

Opas onnistuneen verkkokaupan perustamiseen

Ota osuutesi verkosta



Esityksen aiheet

- Miksi verkkokauppa?
- Verkkokaupan valinta
- Verkkokaupan perustaminen
- Verkkokaupan menestystekijät
- Verkkokaupan markkinointi
- Menestyksen mittaaminen

Miksi verkkokauppa?

- Laaja markkina-alue ja asiakasmassa: kotimaa - ulkomaat
- Ostaminen mahdollista ympäri vuorokauden ja helposti
- Alhaisemmat kustannukset (esim. myymälän vuokra)
- Mahdollisuus saada myymälään asiakkaita (ilmainen nouto)
- Myynnin seuraaminen tehokkaampaa
- Jälkimarkkinointi helppoa ja kustannustehokasta
- Helppo mukautua ja muuttaa toimintatapoja tarvittaessa
- Tuote- ja palveluvalikoiman laajuus

Verkkokaupan valinta

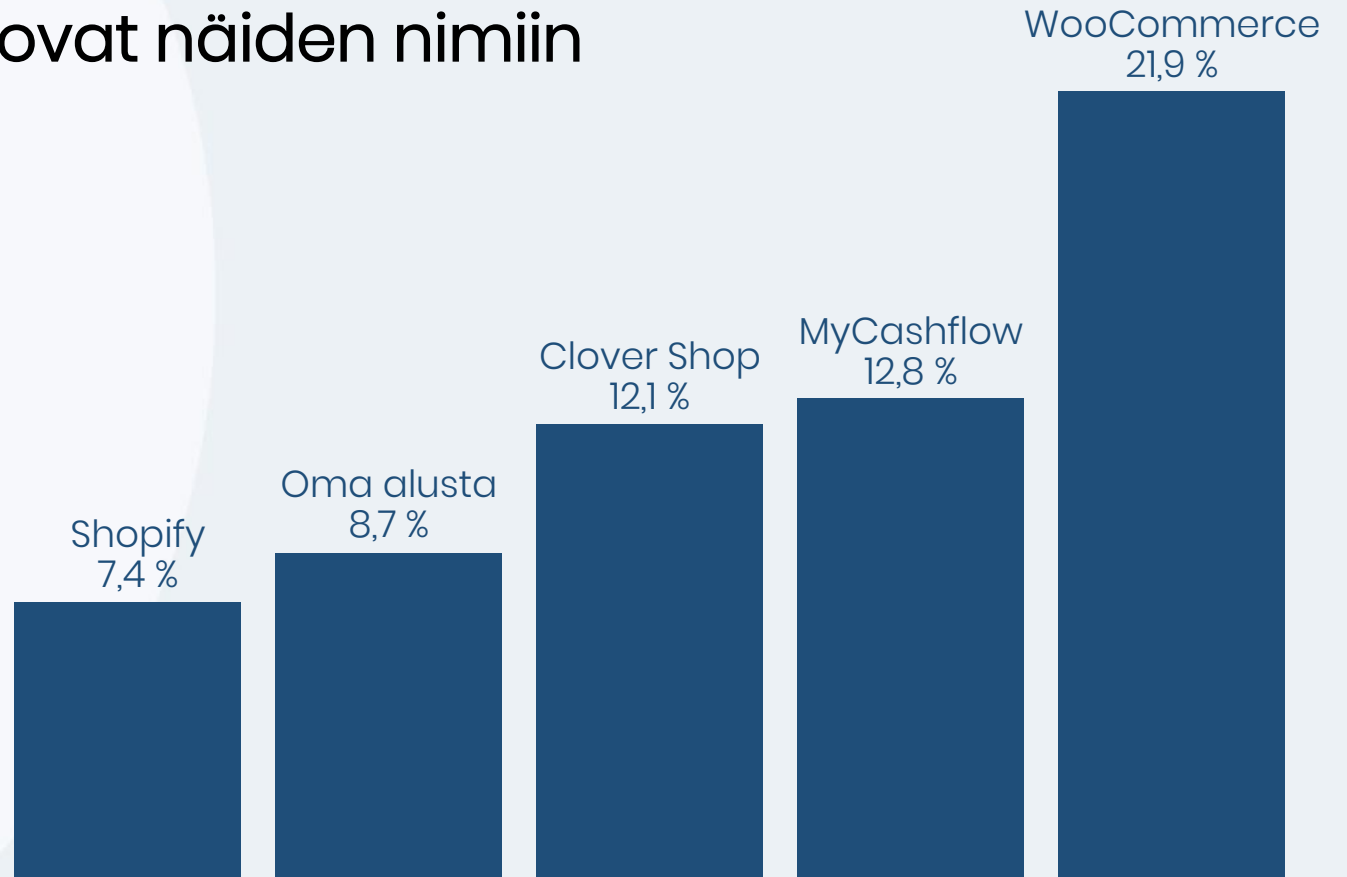
Aloittavat kauppiat harkitsevat näitä alustoja vuonna 2020

- **WooCommerce 45,5 %** (38 % vuonna 2019)
- MyCashflow 23 % (28 %)
- Holvi 23 % (16 %)
- Shopify 18 % (31 %)
- Oma alusta 18 % (9 %)
- Magento 13,5 % (15 %)
- Opencart 13,5 % (– %)
- Kotisivukone 9 % (9 %), ViidakkoStore 9 % (– %), Clover Shop 9 % (– %)

Verkkokaupan valinta

Tyytyväiset käyttäjät vannovat näiden nimiin

- **WooCommerce 21,9 %**
- MyCashflow 12,8 %
- Clover Shop 12,1 %
- Oma alusta 8,7 %
- Shopify 7,4 %



Verkkokaupan valinta

Alustan valinta mietityttää aloittavia kauppiaita

Edellisvuosista poiketen alustan valinnan kriteerejä kysyttiin tänä vuonna monivalinnan sijaan avoimella kysymyksellä.

Vastausten perusteella alustan valinta näyttää olevan edelleen aloittaville kauppiaille haasteellinen pähkinä purtaviksi.



Verkkokaupan valinta

Alustan valinnassa hankalalta tuntuu:

- Tulevaisuuden ennakoinnin hankaluus
 - Laajennettavuus kasvussa, esimerkiksi ERP-integrointi
 - Valinnan ”lopullisuus” – kasvaako alusta oman toiminnan mukana?
 - Yhteensopivuus taloushallinnon järjestelmien ja CRM:n kanssa
- Tietämättömyys
 - Vähäinen tieto siitä, mitä pitää ottaa huomioon alustan valinnassa

Verkkokaupan perustaminen

1. Huolellinen suunnittelu

- Liiketoiminta- ja kannattavuussuunnitelma
- Tavoitteet ja mittarit kuntoon
- Budjetti ja ennusteet sekä aikataulut
- Myytävien tuotteiden valinta, kilpailutilanne ja kohderyhmät
- Tuotteiden toimitus- ja maksutavat

Verkkokaupan perustaminen

3. Verkkokaupan sisältö

- Myytävien tuotteiden tiedot ja hinta
- Kuvat
- Kieliversiot (WMPL-kieliliitântä)

4. Aktiivinen markkinointi

- Nettimarkkinointi myynnin tuojana
- Markkinointi uusille ja vanhoille asiakkaille
- Nettikaupan huomioiminen myymälässä (ja päin vastoin)

Verkkokaupan kustannukset

3. Verkkokaupan markkinointi

- Itse vai kumppanin kanssa
- Ilmainen vs. maksullinen näkyvyys

Verkkokaupan menestystekijät

1. Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät

- Tuotteiden hinta, valikoiman, brändit
- Verkkokaupan luotettavuus ja helppokäyttöisyys
- Kaupan maksu- ja toimitustavat

2. Tehokas ja kohdennettu markkinointi

- Näkyvyys sosiaalisessa mediassa ja hakukoneissa
- Jatkuva kilpailijavertailu

Verkkokaupan menestystekijät

4. Käyttäjäystävällisyys

- Puoleensavetävä ja myyntiä edistävä ulkoasu
- Yrityksen näköinen ja houkutteleva
- Korkealaatuiset kuvat ja videot
- Suositellut tuotteet

5. Sisältö ja hinta

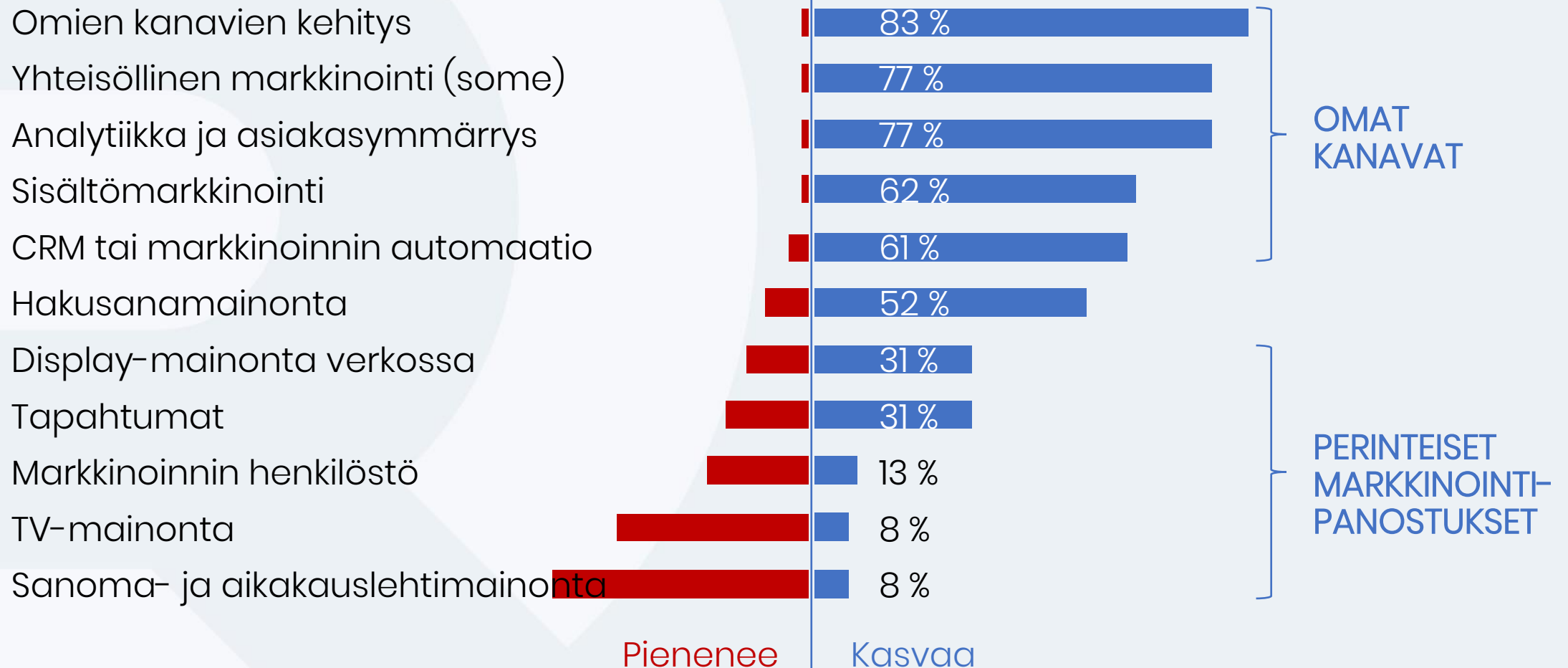
- Hyvä ja laaja valikoima sekä kilpailukykyiset hinnat
- Myyntiä tukeva materiaali tuotteista – riittävät tuotetiedot
- Ajantasaisuus (varastosaldot kunnossa)

Verkkokaupan menestystekijät

7. Luottamus

- Kerro asiakkaillesi turvallisuuden tärkeydestä
- Läpinäkyvä ostosprosessi
- Takuut ja palautusehdot selkeästi esille
- Laaja valikoima turvattuja maksutapoja
- Yhteydenottotavat ja tiedot yrityksestä
- Ilmoita saatavuus ja toimitusajat
 - Muista ilmoittaa muutoksista

Markkinointipanostusten muutos



Pienenee

Kasvaa

Verkkokaupan markkinointi

- Hakukoneoptimointi (kaikki sivut huomioitava)
 - Tuotenimet- ja kuvaukset
 - Tuotekuvat
- Google-mainonta
- Sosiaalinen media
 - Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn
 - Keskustelupalstat ja blogit
- Jälkimarkkinointi
 - Utiskirjeet
 - Remarketing

Google kirjanpito

Kaikki Kuvahaku Kartat Videot Ostokset Lisää Asetukset Työkalut

Noin 1 520 000 tulosta (0,45 sekuntia)

Mainos · www.digitase.fi/ ▾
Pienyrityksen kirjanpito - Edullinen ja vaivaton
Tiltoimisto netissä, tavoitat arkisin 8-20 chatin, sähköpostin ja puhelimen välityksellä. Helpota yrittäjyyttäsi, kirjanpitäjämme hoitaa yrityksesi **kirjanpidon** ja veroilmoitukset. Taloushallinto. Yrittäjyytesi tukena. Palvelut: **kirjanpito**, alv-ilmoitukset, tilinpäätös, palkanlaskenta.

Mainos · www.holvi.com/kirjanpito ▾
Kirjanpito pienyrittäjälle - Ensimmäinen kuukausi maksutta
Me hoidamme **kirjanpidon** ja verot, sinä näet luvut helposti yhdestä näkymästä. Kokeile nyt! **Kirjanpito** kätevästi kiinteään hintaan 69 €/kk. Kokeile nyt 1 kk ilman kuukausimaksua! Laskut **kirjanpitoon**. Yhdistetty yritystilisi. Helppo verkkolaskutus. Automatisoitu seuranta.

Mainos · www.administer.fi/ ▾
Sähköinen kirjanpito - Pyydä tarjous
Yrityksesi talousluvut aina ulottuvillasi. Online 24/7 Taloushallinto. Sähköinen taloushallinto. 95 % suosittelee meitä. Reaali-aikainen seuranta. Palvelut: Paperiton eFina, Palkkahallinto.

Mainos · www.meritaktiva.fi/kirjanpito/ohjelma ▾
Helppo kirjanpito-ohjelma - Vain 19 € kuukaudessa
Maksuton versio yrityksille, joilla on vähän tositteita! Kokeile ohjelma heti. Nopea kehitys.

taloushallintoliitto.fi › kirjanpidon-abc ▾
Kirjanpidon ABC | Taloushallintoliitto
Mitä on kirjanpito ja miksi sitä pidetään? Kirjanpidon tärkein tehtävä on tuottaa tietoa yritykselle itselleen. Tuloslaskelma kertoo toiminnan tuloksellisuuden, tase ...
Kirjanpito, mitä se on ja miksi ... · Kirjaus · Tilinpäätös · Kirjanpitovelvollisuus

fi.wikipedia.org › wiki › Kirjanpito ▾
Kirjanpito – Wikipedia
Kirjanpidosta tuotetaan lakisääteisiä ja muita raportteja yrityksen tai yhteisön omaan sekä sen sidosryhmien tarpeisiin. Eräs kirjanpidon tärkeistä tehtävistä on ...
Kirjaamisperiaatteita · Kahdenkertainen ... · Kirjanpitovelvollisuus ...

yrityksen-perustaminen.net › kirjanpito ▾
Kirjanpito - Aloittavan yrittäjän selko-oppaat - Yrityksen ...
Tämä artikkelii on kirjoitettu sinulle, joka haluat tehdä toiminimesi **kirjanpidon** itse. Ensisijainen neuvomme... Johdanto aloittavan yrittäjän **kirjanpitoon**. Kirjanpito on ...
Toiminimen kirjanpito itse · Kirjanpito-ohjelma · Osakeyhtiön kirjanpito

HAKUSANAMAINONTA

HAKUKONEOPTIMOINTI

Optimointiin vaikuttavat tekijät

1. Avainsanat

- Omalle toiminnalle tärkeät avainsanat

2. Verkkosivualusta ja tietoliikenneyhteys

- Sivun latausaika
- Uptime eli toimintavarmuus
- palvelimen sijainti

3. Domain ja URL

- Avainsana domain-nimessä
- Avainsana URL:ssa

Optimointiin vaikuttavat tekijät

4. Sivun sisäinen hakukoneoptimointi

- Title-elementit
- Meta-description
- Otsikot
- Leipäteksti
- Kuvien alt-attribuutit
- Lihavointi silmäilyn avuksi

Avainsanojen määrittäminen

Millä sanoilla olisi hyvä löytyä hyvin Googlesta?

- Ajattele asiakkaan näkökulmasta – maalaisjärjen käyttö
- Kysy asiakkailtasi ja myyjiltäsi
- Sanoja omilta nettisivuilta
- Google Analytics / Snoobi
- Kilpailijan käyttämät sanat
- Google-avainsanojen suunnittelija

Google-mainonta – mitä hyötyä?

1. Haun tehnyt henkilö on jo kiinnostunut tuotteistasi tai palveluistasi → laadukkaita kontakteja
2. Hakukoneiden käyttö jatkaa kasvuaan – kilpailijasi saattaa jo mainostaa
3. Maksat vain mainosten klikeistä eli sivustolle tulevista kävijöistä
4. Kustannustehokasta ja helposti mitattavaa mainontaa (Google Analytics)

Yhteenveto: Google-mainonnassa huomioitavaa

Mitattavat tavoitteet

Laadukas kohdesivu



Osuva mainosteksti

Osuvat avainsanat

Mainostoimisto Riima Oy

Tehtaantie 37 A 3, 60100 Seinäjoki

Yhteyshenkilösi

Juha Lemponen
puh. 050 446 0030
juha.lemponen@riima.fi

www.riima.fi



SEINÄJOKI | TURKU | LAPUA