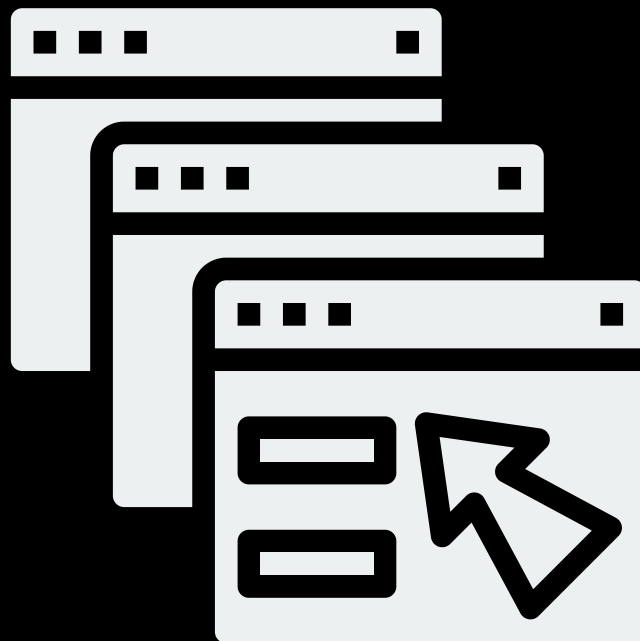




TÄYDELLINEN VERKKOSIVUREMONTTI

MITÄ PITÄÄ OTTAA HUOMIOON
VERKKOSIVUJA UUDISTAESSA?



SISÄLTÖ

1	SISÄLTÖ
2	ALKUSANAT
3	TOIVEET JA TARPEET VERKKO-SIVUSTOLLE
4	KOULUTUSORGANISAATIOT
7	YRITYKSET
10	LIITOT JA ORGANISAATIOT
12	ASiantuntijanäkemys
20	YHTEENVETO

ISOKATU 19 A 12

90100 OULU



SEURAA MEITÄ SOMESSA #VERKKIS @VERKKOASEMA

ALKUSANAT

Sinulle, hyvä lukija

Verkkosivu-uudistus on suuri ponnistus niin yritykseltä itseltään, kuin uudistusta tekevältä kumppanilta. Moni asia voi mennä pieleen, mutta moni asia voi myös onnistua erinomaisesti ja viedä sivuston aivan uudelle tasolle. Jotta siihen päästään, täytyy projektia tilattaessa ymmärtää, mitä on realistista pyytää ja mitä kannattaa odottaa.

Vertasimme yleisimpiä tarpeita ja toiveita, joita eri toimialojen asiakkailamme on ollut verkkosivustouudistukselle asiantuntijoidemme antamiin ratkaisuihin Tästä oppaasta voit lukea, mitä tarpeet ja toiveet tarkoittavat käytännössä.

Oppaan luettuasi pystyt tekemään tarkan ja juuri omaan tarpeeseesi sopivan tarjouspyynnön verkkosivuprojektista, olipa kyseessä yritys, järjestö tai koulutusorganisaatio. Lisäksi ymmärrät paremmin, mitä verkkosivuston konepellin alta löytyy.

Ehkä saat oppaasta myös paljon uusia ideoita uudelle verkkosivustollesi.

Lukuiloa!

**Terveisin,
Joni Verkkoasemalta**

**MISTÄ
VERKKOSIVU-
PROJEKTISSA
LÄHDETÄÄN
LIIKKEELLE**

**– eli mihin eri
toimialoilla
haetaan
ratkaisua**

KOULUTUSORGANISAATIOT

Vanhan sivuston puutteet

- Sivusto on hankalasti päivitettävä ja staattinen, eikä se taivu toimintamme muutoksiin
- Sisältö ei löydy helposti tai ei kiinnosta verkkosivukävijöitä
- Sivustolta puuttuu toiminallisuuksia
- Sivusto on ulkoasultaan vanhentunut
- Sivusto on aivan liian laaja
- Rakenne on liian organisaatio- ja brändilähtöinen, asiakkaana nykyisestä rakenteesta on vaikea löytää tietoa
- Kategoriat ja yrityskohtaisten sijainti ovat vaikeasti hahmotettavissa
- Sivusto kaipaa selkeämpää palvelupolkua auttamaan asiakasta

Verkkosivuston tärkeimmät roolit

- Tiedon jakaminen
- Palvelun tarjoaminen
- Verkoston toiminnan näkyvyyden parantaminen
- Ohjaaminen eteenpäin (esim. yliopistojen omille sivuille).
- Koulutustarjonnan markkinointi ja myynti
- Positiivisen ja dynaamisen brändikuvan ylläpitäminen
- Koulutusilmoittautumisten vastaanottaminen

Verkkosivuston tärkeimmät sisällöt

- Palvelut työnantajille
- Uraseuranta
- Urasuunnittelun tuki
- Verkoston toiminnasta kertominen
- Koulutuskuvaukset
- Koulutuksiin ilmoittautumiset
- Markkinointia tukevat sisällöt
- Tarjouspyyntölomake ja yhteystiedot

Verkkosivuston tärkeimmät kohderyhmät?

- Työnantajat ja hr-osasto
- Opiskelijat, alumnit ja muut sidosryhmät
- Kansainväliset kumppanit
- Koulutusta itselleen etsivät

TAVOITTEET JA TOIVEET VERKKOSIVUPROJEKTILLE

Uuden verkkosivuston tärkeimmät tavoitteet

- Selkeys
- Näkyvyyden lisääminen kohdeyleisössä
- Yhteydenottojen lisääminen
- Kansainvälistyminen
- Asiantuntijuuden esiin tuominen
- Osallistaminen
- Yhteiskunnallinen vuorovaikutus
- Ajankohtaisuus
- Asiakasystävällisyys

Toiveet verkkosivuprojektille

- Aikataulun ja budjetin pitävyys
- Hyvä keskusteluyhteys projektin aikana
- Ketteryys
- Yhteisen ymmärryksen luominen liiketoiminnastamme
- WordPressin mahdollisuuksien parempi hyödyntäminen SEO, mobiili, saavutettavuus ja kestävä kehitys huomioiden
- Tarjouspyynnössä esitettyjen integraatioiden ja rajapintojen toimivuus
- Nykyistä asiakasystävällisemmät ja ostopolun seuraamista tukevat verkkosivusto
- Turhien sivujen karsiminen

YRITYKSET

Vanhan sivuston puutteet

- Olennaista sisältöä puuttuu (mm. segmentit, referenssit, yrityksen tarina, ajankohtaiset asiat ja palvelujen tarkemmat kuvaukset)
- Sivustolla ei ole tunnetta toimii lähinnä yhteystietojen jakajana
- Tekstisisältö pötkömäistä ja pienellä fontilla
- Punainen lanka puuttuu
- Sekava, btb ja b2c sekaisin keskenään
- Rakenne liian monimutkainen, tieto usein klikkauksen takana
- Hakuominaisuus ei toimi kuten pitäisi
- Etusivu liian raskas sekä värimaailmaltaan sekä tietomäärältään
- Paljon PDF tiedostoja -> sivusto on raskas päivittää

Verkkosivuston tärkeimmät roolit

- Imagon luominen - Hyvä ja ammattimainen fiilis verkkosivukävijälle
- Myynnin väline
- Tiedon jakaminen (vähentää yhteydenottoja asiakaspalveluun)
- Asiantuntijuuden ja laadun esille tuominen - Miksi olemme parempi vaihtoehto kuin kilpailijat?
- Asiakkaan houkuttelu sivustolle, palvelu ja ohjaaminen kohti ostoja
- Uusien työntekijöiden houkutteleva
- Ajankohtaisista asioista tiedottaminen

Verkkosivuston tärkeimmät sisällöt

- Tarjouskysely
- Palvelutarjonta - Miten, mistä, milloin, millaiset mihinkin tarkoitukseen, kuinka paljon maksaa
- Referenssit
- Tuotekuvaukset
- Työnantajamielikuvaa tukeva sisältö
- Yrityksen esittely
- Neuvontapalvelut

Verkkosivuston tärkeimmät kohderyhmät

- Nykyiset ja tulevat asiakkaat
- Päättäjät, yhteistyökumppanit, kunnat ja yritysasiakkaat

TAVOITTEET JA TOIVEET VERKKOSIVUPROJEKTILLE

Uuden verkkosivuston tärkeimmät tavoitteet

- Tunnettuuden lisääminen
- Toiminnan laajentaminen maantieteellisesti uusille alueille
- Käyttäjäystävällisyys
- Sivuston mukautuvuus liiketoiminnan muutoksiin
- Helppo päivitettävyyys
- Uudelleenmarkkinoinnin mahdollistaminen
- Sivustokävijöiden määrän lisääminen
- Työhakemuksien määrän lisääminen
- Asiakaspalvelun tehostaminen
- Pitkäikäisyys
- Selkeys
- Sivusto, jonka avulla näytämme 30Me yritykseltä jo nyt

Toiveet verkkosivuprojektille

- Rohkeita, innovatiivisia esityksiä verkkosivujen sisällöstä
- Sujuvuus ja kivuttomuus projektissa
- Jämäkkä projektinhallinta, asiantunteva ohjaus ja tuore ideointi
- Luotettava vastuunkanto teknisestä toteutuksesta
- Lopputuloksena alan tyylikkään verkkosivusto, joka uudistaa vanhahtavan imagon ja tukee myynnin merkittävää kasvua

LIITOT JA ORGANISAATIOT

Vanhan sivuston puutteet

- Verkkosivuille on vuosien saatossa kasaantunut paljon turhaa tietoa
- Osa tärkeästä sisällöstä jää huomaamatta, koska on vaikeasti löydettävissä

Verkkosivuston tärkein rooli

- Tiedon jakaminen

Verkkosivuston tärkeimmät sisällöt

- Ajankohtaiset asiat ja tapahtumat
- Julkisen organisaation päätöksentekoon, asioiden valmisteluun yms. liittyvä tiedottaminen
- Rahoitus- ja maakuntakaava-asiat

Verkkosivuston tärkeimmät kohderyhmät

- Sidosryhmät, kuten kunnat, kuntayhtymät, kehittämissyhtiöt tms. julkiset organisaatiot
- Kansalaiset

TAVOITTEET JA TOIVEET VERKKOSIVUPROJEKTILLE

Uuden verkkosivuston tärkeimmät tavoitteet

- Kansalaisten ja sidosryhmien palveleminen entistä paremmin

Toiveet verkkosivuprojektille

- Moderni ja uusi ote
- Nuorekas ilme
- Vähemmän asioita ja enemmän informaatiota
- Selkeys ja saavutettavuus

ASiantuntija- näkemys

**– eli miten
tavoitteet ja
toiveet pystytään
toteuttamaan**

Näin voidaan lisätä sivuston käyttäjäystävällisyyttä:

Saavutettavuus ja käyttäjäystävällisyys ovat pohjimmiltaan samoja asioita. Jotta sivustosta saadaan käyttäjäystävällinen ja helposti saavutettava, täytyy sivuston ensinnäkin olla selkeä. Tämä käsittää niin navigaation, typografian, värimaailman kuin sisällön. Sivuston tulee toimia odotetusti – käyttöliittymä on selkeä eikä se ohjaa/vihjaa väärään suuntaan.

Verkkosivustolla ei kannata käyttää yrityksen/organisaation oman rakenteen termejä, vaan puhua yleistajuisista asioista, joita alaa tarkemmin tuntematon etsii ja ymmärtää. Asiakas ei välttämättä tiedä tai edes välitä, minkä liiketoiminta-alueen tai osaston alla hänen haluamansa asia on, hän vain haluaa löytää sen asian. Toinen tärkeä asia on navigaatio. Se ei saa olla "tukossa", vaan se pitää jaotella loogisiin kokonaisuuksiin ja niin, että tavaraa on riittävästi, mutta ei liikaa.

Verkkosivuston käyttäjäystävällisyyttä lisää myös tietty rauhallisuus. Esimerkiksi popupien käyttöä kannattaa aina harkita huolella, Pieni liike esim. hoverina on ok ja hyvä, mutta jos joka toinen elementti hyppii, pomppii ja liukuu, tulee yleisvaikutelmasta helposti levoton. Elementteihin täytyy myös pystyä osumaan "nakkisormillakin", myös tabletilla/mobiilissa tai jos käytössä on vain näppäimistö. Luonnollisesti sivuston täytyy toimia kaikilla laitteilla yhtä hyvin. Käyttöliittymäsuunnittelu ja visuaalinen suunnittelu on käyttäjäystävällisyydessä tärkeässä osassa. Käyttöliittymässä tai teknisessä toteutuksessa täytyy unohtaa turhat kikat ja tehdä suoraviivaista ja yksiselitteistä. Ja toteutuksessa käyttöliittymäsuunnitelmasta täytyy tietysti pitää myös kiinni.

Näin verkkosivustosta tehdään liidimagneetti:

Jotta verkkosivustolta saisi liidejä, täytyy yhteydenottotapojen löytyä helposti: puhelinnumerot ovat klikattavissa, CTA-painikkeet hyvin esillä joka sivulla (mutta kohtuus näissäkin), sivustolla on ladattavia lisäarvosisältöjä kuten oppaita ja laskureita, sekä linkki aiheeseen liittyvistä sivuista/artikkeleista/blogeista.

Sivustolla on lisäksi pisteitä, joiden avulla kävijätiedot saadaan talteen joko analytiikan tai lomakkeiden kautta esimerkiksi uudelleenmarkkinointia varten. Syyn antaa yhteystiedot täytyy olla houkutteleva. Se voi olla esimerkiksi uutiskirje/blogitilaus, uudet työpaikat, tarjoukset/kampanjat, ehkä myös opas.

Näin verkkosivustosta tehdään nopeampi:

Sivuston latausnopeus on erittäin tärkeää esimerkiksi hakukonenäkyvyyden kannalta. Sivuston on toimittava sekä puhelimella että perustietokoneella nopeasti ilman turhia odotuksia. Tarvittaessa odottaessa käyttäjälle on hyvä tarjota jokin indikaatio siitä, että taustalla tapahtuu.

Sivuston nopeutta voidaan lisätä minimoimalla esimerkiksi seurantaskriptit (etenkin FB-pikseli ja Giosg-chatti hidastavat latautumista todella pahasti) ja javascript-kirjastot. Page builder -lisäosat tekevät sivun tagirakenteesta raskaan ja käytettävät lisäosat ja niiden tuomat skriptit täytyy siksi ottaa koodissa huomioon. Käytännössä kaiken ylimääräisen automaattisesti sivuille latautuvan siivoaminen niin minimiin kuin voidaan, on tärkeää. Tämä on se osa-alue joka vanhentuu nopeimmin, eli vaatii jatkuvaa seurantaa, Google esim. kiristää vaatimuksiaan tämän suhteen säännöllisesti ja yksittäinenkin lisäosa voi heikentää nopeutta huomattavastikin.

Myös liian isojen kuvatiedostojen käyttöä täytyy välttää. Kuvien ja palvelimen optimointi sekä sopivissa paikoissa sisällön muuttaminen lennosta ilman koko sivun uudelleenlatausta Ajax/JS avulla, esimerkiksi filtteröinneissä tai hakutulosten muuttamisessa, jolloin syntyy mielikuva nopeudesta.

Näin verkkosivuston saavutettavuus huomioidaan käytännössä:

Käyttäjäystävällisyyden lisäksi saavutettavuuteen vaikuttavat standardin vaatimukset esimerkiksi värien, tekstin, elementtien koon ja rivivälien, kuvien alt-tagien jne. suhteen. Kuvien päällä ei saa olla tekstiä ja kontrastien täytyy olla riittävän suuri. Sivuston on skaalauduttava sekä eri laitekokojen että zoomausten välillä ja niin edelleen.

Asiakas ei itse useinkaan osaa pyytää saavutettavuutta, ellei kyse ole julkishallinnosta tai muista tahoista, joita saavutettavuusasiat lain mukaan koskettavat.

Mikä asiantuntijan silmissä lisää projektiin ketteryyttä:

Karkeasti sanottuna mitä useammin projekti määritellään uusiksi, sen useammin homma täytyy tehdä. Isot kokonaisuudet on toki järkeväkin tehdä palanen kerrallaan ja lähteä laajentamaan toiminnallisuutta vasta kun perusta on kunnossa, mutta aloitettaessa olisi hyvä tietää mikä on lopullinen toivottu lopputulos. Se voi nimittäin vaikuttaa suurestikin valittuihin lisäosiin/lähestymistapaan. Se, mikä on paras tapa silloin kun toiminnallisuutta/dataa on paljon, ei välttämättä ole paras kun dataa on vähän ja päinvastoin. Toki poikkeuksiakin on.

Verkkoasemalla pyritään hyvään määrittelyyn, mutta varaudutaan myös siihen, että asiakkaan toiveet tarkentuvat siinä vaiheessa, kun hän näkee mihin suuntaan projekti etenee. Usein se, mitä asiakas oikeasti haluaa, konkretisoituu hänelle vasta siinä vaiheessa, kun hän pääsee testaamaan sivustoa. Tästä syystä välikatselmoinnit ovat tärkeitä ja niitä täytyy olla riittävän monta. Pikkuviilauksia on mahdollista tehdä vielä koulutuksen yhteydessä tai sen jälkeen, kun lopulliset tarpeet kristallisoituvat.

Asiakkaat arvostavat myös sitä, että verkkosivusto suunnitellaan ja toteutetaan niin, että muutokset ovat jatkossakin jossain määrin ketteriä tehdä ilman isoa uudelleenkodeausta.

Miten sivusto pidetään ajankohtaisena:

Ajankohtaisuus tarkoittaa, että sisältö on ajantasaista ja sitä päivitetään. Viisi vuotta vanhat blogikirjoitukset tai uutiset etusivulle nostettuna harvoin palvelevat loppuasiakasta, ellei asia ole oikeasti edelleen pinnalla ja paikkansapitävää. Vanhoja kirjoituksia kannattaa käydä läpi aika-ajoin ja päivittää asiasisällön tai sitten poistaa suosiolla näkyvistä.

Verkkosivuilla uutiset ja muutokset täytyy olla selkeästi esillä. Sivustolla voi olla esimerkiksi automaattinen uutiskirjeintegraatio, jolloin sivusto lähettää ilmoituksen uusista toivotuista sisällöistä heti kun niitä julkaistaan.

Miten sivustolle saadaan lisää vuorovaikutteisuutta:

Vuorovaikutteisuudella tarkoitetaan usein käytännössä lomakkeita ja chattibotteja. Täytyy kuitenkin huomata, että esimerkiksi chat vaatii yritykseltä henkilökuntaa sinne chatin toiseen päähän. Vuorovaikutteisuutta lisää myös mahdollisuus antaa palautetta sisällöstä ja yrityksen toiminnasta (sanallinen, peukut/tähdet), helppo yhteydenotto, chatbot tai vielä parempi: automoitu keskusteluväylä. Myös interaktiivinen tarjouslaskuri voi olla hyvä tapa lisätä vuorovaikutteisuutta.

Näin asiantuntija lisää sivustolle selkeyttä:

Käyttäjystävällisyys ja saavutettavuus tuovat sivustolle selkeyttä. Selkeyttä saadaan aikaiseksi myös visuaalisella rauhallisuudella ja yksinkertaisella rakenteella.

Näillä toimilla sivustolle loihditaan lisää kävijöitä:

Kävijämäärän lisääminen vaatii päivittyvää, asiakasta palvelevaa sisältöä sekä ihmisten ohjaamista sisältöön esimerkiksi mainostamisen avulla. Asiakkaat mieltävät yleensä tämän sisällön optimoinniksi ja avainsanoiksi, mutta niiden lisäksi kuvat ja kuvatekstit, ja tekninen SEO täytyy saada kuntoon. Myös sivuston nopeus, CLS ja LCP vaikuttavat. Mainonnasta ja sosiaalisesta mediasta on hyvä tehdä syöttö relevanteille sivuille, jotka vastaavat kysymykseen/huoleen, joka laitto klikkaamaan.

Selkeät ostopolut ja sitä tukeva rakenne ohjaavat asiakasta löytämään ratkaisun ongelmaansa, joka on ehkä sanoitettu sivuilla. Sivustolla voi tarjota selkeitä nostoja esimerkiksi yhteydenottolomakkeelle, myytävään tuotteeseen tms. aiheeseen liittyvään.

Käyttöliittymän kohdalla täytyy miettiä riittävät vakioelementit kuntoon (navigaatiot) ja lisäksi sinne tulee lisätä tarpeellinen määrä välineitä rakentaa polkuja sivuilta toiselle nostojen, bannereiden ja lomakkeiden avulla.

Näin asiantuntija hyödyntäisi integraatioita:

Integraatioilla perus verkkosivustosta voi tehdä hyvinkin laajan verkkopalvelukokonaisuuden. Yleisimmät "perusintegraatiot" ovat AC/Pardot/Apsis -lomakeintegraatioita, chatteja ja muita, jotka käytännössä tuodaan iframella kolmannen osapuolen sivuilta tai välitetään lomaketietoja kolmannen osapuolen järjestelmään. Iframe/javascript-ratkaisuista voi olla integraatioita myös esimerkiksi Nasdaq, investis – osakekurssinäkymiin, rekryjärjestelmiin (esim. Recrutee), palautejärjestelmiin (Trustmary) tai suoria RSS-upotuksia (esim. kuntarekry). Isompia integraatioita ovat sitten Intrexsiin liittyvät, joita joidenkin asiakkaiden verkkosivustoilla on käytetty.

Isompiin verkkokauppatoteutuksiin tehdään usein kustomoitu tuotehaku tai vähintäänkin yksittäisiä kustomointeja (esim. erillinen ostostapa jälleenmyyjille, tuotelaskuri, ylläpitoon näkymiä osoitekorteille tms.). Myös kirjautumiseen liittyvät integraatiot ovat joskus hyödyllisiä. Erilaisilla rajoitustoiminnoilla on mahdollista rajata sisältöä näkymään esimerkiksi jäsenille tai asiakkaille, tai hyväksyä rekisteröityminen vain, jos tiedot täsmäävät jäsenrekisterin kanssa.

Kokonaan kustomoidut näkymät onnistuvat myös, eli esimerkiksi erilaiset hinnastot, karttaintegraatiot ja hakutoiminnot. Yleistä on myös tehdä lomakeintegraatioita suoraan toiminnanohjausjärjestelmiin.

Tätä GDPR-yhteensopiva sivusto käytännössä tarkoittaa:

Toiminnot ja palikat, jotka vaativat GDPR-yhteensopivuutta, ovat esimerkiksi:

- analytiikka- ja seurantapikselit
- CAPTCHA
- karttaupotukset
- chat
- yhteydenottolomakkeet ja muut lomakkeet.

EU:n yleinen tietosuoja-asetus GDPR vaatii kertomaan läpinäkyvästi ja ymmärrettävästi verkkosivuston käyttäjälle, miten hänen henkilötietojaan käsitellään. Verkkosivustolla täytyy siksi löytyä asianmukainen **tietosuojaseloste** sekä lainsäädännön vaatimukset täyttävät **evästeilmoitukset**. Tietosuojaselosteen linkin on löydettävä evästeilmoituksesta, jotta kävijä tietää mitä tietoja hänestä kerätään ja miten hän voi esimerkiksi tietonsa rekisteristä poistaa. Evästeilmoitus yhdistetään tietosuojaselostesivuun, jonka jälkeen kaikki sivuston käyttämät evästeet, joita voi olla paljonkin, listautuvat nähtäville tietosuojaselosteeseen.



YHTEENVETO



1

Tavoitteet verkkosivustolle liittyvät usein näkyvyyteen, liidien keräämiseen ja asiakkaiden parempaan palvelemiseen

2

Toiveet uudelle verkkosivustolle ovat saavutettavuus, moderni ilme ja mielikuva asiantuntevuudesta

3

Tärkeimmät odotukset projektille ovat aikataulun ja budjetin pitävyys sekä sujuvuus

4

Käyttäjystävällisyys tarkoittaa rakenteen ja ulkoasun selkeyttä sekä sivuston toimivuutta.



Kahdenkymmenen vuoden kokemuksen, näkemyksen ja rohkeuden ansiosta voimme aidosti auttaa sinua sekä digimarkkinoinnin että ohjelmistopuolen ongelmissa.

Timanttinen tietotaito yhdistettynä uusiin ja tehokkaisiin markkinointiteknologioihin takaa asiantuntevan ja tuloksellisen palvelun.



Kiinnostuitko? Lue lisää tästä.



MITÄ TOIVOT VERKKOSIVUSTOLTASI?

Hoidamme sovitut toimenpiteet maaliin insinöörimäisen suunnitelmallisella toimintatavallamme. Analysoimme, raportoimme ja etenemme rempseällä otteella suunnitelman mukaisesti aina seuraavaan toimenpiteeseen.

Kerro siis meille mitä haluat saada aikaiseksi, ja me suunnittelemme sekä toteutamme toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi!

Ota yhteyttä tästä!