

Perusta menestyvä verkkokauppa

Ota huomioon nämä 7 asiaa, ja saat verkkokauppasi lentoon!

7 vinkkiä uudelle verkkokauppayrittäjälle:

1. Tee verkkokauppastrategia
2. Laske budjetti
3. Suunnittele sisäänosto ja logistiikka
4. Tee aikataulu
5. Resurssoi huolellisesti
6. Valitse luotettava kumppani
7. Hanki sopiva verkkokauppa-alusta

1. Tee verkkokauppastrategia

Pohdi: Mitä tuotteita tarjoat ja kenelle? Ketkä ovat kilpailijoitasi?

Olet tehnyt suuren päätöksen ja haluat viedä liiketoimintasi verkkoon. Kun päätös on syntynyt, kannattaa siihen suhtautua riittävällä vakavuudella – liiketoiminnan aloittaminen verkossa vaatii nimittäin huolellista suunnittelua. Se, millä strategialla lähdet verkkokauppaasi toteuttamaan, riippuu tarjoamistasi tuotteista ja palveluista sekä kohderyhmästäsi. Verkkokaupan strategiavalinnassa oikea tuotevalikoima on äärimmäisen tärkeä. Tuotevalikoimasi tulisi olla ennen kaikkea verkkoon sopiva, eli sisältää tuotteita, joita lähtökohtaisesti voisit itsekkin kuvitella ostavasi verkosta.

Googlen työkaluilla sinun on vaivatonta selvittää suuntaa antavasti onko myymillesi tuotteille kysyntää verkossa: haetaanko tuotteita miten paljon ja millä maantieteellisillä alueilla? Asiaa selvittäessäsi voit myös löytää tuotteita, joita sinulla ei vielä ole myynnissä ja kasvattaa näin tuotevalikoimaasi vastaamaan asiakkaiden kysyntää. Ethän myöskään unohda tutustua kilpailijoihisi – on tärkeää, että tiedät mitä tuotteita kilpailijoillasi on valikoimissaan.

Jos sinulla on kivijalkamyymälä, kiinnitä huomiota myös verkkokaupan asiakaskokemukseen, sillä myymälän ja verkkokaupan strategian tulisikin tukea toisiaan. Pohdi myös, miten myymälän viesti taipuu verkkoympäristöön.

— Vinkkimme: Huomioi nämä seikat strategiaa tehdessäsi

- Mitä tuotteita ja palveluita tarjoat?
- Millainen kysyntä tuotteillasi on?
- Ketkä ovat kohderyhmääsi?
- Millaiset resurssit sinulla on käytettävissäsi?
- Miten saat myymäläsi ja verkkokaupan strategian yhteneväiseksi?

2. Laske budjetti

Pohdi: Kuinka paljon olet valmis sijoittamaan verkkokauppaasi?

Mitä enemmän olet valmis panostamaan verkkokauppaasi, sitä enemmän voit odottaa sen tuottavan. Aseta tulostavoitteesi suhteessa siihen, miten paljon olet valmis investoimaan verkkokauppaasi rakentamiseen ja kehittämiseen. Budjettilaskelmassa sinun tulee huomioida sekä järjestelmän kustannukset että järjestelmästä riippumattomat kustannukset.

Järjestelmien kustannukset voivat muodostua kahdella tavalla. Voit maksaa verkkokauppaasi kerralla, mutta tällöin sinun on huomioitava pidemmällä aikavälillä tulevat kustannukset, joita tulee verkkokaupan päivittämisestä ja uusimisesta. Verkkokauppa on mahdollista ostaa myös leasing-rahoituksella tai kuukausiveloitteisella palveluvetoisella mallilla, jolloin palveluntarjoaja hoitaa ylläpitoon liittyvät toimet. Tällä tavalla verkkokauppaasi on aina ajan tasalla ja päivitettyä uusimpaan versioon.

Vinkkimme: Budjetoi vähintään nämä

- Järjestelmän lisenssit
- Järjestelmän kehittäminen ja ylläpito
- Käyttöönottokoulutus
- Palkat
- Vuokrat
- Logistiikka ja lähetyskustannukset
- Markkinointi
- Koneet ja laitteet
- Puhelin, internet ym. kulut

3. Suunnittele sisäänosto ja logistiikka

Pohdi: Myytkö tuotteet suoraan omasta varastostasi?

Verkkokaupassa on tärkeää, että tuotteiden sisäänostot tehdään oikea-aikaisesti. Jos suosituimmat tuotteesi pääsevät loppumaan, vaikuttaa se välittömästi myyntiisi. Onkin tärkeää, että järjestelmäsi antaa tietoa siitä, mitkä tuotteet ovat loppumassa, sillä näin voit tehdä ajoissa lisätilauksia. Ostamisessa hyvänä apuna on myös verkkokaupan analytiikka, jonka avulla pystyt näkemään, minkä tyyppisiä tuotteita asiakkaasi yleensä etsivät. Tämän tyyppistä dataa on mahdollista saada, mikäli verkkokaupan tuotepuu eli navigaatio on oikein suunniteltu.

Kun suunnittelet logistiikkaasi on tärkeää huomioida, löytyvätkö myymäsi tuotteet sinun varastostasi vai myytkö suoraan tavarantoimittajien varastosta. Tämä vaikuttaa niin toimitusaikoihisi kuin tarvitsemiisi resursseihin. Mikäli myyt tavarantoimittajan varastosta, kannattaa sinun pohtia, tarvitsetko toimitusaikojen lyhentämiseksi oman puskurivaraston. Silloin käytössäsi on oltava järjestelmä, joka näyttää myös tavarantoimittajien varastosaldot.

Vinkkimme: Mieti tuotteiden sisäänosto

- Miten tuotteiden sisäänosto tapahtuu?
- Missä tavarantoimittajat sijaitsevat?
- Millainen vaikutus sisäänostolla ja toimittajien sijainnilla on logistiikkaasi ja toimitusaikoihisi?
- Tarvitsetko puskurivaraston?

4. Tee aikataulu

Pohdi: Suunnittelutyön määrä ja laajuus

Verkkokauppaprojektin aikatauluun vaikuttavat suunnittelutyön määrä sekä verkkokauppajärjestelmän pystyttämiseen menevä aika. Suunnitteluvaiheeseen kannattaa käyttää aikaa, etenkin jos et ole varannut siihen ulkopuolisia resursseja. Vankan verkkokauppa-alustan pystyttämiseen kannattaa varata aikaa keskimäärin kolme kuukautta, mutta kaupan avaaminen on mahdollista nopeamminkin. Huomioi, että isomman mittakaavan verkkokauppaprojekti saattaa viedä runsaasti enemmän aikaa, sillä usein järjestelmään joudutaan tekemään räätälöityjä ratkaisuja tai sitä täytyy sovitella yhteen muiden käyttämiesi järjestelmien kanssa.

Kun mietit aikatauluasi, on olennaista, että pääset nopeasti projektin käynnistymisestä kiinni tuottoon. Jos verkkokaupan avaaminen vie paljon aikaa, maksaa se sinulle mm. projektiin osallistuvien henkilöstökuluina, muusta tekemisestä menetettynä työaikana, toimittajan projektikuluna ja ennen kaikkea menetettynä myyntinä. Kaasua kannattaakin painaa pohjaan sen jälkeen, kun verkkokauppaprojekti on käynnistetty. Avaamisen kynnyksellä on kuitenkin syytä painaa sen verran jarrua, että uuden verkkokauppasi toiminnallisuudet tulee huolellisesti testattua.

— Vinkkimme: Ota huomioon nämä seikat aikataulutuksessa

- Paneudu huolellisesti suunnitteluun ja laskelmien tekoon
- Paina kaasua kun projekti käynnistyy: kulut alkavat juoksemaan
- Mitä kauemmin verkkokaupan pystytys kestää, sitä enemmän menetät myyntituloja
- Muista testata verkkokaupan toiminnallisuudet ennen avaamista

5. Resurssoi huolellisesti

Pohdi: Miten huolehdi riittävistä resursseista

Löytyykö sinulta riittävästi tuotteita varastosta? Onko sinulla tarpeeksi käsipareja käsittelemässä ja toimittamassa tuotteita myös ruuhka-aikoina? Kuka päivittää verkkokaupan tuotetietoja?

On hyvä muistaa, että verkkokauppasi ei pyöri pelkästään varastomiehen harteilla – sisällön, toiminnallisuuksien ja palvelun kehittäminen vaatii asiantuntemusta ja ammattitaitoa. Kiinnostavat tuotekuvaukset ja laadukkaat kuvat ovat osa myynnillistä esillelaittoa, jotka tekevät verkkokaupastasi houkuttelevan. Mitä enemmän tuotteita verkkokaupassasi on, sitä enemmän sen ylläpitäminen vaatii resursseja: tuotekuvaukset sekä visuaaliset elementit tuotteiden kohdalla on syytä olla yhdenmukaiset ja sisällöltään kiinnostavat. Hyvän asiakaskokemuksen takaamiseksi tuotetiedot kannattaa pitää ajan tasalla, joten resursseja on syytä lisätä sitä mukaan kun verkkokauppasi valikoima kasvaa.

Luotettavan verkkokauppakumppanin kanssa säästät omia resurssejasi verkkokaupan teknisessä ylläpidossa. Osaava kumppani ei huolehdi ainoastaan järjestelmäpäivityksistä ja järjestelmävikojen korjauksesta, vaan tuo myös ymmärrystä ja oivalluksia itse verkkokauppaliiketoimintaan. Tämä mahdollistaa yrityksesi kasvun ja menestymisen verkossa.

— Vinkkimme: Varaa resursseja ainakin näihin

- Logistiikka ja varastointi
- Verkkokaupan tekninen ylläpito
- Verkkokaupan sisältöjen tuotanto ja ylläpito

6. Valitse luotettava kumppani

Pohdi: Luotettava yhteistyökumppani säästää monelta vaivalta

Sopiva yhteistyökumppani auttaa sinua verkkokauppajärjestelmään liittyvissä asioissa ja verkkokaupan liiketoiminnan päivittäisessä toiminnassa. Etenkin mahdollisissa ongelmatilanteissa asiantuntevan kumppanin tuki on korvaamatonta – mikäli alustan toimittaja sijaitsee ulkomailla, tai on keskittynyt puhtaasti järjestelmäkehitykseen, voi avun saaminen osoittautua haastavaksi.

Kun valitset yhteistyökumppania sinun ei kannata keskittyä pelkkään verkkokauppa-alustaan ja siihen saatavaan tukeen, vaan tarkastele asiaa kokonaisvaltaisemmin. Minkä tahansa alla listatun alueen puutteellinen osaaminen voi olla potentiaalinen liiketoiminnan tappaja, joten ammattitaitoisen kumppanin kohdalla ei kannata riskeerata.

Kartoita myös potentiaalisen yhteistyökumppanisi keskeiset yhteistyötahot. Hankkiiko yhteistyökumppanisi palvelut kumppaniverkostosta, jotka tuntevat kokonaisuuden paremmin, vai toimiiko yhteistyökumppani vain satunnaisten asiakastoteutuksien parissa?

— Vinkkimme: Tarkista löytyykö yhteistyökumppanilta osaamistai

- Kaupan toimialaosaaminen
- Verkkoliiketoimintaosaaminen
- Kaupan prosessit yleisesti
- Teknologia
- Markkinointi
- Logistiikka
- Asiakaspalvelu
- Analytiikka
- Taloushallinto

7. Hanki sopiva verkkokauppa-alusta

Pohdi: Avoin lähdekoodi vai valmis järjestelmä?

Verkkokauppa-alustaa valitessa sinulla on kaksi vaihtoehtoa: avoimen lähdekoodin ohjelmisto tai valmisalusta. Avoimen lähdekoodin ohjelmistot ovat yleensä joko ilmaisia tai varsin edullisia. Niiden kohdalla on kuitenkin huomioitava, että alusta muodostu liitännäisistä, jotka mahdollistavat erilaisia toiminnallisuuksia. Niiden kiinnittäminen ja ylläpito on varsin kallista, eikä toimintavarmuus siten ole huippuluokkaa. Vaikka ohjelmisto ei maksaisi mitään, sen kehittäminen voi nousta huomattavasti ennakoitua kalliimmaksi, mikäli tarvitset runsaasti toiminnallisuuksia. Avoimeen lähdekoodiin perustuvan alustan elinkaari vaihtelee myös vain vuodesta kolmeen vuoteen.

Valmisalusta on hankintahinnaltaan korkeampi, koska siinä kokonaisuus on yleensä huomattavasti laajempi käsite. Tällöin kuitenkin toiminnallisuudet, mitä verkkokauppaan yleensä haluttaan, löytyvät ohjelmistossa jo valmiina. Kannattaa pitää mielessä, että verkkokauppa-alustan valinnassa on pohjimmiltaan kyse teknologisesta ratkaisusta, jonka tärkein ominaisuus verkkokaupan ylläpidon kannalta on jatkuvuus. Alustan kanssa auttavan yhteistyökumppanin on siis syytä omata muutakin osaamista kuin pelkkää järjestelmäasiantuntijuutta.

— Vinkkimme: Ota huomioon verkkokauppa-alustaa valitessasi

- Haluatko vapaaseen lähdekoodiin perustuvan alustan vai valmiin järjestelmän?
- Toimiihan verkkokauppa-alusta myös mobiililla?
- Mille markkinoille alusta on kehitetty? Kuka ja missä alustaa kehitetään?
- Mitkä ovat verkkokauppa-alustan jatkokehitysnäkymät?

Liiketoiminta lentoon Confirman verkkokaupalla



Kaikille toimialoille

Helppokäyttöinen Flowvy verkkokauppa-alustamme sopii kaikenkokoisille yrityksille toimialasta riippumatta.



Asiantuntijoiden suunnittelema

Suunnittelemme ja toteutamme verkkokaupan tarpeitasi kuunnellen – vain näin syntyy verkkokauppa, joka palvelee aidosti liiketoimintaasi.



Kaikki yhdessä järjestelmässä

Tuotehallinta on keskitetty ERP-järjestelmään, joka päivittää tuote- ja hintatiedot automaattisesti niin verkkokauppaan kuin myymälöihisi.



Kasvaa liiketoimintasi mukana

Verkkokauppa-alustan skaalautuessa liiketoimintasi mukana, voit olla varma, että verkkokauppa on sinulle aina oikean kokoinen.



Markkinointipalvelut

Verkkokaupan markkinointi on pitkäjänteistä ja suunnitelmallista tekemistä. Kaikkea ei tarvitse kuitenkaan tehdä itse – hyödynnä digimarkkinoinnin asiantuntijoitamme.



Tuotepuusuunnittelu

Toimiva tuotepuu on avain myynnin kasvattamiseen – se auttaa asiakasta navigoimaan eri tuotteidesi välillä ja tekee verkkokaupastasi myös käyttäjäystävällisen.

Meiltä löydät aina oikean kokoisen verkkokaupan

Laajenna liiketoimintasi verkkoon sinulle sopivalla verkkokauppa-alustalla



Kevyt verkkokauppa

Kevyt verkkokauppa-alustamme sopii erityisesti ravintoloille sekä pienille myymälöille. Ratkaisua on helppo laajentaa liiketoimintasi kasvaessa.

Pyydä lisätietoja



B2C-verkkokauppa

Kuluttajamyynniin tarkoitettu B2C-verkkokaupppamme sisältää monipuolisesti erilaisia toimialakohtaisia ominaisuuksia. Jokainen paketti räätälöidään tarpeidesi mukaiseksi.

Pyydä lisätietoja



B2B-verkkokauppa

B2B-verkkokaupassa tarvitaan perusominaisuuksien lisäksi mm. asiakashinnastoja sekä tukkutilausominaisuuksia. Jokainen ratkaisu räätälöidään tarpeidesi mukaan.

Pyydä lisätietoja

Confirma

Tuotepuun suunnittelu

Miten asiakkaat löytävät verkosta kauppasi ja vastaavasti kaupastasi etsimänsä tuotteet? Molempiin vastauksena on toimiva tuotepuu.

Tuotepuu on kriittinen osa verkkokauppaa – sen avulla kauppa joko menestyy tai epäonnistuu.

Tuotepuulla tarkoitetaan verkkokaupan tuotenavigointia. Tuotepuun merkitystä ei voi vähätellä, sillä se määrittelee pitkälti verkkokaupan hakukone- ja konversio-optimoinnin sekä digitaalisen markkinoinnin onnistumisen. Näillä kaikilla on suora yhteys myyntiin ja liikevaihtoon.

[Lue lisää blogistamme](#) →



Ota yhteyttä!

Haluatko lisätietoja Confirman Flowvy-verkkokaupparatkaisusta? Ole yhteydessä, kerromme mielellämme lisää.



+358 20 755 1961



sales@confirma.fi

Voit myös varata maksuttoman esittelyn verkkokaupparatkaisustamme. Täytä yhteydenottolomake, olemme sinuun yhteydessä mahdollisimman pian!

Jätä yhteydenottopyyntö →





Lue lisää ↑

confirma.fi

