



WordPress- ja Squarespace-julkaisualustojen vertailu yksityis- sekä yrityskäytössä Case: Hel- potkotisivut.fi

Jussi Päiväniemi

2020 Laurea

A decorative horizontal bar at the bottom of the page, composed of three segments: a pink segment on the left, a blue segment in the middle, and a teal segment on the right.

Laurea-ammattikorkeakoulu

**WordPress- ja Squarespace-julkaisualustojen vertailu yksityis-
sekä yrityskäytössä Case: Helpotkotisivut.fi**

Jussi Päiväniemi
Tradenomi, Tietojenkäsittely
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2020

Opinnäytetyö tehtiin yritykselle nimeltä Helpotkotisivut.fi. Helpotkotisivut.fi tekee asiakkailensa verkkosivuja käyttämällä WordPress-julkaisualustaa. Opinnäytetyön tavoitteena oli vertailla kahta kilpailevaa julkaisualustaa; WordPressiä ja Squarespacea. Vertailun jälkeen julkaisualustoja tarkasteltiin yritys- sekä yksityisasiakkaiden näkökulmasta, jonka pohjalta karotettiin kummankin julkaisualustan hyödyt kutakin asiakasryhmää kohtaan. Lopuksi julkaisualustat pisteytettiin kummankin asiakasryhmän suhteen ja tämän perusteella pystyttiin selvittämään kummallekin asiakasryhmälle sopivin julkaisualusta.

Tutkimustehtävänä oli selvittää WordPressin ja Squarespacen soveltuvuus Helpotkotisivut.fi:n tyyppisille asiakasryhmille. Tutkimusprosessi alkoi asettamalla selkeät asiakasryhmät ja kuvailemalla niiden käyttäytymistä ja vaatimuksia. Tutkimalla molempia julkaisualustoja saatiin selvitettyä niille yhteiset piirteet, joiden avulla niitä pystyttiin perustellusti vertailemaan toisiinsa. Julkaisualustoista vertailtiin niiden helppokäyttöisyyttä, suunnittelumalleja, verkkokauppamahdollisuuksia, hakukoneoptimointia sekä hintoja. Näitä vertailukohtia tarkasteltiin asiakasryhmien näkökulmasta, jolloin ne pystyttiin pisteyttämään. Eniten pisteitä saanut julkaisualusta pystyttiin perustellusti osoittamaan parhaiten soveltuvalle asiakasryhmälle.

Opinnäytetyö hyödytti Helpotkotisivut.fi-yritystä helpottamalla sen palveluiden markkinointia sekä myyntiä eri asiakasryhmille. Tutkimustyön myötä WordPressin hyötyjä pystyttiin paremmin perustelemaan, kun niitä voitiin verrata kilpailevan palvelun ominaisuuksiin. Eri asiakasryhmien esilletuonti opinnäytetyössä toi myös erilaista näkökulmaa asiakkaiden käyttäytymiseen ja tarpeisiin.

Vertailun tuloksien sekä yritys- että yksityisasiakkaiden näkökulmasta tehdyn tarkastelun perusteella voitiin todeta, että WordPress soveltuu paremmin yritysasiakkaille ja Squarespace soveltuu paremmin yksityisasiakkaille. WordPressin loputtomat laajennusmahdollisuudet, mahdollisuus viedä verkkosivut mihin tahansa suuntaan ja ylläpitoon liittyvät asiat palvelivat yritysasiakkaita parhaiten. Squarespacen helppokäyttöisyys, mutkattomuus ja kiinteät kustannukset palvelivat puolestaan yksityisasiakasta parhaiten.

Asiasanat: julkaisualusta, WordPress, Squarespace

Jussi Päiväniemi

Comparison Between WordPress and Squarespace Publishing Platforms for Private and Business Use

Year 2020

Pages

35

The thesis was done for a company called Helpotkotisivut.fi. Helpotkotisivut.fi makes websites for its customers using the WordPress publishing platform. This thesis' goal was to compare two competing website publishing platforms; WordPress and Squarespace. After the comparison these publishing platforms were reviewed from the perspective of business and private clients, followed by charting the benefits of both publishing platforms for each user group. Finally, the publishing platforms were scored and compared and through this it was possible to determine the most suitable publishing platform for both customer segments.

The research task was to determine the suitability of WordPress and Squarespace for participating company's customers. The research process began by defining the customer segments and describing their behavior and requirements. Through examining both publishing platforms it was possible to establish the common features that could be compared reasonably. Publishing platforms were compared by their ease of use, design patterns, possibility of creating an online store, search engine optimization, and prices. These features were considered from the perspective of customer segments, allowing them to be scored. The publishing platform that received the most points could be justifiably linked to the best-suited customer segment.

The thesis benefitted the Helpotkotisivut.fi company with making it easier for them to market and sell their services to different customer segments. With this research WordPress' benefits were easier to justify for the company's customers since it's possible to compare its capabilities with the capabilities of a competing service. The comparison between two customer segments in this thesis also brought a different perspective on customers' behavior and needs.

With the information received from the results of the comparison and the review made from business and private customers' perspective, it could be determined that WordPress is more suitable for business customers and Squarespace is more suitable for private customers.

WordPress' endless expansion possibilities, the ability to take web pages in any direction and maintenance options served business customers the best. As for, Squarespace's ease of use, uncomplicated design and fixed costs served the private customer the best.

Keywords: content management system, WordPress, Squarespace

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Työn lähtökohdat.....	7
2.1	Tutkimuskohteen kuvaus ja tutkimustavoitteet	7
2.2	Tutkimuskysymykset	8
2.3	Aihealueen rajaus	8
2.4	Keskeiset käsitteet.....	8
3	Julkaisualustat	10
3.1	WordPress	11
3.2	Squarespace.....	11
4	Tutkimusmenetelmät	12
4.1	Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus	12
4.2	Toteava vertailututkimus	13
4.3	Reliabiliteetti ja validiteetti	13
5	Julkaisualustojen vertailu	14
5.1	Helppokäyttöisyyden vertailu	14
5.2	Suunnittelun ja mallien vertailu	16
5.3	Verkkokaupan perustamisen vertailu.....	18
5.4	Hakukoneoptimoinnin vertailu	22
5.5	Hintojen vertailu	24
6	Vertailun tulokset	25
6.1	Helppokäyttöisyyden tulokset	25
6.2	Suunnittelun ja mallien tulokset.....	26
6.3	Verkkokaupan perustamisen tulokset	26
6.4	Hakukoneoptimoinnin tulokset.....	27
6.5	Hintojen tulokset.....	27
6.6	Vertailu yksityisasiakkaan näkökulmasta	28
6.7	Vertailu yritysasiakkaan näkökulmasta.....	29
7	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	31
8	Oman oppimisen arviointi	32
	Lähteet.....	33
	Kuviot	35
	Taulukot	35

1 Johdanto

Opinnäytetyössä vertailtiin kahta kilpailevaa julkaisualustaa; WordPressiä ja Squarespacea. Nämä julkaisualustat eroavat toisistaan monella tavalla ja vastaavat eri tavoin erilaisten käyttäjien tarpeisiin. Opinnäytetyössä tutkittiin WordPressin ja Squarespacen ominaisuuksia käytännössä ja kartoitettiin niiden sopivuutta eri asiakasryhmille vertailemalla kummankin julkaisualustan hyviä ja huonoja puolia. Tämän jälkeen julkaisualustoja vertailtiin käyttäen apuna asetettuja vertailukohtia. Lopuksi julkaisualustoja tarkasteltiin yritys- sekä yksityisasiakkaan näkökulmasta pisteyttämällä ne vertailukohtiin viitaten.

Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Helpotkotisivut.fi nimiselle yritykselle. Yritys tekee verkkosivuja asiakkailleen käyttäen WordPressiä julkaisualustana. Opinnäytetyössä asetetut asiakasryhmät kuvailevat tyypillisiä Helpotkotisivut.fi:n asiakkaita. Opinnäytetyö hyödyttää toimeksiantajaa helpottamalla palveluiden markkinointia ja myyntiä asiakkaille. Tutkimustyön myötä WordPressin hyötyjä pystyy paremmin perustelevaan, kun niitä voidaan verrata kilpailevan palvelun ominaisuuksiin. Eri asiakasryhmien esilletuonti opinnäytetyössä tuo myös erilaista näkökulmaa asiakkaiden käyttäytymiseen ja tarpeisiin.

Opinnäytetyön alussa käydään läpi kuinka työ toteutettiin, keskeiset käsitteet sekä miten tutkimuksissa toteutuivat reliabiliteetin ja validiteetin vaatimukset. Sitten käydään läpi tutkimuskohteet eli julkaisualustat sekä asiakasryhmät. Tämän jälkeen tarkastellaan itse tutkimustyötä, eli miten julkaisualustojen ominaisuuksia tarkasteltiin käytännössä ja miten niiden hyvät ja huonot puolet kartoitettiin. Tämän jälkeen vertailtiin julkaisualustojen vertailukohtia toisiinsa. Lopuksi vertailukohtat pisteytettiin asiakasryhmien näkökulmasta, jonka jälkeen tutkimustulosten pohjalta voitiin tehdä lopullinen yhteenveto.

2 Työn lähtökohdat

Opinnäytetyön lähtökohtana oli vertailla kahta julkaisualustaa keskenään yksityishenkilön ja yrityksen näkökulmasta. Vertailu tehtiin yritykselle Helpotkotisivut.fi, joka on verkkosivuja tekevä yritys pääkaupunkiseudulla. Yritys tekee asiakkailensa verkkosivuja alusta loppuun avaimet käteen periaatteella, jossa asiakas on aktiivisena osana rakennusprosessia koko asiakkuuden ajan. Yrityksen palveluihin kuuluvat verkkosivujen lisäksi sivujen ylläpito yrityksen palvelimilla, sisällöntuotanto, graafinen suunnittelu sekä Google Ads -mainonta.

Helpotkotisivut.fi tekee verkkosivuja pääasiassa käyttäen WordPress-julkaisualustaa, joten yritykselle ehdotettiin vertailun tekemistä kilpailevan julkaisualusta Squarespacen kanssa. Vertailun tarkoituksena oli tuottaa kattava listaus siitä, mikä tekee kummastakin julkaisualustasta yksilöllisen ja millä tavoin ne palvelevat yksityis- ja yritysasiakkaita. Valmis työ helpottaa palveluiden markkinointia ja myyntiä asiakkaille sekä sen positiivisten ominaisuuksien perustelemista.

2.1 Tutkimuskohteen kuvaus ja tutkimustavoitteet

WordPress on ilmainen julkaisualusta, jonka voi asentaa webappina omille verkkosivuille. Siihen on olemassa paljon mukautuksia mahdollistavia lisäosia ilmaisena ja maksullisena. Koska Helpotkotisivut.fi tekee verkkosivuja vain WordPressillä, saattaa palvelun myyminen asiakkaalle olla haasteellista, sillä lopullista tuotetta ei välttämättä pysty vertaamaan kilpailevaan tuotteeseen. WordPressin ominaisuuksista kerrotaan tarkemmin myöhemmin opinnäytetyössä.

Viimevuosien aikana julkaisualusta Squarespace on kasvattanut suosiotaan yhtenä vaihtoehtona verkkosivujen rakentamiselle. Squarespace on maksullinen palvelu, joka maksaa tietyn summan kuukaudessa riippuen siitä, minkä tyyppiset sivut ovat kyseessä. Squarespace pyrkii eliminoidaan verkkosivujen rakennusprosessista vaikeat tai monimutkaiset kohdat pois kuten domainin varaamisen, webappien asennuksen sekä tallennustilan hankkimisen. Asiakkaalle annetaan valmis sivupohja, jolloin tämän vastuulle jää pelkästään visuaalinen ja toiminnallinen puoli, eli sivujen muokkaaminen haluamansa näköisiksi. Myös Squarespacen ominaisuuksiin tutustutaan tarkemmin myöhemmin.

Opinnäytetyön konkreettinen kehittämistavoite oli vertailla näitä kahta julkaisualustaa keskenään. Työssä kartoitettiin molempien alustojen ominaisuudet, hyvät ja huonot puolet, sekä kummankin alustan soveltuvuus yksityis- ja yrityskäyttöön.

Yksityis- ja yritysasiakkailta voi olla erilaiset kriteerit verkkosivujen toiminnallisuuteen liittyen. Tässä työssä selvitettiin nämä kriteerit sekä kuinka kukin alusta vastaa näihin kriteereihin. Kriteerit saatiin selville kartoittamalla kummankin julkaisualustan ominaisuudet ja tarkastelemalla niitä molempien asiakasryhmien näkökulmasta.

2.2 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön päätutkimuskysymykset olivat seuraavat; ”kumpi julkaisualusta soveltuu paremmin yksityishenkilölle: WordPress vai Squarespace?” ja ”kumpi julkaisualusta soveltuu paremmin yritykselle: WordPress vai Squarespace?”. Opinnäytetyössä vertailtiin näitä kahta julkaisualustaa kahdesta näkökulmasta ja monen eri ominaisuuden tiimoilta. Tutkimuskysymyksenä oli myös selvittää, millaisia eri toimintoja kumpikin julkaisualusta mahdollistaa.

Tutkimuskysymyksiin vastaamiseen tarvittiin myös asiakasryhmien määrittely. Asiakasryhmillä työhön saatiin mukaan käyttäjänäkökulma, joka kertoo käyttäjien tarpeista ja käytöksen perusteista. Helptokotisivut.fi:n asiakkaisiin kuuluu pääosin yritys- sekä yksityisasiakkaita, joita luonnehditaan tarkemmin keskeisissä käsitteissä.

2.3 Aihealueen rajaus

Aihealue rajattiin kahteen julkaisualustaan: WordPressiin ja Squarespaceen. Aihetta rajattiin tästä vielä tarkemmin ominaisuuksiin, jotka ovat opinnäytetyössä käsiteltävien asiakasryhmien kannalta olennaisia. Tästä esimerkkinä lisäosat, tiedostonhallinta ja verkkokaupat.

Tämä rajaus tehtiin, koska näiden ominaisuuksien käyttömukavuus ja laajuus vaihtelevat suuresti molemmissa alustoissa. Lisäksi toisen julkaisualustan ollessa maksullinen ja toisen maksuton, oli tärkeää tuoda tarkasti esille niiden eroavaisuudet, koska myös palveluiden hinnat vaikuttavat laajasti asiakasryhmien päätöksentekoon.

2.4 Keskeiset käsitteet

Yksityisasiakkaat: Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin yksityisasiakkaita yhtenä tyypillisenä Helptokotisivut.fi:n verkkosivupalveluita ostavana asiakasryhmänä. Yksityisasiakkaat ovat asiakkaita, jotka eivät ole vielä perustaneet yritystä tai ovat juuri perustamassa yritystä. Yksityisasiakkaiden ei odoteta perustavan laajaa verkkokauppaa toisin kuin yritysasiakkaiden, mutta yksityisasiakkaiden oletetaan olevan kiinnostuneita hakukoneoptimoinnista. Yksityisasiakkaalta ei myöskään odoteta yhtä isoa taloudellista panosta verkkosivujen rakentamiseen kuin yritysasiakkaalta. Yksityisasiakkaat hankkivat pääasiassa blogisivuja, portfolioita, kuvagallerioita sekä kevyempiä verkkokauppoja.

Yritysasiakkaat: Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin yritysasiakkaita yhtenä tyypillisenä Helptokotisivut.fi:n verkkosivupalveluita ostavana asiakasryhmänä. Yritysasiakkailta on jo valmiina yritys ja mahdollisesti useampi työntekijä sen palveluksessa. Yritysasiakkaiden odotetaan perustavan laajamittaisempia verkkokauppoja kuin yksityisasiakkaiden, sekä olevan kiinnostuneita hakukoneoptimoinnista yritystoiminnan parantamiseksi. Yritysasiakkailta voidaan odottaa isompaa taloudellista panosta verkkosivujen rakentamiseen. Yritysasiakkaat hankkivat pääasiassa businessivuja, asiakassivuja sekä isompia verkkokauppoja.

WordPress: Ilmainen avointa lähdekoodia hyödyntävä verkkosivujen julkaisualusta. Kirjoitettu PHP:tä käyttäen ja käyttää julkista GNU-lisenssiä. Mahdollistaa täysimittaisten verkkosivujen rakentamisen ilman lisäkustannuksia, mutta tarjoaa loputtomat mukautus- ja laajennusmahdollisuudet joko ilmaisilla tai maksullisilla lisäosilla. (WordPress 2020a.)

Squarespace: Maksullinen verkkosivujen julkaisualusta, joka keskittyy helppokäyttöisyyteen. Sisältää laajan valikoiman palvelun tarjoamia suunnittelumalleja, jotka ovat valmiiksi mobiilioptimoituja. Squarespace käyttää lisäosien sijaan verkkosivuintegraatioita kuten Google Drive ja Adobe Creative Suite. (Squarespace 2020b.)

Domain: Domain eli verkkotunnus, jolla viitataan internetiin kytkettyihin koneisiin ja verkkosivuihin, esimerkiksi esimerkki.com. Henkilö hakee hakukoneella haluamansa verkkosivun verkkotunnusta, jolloin verkkotunnus muutetaan IP-osoitteeksi internetin nimipalvelujärjestelmän (DNS) kautta. (IANA 2020.)

Lisäosa: Lisäosa eli laajennuspaketti verkkosivuille. Verkkosivun toiminnallisuutta voi muuttaa tai laajentaa ilmaisten tai maksullisten lisäosien avulla, joita on vapaasti saatavilla internetistä tai palveluntarjoajalta. Lisäosat voivat esimerkiksi parantaa verkkokaupan toiminnallisuutta tai suorittaa automatisoituja toimintoja, jotka pitäisi oletuksena tehdä manuaalisesti. (WordPress 2020b.)

HTML: Avoimen standardin kuvauskieli (Hypertext Markup Language), jolla kuvataan hyperlinkkejä sisältävää tekstiä. HTML-kieltä käyttämällä voidaan kuvata verkkosivujen rakennetta ja tehdä muutoksia niihin. (w3schools 2020b.)

CSS: Verkkosivujen dokumenteille kehitetty tyyliohjeiden laji (Cascading Style Sheets). CSS-tiedostoja käytetään apuna tehtäessä verkkosivuille tyyliasetuksia, kuten fonttikoot, värit, teemat ja efektit. CSS-tiedostossa asetettuja tyyliääntöjä voidaan yliajaa CSS-tiedoston koodissa tai verkkosivujen omilla asetuksilla. (w3schools 2020a.)

Verkkosivustointegraatio: Integrointi on pienten komponenttien yhdistämistä yhdeksi järjestelmäksi, joka toimii yhtenäisesti. Integroinnilla tarkoitetaan verkkosivujen osalta valmista sivustoa, jossa samalla pyritään yhdistämään erilaiset, usein erilliset alajärjestelmät. Tavoitteena on, että kunkin alajärjestelmän sisältämistä tiedoista tulee osa laajempaa ja kattavam-paa järjestelmää, joka ihannetapauksessa toimii nopeasti ja helposti harmoniassa muiden järjestelmien kanssa. (Web intergration 2012.) Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin kuitenkin vain verkkosivuihin integroitavia palveluita kuten Google Drive ja Adobe Creative Suite.

Mobiilioptimointi: Mobiililaitteille optimointi on prosessi, jolla varmistetaan mobiililaitteita käyttäville kävijöille laitteelle optimoitu käyttäjäkokemus. Ihmiset käyttävät yhä enemmän aikaa mobiililaitteilla, mutta suurta osaa verkkosivustoja ei silti ole suunniteltu ottamaan

huomioon erilaisia näyttökokoja ja latausaikoja. Mobiililaitteille optimoinnissa tarkastellaan muun muassa sivuston suunnittelua, rakennetta ja nopeutta, jotta mobiilikäyttäjille saataisiin mahdollisimman miellyttävä käyttökokemus. (MOZ 2020a.)

Hakukoneoptimointi: Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan toimenpidettä, jolla pyritään parantamaan yksittäisen verkkosivun näkyvyyttä eri hakukoneissa. Tässä toimenpiteessä käytetään usein apuna avain- ja hakusanoja, otsikoita, osoitteiden muokkaamista, jäsentelyä sekä sisällön optimointia. Verkkosivujen hakukoneoptimointi on erityisen tärkeää niin hakusana-mainonnassa, kuin sosiaalisen median optimoinnissa. (MOZ 2020b.)

Suunnittelumalli: Suunnittelumallia voidaan kutsua myös sapluunaksi tai templateksi. Suunnittelumalli tarkoittaa valmista mallia verkkosivujen rakenteesta, jonka päälle asiakas voi itse rakentaa haluamansa verkkosivut. Näitä valmiita malleja voi olla suunniteltu esimerkiksi verkkokaupoille tai blogikäyttöön. (SquareSpace 2020c.) Tässä opinnäytetyössä keskityttiin WordPressin sekä Squarespacen tarjoamiin suunnittelumalleihin.

Indeksointi: Indeksoinnilla tarkoitetaan hakukoneoptimoinnissa sivukartan lisäämistä hakukonejärjestelmään, jolloin sen sisältö saadaan paremmin näkyviin (Cottam 2017).

Sivukartta: Sivukartta on tiedosto, joka luettelee kaikki verkkosivuston sivut. Tämä auttaa hakukoneita löytämään paremmin verkkosivun sisällön. Sivukartan indeksointi ei varsinaisesti paranna sivujen hakujärjestystä hakukoneessa, mutta se auttaa sitä löytämään sivut nopeammin ja aloittamaan sijoittelun hakukoneeseen. (Cottam 2017.)

3 Julkaisualustat

Julkaisualustat ovat työkaluja, jotka helpottavat verkkosivujen rakentamista, ylläpitoa ja editointia. Asiakkaat voivat halutessaan ottaa käyttöön yhden tai useamman lukuisista julkaisualustoista, jotka huolehtivat kaikista keskeisistä verkkosivujen infrastruktuuriin liittyvistä funktioista, jolloin asiakkaan vastuulle jää itse verkkosivun rakenne ja sisältö. Julkaisualustat vähentävät myös varsinaisen koodiosaamisen tarvetta. Jotkut julkaisualustat vähentävät koodiosaamista huomattavasti, vaatien pelkästään perustason osaamista, kun taas toiset eliminoivat sen tarpeen kokonaan. Julkaisualustoja voi käyttää verkkosivujen lisäksi myös dokumenttien ja median julkaisemiseen. (Kinsta 2020.) Seuraavaksi paneudutaan tarkemmin kahden opinnäytetyössä käsiteltävään julkaisualustaan.

3.1 WordPress

WordPressin historia alkoi itsenäisestä projektista vuonna 2003, joka sai alkunsa sivuprojektina v2/cafelog projektista. Projektin kehitys alkoi Matt Mullenweg:n ja Mike Littlen yhteisestä kehitystyöstä, mutta lähdekoodin julkaisun myötä WordPressiä kehittää suuri määrä yksittäisiä kehittäjiä. Sittemmin Mullenweg perusti yrityksen nimeltä Automattic, joka on WordPress.com-palvelun takana oleva yritys. (Kinsta 2020.)

WordPress on tällä hetkellä maailman suosituin verkkosivujen julkaisualusta. Maailman kaikista verkkosivuista jopa 35,2% on tehty WordPressillä. WordPress on vapaan lähdekoodin sisällönhallintajärjestelmä, joka toimii GPLv2-lisenssillä. Tämän ansiosta kuka tahansa voi käyttää ja muokata ohjelmistoa vapaasti. Sisällönhallintajärjestelmällä tarkoitetaan työkalua, joka helpottaa verkkosivujen rakentamista huomattavasti myös ilman syvällisempää koodaus-tietämystä. (Kinsta 2020.)

WordPressin alkutaival alkoi työkaluna, jolla tehtiin pääasiassa julkisia blogeja tavanomaisten verkkosivujen sijaan. Tämä ei kuitenkaan pidä enää nykypäivänä paikkaansa, sillä vuosien saatossa ohjelmiston koodia on muokattu niin, että minkä tahansa tyyppisen verkkosivun rakentaminen onnistuu. Suuren määrän bisnesaiheisia verkkosivuja mahdollistava WordPress kykenee myös moneen muuhun aiheeseen. WordPressillä voidaan toteuttaa esimerkiksi verkkokauppoja, blogeja, portfolioita, ansioluetteloita, foorumeita, sosiaalisia verkostoja sekä jäsensivustoja.

WordPress tarjoaa kahta erilaista palvelua; WordPress.org ja WordPress.com. WordPress.org on ilmainen vapaan lähdekoodin verkkosovellus, joka asennetaan verkkosivustolle. Asennuksen jälkeen asiakkaalla on vapaat kädet WordPressin muokkaamisessa ja sisällön lisäämisessä verkkosivuille. WordPress.com on puolestaan maksullinen palvelu, joka käyttää alustanaan WordPress.org:a. Se on helppokäyttöisempi kuin itse ylläpidetty WordPress.org, mutta omaa vähemmän joustavuutta. (Kinsta 2020.) Tässä opinnäytetyössä keskityttiin WordPressin itse ylläpidettyyn versioon eli WordPress.org:iin.

3.2 Squarespace

Squarespacen idea lähti Anthony Casalenan tarpeesta julkaista verkkosivut. Mikään hänen keilemistään ratkaisuista ei tyydyttänyt häntä, vaikka hän olisi tarvinnut vain ratkaisun yksinkertaisten verkkosivujen julkaisuun staattisilla sivuilla ja blogilla. Tämän tuloksena Casalena päätti rakentaa itse oman julkaisualustansa; Squarespacen. Alussa Casalena oli itse vastuussa Squarespace-alustan kehityksestä, vastasi tukikyselyihin ja mainosti aktiivisesti yritystä. Squarespacesta on tähän päivään mennessä kasvanut yritys, joka ylläpitää lähes 2 miljoonaa verkkosivustoa. (Black 2013, 10.)

Squarespace oli alun perin tarkoitettu luoville ja taiteellisille ihmisille, jotka halusivat esitellä teoksiaan verkkosivuillaan ilman sen syvällisempää koodaustietämystä. Squarespacen suosio juontuukin siitä, että sen perustoiminnallisuuksien käyttämiseen ei tarvita minkäänlaista kokemusta koodikielistä tai itse koodaamisesta. (Carney 2020.)

Squarespacen avulla kuka tahansa voi rakentaa omat verkkosivut muutamassa tunnissa. Yksinkertaisin tapa rakentaa omat verkkosivut on luoda palveluun tili, valita sopiva suunnittelumalli ja editoida sitä helppokäyttöisellä editorilla tarpeisiin sopivaksi. Squarespacen helppokäyttöisyys ja laaja valikoima erilaisia suunnittelumalleja tekevät siitä ainutlaatuisen julkaisualustan muiden joukossa. Palvelun suunnittelumallit on suunniteltu muun muassa valokuvaajia, ravintoloita, suunnittelustudioita, pienyrityksiä, muotisuunnittelijoita ja taiteilijoita varten. Palvelu tarjoaa rajattomat mahdollisuudet verkkosivujen ulkoasun muokkaamiseen. Squarespacen ammattimaisesti suunnitellut mallit saavat myös verkkosivut näyttämään ammattimaisilta, samalla kun asiakkaat lisäävät niihin omaa uniikkia tyyliään. (Black 2013, 11.)

4 Tutkimusmenetelmät

Julkaisualustojen vertailu toteutettiin havainnoimalla ja vertailemalla kahta erilaista julkaisualustaa: WordPressiä ja Squarespacea. Aineiston keruu tehtiin rakentamalla molempiin palveluihin testisivustot, joissa otettiin vertailukohtien kannalta keskeiset ominaisuudet käyttöön. Näitä ominaisuuksia havainnoitiin molempien julkaisualustojen kohdalta ja tämän jälkeen niitä vertailtiin asetettujen asiakasryhmien näkökulmista.

4.1 Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus on yksi tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntauksista, joka perustuu tutkimuskohteen kuvaamiseen ja tulkitsemiseen käyttäen apuna tilastoja sekä numeroita (Jyväskylän yliopisto 2015a). Tutkimusaineistoja kerätään myös systemaattisella havainnoinnilla. Systemaattisia sekä suoria havaintoja tutkimuskohteista voi kerätä aistien ja automaattisten havainnointilaitteiden avulla. Havainnointi voi olla tutkimuskohteiden toimintaan osallistuvaa tai ulkopuolista, toisinaan myös piilohavainnointia. (KvantimOTV 2010.)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on yksi tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntauksista, joka perustuu tutkimuskohteen laadun, ominaisuuksien ja merkityksen ymmärtämiseen (Jyväskylän yliopisto 2015b). Laadullista tutkimusta voidaan toteuttaa monella eri menetelmällä. Näissä menetelmissä yhteisenä piirteenä korostuu kohteen esiintymisympäristöön, taustaan, tarkoitukseen, merkitykseen, ilmaisuun ja kieleen liittyvät näkökulmat. Kvalitatiivinen tutkimus sisältää lukuisia erilaisia traditioita, lähestymistapoja ja aineistonkeruu- ja analyysimenetelmiä ihmisten elämän tutkimiseksi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 5.)

Opinnäytetyössä käytettiin määrällistä tutkimusta havainnoitaessa eri julkaisualustoilla olevia ominaisuuksia. Tämän kautta tuotiin esiin julkaisualustojen hyvät ja huonot puolet, jonka jälkeen niitä vertailtiin keskenään tietyn asiakasryhmän näkökulmasta. Opinnäytetyössä käytettiin laadullista tutkimusta siten, että työssä perehdyttiin syvällisesti julkaisualustojen käyttöprosessiin ja ominaisuuksiin. Ominaisuuksien kattavuuteen kiinnitettiin erityisesti huomiota, koska työssä haluttiin tehdä näiden julkaisualustojen vertailu eri asiakasryhmien näkökulmasta.

4.2 Toteava vertailututkimus

Toteavassa vertailututkimuksessa on tavoitteena koota tietoa tutkimuskohteesta ilman, että sitä sovellettaisiin myöhemmin empiriaan. Toteavassa tutkimuksessa vältetään vaikuttamista tutkimuskohteeseen, koska silloin voidaan turvata siitä saatavien tietojen aitous. Tätä ei voida kuitenkaan aina noudattaa absoluuttisesti, sillä usein pakostikin tutkimuskohteeseen tullaan vaikuttamaan. (Routio 2005.) Toteavassa vertailussa tarkastellaan kahta tai useampaa kohdetta, joista tutkijan on selvitettävä vertailtavat piirteet tai ominaisuudet. Tutkimuksessa pyritään selvittämään tutkimuskohteissa havaittavat invarianssit pyrkimättä saamaan niissä aikaan muutosta. (Routio 2007.)

Tässä opinnäytetyössä käytettiin toteavaa vertailututkimusta vertailemalla kahta julkaisualustaa kahden asiakasryhmän näkökulmasta. Vertailussa tutkimuskohteisiin ei pyritty vaikuttamaan mitenkään, sillä kohteista oli jo saatu tarvittava tieto käyttäen kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta. Opinnäytetyössä saatu tieto analysoitiin käyttämällä toteavaa vertailututkimusta, jossa asetettuja vertailukohtia tarkasteltiin asiakasryhmien näkökulmasta.

4.3 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetti ja validiteetti tekevät tutkimuksen tuloksista luotettavia. Huonosti kerätty tutkimusmateriaali heikentää tutkimuksen uskottavuutta, vaikka tutkimusmateriaalia olisikin kerätty ja analysoitu käyttäen asianmukaisia menetelmiä. Kun tutkimuksen tulokset voidaan toistaa noudattamalla dokumentaatiota, voidaan tutkimus lukea luotettavaksi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b.)

Opinnäytetyön tutkimukseen toi lisää luotettavuutta asiakasryhmien määrittelemisen tutkimuksen aikaisessa vaiheessa. Kuvaukset ja oletukset eri asiakasryhmien käyttäjistä antoivat tarkat kriteerit julkaisualustojen vertailulle eri asiakasryhmien näkökulmasta.

5 Julkaisualustojen vertailu

Tässä opinnäytetyössä kartoitettiin vertailtavien WordPressin sekä Squarespacen hyötyjä ja soveltuvuutta kahdelle asiakasryhmälle, yritys- ja yksityisasiakkaille. Onnistuneen vertailun aikaansaamiseksi valikoitiin sellaiset vertailukohdat, joita pystyy soveltamaan molempiin asiakasryhmiin. Vertailukohdat olivat seuraavat:

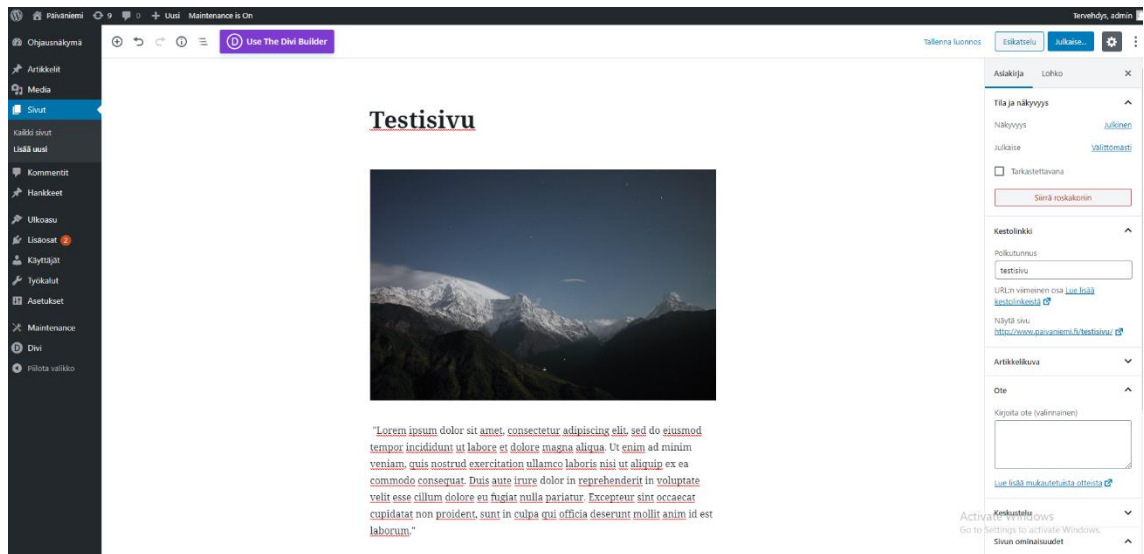
- Helppokäyttöisyys
- Suunnittelu ja mallit
- Verkkokaupan perustaminen
- Hakukoneoptimointi
- Hinnat.

Molempia julkaisualustoja vertailtiin reaaliajassa opinnäytetyön toteuttajan toimesta. Molempiin vertailuihin oli varattu domain yksityiskäyttöön zoner.fi- nimiseltä yritykseltä, jonne asennettiin itse isännöitävä WordPress.org-verkkosovellus. Tätä kautta päästiin tarkastelemaan WordPressiä sellaisenaan ja tutkimaan sen ominaisuuksia sellaisina kuin ne oikeasti ovat. Apuna käytettiin myös Squarespacen 14 päivän kokeilujaksoa, joka antoi enemmän kuin tarpeeksi aikaa tutkia ja perehtyä sen keskeisiin vertailukohtiin. Kokeilujaksossa oli muutamia rajoitteita ominaisuuksien suhteen, mutta nämä ominaisuudet eivät olleet keskeisiä tämän vertailun kannalta. Molemmat sivustot pidettiin yksityisinä koko tutkimusprosessin ajan.

Seuraavassa julkaisualustojen vertailua koskevassa osiossa käydään läpi jokainen vertailukohta ensin WordPressin osalta ja heti jälkeen sama vertailukohta Squarespacen osalta. Vertailun tulokset käydään läpi erikseen luvussa 6: Vertailun tulokset.

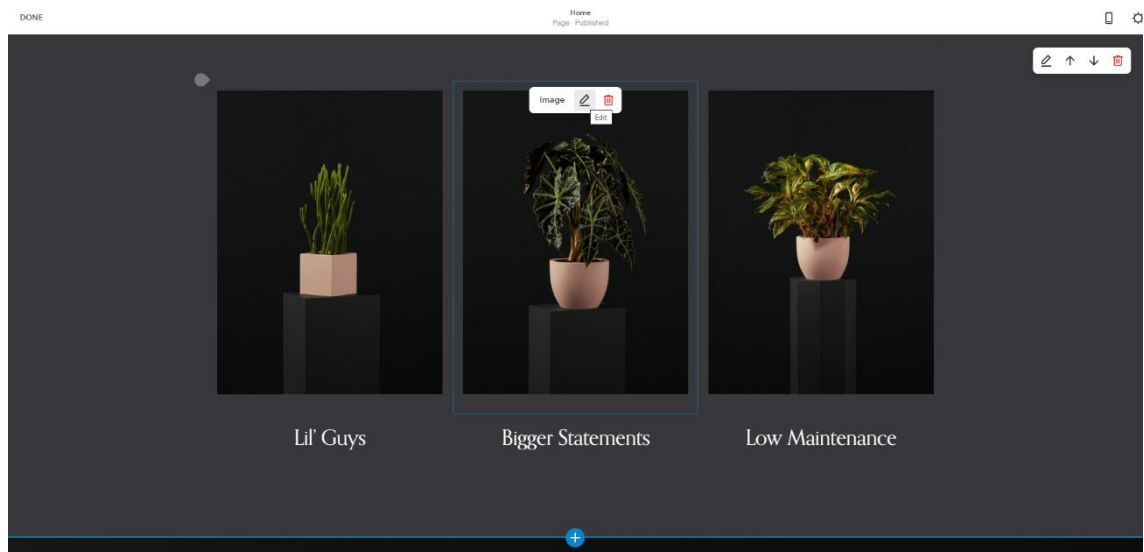
5.1 Helppokäyttöisyyden vertailu

Ensin tarkasteltiin WordPressin sivueditoria. WordPressin sivueditori aukeaa heti, kun sivustolle halutaan lisätä uusi sivu. Sivulle pääsee heti antamaan sivun otsikon sekä luomaan lisälohkoja kuten kuvia tai tekstikenttiä. Oikean laidan palkista löytyy sivun asetukset. Asetuksista voi asettaa sivulle tilan, näkyvyyden ja URL-osoitteen. Lisäksi sivustolle saa halutessaan valita oletuspohjan, jolloin se käyttää jotakin jo olemassa olevaa sivua pohjanaan. Asetuksista voidaan valita yläsivu, jolloin valmiista sivusta tulee jonkin toisen sivun alasivu. Tämä helpottaa sivujen kategorisointia, eikä sitä tarvitse käydä säätämässä navigointiasetuksista erikseen. Kuvio 1 havainnollistaa WordPressin sivueditorin oletusnäkyä ja ulkoasua.

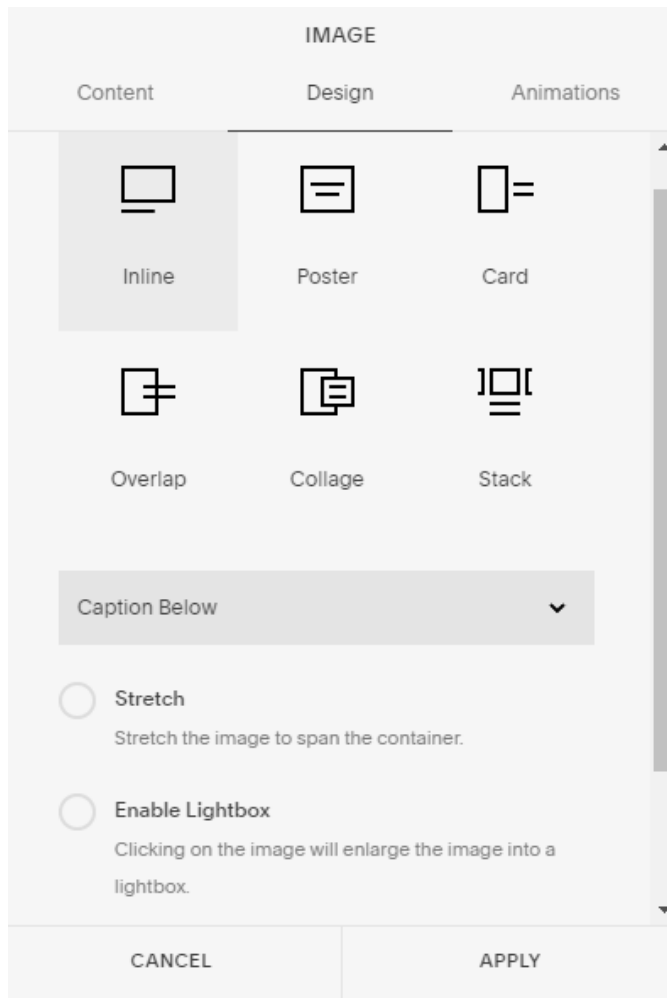


Kuvio 1: WordPressin sivueditori

WordPressin jälkeen siirryttiin tarkastelemaan Squarespacen helppokäyttöisyyttä. Kyseisessä palvelussa sopivan suunnittelumallin löytyessä avautuu koko ikkunan kokoinen editori, jossa kaikki sivun lohkot ja elementit ovat vapaasti muokattavissa. Editori hyödyntää drag and drop-mekaniikkaa, joka helpottaa luotujen elementtien liikuttamista haluttuihin lohkoihin. Liikuttamalla kursorin elementin kohdalle avautuu pieni ikkuna, josta pääsee helposti käsiksi elementin asetuksiin. Asetuksista voi vaihtaa esimerkiksi kuvan kokoa, sijoittelua sekä erilaisia animaatioita ja efektejä. Kuviossa 2 on havainnollistettu Squarespacen visuaalista edito-ria, sekä kuviossa 3 kuvaelementin asetuksia.



Kuvio 2: Squarespacen sivueditori

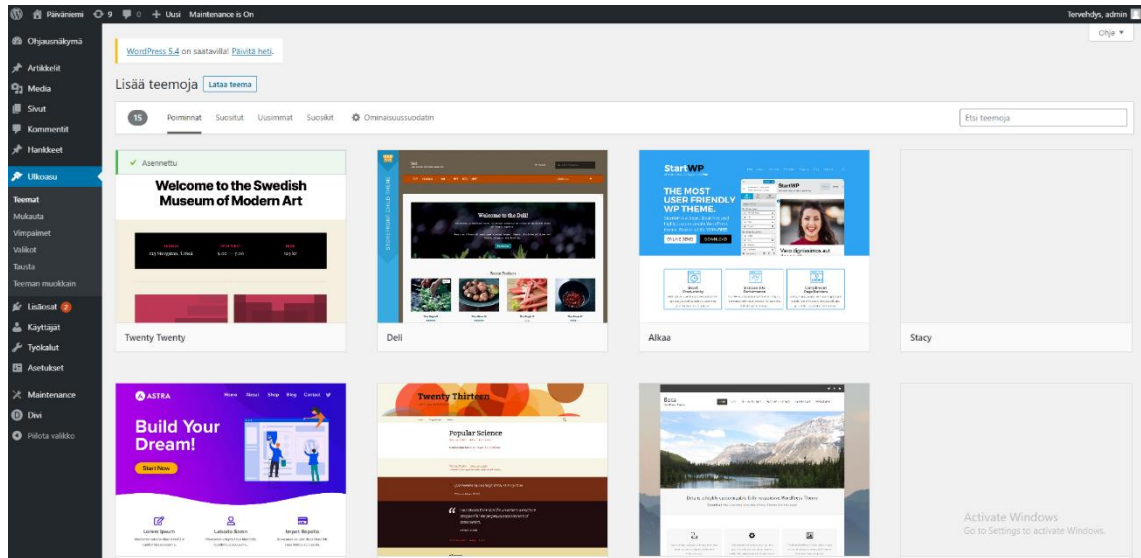


Kuvio 3: Squarespacen kuvaelementin asetukset

5.2 Suunnittelun ja mallien vertailu

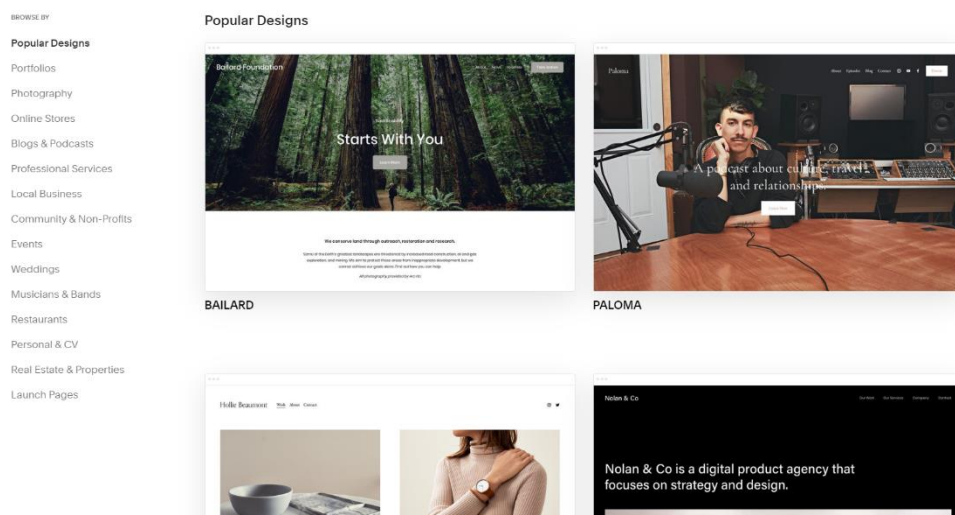
WordPressin teemavalikosta löytyy lukuisia teemoja, joita voi asentaa verkkosivuille.

WordPressin omien teemojen lisäksi WordPress-sivuille voi asentaa ulkoisten tahojen tekemiä teemoja, jos ne sopivat asiakkaan käyttötarkoituksiin paremmin. Teemat ja niihin sisältyvät kuvat ja elementit ovat vapaasti muokattavissa. Teemoja löytyy niin ilmaisena kuin maksullisenakin. Kuviossa 4 on näytetty esimerkki WordPressin teemavalikon sisällöstä.



Kuvio 4: WordPressin teemavalikko

Squarespace tarjoaa heti alussa erilaisia suunnittelumalleja asiakkaalle, josta tämä voi itse eri kategorioita suodattamalla valita juuri omaan aiheeseen liittyviä malleja. Aiheita löytyy niin portfolioihin kuin verkkokauppihin. Squarespacen malleissa tulee valmiiksi mukana ammattimaisesti kuvattuja ja korkealaatuisia kuvia, jotka havainnollistavat mihin ulottuvuuksiin tietty malli voi parhaassa tapauksessa yltyä. Kuvat ovat kuitenkin aina asiakkaan muokattavissa ja vaihdettavissa. Kuviossa 5 on nähtävissä muutama Squarespacessa valittavissa olevista malleista.

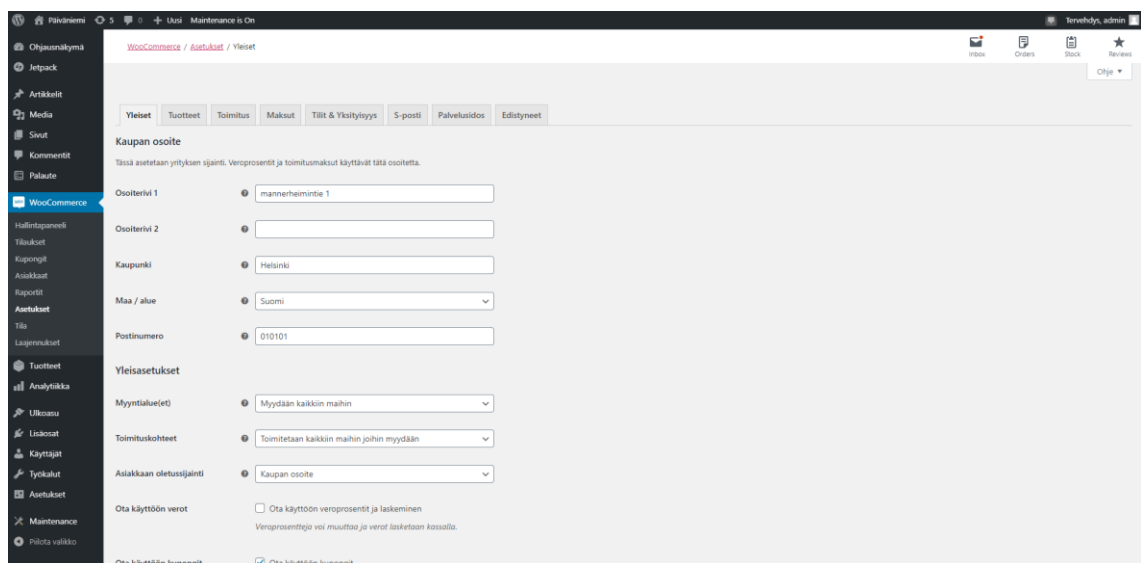


Kuvio 5: Squarespacen suunnittelumallien valikoima

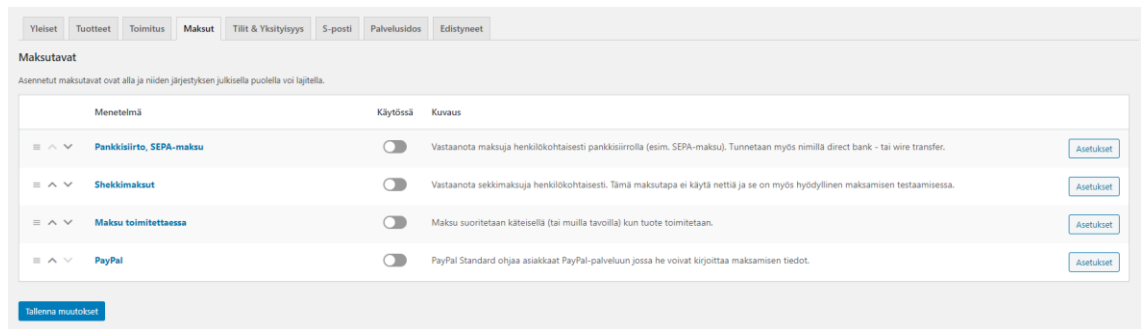
5.3 Verkkokaupan perustamisen vertailu

WordPressissä ei ole oletuksena asennettuna minkäänlaisia verkkokauppatoiminnallisuuksia. Asiakas voi kuitenkin halutessaan muuttaa WordPress-sivustonsa täysin toiminnalliseksi verkkokaupaksi käyttäen apunaan jotain useista eri ratkaisuista. Näihin ratkaisuihin kuuluu esimerkiksi maksullinen lisäosa nimeltä WP Shopify, joka antaa mahdollisuuden sulauttaa verkkokaupan WordPressin omien toiminnallisuuksien kanssa. Toinen suosittu maksullinen lisäosa on BigCommerce, joka antaa mahdollisuuden kytkeä ulkoisia kanavia ja verkkokauppoja asiakkaan oman verkkokaupan ostoprosessiin. (Pinggera 2019.)

Ilmainen ja sitä kautta myös eniten käytetty lisäosa on Woocommerce. Woocommerce on avoimen lähdekoodin verkkokauppalisäosa, joka tarjoaa laajan valikoiman mukautusvaihtoehtoja verkkokaupan ulkoasuun ja toiminnallisuuteen. Woocommercen käyttöönotto on nopeaa, jos valmis WordPress-sivusto on jo olemassa. Lisäosalla voi laatia joustavia maksusuunnitelmia ja siihen voi liittää laajan valikoiman eri maksutapoja kuten Paypal, Stripe, Amazon Pay ja Apple pay. Woocommercen voi asentaa myös mobiililaitteille tilausten ja maksujen seuraamisen helpottamiseksi. (Woocommerce 2020.) Kuviossa 6 on nähtävissä Woocommercen eri asetuksia ja kuviossa 7 havainnollistetaan miten lisätään uusia maksutapoja verkkokauppaan.

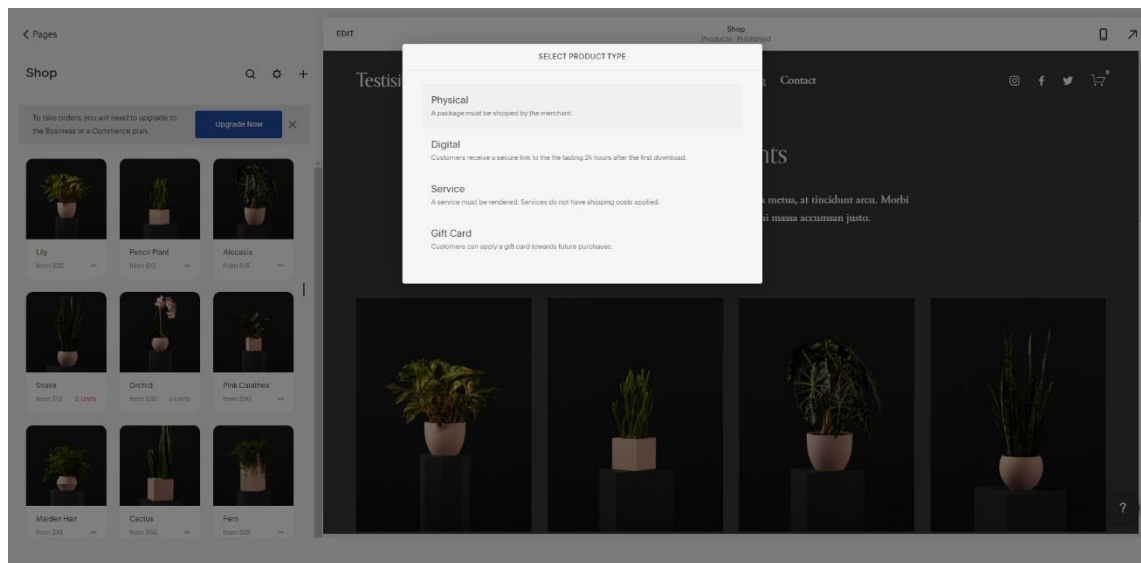


Kuvio 6: Woocommerce-lisäosan asetukset



Kuvio 7: Woocommercen maksutavat

Squarespace-sivut voi muuttaa verkkokaupaksi päivittämällä sivujen maksusuunnitelman Business-suunnitelmaksi. Sivustolle voi luoda suoraan tuotesivut, jonne tuotteet tulevat näkyviin. Eri tyyppisiä myytäviä tuotteita voi vapaasti lisätä, poistaa ja muokata inventory-asetuksista. Kuviossa 8 on näkyvillä tuotevalikoiman lisääminen Squarespacessa. Kuviossa 9 esitellään lisättyä tuotetta koskevat asetukset.



Kuvio 8: Squarespacen tuotesivu

Kuvio 9: Squarespacen tuotteen asetukset

Squarespacen maksuasetuksista voidaan määrittää, mitä tietoja asiakkaalta pyydetään tilauksen yhteydessä ja millaiset maksutavat ovat verkkokaupassa sallittu. Sivustolle voi myös linkittää Stripe-tilin, joka mahdollistaa mm. Visa, Mastercard, American Express, Discovery sekä Apple Pay maksutavat. Squarespacen uusimmassa versiossa myös Paypal-tilin linkittäminen verkkokauppaan on mahdollista. Alla kuvio 10, jossa esitellään maksutapojen lisäämistä verkkokaupan toiminnallisuuksiin Squarespacessa.

[← Commerce](#)






Payments

PREMIUM FEATURE ▲
Available on Business and Commerce plans.
[Learn more](#)



Add ways to receive payments. Once you connect a payment processor, customers can check out in your store. [Learn More](#)

ONLINE STORE

CONNECT STRIPE







    

CONNECT PAYPAL

POINT OF SALE (US ONLY)

CONNECT SQUARE

Connect Square to sell in person with Point of Sale.
[Learn More.](#)

STORE CURRENCY USD >

Kuvio 10: Squarespacen maksutapojen lisääminen

5.4 Hakukoneoptimoinnin vertailu

WordPressin hakukoneoptimointiin liittyy muutama asia, joihin kannattaa kiinnittää huomiota. Aluksi WordPressin lukemisasetuksista voi valita, näkyykö verkkosivut hakukoneissa. Jos hakukoneet eivät näe sivuja, niitä ei pysty indeksoimaan. WordPressin asetuksista voi myös muuttaa osoitteita hakukoneystävällisemmiksi.

WordPressin oletustyökalut ovat rajalliset hakukoneoptimoinnin suhteen, joten asiakkaan tulee asentaa erillinen hakukoneoptimoinnin lisäosa. Näitä lisäosia on lukuisia, mutta ehkäpä suosituin ja myös maksuton vaihtoehto on Yoast SEO. Yoast SEO:n voi asentaa kuka tahansa WordPressin käyttäjä, joka haluaa parantaa verkkosivujensa näkyvyyttä ja sisällön optimointia.

Yoast SEO:n asetuksista voi muuttaa verkkosivujen hakunäkyvyyttä, eli miltä sivut näyttävät esimerkiksi Googlen hakutuloksissa. Hakutuloksista voi päättää, näkyykö niissä artikkelit, sivukategoriat tai alisivut. Myös tunnetuimpien sosiaalisen median palveluiden, kuten Facebook tai Twitter, tilien näkyvyyttä voi parantaa Yoast SEO:n kautta. Yoast SEO:n asetuksiin voi tuoda valmiita asetuksia muilta sivuilta, joissa asetukset on todettu toimiviksi. Lisäosan ominaisuuksiin kuuluu kaiken lisäksi sivujen automaattinen luokitus. Luokitus kertoo, kuinka hakukoneystävällinen sivu on sen hetkisessä tilassaan ja kertoo kohta kohdalta, mitä sisältöä tulisi optimoida paremmaksi. Seuraavalla sivulla kuvio 11 havainnollistaa Yoast SEO:n asetuksia.

Search Appearance - Yoast SEO

General Content Types Media Taxonomies Archives Breadcrumbs RSS

The settings on this page allow you to specify what the default search appearance should be for any type of content you have. You can choose which content types appear in search results and what their default description should be.

Artikkelit (`post`)

Settings for single Artikkelit URLs

Show Artikkelit in search results? ?

Yes No

Date in Google Preview

Show Hide

Yoast SEO Meta Box

Show Hide

SEO title + Insert snippet variable

Title Page Separator Site title

Meta description + Insert snippet variable

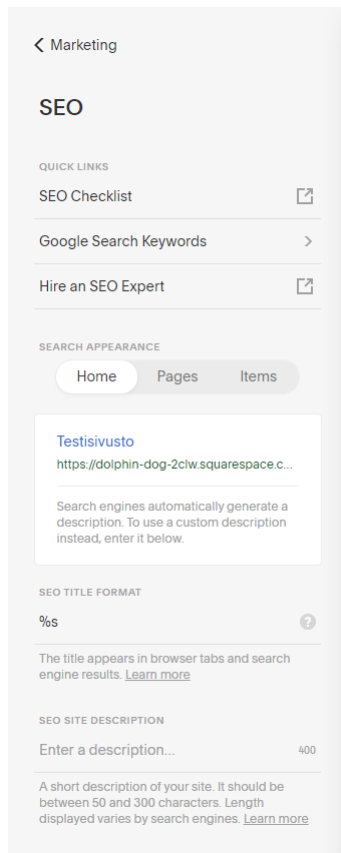
Modify your meta description by editing it right here

Kuvio 11: WordPressin Yoast SEO -näkyvyysasetukset

Squarespacen hakukoneoptimointi tehdään jokaisen yksittäisen sivun asetuksista. Valittaessa sivun SEO-asetukset, asiakkaalle avautuu kaikki käytössä olevat työkalut optimoinnin suhteen. Asetuksista voi ottaa avuksi SEO muistilistan, johon on listattu tärkeimmät seikat, mihin hakukoneoptimoinnissa tulee kiinnittää eniten huomiota.

Sivulle voi esimerkiksi asettaa tarkat hakusanat, joilla sivun voi löytää hakukoneesta tai sivujen otsikkoja voi muuttaa suoraan etusivun, alisivun ja tuotteiden välillä. Sivuille voi antaa myös yksilöllisiä kuvauksia ja otsikkojen formaatteja, jotka otetaan hakukoneessa huomioon.

Lisäksi Squarespace tarjoaa mahdollisuuden maksaa ammattilaiselle sisällön optimoinnista, jos asiakas näin haluaa. Seuraava kuvio 12 havainnollistaa yksittäisen sivun SEO-asetuksia.



Kuvio 12: Squarespacen sivun SEO-asetukset

5.5 Hintojen vertailu

WordPress on itsessään täysin ilmainen palvelu. Tässä pitää kuitenkin muistaa, että siihen ei lueta ulkoisia menoja. WordPress-sivuihin liittyvät menot riippuvat täysin asiakkaasta ja siitä, minkälaiset sivut ovat kyseessä. Jotta WordPress-verkkosivut saadaan muiden käyttäjien nähtäväksi, niitä pitää ylläpitää palvelimella. Ylläpitomaksut voivat vaihdella palveluntarjoajan mukaan kuukausilaskuista vuotuisiin laskuihin, esimerkiksi tässä opinnäytetyössä käytettyjä testisivustoja ylläpidettiin Zoner:n palvelimilla ja se kustansi 3,45 € kuukaudessa. Myös erilaiset teemat ja suunnittelumallit voivat olla maksullisia, samoin kuin ulkoiset lisäosatkin. WordPress.com tarjoaa myös maksullista ylläpitopalvelua WordPress-verkkosivuille. Näiden kaikkien menojen yhteissumma voi olla helposti lähellä tuhatta euroa vuodessa, riippuen tietenkin verkkosivujen tyypistä ja tarkoituksesta.

Squarespace palvelun voi tilata käyttäen muutamaa erilaista maksusuunnitelmaa. ”Personal” eli henkilökohtainen verkkosivu maksaa 11€/kk ja kattaa kaikki perusominaisuudet mitä verk-

kosivulta vaaditaan. ”Business” eli yrityssuunnitelma maksaa 17€/kk ja sisältää kaikki ”Personal” suunnitelmasta. Lisäksi Business suunnitelmaan sisältyy ammatillinen sähköposti Googlelta sekä tuotteiden myyntiin tarvittavat ominaisuudet. ”Commerce” eli verkkokauppa-suunnitelma maksaa 24€/kk ja antaa täydet mahdollisuudet avata täysin toimintakykyinen verkkokauppa ja se sisältää myös kaikki ominaisuudet ”Business” suunnitelmasta. Ominaisuuksiin kuuluu myös muun muassa asiakastilien rekisteröiminen, verkkomyynti analytiikat sekä myyntiä edistäviä työkaluja. ”Commerce” maksusuunnitelman sijaan on vielä mahdollista tilata ”Commerce Advanced”, johon sisältyy kaikki ”Commerce” suunnitelman ominaisuudet. Sen lisäksi tilaukseen kuuluu jatkuvat ostotilaukset, edistynyt toimitus, edistyneet alennukset sekä kampanjatuotteiden merkitseminen.

Kaikkiin edeltä mainittuihin maksusuunnitelmiin sisältyy ilmainen domain-nimen varaaminen verkkosivuille sekä verkkosivujen ylläpito Squarespacen palvelimilla. (Squarespace 2020a.) Alla kuviossa 13 on esitelty Squarespacen eri maksusuunnitelmat.



Kuvio 13: Squarespacen hinnasto

6 Vertailun tulokset

Seuraavaksi tutkimusprosessissa analysoitiin saatua tietoa WordPressistä ja Squarespacesta ja vertailtiin niitä keskenään. Näin saatiin nostettua esille kummankin julkaisualustan hyvät ja huonot puolet. Saatuja tuloksia tarkastellaan myöhemmin asiakasryhmien näkökulmasta.

6.1 Helppokäyttöisyyden tulokset

Squarespacen visuaalisen sivueditorin drag and drop -mekaniikka antaa asiakkaalle helpon ja nopean tavan luoda uusia lohkoja ja elementtejä ja sommitella niitä sivulle oman mielen mukaan. Jokaisen elementin asetuksiin pääsee käsiksi yhdellä klikkauksella ja asetusten muutokset tulevat heti näkyviin sivulle. Sivun visuaalinen editori antaa jo editointivaiheessa selkeää kuvaa siitä, miltä viimeistelty lopputulos tulee näyttämään.

WordPressin sivueditori on puolestaan Squarespaceen verrattuna vähemmän käyttäjäystävällinen. Editorin asetukset ja eri osiot ovat hankalampia löytää Squarespaceen verrattuna. Sivueditorista löytyy Squarespacelle tyypillinen drag and drop-toiminnallisuus ja uusia lohkoja sekä elementtejä pystyy lisäämään yhtä helposti, mutta se ei kuitenkaan tule heti selväksi sivueditorin auetessa. WordPressin sivuasetukset ovat kuitenkin paremmin näkyvillä, kun taas Squarespacessa ne on piilotettu Settings-napin taakse.

6.2 Suunnittelun ja mallien tulokset

Squarespacen valmiit mallit ovat ammattilaisten tekemiä. Ne näyttävät päteviltä ja ammatillisilta, mutta jos asiakas haluaa vaihtaa vaikkapa etusivun kuvan omalla kuvallaan, joka satuu olemaan huonompi laatuinen, voi lopputulos olla alkuperäistä huonompi. Squarespacen kuvat ovatkin skaalattu juuri siihen tarkoitettuun teemaan sopiviksi, eivätkä mallit anna aina tarpeeksi liikkumatilaa kaikille kuville. Sen takia kuvien valitseminen Squarespacen malleihin voi olla välillä haastavaa. Joskus asia voi olla myös niin, että mikään Squarespacen tarjoamista malleista ei miellytä asiakasta.

WordPressin teemavalikosta löytyy suuri määrä WordPressin omia teemoja ja muiden tahojen luomia teemoja on saatavissa paljon lisää muualta. WordPressin teemoista löytyy monia mahdollisia vaihtoehtoja, myös sellaisia, jotka on suunniteltu skaalautumaan niissä käytettyjen kuvien mukaan. Suurimpia haasteita teeman valitsemisessa ovatkin kuinka paljon aikaa asiakas haluaa kuluttaa juuri oikean teeman löytämiseen ja kuinka paljon hän on valmis maksamaan siitä. Teemojen laaja valikoima ja muokattavuus antavat asiakkaille paremmat mahdollisuudet löytää sopivin ulkoasu sivuilleen WordPressissä kuin Squarespacessa.

6.3 Verkkokaupan perustamisen tulokset

Squarespace suoriutuu loistavasti verkkokaupan perustamisen helppoudessa. Heti sivujen luonnin jälkeen asiakas voi alkaa lisäämään tuotesivuja sekä tuotteita katalogiin. Vielä helpompaa tästä tekee se, että kaikki verkkokaupan asetuksiin liittyvät asiat löytyvät samasta välilehdestä ja maksutapojen sekä tilien linkittäminenkin käy helposti Squarespacen oman järjestelmän sisällä ilman, että joutuu navigoimaan ulkoisen palvelun sivuille.

Negatiivista Squarespacen järjestelmässä on se, että se rajoittaa maksutavat vain tiettyihin maksutapoihin, eikä niitä pääse mitenkään muuttamaan. Asiakkaat joutuvat tyytymään Visaan, Mastercardiin, American Expressiin, Discoveryyn sekä Paypaliin asioidessaan verkkokaupassa.

Siinä, missä WordPress häviää helppoudessa, se voittaa monipuolisuudessa. Verkkokaupan perustaminen WordPressissä on hieman enemmän aikaa vievää, sillä vaihtoehtoja on monia eikä järjestelmä pakota asiakasta käyttämään yhtä samaa palvelua. Eri palveluihin tutustuminen

vie aikansa, mutta antaa paremman mahdollisuuden mukauttaa verkkokauppaa juuri sellaiseksi kuin asiakas itse haluaa.

WordPress antaa myös mahdollisuuden käyttää useampaa maksutapaa kuin Squarespace. WordPressin laajasta valikoimasta löytyy erilaisia maksupainikkeita, jotka tukevat useita maksutapoja kuten esimerkiksi Klarna ja Bambora Payform.

6.4 Hakukoneoptimoinnin tulokset

WordPressissä on useita toimivia ratkaisuja hakukoneoptimoinnin toteuttamiseen. Ne eivät kuitenkaan sisälly WordPressin perusasennukseen, joten ne tulee asentaa erillisinä lisäosina verkkosivuille. Aiemmin, luvussa 5.4, mainittu Yoast SEO on ilmainen ja kaikkien saatavilla, mutta sen käyttöönotto ja opettelu voi viedä hieman aikaa. Oikein käytettynä Yoast SEO tarjoaa kuitenkin kaiken tarvittavan verkkosivujen sisällön optimointiin sekä laajan valikoiman mukautusvaihtoehtoja.

Squarespace eroaa WordPressin SEO:sta helppokäyttöisyyden saralla. Hakukoneoptimoinnin voi tehdä suoraan sivun asetuksista ilman, että tarvitsee asentaa ulkoisia lisäosia. Squarespacen tarjoama SEO-muistilista helpottaa käyttäjien työtä entisestään auttamalla kiinnittämään huomiota tärkeisiin asioihin. Squarespacen SEO-asetukset ovat kuitenkin hieman rajallisempia verrattuna WordPressiin, sillä niistä puuttuu sivujen automaattinen luokitus sekä tiettyjen sisältötyyppien näkyvyyden säätely kuten artikkelit ja tuotteet.

6.5 Hintojen tulokset

Squarespace tarjoaa selkeät maksuvaihtoehdot asiakkaille riippuen siitä, minkä tyyppiset verkkosivut asiakas haluaa. Ero eri hintaluokkien välillä ei ole kovin suuri ja verrattuna moniin muihin ylläpitopalveluihin Squarespace on huomattavan edullinen ratkaisu. Jokaisen maksusuunnitelmaan sisältyvät ominaisuudet on jaoteltu selkeästi, jolloin asiakas saa juuri ne ominaisuudet mistä maksaa. Sivujen koko ei vaikuta sivujen kuukausimenoihin, sillä se pysyy aina samana maksusuunnitelman mukaan.

WordPress-sivustoon menevät kulut vaihtelevat radikaalisti sen perusteella, minkälaiset sivut asiakas haluaa. Pienimpien mahdollisten menojen saavuttamiseen asiakkaann ei tarvitse kuin maksaa mahdollisimman edullisesta ylläpidosta ja tehdä itse verkkosivuilla kaikki käyttäen ainoastaan ilmaisia vaihtoehtoja. Asiakas voi kuitenkin valita hinnakkaamman lähestymistavan ja maksaa esimerkiksi jollekin yritykselle, kuten Helpotkotisivut.fi, verkkosivujen rakentamisesta, käyttää korkealaatuisempia ja maksullisia teemoja sekä lisäosia ja ottaa kattavamman ylläpidon verkkosivuilleen.

Verkkosivujen koko voi vaikuttaa merkittävästi lopulliseen hintaan WordPress-sivustojen kohdalla. Vähän muistia vievän sivuston kuten portfoliosivun ylläpito maksaa vähemmän kuin esimerkiksi verkkokaupan ylläpito, sillä sivujen sisältämä materiaali vaihtelee suuresti.

6.6 Vertailu yksityisasiakkaan näkökulmasta

Seuraavaksi käydään läpi vertailu WordPressin ja Squarespacen välillä yksityisasiakkaan näkökulmasta. Alla olevalla yksinkertaisella taulukolla (taulukko 1) pyritään havainnollistamaan kumpi julkaisualusta palvelee paremmin mitään vertailukohtaa. Tämän jälkeen perustellaan lyhyesti jokainen vertailukohta ja kerrotaan miksi juuri tietty julkaisualusta palvelee tätä asiakasryhmää paremmin. Lopullinen yhteenveto tehdään seuraavassa luvussa.

	WordPress	Squarespace
Helppokäyttöisyys		✓
Suunnittelu ja mallit		✓
Verkkokaupan pystyttämien		✓
Hakukoneoptimointi	✓	
Hinnat		✓

Taulukko 1: Julkaisualustojen vertailu yksityisasiakkaan näkökulmasta

Yksityisasiakkaalle Squarespace on helppokäyttöisin julkaisualusta. Drag and drop toiminnallisuutta hyödyntävä Squarespace tekee sivujen rakentamisesta ja hahmottamisesta helppoa. Squarespacen käyttämisessä ei myöskään tarvitse minkäänlaista koodausosaamista, kun taas WordPressissä kilpailukykyisten sivujen rakentamiseen saattaa jossain kohtaan tarvita kooditietämystä.

Squarespace on parempi vaihtoehto yksityisasiakkaille suunnittelun ja mallien puolesta. Squarespacen käyttövalmiit suunnittelumallit eri tarkoituksiin sekä ammattitaidolla otetut kuvat vaativat asiakkaalta hyvin vähän omaa panosta, jolloin asiakkaalle jää vain rakentamisen luova osuus. Suunnittelumallit sopivat täydellisesti esimerkiksi blogin tai portfolion rakentamiseen.

Squarespace on parempi vaihtoehto yksityisasiakkaille verkkokaupan kannalta. Squarespacen Business-maksusuunnitelma antaa asiakkaalle kaikki tarvittavat työkalut pienikokoisen verkkokaupan perustamiseen eikä asiakkaalta tarvita sen lisäksi minkäänlaisia lisämaksuja.

WordPressin hakukoneoptimointi on kaikin puolin parempi vaihtoehto yksityisasiakkaille. Sen monipuolisemmat sisällön optimointityökalut jättävät Squarespacen varjoonsa. WordPressillä on asennettavissa myös suurempi valikoima eri lisäosia, jotka parantavat hakukoneoptimointia entisestään. Yoast SEO-lisäosan sisällön luokitus on myös ominaisuus, mitä Squarespacessa ei yksinkertaisesti ole.

Yksityisasiakkaan näkökulmasta Squarespacella on paremmat hinnat. Kiinteällä kuukausimaksulla asiakas saa kaiken tarvitsemansa ilman lisämaksuja, oli sivustotyyppi minkäläinen tahansa.

6.7 Vertailu yritysasiakkaan näkökulmasta

Seuraavaksi tehdään vertailu WordPressin ja Squarespacen välillä yritysasiakkaan näkökulmasta. Yksinkertaisella, seuraavalta sivulta löytyvällä, taulukolla (taulukko 2) pyritään havainnollistamaan kumpi julkaisualusta palvelee paremmin mitään vertailukohtaa. Tämän jälkeen perustellaan lyhyesti jokainen vertailukohta ja kerrotaan miksi juuri tietty julkaisualusta palvelee tätä asiakasryhmää paremmin. Lopullinen yhteenveto tehdään seuraavassa luvussa.

	WordPress	Squarespace
Helppokäyttöisyys		✓
Suunnittelu ja mallit	✓	
Verkkokaupan pystyttämien	✓	
Hakukoneoptimointi	✓	
Hinnat	✓	

Taulukko 2: Julkaisualustojen vertailu yritysasiakkaan näkökulmasta

Yritysasiakkaalle Squarespace on helppokäyttöisin julkaisualusta. Drag and drop toiminnallisuutta hyödyntävä Squarespace tekee sivujen rakentamisesta ja hahmottamisesta helppoa. Squarespacen käyttämisessä ei myöskään tarvitse minkäänlaista koodausosaamista, kun taas WordPressissä kilpailukykyisten sivujen rakentamiseen saattaa jossain kohtaan tarvita kooditietämystä. Yrityksellä voi tosin olla työntekijöitä, jotka pystyisivät ylläpitämään WordPress-sivuja, mutta tätä ei voida olettaa kaikista yrityksistä.

WordPressin suunnittelumahdollisuudet sekä mallit soveltuvat paremmin yritysasiakkaalle. WordPressin teemat sekä lukuisat lisäosat tuovat rajattoman määrän liikkumavaraa, jolloin asiakas saa juuri yrityksen toimintaan soveltuvat verkkosivut. Yritysasiakkaalla on myös paremmat mahdollisuudet tuottaa omaa materiaalia sivuille, kuten mukautettujen bannereiden tai tuotekuvien avulla.

Yritysasiakas hyötyy eniten WordPressin tarjoamista verkkomyyntimahdollisuuksista. WordPress tarjoaa lukuisia vaihtoehtoja verkkokauppa-lisäosiin, jotka tarjoavat esimerkiksi suuren määrän verkkosivuintegraatioita kuten maksutapoja, toimitustapoja sekä tilien linkittämistä. Yrityksellä voi myös olla koodiosaamista omaavia työntekijöitä, jotka kykenevät saamaan verkkokaupasta vielä enemmän hyötyjä yrityksen käyttöön.

WordPressin hakukoneoptimointi on kaikin puolin parempi vaihtoehto yritysasiakkaille. Sen monipuolisemmat sisällön optimointityökalut jättävät Squarespacen varjoonsa. WordPressillä on asennettavissa myös suurempi valikoima eri lisäosia, jotka parantavat hakukoneoptimointia entisestään. Yoast SEO-lisäosan sisällön luokitus on myös ominaisuus, mitä Squarespacessa ei yksinkertaisesti ole.

Kuten aiemmin jo mainittiin; WordPressin hinnat vaihtelevat sen mukaan, minkälaiset sivut ovat kyseessä. Yritysasiakkailta voidaan olettaa olevan kykyä ylläpitää sivustoja joko omilla tai ulkoisilla palvelimilla. Myös suurikokoisten ja ammattitaitoisten verkkokauppojen ja asiakassivujen rakentaminen vaatii taloudellista panosta lisäosien ja niiden konfiguroinnin kannalta. Lyhyesti suurella taloudellisella panoksella saa laadukkaat ja palvelevat sivut.

7 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tämä tutkimustyö lähti tarpeesta selvittää Helpotkotisivut.fi -yritykselle kahden kilpailevan julkaisualustan keskeiset ominaisuudet kahden asiakasryhmän kannalta ja vertailemalla niitä. Vertailun jälkeen selvitettiin, kumpi julkaisualusta palvelee paremmin kumpaakin asiakasryhmää.

Tutkimus toteutettiin rakentamalla molemmilla julkaisualustoilla testiverkkosivut ja testaamalla käytännössä ennalta määriteltyjä käyttöön liittyviä vertailukohtia. Testausten jälkeen vertailtiin saatuja tuloksia WordPressistä ja Squarespacesta. Tämän jälkeen niitä tarkasteltiin asetettujen asiakasryhmien näkökulmasta. Tarkastelussa johtopäätökset oikeutettiin lisäämällä julkaisualustat pistetaulukoon, joka havainnollisti eri vertailukohtien soveltuvuutta. Annetut pisteet perusteltiin havainnoilla, jotka pohjautuivat jo aiemmin tehtyyn tutkimustyöhön.

Reliabiliteetti ja valideetti taattiin tutkimusta tehdessä rajaamalla tutkimus julkaisualustojen omiin ominaisuuksiin ja vertailemalla niitä keskenään. Tutkimuksessa käsiteltiin vain ja ainoastaan WordPressin ja Squarespacen ominaisuuksia. Muiden kilpailevien alustojen ominaisuuksia ei sisällytetty työhön millään tavalla. Luotettavuus taattiin myös siten, että julkaisualustojen ominaisuuksia ei vain tutkittu kirjallisesti lähteistä, vaan niitä testattiin myös testisivustoilla. Näin ominaisuuksista saatiin parempi käytännön kuva, joka hyödytti tutkimuksen tarkkuutta ja luotettavuutta.

Tehdyn tutkimuksen tuloksista voitiin vetää johtopäätös; Squarespace on sopivampi julkaisualusta yksityisasiakkaille ja WordPress on sopivampi julkaisualusta yritysasiakkaille. Näitä tuloksia on käsitelty tarkemmin luvussa 6, mutta johtopäätökset voi yleisellä tasolla kiteyttää seuraavasti; WordPressin loputtomat laajennusmahdollisuudet, mahdollisuus viedä verkkosi-

vuja mihin tahansa suuntaan ja muokata niitä haluttuun tarkoitukseen sekä ylläpidon moninaisuuden liittyvät seikat palvelevat yritysasiakkaita parhaiten. Squarespacen helppokäyttöisyys, mutkattomuus ja kiinteät kustannukset palvelevat puolestaan yksityisasiakasta parhaiten.

8 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyö oli itsenäisenä projektina todella opettavainen. Opin paljon lisää siitä, mitä tutkittavilla julkaisualustoilla pystyy tekemään. Omasin jo aikaisempaa kokemusta WordPressistä niiltä ajoilta, kun työskentelin Helpotkotisivut.fi:ssä. Squarespace oli puolestaan tuntemattomaa aluetta minulle alussa. Kuitenkin mitä syvemmälle pääsin Squarespacen ominaisuuksiin, sitä yllättyneempi olin sen toiminnallisuuksien laajuuksista.

Projekti paransi myös omaa suhtautumistani projektityöskentelyyn. En ollut koskaan aikaisemmin tehnyt itsenäistä projektia näin suuressa skaalassa ja sen laajuus pääsi lievästi yllättämään. Projektityön lomassa pääsin kuitenkin kyseenalaistamaan ja analysoimaan omia toimintatapoja, joka johti niiden uudelleen ajatteluun ja muuttamiseen parempaan suuntaan. Mielestäni haastavinta työssä oli juurikin oman ajan käyttö ja työn rakenteen saaminen selville. Tässä työssä hyvästä suunnittelutyöstä olikin paljon apua varsinaisessa tutkimuksen toteuttamisessa.

Uskon, että opinnäytetyön toteuttamisesta oli suuresti hyötyä itsenäisen työskentelyni kehittymisen kannalta. Projekti opetti olemaan itsenäisempi ja nojaamaan puhtaasti omiin kykyihin työskentelyn suhteen. Mielestäni projektin lopputulos oli hyvä ja siitä on varmasti jotakin hyötyä Helpotkotisivut.fi:lle.

Lähteet

Painetut

Black, K. 2013. Squarespace 6 for Dummies. E-kirja. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons

Sähköiset

Carney, L. 2020. Squarespace Review 2020. 10 questions you need to ask. Viitattu 17.4.2020. <https://www.websitebuilderexpert.com/website-builders/squarespace/squarespace-review/>

Cottam, M. 2017 XML Sitemaps: The most misunderstood tool in the SEO's toolbox. Viitattu 19.4.2020. <https://moz.com/blog/xml-sitemaps>

IANA (Internet Assigned Numbers Authority). 2020. Domain name services. Viitattu 19.4.2020. <https://www.iana.org/domains>

Jyväskylän yliopisto. 2015a. Määrällinen tutkimus. Viitattu 20.4.2020. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>

Jyväskylän yliopisto. 2015b. Laadullinen tutkimus. Viitattu 20.4.2020. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Kinsta. 2020. What is a Content Management System (CMS)?. Viitattu 17.4.2020. <https://kinsta.com/knowledgebase/content-management-system/>

Kinsta. 2020. What is WordPress? Explained for beginners. Viitattu 17.4.2020. <https://kinsta.com/knowledgebase/what-is-WordPress/>

KvantiMOTV (Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto). 2010. Aineistotyyppit. Viitattu 20.4.2020. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/tutkimus/aineistotyyppit.html>

MOZ. 2020a. Mobile optimization. Viitattu 19.4.2020. <https://moz.com/learn/seo/mobile-optimization>

MOZ. 2020b. The Beginner's guide to SEO. Viitattu 20.4.2020. <https://moz.com/beginners-guide-to-seo>

- Pinggera, A. 2019. WooCommerce Review - Check out its Pros & Cons (and Hosting Options). Viitattu 19.4.2020. <https://www.websitetooltester.com/en/reviews/woocommerce/>
- Routio, P. 2005. Toteava tutkimus. Viitattu 20.4.2020. http://www2.uiah.fi/virtu/materiaa-lit/tuotetiede/html_files/140_totea.html
- Routio, P. 2007. Vertailu. Viitattu 20.4.2020. <http://www2.uiah.fi/projects/metodi/072.htm>
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. Validiteetti. Viitattu 20.4.2020. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_1.html
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006b. Reliabiliteetti. Viitattu 20.4.2020. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_2.html
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2009. Menetelmäopetuksen tietovaranto KvaliMOTV. Kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja. 2. vedos. Verkko-kirja. Tampere: Yhteiskunta-tieteellinen tietoarkisto/Tampereen yliopisto. Viitattu 20.4.2020. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/tietoarkisto/julkaisut/kvalimotv.pdf>
- Squarespace. 2020a. Pricing. Viitattu 17.4.2020. <https://www.squarespace.com/pricing>
- Squarespace. 2020b. Website Design. Viitattu 17.4.2020. <https://www.squarespace.com/website-design>
- Squarespace. 2020c. Choosing the right template. Viitattu 18.4.2020. <https://support.squarespace.com/hc/en-us/articles/206545337-Choosing-the-right-template>
- w3schools. 2020a. CSS Tutorial. Viitattu 19.4.2020. <https://www.w3schools.com/css/default.asp>
- w3shools. 2020b. HTML Tutorial. Viitattu 19.4.2020. <https://www.w3schools.com/html/default.asp>
- Web Integration. 2012. The definition of web integration and webintegration in a nutshell. Viitattu 19.4.2020. <http://www.web-integration.info/en/web-integration-definition/>
- WooCommerce. 2020. WooCommerce features. Viitattu 17.4.2020. <https://woocommerce.com/woocommerce-features/>
- WordPress. 2020a. About. Viitattu 17.4.2020. <https://WordPress.org/about/>
- WordPress. 2020b. Features. Viitattu 17.4.2020. <https://WordPress.org/about/features/>

Kuviot

Kuvio 1: WordPressin sivueditori	15
Kuvio 2: Squarespacen sivueditori.....	15
Kuvio 3: Squarespacen kuvaelementin asetukset	16
Kuvio 4: WordPressin teemavalikko	17
Kuvio 5: Squarespacen suunnittelumallien valikoima	17
Kuvio 6: Woocommerce-lisäosan asetukset	18
Kuvio 7: Woocommercen maksutavat.....	19
Kuvio 8: Squarespacen tuotesivu	19
Kuvio 9: Squarespacen tuotteen asetukset	20
Kuvio 10: Squarespacen maksutapojen lisääminen	21
Kuvio 11: WordPressin Yoast SEO -näkyvyysasetukset.....	23
Kuvio 12: Squarespacen sivun SEO-asetukset	24
Kuvio 13: Squarespacen hinnasto.....	25

Taulukot

Taulukko 1: Julkaisualustojen vertailu yksityisasiakkaan näkökulmasta.....	28
Taulukko 2: Julkaisualustojen vertailu yritysasiakkaan näkökulmasta	30