

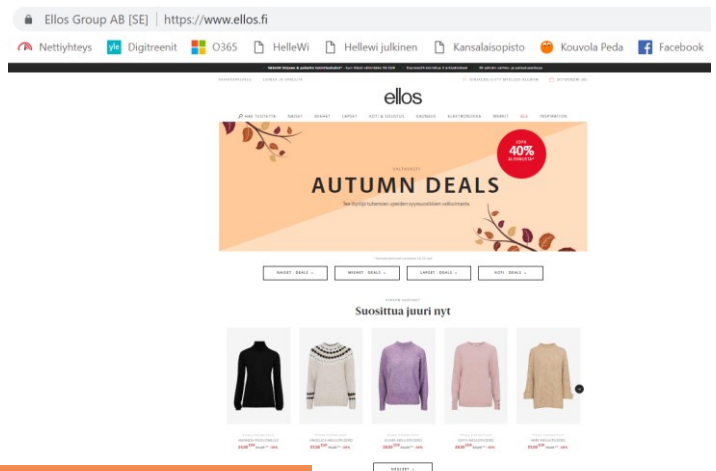
Verkkokaupan kehitysvaihteita

Kimmo Yli-Savola
Kouvolan kansalaisopisto

1

Vaihe 1: Verkkoläsnäolo

- Yritykset perustivat verkkosivut Internetin käytön kasvun seurauksena
- "Ollaan netissä läsnä kuin kilpailijat ovat siellä"
- Yrityksessä ei mietitty sivujen tarkoitusta tai mitä lisäarvoa saa siitä, että sivut ovat olemassa
- Sivut olivat luonteeltaan staattiset eikä niissä ollut erityisempiä toiminnallisuuksia
- Sivujen päivityksestä vastasi jokin ulkopuolinen toimija
- Sivut olivat hankalasti ylläpidettäviä ja se usein ulkoistettiin
- Yrityksen ja sen tuotteiden esittely (tuoteluettelot)
- Yhteystiedot esillä



Ellos on ollut pitkään Suomen suosituimpia verkkokauppoja

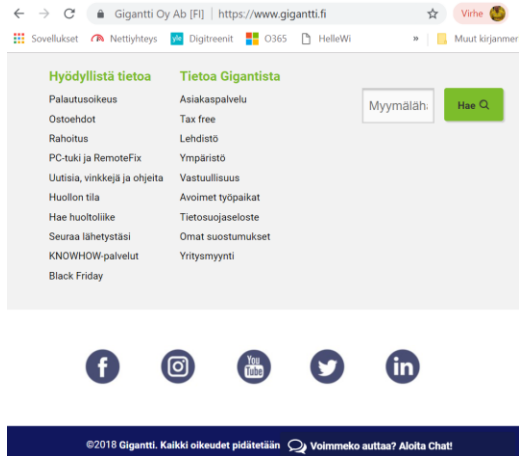
Verkkokaupan perustaminen

7.10.2020

2

Vaihe 2: Verkkosivujen hyödyntäminen myynnissä ja markkinoinnissa

- Vuorovaikutteisuus korostui
- **Tilastentekomahdollisuus** uutena palveluna
- Tilaukset tehtiin **aluksi sähköpostilla**
- Seuraavaksi erillisellä **lomakkeella**, joilla yrityksen toivottiin ottavan yhteyttä
- Alkuvaiheessa yritysten työntekijät eivät voineet ylläpitää sivuja
- Vähitellen alettiin liittää sosiaalisen median palveluita verkkosivuihin



7.10.2020

Verkkokaupan perustaminen

3

Vaihe 3: Verkkokauppojen synty

- Markkinoille tuli verkkokauppa-alustoja
- Verkkokauppoja voitiin tehdä myös selainpohjaisilla julkaisujärjestelmillä
- Kauppojen luominen ja ylläpitäminen helpottuivat merkittävästi
- Asiakassuhde muodostetaan kuhunkin verkkokauppaan erikseen
- Kukin kauppa kerää erikseen asiakkaan tiedot
- Alkuvaiheessa ei integrointia yrityksen muihin tietojärjestelmiin
- Asiakas joutuu opettelemaan jokaisen systeemin erikseen (salasanat, käyttöliittymä)
- Ostoskori, tuoteluettelot
- Some-palveluiden integrointi keskeistä
- Responsiivisuus, monipäätelaitetuki



7.10.2020

Verkkokaupan perustaminen

4

Vaihe 4: Verkkokauppojen integrointi ja verkostoituminen

- Verkkokauppoja alettiin yhdistää kassajärjestelmiin, toiminnanohjaukseen, taloushallinto- ja tuoterekisterijärjestelmiin ja muihin yrityksen tietojärjestelmiin (logistiikka)
- Yhteistyöverkostot, klusterit
- Lisääarvoa tuovat palveluverkostot, esim. kuljetus- tai asennuspalvelut
- Erilaiset maksutavat yhdistettiin verkkokauppoihin, runsas maksutapavalkoima, verkkomaksupainikkeet



HOLVI

Maksutavat

Sinun ei tarvitse huolehtia maksujen saapumisesta tilillesi.

Holvin verkkokauppa sisältää digitaaliset maksutavat asiakkaillesi. Kaupassasi on yleisimmät verkkomaksutavat ilman eri sopimuksia. Asiakkaasi voivat maksaa luottokorteilla (Visa ja Mastercard) tai pankkipainikkeilla (Nordea, Handelsbanken, S-Pankki, Aktia, OP, Danske Bank ja Säästöpankki).



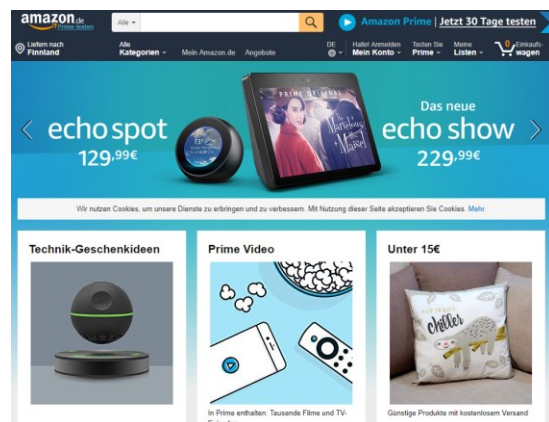
7.10.2020

Verkkokaupan perustaminen

5

Vaihe 5: Sähköiset ostoskeskukset / kauppakeskukset

- Kehitys samankaltaista kuin kivijalkakaupan puolella eli muodostuu kauppakeskuksia
- Voivat olla erillisiä yhteistyöverkostoja tai yksi kokonaisuus
- Esim. dx.com, wish.com, amazon jne.
- Ostaminen pyritään tekemään erittäin vaivattomaksi, mukavaksi ja pyritään vaikuttamaan ihmisten tunteisiin
- "Ostaminen on hauskaa"



7.10.2020

Verkkokaupan kehitysvaiheet

6