



Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus Uniik Oy:ssä

Emmi Enqvist

OPINNÄYTETYÖ
Kesäkuu 2024

Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Markkinointi ja myynti

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Markkinointi ja myynti

ENQVIST, EMMI:

Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus Uniik Oy:ssä

Opinnäytetyö 25 sivua, joista liitteitä on 0 sivua
Kesäkuu 2024

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa kokonaan uudet verkkosivut Uniik Oy:lle. Yritys toimii Tupperwaren maahantuojana Pirkanmaalla, Keski-Suomessa ja Kanta-Hämeessä. Verkkosivut ovat tärkeä keino yritykselle näkyvyyden saamiseen ja tämän vuoksi oli tärkeää luoda verkkosivut. Verkkosivuista haluttiin tehdä yksinkertaiset ja niin hyvät, että vältytään säännölliseltä päivittämiseltä. Sivujen tavoitteena on levittää tietoa Uniik Oy:stä sekä Tupperwaresta. Projektin suunnittelu toteutettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Alustana verkkosivujen luomiseen käytettiin alusta loppuun saakka WordPress-julkaisujärjestelmää. Tavoitteet määriteltiin tarkasti toimeksiantajan toimesta ja tavoitteena projektissa oli luoda visuaalisesti kauniit, lukijoita houkuttelevat sekä selkeät verkkosivut.

Työn alussa olevassa teoriaosuudessa käytiin läpi verkkosivujen merkitystä yrityksille sekä verkkosivujen suunnitteluvaihetta. Lopussa käsiteltiin opinnäytetyön toiminnallisen osuuden eli verkkosivuprojektin prosessia sekä sisältöä. Opinnäytetyön tuloksena syntyi kattavat ja toiveita vastaavat verkkosivut, jotka hyödyttävät toimeksiantajaa. Toimeksiantaja tutustui valmiisiin verkkosivuihin, testasi niiden toimivuuden ja hyväksyi ne. Opinnäytetyöprojektin jälkeen käyttöoikeudet siirrettiin toimeksiantajalle ja hänelle opastettiin, kuinka verkkosivuille voidaan tehdä tarvittaessa muutoksia.

Asiasanat: uniik oy, wordpress, verkkosivut

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Marketing and Sales

ENQVIST, EMMI:
Website Design and Implementation in Uniik Oy

Bachelor's thesis 25 pages, appendices 0 pages
June 2024

The objective of this thesis was to design and implement an entirely new website for a company named Uniik Oy. The company operates as the importer of Tupperware in Pirkanmaa, Central Finland, and Kanta-Häme. The website is a crucial tool for companies to gain visibility, and therefore it was important to create the website. The goal was to make the website simple and good enough to avoid regular updates. The purpose of the website is to spread information about Uniik Oy and Tupperware. The project planning was done in collaboration with the client.

WordPress publishing system was used from start to finish in creating the website. The objectives were defined precisely by the client, and the aim of the project was to create a visually appealing, reader-attracting and clear website.

The theoretical part at the beginning of the thesis discussed the significance of websites for companies and the website design phase. The end covered the establishment and content of the website process. As a result of the thesis, a comprehensive and client-desired website was obtained which benefits the client's needs. The client reviewed the finished website, tested its functionality and approved it. After the thesis project, the rights were transferred to the client, and guidance was provided on how to make changes to the website if needed.

Key words: uniik oy, wordpress, website

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY.....	7
3	VERKKOSIVUJEN MERKITYS YRITYKSELLE.....	9
4	VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU	12
	4.1 Verkkosivujen tarkoitus ja tavoitteet	12
	4.2 Visuaalinen suunnittelu.....	13
	4.3 Verkkosivujen rakenne	14
5	VERKKOSIVUJEN TOTEUTUS.....	16
	5.1 Julkaisujärjestelmä WordPress	16
	5.2 Verkkosivujen perustaminen	17
	5.3 Verkkosivujen sisältö	18
6	POHDINTA.....	21
	LÄHTEET	24

1 JOHDANTO

Digitaalinen markkinointi, eli digimarkkinointi, on 2010-luvulta lähtien yleistynyt termi, joka viittaa markkinointiin nykyaikaisilla digitaalisilla alustoilla, kuten verkkosivuilla, sähköpostissa, hakukoneissa, sosiaalisessa mediassa ja mobiilivelluksissa. Tämä ei juurikaan eroa aiemmista termeistä, kuten internetmarkkinointi, verkkomarkkinointi tai sähköinen markkinointi, sillä kaikilla tarkoitetaan markkinointia, joka hyödyntää elektronisia laitteita tai internetiä. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto & Mero, 2022, 17). Digitaalinen markkinointi tarjoaa laajan valikoiman keinoja ja alustoja, joiden vahvuuksia ovat laaja tavoitavuus ja tarkka mitattavuus. Se on nyt olennainen osa kaikkien modernien yritysten markkinointistrategiaa, sillä se mahdollistaa markkinoinnin tehokkaan kohdentamisen oikealle yleisölle. Käyttämällä erilaisia digitaalisia kanavia yritykset voivat luoda yhteyden kohdeyleisönsä henkilökohtaisemmin ja kiinnostavammin kuin koskaan ennen. Digitaalisen markkinoinnin muotoihin kuuluvat esimerkiksi yrityksen omat verkkosivut sekä digitaalinen mainonta eri sivustoilla ja alustoilla. (Myynninmaailma n.d.)

Jyväskylän vuoden 2023 yrittäjäksi valitun Janne Puustisen mukaan yrityksen verkkosivujen rooli markkinoinnissa on nyt tärkeämpi kuin koskaan. Hän korostaa, että tekoälyn yleistyessä tietomäärä kasvaa jatkuvasti, ja kun b2b-yritykset etsivät palveluntarjoajia, ne ensisijaisesti kääntyvät verkkoavaruuden puoleen eikä niinkään perinteisten myyjien puoleen. Siksi on olennaista, että yrityksen verkkosivut selkeästi viestivät kahdesta asiasta: kohdeyleisöstä ja yrityksen ainetlaatuudesta palveluntarjoajana. Lisäksi Puustinen painottaa, että viestinnän tulisi vaikuttaa sekä tunteisiin että järkeen. (Yrittäjät 2023.)

Tänä päivänä verkkosivut ovat yrityksille välttämättömyys markkinoilla menestymisen vuoksi. Näin ollen verkkosivut ovat tärkeä osa yrityksen näkyvyyttä. Verkkosivut ovat yrityksen markkinointikanava sekä tiedonlähde, mutta ennen kaikkea sivut ovat kanava, jossa asiakas saa yrityksestä ensivaikutelman. Nettisivujen avulla asiakas saa käsityksen brändistä ja yrityksen arvoista sekä tuotteista tai palveluista, joita se tarjoaa. Ne tuovat yritykselle myös uskottavuutta ja ne ovat asiakkaan näkökulmasta helppo tapa ottaa yhteyttä yritykseen. Verkkosivujen

laadukkuuteen kannattaa panostaa, sillä ne voivat olla yritykselle suuri kilpailuetu ja erottautumistekijä. (Helander 2023.)

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen työ ja sen tarkoituksena on luoda helppo-käyttöiset, yksinkertaiset ja visuaalisesti kauniit verkkosivut. Verkkosivut toteutetaan opinnäytetyön aikana alusta loppuun saakka ja niiden tekemiseen käytetään WordPress-julkaisujärjestelmää. Työn toimeksiantajana toimii Diana Nurminen Uniik Oy:n toimitusjohtaja.

Tässä opinnäytetyössä toiminnallinen osuus eli verkkosivujen luominen sai alkunsa toimeksiantajayrityksen verkkosivutarpeesta. Opinnäytetyön tekijä on tehnyt muutaman vuoden töitä toimeksiantajan kanssa ja se oli merkittävä etu tämän projektin käynnistyessä ja edetessä. Tavoitteena oli luoda verkkosivusto, joka edistää Uniik Oy:n näkyvyyttä ja levittää tietoa Tupperwaresta. Uniik Oy toimii Tupperware tuotteiden maahantuojana Pirkanmaalla, Kanta-Hämeessä ja Keski-Suomessa. Verkkosivuilla halutaan korostaa Uniik Oy:n erityisosaamista ja samalla lisätä tietoisuutta kuluttaja-asiakkaille Tupperwaresta. Verkkosivuilla tavoitellaan käyttäjäystävällistä ja informatiivista sivustoa, joka houkuttelee kävijöitä tutustumaan yrityksen palveluihin ja tarjolla oleviin tuotteisiin. Näillä verkkosivuilla haluttiin huomioida sekä Uniik Oy:n, että Tupperwaren brändi. Opinnäytetyössä pyrittiin luomaan alusta alkaen laadukkaat verkkosivut ja sellaiset, ettei niitä tarvitse päivittää säännöllisesti.

2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Diana Nurminen, Uniik Oy:n toimitusjohtaja. Uniik Oy on Tupperwaren maahantuontiyritys, joka toimii Keski-Suomessa, Kanta-Hämeessä ja Pirkanmaalla. Keskeinen toimipaikka on Tampereen ytimessä Tampellan Esplanadilla. Tupperwaren parissa toimiminen alkoi toukuussa 2009. (Nurminen 2024.)

Dianan ura on saanut alkunsa postilaatikosta löytyneestä Tupperware kuvas-tosta, jonka välissä oli kutsu uuden naapurin järjestämille Tupperware kutsuille. Kutsun johdosta Diana päätti osallistua ystävänsä kanssa elämänsä ensimmäi-sille Tupperware kutsuille naapuriin. (Nurminen 2024.)

Diana viihtyi kutsuilla ammattitaitoisen esittelijän, mukavan ilmapiirin ja laajan tuotevalikoiman ansiosta. Päälimmäisenä hänelle jäi kutsuilta mieleen juhlan tunnelma ja positiivisuus vieraiden keskuudessa. Esittelyä pitänyt Tupperware konsulentti rekrytoi Dianan ystävän mukaan Tupperwareen. Hän ahkerasti auttoi ystäväänsä pääsemään alkuun urallansa järjestämällä kutsuja omassa kodis-saan ja auttamalla sopimaan uusia esittelyitä. (Nurminen 2024.)

Muutaman kuukauden kuluttua konsulenttina aloittanut Dianan ystävä sairastui ja pyysi Dianaa pitämään tulossa olevan esittelyn hänen puolestaan. Hän ei vielä ollut itse Tupperware konsulentti ja syntyi hyvin poikkeuksellinen tilanne Tupper-wareassa. Diana joutui pitämään elämänsä ensimmäisen Tupperware esittelyn, vaikka ei ollut konsulentti. Dianan pitämän esittelyn jälkeen hänen konsulenttiys-tävänsä tiiminjohtaja houkutteli myös Dianan mukaan Tupperwareen konsulen-tiksi ja näin alkoi Dianan matka Tupperwareassa. (Nurminen 2024.)

Diana kokee saaneensa erittäin hyvän perehdytyksen ja hän osallistui heti aktii-visesti kaikkiin mahdollisiin kokouksiin ja koulutuksiin. Hänelle uuden konsulentin aloitusohjelma oli hyvin innostava ja hän piti itsestään selvänä, että hän halusi pitää esittelyjä viikoittain. Tuotteet veivät mukanaan ja Diana huomasi nopeasti niiden tuoman edun esimerkiksi lyhyempänä ruoan valmistusaikana.

Säännöllisten ja menestyksekkäiden esittelyiden pitäminen huomattiin tiimin ja tukun keskuudessa. Tämän johdosta Dianalle alkoi kertyä erilaisia tunnustuksia ja palkintoja. Ammattitaito kasvoi kohisten, esiintymisestä tuli mieleistä ja onnistumisen kokemuksia sai kokea kerta toisensa jälkeen. Onnistuminen lisäsi innostusta ja innostuneena tuli uusia onnistumisia. (Nurminen 2024.)

Tiiminjohtaja kehotti Dianaa kokeilemaan tiiminjohtajana ennen kuin hän palaisi sairaanhoitajan palkkatyöhönsä hoitovapaan jälkeen. Hän oli haaveillut saavansa olla pitkään lasten kanssa kotona ja Tupperwaren avulla se oli mahdollista. Toukokuussa 2010 hän päätti kokeilla tiiminjohtajan roolia, joka osoittautui oikeaksi ratkaisuksi. Vuoden päästä hän irtisanoutui palkkatyöstään ja jäi täysipäiväiseksi yrittäjäksi Tupperwaren pariin. Vuosien aikana hän eteni urallaan paljon ja sai hienoja kokemuksia, joita palkkatyössä ei olisi voinut kokea. (Nurminen 2024.)

Edellisen maahantuojan lopetettua Dianalle tarjottiin mahdollisuutta jatkaa maahantuojana elokuussa 2022. Kun päätös Tupperware maahantuojana aloittamisesta oli syntynyt, asiat lähtivät etenemään omalla painollaan. Toimitila löytyi nopeasti ja yritys perustettiin välittömästi tämän jälkeen. Maahantuonnin siirtyminen yritykseltä toiselle oli iso projekti, jota tehtiin yhteisvoimin useiden eri tahojen kanssa. Näin alkoi Uniik Oy:n tarina. (Nurminen 2024.)

Yrityksellä ei ole ennestään ollut verkkosivuja ja ainoana kanavana on ollut käytössä Facebook-sivu. Tuoreen Uniik Oy:n lähtökohtana oli ajatus ottaa kaikki keinot käyttöön näkyvyyden saamiseksi. Verkkosivut ovat tärkeä keino yrityksen näkyvyyden saamiseksi ja tämä johti verkkosivujen luomiseen. (Nurminen 2024.)

Uniik Oy yrityksessä on toimitusjohtaja Diana Nurmisen lisäksi yksi osa-aikainen työntekijä, joka käsittelee Tupperwaren takuuvaihtoja, hoitaa yrityksen sähköpostia ja postiliikennettä sekä tarpeen mukaan juoksevia asioita. Uniikissa on tällä hetkellä 34 tiiminjohtajaa ja 320 konsulenttia. Tiiminjohtajat ja konsulentit eli Tupperware tuotteiden jälleenmyyjät ovat itsenäisiä yrittäjiä, jotka ovat tehneet Uniik Oy:n kanssa konsulenttisopimuksen. Tiiminjohtajan työ on hyvin paljon samaa kuin konsulentin, mutta erona tiiminjohtajalla on tiimin johtaminen ja konsulenttien kouluttaminen sekä itsensä kehittäminen. (Nurminen 2024.)

3 VERKKOSIVUJEN MERKITYS YRITYKSELLE

Yksi tärkeimpiä työkaluja yritykselle ovat verkkosivut, sillä ne tuovat uusia asiakkaita ja tarjoavat asiakkaille paljon informaatiota yrityksestä. Verkkosivuston merkitys kasvaa jatkuvasti, sillä yhä useammin ostopäätökset ja myynti tapahtuvat täysin digitaalisilla alustoilla. Asiakas saa ensikosketuksen yritykseen verkkosivujen välityksellä. Verkkosivut tarjoavat mahdollisuuden luoda miellyttävän ensivaikutelman yritykseen, sen arvoihin ja tarjontaan. Sivut ovat yritykselle kaiken digitaalisen markkinoinnin perusta ja niiden sisältö koostuu yleisesti ottaen ainakin seuraavista osa-alueista: yrityksen ja tuotteiden esittely, ajankohtaiset asiat, linkit sosiaalisen median kanaviin, analytiikka ja yhteystiedot. Yhteydenottoon kannattaa panostaa, jotta asiakas voi ottaa yhteyttä eri tavoilla. Hyviä esimerkkejä ovat puhelinnumero, sähköposti ja sosiaalisen median kanavat. (Valkohattu 2019.)

Asiakkaalla on mahdollisuus löytää informaatiota verkkosivuilta milloin tahansa, jopa vuorokauden ympäri ja ne palvelevat myös silloin, kun itse ei ole paikalla. Verkkosivut tarjoavat asiakkaille tietoa yrityksestä, sen tuotteista ja palveluista, ja ne voivat toimia myös asiakaspalvelukanavana esimerkiksi kysymysten ja palautteiden käsittelyssä. Nykyään yritykset hyödyntävät myös paljon sosiaalisen median kanavia, mutta siitä huolimatta perinteisiä verkkosivuja ei saa unohtaa. (Helpot kotisivut 2023.)

Verkkosivut ovat vahva perusta yrityksen markkinoinnille ja ne toimivat digitaalisena käyntikorttina. Kun asiakkaalla herää kiinnostus yritystä kohtaan ja hän halua kuulla yrityksestä lisää, niin verkkosivut tarjoavat ratkaisun. Erilaisia sosiaalisen median kanavia kannattaa myös hyödyntää, ja ne täydentävät hyvin yrityksen verkkosivuja digimarkkinoinnin kannalta. Verkkosivut ovat yrityksen oma alusta, joihin ulkopuoliset tahot eivät voi vaikuttaa. Toisin kuin sosiaalisen median kanavat omistavat joku muu ja niiden tulevaisuuteen ei pysty itse vaikuttamaan. Yrityksen käyttäessä erilaisia kanavia markkinointiin täytyy pitää huoli, että brändi on joka paikassa yhteneväinen. Monipuolisesti eri kanavien käyttäminen on erottautumistekijä, sillä mitä laajemmin oma brändi on näkyvillä, niin sitä helpommin se jää asiakkaalle mieleen. (Helander 2023.)

Laadukkaiden verkkosivujen tärkeimmät elementit ovat hyvä tekninen toimivuus, kiinnostusta herättävä ulkoasu, asiakaskokemus ja asiakkaan tarpeita palveleva sisältö. Verkkosivut ovat tärkeä pitkän ajan investointi yritykselle. Tämän vuoksi kannattaa hyvin tarkkaan miettiä, kuka yrityksen verkkosivut tekee ja miten ne toteutetaan. Verkkosivujen tekeminen voi olla haastava ja aikaa vievä prosessi ja niiden tekemiseen löytyy paljon ammattilaisia, joiden hyödyntämistä yritysten kannattaa harkita. Verkkosivuihin ja ylipäätään markkinointiin kannattaa panostaa todella hyvin heti yrityksen perustamisen alussa. (Helander 2023.)

Verkkosivut mahdollistavat tehokkaan markkinoinnin ja mainonnan toteuttamisen kampanjoiden avulla. Ne antavat myös mahdollisuuden kohdentaa markkinointia tarkasti eri kohderyhmille. Verkkosivujen tulee tukea brändin ilmettä sekä ulkonäköä. Hyvin tehdyt ja laadukkaat nettisivut luovat luotettavuutta asiakkaan ja yrityksen välille. Laadukkaiden verkkosivujen avulla yrityksellä on mahdollisuus erottua kilpailijoistaan. (Valkohattu 2019.)

Hakukoneoptimoinnilla (SEO) avulla parannetaan verkkosivuston näkyvyyttä ja houkutellessaan korkealaatuista liikennettä sivustolle kehittämällä sen sijoitusta hakukoneiden tuloksissa ja siten lisäämällä kävijäliikennettä. Hakukoneoptimoinnilla tavoitellaan sivuston kävijämäärän kasvua. Hakukoneoptimointi on pitkäjänteinen prosessi, sillä hakukoneet ottavat huomioon monia tekijöitä sijoituksia määrittellessään. Lisäksi kilpailu orgaanisesta näkyvyydestä jatkaa kasvuaan. Vaikka hakukoneoptimointi vie aikaa, se on silti keskeinen osa digimarkkinointia. Orgaanisen liikenteen kasvaessa myös digimarkkinointi vahvistuu. Toisin kuin maksettu mainonta, orgaaninen näkyvyys tarjoaa vakaan pohjan markkinoinnille, joka ei ole riippuvainen mainosbudjetista. Tämä tekee siitä kestävämmän ratkaisun, joka ei ole altis maailmanlaajuisille kriiseille. (Suomen digimarkkinointi. n.d.)

Web-analytiikka ja verkkoliikenteen seuranta ovat tärkeitä osa-alueita verkkosivuston menestyksen ymmärtämisessä ja parantamisessa. Verkkosivujen web-analytiikka tarjoaa tietoa sivuston kävijöistä. Tämä auttaa ymmärtämään paremmin kohdeyleisöä ja heidän käyttäytymistään sivustolla. Analytiikka paljastaa, miten kävijät ovat vuorovaikuttaneet sivuston kanssa. Esimerkkejä ovat sivujen kävijämäärät, käyttöaika ja käyttäjien reitit sivustolla. (Vaasala 2023.)

Näiden tietojen avulla voidaan tunnistaa suosituimmat sivut. Analytiikka tarjoaa myös tietoa siitä, mistä kävijät saapuvat sivustolle, kuten hakukoneista, suorista linkeistä, sosiaalisesta mediasta tai mainoksista. Tämä auttaa tunnistamaan tehokkaimmat markkinointikanavat ja panostamaan niihin enemmän. (Vaasala 2023.)

Yhteenvetona voidaan todeta, että analytiikka ja seuranta tarjoavat arvokasta tietoa verkkosivuston suorituskyvystä, myynnistä, käyttäjäkokemuksesta ja markkinoinnin tehokkuudesta. Näiden tietojen avulla yritykset voivat tehdä perusteltuja päätöksiä sivuston kehittämisessä ja markkinoinnin optimoinnissa, mikä voi johtaa parempiin tuloksiin ja parempaan käyttäjäkokemukseen. (Vaasala 2023.)

4 VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU

4.1 Verkkosivujen tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyössä tehtävien verkkosivujen tavoitteena on saada yhä enemmän näkyvyyttä Tupperwaren maahantuojayritykselle Uniik Oy:lle, joka toimii Pirkanmaalla, Keski-Suomessa ja Kanta-Hämeessä ja levittää tietoa Tupperwaresta. Uniikin toimitila sijaitsee keskeisellä paikalla Tampereella Tampellan Esplanadilla katutasossa.

Verkkosivujen suunnitteluvaiheessa oli tärkeää ymmärtää mikä sivujen kohderyhmä on, sillä näiden luotavien sivujen avulla halutaan auttaa kohderyhmää näkemään mahdollisuudet, joita Tupperware tarjoaa. Uniikin kohderyhmään kuuluvat kuluttajat, jotka etsivät tapoja helpottaa ja nopeuttaa ruoanlaittoa, sekä terveellisistä elämäntavoista ja ympäristötietoisista valinnoista kiinnostuneet, sillä Tupperware tuotteet tunnetaan kestävydestään ja ympäristöystävällisistä ominaisuuksista.

Kestävä ajattelu ja käyttäytyminen ovat Tupperwaren kaksi peruseriaatetta. (Tupperware n.d.) Näitä periaatteita nostettiin verkkosivuilla tärkeänä osana esille. Yritys keskittyy ympäristöön innovatiivisten ja nykyaikaisten tuotteiden avulla, minimoi roskat ja jätteet sekä pitää huolta meidän ympäristöstämme. Tupperwaressa panostetaan säännöllisesti kestävä kehityksen kehittämiseen. Tuotteiden lisäksi Tupperware tarjoaa loistavia harrastus- ja uramahdollisuuksia ihan jokaiselle iästä tai sukupuolesta riippumatta. ”Liity osaksi tunnettua ja kestävä brändiä. Saat mahdollisuuden edustaa maailmankuulua brändiä ja myydä kestäviä tuotteitamme.” (Tupperware n.d.)

Mielestäni Tupperware on monien mielessä yritys 1970-luvulta ja kaikki kuluttajat eivät välttämättä edes tiedä, että yritys toimii edelleenkin tänä päivänä aktiivisesti. Tupperwaressa on haluttu muuttaa käsitykset ja mahdollistaa uusi alku sekä tuoda suomalaisille tietoon yrityksen nuorekkuutta sekä muutosta, johon Tupperware on menossa. Tupperware on nykyaikainen ja trendeistä tietoinen, ehkä jopa edelläkävijä. Esimerkiksi värien valinnassa Tupperware tuotteet ovat aina

askeleen edellä tulevia trendejä. Näitä asioita halutaan viestiä verkkosivujen avulla lukijoille.

4.2 Visuaalinen suunnittelu

Verkkosivujen visuaalinen suunnittelu on ratkaiseva tekijä niiden kokonaisilmeessä ja houkuttelevuudessa. On todella tärkeää harkita huolellisesti käytettäviä värejä ja fontteja, jotta varmistutaan niiden yhdenmukaisuudesta ja sopivuudesta yrityksen ilmeelle. Kuvat puolestaan tuovat sivuille elinvoimaa ja visuaalista kiinnostavuutta. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluo & Mero, 2022, 115). Näitä verkkosivuja suunnitellessa pidettiin toimeksiantajan kanssa tärkeänä, että kuvia on sekä Tupperware-tuotteista että Uniikista. Kuvissa halutaan tuoda esille ajankohdaisia tuotteita, raikkaita kuvia ja tuotteita, jotka eivät ole ihan perinteisiä. Kuvien valinta verkkosivuille tehtiin toimeksiantajan toiveiden mukaan.

Ajatus verkkosivujen värimaailmaan lähti liikkeelle WhatsAppin avulla lähetettävästä viestistä värimaailmaan liittyen Uniikin tiiminjohtajille. Viestin avulla selvitettiin, mikä väri heille tulee mieleen Uniikista ja sen tunnelmasta. Siihen vastasi 19 tiiminjohtajaa 35:n tiiminjohtajan joukosta eli noin 54 %. Kysely oli hyvin avoin, sillä siinä ei ollut vaihtoehtoja ollenkaan. Kyselyllä tavoiteltiin, että jokainen vastaajan miettii itse oman fiiliksen mukaan Uniikista mieleen tulevaa väriä. Tiiminjohtajat olivat suhteellisen yksimielisiä tuloksesta nostaen yhden värin vahvimpana esille.

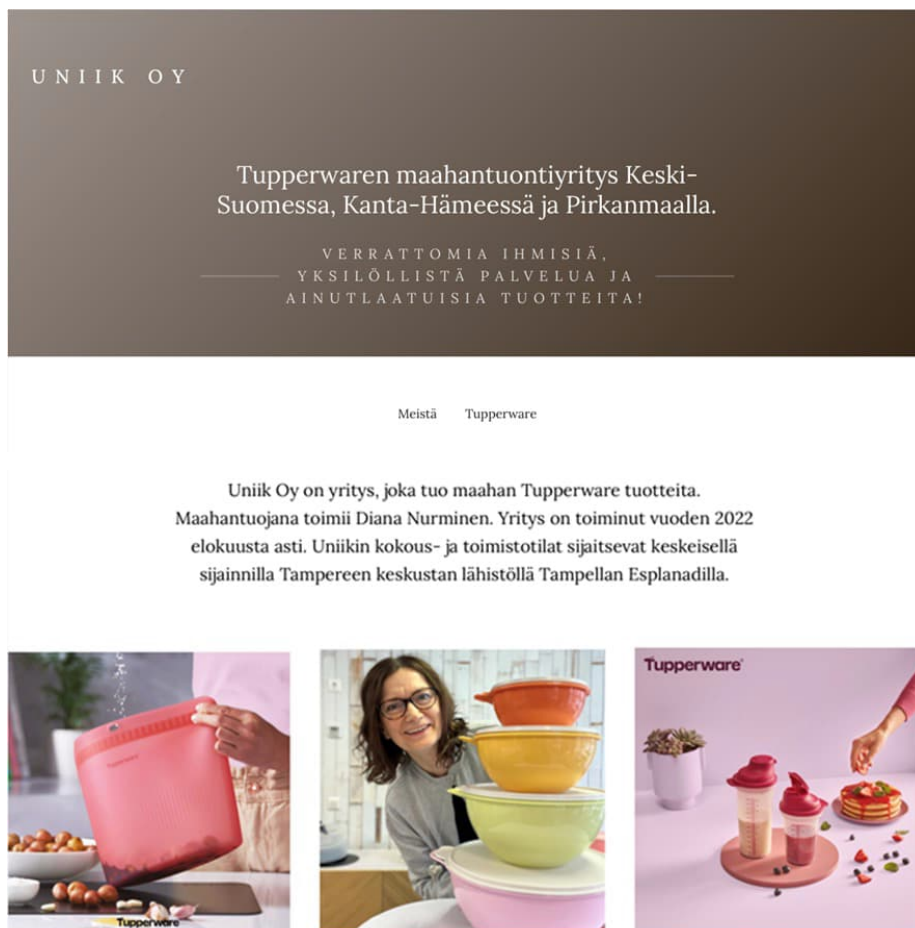
Värimaailmaksi valikoitui kyselyn perusteella ruskean eri sävyt sekä valkoinen eli hyvin maanläheiset värit. Fontin tyyli sekä -koko vaikuttavat kuvien lisäksi sivujen houkuttelevuuteen. Fontiksi valikoitui verkkosivuille valitun teeman oletusfontti, koska se on yksinkertainen, hyvä ja selkeä. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluo & Mero, 2022, 115).

4.3 Verkkosivujen rakenne

Verkkosivujen rakenteesta haluttiin tehdä mahdollisimman yksinkertainen ja helppokäyttöinen. Näille sivuille luotiin rakenne, joka muistuttaa pyramidia. Pyramidin huipulla on pääsivu eli etusivu ja sen alla on muut sivut, joista jokaisella on oma merkityksensä. Verkkosivujen rakenne kannattaa suunnitella hakukonenäkyvyyden kannalta hyvin, jotta se antaa Googlelle merkkejä siitä, mitkä ovat verkkosivustolle tärkeimmät sivut. (Suomen digimarkkinointi n.d.)

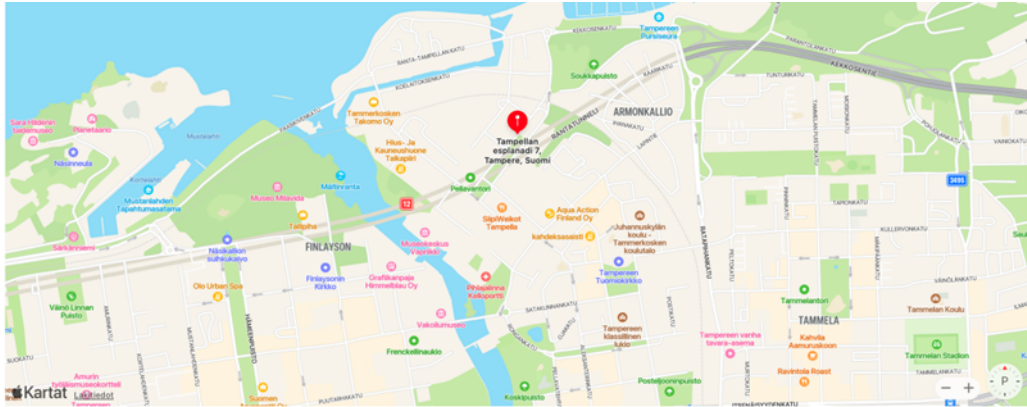
Opinnäytetyössä luotavilla verkkosivuilla on etusivun lisäksi kaksi sivua ja kaikki tieto löytyy kyseisiltä sivuilta, jolloin kaikki sisältö on näissä kolmessa sivussa. (KUVA 1). Etusivun lisäksi kaksi muuta sivua ovat:

- ”Meistä” -sivu, joka kertoo Uniikista ja sen toiminnasta.
- ”Tupperware” -sivu, joka kertoo Tupperwaren tuotteista ja esittelyistä, konsulentin työstä sekä yhdestä tärkeimmistä arvoista eli kestävästä kehityksestä.



KUVA 1. Verkkosivujen rakenne (Unii Oy, 2024)

Etusivulle kuvattiin sijainti selkeästi, jotta Uniikkiin on jokaisen helppo löytää. Lisäksi etusivulle sekä kahdelle muulle sivulle haluttiin yhteystiedot ymmärrettävästi esille sivun alareunaan. (KUVA 2).



UNIIK OY

Tampellan Esplanadi 7 Lh 3
33100 Tampere, Finland
p. 050 350 3185
uniik@uniik.fi
Tupperware.fi

AVOINNA:

Maanantai - keskiviikko 9 - 15



KUVA 2. Etusivun kartta ja sivujen alaosien banneri eli footer. (Unii Oy, 2024)

5 VERKKOSIVUJEN TOTEUTUS

5.1 Julkaisujärjestelmän valinta

Julkaisujärjestelmä on ohjelmisto, joka helpottaa verkkosisällön luomista, hallintaa ja muokkausta ilman syvällistä teknistä osaamista. Sen avulla käyttäjät voivat luoda ja ylläpitää verkkosivuja, blogeja, uutissivustoja ja muita verkkosisältöjä intuitiivisen käyttöliittymän kautta. Julkaisujärjestelmät eivät ainoastaan mahdollista sisällön julkaisua ja päivitystä, vaan ne tarjoavat myös ratkaisuja sisällön varastointiin, muotoiluun, versionhallintaan, hakemiseen ja palauttamiseen. Laadukkaat julkaisujärjestelmät tarjoavat monipuolisia ominaisuuksia, joiden avulla verkkosivustoa voi mukauttaa kattavasti. Näihin ominaisuuksiin kuuluvat muun muassa valikoiden muokkaaminen ja uusien toimintojen lisääminen, mikä tekee sisällön hallinnasta ja sivuston ylläpidosta sujuvaa ja joustavaa. Julkaisujärjestelmiä ovat esimerkiksi WordPress, Wix, Spohify ja Drupal. Sopivan julkaisujärjestelmän valinta tehdään verkkosivujen tavoitteiden ja tarkoituksen mukaan. (Folcan n.d.)

WordPress on ilmainen sisällönhallintajärjestelmä, jonka avulla voidaan luoda esimerkiksi nettisivut, blogi tai verkkokauppa. Sisällönhallintajärjestelmä on ohjelma, jolla voi hallinnoida ja päivittää verkkosivuja. WordPressin avulla käyttäjät voivat luoda ja muokata sisältöä helposti ja intuitiivisesti, ilman syvällistä ohjelmointi- tai teknistä osaamista. (WP Kotisivut n.d.)

WordPress on perustettu vuonna 2003 ja se on avoimeen lähdekoodiin perustuva ohjelmisto. Avoin lähdekoodi tarkoittaa, että sen lähdekoodi on avoin kaikille kehittäjille, jotka haluavat osallistua sen kehitykseen ja parantamiseen. Lisäksi WordPressin avulla voidaan luoda monikielisiä ja monitasoisia verkkosivustoja, ja se tarjoaa käyttäjilleen laajan valikoiman laajennettavuutta ja räätälöitävyyttä. Se on helppokäyttöinen alusta ja tarjoaa monipuoliset ominaisuudet, jonka vuoksi se on yksi suosituimpia ja käytetyimpiä sisällönhallintajärjestelmiä koko maailmassa. Vuonna 2021 kaikista maailman verkkosivuista 43 % oli rakennettu tämän alustan kautta. (WP Kotisivut n.d.)

WordPressissä on kattava valikoima teemoja, jotka ovat tärkeitä nettisivujen visuaaliselle pohjalle. Teemoja saa ilmaiseksi, mutta mikäli haluaa panostaa tyylikkyteen, niin valikoimasta löytyy tuhansia premium-teemoja, jotka ovat maksullisia. Lähes jokaiseen premium-teemaan sisältyy valmiita sivupohjia, kuten etusivu, laskeutumissivu, tietoja meistä (yhteystiedot), portfolio, verkkokauppa ja blogisivu (artikkeli). Nämä valmiit sivupohjat mahdollistavat nopean verkkosivuston rakentamisen ja julkaisemisen, sillä sivuille tarvitsee lähinnä vain lisätä omat kuvat ja kirjoittaa sisältötekstit. (WP Kotisivut n.d.)

WordPressin avulla voi tehdä hyvin monipuolisesti erilaisia verkkosivuja. Oli kyseessä blogi, nettisivut tai jopa verkkokauppa, niin nämä kaikki onnistuu saman alustan kautta. WordPressiin saa tuhansia erilaisia lisäosia, joista osa on maksuttomia ja osa on maksullisia. Ne vievät nettisivujen teon ja lopputuloksen täysin uudelle tasolle. Maksuttomillakin lisäosilla saa luotua toimivat verkkosivut. (WP Kotisivut n.d.)

Opinnäytetyössä tehtyjen verkkosivujen luomiseen käytettiin maksullista versiota, jotta saatiin oma domain verkko-osoite ilman wordpress.com -loppuosaa. Tämä versio sisältää myös enemmän teemoja, mutta niistä ei tule lisämaksuja. Maksullisia lisäosia ei koettu tarpeelliseksi käyttää.

5.2 Verkkosivujen perustaminen

Ennen opinnäytetyöhön liittyvän verkkosivuprojektin alkamista toimeksiantaja oli jo ostanut yritykselle verkkotunnuksen uniik.fi, sillä hänellä oli haaveena saada yritykselleen jossain vaiheessa verkkosivut. Ne eivät kuitenkaan olleet tärkeysjärjestyksessä ensimmäisenä ja toimeksiantajalla ei itsellään ollut osaamista tai aikaa niitä tehdä. Verkkosivut rakennettiin alusta loppuun asti käyttäen WordPress-julkaisujärjestelmää, sillä se oli opinnäytetyön tekijälle jo ennestään hieman tuttu alusta.

Koko tämä projekti aloitettiin perusteellisella suunnittelulla verkkosivujen osalta, jota työstettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Mietittiin hyvin tarkkaan, mitä sivuilla halutaan tuoda esille ja millä tavalla. Ensimmäistä kertaa WordPress-

alustaa avatessa sivuille valittiin sopiva teema ja sen yhteydessä aiemmin valittu värimaailma.

Heti projektin alussa löytyi hyvä pohja, johon lähdettiin sivuja perustamaan. Jo suunnitteluvaiheessa tuli ilmi, että sivuista tehdään suhteellisen yksinkertaiset ja sellaiset, joita ei ole tarvetta säännöllisesti päivittää. Etusivun lisäksi sivuja on kaksi. Toisella sivulla keskitytään Tupperware yritykseen, kestävään kehitykseen sekä Tupperware tuotteisiin ja toisessa sivussa syvennytään tarkemmin siihen, mikä on Uniik ja millaista toimintaa se tarjoaa.

Ensimmäisenä sivuille kirjoitettiin etusivun otsikko, iskulause sekä alaosan banneriin eli footerin yhteystiedot. Etusivulle tuli yksi ylimääräinen elementti ja se on kartta, jossa näkyy Uniikin sijainti. Näiden jälkeen oli luontevaa lähteä miettimään sivujen navigointia eli kuinka saadaan tehtyä laskeutumissivut sekä etusivun muuta sisältöä. Verkkosivut toimivat responsiivisesti, jotta niitä voi käyttää monipuolisemmin ja useammilla erilaisilla laitteilla.

Kun sivupohjat ja navigointi oli luotu, niin alettiin tuottamaan tekstiä sivuille. Ensin kirjoitettiin tekstit etusivulle, tämän jälkeen Tupperware -sivulle ja viimeisenä Uniikin esittelysivulle. Uniikin esittelysivun sisällön tuotti kokonaan toimeksiantaja, sillä tavoitteena oli saada siitä hänen näköisensä ja toivomansa kokonaisuus. Tekstiosiodien jälkeen täydennettiin jokaista sivua kuvilla, jotka toimeksiantaja oli valinnut.

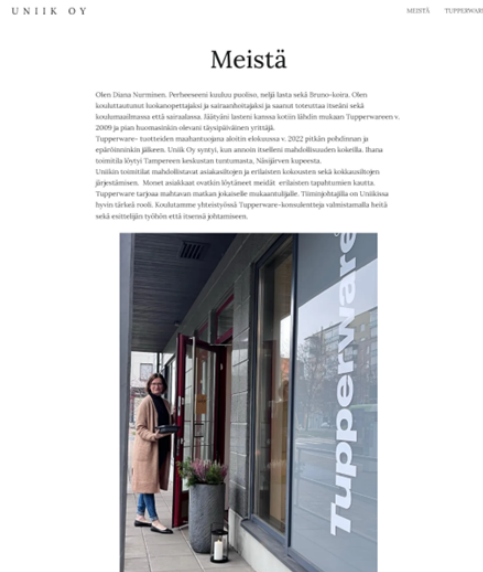
5.3 Verkkosivujen sisältö

Verkkosivujen sisältö suunniteltiin koko nettisivuprojektin alussa yhdessä toimeksiantajan kanssa. Tavoitteena oli luoda pysyvä ja ajaton pohja sivuille, jotta näin jää säännölliset työtä lisäävät päivittämiset pois. Sivut tuotettiin vain suomen kielellä.

Sisältö on jaettu sivuille selkeästi kahteen osioon: Tupperware ja Uniik. Verkkosivujen päätarkoituksena on, että sieltä löytyy Uniikin yhteystiedot sekä sijainti, tietoa Uniikista, sen toiminnasta ja toimitusjohtajasta. Näiden lisäksi luoduilla

verkkosivuilla on tärkeää olla tietoa Tupperware konsulentin eli jälleenmyyjäntyöstä, yrityksen arvoista sekä siitä mihin kaikki perustuu, eli Tupperware-esittelystä.

Uniikin esittelysivulla haluttiin tuoda esille pieni kuvaus toimitusjohtajasta ja hänen matkastaan siihen pisteeseen. (KUVA 3). Tämän sivun osalta pidettiin tärkeänä, että asia tulee suoraan toimitusjohtajalta ja hänen sydämeästään.



Sijaintimme

On keskeisellä paikalla kävelymatkan päässä Tampereen keskustasta. Tampereen rautatieasemalle on matkaa 1km, joten pääset helposti kauempaakin. Autollakin pääsee hyvin, sillä kadunvarsipaikkoja on paljon ja vieressä on kolme parkkihallia.

Avoinna:

Ma - Ke 9-15

Osoite:

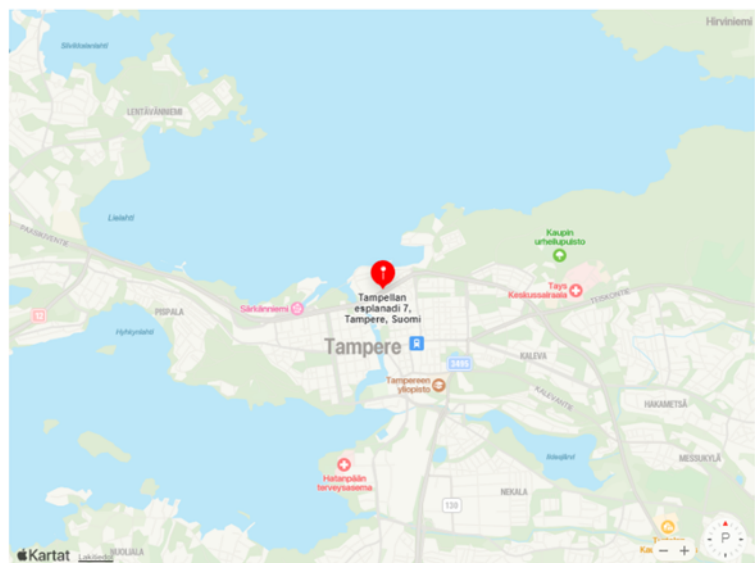
Tampellan esplanadi 7 lh 3
33100 Tampere

Puhelinnumero:

050 350 3185

Sähköposti:

uniik@uniik.fi



KUVA 3. Uniikin esittelysivu. (Uniik Oy, 2024)

Tupperware -sivulle haluttiin luoda selkeät ja ytimekkäät sisällöt. Sivulle kirjoitettiin sellaiset sisällöt, jotka eivät ajan saatossa muutu. (KUVA 4).

UNIIK OY

MEISTÄ TUPPERWARE

Tupperware



KESTÄVÄ KEHITYS

"Meille kestävä kehitys merkitsee enemmän kuin vain trendiä. Vastuullisuus alkaa, kun tuotetta aletaan valmistaa". Huolehdimme ympäristöstä monilla eri tavoilla. Tarjoamme kuluttajille innovatiivisia, vastuullisesti valmistettuja tuotteita, joita käyttämällä kertakäyttöisten materiaalin käytön tarve loppuu käytännössä kokonaan.

Yli 80 % Euroopan markkinoille suunnatuista tuotteistamme valmistetaan Euroopassa Tupperware tehtailla Belgiassa ja Portugalissa.

Tuotteemme ovat turvallisia käyttää. Vuodesta 2012 lähtien tuotteet eivät ole sisältäneet bisfenolia, polyvinyylikloridia (PVC) tai ftalaatteja. Vuoteen 2025 mennessä tehtailla ei ole tuotantojätettä ja poistamme kaiken kertakäyttöisen suojamuovin tuotteiden ympäriltään.

Tupperware kierrättää. Meidän Eco+ materiaali on valmistettu kierrätysmateriaalista. Vuonna 2021 kierrätimme yli 131 995 kiloa muovijätettä, joka olisi muuten voinut löytyä luonnosta tai meidän valtameristämme. Tämä vastaa yli 6,4 miljoonaa puolen litran kertakäyttöistä juomapulloa.

TUPPERWARE

Yhdysvaltalainen liikemies ja keksijä Earl Tupper perusti Tupperwaren vuonna 1938. Hän kehitti alun perin tiiviitä kansia maaliipurkkeihin, estääkseen maalin kuivumisen ja hukkaan menemisen. Hänen vaimonsa herätti kuitenkin mielenkiintoisen kysymyksen: "Miksi vastaavia astioita ei ole keittiössä, jotta ruoat säilyisivät pidempään?". Tästä syntyi ajatus Tupperwaren ensimmäisestä tuotteesta, Ihmekulhoista.

Tuotteita alettiin myydä kaupoissa, ja erityisesti erällä alueella ne saavuttivat suurta suosiota. Selvisi, että Brownie Wise oli ostanut näitä tuotteita itselleen ja huomasi niiden hyödyt ja käytännöllisyyden. Hän alkoi esitellä tuotteita muille, mikä johti laajempaan kiinnostukseen. Tämän myötä Brownie Wise liittyi Tupperwareen ja kehitti kotimyynti-idean, joka johti päätökseen vetäytyä tuotteiden kaupallisesta myynnistä. Ensimmäinen Tupperware-esittely pidettiin vuonna 1949.

Tupperware laajeni Pohjoismaihin vuonna 1962 ja saapui Suomeen vuonna 1965, jolloin Elisabeth Rehn toimi maahantuojana. Tämä laajentuminen merkitsi Tupperwarelle merkittävää askelta, kun brändi vakiinnutti asemansa laadukkaiden ja käytännöllisten keittiötarvikkeiden tarjoajana. Tupperware on maailman suurin kotitalousmuovin valmistaja. Yritys toimii yli 80 maassa ja jälleenmyyjä on yli 2 miljoonaa. Uusia tuotteita, materiaaleja sekä brändiä kehitetään koko ajan. Vuosittain pidetään yli 15 000 000 esittelyä.

Tupperwaren tuotevalikoima on kattava ja se kasvaa koko ajan. Tupperwaren tärkeimmät ominaisuudet ovat: laadukas materiaali, tuotesuunnittelu ja käyttäjäturvallisuus sekä ekologisuus.

ESITTELY

Tupperware-esittely on yhdessäolon hetki, jossa yksi henkilö toimii emäntänä tai isäntänä, kutsuen vieraat yhteen joko fyysisesti tai etäyhteyden välityksellä, esimerkiksi Zoomin tai Facebookin kautta. Esittelyyn osallistuu myös Tupperware-konsulentti, joka esittelee Tupperware®-tuotteita. Esittelyn kulku etenee niin, että konsulentti aluksi esittelee tuotteet ja voi samalla valmistaa jonkin reseptin kahvipöytään tuotteita käyttäen. Vieraat saavat myös kokeilla tuotteita itse ja lopuksi nauttia rennosti kahvihetkestä.

Esittely tarjoaa mukavaa yhdessäoloa, ja se on mainio syy kutsua ihmiset yhteen. Vieraita voi kutsua eri ryhmistä, kuten sukulaisia, ystäviä, naapureita, työkavereita ja muita tuttavuuksia. Esittelyn aikana on tilaisuus vaihtaa ideoita, jakaa vinkkejä ja inspiroitua yhdessä. Tämä kokemus yhdistää ihmisiä ja tarjoaa tilaisuuden nauttia hyvästä seurasta ja mahdollistaa tutustumisen käytännöllisiin sekä laadukkaisiin tuotteisiin. Toimimalla esittelyn emäntänä tai isäntänä saa myös hienoja Tupperware-tuotteita lahjaksi.

TUOTE

Yli 75 vuoden ajan Tupperware on johtanut innovaatioita kestävien ja käyttäjäturvallisten keittiötarvikkeiden saralla. Erityisesti tunnetut säilytysastiat, jotka on valmistettu kestävästä muovista, pitävät ruoan tuoreena pidempään. Tupperware-tuotteet tarjoavat monipuolisia ratkaisuja arjen tarpeisiin sekä edistävät ympäristöystävällistä elämäntapaa vähentämällä kertakäyttöpakkausten käyttöä. Innovaatiot helpottavat ruoanlaittoa, säilytystä ja tarjoilua samalla säästäten aikaa ja energiaa. Viime vuosien aikana valikoimaan on tullut myös metalli- ja lasimateriaalista valmistettuja tuotteita.

KONSULENTTI

Tupperware-konsulentti on osa isompaa Tupperware-yhteisöä. Konsulentiksi voi ryhtyä kuka tahansa, sillä työ ei vaadi erityistä työkokemusta tai koulutusta. Työskentely konsulenttina on joustavaa, jolloin jokainen voi itse vaikuttaa omaan työaikaan ja ansioihin. Konsulentin työ antaa paljon muutakin, kuten hauskan ja kannustavan työyhteisön, tyäden tuen kollegoilta sekä lisäksi pääsee kehittämään itsessään monia asioita. Työ konsulenttina tarjoaa siis monipuolisia etuja, jotka eivät rajoitu pelkästään raha-ansioihin.

Meillä Tupperwaressa on erityisen hyvä koulutusjärjestelmä, mikä tukee konsulentteja sekä uran alussa että koko matkan aikana.

Olet tervetullut mukaan!

KUVA 4. Tupperware -sivu (Uniik Oy, 2024)

6 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa verkkosivut Uniik Oy nimiselle yritykselle. Uniik Oy toimii Tupperwaren maahantuontiyrityksenä, joka vaikuttaa Pirkanmaalla, Kanta-Hämeessä sekä Keski-Suomessa. Maailmanlaajuinen Tupperware tunnetaan keittiötuotteistaan, jotka on pitkälti valmistettu muovista ja joissa tärkeimpänä arvona huomioidaan kestävä kehitys. (Tupperware n.d.)

Uniik Oy on tuore yritys, joka aloitti toimintansa elokuussa 2022. Yrityksen toimitusjohtajana toimii Diana Nurminen, joka on myös tämän opinnäytetyön toimeksiantaja. Vaikka verkkosivut olivat olleet tuoreen yrittäjän mielessä, ne eivät olleet ensisijaisia tehtäviä yrityksen käynnistyessä. Yrityksellä oli kuitenkin selkeä tarve verkkosivuille Uniikin ja Tupperwaren näkyvyyden saamiseksi. Näin ollen verkkosivut olisivat hyvä alusta tiedon levittämiseen Uniikista ja Tupperwaresta. Toimitusjohtajalle ehdotettiin verkkosivujen toteuttamisesta ja se oli sekä opinnäytetyön tekijää, että Uniikin toimitusjohtajaa palveleva ratkaisu. Projektin alussa tehtiin tarkka suunnitelma yhdessä toimeksiantajan kanssa sekä määriteltiin verkkosivujen tavoitteet ja tarkoitus. Huolimatta vapaudesta verkkosivujen toteuttamisessa pidettiin kuitenkin huoli siitä, että ne vastasivat toimeksiantajan tarpeita. Opinnäytetyö tehtiin eettisesti ja opinnäytetyössä ja viitemerkinnöissä noudatettiin Tampereen ammattikorkeakoulun opinnäytetyön raportoinnin ohjeita. Yhteistyö ja viestintä toimeksiantajan kanssa on myös toteutettu eettinen näkökulma huomioiden, sillä se on ollut avointa ja rehellistä. Verkkosivujen sekä opinnäytetyön sisältö on luotu luotettavien lähteiden avulla.

Verkkosivuilla huomioitiin teoriaosiossa olevia asioita. Sivuja luodessa otettiin huomioon sisältö digitaalisen markkinoinnin näkökulman kannalta tärkeistä ominaisuuksista sekä linkitettiin yrityksen sosiaalisen median kanavana oleva Facebook-tili. Verkkosivut luotiin laadukkaiksi tärkeiden elementtien kannalta. Sivulla on hyvä tekninen toimivuus, kiinnostusta herättävä ulkoasu ja asiakkaan tarpeita palveleva sisältö. Opinnäytetyön tekijä on perehtynyt analytiikkaan ja sen toteuttamiseen sekä opastaa toimeksiantajaa sen hyödyistä. Toimeksiantaja kuitenkin päättää, millä tavalla jatkossa tulee hyödyntämään analytiikkaa.

Analytiikkatyökalut, kuten Google Analytics ja Adobe Analytics, tarjoavat yksityiskohtaista tietoa siitä, miten yrityksen sisältöjä löydetään ja kulutetaan, sekä mahdollistavat konversioiden arvon ja käytetyn teknologian seurannan. (Rummukainen, Hakola & Hiila 2020, 214).

Verkkosivuista tehtiin heti toivotun mukaiset, ettei ne vaadi säännöllistä päivittämistä. Ajan saatossa tuotteet voivat kuitenkin muuttua, jolloin esimerkiksi kuvia on hyvä päivittää. Tämän projektin lopussa verkkosivut julkaistaan ja ne aloittavat toimintansa. Verkkosivualustan tunnukset siirretään toimeksiantajan käyttöön ja hänelle opastetaan verkkosivujen muokkauksen perusteet.

Haasteina tässä verkkosivujen rakentamisessa oli aikataulutus ja siinä pysyminen sekä elementtien liikuttaminen sivulla. Nämäkin kuitenkin onnistuivat, kun syvennyin aiheeseen enemmän ja tiedonhaulla. Eniten työssä yllätti verkkosivujen teon aikana koodin lukemisen ja muokkausten tarve ja tämä osoittautui todella suureksi haasteeksi. Taitoa koodaamiseen ei ollut, joten näihin asioihin tarvittiin apua IT-alan ammattilaiselta, jonka kanssa ne muokattiin yhdessä.

Suurimmaksi ongelmaksi koko projektin aikana osoittautui opinnäytetyön tekijän omat vaikeudet kirjoittamisen ja lukemisen suhteen. Jännitys etukäteen vaikean lukihäiriön tuomiin haasteisiin tällaisessa projektissa oli suuri. Tämä vaikutti loppujen lopuksi valmiin opinnäytetyön pituuteen, sillä tekstin tuottaminen on todella haastavaa sekä lähteiden käyttämiseen lukemisen vaikeuden vuoksi.

Tämä projekti opetti, että laadukkaat verkkosivut koostuvat monista elementeistä ja näitä ovat: huolellinen suunnittelu, sivujen helppokäyttöisyys ja responsiivinen toimivuus, hyvä ja visuaalisesti kaunis sisältö. Mieleen jäi myös, että yksinkertaisuus toimii ja kannattaa välttää käyttämästä liikaa yksityiskohtia. Verkkosivujen toteuttamiseen kannattaa varata hyvin aikaa ja perusteellisemmän suunnittelun avulla verkkosivujen työstäminen etenee vaivattomammin. Projektia kannattaa jakaa eri osioihin ja edetä askel askeleelta. Olennaista on perehtyä sekä aiheeseen että siihen alustaan, jolla verkkosivut toteutetaan.

Yhteenvetona voidaan sanoa, että lopputulos verkkosivujen suhteen oli tavoitellun mukainen ja toimeksiantajan vaatimukset täyttävä. Verkkosivujen edetessä

kysyttiin toimeksiantajan mielipiteitä, jotta sivuista saataisiin toimeksiantajan näköiset. Näiden sivujen avulla haluttu tieto välittyy selkeästi ja se on helposti löydettävissä. Kokonaisuutena verkkosivuista saatiin kattava kokonaisuus, josta on suuri hyöty Uniik Oy:lle ja niiden kehittämistä sekä mahdollista muokkaamista voi helposti jatkaa tulevaisuudessa.

LÄHTEET

Folcan. n.d. Mikä cms on? Verkkosivu. Viitattu 2.6. <https://folcan.fi/mika-on-cms/>

Helander, M. 2023. Näin rakennat toimivat verkkosivut yritykselle with Iloava Median Tytti-Kaarina Myöhänen. Podcast-tallenne. Podimo. Julkaistu 19.10.2023. Viitattu 7.4.2024. Vaatii käyttöoikeuden. <https://podimo.com/fi/shows/kahavia-ja-markkinointia/episode/d2238871-4332-44e3-b4a7-7db153ddead1?creatorId=2fc27c93-dd38-45c6-9cd1-89cc235b90db&key=2xvIjJnG63Vm&source=ln&from=mobile>

Helpot kotisivut. 2023. 7 eri tapaa miten yritys hyötyy kotisivuista. Blogi 25.8.2023. Viitattu 3.3.2024. <https://www.helpotkotisivut.fi/blogi/7-eri-tapaa-miten-yritys-hyotyy-kotisivuista/>

Hyttinen, J. 2022. Verkkosivujen merkitys yritykselle. Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma. Karelia ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Viitattu 3.3.2024. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/731476/Hyttinen_Juuso_2022_03_10.pdf?sequence=2

Impiö, A. 2015. Uusien nettisivujen suunnittelu ja toteutus: Classart Oy. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma. Oulun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Viitattu 21.2.2024. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/99719/impio_anne-mari.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jyrkäs, E & Kyllönen, J. 2016. Opas verkkosivujen toteuttamiseen liikeakatemia-yrityksille. Opinnäytetyö. Viitattu 19.2.2024. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/107800/Jyrkas_Essi_Kyllonen_Jyri.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lahtinen, N., Pulkka, K., Karjaluoto, H. & Mero, J. 2022. Digimarkkinointi. Helsinki: Alma Talent Oy. Viitattu 7.4.2024. Vaatii käyttöoikeuden. <https://bisneskirjasto-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/JABBXXBTABGEE#/kohta:Digimarkkinointi/piste:t2QV>

Mattson, R. 2023. Verkkosivujen suunnittelu ja toteutus. Insinöörin tutkinto-ohjelma. Metropolia ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Viitattu 19.2.2024. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/799197/Mattsson_Rosa.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Myyntinmaailma. n.d. Digitaalinen markkinointi. Verkkosivu. Viitattu 2.6.2024. <https://myyntinmaailma.fi/kasvumarkkinointi/digitaalinen-markkinointi/>

Nurminen, D. Toimitusjohtaja. 2024. Haastattelu 20.4.2024.

Rummukainen, M., Hakola, I. & Hiila, I. 2019. Sisältömarkkinoinnin työkalut. Helsinki: Alma Talent. Viitattu 9.6.2024. Vaatii käyttöoikeuden. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/JABBXXBTABJED#/kohta:05\(\(20\)Sis\(\(e4\)l\(\(f6\)njakelu\(\(20\)ja\(\(20\)tulosten\(\(20\)mittaaminen\(:Jakelukanavia\(\(20\)l\(\(f6\)ytyy\(\(20\)joka\(\(20\)l\(\(e4\)ht\(\(f6\)l\(\(f6\)n\(:Omat\(\(20\)kanavat\(\(\(20\)t\(\(e4\)rkein\(\(20\)kanava\(\(20\)sis\(\(e4\)l\(\(f6\)markkinoijalle/piste:tdM](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/JABBXXBTABJED#/kohta:05((20)Sis((e4)l((f6)njakelu((20)ja((20)tulosten((20)mittaaminen(:Jakelukanavia((20)l((f6)ytyy((20)joka((20)l((e4)ht((f6)l((f6)n(:Omat((20)kanavat(((20)t((e4)rkein((20)kanava((20)sis((e4)l((f6)markkinoijalle/piste:tdM)

Suomen digimarkkinointi. n.d. Hyvä verkkosivuston rakenne. Blogi n.d. Viitattu 5.3.2024. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/hyva-verkkosivuston-rakenne>

Tupperware. n.d. Aloita Tupperware konsulenttina jo tänään. Verkkosivu. Viitattu 6.2.2024. https://www.tupperware.fi/joinus#so_many_reasons_to_join_us

Uniik. n.d. Verkkosivu. Viitattu 6.5.2024. <http://uniik.fi>

Viljanen, V. 2019. Miksi nettisivut ovat välttämättömät yritykselle? Valkohattu 13.9.2019. Viitattu 3.3.2024. <https://valkohattu.fi/artikkeli/miksi-nettisivut-yritykselle>

Vaasala, M. 2023. Web-analytiikka haltuun – Näin hyödynnät dataa verkkosivujen ja markkinoinnin kehittämisessä. Blogi 23.3.2023. Viitattu 10.3.2024. <https://www.markkinointimaestro.fi/web-analytiikka-perusteet>

Wp Kotisivut. n.d. Wordpress kotisivut – opas. Verkkosivu. Viitattu 21.2.2024. <https://www.wp-kotisivut.com/wordpress/>

Yrittäjät. 2023. Verkkosivujen merkitys on suurempi kuin koskaan ennen. Uutinen 8.11.2023. Viitattu 5.5.2024. <https://www.yrittajat.fi/uutiset/verkkosivujen-merkitys-on-suurempi-kuin-koskaan-ennen/>