

Minna Terentjeff

**MAKIAA MINNALTA -VERKKOKAUPAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS**

# **MAKIAA MINNALTA -VERKKOKAUPAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS**

Minna Terentjeff  
Opinnäytetyö  
Kevät 2021  
Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma, Digitaaliset palvelut

---

Tekijä: Minna Terentjeff

Opinnäytetyön nimi: Makiaa Minnalta -verkkokaupan suunnittelu ja toteutus

Työn ohjaaja: Sinikka Viinikka

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2021

Sivumäärä: 45

---

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella ja toteuttaa verkkokauppa Makiaa Minnalta -blogin rinnalle. Koska olen itse kyseisen blogin pitäjä, olin myös työn toimeksiantaja. Verkkokaupan tuotteita ovat kotona leivotut leivonnaiset, joita myydään kuluttajille.

Tavoitteena oli luoda Makiaa Minnalta -verkkokauppa, joka on moderni mutta samalla myös sekä käyttäjäystävällinen että selkeä. Tämän saavuttamiseksi käytettiin avuksi niin kirjallisuutta kuin pientä testiryhmääkin. Teoriapuolella käsitellään muun muassa verkkokaupan käsitettä ja mitä verkkokaupassa pitää ottaa huomioon niin ostajan kuin myyjänkin näkökulmasta. Toteutuspuolella verkkokauppa puolestaan luotiin WordPressin WooCommerce-alustalla teoriapuolen aiheiden perusteella.

Työn tuloksena oli alustava verkkokauppa, joka toimii responsiivisesti eri laitteilla. Työn teossa otettiin huomioon testiryhmän kommentit, joiden avulla verkkokauppaa paranneltiin käyttäjäystävällisemmäksi.

Koska verkkokauppa ei vielä ole täysin julkaisukelpoinen, on siellä muutamia kehityskohteita. Esimerkiksi tuotetiedot ja hinnat pitää laittaa kohdilleen. Myös markkinointisuunnitelma ja hakukoneoptimointi ovat keskeisessä asemassa sivuston kehittämisessä.

---

Asiasanat: Verkkokauppa, B2C (Business-to-Consumer), WordPress, WooCommerce.

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Information Systems, Digital services

---

Author: Minna Terentjeff

Title of thesis: Desing and implementation the Makiaa Minnalta online store

Supervisor: Sinikka Viinikka

Term and year when the thesis was submitted: spring 2021

Number of pages: 45

---

The topic of the thesis was to design and accomplish an online store to the Makiaa Minnalta. I was client of the work because I'm writer of the blog. Products in the online store are home-made pastries that are sold to consumers.

The goal was to create an Makiaa Minnalta online store that is modern and user-friendly. I used literature and small test group to achieve this. The work was two-part: the design side handle the concept of e-commerce and what to consider in an online store and on the practical side, an online store was created. The result of the work was an online store that works responsibly on different devices.

The online store is not yet fully publishable, so there are a few things under development. Marketing plan and search engine optimization are one of the key roles in website development.

---

Keywords: E-commerce, B2C (Business-to-Consumer), WordPress, WooCommerce.

# SISÄLLYS

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1   | JOHDANTO .....                                   | 6  |
| 2   | VERKKOKAUPAN KÄSITE .....                        | 7  |
| 2.1 | Verkkokauppa ostajan näkökulmasta .....          | 8  |
| 2.2 | Verkkokauppa myyjän näkökulmasta .....           | 11 |
| 3   | SUURIMMAT VERKKOKAUPPA-ALUSTAT VUONNA 2020 ..... | 16 |
| 3.1 | WooCommerce .....                                | 17 |
| 3.2 | MyCashflow .....                                 | 17 |
| 3.3 | Clover Shop.....                                 | 17 |
| 3.4 | Verkkokaupan alustan valinta.....                | 17 |
| 4   | VERKKOKAUPAN LUOMINEN .....                      | 18 |
| 4.1 | Tuotteiden lisääminen .....                      | 22 |
| 4.2 | Tuotteen eri variaatiot.....                     | 23 |
| 4.3 | Kategorioiden luominen.....                      | 25 |
| 4.4 | Maksutavat.....                                  | 27 |
| 4.5 | Verkkokaupan testaaminen .....                   | 29 |
| 5   | MAKIAA MINNALTA -VERKKOKAUPPA .....              | 36 |
| 5.1 | Verkkokaupan ulkoasu ja tietosisältö .....       | 36 |
| 5.2 | Verkkokaupan toiminnallisuus .....               | 41 |
| 6   | POHDINTA .....                                   | 44 |
|     | LÄHTEET.....                                     | 45 |

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella ja toteuttaa verkkokauppa Makiaa Minnalta -blogin rinnalle. Olen itse kyseisen blogin pitäjä, joten olin sekä työn toimeksiantaja että tekijä. Haaveenani on ollut perustaa verkkokauppa, jossa tarjoan kotileivonnaisia sellaisille henkilöille, jotka eivät osaa leipoa eivätkä halua ostaa kalliita, ammattilaisen tekemiä konditoria leivoksia sekä haluavat nimenomaan kodinomaisia leivonnaisia.

Opinnäytetyön tavoitteena oli siis luoda tarpeita palveleva verkkokauppa mutta samalla niin ulkoasultaan kuin käytettävyydeltään selkeä kokonaisuus. Koska verkkokauppa tulee toimimaan sivutoimisena yrityksenäni, tulee verkkokaupan alustan olla ilmaisversio, jotta kustannukset pysyvät minimissä. Sivutoiminen yrittäminen myös vaikuttaa verkkokaupan valikoimaan; kauhean suurituloisille ja monimutkaisille leivonnaisille ei ole säilytys tiloja eikä välttämättä aikaa sellaisien leivonnaisien valmistamiseen.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan verkkokaupan käsitettä sekä verkkokaupan ostajan että myyjän näkökulmasta. Ostajan näkökulmasta verkkokaupan käytettävyys ja visuaalinen ilme ovat tärkeitä asioita. Myyjän puolestaan pitää näiden asioiden lisäksi ottaa huomioon muitakin seikkoja, kuten verkkokauppaan vaikuttavia juridisia säädöksiä.

Verkkokaupan suunnittelua koskevassa luvussa puolestaan esitetään verkkokaupan luonti teoriaa mukaillen. Verkkokaupan alustaksi valikoitui loppujen lopuksi WordPressin WooCommerce, joka on yleisin ja helppokäyttöisin alusta. Koska se on suosituin, se on myös ajan tasalla oleva. Henkilökohtaisena tavoitteena minulla oli oppia näiden alustojen käyttö, jotta voisin tulevaisuudessa työskennellä niiden parissa.

Koen saavuttaneeni asettamani tavoitteet. Verkkokaupassa on kuitenkin vielä hiomista, jota aion jatkaa, jotta sivut voisi ottaa käyttöön.

## 2 VERKKOKAUPAN KÄSITE

Verkkokaupan ideana on, että kaikki toiminta tapahtuu internetissä. Asiakas saa kaiken tiedon tuotteesta internetistä, ja hän voi myös maksaa tuotteen sähköisesti. Hänen ei siis tarvitse mitenkään olla henkilökohtaisesti missään yhteydessä myyjään. Myyjä lähettää asiakkaalle tilauksesta vahvistuksen ostajan sähköpostiin, mutta muuta kontaktia ei ole. Tällöin toteutuu verkkokauppa-sanana määritelmä. (Vehmas 2008, 4.)

”Kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa”-sanonta ei riitä verkkokaupassa tuotteesta. Tuotteesta tai palvelusta täytyy myös kertoa sanallisesti. Kun asiakas on valinnut haluamansa tuotteet tai palvelun, hän lisää ne ostoskoriinsa ja maksaa. Verkkokaupan ostokset voi tehdä joko rekisteröitymällä verkkokaupan asiakkaaksi tai vain olemalla satunnainen ostaja, jolloin rekisteröintiä ei tarvita. Myyjä voi myös tarjota verkkokaupan asiakkaalle joitakin henkilökohtaisia palveluja, kuten ostohistorian ja tarjouksia. (Vehmas 2008, 5–6.)

Verkkokaupat jakautuvat neljään pääryhmään, olipa verkkokauppa sitten kaikille avoin tai kirjautumista vaativat:

**Massaverkkokauppa** on yleisin verkkokauppa. Nimensä mukaisesti massaverkkokauppa tarjoaa samaa tuotetta suurina määrinä. Tuotteesta voi olla muutamaa eri versiota, jotka kuitenkin ovat samanhintaisia alkuperäisen tuotteen kanssa. Esimerkiksi vaatteita myyvä verkkokauppa, jossa samasta vaatteesta on useita eri väri vaihtoehtoja, on massaverkkokauppa. Tuotteesta on myös näkyvissä reaaliaikaiset tiedot, kuten hinta ja saatavuus. Ostoksen loppuhintaan verkkokaupan tulee automaattisesti laskea mahdolliset pakkaus- ja postituskulut. Maksaminen tapahtuu pankki- tai luottokortilla. Tämän jälkeen asiakas saa tilausvahvistuksen, toimitusajankohdan ja tiedon tilauksen etenemisestä. (Vehmas 2008, 10–11.)

**Konfiguroitavien tuotteiden verkkokaupassa** tuotteet eivät ole samanlaisia, vaan perustuote voidaan muuttaa vastaamaan omia tarpeita, kuten esimerkiksi gluteeniton ja munaton kakku. Tällöin tuotteen perushinta muuttuu näitä vaatimuksia vastaavaksi, eli hinta voi olla huomattavasti korkeampi. (Vehmas 2008, 12.)

**Uniikkien tuotteiden verkkokauppa** tarkoittaa nimensä mukaisesti sitä, että myytäviä tuotteita ei ole kuin yksi kappale eikä niitä tule lisää. **Palvelua myyvä verkkokauppa** puolestaan tarkoittaa massa- ja uniikkientuotteiden myyvän verkkokaupan yhdistelmää. (Vehmas 2008, 10–14).

Havumäki ja Jarangan (2014, 18–20) mukaan verkkokaupan eri muotoja voidaan määritellä myynnin osapuolien mukaan:

- B2B (Business-to Business) on yritysten välistä kauppaa.
- B2C (Business-to-Consumer) on kuluttajakauppaa.
- C2C (Consumer-to-Consumer) on myyntiä kuluttajalta kuluttajalle.
- B2G (Business-to-Government) on yritysten myyntiä julkiselle sektorille.

Verkkokaupan eri muotoja voidaan myös kutsua verkkokaupassa käytetyistä tekniikoista:

- E-commerce on yleisnimitys kaikelle kaupalle, mikä tapahtuu internetissä.
- M-commerce on mobiililaitteen välityksellä tapahtuvaa asiointia verkkokaupassa.
- F-commerce eli Facebook-commerce on puolestaan osa sosiaalista kaupankäyntiä.
- Shop-in-shop on virtuaalinen kauppapaikka, jossa on useita pienempiä kauppvoja.  
(Havumäki & Jaranka 2014, 18–20.)

Näiden verkkokauppa määritelmien mukaan Makiaa Minnalta -verkkokaupan muoto on siis B2C, eli yrittäjänä myyn vain kuluttajille, ja tekniikoista käytössäni on E-, M- ja F-commerce. Verkkokaupani on palvelua myyvä eli massatuotteita ja uniikkeja tuotteita myyvä verkkokauppa sekä konfiguroitavien tuotteiden verkkokauppa, koska

- jokainen leivonnainen on uniikki, sillä vaikka samaa leivonnaista olisi useampi mutta koska jokainen tehdään käsin, on niissä pieniä vivahteita (uniikkien tuotteiden verkkokauppa)
- esimerkiksi muffinsseja voi olla isokin erä (massaverkkokauppa)
- tuotteita voi muokata omaan tarpeen mukaan esimerkiksi gluteenittomaksi ja munattomaksi (konfiguroitavien tuotteiden verkkokauppa).

## 2.1 Verkkokauppa ostajan näkökulmasta

Kun ostaja saapuu verkkokaupan sivuille, hän kiinnittää ensimmäisenä huomiota verkkokaupan ulkoasuun. Jos se on sekavan ja epäselvän näköinen, on melko todennäköistä, että hän poistuu saman tien sivuilta. Siksi verkkosivun kannattaa olla selkeä mutta samalla houkutteleva. Houkuttelevuuteen vaikuttavaa todella paljon, millaisia kuvia sivuilla on. Niihin kannattaa panostaa, sillä



houkuttelevat kuvat innostavat ostajaa lukemaan lisää tuotteesta. Jotta ostajan on helppo lukea tuotteesta ja kulkea verkkokaupassa, on sivujen käytettävyyden oltava helppoa ja selkeää. Hinta on myös tärkeässä roolissa, sillä tänä päivänä ostajat vertailevat hintoja eri kauppojen välillä. Tein itse niin juuri: etsin tyttöleni nukkekotia ja totesin, että Kärkkäisellä on samanlainen nukkekoti kolme euroa halvemmalla kuin Verkkokauppa.comissa. Lisäksi Kärkkäisellä nukkekoteja oli hyllyssä, kun taas Verkkokauppa.comista se olisi pitänyt tilata, ja aikaa tähän olisi kulunut yhdestä kahteen päivää. Tämä on myös olennainen tieto ostajalle, sillä monet verkkokaupoissa kävijät saattavat tehdä juuri näin, eli katsovat, miten tuotetta on saatavilla.

Verkkokaupan ja asiakkaan ensimmäisen kohtaamisen tulee olla onnistunut, jotta ostotapahtuma etenee loppuun asti. Asiakkaan ensivaikutelmaan vaikuttavat verkkokaupan ulkoasu, ammattimaisuus, tilaamisen helppous, käytettävyys, tuotevalikoima, hintataso sekä verkkokaupan houkuttelevuus, kuten esimerkiksi kuvat. (Lindén 2009, 201.)

Nettikaupan tuotevalikoima ei yksistään riitä houkuttelemaan asiakkaita, vaan ammattimaisella **ulkoasulla** on myös suuri vaikutus. Joten ulkoasua kannattaa muokata eikä vain ottaa nettikauppaohjelmistosta jotain valmista pohjaa. Kuvien ja värien käyttäminen luo nettikaupasta ammattimaisesti vaikutelman. Myöskin tekstityyliin sekoittaminen keskenään luo sekavan vaikutelman, joten on suositeltavaa pysyä yhdenmukaisessa ja helposti luettavassa tyyliässä. Tuotteista voi kirjoittaa pieniä tarinoita ja käyttökokemuksia, mikä lisää verkkokaupan vetovoimaa asiakkaille. (Lindén 2009, 195–196.)

Verkkosivujen etusivu tulee suunnitella huolella niin, että ostaja ymmärtää siitä, mitä verkkokauppa tarjoaa. Sivujen tulee kuitenkin olla **käytettävyydeltään** selkeät, jotta ostajalle tulee positiivinen käyttäjäkokemus ja jotta hän palaa sivuille uudestaan sekä suosittelee sivuja muille. Sivujen linkkien on hyvä avautua samaan selainikkunaan, koska Takaisin-painikkeella on helpointa palata taaksepäin eikä ole useita välilehtiä avoinna. Käytyjen linkkien värin olisi myös hyvä muuttua, jotta ostaja tietää, mitkä linkit on jo katsottu. (Havumäki & Jaranka 2014, 78, 84.)

Tuotteen **hintaa** ei voida noin vain keksiä, vaan siihen vaikuttavat kaikki tuotteen materiaalien hankinnasta lähtien aina lähettämiseen. Myös sesonkiaika on otettava huomioon, jos tuote tämmöiseen kategoriaan kuuluu. Tuotteen hinnoittelussa on kaksi perinteistä tapaa: kustannusperusteinen ja markkinaperusteinen hinnoittelu. Kustannusperusteisessa hinnoittelussa (cost plus = kulut plus [kate]) tuotteen hintaan lisätään haluttu voittolisä myynnin ja toimituskustannusten päälle. Tuotteen

materiaalien hinta tulee varmasti oikein laskettua, mutta vaarana on, että muut kulut voidaan laskea väärin. Markkinaperusteinen hinnoittelu perustuu nimensä mukaisesti markkinoiden hintatasoihin. Oman tuotteen hinta suhteutetaan markkinoilla olevien tuotteiden hintaan. Tässä tärkeänä tekijänä on huomioida ostajien hintajousto. Ostajat ovat hintatietoisia hintajoustop ollessa suuri, ja tällöin tuotetta on kannattavampi myydä hieman pienemmällä hinnalla. Tuotteen kiinteä hinta on siis sen verran korkea, että sitä on mahdollista hieman pudottaa myyjän kuitenkaan jäämättä miinukselle. (Lahtinen 2013, 48–49.)

Verkkokaupassa **maksamisen** täytyy olla jouhevaa, jotta ostotapahtuma kulkeutuu loppuun asti eikä jää kesken. Kauppiaan on hyvä tutustua erilaisiin maksujärjestelmiin, koska niistä on kustannuksia ja ne myös vaikuttavat asiakkaisiin. Yleisimpiä ovat pankkien verkkomaksut, joko oma tai luottolaitoksen laskutus, postiennakko, luottokortit sekä kansainväliset maksutavat, kuten PayPal. Näistä suosituin Suomessa on pankkien verkkomaksut, toisena on luottokortti ja kolmantena lasku. Maksutapojen ilmoittaminen selkeästi helpottaa asiakkaan valintaa hänelle sopivasta maksutavasta. (Lahtinen 2013, 272; Lindén 2009, 202–203.)

Pankkien verkkomaksun kauppias voi saada käyttöönsä maksuvälittäjien kautta tai tekemällä pankkien kanssa sopimukset. Jälkimmäinen on vaivalloisempaa ja kalliimpaa, koska sopimukset on tehtävä jokaisen pankin kanssa erikseen ja aloitusmaksujen lisäksi tulevat muut pankin asiakaskulut, sillä jokaiseen pankkiin on avattava myös tili maksuja varten. Usean tilin hallinta voi myös olla haastavaa. Maksuvälittäjien käyttäminen on helpompaa, sillä heidän kauttansa saa yhdellä sopimuksella verkkomaksut kaikkiin pankkeihin. Sopimukseen voi myös liittää luottokortin maksumahdollisuuden. Lisäksi maksuvälittäjien kautta voi saada kirjanpitoa sekä myynnin seurantaan ajatellen tärkeitä raportteja. Ostajan kannalta maksutapahtumassa ei ole väliä, kumpi on käytössä, mutta myyjän kannalta on: pankkien kanssa tehdyt sopimukset siirtävät rahat suoraan tilille, maksuvälittäjiä käytettäessä rahojen tulo kestää muutamia päiviä, joten tämä täytyy ottaa huomioon suunniteltaessa pääomatulojen käyttöä. Tätä ajatellen näiden maksutapojen yhdistäminen on joissakin tapauksissa järkevää. Tässä tehdään sopimukset suoraan suurimpien pankkien kanssa, jolloin rahat tulevat suoraan tilille. Muut maksutavat puolestaan tapahtuvat välittäjän kanssa, jolta rahat tulevat hieman myöhemmin. (Lahtinen 2013, 273–274.)

Omalla laskulla myyminen ei vaadi muita maksuvälittäjiä. Voisi ajatella, että oman laskun käyttäminen olisi kaikista helpointa ja edullisinta, mutta näin ei välttämättä ole. Myyjällä on valittavana kaksi eri tapaa laskuttaa asiakasta: joko lasku tilauksen mukana (tai jälkilaskutus) sekä toimitus

maksun jälkeen. Toimitus maksun jälkeen poistaa myyjän luottotappioriskin, mutta tämä tapa on asiakkaan kannalta huono, sillä jos asiakas ei maksa tilaustaan heti, hän joutuu odottelemaan sitä. Tilauksen mukana annettava lasku on taas päinvastainen: siinä on kauppiaille enemmän luottotappioriskiä, jos asiakas jättää laskun maksamatta. Myyjä puolestaan joutuu tässä tapauksessa odottamaan rahojaan. Molemmat vaativat kauppiailta vaivaa, sillä hänen täytyy seurata maksujen tilanteita. (Lahtinen 2013, 276.)

Ehkä helpoin tapa on käyttää rahoitusyhtiöitä, joista tunnetuin on Klarna ja jotka huolehtivat kaikista maksuasioista kauppiaan puolesta. Myös luottoriski, maksujen periminen sekä seuranta ovat rahoitusyhtiöiden huolena. Asiakas voi valita itseään miellyttävän maksutavan, joita on useita erilaisia, kuten lasku. Asiakkaan maksu menee ensin rahoitusyhtiölle, joka puolestaan siirtää sen myyjälle, joten myyjän täytyy huolehtia siitä, että pääomatilillä on katetta. Rahoitusyhtiöiden vertailu kannattaa, sillä kustannukset vaihtelevat. (Lahtinen 2013, 277.)

**Toimitustapoja** ovat nouto- ja kuljetuspalvelu sekä posti, postiennakko ja Matkahuolto. Noutopalvelu tarvitsee vakituisen noutopaikan, muiden osalta kuljetuksen hoitaa kolmas osapuoli. Toimituskuluihin voi vaikuttaa juuri se, millä tavalla tuote toimitetaan. Lisäksi niihin voivat vaikuttaa mahdolliset pakkaus- ja muut kulut. Nämä onkin hyvä mainita asiakkaalle selkeästi niin toimitusehdoissa kuin ennen tilauksen vahvistamista. (Lindén 2009, 204–205.)

## **2.2 Verkkokauppa myyjän näkökulmasta**

Ei riitä, että verkkokauppias ottaa haltuunsa tekniset ominaisuudet, vaan hänen pitää myös ajatella verkkokauppaansa ostajan näkökulmasta eli sen käytettävyyttä ja inspiroivuutta. Verkkokaupan myyjälle suurimmat haasteet luovat markkinointi, lait ja tietoturva. Markkinointia on nykyään helppo tehdä Google Analyticsin avulla luomalla hakusanoja, jotka ohjaavat verkkokauppaan. Jos verkkokauppias valitsee verkkokaupalleen alustan joltain ylläpitäjältä, alustan ajantasaisuus ja näin ollen myös tietoturva ovat ajan tasalla. Lakiasioista kauppiaan on hyvä ottaa selvää, ettei tule verottajan kanssa mahdollisia ongelmia. Asiakaspalveluun myös kannattaa panostaa, sillä jos asiakkaalla tulee ongelmia eikä hän saa apua, saa verkkokauppa nopeasti negatiivisen leiman, ettei asiakasta auteta eikä oteta huomioon. Kun huono maine leviää, karttavat mahdolliset asiakkaat verkkokauppaa.

Verkkokauppa tarvitsee sivuilleen **verkkotunnuksen**. Verkkotunnuksien päätteet ovat yleensä ”fi”- tai ”com”-loppuisia. Kuten voi päätellä, ”fi”-pääte vaatii, että yritys on rekisteröity Suomessa, kun taas ”com”-pääte on kansainvälinen ja kenen tahansa rekisteröitävissä. Verkkotunnuksen on kuitenkin oltava vapaana, eli se ei voi olla toisen verkkokaupan käytössä. Verkkotunnuksien etsimisessä voi käyttää apuna palveluntarjoajia. Kun rekisteröi verkkotunnuksen palveluntarjoajan kautta, on hyvä selvittää, kenen omistuksessa verkkotunnus on. Jos se on palveluntarjoajan, ei verkkokauppialla ole siihen mitään omistusoikeutta ja palveluntarjoaja voi myydä verkkotunnuksen toiselle verkkokauppialle. (Lindén 2009, 177–178.)

Verkkokaupan **markkinointiin** täytyy panostaa, koska verkkokauppaa on vaikeampi löytää kuin fyysistä kauppaa. Fyysisen kaupan tärkeimmät edut ovat sijainti, sijainti ja vielä kerran sijainti, ja näitä etuja ei verkkokaupalla ole. Siksi markkinointi on verkkokaupalle erittäin tärkeää, jotta asiakkaat löytävät itse hakemansa verkkokaupan. (Lahtinen 2013, 31.)

Kuten itse verkkokauppa, painottuu verkkokaupan markkinointi myös online-puolelle. Mainostamisessa suosituin on Googlen Google AdWords, mutta myös suosittuja ovat sähköpostin uutiskirjeet sekä sosiaalisen median, kuten Facebookin, käyttäminen. Googlen hakukonemainonta (Google AdWords) on kuitenkin selvästi suosituin, koska sen avulla mainonta voidaan osoittaa oikealle asiakasryhmälle juuri oikeaan aikaan. Asiakkaiden tavoittamisesta hyvänä esimerkkinä on se, että Suomessa tehdään päivittäin jopa 20 miljoonaa hakua. Vuonna 2020 suurin hakumäärä kohdistui saanaan ”korona”. Google tarjoaa myös Google analytics -palvelun, jonka avulla on helppo seurata mainosten ja kohderyhmän tilastoja. (Lahtinen 2013, 174, 200–2001.)

Verkkokaupassa tärkeässä roolissa on **asiakaspalvelu**. Asiakaspalvelun kautta ostaja voi ottaa yhteyttä ongelmatilanteissa ja antaa ruusuja tai risuja yrityksen toiminnasta. Verkkokaupan sivuilla voi olla muiden muassa Chat-palvelu tai FAQ-palsta (vastauksia useimmiten kysytyihin kysymyksiin). (Havumäki & Jaranka 2014, 93.)

Ottaen huomioon työni verkkokaupan olemuksen se tarjoaa asiakaspalveluksi sähköpostia, yhteydenottolomaketta ja puhelinnumeroa. Lisäksi asiakaspalvelusivulla on mainittu, mihin aikaan vastailen, koska vastaaminen ei onnistu, kun olen leipomassa. Sosiaalisessa mediassa (Facebook) voi antaa myös palautetta (Havumäki & Jaranka 2014, 111).

Myös verkkokauppaa koskevat tietyt **lait**, jotka määräytyvät kaupan osapuolten mukaan. Kuluttajansuojalaki 38/1978 koskee B2C-kaupankäyntiä eli myös verkkokauppaani. Myös etämyyntiä ja markkinointia koskevat säädökset tulee huomioida sekä asetus 1359/1999 kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta. Näitä ovat esimerkiksi seuraavat:

- Laki sopimattomasta menettelystä asettaa rajoituksia markkinoinnille.
- Henkilötietolaissa kerrotaan henkilötietojen käsittelystä.
- Sähköisen viestinnän tietosuojalaki säätelee muun muassa suoramarkkinoinnista.
- Tuotevastuulaissa kerrotaan korvauksesta tuotteesta aiheutuneesta vahingosta.
- Kirjanpitolaki määrää kirjanpidosta, ja verolaki puolestaan kertoo, miten ja mitä veroja pitää maksaa. (Lahtinen 2013, 87; Havumäki & Jaranka 2014, 20.)

Verkkokaupan kirjanpidon voi joko hoitaa itse, jos siihen on tietotaitoa, tai voi käyttää tilitoimistoa. Tilitoimiston käyttämisen etuna on, että sieltä voi tarvittaessa saada neuvoja, ja kaikki tulee hoidettua myös asianmukaisesti ja laillisesti. Tilitoimiston käyttäminen kuitenkin maksaa, joten kustannuksiin on varauduttava. (Lindén 2009, 182.)

Kun tarkastellaan verkkokauppaa kuluttajansuojalain näkökulmasta, niin se kuuluu etämyynti-kategoriaan. Etämyyntiin kuuluu kaikki toiminta, joka on tapahtunut etänä eli verkkokaupassa markkinointi, sopimus ja maksu on tehty etänä. Nouto voi tapahtua liikkeestä, jolloin tuotteella on palautusoikeus. Tuotteen toimittamiselle on määrätty 30 päivän toimitusaika, jos ei ole muuta sovittu asiakkaan ja yrittäjän kesken. Jos tämä määräaika ei toteudu, on siitä ilmoitettava heti asian ilmitullessa. Mikäli tuotteesta on jo jotain maksettu, tulee myös rahat palauttaa viipymättä. (Lahtinen 2013, 87–88.)

Sopimus on siis kauppa, jossa ostaja maksaa tuotteen hinnan ja myyjä toimittaa tuotteen. Sopimuksessa on kaksi pääsääntöä: sopimusvapaus, eli henkilöt saavat tehdä keskenään, millaisia sopimuksia haluavat, sekä sopimuksen sitovuus, eli sopimuksessa olevien asioiden pitää toteutua. (Lahtinen 2013, 85.)

Kuluttajansuojalain 6:15 §:ssä määrätty tavaroiden palauttamis- ja sopimuksen peruuttamismahdollisuus ei koske muun muassa seuraavia tapauksia:

- Tuote on räätälöity asiakkaalle sopivaksi, jolloin sitä ei voi myydä enää, kuten gluteeniton, munaton kakku.
- Tuote on helposti pilaantuva tai vanhentuva tuote, jollaisia leivonnaiset ovat.

- Raaka-aineista johtuva hinta, joihin myyjä ei voi vaikuttaa, kuten munat ja jauhot. (Lahtinen 2013, 89, 91.)

**Tietoturvassa** on tärkeintä, että perusasiat ovat kunnossa. Hyvä salasana auttaa jo paljon. Tietoturvassa olisi hyvä toteuttaa niin sanotun kerrostetun turvallisuuden periaatetta, joka tarkoittaa, ettei jätetä tietoturvaa yhden ominaisuuden varaan vaan pyritään tekemään ”esteitä” mahdolliselle tietomurrolle. Näitä esteitä voi olla esimerkiksi hallintajärjestelmän osoitteessa (ei ole tyypillisesti ”/admin”), IP-osoitteen estossa sekä käyttäjätunnuksessa ja salasanassa. Näin hakkerin eli verkko-työhyökkääjän täytyy läpäistä kaikki esteet eikä vain esimerkiksi käyttäjätunnusta ja salasanaa. (Lahtinen 2013, 286, 289.)

Verkkohyökkäys kohdistuu yleensä verkkokaupan tietokoneeseen ja asiakkaisiin. Tietokone voidaan ”kaapata”, ja sen kautta voidaan haittaohjelman avulla päästä käsiksi asiakkaiden koneisiin. Asiakkaiden henkilö- ja maksutiedot sekä muut tunnistetiedot kiinnostavat rikollisia, ja nämä saatuaan rikolliset voivat myydä ne toisille rikollisille. Usein vaara tulee kuitenkin lähempää, joko omien työntekijöiden tai yhteistyökumppaneiden suunnalta. Arkaluontoisten tietojen, kuten pankkien tai maksuvälittäjien tunnusten, paikka ei ole pöytälaatikossa vaan kassakaapissa. Myöskään sähköpostissa eikä palvelimien kautta hakemistoihin pääsyn avulla ei kannata mitään arkaluontoista säilyttää. (Lahtinen 2013, 278, 286.)

Avoimen lähdekoodin ohjelmistoissa on syytä olla huolellinen. Perusosa on useimmiten aina ajan tasalla päivitysten ansiosta, mutta lisäosat voivat olla heikko kohta. Niin perusohjelmisto kuin lisäosatkin kannattaa valita sen mukaan, kuinka aktiivisesti niitä ylläpidetään ja kuinka suosittuja ne ovat. Maksumoduuli on erittäin tärkeä, sillä viallisia moduuleja on yleisesti vielä käytössä. Nämä mahdollistavat tilaukset ilman, että niitä maksetaan. Siksi olisikin hyvä käydä tarkistamassa maksun suoritus vähänkään epäilyttävissä tapauksissa ennen tilauksen toimitusta. Maksujärjestelmät on suunniteltu niin, että asiakas siirtyy maksamaan maksujärjestelmän sivuille, jolloin ei mitään arkaluontoista tietoa, kuten luottokortin tietoja, tule verkkokauppiiaan tietoon. Salausprotokollien, kuten HTTPS:n (tiedon suojattu siirto) ja TLS/SSL:n (Transport Layer Security/Secure Socket Layer), avulla selaimen ja palvelimen välillä kulkeva tieto on salakirjoitetussa muodossa, mikä estää salakuuntelua ja tietojen muuttamista siirron aikana. (Lahtinen 2013, 287–289.)

Jos omasta takaa ei löydy tarvittavaa osaamista tietoturvan ylläpitoon, kannattaa vuokrata asiantuntijoilta palvelin tähän. Tietoturvapäivityksiä kannattaa seurata, testata ja asentaa, jotta käytettävissä olevissa ohjelmistoissa on ajantasaiset ja tarpeelliset päivitykset. Suomessa on Viestintävirastossa toimiva Cert-fi (Suomen kansallinen tietoturvaviranomainen), jonka sivustoa tietoturvavastaavan olisi hyvä seurata sen hyödyllisen ja ajankohtaisen informaation vuoksi. (Lahtinen 2013, 293–294.)

### 3 SUURIMMAT VERKKOKAUPPA-ALUSTAT VUONNA 2020

Verkkokaupan sivut tarvitsevat tilaa sivujen materiaalille sekä palvelimen, joka on kytketty internetiin. Palvelimelle vaihtoehtoja on oma tai vuokrattu fyysinen palvelin, virtuaalipalvelin tai verkkohotelli. Näistä oma fyysinen palvelin on vaativin, koska siinä pitää kaikesta huolehtia itse aina turvajärjestelyistä lähtien. Verkkohotelli puolestaan on helpoin, koska teknisestä ylläpidosta huolehtii palveluntarjoaja. (Havumäki & Jaranka 2014, 74–75.)

”Valmiiden” nettikauppojen ulkoasua voi muokata mieleisekseen tietyissä rajoissa: halvemmissä tai jopa ilmaisissa versioissa nämä rajat ovat melko suppeat, kun taas kalliimmista pro-versioissa on enemmän valinnanvaraa. (Lindén 2009, 188–189)

Pilvipalvelu on internetin kautta välitettyjen palveluiden, kuten ohjelmistojen ja tallennustilan, tarjoamista (Lahtinen 2013, 257). Näitä on tarjolla kolmea eri tasoa:

- **SaaS** (Software as a Service) tarkoittaa ohjelmistoa palveluna, eli kaikki toiminnot vuokrataan valmiina. Tässä verkkokauppias pystyy vaikuttamaan kauppansa ominaisuuksiin vain sen verran kuin ohjelmisto antaa myöten.
- **PaaS** (Platform as a Service) eli palvelinalusta, jossa alusta vuokrataan ja verkkokauppias asentaa siihen käyttämänsä verkkokaupposovelluksen. PaaS-palvelu on yleensä verkkohotellilla.
- **IaaS** (Infrastructure as a Service) on puolestaan infrastruktuuri palveluna, eli palvelin on vain käyttöjärjestelmätasolla, jonne verkkokauppias asentaa tarvitsemansa työkalut. Tämä vaihtoehto mahdollistaa verkkokaupan toiminnan niin kuin kauppias sen haluaa, mutta tämä on myös kaikista vaativin vaihtoehto. (Havumäki & Jaranka 2014, 75–76.)

Paytrailin vuosittain tekemän verkkokauppa-alustaraportin mukaan vuonna 2020 kärkikolmikko oli jo toista vuotta sama: WooCommerce, MyCashflow ja Clover Shop. Raportti tehtiin ajalla 12.3.–27.3.2020 sähköisesti kyselylomakkeen avulla, johon vastasivat alustaansa tyytyväiset ja vaihtoa harkitsevat verkkokauppiat sekä verkkokauppaa aloittelevat ja alustaa valitsemassa olevat henkilöt. (Paytrail 2020, 4, 6, 17.)



### **3.1 WooCommerce**

WooCommerce on maksuton lisäosa WordPress-alustaan. Se on myös yleisin verkkokauppa-alusta, joten se on melko tuttu verkkokauppoja käyttävälle. WooCommerce myös koetaan luotettavaksi ja monipuoliseksi verkkoalustaksi; päivitykset ovat ajan tasalla, ja sekä muokkauksien että hakukoneystävällisyyden ansiosta alusta antaa paljon valinnan varaa. WooCommercea pidetään selkeänä sekä helppona käyttää, ja siksi sitä suositellaankin pienille ja keskisuurille yrityksille. (Paytrail 2020, 20–22.)

### **3.2 MyCashflow**

MyCashflow on kotimainen verkkokauppa-alusta. Alustan suomenkielisyys ja asiakaspalvelu sekä tuki olivat eräitä alustan valintaan vaikuttavia tekijöitä. Myös helppokäyttöisyys ja luotettavuus ovat aloittelevalla verkkokaupalla hyvät ominaisuudet. MyCashflow:ssa on mahdollisuus ottaa ilmais- tai maksullinen versio riippuen verkkokaupan laajuudesta ja toiminnallisuudesta. (MyCashflow; Paytrail 2020, 23–25.)

### **3.3 Clover Shop**

Clover Shop on yksi ensimmäisistä kotimaisista verkkokauppa-alustoista. Aloittavalle verkkokaupalle sivusto on helppo käyttää, mutta koodausta osaava voi muuttaa sivustoa. Alustan positiivisiin puoliin luettiin myös sen nopeus niin tietokoneella kuin kännykällä. Clover Shopia on mahdollista testata demoversion avulla. Alustasta on mahdollista ottaa suppea ilmaisversio, joka ei kuitenkaan sovi ammattimaiseen käyttöön. (Clover Shop; Paytrail 2020, 26–28.)

### **3.4 Verkkokaupan alustan valinta**

Minulla oli ennen tätä työtä hieman kokemusta WooCommercesta opiskelujen kautta. Näin ollen halusin ottaa haltuun toisen verkkokauppa-alustan, jotta saisin enemmän kokemusta. Tämän perusteella päädyin MyCashflow-alustaan. Keskusteltuani muutaman henkilön kanssa, jotka ovat tekemisissä verkkokauppojen kanssa, päädyin heidän suosituksestaan kuitenkin WooCommerceen. Loppujen lopuksi WooCommerce palvelee verkkokauppaani parhaiten ominaisuuksiensa ansiosta.

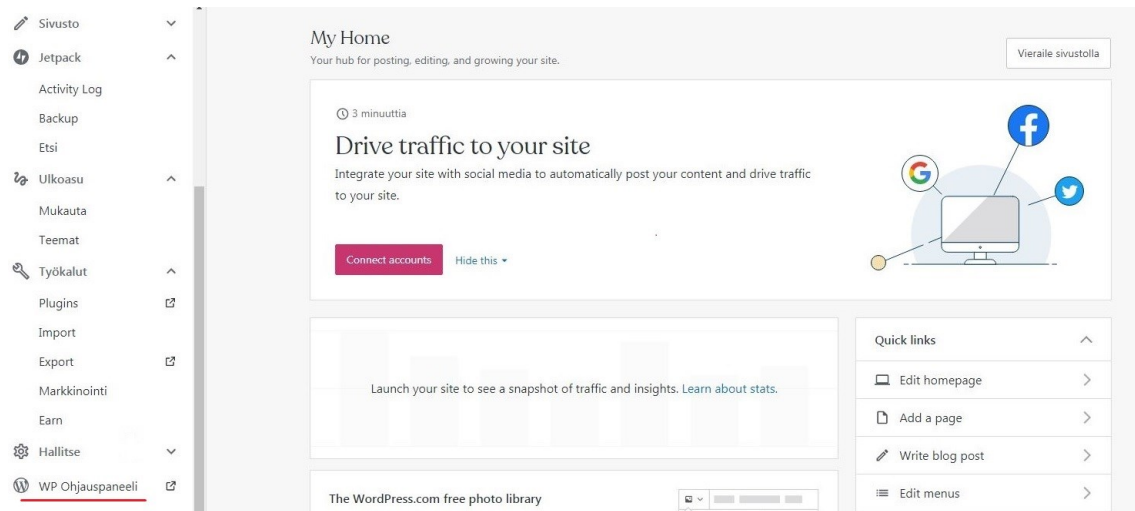
## 4 VERKKOKAUPAN LUOMINEN

Käsittelen tässä luvussa verkkokaupan luomista ainoastaan WordPressin WooCommercen näkökulmasta. Olen asentanut mallisivuston, joka on luonut automaattisesti ostoskori-, kassa- ja oma tili -sivustot, joten niiden luomista en käsittele. Näiden luomiseen löytyy paljon videoita YouTubesta, joiden avulla sivut voi luoda alusta alkaen. Verkkokaupan sivuja on muokattu käyttämällä Elementoria, jonka toimintaa en myöskään käsittele tässä.

Verkkokauppa aloitettiin luomalla sille ensin uusi, oma sähköpostiosoite. Tämä osoite toimii samalla asiakaspalvelun osoitteena, eli kaikki verkkokauppaa koskevat asiat hoituvat tämän sähköpostiosoitteen kautta. Sen jälkeen selaimen osoiteriville kirjoitettiin Wordpress.com ja klikattiin start your website. Siksi näin, että verkkokaupan sivustolle voidaan kirjautua missä vain internetiselaimen kautta. Jos WordPress (WP) ladattaisiin tietylle koneelle, sitä voisi käyttää ainoastaan kyseisen koneen kautta. Seuraavaksi WP:n käyttöön otossa oli tunnuksien luominen (kuva 1). Kirjautua voisi myös Googlen tai Applen tunnuksilla, mutta salasanan kannattaa olla vahva ja eri kuin muilla sivustoilla mahdollisten kaappausyritysten varalta, kuten olen teoriaosuudessa maininnut.

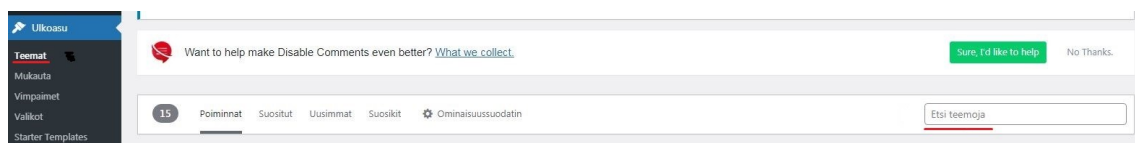
KUVA 1. WordPressin tunnuksien luominen

Näin WP saatiin otettua käyttöön, ja aloitussivuksi tuli kuvan 2 mukainen sivusto. WP:n ohjauspaneeliin, missä kaikki toiminto pääosin tapahtuu, pääsee vasemmalla olevan listauksen lopussa olevasta WP-ohjauspaneelistä.



KUVA 2. WP:n aloitussivu

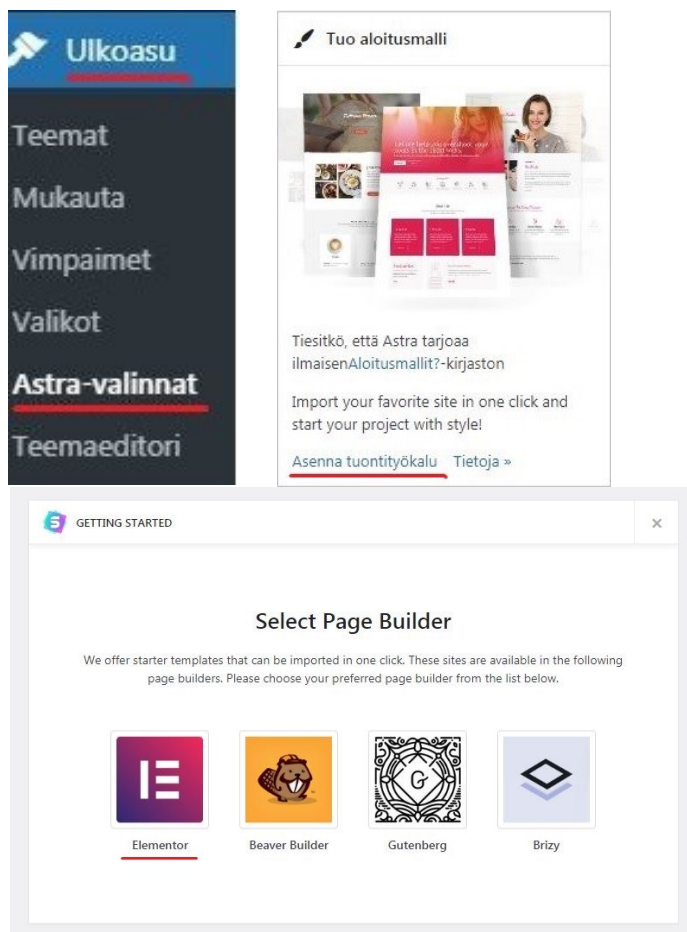
Seuraavaksi verkkokaupalle luotiin teema eli valittiin, millainen rakenne sivustolla on. Tämä tapahtui WP:n ohjauspaneelissa vasemmalla olevan valikon kohdasta ulkoasu ja teemat (kuva 3). Valittavia teemoja on todella suppeasti, mutta lisää teemoja saa rullaamalla sivustolla alas ja klikkaamalla Lisää teema -laatikkoa. Teemoja tulee huomattavasti enemmän valittavaksi, joista voi valita verkkokauppaa palvelevan teeman. Verkkokaupalle valittiin aluksi Astra-teema, koska se on yleisin teema, ja näin ollen verkkokaupan pohja on tuttu käyttää asiakkaiden kannalta. Teema vaihtui myöhemmin kuitenkin Bakery Shop -teemaan, koska se kuvasti verkkokaupan tarkoitusta paremmin.



KUVA 3. Teeman valitseminen

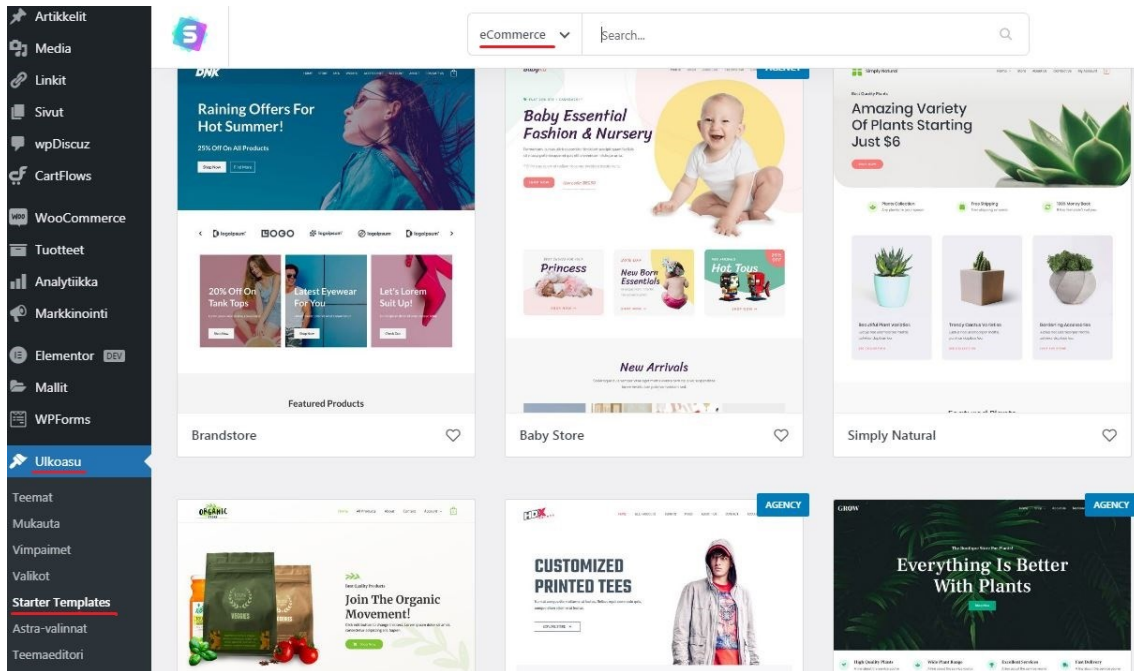
Astra-teemassa kannattaa asentaa mallisivusto, joka helpottaa sivuston muokkausta. Miksi aloittaa tyhjästä sivustosta, kun voi muokata valmiista pohjaa haluamansa laiseksi? Mallisivuston asentaminen tapahtui ulkoasujen ja Astra-valinnan kautta (kuva 4). Oikealla puolella oli laatikko Tuo aloitusmalli, josta valittiin Asenna tuontityökalu. Asentamisessa vierähti hieman aikaa, minkä jälkeen ehdotettiin sivuston rakennustyökalua. Rakennustyökaluksi valikoitui Elementor, koska sitä on

helppo käyttää ja se on tuttu työkalu. Elementor on kätevä vedä ja pudota -tyylinen työkalu sivujen tekemiseen.



KUVA 4. Astra-teeman aloitusmallin tuominen

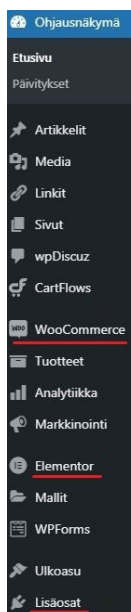
Sivustolle voidaan nyt asentaa verkkokaupan pohja (kuva 5), joka on siinä mielessä kätevä, että sen mukana tulevat valmiina ostoskori-, kassa- ja oma tili -sivustot, eikä niitä tarvitse erikseen luoda. Verkkokaupan pohja otettiin käyttöön menemällä ulkoasu valikossa Starter Templates -lehdelle. Siellä valikkoon otettiin eCommerce ja tarjotuista sivustoista valittiin kauppaan parhaiten soveltuva sivusto. Tämä asennetaan samoin kuin teema: avataan valittu sivusto, ja oikealla alhaalta klikataan Import complete site. Näin saadaan valmiina kaikki sivut, mitä sivustolla on tarjota. Nyt sivustoa voidaan muokata omannäköiseksi Elementorin ja WP:n avulla.



KUVA 5. Verkkokaupan pohjan valitseminen

Yllä tehdyt toiminnot asentavat automaattisesti WP:iin WooCommerce- (WC) ja Elementor-työkalut (kuva 6). Jos yllä olevat toiminnot haluaa jättää pois ja asentaa suoraan WC:n, tapahtuu se WP:n ohjausnäkyssä:

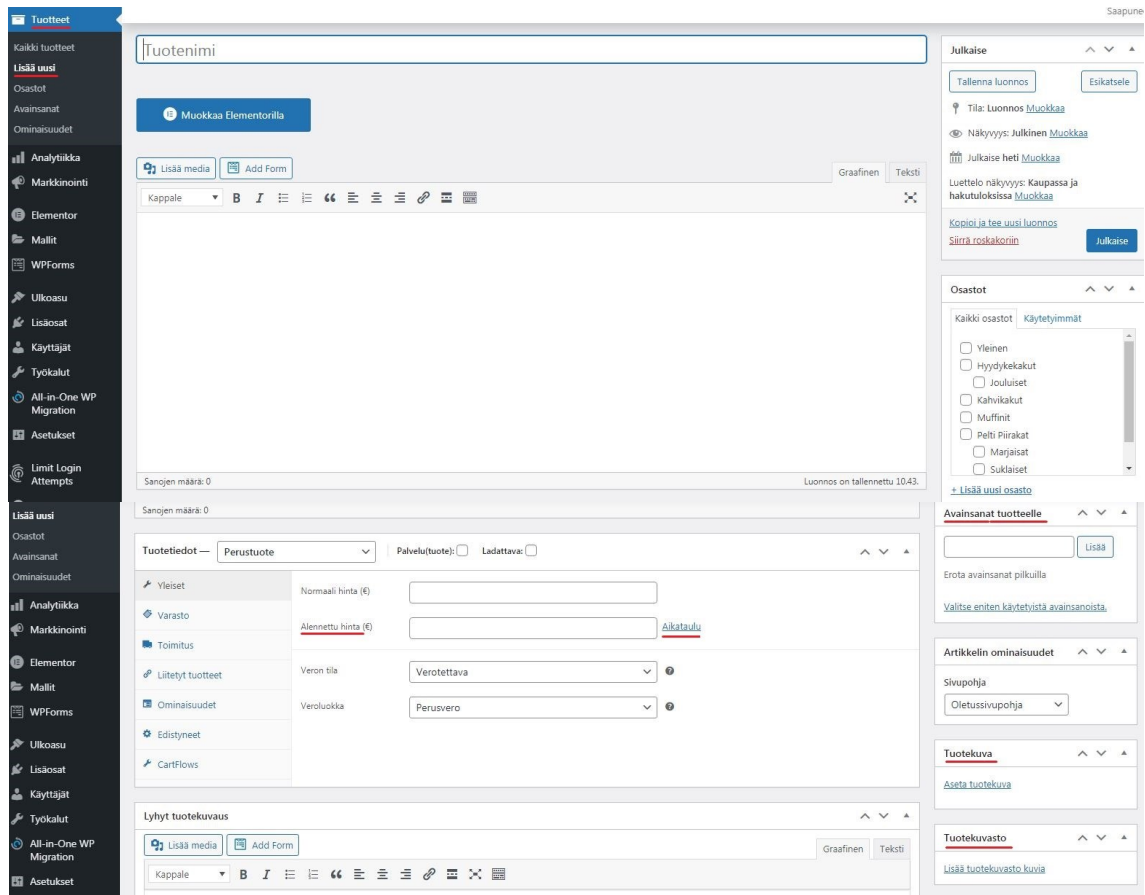
- Lisäosat
- Lisää uusi
- Etsi lisäosia -hakukenttään kirjoitetaan WooCommerce
- WC:n laatikon kohdalla valitaan Asenna nyt.



KUVA 6. WP:n ja Elementorin työkalut

## 4.1 Tuotteiden lisääminen

Tuotteita lisätään verkkokauppaan WP:n valikosta Tuotteet ja Lisää uusi, jolloin aukeaa kuvan 7 näkymä. Tämä on tärkein näkymä tuotetta ajatellen, koska tässä näkymässä annetaan tuotteeseen liittyvät kaikki tiedot, kuten hinta, varastotilanne, ynnä muut sekä tuotteen kuvaukset ja kuvat. Tuotteeseen liittyvät hakusanat, jotka helpottavat tuotteiden etsimistä verkkokaupassa, annetaan myös tässä näkymässä.



The screenshot shows the WordPress admin interface for adding a new product. The left sidebar contains navigation menus for 'Tuotteet' (Products), 'Lisää uusi' (Add New), 'Osastot' (Categories), 'Avainsanat' (Tags), 'Ominaisuudet' (Attributes), 'Analytiikka' (Analytics), 'Markkinointi' (Marketing), 'Elementor' (Page Builder), 'Mallit' (Templates), 'WPForms' (Forms), 'Ulkoasu' (Appearance), 'Lisäosat' (Add-ons), 'Käyttäjät' (Users), 'Työkalut' (Tools), 'All-in-One WP Migration' (Migration), 'Asetukset' (Settings), 'Limit Login Attempts' (Security), 'Lisää uusi' (Add New), 'Osastot' (Categories), 'Avainsanat' (Tags), 'Ominaisuudet' (Attributes), 'Analytiikka' (Analytics), 'Markkinointi' (Marketing), 'Elementor' (Page Builder), 'Mallit' (Templates), 'WPForms' (Forms), 'Ulkoasu' (Appearance), 'Lisäosat' (Add-ons), 'Käyttäjät' (Users), 'Työkalut' (Tools), 'All-in-One WP Migration' (Migration), and 'Asetukset' (Settings).

The main content area is titled 'Tuotteen nimi' (Product Name) and contains a text editor with a 'Kappale' (Paragraph) block. Below the editor is a 'Tuotetiedot' (Product Data) section with a 'Perustuote' (Simple Product) dropdown. The 'Tuotetiedot' section includes fields for 'Normaali hinta (€)' (Regular Price), 'Alennettu hinta (€)' (Sale Price), 'Veron tila' (Tax Class), and 'Veroluokka' (Tax Class). The 'Alennettu hinta (€)' field has an 'Aikataulu' (Schedule) link. Below this is a 'Lyhyt tuotekuvaus' (Short Product Description) section with a text editor.

The right sidebar contains several sections: 'Julkaise' (Publish), 'Osastot' (Categories), 'Avainsanat tuotteelle' (Tags for this product), 'Artikkelin ominaisuudet' (Article Attributes), 'Tuotokuva' (Product Image), and 'Tuotekuvasto' (Product Gallery).

KUVA 7. Tuotteiden lisääminen verkkokauppaan

Tuotteisiin voidaan myös määrittellä alennettu hinta, joka on tietyn ajan voimassa. Tämän saa esille valitsemalla tuotetietojen alennetun hinnan kohdalta aikataulu (kuva 7), jolloin aukeaa kuvan 8 näkymä. Tässä annetaan ajanjakso, milloin alennettu hinta on voimassa ja mikä on alennettu hinta.

| Tuotetiedot — Perustuote |                       | Palvelu(tuote): <input type="checkbox"/>          | Ladattava: <input type="checkbox"/> |
|--------------------------|-----------------------|---|-------------------------------------|
| Vleiset                  | Normaali hinta (€)    | <input type="text" value="15"/>                   |                                     |
| Varasto                  | Alennettu hinta (€)   | <input type="text"/>                              |                                     |
| Toimitus                 | Tarjous voimassa, pvm | <input type="text" value="Alkaa... YYYY-MM-DD"/>  | <a href="#">Peruuta</a> ⓘ           |
| Liitetyt tuotteet        |                       | <input type="text" value="Loppuu... YYYY-MM-DD"/> |                                     |
| Ominaisuudet             |                       |   |                                     |
| Edistyneet               | Veron tila            | <input type="text" value="Verotettava"/>          | ⓘ                                   |
| CartFlows                | Veroluokka            | <input type="text" value="Perusvero"/>            | ⓘ                                   |

KUVA 8. Tuotteen alennetun hinnan määrittely

Tuotteesta voidaan myös antaa joko yksi tai useampi kuva. Yksittäinen kuva tuotteesta asetetaan oikealta alhaalta tuotokuva ja Aseta tuotokuva -kohdalla (kuva 7), jolloin saadaan mediakirjasto (kuva 9) auki. Kuvia voi siirtää tänne joko valitsemalla ne tiedostosta tai raahaamalla Siirrä tiedostoja -välilehdellä. Tuotteen lisäkuvat laitetaan tuotekuvaston kautta samalla tavalla kuin tuotokuva.

**Tuotokuva**


Siirrä tiedostoja | Mediakirjasto | Free Images from Pixabay

Suodata mediatiedostoja

Kuvat | Kaikki päivämäärät

Etsi

LIITTEEN TIEDOT



18664285\_10213083320977475\_27240540595  
20844535\_n.jpg  
13.4.2021  
105 ki  
500 kertaa 500 pikseliä  
Muokkaa kuvaa  
Poista pysyvästi

Vaihtoehtoisen tekstin

Kuvalla kuvan tarkoituksena on vain koristeellinen.

Otsikko: 18664285\_102130833209

Kuvateksti:

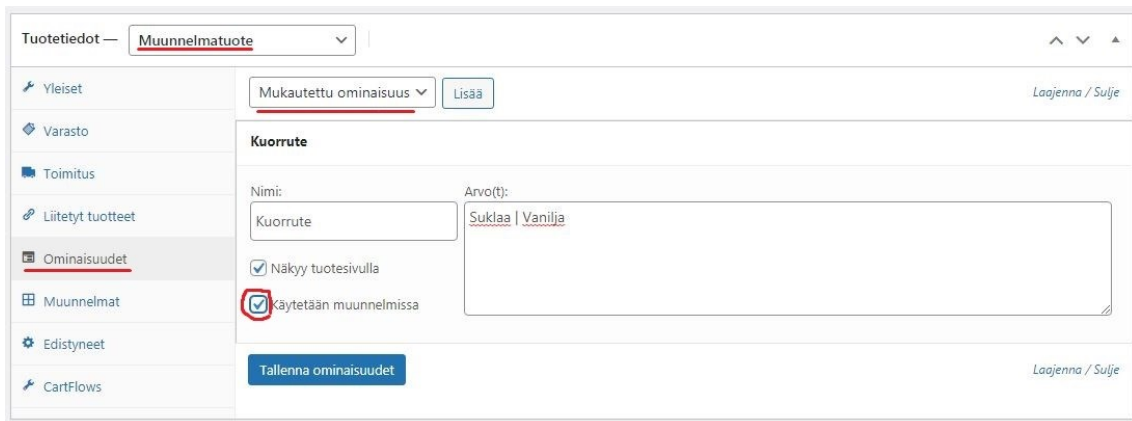
**Aseta tuotokuva**

KUVA 9. Mediakirjasto

## 4.2 Tuotteen eri variaatiot

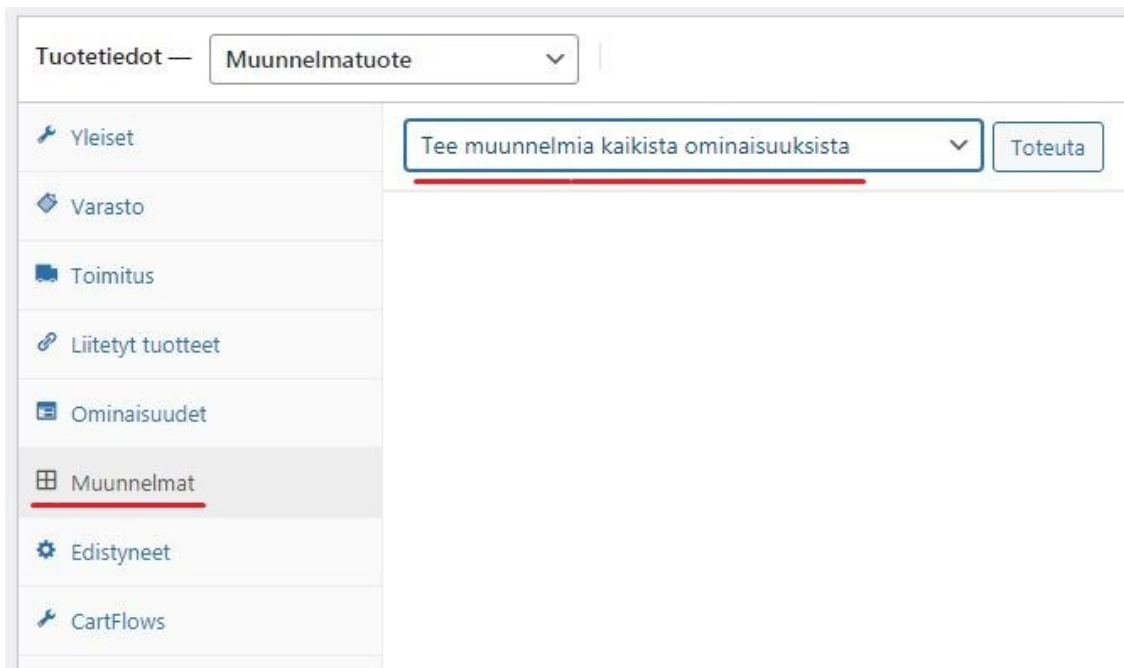
Tuotteesta voidaan tehdä eri versioita, kuten verkkokaupan raidallisissa kahvikakuissa voi valita, millä suklaalla raidan haluaa ja millä kakkuvuoalla. Tuotteen eri variaatioiden tekeminen aloitetaan samalla tavalla kuin yksittäisen tuotteen tekeminen. Suurimmat muutokset tapahtuvat tuotetietojen kohdalla. Tässä perustuote muutetaan valikosta muunneltuotteeksi, jolloin päästään ominaisuuksien ja muunnelmien kautta muokkaamaan tuotteen variaatioita. Kun perustuote on vaihdettu muunneltuotteeksi, siirrytään Ominaisuudet-kohtaan ja siellä Mukautettu ominaisuus -valikon vierestä painetaan Lisää. Näin saadaan esille kuvan 10 näkymä. Tässä asetetaan tuotteesta yksi

variaatio. Tässä se on nimeltään kuorrute, ja siinä ovat arvoina eli vaihtoehtoina suklaa tai vanilja. Arvoja voi olla niin monta kuin tuotteeseen tarvitaan, ja ne erotetaan | -merkillä, joka saadaan näppäinkomennolla ALT GR ja <>. Kun tarvittavat arvot on asetettu, tallennetaan ominaisuudet. Jos ominaisuuksia on useampi, ne tehdään samalla tavalla. Jokaisessa variaatiossa pitää muistaa laittaa täppi Käytetään muunnelmassa -kohtaan, jotta variaatioita voidaan yksilöidä muunnelmakohtassa.



KUVA 10. Tuotteen eri variaatioiden luominen

Kun tuotteeseen tarvittavat ominaisuudet on tehty, siirrytään Muunnelmat-kohtaan ja siellä vaihdetaan valikkoon Tee muunnelmia kaikista ominaisuuksista (kuva 11). Aukeaviin ponnahtusikkunoihin vastataan kyllä.



KUVA 11. Tuotteen muunnelmat



Tämän jälkeen aukeaa kuvan 12 näkymä. Tässä valitaan oikealta Laajenna, jotta eri variaatiot saadaan auki ja niille voidaan määrittää hinnat, mahdolliset kuvat ja muut tarpeelliset tiedot (kuva 13).

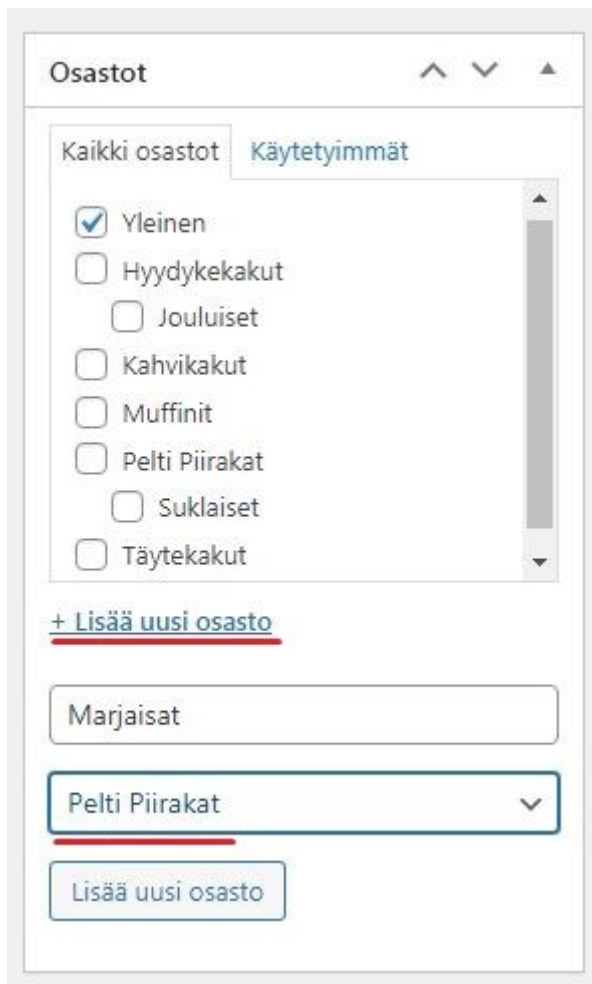
KUVA 12. Variaatioiden aukaiseminen

KUVA 13. Variaatioiden tietojen määrittäminen

### 4.3 Kategorioiden luominen

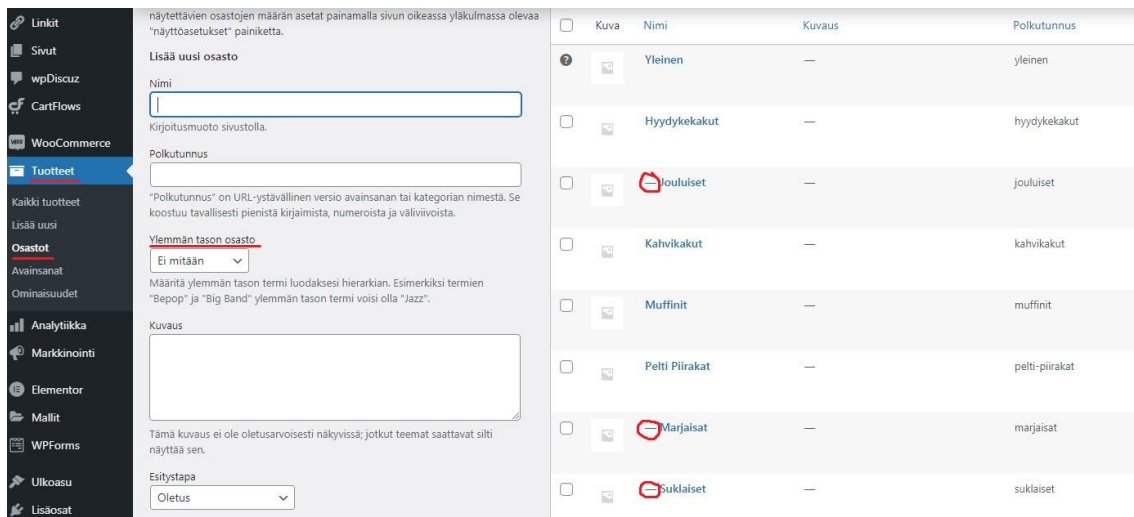
Tuotteen kategoriat voidaan luoda kahdella eri tavalla joko tuotteen tekemisen yhteydessä tai valikosta Tuotteet ja siellä kohdassa Osastot. Esitän tässä molemmat tavat, ensin tuotteen tekemisen

yhteydessä, joka tapahtuu oikealla olevan (kuva 7) kohdalla Osastot (kuva 14). Uusi kategoria lisätään valitsemalla Lisää uusi osasto. Tälle kirjoitetaan osastoa kuvaava nimi, joka tässä on Marjaisat. Jos tämä on pääosasto, tämän jälkeen vain klikataan Lisää uusi osasto, ja kategoria on luotu. Jos haluaa sen jonkin toisen kategorian alle, kuten tässä tapauksessa peltipiirakoiden alle, tapahtuu se valitsemalla valikosta pääkategoria, jonka alle se halutaan, ja vasta sen jälkeen klikkaamalla Lisää uusi osasto.



KUVA 14. Kategorian luominen tuotteen luomisen yhteydessä

Jos kategoriaa ei halua tehdä yllä mainitulla tavalla, onnistuu se myös WP:n valikosta Tuotteet ja Osastot -kohdalla (kuva 15). Täällä kategorian lisääminen tapahtuu suurinpiirtein samoin kuin tuotteen lisäämisen yhteydessä. Kategorialle annetaan nimi, ja se valitaan ylemmän tason kohdalta Osasto, jos sen haluaa toisen kategorian alle. Sitten vain rullataan hieman alemmaksi ja lisätään osasto. Listan oikealla puolella näkyy pääkategoria, ja sen alla on siihen liittyvät alakategoriat. Näiden edessä oleva "-" tarkoittaa alakategoriaa.



KUVA 15. Kategorian luominen WP:n kautta

#### 4.4 Maksutavat

Jotta verkkokaupan kautta saisi myös rahaa, täytyy sinne asentaa maksumahdollisuus. Vaikka tämä verkkokauppa ei tule vielä olemaan oikeasti käytössä, asennettiin sinne kuitenkin maksumahdollisuudet, jotta verkkokaupasta tilaamista pystyttäisiin testaamaan. Maksutapojen lisääminen tapahtuu WC:n Lisäosista (kuva 16), jossa hakukenttään kirjoitetaan "stripe". Esille tulevista vaihtoehdoista asennetaan WooCommerce Stripe Payment Gateway ja otetaan se käyttöön. Tämän jälkeen asennettu lisäosa haetaan lisäosien listalta ja otetaan sen asetukset esiin.



KUVA 16. Stripen asentaminen

Tässä pitää ensimmäiseksi luoda tai kirjautua stripe-tilille. Jos ei ole linkkiä, kuten tässä tapauksessa ei ollut, voi Googleen kirjoittaa create your stripe account ja rekisteröityä annettujen ohjeiden mukaan. Kun tämä on tehty, palataan takaisin WC:ssa stripen asetuksiin ja täydennetään lomake tarvittavilla tiedoilla kuvan 17 mukaisesti:

**Stripe**

Stripe works by adding payment fields on the checkout and then sending the details to Stripe for verification.

Enable/Disable  Enable Stripe

Title

Description

**Stripe Account Keys**

By clicking this button you agree to the [Terms of Service](#). Or, manually enter Stripe account keys below. (Please save changes before selecting this button.)

Test mode  Enable Test Mode

Test Publishable Key

Test Secret Key

---

**Inline Credit Card Form**  Inline Credit Card Form

**Statement Descriptor**

**Capture**  Capture charge immediately

**Payment Request Buttons**  Enable Payment Request Buttons. (Apple Pay/Google Pay)  
By using Apple Pay, you agree to [Stripe](#) and [Apple's](#) terms of service. (Apple [dashboard](#).)

**Payment Request Button Type**

**Payment Request Button Theme**

**Payment Request Button Height**

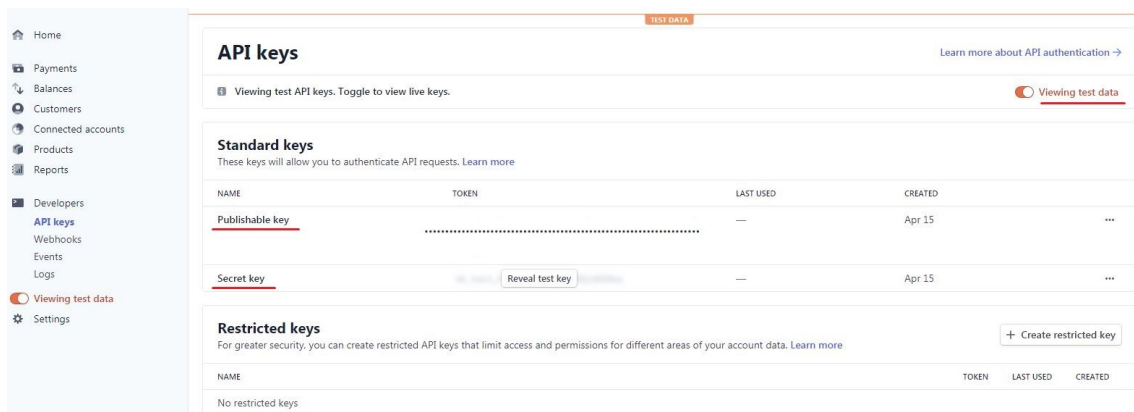
**Saved Cards**  Enable Payment via Saved Cards

**Logging**  Log debug messages

KUVA 17. Stripen tiedot

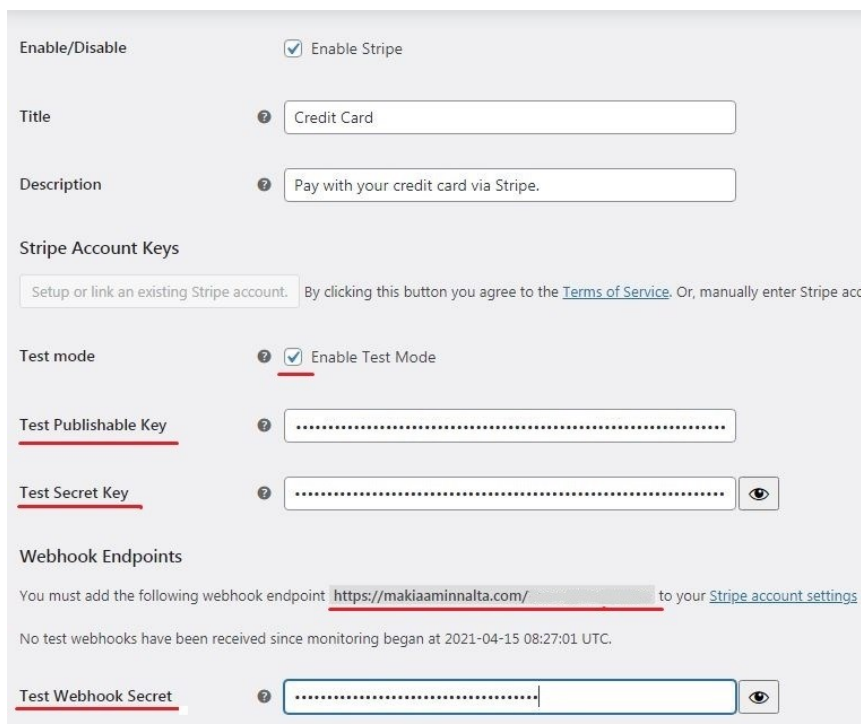
## 4.5 Verkkokaupan testaaminen

Verkkokauppa voidaan testata ilman maksuasetusten määrittämistä, mutta tällöin ei voida testata maksutapahtumien toimivuutta. Maksuasetukset kannattaa määrittää, jotta voidaan testata maksamista verkkokaupassa. Tällöin stripe-tilillä pitää olla testaus asetukset päällä: Viewing test data -palkki siirretään aktiiviseksi. Näin stripe-tililtä saadaan tarvittavat testiavaimet, Publishable key ja Test Secret key (kuva 18), WC:n stripe-asetuksiin (kuva 19).



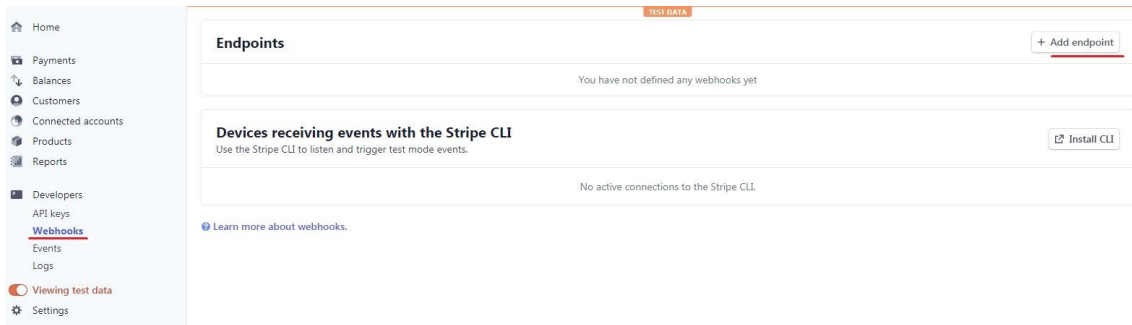
KUVA 18. Publishable key ja Test secret key

Kun testataan maksutapahtumien onnistumista, pitää WC:n asetuksissa tietysti myös olla testausasetukset päällä, eli Test mode -kohdassa Enable test mode -ruutu pitää aktivoida (kuva 19).



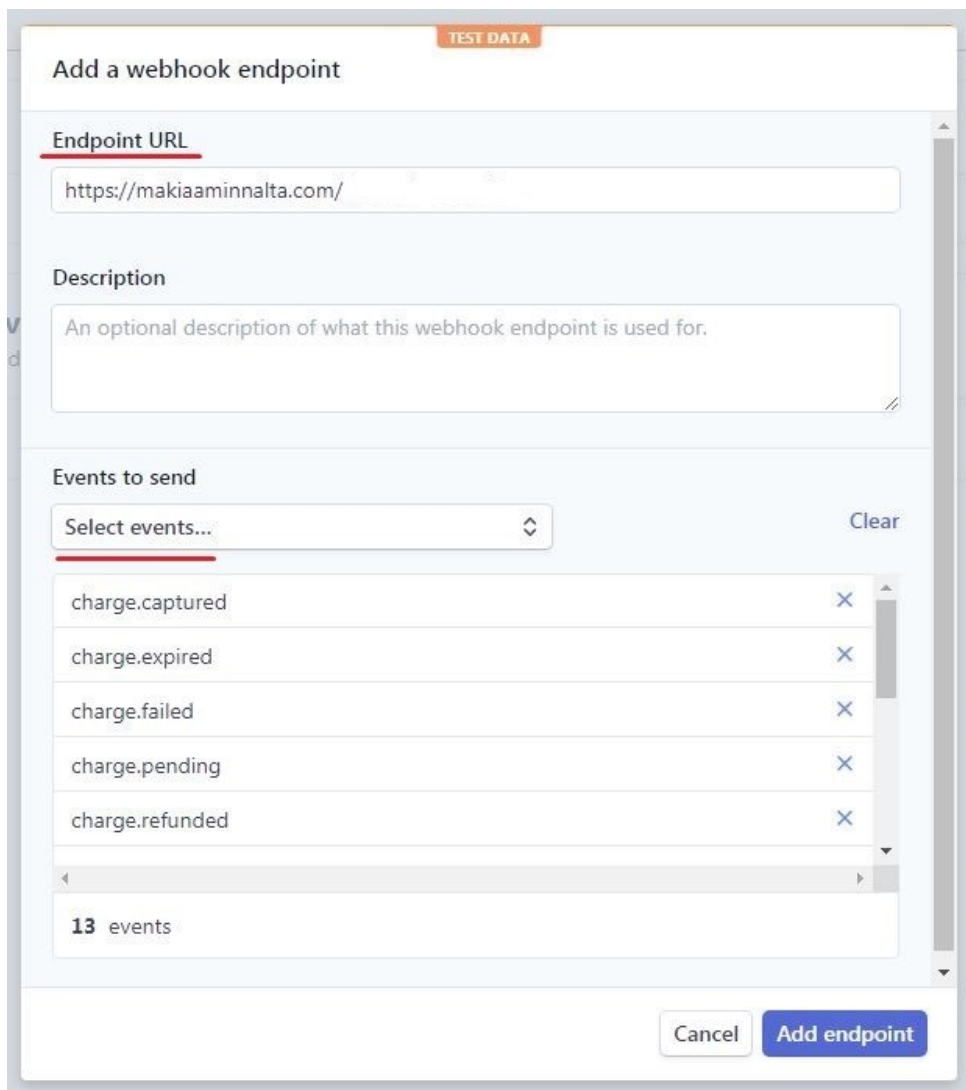
KUVA 19. Stripen testiasetukset WC:ssa

Lisäksi testaamiseen tarvitaan Test Webhook Secret -koodi (kuva 19), joka puolestaan saadaan Stripe-tilin Webhooks-välilehdeltä klikkaamalla Add endpoint -painiketta (kuva 20).



KUVA 20. Test webhook secret -koodi

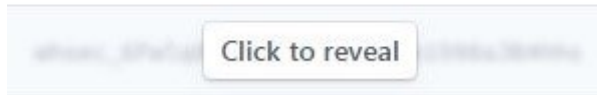
Tällöin aukeaa ikkuna (kuva 21), johon pitää kopioida WC:n Stripen asetuksista Endpoint URL (kuva 19). Events to send -kohdassa valikosta valitaan charge-kohta, minkä jälkeen klikataan Add endpoint.



KUVA 21. Webhookin testausasetukset

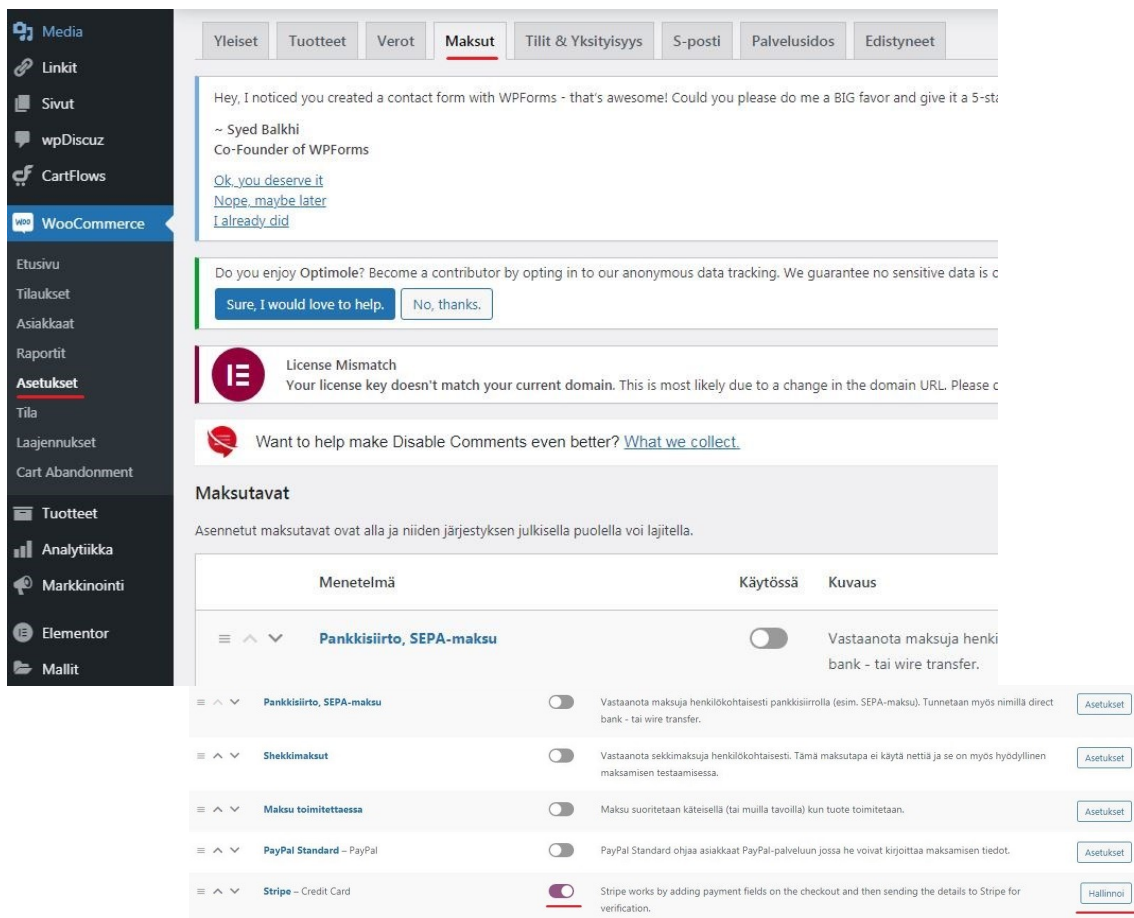
Avautuvasta näkymästä kopioidaan Signing secret -koodi (kuva 22), joka sijoitetaan WC:n Stripe-asetuksissa Test webhook secret -kohtaan (kuva 19).

## Signing secret



KUVA 22. Signing secret -koodi

Kun nämä maksuasetukset on saatu tehtyä, siirrytään WC:n asetuksissa Maksut-välilehdelle. Stripe laittaa automaattisesti luottokorttimaksun päälle, mutta tämän lisäksi voidaan aktivoida omaan verkkokauppaan soveltuvat maksuvaihtoehdot (kuva 23). Luottokortin lisäksi tässä verkkokaupassa pystyy maksamaan pankkisiirrolla ja tilauksen toimituksen yhteydessä, joten myös ne aktivoitiin. Haluttujen maksuvaihtoehtojen kohdalla palkki siirretään aktiiviseksi ja Hallinnoi-painikkeen takaa voidaan tehdä jotain muutoksia, kuten esimerkiksi PayPalissa voidaan maksun kuvausta muuttaa (kuva 24).

A screenshot of the WooCommerce 'Maksut' (Payments) settings page. The page is divided into several sections. At the top, there are tabs for 'Yleiset', 'Tuotteet', 'Verot', 'Maksut', 'Tilit & Yksityisyys', 'S-posti', 'Palvelusidos', and 'Edistyneet'. The 'Maksut' tab is selected. Below the tabs, there are several notices and messages, including one from Syed Balkhi, a message about Optimo, and a license mismatch warning. The main section is titled 'Maksutavat' (Payment Methods) and contains a table of payment methods. The table has columns for 'Menetelmä' (Method), 'Käytössä' (Enabled), and 'Kuvaus' (Description). The 'Pankkisiirto, SEPA-maksu' method is highlighted. Below the table, there are individual settings for each payment method, including 'Pankkisiirto, SEPA-maksu', 'Shekkimaksut', 'Maksu toimitettaessa', 'PayPal Standard - PayPal', and 'Stripe - Credit Card'. Each method has a toggle switch and a description, and a 'Asetukset' (Settings) button.

KUVA 23. Verkkokaupan maksuvaihtoehtojen aktivointi

**PayPal Standard**

PayPal Standard ohjaa asiakkaat PayPal-palveluun jossa he voivat kirjoittaa maksamisen tiedot.

Ota käyttöön/poista käytöstä  Ota käyttöön PayPal Standard -maksutapa

Otsikko

Kuvaus

PayPal-sähköposti

**Edistyneet valinnat**

PayPal-hiekkalaatikko  Ota käyttöön PayPal sandbox (hiekkalaatikko)  
PayPal hiekkalaatikkoo voi käyttää maksujen testaamiseen. Kirjautu [kehittäjän tiliin](#).

Testaustilan loki  Ota käyttöön loki  
Kirjaa lokiin PayPal tapahtumat, kuten IPN-pyynnöt, tänne: /srv/htdocs/wp-content/uploads/wc-logs/paypal-2021-04-15-1ce9ba73496da7e0bb3489375ce366f2.log. Huom. Tämä voi kirjata henkilökohtaisia tietoja. Suosittelemme että käytät tätä vain testaukseen ja poistat lokin kun valmist.

IPN-viestien sähköposti-ilmoitukset  Ota käyttöön IPN-viesteille sähköposti-ilmoitukset  
Lähetä ilmoitus kun hyvitys-, takaisinperintä- tai perumis IPN-viesti on tullut PayPalilta.

KUVA 24. Maksun kuvauksen yksilöiminen

Vasta nyt voidaan testata maksamista verkkokaupassa. Valitaan ostoskoriin tilattavat tuotteet, minkä jälkeen siirrytään Kassa-sivulle, jossa puolestaan täytetään pyydettävät yhteystiedot ja valitaan maksutapa. Maksutapaa kokeiltiin kaikilla tarjolla olevilla tavoilla, ja kaikki toimivat (kuva 25). Koska kyseessä oli testaus ja sivustolla oli testiasetukset päällä, veloituksia ei tapahtunut missään vaiheessa. Luottokortilla testaaminen antoi testinumerot luottokortille, joten oikean luottokortin numeroita ei tarvinnut missään vaiheessa antaa.




**Tilauksesi**

| Tuote            | Välisumma      |
|------------------|----------------|
| Pätkisalat × 1   | 20,00 €        |
| <b>Välisumma</b> | <b>20,00 €</b> |
| <b>Yhteensä</b>  | <b>20,00 €</b> |

Pankkisiirto, SEPA-maksu

Maksa suoraan kaupan pankkitilille. Kirjoita viestikenttään tilauksen numero. Tuotteita ei lähetetä ennen kuin suoritus näkyy tiliillämme.

Maksu toimitettaessa

Credit Card   

Henkilökohtaisia tietoja käytetään tilauksen käsittelyssä, sivuston käyttökokemuksen tukemisessa ja muissa tarkoituksissa kuten on esitetty [Yksityisyyden suoja](#).

Olen lukenut ja hyväksyn sivuston [tilaus- ja sopimusehdot](#) \*

**Lähetä tilaus**

KUVA 25. Maksun testaaminen



Maksaminen onnistui ja tietokoneennäytölle tuli viesti tilauksen vastaanottamisesta (kuva 26).

## Tilaus vastaanotettu

# Checkout

Kiitos. Tilaus on otettu vastaan.

|                           |                                  |                       |                      |
|---------------------------|----------------------------------|-----------------------|----------------------|
| TILAUSNUMERO:<br>2777     | PAIVAMÄÄRÄ:<br>huhtikuu 15, 2021 | SÄHKÖPOSTI:<br>minna. | YHTEENSÄ:<br>60,00 € |
| MAKSUTAPA:<br>Credit Card |                                  |                       |                      |

### Tilauksen tiedot

| Tuote           | Yhteensä    |
|-----------------|-------------|
| Pätkispalat × 3 | 60,00 €     |
| Välisumma:      | 60,00 €     |
| Maksutapa:      | Credit Card |
| Yhteensä:       | 60,00 €     |

KUVA 26. Kuittaus tilauksen vastaanottamisesta

Lisäksi asiakkaalle tuli sähköpostiin Kiitos tilauksesta -viesti saapuneesta tilauksesta (kuva 27).

## Kiitos tilauksesta

Hei minna,

Tiedoksi: — olemme vastaanottaneet #2779- tilauksen, ja se on nyt käsittelyssä.

Maksu toimituksen yhteydessä.

### [Tilaus #2779] (huhtikuu 15, 2021)

| Tuote             | Määrä | Hinta                |
|-------------------|-------|----------------------|
| Omenahyydykekakku | 1     | 15,00 €              |
| Välisumma:        |       | 15,00 €              |
| Maksutapa:        |       | Maksu toimitettaessa |
| Yhteensä:         |       | 15,00 €              |

### Laskutusosoite

minna  
Pöytäkatu 10  
00100 Helsinki  
09 2345 6789  
minna@minna.com

Kiitos, että käytit [makaaminna.com](http://makaaminna.com)!

KUVA 27. Kiitosviesti asiakkaan sähköpostissa

Myyjälle puolestaan tuli sähköpostiin ilmoitus uudesta tilauksesta (kuva 28).

**Uusi tilaus: nro. 2988**

Olet saanut seuraavan tilauksen Leila

[Tilaus #2988] (huhtikuu 18, 2021)

| Tuote              | Määrä | Hinta                |
|--------------------|-------|----------------------|
| Porkkanapiirakka   | 1     | 20,00 €              |
| <b>Väli summa:</b> |       | 20,00 €              |
| <b>Maksutapa:</b>  |       | Maksu toimitettaessa |
| <b>Yhteensä:</b>   |       | 20,00 €              |

**Laskutusosoite**

Leila

Onnittelut myynnistä.

KUVA 28. Viesti myyjän sähköpostissa

WC:ssa tehty tilaus näkyy kohdassa Tilaukset. Siellä näkyvät kaikki tilaukset ja niiden tila (kuva 29). Sieltä voi avata tarvittavan tilauksen, joka näyttää kuvan 30 mukaiselta. Tämän testauksen jälkeen voimme todeta, että verkkokauppa toimii.

| Tilaus             | Päiväys/ aika | Tila         | Yhteensä    |
|--------------------|---------------|--------------|-------------|
| #3046 Marko        | 19.4.2021     | Käsitellyssä | 100530,00 € |
| #2990 Erkki        | 19.4.2021     | Jonossa      | 25,00 €     |
| #2989 Erkki        | 19.4.2021     | Jonossa      | 70,00 €     |
| #2988 Leila        | 18.4.2021     | Käsitellyssä | 20,00 €     |
| #2987 Erkki Testaa | 18.4.2021     | Käsitellyssä | 30,00 €     |
| #2779 minna        | 15.4.2021     | Käsitellyssä | 15,00 €     |
| #2778 minna        | 15.4.2021     | Jonossa      | 30,00 €     |
| #2777 minna        | 15.4.2021     | Käsitellyssä | 60,00 €     |

KUVA 29. Tilaukset ja niiden tila

WooCommerce Muokkaa Tilausta Saapuneet

### Tilaus #2777 tiedot

Maksu käyttäen Credit Card (ch\_1lgRR3l8cPi19WZGPDIXQlm) Maksettu huhtikuu 15, 2021 @ 9:24 am. Asiakkaan IP: 87.100.247.8

**Yleiset**

Luotu päiv: 2021-04-15 09:24

Tila: Käsitellyssä

Asiakas: [Profiili](#) [Näytä muita tilauksia](#)

Minna (#2 - minna)

**Laskutus**

minna  
oulu

Sähköpostiosoitte:

Puhelin:

**Toimitus**

Osoite:  
Toimitusosoitetta ei ole asetettu.

| Tuote                             | Hinta   | Määrä | Yhteensä       |
|-----------------------------------|---------|-------|----------------|
| Patisocalat                       | 20,00 € | x 3   | 60,00 €        |
| <b>Kohteiden väli summa:</b>      |         |       | <b>60,00 €</b> |
| <b>Tilaus yhteensä:</b>           |         |       | <b>60,00 €</b> |
| <b>Paid:</b>                      |         |       | <b>60,00 €</b> |
| huhtikuu 15, 2021 via Credit Card |         |       |                |
| ● Stripe Fee:                     |         |       | -1,99 €        |
| ● Stripe Payout:                  |         |       | 58,01 €        |

● Tämä tilausta ei voi enää muokata.

**Tilaus toimenpiteet**

Valitse toiminto ...

[Siirrä roskapöytä](#) [Päivitä](#)

**Tilaus kommentit**

Stripe charge complete (Charge ID: ch\_1lgRR3l8cPi19WZGPDIXQlm)

huhtikuu 15, 2021 klo 9:24 am [Lisää kommentti](#)

This order was abandoned & subsequently recovered.

huhtikuu 15, 2021 klo 9:24 am [Lisää kommentti](#)

Tilaus vaihdettu Odottaa maksua -tilasta Käsitellyssä -tilaan.

huhtikuu 15, 2021 klo 9:24 am [Lisää kommentti](#)

Lisää kommentti

Yksityinen viesti [Lisää](#)

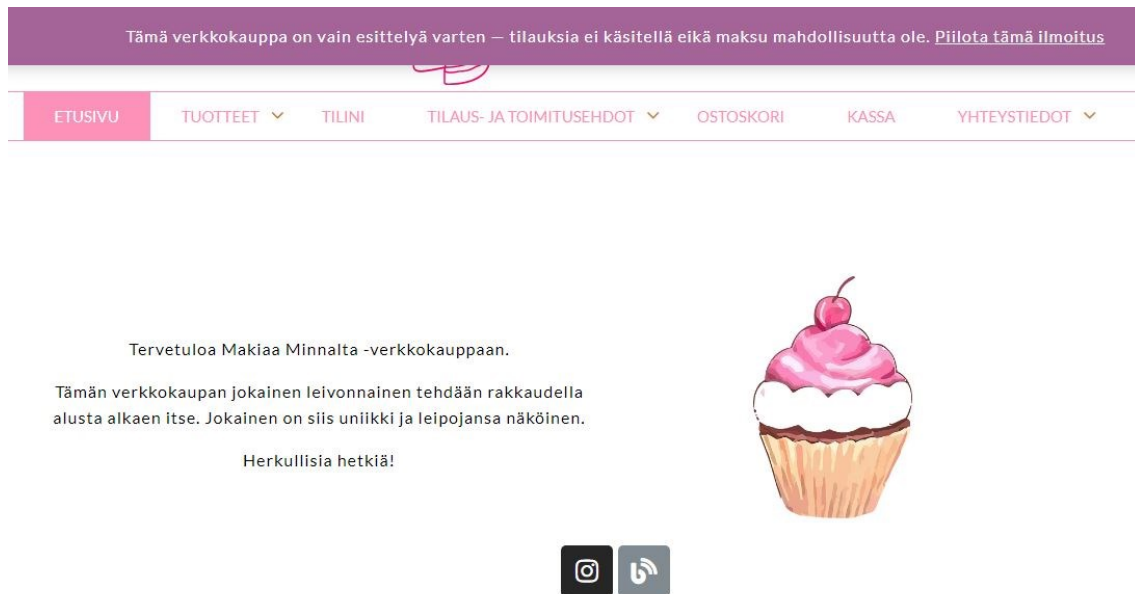
KUVA 30. Yksittäinen tilaus

## 5 MAKIAA MINNALTA -VERKKOKAUPPA

Tässä luvussa esittelen verkkokaupan sivuja ja toimintaa. Lisäksi mainitsen otteita palautteista, joita sain pieneltä testiryhmältäni.

### 5.1 Verkkokaupan ulkoasu ja tietosisältö

Verkkokaupan etusivusta (kuva 31) tehtiin selkeän ja yksinkertaisen näköinen, kuitenkin niin, että sivuille tuleva ymmärtää, mitä verkkokauppa tarjoaa. Verkkokaupan värit ja muffinin kuva antavat leivonnaisista herkullisen vaikutelman. Sivuston linkit sijoitettiin selkeästi näkyville sivuston yläreunaan. Tuotteiden, tilaus- ja toimitusehtojen sekä yhteystietojen väkäset ilmoittavat, että niiden alla on lisää linkkejä. Linkit aukeavat samaan selainikkunaan, ja niiden taustaväri vaihtuu. Näin verkkokaupassa olijat tietää helposti, millä sivustolla hän on. Lisäksi sivustolla oleva otsikko ilmoittaa sijainnin sivustolla. Koska verkkokauppa ei ole vielä toiminnassa, on siitä ilmoitus sivuston ylälaudassa. Etusivulle toivottiin linkkien lisäksi enemmän toimintoja, joten muffinin kuvaan lisätiin linkki tuotesivustolle sekä alas ikonit sometileille Instagramiin sekä leipurin blogiin.



KUVA 31. Verkkokaupan etusivu

Näin testiryhmä kommentoi verkkokaupan ulkoasua:

- ”Hyvin toimivat ja selkeät sivut. Visuaalinen ilme on selkeä ja teema on rauhallinen. Sivusto skaalautuu hyvin eri resoluutioilla ja toimii hyvin myös mobiilissa. Kaupan pääsivulla selkeä rakenne.” **Mies, 55 v., Windows 10 Pro 64bit, Firefox 87.0 (64bit) ja Iphone 12.**
- ”Helppo käyttää, kuvat ja selkeys ehdoton plussa, värimaailma sopii ihanasti herkullisiin leivonnaisiin.” **Nainen, 41 v., läppäri.**
- ”Sivujen ulkonäkö oli selkeä ja toiminnaltaan helppokäyttöiset ja toimivat. Sivujen värimaailma aivan ihana.” **Nainen, 41 v., kännykkä.**

Verkkokaupan teksti pidettiin helppolukuisena ja samanlaisena koko sivustolla. Sivun laidassa oleviin kategorioihin haluttiin hieman erilaisuutta ja naisellisuutta, joten niiden kirjasin on kaunokirjoituksella. Tuotekuivissa on oikeita kakkuja, joten ne antavat osviittaa siitä, millaisia leivonnaisista mahdollisesti tulee (kuva 32).

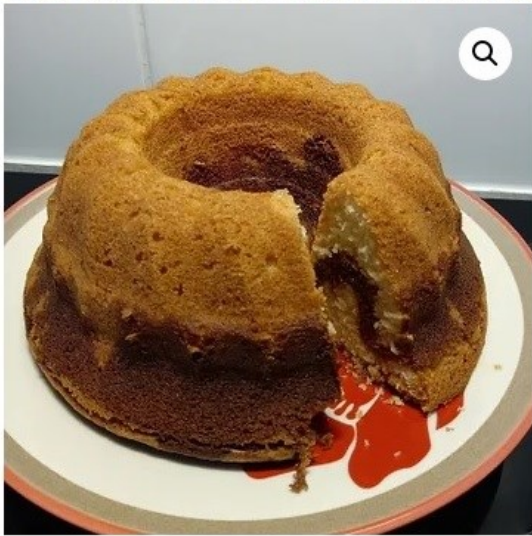
KUVA 32. Sivuston ulkoasua

Testiryhmän kommentteja verkkokaupan käytettävyydestä:

- ”Sivustolla on helppo siirtyä eri tuoteryhmien välillä ja paluu edellisiin selattaviin toimii hyvin. Valikot ovat selkeät ja pysyvät muuttumattomina selatessa sivuja. Etsi tuotteita toimii hyvin.” **Mies, 55 v., Windows 10 Pro 64bit, Firefox 87.0 (64bit) ja Iphone 12.**
- ”Sivun sisäiset linkit kuten myös etsi-toiminto toimivat hyvin.” **Nainen, 41 v., läppäri.**
- ”Tuotteista oli hyvät kuvat.” **Nainen, 41 v., kännykkä.**

Leivonnaisista kirjoitettiin houkuttelevia tekstejä, jotka innostaisivat ostajaa. Kuvia voi myös suurentaa, ja ne vaihtuvat tarvittaessa. Esimerkiksi tuotokuva vaihtuu vuoan valinnan jälkeen ja näyttää, millainen kakku kyseisellä vuoalla tulee (kuva 33). Asiakas voi hieman muokata leivonnaisia, mikä otetaan hinnassa huomioon, ja siitä on maininta. Koska verkkokauppa on tällä hetkellä vain esittelykäytössä, ovat hinnat keksittyjä. Käyttönotossa hinta koostuu ensinnäkin leivonnaisen materiaaleista, mutta lisäksi hintaan lisätään muitakin menoja, kuten pakkausmateriaalit, valmistamiseen kulunut työaika ja sähkönkulutus. Hintaan vaikuttavat myös toimialan markkinat ja verkkokaupan myyjän pitää saada jotain myös pääomatulo kassaan.

## Raidallinen kahvikakku



15,00 € – 25,00 €

Perinteinen Tiikerikakku nyt valittavana myös herkullisella suklaissellaraidalla!

Kahvipöydän perinteinen herkku kätkee yllätyksellisen ja herkullisen suklaaraidan, jonka voit valita listalla olevista suklaista. Myös perinteisen vuoan rinnalla on modernimpia vaihtoehtoja.

Halutessasi saat raidan omasta lempisuklaasta, joka otetaan hinnassa huomioon. Mainitsethan tästä tilauksen lisätiedoissa, kuten myös muista mahdollisista muutoksista.

|        |         |
|--------|---------|
| Raidat | Valitse |
| Vuoka  | Valitse |

- Valitse
- Kaakao
- Fazerin sininen
- Geisha
- Dumle
- Pätkis

1 Lisää ostoskoriin

KUVA 33. Leivonnaisen tietoja

Jokaisesta leivonnaisesta on myös kuvaus, mitä se sisältää. Lisäksi ehdotetaan samantyyllisiä leivonnaisia, joihin tutustua, jotta tilaukseen tulisi mahdollisesti enemmän tuotteita (kuva 34).

Kuvaus

Lisätiedot

## Kuvaus

vehnä jauho, leivinjauhe, sokeri, kerma, kananmuna, voi, suklaa.

Mahdollisesti allergiaa aiheuttavat ainesosat korostettuna. Kaikki tuotteet tehdään laktoosittomiin maitotuotteisiin. Tuote voidaan myös tehdä gluteenittomiin jauhoihin. Valitettavasti täysin gluteenitonta tuotetta en voi taata, koska samoilla työvälineillä käsittelen myös tavallisia jauhoja.

## Tutustu myös



Paholaisenpiirakka

20,00 €

Lisää ostoskoriin



Kahvikakku

15,00 €

Lisää ostoskoriin



Pätkisalat

20,00 €

Lisää ostoskoriin



Aprikoosipalat

20,00 €

Lisää ostoskoriin

### KUVA 34. Leivonnaisen lisätietoja

Testiryhmän kommentti tuotesivustosta:

”Allergisoivat aineosat oli tummennettu, näkee nopeaa onko omia listalla.”

**Nainen, 41 v., läppäri.**

Tilini-näkymässä voi joko rekisteröityä kauppaan tai kirjautua sisään rekisteröityneenä käyttäjänä. Sivustolla näkyvät tehdyt tilaukset ja niiden tila. Yksittäisestä tilauksesta voi tarkastella, mitä se sisältää (kuva 3).

# TILINI

- Hallintapaneeli
- Tilaukset
- Lataukset
- 
- Maksutavat
- Tilin tiedot
- Kirjaudu ulos

| Tilaus   | Päiväys/ aika     | Tila         | Yhteensä                  | Toimenpiteet          |
|----------|-------------------|--------------|---------------------------|-----------------------|
| nro.2779 | huhtikuu 15, 2021 | Käsittelyssä | 15,00 € yht. 1 tuotteesta | <a href="#">Katso</a> |
| nro.2778 | huhtikuu 15, 2021 | Jonossa      | 30,00 € yht. 1 tuotteesta | <a href="#">Katso</a> |
| nro.2777 | huhtikuu 15, 2021 | Käsittelyssä | 60,00 € yht. 3 tuotteesta | <a href="#">Katso</a> |

KUVA 35. Tilini näkymä

Verkkokauppoja koskevat tietyt lait. Tilaus- ja toimitusehdoissa on mainittu kyseiset lait, joita ovat muiden muassa. kuluttajansuojalain 6:15 §:ssä määrätty tavaroiden palauttamis- ja sopimuksen peruuttamismahdollisuus, joka ei koske esimerkiksi seuraavia tapauksia: jos tuote räätälöidään asiakkaalle sopivaksi, jolloin sitä ei voi myydä enää, kuten gluteeniton ja munaton kakku tai raaka-aineista johtuva hinta, joihin myyjä ei voi vaikuttaa, kuten munat ja jauhot. Lisäksi tilaus- ja toimitusehdoissa on mainittu muut seikat, jotka koskevat myyjän ja asiakkaan välistä sopimusta. Tietosuojaselosteessa on kerrottu muun muassa, mihin asiakkaiden rekisteröinti tietoja käytetään ja kuka niitä saa käsitellä. Nämä kannattaa lukea huolella läpi ennen tilausta, varsinkin tilaus- ja sopimusehdot, sillä ilman niiden hyväksymistä tilausta ei voi tehdä (kuva 36, 38).

ETUSIVU TUOTTEET TILINI **TILAUS- JA TOIMITUSEHDOT** OSTOSKORI KASSA YHTEYSTIEDOT

TIETOSUOJASELOSTE

## TILAUS- JA SOPIMUSEHDOT

### 1. YLEISTÄ

Makiaa Minnalta y-tunnus (jäljempänä "Toimittaja") on leipomotuotteisiin ja kakkuihin erikoistunut Oululainen kotileipomo ja verkkokauppa. Yritys myy tuotteita täysi-ikäisille yksityishenkilöille Oulun alueella. Näitä sopimusehtoja sovelletaan Toimittajan ja Makiaa Minnalta asiakkaan (jäljempänä "Asiakas") väliseen sopimukseen koskien Makiaa Minnalta tilattua tuotetta tai tilattuja tuotteita (jäljempänä lukumäärästä riippumatta "Tuote").

Nämä toimitusehtomme ovat voimassa xx-xx-xxxx alkaen. Voimme muuttaa toimitusehtoja yksipuolisesti aika ajoin, joten tutustuthan toimitusehtoihimme joka kerta etukäteen kun tilaat tuotteita verkkokaupastamme. Lähettäessään tilauksen Asiakas hyväksyy nämä ehdot varauksitta.

### 2. PALVELULUPAUS

Etsi tuotteita...

### Tuotteet

- » Pelti Piirakat (5)
- » Hydykekakut (5)
- » Kahvikakut (2)
- » Muffinit (2)
- » Täytekakut (4)

### Ostoskori

- ✗ Raidallinen kahvikakku - Geisha, Bavaria 
- 1 x 20,00 €

Välisumma: 20,00 €

KUVA 36. Verkkokaupan juridiset tekstit




## 5.2 Verkkokaupan toiminnallisuus

Ostoskorissa näkyvät sinne valitut leivonnaiset sekä niiden hinta. Määrää voi myös tarvittaessa muuttaa. Tällöin pitää painaa Päivitä ostoskori -painiketta, jotta hinta muuttuu oikeaksi. Tuotteen edessä olevan x:n avulla tuotteen voi tarvittaessa poistaa ostoskorista (kuva 37).

### OSTOSKORI

✔ Ostoskori päivitetty.

| Tuote   | Hinta   | Määrä                          | Välisumma |
|---|---------|--------------------------------|-----------|
| <span style="color: red;">✕</span>  Raidallinen kahvikakku – Geisha, Bavaria | 20,00 € | <input type="text" value="2"/> | 40,00 €   |

#### Ostoskori yhteensä

|           |         |
|-----------|---------|
| Välisumma | 40,00 € |
| Yhteensä  | 40,00 € |

KUVA 35. Ostoskori

Testiryhmän kommentti ostoskorin käytettävyydestä:

”Ostoskorin päivitys toimii. Myös sieltä poisto ja palautus toimii.”

**Mies, 44 v., iPad, Safari.**

Kassalla (kuva 38) tilauksen voi tehdä joko kirjautumalla sisään, jos käyttäjä on rekisteröitynyt, tai täyttämällä tähdellä merkityt vaaditut kentät, minkä jälkeen voi lisäksi valita, haluaako rekisteröityä verkkokauppaan vai ei. Maksutavat ovat selkeästi esillä, jotta asiakas voi valita itselleen sopivan vaihtoehdon. Täällä myös voi antaa tilauksesta lisätietoja. Lähetä tilaus -painiketta klikkaamalla asiakas saa näytölle viestin tilauksen vastaanottamisesta (kuva 26). Lisäksi hänelle tulee kuittausviesti hänen ilmoittamaansa sähköpostiin (kuva 27).

# KASSA

Palaava asiakas? Kirjautu tästä

**Laskutustiedot**

Etunimi \*  Sukunimi \*

Yrityksen nimi (valinnainen)

Maa / Alue \*  
**Suomi**

Katuosoite \*  
 Kadunnimi ja talon numero  
 Huoneisto, yksikkö jne. (valinnainen)

Postinumero \*

Postitoimipaikka \*

Puhelin \*

Sähköpostiosoite \*




Rekisteröidy?

**Tilauksesi**

| Tuote                    | Välisumma      |
|--------------------------|----------------|
| Mansikkahyydykekakku × 1 | 15,00 €        |
| <b>Välisumma</b>         | <b>15,00 €</b> |
| <b>Yhteensä</b>          | <b>15,00 €</b> |

Pankkisiirto, SEPA-maksu

Maksa suoraan kaupan pankkitilille. Kirjoita viestikenttään tilauksen numero. Tuotteita ei lähetetä ennen kuin suoritus näkyy tilillämme.

Maksu toimitettaessa  
 Credit Card   

Henkilökohtaisia tietoja käytetään tilausten käsittelyssä, sivuston käyttökokemuksen tukemisessa ja muissa tarkoituksissa kuten on esitetty [Yksityisyyden suoja](#).

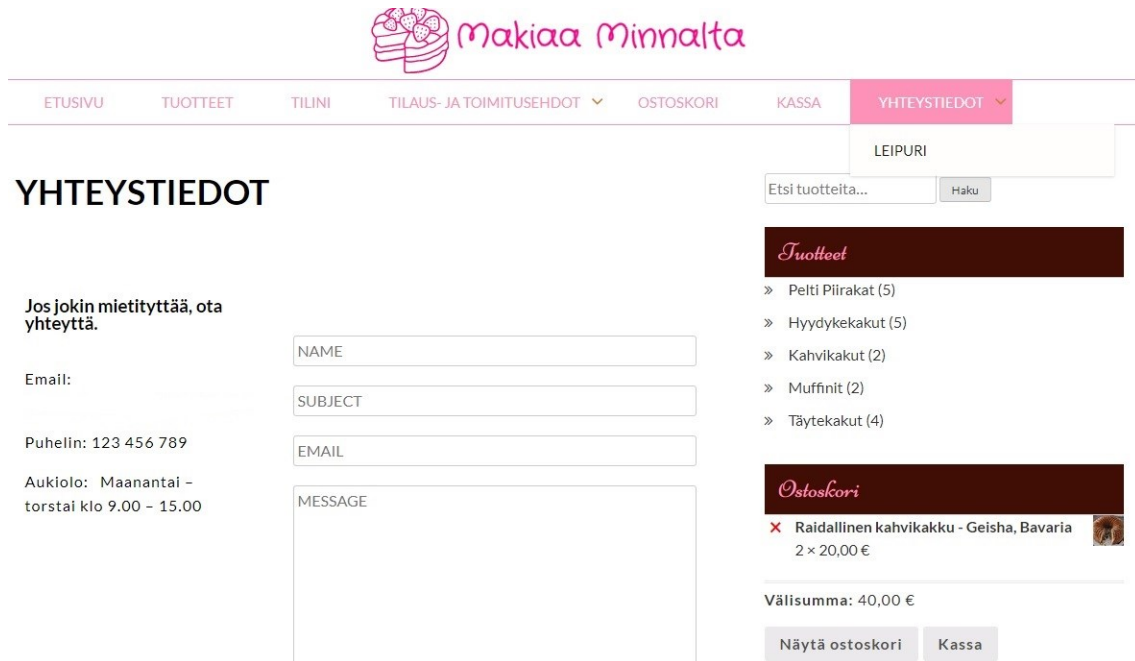
Olen lukenut ja hyväksyn sivuston [tilaus- ja sopimusehdot](#) \*

KUVA 36. Tilausprosessi

Testiryhmän kommentteja tilausprosessista:

- ”Tilaus oli helppo tehdä. Tilin luominen ja tilausvahvistukset sähköpostiin toimivat hyvin.”  
**Mies, 55 v., Windows 10 Pro 64bit, Firefox 87.0 (64bit) ja Iphone 12.**
- ”Tilausprosessi oli tosi helppo ja näppärä, mikä helpottaa tulevaa asiakasta.” **Nainen, 41 v., kännykkä.**
- ”En ole koskaan tilannut verkkokaupasta mitään. Tilaus oli selkeä ja helppo tehdä.” **Mies, 68 v., tabletti.**

Verkkokaupan yhteystietojen kautta voi lähettää lomakkeella mieltä askarruttavia kysymyksiä. Lisäksi siellä on sähköpostiosoite, puhelinnumero sekä ajat, jolloin myyjä on tavoitettavissa. Jotta asiakas tuntisi itsensä tärkeäksi ja asiakassuhde olisi hieman henkilökohtaisempi, on myös leipurista informaatiota (kuva 39).



The screenshot shows the 'Makiaa Minnalta' website interface. At the top, there is a navigation bar with links: ETUSIVU, TUOTTEET, TILINI, TILAUS- JA TOIMITUSEHDOT, OSTOSKORI, KASSA, and YHTEYSTIEDOT. The 'YHTEYSTIEDOT' menu is active, and a dropdown menu shows 'LEIPURI'. Below the navigation bar, the 'YHTEYSTIEDOT' section contains a form for sending a message. The form includes fields for NAME, SUBJECT, EMAIL, and MESSAGE. To the left of the form, there is contact information: 'Jos jokin mietityttää, ota yhteyttä.', 'Email:', 'Puhelin: 123 456 789', and 'Aukiolo: Maanantai - torstai klo 9.00 - 15.00'. To the right of the form, there is a search bar with the text 'Etsi tuotteita...' and a 'Haku' button. Below the search bar, there is a list of products under the heading 'Tuotteet': 'Pelti Piirakat (5)', 'Hyödykekakut (5)', 'Kahvikakut (2)', 'Muffinit (2)', and 'Täytekakut (4)'. Below the product list, there is a section for the shopping cart under the heading 'Ostoskori'. The cart contains one item: 'Raidallinen kahvikakku - Geisha, Bavaria' with a price of '2 x 20,00 €'. Below the cart, the total amount is 'Välisumma: 40,00 €' and there are buttons for 'Näytä ostoskori' and 'Kassa'.

KUVA 37. Asiakaspalvelun yhteystiedot

## 6 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda alustava mutta toimiva Makiaa Minnalle - verkkokauppa. Tavoite oli alustava, koska yrityksellä ei ole vielä toimilupaa. Kun toimilupa olisi hankittu, verkkokauppa olisi jo valmis ja toiminta voisi alkaa heti.

Uusi verkkokauppa lähdettiin suunnittelemaan sen tarjoaman eli kotileivonnaisia myyvän verkkokaupan tarpeiden pohjalta. Sivuston yhtenä vaatimuksena oli käyttäjäystävällisyys ja helppo päivitettävyys. Lisäksi sen piti olla responsiivinen eri laitteille.

Makiaa Minnalta -verkkokauppa toteutettiin WordPressin WooCommercella, joka on yleisin ja helpokäyttöisin verkkokauppa-alusta. Lisäksi minulla oli WooCommercesta hieman kokemusta oppituntien ja harjoittelun ansiosta. Tarvitsin kuitenkin apua muistini ja osaamiseni tueksi, jota sainkin YouTubesta löytämästäni videosta. Videolla neuvottiin hyvin eri vaiheet verkkokaupan luomisessa, kuten tuotteiden luominen, sopivat lisäosat sekä maksutapojen asentaminen.

Suurimmaksi ongelmaksi opinnäytetyön tekemisessä koin aikataulun. Koska tein verkkokaupan itselleni, en aluksi asettanut minkäänlaista aikataulua, ja näin ollen muut asiat tahtoivat viedä kottona huomioni. Ymmärsin kuitenkin, että työni ei edisty, jollen tee aikataulua. Tein päivittäiset ja viikoittaiset tavoitteet, jotka auttoivat minua pitämään työni järjestyksessä mutta myös antamaan hengähdystaukoja.

Työn edistyessä olen oppinut paljon niin verkkokaupan teoriasta kuin käytännöstäkin. Koen, että olen oppinut ja ymmärtänyt paljon asioita tätä työtä tehdessäni. Osaksi siihen on vaikuttanut se, että olen saanut kaikessa rauhassa tutkailla ja testaila eri toimintoja. Tämä ei välttämättä olisi ollut mahdollista varsinaisessa ja virallisessa työtehtävässä, jossa en välttämättä olisi oppinut niin paljoa kuin nyt. Olen työhöni tyytyväinen ja koen työni antavan minulle valmiudet toimia tulevaisuudessa verkkokauppa-alalla.

Makiaa Minnalta -verkkokauppa toimii tämänhetkisten vaatimusten mukaan kaikilla laitteilla. Verkkokaupassa on vielä kuitenkin tekemistä, kuten tekstien muokkausta. Lisäksi pitää luoda ja linkittää Facebook-tili verkkokauppaan. Myös hakukoneoptimointi vaatii vielä täydentämistä. Saamieni palautteiden ansiosta voin kehittää verkkokauppaani vieläkin palvelevammaksi.

## LÄHTEET

Clover Shop 2021. Nopea ja helppokäyttöinen verkkokauppaohjelmisto. Hakupäivä 15.2.2021.

<https://www.clovershop.com/>.

Havumäki, Heidi & Jaranka, Eila 2014. Ensimmäinen painos. Sähköinen kaupankäynti. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

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

Lindén, Jukka-Pekka 2009. Tee kauppaa netissä! Toinen painos. Tampere: Netera Consulting.

MyCashflow 2021. Perusta menestyvä verkkokauppa. Hakupäivä 9.2.2021. <https://www.mycashflow.fi/>.

Paytrail 2021. Suuri verkkokauppa-alustaraportti 2020. Hakupäivä 5.2.2021.

[https://www.paytrail.com/hubfs/images/eBook\\_Folder/Suuri-verkkokauppa-alustaraportti-2020.pdf?hsLang=fi](https://www.paytrail.com/hubfs/images/eBook_Folder/Suuri-verkkokauppa-alustaraportti-2020.pdf?hsLang=fi).

Vehmas, Seppo 2008. Perusta menestyvä verkkokauppa. Ensimmäinen painos. Helsinki: WSOYpro.