VERKKOKAUPPA-ALUSTAN VALINTA

Ohjelmisto	Kenelle	Budjetti
MyCashflow	Kotimaisen kaupan kevyt alku. Valmiita Suomi-integraatioita.	50 €/kk
Shopify	Kansainvälisen tai kotimaisen kaupan kevyt aloitus.	200+€ja alk. 30€/kk
WooCommerce	Monikäyttöinen ja laajennettava. Paras hinta-laatusuhde.	10 000 - 100 000+€
Magento	Jähmeän yrityksen integroituva peruskauppa.	30 000 - 200 000+€
Drupal Commerce	Laajoihin kokonaisuuksiin	100 000+€

Verkkokaupan perustaminen tai alustan vaihto Kauppa halutaan saada nopeasti pystyyn ja tuotteet markkinoille tai toimimaton alusta vaihdettua pikaisesti parempaan

- → Huolellinen suunnittelu kannattaa: saat käytetyn ajan moninkertaisesti takaisin myöhemmin kauppaa rakentaessa ja kaupan päivittäisessä pyörittämisessä sujuvuutena
- Suunnittelemattomuus näkyy pahimmillaan siinä, että kaupankäynti pitää sopeuttaa alustaan, joka aiheutuu hitautta, käytön kömpelyyttä ja jopa kaupan menettämistä
- → Pyydä apua! Pieni investointi takaa suuren hyödyn, kun asiantuntija käy kanssasi lävitse asiat, jotka menestyvän verkkokaupan perustamisessa pitää ottaa huomioon
- → Mieti tavoitteesi eli mitä verkkokaupalla tavoittelet määrittää millainen alusta sinulle sopii

Verkkokauppa -alustan hankinnan peruskysymykset

1 Tavoite

Määritellään aina liiketoiminnan näkökulmasta. Kirkasta itsellesi, mitä verkkokauppatoiminnalla tavoittelet ja mitä roolia verkkokauppa toteuttaa koko liiketoiminnassa

2 Budjetti

Kuinka paljon voit investoida rahaa ja omaa tai tiimisi aikaa? Rahalla saa valmiita ratkaisuja, tukea ja ylläpitoa, vai teetkö kaiken itse tai jollakin aikavälillä sinulla on oma tiimi?

3 Asiakkaat

Älä keskity vain siihen, mitä asiakkaat ostavat, vaan tarkastele myös sitä, miten he ostavat. Ovatko he tietopohjaisia, laatutietoisia vai impulsiivisia ostajia? Tämä vaikuttaa verkkokaupan ilmeeseen, sisältöön ja tuotteiden esittelyyn!



Tilannekartoituskysymykset

TAVOITE

Oletko päätoiminen vai sivutoiminen verkkokauppias?

Kuinka nopeasti kaupan pitää elättää sinut ja mahdollinen tiimisi?

Millaisiin myynnin volyymeihin sinun tulee päästä, jotta tulostavoitteet toteutuvat?

Onko verkkokauppa ainoa myyntikanavasi?

Toimiiko verkkokauppa kivijalkaliikkeesi tukena?

Tähtäätkö kasvuun vai haluatko säilyttää perustoimintasi?

BUDJETTI

Kumpaa on enemmän käytössä, rahaa vai aikaa?

Saatko jostakin rahoitusta?

Onko sinulla tai tiimilläsi tarvittavaa teknistä osaamista?

Osaatko/haluatko tehdä ulkoasun muutokset itse/tiimissäsi?

Muuttuuko verkkokauppasi tuotevalikoima usein?

Osaatko/haluatko lisätä tuotteet ja niiden versiot kauppaan?

Pitääkö verkkokaupan keskustella muiden yrityksesi järjestelmien kanssa?

Haluatko ylläpitää verkkokauppaa itse/tiimilläsi vai hankkia ylläpidon kumppanilta?

Onko verkkokaupasta tulossa lähes samanlaisena pysyvä vai jatkuvasti kehittyvä?

ASIAKAS

Kaipaavatko asiakkaasi lukuja, teknisiä tietoja ja faktoja?Kuinka suuri arvo tuotevertailulla ja -arvosteluilla on asiakkaillesi?Ostavatko asiakkaasi laadukasta halvimman sijaan?Myytkö tuotetta vai elämystä ja mielikuvaa? (Katso Pauligin esimerk-
ki luvusta 5)Ostavatko asiakkaasi suositeltuja tuotteita?Ostavatko asiakkaasi usein myös liitännäistuotteita tai palveluja?Onko tuotteesi helppo ostaa ilman syvempää perehtymistä?Ostavatko asiakkaasi mobiilissa?

Käytä vastauksia alustojen ominaisuuksien ja toimittajien vertailuun!

avidly

Tarvitaanko useita kieliversioita?

Lähde: Paytrail: verkkokauppa-alustan valintaopas

Kaksi verkkokauppias-aiheista Facebook-ryhmää



Päätöksen teon paikka: avoin vai suljettu alusta?

AVOIN ALUSTA	SULJETTU ALUSTA
Mahdollista muokata itse tai teknisen kumppanin toimesta. Sisältyy verkkokaupan perusominaisuudet ja ominaisuuksia voi laajentaa ilmaisten tai maksullisten lisäosien kautta. Esimerkiksi logistiikka- ja maksupalvelumoduulit ovat lisäosia. Alustan kustannus perustuu ainoastaan palvelin- ja lisäosakustannuksiin. Alustalla voi toteuttaa verkkokaupan erittäin kustannustehokkaasti. Alustoja ovat esimerkiksi seuraavat: WooCommerce, Magento, Opencart, Prestashop ja Drupal Commerce	Perustuvat toimittajan suljettuun ympäristöön, joka sisältää palvelupaketista riippuen eri ominaisuuksia. Toimittajan hallinnoima ja ylläpitämä järjestelmä, joka ei vaadi ylläpito- tai hosting-palveluita. Alustoja tarjoavat esimerkiksi: MyCashFlow, Shopify ja Vilkas
PLUSSAT	PLUSSAT
 Kustannustehokas, jos tekee ja ylläpitää itse Laajennettavissa omien tarpeiden mukaan Alustassa ei ole tarpeettomia ominaisuuksia Yhteisön toteuttamat lisäosat ja tuki Alusta on ilmainen Saatavilla paljon ulkoasuteemoja joita voi muokata Mahdollista siirtää toimittajalta toiselle 	 Ei vaadi juuri aikaisempaa osaamista verkkokaupasta Hosting-palvelu ja tekninen tuki sisältyvät palveluun Tärkeimmät ominaisuudet sisältyvät hinnoitteluun Mahdollisuus valita sopiva kokonaisuus eri paketeista Päivitykset ja ylläpito tulevat yleensä toimittajan puolesta
MIINUKSET	MIINUKSET
- Vaatii hosting-palvelun - Vaatii teknistä osaamista tai ostopalvelua kumppanilta - Päivitykset tehtävä itse tai ostettava kumppanilta	- Ulkoasu saattaa rajoittua toimittajan teemoihin - Ei yleensä yhtä hyvin laajennettavissa kuin avoimen lähdekoodin alustat - Sitoutuu yhden toimittajan ominaisuuksiin ja sopimuksiin

VARAUDU TULEVAISUUTEEN



Luotettavuus on verkkokauppa-alustan tärkein ominaisuus. Asiakkaiden ja kauppiaan pitää voida luottaa siihen, että kauppa on pystyssä 24/7. Muun muassa päivittämättömät lisäosat ovat riski toiminnan jatkuvuudelle.

Ensimmäinen verkkokauppa-alustamme laitettiin nopeasti pystyyn, koska verkkokauppa ei ollut ensisijainen myyntikanava. Alusta oli kuitenkin ominaisuuksiltaan todella rajoittunut ja lopulta muodostui taakaksi, jonka vuoksi jouduimme vaihtamaan sen tarpeidemme kasvaessa.

Ulrika Kotimäki, Paulig

Kysy joustaako valitsemasi alusta vaikkapa seuraavissa tilanteissa:

- Aloitat sadalla tuotteella, mutta tulevaisuudessa tarkoitus on myydä tuhansia tuotteita?
- Tiimissäsi on nyt yksi ihminen, mutta parin vuoden päästä verkkokauppasi työllistää useamman henkilön?
- Haluat tulevaisuudessa tarjota yhä räätälöidympiä tuotteita, johon tarvitset omat toiminnallisuutensa?
- Suunnitelmissa on ottaa käyttöön asiakaskohtaiset hinnastot, lahjakortit tai muut kaupanteon tavat?
- Tuot tuotetietojen oheen erilaisia markkinoinnin sisältöjä?

Alustavalinnan tarkastuslista 1/3

Huomioitava asia	Välttämätön = X Hyvä olla = + Ihan kiva olla = O	Alusta 1	Alusta 2	Alusta 3
TEKNISET OMINAISUUDET				
Mobiilioptimoitu				
Hakukonenäkyvyys				
Hyvät hakutoiminnot				
Tietoturva (SSL-sertifikaatti)				
Muokattavat, modulaariset sivupohjat				
Riittävästi kaistaa laajalle tuotevalikoimalle				
Riittävästi tallennustilaa kuville ja videoille				
MARKKINOINTI				
Hyvä tuki mainonnalle				
Tuki tuotevideoille				
Ketterä tapa tehdä alennus tai kampanjatuotteita				
Blogi tai muu sisältömarkkinointituki				
Hylättyjen ostoskorien palautusmahdollisuus				
Asiakassegmentointi mahdollista				
Kumppanuusmarkkinointi ja palkkioperusteiset ohjelmat mahdollisia				
Sesonkimyynti (ks. <u>Verkkokauppiaan sesonkiopas</u>)				

Alustavalinnan tarkastuslista 2/3

TUOTETIETOJEN HALLINTA		
Katalogituki		
Kustomoitavat tuotteet mahdollisia		
Tuotepaketit mahdollisia		
Palvelutuotteiden myynti mahdollista		
Tuotteisiin mahdollista lisätä liittyvät tuotteet		
Tuotteita tai palveluita voi arvioida ja pisteyttää		
Digitaaliset tuotteet mahdollisia		
Digitaaliset tuotteet hallinnoidaan samalla alustalla		
Tuotteita mahdollista lisätä rajattomasti		
TILAUSPROSESSI		
Tilauksen voi käsitellä tarvittaessa käsin		0
Hyvä tilauksenhallintaprosessi (varastosaldo näkyy)		

Huomioitava asia	Välttämätön = X Hyvä olla = + Ihan kiva olla = O	Alusta 1	Alusta 2	Alusta 3
ASIAKASPALVELU				
Chat tai vastaava toiminnallisuus				
Oma domain saatavissa				
MAKSUTAVAT				
Riittävä valikoima maksumahdollisuuksia				
Lahjakortin ostomahdollisuus				
YLLÄPITO JA TUKIPALVELUT				
Ulkoistettu kaupan ylläpito				
Ulkoistettu tekninen tuki				
Teknisellä toimittajalla 24/7 asiakaspalvelu				
KÄYTTÄJÄHALLINTA				
Laajat ylläpito-oikeudet kaupan pääkäyttäjillä				
Eri käyttäjäryhmät mahdollisia				
Laajat raportointimahdollisuudet				
INTEGRAATIOT				
Integrointi ERP-/CRM-järjestelmiin				
Integrointi varastonhallintaan				
Point of Sale integraatio				

esimerkki arviointiprosessista / taiteen verkkokauppa

Esimerkki: taiteen verkkokauppa

Huomioitava asia	Välttämätön = X Hyvä olla = + Ihan kiva olla = O	Alusta 1	Alusta 2	Alusta 3
TEKNISET OMINAISUUDET				
Mobiilioptimoitu				
Hakukonenäkyvyys	V			
Hyvät hakutoiminnot	_			
Tietoturva (SSL-sertifikaatti)				
Muokattavat, modulaariset sivupohjat				
Riittävästi kaistaa laajalle tuotevalikoimalle				
Riittävästi tallennustilaa kuville ja videoille	ΣΖ			
MARKKINOINTI				
Hyvä tuki mainonnalle				
Tuki tuotevideoille				
Ketterä tapa tehdä alennus tai kampanjatuotteita				
Blogi tai muu sisältömarkkinointituki				
Hylättyjen ostoskorien palautusmahdollisuus				
Asiakassegmentointi mahdollista				
Kumppanuusmarkkinointi ja palkkioperusteiset ohjelmat mahdollisia	A			
Sesonkimyynti (ks. <u>Verkkokauppiaan sesonkiopas</u>)				

Esimerkki: taiteen verkkokauppa

TUOTETIETOJEN HALLINTA			
Katalogituki		-	
Kustomoitavat tuotteet mahdollisia			
Tuotepaketit mahdollisia	ΣŢ		
Palvelutuotteiden myynti mahdollista	\sum		
Tuotteisiin mahdollista lisätä liittyvät tuotteet	Σ [×] ζ		
Tuotteita tai palveluita voi arvioida ja pisteyttää	Σ ^Υ		
Digitaaliset tuotteet mahdollisia	v		
Digitaaliset tuotteet hallinnoidaan samalla alustalla			
Tuotteita mahdollista lisätä rajattomasti	$\Sigma \overline{\lambda}$		
TILAUSPROSESSI			
Tilauksen voi käsitellä tarvittaessa käsin	Σ́Ζ		0
Hyvä tilauksenhallintaprosessi (varastosaldo näkyy)	v		

Esimerkki: taiteen verkkokauppa

Huomioitava asia	Välttämätön = X Hyvä olla = + Ihan kiva olla = O	Alusta 1	Alusta 2	Alusta 3
ASIAKASPALVELU				
Chat tai vastaava toiminnallisuus	_			
Oma domain saatavissa	ΣΖ			
MAKSUTAVAT	V			
Riittävä valikoima maksumahdollisuuksia	_			
Lahjakortin ostomahdollisuus				
YLLÄPITO JA TUKIPALVELUT	V			
Ulkoistettu kaupan ylläpito				
Ulkoistettu tekninen tuki				
Teknisellä toimittajalla 24/7 asiakaspalvelu				
KÄYTTÄJÄHALLINTA				
Laajat ylläpito-oikeudet kaupan pääkäyttäjillä				
Eri käyttäjäryhmät mahdollisia	ΣΣ			
Laajat raportointimahdollisuudet	V			
INTEGRAATIOT				
Integrointi ERP-/CRM-järjestelmiin				
Integrointi varastonhallintaan				
Point of Sale integraatio				

Esimerkki: taiteen verkkokauppa -> vaihtoehdot

AVOIN ALUSTA	SULJETTU ALUSTA			
Alustalla voi toteuttaa verkkokaupan erittäin kustannustehokkaasti. Alustoja ovat esimerkiksi seuraavat: WooCommerce, Magento, Opencart, Prestashop ja Drupal Commerce	Toimittajan hallinnoima ja ylläpitämä järjestelmä, joka ei vaadi ylläpito- tai hosting-palveluita. Alustoja tarjoavat esimerkiksi: MyCashFlow, Shopify ja Vilkas			
PLUSSAT	PLUSSAT (2)			
 Kustannustehokas, jos tekee ja ylläpitää itse Laajennettavissa omien tarpeiden mukaan Alustassa ei ole tarpeettomia ominaisuuksia Yhteisön toteuttamat lisäosat ja tuki Alusta on ilmainen Saatavilla paljon ulkoasuteemoja joita voi muokata Mahdollista siirtää toimittajalta toiselle 	 Ei vaadi juuri aikaisempaa osaamista verkkokaupasta Hosting-palvelu ja tekninen tuki sisältyvät palveluun Tärkeimmät ominaisuudet sisältyvät hinnoitteluun Mahdollisuus valita sopiva kokonaisuus eri paketeista Päivitykset ja ylläpito tulevat yleensä toimittajan puolesta 			
MIINUKSET	MIINUKSET			
- Vaatii hosting-palvelun - Vaatii teknistä osaamista tai ostopalvelua kumppanilta - Päivitykset tehtävä itse tai ostettava kumppanilta	- Ulkoasu saattaa rajoittua toimittajan teemoihin - Ei yleensä yhtä hyvin laajennettavissa kuin avoimen lähdekoodin alustat - Sitoutuu yhden toimittajan ominaisuuksiin ja sopimuksiin			

Kun keskustelet potentiaalisen kumppanin kanssa... **1. Kysele toimittajalta alustan ominaisuuksista ja tulevista muutoksista,** jotta tiedät tarkalleen, mitä olet hankkimassa ja miten alusta täyttää tarpeesi (- muista tehdä kartoitus tämän esityksen listojen avulla)

2. Mieti itsellesi välttämättömistä kaupan ominaisuuksista (mobiilikäyttö, SSL-suojaus..) ja listaa ylös myös niitä ominaisuuksia, joita olisi kiva alustassa olla (muokattavuus, lahjakortit...)

3. Pidä mielessä, että teet verkkokauppaa asiakkaalle, et itsellesi

Asiakaslähtöisessä verkkokaupassa ostajan on helppo toimia intuitiivisesti ja esimerkiksi tilaus- ja maksutiedot löytyvät helposti kuin myös asiakaspalvelu

Verkkokauppaa vaihtamassa

- 1) **Etsi hyvä kumppani mukaan vaihtoprosessiin.** Jos nykyisellä järjestelmäkumppanillasi on tarjota sopiva ratkaisu, käy vaihto usein nopeammin ja sujuvammin kuin kokonaan uuden kumppanin kanssa
- 2) **Realisti aikataulun ja budjetin suhteen**. Isossa projektissa tulee usein eteen teknisiä haasteita, joita ei ole osattu huomioida aikataulussa. Resursoi ylimääräistä yllätysten varalle
- 3) **Onko tarpeen integroida** verkkokauppa vaikkapa yrityksen ERP-järjestelmään. Aikaa ja rahaa kuluu käyttöönottovaiheessa enemmän, mutta investointi maksaa itsensä aikanaan takaisin toimivampina prosesseina.
- 4) Vanhojen asiakas- ja tilaustietojen tulee olla käytettävissä vaihdon jälkeenkin
- 5) **Huomioi käyttökokemukseen liittyvä asiakaspalaute.** Varmista, että uudella alustalla ongelmakohdat on mahdollista ratkaista

TAUKO

CASE KAMMEN CRAFT

at SHOPIFY / suosittu suljettu verkkokauppa-alusta

CASE: VÄRISILMÄN VERKKOKAUPPA

KIITOS JA HYVÄÄ MYYNTIKEVÄTTÄ!

VERKKOKAUPAN DIGITAALINEN MARKKINOINTI JA MYYNNIN EDISTÄMINEN



1 SEO / Hakukoneoptimointi

Verkkokaupan on oltava löydettävissä Googlen hakuvastausten joukosta 1-10. orgaanisen vastauksen joukosta.

1. Tarkistetaan sivuston tekninen kunto: onko sivustomme sellainen, että se voi löytyä korkealta Googlen hakutuloksista

www.gtmetrix.com website.grader.com

2. Mitkä ovat ne avainsanat, joilla meidän tulisi Googlesta löytyä haussa?

Google Avainsanasuunnittelija: hakuvolyymit ja kilpailu Ubersuggest ja Keyword.io-sivustot: ideoita avainsanoiksi ja sisällön täydentämiseen

3. Miten tuotamme oikeanlaista avainsanoihin kohdennettua sisältöä?

Käytä SEO Minion selainlaajennusta ja tarkisa TITLE, META-kuvaus ja H1 tägien sisältö. Korjaa tarvittaessa

4. Linkkien hankinta: mistä ja miten? Mikä olisi sivustomme LINKKIPYYDYS?

Optimointi on jatkuva prosessi. Jos kaipaat tuloksia lyhyellä aikavälillä, sinun on tehtävä hakusanamainontaa (SEM)

39

2 SEM / Hakukone mainonta

- → Mainontaa pyöritetään **Google Ads -mainostililtä** käsin (ads.google.com)
 - Mainonnan rakennusvaiheessa käytetään työkaluja kuten koneelle ladattavaa Google Ads Editoria

0

- → Mainostili ja toiminnot ovat ilmaisia
 - Mainosten näyttökerrat ovat ilmaisia
 - Mainosten klikkaukset maksavat klikkauskohtaisen hinnan
 - Budjettien käyttäminen on suositeltavaa
- → Yksi ja sama mainostili soveltuu erilaisten tavoitteiden (ja jopa domainien) tarkoitukseen
 - Mainostilin asetukset kannattaa käydä ajatuksella läpi
 - ◆ Kieliasetukseksi Suomessa vain suomi, englanti ja ruotsi
 - Alkuvaiheessa automaatiosäädöt mahdollisimman vähäisiksi



avidly

41

3 Ensin hakumainonta, sitten Google Shopping

1.

Tuotefeedin pitää noudattaa Googlen ohjeita ja sääntöjä datan sekä päivittämisen osalta. Jos tuotefeedissä on kohtia, jotka eivät noudata Googlen ohjeita, ei mainonta käynnisty lainkaan.

- Perusta Merchant Center eli Kauppiaskeskus Google Shopping-mainonnan käynnistämiseksi
 - a. Keskuksessa ylläpidetään tietoa verkkokaupasta sekä verkkokaupan tuotteista.
 - b. Sinne ladataan tai ajastetaan ladattavaksi tietyllä syklillä verkkokaupan tuotefeedi
 - c. Tuotefeedi pitää sisällään tietoa verkkokaupan tuotteista, jotka syötetään Googlelle.

https://www.google.com/retail/solutions/merchant-center/

- 2. Google Shopping mainoksissa ei tehdä mainostekstejä. Tuotefeedi pitää sisällään mainonnan näyttämiseen vaadittavat tiedot
 - a. Tuote ID / Tuotteen nimi Tuotteen kuvan url-osoite / Tuotteen url-osoite verkkokaupassa Tuotteen hinta / Tuotteen Ale-hinta
 - b. Tuotefeediä voi ylläpitää Google Sheetissä (min. päivityssykli kerran 30 pv),
 - c. Tai automatisoida tuotetietojen tuominen kauppiaskeskukseen suoraan verkkokaupasta.

4 Samalla työkalulla: Google Display Network

- → Googlen sisältöverkosto (Display Network) koostuu kaikista niistä sivustoista ja palveluista jotka ovat tehneet sopimuksen Googlen kanssa (AdSense)
- → Sivustot ja palvelut saavat maksun siitä, että näyttävät Adwords mainoksia sivuillaan
- → Mainostaja maksaa Googlelle vain tapahtuneista klikkauksista, joten GDN sopii kustannustietoiselle markkinoijalle.



____43

Milloin käyttää GDN:ää?

- → Kun tuote tai palvelu on uusi ja tuntematon, jota ei vielä osata hakea Googlesta. Display-verkko erittäin hyvä tapa saada sivustollesi kävijöitä ja näin tuotteellesi ja brandillesi näkyvyyttä.
- → Kun hakumainonta ei enää tuo liikennettä lisää. Tällöin pystyt ajamaan lisää liikennettä display-verkostosta puolelta
- → Kun kilpailu hakuverkon puolella on kovaa. Joillakin aloilla klikkihinnat ovat jopa kymmeniä euroja, näyttöverkopuolelta saatat saada relevanttia liikennettä aivan murto-osalla tästä hinnasta.

Uutta kampanjaa rakentaessa Google ehdottaa sekä hakuverkkoa että näyttöverkkoa kohdennukseen

→ Muista aina tehdä oma kampanja hakuverkkoon ja oma kampanjan näyttöverkkoon.



____44

5 Sosiaalinen media ja markkinointi

Markkinointi voidaan jakaa osa-alueisiin:

1 Sisältömarkkinointi, jossa yritys tuottaa sisältöjä eri kanaviin Facebook, Instagram, Instagram Stories, Messenger, Youtube, Linkedin
toivoen sen johtavan haluttuun lopputulokseen - osana
SEO-tekemistä

2 Mainonta, jossa yritys tekee räätälöityjen mainosten tai sivujulkaisujen avulla tuotteita ja palveluja tutuksia, haluttavaksi tai ostettavaksi eri kohderyhmille

Nämä ovat maksettua mainontaa tai sponsoroituja julkaisuja

3 Muu myynninedistäminen, esimerkiksi liittyminen erilaisiin julkisiin FB-ryhmiin ja oman osaamisen esille nostaminen, tai omien ryhmien perustaminen kanta-asiakkaille ja sidosryhmille

Vähintään käyttöön:

business.facebook.com (Facebook, Instagram ja/tai Messenger mainonta, retargeting-mainonta ja mainonta omalle kontaktilistalle)

ESIMERKKI FACEBOOK-MAINOSKAMPANJAN RAKENNE

Facebook-kampanjarakenteeseen tarvitaan kolme osaa näyttämistä varten:

- 1. **Kampanja**: Kampanja sisältää yhden tai useamman mainosjoukon ja mainoksen. Valitse kullekin kampanjalle yksi tavoite.
- 2. Mainosjoukko: Mainosjoukot sisältävät yhden tai useamman mainoksen. Määritä kohdentaminen, budjetti, aikataulu, tarjous ja sijoittelu mainojoukossa.
- **3. Mainos**: Mainos koostuu käyttämästäsi luovasta sisällöstä, esimerkkinä Tunnetila-kampanjan animoitu kuvaesitys Helmikuussa 2019



Tykkää



...

Toteuta sisustusunelmasi! Varaa nyt 30 min ilmainen aika Tunnetila-sisustuspalveluun 9.2.



Kommentoi

() Jaa

6 SOME VAATII SISÄLTÖÄ

47

TEE SISÄLTÖ UUTISVIRTAAN

Ihmiset kohtaavat julkaisut ja mainokset luonnollisena osana esim Facebookin uutisvirtaa

Hyvä julkaisu on:

- Visuaalinen 1.
- Merkityksellinen 2.
- Houkutteleva 3.
- Sisältää kirkkaan toimintakehotuksen 4.





36 minutes ago 🚱

Fred attempting to steal a smooch from our rescue dog, Wall-e. Super cute!



KAVERINI POSTAUS HEIDÄN AIRBnB:stä



VELJENI

POSTAUS MATKOILTAAN





Värisilmä lisäsi 20 uutta kuvaa albumiin A Vintage Book. ... Julkaisija: Paula Miilumäki 🖓 · 31. joulukuuta 2018 kello 12.15 · 🚱

A Vintage Book -malliston yleistunnelma on boheemi ja runollinen. Tapeteissa näkyy ranskalaisten provinssien vintagetyyli, kukkia ja Toile de Jouy -kuvioita, ja näitä kaikkia leimaa ajan patina.

https://www.varisilma.fi/tuotteet/kaikki-tuotteet/...



- Teksti mahtuu kokonaan \rightarrow näkyville
- Aina linkki eteenpäin \rightarrow
- Laadukkaat kuvat tai \rightarrow useita kuvia kollaasina
- Älä ikinä käytä asiakkaan \rightarrow kuvaa ilman kirjallista lupaa!

Kuva on Facebookin ja Instagramin polttoainetta

7 EMAIL (ja CRM)

- → Sähköposti on edelleen helppo, tavoittava ja tehokas työkalu asiakasyhteydenpitoon
- → Eri aiheiden ympärille ja eri ostamisen vaiheisiin kohdennettujen sisältöjen avulla myös potentiaalista asiakasta voi johdatella ostoprosessin vaiheesta seuraavaan
- → Sähköpostin avulla pysyt asiakkaan mielessä ja saat mahdollisuuden vakuuttaa


8 KUMPPANUUS-MARKKINOINTI

Affiliate-markkinointi, affi, eli kumppanuusmarkkinointi on tulospohjaisen markkinoinnin muoto, jossa verkkokauppa maksaa kumppanille (toinen verkkosivusto, blogi, sähköpostisuoran lähettäjä) myyntipalkkion asiakkaista (tai liideistä), jotka kumppani toimittaa verkkokaupan sivuille

Suomalaisen verkkokaupan on järkevintä aloittaa affiliate-markkinointi verkoston kautta.

Suomessa toimivia affiliate-verkkoja ovat esimerkiksi:

- → Adtraction
- → Smartresponse
- → Tradetracker

Hyvä aloitusopas:

https://www.paytrail.com/blog/7-vinkkia-verkkokaupalle-affiliate-verkon-valintaan

9 WEB-ANALYTIIKKA JA SEURANTAKOODIT

Google Analytics haltuun päivästä 1. alkaen, jotta tiedät mistä liikennettä tulee, miten mahdollinen mainonta toimii, mitä kävijät sivustolla tekevät jne.

Ota Google Adsista konversioseuranta sivustolle

Ota Facebook Pixeli sivustolle käyttöön



51

"Puolet mainontaan käyttämästäni rahasta menee hukkaan, en vain tiedä kumpi puoli." - John Wanamaker Q&A

Kiitos ja menestystä!

0

#tomorrowbound

ovid

Antti leino 0405707959 antti leino@avidlyagency.com

GLOBAL MARKETPLACES

GOING ABROAD?

Small businesses have probably thought about expanding internationally

Considerations: high shipping costs, customs and tax issues, and a lack of credit cards in developing regions All (online) retailers can employ the same tactics that they use to sell to customers domestically to sell to consumers abroad:

Select online marketplace!

- → Using the infrastructure of the established marketplaces means low barriers to reaching your foreign audiences
- → Time saving: it can be time-consuming and costly to create a localized shopping website targeted to a specific country
 - → Selling via local online marketplaces can be a relatively risk-free way for your small business to test out the international selling

GLOBAL ONLINE MARKETPLACES

8 largest eCommerce companies in the world

- 1. Amazon
- 2. Jingdong
- 3. Alibaba Group (Tmall, Aliexpress)
- 4. eBay
- 5. Rakuten
- 6. B2W Companhia Digital
- 7. Zalando
- 8. Groupon

https://axiomq.com/blog/8-largest-e-commerce-companies-in-the-world/

MARKETPLACES THAT BRING GLOBAL SHOPPERS TO SMBs

Share of E-Commerce Market Controlled by Dominant Players, by Country

Country	Dominant e-com players	Share
China	Alibaba, JD	80%
Germany	Amazon, Otto	55%
Poland	Allegro	50%
Japan	Rakuten, Amazon	40%
Brazil	B2W, Cnova	36%
Australia	eBay, Coles, Woolworths	34%
USA	Amazon	28%
UK	Amazon, Argos	28%
India	Flipkart, Snapdeal	25%
Spain	Amazon, eBay	20%
France	Groupe Casino, Vente-Privee	20%

Registered Shoppe	ers on Global Marketplaces
Shoppers	Marketplace
500M	Tm all (China)
105M	Rakuten (Japan)
100M	Merca do Libre (LATAM)

"Consumers in South Korea and Japan are far less likely to browse a merchant's website directly. This demonstrates how important offwebsite purchasing destinations should be for some merchants."

-2015 Pitney Bowes Global Online Shopping Study

avidly

The Rise of the Global Marketplaars, E-Commerce Foundation, 2015

DOMINANT PLAYERS IN EACH CONTINENT



59

B2C E-Commerce Sales	In \$ Trillion					
Region	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Asia Pacific	301.2	383.9	525.2	681.2	855.7	1052.9
North America	379.8	431.0	482.6	538.3	597.9	660.4
Western Europe	276.8	308.9	342.0	374.5	404.0	432.6
Central & Eastern	41.5	49.5	58.0	64.4	68.9	73.1
Latin America	37.6	48.1	57.7	64.9	70.6	74.6
Middle East & Africa	20.6	27.0	33.8	39.6	45.5	51.4

http://smeworld.asia/Marketing.aspx?Marketing=Market-95/future-of-msme-marketing---b2c-cross-border-trade#.W-nFBC2B2Ho



Marketplaces Offer Built-in Cross-Border Shipping

WHICH ONE: FULL-SERVICE PLATFORM OR MARKETPLACE FOR SELLERS?



Rakuten

Example, **Amazon and rakuten** sell their own goods directly to customers while they are **also a marketplace for other sellers**, in a nutshell, a combination of B2C and B2B2C

9

eBay and alibaba are purely platforms for sellers, they don't really sell physical products nor ship them, they charge commission fee off converted orders of their sellers

62



TOP ONLINE MARKETPLACES FOR SELLING IN **CANADA, EUROPE AND AUSTRALIA: AMAZON & EBAY**

It's safe to say that **Amazon and eBay are the best-known** and most popular marketplaces for online businesses and consumers in the United States

They're also the best-known in Europe and Australia

 \star These two sites should be at the top of your list when considering marketplaces to expand your reach across borders



TOP ONLINE MARKETPLACE FOR SELLING IN CHINA: TMALL

For online retailers looking to enter the Chinese online marketplace, Alibaba's Tmall (former TaoBao) might be the best option

Tmall is a Chinese-language website for business-to -consumer retail that allows small businesses to easily

operate in mainland **China, Hong Kong, Macau and Taiwan** without investing in a local warehouse

- ★ Tmall helps by providing tips to retailers, such as advice on local fashions and trends, and other culture-related issues
- ★ Tmall.com currently features more than 70,000 international and Chinese brands from more than 50,000 merchants and serves over 180 million buyers
- ★ Aliexpress is marketplace for reaching international buyers
- ★ Alternative: jd.com





https://reima.world.tmall.com

Москва • 1090 пунктов выдачи заказов ²⁴) +7 495 730-67-67 С Условия доставки Помощ Условия оплаты OZON.ru Q Выбирайте... 2 := D 0 **⊟** Все разделы Все акции Электроника Бытовая техника Дом и сад Детские товарь Книги





TOP ONLINE MARKETPLACE FOR SELLING IN RUSSIA: OZON.RU

Russia could be difficult to enter because it suffers from limited payment options

But the market is growing +20 percent per year, and the ecommerce market comprises primarily small merchants

Ozon.ru was the first Russian online retailer and offers products ranging from books to electronics (3 million products and recorded \$700 million in revenue)



TOP ONLINE MARKETPLACE FOR SELLING IN JAPAN: RAKUTEN

Japan's ecommerce market is one of the largest and most mature

Rakuten is not only the **biggest ecommerce site in Japan** by far, but also one of the largest in the world in terms of sales

For example 2013 Rakuten made up 28.8 percent of the total ecommerce market share with Amazon making up only 18 percent

66



TOP ONLINE MARKETPLACES FOR SELLING IN LATIN AMERICA: MERCADO LIBRE

Mercado Libre is the most popular and largest ecommerce site in Latin America

The marketplace is centered on auctions and ecommerce listings by third-party sellers, very similar to eBay (who is in fact a stakeholder in the company)



	Active buyers	Sellers	Markets (officially)
Amazon	270M	5M	12 marketplaces: USA, UK, Germany, France, Canada, Japan, India, Italy, Spain, Mexico, Brazil, and China, Australia and Singapore
eBay	157M	1.3M	23 marketplaces
Tmall	367M	8.5M	China, Hong Kong, Macau and Taiwan
Rakuten	106M	45.000	Japan, US, France, Brazil, Germany
ozon.ru	950K daily users	n/a	Russia
Mercado Libre	250M*	10M	Argentina, Bolivia, Brazil, Chile, Colombia, Costa Rica, Dominican Republic, Mexico, Ecuador, Guatemala, Honduras, Peru, Panama, Uruguay and Venezuela.

Source: Forbes. Statista. Webretailer

avidly

*registered users

HOW GET STARTED at AMAZON, RAKUTEN, TMALL and EBAY etc

https://services.amazon.com/selling/getting-started.html https://www.rakuten.com/sell/ http://about.tmall.com/tmallglobal/opening_a_store https://www.ebay.com/help/selling/selling-guides-tips/ https://registration.mercadolibre.com.ar/registration-company?mode=company https://www.ozon.ru/context/ozon-business/

When aiming to sell online via a marketplace, it's obvious to think of Amazon at first

MARKETPLACES BUBBLING UNDER...

Etsy.com (Arts&Crafts) Flipkart (India) Snapdeal (India) Groupon (activities, travel, service, 15 markets) Selz Zibbet (Arts & Crafts) Tictail (independent fashion) Cratejoy (subscription based) Ebid (english-speaking countries) ManoMano (DIY and gardening, France)

. . .

WOOCOMMERCE / suosittu avoin alustaratkaisu WordPressin yhteyteen

WOOCOMMERCE

If you've used WordPress in the past, maybe to start a blogging or showcase your business, WooCommerce will look and feel familiar

<u>WooCommerce</u> is a free plugin that transforms <u>WordPress</u> websites into customizable eCommerce stores

- → First released in 2011 by WooThemes, a WordPress theme development agency with roots in Norway, the United Kingdom, and South Africa
- → In the U.S. alone, WooCommerce powers <u>55% of all eCommerce</u> <u>sites</u> and nearly <u>2.3 million online stores</u>
- → WordPress is <u>an open source platform</u>: that means its code is open and free for anyone to use and you retain all the rights to anything you publish with it, unlike closed platforms that control your data

WooCommerce preserves many of the functions core to the standard WordPress experience, but adds eCommerce capability, configuration, and customization

🚯 🚓 My Sites 🏾 🕯	blog.ramboll.com 📀 15 🛡 0 🕂 New View Page	Howdy, anttileino 🔟
Dashboard	WordPress 4.9.8 is available! Please update now.	Screen Options ▼ Help ▼
Posts	Edit Page Add New	
🖉 Links	Linkedin Company Updates - no valid access token found, your Linkedin feed will not display. Generate a new one here	0
Forms	Home	Publish
All Pages Add New Comments	Permalink: http://blog.ramboll.com/ Image: Add Media Image: Add Form Visual Text Paragraph Image: Add Form	Preview Changes Status: Published Edit Visibility: Public Edit
 Directory Appearance Directory 	Please find a list of the external Ramboll blogs below	 Revisions: 6 Browse Published on: Feb 19, 2011 @ 21:40 Edit
 Plugins Users 		Move to Trash Update
ToolsSettings		Page Attributes
Super Socializer		Order 0
Collapse menu		Need help? Use the Help tab above the screen title.

🚯 🖀 Värisilmä 🛡	🕂 Uusi 🚺 💿 🏷 HubSpot 📀 Tyhjennä välimuisti Nyt käytössä: PRODUCTION	Tervehdys, Antti Leino 📗
🖚 Ohjausnäkymä	Lisää uusi tuote	Näyttöasetukset 🔻 Ohje 🔻
Sivut	Yhdistä kauppa WooCommerce.com -sivustoon ja saat laajennusten päivityksiä ja tukea.	
🖈 Artikkelit		
Ø Myymälät		Julkaise 🔺
9 ; Media		Tallenna luonnos
Lomakkeet	🛐 Lisää media 😝 Lisää lomake	Esikatsele
투 Kommentit 🚺		Tila: Luonnos <u>Muokkaa</u>
WooCommerce	Kappale \bullet B $I \equiv \Xi$ $G \equiv \Xi$ \mathcal{O} Ξ	Näkyvyys: Julkinen Muokkaa
Tuotteet		Julkaise heti <u>Muokkaa</u>
Kaikki tuotteet		Luettelo näkyvyys: Kaupassa ja hakutuloksissa <u>Muokkaa</u>
Lisää uusi		Readability: Needs improvement
Brändit		SEO: Not available
Osastot		
Avainsanat		Julkaise
Ominaisuudet		
🔊 Ulkoasu		Brändit 🔺
🖌 Lisäosat		Kaikki brändit Käytetyimmät
👗 Käyttäjät	Sanojen määrä: 0	□ 10x30- sarja □
🖋 Työkalut		20x40-sarja
III Asetukset	Yoast SEO	Aco suihkukourut
- ∳ ₊ Stream	Need help? ✓ Hanki premium	Ado viva Advanced laminaatit
• Työnäytteet	Snippet Preview	Albemarle
>> HubSpot	This is a rendering of what this post might look like in Google's search results. Learn more about the Snippet Preview.	+ Lisää uusi brändi/mallisto
🌣 Popup Maker		- Lista das standifinanisto
🖾 Email Log	Värisilmä https://www.varisilma.fi	Osastot 🔺
🛗 Tapaamiset	Please provide a meta description by editing the spinnet below. If you don't Google will	

74

② Dashboard	Edit Product Add Product	Screen Options * Help *
→ Posts 91 Media	Happy Ninja T-Shirt	Publish *
Forms	Permalink: http://local.wordpress.dev/product/happy-ninja-t-shirt/ Edit View Product Get Shortlink	Preview Changes
Pages	93 Add Media Stad Form Visual Text	9 Status: Published Edit
Comments	B I ** E E 66 - E E E E 8 22 E E X	() Visibility: Public Edit
WooCommerce	Paragraph ▼ U ≡ <u>A</u> ▼ 窗 ⊘ Ω 弾 聍 ↑ ♂ Θ	m Published on: Feb 23, 2015 @ 23:32 Edit
Products	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque in purus hendrerit, tempor quam eget, pharetra nunc. In sed	Catalog visibility: Catalog/search Edit
Products Add Product	le tus ac elit blandit congue. Etiam feugiat quam ac cursus suscipit. Morbi elit ex, eleifend in sapien non, convallis interdum neque. Nullam bibendum metus vel mi tempus ultricies. Praesent sed luctus mauris. Donec efficitur orci velit, sed ultricies libero ia ulis eget. Sed velit augue, egestas ac accumsan vitae, maximus sed metus. Fusce finibus lorem nec arcu varius, vulputate	Copy to a new draft Move to Trash Update
Tags	condimentum lacus condimentum. Donec condimentum, nibh vitae faucibus feugiat, nibh risus sodales nibh, ac cursus erat nisl a elit. Nam auctor sapien diam, eget gravida diam volutpat eu.	Product Categories
Attributes	Nunc ullamcorper et erat vel vestibulum. Fusce libero erat, laoreet et odio ac, egestas pretium leo. In fringilla elit rutrum molestie tir cidunt. Ut mauris lectus, tincidunt id semper ac, tempor ut lectus. Fusce vel purus sit amet metus hendrerit cursus. Vivamus	All Product Categories Most Used
Appearance Plugins (1)	seclerisque id leo id tempor. Proin vitae nisl quis risus egestas suscipit quis a neque. Ut luctus efficitur tempus. Aliquam accumsan id nibh sagittis dignissim.	Clothing T-Shirts
🚢 Users	p	+ Add New Product Category
J. Tools	Word count: 171 Last edited by wp on February 23, 2015 at 11:32 pm	

WOOCOMMERCE SETTINGS / PRODUCT-PAGE

General Products	Тах	Shipping	Payments	Accounts & Privacy	Emails	Advance
General Inventory Downlo	badable p	roducts				
Looking for the product di	splay opt	ions? They car	n now be found i	n the Customizer. <u>Go see ti</u>	nem in actio	n here.
Shop pages						
Shop page	0	Shop The base pag	e can also be us	ed in your product permal	× •	
Add to cart behaviour		Redirect	to the cart page JAX add to cart	e after successful addition buttons on archives	n	
Measurements						
Weight unit	0	oz			•	
Dimensions unit	0	in			•	
Reviews						
Enable reviews		Enable pr	oduct reviews			
		Show "ve	rified owner" la can only be left	bel on customer reviews by "verified owners"		
Product ratings		Enable st	ar rating on rev	iews		
		Star ratin	gs should be re	quired, not optional		

- → WordPress delivers superb content management one of its early appeals for bloggers and writers
- → It stores content, including images, that site owners maintain as their own
- → Developers cite the ease of store management for clients as a unique differentiator.

Although technically a plugin with basic features like payments built in, WooCommerce allows you to add further plugins — called *extensions*, to distinguish them from WordPress *plugins* — to add specific functionality and features.



Start with WooCommerce in 5 steps

1 Choose Hosting

You need to be running WordPress on a self-hosted site

2 Install WordPress

Many hosting companies have one-click WordPress installation available. Otherwise, you can download from <u>WordPress.org</u>

3 Pick a Theme

Decide on the look of your website and store by selecting a theme

Use a free theme included with WordPress or purchase a premium theme.

For example: **<u>Storefront</u> and its <u>child themes</u>** because they are built and optimized for WooCommerce. Storefront is free. If you wish to add functionality, you can purchase more extensions

If Storefront isn't for you, there are lots of other themes that work great with WooCommerce.

Start with WooCommerce in 5 steps

4 Activate WooCommerce

With your website up and running, it's time to install e-commerce functionality with **WooCommerce** There are **three ways t**o do this:

- → Create a free account on WooCommerce.com
 - Sign-up for an account on WordPress.com and WooCommerce.com
 - Select from:
 - A pre-installed solution with a trusted host
 - Auto-installing WooCommerce if you have a WordPress site already
 - Download the zip file and do it yourself
- → **Download** the WooCommerce plugin
 - Download the plugin
 - Go to your website
 - ♦ Go to: Dashboard > Plugins > Add New > Upload
 - Select the downloaded plugin
 - Install
 - Activate
- → Search for the WooCommerce plugin from within your website
 - Go to your website
 - Go to: Dashboard > Plugins > Add New > Search Plugins
 - Search for "WooCommerce"
 - Install
 - Activate

avidly

Upon activating the plugin, you are prompted with a <u>Setup Wizard</u>. Strongly advise following these steps, as it takes you through initial setup.

Start with WooCommerce in 5 steps

5 Extend WooCommerce

Grow your store by adding functionality with extensions

There are extensions for nearly everything: <u>Subscriptions</u>, <u>Bookings</u>, <u>Memberships</u>, <u>payment gateways</u>, <u>shipping</u> and much more.

You can start a store and website for free and scale up as your customer base and revenue grow

Each extension is purchased on a subscription that gives you access to support and product updates

A subscription is billed annually

Create the essential store pages Online stores are a *particular* kind of website, and they need some *particular* pages to function properly

The first step in the WooCommerce wizard is about creating these pages for you:

- 1. **"Shop"** this is where your products are going to be displayed.
- 2. **"Cart" –** this is the shopping cart where your customers can adjust their order before proceeding to checkout.
- 3. **"Checkout"** this is where the customers choose the shipping/delivery method and pay for whatever they've bought.
- 4. **"My Account"** a kind of a profile page for registered customers (they will be able to view their past orders there and manage other details).

Use WooCommerce wizard to click the "Continue" button

WooCommerce will set up those pages for you

Page Setup Store Lo	ocale Shipping & Tax	Payments O	Ready!
Store Locale Setup			
Where is your store based?	United Kingdom (UK)		,
Which currency will your store	Pound sterling (£)	tod you can add it lator	,
Which unit should be used for product weights?	lbs	tea you can <u>ada it iater</u> .	,
Which unit should be used for	in		

Understand sales tax

Will you be shipping products? Yes, I

Tax is by far the least exciting part of running an e-commerce store,

WooCommerce helps you with this part too.

First, you can select if you're going to be shipping physical goods or not. If you check the box, WooCommerce will pre-set the remaining shipping-related details in the settings.

WooCommerce has a very neat tax module, the best thing about **it is that it helps you figure out the tax rates** based on your store location (you've set it in the previous step).

If you're going to charge sales tax (in most cases you are), just check the main tax box.

As soon as you do this, a new set of boxes will appear and inform you of what's going to happen next.

wiii you be silippilig products:	-	тез, т will be эпірріну рнузісаї добаз то сазтоннего
Will you be charging sales tax?		Yes, I will be charging sales tax
How will you enter product prices?	\bigcirc	I will enter prices inclusive of tax
	۲	I will enter prices exclusive of tax

The following tax rates will be imported automatically for you. You can read more about taxes in <u>our</u> <u>documentation</u>.

Country	State	Rate (%)	Name
GB	*	20.0000	VAT

You may need to add/edit rates based on your products or business location which can be done from the <u>tax settings</u> screen. If in doubt, speak to an accountant.



Payment methods

Being able to accept online payments is at the core of any e-commerce store, WooCommerce really offers a lot in terms of the available solutions

avidly

85
Add your first products

To be able to call your store operational, you need some products in the database (or services, or downloads, or whatever it is that you want to sell).

To start working with the products, go to your dashboard, then *Products / Add Product*:







This one is where you set the type of product that you're adding, and whether it's a physical, a downloadable or a virtual product (services are considered virtual products too).

As part of this central section, you also get tabs for various parameters of the product:

- 1. General. This is where you get to set the pricing and taxes.
- 2. *Inventory*. WooCommerce allows you to manage stock levels.
- 3. *Shipping*. Set the weight, dimensions, and the cost of shipping.
- 4. Linked Products. Great for setting upsells, cross-sales, etc. (Think, "Customers who bought this also bought that.")
- 5. *Attributes*. Set custom product attributes. E.g., if you're selling shirts, you can set alternative colors here.
- 6. Advanced. Additional settings. Not essential.



Once you're done settings - click on the big Publish button – your first product has just been added!

Product section after a few products

Bulk Actions	Apply All dates	Select a cate	egory Shov	v all product types *	Filter			4 iter
M	Name	Stock	Price	Categories	Tags	*	۲	Date
12	Bulldog Hat	In stock	£10.00	Hats	-	☆	٢	Published 1 min ago
	Deer Hat	in stock	£10.00	Hats		公	٢	Published 1 min ago
- 6	Dreamer Hat	in stock (1)	£10.00	Hats	-	☆	٢	Published 2 mins ago
*	Crane Hat	in stock (2)	£10.00	Hats	5	☆	۲	Published 9 mins ago
	Name	Stock	Price	Categories	Tags	*	٢	Date

90

What is good in ecommerce design?

- → The design needs to be clear and not confusing in any way. A visitor who's confused won't buy anything.
- → The center content block needs to grab the visitor's attention right after they come to the site. Center block is where the products will be displayed
- → Adjustable sidebars. You need to be able to select how many sidebars you need and also disable the sidebar altogether for some pages
- → Responsive and mobile-optimized. Around 80% of people on the internet own a smartphone. 61% of your mobile visitors will leave immediately and go to your competitors if they have a frustrating mobile browsing experience.
- → Good navigation structure. You want clear menus that are easy to grasp
 so that your visitors can find the page they're looking for.

Your Shop-page

This is where the main listing of your products is found. If you've gone through the WooCommerce setup wizard, this page can be found at YOURDOMAIN.com/shop – this is a standard WordPress page – you can edit it via *WordPress dashboard / Pages*.

The things that are worth doing:

- \rightarrow Add some copy that will encourage your visitors to shop with you.
- Decide if you want to have the sidebar on the page. This is done through your theme's own page templates

Shop

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In vitae risus aliquet, pharetra dolor sed, sollicitudin metus. Mauris consectetur suscipit magna. Integer quis mi viverra, aliquet neque sed, rhoncus dui. Vivamus dictum lobortis nisl ac feugiat.

Maecenas at sem urna. Nunc felis magna, vehicula quis diam dignissim, gravida condimentum odio. In quis scelerisque nisi. Curabitur tempus iaculis ante. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Maecenas vitae mauris quam. Integer et mauris dolor. Nam leo arcu, dignissim ut ultricies sed, consectetur eget sem. Praesent tellus sapien, vulputate viverra lorem ac, pretium ullamcorper leo. Donec sit amet venenatis leo. Phasellus tincidunt risus et dictum commodo.

Default sorting

Showing all 4 results







avidly

Add to car



E10.00

Add to car

Add to cart

Your Shop-page

93

→ As you can see, nice product images are the key, it's the first thing that you should get right! In other words – you should probably work on your product images more than on anything else.



Bulldog Hat

£10.00

Add to cart



Crane Hat

£10.00

Add to cart







Product page



>

Bulldog Hat

£10.00

Bulldog hat for you.

24.00	

Add to cart

Category: <u>Hats</u>

Description Reviews (0)

Product Description

Lorem Ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Morbi fringilla nunc et pretium gravida. In vel commodo ex. Nunc id mollis elit, sit amet ullamcorper nunc. Nulla auctor consequat lacus, blandit ullamcorper nulla accumsan vitae.

Nullam sit amet pharetra nisl. Sed sit amet lorem vitae magna ullamcorper vehicula a sit amet metus. Nulla luctus at magna quis vehicula. Vivamus metus felis, viverra non fringilla eu, sodales sit amet ex. Ut malesuada elit sollicitudin, consectetur tortor sit amet, tincidunt eros. In hac habitasse platea dictumst.

Related Products







Crane Hat
£10.00
Add to cort

avidly





£10.00

Cart



This is your cart. Feel free to move things around.



art Totals	
Subtotal	£10.00
VAT	£2.00
Total	£12.00

Another crucial page that can be adjusted through *Dashboard / Pages*. The one thing I would recommend is to go for the full-width layout. You don't want to give the buyer too many options on this page, apart from proceeding to checkout!

Checkout

Have a coupon? Click here to enter your code

Checkout-page

Billing Details		Your order		
First Name *	Last Name *	PRODUCT	TOTAL	
Company Name		Bulldog Hat × 1	£10.00	
Email Address *	Phone *	Subtotal	£10.00	
		VAT	£2.00	
Country * United Kingdom (UK)	•	Total	£12.00	
Address *				
Street address		Place order		
Apartment, suite, unit etc. (optional)				

Town / City *

C

ounty	Postcode *

Additional Information

Order Notes

Notes about your order, e.g. special notes for delivery.

Checkout is perhaps the most important page of them all. It's where your buyers get to finalize their orders and make the payments.

The Checkout page absolutely needs to be full-width.

The only acceptable way out of the page for the buyer should be to finalize their order, and not get distracted by the things available in the sidebar. You can do this via *Dashboard / Pages* (just repeat the process you went through with the Shop page)

Essential plugins

Consider installing these plugins that will supercharge your e-commerce store

- → Yoast SEO
- → Yoast WooCommerce SEO
- → WooCommerce Multilingual
- → Contact Form 7
- → UpdraftPlus
- → Social Share Buttons by GetSocial
- → MonsterInsights
- → iThemes Security
- → W3 Total Cache





Sign up for WooCommerce.com with a WordPress.com account

Learn more about the benefits

Your email address

Choose a username

Choose a password

*¶*β

By creating an account you agree to our fascinating Terms of Service.



https://woocommerce.com/