

Jasmin Salmi

WOOCOMMERCE-VERKKOKAUPPA

WOOCOMMERCE-VERKKOKAUPPA

Jasmin Salmi
Opinnäytetyö
Kevät 2021
Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittelyn tutkinto-ohjelma

Tekijä: Jasmin Salmi

Opinnäytetyön nimi: WooCommerce-verkkokauppa

Työn ohjaaja: Pekka Ojala

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2021

Sivumäärä: 29

Tässä opinnäytetyössä toimeksiantajana on toiminut mainostoimisto Eagle Media. Toimeksiantaja toivoi verkkokauppaa heidän tuotteilleen. Toimeksiantaja toivoi verkkokaupasta selkeää ja yksinkertaista, joka vastaisi tyyllisesti heidän nykyistä verkkosivustoansa. Verkkokauppa julkaistaisiin myöhemmin toimeksiantajan nykyisen verkkosivuston yhteydessä.

Verkkokauppa toteutettiin käyttäen WordPress-julkaisujärjestelmää, koska toimeksiantajan nykyinen verkkosivusto oli toteutettu kyseisellä julkaisujärjestelmällä. WooCommerce-lisäosaa käytettiin verkkokaupan alustana. Lisäksi käytettiin Elementor-sivunrakentajan Premium-versiota, jota toimeksiantaja oli käyttänyt aikaisemmin verkkosivustonsa luomiseen.

Opinnäytetyön raportissa perehdyttiin yleisesti verkkokauppaan. Raportissa käsitellään julkaisujärjestelmiä ja verkkokauppa-alustoja, esimerkiksi opinnäytetyössä käytettyjä WordPress-julkaisujärjestelmää ja WooCommerce-verkkokauppa-alustaa. Lisäksi raportissa kerrotaan maksunvälittäjistä ja Elementor-sivunrakentajasta, jota käytettiin apuna verkkokaupan rakentamiseen. Toteutusosiossa perehdytään toimeksiantajan verkkokaupan rakentamiseen.

Lopputuloksena luotiin toimeksiantajalle heidän toiveidensa mukainen verkkokauppa, joka on yksinkertainen, selkeä ja vastaa heidän nykyistä verkkosivustoansa. Toimeksiantajan on helppo muokata verkkokauppaa myöhemmin.

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Business Information Technology

Author: Jasmin Salmi

Title of thesis: Building e-commerce website with WooCommerce

Supervisor: Pekka Ojala

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2021

Number of pages: 29

The advertising agency Eagle Media is the commissioner of the thesis. The commissioner wanted to build an e-commerce website where their products would be sold. The e-commerce website should be clear and simple so that it would stylistically match their current website. The e-commerce website will be published later.

The e-commerce website was created with WordPress, as the commissioner's own website has been created with WordPress. WooCommerce was used as an e-commerce platform. In addition, the Premium version was used of Elementor Page Builder, which the commissioner had previously used to create their website.

The thesis report discusses the e-commerce website. The report also discusses publishing systems and e-commerce platforms, such as the WordPress publishing system used in the thesis and the WooCommerce platform. In addition, the report discusses the payment intermediaries and the Elementor page builder that was used to help to build the e-commerce website.

As the result of thesis, the e-commerce website was created for the commissioner according to their wishes. It is simple, clear and in line with their current website. It is easy for the commissioner to modify the e-commerce website later.

Keywords: e-commerce, WooCommerce, WordPress, Elementor

SISÄLLYS

| | | |
|---|--------------------------------|----|
| 1 | JOHDANTO | 7 |
| 2 | VERKKOKAUPPA | 8 |
| 3 | JULKAISUJÄRJESTELMÄT | 12 |
| 4 | VERKKOKAUPPA-ALUSTAT | 14 |
| 5 | ELEMENTOR-SIVUNRAKENTAJA | 17 |
| 6 | MAKSUNVÄLITTÄJÄT | 18 |
| 7 | TOTEUTUS | 19 |
| 8 | POHDINTA | 26 |
| | LÄHTEET | 28 |

1 JOHDANTO

Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimii mainostoimisto Eagle Media, joka on perustettu vuonna 2008. Eagle Media sijaitsee Ylivieskassa Pohjois-Pohjanmaalla. Heidän palveluitaan ovat WWW-, ääni- ja AV-tuotanto sekä 3D-mallinnus, teippaukset ja opasteet, kuvaus- ja graafisetpalvelut.

Opinnäytetyön kehittämistehtävän tavoitteena oli luoda toimeksiantajalle WooCommerce-verkkokauppa, joka tulisi toimeksiantajan nykyisen verkkosivuston yhteyteen. Verkkokauppaan tulisi myyntiin toimeksiantajan omia tuotteita, kuten tarroja ja opasteita. Toimeksiantajan toiveena oli, että verkkokaupan yhteyteen luotaisiin laitevuokraussivu äänentoistokalustoseille. Verkkokaupan rakentamiseen käytettiin WordPress-julkaisujärjestelmää sekä WooCommerce- ja Elementor-lisäosia, jotka toimeksiantaja oli ladannut valmiiksi.

Toimeksiantajan antamiin tehtäviin kuuluivat sisällön lisäys ja muokkaus. Toimeksiantajan toiveena oli selkeä ja yksinkertainen verkkokauppa, joka tulee osaksi heidän nykyistä verkkosivustoansa. Verkkokaupan tuli vastata tyyllisesti heidän verkkosivustoaan. Tekijän tehtäviin ei kuulunut verkkokaupan rakentaminen julkaisukuntoon asti.

Tekijän tavoitteena opinnäytetyössä oli oppia rakentamaan WooCommerce-verkkokauppa WordPress- ja Elementor-työkaluja käyttäen. Opinnäytetyön tavoite tukee tekijän kiinnostuksen ja osaamisen kohteita. Opinnäytetyön tekijän kehittämistehtävän lopputuloksena luotiin toimeksiantajan toiveiden mukainen WooCommerce-verkkokauppa, jota toimeksiantajan on helppo viimeistellä ennen verkkokaupan lopullista julkaisua.

2 VERKKOKAUPPA

Verkkokauppa tarkoittaa Internetin välityksellä käytävää kauppaa, eli kuluttajan suorittamia tilauksia ja ostoksia verkosta. Verkkokauppaan kuuluvat kotimainen sekä ulkomainen verkkokauppa. (Tilastokeskus 2015, Viitattu 1.2.2021.)

Verkkokaupassa tuotteita voi olla tarjolla rajattomasti, ottaen huomioon fyysisten tuotteiden varastojen tilavuuden. Tallennuskapasiteetin edullinen hinta mahdollistaa valtavat tietomäärät verkkokaupassa. Verkkokaupan kustannukset ovat usein edullisempia kuin kivijalkamyymälöiden. Verkkokaupan ylläpitäminen onnistuu pienemmälläkin henkilöstömäärällä. (Tieke 2015b, Viitattu 3.3.2021.)

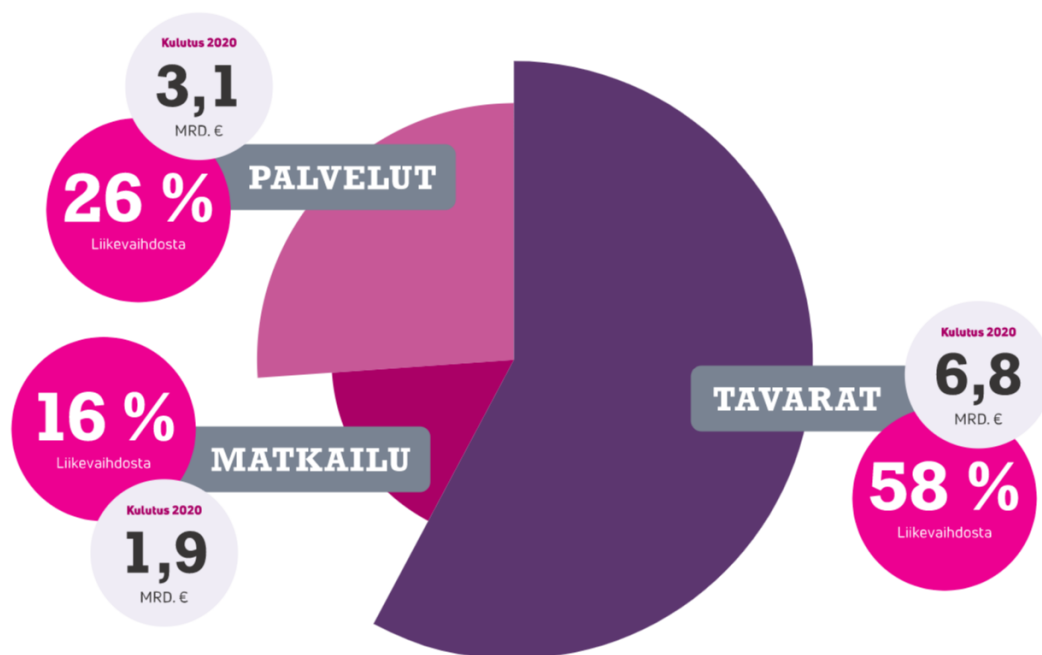
Verkkokauppa tekee kansainvälisestä kaupasta helpompaa. Maailmalla käytössä olevat toimintatavat sekä verkkostandardit vahvistavat yleismaailmallista luonnetta. Käyttäjät ovat tottuneet käyttämään samanlaisia ohjelmistoja ja selaimia. Toiminta verkkokaupassa on samantapaista eri maissa. (Tieke 2015b, Viitattu 3.3.2021.)

Suomalaisen verkkokaupan arvo on kasvanut tasaisesti viime vuosina. Vuonna 2018 kotimainen verkkokauppa ylitti 23 miljardia euroa. Suomalaiset arvostavat eniten kotimaisuutta ja paikallisia vaihtoehtoja. (MyCashflow 2021b, Viitattu 3.5.2021.)

Postin tekemässä suuressa verkkokauppatutkimuksessa selviää, miten verkkokaupasta ostaminen on lisääntynyt Suomessa koronapandemian vuoksi vuonna 2020. Ostaminen verkosta kasvoi 30 % vuonna 2020. Tutkimuksen mukaan 57 % suomalaisista ostaa verkkokaupasta kuukausittain ja 29 % viikoittain. Helppous verkko-ostamisessa on tärkein ostamista lisäävä tekijä. (Posti 2020c, Viitattu 4.3.2021.)

Kuluttajien mielestä tärkeimpiä ominaisuuksia verkkokaupassa ovat selkeästi ilmoitetut toimituskulut (93 %), tarkat tuotekuvaukset ja kuvat (92 %) sekä edulliset toimitushinnat (91 %). Noin joka kolmannes ostaa verkosta älypuhelimellaan. Ostajista 80 % kertoi lisänneensä ostoksia saadakseen ilmaisen toimituksen. (Posti 2020c, Viitattu 4.3.2021.)

Paytrailin tilaaman Verkkokauppa Suomessa raportin ovat toteuttaneet Kantar ja Sifo -tutkimuslaitokset. Raportin mukaan verkkokauppojen kokonaisliikevaihdon arvioidaan olleen 11,8 miljardia euroa vuonna 2020, joka jää noin 2 miljardia euroa vuodesta 2019. Matkailun ja liikenteen kysynnän heikkouden vuoksi kokonaisliikevaihto ei yllä niin korkealle vuonna 2020 kuin vuonna 2019, vaikka verkkokaupan suosio kasvoi vuonna 2020. (Paytrail 2020b, Viitattu 12.4.2021.)



KUVIO 1. Vuoden 2020 verkkokaupan liikevaihdon jakautuminen (Paytrail 2020b, Viitattu 12.4.2021)

Kuviosta 1 voidaan nähdä, että Suomessa verkkokaupoista ostettiin eniten tavaroita vuonna 2020. Verkkokaupoista tilattiin eniten vaatteita ja myös ruoka-annokset, kauneudenhoito- ja elektroniikkatuotteet olivat suosittuja. Palveluista suosituimpia olivat suoratoistopalvelut, rahapelit ja vedonlyöntipalvelut sekä vakuutuspalvelut. Matkailun osuus vuonna 2020 jäi pieneksi lentoliikenteen, mutta myös risteilyjen ja pakettimatkojen laskun vuoksi. Suomalaiset ostivat eniten kotimaan julkisen liikenteen matkalippuja ja kausikortteja. (Paytrail 2020b, Viitattu 12.4.2021.)

Vuoden 2020 parhaat verkkokaupat Suomessa olivat suomalainen Verkkokauppa.com sekä saksalainen Zalando. Vuonna 2020 kotimaisten verkkokauppojen suosio lisääntyi. (Posti 2020b, Viitattu 4.3.2021.)

Menestyvä verkkokauppa

Menestyvä verkkokauppa tarvitsee hyvän suunnitelman. Ennen verkkokaupan perustamista kannattaa miettiä, mitä tuotteita verkkokaupassa myydään ja kenelle. Millä tavalla tuotteet erottuvat kilpailijoista? Alussa on hyvä tehdä tutkimusta ja testilla kilpailijoiden verkkokauppoja. (MyCashflow 2021b, Viitattu 3.5.2021.)

Verkkokauppaa perustaessa on hyvä valita sopiva verkkokauppa-alusta, joka sopii omiin tarpeisiin. Omalle palvelimelle asennettava verkkokauppa-alusta vaatii teknistä osaamista, mutta verkkokauppaa pystyy räätälöimään enemmän. Edullisuus ja helppokäyttöisyys ovat etenkin uusille verkkokaupan perustajille tärkeitä asioita. Verkkokauppapalvelun ostaminen on helpompi ratkaisu varsinkin aloittaville yrityksille, koska näin yrityksen ei tarvitse keskittyä teknisiin ongelmiin. (MyCashflow 2021b, Viitattu 3.5.2021.)

Verkkokauppioiden tulisi panostaa myös asiakaspalveluun. Verkkokaupan menestyksen kannalta on tärkeä varmistaa asiakastyytyväisyys, jotta asiakas palaa verkkokauppaan uudestaan. Suomalaisen verkkokaupan eräs merkittävimmistä hyödyistä on suomenkielinen asiakaspalvelu. Usein asiakaspalvelua tarjotaan verkkokaupassa puhelimitse ja sähköpostin välityksellä. Verkkokaupassa voidaan käyttää myös reaaliaikaista chat-asiakaspalvelua, jonka avulla asiakas ja asiakaspalvelija voivat keskustella reaaliaikaisesti. Asiakassuhteita voi myös ylläpitää uutiskirjeillä tai alennuskoodeilla. (MyCashflow 2021b, Viitattu 3.5.2021.)

Verkkokaupan sisällön tulee olla laadukasta, jotta se lisää luotettavuutta. Verkkokaupan ulkoasu vaikuttaa siihen kuinka laadukkaaksi asiakas kokee verkkokaupan. Tuotetietojen tulee olla kunnossa. Huolellisesti tehdyt tuotetiedot vähentävät asiakaspalvelun työtä sekä tuotepalautuksia. Laadukkaat tuotekuvat lisäävät asiakkaiden kiinnostusta sekä niiden avulla voidaan tuoda esille tuotteen yleisilmettä. Verkkokaupan käyttöliittymän tulee olla selkeä, jotta se helpottaa asiakkaiden ostamista. Yleensä tuotteet järjestellään tuoteryhmiin, jotta asiakkaiden on helppo ja nopea löytää etsimänsä tuotteet. (MyCashflow 2021b, Viitattu 3.5.2021.)

Monipuoliset maksutavat lisäävät asiakkaiden tekemiä ostoksia. Verkkokaupan tulee tarjota turvallisen ja monipuoliset maksutavat. Verkkomaksut ovat yleisimmät maksutavat, mutta myös luottokortit ja mobiilimaksaminen ovat suosiossa. Monet asiakkaat suosivat myös osamaksua ja laskua, johon tarvitsee laskutuspalvelun. (Posti 2020a, Viitattu 3.5.2021.)

3 JULKAISUJÄRJESTELMÄT

Julkaisujärjestelmä (CMC = Content management system) eli sisällönhallintajärjestelmä tarkoittaa verkkosivustoista puhuttaessa hallintapaneelia. Julkaisujärjestelmä tarjoaa tapoja hallita verkkosivustojen sisältöä. Julkaisujärjestelmiä ovat esimerkiksi WordPress, Joomla ja Drupal. (Louhi 2021, Viitattu 3.5.2021.)

Julkaisujärjestelmän etuna on, että sisältöä voidaan lisätä graafisen käyttöliittymän avulla. Julkaisujärjestelmissä käyttöliittymä perustuu usein täytettäviin lomakkeisiin. (Sitely 2021, Viitattu 3.5.2021.)

WordPress

WordPress on avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmä. WordPress-julkaisujärjestelmän kehittäjinä toimivat Mike Little ja Matt Mullenweg. WordPress on rakennettu PHP-ohjelmointikielellä, tietojen tallentamiseen käytetään MySQL-tietokantajärjestelmää. (WordPress 2020a, Viitattu 13.10.2020.)

Ensimmäinen versio WordPress-julkaisujärjestelmästä julkaistiin vuonna 2003. Sen edeltäjänä toimii vuonna 2001 julkaistu b2/cafelog-blogialusta. Blogien ylläpito- ja hallintajärjestelmänä toimimisen jälkeen WordPress siirtyi sisällönhallintajärjestelmän suuntaan. Tämä tapahtui vuoden 2005 julkaistujen 1.5- ja 2.0-versioiden toimesta, jotka mahdollistivat etusivun luomisen. Vuonna 2010 julkaistu 3.0-versio mahdollisti useampien blogien ylläpidon samasta hallintapaneelistä. (WordPress 2020b, Viitattu 13.10.2020.)

Vuonna 2014 julkaistiin WordPress-julkaisujärjestelmän versio 4.0. Versio 4.0 toi mukana esimerkiksi YouTube ja Twitterin sisällön upottamisen verkkosivuille. Editorin tekstien muokkaukseen toivat helppokäyttöisyyttä editorin laajennusosat. Versio 5.0 julkaistiin vuonna 2018, joka toi mukanaan uuden lohkopohjaisen editorin, mutta myös alkuperäisen editorin tuki säilyi. Uusin versio 5.5 on julkaistu vuonna 2020. Uusin versio toi mukanaan nopeutta, hakua ja tietoturvaa parantavia ominaisuuksia. Lisäksi muutoksia tuli WordPress-julkaisujärjestelmän kehittäjille REST-ohjelmointirajapintaan (API = Application Programming Interface) ja virallisiin ikoneihin. (WordPress 2020b, Viitattu 13.10.2020.)

WordPress-julkaisujärjestelmän osuus on 64,4 % verkkosivuista, joissa on sisällönhallintajärjestelmä. Kaikista maailman verkkosivuista WordPress-julkaisujärjestelmän osuus on 40 %. (W3techs 2021, Viitattu 19.2.2020.)

Tällä hetkellä ladattavissa on yli 50000 ilmaista WordPress-lisäosaa. WordPress-lisäosien lataukset ylittivät 1,48 miljardia latausta vuonna 2016. Se on 48 % enemmän kuin vuonna 2015, jolloin lisäosien lataukset ylittivät yhden miljardin rajan. (WPBeginner 2019, Viitattu 13.10.2020.)

Joomla!

Joomla! on avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmä. Joomla!-julkaisujärjestelmää voi käyttää esimerkiksi verkkosivustoihin, verkkolehtiin ja verkkokauppoihin. (Joomla! 2021b, Viitattu 11.5.2021.)

Joomla!-julkaisujärjestelmää on ladattu yli 110 miljoonaa kertaa ja sen avulla on luotu yli 2 miljoonaa verkkosivustoa. Joomla! on käännetty 76 eri kielelle. Joomla! sisältää yli 10 tuhatta eri lisäosaa ja mallia. (Joomla! 2021a, Viitattu 5.5.2021.)

Drupal

Drupal on avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmä, jonka avulla voidaan toteuttaa verkkopalveluita. Ensimmäinen versio Drupal-julkaisujärjestelmästä on julkaistu vuonna 2011. Drupal 9 julkaistiin vuoden 2020 kesäkuussa. Uusin versio Drupal 10 julkaistaan vuoden 2021 kesäkuussa. (Wunder 2021, Viitattu 11.5.2021.)

Drupal on Suomessa yksi suosituimmista julkaisujärjestelmistä. Suomessa Drupal-julkaisujärjestelmä on suosittu niin yksityisen kuin julkisen puolen asiakkaiden keskuudessa, kuten kuntien ja oppilaitoksien. (Web-ostajan opas 2021, Viitattu 11.5.2021.)

4 VERKKOKAUPPA-ALUSTAT

Suuri verkkokauppa-alustaraportti 2020 perustuu Paytrailin tekemään kyselytutkimukseen, joka toteutettiin suomalaisille verkkokauppiaille. Kyselytutkimus on toteutettu jo neljän vuoden ajan. Vuonna 2020 kyselytutkimukseen osallistui 508 verkkokauppiasta, joista 470 verkkokauppialla oli aikaisempaa kokemusta vähintään yhdestä tai useammasta verkkokauppa-alustasta. Verkkokauppiasta 38 oli pohtimassa verkkokauppa-alustan valintaa. (Paytrail 2020a, Viitattu 29.4.2021.)

Kuviosta 2 on nähtävillä Suomen suosituimmat verkkokauppa-alustat vuodesta 2017 vuoteen 2020. Kärjen järjestys WooCommerce, MyCashflow ja Clover Shop on pysynyt vuonna 2020 samana kuin vuonna 2019. Uusia verkkokauppa-alustoja listalle nousivat Ecwid, HelleWi, Refox, ViidakkoStore ja Kotisivukone. (Paytrail 2020a, Viitattu 29.4.2021.)

| Alusta | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 |
|-----------------|-------|-------|------|------|
| WooCommerce | 19 % | 18 % | 18 % | 16 % |
| MyCashflow | 13 % | 14 % | 6 % | 6 % |
| Clover Shop | 10 % | 8 % | 5 % | 2 % |
| Magento | 7 % | 7 % | 9 % | 12 % |
| Shopify | 6,5 % | 6 % | 8 % | 5 % |
| ePages/Vilkas | 5 % | 7 % | 9 % | 9 % |
| Flowvy | 2,5 % | 2 % | 3 % | 3 % |
| Opencart | 2 % | 1,5 % | 2 % | 3 % |
| Oscar eCommerce | 1,5 % | 4 % | 2 % | 4 % |
| Ecwid | 1,5 % | - | - | - |
| Kotisivukone | 1 % | - | - | - |
| OsCommerce | 1 % | 1 % | 2 % | 1 % |
| Pretashop | 1 % | 2 % | 3 % | 2 % |
| HelleWi | 1 % | - | - | - |
| Refox | 1 % | - | - | - |
| ViidakkoStore | 1 % | - | - | - |
| Oma alusta | 8 % | 7 % | 8 % | 6 % |
| Muu | X | 9 % | 13 % | 13 % |

KUVIO 2. Suomen suosituimmat verkkokauppa-alustat (Paytrail 2020a, Viitattu 29.4.2021)

WooCommerce

WooCommerce-verkkokauppa on avoimen lähdekoodin verkkokaupparatkaisu. WooCommerce-verkkokauppa on WordPress-julkaisujärjestelmän lisäosa, joka on julkaistu vuonna 2011. Vuonna 2008 Automattic osti WooThemes-yrityksen, jonka jälkeen lisäosan nimeksi tuli WooCommerce. Nykyään ilmainen WooCommerce tarjoaa mahdollisuuden pienemmille ja keskisuurille yrityksille rakentaa haluamansa verkkokauppa, missä voi myydä mitä tahansa. (WooCommerce 2020a, Viitattu 9.10.2020.)

WooCommerce mahdollistaa niin fyysisten kuin digitaalisten tuotteiden ja palveluiden myymisen, sekä yhteistyötuotteiden myymisen. Muunnelmien avulla voidaan muokata tuotteiden tietoja, kuten koko ja väri sekä asettaa niille hinta ja varastot. Varastonhallinnasta voidaan seurata varastoja ja nähdä esimerkiksi loppuunmyytyt tuotteet. WooCommerce sisältää myös sisäänrakennetut maksuvälitysjärjestelmät, kuten palveluntarjoaja PayPal. Toimitusvaihtoehdoksi voidaan valita niin nouto kuin toimitus. (WooCommerce 2020b, Viitattu 13.10.2020.)

WooCommerce sisältää maantieteellisen sijainnin tuen ja se tunnistaa osoitteen automaattisesti, jotta toimitus- ja verolaskelmat ovat helppokäyttöisempiä. WooCommerce laskee automaattisesti suurten maiden ja osavaltioiden verokannat. Kuponkien avulla voidaan antaa asiakkaille erilaisia alennuksia tuotteista tai toimituskuluista. Raportointi-kohdasta voidaan tarkastella myyntiä, hyvityksiä ja kuponkeja. WooCommerce-verkkokaupan toimintoihin kuuluu myös sähköpostiviestit asiakkaille, esimerkiksi tilausvahvistusviestit. (WooCommerce 2020b, Viitattu 13.10.2020.)

Yli 3,8 miljoonaa eli 4,9 % verkkosivustoa ympäri maailmaa käyttää WooCommerce-verkkokaupaa. WordPress-verkkokaupoista 93,7 % valitsee WooCommerce-verkkokaupan. WooCommerce hallitsee jopa 29,16 % verkkokauppojen markkinoista vuonna 2020. Sen kilpailijoilla kuten Squarespace on 19,06 %, ja Shopify-verkkokaupalla on 10,85 % verkkokauppojen markkinoinnista. WooCommerce-verkkokaupalla on yli 86 miljoonaa latausta, latausten huippu oli 473 564 latausta 22. tammikuuta 2020. (WebsiteBuilder 2020, Viitattu 12.10.2020.)

Suomessa WooCommerce-verkkokauppa on suosituin verkkokauppa-alusta. Paytrailin kyselytutkimukseen vastanneiden mielestä parasta WooCommerce-verkkokaupassa on esimerkiksi help-

pous, lisäosat, monipuolisuus ja muokattavuus. WooCommerce-verkkokauppaa suositeltiin erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille joustavuuden ja alhaisten kustannuksien vuoksi. (Paytrail 2020a, Viitattu 29.4.2021.)

MyCashflow

Suomalainen MyCashflow-verkkokauppapalvelu sisältää verkkokauppa-alustan, tuki- ja kehityspalvelut sekä verkkokaupankäynnin kehittämiseen suunnattuja asiantuntijapalveluita. MyCashflow tarjoaa pienille ja keskisuurille yrityksille mahdollisuudet rakentaa liiketoimintaa verkossa ja kivijalkamyymälöissä. (MyCashflow 2021a, Viitattu 30.4.2021.)

Pulse247 Oy on Kajaanissa vuonna 2007 perustettu verkkokaupankäyntiin erikoistunut ohjelmistoyritys. Pulse247 Oy on MyCashflow-verkkokauppaohjelmiston kehittäjä ja ylläpitäjä. MyCashflow-verkkokauppapalvelulla on yli 2000 käyttäjää. (MyCashflow 2021a, Viitattu 30.4.2021.)

Paytrailin kyselytutkimuksen mukaan MyCashflow on Suomen toiseksi suosituin verkkokauppa-alusta. Paytrailin kyselytutkimukseen vastanneiden mielestä parasta MyCashflow-verkkokauppa-alustassa on esimerkiksi helppokäyttöisyys, hyvä tuki ja suomalaisuus. Verkkokauppa-alustaa suositeltiin niin aloittelijoille kuin kaikenlaisille käyttäjille tukipalvelun ja helppokäyttöisyyden vuoksi. (Paytrail 2020a, Viitattu 29.4.2021.)

Clover Shop

Clover Shop on suomalainen verkkokauppaohjelmisto. Vuonna 2001 on julkaistu ensimmäinen Clover Shop -verkkokauppaohjelmisto. Clover Shop -verkkokauppaohjelmiston käyttäjät ovat suomalaisia mikro- ja pienyrityksiä. Vuodesta 2001 alkaen on perustettu yli 3000 verkkokauppaa, jotka käyttävät Clover Shop -verkkokauppaohjelmistoa. (Clover Shop 2021, Viitattu 30.4.2021.)

Paytrailin kyselytutkimuksen vastanneiden mukaan Clover Shop -verkkokauppaohjelmiston parhaita puolia ovat esimerkiksi toimivuus, helppokäyttöisyys ja räätälöitävyys. Kyselytutkimukseen vastanneet suosittelivat Clover Shop -verkkokauppaa erityisesti tuotteita myyville verkkokauppiaille, koska Clover Shop -verkkokauppaohjelmistolla on hyvä tuki ja se on helppokäyttöinen. (Paytrail 2020a, Viitattu 29.4.2021.)

5 ELEMENTOR-SIVUNRAKENTAJA

Elementor-sivunrakentaja on WordPress-julkaisujärjestelmän lisäosa. Elementor on avoimen lähdekoodin GPLv3-lisensioitu järjestelmä eli käyttäjillä on oikeus käyttää, jakaa, muokata, kopioida ja julkaista avointa lähdekoodia. Elementor on lanseerattu vuonna 2016. Elementor toimii yli 180 maassa ja sillä on yli 5 000 000 aktiivista asennusta. (Elementor 2021a, Viitattu 19.2.2021.)

Uusin Elementor-sivunrakentajan versio 3.1.1 julkaistiin helmikuussa 2021. Kyseinen versio tukee WordPress-julkaisujärjestelmän versiota 5.0 tai uudempaa versiota. Versio 3.1.1 sopii PHP-versioon 5.6 tai uudempaan versioon. (Elementor 2021a, Viitattu 19.2.2021.)

Elementor toimii ilmaisena sekä maksullisena. Ilmaisversio Elementor-sivunrakentaja sisältää yli 40 vimpainta sekä yli 30 valmista mallipohjaa. Maksullisen Elementor Premium-paketin hinta on 49 \$ vuodessa. Premium-paketti mahdollistaa yhden verkkosivuston muokkauksen. Useampia sivustoja muokatessa on mahdollisuus 99 \$ tai 199 \$ maksavaan pakettiin. Premium-paketti pitää sisällään yli 50 vimpainta ja yli 300 mallipohjaa. Lisäksi pakettiin kuuluu teemarakentaja, WooCommerce-verkkokaupan vimpaimet, ponnahdusikkunoiden ja lomakkeiden rakentaja, sekä tuki ja päivitykset vuodeksi. (Elementor 2021b, Viitattu 19.2.2021.)

Elementor-sivunrakentajan avulla voi muokata sivustoa reaaliajassa ilman ohjelmointitaitoja. Lisäksi käyttäjän ei tarvitse jatkuvasti päivittää verkkosivustoa, vaan muutokset näkyvät heti Elementor-sivunrakentajan muokkausnäkyvässä. (WordPress 2021, Viitattu 19.2.2020.)

6 MAKSUNVÄLITTÄJÄT

Maksunvälittäjät tarjoavat verkkokauppoihin maksunvälitysjärjestelmiä eli verkkopohjaisia maksusiltapalveluita. Verkkokaupiaan on hyvä tehdä sopimus valitsemansa maksunvälittäjän kanssa, jotta ei tarvitse erillisiä sopimuksia luottokorttiyhtiöiden ja pankkien kanssa. Maksunvälitysjärjestelmien tarkoituksena on maksujen turvallisuus, maksuliikenteen salaaminen sekä osapuolten tunnistaminen. (Tieke 2015a, Viitattu 23.2.2021.)

Maksutavalla ei ole väliä käytettäessä maksunvälitysjärjestelmää, koska järjestelmän tarkoituksena on varmistustietojen ja rahan välitys. Maksutavaksi voi valita luotto- tai pankkikortti, verkkopankki tai muun maksutapa. Maksunvälitysjärjestelmän tehtävänä on kerätä tiedot ja ohjata maksaja valitsemaansa varmennuspalveluun, minkä jälkeen maksunvälitysjärjestelmä ohjaa käyttäjän takaisin verkkokauppaan. (Tieke, 2015a, Viitattu 23.2.2021.)

Bambora

Bambora on ruotsalaisen Johan Tjärnbergin vuonna 2015 perustama maksupalveluntarjoaja. 28. lokakuuta 2020 Bambora liittyi osaksi Worldline Group -maksupalveluntarjoajaa. Bambora-maksupalvelua käyttää tällä hetkellä yli 125 000 yritystä 65 eri maassa. Bambora-maksupalvelun misiona on auttaa pienyrityksiä kasvamaan. Maksuratkaisuja Bambora-maksupalvelulta löytyy kivijalkamyymälöihin ja verkkokauppoihin niin pienille kuin suurille kansainvälisille yrityksille. (Bambora 2020, Viitattu 4.3.2021.)

Bambora PayForm -palvelu oli maksuratkaisu verkkokauppoihin. Lokakuussa 2020 Visma osti Bambora Payform -palvelun. Nykyään maksuratkaisu on nimeltään Visma Pay. (Visma 2021, Viitattu 4.3.2021.)

7 TOTEUTUS

Verkkokaupan toteutukseen kuuluivat verkkokaupan sivujen luonti ja sisällön, kuten tuotteiden lisääminen sekä ulkoasun muokkaus. Toimeksiantajan tärkeimpänä tehtävänä tekijälle oli toimeksiantajan tuotteiden lisääminen verkkokauppaan.

Verkkokauppa toimeksiantajalle toteutettiin WordPress-julkaisujärjestelmällä heidän nykyisen verkkosivustonsa yhteyteen käyttäen WooCommerce-lisäosaa. Verkkokaupan sisällön lisäämiseen sekä muokkaamiseen käytettiin Elementor-lisäosan maksullista Premium-versiota, jota toimeksiantaja oli käyttänyt nykyisen verkkosivuston luomiseen.

Toimeksiantajan toiveena oli verkkokaupan maksujärjestelmäksi Bambora Payform, koska kyseinen maksujärjestelmä oli heille tuttu aikaisemmin. Bambora Payform ladattiin toimeksiantajan kanssa valmiiksi, mutta toimeksiantaja suunnitteli ottavansa käyttöön sen myöhemmin. Maksujärjestelmää ei käsitellä toteutusvaiheessa tarkemmin.

Verkkokaupan toteutuksessa täytyi ottaa huomioon toimeksiantajan nykyiset nettisivut, jotta verkkokauppa olisi yhtenäinen nettisivujen kanssa. Toimeksiantajan toiveena ulkoasun suhteen oli jättää sen viimeistely toimeksiantajalle. Ulkoasu tehtiin siis helposti muokattavaksi ja selkeäksi toimeksiantajan toiveiden mukaan.

Sivut

Sivujen luominen tapahtui WordPress-järjestelmän Sivut-välilehdeltä, mistä voidaan luoda uusia sivuja. Uudelle sivulle voidaan lisätä otsikko sekä mahdolliset tiedot. Sivun julkaisu tapahtuu painamalla Julkaise-nappia. Sivuja on mahdollista muokata graafisesti tai koodaamalla. Toimeksiantajan verkkokaupalle luotiin seuraavat sivut: Eagle-kauppa, laitevuokraus, kassa ja ostoskori. Lisäksi luotiin sivut: tarrat, hupitarrat sekä varoitustarrat, jotka luotiin osastojen mukaan.

Tässä tapauksessa sivujen muokkaamiseen käytettiin maksullista Elementor-lisäosaa. Elementor mahdollistaa enemmän muokkausvaihtoehtoja kuin WordPress-julkaisujärjestelmän oma muokkaustyökalu. Koska kyseessä on maksullinen lisäosa, muokkausvaihtoehtoja on käytettävissä ilmaisversiota enemmän. Elementor-lisäosan vimpaimien avulla sivuja saa muokattua kätevästi graafisesti ilman koodausta.

Verkkokaupan tuotteet on lisätty Elementor-lisäosan vimpaimien avulla. Tuotteet ovat määritelty tulemaan oikealle sivulle osastoittain. Sivujen välillä liikkuminen onnistuu kätevästi Elementor-lisäosan vimpaimien avulla luoduilla napeilla, jotka on nimetty sivustojen sekä osastojen mukaisesti.

Kassa- ja Ostoskori-sivujen sisältö on muokattu WooCommerce-asetuksista, mistä pystyy muokkaamaan kyseisten lomakkeiden sisältöä. Kassa- sekä Ostoskori-sivujen sisältö lisättiin Elementor-lisäosan avulla. Vimpaimet mahdollistavat Kassa- ja Ostoskori-lomakkeet.

Laitevuokraus-sivu on tehty osaksi verkkokauppaa, vaikka kyseiset laitevuokrauspaketit eivät ole verkkokaupassa tuotteina, eikä laitevuokrausettejä voi ostaa verkkokaupan kautta. Laitevuokraus-sivu katsottiin sopivaksi ja oleelliseksi lisätä osaksi verkkokauppaa, mutta laitevuokraussivulla on erillisesti mainittu yrityksen laskutusosoite ja yhteystiedot, mistä voi olla yhteydessä yritykseen. Asiakas voi sopia laitevuokrauksesta suoraan yrityksen kanssa esimerkiksi settien noutamisesta ja palauttamisesta. Kuviosta 3 tulee esille laitevuokraus-sivun ulkonäky.

Tähtaisin etusivulle Eagle kauppa Laitevuokraus Ostoskori Kassa

0,00 €

Äänentoistokaluston vuokraus

| Setti 1 | Setti 2 | Setti 3 |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Pikku setti sisäkäyttöön Salkkumikseri, langaton mikrofoni, 2 x aktiivikaiutin + jalat, kaapelit <p>Hinta: 100,-/vrk, 150,- viikonloppu (sis alv 24%)</p> | <ul style="list-style-type: none"> Ulkoapahtumasetti 2 x Langaton mikrofoni (kantosäde 300m), mikseriraketti, 4 x kaiutin + jalat, kaapelit <p>Hinta: 300,- / vrk, 500,- viikonloppu (sis alv 24%)</p> | <ul style="list-style-type: none"> Bändille tai esiintymislavalle PK sis. 2 x umb ja 2x kotoäänialuekalutin, mikseri Yamaha 01V, päätevahvistimet SKW, kaapelit <p>Hinta: 300,- / vrk, 500,- viikonloppu</p> |

Ota yhteyttä ja tilaa sinulle tai yrityksellesi sopivin paketti

ANTTI KOTKA
tj. myynti, tuotanto
+358 (0) 400 958 180
antti.kotka (at) eaglemedia.fi

Verkon ulkopuolella

KUVIO 3. Laitevuokraus-sivun ulkoasu

Osastot

WooCommerce-lisäosan osastoilla tarkoitetaan kategorioita. Uuden tuoteosaston voi luoda tuotteet-välilehden osastot-kohdasta. Osastolle lisätään nimi sekä polkutunnus, jonka WooCommerce luo automaattisesti osaston nimestä, jos polkutunnusta ei täytyä itse. Osastolle voi halutessaan lisätä myös osastoa vastaavan kuvauksen.

Osastoja voi jakaa ylempiin ja alempiin osastotasoihin. Toimeksiantajalle tehdyssä verkkokaupassa luotiin yläosasto tarrat, johon jokainen tuote lisättiin. Lisäksi luotiin alaosastot hupitarrat ja varoitustarrat. Osastojen nimet katsottiin toimeksiantajan kanssa sopiviksi, koska verkkokauppaan on tarkoituksena tulla myyntiin yleisiä varoitustarroja sekä hupitarroja.

Uutta tuotetta luodessa tuote lisättiin oikeisiin osastoihin. Esimerkiksi ensiapu-tarra lisättiin tarrat- ja varoitustarrat-osastoihin.

Verot

WooCommerce-lisäosan asetuksien verot-kohdasta voidaan määritellä hintojen verotietoja. Hinnat voidaan ilmoittaa verollisina eli sisältäen veron tai verottomina, jolloin ilmoitettuun hintaan ei sisälly veroja. Toimeksiantajan verkkokaupassa hinnat ilmoitettiin verollisina, ja tuotteiden ilmoitettuihin hintoihin sisältyy verot kaikilla sivuilla verkkokaupassa.

Hintojen verojen näyttämiseen verkkokaupassa voidaan vaikuttaa. Verkkokaupassa asiakkaille näkyvässä on loppuliite hintoihin -kohta. Toimeksiantajan verkkokaupassa käytettiin loppuliite kohtaan tekstiä: ” (sis. Alv 24 %) ”. Vaikka hinnat ovat ilmoitettu verollisina verkkokaupassa, loppuliitteen tekstillä haluttiin asiakkaille selkeä tieto hintojen veroista.

Asetuksista voidaan määrittää arvonlisäverokanta. Yleisin arvonlisäverokanta Suomessa on yleinen verokanta eli ALV 24 %. Alennettu arvonlisävero ALV 10 % on myös käytetty arvonlisäverokanta. Toimeksiantajan verkkokaupassa käytettiin ALV 24 % -verokantaa, koska verkkokaupan tuotteet kuuluvat kyseiseen verokantaan.

Tuotteiden lisäys

Uuden tuotteen lisäys verkkokauppaan tehtiin tuotteet-valikosta lisää uusi -kohdasta. Tuotteelle lisättiin tuotteen nimi, joka oli tuotetta kuvaava nimi, esimerkiksi ensiapu. Lyhyeen tuotekuvaukseen voidaan laittaa lyhyt kuvaus kyseisestä tuotteesta. Tässä tapauksessa lyhyeen kuvaukseen on laitettu tuotteen mitat, koska tarran oleelliset tiedot ovat mitat. Mitat haluttiin olevan asiakkaalle selkeästi ja helposti nähtävillä.

Tuote lisättiin oikeisiin osastoihin osastovalikot-kohdasta. Kun uudelle tuotteelle valitaan oikeat osastot, tuote menee julkaisun jälkeen oikeille sivuille näkyville.

Tuotokuva on tärkeässä osassa lisättäessä uutta tuotetta. Varsinkin kyseisessä tapauksessa tuotokuva on suuressa osassa, koska asiakas saa tuotekuvasta tuotteen tärkeimmät ominaisuudet selville. Esimerkiksi väri, muoto sekä tuotteen sisältö tulevat esille tuotekuvasta.

Tuotelajeista tuotteelle voitiin valita joko perustuote, muunneltu tuote, joukkotuote tai yhteistyökumppanin tuote. Joukkotuotteista voi tehdä erilaisia paketteja, joissa on useampi tuote. Yhteistyötuote on toisen verkkokaupan tuote, minne pääsee painikkeen avulla. Muunneltuja tuotteita käytetään, jos tuotteesta halutaan eri versioita. Toimeksiantajalle luodussa verkkokaupassa käytettiin perustuote-lajia, koska tuotteista ei ollut eri versioita.

Yleisiin tietoihin kohtaan tuotteelle asetettiin hinta. Verotiedot voidaan myös määrittää yleiset tiedot -kohdasta, mutta verotietoihin ei yleensä tarvitse koskea ollenkaan, kuten tässäkin tapauksessa. Varasto-välilehdellä määritellään tuotteen saatavuustiedot, onko tuotetta varastossa vai ei. Toimitus-välilehdellä määritellään tuotteen toimitustiedot.

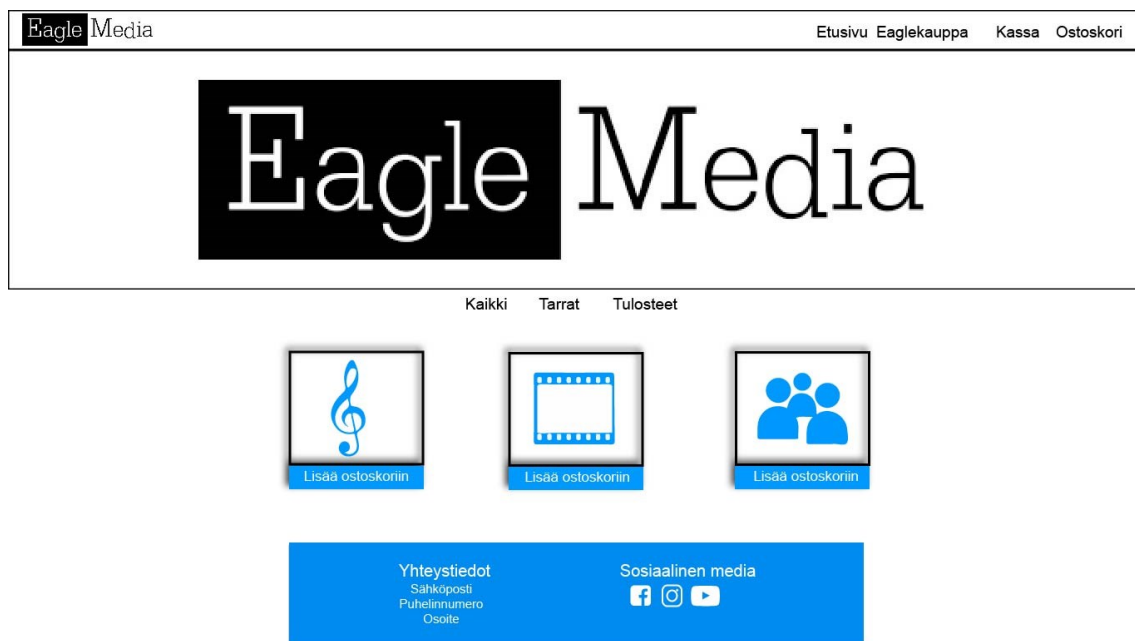
Uuden tuotteen tietojen oltaessa valmiita tuote julkaistaan painamalla oikeasta yläreunasta painamalla julkaise-nappia. Tuotetta on mahdollista muokata jälkikäteen myös tuotteen julkaisun jälkeen.

Ulkoasun suunnittelu

Ulkoasua lähdettiin suunnittelemaan toimeksiantajan toiveiden mukaan. Verkkokaupan ulkoasun suhteen toimeksiantajalla oli toiveena selkeä ja yhtenäinen ulkoasu yrityksen nettisivuston kanssa. Toimeksiantajan toiveena oli käyttää sinistä väriä nykyisen verkkosivuston mukaan.

Ulkoasun suunnitelma toteutettiin Adobe Illustrator -ohjelmalla. Ulkoasun suunnittelussa luonnosteltiin verkkokaupan ylä- ja alapalkki uudestaan poiketen nykyisistä nettisivujen palkeista.

Kuviossa 4 näkyvän isomman toimeksiantajan yrityksen logon kohtaan suunniteltiin tulevan joku toimeksiantajan lataamista kuvista. Vasemmassa yläreunassa kuvassa näkyvän toimeksiantajan yrityksen pienen logon kohtaan suunniteltiin tulevan toimeksiantajan yrityksen logo pienellä.



KUVIO 4. Ulkoasun suunnittelu

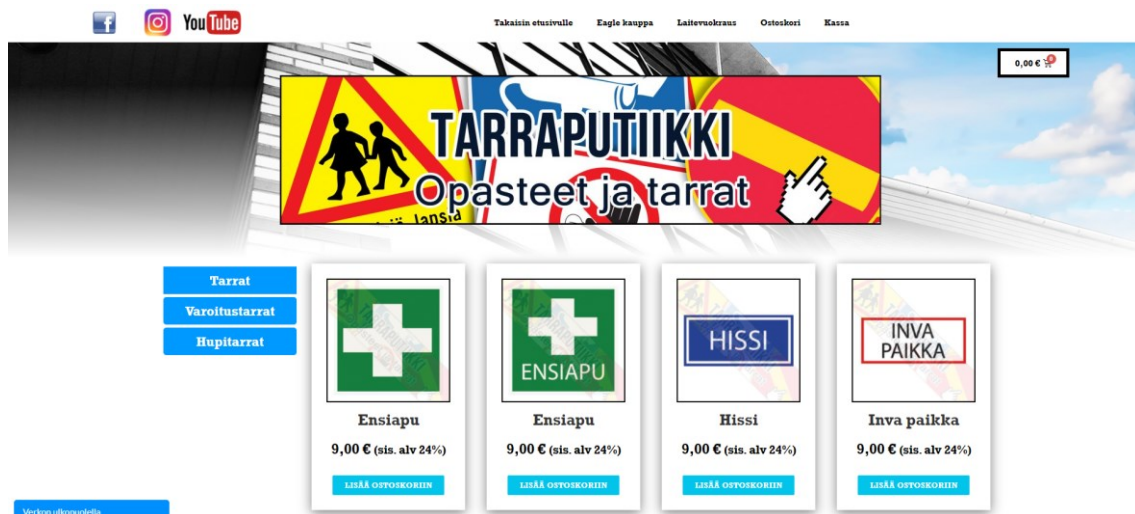
Ulkoasu

Sisällön lisäämiseen ja ulkoasun muokkaamiseen käytettiin Elementor-lisäosaa. Elementor-lisäosan käyttäminen verkkokaupan luomisessa vastasi myös tekijän osaamista ja kiinnostuksen kohdetta eli graafista tapaa lisätä ja muokata sisältöä.

Sisällön eli tuotteiden lisääminen toteutettiin niin, että tuotteiden ulkoasua voidaan muokata helposti jälkepäin, kuten tyyliä, väriä tai fonttia. Tuotteet ovat esillä selkeästi ja kaikki olennainen tulee esille tuotteista kuten kuva, nimi, hinta sekä mitat. Verkkokaupan ulkoasu on tehty yksinkertaiseksi ja selkeäksi, jotta asiakkaan on helppo löytää etsimänsä tuote. Koska kyseessä on pieni

verkkokauppa, esimerkiksi erillisillä hakuominaisuuksilla ei koettu olevan hyötyä tässä tapauksessa.

Verkkokaupan tehosteväriä toimii toimeksiantajan toivoma sininen väri, jota oli tarkoituksena käyttää samalla tyyllillä verkkokaupassa kuin heidän nykyisissä verkkosivuissaan. Nykyisissä toimeksiantajan verkkosivuissa sinistä väriä on käytetty tekstien korostamiseen sekä ikoneihin. Verkkokaupassa sinistä tehosteväriä käytettiin nappeihin, kuten kuviosta 5 voi nähdä.



KUVIO 5. Verkkokaupan etusivu

Toimeksiantajan verkkosivustolla olevaa yläpalkkia käytettiin verkkokaupassa, jotta verkkosivuston ja verkkokaupan yhtenäinen tyyli säilyisi. Verkkokaupassa käytettiin tuotekuvien lisäksi toimeksiantajan WordPress-julkaisujärjestelmään ladattuja kuvia.

Ostoskori- ja kassa-sivujen ulkonäkö perustuu WooCommerce-vimpaimien avulla lisättyihin lomakkeisiin, kuten kuviosta 6 voi nähdä.

KUVIO 6. Kassa-sivu

Kuviosta 7 näkee tuotenäkymän ulkonäön. Tuotenäkymän lopputulos tekijän osalta on yksinkertainen ja selkeä, kuten toimeksiantajan toiveissa oli. Tuotenäkymästä tulee esille tuotteen tuotekuva ja tuotekuvaus eli tässä tapauksessa tuotteen mitat, hinta ja loppuliite.



KUVIO 7 Tuotteen näkymä

Lopulliseen verkkokaupan ulkoasuun päädyttiin, koska se vastasi toimeksiantajan nykyistä verkkosivustoa. Toimeksiantaja oli tyytyväinen lopputulokseen. Kehittämistehtävän tarkoituksena oli jättää verkkokauppa helposti muokattavaksi. Toimeksiantajan toiveena oli muokata verkkokauppa kehittämissuunnitelman toteutuksen jälkeen ennen verkkokaupan julkaisua.

8 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli aloittaa toimeksiantajan toiveiden mukaan WooCommerce-verkkokaupan tekeminen. Verkkokaupan tarkoituksena on helpottaa toimeksiantajan työtä, mutta myös asiakkaiden tuotteiden ostamista. Asiakkaille halutaan luoda helppo ja selkeä tapa ostaa tuotteita sekä asiakkaiden näkevän toimeksiantajan tuotevalikoiman.

Toimeksiantajan toiveisiin kuuluivat sisällön lisääminen ja ulkoasun muokkaus yksinkertaiseksi ja selkeäksi toimeksiantajan toiveiden mukaan. Verkkokaupan tulisi olla helposti muokattavissa jälkeenpäin. Toimeksiantajan tarkoituksena oli muokata verkkokauppaa myöhemmin sekä ottaa käyttöön maksujärjestelmä, ja muut ominaisuudet ennen verkkokaupan julkaisemista. Verkkokauppa tullaan julkaisemaan myöhemmin toimeksiantajan johdosta heidän nykyisten nettisivujen yhteydessä.

Verkkokaupan rakentamiseen käytettiin toimeksiantajan jo aikaisemmin käyttämiä WordPress-, Elementor- ja WooCommerce-työkaluja. Toimeksiantaja oli käyttänyt työkaluja aikaisemmin nykyisten nettisivujen rakentamiseen, ja järjestelmät olivat heille tuttuja aikaisemmista töistä. Kehittämistehtävän työkaluista WordPress- ja Elementor-työkalut olivat tekijälle aikaisemmin tuttuja työkaluja, mutta WooCommerce-työkalua tekijä ei ollut käyttänyt aikaisemmin.

Kehittämistehtävä oli kokonaisuudessaan helppo toteuttaa. Kehittämistehtävää helpotti toimeksiantajan osaaminen verkkokauppojen luomisessa, joten verkkokaupan järjestelmiä tai toiminnallisuuksia ei tarvinnut opettaa heille. Kuitenkin Toimeksiantajan antamat tehtävät tuntuivat tekijästä siltä, että opinnäytetyön kehittämistehtävä jäisi liian suppeaksi. Tekijän mielestä haastetta toi, kun toimeksiantaja halusi viimeistellä verkkokaupan ennen julkaisemista. Tekijän osalta verkkokauppa ei tulisi tehdä julkaisukuntoon asti.

Tekijä olisi halunnut toteuttaa verkkokaupan alusta alkaen loppuun asti, mutta toimeksiantajan antamalla tehtävillä pääsi tutustumaan verkkokaupan rakentamiseen. Verkkokaupan rakentaminen alusta loppuun asti ei olisi ollut ongelma tekijälle. Tekijä olisi toivonut opinnäytetyön kehittämistehtävän olevan selkeämpi tehtävänannon osalta.

Tekijän mielestä opinnäytetyö olisi voinut olla tarkemmin suunniteltu ja aikataulutettu. Selkeämpi suunnitelma olisi auttanut tekijää opinnäytetyössä ja näin aikataulutuksessa olisi voitu pysyä paremmin. Kehittämistehtävän eli verkkokaupan oli määrä olla valmis jo ennen vuoden 2020 joulua, mutta muutoksia verkkokauppaan tuli vuoden 2021 puolella. Kehittämistehtävä oli kuitenkin sellainen, mihin todennäköisesti tulisi muutoksia hyvällä suunnitelmallakin. Tekijä halusi kuitenkin toteuttaa verkkokauppaan toimeksiantajan toivomat muutokset, joita tuli kehittämistehtävän aikana. Esimerkiksi ulkoasun muutokset ja uusien tuotteiden lisääminen vuoden 2021 puolella muuttivat tekijän aikataulutusta ja suunnitelmaa.

Verkkokaupan ulkoasun suhteen tekijä olisi halunnut näyttää enemmän omaa osaamistaan ja tyyliä. Kehittämistehtävän tarkoituksena oli kuitenkin toteuttaa toimeksiantajan toiveiden mukainen verkkokauppa. Tekijä onnistui mielestään toteuttamaan toimeksiantajan toiveiden mukaisen ja näköisen verkkokaupan.

Verkkokaupan lopulliseen ratkaisuun tekijän osalta toimeksiantaja oli tyytyväinen. Toimeksiantajan toivomat tehtävät toteutuivat tekijän osalta. Verkkokauppa jäi yksinkertaiseen ja selkeään lopputulokseen, joka vastasi toimeksiantajan nykyisen verkkosivuston tyyliä. Tekijä sai myös antaa vinkkejä toimeksiantajalle verkkokaupan viimeistelyä varten.

Opinnäytetyön raportin kirjoittaminen oli tekijän mielestä haastavaa. Kehittämistehtävän toteutuksesta kertominen tuotti vaikeuksia tekijälle. Kehittämistehtävään kuului pieniä tehtäviä, kuten maksujärjestelmä Bambora Payform -maksuvälitysjärjestelmän lataus ilman käyttöönottoa. Tekijän oli vaikea saada kerrottua yhtenäistä sisältöä toteutuksesta raporttiin.

Tekijä käytti opinnäytetyön teoriaosiossa vain digitaalisia lähteitä. Tekijä pyrki käyttämään mahdollisimman uusia lähteitä, koska teknologian kehittymisen myötä lähteiden tiedot eivät välttämättä olisi samoja esimerkiksi kymmenen vuotta sitten. Digitaalisista lähteistä tekijä pyrki valitsemaan suomalaisia kuin ulkomaisiakin kyseisen alan verkkosivustoja lähteiksi.

Kehittämistehtävä tuki tekijän osaamista ja kiinnostuksen kohteita. Kehittämistehtävästä on tekijälle hyötyä tulevaisuudessa, koska se vastaa tekijää kiinnostavaa alaa. Tekijä ei ollut aikaisemmin toteuttanut verkkokauppaa, joten tekijä oppi käyttämään WooCommerce-lisäosaa ja rakentamaan verkkokauppaa. Lisäksi tekijä pääsi hyödyntämään omaa osaamistaan WordPress-julkaisujärjestelmän ja sen Elementor-lisäosan kautta.

LÄHTEET

Bambora 2020. Meistä. Viitattu 4.3.2021.

<https://www.bambora.com/fi/fi/meista/>

Clover Shop 2021. Tietoa meistä. Viitattu 30.4.2021.

<https://www.clovershop.com/tietoa-meista.html>

Elementor 2021a. About us. Viitattu 19.2.2021.

<https://elementor.com/about/>

Elementor 2021b. Pricing. Viitattu 19.2.2021.

<https://elementor.com/pricing/>

Joomla! 2021a. Joomla. Viitattu 5.5.2021.

<https://www.joomla.org/>

Joomla! 2021b. About. Viitattu 11.5.2021.

<https://www.joomla.org/about-joomla.html>

Louhi 2021. Mikä on julkaisujärjestelmä. Viitattu 3.5.2021.

<https://www.louhi.fi/faq-items/mika-on-julkaisujarjestelma-cms/>

MyCashflow 2021. Tietoa meistä. Viitattu 30.4.2021.

<https://www.mycashflow.fi/tietoa-meista>

MyCashflow 2021b. Verkkokaupan perustajan opas 2021. Viitattu 3.5.2021.

https://markkinointi.mycashflow.fi/files/verkkokaupan-perustajan-opas_2021.pdf

Paytrail 2020a. Suuri verkkokauppa-alustaraportti 2020. Viitattu 29.4.2021.

https://www.paytrail.com/hubfs/images/eBook_Folder/Suuri-verkkokauppa-alustaraportti-2020.pdf

Paytrail 2020b. Verkkokauppa Suomessa. Viitattu 12.4.2021.

<https://www.paytrail.com/raportti/verkkokauppa-suomessa-2020>

Posti 2020a. Menestyvä verkkokauppias lähtee liikkeelle perusteista. Viitattu 3.5.2021.

https://www.posti.fi/fi/yrityksille/vinkit-ja-caset/verkkokauppa/menestyva-verkkokauppias-lahtee-liikkeelle-perusteista?gclid=Cj0KCQjwvr6EBhDOARIsAPpgUPGtekpdfRN-jltJ32F9az4G78FEIMLUF5R1AgKLTcmPGGrkkArfGKL8aAvCLEALw_wcB

Posti 2020b. Vuoden 2020 parhaat verkkokaupat. Viitattu 4.3.2021.

<https://www.posti.com/media/mediauutiset/2020/vuoden-2020-parhaat-verkkokaupat-on-valittu-verkkokauppa.com-ja-zalando-jalleen-karjessa/>

Posti 2020c. Suuri verkkokauppatutkimus 2020. Viitattu 4.3.2021.

<https://www.posti.fi/fi/yrityksille/vinkit-ja-caset/verkkokauppa/suuri-verkkokauppatutkimus-2020>

Sitely 2021. Sisällönhallintajärjestelmä (CMS). Viitattu 3.5.2021.

<https://sitely.fi/sanasto/sisallonhallintajarjestelma-cms/>

Tilastokeskus 2015. Verkkokauppa. Viitattu 1.2.2021.

<https://www.stat.fi/meta/kas/verkkokauppa.html>

Tieke 2015a. Miten maksutavat toimivat verkkokaupassa. Viitattu 23.2.2021.

<https://tieke.fi/verkkokauppaopas/maksutavat/miten-maksutavat-toimivat-verkkokaupassa/>

Tieke 2015b. Verkkokaupan etuja. Viitattu 3.3.2021.

<https://tieke.fi/verkkokauppaopas/mika-on-verkkokauppa/verkkokaupan-etuja/>

Visma 2021. Bambora PayForm on nyt Visma Pay. Viitattu 4.3.2021.

<https://media.visma.fi/pressreleases/bambora-payform-on-nyt-visma-pay-monipuoliset-ja-turvalliset-maksuvaihtoehdot-verkkokauppaan-3062983>

Web-ostajan opas 2021. Julkaisujärjestelmät ja verkkokauppa-alustat Suomessa. Viitattu 11.5.2021.

<https://web-ostajanopas.fi/julkaisujarjestelmat-ja-verkkokauppa-alustat-suomessa/>

WebsiteBuilder 2020. 69 Crazy WooCommerce stats & facts you should know in 2020.

Viitattu 12.10.2020.

<https://websitebuilder.org/blog/woocommerce-stats/>

WooCommerce 2020a. About. Viitattu 9.10.2020.

<https://woocommerce.com/about/>

WooCommerce 2020b. Features. Viitattu 13.10.2020.

<https://woocommerce.com/features/>

WordPress 2020a. About. Viitattu 13.10.2020.

<https://wordpress.org/about/>

WordPress 2020b. History. Viitattu 13.10.2020.

<https://wordpress.org/support/article/history/>

WordPress 2021. Elementor website builder. Viitattu 19.2.2020.

<https://fi.wordpress.org/plugins/elementor/#description>

WPBeginner 2019. 25 Interesting facts about WordPress. Viitattu 13.10.2020.

<https://www.wpbeginner.com/beginners-guide/facts-about-wordpress/>

W3techs 2021. WordPress. Viitattu 19.2.2020.

<https://w3techs.com/technologies/details/cm-wordpress>

Wunder 2021. Drupal. Viitattu 11.5.2021.

https://wunder.io/fi/wunderpedia/teknologia/drupal/?gclid=CjwKCAjw1uiEBhBzEi-wAO9B_HX4h2c5RL0BzkvPbgu4tU9hMN9bZTekKhMtjXJp10SWD19Sr9IVDCBoC1qY-QAvD_BwE