



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Verkkosivuston kehittäminen Logistiikka-alan yrityksille: CH-Cargo & RJ-Logistiikka

Syrjämäki, Joonas

2017 Laurea

Laurea-ammattikorkeakoulu

Verkkosivuston kehittäminen Logistiikka-alan yrityksille: CH-Cargo & RJ-Logistiikka

Joonas Syrjämäki
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2017

Joonas Antero Syrjämäki

Verkkosivuston kehittäminen Logistiikka-alan yrityksille: CH-Cargo & RJ-Logistiikka

Vuosi	2017	Sivumäärä	32
-------	------	-----------	----

Tässä opinnäytetyössä käydään läpi CH Cargon ja RJ Logistiikan verkkosivustojen kehittämisprosessi. Työssä kerrotaan toimeksiantajayrityksistä, projektin lähtökohdista sekä perustietoja Wordpress-julkaisujärjestelmästä ja siitä, miten sitä on hyödynnetty projektissa.

Opinnäytetyössä on kerätty tietoa kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä, kyselylomakkeella, jolla kerättiin tietoa molempien luotujen verkkosivustojen kehittämiseen. Menetelmällä kerättiin tietoa verkkosivustojen ulkoasusta, sisällöstä, käytettävyydestä sekä siitä, onko sivustoilla kaikki olennainen tieto helposti löydettävissä.

Lopuksi kerrotaan käyttäjätestauksesta ja sen tuloksista, jotka suoritettiin kyselylomakkeen muodossa. Työssä avataan myös ideoita molempia sivustoja koskevaan jatkokehitykseen.

Kyselylomakkeella toteutettu tiedonkeruu soveltui tähän opinnäytetyöhön, koska kyseessä oli verkkosivujen kehittämisprosessi. Tällä menetelmällä oli vaivatonta kerätä riittävästi informaatiota erilaisilta ihmisiltä melko lyhyessäkin ajassa.

Kyselyillä kerättiin paljon arvokasta tietoa monesta eri näkökulmasta, jonka avulla verkkosivustojen kehittämistä voitiin jatkaa ammattimaisempaan, helppolukaiseen ja ymmärrettävään suuntaan.

Tulevaisuudessa sivustot saavat jatkokehitystä ainakin uusilla kuvilla ja laajemmalla sisällöllä. CH Cargolle luodaan uusia sivuja.

Joonas Antero Syrjämäki

Developing two websites for logistic companies: CH Cargo & RJ Logistics

Year	2017	Pages	32
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to develop the webpages of the two commissioning companies - CH Cargo and RJ Logistics. The basics of the WordPress publishing system and how it was utilized in the project are discussed.

This thesis was implemented as quantitative research. A questionnaire was used to collect information on the websites' design, content, usability, and whether or not the websites had all the necessary information.

In addition, another questionnaire was sent to evaluate the changes to the webpages based on the initial questionnaire for final development suggestions and feedback.

The questionnaires were an easy way to collect a lot of information from different people in a short period of time. The surveys provided a lot of valuable information from different perspectives, which facilitated professional, user-friendly development, which was used to continue the development of the websites to more professional look, but still pleasant for the normal people.

In the future, the sites will be developed further to include new images and content.

Keywords: Questionnaire, Quantitative research, observation

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Työn tavoitteet ja taustat.....	6
3	Sivustojen julkaisujärjestelmä	7
	3.1 Alustan valinta	9
	3.2 Käytetyt lisäosat	9
4	CH Cargo.....	12
	4.1 CH Cargo, Projektin lähtökohdat.....	12
	4.2 CH Cargo, Vaatimukset.....	13
	4.3 CH Cargo, Sivuston teema	15
	4.4 CH Cargo, Sivuston ulkoasu.....	15
	4.4.1 CH Cargo, Etusivu	16
	4.4.2 CH Cargo, Palvelut-sivu	16
	4.4.3 CH Cargo, Yhteystiedot ja työhakemus	16
	4.5 CH Cargo, Sisältö	17
	4.6 CH Cargo, Ongelmat	17
5	RJ Logistiikka	18
	5.1 RJ Logistiikka, Projektin lähtökohdat	19
	5.2 RJ Logistiikka, Vaatimukset	19
	5.3 RJ Logistiikka, Sivuston teema.....	19
	5.4 RJ Logistiikka, Sivuston ulkoasu	20
	5.4.1 RJ Logistiikka, Etusivu.....	20
	5.4.2 RJ Logistiikka, Palvelut-sivu.....	21
	5.4.3 RJ Logistiikka, Ota yhteyttä-sivu	21
	5.5 RJ Logistiikka, Ongelmat.....	22
6	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä.....	23
	6.1 Tutkimuksen luotettavuus	24
7	Tutkimuksen toteutus	24
	7.1 Testiin valitut henkilöt	26
	7.2 Tutkimusmenetelmän valinta	26
8	Tulokset.....	27
	8.1 CH Cargo, Ulkoasu	27
	8.2 CH Cargo, Sisältö	28
	8.3 RJ Logistiikka, Ulkoasu	29
	8.4 RJ Logistiikka, Sisältö	30
9	Jatkokehitys.....	32
10	Yhteenveto ja pohdintaa	34
	Lähteet:	35

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee Wordpress-julkaisujärjestelmällä toteutettuja verkkosivuston uudistus- ja luomisprojekteja. Ensimmäinen hanke oli Vantaalla toimivan CH Cargo -nimisen logistiikka-alan yrityksen internetsivoustuudistus. Koska vanha sivusto oli hyvin vanhanaikainen ja visuaalisesti parannuksen tarpeessa, luotiin sivustolle kokonaan uusi graafinen ulkoasu. Ulkoasu toteutettiin vanhan sivuston ja yrityksen värimaailman mukaisesti, eli käyttäen vihreän eri sävyjä.

Sivustolle valitun teeman mukana vaihtuivat myös sivuston asettelut ja navigointi. CH-Cargolle luotiin uusi logo ja muu tarvittava grafiikka, esimerkiksi seinäkankaita, banneri verkkosivustolle ja roll-uppeja messutapahtumiin. Sivustolle laitettavat kuvat olivat otettu CH-Cargon ja RJ Logistiikan Uusista tiloista, messutapahtumasta Turussa sekä vapaasti käytettävissä olevista kuvapankeista.

Opinnäytetyön toinen hanke toteutettiin RJ-Logistiikka nimiselle logistiikka-alan yritykselle, joka toimii CH-Cargon tiloissa. RJ Logistiikka on CH Cargon tytäryhtiö. RJ Logistiikka syntyi vuoden 2016 alussa, ja yritykseltä puuttui kaikki graafinen materiaali sekä nettisivut, joita lähdettiin yhdessä asiakkaan kanssa toteuttamaan. Yritykselle luotiin tarvittava grafiikka ja logo.

Opinnäytetyössä käydään läpi lähtökohdat, joista sivustojen luominen alkoi ja minkälaisia vaatimuksia niille oli asetettu. Työssä kuvataan myös sivustojen ja grafiikan luomisvaiheiden ongelmat ja se, miten ne ratkaistiin.

Työssä esitellään Wordpress-julkaisujärjestelmää ja sen käyttöä yleisesti. Lisäksi selvitetään, minkä takia kyseinen julkaisujärjestelmä otettiin käyttöön ja mitä tarvittavia lisäosia ja teemoja näiden kahden projektin toteuttamisessa oli käytetty.

2 Työn tavoitteet ja taustat

Työn tavoitteena oli saada molemmille yrityksille uusi ilme logojen ja internetsivustojen myötä. CH Cargo oli aikaansa jäljellä niin logon, kuin internetsivustojen puolesta, joten tavoitteena oli saada nämä molemmat ajan tasalle. Koska RJ-Logistiikka oli varsin nuori yritys, oli tämä hyvä lähtökohta saada yritykselle näkyvyyttä ja omanlainen imago. Koko projekti toteutettiin hyvinkin pienellä budjetilla ja tavoitteena olikin saada kuvat yrityksen omilta tiloilta ja ilmaisista kuvapankeista.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kertoa lukijalle, miten projekti eteni ja mitä kaikkea näiden sivujen syntymiseen tarvittiin ja minkälainen julkaisualusta WordPress on. Kerrotaan myös tutkimustavasta ja pohjustetaan niitä teoriaosuudella. Tavoitteena oli myös kartoittaa projektin vaikeudet, matkan varrella syntyneet ongelmat ja lopussa tulokset ja kertoa niistä lukijalle ymmärrettävällä tavalla.

Opinnäytetyö lähti käyntiin niin, että sivustojen luonti oli tarkoitus olla vain omalla-ajalla toteutettu projekti, kuitenkin siinä olikin niin paljon työtä, että se hyväksyttiin työharjoitteluksi ja toteutettiin palkattomana työharjoitteluna. Kun projekti lähti liikkeelle syntyi idea, että tästä saisi myös kattavan opinnäytetyön.

3 Sivustojen julkaisujärjestelmä

WordPress on yksi käytetyimpiä verkkosivustojen julkaisujärjestelmiä. Ohjelmisto on julkaistu vuonna 2003 ja on tällä hetkellä tuhansien sivustojen pohjana. Noin 23,3% Wordpressiä julkaisujärjestelmänään käyttää noin neljäsosa kymmenestä miljoonasta suosituimmasta sivustosta. Tämä johtuu järjestelmän helppokäyttöisyydestä sekä ominaisuudesta hallita suuria määriä tietoa. Wordpressin iskulauseena onkin esteettisyys, web-standardit ja käytettävyys. Wordpressin kehittivät Ryan Boren, Mark Jaquith, Matt Mullenweg, Peter Westwood. (WordPress. 2017)

WordPress kehitettiin alun perin blogien luomiseen ja ylläpitoon. WordPress toimii pääsääntöisesti php-kielellä ja käyttää tiedon tallentamiseen MySQL-nimistä tietokantaa. Vuonna 2005 Wordpressin uusien versioiden myötä siihen lisättiin kehittyneempi pohjatiedostojärjestelmä sekä niin sanotut staattiset sivut, koska sitä pyrittiin kehittämään sisällönhallintajärjestelmäksi. Myöhemmin Wordpressiin kehitettiin lisäosia, muun muassa täysin uusi hallintapaneeli. Se myös optimoitiin mobiilialustoille (Android, iOS). (WordPress. 2017)

WordPress on avoimen lähdekoodin julkaisualusta ja se tukee monia alustoja. WordPress käyttää pääsääntöisesti valmiita teemoja, joiden mukaan sivuston asettelut, navigoinnit ja muut toiminnot määräytyvät. Näitä voi yleisesti muokata teeman ylläpitosivustosta. Esimerkiksi logon sijaintia ja värimaailmaa voi vaihdella teemasta riippuen. Wordpressillä voi halutessaan koodata koko sivuston alusta alkaen itse tai vaihtoehtoisesti muokata valmista teemaa PHP-koodilla. Wordpressiin on lukuisia valmiita teemoja, lisäosia ja vimpaimia (engl.widgets). Nämä ovat hyödyllisiä työkaluja sivuston rakentamisessa ja persoonallisen ilmeen luomisessa. WordPress on nopea ja helppo asentaa. (Wilson. 2017)

WordPress on itsessään täysin ilmainen, mutta laajempaan käyttöön esimerkiksi erilaiset teemat vaativat usein maksua, jos haluaa täyden version teemasta. Alusta on nopea ja

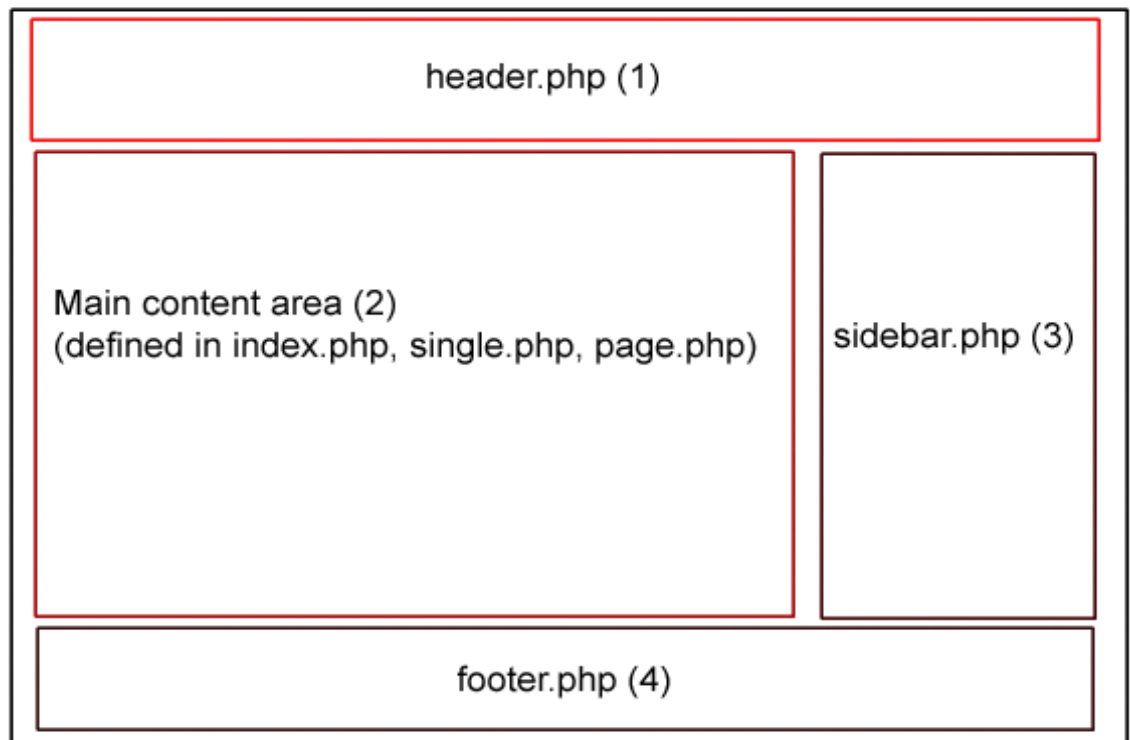
helppokäyttöinen ja tämän takia se varmasti onkin yksi suosituimmista verkkosivuston julkaisualustoista. WordPressin lisäksi käyttäjä ei tarvitse muuta kuin domainin ja web-tunnuksen, joka on yleensä maksullinen (.fi, .net, .com jne.)

WordPressillä on lukuisia hyödyllisiä ominaisuuksia, jotka tekevät siitä monipuolisen ja suosituksen julkaisualustan näitä on muun muassa ,Integroitu linkkienhallinta, Hakukoneystävällisyys, Oikolukuominaisuus, Wordpress tukee XML- ja XHTML-merkkausta sekä CSS-muotoiluja, Paluuviitteet (Pingback ja Trackback), Kävijöiden esto (IP-Osoite), Käyttäjryhmäluokittelu, Tuki (IT-tuki, avainsanat) sekä Staattiset sivut

Sivuston rakenne koostuu siis yksinkertaisimmillaan kahdesta eri tiedostosta: PHP-sisältökoodista ja tyyli-tiedostosta (Taulukko1), eli CSS-tiedostosta. PHP tuottaa sisällön ja CSS-tyylin eli ulkoasun. Teema koostuu siis erillisistä tiedostoista (template) ja yleensä teemat koostuvat seuraavista tiedostoista (Kuvio 1) (WP-Opas, 2013) Kun käyttäjä on valinnut halutun teeman ei oikeastaan tarvita enää muuta kuin ladata halutut lisäosat ja lisätä sisältöä/kuvia halutuille sivuille sekä vaihtaa teemaan halutut asetukset oman maun mukaan, eli värit, fontit, logot yms.

Index.php	Pääsivunpohja
page.php	Pohja staattiselle sivulle
Single.php	Pohja artikkelisivuille
footer.php	Sivujen alareuna
header.php	Sivujen yläreuna
archive.php	Pohja arkistosivuille
comments.php	Listaa lomakkeen ja kommentit
search.php	Pohja hakutuloksiensivulle
links.php	Pohja linkkisivuille
sidebar.php	Sivuvalikko
404.php	Sivua ei löydy
style.css	CSS-tyylitiedosto

Taulukko 1: Sivuston rakenne



Kuvio 1: Sivun rakenne

3.1 Alustan valinta

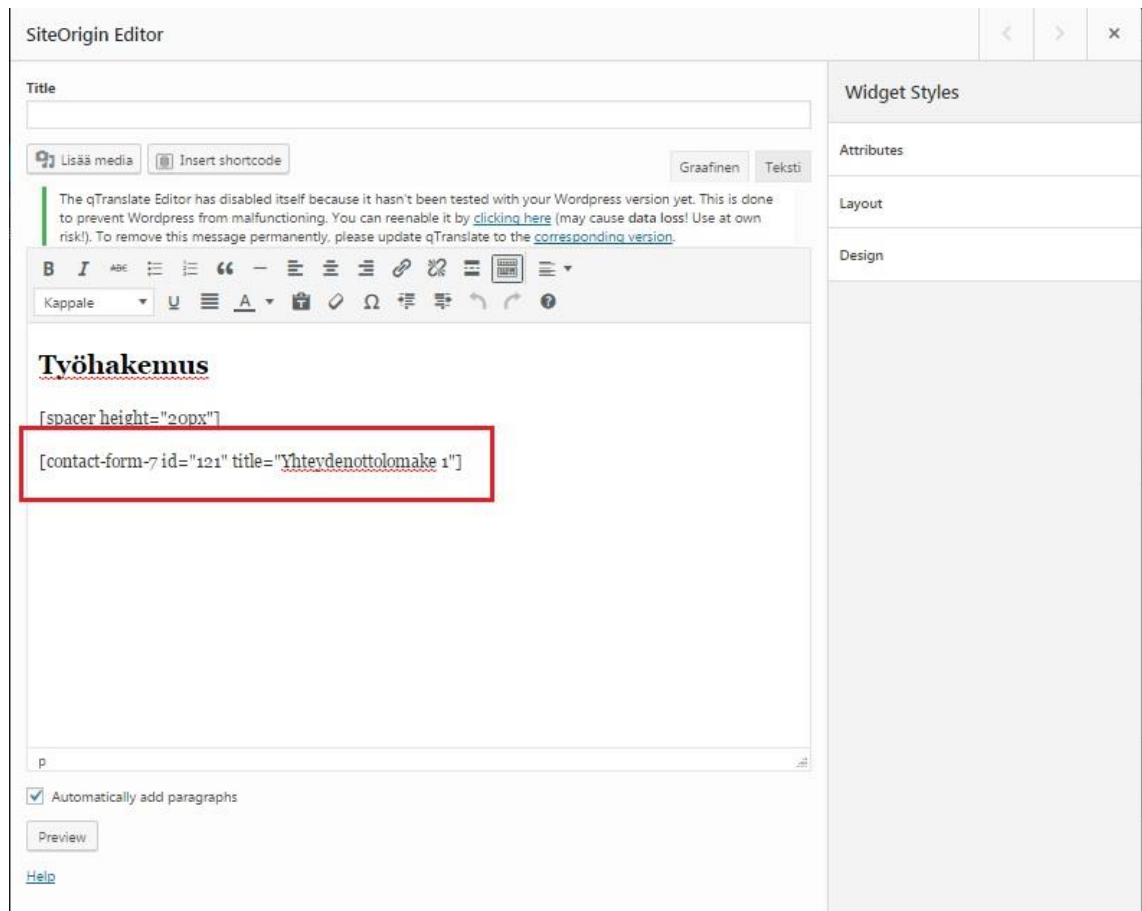
CH Cargon alkuperäiset sivut olivat WordPress-alustalla luodut ja niiden ylläpito tapahtui sen kautta, joten WordPress oli looginen valinta sivustojen kehittämiseen ja luontiin. Yhtenä vaihtoehtona oli myös Wix.com-niminen web-pohjainen verkkosivustojen luomisalusta. Koska CH Cargon vanhat sivut oli luotu Wordpressillä ja palvelun tarjoaja Foral.net:in pakettiin kuului domain kolmelle sivustolle, luotiin RJ Logistiikan sivusto myös Wordpressillä. WordPress otettiin käyttöön myös, koska yrityksen johtajalla oli itsellään jonkin verran kokemusta ja osaamista sen käytöstä ja käyttöönotosta.

Wordpress valittiin myös koska se on ammattimainen alusta sivustojen luomiselle ja sitä käyttävät useat eri kokoiset yritykset. WordPress on myös luotettava alusta eikä vaadi käyttäjältä ohjelmointitaitoja, joten IT-taustaa vailla olevan on helppo pienellä opastuksella ylläpitää tai luoda omia sivustoja.

3.2 Käytetyt lisäosat

Ensimmäinen lisäosa, joka otettiin käyttöön oli Contact Form 7, koska CH-Cargon sivuston ensimmäisiä vaatimuksia oli, että sivustolle toteutetaan työnhakulomake. Contact Form 7 osoittautui hyväksi vaihtoehdoksi ja se valittiin, koska se oli suosituimpia lomakkeen luontiin tarkoitettuja lisäosia. Contact Form 7:llä rakennettiin omassa valikossa lomakkeeseen halutut elementit ja ulkoasu sekä määriteltiin, missä muodossa työnhakuilmoitus tulee sähköpostiin.

Tämän jälkeen lisättiin lomakkeen koodi halutulle sivustolle, haluttuun kohtaan. Kuten kuvassa 2 näkyy punaisen laatikon sisällä, lisätään Page Builderiin Contact Formin antama koodin pätkä, jolloin WordPress sijoittaa tehdyn lomakkeen halutulle sivulle (Kuvio 2).

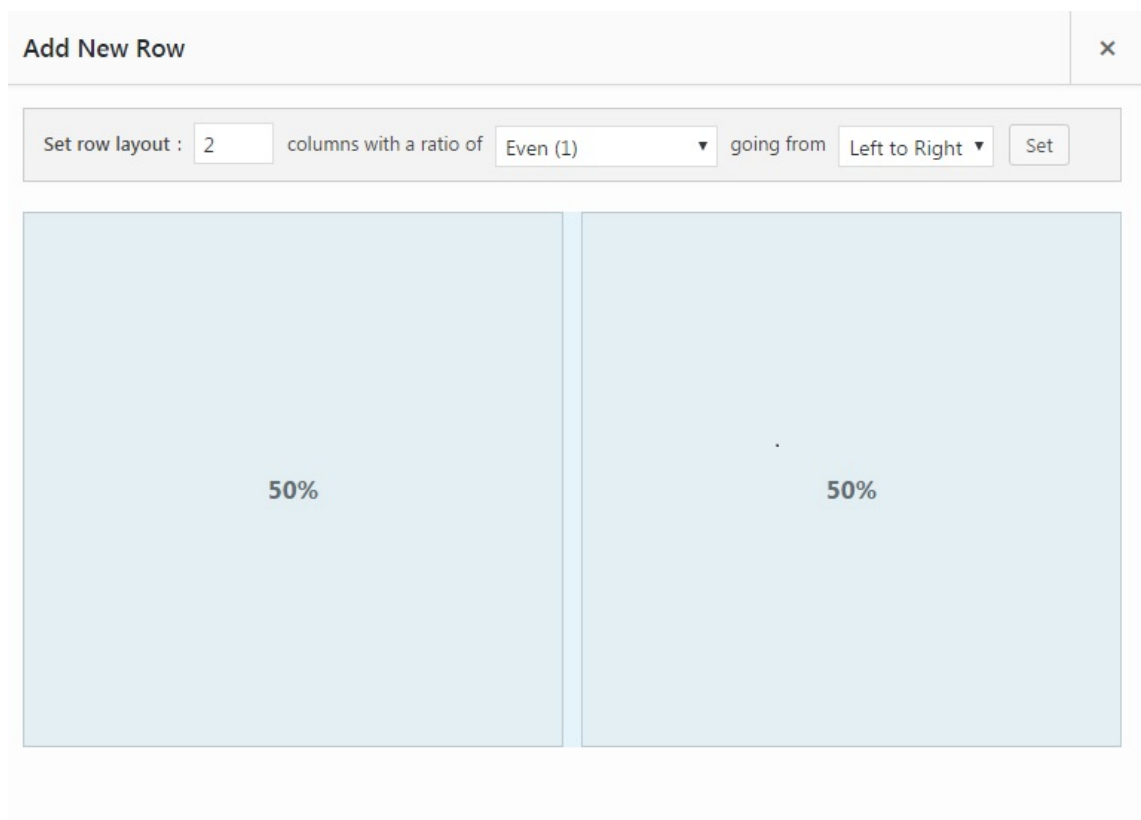


Kuvio 2: Contact Formin koodi

Kuvien ja rikkaamman tekstisisällön tuottamiseen ladattiin Black Studio TinyMCE Widget ja Easy Google Fonts-lisäosa, joka on kätevä työkalu fonttien hallintaan. Spacer valittiin myös koska se on yksinkertainen, hyvin käytännöllinen työkalu, jolla voidaan lisätä välejä tekstien ja kuvien välille. Väli luodaan aina korkeudessa pikseleinä (Spacer height = "20px").

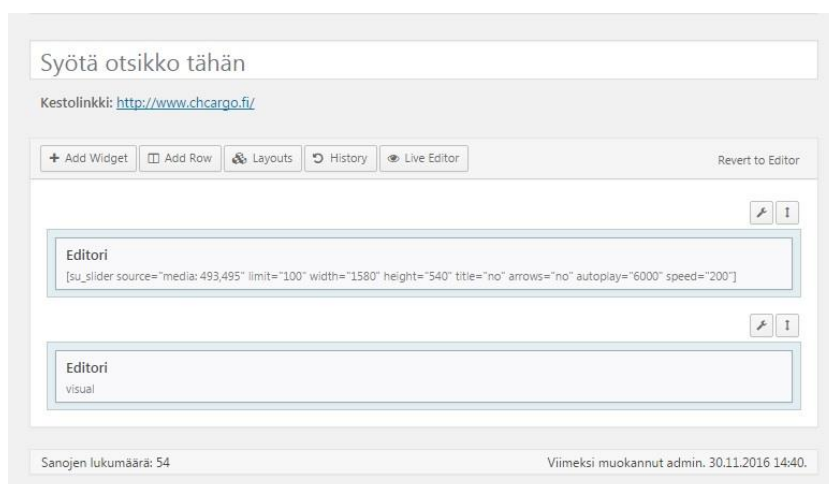
Tärkeimmät lisäosat sivustojen luontiin olivat Page Builder ja siihen kuuluva SiteOrigin Widgets Bundle. Page Builder jakaa sivuston riveihin pituussuunnassa, ja ne voidaan edelleen jakaa

sarakkeisiin esimerkiksi 50/50 (kuvio 3).



Kuvio 3: Sarakkeet jaettuna kahteen osaan.

Tämä on hyvä ominaisuus, jos haluaa jaotella tekstisisältöä siististi kahteen osioon vierekkäin. Rivejä voidaan luoda sen mukaan, kuinka paljon niille on tarvetta sivuston sisällön kannalta. Sisältöosiot voidaan siis jakaa esim. kahteen osaan keskeltä, kuten kuviossa 4 voi nähdä, on sivusto jaettu kahteen osaan, (Kuvio 4.)



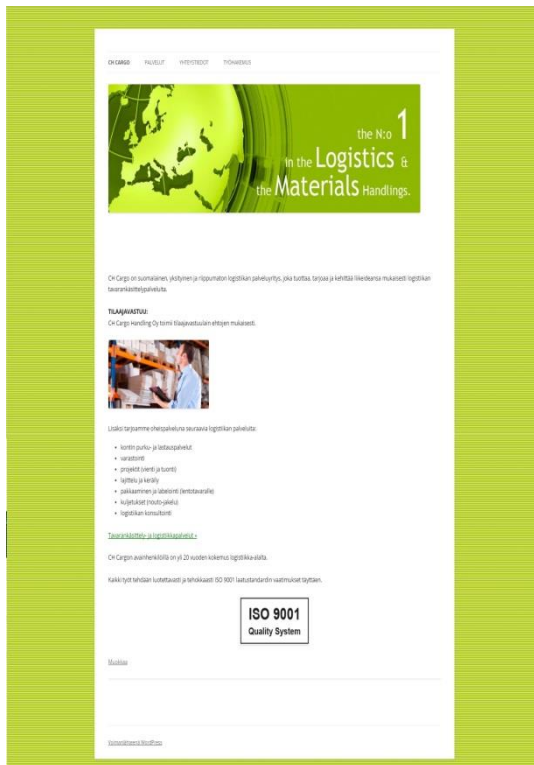
Kuvio 4: Etusivu on jaettu kahteen riviin.

4 CH Cargo

CH Cargo on vantaalainen logistiikka-alan yritys, jonka perustajilla on yli 25 vuoden kokemus logistiikka-alasta. Yritys toimii tilaajavastuulain ehtojen mukaan ja sen palvelut täyttävät ISO 9001-laatustandardin vaatimukset. CH Cargon palveluihin kuuluu kaikenlainen logistiikka-alan toiminta, ja yrityksellä on tarjolla myös muita lisäpalveluita kuten kontin purku, varastointi, sekä konttien lajittelu ja kerääminen lähetyksiin. Yritys myös pakkaa ja merkitsee kaikki lähetykset esimerkiksi lentorahdille. CH Cargo hoitaa myös kuljetukset ja yrityksellä on palveluita myös konsultoinnin puolelta, kuten logistiikan konsultointi.

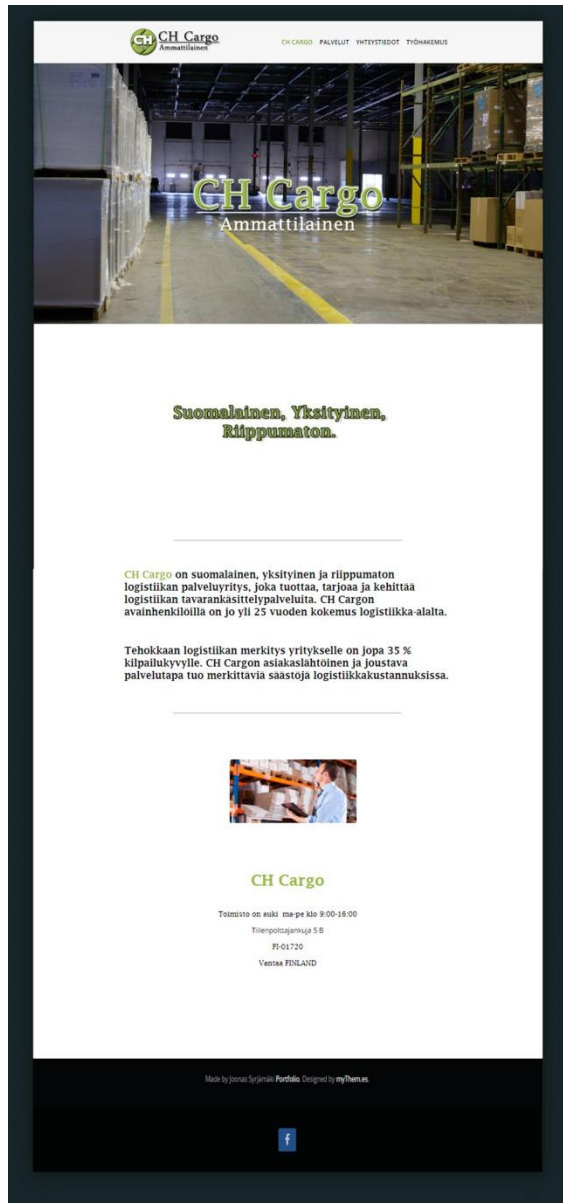
4.1 CH Cargo, Projektin lähtökohdat

CH Cargolla oli vanhat sivut, jotka oli toteuttanut pieni suomalainen mainostoimisto. Sivuston jatkokehitys tai ylläpito ei enää onnistunut mainostoimiston mentyä konkurssiin. Sivuston graafinen ulkoasu oli opinnäytetyön toimeksiantajan mukaan graafisesti epämiellyttävä. Sivustolla oleva teksti- ja kuvasisältö oli hyvin niukkaa (kuvio 5).



Kuvio 5, Vanha etusivu

Kuvassa viisi näkyy vanha etusivu ja kuviossa 6 nykyinen uusi etusivu, jossa värimaailma on modernimpi ja graafisesti miellyttävämpi (Kuvio 6). Sivustolta puuttui kokonaan logo, ja taustan vihreä vaakatasoviivasto tekee sivuston selaamisesta epämiellyttävää. Kuvia ja sisältöä sivustolla oli vähän, ja navigoinnin värimaailma oli suppea. Nykyisessä navigaatiossa mukailaan sivuston kuvien värimaailmaa.



Kuvio 3: Uusi etusivu

4.2 CH Cargo, Vaatimukset

Vaatimukset syntyivät pikkuhiljaa projektin aikana, kun uutta sisältöä tuotettiin ja saatiin kuvia sivuille. Vaatimukset määritteli Raine Juden, joka on CH Cargon johtohahmo ja RJ Logistiikan perustaja. Kuitenkin heti alussa oli sivustojen vaatimuksina yksinkertaisuus, Vihreä värimaailma, lyhyt ja ytimekäs tekstisisältö, selkeä ulkoasu sekä työhakemus.

Ensimmäinen vaatimus, minkä mukaan projekti aloitettiin oli uuden yksinkertaisen teeman valitseminen, mutkien kautta päädyimme Tempo-nimiseen teemaan. Koko graafinen ulkoasu kaipasi pikaista päivitystä modernimpaan muotoon. Grafiikan tuli olla samaa värimaailmaa kuin alkuperäiset sivustot, joten päävärinä käytettiin tumman vihreää sävyä. Koska sivustolla

oli niukasti kuvia ja sisältöä, osa kuvista on CH Cargon uusista tiloista ja osa kuvista löytyi ilmaisista kuvapankeista.

Vanha logo oli myös melko karkea ja vanhanaikainen, joten logo suunniteltiin uudestaan. Logon mallia mukailtiin vanhasta logosta ja se saikin pyöreän poikkiviivaisen muodon, jonka päälle tuli yksinkertaisesti CH- Cargo. Myöhemmin logoon lisättiin vielä CH Cargo, poikkiviiva nimen alle ja viivan alle slogan Ammattilainen (Kuvio 7).



Kuvio /: CH-Cargon uusi logo

Sivuston sivuja ei haluttu muuttaa, joten ne pidettiin samana, eli etusivu, palvelut sekä yhteystiedot. Kuitenkin vaatimuksena oli uusi sivu työhakemus ,jonka luomisesta projekti lähti liikkeelle heti logon jälkeen.

Etusivulle toivottiin uusi banneri, joka oli projektin seuraava vaihe. Tekstisisältö pyrittiin pitämään samana, tosin muutamia lisäyksiä vaadittiin, kuten esimerkiksi uuden sisällön tuottamista ja osa sisällöstä tuli siirtää toiselle sivulle. Uutta sisältöä toivottiin myös etusivulle.

Työhakemuksen vaatimuksina oli saada hakemukseen selkeästi perustiedot hakijasta sekä selvittää hakijan taustatietoja, kuten hakijan koulutus taustat ja mitä kurseja hakija on käynyt ja mitä lupia hakijalla on. Hakemukseen toivottiin kattava lista aikaisemmista työpaikoista, milloin työ alkoi ja milloin se loppui sekä työtehtävät (Taulukko 2).

Perustiedot:	Tutkinto/koulutus:	Muut tiedot:
Etu ja sukunimi	Viimeisin tutkinto	Ajokortti
Lähiosoite	Muut tutkinnot	Auto käytössä (Kyllä/Ei)
Postinumero	Muut koulutukset, kurssit tai	Mitä työtä haet

	luvat	
Postitoimipaikka	Kielitaito	Vahvimmat osaamisalueet
Syntymäaika		Palkkatoive
Puhelinnumero		Mistä kuult yrityksestä
Sähköposti		Vapaa sana

Taulukko 2: Työhakemuksen sisältövaatimukset.

Vaatimuksena oli myös, että hakemus voidaan lähettää suoraan sivuilta rekrytoinnin sähköpostiin järkevässä ja ymmärrettävässä muodossa. Tämä toteutettiin täysin contact form 7:n asetuksista.

4.3 CH Cargo, Sivuston teema

Vanhat sivut oli rakennettu twentytwelve-nimisen teeman pohjalle. Koska sivustot olivat vanhanaikaiset, oli ensimmäinen askel vaihtaa teemaa nykyaikaisempaan. Sivustojen teemaksi valittiin Tesseract-tema, joka tuntui aluksi parhaimmalta vaihtoehdolta. Teema löytyi YouTuben haun kautta suosituimpana videona ”Kuinka luoda WordPress-sivustot”, Kuitenkin teema osoittautui epätoimivaksi, joten teema vaihdettiin ja valittiin loppujen lopuksi Tempoon teemaan.

Tempo-ulkosivu oli miellyttävä ja yksinkertainen ja oli melko samankaltainen, kuin yrityksen johdon valitsema esimerkksisivu Jobflame. Vertailun kohteena toimi siis <http://www.jobflame.fi/>, joka on valitettavasti poistettu. Tempo-ulkosivun visuaalinen ilme oli samankaltainen mitä yrityksen johto toivoi ja se valittiin tästä syystä CH Cargon teemaksi.

4.4 CH Cargo, Sivuston ulkoasu

Johto halusi säilyttää alkuperäisen vihreän värimaailman, jonka mukaan logo ja muu grafiikka sivustoa varten luotiin. Ensimmäinen, koko sivustoa dominoiva elementti, eli banneri luotiin ensimmäisenä ja se toteutettiin täysin Photoshopilla. Se luotiin vain Tesseract-teeman asettelujen mukaan, kuitenkin myöhemmin kun teema vaihtui Tempoon, vanha banneri ei

enää sopinut sivuston asetteluihin, joten luotiin uusi banneri. Uusi logo rakentui myös vanhaa logoa mukaillen.

Bannerin uusi kuva valittiin ilmaisesta kuvapankista ja teksti lisättiin käyttäen Photoshoppia. Palvelut-sivun kuva valittiin turun logistiikka-messuilta kuvatusta aineistosta. Bannerin tuli olla vain väliaikainen vaihtoehto, mutta kuitenkin ajanpuutteen vuoksi se jäi pysyväksi.

Jokaiselle sivulle luotiin sama värimaailma ja asettelu, eli tumma siniharmaa tausta ja valkoinen tausta sisällölle. Valkoisen taustalle luotiin kolmiulotteisuutta luova aspekti ”Dropshadow” eli varjoefekti, jolla luodaan vaikutelmaa siitä, että sivu nousisi ulos taustasta.

Navigointi pidettiin yhtenäisenä, eli se pysyi samana jokaisella sivulla. Sen värimaailmaksi otettiin musta ja vihreä, jolla muokkailtiin logon värimaailmaa. Eli aktiivinen osio oli vihreä ja muu osuus mustaa.

4.4.1 CH Cargo, Etusivu

Etusivun sisältöosion taustaväri jätettiin valkoiseksi ja teksti osa mustaksi. Kuitenkin tehosteena käytettiin, jokaisessa kohdassa, jossa lukee CH Cargo samaa vihreän väriä, kuin logossa. Vaihtuvan tekstisisällön väriksi valittiin myös tämä sama vihreän sävy.

Sivuston taustaväriksi valittiin tumma siniharmaan sävy, joka nostaa esiin valkoista sisältö, taustaa ja sopii nykyiseen banneriin. Muuten sisällön ulkoasu pysyi samana, kuin vanhassa sivustossa.

4.4.2 CH Cargo, Palvelut-sivu

Palvelut sivun ulkoasu oli identtinen etusivun kanssa, kuten oli jokainen muukin sivu. CH Cargo tekstit olivat sivulla vihreänä ja muu tekstisisältö mustana, paitsi viimeinen otsikko sivun alalaidassa sai myös vihreän värin.

Sivuston ulkoasu pyrittiin pitämään hyvinkin yksinkertaisena ja selkeänä. Yksinkertaisella ulkoasulla toivottiin saavan sivulle ammattimaisempaa ilmettä.

4.4.3 CH Cargo, Yhteystiedot ja työhakemus

Yhteystiedot- ja työhakemus-sivujen ulkoasu mukailee samaa värimaailmaa kuin edellisestkin sivut. Teksti- ja kuvaosiot saivat tilaa toistensa välille ja väleille lisättiin poikkiviivat jakamaan eri osiot toisistaan.

Työhakemus-sivu luotiin kokonaan uudestaan ja sekin pyrittiin yhtenäistämään sivuston värimaailman ja aseteluiden kanssa, kuitenkin Contact Form 7:stä ei löytynyt funktioita, jolla vaihtaa lähetä-napin väriä, joten jouduttiin se jättämään harmaaksi. Tarkoitus oli saada napin väri vihreää värimaailmaa mukailevaksi.

4.5 CH Cargo, Sisältö

Sivustoilla pyrittiin säilyttämään vanha sisältö, kuitenkin uudistuksen mukana oli tarve luoda myös uutta sisältöä sivuille, kuten tekstisisällön muokkaamista ja uusia kuvia.

Etusivun sisältö pysyi melko samana, tosin osa sisällöstä siirrettiin palvelut sivulle, koska se sopi kyseiseen osioon paremmin. Etusivulle luotiin bannerin alle vaihtuva tekstiosio slider-työkalun avulla. Muuta uutta sisältöä ei tuotettu etusivulle, joten se pysyi muuten identtisenä vanhojen sivustojen kanssa.

Palvelut-sivustolle siirrettiin listaus CH Cargon palveluista etusivulta, koska vanhoilla sivustoilla ne olivat jostain syystä kaksi kertaa molemmilla sivuilla. Listan sisältö muokattiin ja siitä poistettiin muutama vanha palvelu ja lisättiin muutama uusi. Teksti-sisältö muokattiin Page Builderin avulla, siihen lisättiin osioita jakavat viivat ja lisättiin tilaa osioiden välille. Tekstit keskitettiin ja otsikot saivat vihreää logoa mukailevan värin.

Yhteystiedot-sivun sisältö muokattiin uudestaan, kuitenkin sisältö pysyi melko samana vanhojen sivustojen kanssa. Sivun tiedot olivat vanhentuneet, koska työntekijät olivat vaihtuneet. Yrityksen yhteystiedoista poistettiin yksi henkilö ja lisättiin uusi, sekä vaihdettiin titteleitä ja sähköpostiosoitteita. Koska yritys oli juuri muuttanut uusiin tiloihin tuli osoitetiedotkin päivittää. Yhteystiedot-sivulla on mahdollisuus jättää sähköpostiin tarjouspyyntö, tiedustelu tai tarjous. Näissä kohdissa oli vanhat sähköpostiosoitteet, joten nekin päivitettiin.

Työhakemus-sivulle pyrittiin saamaan mahdollisimman laaja selvitys työnhakijan tiedoista kyselylomakkeen avulla. Tiedot työnhakijasta lähetettiin suoraan rekrytoinnin sähköpostiin ymmärrettävässä ja loogisessa muodossa, kun työnhakija oli täyttänyt lomakkeen.

4.6 CH Cargo, Ongelmat

Ongelmia syntyi heti projektin alkuvaiheessa, kun luotiin CH-Cargon vanhoille sivustoille työnhakulomaketta. Jostain syystä WordPressin oma lomakkeen luontikaavio ei tullut näkyviin sivustoille. Lomaketta päivitettiin ja ladattiin toinen lomakkeen luontiin tarkoitettu lisäosa, joka ei sekään toiminut toivotulla tavalla. Loppujen lopuksi otettiin yhteyttä palvelun

tarjoajaan (Foral.fi), josta it-tuki lisäsi Contact Form 7 lisäosan WordPressiin ja lomake pohjan työnhaku-sivulle. Tämän jälkeen lomake syntyi melko nopeasti. Lisää haasteita oli saada lomakkeeseen syötetty tieto lähettyä järkevässä muodossa sähköpostiin. Koska lomakkeeseen syötetyt tiedot lähetettiin suoraan rekrytoijan sähköpostiin, oli sivuston työnhakulomake poistettava käytöstä kehitystyön ajaksi, muuten kaikki sivuilla täytetyt lomakkeet olisivat kadonneet, koska lomake olisi lähtenyt tyhjänä tai olisi mennyt väärään sähköpostiin.

Sisällön tuottamisen kanssa oli vaikeuksia työnantajan kiireellisen aikataulun vuoksi. Kuitenkin sisältöä saatiin tuotettua aina vähitellen lisää ja aluksi käytettiin pelkästään vanhan sivuston sisältöä. Alun perin sivustoa rakennettiin CH Cargon markkinointipäällikön kanssa yhteistyössä. Kuten ideointi, kuvien valinta, Grafiikan luonti ja niiden hyväksyttäminen. Kyseinen markkinointipäällikkö kuitenkin irtisanoutui kesken projektin, joten tästäkin syystä projektin eteneminen hidastui, koska yhtiön johdon piti tästä eteenpäin itse hyväksyä kaikki sisältö ja muutokset.

5 RJ Logistiikka

RJ Logistiikka on vuonna 2015 perustettu vantaalainen logistiikka-alan yritys, joka toimii lähinnä muutaman ihmisen voimin. RJ tulee yrityksen johtajan ja perustajan Raine Judénin mukaan. RJ Logistiikka on CH Cargon tytäryhtiö ja toimii samoissa tiloissa. Yrityksen tämänhetkinen pääasiallinen toiminta keskittyy lähinnä japanilaisten JAC-tukkien maahantuomiseen. Yrityksen ideana on ottaa asiakkaan tuote myyntiin ja hoitaa markkinointi, myynti ja varastointi. Asiakas saa tästä tietyn osuuden voitoista.

RJ Logistiikka keskittyy siis lähinnä pelkästään logistiikkaan ja he tarjoavat asiakkaille lisäpalveluita, kuten palvelukokonaisuuden rakentaminen, trailereiden purku sekä lastauspalvelut, kontin purku sekä lastaaminen, lajittelu ja keräily, pakkaaminen ja merkkäminen mikä on tarkoitettu vain lentorahdille, kuljetukset sekä nouto, että jakelu. RJ Logistiikka tarjoaa myös konsultointia, jonka tarkoituksena on kehittää prosessien tehokkuutta. RJ Logistiikka maahantuo japanilaisia JAC Trukkeja. Uusin palvelu heillä on erilaisten ajoneuvojen pesu, josta olisi tulevaisuudessa tarkoitus tehdä jatkokehityksenä RJ Logistiikan sivuille tarjouspyyntölomake tai jopa oma sivu koskien pelkästään ajoneuvopesua. RJ Logistiikka tarjoaa pesua lähinnä vain trukeille sekä raskaalle kalustolle. Lisäksi yhtenä palveluna on myös ajoneuvohuoltoa.

5.1 RJ Logistiikka, Projektin lähtökohdat

Projekti lähti täysin tyhjästä, koska yritys oli sen verran uusi, ettei minkäänlaista grafiikkaa tai sisältöä ollut sivustoille. Sisältö kopioitiin osin CH-Cargon esitteistä ja projektin edetessä sivuston tekstisisältö muuttui.

Ensimmäinen askel projektin aloittamisessa oli imagon luominen uudelle yritykselle ja tätä lähdettiin työstämään logosta ja nettisivujen mahdollisesta bannerista sekä lyhyestä iskulauseesta, joka kaikessa yksinkertaisuudessaan sai muodon ”Ammattilainen”. Logoja oli muutamia, joista rakennettiin lopullinen pyöreä logo ja se sai värikseen vaalean metallin sinisen sävyn. Alkuperäisenä värimaailmana oli vihreä eli sama kuin CH Cargolla.

5.2 RJ Logistiikka, Vaatimukset

Johto halusi sivustosta ammattimaisen ja yksinkertaisen. Koska logo oli ensimmäisiä, mitä yritykselle luotiin, haluttiin sivuston värimaailman mukailevan tätä vaalean sinistä sävyä. Sivusto haluttiin pitää mahdollisimman yksinkertaisena, eikä sisältöä ollut tarkoitus tuottaa kovinkaan paljoa. Sivuja piti olla kolme: etusivu, palvelut- ja ota yhteyttä-sivut. Koska yritys on CH Cargon tytäryhtiö pyrittiin sivusto luomaan niin, että se olisi yhtenäinen CH Cargon sivuston kanssa.

Etusivu haluttiin pitää yksinkertaisena ja siihen kaavailtiin vain logo yläreunaan navigaation viereen. Navigoinnin alle luotiin iso banneri ja sen alle iskulause ”Meidän arvo syntyy palvelukokonaisuudesta, tämän alle kuva ja sen jälkeen lyhyt esittely. Koska RJ-Logistiikka toimii CH Cargon alaisuudessa, haluttiin etusivun alalaitaan myös linkki CH-Cargon sivustoille. Yrityksen suurin asiakas oli japanilainen JAC-niminen yritys, joka valmistaa pääasiassa trukkeja, joten alalaitaan lisättiin myös linkki JAC:n kotisivuille. Alkuperäisenä vaatimuksena oli saada etusivulle kuva JAC:n trukkikatalogista, mutta tämä kuva vaihtui loppuvaiheessa yrityksen uusissa tiloissa otettuun kuvaan JAC-trukista. Yrityksen johdon kanssa sovittiin, että sivustojen luoja sai lisätä nimensä, sekä linkin portfolioonsa sivuston alatunnisteeseen. Alatunnisteeseen vaadittiin, myös linkki yrityksen Facebook sivuille.

Palvelut-sivujen vaatimuksena oli myös yksinkertaisuus. Sivulle toivottiin lyhyt esittely siitä mitä yritys tekee. Samalla haluttiin perustella, miksi yritys on luotettava ja hyvä yhteistyökumppani. Toivottiin myös lyhyt esittely JAC:n trukeista sekä listaus yrityksen palveluista.

5.3 RJ Logistiikka, Sivuston teema

Ensimmäiseksi sivustoa lähdettiin uudistamaan Tesseract-nimisen teeman avulla. Teema löytyi YouTuben kautta suosituimpana ”Kuinka luoda WordPress sivustot, haullla” Kuitenkin

Tesseract osoittautui epätoimivaksi, joten teemaksi valittiin loppujen lopuksi Tempo. Tempo oli melko miellyttävä ulkoasullisesti, yksinkertainen ja oli melko samankaltainen sivuston kanssa mihin pyrittiin suuntaamaan sivuston visuaalista ilmettä.

Jobflamen sivut toimivat suunnan antajana sille, millaiset sivut yrityksen johto halusi (www.jobflame.fi). Tempo:n asetelut ja visuaalinen ilme olivat hyvin samankaltaiset jobflame-sivuston kanssa ja tästä syystä se valittiin sivuston teemaksi.

5.4 RJ Logistiikka, Sivuston ulkoasu

Sivuston ulkoasu luotiin mukaillen logon vaalean sinistä värisävyä, joten bannerin kuva valittiin ilmaisesta kuvapankista. Kuvaa muokattiin jonkin verran ja siihen lisättiin teksti ”Ammattilainen”, joka pyrittiin upottamaan kuvaan niin, että se näyttäisi olevan oikeasti hallissa (kuvio 8)



Kuvio 8: RJ Logistiikan etusivun banneri

Kuvat olivat CH Cargon uusista tiloista vantaalta. Tekstien otsikot vaihdettiin projektin loppuvaiheessa samaan sinisen sävyyn luomaan värikkäämpää värimaailmaa. Ulkoasulla pyrittiin mukailemaan CH Cargon sivustoa, jotta saataisiin yhtenäisyyttä sivustojen välille.

5.4.1 RJ Logistiikka, Etusivu

Etusivun bannerin sininen sävy sopi todella hyvin aikaisemmin luotuun logoon, vaikka kuva oli melko tyhjä otettiin se silti käyttöön. Myöhemmin kuvaan lisättiin teksti ja logo alareunaan. Kuvan oli tarkoitus olla vain väliaikainen, mutta muokkausten jälkeen se jäi kuitenkin sivuston pysyväksi banneriksi. Bannerin viimeisimpänä lisäyksenä oli logo alareunaan, jolla pyrittiin poistamaan tyhjyyden vaikutelmaa kuvasta.

Etusivun otsikoiksi valittiin sama sinisen sävy kuin logossa, tällä luotiin yhtenäisyyden tunnetta sivustolla. Muu teksti pidettiin mustana ja taustaväri valkoisena.

Etusivun kuva lisättiin sivuston loppuvaiheessa. Projektin keskivaiheella otettiin kuvia RJ Logistiikan uusista tiloista. Uusista tiloista otetuista kuvista valittiin myöhemmin muutama kuva, jotka otettiin käyttöön sivustolle. Etusivulle valittu kuva oli melko tyhjä, mutta mieleinen johdolle, joten se otettiin käyttöön. Kuitenkin kuvat vaihtuvat myöhemmin tulevaisuudessa, kun uudet varastotilat otetaan käyttöön ja saadaan kuvamateriaalia, jossa halli on täynnä tavaraa ja työntekijöitä.

Etusivun värimaailma syntyi siis täysin logon mukaan ja alkuperäinen valkoinen taustaväri sai metallin sinisen sävyn. Etusivun taustakuvaksi kaavailtiin jossain vaiheessa kuvaa, jossa olisi tavallaan sininen naarmuuntunut varastohallin lattia, mutta se jäi kuitenkin pois projektin loppuvaiheessa. Sivuston sisältöosion taustakuva pidettiin täysin valkoisena.

Etusivun alaosioon toivottiin linkit yhteistyökumppaneiden sivuille, joten sivulle lisättiin CH Cargon sekä JAC:n logot, jotka toimivat linkkeinä molempien sivustoille.

Alatunniste jätettiin valkoiseen sisältöosioon sopivana kahtena eri harmaan sävynä. Se koostuu kahdesta osasta; ylempi palkki on vaaleampi musta, johon tuli sivun luojan nimi sekä linkki portfolio-sivuille ja alempaan täysin mustaan palkkiin lisättiin linkki yrityksen Facebook-sivuille.

5.4.2 RJ Logistiikka, Palvelut-sivu

Palvelut-sivu noudattaa samaa asettelukaavaa kuin etusivu. Otsikot ovat samaa sävyä ja sama fonttikoko tuo yhtenäisyyttä sivujen välille. Poikkeus muihin sivuihin tuli JAC-trukit otsikkoon, johon valittiin punainen väri, joka mukailee JAC:n omaa värimaailmaa. Tämän näkee kuvasta, joka valittiin palvelut-sivulle. Kuvassa on siis JAC:n dieseltrukki, joka oli otettu JAC:n trukkikatalogista.

Palvelut-sivua täydentämään valittiin valokuva RJ Logistiikan uusilta tiloilta JAC:n trukista.

5.4.3 RJ Logistiikka, Ota yhteyttä-sivu

Tällä sivulla asettelu oli hieman erilainen verrattuna kahteen aikaisempaan sivuun. Otsikot mukailivat muuta sivustoa sinisellä värillään ja myös yhtiön johdon nimet saivat tätä värimaailmaa mukailevan värin. Sivulle lisättiin myös GoogleMaps-kartta, ja se aseteltiin leveäksi, jotta yhtiön johdon nimet näkyvät sivuston auetessa. Sivun ulkoasu mukailee muuten täysin muita sivuja.

Alas otettiin kuva yrityksen johdosta ja tämäkin oli vain väliaikainen kuva, josta tuli kuitenkin pysyvä, kun yrityksen johto mieltä siihen projektin edetessä.

5.5 RJ Logistiikka, Ongelmat

Sivulle alun perin valittu teema ei toiminut sivustolla. Tesserract teeman oli luonut yksityishenkilö, jonka omat teemaa koskevat sivustot olivat kadonneet. Koska sivustoa ei pystynyt suoranaisesti hallitsemaan teeman omista asetuksista, niin kuin usein WordPress teema voi, jäi sisältö aina jostain syystä sivun oikeaan reunaan eli sitä ei voinut keskittää mitenkään. Sivuston asetuksia olisi ollut helppo hallinnoida CSS.tyylitiedostoilla, mutta kaikki tarvittavat koodit olivat sivustolla, joita ei enää ollut olemassa. Sivuston ulkoasu oli melko suppea ja tylsä. Näistä syistä teema jouduttiin vaihtamaan kokonaan ja otettiin tilalle Tempo-niminen teeman.

Kuvien valinta oli haastavaa, koska niitä varten ei ollut minkäänlaista budjettia, joten kuvat piti etsiä ilmaisista kuvapankeista. Ilmaisissa kuvapankeissa oli hyvin vähän laadukkaita kuvia tai ne eivät sopineet sivuston värimaailmaan. Toinen hidaste oli, että johdon piti hyväksyä kuvat ja koska johtajilla oli hyvin kiireellinen aikataulu, joutui kuvien hyväksyttämistä odottamaan välillä monia päiviä. Yrityksellä oli käytössään hyvinkin laadukas järjestelmäkamera, mutta vanhoille tiloille ei voinut mennä kuvaamaan ja uusilla tiloilla oli vielä täysin tyhjä. Esimerkiksi Ota yhteyttä-sivulle valittiin kuva, jossa näkyy taustalla täysin tyhjat varastohyllyt. Johtoa kehoitettiin kuitenkin ottamaan uudet kuvat, kun varasto on saatu käyttöön. Tämä voi tulevaisuudessa tuoda projektille jatkoa.

Koska projekti kesti vain kolme kuukautta oli aika hyvin rajallinen ja se toi ongelmia sivuston valmiiksi saamisessa, koska lopullinen sisältö ja kuvat saatiin vasta projektin loppuvaiheilla. Sivustolle jouduttiin jättämään myös väliaikaisia kuvia.

Projektin keskivaiheilla yritys muutti uusiin tiloihin. Muutto aiheutti paljon kiireitä johdolle ja tämä hidasti projektin etenemistä. Johdolla ei ollut aikaa keskittyä nettisivujen, kuvien ja grafiikan hyväksyttämiseen.

Kun firman toiminta oli siirtynyt kokonaan uusille tiloihin tuli ongelmia internetyhteyksien kanssa. Internetin oli tarkoitus olla toiminnassa heti, kun firman toiminta siirtyi uusiin tiloihin, mutta se ei kuitenkaan toiminut. Yritys joutui toimimaan uusissa tiloissa n. viikon verran, ennen kuin paikalle saatiin huoltomies, joka sai yhteyden toimimaan.

GoogleMaps-widgetin kanssa oli ongelmia. Vaikka kaikki asetellut olivat oikein ja kartta laitettu page builderin kautta ota yhteyttä-sivuille se ei kuitenkaan näkynyt kun siirtyi selaimesta tarkastelemaan yrityksen sivuja. Mapsia yritettiin päivittää ja asetuksia muuttaa,

mutta se ei kuitenkaan koskaan tullut sivulle näkyviin. Ongelma ratkaistiin GoogleMaps:n omilla sivuilla olevalla koodilla, jolla mappi saatiin näkyviin heti.

Bannerin valinta oli pitkä prosessi ja siitä oli monta suunnitelmaa. RJ Logistiikan osio projektista käynnistyi logon suunnittelulla ja tämän jälkeen siirryttiin suunnittelemaan banneria. Alkuperäiseen banneriin kaavailtiin laaksoa, missä on ovi josta aurinko paistaa ja teksti RJ Logistiikka tulee ulos sloganin kanssa. Tämä kuitenkin jouduttiin hylkäämään, koska tämänkaltaista ilmaista kuvaa ei löytynyt eikä aika riittänyt sen tekemiseen. Banneriksi otettiin väliaikaiseksi suunniteltu kuva, johon lisättiin teksti ja efektejä. Johto halusi vaihtaa sen projektin loppuvaiheilla, mutta se jäi kuitenkin lopulliseksi banneriksi (Kuvio 8).

6 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä käytettiin projektissa kvantitatiivista menetelmää, koska tällä menetelmällä oli helppo kerätä paljon informaatiota erilaisilta ihmisiltä melko lyhyessäkin ajassa.

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on tutkimustapa, jossa käytetään täsmällisiä ja laskennallisia menetelmiä ja pyritään selvittämään eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa kohteessa tapahtuvia muutoksia. (Heikkilä. 2014)

Tätä menetelmää käyttävä tutkija pyrkii keräämään itselleen empiiristä havaintoaineistoa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ollaan yleensä kiinnostuneita erilaisista syy- ja seuraussuhteista, luokittelusta, vertailusta ja numeraalisiin tuloksiin perustuvan ilmiön tutkimisesta. (Virsta. 2007)

Tutkimuksen aineiston keräämiseen voidaan käyttää vaikka haastatteluja tai erilaisia kyselyitä. Tämä sopii hyvin suurien ihmisryhmien kartoittaviin tutkimustöihin. Tutkimuksen aineistokeruumenetelmiä ovat lomakekyselyt, strukturoidut haastattelut, internet-kyselyt, puhelinhaastattelut, kokeelliset tutkimukset ja systemaattiset havainnot. (Salonen. 2013)

Tutkimusprosessin vaiheita ovat ensimmäiseksi tutkimusta koskevien ongelmien määrittäminen, aikaisempiin tutkimuksiin ja aiheesta koskevaan kirjallisuuteen perehtyminen, tutkimussuunnitelman ja mahdollisten hypoteesien laatiminen, erilaisten tiedonkeruuvälineiden rakentaminen, kuten tämän opinnäytetyön tapauksessa kyselykaavakkeen laatiminen. Lopuksi kerätään tietoja ja nämä tiedot analysoidaan ja käsitellään, jonka jälkeen saadut tulokset raportoidaan. Viimeinen vaihe on johtopäätöksien teko sekä saatujen tulosten hyödyntäminen. (Salonen. 2013)

6.1 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimusmenetelmää valittaessa tulee huomioida tutkimuksen luotettavuus, koska tutkimukselle on laadittu tiettyjä arvoja ja normeja joihin sen tulisi pyrkiä. Näistä nousee esille reliabiliteetti ja valideetti. Käsitys näistä vaihtelee ja jotkut tutkijatkin soveltavat perinteisiä käsityksiä myös laadulliseen tutkimukseen ja jotkut tukijoista ovat hylänneet vanhat käsitykset ja ovat luoneet täysin uusia käsitteitä tutkimuksen apuvälineiksi. (KvaliMOTV)

Reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, että minkälaisissa olosuhteissa käytetty metodi on johdonmukainen ja luotettava. Tämä tuo ongelmia esimerkiksi kysymyksiä esittäessä, koska ihminen ei aina välttämättä vastaa niin miten hän oikeasti ajattelee. Tämän takia tätä menetelmää käytettäessä on muistettava ettei osallistujat puhu aina kaikissa tilanteissa yhdenmukaisesti, eli puhuvat sekä kielenkäyttö ovat yleensä tilannesidonnaisia. Ihminen pyrkii aina säilyttämään sosiaalisesti hyväksyttävän aseman ja tämä saattaa vaikuttaa henkilön vastauksiin riippuen esitettävistä kysymyksistä. (KvaliMOTV)

Valideetti tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että onko tutkimus pätevä, eli onko se perusteellisesti tehty, ovatko päätelmät oikeita ja onko saadut tulokset luotettavia. Tutkimus voi olla epäpätevä, jos tutkija kysyy vääriä kysymyksiä tai näkee periaatteita sekä suhteita virheellisesti. Tähän liittyy keskeisesti se kysymys, millainen käsitys tutkijalla on kielestä tai millaisena hän näkee sosiaalisen todellisuuden. Tutkimus on pätevä, jos tutkija ei ota suoraviivaisesti omaa todellisuuttaan huomioon eli osaa nostaa itsensä omien näkökulmien yläpuolelle ja osaa kysyä oikeat kysymykset koskien tutkimusta. Kuitenkaan tutkimuksella ei voida kuin raapaista tutkittavan kohteen pintaa. Tällä ei voida koskaan raportoida ilmiötä täysin sellaisena mikä se tutkijan näkökulmasta on tai millä lailla se ilmenee tutkimustilanteessa. (KvaliMOTV)

7 Tutkimuksen toteutus

Kysely toteutettiin lomakekyselynä. Osa täytettiin sähköpostin välityksellä ja osa taas kasvotusten. Alunperin oli tarkoitus täyttää lomake kasvotusten jokaisen kohdehenkilön kanssa, mutta rajallinen aika niin projektin luojaan, kuin kyselyyn osallistuneidenkin kanssa ei riittänyt, joten osa lomakkeista lähetettiin siis sähköpostilla.

Testauksella haluttiin selvittää, onko sivustojen ulkoasu miellyttävä eri ikäisten ja eri asemassa olevien ihmisten mielestä. Haluttiin myös selvittää, onko sivusto helppokäyttöinen ja löytyykö sivustoilta tarvittavat tiedot.

Lomakkeessa oli noin 15 kysymystä, jotka laadittiin niin, että saataisiin laaja kokonaiskuva erilaisten henkilöiden mielipiteestä sivustoa kohtaan ja näitä analysoimalla pystyttiin uudistamaan sivustoja hyvinkin paljon. Lomakkeita oli kaksi kappaletta: toinen koski CH Cargon verkkosivuja ja toinen RJ Logistiikan sivuja. Molemmissa lomakkeissa oli samat kysymykset ja molempiin kaavailtiin seuraavat kysymykset, jotka ovat Taulukossa 3.

Testaajan tiedot:	Ulkoasu:	Käytettävyys:
Ikä	Mitä olet mieltä värimaailmasta?	Onko sivusto selkeä ja helppokäyttöinen? Perustele.
Työ/koulutus	Onko sivustolla mielestäsi sopivasti sisältöä? Perustele.	Onko tarvittava tieto yrityksestä helppo löytää?
Sukupuoli	Miltä sivuston ulkoasu mielestäsi vaikuttaa?	Onko sivustolla kaikki tarvittava tieto?
Kokemus internetin käytöstä	Ovatko sivuston asetellut mielestäsi miellyttävät (kuvien ja tekstien sijainnit)? Perustele.	Toimiiko navigointi loogisesti? Perustele
Laite jota sivuston tarkasteluun on käytetty	Mitä muuttaisit sivuston ulkoasussa ja miksi?	Mitä muuttaisit sivuston käytettävyydessä ja miksi?
	Mitä mieltä olet	

	sivuston kuvista ja grafiikasta?	
--	----------------------------------	--

Taulukko 3. Kyselylomake

Viimeinen kysymys oli avoin kysymys, johon käyttäjä sai vapaasti kirjoittaa kaiken mitä hänellä saattoi vielä tulla mieleen sivustosta.

Näillä kysymyksillä kerättiin paljon arvokasta dataa, joista tehtiin lopuksi yhteenveto ja tämä lähetettiin yhtiön johdolle. Kyselyillä selvitettiin, että käyttäjät kokivat sivustoilla olevan liikaa eri värisävyjä, kuvat olivat erikokoisia, taustaväriä toivottiin muutosta, Sivustolla oli liikaa eri fontteja sekä sisältöä toivottiin lisää. Jotkut käyttäjistä löysivät jopa kirjoitusvirheen sivuilta. Toivottiin myös historiikkia sekä lisää tietoa yrityksen työntekijöistä.

7.1 Testiin valitut henkilöt

Testiin valitut henkilöt olivat lähtään noin 16-65-vuotiaita. Testihenkilöt valittiin erilaisista yhteiskunnallisista asemista opiskelijasta eläkeläiseen. Kaikki testihenkilöt olivat keravalaisia ja osa heistä vastasi kyselyyn sähköpostitse ja osa kasvotusten.

Testihenkilöitä oli kahdeksan ja jokainen vastasi sekä RJ Logistiikan että CH Cargon kyselylomakkeeseen. Koska sivustoja uskotaan käyttävän niin nuoremmat työnhakijat, kuin mahdolliset yrityksen yhteistyökumppanit valittiin kyselyyn mahdollisimman erilaisista lähtökodista olevia henkilöitä, jotta saatiin mahdollisimman monipuolisia näkökulmia sivuston jatkokehitystä varten.

7.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Kyselylomake valittiin tähän projektiin, koska se oli helpoin ja nopein tapa kerätä arvokasta dataa sivustojen jatkokehitystä varten. Kysymykset ja henkilöt testaukseen valittiin niin, että saatiin mahdollisimman monenlaista näkökulmaa sivuston rakenteesta, ulkoasusta ja käytettävyydestä. Tämä oli myös nopein tapa saada testi tehtyä, koska kysely venyi melko loppupuolelle projektia ja kyselyyn osallistuneilla oli rajallisesti aikaa vastata lomakkeeseen.

Kyselylomake oli myös hyvä työkalu jatkokehitystä varten. Koska sivustot olivat melko yksinkertaiset ei tähän projektiin olisi sopinut valmiiksi määritellyt testitilanteet, jossa annetaan käyttäjälle tietty tehtävä sivuilla ja kirjataan vaiheet ylös. Koska molemmilla sivuilla on melko vähän sisältöä, olisi jokainen testitilanne jäänyt 1-2 hiiren napin painalluksen taakse eikä hyödyllistä dataa olisi voitu kerätä juuri lainkaan. Tätä käyttäjätestausta suositeltiin projektin alussa, mutta se pitkän harkinnan jälkeen vaihdettiin kyselylomakkeeseen. Neuvotteluissa yhtiön johdon kanssa tultiin tulokseen, että kyselylomake

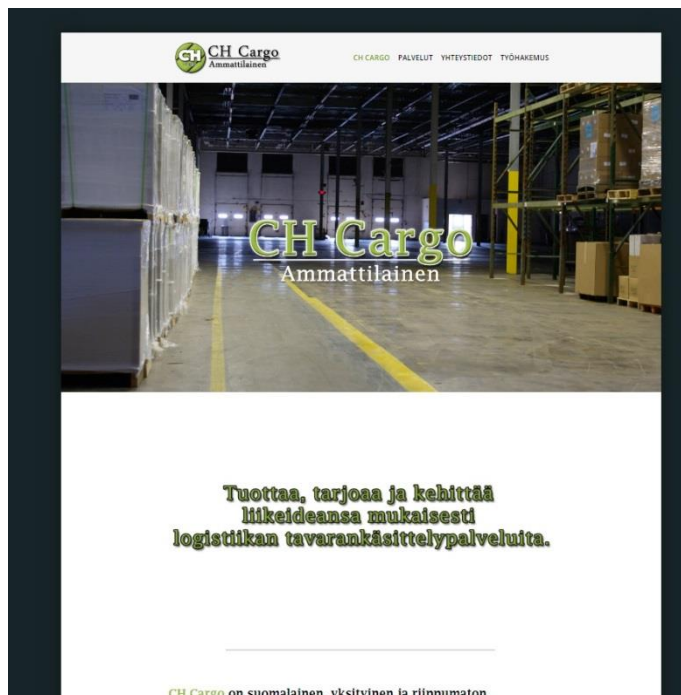
oli kaikista järkevin tapa kerätä tietoa ja näkökulmaa, sekä toivottuja muutosehdotuksia, koskien molempia sivustoja.

8 Tulokset

Kun kysely oli suoritettu, kirjattiin kaikki toivotut muutokset, mielipiteet ja ehdotukset ylös ja ne lähetettiin yhtiön johdolle analysoitavaksi. Kun johto oli käynyt yhteenvedot läpi, pidettiin palaveri koskien sivustoon tulevia muutoksia. Projekti jatkui tästä ja toivotut muutokset lisättiin sivuille, värimaailmaa muutettiin toiveiden mukaan ja sivulle lisättiin esimerkiksi kartta ja lisää tietoa yrityksestä. Kyselyn jälkeiset muutokset olivat selkeät verrattuina vanhoihin sivuihin, kun sivustot saivat lisää väriä ja värimaailmaa muutettiin yhtenäisemmäksi. Osa kyselyyn osallistujista toivoi ammattimaisempia kuvia, mutta ajan puutteen vuoksi ne jäivät. Kuitenkin ehkä tulevaisuudessa sivustot saavat jatkokehitystä ja niille valitaan myös uudet ammattimaisemmat kuvat.

8.1 CH Cargo, Ulkoasu

Alkuperäisillä sivuilla oli liika erilaisia vihreän sävyjä ja tämä häiritsi montaa testin tekijää. Jotta saatiin sivustolle toivottu yhtenäisyys, vaihdettiin kaikki vihreän sävyt samaan maastonvihreään sävyyn. Valkoinen taustaväri vaihtui tummempaan sinisenvihreään melko metalliseen sävyyn, joka toi ammattimaisempaa ulkonäköä sivustolle ja tämän myötä valkoinen sisältöosio tulee paremmin esille taustasta (Kuvio 9).



Kuvio 4: CH Cargon etusivu.

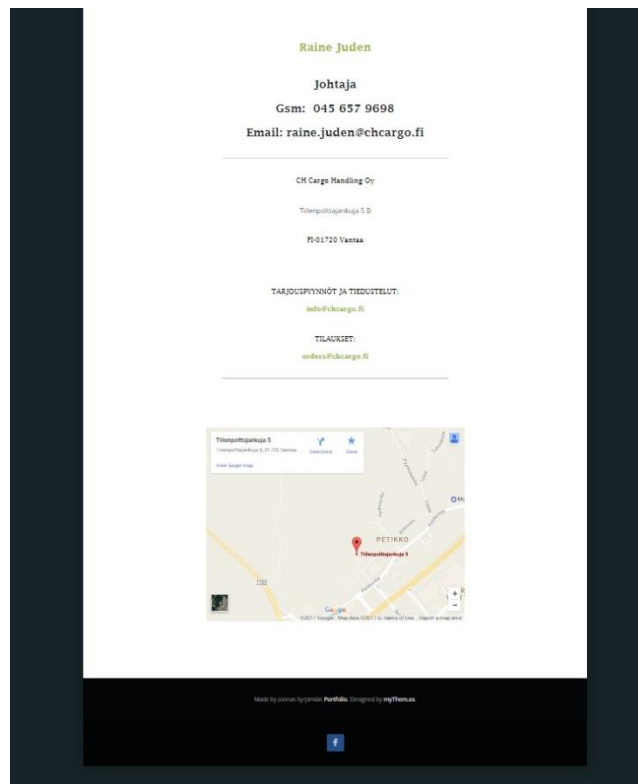
Navigoinnin värit vaihdettiin niin, että aktiivisen sivun väri on samaa vihreän sävyä kuin muutkin sivuston vihreät osiot.

8.2 CH Cargo, Sisältö

Sivuston kuvat olivat kaikki eri kokoisia, joten niiden leveys vaihdettiin samaksi, jotta saatiin yhtenäisyyden tunnetta sivustoille myös kuvien osalta. Tämä tuo ammattimaisemman tunnelman sivustolle.

Monessa tekstiosiossa oli käytetty eri fontteja, joten nekin vaihdettiin yhteen fonttiin. Fontiksi valittiin Lucida Fax. Lucida Fax oli yrityksen johdolle kaikista mielekkäin monista vaihtoehdoista.

Monen testikäyttäjän mielestä yhteystiedot-sivulle tarvittiin karttaa, joten yhteystiedot-sivun alalaitaan laitettiin GoogleMaps, josta voi siirtyä tarkastelemaan yrityksen sijaintia ja etsiä mahdolliset reitit (Kuvio 10).



Kuvio 5: Google maps. Yhteystiedot

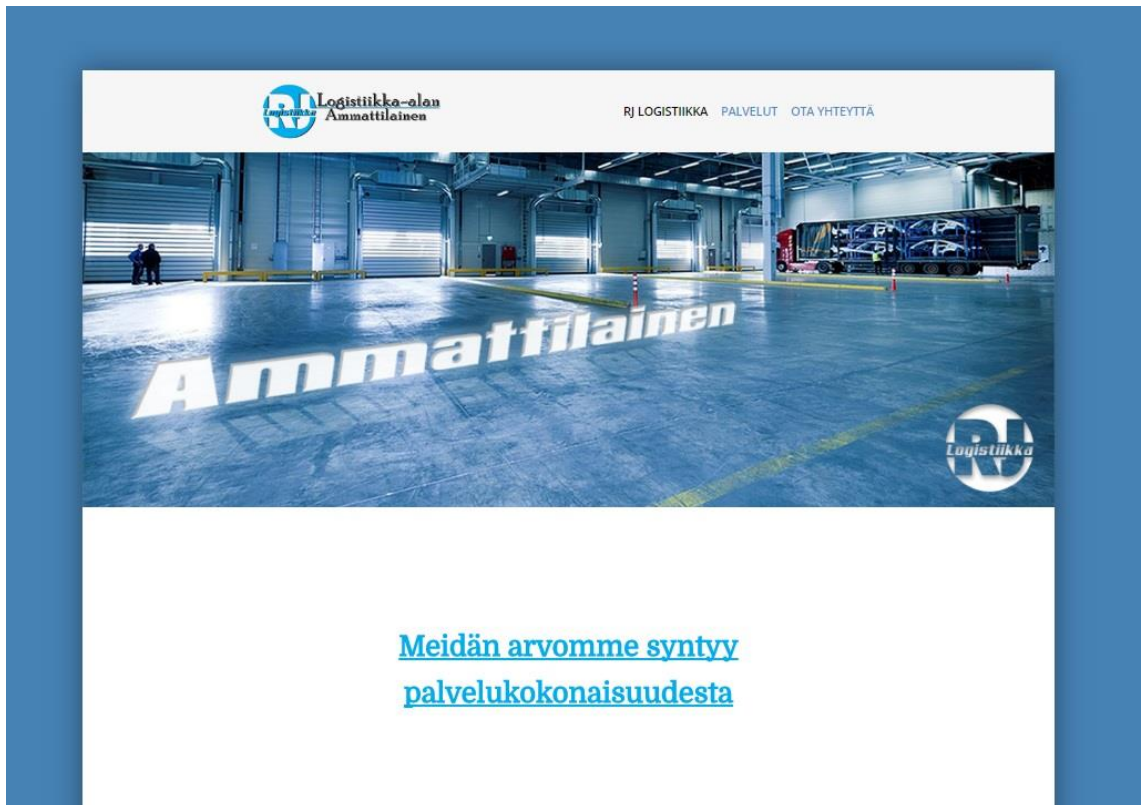
Alkuperäisillä sivuilla navigointi oli hiiren painalluksen takana piilossa ja tämä teki joidenkin käyttäjien internetsivuston käytettävyydestä hankalaa, koska navigointia oli aluksi vaikea löytää. Se vaihdettiin kokonaan näkyväksi (Kuten näkyy kuviossa 9).

Muutaman testihenkilön mielestä osa tekstisisällöstä ei ollut kovin ymmärrettävää ja osassa oli toistoa, joten yrityksen johto kävi sisällön uudestaan läpi ja se vaihdettiin ymmärrettävämmäksi. Tarkoitus oli tuottaa tekstisisältö niin, että tavallinenkin ihminen

ymmärtää kaiken mitä sivustolla halutaan sanoa. Kuitenkin sivustolla pyrittiin pitämään ammattimainen vaikutelma, koska sivustoja käyttävät niin tavalliset työnhakijat, kuin logistiikka-alan ammattilaisetkin.

8.3 RJ Logistiikka, Ulkoasu

RJ Logistiikan sivuston kanssa oli sama ongelma kuin CH Cargolla, sillä sivustolla oli liikaa sinisen sävyjä, jotka käyttäjien toiveiden mukaan vaihdettiin samaan metallinsiniseen sävyyn. Tämä sininen värimaailma syntyi logon myötä (Kuvio 11).



Kuvio 6: RJ Logistiikan etusivu.

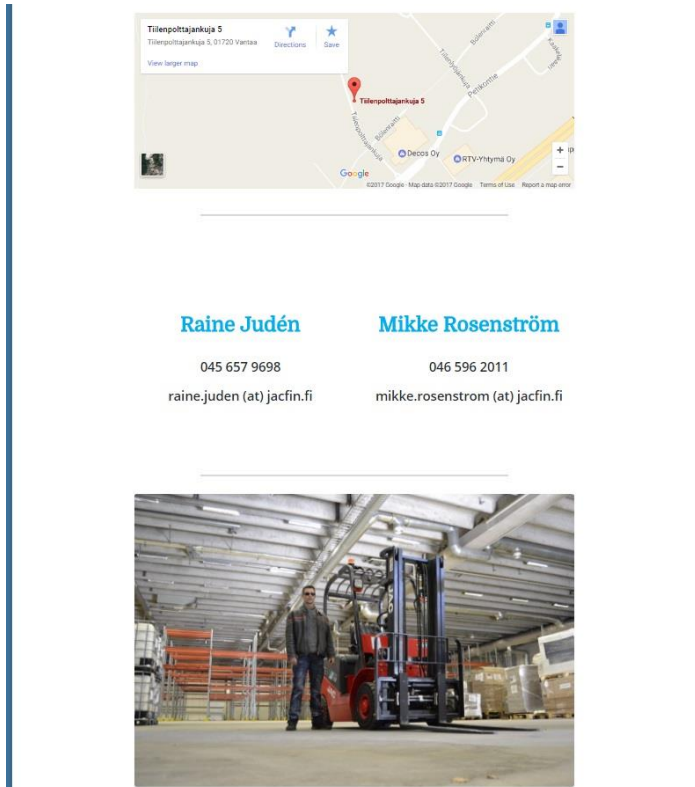
Alkuperäinen vaaleanharmaa taustaväri vaihdettiin metallinsiniseen, joka on ihmiselle miellyttävä sinisen sävy. (Kuvio 11).

Käyttäjät kokivat, että sivustot olivat melko värittömät ja niihin toivottiin lisää väriä, joten pääotsikoiden väri vaihdettiin siniseen. Myös yhteystiedoissa olevat nimet saivat sinisen sävyn.

Logo oli joidenkin käyttäjien mielestä liian pieni, joten se vaihdettiin vähän suurempaan ja siihen lisättiin samalla myös ”drop shadow” eli varjo.

Käyttäjät kokivat, että pääsivun banneri on melko tyhjä, joten siihen lisättiin alakulmaan yrityksen logo valkoisena.

Sivuston kuvat olivat kaikki melko erikokoisia, joka häiritsi osaa käyttäjistä, joten kuvat vaihdettiin saman levyisiksi kuin tekstisisältö. Esimerkiksi yhteystietojen kartta ja ala-laidassa oleva kuva yrityksen johtajasta.



Kuvio 7, Yhteystiedot. Kuva vertailu

8.4 RJ Logistiikka, Sisältö

Osa etusivun tekstisisällöstä koettiin epäselväksi, joten johto kävi sen uudelleen läpi ja se kirjoitettiin uudestaan ymmärrettävämmäksi ja järkevämmäksi. Etusivulle toivottiin myös lisää tietoa yritykseltä, työntekijöistä ja johdosta, mutta se jäi ajanpuutteen vuoksi pois. Toivottiin historiikkia, mutta sekin jäi pois kokonaan, koska yritys oli nuori ja aloitti toiminnan vuoden 2016 alussa. Osa käyttäjistä koki, että sisältöä oli liian vähän, mutta yrityksen johto halusi pitää sivut mahdollisimman yksinkertaisena, joten lisää sisältöä ei tuotettu.

Palvelut-sivu alkoi trukkien esittelyllä. Käyttäjät eivät pitäneet tästä ratkaisusta, joten se siirrettiin esittely osion loppuun lisäpalveluna. Esittely-osuuden tekstisisältöä muokattiin jonkin verran ymmärrettävämmäksi ja yksinkertaisemmaksi (kuvio 13).

Logistiikkapalvelut



Ratkaisemme logistiikan ongelmasi.

Kumppanuus kanssamme tekee elämästäsi helpompaa ja voit keksittyä olennaiseen. Me pystymme auttamaan niin yksittäisten projektien hoitamisessa, kuin hoitamaan myös ulkoistamisen.

Miten voimme auttaa?

Kokeneet ammattilaisemme suunnittelevat tarpeisiisi juuri oikean logistiikkaratkaisun, joustavan palveluketjun juuri sinun tarpeidesi mukaisesti, joka säästää sinulta aikaa sekä rahaa.

JAC Trukit

On lisäpalvelu, terminaaleille ja samalla mahdollisuus tuoda edullisia ja laadukkaita työkoneita suomalaisten yrittäjien käyttöön.



Kuvio 8, Palvelut

Trukit-osan fontti vaihdettiin sinisestä punaiseksi käyttäjien toivomusten mukaan.

Sisältö oli alun perin ilman rivivälejä palvelut-sivulla. Käyttäjät kokivat tämän hieman sekavana, joten osioiden välille lisättiin katkoviivat rajaamaan osioita.

Sivustolle toivottiin jonkinlaista hinnastoa palveluista tai hintaesimerkkejä, mutta näitä ei laitettu, koska palveluiden hinnat määritellään aina tarjouspyynnön mukaan. Toivottiin enemmän tietoa kalusteista, mutta tarvittava tieto löytyi etusivun JAC-logon takaa, josta aukeaa JAC-trukkien katalogi, joten sitäkään ei sivuille lisätty.

Kuten CH Cargon sivuilla oli RJ Logistiikan sivujen navigointi alun perin napinpainalluksen takana piilotettuna. Käyttäjien toiveiden mukaan navigointi vaihdettiin näkyväksi.

9 Jatkokehitys

Molempia sivustoja tullaan tulevaisuudessa kehittämään edelleen. RJ Logistiikan sivuille on kaavailtu kokonaan uusi sivua. Koska aika oli rajallinen ei sivustoja saatu täysin valmiiksi. Seuraavaksi olisi tarkoitus saada sivuille ammattimaisempia kuvia ja tuottaa lisää sisältöä.

On mahdollista, että tulevaisuudessa kuvataan lyhyt esittelyvideo joko molemmista tai vain toisesta yrityksestä. Tarkoitus olisi kuvata promovideo yrityksen toiminnasta ja tätä voisi jakaa sosiaalisessa mediassa sekä lähettää mahdollisille yhteistyökumppaneille tai asiakkaille.

Yrityksen johdon kanssa on sovittu, että jään sivuston ylläpitäjäksi, eli tulevaisuudessa sivustot saavat mahdollisesti pieniä muutoksia tarpeen mukaan.

CH Cargon sivustolle ei tulla tulevaisuudessa lisäämään kovinkaan paljoa sisältöä, mutta kuvat tullaan ehkä vaihtamaan ammattimaisempiin, kun tähän on enemmän aikaa ja resursseja. Kuvat tullaan joko itse kuvaamaan uusissa varastotiloissa tai ne ostetaan kuvapankeista.

RJ Logistiikan sivuille on kaavailtu lisää tekstisisältöä koskien yrityksen toimintaa ja johtoa. Kuten kyselylomakkeissa tuli ilmi, moni toivoi sivustoille enemmän tämänkaltaista tietoa ja historiikka yrityksen perustamisesta.

Sivuston kuvat tullaan vaihtamaan ja ne kuvataan RJ Logistiikan uusissa varastotiloissa, kun ne on saatu kunnolla käyttöön ja hyllyt ovat täynnä tavaraa. Uusia kuvia on myös mahdollista ottaa erilaisista kuvapankeista. Kuten kuviossa 14 näkyy, on varasto vielä täysin tyhjä, eikä kuvassa näy työntekijöitä. Uudet kuvat tulevat olemaan melko samankaltaisia kuin vanhat kuvat, mutta niihin pyritään saamaan liikettä esimerkiksi ohi ajavalla trukilla.

Meidän arvomme syntyy palvelukokonaisuudesta



Kuvio 9. Kuva yrityksen uusista varastotiloista.

Yritys otti palveluihinsa ajoneuvokalusteiden pesun, joten sivustolle on kaavailtu kokonaan uutta sivua tätä palvelua varten. Sivulle tulisi siis tiedot pesusta, hinnasto sekä yhteydenottolomake, jolla voisi lähettää esimerkiksi kyselyn tai tarjouspyynnön.

Lisäksi etusivun alalaitaan kaavailtiin lisää linkkejä muista yhteistyökumppaneista (Kuvio 15).

Yhteistyökumppanit

JAC

[Jac:n katalogi trukeista](#)



[CH Cargon kotisivut](#)

Kuvio 10. Yhteistyökumppanit

10 Yhteenveto ja pohdintaa

Internetsivustoprojekti oli hyvinkin onnistunut ja yhtiön johto oli molempiin sivustoihin hyvin tyytyväinen, vaikka minulla ei ollut aikaisempaa kokemusta Wordpressin käytöstä. Kun WordPress aukeni minulle muutaman YouTube tutorial videon jälkeen, sujui loppuprojekti melko vaivattomasti. Yhtiön johto oli niin tyytyväinen sivustoihin, että minut otettiin vakinaiseksi sivuston ylläpitäjäksi. WordPress on todella hyvä ja helppokäyttöinen alusta internetsivuston luomiseen ja siinä on paljon hyödyllisiä lisäosia ja vimpaimia, mitä kannattaa hyödyntää. Jos haluaa saada kaiken hyödyn irti Wordpressin teemoista, kannattaa niistä maksaa pieni summa, jotta saa teeman koko version. Suurin osa teemoista on ilmaisia, mutta jos haluaa kaikki asetukset käyttöön, on yleensä päivitettävä teema maksulliseen pro-versioon. Sivustoista ei saatu täysin sellaisia kuin niistä piti tulla, koska aika loppui eikä sivustolle saatu toivottuja kuvia esimerkiksi uusista tiloista, joissa on hyllyt täynnä ja työntekijät tekemässä töitään. Tulevaisuudessa saadaan ehkä sivuille paremmat kuvat ja lisää sisältöä.

Projekti oli todella hyvä mahdollisuus oppia käyttämään Wordpressiä ja se herätti kiinnostusta HTML- ja CSS-koodaamiseen, koska näillä aloilla olisi paljon työmahdollisuuksia. Työ oli hyvin miellyttävää, koska suurin osa työstä tapahtui etätöinä kotona ja ne muutamat palaverit olivat hyvin rentoja ja opettavaisia sekä opin miten työskennellä asiakkaan kanssa ja miten huomioida asiakkaan toiveet sekä miten saada irti paljon tietoa siitä mitä asiakas oikeasti haluaa. Välillä työskentely oli hyvinkin hidasta työnantajan kiireiden takia koska yrityksen markkinointijohtaja irtisanoutui kesken projektin, se hidastui huomattavasti. Markkinointijohtaja oli vastuussa sivustojen ideoinnista ja sisällöntuottamisesta. Puolet projektin alusta vietettiin kotonani ja ideoitiin yhdessä sivustojen tekstisisältöä sekä, grafiikkaa, logoja jne.

Koko projekti oli kaiken kaikkiaan hyvin miellyttävä ja opettava kokemus, vaikka olikin palkaton. Toivoisin tulevaisuudessa pääseväni samankaltaisiin työtehtäviin. Löysin itsestäni puolia, joita en tiennyt itsessäni olevan, esimerkiksi logojen luomisessa tai internetsivustojen suunnittelijana. Projekti antoi minulle uutta potkua ja intoa IT-alaan.

Lähteet:

Eskola & Suoranta 2000, 208-222; Mäkelä 1990. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkajulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. < http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3.html >. (Viitattu 06.04.2017.)

Eskola & Suoranta 2000, 219-222; ks. lisää Silverman 1993, 224-229. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkajulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. < http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_1.html >. (Viitattu 06.04.2017.)

Heikkilä, T. 2014, Kvantitatiivinen tutkimus
<<http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>>
(Viitattu 13.2.2017)

Kirk ja Miller 1986, 41-42. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkajulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. < http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_2.html >. (Viitattu 06.04.2017.)

Sabin-Wilson, L. 2014, Wordpress for dummies
<[http://reader.eblib.com/\(S\(ai4sohmvhzf4syco4v532n2r\)\)/Reader.aspx?p=1662666&o=1591&u=w161ErNPL503hVxDD7HHL98C6dH68WVQe%2frcGwvkQDo%3d&t=1487610742&h=7FCDD71DDA33959A0454C50C9E5EB9CCA7379E29&s=53884145&ut=5362&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2#>](http://reader.eblib.com/(S(ai4sohmvhzf4syco4v532n2r))/Reader.aspx?p=1662666&o=1591&u=w161ErNPL503hVxDD7HHL98C6dH68WVQe%2frcGwvkQDo%3d&t=1487610742&h=7FCDD71DDA33959A0454C50C9E5EB9CCA7379E29&s=53884145&ut=5362&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2#>) (Viitattu 1.3.2017)

Salonen, K. 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön.
<<http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf>> (Viitattu 13.2.2017)

<https://fi.wordpress.org/> (Viitattu 13.2.2017)

<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

Kuviot

Kuvio 11: Yhteistyökumppanit	34
Kuvio 14: Kuva yritysten uusista varastotiloista	34
Kuvio 13: Palvelut	32
Kuvio 12: Yhteystiedot. Kuva vertailu	31
Kuvio 11: RJ Logistiikan etusivu	30
Kuvio 10: Google maps. Yhteystiedot	29
Kuvio 9: CH Cargon etusivu.	28
Kuvio 8: RJ Logistiikan etusivun banneri	20
Kuvio 7: CH-Cargon uusi logo	14
Kuvio 6: Uusi etusivu	13
Kuvio 5: Vanha etusivu.....	12
Kuvio 4: Sarakkeet jaettuna kahteen osaan.	11
Kuvio 3: Etusivu on jaettu kahteen riviin.....	11
Kuvio 2: Contact Formin koodi	10
Kuvio 1: Sivun rakenne	8

Taulukot

Taulukko 1: Sivuston rakenne	8
Taulukko 2: Työhakemuksen sisältövaatimukset	15
Taulukko 3 Kyselylomake	25