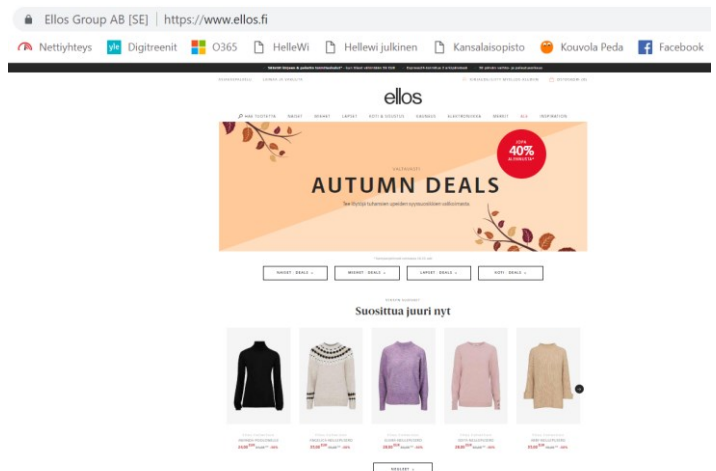


Verkkokaupan kehitysvaiheita

Kimmo Yli-Savola
Kouvolan kansalaisopisto

Vaihe 1: Verkkoläsnäolo

- Yritykset perustivat www-sivut Internet-suosion kasvun seurauksena
- "Ollaan netissä läsnä kuin kilpailijat ovat siellä"
- Yrityksessä ei erityisemmin mietitty sivujen tarkoitusta tai sitä mitä lisäarvoa saa siitä että sivut ovat olemassa
- Sivut olivat luonteeltaan staattiset eikä niissä ollut erityisempiä toiminnallisuuksia
- Sivujen päivityksestä vastaa jokin ulkopuolinen toimia
- Sivut pöyvät hankalasti ylläpidettäviä
- Yrityksen ja sen tuotteiden esittely (tuoteluettelot)
- Yhteystiedot esillä

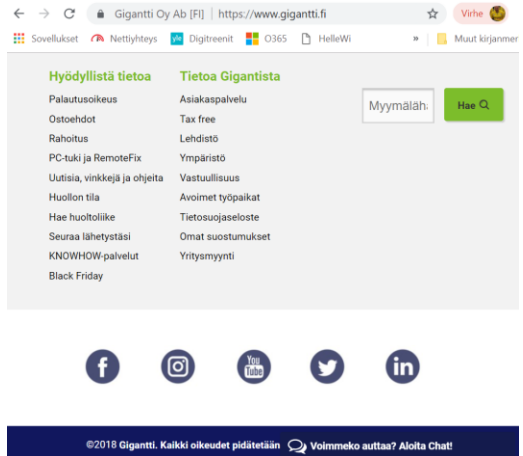


7.10.2018

Ellos on ollut pitkään Suomen suosituimpia verkkokauppoja

Vaihe 2: Verkkosivujen hyödyntäminen yritysten myynnissä ja markkinoinnissa

- Vuorovaikutteisuus korostui
- Tilaustentekomahdollisuus asiakkaille uutena palveluna
- Tilaukset yritykselle tehtiin aluksi sähköpostilla tai myöhemmin erillisellä lomakkeella, joilla yrityksen toivottiin ottavan yhteyttä kyselijään
- Ei kuitenkaan vielä alkuvaiheessa yritysten työntekijöiden ylläpitää sivuja
- Yritykset alkoivat liittää sosiaalisen median palveluita sivukokonaisuuksiin



7.10.2018

Verkkokaupan perustaminen

Vaihe 3: Verkkokauppojen synty

- Markkinoille tuli verkkokauppa-alustoja
- Verkkokauppoja voitiin tehdä myös selainpohjaisilla julkaisujärjestelmillä
- Kauppojen luominen ja ylläpitäminen helpottuivat
- 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



7.10.2018

Verkkokaupan perustaminen

Vaihe 4: Verkkokauppojen integrointi ja verkostoituminen

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

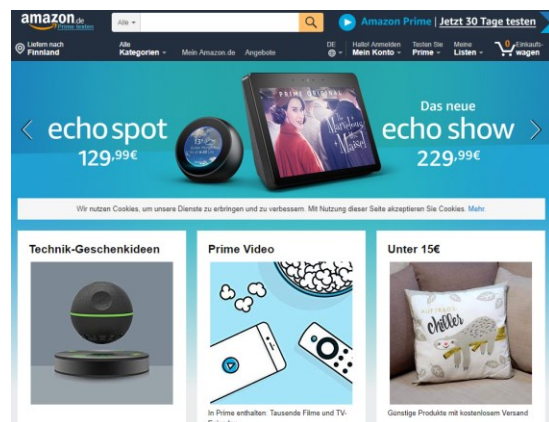


7.10.2018

Verkkokaupan perustaminen

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 vaivattomasti, mukavaksi ja pyritään vaikuttamaan ihmisten tunteisiin
- "Ostaminen on hauskaa"



7.10.2018

Verkkokaupan perustaminen