

Erotu verkossa

Tavoitteet, kehityskohteet, käytettävyys ja sosiaalinen media
Tutkimus suomalaisten PK-yritysten sivustoista

2016

Verkossa nyt ja tulevaisuudessa

Kun Poutapilvi aloitti toimintansa vuonna 1998, olivat verkkosivustot melko erilaisia kuin nykyään. Tuolloin riitti, että sivusto oli olemassa. Ja vielä pitkään sen jälkeenkin se riitti.

Juuri nyt elämme mielenkiintoista aikaa. Puhutaan digitalisaatiosta. Muutosta tapahtuu kaikilla aloilla – erityisesti verkkosivustot kehittyvät nopeasti. Enää ei riitä, että sivusto on olemassa. Sen tulee olla reaaliaikainen viestintäväline, väsymätön myyntimies, brändityökalu ja etänä toimiva asiakaspalvelukanava.

Kaiken on oltava kunnossa, eikä kompromisseihin voi tyytyä. Sisällön on oltava timanttista ja hakukoneoptimoitua, käyttöliittymän intuitiivinen, kuvien puhuttelevia, tavoitteen selkeä ja kokonaisuuden teknisesti toimiva. Sivustoa on oltava helppo päivittää ja sen on vastattava organisaation sekä loppukäyttäjien erilaisiin tarpeisiin. Tulevaisuudessa verkkosivustojen on oltava vielä enemmän.

Tätä tutkimusta varten haastattelimme 102 suomalaista PK-yritystä. Selvitimme muun muassa verkkosivustojen nykytilanteen, niiden tavoitteet ja päämäärät, kehityskohteet, ylläpitäjien osaamisen ja yritysten some-aktiivisuuden. Tähän raporttiin olemme koostaneet joitakin tärkeimpiä huomioitamme.

Tutustu ja tutki parhaasi mukaan. Hyödynnä tietoa ensimmäisten joukossa – saatat saada tuntuvaa kilpailuetua ja erottua muista etunenässä.

Poutapilvi

www.poutapilvi.fi

Sisällys

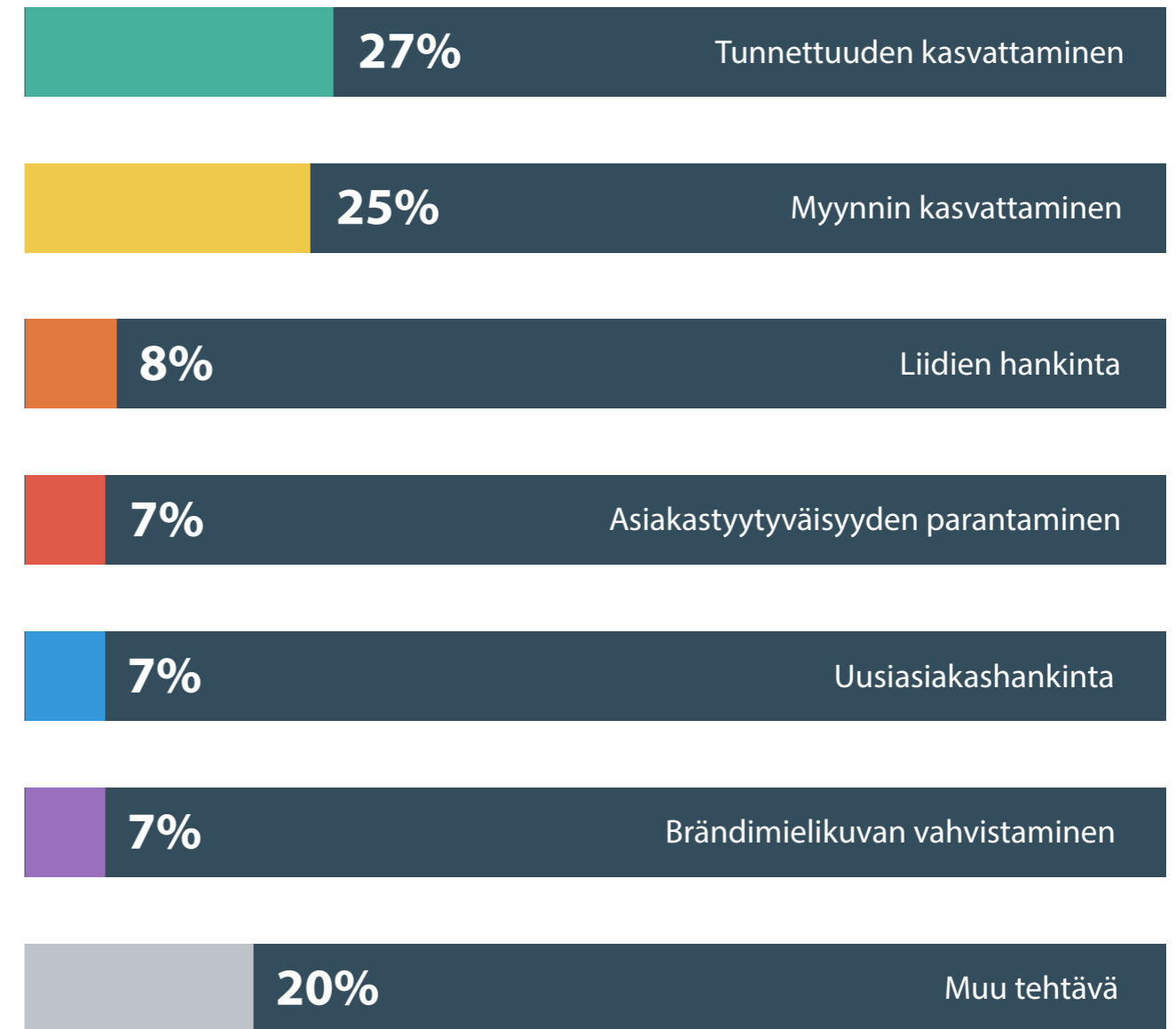
- 2 Verkossa nyt ja tulevaisuudessa
- 4 Ilman tarkoitusta on vaikea olla tuloksellinen
- 6 Verkkopalvelun on kehityttävä koko ajan
- 8 Kun tunnet käyttäjät, osaat palvella heitä paremmin
- 10 Sivuston käytettävyys vaikuttaa konversioon
- 12 Some on myyntiä, viestintää ja asiakaspalvelua
- 14 Kuinka ylläpitäjät kehittävät osaamistaan
- 16 Ole edelläkävijä – tee verkkosivustostasi tuloksellinen
- 18 Tutkimustausta

Ilman tarkoitusta on vaikea olla tuloksellinen

Ei riitä, että verkkosivusto on olemassa vain, koska niin kuuluu olla. Verkkosivusto on tuloksellinen osa yrityksen liiketoimintaa, mutta sillä on oltava tehtävä. Tehtävä ei voi olla mitä tahansa: siinä on yhdistyttävä liiketoiminnalliset tavoitteet sekä käyttäjien tarpeet. Pelkästään olemassa oleviin asiakkaisiin ei voida nojata. On otettava huomioon myös potentiaalisten asiakkaiden tarpeet.



Sivuston tavoitteet



! 34% vastanneista ilmoitti sivuston tärkeimmäksi tehtäväksi tunnettuuden kasvattamisen tai brändin vahvistamisen, joiden toteutumista on vaikea seurata. Tuloksellista tavoitetta on kuitenkin mahdollista mitata.

Verkkopalvelun on kehityttävä koko ajan

Verkkopalvelun kehittäminen nähdään usein uudistusprojekteina. Käyttäjien tarpeet, toiveet ja tottumukset muuttuvat kuitenkin jatkuvasti, samoin organisaatioiden tavoitteet ja alan trendit. Kehittymisen on oltava jatkuvaa. Verkkopalvelu ei ole enää staattinen sivusto, joka voi pysyä vuosia samanlaisena.

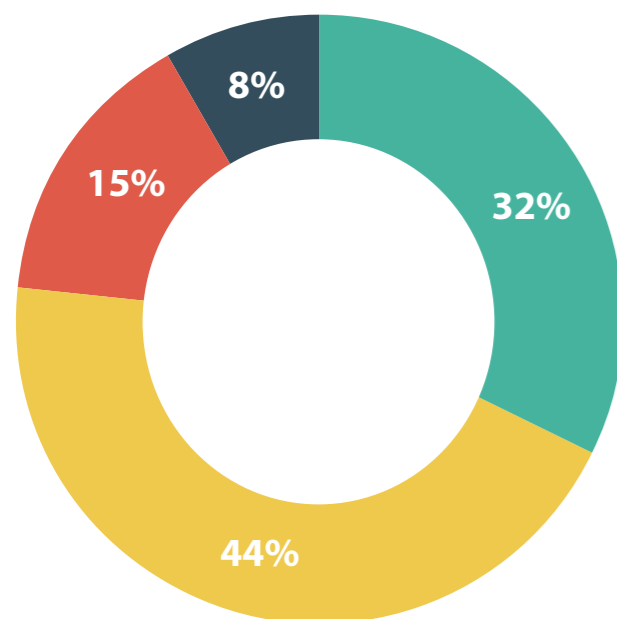
Tehdyt muutokset

37%

on tehnyt mittavia muutoksia sivustolla vuoden aikana

38%

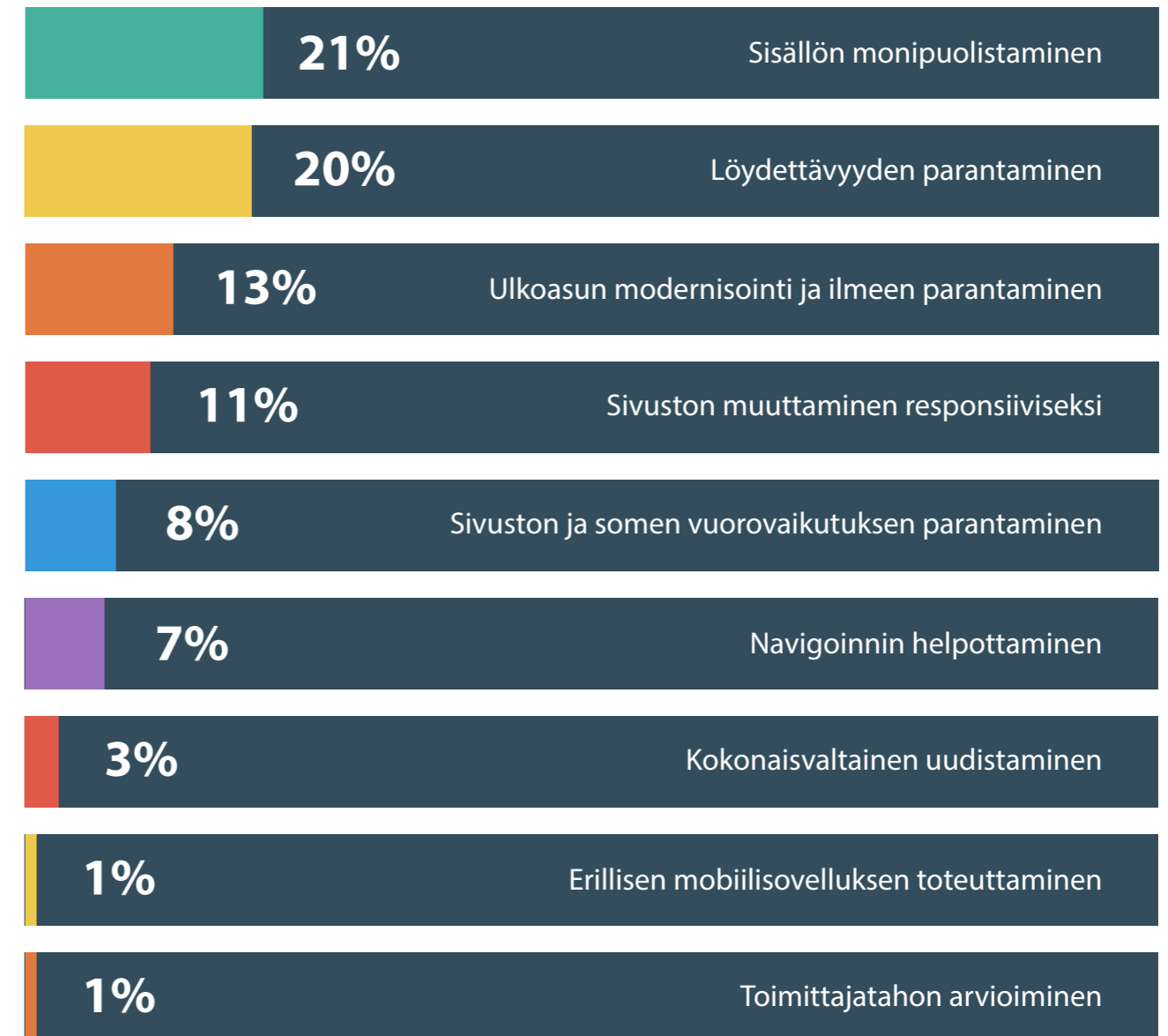
sanoo, että muutoksista on kulunut 2-3 vuotta tai jopa kauemmin



Tulevat investoinnit

- Investoi enemmän
- Investoi saman verran
- Investoi aiempaa vähemmän
- Ei osaa sanoa

Ensisijaiset kehityskohteet



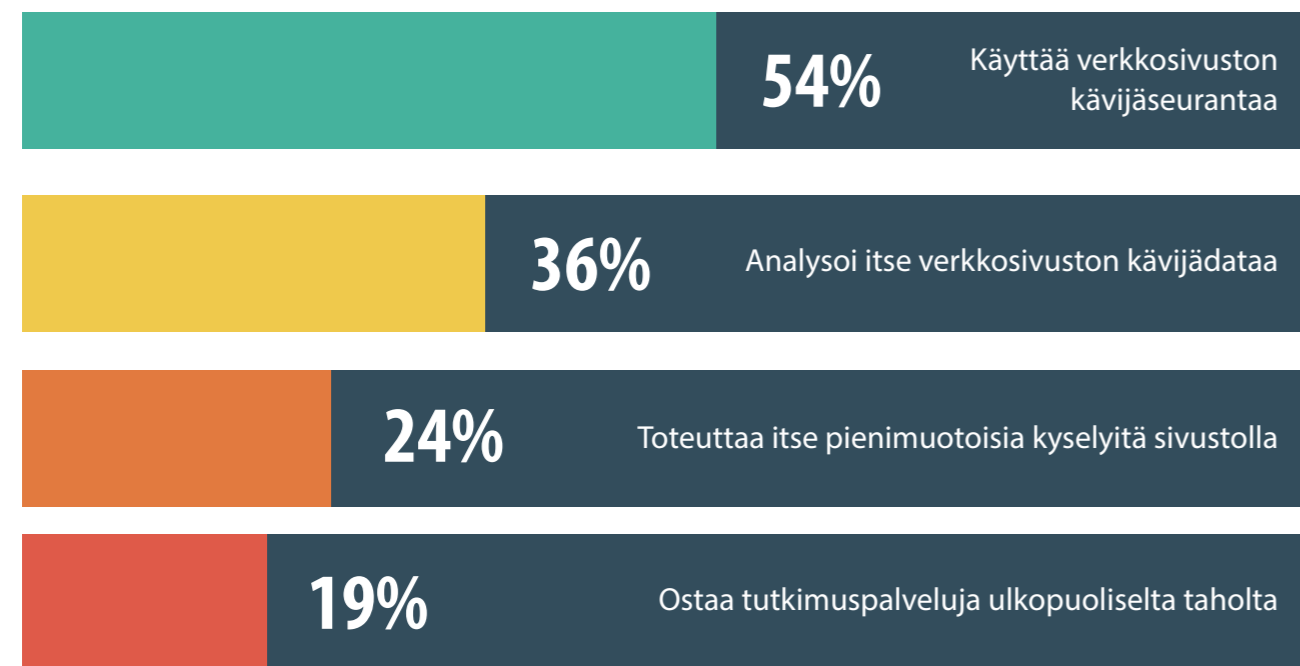
14% ei koe sivuston kaipaavan kehittämistoimenpiteitä.

! Digimaailmassa kaksikin vuotta on pitkä aika. Isojen muutosten sijaan kehityksen, mittaamisen ja tutkimisen tulisi olla jatkuvaa tekemistä.

Kun tunnet käyttäjät, osaat palvella heitä paremmin

Jotta verkkopalvelu tekee tehtävänsä, sen on puhuteltava käyttäjiä. Sen on herätettävä tunteita, saatava aikaan toimintaa; sen pitää vakuuttaa ja innostaa. Jotta se onnistuisi, täytyy tuntea käyttäjät. Verkkosivuston analytiikka kertoo paljon, kyselyt ja tutkimukset lisää. Tietoa on paljon tarjolla – mutta kuinka moni kerää ja hyödyntää sitä?

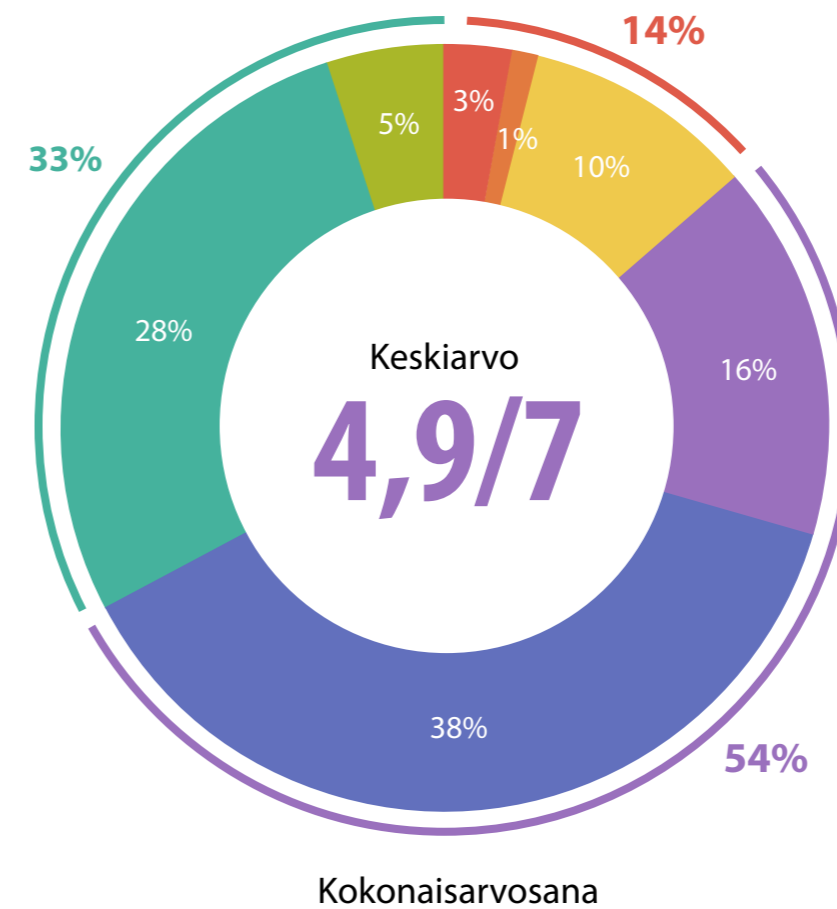
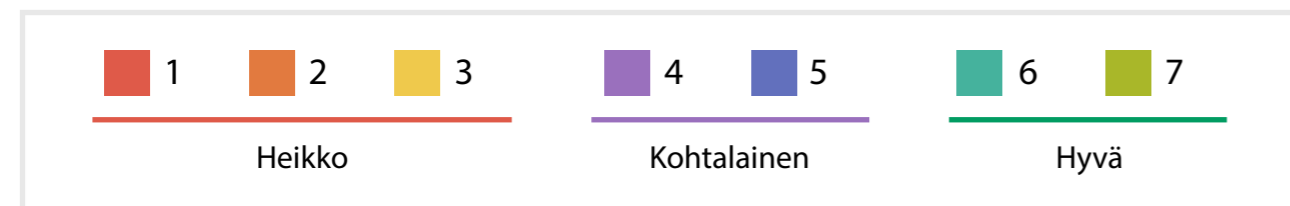
Verkkosivuston käyttäjät



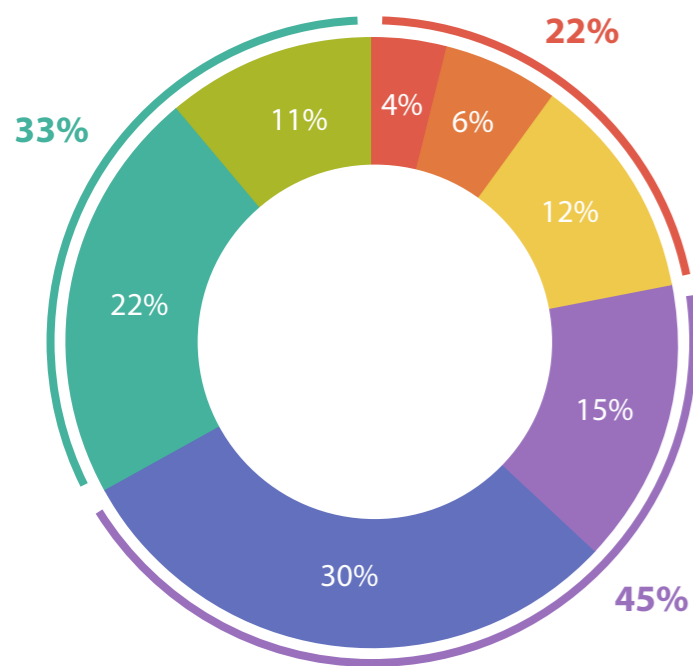
! Kuinka hyvin verkkosivusto voi täyttää tehtävänsä, jos sen käyttäjiä ei tunneta?
Neljäsosa kyselyyn vastanneista ei toteuta minkäänlaisia tutkimuksia.

Sivuston käytettävyys vaikuttaa konversioon

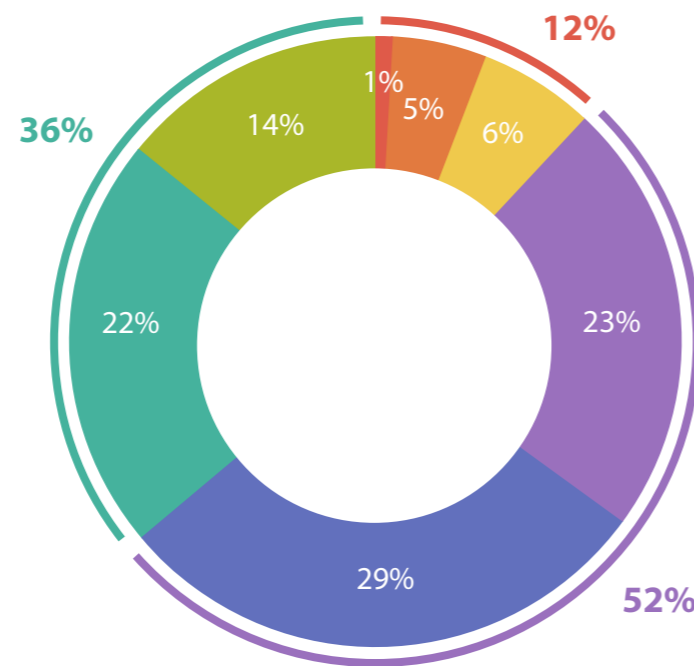
Käytettävyys on avainasemassa verkkosivuston tavoitteiden kannalta. Jos käyttäjä kokee sivuston hankalaksi, hän todennäköisesti lähtee pois – ehkä kilpailijan sivustolle. Nykyaikainen ulkoasu on tärkeää, samoin helppo liikkuminen sivustolla. Kilpailijoista erottumisestakaan ei ole haittaa. Kuinka päättäjät itse arvioivat sivustonsa käytettävyyden?



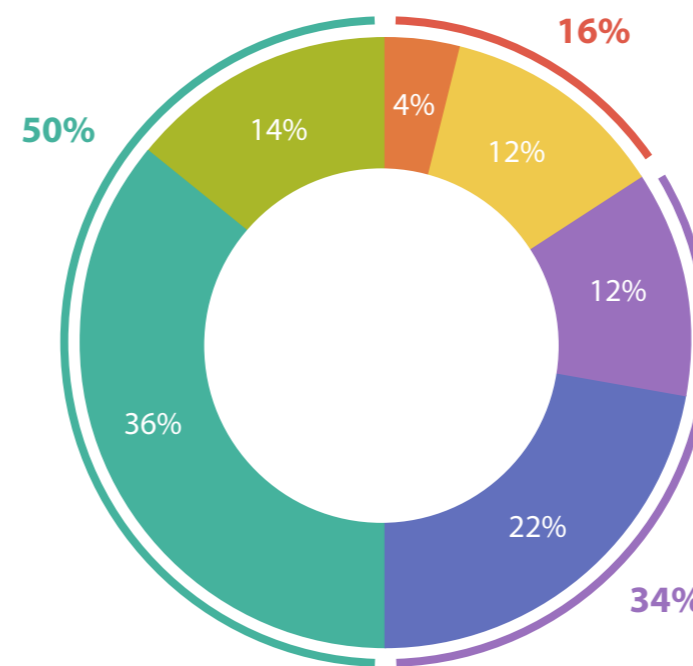
Suomalaiset pk-yritykset arvioivat sivustonsa keskimäärin kohtalaisiksi. Kohtalainen sivusto ei tänä päivänä kuitenkaan riitä – on oltava poikkeuksellisen hyvä.



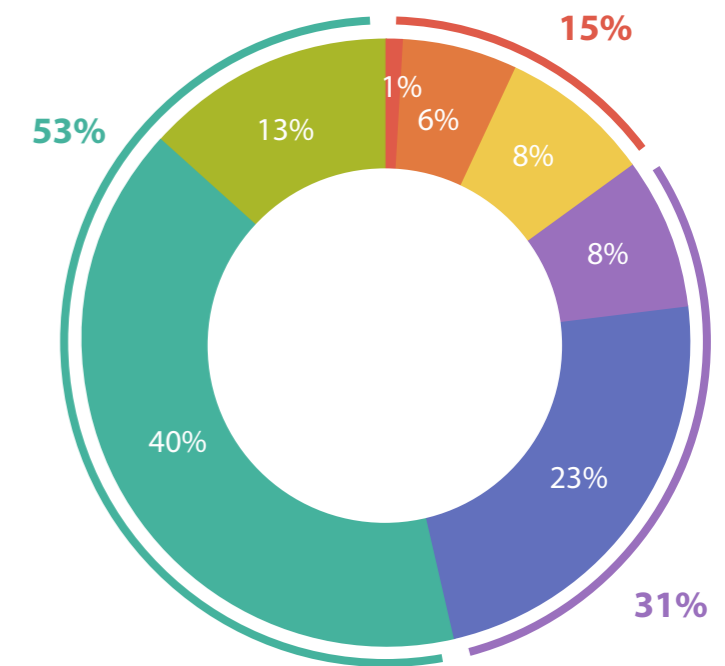
Sivusto erottuu edukseen muista saman toimialan yrityksistä



Liikkuminen ja navigointi on helppoa käyttäjille



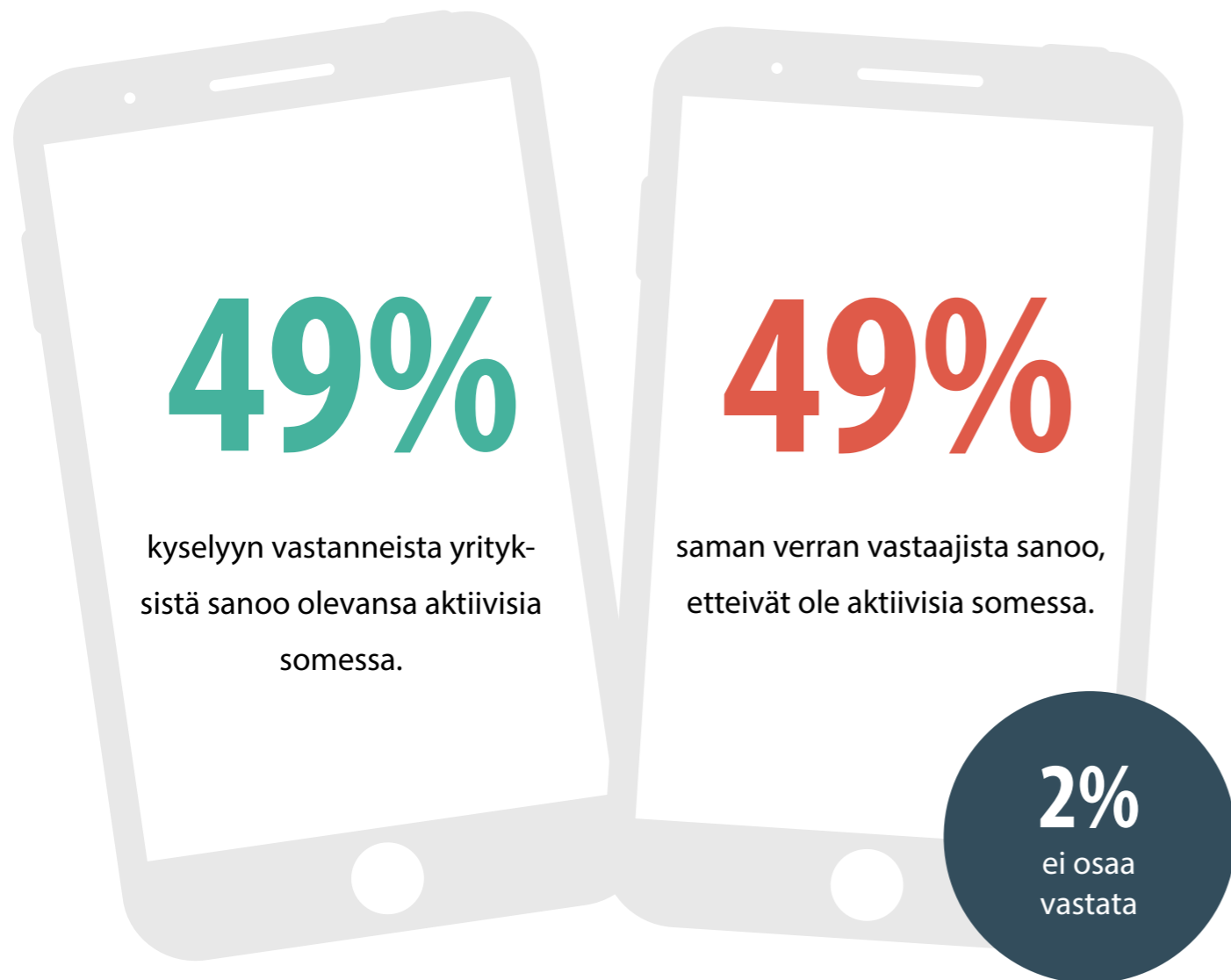
Sisältö on monipuolinen



Ulkoasu on moderni

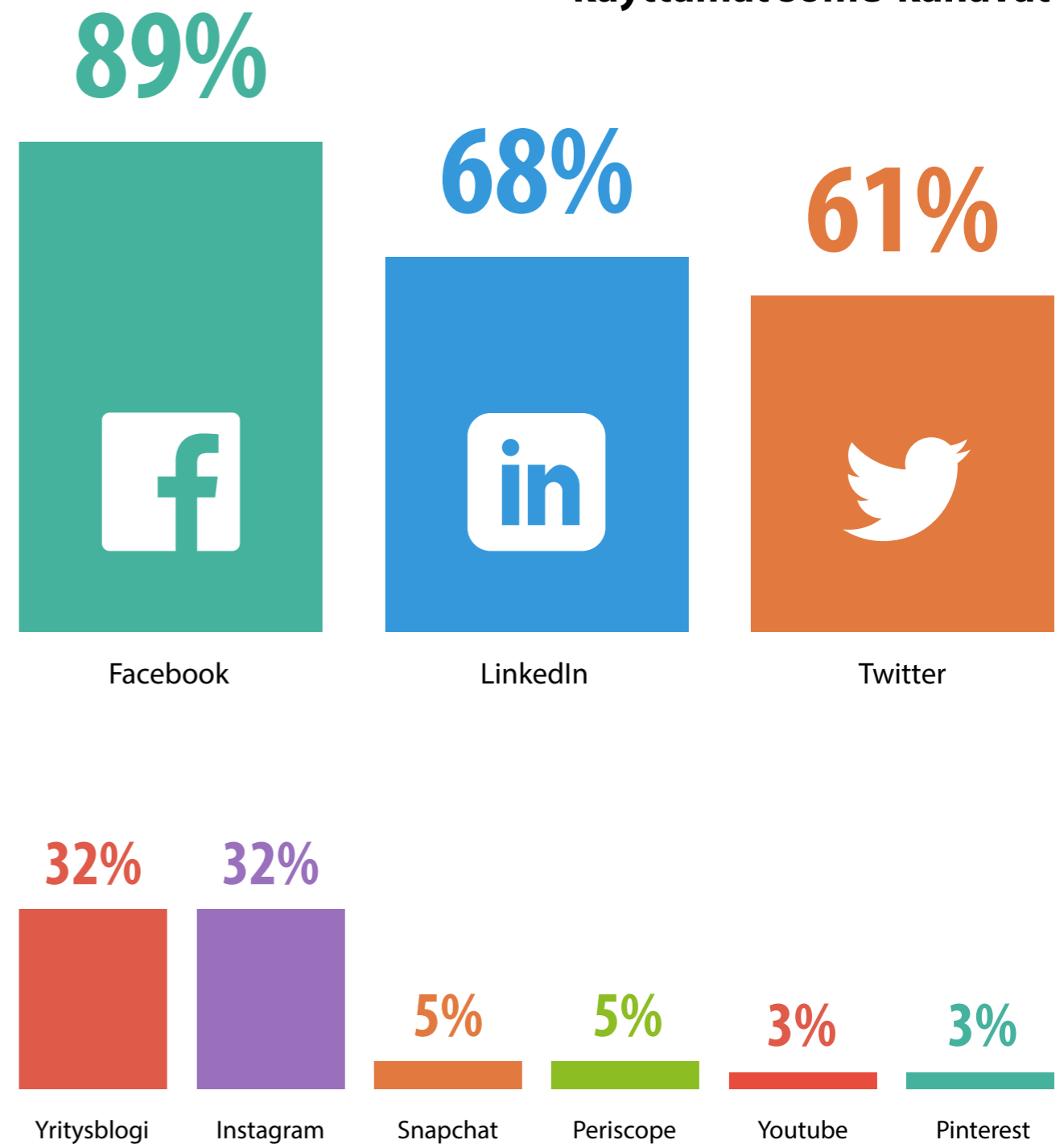
Some on myyntiä, viestintää ja asiakaspalvelua

Sosiaalinen media tarjoaa yrityksille poikkeuksellisia mahdollisuuksia toiminnan kehittämiseen. Se voi toimia myynnin, markkinoinnin ja viestinnän tukena sekä asiakaspalvelukanavana – vieläpä kustannustehokkaasti. Käyttäjät ovat jo somessa ja niin pitäisi yritystenkin olla.



! Some on kustannustehokas tapa viestiä, myydä ja palvella asiakkaita - täydellinen työkalu PK-yrityksille. Kuitenkin vain puolet vastanneista sanoo hyödyntävänsä sitä aktiivisesti.

Aktiivisten yritysten eniten käyttämät some-kanavat



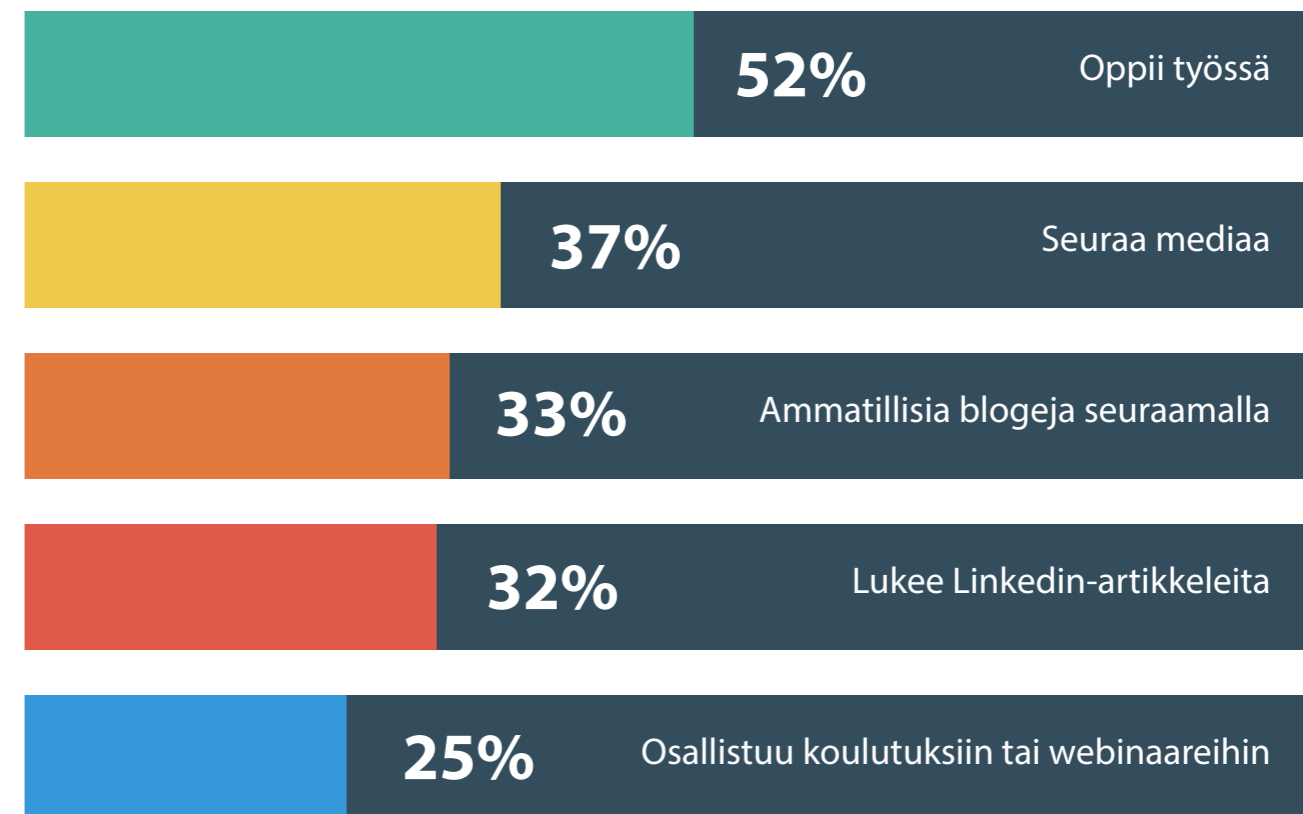
Yritysten kannattaa olla siellä, missä käyttäjätkin ovat. Kaikista suomalaisista 15-74 -vuotiaista 84% käyttää Youtubea*, silti yrityksistä vain murto-osa. Missä ovat yritysten omat tubettajat ja viestintä-, markkinointi- ja rekrytointimielessä tuotetut videot?

* lähde: DNA digitaalisen elämäntavan tutkimus 2016

Kuinka ylläpitäjät kehittävät osaamistaan

Digitalisaatio asettaa uusia haasteita yrityksille ja päättäjille. On pysyttävä kehityksessä mukana. Verkkopalvelut muuttuvat, samoin tapamme kommunikoida, ostaa ja ylipäättään toimia. Mutta kuinka päättäjät kehittävät osaamistaan? Aika paljon työtä tekemällä, mutta jonkin verran myös lukemalla tai kouluttautumalla.

Osaamisen kehittäminen



Ala kehitty vauhdilla ja uuden oppimisesta on pidettävä kiinni. Se mikä riittää oppimiseen nyt, ei riitä ehkä huomenna.

Ole edelläkävijä

– tee verkkosivustostasi tuloksellinen

Tälläkin hetkellä kymmenet tuijottavat älypuhelimensa ruutua Aurajoen ylittävällä Teatterisillalla. Jotkut istuvat joenrannan penkeillä, toiset puiden alla, osa nojailee sillankaiteeseen. He yrittävät napata Pokémoneja.

Muutos voi tapahtua silmänräpäyksessä - etenkin nykyajan digimaailmassa. Pokémon Go julkaistiin heinäkuun alussa ja vain viikkoa sen jälkeen se oli jo maailmanlaajuinen ilmiö. Samalla se muutti meitä: arkea, vuorovaikutusta ja toimintatapoja.

Käyttäjien tarpeet, toiveet ja tavat muuttuvat monessa suhteessa jatkuvasti. Silti tutkimuksemme mukaan verkkopalveluja kehitetään vain noin 2-3 vuoden välein tai jopa harvemmin. Muutos tehdään rykäyksinä, harppauksina ja isoina askeleina.

Kehittyminen, mittaaminen ja muutokset voivat myös olla osa jatkuvaa tekemistä – strateginen valinta ja mahdollinen menestystekijä.

Suurimmat haasteet ovat tutkimuksemme mukaan kilpailijoista erottuminen siitäkin huolimatta, että mahdollisuudet tänä päivänä ovat lähes rajattomat. Toinen haaste ovat verkkosivuston sisällöt. Mistä aika, osaaminen ja tekijät?

Yhdenkään päättäjän ei kuitenkaan tarvitse tuskailla ongelmien kanssa yksin. Sitä varten me olemme olemassa. Me tuemme, haastamme, ideoimme, pohdimme, suunnittelemme, kyseenalaistamme ja toteutamme.

Me haluamme luoda tuloksellisia verkkopalveluja. Sellaisia verkkopalveluja, jotka ovat tavoitteellinen osa liiketoimintaa, tuottavat tuloksia ja saavat asiakkaamme menestymään.

Kun sinäkin haluat nostaa verkkosivustosi uudelle tasolle ja pysyä kehityksen kärjessä, pyydä meidät kahville tai poikkea kylään. Ideoidaan verkkosivusto, jolla erotut kilpailijoistasi.

Poutapilvi web design Oy

www.poutapilvi.fi

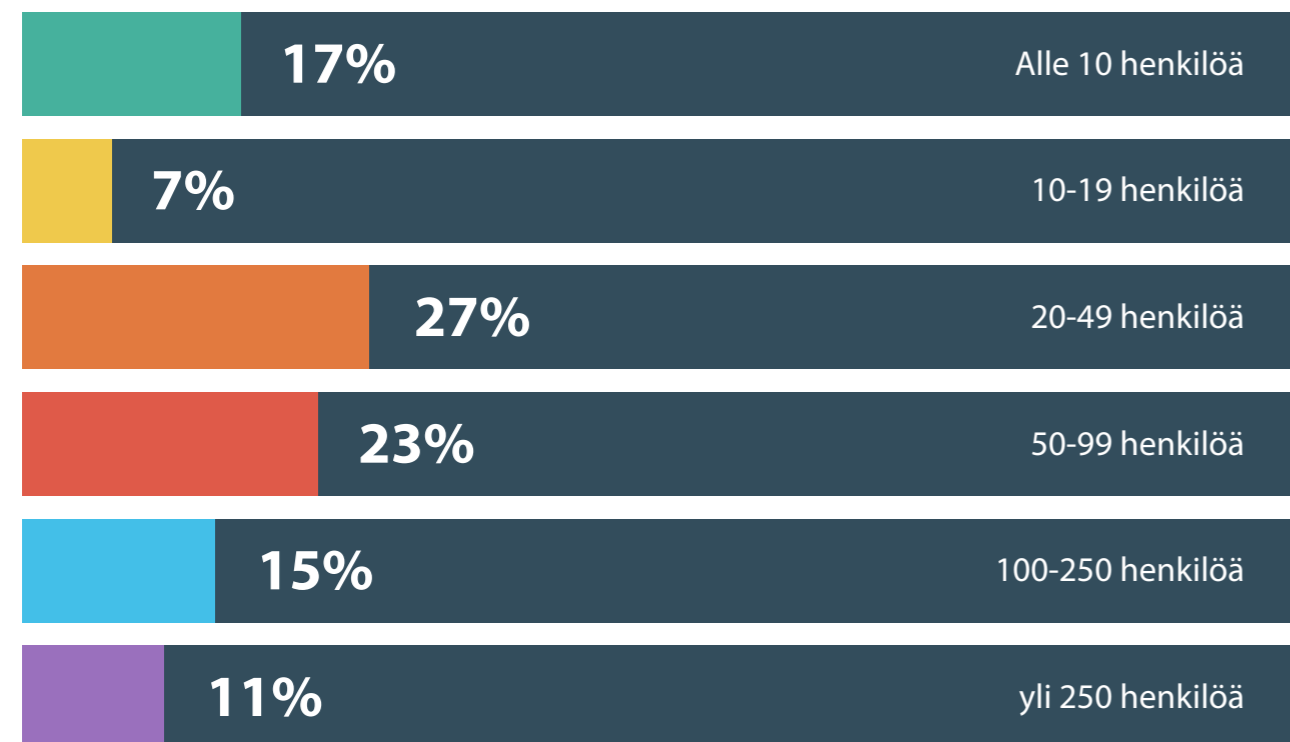
@poutapilviweb

Tutkimuksen tausta

Tutkimuksen aineistonkeruu toteutettiin huhtikuussa 2016. Otoksen poiminta tehtiin Hansaleadsissä yleisen PK-yritysten määrittelyn mukaisesti eli kohderyhmänä olivat sellaiset mannersuomalaiset yritykset, jotka työllistävät 20-250 henkilöä liikevaihtoluokissa 2-100 miljoonaa euroa. Henkilötasolla lähestyimme myynnissä ja /tai markkinoinnissa työskenteleviä päättäjiä. Tutkimukseen vastasi 102 henkilöä.

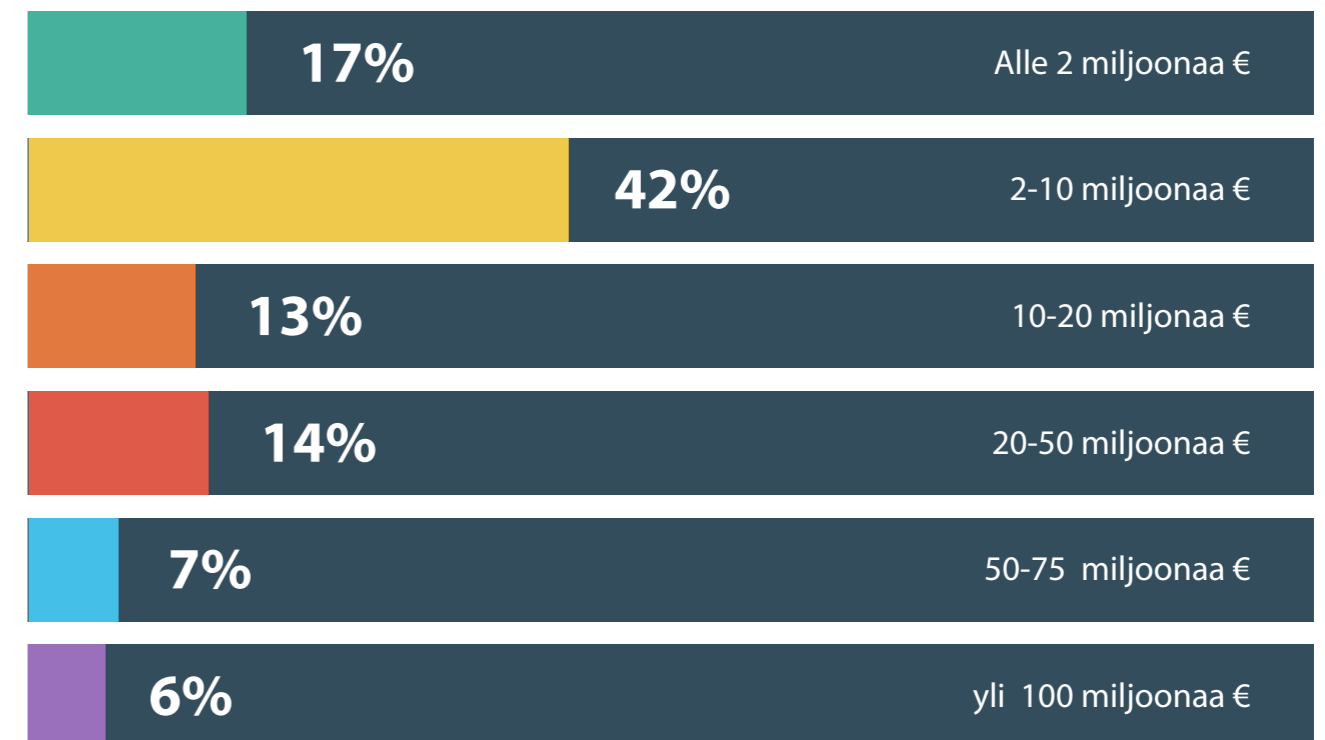
Vastaajista kaksikolmasosa on töissä toimipaikassa, joka sijaitsee Uudenmaan maakunnassa. Hieman vajaa kolmannes vastaajista työskentelee valmistavassa teollisuudessa, 11% asiantuntijapalveluissa, 8% logistiikan ja 7% rakentamisen sektoreilla.

Henkilöstön määrä vastaajien yrityksissä



Puolet vastaajista toimii yrityksissä, joiden henkilöstömäärä on kahdestakymmenestä sataan henkilöä. Yli sata henkilöä työllistävästä firmoista vastaajia oli 26% ja alle kahdenkymmenen henkilön yrityksistä 24%.

Vastanneiden yritysten liikevaihto



Liikevaihdollisesti tarkasteltuna yrityksistä 42% kuuluu luokkaan 2-10 miljoonaa euroa, alle 2 miljoonan liikevaihtoa edusti 17% ja yli 10 miljoonaa euroa 40% yrityksistä.

Poutapilven palveluilla...

Tiedät, mihin verkkosivustosi on tehty

Verkkopalvelusi vastaa yhteisösi tavoitteisiin.
Tiedät, miksi sivut on laadittu teille juuri näin.

• **Suunnittelu** • **Konseptointi**



Tiedät, mitä verkkosivustollasi tapahtuu

Määrittelemme kanssasi oikeat mittarit ja tarjoamme
työkalut niiden seurantaan.

• **Tutkimus** • **Kehitys**



Lopputulos toimii ennen julkaisua ja sen jälkeen

Käyttäjäkokemus ja käyttöliittymät suunnitellaan, toteutetaan ja
testataan niin, että saat verkkopalvelustasi kaiken irti.

• **Sisältö** • **Tekniikka**



Saat luotettavaa suomalaista tekniikkaa ja asiantuntemusta

Meillä on hurjasti osaamista ja asiantuntemusta sekä palava halu
luoda poikkeuksellisen toimivia verkkopalveluja.

• **Järjestelmät** • **Koulutus**