

Verkkosivuston uudistaminen



Verkkosivuston uudistaminen

Verkkosivuston uudistus on usein edessä, kun käytössä oleva sivusto ei enää mahdollista järkevää sisältöjen päivitystä, sivustolla olevia toiminnallisuuksia ei ole mahdollista kehittää tai visuaalinen ilme on vanhentunut.

Tämän pikaoppaan avulla on mahdollista ymmärtää paremmin, minkälaisia asioita tulee ottaa huomioon, jos verkkosivuston uudistus on edessä.



Sisällysluettelo

Kannattaako verkkopalvelu uudistaa kokonaan?	1
Minkälainen on nykyaikainen, hyvä verkkosivusto?	5
Mitä tulee ottaa huomioon verkkosivustoa uudistettaessa?	13
Miten otat huomioon kohderyhmäsi uudella verkkosivustolla?	17
Mitkä ovat verkkosivuston tavoitteet?	21
Minkälaisessa ympäristössä verkkosivusto tulee toimimaan?	25
Mitä tulee ottaa huomioon toteuttajaa valittaessa?	27
Mitä tulee ottaa huomioon sisällönhallintajärjestelmää valittaessa?	31
Mitä tulee ottaa huomioon uuden verkkosivuston julkaisun yhteydessä?	35
Mitä tulee ottaa huomioon verkkosivuston teknistä ylläpitäjää valittaessa?	37
Mitä verkkosivuston uudistamisen jälkeen tapahtuu?	41
Verkkopalvelun uudistaminen on aina mahdollisuus saavuttaa aiempaa parempia tuloksia verkossa!	45

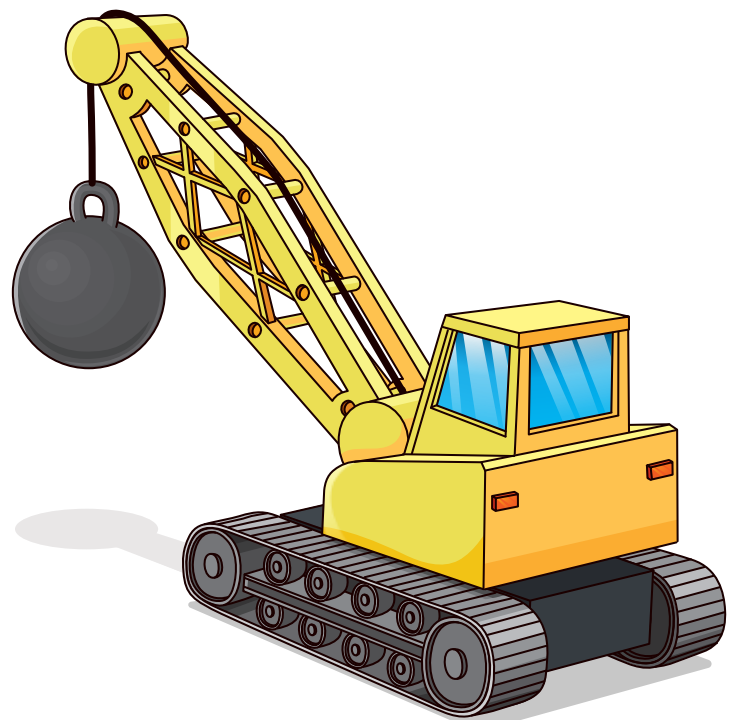
Kannattaako verkkopalvelu uudistaa kokonaan?



Kannattaako verkkopalvelu uudistaa kokonaan?

Jos verkkopalvelun toiminnallisuudet ovat edelleenkin riittävät ja sisältöjen päivittäminen on sujuvaa, kannattaa selvittää voiko nykyistä sivustoa virkistää pienillä ulkoasumuutoksilla. Verkkosivustojen toteutuksessa otetaan usein huomioon kulloinkin vallalla olevat design-suuntaukset - osa näistä suuntauksista kestää aikaa paremmin, osa huonommin.

Teknologioiden ja verkkopalveluiden toteutustapojen kehittyessä vauhdikkaasti, usein pieni kasvojenkohotus ei kuitenkaan riitä, vaan tarvitaan kokonaan uusi sivusto. Tällainen tilanne on esimerkiksi silloin, kun nykyinen verkkosivusto ei toimi mobiililaitteilla hyvin. Verkkosivustojen selaaminen mobiililaitteilla on kasvanut räjähdysmäisesti viime vuosina ja tämä on tärkeää huomioida arvioitaessa nykyisen sivuston kehittämistä vaihtoehtona kokonaan uudelle sivustolle.



Jos verkkosivusto ei toimi riittävän hyvin mobiililaitteilla, verkkosivuston uudistaminen kokonaan on käytännössä ainoa järkevä vaihtoehto.

Ulkoasu-uudistuksen lisäksi on myös muita seikkoja, jotka puoltavat uuden verkkosivuston tekemistä.

- **Esimerkiksi organisaation** toimintaympäristö on saattanut muuttua merkittävästi ja nämä muutokset pitää ottaa huomioon myös verkkosivustolla.
- **Vanhan sivuston** mukauttaminen uuden toimintaympäristön vaatimuksiin voi olla hankalaa ja aikaa vievää, jolloin uusi sivusto on todennäköisesti kuitenkin helpompi tie.

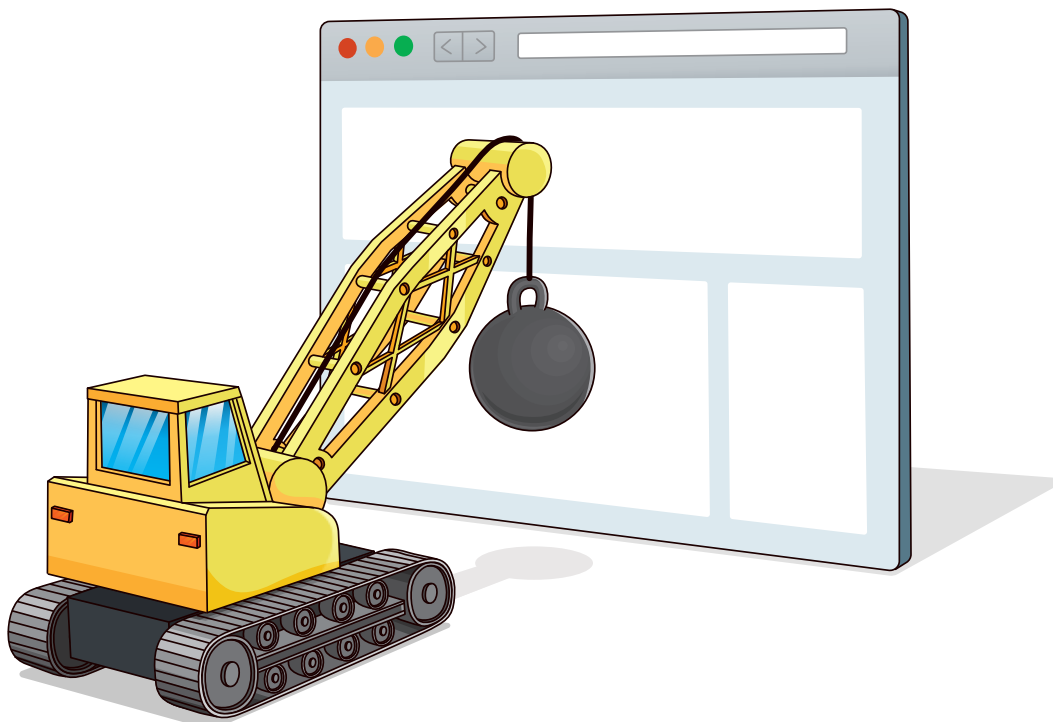
Myös sisällöntuotannolla on merkittävä vaikutuksensa verkkopalveluun, erityisesti käytettävyyden kannalta.

On täysin mahdollista, että nykyiselle verkkosivustolle on aikaa myöten kertynyt sisältöä laajasti ja tiedon löydettävyys on alkanut merkittävästi kärsiä.

- **Verkkosivustoa uudistettaessa** onkin hyvä pohtia, hyödynnetäänkö vanha sisältö suoraan vai olisiko paikallaan tehdä karsintaa sisällöissä, ehkä jopa aloittaa kokonaan puhtaalta pöydältä.
- **Usein vähintäänkin** kuvamateriaalia joudutaan päivittämään merkittävästi uusilla sivustoilla kuvien skaalautuessa huomattavasti aiempaa enemmän.

Edellisten seikkojen lisäksi tulee arvioida nykyisen järjestelmän käytön helppoutta. Jos nykyisen sivuston ylläpito vie todella paljon aikaa tai se on muuten vaikeaa, vaihtamalla uuteen järjestelmään voidaan saavuttaa pidemmällä aikavälillä aika- ja kustannussäästöjä.

Verkkosivusto ja sen ylläpitoon käytettävä järjestelmä tuleekin nähdä investointeina ja niille pitäisi laskea takaisinmaksuaika. Hyvin tehdyllä ja toimivalla sivustolla takaisinmaksuaika ei ole kovinkaan pitkä.



Minkälainen on nykyaikainen, hyvä verkkosivusto?



Minkälainen on nykyaikainen, hyvä verkkosivusto?

Verkkosivustoa uudistettaessa on hyvä jo mahdollisimman aikaisessa vaiheessa pohtia ketä ja mitä varten sivusto uudistetaan. Verkkosivuston pitäisi ensisijaisesti puhutella sivuston vierailijoita ja kannustaa heitä toimimaan halutulla tavalla verkkosivustolla.

Varsinkin laajemmissa verkkopalveluissa on järkevää käyttää ulkopuolista konsulttia tarjousvaiheen määrittelyn tukena.

Joskus verkkosivuston uudistusta ohjaa enemmän sivuston omistavan organisaation yksittäisten ihmisten mielipiteet tai toiveet, kun sivusto tulisi todellisuudessa rakentaa sivuston käyttäjille eli vierailijoille.

Riippumatta toimialasta, jolla sivuston omistaja toimii, voidaan löytää yleispäteviä laatumittareita, jotka yrityksen tai organisaation verkkosivuston tulisi täyttää. Tässä on lueteltu tärkeimpiä niistä.

Nopea

Verkkosivuston tulee latautua nopeasti, sillä hyvin harva haluaa odottaa verkkosivun latautumista selaimessa.

Latautumisnopeuden vaikutuksista on tehty paljon tutkimuksia, jotka osoittavat kiistattomasti, että nopeasti latautuva verkkosivusto on ehdottomasti parempi.

Esimerkiksi BBC päätyi tutkimuksissaan seuraavaan kaavaan:

- **jokainen lisäsekunti** sivun latauksessa vähensi heidän sivustollaan kävijöitä 10%.
- **Aasialainen verkkokauppajätti** AliExpress havaitsi tutkimuksissaan, että 36% lasku latausajassa kasvatti tilauksien määrää 10,5%.

Toinen seikka, mikä kannustaa sivuston nopeuteen on Googlen käyttäjät.

Jos kävijä tulee Googlen kautta ja sivu ei meinaa latautua millään, hän helposti painaa selaimen takaisin-painiketta.

Henkilö siirtyy luultavasti seuraavaan hakutulokseen, joka todennäköisesti latautuu paljon nopeammin. Myös Google rekisteröi tämän hakukoneen käyttäjän käytöksen. Kun Googlen mielestä nopeasti hakutuloksiin palaavia kävijöitä kertyy riittävästi, on mahdollista, että Google näyttää jatkossa muita sivuja hakutuloksissaan ennen sinun sivustoasi.

Saavutettava

Saavutettavuus on erityisen tärkeää niille sivuston kävijöille, jotka eivät pysty käyttämään sivustoa valtaväestön ehdoilla.

*Jos sivustolla vieraileva kävijä ei näe tekstiä,
vaan turvautuu ruudunlukijaohjelmistoon,
hän ei välttämättä halua kuulla
sivustolta epäolennaisuuksia.*

Hän haluaa kuulla sivun oleellisen sisällön puhuttuna. Osana EU:n saavutettavuushanketta myös Suomessa julkishallinnon sivustoille on tulossa tulevaisuudessa vaatimuksia sivuston saavutettavuudesta.

WCAG 2.1 -määrittelyssä on määritelty erilaisia saavutettavuuden tasoja. Näitä ovat esimerkiksi A-taso, AA-taso ja AAA-taso. Sopivaa tavoiteltavaa tasoa valittaessa kannattaa muistaa, että suuremmat tasot vaativat myös enemmän sisällöntuotannolta aikaa. Esimerkiksi AA-tasolla vaaditaan että audio- ja videosisällöille on olemassa vastine (yleensä tekstisisältö).

*Hyvä nyrkkisääntö
suunniteltaessa
verkkosivustoja on asettua
asiakkaan tai sivuston
käyttäjän asemaan.*



Mobiiliystävällinen

Nykyaikana verkon käyttömäärät mobiililaitteilla ovat lähes räjähtäneet, ainakin jos verrataan vaikkapa viiden vuoden takaiseen tilanteeseen.

- **Monissa kohderyhmissä** jopa puolet käynneistä voi tapahtua mobiililaitteilla. Ja joissakin, varsinkin nuoremmissa, kohderyhmissä osuus voi olla vielä suurempi.
- **Mobiilikäyttäjillä on** omat erityistarpeensa, joista näytön pienehkö koko on selkeimmin ymmärrettävissä ja nähtävissä.
- **Muita tarpeita** tai haasteita ovat esimerkiksi hitaampi verkkoyhteys tai laitteen heikompi suorituskyky. Vähän vanhemmalla puhelimella sivuston suuret videot tai animaatiot eivät näy yhtä sulavasti kuin uutuuttaan kiiltelevällä Macbook Pro:lla.
- **Mobiilikäyttäjiä voi** myös kiinnostaa työpöytäkäyttäjiä enemmän paikkaan sidottu tieto. Hyvä esimerkki paikkaan sidotusta tiedosta on esimerkiksi lähimyymälän aukioloajat. Monet mobiiliselaimet tarjoavatkin käyttäjälle mahdollisuuden paikannukseen ja tämän avulla näyttää lähimmän myymälän tai toimipisteen tiedot.

Käytettävä

Kun verkkosivustolla vieraileva kävijä ei joudu liikaa käyttämään aivokapasiteettiaan haluamansa tiedon löytämiseen tai sivustolla navigointiin, hänelle jää enemmän aikaa ja energiaa sisäistää sivuston varsinaista sisältöä. Sivuston nopeus ratkaisee myös tätä samaa haastetta:

*kun kävijä näkee enemmän aikaa
oikeaa sisältöä, kuin valkoista ruutua,
hänelle jää viesti paremmin mieleen.*

Arvostettu käytettävyyshuone Jakob Nielsen jakaa verkkopalvelun käytettävyyden seuraaviin osa-alueisiin:

- 1) opittavuus**, eli kuinka nopeasti käytön oppii ensimmäisellä verkkosivuston käyttökerralla
- 2) tehokkuus**, eli kuinka nopeasti opitut asiat osataan laittaa käytäntöön
- 3) muistettavuus**, eli kuinka nopeasti opitut käytännöt muistuvat mieleen tauon jälkeen
- 4) virheettömyys**, eli kuinka paljon käyttäjät ylipäätään tekevät virheitä, miten pahoja ja kuinka selviävät niistä
- 5) miellyttävyys**, eli kuinka miellyttävänä käyttäjä kokee verkkosivuston käytön ylipäätään
- 6) hyödyllisyys**, eli kuinka hyvin verkkopalvelu sopii työhön, joka sille on tarkoitettu

Turvallinen

Sivustojen tietoturva ja turvallisuus on nykyaikana entistä enemmän tapetilla johtuen esiin tulleista tietomurroista ympäri maailmaa.

Sivuston kävijän tulee olla vakuuttunut siitä, että jos hän antaa henkilötietonsa tai jopa maksutietonsa sivustolle, tiedot eivät joudu väärin käsiin.

Tästä syystä on tärkeää, että tietoturvaan liittyvät asiat verkkosivustolla toteutetaan huolella ja tarkasti.

- **HTTPS-salaus on** nykyään standardin asemassa, kun Chrome huomauttaa entistä tiukemmin salauksen puuttumisesta kävijöille.
- **EU:n uusi** tietosuojalaki asettaa myös taloudellisia motiiveja huolehtia sivuston tietoturvasta.

Satsaus luotettavaan verkkopalvelun ylläpitoon, jonka puitteissa sivuston sisällönhallintajärjestelmä pysyy ajan tasalla, maksaa itsensä pian takaisin.

Luotettava kumppani huolehtii tarkasti myös muista tietoturvaan liittyvistä asioista, kuten kulunvalvonnasta, työntekijöiden työkalujen turvallisuudesta sekä tietoturvakäytäntöjen noudattamisesta.

Hakukoneystävällinen

Hakukoneystävällinen sivusto on toteutettu niin, että sen tekninen puoli tukee vahvasti sisällöntuotantoa ja mahdollistaa hakukonenäkyvyyden kehittämisen. Konkreettisina esimerkkeinä voidaan pitää nopeaa sivustoa, jonka koodi on hyvin toteutettua ja jonka sisällöt on selkeästi jäsenneltäviä.



Perusidea on, että sivuston käyttö on miellyttävää ja että sisällöt vastaavat osuvasti organisaation kannalta tärkeisiin hakuihin.

Vaikka hakukonenäkyvyyden parantamiseksi verkkosivuston sisällöt tuleekin kirjoittaa nykyään ihmisille, tulee ottaa huomioon myös hakukoneet.

- **Suomessa Google** dominoi hakukoneita vertailtaessa.
- **Todella monet** ihmiset etsivät vastausta kysymyksiinsä Googlen avulla ja jos pystyt tarjoamaan heille ratkaisun, he ovat kiitollisia sinulle.
- **Hyvä sisältö** ei hyödytä ketään, jos sitä ei löydetä ja lueta. Tai nykyaikana yhä useammin katsella tai kuunnella.

Käytännössä hyvä hakukonenäkyvyys tarkoittaa hakutulosten ensimmäisiä sijoja toiminnan kannalta tärkeillä hakusanoilla ja -termeillä haettaessa.

Hieman tutkimuksesta riippuen on havaittu että 60-80% hakuja tekevistä ei koskaan klikkaa toiselle hakutulossivulle. Vanha vitsi kertookin, että paras tapa haudata jokin asia on Googlen hakutulosten toinen sivu. Tärkeitä hakutermejä pohdittaessa yleensä ensimmäisenä mieleen tuleva hakutermi ei kuitenkaan ole paras, vaan yksityiskohtaisemmista hakutermeistä voi löytyä helpompia ja tehokkaampia hakutermejä.

Vaikka on tärkeää huomioida hakukoneet verkkosivustoa tehdessä, tässäkään ei pidä syyllistyä ylioptimointiin. Liika yritys voi kostautua ja Google voi rankaista väärin tai arveluttavien keinojen käyttämisestä.

Mitä tulee ottaa huomioon verkkosivustoa uudistettaessa?



Mitä tulee ottaa huomioon verkkosivustoa uudistettaessa?

Jos päädyit lopputulokseen, että uusi verkkosivusto on tarpeellinen, kannattaa kuitenkin kirjoittaa muistiin onnistuneet valinnat nykyiseltä sivustolta. Tarkastele nykyistä sivustoasi ja kirjaa sivustolta ylös kaikki verkkosivuston hyvät puolet ja asiat, jotka ovat sinun ja verkkopalvelun kävijöiden mielestä kunnossa.

Liian usein verkkosivustoa uudistettaessa voi olla tärkeämpää tehdä radikaali uudistus ja tällöin lähdetään helposti korjaamaan jo kunnossa olevia asioita ja lopputulos voi olla joiltakin osin alkuperäistä huonompi.

Nämä kunnossa olevat asiat on erittäin tärkeää myös kommunikoida verkkosivustoa uudistavalle kumppanille.

Yksi hyvä tapa kuunnella kävijöitä on tehdä pieni kävijäkysely sivustolle. Pieni kävijäkysely siksi, että harva jaksaa vastata totuudenmukaisesti kymmeneen kysymyksiin.



Pitää myös muistaa, että yleensä tyytymättömät ovat enemmän äänessä kuin vaikkapa tyytyväiset kävijät.

Kävijäkyselyssä voi kysyä esimerkiksi kävijän kannalta tärkempiä sisältöjä sivustolla tai toiveita uuden sivuston osalta. Jos sivusto on sellainen, johon kävijät palaavat uudelleen ja uudelleen, sivuston kävijöiltä on helpompaa saada objektiivista palautetta sivustosta.

Muita hyödyllisiä työkaluja nykytilanteen kartoitukseen ovat Google Analytics ja Google Search Console.

- **Google Analytics** kertoo miten kävijät päätyvät sivustolle ja miten he toimivat sivustolla.
- **Google Search** Consolella pystyy taas selvittämään hakusanoja, joilla kävijät päätyvät sivustolle Googlen kautta.

Kävijöiden käyttäytymistä sivustolla on mahdollista seurata tarkemmin erilaisten heatmap-työkalujen avulla. Heatmap-työkalut näyttävät sivulta kohtia, joihin kävijöiden huomio on eniten kohdistunut värikarttana sivun sisällön päällä. Tällainen työkalu voi tarjota paljon hyviä vinkkejä sivuston kehittämiseen.

” Liian usein verkkosivustoa uudistettaessa voi olla tärkeämpää tehdä radikaali uudistus ja tällöin lähdetään helposti korjaamaan jo kunnossa olevia asioita ja lopputulos voi olla joiltakin osin alkuperäistä huonompi.



Miten huomioit kohderyhmäsi?



Miten otat huomioon kohderyhmäsi uudella verkkosivustolla?

Verkkosivustoa suunniteltaessa on tärkeää miettiä sivuston kohderyhmiä. Verkkosivuston kävijät ovat harvoin samanlaisia ihmisiä keskenään ja jokaisella on hieman omanlaisensa mieltymykset.

Mieti siis, mitä erityyppiset ihmiset haluavat sivustolta ja miten eri ihmisiä tulisi lähestyä sivustolla. Kannattaa toki pohtia myös, miten sama tapahtuu sivuston ulkopuolella - esimerkiksi juuri hakutulosteksteissä tai vaikka Googlen AdWords-mainonnassa.



Yksi konkreettinen työkalu on käyttäjäpersoonataulukko.

Käyttäjäpersoonien hahmottelu on hyvä tapa jakaa sivuston kävijät pienemmiksi kokonaisuuksiksi.

- **Käyttäjäpersoona on** kuvitteellinen ihminen, jolla on omat kiinnostuksen kohteensa ja joka on tietyssä elämäntilanteessa.
- **Käyttäjäpersoona edustaa** jotain tiettyä sivuston kävijäryhmää.
- **Käyttäjäpersoonan ominaisuudet** vaikuttavat mm. tietoon, jota hän on hakemassa sivustolta sekä myös esimerkiksi sisällön sävyyn.

Hyvä verkkosivusto ottaa huomioon enemmän kävijän tarpeita kuin sivuston omistajan tarpeita.

Tämä ei tietenkään tarkoita, etteikö organisaatiolla olisi korkeat tavoitteet sivuston kautta saataville hyödyille. Fokus tulee vaan olla erittäin kirkkaasti kohderyhmien tarpeiden täyttämisessä.



” Fokus tulee vaan olla
erittäin kirkkaasti
kohderyhmien tarpeiden
täyttämässä.



Verkkosivuston tavoitteet?



Mitkä ovat verkkosivuston tavoitteet?

K*un aikaisemmin verkkosivusto toimi lähinnä yksisuuntaisena viestinnän kanavana, pahimmillaan vain digitaalisena käyntikorttina, ei verkkosivustolle usein myöskään asetettu tavoitteita. Nykyään onneksi myös verkkosivustoja mitataan ja niille asetetaan konkreettisia tavoitteita esimerkiksi myynnin edistämiseksi. Tavoitteet ohjaavat tekemistä tavoitteen suuntaan ja siksi niiden valinnalla on suuri merkitys.*

Oikein laadittu tavoite on mitattavissa numeerisesti. Myös laadulliset mittarit voidaan monissa tapauksissa numeeristaa, esimerkiksi pyytämällä kävijää arvioimaan 1–5:llä tähdellä kokemustaan.

- **Hyvä esimerkki** tavoitteista on puhelimen soiminen. Osa haluaa, että puhelin soisi tavallista enemmän. Tällöin sivustolla kannustetaan soittamaan ja tuodaan puhelinnumeroa enemmän esille.
- **Toiset taas** voivat haluta, että puhelin soisi vähemmän ja että kävijät hoitaisivat enemmän asioitaan verkossa. Tällöin tuodaan enemmän verkkoasiointia esille ja puhelinnumero saatetaan jopa hieman siirtää taka-alalle sivustolla.

Nykyään verkkosivusto voi toimia myös liidien kerääjänä. Tarjoamalla kiinnostavaa sisältöä verkkosivuston kävijät ovat halukkaita antamaan yhteystietonsa tai jättämään muita digitaalisia jälkiä ja voit tavoittaa heitä myöhemmin tarkemmin ja paremmin.

Jos sivustolla on verkkokaupan omaisia toimintoja, on tavoitteiden asettaminen perusverkkosivustoa suoraviivaisempaa: voidaan mitata myyntiä suoraan.

- **Monilla verkkosivustoilla** ei tapahdu tällaisia "makrokonversioita" eli tilaamista tai ostamista suoraan.
- **Tällöin pitää** tutkia "mikrokonversiota" eli vaikkapa yhteydenottolomakkeen lähettämisiä.
- **Oikein mittareiden** asettamisen lisäksi on tärkeää, että tuloksia seurataan säännöllisesti ja tehdään tarpeelliset toimenpiteet, kun havaitaan muutoksia tuloksissa.



” Tavoitteet ohjaavat tekemistä tavoitteen suuntaan ja siksi niiden valinnalla on suuri merkitys.



Verkkosivuston toimintaympäristö?



Minkälaisessa ympäristössä verkkosivusto tulee toimimaan?

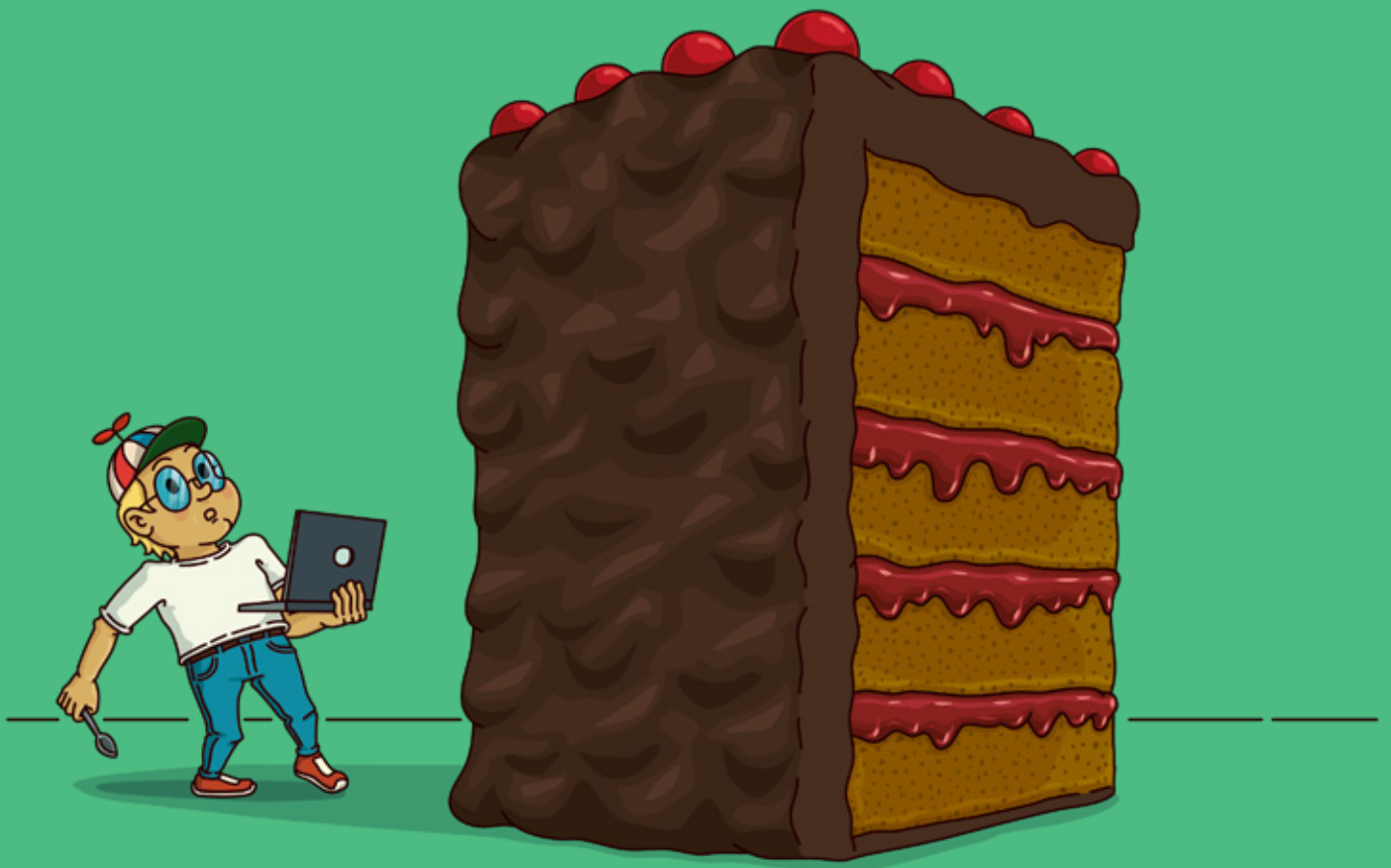
Verkkosivusto harvoin toimii itsenäisesti. Monissa tapauksissa taustajärjestelmissä on tietoa, joka haluttaisiin verkkosivustolle mahdollisimman vähän työllä tai jopa automaattisesti. Tällaisissa tilanteissa kuvaan astuu integraatiot.

Integraatio tarkoittaa tiedon ohjelmallista siirtämistä järjestelmästä toiseen.

- **Integraatio voi** olla yksi- tai kaksisuuntaista.
- **Kaksisuuntainen integraatio** on yksisuuntaista monimutkaisempi, koska tietoa liikkuu molempiin suuntiin ja molempien järjestelmien täytyy päivittää omia tietojaan toisen järjestelmän pohjalta.
- **Yksisuuntainen integraatio** on helpompaa, koska verkkosivusto voi luottaa ns. master datan oikeellisuuteen.
- **Jos uusi** verkkosivusto tulee hyödyntämään integraatioita, järjestelmien tekniset toimittajat tulee saattaa "saman pöydän ääreen" mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jotta mahdolliset tekniset ongelmat saadaan ratkottua aikataulussa.
- **Yleisimmin tekniset** ongelmat liittyvät palomuuureihin ja tietoturvaan.



Huomioi toteuttajaa valitessa



Mitä tulee ottaa huomioon toteuttajaa valittaessa?

H yvä verkkopalvelun toteuttaja toimii verkkoviestinnässä kumppanina eikä kumppanuus pääty sivuston julkaisuhetkeen.

Isompi kumppani yleensä myös selviää paremmin esimerkiksi flunssa-aalloista, kun yhden ihmisen työpanos voidaan tarvittaessa korvata toisen henkilön työpanoksella.

Toisaalta jos järjestät tarjouskilpailun, jossa pyydetään määrittelemään projektissa käytettävissä olevat henkilöt, varmista ettei toimittaja pysty heittämään tarjoukseen hienot CV:t, mutta projektin alkaessa työt tekevätkin ihan eri henkilöt.

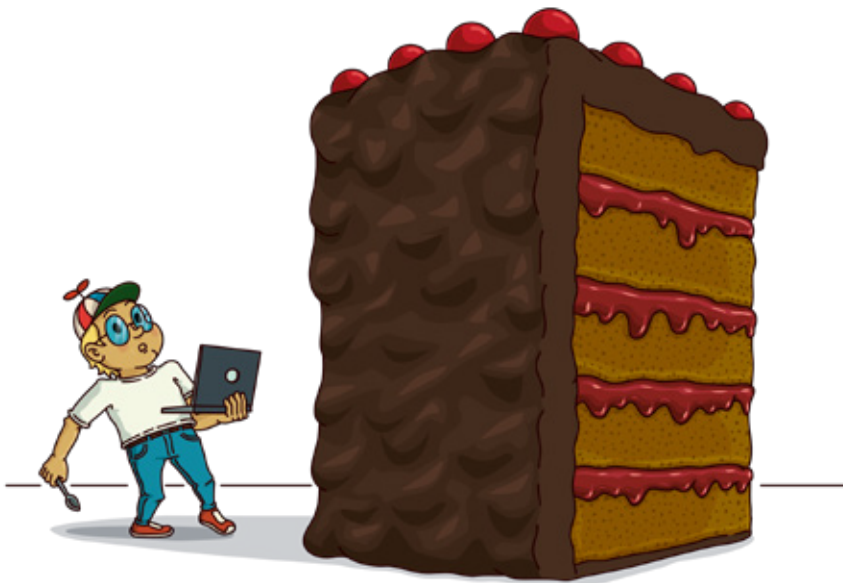
Varsinkin isommat toimistot saattavat tehdä näin, jos tätä ei tarjouspyynnössä ole erikseen estetty.

Lähes kaikilla verkkosivustojen toteuttajilla on hienoja referenssikuvauksia sivustollaan. Jos haluat syventyä tarkemmin potentiaalisen kumppanin toteutusten tasoon, ota yhteys referenssikuvauksissa mainittujen asiakkaiden avainhenkilöihin, esimerkiksi verkkosivoustouudistuksesta

vastanneeseen projektipäällikköön. Kysy mitä mieltä he ovat olleet verkkosivustoprojektista ja toteuttajan toiminnasta. Moni on kysyttäessä yllättävän halukas kertomaan kokemuksistaan ja yhteistyön onnistumisesta.

Joskus verkkopalvelun toteuttaa eri taho, kuin verkkosivuston ylläpidosta vastaava yritys.

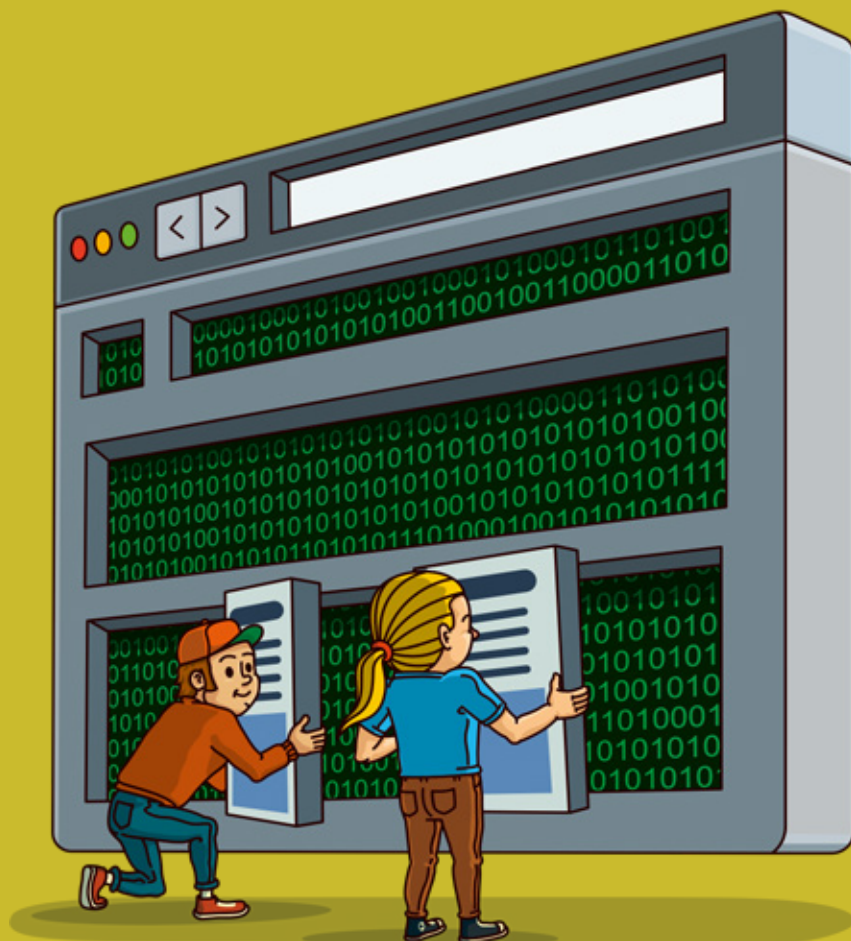
Jos verkkosivuston ylläpitovastuu on verkkosivuston toteuttajalla, selvitä miten ylläpito tapahtuu, miten saat tukea ja miten järjestelmän versiopäivitykset hoidetaan. Oppaassa on myöhemmin tarkempi osio aiheesta: mitä huomioida teknistä ylläpitäjää valittaessa.



” Hyvä verkkopalvelun toteuttaja toimii verkkoviestinnässä kumppanina eikä kumppanuus pääty sivuston julkaisuhetkeen.



Huomioi sisällönhallinta- järjestelmää valitessa



Mitä tulee ottaa huomioon sisällönhallintajärjestelmää valittaessa?

Avoimen lähdekoodin sisällönhallintajärjestelmä mahdollistaa erittäin laajan lisäosien ekosysteemin hyödyntämisen. Avoimen lähdekoodin järjestelmiä suositaankin usein juuri niiden laajennusmahdollisuuksien takia - samalla usein hämärtyy, mitä lisäosien hyödyntäminen todellisuudessa tarkoittaa.

Avoimen lähdekoodin järjestelmissä kannattaa ottaa huomioon järjestelmän tulevaisuus.

On olemassa järjestelmiä, joilla ei ole aktiivista kehittäjäyhteisöä. Tällöin järjestelmälle ei saa tulevaisuudessa päivityksiä ja tekijöiden löytäminen voi olla vaikeaa. Sama koskee myös sivustossa hyödynnettäviin lisäosiin.

Avoimen lähdekoodin lisäosat ovat eri yksilöiden, yhteisöjen ja yritysten kehittämiä toiminnallisuuksia, joita on mahdollista hyödyntää eri tavoin ja ehdoin.



- **Osa lisäosista** on täysin ilmaisia, osa toimii mainosrahoitteisesti esimerkiksi näyttämällä mainoksia sisällönhallintajärjestelmän puolella ja osa lisäosista on täysin maksullisia.
- **Avoimen lähdekoodin** lisäosa ei siis automaattisesti ole sama kuin ilmainen tai maksuton.
- **Lisäosien rajoitteet** eivät ole myöskään aina selkeitä avoimen lähdekoodin kokonaisuutta hankittaessa.

Suljetun järjestelmän etuna on usein se, että ne eivät ole hyökkääjän kannalta niin houkuttelevia vaihtoehtoja kuin suositut avoimen lähdekoodin järjestelmät.

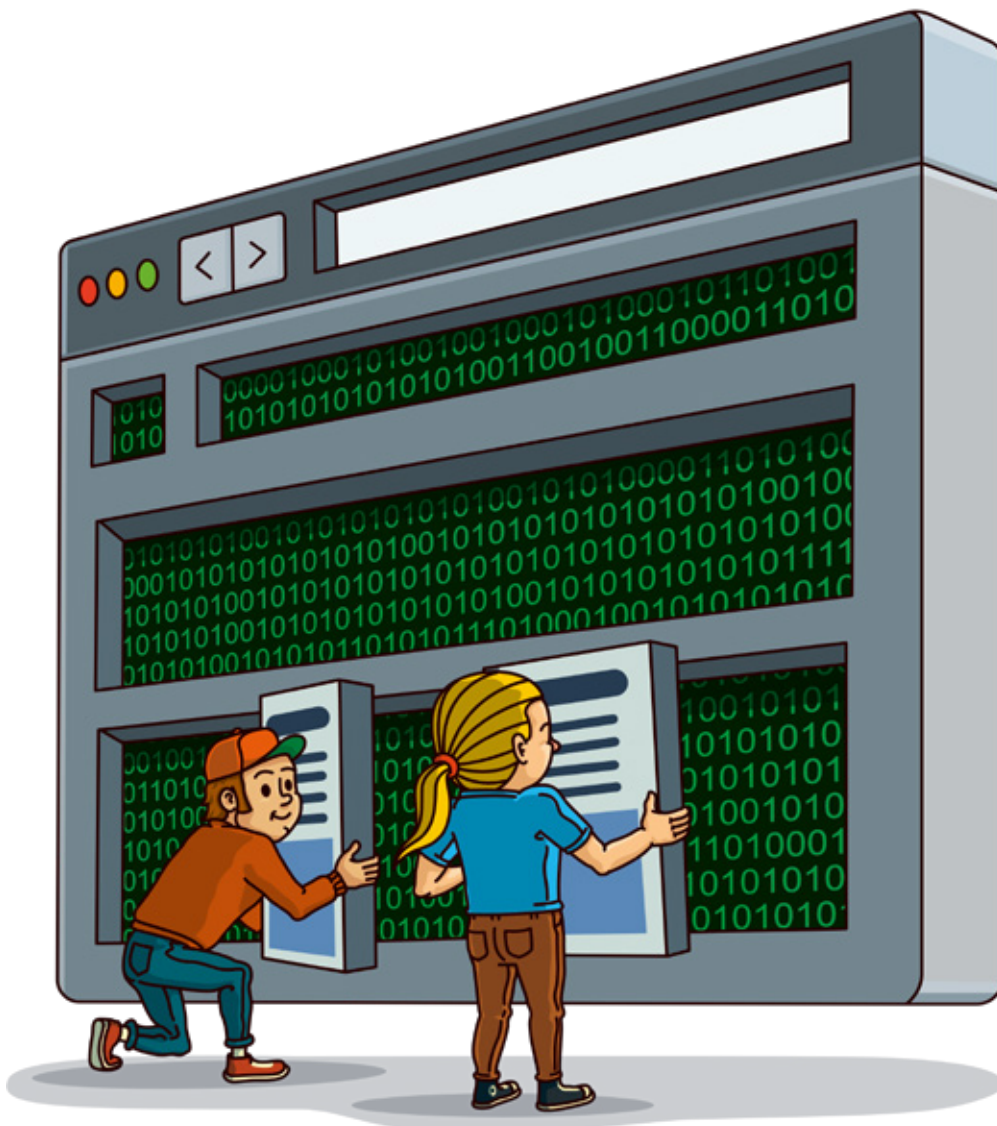
Sisällönhallintajärjestelmiä löytyy jokaiseen kokoluokkaan ja tarpeeseen, oli kyseessä sitten minkä kokoinen organisaatio tahansa.

- **Vuonna 2019** WordPress on käytetyin sisällönhallintajärjestelmä maailmassa.
- **Muita suosittuja** järjestelmiä ovat mm. Drupal, Concrete5 sekä Episerver.
- **Näistä WordPress**, Drupal ja Concrete5 ovat avoimen lähdekoodin järjestelmiä.

Jos vertaillaan hyvin yleisellä tasolla WordPressiä ja Drupalia, voidaan karkeasti sanoa, että WP sopii paremmin pienille ja keskisuurille sivustoille, kun taas Drupal on parempi vaihtoehto suurten verkkopalveluiden toteuttamiseen.

Järjestelmän valintaa ei kuitenkaan tule tehdä pelkästään uudistettavan sivuston kokoluokan mukaan.

- **Valinnassa tulee** huomioida myös, minkälaisia toimintoja sivustolle halutaan, kuinka paljon sivustolla on päivittäjiä ja kuinka helppoa sisällönhallintajärjestelmää on käyttää.
- **Edellisten lisäksi** on tärkeää selvittää myös, kuinka helppoa itse sisällönhallintajärjestelmää on päivittää ja minkälaisia asioita liittyy esimerkiksi tietoturvaan - niin palvelinympäristön, kuin verkkopalvelua ylläpitävän organisaation osin.



Huomioi julkaisun yhteydessä



Mitä tulee ottaa huomioon uuden verkkosivuston julkaisun yhteydessä?

Jos vanhalla sivustolla on ollut käytössä HTTPS-salaus, myös uudella sivustolla se on pakko olla. Jotkin selaimet eivät suostu menemään sivulle, jota ei ole salattu, mutta joka on aiemmin ollut salattu.

Verkkosivuston uudistuksen yhteydessä sivujen osoitteet myös yleensä muuttuvat, toivottavasti selväkielisempään muotoon. Tällöin kaikki vanhat linkit lakkaavat toimimasta tai johtavat etusivulle, jos vanhoille osoitteille ei ole määritetty uudelleenohjauksia uuden sivuston vastaaviin sivuihin. Tämä työ voi tuntua joskus turhalta, mutta tällä on suuri merkitys mm. hakukoneoptimoinnin kannalta.



- **Myös Googlen** käyttäjät arvostavat, kun Googlen hakutulossivulta sivustolle johtavat linkit toimivat ja kävijä päätyy juuri sille sivulle, johon hän olettikin päätyvänsä.
- **Jos vanhalla** sivustolla on ollut esimerkiksi PDF-dokumentteja, tulee huolehtia siitä, että ne löytyvät jatkossakin sivustolta. Tai jos niidenkin osoitteet ovat muuttuneet, niin että uusiin osoitteisiin on uudelleenohjaukset tehty.

Huomioi teknistä ylläpitäjää valitessa



Mitä tulee ottaa huomioon verkkosivuston teknistä ylläpitäjää valittaessa?

Jos sivuston kehittänyt tahon huolehtii myös teknisestä ylläpidosta, näitä seikkoja pitää pohtia jo verkkosivuston kehittäjää valittaessa. Jos sivuston tekninen ylläpito on jonkin kolmannen osapuolen hallussa, voit ottaa nämä vinkit talteen valitessasi teknistä ylläpitäjää.



Päivitykset

Sekä käyttöjärjestelmään että sisällönhallintajärjestelmään tulisi ajaa järjestelmäpäivitykset vähintään kuukausittain.

- **Korkean riskin** tietoturvapäivitykset pitää ajaa nopeammalla tahdilla.
- **Yleisimpien sisällönhallintajärjestelmien** kohdalla aika haavoittuvuuden löytymisestä sen hyödyntämiseen voi olla alle vuorokausi eli päivityksien asentaminen pitää olla sovittuna etukäteen.

Tietoturva

Tietoturva tulee ottaa huomioon jo sivuston teknistä toteuttajaa valittaessa, mutta myös ylläpitäjää valittaessa. Palvelinten ja verkkojen tulee olla hyvin suojattuja.

Esimerkiksi meidän ylläpitämille WordPress-palvelimille tulee päivittäin tuhansia tunkeutumisyrityksiä.

Tuen saatavuus

Selvitä miten tuen saa kiinni ja miten tuki toimii käytännössä.

- **Onko esimerkiksi** tikettijärjestelmä käytössä? Vaikka tikettijärjestelmä ei pelkästään sinänsä takaa mitään, kertoo sen käyttäminen asioiden suunnitelmallisesta hoitamisesta.
- **Selvitä myös** esimerkiksi milloin puhelintukea on saatavilla.



” Jos sivuston kehittänyt
taho huolehtii myös
teknisestä ylläpidosta,
näitä seikkoja pitää
pohtia jo verkkosivuston
kehittäjää valittaessa.



Mitä verkkosivuston uudistamisen jälkeen?



Mitä verkkosivuston uudistamisen jälkeen tapahtuu?

Vaikka verkkosivustoprojekti viekin helposti aikaa ja energiaa suhteellisen paljon, työ ei kuitenkaan lopu sivuston valmistumiseen. Sivustot ovat harvoin valmiita julkaistaessa. Sivuston sisällöt vanhenevat yllättävän nopeasti ja ulospäin osoittavat linkit hajoavat liian nopeasti. Tähän sivuston sisältöjen ylläpitoon tulee varata aikaa ja resursseja, koska kävijöitä ärsyttää vanhentunut sisältö ja toimimattomat linkit.

Verkkosivusto ei ole nykyään kuitenkaan ainoa tapa olla näkyvillä verkossa.

- **Esimerkiksi erilaiset** sosiaalisen median kanavat käytännössä vaativat nykyään läsnäolon.
- **Kaikissa kanavissa** ei tarvitse olla, mutta on hyvä olla tärkeimmissä kanavissa.
- **Kanavien tärkeysjärjestys** on tietenkin kiinni omien kohderyhmien käyttäytymisestä.



Hyvä strategia on julkaista sivustolla mielenkiintoista uutta sisältöä ja jakaa sosiaalisessa mediassa linkkejä sisältöön.

Blogi sivustolla on yksinkertainen keino lisätä sivustolle tuoretta ja ajankohtaista sisältöä. Tarjoamme blogin lisäksi ajankohtaisen tiedon esittämiseen myös verkkolehtiä, jotka ovat blogia asteen verran muodollisempia tyylieltään ja sisällöltään.



” Vaikka verkkosivustoprojekti viekin helposti aikaa ja energiaa suhteellisen paljon, työ ei kuitenkaan lopu sivuston valmistumiseen.



Uudistuksen avulla parempia tuloksia verkossa!



Verkkopalvelun uudistaminen on aina mahdollisuus saavuttaa aiempaa parempia tuloksia verkossa!

Verkkopalvelun uudistaminen on aina iso asia organisaatiolle, joka vaatii tarkkaa suunnittelua ja ammattitaitoisen kumppanin. Ennen kaikkea uudistaminen on kuitenkin mahdollisuus, jonka avulla organisaatio voi nostaa viestinnän ja markkinoinnin tasoa entistäkin korkeammalle.

Hyvin suunniteltu ja toteutettu verkkosivusto, jota kehitetään aktiivisesti, parantaa kohderyhmien tyytyväisyyttä, houkuttelee uusia kävijöitä sivustolle ja täyttää sivustolle asetetut tavoitteet!

Jos haluat kuulla, miten me Valulla voimme auttaa sinua verkkopalvelun uudistamisessa, soita: Vesa Lehtinen, 041 5054 634





valu.fi