

Verkkosivuston toteutus WordPress- sisällönhallintajärjestelmällä

CASE: palenaventura.com

Henna Nurminen



Tekijä(t) Henna Nurminen	
Koulutusohjelma Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Verkkosivuston toteutus WordPress -sisällönhallintajärjestelmällä. Case: palenaventura.com	Sivu- ja liitesivumäärä 24 + 0
Opinnäytetyön otsikko englanniksi Website implementation using WordPress content management system. Case: palenaventura.com	
Ohjaaja Sirpa Marttila	
<p>Tässä opinnäytetyössä käsitellään verkkosivuston toteutusta WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä sekä hakukoneoptimointia. Työn tavoitteena on selvittää, miten sivujen toteutus WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä tehdään, sekä miten sivusto ja sen sisältö rakennetaan hakukoneita ajatellen.</p> <p>Työ on rajattu verkkosivuston tekniseen toteutukseen lähtien siitä oletuksesta, että sivuston suunnittelu on tehty ja sisältö on yleisellä toteutustekniikasta riippumattomalla tasolla valmis. Tietoperustassa käydään läpi WordPress yleisellä tasolla sekä sen tärkeimmät komponentit, kuten teemat ja lisäosat. Lisäksi käsitellään hakukoneoptimointia sekä verkkosivuston testausta.</p> <p>Työ on produktiivinen, ja sen tavoitteena on luoda tarkoituksenmukainen, käyttäjä- ja hakukoneystävällinen verkkosivustoproto tekijän omalle perustamisvaiheessa olevalle matkailualan yritykselle. Sivuston tulee olla sisällöltään ja ulkoasultaan selkeä, ja se tulee testata, jotta lopullinen tuotos on valmis julkaistavaksi.</p> <p>Empiirinen osa koostuu yrityksen verkkosivuston teknisestä toteutuksesta WordPressillä sekä sen hakukoneoptimoinnista ja testauksesta. Tekniseen toteutukseen kuuluivat mm. WordPressin asennus, teeman muokkaus, sivupohjien muokkaus, lisäosien asennus ja käyttö, vimpaimien luonti, sivujen ja valikoiden luonti sekä sivuston asetusten määrittely. Hakukoneoptimointi toteutettiin SEO-lisäosan avulla, ja se painottui avainsanojen sijoitteluun.</p> <p>Työn tuotoksena syntyi tavoitteiden mukainen, selkeä ja helppokäyttöinen, julkaisuvalmis verkkosivusto, joka täyttää case-yrityksen tarpeet sen ensimmäisellä toimintakaudella. Jatkokehitysehdotuksina esitetään mm. kieliversioiden lisääminen, sekä hakukoneoptimointia ajatellen sisällön laajentaminen ja linkkien hankinta.</p>	
Asiasanat WordPress, verkkosivusto, hakukoneoptimointi	

Author(s) Henna Nurminen	
Degree programme Business Information Technology	
Report/thesis title Website implementation using WordPress content management system. Case: palenaventura.com	Number of pages and appendix pages 24 + 0
Supervisor Sirpa Marttila	
<p>This thesis is about website implementation using WordPress content management system and search engine optimization (SEO) of a website. The aim of the thesis was to find out how website implementation using WordPress is done and how the site and its content should be built to attract search engines. The thesis is limited to the technical part of the website implementation, with the assumption that website design has been done and the content on a general level is available and complete.</p> <p>The theoretical framework of the thesis describes WordPress content management system on a general level, as well as its key components, such as themes and plug-ins. In addition, search engine optimization and website testing are presented.</p> <p>This work is a project-type thesis. Its objective is to produce a user and search engine - friendly website prototype for the author's own tourism business in its starting phase. The resulting site should have a clear and concise outlook, and it should be tested so that the final product is ready to be published.</p> <p>The empirical part of the thesis consists of the technical implementation of the website for the case company using WordPress, as well as search engine optimization and testing of that website. The technical implementation included WordPress installation, modifying themes, modifying page templates, installing and using plug-ins, using widgets, creating pages and navigation menus and configuring the settings of the site. Search engine optimization was done using an SEO-plug-in and it focused on keyword placement.</p> <p>The output of this project-type thesis was in line with the objectives: a clear-looking, easy-to-use website that is ready for publication and fulfills the needs of the case company during its first operating season. Adding more language versions, and with regard to search engine optimization, writing more content and acquiring incoming links for the site are presented as proposals for further development.</p>	
Keywords WordPress, website, search engine optimization (SEO).	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tavoitteet ja rajaukset	1
1.2	Verkkosivuston merkitys yrityksille	2
1.3	Työn rakenne	3
2	WordPress -sisällönhallintajärjestelmä	3
2.1	WordPress yleistä	3
2.2	Teemat	5
2.3	Lisäosat (plug-in)	6
2.4	Käyttöliittymä	7
2.5	Hakukoneoptimointi	8
2.6	Testaus	9
3	Yrityksen verkkosivuston toteutus. Case: palenaventura.com	10
3.1	Sivuston tavoitteet	11
3.2	Sivuston toteutus	11
3.2.1	Asennus ja asetusten ylläpito	11
3.2.2	Teeman valinta ja muokkaus	12
3.2.3	Sivujen ja valikoiden luonti	14
3.2.4	Lisäosien käyttö	16
3.3	Sivuston hakukoneoptimointi	17
3.4	Sivuston testaus	19
4	Pohdinta	20
4.1	Johtopäätökset	20
4.2	Kehittämissuhteet	21
4.3	Oman oppimisen arviointi	22
	Lähteet	23

1 Johdanto

Opinnäytetyön kohteeksi valikoitui useista mielenkiintoisista vaihtoehdoista tekijän oman projektin, Chileen perustettavan hevosmatkailuyrityksen edistäminen. Yksi tärkeimmistä virstanpylväistä yrityksen toiminnan alkuvaiheessa on saada yritykselle asiakashankintaa ja markkinointia palveleva verkkosivusto. Tekijän oma kiinnostus perehtyä verkkosivuston toteuttamisen työvälineisiin ja menetelmiin sekä opinnäytetyön tulo ajankohtaiseksi kohtasivat yrityksen tarpeen.

Työssä käsitellään verkkosivuston toteutusta WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä, hakukoneoptimointia ja testausta. Case-esimerkkinä toteutetaan ja optimoidaan perustamisvaiheessa olevalle matkailuyritykselle verkkosivut.

1.1 Tavoitteet ja rajaukset

Tavoitteena on ensimmäisessä vaiheessa selvittää, miten sivujen toteutus WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä tehdään. Lisäksi selvitetään, kuinka sivusto ja sen sisältö rakennetaan hakukoneita ajatellen. Tutkimuskysymykset voidaan tiivistää seuraavasti:

- Miten sivuston toteutus WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä tehdään?
- Kuinka verkkosivusto saadaan optimoitua hakukoneille?

Työn lopullisena tavoitteena on saada toteutettua julkaisuvalmis, sisällöltään ja ulkoasultaan selkeä, tarkoituksenmukainen, käyttäjä- ja hakukoneystävällinen verkkosivustoprototyyppi case-yritykselle.

Työn lopputuloksena syntyvä sivusto muodostaa pohjan toimintaansa aloittavan yrityksen asiakashankinta- ja markkinointitoimenpiteille. Läsnäolo internetissä ja hyvin toteutettu hakukoneoptimointi tarjoavat kanavan, josta potentiaaliset asiakkaat löytävät yrityksen. Markkinointihenkiset kuvaukset yrityksen tarjoamista palveluista ja yhteydenottomahdollisuus websivustolla tukevat myös muiden kanavien kautta tehtävää markkinointi- ja myyntityötä, parantavat asiakaspalvelua sekä edesauttavat yrityksen toiminnan kehittämistä.

Tässä työssä keskitytään verkkosivuston tekniseen toteutukseen lähtien siitä oletuksesta, että sivuston suunnittelu on tehty, ja sisältö on yleisellä toteutustekniikasta riippumattomalla tasolla valmis. Sivurakenteen suunnitteluun, sisällön luomiseen ja muokkaamiseen otetaan kantaa vain niiltä osin kuin toteutukseen valittu WordPress-sisällönhallintajärjestelmä ja hakukoneoptimointi sitä edellyttävät. Myös verkkosivuston

julkaisu on rajattu tämän työn ulkopuolelle siten, että työn lopputuloksena on julkaisuvalmis testattu proto.

1.2 Verkkosivuston merkitys yrityksille

Verkkosivut toimivat kanavana niin myynnille, brändin rakentamiselle, asiakkaiden osallistamiselle kuin yritystiedoillekin (Isokangas, Vassinen 2010, 81–82). Internet on laajentunut viime vuosina tarjoamaan verkkosivujen ohella monia muitakin foorumeita kertoa yrityksestä ja tuotteista. Se ei ole kuitenkaan vähentänyt verkkosivujen merkitystä yhtenä yrityksen tärkeimmistä medioista. Internet-markkinoinnin tarjoamista mahdollisuuksista oma verkkosivusto on lähes ainoa, joka voi olla täydellisesti yrityksen hallussa niin ulkoasun, sisällön kuin toiminnallisuudenkin suhteen. Näin ollen verkkosivut ovatkin paras paikka näyttää yrityksen brändi juuri sellaisena kuin sen halutaan ulkomaailmalle näkyvän. Verkkosivujen täytyy olla toimintavarmoja, selkeitä ja informatiivisia. (Klikkaa 2012: 175, J. Kalliola.)

Sosiaalinen media täydentää ja laajentaa yrityksen läsnäoloa verkossa, mutta somepalveluistakin linkitetään kuitenkin aina tavalla tai toisella yrityksen verkkosivuille. (Klikkaa 2012: 175, J. Kalliola.) Sama pätee myös perinteisten kanavien kautta tehtävään markkinointiin, kuten lehti-ilmoituksiin tai tv-mainoksiin. Etenkin kun kyseessä on monimutkainen tai suhteellisen kallis tuote tai palvelu, perinteinen mainos toimii herätteenä, joka inspiroi kuluttajan hakemaan lisätietoa tuotteen tarjoajan verkkosivuilta.

On tietenkin olemassa toimialoja ja yrityksiä, joille verkkosivuston tai ylipäätään internet-läsnäolon merkitys on toistaiseksi vähäinen. Kuluttajakaupassa verkkoläsnäolon välttämättömyys alkaa kuitenkin olla kiistaton tosiasia. Vähintäänkin yritys ja sen yhteystiedot on löydettävä hakukoneilla. ”Et ole olemassa jollet näy Googlessa!” (Isokangas & al. 2010, 81.) Google on maailman ja Suomen suosituin hakukone. Suomessa Googllella tehdään joka päivä noin 30 miljoonaa hakua, joista noin 9 miljoonaa mobiililaitteilla. Mobiilihakujen määrä on jyrkässä kasvussa. (Taloussanomat 2014.)

Taloustutkimuksen tekemän kyselyn mukaan jopa 83 % suomalaisista hakee verkosta tietoa tuotteesta tai palvelusta ennen ostopäätöstä. Varsinaiset ostot tehdään kuitenkin vielä enimmäkseen kivijalkakaupasta lukuun ottamatta matkoja ja majoituksia, joista peräti 80 % ostetaan verkosta. (Markkinointi & Mainonta 2014.) Arviot koko Euroopan ja Pohjois-Amerikan osuuksista ovat maltillisempia: The Economist -lehden mukaan matkavarauksista 43 % Amerikassa ja 45 % Euroopassa tehdään verkossa (The Economist 2014). Tätä

taustaa vasten on selvää, että matkailualalla toimivalle suomalaisille kuluttajille markkinoivalle yritykselle verkkosivusto on välttämätön.

1.3 Työn rakenne

Työn tietoperustassa käsitellään WordPress -sisällönhallintajärjestelmää ja sen olennaisimpia osia, kuten teemoja, template-tiedostoja, lisäosia ja käyttöliittymää. Tietoperustassa käydään läpi myös hakukoneoptimointi sekä verkkosivuston testaus. Luvussa kolme kerrotaan kuinka työn case-esimerkkinä tehdyn verkkosivuston toteutus, optimointi ja testaus tehtiin, sekä esitellään työn tuloksena syntynyt sivusto. Viimeisessä luvussa pohditaan miten työn tavoitteet toteutuivat, tehdään johtopäätökset sekä esitellään jatkokehitysehdotukset. Lopuksi arvioidaan opinnäytetyöprosessia ja omaa oppimista.

2 WordPress -sisällönhallintajärjestelmä

2.1 WordPress yleistä

WordPress on avoimeen lähdekoodiin pohjautuva sisällönhallintajärjestelmä, jota voidaan käyttää blogin tai kokonaisen verkkosivuston rakentamiseen ja ylläpitämiseen (Plumley 2011, xxvii). Alkujaan WordPress kehitettiin työkaluksi nimenomaan blogien julkaisuun, josta se on sittemmin laajentunut täysiveriseksi sisällönhallintajärjestelmäksi. WordPressin kehitys alkoi vuonna 2003 vapaaehtoisten kehittäjien ja käyttäjien voimin, ja sen kehitystä jatkaa edelleen satoja ihmisiä ympäri maailmaa. Uusia versioita on viime vuosina ilmestynyt 1-3 vuosittain. Uusin on tätä kirjoitettaessa vuonna 2015 julkaistu versio 4.3.

(Wordpress.org.) 23.3 % maailman suosituimmista 10 miljoonasta verkkosivuista on tällä hetkellä toteutettu WordPressillä. Tämä tarkoittaa 61 % osuutta sisällönhallintajärjestelmillä toteutetuista verkkosivustoista. (W3Techs.com.)

WordPressin etu muihin vastaaviin järjestelmiin verrattuna on sen helppokäyttöisyys niin asennettaessa kuin käytettäessä. Niinpä WordPress onkin suositeltava valinta yksinkertaiselle sivustolle, jolta ei vaadita erityistä toiminnallisuutta. (Kärkkäinen 2012, 25.)

WordPress perustuu PHP-kieleen ja MySQL-tietokantaan. Peruskomponentteja ovat vaihdettavissa olevat teemat ja ydinarkkitehtuuriin liitettävät vimpaimet (widget) ja lisäosat (plug-in). Lisäosien avulla WordPressillä tehtyjä sivustoja on helppo räätälöidä, muokata ja laajentaa tarpeiden mukaan. (Wordpress.org.)

Wordpressissä voi luoda joko artikkeleita tai sivuja. Artikkelit ovat julkaisuja, jotka listataan asetuksissa määritellylle sivulle päivämääräjärjestyksessä. Artikkelit luokitellaan kategori-oihin ja tietyille artikkeleille voidaan lisäksi antaa useita luokittelevia avainsanoja (tags). Ar- tikkelit on alkujaan kehitetty blogien tarpeisiin. Sivut puolestaan ovat staattisia, eikä niissä käytetä päivämäärää, kategorioita tai luokittelevia määreitä. (Wordpress.org.)

2.2 Sivujen rakenne

Perinteinen verkkosivu koostuu kahdesta tiedostosta: sivun sisällön ja rakenteen sisältävä XHTML-sivu sekä sivulla käytettävät fontit ja muut tyylit määrittelevä CSS-tyylitiedosto. Myös WordPressin sivujen rakenne perustuu (X)HTML:ään, mutta sivulla näytettävä sisäl- tö kursitaan kokoon "kulissien takana" käyttäen rakennuspalikoina template-tiedostoja. Template-tiedostojen ja tyylitiedosto(je)n kokoelmaa kutsutaan WordPressissä teemaksi (Wordpress.org.)

Template-tiedostojen määrä vaihtelee teemasta riippuen, mutta jokaisesta teemasta vä- hintäänkin löytyvät perustiedostot ovat:

- Tyylitiedosto (style.css)
- Otsikkotiedosto (header.php)
- Main index (index.php)
- Sivupalkkitiedosto (sidebar.php)
- Alatunnistetiedosto (footer.php)

(Sabin-Wilson 2011, 276–283.)

WordPressissä sivut rakennetaan yleensä vähintään kolmesta elementistä: otsikko-osa, sisältö-osa ja alatunniste.

- Otsikko-osa sisältää kaikki ne tiedot, jotka kuuluvat sivun yläosaan XHTML-sivun <head>-määreen sisään, esimerkiksi sivun metateksti ja sivun otsikko-osan näky- vä sisältö, kuten otsikkokuva, sivun nimi ja navigointivalikko.
- Sisältöosassa näytetään sen nimen mukaisesti sivun varsinainen sisältö eli artik- kelit ja staattiset sivut.
- Alatunniste sisältää sivun alaosaan kuuluvat tiedot, joita voivat olla esimerkiksi yh- teystiedot tai linkit muille sivuille.

Näiden peruselementtien lisäksi sivulla voi olla esimerkiksi sivupalkki sisältö-osan jommal- la kummalla puolella. (Wordpress.org.)

Sivun rakennus selaimelle tapahtuu siten, että selain lataa index-tiedoston, johon kutsu- taan tietoa muista template-tiedostoista. Sivua muodostettaessa index.php kutsuu esi-

merkiksi header.php-tiedostoa sivun otsikko-osan rakentamiseksi. Kutsutut template-tiedostot puolestaan tekevät kutsuja muihin template-tiedostoihin sekä tietokantaan. Kutsujen avulla esimerkiksi header.php-tiedosto hakee hallintapaneelin asetuksissa otsikkokuvaksi määritellyn tiedoston tietokannasta. Header.php vastaa myös tyyli-tiedoston kutsumisesta. (Sabin-Wilson 2011, 276–283.)

2.3 Teemat

WordPressin käsite teema tarkoittaa yksinkertaistettuna kokoelmaa tiedostoja, grafiikkaa ja skriptejä, jotka yhdessä määrittävät sivuston perustoiminnallisuuden ja ulkoasun. Toiminnallisuus liittyy tässä yhteydessä lähinnä sisällön järjestämiseen ja sommitteluun. Esimerkiksi teeman sisältämät sivupohjat mahdollistavat paitsi ulkoasun muuttamisen, myös erilaisen sisällön yhdistämisen samalle sivulle. (Plumley 2011, 241–242.)

Sivuston pohjaksi valittavia teemoja on tarjolla tuhansia vaihtoehtoja sekä ilmaisia että maksullisia. Teeman valinnassa kannattaa ensisijaisesti kiinnittää huomiota koodin laatuun, toiminnallisuuteen ja joustavuuteen. Ulkoasun pitäisi olla vasta toisarvoinen valintakriteeri, koska puutteet ulkoasussa ovat tarvittaessa edellisiä helpommin korjattavissa. Tietyn teeman pohjakoodin laadusta voidaan tehdä päätelmiä esimerkiksi sen perusteella kuinka monta kertaa teema on ladattu sekä millaisia arvioita teema ja sen tekijän aiemmat työt ovat saaneet. (Plumley 2011, 243–244.)

Teeman toiminnallisuus ja joustavuus ilmenevät Plumleyn mukaan mm. seuraavanlaisina ominaisuuksina:

- yhteensopivuus WordPress 3.0 ja sitä uudempien versioiden kanssa, sekä hyvä käyttäjätuki
- sivuilla useita alueita, joihin voidaan sijoittaa vimpaimia (widget) sekä erilaisia valikoita
- runsaasti erilaisia sivupohjia
- mahdollisuus yhdistellä erityyppistä sisältöä etusivulle ja useita layoutvaihtoehtoja
- räätälöintiystävällinen pohjakoodi eli paljon valmiita kohtia, joihin on helppo tarvittaessa lisätä omaa koodia rikkomatta pohjan rakennetta

Jos nämä perusvaatimukset ovat kunnossa, muita toiminnallisuuksia pystytään helposti lisäämään lisäosien (plug-in) avulla. (Plumley 2011, 244–245.)

Teeman ulkoasuun halutaan usein tehdä ainakin pieniä muutoksia. Suositeltavin tapa muutosten tekemiseen on luoda valitusta pohjateemasta periytyvä "lapsiteema" ja tehdä muutokset siihen. Tällöin pohjateemaan tulevat päivitykset eivät vie mennessään tehtyjä räätälöintejä. Lisäksi lapsiteeman avulla on helppo pysyä kartalla siitä mitä muutoksia alkuperäiseen teemaan on tehty ja tarvittaessa palata alkuperäiseen teemaan. (Plumley 2011, 247–249.)

Käytännössä lapsiteema luodaan yksinkertaisesti luomalla uusi teemakansio ja siihen kaksi tiedostoa: style.css-tyylitiedosto sekä functions.php-tiedosto. Functions.php-tiedostoon lisätään koodi, jolla määritetään isäntä- ja lapsiteeman tyylitiedostojen käyttöjärjestys. Aiemmin periyttäminen tehtiin pelkästään css-tyylitiedoston avulla lisäämällä sen alkuun @import-määritteellä isäntäteeman hakemisto. Nykyisin WordPressin suositus on kuitenkin tehdä lapsiteeman edellä kuvatulla tavalla käyttäen sekä css-tyylitiedostoa että functions.php-tiedostoa. Ainoastaan muutokset alkuperäiseen teemaan nähden tehdään uuteen tyylitiedostoon, jolloin kaikilta muilta osin noudatetaan alkuperäistä ulkoasua. (WordPress Codex.)

2.4 Vimpaimet (widget)

WordPressin vimpaimet ovat pieniä lisäohjelmia, jotka antavat mahdollisuuden lisätä sisältöä ja toiminnallisuuksia sivujen sivupalkkiin. Teemat saattavat sisältää myös muita alueita, joihin vimpaimia voidaan lisätä, kuten otsikko-osan sivupalkki tai alapalkki. WordPressin oletusvimpaimia ovat esimerkiksi kalenteri, artikkeliarkisto, kategorialistaus, hakutyökalu ja tekstivimpain. Tekstivimpaimen käyttäjä voi lisätä mitä tahansa haluamaansa teksti- tai mediasisältöä. Vimpaimet suunniteltiin alun perin helpoksi tavaksi muokata sivun rakennetta tarvitsematta koskea sivun koodiin. Vimpainten lisääminen, poisto, siirtäminen ja muokkaus tapahtuvat hallintapaneelin ulkoasu – vimpaimet -valikosta. (Wordpress.org.)

2.5 Lisäosat (plug-in)

Lisäosat ovat lisäohjelmia, jotka WordPressiin liitettyinä laajentavat sitä eri tavoin. Ne antavat WordPressille lähes rajattomat mahdollisuudet sisällönhallintaan. Lisäosat vaihtelevat yksinkertaisista, muutamia yksittäisiä ominaisuuksia lisäävistä monimutkaisiin, koko sivuston toiminnallisuutta muokkaaviin ohjelmiin. Lisäosien avulla sivusto on mahdollista esimerkiksi muuttaa verkkokaupaksi tai keskustelufoorumiksi. Tyypillisesti lisäosat eivät

ole erillisiä, itsenäisiä ohjelmia, vaan ne tarvitsevat toimiakseen isäntäohjelman. (Sabin-Wilson 2011, 235–236.)

Lisäosia on saatavilla useita tuhansia sekä maksullisia että ilmaisia. Avoimen lähdekoodin periaatteiden mukaisesti lisäosia voi kehittää kuka tahansa. Toisaalta tämä myös tarkoittaa, että tietyn (ilmaisen) lisäosan kehitys ja tuki saattavat loppua koska tahansa, joten sivustoa ei tulisi rakentaa liian riippuvaiseksi tietyistä lisäosasta (Sabin-Wilson 2011, 257). Useita lisäosia asennettaessa riskinä on myös, että ne eivät toimi yhteen toistensa kanssa. Tästä syystä lisäosien määrä kannattaa pyrkiä pitämään mahdollisimman pienenä (Omnipartners 2015). Lisäosien valinnassa huomiota kannattaa kiinnittää siihen kuinka monta kertaa lisäosa on ladattu ja millaisia arvioita muut käyttäjät ovat antaneet sille.

2.6 Käyttöliittymä

WordPressin tiedostot asennetaan palvelimelle, ja sitä käytetään selaimen kautta. Monet webhotellit tarjoavat WordPressin asennuksen yhdellä klikkauksella, jolloin säästytään tiedstojen siirtämiseltä, MySQL-tietokannan asennukselta sekä tiedosto-oikeuksien muokkaamiselta.

Kun WordPress on asennettu, kirjaudutaan sisään admin-tunnuksilla, jolloin ensimmäisenä avautuu WordPressin hallintapaneeli (dashboard). Hallintapaneeli koostuu sivun vasemmassa reunassa olevasta navigointivalikosta sekä moduuleista, jotka näyttävät tietoja sivuston nykytilasta ja toimivat pikalinkkeinä hallintapaneelin eri osioihin. Hallintapaneelissa näkyvät moduulit, niiden järjestys ja kolumnien määrä ovat muokattavissa käyttäjän mieltymyksen mukaan. (Sabin-Wilson 2011, 135–148.) Moduuleja ovat mm. ”Sivustosi sisältö lyhyesti” (At a glance), joka näyttää esimerkiksi mikä teema on käytössä ja kuinka monesta sivusta sivusto koostuu kyseisellä hetkellä sekä ”Aktiviteetit” (Activity), joka näyttää uusimmat artikkelit ja kommentit. (Wordpress.org.)

Hallintapaneelin navigointivalikko jakautuu yhdeksään osioon: artikkelit, media, sivut, kommentit, ulkoasu, lisäosat, käyttäjät, työkalut ja asetukset. Kukin osio sisältää omat alavalikkonsa, joiden kautta pääsee muokkaamaan esimerkiksi seuraavia tekijöitä:

Artikkelit. Artikkelien luominen ja muokkaus, kategorioiden luominen ja muokkaus.

Media. Mediakirjasto, jonne voidaan ladata kuvia ja videoita käytettäväksi sivustolla, sekä jossa voidaan ylläpitää niiden tiedot, kuten kuvien ALT-attribuutit. Myös kaikki sivua tehtäessä suoraan sivulle syötettävät mediaelementit tallentuvat automaattisesti mediakirjastoon.

Sivut. Uusien sivujen luonti ja sivujen muokkaus

Kommentit. Kommenttien selaaminen ja moderointi

Ulkoasu. Teeman valinta ja aktivointi, vimpaimet, tiedostoeditori, valikkoeditori, otsikko-osan kustomointi

Lisäosat. Lisäosien etsiminen WordPressin lisäosahakemistosta, sekä niiden asennus, aktivointi, deaktivointi ja poisto. Lisäosapäivitysten asentaminen.

Käyttäjät. Käyttäjien luonti ja tietojen ylläpito.

Työkalut. Sisällön tuonti ja vienti toiselle WordPress-sivustolle.

Asetukset. Perusasetusten ylläpito, kuten sivuston nimi, aikavyöhyke, URL-osoitteiden muoto, rekisteröityvien käyttäjien oletusrooli, artikkelien oletuskategoria ja -formaatti, näytetäänkö sivuston etusivulla artikkelit vai staattinen sivu (ja mikä sivu), ilmestyvätkö kommentit suoraan sivustolle vai hyväksymisjonoon, kuville käytettävät koot ja näkykö sivusto hakukoneille. (Wordpress.org.)

Näiden perusosoiden lisäksi jotkin asennetut ja aktivoidut lisäosat tuovat valikkoon linkin hallintasivulleen, josta sen asetuksia voidaan säätää ja josta sen toiminnallisuuksia voidaan käyttää.

2.7 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimoinnin (Search Engine Optimization, SEO) tarkoituksena on auttaa hakukoneita tuomaan sivustolle juuri oikeasta aihepiiristä kiinnostuneita käyttäjiä rakentamalla verkkosivusto ja -sivut siten, että niiden mahdollisuudet tulla löydettyksi hakukoneilla paranevat. Käytännössä optimointi tarkoittaa hyvän sivustosuunnittelun periaatteiden noudattamista. (Klikkaa 2012, 90, Larvanko; Davis 2007, 53–54.)

Hakukoneiden idea on yksinkertainen. Käyttäjä syöttää hakukoneeseen avainsanan tai muutamia avainsanoja, ja hakukone palauttaa listan verkkosivuja, jotka sisältävät käyttäjän hakemaa sisältöä. Ongelma (tai etu) yksittäisen sivuston näkökulmasta on, että hakukoneella tehty kysely saattaa palauttaa jopa miljoonia sivuja relevanttiuden mukaisessa järjestyksessä. Mitä ylempänä hakutuloksissa sivu löytyy, sitä todennäköisempää on, että käyttäjä päätyy klikkaamaan linkkiä kyseiselle sivustolle. (Rice Lincoln 2009, 72–73.)

Jokainen hakukone käyttää omaa matemaattista kaavaansa eli algoritmiaan määrittelemään sivuston relevanttius tehtyyn hakuun nähden. Algoritmit ovat monimutkaisia, voivat sisältää yli 100 eri tekijää, ja niitä muutetaan usein. (Rice Lincoln 2009, 76.) Tästä syystä

hakukoneoptimointiin ei ole yksiselitteisiä ohjeita. Larvangan (Klikkaa 2012, 92) mukaan hakukoneoptimoinnissa otetaan kuitenkin yleensä huomioon seuraavat tekijät:

- Tekniikka – sivuston lähdekoodi ja sisäinen linkkirakenne
- Sisältö – miten sivuston sisältö kohdentuu tavoiteltaviin hakuihin
- Maine – miten sivusto kerää linkkejä (ja mainintoja) muualla verkossa

Kalliola puolestaan jakaa optimoinnin kahteen osaan: teknisen toimivuuden varmistaminen ja sisällön optimointi. Sisällön optimoinnissa hän korostaa erityisesti sivujen otsikoinnin ja URL-osoitteiden merkitystä. (Klikkaa 2012, 182–183, Kalliola.)

WP-Opas antaa WordPress-sivuston optimointiin edellä mainittujen seikkojen lisäksi konkreettisia vinkkejä, kuten esimerkiksi optimointiin tarkoitettujen lisäosien käyttö sekä some-nappien, sivukartan ja murupolun lisääminen sivustolle (Leiniö 2013).

Rice Lincolnin mukaan hakukoneoptimoinnissa tärkeimmät tekijät ovat avainsanojen määrä ja esiintymistiheys, avainsanojen sijainti sekä linkit. Avainsanojen optimaalinen tiheys sivujen sisällössä on hänen mukaansa noin 7 %. Ei kuitenkaan ole yhdentekevää missä kohtaa sivulla avainsanat esiintyvät. Samoin kuin Kalliola, hän painottaa sivujen otsikoinnin tärkeyttä. Rice Lincolnin mukaan hakukoneet antavat myös enemmän painoa avainsanoille, jotka esiintyvät väliotsikoissa, lihavoidussa, kursivoidussa tai värillisessä tekstissä, sekä mahdollisimman ylhäällä leipätekstissä. Kuvien ALT-attribuutteja kannattaa käyttää hyväksi avainsanojen sijoittelussa, ja syöttää kullekin sivulle räätälöidyt metakuvaukset hakukoneita varten. Koska avainsanat ovat niin tärkeässä asemassa hakukoneoptimoinnissa, niiden valintaan kannattaa panostaa tekemällä huolellinen avainsanatutkimus. Erittäin tärkeäksi optimointitekijäksi Rice Lincoln listaa sivulle osoittavat linkit muualla verkossa. Hakukoneet ottavat huomioon paitsi linkkien määrän, myös sen miten arvostetulta sivustolta linkkaus on tehty. (Rice Lincoln 2009, 76–79.)

2.8 Testaus

Olennainen osa verkkosivuston toteutusta on testaus, jolla pyritään varmistamaan, että mahdolliset ulkoasuun tai toiminnallisuuteen liittyvät virheet havaitaan ja korjataan ennen sivujen julkaisua. Kalliolan (Klikkaa: 185) mukaan verkkosivuston testauksessa vähimmäisvaatimukset ovat:

Sisällön tarkistaminen. Tarkastetaan tekstin kieliasu ja kuvien tekninen laatu, sekä kaikkien sivuston linkkien toimivuus.

Selaintestaus. Käydään sivusto läpi kaikilla tavallisimmilla selaimilla ja niiden käytetyimmillä versioilla. Valtaselaimiksi voidaan tällä hetkellä katsoa Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Apple Safari ja Opera (StatCounter 2014a).

Mobiiliselaintestaus. Käydään sivusto läpi käytetyimmillä mobiiliselaimilla, ottaen huomioon sekä kännykät että tabletit. Tämän hetken suosituimpia mobiiliselaimia ovat iPhone, Chrome, IEMobile ja Android (StatCounter 2014b).

Funktionaalinen testaus. Testataan, että sivuilla olevat toiminnot toimivat oletetulla tavalla. Käydään läpi myös kuviteltavissa olevat virhe- ja poikkeustilanteet, ja varmistetaan, että näissä tapauksissa käyttäjä saa selkeät virheilmoitukset.

Kuormitustestaus. Tehdään sivustoille, joille odotetaan paljon kävijöitä. Kuormitustestauksessa sivustolle generoidaan kuormitustyökalua käyttäen liikennettä (eli sivupyynnöitä), ja varmistetaan, että kuormasta huolimatta sivuston vasteaika pysyy ennalta määritellyllä tasolla.

Verkkosivuston latautumis- ja vasteajat ovat käyttökokemuksen kannalta olennainen tekijä. Sivustojen suorituskyvyn testauksessa voidaan käyttää apuna verkosta löytyviä luke mattomia verkkosivustojen testaukseen tarkoitettuja työkaluja ja sivustoja. Tällaisia testauspalveluja tarjoavat mm. avoimen lähdekoodin projekti webPagetest.org ja Silktime-yrityksen Nibbler-työkalu (WebPagetest.org 2015, Nibbler 2015). Viimeksi mainittu arvioi sivuston nopeuden lisäksi myös mm. pohjakoodia, tekniikkaa, käyttäjäkokemusta, saata vuutta, responsiivisuutta ja näkyvyyttä muualla verkossa.

3 Yrityksen verkkosivuston toteutus. Case: palenaventura.com

Työn empiirinen osa koostuu websivuston toteutuksesta WordPress -julkaisujärjestelmää käyttäen Palenaventura-yritykselle.

Lähtökohtana toteutukselle on, että verkkosivuston rakenne ja sivuhierarkia on suunniteltu, ja sisältö teksteineen ja kuvineen käyttövalmiina. Toteutusprosessin päävaiheet ovat:

- WordPress -julkaisujärjestelmän asennus ja käytön opettelu
- Sivuston tekninen toteutus WordPressillä
- Sivuston optimointi
- Sivuston testaus

Empiirisen osan tuotoksena tulisi syntyä sisällöltään ja ulkoasultaan selkeä, tarkoituksen mukainen, käyttäjä- ja hakukoneystävällinen verkkosivusto case-yritykselle.

3.1 Sivuston tavoitteet

Palenaventura on tekijän oma, tänä vuonna Chileen perustettu hevosvaelluksia, majoitusta ja lomapaketteja tarjoava mikroyritys. Palenaventura työllistää kesäkaudella omistajan lisäksi 2-5 henkilöä. Ensimmäisellä toimintakaudella 2015–2016 Palenaventura keskittyy tarjoamaan lyhyitä ratsastusretkiä sekä lomamökkimajoitusta Palenaan saapuville, enimmäkseen argentiinalaisille turisteille. Jatkossa tarkoituksena on nostaa ykköstuotteiksi pitkät hevosvaellukset sekä erilaisia seikkailuturismi- ja kulttuuriaktiviteetteja yhdistelevät täyden palvelun lomapaketit. Näiden tuotteiden kohderyhmää ovat ensisijaisesti eurooppalaiset ja pohjoisamerikkalaiset ratsastuksesta, kalastuksesta ja ekomatkailusta kiinnostuneet henkilöt.

Ensimmäisessä vaiheessa verkkosivuston tavoitteena on mainostaa ja antaa tietoa ratsastusretkistä ja mökkimajoituksesta Palenassa jo oleville tai vierailua suunnitteleville turisteille. Patagoniassa nettiyhteydet ovat harvassa, ja nekin harvat ovat enimmäkseen hitaita, joten sivustolle tärkeää on sen yksinkertaisuus ja helppokäyttöisyys, sekä lyhyet vasteajat. Lisäksi sivusto tulisi olla optimoitu löytymään hakukoneilla haettaessa palveluja, aktiviteetteja tai majoitusta Palenassa. Sivusto tulee olla saatavilla englanniksi.

3.2 Sivuston toteutus

3.2.1 Asennus ja asetusten ylläpito

Wordpressin asennus tehtiin webhotelli one.com:in kautta, ja se tapahtui kirjaimellisesti yhdellä klikkauksella. Asennuksessa valittiin käyttökieleksi englanti ja määritettiin sivuston hallinnassa käytettävä tunnus sekä salasana. Kun asennus oli tehty, kirjauduttiin admin-tunnuksilla hallintapaneeliin.

Verkosta löytyvän oppaan ohjeiden mukaisesti ensiksi ylläpidettiin sivuston perusasetukset (Leiniö 2013). Asetukset löytyivät hallintapaneelin valikosta, ja oletusasetuksia muokattiin seuraavasti:

Yleisasetukset: Syötettiin sivuston nimi ja sähköpostiosoite. Valittiin aikavyöhyke ja haluttu päivämäärä- ja kellonaikaformaatit.

Lukeminen: Oletusasetuksiin ei aluksi tehty muutoksia. Sen jälkeen kun ensimmäinen sivu oli luotu, tästä osiosta vaihdettiin sivuston etusivulla näytettäväksi staattinen sivu, ja valittiin kyseinen sivu.

Media: Poistettiin oletusvalinta ladattujen tiedostojen järjestämisestä automaattisesti kansioihin kuukauden ja vuoden perusteella. Tämä tehtiin, koska tiedostojen latausajankoh-

dalla ei ole merkistystä tämän tyyppisellä yrityssivustolla. Sivustoa palvelee ennemminkin mediatiedostojen manuaalinen järjestäminen aiheen perusteella (majoituskuvat, ratsastuskuvat, jne.).

Yksityisyys: Poistettiin oletusvalinta, jonka mukaan sivusto näkyy hakukoneille. Tämä tehtiin sivustojen toteutuksen ja testauksen ajaksi, jotta kävijöitä ei päätyisi keskeneräiselle sivustolle. Kun sivusto oli valmis ja testattu, asetus muutettiin takaisin.

URL-osoitteet: URL-osoitteille valittiin selväkielinen muoto, jossa osoitteena näytetään postauksen päivämäärä ja nimi.

Kirjoittamis- ja keskusteluosioiden oletusasetuksiin ei tehty muutoksia.

3.2.2 Teeman valinta ja muokkaus

Seuraavassa vaiheessa määritettiin ja muokattiin sivuston ulkoasu. Isäntäteeman mukana tullut sivun otsikko-osan kuva vaihdettiin hallintapaneelin ulkoasu – otsikko -osiosta lataamalla alkuperäisen tilalle uusi kuva. Teemojen etsiminen ja esikatselu tehtiin hallintapaneelin osiosta ulkoasu – teemat. Lopulta sivuston pohjaksi valittiin WordPressin oma twentyeleven -perusteema, jota muokattiin vastaamaan sivuston ulkoasusuunnitelmaa niin pitkälle kuin mahdollista. Tämä tehtiin suositusten mukaisesti luomalla lapsiteema ja tekemällä tarvittavat muutokset lapsiteeman css-tyylitiedostoon sekä php-tiedostoihin.

Lapsiteeman luonti tapahtui luomalla webhotellin tiedostonhallinnassa themes-kansion alle uusi kansio, joka sai nimekseen twentyeleven-child. Kansioon luotiin aluksi kaksi tiedostoa: style.css ja functions.php. Functions.php-tiedostoon lisättiin seuraava koodi:

```
<?php
function theme_enqueue_styles() {
    $parent_style = 'parent-style';
    wp_enqueue_style( $parent_style, get_template_directory_uri()
. '/style.css' );
    wp_enqueue_style( 'child-style',
        get_stylesheet_directory_uri() . '/style.css',
        array( $parent_style )
    );
}
add_action( 'wp_enqueue_scripts', 'theme_enqueue_styles' );
function twentyeleven_posted_on() {
    printf( __( ' ' )
);
}
```


Koodi tekee sen, että sivua muodostettaessa tyylejä ja template-tiedostoja haetaan ensisijaisesti lapsiteeman twentyeleven-child kansioista, mutta mikäli niitä ei löydy käytetään alkuperäisen teeman tiedostoja. Tämän jälkeen lapsiteema aktivoitiin hallintapaneelin ulkoasu-teemat -osiosta.

Ulkoasumuutoksia lapsiteemaan olivat esimerkiksi fonttikokojen, fonttivärien, taustavärien, marginaalien, otsikko-osan ja alatunnisteen muokkaukset. Sivupalkkisivupohjan vasen marginaali poistettiin ja fonttikokoja muutettiin pienemmäksi. Navigointivalikon taustan, sivun taustan, sekä tekstin väreinä käytettiin yrityksen logossa esiintyvän harmaan eri sävyjä. Fonttien, värien ja marginaalien muutokset tehtiin määrittelemällä uudet tyylit lapsiteeman css-tyylitiedostoon. Sivuston vasempaan yläkulmaan lisättiin yrityksen logo kopioimalla isäntäteeman header.php-tiedosto lapsiteeman kansioon ja muokkaamalla sitä siten, että blogin nimen ja kuvauksen sijaan otsikko-osaan haetaan logokuva. Alatunnisteeseen lisättiin yrityksen yhteystiedot muokkaamalla lapsiteemaan kopioitua footer.php-tiedostoa. Muokkaukset css- ja php-tiedostoihin tehtiin osin suoraan WordPressin käyttöliittymän tiedostoeditoria käyttäen ja osin webhotellin tiedostonhallinnassa.

Etusivun (home) ja lomapakettisivun (packages) pohjakoodiin luotiin html-taulukot, joihin sijoitettiin linkkeinä muille sivuille toimivat kuvat ja tekstit. Asettelussa hyödynnettiin pohjateemassa määriteltyjä kuvatekstityylejä syöttämällä tekstit kuvateksteinä. Kuvien oletuslinkit kuvatiedostoihin muutettiin linkeiksi muille sivuille. Html-taulukoiden lisääminen tehtiin WordPressin sivueditorin koodinäkyvässä, samoin kuvatekstien muuttaminen linkeiksi.

Alla olevassa kuviossa 1. nähdään sivuston lopullinen ulkoasu, joka on melko selkeä ja vastaa yrityksen logon värimaisemaa.



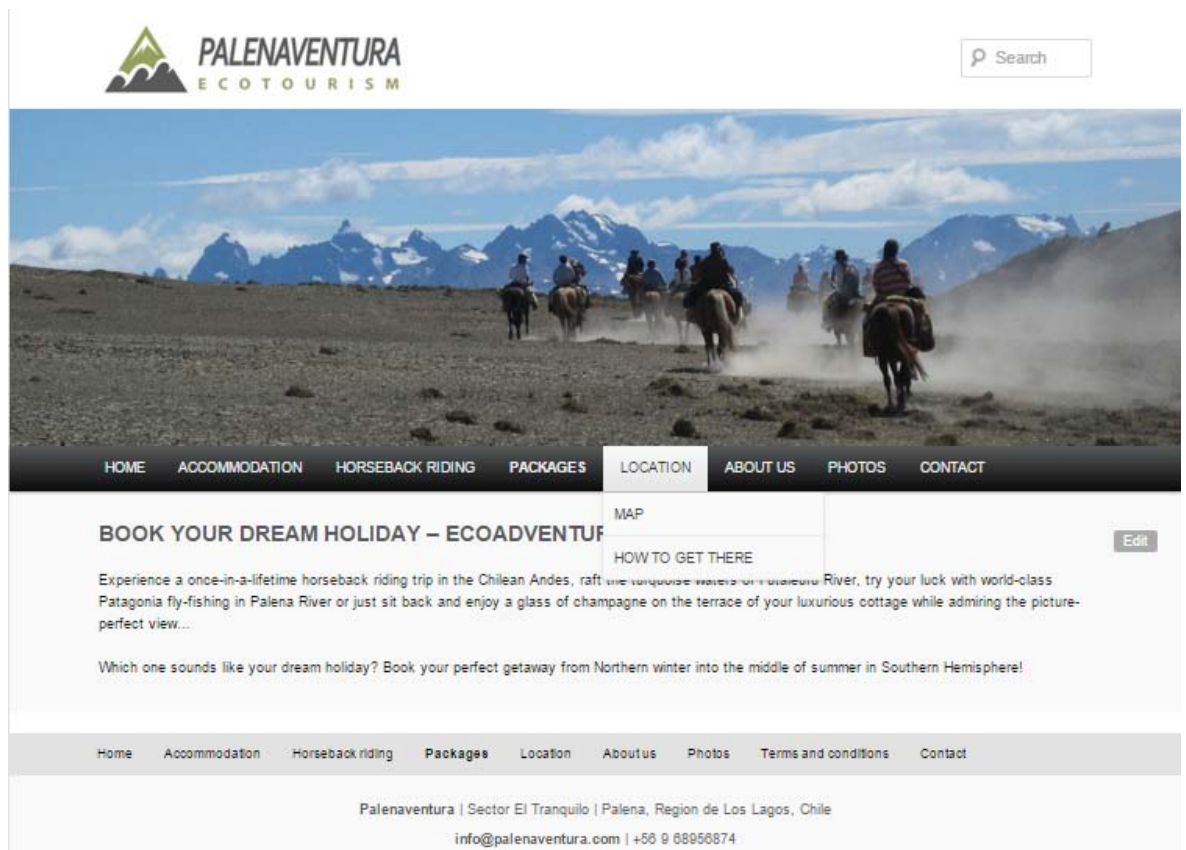
Kuvio 1. Sivuston ulkoasu

3.2.3 Sivujen ja valikoiden luonti

Sivut tehtiin WordPressin sivueditorilla luomalla uusi sivu, valitsemalla haluttu sivupohja ja syöttämällä sivulle otsikko ja sisältö. Sisällön syöttämiseen käytettiin sekä visuaalista että koodinäkömää. Sivustolla on käytetty kahta erilaista pohjateeman sivupohjaa: koko sivun levyistä pohjaa (showcase.php) sekä pohjaa, jossa sivun oikeassa laidassa on sivupalkki (sidebar-page.php). Sivupalkkiin sijoitettiin tekstivimpain, johon syötetty kuva- ja tekstisisältö toimii mainoksina yrityksen tarjoamiin palveluihin. Vimpaimen kuvat ja tekstit tehtiin linkeiksi kyseisille sivuston sivuille.

Toiminnallisia muutoksia teemaan tehtiin lisäämällä sivun alaosaan toinen valikko. Tavoitteena oli helppo navigointi siten, että käyttäjä pääsee sivun alalaidasta jatkamaan surfailua sivustolla tarvitsematta vieritellä takaisin päävalikkoon sivun yläosaan. Molemmat valikot tehtiin WordPressin valikkotyökalulla luomalla ja nimeämällä uusi valikko sekä valitsemalla siihen kuuluvat sivut. Valikkoja tehtäessä joillakin sivuilla hyödynnettiin valikkoeditorin mahdollisuutta antaa niille sivujen otsikoista poikkeavat lyhyemmät nimet. Näin tehtiin, jotta navigointivalikko pysyisi selkeänä ja yksinkertaisena, vaikka sivujen otsikoista oli tehty laajoja ja kuvaavia hakukoneoptimointia ajatellen.

Alavalikko lisättiin sivun alatunnisteeseen lisäämällä alkuperäisestä teemasta lapsiteeman kansioon kopioituun footer.php-tiedostoon alavalikon noutava koodi. Valikolle luotiin oma css-taggi, jolle määriteltiin css-tyylitiedostossa oma ylävalikon fontista ja väreistä poikkeava ulkoasu. Alavalikosta löytyy myös varausehdot -sivu, joka jätettiin pois päävalikosta sinne loogisesti kuulumattomana. Sekä päävalikko että alavalikko ovat nähtävissä kuviossa 2.

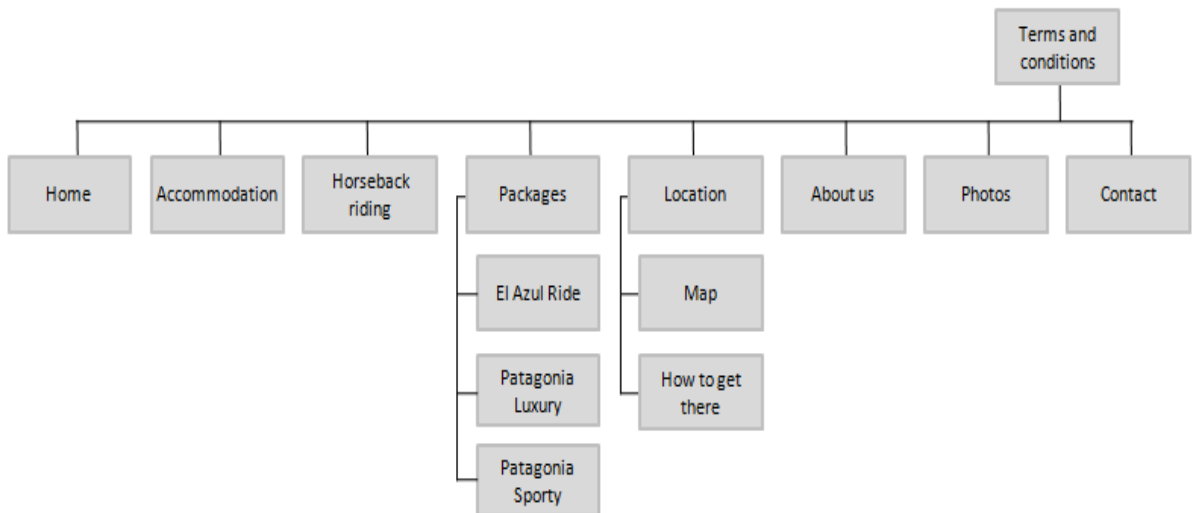


Kuvio 2. Ylä- ja alavalikko

Sivustolle luotiin myös virhesivu, joka näyttää kustomoidun virheviestin html 404 -virheen sattuessa eli kun haluttua sivua ei löydy. Virhesivun muokkaaminen oli tarpeen, koska oletusvirhesivu on tehty blogeja ajatellen. Alkuperäinen virhesivu näyttää sivulla esimerkiksi linkin postausarkistoihin, joita toteutetulla staattisista sivuista koostuvalla yrityssivustolla ei ole. Räätelöity virhesivu tehtiin kopioimalla isäntäteeman 404.php-tiedosto lapsiteeman kansioon ja muokkaamalla virhesivulla näytettävää sisältöä tiedostoeditorissa.

Sivuston navigointi toteutettiin sivurakennesuunnitelman mukaisesti kaksitasoisena. Sivuston perusversio on englanninkielinen. Sivuja kertyi kaikkiaan 14 kappaletta. Kuvio 3.

näyttää sivuston rakenteen. Sivusto kokonaisuudessaan on nähtävissä osoitteessa www.palenaventura.com.



Kuvio 3. Sivuhierarkia

3.2.4 Lisäosien käyttö

Sivuston toteutuksessa on käytetty joitakin lisäosia, joiden tarkoituksena on parantaa sivuston turvallisuutta ja hakukonenäkyvyyttä, mahdollistaa mittaaminen ja seuranta sekä helpottaa karttojen, valokuvagallerioiden ja yhteydenottolomakkeiden luomista. Lisäosat valittiin perustuen verkosta löytyvien oppaiden suosituksiin (Leiniö 2013; Omnipartners 2015), sekä luonnollisesti sivuston tarpeisiin. Lisäosat haettiin, asennettiin ja aktivoitiin WordPressin hallintapaneelin valikon lisäosat -osiosta.

Yhteydenottolomake toteutettiin Contact Form 7 -lisäosaa käyttäen. Tämä tehtiin valitsemalla lisäosan valikosta "uusi lomake", antamalla sille nimi ja määrittämällä sähköpostiosoite, johon lomake "lähetä"-nappia painettaessa lähetetään. Lomakkeeseen ei määritetty uusia kenttiä, koska oletuskentät riittivät sellaisenaan case-yrityksen tarpeisiin. Lomakkeen tallennuksen yhteydessä saatiin koodi, joka syötettiin yhteydenottosivulle sivun muun sisällön kanssa. Lisäksi lisäosan asetuksissa räätälöitiin viestin onnistuneen lähetymisen jälkeen sivulle ilmestyvä teksti.

Kartan lisäämiseen location.html- ja map.html-sivuille käytettiin MapPress Easy Google Maps -lisäosaa. Kartan lisääminen tehtiin sivun muokkaus -sivun alaosaan ilmestyvän työkalun kautta valitsemalla "uusi kartta" ja zoomaamalla työkalussa näkyvään Google Maps -laatikkoon haluttu alue. Samaa karttaa voitiin käyttää myös toisella sivulla lisää-

mällä tallentaessa saatu koodi kyseisen sivun muun sisällön joukkoon sivun muokkaus - näkymässä.

Valokuvagalleriasivulla photos.html hyödynnettiin Envira Gallery Litea. Sivun koostuu kuudesta aihepiiriin mukaan jaotellusta galleriasta. Galleriat tehtiin valitsemalla Enviran valikosta ”uusi galleria”, antamalla sille nimi, valitsemalla gallerian kolumnien määrä ja kuvien koko sekä valitsemalla mediakirjastosta tai lataamalla koneelta galleriaan halutut kuvat. Galleriatyökalussa myös määritettiin kuvien tiedot, kuten kuvaukset ja ALT-attribuutit.

Sivuston kävijämäärien ja -profiilien mittausta ja seuranta varten sivustolle asennettiin Google Analytics by Yoast -lisäosa. Hakukoneoptimoinnin avuksi asennettiin saman valmistajan SEO-työkalu. Sivuston turvallisuutta parantaa Omnipartnersin (2015) suosittelema iThemes Security, jonka asetuksista määritettiin mm. varmuuskopioiden tallennusväli sekä kuinka monta väärää kirjautumisyritystä hallintapaneeliin sallitaan ennen sen lukittumista.

3.3 Sivuston hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi toteutettiin varmistamalla sivuston navigoinnin selkeys, osoitteiden selkeys ja linkkien toimivuus sekä panostamalla suositusten mukaisesti avainsanoihin ja niiden sijoitteluun. URL-osoitteet muutettiin selkokielisiksi WordPressin perusasetuksista. Sivuston sisäisiä linkkejä sijoitettiin sisältöön runsaasti ohjaamaan käyttäjiä sivuston läpi ja ennen kaikkea kohti yhteydenottoa.

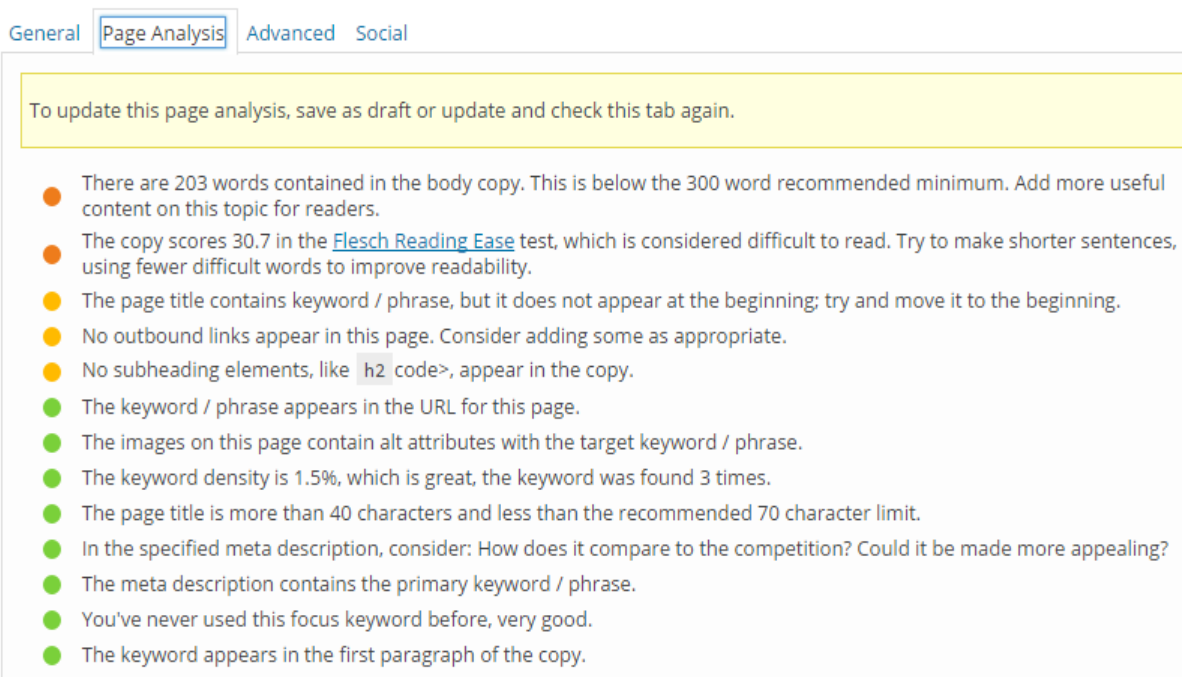
Sivustolle tehtiin avainsana-analyysi, jonka tuloksena jokaiselle sivulle valittiin muutamia avainsanoja tai -termejä. Lähtökohtana oli, että jokainen sivu toimisi niin sanottuna laskeutumissivuna, jolle käyttäjä saattaa hakukoneesta päätyä. Eri sivuille valittiin eri avainsanoja perustuen siihen, mitä käyttäjäryhmää mikäkin sivu palvelee. Esimerkiksi ratsastusretkistä kertovalla sivulla avainsanoja ovat ”horseback riding” ja ”Palena”, koska ne on suunnattu Palenan aktiviteeteista ja erityisesti ratsastusmahdollisuuksista tietoa etsiville käyttäjille. Lomapakettisivulla taas on käytetty sanoja ”Patagonia”, ”Chile”, ”holiday package” ja ”all-inclusive”

Avainsanoja ja -termejä pyrittiin sisällyttämään sivujen otsikoihin, väliotsikoihin, lihavoituihin teksteihin, sivujen ensimmäisiin tekstikappaleisiin sekä mahdollisuuksien mukaan myös URL-osoitteisiin. Sivujen otsikoista tehtiin mahdollisimman laajat pitäen kuitenkin valikoissa esiintyvät sivujen nimet yksinkertaisina. Tämän WordPressin valikkotyökalu teki

helpoksi. Sivujen tekstisisältöä muokattiin mahdollisimman helppolukuiseksi ja informatiiviseksi. Kaikille kuville lisättiin ALT-attribuutit ja sivuille metatekstit. Sekä kuvien ALT-attribuutteihin että sivujen metateksteihin pyrittiin sijoittelemaan kunkin sivun avainsanoja.

Optimoinnissa hyödynnettiin SEO by Yoast -lisäosaa, joka tuo kätevästi sivun muokkaus - sivun alalaitaan optimointityökalun. Työkalua käytettiin siten, että muokattavalle sivulle määritettiin avainsana tai -termi, ja sen jälkeen ajettiin nappia painamalla analyysi, joka analysoi avainsanojen esiintymistä sivun eri elementeissä sekä muita hakukoneoptimointiin vaikuttavia tekijöitä, kuten sanamäärää. Analyysin tuloksena näytettiin kukin tekijä arvioituna neliportaisella asteikolla (huono – heikko – ok – hyvä) lyhyen perustelun kera. Tämän jälkeen sivua muokattiin tulosten perusteella, esimerkiksi lisättiin avaintermi sivun otsikkoon tai ensimmäiseen tekstikappaleeseen. Analyysi toistettiin erikseen kaikilla kunkin sivun avainsanoilla. Kuviossa 4. näkyy esimerkkinä sivun patagonia-luxury.html analyysi.

Yoast SEO



General **Page Analysis** Advanced Social

To update this page analysis, save as draft or update and check this tab again.

- There are 203 words contained in the body copy. This is below the 300 word recommended minimum. Add more useful content on this topic for readers.
- The copy scores 30.7 in the [Flesch Reading Ease](#) test, which is considered difficult to read. Try to make shorter sentences, using fewer difficult words to improve readability.
- The page title contains keyword / phrase, but it does not appear at the beginning; try and move it to the beginning.
- No outbound links appear in this page. Consider adding some as appropriate.
- No subheading elements, like `h2`, appear in the copy.
- The keyword / phrase appears in the URL for this page.
- The images on this page contain alt attributes with the target keyword / phrase.
- The keyword density is 1.5%, which is great, the keyword was found 3 times.
- The page title is more than 40 characters and less than the recommended 70 character limit.
- In the specified meta description, consider: How does it compare to the competition? Could it be made more appealing?
- The meta description contains the primary keyword / phrase.
- You've never used this focus keyword before, very good.
- The keyword appears in the first paragraph of the copy.

Kuvio 4. Sivun patagonia-luxury.html SEO by Yoast -analyysi

Työkalun avulla syötettiin myös sivujen metatekstit. Työkalussa on esikatselutoiminto, joten metatekstiä muokatessa voitiin samanaikaisesti nähdä, miltä hakukoneen hakutulosiin ilmestyvä teksti näyttää. SEO-lisäosalla luotiin myös sivukartta hakukoneita varten. Tämä tehtiin hallintapaneelin valikosta SEO-lisäosan asetuksista yksinkertaisella napin painalluksella, joka generoi xml-sivukartan.

3.4 Sivuston testaus

Verkkosivusto testattiin tarkastamalla tekstin kieliasu ja kuvien laatu, linkkien toimivuus, sivuilla olevat toiminnot sekä sivuston toimivuus ja ulkoasu eri selaimilla.

Toiminnallisessa eli funktionaalisessa testauksessa testattiin, että yhteydenottolomakkeen kenttiin voi syöttää sisältöä, pakollisia kenttiä ei voi jättää tyhjäksi ja että yhteydenottolomakkeen lähetyksen oikeaan osoitteeseen toimii. Lisäksi testattiin valikoiden toimivuus.

Selaintestauksessa testattiin, että kaikki edellä mainitut toiminnot toimivat myös eri selaimilla, ja että sivuston ulkoasu toimii myös eri selaimilla käytettynä. Mobiiliselaimilla testatessa kiinnitettiin huomiota siihen, että ulkoasu muokkautuu ja asetuu siten, että käytettävyys ei kärsi. Sivusto käytiin läpi seuraavilla selaimilla ja versioilla:

- Google Chrome 46
- Internet Explorer 8-11
- Mozilla Firefox 40
- Opera 33
- Google Chrome (mobiili)
- Apple Safari (iPad)

Testauksen yhteenvedon voidaan todeta, että toiminnallisia virheitä ei löytynyt. Sivuston ulkoasu ja käytettävyys kärsivät jonkin verran mobiiliselaimissa: kartta valuu yli ja sivupalkin vimpaimen kuva- ja tekstiasettelut menevät sikin sokin sivupalkin siirtyessä sivun alaosaan. Sivupalkin siirtyminen asetteluongelmineen ilmenee myös normaaliselainten selainikkunaa pienentäessä. Asetteluongelma on ulkonäkövirhe, jonka korjaus esitetään jatkokehitysehdotuksena.

Sivusto testattiin myös Nibbler-työkalulla. Testianalyysin yhteenvedo oli seuraava (asteikko 0-10):

- Saatavuus: 9.7
- Käyttökokemus: 6.9
- Markkinointi ja suosittuus: 1.9
- Tekniikka: 9.8

Käyttökokemusosion keskinkertaiset pisteet johtuivat lähes yksinomaan sosiaalisen median linkkien ja tilien puutteesta. Nämä vaikuttivat suuresti myös Markkinointi ja suosittuus - osion alhaisiin pisteisiin, samoin kuin sivustolle muualla verkossa osoittavien linkkien vä-

häisyys. Sekä sosiaalisen median huomioon ottaminen että linkkikampanja on tunnistettu sivun jatkokehityskohteiksi. Positiivista testianalysissä oli, että sivu itsessään pohjakoodineen, sisältöineen ja rakenteineen arvioitiin erinomaisiksi.

Kuormitustestausta sivustolle ei tehty. Sivustolle ei odoteta valtavia määriä samanaikaisia käyttäjiä, joten sitä ei tässä vaiheessa nähty tarpeelliseksi.

4 Pohdinta

4.1 Johtopäätökset

Työn tutkimuksellisenä tavoitteena oli selvittää kuinka verkkosivuston toteutus WordPress -sisällönhallintajärjestelmällä tehdään, sekä kuinka sivusto optimoidaan hakukoneille. Näihin kysymyksiin saatiin vastaukset, jotka esitetään luvun 3 seikkaperäisenä selostuksena siitä, miten case-yrityksen verkkosivusto toteutettiin ja optimoitiin.

Erittäin tärkeäksi sivuston toteutuksessa WordPress -julkaisujärjestelmällä osoittautui sopivan teeman valinta. Teeman valinnassa hankaluutena oli, miten löytää juuri suunnitelmaa vastaava teema, jossa esimerkiksi aloitussivu on erilainen muihin sivuihin verrattuna. Teemojen valikoimassa myös näkyy WordPressin historia nimenomaan blogien alustana, koska oli hankalaa löytää teemaa, jossa fonttikoko ei olisi valtava, ja jossa olisi tarpeeksi erilaisia sivupohjia. Mikäli haluaa muokata toiminnallisuutta ja ulkoasua helpointa on käyttää hyvin yksinkertaista perusteemaa, joka on mahdollisimman helposti muokattavissa. Vaikka WordPressiä kehutaan helpoksi työkaluksi verkkosivujen toteutukseen, huomasi että CSS-, HTML- ja PHP-kielten osaaminen on teemojen muokkauksessa välttämätöntä.

Vaikutuksen WordPress teki sivupohjien ja lisäosien koodin responsiivisuudella.

WordPressin sivupohjia ja lisäosia käyttäen syötetty sisältö asettui lähes ongelmitta testatuilla mobiiliselaimilla. Lisäosat osoittautuivat mainioiksi työkaluiksi WordPress-sivuston tekemiseen ja optimointiin. Lähes mihin tahansa tarkoitukseen on keksitty lisäosa, ja ainakin tämän työn tuotoksessa käytetyt lisäosat toimivat moitteetta eivätkä haitanneet toistensa toimintaa. Myös hakukoneoptimoinnissa käytetty lisäosa SEO by Yoast oli erittäin hyödyllinen apu sivujen analysoinnissa ja hionnassa.

Opinnäytetyön tuotoksena syntyi julkaisuvalmis sivusto Palenaventura -case-yritykselle. Tavoitteena oli saada sivustosta selkeä ja helppokäyttöinen, mikä mielestäni onnistui jok-

seenkin hyvin. Täysin suunnitelmaa vastaavaksi en sivustoa saanut. Teknisen osaamisen puutteesta johtuen esimerkiksi valokuvagallerian jaottelu eri välilehdille jäi tekemättä. Muutamista puutteista huolimatta sivusto on toimiva kokonaisuus, joka täyttää yrityksen tarpeet sen ensimmäisellä toimintakaudella.

4.2 Kehittämissuositukset

Työn tuloksena syntynyt sivusto on ensimmäinen julkaistava versio, jonka kehittämistä tulen jatkamaan seuraavien kuukausien ja vuosien aikana. Ulkoasun ja rakenteen näen riittäväksi ensimmäistä toimintakautta ajatellen, jolloin sivuston pääasiallinen tarkoitus on tarjota tietoa potentiaalisille asiakkaille ja saada aikaan ostopäätös.

Sivupalkin tekstien ja kuvien siirtyminen mobiiliselaimissa tullaan korjaamaan määrittelemällä vimpaimen sisällölle asemointi tyylitiedoston avulla. Koetan myös luoda useampia sivupalkkipohjia, siten että eri sivuilla voitaisiin näyttää eri sisältöä sivupalkissa. Kiireellinen isompi kehityskohde on lisätä sivuston espanjankielinen versio. Tulevaisuudessa sivustosta on luotava myös suomen- ja saksankieliset versiot. Seuraavia toimintakausia ajatellen sivustoa pitää muokata näyttävämmäksi ja "markkinoivammaksi", jotta se toimisi paitsi tiedon tarjoajana, myös kiinnostuksen herättäjänä satunnaisesti tai hakukoneen kautta sivustolle päätyneelle käyttäjälle.

Myös sivuston hakukoneoptimointi on jatkuva prosessi. Ensimmäisessä vaiheessa optimointia jatketaan luomalla sivuille lisää tekstisisältöä, kuten päiväkohtaiset ohjelmakuvaukset lomapaketeista. Seuraava askel optimoinnissa on hankkia sivustolle osoittavia linkkejä muualla verkossa. Tätä lähdetään tekemään esimerkiksi ilmoittamalla sivusto erilaisiin matkailu- ja palvelukatalogeihin sekä perustamalla yritykselle verkkosivustoon linkitetty Facebook-sivu.

Hakukoneoptimoinnin ja helppokäyttöisyyden kannalta olisi myös suositeltavaa lisätä sivustolle murupolku. SEO-lisäosan yhdellä klikkauksella aktivoitava murupolku ei kuitenkaan tälle sivustolle sovellu, koska se näyttää murupolussa sivujen pitkät otsikot navigointivalikossa näkyvien lyhyiden sivunimikkeiden sijaan. Murupolku on siis tehtävä muutoksina pohjakoodiin. Jatkossa tulen tarkkailemaan Google-analytiikan avulla esimerkiksi sivuston kävijämääriä, navigointiprofiileja ja hakusanoja, ja optimoimaan sisältöä tulosten mukaisesti.

4.3 Oman oppimisen arviointi

Toteutusprosessin aikana opin käyttämään WordPressiä sivujen tekemiseen, sain laajennettua ja kerrattua prosessin alkaessa vähäistä HTML-, CSS- ja PHP-osaamistani sekä opin perustiedot ja -taidot hakukoneoptimoinnista.

WordPress-sisällönhallintajärjestelmän perusasiat opettelin lukemalla wordpress-opaskirjan, sekä hyödyntämällä wordpress-blogeja, ja youtubesta löytyviä opetusvideoita. Samoin toteutuksen edistyessä verkosta löytyvät videot ja blogit osoittautuivat käteviksi. Jotakin erityistä tarvitessani (esim. kuinka lisätä sivuille kartta) sopivilla hakusanoilla löytyi yleensä aina hyvät ohjeet. WordPressin käyttö osoittautui kuitenkin vaikeammaksi, ja ennen kaikkea työläämmäksi kuin olin odottanut. Internet on onneksi täynnä ohjeita WordPress -ongelmiin, mutta siitäkin huolimatta aikaa tuhraantui runsaasti selvittäessä miten mikäkin pieni ulkoasumuutos tehdään. Toteutunut ajankäyttö oli suunnitelmaan nähden moninkertainen. Tosin suurin syy projektin myöhästymiseen oli se, että suunnitelmasta poiketen aloittaessani toteutuksen sisältö teksteineen ja kuvineen ei ollut valmiina, vaan loin ja muokkasin niitä samanaikaisesti teknisen toteutuksen ohella.

Hakukoneoptimointi osoittautui varsin mielenkiintoiseksi ja kiehtovaksi taiteenlajiksi. Opin, että vaikka se ei ole järin vaikeaa, siihen kannattaa kuitenkin varata aikaa ja iterointikertoja. Avainsanoja on syytä miettiä ja tutkia vastaavia kilpailijoiden sivustoja huolellisesti. Sosiaalisen median tärkeys hakukoneoptimoinnissa yllätti. Jälkeenpäin ajatellen on tietenkin loogista, että erilaisten sosiaalisen median elementtien valtava suosio on otettu huomioon myös hakukonealgoritmeissa, jotka pyrkivät löytämään käyttäjää mahdollisimman hyvin palvelevia sivuja.

Tulevaisuudessa vakaa aikomukseni on jatkaa sekä WordPressin käytön opiskelua, että hakukoneoptimoinnin saloihin perehtymistä voidakseni ylläpitää ja kehittää sivustoa jatkuvasti paremmaksi.

Lähteet

Davis, H. 2007. Google – Kuinka varmistat verkkonäkyvyytesi (alkuperäisen teoksen nimi: Google Advertising Tools). O'Reilly Media.

Häivälä J., Paloheimo T. (toim.) 2012. Klikkaa tästä: internetmarkkinoinnin käsikirja 2.0. Mainostajien Liitto.

Isokangas A., Vassinen R. 2010. Digitaalinen jalanjälki. Talentum.

Kärkkäinen J. 2012. Drupal-, Joomla- ja WordPress-sisällönhallintajärjestelmät – Valinta-ohje pienyrittäjälle. Opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Leiniö, T. 2013. WP-Opas. Näin parannat WordPress-sivustosi hakukonenäkyvyyttä. Luettavissa: <https://wpopas.fi/nain-parannat-wordpress-sivustosi-hakukonenakyvyytta/>. Luettu 22.12.2014.

Markkinointi & Mainonta 4.11.2014. Nyt se on selvitetty: Jopa 83 % suomalaisista hakee verkosta tietoa ennen ostoa. Luettavissa: <http://www.marmai.fi/uutiset/nyt+se+on+selvitetty+jopa+83++suomalaisista+hakee+verkos+ta+tietoa+ennen+ostoa/a2274898>. Luettu 28.12.2014.

Nibbler 2015. About Nibbler. Luettavissa: nibbler.silktide.com. Luettu 11.11.2015.

Omnipartners 7.5.2015. WordPress-opas peruskäyttäjälle, osa 2: Lisäosat ja teeman päivitys. Luettavissa: <http://omnipartners.fi/wordpress-opas-peruskayttajalle-osa-2-lisaosat-ja-teeman-paivitys/>. Luettu 10.8.2015.

Plumley, G. 2011. WordPress 24-Hour Trainer. 2. painos. John Wiley & Sons, Inc.

Rice Lincoln, S. 2009. Mastering Web 2.0: transform your business using key website and social media tools. 1. painos. Kogan Page Limited.

Sabin-Wilson, L. 2011. WordPress for Dummies. 4. painos. John Wiley & Sons, Inc.

StatCounter GlobalStats. 2014a. Top 5 Desktop Browsers in Finland from Nov 2013 to Nov 2014. Luettavissa: <http://gs.statcounter.com/#browser-FI-monthly-201311-201411>.
Luettu 23.12.2014.

StatCounter GlobalStats. 2014b. Top 9 Mobile Browsers in Finland from Nov 2013 to Nov 2014. Luettavissa: http://gs.statcounter.com/#mobile_browser-FI-monthly-201311-201411.
Luettu 23.12.2014.

Taloussanomat 7.7.2014. Google: Mobiilihakujen määrä yhdeksänkertaistui. Luettavissa: <http://www.taloussanomat.fi/mainonta/2014/07/07/google-mobiilihakujen-maara-yhdeksankertaistui/20149464/135>. Luettu 28.12.2014.

The Economist. 2014. Sun, sea and surfing. Luettavissa: <http://www.economist.com/news/business/21604598-market-booking-travel-online-rapidly-consolidating-sun-sea-and-surfing>. Luettu 28.12.2014.

W3Techs.com. Luettavissa: http://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all. Luettu 28.12.2014.

WebPagetest.org. 2015. About WebPagetest.org. Luettavissa: <http://www.webpagetest.org/about>. Luettu 11.11.2015.

Wordpress Codex. Codex. Luettavissa: <https://codex.wordpress.org>. Luettu: 13.11.2015.

Wordpress.org. Luettavissa: <https://wordpress.org/about/>. Luettu 28.12.2014.