

Opinnäytetyö (AMK)
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Sähköisen liiketoiminnan järjestelmät
2013

Jarno Tuominen

VERKKOKAUPPA-ALUSTOJEN VERTAILUA PIENYRITTÄJÄN NÄKÖKULMASTA



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma | Sähköisen liiketoiminnan järjestelmät

2013 | 41

Ohjaaja: Päivi Nygren

Jarno Tuominen

VERKKOKAUPPA-ALUSTOJEN VERTAILUA PIENYRITTÄJÄN NÄKÖKULMASTA

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on yhden hengen mainosalan yritys. Työn tavoitteena on testata kohdeyritykselle erilaisia verkkokauppa-alustoja ja sitä kautta antaa yrittäjälle eväitä omatoimiseen, kaupallisesti kannattavan ja myyvän verkkokaupan tekemiseen mahdollisimman pienellä pääomalla.

Testaamisen pääkriteerinä oli saada tehtyä verkkokauppa mahdollisimman edullisesti käyttäen suomalaisia ohjelmistoja. Projektiin valitsin kolme verkkokauppa-alustaa, joita testasin yhdessä yrittäjän kanssa valituilla kriteereillä keväällä 2013. Saadut kokemukset kokosin yhdeksi paketiksi ja lopuksi tein jokaisesta verkkokauppa-alustasta arvioinnin yrittäjälle, joissa oli mukana omat suositukseni. Testatut verkkokauppa-alustat ovat: www.valmiskauppa.fi, MyCashflow ja Soprano Composer.

Jokaisessa verkkokauppa-alustassa oli omat hyvät ja huonot puolensa. Valmiskauppa.fi – verkkokauppa-alustassa oli parhaat, valmiiksi integroidut maksu- ja toimitusvaihtoehdot. MyCashFlow – palvelussa taas verkkokauppa toimi yleisesti parhaiten. Composer.fi- palvelussa oli helpoin käyttöliittymä, joka toimi alusta julkaisuun asti.

ASIASANAT:

verkkokauppa, verkkokauppa-alusta, pienyrittäjä

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business Information Technology | e-Business Systems

2013 | 41

Instructor: Päivi Nygren

Jarno Tuominen

COMPARING INTERNET STORE PLATFORMS FOR A SMALL BUSINESS

The client of this thesis is sole-trader advertising agency. The goal is to compare different internet store platforms and to give some advise to the entrepreneur how to make an internet store which the entrepreneur can update himself and is commercially beneficial and as inexpensive as possible.

The main criterion in testing internet stores was to design one as inexpensive as possible. The employer also wanted to use only Finnish software. I chose three Finnish internet store platforms which I tested during the early winter and spring of 2013. Experience with recommendations I put into report for the client. The internet store platforms tested were: www.valmiskauppa.fi, MyCashFlow and SopranoComposer.

Results show that in every internet store there were good and not so good functions. Valmiskauppa.fi had the best payment and transport options which were integrated ready to use into the platform. MyCashFlow was the best internet store platform where the store worked best in general. Composer.fi had the easiest operating system, which worked from the beginning till publishing the site.

KEYWORDS:

Internet store, web store platform, small business

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 VERKKOKAUPASTA	6
2.1 Yleistä	6
2.2 Verkkokaupan luotettavuus ja turvallisuus	9
2.3 Hyvän verkkokaupan ominaisuuksia	14
2.4 Maksu- ja toimitusvaihtoehdot	17
3 PROJEKTIN KUVAUS	20
4 TESTAAMISEN TULOKSET	22
4.1 www.valmiskauppa.fi	22
4.2 MyCashFlow	28
4.3 Soprano Composer	35
5 YHTEENVETO	40
LÄHDELUETTELO	41

1 JOHDANTO

Tuotteiden tai palveluiden ostaminen verkkokaupasta on lisääntynyt huomattavasti viime vuosien aikana ja tästä johtuen nykyään verkkokauppoja on melkein pienimmillä yrityksilläkin. Ennen pelkästään nettisivut olivat pakollisia jokaiselle varteen otettavalle yritykselle, mutta nykyään voidaan sama sanoa verkkokaupasta. Teknologia on myös kehittynyt kovaa vauhtia ja nykyään verkkokauppoja on niin monenlaisia, että on todella tärkeää erottua muiden joukosta.

Tähän tietysti vaikuttaa myös markkinointi – miten johdattaa netin käyttäjät yrittäjän kotisivulle ja sitä kautta myös verkkokauppaan ja vielä myös miten saada käyttäjät tekemään ostoksia yrittäjän verkkokaupassa? (Vehmas 2008, 1)

Tässä opinnäytetyössä esitellään tärkeimpiä verkkokauppojen ominaisuuksia, joita pienen yrityksen verkkokaupassa olisi syytä olla. Näitä ominaisuuksia ovat mm. sivuston suojaus, selkeät tuotesivut ja käyttöliittymä ja koska verkkokaupan tekemisestä aiheutuu kustannuksia päätettiin käyttää edullisinta mahdollista pakettiratkaisua testausvaiheessa. Myös oikeanlaisten maksu- ja toimitusvaihtoehtojen liittäminen verkkokaupan palveluihin on tärkeää. Näitä asioita käsitellään osiossa kaksi ja osiossa neljä käsitellään kolmea erilaista verkkokauppalustaa, joilla yritettiin tehdä samanlainen verkkokauppa tietyillä kriteereillä.

2 VERKKOKAUPASTA

2.1 Yleistä

Yksinkertaisin verkkokauppa on yksi nettisivu, jossa kerrotaan tuotteen ominaisuuksista ja tapa miten ostaa tuote verkkokaupasta ilman että joudut soittamaan myymälään tai asioimaan siellä. Verkkokauppoja on mm. perinteisiä verkkokauppoja, jossa valitaan ostoskoriin näytöllä esiintyvät kiinnostavat tuotteet, tunnistaudutaan verkkokaupassa esimerkiksi pankkitunnuksien kanssa tai rekisteröitymällä palveluun ja maksetaan tuotteet. On myös olemassa edistyneempiä, tietokantoihin perustuvia verkkokauppoja, jossa verkkokaupassa pystyy räätälöimään oman pakettinsa erilaisista palveluista, jonka jälkeen nähtyään paketin kokonaissumman ja eritellyn summan palveluista, tunnistaudutaan verkkokaupassa ja maksetaan ostokset verkkopankissa. Verkkokauppa voi helpottaa jossain tapauksissa myös asiakkaan ostoprosessia yhdistämällä erilaisia saman alan palveluita yhdeksi palveluksi. Yksi tällainen netissä toimiva palvelu on [Hotels.com](https://www.hotels.com), joka on koonnut monien eri yrityksen tarjoamat hotellihuoneet yhdeksi palveluksi. (Vehmas 2008, 4-5; Lahtinen 2013, 21)

Kannattaa heti alussa miettiä, millaisen linjauksen vetää verkkokaupalle. Minkälainen ulkoasu: Onko paljon pieniä välkkyviä bannereita ja painikkeita, onko graafisesti kaunis ulkoasu vai pelkistetty. Koska kaikki tuotteet eivät sovellu verkkokauppamyyntiin, niin on hyvä miettiä, minkälainen tuotevalikoima verkkokauppaan laitetaan, montako tuotetta esitellään kerrallaan sivulla ja minkälainen on tuoteinformaatio?

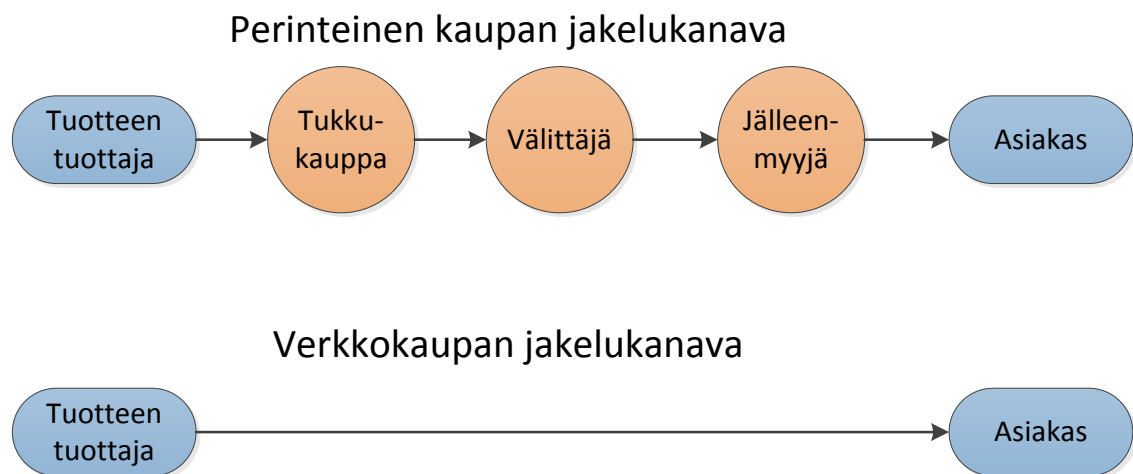
Koska kaikki palveluntarjoajat veloittavat tietyn summan kuukaudessa, niin pitäisi myös miettiä, paljonko verkkokaupasta yrittäjä on valmis maksamaan erilaisista maksu- ja toimitustavoista. Tekeekö hän verkkokaupan itse, vai teettääkö hän sen ammattilaisella? Toisaalta itse tehty verkkokauppa tulee rahallisesti halvemmaksi kuin teettäisi ammattilaisella, mutta kuinka paljon aikaa yrittäjä on valmis uhraamaan verkkokaupan tekemiselle ja testaamiselle. Yrittäjältä voi kunnollisen verkkokaupan tekemiseen mennä päiviä, ellei viikkoja jos hän ei osaa käyttää tiettyjä ohjelmistoja, tai koodikieltä. Ammattilaiselta tilattuna verkkokaupan hinta tulee tietysti kalliiksi, varsinkin jos verkkokauppaan on liitetty erilaisia toimintoja. Esimerkiksi tietokantoihin perustuvat verkkokaupat vaativat huomattavasti enemmän osaamista kuin pelkästään sellainen verkkokauppa, joka ei perustu tietokantoihin. Esimerkiksi varastosaldon näkyminen verkkokaupassa edellyttää tietokantaohjelmointia. (Vehmas 2008, 55)

Verkkokauppatoimintaan tarvitaan (Lahtinen 2013, 251):

- Palvelin, joka voi olla yrityksellä itsellään, tai ostettuna Pilvipalvelusta.
- Domain-nimi, eli sivuston nimi, tai verkkotunnus. Eli nettiosoite, jossa sivusto sijaitsee. Ostetaan palveluntarjoajalta. Verkkotunnus on määräaikainen, eli se on uusittava määräajoin. Yleensä palveluntarjoaja muistuttaa tästä tarpeeksi ajoissa.
- Verkkokauppaohjelmisto jolla tehdään verkkokauppa ja mahdolliset lisäpalvelut, esim. varastosaldon näkyvyys
- Verkkokaupan kävijänseuranta, hakukoneoptimointi, jne.

Perinteisessä kaupankäynnissä tuotteen myyntiprosessi etenee seuraavassa kuvatulla tavalla. Tuote valmistetaan yrityksessä. Ellei valmistajalla ole omia myyntitiloja, tuote toimitetaan tukkurille. Tukkukaupasta taas välittäjämyyjä ostaa tietyn määrän valmistettua tuotetta ja toimittaa ne jälleenmyyjälle, josta tuote myydään asiakkaalle. Kaikki nämä välivaiheet maksavat tuotteen valmistajalle ja tuotteen myymiseen kuluu paljon aikaa. Verkkokauppamyynnissä tuote valmistetaan yrityksessä. Tämän jälkeen valmistaja pystyy myymään tuotteen suoraan omasta verkkokaupastaan asiakkaalle ja näin ollen säästää aikaa ja rahaa, jotka kuluvat erilaisissa välikäysissä.

Kuvassa 1 on havainnollistettu, miten pienyrittäjä voi myydä tuotteensa suoraan asiakkaalle, eikä esimerkiksi tukkurin ja jälleenmyyjän kautta. Verkkokauppa voi myös olla pelkästään netissä toimiva yritys, jolla ei ole kiinteää toimipistettä. Tämä taas säästää esim. vuokratuloja.



Kuva 1. Jakelukanavan lyheneminen verkkokaupan ansiosta (Lahtinen 2013, 19).

Esimerkiksi www.verkkokauppa.com on aloittanut ensin pelkästään netissä toimivana verkkokauppana ja vasta myöhemmin he ovat laajentaneet liiketoimintansa kiinteisiin toimitiloihin. (Lahtinen 2013, 18)

2.2 Verkkokaupan luotettavuus ja turvallisuus

Verkkokaupan luotettavuuteen vaikuttaa monia asioita, esimerkiksi miten luotettavana asiakkaat mieltävät käyttämänsä verkkokaupan, miten helppokäyttöinen verkkokauppa on, miten helposti verkkokaupasta asiakas löytää etsimänsä tuotteet ja miten varma on yrityksen ilmoittama toimitusaika ja –nopeus. Näihin asioihin panostamalla yritys pystyy lisäämään verkkokauppansa arvoa huomattavasti. Asiakas ei maksa tuotteesta kuin sen verran, minkä arvoinen tuote heidän mielestään on. Siksi verkkokaupassa, jossa on edellä mainitut asiat kohdallaan, todennäköisesti asiakas suostuu asioimaan useammin, kuin verkkokaupassa, jossa näihin asioihin ei ole paneuduttu. (Lahtinen 2013, 62-67)

Standfordin yliopisto on tehnyt tutkimuksen: ”How Do People Evaluate a Web Site’s Credibility”, eli vapaasti suomennettuna ”Miten ihmiset arvioivat nettisivuston luotettavuutta”. Kyselyyn neljänneksi eniten mainintoja verkkokaupoista sai Tuotteen informaatio. Eniten tuotteen tietoja koskevat kommentit olivat: ”Sivusto on uskottava, koska on paljon tietoa” ja ”Paljon tuoteryhmiä, mutta vähän arvosteluja ja vertailuja”. Eli siis tuotteesta on oltava tarpeeksi tietoa saatavilla, jotta asiakkaat kokevat sivuston luotettavaksi. (Lahtinen 2013, 62-65)

Verkkoteollisuus ry myöntää verkkokauppaa pitäville yrityksille sertifikaatin, joka osoittaa, että yritys noudattaa sertifikaatin minimiehtoja. Verkkoteollisuus ja kulltajaviranomainen ovat julkaisseet **Luotettavaa toimintaa** –laatumerkin. Sen tavoitteena on herättää luottamusta verkkokauppojen asiakkaissa. Laatumerkin saanut yritys sitoutuu noudattamaan luotettavan toiminnan sääntöjä, jotka pohjautuvat mm. hyvän liiketoiminnan periaatteisiin. Säännöt toimivat näin myös apuna verkkokauppiaille mm. toimitus- ja palautusehtojen laadinnassa. Laatu-merkki uusiutuu vuosittain. (Verkkoteollisuus ry 2013)

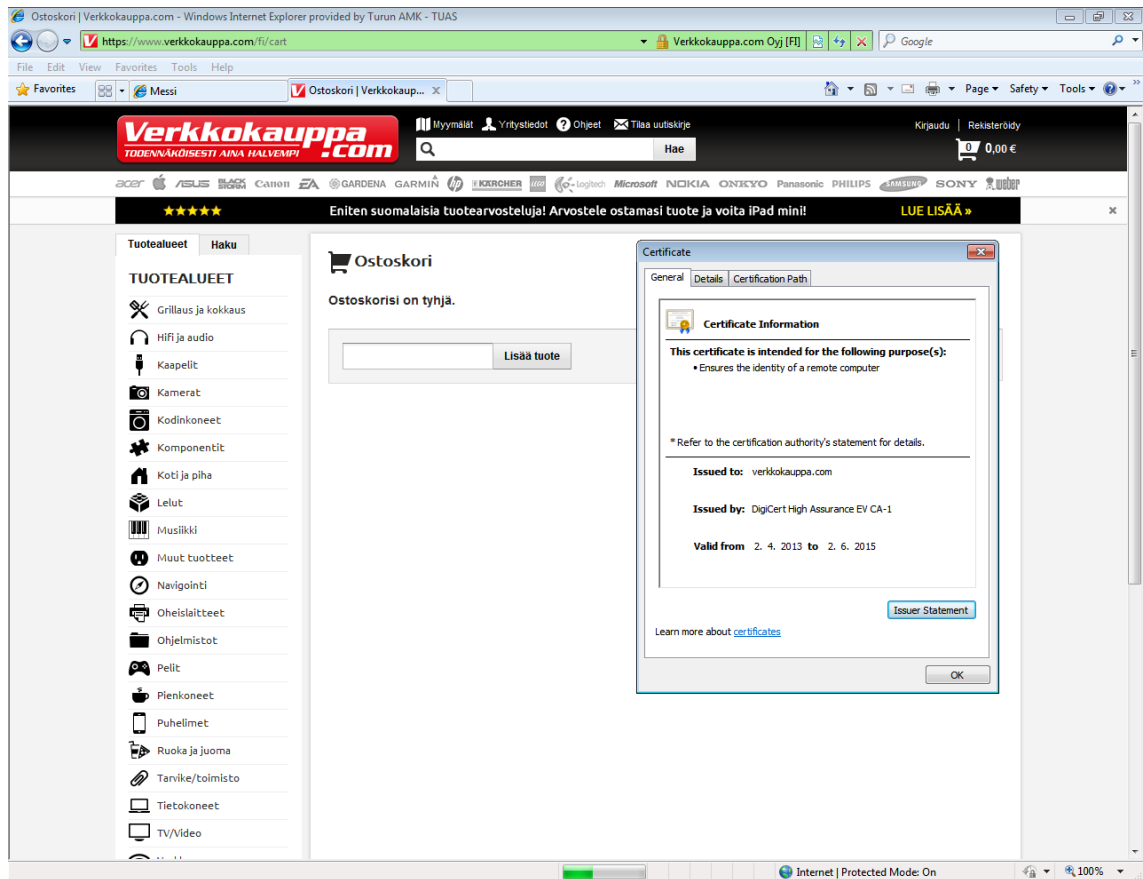
Maksupalvelun ylläpitäminen edellyttää, että sivusto on suojattu tarpeeksi hyvin, jotta ei maksuliikenteen ja asiakkaiden tiedot vuoda ulkopuolisille. Yleisin käytössä oleva salaustekniikka on SSL-suojaustekniikka. Yrittäjä itse voi välttyä suurimmalta osalta tietoturvariskejä kouluttamalla itseään ja valvomalla verkko-liikennettä. Itse sivuston koodista, käytetyistä välineistä ja myöskin asiakasre-kisteristä kannattaa ottaa varmuuskopiot esimerkiksi dvd:lle. Myöskin käyttäjä-tunnukset ja salasanat kannattaa määritellä tarkoin. Ne eivät saisi olla hyvin arvattavia, salasanan pitäisi käsittää kirjaimia ja numeroita, salasanaa käytetään vain yhdessä palvelussa. Myös itse tietoturvaohjelmistojen päivittäminen helpottaa tietoturvariskien estämistä. (Lahtinen 2013, 288-295)

SSL-suojauksella luodaan verkkokauppaan koodi, jossa verkkokaupassa tapah-tuva ostotoimenpide salataan SSL-salaustekniikalla. Mm. pankit käyttävät verk-kopankkisivuillaan SSL-suojausta. SSL-suojausta suositellaan käytettäväksi mm. käyttäjien kirjautumisessa sekä verkkokaupassa. Palvelussa asiakkaalla on oma erillinen kiinteä IP-osoitteensa SSL-salausta varten. Tämä SSL-suojattu IP-osoite kytketään rinnakkain nykyisen sivuston kanssa, esim. <https://secure.yritys.fi/>. Palvelu vaatii SSL-sertifikaatin toimiakseen. (Image World 2013)

Varmenne eli sertifikaatti (certificate) on sähköinen todistus, jonka aitous voidaan tarkistaa ohjelmallisesti. Sertifikaatissa luodaan kaksi avainta, joiden välillä on matemaattinen riippuvuus. Tunnetuin menetelmä on RSA. Sen varmuutena on, että erittäin isojen lukujen jakaminen tekijöihinsä on ylivoimaista nopeimmillekin tietokoneille. Varmenteen myöntäjästä eli varmentajasta, jolta tilataan varmenne, käytetään nimitystä CA (certificate authority). CA tarkistaa saamiensa tietojen oikeellisuuden ja tallentaa ne omalla varmenteellaan allekirjoitetuksi tiedostoksi. Jos varmenteeseen liittyvä yksityinen avain varastetaan, kaikki sillä allekirjoitetut alemman tason varmenteet menettävät luotettavuutensa. Siksi varmentaja pitää yllä sulkulistaa, jolle se lisää käyttökiellossa olevat varmenteet. Perustiedot sisältävä ssl- varmenne on voimassa vuoden tai kaksi vuotta. Kun käyttäjä tulee varmenteella suojattuun palveluun, nettiselain tarkistaa varmenteen tiedot automaattisesti. Tarkistusta varten selaimella on oltava kyseisen varmentajan päävarmenne. Kun selain on tarkistettu, se luo kertakäyttöisen salausavaimen, jolla yhteyden nettiliikenne salataan. Samalla http-protokolla vaihtuu https-protokollaksi ja selaimen osoite- tai tilariville ilmestyy lukon kuva. Ssl-varmenne takaa sekä palvelimen aitouden että liikenteen luottamuksellisuuden.

Kuvassa 2 on Verkkokauppa.com- sivuston **Ostoskori**. Itse muu verkkokauppaosio ei ole suojattu sertifikaatilla. (Verkkokauppa.com 2013) Tässä tapauksessa sivusto täyttää hyviä tunnusmerkkejä.

Nettiosoite on muotoa <https://www.verkkokauppa.com/fi/cart>, eli liikenne sivustolla on salattu. Osoitepalkin oikeassa reunassa on lukko kiinni, joka myös tarkoittaa, että sivusto on suojattu ja osoitepalkin oikeassa reunassa olevaa lukkoa klikkaamalla aukeaa sertifikaatin tiedot kattava ikkuna. Sen mukaan sivusto käyttää sertifikaattia, joka on voimassa 2.4.2013 – 2.6.2015 välisen ajan.



Kuva 2. Verkkokauppa.com-verkkokaupan ostoskorinäkymä.

Yleensä netin käyttäjän ei tarvitse huolehtia varmenteista. Vasta kun selain ilmoittaa virheellisestä varmenteesta, netin käyttäjän kannattaa tarkistaa varmenteen oikeellisuus. Selain voi ilmoittaa esimerkiksi seuraavista virheistä:

- Varmenne on vanhentunut
- Varmenteella on tuntematon varmentaja
- Varmenteen allekirjoitus ei täsmää.

Jos varmenne on vanhentunut, nettiselain varoittaa käyttäjää. Yleensä varmenne on unohtunut kuitenkin sivuston omistajan taholta uusia, eikä mistään vakavammasta turvallisuusriskistä ole kyse. Varovainen kannattaa kuitenkin olla tässä tapauksessa.

Jos selaimessa ei ole valmiina oikeaa päävarmennetta, selain antaa virheilmoituksen, jossa selain ilmoittaa, että varmenteen aitoutta ei voida tarkistaa puuttuvan luottamuksen vuoksi. Nettiselaimen käyttäjä voi asentaa luotettavaksi uskomansa päävarmenteen selaimeen, minkä jälkeen varmenne alkaa toimia eikä virheilmoituksia enää tule. Kuitenkin pitää muistaa, että jos et ole varma asiasta, niin ei kannata myöskään antaa varmenteelle lupaa toimia.

Tämä virheilmoitus on kaikkein vaarallisin. Jos varmenteen sisältämä tieto ei täsmää allekirjoitukseen, varmenteen suojaamaa tietoa on käsitelty. Tästä johtuen varmenne ei myöskään ole luotettava. Ssl-varmenteissa se saattaa tarkoittaa, että palvelin on väärennetty. (Petteri Järvinen 2010)

2.3 Hyvän verkkokaupan ominaisuuksia

Sivuston navigaatorakenne

Hyvästä verkkokaupasta löytää hakemansa tuotteet helposti, enintään parin klikkauksen jälkeen. Myös jos tuote on sijoitettu väärään osastoon, niin ei sekään anna mitään hyvää kuvaa yrityksen ammattitaidosta, koska asiaan ei ole perehdytty kunnolla. Tuotteen linkittämällä voidaan lieventää sitä asiaa, jos asiakkaan mielestä tuote on väärässä paikassa. Esimerkiksi lyijykynän voi linkittää kyniin, toimistotarvikkeisiin, tai valmistajan nimeen. (Vehmas 2008, 35).

Tuotteen tiedot

Ei vielä riitä, että verkkokaupassa on yksi sivu, vaan siellä on oltava enemmän tuotteita myynnissä kuin kymmenen, myöskään puhelimitse tai sähköpostitse tehtävää kaupankäyntiä jonkun nettisivun tuotteista ei voi määrittellä verkkokaupankäynniksi, koska kaupankäynnin on oltava täysin automaattista asiakkaan suuntaan. (Vehmas 2008, 4) Myöskään ei riitä, että verkkokaupan tuotteesta on nähtävissä yksi kuva ja muutama sana tekstiä. Tuotteesta pitää olla tarkka kuvaus ominaisuuksista ja toiminnoista, sekä myös kuvia tarpeeksi, jotta asiakas saa tarpeeksi hyvän kuvan millaisen tuotteen hän on ostamassa. (Vehmas 2008, 5) www.verkkokauppa.com – sivuilla on nähtävissä esimerkiksi tuotteen sen hetkinen varastosaldo, joka on esitetty kuvassa 2. (Verkkokauppa.com 2013)

Varastosaldon näkyminen tuotteen yhteydessä myös lisää asiakkaan mielenkiintoa tuotetta ja yritystä kohtaan. Koska on jo ilmoitettu paljonko kyseistä tuotetta on varastossa, eikä asiakkaan tarvitse soittaa tai lähettää sähköpostia tilauksen perään pelkästään kysyäkseen mikä on tuotteen varastosaldo tai kauanko tuotteen saapuminen perille ostotapahtumasta kestää. (Lahtinen 2013, 132)

Saatavuus: arv. 2-4 vkoa

Varasto

🟡 Päävarasto -5 kpl


Myymälät

🟢 Jätkäsaari, Helsinki 8 kpl

🟢 Pirkkala 3 kpl

🟢 Oulu 11 kpl

🟢 Kioski 24 h 4 kpl

 Myymälässä olevia tuotteita ei voi varata netistä eikä puhelimitse.

Kuva 3. Verkkokauppa.com - verkkokaupan tuotesivun yhteydessä oleva varastosaldo-taulukko.

Palautteet, reklamaatiot ja asiakaspalvelu

Palauteboksi on se kanava, jota kannattaa seurata jatkuvasti. Sinne asiakkaat voivat kommentoida myös anonyymisti esim. juuri yrityksen verkkokaupan toimintavarmuutta, ulkoasua tai tuotteiden lukumäärää. Palautteet ja niihin vastaaminen kannattaa myös julkaista verkkokaupassa muiden nähtäväksi, sekin näyttää yrityksen suhtautumisen vakavasti saatuun palautteeseen ja näin ollen todennäköisesti lisää yrityksen luotettavuutta.

Jos taas yritys julkaisee pelkästään positiivisia palautteita, niin se vaikuttaa aika epäilyttävältä – jokaiselle yritykselle tulee joskus huonoakin palautetta. Myös verkkokaupassa asiakaspalvelu on oma osansa palvelua. Tuotteen toimitukseen ja perinteisiin asiakaspalvelusähköposteihin vastaamiseen kuluu oma osansa resursseja yrittäjän kukkarosta. Koska verkkokauppa on pelkästään sähköistä liiketoimintaa, niin myös tuotteen toimituksesta ja ostoprosessin onnistumisesta kannattaisi lähettää viestit joko asiakkaan sähköpostiin, tai kännykkään. Pitää myös muistaa, että tilausvahvistuksen lähettäminen asiakkaalle on kuluttajasuojalain vaatimus. (Lahtinen 2013, 150; Vehmas 2008, 157)

Verkkokaupan päivitys

Se, että yrityksellä on verkkokauppa ei tarkoita sitä, että yritys olisi ajan mukaisesti kehityksessä mukana. Verkkokauppaa on myös päivitettävä tilanteen mukaan – jos tuote loppuu varastosta, tai poistuu kokonaan, tai hinta muuttuu niin verkkokauppa on päivitettävä.

Ei vaikuta hyvältä, jos verkkokaupan alapalkissa lukee, että ”päivitetty 1.1.2008” ja nyt eletään vuotta 2013. Toisaalta, jos tällainen tapaus olisi, niin tuskin verkkokauppa olisi enää toiminnassa. Eli vaikka toimitusketjusta poistuu verkkokaupan mukana tiettyjä tahoja pois, niin verkkokaupan ylläpitäminen kuitenkin lisää kustannuksia, koska verkkokauppa elää jatkuvasti. Yleensä ainakin isommissa yrityksissä on oma henkilönsä verkkokaupan päivittämiseen. (Vehmas 2008, 37-39)

2.4 Maksu- ja toimitusvaihtoehdot

Koska tuotteet maksetaan verkon kautta, niin tuotteen maksuvaihtoehtoja on oltava valittavana. Yleisimpiä vaihtoehtoja ovat verkkopankkimaksu, luottokorttimaksu, postiennakkomaksu, tai maksupalvelun kautta tapahtuva maksu. Ehkä alussa ei kannata ottaa mukaan kaikkia mahdollisia maksuvaihtoehtoja, mutta verkkokaupan suosion lisääntyessä maksuvaihtoehtojen lisääminen on kannattava vaihtoehto.

Alussa verkkopankkimaksu ja postiennakkomaksut ovat kannattavin vaihtoehto, koska luottokortilla maksettaessa myös luottokunta ottaa itselleen tietyn siivun kuukaudessa. Toimitusvaihtoehdoista puhuttaessa alussa kannattavimmat toimitusvaihtoehdot ovat Itellan, tai Matkahuollon kautta, tai lähetyksen nouto liikkeestä. (Vehmas 2008, 120-128)

Verkkopankkimaksu

Verkkopankki on netin kautta toimiva pankin tarjoama maksupalvelu. Verkkopankin palvelun varten pitää olla olemassa oleva pankkitili (kyseisessä pankissa), sekä verkkopalvelusopimus, joka tehdään pankin konttorissa. Sopimuksen teon jälkeen käyttäjä saa henkilökohtainen käyttäjätunnuksen, salasanan, ja avainlukulistan. Palvelu toimii niin, että kun kirjaudutaan palveluun, syötetään ensin käyttäjätunnus ja salasana. Salasanan ja käyttäjätunnuksen lisäksi sisäänkirjautuminen vaatii avainluvun, jota varten avainlukulistasta valitaan palvelun ilmoittamaa numeroa vastaava avainluku. Suoraan maksupalvelusopimuksen teettäminen pankin kanssa mahdollistaa rahojen tallentumisen yrityksen tilille heti maksun suorituksen jälkeen. Maksupalvelun tarjoajia käytettäessä maksun tallentuminen yrityksen tilille kestää muutama päivä. Muutamia verkkomaksuvälittäjiä Suomessa on Suomen Verkkomaksut, Checkout ja Point. (Lahtinen 2013, 272-275; Pankki-Opas.com 2013)

Luottokorttimaksu

Luottokunnan tarjoaman palvelun kautta asiakkaat voivat maksaa luottokortilla. Paketin käyttöönotto vaatii nettiyhteyden ja palvelun lisäämisen verkkokauppaan. Palvelu integroidaan verkkokauppaan HTML-lomakerajapinnalla. Korttitietojen syöttö lomakkeelle tapahtuu joko verkkokaupan omilla sivuilla tai Nets Oy:n valmiissa maksulomakeessa. eMaksupalvelu on PCI-sertifioitu. Maksamisen turvallisuuden takaavat Verified by Visa- ja MasterCard SecureCode -todentamispalvelut. (Nets Oy 2013)

Muut maksu- ja toimitusvaihtoehdot

Kun paketti lähetetään postiennakolla, niin vastaanottaja lunastaa paketin postista maksamalla siitä veloittamasi ennakkosumman. Jos lähetykseen on valittu lisäpalvelu, postiennakko voidaan periä vasta vastaanottajan ovella. Summa ohjautuu yrityksen pankkitilille ja sen voi nostaa, maksamisen jälkeen kahden - neljän pankkipäivän kuluessa. Postiennakon enimmäismäärä on 8 400 euroa. (Itella Oyj 2013).

Tuotteen maksuprosessi voidaan myös antaa maksupalveluntarjoajan hoidettavaksi. Erilaisia maksupalveluntarjoajia on monia erilaisia, mutta oman kokemukseni perusteella on valittu maksupalveluntarjoajaksi PayPal. Palveluun rekisteröidytään ja syötetään yrityksen tiedot, jonka jälkeen PayPal-palvelu on liitettävä yrityksen omaan verkkokauppaan. Kun tilaus on verkkokaupassa tehty, veloitettu summa näkyy PayPal-tilillä muutaman minuutin kuluttua. Sieltä voi siirtää sen yrityksen pankkitilille. PayPal veloittaa 1,9%-3,4% kuukausista myynneistä PayPalin kautta. (PayPal Inc 2013).

Edullisin tapa hoitaa maksuliikenne on käyttää yrityksen omaa laskua. Varsinkin jos pienyrittäjä tekee laskunsa itse eikä esimerkiksi kirjanpitäjä. Tämä onnistuu pienellä verkkokaupalla. (Lahtinen 2013, 275-276).

Matkahuollon kautta tapahtuva toimitus

Bussipaketti- toimitustavalla tuotteen toimitus tapahtuu linja-autolla. Bussipaketti- palveluun voi liittää mukaan myös bussiennakon. Tuotteen kuljetuksen maksaa joko tuotteen lähettäjä tai maksaja.

Bussiennako on samanlainen palvelu Oy Matkahuolto Ab:llä kuin postiennakko Itellalla. Bussiennakolla lähetetty paketti annetaan vastaanottajalle vasta kun asiakas on maksanut ennakkosumman, joka on merkitty lähettäjän osoitekorttiin ja ennakkomaksu maksetaan lähettävän yrityksen tilille. Bussiennakolla lähettyksen hintaan lisätään palvelumaksu, Ennakon voi maksaa joko lähettäjä tai vastaanottaja. (Oy Matkahuolto Ab 2013)

3 PROJEKTIN KUVAUS

Opinnäytetyön kohdeyrityksenä on yhden henkilön mainosalan yritys. Yritys on ollut nykyisellä omistajalla melkein kolme vuotta ja nyt on tullut ajankohtaiseksi perustaa yritykselle verkkokauppa. Yrittäjällä ei ole aikaisempaa kokemusta verkkokauppojen tekemisestä, testaamisesta, tai muustakaan sähköisen median työvälineistä. Visuaalista näkemystä hänellä on vuosia työelämästä erilaisten printtimedian tuotteiden parista. Yrittäjä halusi selvittää, mikä olisi kannattavin vaihtoehto tehdä verkkokauppa yhden hengen mainosalan yritykselle mahdollisimman pienellä kustannuksella.

Projektin tavoitteena on testata kohdeyritykselle erilaisia verkkokauppa-alustoja ja sitä kautta antaa yritykselle eväitä omatoimiseen, kaupallisesti kannattavan ja myyvän verkkokaupan tekemiseen mahdollisimman pienellä pääomalla. Opinnäytetyön tarkoituksena on vertailla yrittäjän puolesta suomalaisia verkkokauppa-alustojen palveluntarjoajien palveluita. Arviointini ja suositukseni perusteella yrittäjä valitsee hänen mielestään sopivimman vaihtoehdon. Projekti aloitettiin miettimällä yhdessä yrittäjän kanssa kriteerejä, millä perusteella verkkokauppaa testataan erilaisilla verkkokauppa-alustoilla. Projektia varten valittiin kolme erilaista verkkokauppa-alustaa. Joukossa oli mukana suomalaisia verkkokauppa-alustoja. Pois karsittiin avoimen lähdekoodin ohjelmistot niiden tietoturvaongelmien ja minun koodaustaitojeni puutteen takia.

Mukaan valittiin seuraavat verkkokauppa-alustat:

- www.valmiskauppa.fi
- MyCashflow
- Soprano Composer.

Alussa näiden kolmen vaihtoehdon lisäksi oli neljäs vaihtoehto: SmileHouse Wosbee, mutta kesken verkkokauppa-alustojen testivaiheen kävi ilmi, että SmileHouse Wosbee on fuusioitunut MyCashFlow:n kanssa, jonka takia mukana on vain kolme vaihtoehtoa.

Verkkokauppa-alustojen testaamiseen käytettiin seuraavaa kokoonpanoa:

- Mallin nimi: iMac
- Mallin tunnistus: iMac8,1
- Prosessorin nimi: Intel Core 2 Duo
- Prosessorin nopeus: 2.8 GHz
- Muisti: 4 Gt
- Näytönohjain: ATI Radeon HD 2600 Pro
- Internetselain: Safari 5.0.6
- Käyttöjärjestelmä: Mac OS X 10.5.8
- Internet-yhteys: SSP Net Laajakaista 6M A0.

Projekti aloitettiin selvittämällä yrittäjän kanssa mitä ominaisuuksia hyvä verkkokauppa pitää sisällään, sekä kriteerit, millä perusteella verkkokauppa-alustoja testataan. Verkkokauppa tehtiin käyttämällä halvinta mahdollista palvelua valituista verkkokauppa-alustoista. Palvelun arvostelussa käytettiin asteikkoa, jossa neljä (4) on huonoin pistemäärä ja kymmenen (10) suurin pistemäärä. Asteikko porrastuu aina yhdellä pisteellä isompaan tai pienempään.

Kriteerit ovat:

- Verkkokauppa-alustan käyttöliittymän helppokäyttöisyys
- Mahdollisuus lisätä tuoteinformaatiota
- Maksu- ja toimitusvaihtoehtojen liitettävyyden
- Sivuston siirrettävyys palvelimelta toiselle
- Verkkokaupan tilausprosessin toimivuus.

4 TESTAAMISEN TULOKSET

4.1 www.valmiskauppa.fi



Kuva 4. Valmiskauppa.fi-palvelun Demon tilausnäkyvä.

www.valmiskauppa.fi- palvelua tarjoaa Suomen Valmispalvelut Oy. Se on perustettu vuonna 2003 ja sen toimialana on verkkokaupparatkaisut. 2007 Suomen Valmispalvelut aloitti tarjota verkkokauppal palveluja. Palvelua voi kokeilla kuukauden maksutta, kunhan muistaa peruuttaa palvelun kuukauden sisällä palvelun käyttöönotosta. Yrityksen kotisivuilta löytää myös ohjeen, miten verkkokaupan voi perustaa helposti. Ohje on ladattavissa osoitteesta: http://valmiskauppa.fi/images/pikaopas_valmiskaupan_perustamiseen.pdf ja tätä ohjetta myös käytettiin verkkokaupan luomisessa.

Aloitus

Verkkokaupan perustaminen aloitettiin pyytämällä tunnukset esittelyalueelle osoitteesta: <http://valmiskauppa.fi/kokeile/>, koska tekijällä ei ole yrityksen Y-tunnusta käytössä ja sen takia ei varsinaiselle suunnittelualueelle päästy. Tunnusten saamisessa tilaushetkestä sähköpostiin kesti 11.25- 11.33 välinen aika, eli seitsemän minuuttia jonka jälkeen päästiin itse asiaan eli suunnittelemaan verkkokauppaa. Verkkokaupan suunnittelun nopeuttamiseksi päätettiin käyttää hyväksi www.valmiskauppa.fi - sivuilta löytyvää ohjetta verkkokaupan perustamiseksi.

Sivuston suunnittelu

Esittelyalueella on käytössä valmiita pohjia, joita pystyy muokkaamaan erilaisien valikkopainikkeiden avulla. Koska minulla ei ollut yrittäjän Y-tunnusta käytävissäni niin en päässyt testaamaan, onko maksullisessa verkkokaupassa pelkästään valmiita pohjia, vai pystyykö sivuston suunnittelemaan aivan alusta lähtien. Esittelyalueella verkkokauppa palautuu alkuperäiseen tilaansa parin tunnin jälkeen, joten suosittelen sivuston perusteellista suunnittelua ennen palveluun kirjautumista.

Ulkoasun suunnittelu ja muokkaus

Ulkoasu ja elementit → Ulkoasun valinta-kohdassa kuitenkin minun kokoonpanollani ei ulkoasupohjan muuttaminen onnistunut. Valmiiden CSS-tyylien kautta muuttaminen kuitenkin onnistui. Ulkoasu ja elementit-valikon muutkin kohdat toimivat moitteettomasti, joskus kylläkin viiveellä päivityksen jälkeen. Yläpalkin painikkeita ei pystynyt lisäämään, mutta valmiita painikkeita pystyi ottamaan käyttöön tai pois käytöstä.

Maksutavat

Valittavana olevista maksutavoista päätettiin yrittäjän kanssa käyttää alussa kustannuksien minimoimiseksi pelkästään verkkopankkimaksuja yleisimmistä pankeista ja luottomaksuja: Visa, VisaElectron, Mastercard. Yrityksille annettiin myös vaihtoehdoksi laskulla maksamisen. Valittavana valikkojen kautta oli monia muitakin maksuvaihtoehtoja. Maksuvaihtoehdot ovat linkitettyjä suoraan kyseisen palveluntarjoajan palveluun, joten niitä ei tarvitse itse tehdä, vaan pelkästään ostaa kyseinen palvelu haluamaltaan yritykseltä.

Toimitusvaihtoehdot

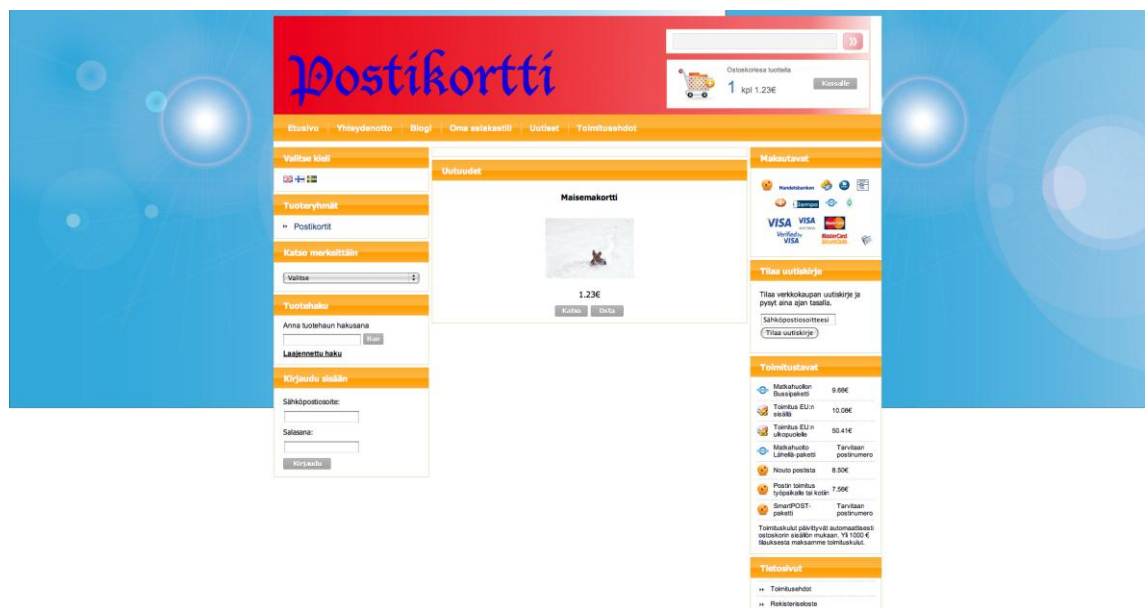
Vaihtoehdoiksi valittiin noutaminen Postista, Keltainen kuljetus 9, Matkahuollon kautta, tai noutaminen yrityksen toimipisteestä. Vaihtoehtojen lisääminen ja poistaminen onnistui vaivatta. Toimitusvaihtoehdot ovat linkitettyjä suoraan kyseisen palveluntarjoajan palveluun, joten niitä ei tarvitse itse tehdä, vaan pelkästään ostaa kyseinen palvelu haluamaltaan yritykseltä.

Tuotteiden ja tuoteryhmien lisääminen

Lisäämiselle on oma valikkonsa Tuotteet –valikossa, jonka kautta hallitaan tuotteiden lisäämistä ja muokkaamista, valmistajien lisäämistä ja muokkaamista, varastosaldojen hallintaa ja myös miten tuotteet ryhmitellään. Kaikki tapahtuu valmiiden valikkojen kautta, joka onnistui käyttäjältä helposti. Myöskään lisätekstien liittämiseen tuotteeseen ei ollut ongelmia. Nettisivuilla olevassa ohjeesta löytyi tästä kohtaa virhe. Ohjeen mukaan valikossa Markkinointi pääsee Etusivun tuotteisiin, vaikka kyseinen kohta löytyy **Sisältö**-valikosta.

Yrityksen tietosivujen lisääminen ja verkkokaupan julkaisu

Tämä toiminto tapahtuu menemällä valikoista: Sisältö → Tietosivut → Lisää tietosivu. Tähän voi yrityksestä esimerkiksi kirjoittaa tietoja, tai toimitusehtoja, yms. Verkkokaupan käyttöönotto tapahtuu siirtämällä tiedostot Valmiskauppa.fi:n palvelimelle Asiakastili-linkistä ja kirjautumalla sivuille. Siellä voi rekisteröidä valmiin verkkokaupan ja sähköpostin jos sellaiset ovat olemassa. Kuitenkaan palvelu ei edellytä tätä, vaan verkkokauppa ja sähköposti voivat olla .valmiskauppa.fi ja @valmiskauppa.fi – päätteisiä.



Kuva 5. Valmiskauppa.fi-palvelussa tehdyn verkkokaupan etusivu.

Valmiskauppa.fi-verkkokauppa-alustalla tehty verkkokauppa

Alustalla tehtiin sivulla 25 olevan kuvan 5 mukainen verkkokauppa. Koska demopalvelu käyttää pelkästään valmiita pohjia hyväkseen ei ulkoasun suhteen ollut paljon pelivaraa. Se jäi epäselväksi, miten maksullinen palvelu eroaa tästä demopalvelusta. Verkkokaupan tekemistä demoversiossa hidasti se, että demokauppa palautuu oletusasetuksiin joka tasatunti ja sitä ei ensimmäisellä kerralla huomattu. Maksullisessa versiossa tämä kohta on toivottavasti poistettu. Yksi bugi löytyi palvelusta, joka oli ulkoasupohjan valinnassa esiintyvä epäkohta, eli pohja ei vaihtunut sitä valittaessa. Myöskin valmiissa ohjeessa löytyi epäkohta etusivun tuotteiden muokkaamisessa, jossa kyseinen valintakohta pitäisi olla, mutta kohta on Sisältö-valikossa.

Taulukko 1. Valmiskauppa.fi-palvelun plussat ja miinukset.

Plussat	Miinukset
Tuoteryhmien ja tuotteiden lisääminen helppoa.	Valmiiden pohjien muokkaaminen ei onnistu demoversiossa.
Maksu- ja toimitusvaihtoehtojen liitettävyyden ja valmiit linkitykset palveluntarjoajille.	Turvallisuussertifikaatteja ei saa Valmiskauppa.fi-sivuilta tilattua suoraan verkkokauppaa varten.
Verkkokauppaan on heti liitettävissä valmis nettiosoite.	Pikaoppaassa virheitä, jotka hidastivat verkkokaupan suunnittelua. Opas on päivitetty 8.7.2010
	Palvelun asetusten resetoimista demoversiossa.

Yläpalkin painikkeita ei voinut lisätä sivulle, pelkästään pystyi muokkaamaan valmiita painikkeita ja ottamaan niitä pois käytöstä tai käyttöön. Turvallisuussertifikaatteja ei pystynyt tilaamaan palvelun kautta, vaan ne on itse tilattava kyseiseltä palveluntarjoajalta. Valmikauppa.fi asiakastili on kuitenkin suojattu SSL-sertifikaatilla. Verkkokaupan tekemiseen käytetty aika oli noin kolme tuntia, josta noin puolet ajasta meni Pikaoppaan läpimenemiseen. Aikaa kului myös sen takia enemmän, koska itse verkkokauppa tehtiin kahteen kertaan asetusten resetoimisen takia. Ostoprosessia testattiin tehdyssä verkkokaupassa edeten aina maksun vahvistamiseen asti, mutta pidemmälle ei päästy koska verkkokauppa ei ole vielä toiminnassa verkkokauppa-alustan demoversiosta johtuen. Ostoprosessissa ei ollut mitään moitittavaa.

Palvelun (demoversio) arviointi

Taulukko 2. Valmiskauppa.fi verkkokauppa-alustalla tehdyn verkkokaupan arviointi.

Kriteeri	Arvosana
Verkkokauppa-alustan käyttöliittymän helppokäyttöisyys	6
Verkkokaupan tuoteinformaation lisääminen	9
Valmiiden maksu- ja toimitusvaihtoehtojen liitettävyyys	9
Sivuston siirrettävyys palvelimelta toiselle	9
Verkkokaupan tilausprosessin toimivuus	8
Kokonaisarvosana	8,2

4.2 MyCashFlow

Verkkokauppapalvelua tarjoavasta yrityksestä oli vaikeaa löytää tietoa. Pitkän etsiskelyn jälkeen Etusivulla olevassa alapalkissa löytyi linkki Pulse247-nimisen yrityksen sivuille, joka ylläpitää MyCashFlow-palvelua. Itse Pulse247-yrityksestä ei löytynyt muuta tietoa heidän kotisivuiltaan kuin yhteystiedot eri yrityksen henkilöille. Itse olisin kaivannut edes hieman tietoja itse yrityksestä.

Verkkokaupan tekemistä varten voi ladata PDF-ohjeen. Tämä kuitenkin edellyttää liittymistä yrityksen postituslistalle. Ohjeessa ei niinkään käsitelty sitä, miten MyCashFlow:ssa voi tehdä verkkokaupan, vaan ohjeessa kerrottiin erilaisista vaihtoehtoista, mitä verkkokaupassa on hyvä olla. Varsinainen ohje lähetettiin kuudessa eri osassa sähköpostiosoitteeseen, jota tämän verkkokaupan luomisessa käytettiin hyväksi.

Verkkokaupan perustaminen sekunneissa

Jos haaveenasi on perustaa oma verkkokauppa, se ei voisi olla helpompaa. MyCashflow:sta on useita versioita eri kokoisille nettikaupoille. Voit valita minkä tahansa MyCashflow-verkkokauppa version ja vaihtaa sitä vapaasti tarpeidesi muuttuessa. Verkkokaupan perustaminen kestää vain pienen hetken ja päätet heti rakentamaan verkkokauppaasi. Kaikissa maksullisissa versioissa on ilmainen 14 päivän kokeilu-aika.

	Free ilmainen verkkokauppa	Small 49 € kuukaudessa	Medium 99 € kuukaudessa	Max 149 € kuukaudessa
Myymälä online tuotetta	10 tuotetta	100 tuotetta	1 000 tuotetta	10 000 tuotetta
Levytilaa	10 Mt levytilaa	200 Mt levytilaa	2 Gt levytilaa	20 Gt levytilaa
Maailmanlaajuinen	1	2	5	10
Verkkomarkat ja luottokortit oman kintosta kuluja	Vain verkkopankkirapit	✓	✓	✓
Verkkolomaa tilittämistä		✓	✓	✓
Läjämuksut		✓	✓	✓
Ladattavat tuotteet			✓	✓
	Avaa	Avaa	Avaa	Avaa

Hinnat sisältävät arvonnäytteen 24%

Kuva 3: MyCashFlow-sivuston verkkokauppapalvelun aloitussivu

Aloitus

Perustaminen aloitettiin valitsemalla **Free**- paketti, koska se on maksuton ja perustoimintojensa takia soveltuu palvelun testaamiseen. Palvelussa pystyy lisäämään 10 tuotetta ja maksuvaihtoehdoksi laskun verkkokauppaan, mutta omaa verkkotunnusta ei pysty ilmaisversiossa käyttämään verkkokaupassa. Myöskään kävijäseuranta- ja sivuston markkinointityökalut eivät ole käytettävissä. Sivustoa perustettaessa annettiin haluttu verkkokaupan osoite, nimi, sähköposti ja salasana, joita käytetään käyttäjätunnuksena ja salasanana. Verkkokaupan osoite rekisteröitiin heti ja palvelu oli saman tien käytettävissä.

Kirjaututtaessa omille sivuille, kuitenkin ruutuun ilmestyi Internal Server Error-ilmoitus, joka viittaa käytettyihin PHP-kielen oikeuksiin. 10 minuutin kuluttua uudelleen kirjaututtaessa kyseistä ilmoitusta ei kuitenkaan enää ilmestynyt.

Ulkoasun suunnittelu ja muokkaus

MyCashFlow:n käyttöliittymä on pelkistetty. Yläpalkissa löytyy Tilaukset, Tuotteet, Asiakkaat, Sisältö-painikkeet, sekä sivun oikeasta yläreunasta löytyy asetuksien, ulkoasun muokkaamiseen ja oman tilin päivittämiseen omat painikkeet. Alapalkissa on hieman laajempi osio palvelun toiminnoista. Verkkokauppaan yritettiin vaihtaa toinen ulkoasu (teema), siinä kuitenkin onnistumatta. Valittu teema käyttää koodikielenä JavaScriptiä. Tämä selvitettiin lukemalla koodia, josta selvisi, että teemassa on käytetty [jQuery 1.1](#) – kirjastoa. Tämän osaamista en hallinnut, joten ainoana vaihtoehtona oli käyttää valmista oletusteemaa. Myöskään kaupan osioiden siirtämistä eri paikkaan ei löydetty.

The screenshot displays the MyCashFlow dashboard. At the top, there's a navigation bar with 'postikortti' and 'Yleiskatsaus'. The main section is titled 'Yleiskatsaus' and provides a summary of sales and conversion metrics for the period April 14, 2013, to April 15, 2013. The metrics are: Visits: 1, Conversion: 0%, Orders: 0, Average order value: 0€, and Total sales: 0€. Below the metrics is a line chart showing sales over time. The right side of the dashboard contains news items, including a service outage on April 24, 2013, and a survey announcement for a 2500 euro prize. The footer contains navigation links for 'Yleiskatsaus', 'Hallitse', 'Lisäpalvelut', and 'Ohjeet & asiakaspalvelu'.

Kuva 4. MyCashFlow-verkkokauppa-alustan hallintasivuston etusivu.

Maksutavat ja toimitusvaihtoehdot

Maksutapoja päätettiin valita alussa pelkästään verkkopankkimaksun ja laskuvaihtoehdon kustannuksien minimoimiseksi, myöskin koska palvelun ilmaisversiossa muut maksuvaihtoehdot eivät kuuluneet palveluun. Maksuvaihtoehdoista tuli sivulle pelkästään linkit, jotka eivät testausvaiheessa olleetkaan käytössä. Painikkeet pitää tilata erikseen Checkout:lta, jota ei kuitenkaan tehty, ettei kuluja pääse syntymään mahdollisten verkkokauppaostosten takia. Kuitenkin eri MyCashFlow-palveluita tarkasteltaessa mainittiin, että verkkopankkimaksut sisältyvät myös ilmaispakettiin.

Toimitusvaihtoehdot

Toimitusvaihtoehdoiksi oli valmiina asetettu ”kirje”, ”pieni paketti” ja ”iso paketti”. Näiden lisäksi ei ollut muita vartenotettavia vaihtoehtoja valittavana. Esimerkiksi ”Keltainen kuljetus” puuttui kokonaan vaihtoehdoista, joka lisättiin itse manuaalisesti toimitusvaihtoehtoihin. Matkahuolto oli kuitenkin valmiina toimitusvaihtoehtona valmiissa teemassa. Kaikkiin toimitusvaihtoehtoisin piti syöttää erikseen toimitusmaksut.

Tuotteiden ja tuoteryhmien lisääminen

Tuotteiden lisääminen on helppoa. Painetaan tuote-painiketta, jonka jälkeen valitaan tee tuoteryhmä tai tee tuote. Näiden jälkeen samasta valikosta pystyy antamaan tuotteen valmistajan, varastosaldon ja muita lisätietoja. Valmiista tuotteesta voi myös ottaa kopioita, jotka sijoittuvat automaattisesti tuoteryhmän valikkoon. Näin ei tarvitse kirjoittaa kaikkia tietoja uudelleen, jos kopio on samanlainen kuin alkuperäinen. Alussa oli hieman epäselvää, miksi tehdyt tuotteet eivät näykään tuote-esittelyssä, mutta pitemmän tarkastelun jälkeen huomattiin, että tehdyt tuotteet on myös **otettava käyttöön**.

Yrityksen tietosivujen lisääminen ja verkkokaupan julkaisu

Hallinta-sivujen kautta tehdyn verkkokauppapohjan siirtämisessä itse palveluun oli ongelmia, koska ainoastaan logo saatiin siirrettyä omalle paikalleen sivuston vasempaan yläreunaan. Muiden tietojen päivittämistä palveluun etsittiin kaksi tuntia, jonka jälkeen päätettiin pitää luova tauko ja yrittää seuraavana päivänä uudelleen. Ulkoasun muuttaminen ei onnistu ilman CSS-tai muiden koodaustyylien tuntemusta, koska alustan asetuksista pystyi sijoittamaan pelkästään logon paikalleen sivun vasempaan yläreunaan, mutta esimerkiksi taustakuvan tai värin muuttamiseen ei ollut valmista painiketta. Ilmaisversiossa ei valmista nettiosoitetta pysty käyttämään palvelussa.

Taulukko 3. MyCashFlow-palvelun plussat ja miinukset.

Plussat	Miinukset
Tuoteryhmien ja tuotteiden lisääminen helppoa.	Koodaustaidottomalle turhan vaikea palvelu.
Verkkokaupan SSL-suojaus suoraan asetuksista.	Ulkoasun muuttaminen vaikeaa.
Graafisen alan suunnittelijalle helppokäyttöinen	Valmista nettiosoitetta ei pysty käyttämään ilmaisversiossa, vaan osoite on muotoa: xxxx.mycashflow.fi
	Maksupainikkeiden puuttuminen valmiista pohjasta.

MyCashFlow-verkkokauppa-alustalla tehty verkkokauppa

Tehty verkkokauppa MyCashFlow:lla oli erittäin tylsän ja aneemisen näköinen, koska valmiita vaihtoehtoja ei ollut saatavilla muita kuin oletusteema, jota käytettiin. Kuitenkin itse tuotteiden, toimitus- ja maksuvaihtoehtojen lisääminen oli tehty palvelussa erittäin helpoksi. Verkkokaupan asetuksista sai myös valita, käytetäänkö palvelussa SSL-salausta, joka oli positiivinen yllätys.

Ostotapahtuma tehdään yhden sivun kautta ja ostotapahtumassa on viisi vaihetta. Ensimmäisessä ostaja syöttää omat tietonsa annettuihin kohtiin ja toisessa kohdassa toimitusosoitteen, jos se on eri, minkä hän on maininnut asiakastiedoissa. Kolmannessa ja neljännessä kohdassa valitaan maksu- ja toimitustavat ja viidennessä kohdassa voi antaa lisätietoja myyjälle.

Testiostos suoritettiin Maksutoiminnon vahvistamiseen asti. Testiostos onnistui vaivattomasti. Verkkokaupan tekemiseen käytetty aika oli noin kuusi tuntia. Ajasta nelisen tuntia meni ohjeiden läpikäymiseen ja erilaisten asetusten testaamiseen ja epäkohtien selvittämiseen.

The screenshot shows the homepage of the MyCashFlow website. At the top left is the 'Postikortti' logo. To the right are buttons for 'Tilauseuranta' and 'Kirjaudu sisään'. Below these is a search bar with a 'Haku' button. The main content area is divided into several sections:

- Postikortit**: A sidebar menu with 'Tietoa meistä' (Toimitusehdot, Ota yhteyttä, Maksuvaihtoehdot, Toimitusvaihtoehdot) and 'Ajankohtaista' (Verkkokauppa avattu).
- Etusivu**: The main content area featuring a grid of four product listings. Each listing shows a placeholder image of a butterfly on a flower, a title 'Copy of Copy of Copy of Copy of Maisekakortti', a price of '1,23 €', and a 'Lisää ostoskoriin' button.
- Suosituimmat**: A section with a list of product listings, each with a placeholder image and a 'Lisää ostoskoriin' button.
- Ostoskori**: A section on the right side of the page, currently empty, with a 'Lisää ostoskoriin' button.
- Suosittelimme**: A section with a list of product listings, each with a placeholder image and a 'Lisää ostoskoriin' button.
- Selaa tuoteryhmiä**: A section at the bottom with a 'Postikortit' link.

Kuva 5. MyCashFlow-palvelussa tehdyn verkkokaupan etusivu.

Palvelun (Free-versio) arviointi

Taulukko 4. MyCashFlow verkkokauppa-alustalla tehdyn verkkokaupan arviointi.

Kriteeri	Arvosana
Verkkokauppa-alustan käyttöliittymän helppokäyttöisyys	6
Verkkokaupan tuoteinformaation lisääminen	9
Valmiiden maksu- ja toimitusvaihtoehtojen liitettävyyys	7
Sivuston siirrettävyys palvelimelta toiselle (ei onnistu ilmaisversiossa)	6
Verkkokaupan tilausprosessin toimivuus	9
Kokonaisarvosana	7,4

4.3 Soprano Composer

Aloitus

Verkkokaupan perustaminen aloitettiin valitsemalla **Kauppiaan verkkokauppapaketti**- paketti, koska se on räätälöity verkkokauppaa varten. Pakettiin sisältyi:

- Käyttäjätunnuksia 5 kpl
- Oma www-osoite (www.YRITYS.composer.fi)
- 500 megatavua säilytystilaa kuville ja sisällölle
- Selkeät käyttöohjeet
- Hallintaliittymä 8 kielellä
- Varmuuskopiointi
- Asiakaspalvelu puhelimitse ja sähköpostitse.

[\(http://www.sopranocomposer.fi/tuote/verkkokauppa/\)](http://www.sopranocomposer.fi/tuote/verkkokauppa/)

Sivustoa perustettaessa annettiin Yrityksen ja yhteyshenkilön tiedot, sekä haluttu verkkokauppaosoite. Palvelun käyttäjätunnus ja salasanalista lähetettiin sähköpostiin. Aikaa tunnusten tilaamisesta tähän hetkeen kului noin neljä tuntia. Sähköpostiin myös lähetettiin tunnusten lisäksi verkkokaupan suunnitteluohje, jota käytettiin hyväksi tämän verkkokaupan tekemisessä. Kirjaututtaessa omille sivuille, ruutuun tuli käyttöehtosopimus, joka piti hyväksyä ennen palveluun siirtymistä.

Ulkoasun suunnittelu ja muokkaus

Käyttöehtosopimuksen hyväksymisen jälkeen palvelu siirtyi automaattisesti **ulkoasun valinta**-sivulle, jossa oli usea eri vaihtoehto valittavana ja muokattavana.

The screenshot displays the 'Ulkoasuperheet' (Designs) management page in Composer.fi. The interface includes a top navigation bar with 'Composer.fi for Business and Communication' and 'Käyttäjä: admin kirjautu ulos'. Below this is a menu with 'Sovellukset', 'Sovellusasetukset', 'Yleiset asetukset', 'Muut', and 'Kieli / Language'. The main content area is titled 'Etusivu > Ulkoasuperheet' and features a breadcrumb 'Ohje'. There are two radio buttons for selection criteria: 'Valitse perhekohtaisesti' (selected) and 'Valitse sovelluskohtaisesti'. A pagination bar shows '1 - 3 | 4 - 6 | 7 - 9 | 10 - 12 | 13 - 15 | 16 - 18 | 19 - 21 | 22 - 24 | 25 - 27 | 28 - 30 | Näytä kaikki'. Three design options are presented as rows, each with a category header, a description, a grid of thumbnails, and a 'Valitse' button:

- Ryhmäkirje**: 'Tämän ulkoasun bannerikoko on 800x150 Suoramainoksen bannerikoko 600x150 Voit muokata tätä ulkoasua Täältä'
- Suoramainos**: 'Tämän ulkoasun bannerikoko on 834x241 Suoramainoksen bannerikoko 600x241 Voit muokata tätä ulkoasua Täältä'
- Verkojulkaisu**: 'Tämän ulkoasun bannerikoko on 834x241 Suoramainoksen bannerikoko 600x241 Voit muokata tätä ulkoasua Täältä'

At the bottom, there is another pagination bar and two buttons: 'Takaisin' and 'Etusivulle'. The footer contains '© Soprano Oyj' and 'in 0.059607 sec'.

Kuva 6. Composer.fi-verkkokauppa-alustan hallintaosan etusivu.

Tämän jälkeen siirryttiin muokkaamaan yrityksen ja käyttäjien tiedot **Yleiset asetukset**- kohdasta, jonka jälkeen siirryttiin siirtämään logoa sivulle **Sovellusasetukset** → **Logot** – kohdassa. Samassa Sovellusasetukset-valikossa siirryttiin muokkaamaan verkkokaupan asetuksia, jossa valittiin mm. laskumaksun, Matkahuollon asetuksia ja asiakkaan rekisteröimistietojen käyttämistä mainontaan. Logo ja tuotekuvat eivät näkyneet sivuilla.

Maksutavat ja toimitusvaihtoehdot

Sovellusasetukset → **Verkkomaksuasetukset** – valikosta valittiin halutut maksuvaihtoehdot. Maksuliikenne on suojattu SSL-salauksella. **Etusivu** → **Verkkokauppa** → **Toimitustavat** – valikossa määriteltiin tarjotut toimitusvaihtoehdot. Nouto liikkeestä oli toimituspalveluissa ainoa valmis vaihtoehto, Postin, ym. muut kuljetukset piti lisätä erikseen.

Taulukko 5. Composer.fi-palvelun plussat ja miinukset.

Plussat	Miinukset
Tuoteryhmien ja tuotteiden lisääminen helppoa.	Logo ja tuotekuvat eivät näkyneet sivulla.
Maksuvaihtoehtojen helppo valinta.	Sivuston julkaisu ei onnistunut, koska tiedostoja ei löytynyt palvelimelta siirron jälkeen.
Valmiit pohjat.	Sivuilla oleva ohje on päivitetty 14.2.2007

Tuotteiden ja tuoteryhmien lisääminen ja verkkokaupan julkaisu

Tuotteiden lisääminen aloitettiin valikossa **Etusivu →Verkkokauppa**. Jossa valittiin Tuoteryhmät ja sen jälkeen syötettiin tuotteet ja valittiin kuinka monta kappaletta niitä tehdään. Tuotekuvissa oli ongelmia, koska ne eivät näkyneet sivulla, ainoastaan kuvapaikat näkyivät. **Etusivu →Verkkokauppa** – kohdassa on painike julkaisutoimintoa varten, jonka jälkeen sivusto on netissä vapaasti nähtävillä. Julkaisun jälkeen käyttäjän piti käydä testaamassa tehtyä verkkokauppaa, mutta sivusto ei kuitenkaan auennut, vaan palautui Composer.fi – palvelun etusivulle.

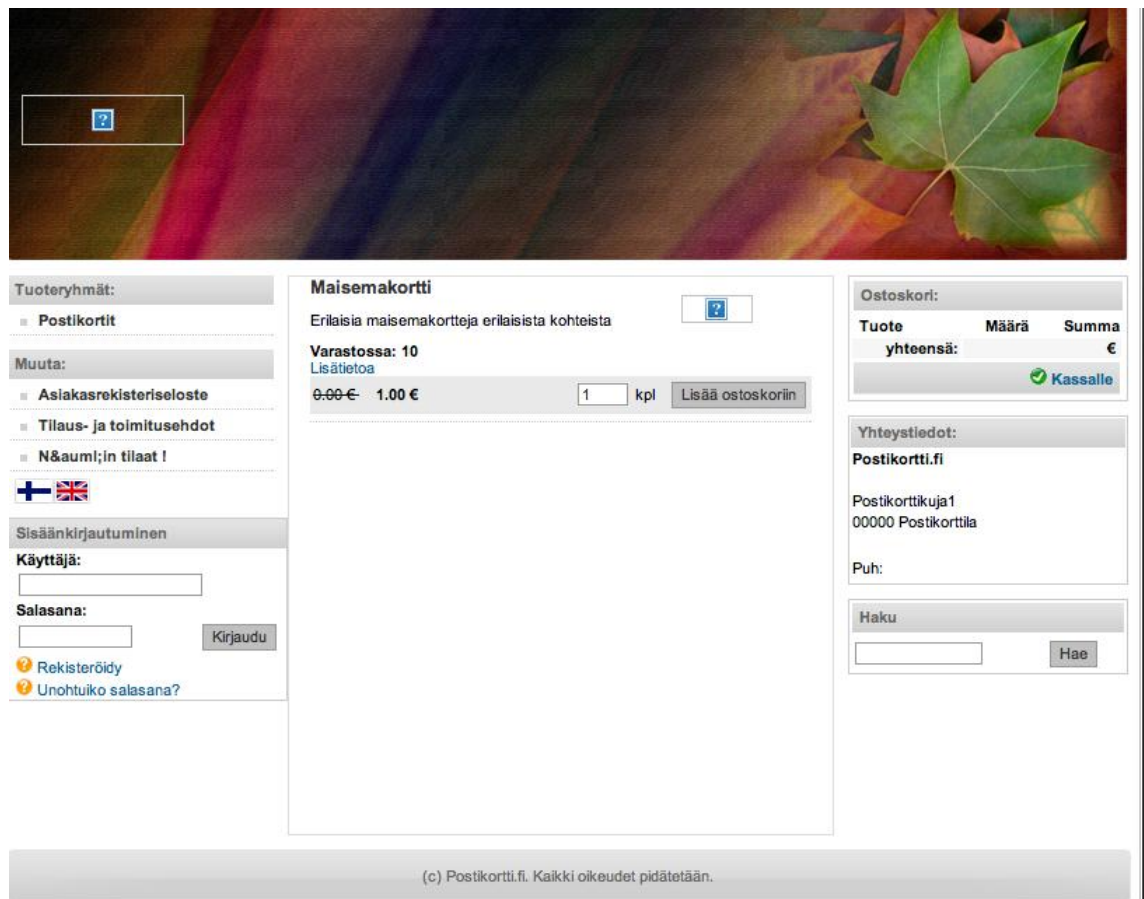
Palvelun (Kauppiaan verkkokauppapaketti) arviointi

Taulukko 6. Composer.fi verkkokauppa-alustalla tehdyn verkkokaupan arvostelu.

Kriteeri	Arvosana
Verkkokauppa-alustan käyttöliittymän helppokäyttöisyys	9
Verkkokaupan tuoteinformaation lisääminen	7
Valmiiden maksu- ja toimitusvaihtoehtojen liitettävyyys	7
Sivuston siirrettävyys palvelimelta toiselle	9
Verkkokaupan tilausprosessin toimivuus	4
Kokonaisarvosana	7,2

Composer-verkkokauppa-alustalla tehty verkkokauppa

Alustalla tehtiin alla olevan kuvan mukainen verkkokauppa. Bugeja löytyi palvelusta: tiedostojen siirto ei onnistunut, jonka takia kuvat ja sivut eivät toimineet ja myöskin tämän takia itse ostoprosessia ei päästy testaamaan. Sivulla oleva ohje oli myöskin päivitetty edellisen kerran 2007. Ohjeesta ei myöskään ollut mitään apua verkkokaupassa esiintyvien bugien korjaamisessa. Verkkokaupan tekemiseen käytetty aika oli noin neljä tuntia, josta noin kolme tuntia etsittiin ratkaisuja esiintyviin bugeihin. Verkkokaupan tekemiseen meni aikaa noin tunti.



Kuva 7. Composer.fi-palvelussa tehdyn verkkokaupan etusivu.

5 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tavoitteena oli testata kohdeyritykselle erilaisia verkkokauppa-alustoja ja sitä kautta antaa yritykselle eväitä omatoimiseen kaupallisesti kannattavan ja myyvän verkkokaupan tekemiseen mahdollisimman pienellä pääomalla. Projektiin kului yhteensä noin kuusi kuukautta. Suurena pettymyksenä oli se, että kaikkien palveluntarjoajien sivuilla olevat ohjeet olivat vanhentuneita joko ohjeissa olleiden virheiden takia, tai ohjeita ei oltu muuten vain päivitetty uusiin. Valmiskauppa.fi- palvelun ohje oli uusin, se oli päivitetty vuonna 2010, mutta Composer.fi- palvelun sivuilla oleva ohje on päivitetty vuonna 2007! Kaikissa palveluissa oli omat hyvät ja huonot puolensa – yhtä hyvää ei näistä testatuista verkkokauppa-alustoista löytynyt.

Valmiskauppa.fi – verkkokauppa-alustassa oli parhaiten annettu käyttäjälle valmiiksi maksu- ja toimitusvaihtoehdot. Composer.fi-palvelussakin maksuvaihtoehdot olivat valmiina tarjolla, mutta toimitusvaihtoehdot olivat huonosti tarjolla. MyCashFlow – palvelussa verkkokauppa toimi yleisesti parhaiten. Valmiskauppa.fi-palvelussakaan ei ollut moitittavaa, mutta valmiiden pohjien toimimattomuus huononsi hieman lopullista arvosanaa. Composer.fi-palvelussa verkkokauppa ei edes pystytty julkaisemaan, koska tiedostot eivät siirtyneet palvelimelle. Composer.fi-palvelussa oli helpoin käyttöliittymä, joka toimi alusta loppuun asti, kunnes piti sivusto julkaista. Tämä oli erittäin suuri pettymys tarjottua palvelua kohtaan. Suosittelen aloittelevalle yrittäjälle, jolla ei ole koodaustaitoja Valmiskauppa.fi:n tarjoamaa verkkokauppa-alustaa, koska siinä ei koodaamista tarvittu ollenkaan. Koodaustaitoja omaavalle suunnittelijalle tai yrittäjälle suosittelen MyCashFlow:n palvelua sen liitännäisten ja muokkausvaihtoehtojen ansiosta.

LÄHDELUETTELO

Imageworld 2013 SSL-suojaus. Viitattu 22.4.2013 www.imageworld.fi > Hosting-palvelut > IW-SSL-Suojaus.

Järvinen, P. 2010. Näin toimii varmenne. Viitattu 22.4.2013 www.tietokone.fi > lehti > 2010 > tietokone_4_2010 > Näin toimii varmenne.

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

Luottokunta 2013. Palvelut kauppoille. Viitattu 22.4.2013 www.luottokunta.fi > Kaupoille > Etamyynti > Luottokunta-eMaksupalvelu > eStandard.

Oy Matkahuolto Ab 2013. Pakettipalvelut yksityisille. Viitattu 3.5.2013 www.matkahuolto.fi > pakettipalvelut yksityisille > lähetä paketti > bussiennakko.

Oy Matkahuolto Ab 2013 Pakettipalvelut yksityisille. Viitattu 3.5.2013 www.matkahuolto.fi > pakettipalvelut yksityisille > lähetä paketti > bussipaketti.

Pankki-opas.com 2013. Osuuspankki. Viitattu 22.4.2013 www.pankki-opas.com > osuuspankki

Paypal Inc. 2013. Simple, trusted. Paypal gets you paid. Viitattu 22.4.2013 <https://www.paypal.com> > Business.

Posti 2013. Pakettipalvelut kotimaa. Viitattu 22.4.2013 www.posti.fi > paketit > lisäpalvelut > postiennakko > Postiennakko.pdf.

Posti 2013. Posti kuluttajille. Viitattu 22.4.2013 www.posti.fi > paketit > lisäpalvelut > postienakko.

Soprano Oyj 2011. Kauppiaan verkkokauppapaketti. Viitattu 3.5.2013 www.sopranocomposer.fi > kauppiaan verkkokauppa.

Valmiskauppa.fi 2013. Valmiskauppa tekee verkkokaupan. Viitattu 22.4.2013 www.valmiskauppa.fi > valmiskauppa

Vehmas, S, 2008. Perusta menestyvä verkkokauppa. Jyväskylä: WSOYpro / Docendo.

www.verkkokauppa.com 2013 Sennheiser HD 201 kuulokkeet. Viitattu 16.5.2013

www.verkkokauppa.com > Hifi ja audio > Kuulokkeet > Suosituimmat > Sennheiser HD 201-kuulokkeet.

Verkkoteollisuus ry 2013. Luotettavaa toimintaa – laatumerkki. Viitattu 22.4.2013 www.verkkoteollisuus.fi > Laatumerkki.