



Development Maker

To the next level

Verkkosivujen kehittämisen opas pk- yrittäjän silmin

040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

SISÄLLYSLUETTELO

Alustus	3
Verkkosivun tavoite	4
Mahdollisen kumppanin tai julkaisujärjestelmän valinta	5
Verkkosivujen rakenne	6
Verkkosivujen tyyli	7
Tekstisisältö	8
Kuvat	9
Lomakkeet ja toiminnallisuus	10
Tietosuojaselosteet	10
Domain, sähköposti ja hosting	11
Verkkosivujen julkaisu	12
Toiminta verkkosivujen julkaisun jälkeen	14
Development Maker	16

040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

ALUSTUS

Erilaisia listoja ja ohjeita verkkosivujen kehittämiseen on internet pullollaan. Tuottaako yksi lisää mitään lisäarvoa? Sanon, että ehdottomasti. Minä olen laatinut tämän ohjeistuksen pk-yrittäjän näkökulmasta, jossa hän suunnittelee verkkosivun toteutuksen itse tai ketterän kumppanin kautta, kuten Development Maker. Tässä siis luettavaksi verkkosivujen kehittämisen opas pk-yrittäjän silmin

Verkkosivut ovat nykypäivänä peruslähtökohta jokaisen yrityksen markkinointiin. Ne ovat vain pakko olla olemassa. Kun tämä on todettu, voimme alkaa miettimään miten rakennamme laadukkaat sivut kustannustehokkaasti ja järkevällä aikataululla. PK-yrityksen verkkosivujen eivät tarvitse maksaa tuhansia euroja ollakseen kilpailukykyiset ja tehokkaat. Näillä ohjeilla pääset rakentamaan laadukkaat, modernit ja toimivat sivut järkevällä hinnalla ja aikataululla. Pysin huomioimaan kaikki kriittiset elementit, joilla varmistat sinun verkkosivujen laadukkaan toteutuksen ja toimivuuden.



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

VERKKOSIVUN TAVOITE

Tämä on kaiken lähtökohta. Verkkosivusto tulee rakentaa tukemaan liiketoiminnan tavoitteita. Näitä tavoitteita voivat olla esim. suorat yhteydenotot, ajanvaraukset, rekrytointi, tuotteiden suoramyynti tai äänien saanti. Yleinen markkinointi ei ole oikein laadukas tavoite. Mieti mikä toiminta verkkosivuilla edistää parhaiten sinun liiketoiminnan kehitystä. Tämä tulee vaikuttamaan verkkosivun rakenteeseen ja sisältöön merkittäväällä tavalla.

Mieti myös mikä on realistinen tavoite verkkosivustolle. Mitä korkeammalla sivuston tavoitteet ovat, sitä enemmän tulee yleensä sivustoon panostaa. Tämä tarkoittaa enemmän omaa ajankäyttöä tai rahallista panostusta kumppanin työhön.



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

MAHDOLLISEN KUMPPANIN TAI JULKAISUJÄRJESTELMÄN VALINTA

Kun sinulla on selkeänä verkkosivun tavoite, voit miettiä onko sinulla halua, aikaa tai mahdollisuuksia toteuttaa sivuja itse. Hyviä syitä valita kumppani ovat selkeästi helppous ja ajan säästö. Käyttäjystävällisetkin julkaisujärjestelmät vaativat melko paljon opettelua, jotta niitä voi käyttää tehokkaasti. Hyvän kumppanin valinta on yksi onnistuneen verkkosivuprojektin kriittisimpiä päätöksiä. Kumppania valitessa kannattaa miettiä seuraavia asioita:

- Liiketoimintaymmärtäminen
- Kokonaisvaltainen palvelukyvykyys
- Joustavuus ja kommunikointi
-

Mikäli päätät tehdä sivustot itse, joka on täysin realistista, suosittelen tutustumaan seuraaviin julkaisujärjestelmiin.

- Squarespace.com
- Wix.com
- Kotisivukone.fi
- Wordpress.com



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





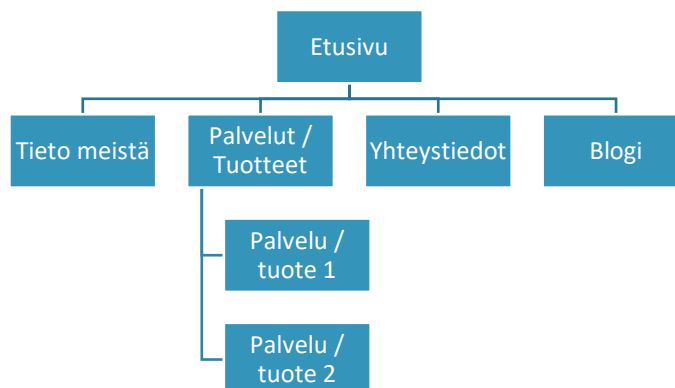
Development Maker

To the next level

VERKKOSIVUJEN RAKENNE

Seuraavaksi tulee miettiä miltä verkkosivut tulevat näyttämään rakenteeltaan, mitä sivuja tulet luomaan ja miten ne sijoitetaan suhteessa toisiinsa. Hyvä perussivusto sisältää ainakin seuraavat sivut: Etusivu, Tietoa meistä, Palvelut/Tuotteet, Yhteystiedot. Hyvin usein on myös referenssit, rekrytointi ja uutiskirje / blogi.

Etusivun tavoitteena on mahdollisimman nopeasti kertoa mikä tämän verkkosivun tarkoitus on ja ohjata asiakas sivustolla oikeaan suuntaan. Tietoa meistä sivulla on mahdollista avata yrityksen taustaa ja kulttuuria. Tämä on erityisen tärkeää rekrytointeja miettiessä. Palvelut sivuilla kuvataan ne erilliset palvelut, joita yrittäjä tarjoaa. Erilliset palvelut on hyvä eritellä omiksi alisivuiksi. Tämä vaikuttaa selkeyteen ja hakukoneoptimointiin. Yhteystiedot on tärkeä saada mahdollisimman helposti löydettäväksi ja tarjota mahdollisimman monta eri tapaa olla yhteydessä. Lisää siis sähköpostit, puhelinnumerot, yhteydenottolomakkeet ja mahdollisesti chat. Yksi asia on ylitse muiden; lisää oikeat yhteyshenkilöt! Asiakkaat haluavat asioida ihmisten kanssa. Tuo ihmiset esille!



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

VERKKOSIVUJEN TYYLI

On tärkeää miettiä muutama asia tyylin suhteen, jotta se on yhdenmukainen muun yrityksen sisällön suhteen. Tässä on hyvä miettiä fontit, värit ja yleinen välilehtien rakenne, jotta ne ovat yhdenmukaiset. Jos yrityksellä ei ole tarkkaa brandiohjetta, nyt voi olla hyvä hetki kehittää sitä ainakin perusteiden mukaan. Myös tekstin, kuvien ja muun rakenteen asettelu on tärkeä miettiä kohdalleen. Kannattaa olla uskollinen omalle tyylitajulle ja rakentaa sivustosta sellainen, joka on oman tyylin mukainen, toki huomioiden käyttäjän kokemus. Yhtenä oleellisena tyyliseikkana on logo.

Verkkosivut voidaan rakentaa ilman logoa, mutta monesti ne toimivat paremmin logon kanssa. Logo on myös oma kokonaisuutensa. Lyhyesti todettakoon, että yksinkertainen on kaunista ja yksinkertaisen logo pystyy rakentamaan monesti itse tai järkevällä hinnalla. Yksi erittäin tärkeä huomiokohta on huomioida kaikessa verkkosivuston toiminnallisuudessa ja tyyliässä sen toimivuus myös mobiililaitteissa. Samalla kun sivuja kehitetään, tulee seurata miten sivut toimivat kännykässä. Yli 70 % verkkosivujen selailusta tapahtuu mobiililaitteiden kautta nykypäivän.



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

TEKSTISISÄLTÖ

Nyt pääsemme aiheeseen, joka on ehkäpä yksi tärkeimmistä ja haastavimmista verkkosivujen kehityksen osalta. Tärkeys tulee siitä faktasta, että tekstisisältö vaikuttaa kaikkein eniten hakukoneoptimointiin ja ihmisten kokemukseen verkkosivuilla. Melkein kaikissa projekteissa tekstisisällön tuotanto on ollut se hitain kohta projektissa.

Tässä ovat minun suositukset, miten tekstisisältöä kannattaa alkaa luomaan sivuille. Mieti vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi olemme olemassa
- Keitä me olemme
- Mitä me teemme
- Mikä meidät erottaa muista ja miten sen saavutamme?

Yleinen ohje on, että noin 200 - 300 sanaa on optimimäärä per sivu hakukoneoptimoinnin kannalta. Jos jää alle tämän, ei ole maailman loppu. Tämä koskee siis palvelu- / tuotesivuja. Muita hakukoneoptimointiin liittyviä asioita ovat sivuston otsikoinnit, hakusanatiheys, kuvien nimeäminen ja paljon muuta. Hakusanaoptimointi on oma iso kokonaisuutensa, joten sitä ei käsitellä tässä sen enempää. Tekstisisällön yksi tärkein elementti on oikeinkirjoitus. Se, mitä verkkosivustolle kirjoittaa, tulee varmistaa, että se on oikein kirjoitettu.



040 537 6976



jo.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

KUVAT

Tekstin lisäksi toinen merkittävin sivuston valmistumiseen vaikuttava tekijä on sopivien kuvien valinta. Kuvia on mahdollisuus hankkia ilmaisista kuvapankeista. Tässä on minun mielestä parhaat ilmaiset kuvapankit.

- pixabay.com
- unsplash.com
- pexels.com
- icons8.com (Tämä on lähinnä ikoneita ja symboleja.)



On myös olemassa maksullisia kuvapankkeja, josta kuvia on mahdollista hankkia ja valikoima on paljon laajempi. Kuvapankkikuvat ovat aivan toimiva ratkaisu tilanteeseen, jossa ne sopivat liiketoimintaan ja kun kuvat eivät ole oleellisin elementti osana omaa liiketoimintaa, esimerkiksi asianajotoimisto. Mikään ei tietenkään korvaa itse ottamia laadukkaita kuvia omasta liiketoiminnasta, henkilöstöstä, laitteista, työkohteista tai tuotteista. Tietyt verkkosivut eivät vain toimi ilman itse ottamia kuvia. Jos tämä on tilanne, valokuviiin kannattaa panostaa, koska ne ovat selkein näkyvä elementti verkkosivuille. Ne keräävät ehdottomasti eniten huomiota. Kuvia verkkosivuilla alkuun ei välttämättä tarvita paljoa, mutta niiden laatuun kannattaa panostaa. Kuvien tyyli on myös hyvä pitää yhdenmukaisena. Tietyt sivut toimivat hyvin ilman yhtäkään kuvaa. Tärkeintä kuvia miettiessä on, että ne ovat verkkosivun tyylin mukaiset ja tuovat lisäarvoa asiakkaalle.



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

LOMAKKEET JA TOIMINNALLISUUS

Kun verkkosivujen tyyli ja sisältö on mietitty valmiiksi, on hyvä miettiä miten, tuetaan asiakkaan ostamista mahdollisimman hyvin. Verkkosivuun liittyvä tekninen toiminnallisuus sisältää yhteydenottolomakkeet, postituslistat, markkinoinnin automaation, ladattavan sisällön, erilaiset laskurit, chatbotit, yms. Erilaisia ratkaisuja on lukematon määrä. Tärkeää on miettiä, mitä omat asiakkaat arvottavat ja mikä tuottaa parhaiten tietoa sinulle. Jollekin yritykselle riittää perusmuotoinen lomake, jossa pyydetään nimi, yhteystiedot ja viesti. Toisessa tapauksessa on perusteltua kartoittaa laajempikin tarve, kuten vaikka pitopalvelussa. Tärkein päätös sivuston toiminnallisuutta miettiessä on hyötysuhde omaan toimintaan.



TIETOSUOJASELOSTEET

Jokaista Suomessa toimivaa yritystä sitoo EU:n tietosuojalainsäädäntö, paremmin tunnettuna lyhenteellä [GDPR](#). En ala tässä käsittelemään lain sisältöä sen tarkemmin vaan todettakoon, että jokaisella verkkosivulla tulee olla tietosuojaseloste, joka informoi miten asiakkaan tietoja tullaan käsittelemään. Myös verkkosivuston evästekäytännöt tulee olla selvitettyinä. Hyvä palveluntarjoaja ottaa nämä asiat huomioon.

040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com



10



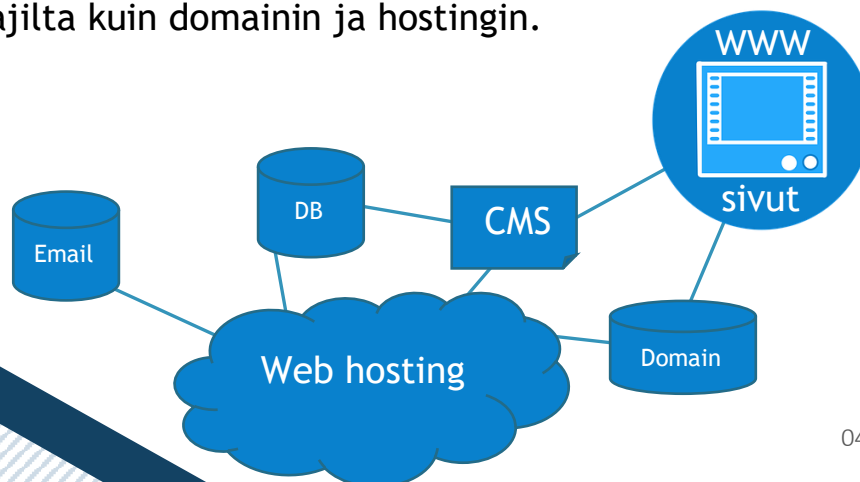
Development Maker

To the next level

DOMAIN, SÄHKÖPOSTI JA HOSTING

Verkkosivusto vaatii domainin eli verkkotunnuksen löytyäkseen internetistä. Domain on muotoa: yritys.com. Pääte voi olla melkein mitä vain nykypäivänä. Fi-pääte on suomalainen domainpääte, mutta .com-päätettä käytetään myös Suomessa hyvin yleisesti. Tärkein on varmistaa, että toivomansa domain on saatavilla ja varata se hyvissä ajoin. Varauksen voi tehdä, kun googlettaa domainin varaus. Domainin hankinnassa on hieman eroja riippuen julkaisualustasta. Tärkeää on vain varmistaa, että haluamansa domain on vapaana. Domain kannattaa pitää mahdollisimman yksinkertaisena ja lyhyenä. Hosting-palvelu tulee kyseeseen, kun verkkosivu rakennetaan vaikkapa Wordpressillä, mutta monesti tämä on huolehdittu julkaisualustan puolesta.

Hosting käytännössä tarkoittaa verkkosivun ylläpitoa ja säilömistä palvelimella. Mikäli tosiaan käytetään Squarespace tai Kotisivukone palveluita, tästä ei tarvitse huolehtia. Sähköpostin suhteen suosittelen aina hankkimaan saman päätteisen sähköpostin kuin oma domain. Omalla domainilla varustettu sähköposti antaa ammattimaisemman kuvan omasta liiketoiminnasta. Sähköpostiratkaisuja saa käytännössä samoilta palveluntarjoajilta kuin domainin ja hostingin.



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

VERKKOSIVUJEN JULKAISU

Verkkosivujen julkaisu on aina hieno hetki. Ennen julkaisua kuitenkin tulee kaikki verkkosivuston toiminnallisuuteen ja oikeinkirjoitukseen liittyvät elementit tulee tarkistaa yksityiskohtaisesti. Verkkosivuston toiminnallisuus on tärkeä myös varmistaa erilaisilla laitteilla kännykästä taulutelevisioon. Verkkosivut kannattaa jakaa myös tutuille ja ystäville arvioitavaksi ennen julkaisua. Yleensä täysin ulkopuolisen näkemys tuo hyvää palautetta, jota itse ei ole kyennyt huomioimaan. Joka tapauksessa, kun sivut on tarkastettu huolella, voidaan sivut julkaista. Se mitä julkaisu käytännössä tarkoittaa teknisessä mielessä, riippuu täysin julkaisualustasta. Monet alustat tarvitsevat toimivan luottokortin julkaisua varten. Tämä kannattaa huomioida. Julkaisun yhteydessä verkkosivuihin kannattaa liittää [Google Analytics](#), joka seuraa sivujen kävijäliikennettä. Verkkosivut kannattaa myös indeksoida [Googlen Verkkovastaavan työkaluilla](#), joka parantaa verkkosivujen löydettävyyttä Googlen hauissa.

Kun verkkosivut julkaistaan, niitä kannattaa markkinoida niin laajasti kuin on mahdollista. Alla on lueteltu kanavia ja tapoja, joilla verkkosivuja kannattaa mainostaa.

- Verkkosivuja kannattaa mainostaa perheelle, tutuille ja ystäville.
- Verkkosivuista kannattaa mainita kaikissa omissa sosiaalisen median kanavissa.
- Asiakkaille kannattaa viestiä uudesta sivustosta

040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

- Verkkosivut on hyvä lisätä kaikkiin ulkoisiin kanaviin, kuten Fonecta, erilaiset yrityshakemistot, jos saa ilmaiseksi ja kaikki omaan toimialaan liittyvät verkkosivut
- Verkkosivulinkki oman sähköpostin allekirjoitukseen
- Yksi mahdollisuus on maksetun mainonnan toteuttaminen uusien verkkosivujen promoamiseksi
- Verkkosivu-linkin lisäys kaikkeen markkinointimateriaaliin, kuten flyereihin, käyntikortteihin, esityksiin, yms.

Kaiken tämän tarkoituksena on ohjata alkuun mahdollisimman paljon kävijöitä ja liikennettä verkkosivuille. Verkkosivujen kävijämäärien suhteen kannattaa olla kärsivällinen. Ne kasvavat tasaisesti ja niihin pystyy itse omalla aktiivisuudella vaikuttamaan.



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

TOIMINTA VERKKOSIVUJEN JULKAISUN JÄLKEEN

Kun verkkosivut ovat julkaistu verkkoon, ne ovat kuin kauppa keskellä metsää. Kukaan ei tiedä niistä, niiden luo ei kulje yhtäkään tietä ja missään ei mainita niistä. Jotta verkkosivut voivat toimia, niille pitää tietoisuutta, jotta asiakkaat voivat löytää ne. Edellä on mainittu muutamia keinoja, joilla näkyvyyttä aletaan kehittämään. Verkkosivujen näkyvyyttä ja löydettävyyttä pitää kehittää jatkuvasti ja johdonmukaisesti julkaisun jälkeenkin. Monesti tämä tarkoittaa hakukonenäkyvyyden parantamista, mutta se tarkoittaa myös sisällön kehittämistä sekä yleisesti oman brändin rakentamista.

Nykypäivänä sosiaalinen media on tässä tavoitteessa tärkeä tekijä. Sosiaalisessa mediassa kannattaa olla aktiivinen ja ohjata liikennettä omille sivuille. Mikäli sivuille on luotu uutis- tai blogi-sivu, sen suhteen kannattaa myös olla aktiivinen. Kaiken kaikkiaan tavoitteena on saada tieto omista verkkosivuista mahdollisimman laajalle ja ohjata mahdollisimman paljon kävijöitä sivuille. Kuten todettu, hakukoneoptimointi on yksi tärkeimpiä menestystekijöitä tämän näkyvyyden kannalta. Tämä ei ole hakukoneoptimoinnin opas, mutta seuraavalla sivulla alla on listattu merkittävimmät hakukoneoptimointiin vaikuttavat tekijät.

040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

Verkkosivun sisäinen hakukoneoptimointi (Hakusanat, otsikoinnit, sivuston nopeus, mobiilioptimointi, kuvatekstit, rakenne, yms.)

Ulkoiset linkitykset. Omien verkkosivujen linkki mahdollisimman moneen merkitykselliseen verkkosivustoon, josta tulee liikennettä omille sivuille.

Uusi sisältö verkkosivuilla. Verkkosivuille tulee luoda uutta sisältöä tasaisesti. Tässä blogi on oiva työkalu.

Sosiaalinen media. Loistava keino luoda kiinnostusta ja ohjata liikennettä verkkosivuille.



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com





Development Maker

To the next level

DEVELOPMENT MAKER

Olen laatinut tämän oppaan siinä toivossa, että kiireinen yrittäjä pääsisi helpommin käsiksi digitaaliseen markkinointiin, jossa verkkosivut ovat keskeinen osa. Nimeni on Tero Hakala ja toimin Development Makerin yrittäjänä. Halusin ottaa tämän mahdollisuuden avata lyhyesti, mitä me teemme.

Development Maker on keskittynyt pk-yrittäjien digitaalisen markkinoinnin ja -myynnin kehittämiseen. Uskon, että kaikilla yrittäjillä koosta huolimatta pitää olla mahdollisuus hyötyä moderneista digitaalisista liiketoimintaympäristöistä, kuten www-sivut, sosiaalinen media, digitaalinen markkinointi, sisältömarkkinointi ja inbound-myynti. Autan asiakkaita näiden ratkaisujen toteutuksessa joko suorilla toteutuksilla tai konsultoimalla asiakasta itse toteuttamaan. Development Makerin palveluissa yhdistyy pitkä liiketoimintaosaaminen ja digitaalisen markkinoinnin hallinta. Asiakkaani ovat kiittäneet minua viestinnästä, laadusta sekä joustavuudesta. Näiden arvojen pohjalta toiminkin.

Mikäli huomaat sinun yrityksessä tarvetta panostaa digitaalisen markkinoinnin toimintoihin kumppanin kanssa, autan mielelläni. Minut tavoittaa seuraavilla tavoilla.

www.developmentmaker.com

040 537 6976

tero.hakala@developmentmaker.com



040 537 6976



tero.hakala@developmentmaker.com



www.developmentmaker.com

