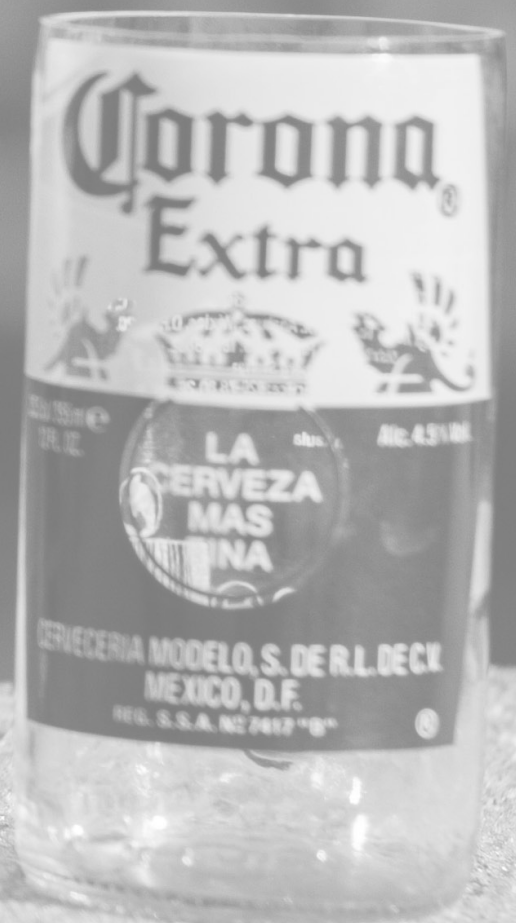


PULLO SÄLLIEN VERKKO KAUPAN TARINA

– Kuinka se rakentui ja minkälaisia valintoja eri vaihtoehtojen välillä on matkan varrella tehty?

Niklas Ahlqvist



PULLOSÄLLIT
UUSI ELÄMÄ KÄYTETYILLE LASIPULLOILLE

Niklas Ahlqvist 1402171

PULLOSÄLLIEN VERKKOKAUPAN TARINA

- Kuinka se rakentui ja minkälaisia valintoja eri vaihtoehtojen välillä on matkan varrella tehty?

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisessa muodossa.

Oppimisympäristönä opiskelujen aikana on toiminut Salon BisnesAkademia, joka on oppimisympäristönä tavanomaisesta poikkeava. Siellä rohkaistaan opiskelijoita yrittämään ja siitä myös opinnäytetyöni kertoo.

Opinnäytetyöni käsittelee Pullosällit-nimistä brändiä, ja tarkemmin ottaen Pullosällien verkkokauppaa ja sitä, minkälaisia valintoja matkalla on tullut tehtyä ja kuinka niihin on päädytty.

Pullosällit on kolmen opiskelijakaveruksen projekti, jonka tavoitteena on antaa käytetyille lasipulloille uusi elämä. Kaikki toimintamme on pyritty tekemään mahdollisimman ammattimaisesti, sillä haluamme olla jonain päivänä tulevaisuudessa menestyviä yrittäjiä. Matka kohti valmistumista on ollut palkitseva ja ikimuistoinen.

In this final project of my studies I'll present a concept, how anyone can create a workable e-commerce with a little knowledge and expenses. I am telling you about our project called Pullosällit which is new recycling brand made by few business students whose aim is to be entrepreneurs someday in the future. Our ambition was to create a practical e-commerce where we could sell our self-made products. None of us had experience of this kind of work before. I'm also explaining why we made the decisions that we made and which meaning these decisions had on our journey.

We have tried to do all our actions as well as possible for we want to be professionals in the future. It is important to know how trade in the world of internet. We all have learned a lot about entrepreneurship during this journey and this has been a important final step towards our graduations from BisnesAkademia.

Sisällys:

Johdanto s.4

Mikä ihmeen Pullosällit? s.6

Verkkokauppatoiminta s.9

Verkkokaupan palaset s.10

Ulkoisesti liittyvät
prosessit s.20

Pullosällien nykyhetki &
katsaus tulevaisuuteen s.27

Lähteet s.28

JOHDANTO

Opinnäytetyössäni tulen käsittelemään, minkälaisia vaihtoehtoja aloittavalla verkkokaupparyrittäjällä on tehdä verkkokaupastaan käyttäjäystävällinen mahdollisimman pienin kuluin. Käyn läpi niitä valintoja verkkokaupan perustamisessa, joita myös Pullosällit kohtasivat perustaessaan oman verkkokaupan. Tällaisia ovat esimerkiksi hyödylliset lisäosat ja maksutavat. Pullosällit ovat yrittäjän alkuja, jotka aloittivat taipaleensa leikkaamalla käytettyjä lasipulloja antaen niille uuden elämän muun muassa juomalasien ja kynttilöiden muodossa. Nykyään kaupasta löytyy myynnistä myös esimerkiksi lasipulloleikkureita ja eri tuotteiden, kuten kynttilöiden valmistuspaketteja. Meille Pullosälleissä rahan teko ei ole ollut pääasia. Raha tulee kyllä siinä sivussa, kun on päällä hyvä yrittämisen meininki.

Pullosällien tavoite oli luoda toimiva verkkokauppa mahdollisimman pienin kustannuksin. Pullosällit haluavat omalla esimerkillään osoittaa, että kuka tahansa pystyy kokeilemaan siipiään yrittäjänä, vaikka omaa rahallista pesämunaa ei aluksi kauheasti olisikaan. Monet pakkausmateriaaleista on mahdollista hankkia erilaisista kaupoista kyselemällä esimerkiksi pahvilaatikoita. Tämän lisäksi käytettyjä sanomalehtiä voidaan käyttää erinomaisesti täytepaperina pakkauksissa. Myös lähipiirissä olevia ihmisiä kannattaa ehdottomasti käyttää hyödyksi mainontaa tehdessä: Jokainen tuntee varmasti jonkun, jolta voisi saada lainaan kameran pariksi päiväksi, jonka avulla saadaan helposti otettua tuotekuvia ja muokkaamaan niitä mieleiseksi kuvanmuokkausohjelmilla. Jos järjestelmäkameraa ei löydy, nykyiset älypuhelimet ajavat hyvin saman asian. Tärkeää on myös muistaa ja uskaltaa pyytää apua tarvittaessa, sillä jokaisen aloittelevan yrittäjän kohdalle osuu varmasti hetkiä, jolloin ei itse ole varma seuraavasta siirrosta. BisnesAkademia on tämän vuoksi toiminut loistavana oppimisympäristönä.

Käyttäjäystävällisyyteen paneuduimme tekemällä verkkokaupan sivuistamme mahdollisimman yksinkertaiset. Ylärivin valikosta löytyy kaikki tarpeellinen aina Pullosällien kauppaosiosta tilaus- ja sopimusehtoihin asti. Yhteystiedot ovat selkeästi löydettävissä ja linkitys toimii niin Pullosällien verkkosivuston eri sivujen välillä, kuin sosiaalisen median kanaviin. Erilaisia lisäosia on asennettu helpottamaan omaa ja asiakkaan toimimista sivustolla. Blogissa annetaan ohjeita leikkaamiseen ja kerrotaan Pullosällien kuulumisia.

Lisäosia ja maksutapoja tulen käymään läpi nimenomaan Wordpress-sivustoa silmällä pitäen, sillä se on julkaisualusta, jota Pullosällit käyttivät oman verkkokaupan pohjana. Yrittäjä voi myös valita kuukausimaksuja vastaan valmiiksi ylläpidettyjä verkkokauppaohjelmistoja, kuten esimerkiksi MyCashflow:n tai Shopify:n, mutta näihin ohjelmistoihin en tule paneutumaan omassa opinnäytetyössäni sen tarkemmin.

Pullosällien päätavoite on siis ollut perustaa verkkokauppa mahdollisimman pienillä kuluilla tinkimättä kuitenkaan yhtään käyttäjäystävällisyydestä. Tulen esittelemään opinnäytetyössäni tätä prosessia eri kanteilta. Samalla tutustutaan Pullosällien tarinaan ja siihen mitä kaikkea matkan varrelle on mahtunut verkkokauppatoimintaa startatessa. Yksi tärkeimmistä opeista tältä matkalta on se, että parhaiten asiat oppii tekemällä ja kokeilemalla eri vaihtoehtoja. Vain tällä tavalla voi löytää itselleen sopivimman työskentelytavan. Tärkeää on erityisesti se, että on itse täysin tyytyväinen lopputulokseen. Silloin yleensä asiakkaatkin ovat. On hyvä kysyä itseltään, minkälaisen yleiskuvan verkkokaupastaan haluaa antaa ja millainen ulkoasu olisi asiakkaille mahdollisimman houkutteleva ja selkeä. Päätavoitehan on, että asiakas pitäisi niin sivustosta kuin tuotteistakin, ja tulee näin ollen vierailemaan toistekin verkkokauppaan.



Kuva 1. Pullosällit

MIKÄ IHMEEN PULLOSÄLLIT?

Pullosällien tarina lähti siitä liikenteeseen, että kolmella yrittäjän alulla oli intressejä perustaa oma toimiva verkkokauppa. Kaupankäynti verkossa on kuitenkin nykypäivää eikä tuleville yrityksille olisi varmastikaan pahitteeksi osata käyttää verkkomaailmaa hyödyksi omassa yritystoiminnassaan. Sällien jäsenillä ei ollut juuri aiempaa kokemusta verkkokaupan luomisesta tai sen pyörittämisestä vaan opettelu lähti alusta asti.

Erlaisia ideoita siitä mitä haluaisimme tehdä, pyöriteltiin porukalla muutama viikko, jonka jälkeen valitsimme vahvimman kannatuksen saanut ja omimmalta tuntunut idea. Idea, jossa käytettyjä lasipulloja leikattaisiin tehden niistä uusia käyttöesineitä. Vielä samana päivänä laitoimme ensimmäisen lasileikkuri tilaukseen. Porukassamme paistoi innostus.

Seuraavana tehtävällä oli miettiä ja innovoida, millaisen brändin me haluaisimme rakentaa toimintamme ympärille. Nimi, logo ja slogan ovat brändin kannalta tärkeitä, ja näiden rakenteluun ja suunnitteluun kului huomattava määrä aikaa. Syntyi ajatus Pullosälleistä. Yrityksen nimen oli tarkoitus kuvata mahdollisimman tarkasti meidän toimintaa. Mietimme todella pitkään myös muun muassa hienoja latinankielisiä nimiä, mutta päädyimme lopulta suomenkieliseen vaihtoehtoon. Pullosällit nimenä oli jotenkin heti meidän kuuloinen. Se on yksinkertainen, hauska ja maanläheinen.



Kuva 2. Pullosällit Turun Sanomien Extra-liitteen lehtijutussa.



Kuva 3. Pullosällien logo.

Verkkokauppa ja sosiaalisen median kanavat (Facebook, Instagram, Pinterest ja myöhemmin YouTube) rakentuivat pikkuhiljaa samalla, kun odotimme lasileikkuria kovasti tipahtavan postiluukusta. Päänvaivaa aiheutti se, että raaka-aineita eli tyhjiä lasipulloja oli saatavilla hyvin rajattu määrä. Yritimme viritellä yhteistyötä eri yritysten kanssa kehnoin lopputuloksin. Lopulta meidän piti turvautua sissikeinoihin ja näin pulloja saatiin kerättyä varsin suuria määriä niin tutuilta kuin tuttujen tutuilta. Myös internetin huutokaupoista on ollut matkan varrella apua.

Koemyynti tapahtui Turun alueen kirpputoreilla, mutta jo alussa huomasimme, että kohdeyleisö ei välttämättä ollut oikeanlainen meidän tuotteillemme. Myynti tapahtui myös tuotteiden oikeilla hinnoilla, jotka saattoivat olla näin jälkeempäin ajateltuna liian korkeita kirpputoreihin. Joka tapauksessa oli tärkeää huomata, että tuotteemme kuitenkin herätti kiinnostusta ja supinaa kirpputorikävijöiden keskuudessa. Näin ollen saimme omia ajatuksiamme vahvistettua, että tuotteillemme saattaisi olla edes jonkinlaista kysyntää.

Päivät kuluivat pääsääntöisesti pulloja leikatessa. Pinterestiä ja ulkomaalaisia "kilpailijoita" selaillessa syntyi idea, että voisimme alkaa valmistaa myös kynttilöitä, sillä olimme nähneet muidenkin tekevän niitä ja ne oli meidän mielestämme makeita. Jälleen uusi opetettava asia, mutta siitäkin selvittiin kunnialla ja lopulta kynttilät ovat olleet varsin hyvin myyviä tuotteita. Verkkokaupassa tuotteet piti saada selkeästi jaoteltua eri kategorioihin. Meidän piti myös miettiä ulkoasua ja saada hinnat järkeviksi. Logistiseen puoleen piti myös kiinnittää huomiota: miten saisimme lähetettyä mahdollisimman helposti ja pienin kuluin paketit turvallisesti asiakkaille perille? Projektinhallinnassa käytettiin Trello-nimistä työkalua, johon koottiin kaikki materiaali, joita Pullosällien toiminnassa tarvittiin.

Kuva 4. Kuvakaappaus Pullosällien etusivusta. Kuva klikkaamalla pääset verkkokauppaan.



Kuva 5. Pullosällit työn touhussa.

Tuotekehitys on ollut päivittäin mukana toiminnassa. Tämä on näkynyt muun muassa siinä, että aloimme miettiä, mitä voisimme alkaa tehdä leikattujen pullojen ylijääneistä kauloista. Leikkasimme puusta alustoja, porasimme kolot niihin ja liimasimme kaulat kiinni, jolloin niistä syntyi kynttilän pidikkeitä. Myös valaisimien tekoa tuli mietittyä, mutta hanke on tällä hetkellä jäässä, sillä erilaisten selvittelyjen jälkeen huomasimme niiden tekemisestä tulevan liian haastavaa. Omatekoisia valaisimia myydessä olisi hyvä olla CE-merkintä, jos haluaa myydä niitä turvallisesti ilman riskejä, ja merkinnän hankinta kävi tässä kohtaa liian kalliiksi. Yksi vaihtoehto on ostaa valmiita valaisinpaketteja ja vaihtaa niihin vain kuvuksi meidän leikkaama lasi, jolloin tuote olisi "laillinen". Tämä olisi kuitenkin kalliimpi ratkaisu, sillä valmiit valaisimet maksavat enemmän, eikä niitä ole mahdollista modifioida. Koko projektin aikana on tullut myös mietittyä, miten voisimme tehdä tuotteistamme vieläkin parempia. Pullosällit ovat testanneet muun muassa kolmea erilaista leikkuria ja lukuisia erilaisia hiomistarvikkeita aina piikarbidijauheesta timanttilaikkoihin saakka löytääksemme parhaan ratkaisun.

On ollut tärkeää huomata, mitä kaikkea yrittäjänä oleminen vaatii. Pullosällit-toiminta ei ole ollut pelkästään tuotteiden tekoa ja niiden myymistä, vaan hommia on joutunut tekemään todella paljon ennen kuin siihen pisteeseen on päästy. Valokuvaukset, kuvanmuokkaukset, lakiasioden selvittelyt, rahaliikenne ja kaikki vastaava toiminta on tullut uutena asiana kuvaan. Kasvua toiminnan ja ajattelun suhteen on tapahtunut, sillä kaupassa ei myydä enää pelkästään juomalaseja vaan nykyään meillä on myynnissä myös muun muassa hioma- ja kynttiläsettejä sekä pienen maahantuontitoiminnan myötä myös lasipulloleikkureita. Lisäksi opetamme blogissa ja YouTuben kanavassamme, kuinka leikkureita tulisi käyttää sekä kerromme kuulumisia arjestamme.

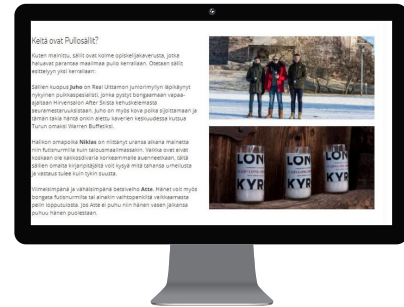
VERKKOKAUPPATOIMINTA

Nyt kun Pullosällien toiminta on saatu esiteltyä pähkinänkuoressa, on aika siirtyä tarkastelemaan verkkokauppamaailmaa. Verkkokauppa on sähköistä kaupankäyntiä. Terminä se kuvaa erityisesti verkossa tapahtuvaa kauppaa, jossa ostajana on ihminen. Ensisijaisesti verkkokaupan tehtävänä on vaikuttaa asiakkaiden ostopäätökseen siten, että he tekevät myyjän kannalta suotuisan päätöksen. (Hallavo 2013, 19.)

Toisin sanoen verkkokaupparyittäjä myy tuotteitaan tai palveluitaan internetin välityksellä.

"Suuremmat valikoimat, ostamisen helppous ja matalammat hinnat ajavat kuluttajia verkkokauppoihin."

(Hallavo 2013,52)



Postnordin teettämän raportin mukaan 21,9 miljardia euroa on summa, jonka pohjoismaalaiset arvioivat käyttäneen verkkokauppoihin vuoden 2016 aikana (Postnord 2017). Muun muassa suuremmat valikoimat, ostamisen helppous, maksutapojen monipuolisuus ja ympärivuorokautinen saatavuus ovat olleet verkkokauppojen tärkeimmät hyödyt kuluttajien näkökulmasta (Hallavo 2013, 52).

Myös omalla kohdallani olen huomannut muutoksen verkkokauppakäyttäytymisessäni, sillä verkkokauppojen selailu ja verkko-ostokset ovat lisääntyneet muutaman viime vuoden aikana huomattavasti. Varsinkin, jos hakusessa on ollut jotain spesifimpää, se on helpompaa löytää netistä.

VERKKOKAUPAN PALASET

Jokainen verkkokauppaa pystyttävä joutuu aluksi pätkäilemään alustaa, johon kauppansa rakentaa. Tämän lisäksi myös verkkotunnuksia ja verkkosivujen palveluntarjoajaa täytyy pohtia. Seuraavassa käydään läpi hieman Pullosällien tekemiä valintoja.

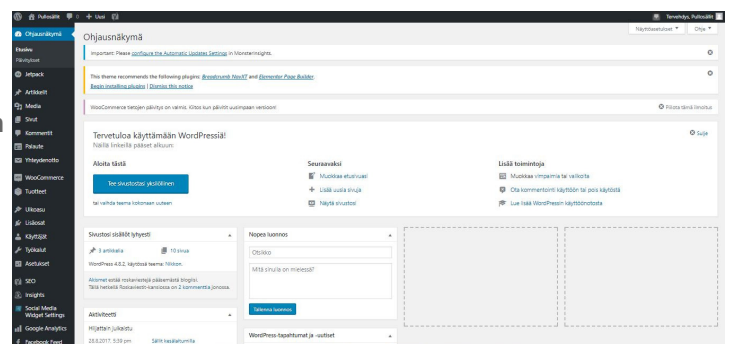
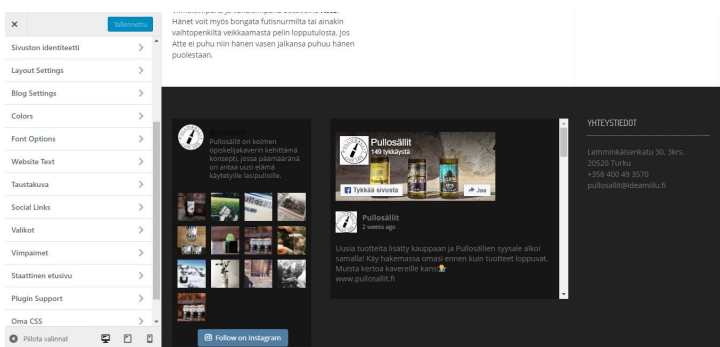
Julkaisualusta, webhotelli & domain

Wordpress-sivusto

Wordpress on ilmainen ja samalla myös maailman suosituin verkkosivujen julkaisualusta. Wordpress-sivusto luotiin aluksi lähinnä blogipostausten julkaisualustaksi, mutta nykyään sillä voi rakentaa myös tavallisista kotisivuista aina laajoihin verkkokauppoihin asti. (WP-Palvelu 2017.)

Wordpress-sivuston luominen yrityksellesi on helppoa ja hauskaa. YouTube on pullollaan tutorial-videoita, joiden avulla pystyt rakentamaan tarpeidesi mukaisen sivuston. Wordpressin valinta oli alusta alkaen Pullosälle oikeastaan itsestäänselvyys, sillä se on Pullosällien aikaisempien kokemusten ja kuulemien suositusten perusteella ollut varsin helppokäyttöinen ja toimiva. Wordpressiin on ladattavissa lähes rajattomasti erilaisia teemoja ja lisäosia, ja tämän takia se valikoitui myös meidän käyttöömmä. Omassa kaupassamme käytämme Nikkon-nimistä teemaa. Wordpressiä osaa käyttää pienen opiskelun jälkeen varmasti jokainen, sillä se ei vaadi käyttäjältä yhtään koodausosaamista. Monelle juuri koodit tai koodaus-sanan käyttö tuntuu olevan suurin peikko.

Kuva 6. Wordpress-sivuston ohjausnäkömä. Vasemmalta mustalta pohjalta löytyvät kaikki toiminnot, joiden avulla pystyy muokkaamaan sivustoa, kuten esimerkiksi lisäämään sivuja ja tuotteita tai asentamaan lisäosia.



Kuva 7. Omia sivuja voi myös muokata kuvaruudun vasemmalla reunalla näkyvän "mukauta"-valikon avulla, jolloin muokkaukset päivittyvät viereiseen esikatseluruutuun reaaliajassa.

Millainen olisi sitten optimaalisin ohjelmisto, joka kannattaa valita verkkokauppatoiminnan alustaksi? Käytössä olevan verkkokaupan tulisi mahdollistaa erilaisten kehitystoimenpiteiden toteutuksen, eikä rajoittaa sitä. Ohjelmisto ei saisi siis määrittää rajoja sille, pystyykö verkkokauppaasi esimerkiksi lisäämään asiakasarviointeja tai pystyykö tuotekuviisi lisäämään zoomaus-toiminnon. Ideaalitulanteessa voi aluksi käyttää ohjelmistosta kevyempää versiota, ja kaupan kasvun sekä kehittymisen myötä vaihtaa ohjelmisto ammattimaisempaan versioon. (Paytrail: Seuraa, analysoi, kehitä, 5.)

Webhotelli

Webhotelli on palvelu, jossa asiakas vuokraa palveluntarjoajalta kiintotilaa omia verkkosivuja ja muita mahdollisia verkkopalveluita varten. Webhotelliin saa liitettyä oman IP-osoitteen ja domainin eli verkkotunnuksen. Yleensä palveluntarjoaja tarjoaa lisäksi mahdollisuuden omaan sähköpostiosoitteeseen ja sen ylläpitoon. (Hostingpalvelu 2017.) Hinnat lähtevät 1€/kk alkaen ylöspäin.

Pullosällien palveluntarjoaja on OVH Hosting. Valitsimme OVH Hostingin siitä syystä, että osuuskunnallamme Idea-Miilulla on myös sivut samassa paikassa. Valinta oli siis oiva jatkumo aikaisemmin toimivalle yhteistyölle.

Domain eli verkkotunnus

Millainen on hyvä nimi verkkotunnukselle? Hyvän nimen tunnusmerkkeihin kuuluu, että se on helppo muistaa ja helppo tavata. Lisäksi verkkotunnus on helposti mielletävissä verkkosivustoon ja se sisältää hakukoneystävällisiä avainsanoja, kuten esimerkiksi yrityksen tai tuotteen nimen. (Hussey 2010, 9.) Kannattaa kiinnittää huomiota, mistä verkkotunnuksen hankkii, sillä hinnoista löytyy eroja. Yleensä hinnat pyörivät 10-20 euron vuosimaksun ympärillä.

Pullosällit hankkivat verkkotunnuksen OVH-Hosting -nimisestä palvelusta, sillä kuten todettu, osuuskunnallamme oli aikaisemmatkin palvelut hoidettu samaisen yrityksen kanssa. Oma domainia mietittäessä meillä oli alusta asti aika selkeä visio siitä, että haluamme nimeksi juuri brändimme nimen. Ainoa muutos, mikä jouduttiin tekemään, oli se, että ä-kirjaimen pisteet pudotettiin pois. Toinen asia, mitä yrittäjä joutuu pohtimaan, on verkkotunnuksen loppupääte. Mahdollisuuksia ovat esimerkiksi .fi, .com, .org ja .net. Kansainväliseen bisnekseen tähtäävän kannattaa miettiä .com vaihtoehtoa, kun taas meille oli ominaisinta valita juuri Suomessa yleisesti käytettävä .fi-pääte. Loppupäätteiden välillä on hintaeroja, jotka selviävät palveluntarjoajien hinnastoista. Vähemmän käytetyt ja vanhentuneiksi mielletyt päätteet, kuten esimerkiksi .net ovat useimmiten hieman edullisempia.

Kannattavat lisäosat

Erilaisia lisäosia on tarjolla tuhansia, mutta seuraavaksi käydään niistä läpi muutama tärkein, joita olemme omassa verkkokaupassammekin käyttäneet. Avaan vähän mitä varten lisäosat ovat tarkoitettu ja minkä takia Pullosällit ovat valinneet kyseiset lisäosat. Parasta näissä lisäosissa on se, että ne kaikki ovat ilmaisia käyttäjilleen. On kuitenkin hyvä muistaa, että lisäosiin saa myös tarpeen tullen maksullisia päivityksiä, jolloin niistä saa käyttöönsä kaikki ominaisuudet. Joka tapauksessa ilmaisohjelmilla pääsee hyvin alkuun, kunhan vain jaksaa nähdä hiukan vaivaa.

Wordpressissä lisäosia pääsee asentamaan, kun menee ohjausnäkyvä-sivun vasemmasta laidasta kohtaan "lisäosat" ja klikkaa sen jälkeen "lisää uusi". Tämän jälkeen avautuu hakunäkymä, mistä voi hakea joko nimellä tiettyjä lisäosia tai asentaa eniten ladatuimmat heti kättelyssä. Lisäosia asennettaessa kannattaa kiinnittää huomiota niiden latausmääriin ja siihen, että ne ovat toimivia oman ohjelman ja teeman kanssa. Mitä enemmän latauksia jollain lisäosalla on, sitä käytännöllisemmin ja varmemmin se yleensä toimii. Asennus ei kuitenkaan yleensä pelkästään riitä, vaan pitää muistaa myös painaa asennetun lisäosan kohdalta "ota käyttöön" -painiketta, jolloin se alkaa toimia sivustollasi.

WooCommerce

WooCommerce on ilmainen Wordpress-sivuston verkkokauppaohjelma. WooCommerce on myös maailman suosituin verkkokauppaohjelma sen takia, että siihen saa melkein loputtomasti lisättyä niin maksuttomia, kuin maksullisiakin lisäosia. Sen avulla voi myydä mitä tahansa fyysisistä tuotteista aina palveluihin asti ja kaikkea siltä väliltä.

WooCommercessa on laajat toimitus- ja maksuvaihtoehdot. Ohjelman avulla on helppo määrittää verot ja varastojen lukumäärät. Se antaa myös tarvittavat tulosteet kirjanpitoa varten, ja mikä tärkeintä WooCommerce on turvallinen niin ostajalle kuin kauppiaille. Turvallisen ohjelmasta tekee se, että sitä valvotaan ja tarkastetaan koko ajan. (Wordpress.org 2017.)

Pullosällit valitsivat omaksi verkkokauppaohjelmaksi WooCommercen nimenomaa sen helppouden, tunnettavuuden ja edullisuuden vuoksi. Alusta asti kaikki maksutapojen valinnasta lähtien on sujunut todella jouhevasti, ja erilaisia lisäosia on tullut ladattua tarpeen mukaan matkan varrella. Ainoa asia, minkä kanssa sai hetken aikaa pähkäillä, oli verot ja merkitseminen kauppaan. Verkkokauppaa rakennettaessa verot olivat välillä näkyvissä ja välillä taas ne olivat jostain syystä pois kokonaan. Ongelma tuli kuitenkin ratkaistuksi päivittämällä WooCommercen asetuksia ja tällä hetkellä kaikki tuntuu toimivan varsin mallikkaasti.

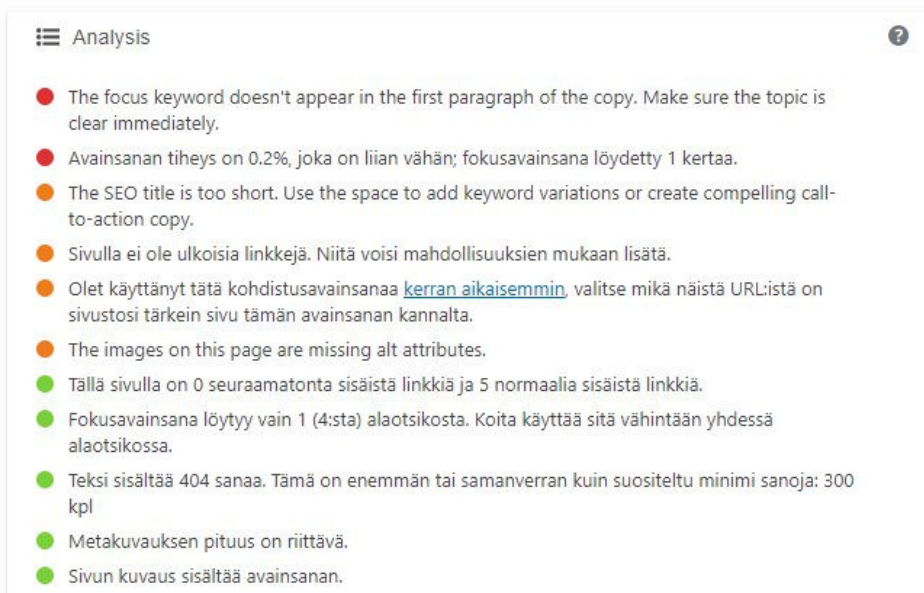
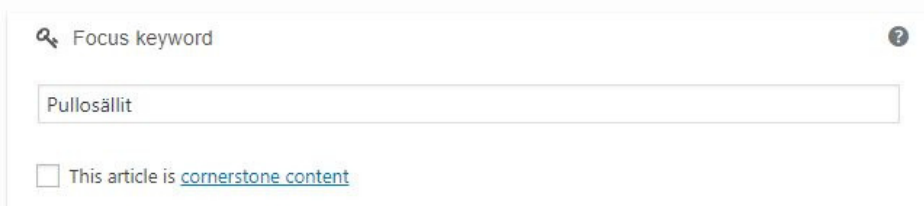
Ota huomioon lisäosia
asennettaessa:
- Arvostelut
- Latauskerrat
- Toimivuus oman teeman
kanssa

Yoast SEO

Yoast SEO on lisäosa, joka luo automaattisesti sivustollesi sitemapin eli sivukartan. Sivukartan avulla sivustosi löytyy hakukoneista paremmin. (Hakukonemestarit 2017.) Hakukoneoptimointi onkin yksi tärkeimmistä asioista, johon nettisivustoa tai verkkokauppaa perustavan henkilön kannattaa kiinnittää huomiota ja nähdä todella vaivaa asian toimimisen eteen. Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan nettisivustojen rakentamista niin, että niiden mahdollisuudet hakukoneiden kanssa paranevat (Davis 2007, 53). Kun asiakas suunnittelee ostavansa esimerkiksi uuden maastopolkupyörän, hakee hän siitä tietoa hakusanalla ”maastopolkupyörä”. Tärkeää siis olisi, että sivustosi näkyisi heti hakukoneen etusivulla jolloin todennäköisyys sille, että sivullasi myös vierailtaisiin, kasvaisi. Mitä korkeammalla sivustosi näkyy kyseisessä haussa, sitä parempi.

Voit myös linkittää sivustosi esimerkiksi Google Adwordsiin, jonka avulla pystyt nostamaan sivustosi Googlen hakusivun yläpäähän. Hyvää Google Adwordsissa on se, että siinä ei joudu maksamaan turhasta, vaan pelkästään Adwordsin kautta tulleista sivuklikkauksista. Maksat siis vain silloin, kun mainonta toimii.

Me Pullosällit emme aluksi ymmärtäneet hakukoneoptimoinnin tärkeyttä. Havahduimme kuitenkin erittäin nopeasti, kun sivustollamme ei aluksi vierailut ketään eikä sivujamme löytynyt Googlen kautta, vaikka hakusanaksi kirjoittikin ”Pullosällit”. Sivustolla vierailu oli vaikeaa, kun sivuston optimoinnin eteen ei kerta oltu tehty suoraan sanoen mitään. Yoast SEO ja tekstien muokkaaminen hakukoneystävällisiksi toimivat ratkaisuna ongelmaan, ja nykyään sivustomme näkyy sekä Bingin että Googlen hauissa. Täydellinen hakukoneoptimointi vaatii kuitenkin yleensä aina asiantuntijan apua, mutta asiaan vähän paneutumalla voi saada jo pieniä ihmeitä aikaiseksi.



Kuva 8. Mitä enemmän saa vihreitä "palluroita", sitä paremmat mahdollisuudet sivustolla on tulla löydettyksi hakukoneista. Yoast SEO opastaa hyvin, miten saat optimoitua sivustosi parhaiten.

Tarkoituksena on siis syöttää Yoastiin sivustosi avainsanoja, joiden avulla se kommunikoi hakukoneiden kanssa. Hakukoneet löytävät sivun sitä helpommin, mitä enemmän sivustosi sivut sisältävät sanoja ja mitä paremmin pystyt toimimaan annettujen ohjeiden mukaisesti. Yoast SEO kommunikoi koko ajan kirjoittamasi tekstin kanssa ja ehdottaa parannuksia, joiden avulla sivusi löytyisi vieläkin paremmin hakukoneista.

Yksi huomion arvoinen seikka, mikä meillä Pullosälleissäkkin pääsee aina välillä unohtumaan, on sivustoilla olevien kuvatiedostojen nimeäminen hakukoneystävällisesti. Esimerkkinä voidaan käyttää tuotetta Corona-juomalasi:

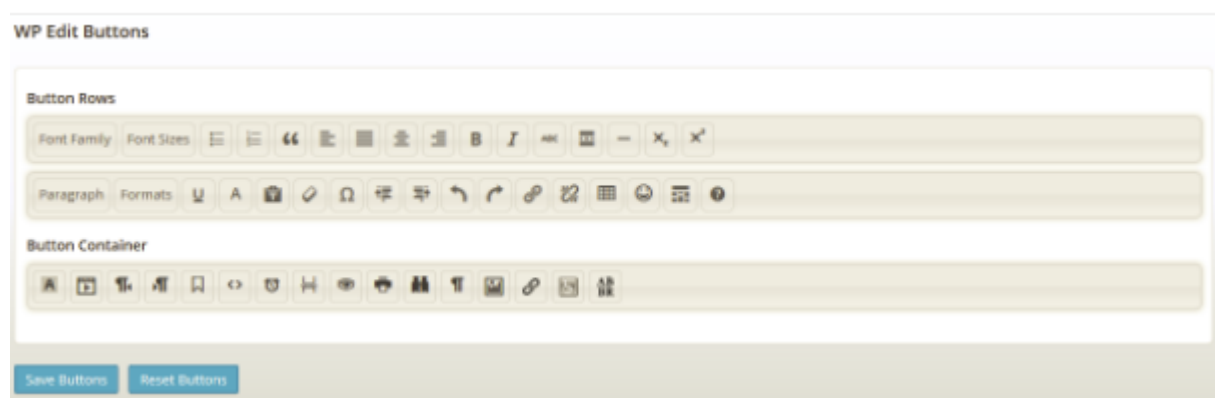
- IMG_5099.jpg
- Leikattu_Corona_Juomalasi.jpg

Kumman kuvan luulet hakukoneet löytävät varmemmin? Muutaman minuutin työllä ja huolellisuudella parantaa huomattavasti löydetyksi tulemistä.

"Muista
hakukoneoptimoida
myös kuvasi!"

WP-Edit

WP-Edit on hyödyllinen lisäosa, jonka avulla on helppo rakentaa enemmän sisältöä sivuillesi. Se tuo tekstinkäsittelyn työkaluriville enemmän ominaisuuksia. (Hakukonemestarit 2017.) Näin ollen teksteihin on helpompi saada lisää eloisuutta.



Kuva 9. Kuvakaappaus WP-Edit työkalurivistä.

SiteOrigin Page Builder

SiteOrigin Page Builderin avulla luot vaivattomasti ja monipuolisesti sisältöä verkkosivuillesi. Se ei sido sinua mihinkään tiettyyn Wordpressin teemaan vaan on käytettävissä niissä kaikissa. (Wordpress.org 2017.) Page Builder on erittäin helppokäyttöinen varsinkin aloitteleville verkkosivujen tekijöille, kuten meille Pullosälleille. Se ei vaadi nimittäin yhtään koodaus-osaamista. Alla muutama esimerkki kuvakaappausten muodossa, mitä kaikkea Page Builderin avulla voi tehdä:

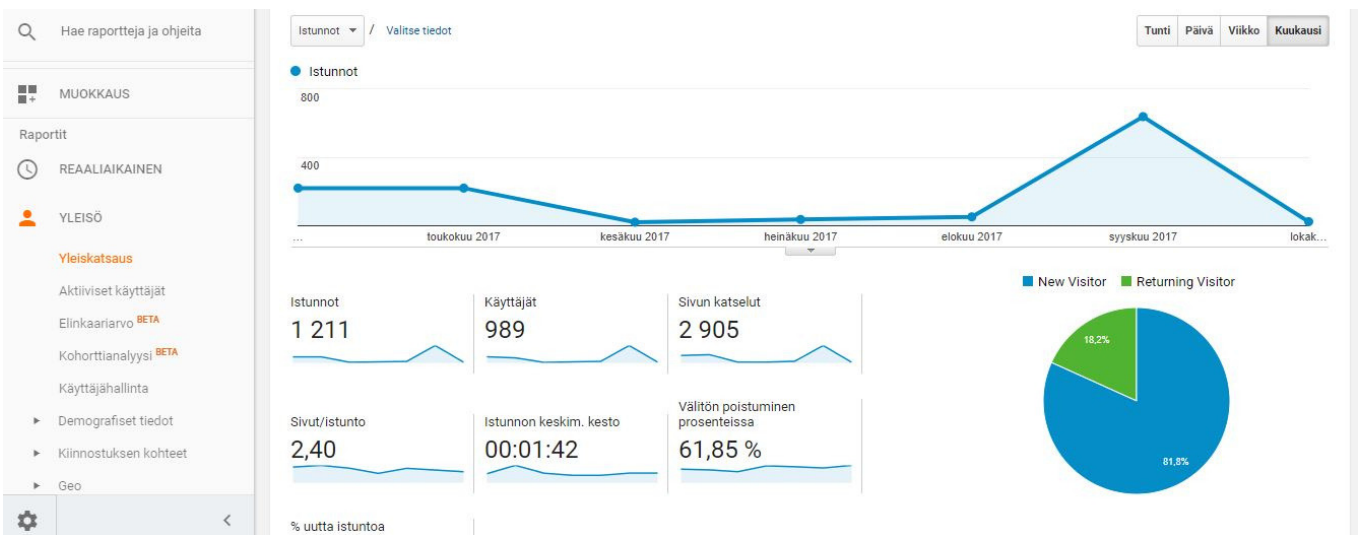
The screenshot displays the SiteOrigin Page Builder interface. At the top, there are two panels for selecting layout templates, each titled 'Asettelumallien hakemisto'. The left panel shows a sidebar with navigation options like 'Tuo/vie', 'Kopioi: Sivut', and 'Kopioi: Artikkelit'. The right panel shows a grid of eight different layout templates, each with a preview image and a name: 'Consultant', 'Mono', 'Beautifully Baked', 'We Love Design', and four others. Below the templates is a control bar with a 'Määrittele rivin asettelu' section containing a dropdown for '2' and a 'Aseta' button. To the right of this bar is a 'Rivityyllit' section with 'Attribuutit', 'Ulkoasu', and 'Suunnittelu' options. The main area shows a large light blue rectangle divided into two columns, with '38.4%' on the left and '61.6%' on the right. At the bottom, there is a 'Kaikki vimpaimet' (All Widgets) section with a sidebar and a grid of 16 widget options, including 'Näytä WordPress artikkeliteita (Jetpack)', 'RSS', 'RSS-linkit (Jetpack)', 'SiteOrigin -ominaisuudet', 'SiteOrigin Button', 'SiteOrigin Editor', 'SiteOrigin Google Maps', 'SiteOrigin Image', 'SiteOrigin Post Carousel', 'SiteOrigin Slider', 'Sivut', 'Some-kuvakkeet (Jetpack)', 'Suosituimmat artikkelit & sivut (Jetpack)', 'Teksti', 'Twitter aikajana (Jetpack)', 'Ulkoasurakentaja', 'Upcoming Events (Jetpack)', 'Video', 'Viimeisimmät artikkelit', and 'Viimeisimmät kommentit'.

Kuva 10. Ylimmässä kuvassa näkyvät automaattiset layoutit, joita voi valita sivujen pohjaksi. Keskimmaisessa kuvassa näkyy, kuinka vaivattomasti sivuston rakenteen voi jakaa juuri sellaiseksi kuin haluaa. Alimmaisessa kuvassa esiintyy erilaisia widgetejä eli vimpaimia, joiden avulla sivustolle voi lisätä muun muassa Google Mapsin tai Twitter-aikajanan.

Google Analytics

Google Analytics on analytiikkatyökalu, jonka avulla voit mitata myyntiä. Analyticsin avulla on myös mahdollista saada tietoa siitä, miten kävijät käyttävät sivustoasi, miten he päätyvät sivustollesi ja miten saisit heidät palaamaan takaisin sivustollesi (Hakukonemestarit 2017).

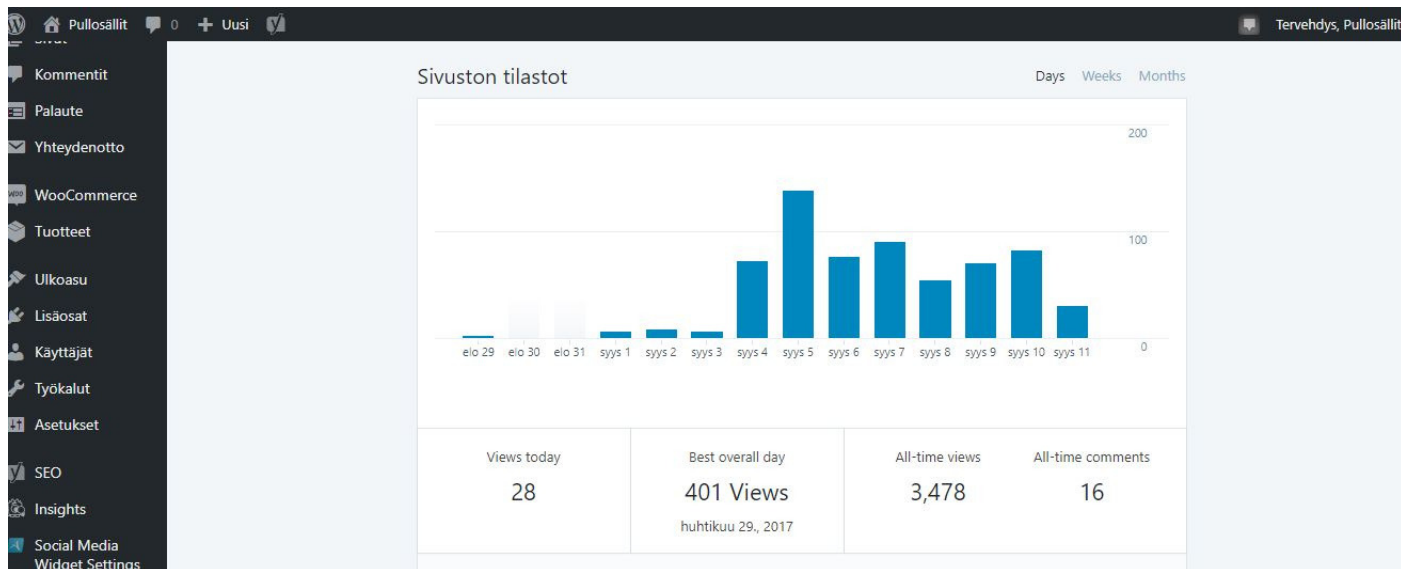
Työkalun käyttöönottoa varten tarvitset vain toimivan Google-tilin sähköpostin. Kun tili on luotu, voit alkaa asentaa Analytics palvelua. Sitä ei tarvitse erikseen ladata tietokoneelle, vaan se toimii omana ohjelmana internetissä. Ensin määrität verkkosivustosi tiedot Analyticsiin, jonka jälkeen saat seurantakoodin mikä liitetään verkkosivustoosi. Tämän jälkeen Analytics on toiminnassa. Google Analytics tarjoaa erittäin laajat analyysipalvelut, ja se saattaa alussa tuntua vähän sekavalta. Hyvää työkalussa on se, että se on saatavilla kokonaan suomenkielisenä, toisin kuin monet muut työkalut. Analytics on analytiikkatyökalu, joka on varmaankin markkinoiden tunnetuin sekä suositelluin. Tämän takia myös me Pullosällit päätimme tutustua siihen ja ottaa se käyttöön.



Kuva 11. Kuvakaappaus Google Analytics. Sivun vasemmassa reunassa on valikko, mistä löytää erilaisia raportteja ja toimintoja, joita Google Analytics sisältää. Erittäin kattavat toiminnot takaavat sen, että kaikki tarvittava tieto on saatavilla.

Jetpack

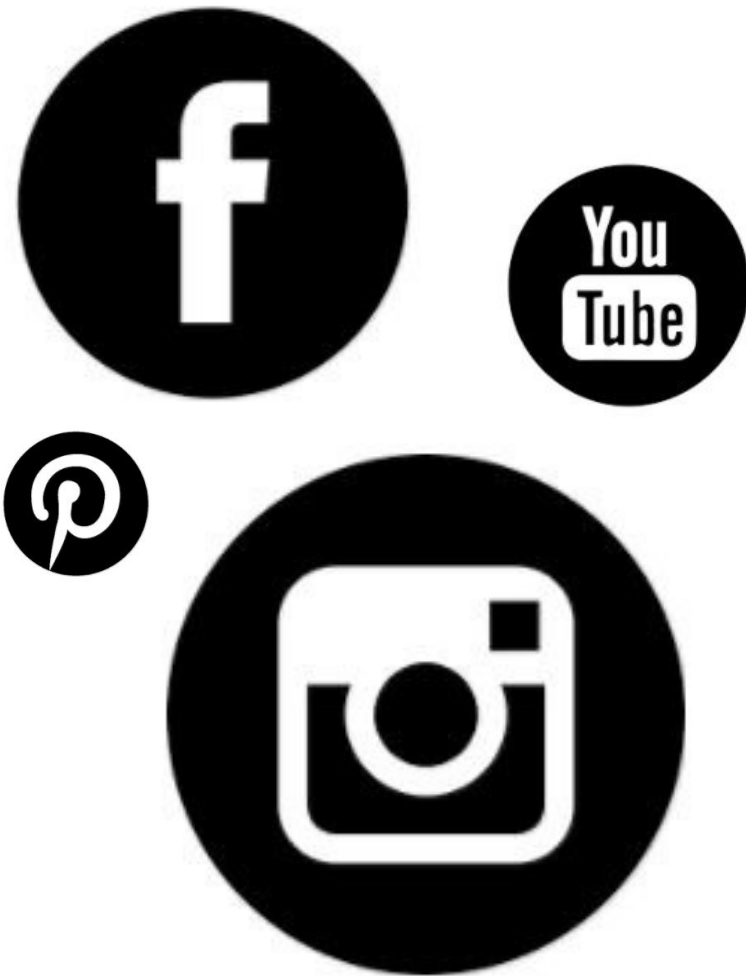
Jetpack on monipuolinen lisäosa, jonka avulla pystyt lisäämään sivustosi turvallisuutta. Sen avulla pystyt myös seuraamaan verkkosivustosi tilastotietoa, kuten esimerkiksi kävijämääriä. (Wordpress.org 2017.) Jetpackia käytetään siis hyvin samanlaiseen tarkoitukseen kuin äsken läpikäytyä Google Analyticsia.



Kuva 12. Tilastojen avulla pysyt perillä sivustosi kävijämääristä. Kävijämääriä seurattaessa saa arvokasta tietoa esimerkiksi siitä, mikä markkinointi on kouruttanut kävijöitä sivustollesi.

Verkkokauppaa ylläpitäessä on hyödyllistä seurata, mitä kautta ihmiset löytävät sivuston, ja näin ollen suunnata resurssit siihen. Olemme esimerkiksi oman verkkokaupan kohdalla huomanneet, että aina, kun julkaisemme jonkun kampanjan, kuulumiset tai tarjouksen sosiaalisen median kanavissa, niin sivustokin saa kävijöitä. Yllä olevasta kuvakaappauksesta näkee Pullosällien kesän ajan kestäneen sosiaalisen median hiljaisuuden, joka korreloi suoraan sivustomme pienen kävijämäärän kanssa.

Valitsimme Jetpackin työkaluksi siksi, että saimme siitä suosituksen tutulta. Jetpack avautuu aina Wordpressin ohjausnäytön yhteydessä, jolloin ei mene ylimääräistä aikaa erillisiin kirjautumisiin. Se on myös selkeä ja helppokäyttöinen lisäosa. Pienenä miinuksena täytyy mainita, että Jetpack ei ole kuitenkaan yhtä kattava kuin esimerkiksi Google Analytics, ja lisäksi Jetpackia ei ole toistaiseksi saatavana ollenkaan suomenkielisenä.



Sosiaalisen median jakopainikkeet & feedit

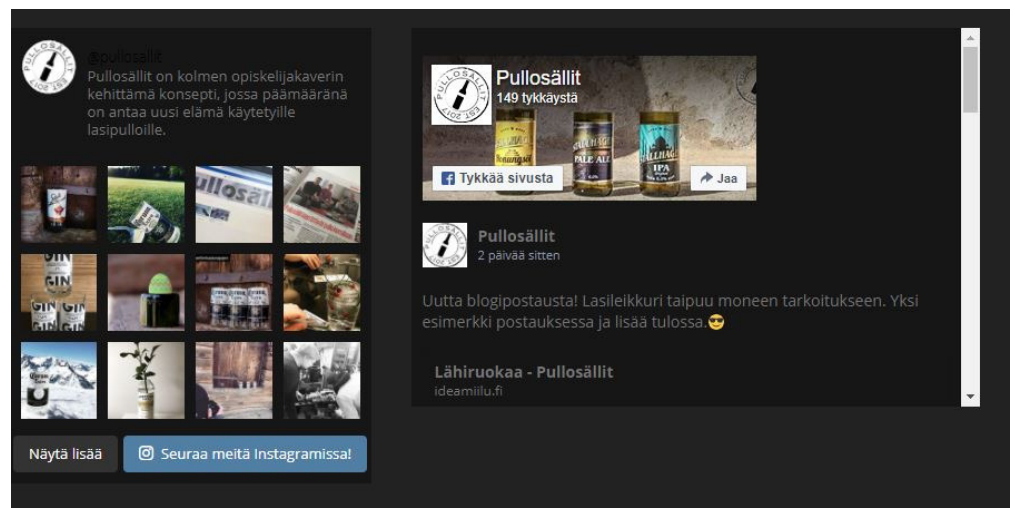
On tärkeää, että linkität kaikki sivustosi keskenään. Sosiaalisen median jakopainikkeet ovat tässä erinomainen apuväline.

Social Media Widget on lisäohjelma, johon itse päädyimme, mutta samanlaisia lisäohjelmia on monia muitakin. Tässä meidän käyttämässämme ohjelmassa voi valita kymmenien erilaisten painikkeiden joukosta oman sivuston tyyliin sopivat ikonit.

Kuva 13. Ikoneja klikkaamalla pääsee Pullosällien sosiaalisen median kanaviin.

Omalle sivustolle saa myös halutessaan feedit eli syötteet omista sosiaalisen median kanavista. Tällöin asiakas pystyy seuraamaan verkkosivustolla vieraillessaan esimerkiksi myös sitä, millainen meininki yrityksen Facebook-sivustolla on. Pullosällien käyttämät lisäosat ovat Custom Facebook Feed ja Instagram Feed. Alun perin meillä oli toisenlaiset feedit, jotka eivät kuitenkaan olleet erityisen toimivia, joten aloimme selaamaan eri vaihtoehtoja, joita oli saatavana. Vaihtoehtoja selatessa törmäsimme nykyisiin lisäosiin ja tykäsytimme niiden ulkomuotoon. Feedit sijaitsevat Pullosällit-sivuston alareunassa.

Kuva 14. Pullosällien sosiaalisen median feedit. Vasemmalla Instagram ja oikealla Facebook.



Akismet-roskaviestisuodatus

Akismet käy läpi sivuston kommentit ja yhteydenottolomakkeiden kautta tulleet yhteydenotot spämmien eli roskapostin varalta (Wordpress.org 2017). Robotit pyrkivät näiden roskapostien avulla markkinoimaan ja levittämään viruksia, jotka saattavat olla haitallisia. Päädyimme asentamaan omille sivuillemme Akismetin, koska saimme suoran suosituksen siitä tutuiltamme, joka oli aikaisemmin ollut meitä enemmän tekemisissä nettisivujen kanssa.

Lyhyt yhteenveto verkkokaupasta ja sen ulkoasusta

Sivustolle pitää saada liikennettä kävijöiden muodossa. On tärkeää, että sivusto näyttää mahdollisimman ammattimaiselta. Kohti ammattimaisuutta pääsee kehittämällä sivustoa muun muassa lataamalla toimivia lisäosia ja panostamalla kaupan käytännöllisyyteen. Seurantatyökalut, kuten Google Analytics ja Jetpack ovat oivia välineitä, joiden avulla pystyy päättämään monia asioita sivun toimivuudesta kuluttajan näkökulmasta.

Yksi lisäosatyyppi, joka ei äskeisissä lisäosissa ollut esimerkkinä, on välimuistilisäosat. Ei ole hyvää mainosta sivuston ylläpitäjälle se, jos sivut kaatuilevat tai eivät avaudu kunnolla liian suuren liikenteen takia. Jonkinlainen välimuistilisäosa, joka mahdollistaisi sivuston nopeampia latausajoja, olisi hyvä olla asennettuna tämän takia. Tästä esimerkkinä Wordpressiin soveltuva WP Super Cache.

Mitä kauemmin yksittäinen kävijä viihtyy kaupassa, sitä laadukkaampi kävijä on yleensä kyseessä ja sitä paremmin verkkokauppa palvelee hänen tarpeitaan. Lyhyet vierailut ja vähäiset sivunlataukset puolestaan yleensä viestivät siitä, että asiakas ei pidä verkkokauppaa luotettavana, kaupan käytettävyydessä on parannettavaa tai sen ulkoasu ei ole miellyttänyt. Tärkeintä on pyrkiä palvelemaan asiakasta niin hyvin kuin mahdollista, samalla tavalla kuin perus kivijalkamyymälöissäkin asiakkaat odottavat moitteetonta asiakaspalvelua. (Paytrail: Seuraa, analysoi, kehitä, 9.)

Baymard Instituten vuonna 2016 julkaiseman tutkimuksen mukaan verkkokauppojen tyypillinen ostoskorin hylkäysprosentti on noin 69%. Korkea hylkäysprosentti kertoo yleensä siitä, että ostoprosessia ei ole tehty asiakkaalle riittävän helpoksi, tai että asiakas ei ole saanut tarpeeksi tietoa esimerkiksi maksutavoista ja niiden hinnoista.

Panostamalla ostoprosessin läpinäkyvyyteen voi saada tuloksia aikaiseksi, jotta hylkäysprosentti olisi mahdollisesti pienempi. (Baymard Institute 2016.)

Yhtenä näkökulmana tähän loppuun voisi mainita sen, että asiakkaita kannattaa kehottaa arvostelemaan sivusto vierailun jälkeen. Monet kuluttajista seuraavat arvosteluja, ja nämä tuovat muille mahdollisille asiakkaille arvokasta tietoa kaupan luotettavuudesta ja tuotteiden ominaisuuksista.

ULKOISESTI LIITTYVÄT PROSESSIT

Seuraavaksi käydään hieman läpi erilaisia maksutapoja ja maksunvälittäjiä, joita Pullosällit ovat miettineet ja joita verkkokaupparyhtymän kannattaa miettiä kauppaa perustettaessa ja ylläpidettäessä. Samalla käsitellään muita ulkoisia prosesseja, joita verkkokauppaan liittyy kuten ehtoja ja logistiikkaa.

Maksutavat

Tilisiirto

Tilisiirto on perinteinen maksutapa, josta ei kerry suoranaisia ylläpitokustannuksia kauppiaille. Lisäksi rahat ovat yleensä heti yrityksen tilillä, eikä tarvitse odottaa maksunvälittäjien viiveitä. Tämän takia myös me valitsimme kyseisen maksutavan yhdeksi vaihtoehtoksi verkkokauppaan. Tietenkin jokainen pankki huomioi kuukausittaisissa palvelumaksuissaan yrityksen pankkiliikenteen suuruuden, joten jos on paljon eri kerralla maksettuja pikkumaksuja, niin myös palvelumaksu on suurempi.

Pankkitiliä päivittäen seurattaessa on Pullosällien kohdalla pystynyt helposti seuraamaan yrityksen raha-asioita. Samalla on myös helppo tarkistaa, kuka on maksanut tilatut tuotteet, ja tämän jälkeen lähettää tuotteet asiakkaalle.

Tilisiirto vaatii kuitenkin asiakkaalta enemmän, sillä ilman mitään palveluntarjoajaa asiakas joutuu itse kirjautumaan omaan verkkopankkiinsa ja siellä näppäilemään maksun lähtemään eteenpäin. Tapa onkin hieman vanhanaikainen, ja tämä saattaa koitua joillekin asiakaskunnalle esteeksi. Tähän mennessä tilisiirto on ollut Pullosälleille kuitenkin käytetyin maksutapa.

Käteismaksu / maksu toimitettaessa

Voit tarjota asiakkaalle vaihtoehtoa, jossa hän voi maksaa tuotteen noudon yhteydessä. Maksutapa tuo varmasti lisäarvoa jollekin asiakaskunnalle (esimerkiksi samalla paikkakunnalla asuville), sillä tällöin postimaksuja ei tarvitse maksaa. Jos mietitään, että tuote maksaa esimerkiksi 5-10 euroa (kuten Pullosällien tapauksessa), niin kun tuohon summaan lisätään 5 euron postitusmaksu, saattaa se jollekin tuntua kohtuuttoman suurelta summalta tuotteen hintaan nähden.

On tullut huomattua, että tämä maksutapa sitoo kuitenkin jossain määrin yrittäjän aikaa, kun joutuu mahdollisesti sovitteluun hakuajankohtaa ja paikkaa asiakkaan kanssa. On myös hyvä muistaa, että pankit perivät palkkiota käteisen talletuksesta tilille, joten ihan pieniä käteissummia ei välttämättä kerralla kannata tallettaa, sillä se syö yrittäjän katetta.

CheckOut

CheckOut on Osuuspankin omistama, maksunvälitykseen erikoistunut yritys, joka on yksi Suomen suurimmista toimijoista. CheckOutilla on erilaisille ja eri kokoisille yritykselle valittavissa erilaisia paketteja: Starttipaketti, Pankkipaketti ja Laajapaketti. CheckOutissa ei ole avausmaksuja eikä määräaikaista sopimuksia, mikä on tietenkin kannattavaa aloittelevalle verkkokaupparyrittäjälle. Palvelupaketteja voi myös vaihtaa ilman erillistä maksua, jos haluaa esimerkiksi jossain vaiheessa päivittää pankkipaketista laajapakettiin. (CheckOut 2017.) Alla olevasta kuvasta näkee paremmin, mitä paketteihin kuuluu.



Starttipaketti

0 €/kk

+ 0,50€/maksutapahtuma ja 3% provisio/maksutapahtuma

- Kaikkien pankkien maksupainikkeet
- Visa- ja Mastercard-kortit
- Kattava valikoima lasku- ja osamaksupalveluita
- Pivo, MobilePay ja MasterPass -mobiilimaksutavat



Pankkipaketti

25 €/kk

0,35 €/ paitsi Nordea 0,49 €/maksutapahtuma

- Kaikkien pankkien maksupainikkeet
- Kattava valikoima lasku- ja osamaksupalveluita



Laajapaketti

45 €/kk

0,35 € / paitsi Nordea 0,49 € / maksutapahtuma, 2% + 0,35 € / korttitapahtuma

- Kaikkien pankkien maksupainikkeet
- Visa- ja Mastercard-kortit
- Kattava valikoima eri lasku- ja osamaksupalveluita
- Pivo, MobilePay ja MasterPass -mobiilimaksutavat

Kuva 15. CheckOutin tarjoamat palvelupaketit. (<https://checkout.fi/verkkokauppiaalle/palvelu/>)

CheckOutin Starttipaketti on sellainen, mitä itsekin mietimme omaan verkkokauppaamme. Hyvää siinä on, että se tarjoaa kaikkien pankkien maksupainikkeet, jotka tuovat lisäarvoa ja luotettavuutta asiakkaille. Lopulta päädyimme kuitenkin siihen ratkaisuun, että emme valinneet CheckOutia, koska provisiot ovat suuremmat yhtä tuotetta kohtaan kuin mitä muilla on. Jos mietitään esimerkiksi 5 euron tuotetta, CheckOut ottaa siitä 0,65 euroa itselleen, kun taas PayPal, johon myös päädyimme Pullosällien verkkokaupassa, ottaa 0,52-0,45 euron palvelumaksun riippuen kuukauden myyntimäärästä. 20 senttiä on aika iso ero katteen määrässä näin pienistä summista puhuttaessa. Emme ole kuitenkaan sulkenneet pois vaihtoehtoa, että hankkisimme joskus maksupainikkeet verkkokauppaamme. Tämä valinta on varmasti edessä, jos saamme kehitettyä ja lisättyä myyntiämme tulevaisuudessa.

Paytrail

Paytrail on suomalainen yritys, joka hoitaa yli 10 000 verkkokaupan maksuliikenteen. Yritys tarjoaa kaikki verkkomaksupalvelut 59 eurolla kuukaudessa. Lisäksi Paytrail perii jokaisesta pankkimaksutapahtumasta 0,35 euroa kappaleelta (pois lukien Nordea, jolla summa on 0,50 euroa). Kortti-, lasku- ja osamaksuista sekä mobiilimaksamisesta lähtee lisäksi vielä 2%:n provisio. (Paytrail 2017.) Tämän lisäksi Paytraililta löytyy erilaisia lisäpalveluita, jotka on kaikki hinnoiteltu erikseen. Tarjouksia saa kyselyä helposti sähköpostin tai chat-palvelun välityksellä.

Omaa verkkokauppaa perustettaessa mietimme tosissaan eri verkkomaksupalvelujen tarjoajien välillä. Lopulta päädyimme siihen ratkaisuun, että emme ainakaan aluksi valitse niitä kauppaamme. Kulut olisivat liian suuret siihen nähden, että pyrimme suorittamaan kaikki toimintamme mahdollisimman alhaisin kuluihin. Paytrail on kuitenkin vahvan brändin omaava yritys, joka on erittäin tunnettu suomalaisten keskuudessa ja hoitaa monien verkkosivustojen maksuja, joten asiakkaan näkökulmasta se on erittäin luotettava valinta.

PayPal

PayPal, Inc on yhdysvaltalainen yritys, joka ylläpitää PayPal-maksujenvälitysjärjestelmää internetissä. PayPal on perustettu korvaamaan perinteiset maksumenetelmät. PayPal onkin käytössä yli 200 maassa ja se tukee 25 eri rahayksikköä. (PayPal 2017.)

Valitsimme omaan verkkokauppaamme maksutavaksi PayPalin, sillä meillä oli kuluttajina kertynyt aikaisemmin positiivisia kokemuksia kyseisestä välityspalvelusta. PayPalin avulla on tullut maksettua erityisesti silloin, kun on tilannut ulkomaisilta verkkosivustoilta tavaraa.

PayPalista helpon tekee se, että kuluttajan ei tarvitse rekisteröityä siihen tai tehdä tiliä erikseen, vaan pelkkä pankkikortin numero riittää ostoksia maksaessa. Tilin saa toki luoda halutessa, mutta PayPal ei sitä varsinaisesti velvoita. PayPal ei ota kuluttajilta mitään välityspalkkioita, joten näin ollen maksaminen sen avulla on siinä mielessä täysin ilmaista. PayPal valikoitui omaksi maksujenvälitysjärjestelmäksemme myös sen takia, että kulut yrittäjälle ovat pienet, eikä mitään kiinteitä kuukausimaksuja ole verrattuna muihin maksupalveluiden tarjoajiin.

Rahan vastaanottamisesta PayPal kyllä perii pienen palkkion, kuten mikä tahansa muukin välitysfirma. Seuraavalla sivulla olevasta kuvioista käy ilmi, miten palkkio maksuista muodostuu.

Myynti / kuukausi

Provisio

$$0\text{€} - 2500\text{€} = 3.4\% + 0.35\text{€}$$

$$2501\text{€} - 10.000\text{€} = 2.9\% + 0.35\text{€}$$

$$10.001\text{€} - 50.000\text{€} = 2.7\% + 0.35\text{€}$$

$$50.001\text{€} - 100.000\text{€} = 2.4\% + 0.35\text{€}$$

$$\text{Yli } 100.000\text{€} = 1.9\% + 0.35\text{€}$$

Kuvio 1. PayPalin palkkiot. (<http://www.maksukamu.com/paypal-yritykselle/>)

Jos siis yrityksesi kuukausittainen liikevaihto pysyy alle 2500 eurossa, palkkiota otetaan myynneistä 3,4%, minkä lisäksi jokaisesta myydystä tuotteesta otetaan 0,35 euroa, oli summa sitten 10 euroa tai 100 euroa. Mitä enemmän myyt, sitä pienempi provisio on.

Minkäänlaisia kuukausi- tai ylläpitokuluja yritykselle ei kerry maksettavaksi. Yritysassiakkailta vaaditaan tilin luominen, mutta se on erittäin helppoa. PayPalin etusivulta löytyy Sign in - nappula, jota painamalla pääsee luomaan tilin. Sen jälkeen seurataan vain sivun ohjeita, ja näin saat luotua itsellesi tilin. PayPal on todettu Pullosäilien käytön perusteella turvalliseksi, sillä rahat eivät ole meidän maksutapahtumissamme kertaakaan hävinneet minnekään matkan varrelle. PayPalilla onkin kiinnitetty erityistä huomiota yritysten turvallisuuteen ja maksuissa käytetään aina suojattuja yhteyksiä sekä CVV2-varmennusta. Kaikki tallentuva tieto on lisäksi salatussa muodossa. (Maksukamu 2013.)

PayPal ei ole välttämättä Suomen rajojen sisäisessä maksuliikenteessä vielä kovin suosittu, mutta kuluttajat ovat tottuneet käyttämään sitä tilatessaan tavaraa ulkomailta. Me Pullosäilleissä uskomme vahvasti, että maksutapa on yleistymässä myös Suomen maaperällä, sillä se on jo varsin suosittu maailmalla. PayPalin kautta pystyy hyvin seuraamaan myyntiä erilaisten taulukoiden ja raporttien avulla. Raporteista ja tulosteista on myös hyötyä yrityksen pakolliseen kirjanpitoon.

MobilePay

MobilePay on Danske Bankin kehittämä sovellus, jonka avulla pystyy lähettämään rahaa toiselle pelkän tekstiviestin välityksellä. MobilePay Online on yrityksille suunnattu palvelu, jossa asiakkaat voivat maksaa kätevästi ja nopeasti ostoksensa matkapuhelimella (MobilePay 2017).

Me Pullosällit emme valinneet MobilePayta maksutavaksi, sillä se on saatavilla tällä hetkellä vain maksupalvelujen palvelutarjoajilta, kuten CheckOutilta. MobilePay on kuitenkin kätevä vaihtoehto, ja maksaminen tämän tyyppisten sovellusten avulla myös B2C-kaupankäynnissä tulee olemaan tulevaisuutta.

"Tee
ostoprosessi
mahdollisimman
aikaisin
läpinäkyväksi
asiakkaalle!"

Yhteenveto erilaisista maksutavoista

Raha ratkaisee myös maksutapoja valittaessa. Erilaisten maksunvälitysfirmojen (esim. Paytrail, CheckOut) laajemmat paketit ovat järkeviä valintoja, jos verkkokaupparyhtymä operoi suurella volyymillä. Aloittelevat verkkokaupat, jotka eivät välttämättä heti tähtää suuriin myyntilukemiin pärjäävät myös pienemmin kustannuksin. Parhaimman tuloksen saa yhdistelemällä eri maksutapoja, jolloin mahdollisimman monen ostajakunnan jäsenelle löytyy sopivin tapa maksaa. Monesti ostoprosessi saattaa keskeytyä juurikin siihen, että asiakas ei löydä luotettavaa tai mieleistään maksutapaa.

Älä anna asiakkaalle mahdollisuutta keskeyttää ostosten tekoa sen takia, että joku olennainen maksutapa puuttuu, tai että ostoprosessi ei ole tarpeeksi näkyvä alusta alkaen. Asiakkaan täytyy pitää kauppaa luotettavana ja ammattimaisena. Pidä huoli siitä, että verkkokauppassasi tuodaan rehellisesti ja selkeästi esille tuotteiden toimitusajat ja kulut. Tarkastele asiakkaan näkökulmasta ostoprosessia ja sen eri vaiheita. Kuinka helppoa prosessin läpivienti on? Koetko, että parannettavaa löytyy vai saatko ostokset helposti kassalle ja maksettua? Kiinnitä näihin kohtiin huomiota, sillä ne ovat kaupan onnistumisen kannalta relevantteja. (Paytrail: Avaintekijät menestyvän verkkokaupan perustamisessa, 18.)

Pullosäiliöiden logistiikka

"Logistiikka on materiaali-, tieto- ja pääomavirtojen, hankinnan, tuotannon, jakelun ja kierrätyksen, huolto- ja tukipalvelujen, varastointi-, kuljetus- ja muiden lisäarvopalvelujen sekä asiakaspalvelun ja -suhteiden kokonaisvaltaista johtamista ja kehittämistä" (Karrus 1998, 13). Verkkokauppaa perustettaessa ei voi ohittaa logistiikkaa ja sen tärkeyttä. Logistista osuutta mietittäessä on hyvä muistaa, että se ei tarkoita pelkästään Postin kautta pakettien lähettämistä. Yrittäjän pitää puntaroida miten lähetykset tapahtuvat yrityksestä ulospäin, miten tuote paketoidaan turvallisesti, miten lähetyskulut tuotteen hinnassa huomioidaan tai miten tuotteiden mahdolliset palautukset hoidetaan.

Me Pullosäiliöt olemme hoitaneet pakettien lähetyksen Postin pakettiautomaattipalvelun välityksellä. Tapoja on muitakin, kuten esimerkiksi maailmanlaajuinen kuriiripalvelu DHL. Valitsimme Postin sen takia, että koimme sen helpoimmaksi ratkaisuksi niin meille kuin asiakkaallekin. Postin pakettiautomaattien avulla pieni S-koon paketti, johon tuotteemme yleensä mahtuvat (mitat 11 x 36 x 60 cm), maksaa 5,90 euroa (Posti 2017). Postimaksut saattavat aiheuttaa kauhua asiakkaissa, jos ostettu tuote maksaa vain 5 euroa. Markkinahintoja ei voi kuitenkaan muuttaa, voi vain yrittää kilpailuttaa eri logistiikkayrityksiä. Toinen vaihtoehto on huomioida postimaksut jo suoraan tuotteiden hinnoissa. Ovelta ovelle lähetys maksaa tietysti enemmän mitä tavallinen postin toimipisteisiin lähetys. Paketeille on myös saatavissa erilaisia lisäpalveluita kuten esimerkiksi "särkyvän tavarán" -lähetys, mutta näiden palveluiden valitsemista kannattaa pohtia tuotekohtaisesti. Omat paketit olemme lähettäneet ilman lisäpalveluita, sillä ne taas nostavat lähetyksen hintaa.

Paketointimateriaaleja, kuten teippejä, silkkipaperia ja kuplamuovia hankkiessa olemme käyttäneet suuremmaksi osaksi omia suhteitamme. Pahvilaatikoita saimme kaupoista kyselyllä. Olemme pyrkineet pakkaamaan tuotteet ekstrahuolellisesti, sillä lasi on särkyvää materiaalia. Olemme toistaiseksi onnistuneet paketoimissa mallikkaasti, koska emme ole saaneet yhtään valitusta kuljetuksen aikana rikki menneistä tuotteista. Toivottavasti tätä ei tapahdu jatkossakaan.

Postnordin vuonna 2017 teettämän raportin mukaan suomalaisista 26% olisi mieluiten valinnut toimituksen postilaatikkoon postinkantajan toimesta. Toiseksi tullessa vaihtoehdossa 19% suomalaisista valitsisi noudon ympäri vuorokauden auki olevasta pakettiautomaatista. Mieltymyksissä löytyy maakohtaisia eroja, sillä pohjoismaalaisista ruotsalaisten suosikki oli 37% äänimäärällä nouto toimipisteestä (Postnord 2017). Meidän tuotteidemme paketit ovat kuitenkin niin isoja, että ne eivät varsinkaan mahtuisi kerrostalojen postiluukuista. Sen takia ollaan valitsimme suomalaisten "kakkosvaihtoehdon", Postin pakettiautomaatit.

Tilaus- ja sopimusehdot

Suomen lain mukaan, verkkokaupasta olisi hyvä löytyä tiettyjä asioita kuluttajia varten. Kuluttajalla on esimerkiksi oikeus palauttaa ostettu tavara 14 päivän kuluessa ostosta. Ohjeet siitä, miten tällaisessa tilanteessa tulisi toimia, kannattaa sijoittaa verkkosivuille esimerkiksi "tilaus- ja sopimusehtojen" -otsikon alle. Jokaisen yrittäjän kannattaa lukea kuluttajansuojalain kuudes luku "Kotimyynti ja etämyynti", joka on kätevästi löydettävissä esimerkiksi oikeusministeriön omistamasta oikeudellisen aineiston internet-palvelusta, Finlexin sivuilta. Kuluttajansuojalakiin perehtymällä voi välttyä suurimmilta asiakasriidoilta, jos yrittäjälle on epäselvää, mihin kaikkeen hän on velvoitettu.

Netistä löytyy paljon hyviä valmiita tilaus- ja sopimusehtojen pohjia, joita pystyy muokkaamaan omaan kauppaan sopivaksi. Pullosällien oma pohja on hankittu Paytrailin sivuilta ja muokattu siihen päälle tarvittavat muutokset. Googlettelemalla löytyy tarpeen tullen myös muita ratkaisuja.

Tätä klikkaamalla pääset Pullosällien käyttämään tilaus- ja sopimusehtojen pohjaan.

"Lain kanssa
kannattaa aina
olla tarkkana,
jotta suurimmilta
selkkauksilta
välttyttäisiin."

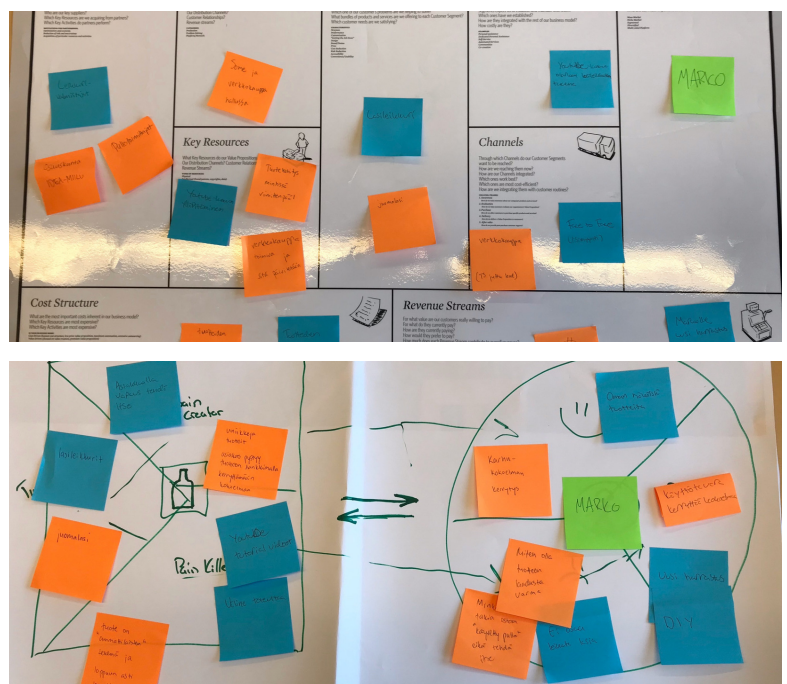
PULLOSÄLLIEN NYKYHETKI & KATSAUS TULEVAISUUTEEN

Pullosällien verkkokauppa on nyt toiminut tätä kirjoittaessa noin puolisen vuotta. Siinä ajassa on ehtinyt tapahtua paljon, kuten esimerkiksi myös se, että projekti on typistynyt kolmesta kaveruksesta kahteen sinnikkääseen Sälliin. Alussa päämääränä oli leikata pelkästään lasipulloja ja rakentaa myyntialustaksi niille jonkin näköinen toimiva verkkokauppa, mutta kuten jo aikaisemminkin tuli mainittua, on toiminnassa tapahtunut kasvua kaikista näkökulmista tarkasteltuina.

Verkkokauppa tulee pysymään hyvin samankaltaisena jatkossakin. Tietenkin jotain pientä päivitystä ulkoasuun kannattaa tehdä ja aikaisemmin esiteltyjä maksutapoja täytyy miettiä entistä tarkemmin tulevaisuudessa. Pullosällien matka kokonaisuudessaan on ollut opettava taival kohti yrittäjyyttä ja valmistumista. Koen, että toimintamme Pullosälleissä on toiminut ponnahduslautana johonkin suurempaan. Ajattelussa ja toiminnassa on tapahtunut kasvua, mutta myynneissä on petraamisen varaa. Toimintaa on valitettavasti häirinneet Pullosällien muut työt, kiireet ja menot mikä on varsin ymmärrettävää nuorten miesten arjessa. Ajatusta on heitetty ilmoille myös Pullosällien periyttämisestä tuleville BisnesAkatemian opiskelijoille.

Jouluna on usein hyvä sesonkiaika, johon myös meidän kannattaa panostaa, jotta saisimme kasvatettua myyntiä. Osa tuotteistamme, kuten esimerkiksi juomalasit ja kynttilät, on kuitenkin ajateltu nimenomaan annettavan lahjoiksi. Loppuvuoden jouluhulina on sen takia otollista aikaa alkaa rummuttamaan tuotteitamme suuremman yleisön tietoon.

Myyntiä tulisi parantaa siis syksyn ja talven aikana, jotta toiminnasta jäisi käteen enemmän. Pullosällit ovat käyttäneet syksyn mittaan erilaisia työkaluja, kuten Alexander Osterwalderin "Business Model Canvasia" ja "Value Proposition Canvasia". Näiden avulla olemme pyrkineet määrittämään potentiaaliset asiakkaat uudestaan ja miettimään millä tavalla saisimme esimerkiksi lasileikkureitamme enemmän myydyksi. Olemme myös innovoineet opiskelutovereiden kanssa, miten toimintaa voisi kehittää vieläkin paremmaksi.



Kuva 16. Osterwalder ym. 2014. Business Model Canvas & Value Proposition Canvas.

Lähteet:

Kirjat

- Davis, H. 2007. Google - Kuinka varmistat verkkonäkyvyytesi. Suom. M. Niemi. Jyväskylä: Readme.fi.
- Hallavo, J. 2013. Verkkokaupan rautaisannos. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Hussey, T. 2010. Using WordPress. Indianapolis: QUE.
- Karrus, K. 1998. Logistiikka. Helsinki: WSOY.
- Lahtinen, T. 2013. Verkkokaupan käsikirja. Helsinki: Yrityskirjat.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Bernarda, G.; Smith, A. & Papadacos, T. 2014. Value Proposition Design. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons cop.

Verkkolähteet (kotisivut, verkkojulkaisut, oppaat)

- Baymard Institute 2016. New E-Commerce Checkout Research - Why 68% of Users Abandon Their Cart 2016. Viitattu 2.10.2017 <https://baymard.com/blog/ecommerce-checkout-usability-report-and-benchmark>.
- Checkout 2017. Viitattu 15.9.2017 <https://checkout.fi/>.
- Finlex. Kuluttajansuojalaki. Viitattu 23.9.2017 <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038#L6>.
- Hakukonemestarit 2017. Parhaat ilmaiset WordPress-lisäosat. Viitattu 15.9.2017 <https://www.hakukonemestarit.fi/blogi/parhaat-ilmaiset-wordpress-lisaosat/>.
- Hostingpalvelu. Mikä on webhotelli / hostingpalvelu. Viitattu 13.9.2017 <https://www.hostingpalvelu.fi/mika-on-webhotelli-hostingpalvelu/>.
- Maksukamu 2013. Paypal yritykselle. Viitattu 15.9.2017 <http://www.maksukamu.com/paypal-yritykselle/>.
- MobilePay 2017. MobilePay Online. Viitattu 20.10.2017 <http://mobilepay.fi/fi-fi/Yritykset/Pages/mobilepay-online.aspx>.
- PayPal 2017. Viitattu 13.9.2017 <https://www.paypal.com/fi/webapps/mpp/home>.
- Paytrail Opas. Avaintekijät menestyvän verkkokaupan perustamisessa. Ladattavissa <https://www.paytrail.com/menestyvan-verkkokaupan-avaintekijat?hsCtaTracking=900acd75-38ec-4c70-4441-84662e11b4fb%7C49278e8f-2cf7-4443-aeab-Sdcbf0e68775>.
- Paytrail Opas. Seuraa, analysoi, kehitä. Ladattavissa <https://www.paytrail.com/seuraa-analysoi-kehita>.
- Paytrail 2017. Viitattu 13.9.2017 <https://www.paytrail.com/>.
- Posti 2017. Palvelut verkossa. Viitattu 8.11.2017 <https://www.posti.fi/palvelutverkossa/lahettaminen/#/paketti/koko?lang=fi>.
- Postnord 2017. Verkkokauppa Pohjoismaissa 2017. Viitattu 20.9.2017 https://www.postnord.fi/globalassets/suomi/tutkimukset/verkkokauppa_pohjoismaissa_2017.pdf.
- Pullosallit 2017. Viitattu 13.9.2017 www.pullosallit.fi.
- Wordpress.org 2017. Akismet Anti-Spam. Viitattu 15.9.2017 <https://fi.wordpress.org/plugins/akismet/>.
- Wordpress.org 2017. Jetpack by WordPress.com. Viitattu 13.9.2017 <https://fi.wordpress.org/plugins/jetpack/>.
- Wordpress.org 2017. Page Builder by SiteOrigin. Viitattu 13.9.2017 <https://fi.wordpress.org/plugins/siteorigin-panels/>.
- Wordpress.org 2017. WooCommerce. Viitattu 13.9.2017 <https://fi.wordpress.org/plugins/woocommerce/>.
- WP-Palvelu 2017. Mikä on WordPress? Viitattu 21.10.2017 <https://wp-palvelu.fi/wordpress/>.