

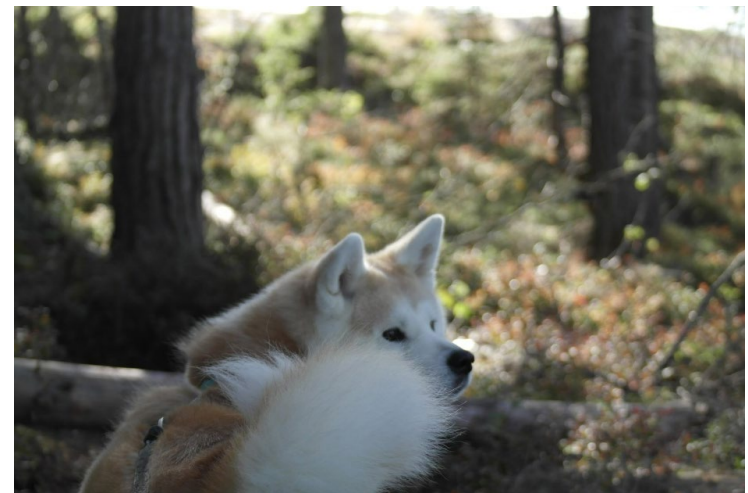


Verkkokauppakoulutus

Huhtikuu 2023, osa 1

Saara Tikkanen, digitaalisen markkinoinnin lehtori

- Työkokemus digi- ja mainostoimistoista, viimeiset vuodet verkkokaupassa sisältöpäällikkönä
- **Avainosaaminen:**
 - verkkokauppa
 - sisältömarkkinointi
 - hakukoneoptimointi
 - markkinoinnin automaatio
- saara.tikkanen@turkuamk.fi
- LinkedIn: [Saara Tikkanen](#)



Koulutuksen ajoitus ja sisältö, kevät 2023

- **Ti 4.4.2023**
 - Yleistä verkkokaupasta
 - Hakukoneoptimointi (SEO)
 - Verkkokaupan SEO-esimerkkejä
 - Avainsanatutkimus vs. Tuotetarjooma
 - TAUKO
 - Verkkokaupan suunnittelu
 - Verkkokauppa-alustan valinta ja käyttöönotto WordPressissä

Koulutuksen ajoitus ja sisältö, kevät 2023

- **To 6.4.2023**
 - Tuotetarjooman ja tuotekategorioiden suunnittelu
 - Verkkokaupan kannattavuus ja tuotteiden hinnoittelu
 - Tuotteiden hallinta käytännössä
 - Tuotekorttien sisältö ja SEO

Koulutuksen ajoitus ja sisältö, kevät 2023

- **Ti 11.4.2023**
 - Logistiikkakysymykset
 - Verkkokaupan maksutavat
 - Verkkokaupan rakentaminen jatkuu

Koulutuksen ajoitus ja sisältö, kevät 2023

- **To 13.4.2023**
 - Verkkokaupan konversion kehittäminen (CRO)
 - Bonus: Verkkokaupan julkaisu ja markkinointi

Yleistä verkkokaupasta


Millainen on hyvä verkkokauppa?

- Latautuu nopeasti
- Selkeä ulkoasu
- Toimii mutkattomasti (UE & UI)
- Checkout on tehty helpoksi
 - = Ostoskori, kassa, tilaus
 - tilaajan tiedot, maksu- ja tilaustapa, tilauksen tekeminen, tilausvahvistus

Verkko-ostaminen on herkkä tapahtuma.

→ Ostokokemukseen ei saa liittyä **mitään häiriötekijöitä** (tai asiakkailla menee hermo/hän menettää luottamuksen myyjää kohtaan → poistuu kaupasta)

Millainen on hyvä verkkokauppa?

- Ratkaisevassa roolissa, **miten tuotteet/palvelut on esitetty kävijöille** = visuaalisuus + toiminnallisuudet
 - **Löytääkö asiakas etsimänsä?**
 - Navigaatio
 - Valikoiman näppärit suodatusmahdollisuudet (esim. valmistusmaa, väri, koko, brändi...)
 - Asiakas-/ostajapolku
 - Hyvin toimiva verkkokauppa on **luotettava** verkkokauppa
 - Turvallisuusasiat kunnossa → Cyber-criminals [target mostly e-com businesses](#)
 - Miten turvallisuudesta viestitään?
 - **Mobile first!**
 - Latausnopeus
 - Layout
- 

Verkkokaupan design-periaatteet 2022

1. Yksinkertainen ja responsiivinen ulkoasu
2. Brändi selkeästi esiin → Luotettavuus, sitoutuminen
3. Asiakkaan syvällinen ymmärtäminen
 - Asiakaskokemuksen ja ostokokemuksen hiominen
 - Miten autat asiakasta löytämään sen, mitä hän on saapunut etsimään?
 - Tee ostamisesta helppoa
4. Värien johdonmukainen hyödyntäminen → ohjaavat asiakasta kohti ostopäätöstä
 - primääriset ja sekundaariset buttonit jne.
5. Korkealaatuisten kuvien käyttäminen kasvattaa verkkokaupan konversiota

Verkkokaupan design-periaatteet 2022

6. Sisällön helppo silmäiltävyys

- ankkurilinkit, listat, kuvat, videot, “tuotetagit”

7. Tuotearvostelut esiin → Social proof

- Luotettavuus, ostohalujen herättäminen → lisää konversioita

8. Suunnittele navigaatio huolellisesti

- Huomioi käytettävyys & SEO (keyword research)

9. Checkoutin helppous

- ostaminen mahdollista myös ilman rekisteröitymistä
- ostamisen esteet? → tarjoa helposti vastaukset kysymyksiin palautuksista, tuotevaihtoista, maksutavoista, toimitustavoista
- kiitos-sivu & toimitusvahvistus

Verkkokaupan pakolliset 2022

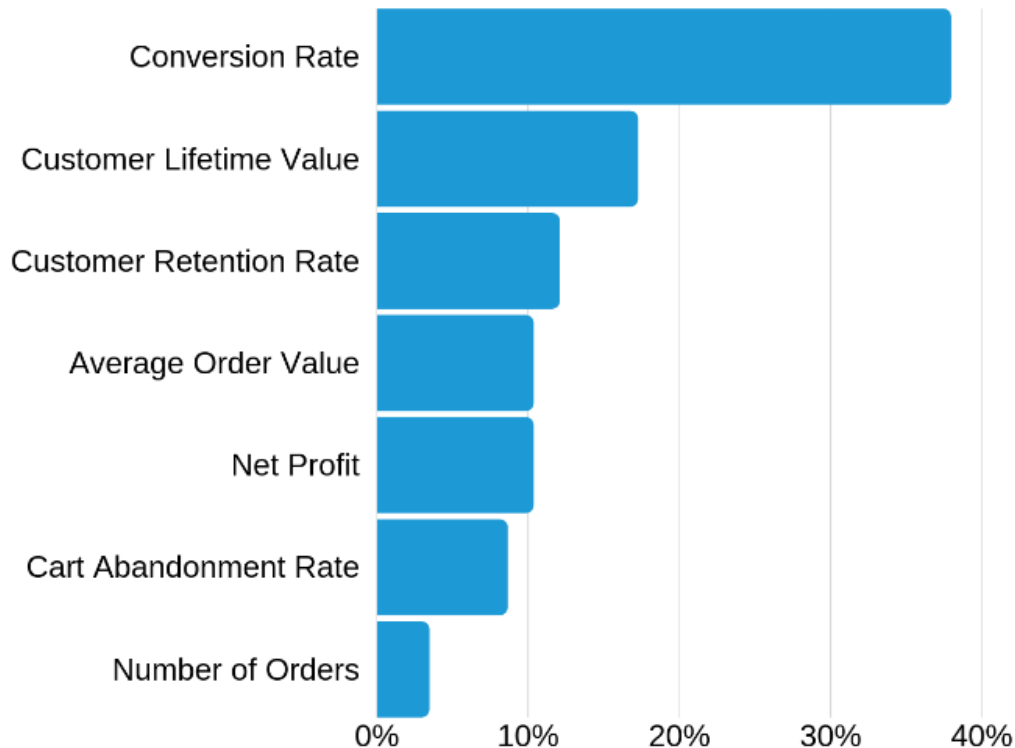
Kokosimme vielä lopuksi yhteen asiantuntijoiden ajatukset siitä, mitä pitää laittaa kuntoon viimeistään vuoden 2022 aikana, jos mielihii pysyä vauhdissa mukana.



- 1.** Bisnesidea on kirkas ja kaikki yrityksessä tietävät, miksi asiakkaat ostavat meiltä
- 2.** Kilpailuetu on sanoitettu asiakkaalle merkitykselliseksi lupaukseksi
- 3.** Toiminta on fokusoitu 3-5 vuoden roadmapilla asiakkaan koko elinkaareen pikavoittojen sijaan
- 4.** Johtaminen perustuu kokonaiskuvaan osaoptimoinnin sijaan
- 5.** Markkinointi ymmärretään kasvun ajuriksi ja sen osaamiseen panostetaan
- 6.** Maksaminen on jokaiselle asiakkaalle saumatonta, nopeaa ja turvallista
- 7.** Mobiilimaksaminen ja tallennetulla kortilla maksaminen onnistuu
- 8.** Asiakasymmärrys ulottuu tunnekäyttäytymisen ymmärtämisen tasolle asti
- 9.** Asiakkaan tarpeet ja kokemus tiedetään koko organisaatiossa
- 10.** Sivusto on vähintään teknisesti kaikille saavutettava
- 11.** Sisällöt ovat asiakasta ostamisessa auttavia ja kaikille selkeitä ja ymmärrettäviä
- 12.** Data tuottaa selkeää kokonaisnäkymää asiakkaan ostopolusta



Verkkokaupan tärkeimmät KPI:t (key performance indicators)



- **Myynti (päivittäinen, viikoittainen, kuukausittainen)**
- **Konversioaste**
- **Keskiostoksen suuruus (€)**
- **Kate**
- **Hylättyjen ostoskorien määrä**
- **Keskeytyneiden ostotapahtumien määrä**
- Kanavakohtainen konversioaste → mistä kanavasta arvokkainta liikennettä?
- Asiakkaan elinkaariarvo (Customer Lifetime Value, CLV)
- Asiakkaiden palaamisaste (kuinka suuri osa asiakkaista on vanhoja?)
- Uudelleenostojen määrä
- Aktiivisten asiakkaiden tilausmäärä
- Sijoitetun pääoman tuotto (Return on Investment, ROI)
- Vaikuttajiin liittyvä ROI
- Mainonnan tuotto, (Return on Ad Spend, ROAS)
- Markkinoinnin tuotto
- Mainonnan hankintakohtainen hinta eli konversion hinta (Cost Per Acquisition, CPA)
- Asiakashankinnan hinta (Customer Acquisition Cost, CAC)
- Asiakaskohtainen keskimääräinen tuotto
- Kävijäkohtainen tuotto
- Verkkokaupassa vietetty aika
- Välitön poistumisprosentti
- Orgaanisten tulosten sijoitus
- Asiakastyytyväisyys & -suosittelemiskyky

Verkkokaupan henkilöstö – minkälaista osaamista vaaditaan?

- Sisällöntuotanto
- Graafinen suunnittelu
- Palvelumuotoilu, UX, UI
- Markkinointi
- Koodaus
- Tuotteet ja trendit
- Neuvottelutaidot: ostot ja yhteistyöt
- Talous
- Asiakaspalvelu



Verkkokaupan trendit 2023



Epävarmuus haastaa keskittymään ytimeen



Talouden notkahdus muuttaa ostotottumuksia



Oma data tiivistää suhdetta asiakkaaseen



Vastuullisuus osaksi liikeideaa



Kotimaisuus ja kasvollisuus kiinnostavat



Maksamisen helppous & turvallisuus halutaan samaan pakettiin



Muistilista verkkokaupan perustajalle

Ymmärrä asiakkaasi tarve ja vastaa siihen	Ymmärtämällä asiakkaasi tarpeen, ymmärrät miksi hän ostaisi tuotettasi. Hyviä tapoja selvittää asiakkaidesi tarpeita ovat erilaiset tutkimukset ja kyselyt, mutta parhaiten saat asian selville, kun kysyt suoraan nykyisiltä tai potentiaalisilta asiakakkailtasi. Mikäli vasta suunnittelet verkkokauppaa, erilaiset suunnittelumallit kuten lean canvas auttavat miettimään asiakkaasi tilannetta ja tarvetta ja miten niihin vastaat.
Tee liiketoimintasuunnitelma ja kassavirtalaskelma	Liiketoimintasuunnitelman laatimisen tarpeellisuudesta kuulee hyvin eriäviäkin mielipiteitä, mutta sen ansiosta tulet kuitenkin etukäteen miettineeksi verkkokauppaasi toimintaa, vahvuustekijöitä ja kilpailutilannetta eri näkökulmista. Liiketoimintasuunnitelmassa olevia kysymyksiä pohtimalla ja niihin vastaamalla voit helpommin löytää omaan kilpailueteuusi vaikuttavat tekijät.
Valitse tuotteesi niin, että et kilpaile bulkkituotteita vastaan	Valitsemalla tietyn tarkkaan rajatun tuoteryhmän ja tarjoamalla tuotteita, joita ei helposti löydä muualta, olet paljon paremmassa kilpailuasemassa. Tällaisista tuotteista ostajat ovat yleensä valmiimpia maksamaan, parannat niiden avulla myös houkuttelevuuttasi kansainvälisessä kilpailussa.
Valitse tarpeisiisi sopiva verkkokauppa-alusta	Verkkokauppaohjelmiston valinnassa on syytä muistaa, että mitä helpompi ja loogisempi ohjelmisto on verkkokaupan asiakkaalle, sitä varmemmin hän vie ostoksensa ostoskoriin. Ja mitä helpompi ohjelmiston hallinta on sinulle, sitä tehokkaammin saat hallittua verkkokaupan kautta tulleita tilauksia sekä lisättyä ja muokattua tuotteita.
Ota luotettava kumppani maksupalveluun	Hyödynnä verkkomaksupalvelua, jolloin saat kaikki haluamasi maksutavat käyttöön yhdeltä kumppanilta. Maksupalvelun ansiosta säästät paitsi aikaa, mutta usein myös kustannuksia – keskitetty sopimus maksupalvelukumppanin kanssa on usein edullisempi sinulle kuin erilliset sopimukset eri pankkien ja muiden toimijoiden kanssa.
Hanki toimiva varastonhallinta	Oman varaston hankinta voi toisinaan olla tarpeellista, mutta se vaatii yleensä myös pääomaa, toimitiloja, henkilökuntaa ja IT-hankintoja. Usein aloittavan verkkokauppiiaan onkin kannattavaa suosia sellaisia tuotteita, joiden varastoinnista ja toimittamisesta huolehtii jokin yhteistyökumppani.
Panosta asiakaskokemukseen	Menestyvän verkkokaupan toiminnassa on huomioitu asiakaskohderyhmän tarpeet ja mieltymykset sekä koko asiakaskokemuksen ketju: mitä asiakkaalle tapahtuu ennen verkkokauppaan tulemistä, hänen kaupassa vierailunsa aikana sekä hänen ostotapahtumansa jälkeen. Ideaalitalanteessa asiakaskokemuksen rakentaminen alkaa jo verkkokaupan markkinoinnin ensikontaktista ja jatkuu samanlaisena aina kaupan jälkimarkkinointiin saakka.

Hakukoneoptimointi (SEO)

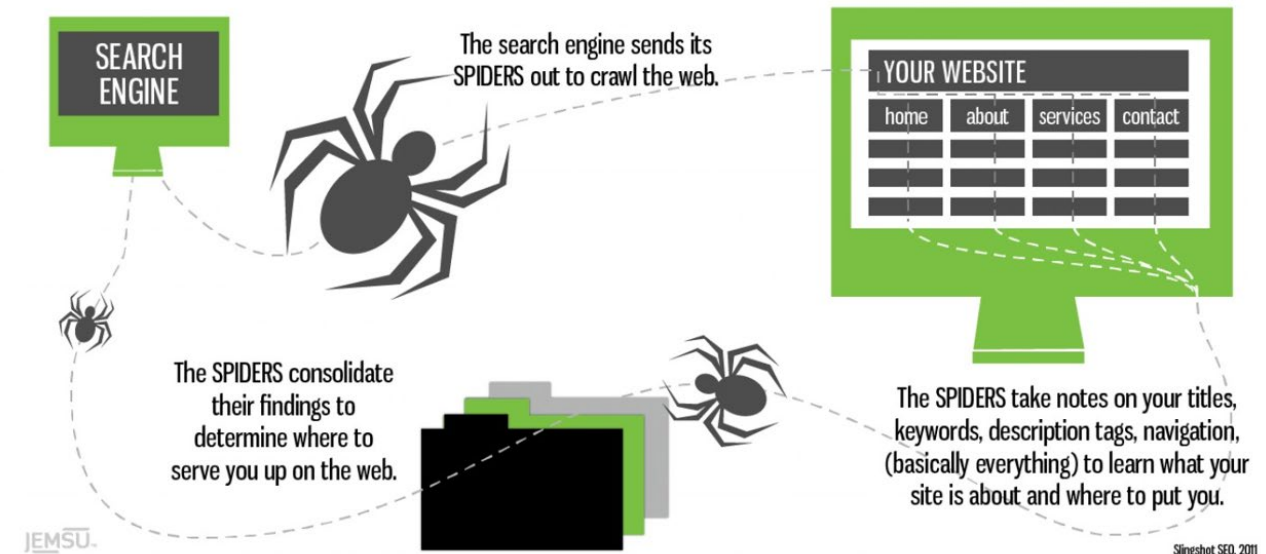
Mitä hakukoneoptimointi on?

- Hakukoneoptimointi (engl. *search engine optimization*, SEO) on **jatkuva prosessi**, jossa pyritään parantamaan verkkosivuston näkyvyyttä hakukoneiden (esim. Google) orgaanisissa hakutuloksissa.
 - Tavoitteena saada sivusto näkymään mahdollisimman korkealla hakutuloksissa → lisää kävijöitä sivustolle
- Hakukoneoptimointi koostuu monista eri tekijöistä, kuten sivuston rakenteesta ja sisällöstä, linkityksistä, hakusanojen käytöstä, mobiiliystävällisyydestä ja käyttäjäkokemuksesta.
- Hakukoneoptimointi on tärkeä osa digitaalista markkinointia, ja se voi auttaa yrityksiä saamaan lisää asiakkaita ja kasvattamaan liiketoimintaansa verkossa.
- Parhaat tulokset saavutetaan pidemmällä aikavälillä, kuitenkin nopeat tulokset mahdollisia pienillä ja järkevillä muutoksilla.

Miten hakukoneoptimointi toimii?

- Hakukoneet, kuten Google ja Bing, käyttävät "hämähäkkejä" eli botteja, jotka käyvät läpi verkkosivuja, keräävät tietoa niistä ja tallentavat ne indeksiin (=valtavaan kirjastoon).
- Algoritmit analysoivat "kirjastossa" olevia sivuja, ottaen huomioon satoja erilaisia ranking-tekijöitä tai signaaleja, jotta ne voisivat määrittää sivujen järjestyksen hakutuloksissa tietylle haussa tehdylle kyselylle.
 - Ranking-tekijä (ranking factor) = sivuston sijoittumiseen liittyvät signaalit, joita hakukoneet käyttävät arvioidessaan sivuston relevanssia ja arvoa käyttäjille.
 - Ranking-tekijöitä on satoja, Google paljastanut vain osan

How search engines work (nutshell version).



<https://jemsu.com/seo/>

Yleisimpiä SEO-ranking-tekijöitä

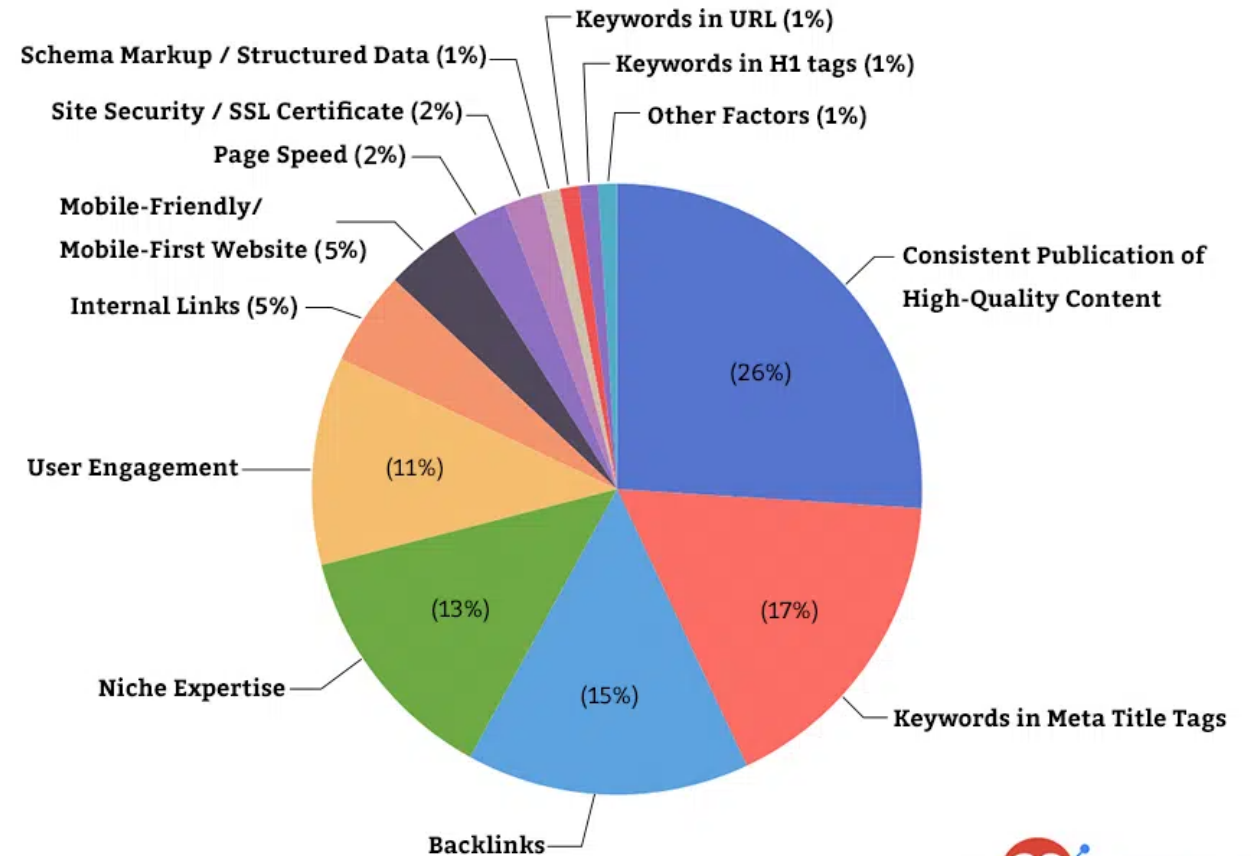
Googlen algoritmipäivitykset vaikuttavat ranking-tekijöihin.

Yleisimpiä ranking-tekijöitä tällä hetkellä:

1. **Sivuston sisältö:** Sisällön laatu, pituus, ajantasaisuus ja relevanssi hakusanoihin ovat tärkeitä tekijöitä.
2. **Linkitys:** Linkkien määrä ja laatu, sekä linkkien ankkuritekstit, ovat tärkeitä ranking-tekijöitä.
3. **Tekninen SEO:** Sivuston tekninen rakenne, kuten nopeus, responsiivisuus ja virheiden puuttuminen, vaikuttavat myös rankingiin.
4. **Käyttäjäkokemus:** Sivuston helppokäyttöisyys, navigaatio ja visuaalinen ilme vaikuttavat käyttäjien viihtyvyyteen ja sitoutumiseen.
5. **Sosiaalinen media:** Sosiaalisen median läsnäolo ja jakaminen vaikuttavat myös hakukoneiden arvioon sivuston arvosta ja relevanssista.

Tärkeimmät ranking-tekijät vuonna 2022

1. **Sitouttavan sisällön jatkuva julkaiseminen** (painoarvo 26 %)
2. Avainsana meta-otsikossa (17 %)
3. Sivustolle tulevat linkit (15 %)
4. Niche-osaaminen (13 %)
5. Kävijöiden sitoutuminen (11 %)



Hakutulossivu (Search engine result page, SERP)

- SERP (Search Engine Results Page) on hakutulossivu, joka syntyy prosessista, jossa hakukone vertailee indeksoitujen sivujen tietoja yksittäisten hakujen kanssa.
- Jokaiselle verkkosivustolle annettu indeksi perustuu SEO-tekijöiden arvioimaan sivun merkityksellisyyteen.
- Esimerkki SERP: "Mainostoimistot Helsinki".

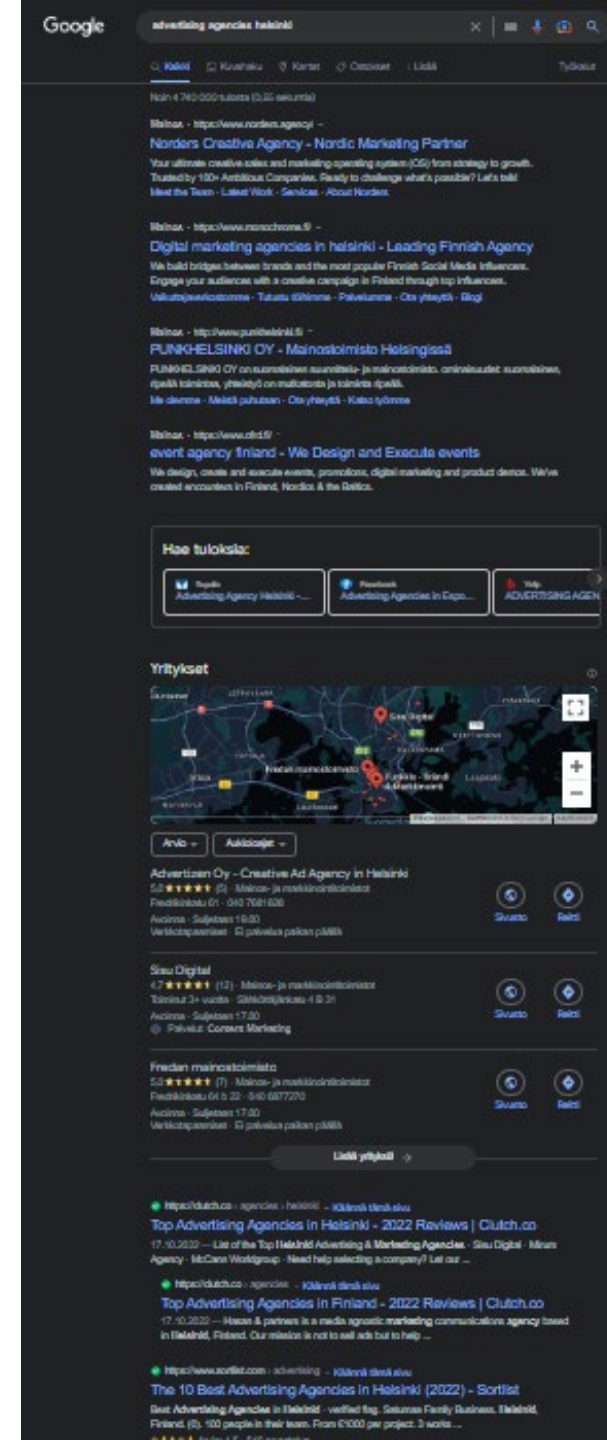
Maksetut mainokset
(Googlen hakusanamainokset)



Paikallinen
karttahakutulos



Orgaaniset hakutulokset



Featured snippet (“Nollasijoitus”, Position Zero)

- **Googlen nollasijoitus** (Featured Snippet) on suuri laatikko, joka sijaitsee Google-hakutulosten yläosassa, jossa Google näyttää katkelman sisällöstä yhdestä korkealla sijaitsevasta orgaanisesta hakutuloksesta.
- Tämä ominaisuus tarjoaa arvokasta tietoa tiiviissä muodossa, mikä antaa hakijalle **nopean vastauksen** kysymykseen.
- Esittelee tekstin tai videon verkkosivustolta, joka pyrkii vastaamaan suoraan hakukyselyyn.
- Erilaisia muotoja ovat tekstikappaleet, luettelot ja taulukot.



how to get featured snippets

Noin 16 900 000 tulosta (0,59 sekuntia)

To land featured snippets, aim to answer questions quickly, use headers, and stay within 50 to 60 characters. Answering questions in the “people also asked” section of Google for your keyword can also help.

<https://neilpatel.com/blog/rank-google-featured-snippets>
What are Featured Snippets? How to Get Them - Neil Patel

Ihmiset kysyvät myös

- How do you get featured snippet opportunities?
- Where can I find featured snippet keywords?
- Why are featured snippets not showing?
- How do I find a featured snippet in Ahrefs?

<https://contentmarketinginstitute.com/...> - Käännä tämä sivu
Google's Featured Snippets: How To Get Your Content to ...
7.3.2022 — How to earn featured snippets in 4 steps - 1. Research keywords with low keyword difficulty and high audience relevance - 2. Structure your ...

<https://www.reliablesoft.net/google-f...> - Käännä tämä sivu
How to Get a Google Featured Snippet - Reliablysoft
28.6.2021 — How to rank in Google's Featured Snippet - 1. Summarize the answer of a question (or query) in one paragraph - 2. Achieve the first-page ranking.



Google how to rank high in google

Noin 1 070 000 000 tulosta (0,52 sekuntia)

Mainos - <https://www.linkifling.com/> -
Improve Website Ranking - SEO Ranking Service
Launch your SEO campaign in 5 minutes. Improve search rankings in one month. Type your website and get instant keyword analysis. New backlinks every month.

How to Rank Higher On Google In 2022

1. Step #1: Improve Your On-Site SEO.
2. Step #2: Add LSI Keywords To Your Page.
3. Step #3: Monitor Your Technical SEO.
4. Step #4: Match Your Content to Search Intent.
5. Step #5: Reduce Your Bounce Rate.
6. Step #6: Find Even Keywords to Target.
7. Step #7: Publish Insanely High-Quality Content.

Lisää kohteita... • 8.11.2021

<https://backlinko.com/blog>
How to Rank Higher On Google In 2022 - Backlinko

Ihmiset kysyvät myös

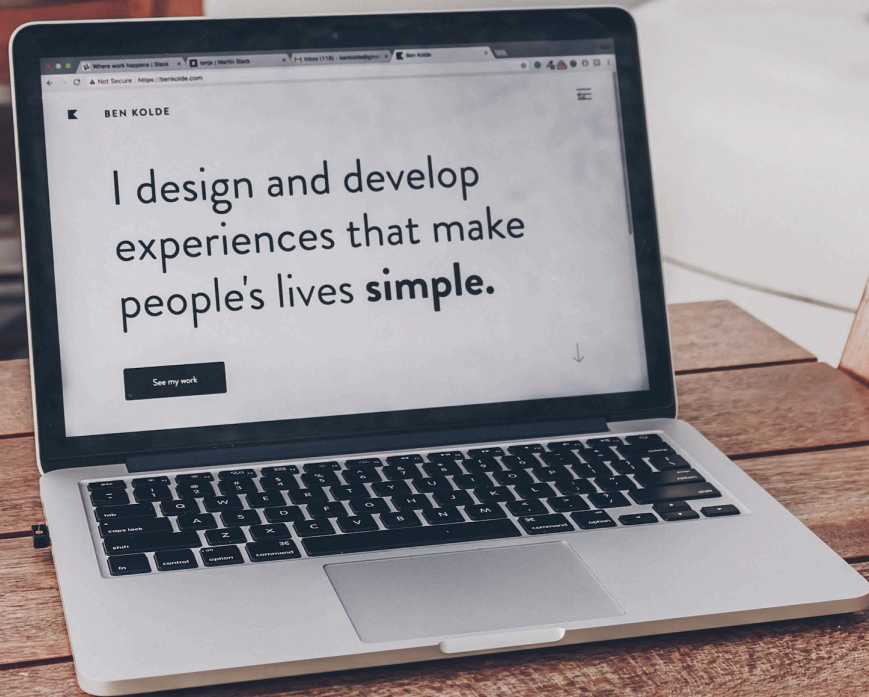
- How do I get a higher Google ranking?
- How do I become No 1 on Google?
- How much does it cost to rank #1 on Google?
- How do I get to the top 5 of Google?

Miksi nollasijoitus on tärkeä SEO:ssa?

- Nollasijoitukset saavat noin **8 % kaikista orgaanisten hakutulosten** klikkauksista, minkä johdosta niillä on suuri vaikutus orgaanisten tulosten läpiklikkaustuloksissa (click-through rate, CTR) ([Ahrefs](#)).
- Nollasijoitus nostaa sivuston hakutulossivun kärkeen, jolloin tuloksesta tulee helpommin klikattava etenkin mobiilihauissa.
- **Nollasijoituksen hyödyt mm.:**
 - Kasvattaa sivuston orgaanista liikennettä ja klikkimäärää
 - Kasvattaa sivuston orgaanisia konversioita
 - Korkein mahdollinen näkyvyys kilpailijoihin nähden
 - Parantaa sivuston ja yrityksen luotettavuutta

SEO-sisällöntuotannon parhaat käytännöt – muistilista:

1. Kirjoita ihmisille
2. Tunnista tärkeimmät avainsanasi
3. Optimoi otsikot
4. Tuota korkealaatuista sisältöä
5. Linkkaa muille korkealaatuisille sivustoille
6. Käytä monipuolisesti eri sisältötyyppejä
7. Muista meta-tiedot: meta-ostikko ja meta-kuvaus (Meta Title & Meta Description)
8. Optimoi kuvat
9. Optimoi videot



SEO-sisällöntuotannon parhaat käytännöt

1. Kirjoita ihmisille

- Tunne kohdeyleisösi ja kirjoita heille → vastaa heidän kysymyksiinsä ja tarjoa apua niihin ongelmiin, joiden kanssa he kamppailevat.
- Houkuttele ulkoisia linkkejä (backlinks): Julkaisemasi sisällön tulee houkutella ulkoisia linkkejä muilta sivustoilta, jotta sivusto voi pärjätä SEO-kilpailussa.

2. Tunnista tärkeimmät avainsanasasi

- Toteuta avainsanatutkimus [Googlen Avainsanojen suunnittelijalla](#) (tarvitset Google Ads -tilin)
 1. Löydä uusia avainsanoja (esim. digital marketing agency in Turku)
 2. Kirjoita tuotteita, palveluita tai avainsanoja, jotka liittyvät yritykseesi (erottele pilkulla ja paina Enteriä) ja klikkaa “Näytä tulokset” (“get results”)
 3. Valitse parhaat avainsanaidea (=korkein määrä hakutuloksia kohtalaisella määrällä kilpailua) ja käytä avainsanoja sivustosi tekstissä
- (Käydään tämä läpi vielä tarkemmin tänään)
- Yksityiskohtaiset ohjeet: [Hubspot](#)
- [Ubersuggest](#) on myös hyvä työkalu, jolla voi tehdä avainsanatutkimusta termi kerrallaan:

TURKU AMK

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD
digital agency		40	€1,82	52	34
digimarkkinointi turku		20	€3,13	92	46
digitaalinen markkinointi koulutus turku		10	€1,50	85	34
digital marketing työpaikat		10	€1,10	60	32

[VIEW ALL KEYWORD IDEAS](#)

None of your ads are running - Your campaigns and ad groups are paused or removed. Enable them to begin showing your ads.

Discover new keywords
Get keyword ideas that can help you reach people interested in your product or service

Get search volume and forecasts
Get search volume and other historical metrics, plus forecasts for how they could perform

Plans created by you | Plans shared with you

Plan | Status | Last modified | Forecast period

Find new keyword ideas, get search volumes and create a plan

Discover new keywords

Start with keywords | Start with a website

Enter products or services closely related to your business

digital marketing agency ... | digital marketing turku | marketing agency | + Add another keyword

Try not to be too specific or general. For example, "meal delivery" is better than "meals" for a food delivery business. [Learn more](#)

English (default) | All locations

Enter a site to filter unrelated keywords

https://

Using your site will filter out services, products or brands that you don't offer

Get results

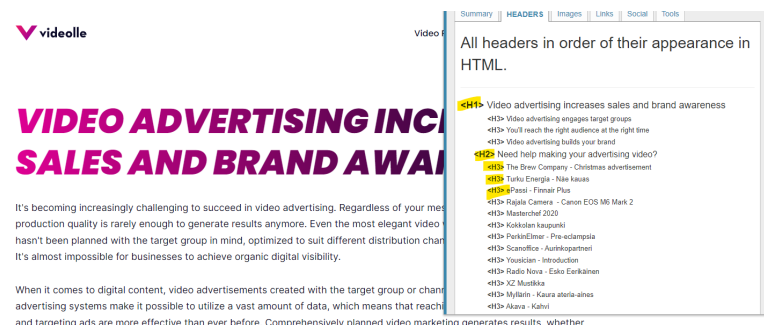
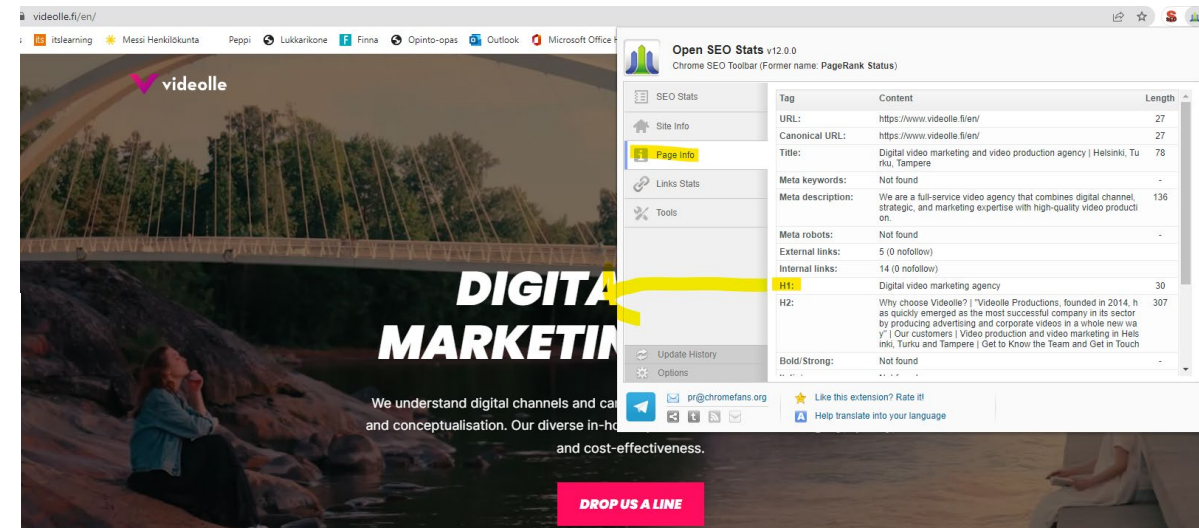
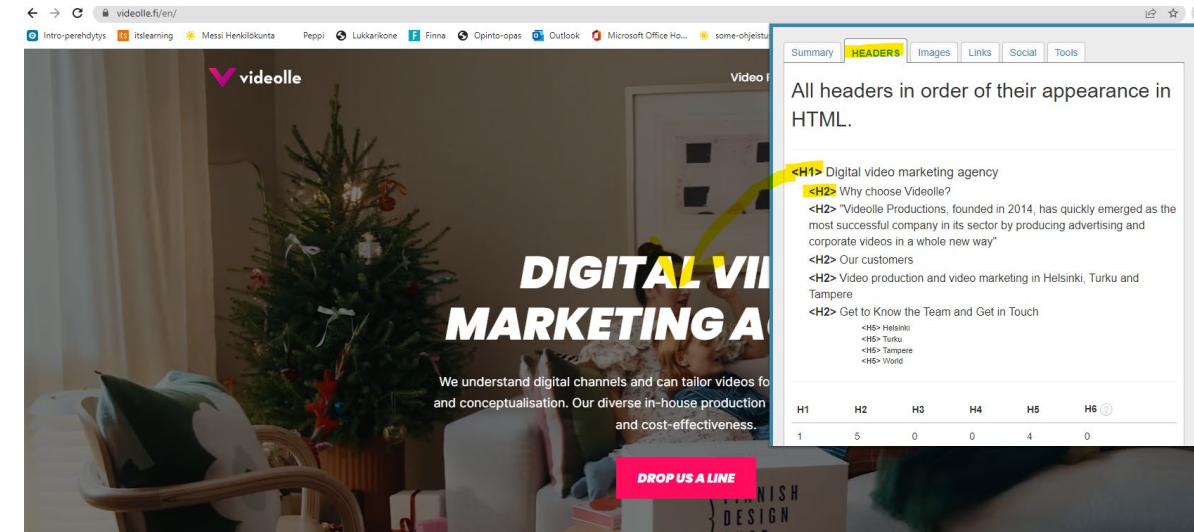
Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Account Status
Keywords that you provided								
digital advertising a...	1K - 10K	0%	0%	Low	-	€0.73	€12.56	
digital communicat...	100 - 1K	0%	0%	Low	-	€0.52	€5.12	
marketing agency	100K - 1M	0%	+500%	Low	-	€0.56	€6.47	
digital media agency	1K - 10K	0%	+500%	Low	-	€0.72	€10.59	
Keyword ideas								
digital marketing ag...	100K - 1M	0%	+500%	Medium	-	€0.34	€6.90	
digital marketing co...	10K - 100K	0%	0%	Low	-	€0.33	€7.34	
seo agency	10K - 100K	0%	0%	Low	-	€1.53	€21.26	
digital marketing se...	10K - 100K	0%	0%	Low	-	€0.29	€5.84	
advertising agency	10K - 100K	0%	0%	Low	-	€0.28	€4.91	
social media marke...	10K - 100K	0%	0%	Medium	-	€0.75	€8.58	

Show rows 10 | 1 - 10 of 1,774

SEO-sisällöntuotannon parhaat käytännöt

3. Optimoi otsikot

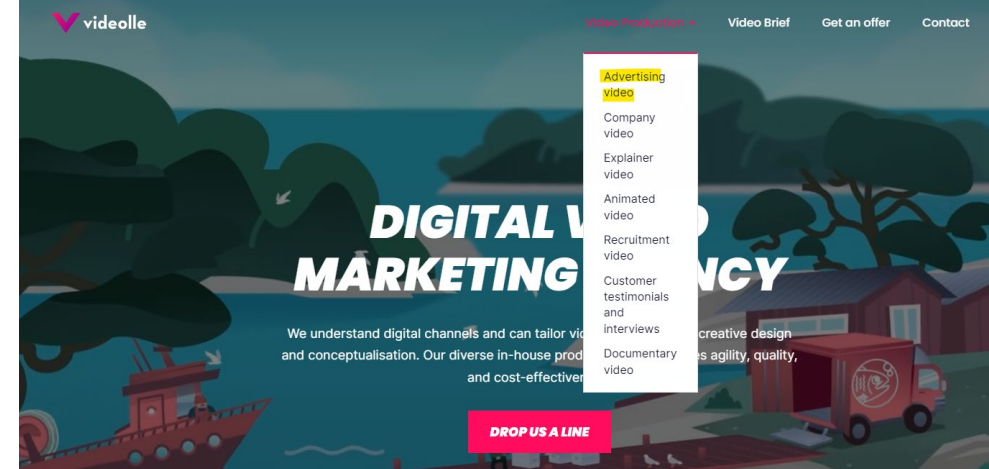
- Käytä tärkeimpiä avainsanoja otsikoissa ja pääsisällössä
 - Ei avainsanojen liiakäyttöä (keyword stuffing)! → kirjoita aina ihmisille 📖
 - keyword stuffing on haitallista
- Otsikot (H1, H2, H3...)
- Vain yksi H1 per sivu: ns. sivun pääotsikko = sivun nimi
- Käytä otsikointia systemaattisesti ja hierarkisesti kuin gradussa → Ensimmäinen saman aiheen alaotsikko on H2 ja sen jälkeen H3 ja joskus H4
- Hyödynnä tarvittaessa Chromen lisäosia:
 - SEO meta in 1 click
 - Open SEO Stats



SEO-sisällöntuotannon parhaat käytännöt

4. Tuota korkealaatuista sisältöä

- Kirjoita pitkää, informatiivista, uniikkia ja korkealaatuista sisältöä omalle kohdeyleisöllesi
 - Miten voit auttaa heitä?
 - Mitä he etsivät?
 - Mitkä ovat heidän kipupisteitään?
 - Käytä aina omaa tekstiäsi, älä koskaan kopioi suoraan mitään
- ideaali 500 – 1000 sanaa per sivu → huomioi silmäiltävyys ja lukijaystävällisyys
 - käytä väliotsikoita, [ankkurilinkkejä](#) ja sivuston [sisäisiä linkkejä](#), palluralistoja, avainsanojen lihavoitinta, kuvia, videoita, taulukkoja yms.
 - huom. kontekstuaaliset linkit tekstissä vs. navigation staattiset linkit
- Muista lisätä kaikkein tärkein ko. sivuun liittyvä avainsana otsikoihin ja muutamaan paikkaan tekstissä
 - käytä myös muita aiheeseen liittyviä avainsanoja (esim. video advertising → video marketing, video, video advertisements)
 - optimoi kukin sivuston sivu yhdelle aiheelle (=avainsanalle) – älä käytä yrityksesi kaikkia mahdollisia avainsanoja jokaisella sivulla (=suunnittele rakenne siten, että optimoit yhden sivun yhdelle avainsanalle, kuten ylimmässä kuvassa oikealla)



VIDEO ADVERTISING INCREASES SALES AND BRAND AWARENESS

It's becoming increasingly challenging to succeed in **video advertising**. Regardless of your message or target group, the production quality is rarely enough to generate results anymore. Even the most elegant **video** won't guarantee anything if it hasn't been planned with the target group in mind, optimized to suit different distribution channels, and distributed correctly. It's almost impossible for businesses to achieve organic digital visibility.

When it comes to digital content, **video advertisements** created with the target group or channel in mind are still king. Digital advertising systems make it possible to utilize a vast amount of data, which means that reaching target groups is now easier and targeting ads are more effective than ever before. Comprehensively planned **video marketing** generates results, whether the goal is to increase brand awareness or sales or to engage customers.

VIDEO ADVERTISING ENGAGES TARGET GROUPS

Videos are being watched more than ever before, and their growth continues, with no end in sight. The explanation lies in the versatility – **videos** teach us something new, help us understand phenomena, and entertain us. For marketing professionals, **video** provides an opportunity to reach target groups with content that stirs emotions, teaches, and raises awareness.

YOU'LL REACH THE RIGHT AUDIENCE AT THE RIGHT TIME

Nowadays, advertising platforms offer unparalleled opportunities to target **video advertising** not only by demographic but also by job, company size, hobbies, interests, and search history. **Video marketing** allows you to reach the right target groups at the right time and activate potential customers to take the desired action.

VIDEO ADVERTISING BUILDS YOUR BRAND

Standing out with **video marketing** is an effective way to increase brand awareness. Out of all communication formats, **video** is the most effective for stirring emotions and conveying a message. **Video marketing** makes branding effective.

SEO-sisällöntuotannon parhaat käytännöt

5. Linkkaa muille korkealaatuisille sivustoille

- Käytä linkkejä osoittaaksesi tietolähteesi U
- Linkkaa vain korkealaatuisille sivustoille (=aiheen ekspertit)
 - Linkatessasi roskasivustoille, Google näkee oman sivustosi roskasivustona
- Hakukoneiden tärkein tavoite on tuoda laadukasta tietoa kaikkien saataville → Linkatessasi hyvälaatuisille sivustoille, kerrot hakukoneboteille, että olet yhteydessä muihin sivustoihin ja tietolähteesi ovat laadukkaita.

6. Käytä monipuolisesti eri sisältötyyppejä

- Käytä erityyppistä media (videota, kuvia, infograafeja...), jotka tukevat sanomaasi
- Parantaa mahdollisuuksiasi nousta korkealle organisisissa kuva- ja videohakutuloksissa.

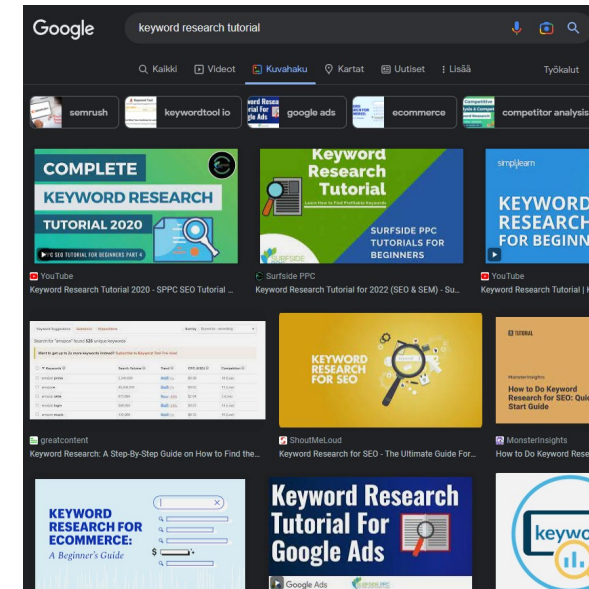
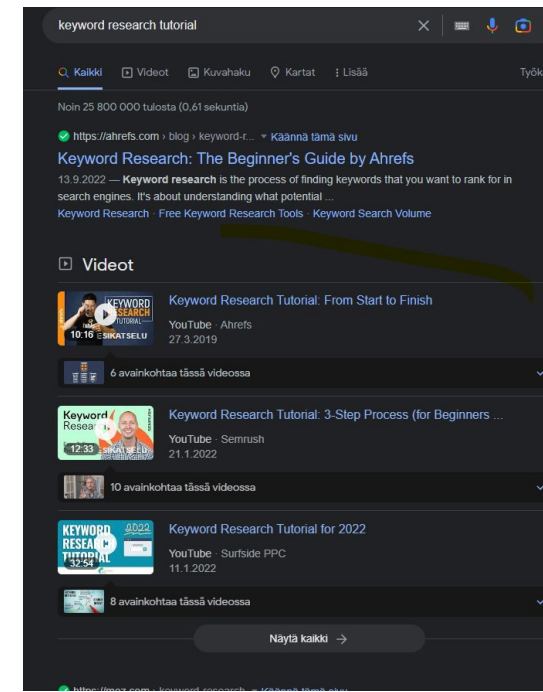
How to Research Keywords for Your SEO Strategy

I'm going to lay out a keyword research process you can follow to help you come up with a list of terms you should be targeting. That way, you'll be able to establish and execute a strong keyword strategy that helps you get found for the search terms you actually care about.



Step 1: Make a list of important, relevant topics based on what you know about your business.

To kick off this process, think about the topics you want to rank for in terms of generic buckets. You'll come up with about 5-10 topic buckets you think are important to your business, and then you'll use those topic buckets to help come



SEO-sisällöntuotannon parhaat käytännöt

Meta-otsikko

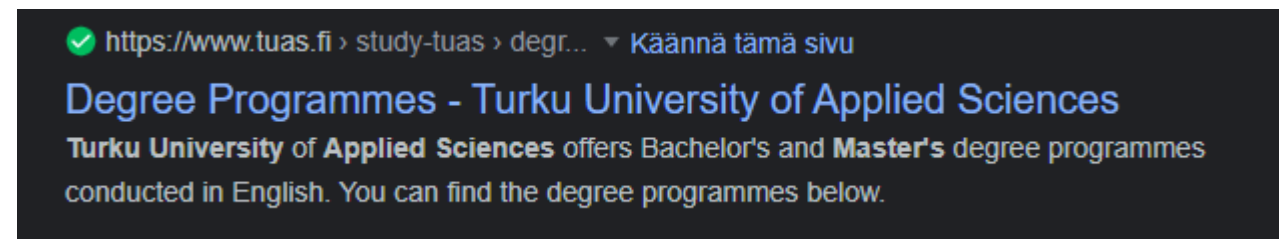
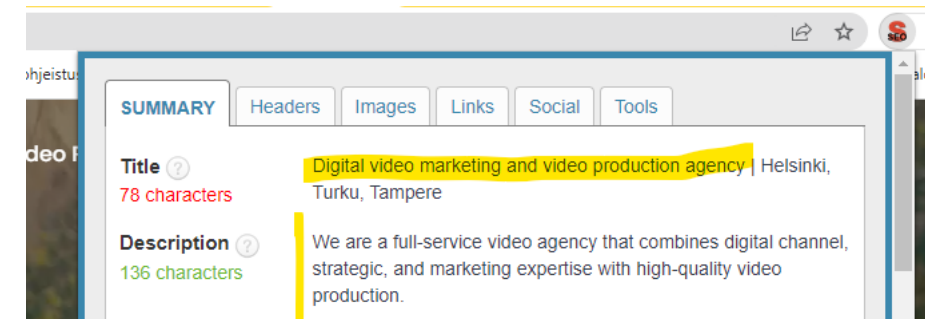


Meta-kuvaus



7. Muista meta-tiedot: meta-otsikko ja meta-kuvaus (Meta Title & Meta Description)

- Otsikkotagit ja meta-kuvaukset ovat pieniä HTML-koodinpätkiä verkkosivuston koodin yläosassa (header).
- Ne auttavat hakukoneita ymmärtämään kunkin sivun sisältöä.
- Meta-tiedot näytetään hakutuloksen yhteydessä hakutulossivulla.
- Hyvin kirjoitetut ja uskottavat meta-tiedot saavat hakijan klikkaamaan hakutulosta
- Meta-otsikon pituus: **55–60 merkkiä**
 - Valitse otsikko, joka kuulostaa luonnolliselta ja välittää tehokkaasti sivun sisällön aiheen.
 - Luo jokaiselle sivulle yksilöllinen meta-otsikko. Tämä auttaa Googlea tunnistamaan, miten sivu poikkeaa muista sivustoillasi olevista sivuista.
 - Otsikoiden tulisi olla lyhyitä ja informatiivisia. Jos otsikko on liian pitkä tai aiheeseen soveltumaton, Google voi näyttää vain osan siitä tai Googlen automaattisesti generoiman kuvauksen.
 - Suorita avainsanatutkimus varmistaaksesi, että käytät relevantteja avainsanoja meta-otsikoissasi.
- Meta-kuvauksen pituus: **150–160 merkkiä**
 - Tiivistä sivun sisältö napakasti.
 - Käytä jokaiselle sivulle yksilöllisiä meta-kuvauksia.
 - Sisällytä pääavainsana ja mahd. siihen liittyvät avainsanat mukaan.



SEO-sisällöntuotannon parhaat käytännöt

8. Optimoivat kuvat

- Ilman kuvien hakukoneoptimointia, menetät turhaan SEO-mahdollisuuksiasi
- Parhaat käytännöt kuvien SEO:iin
 - 1. Valitse oikea tiedostomuoto**
 - PNG, JPEG, WebP
 - 2. Pakkaa kuvat**
 - Muista pakata isokokoiset kuvat ennen kuin lisäät ne sivustollesi.
 - Voit hyödyntää siinä Photoshopia tai ilmaistyökaluja, kuten [TinyPNG](#).
 - Liian suuret kuvat hidastavat sivuston latausnopeutta
 - 3. Nimeä tiedostot kuvaavasti**
 - Nimeä tiedostot kuvaavasti, jotta hakukonebotit ymmärtävät mahd. helposti, mitä kuvassa on , esim. IMG_722019 → tummansininen_paitapusero
 - 4. Kirjoita hakukoneystävällinen alt-teksti**
 - Alt-tekstit ovat tekstikorvaus kuville silloin, kun selain ei pysty näyttämään kuvia asianmukaisesti.
 - Kuten meta-otsikkoa, alt-attribuuttia käytetään kuva-tiedoston sisällön kuvailemiseen.
 - Sopivien alt-tekstien lisääminen verkkosivuston kuviin voi auttaa verkkosivustoa saavuttamaan paremman sijoituksen hakukoneissa yhdistämällä avainsanoja kuvaan.
 - Antaa hakukoneelle hyödyllistä tietoa kuvan aiheesta.
 - Alt-tekstin pääasiallisena tarkoituksena on parantaa saavutettavuutta kuvailemalla, mitä kuva näyttää vierailijoille, jotka eivät voi nähdä niitä.
 - Näkörajoitteisten lukulaitteet voivat ”lukea kuvan”
 - Auttaa myös hakukonebotteja indeksoimaan sivun ja parantaa siten hakukonenäkyvyyttä

SEO-sisällöntuotannon parhaat käytännöt

9. Optimoivat videot

- Jos lisää sivustolle videon, suosi kuvasuhdetta 16 x 9 ja HD-laatua
- Tiedosto voi olla kooltaan 640x360px – 1920x1080 px väliltä → suosi kokoa 1920x1080px, mikäli tiedostokoko ei kasva liian suureksi
- Frame raten tulisi olla alle 30 fps
 - Frame rate = kuinka monta kuvaa toistetaan sekunnissa videon aikana
 - Mitä suurempi frame rate, sitä ”eloisampi liike”
- Tiedostomuoto: MP4 tai WEBM
- Upotetut videot ovat tiedostokooltaan ideaalisti 500 kb, jotta sivuston kokonaiskoko pysyy alle 1 Mb
- Videon pituus max. 25 s
- Ääniraidan poistaminen pienentää tiedostokokoa

Ilmaisia SEO-työkaluja



- Google Keyword Planner: <https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>
- Ubersuggest: <https://neilpatel.com/ubersuggest/>
- Google Analytics: <https://analytics.google.com/analytics/web/>
- Google Trends: <https://trends.google.com/home?geo=FI>
- Google Search Console: <https://search.google.com/search-console/about>
- Google Page Speed Insight: <https://pagespeed.web.dev/>
- Ahrefs Webmaster Tools (suppeampi ilmaisversio): <https://ahrefs.com/webmaster-tools?ref=buffer-library>

- Google Chrome –selainlaajennukset
 - SEO Meta in 1 click: <https://chrome.google.com/webstore/detail/seo-meta-in-1-click/bjogjfinolnhfhkbipphpdlldadpnmhc>
 - Open SEO Stats: <https://chrome.google.com/webstore/detail/open-seo-statsformerly-pa/hbdkkfheckcdppiaiabobmennhijkknn>

Verkkokaupan SEO-esimerkkejä


Avainsanat tuotenimessä

Kaikki Suomen suosikkimerkit Ilmainen toimitus ja palautus* 100 päivän palautusoikeus

Naiset Miehet Lapset  

Vaatteet Kengät Urheilu Asusteet Designermuoti Merkit Lahjakortit Pre-owned Ale

Diini




Vans
UA OLD SKOOL - Matalavartiset tennarit

alkaen **69,99 €** sis. 24% alv
Alunperin: 79,99 € **Säästä jopa -13%**


★★★★☆ 182


Väri: **black**




Suosittellemme tilaamaan tuotteen samassa koossa kuin yleensä.

Valitse koko

Lisää ostoskoriin 

 14 mailia 15 mailia 16 mailia


<https://www.zalando.fi/vans-old-skool-matalavartiset-tennarit-va215b000-q12.html>

Tuotealueet  Kirjoita hakusana

Etusivu / Pelaaminen / Pelikonsolit / Xbox Series X / S -konsolit / Tuote 653572

Microsoft Xbox Series S -pelikonsoli, valkoinen

★★★★★ 16 arvostelua 14 kysymystä





- Uusi Xbox Series S
- Jopa 120 FPS
- 1440p resoluutio
- Levyaseton

Hinta alv 24 % | 0 %
308,90

Maksa myöhemmin Tilillä ↓

Lähetettävissä: **Heti** yli 25 kpl

Lisää ostoskoriin 

Toimitus postinumeroon 

Perillä arv. ke 15.3. - ma 20.3.
Katso toimituskulut alk. 4,90 €

Tunnin kotiinkuljetus
Hinta alk. 7,49 €

Voit myös noutaa tilatun ja maksetun tuotteen heti Vantaan noutovarastolta.
Vantaan noutovarastossa: yli 25 kpl

Myymläsaatavuus



Ei myymälävalintaa

Tilaa tuote verkkokaupasta, niin voit noutaa sen myymälästä.

<https://www.verkkokauppa.com/fi/product/653572/Microsoft-Xbox-Series-S-pelikonsoli-valkoinen>



Meta-tiedot ja avainsanat hakutuloksissa

Esimerkkinä haku: “luonnonkosmetiikkaa netistä”

  apomera.fi
<https://www.apomera.fi> › luonnonkosmetiikka ▾

Luonnonkosmetiikkaa netistä - Laatuimerkit edullisesti

Tilaa **luonnonkosmetiikkaa** edulliseen hintaan! Valikoimastamme löydät mm. huippusuositut Bybi, Evolve Organic Beauty, Atopik, Mádara ja Puhdas+ -tuotteet.

  makeupshop.fi
<https://www.makeupshop.fi> › luonnonkosmetiikka-c-49 ▾

Luonnonkosmetiikkaa edullisesti netistä - MakeUpShop.fi

Luonnonkosmetiikka on luonnollista alkuperää olevaa kosmetiikkaa, jonka valmistuksessa huomioidaan ympäristöystävällisyys ja kunnioitetaan eettisyyttä.

Otsikkokoot (H1, H2), silmäiltävyys

Etusivu / Terveys / Ravintolisät / Harmonia KSM66



Myydyin
Suosittelemme

Harmonia KSM66

- 9%

19.95 EUR ~~21.95 EUR~~

Tarjous voimassa 4.4.2023 saakka.

Määrä

- 1 +

Lisää ostoskoriin



- Pakkausko: 120 kaps • Parasta ennen: 30.09.2025 • Varastosaldo: 30 kpl
- Valmistusmaa: Tanska

★★★★☆ 64 Arvostelua

120 kaps



★★★★★

01.09.2022

Harmoniaa

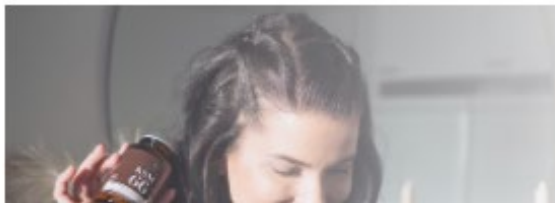
Suosittelen kokeilemaan,

Minna H.  Tunnistettu ostaja

Tutustu aiheeseen liittyviin tuotteisiin

Katso tästä kaikki Harmonia Life-tuotteemme

Alle 25 euron tuotteet | Ashwagandha | Gluteenittomat tuotteet | Joulupuoti | Lahja miehelle | Lahja naiselle | Lahjapuoti | Myydyin | Ravintolisät | Suosittelemme | Superfoodit | Tarjoukset | Tarjous / Terveys | Terveys



Stressaavaan elämään tutkittua tehoa!

Perustana hormonitoiminnan harmonisointi. Harmonia KSM66 on valmiste heille, jotka kaipaavat apua stressaavaan elämäntilanteeseen ja siihen liittyviin lieveilmiöihin. Tuote

- auttaa ylläpitämään psyykkistä ja fyysistä suorituskykyä
- edistää emotionaalista tasapainoa ja rentoutumista

sekä tukee

- jaksamista
- nukahtamista
- lihassmassan kasvua
- palautumista

Harmonia KSM66 on ashwagandhaa sisältävä ravintolisä.

Stressi

ihmisen kokema stressi sekoittaa aivoisäkkeen toimintaa, jolloin hormonituotanto häiriintyy. fysiologisesti hormonitoiminta joko kiihtyy tai heikentyy.

Jsein kortisolini, eli niin kutsutun stressihormonin taso nousee ja näin ollen stressin tunteet isäntyy ja yhä enemmän kortisolitasot nousevat.

<https://www.hyvinvoinnin.fi/products/harmonia-ksm66>

Kontekstuaaliset sisäiset linkit

Monipuolinen valikoima kasvojenhoitotuotteita

Kasvojenhoitovalikoimaan kuuluu runsas määrä eri tuotteita. Tällaisia ovat esimerkiksi [puhdistustuotteet, kasvovedet, kasvoseerumit, kasvovoiteet, kasvonaamiot, kuorintatuotteet, kasvoöljyt, silmänympärystuotteet sekä huulivoiteet](#)

Kasvojen puhdistaminen ja hoitaminen on avainasemassa kasvojen ihon hyvinvoinnille. Kasvot joutuvat päivittäin useiden eri ulkoisten haittatekijöiden armoille, kuten ilman lämpötilan muutoksille, auringolle, ilmansaasteille ja muille epäpuhtauksille, mahdollisesti meikeille ja muille kemikaaleille jne.

DIY-pyykkietikan valmistaminen

Pyykkietikka on ekologinen ja toimiva tuote, joka poistaa huuhteluaineen tavoin vaatteista sähköisyyttä, muttei tuki kankaan kuituja. Se myös kirkastaa aavistuksen vaateen väriä ja pidentää vaatteiden käyttöikää. Pyykkikonekin pysyy puhtaana ja raikkaana, sillä etikka poistaa pesuaine- ja kalkkijäämiä.

Tarvitset:

- 4 dl väkiviinaetikkaa (10-prosenttista)
- 1 dl vettä
- 10–20 tippaa eteeristä öljyä, esim. [Puhdas+ Laventeliöljy](#)

Pyykkietikkaan yleisesti käytettyjä [eteerisiä öljyjä](#) laventelin lisäksi ovat esim. ruusu, teepuu, sitruuna ja piparminttu.

<https://www.hyvinvoinnin.fi/>

Kasvojen ihonhoito talvella

Talvella ihoa rasittaa kylmyys ja kuivuus sekä suuret lämpötilanvaihtelut ulkoilman ja sisätilojen välillä, jolloin iho voi altistua lyhyessä ajassa jopa kymmenien asteiden lämpötilanvaihteluille. Talvi on erityisen hankalaa aikaa varsinkin entuudestaan kuivalle iholle, couperosaiholle ja atooppiselle iholle. Normaali iho, sekaiho ja rasvainen iho reagoivat myös talven tuomiin haasteisiin pintakuivuudella. Ihonhoidossa tulee talvella keskittyä paitsi ihon kosteuttamiseen, myös ihoa kuivattavien tapojen karsimiseen. Myös [tiettyjen ravintoaineiden saannilla](#) on ihon kunnon kannalta väliä, ja talvi-ihoa voi elvyttää sisäisesti mm. [D-vitamiinilla ja välttämättömillä rasvahapoilla.](#)

1. Vaihda ylipesevä puhdistusgeeli puhdistusöljyyn

Talvi-ihon ongelmia ratkoessa kannattaa katse kääntää ensiksi puhdistukseen. Talvella kannattaa

Avainsanat tekstissä (muista pitää alle 2 %)



Kiristeleekö, punoittaako ja hilseileekö ihosi talvella? Näin selätät talvi-ihon haasteet

HELI KOSKINEN 2. HELMIKUU 2021

Tiedät varmasti sen inhottavan tunteen, kun ihoa kiristelee kosteusvoiteesta huolimatta ja meikkivoide pakkaantuu kuivuuttaan hilseileviin nenänpieliin. Talvella iho kuivuu pakkasen, viiman, kuivan sisäilman ja suurien lämpötilavaihtelujen seurauksena, mikä aiheuttaa monenlaisia iho-ongelmia ja ylimääräistä päänsäiväystä kaikkien ihotyypin edustajille. Ihon kiristely, hilseily, punoitus ja näppylät ovat yleisimpiä talvi-ihon ongelmia, joista kärsii lähes jokainen meidän ilmastossamme elävä. Talvella iho kaipaa enemmän hoivaa ja hieman erilaisia tuotteita, mitä muina vuodenaikoina. Tästä blogista löydät vinkit siihen, kuinka pidät talvi-ihon heikkuvana ja eloisana tuiskuista huolimatta!

Kasvojen ihonhoito talvella

Talvella ihoa rasittaa kylmyys ja kuivuus sekä suuret lämpötilavaihtelut ulkoilman ja sisätilojen välillä, jolloin iho voi altistua lyhyessä ajassa jopa kymmenien asteiden lämpötilavaihteluille. Talvi on erityisen hankalaa aikaa varsinkin entuudestaan kuivalle iholle, couperosaiholle ja atooppiselle iholle. Normaali iho, sekaiho ja rasvainen iho reagoivat myös talven tuomiin haasteisiin pintakuivuudella. Ihonhoidossa tulee talvella keskittyä paitsi ihon kosteuttamiseen, myös ihoa kuivattavien tapojen karsimiseen. Myös tiettyjen ravintoaineiden saannilla on ihon kunnan kannalta väliä, ja talvi-ihoa voi elvyttää sisäisesti mm. D-vitamiinilla ja välttämättömillä rasvahapoilla.

1. Vaihda ylipesevä puhdistusgeeli puhdistusöljyyn

Talvi-ihon ongelmia ratkoessa kannattaa katse kääntää ensiksi puhdistukseen. Talvella kannattaa viimeistään vaihtaa vaahtoavat ja vahvat puhdistusaineet hellävaraisempaan puhdistusöljyyn, puhdistusvoiteeseen tai puhdistusmaitoon. Tämä pätee myös rasvaiseen ihotyypin. Toisin kuin usein luullaan, vaahtoavat ja kiristelevän kuivan tunteen iholle jättävät, sulfaateilla kyllästetyt

<https://www.hyvinvoinnin.fi/blogs/kauneus/kiristeleeko-punoittaako-ja-hilseileeko-ihosi-talvella-nain-selatat-talvi-ihon-haasteet>

F-beauty – luonnonkauneuden ja itsearvostuksen puolesta

HELI KOSKINEN 28. TAMMIKUU 2022

Paineet täyttää tietynlaiset kauneusstandardit voivat nykypäivänä olla kovat, etenkin kun näemme jatkuvasti virheetömiä ihoja, pulleita huulia ja tuuheita räpsyripsiä Instagramin kaltaisilla somealustoilla, ja filtrit houkuttelevat silottamaan omat “virheet” pois näkyviltä. Välillä on kuitenkin hyvä pestä kasvoilta meikit, katsoa kunnolla peiliin ja pysähtyä arvostamaan sitä, millainen on juuri tässä ja nyt.

F-beauty, eli Finnish Beauty, on suomalaista maanläheisyyttä huokuva kauneusfilosofia, jonka ytimessä on oman yksilöllisen luonnonkauneuden arvostaminen. F-beautyn juuret ovat syvästi kokonaisvaltaisessa hyvinvoinnissa, luonnollisuudessa ja mutkattomassa suhtautumisessa kauneuteen ja kauneudenhoitoon.

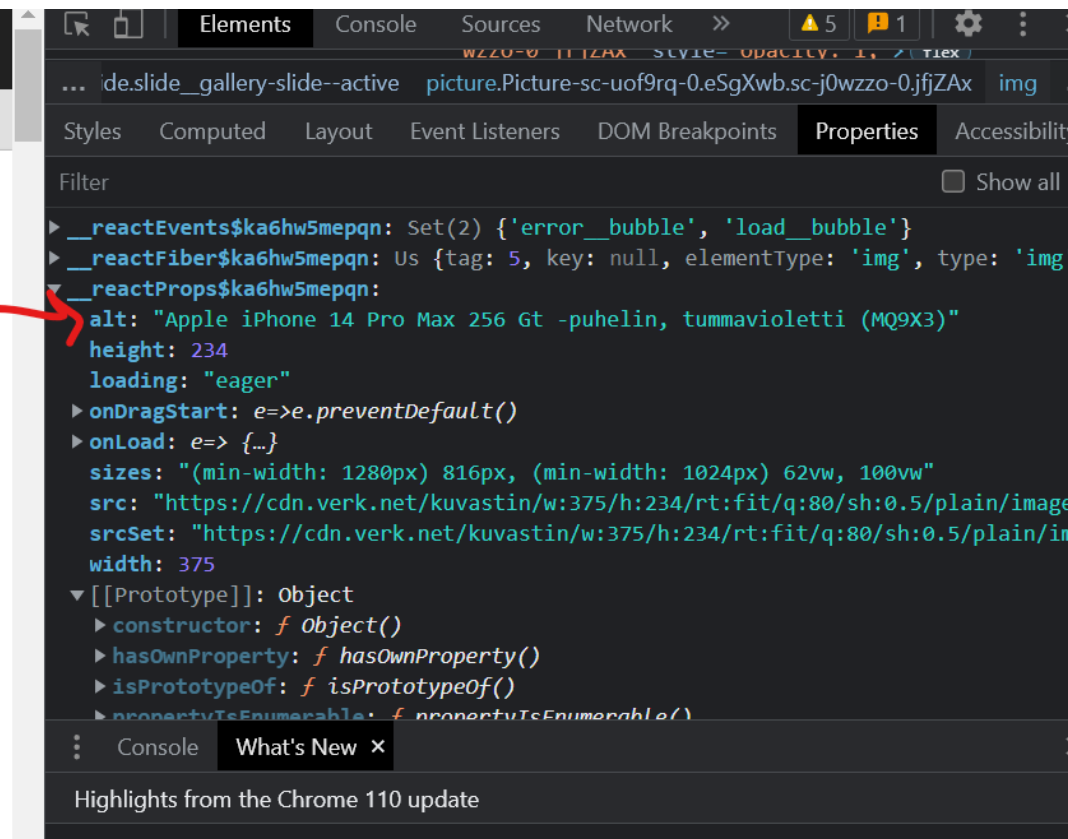
F-beauty ammentaa pohjoisesta luonnosta ja suomalaisten erityisestä luontoyhteydestä

<https://www.hyvinvoinnin.fi/blogs/kauneus/f-beauty-luonnonkauneuden-ja-itsearvostuksen-puolesta>

Kuvien alt-teksti

Apple iPhone 14 Pro Max 256 Gt -puhelin, tummavioletti (MQ9X3)

★★★★★ (8) arvostelua (2) kysymystä



The screenshot shows the Chrome DevTools Elements panel for an image element. A red arrow points to the `alt` property in the `__reactProps$ka6hw5mepqn` object, which is set to the text "Apple iPhone 14 Pro Max 256 Gt -puhelin, tummavioletti (MQ9X3)". Other visible properties include `height: 234`, `loading: "eager"`, `onDragStart`, `onLoad`, and `src`.

<https://www.verkkokauppa.com/fi/product/824830/Apple-iPhone-14-Pro-Max-256-Gt-puhelin-tummavioletti-MQ9X3>

Avainsanatutkimus vs. tuotetarjooma



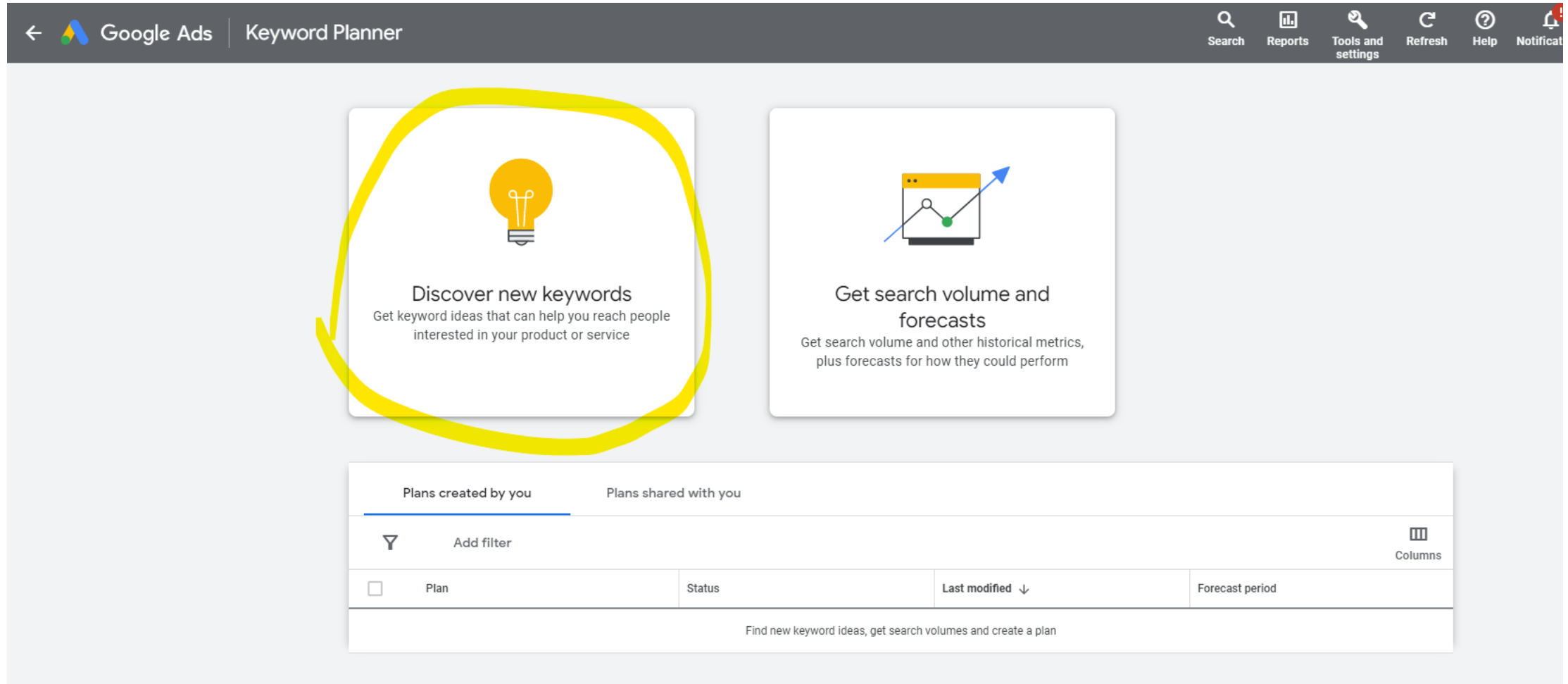
Mikä avainsanatutkimus?


- Avainsanatutkimus on prosessi, jolla tunnistetaan ja analysoidaan avainsanoja tai termejä, joita ihmiset käyttävät hakiessaan tietoa tai sisältöä verkosta.
- Avainsanatutkimus auttaa verkkosivustojen, blogien, mainosten ja muiden verkkosisältöjen tuottajia ymmärtämään, mitä käyttäjät hakevat ja millä termeillä he tekevät haun.
- Tämä tieto voi auttaa optimoimaan verkkosisältöjä, jotta ne löytyvät paremmin hakutuloksissa ja houkuttelevat enemmän kävijöitä.
- Avainsanatutkimus voidaan suorittaa erilaisilla työkaluilla, kuten Google Keyword Planner, SEMrush tai Ahrefs.

Tuotetarjooman merkitys verkkokaupan hakukonenäkyvyydelle


- Avainsanatutkimus on tärkeä osa hakukoneoptimointia ja se auttaa löytämään relevantteja avainsanoja, joita käyttäjät todennäköisimmin käyttävät löytääkseen sivustosi tai sisältösi.
- Verkkokaupan SEO pohjautuu **toimialaan ja tuotetarjoomaan**
 - Verkkokaupan toimiala
 - Tuotteiden nimet
 - Tuotekategorioiden tekstit
 - Blogiartikkelit
 - Ulkoiset linkit
- Avainsanojen suunnittelu:
 - millä alalla toimit?
 - oman alan termistö? (käytä omaa tietämystäsi ja listaa kaikki mieleesi tulevat)
 - mitä hakusanoja kilpailijasi käyttävät?
 - millä hakusanoilla haluat tulla löydetyksi?
 - mitkä ovat potentiaalisimpia avainsanoja? (mainonnan hinta, kilpailu, trendit ym.)


Avainsanatutkimus käytännössä





←  Google Ads | Keyword Planner

Search Reports Tools and settings Refresh Help Notificat


Discover new keywords
Get keyword ideas that can help you reach people interested in your product or service


Get search volume and forecasts
Get search volume and other historical metrics, plus forecasts for how they could perform

Plans created by you | Plans shared with you

 Add filter  Columns

<input type="checkbox"/>	Plan	Status	Last modified ↓	Forecast period
Find new keyword ideas, get search volumes and create a plan				

Listaa avainsanoja manuaalisesti...

Discover new keywords ✕

Start with keywords Start with a website

Enter products or services closely related to your business

[+ Add another keyword](#)

🇫🇮 Finnish (default) 📍 Finland

Enter a site to filter unrelated keywords [?](#)

[Get results](#)

Try not to be too specific or general. For example, "meal delivery" is better than "meals" for a food delivery business
[Learn more](#)


Using your site will filter out services, products or brands that you don't offer

... tai käytä verkkosivustoa avainsanojen lähteenä



Discover new keywords ✕

Start with keywords Start with a website

Enter a website or a page to find keywords that match your site ?



For example, domain.com (website) or domain.com/page (webpage)

 Finnish (default)  Finland

Use the entire site: www.hyvinvoinnin.fi

Use only this page: <https://www.hyvinvoinnin.fi/>

Get results

Use a website as a source of keywords

Tulokset:

Google Ads | Keyword plan

Search Reports Tools and settings Refresh Help

None of your ads are running - Your campaigns and ad groups are paused or removed. Enable them to begin showing your ads.

Keyword ideas

Forecast

Keyword plan

Saved keywords

Negative keywords

Search: ravintolisät, lisäravinteet, vitamiinit, luontaistuotteet, ravitseminen, terveys

Location: Finland Language: Finnish Search engine: Google Date range: Mar 2022 - Feb 2023

Broaden your search: [+ apteekki](#) [+ urheilu](#) [+ kunto](#) [+ terveyspalvelut](#) [+ terveydenhuolto](#) [+ vaihtoehtoinen lääketiede](#) [+ ruoka](#)

Exclude adult ideas X Add filter Showing 2,069 of 2,070 keyword ideas Columns Keyword view

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Account Status
Keywords that you provided								
<input type="checkbox"/> ravintolisät	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.46	€3.32	
<input type="checkbox"/> lisäravinteet	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.56	€1.95	
<input type="checkbox"/> vitamiinit	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.56	€4.46	
<input type="checkbox"/> luontaistuotteet	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.25	€1.18	
<input type="checkbox"/> ravitseminen	1K - 10K	0%	+900%	Low	-	€0.23	€0.91	
<input type="checkbox"/> terveys	1K - 10K	0%	0%	Low	-	€0.37	€1.24	
Keyword ideas								
<input type="checkbox"/> oma terveys	10K - 100K	0%	0%	Low	-	-	-	
<input type="checkbox"/> d vitamiini	10K - 100K	0%	0%	High	-	€0.17	€0.87	
<input type="checkbox"/> terveystalo oma ter...	1K - 10K	0%	-90%	Low	-	-	-	
<input type="checkbox"/> b12 vitamiini	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.13	€0.36	

Tulokset:

Keyword ideas

Forecast

Keyword plan

Saved keywords

Negative keywords

Site: <https://www.hyvinvoinnin.fi/>



Finland

Finnish

Google

Mar 2022 - Feb 2023

Broaden your search: No suggestions found



Exclude adult ideas X

Add filter

Showing 3,030 of 3,031 keyword ideas

Columns Ke

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Account Status
Keyword ideas								
<input type="checkbox"/> hopi korvakynttilä	10 - 100	0%	0%	High	-	-	-	
<input type="checkbox"/> korvakynttilä	1K - 10K	-90%	0%	High	-	€0.06	€0.15	
<input type="checkbox"/> korva kynttilä	10 - 100	0%	0%	Low	-	-	-	
<input type="checkbox"/> biolatte maitohapp...	10 - 100	0%	0%	High	-	-	-	
<input type="checkbox"/> mossa bb nude	10 - 100	0%	0%	Low	-	-	-	
<input type="checkbox"/> suoliston rauhoittaja	10 - 100	0%	0%	High	-	-	-	
<input type="checkbox"/> hyvinvoinnin verkko...	100 - 1K	0%	0%	High	-	€0.40	€1.17	
<input type="checkbox"/> clipper tee kofeiini	10 - 100	0%	0%	High	-	€0.13	€0.55	
<input type="checkbox"/> hyvän olon melaton...	10 - 100	0%	0%	High	-	€0.06	€0.58	

Tulokset exceliin / Google Sheetiin

settings

Keyword ideas

Forecast

Keyword plan

Saved keywords

Negative keywords

Search: ravintolisät, lisäravinteet, vitamiinit, luontaistuotteet, ravitseminen, terveys

Location: Finland Language: Finnish Search engine: Google Date range: Mar 2022 - Feb 2023

Download icon (circled in yellow)

Broaden your search: + apteekki + urheilu + kunto + terveyspalvelut + terveydenhuolto + vaihtoehtoinen lääketiede + ruoka

Showing 2,069 of 2,070 keyword ideas

<input type="checkbox"/>	Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)
Keywords that you provided							
<input type="checkbox"/>	ravintolisät	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.46
<input type="checkbox"/>	lisäravinteet	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.56
<input type="checkbox"/>	vitamiinit	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.56
<input type="checkbox"/>	luontaistuott...	1K - 10K	0%	0%	High	-	€0.25
<input type="checkbox"/>	ravitseminen	1K - 10K	0%	+900%	Low	-	€0.23

Refine keywords

Expand all

Brand or Non-Brand
Non-Brands, prisma, verkkokauppa, iherb, cit...

Ravintoaine
d vitamiinit, b vitamiinit, monivitamiini, c vita...

Muut
iho, aika, lapsen, vauvan

Give feedback

Raakadata



Saaran esimerkkidata ☆ 📁 ☁



Tiedosto Muokkaa Näytä Lisää Muoto Tiedot Työkalut Laajennukset Ohje Viimeisin muutos tehtiin muutama sekunti sitten

100% € % .0 .00 123 Oletus (Ari... 10 B I S A 🔍 📄 📊 📈 📉 📌 📎 📏 📐 📑 📗 📙 📚 📛 📜 📝 📞 📟 📠 📡 📢 📣 📤 📥 📦 📧 📨 📩 📪 📫 📬 📭 📮 📯 📰 📱 📲 📳 📴 📵 📶 📷 📸 📹 📺 📻 📼 📽 📾 📿 📰 📱 📲 📳 📴 📵 📶 📷 📸 📹 📺 📻 📼 📽 📾 📿

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Saaran esimerkkidata									
2	01 March 2022 - 28 February 2023									
3	Keyword	Currency	Avg. monthly search volume	Three month change	YoY change	Competition	Competition (index)	Top of page bid (low)	Top of page bid (high)	Ad impressions
4	ravintolisät	EUR	5000	0%	0%	High	100	0.46	3.32	
5	lisäravinteet	EUR	5000	0%	0%	High	99	0.56	1.95	
6	vitamiinit	EUR	5000	0%	0%	High	100	0.56	4.46	
7	luontaistuotteet	EUR	5000	0%	0%	High	100	0.25	1.18	
8	ravitsemus	EUR	5000	0%	900%	Low	3	0.23	0.91	
9	terveys	EUR	5000	0%	0%	Low	1	0.37	1.24	
10	oma terveys	EUR	50000	0%	0%	Low	0			
11	d vitamiini	EUR	50000	0%	0%	High	100	0.17	0.87	
12	terveystalo oma	EUR	5000	0%	-90%	Low	0			
13	b12 vitamiini	EUR	5000	0%	0%	High	100	0.13	0.36	
14	c vitamiini	EUR	5000	0%	0%	High	99	0.19	0.55	
15	b vitamiini	EUR	5000	0%	0%	High	100	0.13	0.46	
16	harjun terveys	EUR	5000	900%	900%	Low	0			
17	a vitamiini	EUR	5000	0%	0%	High	99	0.22	0.37	
18	e vitamiini	EUR	5000	0%	0%	High	100	0.22	1.26	

Jalostettu data

4	Keyword	Avg. monthly search	Competition	Competition (indexed value)	Top of page bid (low range) (€)	Top of page bid (high range)
1	Saaran esimerkkidata					
2	01 March 2022 - 28 February 2023					
3						
5	d vitamiini	50000	High	100	0.17	0.87
6	d vitamiinia	50000	High	100	0.17	0.87
7	oma terveys	50000	Low	0		
8	terveys keskus	50000	Low	0	0.48	0.65
9	lisäravinteet	5000	High	99	0.56	1.95
10	c vitamiini	5000	High	99	0.19	0.55
11	a vitamiini	5000	High	99	0.22	0.37
12	b6 vitamiini	5000	High	99	0.13	0.75
13	lisäravinne	5000	High	99	0.56	1.95
14	avitamiini	5000	High	99	0.22	0.37
15	c vitamiinit	5000	High	99	0.19	0.55
16	lisäravinteita	5000	High	99	0.56	1.95
17	lisaravinteet	5000	High	99	0.56	1.95
18	a vitamiinin	5000	High	99	0.22	0.37
19	tiamiini	5000	High	91	0.13	0.52
20	mielen terveys	5000	Low	5	0.20	1.88
21	kauneus ja terve	5000	Medium	43	0.44	1.26
22	ravitsemus	5000	Low	3	0.23	0.91
23	hyvä terveys	5000	Low	20	0.33	0.93
24	hyväterveys	5000	Low	20	0.33	0.93

Avainsanan “vaikeusaste”

Score	Meaning
0-14: Very easy.	These keywords may be good to target if you want to rank as soon as possible with the least amount of effort. However, make sure you double-check the search volume before you decide to target them, as it can sometimes be quite low.
15-29: Easy.	These are still relatively achievable, even if your domain is new. To rank for these, you'll need to produce quality, relevant content.
30-49: Possible.	For these keywords, you'll need quality content that's not only well optimized for your target keywords but is also very well organized, with good structure.
50-69: Difficult.	In addition to producing quality, well-structured content and optimizing it, you'll need some quality backlinks to win these keywords.
70-84: Hard.	If you want to win these, you'll need to put in a lot of effort. You'll need more and better quality backlinks to support your content.
85-100 = Very hard.	The absolute hardest keywords to compete for. In addition to high-quality content and link building, you'll need to put a lot of time and effort into SEO and content promotion.

<https://www.semrush.com/blog/keyword-difficulty/>

Muut työkalut avainsanatutkimuksen tekoon

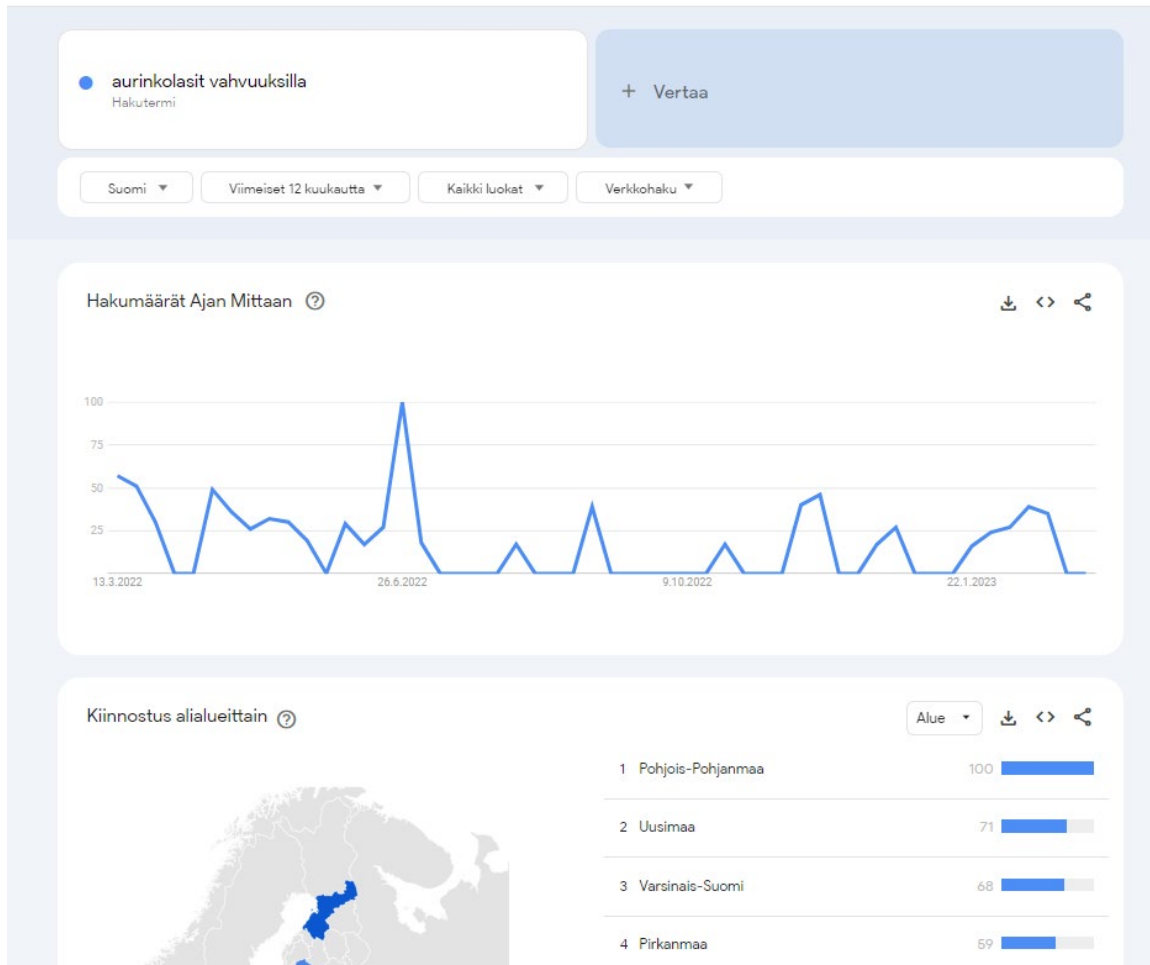
Google Search Console: <https://search.google.com/search-console/about>

- Tärkeä työkalu sivuston relevantin hakijadatan keräämiseen
- Kehitys –välilehti: tulokset ovat järjestettynä klikkausten mukaan suurimmasta pienimpään = millä avainsanoilla siirrytään sivustolle eniten.
 - voit järestä kyselyt myös näyttökertojen mukaan = mitkä avainsanat saavat näyttökertoja, mutta eivät välttämättä vielä juurikaan klikkauksia
 - Nämä ovat niitä avainsanoja, joihin kannattaisi mahdollisesti panostaa.

Google Trends: <https://trends.google.fi/trends/explore?geo=FI&hl=fi>

- Toimittajia varten luotu työkalu, jolla voidaan tarkastella nykyisiä ja tulevia Googlen hakutrendejä.
- Kertoo, mitkä hakusanat ovat suosittuja milläkin hetkellä Googlessa.
→ Voit esim. etsiä blogiisi liittyviä suosittuja aiheita ja kirjoittaa sisältöä niiden ympärille = sisältöä, mitä ihmiset haluavat lukea.

Google Trends: “aurinkolasit vahvuuksilla”



Verkkokaupan suunnittelu



”Edes teknisesti ja visuaalisesti upea verkkokauppa, joka myy huippulaatuisia tuotteita edulliseen hintaan ei kannata, mikäli tuotteet ja palvelu eivät vastaa asiakkaiden tarpeita.

Jos kukaan ei tarvitse tuotteita tai löydä niiden pariin, ei kauppaa synny.

Tästä syystä aloittavan verkkokauppiaan, mutta myös kauppaa jo tekevän, on syytä miettiä asiakkaitaan ja heidän tarpeitaan.”

Paytrail: Avaintekijät menestyvän verkkokaupan perustamisessa:
<https://www.paytrail.com/verkkokauppa/materiaalit/menestyvan-verkkokaupan-avaintekijat>

Mitä verkkokaupassani tulee olemaan?

Suunnittelussa otettava huomioon mm.:

- Tarjooma ja tuotekategoriat
- Avainsanatutkimus
- Navigaatio
- Hakukoneoptimointi
- Ulkoasu
- Toiminnallisuudet

Tehtävä: Verkkokaupan suunnittelu

Suunnittele paperille/koneellesi (tai esim. Google Jamboardiin) verkkokauppasi rakenne.

- Toimialasi tärkeimmät avainsanat?
- Mitä eri tuotekategorioita ja alatuotekategorioita verkkokaupassasi tulee olemaan?
- Mitä sivuja (pages) verkkokaupassasi tulee olemaan?
- Mitkä ovat tärkeimpiä tuotteita?
- Minkälainen värimaailma ja kuvitus?
- *Bonus: Listaa 1-3 suosikkiverkkokauppaasi*



Tehtävä: Verkkokaupan suunnittelu

Vinkkejä verkkokaupoista yleisesti löytyviin sivuihin:

- *Asiakaspalvelu*
- *Yhteystiedot*
- *Maksutavat*
- *Toimitustavat*
- *Asiakaspalautukset*
- *Tietoa meistä*
- *Tietosuoja*
- *Evästeet*
- *Rekisteriseloste*





Etusivu

Tietosuoja +
Evästeet +
Rekisteriseloste

Asiakaspalvelu +
Yhteystiedot +
Maksutavat +
Toimitustavat +
Asiakaspalautukset +
Tietoa meistä

Ostoskori
+ Kassa
ym.

Kosmetiikka

Hiustenhoito

Blogi

Kasvot

Vartalo

Meikit

Shampoot

Hoitoaineet

Muotollutuotteet

Hiusvärit

Kauneudenhoito

Hiustenhoito

Verkkokauppa-alustan valinta ja käyttöönotto WordPressissä

Suosituimmat verkkokauppa-alustat v. 2022

1. **WooCommerce** (13 miljoonaa)
2. Shopify (3,8 miljoonaa)
3. OpenCart (1 miljoona)
4. Adobe Commerce (aiemmin Magento) (730 000)
5. PrestaShop (715 000)



Source: Builtwith, September 2022



Miksi Woocommerce?

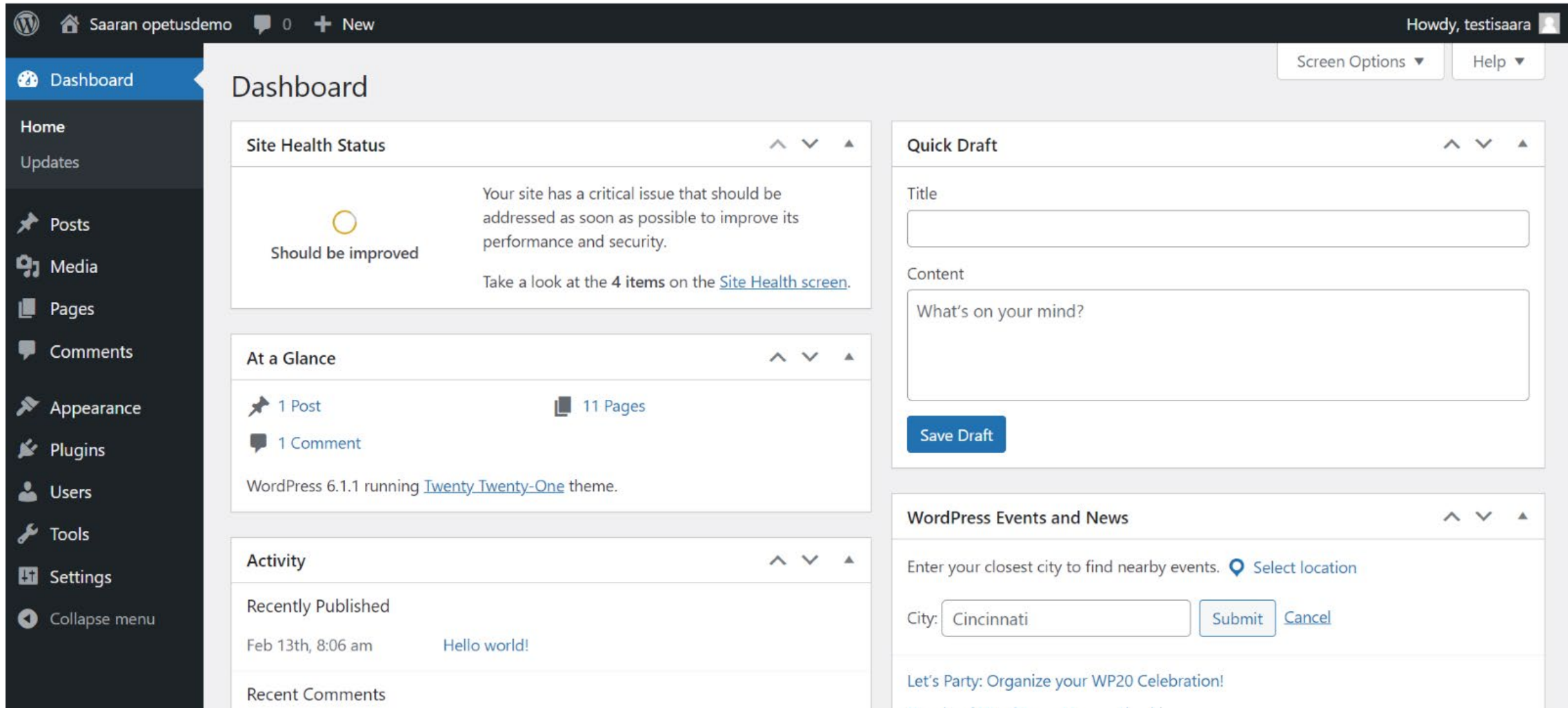
- Suosituin verkkokauppa-alusta
- Ilmainen käyttää ja päivittää
- Avoin lähdekoodi → kuka tahansa voi kehittää
- Hyvä alusta hakukoneoptimoinnille
- Helppokäyttöinen hallintapaneli verkkokaupan pyörittämiseen
- Paljon valmiita lisäosia eri lisätoiminnoille
- Sopii myös palveluille ja digitaalisille tuotteille
- Pitkälle laajennettavissa ja muokattavissa
- Helppo maksujärjestelmän kytkentä

Woocommerce- verkkokaupan pystytys



- Sovellusten asennukset palvelimelle (WordPress, Woocommerce, ulkoasuteema, lisäosat)
- Ulkoasun kustomointi vastaamaan brändin ulkoasua (värit, fontit, logo jne.)
- Woocommercen perusasetusten säätö (toimitustavat, ALV-kannat, maksutavat jne.)
- Tuotteiden luonti (tuoteasetukset, tuotetekstit, hinnat, kuvat, varastoasetukset jne.)
- Sisältösivujen luonti (kaupan esittely, tilaus- ja toimitusehdot, tilausohjeet, yhteydenottomahdollisuudet jne.)
- Blogin avaaminen ja artikkelien kirjoittaminen

WordPress-hallintapaneeli (back-end)

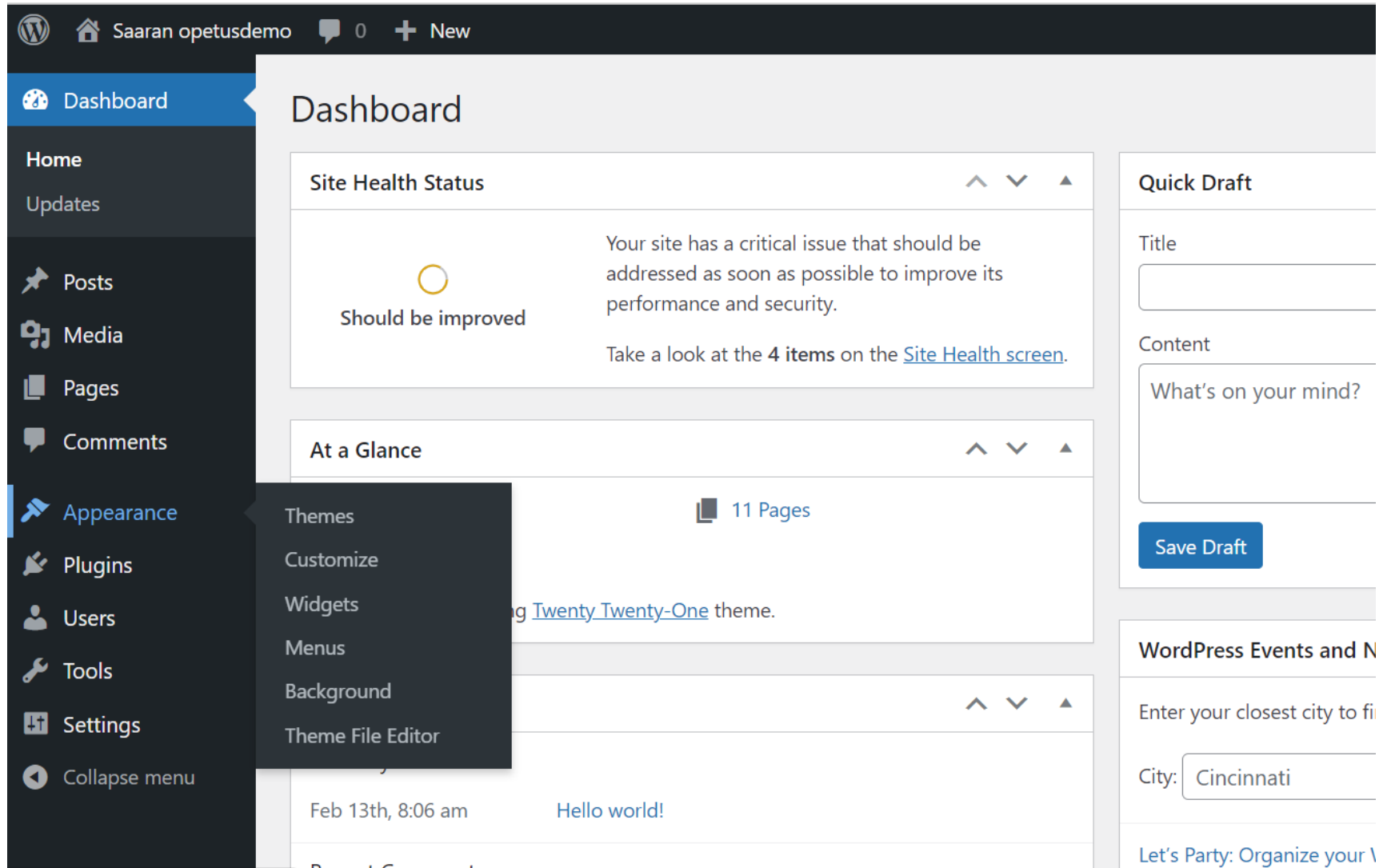


The screenshot displays the WordPress dashboard back-end interface. At the top, the navigation bar includes the site name "Saaran opetusdemo", a notification count of "0", and a "New" button. The user's name "Howdy, testisaara" is visible in the top right corner. A sidebar on the left contains a menu with items: Dashboard, Home, Updates, Posts, Media, Pages, Comments, Appearance, Plugins, Users, Tools, Settings, and Collapse menu. The main content area is titled "Dashboard" and features several widgets:

- Site Health Status:** A warning icon and text stating "Your site has a critical issue that should be addressed as soon as possible to improve its performance and security." It includes a link to the "Site Health screen" and mentions "4 items".
- At a Glance:** A summary widget showing "1 Post", "1 Comment", and "11 Pages". It also notes "WordPress 6.1.1 running Twenty Twenty-One theme."
- Quick Draft:** A form for creating a new draft, with fields for "Title" and "Content" (containing the placeholder "What's on your mind?") and a "Save Draft" button.
- WordPress Events and News:** A widget for finding nearby events, with a "Select location" button and a form where "Cincinnati" is entered in the "City" field, along with "Submit" and "Cancel" buttons.

At the bottom of the dashboard, there is an "Activity" section with a "Recently Published" entry dated "Feb 13th, 8:06 am" with the content "Hello world!". Below this is a "Recent Comments" section.

Teeman asentaminen: Appearance → Themes



The screenshot shows the WordPress dashboard for a site named "Saaran opetusdemo". The left-hand navigation menu is open, and the "Appearance" option is selected, which has opened a sub-menu. In this sub-menu, the "Themes" option is highlighted. Other options in the sub-menu include "Customize", "Widgets", "Menus", "Background", and "Theme File Editor".

The main dashboard area displays the "Dashboard" title and several widgets:

- Site Health Status:** Shows a "Should be improved" status with a yellow circle icon. The text indicates a critical issue and provides a link to the "Site Health screen" to view 4 items.
- At a Glance:** Shows "11 Pages" and a message about the "Twenty Twenty-One" theme.
- Quick Draft:** A form for creating a new draft, with fields for "Title" and "Content" (containing the placeholder "What's on your mind?") and a "Save Draft" button.
- WordPress Events and News:** A section for entering a city to find events, with "Cincinnati" entered in the "City:" field.

At the bottom of the dashboard, a "Recent Comments" section is partially visible, showing a comment from "Feb 13th, 8:06 am" with the text "Hello world!".

Add Themes

Upload Theme

1

- Popular
- Latest
- Block Themes
- Favorites
- ⚙️ Feature Filter



Home Blog Shop Contact BOTIGA

Headline that grabs people's attention

SALE 50% OFF

Details & Preview

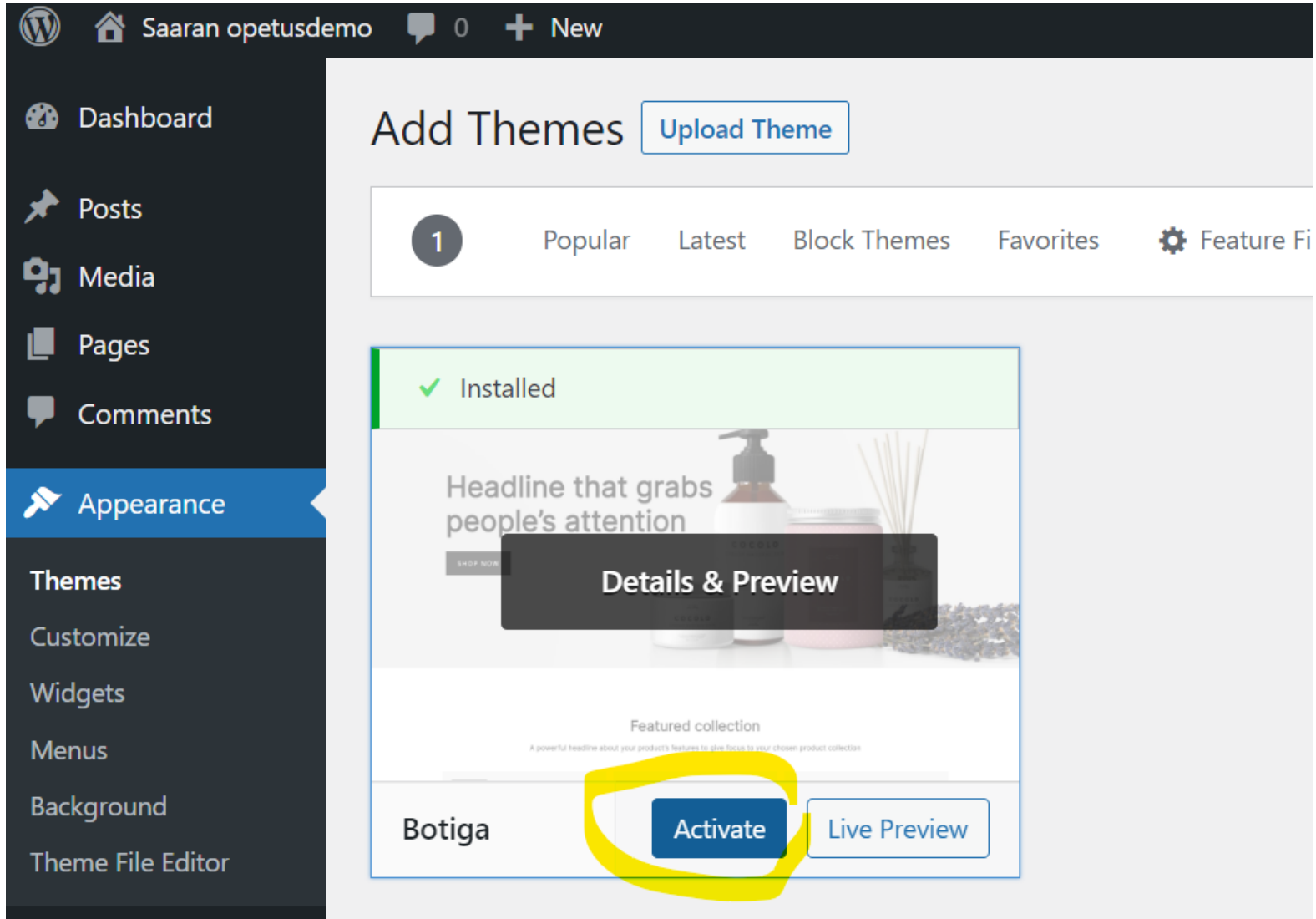
Featured collection

A powerful headline about your product's features to give focus to your chosen product collection

Botiga

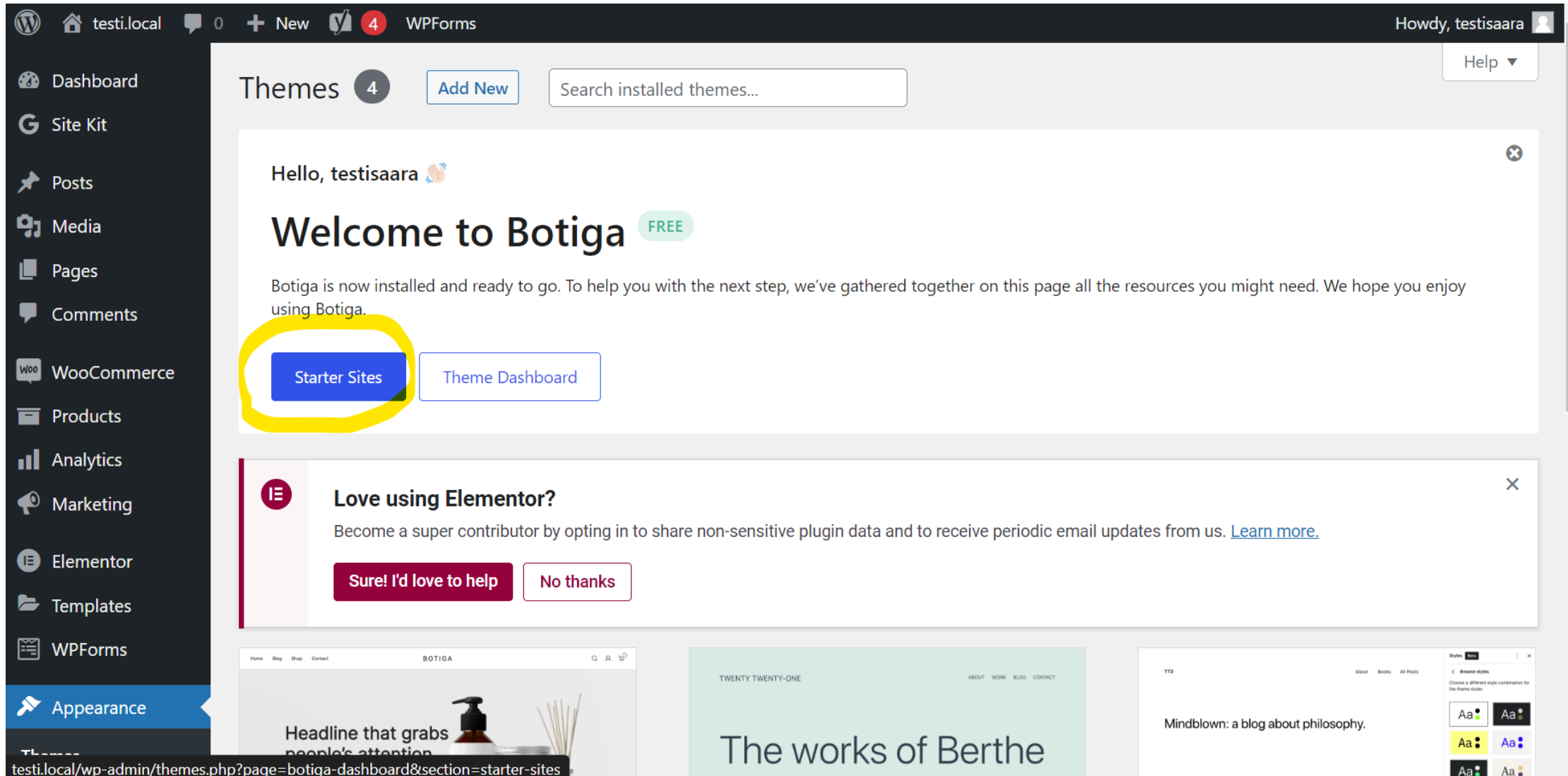
Install Preview

Teeman aktivointi



The screenshot shows the WordPress 'Add Themes' page. On the left is a dark sidebar with navigation options: Dashboard, Posts, Media, Pages, Comments, Appearance (highlighted), Themes, Customize, Widgets, Menus, Background, and Theme File Editor. The main content area is titled 'Add Themes' and includes an 'Upload Theme' button. Below this is a filter bar with '1' selected, and options for 'Popular', 'Latest', 'Block Themes', 'Favorites', and 'Feature Fi'. A theme card for 'Botiga' is displayed, featuring a product image and a 'Details & Preview' overlay. At the bottom of the card, the name 'Botiga' is shown next to 'Activate' and 'Live Preview' buttons. The 'Activate' button is circled in yellow.

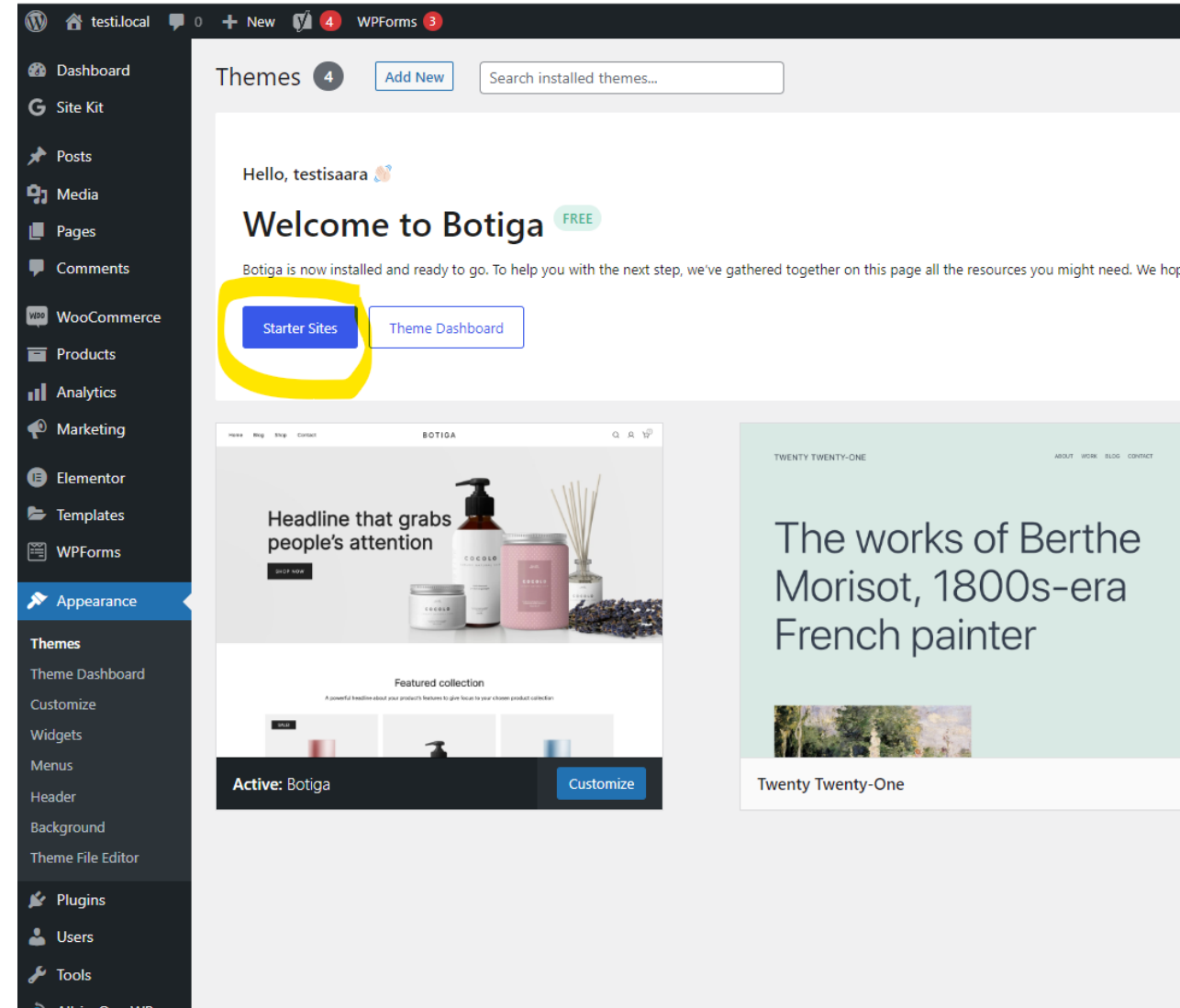
Starter sites: valmiita pohjia



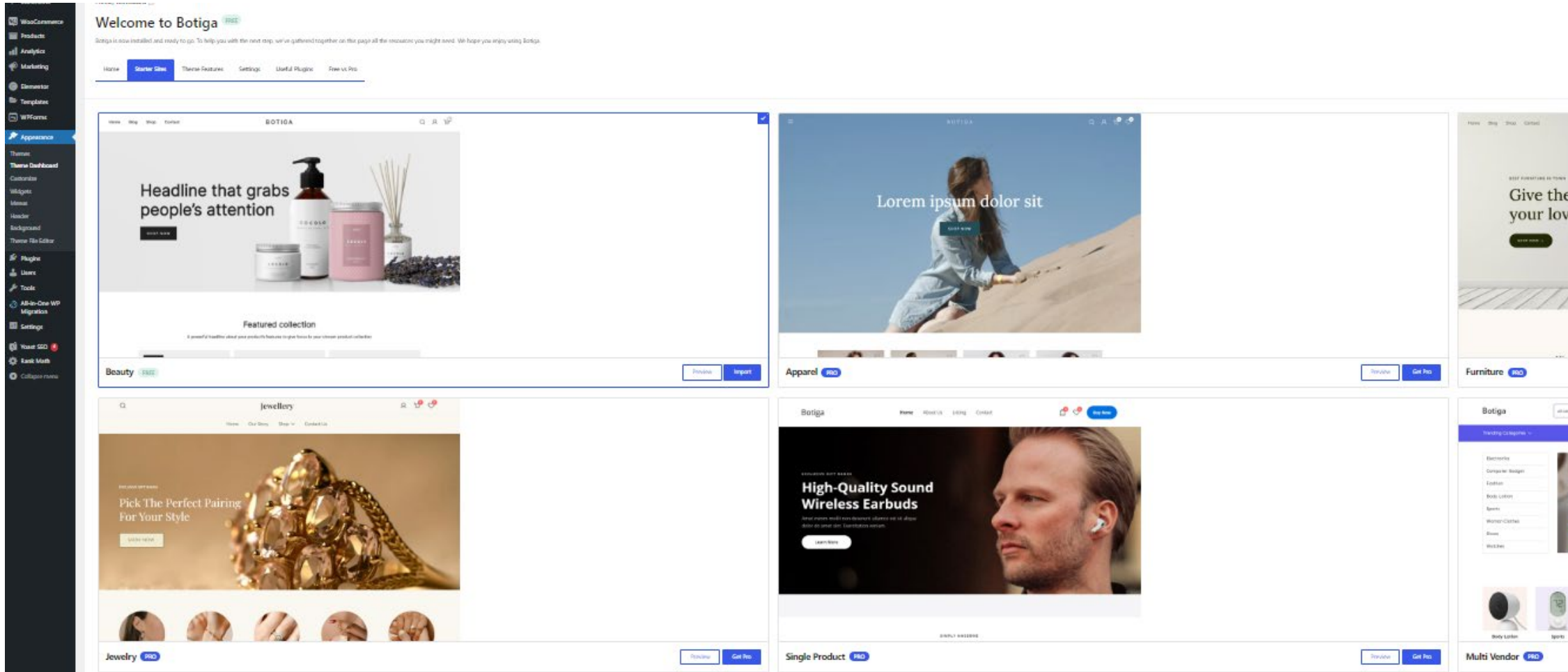
The screenshot shows the WordPress dashboard for a user named 'testisaara'. The top navigation bar includes the WordPress logo, the site URL 'testi.local', a notification bell with '0' messages, a '+ New' button, a 'WPForms' notification with '4' items, and a user profile dropdown for 'Howdy, testisaara'. The left sidebar contains a menu with 'Appearance' highlighted in blue, and other items like 'Dashboard', 'Site Kit', 'Posts', 'Media', 'Pages', 'Comments', 'WooCommerce', 'Products', 'Analytics', 'Marketing', 'Elementor', 'Templates', and 'WPForms'. The main content area is titled 'Themes' and shows '4' installed themes. A search bar for installed themes is present. A large welcome message for the 'Botiga' theme is displayed, stating 'Hello, testisaara' and 'Welcome to Botiga FREE'. Below the message, there are two buttons: 'Starter Sites' (highlighted with a yellow circle) and 'Theme Dashboard'. A notification from Elementor asks 'Love using Elementor?' with 'Sure! I'd love to help' and 'No thanks' buttons. At the bottom, three theme preview cards are visible: 'BOTIGA' with a headline 'Headline that grabs people's attention', 'TWENTY TWENTY-ONE' with 'The works of Berthe', and 'Mindblown: a blog about philosophy.' The URL at the bottom of the browser is 'testi.local/wp-admin/themes.php?page=botiga-dashboard§ion=starter-sites'.

Teeman valinta: Botiga

- Helppokäyttöinen Woocommerce-teema
- Starter sites –napin kautta löydät erilaisia valmiita ulkoasuja:
 - “Beauty” on ilmainen, muut maksullisia
 - Kun olet löytänyt sopivan, valitse “Import”



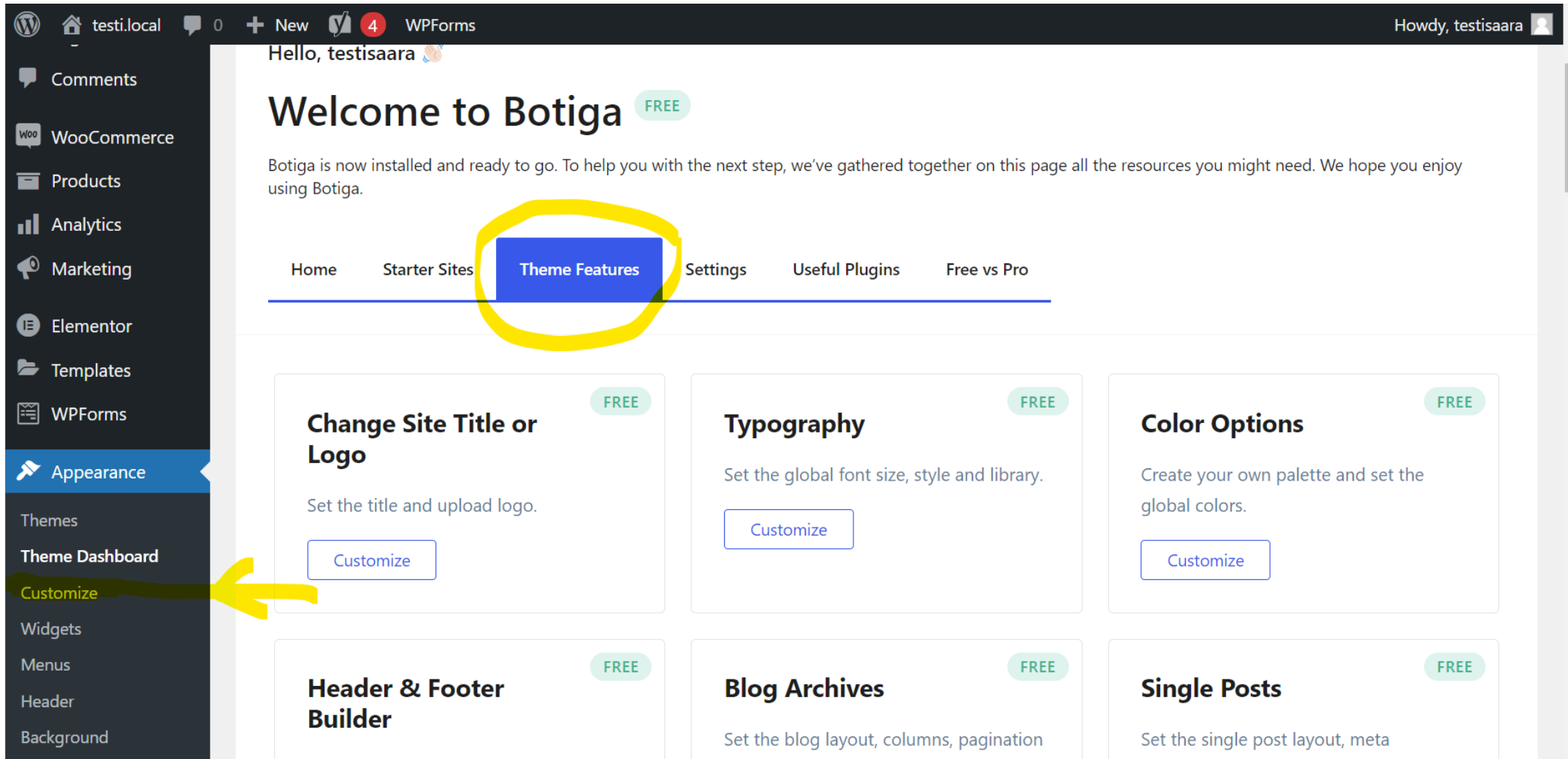
Valitse sopiva kokonaisuus



The image displays the Botiga WordPress theme customizer interface. On the left is a dark sidebar menu with categories: WooCommerce, Products, Analytics, Marketing, Elementor, Templates, WPForms, Appearance (highlighted), Theme Dashboard, Customize, Widgets, Menus, Header, Background, Theme File Editor, Plugins, Users, Tools, All-in-One WP Migration, Settings, Read Sitemap, and Link Maps. The main area shows a grid of theme preview options:

- Welcome to Botiga PRO:** A dashboard-style welcome screen with navigation links (Home, Starter Sites, Theme Features, Settings, Useful Plugins, Free WP Pro).
- Beauty PRO:** A homepage layout for a beauty store featuring a headline "Headline that grabs people's attention" and a "Featured collection" of skincare products.
- Apparel PRO:** A homepage layout for an apparel store with a hero image of a woman on a sand dune and the text "Lorem ipsum dolor sit".
- Furniture PRO:** A homepage layout for a furniture store with the headline "Give the your love".
- Jewellery PRO:** A homepage layout for a jewellery store with the headline "Pick The Perfect Pairing For Your Style" and a close-up image of a diamond ring.
- Single Product PRO:** A single product page layout for "High-Quality Sound Wireless Earbuds" featuring a profile image of a man wearing earbuds.
- Multi Vendor PRO:** A multi-vendor marketplace layout with a sidebar menu listing categories like Electronics, Computer, Fashion, Sports, and more.

Kaksi sijaintia teeman muokkausta varten



testi.local + New 4 WPForms Howdy, testisaara

Hello, testisaara

Welcome to Botiga FREE

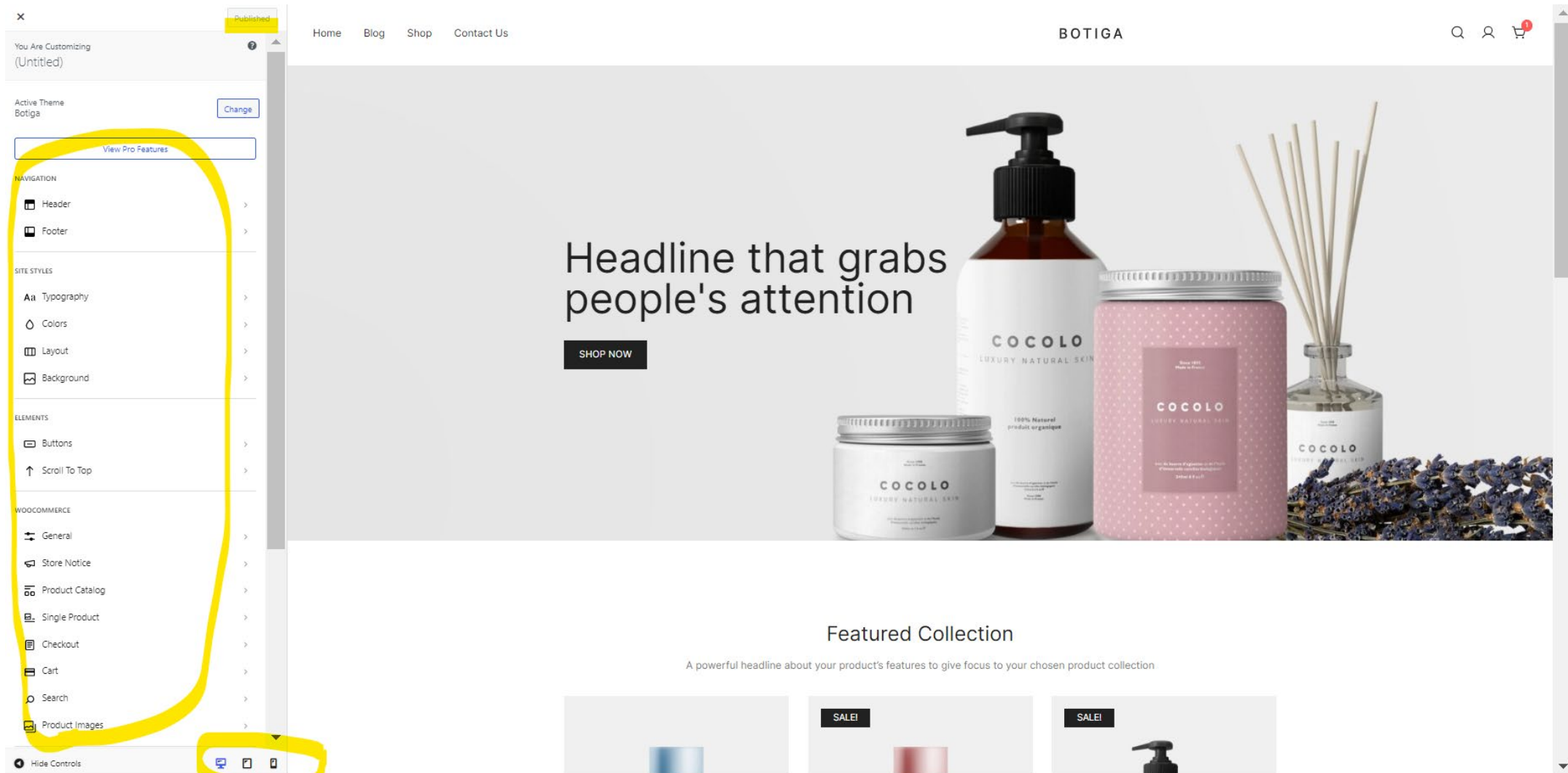
Botiga is now installed and ready to go. To help you with the next step, we've gathered together on this page all the resources you might need. We hope you enjoy using Botiga.

Home Starter Sites **Theme Features** Settings Useful Plugins Free vs Pro

- Change Site Title or Logo** FREE
Set the title and upload logo.
[Customize](#)
- Typography** FREE
Set the global font size, style and library.
[Customize](#)
- Color Options** FREE
Create your own palette and set the global colors.
[Customize](#)
- Header & Footer Builder** FREE
- Blog Archives** FREE
Set the blog layout, columns, pagination
- Single Posts** FREE
Set the single post layout, meta

Comments
WooCommerce
Products
Analytics
Marketing
Elementor
Templates
WPForms
Appearance
Themes
Theme Dashboard
Customize
Widgets
Menus
Header
Background

Appearance → Customize



You Are Customizing (Untitled)

Active Theme: Botiga [Change](#)

[View Pro Features](#)

NAVIGATION

- Header
- Footer

SITE STYLES

- Typography
- Colors
- Layout
- Background

ELEMENTS

- Buttons
- Scroll To Top

WOOCOMMERCE

- General
- Store Notice
- Product Catalog
- Single Product
- Checkout
- Cart
- Search
- Product Images

Published

Home Blog Shop Contact Us

BOTIGA [Q](#) [P](#) [C](#)

Headline that grabs people's attention

[SHOP NOW](#)

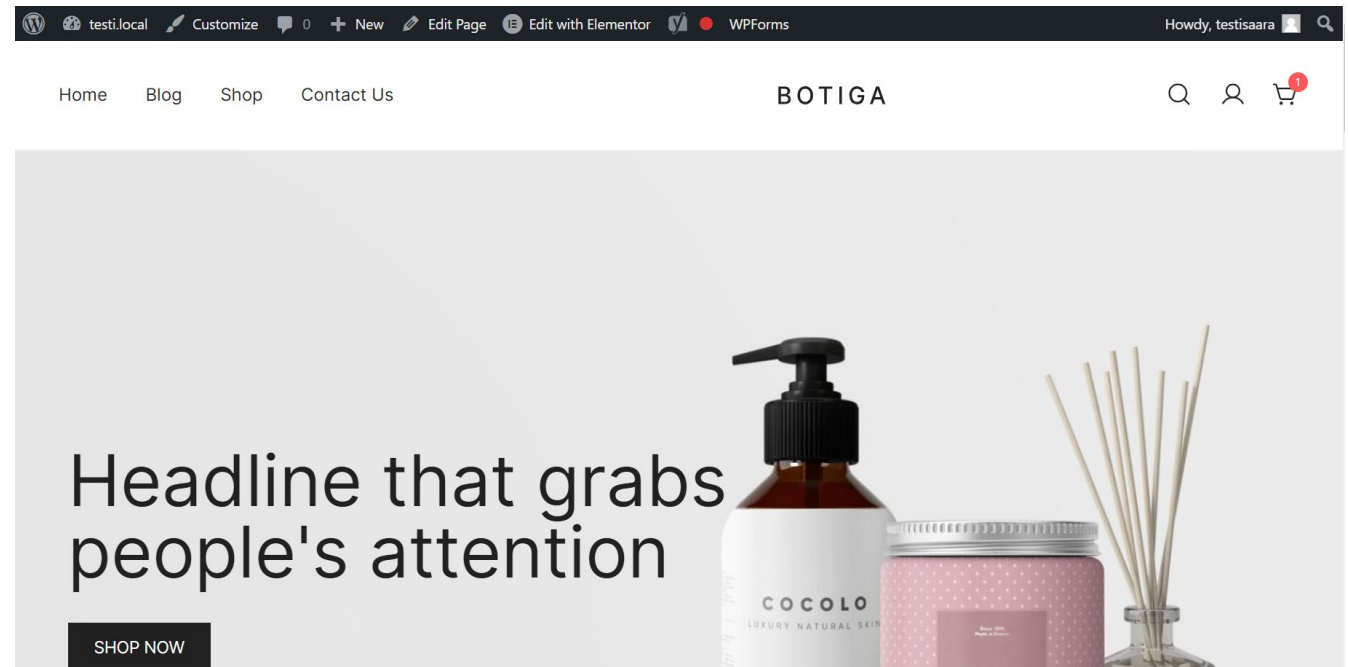
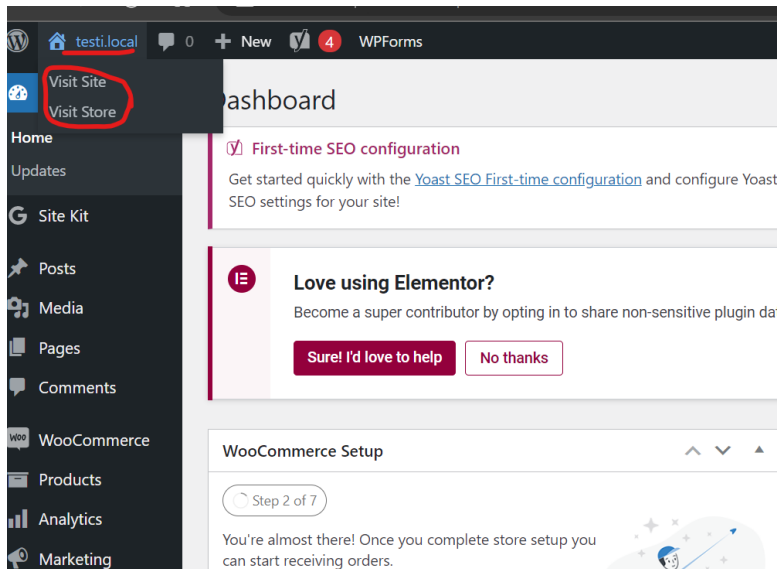
Featured Collection

A powerful headline about your product's features to give focus to your chosen product collection

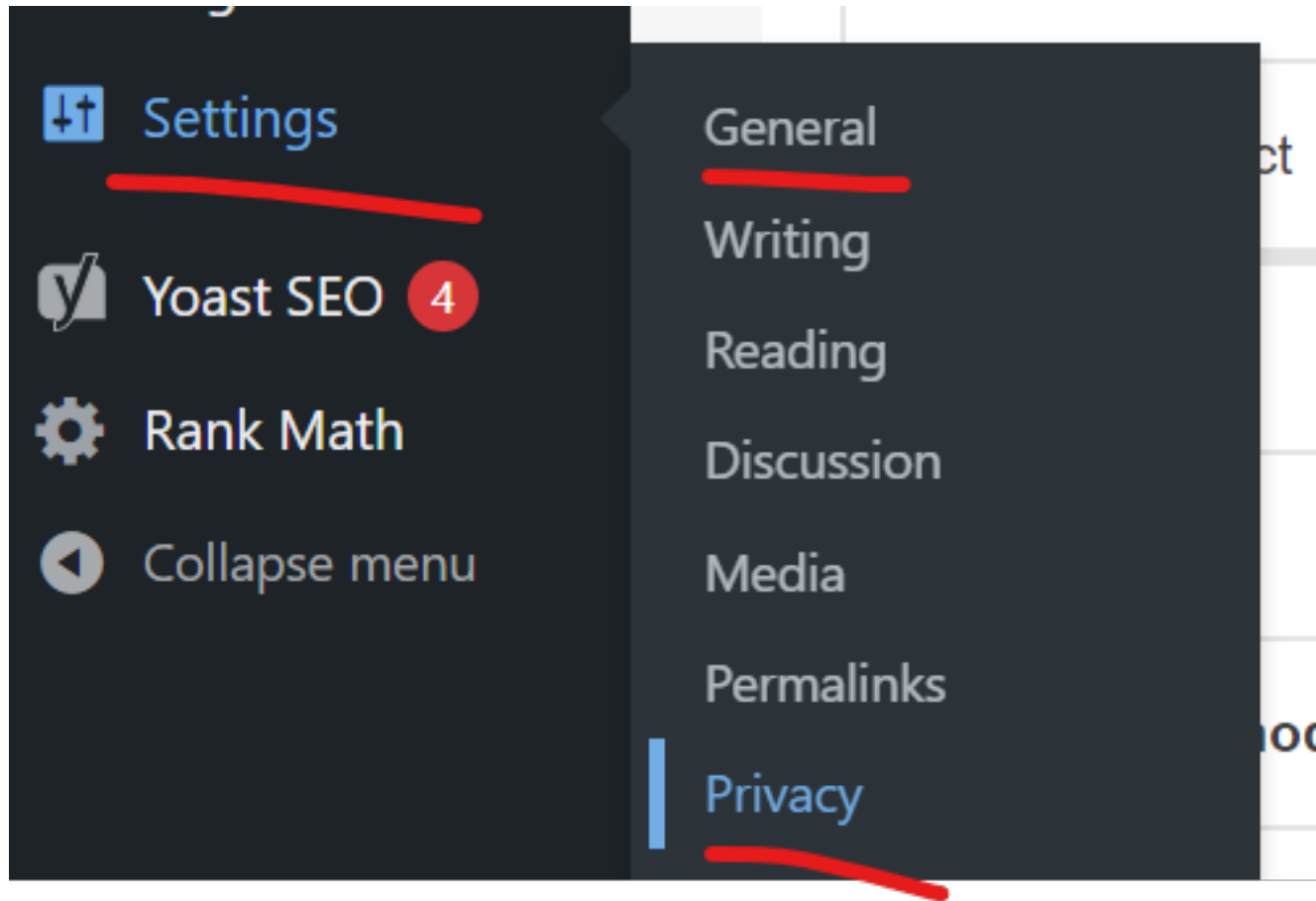
[SALE!](#) [SALE!](#)

Työskentely: Back-end vs. front-end

- WordPressissä ja Woocommerceissa on helppoa esikatsella muutoksia ennen tallentamista
- Itse olen tottunut työskentelemään siten, että pidän rinnakkain selaimessa välilehdillä sekä hallintapaneelia että varsinaista sivustoa (front-end)
 - Voit avata front-endin näkyviin pitämällä pohjassa Ctrl / Cmnd ja klikkaamalla hiirellä sivuston nimeä



Muokataan WordPress-asetukset



General

General Settings help

Site Title

Tagline
In a few words, explain what this site is about.

WordPress Address (URL)

Site Address (URL)
Enter the address here if you [want your site home page to be different from your WordPress installation directory](#).

Administration Email Address
This address is used for admin purposes. If you change this, an email will be sent to your new address to confirm it. **The new address will not become active until confirmed.**

Membership Anyone can register

- Pages
- Comments
- MailPoet
- WooCommerce
- Products
- Analytics
- Marketing
- Elementor
- Templates
- WPForms
- Appearance
- Plugins
- Users
- Tools

Privacy Settings


As a website owner, you may need to follow national or international privacy laws. For example, you may need to create and display a Privacy Policy. If you already have a Privacy Policy page, please select it below. If not, please create one.

The new page will include help and suggestions for your Privacy Policy. However, it is your responsibility to use those resources correctly, to provide the information that your Privacy Policy requires, and to keep that information current and accurate.

After your Privacy Policy page is set, you should edit it. You should also review your Privacy Policy from time to time, especially after installing or updating any themes or plugins. There may be changes or new suggested information for you to consider adding to your policy.

Need help putting together your new Privacy Policy page? [Check out our Privacy Policy guide](#) for recommendations on what content to include, along with policies suggested by your plugins and theme.

Create a new Privacy Policy Page

Create 

Select a Privacy Policy page

— Select — 

Use This Page

Asennetaan tarvittavat lisäosat

- Varmuuskopiointi: All-in-One WP Migration
- Hakukoneoptimointi: YoastSEO
- Evästekbanneri ja evästetiedon ylläpito: Complianz
- Analytiikka: WP statistics
- Woocommercen mukana tulee esim. Woocommerce Tax, joka asettaa verot asiakkaan sijaintimaan mukaan
- Mikäli verkkokauppasi on ”oikea”, kannattaa asentaa/ottaa käyttöön myös Google Analytics, Tag Manager ja Search Console sekä Meta Pixel
- Katsotaan maksutapoja ja toimitustapoja kolmannella kerralla

Vuosimaksulliset Woocommerce-lisäosat

- **Woocommerce Subscriptions:**
 - kuukausittain toimitettavat palvelut ja niiden laskutus
- **WooCommerce bookings:**
 - tilojen varaus
- **WooCommerce box office:**
 - lippujen myynti
- **WooCommerce order barcodes:**
 - Viivakoodit tilauksiin / tuotteisiin
- **WooCommerce PDF Invoices & packing slips:**
 - toimitustlistat yms.
- **WooCommerce mobile app:**
 - kaupan hallinnointi älypuhelimella löytyy
- **WooCommerce Cost of Goods:**
 - kateraportteja yms.
- **WooCommerce cart reports:**
 - ostoskorin analysointia
- **WooCommerce Google Analytics:**
 - verkkokaupan analytiikka näkyviin googlen palveluun erikseen
- **WooCommerce MailChimp integration:**
 - postituslistojen luonti kaupan asiakkaista
- **WooCommerce membership:**
 - esim. eritasoisia kuntosalijäsenyyksiä

Evästeet ja evästeekysely

- Miten tehdä evästeekysely GDPR:n mukaisesti, eli miten rakentaa evästeekysely ja -banneri niin, että käyttäjälle annetaan mahdollisuus valita, mitä evästeitä ladataan?
- GDPR- ja evästeekyselyt voi toteuttaa kahdella tavalla. Hankkimalla lisäosan, mikä sisältää evästeiden skannauspalvelun ja muun tarvittavan tai rekisteröitymällä palveluun, joka hoitaa skannauksen ja tarjoaa muut ominaisuudet omassa palvelussaan.

Soveltuvia lisäosia:

- Webtoffee GDPR Cookie Consent (maksullinen): https://www.webtoffee.com/product/gdpr-cookie-consent/?sscid=31k7_t24jt&
- WPeka WordPress Cookie Consent Plugin (maksullinen, edullisempi): https://club.wpeka.com/product/wp-gdpr-cookie-consent/?sscid=31k7_t272s
- Complianz (löytyy ilmaisversio): <https://wordpress.org/plugins/complianz-gdpr/>

→ skannaavat sivustolla olevat evästeet, kategorisoivat ne ja tekevät EU-säädösten mukaiset kyselyt/valinnat käyttäjälle sekä pitävät yllä “Consent Logia”, eli tiedostoa siitä, mitkä IP:t ovat hyväksyneet tai hylänneet evästeet.

Evästeet ja evästekysely

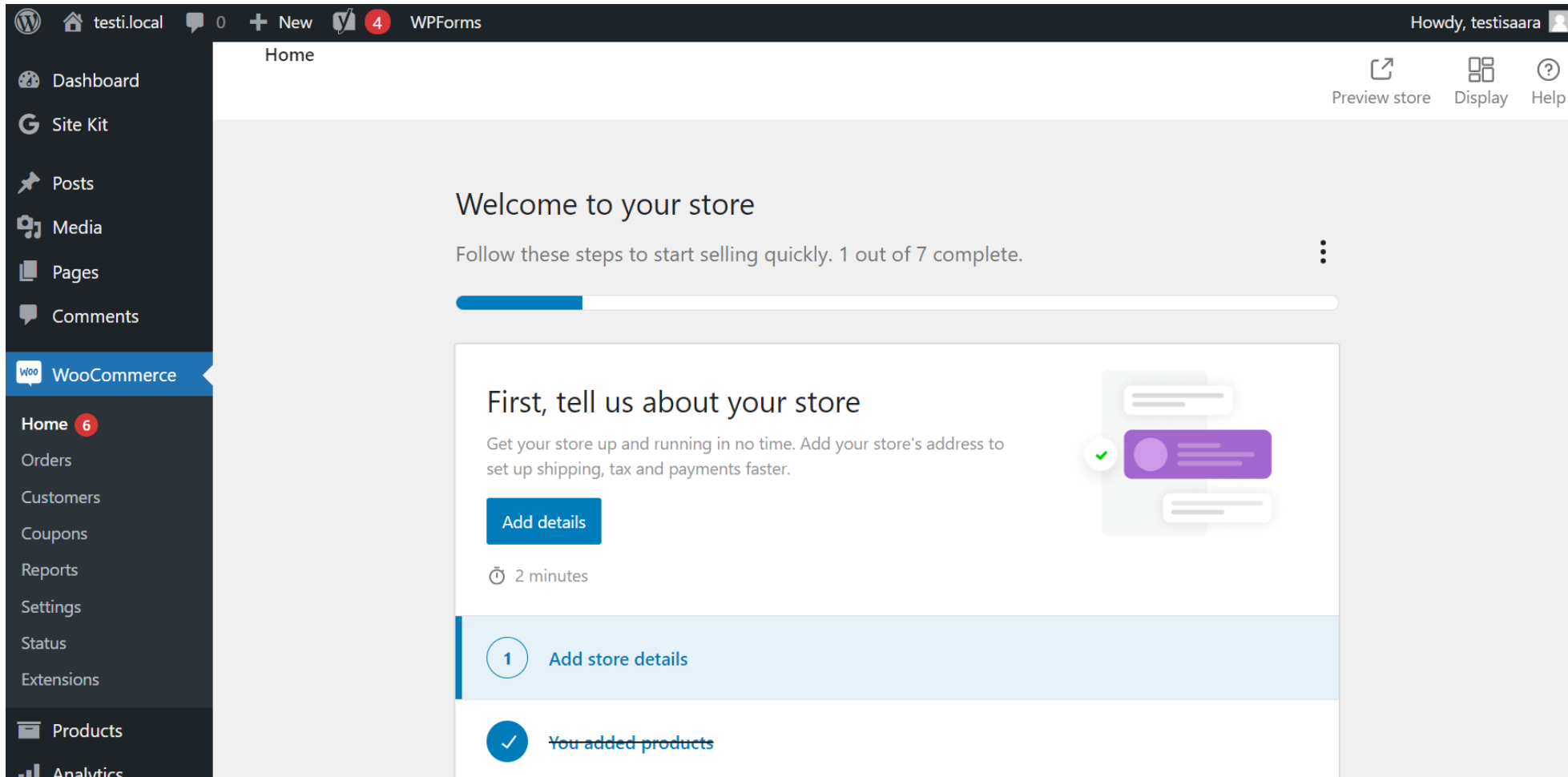
Käytännössä:

- Kun käyttäjä vierailee sivustollasi ensimmäisen kerran, käyttäjälle on näytettävä evästabanneri, josta käyttäjä hyväksyy tai hylkää evästeiden lataamisen.
- Lisäksi sivuston ylläpitäjän on estettävä ei-välttämättömät evästeet (esim. Google Analytics, Meta-pikseli, jne.) ennen kuin käyttäjä antaa suostumuksensa tähän.
- Evästeet tulee ladata vasta, kun käyttäjä on antanut tietoisin suostumuksen (=ennakkosuostumus).
 - Suostumus annetaan ns. “aktiivisesti” = painamalla erillistä hyväksymispainiketta.
 - Sivustolla on myös esitettävä evästekäytäntö, josta ilmenee, mitä evästeitä sivustolla käytetään ja miksi.
 - Käyttäjällä täytyy olla myös mahdollisuus muuttaa valintaansa evästeiden lataamisesta myöhemmin.

Tietoturvaan, evästeisiin ja rekisterin ylläpitoon liittyvät dokumentit

- 1. Tietosuojaseloste:** Tietosuojaseloste on asiakirja, jossa kerrotaan, mitä henkilötietoja verkkokaupassa kerätään ja miten niitä käsitellään. Selosteessa tulee kertoa esim. tietojen keräämisen peruste, käyttötarkoitus, säilytysaika ja tietojen luovuttaminen kolmansille osapuolille.
- 2. Evästekäytäntö:** Evästekäytännössä kerrotaan, mitä evästeitä verkkokaupassa käytetään ja miten niitä käytetään. Siinä tulee kertoa, miten evästeiden käyttöön voi vaikuttaa ja miten evästeiden käyttöä voi hallita.
- 3. Rekisteriseloste:** Rekisteriselosteessa kerrotaan, mitä tietoja verkkokaupassa olevasta asiakasrekisteristä kerätään, miten niitä käytetään ja miten niitä säilytetään. Selosteessa tulee myös mainita rekisteröidyn oikeudet, kuten oikeus tarkastaa omat tietonsa ja oikeus vaatia tietojen poistamista.

Käydään läpi Woocommercen asetukset



The screenshot shows the WordPress dashboard for a WooCommerce store. The top navigation bar includes the WordPress logo, the site URL 'testi.local', a 'New' button, a notification bell with '4' items, and the 'WPForms' plugin. The user is logged in as 'Howdy, testisaara'. The left sidebar contains the main navigation menu with items like Dashboard, Site Kit, Posts, Media, Pages, Comments, WooCommerce (highlighted), Home (6), Orders, Customers, Coupons, Reports, Settings, Status, Extensions, Products, and Analytics. The main content area is titled 'Home' and features a 'Welcome to your store' message. It includes a progress bar indicating that 1 out of 7 steps is complete. The first step, 'Add store details', is highlighted in blue and includes a '2 minutes' timer. The second step, 'You added products', is marked as complete with a checkmark. A 'Preview store' button, a 'Display' button, and a 'Help' button are visible in the top right corner of the main content area.

testi.local 0 + New 4 WPForms Howdy, testisaara

Dashboard
Site Kit
Posts
Media
Pages
Comments
WooCommerce
Home 6
Orders
Customers
Coupons
Reports
Settings
Status
Extensions
Products
Analytics

Home

Welcome to your store

Follow these steps to start selling quickly. 1 out of 7 complete.

Preview store Display Help

First, tell us about your store

Get your store up and running in no time. Add your store's address to set up shipping, tax and payments faster.

Add details



2 minutes

1 Add store details



✓ You added products

General: Shipping & taxes



General options

Selling location(s)  Sell to specific countries 

Sell to specific countries

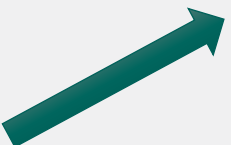
Shipping location(s)  Ship to specific countries only 

Ship to specific countries

Default customer location  Shop country/region 

Enable taxes Enable tax rates and calculations
Rates will be configurable and taxes will be calculated during checkout.

Enable coupons Enable the use of coupon codes
Coupons can be applied from the cart and checkout pages.



General: Currency

Currency options

The following options affect how prices are displayed on the frontend.

Currency



Euro (€)



Currency position



Left



Thousand separator



Decimal separator



Number of decimals



Save changes

Products

General | **Products** | Tax | Shipping | Payments | Accounts & Privacy | Emails | Integration | Advanced

General | Inventory | Downloadable products | Approved download directories | Advanced

Shop pages

Shop page ✕ ▼
The base page can also be used in your [product permalinks](#).

Add to cart behaviour

- Redirect to the cart page after successful addition
- Enable AJAX add to cart buttons on archives

Placeholder image

Measurements

Weight unit ▼

Dimensions unit ▼

Reviews

Enable reviews

- Enable product reviews
- Show "verified owner" label on customer reviews
- Reviews can only be left by "verified owners"

Product ratings

- Enable star rating on reviews
- Star ratings should be required, not optional

[Save changes](#)

Veroasetukset

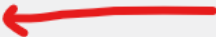
- Yleisesti ottaen verkkokaupan verot lasketaan **asiakkaan kohdemaan mukaan**. Tämä johtuu siitä, että eri maissa on erilaisia verosääntöjä ja -määräyksiä, ja verot määräytyvät yleensä sen maan mukaan, jossa tuotteen tai palvelun ostaja sijaitsee.
- Jos verkkokauppa myy tuotteita tai palveluja useisiin eri maihin, sen on yleensä rekisteröidyttävä jokaiseen näihin maihin, ja noudatettava kyseisen maan verosääntöjä ja -määräyksiä. Tämä voi sisältää esimerkiksi paikallisten arvonlisäverojen (ALV) keräämisen ja maksamisen.

Taxes

General Products **Tax** Shipping Payments Accounts & Privacy Emails Integration Advanced

Tax options | [Standard rates](#) | [Reduced rate rates](#) | [Zero rate rates](#)

Tax options

Prices entered with tax Yes, I will enter prices inclusive of tax 
 No, I will enter prices exclusive of tax

Calculate tax based on


Shipping tax class


Rounding Round tax at subtotal level, instead of rounding per line

Additional tax classes

Display prices in the shop

Display prices during cart and checkout

 **Inconsistent tax settings:** To avoid possible rounding errors, prices should be entered and displayed consistently in all locations either including, or excluding taxes. ×

 [Use recommended settings](#) [Learn more](#)


Prices entered with tax Yes, I will enter prices inclusive of tax
 No, I will enter prices exclusive of tax


Calculate tax based on

Shipping tax class

Rounding Round tax at subtotal level, instead of rounding per line


Additional tax classes

Display prices in the shop 

Display prices during cart and checkout 

Price display suffix

Display tax totals

[Save changes](#) 

Shipping & Payments katsotaan myöhemmin

Accounts & Privacy

General Products Tax Shipping Payments **Accounts & Privacy** Emails Integration Advanced

Guest checkout

- Allow customers to place orders without an account
- Allow customers to log into an existing account during checkout

Account creation

- Allow customers to create an account during checkout
- Allow customers to create an account on the "My account" page
- When creating an account, automatically generate an account username for the customer based on their name, surname or email
- When creating an account, send the new user a link to set their password

Account erasure requests

- Remove personal data from orders on request

When handling an [account erasure request](#), should personal data within orders be retained or removed?

- Remove access to downloads on request

When handling an [account erasure request](#), should access to dow

Personal data removal Allow personal data to be removed in bulk from orders


Adds an option to the orders screen for removing personal data in bulk. Note that removing personal data cannot be undone.

Privacy policy

This section controls the display of your website privacy policy. The privacy notices below will not show up unless a [privacy page](#) is set.

Registration privacy policy ⓘ Your personal data will be used to support your experience throughout this website, to manage access to your account, and for other purposes described in our [privacy_policy].

Checkout privacy policy ⓘ Your personal data will be used to process your order, support your experience throughout this website, and for other purposes described in our [privacy_policy].




Accounts & Privacy

Personal data retention

Choose how long to retain personal data when it's no longer needed for processing. Leave the following options blank to retain this data indefinitely.

Retain inactive accounts

Retain pending orders


Retain failed orders

Retain cancelled orders

Retain completed orders












Save changes

Emails

Email notifications

Email notifications sent from WooCommerce are listed below. Click on an email to configure it.

To ensure your store's notifications arrive in your and your customers' inboxes, we recommend connecting your email address to your domain and setting up a dedicated SMTP server. If something doesn't seem to be sending correctly, install the [WP Mail Logging Plugin](#) or check the [Email FAQ page](#).

Email	Content type	Recipient(s)	
 New order ⓘ	text/html	dev-email@wpengine.local	Manage
 Cancelled order ⓘ	text/html	dev-email@wpengine.local	Manage
 Failed order ⓘ	text/html	dev-email@wpengine.local	Manage
 Order on hold ⓘ	text/html	Customer	Manage
 Processing order ⓘ	text/html	Customer	Manage
 Completed order ⓘ	text/html	Customer	Manage
 Refunded order ⓘ	text/html	Customer	Manage
 Customer invoice / Order details ⓘ	text/html	Customer	Manage
 Customer note ⓘ	text/html	Customer	Manage
 Reset password ⓘ	text/html	Customer	Manage
 New account ⓘ	text/html	Customer	Manage

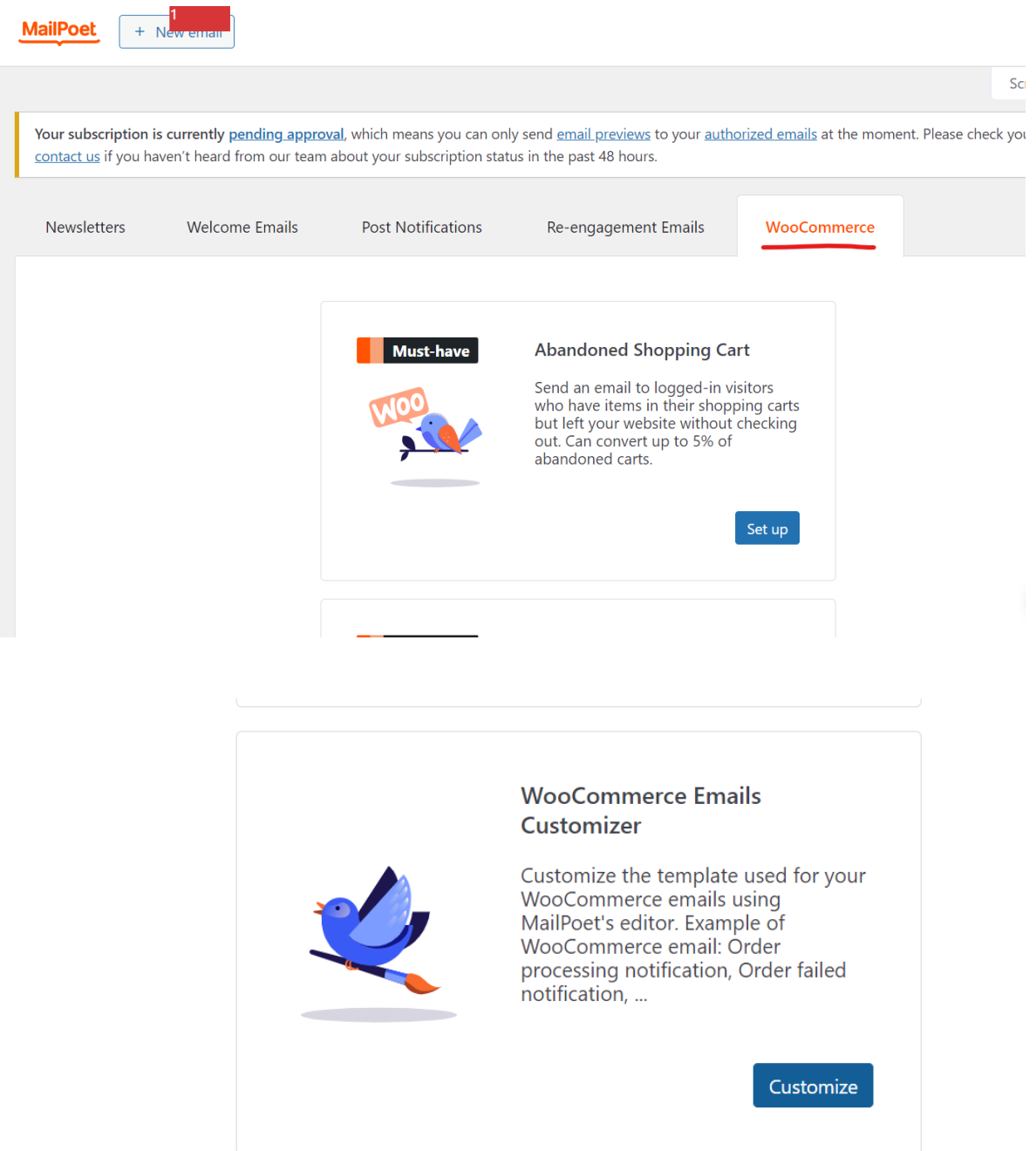
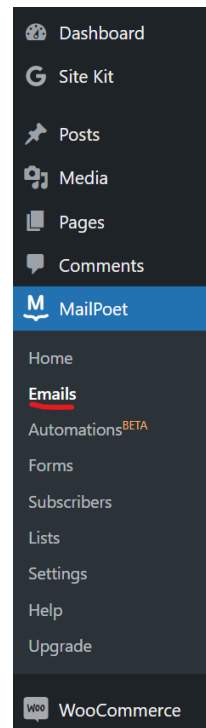
Lue lisää: <https://woocommerce.com/posts/how-to-customize-emails-in-woocommerce/>

Automaattiviestien muokkaus

- **Lisäosan avulla, esim.:**
 - Mailchimp
 - Woocommerce Follow-Ups (maksullinen): <https://woocommerce.com/products/follow-up-emails/>
 - MailPoet: <https://woocommerce.com/products/mailpoet/>
- (Muokkaamalla HTML-templaattia ja php-tiedostoa)

MailPoet

1. Asenna lisäosa
2. Luo tili ja seuraa MailPoetin ohjeita
3. Ryhdy muokkaamaan Woocommercen automaattiosähköposteja



Edit template for WooCommerce emails

Save

This email template will be used for all your WooCommerce emails. Meaning that any content added to this template will be visible in all WooCommerce emails. If you want to change email-specific content including titles, [visit WooCommerce settings](#).

Load dummy data for email:

Completed order

- New account
- Processing order
- Completed order
- Customer note

Logo

Thanks for shopping with us

Hi Flop



CONTENT

COLUMNS

STYLES



Branding color



Arial

14px

Help

Mailchimp for Woocommerce

- Dashboard
- Site Kit
- Posts
- Media
- Pages
- Comments
- WooCommerce**
- Home 4
- Orders
- Customers
- Coupons
- Reports
- Settings
- Status
- Extensions
- Mailchimp

Mailchimp for WooCommerce

 Activity Fin

1 OF 3 - CONNECT



Add Mailchimp for WooCommerce

Build custom segments, send automations, and track purchase activity in Mailchimp. Login to authorize an account connection.

CONNECT ACCOUNT

CREATE ACCOUNT

Connected! Please wait while loading next step

Mailchimp for Woocommerce

Sync Settings

Initial Sync

WooCommerce does not keep a historical record of a customer's opt-in preferences. This plugin will add this functionality moving forward. Do you want to subscribe all customers to your Mailchimp Audience or only those moving forward?

- Auto-subscribe all customers on the initial sync
- Only sync customers in this store who are subscribed in my Mailchimp Audience

Ongoing Sync

To maximize your marketing efforts, we recommend syncing all customer data with Mailchimp. This way, you can send both marketing and transactional campaigns to your clients. You also have the option to only sync those who subscribe to your Audience at checkout or create an account on your store. Transactional messages like abandoned carts, order confirmations, etc., will not trigger if you decide to only send to subscribers.

- Send all data to your Mailchimp Audience, including subscribers and transactional customers
- Only sync subscribers. No transactional customers will be sent to your Mailchimp Audience

Cart Tracking

You may disable this if you are not using Abandoned Cart Automations.

- Track carts for all customers
- Only track carts for subscribed customers
- Disable cart tracking

Opt-In Checkbox Settings

Checkbox display options

Choose how you want the opt-in to your newsletter checkbox to render at checkout.

- Visible, checked by default
- Visible, unchecked by default
- Hidden, unchecked by default

Message for the opt-in checkbox

The call-to-action text that prompts customers to subscribe to your newsletter at checkout.

Haluan saada jatkossa myös Testikaupan uutiskirjeen.

HTML tags allowed: and

Learn if there is any language translation (de/en/fr/es/pt) translates the string "Subscribe to our newsletter"

Shop checkout preview

The box below is a preview of your checkout page. Styles and fields may not be exact.

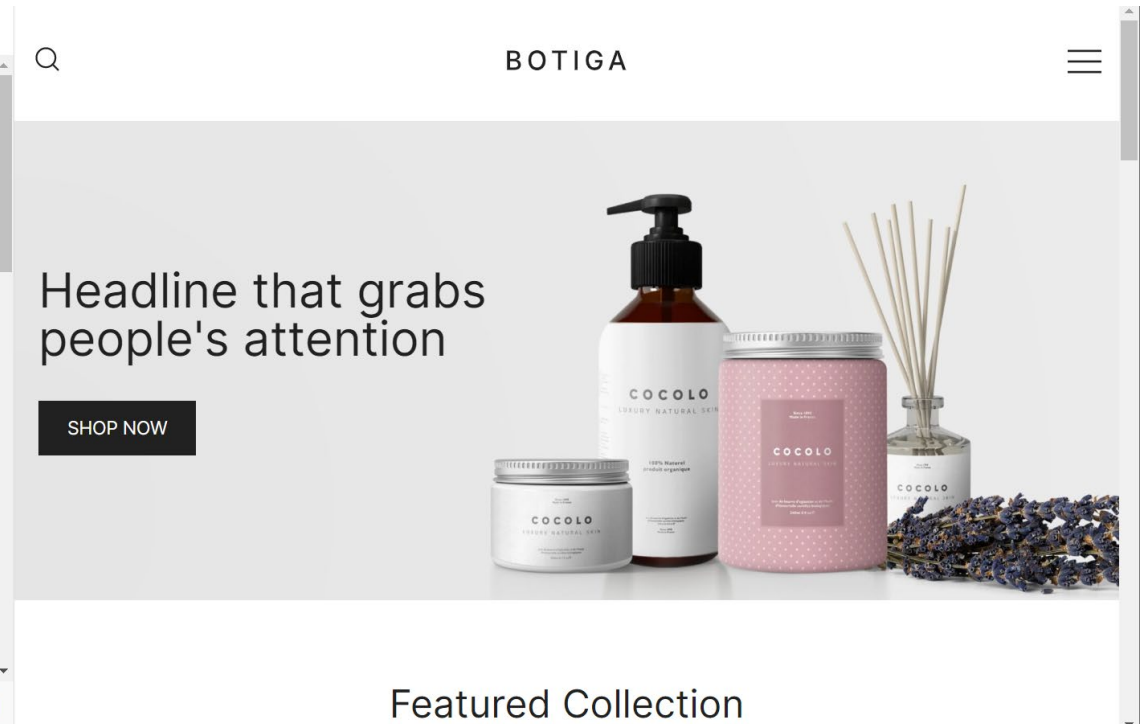
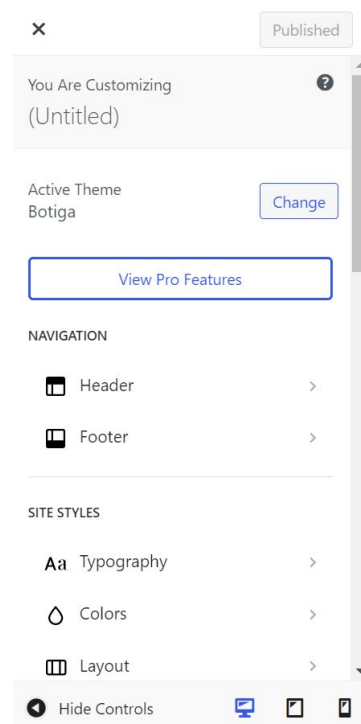
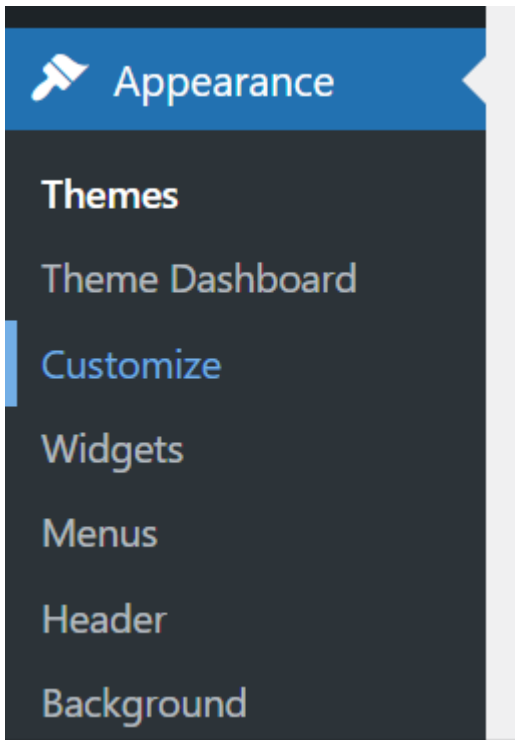
Postcode / ZIP

Town / City

Email address

Haluan saada jatkossa myös Testikaupan uutiskirjeen.

Verkkokaupan ulkoasun muokkaaminen



Verkkokaupan tuotekategoriat

Dashboard

Site Kit

Posts

Media

Pages

Comments

WooCommerce

Products

All Products

Add New

Categories

Tags

Attributes

Reviews

Analytics

Marketing

You're doing great! 6 steps left to get your store up and running. [Continue setup](#)

Product categories

Activity Finish setup

Screen Options Help

Bulk actions 2 items

<input type="checkbox"/>	Image	Name	Descri			Slug	Count	
<input type="checkbox"/>		Uncategorized	—			uncategorized	0	
<input type="checkbox"/>		Cosmetics Edit Quick Edit Delete View Make default	—			cosmetics	8	

Image Name Descri Slug Count

Bulk actions 2 items

Add new category

Name

The name is how it appears on your site.

Slug

The "slug" is the URL-friendly version of the name. It is usually all lowercase and contains only letters, numbers, and hyphens.

Parent category

Tuotekategorian muokkaaminen

Dashboard Site Kit Posts Media Pages Comments WooCommerce **Products** All Products Add New Categories Tags Attributes Reviews Analytics Marketing Elementor Templates WPForms Appearance Plugins

You're doing great! 6 steps left to get your store up and running

Edit category

Name
The name is how it appears on your site.

Slug
The "slug" is the URL-friendly version of the name. It is usually all lowercase and contains only letters, numbers, and hyphens.

Parent category
Assign a parent term to create a hierarchy. The term Jazz, for example, would be the parent of Bebop and Big Band.

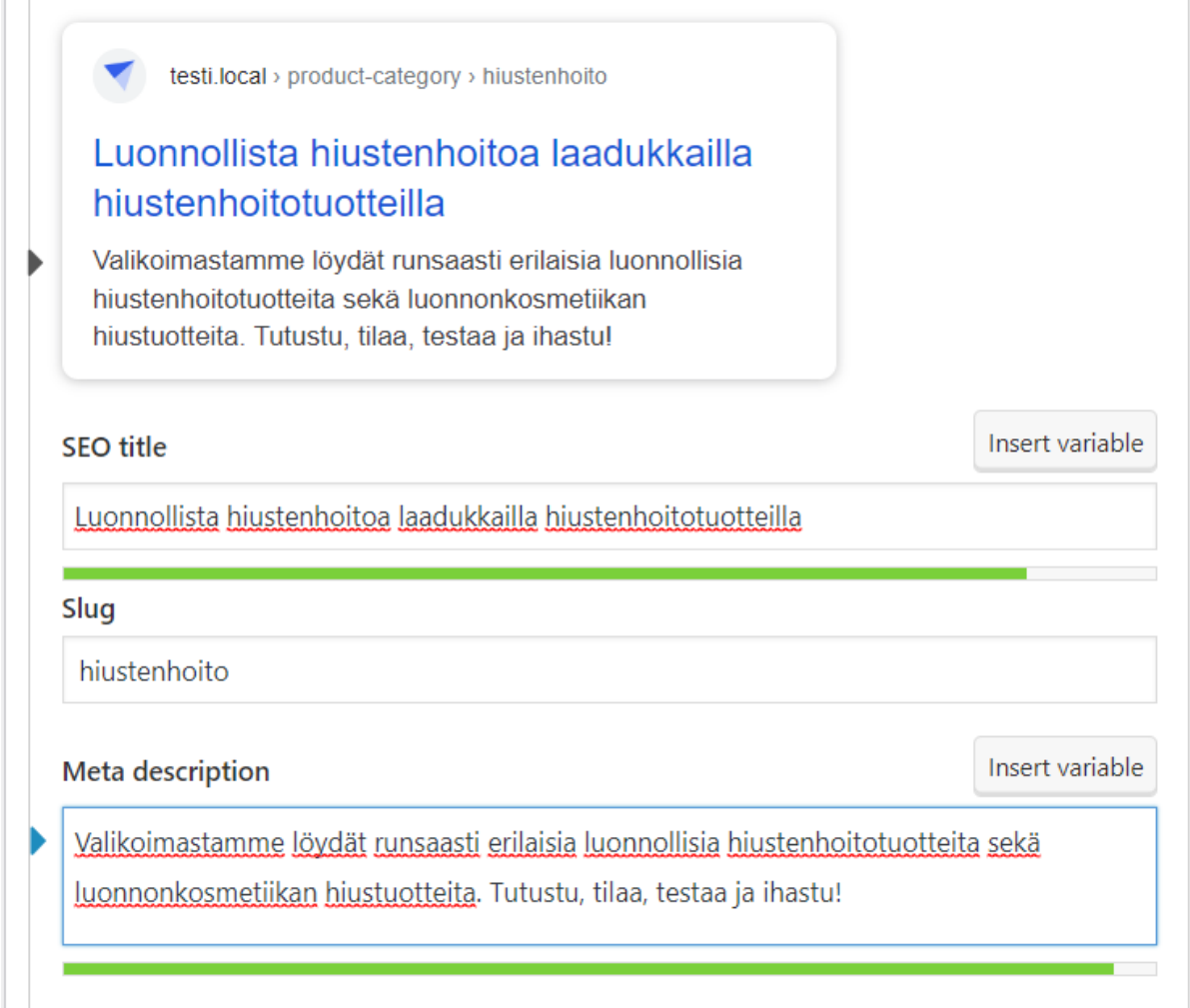
Description Visual Text

Paragraph **B** *I*

Tästä kategoriasta löydät hellävaraisia ja allergiaystävällisiä hiustenhoitotuotteita. Tutustu ja tilaa!

Tuotekategorioiden meta-tiedot Yoast SEO:lla

- Tuotekategorioiden hakukonenäkyvyyteen vaikuttavat meta-tiedot on helppo täyttää Yoast SEO – lisäosan avulla.
- Kirjoita **meta titleksi** kyseistä tuotekategoriaan kuvaava, 50-60 merkkiä pitkä kuvaus, joka sisältää tuotekategorian nimen eli tärkeimmän avainsanan.
- **Meta description** on tuotekategoriaa kuvaava teksti, jolle hyvä pituus on 155-160 merkkiä. Kuvaustekstissä on hyvä olla toimintakehote, esim. “Tilaa heti!”



The screenshot shows the Yoast SEO interface for editing meta data for a product category. At the top, the breadcrumb path is 'testi.local > product-category > hiustenhoito'. The main heading is 'Luonnollista hiustenhoitoa laadukkailla hiustenhoitotuotteilla'. Below it is a meta description: 'Valikoimastamme löydät runsaasti erilaisia luonnollisia hiustenhoitotuotteita sekä luonnonkosmetiikan hiustuotteita. Tutustu, tilaa, testaa ja ihastu!'. The 'SEO title' field contains the same text as the meta description, with a green progress bar below it. The 'Slug' field contains 'hiustenhoito'. The 'Meta description' field contains the same text as the meta description, with a green progress bar below it. There are 'Insert variable' buttons next to the SEO title and Meta description fields.

testi.local > product-category > hiustenhoito

Luonnollista hiustenhoitoa laadukkailla hiustenhoitotuotteilla

Valikoimastamme löydät runsaasti erilaisia luonnollisia hiustenhoitotuotteita sekä luonnonkosmetiikan hiustuotteita. Tutustu, tilaa, testaa ja ihastu!

SEO title Insert variable

Luonnollista hiustenhoitoa laadukkailla hiustenhoitotuotteilla

Slug

hiustenhoito

Meta description Insert variable

Valikoimastamme löydät runsaasti erilaisia luonnollisia hiustenhoitotuotteita sekä luonnonkosmetiikan hiustuotteita. Tutustu, tilaa, testaa ja ihastu!

Pääkategoriat & alakategoriat

Dashboard | You're doing great! 6 steps left to get your store up and running. [Continue setup](#)

Product categories

Activity | Finish setup | Screen Options | Help

Search categories

Product categories for your store can be managed here. To change the order of categories on the front-end you can drag and drop to sort them. To see more categories listed click the "screen options" link at the top-right of this page.

Add new category

Name:

The name is how it appears on your site.

Slug:

The "slug" is the URL-friendly version of the name. It is usually all lowercase and contains only letters, numbers, and hyphens.

Parent category: **None** (dropdown menu open showing: None, Hiustenhoito, Shampooot, Kosmetiikka, Uncategorized)

The description is not prominent by default; however, some themes may show it.

Display type: **Default** (dropdown menu)

Thumbnail:

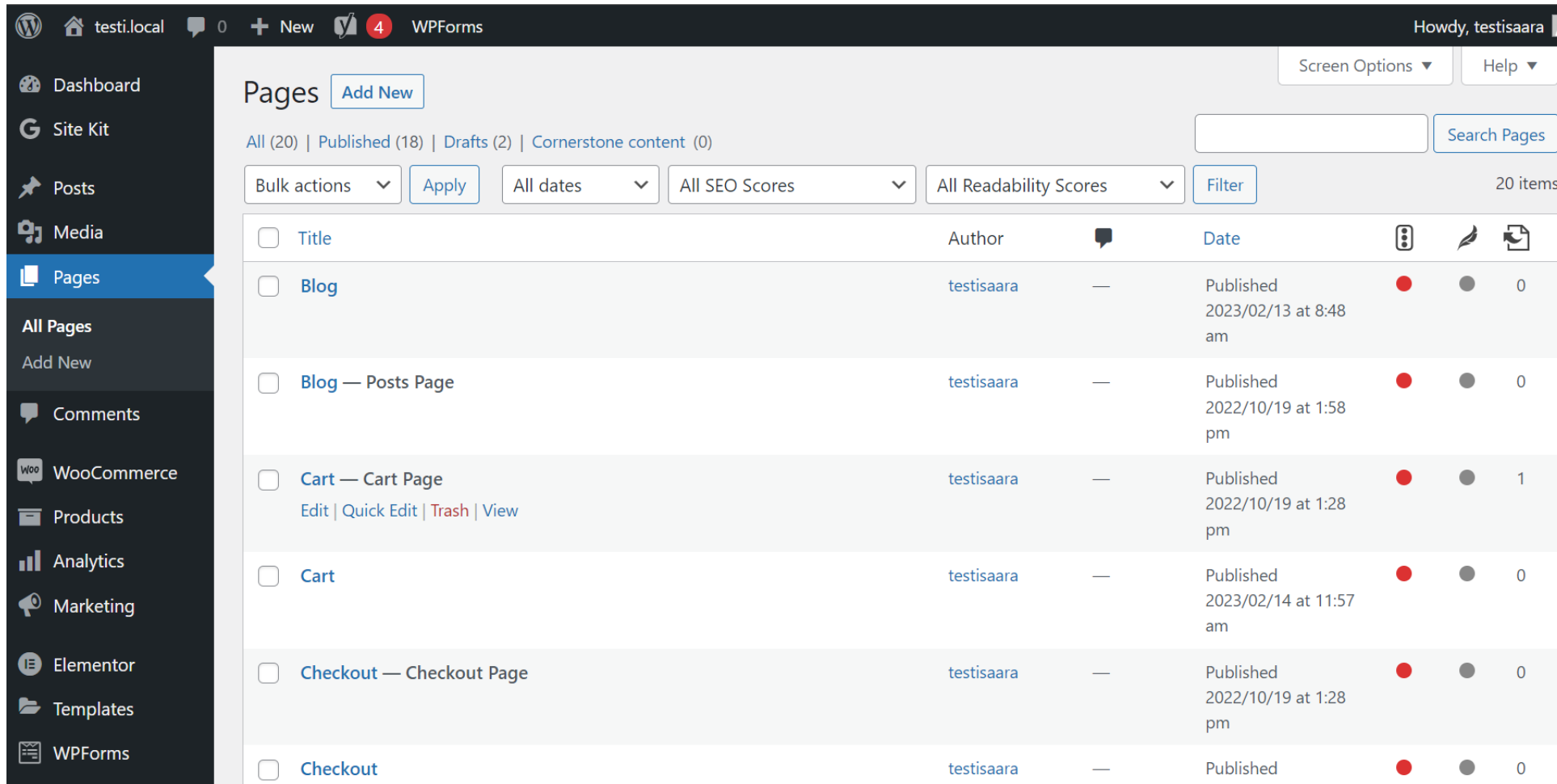
4 items

<input type="checkbox"/>	Image	Name	Description	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Slug	Count	
<input type="checkbox"/>		Uncategorized	—	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	uncategorized	0	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>		Hiustenhoito	Tästä kategoriasta löydät hellävaraisia ja allergiaystävällisiä hiustenhoitotuotteita. Tutustu ja tilaa!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	hiustenhoito	0	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>		Shampooot	Tutustu hajusteettomiin shampooisiin! Valikoimastamme löydät myös kotimaista kosmetiikkaa, joka soveltuu kaikkein herkimmällekin päänahalle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	shampooot	0	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>		Kosmetiikka	Tästä tuotekategoriasta löydät laadukkaat ja turvalliset kosmetiikkatuotteet edullisesti.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	kosmetiikka	8	<input type="checkbox"/>

4 items

Note: Deleting a category does not delete the products in that category. Instead, products that were only assigned to the deleted category are set to the category **Uncategorized**.

Verkkokaupan sivut (pages)



The screenshot shows the WordPress admin interface for managing pages. The left sidebar contains navigation menus for Dashboard, Site Kit, Posts, Media, Pages (selected), All Pages, Add New, Comments, WooCommerce, Products, Analytics, Marketing, Elementor, Templates, and WPForms. The main content area displays a list of pages with columns for Title, Author, Date, and status indicators. The 'Cart' page is highlighted with a blue background.

Pages [Add New](#)

All (20) | Published (18) | Drafts (2) | Cornerstone content (0)

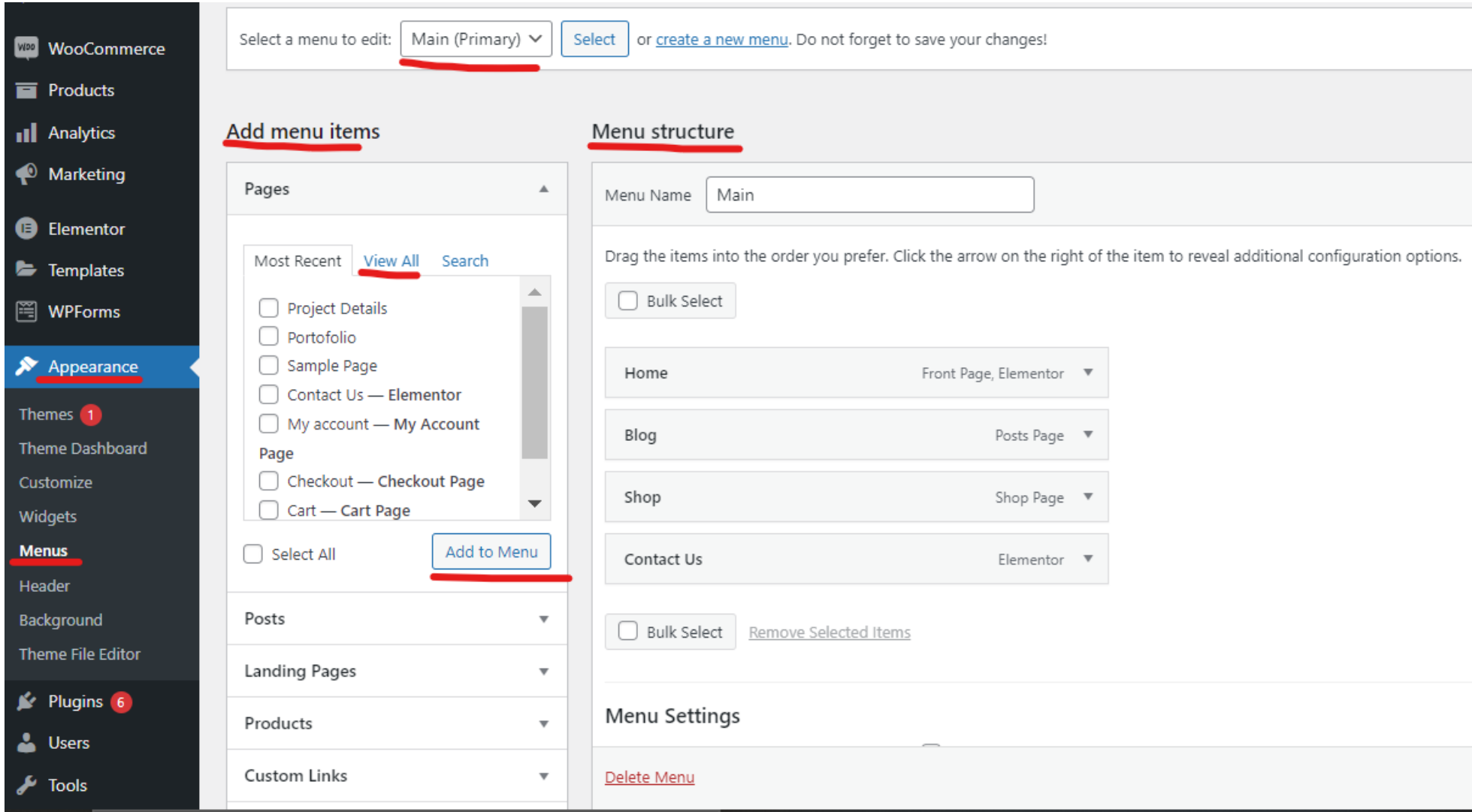
Bulk actions [Apply](#) All dates [All SEO Scores](#) [All Readability Scores](#) [Filter](#) 20 items

<input type="checkbox"/>	Title	Author	Date			
<input type="checkbox"/>	Blog	testisaara	Published 2023/02/13 at 8:48 am	●	●	0
<input type="checkbox"/>	Blog — Posts Page	testisaara	Published 2022/10/19 at 1:58 pm	●	●	0
<input type="checkbox"/>	Cart — Cart Page Edit Quick Edit Trash View	testisaara	Published 2022/10/19 at 1:28 pm	●	●	1
<input type="checkbox"/>	Cart	testisaara	Published 2023/02/14 at 11:57 am	●	●	0
<input type="checkbox"/>	Checkout — Checkout Page	testisaara	Published 2022/10/19 at 1:28 pm	●	●	0
<input type="checkbox"/>	Checkout	testisaara	Published	●	●	0

Verkkokaupassa navigointi

- Verkkokaupan suunnitteluvaiheessa olet päättänyt verkkokauppiasi pää- ja alakategoriat sekä muut sivut
- Muokataan verkkokaupan navigaatio vastaamaan suunnitelmaa

Päivitetään ensisijainen menu



Select a menu to edit: Main (Primary) [Select](#) or [create a new menu](#). Do not forget to save your changes!

Add menu items

Pages

Most Recent View All Search

- Project Details
- Portfolio
- Sample Page
- Contact Us — Elementor
- My account — My Account

Page

- Checkout — Checkout Page
- Cart — Cart Page

Select All [Add to Menu](#)

Menu structure

Menu Name

Drag the items into the order you prefer. Click the arrow on the right of the item to reveal additional configuration options.

Bulk Select

- Home Front Page, Elementor
- Blog Posts Page
- Shop Shop Page
- Contact Us Elementor

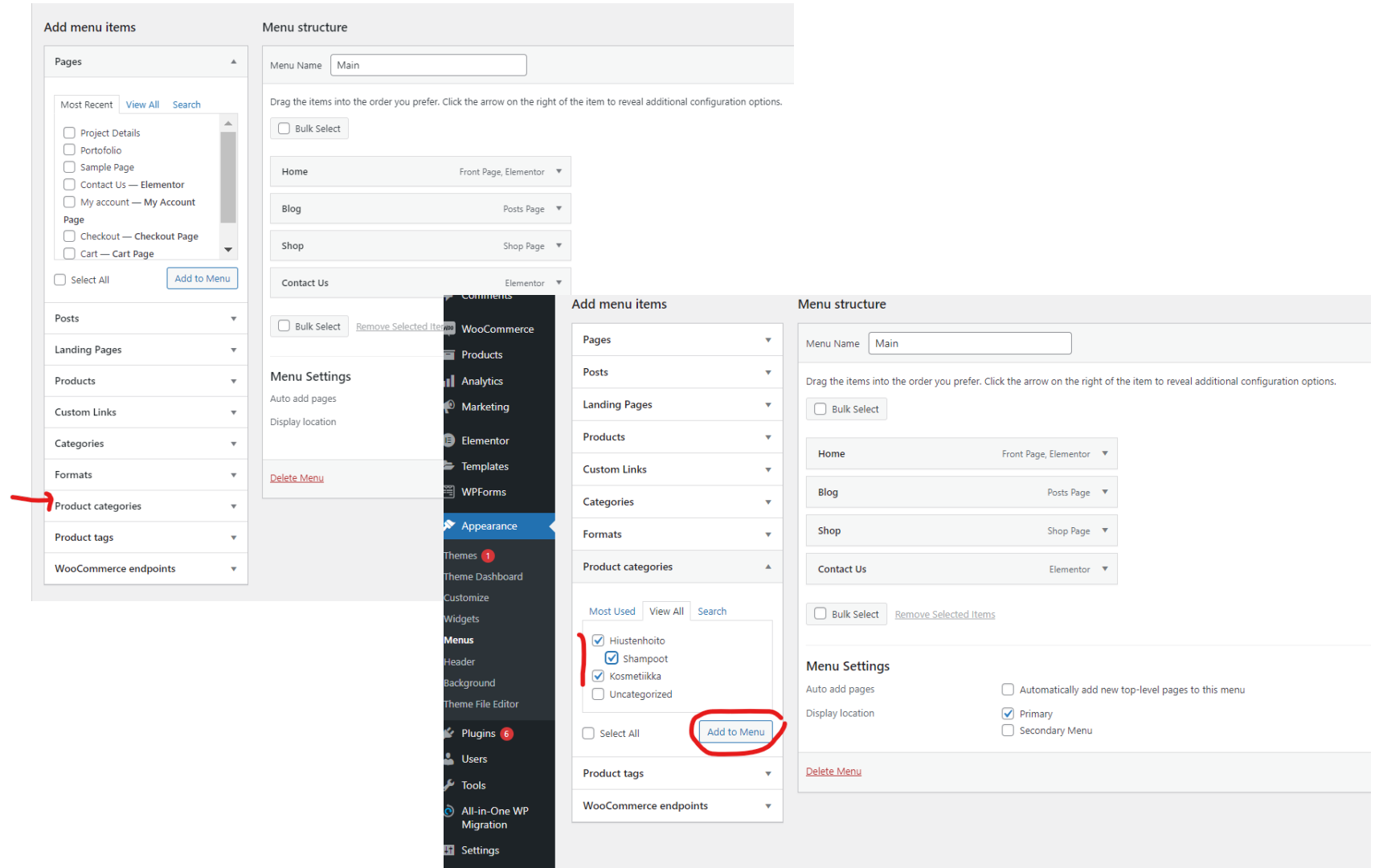
Bulk Select [Remove Selected Items](#)

Menu Settings

[Delete Menu](#)

Päivitetään ensisijainen menu

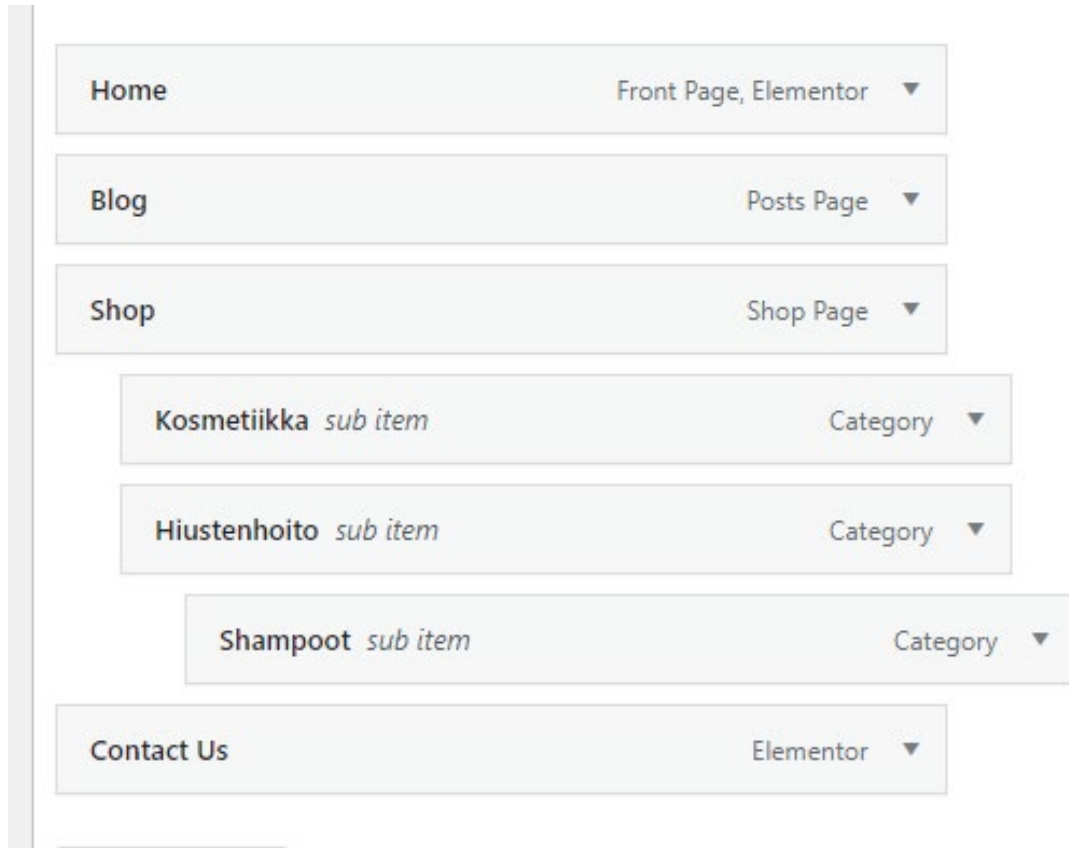
- Woocommerce ei lisää automaattisesti kategorioita sivuiksi (pages), vaan ne täytyy valita erikseen listauksesta



The screenshot displays the WordPress admin interface for configuring a menu. The left sidebar shows the 'Product categories' menu item highlighted with a red arrow. The main content area is split into two panels: 'Add menu items' and 'Menu structure'. The 'Add menu items' panel shows a list of categories, with 'Product categories' expanded to show 'Hiustenhoito', 'Shampoo', and 'Kosmetiikka' checked. The 'Add to Menu' button is circled in red. The 'Menu structure' panel shows the 'Main' menu with items like 'Home', 'Blog', 'Shop', and 'Contact Us' listed. The 'Menu Settings' panel shows options for 'Auto add pages' and 'Display location'.

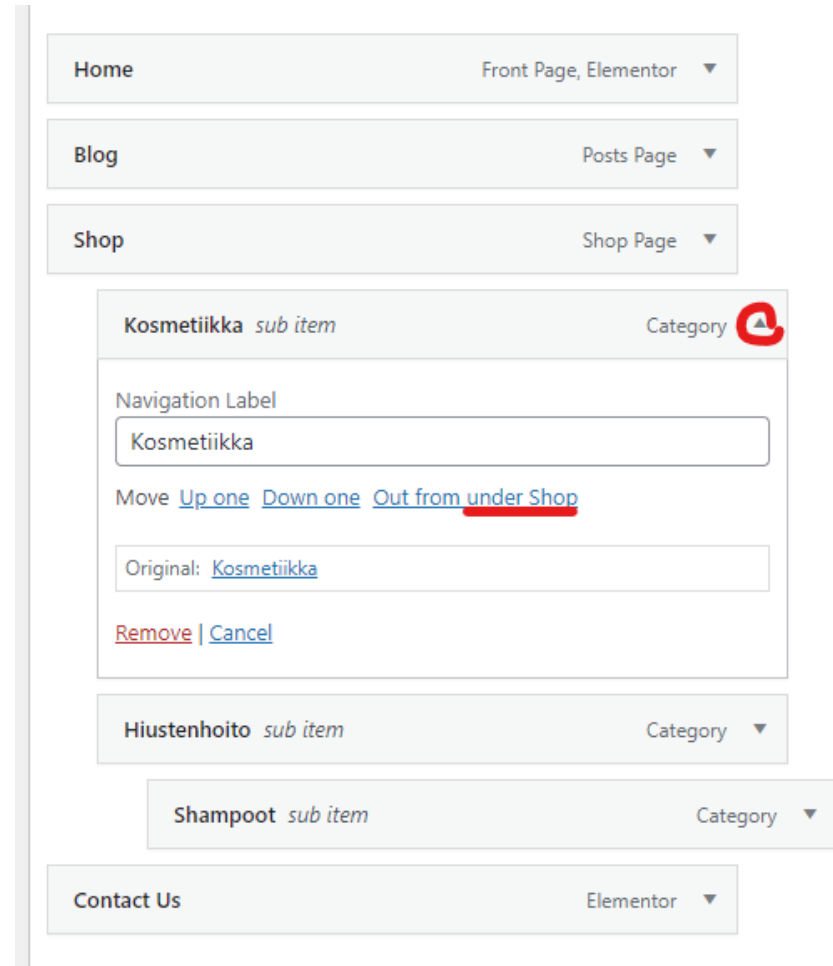
Päivitetään ensisijainen menu

- Siirrä tuotekategoriat haluamaasi paikkaan:



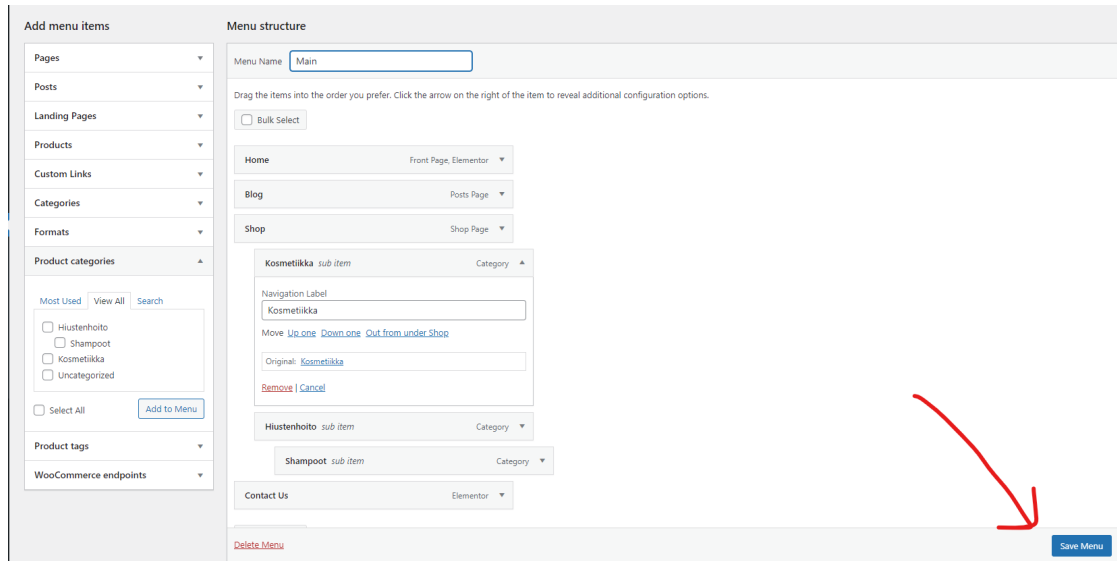
The screenshot shows the WordPress navigation menu editor with the following items:

- Home (Front Page, Elementor)
- Blog (Posts Page)
- Shop (Shop Page)
- Kosmetiikka *sub item* (Category)
- Hiustenhoito *sub item* (Category)
- Shampooot *sub item* (Category)
- Contact Us (Elementor)



The screenshot shows the 'Kosmetiikka' item being edited in the WordPress navigation menu editor. The item is currently set as a 'Category' and is located under the 'Shop' menu item. The 'Navigation Label' field contains 'Kosmetiikka'. The 'Move' options are 'Up one', 'Down one', and 'Out from under Shop' (which is underlined in red). The 'Original' field contains 'Kosmetiikka'. The 'Remove' and 'Cancel' buttons are visible. The other menu items remain the same as in the previous screenshot.

Tallenna lopuksi ja päivitä front-end



The screenshot shows the WordPress Admin interface for editing a menu. On the left, the 'Add menu items' sidebar is open, showing a list of categories including 'Product categories' with sub-items like 'Hiustenhoito', 'Shampoo', 'Kosmetiikka', and 'Uncategorized'. The 'Add to Menu' button is highlighted. The main area, 'Menu structure', shows a 'Main' menu with items: Home, Blog, Shop, Kosmetiikka (sub-item), Hiustenhoito (sub-item), Shampoo (sub-item), and Contact Us. A red arrow points to the 'Save Menu' button at the bottom right.



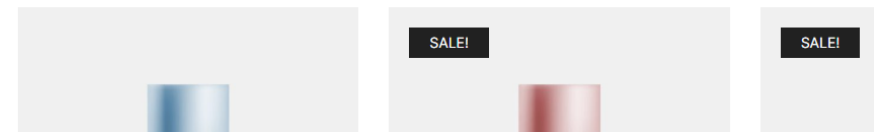
The screenshot shows the front-end of a website. The navigation menu at the top includes 'Home', 'Blog', 'Shop', and 'Contact Us'. The 'Shop' menu item is active, showing a dropdown menu with 'Kosmetiikka' and 'Hiustenhoito'. A red arrow points to the 'Hiustenhoito' menu item.

BOTIGA

Shop

State the biggest use case of your product. Briefly expand on how this will help your customers.

Showing all 8 results



The screenshot shows a grid of product cards on the Shop page. The first card is partially visible with a blue gradient. The second card has a 'SALE!' badge and a red gradient. The third card also has a 'SALE!' badge.

Käytetään loppuaika verkkokaupan ulkoasun päivittämiseen

- Appearance → Customize

