

Annukka Juntunen

VERKKOKAUPAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

VERKKOKAUPAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Annikka Juntunen
Opinnäytetyö
Kevät 2015
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Tietohallinto ja verkkopalvelut

Tekijä: Annukka Juntunen

Opinnäytetyön nimi: Verkkokaupan suunnittelu ja toteutus

Työn ohjaaja: Marja-Leena Korva

Työn valmistumislukukausi- ja vuosi: Kevät 2015

Sivumäärä: 32 + 4

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa verkkokauppa. Toimeksiantajana työlle oli askarteluliike Puuhasliini. Puuhasliini tulee korvaamaan kivijalkaliikkeen verkkokaupalla. Puuhasliinin tärkeimmät tuotteet ovat posliinin maalaukseen liittyvät tuotteet kuten maalaustarvikkeet ja valkoposliini, laaja valikoima erilaisia askartelutuotteita sekä eri kohderyhmille räätälöidyt palvelut. Palvelut eivät tule verkkokauppaan myytäviksi tuotteiksi, mutta niistä on esittely verkkokaupan sivuilla.

Verkkokaupan käytettävyyteen kiinnitettiin erityistä huomiota niin toimeksiantajan kuin Puuhasliinin verkkokaupassa asioivan asiakkaankin kannalta. Verkkokaupasta tehtiin ulkoasultaan yksinkertainen ja helposti päivitettävissä oleva. Myös verkkokaupan kustannuksiin kiinnitettiin huomiota ja kustannusten minimoimiseksi toteutuksessa käytettiin avoimen lähdekoodin ohjelmistoja.

Opinnäytetyö jakaantuu kahteen osaan: suunnitteluosaan ja toteutusosaan. Suunnitteluosiossa käydään läpi verkkokaupan suunnittelua ja siihen liittyviä teorioita, kuten käytettävyyttä ja verkkokaupan rakentamisen pääperiaatteita.

Työn toteutusosassa suunniteltiin verkkokaupan ulkoasu, myytävät tuotteet ja toteutettiin verkkokauppa suunnitelman perusteella. Verkkokaupan toteutuksessa käytettiin asiakkaalla jo olemassa olevaa hostingpalvelua ja toteutusympäristöksi valittiin WordPress-julkaisujärjestelmä.

Työn tuloksena saatiin toteutettua suunnitelman mukainen verkkokauppa, joka on yksinkertainen käyttää ja jonka päivitys on helppo omaksua. Oleellisesti tähän työhön liittyviä jatkokehityskohteita olisi markkinointisuunnitelman laatiminen ja verkkokaupan hakukoneoptimointi.

Asiasanat: verkkokauppa, käytettävyys, WordPress

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Information Systems

Author: Annukka Juntunen

Title of thesis: Designing and implementing of online shop

Supervisor: Marja-Leena Korva

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2015

Number of pages: 32 + 4

The objective of this thesis was to design and implement online shop. This thesis topic was commissioned by the hobby shop Puuhasliini, which aims to shift the focus from retail to e-commerce. The main products that Puuhasliini offers are porcelain painting products, craft products and tailored services.

A special focus was on ensuring great usability of the online shop, both from the consumer's as well as from administrator's point of view. The graphical layout of the online shop was kept minimalist and easily upgradable. Prior to the process of online shop design it was clear that expenses needed to be minimized. Therefore it was agreed that the implementation would be done by using the open source software.

There were two main sections in this thesis: the design part and the implementation part. In the design part online shop basics were discussed as well as theory on usability of the online shop and main principles of building e-commerce website. In the implementation part the layout of the online shop was created, products were defined and the actual implementation was carried out as designed earlier. The online shop was implemented to hosting service already used by the Puuhasliini. The implementation environment was selected to be open source software known as WordPress.

The outcome of this thesis is a fully functional online shop which meets the requirements set by the client. The e-commerce website is easy to use and the administrator view is easy to manage. One possible topic for further study could be creating a marketing plan for the online shop. Another relevant topic could be search engine optimization which would help new customers to find the Puuhasliini online shop.

Keywords: e-commerce, usability, WordPress

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	VERKKOKAUPAN SUUNNITTELU	7
2.1	Verkkokaupan käytettävyys.....	8
2.2	Sivuston suunnittelu	8
3	TOTEUTUS	11
3.1	WordPress asennus ja teema	11
3.2	WooCommerce	12
3.2.1	Tilaukset.....	13
3.2.2	Raportit	14
3.2.3	WooCommerce asetukset.....	16
3.3	Lisäosat.....	18
3.4	Sivujen lisäys.....	19
3.5	Tuotteen lisäys verkkokauppaan	21
3.6	Osastojen lisäys	22
3.7	Ulkoasu	23
3.8	Testaus	28
4	YHTEENVETO	30
	LÄHTEET.....	31
	LIITTEET	33

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa verkkokauppa avoimen lähdekoodin ohjelmistoa hyödyntäen. Verkkokauppa toteutettiin Wordpress-julkaisujärjestelmän avulla. WordPress-julkaisujärjestelmä valittiin, koska se on tunnettu ja paljon käytössä oleva julkaisujärjestelmä. WordPress-julkaisujärjestelmä on ilmainen, mutta siihen on saatavissa myös maksullisia lisäosia. Wordpressin valintaan vaikutti toimeksiantajalla jo käytössä oleva hostingpalvelu, jossa oli valmiina tuki WordPress-järjestelmälle. WordPress on kirjoitettu PHP-kielillä ja tietojen tallennukseen käytetään palvelimelle asennettua MySQL-tietokantaa.

Työssä on kiinnitetty erityistä huomiota käytettävyyteen, niin verkkokaupassa vierailevan asiakkaan kuin verkkokauppaa päivittävän toimeksiantajan kannalta. Teemaksi valittiin yksinkertainen ja kielikäännöstuen sisältävä teema. Teeman valinnassa on kiinnitetty huomiota teeman ulkoasuun, sivuston sisältämiin elementteihin, latausmääriin, muunneltavuuteen, responsiivisuuteen ja verkkokauppalisäosa WooCommercen tukeen.

Työn ulkopuolelle on rajattu hakukoneoptimointi ja sivuston markkinointi. Ohjeistus työn toimeksiantajalle verkkokaupan käytöstä annettiin opastamalla verkkokaupan toiminta käytännössä esimerkkituotteiden avulla.

Työn tilaajana oli Oululainen askarteluliike Puuhasliini Tmi Anu Rautakoski. Työn alkaessa Puuhasliinillä oli kivijalkaliike, jonka toiminta lopetettiin ja siirryttiin verkkokauppaan. Verkkokauppa perustettiin osoitteeseen www.puuhasliini.fi. Yrityksellä ei ole ollut aiemmin verkkokauppaa.

2 VERKKOKAUPAN SUUNNITTELU

Verkkokaupan suunnitteluun kannattaa käyttää aikaa. Hyvin toimiva ja helposti päivitettävissä oleva ohjelmisto säästää aikaa ja vaivaa. Tarjolla on useita valmiita maksullisia vaihtoehtoja ja avoimen lähdekoodin ohjelmistoja. Omasta osaamisesta ja käytettävissä olevista resursseista riippuu, millainen ratkaisu on paras valinta. Avoimen lähdekoodin verkkokauppa ohjelmistoja ovat mm. Magento, Joomla, Drupal sekä WordPress. WordPress on alkujaan suunniteltu blogin pitämiseen, mutta nykyään sitä käytetään paljon verkkokaupan alustana, sillä siihen on kehitetty toimivia verkkokauppalisäosia.

Ennen verkkokaupan perustamista, on mietittävä millaisia tuotteita kaupassa myydään sekä tehtävä tuotekuvaukset ja kuvata myytävät tuotteet, tekipä kaupan sitten itse tai ostipa valmiin verkkokauppapaketin. Lisäksi on mietittävä, mistä tuotteet hankkii verkkokauppaan ja millaisia määriä niitä aikoo myydä, käykö kauppaa Suomen rajojen sisällä vai esimerkiksi EU-maissa.

”Kuluttajan selkeä ja kattava informointi on olennainen osa luotettavaa verkkokaupankäyntiä. Verkkokaupan perustietoihin kuuluvat yritys- ja yhteystiedot sekä sopimus-, tilaus- ja toimitusehdot. Verkkokaupankäyntiin liittyy aina myös henkilötietojen käsittelyä. Tietojen käsittelystä on laadittava rekisteriseloste, joka kertoo asiakkaalle, mihin ja miten hänen antamiaan tietoja käytetään ja miten tiedot on suojattu. Myös rekisteriseloste on liitettävä verkkokaupan yhteyteen.” (Johdanto verkkokauppaan. Viitattu 2.2.2015)

Toimitusehdoissa on mietittävä, toimittaako tuotteitaan postilla, matkahuollon kautta tai onko esim. nouto mahdollinen. On myös päätettävä, millaisia toimituskuluja aikoo lisätä tilaukseen, onko kirjetoytoimitus mahdollista ja miten esim. särkyvien tavaroiden osalla toimitaan. Toimitusehdoissa määritellään myös maksamiseen ja palautuksiin liittyvät ehdot.

Verkkokaupan yhteystiedot ovat tärkeitä varsinkin verkkokaupasta ostavan asiakkaan kannalta. Yhteystiedot tulee olla ajan tasalla ja mikäli yhteydenottoja tulee, on niihin vastattava, jotta luottamus verkkokauppaan säilyy.

Rekisteriseloste kertoo asiakkaalle, mm. mihin ja miten hänen antamia tietoja käytetään ja kuka on rekisterinyllypitäjä. Rekisteriseloste on pakollinen ja se täytyy löytyä kaupan sivuilta. Rekisteriselosteelle löytyy valmiita mallipohjia internetistä.

2.1 Verkkokaupan käytettävyys

Käytettävyys on yksi tärkeimmistä verkkokaupan suunnittelussa huomioon otettavista asioista. Verkkokaupassa käytävyydellä tarkoitetaan ostamisen helpoutta. Hyvä verkkokauppa saa asiakkaan viihtymään pidempään sivuilla, tekemään ostoksen, palaamaan verkkokauppaan uudelleen ja suositteluun verkkokauppaa muille. Verkkokaupan rakenteen tulee olla sellainen, että ostaja ei eksy kauppaan vaan on selvillä, mistä halutut toiminnot löytyvät. Kuten muitakin nettisivustoja niin myös verkkokauppaa tulee pystyä käyttämään eri laitteilla. Tämän ominaisuuden mahdollistava tekniikka on nimeltään responsiivisuus. Toteutuksessa se tulee ottaa huomioon, koska sivustot eivät automaattisesti ole responsiivisiä.

2.2 Sivuston suunnittelu

Sivustosunnittelussa kannattaa käyttää vakiintuneita rakenteita, jolloin ostaja löytää helpommin kaupan perustoiminnot kuten tuotteet, hakutoiminnon, ostoskorin ja kassan. Toimeksiantajan tärkein vaatimus verkkokaupalle oli yksinkertaisuus, jolla tarkoitettiin helppoa asiointia verkkokaupassa, verkkokaupan päivitettävyyttä, varastohallintaa ja tilausten seuranta. Tässä työssä suunnitelman perustana toimivat asiakasvaatimukset ja toiminnot verkkokauppaan toteutettiin niiden perusteella.

Sivuston suunnittelussa tehtiin sivuston sisällöstä miellekartta ja sen avulla toteutettiin rautalankaversio sivuston ulkoasusta ja toiminnoista ruutupaperille. Sivuston rautalankaversiosta saatiin kuva siitä, millaisia ominaisuuksia teemalta ja lisäosilta vaaditaan, jotta halutut ominaisuudet saadaan toteutettua.

Sivuston yläkehukseen sijoitetaan tavallisesti kaupan nimi tai logo. Yläosaan kannattaa sijoittaa keskeisiä navigointiin liittyviä toimintoja kuten hakutoiminto, yhteystiedot, toimitusehdot ja asiak-

kaan kirjautumistiedot. Sivupalkkeihin sijoitetaan tavallisesti tuoteryhmävalikot, ostoskori ja tietoa ilmaisista toimituskuluista, tarjouksista ja viimeksi lisätyistä tuotteista.

Verkkokaupan suunnittelussa on tietyt periaatteet ja useammassa lähteessä periaatteet on kuvattu alla olevan listauksen mukaan.

Logo

Yleisin paikka logolle on sivuston vasen yläkulma. Logon on hyvä toimia samalla linkkinä kaupan etusivulle. Logon yhteydessä – erityisesti kaupan etusivulla – esitetään usein myös slogan, joka kertoo sivustolla vieraileville lyhyesti verkkokaupan kantavan idean.

Toimintovalikko

Verkkokaupan asiakastiliin sekä tilaukseen liittyvät toiminnot löytyvät useimmiten näkyvän oikeasta yläkulmasta.

Tuoteryhmävalikko

Tuoteryhmävalikko toimii kaupan pääasiallisena siirtymistapana tuoteryhmästä toiseen.

Sisäiset mainokset

Alennuskampanjoita ja sesongin myyvimpiä uutuuksia voidaan esitellä varta vasten suunnitelluilla mainosbannereilla, jotka etusivun ensimmäisenä elementtinä herättävät kävijöiden kiinnostusta ja keräävät todella hyvin liikennettä.

Tuotenostot

Eriyypiset tuotenostot eri kategorioista ovat etusivulla hyvä tapa esitellä kaupan tuotevalikoimaa. Tuotenostoja voivat olla esimerkiksi suosituimmat, uusimmat tai mainostettavaksi asetetut tuotteet.

Ajankohtaiset tapahtumat

Kaupan viimeisimmistä kampanjoista ja tuotelisäyksistä on hyvä tiedottaa kaupan uutispalstalla. Näin verkkokauppaan palaavat asiakkaat saavat nopeasti tiedon siitä, mitä kaupassa on viime käynnin jälkeen tapahtunut. Asiakkaille voidaan antaa mahdollisuus tilata uutiset myös sähköpostiin, jolloin voidaan muistuttaa tulevista tarjouksista ja saada asiakas palaamaan useammin.

Tietovalikko

Kattavat tiedot kaupasta ja tilaamisesta sekä yhteystiedot ja yhteydenoton helppous kertovat luotettavasta toimijasta. Selkeät tilausohjeet sekä tiedot eri maksu- ja toimitustavoista helpottavat asiakkaita viemään tilauksensa loppuun.

Vaihtoehtoinen tapa navigoida

Sivun alalaidassa on hyvä toistaa joko tuoteryhmävalikko yksinkertaisemmassa muodossa tai antaa mahdollisuus selata tuotteita esimerkiksi tuotemerkeittäin.

Tuoteryhmän etusivu

Päätuoteryhmät voidaan esitellä kävijälle alaryhmittäin, joiden avulla kävijä voi kaventaa näkymäänsä. Kyseisen päätuoteryhmän tuotteita voidaan esitellä lisäksi myös tuotenostojen avulla.

Tuotelistasivu

Tuotelistasivulla pääosassa ovat itse tuotteet. Lyhyen tuotekuvauksen tuominen tuotelistoihin on kätevä tapa kertoa kävijälle tuotteen tärkeimmät ominaisuudet tehokkaasti nopeaa vertailua varten.

Tuotesivu

Yksittäisen tuotteen sivulla tuotteesta voidaan kertoa tarkemmin kattavampien tuotekuvausten ja suurempien tuotekuvien avulla. Tuotteen hinta- ja saatavuustiedot ovat ostamisen kannalta kriittistä informaatiota ja ne onkin hyvä esittää ostotoimintojen yhteydessä. Kun asiakas lisää tuotteen ostoskoriin, häntä on muistutettava mitä tuotetta hän on ostamassa, ja annettava mahdollisuus vaihtaa valintaa. Erytisen tärkeää tämä on silloin, kun tuotteesta on valikoimassa eri malleja, värejä tai kokoja. (Johdanto verkkokauppaan. Viitattu 2.2.2015)

3 TOTEUTUS

Sivusto toteutettiin WordPress-julkaisujärjestelmää käyttäen. WordPress on yksi maailman suosituimmista julkaisujärjestelmistä. Sen asentaminen on yksinkertaista ja asennukseen löytyy internetistä runsaasti tukea ja ohjeistusta. Asennuksessa alkuun pääsee nopeasti mikäli on hankkinut käyttöönsä tietokantatunnukset ja WEB-palvelimen. Työn tilaajalla oli kotisivut Hostingpalvelu.fi kautta, joten myös verkkokauppa perustettiin sen alle. Hostingpalvelun verkkosivut löytyvät osoitteesta <https://www.hostingpalvelu.fi/>. Hostingpalvelu on täysin suomalainen palveluntarjoaja ja sen palvelimet ovat Suomessa ja se tarjoaa tukea suomen kielellä. Tässä työssä toteutettiin aluksi verkkokauppa koulun palvelimelle. Koulun palvelimella testattiin verkkokaupan toimivuutta, lisäosia ja erilaisia ulkoasuun liittyviä muutoksia ennen kuin ne otettiin käyttöön Puuhasliinin verkkokaupassa.

Ensimmäisenä asennettiin WordPress ohjelmisto ja tämän jälkeen testattiin erilaisia teemoja ja asennettiin niistä soveltuvin. Teeman asennuksen jälkeen asennettiin verkkokauppalisäosa WooCommerce ja muut valitut lisäosat. Tämän jälkeen luotiin verkkokauppaan sivut ja lisättiin tuotteet sekä muokattiin sivuston ulkoasu. Viimeisimpänä asennettiin Checkout.fi maksukäytävä.

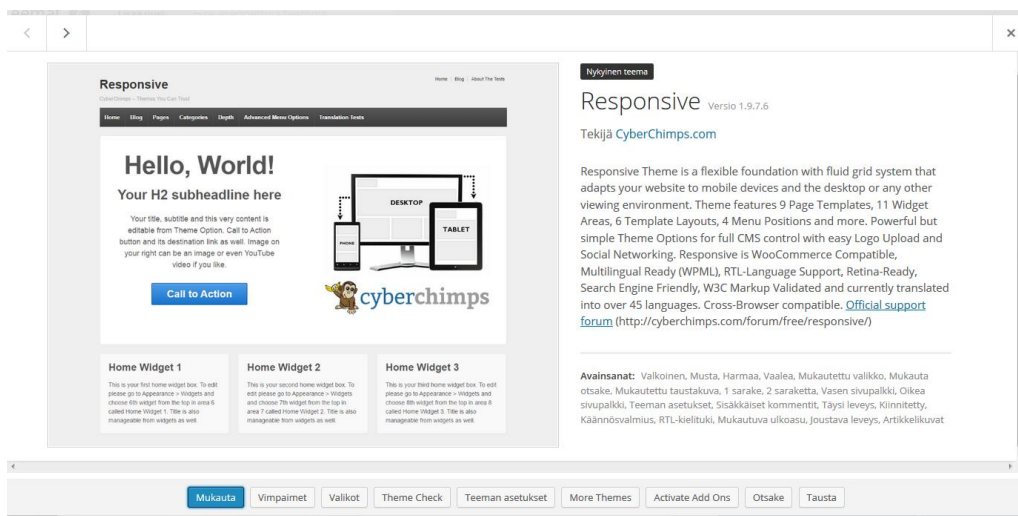
3.1 WordPress asennus ja teema

WordPressin asennus tapahtui lataamalla viimeisin asennuspaketti sivustolta <http://fi.wordpress.org/>. Sivustolta löytyi tarkat ohjeet miten asennus tehdään, sekä paljon muutaakin hyödyllistä tietoa. WordPress asennuksen jälkeen toteutettiin sivustolle ulkoasu. Ulkoasuun vaikuttaa paljon valittu teema. (WordPress-yhteisö. Viitattu 2.2.2015)

WordPress-asennuksessa tulee mukana oletusteema, mutta esim. verkkokauppaan rakentamiseen se ei ole käytännöllisin. Teemoja on valittavissa satoja, maksullisia ja maksuttomia. Teeman valintaan vaikuttavat ominaisuudet, joita verkkokaupalta halutaan ja se, minkä verran itse on valmis tekemään muutoksia.

Teeman asennus tapahtui WordPress-sivusto Ulkoasu -> Teema -> lisää uusi -toiminnolla. Sopivan teeman löytäminen oli haastavaa, koska vaihtoehtoja on tarjolla runsaasti. Teemaksi valittiin

Responsive-teema, joka on maksuton teema. Kuviossa 1 on Puuhasliinin verkkokaupan sivuilta otettu näkymä muokkaamattomasta Responsive-teemasta. Teemaa on ladattu paljon, mikä kertoo siitä, että teema hyväksi todettu. Teema on responsiivinen, joka tarkoittaa, että sivusto muokautuu eri laitteille kuten tietokoneille, tableteille ja älypuhelimille. Teema on verkkokauppa WooCommerce-lisäosaan yhteensopiva, se on käännetty useille eri kielille, liitettävissä sosiaalisiin verkostoihin ja siinä on hakutoiminnot. Teemalla on oma tukisivusto ja aktiivinen kehittäjäryhmä, joka huolehtii teeman päivityksestä ja auttaa mahdollisten ongelmien ratkaisussa.



Kuvio 1. Muokkaamaton Responsive-teema

3.2 WooCommerce

WooCommerce on lisäosa, joka mahdollistaa verkkokauppatoiminnallisuudet WordPress-julkaisujärjestelmällä toteutetussa sivustossa. Lisäosan asentaminen tapahtui WordPress-ohjelmiston lisäosat-toiminnolla. WooCommerce on käännetty suurimmaksi osaksi suomeksi ja WooCommercelle löytyy tuki useista eri teemoista. WooCommeceen on saatavissa useita lisäosia kuten hintojen ja tuotteiden vertailulisäosia sekä tilauksen dokumentaatioon liittyviä lisäosia.

WooCommercen perusosia ovat tiedot tilauksista, raportit myytävistä tuotteista ja asiakkaista, WooCommercen yleiset asetukset, järjestelmän tila ja laajennokset. Lisäosana WooCommerceen asennettiin lisäosa PDF-laskut. PDF-laskut lisäosan avulla saatiin luotua asiakkaalle PDF-pakauslista ja lähetettyä sähköpostilla ilmoitukset tilaus on käsittelyssä ja tilaus valmis, liitteessä 1

on esimerkki pakkauslistasta. Verkkokaupan ylläpitäjälle lisäosa mahdollistaa sähköpostiin ilmoituksen uudesta saapuneesta tilauksesta. Ylläpitäjän viestistä nähdään tilanteen asiakkaan tiedot, tilausnumero, tilatut tuotteet ja niiden määrä ja hinta, tilauksen arvo, toimitustiedot, maksutiedot ja tilauksen kokonaissumma. Esimerkki ylläpitäjän saamasta uusi tilaus viestistä on liitteessä 2.

Suomenkielinen kielipaketti ladattiin osoitteesta: <http://www.swratkaisut.com/lataukset/>. Kielipaketti sisältää woocommerce-fi.po ja woocommerce-fi.mo tiedostot, jotka purettiin WooCommercen languages-kansioon. Kielipaketin käyttöön saamiseksi muokattiin wp-config.php tiedostoa editoimalla ja lisättiin sinne kielikäännökseen suomi: `define('WPLANG', 'fi');`. Oletuksena kieli on englanti. Wp-config kansion sijainti löytyy FTP:n juurikansioista.

3.2.1 Tilaukset

WooCommerce sisältää tiedot verkkokauppaan saapuneista tilauksista, kuvio 2. Tilauksista nähdään verkkokauppaan tulleet tilaukset ja lisäksi voidaan katsoa tilauksia, tulostaa tilauksista pakkauslista ja tarvittaessa lasku. Tilauksista nähdään tilausnumero, tilaajan nimi, toimitusosoite, tilauspäivä, tilauksen arvo ja toimenpiteet mitä tilaukselle on tehty.

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Tilaus ja tilaaja	Ostettu	Toimitusosoite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Päiväys/ aika	Yhteensä	Toimenpiteet
Tilauksia ei löytynyt									
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Tilaus ja tilaaja	Ostettu	Toimitusosoite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Päiväys/ aika	Yhteensä	Toimenpiteet

Kuvio 2. Tilaukset

Kun asiakas tekee tilauksen, siitä lähtee asiakkaalle ja verkkokaupan ylläpitäjälle ilmoitukset. Maksetusta tilauksesta asiakas saa viestin tilaus käsittelyssä ja ylläpitäjä viestin uusi tilaus. Verkkokaupan hallintapaneeliin ilmestyy WooCommercen tilauksien alle uusi tilaus ja tilauksen tiedot. Mikäli tilaus ja verkkopankkimaksu onnistuivat, tilaus menee automaattisesti tilaus käsittelyssä tilaan. Käsittelytilasta voidaan halutessa lähettää asiakkaalle viesti: "Tilauksesi on käsitelty". Kun käytetään maksutapana tilisiirtoa, voidaan asiakkaalle lähettää sähköpostilla lasku ja vaihtaa tilauksen tila odottaa maksua tilaan. Kun maksu on saatu, voidaan tilaus kerätä varastosta, tulos-

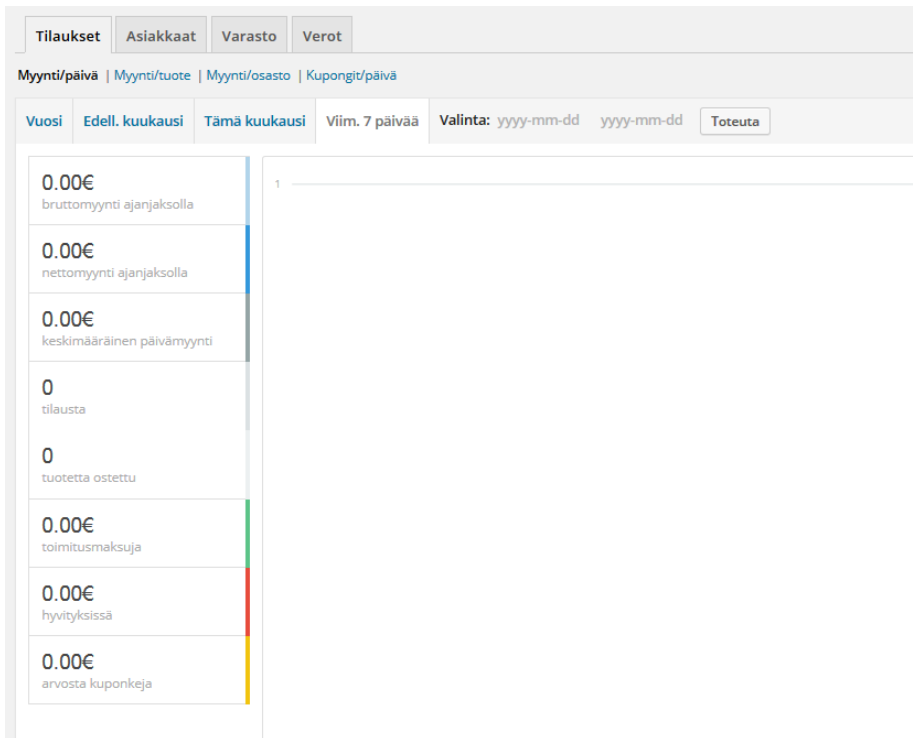
taa ohjelmasta lähetyksistä ja vaihtaa tilaksi tilaus valmis, jolloin asiakas saa sähköpostiin ilmoituksen tilaus valmis. Tilauksen tila voidaan asettaa odottaa maksua, käsittelyssä, valmistunut, peruttu, hyvitetty tai epäonnistunut tilaan, eri vaihtoehdot on esitetty kuviossa 3.

The screenshot shows a web interface for managing an order. At the top, there is a header with the text "Muokkaa tilausta" and a button "Lisää tilaus". Below this is a notification bar that says "Tilaus päivitetty ja sähköposti lähetetty." The main content area is titled "Tilauksen #259 tiedot" and includes the payment method "Maksu käyttäen Pankkisiirto, SEPA-maksu." Under the heading "Yleiset tiedot", there is a "Päiväys:" field with a date picker set to "2015-04-06" and a time selector set to "@ 19 : 15". Below this is a section titled "Tilauksen vaihe:" which contains a list of order status options: "Käsittelyssä", "Odottaa maksua", "Käsittelyssä", "Jonossa", "Valmistunut", "Peruttu", "Hyvitetty", and "Epäonnistui". At the bottom of this list, there is another time selector set to "@ 19 : 15".

Kuvio 3. Tilauksen eri tilavaihtoehdot

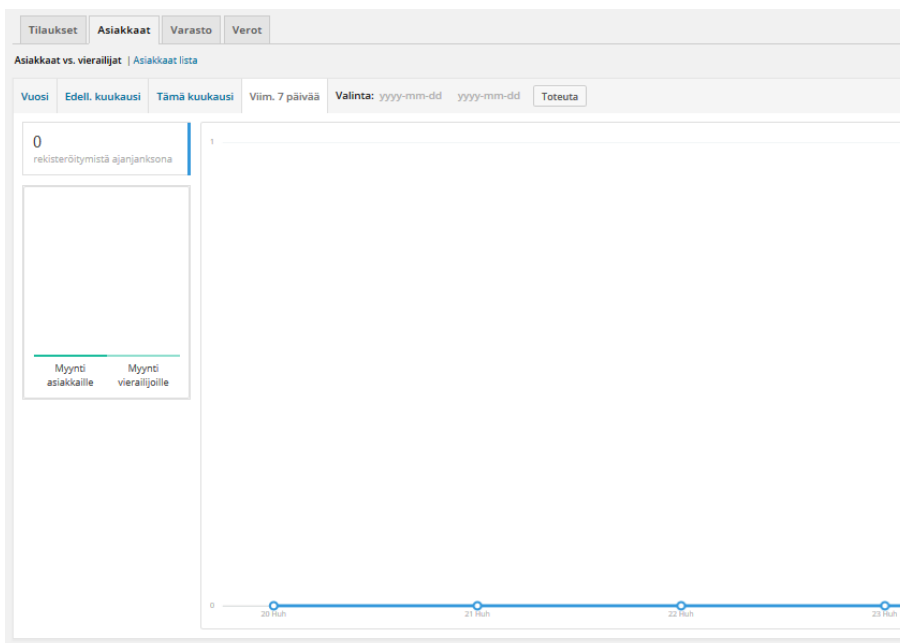
3.2.2 Raportit

Raportit osiosta voidaan seurata tilauksia, asiakkaita, varastoa ja veroja. Raportteja voidaan tarkastella myynti/päivä, myynti/tuote, myynti/osasto ja kupongit/päivä, raporttien näkymä on esitetty kuviossa 4.



Kuvio 4. Näkymä raporteista.

Asiakkaat välilehdellä voidaan tarkastella rekisteröityneitä asiakkaita tiettyinä ajanjaksona ja heille myyjä tilauksia. Asiakkaista voidaan katso listaus jossa näkyy perusasiakastiedot, tehdyt tilaukset ja tilauksiin käytetty rahasumma, asiakkaista saatava näkymä on esitetty kuviossa 5.



Kuvio 5. Näkymä asiakkaista.

Varastotiedoista nähdään varastossa olevien tuotteiden määrä. Eri välilehdiltä on mahdollista katsoa varastosta loppumassa olevat tuotteet, loppuneet tuotteet ja tuotteet joita on paljon. Varastotuotteista on ilmoitettu tuotteen nimi, mahdollinen tuotteen ylempi taso, tuotteen varastosaldo ja varastotilanne. Varastossa on toimenpidenäppäimet, joilla on mahdollista muokata varastossa olevaa tuotetta.

Verojen alta voidaan katsoa tilauksista maksetut verot eriteltyinä eri verokantoihin ja yhteenlaskettuna. Veroista voidaan ottaa näkymä veroluokittain tai tietyltä ajanjaksolta. Verot voidaan viedä myös halutessa CVS-tiedostona Excel-taulukkoon.

3.2.3 WooCommerce asetukset

WooCommercen asetuksissa määriteltiin kaupan yleiset asetukset, tuotteisiin liittyvät asetukset, veroihin liittyvät asetukset, kassan asetukset, toimitukseen liittyvät asetukset, sähköpostin asetukset ja webhooikit. Webhook on tiedonvälitysmenetelmä, jonka avulla verkkokauppa on mahdollista yhdistää muihin tietojärjestelmiin. Webhookia ei otettu tässä vaiheessa käyttöön.

Yleisissä asetuksissa määriteltiin kaupan sijainti, maat mihin tuotteita myydään, asiakkaan oletusosoite, API rajapinta ja valuuttaan liittyvät asetukset. Tuotteiden yleisiin asetuksiin määriteltiin tuotteiden painoyksiköksi kilogramma ja mittayksiköksi senttimetri, tuotearvioita ei otettu käyttöön. Tuotteiden esittämisasetuksissa määriteltiin miten tuotteet ja osastot näkyvät kaupan sivulla ja minkä kokoisia tuotekuvat ovat. Kaupan sivuksi valittiin tuotteen-sivusto ja kaupan sivulla näytettiin osastot ja osastojen alemmat tasot. Osastoista esitetään osastojen alemmat tasot ja tuotteet lajitellaan uusimmasta vanhimpaan. Tuotekuviin ei tehty muutoksia, vaan niiden kokoasetukset jätettiin oletuskokoon.

Varastoasetuksissa otettiin käyttöön varastosaldot ja tuotteen tilausvaiheessa varausaika tuotteelle määritettiin arvoon 60 minuuttia. Varastosaldon hälytysrajaksi asetettiin nolla, koska verkkokaupassa on myynnissä myös tuotteita, joita on vain yksi kappale. Varastosaldojen näyttäminen asiakkaalle otettiin pois käytöstä ja varastosta loppuneet tuotteet piilotettiin tuoteluettelosta.

Ladattavissa tuotteissa voidaan antaa lataustapa ja miten latauksen saa käyttöön, täytyykö latauksen tehdäkseen olla kirjautunut käyttäjä ja pitääkö maksu olla suoritettu ennen latausta. Ladattaville tuotteille ei määritelty asetuksia, koska ladattavia tuotteita ei ole vielä myynnissä.

Hinnat verkkokaupassa ilmoitettiin verollisina. Veron laskentaperusteeksi valittiin kaupan osoite. Laskentaperusteeksi voidaan valita myös toimitusosoite tai laskutusosoite. Toimituskulujen veroluokka määriteltiin samaksi kuin ostoskorissa olevat tuotteet. Veroluokka määriteltiin kaupassa Suomen tämänhetkisen verotuksen mukaisesti ja kaupassa myytävien tuotteiden mukaisesti 24 %. Verokanta luotiin verot sivulla olevan työkalun avulla, jolla on mahdollista luoda haluttuja verokantoja. Hinnat kaupassa ja ostoskorissa / kassalla esitetään verollisina ja yhteenlaskettuina.

Kassa asetuksissa voidaan ottaa käyttöön kuponkeja. Kupongeilla verkkokauppaan voidaan luoda erityyppisiä alennuskuponkeja. Alennuskupongeilla on mahdollista antaa esim. toimituskulut ilmaiseksi koodia vastaan tai antaa tuotteista tai ostoskorista alennusta. Kupongeille voidaan antaa käyttörajoituksia esimerkiksi mitä tuotteita se koskee ja paljonko on minimi-tilausmäärä, jotta kupongin voi käyttää. Kuponkeja ei otettu tässä vaiheessa käyttöön. Kassan asetuksiin määriteltiin mikä sivusto aukeaa, kun asiakas siirtyy ostoskoriin ja kassalle ja miltä sivustolta löytyvät toimitusehdot. Kassasivuilla oleviin kassan verkkotunnuksiin ei tehty muutoksia, koska ne ohjaavat maksutapahtuman ohjautumista. Kassasivuilla otettiin käyttöön tilausten maksamista varten Suomalaiset verkkomaksut.

Suomalaiset verkkomaksupainikkeet verkkokaupan sivustolle ostettiin Gendai yrityksen sivuilta. Lisäosan hinta oli 45€. Gendain sivustolla tehtiin myös sopimus Checkout.fi palvelun käyttöönotosta. Gendai toimitti asennustiedostot ja tunnukset palvelun käyttöönottoon sähköpostilla.

Toimitus välilehdeltä määriteltiin verkkokaupan toimituskulut. Toimituskuluissa otettiin käyttöön kiinteä toimituskulu, lisäksi määriteltiin toimitus lähialueelle maksuttomaksi postinumeroiden perusteella. Tilauksille joiden arvo on yli 45€, määriteltiin maksuton toimitus.

Tilit sivulla ohjataan käyttäjää tiliin liittyvissä toiminnoissa. Rekisteröityminen otettiin käyttöön kassa-sivulla sekä oma tili -sivulla. Palaavalle asiakkaalle otettiin käyttöön mahdollisuus palaava asiakas muistutukseen. Tilin luomisessa käytettiin asiakkaan antamaa käyttäjätunnusta ja salasanaa.

S-posti asetuksissa määriteltiin verkkokaupasta asiakkaalle lähetettävät ilmoitukset. Tilauksen tilaan liittyvät ilmoitukset kuten uusi tilaus, peruttu tilaus, tilausta käsitellään, tilaus valmis ja kommentti asiakkaalle otettiin käyttöön. Lisäksi otettiin käyttöön salasanan palautus ja uusi tili viestit.

WooCommerceen lisättiin lisäosa WooCommerce Customizer, jonka avulla tehtiin muutokset ostoskorin painikkeisiin. Painikkeiden tekstien nimiä oli tarpeellista lyhentää, koska valitussa teemassa tekstipainikkeiden tekstit näyttivät liian pitkiltä ja näin ollen ne menivät osittain päällekkäin.

3.3 Lisäosat

Lisäosilla voidaan ottaa käyttöön ne lisäosat, mitä tarvitaan, jolloin sivustosta saadaan joustavampi ja kevyempi käyttää. Lisäosia on tarjolla erittäin monipuolisesti niin maksullisia kuin maksuttomiakin. Lisäosien valinnassa käytettiin samoja valintakriteerejä kuin asennetussa teemassakin, katsottiin latausmääriä ja lisäosasta annettuja pisteitä.

Cyclone Slider -lisäosa mahdollistaa kuvakarusellien eli slidereiden luomisen sivustolle. Tuotekuvat kuvakaruselleihin lisätään verkkokaupan medialibraryyn ladatuista kuvista. Kuvia on mahdollista lisätä useita ja kuvien näyttöaikaa sekä siirtymäaikaa on mahdollista muuttaa. Asiakkaan toivomuksen mukaan verkkokaupan etusivulle lisättiin vaihtuvat kuvat, joissa esitettiin yleisnäkyvää myytävistä tuotteista.

Facebook Feed -lisäosan avulla saatiin haettua Puuhasliinin Facebook-sivujen päivitykset verkkokaupan sivulle. Asetuksiin ei tarvinnut tehdä paljon muutoksia, koska oletusasetuksissa oli valmiina sopivat asetukset. Facebookin päivitykset saatiin näkymään lisäämällä vimpain alueelle teksti [custom-facebook-feed].

Clean and Simple Contact Form -lisäosalla toteutettiin yhteydenottolomake. Yhteydenottolomakkeeseen vaadittiin pakollisina tietoina, nimi, sähköpostiosoite, sähköpostiosoitteen vahvistus sekä yhteydenottoa koskeva viesti. Yhteydenottolomakkeen lähetys ohjattiin kaupan sähköpostiosoitteeseen. Kuviossa 6 on verkkokaupan yhteystiedot sivulla näkyvä yhteydenottolomake.

Voit lähettää yhteydenottopyyntösi myös alla olevalla yhteydenottolomakella. Ole hyvä ja syötä yhteystietosi ja lyhyt viesti alle. Saat vastauksen niin pian kuin mahdollista.

Nimi:

Sähköpostiosoite:

Vahvista sähköpostiosoite:

Viesti:

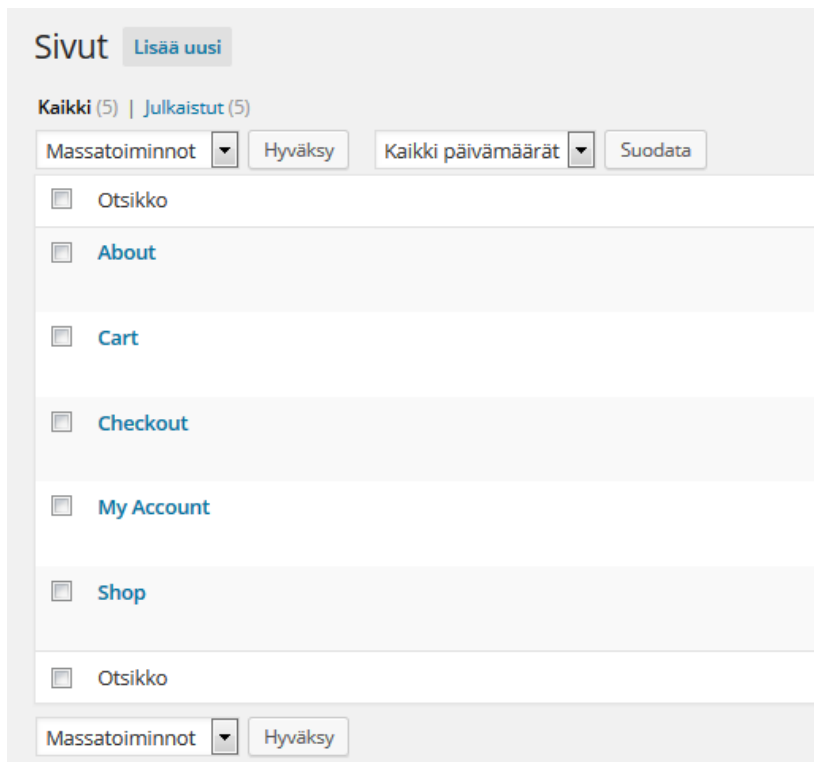
Viestisi

Kuvio 6. Yhteydenottolomake

WooCommerce Menu Cart - lisäosan avulla lisättiin sivustolle ostokoria kuvaava ostoskärry-ikoni. Ostoskärryn vieressä näkyy ostoskorintuotteiden lukumäärä sekä summa euroissa.

3.4 Sivujen lisäys

WooCommerce-lisäosan asennuksesta johtuen verkkokaupassa oletuksena oli asennettuna sivut About, Cart, Checkout, My account ja Shop, kuvio 7. Sivustolle luotiin seuraavat sivut: etusivu, kassa, tilini, kurssit, linkit, ostoskori, palvelut, rekisteriseloste, toimitusehdot, tuotteet ja yhteystiedot.



Kuvio 7. Oletussivut

Etusivu on sivu, johon asiakas ohjataan verkko-osoitteen perusteella ensimmäisenä. Etusivu latautuu myös silloin, kun asiakas painaa yläosassa olevaa kaupan logoa. Etusivulle lisättiin tervetuloa tekstin lisäksi kuvakaruselli ja se saatiin näkyviin lisäämällä sivuston muokkaustilassa teksti [cycloneslider id="etusivu"]. Sliderit luotiin Cyclone Slider - lisäosalla. Koska haluttiin, että sivustolla ei näy kommentteja, sivuton päivittäjän tietoa tai päivitysaikaa, otettiin rastit pois kohdistusta: salli kommentointi, salli paluuviihteet ja päivitysilmoitukset.

WooCommercen sisältää valmiit pohjat kassatoiminnoille, omille tilitiedoille ja ostoskorille. Kassasivu ohjaa asiakkaan kassalle ja ne saatiin käyttöön lisäämällä kassasivustolle teksti [WooCommerce_Checkout]. Tilini-sivu ohjaa käyttäjän rekisteröinti ja sisään kirjautumissivulle. Uusi asiakas tallentaa omat tiedot sivustolle. Tällä sivulla on mahdollista palauttaa myös unohtunut salasana. Kirjaudu sisään toiminnot saatiin käyttöön lisäämällä sivulle teksti [woocommerce_my_account]. Ostoskori-sivu ohjaa asiakkaan ostoskoriin ja näyttää ostoskoriin lisätyt tuotteet. Ostoskori toiminnot saatiin käyttöön lisäämällä sivulle teksti [woocommerce_cart].

Kurssit sivustolle lisättiin tietoa Puuhasliinin kurssitarjonnasta. Linkit sivustolle lisättiin web-soitteet ja yhteiskumppaneiden sivuille. Palvelut sivuilla kuvattiin yrityksen tarjoamat palvelut. Rekisteriselosteessa ja toimitusehdoissa käytettiin mallina yleisesti käytössä olevia malleja ja täydennettiin tietoja omilla tiedoilla, liitteessä 3 on sivustolle lisätty rekisteriseloste ja liitteessä 4 verkkokaupan toimitusehdot. Yhteystiedot sivustolle laitettiin yrityksen yhteystiedot ja yhteydenotolomake.

3.5 Tuotteen lisäys verkkokauppaan

Tuotteet lisättiin tuotteet valikon alta löytyvän lisää tuote -toiminnon avulla. Tuotteelle annettiin tuotenimi ja tuotekuvaus. Tuotetiedoista valittiin onko kyseessä perustuote, joukkotuote, yhteistyökumppanin tuote vai muunneltu tuote. Perustuote on tuote, joka on yksittäinen tuote, siitä ei ole olemassa esimerkiksi eri väri tai kokomuunnoksia kuten muunneltu tuotteella. Tässä verkkokaupassa on myynnissä sekä perustuotteita että muunneltu tuotteita. Muunneltu tuotteita ovat esimerkiksi eriväriset paperiarkit. Muunneltu tuotteille tallennettiin ominaisuudet, joita tuotteesta on tarjolla ja lisättiin eri tuote muunnelmille tuotetunnukset, hinnat, varastosaldot ja artikkelikuvat.

Tuotteelle on mahdollista valita ominaisuudeksi ladattava tuote, jolloin asiakas saa ladattavakseen tuotteen maksun jälkeen. Lisäksi myytävä tuote voi olla palvelu, jolloin asiakas maksaa palvelun hinnan verkkokaupassa. Tähän verkkokauppaan näitä tuotteita ei lisätty tässä vaiheessa, mutta niiden tarjoamat ominaisuudet tutkittiin tulevaisuuden suunnitelmien varalta. Palvelut mitä verkkokauppa voisi tarjota ostettavana palveluna, voisi olla erilaiset kurssit, kuten hääpalvelut tai askartelukurssit. Ladattavina tuotteina voisi tarjota esim. askarteluohjeita.

Tuotteen lisäysvaiheessa tuotteelle lisättiin artikkelikuva, joka toimii tuotteen pääkuvana. Tuotteelle voidaan lisätä useampi kuva, jolloin voidaan kuvata tuotteen ominaisuuksia tarkemmin tai esitellä eri muunnelmia tuotteesta tai mahdollisia ideoita tuotteen käyttötarkoituksesta. Tuotekuvat antavat mielikuvan tuotteesta ja siksi niiden kuvauksessa on hyvä miettiä sijoittelua ja sitä millaisilta taustoilta kuvat tulevat parhaiten esille. Tuotteen kuva kertoo ostajalle enemmän kuin kirjoitettu tuoteinformaatio. Tuotekuvia voidaan suurentaa ja ne avautuvat suurennettaessa omaan erilliseen ikkunaan. Artikkelikuvalla lisättiin vaihtoehtoinen otsikko, jotta hakukoneet löytävät paremmin kuvan. Tuotteen lisäysvaiheessa tuotteelle annettiin tuotetunnus, hinta, veroluokka

ja varastosaldo. Veroluokan asetukset määriteltiin WooCommercen veroasetuksissa luomalla sinne 24 % verokanta. Tuotteelle asetettiin lisäksi osasto mihin osastoon tuote kuuluu. Osastoja luotiin sitä mukaan kun eri osastojen tuotteita lisättiin, osastoja on mahdollista luoda joko uuden tuotteen lisäysvaiheessa tai ennen tuotteiden luontia.

3.6 Osastojen lisäys

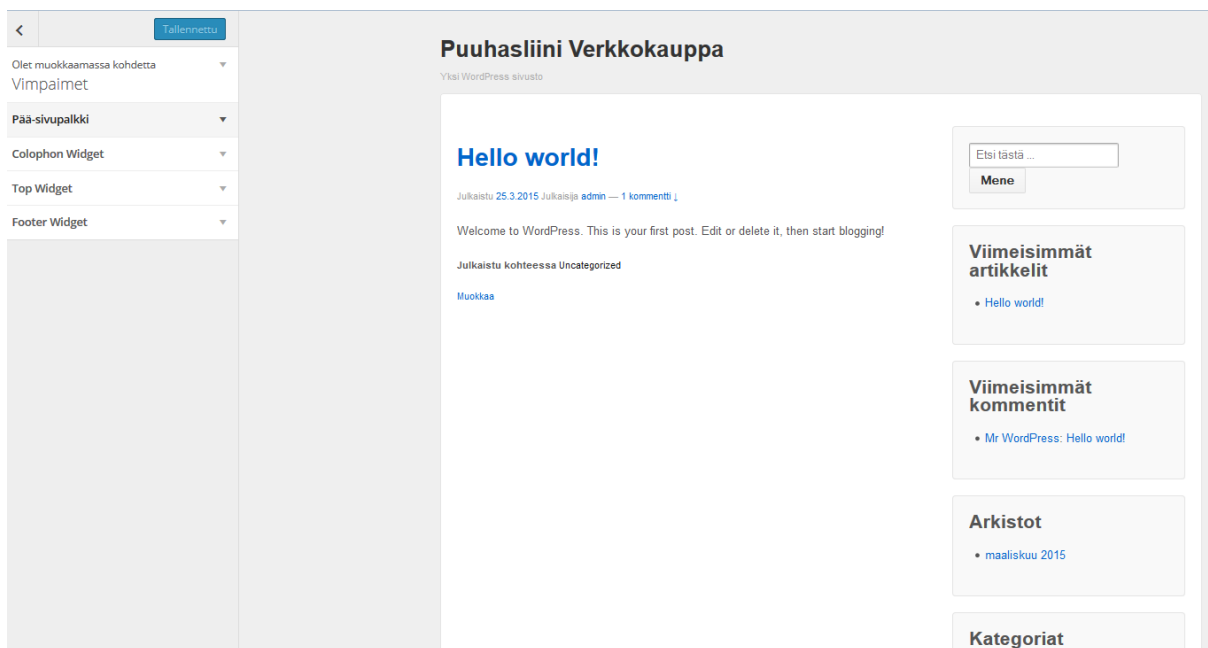
Verkkokaupassa myytävät tuotteet lisättiin tuotteet välilehden alle. Pääosastoja ja niiden alta löytyviä alaostoja luotiin tuotteiden lisäysvaiheessa ja niitä lisätään jatkossa tarpeen mukaan. Osastojen esitystapana käytettiin osaston nimeä ja osaston sisältöä kuvaavaa kuvaa. Pääosastoiksi valikoituivat askartelu ja käsityö, lahjatavarat, posliininmaalaukset sekä vinkit ja ideat. Osastot ja niiden alaosastot luotiin alla olevan rakenteen mukaan.

- Askartelu ja käsityö
 - Tarvikkeet
 - Helmet
 - Kangastuotteet
 - Kartongit ja paperit
 - Nukkekotit
 - Työkalut
 - Leimasimet
- Lahjatavarat
- Posliininmaalaukset
 - Käsimaalatut posliinit
 - Tarvikkeet ja pidikkeet
 - Valkoposliini
 - Värit
- Vinkit ja ideat

3.7 Ulkoasu

Valittu teema määritteli valikoiden paikat. Puuhasliinin verkkokaupassa valikoista otettiin käyttöön pääsivupalkki ja yläosan vimpainalue top widget. Valikoiden sisältöä muokattiin vimpainasetuksissa.

Vimpaimet ovat WordPressin tarjoamia elementtejä, joiden avulla on mahdollista ottaa käyttöön erilaisia toimintoja kuten hakutoimintoja ja verkkokauppaan liittyviä toimintoja. Ennen vimpainten muokkaamista sivustolla näkyi oletuksena muokkaamaton etusivu, etsi toiminto, viimeisimmät artikkelit, viimeisimmät kommentit, arkistot ja kategoriat, kuvio 8.



Kuvio 8. Oletus vimpaimet

Vimpaimet lisättiin ulkoasun vimpaimet valikon alta. Vimpaimet raahattiin suunnitelman mukaisille vimpain alueille ja määriteltiin vimpaimille asetukset. Top Widget osaan lisättiin tuotehaku vimpain. Pää-sivupalkin vimpainalueelle lisättiin WooCommercen lisäosat osastot, ostoskori ja uusimmat tuotteet. Tietoa toimituskuluista lisättiin tekstikenttänä samoin kuin Facebook-lisäosaan ohjaava teksti, kuvio 9.

Vimpaimet

Pää-sivupalkki ▲

Area 1 - sidebar.php - Displays on Default, Blog, Blog Excerpt page templates

WC Osastot: Osastot ▼
WC Ostoskori: Ostoskori ▼
Teksti: Toimituskulut ▼
WC Tuotteet: Uusimmat ... ▼
Teksti ▼

[+ Lisää vimpain](#)

Kuvio 9. Pää-sivupalkin vimpaimet

WooCommercen osastot vimpaimelle annettiin nimi osastot, ostoskorille otsikko ostoskori ja tuotteet osastolle nimi uusimmat tuotteet. Osastot asetuksiin määriteltiin näyttötavaksi pudotusvalikko, hierarkkisesti ja vain valitun osaston alemmat tasot, kuvio 10.

Pää-sivupalkki ▲

Area 1 - sidebar.php - Displays on Default, Blog, Blog Excerpt page templates

WC Osastot: Osastot ▲

Otsikko

Järjestys

Näytä pudotusvalikkona

Näytä tuotteiden lukumäärät

Näytä hierarkia

Näytä vain valitun osaston alemmat tasot

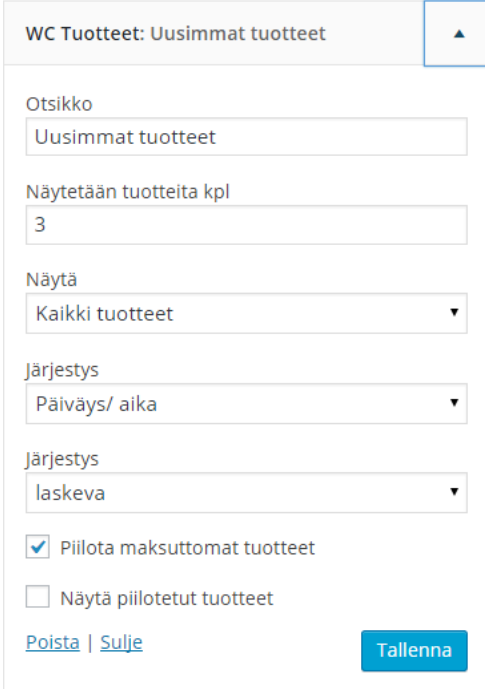
[Poista](#) | [Sulje](#)

[+ Lisää vimpain](#)

Vaihda järjestystä

Kuvio 10. Osastot vimpaimen asetukset

WooCommercen tuotteet vimpaimelle annettiin nimeksi uusimmat tuotteet ja määriteltiin asetuksissa näkymään kaikista tuotteista kolme uusinta tuotetta järjestettynä päiväyksen/ajan mukaan. Tuotteiden esittämisjärjestykseksi laitettiin laskeva ja maksuttomat tuotteet piilotettiin näkymästä, kuvio 11.



WC Tuotteet: Uusimmat tuotteet

Otsikko
Uusimmat tuotteet

Näytetään tuotteita kpl
3

Näytä
Kaikki tuotteet

Järjestys
Päiväys/ aika

Järjestys
laskeva

Piilota maksuttomat tuotteet

Näytä piilotetut tuotteet

[Poista](#) | [Sulje](#) [Tallenna](#)

Kuvio 11. Uusimmat tuotteet vimpain

Teksti vimpaimelle annettiin nimeksi toimituskulut ja lisättiin tekstikenttään tietoa toimituskuluista. Toinen teksti vimpain määriteltiin Facebook-sovellukselle ja siihen kirjoitettiin Facebook-sovellukseen ohjaava teksti [custom-facebook-feed], kuvio 12.

Teksti

Otsikko:

[custom-facebook-feed]

Muodosta automaattisesti kappaleita.

[Poista](#) | [Sulje](#)

Tallenna

Kuvio 12. Facebook-sovelluksen vimpain

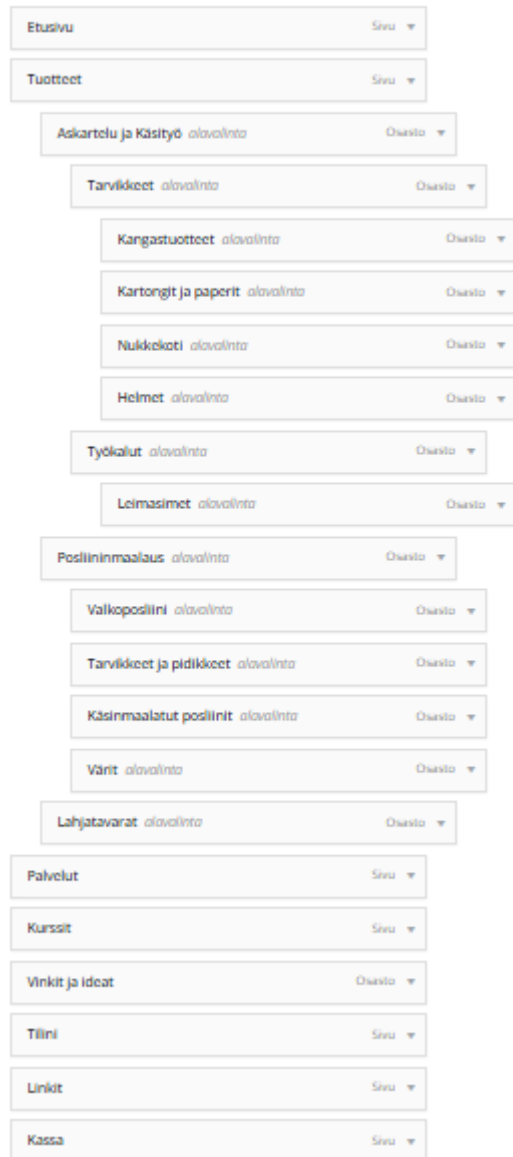
Valikot

Valikoiden sijainnit ovat riippuvaisia valitusta teemasta. Responsive-teema tukee neljää valikkoa, joista otettiin käyttöön kaksi. Luotiin uusi valikko nimellä päävalikko ja annettiin sille sijainniksi päävalikko. Päävalikkoon lisättiin sivut: yhteystiedot, toimitusehdot ja rekisteriseloste.

Toinen valikko luotiin nimellä ylätunnistevalikko ja annettiin sille sijainniksi ylätunnistevalikko. Puuhasliinin verkkokaupassa ylätunnistevalikkoon lisättiin sivut: etusivu, tuotteet, palvelut, kurssit, vinkit ja Ideat, tilini, linkit ja kassa. Lisäksi kaikki osastot lisättiin ylätunnistevalikkoon. Ylätunnistevalikon rakenne on esitetty kuviossa 13. Lisättävät sivut ja osastot täytyi luoda ja julkaista, ennenkuin ne voitiin lisätä valikoiden alle.

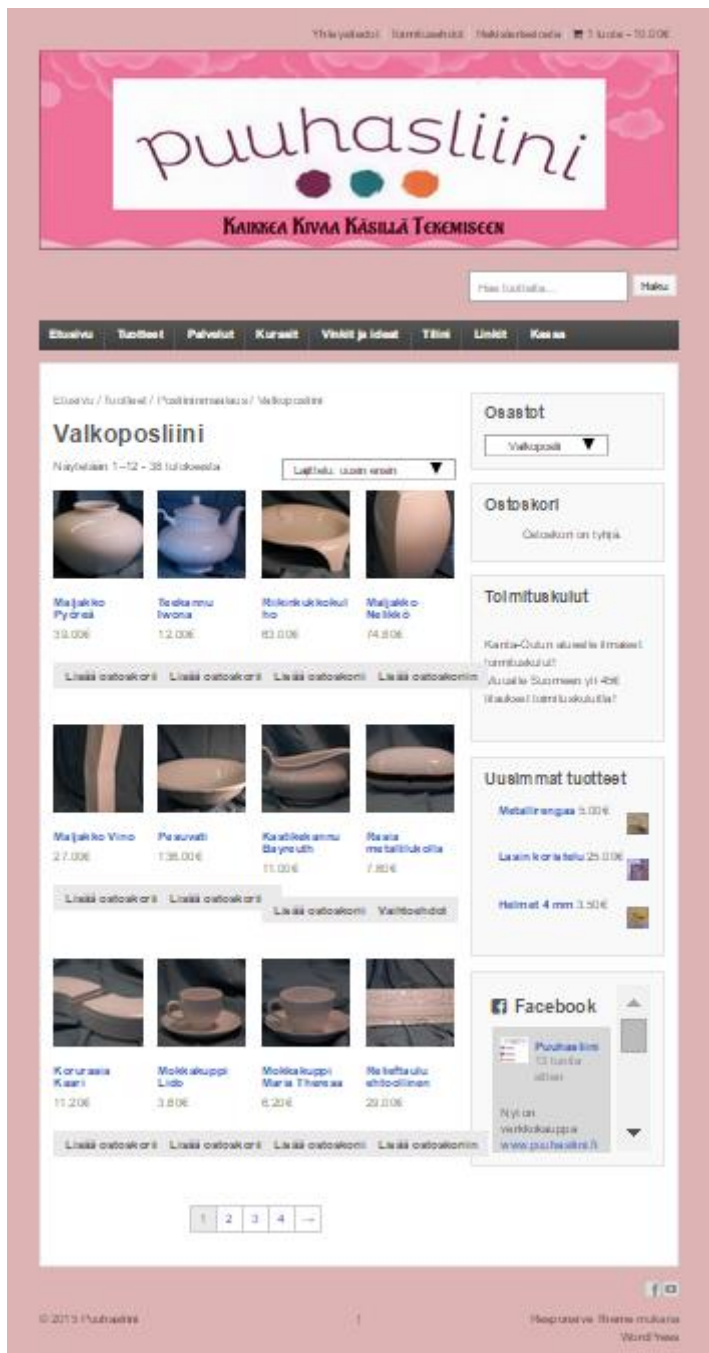
Valikon rakenne

Raahaa valikkolinkit haluamaasi järjestykseen. Napsauta kohteen vieressä olevaa nuolta nähdäkseesi lisää asetuksia.



Kuvio 13. Ylätunnistevalikon rakenne.

Ulkoasun otsake asetuksiin määriteltiin sivuston otsikoksi Puuhasliini ja kuvaukseksi askartelu-kauppa Puuhasliini. Sivustolle lisättiin otsakekuvaksi Puuhasliinin logo ja vaihdettiin taustan väriksi logoon sopiva vaalea väri #ddb3b3. Sivuston ulkoasun näkymä muokkausten jälkeen on esitetty kuviossa 14.



Kuvio 14. Sivuston ulkoasu muokkauksen jälkeen

3.8 Testaus

Testauksella varmistettiin verkkokaupan tekninen toimivuus. Toimivuus varmistettiin jokaisen muutoksen jälkeen. Testausta kannattaa tehdä riittävän usein, sillä mahdolliset virheet tai esimer-

kiksi sopimattomat lisäosat on näin helpompi havaita. Teknisessä testauksessa varmistettiin lisäksi, että sivut toimivat eri laitteistoilla ja selainohjelmilla.

Käytettävyytsteillä varmistettiin, että sivustolla vieraileva asiakas löytää sivustolta verkkokaupan tärkeimmät toiminnot. Käytettävyytstestausta tehtiin testiasiakkailta, jotka eivät olleet nähneet sivustoa aiemmin. Testillä varmistettiin, että uusi asiakas osaa liikkua kaupassa ja saa tehtyä kaupasta tilauksen haluamista tuotteista ja löytää tilaamiseen liittyvät oleelliset tiedot.

Testilaitteistoina käytettiin tietokonetta, puhelinta ja tablettia. Parhaiten sivustot näkyivät tabletilla. Tietokoneella verkkokauppaa testattiin Google Chrome, Internet Explorer ja Mozilla Firefox-selaimilla. Sivusto mukautui hyvin testatuissa laitteissa ja selaimissa. Sivustolle tehtiin myös mobiilisoveltuvuustesti, ja testin perusteella sivusto soveltuu erinomaisesti mobiililaitteille, soveltuvuustestin pistemääräksi saatiin 99/100. Mobiilisoveltuvuustesti löytyy sivustolta: <http://omnipartners.fi/tyokalut/mobiililaitesoveltuvuustesti/>.

4 YHTEENVETO

Työn tuloksena saatiin toteutettua toimiva verkkokauppa, jota on helppo ylläpitää ja josta on helppo tehdä ostoksia. Verkkokaupan sivustot toimivat erinomaisesti eri laitteistoilla ja käyttöjärjestelmillä. Toimeksiantaja on perehdytetty verkkokaupan toiminnallisuuteen ja verkkokauppaan on tehty onnistunut tilaus. Kauppa toimii kaikilta osa-alueiltaan vaatimusten mukaisesti.

Haastavaa työssä oli sopivan teeman ja sopivien lisäosien löytäminen. Teemojen osalta maksuttomia verkkokauppaan soveltuvia teemoja ei ollut tarjolla kuin muutama. WooCommercen verkkokaupaksi suosittelema ilmainen Storefront-teema ei soveltunut käyttöön, koska se ei sisältänyt automaattisesti kaikkia kielikäännöksiä. Lisäosissa taas valintaa vaikeutti lisäosien suuri määrä. Jokainen lisäosa oli testattava toiminnallisuudeltaan ja usein ilmaisella lisäosalla oli rajoitetut muokkausmahdollisuudet, jolloin sillä ei ollut mahdollista toteuttaa kaikkia haluttuja ominaisuuksia ja se ei soveltunut käyttöön. Suurin ja aikaa vievin haaste oli kuitenkin verkkokaupan maksupainikkeet. Kun verkkokaupasta lähetettiin tilaus, kassalta tilaus ei ohjautunut maksupainikkeet sivuille, vaan palasi takaisin kassa sivulle. Ongelmana oli väärät kassa asetukset ja ne saatiin korjattua toisen toimivan verkkokaupan asetuksia vertaamalla.

Tässä työssä toteutettiin asiakasvaatimusten mukaiset lisäosat. Lisäosia joilla toimintaa voisi vielä parantaa, tulisi tarkemmin tutkia ja testata. Erityisesti tulisi selvittää markkinointiin ja hakukoneoptimointiin liittyvät lisäosat sekä tutkia miten verkkokauppa liitetään osaksi Facebook-kauppaa. Tärkein seuraava kehityskohde on verkkokaupan markkinointi. Mikäli kauppa ei markkinoida, on vaarana, etteivät asiakkaat löydä kauppaan. Verkkokaupan ylläpito päivittämien on tärkeää, koska sillä viestitään asiakkaalle että kauppa on toiminnassa ja sen toiminnasta huolehditaan. Lisäksi tulisi kiinnittää huomiota jatkuvasti kehittyviin verkkokaupan ominaisuuksiin, koska niillä mahdollistetaan entistä näyttävämpi ja houkuttelevampi verkkokauppa.

Työ oli kokonaisuudessaan monellakin tapaa opettava. Asiakasvaatimukset kannattaa määritellä tarkasti työn aloitusvaiheessa ja vaikka jokin yksittäinen asia tuntuu helpolta toteuttaa, ei se välttämättä toimi kokonaisuudessa halutulla tavalla. Maksulliset lisäosat kannattaa hankkia suhteellisen aikaisessa vaiheessa ja testata heti kun ne ostaa, jotta voi varmistua niiden toiminnallisuudesta.

LÄHTEET

Checkout. Checkout maksupalvelu. Viitattu 27.1.2015, <http://checkout.fi/>.

Checkout. Maksuehdot. Viitattu 26.2.2015, <http://checkout.fi/maksuehdot.html>.

Hallavo, J. 2013. Verkkokaupan Rautaisannos. Helsinki: Talentum.

Juntunen, P., Närhi, M., Ruotsalainen, I. Johdatus verkkokauppaan. Viitattu 2.2.2015, <http://www.hameenuusyrittyskeskus.fi/img/file.php?id=170>.

Kuluttajavirasto. Ohjeita verkkokaupan perustamiseen. Viitattu 18.1.2015, <http://www2.kuluttajavirasto.fi/File/5b04a1a4-8b9c-4806-bcf2-fc57702e53e5/Verkkokaupan%20perustaminen.pdf>.

Kuntola, J. Verkkokaupan maksutapojen vertailu. Viitattu 27.01.2015, <http://www.verkkokauppaopas.com/arviot-vertailut/verkkokaupan-maksutavat-vertailussa/>.

Lahtinen, T. 2013. Verkkokaupan käsikirja. Helsinki: Suomen Yrityskirjat Oy.

Paytrail. Avaintekijät menestyvän verkkokaupan perustamisessa. Viitattu 03.05.2015, http://cdn2.hubspot.net/hub/335946/file-1314681610-pdf/images/eBook_Folder/Avaintekijat-menestyvan-verkkokaupan-perustamisessa-paytrail.pdf?t=1430383815796.

Pokis. Verkkokaupan perustaminen. Viitattu 2.2.2015, <http://www.pokis.fi/palvelut/verkkokaupan-perustaminen/>.

Posti. Verkkokaupan opas. Viitattu 3.5.2015, <http://www.posti.fi/liitteet-yrityksille/materiaalit-jatutkimukset/posti-verkkokaupan-opas.pdf>.

Sinkkonen I., Nuutila E. & Törmä S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Helsinki: Tietosanoma.

Vehmas, S. 2008. Perusta menestyvä verkkokauppa. Helsinki: Docendo.

Viljanen Antti. Verkkokaupan perustaminen kurssi. Viitattu 19.5.2015, <http://www.verkkokauppaopisto.com/>.

Wordpress yhteisö. Viitattu 2.2.2015, <https://fi.wordpress.org/>.

Lähetyslista

Puuhasliini Verkkokauppa

Asiakkaan tiedot

Tilauksen numero: 1299
Tilauksen päiväys: 21.5.2015
Shipping Method: Toimitus

Tuote	Määrä
Mokkakuppi Lido Tuotekoodi: B179	1

Asiakkaan huomiot

Toimitus kotiin.

Uusi tilaus

Tilaus on saapunut asiakkaalta Se on tässä:

Tilaus #1299 (21.5.2015)

Tuote	Määrä	Hinta
Mokkakuppi Lido (#B179)	1	3.60€
Välisumma:		3.60€
Toimitus:		7.90€ -- Toimitus
Maksutapa:		Suomalaiset verkkomaksut
Yhteensä:		11.50€ (Sisältää 2.23€ alv./VAT)

Kommentit: Toimitus kotiin.

Asiakkaan tiedot

Sähköposti:

Puh:

Laskutusosoite

Toimitusosoite

REKISTERISELOSTE

Henkilötietolain (523/1999) 10§:n mukainen rekisteriseloste.

Rekisterin nimi

Puuhasliini asiakasrekisteri.

Rekisterinpitäjä

Puuhasliini, y-tunnus :XXXXXXX-X

Rekisterin vastuhenkilö ja rekisteriasioita hoitava henkilö

XXX XXXXXXX

Rekisterin käyttötarkoitus

Järjestelmän tarkoituksena on Puuhasliinin myymien tuotteisiin liittyvän asiakassuhteen hoito.

Rekisterin pitämisen peruste

Rekisteröidyt ovat asiakassuhteessa Puuhasliiniin. Järjestelmään rekisteröidään yhteydenpidon ja tilattujen tuotteiden ja palveluiden hoitamisen ja laskutuksen kannalta tarpeelliset tiedot.

Rekisterin tietosisältö

Asiakasrekisteri sisältää seuraavat tiedot asiakkaasta:

etu- ja sukunimi

postiosoite

sähköpostiosoite

puhelinnumero

Rekisterin tietolähteet

Rekisterin tiedot saadaan asiakkaalta tilauksen yhteydessä.

Tietojen luovuttaminen

Tietoja käytetään ainoastaan asiakassuhteiden hoitamiseen eikä niitä luovuteta ulkopuolisille.

Rekisterin käyttö

Rekisteriä käyttävät ja sen tietoja päivittävät tarjouksia ja tilauksia käsittelevät sekä laskutusasioita hoitavat henkilöt. Rekisterin käyttö edellyttää käyttäjätunnusta ja salasanaa. Asiakkaalla ei ole pääsyä muiden asiakkaiden tietoihin.

Rekisterin yhdistämien muihin henkilörekistereihin

Asiakasrekisteristä ei ole yhteyttä muihin rekistereihin.

Rekisterin suojaaminen

Järjestelmän käyttäminen vaatii käyttäjätunnuksen ja salasanan. Järjestelmästä suoritetaan säännöllisesti varmuuskopiointi.

Asiakasrekisteritietojen säilytys, arkistointi ja hävittäminen

Asiakastiedot poistetaan rekisteristä asiakassuhteen päättymisen jälkeen tai asiakkaan pyynnöstä.

Tarkastusoikeus

Rekisteröity voi pyytää rekisterissä olevia tietojaan lähetettäväksi postitse itselleen.

Tiedon korjaaminen

Asiakas voi pyytää rekisterin vastuuhenkilöä korjaamaan tiedot.

VERKKOKAUPAN TOIMITUSEHDOT

Voimassa 21.5.2015 alkaen

Yleistä verkkokaupasta

Verkkokaupan tuotteita myy Puuhasliini, y-tunnus:XXXXXXX-X. Myymme tuotteita täysi-ikäisille yksityishenkilöille Suomeen ja EU-alueelle. Tuotteiden hinnat sisältävät arvonlisäveron. Pidämme oikeuden hintojen ja postikulujen muutoksiin.

Tilaaminen

Tuotteet tilataan pääsääntöisesti internetin välityksellä osoitteesta www.puuhasliini.fi ostoskorin kautta. Tilaukset on mahdollista tehdä myös puhelimitse XXX-XXXXXXX.

Kaikki internetin välityksellä tehdyt tilaukset vahvistetaan sähköpostilla, jossa ilmoitetaan tilauksen hinta, toimituskulut sekä tilatut tuotteet. Tilausvahvistuksen saaminen edellyttää sähköpostiosoitteen ilmoittamista tilauksen yhteydessä.

Asiakas sitoutuu jokaisen tilauksen yhteydessä voimassa oleviin toimitusehtoihin.

Tilausvahvistus

Tilauksen maksettuasi lähetämme sähköpostitse tiedon tilaus vastaanotettu. Kun olemme pakanneet tilauksesi lähetystä varten, lähetämme sähköpostilla viestin tilaus valmis.

Maksutavat

Tuotteet ja niiden postikulut maksetaan tilauksen yhteydessä. Maksu tapahtuu pankkipainikkeilla. Checkout maksunvälityspalvelu välittää maksusi kauppiaille. Käytössäsi on kaikkien pankkien maksupainikkeet. Checkout on sinulle turvallinen maksutapa. Palvelu on maksulaitoslain siirtymäsäännöksen nojalla merkitty Finanssivalvonnan ylläpitämään maksulaitosrekisteriin. Checkout on Checkout Finland Oy:n (y-tunnus XXXXXX-X) ylläpitämä palvelu. Hyväksytyäsi maksun ja palattuasi verkkokauppaan, maksu kirjautuu välittömästi suoritetuksi kauppiaille. Maksu suoritetaan Checkout Finland Oy:n hallinnoimalle tilille, josta se siirretään kauppiaille. Turvallista, helppoa ja nopeaa!

Minimitilausraja

Ostosten minimitilausraja on 5€.

Toimitustapa ja toimituskulut

Puuhasliini toimittaa tilaukset postitse lähimpään postitoimipaikkaasi tai halutessasi Smartpost-pakettiautomaattiin. Toimitusaika on: 2-7 työpäivää.

Toimituskulut sisältävät posti- ja pakkauskulut. Voit katsoa toimituskulut valittuasi ostoskorin maksu- ja toimitustavan. Toimitamme tilaukset pakettina ja kirjeenä, vain pakettia voi seurata lähetystunnuksella. Mikäli toimitus halutaan "särkyvää" -pakettina, lisätään toimituskuluihin erillis-käsiteltävän paketin maksu postin voimassaolevien hintojen mukaan. Lisätietoja Postin paketti-vaihtoehtoista maksuista ja kuljetustavoista saat osoitteesta <http://www.posti.fi/>. Isokokoiset pos-liinituotteet toimitamme vain särkyvän lisällä ja niille laskemme erikseen toimituskulut tuotekohtaisesti (todelliset kustannusten mukaan). Tuotteet joita nämä ehdot koskevat on ilmoitettu verkko-kaupassa tuotteen kohdalla. Kanta-Oulun alueelle toimitamme toimitukset ilmaiseksi! Muualle suomeen toimitamme yli 45€ tilaukset ilmaiseksi. Muista toimituksista perimme 7,90€ maksavat toimituskulut. Kassalla annetaan automaattisesti toimituskuluvaihtoehdot tilauksen loppusumman ja toimitusosoitteen perusteella.

Vaihto- ja palautusehdot

Palautuksissa ota aina ensin yhteys Puuhasliiniin, joko soittamalla puhelinnumeroon XXX-XXXXXXX tai sähköpostitse XXXX@XXXXXXXXXXXX.fi ennen palautuksen suorittamista, saat tarkemmat ohjeet palautusta varten. Asiakkaalla on Suomen kuluttajansuojalain mukainen 14 päivän vaihto- ja palautusoikeus postimyyntissä ostetuille tuotteille. Palautusoikeus koskee vain alkuperäispakkauksessa olevia käyttämättömiä ja myyntikelpoisia tuotteita. Asiakkaalla on oikeus tutustua tuotteeseen 14 päivän aikana mutta hän ei saa kuitenkaan ottaa tuotetta käyttöön. Palautettavassa tuotteessa ei saa olla käytön jälkiä ja tuotteen suojamuovit/-kelmut täytyy olla paikoillaan. Pakkauksen on oltava ehyt ja jälleenmyyntikunnossa. Myyntipakkaukseen ei saa liimata mitään osoitetarroja. Palautettava tuote pitää olla asianmukaisesti pakattu joko kuljetuspussiin tai -laatikkoon. Jos nämä ehdot eivät täyty, Puuhasliini ei ota palautusta vastaan. Emme vastaanota palautuksia yli 14 vrk kuluttua toimituksesta. Kun palautus on hyväksytty, rahat palautetaan suoraan tilillesi palautuksen vastaanoton ja käsittelyn jälkeen.

Liitä palautuksen mukaan seuraavat tiedot:

asiakasnumerosi, nimesi, osoitteesi ja puhelinnumerosi pankkitilinumerosi sekä kopio Puuhasliinin tilausvahvistuksesta. Emme vastaanota palautuksia yli 14 vrk kuluttua toimituksesta. Kun palautus on hyväksytty, rahat palautetaan suoraan tilillesi palautuksen vastaanoton ja käsittelyn jälkeen.

Ongelmatilanteet kuljetuksessa sekä viallisten tuotteiden osalta

Mikäli tuote on kadonnut kuljetuksen aikana, vioittunut tai asiakkaalle on toimitettu väärä tuote, tulee asiakkaan ilmoittaa virheestä välittömästi osoitteeseen XXXX@XXXXXXXXXXXX.fi tai soittamalla numeroon: XXX-XXXXXXX. Ilmoitus virheellisestä toimituksesta tai viallisesta tuotteesta on tehtävä 14 päivän sisällä tuotteen vastaanottamisesta. Jos paketti on vioittunut postissa, on tuotteesta tehtävä välittömästi reklamaatio postiin.

Muuta

Pidätämme oikeuden muuttaa toimitusehtojamme. Asiakkaan on ennen tilaustaan tutustuttava kulloinkin voimassa oleviin toimitusehtoihin. Puuhasliini käsittelee kaikki asiakastiedot täysin luottamuksellisesti. Puuhasliini sitoutuu olemaan luovuttamatta asiakastietoja kolmannelle osapuolelle.