

Ohjeistus verkkoprojektiin

Luomuyrityksen web design brief -työkirjamalli



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahoitus-
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Projektin RAAMIT JA RAJAUKSET

Onko sinulla toiveita julkaisu-järjestelmästä (esim. Wordpress, Drupal)?

Mikä on verkkosivuston kehittämiseen käytettävissä oleva budjettisi?

Onko yritykselläsi jo web-osoite tai verkkotilaa vai haluatko ne web-toteuttajan kautta?

Tarvitseeko yrityksesi verkkosivuston lisäksi myös yritysilmmeen?

Kuka huolehtii verkkosivuston sisällön syötöstä, julkaisemisesta ja ylläpidosta?

Tarvitsetteko käyttökoulutusta tai jatkuvaa huolto- ja tukipalvelua?

Taustatietoa yrityksestä

Kuvaile yritystäsi 5 sanalla!

Kerro yrityksestäsi lyhyesti



Kerro TARJOOMASTASI lyhyesti

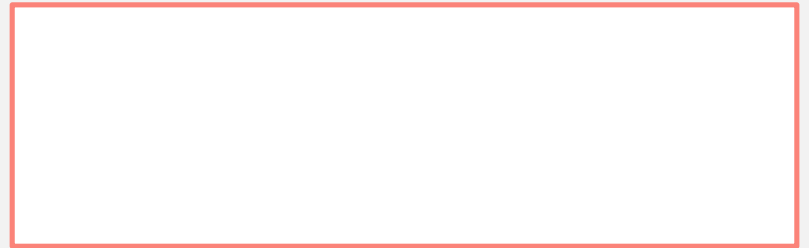


Verkkosivuston tavoitteet

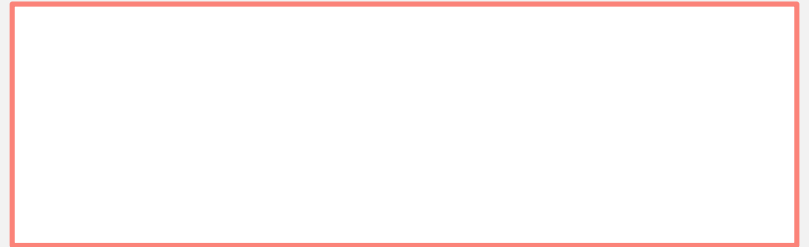
Mikä on tulevan verkkosivuston tärkein tavoite yrityksesi liiketoiminnan näkökulmasta?



Millaisia asioita asiakkaasi haluavat verkkosivulla tehdä?



Minkälaisen käyttökokemuksen haluat asiakkaallesi luoda?



Mitä muut tekevät?

Mainitse sivustoja, joista pidät erityisesti.

Mainitse kilpailijoidesi verkkosivustoja.

Mainitse myös, minkälaisista asioista tai esitystavoista niissä erityisesti pidät.

Mitä kilpailijasi ovat tehneet oikein?
Mitä haluat itse välttää?

Ominaisuudet ja toiminnallisuudet

Millaisia konkreettisia asioita haluat asiakkaasi pystyvän verkkosivustollasi tekemään?

A large, empty rectangular box with a thin red border, intended for the user to write down specific tasks or features they want their customers to be able to perform on their website.

Voisiko jotain sinun oman työsi osia automatisoida ja/tai siirtää verkkosivustolle?

A large, empty rectangular box with a thin red border, intended for the user to write down any parts of their own work that could be automated or moved to the website.

Verkkosivuston visuaalinen ilme

Minkälaisen vaikutelman toivoisit käyttäjän saavan verkkosivustosi visuaalisesta ilmeestä?

Onko yritykselläsi valmis yritys ilme, joka tulee ottaa huomioon sivuston

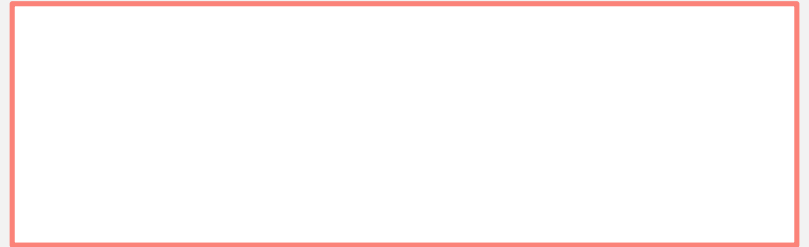
Onko yritykselläsi olemassa verkkoon sopivaa kuvituskuvamateriaalia? Millaista?

Sisällöntuotannon vastuunjaOT

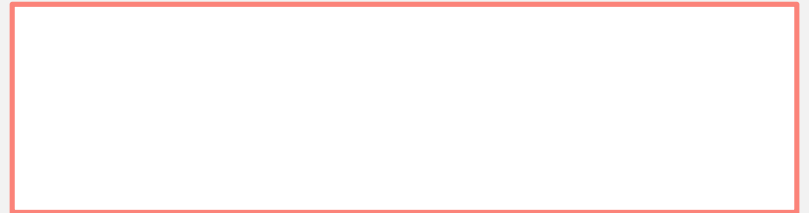
Kenen vastuulla on verkkosivuston tekstisisällön kirjoittaminen?



Haluaako yrityksenne sitoutua jatkuvaan sisällöntuotantoon myös tulevaisuudessa?



Kenen vastuulla on verkkosivulla käytettävien kuvien valitseminen?



Aikataulut ja yhteydenpito

Koska toivot verkkosivun olevan valmis
julkaistavaksi?

Kuka yrityksesi toimii projektin yhteyshenkilönä?

Onko yhteyshenkilöllä valtuus tehdä lopullisia
päätöksiä visuaalisuudesta ja toiminnallisuuksista?

Yhteyshenkilön yhteystiedot

Onko projektin aikana ajanjaksoja, jolloin hän tai
joku muu projektin päättäjistä ei ole tavoitettavissa?

Kiitos mielenkiinnostasi!

Kuinka verkkosivusto ostetaan? Omien tarpeiden määrittely ja välittäminen web-suunnittelijalle ei ole aina niin yksinkertaista, etenkin ensimmäisellä kerralla.

Tämän työkirjan avulla kirjaat ylös tärkeimmät verkkoprojektin suunnitteluun liittyvät asiat. Täytettyä ohjeistusta voit käyttää esimerkiksi tarjouspyynnön tarvemäärittelyä.

Tämä työkirja on osa Kasvot luomulle -hankkeessa julkistettuja materiaaleja. Aineiston tuottamiseen on saatu tukea Hämeen ELY-keskukselta EU:n maaseuturahastosta.d



Laura Browne *Copywriter, Mediataivas*

Brändinrakentamisen ja digitaalisen markkinoinnin asiantuntija Laura Browne on siviilielämässään myös innokas lähiruoka-aktiivi.

Hän on ollut mukana perustamassa mm. lähi- ja luomuruokaosuuskunta Mukulaaria, Jyväskylän ensimmäistä kaupunkiviljelmää Kankaan Puutarhaa, sekä suomalaisten ruokapiiriaktiivien vertaisverkostoa.

Kasvot luomulle - koulutuskokonaisuudessa Laura on toiminut sosiaalisen median markkinoinnin asiantuntijana vuodesta 2013.

