



Webbisivuston suunnittelu

20.4.2020

Kerron tässä dokumentissa lyhyesti asioita, joita olisi hyvä ottaa huomioon webbisivuston suunnittelussa:

- unelma-asiakkaan määrittely
- verkkotunnus, webbihotelli & tietoturva
- sivuston rakenne & hakukoneoptimointi
- sisältö
- ylläpito

Unelma-asiakkaan määrittely

Webbisivuston suunnittelun aloitat unelma-asiakkaan määrittelyllä. Koko webbisivuston sisältö kirjoitetaan nimenomaan unelma-asiakkaalle. Ota yhteyttä, jos haluat tähän ohjeistusta.

Verkkotunnus, webbihotelli ja tietoturva

Webbisivustoa varten tarvitset verkkotunnuksen (domain). Verkkotunnus, esim. wipall.com, maksetaan yleensä vuosi kerrallaan. Verkkotunnus on yksilöivä eli kenelläkään toisella ei voi olla samaa tunnusta. Jos mielessäsi on joku tietty tunnus, voi olla, ettei saa sitä käyttöösi, jos joku muu on jo ehtinyt sen varata. Suosituilla tunnuksilla käydään myös jonkin verran kauppaa eli tietyt tahot varaavat tunnuksia ja kaupittelevat niitä sen jälkeen (kovaan hintaan).

Verkkotunnuksia voi ostaa useista eri palveluntarjoajilta, esim. louhi.fi tai domainhotelli.fi. Verkkotunnuksen normihinta on alle 20e/vuosi. Tunnus pitää siis uusia yleensä vuosittain, palveluntarjoaja muistuttaa tästä. Suosittelen tunnuksen ostamista webbihotellin yhteydessä, tällöin sen voi myös saada hiukan halvemmalla.

Webbisivustoa varten tarvitset myös webbihotellin eli tilan palvelimelta, jossa verkkosivusi pyörii. Palveluntarjoajan kanssa solmitaan tyypillisesti vuoden sopimus, joka uusitaan siis vuosittain. Palveluntarjoaja ei vastaa webbisivustosta, maksat vain "tilan käytöstä". Jotkut palveluntarjoaja voivat toki tarjota tämän lisäksi muita palveluja, kuten ylläpito tai "avaimet käteen" palvelu. Webbihotellin on syytä olla optimoitu alustalle (esim. WordPress), jota käytät webbisivuston tekemiseen.

Webbihotellipakettiin pitäisi kuulua SSL-sertifikaatti, joka tarkoittaa sitä, että sivusto on jollakin tasolla suojattu. SSL-suojaustasoja on monia ja vaativimmat suojaustasot maksavat erikseen. SSL-sertifikaatti sivustolla tarkoittaa, että sivustoa on turvallista käyttää. Verkkokauppaa ei voi rakentaa ilman suojausta. Myöskin jotkin tietokoneissa pyörivät turvaohjelmat (esim. F-Securen) eivät salli käyttää sivustoja, joissa ei ole suojausta. Suojatun sivun tunnistaa esim. Chrome-selaimessa lukon kuvalla ja sivustoa alkaa https:// eli eli s-kirjain kertoo suojauksesta. Joskus voi olla, että sivustolla on osoite https://, mutta sitä ei kuitenkaan luokitella turvalliseksi. Siinä tapauksessa palveluntarjoajan SSL-sertifikaatissa on jotakin häikkää.

Sivuston turvallisuus vaikuttaa myös positiivisesti hakukoneoptimointiin.



Webbisivuston rakenne

Webbisivuston päätarkoitus on kertoa, miten sinä ja sinun yrityksesi auttaa unelma-asiakastasi. Koko webbisivuston sisältö suunnitellaan tähän käyttötarkoitukseen.

Yleisesti käytetty rakenne:

- pääsivu, eli se sivu minne sinun verkkotunnus (domain) vie, esim. wipall.com
 - ensi silmäyksellä kuvaus siitä, minkä unelma-asiakkaan ongelman ratkaiset
 - puhutteleva & kiinnostusta herättävä kuva
 - toimintokehote (CTA = call to action)

 - lyhyt kuvaus ydinosamisesta ja miten se auttaa asiakasta

 - palvelusi asiakkaan ongelman ratkaisemiseen muutamalla lauseella ja/tai kuvalla

 - muutama referenssi/asiakaspalaute
- päävalikko selkeästi (joka sivulla)
- alatunniste (footer) joka sivulla
 - yhteystiedot, ainakin osa niistä
 - tekijänoikeus (copyright)
 - tietosuojaseloste
 - some-kanavien linkit
- muut sivut
 - tuotteet/palvelut
 - yritysesittely/henkilokuva
 - referenssit/blogi
 - yhteystiedot/yhteydenottolomake

Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi (SEO = search engine optimization) tehdään WordPress-sivustolla lisäosan (esim. Yoast SEO plugin) avustuksella. Lisäosan avulla sivulle määritetään ”hakulauseke”, title ja meta description. Hakukoneoptimointi pitää ottaa huomioon jo sivuston rakennusvaiheessa, koska hakulausekkeita voi olla vain yksi sivua kohden. Tästä syystä esim. jokaisella palvelulla/tuotteella olisi hyvä olla oma sivu, koska silloin vasta voidaan hakukoneoptimoida jokainen palvelu/tuote. Hakukoneoptimointi toimii parhaiten, kun hakulauseke esiintyy sekä sivun linkkiosoitteessa että otsikoinnissa.

Hakulause on siis pötkö sanoja, jolla unelma-asiakas etsii ratkaisua ongelmaansa hakukoneessa. Hakulausekkeessa olisi hyvä olla 3 sanaa, lyhyemmällä lausekkeella on yleensä vaikea voittaa kilpailu ja päästä hakutuloksissa etusivulle. Hakulauseke ei ole välttämättä se mitä sinä tarjoat (sinun palvelusi tai tuotteesi nimi), vaan se millä sanoilla unelma-asiakas palvelusi löytää.

Title-kenttä on hakukoneessa nimensä mukaisesti otsikko. Huomioitavaa on, että otsikon voi siis itse määritellä ja siihen voikin lisätä tekstiä, joka saa asiakkaan kiinnostumaan juuri sinun palvelusta/tuotteesta. Myös hakulauseke pitäisi sisältyä.

Meta description -kenttä hakukoneessa kertoo hieman enemmän palvelustasi/tuotteestasi. Tämäkin siis määritellään itse webbiajallustalla.



Jos et tee SEO-määrittämiä verkkosivustollasi, niin sitten hakukone laittaa niihin omat tekstinsä. Yleensä jotakin tekstiä sivun alusta lukien. Hakukonealgoritmi arvostaa hyviä (sivua kuvaavia) SEO-määrittämiä.

The image shows a Google search result for the query "webbisivut pienelle yritykselle". Three callout boxes with green arrows point to specific parts of the search results:

- Hakulauseke**: - lauseke, jolla unelma-asiakas hakee palvelua = sanat, joilla haluat kyseisen verkkosivun löytyvän
- Title**: - verkkosivua kuvaava otsikko, hakutermin olisi hyvä sisällyttää siihen
- yrityksen nimi yleensä lopussa
- 1. esimerkin title liian pitkä...
- Meta description**: - 2-3 lyhyttä lausetta, jotka houkuttelevat klikkaamaan sivulle
- täytyy kuvata sivun sisältöä
- 2. esimerkin meta descr. on liian pitkä...

Webbisivuston sisältö

Webbisivuston visuaalinen ilme on tärkeä: rakenne, värimaailma & tekstityyppi, kuvat ja sisältö.

Webbisivuston värimaailma ja yleisilme luodaan asiakkaan toiveiden/brändin mukaiseksi.

Webbisivuston tekijä hakee näitä tukevan pohjan. Sivustolla käytetyt värit olisi hyvä määrittellä [hexakoodilla](#), jotta täsmälleen samoja värejä voidaan käyttää muussakin markkinointimateriaalissa.

Vaihtoehtoisesti joko toimitat itse kuvat verkkosivuston tekijälle tai kerrot mitä haluat kuvilla viestittävää, ja tekijä hakee kuvat kuvapankeista, tekijänoikeudet huomioiden. Parasta olisi käyttää omia kuvia. Yksi kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa.

Webbisivuston sisällöstä eli teksteistä vastaat sinä, koska tunnet unelma-asiakkaasi parhaiten. Sisällön määrittelyssä älä mieti, mitä sinä tai yrityksesi osaa tai tarjoaa, vaan miten voit auttaa asiakasta ja minkä asiakkaan ongelman ratkaisit, tuo se koko ajan esiin. Kirjoita sisältö siis hyötynäkökulmasta, ei tieto edellä. Kerro tarpeeksi, mutta älä liikaa.

Webbisivusto täytyy olla ehdottomasti responsiivinen eli sen täytyy olla käyttäjäystävällinen kaikissa laitteissa (tietokone/tabletti/mobiililaitteet) ja kaikilla selaimilla.

Webbisivuston ylläpito

Kun verkkosivusto on valmis, on syytä miettiä sen ylläpito. WordPress-ohjelmalla tehtyyn sivustoon tulee ohjelmistopäivityksiä n. 1-2 kertaa viikossa, riippuen käytetyistä lisäosista yms. Voidaan määrittellä, että nämä päivitykset ajetaan automaattisesti, mutta joitakin päivityksiä ei kannata ajaa automaattisesti, koska verkkosivusto voi mennä rikki päivityksen yhteydessä, ja se on siis syytä tehdä hallitusti manuaalisesti.

Jos et itse halua pitää huolta päivityksistä, ulkoista palvelu. Jos päivityksiä ei ajeta sivustolle, sen toimintavarmuus heikkenee ajan kuluessa, ja lopulta saattaa loppua toimimasta kokonaan. Myös tietoturva kärsii.