautta. Hakukoneoptimoinnilla sivuista tehdään käytännössä hakukoneelle ymmärrettävämmät ja kävijäystävällisemmät. Hyvin optimoidut sivut kertovat hakukoneelle täsmällisesti mitä sivuilla on ja mistä sivut kertovat. Tällaista sivua hakukoneen, esimerkiksi Googlen, on helppo lukea ja sitä kautta sivu tulee nousemaan hakukoneen tuloksissa. Hakukoneet pyrkivät siis etsimään mahdollisimman laadukasta sisältöä, mahdollisimman laadukkailta sivuilta ja mahdollisimman kattavaa vastaavuutta hakusanojen kanssa. Hakukoneoptimoinnin avulla saatava liikenne sivuille ymmärretään yleensä niin sanotun orgaanisen haun kautta tulevaksi liikenteeksi. Maksettujen mainosten kautta tuleva liikenne on hakukonemarkkinointia tai klikkimainontaa (engl. Pay-per-click). (Optimizely 2020, viitattu 25.8.2020.) Optimointitapoja on lähes loputtomasti, mutta yleisimpiä tapoja tehdä sitä ovat avainsanat, sisältömarkkinointi sekä linkkien rakentaminen.

Yrityksen ydinviesti kertoo, mikä erottaa yrityksen sen kilpailijoista. CTA-viestit ovat taas linkkejä tai nappeja, joilla pyritään vangitsemaan sivulla kävijän huomio ja varaamaan esimerkiksi kahdenkeskinen tapaaminen. Sivuilta on hyvä löytyä monentyyppistä ostopäätöstä tukevaa sisältöä. (Pohjanen 2018, viitattu 29.8.2020.) Peintre Oy:n ydinviesti on korostaa nuorekkuutta mutta toisaalta myös alalta löytyvää kokemusta. Tätä seikkaa korostetaan heti etusivulla. Muita korostettavia ominaisuuksia ovat luotettavuus, nopeus ja asiakkaiden tyytyväisyys. Näillä Peintre haluaa erottua muista kilpailijoista. Sivut on tehty käytännössä pelkästään uusia asiakkaita varten, joten päätavoite on kasvattaa näkyvyyttä ja sitä kautta asiakaskuntaa. Sivulla kerrotaan, mitä palveluja yritys myy ja mitä ne sisältävät. Tekstit on pyritty pitämään mahdollisimman ytimekkäinä ja selkeinä, jotta sivujen luettavuus ei kärsisi. Sivulla on käytetty useaan otteeseen CTA-linkkejä sisältäviä viestejä, kuten "varaa tästä" tai "pyydä tarjous". Näiden avulla on pyritty vangitsemaan sivulla kävijän huomio. Ostopäätöstä tukevaksi sisällöksi on valittu kahden kuvan vertailu, jossa näytetään asiakkaan talo ennen maalausta ja maalauksen jälkeen. Korostamalla ilmaista arviointia asiakas pyritään saamaan kiinnostuneeksi luovuttamaan yhteystietonsa ja varaamaan tapaamisaika kasvotusten.

Avainsanat valitaan miettimällä, millä hakusanoilla sivulla kävijät löytävät hakemansa ja millaisia hakuja potentiaaliset asiakkaat tekevät. Avainsanoja kannattaa sijoitella harkitusti tekstisisältöihin ja otsikoihin. Avainsanojen jälkeen korostuu sisältömarkkinointi. Sisältömarkkinointi on laaja käsite, joka sisältää ison joukon erilaisia tavoitteita ja toimintatapoja. Kyse ei ole vain sivuston tekstistä ja

kuvista, vaan nykypäivänä sisältömarkkinointi tarkoittaa monia erilaisia sisällöntuotantotapoja, kuten podcasteja, vlogeja, webinaareja tai esitteitä. (Aaltonen 2019, viitattu 2.9.2020.) Informoiva sisältö kiinnostaa suurta yleisöä huomattavasti enemmän kuin pelkästään myyntiä varten suunniteltu. Nykypäivänä monella alalla kilpailu on niin kovaa, että erottumaan täytyy pyrkiä keinolla millä hyvänsä. Henkilöbrändin rakentaminen bisneksen taustalle on auttanut monia. Kun asiakas tietää kuka tuotetta tai palvelua tarjoaa ja mitkä hänen taustansa ovat, on helpompaa luottaa myyjään.

Muilta sivuilta tulevat linkit nostavat arvostusta hakukoneen silmissä. Viittaukset, hyvän sisällön jakaminen ja yhteistyöt muiden sivujen ylläpitäjien kanssa ovat tärkeitä seikkoja hakukoneoptimoinnissa. Linkki sivulta toiselle merkitsee hakukoneelle luottamuksen osoitusta. Jos monella eri sivulla on linkityksiä tietyille sivulle, hakukone ymmärtää, että linkitetyllä sivulla on linkityksen arvoista sisältöä ja näin ollen hyödyllistä näyttää myös hakukoneen tuloksissa. (Moz 2020, viitattu 2.9.2020.)

5 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa toimeksiantajan toiveiden mukaiset, uudet www-sivut ja perehtyä hakukoneoptimointiin. Opinnäytetyön aikana tavoitteet kasvoivat sekä toimeksiantajan puolelta että tekijöiden puolelta ja haastoimme itseämme lisäämällä sivuille sisältöä, jota alun perin ei ollut sinne tarkoitus laittaa. Www-sivujen rakenteellisen onnistumisen arvioinnissa koettiin tärkeäksi sivujen responsiivisuus sekä sujuva toimiminen eri selaimilla. Ulkoasun ja sisällön arvioiminen jätettiin toimeksiantajalle.

Www-sivut toimivat sujuvasti Google Chromella, Internet Explorerilla, Mozilla Firefoxilla ja Safarilla sekä mukautuvat hyvin mobiililaitteilla. WordPressin teemaksi valittu OceanWP osoittautui erinomaisesti tarpeisiin sopivaksi. Teema salli kaikkien tarvittavien muutosten tekemisen ja oli muutenkin käyttövalmis. Teeman valmiuden vuoksi pystyimme keskittymään sivujen rakentamiseen, virheiden korjaamisen sijaan. Www-sivuja tehtiin noin kolmen kuukauden ajan, ja alun vaikeuksien jälkeen työ sujui mutkitta. Monet lisäosat jopa yllättivät toimivuudellaan ja muokattavuudellaan. Käytimme ainoastaan ilmaista teemaa ja ilmaisia lisäosia. Tästä syystä jouduimme tekemään hie- man enemmän tutkimustyötä etsiessämme tiettyjä lisäosia. Google ja etenkin YouTube osoittau- tuivat todella hyviksi kanaviksi löytää apua ja vinkkejä.

Loppujen lopuksi www-sivujen päivittäminen muutti melko radikaalisti toimeksiantajayrityksen brändiä. Yrityksen valitsemaa väriteemaa selkeytettiin ja korostettiin. Lisäksi sivuilla esiintyvä logo muutettiin modernimmaksi ja sivuille toimivammaksi. Peintre Oy ei ollut aikaisemmin erityisesti mää- ritellyt tyylisuaan, joten yrityksen käyttämä fontti määriteltiin tarkasti. Määriteltyä fonttia tullaan käyttämään jatkossa myös markkinoinnissa.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui ongelmitta ja sivujen osalta päästiin hyvin asetettuihin ta- voitteisiin. Toimeksiantaja piti erityisesti sivujen yksinkertaisuudesta ja keveydestä. Hakukoneopti- moinnissa onnistumista on hankala arvioida nopealla aikataululla, koska tulosten parantumiseen menee yleensä noin neljästä kuuteen kuukautta (Stemle 2015, viitattu 26.8.2020). Sivut ehdittiin viimeistellä huolellisesti ja varmistaa toiminnallisuus. Lisäksi Peintren työntekijöitä perehdytettiin valmiuteen ylläpitää sivua. Sivujen hallinta siirtyy julkaisemisen yhteydessä Peintre Oy:n haltuun.

Työn teoreettinen viitekehys sisälsi kysymyksiä, millaiset yrityksen verkkosivujen täytyy nykypäivänä olla ja miksi niiden pitää olla sellaiset kuin pitää. Viitekehys vaati taustatietoa useista eri lähteistä. Lähdekirjallisuutta aiheeseen liittyen oli suhteellisen vähän, mutta onnistuimme löytämään mielestämme teoriapohjaan ajankohtaisia ja valideja e-kirjoja. Vaikka tunsimme jo ennestään WordPressiä jonkin verran, tämä projekti vaati myös suhteellisen paljon uuden opettelemista ja ennen kaikkea asioiden muistiin palauttamista. Koulun kursseilla tehdyt sivut olivat kuitenkin loppupeleissä hieman liian yksinkertaiset modernien yritysten käyttöön, joten käyttökokemus ja ulkonäkö astuivat uudenlaiseen rooliin sivujen rakennusprosessissa. Opimme mielestämme paljon modernista minimalistisesta verkkosuunnittelusta, hakukoneoptimoinnista sekä toisaalta myös markkinoinnista.

Verkkosivuja ja Peintren brändiä voisi jatkossa edistää tekemällä esimerkiksi asiakastyytyväisyyskyselyä sivuista tai kehittämällä tarkempi markkinointisuunnitelma. Sisältömarkkinoinnilla Peintre saisi vielä enemmän näkyvyyttä ja loisi kiinnostavaa sisältöä mahdollisille asiakkaille. Kaiken kaikkiaan tämä projekti oli mielestämme onnistunut ja ennakko-odotuksiin nähden sivuista tuli jopa positiivinen yllätys.

LÄHTEET

Aaltonen, J. 2019. Sales Communications. Viitattu 2.9.2020, <https://www.salescommunications.fi/blog/mita-on-sisaltomarkkinointi>.

Codex WordPress 2020. Theme Development. Viitattu 29.8.2020, https://codex.wordpress.org/Theme_Development.

Eravia 2020. INTERNET-SIVUJEN SUUNNITTELU. Viitattu 25.8.2020, <https://eravia.com/blogi/millainen-on-hyva-internet-sivu/>.

Finder 2020. Peintre. Viitattu 23.8.2020, <https://www.finder.fi/Kiinteist%C3%B6palvelu/Peintre/Turku/yhteystiedot/3163498>.

McFedries, P. 2019. Web Design Playground. Manning Publications. Viitattu 15.8.2020, <https://www.manning.com/books/web-design-playground#toc>.

Muurinen, J. 2016. Digitaalinen markkinointi – yrittäjä, huomioi nettisivujen merkitys. Kuulu. Viitattu 26.8.2020, <https://www.kuulu.fi/blogi/digitaalinen-markkinointi-yrittaja-huomioi-nettisivujen-merkitys/>.

Moz 2020. Backlinks. Viitattu 2.9.2020, <https://moz.com/learn/seo/backlinks>.

OceanWP 2020. Why Use OceanWP? Viitattu 15.8.2020, <https://docs.oceanwp.org/article/710-why-use-oceanwp>.

Optimizely 2020. Search Engine Optimization. Viitattu 25.8.2020, <https://www.optimizely.com/optimization-glossary/search-engine-optimization/>.

Peintre 2020. Tietoa Meistä. Viitattu 13.8.2020, <https://www.peintre.fi/tietoa-meista/>.

Pohjanen, R. 2018. Miksi ydinviesti on tärkeä verkkosivuprojektissa? Verkkواسema Oy. Viitattu 29.8.2020, <https://www.verkkoasema.fi/blogiarkisto/1-miksi-ydinviesti-on-tarkea-verkkosivuprojektissa/>.

Stemle, J. 2015. How Long Does SEO Take To Start Working? Forbes. Viitattu 26.8.2020, <https://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2015/02/07/how-long-does-seo-take-to-start-working/#11d49e24464c>.

Tilastokeskus 2019. 1. Suomalaisten internetin käyttö 2019. Viitattu 14.8.2020, https://www.stat.fi/til/sutivi/2019/sutivi_2019_2019-11-07_kat_001_fi.html.

Van Marciano, F. 2019. 6 Essential Elements Of Modern Website Design You Shouldn't Ignore. Viitattu 25.8.2020, <https://www.fabriziovanmarciano.com/modern-website-design/>.

WordPress 2020a. Overview of WordPress. Viitattu 23.8.2020, <https://wordpress.org/support/article/overview-of-wordpress/>.

WordPress 2020b. About. Viitattu 28.8.2020, <https://wordpress.org/about/>.