

# Suuri verkkokauppa- alustaraportti 2017

Suomalaisten verkkokauppioiden  
kokemuksia



Paytrail  
by nets



# Tervetuloa suuren verkkokauppa-alustaraportin pariin!

Teimme 20.4.-27.4. kyselyn suomalaisten verkkokauppioiden ja niiksi aikovien kokemuksista ja ajatuksista verkkokauppa-alustoihin liittyen. Kyselyssä selvitettiin mitä alustoja suomalaiset verkkokaupat käyttävät, millä perusteella alusta valitaan, onko verkkokaupan toteuttanut ulkopuolinen taho ja mikä omassa verkkokauppa-alustassa on parasta.

Kyselyyn vastasi yhteensä 629 henkilöä! Näistä 522:lla oli jo käytössään verkkokauppa-alusta, 107 vasta harkitsi verkkokaupan perustamista ja pohti alustan valintaa.

Vastaaminen kysymyksiin oli vapaaehtoista, joten osa vastaajista on vastannut vain joihinkin kysymyksiin. Osissa kohdista vastaajat olivat maininneet vastauksissaan useita asioita, ja joissakin kysymyksissä nousi esille hyvin hajanaisia asioita, jotka keräsivät vain yksittäisiä mainintoja, eikä niitä tästä syystä ole otettu mukaan listaukseen.

**Vaikka tässä raportissa keskitytään nimenomaan alustoihin, on aina muistettava, ettei verkkokaupan perustaminen lähde teknologisista valinnoista.** Voit lukea lisää aiheesta oppaasta "[Verkkokauppa-alustan valinta](#)", jossa käydään läpi myös vaiheita ennen varsinaiseen alustan valintaan etenemistä.

Toivotamme sinulle mukavia hetkiä raportin parissa!

## Sisällysluettelo:

### **Kokemuksia verkkokauppa-alustoista s. 3**

Mitä verkkokauppa-alustoja suomalaiset verkkokauppiat käyttävät? s. 4

Perusteet alustan valintaan s. 5

Verkkokaupan toteuttamistavat käytännössä s. 6

Mitkä ovat verkkokauppa-alustojen parhaat puolet? s. 9

Mitä lisää verkkokauppiat kaipaisivat alustoilta? s. 13

### **Uusi verkkokauppa-alusta harkinnassa – mitä mielessä? s. 17**

Harkinnassa olevat verkkokauppa-alustat s. 18

Verkkokauppa-alustan valinnan kriteerit tulevilla verkkokauppiilla s. 19

Haasteet alustan valinnassa s. 20

# Kokemuksia verkkokauppa-alustoista

Verkkokauppa-alustalyseissä esitettiin eri kysymyksen niille, joilla jo on käytössä verkkokauppa-alusta ja niille, jotka vasta harkitsevat alustan valintaa. Tässä raportin ensimmäisessä osassa käsittelemme aitoja kokemuksia, joista 522 vastaajaa kertoivat.



# Mitä verkkokauppa- alustoja suomalaiset verkkokauppiat käyttävät?

Suomalaisten verkkokauppojen käyttämät alustat vaihtelevat kyselyn mukaan suuresti. Yli 10% lukemaan pääsivät vain WooCommerce ja Magento ja yli 5 % lukemaan vain ePages, MyCashFlow ja Shopify.

Kuvaavaa on, että 13,22% vastaajista lukeutui luokkaan muu, eli jokainen heistä käyttää alustaa, jota kukaan muu vastaajista ei käytä. Sen lisäksi 5,53% vastaajista kertoi käyttävänsä omaa alustaa.

Taulukosta näet tarkemmat luvut.

Huom! Vertaa lukuja siihen, mitä alustoja tulevat verkkokauppiat harkitsevat!

Alusta	Määrä/kpl	%
WooCommerce	65	15,63 %
Magento	51	12,26 %
ePages	39	9,38 %
MyCashflow	36	8,65 %
Shopify	21	5,05 %
Oscar Prosper	16	3,85 %
Opencart	14	3,37 %
Finqu	13	3,13 %
Drupal Commerce	12	2,88 %
Kotisivukone	12	2,88 %
Omnisell	11	2,64 %
Prestashop	10	2,40 %
ViidakkoStore	10	2,40 %
Clover Shop	7	1,69 %
OsCommerce	6	1,44 %
Smilehouse (nyk. Tieto)	3	0,72 %
Anders Inno	2	0,48 %
Ecwid	2	0,48 %
HelleWi	2	0,48 %
Holvi	2	0,48 %
NopCommerce	2	0,48 %
Refox	2	0,48 %
oma	23	5,53 %
muu	55	13,22 %

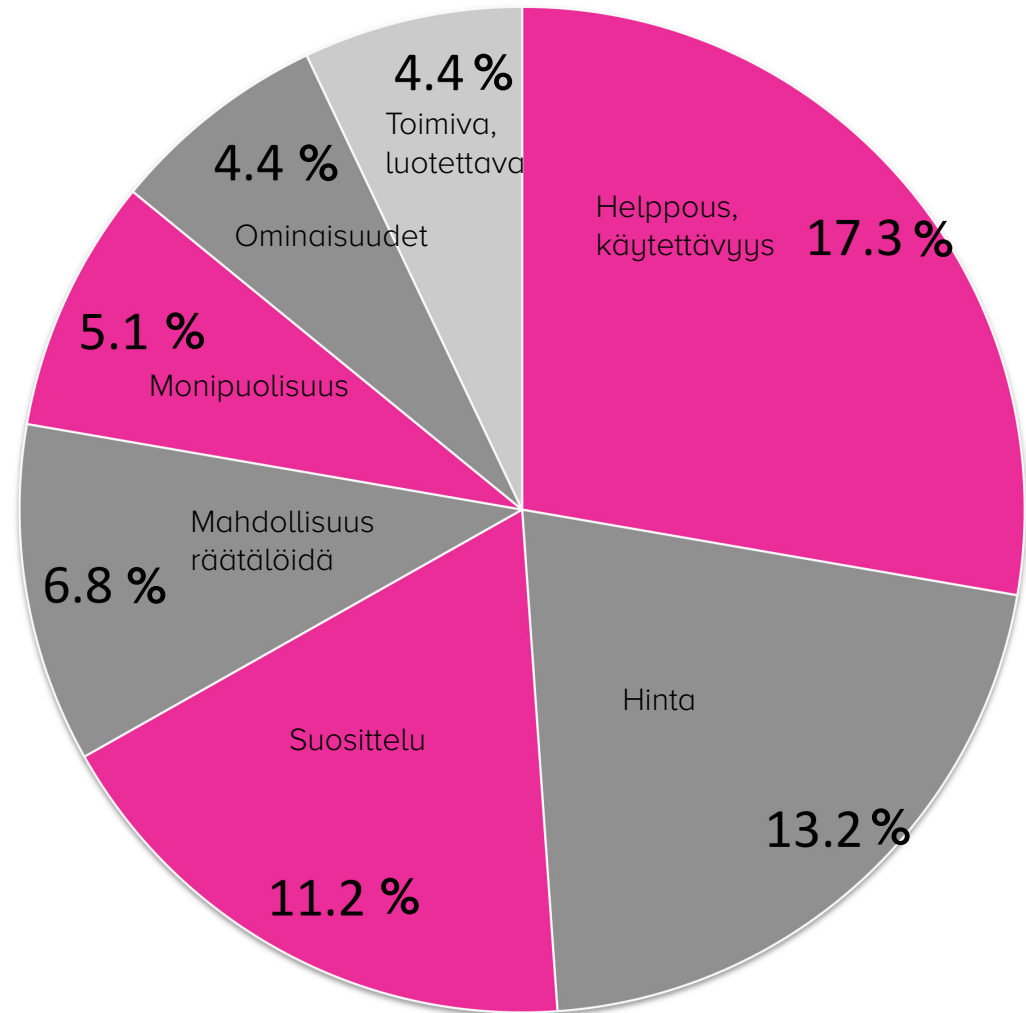
# Perusteet alustan valintaan

Koska joka yrityksellä on omat tarpeensa, myös syyt oman alustan valintaan vaihtelivat.

Tärkeimpiä syitä olivat helppokäyttöisyys, hinta ja se, että joku, useimmiten ystävä tai toteuttaja, suositteli alustaa. Muita mainittuja asioita olivat mahdollisuus räätälöidä verkkokauppaa omiin tarpeisiin, alustan monipuolisuus, ominaisuudet, hyvä toimivuus.

Myös muita asioita, kuten integraatiot muihin järjestelmiin, mainittiin, mutta niiden kokonaismäärä oli pieni ja prosentuaalisestikin mainintoja oli vain 3%.

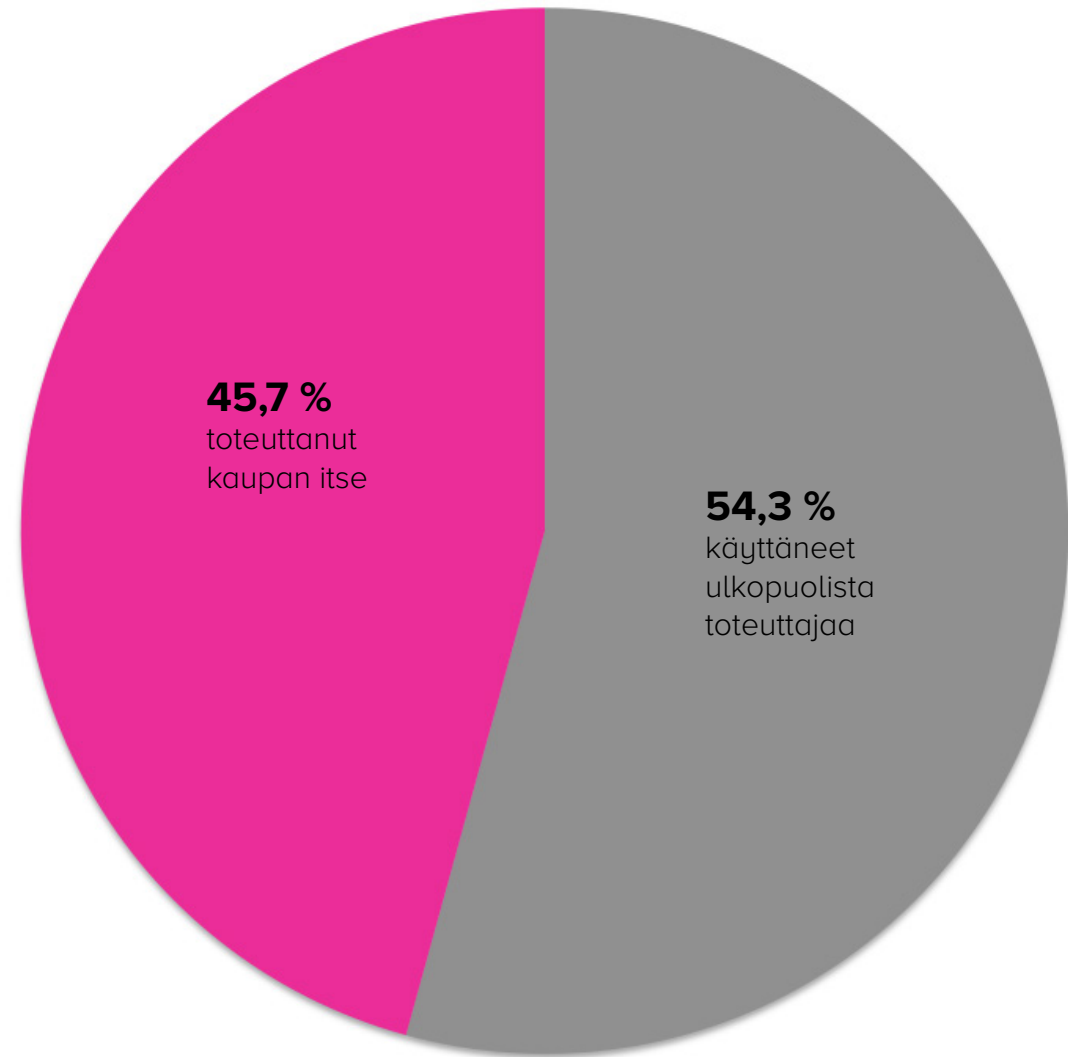
Helppous, käytettävyys 17,3%  
 Hinta 13,2%  
 Suosittelu 11,2%  
 Mahdollisuus räätälöidä 6,8%  
 Monipuolisuus 5,1%  
 Ominaisuudet 4,4%  
 Toimiva, luotettava 4,4%



# Verkkokaupan toteuttamistavat käytännössä

Alustasta riippuen verkkokaupan voi toteuttaa itse tai ottaa toteutukseen mukaan tekninen toteuttaja. Kaikista kyselyyn vastanneista 54,3 % oli käyttänyt ulkopuolista toteuttajaa ja 45,7 % oli toteuttanut kaupan itse.

[Löydät teknisiä toteuttajia mm. täältä.](#)



## Toteuttajien määrä valtava

Sportum Vaimo Smilehouse  
 Mainostoimisto Ninjami Fonecta Insolo Digia  
 MediaScope Media CodaOne  
 Koodiviidakko Software Nethit IGGO  
 Prospercart TriMedia Maestro Koivuniemi  
 Kotisivukone Pulse247 Lamia Oscar  
 Yksityinen Solteq Sofokus Oy

Tässä sanapilvi, jossa useimmin esille nousseet tahot.

Se, että kaikkien toteuttajien nimi ei nouse esille voidaan nähdä myös positiivisena: **Alusta, jonka osajia löytyy useista yrityksistä, on usein laajasti käytetty, eikä verkkokauppias ole niin riippuvainen vain yhdestä teknisestä toteuttajasta.** Tämän kaltainen riippumattomuus nousi esille joitain kertoja kohdassa, jossa kyseltiin oman alustan hyviä puolia. On myös hyvä huomioida, että se, käytetäänkö ulkopuolista toteuttajaa vaihtelee paljon myös alustoittain.

## Toteutustavoissa alustakohtaista vaihtelua

Toteutustavat vaihtelivat luonnollisesti alustakohtaisesti. Tässä dataa niistä alustoista, jotka keräsivät yli 10 vastausta.

*“Tekniset toteuttajat ovat yleisempiä avoimen lähdekoodin alustoilla. Ne vaativat enemmän teknistä osaamista ja tuki niille on heikompaa. Suljetuilla alustoilla verkkokauppa on helpompaa rakentaa itse alusta loppuun ja alustantarjoaja auttaa verkkokauppiasta tarvittaessa. Suljetun alustan tarjoajat järjestävät myös koulutuksia ja tilaisuuksia, missä verkkokauppaa pääsee itse rakentamaan.”*

-Johannes Kumpukoski-



Verkkokauppa-alusta	Ulkopuolinen toteuttaja	Toteutus itse
WooCommerce	41 %	59 %
Magento	80 %	20 %
ePages	15 %	85 %
MyCashflow	37 %	63 %
Shopify	24 %	76 %
Oscar Prosper	67 %	33 %
OpenCart	38 %	62 %
Finqu	8 %	92 %
Drupal Commerce	82 %	18 %
Kotisivukone	31 %	69 %
Omnisell	91 %	9 %



# Mitkä ovat verkkokauppa-alustojen parhaat puolet?

Kuten arvata saattaa eri alustojen kohdalla parhaiksi puoliksi nousivat aivan eri asiat, sillä jokaisessa alustassa on omat hyvät puolensa. Sen vuoksi alustan valinta onkin niin haastavaa: mikä sopii toiselle, ei välttämättä ole se paras ratkaisu omaan verkkokauppaan. [Alustan valintaan saat apua oppaastamme.](#)

Tämän kysymyksen kohdalla on hyvä huomioida se, että vastausmäärä per alusta vaihteli runsaasti, joten mitä enemmän vastauksia tietystä alustasta on saatu, sitä luotettavammaksi data kasvaa. Tästä syystä listauksessa on mukana vain alustat, joiden osuus kyselyyn vastanneista on yli 5 %. Löydät alustojen osuudet kappaleesta *Mitä verkkokauppa-alustoja suomalaiset verkkokauppiat käyttävät.*

On hyvä huomioida myös se, että vastaukset kuvastavat kunkin vastaajan subjektiivista kokemusta. Harvalla on kokemusta monesta alustasta.



# Kolme eniten esiintynyttä ominaisuutta per alusta

Tässä taulukossa näet kolme eniten esiintynyttä ominaisuutta per alusta. Huomionarvoista on, että jokaisen alustan kohdalla huomattava osa vastaajista kokee käyttämänsä alustan helppokäyttöiseksi.

	Helppo-käyttöisyys	Muokattavuus/räätälöitävyys	Hinta	Monipuolisuus	Tuki	Skaalautuvuus	Toimiva/luotettava	Ulkoasu	Nopeus	Integraatiot eri järjestelmiin
WooCommerce	X	X	X							
Magento	X	X		X						
ePages	X				X		X			
MyCashflow	X	X			X					
Shopify	X							X	X	
Oscar Prosper	X	X	X							
Opencart	X	X		X						
Finqu	X		X	X						
Drupal Commerce	X	X		X						
Kotisivukone	X		X		X					
Omnisell	X					X				X

## Arvostetuimmat ominaisuudet per alusta - käyttäjien suusta

Tässä vielä ominaisuudet listattuna alustoittain siinä järjestyksessä, miten paljon ne ovat vastauksissa esiintyneet viiden kyselyssä suosituimman alustan kohdalta. Muista alustoista dataa oli liian vähän, jotta parhaiden ominaisuuksien järjestyksellä olisi merkitystä. Kaikista yli 5 % vastaajien käytössä olleista alustoista on näet kuitenkin suoria lainauksia niiden käyttäjien vastauksista.

### WooCommerce

Alustan parhaat puolet:

- Helppokäyttöisyys 36 %
- Muokattavuus/räätälöitävyys 30 %
- Edullinen 14 %
- Monipuolinen 14 %
- Tuki (6 %)

*”Selkeä päivittää, onnistuu kaikilta. Myynnit näkyvät myös selkeästi etusivulla. Mobiili toimii hyvin.”*

*”Useita hyviä puolia, mutta itse pidän siitä että saan rakennettua kaupasta juuri sellaisen kuin haluan.”*

### Magento

11

Alustan parhaat puolet:

- Muokattavuus, räätälöitävyys 26,53 %
- Helppokäyttöisyys 20,41 %
- Monipuolisuus 12,24 %
- Skaalautuvuus 10,20 %
- Toimiva, luotettava 6,12 %

*”Avoimen lähdekoodin ohjelmisto, jota pystyn itse muokkaamaan parhaaksi näkemälläni tavalla. Varmasti myös yksi markkinoiden laajimmista ominaisuuksiensa sekä laajennettavuutensa puolesta.”*

*”Alusta mahdollistaa paljon (kieliversiot, valikoimat jne), useimmat lisäpalikat saa suoraan tai pienellä kehitystyöllä käyttöön.”*

### ePages

- Helppokäyttöinen 32 %
- Tuki 16%
- Toimiva, luotettava 13 %

*”Tekninen ylläpito ja tietoturva on pois omilta harteilta, melko monipuolinen toimintoiltaan. Helppo ylläpitää itse verkkokauppaa.”*

*”Helppotajuinen ylläpitää. Hyvä tekninen tuki.”*

## MyCashflow

- Helppokäyttöisyys 66 %
- Tuki 21 %
- Muokattavuus, räätälöitävyys 14 %
- Edullinen 10 %

*”Helppo ylläpitää, ominaisuudet riittävät aika pitkälle ilman että menisi monimutkaiseksi, asiakastuki on ollut hyvää.”*

*”Yksinkertainen käyttää, tilaukset näkyvät selkeästi ja niitä on helppo käsitellä.”*

## Shopify

- Helppokäyttöisyys 55 %
- Ulkoasu 30 %
- Nopea 20 %
- Toimiva/luotettava 20 %

*”Helppokäyttöisyys, modernius, jatkuvat päivitykset, Shopify marketplace ja appit, kauniit teemat, halpa hinta, vakaa hostaus, live chat.”*

*” Saa näyttävän kokonaisuuden ja toimivuus on hyvä.”*

## Oscar Prosper

*”Parasta on kaupan hallinnan ominaisuudet kauppiaan näkökulmasta: tuotteiden myyntihistoria ja ostotilausten tekeminen sekä kauppaan syöttäminen.”*

*”Helppo käyttöliittymä, selkeä.”*

## Opencart

*”Kevyet palvelinvaatimukset, hallinta erittäin nopea ja yksinkertainen käyttää. Nopeat vasteajat. Responsiivinen ja toimii mobiilissa. Suomennettavissa ja laajennettavissa.”*

*”Helppokäyttöinen, joustava. Muokattavissa ilman suuria investointeja.”*

## Finqu

*”Parasta hinta, monipuoliset ominaisuudet.”*

*”Nopea käyttöliittymä, halpa, pakolliset toiminnot vakiona”*

## Drupal Commerce

*”Parasta on muokattavuus, verkkokauppa integroituu täydellisesti sivuston muun sisällön kanssa.”*

*”Lähes rajattomasti muokattava niin toiminnallisesti kuin ulkoasunkin suhteen.”*

## Kotisivukone

*”Parasta on helppous, selkeys sekä suomenkieliset käyttöohjeet.”*

*”Toimii hyvin pienessä verkkokaupassa”*

## Omnisell

*”Yksi ja sama järjestelmä verkkokaupan ja kivijalkamyymälän hallinnassa ja saldotiedot päivittyvät verkkokauppaan automaattisesti.”*

# Mitä lisää verkkokauppiat kaipaisivat alustoilta

On hyvä huomioida, että täydellistä alustaa ei liene olemassakaan, ja nopea kehitys ja kuluttajakäyttäytymisen jatkuva muutos asettaa haasteita kaikille osapuolille. Ja asia, joka saattaa toisen mielestä vaatia kehitystä voi toisen liiketoiminnan kannalta olla aivan hyvällä tasolla.

Emme erottele heikkouksia alustoittain, vaan näet yleisesti asioita, joita vastaajat käyttämiltään alustoilta kaipasivat. Näin pystyt kiinnittämään huomioita mahdollisiin puutteisiin mikäli teet tarjouspyyntöjä tai tiedusteluita verkkokauppa-alustoista.



Kehitystoive	Maininnut % vastaajista
Parempaa muokattavuutta	11,4 %
Joustavuutta ulkoasuun	10 %
Lisää toimintoja	9,2 %
Parempia markkinoinnin työkaluja	8,9 %
Nopeampaa kehitystä	7,8 %
Parempia raportoinnin ja analytiikan työkaluja	7,2 %
Monipuolisempia integraatioita	6,9 %
Edullisempia päivityksiä, räätälöintejä tai perusmaksuja	5,8 %
Nopeutta (joko hallinnan tai verkkokaupan puolella)	5 %
Vakaampaa toimintaa	3,9 %
Kansainvälisen myynnin tukea (esim. Monikielisyys)	3,6 %
Mobiilioptimointia	2,8 %

## Lisää toiminnallisuuksia ja parempia markkinointityökaluja

Todella moni kaipasi taustalle lisää toiminnallisuuksia. Tässä nousi vahvasti erityisesti markkinointityökalut, jotka luokiteltiin siitä syystä omaksi ryhmäkseen. Siellä kaivattiin työkaluja lisäämyyntiin, kampanjointiin ja sisältömarkkinointiin.

*“Pahin show stopper: lahjakorttikoodi on ale-koodi ja näitä voi syöttää vain yhden kerraallaan (jos asiakkaalla on lahjakortti, hän ei voi hyödyntää ale-kampanjaa).”*

*“Markkinointityökalut ovat erittäin puutteelliset tällä hetkellä. Lisämyyntiä edistäviä ominaisuuksia tarvittaisiin enemmän.”*

Myös mm. tuotetietojen esittämiseen, massatoimintoihin, hakuun ja hakukoneoptimointiin kaivattiin parempia toiminnallisuuksia.

*“Kaipaisin laajempia ominaisuuksia yleisesti verkkokaupan kehitykseen ja kävijöiden/myynnin seurantaan, automatisointiin ym, jotta kilpailussa mukana pysyminen ei kaatuisi ainakaan teknisiin puutteisiin.”*

*“Toivoisin, että voisi olla tuotteessa useita väri vaihtoehtoja. Nyt voi tuotteessa olla yksi väri vaihtoehto, esim muovituoli saatavilla punaisena tai valkoisena. Mutta jalkarakenteen väri on määritelty tietyksi. Ei ole voinut laittaa että valitse ensin tuolin väri ja sitten jalan väri.”*

## Parempi muokattavuus ja joustavampi ulkoasu

Molempiin eniten vastauksissa nousseisiin teemoihin, eli parempaan muokattavuuteen ja joustavampaan ulkoasuun liittyi se, että asioita ei voinutkaan muuttaa ilman koodiin kajoamista. Tämä taas oli vaatinut vastaajilta ulkopuolisen avun käyttöä ja johtanut yllättäviin kustannuksiin ja kankeuteen tekemisessä. Aina muutokset eivät olleet olleet mahdollisia edes ulkopuolista apua käyttämällä.

*“Hieman hitaasti tulee etenkin kansainvälisissä verkkokaupoissa olevia toimintoja, olisi hyvä jos alustaa voisi vapaammin muokata itsekin, ja tehdä esim. toiminnallisiin teksteihin muutoksia. Nyt on mentävä sillä, mitä joku koodari on päättänyt tekstien olevan, vaikka selkeästi huomaisi, että jokin asia ei meinaa aueta asiakkaille.”*

*“Valmiit teemat eivät olleetkaan niin täydellisiä kuin kuvittelimme. Valitsemamme oli ratkaisevilt osin melko rajoittunut ja jouduimme kustomoimaan sitä käsin yllättävän paljon.”*

## Muista kehitystoiveista mainittua

Vastaajilla oli paljon sanottavaa myös muista kehitystarpeista. He kaipasivat mm. nopeampaa kehitystä, parempia raportointin ja analytiikan työkaluja, monipuolisempia integraatioita, edullisempia räätälöintejä ja päivityksiä, nopeutta, vakautta, tukea kansainväliseen kaupankäyntiin ja mobiilioptimointia.

*“Käyttämämme verkkokauppa on jäänyt todella paljon kehityksestä jälkeen. Kaikki muutokset vaatisivat suhteellisen paljon rahallisia resursseja, eli muutoksia kauppaan ei ole helppo tehdä. Kauppa ei ole tällä hetkellä responsiivinen, mikä iso miinus.”*

*“Nopeutta pitäisi saada ehdottomasti lisää. Sivustot latautuvat aavistuksen hitaasti, mutta varsinainen ongelma on sivuston hallinnoinnin hitaus. Se on saanut harkitsemaan jopa alustan vaihtoa. Raivostuttaa välillä...”*





# Uusi verkkokauppa- alusta harkinnassa – mitä mielessä?

Vastaajista 107 vasta harkitsi verkkokaupan perustamista ja avasivat vastauksissa sitä, mitä alustoja ovat harkinneet, mitkä ovat tärkeimpiä kriteerejä ja mikä alustan valinnassa tuntuu kaikkein haastavimmalta. Tässä raportin toisessa osassa käsittelemme heidän vastauksiaan.



EXPLORE

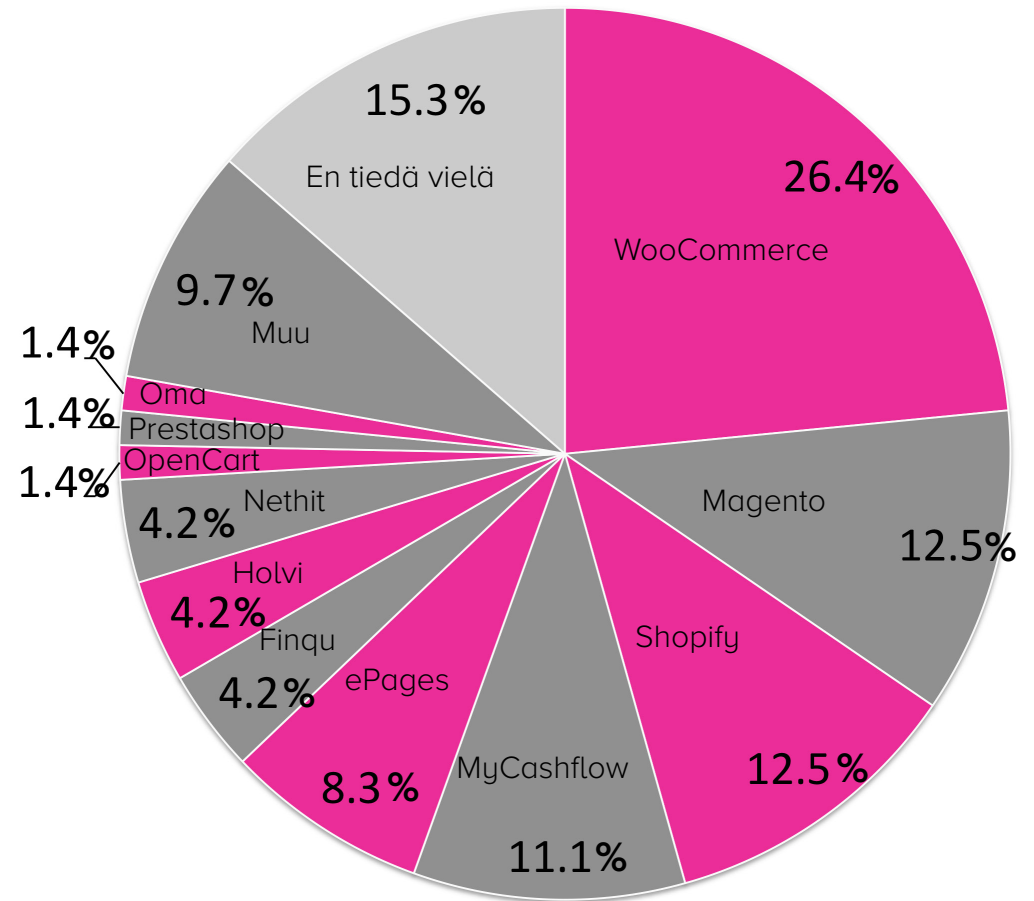
# Harkinnassa olevat verkkokauppa-alustat

Harkinnassa olevat verkkokaupat olivat muuten melko hyvin linjassa käytössä olevien verkkokauppojen kanssa (kohta "Mitä verkkokauppa-alustoja suomalaiset käyttävät), paitsi että molempien listojen kärjessä olevan WooCommercen osuus on lähes kaksinkertainen harkinnassa olevissa alustoissa ja Shopify on kolmantena heti Magenton kannassa, kun käytössä olevista alustoista se on listasijalla viisi osuudella 5,05 %. Voitaisiin siis ajatella näiden kahden alustan osuuden kasvavan tulevaisuudessa.

15,28 % oli vielä harkinnassaan niin alkuvaiheessa, etteivät vielä olleet harkinneet mitään tiettyä alustaa.

WooCommerce 26,39 %  
 Magento 12,50 %  
 Shopify 12,50 %  
 MyCashflow 11,11 %  
 ePages 8,33 %  
 Finqu 4,17 %  
 Holvi 4,17 %  
 Nethit 1,39 %  
 OpenCart 1,39 %  
 Prestashop 1,39 %  
 Oma 1,39 %  
 Muu 9,72 %

En tiedä vielä 15,28 %



# Verkkokauppa- alustan valinnan kriteerit tulevilla verkkokauppiaille

Verkkokauppa-alustan valinnassa hinta, toimivuus, helppokäyttöisyys, selkeys omasta ja asiakkaiden näkökulmasta, joustavuus (taipuuko kaikkiin tarpeisiin), muilta tulleet suosittelut ja lähdekoodin avoimuus, tietoturva ja integroitavuus nousivat esille. **Kaikkein tärkeimpiä olivat Helppous, muokattavuus, toisten suosituksset ja toimivuus**, mutta kriteerit toki vaihtelivat liiketoiminnan luonteen mukaan.

*”Harkitsen uuden verkkokaupan perustamista ja alustan valintaan vaikuttaa paljon kaupparäätälöintitarve. Tämä tarkentunee, kun liikeidea kirkastuu toteutusvaiheeseen asti. Pilvialustat eivät ole räätälöitäviä, jos tarvetta ilmenee myöhemmin, mutta etuna on vastaavasti pienet kustannukset.”*



## Haasteet alustan valinnassa

Alustan valinta ei selkeästi ole helppoa. Vastaajat kokivat, että heillä on liikaa vaihtoehtoja, tieto on hajanaista ja ominaisuuksien kartoittaminen ja suhteuttaminen oman liiketoiminnan tarpeisiin on haastavaa.

*”Jokaisessa alustassa on omat hyvät ominaisuutensa, on iso työ selvittää, mikä niistä on omiin tarpeisiin paras.”*

Lisähaastetta aiheutti oma tietämättömyys: Virhevalintaa pelättiin, koska tietoa ja kokemusta eri alustoista ei juuri ollut. Osalla ei myöskään ollut vielä liiketoimintaa, eikä siis tuottoa verkossa, joten heidän oli vaikea miettiä miten määritellä sopiva hinta kaupalle.

Koska alustan vaihtaminen voi olla työlästä, moni koki haastavaksi myös pitkän tähtäimen näkökulman huomioimisen alustan valinnassa.

*“Haastavaa on se, että osaa valita sellaisen alustan, joka palvelee myös tulevaisuudessa, tarpeiden lisääntyessä ja liiketoiminnan laajentuessa.”*

*“Ei varmuutta kaikista lopullisista tarpeista, ja epäily siitä että riittääkö valittu järjestelmä kuitenkaan täyttämään kaikki tarpeet.”*

*“On vaikea alkuvaiheessa ennustaa, mitkä asiat tulevat vuosien varrella vaikuttamaan kaupan menestykseen ja tarvitaanko myöhemmin spesifisiä räätälöityjä ominaisuuksia.”*

**Lataa opas  
verkkokauppa-alustan  
valinnasta!**

Lue lisää!