

Pirkanmaan Yrittäjien eBuusti -koulutus 2011
5.10.2011 Tampere



*Internet-markkinointi -
sähköinen kaupankäynti*

Markku Korkiakoski, Vilkas Group Oy

Agenda

- Vilkas Group Oy:n esittely
 - Käsitteitä
 - Monikanavainen verkkoliiketoiminta
 - Verkkokaupankäynnin menestystekijöitä
 - Mitä tulee huomioida verkkokauppatoimittajan valinnassa?
 - Menestystarinoita
-
- DEMO: Suomen nopein verkkokaupan perustaminen

Vilkas Group Oy

- Verkkokauppoja vuodesta 1998
- Omistajina operatiivinen johto ja SSP Yhtiöt Oy
- Sitoutunut & motivoitunut toimija markkinoilla
 - 90 % asiakkaista suosittelee Vilkas Groupin palveluita
- Markkinajohtaja Suomessa 900 aktiivisella verkkokauppiaalla, esim. Iittala, Veikon Kone, Ratia -shop, Securitas, Opetushallitus...
- Verkkokauppapalvelut kaiken kokoisille yrityksille
- Verkkokaupan ytimenä toimii ePages -ohjelmisto, jonka päälle Vilkas Group on kertonut oman lokalisoidun palvelukokonaisuuden.
- Olemme olleet ePages -partneri ja edustaja Suomessa jo vuodesta 1998
 - ePages GmbH on verkkokauppaohjelmistojen markkinajohtaja Euroopassa yli 60 000 asiakkaalla
 - ePages GmbH:lla työskentelee n. 200 henkilöä ja yrityksellä on yli 15 vuoden kokemus verkkokauppaohjelmistojen kehittämisestä

Keskeisiä käsitteitä?



- **Kotisivut**
 - Esite, staattinen, ansaintamalli?
 - ”Kaupan alalla kotisivut ovat jo historiaa?”
- **Verkkokauppa**
 - Nykypäivää, dynaaminen, generoi myyntiä, kriittinen osa kaupan verkkoliiketoimintaa
- **Monikanavainen yritys**
 - Yritys joka myy tuotteitaan usean eri kanavan kautta. Kanavia voivat olla esimerkiksi verkkokauppa ja fyysinen myymälä. Pyrkimyksenä on ottaa asiakkaan erilaiset tarpeet huomioon. Asiakas voi ostoprosessin eri vaiheissa käyttää eri kanavia.
- **Liiketoimintamalli**
 - Joukko yrityksen liiketoiminnan erityispiirteitä, toimintatapoja ja menetelmiä joilla yritys tekee voittoa lisäämällä yrityksen tuottoja ja vähentämällä kustannuksia. Mallin voi kuvata esittämällä tuote-, palvelu- ja informaatiovirtojen arkkitehtuurin sekä eri osapuolet ja heidän roolinsa.

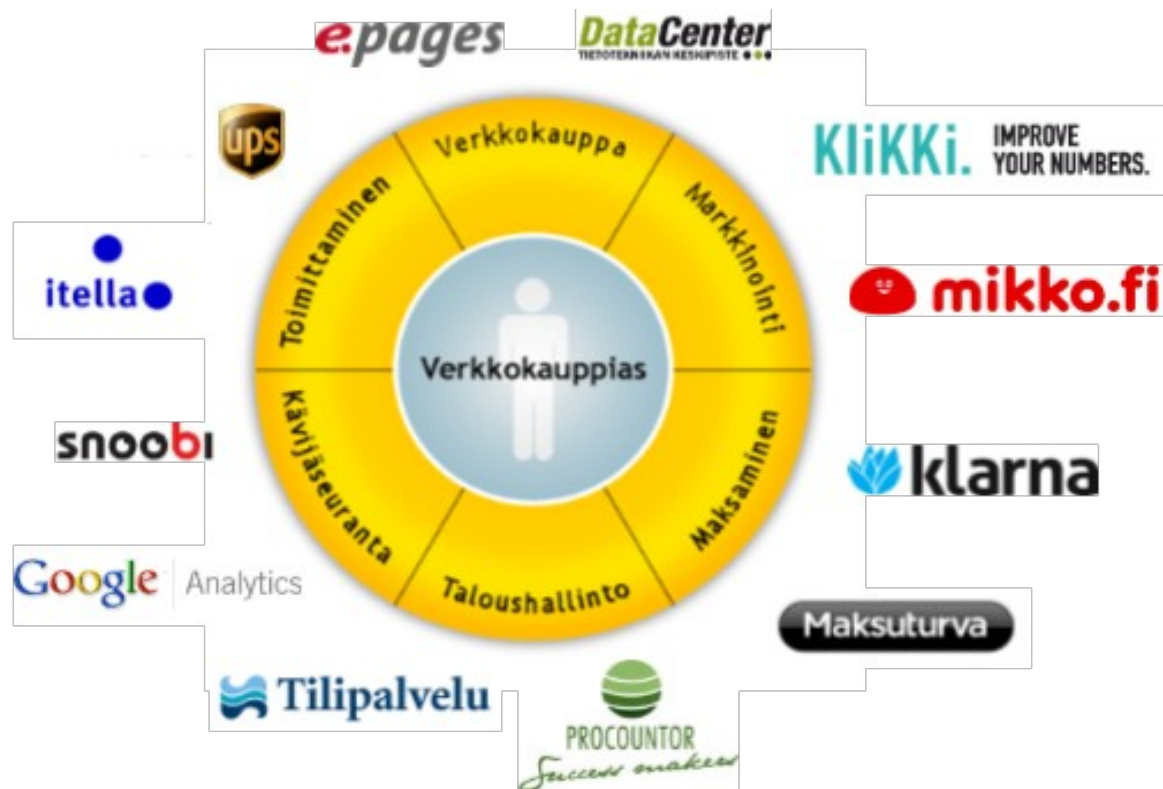
Monikanavaisen liiketoimintamallin hyötyjä

- Tavoitettavuus
 - Asiakasviestintä (offline / online)
 - ”online-ikkunaostokset”, jotka ovat muuttaneet merkittävästi kuluttajien ostokäyttäytymisen
- Saavutettavuus
 - Myymälät, toimitus kotiin, noutopisteet...
- Asiakaspalvelu
 - Asiakaspalvelua missä, miten ja milloin vain.
- Kustannustehokkuus
 - Pystytään toimimaan tehokkaimmassa kanavassa
 - Skaalautuvuus



Verkkokaupan eri osa-alueet

- Verkkokaupankäyntiin tarvitaan muutakin kuin pelkkä verkkokauppaohjelma



Verkkokaupan menestystekijöitä

- Itse verkkokauppa
 - Sisältö, helppokäyttöisyys, prosessien hallinta, vuorovaikutus, elämyksellisyys
- Toimiala
 - Yhteisöt ja hintaherkkyys, kansainvälinen kilpailu
- Yritys
 - Brändimielikuva, sitoutuneisuus, **suosittelut**, verkottuneisuus, prosessien parantaminen, tietojärjestelmien integraatio
- Asiakas
 - Mitä paremmin kauppias pystyy pitämään asiakkaan tyytyväisenä, sen paremmin se menestyy
 - Asiakassuhteen rakentaminen ja ylläpitäminen



ELI pätevätkö samat lainalaisuudet kuin "normaalissa" kaupassa?

Esimerkkejä verkkokaupan menestysmittareista



- "Viehätysvoima"
 - Esim. Kävijöiden määrä, Kävijöiden hankintahinta, Välitön poistumis -%
- Konversio
 - Esim. Tilausten lkm per kävijät, Km. Ostoskorin arvo, Asiakkaiden vaihtuvuusaste
- Asiakkuuden säilyttäminen
 - Esim. Asiakkuuden elinkaari, kanta-asiakkaiden lkm, kanta-asiakkaiden konversio

Verkkokauppa ei synny hutiloimalla

- Käynnistäminen on strateginen päätös?
 - Ydinprosessi / Tukiprosessi?
- Mitä tuotteita ja kenelle haluatte myydä?
 - Save money or time? Improve life?
- Liitynnät muuhun liiketoimintaan?
- Liitynnät kumppaniverkoston
- Asiakaspalvelu (meili, puhelin, skype, myymälä...)
- Verkkokaupan ylläpito (tuotehallinta, tilaukset, kampanjat...)
- Markkinointi online / offline
- Kävijäseuranta analysoi verkkokaupan asiakkaita



Mitä tulee huomioida kun valitaan toimittajia?

- Tarve: Vakiokauppa ja räätälöity ratkaisu?
- Toimittajien kokemus ja osaaminen verkkokaupankäynnistä?
- Palvelukehitys?
- Referenssit verkkokaupoista?
- Kumppaniverkosto ja liittynät niihin?
- Integroituvuus ja räätälöitävyys?
- TCO (Total Cost Ownership)?



Kaksi erilaista menestystarinaa

- Vakiokauppa, skaalautuvuus ja sen kansainvälistäminen
 - Case: Automaalit.net
- Räätelöity ja monikanavaisesti skaalautuva ratkaisu
 - Case: Hanakat / Onninen



billackering.eu
automaalit.net

Case Automaalit.net

- Yritys on ollut automaalien jälleenmyyjä vuodesta 1982
- Verkkokauppa avattu 2006
- Nykyään myynnistä 80% tulee verkosta
- Töissä 3 henkilöä
- Terminaali Oulussa
- Kuinka laajennetaan markkina-aluetta verkkokaupan avulla?
 - 1. vaiheessa verkkokaupan laajentaminen Ruotsiin 4/2011
 - Saavutetaan 10 miljoonan kuluttajan markkina-alue
 - Verkkokaupan avaaminen Ruotsiin synnytti seuraavat kulut
 - Käynnistyksestä aiheutuvat kulut olivat noin **2.500€**
 - Kiinteät kulut kuukaudessa noin **100€ Vilkas + 200€ Adwords**
 - Mukana laajentumisessa mm. Matkahuolto, Klarna ja Vilkas Group
 - Mitä neljän kuukauden jälkeen (8/11) ?
 - → myynti 50.000kr/kk → 50 toimitusta/kk
 - 2. vaiheessa Venäjä, missä 140 miljoonaa kuluttajaa

Case Hanakat

- ”Hanakat on n. 80:n itsenäisen yrittäjän muodostama valtakunnan johtava LVI-alan jälleenmyyntiketju. Hanakat-liike on luotettava LVI-alan asiantuntija, joka toimii täyden palvelun periaatteella.”
- Hanakat verkkokauppahankkeessa tuli huomioida itsenäisten Hanakat-kauppioiden osaaminen, ajankäyttö sekä tarpeet.
- Onnisen tavoitteena parantaa Hanakat-ketjun näkyvyyttä verkossa, kasvattaa Hanakat-kauppioiden liikevaihtoa, tarjota helppokäyttöinen verkkokaupparatkaisu sekä vahvistaa omien tuotteiden asemaa Hanakat kaupoissa
- Verkkokaupprojektissa mukana Onninen, Hanakat-ketjukauppiat, Vilkas Group, Itella, Maksuturva

The logo for Onninen, featuring the word "onninen" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

onninen



Onninen ERP

Hanakat ketjuohjaus



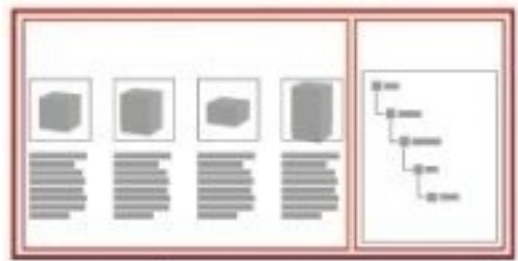
Master kauppa

Automaattiset päivitykset

- › Ulkoasu
- › Tuoteryhmät
- › Tuotteet



EDI



Hanakat
JOTTA KOTI TOIMISI

Laskutus

Tilaukset



Kauppa 1



Kauppa 2



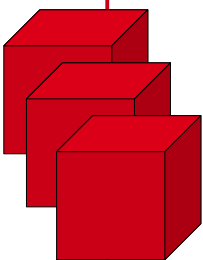
Kauppa n



Tilaus / maksu



Asiakas



Case Hanakat: Valitun toimintamallin hyötyjä

- › Yksittäisen Hanakat-kauppiaan työmäärä saatu minimiin
- › Ulkoasun, sisällön, tuoteryhmien ja tuotteiden tietojen ylläpito keskitetysti yhdestä paikasta
- › Nopea ja helppo tapa päivittää kaikkiin kauppoihin esimerkiksi päivitettyt kampanjatiedot
- › Tilausten siirtyminen automaattisesti Onniselle
- › Tilausten keräily, pakkaus ja toimitus suoraan asiakkaalle Onnisen toimesta
- › Hanakat-kauppias voi tarjota tilauksiin liittyviä lisäpalveluita kuten asennuksia (sell more)
- › Verkkokaupan asiakasrekisteri on tilauksen saaneen yksityisen Hanakat-kauppiaan omaisuutta
- › Yksittäisiä Hanakat-kauppoja ei räätälöity juuri lainkaan
- › Yksittäisen kaupan jatkokehittäminen mahdollista
- › Uusien kauppojen lisääminen helppoa ja nopeata

Verkkokauppatalokot 26.10.2011 Tampereella

- Suosituksi tulleet verkkokaupan rakennustalokot kiertävät Tampereella ja Helsingissä kerran kuukaudessa.
- Osallistuminen talokoiin on ilmaista.
- Riittää, että sinulla on testikauppa Omaverkkokaupasta.
- Ilmoittautuminen
 - <http://www.myyntinparantajat.fi/tapahtumat/>
- **TERVETULOA !**



Kiitos

Kysymyksiä?



Markku Korhikoski
Toimitusjohtaja
puh. 0400-434244
markku@vilkas.fi

Vilkas Group Oy
Kauppakatu 11 C, Tampere

puh. 020 743 1919
<http://www.vilkas.fi>