

Pienyrityksen verkkokaupan demoaminen opiskelijoiden kurssityönä

11.5.2026

Onkohan tämä riittävän laaja kurssityöksi? Tämä kysymys oli osa pohdintaa, jota pienyrityksen yrittäjä mietti ennen yhteydenottoa ja vielä sen jälkeenkin. Tuotteita oli vähän ja brändiä oli hahmoteltu, mutta selkeää kuvaa tuotepaletista tai yrityskuvasta ei vielä ollut. Oli ajatus parista tuotteesta, joiden verkkokauppaa oli suunniteltu, mutta esimerkiksi eri verkkokauppa-alustoihin tutustuminenkin oli vielä aloittamatta.

Olihan siinä. Aihetta. Ja lopulta monestakin näkökulmasta. Isomman kokonaisuuden kanssa luovuudelle olisi jäänyt ehkä vähemmän tilaa, mutta nyt opiskelijoilla oli pohjalla ajatus liiketoiminnasta, pari tuotetta ja tehtävä lähteä kasvattamaan verkkokauppaa tämän pohjalta. Ajatus, josta lähteä liikkeelle.

Toimeksianto

Vuonna 2025 Sähköinen kaupankäyntikurssin toimeksiantajana oli Härmänkylän nuorisoseura ja tuotteet oli selkeästi määritelty tilavuokraukseen sekä kesäteatterin lippujen ja teatterin tuotepakettien myyntiin. Myös verkkosivu ja tarvittavia materiaaleja oli olemassa, mikä määritti raamit toteutukselle. Seuraavan vuoden toteutuksessa lähdettiin liikkeelle hyvin erilaisesta tilanteesta. Tuotteita oli 1-2, yrityksellä oli nimi, mutta verkkosivuja tai julkaistua logoa ei ollut. Erilaiset toimeksiannot edellyttävät myös opettajalta joustavuutta pohtia kurssin toteutusta ja arviointia uudelleen. Tässä tapauksessa tehtävän muotoilu oli lopulta helppoa.

Koska olemassa olevaa materiaalia oli vähän, tämä jätti luovuudelle tilaa. Yrityksen tuote rajasi toimialan

lisäravinteisiin, mutta muuten opiskelijat pääsisivät verkkokauppaprojektin lomassa suunnittelemaan ja kehittämään myös yrityksen brändiä, logoa ja tuotekatalogia. Huomio kiinnittyi tietojen migroinnista ja kopioinnista vanhalta sivustolta kokonaan uuden liiketoiminnan kehittämiseen.

Toteutus

Toteutusympäristö ja toimeksianto mahdollistivat huomion kiinnittämisen hieman eri asioihin kuin aikaisempina vuosina. Aivan aluksi opiskelijoiden tuli tehdä Odoo-järjestelmässä suunnitelmaa projektissa toteuttavista tehtävistä. Kurssin aikataulu oli tiukka ja tehtävää oli paljon, joten tehtävien ja vastuiden kirjaaminen ylös tulisi auttamaan projektin läpiviennissä. Aikataulutus oli tärkeää myös sen vuoksi, että välipalautuksen yhteydessä opiskelijat saivat palautetta tekemästään työstä, ja tämän tuli näkyä lopullisessa toteutuksessa. Tämä lisäsi kehitystehtävän todentuntuisuutta ja sitä, että asioiden piti edetä sovitussa aikataulussa.

Jokainen ryhmä sai tehtäväksi myös verrata toista verkkokauppa-alustaa nyt hyödynnettyyn järjestelmään, jolloin toimeksiantaja sai oman työn tueksi myös ajatuksia siitä, tulisiko käytetyn järjestelmän sijaan lähteä hyödyntämään kenties jotakin muuta alustaa. Samalla opiskelijat saivat hieman käsitystä siitä, mitä muita työkaluja verkkokaupan toteuttamiseen olisi tarjolla ja toisaalta, mikä osaaminen on siirrettävissä tarkasteltaessa eri alustoja. Perusasioiden oppiminen yhdessä ympäristössä auttaa käyttämään myös muita vastaavia alustoja.

Tehtävään kuului myös verkkokaupan ulkoasun, kampanjoiden ja soveltuvien laskeutumissivujen toteuttaminen verkkokauppaan. Tätä työtä ohjasi brändityö sekä suunnitelmat logosta ja värimaailmasta, joiden tuli luoda yhtenäinen ja miellyttävä käyttökokemus verkkokauppaan.

Yhtenä keskeisenä tehtävänä oli myös tuotteiden kehittäminen. Kuten todettua, yrityksellä ei ollut valmiina kuin pari tuotetta, mutta niiden ympärille oli mahdollista kehittää kokonainen lisäravinteiden tuoteperhe. Samalla opiskelijat pääsivät pohtimaan tuotetietojen merkitystä niin potentiaalisten ostajien kuin myös hakukoneoptimoinnin näkökulmista. Sivuston osalta tuli myös toteuttaa avainsana-analyysiä ja hyödyntää havaintoja otsikoissa, URL:eissa ja sivun sisällöissä. Myös otsikot ja metakuvaukset tuli sovittaa järjestelmän tarjoamiin suosituksiin, ja lopulta tuli myös pohtia sitä, mitä kyseisellä verkkokauppa-alustalla ei välttämättä pystytä toteuttamaan parhaalla mahdollisella tavalla. Myös nämä tiedot auttavat jatkossa yrittäjää pohtimaan niin alustan valintaa kuin myös verkkonäkyvyyden kehittämistä.

Koska kyseessä oli demo ja yritykselle ei jäänyt hyödynnettäväksi valmista toteutusta, opiskelijoiden tuli toteuttaa myös kattava dokumentaatio verkkokaupan perustamiseen. Lopputuloksena syntyi kolme erilaista näkemystä tuotteisiin, ulkoasuun ja kampanjointiin. Lisäksi dokumentaatiossa pyydettiin tarkastelemaan tekoälyn tarjoamia mahdollisuuksia kehittämisen eri vaiheissa, mikä auttoi huomioimaan oppimisessa myös tämän näkökulman. Lopulta alustavalintaa, ulkoasua ja muita tehtyjä ratkaisuja tuli myös pohtia kriittisesti. Mitä voidaan tehdä vielä paremmin?

Yhteenveto

Toimeksianto siis jätti tilaa luovuudelle. Laajempi tuotekatalogi olisi kenties opettanut enemmän käytännön verkkokauppatyöstä, jossa syntyy transaktioita niin tiedon kuin tilaustenkin syöttämisessä. Tämä olisi myös korostanut enemmän työn käytännön puolta ja nostanut esiin esimerkiksi master datan hallinnan haasteita. Puolensa ja puolensa, mutta oleellista on sovittaa käsillä oleva toimeksianto kurssin oppimistavoitteisiin parhaansa mukaan. Jos yrityksesi haluaa toimia ensi vuonna Sähköisen liiketoiminnan kurssin toimeksiantajana, ole yhteydessä allekirjoittaneeseen tai Digital Business Labin kautta osoitteessa Opiskelijatoimeksiannot | SEAMK Digital Business Lab.

Mikko Kulmala
Lehtori
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Kirjoittaja on digitaalisen liiketoiminnan lehtori ja laskentatoimen väitöskirjatutkija, jonka tutkimuksellisina kiinnostuksen aiheita ovat digitalisaatio, tekoäly ja yrityskaupat.