

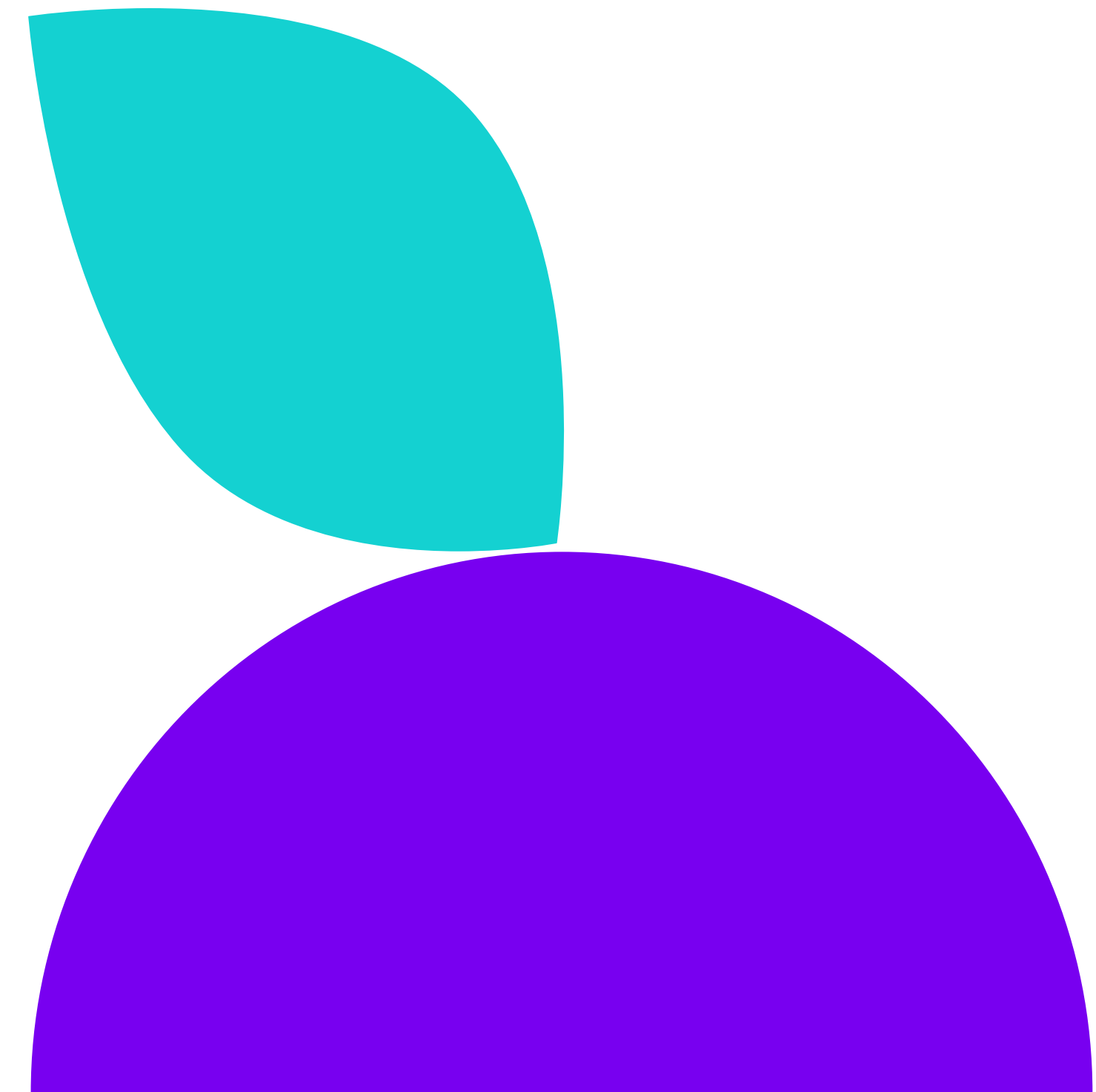


# Verkkokaupan saavutettavuus

EXOVE

# Sisällysluettelo

<b>1 Mikä saavutettavuus?</b> .....	<b>3</b>
1.1 Saavutettavuusvaatimukset.....	4
<b>2 Millainen on saavutettava verkkokauppa?</b> .....	<b>6</b>
2.1 Selkeä navigaatio ja värit.....	8
2.2 Painikkeet ja vaihtoehtoiset tekstit.....	10
2.3 Haku ja suodattimet.....	12
2.4 Maksuprosessit.....	14
2.5 Saavutettavuusseloste.....	16
2.6 Tuotetiedot.....	17
2.7 Säännöllinen auditointi ja testaus.....	19
2.8 Laki ja määräajat.....	19
<b>3 Saavutettavuuteen panostamisen hyötyjä</b> .....	<b>20</b>
<b>4 Lopuksi</b> .....	<b>21</b>
<b>5 Exove</b> .....	<b>22</b>



# 1 Mikä saavutettavuus?

Saavutettavuudella (accessibility) tarkoitetaan sitä, että digitaalinen palvelu ja sen sisältö on kaikkien käytettävissä riippumatta käyttäjän henkilökohtaisista ominaisuuksista tai käyttötavasta.

Palveluiden digitaalisuus ja niiden kehittäminen saavutettaviksi onkin ennennäkemätön mahdollisuus saada tietoa aiempaa helpommin kaikkien ulottuville.

Saavutettavuudesta puhutaan yleensä vain kytkettynä erilaisiin erityisryhmiin, mutta saavutettava ja helppokäyttöinen palvelu hyödyttää todellisuudessa kaikkia käyttäjiä erilaisissa käyttötilanteissa.

Tutustu meidän [saavutettavuusoppaaseen](#), joka käsittelee kaikkien digitaalisten palveluiden saavutettavuutta.

**Digitalisaation ansiosta palvelut voidaan saada kaikenlaisten käyttäjien hyödynnettäviksi helpommin kuin koskaan ennen**

# 1.1 Saavutettavuusvaatimukset

Saavutettavuusvaatimuksilla tarkoitetaan ohjeita ja kriteeristöjä, joiden avulla pystytään määrittelemään digitaalisten palveluiden saavutettavuuden taso. Yleisesti saavutettavuuden arvioinnissa on käytössä kansainvälisen World Wide Web Consortiumin (W3C) WCAG-ohjeistus (Web Content Accessibility Guidelines), joka sisältää vaatimuksia / kriteerejä, jotka verkkopalvelun suunnittelussa ja toteutuksessa tulee huomioida.

WCAG-ohjeistus jakautuu neljään periaatteeseen: Havaittavuus, hallittavuus, ymmärrettävyys ja toimintavarmuus. Nämä ohjeet ovat lyhyitä ja käskymuotoisia, eivätkä ne ota kantaa varsinaiseen toteutukseen. WCAG:n ohjeet jakautuvatkin vielä yksityiskohtaisiksi onnistumiskriteereiksi.

**HAVAITTAVUUS:** palvelun sisällön ja käyttöliittymän tarjoaminen siten, että ne ovat havaittavissa tarvittavassa muodossa rajoitteista riippumatta.

**HALLITTAVUUS:** palvelun tulee olla käytettävissä erilaisilla laitteilla.

**YMMÄRRETTÄVYYS:** sisältöjen, toiminnallisuuksien ja palvelujen tulee olla ymmärrettäviä, ennakoitavia ja virheensietäviä.

**TOIMINTAVARMUUS:** palvelun tulee olla mahdollisimman yhteensopiva nykyisten ja tulevien käyttäjäsovelluksien kanssa, mukaan lukien avustavat teknologiat.

WCAG-ohjeistus parantaa palveluiden saavutettavuutta tekniseltä kannalta, mutta ottaa myös kantaa verkkosisältöjen ymmärrettävyyteen tai käytettävyyteen liittyen. Koska WCAG-ohjeistus on luonteeltaan tekninen, se avautuu parhaiten verkkosisältöjen tekniikkaan perehtyneille suunnittelijoille ja kehittäjille. Onneksi meiltä Exovelta löytyy apu jokaiselle, joten ole rohkeasti yhteydessä, mikäli koet tarvitsevasi apua jonkin verkkosivuston tai palvelun saavutettavuuden osa-alueen kanssa.

## 2 Millainen on saavutettava verkkokauppa?

Verkkokauppojen saavutettavuus on tärkeä osa hyvää käyttäjäkokemusta ja se on tulossa yhä merkityksellisemmäksi, kun saavutettavuusvaatimukset laajenevat vuonna 2025. Laki digitaalisten palvelujen saavutettavuudesta tulee ulottumaan myös verkkokauppoihin, mikä edellyttää, että kaikilla käyttäjillä, riippumatta heidän kyvyistään, on tasavertaiset mahdollisuudet käyttää verkkokauppaa.

Saavutettavan verkkokaupan täytyy tarjota kaikille käyttäjille esteetön ja helppokäyttöinen asiointikokemus. Verkkokaupan käyttöliittymän tulee olla selkeä, looginen ja intuitiivinen, jotta kaikki käyttäjät voivat löytää tarvitsemansa tiedot ja tuotteet vaivattomasti.

**Saavutettavuuteen panostaminen kasvattaa sivuston käyttäjäkuntaa ja yleensä myös käyttäjätyytyväisyyttä, parantaa hakukonenäkyvyyttä, vähentää ylläpitokuluja ja kaiken lisäksi vahvistaa brändiä yhdenvertaisuuden tukijana ja tekijänä.**

Verkkokaupoilta vaaditaan jatkossa WCAG-saavutettavuusstandardin AA-tason noudattamista, saavutettavuusselosteen julkaisemista sekä myytäviin tuotteisiin tai palveluihin mahdollisesti liittyvien saavutettavuustietojen julkaisua.

Tällä hetkellä lainsäädännössä viitataan WCAG-ohjeistuksen versioon 2.1, uusimman julkaistun version ollessa 2.2. Vaikka sitä ei vaaditakaan, niin valvontaviranomainen suosittelee käyttämään saman tien uusinta saatavilla olevaa versiota ohjeistuksesta tuleviin lakimuutoksiin varautumiseksi.

Lisäksi verkkokaupan on lisävaatimuksena tarjottava tietoa myytävien tuotteiden ja palvelujen esteettömyydestä ja saavutettavuudesta, jos kyseisistä tuotteista ja palveluista vastuussa oleva talouden toimija, esimerkiksi valmistaja tai maahantuoja, on toimittanut kyseiset tiedot. Tämä ei kuitenkaan aseta velvollisuutta palveluntarjoajalle vaatia tai tiedustella kyseisiä tietoja, vaikka se onkin suositeltavaa.

## 2.1 Selkeä navigaatio ja värit

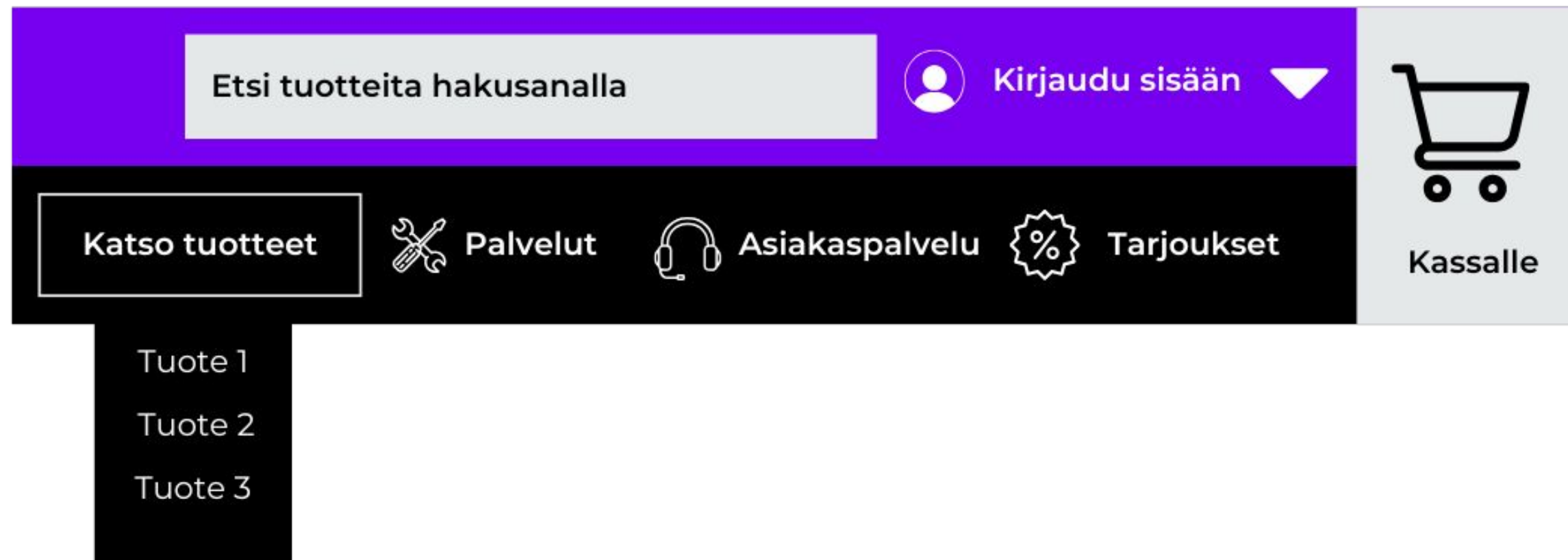
**Selkeä navigaatio:** Varmista, että sivustosi rakenne on looginen ja helposti navigoitavissa. Kaikkien elementtien, kuten otsikoiden, valikoiden ja painikkeiden, tulee olla selkeästi merkittyjä ja käytettävissä myös ilman hiirtä.

**Luettavat fontit ja värit:** Tekstien tulee olla riittävän suuria ja kontrastin riittävä, jotta kaikki käyttäjät voivat lukea sisältöä. WCAG-standardit (Web Content Accessibility Guidelines) suosittelevat tiettyjä kontrastiarvoja tekstin ja taustan välille.

Käyttöliittymän helppokäyttöisyys ja selkeys varmistetaan huomioimalla WCAG-kriteeristö jo suunnitteluvaiheessa, tekemällä käyttäjätestauksia ja yleisesti panostamalla käyttäjälähtöiseen suunnitteluun koko prosessissa. Hyvissä ajoin huomattavat mahdolliset ongelmakohdat on helpompi ja edullisempi korjata – näin varmistetaan digitaalisen palvelun laatu jo ennen julkaisua. Saavutettavuusnäkökulman kannalta käyttäjätestauksiin olisi hyvä ottaa mahdollisuuksien mukaan esimerkiksi ruudunlukuohjelmaa tai pelkkää näppäimistöä käyttäviä henkilöitä. Myös iäkkäiden ihmisten näkökulma on tärkeä, sillä heidän käyttökokemuksensa kytkeytyy moni saavutettavuuskysymys.



## Esimerkki toimivasta tavasta



Selkeä navigointi ja värit. Valikon tukena ikoneita. Kuva näyttää, että kun "Katso tuotteet"-valikko tulee kohdistettavaksi, sen alisivut ilmestyvät esiin avattavaan valikkoon. Tämä mahdollistaa näppäimistön käyttäjälle alivalikon kohteiden tarkastelun ja käyttämisen "Shop"-valikon alla.

## Esimerkki haastavasta tavasta



Nyt kun tiedämme, että "Katso tuotteet"-valikkokohteella on sisäkkäisiä alisivuja, voimme huomata, miten alla oleva kuva on esimerkki valikosta, joka ei ole saavutettavissa. Näppäimistön käyttäjä ei pysty näkemään tai käyttämään "Katso tuotteet"-valikon sisäkkäisiä valikkokohteita.

## 2.2 Painikkeet ja vaihtoehtoiset tekstit

**Alt-tekstit kuvissa:** Jokaisen kuvan on sisällettävä kuvaus sen sisällöstä (vaihtoehtoinen teksti), jotta ruudunlukijaa käyttävä saavat tiedon siitä, mitä kuvat esittävät. Vaihtoehtoisten tekstien puuttuminen kuvista on yksi verkkokaupan yleisimmistä saavutettavuutta vähentävistä asioista. Vaihtoehtoisten tekstien lisääminen kuville on teknisesti helppoa, mutta vaatii enemmän työtä sisällöntuottajalta. On myös hyvä muistaa, jos kuvalla on ainoastaan koristeellinen merkitys ei vaihtoehtoista tekstiä tarvita.

**Aria-live-attribuutit:** Käytä aria-live-attribuuttia verkkokaupan ilmoituksissa, kuten tuotteen lisäämisestä ostoskoriin, jotta ruudunlukijan käyttäjät saavat tiedon tapahtumista. Tämä varmistaa, että tärkeät toiminnot ovat kaikkien käyttäjien saatavilla. Tämä ei vain paranna käyttökokemusta, vaan myös täyttää lain vaatimukset.

## Esimerkki toimivasta tavasta

---



Apple MacBook Pro 16" M4 Max 128 Gt, 4 Tt 2024  
-kannettava, hopea, nanopinnoitettu näyttö  
(MX2W3)

16 tuuman MacBook Pro, avoinna, Liquid Retina  
XDR -näyttö, pyöristetyt kulmat, korotetut jalat,  
hopeanvärinen

## Esimerkki haastavasta tavasta

---



Asset

## 2.3 Haku ja suodattimet

**Yksinkertainen hakutoiminto:** Varmista, että verkkokauppasi haku on käyttäjäystävällinen ja suodattimet ovat helppokäyttöisiä. Liian monimutkainen haku ja liialliset suodattimet voivat hankaloittaa asiakkaiden tuotteiden löytämistä.

- Hakukentän tulee olla riittävän selkeä ja ymmärrettävä.
  - Selkeä haku takaa paremman käyttökokemuksen kaikille, mukaan lukien apuvälineitä käyttävät.



## Esimerkki toimivasta tavasta

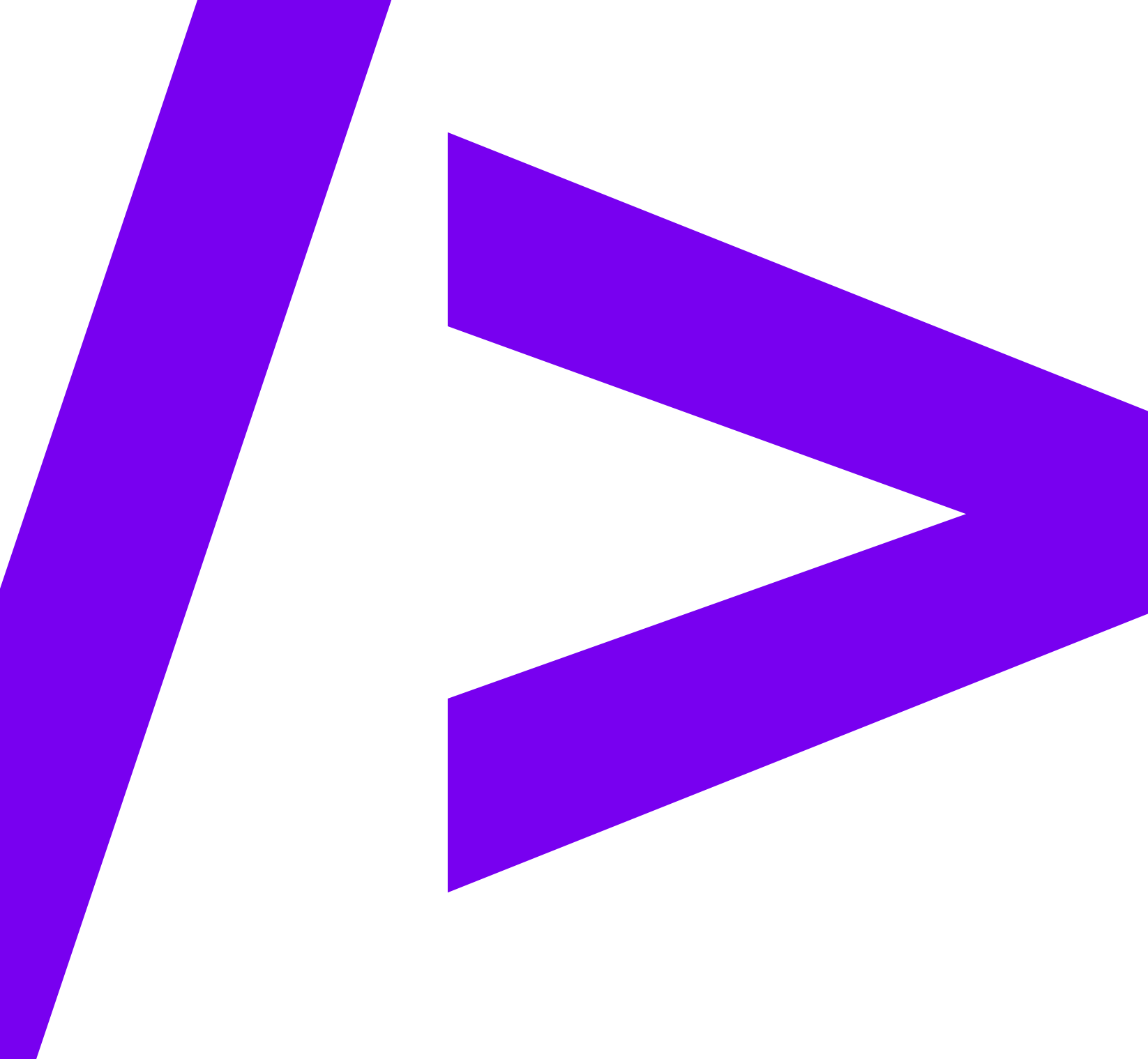
The screenshot shows a dark-themed filter panel titled "Rajaa tuotteita" with a close button "X Sulje". Under the heading "Rajaukset", there are three filter categories: "Brändi", "Tuoteryhmä", and "Hinta". Each category is represented by a horizontal line with a downward-pointing triangle on the right side, indicating a dropdown menu.

Haku on selkeä eikä kuormita käyttäjää liiallisilla vaihtoehdoilla. Tuotteiden rajauksen näkymässä vähäinen määrä rajausmahdollisuuksia tekee käyttöliittymästä nopeasti hahmotettavan.

## Esimerkki haastavasta tavasta

The screenshot shows a light-themed filter panel titled "Tuotteet". It lists "Tuote 1", "Tuote 2", and "Tuote 3" with a "Lisää" button below them. Below this is a section for "Tuoteryhmä 1" with a checkbox. This is followed by "Tuoteryhmä 2" listing "Tuote 1", "Tuote 2", and "Tuote 3" with another "Lisää" button. Then "Tuoteryhmä 3" lists "Tuote 1" and "Tuote 2" with checkboxes. At the bottom, there is a "Hinta" section with a range "0€ - 4000€".

Haussa on todella paljon erilaisia suodattimia. Eri suodattimia ei voi sulkea, vaan käyttäjä joutuu skrollaamaan niitä läpi. Erityisesti näppäimistökäyttäjää helpottaisi mahdollisuus sulkea turhia kategorioita. Suodattimien käytössä on myös puutteita näppäimistöllä, ja jokaisen valinnan jälkeen käyttäjä joutuukin aloittamaan sivun alusta.



**Maksuprosessin saavutettavuus on elintärkeää ostokokemuksen onnistumiselle.**

## 2.4. Maksuprosessit

**Maksutapojen helppokäyttöisyys:** Varmista, että kolmannen osapuolen maksupalvelut, kuten Paytrail tai Klarna, ovat saavutettavia ruudunlukijoille ja muihin apuvälineisiin. Tämä on erityisen tärkeää, sillä maksuprosessin keskeytyminen voi johtaa ostoksen hylkäämiseen.

**Ostoskori:** Onhan ostoskori toimiva kaikille? Jos verkkokaupan ostoskori ei toimi ruudunlukijalla, se ei toimi kaikille, ja tällöin ostoprosessi saattaa pysähtyä. Tarkista, että näppäimistöllä pääsee kaikkiin kenttiin kiinni jotta jokainen pystyy tekemään ostotapahtuman loppuun.

## Esimerkki toimivasta tavasta

### Toimitustapa

Syötä ensin postinumero, jotta voimme hakea sinulle sopivat toimitustavat.

Postinumerosi \*

Maksu- ja toimitustiedot

Yhteystietosi

Sähköpostiosoite
Postinumero

Laskutustiedot samat kuin toimitustiedot

## Esimerkki haastavasta tavasta

### Toimitustapa

Syötä ensin postinumero, jotta voimme hakea sinulle sopivat toimitustavat.

Postinumerosi \*

Maksu- ja toimitustiedot

Yhteystietosi

Sähköpostiosoite
Postinumero

Näkevältä hiirikäyttäjältä estetään tiettyjen kenttien täyttäminen ennen kuin edeltävät valinnat on tehty. Mutta ruudunlukijakäyttäjä pääsee näihin kenttiin koko ajan, eli käyttäjän ohjaaminen toimii vain osalle käyttäjistä. Kenttien "piilottaminen" on toteutettu lisäämällä sisällön päälle osittain läpinäkyvä elementti. Tämä toteutustapa rikkoo saavutettavuuskriteerejä muun muassa värikontrastin osalta. Useasti myös laskutustiedot kysytään uudestaan mikä ei ole suositeltavaa. Paras tapa on jos pystyy valita "laskutustiedot samat kuin osoitetiedot".



## 2.5 Saavutettavuusseloste

**Pakollinen saavutettavuusseloste:** Laki vaatii, että jokainen verkkokauppa julkaisee saavutettavuusselosteen, jossa kuvataan sivuston saavutettavuuden tila. Selosteessa kerrotaan mahdollisista saavutettavuuspuutteista ja annetaan ohjeet, miten käyttäjät voivat antaa palautetta saavutettavuudesta.

Niitä vielä todella harvalla löytyy, joten nyt on ehdottomasti aika laittaa asia kuntoon.



## 2.6 Tuotetiedot

Verkkokaupan tuotetiedot ovat tärkeässä roolissa asiakkaiden ostopäätöksissä. Selkeät ja kattavat tuotetiedot auttavat asiakkaita arvioimaan tuotteiden sopivuutta ja laatua, mikä voi vähentää ostotapahtumien keskeytyksiä ja parantaa ostokokemusta. Laadukkaat tuotetiedot herättävät myös luottamusta niin tuotteeseen kuin brändiinkin.

Tärkeimmät tuotetiedot, kuten yksityiskohtaiset kuvaukset, ominaisuudet ja kokotiedot auttavat asiakasta ymmärtämään tuotteen hyödyt ja käyttötarkoituksen. Hyvin optimoidut tuotetiedot auttavat myös hakukone näkyvyydessä, mikä tuo lisää kävijöitä verkkokauppaan. Kattavat ja laadukkaat tuotetiedot eivät siis ainoastaan palvele asiakasta, vaan toimivat verkkokaupan myynnin ja konversioiden moottorina.

Verkkokaupan tuotetietojen saavutettavuus on keskeinen osa laadukasta ja käyttäjäystävällistä verkkokauppakokemusta, sillä se varmistaa, että kaikki käyttäjät voivat helposti tarkastella ja ymmärtää tuotevalikoimaa riippumatta heidän käytössään olevasta laitteesta, ohjelmistosta tai fyysisistä rajoitteista.

Käyttämällä riittävää kontrastia ja selkeitä fontteja varmistetaan, että tuotetiedot ovat luettavissa myös niille, joilla on heikentynyt näkökyky. Tekstikokojen tulisi olla skaalautuvia, jotta käyttäjä voi tarvittaessa suurentaa tekstiä ilman, että sivun rakenne kärsii. Tuotekuvauksissa tulee myös käyttää ymmärrettävää ja tiivistä kieltä, joka auttaa kaikkia asiakkaita tekemään tietoon perustuvia päätöksiä. Vältä monimutkaista terminologiaa ja pitkää tekstiä sekä hyödynnä luettelomuotoa helpottaaksesi lukemista.

## 2.7 Säännöllinen auditointi ja testaus

Ensimmäinen askel verkkokaupan saavutettavuuden parantamisessa on arvioida sen nykytila. Tämä onnistuu esimerkiksi saavutettavuusauditoinnin avulla, joka auttaa tunnistamaan sivuston ongelmakohdat. Säännölliset auditoinnit ovat keskeisiä, ja niiden yhteydessä kannattaa hyödyntää apuvälineitä, kuten ruudunlukijoita ja näppäimistötestausta. Näin varmistetaan, että verkkokaupan kaikki osat ovat helposti käytettävissä erilaisille käyttäjille.

Auditoinnin jälkeen parannukset kannattaa toteuttaa vaiheittain, jotta verkkokauppa saadaan ajoissa lain vaatimusten mukaiseksi. Jos sivusto vaatii merkittäviä muutoksia, voi olla perusteltua harkita kokonaan uuden verkkokaupan rakentamista, jolloin saavutettavuus voidaan huomioida jo suunnittelusta alkaen.

Exoven auditointi tarjoaa selkeän toimenpidelistan, jonka avulla verkkokauppa voidaan muokata saavutettavaksi ja lain vaatimukset täyttäväksi. Olemme erikoistuneet verkkokauppojen saavutettavuuden kehittämiseen ja autamme asiakkaitamme niin auditoinneissa kuin käytännön toteutuksessa. Tarjoamme kokonaisvaltaisia palveluita suunnittelusuosituksesta tekniseen tukeen, jotta verkkokauppa on valmis kohtaamaan tulevat saavutettavuusvaatimukset vaivattomasti.

Tarvitsetko apua?  
Ota yhteyttä  
[business@exove.com](mailto:business@exove.com)

## 2.8 Laki ja määräajat

**Kesä 2025:** Laki saavutettavuudesta tulee ulottumaan verkkokauppoihin 28.6.2025, joten nyt on aika valmistautua. Verkkokauppojen on tehtävä tarvittavat muutokset ja julkaistava saavutettavuusseloste ajoissa, jotta ne täyttävät lain vaatimukset.

**On silti hyvä muistaa, että verkkokaupan saavutettavuus on muutakin kuin teknisten vaatimusten täyttämistä eikä sitä kannata tehdä vain laki mielessä.**

# 3 Saavutettavuuteen panostamisen hyötyjä

Saavutettavuus koskettaa kaikkia digitaalisia palveluita, joiden käyttäjäkuntaa ja sen tyytyväisyyttä halutaan kasvattaa.

Saavutettavuuden huomiointi parantaa palveluiden laatua, kilpailukykyä, sekä vahvistaa brändiä yhdenvertaisuuden tukijana ja tekijänä. Saavutettava palvelu helpottaa parhaimmillaan ihmisten arkea ja saa näin käyttäjän palaamaan palveluun.

## Miksi panostaa saavutettavuuteen?

Saavutettavuuden huomiointi palvelussa on välttämätöntä osalle käyttäjistä edes peruskäytön mahdollistamiseksi -> Saavutettavuuden huomiointi kasvattaa käyttäjäkuntaa

Saavutettava verkkopalvelu mahdollistaa yhdenvertaisen käytön kaikille -> viestintämahdollisuudet -> brändimielikuva

Saavutettava palvelu on parhaimmillaan selkeä ja helppokäyttöinen, ja se parantaa kaikkien käyttökokemusta -> tyytyväisemmät asiakkaat

Saavutettava verkkopalvelu nousee hakukonetuloksissa korkeammalle -> enemmän kävijöitä

---

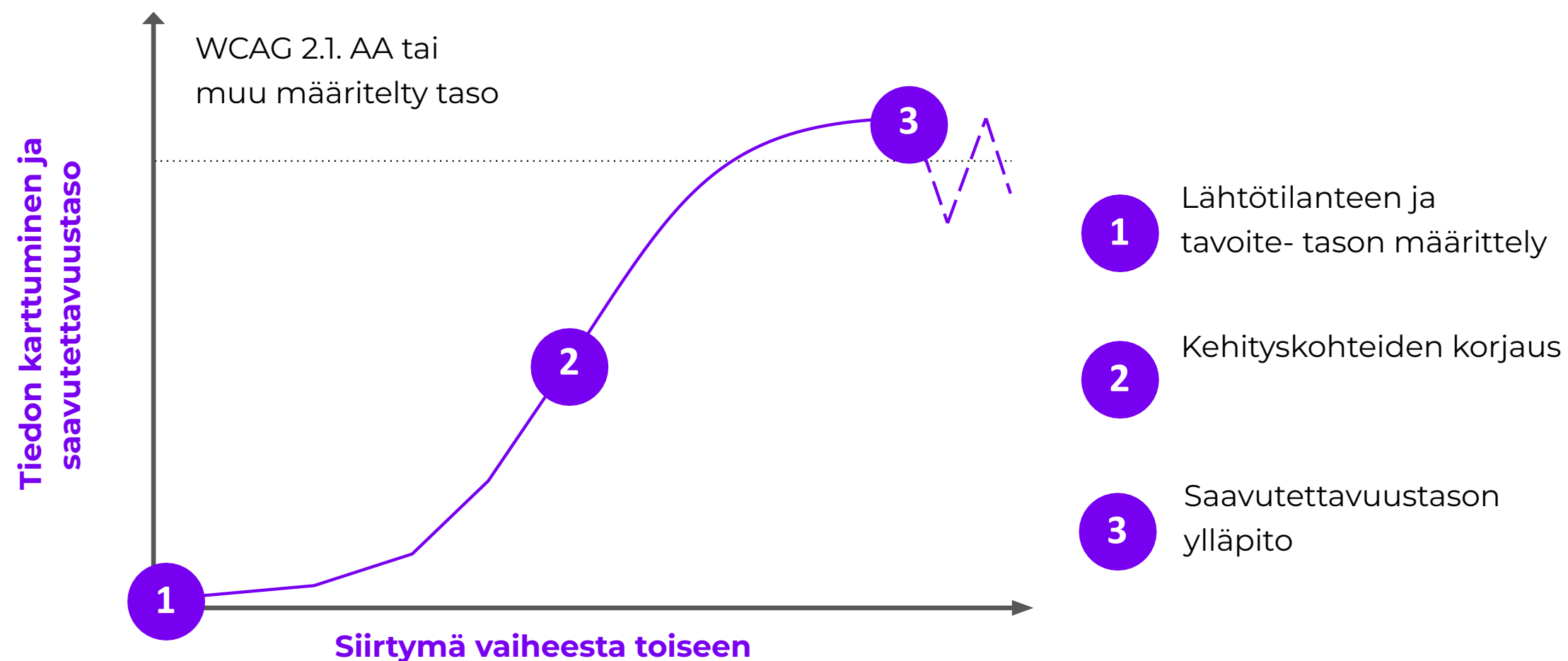
LIIKEVAIHDON KASVU

# 4 Lopuksi

Verkkokaupan saavutettavuus on paitsi lakisääteinen velvoite, myös liiketoiminnan kannalta järkevää. Saavutettavuuden parantaminen auttaa kaikkia asiakkaita löytämään ja ostamaan tuotteita sujuvammin, mikä voi lisätä myyntiä ja asiakastyytyvyyttä.

WCAG-standardit eivät itsessään riitä takaamaan verkkokaupan täydellistä saavutettavuutta. Varmistaaksenne verkkokaupan käyttäjäystävällisyyden kaikille, suosittelemme verkkokauppakohtaisen saavutettavuusauditoinnin tekemistä.

Auditoinnissa tunnistetaan kaikki saavutettavuutta heikentävät yksityiskohdat ja tarjotaan niihin ratkaisut hyvissä ajoin ennen kesän 2025 määräaikaa.



## Neljä askelta saavutettavuuden kehittämiseen

1. Yhteydenotto
2. Saavutettavuusaudit
3. Kehityskohteiden korjaus
4. Saavutettavuuden ylläpito

Tarvitsetko apua verkkokauppasi saavutettavuuden parantamisessa? Ota meihin yhteyttä, niin autamme sinua valmistautumaan kesän 2025 muutokseen

[business@exove.com](mailto:business@exove.com)

**Tutustu**  
**asiakastarinoihimme:**  
[exove.com/fi/asiakastarinat](https://exove.com/fi/asiakastarinat)

## 5 Exove

*Exove on suunnittelu- ja ohjelmistoyritys, jossa analyttisyys ja teknologiaosaaminen yhdistyvät inhimilliseen ymmärrykseen. Keskitymme luomaan digitaalisia ratkaisuja, joiden avulla taistellaan digiturhautumista vastaan. Exovena olemme asiakkaillemme johtava digitaalisten ratkaisujen kumppani ja erotumme markkinoilla asiantuntijapalvelujen, tuotteiden ja ylläpidon lisäksi vihreiden verkkopalvelujen sekä saavutettavuuden edelläkävijänä.*

*Taistelemme digiturhautumista vastaan osana Rebl Groupia. Yhdessä RockOnin, PunaMusta Coloron, PunaMusta Profilightin ja Puna Mustan kanssa kapinoimme hyvien puolesta ja heidän kanssaan. Meitä Rebleitä on lähes 700 ja liikevaihtoa tuotimme 116,2 miljoonaa euroa. Haluamme kasvun olevan kestävä, siksi Rebl Group on asettanut kunnianhimoiset, tieteeseen perustuvat ilmastotavoitteet (SBT).*

*It takes a REBL to start a REVLTION!*

# EXOVE