

VERKKOKAUPAN TAI VERKKOSIVUSTON PERUSTAJAN OPAS

Osaava kumppani
säästää aikaa.

JA HERMOJA

Näillä ohjeilla pystyt
välttämään yleisimmät
sudenkuopat
sivustoprojektissasi!



EI TOIMISTO



VAAN IHMINEN



Verkkokaupan tai verkkosivuston perustaminen on helppoa, kaikkihan sitä tekee!

Kyllä, monet tekevät itse, mutta se ei useinkaan suju aivan kivuttomasti. Usein aikaa menee kauemmin kuin ammattilaisella, jolloin se on poissa varsinaiselta bisnekseltäsi.

Olitpa sitten tekemässä verkkokauppaa tai sivustoa itse tai teettämässä sitä toisella, tämä opas kertoo sinulle mitä vaatimuksia toimivalla sivustolla tai verkkokaupalla on niin käyttäjän kuin lainkin näkökulmasta.

Olen kirjoittanut tämän oppaan WordPressille ja WooCommercelle, mutta voit saada hyviä vinkkejä myös muilla alustoilla toimiville sivustoille sekä verkkokaupoille.

Opas on kirjoitettu maaliskuussa 2024, ja on tämän hetkisen lainsäädännön ja käytäntöjen mukainen.

Jatka siis lukemista, ja varmista, että tässä oppaassa kerrotut asiat toteutuvat omalla sivustollasi!



Sisältö

1. Hosting ja domain
2. Sivuston identiteetti ja ulkoasu
3. Sivuston rakenne ja toiminnallisuudet
4. Sisällöntuotanto
5. Hakukoneoptimointi
6. Mobiilioptimointi
7. Tietoturva
8. Saavutettavuus
9. Evästeet, rekisteri- ja tietosuojaseloste
10. Verkkokauppiaille: Maksutapojen valinta
11. Verkkokauppiaille: Toimitustapojen valinta, palautukset
12. Verkkokauppiaille: Tilaus- ja toimitusehdot
13. Verkkokauppiaille: Kuvakoot ja tuotekuvaukset
14. Verkkokauppiaille: Automaattiset sähköpostit
15. Verkkokauppiaille: Tuotteiden varastointi ja inventaario
16. Verkkokauppiaille: Kupongit ja alennukset
17. Markkinointi
18. Ylläpito



1

Hosting ja domain

Domain tarkoittaa sivuston osoitetta, eli vaikkapa <https://kepee.fi>. Nimen keksimiseen kannattaa käyttää vähän aikaa, jotta nimi ei ala kaduttaa myöhemmin. Nimen keksittyäsi kannattaa tarkistaa, että domain on vapaana.

Nimen keksimisessä pitää ottaa huomioon myös domainpääte, eli onko se kepeen tavoin .fi vai mahdollisesti .com, .org tai vaikkapa .beer. Kyllä, sellainenkin pääte on olemassa! Useimmiten Suomessa toimivan yrityksen pääte on .fi. Domain maksaa aina jotain, ja pääte vaikuttaa hintaan.

Periaatteessa ei ole väliä mistä ostat domainin, mutta kätevintä on ottaa domain ja hosting eli webhotelli samasta paikasta, jolloin domainia ei tarvitse siirtää palveluntarjoajalta toiselle.

Niin, siis mikä hosting?

Osoitteen lisäksi sivustosi tarvitsee oman tilan internetistä, eli hostingin. Hostingpalveluita on tarjolla hurja määrä, mutta kannattaa suosia suomalaisia, hyvämaineisia palveluntarjoajia. Autan asiakkaani aina tämän vaiheen läpi esimerkiksi puhelimen välityksellä.

2 Sivuston identiteetti ja ulkoasu

Joillain yrityksillä voi olla jo valmiiksi mietittynä brändivärit, fontit, kuvat, tone of voice ja muut tekijät, jotka auttavat brändin rakentamisessa ja tunnettuudessa. Vaikka olisitkin vasta aloittava yrittäjä jolla ei ole varaa tai osaamista varsinaiseen brändisuunnitteluun, kannattaa näiden asioiden miettimiseen käyttää vähän aikaa. Sinun ei tarvitse itse suunnitella kaikkea, mutta joitain asioita on hyvä pohtia ja tuoda julki sivuston suunnittelijalle/kehittäjälle. Esimerkiksi jos vihaat vihreää väriä, on siitä hyvä mainita jotta et saa eteesi vihreällä tehostettua verkkosivustoa.

Tai jos olet nähnyt sivustoja joista pidät, voit vinkata niistä tekijälle, jotta tyyli suunta on selvillä.

Sivuston identiteettiin kuuluu myös logo. Jos sinulla on sellainen, kerro siitä ja toimita logo sivuston tekijälle. Mikäli sinulla ei ole logoa, on sellaisen hankinnan aika. Kepeeltä saat muuten myös logosuunnittelun.

LOGON SUUNNITTELU

ALK. **149,-** + alv 24 %.

EI TOIMISTO



VAAN IHMINEN

3 Sivuston rakenne ja toiminnallisuudet

No niin, nyt ollaan jo siinä pisteessä, että sivustoa voidaan alkaa suunnittelemaan ja rakentamaan!

Mutta jotta siihen asti päästään, täytyy ensin valita sivustolle teema. WordPress-sivusto vaatii aina pohjalleen teeman, eli pohjan jonka päälle sivusto rakennetaan. Useimmiten on parasta käyttää kevyttä teemaa, jonka toiminnallisuudet toteutetaan joko sivunrakentajalla tai koodaamalla. Tiedän että monet käyttävät maksullisia valmisteemoja, mutta itse olen kokenut niiden olevan raskaita, hankalasti muokattavia sekä haasteellisia ylläpidettäviä.

Lisäksi pitäisi olla jo tiedossa sivuston rakenne, eli millaisia sivuja sivustolle halutaan. Onko sivustolla etusivun ja yhteystietojen lisäksi hinnasto, galleria, palveluiden esittelysivuja?

Kannattaa hahmotella paperille ihan vaikka ranskalaisilla viivoilla millaisille sivuille on tarve ja mitä tietoa ja toiminnallisuuksia kullekin sivulle halutaan.

Haluatko esimerkiksi etusivulle Instagram-feedin, jollekin toiselle sivulle ajanvarauskalenterin tai haluatko kirjoittaa blogia? Haluatko uutiskirjeen tilausmahdollisuuden? Osaatko ja ehditkö sitten myös tehdä uutiskirjeitä, ja tiedätkö jo mitä palveluntarjoajaa käytät siihen?

Kirjoita kaikki toiveesi ylös, myös ne vähäpätöisiltä tuntuvat, sillä kaikella tällä on merkitystä työmäärään, hintaan sekä siihen että saavutetaan haluttu lopputulos.

Jotkin toiminnallisuudet voivat vaatia maksullisen lisäosan ostamista. Itse suosittelen aina, että kaikki liiketoimintaasi liittyvät asiat ovat sinun hallinnassasi myös verkkosivustolla. Suosittelen aina hyväksi havaittuja lisäosia tai muita ratkaisuja, ja kerron mistä sen voit hankkia. Näin voit vaihtaa palveluntarjoajaa halutessasi, tai alkaa kehittämään itse sivustoasi, eikä sivustosi toiminta kärsi siitä että jonkun toisen ostama lisenssi on lakannut toimimasta.

Muista myös että sivuston ja sen toiminnallisuuksien kehittämistä voidaan jatkaa myöhemminkin! Kaikkea ei aina tarvitse tehdä kerralla.

Pohdi myös tarkasti, maksaako jonkin toiminnallisuuden toteuttaminen itsensä takaisin, ja hyödynnätkö toiminnallisuutta oikeasti.

**Tiedä mistä maksat, äläkä
maksa turhasta!**

Sisällöntuotanto

Tekstisisältö

Sivustorakenne on nyt selvillä, joten seuraavaksi on vuorossa sisällöntuotanto. Jos omasta kynästä sisältö ei tule ulos siinä muodossa mitä haluaisit, voit ulkoistaa tämän osa-alueen. Ihan ilman sinun apuasi se ei kuitenkaan onnistu, vaan tarvitaan ainakin haastattelu/keskustelu, jonka pohjalta tekstejä aletaan tuottamaan. Tekstin tuottamisessa on hyvä muistaa, että hakukoneet pitävät sivustoista, joissa on kohtuullisesti tekstiä. Yleensä sanoja olisi hyvä olla aivan vähintään noin 300/sivu. Se onkin yllättävän paljon! Lisäksi tekstin tulisi tukea hakukoneoptimointia, eli tekstissä tulisi toistua viesti, jonka avulla haluat tulla löydettyksi.

Kuvat

Kuvat kertovat enemmän kuin tuhat sanaa, ja niiden tehtävä on tukea sivuston viestiä. Omat, hyvälaatuiset kuvat ovat paras vaihtoehto, mutta myös kuvapankeista voi löytyä käyttökelpoisia kuvia. Ihan niitä geneerisimpiä kuvapankkikuvia ei kuitenkaan kannata käyttää. Kuvien olisi oltava myös oikean kokoisia, sillä esimerkiksi liian suuret kuvat hidastavat suotta sivustoa.

Kerro sivuston tekijälle, onko sinulla jo kuvia joita haluaisit käyttää, vai haluatko että tekijä etsii sopivat kuvat. Pystytkö tekemään kuvasuhteiden tai kuvakoon muutokset itse, vai tarvitsetko siihen apua?

5 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi ei ole napin painallus tai taikasauvan sivallus, vaan koostuu useista tekijöistä. Näitä ovat esimerkiksi sivuston tekninen suorituskyky, hostingpalvelun laadukkuus ja nopeus, tekstisisällöt sekä niiden metatekstit ja avainfraasit, oikeat otsikkotasot, kuvien alt-kuvaukset, sisäiset ja ulkoiset linkitykset ja jopa responsiivisuus. Aika laaja kokonaisuus siis!

Haluatko sivustollesi kävijäseurannan? Haluatko tietää millä sanoilla sivustosi on noussut hakutuloksissa? Haluatko kehittää sivustosi sisältöjä saamasi datan pohjalta? Silloin voit hyötyä laajemmasta hakukoneoptimoinnista, joka sisältää esimerkiksi Google Search Consolen ja Google Analyticsin perustamisen sekä seurannan asentamisen sivustolle.

Jos taas tiedät ettet tule näitä työkaluja koskaan edes avaamaan niiden asentamisen jälkeen, ovat ne siinä tapauksessa aivan turhaa työtä. Tai no, ei aivan turhaa, mutta melkein.

Vähintä, mitä kannattaa tehdä, on asentaa sivustolle esimerkiksi sellainen lisäosa kuin Yoast. Sen avulla pystyt tarkemmin kohdentamaan sivustosi sisältöjä hakukoneille, ja pystyt määrittelemään hakutuloksen ulkoasun ja tekstit.

Lisäksi Yoast tekee automaattisesti sivustokartan. Sivustokartan luominen ja sen lähettäminen hakukoneelle (esim. Google Search Consoleen) nopeuttaa prosessia, jonka avulla hakukoneet löytävät sivustosi. Varsinkin uusien verkkosivujen ollessa kyseessä on tämä kannattavaa. Tosin kirjoitushetkellä Google ajoittain indeksoi tuntemattomasta syystä sivustoja melko hitaasti, joten tästä huolimatta voi kestää ennen kuin sivustosi löytyy hakutuloksissa.

Yoastiin täytyy myös suunnitella metatekstit sekä haarukoida avainsanat, joten mieti haluatko ja osaatko tehdä tämän itse, vai pyydätkö sivuston kehittäjää tekemään tämän puolestasi.

Hakukoneoptimointi ei missään tapauksessa ole aivan näin yksinkertainen asia, enkä yritäkään kattaa koko teemaa tässä oppaassa.

Parhaimmillaan hakukoneoptimointi on jatkuvaa kehittämistä, jossa sekä tekstisisältöä tuotetaan ja muokataan vastaamaan yrityksesi tarjoamia palveluita ja asiakkaiden etsimiä hakusanoja ja -fraaseja.

Hakukoneoptimointia ei pidä sekoittaa hakusanamarkkinointiin tai muihin markkinointitoimenpiteisiin.

Hakukoneoptimointi ei ole pikamatka vaan maraton, eikä tuloksia kannata odottaa välittömästi

Mobiilioptimointi eli responsiivisuus

Yhä useampi käyttää älypuhelinta yhteydenpidon lisäksi viihteen kuluttamiseen, tiedonhakuun, päivittäisten asioiden hoitamiseen ja ostosten tekoon.

Mobiilioptimoinnilla tarkoitetaan sitä, että sivusto toimii hyvin myös puhelimilla ja tableteilla sekä kaikilla (yleisimmillä) käyttöjärjestelmillä ja selaimilla.

Useimmat sisällönhallintajärjestelmät taipuvat nykyisin hyvin mobiiliin, mutta täysin automaattista se ei ole.

Varmista siis mieluiten useammalla erilaisella laitteella, että sivustosi tai verkkokauppasi on käyttäjäystävällinen myös mobiilissa!

7 Tietoturva

WordPress on maailman suosituin sisällönhallintajärjestelmä, ja valitettavasti se tuo mukanaan myös heitä, jotka koittavat käyttää haavoittuvuuksia hyväkseen. Haavoittuvuuksia syntyy, kun lisäosia, teemoja ja WordPressin alustaa ei pidetä ajan tasalla (kts. Ylläpito).

Haluat varmasti pitää sekä oman bisneksesi, myös mm. asiakkaidesi maksutiedot turvassa?

Tässä tietoturvaan muutama vinkki:

- Valitse luotettava ja hyvämaineinen hosting
- Päivitä ja varmuuskopioi sivustosi säännöllisesti
- Käytä vain luotettavia lisäosia ja teemoja
- Käytä vahvaa salasanaa äläkä luovuta sitä muille
- Poista kirjautumistietosi yhteiskäytössä olevalla koneella
- Rajoita kirjautumisyrityksiä
- Muuta sivustosi kirjautumisosoite
- Käytä kaksivaiheista tunnistautumista

Sivuston suojaamiseksi on olemassa myös HC-keinoja, mutta ne kannattaa jättää suoraan ammattilaiselle, jolla on ymmärrystä koodin päälle. Kuten nyt vaikka minulla.

Saavutettavuus

Saavutettavuus on monelle verkkosivujen tekijälle vielä aika uusi asia. Saavutettavuuden tarkoituksena on tarjota yhdenvertaiset mahdollisuudet kaikille internetin käyttäjille.

Toistaiseksi laki edellyttää saavutettavuutta vain tietyiltä tahoilta, kuten viranomaisten ja julkishallinnon verkkopalvelut, mutta verkkokaupat tulevat saavutettavuusvaatimusten piiriin 28.6.2025 lähtien. Laki ei kuitenkaan velvoita mikroyrityksiä (alle 10 työntekijää ja liikevaihto alle 2 milj. €).

Tietyiltä osin saavutettavuus kannattaa kuitenkin huomioida myös omassa verkkoliiketoiminnassa, vaikka velvoite ei koskisikaan omaa liiketoimintaasi.

Tässä muutama yksinkertainen vinkki alkuun:

1. Riittävän suuri teksti
2. Riittävä kontrasti tekstin ja taustan välillä
3. Kuville on lisätty alt-määritteet
4. Tekstitetyt videot
5. Selkokieliset tekstit
6. Oikea otsikointi

Lue lisää saavutettavuudesta ja sen vaatimuksista osoitteessa saavutettavuusvaatimukset.fi

Evästeet, rekisteri- ja tietosuojaseloste

Evästeet eli cookiet ovat pieniä tekstitiedostoja, joita sivustot voivat asentaa laitteellesi. Evästeitä voidaan käyttää esimerkiksi analytiikkaan, kohdennettuun mainontaan tai sijainnin määrittämiseen. Lisäksi on olemassa evästeitä, jotka ovat välttämättömiä sivuston toiminnan kannalta.

Jos sivustollasi käytetään evästeitä, sivuston kävijän pitää pystyä estämään evästeet halutessaan yhdellä napinpainalluksella.

**Pelkkä ilmoitus evästeiden
käytöstä ei riitä**

Myöskään usein verkkosivuilla näkyvä teksti "Jatkamalla selaamista hyväksyt evästeiden käytön" rikkoo EU:n tietosuojalakia.

Ongelmaksi evästeiden kieltäminen muodostuu myös siinä vaiheessa, jos jotain sivuston toiminnallisuutta ei voida näyttää tai toteuttaa, mikäli käyttäjä kieltää evästeiden käytön. Tällainen voi olla esimerkiksi YouTube-upotus tai chatbotti sivuillasi.

Evästeiden selvittämiseen ja konfigurointiin on olemassa lisäosia, mutta usein niiden käyttö vaatii myös tietämystä asiasta. Väärin konfiguroitu GDPR-lisäosa ei tee mitään.

On myös hyvä huomioda, että useat lisäosat ovat peräisin Yhdysvalloista, joissa ei sovelleta EU:n tietosuojalakia. Jos esimerkiksi käytät lisäosaa vaikkapa Google Analyticsin tai Facebook-pikselin asentamiseen sivustolle, voi olla että evästeet asentuvat käyttäjän laitteelle kaikesta huolimatta, ja tämän ratkaiseminen voi viedä aikaa.

Kannattaakin pohtia, kuinka paljon dataa sivuston kävijöistä oikeasti tarvitset, ja kuinka hyödynnät saamaasi tietoa. Evästehallinnan tekeminen voi hyvinkin äkkiä maksaa useita sataasia, joka on hukkaan heitettyä rahaa mikäli katsot satunnaisesti sivuston kävijämääriä

Rekisteri- ja tietosuojaseloste

Vaikka joku muu huolehtisi evästeiden konfiguroinnista puolestasi, on kuitenkin yksi tietosuojaan liittyvä asia, josta sinun täytyy tietää. Sinun täytyy osata vastata mahdollisiin kysymyksiin siitä, mitä tietoja sivustosi kerää käyttäjistä, mitä tapahtuu yhteydenottolomakkeen tiedoille, missä tietoja säilytetään, kuinka niitä käsitellään ja miksi, kenellä tietoihin on pääsy sekä ovatko tiedot turvassa. Nämä asiat tulee käsitellä rekisteri- ja tietosuoja-selosteessa, ja selosteen tulee olla helposti löydettävissä sivustollasi.

**Evästeille on paikkansa,
mutta tarvitsetko sinä
niitä?**

Sinun täytyy myös pystyä kysyttäessä kertomaan mitä tietoja kysyjästä on tallennettu, sekä poistamaan ne pyydettyäessä (mikäli ne eivät ole tarpeellisia esim. oman laskutuksesi kannalta).

Tästä syystä annan omille asiakkailleni rautalankamallin tietosuojaselosteesta, mutta pyydän asiakasta tietyiltä osin kirjoittamaan sen itse, jotta hän tietää mitä sinne kirjoitetut lauseet tarkoittavat.

Myös yhteydenottolomakkeessa tulee olla hyväksyntäruutu, jonka rastittamalla käyttäjä on hyväksyy tietojensa käytön rekisteri- ja tietosuojaselosteessa mainitulla tavalla. Ilman hyväksyntää lomaketta ei tulisi voida lähettää.

Tietosuojalainsäädäntö on asia, josta sinun tulee olla kartalla. Käytännöt ja ohjeistukset elävät, ja aiheuttavat ammattilaisillekin päänraapimista.

Kannattaa tutustua tietosuojavaltuutetun sekä Traficomien ajatasaisiin ohjeistuksiin.

**Tietosuojalainsäädäntö
elää koko ajan**

Verkkokauppiaille: Maksutapojen valinta

Maksutapojen valinta on tärkeä vaihe, sillä maksutapahtuman täytyy myös sujua kitkattomasti ja tietoturvalisesta.

Useimmiten ihmiset haluavat maksaa joko pankki- tai luottokortilla sekä verkkopankilla. Nämä maksutavat koetaan yleisesti hyvin turvallisina. Muita yleisiä maksutapoja ovat lasku, PayPal, MobilePay ja osamaksu.

Tällä hetkellä (kevät 2024) maksutapojen palveluntarjoajia ovat ainakin

- BlueCommerce
- Paytrail
- Stripe
- Visma Pay

**Maksunvälittäjiä kannattaa
vertailla ja peilata omaan
yritystoimintaan.**

Maksutavan valinnassa kannattaa miettiä omaa bisnestään; maksutapahtumien määrä ja kuukausittainen summa voivat vaikuttaa mahdolliseen kuukausimaksuun, ja joskus onkin hyvä aloittaa sellaisen palveluntarjoajan kanssa, joka veloittaa tapahtumista tietyn prosentin. Jos taas ostotapahtumia on paljon, voi kuukausimaksullinen sopimus tulla edullisemmaksi.

Verkkokauppiaille: Toimitustapojen valinta

Toinen tärkeä valinta kohdistuu toimitustapoihin. Sekä Matkahuolto että Posti tarjoavat omia integraatioitaan WooCommercelle, joiden avulla voidaan mahdollistaa tuotekohtaiset toimitushinnat, noutopisteen valinta asiakkaalle, pakettikorttien tulostaminen ynnä muuta.

Riippuu paljon omista tuotteistasi, millainen toimitustapa on kätevin. Joskus kirje voi olla edullisin, mutta kannattaisiko sillekin olla seuranta? Entä voiko verkkokaupastasi ostaa suuria tuotteita? Mitä niiden kuljettaminen maksaa? Kannattaako osa kuljetushinnoista leipoa sisään tuotteiden hintoihin? Pystytkö mahdollistamaan asiakkaalle tarvittaessa noudon?

Mieti nämä kysymykset jo etukäteen, sillä vaikka olisi millainen verkkokauppavelho, niin tosiasia on se että hinnat ja ehdot muuttuvat niin nopeasti ja ovat lisäksi tapauskohtaisia, jolloin kukaan ei voi antaa sinulle suoria vastauksia siihen, mikä tapa pitäisi valita.

Voit myös huomata, että jonkin tuotteen hintarakenne ei kestä sen vaatimia kuljetusmaksuja. Tämäkin on tärkeä havainto, ja on parasta tehdä se ennen verkkokaupan rakentamisen aloittamista!



Verkkokauppiaille: Tilaus- ja toimitusehdot

Verkkokauppiaina on todella tärkeää olla selvillä reklamaatio- ja palautuskäytännöistä, sekä yksityishenkilöille myytäessä myös kuluttajansuojasta. Kuluttajansuoja perustuu lakiin jota tulee noudattaa.

Tilaus- ja toimitusehdot eivät ole vain turha teksti, jota kukaan ei lue. Se on sinun vakuutuksesi reklamaatio- ja riitatilanteissa.

Siksi en koskaan suostu kirjoittamaan tilaus- ja toimitusehtoja asiakkaalle valmiiksi. Voin antaa rautalankaversion, mutta jokaisen verkkokauppiaan täytyy itse sisäistää, mitä siinä lukee ja mitä se tarkoittaa.

Kannattaa miettiä erilaiset skenaariot etukäteen, ja niille vastaukset tilaus- ja toimitusehtoihin. Huomioi, että verkkokaupankäynnissä on muutamia poikkeusehtoja normaaliin kuluttajakauppaan nähden, kuten 14 päivän peruuttamisoikeus.

Kuluttajansuojaan kannattaa tutustua Kilpailu- ja kuluttajaviraston sivuilla.

**Hyvin sujunut
reklamaatio tuo lisää
asiakkaita**

Verkkokauppiaille: Kuvakoot ja tuotekuvaukset

Verkkokaupankäynnissä kuvat ovat tärkeässä roolissa, koska kuva on tuotekuvauksen lisäksi ainoa informaatio, jota hän sivustoltasi tuotteesta saa. Suosittelen siis käyttämään joko maahantuojan toimittamia tai itse otettuja hyvälaatuisia kuvia. Kuvien tulisi olla omaan kauppaasi sopivan kokoisia, jotta ne eivät turhaan kuluta levytilaasi, eivätkä hidasta sivuston toimintaa.

Myös tuotetietojen on syytä olla tarpeeksi informatiivisia, mutta tarpeeksi lyhyitä. Tuote saattaa jäädä ostamatta, mikäli esimerkiksi vaatteiden hoito- tai materiaalitietoja ei ole saatavilla.

Eri tuotteilla on toki erilaiset vaatimukset tuotetietojen suhteen, mutta on syytä huomioida ainakin nämä:

- Allergiaa aiheuttavat aineet
- Mitoitukset
- Säilytysohjeet
- Käyttöohjeet
- Pakolliset lisähuomautukset (esim ikärajoitukset)

Verkkokauppiaille: Automaattiset sähköpostit

WooCommercessa on valmiiksi asetettu geneeriset sähköpostit, jotka lähtevät asiakkaalle eri tilanteissa.

Kannattaa kuitenkin hioa näitä sähköposteja WooCommercen asetuksista vastaamaan oman yrityksesi viestiä, sekä varmistua, että asiakkaalle lähtee tarpeellinen määrä informaatiota tilauksesta.

Haluaisitko itse tilauksen tehtyäsi jäädä täysin pimentoon siitä, onko tilauksesi käsitelty, tai milloin se mahdollisesti saapuu?

Aika usein nämä sähköpostit menevät kuitenkin roskapostiin. Jos tämä on ennemminkin sääntö kuin poikkeus, on mahdollista lisätä palvelimelle tietue, joka todentaa sähköpostin lähettäjän. Yleisimmin käytetään SPF-tietuetta, mutta muitakin vaihtoehtoja on.

Valitettavasti alati kasvava roskapostin määrä pakottaa sähköpostipalvelimet tiukentamaan roskapostisuodatuksiaan, joten täysin varmasti toimivaa tapaa postin perille menoon ei ole olemassa. Onneksi kuitenkin suurin osa käyttäjistä on jo tottunut katsomaan läpi muutkin kuin ensisijaisen postilaatikon.

15 Verkkokauppiaille: Tuotteiden varastointi ja inventaario

Jotta verkkokauppasi käytännöt olisivat mahdollisimman tehokkaat ja asiakkaat saavat tuotteensa mahdollisimman nopeasti, on tärkeää huolehtia myös tuotteiden järjestelmällisestä varastoinnista. Järkevällä varastoinnilla torjutaan myös omaa hävikkiä ja vähennetään sisäisten väärinkäytösten määrää.

**Varastoinnilla on
merkitystä myös
viivan alle**

Verkkokaupan varastosaldojen on syytä olla jatkuvasti ajan tasalla, ja tästä syystä inventaarioita kannattaa tehdä säännöllisesti. Toki tuotteista ja toimialasta riippuen tarve vaihtelee, mutta viimeistään silloin jos tilattua tuotetta ei olekaan varastossa, on syytä tehdä inventaario.

Verkkokauppiaille: Kupongit ja alennukset

Varmaankin suurin osa meistä on saanut joskus kuponkikoodin, jolla luvataan alennusta tai ilmaiset toimituskulut.

WooCommercessa kuponkien luonti on helppoa, ja kuponkikoodia voit jakaa esimerkiksi uutiskirjeessä tai somessa. Kupogeille voidaan määrätä erilaisia sääntöjä, kuten voimassaoloaika, käyttökertojen määrä ja alennustapa.

Vaikka kupongit yleensä tuovatkin jonkin verran vipinää verkkokauppaan, kannattaa niiden kanssa muistaa laittaa jäitä hattuun. Ethän halua opettaa asiakkaitasi siihen, että mitään ei kannata ostaa normaali hinnalla kun pian annat taas uuden alennuskoodin?

17

Verkkokauppiaille: Markkinointi

Noin, verkkokauppasi tai sivustosi on valmis ja nyt odotellaan suuria kävijämääriä sekä myyntiä!

Useinkaan sitä myyntiä ja kävijöitä ei vain ala heti kuulumaan, ja tarvitaan markkinointia, jotta kukaan ylipäättään löytää sivustollesi.

Markkinointivaihtoehtoja on valtavasti tänä päivänä! Markkinointia voi myös tehdä pienemmällä budjetilla, mutta usein isompi investointi siihen kannattaa.

Markkinointivaihtoehtoja:

- Omat somekanavat
- Blogin kirjoittaminen
- Sisältömarkkinointi
- Sosiaalisen median markkinointi
- Google-mainonta
- Hakusanamarkkinointi
- Sähköpostimarkkinointi
- Vaikuttajamarkkinointi

Mikäli et itse hallitse markkinoinnin saloja, kannattaa markkinointi ulkoistaa. Voin suositella eri markkinointitapoihin ammattilaisia laajasta verkostostani!

Verkkokauppiaille: Ylläpito

Sivuston julkaisun jälkeen saatat haluta huokaista hetken helpotuksesta, ja yhtäkkiä onkin mennyt kaksi kuukautta siitä kun olet viimeksi vierailut sivustollasi. Sillä aikaa sivuston gallerian kuvat ovat lakanneet näkymästä eikä valikko toimi. Tai sitten kaikki on ulkoisesti kunnossa, mutta kirjauduttuasi hallintaan, ovat kaikki lisäosat päivittämättä. Pahimmassa tapauksessa sivustolle on hyökätty vanhentuneen lisäosan kautta.

Tekninen ylläpito on tärkeää, sillä päivittämätön lisäosa on tietoturvariski. Sen kautta sivustolle voidaan mahdollisesti hyökätä, ja pahimmassa tapauksessa koko sivusto muuttuu käyttökelvottomaksi. Useimmiten kuitenkin lisäosa saattaa lakata toimimasta, tai rikkoa jotain sivustollasi. Lisäosien lisäksi myös itse WordPress-alusta täytyy päivittää uuden version julkaisun jälkeen.

Mieti siis, haluatko huolehtia päivityksistä itse, antaa sen esimerkiksi Kepeen tehtäväksi, vai luotatko automaattisiin päivityksiin (jolloin kukaan ei ole tarkistamassa että kaikki toimii). Älä kuitenkaan hylkää sivustoasi valmistumisen jälkeenkään.

Kepee on hyvä kumppani myös sivuston valmistumisen jälkeen, sillä tekniseen ylläpitoon voidaan yhdistää palvelu, jossa toiveestasi ylläpitojen yhteydessä voidaan tehdä muokkauksia sivuston sisältöön tai ulkoasuun.



LOPUKSI

Verkkosivuston tai verkkokaupan perustamisessa on siis varsin paljon hommaa, ja monenlaisia ratkottavia asioita.

Parhaimmillaan se kuitenkin sujuu mukavasti, ja pääset nauttimaan siitä, kun kokonaisuus rakentuu pala palalta ja hahmottuu viimein konkreettiseksi lopputulokseksi!

Toivottavasti opas oli sinulle hyödyllinen. Otathan yhteyttä mikäli tarvitset apua verkkokauppaan tai verkkosivustoihin liittyvissä asioissa.

T. Riikka



<https://kepee.fi>



riikka.vepsa@kepee.fi



050 523 0627



@kepee.fi



@kepee.fi

EI TOIMISTO



VAAN IHMINEN

