



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Verkkokauppasivuston toteutus Wordpress-sisällönhallintajärjestelmällä - Case KM-Koru Oy

Antonesei, Christian

2015 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Verkkokauppasivuston toteutus WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä - Case KM-Koru Oy

Christian Antonesei
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2015

Antonesei, Christian

Verkkokauppasivuston toteutus WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä - Case KM-Koru Oy

Vuosi	2015	Sivumäärä	59
-------	------	-----------	----

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa yritykselle responsiivinen verkkokauppasivusto. Verkkosivuston toteutus ja hallinta toteutettiin XAMPP-palvelupaketin avulla WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä. Toimeksiantaja on ollut KM-Koru Oy.

Toimeksiantajan toivomuksesta verkkokauppasivusto luotiin siten, että tuotteita pystyy helposti itse lisäämään, muokkaamaan sekä poistamaan. Verkkosivuston responsiivisuus laitteesta riippumatta oli myös hyvin tärkeää, koska sivuston on toimittava myös mobiililaitteissa.

Työn tietoperustassa tarkastellaan käytettävyyttä, responsiivisuutta, värimaailmaa ja typografiaa. Lisäksi tutustutaan käytetyimpiin sisällönhallintajärjestelmiin, kuten Drupal, Joomla ja WordPress. WordPress valittiin helppokäyttöisyytensä takia.

Työssä perehdytään WordPressin asennukseen sekä sivuston teemaan, sisältöön, lisäsovelluksiin ja itse toteutukseen. Sivuston toteutuksen aikana luotiin käyttöohjeet, joissa ohjeistetaan miten muokataan sivujen sisältöä sekä verkkokaupan tuotteita. Näin sivuston ylläpitäjä pystyy päivittämään verkkosivustoa.

Antonesei, Christian

Creating a Web Store with WordPress Content Management System - A Case Study of KM-Koru Oy

Year	2015	Pages	59
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to create a responsive web store for a company by using an open source content management system WordPress. The development of the website was performed with XAMPP-web server solution stack and WordPress content management system. The commissioner of the thesis was KM-Koru Oy.

The commissioner of the thesis wanted that the web store was built with the possibility for easy editing of the products, such as adding, modifying, and deleting products. A responsive website was also an important feature, since the website also had to work on mobile devices.

Usability, responsiveness, colour scheme, and typography were observed in the theoretical part of the thesis. In addition, the thesis investigated the three most used content management systems, Drupal, Joomla, and WordPress. WordPress was chosen because of its ease of use.

The work includes installation of the WordPress content management system and topics such as theme, contents, plugins, and the development of the website itself. During the development, an instruction manual was created to instruct how to add, edit, and delete the web pages and products. This way the employer is able to update the website and keep it updated with new content.

Keywords: website, wordpress, content management system, e-commerce

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tavoitteet ja tehtävät	6
1.2	Rajaukset	7
2	Verkkosivujen suunnittelu	7
2.1	Käytettävyys	8
2.2	Värimaailma	10
2.3	Typografia	10
2.4	Responsiivisuus	10
3	Sisällönhallintajärjestelmät	11
3.1	Drupal	13
3.2	Joomla	13
3.3	WordPress	14
3.4	Vertailu	14
4	Verkkosivuston suunnittelu ja toteutus	16
4.1	WordPress-asennus	16
4.2	Teema	20
4.3	Rakenne	21
4.3.1	Etusivu	24
4.3.2	Meistä	25
4.3.3	Verkkokauppa	25
4.3.4	Yhteystiedot	26
4.4	Lisäosat	27
4.4.1	SEO Ultimate	28
4.4.2	WooCommerce	28
4.4.3	WC Fields Factory	29
4.4.4	Contact Form 7	30
4.4.5	All-in-One WP Migration	30
4.5	Tietoturva	31
5	Yhteenveto	31
	Lähteet	33
	Kuvat	36
	Taulukot	37
	Liitteet	38

1 Johdanto

Toiminnallisen opinnäytetyön aihe on verkkokauppasivuston toteutus, jonka kohteena ovat toimeksiantajan kotisivut. Sivuston päätarkoituksena on toimia yrityksen verkkokauppana, jonka kautta myydään yrityksen valmistamia luokkasormuksia. Projektin teko sekä tämän raportin kirjoittaminen ajoittui alkusyksyyn 2015.

Verkkosivuston toteutus ja hallinta toteutetaan käyttäen WordPress-sisällönhallintajärjestelmää, helppokäyttöisyytensä takia. Toimeksiantajan, jolla ei ole kokemusta sisällönhallintajärjestelmien kanssa, aikoo projektin jälkeen lisätä tuotteita verkkokauppaan itse, joten sivuston hallinnointi täytyy olla mahdollisimman käyttäjäystävällinen. WordPressin valintaan vaikuttaa myös helppo ulkonäön muokkaus, sekä lisäominaisuuksien vaivaton lisääminen lisäosien avulla. Verkkosivuston hallinnasta luodaan myös käyttöohjeet.

Opinnäytetyön tietoperustassa kerrotaan yleisesti sisällönhallintajärjestelmistä. Sisällönhallintajärjestelmien käyttö on yleistynyt viimeisen viiden vuoden aikana. Yleisimmät sisällönhallintajärjestelmät ovat ilmaisia ja perustuvat avoimeen lähdekoodiin, joten sellaisen hankkiminen on helppoa, ja web-hotellien hallintapaneelin kautta useasti saatavilla, missä hallintapaneeli hoitaa asennuksen puolestasi. Työssä käydään läpi kolme suosituinta sisällönhallintajärjestelmää.

Toimeksiantajana toimii KM-Koru Oy. KM-Koru on Lohjalla toimiva luokkasormuksien valmistukseen erikoistunut yritys, jolla on pitkät perinteet korujen valmistamisessa. Yritys on perustettu vuonna 1970, ja on ollut aikoinaan yksi suomen suurimpia luokkasormusvalmistajia ja toimittajia.

1.1 Tavoitteet ja tehtävät

Yrityksen nykyistä verkkosivustoa ei mitenkään muokata tai kehitetä eteenpäin, sillä se on hankittu palveluna verkkosivustoja myyvältä taholta ja kyseinen taho omistaa oikeudet sivustoon. Yrityksellä on käytössään heidän ilmaisversio. Tämä tarkoittaa sitä, että uudelle sivustolle täytyy saada web-hotelli sekä verkkotunnus. Kirjoitushetkellä toimeksiantajalla ei ole uudelle sivustolle web-hotellia, joten uusi verkkosivusto suunniteltiin, toteutettiin ja testattiin alusta asti XAMPP-palvelupaketin avulla käyttäen WordPress-sisällönhallintajärjestelmää.

Työn tavoite on antaa yrityksen verkkosivuille uusi ja nykyaikainen ilme ja toiminnallisuus, responsiivisuus ollen yksi tärkeimpiä ominaisuuksia. Sen tulee ennen kaikkea olla toimiva kokonaisuus yrityksen liiketoiminnassa. Teknologia verkkosivun luonnin takana on kehittynyt huomasti viimeisen vuosikymmenen aikana ja visuaalinen aspekti on erittäin tärkeä näinä päivinä.

Tavoitteisiin kuuluu myös verkkokaupan vaivaton hallinta. Projektin valmistuttua sivuston ylläpitäjänä toimii toimeksiantaja, jolla ei ole kokemusta sisällönhallintajärjestelmien kanssa, joten sivuston muokkaaminen tulisi olla mahdollisimman käyttäjäystävällinen. Verkkokauppa-sivuston hallinnasta tehdään erikseen käyttöohjeet, jossa ohjeistetaan sivuston eri toiminnoista.

1.2 Rajaukset

Toiminnallinen opinnäytetyö rajataan käsittelemään sisällönhallintajärjestelmän asennusta, teeman asennusta, sekä verkkosivuston suunnittelua ja toteutusta. Käytettävyys ja responsiivisuus sisällytetään myös raporttiin.

Toimeksiantajalla ei ole web-hotellia, eikä verkkotunnustakaan verkkosivustolle. Toimeksiantaja hankkii nämä itse projektin aikana. Projektin valmistuttua, sivusto siirretään kokonaisuudessaan web-hotellin palvelimille.

2 Verkkosivujen suunnittelu

Verkkosivustojen suunnittelussa monet asiat ovat muuttuneet internetin alkuajoista. Alkuaikoina, kun www-maailma ei ollut vielä ihmismassan tietoisuudessa, useimmat verkkosivustot olivat HTML-pohjaisia staattisia sivustoja, joissa sivun koodi sekä tyylit sijaitsivat samassa tiedostossa. Staattisen verkkosivuston jokainen sivu suunniteltiin ja ohjelmoitiin erikseen, ja sivusto kokonaisuudessaan koostui erillisistä HTML-tiedostoista (engl. Hyper Text Markup Language), jossa jokainen tiedosto on yksi verkkosivuston sivu. Kun staattisen verkkosivuston sivulla vieraili, internetiselain siis luki ja näytti juuri sen sivun HTML-tiedoston.

CSS-tyylitiedosto (engl. Cascading Style Sheets) esiteltiin helpottamaan verkkosivustojen suunnittelua ja ylläpitoa. Niitä voitaisiin verrata tekstinkäsittelyohjelmien tyylimäärittäjiin: Tyylisivun avulla määritellään HTML dokumentin tekstityylit vähän samaan tapaan kuin esimerkiksi tekstinkäsittelyohjelmassa käyttäjä määrittelee ulkoasut ja nimet eri tekstityyleille. Tyylimäärittäyksillä sama sivu voidaan optimoida erilaisiksi eri laitteita varten, kuten tulostukseen, mobiilinäkymään, ilman että sivusta suunnitellaan eri versioita. CSS-tiedosto on pelkistetyksi ajateltuna lista ohjeita selaimelle, jotta se osaa näyttää sivun oikein. (MicroPC 2000)

Viimeisen vuosikymmenen aikana sisällönhallintajärjestelmät ovat kehittyneet vaatimattoman oloisista järjestelmistä, mahtaviin järjestelmiin. Käyttäjien ei tarvitse osata ohjelmoida luodakseen oman verkkosivustonsa, sekä he pystyvät muokata sivustonsa sisältöä mistä vain, internet-selaimen kautta. Aikoinaan vanhentunut tieto sivustoilla oli normaali näky, sillä osaa mistä sivuston sisällön tai ulkonäön muokkaamiseen ei ollut. Sivuston luonti tai muokkaus

usein ulkoistettiin verkkosivujen suunnittelijalle (engl. web designer) ja tehdyn työn jälkeen sivustoa ei useinkaan päivitetty.

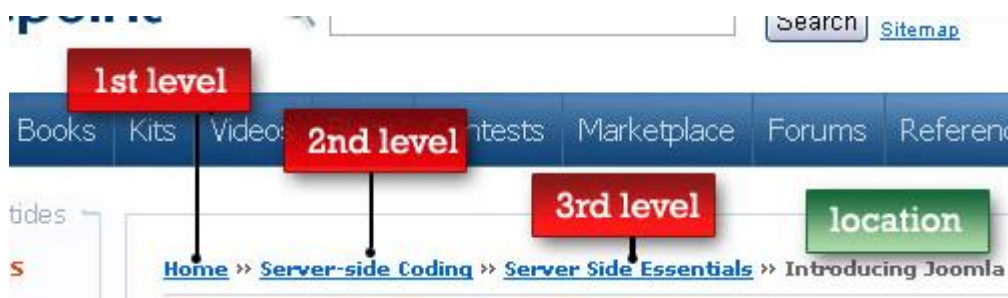
2.1 Käytettävyys

Käytettävyys tuotteen ominaisuutena kuvaa, kuinka sujuvasti tuotteen, tässä tapauksessa verkkosivuston, toimintoja käyttää päästäkseen haluamaansa päämäärään. Koska tarkastelemme verkkosivuston käytettävyyttä, kyse on siis ihmisen ja koneen vuorovaikutuksesta. Englanninkielessä käytetäänkin termin käytettävyys (usability) rinnalla usein ihminen-tietokone-vuorovaikutusta (Human-Computer-Interaction) puhuttaessa tietoteknisten sovellusten käytettävyydestä. (Kuutti 2003, 13)

Käytettävyyden ja käyttöliittymien yhteydessä puhutaan usein intuitiivisesta käyttöliittymästä. Intuitiivisuus on tavallaan tuttuus aikaisemman kokemusmaailman valossa. Jos törmäämme laitteeseen, joka ei ole ennestään tuttu mutta muistuttaa kovin aikaisemmin tuntemiamme laitteita, se on intuitiivinen ja osaamme käyttää sitä. Intuitiivisuus on kuitenkin hyvin yksilöllinen käsite, koska se perustuu yksilön aikaisempaan kokemusmaailmaan. Jokin asia voi olla yhdelle intuitiivinen ja toiselle täysin epäintuitiivinen. (Kuutti 2003, 13)

Käytettävyys koostuu osa-alueista. Niitä ovat opittavuus, muistettavuus, tehokkuus, pieni virhealttius ja miellyttävyys. Sivuston toiminnot pitää olla helposti opittavissa, sillä pitkä opettelu syö arvokasta aikaa. Opittavan tuotteen oppimiskäyrällä aloittelevan käyttäjän oppiminen on aluksi nopeaa, mutta tasaantuu sitten hitaammaksi, kun hän saavuttaa tietyn käytön tason eli on oppinut käyttämään tuotetta. Jos kyseessä on tuote, jonka käyttöön voidaan soveltaa samankaltaisesta sivustosta saatua tietoa, käyttäjän ei pitäisi aloittaa opettelua alusta vaan hän olisi jo oppimiskäyrällä korkeammalla tasolla. (Jalonen 2005)

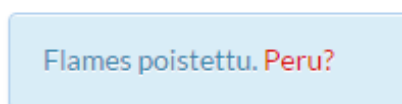
Sivuston käyttämisen pitää olla myös helposti muistettavissa. Käyttäjän muistikuormaa pitää minimoida. Esimerkiksi sivustolla, jolla on paljon ala-sivuja, on hyvä merkitä, miten kyseiselle sivulle on onnistuttu pääsemään, jottei käyttäjän tarvitse miettiä, mitä kautta hän on päässyt kyseiselle sivulle. Leivänmuruset näkyvät sivuilla yleensä ylhäällä, ennen sivun sisällön alkua. Sivuston ulkonäön ja toiminnallisuuksien yhdenmukaisuus on myös muistamisen kannalta tärkeää. (Jyväskylän Yliopisto 2015)



Kuva 1: Leivänmuruset Sitepoint sivustolla

Tehokkuus on tärkeä elementti internet-selailussa nykypäivänä. Käyttäjät ovat nykypäivänä vaativia, mitä tulee aikatehokkuuteen, jolleivät he löydä tarvittavaa tietoa sivulta tiettyyn aikaan mennessä, he jatkavat tiedonetsintää muualta, mahdollisesti jopa toiselta verkkosivustolta. Keskivertoaika käyttäjän lähtemiseen sivulta on noin 15 sekuntia. 25 % käyttäjistä odottaa sivun latautumista vain neljä sekuntia, ja mitä enemmän aikaa sivun lataaminen vie, sitä enemmän käyttäjistä mieltii lähtöä sivulta (Kissmetrics 2011).

Virhealttiudella tarkoitetaan miten paljon käyttäjät tekevät virheitä, miten vakavia virheet ovat ja kuinka helppo niistä on palautua (Tieke 2015). Virheitä mahdollisesti syntyy verkkokaupassa, jos tuotteen on vahingossa lisännyt ostoskoriin, kun se ei ollut tarkoitus, tai sitten tuotteen, jonka kanssa oli tarkoitus siirtyä kassalle, vahingossa poistettiin ostoskorista. Tämän kaltaisissa tilanteissa sivustolla olisi hyvä olla mahdollista peruuttaa tehty toiminto. Tämä tarkoittaa sitä, että, kun tuotteen on lisännyt ostoskoriin, jonnekin sivuun ilmestyy ilmoitus tuotteen lisäyksestä, ja ehdottaa samalla sen perumista, jos sen on vahingossa tehnyt. Myös tuotteen poistamisesta tulisi ilmoitus, että on poistanut tuotteen ostoskorista, ja kysymys, haluaisiko käyttäjä lisätä tuotteen takaisin ostoskoriin. Esimerkkinä kuvassa kaksi verkkokaupan tuote on poistettu ostoskorista, ja sivusto kysyy halutaanko peruuttaa tehty toiminto.



Kuva 2: Tuotteen poistaminen ostoskorista

Miellettävyys on oleellinen osa käytettävyyttä, onhan sovelluksen ulkonäkö se jota käyttäjä koko ajan sovellusta käyttäessään katselee. Samalla tavalla myös muussa tuotesuunnittelussa tuotteen ulkoasu vaikuttaa sen käytettävyyteen. Ohjelmistossa ensisilmäyksellä vain korkeelta näyttävällä yksityiskohdalla voi olla ratkaiseva merkitys sovelluksen käytettävyyden osalta. Visuaalisessa suunnittelussa suunnitelmallisuus on tärkeää. Suunnittelussa tulisi aina

pitää johtavana ajatuksena yhdenmukaisuus, responsiivisuus tärkeänä komponenttina. Samaa kerran valittua suunnittelun linjaa tulisi käyttää koko sovelluksessa. (Kuutti 2003, 90)

2.2 Värimaailma

Värien valinnassa yksi tärkeimmistä kriteereistä on värien toimivuus. Käyttöliittymän tulisi olla selkeä ja helppolukuinen. Värien kanssa yleisimpiä käytettävyysoongelmia on liiallinen ja epäjohdonmukainen värien käyttö. Useimpien lähteiden mukaan kerrallaan käyttöliittymässä käytettävien värien määrä tulisi rajata maksimissaan noin viiteen. Varsinkin jos käyttäjän on muistettava värien merkitys, kannattaa pitää mielessä ihmisen lyhytkestoisen muistin rajoitukset. Jos värillä halutaan kuvata jonkin asian määrää, esimerkiksi verkkokaupan tuotteiden varastomäärää, kannattaa eri määriille valita eri värejä. Jos kuitenkin halutaan kuvata määriä saman värin eri sävyillä, esimerkiksi vaalea sävy tarkoittaa vähän ja tumma paljon, tulisi ainakin välttää sinisen värin sävyjen käyttämistä, koska ne erottuvat huonoimmin toisistaan. Lisäyksenä vielä että joidenkin käyttäjien näyttöpäätte on kalibroitu eri tavoin ja heillä saattaa näkyä tietyt sävyt eri tavoin kuin muilla. (Kuutti 2003, 100)

2.3 Typografia

Typografia on kirjaimien avulla tapahtuvaa vaikuttamista viestin havaitsemiseen, luettavuuteen ja ymmärretyksi tulemiseen. Kaikki kirjaimiin liittyvä ei kuitenkaan kuulu typografiaan. Kirjoittaminen, kirjainten piirtäminen tai näppäimistön naputtaminen eivät ole typografiaa. Typografia on puhutun kielen visuaalinen muoto, joka antaa tekstille ulkoasun. (Selko-e, 2002)

Erityisen konservatiivinen värien suhteen kannattaa olla tekstissä. Tekstissä tärkeintä on luettavuus ja tutkimukset osoittavatkin luettavuudeltaan parhaan yhdistelmän olevan musta teksti valkoisella taustalla. Voimakkaita vastavärejä, esimerkiksi sinistä ja punaista tulisi välttää vierekkäin, sekä varsinkin tekstin ja taustan värinä. Tällainen teksti on erittäin vaikealukuista. Kontrastiero puolestaan helpottaa lukemista, tumma teksti vaalealla pohjalla tai toisinpäin toimii varsin hyvin. (Kuutti 2003, 100, 101)

2.4 Responsiivisuus

Responsiivisuus vastaa käyttäjän päätelaitteeseen ja mukauttaa sivuston kyseiseen laitteeseen sopivaksi. Sivun asettelua ja sisältöä voidaan muokata eri päätelaitteille sopivaksi lennosta, jolloin yhdelle sivustolle ei tarvitse enää luoda monta eri sivustoa per laite, vaan mediakyselyjen (engl. Media Queries) avulla voidaan yksi sivusto muokata näyttämään vaikkapa täysin erilaiselta eri päätelaitteella. (Tampereen Yliopisto 2015)

Vielä joku aika sitten oli hyväkin rakentaa erillinen mobiiliversio sivuista, koska mobiililaitteet ja mobiiliyhteydet olivat huomattavasti rajatumpia toimintakyvyltään kuin tänä päivänä. Nyt on suositeltavampaa tehdä vain yksi eri näyttöihin mukautuva sivusto monistakin eri syistä. Tärkeimpinä syinä ovat sivuston ylläpidon helppous, ja sivuston jatkokehitysmahdollisuudet. Hakukonenäkyvyyden kannalta se on myös tehokkaampaa, kun sivuista on vain yhdet versiot. (3XWeb 2015)

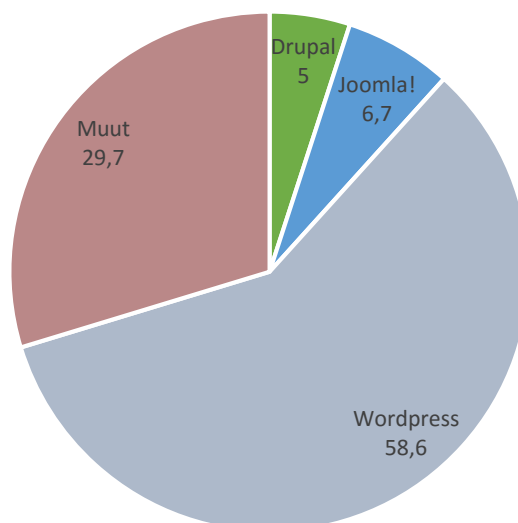
On kolme tapaa toteuttaa responsiivinen verkkosivusto. Sen voi tehdä edellä mainitulla mediakyselyillä, mukautuvilla leiskoilla (engl. Fluid Grid) sekä mukautuvilla kuvilla ja medioilla. Verkkokauppasivuston responsiivisuus toteutettiin käyttämällä mediakyselymenetelmää.

Mediakyselyt ovat CSS-koodissa käytettäviä menetelmiä, joiden avulla voidaan verkkosivusto suunnitella eri päätelaitteille sopivaksi. Mediakyselyjen avulla määritellään arvot, joiden avulla tietyssä kohtaa näkymän tyyli muuttuu. Yleensä arvot heijastavat suosituimpia resoluutioita, kuten 1024px, 768px, 600px, 480px ja 320px. Kuitenkin, mitä enemmän tyyliä käytää, sitä enemmän on ylläpidettävää. (Tampereen Yliopisto 2015)

Erilliset mobiilisivustot (m.verkkosivusto.fi) ovat katoamassa ja tilalle tulevat siis responsiiviset verkkosivustot. Responsiivinen on tulevaisuutta, suurin osa dataliikenteestä kulkee jo mobiililaitteiden kautta. Se on järkevää luoda verkkosivusto, joka toimii yhtä hyvin kaikilla laitteilla, olipa se pöytätietokone, älypuhelin, tai taulutietokone, ja on tärkeää tietenkin käytettävyyden ja yhtenäisyyden kannalta. Yhtenäinen visuaalinen ilme laitteesta riippumatta: Värit, fontit ja visuaaliset elementit ovat pitkälti samoja kaiken kokoisilla näytöillä.

3 Sisällönhallintajärjestelmät

Sisällönhallintajärjestelmä on ohjelmisto jonka avulla yksityishenkilö tai organisaatio voi helposti luoda, muokata, tarkistaa ja julkaista sähköistä mediaa internetissä. Yleisimmät sisällönhallintajärjestelmät tarjoavat web-pohjaisen käyttöliittymän, jota ohjataan internetselaimen kautta. Sisällönhallintajärjestelmällä rakennetut verkkosivustot tarjoavat eri vaihtoehtoja asiasanojen etsimiseen sivustoilla ja myös määrittävät avainsanat ja muut metatiedot hakukoneindeksointiin. (Webopedia 2015)



Taulukko 1: Sisällönhallintajärjestelmien prosentuaalinen markkinaosuus 1.10.2015

Sytä, miksi sisällönhallintajärjestelmien käyttö on yleistynyt viime vuosina:

- Vähentää riippuvuutta kehittäjistä ja koodaajista sekä muusta tietotekniikkaosaamisesta ja antaa käyttäjälle täyden hallinnan verkkosivuistaan
- Helppo suunnitella responsiivinen verkkosivusto, joka näkyy niin mobiililla kuin tietokoneella
- Sivuston kokonaan uudelleensuunnittelu ilman merkittävää muokkausta ja sisällön siirtämistä
- WYSIWYG muokkaus mahdollisuus. WYSIWYG on sisällön muokkausta, joka näyttää muokattaessa hyvin samalta kuin lopputulos. Tämä sallii käyttäjien muokata sisältöä ilman teknistä osaamista
- Positiiviset käyttäjäkokemukset sekä usein päivitettävissä oleva järjestelmä

Tässä luvussa kerrotaan kolmen käytetyimmän sisällönhallintajärjestelmän ominaisuuksista ja historiasta. Sisällönhallintajärjestelmät ovat ilmaisia ja perustuvat avoimeen lähdekoodiin. Avoimeen lähdekoodiin perustuva ohjelmisto on ohjelmisto, joka on saatavilla ilmaiseksi ja tulee käyttöoikeuden kanssa, joka sallii rajoittamattoman muutoksen ja jakelun. Nimi avoin lähdekoodi on peräisin siitä, että jokainen koodirivi on ihmisten käytettävissä ilmaiseksi. (Schaffer 2013)

3.1 Drupal

Drupal on vapaaseen lähdekoodiin perustuva, yhteisön avulla rakennettu sisällönhallintajärjestelmä verkkosivujen kehittämiseen. Sen avulla voi helposti luoda, päivittää ja hallita verkkosivustoa ilman paljon teknistä osaamista. Drupalilla rakennettuihin verkkosivuihin on helppo lisätä mukautettuja ominaisuuksia tuhansista erilaisista ilmaisista lisäosista. Sitä pidetään yhtenä parhaimmista sisällönhallintajärjestelmistä ja onkin monien mielestä monipuolisin sisällönhallintajärjestelmä. Drupalilla on tällä hetkellä yli 1 240 000 aktiivista verkkosivustoa. (Web-opas 2015)

Dries Buytaert loi Drupalin vuonna 2001 alun perin foorumijärjestelmäksi. Ohjelmisto on kirjoitettu PHP-ohjelmointikielellä ja toimii erilaisissa tietokantaympäristöissä. Toisin kuin monet muut sisällönhallintajärjestelmät, Drupalia ei ole rakennettu tietyn sisällönhallintaidean ympärille, vaan Drupal tallettaa ja käsittelee kaikkea tietoa solmuina (engl. node) joilla on tiettyjä attribuutteja. (Web-opas 2015)

Solmu on pala yksittäistä sisältöä, kuten sivu, artikkeli, tai blogimerkintä. Kommentteja ei käsitellä solmuina, mutta ovat aina yhdistettynä sellaiseen. Solmujen avulla uusien ominaisuuksien lisääminen tai muutosten tekeminen yhteen tiettyyn sisältötyyppiin on mahdollista. (Drupal 2015)

Drupalin ydin on nimeltään Drupal core, joka sisältää ohjelmiston perusominaisuudet, tavallisten sivujen ja blogien luomiseen tarvittavat osat. Drupalin ominaisuuksia voidaan laajentaa lisäosilla, tai Drupalin kutsumiksi moduuleilla. Drupaliin on saatavana yli 32 000 moduulia (Drupal 2015). Drupalia käytetään paljon paitsi julkisissa verkkosivustoissa, myös intraneteissa. (Web-opas 2012)

3.2 Joomla

Joomla on sivujen hallintaan tarkoitettu avoimeen lähdekoodiin perustuva sisällönhallintajärjestelmä, jonka avulla voidaan lisätä ja päivittää sivuston sisältöä. Joomla pohjautuu Mambo-sisällönhallintajärjestelmään, ja kehitystyöstä vastaa sama tiimi, joka vastasi Mambon kehityksestä aina elokuuhun 2005 saakka. Tuolloin nykyinen Joomla kehitystiimi erosi Mambo-projektista koska kävi ilmeiseksi, että Mambo-koodin tekijänoikeudet omistavan Miro International oli kaupallistamassa Mamboa omaa etua tavoitellen. Kehittäjätiimi ei voinut hyväksyä tilannetta ja päätti yksissä tuumin perustaa uuden projektin. Projekti sai myöhemmin nimen Joomla. (Web-opas 2012)

Joomlan ensisijainen fokus on ollut käytettävyydellä ja laajennettavuudella sen julkaisusta lähtien vuonna 2005. Suuren ja aktiivisen kehittäjäyhteisön avulla Joomlailla on yli 7500 lisäosaa (Joomla 2015) ja se on yksi käytetyimpiä sisällönhallintajärjestelmiä (RocketTheme 2014). Joomla on voittanut useita palkintoja, mm. Content Management System-palkinnon kolme kertaa (Joomla 2015).

3.3 WordPress

WordPress on vapaaseen lähdekoodiin perustuva sisällönhallintajärjestelmä, jonka avulla voi luoda ja hallita verkkosivustoa. WordPressin ominaisuuksiin kuuluu mittavat lisäosat ja teemat. Lisäosien määrä on yli 41 000. 10 miljoonaa maailman vierailluista verkkosivuista, 25% oli rakennettu WordPress-sisällönhallintajärjestelmällä (W3Techs 2015). Se on ylivoimaisesti suosituin käytössä oleva sisällönhallintajärjestelmä, yli 74 miljoonalla sivustolla. (Ewer 2014)

WordPress on nykyisin nopeimmin kasvava sisällönhallintajärjestelmä. Se julkaistiin vuonna 2003, sen perustajien, Matt Mullenwegin ja Mike Littlen toimesta yksinkertaisena blogialustana, vaikka se nykyäänkin toimii myös sellaisena halutessa. Kuitenkin, ajan kuluessa sen kehittäjät laajensivat sen toiminnallisuutta sallimaan monimutkaisempien verkkosivustojen luomisen ja kasvattivat sitä sisällönhallintajärjestelmään blogialustan sijasta. WordPressia pidetään helppokäyttöisimpänä sisällönhallintajärjestelmänä hyvin helpon ja käyttäjäystävällisen rajapintansa ansiosta. Sillä on myös suuri määrä lisäosia, jotka sallivat sen toiminnallisuuden laajentamisen erilaisin tavoin. (SiteGround 2015)

3.4 Vertailu

Tässä luvussa esitellyt sisällönhallintajärjestelmät vertaillaan keskenään. Katsotaan käyttäjämäärää, teemojen ja lisäsovelluksien määrää, sekä kuinka tiuhaan tahtiin järjestelmiä päivitetään. Lisäksi katsotaan mihin käyttötarpeisiin järjestelmät parhaiten soveltuvat, helppokäyttöisyyttä, sekä muita yleisiä plussia ja miinuksia.

WordPress on selvästi käytetyin sisällönhallintajärjestelmä 74 miljoonalla sivustollaan, kun taas Drupalilla 1,2 miljoonaa, sekä Joomlailla lähes 2,8 miljoonaa. Tämä väliero tulee kasvamaan entisestään, sillä WordPress saa päivittäin tuhansia, joskus kymmeniä tuhansia enemmän latauksia kuin Drupal ja Joomla. (W3Techs 2015)

Jokaisella on omat teemakirjastonsa, josta saa ladattua teemoja ilmaiseksi. Suurin teemakirjasto löytyy WordPressiltä yli 3 000 teemalla. Drupal tulee toisena 2 200 teemallaan, sekä

Joomla kolmantena tuhannella teemalla. Lisäosat ovat tärkeä osa järjestelmien toiminnallisuutta, ja tässäkin WordPress tulee ensimmäisenä yli 41 000 lisäosalla. Drupaliin on saatavilla 32 000, ja Joomlaan hieman yli 7 500.

Tietoturvan takia järjestelmiä päivitetään usein, ja sisällönhallintajärjestelmät ovatkin usein haavoittuvaisia, etenkin, jos järjestelmä tai lisäosat eivät ole ajan tasalla. Joomla päivittää järjestelmänsä useimmin, noin joka 36 päivän välein. WordPressiä päivitetään keskimäärin noin joka 42 päivän välein, ja Drupalia noin joka 51 päivän välein. Kyseiset päivitystarpeet ovat keskimääräisiä. Esimerkiksi isoja päivityksiä, jotka tuovat isoja muutoksia järjestelmään, on muutaman kerran vuodessa, ja on sitten viikoittaisia, yleensä tietoturvapäivityksiä, jotka korjaavat järjestelmän tietoturva-aukkoja.

Vaikka järjestelmillä saa tehtyä sivustoja, joissa lopputulos on sama, eroavat ne käytettävyyden suhteen toisistaan. WordPress saa kannattajia käyttäjäystävällisyytensä ansiosta, muun muassa helppokäyttöisen käyttöliittymänsä takia. Minkäänlaista teknistä osaamista ei tarvita sen asennukseen tai käyttämiseen. Ison käyttäjämääränsä sekä resurssien ansiosta järjestelmän tuki on kattava ja ohjeita tai apua löytyy aina monenlaisiin ongelmiin. WordPressillä onkin sanonta: Jos sinulla on jokin ongelma, siihen löytyy varmasti ratkaisu, ja yhteisöllä on siihen vastaus.

Drupalin käyttö puolestaan vaatii eniten teknistä osaamista, ja sen käyttämisellä onkin osittain pitkä oppimiskäyrä, riippuen tietysti henkilöstä. Drupal sopii parhaiten sivustolle, joka sisältää paljon dataa ja jolla on paljon trafiikkia, kuten verkkokauppoihin. Kolmesta järjestelmästä Drupalissa skaalattavuus toimii myös parhaiten. Tällä tarkoitetaan, että, yksinkertaista, pienin ominaisuuksin varustettua sivustoa pystyy helpommin kasvattaa isommaksi, monimutkaiseksi verkkosivustoksi.

Joomlan käyttäminen ei ole niin vaikeaa kuin Drupalin, mutta ei niin helppoakaan kuin WordPressin. Kaikista kolmesta järjestelmästä, Joomla soveltuu parhaiten verkkokauppasivustoille, vaikka Drupal on myös helppokäyttöinen. Joomlaan heikkous on lisäosien saatavuus. Järjestelmät on suunniteltu ja rakennettu siten, että lisäosien avulla jokainen sivuston omistaja saa luotua sivustonsa juuri sellaiseksi kuin haluaa. Ilman lisäsovelluksia sivustolla on vain järjestelmän tuomat perusominaisuudet ja sivusto siten saattaa tuntua mauttomalta. Joomlaalla on eniten yhteensopivuusongelmia lisäosien kanssa, mutta, kuten WordPressillä, sillä on myös suuri käyttäjäyhteisö, joka pystyy auttamaan ongelmien ilmetessä.

WordPress-sisällönhallintajärjestelmä valittiin verkkosivustolle helppokäyttöisyytensä takia. Sivuston omistaja tarvitsee mahdollisimman yksinkertaisen käyttöliittymän järjestelmään.

Drupalilla ja Joomlailla on tehty suuria ja monimutkaisia verkkokauppoja, mutta ne eivät ole yhtä helppokäyttöisiä, mikä oli syynä päätökselle valita WordPress.

4 Verkkosivuston suunnittelu ja toteutus

Verkkosivusto toteutettiin WordPress-sisällönhallintajärjestelmän avulla helppokäyttöisyytensä takia. Toimeksiantajalla, jolle kyseinen projekti tehdään, ei ole kokemusta verkkosivuston ylläpitämisestä, joten sisällönhallintajärjestelmän piti olla mahdollisimman helppokäyttöinen. WordPressin käyttäjäystävällinen ohjauspaneeli vaikutti myös päätökseen.

Ennen sivuston toteutusta, rautalankamalli suunniteltiin. Rautalankamalli sisältää tärkeimpänä sivuston mitat, sekä sivuston rakenteen. Sen avulla pystytään hahmottamaan, minkälainen sivusto pitäisi tulla, ja mitä tuleva verkkosivusto tulisi sisältää.

Sivuston suunnitteluun ja toteutukseen käytettiin kahta eri ohjelmistoa, XAMPP:ia, sekä WordPress-sisällönhallintajärjestelmää. XAMPP kuitenkin sisälsi tarvittavat moduulit sivuston toteutukseen, jotka itsessään ovat ohjelmia.

4.1 WordPress-asennus

Verkkosivuston toteutus tapahtuu paikallisessa palvelinympäristössä. Verkkosivusto kokonaisuudessaan aiotaan siirtää web-hotellin palvelimille, kun toimeksiantaja sellaisen hankkii. Useita eri palvelinpaketteja on saatavilla, kuten XAMPP, WAMPserver. XAMPP valittiin, sillä se oli entuudestaan tuttu ja hyvämaineinen.

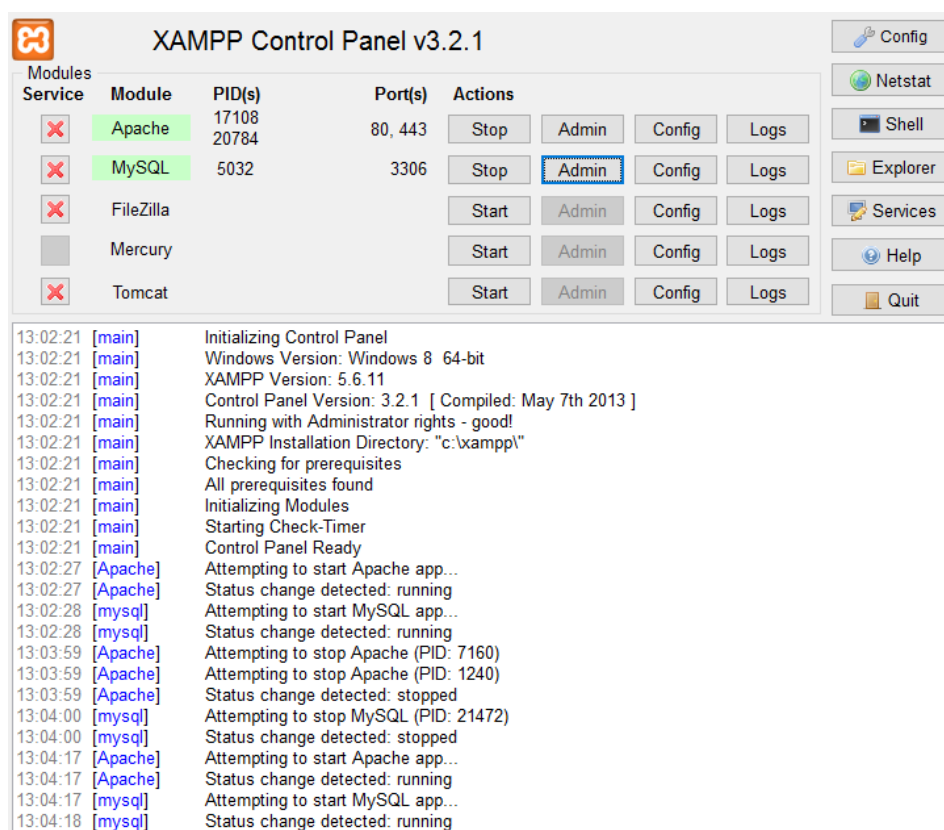
XAMPP-palvelinpakettia käytetään uuden verkkosivuston luonnissa ja testauksessa. XAMPP on lyhennelmä, joka tulee useista eri ohjelmointikielistä.

- X, Cross-Platform, eli ohjelmisto on saatavilla eri käyttöjärjestelmille
- A, Apache
- M, MySQL
- P, PHP
- P, Perl

XAMPP-ohjelmisto helpottaa verkkosivuston kehittäjien työtä mahdollistamalla paikallisen web-palvelimen luonnin erilaisten verkkosivujen testaamista varten. Palvelinpaketti sisältää kaiken mitä paikallisen web-palvelimen asentamiseen tarvitaan; palvelinsovelluksen (Apache), tietokannan (MySQL), sekä skriptikielen (PHP). XAMPP on alustariippumaton, ja toimii siis monella eri käyttöjärjestelmällä, kuten Linuxilla, Macilla ja Windowsilla. Koska XAMPP ja muut

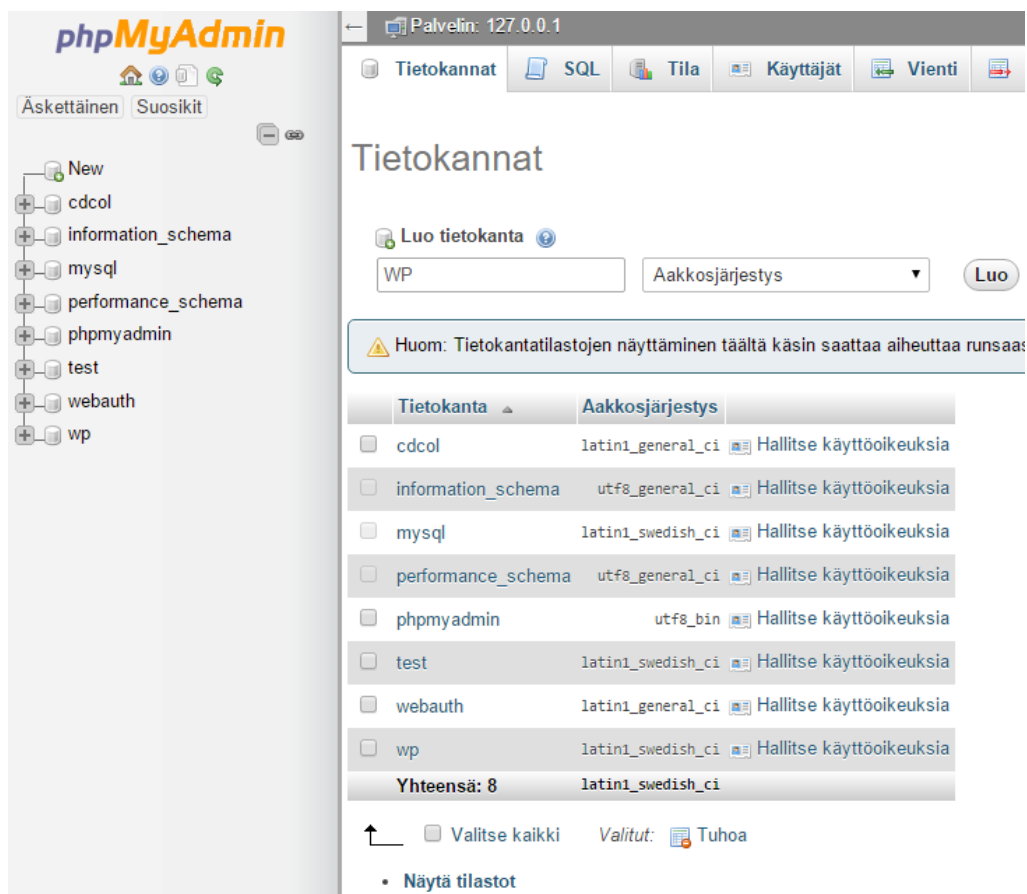
yleiset palvelinpaketit käyttävät samoja komponentteja kuin web-hotellit palvelimissaan, se tekee siirtymistä paikallisesta testipalvelimesta jonkin palveluntarjoajan web-palvelimeen, erittäin helppoa. (Mikoluk 2013)

XAMPP ladattiin organisaation virallisilta sivuilta windows-ohjelmatiedostomuotona (.exe) ja asennettiin tietokoneelle. Asennusvaiheessa on mahdollista valita mitkä moduulit asentaa, mutta, oletusasetukset, eli kaikki moduulit päätettiin asentaa täydellisen toimivuuden takamiseksi. Asennuksen päättymisen jälkeen XAMPP-ohjauspaneeli avataan administraattorin oikeuksilla, sillä muuten ohjelmisto ilmoittaa että jotkin toiminnot eivät toimi. Apache sekä MySQL moduulit käynnistetään. Kun kyseisten moduulien statukset muuttuvat vihreiksi, ne ovat aktiivisia ja paikallispalvelin on käynnissä.



Kuva 3: XAMPP-ohjauspaneeli

Seuraavaksi luodaan tietokanta sisällönhallintajärjestelmälle menemällä MySQL hallintasi-
vulle, admin painikkeen kautta. PHPMyAdmin hallintasivu avautuu uuteen selainikkunaan ja
sieltä valitaan Tietokannat välilehti. Uusi tietokanta luodaan antamalla tietokannan nimi.
Verkkosivuston tietokannan nimeksi annetaan: wp, mutta se voisi olla mikä vaan. Tietokannan
luonnin jälkeen wp-tietokanta ilmestyy näkyviin vasemmalla laidalla, kuten kuvassa 4 näkyy.



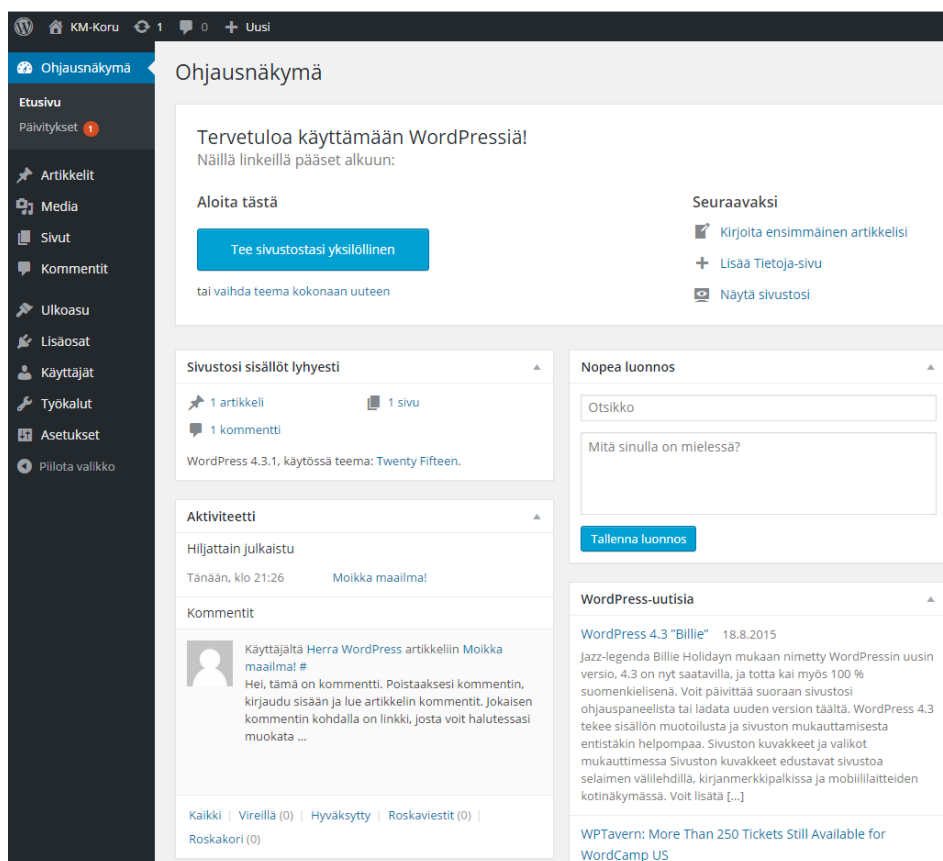
Kuva 4: PHPMyAdmin-ohjauspaneeli tietokannat-näkymä

Seuraavaksi ladattiin itse sisällönhallintajärjestelmä. WordPress 4.3 ladattiin zip-tiedostona wordpress.org virallisilta sivuilta, mikä oli asennuksen aikana uusin versio. Tiedosto puretaan XAMPP:in htdocs kansioon ja puretun tiedoston nimeksi annettiin sama mikä annettiin uudelle tietokannalle, eli tässä tilanteessa wp. Kansion sisältä löytyvä wp-config-sample.php tiedoston nimi muutettiin wp-config.php:ksi, sekä koodia muutettiin hieman. PHP tiedoston muokkaamiseen käytettiin ilmaista, myös avoimeen lähdekoodiin perustuvaa, Notepad++ teksti ja lähdekoodieditoria. Koodia muokataan, koska WordPress ei ole liitetty tietokantaan vielä, ja ei tiedä mistä hakea tietoa. Taulukossa numero kaksi näkyy kolme muokattavaa kohtaa: name, user, ja password. Näiden arvot muutetaan, jotta WordPress voidaan asentaa. Ensimmäiseen tulee wp. Tämä kertoo WordPressille mihin tietokantaan asentua. Toinen on root ja kolmas on tyhjä. Tämä sen takia, koska WordPressin käyttäjätunnus ja salasana luodaan WordPressin asennussivuilla, joka tulee seuraavaksi.

Ennen muokkausta	Muokkauksen jälkeen
<code>define('DB_NAME', 'database_name_here');</code>	<code>define('DB_NAME', 'wp');</code>
<code>define('DB_USER', 'username_here');</code>	<code>define('DB_USER', 'root');</code>
<code>define('DB_PASSWORD', 'password_here');</code>	<code>define('DB_PASSWORD', '');</code>

Taulukko 2: Wp-config.php-tiedoston muokattavat kohdat

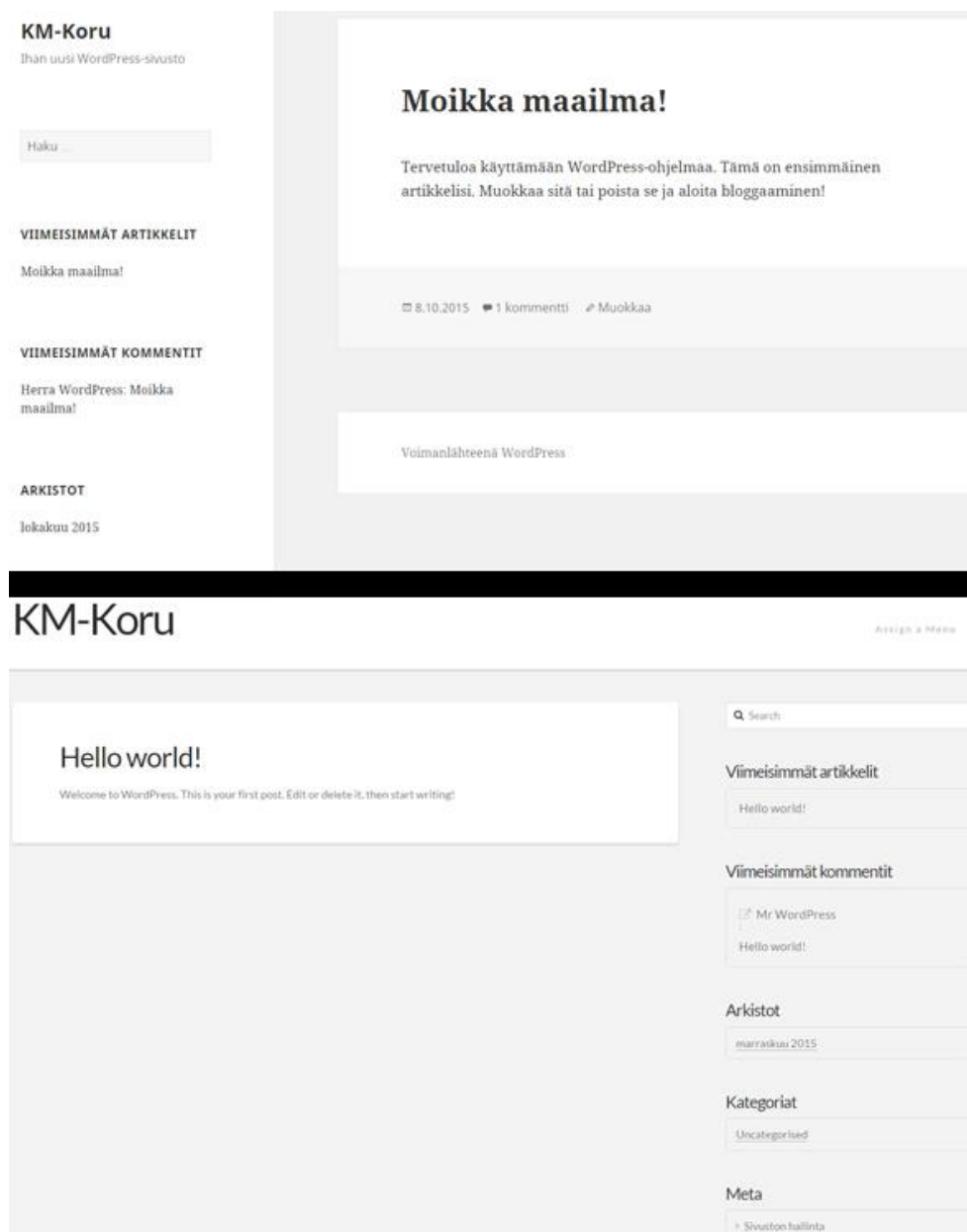
Koodin muokkaamisen jälkeen tiedosto tallennetaan ja suljetaan. Selaimen osoitepalkkiin kirjoitetaan `http://localhost/wp/` ja näkyviin tulee WordPressin asennussivu. Järjestelmän kieli valitaan ja annetaan verkkosivuston tiedot, kuten sivuston nimi, käyttäjän nimi, käyttäjätunnus, salasana, ja sähköpostiosoite. Tietojen syöttämisen jälkeen asennus on valmis ja järjestelmään voi kirjautua sisään, jolloin pääsee WordPressin ohjausnäkömään, jossa pystyy hallinnoimaan verkkosivuston kaikkia eri osioita.



Kuva 5: Ohjauspaneelin näköm ensimmäisen kirjautumisen jälkeen

4.2 Teema

WordPress asentaa oletusteemaksi Twenty Fifteen teeman. WordPressin teemakirjasto on mittava, mutta verkkokauppaosion takia tiettyjä kriteereitä teemalla täytyi olla jotta se toimi turvallisesti verkkokauppa lisäosan kanssa. Projektin alussa suunniteltu rautalankamalli helpotti teeman valitsemista, sillä tiedettiin mitä vaadittiin teeman rakenteelta. Teemaksi valikoitui X-teema, sillä se oli ominaisuuksiltaan sekä muokattavuudeltaan hyvä yksilö.

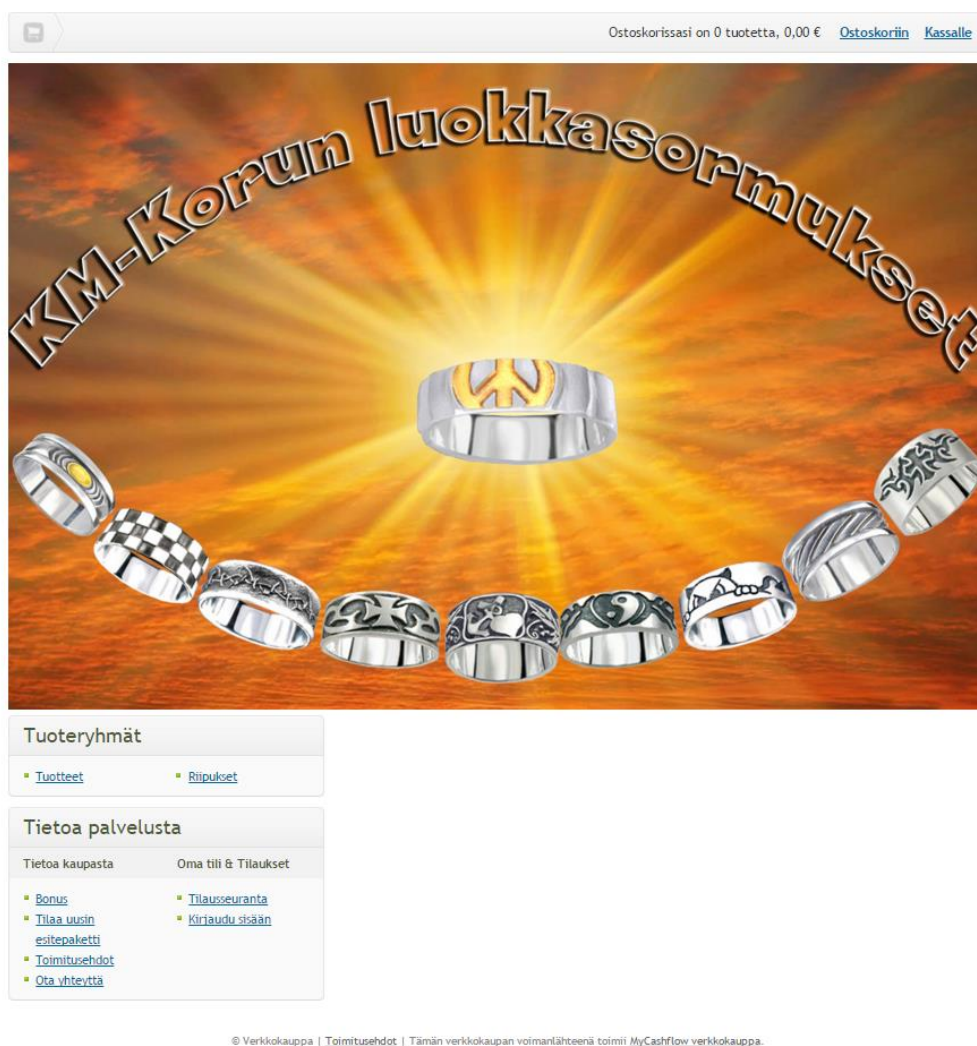


Kuva 6: Oletusteema Twenty Fifteen yläpuolella sekä sivustolle asennettu X-teema alapuolella, ennen muokkausta

Asennettu teema, X, oli hyvin pelkistetty alussa, eikä siinä ollut suurta osaa vaadituista toiminnoista. Iso osa ominaisuuksista sekä toiminnoista saatiin sivustolle lisäosien avulla, mutta teeman mukana tuli kuitenkin X-shortcodes niminen paketti, joka on itsessään jonkin muotoisen lisäosa, jonka avulla sivustolle saa lisättyä sisältöä monin eri tavoin.

4.3 Rakenne

Yrityksen nykyinen staattinen verkkosivusto, jossa etusivua koristaa suuri kuva, ei ole käytettävyyden kannalta paras vaihtoehto sisällölle, sillä se vie paljon näyttötilaa. Tämä on ongelma, kun selailee laitteella jossa on pieni näyttö. Navigointivalikko löytyy sivun alakulmasta, joka on huono paikka valikolle, kun isokokoinen kuva vie tilaa. Käyttäjä, joka selaa laitteella, jossa on pienempi näyttö, ei mahdollisesti huomaa valikkoa alkukäteen.



Kuva 7: Yrityksen nykyisen verkkosivuston etusivu

Projektin alussa kuvitettu uuden sivuston rautalankamalli on suunniteltu mahdollisimman intuitiiviseksi käytettävyyden kannalta. Sivun ylätunniste (engl. header) on 100 pikseliä pitkä, joka sisältää vasemmalla puolella yrityksen logon, sekä navigointivalikon oikealla puolella. Sivun sivupalkki (engl. sidebar) on 250 pikseliä leveä ja staattinen. Staattisella tarkoitetaan sitä, kun sivua liu’uttaa alas, niin sivupalkki pysyy liikkumattomana. Sivupalkki sisältää haku-toiminnon sekä ostoskorin. Tämä on kätevää, koska käyttäjä pystyy näkemään ostoskorinsa ilman että joutuu liukumaan ylös asti, missä ostoskori yleensä sijaitsee.



Kuva 8: Uuden verkkosivuston rautalankamalli

Verkkosivusto on kokonaisuutena rakenteeltaan hyvin yksinkertainen ja pelkistetty. Sivusto suunniteltiin 'vähemmän on enemmän' -periaatteella, ja yrityksen koko myös vaikutti sivuston kokoon ja sivujen määrään. Verkkosivusto suunniteltiin siten, että vilkaisemalla navigaatiovalikkoa, pystyy päätellä mitä verkkosivuston sivut sisältävät.

Sisällönhallintajärjestelmät eivät ota kantaa CSS-tyyliin rakenteeseen, vaan se on aina teeman tehtävä. Tästä syystä verkkosivustossa käytettävä teema valittiin huolella, että se tukee HTML5:tä, ja että siitä löytyy tuki responsiivisuudelle. Sivuston näkyminen mobiililaitteilla on nykypäivänä yksiä tärkeimpiä sivuston ominaisuuksia. Kesällä 2015 raja ylitettiin, jossa mobiilikäyttäjiä oli enemmän kuin tietokoneen käyttäjiä (Smart Insights 2015).



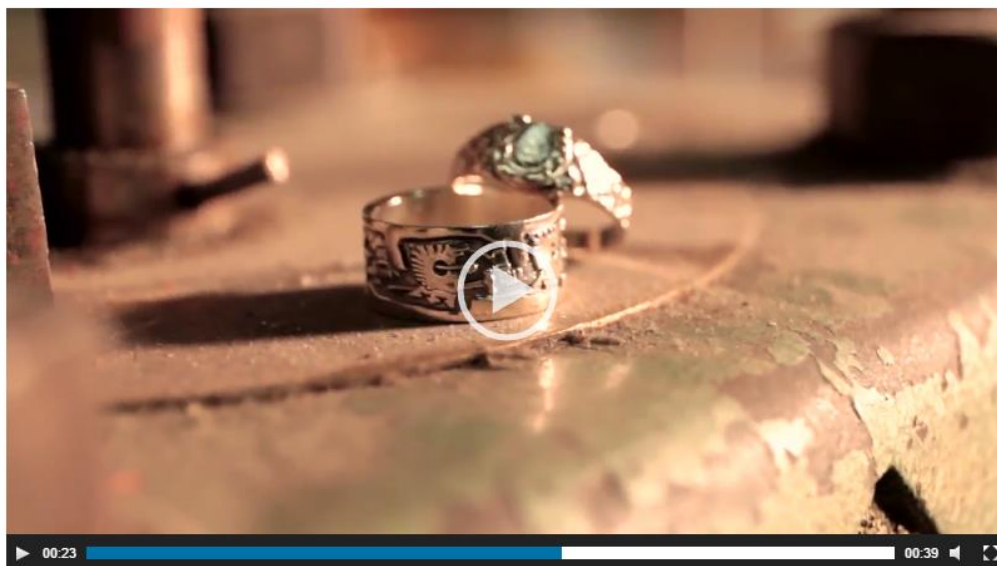
Kuva 9: Sivuston näkymä mobiililaitteella

Sillä mobiilikäyttäjiä on paljon, heidän tarpeisiinsa täytyy vastata. Sivuston toimivuus mobiililaitteilla, kuten älypuhelimilla - ja taulutietokoneilla, on erittäin tärkeätä käytettävyyden kannalta. Uuden verkkokauppasivuston näkymä, kuten kuvassa 10 näkyy, on skaalattu mobiililaitteille sopivaksi. Sivusto ei näe minkälaisella laitteella käyttäjä navigoi, mutta minkäkokoisella resoluutiolla laitteen internet-selain katsoo sivustoa. Kun selain huomaa, että resoluutio on pienempi, se skaalautuu pienempään kokoon.

Sivuston normaali navigointivalikko piiloutuu mobiilinäkymässä, ja tilalle tulee niin kutsuttu hampurilaisvalikko (engl. hamburger menu), joka painaessaan avaa valikon, jossa näkyy sivuston sivut. Sivuston alatunnisteseen (engl. footer) on sijoitettu sivukartta, jos hampurilaisvalikko ei syystä tai toisesta toimi. Verkkokaupan tuotteet normaalinäkymässä on lajiteltu neljään tuotteeseen per rivi. Tuotekuvien näkeminen on kuitenkin tärkeätä, varsinkin mobiililaitteella, jossa näyttö on yleensäkin pieni, joten skaalaus toimi siten, että yksi tuote täyttää näkymän, ja tuotelistaa nähdään vierittämällä sivua alaspäin.

4.3.1 Etusivu

Etusivu, tai kotisivu on sivuston tärkein sivu, joten se pitää suunnitella eri tavalla kuin sivuston muut sivut. Kotisivun ja sen alla olevien sisäsivujen pitää olla tyylieltään sekä käytettävyydeltään yhteneväiset, mutta muuten nämä kaksi sivun perustyyppiä ovat erilaisia. Kotisivuilla ei esimerkiksi saa olla nappia, josta käyttäjä pääsee sivuston kotisivulle, koska käyttäjästä on erittäin ärsyttävää huomata, että jokin nappi vain lataa näytöllä jo olevan sivun uudelleen. Kotisivun tehtävä on kertoa käyttäjälle mihin hän on saapunut ja mikä on sivuston tarkoitus - yksinkertaisesti ja riittävän isolla esitetty yrityksen nimi auttaa vastaamaan kumpaan kysymykseen. Ensi kertaa sivustolle saapuvan käyttäjän pitäisi pystyä päättämään sivuston tarkoitus kotisivun nähtyään. (Nielsen, 2000 166, 168)



Kuva 10: Etusivun esittelyvideo

Etusivun sisältö on hyvin yksinkertainen. Se toivottaa käyttäjän tervetulleeksi sivustolle ja antaa mahdollisuuden katsoa esittelyvideon, joka kertoo yrityksen toiminnasta. Tärkeää käytettävyyden kannalta oli mahdollistaa videon pysäyttäminen, jos käyttäjä niin haluaa. Video aloittaa toiston kun sivulle saapuu, mutta äänettömänä. Videotiedosto on HTML5:een perustuva WebM-videotiedosto, joka on erittäin kevyt. Se ei vaadi paljon resursseja grafiikkaprosessorilta- tai prosessorilta, eikä pienen kokonsa ansiosta kuluta paljon dataa. Nykypäivän internetselaimet tukevat HTML5:tä täysin, mutta jos käyttäjällä on jostain syystä vanhentunut selain käytössä, joka ei tue HTML5:tä, mp4-videotiedosto alkaa pyöriä. Etusivulle on upotettu koodi, joka hakee videon katsomalla onko käyttäjällä selain, joka tukee HTML5:tä. Jos on, niin sivu pyörittää palvelimelta WebM-tiedostoa. Jos ei, niin sivu pyörittää palvelimelta mp4-tiedostoa.

4.3.2 Meistä

Meistä-sivu on yksi yleisimpiä sivuja mitä verkkosivuilta löytyy. Se on tapa esittäytyä käyttäjälle ja kertoa hieman kyseisestä yrityksestä tai organisaatiosta. On erityisen tärkeää sisällyttää kyseinen sivu varsinkin jos yritys on suurimmaksi osaksi tuntematon. Uuden sivuston meistä-sivu antaa käyttäjille mahdollisuuden tutustua paremmin yritykseen ja sen toimintatapoihin.

Kokemus

Mikko Mannonen on KM-Korun omistaja, joka peri yrityksen isältään.

Sormusten valmistaminen kiinnosti Mikkoa jo varsin nuorena, ja aloittikin isänsä opastuksella niiden teon 16-vuotiaana. Siitä lähtien Mikko on kehittänyt taitojaan ja hänelle onkin ehtinyt kehittyä varsin kunnioitettava 36-vuoden kokemus alalta.

Valmistus

KM-Koru tuottaa erilaisia sormuksia ja riipuksia, ja tuotteet ovat kokonaan Mikon suunnittelema ja valmistama.

Aluksi KM-Koru tuotti pelkästään kultakoruja ym. vastaavia tuotteita, mutta siirtyi ajan myötä luokkasormusten suunnitteluun ja valmistukseen.

KM-Koru ehtikin kasvaa muutamassa vuosikymmenessä varsin tunnetuksi luokkasormusten tuottajaksi.

Tuotteissaan Mikko suosii hopean käyttöä ja valmistaa osan koruistaan valamalla, mutta valtaosa valmistetaan perinteisillä käsityömenetelmillä.

Kuva 11: Uuden verkkosivuston meistä-sivu

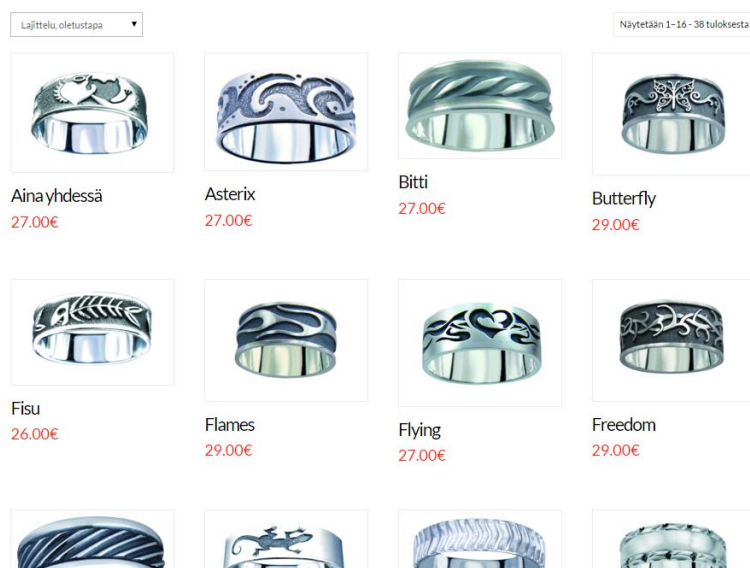
Yleinen ongelma johon pitää kiinnittää huomiota tässäkin, on asiakkaiden kärsivällisyys. Sivun ei kannata olla pitkäkö tai monisanainen, vaan käyttäjille tulisi antaa riittävästi tietoa, mutta ei kuitenkaan paljon etteivät he tylsisty ja lähde pois. Toimeksiantajan vanhalla sivustolla ei ollut kyseistä sivua, mutta uudella sivustolla sellainen piti olla edellä mainituista syistä.

Kirjoituksesta saa selville yrityksen historiasta, omistajan kiinnostuksesta alaan, sekä taitojensa kehittymisestä ajan myöten. Valmistusprosessista kerrotaan myös, mikä on hyvä asia, sillä monet arvostavat että tuotteet tehdään käsin, eivätkä ole tehdasvalmistettuja.

4.3.3 Verkkokauppa

Verkkosivuston päätarkoitus on toimia verkkokauppana, joten sitä varten sivustolle luotiin Sormukset-sivu, jonka kautta sormuksia voi ostaa. Verkkokauppa toimii WooCommerce lisäosan avulla.

Sormukset



Kuva 12: Verkkokauppa

WooCommerce on ilmainen verkkokauppa-lisäosa, jonka avulla verkkosivuston voi muuttaa toimivaksi verkkokaupaksi. Lisäosaa kehitetään ja on saatavilla vain WordPressille. Joustavuutensa takia sekä yhteentoimivuus lukemattomien muiden WordPress lisäosien kanssa, WooCommerce:n markkinaosuus on 30 % kaikista verkkokaupoista. (WordPress.org 2015)

4.3.4 Yhteystiedot

Jokaisella verkkosivustolla tulisi olla yhteystiedot-sivu tai vähintäänkin yhteystiedot näkyvissä jossain sivustolla. Yhteydenotto on hyvin tärkeää, varsinkin jos sivuston omistaja myy tuotteita tai palvelua sivuston kautta. Yhteydenottolomakkeet ovat kasvattaneet suosiotaan ja niitä käytetään hyvin paljon, mikä helpottaa vierailijaa, sillä hän pystyy viestittämään sanomansa suoraan sivustolla, sen sijaan että ottaisi sähköpostiosoitteen talteen, kirjautuisi omaan sähköpostipalveluunsa, ja lähettäisi sitten viestinsä sieltä.

Ota yhteyttä

Nimi (pakollinen)

Sähköposti (pakollinen)

Aihe

Viesti

Lähetä

Kuva 13: Sivuston yhteydenottolomake

Verkkosivuston Yhteystiedot-sivulle laitettiin yhteydenottolomake. Käytetty lisäosa oli Contact Form 7, jolla oli paljon vaihtoehtoja ulkonäköön ja rakenteeseen liittyen. Lomake sisältää: nimikentän, ja sähköpostiosoitekentän. Nämä ovat muutettu pakollisiksi, sillä sivuston omistajan täytyy tietää kenen kanssa hän viestii. Lomake sisältää myös aihekentän, sekä viestikentän. Viestikenttä on laajennettavissa, ja sillä ei ole rajattua tekstimäärää.

4.4 Lisäosat

WordPressin ominaisuuksia ja toimintaa voidaan laajentaa lisäosien avulla. Kirjoitushetkellä lisäosia oli saatavilla hieman yli 41 000. Tähän lukuun sisältyvät vain lisäosa-kirjastossa (engl. plugin library) olevat lisäosat, eikä teemoja sisällytetty.

Lisäosilla on mahdollista saada sivuston toiminnallisuus juuri sellaiseksi, kuin käyttäjä sen haluaa. Runsaudenpulasta johtuen lopputulos on joskus aivan päinvastainen: sivuston latausaika lähentelee kymmentä sekuntia, lisäosat eivät toimi yhteen ja ne rikkovat rakenteen, minkä seurauksena vierailija kyllästyy joko näkemäänsä tai odottamaan ja lähtee muualle. (Omnipartners 2015)

Lisäksi, lisäosat saattavat tehdä sivustosta haavoittuvaisen tietoturvan kannalta. WordPress on suosituin avoimen lähdekoodin järjestelmä, joten siitä myös etsitään aukkoja jatkuvasti.

Järjestelmä itsessään on suhteellisen turvallinen, mutta lisäosista aukkoja löytyy jatkuvasti. (Omnipartners 2015)

Jotta verkkosivuston turvallisuus ja suorituskyky olisivat hyviä, päivitykset tulisi asentaa aina niiden ollessa saatavilla. Suurin osa päivityksistä korjaa jonkin tietoturva-aukon tai parantaa suorituskykyä.

4.4.1 SEO Ultimate

Hakukoneoptimoinnin avulla verkkosivuston näkyvyyttä hakukoneissa, kuten Googlessa tai Bingissä, pyritään parantamaan. Usein käytetään lyhennettä SEO, joka tulee englanninkielisistä sanoista Search Engine Optimization. (Tooltip 2015)

Hakukoneoptimointi on tehokas tapa nostaa verkkosivuston kävijämäärää. Optimointi tarkoittaa verkkopalvelun sisällön ja lähdekoodin muokkaamista hakukoneiden paremmin ymmärtämään muotoon. Useimmat organisaatiot haluavat verkkopalvelulleen mahdollisimman paljon käyttäjiä. Se onnistuu parhaiten, kun kyseisen organisaation verkkosivusto sijoittuu hakukoneiden hakutuloksissa mahdollisimman korkealle. Kun sijoitus hakutuloksissa paranee, verkkosivuston kävijämäärä kasvaa. Oikein optimoitu verkkosivusto saa näkyvyyttä juuri niillä hakusanoilla, joilla organisaation kohderyhmään kuuluvat hakevat tietoa eri yritysten tuotteista ja palveluista. (Descom 2015)

Hakukoneoptimointiin valittiin SEO Ultimate lisäosa. Se valittiin hyvien arvosteluiden takia. Sivusto ei ollut toteutuksen aikana internetissä nähtävissä, koska se toteutettiin paikallisella palvelimella, mutta se asennettiin tulevaisuutta ajatellen, kun sivustoa ylläpidetään web-hotellissa. Verkkosivuston sivujen metadataa muokattiin, ja annettiin hakuun sopivia asiasanoja, asiasanoja millä käyttäjät hyvin mahdollisesti etsivät tietoa.

4.4.2 WooCommerce

WooCommerce-lisäosan asetuksiin piti tehdä useita muutoksia, ennen kuin tuotteita voitiin lisätä kauppaan. Muutokset tehtiin WooCommerce-välilehden kautta, joka löytyi ohjauspaneelistä.

Yleisissä asetuksissa on mahdollista muuttaa kaupan sijaintia, myyntialuetta, valuuttaa sekä muita asetuksia. Tuotteiden myynti rajoitettiin vain suomeen sekä valuutalle annetaan arvoksi euro.

Tuotteet-välilehden yleiset sivulla säädetään mittayksiköt. Painonyksiköksi annettiin gramma ja mittayksiköksi millimetri. Kyseiset arvot annettiin, sillä sormusten kuvaamisessa nämä ominaisuudet ovat tärkeitä, sormuksen paino sekä sormuksen koko.

Esittäminen-sivulla pitää määrittää kaupan sijainti sivustolla. Kauppa halutaan Sormukset-sivulle, joten valitaan se. Kaupassa on mahdollista näyttää pelkästään tuotteet, tai osastot ja osastojen alemmat tasot, tai molemmat. Kaupassa myydään vain sormuksia, joten eri tuote-osastoja ei tarvita. Kauppaan laitetaan näkyviksi siis vain tuotteet. Tuotekuvien kokoa on mahdollista myös muuttaa, mutta niitä on muokattu erikseen Photoshop-kuvankäsittelyohjelmalla, joten muuta ei muuteta.

Verot-välilehdessä otetaan käyttöön verot. Ruksitaan valinta jossa hinnat on kirjoitettu verolisina, sillä tuotteiden hinta sisältää arvonlisäveron. Perusverolle annetaan arvoksi 24, sillä suomen yleinen arvonlisäprosentti on 24 %.

Kassa-välilehdessä mahdollistetaan pikaostaminen. Tämä tarkoittaa että asiakkaan ei tarvitse luoda tiliä sivustolla ostaakseen tuotteita, vaan pelkällä syötettyjen yhteystietojen avulla tuotteet voi ostaa. Maksutapoja WooCommercella on tilisiirto, shekki, lasku ja PayPal. Käyttöön otetaan tilisiirto sekä lasku. Kun tilisiirto maksutapana mahdollistetaan, joudumme syöttämään yrityksen tilitiedot, mihin tilausmaksut maksetaan. Tarvittavat tiedot: pankkitilin haltijan nimi, pankkitilin numero, pankin nimi, IBAN-numero, sekä BIC-numero. Nämä tiedot eivät välity WooCommercella, vaan menevät tilauksen jälkeen maksutietoina asiakkaalle, asiakkaan sähköpostiin.

Toimitus-välilehdessä otamme käyttöön tuotteiden toimituksen asiakkaalle. Tuotteen oletus lähetysosoite on asiakkaan laskutusosoite, mutta se vaihdetaan toimitusosoitteeseen. Otamme käyttöön kaksi toimitustapaa: postitse ja nouto. Postitukselle annetaan hinta, kun taas nouto on ilmainen.

Sähköposti-välilehdessä on mahdollista muuttaa asetuksia asiakkaalle lähteviin sähköpostiviesteihin. Sähköpostiviestien oletuspohjat ovat yksinkertaisia, ymmärrettäviä ja hyvännäköisiä, joten niitä ei tarvinnut muokata, paitsi otsakkeen väriä, joka muutetaan hieman punaista tummemmaksi yhtenäisyyden takia.

4.4.3 WC Fields Factory

Tämän lisäosan avulla tuotesivulle saa implementoitua tekstikenttiä, joissa kysytään tuotteeseen liittyviä asioita, ennen kuin se viedään ostoskoriin, kuten: sormuksen kaiverrus ja koko.

Yhteiskaiverrus	Jokaiseen sormukseen kaiverrettava sama teksti
Koko ja kaiverrus	Kirjoita kenttään sormuksen koko ja sormukseen kaiverrettava nimi erotettuna pilkulla (esimerkki: 19,Jani). Yksi henkilö aina yhdelle riville. Sormukseen mahtuu yhteensä 20 merkkiä (koulun nimi + henkilön nimi).

Kuva 14:Tuotteelle annettavat lisätiedot

WC Fields Factoryn avulla saadaan tärkeää tietoa asiakkaan tuotteeseen liittyen. Se sallii tekstikenttien lisäksi: numero-, sähköposti-, ruksi-, päivämäärävalitsin, sekä väriaritsimen. Näitä eri kenttiä voi käyttää monin eri tavoin. Kuitenkaan, toimeksiantajan sivulla tarvittiin vain yhteiskaiverruksen tiedot, sekä koon ja kaiverruksen tiedot.

Kyseinen lisäosa on sivuston kevyin, mutta omaa mittavat muokkausmahdollisuudet. Se ei muuta sivuston koodia lainkaan, joten teema tai verkkokauppa ei voi rikkoontua.

4.4.4 Contact Form 7

Contact Form 7 on lisäosa jonka avulla sivustolle saa liitettyä yhteydenottolomakkeen tai useita. Yhteydenottolomaketta sekä sähköpostiviestin vartaloa ja sisältöä pystyy muokata monin eri tavoin. Viestin lähetys toimii Ajax-websovellusta käyttäen, sekä lomakkeella on myös mahdollista käyttää CAPTCHA-kuvavarmennusta.

4.4.5 All-in-One WP Migration

Lisäosan avulla voidaan verkkosivusto kokonaisuudessaan, siis: tietokanta, mediatiedostot, lisäosat, teemat ynnä muut viedä (engl. export) wpress-päätteisenä tiedostona haluamaan paikkaan tietokoneessa. Lisäosa ei tarvitse toimiakseen muita lisäosia, ja toimivuus on 100 %, kunhan web-hotelli tukee PHP:tä. Kyseistä lisäsovellusta käytetään kun verkkosivusto siirretään paikallisesta palvelimesta jonkin web-hotellin palvelimiin.

Verkkosivuston palauttaminen toimii siten, että web-hotellin palvelimelle asennetaan WordPress, ja asennuksen jälkeen asennetaan All-in-One WP Migration lisäosa, joka löytyy kun etsii sitä hallintapaneelin kautta, WordPressin lisäosa-kirjastosta. Lisäosan asennettua, sen asetuksista löytyy tuo (engl. import) toiminto. Wpress-päätteinen tiedosto tuodaan järjestelmään, ja sen valmistuttua, järjestelmä kirjaa käyttäjän ulos. Kun kirjautuu uudestaan sisään,

kaikki sivuston sisältö jotka olivat edellisessä paikassa, ovat nyt myös nykyisessä, uudessa palvelimessa. Sisältö, kuvat, videot, tilaukset, teemat, lisäosat löytyvät siirretystä sivustosta. Ihan kuin mikään ei olisi muuttunut.

4.5 Tietoturva

WordPressin kehittäjät ottavat tietoturvan hyvin vakavasti. Kuten millä tahansa muulla järjestelmällä, jos tietoturvallisuudesta ei huolehdi, potentiaalisten tietoturva-aukkojen takia sivustosta tulee haavoittuvainen. Tämä voi koitua kovinkin ongelmalliseksi, jos sivustoon hyökätään. Muutamalla varotoimella riskiä voidaan pienentää huomattavasti.

Pääkäyttäjän salasanan pitäisi sisältää riittävän monimutkaisia kirjain-, numero- ja merkkiyhdistelmiä. Tämän takia on suositeltavaa käyttää salasananluojaa, jota WordPress tarjoaa käyttäjälle. Joidenkin käyttäjien mielestä salasanat, kuten: s@l@s@n@, tai wordpress2015 ovat riittävän vahvoja. Henkilölle, jolla on kokemuksia sivuston murtautumisesta, ja joka haluaa päästä laittomin tavoin sivustoon käsiksi, nuo eivät ole edes haaste. WordPressin salasananluoja ehdottaa hieman monimutkaisempia salasanayhdistelmiä, kuten: xv0Kg!7DwWT06ruQOJLUqCFO. Tuollaisen salasanan murtaminen vaatii paljon aikaa, ja yleensä tällaisessa tilanteessa hakkeri saattaa tulla toisiin ajatuksiin, sillä se ei mahdollisesti olisi hänen ajankäyttönsä arvoista.

Salasanoja ei myöskään pitäisi luovuttaa kenellekään tuntemattomalle kolmannelle osapuolelle tai syöttää lomakkeeseen, joka vaikuttaa tulleen WordPressiltä. Nämä ovat aina salasanakalastusyrityksiä, sillä WordPress ei koskaan kysy salasanaa. Mainittakoon vielä että ajoittainen, säännöllinen salasanan vaihto on hyvä tehdä muutaman kuukauden välein. Tärkein asia tietoturvan kannalta on kuitenkin itse sisällönhallintajärjestelmän jatkuva päivittäminen. Myös mahdolliset lisäosat kannattaa päivittää aina uusimpiin versioihin mahdollisimman nopeasti, kun vain päivitykset ovat saatavilla. (WordPress 2015)

5 Yhteenveto

Opinnäytetyössä esiteltiin käytetyimpiä sisällönhallintajärjestelmiä, verkkosivuston suunnittelua ja toteutusta sekä järjestelmän käyttöohjeistusta. Työn tavoitteena oli luoda responsiivinen verkkokauppasivusto pienyritykselle käyttäen WordPress-sisällönhallintajärjestelmää. Ennen projektin alkua toimeksiantajalla oli käytössä vanhentunut, mutta toimiva verkkokauppasivusto. Koska verkkokauppa oli ulkopuolisen tahon tarjoama palvelu, sitä ei voitu kehittää eteenpäin ja uudistaa, joten täysin uusi verkkokauppasivusto päätettiin luoda.

Projektin alussa hahmoteltu uuden sivuston rautalankamalli auttoi todella hahmottelussa, uuden sivuston suunnittelussa ja sen rakenteen luomisessa. Projektin aikana oli todettu, että, WordPressin avulla toteutettu verkkosivusto vei vähemmän aikaa ja vaivaa kuin mitä normaalisti ohjelmoimalla olisi vienyt. Lisäksi, työn aikana kirjoittaja oppi paljon sisällönhallintajärjestelmistä ja varsinkin WordPressistä syvällisemmin. Sivuston toteutuksen aikana luotiin myös käyttöohjeet, joissa ohjeistetaan, miten muokataan sivujen sisältöä sekä verkkokaupan tuotteita. Näin sivuston ylläpitäjä pystyy päivittämään verkkosivustoa.

Verkkosivuston toimintoja on testattu osoitteessa `kmkoru.xxx.fi`, jossa se toimii omana verkkosivustona aliverkkotunnuksella (engl. subdomain). Tämä väliaikainen ratkaisu oli tarkoitettu testaamaan verkkosivuston toimintoja liveinä ja sivusto siirrettiin testausvaiheen jälkeen web-hotelliin.

Verkkokauppasivuston ollessa testivaiheessa toimeksiantaja pääsi katsomaan selaimen kautta sivuja ja kokeilemaan eri toimintoja. Toimeksiantajan mielestä verkkokauppasivusto on onnistunut ja mainio KM-Korun uudeksi sivustoksi. Tavoitteena oli luoda toimiva, luokkasormuksia myyvä, responsiivinen ja nykyaikainen verkkokauppasivusto pienyritykselle, ja se saavutettiin hyvin.

Lähteet

Kuutti, W. 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Helsinki: Talentum

Nielsen, J. 2000. WWW-suunnittelu. Helsinki: IT Press

Sähköiset lähteet

3XWeb. 2015. Responsiiviset kotisivut. Viitattu 4.12.2015.

<http://responsiivisetkotisivut.net/ukk/>

Bosomworth, D. 2015. Mobile Marketing Statistics 2015. Viitattu 29.11.2015.

<http://www.smartinsights.com/mobile-marketing/mobile-marketing-analytics/mobile-marketing-statistics/>

Descom. 2015. Hakukoneoptimointi. Viitattu 7.11.2015.

<https://www.descom.fi/markkinointi-ja-asiakaskokemus/hakukoneoptimointi/>

Drupal.org. 2015. Community Documentation. Viitattu 15.10.2015.

<https://www.drupal.org/node/220314/>

Drupal.org. 2015. Usage statistics for Drupal core. Viitattu 7.11.2015.

<https://www.drupal.org/project/usage/drupal/>

Drupal. 2015. About nodes. Viitattu 27.11.2015.

<https://www.drupal.org/documentation/modules/node/>

Ekonoja, Lahtonen & Mäntylä. 2003. Käytettävyys. Viitattu 20.11.2015.

<http://appro.mit.jyu.fi/soveproj/kaytettavyys/>

Ewer, T. 2014. Viitattu 15.11.2015.

<https://managewp.com/14-surprising-statistics-about-wordpress-usage/>

Jalonen, M. 2005. Mistä tuotteiden opittavuus riippuu: oppimisen ymmärtämisen kautta kohti käytettävämpiä tuotteita. Viitattu 20.11.2015.

http://www.soberit.hut.fi/T-121/T-121.200/suomi/syksy2004/essee2004/meri_jalonen.pdf/

Joomla. 2015. Joomla extensions directory. Viitatti 27.11.2015.

<http://extensions.joomla.org/>

Joomla. 2015. Joomla awards. Viitattu 27.11.2015.

https://docs.joomla.org/Joomla!_Awards/

Kissmetrics. 2011. Viitattu 25.11.2015.

<https://blog.kissmetrics.com/wp-content/uploads/2011/04/loading-time.pdf/>

MicroPC. 2002. CSS tyylittelee nettisivut. Viitattu 27.10.2015.

<https://mikropc.net/nettilehti/pdf/pc1506200066.pdf/>

Mikoluk, K. 2013. XAMPP tutorial. Viitattu 9.10.2015.

<https://blog.udemy.com/xampp-tutorial/>

Omnipartners. 2015. WordPress-opas peruskäyttäjälle, osa 2: Lisäosat ja teeman päivitys. Viitattu 30.10.2015.

<http://omnipartners.fi/wordpress-opas-peruskayttajalle-osa-2-lisaosat-ja-teeman-paivitys/>

RocketTheme. 2014. What is Joomla? Viitattu 16.10.2015.

<http://www.rockettheme.com/docs/joomla/platform/>

Schaffer, J. 2013. What is Drupal?. Viitattu 15.10.2015.

<http://www.bluecoda.com/blog/what-is-drupal/>

Selko-e. 2002. Typografia luettavuuden apuna. Viitattu 2.11.2015.

http://www.selko-e.fi/oppaat/typografia_luettavuuden_apuna.pdf/

SiteGround. 2015. Wordpress. Viitattu 15.11.2015.

<https://www.siteground.com/wordpress.htm/>

Tampereen Yliopisto. 2015. Responsiivinen web-suunnittelu. Viitattu 4.12.2015.

<http://www.sis.uta.fi/~jwt/15/harjoitustyot/ht13/responsiivisuus.html>

Tieke. 2015. Viitattu 4.11.2015.

<http://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pagelId=37519597/>

Tooltip Oy. 2015. Mitä SEO eli hakukoneoptimointi on? Viitattu 7.11.2015.

<http://www.tooltip.fi/mita-on-hakukoneoptimointi/>

W3Techs. 2015. Usage of content management systems for websites. Viitattu 15.11.2015.

http://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all/

W3Techs. 2015. Market share trends for content management systems for websites. Viitattu 29.10.2015.

http://w3techs.com/technologies/history_overview/content_management/

Web-opas. 2012. Mikä on Drupal? Viitattu 15.10.2015.

<http://www.webopas.net/drupal.html/>

Web-opas. 2012. Mikä on Joomla? Viitattu 27.11.2015.

<http://www.webopas.net/joomla.html/>

Webopedia. 2015. Content management system. Viitattu 14.10.2015.

http://www.webopedia.com/TERM/C/content_management_system.html/

WordPress.org. 2015. Codex. Viitattu 5.11.2015.

http://codex.wordpress.org/Hardening_WordPress

WordPress.org. 2015. WooCommerce plugin. Viitattu 5.11.2015.

<https://wordpress.org/plugins/woocommerce/>

Kuvat

Kuva 1: Leivänmuruset Sitepoint sivustolla	9
Kuva 2: Tuotteen poistaminen ostoskorista	9
Kuva 3: XAMPP-ohjauspaneeli	17
Kuva 4: PHPMyAdmin-ohjauspaneeli tietokannat näkymässä	18
Kuva 6: Ohjauspaneelin näkymä ensimmäisen kirjautumisen jälkeen.....	19
Kuva 7: Oletusteema Twenty Fifteen yläpuolella sekä sivustolle asennettu X-teema alapuolella, ennen muokkausta	20
Kuva 8: Yrityksen nykyisen verkkosivuston etusivu	21
Kuva 9: Uuden verkkosivuston rautalankamalli.....	22
Kuva 10: Sivuston näkymä mobiililaitteella	23
Kuva 11: Etusivun esittelyvideo	24
Kuva 12: Uuden verkkosivuston meistä-sivu	25
Kuva 13: Verkkokauppa	26
Kuva 14: Sivuston yhteydenottolomake	27
Kuva 15: Tuotteelle annettavat lisätiedot	30

Taulukot

Taulukko 1: Sisällönhallintajärjestelmien prosentuaalinen markkinaosuus 1.10.2015	12
Taulukko 2: Wp-config.php-tiedoston muokattavat kohdat	19

Liitteet

Liite 1 Käyttöohjeet	39
----------------------------	----

Liite 1 Käyttöohjeet

Verkkosivuston käyttöohjeet

Kyseinen ohjeistus on laadittu auttaakseen verkkosivuston hallinnoinnissa.

- 1. Kirjautuminen WordPress –ohjauspaneeliin**
- 2. Tuotteen lisääminen**
- 3. Sisällön muokkaaminen**
- 4. Tuotteen muokkaaminen**
- 5. Tuotteen poistaminen**
- 6. Tilauksen käsittely ohjauspaneelissa**

1. Kirjautuminen WordPress –ohjauspaneeliin

1. Ohjauspaneeliin pääsee kirjautumalla henkilökohtaisella päätasen käyttäjätunnuksella *Oma tili* sivun kautta.



2. Kirjoita tunnukset kirjautumisikkunaan ja paina *Kirjaudu* painiketta tai *Enter* näppäintä.
Esimerkkikuvassa näkyvä käyttäjätunnus ei viittaa olemassa olevaan käyttäjätunnukseen.



Kirjaudu

Käyttäjätunnus tai sähköpostiosoite *

Salasana *

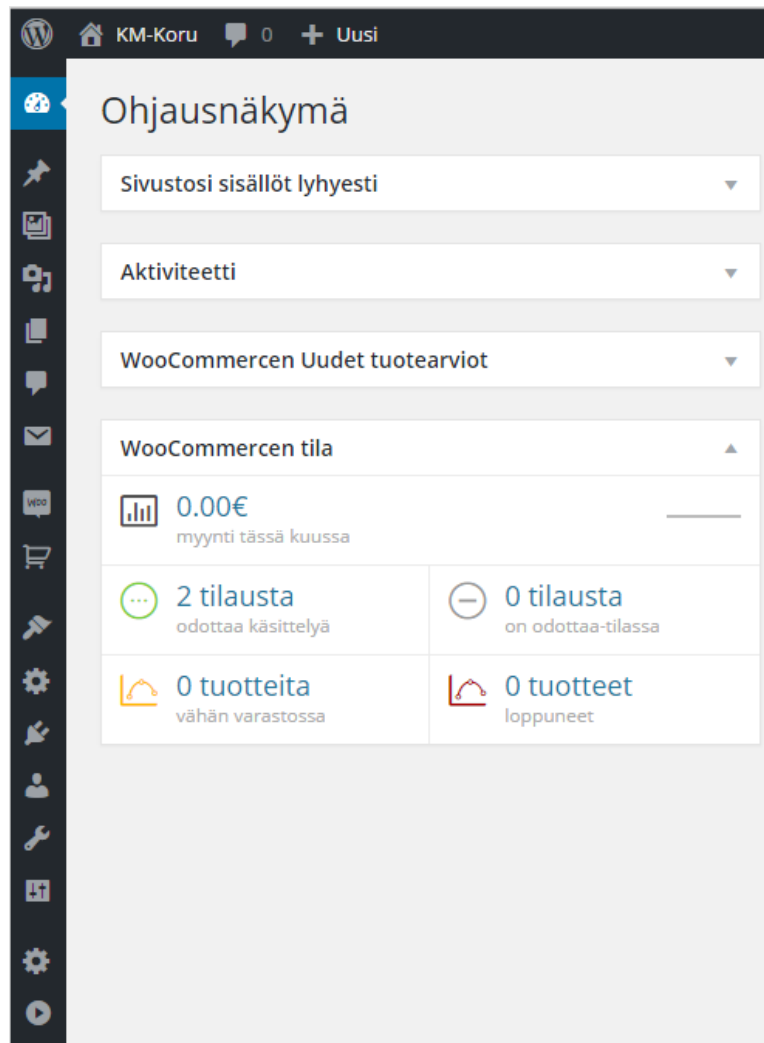
Kirjaudu

☒ Muista minut

3. a) Jos kirjautuminen onnistui, eteesi pitäisi ilmestyä seuraavanlainen näkymä. Olet kirjautunut onnistuneesti sisään ohjauspaneeliin.

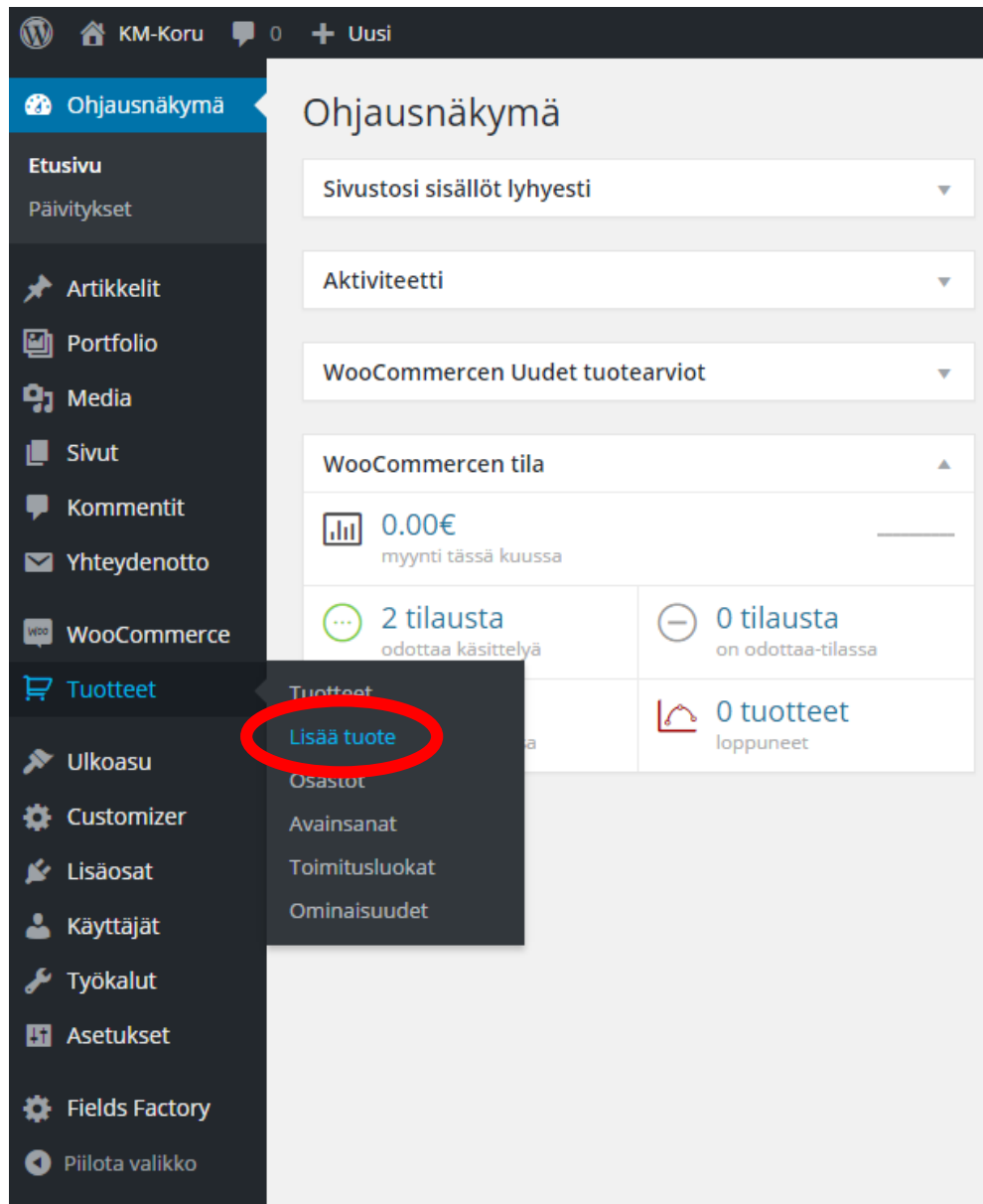
The screenshot shows the WordPress dashboard (Ohjausnäkö) interface. The top navigation bar includes the WordPress logo, a home icon, the site name 'KM-Koru', a notifications icon with '0', and a '+ Uusi' button. The left sidebar menu is dark and contains the following items: Ohjausnäkö (active), Etusivu, Päivitykset, Artikkelit, Portfolio, Media, Sivut, Kommentit, Yhteydenotto, WooCommerce, Tuotteet, Ulkoasu, Customizer, Lisäosat, Käyttäjät, Työkalut, Asetukset, Fields Factory, and Piilota valikko. The main content area is titled 'Ohjausnäkö' and features several widgets. At the top, there are four dropdown menus: 'Sivustosi sisällöt lyhyesti', 'Nopea luonnos', 'Aktiviteetti', and 'WordPress-uutisia'. Below these is a 'WooCommercen Uudet tuotearviot' widget. The 'WooCommercen tila' widget displays a bar chart for '0.00€ myynti tässä kuussa'. Below the chart, there are four status boxes: '2 tilausta odottaa käsittelyä' (with a green circle icon), '0 tilausta on odottaa-tilassa' (with a grey circle icon), '0 tuotteita vähän varastossa' (with an orange triangle icon), and '0 tuotteet loppuneet' (with a red triangle icon).

3. b) Jos selaimen ikkuna ei ole täysnäkyssä, WordPress pienentää ohjauspaneelin kuvake-näkymään.



2. Tuotteen lisääminen

1. Valitse *Tuotteet* ohjauspaneelin valikosta, ja paina *Lisää tuote*.



2. Saavut sivulle jossa voit syöttää uuden tuotteen tuotetiedot.

a) *Tuotenimi*

b) *Normaali hinta*

c) *Tarjoushinta* (jos tuote ei ole tarjouksessa, jätä tyhjäksi)

Ohjausnäkömää

Artikkelit

Portfolio

Media

Sivut

Kommentit

Yhteydenotto

WooCommerce

Tuotteet

Tuotteet

Lisää tuote

Osastot

Avainsanat

Toimitusluokat

Ominaisuudet

Ulköasu

Customizer

Lisäosat

Käyttäjät

Työkalut

Asetukset

Fields Factory

Piilota valikko

Lisää uusi tuote

Tuotenimi **a)**

Lisää media

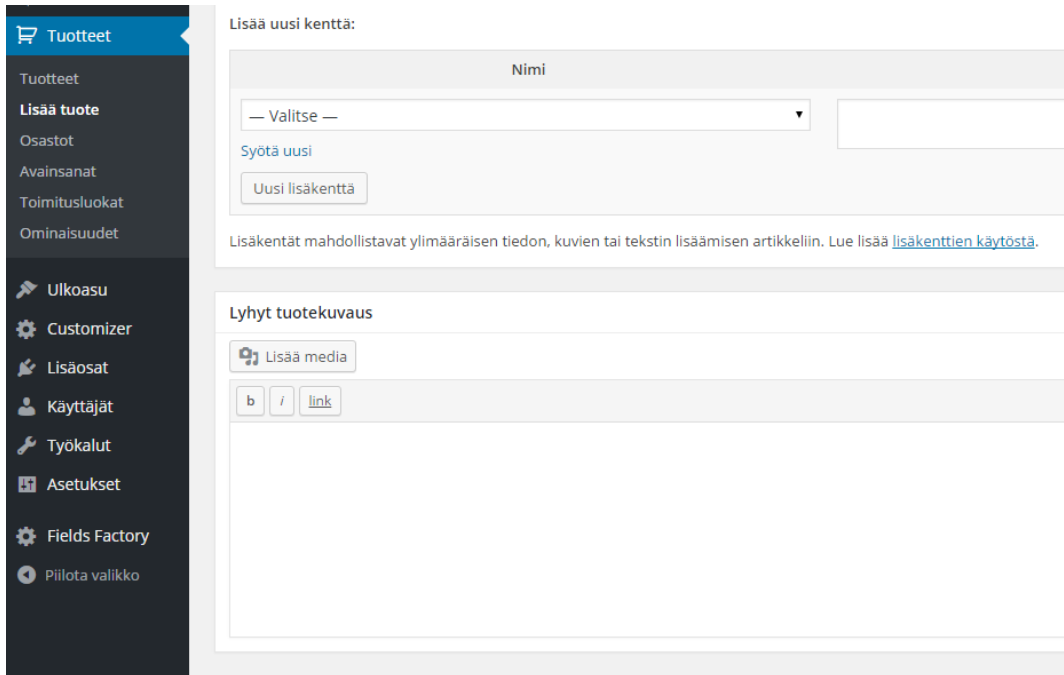
b *i* link b-quote ~~del~~ ins img ul ol li code more Sulje tagit

Sanojen määrä: 0

Tuotetiedot — Perustuote ▼ | Palvelu(tuote): ☐ Ladattava: ☐

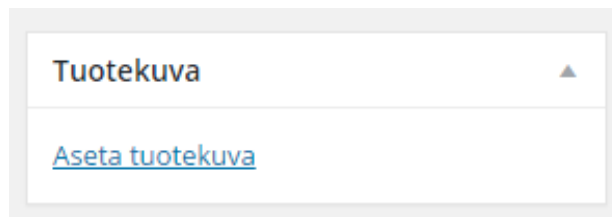
Yleiset	SKU
Varasto	Normaali hinta (€) b)
Toimitus	Tarjoushinta (€) c)
Liitetyt tuotteet	
Ominaisuudet	

3. Sivun loppupäässä *Lyhyt tuotekuvaus* kohdassa voit lisätä tuotteen kuvauksen. Tässä kohtaa ei vielä lisätä tuotekuvaa.



The screenshot shows a web application interface for managing products. On the left is a dark sidebar with a menu containing 'Tuotteet' (highlighted), 'Lisää tuote', 'Osastot', 'Avainsanat', 'Toimitusluokat', 'Ominaisuudet', 'Ulkoasu', 'Customizer', 'Lisäosat', 'Käyttäjät', 'Työkalut', 'Asetukset', 'Fields Factory', and 'Piilota valikko'. The main content area is titled 'Lisää uusi kenttä:' and contains a form for adding a new field. The form has a 'Nimi' (Name) label, a dropdown menu with '— Valitse —', a 'Syötä uusi' (Enter new) button, and a 'Uusi lisäkenttä' (New additional field) button. Below the form, there is a note: 'Lisäkentät mahdollistavat ylimääräisen tiedon, kuvien tai tekstin lisäämisen artikkeliin. Lue lisää [lisäkenttien käytöstä](#).' (Additional fields enable additional information, images or text to be added to the article. Read more [about the use of additional fields](#).) Below this is the 'Lyhyt tuotekuvaus' (Short product description) section, which includes a 'Lisää media' (Add media) button and a rich text editor with 'b', 'i', and 'link' buttons.

4. Seuraavaksi asetetaan *Tuotekuva*. *Aseta tuotekuva* linkki löytyy sivun oikeasta laidasta. Voit valita galleriasta tuotuja kuvia tai voit ladata tietokoneelta kuvatiedoston. Max. kuvakoko on 64 megatavua.



The screenshot shows a section titled 'Tuotekuva' (Product image) with a small upward-pointing triangle icon. Below the title is a blue hyperlink labeled 'Aseta tuotekuva' (Set product image).

5. *Julkaise* nappia painamalla uusi tuote on julkaistu ja näkyy välittömästi verkkokaupassa.

Julkaise ▲

Tallenna luonnos

Esikatsela

🔑

Tila: Luonnos [Muokkaa](#)

👁

Näkyvyys: Julkinen [Muokkaa](#)

📅

Julkaise heti [Muokkaa](#)

📋

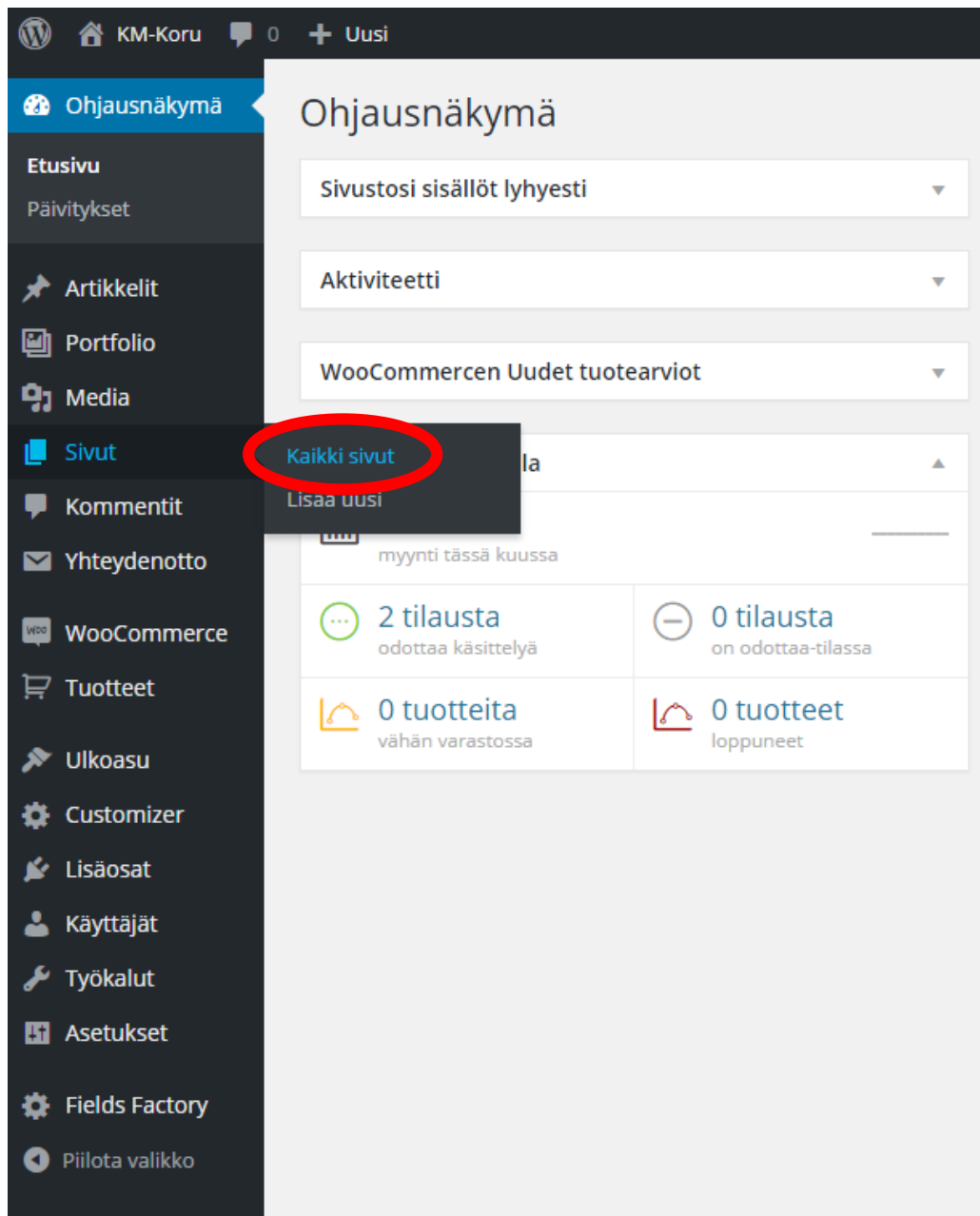
Luettelo näkyvyys: Luettelo/etsi [Muokkaa](#)

Siirrä roskakoriin

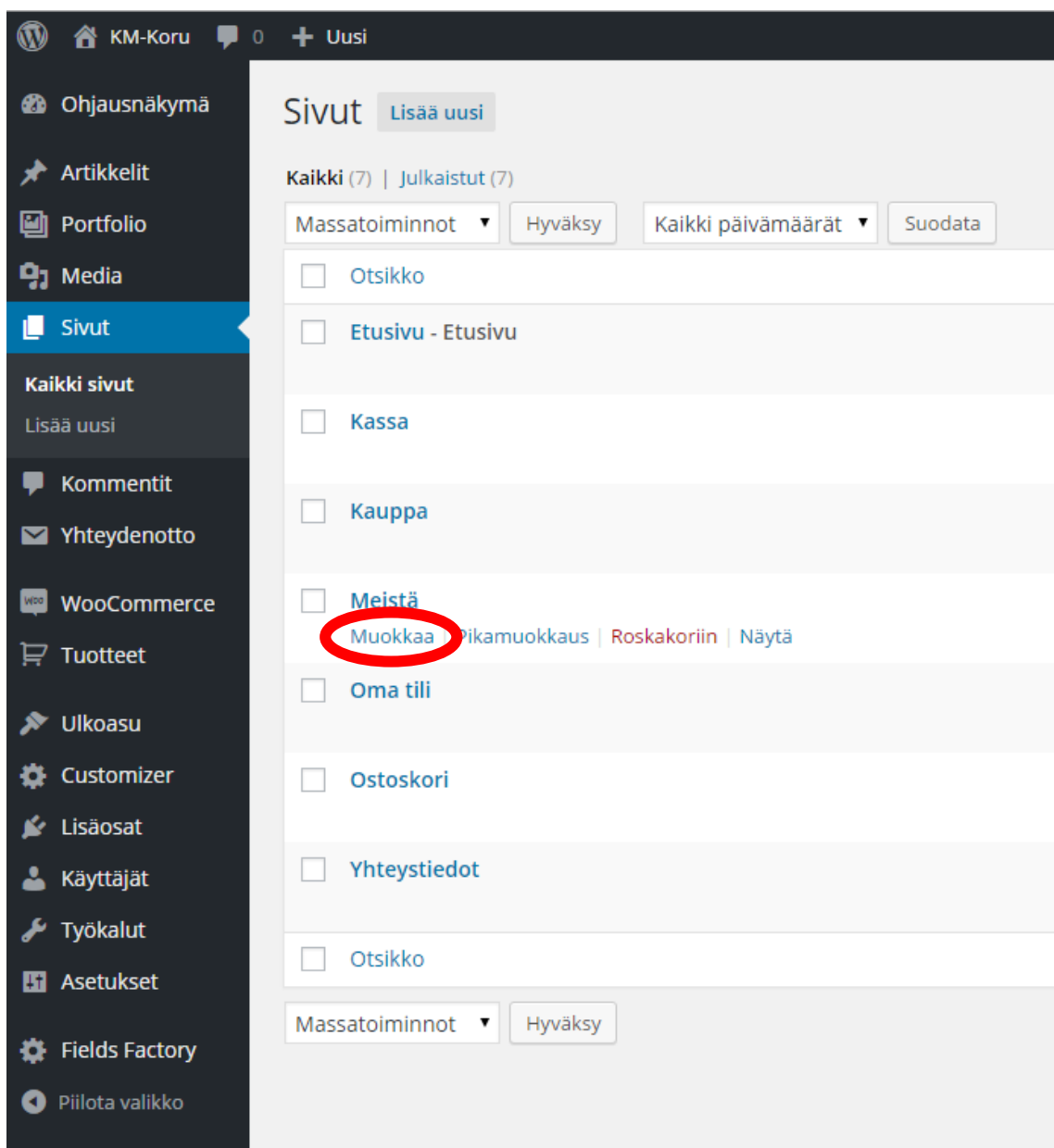
Julkaise

3. Sisällön muokkaaminen

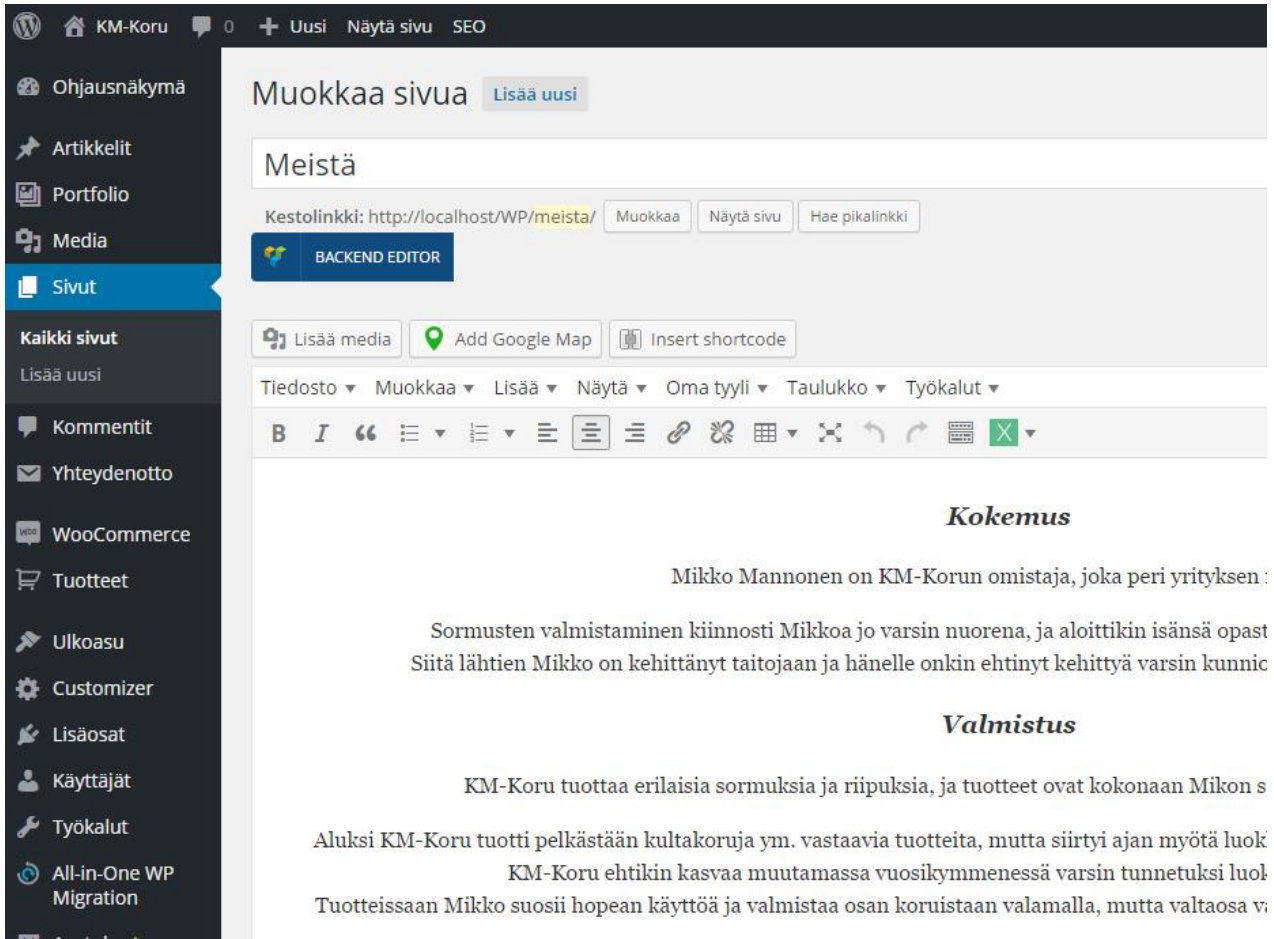
1. Valitse *Sivut* ohjauspaneelin valikosta ja paina *Kaikki sivut*.



2. Jos haluat esimerkiksi muokata *Meistä* sivua, niin vie hiiri *Meistä* sivun kohdalle ja paina *Muokkaa*.



3. Olet nyt *Meistä* sivun muokkaussivulla. Voit lisätä, muokata, poistaa tekstiä, kuvia, videoita haluamasi mukaan. Työkalupalkin kautta sivun muokkaaminen tapahtuu vain muutamalla hiiren napautuksella.



The screenshot displays the WordPress 'Muokkaa sivua' (Edit Page) interface for the 'Meistä' (About Us) page. The interface is divided into several sections:

- Top Bar:** Shows the site name 'KM-Koru', a comment count '0', and navigation links for '+ Uusi', 'Näytä sivu', and 'SEO'.
- Sidebar:** Contains navigation options such as 'Ohjausnäkömää', 'Artikkelit', 'Portfolio', 'Media', 'Sivut', 'Kaikki sivut', 'Lisää uusi', 'Kommentit', 'Yhteydenotto', 'WooCommerce', 'Tuotteet', 'Ulkoasu', 'Customizer', 'Lisäosat', 'Käyttäjät', 'Työkalut', 'All-in-One WP Migration', and 'Asetuskeskus'.
- Main Editing Area:**
 - Title:** 'Meistä' with a 'Lisää uusi' button.
 - URL:** 'Kestolinkki: http://localhost/WP/meista/' with 'Muokkaa', 'Näytä sivu', and 'Hae pikalinkki' buttons.
 - Backend Editor:** A blue button labeled 'BACKEND EDITOR'.
 - Tools:** Buttons for 'Lisää media', 'Add Google Map', and 'Insert shortcode'.
 - Dropdowns:** 'Tiedosto', 'Muokkaa', 'Lisää', 'Näytä', 'Oma tyyli', 'Taulukko', and 'Työkalut'.
 - Rich Text Editor:** A toolbar with various formatting options (bold, italic, quote, list, link, unlink, table, etc.) and a green 'X' button.

The main content area contains the following text:

Kokemus

Mikko Mannonen on KM-Korun omistaja, joka peri yrityksen :

Sormusten valmistaminen kiinnosti Mikkoa jo varsin nuorena, ja aloittikin isänsä opast. Siitä lähtien Mikko on kehittänyt taitojaan ja hänelle onkin ehtinyt kehittyä varsin kunnio

Valmistus

KM-Koru tuottaa erilaisia sormuksia ja riipuksia, ja tuotteet ovat kokonaan Mikon s

Aluksi KM-Koru tuotti pelkästään kultakoruja ym. vastaavia tuotteita, mutta siirtyi ajan myötä luok

KM-Koru ehtikin kasvaa muutamassa vuosikymmenessä varsin tunnetuksi luok

Tuotteissaan Mikko suosii hopean käyttöä ja valmistaa osan koruistaan valamalla, mutta valtaosa v

4. Kun olet valmis, tallenna tekemäsi muutokset painamalla *Päivitä* painiketta ennen kuin lähdet sivulta.

Julkaise ▲

Esikatsele muutokset

🔑

Tila: Julkaistu [Muokkaa](#)

👁

Näkyvyys: Julkinen [Muokkaa](#)

📅

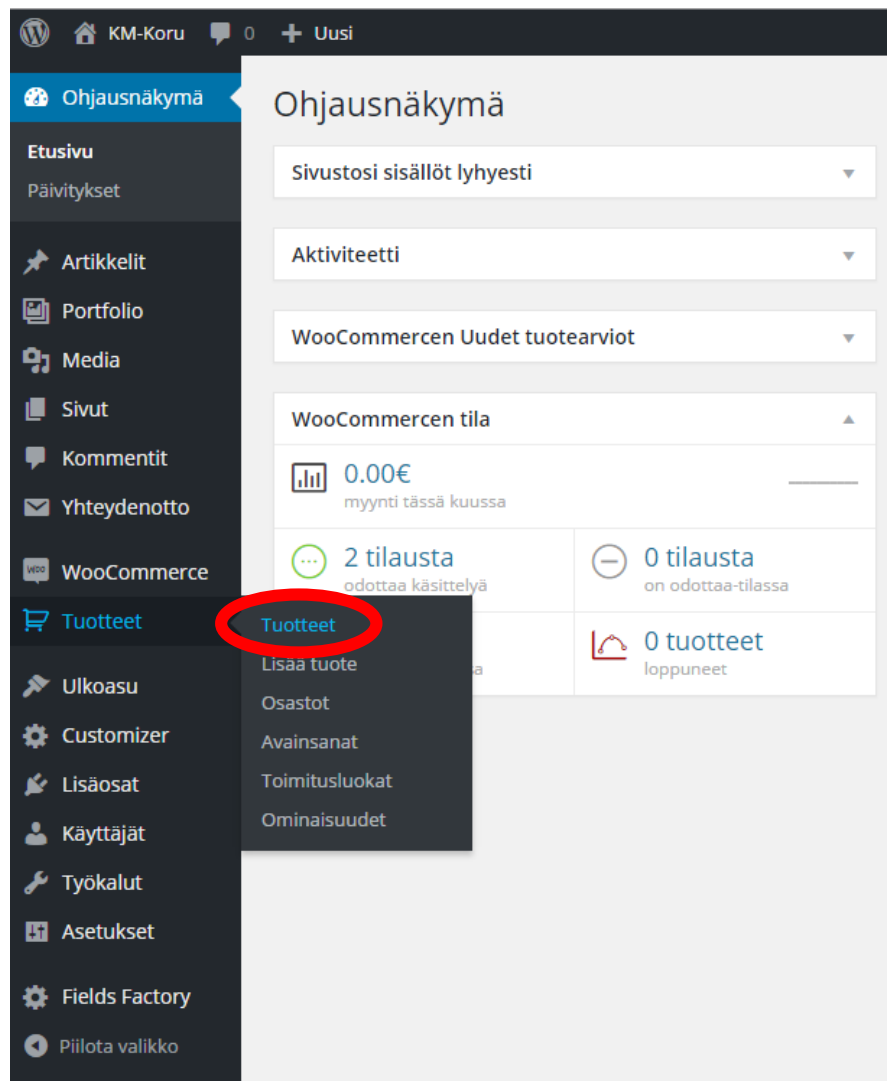
Julkaistu: 11.11.2015 klo 16:47
[Muokkaa](#)

Siirrä roskakoriin

Päivitä

4. Tuotteen muokkaaminen

1. Valitse *Tuotteet* ohjauspaneelin valikosta ja paina *Tuotteet*.



2. Painaessa tuotteen *Muokkaa* painiketta, siirryt kyseisen tuotteen muokkaus-sivulle.

The screenshot shows the WordPress admin interface for the 'KM-Koru' store. The left sidebar contains navigation menus for 'Ohjausnäkömää', 'Artikkelit', 'Portfolio', 'Media', 'Sivut', 'Kommentit', 'Yhteydenotto', 'WooCommerce', and 'Tuotteet'. The 'Tuotteet' menu is active, showing sub-items like 'Lisää tuote', 'Osastot', 'Avainsanat', 'Toimitusluokat', 'Ominaisuudet', 'Ulkoasu', 'Customizer', 'Lisäosat', 'Käyttäjät', 'Työkalut', 'Asetukset', 'Fields Factory', and 'Piilota valikko'.

The main content area is titled 'Tuotteet' and includes a 'Lisää tuote' button. Below the title, there are filters for 'Kaikki (38)', 'Julkaistut (38)', and 'Lajittele tuotteet'. There are also dropdown menus for 'Massatoiminnot', 'Hyväksy', 'Kaikki päivämäärät', and 'Näytä kaikki tuotelajit'.

The product list table has columns for 'Nimi' and 'Varasto'. The products listed are:

- Nimi: Suomi leijona, Varasto: Varastossa
- Nimi: Wings, Varasto: Varastossa
- Nimi: Asterix, ID: 106, Varasto: Varastossa. The 'Muokkaa' button is circled in red.
- Nimi: Indian, Varasto: Varastossa
- Nimi: Quick, Varasto: Varastossa
- Nimi: Aina yhdessä, Varasto: Varastossa
- Nimi: Snake, Varasto: Varastossa
- Nimi: GTI, Varasto: Varastossa
- Nimi: Gear, Varasto: Varastossa

3. a) Siirryt tuotteen muokkaus-sivulle, jossa voit syöttää tuotteelle uudet tiedot.

The screenshot shows the WordPress admin interface for editing a product. The left sidebar contains the WordPress menu with 'Tuotteet' (Products) highlighted. The main content area is titled 'Muokkaa tuotetta' (Edit product) and shows the product name 'Asterix'. Below the name is the permalink 'http://localhost/WP/tuote/asterix/' with buttons for 'Muokkaa', 'Tarkastele tuotetta', and 'Hae pikalinkki'. There is a 'Lisää media' button and a rich text editor toolbar. Below the editor, it says 'Sanojen määrä: 0'. The 'Tuotetiedot' (Product data) section is expanded, showing a dropdown for 'Perustuote' (Simple product). To the right of this are checkboxes for 'Palvelu(tuote):' and 'Ladattava:'. Below this is a table with product details:

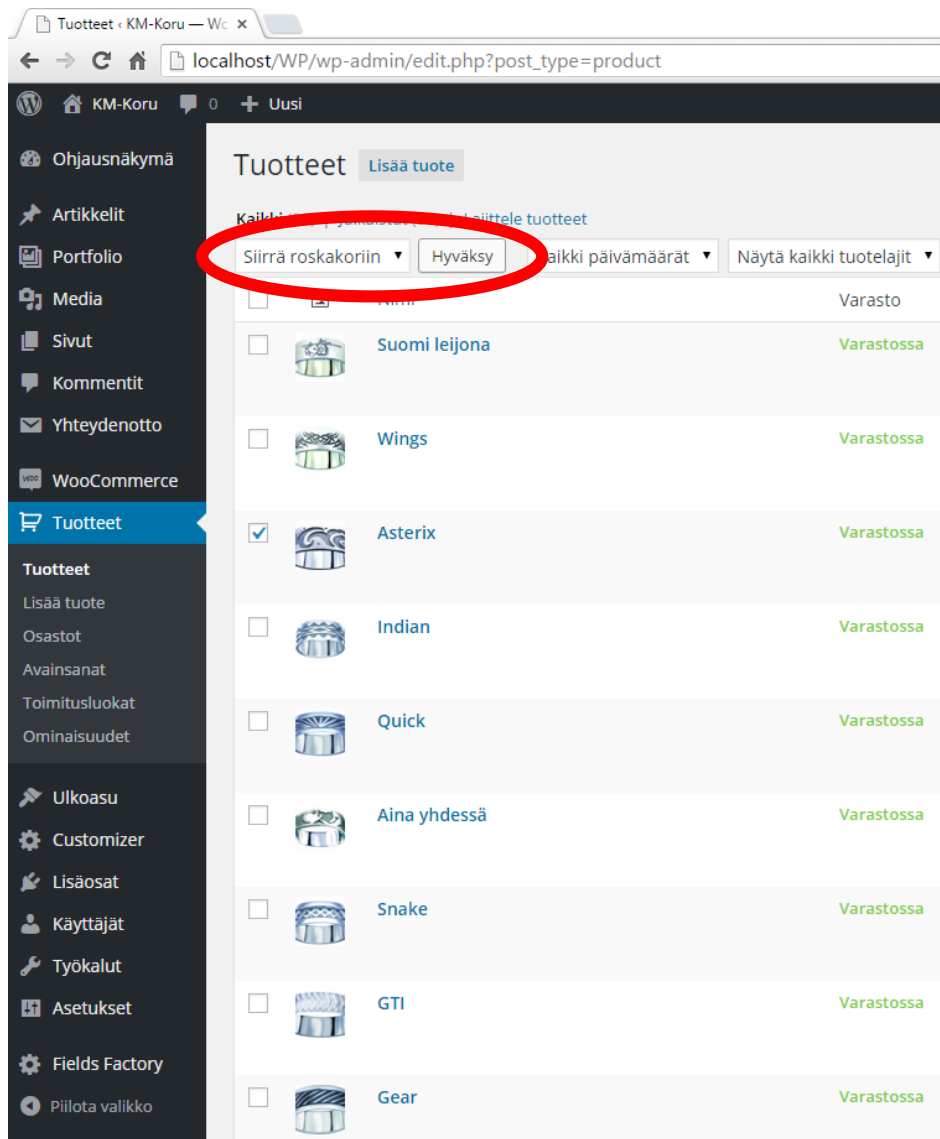
Yleiset	SKU	asterix
Varasto	Normaali hinta (€)	27
Toimitus	Tarjoushinta (€)	
Liitetyt tuotteet		
Ominaisuudet		
Edistyneet		

3. b)

3. c) Kun uudet tiedot ovat syötetty, paina *Päivitä* painiketta. Tuote on nyt päivitetty uusilla tiedoilla.

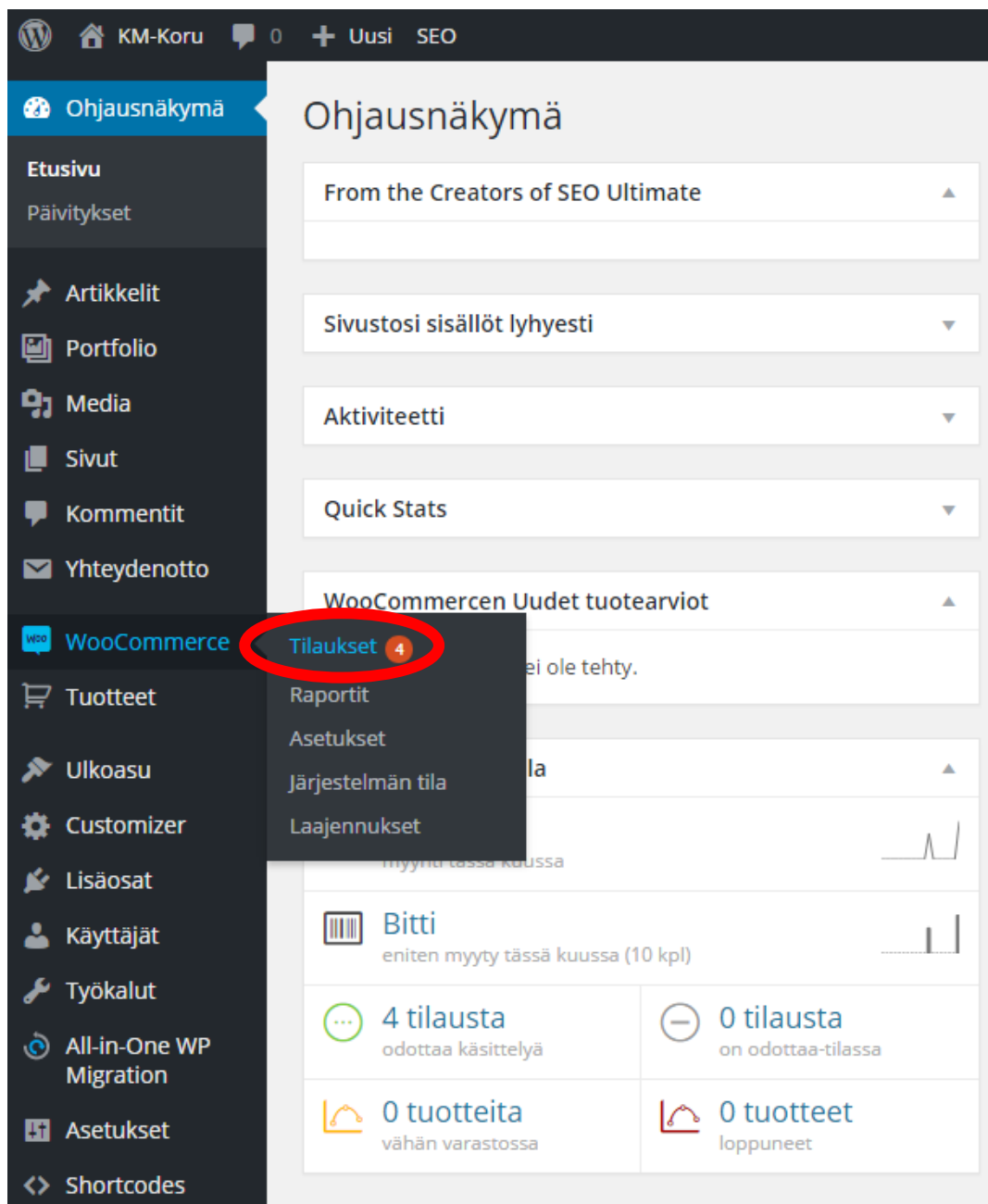
5. Tuotteen poistaminen

1. Tuotteen poistaminen tapahtuu *Tuotteet* sivulla. Ruksaa haluttu tuote, kuten kuvassa näkyy, ja ylhäällä olevasta valikosta valitse *Siirrä roskakoriin* ja paina *Hyväksy*. Tuote on nyt poistettu valikoimasta.

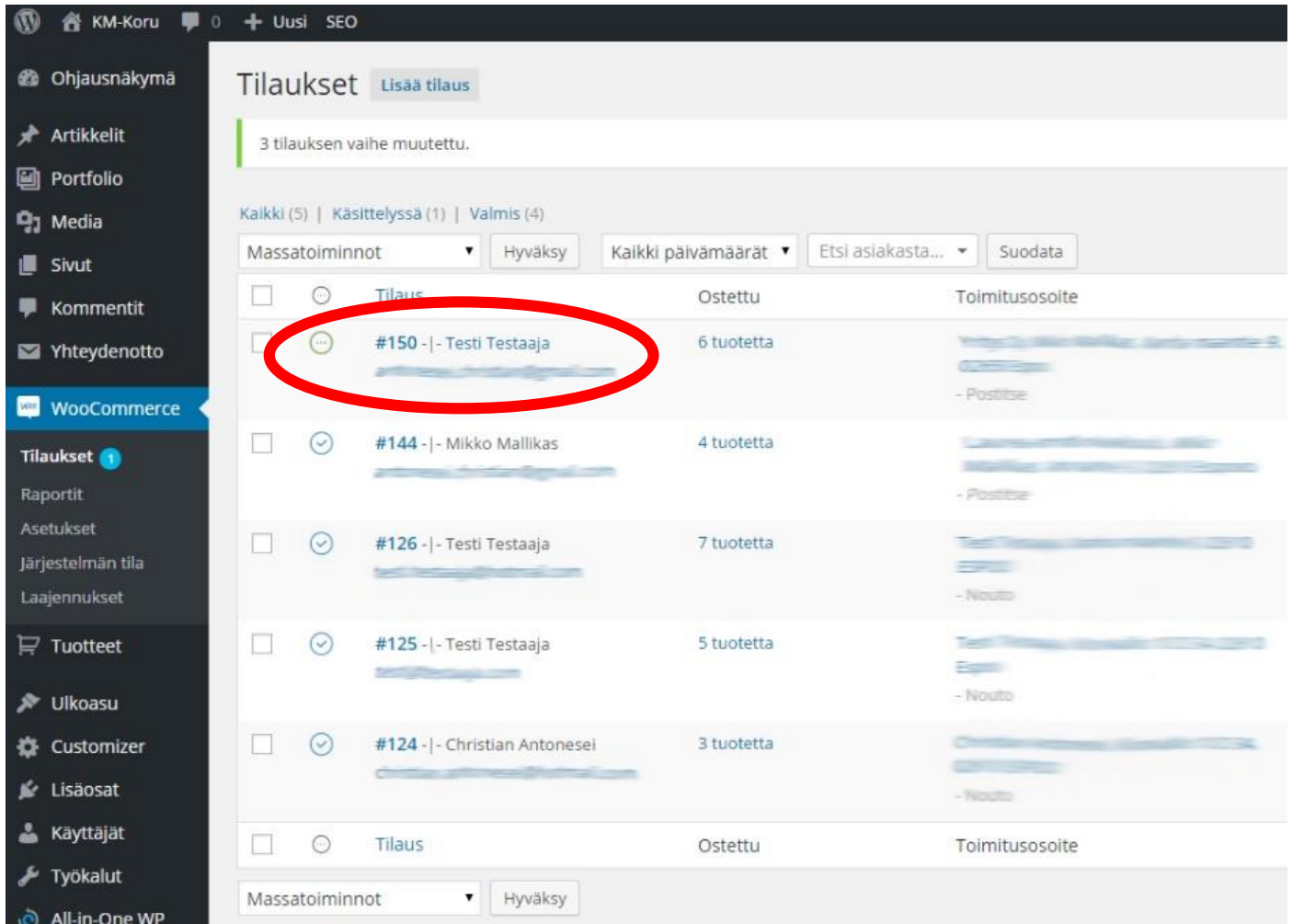


6. Tilauksen käsittely ohjauspaneelissa

1. Kun järjestelmä rekisteröi uuden tilauksen, yritys sekä tilauksen tekijä saa siitä vahvistuksen sähköpostiin.
2. Tilauksia pääse näkemään valitsemalla *WooCommerce* ohjauspaneelin valikosta ja painamalla *Tilaukset*.



3. Uusin käsittelemätön tilaus näkyy ylimpänä. Status on *Käsittelemätön* ja statuskuvake eroaa jo käsitellyistä tuotteista. Muiden tilausten status on *Valmis*.



The screenshot shows the WooCommerce 'Tilaukset' (Orders) page. The top order, #150, is circled in red. It has a status of 'Käsittelemätön' (Pending) and a status icon of a circle with three dots. The other orders have a status of 'Valmis' (Completed) and a status icon of a circle with a checkmark. The page includes a sidebar with navigation links, a top bar with site information, and a main content area with filters and a table of orders.

checkbox	Status Icon	Tilaus	Ostettu	Toimitusosoite
<input type="checkbox"/>	⋯	#150 - - Testi Testaaja	6 tuotetta	Testi Testaaja, Testi Testaaja - Postitse
<input type="checkbox"/>	✓	#144 - - Mikko Mallikas	4 tuotetta	Mikko Mallikas, Mikko Mallikas - Postitse
<input type="checkbox"/>	✓	#126 - - Testi Testaaja	7 tuotetta	Testi Testaaja, Testi Testaaja - Nouto
<input type="checkbox"/>	✓	#125 - - Testi Testaaja	5 tuotetta	Testi Testaaja, Testi Testaaja - Nouto
<input type="checkbox"/>	✓	#124 - - Christian Antonesei	3 tuotetta	Christian Antonesei, Christian Antonesei - Nouto
<input type="checkbox"/>	⊖	Tilaus	Ostettu	Toimitusosoite

4. Painettuasi haluamaasi tilausta, päädyt sen tilauksen näkymään, jossa näkyy tilauksen tuote-tiedot sekä tilaajan tiedot. Oletuksena tilaus on aina *Käsittelyssä*.

Muokkaa tilausta [Lisää tilaus](#)

Tilaus 150 yksityiskohdat
Maksu käyttäen Lasku. Asiakkaan IP:

Yleiset tiedot
Päiväys:
 @ :
Tilauksen vaihe:

Asiakas: [Katso muut tilaukset -->](#)

Laskutustiedot
Osoite:



Sähköposti:


Puhelin:

Toimitustiedot
Osoite:

Asiakkaan lähettämät kommentit:
Maksamme tilauksen laskulla.

Tilaus Tuote

<input type="checkbox"/>	Tuote	Hinta	Määrä	Yhteensä
<input type="checkbox"/>	 Bitti Yhteiskaiverrus: Laurea 2015 Koko ja kaiverrus: 17, Anna 17, Erika 18, Melinda 19, Mikko 20, Matias 19, Sebastian	27.00€	6	162.00€
<input type="checkbox"/>	 Postitse			5.00€
				Alennus [?]: 0.00€
				Toimitus [?]: 5.00€
				Summa: 167.00€
				Hyvitetty: -0.00€



Tilaus on jo maksettu ja sitä ei voi enää muuttaa

5. Kun tilaus on käsitelty, niin tilauksen vaihe muutetaan *Valmistuneeksi*.

Muokkaa tilausta [Lisää tilaus](#)

Tilaus päivitetty.

Tilaus 150 yksityiskohdat

Maksu käyttäen Lasku. Asiakkaan IP: [redacted]

Yleiset tiedot

Päiväys: 2015-11-19 @ 23:12

Tilauksen tila:

- Valmistunut**
- Odottaa maksua
- Käsittelyssä
- Jonossa
- Valmistunut
- Peruttu
- Hyvitetty
- Esipäästä

Laskutustiedot

Osoite: [redacted]

Sähköposti: [redacted]

Puhelin: [redacted]

Toimitustiedot

Osoite: [redacted]

Asiakkaan lähettämät kommentit:
Maksamme tilauksen laskulla.

	Hinta	Määrä	Yhteensä
<input type="checkbox"/> Bitti	27.00€	6	162.00€
Yhteiskaiverrus: Laurea 2015			
Koko ja kaiverrus: 17, Anna			
17, Erika			
18, Melinda			
19, Mikko			
20, Matias			
19, Sebastian			
<input type="checkbox"/> Postitse			5.00€
Alennus [?]:			0.00€
Toimitus [?]:			5.00€
Summa:			167.00€
Hyvitetty:			-0.00€

6. Muutokset tallennetaan painamalla oikealla laidalla olevaa *Tallenna Tilaus* nappia. Kun tilauksen status on muutettu *Valmiiksi*, asiakas saa sähköpostiinsa viestin siitä että tilaus on valmis ja on valmiina noutoon tai lähetettäväksi.

Tilaus Toimenpide

Toimenpiteet ▼

[Siirrä roskakoriin](#) **Tallenna Tilaus**