

Kotisivujen suunnittelu ja teko – yrittäjä kertoo

(Se nedan på svenska)

*Kotisivut ovat yrityksesi kasvot. Hyvät kotisivut pienyrittäjälle eivät ole iso kustannus, mutta ne tuovat yritykselle näkyvyyttä ja löydettävyyttä esimerkiksi hakukoneissa ja sitä kautta uusien paikkakuntalaisten piirissä. **Sipoolainen** kotisivusuunnittelija Arttu Löytöläinen kertoo, että hyvien kotisivujen perusteena on hakukoneoptimointi, responsiivisuus ja turvallisuus informatiivisen sisällön lisäksi. Nykyisten kotisivujen päivittäminen voi myös tuoda huomattavia säästöjä.*

Kotisivut ovat yrityksesi kasvot. Hyvin toteutetut sivut antavat yrityksestäsi asiantuntevan kuvan palvelua tai tuotetta etsivälle asiakkaalle. Hyvien sivujen kautta nykyinenkin asiakas tarkistaa helposti aukioloajat tai ajankohtaiset kampanjat.

Verkkosivujen hakukoneoptimoinnin kautta uudet asiakkaat löytävät yrityksesi helpommin.

Arttu Löytöläinen, Mainostoimisto Sevens Oy:n perustajajäsen, kertoo hyvien kotisivujen vaativan ainakin seuraavien kolmen kriteerin täyttymistä:

1. Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi tarkoittaa sitä, että kotisivusi suunnitellaan niin, että erilaiset hakukoneet löytäisivät sivusi helposti. Hakukoneoptimoinnissa kerrotaan mitä palveluita tai tuotteita kotisivusi tarjoaa, niin että hakukoneen algoritmi sen ymmärtää. Hakukoneoptimointi lisää kotisivujesi näkyvyyttä ja uudet asiakkaat löytävät palvelusi helpommin.

Hakukoneoptimointia ei tule sekoittaa maksulliseen hakukonemainostamiseen, vaan siinä keskitytään luonnollisiin hakutuloksiin. Toisaalta hakukoneoptimoitujen sivujen markkinointi on huomattavasti edullisempaa kuin niiden, joita ei ole optimoitu.

2. Responsiivisuus

Responsiivisuus tarkoittaa sitä, että kotisivu skaalautuu oikean kokoiseksi käytettävän laitteen näytön koon mukaan. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaittesi on yhtä helppoa selata sivuja tietokoneella kuin mobiililaitteellaankin. Kun merkittävä osa verkon käytöstä tapahtuu mobiililaitteita käyttäen, on responsiivisuus olennainen osa hyviä kotisivuja.

3. Turvallisuus

Turvalliset kotisivut ovat sekä asiakkaan että yrittäjän etu. Turvalliset sivut varmistavat, että asiakas uskaltaa jättää sivujen kautta henkilötietojansa ja käyttää mahdollisia maksupalveluita. Samalla varmistuu, ettei kukaan ulkopuolinen pääse kaappaamaan asiakkaan ja yrityksen välisiä



tietoja. Uusimmat selaimet antavat käyttäjälleen varoituksen, jos sivustoa ei ole suojattu. Suojatun ja suojaamattoman sivuston tunnistaa helposti selaimen osoiterivistä. Http:// alkuinen on suojaamaton sivusto ja https:// on suojattu. Myös hakukoneet arvostavat turvallisia sivustoja.

Kotisivujen ja Facebook-sivujen ero on Löytöläisen mukaan erityisesti hakukoneoptimoinnissa. Facebook-sivuille optimointia ei saa oikeastaan tehtyä, joten yritystäsi on vaikeampi löytää. Sen sijaan kotisivut yhdessä Facebook-sivujen kanssa parantavat hakukonenäkyvyyttä, kun näissä on viittauksia toisiinsa.

Kotisivuille voidaan lisäksi tehdä toiminnallisuuksia, kuten ajanvarauskalenteri ja verkkolomakkeita, joita ei Facebookissa voida toteuttaa. Kotisivut antavat myös asiantuntevamman kuvan yrityksestä, kuin pelkkä Facebook-sivu.

Löytöläisen mukaan ennen kotisivujen tekemistä, on hyvä miettiä miksi ja kenelle sivut oikein ollaankaan tekemässä. Tämä auttaa miettimään sisältöä ja sen ryhmittelyä käyttäjälle olennaisimman mukaan. Omille kotisivuille on myös helppo lisätä asiakasta palvelemaan esimerkiksi ajanvarauskalenteri tai yhteydenottolomake. Oma ajanvaraus tuo myös säästöjä kuluissa muutaman kuukauden kuluttua tilattuun palveluun verrattuna kuukausimaksujen jäädessä pois.

Verkkokaupan luominen ei myöskään ole suuri haaste. Verkkokaupan laatiminen kustantaa hieman enemmän kuin pelkät tavalliset kotisivut maksupalvelun takia, mutta mahdollistaa tuotteiden myynnin liikkeen ulkopuolella. Verkkokaupan kautta voi myös tavoittaa uusia asiakkaita, kun ei ole pakko tulla liikkeeseen aukioloaikojen puitteissa tutustumaan tuotteisiin.

Omien kotisivujen hinta koostuu jatkuvista kustannuksista ja tehdystä työstä. Löytöläinen vertaa yritykselle teetettyjen ja kuukausimaksullisten palveluiden kautta tehtyjen kotisivujen kustannuksia asunnon ostamiseen tai vuokraamiseen. Omien kotisivujen jatkuvat kustannukset ovat keskimäärin alle 50€ vuodessa, johon kuuluu palvelintila, verkkotunnus ja sähköpostit. Sivujen tekeminen puolestaan kustantaa pienelle yritykselle noin 1000€ kertakustannuksena. Tehdyistä kotisivuista saa varmasti erikoisempiinkin tarpeisiin sopivat, kun kuukausimaksullisten palveluiden kautta mahdollisuudet ovat rajallisemmat.

Sipoolainen Löytöläinen on Mainostoimisto Sevens Oy:n perustajajäsen. Yritys tekee kotisivut ja verkkokaupat tyytyväisyystakuulla. Lisäksi palveluista löytyvät esimerkiksi graafinen suunnittelu ja sosiaalisen median mainonta. Lisätietoa Löytöläisen palveluista löydät osoitteesta www.sevens.fi.

Planering och upprättning av hemsidor

*Hemsidorna är ditt företags ansikte utåt. Fungerande hemsidor utgör inte en stor kostnad för en småföretagare, men de ger företaget synlighet och gör att sidorna hittas lättare av t.ex. sökmotorer och på detta sätt även av nya ortsbör. **Sibbobördiga** webbplatsdesignern Arttu Löytöläinen berättar att grunden för bra hemsidor ligger – utöver det att innehållet är informativt – i sökmotoroptimering, responsivitet och säkerhet. Även redan existerande sidor kan uppdateras, vilket kan leda till bestående besparingar.*

Hemsidorna är ditt företags ansikte utåt. Kunder som söker tjänster eller produkter får en kompetent bild av ditt företag när dina webbsidor är välgjorda. Med hjälp av välfungerande webbsidor kollar

även dina nuvarande kunder lätt när du t.ex. håller öppet eller vilka aktuella kampanjer ditt företag har. Sökmotoroptimering av webbsidorna hjälper också nya kunder till att lättare hitta till ditt företag.

Arttu Löytöläinen, som har varit med om att bilda reklambyrå Mainostoimisto Sevens Oy, berättar hur välfungerande hemsidor förutsätter att åtminstone dessa tre kriterier fylls:

1. Sökmotoroptimering

Sökmotoroptimering betyder att dina webbsidor konstrueras så att olika sökmotorer lätt hittar dem. Med sökmotoroptimering preciserar man vilka tjänster eller produkter ditt företag har att erbjuda, så att sökmotorns algoritm lätt förstår dem. Med sökmotoroptimering får din webbsida mer synlighet och nya kunder hittar dina tjänster lättare.

Sökmotoroptimering är inte samma sak som sökmotorreklam utan baserar sig på att förbättra de naturliga resultaten vid sökningar i sökmotorer. Å andra sidan är sökmotoroptimerade webbsidor mycket lättare att marknadsföra än sidor som inte har optimerats.

2. Responsivitet

Responsivitet betyder att en webbsida skalas till rätt storlek beroende på skärmstorleken på den apparat man läser sidan med. I praktiken innebär det att dina sidor lika lätt kan läsas både på en dator och på en mobilapparat. En betydande del av kunderna använder nätet med en mobilapparat, vilket gör responsiviteten till en essentiell faktor om man vill ha bra webbsidor.

3. Säkerhet

Säkra hemsidor gynnar både kunden och företagaren själv. När sidorna är säkra vågar kunderna använda dem för att lämna sina personuppgifter och använda eventuella betalningstjänster. Samtidigt kan man vara säker på att utomstående aktörer inte kan kapa uppgifter som förmedlas mellan kunden och företaget. De nyaste webbläsarna meddelar användaren om sidan inte är säker.

Det är lätt att känna igen säkra och osäkra webbsidor genom att titta på webbläsarens adressfält.

Om sidans adress börjar med <http://> är sidan osäker. Om adressen däremot börjar med <https://> är den säker. Även sökmotorerna uppskattar säkra webbsidor.

Enligt Löytöläinen ligger skillnaden mellan hemsidor och Facebooksidor just i sökmotoroptimering. Det är egentligen omöjligt att optimera Facebooksidor för sökmotorer, vilket gör att ditt företag är svårare att hitta. När man däremot har både hemsidor och Facebooksidor med hänvisningar till varandra förbättras sökmotorsynligheten avsevärt.

Det är också möjligt att bygga vissa funktionaliteter, t.ex. en kalender för tidsbeställning respektive nätblanketter, på hemsidorna. Dessa kan man inte ha i Facebook. Egna hemsidor ger också en mer pålitligt bild av företaget än bara en Facebooksida.

Enligt Löytöläinen är det bra att börja uppbyggandet av egna hemsidor med att tänka på varför och för vem man vill ha dem. På detta sätt är det lättare att planera innehållet och layouten så att de saker som är mest väsentliga för användarna lyfts fram. På företagets egna sidor kan man lätt också lägga till t.ex. en kalender för tidsbeställning eller en ta kontakt-blankett. Egen tidsbeställning ger också besparingar inom några månader när man inte längre behöver betala månadsavgifter för en utomstående service.

Att skapa en nätbutik är inte heller någon stor utmaning. På grund av betalningstjänsten kostar upprättandet av en nätbutik lite mer än bara vanliga hemsidor, men å andra sidan få man då en möjlighet att sälja sina produkter också utanför själva butikslokalen. Via en nätbutik kan man också nå nya kunder, när det inte längre är nödvändigt att de besöker butiken och bekantar sig med produkterna under öppethållningstiderna.

Priset för egna hemsidor består av löpande kostnader och själva arbetet. Löytöläinen jämför kostnaderna för hemsidor som görs direkt till företaget respektive köps som en tjänst med månadsavgift med att köpa respektive hyra en bostad. Egna hemsidor med serverutrymme, domännamn och e-post har löpande kostnader på under 50 € om året i medeltal. Engångskostnaderna för att upprätta sidorna för ett litet företag är cirka 1 000 euro. När sidorna skapas direkt för företaget kan man tillmötesgå även särskilda krav, vilket inte alltid är möjligt om man köper en tjänst med månadsavgift.

*Den **Sibbobördiga** Löytöläinen har varit med om att grunda reklambyrån Mainostoimisto Sevens Oy. Företaget skapar hemsidor och nätbutiker med nöjd kund-garanti. Tjänsterna omfattar även grafisk design och reklam på sociala medier. Mer information om Löytöläinens tjänster hittar du på adressen www.sevens.fi.*