



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

JANNE VIIKARI

Verkkokaupan toteuttaminen WooCommerce-alustalla

Case Venetalo Viherkoski

YRITTÄJÄN TUTKINTO-OHJELMA
2023

TIIVISTELMÄ

Viikari, Janne: Verkkokaupan toteuttaminen WooCommerce-alustalla
Opinnäytetyö, AMK
Tutkinto-ohjelma Yrittäjän koulutusohjelma
Huhtikuu 2023
Sivumäärä: 60

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa uudet verkkosivut sekä verkkokauppa toimeksiantajayritykselle hyödyntäen WordPress- ja WooCommerce alustoja. Työn tarkoitus oli kehittää tekijän osaamista verkkokauppojen toteuttamisessa.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön teoreettisessa osuudessa tutkitaan verkko-ostamisen nykytilaa sekä menestyvän verkkokaupan tärkeimpiä ominaisuuksia. Käytännön osuudessa rakennetaan toimeksiantajalle toimiva WordPress-sivusto sekä WooCommerce-verkkokauppa.

Työn tuloksena saatiin julkaistua toimeksiantajalle uudet WordPress-sivut sekä Woocommerce-verkkokauppakokonaisuus. Sivustolle rakennettiin 15 sivua sekä kahdensadan tuotteen verkkokauppa kategorioineen. Sivustolle asennettiin myös postitus, maksuliikenne sekä sähköisen ajanvarauksen palvelut. Sivusto luovutettiin julkaistuna ja valmiina käyttöön.

Toimeksiantaja toimi ennen tätä työtä pelkästään myymälän ja huoltotoimipisteen varassa. Toimeksiantajalla oli tarve ja mahdollisuus vastata verkosta ostamisen kovaan kasvuun tarjoamalla tuotteitaan ja palveluitaan myös verkossa. Verkkokauppa vaatii toimiakseen jatkuvaa kehittämistä ja uudistamista. Verkkokaupan kehityksen seuranta, optimointi sekä tuotevalikoiman uudistaminen jää toimeksiantajan kehityslistalle.

Avainsanat: Verkkokauppa, digimarkkinointi, wordpress, woocommerce, e-commerce

Abstract

Viikari, Janne: Online store, Case Venetalo Viherkoski
Bachelor's thesis
Degree programme Entrepreneurial Training Programme
April 2023
Number of pages: 60

The purpose of this thesis was to develop new WordPress websites and an WooCommerce online store for the client company. The purpose of the work was to improve the author's skills in online store development.

The theoretical part of this functional thesis examines the current state of online shopping, as well as the most important characteristics of a successful online store. In the practical part, I will build fully functional WordPress website and a WooCommerce online store for the client from start to finish.

As a result of the work, new WordPress pages and WooCommerce shop is complete, the site was handed over as published and ready for use. More than 15 pages were built on the website, as well as an online store with categories of about 200 products. Post, payment and electronic appointment booking service were also installed on the website.

Before this work, the client relied on an easy brick-and-mortar store, now the client had the opportunity to respond to the strong growth of online shopping by offering its products and services online as well. Online shop requires continuous development renewal and monitoring. Optimization and renewing the product selection remains on the client's development list.

Keywords: online store, digital marketing, wordpress, woocommerce, e-commerce

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 TOIMEKSIANTAJA	7
3 OPINNÄYTETYÖN TAVOITE JA MENETELMÄT	7
3.1 Tavoite.....	7
3.2 Toteutustapa	7
4 VERKKOKAUPPA	8
4.1 Mikä on verkkokauppa?.....	8
4.2 Verkosta ostamisen edut	9
5 MENESTYVÄN VERKKOKAUPAN OMINAISUUDET	11
6 VERKKOKAUPAN MARKKINOINTI	13
6.1 Mitkä ovat verkkokauppojen suosituimmat digimarkkinointikeinot ja miten ne toimivat?	14
6.1.1 Hakukonemarkkinointi	14
6.1.2 Mitä on hakukoneoptimointi SEO (Search Engine Optimization)?	16
6.1.3 Mitä on hakusanamainonta SEM (Search Engine Marketing)? .	16
6.1.4 Sosiaalisen median markkinointi.....	17
6.1.5 Sähköpostimarkkinointi	19
7 WORDPRESS	20
7.1 Mikä on WordPress?	20
7.2 Wordpress.com ja Wordpress.org	21
7.3 WordPress ominaisuudet	22
7.4 Teemat	22
7.5 Teemojen muokkaus ja lapsiteemat	22
7.6 Lisäosat	23
8 WOOCOMMERCE VERKKOKAUPPA	23
8.1 Kahden suurimman alustan vertailu	25
8.2 Miksi WooCommerce?	27
9 VIHHERKOSKI.FI VERKKOKAUPAN TOTEUTUS	28
9.1 Suunnittelu	28
9.2 Vaatimusluettelo	28
9.3 Vanhat sivut.....	30
9.4 WordPress asennus ja käyttöönotto	32
9.5 WooCommerce-lisäosan asennus.....	33
9.6 Teema	35

9.6.1 Teeman asennus ja käyttöönotto	35
9.7 Ulkoasu	37
9.7.1 Valikot.....	37
9.7.2 Etusivu.....	39
9.7.3 Verkkokauppaosio	42
9.7.4 Huoltopalvelut.....	44
9.7.5 Vuokraus	46
9.7.6 Vaihtoveneet.....	47
9.7.7 Yhteystiedot.....	48
9.8 Ostoskori	49
9.8.1 Verkkomaksupainikkeet.....	50
9.8.2 Postistusvaihtoehdot.....	51
9.9 Automaattiset sähköpostit	52
9.10 Ajanvarausjärjestelmä	52
9.11 Tuotteiden tuonti.....	54
9.12 Sivuston testaus	55
9.13 Sivuston julkaisu.....	56
9.14 Yhteenveto ja tulokset	56
LÄHTEET.....	58

1 JOHDANTO

Tämän toiminallisen opinnäytetyön tavoitteena on toteuttaa toimeksiantajayritykselle Venetalo Viherkoskelle verkkokauppa. Verkkokaupassa tullaan esittelemään ja myymään yrityksen tuotteita, joihin kuuluu mm. veneet, moottorit sekä venetarvikkeet. Verkkokauppa toteutetaan WooCommerce-alustalla, joka on WWW-sisällönhallintaohjelmisto Wordpressin verkkokauppalaajennus. Opinnäytetyö aloitetaan syksyllä 2022 ja tavoite on saada se valmiiksi kevääksi 2023.

Venetalo Viherkoski on Kaarinassa toimiva kivijalkaliike, jolla ei ole vielä verkossa tapahtuvaa myyntiä eikä verkkokauppaa. Tässä työssä kivijalkaliikkeellä viitataan fyysiseen liiketilaan, jossa asiakas kohdataan kasvokkain. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on auttaa toimeksiantajaa parantamaan kilpailuasemaansa ja lisäämään myyntiään tuomalla kivijalan rinnalle verkkokauppa.

Toimeksiantaja tulee samaan avaimet käteen-periaatteella toimivan verkkokaupan, jota on helppo ylläpitää, se on hakukoneystävällinen ja toimii sulavasti eri päätelaitteilla.

Aihe on ajankohtainen: verkossa ostaminen on ollut viimevuodet kovassa kasvussa ja jo vuonna 2021 yli 57 % 16–89 vuotiaista suomalaisista oli ostanut jotain verkosta viimeisen 3kk aikana. (Tilastokeskus, 2023) Toimeksiantajayritys on suunnitellut jo pitkään verkkokaupan perustamista.

2 TOIMEKSIANTAJA

Venetalo Viherkoski toimii paikallisena palvelevana venealan yrityksenä Turun lähellä Kaarinassa. Yrityksen palveluihin kuuluu veneiden huolto ja korjaustointi, veneiden talvisäilytys sekä veneiden, moottoreiden ja varaosien myyntipalvelut. Yritys työllistää kaksi henkilöä ja vuosittainen liikevaihto on noin 500 000 euroa.

Yrityksellä on noin kymmenen vuotta sitten tehdyt verkkosivut, jotka ovat jääneet kehityksestä jälkeen. Opinnäytetyön tavoitteena on rakentaa verkkokauppa, joka samalla korvaa kokonaan vanhat verkkosivut.

3 OPINNÄYTETYÖN TAVOITE JA MENETELMÄT

3.1 Tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää miten toimiva verkkokauppa rakennetaan WordPress ja WooCommerce alustoja hyödyntäen, tutkia mitkä ovat tärkeimmät asiat menestyvän verkkokaupan rakentamisessa ja lopuksi toteuttaa toimeksiantajalle täysin toimiva ja käyttövalmis verkkokauppa.

3.2 Toteutustapa

Opinnäytetyö toteutetaan toiminnallisena työnä, jossa tavoitteena on toteuttaa toimeksiantajalle valmis toimiva verkkokauppa ja uudet verkkosivut.

Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena onkin aina luoda jokin konkreettinen tuotos, kuten tässä tapauksessa verkkokauppa. Toiminnalliseen opinnäytetyöhön kuuluu työn toiminnallinen osuus sekä tarkka raportointi. Työn toimeksiantajan kanssa määritellään työn tavoitteet, joiden pohjalta luodaan työlle suunnitelma. (Airaksinen & Vilkka, 2003, s. 9)

4 VERKKOKAUPPA

4.1 Mikä on verkkokauppa?

Verkkokauppa on verkon välityksellä tapahtuvaa kaupankäyntiä, johon liittyy vahvasti itse verkkokauppa, verkkomaksaminen, sekä kaupankäynti mobiilisti. (Sims, 2018, s. 2)

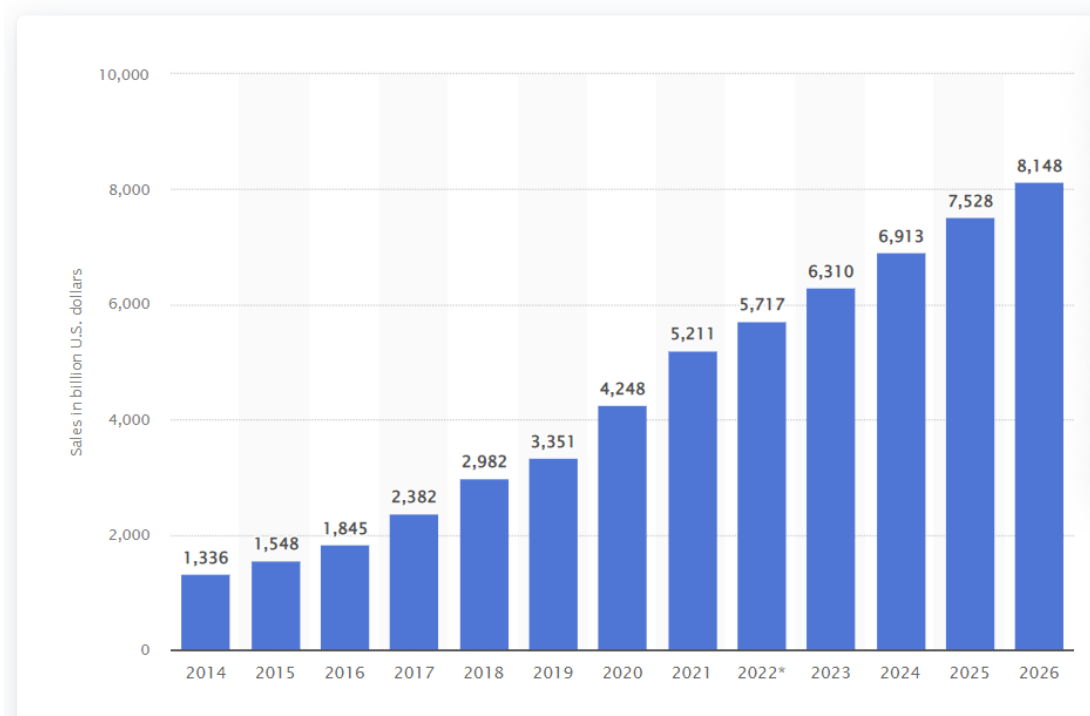
Ennen vuotta 1995 koko yhteiskunta oli vahvasti vielä kivijalkaliikkeiden tarjonnan alaisina ja lähes kaikki ostotarpeet hoidettiin lähimmän kivijalkaliikkeen kanssa. Kivijalkaliikkeessä tuotteita pääsi ennen ostopäätöstä katsomaan ja haluttaessa ostoksen sai välittömästi mukaan. (Sims, 2018, s. 3)

Vuoden 1995 jälkeen alkoi näkyä kaupan alan muutosta. Nykypäivän verkkokauppajätti Amazon avasi verkkokaupan kesäkuussa 1995. Kehittynyt teknologia alkoi mahdollistamaan verkkokauppojen nopean syntymisen. Ostajalle alkoi syntyä vaihtoehtoja ostaa tuote verkosta, kivijalkaliikkeen sijasta. (Sims, 2018, s. 6)

Vuodesta 1995 tähän päivään kehitys on ollut nopeaa; Paytrailin tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2021 Suomalaisista 78 % oli ostanut verkkokaupasta tuotteita tai palveluita edellisen 28 päivän aikana. (Verkkokauppa Suomessa 2022 | Paytrail, 2023)

Vuonna 2023 globaalin verkkokauppamarkkinan arvioidaan saavuttavan jo 6,3 biljoonan dollarin liikevaihto (Kuvio 1).

Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026 (in billion U.S. dollars)

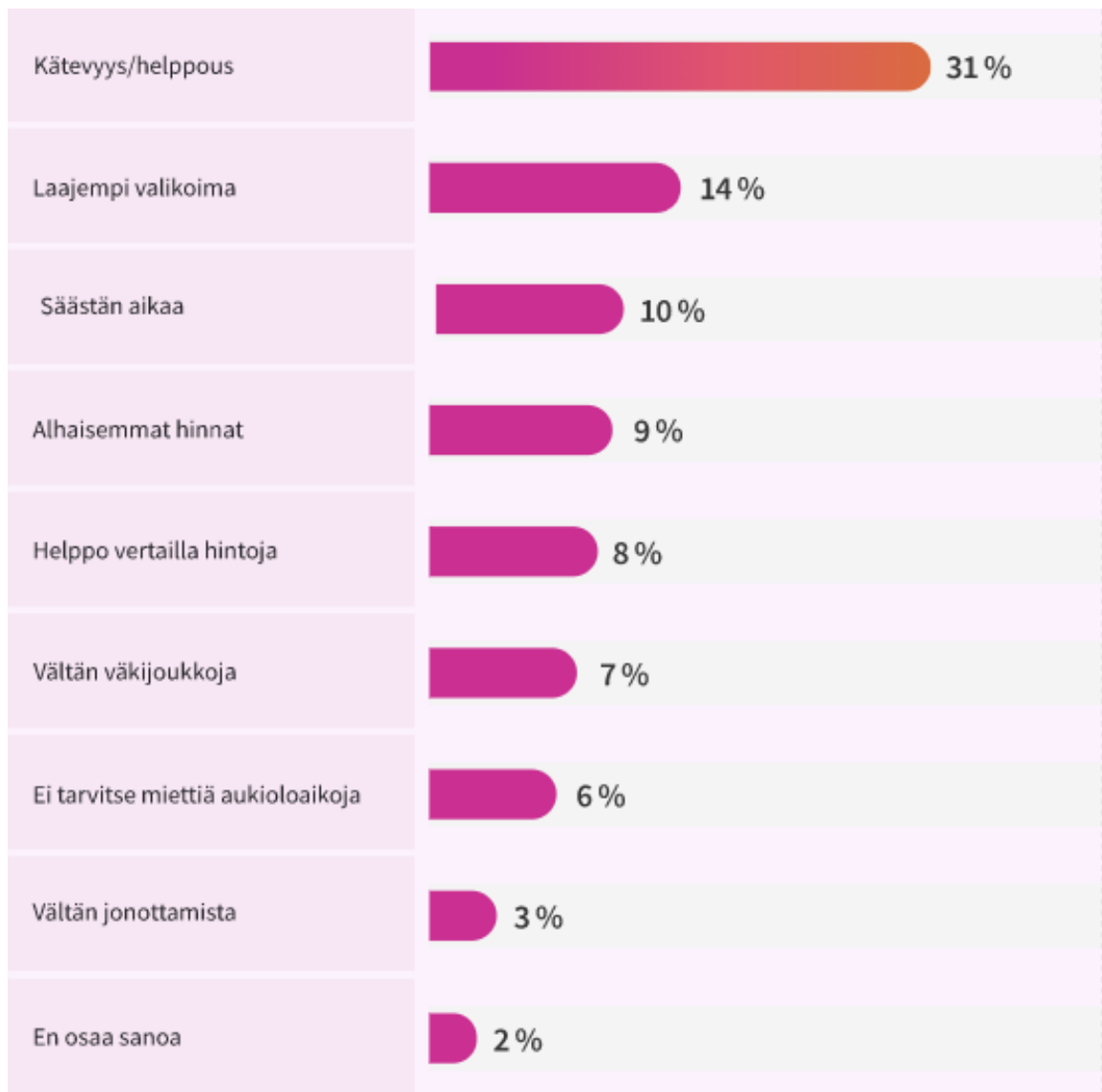


Kuvio 1. Verkkokaupan vähittäismyynti maailmanlaajuisesti 2014-2026 (Statista, 2023)

4.2 Verkosta ostamisen edut

Verkkokauppa ei ole ilman syytä noussut nopeasti varsin isoksi osaksi koko kaupan alaa. Paytrailin tekemän tutkimuksen mukaan ihmiset suosivat verkkokauppoja, koska niistä on helppo ja nopea ostaa ja ostamalla verkosta

kokevat säästävänä aikaa. Aikaa säästyy, kun fyysiseen liikkeeseen ei tarvitse kulkea eikä omaa asiointivuoroa tarvitse erikseen jonottaa. Ostajat kokevat myös tuotevalikoiman olevan verkossa laajempi, sekä hintojen alhaisempia ja helpommin vertailtavissa (Kuvio 2), (Verkkokauppa Suomessa 2022 | Paytrail, 2023).



Kuvio 2. Verkosta ostamisen edut (Verkkokauppa Suomessa 2022 | Paytrail, 2023)

5 MENESTYVÄN VERKKOKAUPAN OMINAISUUDET

Miten luodaan menestyvä verkkokauppa? Seuraavaksi tutkitaan mitkä ovat menestyvän verkkokaupan tärkeimmät ominaisuudet.

Verkkokaupan luotettavuus nousee monesti tärkeimpien asioiden joukkoon. Jos asiakas ei ole luottavainen kaupan toimintaan, hän todennäköisesti myös jättää ostokset tekemättä ja siirtyy tutkimaan seuraavaan verkkokaupan tarjontaa.

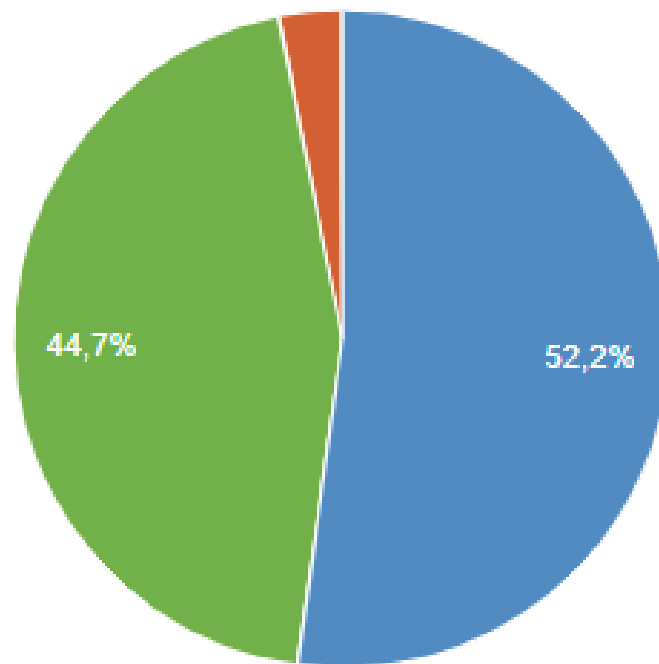
Verkkokaupassa luottamusasiat korostuvat vielä enemmän kivijalkaliikkeen verrattuna ja asiakas on entistä kriittisempi kaupan valinnan suhteen, koska lähtökohtaisesti tuotteet maksetaan jo ennen toimitusta ja epäluotettava kauppa voi herättää pelkoa, ettei tuote välttämättä koskaan tule perille. (Lahtinen, 2013, s. 62)

Seuraavat 12 asiaa tulisikin olla kunnossa, jotta kauppa herättää ostajassa luottamusta.

1. Verkkokaupan sivuilta löytyy selkeästi kaikki yhteystiedot kuten yrityksen nimi, y-tunnus, osoite, puhelinnumero sekä sähköposti.
2. Asiakkaan tulisi uskoa, että yrityksesi on oikeasti olemassa, tähän vaikuttaa se, onko yrityksesi uusi vai jo pitkään toiminut. Lisäämällä sivuille kuvia toimitiloista ja henkilökunnasta herätät luottamusta varmasti.
3. Kerro yrityksesi tarina; mitä yritys tekee? Ketä yrityksen omistaa? Mitä yritys lupaa asiakkailleen
4. Verkkokaupan ulkoasu tulee näyttää laadukkaalta. Asiakas muodostaa ensivaikutelman toiminnastasi kaupan ulkoasun perusteella.

5. Verkkokaupan täytyy näyttää ja toimia sujuvasti -ja erityisesti – mobiililaitteilla, kuten tabletilla ja älypuhelimella.

Alla näkyvästä kuviosta 3 nähdään miten viherkoski.fi sivuilla on vierailtu valitun tarkasteluvälin mukaan yhtä paljon tietokoneella (sininen) kuin älypuhelimellakin (vihreä). Tabletilla (oranssi) käydään sivustolla huomattavasti vähemmän.



Kuvio 3. Viherkoski.fi verkkosivujen päätelaiteraportti

6. Verkkokaupan rakenne tulee olla selkeä ja tuotteet tulee olla helposti löydettävissä. Käyttämällä aikaa hyvin järjestettyihin kategorioihin ja sijoittamalla sivuston elementit verkkokaupoille vakiintuneille paikoille verkkokaupasi käytettävyys paranee ja samalla se lisää kaupan uskottavuutta.
7. Tunnettavuus on tärkeä tekijä: jos asiakas ei ole ennen kuullut yrityksen nimeä, suhtautuu hän siihen isommalla epäilyksellä. Tässä kohtaa on iso etu, jos perustettavalla verkkokaupalla on jo tunnettu kivijalkaliike,

jonka nimeä käytetään myös verkkokaupassa. Täysin uudet verkkokaupat joutuvat ponnistelemaan enemmän brändimarkkinoinnin kanssa luodakseen tunnettavuutta.

8. Tarjoa helppoa ja edullista palautusta jos tuote ei miellytä. Lisää tämä tieto myös helposti kaupan sivuilta löydettäväksi.
9. Varmista, että sivusi ovat tietoturvalliset. Katso, että käytössä on salattu yhteys (SSL- salausta) ja varmista sen toimivuus.
10. Pidä huolta, että sivusi ja mahdolliset lisäosat ovat päivitetty uusimpaan versioon.
11. Pysy ajan tasalla – älä jätä sivuillesi mitään vanhaa tietoa tai kampanjoita.
12. Asiakkaiden antamat aidot arvostelut ovat yksi parhaimmista tavoista parantaa tuotteiden ja kaupan uskottavuutta.

(Lahtinen, 2013, s. 66) (Lehtonen, 2023, s. 47)

6 VERKKOKAUPAN MARKKINOINTI

Kivijalkakauppa voi pärjätä ilman suurempia panostuksia markkinointiin, jos se sijaitsee näkyvällä paikalla, jossa ihmiset liikkuvat. Verkkokauppaan ei asiakkaat löydä, ellei markkinointiin ja näkyvyyteen panosteta. (Lahtinen, 2013, s. 31)

Verkkokaupoilla markkinointi painottuu vahvasti digimarkkinoinnin keinoihin. Digimarkkinoinnilla tarkoitetaan markkinointia, joka tapahtuu digitaalisia

kanavia hyödyntäen, kuten verkkosivut, sosiaalinen media, sähköposti ja hakukoneet. (Lahtinen, 2013, s. 174)

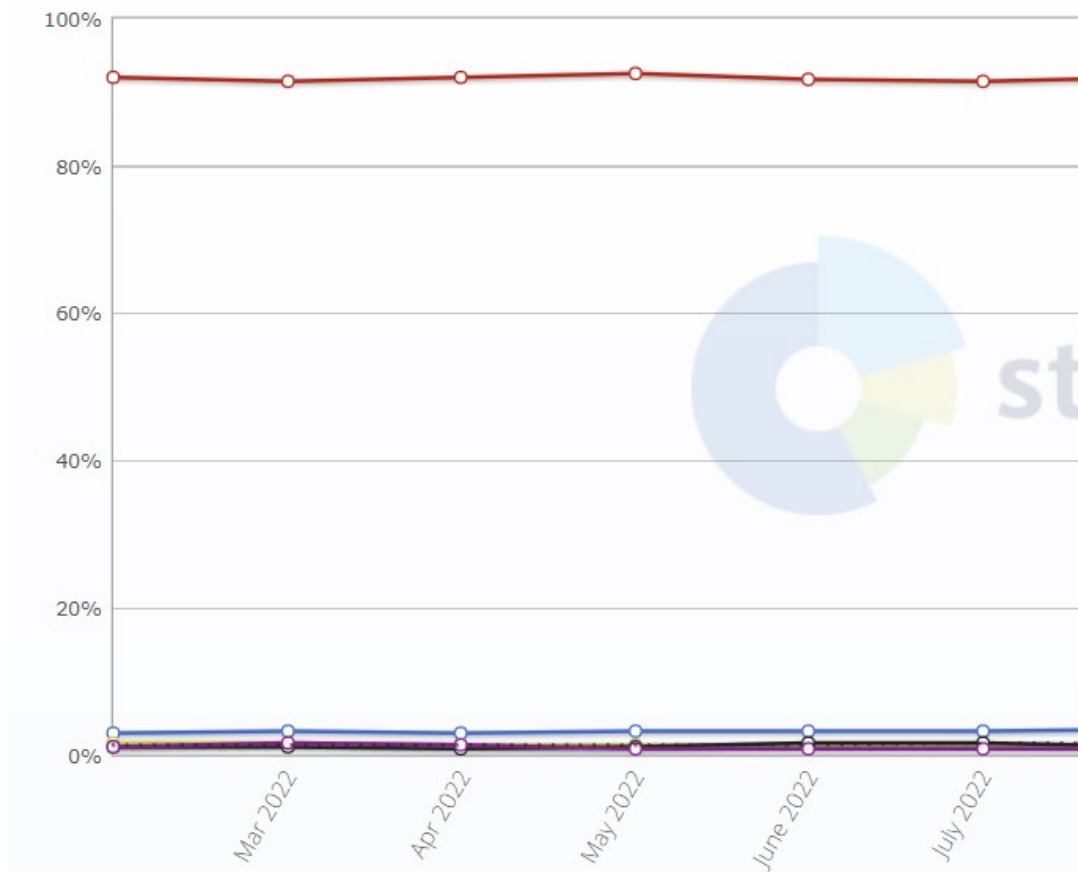
6.1 Mitkä ovat verkkokauppojen suosituimmat digimarkkinointikeinot ja miten ne toimivat?

6.1.1 Hakukonemarkkinointi

Hakukonemarkkinoinnilla tarkoitetaan verkkosivun, tuotteen tai palvelun markkinointia hakukoneissa. Hakukoneita on tarjolla useita, mutta Googlen markkinaosuus on näistä ylivoimainen. StatCouterin tekemän tutkimuksen mukaan Googlen maailmanlaajuinen markkinaosuus oli helmikuussa 2023 yli 93 %. Tämän pohjalta, kun viitataan jatkossa hakukoneeseen puhutaan silloin Googlen hakukoneesta (kuvio 4) (Search Engine Market Share Worldwide, 2023).

Search Engine Market Share Worldwide

Feb 2022 - Feb 2023



Kuvio 4. Hakukoneiden markkinaosuudet maailmanlaajuisesti (Search Engine Market Share Worldwide, 2023)

Käytämme hakukoneita päivittäin tiedon hakuun. Google-hakua voidaan käyttää niin lisätiedon keräämiseen, ostopaikan etsimiseen, hinnan vertailuun, kuin tuotteen tai palvelun ostamiseen, joten on tärkeää näkyä Googlen hakutuloksissa oikeaan aikaan.

Pelkästään hakutuloksissa näkyminen ei riitä, hakutuloksissa tulisi sijoittua ensimmäisten tulosten joukkoon. Demand Sagen tutkimuksen mukaan 75 % Googlen haun käyttäjistä ei avaa hakutuloksista kuin ensimmäisen sivun. (Demand Sage, 2023)

Googlen korkeisiin hakutuloksiin pääseminen vaatii monipuolista hakukonemarkkinointia. Hakukonemarkkinointi voidaan luokitella kahteen selkeästi

erillisiin osioihin: hakukoneoptimointi (SEO, Search Engine Optimization) ja hakusanamainontaan (SEM, Search Engine Marketing).

6.1.2 Mitä on hakukoneoptimointi SEO (Search Engine Optimization)?

Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan verkkosivuston orgaanisen näkyvyyden parantamista sivuston teknisten muutosten sekä sisällöntuottamisen avulla. Orgaaninen näkyvyys on ilmaista ja siihen satsattu panos tuottaa sivulle liikennettä ilman maksettuja mainoksia.

Hakukoneet pisteyttävät sivuston monen eri kriteerin mukaan ja nämä kriteerit muuttuvat jatkuvasti. Mitä paremmat pisteet sivustosi saa sen korkeammalle se ilmestyy hakutuloksissa. Lyhyesti sanottuna mitä enemmän sivustoltasi löytyy laadukasta lukijoita kiinnostavaa ajankohtaista sisältöä ja mitä selkeämmin ja nopeammin tämä tieto on asiakkaan löydettävissä, sitä paremmin sivustosi näkyvät hakutuloksissa. (Digimarkkonointi: luo strategia, vie se käytäntöön, 2022, s. 190)

6.1.3 Mitä on hakusanamainonta SEM (Search Engine Marketing)?

Hakusanamainonnalla tarkoitetaan maksullista mainosta, joka näytetään asiakkaalle hakukoneessa hänen tehdessä hakua ja täyttäessä mainostajan ennalta määräämät kriteerit. Kriteereitä voi olla tietyt hakusanat, asiakkaan sijainti tai kiinnostuksen kohteet. Mainoksista maksetaan yleensä klikkausperusteisesti. Mitä useammin mainokseen reagoidaan, sitä enemmän tämä maksaa mainostajalle. Hinta määräytyy käytettyjen hakusanojen mukaan – mitä suosittuampi sana, sitä kalliimmat hinnat.

Hintoihin vaikuttaa myös vuodenaajat, esimerkiksi hiihtosuksia saa mainostettua kesällä todennäköisesti edullisemmin kuin keskitalvella, jolloin niiden kysyntä on korkealla. (Digimarkkonointi: luo strategia, vie se käytäntöön, 2022, s. 189)

6.1.4 Sosiaalisen median markkinointi

Sosiaalisen median kanavat on viimevuosina kasvanut yhteiskunnassamme valtavaan rooliin. Sosiaalisen median kanavia kuten Instagramia, Facebookia, Tiktokkia, Snapchatia, ym. käyttää viimeisimmän Statista 2022 tutkimuksen mukaan 4.59 biljoona ihmistä, joka kattaa 57.5 % koko maapallon väestöstä. (Statista, 2023)

Datareportalin vuonna 2021 tekemän tutkimuksen mukaan näissä kanavissa vietetään keskimäärin jopa 2 tuntia ja 25 minuuttia aikaa päivässä. Tämän perusteella on aika selvää, että myös näistä kanavista monen verkkokaupan kannattaa tavoitella asiakkaita. (DataReportal, 2023)

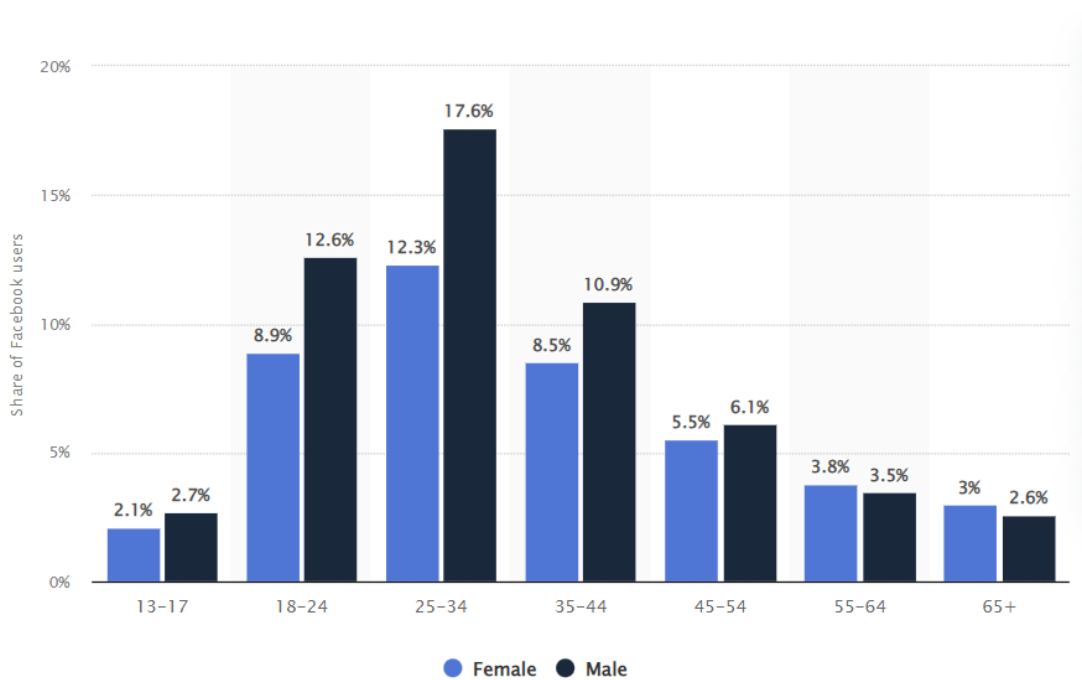
Yhteisöpalvelu Facebook on näistä selkeästi suurin, sillä noin 3 miljardia ihmistä käyttää Facebookia ainakin kerran kuukaudessa (Kuva 1).



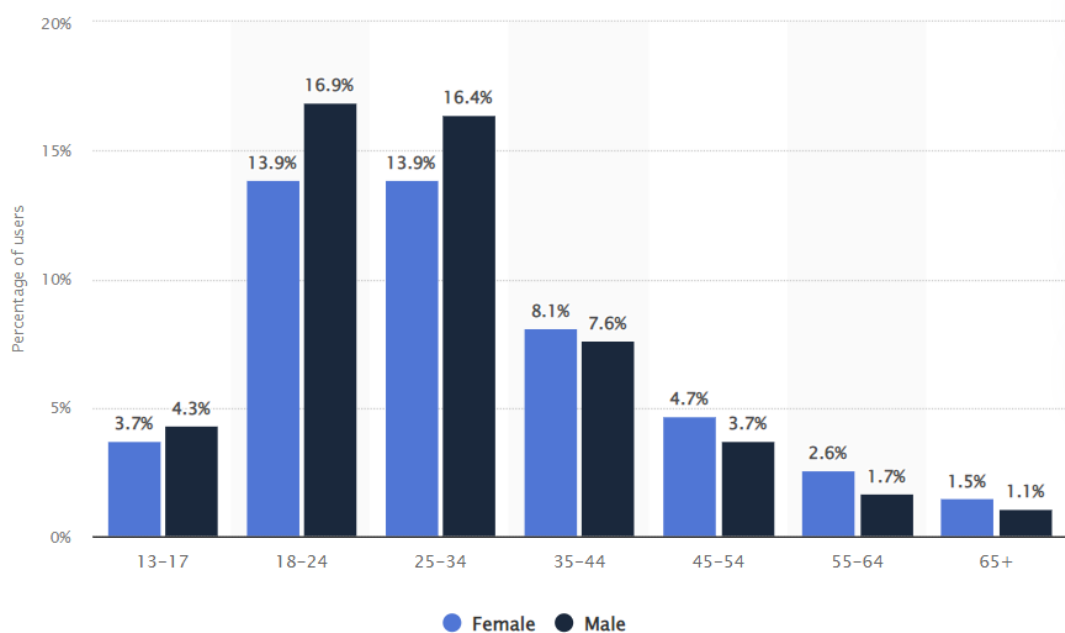
Kuva 1. Facebook käyttäjämäärät (Facebook.com, 2023)

Vastaavasti kuvien jakamiseen keskittynyt alusta Instagramin ja videoiden jakamiseen keskittyvän TikTokin käyttäjämäärät ovat noin 1 miljardin luokkaa, joka on vain kolmanneksen Facebookin käyttäjämäärästä. (Statista, 2023)

Tärkeintä verkkokaupan mainostajalle ei ole suoraan kuitenkaan palveluiden käyttäjämäärät vaan oman kohderyhmän tehokas tavoittaminen. Jos tarkastellaan Facebookin ja Instagramin käyttäjien ikäjakaumaa voidaan huomata, että Instagram on Facebookia suosituampi nuoremmassa väestössä ja taas vastaavasti Facebook on enemmän käytetty palvelu keski-ikäen ylittäneillä (Kuvio 5), (Kuvio 6), (Statista, 2023).



Kuvio 5. Facebook-käyttäjien jakauma iän ja sukupuolen mukaan maailmanlaajuisesti tammikuussa 2023 (Statista, 2023)



Kuvio 6. Instagram-käyttäjien jakauma iän ja sukupuolen mukaan maailmanlaajuisesti tammikuussa 2023 (Statista, 2023)

Selkein ero palveluiden käyttäjien iän mukaan vertailtaessa löytyy kuitenkin sosiaalisen median alustalta nimeltä Snapchat, melkein 40 % alustan käyttäjistä ovat 18–24-vuotiaita. (DataReportal, 2023)

Onnistuneen somemarkkinoinnin ydin on tuottaa kiinnostavaa kohdennettua viestintään ja mainontaa omalle kohderyhmälle. Markkinointia voi tuottaa organisaatiosta omissa somekanavissa tuottamalla kohderyhmälle kiinnostavaa sisältöä, vaikuttamalla ja osallistumalla. (Digimarkkinointi: luo strategia, vie se käytäntöön, 2022, s. 234)

Somemarkkinoinnin tehokkuutta saadaan kasvatettua maksettujen mainosten kautta. Maksetut mainokset on mahdollista kohdistaa tarkasti, jolloin niistä saadaan myös erittäin kustannustehokasta. (Digimarkkinointi: luo strategia, vie se käytäntöön, 2022, s. 234)

6.1.5 Sähköpostimarkkinointi

Sähköposti on tehokas viestintäkeino, mutta sen käyttö on myös tiukasti lailla säädelty. Markkinointisähköpostia ei saa lähettää muille kuin siihen suostumuksen antaneille henkilöille. Verkkokaupan onkin tärkeää koittaa saada mahdollisimman moni verkkokaupan asiakas ja sivuilla vierailevat asiakkaat antamaan suostumuksensa sähköpostilistalle liittymisestä.

Asiakkaita voidaan houkuttaa liittymään listalle tarjoamalla säännöllisiä alennuksia tai ennakkotietoa yrityksen uusista tuotteista. Asiakkaille voidaan tarjota myös erilaisia ilmaisia oppaita tai seminaareja, jotka edellyttävät listalle liittymistä. (Lahtinen, 2013, s. 197)

Sähköpostin välityksellä asiakas on mahdollista tavoittaa hyvin nopeasti ja henkilökohtaisesti. Verkkokaupoille suosittuja menetelmiä ovat erilaiset sähköpostiautomaatiot, jotka lähettävät asiakkaalle automaattisia sähköposteja perustuen ennalta määrättyihin triggereihin.

Sähköpostiautomaatio voi esimerkiksi aktivoitua, kun asiakas ostaa jonkin tuotteen. Automaatio voi lähettää hänelle ensin kiitoskirjeen ja viikon kuluttua automaattisen sähköpostin, jossa kysytään tyytyväisyyttä tuotteeseen ja pyydetään arvostelua verkkosivuille. Kahden viikon kuluttua voidaan lähettää tietoa uusista tuotteista, jotka liittyvät asiakkaan ostamaan tuotteeseen ja tarjota alennusta seuraavasta ostosta ja näin edespäin. (Digimarkkonointi: luo strategia, vie se käytäntöön, 2022, s. 225)

7 WORDPRESS

7.1 Mikä on WordPress?

WordPress on maailman suosituin www-sivujen sisällönhallintajärjestelmä. Sisällönhallintajärjestelmällä (content management system CMS) tarkoitetaan alustaa, jolla sen käyttäjä pystyy luomaan, muokkaamaan ja julkaisemaan verkkomateriaalia ilman ohjelmointikielen osaamista. Alustan käyttö tapahtuu yleisesti helposti ymmärrettävän graafisen käyttöliittymän avulla. (Techtarget, 2023)

W3Techsin (2022) tutkimuksen mukaan 63,5 % sisällönhallintajärjestelmistä on tehty WordPress alustalla. Suosio on valtava, kun tarkastelee seuraavaksi suosituinta alustaa Shopifyä, jonka osuus on vastaavasti vain 5,6 %. Tutkimuksesta selviää myös WordPressin osuus kaikista verkkosivuista, joka on 43,2 % (Taulukko 1), (W3Techs, 2023).

Taulukko 1. Suosituin sisällönhallintajärjestelmä 2022 (W3Techs, 2023)

Content Management Systems

Most popular content management systems

© W3Techs.com	usage	change since 1 December 2022	market share	change since 1 December 2022
1. WordPress	43.2%	+0.2%	63.5%	-0.5%
2. Shopify	3.8%	-0.2%	5.6%	-0.4%
3. Wix	2.4%		3.6%	+0.1%
4. Squarespace	2.0%		3.0%	+0.1%
5. Joomla	1.8%	+0.1%	2.7%	+0.2%

percentages of sites

WordPress on saanut alkunsa vuonna 2003. Matt Mullenweg ja Mike Little huomasivat jo silloin tarpeen tyylikkääälle ja hyvin suunnitellulle henkilökohtaiselle julkaisualustalle ja rakensivat projektin b2/cafelog. Nykyään WordPress on rakennettu PHP ohjelmointikielellä ja käyttää MySQL tietokantaa. (WordPress.org, 2023)

7.2 Wordpress.com ja Wordpress.org

WordPressistä löytyy kaksi sivustoa wordpress.com ja wordpress.org. Wordpress.com on kaupallinen pilvipalvelu, jonne rekisteröitymällä saat välittömästi käyttöösi WordPress sivut, jotka ovat automaattisesti julkaistuna palvelimella ja valmiina käyttöön. Sivujen hinta määräytyy valitsemasi paketin mukaan. (Tanya, 2023)

Wordpress.org-osoitteesta taas voit käydä lataamassa WordPress asennuspaketin ja asentaa sen itse. WordPress.org on kaikkien ladattavissa ja muokattavissa täysin vapaasti ja ilmaiseksi perustuen avoimeen lähdekoodiin. (Tanya, 2023)

Avoimenlähdekoodin ohjelmistolla tarkoitetaan ohjelmistoa, jonka lähdekoodiin kaikilla on vapaa pääsy. Ohjelmistoa ja sen toimintoja pystyy näin vapaasti kehittämään ja muokkaamaan eri käyttötarkoituksiin soveltuvaksi. (Opensource.com, 2023)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään käyttämään Wordpress.org-sivustolta ladattavaa ilmaista ja vapaasti muokattavaa WordPress versiota.

7.3 WordPress ominaisuudet

WordPressillä pystyt rakentamaan verkkosivustoja moneen eri käyttötarkoitukseen. WordPress on pyritty tekemään helppokäyttöiseksi ja sen sisäistäminen on yleensä nopeaa, mutta samalla se tarjoaa tuhansia lisäosia ja muokattavia teemoja sekä mahdollisuuden kehittää ja muokata sen omaa koodia, jolloin sen käyttökohteet ja mahdollisuudet ovat laajat. (WordPress.org, 2023)

7.4 Teemat

WordPressissä käytetään teemoja, joiden tehtävä on yksinkertaisimmillaan esittää sisältö graafisena verkkosivuna. Teemaa muokkaamalla tai vaihtamalla on tarkoitus muokata visuaalista tapaa esittää sivun sisältö muuttamatta taustalla olevaa ohjelmaa. (WordPress.org Documentation, 2023)

WordPressin mukana tulee ilmaisia teemoja, tai vaihtoehtoisesti voit hankkia tarpeeseen parhaiten soveltuvan teeman tuhansien teemojen valikoimasta. Teemoja on mahdollista rakentaa myös alusta alkaen itse. Omalla teemalla saat sivuston rakennettua täysin omien tarpeiden mukaan ja se on uniikki. (Wordpress.org, 2023)

7.5 Teemojen muokkaus ja lapsiteemat

Valmiita teemoja on mahdollista muokata omaan tarpeeseen soveltuviksi. Teeman pienet muutokset onnistuvat parhaiten teeman rinnalle asennettavan lapsiteeman avulla, joka on alkuperäisen teeman rinnakkaisympäristö. Lapsiteemalla pystyt muokkaamaan alkuperäisen teeman kaikkia osia muuttamatta kuitenkaan alkuperäistä teemaa. Tämän avulla teema on mahdollista päivittää menettämättä tehtyjä muutoksia.

(WordPress Developer Resources, 2023)

7.6 Lisäosat

WordPressin toiminallisuutta on mahdollista laajentaa lisäosilla. Lisäosat ovat sovelluksia, jotka tuovat WordPressiin lisää toimintoja tai ominaisuuksia. WordPressin lisäosat-sivulla on ladattavissa yli 60 000 ilmaista lisäosaa. Tämän lisäksi on tarjolla tuhansia maksullisia lisäosia.

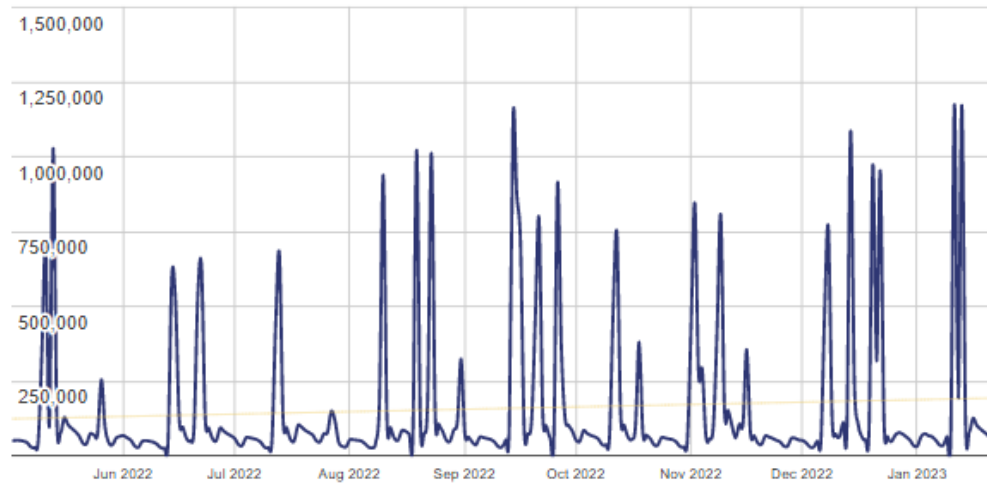
WordPress lisäosia voi tehdä myös itse ja tekijä voi julkaista lisäosan WordPressin alustalla kaikkien ladattavaksi. Tämä myös selittää lisäosien melkein loputonta tarjontaa.

Lisäosat voivat olla hyvin pienen toiminallisuuden lisäosia, kuten lisäosa, jonka avulla on mahdollista laittaa sosiaalisen median kuvakkeet helposti näkymään verkkosivuille tai sitten erittäin isoja kokonaisuuksia kuten WooCommerce lisäosa, jonka avulla WordPress-sivuston toiminnallisuus kasvaa kattavaksi verkkokaupaksi. (wpbeginner.com, 2023)

8 WOOCOMMERCE VERKKOKAUPPA

WooCommerce-lisäosa on WordPressin suosituin verkkokauppalisäosa. Tätä lisäosaa on 23.1.2023 ladattu yli 200 miljoonaa kertaa ja on aktiivisessa käytössä yli 5 miljoonalla sivustolla (Kuvio 7), (WordPress.org, 2023).

DOWNLOADS PER DAY



DOWNLOADS HISTORY

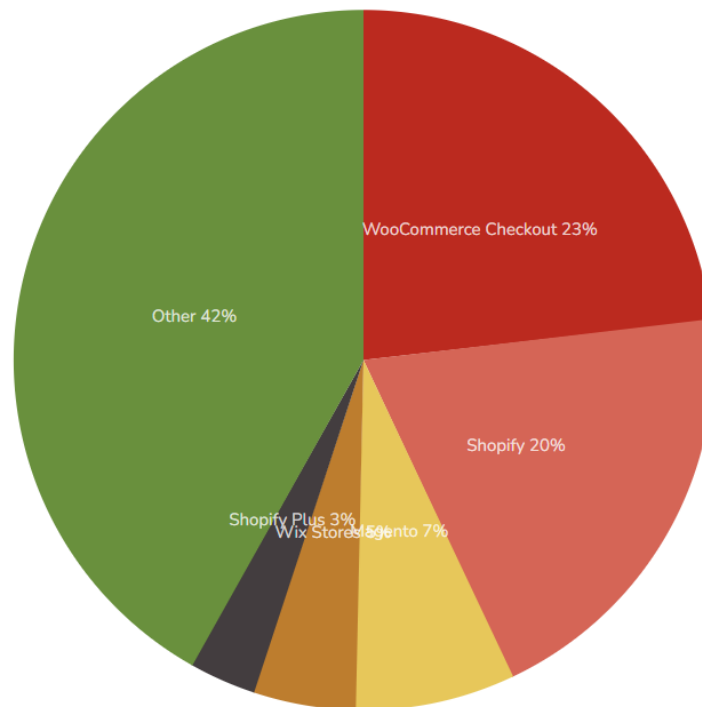
Today	37 294
Yesterday	44 441
Last 7 Days	595 893
All Time	229 405 225

Kuvio 7. Woocommerce lautusmäärät (WordPress.org, 2023)

BuiltWithin tekemän tutkimuksen mukaan WooCommerce on käytössä noin 23 % maailman miljoonan suosituimman sivuston joukosta. Seuraavaksi suosituin alusta on Shopify noin 20% markkinaosuudella (Kuvio 8), (eCommerce technologies Web Usage Distribution, 2023).

eCommerce Usage Distribution in the Top 1 Million Sites

Distribution for websites using eCommerce technologies



Kuvio 8. Verkkokaupan käyttäjajakauma miljoonan suosituimman sivun joukosta. (eCommerce technologies Web Usage Distribution, 2023)

Builtwithin tutkimuksen mukaan kiistatta kaksi suurinta verkkokauppa-alustaa on WooCommerce ja Shopify. Seuraavaksi perehdytään alustojen ominaisuuksiin.

8.1 Kahden suurimman alustan vertailu

Taulukosta 2 voimme todeta, että WooCommerce-alusta on itsessään ilmainen, kun taas Shopify kustantaa valitun paketin mukaan 24-289 euroa kuukaudessa. (WooCommerce, 2023) (Shopify, 2023)

Taulukko 2. Kahden suurimman verkkokauppa-alustan vertailu (WooCommerce, 2023) (Shopify, 2023)

	<u>WooCommerce</u>	<u>Shopify</u>
Hinta	ilmainen	24-289€ /kk riippuu valitusta paketista
Hosting	ei sisälly	sisältyy pakettiin
domain	ei sisälly	myshopify.com alidomain
tuotemäärä	ei rajattu	ei rajattu
transaktio kulut	ei omaa maksupalvelua, ei kuluja ulkopuolisin maksupalvelun liittämistä	1,4% – 1,7% + ,0,25e / transaktio. riippuu valitusta paketista, ulkopuolinen maksupalvelu yhteys 0,5-2% / transaktio
tuki	ei sisälly	24/7 tuki
ssl	Tuki Ssl yhteydelle, vaatii oman sertifi kaatin	Suojattu ssl yhteys sisältyy
teemat	valittavissa ilmaisia sekä maksullisia teemoja	valittavissa ilmaisia sekä maksullisia teemoja

WooCommerce-alusta vaatii toimiakseen domainin, eli verkkotunnuksen, sekä alustalle sopivan palvelimen. Yleisimmät domainit kustantavat noin 9-20 euroa vuodessa ja WooCommerce-kaupan vaatima hyvä ja optimoitu palvelintila suojatulla SSL-sertifikaatilla kustantaa kaupan koosta ja palvelimen sisällöstä riippuen keskimäärin 12-19 euroa kuukaudessa. (Hostingpalvelu.fi, 2023)

WooCommerce-alustalle erikseen hankittava palvelintilan sekä domainin kustannukset pienentää hintaeroa, mutta viitaten w3techin tutkimukseen, jonka mukaan WordPress itsessään on jo käytössä 43,2 % kaikista verkkosivuista niin monessa tapauksessa domain, palvelin ja WordPress on käyttäjällä valmiina olemassa olevan verkkosivun pohjalla, jonka päivittäminen WooCommerce verkkokaupaksi on näin ollen ilmaista. (W3Techs, 2023)

Transaktio tapahtuu aina kun verkkokaupasta ostetaan jotain. Shopify alustalla jokainen transaktio maksaa Shopifyn omalla maksupalvelulla palvelupaketin mukaan 1,4 - 1,7 % + 0,25 euroa/transaktio ja ulkopuolisen maksupalvelun liittämistä Shopify perii 0,5–2 %/transaktio. (WooCommerce, 2023) (Shopify, 2023)

WooCommercen oma korttimaksupalvelu WooCommerce payment ei ole vielä saatavilla suomalaiseseen kauppaan. WooCommerce alustalle asennetaankin usein ulkopuolisen tarjoamat maksupalvelut, kuten esimerkiksi Vismapay tai Paytrail. WooCommerce ei peri ulkopuolisen palvelun liittämistä kuluja. (WooCommerce, 2023)

Muut huomioitavat asiat ovat palveluiden tarjoamat tukipalvelut. WooCommercen sivuilla on mahdollista jättää tukipyyntö ja sivuilta löytyy myös paljon ohjeita, joilla tarvittavan asian saa mahdollisesti itse ratkaistua. WooCommerce-alustelle on tarjolla myös paljon yksityisiä toimijoita ja mainostoimistoja, jotka palvelevat kaikissa WooCommerce-kauppaan liittyvissä haasteissa. (WooCommerce, 2023)

Shopifyn palvelusta on myös hyvin ja selkeästi dokumentoituja ohjeita heidän tukisivuillaan. Shopify tarjoaa myös asiakkailleen suoraa yhteyttä heidän asiakaspalveluunsa. (Shopify, 2023)

8.2 Miksi WooCommerce?

Tähän opinnäytetyöhön valittiin WooCommercen alusta. Alusta on ilmainen ja käyttää avointa lähdekoodia, joka antaa vapauden rakentaa verkkokaupasta halutun mukaisen. Toimeksiantajalla oli valmiina domain ja palvelintila, joten ne eivät tuo myöskään lisää kuluja. Opinnäytetyössä toteutetaan WooCommerce verkkokaupan lisäksi yrityksen verkkosivut, jolloin WordPress-WooCommerce-yhdistelmästä on apua.

9 VIHHERKOSKI.FI VERKKOKAUPAN TOTEUTUS

9.1 Suunnittelu

Viherkoski.fi uusien sivujen toteutus aloitettiin asiakkaan tarpeen kartoituksella. Suunnitelupalaverissa sovittiin, että uudet sivut toteutetaan WordPress-alustalle ja verkkokauppa WooCommerce-lisäosalla. Palaverissa kirjattiin yhdessä vaatimusluettelo asioista, jotka tulisi uudelta sivustolta löytyä. Vaatimusluettelon pohjalta tekijälle annettiin muuten vapaat kädet toteutukselle.

9.2 Vaatimusluettelo

Tekniset vaatimukset:

- Toimivat verkkosivut WordPress alustalla
- Toimiva verkkokauppa WordPress alustalla
- Verkkokauppatilauksia on mahdollista maksaa suoraan verkkokaupassa
- Verkkokauppaan on asennettu toimiva rajapinta kuljetusyhtiön kanssa, joka mahdollistaa toimitusvalintapainikkeet verkkosivuille
- Visuaalinen ilme noudattaa toimeksiantajan nykyistä ilmettä ja värimaailmaa
- Sivut toimivat sujuvasti tietokoneella kuin mobiililaitteillakin
- Hakukoneystävälliset sivut
- Header ja footer osiot, jotka näkyvät kaikilla sivulla ja sisältävät logon ja navigaation
- Sähköinen huollonajanvaraus sivuille, joka on synkronisoitu toimeksiantajan kalenterin kanssa

Verkkokaupan vaatimukset:

- Kategoriat
- Isoja kuvallisia mainoksia valituista kampanjatuotteista verkkokaupan etusivulla
- Hakutoiminto
- Banneri / mainos ilmaisesta toimituksesta / yli 40 euron tilauksille
- Ostoskori
- Oma asiakastili, jossa asiakkaan tilaushistoria ja mahdollisuus muokata omia yhteystietoja
- Maksupainikkeet, jossa vähintään suomalaiset verkkopankit, luottokortit sekä Mobilepaylla maksaminen onnistuu
- Tarjouspyyntöpainike verkkokaupan tuotesivuille, joista aukeaa lomake, jolla voi jättää tarjouspyynnön tuotteesta

Etusivu

- Yrityksen logo
- Selkeä navigaatio eri sivuista
- Kaksi mainospaikkaa ajankohtaisille tarjouksille
- Verkkokaupan suosituimmista tuotteista esittely
- Tuotesivuista kuvalliset linkit

Terhi-veneille sivu

- Terhi-veneille oma tuotesivu tai kategoriasivu suoraan verkkokauppaan

Honda-perämoottoreille sivu

- Honda-perämoottoreille oma tuotesivu tai kategoriasivu suoraan verkkokauppaan

Torqueedo-moottoreille sivu

- Torqeedo-moottoreille oma tuotesivu tai kategoriasivu suoraan verkkokauppaan

Huoltopalvelut-sivu

- Huoltopalveluille oma pääsivu sekä alisivut kaikista eri yrityksen huoltopalveluista

Trailereiden vuokraussivu

- Oma sivu, joka esittelee trailereiden vuokrausta

Vaihtoveneet

- Sivun vaihtoveneille, jossa linkki yrityksen nettivenepalveluun. Sivun myös veneväilyksestä kertovalle sivulle

Yhteystiedot

- Yhteystietosivu, josta löytyy lyhyt yritysesittely, yhteystiedot, sekä yhteydenottolomake

Sivujen ja verkkokaupan sisältötekstiä tuodaan vanhoilta sivuilta uusille sivuille sekä samalla tuotetaan tarvittaessa uutta sisältöä yhdessä toimeksiantajan kanssa.

9.3 Vanhat sivut

Vanhoilta sivuilta kerättiin talteen kaikki tekstit sekä kuvat mahdollista uudelleen käyttöä varten. Sivuilta kerättiin myös kaikki linkit talteen mahdollisia uudelleen ohjauksia varten (Kuva 3), (Kuva 4).



Kuva 3. Vanhat sivut, kuvankaappaus etusivulta.

HONDA
MARINE

-Honda valtuutettu
huoltopiste

-Honda valtuutettu
myyntipiste

Hondan 30-60hv perämoottorit heti varastosta, tilaa nopeasti! (vähissä)

Kysy myös muita malleja.

Teeimme moottoreiden asennukset ja vaihdot yli 50v kokemuksella Kaarinassa.

Venettä ei löydy tällä vene ID:lla 873289

Venettä ei löydy tällä vene ID:lla 873290



Perämoottorit

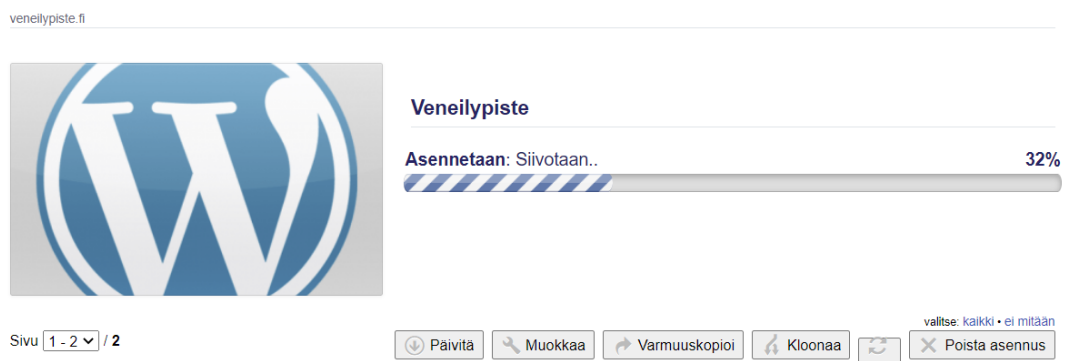
Kuva 4. Vanhat sivut, kuvan kaappaus Honda perämoottorit sivulta.

9.4 WordPress asennus ja käyttöönotto

Ensimmäiseksi hankittiin uutta sivustoa varten palvelintila. Palvelintila hankittiin kotimaiselta hostingpalvelu.fi palveluntarjoajalta. Hostingpalvelu.fi toimittaa nopeita ja ennen kaikkea WordPress / verkkokauppaan optimoituja palvelintiloja. Hostingpalvelu.fi oli myös toimeksiantajalla entuudestaan tuttu.

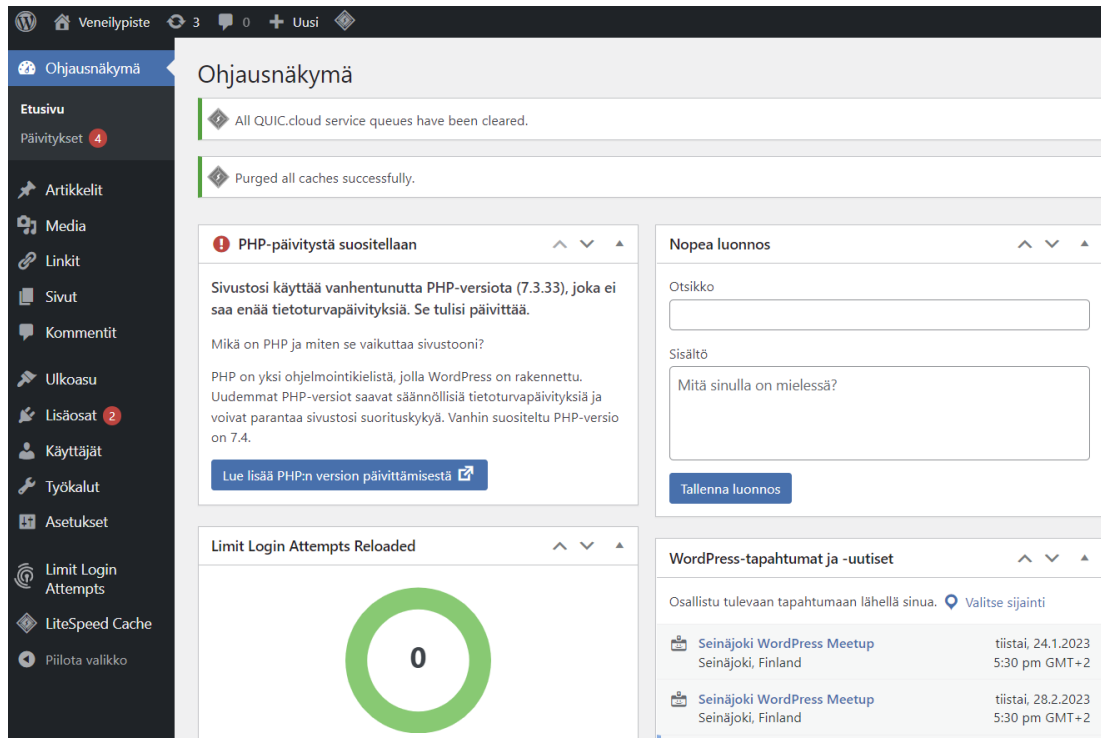
WordPressin asennus onnistui sujuvasti suoraan Hostingpalvelun hallintapaneelin kautta.

Asennusopas kysyi muutamia perustietoja, joihin määriteltiin tilin käyttöoikeudet ja valittiin haluttu asennusversio sekä domain (Kuva 5).



Kuva 5. Wordpress asennus

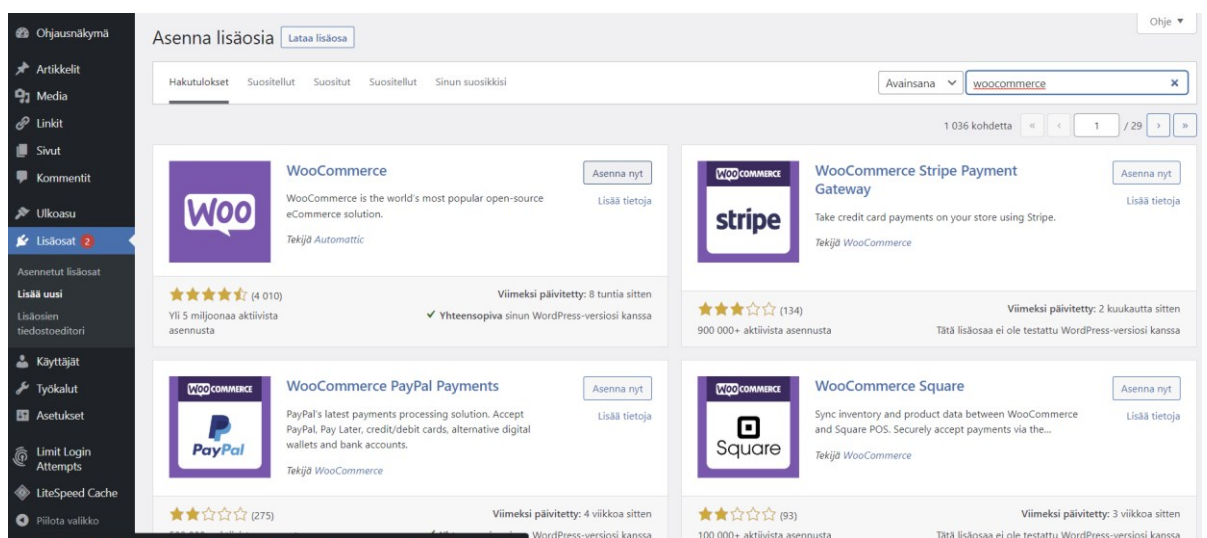
Asennuksen jälkeen uuteen WordPress-ympäristöön pääsi kirjautumaan osoitteessa www.valittudomain.fi/admin syöttämällä aikaisemmassa asennuksessa määritetyt kirjautumistiedot (Kuva 6).



Kuva 6. Valmiin WordPress-asennuksen hallintapaneeli.

9.5 WooCommerce-lisäosan asennus

Seuraavaksi asennettiin itse verkkokauppaosuus eli WooCommerce-lisäosa. Lisäosan asennus onnistui WordPressin hallintapaneelista lisäosat-valikon kautta. (Kuva 7).



Kuva 7. WooCommerce-lisäosa

Ohjatussa asennuksessa määriteltiin verkkokaupan ja yrityksen perustiedot, valittiin toimiala sekä määriteltiin tuotetyypit (Kuva 8).

2 Toimiala 3 Tuotteen lajit 4 Yrityksen tiedot

Tervetuloa WooCommerce-ohjelmistoon

Tell us where you run your business to help us configure currency, shipping, taxes, and more in a fully automated way.

Maa / Alue *

Osoite

Postinumero

Kaupunki

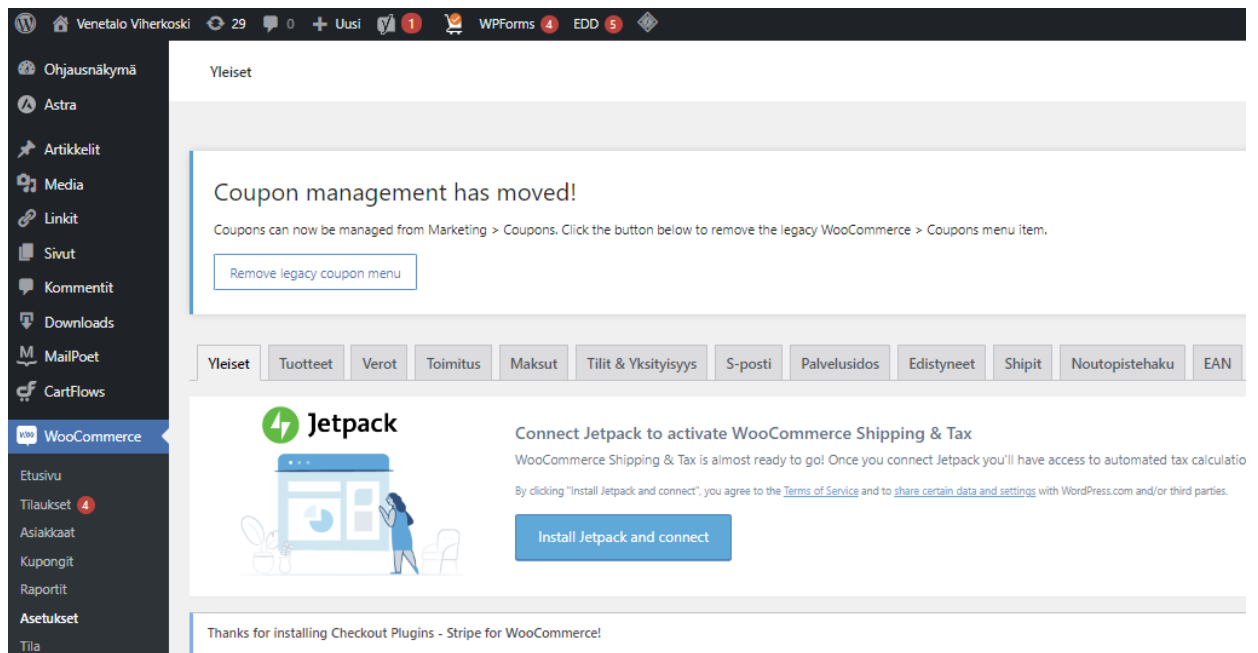
Sähköpostiosoite

Get tips, product updates and inspiration straight to your mailbox.
Powered by Mailchimp

Jatka

Kuva 8. WooCommerce asennus ja määrittelyt.

Asennuksen jälkeen WooCommerce löytyi WordPressin omasta päävalikosta WooCommerce-valikkonimellä. WooCommercen hallintapaneelissa pääsi viimeistelemään kaupan määrittelyt kuten tuotteiden, toimitusten ja maksujen toimintoja (Kuva 9).



Kuva 9. Valmis WooCommerce asennus.

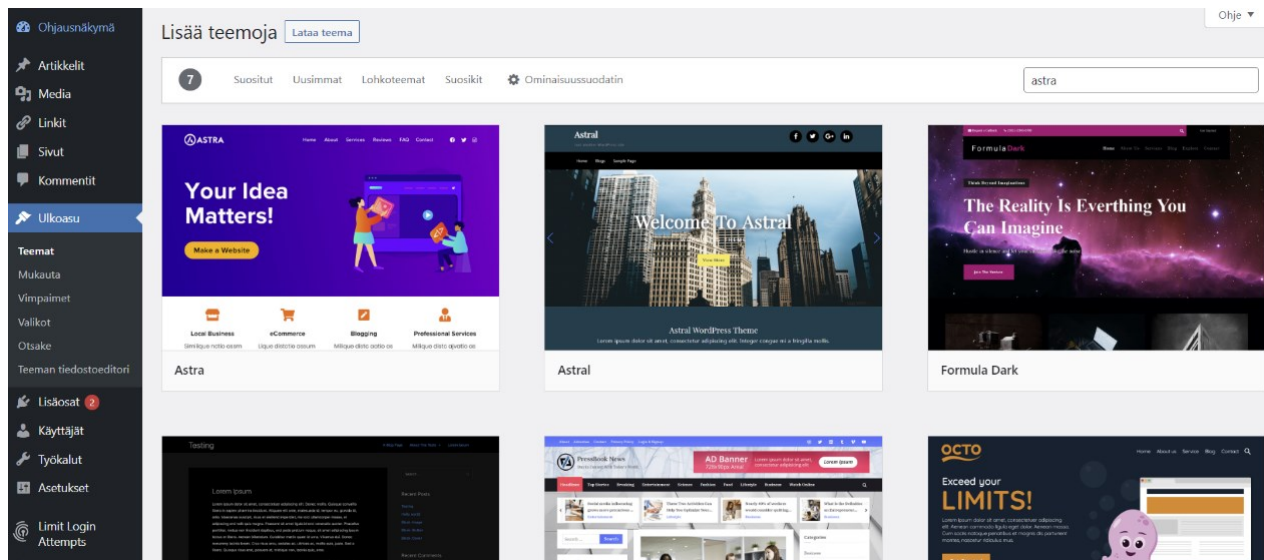
9.6 Teema

Teemaksi valikoitui Astra-teema, joka on yksi WordPressin suosituimmista teemoista. Teema on todella kevyt, nopea ja sitä päivitetään säännöllisesti. Astra oli myös suunniteltu WooCommerce-verkkokauppaan yhteensopivaksi.

Astra-teema toimii myös saumattomasti mobiililaitteilla ja on hakukoneystävälliseksi suunniteltu. Astrasta löytyy myös yli 240 kappaletta valmiita mallipohjia, joita hyödyntäen pääsee verkkosivuprojektissa nopeasti liikkeelle. Tähän työhön mallipohjaksi valikoitui Astra-teeman Brandstore-mallipohja, joka oli lähimpänä haluttua ulkoasua. (Astra, 2023)

9.6.1 Teeman asennus ja käyttöönotto

Astra-teeman asennus tapahtui WordPressin hallintapaneelista Teemat-osiosta, joka löytyy ulkoasuvalikon alta. (Kuva 10).



Kuva 10. Teeman asennus

Samalla asennettiin Astra-teemalle lapsiteema, joka on pääteeman rinnakkaisteema. Lapsiteemaan tehdään kaikki teemaan tarvittavat koodimuutokset, jolloin teemaa pystytään päivittämään menettämättä muokkauksia.

Astralla lapsiteeman asennus onnistui heidän sivuiltaan <https://wpastra.com/docs/install-astra-child-theme/>, josta löytyy lapsiteema-generaattori, jolla saa tehtyä omalle teemalle rinnakkaisteeman.

(Child Theme Basics, 2023)

Generaattorilla tehty lapsiteema-tiedosto tulee ladata WordPressiin samalla tavalla kuin alkuperäinenkin teema ja hyväksyä lapsiteemaksi (Kuva 11).

Ohjausnäkymä
Astra
Artikkelit
Media
Linkit
Sivut
Kommentit
Downloads
MailPoet
CartFlows
WooCommerce
Tuotteet
Analytiikka
Markkinointi
Elementor
Mallit
WPForms
Ulkoasu

Teemat 5

No checkout page is configured. Set one in [Settings](#).

ASTRA Home About Services Reviews FAQ Contact

Your Idea Matters!

[Make a Website](#)

Local Business
Lorem ipsum dolor consectetur adipiscing elit. Aliquam.

eCommerce
Lorem ipsum dolor consectetur adipiscing elit. Aliquam.

Blogging
Lorem ipsum dolor consectetur adipiscing elit. Aliquam.

Professional Services
Lorem ipsum dolor consectetur adipiscing elit. Aliquam.

Aktiivinen: Astra Child theme [Mukauta](#)

ASTRA Home About Services Contact

Your idea matters

Placeholder text for an Astra multi-functional WordPress theme of content-rich, flexible design.

[Make a Website](#)

Local Business
Lorem ipsum dolor consectetur adipiscing elit. Aliquam.

Online Store
Lorem ipsum dolor consectetur adipiscing elit. Aliquam.

Blogging
Lorem ipsum dolor consectetur adipiscing elit. Aliquam.

Portfolio
Lorem ipsum dolor consectetur adipiscing elit. Aliquam.

Astra

Twenty Sixteen
The WordPress default theme for 2016. Home Blog Grid - About Contact

Come Sail Away with Me

Individually, we are one drop. Together, we are an ocean.

ABOUT
Twenty Sixteen is a modern multi-purpose WordPress theme, designed to help you sell your ideas and inspire your audience. It's a theme that's built to be flexible, with a focus on performance and the ability to create content that's both meaningful and easy to share. This theme features a variety of layouts, all optimized for a fast, mobile-first experience. It's a theme that's built to be modern.

CATEGORIES
• About
• Home

Kuva 11. Lapsiteeman asennus

9.7 Ulkoasu

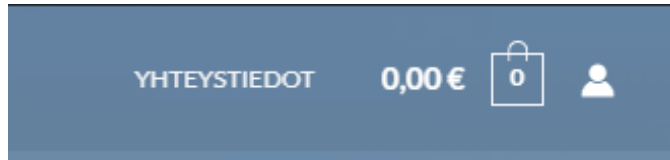
9.7.1 Valikot

Ulkoasun rakentaminen lähti liikkeelle valikoiden suunnittelusta vaatimuslue-
telon mukaisten vaatimusten mukaan. Header-osioon, eli sivuston yläosaan,
sijoitettiin yrityksen logo sekä päävalikot alavalikoineen. Valikot pysyvät koko
ajan näkyvissä jokaisella sivuston sivulla sekä verkkokauppaosiossa (Kuva
12).



Kuva 12. Päävalikko

Headerin oikeaan reunaan sijoitettiin toinen valikko, johon tehtiin paikka yhteystiedoille, ostoskori painikkeelle sekä painike asiakastilille kirjautumiseen (Kuva 13).



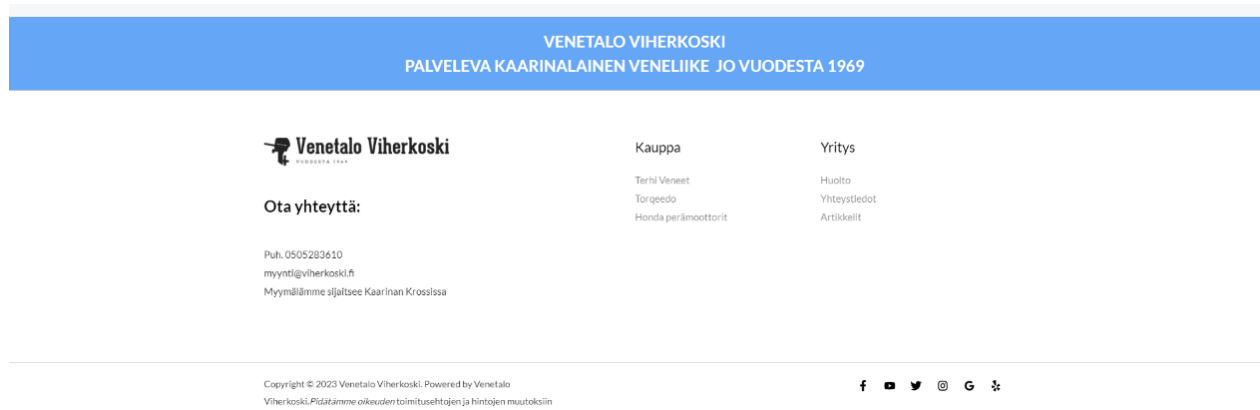
Kuva 13. Lisävalikko

Mobiililaitteille valikot piilotettiin näkyvistä ja oikeaan reunaan sijoitettiin valikkoikoni, josta ne saa nopeasti avattua. Näin selaaminen mobiililaitteilla saatiin sujuvaksi (Kuva 14).



Kuva 14. Mobiilinäkymä

Footeriin, eli sivuston alaosaan, sijoitettiin yrityksen logo ja yhteystiedot sekä suosituimmat sivuston sisäiset linkit ja sosiaalisen median painikkeet (Kuva 15).

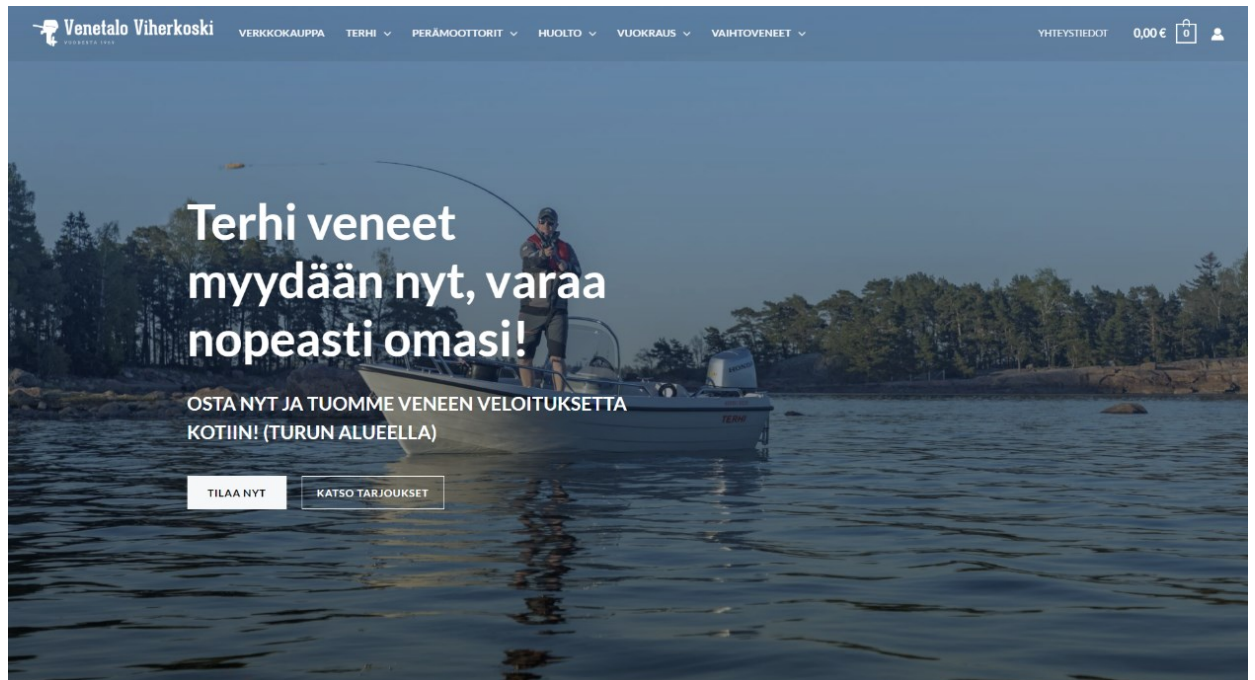


Kuva 15. Footer

9.7.2 Etusivu

Toimeksiantaja halusi etusivulle heidän yrityksensä näköisen ilmeen sekä kaksi isoa mainospaikkaa ajankohtaisille mainoksille.

Ensimmäinen mainospaikka upotettiin heti headerin alle, johon on helposti vaihdettavissa taustakuva, mainosteksti sekä painikkeet halutun kampanjan tarpeiden mukaan. (Kuva 16).



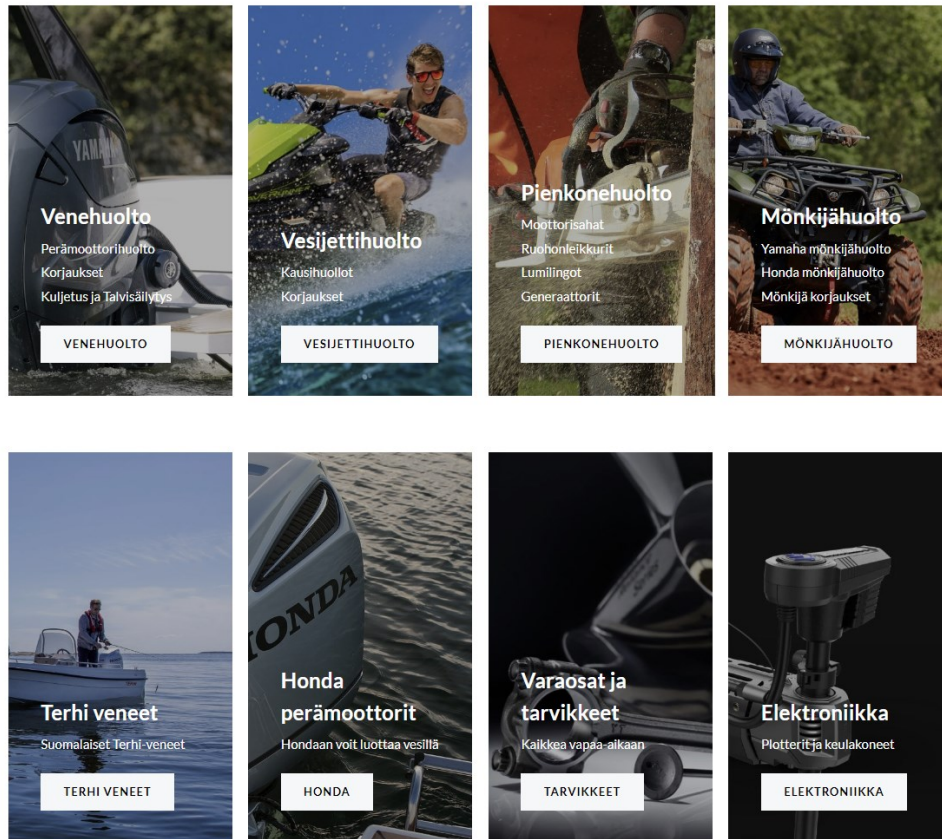
Kuva 16. Etusivun mainospaikka 1

Toinen mainospaikka sijoitettiin heti ensimmäisen mainoksen alapuolelle. Samalla tavalla tämän mainospaikan kuva, teksti ja painikkeet ovat helposti vaihdettavissa (Kuva 17).



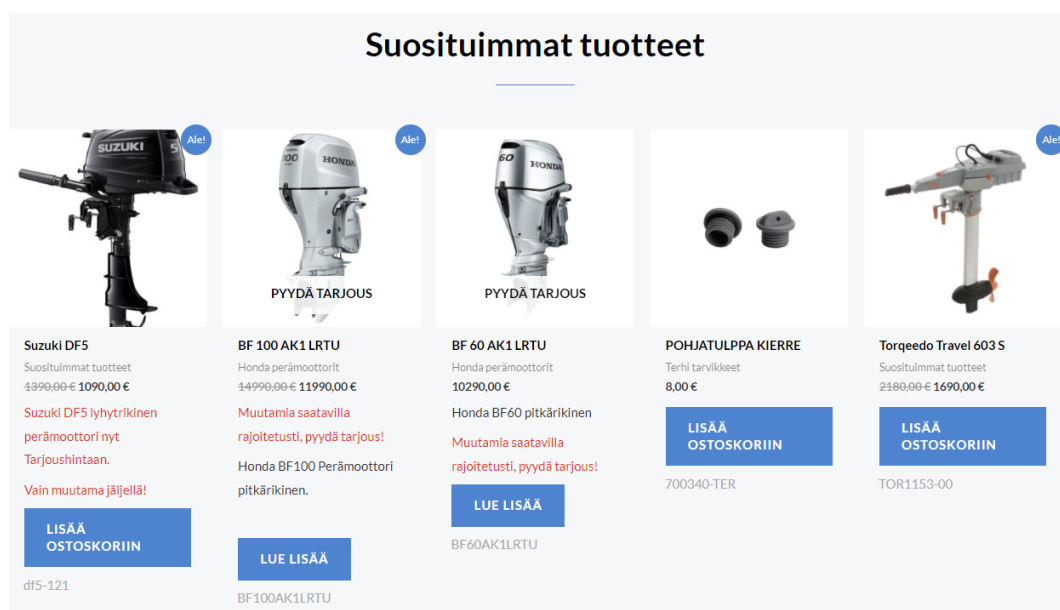
Kuva 17. Etusivun mainospaikka 2

Vaatimusluettelon mukaan tehtiin seuraavaksi suosituimmista sivuista kuvalliset linkit etusivuille. Nämä toteutettiin kahdeksan kuvallisen linkin ryhmänä, joihin on vaihdettavissa taustakuvat, tekstit ja linkitykset (Kuva 18).



Kuva 18. Etusivun kuvalliset linkit

Etusivulle haluttiin myös näkymään verkkokaupan tuotenostoja. Tämä toteutettiin tuomalla etusivulle osio, joka näyttää WooCommercen-kaupasta tuotteet, jotka ovat määritellyt suosituiksi tuotteiksi (Kuva 19).



Kuva 19. Verkkokaupan suosituimpien tuotteiden nosto etusivulle

9.7.3 Verkkokauppaosio

Verkkokauppasivun vasempaan sivupalkkiin sijoitettiin vaatimuslistalta ensimmäisenä mainoskuvake ilmaisesta toimituksesta. Kuvakkeen teksti on käyttäjän helposti muokattavissa. Tämän jälkeen lisättiin hakutoiminnot sekä suodatusvaihtoehto hinnan mukaan.

Toimeksiantajan toiveena oli tuotteiden haku myös tuotteen varaosanumeron mukaan. Tämä saatiin onnistumaan lisäämällä varaosanumero tuotteen tuotekuvauksen alkuun.

Verkkokauppasivun etusivulle tuotiin isoina kuvina kolme nostoa kaupan tarjoustuotteista, jotka käyttäjä pystyy helposti määrittelemään (Kuva 20).

ILMAINEN TOIMITUS YLI 40€ TILAUKSILLE (EI KOSKE VENEITÄ)

Haku

Etsi tuotteita... **HAKU**

Suodata hinnan mukaan

SUODATA Hinta: 0 € – 22990 €

Kategoriat

- Honda perämoottorit (18)
- Suosituimmat tuotteet (12)
- Terhi tarvikkeet (48)
- Terhi Veneet (13)
- Torqeedo (2)
- Yamaha varaosat (108)
- > Suosituimmat Yamaha Varaosat

Etusivu / Store

Kiitos kun tulit meidän kauppaan ❤️


Torqeedo Travel 1103 C

~~2850,00 €~~ 2490,00 €

OSTA NYT

Kuva 20. Verkkokaupan etusivun tuotenostot

Verkkokaupan tuotesivulle tehtiin toimeksiantajan pyynnöstä mahdollisuus pyytää tuotteesta myös tarjous. Klikkaamalla tarjouspyyntö-painiketta asiakas pääsee syöttämään omat tietonsa ja lähettämään tarjouspyynnön, joka välittyy Venetalo Viherkosken sähköpostiin. (Kuva 21), (Kuva 22).



Etusivu / Terhi Veneet / Terhi 385

Suosituimmat tuotteet, Terhi Veneet

Terhi 385

~~2050,00 €~~ **1790,00 €**

VAIN 1KPL JÄLJELLÄ!

Terhi 385 soutuvene. Terhi 385 on Suomen myydyin soutuvene kautta-aikojen.

Pakettiin kuulu aivot ja hankaimet.

Tuotetunnus (SKU): 040b8aa6f166 Osastot: Suosituimmat tuotteet, Terhi Veneet
Avainsana tuotteelle terhi

Saatavilla!


1 **LISÄÄ OSTOSKORIIN**

Tietoa toimituksesta

- Veneiden nouto aina Kaarinasta tai sovi erikseen kuletuksesta
- Varastossa olevat tuotteet toimitamme noin 1-4 arkipäivässä
- Veneiden toimitukset alkavat keväällä tilausjärjestyksessä

PYYDÄ TARJOUS

Saatat myös pitää...



Kuva 21. Tarjouspyyntö-painike lisättyä

1 **LISÄÄ OSTOSKORIIN**

Tietoa toimituksesta

- Veneiden nouto aina Kaarinasta tai sovi erikseen kuletuksesta
- Varastossa olevat tuotteet toimitamme noin 1-4 arkipäivässä
- Veneiden toimitukset alkavat keväällä tilausjärjestyksessä

SULJE

Nimi *

Puhelin *

Sähköposti *

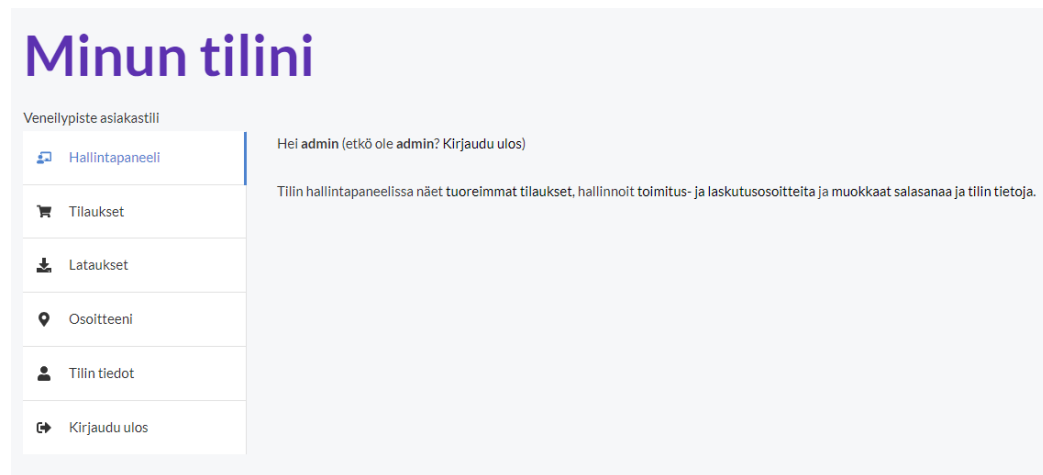
Vapaa teksti tarjouspyyntöön

LÄHETÄ

Kuva 22. Tarjouspyyntölomake avautuu suoraan samalle sivuille.

Oma asiakastili oli määritelty vaatimusluettelon ja se aktivoitiin verkkokauppaan. Asiakastilillä asiakkaan on mahdollista tarkastella omaa tilaushistoriaa sekä muokata omia yhteystietojaan.

Asetuksista määriteltiin asiakkaalle mahdollisuus tehdä ostoksia myös ilman oman asiakastilin perustamista (Kuva 23).



Kuva 23. Asiakastili näkymä

9.7.4 Huoltopalvelut

Huoltopalveluiden esittelyyn tehtiin oma pääsivu, jossa on esillä yrityksen tarjoamat eri huoltopalvelut. Jokaiselle huoltopalvelulle rakennettiin lisäksi oma alasivu, jossa kutakin palvelua esitellään tarkemmin. (Kuva 24).

Huoltopalvelumme

SOITA JA VARAA 0505283610

VARAA HUOLTOAIKA VERKOSSA 24H

HINNASTO

Venehuolto

- Perämootorihuolto
- Perämootori asennukset
- Korjaukset Kuljetus ja
- Talvisäilytys

VERNEHUOLTO

Vesijettihuolto

- Kausihuollot
- Korjaukset

VESIJETTIHUOLTO

Pienkonehuolto

- Moottorisahat
- Ruohonleikkurit
- Lumilingot
- Generaattorit

PIENKONEHUOLTO

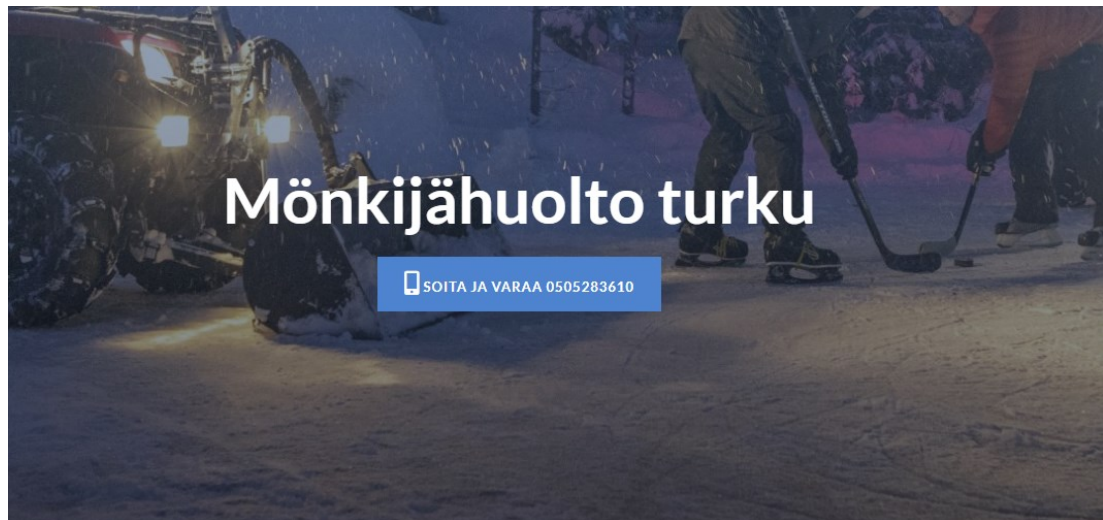
Mönkijähuolto

- Yamaha mönkijähuolto
- Honda mönkijähuolto
- Mönkijä korjaukset

MÖNKIJÄHUOLTO

Kuva 24. Huoltopalvelut

Omat alisivut jokaiselle eri palvelulle toimii hyvänä laskeutumissivuna asiakkaan ohjatuessa sivuille hakukoneiden kautta. Laskeutumissivulla tarkoitetaan ensimmäistä sivua, jonka asiakas näkee ohjautuessaan sivuille hakukoneen kautta (Kuva 25).



Kuva 25. Huoltopalveluiden alisivut

Huoltopalveluille rakennetut alisivut:

- Yamaha huolto
- Honda huolto
- Perämoottorihuolto
- Mönkijähuolto
- Vesijettihuolto
- Pienkonehuolto
- Talvisäilytys

9.7.5 Vuokraus

Trailereiden vuokraukseen rakennettiin oma sivu, jossa on esitelty yrityksen vuokraamat trailerit, niiden hinnat sekä yhteystiedot varaamista varten (Kuva 26).

Venetraileri 750Kg (jarruton)

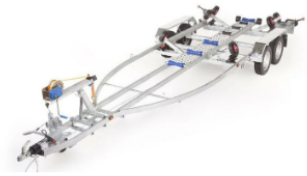
- 50€/vrk
- 110€/vkl (pe-ma aamu)

**Venetraileri 1800kg (jarrullinen)**

- 95€/vrk
- 220€/vkl (pe-ma aamu)

**Venetraileri 2700Kg (jarrullinen)**

- 130€/vrk
- 300€/vkl (pe-ma aamu)

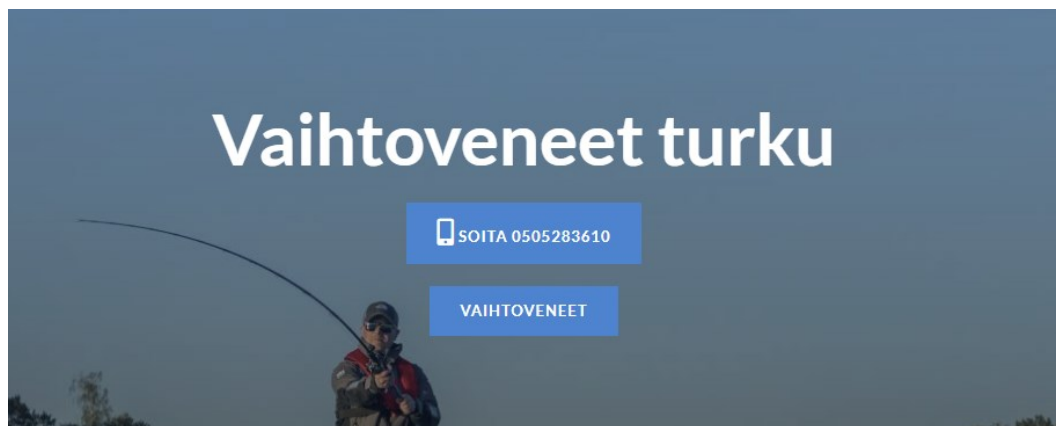


Kuva 26. Traileri sivut

9.7.6 Vaihtoveneet

Vaihtoveneille toimeksiantaja oli toivonut laskeutumissivua, joka ohjaa yrityksen nettivene.fi-profiiliin.

Tämä toteutettiin lyhyellä vaihtovene-esittelysivulla, johon sijoitettiin iso helpposti havaittava painike, joka ohjaa suoraan yrityksen omaan nettivene-profiiliin (Kuva 27).



Venetalo Viherkoski vaihtoveneet

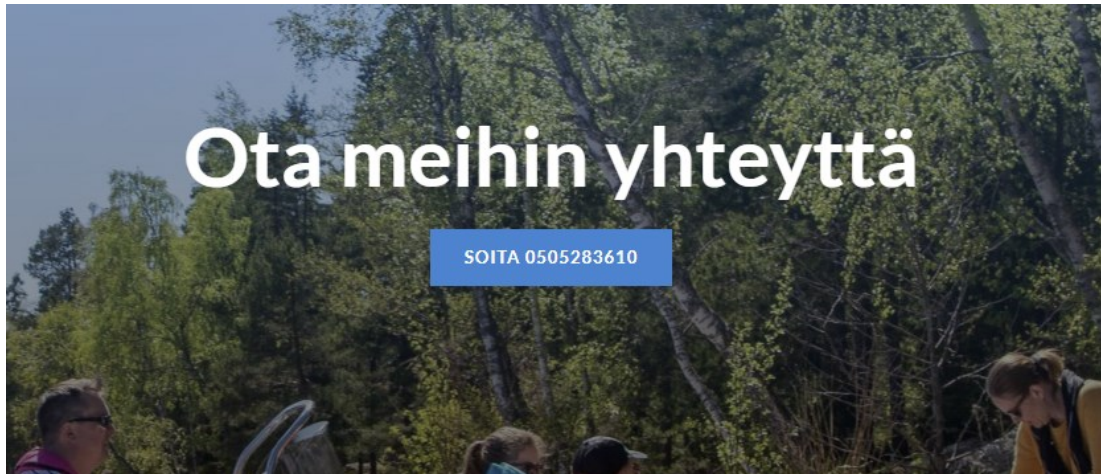
Ilmoitamme vaihtoveneemme nettivene.fi palvelussa, tutustu vaihtoveneisiimme alla olevasta linkistä

[VAIHTOVENEET](#)

Kuva 27. Vaihtoveneet

9.7.7 Yhteystiedot

Yhteystietosivuille tuotiin esille yrityksen yhteystiedot ja aukioloajat ja nämä tehtiin myös helposti muokattavaksi, jos aukioloaikoja tulee muuttaa (Kuva 28).



Kuva 28. Yhteystiedot

Yhteystietojen viereen lisättiin Google Maps-karttalinkki, josta yrityksen sijainti on helppo havainnoida sekä sitä painaessa saa puhelimeen suoraan Google Mapsin ajo-ohjeet (Kuva 29).

Huolto ja myymälä Kaarinan krossissa

Toimipaikkamme sijaitsee Kaarinan Krossissa, osoitteessa Lakimiehenkatu 3-5

Yhteystiedot:

Soita: 0505283610

Sähköposti: myynti@viherkoski.fi

Lakimiehenkatu 3-5, 20780 Kaarina

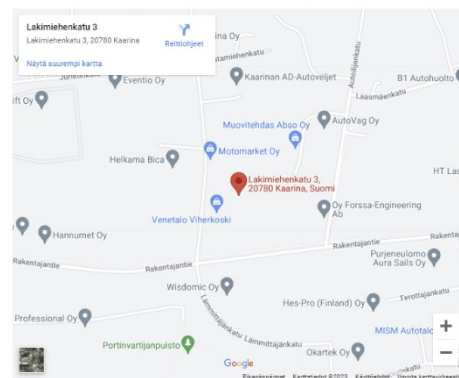
Aukiolot

Ma ja Pe 09-17

Ti-to 09-15

La ja Su - Suljettu

VARAA HUOLTO VERKOSSA



Kuva 29. Google Maps karttalinkki

Yhteystietojen alle laitettiin vaatimusluettelon mukaan yhteydenottolomake, jonka kautta asiakas pystyy helposti lähettämään yritykselle viestin, joka toimitetaan yrityksen sähköpostiin (Kuva 30).

Lähetä meille viestiä

Nimi *

Sähköposti *

Viesti

LÄHETÄ

Kuva 30. Yhteydenottolomake


9.8 Ostoskori

Ostokori-näkymässä asiakkaan on mahdollista muokata valittujen tuotteiden tilausmäärää, poistaa sinne valittuja tuotteita sekä antaa mahdollinen alennuskoodi.

Käyttäjä pystyy määrittelemään alennuskupongeja helposti itse sivuston hallintapaneelista (Kuva 31).

Ostoskori

✔ Ostoskori päivitetty.

Tuote	Hinta	Määrä	Välisumma
 ALUMIINIHANKAIN TERHI, PARI	14,00 €	1	14,00 €

Kupongin koodi **KÄYTÄ KUPONKI** **PÄIVITÄ OSTOSKORI**

Kuva 31. Ostoskori

Ostoskorin alemmassa osiossa valitaan toimitustapa.

Toimitustapa vaihtoehdoksi määriteltiin:

- Nouto myymälästä
- Kuljetus noutopisteeseen
- Kotiin kuljetus

Ostoskori näyttää kokonaissumman sekä kokonaissumman veron osuuden (Kuva 32).

Ostoskori yhteensä

Välisumma	14,00 €
-----------	---------

Toimitus

Nouto myymälästä Kaarina, (0-3pv)
 kuljetus noutopisteeseen, (1-4 pv):
10,00 €

kotiinkuljetus, (1-4pv): **20,00 €**

Toimitus Kaunolehdontie 16, 21430
Yliskulma.

Vaihda osoite

Yhteensä	24,00 € (sisältää 2,71 € alv./VAT)
----------	------------------------------------

TILAA

Kuva 32. Ostoskorin toimitusvaihtoehdot

9.8.1 Verkkomaksupainikkeet

Toimeksiantaja halusi verkkokaupan maksutavaksi kaikki yleisimmät pankki ja luottokorttimaksuvaihtoehdot sekä mahdollisuuden Mobilepaylla maksamiselle.

Kaikki yllä mainitut maksuvaihtoehdot löytyivät Vismapayn tarjoamasta WooCommerce-verkkokauppaan integroitavasta maksupalvelusta.

Vismapay oli myös vertailun edullisempia vaihtoehtoja uuden kauppamme tarkoitukseen.

Vismapayn maksupalveluiden kanssa tehtiin yhteistyösopimus, jonka jälkeen kauppaan asennettiin heidän tarjoama WordPress-lisäosa (Kuva 33).



Kuva 33. Visma-maksupainikkeet

9.8.2 Postistusvaihtoehdot

Toimeksiantajan kanssa oli sovittu, että kauppaan tehdään valmis kokonaisuus, jossa asiakas saa ostokorissa valittavaksi yleisimmät toimitusvaihtoehdot ostoksille.

Kauppaan tehtiin yhteistyösopimus Shipit-palvelun kanssa, jossa yhdellä sopimuksella sai kaikki Suomen käytetyimmät kuljetustavat.

Shipit-palvelu oli myös aloittavalle kaupalle järkevä vaihtoehto, koska siinä ei ollut aloitus- eikä kuukausimaksua. Palvelusta maksetaan vain jokaisen lähettyksen mukaan.

(Shipit.fi, 2023)

Shipit-palvelulta löytyi myös valmis WordPress-lisäosa, jonka asentamalla kauppaan saatiin tuotua ostoskoriin kaikki halutut kuljetusvaihtoehdot.

Shipit-lisäosaa hyödyntämällä saatiin myös pakettikortit tulostumaan automaattisesti, jolloin verkkokaupasta tulleet tilaukset saadaan entistä pienemällä vaivalla postitettua eteenpäin.

Shipit-lisäosa määriteltiin myös tulostamaan pakettikortit mahdollisia palautuksia varten. Näin ostajan on vaivatonta palauttaa paketti valmiin pakettikortin avulla.

9.9 Automaattiset sähköpostit

Verkkokauppaan määriteltiin automaattisesti lähtevät sähköpostiviestit, jotka lähtevät asiakkaille tilauksen erivaiheissa. Alla esimerkki sähköpostista, joka saapuu heti tilauksen jälkeen (Kuva 34).



Kuva 34. Vahvistus sähköposti

9.10 Ajanvarausjärjestelmä

Sivustolle haluttiin tuoda mahdollisuus huoltopalvelun ajanvaraukselle suoraan verkkosivuilta. Ajanvaraus piti saada keskustelemaan yrityksen sisäisen kalenterin kanssa, ettei päällekkäisiä varauksia syntyisi. Toimeksiantajalla oli sisäisessä käytössä Office365-kalenteri, jossa kaikki muuta kautta tulleet varaukset sekä muut menot olivat ylhäällä.

Toimivaksi ratkaisuksi löytyi Microsoft Bookings-palvelu, joka sisältyi toimeksiantajan Office365-pakettiin, joten lisäkustannuksia ei syntynyt.

Bookings on palvelu, joka on integroitu Office365-kalenteriin valmiiksi ja tarjoaa mahdollisuuden luoda omaan Office365-kalenteriin asiakasportaalin, jossa asiakas pystyy löytämään saatavilla olevat ajat ja tekemään varauksen suoraan verkosta. (Microsoft bookings, 2023)

Booking-sovelluksella tehtiin sopivat ajanvaraustuotteet sekä muokattiin vaadittavat tietokentät ja ulkoasu vastaamaan yrityksen ilmettä (Kuva 35).



Huollon ajanvaraus

✓ VALITSE PALVELU

<p>Perämoottorin kausihuolto <input type="radio"/></p> <p>Palvelun kesto on oletusaika, joka vaihtelee ... Lisätietoja 2 tuntia 30 minuuttia</p>	<p>Moottorin Vianhaku / korjaus <input type="radio"/></p> <p>Palvelun kesto on oletusaika, joka vaihtelee ... Lisätietoja 2 tuntia 30 minuuttia</p>
<p>Muut asennus tai korjauspalvelut <input type="radio"/></p> <p>Palvelun kesto on oletusaika, joka vaihtelee ... Lisätietoja 2 tuntia 30 minuuttia</p>	

Kuva 35. Huollon ajanvaraus

Verkkovarauksen painikkeita sijoitettiin huollon pääsivulle, alisivuille sekä yhteystietosivulle (Kuva 36).



Kuva 36. Huollon verkkovarauspainike

9.11 Tuotteiden tuonti

WooCommerce-verkkokauppaan saa lisättyä tuotteita yksittäin tai tuotua useamman tuotteen kerralla WooCommerce:n oman työkalun avulla.

Toimeksiantajalla oli tarkoitus tuoda kauppaan kattavasti edustamiensa tarvikemerkkien tuotteita, joiden tuontiin haluttiin mahdollisimman sujuva ratkaisu.

Ratkaisuna päädyttiin All Import WordPress-lisäosaan. Lisäosalla saatiin tuotua Excel-tiedoston kautta iso osa tuotteita kerralla.

Tuontien yhteydessä tuotteiden kuvat nimettiin tarkasti vastaamaan tuotteen tuotekoodia, jonka avulla kuvat saatiin ladattua WooCommerce-kauppaan yhdellä kerralla. All Import-työkalun avulla määriteltiin kuvat linkittymään oikeisiin tuotteisiin.

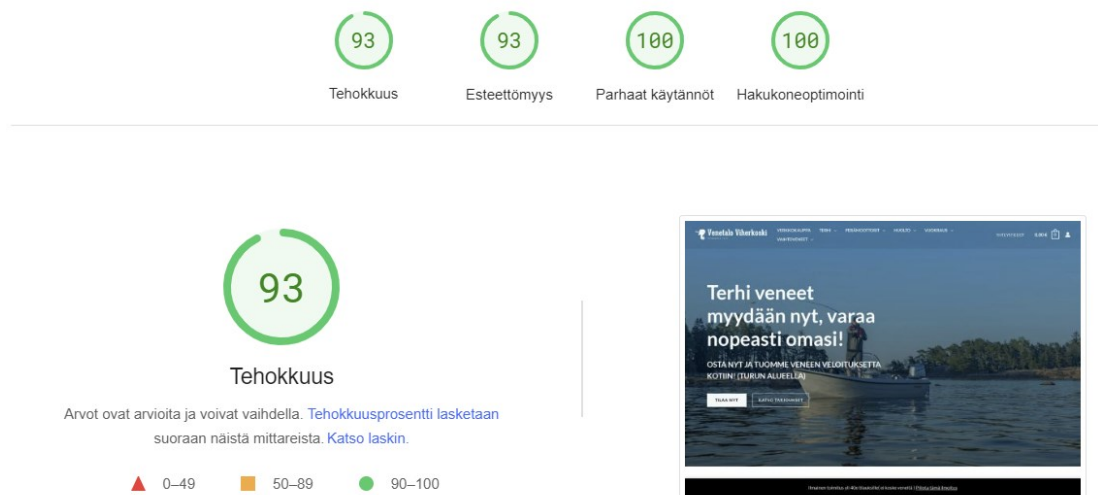
Tuotteiden hinnat ja tuotetiedot on jatkossa myös helpompi päivittää massana All Import-työkalun avulla.

(WP All Import, 2023)

9.12 Sivuston testaus

Valmiin sivuston nopeutta ja teknistä toteutusta testattiin Google Insights työkalun avulla. Tietokoneella käyttäessä sivusto sai kiitettävät pisteet (Kuva 37).

- Tehokkuus 93/100
- Esteettömyys 93/100
- Parhaat käytännöt 100/100
- Hakukoneoptimointi 100/100



Kuva 37. Työpöytä tulokset Google insights

Mobiilikäytössä tehokkuus oli selkeästi tietokoneversiota alhaisempi. Mobiilitehokkuuden optimointi jää verkkokaupan jatkokehityslistalle. Tehokkuutta päästään optimoimaan muun muassa kuvien kokoa pienentämällä (Kuva 38).

- Tehokkuus 57/100
- Esteettömyys 93/100
- Parhaat käytännöt 100/100
- Hakukoneoptimointi 99/100



Kuva 38. Mobiilitulokset Google insights

9.13 Sivuston julkaisu

Kun tekninen puoli oli saatu tarkistettua ja kaikki WordPress-sivut ja verkkokauppa oli saatu valmiiksi, oli aika tarkistaa sivun toiminta vielä huolellisesti. Sivuston kaikkien linkkien toiminta tarkistettiin ja sivuilla olevat tekstit sekä verkkokauppaan syötetyt tuotteet käytiin useaan kertaan läpi, jotta virheitä ei jäisi sivuille.

Tarkistuksen jälkeen sivusto lähti toimeksiantajalle testattavaksi. Toimeksiantaja käytti sivustoa viikon ajan sisäisessä käytössä, jonka aikana yritystä opastettiin verkkokaupan hallinnoimisessa sekä WordPress sivuston pienten muutosten ja päivitysten tekemiseen.

Uusi sivusto verkkokauppoineen päästiin avaamaan tavoitteen mukaan helmikuussa 2023. Verkkokauppaan tehtiin oikeita harjoitusostoja, joissa varmistettiin verkkokaupan tilausten toiminta aina maksusta tuotteen toimitukseen ja mahdolliseen tuotteen palautukseen asti.

9.14 Yhteenveto ja tulokset

Projekti oli onnistunut. Verkkokauppa saatiin toteutettua ja avattua määräajassa. Toimeksiantajalle saatiin rakennettua uudet WordPress-sivut sekä verkkokauppa. Kaikki vaatimusluettelon kohdat tuli täytettyä ja toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen sivuston toteutukseen ja eri toiminnallisuuksiin.

Opinnäytetyön raportin kirjoittamisen aikana toimeksiantaja oli saanut uuden verkkokaupan kautta jo useita tilauksia sekä huollon uusi sähköinen ajanvaraus oli tuottanut noin puolet kaikista uusista huollon varauksista.

Toimeksiantaja koki uuden sivuston ja verkkokaupan ennen kaikkea vapauttavan yritykselle resursseja, kun ajanvaraukset ja tarvike- ja varaosatilaukset tulevat jatkossa ainakin osittain verkon kautta.

Toimeksiantajalle saatiin annettua kattava opastus, jonka avulla toimeksiantaja sisäisti, miten uusia sivustoja ylläpidetään.

Kehitettävääkin jäi, sillä verkkokaupan pyörittäminen on jatkuvaa kaupan optimointia, joka ei välttämättä koskaan tule valmiiksi. Toimeksiantajan tehtäväliselle jäi tuotteiden ja tuotekuvien lisäämistä kauppaan sekä eri tuotteiden kattavien tuotekuvausten kirjoittaminen ja jatkuva uuden sisällön tuottaminen.

Valitsin tämän opinnäytetyön omasta kiinnostuksesta päästä syvemmälle verkkokaupan maailmaan. Tämä työ antoi minulle paljon uutta tietoa ja taitoa verkkokauppaliiketoiminnasta sekä WordPress- ja WooCommerce-kehittämisestä.

LÄHTEET

- Airaksinen;& Vilkka. (2003). Teoksessa T. A. Hanna Vilkka, Toiminnallinen opinnäytetyö (s. 168). Helsinki: Tammi.
- Astra. (17. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://wpastra.com/>
- Child Theme Basics. (17. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta Astra: <https://wpastra.com/docs/install-astra-child-theme/>
- DataReportal. (10. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta The Latest Snapchat Statistics: <https://datareportal.com/essential-snapchat-stats>
- DataReportal. (10. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta Digital 2021: Global Overview Report : <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Demand Sage. (27. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://www.demandsage.com/seo-statistics/>
- Digimarkkonointi:luo strategia,vie se käytäntöön. (2022). Teoksessa L. Niko. Alma talent.
- eCommerce technologies Web Usage Distribution. (23. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://trends.builtwith.com/shop>
- Facebook.com. (10. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://fi-fi.facebook.com/business/marketing/facebook>
- Hostingpalvelu.fi. (25. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://www.hostingpalvelu.fi/wordpress-webhotelli/wordpress-webhotellien-vertailu/>
- Lahtinen, T. (2013). Teoksessa T. Lahtinen, Verkkokaupan käsikirja. Yrityskirjat.
- Lehtonen, T. (2023). Teoksessa T. Lehtonen, Digijalkakauppa (s. 144). Books on demand.
- Microsoft bookings. (17. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://www.microsoft.com/fi-fi/microsoft-365/business/scheduling-and-booking-app>
- Opensource.com. (23. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://opensource.com/resources/what-open-source>

- Search Engine Market Share Worldwide. (7. maalikuu 2023). Noudettu osoitteesta Stats, StatCounter Global:
<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>
- Shipit.fi. (17. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta
<https://www.shipit.fi/palvelut/verkkokaupoille>
- Shopify. (24. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta
<https://www.shopify.com/pricing>
- Sims, L. (2018). Building Your Online Store with WordPress. Apress.
- Statista. (10. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta
<https://www.statista.com/statistics/1327116/number-of-global-tiktok-users/>
- Statista. (10. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta
<https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>
- Statista. (26. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta Global retail e-commerce sales 2026: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
- Statista. (3. maaliskuu 2023). Statista. Noudettu osoitteesta
<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Tanya, T. (20. tammikuu 2023). WordPress.com vs WordPress.org. Noudettu osoitteesta <https://wordpress.com/go/website-building/wordpress-com-vs-wordpress-org/>
- Techtarget. (10. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta Content Management:
<https://www.techtarget.com/searchcontentmanagement/definition/content-management-system-CMS>
- Tilastokeskus. (10. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta Verkkokauppa murroksessa: https://www.stat.fi/til/sutivi/2021/sutivi_2021_2021-11-30_kat_001_fi.html
- Verkkokauppa Suomessa 2022 | Paytrail. (26. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://www.paytrail.com/raportti/verkkokauppa-suomessa-2022>
- W3Techs. (1. tammikuu 2023). W3Techs - extensive and reliable web technology surveys. Noudettu osoitteesta <https://w3techs.com/>
- WooCommerce. (24. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta
<https://woocommerce.com/documentation/>

WordPress Developer Resources. (23. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta Child Themes : <https://developer.wordpress.org/>

Wordpress.org. (tammikuu. 23 2023). Noudettu osoitteesta <https://developer.wordpress.org/>

WordPress.org. (2023). Noudettu osoitteesta <https://wordpress.org/about/features/>

WordPress.org. (2023). Noudettu osoitteesta WooCommerce: <https://wordpress.org/plugins/woocommerce/>

WordPress.org. (23. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta WordPress Features: <https://wordpress.org/about/features/>

WordPress.org. (20. tammikuu 2023). Noudettu osoitteesta Democratize Publishing: <https://wordpress.org/about/>

WordPress.org Documentation. (tammikuu. 23 2023). Noudettu osoitteesta <https://wordpress.org/documentation/article/work-with-themes/>

WP All Import. (17. maaliskuu 2023). Noudettu osoitteesta <https://www.wpallimport.com/>

wpbeginner.com. (tammikuu. 23 2023). Noudettu osoitteesta <https://www.wpbeginner.com/beginners-guide/what-are-wordpress-plugins-how-do-they-work/>