

Nettisivuopas



HUOMIOI NÄMÄ NETTISIVUILLASI





PUHELINLUETTELOON SIVUSTA PALVELUN JA OPASTAMISEN KESKUKSIKSI

Yritys saattaa pärjätä vaikkapa ilman käyntikortteja tai brändättyjä kirjekuoria, mutta ilman nettisivuja on asiakkaiden saaminen ja palveleminen vähintäänkin hankalaa. Siinä missä vielä vuosituhatien alussa nettisivut saattoivat olla lähinnä yhteystietojen julkaisupaikka, nykyisellään netti- eli verkkosivuilla pitäisi houkuttaa uusia asiakkaita, palvella olemassa olevia, syventää asiakaskokemusta, viihdyttää ja ohjata asiakkaita pidemmälle ostopolulla.

Jos ennen pärjäsiikin parilla HTML- ja CSS-tiedostolla, nykyisin tarvitaan kokonainen järjestelmä sisällön hallitsemiseen – puhumattakaan omista sovelluksistaan vaikkapa

verkkokaupalle. Ei hätää, tämä kaikki voi hoitua todella yksinkertaisesti! Tarkastellaan kuitenkin ensin, mistä tiedät, ovatko nettisivusi kipeästi päivityksen tarpeessa, mihin nettisivuja nykyisin oikein käytetään ja mitä niille oikein pitää päivittää.

”

Nykyisin tarvitaan kokonainen järjestelmä sisällön hallitsemiseen.



OVATKO NETTISIVUSI PÄIVITYKSEN TARPEESSA?

Maailman ensimmäinen verkkosivu julkaistiin vuonna 1991 Euroopan ydintutkimusneuvosto CERNin koneelta. Sivun kertoi, mikä world wide web on ja miten verkkosivut voidaan luoda. Informaatio oli lievästi ilmaistuna uraauurtavaa, mutta nyt kolme vuosikymmentä myöhemmin nettisivujen tekijöillä on aivan uudet ohjenuorat. Tarkastellaanpa vaikka näitä tilastoja:

- Tilastokeskuksen mukaan 97-98 % 16-44-vuotiaista käyttää internetiä päivittäin matkapuhelimella. 65-74-vuotiaiden kohderyhmässäkin luku on vielä 54 %.
- Ennen kontaktointia yritykseen, 88 % asiakkaista tutustuu tuotteeseen ensin verkkosivuilla.

Näistä luvuista voidaan vetää vahva johtopäätelmä, että yrityksen verkkosivujen täytyy olla kunnossa ja nimenomaan niin, että niiden käyttökokemus kännykällä selatessa on kaikin puolin toimiva ja miellyttävä. Tässä sinulle helppo checklist, jonka avulla voit tarkistaa, ovatko yrityksesi sivut ajan tasalla.

”

Ennen kontaktointia yritykseen, 88 % asiakkaista tutustuu tuotteeseen ensin verkkosivuilla.

1 Sivusi toimivat hienosti kaikilla päätelaitteilla

Jos sivusi on yli 10 vuotta vanha, sitä ei varmastikaan ole suunniteltu käytettäväksi mobiililaitteilla - eikä sivujen uutuuskaan ole tästä varma tae.

Tarkista ensin omalla puhelimellasi:

- Näkökykö sivujen koko sisältö ilman vaakasuunnassa selailua - tarkoituksenmukaiset pyyhkäisytoiminnot ovat asia erikseen. Sivujen pitäisi skaalautua kauniisti kaikille päätelaitteille, eli esimerkiksi kuvakokojen ja tekstikappaleiden leveyden pitäisi muuttua laitteen mukana.
- Toimivatko kaikki navigaatiot ja painikkeet, eli pääsetkö sivulla olevista linkeistä sinne minne pitää - ja sivun sisäisistä linkeistä vielä takaisin pääsivulle?
- Onnistuvatko kaikki toiminnallisuudet, joita sivuiltasi löytyy: yhteydenottolomakkeen täyttö ja lähetys, ajanvaraus, sähköpostilistalle liittyminen, verkkokauppaostaminen, ilmaisen kokeilun tilaaminen.

Testaa seuraavaksi samat asiat puhelimella, jossa on eri käyttöjärjestelmä. Sivujen pitäisi tunnistaa käyttäjän laite, eli ei ole enää tapana laittaa käyttäjää valitsemaan, haluaako hän siirtyä mobiiliystävälliseen sivustoon.



2 Sivusi löytyvät ja palvelevat asiasta kiinnostuneita

Jos yrityksen menestyksen avain oli ennen "sijainti, sijainti ja sijainti" on se tällä vuosisadalla pitkälti korvaantunut löydettävyydellä. Kaikkein tärkeintä on löytyä silloin, kun potentiaalinen asiakas hakee palveluntarjoajaa tai tuotetta. Käytännössä yrityksesi siis täytyy löytyä helposti Googlasta.

Maksettu hakukonemainonta voi olla hyvinkin kannattavaa, mutta siitä ei ole apua, jos sivuillasi ei oikeasti löydy niitä asioita, joita asiakkaat etsivät. Google nimittäin rankaisee harhaanjohtajia, eli sellaisia, joiden sivujen sisältö ei oikeasti vastaa hakutermejä. Jos vaikkapa haluaisit myydä silmälaseja laserleikkausta miettiville, on turha yrittää mainostaa "laserleikkaus" hakusanalla.

Huolehdi siis, että sivuillasi on riittävästi sisältöä, johon hakukone voi tarttua, ja että se on ajan tasalla. Olethan esimerkiksi kuvaillut tarjoamasi palvelut ja niiden sisällön hyvin?

Parhaan verkkonäkyvyyden saat, kun yhdistät toimivat nettisivut ja sosiaalisen median käytön. Somen avulla voit kasvattaa sivujesi vierailijamäärää ja saat hyödynnettyä kotisivujesi koko potentiaalin.

3 Sivusi on julkaistu omalla verkkotunnuksella

Alasta riippumatta hotmail.com -päätteinen tai vastaava sähköpostiosoite yrityksen osoitteena ja verkkosivuisännän nimi sivujen osoitteessa ei taatusti herätä luottamusta. Tällaiset sivut saavat myös huonomman näkyvyyden hakukonehauissa.

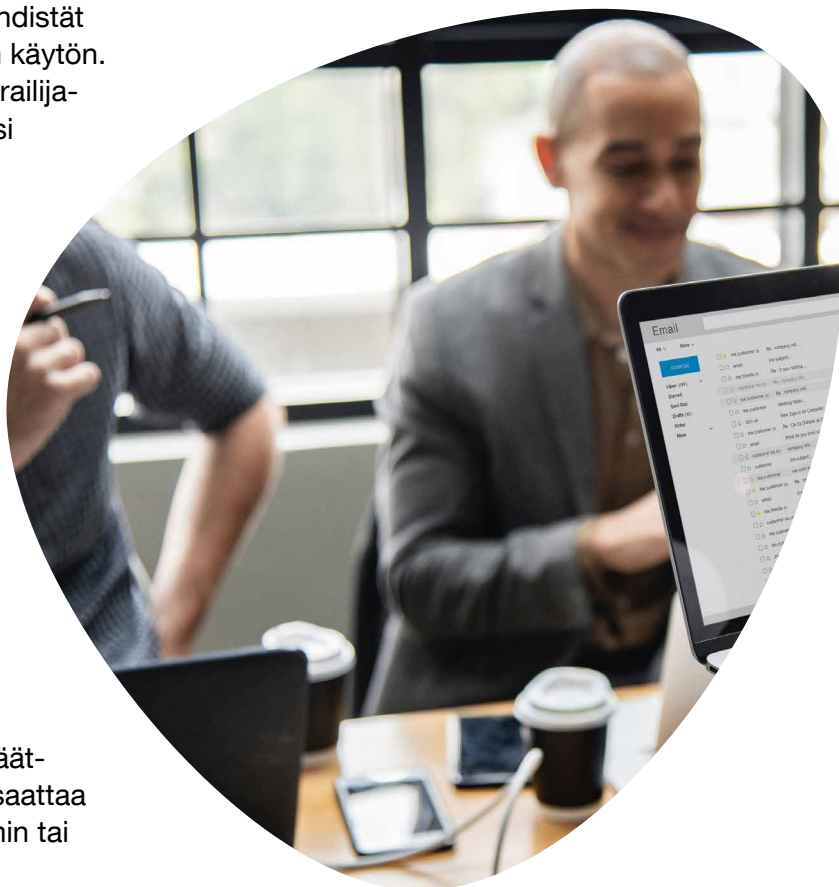
Nyt on korkea aika varata yritykselle oma verkkotunnus eli domain. Varaa samalla kertaa osoite useammalla eri päätteellä. Jos varaat pelkän .fi -osoitteen, saattaa kilpailijasi napata saman osoitteen .comin tai .netin.

4 Sivusi yhteys on suojattu

Monelta sivulta puuttuu edelleen SSL-sertifikaatti eli varmenne. Tuon varmenteen tehtävä on mahdollistaa suojattu yhteys tietokoneen ja palvelimen välillä, niin etteivät ulkopuoliset tahot pääse vakoilemaan yhteyden kautta kulkevaa dataa. Tämä on ensiarvoisen tärkeää, jos sivuillasi on verkkokauppa tai mitä tahansa täytettäviä lomakkeita.

Google merkitsee suojaamattomat sivut turvattomiksi eikä suosi niitä hakutuloksissaan. Verkkosivulle tuleva käyttäjä näkee osoiterivillä viestin "ei turvallinen". Kyseessä on iso tietoturvariski, joka taatusti karkottaa asiakkaita.

Tietosuoja-asiat kannattaa ottaa tosissaan, sillä ihminen joutuu nykyisin rikoksen uhriksi todennäköisemmin internetissä kuin kadulla. Suosituilla alustoilla kauan sitten rakennetut sivut ovat hakkereiden suosiossa, sillä niihin on verrattain helppoa murtautua.



5 Noudatat tietosuojalakeja

Vuonna 2018 voimaan astuneen EU:n tietosuojasetuksen eli GDPR:n mukaan kuluttajilla ja yritysten asiakkailla on oikeus tietää, mitä tietoja yrityksistä on heistä rekistereissään, kuka kyseiset tiedot näkee ja miten niitä säilytetään. Asiakkaalla on myös oikeus vaatia poistamaan häntä koskevat tiedot. Tietosuojasetus vaatii, että asiakkaiden henkilötietoja säilytetään asianmukaisesti ja turvallisesti. Tämä siis koskee jopa puhelimeesi tallennettuja asiakkaiden yhteystietoja. Nettisivujesi osalta GDPR täytyy huomioda erityisesti, jos sivuillasi on mikä tahansa yhteydenottolomake, ajanvaraus tai verkkokauppa.

Jos keräät henkilötietoja, sinun tehtäväsi on varmistaa, että henkilö ymmärtää, mihin hänen tietonsa ovat menossa ja mitä niillä tehdään. Henkilön täytyy hyväksyä asiakasrekisteriin lisääminen, joten muista kirjoittaa lomakkeesi yhteyteen esimerkiksi: "Lähetämällä lomakkeen hyväksyt, että säilytämme yhteystietosi yhteydenottoa varten." Jos käyttäjän yhteystietoja halutaan hyödyntää markkinoinnissa, vaaditaan aktiivista hyväksyntää, eli käytännössä suostumuksen antamista ruudun raskimalla. Kun keräät mitä tahansa henkilötietoja, niiden käyttötarkoitusta tulee avata tarkemmin tietosuojaselosteessa.

Suomessakin Tietosuojavaltuutettu on määrännyt sakkoja tietosuojarikkomuksista. Sakon suuruus voi olla 4 % liikevaihdosta, joten mistään pikkujutusta ei todellakaan ole kyse.

6 Sivusi näyttävät ajanmukaisilta

Vaikka retro olisi kuinka muotia, eivät vanhanaikaiselta näyttävät sivut herätä luottamusta. Jos sivuillasi käytetty fontti on yksi niistä harvoista, joita vuosikymmen sitten oli saatavilla verkkosivuilla, sivusi näyttävät auttamattomasti aikansa eläneiltä. Erityisen tärkeää tämä on, jos tarjoamasi palvelun odotetaan noudattavan uusimpia trendejä (kuten kampaamo) tai käyttävän oman alasi uusimpia teknologioita.

”

Analytiikkaa kannattaa seurata, että tiedät, toimivatko yrityksesi sivut halutulla tavalla.

Huomiota kannattaa kiinnittää myös asettelun. Vaikka useimmiten ongelmana on aivan liian vähäinen sisältö sivuilla, näkee sitäkin, että sivut on ahdettu aivan täyteen tekstiä, eikä kuvia ole juuri ollenkaan.

Sivujesi kannattaa myös olla esteettömät. Verkkosivut ovat myös näkörajoitteisten käytettävissä erilaisten lukulaitteiden avulla, mutta silloin esimerkiksi tekstiä ei kannata upottaa kuviin.

Valokuviiin kannattaa kyllä muutoin ilman muuta panostaa. Laturivalmistajan, kynsistudion ja hyvinvointivalmentajan kannattaa laittaa sivuillensa kuvia omista referensseistään - luvan kanssa, tietysti.

Yhä enenevässä määrin sivuille lisätään myös kuvia henkilöstöstä. Tämä kertoo toisaalta työntekijöiden määrästä yrityksessä ja luo myös luotettavuutta ja ystävällistä ilmapiiriä.

Vielä yksi tärkeä asia: Flashista täytyy viimeistään nyt luopua. Flash Playeria käytettiin pitkään nettisivuilla erilaisen mediasisällön toteuttamiseen, mutta sen tuki päättyi vuoden 2020 loppuun. Jos sivusto on rakennettu Flashin varaan, se ei enää toimi ollenkaan.

7 Seuraat sivujesi suosiota

Analytiikkaa kannattaa seurata, että tiedät, toimivatko yrityksesi sivut halutulla tavalla. Jos sivuillasi käy valtavasti vierailijoita, mutta kukaan ei ota yhteyttä tai tee muuta toivomaasi asiaa, jotain on pielessä.

Suosituin analytiikkatyökalu on täysin ilmainen Google Analytics. Sen avulla voi mitata nettisivun kävijävirtaa, sen laatua ja kävijöiden käyttäytymistä sivuilla. Analytiikka kertoo myös, mitä kautta vierailijat ovat sivullesi löytäneet. Analytiikan käyttö siis auttaa sinua tekemään oikeanlaista markkinointia.



SAAVATKO SIVUSI AIKAAN TOIVOTUN REAKTION?

Listaan voisi hyvin lisätä vielä kahdeksannen kohdan: Saavatko sivusi aikaan haluamasi asian? Eli innostavatko ja ohjaavatko sivusi kävijää toimimaan haluamallasi tavalla. Nettsivuilla on nykyisin monenlaisia muitakin tehtäviä, kuin yhteystietojen säilytyspaikkana toimiminen. Tässä niistä tärkeimpiä.

Nettisivujen käyttötarkoituksia

- **Uusien asiakkaiden houkuttelu**

Yksi nettisivujen tärkeimpiä tehtäviä on houkutella uusia asiakkaita. Mitä jos potentiaalinen asiakas löytäisi kampaamosi sivuille etsiessään letitysohjetta? Tai kahvilasi sivulle googlatessaan parasta pullareseptiä? Entä löytyykö nuohousyrityksesi, kun omakotitaloasuja selvittää, kuinka usein nuohous täytyy suorittaa?

- **Opastaminen**

Nettisivuilla voi opastaa ja viihdyttää niin potentiaalisia kuin olemassa olevia asiakkaita. Näin yrityksesi on jo valmiiksi tuttu, kun ostamisesta tulee ajankohtaista. Yrityksellä on aina asiantuntemusta, eikä sitä nykymaailmassa auta pitää vakan alla. Kerro siis auliisti parhaat vinkkisi, kuten vaikka se pullaresepti, ja luota siihen, ettei edes maailman paras ohje saa kaikkia ryhtymään kotileipureiksi.

- **Asiakkaiden palvelu**

Nettisivut ovat oiva paikka palvella asiakkaita. Onhan sivuiltasi helppo ottaa yhteyttä? Varata aika ja muuttaa sitä? Saada vastauksia useimmin kysyttyihin kysymyksiin? Voiko sivuiltasi ostaa suoraan tai löytääkö sieltä helposti jälleenmyyjät?

- **Asiakaskokemuksen syventäminen**

Verkkosivusi ovat osa asiakaskokemusta, joten kiinnitä huomiota niiden tyyliin. Rentouttava dayspa-kokemus alkaa harmonisilta sivuilta ja huumoria viljelevä esiintymistaitokonsultti voi hyvin aloittaa puujalkavitsit jo kotisivuiltaan. Jos myyt kuntoiluvälineitä, löytyyhän sivuiltasi käyttöohjeet ja valmiita harjoitteluohjelmia? Löytyykö kauneushoitolasi sivuilta ohjeita ihon hoitoon kotona käyntien välissä? Tai jos myyt ohjelmistoa yrityksille, esitteletkö sen käyttösovelluksia ja annat vinkkejä parhaan hyödyn saamiseksi?

- **Ostopolulla eteenpäin ohjaaminen**

Yrityksen verkkosivujen tarkoitus on useimmiten saada aikaiseksi kauppaa. Se voi tapahtua joko suoraan sivuilla olevan verkkokaupan tai ajanvarauksen kautta, tai ohjaamalla asiakas jälleenmyyjän tai muun ostopaikan luo. Kaikissa tapauksissa nettisivuilla voidaan niin sanotusti lämmittää asiakasta, eli pyrkiä ohjaamaan häntä kohti ostopäätöstä. Myyminen on pitkälti ostajan pelkojen haihduttamista, eli mieti, mikä asiakastasi voisi arveluttaa ja pyri vastaamaan niihin kysymyksiin esimerkiksi kilpailijavertailun ja asiakaskokemusta kautta.

Muista lisätä sivustollesi kehotuksia eli call-to-actioneita (CTA). Näitä ovat esimerkiksi: ota yhteyttä, liity postituslistalle, tilaa ilmainen kokeilu ja osta tästä. Näin teet selväksi, mitä toivot asiakkaiden tekevän sivustolla. Huolehdi, että tämä toiminto on helppoa ja selkeää tehdä ja toimii kaikilla laitteilla.





KUKA PÄIVITTÄÄ JA MITÄ PÄIVITETÄÄN

Vuosikymmenen sitten oli vielä ihan tavallista, että yrittäjä laittoi viestiä palveluntarjoajalleen halutessaan päivittää omia nettisivujaan. Nykyisin verkkosivujen ensimmäisiä edellytyksiä on, että ne ovat helposti yrittäjien tai yrityksen työntekijöiden päivitettävissä. Kun kampaamo haluaa lisätä referenssikuvan uudesta muodonmuutoksesta tai ravintola lisätä ensi viikon lounaslistan, tämä hoituu yleensä jouhevimminkin yrityksen arkea pyörittäviltä henkilöiltä.

Kuinka usein sisältöä sitten pitäisi päivittää? On mahdotonta antaa mitään nyrkkisääntöä, mikä pätsi kaikkiin yrityksiin. Nuohoojan ei välttämättä tarvitse päivittää nettisivujaan ollenkaan, kun taas muodin verkkokauppaan on hyvä saada uusia houkutusia mahdollisimman usein. Jos yrityksesi sivuilla on blogi, on kirjoitustiheyttä tärkeämpää huolehtia siitä, että uusin kirjoitus on ajankohtainen. Kesällä ei enää kannata toivotella hyvää uutta vuotta eikä hehkuttaa toissavuoden upeimpia uutuuksia.

Vaikka olemme tottuneet ajattelemaan blogia usein päivittyvänä ”päiväkirjana”, sen sisältö voi myös olla niin sanotusti ikivihreää. Esimerkiksi fysioterapeutti voi jakaa asiantuntemustaan yleisimmistä vaivoista ja niihin tepsivistä ratkaisuksista. Silloin postauksen julkaisuajankohta kannattaa ehkä jopa piilottaa näkyvistä eikä blogia kannata välttämättä nimetä ”blogiksi”.

Kyseistä osiota voi kutsua vaikkapa artikkeleiksi tai kehonhuoltovinkeiksi. Tällainen sisältö antaa hakukoneille enemmän tarttumapintaa. Ja mitä enemmän saat sivustollesi kävijöitä, sitä hanakammin Google tarjoaa sivuasi hakutuloksissaan.

Kotisivujen sisältö kannattaa oikoluettuttaa, vaikka kirjoittaisitkin ne äidinkielelläsi. Kirjoitusvirheitä ja kielioppimokia sattuu kaikille, ja ne karkottavat osan asiakkaista. Huolimaton sisältö saatetaan yhdistää huolimattomaan palveluun tai huonolaatuiseen tuotteeseen. Blogikirjoitukset voivat olla rentoja, mutta sekään ei tarkoita virheitä vilisevää.

Sivustojen päivittämisellä tarkoitetaan usein sisällön päivittämistä. Verkkosivuille täytyy kuitenkin aika ajoin päivittää muutakin. Uudet tietoturva- ja ominaisuuspäivitykset on syytä asentaa nopeasti, ja lisäksi sivujen ulkoasukin täytyy pitää ajanmukaisena. Telian verkkokauppa- ja kotisivutyökalun käyttäjille tietoturva- ja ominaisuuspäivitykset tulevat automaattisesti, ja ulkoasun päivittäminen onnistuu helposti uuden sivupohjan valitsemalla.



MITÄ JOS PYSTYTTÄISIN VERKKOKAUPAN?

Verkosta ostaminen yleistyy. Todennäköisesti sinäkin olet joskus pohtinut, voisitko myydä tuotteita ja palveluita verkossa. Ensimmäinen mietittävä asia on, onko tuotteelle tai palvelulle kysyntää. Jos olet vakuuttunut kysynnästä, seuraavaksi kannattaa varmistaa tuotteiden saatavuus sekä paljonko toimittajasi pystyvät toimittamaan tuotteita ja raaka-aineita. Näin et myy verkkokaupassasi ei-oota.

Sekin on ratkottava, miten tuotteen tai palvelun logistiikka toimii, ja kauanko toimitus kestää. Minkä maksupalveluiden kanssa tehdään sopimus? Entä miten hoidetaan asiakaspalvelu ja

mahdolliset reklamaatiot ja palautukset? Lisäksi sivuille pitää laittaa näkyville tilaus- ja toimitusehdot ja asiakasrekisterin ylläpidon pitää tietysti olla GDPR:n vaatimuksien mukaista, eli asianmukaista ja turvallista.

Jos näihin kysymyksiin löytyy vastaukset, on verkkokauppa vain pystyttämistä vailla. Ennenkuin alkaa listaamaan tuotteitaan, kannattaa uhrata muutama ajatus tuotteiden ryhmitteilylle. Hyvä verkkokauppa on helppokäyttöinen ja monipuolinen. Ensisijaisen tärkeää on, että perustoiminnot kuten haku, ostaminen ja maksaminen pelaavat ongelmitta.



VERKKOKAUPPA- JA KOTISIVUTYÖKALUN KÄYTTÄJÄ PÄÄSEE HELPOLLA

Jos oppaan sisältö hengästytti – tai jos muuten vain haluat keskittyä ydinosaamiseesi nettisivujen tekemisen sijaan – on verkkokauppa- ja kotisivutyökalu erinomainen vaihtoehto. Esimerkiksi Telia Kotisivu on kuukausimaksullinen (10 €/kk) alusta, jonka avulla on helppoa luoda ajanmukaiset ja toimivat verkkosivut. Palvelusta löytyvät valmiit teksti- ja kuva-pohjat, blogi- ja verkkokauppaominaisuus, hakukoneoptimointi sekä analytiikkatyökalu. Ammattimaisen näköisten verkkosivujen tekeminen onnistuu siis ilman erikoisosaamista.

Telia Kotisivu -palvelua on mahdollista kokeilla ilmaiseksi 30 päivää. Sivujen luominen on erittäin helppoa.

- Kerro yrityksesi nimi ja minkä tyyppisestä yrityksestä on kyse, niin saat nähtäväksesi erilaisia tyyliopohjia.
- Valitse haluamasi fontti- ja värimaailma valmiiksi mietityistä ja takuulla yhteensopivista vaihtoehtoista.
- Valitse haluamasi tyyliopohja, jossa on valmiina alaasi sopiva kuvamaailma. Halutessasi voit vaihtaa kuvat omiisi tai valmiin kuvapankin kuviin.
- Muokkaa tekstejä yritystäsi kuvaaviksi.
- Valitse, millä osoitteella sivut julkaistaan. Voit myös liittää sivut omistamaasi verkkosivustoon.
- Valmis!

Voit luoda sivuille myös verkkokaupan. Se käy yhtä kätevästi, ja maksutavoiksi on tarjolla tilisiirto, Klarna, PayPal, Stripe tai suomalainen Paytrail, jonka kanssa on neuvoteltu omat, edullisemmat sopimushinnat. Teet sopimukset palveluntarjoajien kanssa helposti itse suoraan Telia Kotisivu -palvelun kautta.

Palvelusta löytyy myös blogialusta ja widget-minisovelluksia esimerkiksi sosiaalisen median kanavien linkittämiseen. Kävijäanalyysi-sivulla näet suoraan sivuillasi vierailijoiden lukumäärät, ja tarkempaa analytiikkaa varten voit liittää sivuusi Google Analyticsin.

Telian verkkokauppa- ja kotisivutyökalulla luotua sivustoa on helppo päivittää vaikka mobiililaitteella. Tietoturvapäivitykset huolehditaan puolestasi ja palveluun kuuluu kotimainen tuki. Palvelua valvotaan 24/7 ja sivuillasi säilytettävä tieto on GDPR-varmistettua. Lisämaksullisena palveluna yhteyden saa SSL-sertifikaatilla suojattuna.

Telia Kotisivun käyttö ei tarkoita sitä, että sinun tarvitsisi tehdä itse sellaista, mitä et koe vahvuudeksesi. Palvelullamme kotisivujen teko ja ylläpito on varsin helppoa, mutta voit tottakai käyttää apunasi myös haluamaasi mainos-toimistoa.

