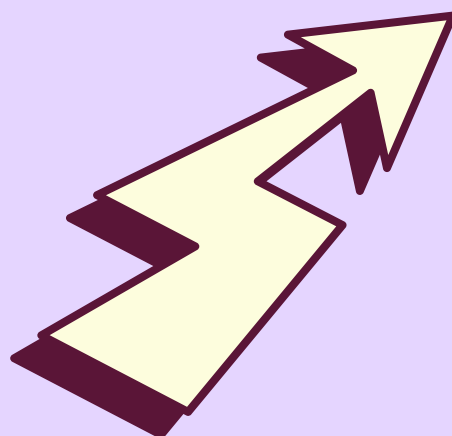




Verkkokaupan toteutus Avoin.Systemsin kanssa

Asiakkaan opas onnistuneeseen
verkkokauppaprojektiin



Johdanto

Tässä oppaassa käymme verkkokauppaprojektin läpi asiakkaan näkökulmasta. Opas tarjoaa kattavan kokonaiskuvan siitä, millaisia osa-alueita verkkokauppaprojekteihimme sisältyy, millaisia työkaluja käytämme verkkokauppaprojektin aikana sekä mikä on sinun roolisi asiakkaana ja millaisia tehtäviä siihen sisältyy.

Opas on jaettu 5 osaan verkkokauppaprojektin eri vaiheiden mukaan:

- Verkkokauppaprojektin käynnistäminen
- Verkkokaupan suunnittelu
- Verkkokaupan toteutus
- Verkkokaupan koulutus
- Verkkokaupan lopputestaus ja julkaisu

Tutustumalla oppaaseen valmistaudut verkkokauppaprojektin läpivientiin onnistuneesti!



Verkkokauppa- projektin käynnistäminen

Projektin määrittely ja tavoitteet

Verkkokauppprojekti käynnistyy määrittelemällä projektin tavoitteet ja luomalla yhteinen visio asiakkaan kanssa. Tämä prosessi alkaa usein jo myyntitapaamisissa. Vaikka tekninen toteutus onkin keskeinen osa, verkkokauppprojekti on paljon enemmän kuin IT-hanke. Asiakkaan näkökulmasta se edustaa merkittävää liiketoimintastrategian muutosta ja siirtymistä uudelle markkina-alueelle, mikä vaatii kokonaisvaltaista lähestymistapaa. Uusi verkkokauppa voi tuoda mukanaan uusia asiakasryhmiä, markkina-alueen laajentumista ja tuotelanseerauksia, joten liiketoimintamuutoksen tavoitteet on pidettävä kirkkaana mielessä alusta alkaen.

Suunnittelu käynnistyy käymällä asiakkaan kanssa läpi heidän liiketoiminnallisia tavoitteitaan sekä pitkällä että lyhyellä aikavälillä. Keskustelemme asiakkaan tuotevalikoimasta ja myyntikonsepteista, jotka asettavat suuntaviivoja ja reunaehtoja verkkokaupan rakenteelle. Käymme läpi asiakkaan asiakaskunnan rakennetta ja heidän ostotottumuksiaan. Voidaksemme toimittaa asiakkaalle heidän tarpeitaan vastaavan verkkokaupan, tiimimme tulee ymmärtää paitsi asiakasta, mutta ennen kaikkea myös asiakkaan asiakasta.

Projektin laajuus ja budjetti

Ennen hihojen käärimistä sovimme aikataulun, työnjaon, resurssit sekä muut välttämättömät suunnannäyttäjät. Aikataulun on oltava realistinen suhteessa projektin laajuuteen. Suunnittelusta huolimatta yllättäviä tilanteita tulee vastaan aina. Siksi aikatauluihin kannattaa sopia joustovaraa, mutta yhtä tärkeää on sopia tiukka, joustamaton takaraja.

Olennessi projektin resurssien suunnitteluun vaikuttaa projektin laajuus. Laajuus pitää sisällään kaikki verkkokaupan ominaisuudet ja toiminnallisuudet. Laajuudeksi voidaan mieltää myös kaikki projektiin kuuluva työ, joka vaaditaan uuden verkkokaupan suunnittelemiseen, rakentamiseen ja julkaisemiseen.

Kun mietitään budjettia, huomioon pitää ottaa verkkokaupan ominaisuuksien ja toiminnallisuuksien rakentamisen lisäksi myös kaikkiin muihin projektin vaiheisiin kuluva aika. Näitä vaiheita ovat muun muassa projektinhallinta, viestintä, tapaamiset ja testaus.

Projekti aloitetaan usein erillisellä määrittelyllä, jossa kartoitetaan kaikki ne ominaisuudet, jotka verkkokauppaan tarvitaan. Suosimme niin sanottua MVP-mallia (MVP = Minimum Viable Product eli “pienin toimiva tuote”). Tämä tarkoittaa sitä, että järjestelmässä otetaan aluksi käyttöön vain kaikkein välttämättömimmät toiminnallisuudet.

Näin verkkokauppa saadaan julkaistua ja tuottamaan tulovirtaa mahdollisimman nopeasti. Heti julkaisun jälkeen siirrytään jatkokehitykseen, jossa järjestelmään otetaan käyttöön uusia ominaisuuksia yksitellen.

Aikataulu, työnjako ja resurssit

Resurssit ja toimituskyky selvitetään ennen tarkoista aikatauluista sopimista. Tiimimme tulee varata tarpeeksi aikaa ja osaamista projektin suunnitteluun ja toteuttamiseen. Asiakkaan on myös arvioitava omat toimituskykynsä, sillä erityisesti sisällöntuotanto vaatii aikaa. Kuinka paljon uutta kuva- ja tekstisisältöä sivustolle tarvitaan?

Tavoitteita pilkottaessa voidaan havaita, että esimerkiksi 800 uuden tuotekuvan ottaminen ja käsittely 20 työpäivän aikana ei ole realistista. Pilkkomalla tavoitteita ja esittämällä oikeita kysymyksiä voidaan ennakoida projektia hidastavia tekijöitä ja välttää pullonkauloja.

Asiakkaan tehtävät ja vastuut aloitusvaiheessa:

- Liiketoiminnallisten tavoitteiden määrittely
- Verkkokaupan reunaehtojen määrittely
(tuotevalikoima, asiakkaat, ostotottumukset yms.)
- Sisäisten resurssien ja vastuuhenkilöiden määrittäminen
- Tarvittavien uusien sisältöjen määrittäminen
(teksti- ja kuvat) ja niiden toteutuksen aikataulutus



Verkkokauppaprojektissa on mukana useita ihmisiä useista eri yrityksistä tai organisaatioista. Sujuvan yhteistyön takaamiseksi varaamme etukäteen kiinteät palaveriajat koko projektin ajaksi. Etukäteen sovitut tapaamiset säästävät aikaa jokaisesta tapaamisesta, kun kalentereja ei tarvitse kaivaa esille joka palaverin lopussa.

Aikatauluissa pysymistä helpottaa selkeä työnjako. Järjestämme aina projektin alussa aloitustapaamisen, jossa jaetaan projektin tavoitteet kaikkien työryhmän jäsenten kesken sekä käydään vielä kerran yhteisesti läpi pakollinen paperityö, eli työn- ja vastuunjako, aikataulutus, budjetti ja muut resurssit.

Ketä yrityksestä tulisi osallistaa verkkokauppa- projektiin?

- Verkkokauppavastaava / tuoteomistaja
- Markkinointipäällikkö / markkinoinnin ja viestinnän vastuhenkilö
- Verkkokaupan pääkäyttäjä(t)

Määrittelyn tuloksena on molemmille osapuolille yhteinen yleiskuva projektin tavoitteista, vaatimuksista ja luonteesta.

Verkkokauppaprojektissa yhtä lailla tärkeää on julkaisuvalmis verkkokauppa, kuin sen valmistumiseen kuulunut prosessi. Matkan aikana ohjaamme projektia oikeaan suuntaan asiantuntemuksella asiakkaan tarpeet ja toiveet huomioiden.

Vaikka projektin kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen tähtäävä määrittelyvaihe voi tuntua pieneltä askeleelta koko projektin mittakaavassa, ollaan jo edetty pitkälle! Määrittely antaa loistavan lähtökohdan projektin seuraaville vaiheille: tarkemmalle suunnittelulle ja lopulta toteutukselle.

WooCommerce-verkkokauppa

Rakennamme verkkokaupamme WooCommerce-pohjalle.

WooCommerce on avoimen lähdekoodin ratkaisu, joka sallii verkkokaupan jatkuvan kehittämisen ja skaalaamisen helposti. Käytännössä WooCommerce on lisäosa, joka asennetaan avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmään, WordPressiin.

WooCommerce-verkkokaupan etuja ovat muun muassa:

- Käyttäjäystävällisyys
- Skaalautuvuus
- Helppo integroitavuus
- Joustava muokattavuus
- Jatkuva kehitys
- Monipuoliset tuoteratkaisut

Lue lisää WooCommerce-verkkokaupoista [sivuiltamme](#).

Ymmärrämme, että asiakkailamme on käytössään bisneskriittisiä taustajärjestelmiä, joiden pitää keskustella saumattomasti verkkokaupan kanssa. Yksi WooCommercen suurimmista eduista on se, että se on helposti integroitavissa muihin järjestelmiin, kuten ERP- ja CRM-järjestelmiin. Tämän mahdollistavat WooCommercen tarjoamat laajat ja hyvin dokumentoidut rajapinnat. Vuosien saatossa olemme toteuttaneet lukuisia integraatioita WooCommercen ja asiakkaidemme eri taustajärjestelmien välille. Integraation suunnittelu alkaa heti projektin suunnitteluvaiheessa, jolloin kartoitamme tarkasti, miten datan pitää liikkua mihinkin järjestelmään.



Verkkokaupan suunnittelu

Rautalankamallin rakentaminen

Verkkokaupprojekti käynnistetään tavoitteiden asettamisella workshop-tyyppisissä työpajoissa. Niissä rakennamme yhä tarkempaa kuvaa asiakkaan tarpeista kaikkien sidosryhmän jäsenten kesken: paikalla on asiakkaan edustajia sekä meidän puolelta projektipäällikkö, käyttöliittymäsuunnittelija ja kehittäjä. Joissakin tapauksissa myös loppukäyttäjä eli asiakkaan asiakas on mukana ryhmässä antamassa arvokasta palautetta käyttäjän näkökulmasta.

Tavoitteena on selvittää sisältö rakenne, tarvittavat tekniset ominaisuudet ja visio ulkoasusta. Mitä yksityiskohtaisemmin onnistumme verkkokaupan määrittelyssä ja palvelumuotoilussa, sitä pidemmältä pääsemme lähtemään liikkeelle projektin suunnitteluvaiheessa.

Aloitamme kysymällä asiakkaalta esimerkiksi seuraavia:

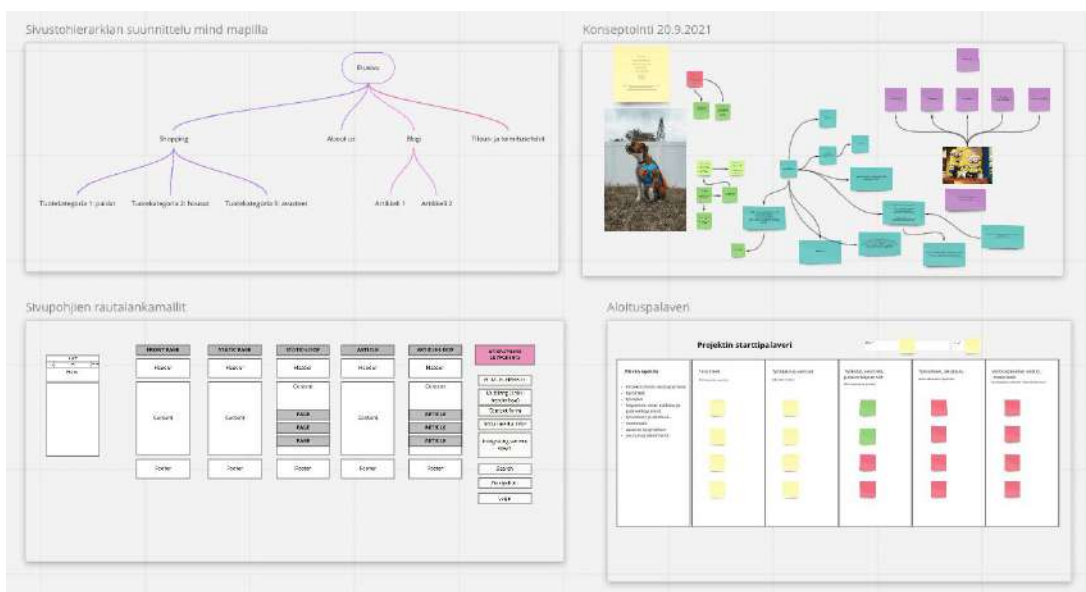
- Millainen brändinne on? Mitä haluatte brändillä viestiä?
- Millaisia arvoja teillä on?
- Millaisia tuotteita tai palveluita myytte?
- Kenelle myytte, eli millainen asiakaskanta teillä on?
- Millaisissa tilanteissa asiakkaat käyttävät palvelua?
- Kertokaa toimialastanne. Millaisia kilpailijoita teillä on? Miten erotutte heistä?
- Millaisia toiveita teillä on verkkokaupan visuaalisen ilmeen osalta?
- Entä millaisia toiveita on teknisistä ominaisuuksista? Mihin tarkoitukseen näitä ominaisuuksia tarvitaan?
- Jos verkkokauppaa ollaan uudistamassa, mikä vanhassa palvelussa mättää? Ja toisaalta: mitkä asiat toimivat hyvin?

Tavoitteenamme on saada asiakas irtautumaan hetkeksi arjen kiireestä, jotta voimme yhdessä keskittyä suunnitteluun. Workshopit ovat erinomainen tilaisuus istua alas naposteltavien ääreen ja viskoa ilmoille villedäkin ideoita sivuston ilmeestä, sisällöstä ja toiminnallisuuksista.

Runsas ideamäärä lisää ymmärrystä asiakkaan tarpeista, ja ideoista parhaat jalostetaan yhä toimivammiksi. Ylimääräiset ideat puolestaan jäävät odottamaan jatkokehitystä.

Kaikkea ei tarvitse tehdä heti, vaan usein verkkopalvelu kannattaa toteuttaa MVP-periaatteella (Minimum Viable Product). Tällä tavalla myös käyttövaiheen kehitysajat voidaan huomioida ja lisäksi aikataulu ja budjetti pysyvät projektin aikana hallinnassa.

Workshopeissa käytämme esimerkiksi Miro-sovellusta, joka sopii erinomaisesti yhteisölliseen ideointiin. Miro on virtuaalinen, rajattoman kokoinen valkotalu, jota kaikki tiimiläiset pääsevät muokkaamaan reaaliajassa.



Kuva: Miro valkotaulusovellus

Miroon voi liittää monenlaista aineistoa tekstistä ja kuvista liitetiedostoihin, sekä jäsentää ideoita esimerkiksi ajatuskartaksi tai hierarkiakaavioon. Miro taipuu mainiosti myös palaverien fasilitointiin ja sinne voi laatia esimerkiksi palaverien agendat.

Miro mahdollistaa monipuoliset työkalut suunnitteluun ja ideoiden visualisointiin. Asiakkaalla on visio lopputuotteesta ja meiltä löytyy asiantuntemus jäsentää visio toimivaksi kokonaisuudeksi ja valita parhaat toteutustavat. Visio pilkotaan lopulta sivukartaksi sekä sivupohjien rautalankamalleiksi.

Sivukartta on hierarkkinen kuvaus eri sivupohjien järjestäytymisestä: se on kuin verkkosivuston sisällysluettelo. Rautalankamalleissa taas on kuvattuna kunkin erilaisen sivupohjan karkea rakenne.

Esimerkiksi etusivun rautalankamallissa on priorisoitu sivun olennaiset elementit ja pyritty luomaan sivulle yhtenäinen kokonaisrakenne. Rautalankamallia täsmennetään niin tarkaksi, että käyttöliittymäsuunnittelija voi alkaa työstämään visuaalista suunnitelmaa.

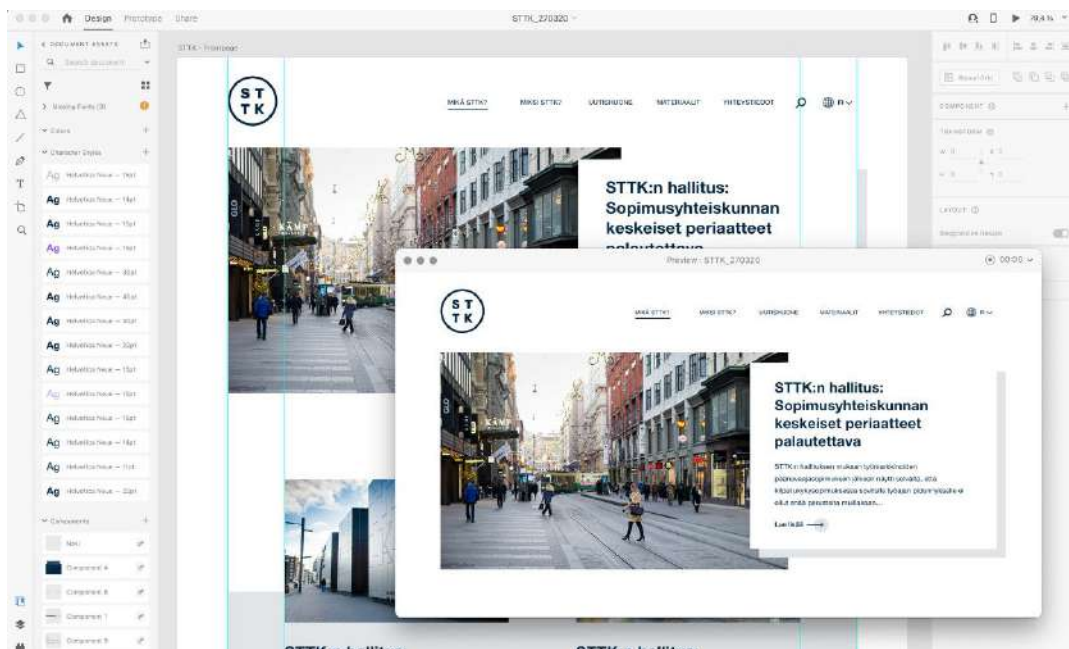
Verkkokaupan ulkoasun ja käyttäjäkokemuksen suunnittelu

Ulkoasun visiointi lähtee liikkeelle keskustelusta: asiakas kuvailee visionsa käyttöliittymäsuunnittelijallemme eli web-kehitykseen erikoistuneelle designerille, joka esittää lisäkysymyksiä, ja näin muodostetaan selkeä käsitys siitä, millaista fiilistä ulkoasulla tavoitellaan. Näiden keskustelujen sekä rautalankamallien pohjalta käyttöliittymäsuunnittelija laatii layoutin (kavereiden kesken leiskan) eli visuaalisen suunnitelman.

Jokaisella sivupohjalla on oma leiskansa, ehkä jopa kaksi, sillä mobiili- ja desktop-näkymiin tarvitaan omat leiskansa. Leiskojen laatimisen tueksi käyttöliittymäsuunnittelijalla on käytössään asiakkaan visuaalinen ohjeistus sekä verkkokaupan kuva- ja tekstisisältöjä. Mitä enemmän varsinaiseen verkkokauppaan tulevaa sisältöä käyttöliittymäsuunnittelijalla on käytössään, sitä realistisemmin leiskat saadaan laadittua. Suunnittelija huomioi leiskoissa myös saavutettavuusvaatimukset, kuten typografian koot ja tarvittavat kontrastit.

Verkkokaupan designin työstössä käytämme esim. Adobe XD -design-työkalua. Modernin design-työkalun käytössä on useita hyötyjä. Työkalulla tehdyssä suunnitelmassa on interaktiivisia elementtejä, jotka havainnollistavat sivun toiminnallisuuksia. Työkalulla pystytään suunnittelemaan responsiivisia eli näyttökokoon reagoivia käyttöliittymiä.

Adobe XD on selainpohjainen, joten kaikki tiimiläiset voivat selaimellaan tarkastella designin viimeisintä versiota ilman erillisiä asennuksia tai tiedostojen kömpelöä lähettelyä sähköpostitse. Työkalu näyttää design-prosessin kehityskaaren, joten voimme tarvittaessa palata katsomaan leiskan aiempia työstövaiheita. Ohjelman kautta käyttäjä voi myös suoraan antaa palautetta leiskoista.



Kuva: Sivuston leiska Adobe XD -design työkalussa

Lisäksi moderni design-työkalu on apuna kehittäjälle, sillä kehittäjä saa suoraan ohjelmasta ladattua tarkat tekniset tiedot väreistä, fonteista, elementtien asemoinnista ja niiden kokosuhteista. Joskus asiakkaallamme on käytössä oma design-toimisto, jossa käytetään jotakin toista modernia design-työkalua, ja tässäkin tapauksessa yhteistyö kanssamme onnistuu!

Ulkoasua suunnitellaan käyttäjäkokemus edellä. Avoin.Systemsillä on yli vuosikymmenen kokemus verkkopalvelujen suunnittelusta.

Ajantasaisen ja erinomaisen osaamisemme ylläpitämiseksi seuraamme jatkuvasti verkkopalvelujen virallisia konventioita ja yleisiä trendejä, muun muassa käytettävyyssuosituksia keräävää Baymard Institute -palvelua.

Suosittelun mukaan pudotusvalikkoelementissä:

- Sekä pääotsikoiden että alaotsikoiden tulee olla klikattavia, mikä mahdollistaa laajojen ja suppeiden tuotekategorioiden selaamisen.
- Käyttäjän sijainti sivustolla näytetään pudotusvalikossa korostettuna, jotta sivuston rakenne hahmottuu helpommin.
- Kategorioilla tulee olla yhtenäiset nimet, jotta käyttäjän ei tarvitse tulkita, mille hierarkiatasolle mikäkin kategoria vie.



Verkkokauppasivusto vaatii lukuisia sivupohjia ja elementtejä, joten vaihtoehtoja ja huomioitavia seikkoja on valtavasti. Peilaamme asiakkaan ideoita ja toiveita virallisiin konventioihin ja yleisiin trendeihin ohjaten verkkosivuja eteenpäin asiantuntemuksella.

Ostoprosessin suunnittelu

Onnistunut verkkopalvelu on koko tiimin yhteistyötä. Jotta tietty komponentti sekä toimii että näyttää hyvältä, tarvitaan käyttöliittymäsuunnittelijan ja kehittäjän yhteistyötä. Siksi teknisiä ominaisuuksia suunnitellaan samaan aikaan ulkoasun suunnittelun kanssa.

Jo varhaisessa suunnitteluvaiheessa käymme läpi verkkokaupan tietorakennetta ja tuotehierarkiaa sekä sovimme verkkokauppaan tulevat suodattimet, hakutoiminnot ja muut tekniset ominaisuudet. Nämä kartoitetaan pintaa syvemältä: listaus ominaisuuksista ei riitä, vaan tiimimme tulee tietää, mistä syystä ominaisuus tarvitaan, kuka sitä käyttää ja miten ominaisuuden pitää toimia.



Tekniset ominaisuudet vaikuttavat ulkoasun suunnitteluun: esimerkiksi tietorakenteet määrittävät taittoa ja monikielisyys luo tarpeen kielivalikolle. Kun perusidea verkkokaupan visuaalisesta ilmeestä on selvillä, ulotamme suunnitelmaa tarkemmin teknisiin yksityiskohtiin.

Jos esimerkiksi on sovittu, että loppuasiakas pystyy valitsemaan ostoskoriinsa useita samoja tuotteita, tuotesivun taitossa tulee olla valittujen tuotteiden määrää kuvaava nappi. Ostoprosessia seuraamalla havaitsemme leiskaan tarvittavia elementtejä. Revisioiden kautta sekä ulkoasu että tekniset ominaisuudet hioutuvat lopulta paikoilleen.

Revisiointitapaamiset

Avoin, rento keskustelu ja säännöllinen kommunikointi ovat onnistuneen projektin avaimia. Suunnittelu tarkentuu asteittain ja sen aikana on tärkeää, että asiakas näkee edistymistä ja antaa palautetta.

Järjestämme asiakkaan kanssa säännöllisesti revisiointitapaamisia, joissa käydään läpi työstössä olevaa leiskaa ja myöhemmin testiympäristöä. On asiakkaan etu nähdä projektin etenemistä säännöllisesti. Näin varmistetaan, että projekti kulkee oikeaan suuntaan. Revisiointi- ja kommenttikierrosten määrä on sovittu projektin alussa. Tällä varmistetaan, että projekti kulkee koko ajan eteenpäin, eikä yksityiskohtia jäädä pohtimaan liian pitkäksi aikaa.

Verkkopalvelua ei voi suunnitella yhdellä kertaa toteutusta vaille valmiiksi. Pyrimme suunnittelemaan verkkokaupan mahdollisimman pitkälle, mutta muutettavaa tulee aina. Erityisesti muutoksiin on varauduttava, kun testataan ostoprosessia ja sivuston elementtejä. Siksi riittävän hyvän suunnittelun jälkeen on siirryttävä toteutukseen.

Lisäksi on syytä muistaa, että verkkopalvelun julkaisuhetkellä tuote on vasta elinkaarensa alussa, ja verkkokauppaa tullaan kehittämään vielä julkaisun jälkeenkin. Jatkamme usein suoraan julkaisusta jatkokehitykseen. Jatkokehityksessä toteutamme järjestelmään ne projektin aikana listatut ominaisuudet, jotka halutaan tuoda kauppaan julkaisun jälkeen.

Asiakkaan tehtävät ja vastuut verkkokaupan suunnitteluvaiheessa:

- Verkkokaupan toimintojen ja ideoiden priorisointi
 - mitkä ominaisuudet ovat välttämättömiä vs. mitkä ominaisuudet voi toteuttaa myöhemmin
- Visuaalisen ohjeistuksen sekä oikeiden esimerkkisisältöjen toimittaminen käyttöliittymäsuunnittelijalle
- Aktiivinen osallistuminen revisiointitapaamisiin ja kommenttien antaminen





Verkkokaupan toteutus

Verkkokaupan laadukas toteutus vaatii toimivia työkaluja sekä kehittäjän asiantuntemusta. Toteutusvaiheen aikana kehittäjät rakentavat verkkokauppaa sovittaen suunnitelmaa yhteen todellisuuden kanssa. Asiakas pääsee seuraamaan verkkokaupan rakentumista, tekemään linjanvetoja ja kokeilemaan käyttöliittymää. Lisäksi sisällöntuotto pitää asiakkaan kiireisenä.

Verkkokauppa toteutetaan ketterin menetelmin

Suunnitteluvaiheessa nähty vaiva palkitaan toteutusvaiheessa. Mitä selkeämpi suunnitelma on saatu aikaan, sitä vähemmän kehitysvaiheessa tarvitaan iteraatioita eli asteittain tarkentuvia työstökierroksia. Revisiointi ja vaiheittain tapahtuva toteutus on ketterä tapa toteuttaa ohjelmistoprojekteja, mutta työstökierrokset itsessään ovat vain välinearvo laadukasta lopputulosta kohti. Tarpeeton jahkailu ja vatvominen kasvattaa budjettia.

Kuvitelma saattaa olla, että toteutusvaiheessa kehittäjä vain kerta kaikkiaan uurastaa leiskan mukaisen verkkokaupan pala kerrallaan alusta loppuun. Todellisuudessa osa suunnittelusta jää väistämättä toteutusvaiheeseen, jossa suunnitelma yhteensovitetaan todellisuuden kanssa. Tämä johtuu siitä, että monimutkaisen verkkopalvelun toiminnallisuuksia on äärimmäisen vaikeaa ellei mahdotonta suunnitella täysin valmiiksi etukäteen.

Voidaan esimerkiksi huomata, että verkkokauppaan tarvitaan suunniteltua useampi maksutapa, minkä vuoksi verkkokaupan toiminnallisuutta lisätään ja leiska sovitetaan uuteen toiminnallisuuteen. Tällaisissa tilanteissa asiakasta tarvitaan linjanvetojen tekemiseen: päättämään, mihin suuntaan kuljetaan ja mitä toteutustapoja valitaan. Koodauksen sukkela edistymistä auttaa, että kehittäjä saa asiakkaalta nopeasti palautetta ja vastauksia tarkentaviin kysymyksiin.

Säännölliset koordinoitapaamiset

Pidämme toteutusvaiheen aikana säännöllisiä koordinoitapaamisia. Lisäksi asiakas pääsee seuraamaan projektin edistymistä sovitulla alustalla. Käytössämme on projektin oma näkymä, jossa seuraamme sekä ohjelmistokehityksen että sisällöntuotannon etenemistä.

Projektista on jäsenelty kortteja, joissa on kuvattu projektin olennaisimmat tehtävät. Kortit mahdollistavat tehtävien jakamisen tiimiläisille, tehtäväkohtaisen viestinnän ja ominaisuuksista keskustelun.

Taululta nähdään, mitä ollaan jo tehty, mitä ollaan tekemässä ja mitä tehtäviä on vielä jäljellä. Näin kaikki projektin osapuolet pysyvät ajan tasalla projektin vaiheista.

Käytämme projektista riippuen esimerkiksi Odoo- ja Trello-tauluja. Projektin taululle on jaoteltu eri työstövaiheessa olevat tehtävät. Taulun tehtävänäkymän lisäksi asiakas pääsee seuraamaan verkkokaupan konkreettista rakentumista testiympäristössä, johon kehittäjät siirtävät toiminnallisia kokonaisuuksia arvioitavaksi sitä mukaa, kun ne valmistuvat. Näin asiakas pääsee aidosti kokeilemaan verkkokaupan käyttöliittymää ja toiminnallisuuksia, antamaan palautetta ja arvioimaan verkkokauppaa liiketoiminnan näkökulmasta mahdollisimman varhaisessa vaiheessa.

Verkkokaupan sisällöntuotanto

Asiakas itse on liiketoimintansa ja tuotteidensa paras asiantuntija. Siksi asiakkaalla on päävastuu varsinaisesta sisällöntuotosta, vaikka osa sisällöstä voikin tulla esimerkiksi tuotevalmistajilta, kuvaajilta tai muilta alihankintaketjun kumppaneilta. Verkkokauppa leiskataan hienon näköiseksi ja toteutetaan toimivaksi, mutta lopulta jokainen verkkokauppa on olemassa asiakkaan tuotteiden esittämistä varten.

Siksi sisällöntuotanto on tärkeässä roolissa. Olemme pohtineet etukäteen yhdessä asiakkaan kanssa sisällön jäsentymistä sekä esitystapoja. Projektiryhmällä on ymmärrys ja ajantasainen näkemys jo tuotetuista sekä vielä työstöä vaativista sisällöistä.

Ohjelmistokehityksen lisäksi sisällöntuoton edistymistä on tärkeä seurata, jotta sisällöt ovat valmiina syötettäviksi sivustolle.

Sisällöntuoton voi aloittaa, kun verkkokaupan sisältö rakenne on selvillä, tai viimeistään leiskojen valmistuttua.

Asiakkaan tehtävät ja vastuut verkkokaupan toteutusvaiheessa:

- Päävastuu verkkokaupan sisällönsyötöstä, tähän pitää varata reilusti aikaa.
 - Eri sisältöjen (kuvat, tekstit, tuotetiedot, kieliversiot yms.) tuottaminen
- Aktiivinen toteutuksen kommentointi ja linjavetojen tekeminen
- Aikataulusta kiinni pitäminen, myös asiakkaan tulee huolehtia, että sisällöt hoidetaan ajallaan ja muutoksia tai lisätoiveita ei jäädä pohtimaan pitkiksi ajoiksi.



Verkkokaupprojektin yleisenä riskinä on, että toteutusvaiheen jälkeen julkaisu viivästyy, koska sisällönsyöttövaiheessa merkittävä osa sisällöstä on kesken. Kommunikaatio on tärkeässä roolissa, sillä sisältöjen muuttuminen vaikuttaa suoraan toteutukseen: esimerkiksi julkaisuajankohdan tienoilla käännösten puuttuessa voidaan sopia yhteisesti, että kaikkia kieliversioita ei julkaista kerralla.

Sisällöntuotantanto mielletään usein tuotetietojen ja muiden leipätekstien kirjoittamiseksi sekä valokuvien tuottamiseksi. Sisällöntuotantoon kuuluu lisäksi suuri määrä muuta verkkokaupalle välttämättömää sisältöä: nappuloiden, otsikoiden ja valikoiden tekstit, sähköpostipohjat, tilausehdot ja tietosuojailmoitukset.

Sisällöntuottoon kannattaakin osallistaa innostunut joukko taitavia tekijöitä. Samaan aikaan asiakas aktivoi tarvittaessa ulkopuoliset myynti- ja markkinointiorganisaationsa ja valmistelee tulevia mainoskampanjoitaan tulevaa verkkokauppaa varten.

Lisäksi verkkokaupan liiketoiminnan valmisteluihin kuuluu esimerkiksi verkkokaupan tuotteiden veroprosenttien ja toimituskulujen säätämistä sekä erilaisten alennuskuponkien tuottamista, joka vaatii jatkuvaa yhteistyötä asiakkaan sekä kehittäjän ja muun projektitiimin kanssa.



Verkkokaupan koulutus

Uuden verkkopalvelun potentiaali hyödynnetään vasta, kun palvelua osataan käyttää. Siksi järjestämme asiakkaalle käyttöönottokoulutuksia. Koulutusten tavoitteena on antaa asiakkaalle eväät verkkopalvelun itsenäiseen käyttöön niin, että sivuston hallinta ja sisällöntuotto sujuvat. Osaavat pääkäyttäjät huolehtivat sivuston käytöstä ja sisältöjen päivittämisestä myös julkaisun jälkeen, jolloin sivuston koko potentiaali saadaan käyttöön.

Käyttöönottokoulutukset

Koulutukset räätälöidään asiakkaan tarpeiden sekä taitotason mukaan. Painotamme asiakkaalle tärkeitä ominaisuuksia, mikä edellyttää asiakkaan liiketoiminnan tuntemusta. Keskustelemme verkkopalvelun käyttövaiheen tarpeista ja siitä, millä tavalla verkkopalvelua tullaan käyttämään ja päivittämään julkaisun jälkeen.

Tiedostamme, että koulutuksessa asiakas saattaa saada ensikosketuksensa WordPressin käyttöön, joten pyrimme puhumaan ääneen myös “itsestänselvyydet” aina WordPressin ohjausnäkyvästä ja sen perustoiminnoista lähtien.

Koulutuskertoja voidaan tarvittaessa lisätä tai niiden sisältöä voidaan syventää, jos esimerkiksi WordPress-alusta on asiakkaalle jo ennestään tuttu. Erityisesti WordPressiin tutustuville pilkomme koulutusaiheet sopivan pieniksi kokonaisuuksiksi. Näin osaaminen karttuu pienin askelin, ja välttyään infoähkyltä julkaisukiireiden keskellä.

Koulutusten sisältö

Koulutuksissa on mukana yleensä sekä sivuston kehittäjä että projekti-päällikkö. Tällä varmistetaan kattava tietopaketti sekä se, että asiakas saa vastaukset avoimiin kysymyksiinsä heti koulutuksen aikana. Asiakkaan puolelta koulutuksiin osallistuvat ainakin sivuston pääkäyttäjät.

Panostamme koulutuksissa hyvään ilmapiiriin ja tekemisen meininkiin. Kannustamme asiakasta kysymään runsaasti kysymyksiä. Tiedon prosessointi vaatii aikaa, joten käymme asioita läpi rauhalliseen tahtiin ja aikataulutamme koulutuksiin taukoja.

Usein juuri taukojen jälkeen herää kysymyksiä, kun koulutuksen aiheita on ehtinyt hieman pohtimaan. Etäpalavereissa hyödynnämme ruudun jakamista molempiin suuntiin: tilannekohtaisesti joko asiakas pääsee kurkkaamaan koulutuksen vetäjän ruutua, tai sitten asiakas voi näyttää meille pulmatilanteen omalta ruudultaan.



Koulutuksissamme tekeminen on pääosassa: osallistajat pääsevät kokeilemaan käsiteltäviä aiheita itse omilta koneiltaan. Harjoitteleminen aina sivuston testiympäristössä, jossa voi testaila ja temmeltää ilman huolta siitä, että sivusto voisi mennä rikki.

Koulutusten lisähyötynä on, että asiakas pääsee jo varhaisessa vaiheessa testaamaan verkkopalvelua. Näin loppuhyväksyntään tähtäävää työtä voidaan tehdä vaiheittain. Kun verkkopalvelua pääsee klikkailemaan, voidaan varmistua siitä, että palvelu etenee teknisten ja liiketoiminnallisten vaatimusten mukaisesti.

Käyttökoulutusten aiheet vaihtelevat WordPressin perusominaisuuksista sisällöntuottoon ja hakukoneoptimointiin. Aiheesta riippumatta usein on hyödyllisintä aloittaa yleisistä konsepteista siirtyen kohti yksityiskohtia. Käymme läpi WordPressin perusominaisuudet, ohjausnäkyvän toiminnot, sivujen ja artikkelien luomisen sekä valikoiden rakenteen.

Koulutuksen aikana seuraamme tilannetta pedagogisella pelisilmällä. Varaamme aikaa myös asiakkaan kysymyksiin vastaamiseen ja mieltä askarruttavien asioiden läpikäymiseen, jotta asiakkaalle merkitykselliset ja mielen päällä olevat asiat tulevat varmasti käsiteltyä.

Koulutusmateriaalit

Koulutuksen jälkeen asiakas voi jatkaa harjoittelua monipuolisten koulutusmateriaaliemme parissa. Etäkoulutusten jälkeen lähetämme asiakkaalle koulutuksesta videotallenteen, jota voi käyttää kertauksena tai vaikkapa antaa katsottavaksi kollegalle, joka ei itse päässyt paikalle.

Tallenteen lisäksi asiakas saa sovittaessa kirjalliset ohjeet WordPressin perustoiminnallisuuksien käyttöön. Kaikki koulutusmateriaalit jäävät asiakkaan käyttöön julkaisun jälkeen ja niitä pystyy täydentämään tarpeen mukaan.

Kysymyksiä herää varmasti myös koulutuksen jälkeen, kun taidot karttavat ja uusia ominaisuuksia pääsee kokeilemaan testiympäristössä. Käymme läpi asiakkaan kysymyksiä koordinoititapaamisissa, jossa ruutujaon kautta avoimeksi jääneitä asioita on helppo demonstroida ja harjoitella. Tapaamisten välissä asiakas voi lähettää meille kysymyksiä tai kommentteja. Vastaamme tilannekohtaisesti kirjallisella ohjeella tai lyhyellä ohjevideoklipillä.

Kaupan testaukseen ja kommentointiin käytämme esimerkiksi sivustolle asennettavaa Userback-työkalua, jonka avulla käyttäjä voi lähettää kehittäjille palautetta sivun käyttöliittymästä tai toiminnoista. Palautteeseen voi kätevästi liittää ruutukaappauksen, ja Userback välittää kehittäjälle hyödyllistä metatietoa automaattisesti palautteen mukana.

Verkkopalvelun käyttöönotto on asiakkaalta iso ponnistus. Julkaisua edeltävät viikot voivat olla hyvin työntäyteisiä myös asiakkaalle. Käyttökoulutuksilla haluamme siis vähentää asiakkaan stressiä sekä varmistaa sisällöntuoton sujuvuuden – ja sitä kautta välttää julkaisun viivästymistä. Samalla asiakas tulee testanneeksi verkkopalvelun toimintaa ja näin edistäneeksi loppuhyväksyntään tähtäävää työtä.

Asiakkaan tehtävät ja vastuut verkkokaupan koulutusvaiheessa:

- Verkkokaupan pääkäyttäjien ja koulutukseen osallistuvien henkilöiden määrittäminen
- Aktiivinen osallistuminen koulutuksiin
- Kysymysten ja palautteen antaminen
- Itsenäinen harjoittelu!





Lopputestaus ja verkkokaupan julkaisu

Lopputestaus

Verkkokaupan lopputestaus ja hyväksyntättestaus pohjautuvat asiakkaan ja Avoin.Systemsin yhdessä kirjoittamiin testattaviin käyttötapauksiin. Avoin.Systems valmistelee asiakkaalle listan yleisistä verkkokaupan käyttötapauksista ja asiakas täydentää listan tarvittaessa omilla, asiakaskohtaisilla käyttötapauksillaan. Tapaukset kattavat verkkokauppatilauksen koko putken: tuotteiden valitsemisen, maksutapahtuman ja tilauksen käsittelyn taustajärjestelmässä.

Molemmat osapuolet testaavat käyttötapaukset verkkokaupassa, mutta asiakas on vastuussa järjestelmän hyväksyntätestauksesta. Hyväksyntätestauksessa käydään läpi järjestelmän prosessit alusta loppuun saakka ja validoidaan, että ne toimivat suunnitellulla tavalla. Hyväksyntätestauksen lopputuloksena on, että asiakas hyväksyy järjestelmän julkaistavaksi.

Julkaisu ja projektin päätös

Lopulta on tullut aika julkaista ja ottaa käyttöön uusi verkkokauppa. Itse julkaisupäivänä kehittäjät tekevät suurimman työn. He käyvät läpi ennalta määritellyn julkaisulistan toimenpiteet, joiden lopputuloksena uusi sivusto on julkaistu ja valmis vastaanottamaan tilauksia.

Julkaisupäivän aikana Avoin.Systemsin tiimi on koko ajan asiakkaan tavoitettavissa ja valmiudessa vastaamaan esiin nouseviin kysymyksiin. Toisinaan tiimi on paikan päällä asiakkaan tiloissa. Näin etenkin silloin, jos yhdessä verkkokaupan kanssa otetaan käyttöön Odoo ERP.

Korotettu tuki jatkuu noin kaksi viikkoa julkaisun jälkeen. Tänä aikana asiakas totuttelee uuden järjestelmän käyttöön ja esiin nousee mitä luultavimmin myös sellaisia tilanteita, joita ei ole käyty läpi testauksen yhteydessä. Avoin.Systemsin tiimi onkin valmiina tukemaan asiakasta arjen pyörittämisessä uusien järjestelmien turvin.

Noin kaksi viikkoa julkaisun jälkeen järjestetään projektinpäätös-tapaaminen. Päätöstapaamisessa käydään vielä yhdessä läpi projektin tavoitteet, laajuus ja tulokset. Tapaamisessa arvioidaan yhdessä projektin onnistuneisuutta sekä annetaan palautetta puolin ja toisin. Tapaamisessa sovitaan, päätetäänkö projekti heti vai tehdäänkö vielä viimeiset kehitystyöt ennen projektin lopullista päättämistä. Tapaamisessa sovitaan myös jatkosta projektin jälkeen.

Usein kehitysprojektin aikana on tunnistettu lukuisia ominaisuuksia, jotka on päätetty toteuttaa järjestelmään julkaisun jälkeen. Projektinpäätöstapaaminen on hyvä tilaisuus käydä läpi tällaiset projektin aikana esiin nousseet jatkokehitysehdotukset sekä priorisoida ja aikatauluttaa ne. Usein käykin niin, että julkaisusta jatketaan heti suoraan jatkokehitykseen tai pienen hengähdystauon jälkeen.

Projektinpäätöksen yhteydessä yhteydenpito siirtyy Avoin.Systemsin projektitiimiltä Avoin.Success -asiakaspalvelutiimille. Avoin.Success -tiimi huolehtii siitä, että asiakas saa vastauksen mieltään askarruttaviin kysymyksiin ja ratkaisun ongelmatilanteisiin mahdollisimman nopeasti.



Avoin.Systems – koko liiketoimintasi yhdessä systemissä

Me Avoin.Systemsillä kehitämme ensiluokkaisia avoimen lähdekoodin verkkopalveluita ja toiminnanohjausta ihmisläheisellä otteella. Toteutamme yhtenäisen putken myynnistä laskutukseen ja verkkokaupasta varastonhallintaan sekä asiakaspalveluun, parantaen sekä asiakastyytyvyyttä että työntekijöiden työpäiväkokemusta. Kehittämämme ratkaisut perustuvat maailman suosituimpiin ja ihmisystävällisimpiin teknologioihin.

Meillä on yli vuosikymmenen kokemus sekä verkkokauppojen että ERP-järjestelmien toteuttamisesta ja olemme panostaneet siihen, että toteuttamamme verkkokaupat integroituvat saumattomasti yrityksen taustajärjestelmiin. Laaja ymmärrys ERP-järjestelmistä sekä verkkokaupasta mahdollistaa tehokkaat projektit, joissa asiakkaan ei tarvitse toimia viestikapulana integraation eri osapuolten välillä. ERP-tiimimme erikoisalaa ovat pk-yritysten ERP-käyttöönnotot, ratkaisumme perustuvat Odoo ERP-järjestelmään.

Arvomme



Ihmisläheisyys

Kaikki tekemämme ratkaisut suunnitellaan aina ihmiskäyttäjille ja haluamme ylläpitää yhteistyöympäristöä, jossa asiakkaiden ja työntekijöidemme on hyvä olla



Avoimuus

Ratkaisumme ja toimintamme pohjautuvat avoimelle lähdekoodille ja sen filosofiaan - vieritämme avoimen lähdekoodin hyödyt suoraan asiakkaallemme.



Laatu

Olemme ylpeitä kaikista lopputuotoksistamme - ratkaisumme ja ohjelmistokoodimme vastaavat aina käyttötarkoitustaan ja ovat niin tulevaisuusyhteensopivia kuin mahdollista

Onnistunut kumppanuussuhde kanssamme rakentuu seuraavista elementeistä:

1. Projektistasi vastaa aina projektipäällikkö sekä senior-tason kehittäjä.
2. Rakennamme järjestelmän vastaamaan yrityksesi tarpeita standardoidun Avoin.Go -toteutusmallin avulla.
3. Käytämme suomalaisen UpCloud Oy:n pilvipalvelimia ja kaikki tuotantopalvelimemme sijaitsevat EU-alueella.
4. Avoimuus, ihmisläheisyys ja laatu ovat toimintaamme ohjaavia arvoja - myynnistä projektitoimituksen läpi asiakaspalveluun ja ohjelmistokehitykseen asti.
5. Valvomme järjestelmäsi jatkuvasti ja varmuuskopioimme sen päivittäin.
6. Huolehdimme tietoturvastasi ja säilytämme kaiken käsittelemämme tiedon EU:n sisällä.
7. Asiakaspalvelumme vastaa viesteihisi aina 24 tunnin kuluessa.
8. Tarjoamme saumattoman integraation verkkokaupan ja ERP-järjestelmän välillä. Meillä on yli vuosikymmenen kokemus sekä verkkokauppojen että ERP-järjestelmien toteuttamisesta ja olemme panostaneet siihen, että toteuttamamme verkkokaupat integroituvat saumattomasti yrityksen taustajärjestelmiin.
9. ERP- ja verkkokauppapalvelumme on Avainlippu-sertifioitu. Valitsemalla meidät ERP- ja verkkokauppakumppaniksesi edistät kotimaista kilpailukykyä ja hyvinvointia.

[Lue lisää toimintatavoistamme verkkosivuiltamme.](#)



Nämä ja 120+ muuta yritystä luottavat systeemeihimme

SUOMALAINEN
KIRJAKAUPPA



taloustutkimus

Lindström

mcare

CADMATIC

parmax oy

GUMMERUS



VÄRE

SÄHKÖLEHTO®

pomppa



NAKORAUTA OY

4business+
Smart happens

CACTOS



Connected
Inventions

setera



ONE
4ALL

Pure Waste

TALHU

Aeromon



etappi

choco
garnia



REX NORDIC
rexnordic.com

AARNIO
TOOLS



Verkkokauppaprojektin aloitus edessä?

[Ota yhteyttä](#)