



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Elmo Matkala

# VERKKOKAUPAN TOTEUTTAMINEN WOOCOMMERCE-ALUSTALLA

Case Sammutec

Liiketalous  
2022

## TIIVISTELMÄ

Tekijä	Elmo Matkala
Opinnäytetyön nimi	Verkkokaupan toteuttaminen WooCommerce-alustalla
Vuosi	2022
Kieli	suomi
Sivumäärä	30
Ohjaaja	Päivi Rajala

---

Tämän opinnäytetyön aiheena on verkkokaupan toteuttaminen WordPressin verkkokauppalisäosalla WooCommerce. Opinnäytetyön aihe saatiin WebAulan asiakkaalta Sammutecilta. Yritys tarvitsi asiakasystävällisen verkkokauppatoteutuksen. Opinnäytetyössä pohditaan myös onnistuneen verkkokaupan ominaisuuksia.

Aihe toteutettiin WordPress -alustalla. WordPress on aivoimen lähdekoodin sisälönhallintajärjestelmä. Opinnäytetyöni teoriaosuudessa käydään läpi, mitä WordPress ja WooCommerce ovat sekä pohditaan onnistuneen verkkokaupan ominaisuuksia. Opinnäytetyön käytännön osuudessa käydään läpi WooCommerce asennus sekä verkkokaupan muokkaaminen ulkoasullisesti.

Opinnäytetyöni tuloksena syntyi asiakasystävällinen ja toimiva verkkokauppa. Opinnäytetyöni aikana opin paljon WordPressin ja WooCommerce toiminnasta ja se sai minut kiinnostumaan entistä enemmän aiheesta.

## ABSTRACT

Author	Elmo Matkala
Title	Implementing E-commerce on WooCommerce Platform
Year	2022
Language	Finnish
Pages	30
Name of Supervisor	Päivi Rajala

---

The aim of this thesis was to implement an e-commerce store using WooCommerce, which is an e-commerce plugin for WordPress. The topic for this thesis was given by a client company of WebAula called Sammutec. Sammutec needed a user-friendly online store. This thesis will also evaluate the characteristics of a successful online store.

The project was done using WordPress platform. WordPress is an opensource content management system. In the theoretical study of this bachelor's thesis, the focus was on what WordPress and WooCommerce are and the characteristics of a successful online store was evaluated. The technical part of the thesis focused on installing WooCommerce and customizing its appearance.

The result of this thesis was a user-friendly and functional online store. During the thesis project I learned a lot about the functionality of WordPress and WooCommerce which made me interested in the subject even more.

# SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	6
2	WORDPRESS .....	7
3	VERKKOKAUPAT.....	9
	3.1 Mikä tekee verkkokaupasta onnistuneen?.....	9
	3.2 Suosituimmat verkkokauppatekniikat .....	13
4	WOOCOMMERCE .....	14
5	SUUNNITTELU JA TOTEUTUS .....	15
	5.1 Työn tilaaja.....	15
	5.2 Käytettävät lisäosat ja teema .....	16
	5.3 WooCommercen asennus ja käyttöönotto.....	17
	5.4 WooCommerce -sivut .....	17
	5.5 WooCommercen asetukset .....	19
	5.6 Tuoteosastojen ja tuotteiden tuonti.....	21
	5.6.1 Tuoteosastojen tuonti.....	21
	5.6.2 Tuotteiden tuonti .....	23
	5.7 Kaupan ulkoasun mukauttaminen.....	25
6	PROJEKTIN TULOKSET .....	27
7	POHDINTA.....	28
	LÄHTEET .....	29

## KUVIOLUETTELO

<b>Kuvio 1.</b> WordPress.com ohjauspaneeli .....	8
<b>Kuvio 2.</b> WordPress.org ohjauspaneeli.....	8
<b>Kuvio 3.</b> Syitä ostoprosessin hylkäämiseen (Baymard Institute 2022).....	10
<b>Kuvio 4.</b> Arvioitu mobiilikaupankäynnin osuus maailman verkkokaupankäynnistä (Buildfire 2022).....	12
<b>Kuvio 5.</b> WooCommercen asennusvelho.....	17
<b>Kuvio 6.</b> Oma tili -sivu .....	18
<b>Kuvio 7.</b> Ostoskori -sivu .....	18
<b>Kuvio 8.</b> WooCommercen yleiset asetukset .....	19
<b>Kuvio 9.</b> WP All Import aloitusnäkyä .....	21
<b>Kuvio 10.</b> Tuotesasto tietojen yhdistäminen toisiinsa .....	22
<b>Kuvio 11.</b> Tuotesastojen ID määrittäminen .....	22
<b>Kuvio 12.</b> Tuotetietojen yhdistäminen .....	23
<b>Kuvio 13.</b> Tuotteiden yhdistäminen osastoihin .....	23
<b>Kuvio 14.</b> Yksillöllisen ID:n määrittäminen .....	24
<b>Kuvio 15.</b> Teeman tyyliset asetukset .....	25
<b>Kuvio 16.</b> WordPressin mukautettu CSS muokkain .....	26
<b>Kuvio 17.</b> Oma tili -sivu CSS muokkausten jälkeen .....	26

## 1 JOHDANTO

Nykyisin useimmat verkkokaupat perustetaan hyödyntäen valmiita sisällönhallintajärjestelmiä kuten Shopify, PrestaShop tai WooCommerce. Näiden sisällönhallintajärjestelmien ansiosta verkkokaupan luominen ei vaadi käytännössä aikaisempaa teknistä osaamista. Opinnäytetyöni keskittyy WordPressin verkkokauppalisäosan, WooCommercen toimintaan.

Opinnäytetyön toimeksianto saatiin työpaikkani WebAulan asiakasyritykseltä, Sammutecilta. Sammutecilla on WordPressillä aiemmin toteutetut verkkosivut ja yritys haluaa nyt lisätä sivuillensa verkkokauppa ratkaisun. Aihe onkin hyvä, sillä olen kiinnostunut perehtymään syvemmin WordPressiin ja etenkin sen verkkokauppalaajennukseen, WooCommerceen. Aihe on myös ajankohtainen sillä Covid-19 pandemian aikana kivijalkakauppojen toimintaa rajoitettiin ja yritykset ovat siirtyneet entistä enemmän verkkokaupparatkaisuihin.

Tämän työn tarkoituksena on toteuttaa verkkokauppa WordPress pohjaiselle sivustolle käyttäen WooCommerce lisäosaa. WooCommerce on avoimen lähdekoodin verkkokauppalaajennus WordPress julkaisujärjestelmälle. Aihe rajataan keskittymään WooCommerce verkkokaupan toteutukseen ja toimintaan. Tässä työssä pohditaan myös onnistuneen verkkokaupan ominaisuuksia. Opinnäytetyö on empiirinen laadullinen tutkimus, joka on toteutettu projektimuotoisesti.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Sammutec. Sammutec on koko Suomessa toimiva paloturvallisuuden ammattilainen. Se on erikoistunut sammutusjärjestelmien lisäksi myös sammuttimiin, pikapaloposteihin ja väestönsuojiiin. Työ toteutetaan WebAulan toimistolla.

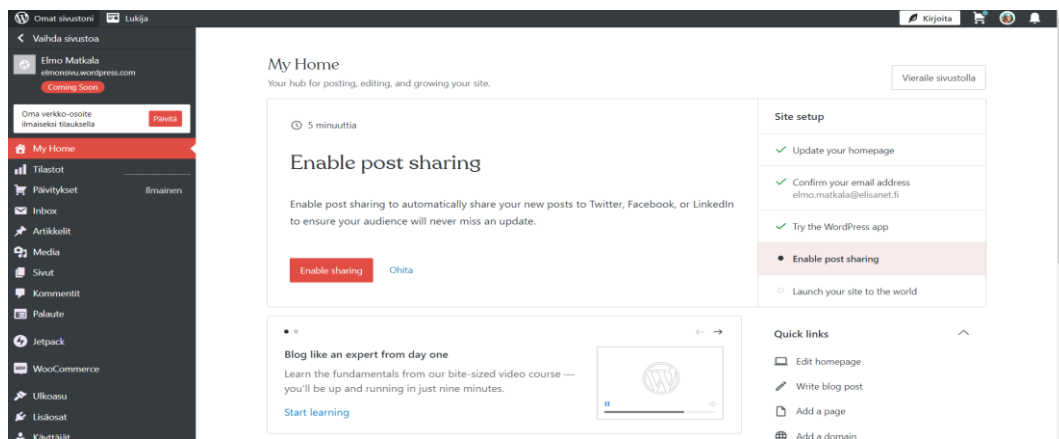
Projektin tavoite on toteuttaa toimiva ja asiakasystävällinen verkkokaupparatkaisu Sammutecille.

## 2 WORDPRESS

WordPress on aivoimen lähdekoodin sisällönhallintajärjestelmä (CMS, Content Management System), joka luotiin vuonna 2003 Mike Littlen ja Matt Mullenwegin toimesta. WordPress tarjoaa jokaiselle mahdollisuuden luoda verkkosivuja ilman aikaisempaa teknistä osaamista. Tänä päivänä yli 43 % maailman verkkosivuista on luotu hyödyntäen WordPressiä. (WordPress.org 2022a.)

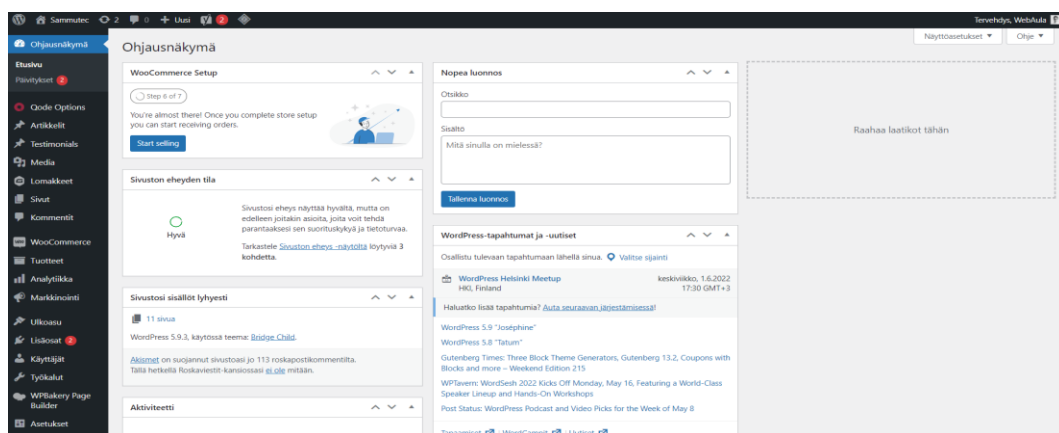
WordPressin helppokäyttöisyyden ja yksinkertaisuuden ansiosta sillä on helppo luoda sivuja nopeasti ja tehokkaasti. Sivuston tyyppille ei ole minkäänlaista rajaa vaan WordPressillä voi luoda minkä tyyppisen verkkosivun tahansa henkilökohtaisista blogeista yrityksen verkkosivuihin tai jopa itsenäisiin koulutuslustoisiin asti. Sivustoa voi tyyllitellä valmiilla teemoilla ja lisäosilla, tai jos tekninen osaaminen on riittävää, on myös omien teemojen ja lisäosien kehitys mahdollista. (WordPress.org 2022b.)

WordPressistä on olemassa kaksi eri alustaa, WordPress.com ja WordPress.org. Suurimpana erovaisuutena näissä kahdessa on järjestelmän isännöinti (hosting). WordPress.com on Automattic -yrityksen omistama ja isännöimä ja se toimii WordPress.org ohjelmiston päällä. Luomalla ilmaisen käyttäjän WordPress.com palveluun, pääset käsiksi ohjauspaneeliin (kuvio 1) ja sivuston rakentajaan ilman sen suurempia asennuksia. Sivustosi verkkotunnus (domain) on kuitenkin lukittuna WordPressin alitunnukseen (subdomain) ja se tulee olemaan tyyliin elmonsivu.wordpress.com. WordPress.com tarjoaa myös maksullisia paketteja, joiden avulla voi laajentaa verkkosivun toimintaa hyödyntäen valmiita teemoja ja lisäosia. (Holcombe 2022; WordPress.com 2022b.)



**Kuvio 1.** WordPress.com ohjauspaneeli

WordPress.org puolestaan on sen ohjelmiston lähde, jonka päälle WordPress.com on pystytetty. WordPress.org käyttäminen on ilmaista, mutta se vaatii webhotellin käyttöönnoton. Webhotellilla tarkoitetaan palvelua, jonka asiakas vuokraa joltain erikoistuneelta palvelintarjoajalta. Webhotelliin sisältyy usein verkkosivutila, domain nimi, sähköpostilaatikoita ja verkkotunnuksen ohjauspalvelut. Webhotellien hinta vaihtelee pakettien mukaan noin 10 eurosta 35 euroon. WordPress.orgissa pääsee paremmin mukauttamaan sivuston ulkoasua ja toiminnallisuuksia teemojen ja lisäosien avulla. Ohjauspaneelin (kuviota 2) kautta pääsee muokkaamaan vapaasti CSS-tyylitiedostoja ja tekemään PHP-koodiin omia muutoksia. WordPress.org avulla pääsee heti käsiksi kaikkiin ominaisuuksiin, eikä käyttäjän tarvitse maksaa muusta kuin webhotellista. (Holcombe 2022.)



**Kuvio 2.** WordPress.org ohjauspaneeli



### 3 VERKKOKAUPAT

Verkossa asioiminen ja ostaminen on yleistynyt maailmalla viime vuosien aikana. Covid-19 pandemian vallitessa valtioiden on täytynyt rajoittaa ja jopa sulkea kivi-jalkakauppoja ja ravintoloita. Näin ollen verkkokaupat ja sähköinen kaupankäynti (eCommerce) on tullut jokaiselle vähintäänkin tutuksi.

Verkkokaupan perustaminen onkin nykypäivänä hyvin yksinkertaista ja helppoa. Tarjolla on monia eri sisällönhallinnanjärjestelmiä, joiden sivuilla luvataan helppoa ja nopeaa asennusta, joten käytännössä kuka vain voi rakentaa verkkokaupan ilman aikaisempaa teknistä osaamista.

#### 3.1 Mikä tekee verkkokaupasta onnistuneen?

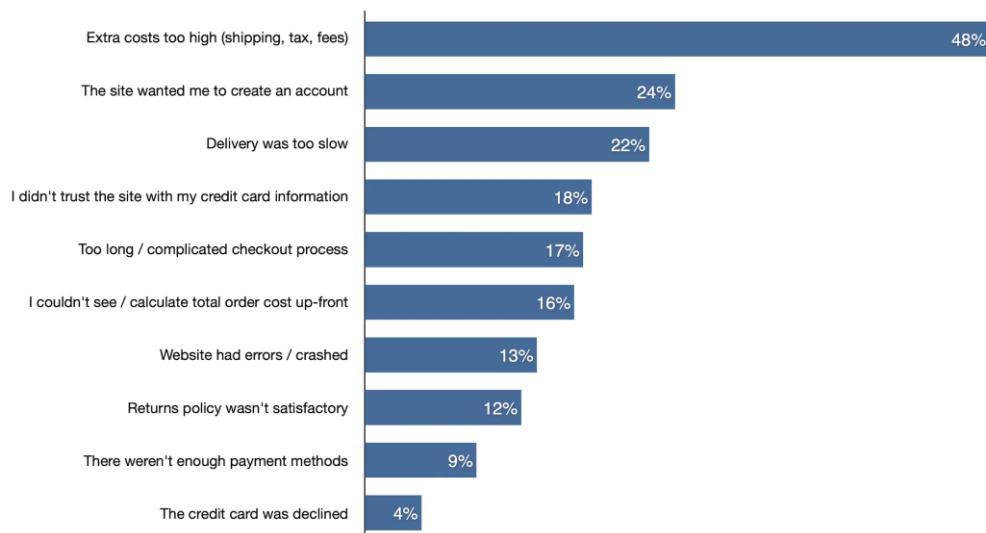
Internet ja mobiililaitteet ovat meille nykyään arkipäivää. Jokaiselta meistä löytyy taskustaan älypuhelin, josta pääsemme selaamaan internettiä sekunneissa. Siksi onkin tärkeää huolehtia, että verkkopalvelut ja etenkin verkkokaupat ovat mieluisia ja helposti käytettäviä. Vaikka yrityksellä olisi markkinoiden suurin valikoima tuotteita ja kohtuulliset hinnat, eivät asiakkaat jää sivulle, jos käyttäjäkokemus on epämiellyttävä. Mikä siis tekee verkkokaupasta onnistuneen?

Verkkokaupan tärkeimpinä ominaisuuksina pidetään sivuston nopeutta ja helppoa haettavuutta. Sivuston liikennettä tulisi aina seurata ja varautua menestyksen mukaisesti, sillä mitä enemmän liikennettä sivustollasi on, sitä hitaammaksi se käy. Mikäli verkkosivun lataaminen kestää yli 3 sekuntia, käyttäjä turhautuu helposti ja vaihtaa sivustoa. Sama esimerkki pätee myös verkkokaupoissa. Huonosti suunniteltu ja hidas verkkokauppa voi siis pahimmassa tapauksessa karkottaa mahdolliset asiakkaat ennen ostopäätöksen tekemistä. On tärkeä huolehtia, että asiakas löytää haluamansa tuotteet mahdollisimman helposti ja vähäisellä klikkausmäärällä, jotta vältetään kyseisiltä tilanteilta. (Vissers 2022.)

### Reasons for Abandonments During Checkout

4,384 responses · US adults · 2022 · © baymard.com/research

\*Have you abandoned any online purchases during the checkout process in the past 3 months? If so, for what reasons?  
Answers normalized without the 'I was just browsing' option



**Kuvio 3.** Syitä ostoprosessin hylkäämiseen (Baymard Institute 2022).

Kuviosta 3 nähdään syitä ostoprosessin lopettamiseen. Ehdottomasti suurimpana syynä ovat piilokulut, joista ei mainita tuotesivulla, kuten toimituskulut ja verot. On tärkeää, että asiakas löytää kaiken tarvittavan informaation tuotteesta ja sen hinnasta heti tuotesivulla. Toimituskuluista on siis hyvä ainakin mainita tuotetalla.

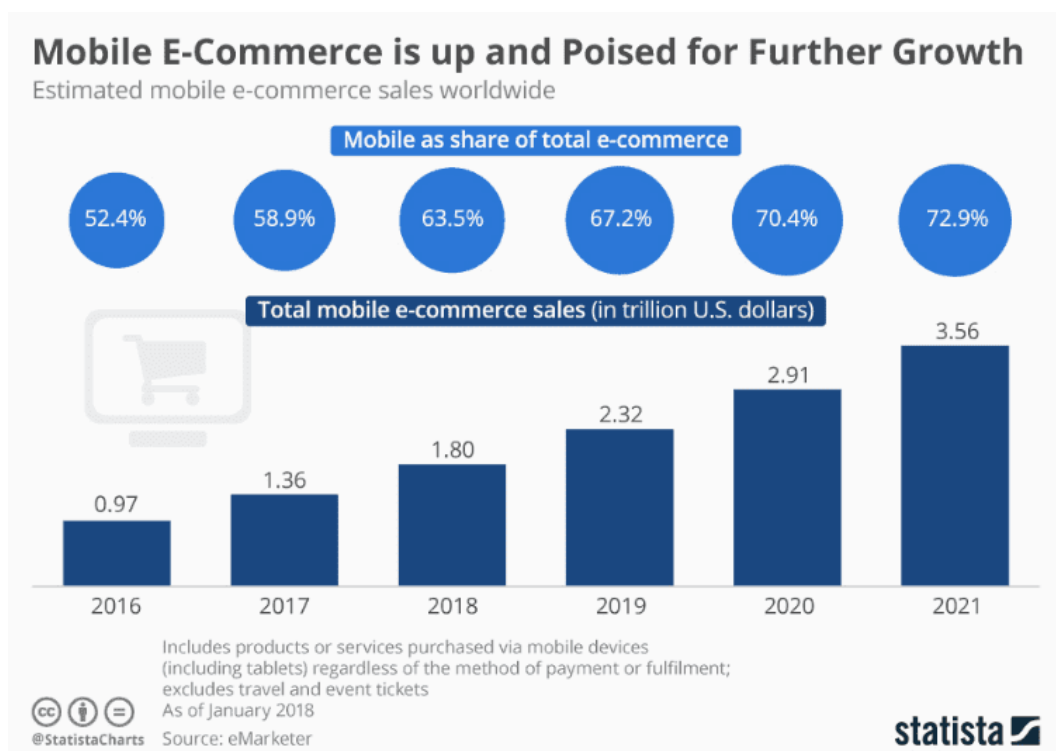
Toiseksi suurimpana syynä ostoprosessin lopettamiseen kuviosta 3 nähdään, että sivusto on vaatinut käyttäjätilin luomista. Ostopäätöksen tekeminen tulisi olla mahdollisimman helppoa ilman mitään ylimääräisiä prosesseja. Vaatimalla asiakasta luomaan käyttäjätilin, yritys luo samalla muurin asiakkaan ja tuotteen välille. On silti hyvä antaa asiakkaalle mahdollisuus luoda käyttäjätili tallentaakseen maksettietonsa seuraavaa ostoprosessia varten, mutta sitä ei missään nimessä tulisi pakottaa.

Viidentenä kohtana kuviosta 3 nähdään, että asiakkaiden mielestä kassaprosessi on ollut liian pitkä ja monimutkainen. Kassan käyttäminen tulisi olla siis mahdolli-

simman yksinkertainen ja parhaimmassa tapauksessa vain yhdellä sivulla. Näin ollen helppo ja yksinkertainen kassaprosessi on myös yksi onnistuneen verkkokaupan ominaisuuksista.

Nykypäivänä asiakkaat odottavat vaihtoehtoja sekä halvalle että nopealle toimitukselle. Kuriiriyrityksiä on monenlaisia ja monen hintaisia, joten hyvän verkkokaupan ei siis tulisi tyytyä vain yhteen vaan tarjota asiakkailensa kilpailukykyistä toimitusta. Toimitusvaihtoehtojen lisäksi verkkokaupan tulisi myös sisällyttää sivuilensa useita eri maksuvaihtoehtoja. Jos asiakkaat näkevät kassalla heidän usein käyttämänsä maksuvaihtoehdon, on hyvin todennäköistä, että he suorittavat ostoksensa loppuun. Sama pätee myös toisinpäin. Onnistuneen verkkokaupan tulisi siis huolehtia, että asiakkailla on riittävästi toimitus- ja maksuvaihtoehtoja. (Vissers 2022.)

Verkkokaupan tulisi aina panostaa tuotekuviinsa, sillä se antaa ensivaikutelman uudelle asiakkaalle. Kivijalkakaupassa asiakas näkee tuotteen paikan päällä ja pystyy tarkastelemaan tuotetta, mutta tätä mahdollisuutta ei ole verkkokaupoissa. Asiakas luottaa näkemiinsä kuviin ja arvosteluihin. Jos jompikumpi näistä ei vakuuta, asiakas tuskin palaa takaisin. (Vissers 2022.)



**Kuvio 4.** Arvioitu mobiilikaupankäynnin osuus maailman verkkokaupankäynnistä (Buildfire 2022).

Kuviosta 4 nähdään, että mobiililaitteilla tehtyjen ostosten määrä on kasvanut vuosi vuodelta. Viime vuonna jopa 72.9 % kaikesta sähköisestä kaupankäynnistä käytiin mobiililaitteella. Näin ollen verkkokaupan pitäisi siis olla responsiivinen, jotta se pärjäisi markkinoilla. Nykyteknologialla tämä ei ole ongelma, sillä lähes jokainen verkkosivustojen rakentaja pystyy luomaan sivustosta mobiiliversion, joka vastaa työpöydän näkymää.

Modernissa verkkokaupassa kannattaa panostaa toimintakehotteisiin (CTA, Call To Action), joilla ohjataan käyttäjää tekemään haluttuja toimintoja. CTA voi olla niinkin yksinkertainen kuin kehoitus tilata uutiskirje ja näin ollen saada 10 prosenttia alennusta ensimmäisestä tilauksesta. (Vissers 2022.)

Verkkokaupan menestystekijöihin kuuluvat myös erikoistarjoukset tai -kampanjat, joita yrityksen tulisi tarjota säännöllisin väliajoin. Yritys saa kampanjoiden aikana vähintäänkin uusia myyntejä ja parhaimmillaan uusia asiakkaita, kun tyytyväinen ostaja suosittelee verkkokauppaa ystävilleen.

### 3.2 Suosituimmat verkkokauppatekniikat

Shopify on yksi maailman johtavista sähköisen kaupankäynnin (eCommerce) alustoista, jonka myyntivalttina on verkkokaupan luomisen helppous. Shopify on täysin isännöity alusta WordPress.comin tapaan, eli se ei vaadi mitään ylimääräisiä asennuksia tai hankintoja vaan se on käyttövalmis heti käyttäjätunnuksen luomisen jälkeen. (WPBeginner 2022.)

Shopify ei kuitenkaan ole täysin ilmainen alusta. Halvimmillaan Shopify saa käyttöön 29 eurolla kuukaudessa ja version voi milloin vain päivittää parempaan 79 euron hintaiseen tai kalleimpaan, joka maksaa 299 euroa kuukaudessa. Jokainen versio sisältää SSL sertifikaatin sekä isännöinnin, joten käyttäjän ei itse tarvitse huolehtia ylläpidosta. WordPress.comin tapaan Shopify -kaupan verkko-osoite tulee olemaan alitunnuksessa kuten omakauppa.myshopify.com. Tunnuksen voi kuitenkin vaihtaa maksamalla 14 euron vuosimaksun. (WPBeginner 2022.)

Shopifyn tapaan myös PrestaShop on erittäin suosittu alusta rakentaa verkkokauppoja. PrestaShop on avoimen lähdekoodin verkkokauppa-alusta ja sillä on luotu jo jopa 270 000 verkkokauppaa ympäri maailmaa. PrestaShop on WordPressin ja WooCommercen tapaan täysin ilmainen käyttää. (Chahal 2022.)

PrestaShopissa on yli 300 sisäänrakennettua ominaisuutta, joiden avulla voidaan hallita esimerkiksi maksutapoja, toimitusta ja tuotelistausta. PrestaShop käyttää hyödykseen valmiita pohjia, joiden avulla mukautetaan kaupan teemaa ja lisätään uusia moduuleja. (Chahal 2022.)

## 4 WOOCOMMERCE

WooCommerce on ilmainen avoimen lähdekoodin lisäosa, joka integroituu helposti olemassa olevaan WordPress-sivustoon ja tekee sivustosta täysin toimivan verkkokauppa-alustan. WooCommercea käytetään tällä hetkellä yli 99 prosentilla WordPressin verkkokauppasivustoista ja sitä on ladattu yli 27 miljoonaa kertaa. WooCommercen osuus kaikista maailman verkkokaupoista on 25 prosenttia. (Wright 2022; Newcomer 2019.)

WooCommercen perustanut yritys aloitti toimintansa vuonna 2008 nimellä WooThemes. WooThemes oli alun perin keskittynyt kehittämään WordPress -teemoja. Vuonna 2011 julkaistiin WooThemesin ensimmäinen WordPress -lisäosa, joka mahdollisti käyttäjiä muuntamaan sivustonsa ammattimaiseksi verkkokaupaksi. WordPress.comista parhaiten tunnettu Automattic osti WooThemesin vuonna 2015 ja se uudelleen brändättiin nimellä WooCommerce. (WooCommerce 2022a.)

WooCommerce tarjoaa monia hyödyllisiä ominaisuuksia kuten tilausten seurannan, toimitusten tilan päivitykset, varastonhallinnan ja paljon muuta. WooCommercen avulla voit myydä muun muassa fyysisiä tuotteita ja palveluita, tapaamisia, digitaalista sisältöä tai jopa jäsenyyksiä, joita laskutetaan tietyin väliajoin. Virallisella WooCommerce-markkinapaikalla on satoja ilmaisia ja maksullisia laajennuksia, jotka lisäävät ominaisuuksia ja toimintoja verkkokauppaan, joten WooCommercen käyttäminen on erittäin joustavaa ja siitä saa mukautettua juuri omiin tarpeisiin vastaavaan verkkokaupparatkaisuun. (WooCommerce 2022b.)

## 5 SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Opinnäytetyöni toteutettiin WebAulassa ja projektin toimeksiantaja oli asiakasyritys Sammutec Oy. Sammutec tilasi WebAulalta helppokäyttöisen ja asiakasystävällisen verkkokauppatoteutuksen. Sammutecilla oli jo aiemmin WebAulassa toteutetut WordPress-verkkosivut, joten WooCommerce integraatio onnistui helposti ja vaivattomasti.

Verkkokaupan toteutusta varten ei tehty suoranaisia rautalankamalleja tai prototyyppejä vaan projektissa edettiin WooCommerce:n oletuspohjilla, joita muokattiin Sammutecin brändin mukaisiksi.

### 5.1 Työn tilaaja

Sammutec Oy on Suomessa toimiva paloturvallisuutta hoitava yritys. Sammutecin palveluihin kuuluvat muun muassa sammuttimien huollot ja asennukset, pikapostien tarkastukset ja huollot standardien mukaisiksi, sammutusjärjestelmien myynti ja asennus kiinteistöihin ja liikkuviin kalustoihin, väestönsuojien perustarkastukset ja tiiveyskokeet sekä paineastioiden koeponnistukset, täytöt ja huollot. Sammutec on toteuttanut paloturvallisuuden ratkaisuja muun muassa Kyrö Distillerylle, Suomen Maa-Autot Oy:lle ja Pohjanmaan Hyötyjätékuljetus Oy:lle. (Sammutec 2022.)

WebAula Oy on digitaalisen markkinoinnin palvelutoimittaja ja WordPress -ohjelmoinnin ammattilainen. WebAula tarjoaa monenlaisia palveluita WordPress- ja WooCommerce-toteutuksista markkinointiin ja data-analytiikkaan asti. WebAula tarjoaa asiakkaillensa myös sivustojen ylläpitoa sekä suunnittelua ja median tuotantoa. WebAulan asiakaskunta on monipuolinen. Siihen kuuluu yrityksiä ja organisaatioita jopa 100 eri toimialalta ja toteutettuja projekteja on takana jo yli 600. WebAula on toteuttanut verkkosivuratkaisut esimerkiksi Fresh Servantille, Kyrö Distillerylle ja Helsingin Myllylle.

## 5.2 Käytettävät lisäosat ja teema

Projektissa hyödynnettiin muutamia eri WordPress lisäosia WooCommercen lisäksi. Lisäosien avulla voidaan tuoda sivulle kokonaan uusia ominaisuuksia ja muokkauksia. Tällä hetkellä WordPressille on saatavilla yli 59 000 ilmaista laajennusta. Näiden lisäksi on myös olemassa maksullisia lisäosia, joita myyvät kolmannen osapuolen verkkosivustot ja kehittäjät. (WordPress.org 2022.)

WordPress teemana käytettiin Bridgeä ja sen Bridge Child -lapsiteemaa. Bridge on Qode Interactiven kehittämä maksullinen teema, jonka mukana tulee satoja demosivustoja, jotka voidaan suoraan tuoda uudelle WordPress-sivustolle. Bridgen teemojen mukana tulee valmiina sivunrakentaja, valmiita elementtejä, sekä muita lisäosia parantamaan sivuston toimintaa. (Qode Interactive 2022.)

WordPressin teemojen avulla pystytään muokkaamaan sivuston toiminnallisuuksia ja ennen kaikkea ulkoasua kuten muun muassa asettelua, typografiaa, värejä ja muita elementtejä. Ilmaisia teemoja on olemassa tuhansia ja niitä voi ladata WordPressin omasta teemahakemistosta. Teemoja voi ostaa myös lisäosien tapaan kolmannen osapuolen kehittäjiltä saadakseen parempia ominaisuuksia sivulle. Kuka vain voi kehittää omia WordPress teemoja. (WPBeginner 2022.)

### *WP All Import Pro*

WP All Import -lisäosa mahdollistaa CSV- ja XML-tiedostojen tuonnin WordPressiin tai vastaavasti viennin WordPressistä Exceeliin ja muihin muotoihin. Projektissa tätä hyödynnettiin tuomalla tuoteosastot ja tuotteet erillisestä Excel tiedostosta.

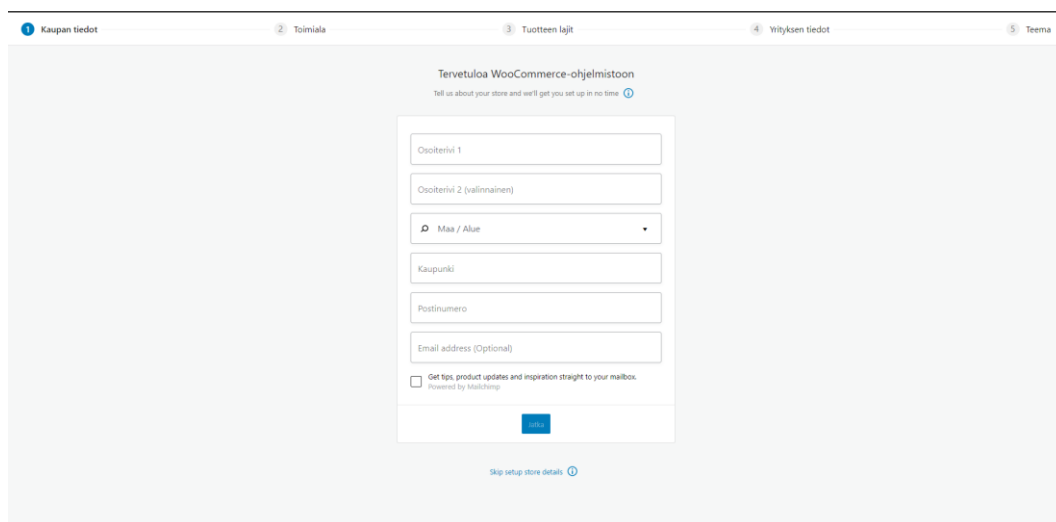
### *LocoTranslate*

LocoTranslaten avulla voidaan kääntää lisäosien ja teemojen käännöksiä, jotka eivät automaattisesti käänny sivuston kielen mukaan. Bridgen teeman mukana tulevat kielen käännökset, jotka korvaavat WooCommercen suomen kielen käännökset. Tästä syystä käännökset toteutettiin LocoTranslaten avulla.



### 5.3 WooCommercen asennus ja käyttöönotto

WooCommercen ensiasennus on hyvin yksinkertainen ja nopea toimenpide. WooCommerce asennetaan muiden lisäosien tapaan WordPressin lisäosahakemistosta.



The screenshot shows the 'Tervetuloa WooCommerce-ohjelmistoon' (Welcome to WooCommerce) setup wizard. At the top, there is a progress bar with five steps: 1. Kaupan tiedot (Store details), 2. Toimiala (Store location), 3. Tuotteiden lajit (Product types), 4. Yrityksen tiedot (Business details), and 5. Teema (Theme). The first step, 'Kaupan tiedot', is active. The main heading is 'Tervetuloa WooCommerce-ohjelmistoon' with a subtext 'Tell us about your store and we'll get you set up in no time'. Below this is a form with the following fields: 'Osoiterivi 1' (Address line 1), 'Osoiterivi 2 (valinnainen)' (Address line 2, optional), a dropdown menu for 'Maa / Alue' (Country / Region) with 'Maa / Alue' selected, 'Kaupunki' (City), 'Postinumero' (Postcode), and 'Email address (Optional)'. There is a checkbox for 'Get tips, product updates and inspiration straight to your mailbox. Powered by Mailchimp'. A blue 'Seuraava' (Next) button is at the bottom of the form. Below the form is a link 'Skip setup store details'.

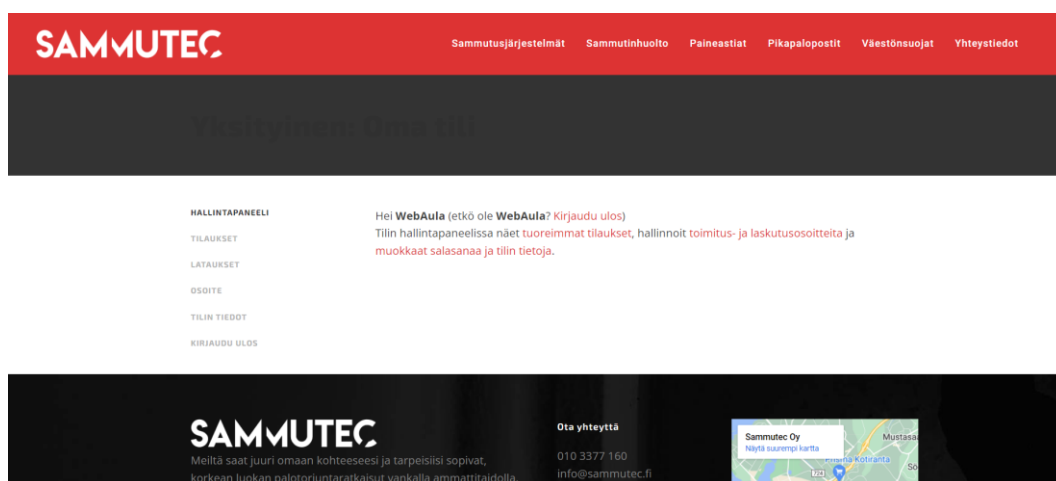
#### Kuvio 5. WooCommercen asennusvelho

Tämän jälkeen WooCommercen asennusvelho (setup wizard) avautuu automaattisesti (kuvio 5). Asennusvelho kysyy käyttäjältä muutamia tietoja liittyen kaupan toimintaan. Asennuksessa määritellään esimerkiksi kaupan sijainti, toimiala, tuotetyypit ja täytetään yrityksen tiedot. Näitä tietoja voi milloin vain vaihtaa WooCommercen asetuksista tai määrittelyt voidaan myös suoraan ohittaa ja suorittaa myöhemmin. Määrittelysten jälkeen sivusto ohjaa käyttäjän WooCommercen ohjauspaneeliin.

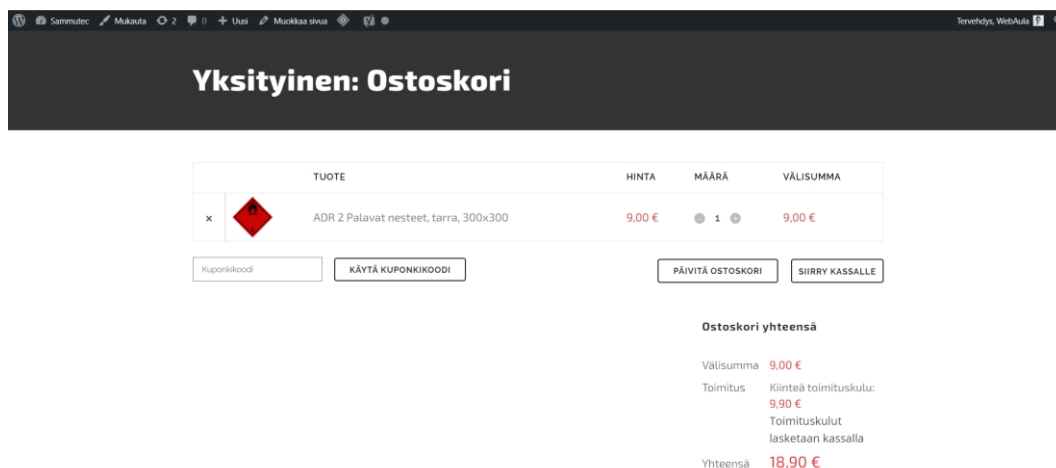
### 5.4 WooCommerce -sivut

WooCommerce asennuksen aikana verkkosivulle luodaan automaattisesti WooCommercen lisäsivut, jotka ovat oleellisia verkkokaupan toiminnan kannalta. Näihin sivuihin kuuluu WooCommercen kaupan etusivu, ostoskori (kuvio 7) ja kassa

sekä oma tili -sivu. Oma tili -sivulta kaupan asiakas pystyy esimerkiksi määrittämään tilinsä tiedot, seurata omia tilauksia ja hallita maksutapojansa (kuvio 6). Näiden sivujen lisäksi asiakkaalle luotiin myös maksu- ja toimitusehdot sivu, jotka käyttäjän täytyy lukea ja hyväksyä ennen tilauksen suorittamista loppuun. Nämä sivut näyttävät vielä erittäin yksinkertaisilta, mutta niitä tullaan muokkaamaan tämän työn edetessä.



Kuvio 6. Oma tili -sivu



Kuvio 7. Ostoskori -sivu

## 5.5 WooCommercen asetukset

WooCommercen asetuksissa määritellään muutamia yleisiä tietoja kaupasta, kuten yrityksen sijainti sekä kauppa-alue (kuvio 8). Kauppa-alueen asetuksissa voidaan määrittää mihin maihin tuotteita myydään. Tässä työssä alue rajattiin koskemaan Suomea. Samalta sivulta määritetään myös käytettävä valuutta ja voidaan myös valita käytetäänkö kauppapaikalla veroprosentteja.

Yleiset

Yleiset Tuotteet Verot Toimitus Maksut Tilit & Yksityisyys S-posti Palvelusidos Edistyneet

### Kaupan osoite

Tässä asetetaan yrityksen sijainti. Veroprosentit ja toimitusmaksut käyttävät tätä osoitetta.

Osoiterivi 1

Osoiterivi 2

Kaupunki

Maa / alue

Postinumero

### Yleisasetukset

Myyntialue(et)

Myy tiettyihin maihin

### Kuvio 8. WooCommercen yleiset asetukset

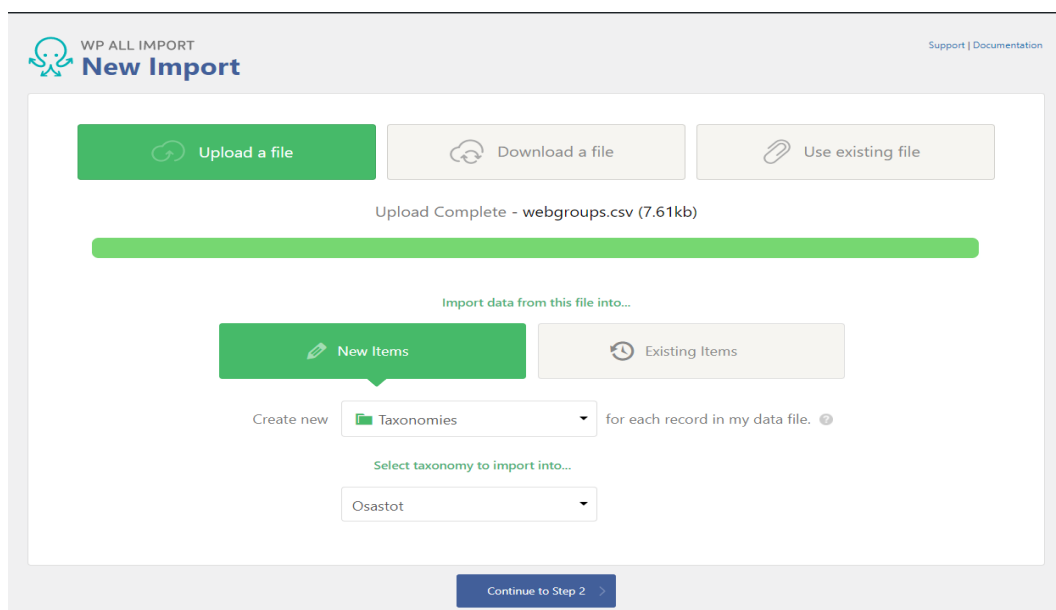
Seuraavasta tuotteet välilehdestä määritetään ensin kauppasivu sekä tuotteiden paino ja mittayksiköt. Tuotteiden asetuksista voidaan myös määrittellä varaston asetuksia. Varastoasetuksista määritetään esimerkiksi varastokirjanpito eli tuotteelle voidaan asettaa tietty määrä varastossa ja varastosaldo pienenee, kun tuo-

tetta myydään. Samalta sivulta voidaan valita myös varaston ilmoitukset, kun tuotteet ovat loppumassa sekä raja-arvo, jossa varaston saldo aiheuttaa hälytyksen, ja lähettää ilmoituksen sähköpostilla.

## 5.6 Tuoteosastojen ja tuotteiden tuonti

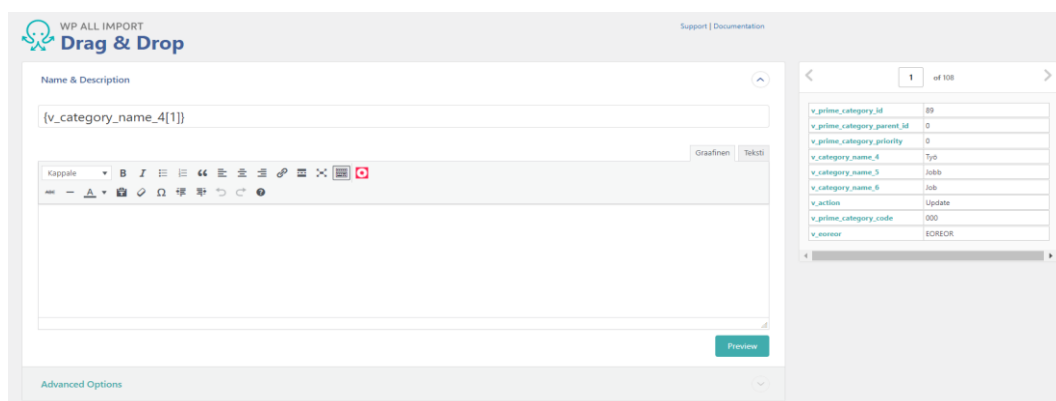
Verkkokaupan tuotteiden tuonti aloitettiin tuomalla ensin tuotteiden osastot. Tuotteiden osastot tuotiin erillisestä Excel -tiedostosta. Tuoteosastojen ja tuotteiden tuonnissa käytettiin WP All Import Pro -lisäosaa. WooCommerce -tuotteiden ja tuoteryhmien tuonti ja vienti vaati lisäosasta Pro -version.

### 5.6.1 Tuoteosastojen tuonti



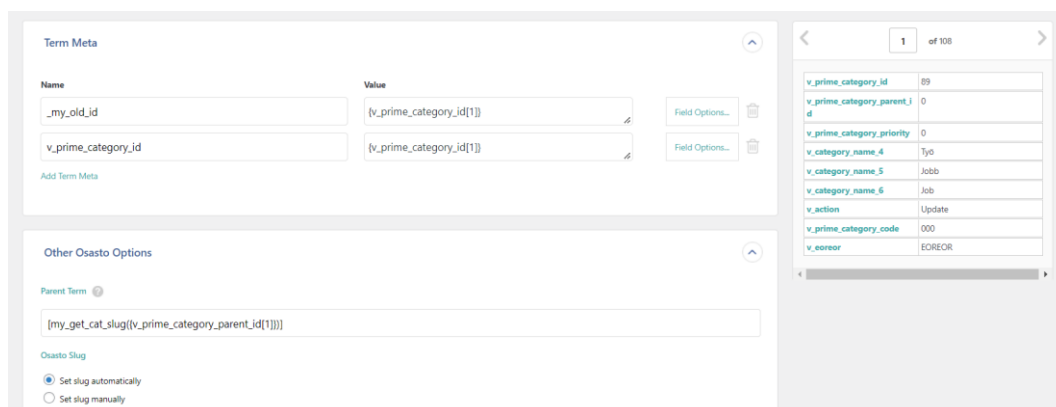
#### Kuvio 9. WP All Import aloitusnäkö

Tuotekategorioiden tuonnissa valittiin tuonti Excel -tiedostosta ja määritettiin pudotusvalikosta tietojen ajamisen taksonomiana ja vielä tarkemmin tuoteosastoina (kuvio 9). Seuraavassa vaiheessa pystytään esikatselemaan tuotua tiedostoa ja tarkistamaan näkyvätkö tiedot oikein.



### Kuvio 10. Tuotesasto tietojen yhdistäminen toisiinsa

Kolmannessa vaiheessa (kuvio 10) yhdistetään Excel tiedoston tiedot WooCommerce tuotesaston määrittämiin raahaamalla oikeanpuoleisesta taulukosta vastaavaan lokerikkoon vasemmalla.



### Kuvio 11. Tuotesastojen ID määrittäminen

Kuviossa 11 määritetään osaston kategoria tunniste (ID) mukautetulle kentälle. Näiden kenttien avulla saadaan yhdistettyä tuotteet oikeisiin kategorioihin tuotteiden tuonnin aikana. Seuraavaksi kuviossa 11 määritetään osastojen hierarkia, jotta osastojen ala- ja yläosastot tulevat oikein. Asetusten lopussa ohjelmoidaan funktion muokkaimeen ohjelmakoodia, joka saa nämä edellä mainitut kentät toimimaan oikein. Viimeisessä vaiheessa määritetään tuonnin asetukset ja aloitetaan tuotesastojen ajaminen.

## 5.6.2 Tuotteiden tuonti

Tuotteet tuotiin samalla periaatteella Excel -tiedoston kautta. Tällä kertaa määritettiin pudotusvalikosta tietojen ajaminen WooCommerceen tuotteina. Prosessi oli lähes sama kuin tuotesastojen tuonnissa. Ensinnä yhdistettiin perustiedot toisiinsa kuten tuotteen nimi, tuote kuva ja tuotteen kuvaus.

### Kuvio 12. Tuotetietojen yhdistäminen

Seuraavaksi yhdistettiin tuotetiedot toisiinsa raahaamalla jälleen oikeanpuoleisesta taulukosta vastaaviin kenttiin. Kuviossa 12 yhdistettiin tuotteiden tiedot kuten SKU (Stock Keeping Unit) eli tuotteen yksilökohtainen tunnus, jolla tuotteet erotetaan toisistaan. Tässä vaiheessa yhdistettiin myös tuotteen hinta sekä kuviossa 12 vasemmalla nähtävästä valikosta tuotteen varasto ja toimitus tiedot.

### Kuvio 13. Tuotteiden yhdistäminen osastoihin

Kuviossa 13 määritettiin tuotteiden osastot. Tässä vaiheessa käytettiin samaista kategoriätunnusta, joka luotiin aikaisemmin mukautetulle kentälle. Tämän kategoriätunnuksen avulla tuotteet lisätään oikeisiin osastoihin tuonnin aikana.

**Record Matching**

WP All Import will associate records in your file with Tuotteet it has already created from previous runs of this import based on the Unique Identifier.

Unique Identifier:  [Edit](#)

When WP All Import finds new or changed data...

- Create new tuotteet from records newly present in your file
- Delete tuotteet that are no longer present in your file
- Update existing tuotteet with the data in your file
  - Skip tuotteet if their data in your file has not changed
  - Update all data
  - Choose which data to update

Scheduling Options

Configure Advanced Settings

[Back to Manage Imports](#) [Save Import Configuration](#)

Created by **soflyy**

1 of 437	
v_prime_id	10697
v_products_model	401021145200X50TA
v_products_image	https://sammutec.fi/wp-content/uploads/kuvat/400-kytitt-ja-opaatteet/401-palocaa/021-145-1-ilmastointi-hata-seit_15.jpg
v_products_name_4	Ilmastointi hätä-seit, FIN tarra, 200x50, ISO 7010
v_products_description_4	
v_products_url_4	
v_products_name_5	Nödstopp för luftkonditionering, FIN, klistermärke, 200x50, ISO 7010
v_products_description_5	
v_products_url_5	
v_products_name_6	Air conditioning emergency stop, FIN, sticker, 200x50, ISO 7010
v_products_description_6	
v_products_url_6	
v_products_price	3,41
v_products_base_price	3,41
v_products_weight	0
v_date_avail	1899-12-30

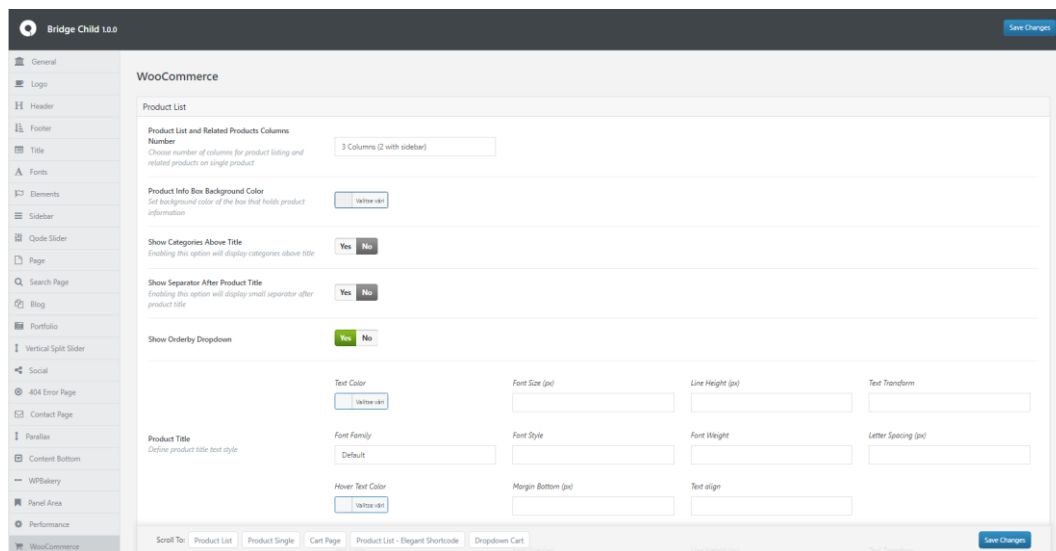
#### Kuvio 14. Yksilöllisen ID:n määrittäminen

Viimeisessä kohdassa määritetään tuotteille yksilöllinen ID, jonka avulla tuotteet erotetaan toisistaan. Tämän jälkeen tuonti ajetaan ja tuotteet siirtyvät verkkokauppaan. Tuonnin jälkeen tuotteet käytiin läpi yksitellen sillä muutamalla tuotteella ei ollut asetettu ollenkaan kategoriaa. Samalla tarkastettiin tuotteiden tietojen oikeellisuus ja tarvittaessa päivitettiin tuotteen hintaa tai lisättiin puuttuvia tuotekuvauksia.



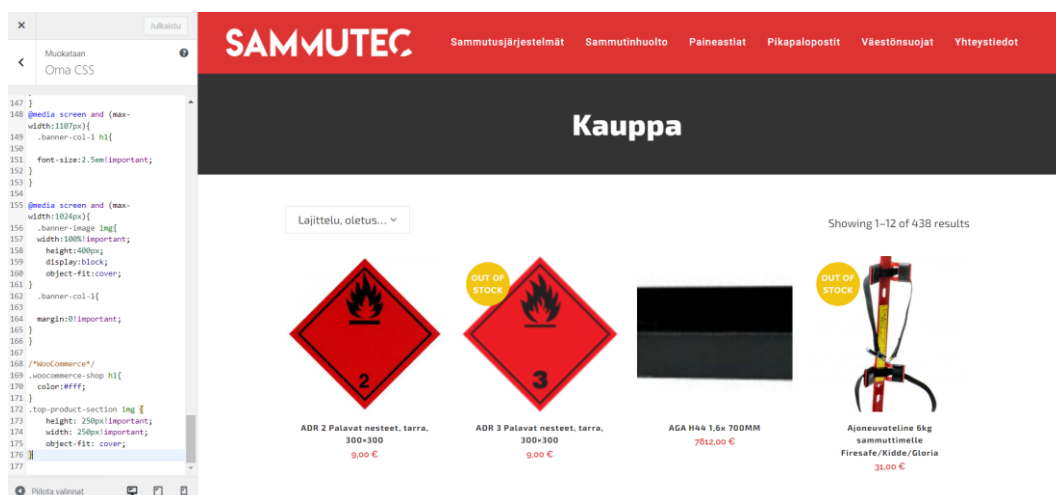
## 5.7 Kaupan ulkoasun mukauttaminen

Projektissa edettiin WooCommercen peruspohjilla, joita muokattiin mukautetun CSS:n avulla ja teeman tyyliasetusten kautta. CSS nimitys tulee sanasta Cascading Style Sheets. CSS:n avulla määritetään verkkosivun tyylejä ja asettelua, mukaan lukien fontteja, värejä ja elementtien kokoja tai jopa animaatioita.



### Kuvio 15. Teeman tyyliasetukset

Kuviossa 15 asetettiin WooCommercen väri ja typografia Bridge teeman asetusten kautta. Teeman asetusten kautta voidaan asettaa koko sivuston tyyli, mutta keskityin määrittämään WooCommercen asetukset. Asetusten kautta vaihdettiin elementtien värejä ja fonttien kokoja.



**Kuvio 16.** WordPressin mukautettu CSS muokkain

Suurimmat tyylimuutokset tehtiin kuitenkin hyödyntäen WordPressin mukautettua CSS-koodieditoria. Kuvioista 16 nähdään CSS muokkaimen näkymä. Tätä kautta muutettiin muun muassa tuotteiden asettelua, kassan lomakekenttien tyyliä ja muokattiin mobiiliresponsiivisuutta.



**Kuvio 17.** Oma tili -sivu CSS muokkausten jälkeen

Kuviossa 17 näkyy Oma tili -sivu CSS muokkausten jälkeen. Tässä muokkasin muun muassa sivun värejä, etenkin vasemman sivuvalikon sekä lisäsin sivulle taustakuvan tuomaan eloa.

## 6 PROJEKTIN TULOKSET

Projekti aloitettiin asiakkaan ottaessa yhteyttä WebAulaan. Asiakas tarvitsi verkkokauppa toteutuksen olemassa oleville WordPress sivuillensa.

Projektin tuloksena saatiin valmis verkkokauppa toteutus, joka on nopea ja käyttäjäystävällinen. Verkkokauppa on täysin responsiivinen. Verkkokauppaan tuotiin tuotteet ja tuoteosastot erillisen Excel tiedoston kautta. Loppujen lopuksi tuotteita tuotiin yhteensä yli 400 ja tuote osastoja yli 100.

Verkkokauppa tyyliteltiin mukautetun CSS koodin avulla. CSS:n avulla verkkokaupan fontit ja värit saatiin muiden sivujen mukaisiksi. Koodin avulla verkkokauppa saatiin myös toimimaan responsiivisesti mobiilissa.

## 7 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli toteuttaa verkkokauppa Sammutecille hyödyntäen WordPressin verkkokauppaliisäosaa WooCommercea sekä pohtia onnistuneen verkkokaupan ominaisuuksia. Sain tämän aiheen työpaikkani WebAulan asiakasyritykseltä Sammutecilta. Tämä aihe oli mielestäni mielenkiintoinen, sillä halusin kehittyä edelleen WordPressin ja etenkin WooCommerceen käytössä.

Projektissa tuli vastaan hieman ongelmakohtia tuotteiden tuonnissa. Tuotteiden ja tuoteosastojen yhdistäminen ei onnistunut ensimmäisellä kerralla vaan tähän meni varmasti projektissa eniten aikaa. Tuonnin jälkeen tuotteet piti käydä yksitellen läpi, sillä osalla tuotteista ei ollut osastoa tai tuotteiden hinnat olivat hieman väärin. Tuotteet saatiin lopulta onnistuneesti verkkokauppaan.

Verkkokaupan muokkaaminen aiheutti myös ongelmia sillä olin tottunut muokkaamaan sivuja erillisen sivustonrakentajan kuten Elementorin avulla. Tässä projektissa etenimme kuitenkin ilman rakentajaa ja suurimmat muokkaukset tehtiin CSS:n avulla.

Loppujen lopuksi olen tyytyväinen lopputulokseen. Opin paljon WooCommerceen toiminnasta ja pystyn käyttämään oppimiani taitoja työelämässä.

## LÄHTEET

Baymard Institute. 2022. 46 Cart Abandonment Rate Statistics. Viitattu 6.4.2022. <https://baymard.com/lists/cart-abandonment-rate>

Buildfire.com. 2022. Mobile Ecommerce: Revenue, Usage, and Statistics (2022) Viitattu 11.4.2022 <https://buildfire.com/mobile-ecommerce-statistics-data/>

Chahal, P. 2022. What is PrestaShop? Tutorial For Beginners. Viitattu 16.5.2022. <https://blog.templatetoaster.com/what-is-prestashop/>

Holcombe, J. 2022. WordPress.com vs WordPress.org: Which Is Better for Your Website? Viitattu 2.3.2022. <https://kinsta.com/blog/wordpress-com-vs-wordpress-org/>

Newcomer, C. 2019. What Is WooCommerce? WooCommerce 101, Explained for Beginners. Viitattu 11.4.2022. <https://themeisle.com/blog/what-is-woocommerce-101/>

Qode Interactive. 2022. The Best Selling Creative WP Theme. Viitattu 16.5.2022. <https://bridgelanding.qodeinteractive.com/>

Reimnitz, N. 2018. WordPress.com vs WordPress.org: What's the Difference? Viitattu 27.2.2022. <https://wordpress.com/go/business-website-guidance/wordpress-com-vs-wordpress-org/>

Sammutec Oy 2022. Sammutec paloturvallisuuden ammattilainen. Viitattu 7.5.2022. <https://sammutec.fi/>

Vissers, J. 2022. 10 Characteristics Of A Successful Online Store. Viitattu 23.3.2022. <https://www.merchantmaverick.com/characteristics-of-successful-online-stores/>

WooCommerce. 2022a. About WooCommerce. Viitattu 26.4.2022. <https://woocommerce.com/about/>

WooCommerce. 2022b. WooCommerce Features. Viitattu 27.4.2022. <https://woocommerce.com/woocommerce-features/>

WordPress.org. 2022a. About Us. Viitattu 20.2.2022. <https://wordpress.org/about/>

WordPress.org. 2022b. Features. Viitattu 26.4.2022. <https://wordpress.org/about/features/>

WordPress.org. 2022. Plugins. Viitattu 10.5.2022. <https://fi.wordpress.org/plugins/>

WPBeginner LLC. 2022. What is: Theme. Viitattu 16.5.2022  
<https://www.wpbeginner.com/glossary/theme/>

WPBeginner LLC. 2022. Shopify vs WooCommerce – Which is the Better Platform? (Comparison) Viitattu 22.3.2022. <https://www.wpbeginner.com/opinion/shopify-vs-woocommerce-which-is-the-better-platform-comparison/>

Wright, K. 2022. What is WooCommerce? Viitattu 11.4.2022 <https://it-hemes.com/tutorials/what-is-woocommerce/>