

LUKUAIKA NOIN 10 MIN

# 6 ASIAA JOTKA ON OTETTAVA HUOMIOON NETTISIVUISSA

HUIPPUSIVUT.FI

LATAA PDF

# 1 Ulkonäkö

Kaikki lähtee mielestämme siitä, että nettisivujen on miellyttävä silmää. Tämän lisäksi vähintään yhtä tärkeää on myös herättää jotain tuntemuksia, sillä usein ne ovat ensimmäinen tai toinen kontakti asiakkaisiin. Se on myös hetki jolloin luodaan hyvin merkittävä mielikuva yrityksestänne sekä tehdään ensi askel ostopäätöksessä.

Ulkoasu vaikuttaa siihen koetaanko yritys mielenkiintoiseksi, luotettavaksi ja sellaiseksi, josta vierailija saa etsimäänsä palvelulaatua.

Sivujen tyyllillä, ulkonäöllä, väreillä, asetteluilla ja monilla pienillä asioilla voidaan siis vaikuttaa hyvin moneen asiaan ja mikä tärkeimpänä siihen, tekeekö asiakas seuraavan liikkeen ja ottaa yhteyttä. Niinpä nettisivujen, kuin minkä tahansa markkinointimateriaalin rakentaminen olisi aina ajateltava kulun sijaan sijoituksena, jonka tarkoitus on tuottaa.

Tämän takia nettisivujen suunnittelu ja tekeminen on viisainta antaa ammattilaisten käsiin. Heillä on riittävä kokemus luoda kaikilla niillä osasilla väreistä asetteluun, pieniin animointeihin sekä muihin graafisiin osasiin sellaista mielikuvaa mitä tuotteella tai palvelullanne haluatte viestiä.

Ulkonäkö ei ole meille vain seikka jolla miellyttämme, vaan asia johon kiinnitämme erityisesti huomiota. Meille on aidosti tärkeää että ulkonäkö sivuillanne on brändinne mukaista, ammattitaitoista sekä siinä on otettu huomioon myös oma asiakaskuntanne.

Näin parannamme tuloksia uskottavuudessa sekä pystymme yhdessä erottautumaan kilpailijoistanne. Kuuntelemme aina asiakkaitamme ja näin ollen voimme keskittää suunnittelun sekä ulkonäön luonnin siihen suuntaan, jossa koette onnistuvan.

## 2 Sisältö

Asiakas tulee yleensä nettisivuille saadakseen lisää tietoa tai löytääkseen jotain tukeakseen ostopäätöstään. Niinpä sivujen asettelu ja sinne aseteltava informaatio teksteineen, sekä muine mahdollisine osasineen on myös ratkaisevassa roolissa siinä millainen kokemus asiakkaallenne syntyy nettisivujenne käyttäessä. Joskus vähemmän on enemmän ja toisinaan taas tarvitaan paljon tietoa, jolla tuetaan asiakkaan ostopäätöstä ja valintaa teihin jo siinä vaiheessa kun asiakas tulee ensimmäistä kertaa tutustumaan yritykseenne. Näitä valintoja tehdessä pitkä kokemus nettisivujen rakentamisesta luo pohjan tekemiselle. On myös ratkaisevaa missä osassa sivuja mikäkin informaation osanen sijaitsee ja miten se on sinne aseteltu.

Kun sivut on rakennettu, tulee myös seurata sitä miten asiakkaat käyttäytyvät sivuilla ja mikä sisältö siellä kiinnostaa minkäkin verran. Tämän jälkeen niiden sijoittelua voidaan parantaa sekä tehdä niin kutsuttaja "nostoja".

Nostoilla sananmukaisesti nostetaan kiinnostavaksi havaittua sisältöä oikeisiin kohtiin sivuilla. Näin saadaan yhä enemmän asiakkaita kulkemaan haluttuja ja ennalta määriteltyjä polkuja sivujen sisällä sekä tekemään siellä haluttuja asioita. Halutut asiat voivat olla vaikkapa; jättämään yhteystietonsa, tarjouspyynnön, yhteydenottopyynnön, ottamaan suoraan yhteyttä tai jotain muuta mitä vierailijan haluttaisiin tekevän.

Kun asiakas on tyytyväinen kokemukseen, jonka nettisivuilla vierailu on saanut aikaan, hän on jo puolivälissä ostamista. Tyytyväisen tunteen aikaansaanti on jo itsessään arvokasta asiakaspalvelua. Olemme rakentaneet tällä tyylillä useasti polkua kohti myyntiä ja kassan kilinää.

### 3 Responsiivisuus

Tänä päivänä suuri osa kävijöistä tulee nettisivuille mitä erilaisimmilla laitteilla. On monenlaista tietokonetta monen kokoisilla näytöillä, televisioita, tabletteja ja kännyköitä erikokoisena joka lähtöön. Niinpä käyttökokemukseen vaikuttaa se kuinka hyvin sivut skaalautuvat eri kokoisille näytöille ja laitteille. Tämä vaikuttaa suoraan siihen kuinka hyvältä sivut ylipäättään näyttävät milläkin laitteella ja miltä niiden käyttäminen tuntuu. Tätä skaalautuvuutta kutsutaan responsiivisuudeksi. Oikeat responsiiviset sivut onkin suunniteltu ulkonäöllisesti sekä valittu teknisesti oikeanlaiset tavat rakentaa sivut siten, että ne toimivat sujuvasti, näyttävät hyvältä ja niitä on kaikin puolin mukava käyttää minkä kokoisella laitteella tahansa.

On valitettavaa, että joukkoon mahtuu aina monenlaista toimijaa ja jotkut palveluntarjoajat kertovat tekevänsä responsiivisia sivuja, vaikka he eivät täytä aitojen responsiivisten sivujen vaatimuksia. Niinpä laitteen koon muuttuessa jokin teksti voi olla toisen päällä, tärkeä sivun painike väärässä paikassa, kuva leikkautua hassusti tai sivu ei pahimmillaan toimi ollenkaan tietyllä laitteella. Tuolloin potentiaalinen asiakas saa huonon vaikutelman laadusta josta syntyy väistämättä myös suora mielikuva kyseisen yrityksen tarjoamien palveluiden tai tuotteiden kanssa.

Se voikin olla huonoimmillaan ratkaiseva hetki sille jatkaako kyseinen asiakas ostopolulla eteenpäin vai jatkaako asiakas suoraan kilpailijalle.

Näiden seikkojen vuoksi nettisivujen tekijää valittaessa on tärkeää muistaa olla tarkkana ja pitää mielessä, että kyseessä on aina yrityksen mainos sekä myynnin työkalu. Sillä kerrotte itsestänne, palveluistanne ja tuotteistanne, sekä annatte kenties sen ainoan mielikuvan potentiaaliselle asiakkaalle joka pohtii sen välillä keneltä hän on tuotetta tai palvelua ostamassa. Nettisivuja tulee siis aina ajatella kulun sijaan sijoituksena.

Me Huipulla suunnittelemme sivut aina responsiivisena, se on mielestämme tänäpäivänä jo ennemminkin sääntö kuin poikkeus. Tekniikassa luotamme WordPress alustaan joka on hieman lähteestä riippuen n. 455 miljoonan sivun takaa löytyvä alusta, pyörittäen siis jopa 40% internetissä olevista sivuista, tehden siitä täten erittäin luotettavan alustan.

## 4 SEO

Eli “Search Engine Optimation”, suomennettuna “hakukoneoptimointi”. Se tarkoittaa hyvin kiteytetysti sitä että nettisivuunne rakennetaan siten, että se sijoittuu hyvin hakukoneiden hakutuloksissa. Erityisesti niillä hakusanoilla sekä niiden yhdistelmillä joita asiakkaasi tekevät. Tämä onnistuu parantamalla hakukoneoptimoinnin kolmea eri osa-aluetta: sisältöä, tekniikkaa ja linkkejä.

Pidemmälle optimoidessa mukaan voivat tulla maksettujen mainosten ja muiden nettisivujen tekstisisältöjen yhteenliittäminen pääsivun kanssa, mutta se on jo ihan oma markkinoinnin taiteenlajinsa ja siellä pätee ihan omat sääntönsä. Keinoja on monia ja osa toimii kun taas osa kääntyy itseään vastaan. Tämän vuoksi aihe suositellaan yleisesti jätettäväksi markkinoinnin sekä sivujen suunnittelijoiden ammattilaisille.

Parhaimmillaan asioiden onnistuessa hyvin, yrityksen nettisivu voi sijoittua ns. “geneerisissä” hakutuloksissa, eli heti maksettujen mainosten jälkeen kärkisijoille kun ihmiset etsivät johonkin ongelmaansa ratkaisua. Pahimmillaan hakukoneet myös rankaisevat huonoista valinnoista laskemalla sijoituksia. Esimerkiksi takavuosina joku huomasi kirjoittaa haluamiaan hakusanoja useaan otteeseen sivuille samalla värillä kuin kyseisen kohdan sivun pohjaväri oli. Tällöin kyseiset sanat eivät

näkyneet visuaalisesti sivulla vierailijoille, mutta hakukoneet tunnistivat ne, nostaten niitä hakutuloksissa kärkisijoille. Kun ilmiö levisi ja hakukone palvelujen tarjoajat pääsivät myös jyvälle tästä, niin he päättivät alkaa rankaisemaan sellaisen tekijöitä tiputtamalla sijoituksia reilusti ja asettamalla myös muita sanktioita.

Nykyisin on monia seikkoja jotka voivat aiheuttaa samaa sanktiota tietämättömälle tekijälle. Säännöt muuttuvat jatkuvasti ja hakukoneet opetetaan siihen ettei ns. kikkailulle jää tänä päivänä enää painoarvoa. Aihe vaatii ammattitaitoa ja tietoa jatkuvasti kehityksessä olevassa ympäristössä.

## 5 Tekniikka

Onko sinua joskus ärsyttänyt jonkin nettisivun hidas latautuminen? Et ole ainoa ja se onkin yksi seikka mihin kiinnitämme erityistä huomiota. Seuraavaksi pureudummekin hieman nopeuden maailmaan. Monessa aiemmassa kohta onkin tullut jo ilmi, ettei ole ihan sama millä tekniikalla/julkaisujärjestelmällä nettisivut tuotetaan. Se vaikuttaa sivujen yleiseen toimivuuteen eri laitteilla, hakukoneoptimointiin sekä sitä kautta siihen kuinka hyvin ne ylipäättään palvelevat markkinoinnin ja myynnin tarpeita. Valittu tekniikka vaikuttaa myös osiltaan siihen kuinka hyvin sivuille voidaan, vai voidaanko jopa ollenkaan rakentaa niitä elementtejä tai toiminnallisuuksia joita sinne toivottaisiin saatavan. WordPressin hyvä puoli on siinä, että periaatteessa vain mielikuvitus on rajana sille mitä sivuille voidaan rakentaa. Toki usein tulee huomioida myös järkevyyks monesta näkökulmasta ja yleinen käytettävyys, mutta ne ovat enemmän suunnittelussa huomioitavia asioita kuin tekniikassa.

Vaikka luotammekin WordPressiin alustana, emme tarkoita että kaikki sillä tehdyt sivut ovat teknisesti hyviä ja toimivia, pitää siis jälleen tietää mitä tekee. Seassa on paljon toimijoita jotka eivät tiedä kuinka sivut tulisi rakentaa kaikki edelliset listamme kohdat huomioiden.

Useat käyttävät esimerkiksi valmiita ostettuja pohjia, joiden kyydissä tulee usein ongelmia sivua käytettäessä sekä paljon sivua hidastavaa koodia ja muuta turhaa mukana. Valitsemalla ylipäättään heikkoa tekniikkaa, käyttämällä esimerkiksi WordPressin kanssa jotain “väärää” lisäosaa tai tekemällä muita huonoja valintoja, voidaan saada aikaan tilanne jossa vaikkapa sivun latautuminen on oleellisesti hidasta. Tänä päivänä yli puolet nettikäyttäjistä selaa nettisivuja puhelimellaan ja yli puolet heistä kertoo poistuvansa sivustolta jos latausnopeus on yli 3 sekuntia. Olemmekin esimerkiksi saaneet eri tekniikoita hyödyntämällä nettisivun latausajan muutoksen 3 sekunnista → 0,4 sekuntiin. Tämä on itsessään todella merkittävä parannus sivuston käyttökokemuksen kannalta.

## 6 Jatkokehitys/Kumppanuus

Kun ne nettisivut ovat sitten tehty, ei työ suinkaan ole takanapäin niinkuin monesti saatetaan ajatella. Tässä moni hukkaakin hyvin paljon sivujensa mahdollisesti tuottamaa potentiaalia ja moni markkinointitoimisto jättää asiakkaansa tuuliajolle. Sivujen tarkoitushan on kuitenkin loppuviimein saada aikaan myyntiä. Mutta jos et tiedä mitä sivuillasi vierailijat ylipäätään tekevät siellä, miten ja mihin he käyttävät sitä, niin kuinka tehokas markkinointi/myynti kanava sivustosi oikein ylipäätään on? Entä kuinka tehokas se voisi olla ja kuinka paljon se voisi tuottaa sinulle puhdasta rahaa jos edellä mainittuja asioita tutkitaan sekä sivuja kehitetään niiden pohjalta?

Niinpä, oikein tehtynä sivujen julkaisu onkin vasta se ensimmäinen askel. Sivuillesi virtaa uutta kävijää ja heidän käyttäytymisensä kertoo sinulle monia asioita kunhan sitä vain osataan analysoida oikein. Toinen yhtä tärkeä osa alkaakin siis sitten siitä, että tutkitaan kävijöiden käyttäytymistä ja sivustoa aletaan jatkokehittämään sen pohjalta. Esimerkiksi nostetaan oikeita asioita oikeille paikoille ja vaikkapa poistetaan tarpeettomaksi havaittuja asioita. Aluksi vaikkapa luultiin että asiakas haluaa ladata jonkun informaatio paketin X, mutta kun huomataan etteivät he edes löydä sitä nykyisestä paikastaan, sen paikkaa muutetaan, jolloin voidaan saavuttaa haluttu lopputulos. Jollei asiakas haluakaan ladata sitä siitä huolimatta, niin poistetaan se ja sen tilalle laitetaan jotain muuta.

Tätä rataa sivuja kehitetään siellä tapahtuvan kävijöiden käyttäytymisen mukaan.

Parhaimmillaan suunnitellaan uusia ja tehdään erilaisia kokeiluja joiden tarkoitus on parantaa käyttökokemusta ja lisätä haluttua konversiota. Mukaan voidaan lisätä sähköistä mainontaa ja loppuviimein voidaan määritellä euron tarkkuudella se kuinka paljon markkinointiin sijoitettu euro tuottaa takaisin tai tuottaako se jotain muuta haluttua. Esimerkiksi yritys voi kaavailla markkinointi strategiassaan ensin yleistä tunnettavuuden kasvua tai jotain muuta haluttua, ennen vaikkapa uuden tuotteen lanseeraamista. Kaikki nähdään kuitenkin parhaimmassa tapauksessa hyvin tarkasti siinä paljonko euroja virtaa yrityksen kassaan ja mitä reittiä se virtaus tapahtuu. Tämä on sähköisen markkinoinnin ehdotonta parasta antia mille tahansa yritykselle. Ja mikä parasta, se säästää ja tuottaa euroja.

## 6 Jatkokehitys/Kumppanuus

Kumppanuus tarkoittaa meille myös sitä, että nettisivut ovat vain yksi osa-alue palveluissamme, joskin oleellinen osa yritystänne ja asiakassuhdettamme. Kattavimmillaan otamme huomioon kokonaisuuden ja suunnittelemme kaikki brändin sisällä tarvittavat visuaaliset elementit aina sähköisestä markkinoinnista printtimediaan asti. Oli tavoitteenne sitten nostaa kassavirtaa tai jotain muuta, vaikkapa kävijöitä nettisivuille.

Kun asioita tutkitaan, analysoidaan, mitataan, suunnitellaan, muutetaan tarpeen mukaan, tavoitamme halutut lopputulokset. Pähkinänkuoressaan se on sitä, että niiden kaikkien osasten avulla yritys voi ihan ensimmäisenä kohdentaa markkinointi budjettiaan oikeisiin asioihin, tehdä oikeita mitattaviin asioihin perustuvia päätöksiä ja muutoksia, joiden seurauksena vaikuttavuus nähdään sitten vuosittain tilinpäätöksen viimeisellä rivillä. Meidän strategiamme kulmakivi on se, että todellakin haluamme teidän yrityksenne menestyvän, sillä teidän menestyksenne on myös meidän menestyksemme.

Toivottavasti viihdyit lukiessasi ja sait arvokasta tietoa päätöksesi tueksi siihen mitä asioita painotat valitessasi nettisivujen tekijäanne. Jos sinulla heräsi kysyttävää tai kaipaavat tarjoustani mihin tahansa markkinointisi osa-alueeseen, ota rohkeasti yhteyttä, niin laitetaan asiat rullaamaan.

Tervetuloa Huipulle kanssamme!

**Huippusivut.fi**  
5/2021