



Verkkokaupan tuotekategorian kehitystehtävä

Karri Hynynen

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Verkkokaupan tuotekategorian kehitystehtävä

Karri Hynynen
Tietojenkäsittely
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2020

Karri Hynynen

Verkkokaupan tuotekategorian kehitystehtävä

Vuosi

2020

Sivumäärä

26

Opinnäytetyön kehitystehtävän tavoitteena oli suunnitella paranneltu verkkokaupan Pelit ja viihde -tuotekategoria, joka olisi paremmin hakukoneoptimoitu ja asiakasta palveleva kokonaisuus. Toimeksiantajana työlle oli Power Finland Oy.

Opinnäytetyön tietoperusta perustuu hakukoneoptimointiin, avainsanoihin ja verkkokaupan kategorioiden toimintaan. Menetelminä käytettiin haastattelua sekä benchmarking-vertailua. Menetelmien tulosten analysoinnin perusteella luotiin uusi paranneltu kategoriarakenne verkkokaupan Pelit ja viihde -kategorialle.

Kehitystehtävän lopputuloksena saatiin paremmin verkkokaupan toimintaa ja asiakasta palveleva kategoriarakenne, jota toimeksiantaja voi hyödyntää verkkosivustollaan ja käyttää pohjana muiden maakohtaisten sivustojen käytössä.

Karri Hynynen

E-Commerce Product Category Development Task

Year

2020

Pages

26

The goal of the thesis was to develop an updated ecommerce category design for Gaming and entertainment category in an online store that would be SEO optimized and would offer better user experience for the customer. The project was constructed for Power Finland Oy.

The theoretical base of the thesis covers search engine optimization, keywords, and ecommerce operations regarding product category design. The methods used in this thesis were interview and benchmarking. Based on the results from the research, a new category structure was designed for the online store's Gaming and entertainment category.

The result of the development task was a better category structure that improves ecommerce operations and the customer experience. The commissioner can utilize the results of this project on its website and use it as a basis for its other country-specific websites.

Keywords: Search engine optimization, E-Commerce, Categories

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Taustaa yrityksestä	6
3	Kehittämistehtävän tausta ja tarkoitus	6
4	Käyttökokemus	9
5	Hakukoneoptimointi	9
5.1	Hakukoneoptimoinnin tärkeys verkkokaupan tuotekategoriassa	10
5.2	Avainsanat.....	10
6	Kategoriarakenne verkkokaupassa	10
7	Haastattelu.....	11
7.1	Haastattelukysymykset	12
7.2	Haastattelun tulokset.....	12
8	Benchmarking-vertailu.....	13
8.1	Benchmarking-tulokset	14
9	Paranneltu kategoriarakenne	15
10	Johtopäätökset	17
	Lähteet.....	18
	Kuviot	19
	Liitteet	20

1 Johdanto

Opinnäytetyössäni käsittelen Power.fi -verkkokaupan Pelit ja viihde -kategorian kehittämistä ja uudelleen rakentamista asiakaslähtöisemmäksi ja selkeämmäksi. Tarkoituksena on helpottaa tuotteiden hakemista sivustolta, liikkumista alakategorioiden välillä ja luoda pääkategorista yhteneväinen power.fi/no/dk/se -sivustojen kanssa. Aihe tuli kehitystehtävänä osana suurempaa uudistusta verkkosivustolle. Tavoitteena on parantaa niin SEO-osumia sivustolla, kuin tuotteiden hakua ja suodatusta alakategorioiden sisällä.

Kehittämistehtävän taustana oli vanha ja sekava tuotekategoria, jossa kaikille tuotteille ei välttämättä löytynyt sopivaa kategoriaa tai ne olivat vaikeasti löydettävissä. Tavoitteena on luoda helppokäyttöinen kategoriarakenne Pelit ja viihde -tuotteille, jonka tuloksena on helpommin selattava ja vanhaa kategoriaa paremmin asiakasta palveleva kokonaisuus. Hyvin toteutetut tuotekategoriat parantavat tuotteiden löytämistä, selaamista ja vertailua, mikä parantaa sivuston yleistä käyttökokemusta ja loppujen lopuksi myös mahdollista myyntiä verkkokaupassa.

Työssäni käyn ensiksi läpi taustaa ja sen tarkoitusta, jonka jälkeen selvitän, mitä pitää ottaa huomioon verkkokaupan tuotekategorian kehityksessä. Asiakashaastattelun avulla otan selvää mitä puutteita ja ongelmia vanhasta kategoriarakenteesta löytyy asiakkaan näkökulmasta. Haastattelun rinnalla tutkin ja vertaan myös muiden suosittujen verkkokauppojen kategoriarakennetta viihdekategoriassa benchmarking-menetelmää hyödyntäen. Lopuksi luon päivitetyn kategoriakokonaisuuden Pelit ja viihde -kategorialle.

2 Taustaa yrityksestä

Power on Norjasta ja Tanskasta lähtöisin oleva kodintekniikkaketju, joka on sittemmin saapunut myös Suomeen. Yrityksen konseptina on aggressiivisen hinnoittelun ja toimivan nettikaupan lisäksi tehokkaat, modernit ja asiakasystävälliset myymälät. Yritys toimii myymällä elektroniikkaa kivijalkakaupoissa sekä verkossa. (Power 2020.)

3 Kehittämistehtävän tausta ja tarkoitus

Kehittämistehtävän taustana oli vanha ja sekava tuotekategoria, jossa kaikille tuotteille ei välttämättä löytynyt sopivaa kategoriaa tai tietyt tuotteet olivat vaikeasti löydettävissä. Tavoitteena oli luoda helppokäyttöinen ja selkeä kategoriarakenne Pelit ja viihde -kategorian

tuotteille, jonka tuloksena on helpommin selattava ja vanhaa kategoriaa paremmin asiakasta palveleva kokonaisuus.

Hyvin toimiva kategoriarakenne yhdessä monipuolisen tuotteiden suodatuksen kanssa helpottaa tuotteiden selausta verkkokaupassa. Alati kasvava tuotevalikoima vaatii myös tuotekategorian päivittämistä, jotta tuotteiden suodattaminen sekä hakukoneoptimointi olisivat kunnossa.

🎮 Pelit ja viihde				×
Dronet ja quadcopterit	Pelit ja konsolit	Pelit ja tietokoneet	Pelivaatteet	
Dronet	Pelikonsolit	Peliheadsetit	Retropelaaminen	
Tarvikkeet ja varaosat	Pelit	Pöytämikrofonit	Broadcast-laitteet	
Quadcopterit	Online-pelaaminen ja lahjakortit	Joystick-ohjaimet		
Lelut ja gadgetit	Peliohjaimet	Hiirimatot		
Sähköpotkulaudat	Peliheadsetit	Pelit		
Radio-ohjattavat	Tarvikkeet	Pelaajatarvikkeet		
Gadgetit	Rattiohjaimet ja tarvikkeet	Pelituolit		
Lelut	Pelaajatarvikkeet	Pelituolin tarvikkeet		
Figuurit	Käsi-konsolit	Rattiohjaimet ja tarvikkeet		
		Pelipöydät		

Kuvio 1: Suomen kategoriarakenne

Tarkoituksena oli selvittää yllä olevassa kuvassa näkyvistä tuoteryhmistä, mitä kategorioita halutaan muuttaa ja millä tavalla. Mitkä suuremmat tuoteryhmät tulisi säilyttää ja mille suorittaa muutoksia, jotta kategoriarakenteesta saataisiin helppokäyttöisempi ja selkeämpi. Alkutilanteessa voitiin nähdä, että saman tyyppisiä tuotteita oli mahdollista löytää useista kategorioista, mikä tekee niiden selaamisesta, vertailusta sekä suodatukselta vaikeaa.

Muutoksen tarkoituksena on myös luoda yhtenevä kategoriarakenne kaikkien Power-sivustojen kesken. Tällä hetkellä jokaisella maalla on omanlainen kategoriarakenne. Yhtenevällä kategoriarakenteella saadaan hallittua tuotekategorioiden sisältöä ja suodatusta verkkosivuilla helpommin.

🎮 Gaming					×
Konsolltilbehør	Mikrofon	Konsoll	Spillfigurer og spillkort	Gamingbord	
Mikrofon og streamingtilbehør	Gaming klær	Konsollmodifisering	Retro-gaming		
Gamingmonitor	Gaming Headset	Racingutstyr	Gamingstol		
	Håndkontroll	Spill	Gamingstol tilbehør		

Kuvio 2: Norjan kategoriarakenne

Gaming og underholdning				
Droner og dronetilbehør	Konsol tilbehør	Retro-gaming	Gamingudstyr til computere	Gaming Stole
Konsol	Kontrollere	Spil	Gaming mus	Gaming Stol tilbehør
Konsol	Kamera og bevægelsesstyring		Gaming Tastatur	Gamer beklædning
Håndholdte konsoller	Konsol headset		Gaming headset	Broadcast
	Spillfigurer		Gamer musemåtte	Legetøj og gadgets
	Cover og tasker		Rat og pedaler	El-løbehjul
	Lagringsmedier		Rallysæder og tilbehør	Radiostyret legetøj
	Kontrol tilbehør		Joysticks	Udendørs legetøj
	Opladningstilbehør		Diverse spiltilbehør	Legetøj og gadgets
	Andet konsol tilbehør		Gaming Borde	

Kuvio 3: Tanskan kategoriarakenne

Datorer och gaming				
Datorer och bildskärmar	Gaming	Hårddiskar och lagring	Nätverk och Routers	Tangentbord och mus
Bärbar PC och Mac	Konsol	USB-minnen och tillbehör	Trådlös router	Mus
Stationär PC och Mac	Gamingbord	NAS	Mesh routers	Musmattor
Bildskärmar och monitorer	Retro-gaming	Extern lagring	Accesspunkter och nätverksförlängare	Pekplattor
Surfplatta och iPad	Broadcast	Intern lagring	USB nätverkskort	Presentatörer
Tillbehör till surfplattor	Spel	Minneskort	Switchar	Tangentbord
Drönare och quadcopters	Kontroller	CD- & DVD media	Mobilt bredband	Tillbehör
Drönare och quadcopters	Konsoltillbehör	Komponenter	Antenner	Datortillbehör
Droids och övriga	Gamingheadset	Interna hårddiskar	Skrivare och scanners	Datorväska, ryggsäck och sleeve
Tillbehör	Gamingmöss och tangentbord	Moderkort	Laserskrivare	Kablar & anslutningar
	Gamingstolar	Mikrokontroller	Bläckstråleskrivare	Mjukvara
	Gamingstol tillbehör	Processor (CPU)	Bläckpatron och toner	Headset & datorhögtalare
	Laddningstillbehör	Grafikkort (GPU)	Scanner	Webkamera
	Övriga gamingtillbehör	Internminne (RAM)	Etikettskrivare	Dockingstationer
	Leksaker och gadgets	Datorchassi	Skrivarpapper	Andra tillbehör
	Segway, scooter och hoverboard	Nätaggregat (PSU)	3D-printer och scanner	
	Leksaker	Ljud- & nätverkskort		
	Musikinstrument	Fläktar och kylning		
	Mobilgadgets	Tillbehör		
	Övriga			

Kuvio 4: Ruotsin kategoriarakenne

Kuvioista 2-4 nähdään lähtötilanne muiden maakohtaisten sivustojen kohdalla, joissa jokaisella oli täysin oma kategoriarakenne. Esimerkiksi Norjalla on erittäin suppea kategoriara-
kenne, kun taas Ruotsilla oli yhdistetty tietokoneet ja komponentit mukaan pelitarvikkeiden
joukkoon.

4 Käyttökokemus

Käyttökokemus verkkokaupassa täytyy rakentaa niin, että se on loppukäyttäjän eli asiakkaan kannalta mahdollisimman helppoa, intuitiivista ja vaivatonta. Hyvä käytettävyys rakennetaan käyttäjäkeskeisellä suunnittelulla, jossa otetaan huomioon erityisesti käyttäjän tarpeet ja toimet. Sen lisäksi että verkkokaupasta pystyy ostamaan asioita, täytyy sivuston olla myös mukava ja miellyttävä käyttää. Ulkoasulla ja rakenteella on suuri merkitys asiakaskokemukseen. Houkutteleva ja helppokäyttöinen sivusto saa asiakkaan pysymään sivustolla pidempään. (Tieke 2020.)

Käyttökokemus voidaan jakaa Jakob Nielsenin (2012) mukaan 5 komponenttiin:

1. Opittavuus. Kuinka helppoa käyttäjien on käyttää järjestelmää ensimmäistä kertaa?
2. Tehokkuus. Kuinka nopeasti käyttäjä pystyy omaksumaan toimintoja sivustolla?
3. Muistettavuus. Kuinka helposti käyttäjä muistaa järjestelmän käytön, jos aiemmasta käyttökerrasta on jo aikaa?
4. Virhealttius. Kuinka paljon käyttäjä tekee virheitä, kuinka vakavia ne ovat käytön kannalta ja onko virheistä helppo palautua?
5. Miellyttävyys. Kuinka miellyttävä järjestelmä on käyttää?

(Nngroup 2012.)

5 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan verkkosivuston muokkaamista ja kehittämistä paremmaksi hakukoneille ja käyttäjille. Hakukoneoptimointi saa nimensä englanninkielisestä versiosta ”Search Engine Optimization” eli lyhemmin ”SEO”. Hakukoneoptimoinnilla pyritään saamaan verkkosivu tai verkkokauppa näkymään mahdollisimman korkealla hakutuloksissa käyttäjän suorittaessa esimerkiksi googlessa haku tietyllä hakusanalla. Eli lyhyesti sanottuna mitä paremmin verkkokauppa on optimoitu sen tehokkaammin mahdolliset asiakkaat löytävät sivustolle hakiessaan tuotteita tai palveluita hakukonetta käyttämällä. (seoseon 2020.)

Verkkokaupan optimointi on yksi SEO-optimoinnin osa-alueista, joilla pyritään saavuttamaan parempi käyttökokemus sekä hakukonenäkyvyys verkkokaupalle. Verkkokaupan optimointi ainoastaan avainsanoja optimoimalla ei riitä, sillä sen lisäksi on otettava myös huomioon verkkokaupan ja kategorioiden käytettävyys, navigointi sekä käyttökokemus asiakkaan näkökulmasta. (Seoseon 2020.)

5.1 Hakukoneoptimoinnin tärkeys verkkokaupan tuotekategoriassa

Tuotekategorioita suunnitellessa ja rakentaessa verkkokaupalle täytyy pohtia paras mahdollinen lähestymistapa niin hakukonenäkyvyyden, kuin myös asiakkaan ja verkkokaupan käyttäjän näkökulmasta. Hyvin optimoidussa verkkokaupassa tuotekategoriat ovat nimetty hakukonenäkyvyyden kannalta tärkeiden avainsanojen mukaan, jotta haetuimpia hakusanoja vastaa myös kategoriat samoilla nimityksillä tai ainakin mahdollisimman lähelle sitä. Kategoriasivut ovat verkkokaupan yksi tärkein osa hakukoneoptimointia. Kategoriasivuille lisätty SEO-optimoitu tekstisisältö nostaa sivuja korkeammalle tuloksissa ja tekee sivustosta lopulta paremmin optimoidun. (Seoseon 2020.)

5.2 Avainsanat

Avainsanoilla haetaan asiakkaiden käyttämiä sanoja etsiessään tuotteita internetistä ja hakukoneista, kuten googlesta. Hyvä hakusana vastaa asiakkaiden käyttämiä hakusanoja ja sitä kautta tavoittaa oikeat ihmiset etsiessään avainsanoilla nimettyjä tuotteita. Verkkokaupalla täytyy olla avainsanoja vastaavaa sisältöä ja yleensä kategorioita ja tuotteita on nimetty avainsanojen mukaan. Huonojen avainsanojen käyttäminen, jotka eivät vastaa asiakkaiden hakua vähentävät verkkokaupan arvoa ja SEO-rankingia. Hyvät avainsanat tuovat verkkokaupalle liikennettä ja uusia asiakkaita. (Powermarkkinointi 2015.)

Avainsanat tulee laatia asiakkaiden käyttämien termien mukaisesti kuvaamaan tuotteita ja niille sopivia kategorioita. Avainsanojen tulisi vastata ainakin kolmea pääkohtaa: hakumäärää, kilpailua sekä relevanttiutta. Näitä pääkohtia voi tarkastella käyttämällä apuvälineitä, kuten Google Keyword Planneriä tai Rank Tracker -työkalua. Parhaat avainsanat tuottavat paljon hakuja, minkä takia niiden mukaan nimetyt kategoriat tuovat liikennettä oikeaan paikkaan. (Powermarkkinointi 2015.)

6 Kategoriarakenne verkkokaupassa

Verkkokaupan toiminnan kannalta on tärkeää optimoida kategoriarakenne ja kategoriasivut oikein, jotta saadaan lisättyä liikennettä ja mahdollisia asiakkaita sivustolle. Tavoitteena kategorioilla ja kategoriarakenteella on siis tarjota asiakkaalle ainoastaan tuotteita, jotka sopivat kategorian kuvaukseen. Kategorianimet tulisi olla tarpeeksi selkeitä, jotta asiakas tai sivuston käyttäjä ei voi erehtyä kategorian sisällöstä. Jokainen kategoria palvelee siis tiettyä tarkoitusta. (SearchEngineJournal 2016.)

Pää- ja alakategoriat täytyy suunnitella palvelemaan toisiaan. Sivustolla vierailevan asiakkaan on voitava rajata valintojaan tarpeeksi helposti ja selkeästi löytääkseen parhaiten tarpeisiinsa sopivat tuotteet. Kategorioita luodessa on hyvä ottaa selvää millä hakusanoilla ihmiset etsivät kyseisiä tuotteita. Pää- ja alakategoriat tulee luoda selkeästi ja loogisesti, jotta tuotteiden raja-
 rajuus olisi tehokasta. Oikein toteutettuna kategoriarakenne ohjaa asiakkaat juuri oikeaan paikkaan tullessaan verkkokauppaan joko suoraan Googlen kautta tai selaillen sivustolla. Tavoitteena on tarjota ratkaisu jokaisen asiakkaan toiveisiin. (SearchEngineJournal 2016.)

Tuotekategorioiden suunnittelussa pitää ottaa selvää sivustolla myytävistä tuotteista ja luoda niiden mukaan mahdollisimman monta kategoriata kattamaan avainsanojen mukaan haettuja tuotteita. Kategoriarakenteella tulisi kartoittaa suurin osa siitä, mitä ihmiset hakevat etsiessään tuotteita verkkokaupassa myytävistä tuotteista. Jos verkkokaupan käyttäjä ei tuotetta löydä, ei se myöskään tule johtamaan ostopäätökseen. Kategoriat tulee suunnitella aina käyttäjän näkökulmasta. Jos verkkokaupan käyttäjä ei etsi jo valmiiksi tiettyä tuotetta, hän etsii tiettyä kategoriata. Hyvin toteutettu kategoriasivujen optimointi tuo lisää vierailijoita verkkokauppaan. Huonosti optimoitu verkkosivusto ei tarjoa vierailijoilleen etsimäänsä tuotetta, mikä saattaa johtaa vierailijan poistumiseen sivulta. (SearchEngineJournal 2016.)

Pääkategoriat saavat sivuston käyttäjän huomion yleisellä tasolla sen mukaan minkä tyyppisiä tuotteita hän etsii. Niille luodut alakategoriat rajaavat vierailijan hakua aina tiettyyn suuntaan, jos heillä on selvä näkemys mitä he etsivät. Jokaiselle kategoriasivulle olisi hyvä luoda jonkinlainen laskeutumissivu, johon he saapuvat suoraan hakukoneesta käyttämiensä avainsanojen avulla. Lopuksi käyttäjän pitää olla mahdollista suodattaa sivulla näkyviä tuotteita esimerkiksi merkin, koon, värin jne. mukaan. (SearchEngineJournal 2016.)

7 Haastattelu

Haastattelulla menetelmänä pyritään informaation keräämiseen ennalta suunnitellulla päämäärähakuisella toiminnalla (Hirsjärvi & Hurme 2015, 42), minkä ansiosta se soveltui kehitystehtävääni todella hyvin kuvaamaan verkkokaupan kokemusta asiakkaan näkökulmasta. Haastattelu on erinomainen tapa kerätä syvällistä tietoa kehittämistehtävän kohteesta. (Ojasalo ym. 2015, 106)

Tutkimuksessa käytettiin puolistrukturoitua haastattelumenetelmää, jonka tarkoituksena oli tuoda asiakkaan näkökulmasta kategoriarakennetta palvelevaa palautetta. Puolistrukturoidun haastattelun kysymykset ovat ennakkoon laadittuja, mutta siitä huolimatta haastattelijalla on mahdollisuus vaihtaa kysymysten paikkaa haastattelun edetessä. Valmiiksi laadittujen kysymysten lisäksi on mahdollista kysyä myös haastattelun aikana mieleen tulevia kysymyksiä tai

vastaavasti jättää joitain aiemmin suunniteltuja kysymyksiä pois riippuen haastattelun kuluista. (Ojasalo ym. 2015, 108)

Haastattelun tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon hyödyllistä tietoa käyttäjän eli asiakkaan käyttökokemuksesta, näkökulmasta sekä mielipiteestään kategorian käytössä. Haastattelun asiakasta, joka halusi pysyä haastattelussa anonyyminä. Haastattelutilanteessa jaoin kysymykset neljään eri luokkaan: kokemus tuotteen löytämisestä, kategorian yleisestä toiminnasta, pelituotteisiin liittyviin kysymyksiin sekä vapaaseen palautteeseen. Haastattelussa pyrin haastateltavan omien hyvien sekä huonojen kokemusten kautta tuomaan ilmi kehitysehdotuksia.

7.1 Haastattelukysymykset

Haastattelun rakensin 13 kysymyksestä, jotka ovat koottuna liite 2:n. Kysymyksiin annoin haastateltavan vastata mahdollisimman vapaasti oman kokemuksen mukaan. Ensimmäisen kolmen kysymyksen avulla pyrin kartoittamaan haastateltavan käyttökokemusta verkkokaupassa ja ottamaan selvää löytyikö etsittävät tuotteet helposti ja, jos ei löytynyt niin miksi ei. Koin kysymysten olevan helppo tapa tuoda mahdollisia ongelmia esille pelitarvikkeita hakiessa.

Haastattelun toinen osio koostui kysymyksistä, jotka käsittelivät kategorian toimintaa yleisesti. Jos kategoriarakenne oli sekava, pyrin saamaan selvyttä millä tavalla ja mitä puutteita siellä mahdollisesti oli käyttäjän näkökulmasta. Pyrin ottamaan selvää nimeämisestä ja siitä vastasiko ne hyvin kategorian sisältöä ja mahdollisesti haastateltavan käyttämiä hakusanoja. Jos joiltain tuotteilta uupui kategoria, pyrin ottamaan selvää mitä ne mahdollisesti olivat.

Haastattelun kolmas osio käsitteli pelaamista ja pelituotteita sekä niiden löytymistä kategoriasta. Pelituotteet ovat suosittuja ja niitä on paljon, minkä takia pyrin hankkimaan tietoa pelikategorioiden toiminnasta.

Haastattelun viimeisessä osiossa annoin haastateltavan antaa vapaata palautetta sivuston ja kategorian käytöstä.

7.2 Haastattelun tulokset

Haastattelun ensimmäisen osion tuloksena haastateltava törmäsi selkeään ongelmaan etsiessään itselleen pelihiirtä. Pelihiiriltä puuttui oma kategoria, minkä takia haastateltava joutui etsimään niitä muualta, kuin Pelit ja viihde -kategoriasta. Kategorian käyttökokemuksen kannalta ei ole mielekästä liikkua eri pääkategorioiden välillä vaikka tuotteen pitäisi olla muiden pelituotteiden joukossa.

Toisella osiolla saatiin yleisellä tasolla vastauksena hieman sekava kategoria kokonaisuus, sillä kaikille tuotteille, kuten pelihiirille tai näppäimistöille ei löytynyt omaa kategoriaa.

Kategoriarakenne kokonaisuutena oli myös haastateltavan kokemuksen mukaan sekava, sillä osa alakategorioista oli saman nimisiä tai hyvin saman nimisiä, kuten esimerkiksi ”pelit” ja ”tarvikkeet”. Tarvikekategorioita oli useampia ja niistä löytyi osittain sinne kuulumattomia tuotteita. Haastateltava huomioi, että kaksi erillistä pelit-kategoriaa voisi jakaa suoraan omiin alustakohtaisiin kategorioihinsa, mikä tekisi pelien selaamisestakin helpompaa. Pääpiirteittäin tuotekategorioiden nimitykset ovat kuitenkin toimivia ja selkeitä, aiemmin mainittuja lukuun ottamatta. Haastateltavan oli helppo liikkua kategorioiden välillä, eikä nähnyt siinä parannettavaa.

Kolmas osio käsitteli pelaamista ja pelituotteita. Haastateltavan mukaan kaikille oheislaitteille, kuten pelihiiret, pelinäppäimistöt, hiirimatot ei löytynyt omaa tuotekategoriaa. Haastateltava toi esille, että joitain tuotteita oli tarvikekategorioissa, vaikka niille oli nimetty kategoria. Vapaan palautteen pohjalta pelaamiseen tarkoitetuille oheislaitteille luodut kategoriat olivat osittain sekavasti nimetty, mutta haettavat tarvikkeet löytyivät lopulta pienen etsinnän jälkeen. Kaikille pelitarvikkeille ja oheislaitteille tulisi luoda yhdenmukaiset ja selkeät kategoriat, jotta tuotteiden selaaminen ja löytäminen olisi nopeampaa ja helpompaa.

Neljäs osio antoi haastateltavalle mahdollisuuden vapaaseen palautteeseen kategorian käytöstä yleisellä tasolla. Haastateltavan mukaan käyttö oli osittain sekavaa ja kaipaisi enemmän yhdenmukaisuutta alakategorioiden nimeämisessä. Pieniä muutoksia oli huomioida, kuten esimerkiksi kosketinsoittimille voisi luoda oman alakategorian, eikä säilyttää niitä tarvikkeissa.

8 Benchmarking-vertailu

Benchmarking on prosessi, jonka avulla pyritään tunnistamaan, ymmärtämään ja mukauttamaan muiden organisaatioiden parhaita käytäntöjä oman organisaation suorituskyvyn parantamiseksi (Tuominen 2016, 9).

Benchmarking menetelmänä perustuu siihen, että pyritään oppimaan, miten toiset organisaatiot tai yritykset toimivat ja menestyvät käyttämällä tiettyjä toimintatapoja. Vertailukohteina benchmarking-menetelmälle voivat olla esimerkiksi eri organisaatioita, yrityksen eri osastot, kilpailijat, tilastot tai standardit, joita on mahdollista verrata omaan toimintaan. Menetelmä toimii siten, että aluksi selvitetään oma kehityskohde ja etsitään verrattavalle kohteelle kehityskumppani tai vertailukohde. Kun vertailukohde tai kohteet ovat selvillä voidaan ottaa selvää, miksi he menestyvät tai miksi heidän käyttämät toimintamallit ovat hyviä käyttämällä eri menetelmiä tiedonhankintaan, kuten verkkosivuja. (Ojasalo ym. 2015, 186)

Benchmarkingin avuksi voidaan pitää listaa havainnoin aikana esille tulleista asioista ja kohteista, jonka jälkeen tulokset käydään läpi ja pyritään soveltamaan omaan käytäntöön tai omaan järjestelmään sopiviksi. Esiin tulleista kehitysideoista pitää miettiä miten tuloksia voi

muokata parhaiten omaan käyttöön tai parantaa entisestään, jotta ne voisivat toimia omassa käytössä paremmin. Yleisesti oman toiminnan vertaaminen muiden tapaan toimia edistää omaa työskentelyä ja kehitystä monella tapaa. (Ojasalo ym. 2015, 186)

Sen lisäksi että menetelmän avulla yritysten tai organisaatioiden toimintaa voidaan kehittää paremmaksi, tarjoaa se myös muita hyviä puolia, kuten parantaa ymmärrystä järjestelmän tai kehitettävän kohteen toiminnasta, kannustaa kilpailuun ja kilpailukyvyyn parantamiseen sekä parantaa suorituskymittareiden ja parannuskohteiden tuntemusta yrityksen laajuisesti. (Shopify 2020.)

Yksi loistava toimintatapa toteuttaa benchmarking on Net scouting -menetelmä, joka toteutetaan internetin avulla. Net scouting menetelmässä otetaan vertailukohteen toiminnasta selvää verkkosivustolla löytyvän tiedon ja materiaalin kautta. Yritysten toiminnan siirtyminen verkkoon sekä usein päivittyvä sisältö mahdollistaa toiminnan seuraamiseen ja toimintamallin ymmärtämiseen. Sen avulla voidaan löytää kehitysehdotuksia, statistiikkaa ja toimintatapoja muiden toiminnasta. Aluksi on tärkeää laatia selkeä päämäärä ja kohde kehitettävälle toiminnalle, jotta vertailussa voidaan keskittyä olennaisiin yksityiskohtiin. (Moritz 2005, 194.)

8.1 Benchmarking-tulokset

Toteutin benchmarking-menetelmän viiden suositun suomalaisen ja ulkomaalaisen yrityksen kesken, jotka sisältävät suuren verkkokaupan ja monipuolisen kategoriarakenteen. Yritysten nimet on pidetty nimettöminä, minkä takia analyysissä ne ovat nimetty kirjaimin 1, 2, 3, 4 ja 5. Pyrin ottamaan selvää mitä yhteisiä tekijöitä kyseisten yritysten verkkokaupan Peli-/viihde-kategoriat pitivät sisällään ja mitkä asiat toteutuivat hyvin.

Liite 1:n tuloksista voidaan päätellä, että jokaisen yrityksen verkkokaupalla on varta vasten pelaamista ja pelituotteita varten luotu pääkategoria, johon ei ole lisätty muita viihdetuotteita, kuten leluja, radio-ohjattavia tai muita laitteita mukaan. Pääosin PC-tarvikkeet, pelit, konsolit ja konsolitarvikkeet ovat omissa kategorioissaan.

Pelit ja pelaamiseen liittyvät oheistuotteet olivat myös jaettu omiin alakategorioihin niin monipuolisesti kuin mahdollista. Kolme viidestä vertailtavasta oli jakanut kaikki oheislaitteet, pelit, konsolit ja niiden tarvikkeet omiin alakategorioihinsa. Kategorianimeämisestä voidaan myös päätellä se, että siinä on otettu huomioon avainsanat ja SEO-optimointi.

Osalla verkkokaupoista oli yläkategoriana pelit, jonka alle oli luotu alustan mukaiset alakategoriat jokaista pelialustaa kohden, kuten PS4, Xbox One ja Nintendo Switch. Rakenne mahdollistaa helpon ja selkeän kategorian käytön, minkä avulla asiakas löytää loogisesti etsimänsä mahdollisimman helposti. Kolmella viidestä vertailtavasta oli myös pelialustakohtaiset

tarvikekategoriat. VR-pelaamiseen suunnitelluille laitteille oli myös jokaisella sivustolla rakennettu oma kategoria, joka palvelee loistavasti kasvavaa VR-pelaamista.

Alakategoriat oli kaikilla sivustoilla nimetty yhdenmukaisesti ja selkeästi siten, että pelikäyttöön tarkoitetuista tuotteista ilmenee sana ”peli”. Jokaiselle oheislaitteelle löytyi myös oma kategoria (pelihiiret, pelinäppäimistöt jne.). Selkeät ja loogiset ylä- ja alakategorioiden väliset rakenteet mahdollistivat helpon selauksen kategorioiden välillä. Vaikka tarvikekategorioita oli useampia, ne oli nimetty selkeästi esimerkiksi konsolitarvikkeiksi tai pc-tarvikkeiksi. Voidaan siis päätellä, että mitä laajempi kategoriarakenne tuotteille ja tarvikkeille löytyy, sen paremmin se myös palvelee asiakasta.

9 Paranneltu kategoriarakenne

Työssä tavoitteena oli luoda paranneltu kategoriarakenne Pelit ja viihde -kategorialle, jota voidaan hyödyntää verkkokaupassa. Parannellun kategoriarakenteen oli siis oltava selkeämpi, paremmin asiakkaan käyttökokemusta palveleva ja hakukoneille paremmin optimoitu oikeiden avainsanojen ansiosta. Asiakkaan haastattelussa saaman palautteen sekä benchmarking-metelmää käyttäen saadun vertailun perusteella voitiin luoda lopullinen kategoriarakenne.

Ensiksi tuli ottaa selvää mitä tuotekategorioita ja alakategorioita haluttiin säilyttää vanhasta kategoriarakenteesta. Sen jälkeen tutkimusmenetelmien analysoinnin tulosten avulla luotiin uusia kategorioita, jotka palvelevat paremmin hakutuloksia, kuten esimerkiksi pelaamiseen tarkoitettut oheislaitteet, joille luotiin omat kategoriat: pelihiiret, pelinäppäimistöt, pelikuu-
lokkeet, pelihiirimatot, pelituolit, pelituolin tarvikkeet, pelipöydät, oheistuotteet (merchandise) ja VR-pelaaminen.

Alakategoriat luotiin vastaamaan tarkemmin käyttäjän hakua ja verkkokaupasta löytyviä tuotteita. Avainsanojen ja SEO-optimointia palvelevien kategorianimien avulla paranneltu rakenne palvelee käyttäjää hyvin jo hakukonetta käyttämällä. Vanhassa kategoriarakenteessa olleet pelit ja konsolit sekä pelit ja tietokoneet -kategoriat on rikottu ja jaettu paremmin tuotekoh-
tasiin kategorioihinsa. Konsolit ja pelit jaettiin omiin alakategorioihinsa alustan perusteella. Konsolitarvikkeet jaettiin suojakoteloihin, jäsenyyskortteihin, konsoliohjaimiin, joystick-oh-
jaimiin sekä rattiohjaimiin. Streaming/Broadcasting-kategorialle luotiin mikrofoni, mikrofo-
nitelineet sekä streaming-tarvikkeet alakategoriat.

Droneille tarkoitettu kategoria siirtyi kokonaan pois Pelit ja viihde -kategoriasta kameroille ja kuvaukselle tarkoitettuun kategoriaan.

Pelit ja viihde

- Konsolit
 - Nintendo Switch -konsolit
 - PlayStation 4 -konsolit
 - Xbox One -konsolit
 - Käsikonsolit
 - Retrokonsolit
- Konsolitarvikkeet
 - Suojakotelot
 - Jäsenyyskortit
 - Konsoliohjaimet
 - Joystick-ohjaimet
 - Rattiohjaimet
- Pelit
 - Nintendo Switch -pelit
 - PlayStation 4 -pelit
 - Xbox One -pelit
 - Muut pelit
- Pelikuulokkeet
- Pelihiiret
- Pelinäppäimistöt
- Pelihiirimatot
- Pelituolit
- Pelituolin tarvikkeet
- Pelipöydät
- Oheistarvikkeet
- VR-pelaaminen
- Streaming/Broadcast-laitteet
 - Mikrofonit
 - Mikrofonitelineet
 - Streaming-tarvikkeet
- Lelut ja soittimet
 - Digitaalipianot
 - Sähköpotkulaudat
 - Lelut
 - Radio-ohjattavat
 - Figuurit
 - Quadkopterit

Kuvio 5: Uusi kategoriarakenne

10 Johtopäätökset

Opinnäytetyön sekä kehitystehtävän tavoitteena oli kehittää paranneltu kategoriarakenne, jota voi käyttää pohjana yrityksen eri maakohtaisille verkkosivustoille palvelemaan paremmin asiakasta ja verkkokauppaa sekä yrityksen omaa kategoriakohtaista tuotteiden hallintaa. Lopulliseen tavoitteeseen päästiin toteuttamalla paranneltu kategoriarakenne kehitystehtävänä käyttäen apuna haastattelua sekä benchmarking-menetelmää.

Haastattelun avulla haastateltava sai kertoa avoimesti omasta käyttökokemuksestaan sivustolla ja vastata avoimesti kysymyksiin. Haastattelun perusteella sain hyvän kuvan kategorian nykytilasta käyttäjän eli asiakkaan näkökulmasta. Haastattelun tulokset tukivat hyvin benchmarkingilla saatuja tuloksia ja selkeytti työn viimeistelyä. Benchmarkingia käytettiin erityisesti vertailutyökaluna muiden verkkokauppojen kategoriarakenteen tutkimiseen.

Kategoriarakenne tulisi rakentaa monipuoliseksi ja selkeäksi siten, että pääkategoriat on nimetty selkeästi, jotta asiakas löytää niiden perusteella oikean osoitteen hakemalleen tuotteelle. Alakategoriat jakavat taas suuremman kokonaisuuden, kuten esimerkiksi pelit pienempiin pelialustakohtaisiin kategorioihin. Kategoriarakennetta tuli siis laajentaa ja nimeämistä selkeyttää ja mukauttaa SEO-optimoinnin kannalta sopivaksi.

Pelkästään helppokäyttöinen kategoriarakenne ei ole riittävä ratkaisu sillä sen lisäksi tarvitaan myös SEO-optimointia. Kategorianimeämisessä ja sisällössä tulee siis ottaa huomioon SEO-optimointi ja avainsanat, joilla mahdolliset asiakkaat etsivät tuotteita suoraan hakukoneesta kuten Googlestä ja heidät saadaan ohjattua sitä kautta oikeaan osoitteeseen.

Kehittämistehtävässä onnistuttiin hyvin apuna käytettyjen menetelmien avulla. Kategoriarakenne saatiin rakennettua monipuolisemmaksi ja selkeämmäksi. Lopulta olisi voinut tutkia muutosten vaikutusta optimoinnin ja hakutulosten kannalta, mutta työn aikataulun takia se ei ollut mahdollista. Kehitystyön tuloksena saatiin kategoriat vastaamaan paremmin verkkokaupan käyttäjän haussa käytettäviä avainsanoja. Kategoriarakenne kokonaisuutena saatiin monipuolistettua ja luotua selkeämmäksi. Yleisesti lopputulos palvelee paremmin asiakasta ja käyttäjäkokemusta tavalla johon työssä tähdättiin.

Lopputuloksen avulla yritys voi käyttää parannettua kategoriarakennetta verkkosivustollaan ja pohjana muille Powerin maakohtaisille verkkokaupoille vastaamaan Pelit ja viihde -kategoriaa.

Lähteet

Painetut

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Sähköiset

Moritz, S. 2005. Service design. Viitattu 24.05.2020. https://issuu.com/st_moritz/docs/pa2servicedesign/15

Nngroup. 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Viitattu 15.05.2020 <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

Power. 2020. Tietoa Powerista. Viitattu 12.04.2020. <https://www.power.fi/tietoa-powerista/>

Powermarkkinointi. 2015. Avainsanatutkimuksen ABC. Viitattu 23.05.2020 <https://www.powermarkkinointi.com/blogi/avainsanatutkimuksen-abc-miten-tee-sen-oikein>

SearchEngineJournal. 2016. Mastering E-commerce Product Category Page Optimization. Viitattu 20.05.2020 <https://www.searchenginejournal.com/the-complete-guide-to-mastering-ecommerce-product-category-page-optimization/171415/>

SEOSEON. 2020. Verkkokaupan optimointi. Viitattu 12.04.2020 <https://seoseon.fi/opiskele/verkkokaupan-optimointi/>

Shopify. 2020. Benchmarking. Viitattu 24.05.2020 <https://www.shopify.com/encyclopedia/benchmarking>

Tieke. 2020. Käyttökokemus. Viitattu 12.04.2020. <https://tieke.fi/verkkokauppaopas/kayttokokemus-ja-ostoprosessi/kayttokokemus/>

Tuominen, K. 2016. Introducing Benchmarking. Viitattu 24.05.2020 <https://ebookcentral.proquest.com/lib/Laurea/detail.action?docID=4883137>

Kuviot

Kuvio 1: Suomen kategoriarakenne	7
Kuvio 2: Norjan kategoriarakenne.....	7
Kuvio 3: Tanskan kategoriarakenne	8
Kuvio 4: Ruotsin kategoriarakenne	8
Kuvio 5: Uusi kategoriarakenne.....	16

Liitteet

Liite 1: Benchmarking-vertailu	21
Liite 2: Haastattelun kysymykset.....	24

Liite 1: Benchmarking-vertailu

Kategorioiden Benchmarking	Yritys 1.	Yritys 2.	Yritys 3.	Yritys 4.	Yritys 5.
Yleinen kategoriarakenne peli- ja viihdetuotteille	Pelaamista varten on rakennettu kokonaan oma pääkategoria, jonka alle on rakennettu kaikki pelaamiseen liittyvä. Muut viihdetuotteet on sijoitettu muualle.	Pelaamista varten on rakennettu oma pääkategoria, jonka alle on tuotu pelaamiseen liittyvät tarvikkeet. Muut viihdetuotteet löytyvät esimerkiksi yleisesti tarvikkeista tai elektroniikka-kategoriasta.	Peli- ja viihdetarvikkeita varten on myös oma kategoria, joka on painotettu pääasiassa pelituotteille ja muut viihdetuotteet kuten dronet ja muut lelut on sijoitettu muualle.	Pelaamiseen luotu pääkategoria. Pelit, alustat, ja pelitarvikkeet sijoitettu omiin alakategorioihin.	Suuri pelaamiseen suunniteltu pääkategoria, joka on jaoteltu PC-pelaamiseen, konsolipelaamiseen, ja muihin pelituotteisiin. Muut viihde- ja vapaa-ajan tuotteet löytyvät muista pääkategorioista
Pelituotteiden kategoriat	Pelikonsolit Pelit Pelikuulokkeet Streaming/ Pelihiiret Pelinäppäimistöt Pelihiiromatot Pelituolit & pöydät Peliohjaimet Pelaamiseen liittyvät Oheistuotteet (merchandise)	Pelikonsolit Pelikonsolit tarvikkeet PC-pelitarvikkeet Pelitietokoneet Pelipöydät Pelit Pelituolit Pelaamiseen liittyvät oheistuotteet (merchandise)	Figuurit Pelikonsolit ja niiden tarvikkeet Peliohjaimet pelipöydät ja rattitelineet Pelit omissa alustakohtaisissa kategorioissaan Pelituolit VR-pelaaminen	Lautapelit Nintendo, PlayStation sekä Xbox kohtaiset pelikategoriat Pelitarvikkeet, jonka alla alakategoriat ohjaimille, VR:lle, hiihille, näppäimistöille, näytöille, figuureille, hiiromatoille, pelituoleille, kuulokkeille, pöydille ja muille tarvikkeille.	Oheislaitteille omat kategoriat Konsolleille omat kategoriat Konsolikohtaisille peleille omat kategoriat Konsolikohtaisille oheistarvikkeille oma kategoria

	VR-pelilaitteet Muut pelitarvikkeet	Alustakoh- taiset oheis- tarvikkeet ovat omissa alakategori- oissaan, ku- ten peli- headset tai hiiret.	PC-pelitar- vikkeet, ku- ten hiiret ja hiirimatot yms. löyty- vät toisesta pääkategori- asta.		VR-pelaa- misen ka- tegoria Muille oheistuot- teille oma pääkate- goria
Pelikategoriat alustan mu- kaan	PC- ja Mac-pe- lit PS4 Xbox One Nintendo Switch PS3 Xbox 360 Nintendo Wii & Wii U Nintendo 3DS	PC PS4 Nintendo Switch Xbox One Muut	3DS Mac PC PS2 PS3 PS4 PS5 Nintendo Switch Wii Wii U Xbox 360 Xbox One	PC & Mac PS4 Xbox One Nintendo Switch 3DS	PC PS4 Xbox One Nintendo Switch
Konsoleiden kategoriat	PS4 Xbox One Nintendo Switch Retrokonsolit	Ei konsoli- kohtaisia alakategori- oita, ainoas- taan yksi pääkatego- ria, jonka alla konsolit ovat	Nintendo Switch 2DS/3DS PS4 PS5 Xbox One Muut kon- solit	Nintendo PlayStation Xbox	PS4 Xbox One Nintendo Switch

Peli/konsoli- tarvikkeiden kategoriat	Nintendo Xbox PS4 Retro	PS3 PS4 Switch Wii Xbox 360 Xbox One Muut	2DS 3DS XL Nintendo Switch PS4 Wii U Xbox 360 Xbox One	Yksi kategoria kaikille kon- solitarvik- keille	Yksi kate- goria kai- kille kon- solitarvik- keille
Strii- maus/Broad- casting-tar- vikkeiden ka- tegoriat	Kyllä	Oheislaitteet kategoriassa ilman omaa kategoriaa	Tarvikkeet muualla oheislait- teissa	Ei omaa kate- goriaa	Ei omaa katego- riaa
VR-pelaami- sen kategoria	Pelaamiseen suunnitelluille VR-laitteille oma kategoria	Oma alaka- tegoria oheislait- teissa	Pelaamiseen suunnitel- luille VR-lait- teille oma kategoria	Pelaamiseen suunnitel- luille VR-lait- teille oma ka- tegoria	Pelaami- seen suunnitel- luille VR- laitteille oma kate- goria
Selkeä ja yh- denmukainen nimeäminen kategorioit- tain	Tuotekategori- oilla on yhden- mukainen ni- meäminen, mikä tekee se- laamisesta helppoa	Tuotekate- gorioiden ni- meäminen on pääosin luotu yhden- mukaiseksi	Tuotekatego- rioilla on yh- denmukainen nimeäminen, mikä tekee selaamisesta helppoa	Kategorioiden nimeäminen ei ole toteu- tettu riittä- vän tarkasti ja yhdenmu- kaisesti	Yhdenmu- kainen ni- meäminen ja selkeä rakenne.
Looginen ka- tegoriara- kenne ylä- ja alakategorioiden välillä	Looginen ra- kenne ylä- ja alakategorioiden välillä mahdollistaa helpon selauk- sen	Selkeä ra- kenne ylä- ja alakate- gorioiden välillä	Looginen ra- kenne ylä- ja alakategorioiden välillä mahdollistaa helpon se- lauksen	Kategoriara- kenne ei ole loogisesti ra- kennettu	Looginen rakenne yläkategorioiden välillä, mutta alakate- goriat ei ole toteu- tettu tar- peeksi hy- vin

Liite 2: Haastattelun kysymykset

Kokemus Pelit ja viihde -tuotekategorian toiminnasta

Löysitkö etsimäsi tuotteen tai tuotteet helposti?

Oma vastauksesi

Jos et löytänyt etsimääsi helposti, mitä ongelmia koit?

Oma vastauksesi

Voitko kertoa mitä tuotteita etsit?

Oma vastauksesi

Pelit ja viihde -kategorian toiminta yleisesti

Onko kategoria mielestäsi toimiva vai sekava?

Oma vastauksesi

Jos kategoria on mielestäsi sekava, voitko kertoa miksi?

Oma vastauksesi

Onko tuoteryhmät nimetty mielestäsi järkevästi ja helpottavatko ne mielestäsi etsittävien tuotteiden hakemista?

Oma vastauksesi

Onko alakategoriat nimetty mielestäsi järkevästi ja helpottavatko ne mielestäsi etsittävien tuotteiden hakemista?

Oma vastauksesi

Puuttuiko mahdollisesti joiltain tuotteilta oma kategoria?

Oma vastauksesi

Onko kategorioiden välillä helppo liikkua?

Oma vastauksesi

Millaisia ongelmia koit kategorian käytössä?

Oma vastauksesi

Pelaaminen ja pelituotteet

Miten koet pelaamiseen tarkoitettujen tuotteiden löytämisen sekä niille tarkoitettujen kategorioiden toiminnan sivustolla?

Oma vastauksesi

Löytyikö pelitarvikkeille mielestäsi sopivat kategoriat? Jos ei niin voitko kertoa mille tuotteille ei löytynyt.

Oma vastauksesi

Vapaa palaute koskien pelituotteita

Oma vastauksesi

Vapaa palaute

Mitä muuttaisit kategorian suhteen, jos sinulla olisi mahdollisuus?

Oma vastauksesi

Vapaa palaute sivuston käytöstä.

Oma vastauksesi
