

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2021

Mikael Montonen

VERKKOKAUPAN PERUSTAMISOPAS

Mikael Montonen

VERKKOKAUPAN PERUSTAMISOPAS

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli koota verkkokaupan perustamiseen tarvittavia tietoja yhteen ja laatia siitä yksinkertainen perustamisopas. Työn tekijä on itse ollut kiinnostunut erilaisista verkkokaupoista niiden monipuolisten liiketoimintamahdollisuuksien takia.

Opinnäytetyö toteutettiin laatimalla teoriaosuus, jossa on koottu yhteen tietoa eri lähteistä verkkokaupan perustamista varten. Opinnäytetyön tuotoksessa eli verkkokaupan perustamisoppaassa pohditaan muun muassa mikä on paras yhtiömuoto aloittavalle verkkokauppayritykselle. Verkkokaupan perustaminen on oppaassa jaettu eri vaiheisiin, joita ovat suunnittelu, verkkokaupan tekninen toteutus, tuotteiden valinta ja markkinointi.

Tulokseksi saatu verkkokaupan perustamisopas voi auttaa aloittavaa yrittäjää käynnistämään yritystoiminnan. Oppaan vaiheita on testattu käytännössä laatimalla testisivustot verkkokaupan julkaisualustoihin.

Aluksi toiminta voidaan käynnistää alhaisella yritysriskillä pienellä budjetilla, kunnes myöhemmin toiminnan muuttuessa tuottavaksi, voidaan yhtiömuoto muuttaa osakeyhtiöksi. Kun verkkokauppa on perustettu oppaan avulla, sen toiminta tulee jatkumaan uusien vaiheiden parissa. Näitä vaiheita ovat tilausten vastaanottaminen, tuotteiden toimittaminen asiakkaille, asiakaspalvelusta huolehtiminen ja verkkokaupan sivuston ylläpito.

ASIASANAT:

Verkkokauppa, yrittäjyys, markkinointi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor of Business Administration

2021 | 13, 17 appendix pages

Mikael Montonen

GUIDE TO START ONLINE STORE

The topic for this thesis comes from the writer's own interest in e-commerce. It is interesting to see how you can easily buy items from online stores today. More and more companies are now recognizing the business opportunities of e-commerce. The objective of this thesis is to find out the steps for starting an online store and figure out the costs. The information is gathered into a guide for novice entrepreneurs and the guide aims to explain step by step how online store is built.

The thesis first concentrates on combining information from different sources to build a good theoretic base. Then this information is tested in practice. Two example online stores are built from the ground up and the steps are shown. It is suggested that the reader also builds similar test websites.

In the thesis it is discovered that the steps to build an online store are not that difficult to implement. It just requires a little bit of computer skills and ability to follow instructions. The costs are calculated and it becomes apparent that anybody can start online stores.

Once the store has been established with the help of the guide the next step is to market it by using different marketing strategies, like email marketing and search engine optimization.

KEYWORDS:

e-commerce, online store, entrepreneurship

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 VERKKOKAUPAN KESKEISET TEKIJÄT	6
2.1 Verkkokaupan perustamisen lähtökohdat	6
2.2 Verkkokaupan tekniset ominaisuudet	7
2.3 Verkkokaupassa maksaminen	9
2.4 Verkkokaupan tietoturva	10
2.5 Verkkokaupan logistiikka	11
3 OPPAAN TEKEMISEN VAIHEET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	13
LÄHTEET	14

LIITTEET

Liite 1. Verkkokaupan perustamisopas, 17 sivua

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön idea syntyi omasta mielenkiinnosta verkkokaupan perustamista kohtaan. Olen seurannut, kun liiketoimintamahdollisuudet ovat kehittyneet ja siirtyneet yhä useammin Internetiin. Internet on maailmanlaajuinen markkina-alue ja siellä useat tällä hetkellä menestyvät yritykset ovat lähteneet lähes tyhjästä, kunnes niillä on miljardien dollareiden liikevaihto. Sellainen yritys on ollut esimerkiksi Amazon, joka aloitti toiminnan perustajan autotallista. Verkkokaupan pystyy kuitenkin perustamaan pienelläkin budjetilla. Siksi se sopii hyvin aloittavalle yrittäjälle ensimmäiseksi yritykseksi. (Byers 2006: 47.)

Tästä innostuneena päätin tehdä itselleni ja muille työn lukijoille verkkokaupan perustamisoppaan. Olen opiskellut tätä aihetta opiskelujeni aikana ja testannut monia erilaisia verkkokaupan julkaisualustoja. Oppaasta olisi toivottavasti hyötyä heille, jotka verkkokaupan haluavat perustaa. Siinä on kuvattu tärkeimmät työvaiheet, jotka tarvitsee tehdä, kun verkkokauppaa rakennetaan. Työ on rajattu sisältämään vain nämä työvaiheet. Liiketoimintasuunnitelmaa tämä työ ei sisällä. Liiketoimintasuunnitelma on yleensä hyvin yksilöllinen jokaiselle verkkokauppa-yritykselle, joten siksi se jätettiin pois.

Tämä työ on tyypiltään toiminnallinen opinnäytetyö, joka koostuu teoriaosuudesta ja itse tuotoksesta eli verkkokaupan perustamisoppaasta. Teoriaosuudessa luodaan tietopohja verkkokaupan perustamiselle, ja sitten työssä siirrytään oppaaseen. Opinnäytetyön tavoitteena on saada selville verkkokaupan perustamisen vaiheet ja tietoa siitä, kuinka paljon sen perustaminen maksaa. Verkkokaupan perustamisoppaan avulla pystyisi perustamaan verkkokaupan vaihe kerrallaan. Oppaaseen on hankittu tietoa monesta eri lähteestä. Oppaassa käytetään esimerkkituotteina elektroniikkalaitteita, jotka ovat minulle tuttuja.

2 VERKKOKAUPAN KESKEISET TEKIJÄT

2.1 Verkkokaupan perustamisen lähtökohdat

Verkkokauppa on yksinkertaisesti selitettynä Internet-sivu, jossa esitellään tuotteita ja mahdollistetaan tuotteen ostaminen suoraan kyseisiltä sivuilta. Verkkokaupassa ostoprosessi tapahtuu pelkästään verkon välityksellä. Kun fyysisessä kivijalkakaupassa, on verkkokaupassakin ostoskori, johon tuotteet kerätään. Digitaaliselta ostoskorilta siirrytään kassalle, tilauksen toimitustavat valitaan ja sen jälkeen tilaus maksetaan. Kun tuote on ostettu, asiakas saa sähköpostiinsa tilausvahvistuksen. Asiakas voi halutessaan tarkistaa verkkokaupan asiakasprofiilistaan tilauksen tiedot. (Lahtinen 2015: 23.)

Nykyään verkkokaupan sivut pystyvät antamaan tuotteista erittäin kattavat tiedot. Usein tuotteista on saatavilla paljon kuvia ja usein myös videoita. Kuvien ja tietojen avulla asiakas pystyy vertailemaan tuotteita ja tekemään valistuneen ostopäätöksen. Koska verkkokaupat ovat saatavilla Internetissä, vain muutaman klikkauksen päässä, voi asiakas vertailla hintoja todella helposti. (Lahtinen 2015: 129.)

Kaikki lähtee hyvästä ideasta ja niin on myös verkkokaupan kohdalla. Ideaa työstetään ja tarkennetaan. Sen jälkeen verkkokauppaa varten tehdään liiketoimintasuunnitelma ja sen toiminta-ajatus kiteytetään kunnolla. Sitten laaditaan tavoitteet ja aletaan toteuttamaan suunnitelmaa. Liiketoimintasuunnitelmaan, jota tässä opinnäytetyössä ei sen tarkemmin käsitellä, kartoitetaan lisäksi verkkokaupan kilpailutilanne, joka vaikuttaa hinnoitteluun ja markkinointistrategiaan. (Yritys-Suomi.fi 2021)

Yritysmuodon valinta

Ennen yrityksen perustamista pitää perehtyä kaikkiin perustamisvaiheisiin ja tehdä päätökset mm. käytettävästä yritysmuodosta. Verkkokauppaa varten pitää olla Y-tunnus, jotta pystyy tilaamaan tavaraa tukusta tai muilta toimittajilta. Sen saa minkä tahansa yritysmuodon kanssa. Mahdolliset yritysmuodot ovat toiminimi, osakeyhtiö, kommandiittiyhtiö, avoin yhtiö, osuuskunta. Kun yritys on perustettu, on myös mahdollista vähentää kuluja verotuksessa. Verkkokaupan perustamisen kannalta parhaat yritysmuodon vaihtoehdot ovat osakeyhtiö ja toiminimi. Kun perustajana on yksi henkilö, voidaan aloittaa toiminimellä, joka tulee myös halvemmaksi. Toiminimen perustamisilmoitus maksaa 60 euroa. Osakeyhtiön perustaminen maksaa enemmän, eikä sitä voi perustaa yksin, koska osakeyhtiön hallitukseen tarvitaan vähintään yksi varajäsen. Osakeyhtiö maksaa netissä perustettuna 275 euroa. Osakepääomaa ei tarvita, vaan sen määräksi voi merkitä 0 euroa. (Patentti – ja rekisterihallitus 2021)

2.2 Verkkokaupan tekniset ominaisuudet

Verkkokauppa koostuu erilaisista osista, jotka yhdessä muodostavat asiakkaalle asiakaskokemuksen. Asiakkaalle näkyvä osa on verkkokaupan ulkoasu, joka muodostetaan asiakkaan tietokoneen selaimessa useimmiten HTML ja PHP- kielillä. Internet-selain lataa sivut verkkokaupan palvelimelta. Palvelin suorittaa erityistä palvelinohjelmistoa. Käyn myöhemmin perustamisoppaassa läpi millaisia verkkokaupan palvelinohjelmistot ovat. (Lahtinen 2015: 249.)

Verkkokaupassa on paljon taustajärjestelmiä, jotka huolehtivat, että tilauksista lähtee tilausvahvistus asiakkaan sähköpostiin ja varastosaldo on varmasti ajantasainen. Asiakkaista voidaan myös muodostaa erilaisia profiileja sen perusteella mitä he ovat verkkokaupasta ostaneet. Sellaista tietoa voidaan käyttää hyödyksi tuotteita markkinoidessa. (Kanava 2021) Nykyään monessa verkkokaupassa on myös reaaliaikainen chatin kautta toimiva asiakaspalvelu, jonka kautta asiakas voi kysyä lisätietoja tuotteista ja kysellä tilauksestaan. (Paytrail 2021).

Verkkotunnus on osa asiakkaalle näkyvää rajapintaa. Se on verrattavissa kivijalkaliikkeen ulkoseinään ja nimeen. Verkkotunnus voidaan rekisteröidä, kun verkkokauppayrityksen Y-tunnus on vahvistettu kaupparekisteriin. Suomalaiselle verkkokaupalle kannattaa ottaa fi-päätteinen verkkotunnus. Suomalaisia fi-verkkotunnuksia hallinnoi Liikenne- ja viestintävirasto Traficom. Heillä on tarkat säädökset millainen verkkotunnus saa olla. Sen täytyy olla lakipykälien mukainen. Verkkotunnus ei saa loukata kenenkään tavaramerkkiä tai suojattua nimeä. Ohjeet verkkotunnuksen laillisuuteen kannattaa tarkistaa Traficom sivuilta. Kun sopiva verkkotunnus on varattu ja ostettu, voidaan aloittaa verkkokaupan toteutus. (Traficom 2021)

Tilanne verkkotunnusten osalta on nykyään se, että monet hyvät tunnuksot ovat jo varattu ja käytössä. Tiettyä verkkotunnusta ei voi käyttää kuin yksi sivusto kerrallaan. Varatuista verkkotunnuksista voi tulla hyvin arvokkaita (Taulukko 1).

Voice.com	30 miljoonaa dollaria
Hotels.com	11 miljoonaa dollaria
Tesla.com	11 miljoonaa dollaria
Fb.com	8,5 miljoonaa dollaria
Diamond.com	7,5 miljoonaa dollaria

Taulukko 1: List of most expensive domain names (Wikipedia)

Näissä kaikissa on yhteistä se, että ne ovat lyhyitä, alle 8 merkkiä pitkiä, ne sisältävät tyypillisen hakusana-termin ja ne kuvaavat brändiä tai myytävää tuotetta. Onneksi vapaana on runsaasti verkkotunnuksia, jotka voivat täyttää hyvän tunnuksen kriteerit ja jotka ovat hyvin edullisia. Verkkotunnuksen eli domain-nimen loppuosa, joka tulee pisteen jälkeen, on osa nimeä. Esimerkiksi tietty .fi ja .com verkkotunnus voi olla eri haltijan käytössä.

Halvimmat domain-nimet lähtevät liikkeelle noin euron hintaan per vuosi. Niissä verkkotunnuksen pääte, on ulkomaalainen, kuten .biz , .xyz tms. Suomalaiset .fi päätteiset verkkotunnukset maksavat noin 10-20 € / vuosi. (Lahtinen 2015: 253-256.)

Palvelinohjelmistot

Verkkokaupan sivut asennetaan Internet-palvelimelle, jolta asiakkaan verkkoselain lataa ne. Verkkoselain on useimmiten nykyään Chrome, Safari, Edge, Firefox tai Opera. Useimmiten Internet-palvelin käyttää palvelinohjelmistoa nimeltä Apache. Apache – ohjelmisto on noin 26%:ssa kaikista maailman Internet-servereistä. Apachen pystyy asentamaan Linux-käyttöjärjestelmälle ja myös Windows-käyttöjärjestelmällä toimiviin palvelintietokoneisiin. Toinen yleisesti käytössä oleva palvelinohjelmisto on Nginx, jota myös verkkokauppaalustaa tarjoava MyCashFlow käyttää. Jos verkkokauppa on Apachelle asennetulla WordPress-julkaisualustalla, tarvitsee serverillä olla myös MySQL tai MariaDB relaatiotietokantaohjelmisto. WordPressin tietokanta, jossa verkkokaupan tuoteartikkelit, sivut ja asiakastiedot sijaitsevat, on tallennettu .sql – tiedostopäätteisenä tietokantana MySQL:n. Tietokantaa voi tarkastella ja muokata Internet-selaimen kautta toimivalla phpMyAdmin – hallintatyökalulla. (Netcraft 2021).

Verkkokauppaohjelmistoja

Verkkokauppa voidaan luoda valmiilla alustalla, kuten MyCashFlow’lla tai Shopifylla. Valmisalustaa on helpompi käyttää. Usein verkkokaupan voi saada pystytettyä noin tunnissa. Toinen vaihtoehto on asentaa Internet -palvelimeen WordPress – julkaisualusta. WordPressin asentaminen on hieman työläämpää. WordPress on alun perin bloggaamiseen tarkoitettu CMS eli content management system. Nykyään WordPress on kehittynyt erittäin monipuoliseksi julkaisualustaksi erilaisten lisäosien ja teemojen myötä. (WordPress 2021).

Lisäosilla WordPressia voi laajentaa kattamaan kaikenlaisia käyttötarkoituksia. WordPressille on kehitetty verkkokauppa-lisäosa nimeltä Woocommerce. Woocommerce on helppokäyttöinen ja siinä on hyvät maksutapaintegraatiot valmiina. Tämän lisäksi Woocommercen perusversio on ilmainen ja se on Open Source ohjelmisto. Open Source tarkoittaa, että Woocommercea voi kuka tahansa muokata. (Woocommerce 2021).

Shopify on sen sijaan maksullinen, kuten MyCashFlow. Shopify on enemmänkin suunnattu amerikkalaisille käyttäjille, joten jotkin sen ominaisuuksista eivät välttämättä toimi kunnolla Suomessa, kuten maksuvaihtoehtojen lisääminen. Muutoin sitä voisikin suositella ensimmäistä verkkokauppaa rakentavalle, sillä Shopify’n kaltaisissa valmiskaupparatkaisuissa on etuna helppokäyttöisyys, varma toimivuus, sekä asiakastuki. (Shopify 2021). Esittelen verkkokaupan perustamisopissa MyCashFlow’n ja Woocommercen toimintaa. Nämä ovat aloittelijalle kaikkein järkevin valinta, niiden helppokäyttöisyyden vuoksi ja koska niissä on Suomessakin toimivat maksuvaihtoehdot.

Verkkokaupan käyttö

Verkkokaupan asiakaskokemuksen lähtökohtana on käytön helppous. Verkkokaupan tulisi olla helposti käytettävä, eikä sen tule vaatia asiakkaalta erityistä tietoteknistä osaamista. Useimmiten verkkokauppaa käytetään niin, että etusivulla on kuvia suosituimmista tuotteista ja näitä tuotteiden kuvia klikataan. Sitten aukeaa uusi sivu, jossa on tuotteen seloste ja lisäkuvia. (Lahtinen 2015: 129.) Tältä tuotekuvaussivulta voidaan lisätä tuote ostoskoriin. Ostoskori näkyy yleensä verkkokaupan yläreunassa. Verkkokaupassa on usein muitakin helppokäyttöisyyttä lisääviä toimintoja, kuten tuotteiden ryhmittely tyyppin mukaan, hinnan mukaan ja saatavuuden mukaan. Se on myös tärkeää, että jostakin löytyy hakupalkki, josta voi etsiä haluttua tuotetta. (Lahtinen 2015: 146.)

Kun tuote on lisätty ostoskoriin, voi asiointia verkkokaupassa jatkaa ja lisätä muita tuotteita ostoskoriin. Kun muutkin tuotteet ovat valittu, voidaan siirtyä tarkastelemaan ostoskorista. Kun ostoskori on tarkastettu ja sisältää kaikki halutut tuotteet, voidaan siirtyä ostoskorista kassalle. Kassalla laitetaan omat yhteystiedot ja tilaus maksetaan. Usein tuotteita pystyy siis tilaamaan muutamalla klikkauksella, varsinkin silloin, kun omat yhteystiedot on jo valmiina verkkokaupan asiakasprofiilissa. Kun tilaus on tehty ja maksettu, asiakas saa sähköpostiinsa tilausvahvistuksen, joka on kuitti ostosta. Ostamisen jälkeen asiakas odottaa, että tuotteet toimitetaan hänelle, useimmiten postitse tai kuriirifirman kuljettamana (Lahtinen 2015: 136-139).

Verkkokaupan tuotetiedoissa on usein itse tietojen lisäksi tuotteiden käyttäjäarvosteluja. Niitä käyttäjät saavat itse lisätä sivulle. Tämä helpottaa ostopäätöstä ja antaa arvokasta tietoa tuotteen laadusta. Tuotearvosteluja voi pyytää asiakkailta myöhemmin sähköpostiin lähetettävällä uutiskirjeellä. (Lahtinen 2015: 133).

Yhä useammat tekevät verkkokauppaostoksia mobiililaitteilla, joissa usein pieni näyttö. Tästä syystä verkkokaupan sivusto tulee tarkastaa toimivaksi myös sellaisilla laitteilla. Useimmiten WordPress- pohjaiset verkkokaupat ovat valmiiksi ns. responsiivisia, eli samaa sivustoa pystyy käyttämään sujuvasti niin mobiililaitteella, kuin työpöytätietokoneella. (Lahtinen 2015: 125.)

2.3 Verkkokaupassa maksaminen

Verkkokauppa voi tarjota useita eri maksuvaihtoehtoja asiakkaille. Suomessa yleisin maksutapa on nykyään verkkopankkimaksut, joka on usein toteutettu maksunvälittäjän kautta. Suomessa toimivia maksunvälittäjiä ovat muun muassa Paytrail, Klarna ja PayPal. Maksunvälittäjä huolehtii asiakkaiden maksutiedoista, tietoturvasta ja maksun tilityksestä verkkokaupiaan yritystilille. Niiden kanssa voi tietenkin käyttää myös luottokorttia ja joissakin

tapauksissa osamaksua. Verkkomaksua käytettäessä asiakas maksaa tuotteen kokonaisuudessaan tehdessään tilauksen. (Lahtinen 2015: 274-275.)

Muita verkkokaupalle sopivia maksutapoja ovat postiennakko ja lasku. Nämä maksutavat mahdollista joustoa asiakkaalle, joka voi maksaa tuotteen vasta sitten, kun se on toimitettu hänelle. Postiennakko toimii niin, että verkkokauppa lähettää tuotteen postitse ja kirjoittaa pakettiin postiennakkohinnan. Kun asiakas käy hakemassa tuotteen postista, hän todistaa henkilöllisyytensä ja maksaa tuotteen. Sitten posti tilittää maksun verkkokauppiiaan tilille. Jälkilaskutus toimii hieman samalla tavalla. Siinä asiakas saa tuotteen toimitettuna ja lasku tulee mukana. Asiakas maksaa laskun tarkistettuaan tuotteen tiettyyn eräpäivään mennessä. Silloin tilaaminen on asiakkaalle riskitöntä, mutta riski siirtyykin verkkokaupalle, mikäli asiakas ei maksaisikaan laskua. Tällaista luottotappioriskiä verkkokauppa voi vähentää käyttämällä rahoitusyhtiötä laskuttajana, kuten Collector tai Klarna. (Lahtinen 2015: 275-277.)

2.4 Verkkokaupan tietoturva

Verkkokaupan tulee säilyttää asiakkaiden asiakastietoja huolellisesti, jotta ne eivät pääse vääriin käsiin. Etenkin maksutietoja ja yhteystietoja tulee suojata. Jos käytetään maksunvälittäjää, ei verkkokaupan tarvitse säilyttää maksutietoja verkkokaupan palvelimella. Yhteystietoja tarvitaan tilausten lähettämisessä, joten nämä tiedot löytyvät usein verkkokaupan omalta palvelimelta. Verkkokaupan tietoturvan lähtökohta on se, että sivuston hallintapaneelisiin ei ole asiattomilla pääsyä. Tämä varmistetaan käyttämällä aina vahvoja salasanoja, joita ei pysty arvaamaan. WordPress-asennusohjelma suosittelee aina tekemään vahvan salasanan, jossa on ainakin 15 merkkiä, sekä mukana erikoismerkkejä. Tietoturvan kannalta on lisäksi hyvä päivittää WordPress- julkaisualusta ja verkkopalvelimen ohjelmisto säännöllisesti. (Lahtinen 2015: 289.)

Tietoturvaa ja asiakkaiden tietojen säilyttämistä säätelee nykyään GDPR-asetus, joka tuli voimaan 2018. Se antaa asiakkaille mahdollisuuden pyytää poistamaan henkilötietoja ja asiakastietoja, sekä oikeuden tarkistaa tiedot. Verkkokaupassa voisi olla hyvä lisätä asiakkaan profiliin mahdollisuus poistaa asiakastili ja samalla kaikki tiedot. (Yrittäjän tietosuojaopas 2018)

SSL - sertifikaatti

SSL – sertifikaatti suojaa asiakkaan ja verkkokaupan välisen Internet – liikenteen. Silloin sivuston osoitteen alkuosa on https:// SSL sertifikaatin olemassaolo antaa asiakkaalle luotettavan vaikutelman verkkokaupasta (kuva 1). Se kannattaa varmistaa, että sertifikaatti tulee luotettavasta lähteestä, eli sen on myöntänyt Certificate Authority (Lahtinen 2015: 289.)



Kuva 1: Verkkokauppaan on muodostettu SSL-yhteys, lukon kuva selaimessa

2.5 Verkkokaupan logistiikka

Verkkokaupan logistiikan kustannukset koostuvat tavaroiden lähetyksistä ja vastaanotosta, sekä varastointikuluista. Varastoa ei kannata alkuvaiheessa ostaa, koska sopivia varastotiloja on runsaasti vuokralla. Tavarain lähettäminen asiakkaalle edellyttää, että pakkausmateriaaleja on saatavilla, kuten valmiita pahvilaatikoita. Jotta verkkokaupan toiminta olisi kannattavaa, tulisi keskimääräinen ostos olla reilusti arvokkaampi, kuin mitä toimituskulut maksavat. Sen lisäksi tuotteet voisi valita niin, että niiden lähettäminen ja varastointi on edullista. Pieniä ja kevyitä tuotteita on helppoa ja kustannustehokasta lähettää asiakkaille. (Lahtinen 2015: 33.)

Tuotteita pystytään toimittamaan asiakkaille myös ns. suoratoimituksena, suoraan valmistajalta asiakkaalle. Silloin verkkokauppa toimii vain välittäjänä asiakkaan ja valmistajan välillä. Tätä ja muita toimitustapoja käydään tarkemmin läpi verkkokaupan perustamisopissa. (Lahtinen 2015: 33, 37.)

Verkkokaupan toimituskulut

Verkkokaupan toimituskulut koostuvat pakkausmateriaaleista, tuotteiden keräilystä, pakkaamisesta ja kuljetusyhtiöiden maksuista. Suomessa yleisimmin verkkokaupasta tehtyjä ostoksia kuljettaa Posti. Postin kanssa saa sovittua erilaisia sopimuksia, jotka tekevät tuotteiden toimittamisesta halvempaa ja helpompaa. Sellaisten sopimusten avulla suosituimmat verkkokaupat pystyvät sisällyttämään tuotteiden toimituskulut tuotteen hintaan. Sitten voidaan markkinoida, että tuotteella on ilmaiset postikulut. Tämä voi parantaa merkittävästi verkkokaupan konversio-prosenttia, eli sitä osuutta kävijöistä, jotka ostavat verkkokaupasta tuotteita. Joskus voi olla riittävää myynnin edistämistä, että asiakkaille tarjotaan ilmaiset postikulut, kun tilauksen kokonaismäärä ylittää tietyn summan, kuten 50€. Tämä voisi kannustaa asiakkaita ostamaan yli 50€:lla. (Lahtinen 2015: 55.)

Verkkokaupan toimitusehdot ja lainsäädäntö

Verkkokaupan tulee saattaa esille toimitusehdot, jotka asiakas hyväksyy tehdessään tilauksen. Toimitusehdot suojaavat verkkokauppaa erilaisilta tilanteilta ja myös takaavat, että asiakas saa tilaamansa tuotteen. Verkkokaupan tilaus on sopimus, joka syntyy asiakkaan ja verkkokaupan välille. Toimitusehdot ovat siis samalla sopimusehtoja. Toimitusehtojen määrittämistä säätelee Suomessa kuluttajansuojalaki. Tämä laki määrittää verkkokaupan tilauksille 14 päivän palautusoikeuden, sekä antaa verkkokaupalle 30 päivää aikaa toimittaa maksettu tuote. Useimmiten asiakkaat kuitenkin arvostavat, jos tuote on toimitettu viikon sisällä. Asiakkaalle tulee aina ilmoittaa tilauksen tapahtumista ja toimitusaikataulusta. Verkkokaupan toimintaa säätelee myös muut lait, kuten henkilötietolaki, sähköisen viestinnän laki, sopimattoman elinkeinotoiminnan menettelylaki, kirjanpitolaki ja verolait. (Lahtinen 2015: 87.)

Verkkokaupan erityispiirteitä

Verkkokaupalla on muutamia erityispiirteitä fyysisiin kaappoihin verrattuna. Verkkokauppa voi olla auki ympäri vuorokauden, eikä palvelimelle tarvitse maksaa yötyölisää. Sivut ovat siis saatavilla aina ja ostoksia voi tehdä mihin kellonaikaan tahansa. Nykyään myös paketti-automaatit ovat auki monessa paikassa ympäri vuorokauden, joten toimituksia asiakkaat voivat noutaa mihin aikaan tahansa. Verkkokaupan toimintaa voi laajentaa maailmanlaajuiseksi ja useimmat verkkokaupat voidaan skaalata erittäin helposti kattamaan lisääntyneet tilaukset ja asiakasmäärät. Käytännössä verkkosivujen kapasiteettia voi lisätä lähes rajattomasti, ostamalla nopeampia palvelimia ja parantamalla palvelimen verkkoyhteyttä. Tässä erityisesti suomalaisilla verkkokaupoilla voisi olla kehittämisen varaa, sillä harvat suomalaiset verkkokaupat myyvät ulkomaille tavaraa. (Lahtinen 2015: 28.)

3 OPPAAN TEKEMISEN VAIHEET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tein verkkokaupan perustamisoppaan, sillä opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitkä vaiheet verkkokaupan perustamisessa on. Kiinnostuin aiheesta, sillä vaikutti siltä, että verkkokauppa voisi olla helppo perustaa, eikä sen tekeminen maksaisi paljon. Olen suunnannut oppaan sellaisille lukijoille, joilla ei ole aikaisempaa tietämystä verkkokaupan perustamisesta. Oppaan tyyli on tietokirjamainen. Opasta seuraamalla saa käsityksen miten verkkokauppa perustetaan käytännössä ja millainen yritys sen taustalla on.

Kun toteutetaan tietoteknisiä projekteja, jollainen verkkokaupan pystyttäminen on, on tärkeää tehdä työ yksi vaihe kerrallaan. Vaiheiden tekeminen pitää myös dokumentoida hyvin. Kaikkien osien pitää toimia yhdessä. Esimerkiksi oppaassa esitelty WordPress- julkaisualusta edellyttää toimiakseen, että se on asennettu täysin oikein. Muuten se ei toimi ja ruudulla voi näkyä jokin sen lukuisista virhekoodeista. Onneksi nykyään WordPress sisältää erittäin varmatoimisen asennusvelhon, joka helpottaa asennusta huomattavasti. Silloin yrittäjä voi keskittyä enemmän liiketoimintamahdollisuuksiin, joita verkkokaupan pystyttäminen tarjoaa. Jos haluaa vielä yksinkertaisemman vaihtoehdon, voidaan käyttää toista esittelemääni verkkokauppa-alustaa, eli MyCashFlow'ta. Se ei vaadi sovelluksen asentamista webhotelliin, vaan toimii suoraan kirjautumalla MyCashFlow'n tiliin. Opasta laatiessani olen testannut kumpaakin verkkokauppa-alustaa asentamalla testisivustot. MyCashFlow tekee tämän helpoksi, sillä heillä on ilmainen testitunnus opiskelijoille. Siellä testisivustoni osoite on electronicgadgets.mycashflow.fi. WordPressin testaaminen edellyttää oman webhotellin hankkimista. Tilasin edullisella kuukausimaksulla webhotellit.com palvelusta 2€ /kk – maksavan webhotellin, jolle sain asennettua WordPress – julkaisualustan vaivattomasti. Testisivu ei tarvinnut uutta domain – nimeä, vaan sain siihen ilmaisen alidomaininimen. Sivustoni osoite on www.wordpressnet.testiosoite.com. Rakensin testisivuja samalla, kun laadin perustamisopasta. Otin havainnollistavia kuvakaappauksia molemmista verkkokauppa-alustoista. Etsin lisäksi tietoa niistä vaiheista, joita verkkokaupan perustajan tulisi muistaa teknisen puolen lisäksi, kuten toimitustavoista, maksuvaihtoehtoista ja markkinoinnista.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä verkkokaupan perustamisopas, jonka avulla verkkokaupan pystyisi perustamaan. Tärkeimmät asiat verkkokaupan menestymiseen ovat hyvän suunnitelman laatiminen, verkkokaupan laadukas tekninen toteutus, hyvien tuotteiden valinta ja tehokas markkinointi. Olen mielestäni onnistunut tavoitteessa hyvin ja tämän perustamisoppaan opastamien vaiheiden avulla pääsee alkuun verkkokaupan perustamisessa. Opin myös uusia asioita verkkokauppojen rakentamisesta. Sen lisäksi sain selville, kuinka paljon verkkokaupan perustaminen tulisi maksamaan. Kun verkkokauppa on käynnissä, tulee toiminta jatkumaan asiakaspalvelun parissa ja toimittaen tuotteita asiakkaille. Osa verkkokaupan tuotoista kannattaa käyttää sen jatkokehittämiseen ja markkinointiin. Markkinointibudjettia kasvattamalla myyntiä voidaan lisätä merkittävästi. Tämän opinnäytetyön tuotosta eli verkkokaupan perustamisopasta saa hyödyntää Turun AMK:n Bisnesakatemian toiminnassa, esimerkiksi treenien laatimisessa.

LÄHTEET

- 000webhost.com. Free Web Hosting. Viitattu 26.4.2021 <https://www.000webhost.com>
- AliExpress. OnePlus 8T. Viitattu 26.4.2021 <https://aliexpi.com/UwUk>
- Bilot. 4 keinoa tehostaa mainontaa ja tehdä lisää myyntiä analytiikan avulla. Viitattu 10.4.2021 <https://bilot.group/articles/4-keinoa-tehostaa-mainontaa-ja-tehda-lisaa-myyntia-analytiikan-avulla/>
- Byers, A. 2006. Jeff Bezos: The Founder of Amazon.com Rosen Pub Group
- DHL. Viitattu 29.3.2021 <https://www.dhl.com/fi-fi/home.html>
- Ecommerce Startup Costs. Viitattu 14.4.2021 <https://sumo.com/stories/ecommerce-startup-costs>
- Evästeiden suostumus nettisivuilla GDPR:n ja uusien linjausten mukaan. Viitattu 29.3.2021 <https://www.innowise.fi/fi/evasteiden-suostumus-nettisivuilla-uusien-linjausten-mukaan/>
- Facebook for business. Viitattu 29.3.2021 <https://www.facebook.com/business/help/633474486707199>
- Hinta.fi Yhteystiedot. Viitattu 29.3.2021 <https://hinta.fi/info/2/yhteystiedot-contact-us>
- Jimm's PC Store Oy. OnePlus 8T. Viitattu 26.4.2021 <https://www.jimms.fi/fi/Product/Show/166284/5011101270/oneplus-8t-alypuhelin-12gb-256gb-aquamarine-green>
- Kanava. Asiakasprofiili tehostaa viestintää ja markkinointia. Viitattu 10.4.2021 <https://kanava.to/asiakasprofiili/>
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Viitattu 29.3.2021 <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Ostaminen-myyminen-ja-sopimukset/kaupan-peruminen/>
- Klarna. Hinnoittelu. Viitattu 29.3.2021 <https://www.klarna.com/fi/yritys/tuotteet/checkout/>
- Konversio-optimointi. Suomen Digimarkkinointi Oy. Viitattu 29.3.2021 <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/konversio-optimointi-mita-se-on>
- Lahtinen, T. 2015. Verkkokaupan käsikirja. Helsinki: Saarijärven Offset Oy.
- Lataa WordPress. Viitattu 29.3.2021 <https://fi.wordpress.org/download/>
- Let's Encrypt. Viitattu 19.4.2021 <https://letsencrypt.org/>
- Mailchimp Pricing 2021. Viitattu 29.3.2021 <https://mailchimp.com/pricing/>
- March 2021 Web Server Survey. Netcraft. Viitattu 10.4.2021 <https://news.netcraft.com/archives/category/web-server-survey/>
- Millainen on hyvä uutiskirjeen rakenne. Viitattu 29.3.2021. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/millainen-hyvan-uutiskirjeen-rakenne>
- MyCashFlow. Hinnasto. Viitattu 29.3.2021 <https://www.mycashflow.fi/hinnasto>
- OceanWP teema. Viitattu 12.4.2021 <https://store.oceanwp.org/>
- Patentti- ja rekisterihallitus Osakeyhtiö. Viitattu 29.3.2021 <https://www.prh.fi/fi/kauppa-rekisteri/osakeyhtio/perustaminen.html>
- PayPal hinnasto. Viitattu 29.3.2021 <https://www.paypal.com/fi/webapps/mpp/merchant-fees>

- PayPal. Seller Protection. Viitattu 26.4.2021 <https://www.paypal.com/us/webapps/mpp/security/seller-protection>
- Paytrail hinnasto. Viitattu 29.3.2021 <https://www.paytrail.com/hinnasto>
- Paytrail. Chat-palvelun käyttöönotto verkkokaupassa. Viitattu 10.4.2021 <https://www.paytrail.com/blog/chat-palvelun-kayttoonotto-verkkokaupassa>
- Posti Smartship. Viitattu 29.3.2021 <https://www.posti.fi/fi/yrityksille/paketit-ja-logistiikka/tyokalut-ja-rajapinnat/smartship>
- Shopify. Dropshipping. Viitattu 29.3.2021 <https://www.shopify.com/dropshipping>
- Starttiraha – aloittavan yrittäjän tuki - TE - palvelut. Viitattu 29.3.2021 Patentti- ja rekisterihallitus Osakeyhtiö. Viitattu 29.3.2021 <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio/perustaminen.html>
- Statista Facebook active users. Viitattu 29.3.2021 <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- Tietoa FI-maatunnuksesta. Traficom. Viitattu 29.3.2021 <https://www.traficom.fi/fi/viestinta/fi-verkkotunnukset/tietoa-fi-maatunnuksesta>
- TNT. Lähetyspalvelut. Viitattu 29.3.2021 https://www.tnt.com/express/fi_fi/site/home.html
- Traficom. Fi-verkkotunnuksen hakijalle ja käyttäjälle. Viitattu 10.4.2021 <https://www.traficom.fi/fi/viestinta/fi-verkkotunnukset/fi-verkkotunnuksen-hakijalle-ja-kayttajalle>
- Vero.fi Arvonlisäveron vähennysoikeudesta. Viitattu 29.3.2021 https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48359/arvonlisaveron_vahennysoikeudesta/
- Vero.fi ohjeet. Viitattu 29.3.2021 <https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/61955/maahantuonnin-arvonlis%C3%A4verotusmenettelyst%C3%A4-1.1.2018-alkaen/>
- Wikipedia - List of most expensive domain names. Viitattu 29.3.2021 https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most_expensive_domain_names
- Woocommerce Lisäosa. Viitattu 29.3.2021 <https://wordpress.org/plugins/woocommerce/>
- Woocommerce. Woocommerce Features. Viitattu 10.4.2021 <https://woocommerce.com/woocommerce-features/>
- WordPress asennusvelho – installation wizard. Viitattu 13.4.2021 <https://wordpress.org/support/article/how-to-install-wordpress/>
- Wordpress error codes Viitattu 14.4.2021 <https://www.wpbeginner.com/common-wordpress-errors-and-how-to-fix-them/#missingtempfolder>
- Wordpress. Wordpress CMS. Viitattu 10.4.2021. <https://wordpress.org/>
- YoastSEO – Lisäosa. Viitattu 30.3.2021 <https://yoast.com/wordpress/plugins/seo/>
- Yrittäjän Tietosuojaopas. 2018. Viitattu 29.3.2021 <https://www.doaudit.fi/yrittajantietosuojaopas2018/28/>
- Yritys-Suomi 2021 Perusta yritys. Viitattu 29.3.2021 <https://oma.yrityssuomi.fi/>

VERKKOKAUPAN PERUSTAMISOPAS

Yrityksen perustaminen

Suosittelen toiminimeä aloittavalla yritykselle

Kulutuselektroniikkaa kauppaavalle verkkokaupalle voi perustaa aluksi toiminimen, etenkin silloin, kun yritystä on perustamassa yksi henkilö. Jos yritykseen tulee jossain vaiheessa mukaan muita henkilöitä ja toiminta laajenee, voidaan yhtiömuoto muuttaa osakeyhtiöksi. Tällöin saadaan uusi Y-tunnus. Toiminimen perustamisilmoitus tehdään YTJ-palvelussa Patentti- ja rekisterihallituksen verkkosivuilla.

Hankinnat ennen aloittamista

Toiminimiyrittäjänä ja verkkokaupan perustajalla pitää olla tietokone, tulostin, Internet-yhteys, sähköpostiosoite, verkkotunnus ja webhotelli. Tietokonetta tarvitaan verkkokaupan suunnitteluun, julkaisuun, asiakaspalveluun ja kirjanpitoon. Mikäli myytävistä tuotteista on tarkoitus ottaa tuotekuvia, tarvitaan digitaalinen järjestelmäkamera ja valaistu studio. Tietokoneen näytön pitää olla riittävän hyvä, jotta kuvankäsittely onnistuu sujuvasti. Tietokoneessa pitää olla moniydinprosessori ja riittävästi muistia, jotta se suoriutuu moniajosta hyvin.

Aloittavan verkkokaupparyhtymän rahoitus

Verkkokauppa voidaan perustaa hyvin pienin kuluin verrattuna kivijalkamyymälään. Toimitilaa ei välttämättä tarvita, etenkin jos käytetään suoratoimitusta. Jos varastotilaa tarvitaan, voidaan käyttää oman asunnon huonetilaa. Jos toiminta lähtee hyvin etenemään, voidaan vuokrata erillinen toimitila / varasto.

Jos kaiken tekee itse, eikä tarvita aloitusinventariota, kulut koostuvat seuraavista asioista:

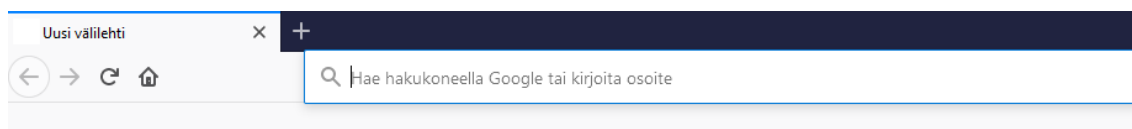
Verkkokaupan webhotelli / hostauspalvelu 10€ / kk
Verkkotunnuksen rekisteröinti 10€ /vuosi
WordPress – julkaisualusta 0€
Woocommerce lisäosa 0€
Paytrail 3% per toteutunut maksu
Markkinointi 50€
toimitila/varasto 500€/kk (ei tarvita välttämättä)
vaihtoehtoisesti valmisalusta, kuten MyCashFlow 49€ / kk – 149€ /kk.
Yhteensä 70€ tai 109€ - 209€ ensimmäinen kuukausi, jonka jälkeen 49- 149€ / kk.

Taulukko 2: Verkkokaupan kustannukset

Verkkokaupan perustamiseen ei siis tarvita isoa pääomaa, vaan tämän summan pystyisi säästämään kuka tahansa (Taulukko 2). Yhteiskunta tukee aloittavia verkkokauppayrittäjiä starttirahan avulla, mutta suosittelen ensisijaisesti käyttämään omia säästöjä perustamisvaiheessa. Starttirahan saamista varten pitää vakuuttaa, että verkkokauppa tulee olemaan kannattava. Tämä voidaan osoittaa aikaisemmin laaditulla liiketoimintasuunnitelmalla. Starttirahahakemuksen ajantasaiset ja tarkemmat ohjeet saa TE- toimistosta. (Starttiraha, TE-palvelut 2021) Periaatteessa aloittava verkkokauppayritys voisi myös saada alkuvaiheen tukemiseen yrityslainan, jos se on perusteltu hyvin.

Verkkotunnuksen valinta

Verkkokauppa tarvitsee verkkotunnuksen, joka on sen osoite Internetissä. Verkkotunnus kirjoitetaan Internet-selaimen osoitekenttään (kuva 2).



Kuva 2: Firefox-selaimen osoitekenttä (kuvakaappaus)

Verkkotunnus kannattaa olla helposti muistettava ja jollakin tavalla yhdistettävissä verkkokaupan brändiin. Helposti muistettava verkkotunnus eli domain-nimi on mahdollisimman lyhyt ja myös helposti lausuttava. Voit päättää suunnitellessasi verkkokaupan markkinointistrategiaa, että haluatko verkkotunnuksesta brändiä kuvaavan. Voit pohtia, voisiko se sisältää hakusanoja, jotka parantavat verkkokaupan löydettävyyttä hakukoneiden kautta. Hakusanoilla tässä tarkoitetaan sellaisia sanoja, jotka kuvaavat verkkokaupan tuotteita tai sen toimintaa. Jos kyse on vaikka verkkokaupasta, joka myy vaatteita, voisi verkkotunnuksessa olla hakusana ”vaatteita”, tai ”asusteet”.

Verkkokaupan perustaminen

Verkkokaupan tekninen toteutus

Verkkokaupan voi ostaa palveluratkaisuna tai räätälöidä itse. Verkkokauppa toimii, kun se on internetin käyttäjille saatavilla asennettuna Internetiin liitettyyn palvelinlaitteeseen. On suositeltavaa ostaa palvelintilaa palveluntarjoajalta, mikäli omaa palvelinta ei ole. Palveluntarjoaja on syytä valita huolella, sillä mahdolliset käyttökatkokset tai häiriöt saattavat vaikuttaa asiakaskokemukseen. Verkkokauppaa ei ole mukava käyttää, jos sivuston latautuminen kestää pitkään. Se ei ole myöskään hyvä asia, jos sivusto kaatuu juuri kun maksua ollaan tekemässä. Pahimmillaan tämä voi aiheuttaa asiakkaan maksun katoamisen.

Aivan halvimmissa webhotellipalveluissa on vähiten resursseja jokaista verkkosivustoa kohden, jolloin ne saattavat välillä latautua hitaasti tai olla latautumatta kokonaan. Yksi esimerkki ilmaisesta palveluntarjoajasta on 000webhost.com, jonka sivut vaativat usein selaimessa sivun uudelleen lataamista, jotta sivut latautuivat kokonaan. Sellaista ei voi missään nimessä suositella verkkokauppaa varten (000webhost 2021).

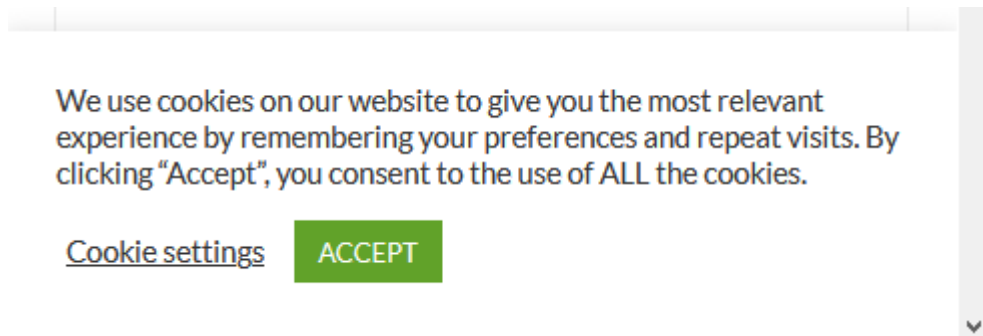
Kun palveluntarjoajalle maksaa webhotellista hieman enemmän tai on saanut sovittua hyvän tarjouksen luotettavan palveluntarjoajan kanssa, voi palvelimen odottaa toimivan hyvin varmasti. Kannattaa myös katsoa palveluntarjoajien asiakkaiden käyttökokemuksia, eikä valita sivustoa pelkän hinnan perusteella. Tämä voi selvittää etenkin sen, että toimiiko palveluntarjoajan asiakaspalvelu. Webhotellia kannattaa myös testata ilmaisella tai halvemmalla palvelupaketilla, ennen kuin varsinainen verkkokauppa perustetaan.

Muista varmistaa, sivuilla on SSL sertifikaatti

SSL-yhteys on tärkeää etenkin, kun käsitellään maksukorttitietoja. Silloin kun Internet-selain käyttää SSL-yhteyttä, on kaikki liikenne Internetistä selaimen salattu. Ilman SSL-yhteyttä, olisi ulkopuolisen teknisesti mahdollista nähdä käyttäjätunnukset, salasanat ja maksukorttitiedot. Webhotellia valitessa pitää olla tarkkana, että valitaan palvelu jossa SSL-sertifikaatti tulee valmiina ja ilmaisena ominaisuutena. Tämä löytyy ainakin domainhotelli.fi palvelusta ja monista muista webhotellipaketeista. Domainhotelli.fi:n 3 ja 4 tähden paketit sisältävät valmiina ilmaisen Let's Encryptin SSL-sertifikaatin. SSL-sertifikaatin voi myös ostaa erikseen, mutta erikseen ostettuna se maksaa hieman enemmän ja ilmaisellakin pärjää hyvin (Let's Encrypt 2021).

Evästeet ja tietosuoja

Verkkokaupan toiminnallisuus edellyttää usein evästeiden käyttöä (engl. Cookies). Ne ovat Internet-selaimen käyttäjästä tallentamaa tietoa, jonka verkkokauppa lukee aina kun käyttäjä palaa sivustolle. Verkkokauppa voi tallentaa esimerkiksi asiakkaan ostoskorin evästeen avulla. Nykyään evästeiden käyttämisestä pitää ilmoittaa sivuston kävijää, koska Euroopassa otettiin käyttöön yleinen tietosuoja-asetus (eli GDPR) vuonna 2018. Sen lisäksi verkkokaupan alaosasta olisi hyvä löytää asianmukainen tietosuojaseloste. Jos käytetään WordPress julkaisualustaa, on saatavilla erilaisia lisäosia (engl. Plugin), joiden avulla saadaan verkkosivustolle asennettua GDPR – asetuksen mukaiset evästeet. Samalla voidaan pyytää asiakkaan suostumus evästeiden käytölle (kuva 3).



Kuva 3: GDPR Cookie Consent Lisäosa (kuvakaappaus)

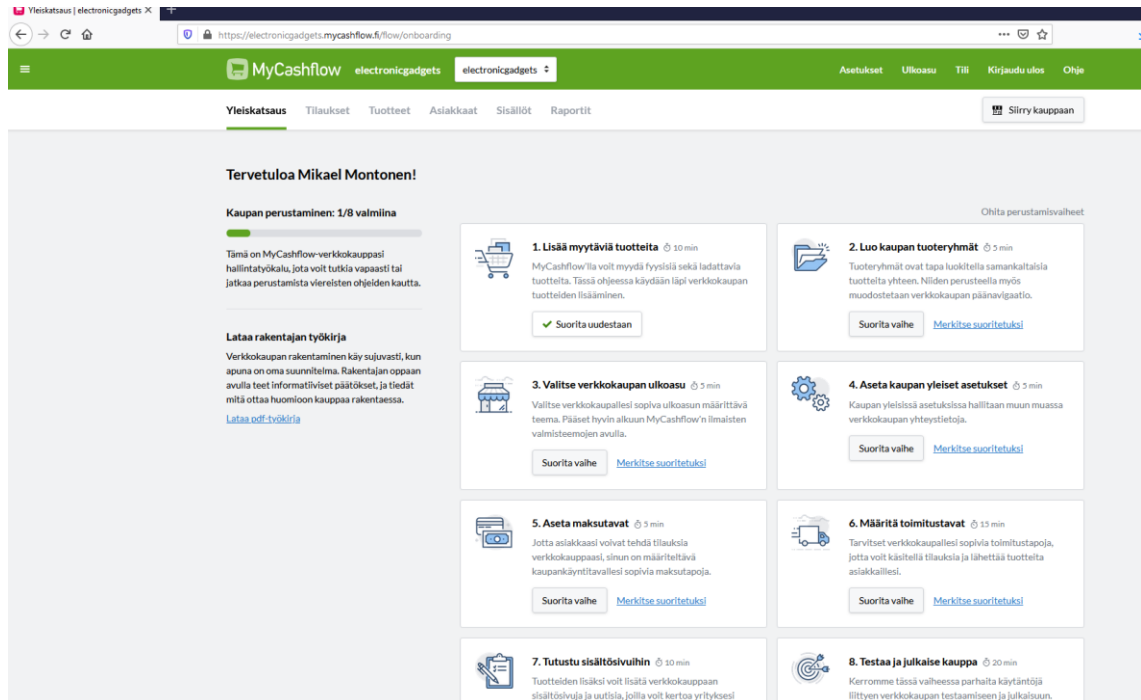
Verkkokaupan ulkoasu

Verkkokaupan asiakkaalle näkyvä osa on sen ulkoasu. Se on tärkeää näyttää riittävän hyvältä, jotta asiakkaat viihtyvät sivuilla. Sen lisäksi verkkokauppaa perustettaessa kannattaa miettiä millaisen vaikutelman sivujen toivotaan tuottavan asiakkaalle. Omasta mielestäni verkkosivuston kannattaa näyttää neutraalilta, jolloin tuotteita voi tuoda esille paremmin käyttäen värikkäitä ja näyttäviä tuotekuvia. Usein valmisverkkokauppa alustoissa onkin hyvin pelkistetty ulkoasu vakioasetuksilla. Näin suosittelen myös Lahtinen Verkkokaupan käsikirjassa. (Lahtinen 2013, 63.). Käyn seuraavaksi kahden suositun verkkokauppa-alustan toiminnallisuutta. Olen valinnut nämä verkkokauppa-alustat niiden helppokäyttöisyyden ja muokattavuuden takia.

MyCashFlow – verkkokauppa-alusta

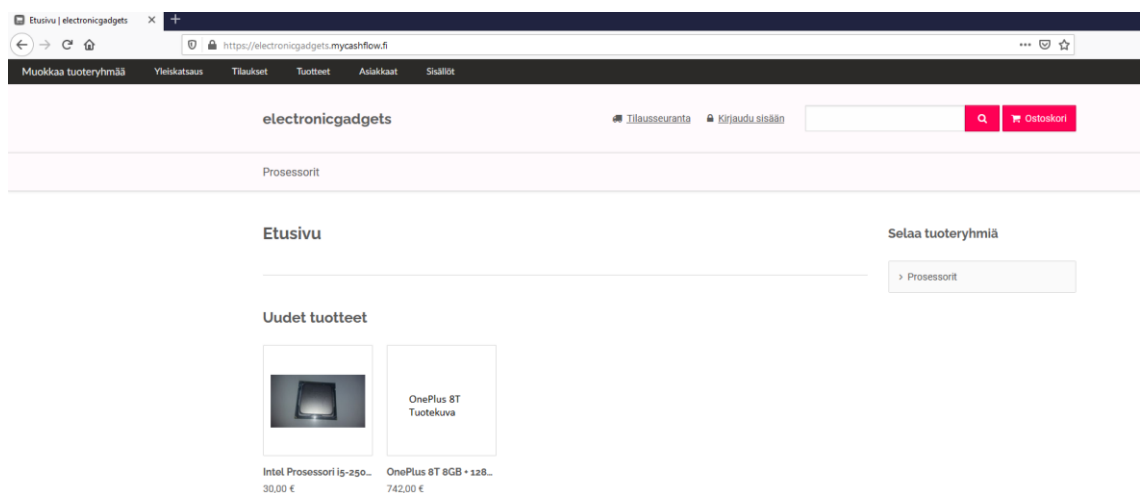
Verkkokauppa voidaan toteuttaa erilaisilla valmiilla verkkokauppa-alustoilla, kuten MyCashflow’lla. Kun otetaan käyttöön valmiskäyttö, kuten MyCashFlow, ei tarvita omaa webhotellia, sillä uusi verkkokauppasivusto sijaitsee MyCashFlow’n palvelimella. Tällöin säästetään erikseen ostettavan webhotellin kuukausimaksu. MyCashFlow ei ole kuitenkaan ilmainen, vaan sen perusversio, ”Basic”, maksaa 49€ (+ALV) / kk . Sen lisäksi on saatavilla ”Advanced”, joka on 99€ / kk ja ”Pro”, joka maksaa 149€ /kk. (MyCashFlow 2021) MyCashFlow’lle voi lisätä oman verkkotunnuksen ja näin ehdottomasti kannattaakin tehdä, jotta verkkokaupasta tulee tunnistettava ja uskottava.

Käydään aluksi läpi miten MyCashFlow’lla asennus tapahtuu. Ensin kirjaututaan sivulle mycashflow.fi ja luodaan tunnus. Opiskelijoille MyCashFlow tarjoaa ilmaisen palvelun ja demotunnuksen, jollaisen olenkin aktivoinut. Tämä palvelu on nimeltään MyCashflow Edu. Apuna asennuksessa voidaan käyttää MyCashFlow’n kattavaa dokumentaatiota ja ohjeistusta. Jos asennuksessa tulee ongelmia, suosittelen ottamaan yhteyttä MyCashFlow’n asiakaspalveluun.



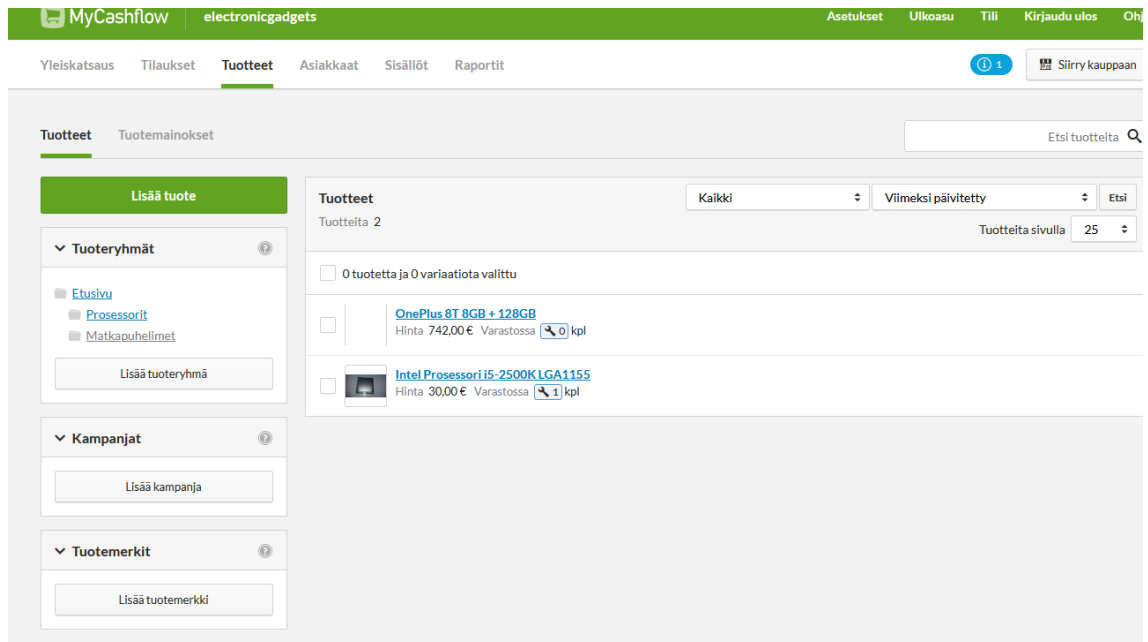
Kuva 4: MyCashFlow. Verkkokaupan asetukset (kuvakaappaus sivuilta)

Tästä asetussivusta voidaan lisätä tuotteita verkkokauppaan, asettaa maksutavat, määrittää toimitustavat ja paljon muuta (kuva 4). Valikossa on mm. kohdat 1. Lisää myytäviä tuotteita, 2. Luo kaupan tuoteryhmät ja 3. valitse verkkokaupan ulkoasu. Seuraamalla tämän valikon otsikoita ja klikkaamalla niitä on helppoa tehdä MyCashFlow-sivustoon haluamansa muutokset. MyCashFlow:ssa verkkokaupan ulkoasu on vakiona yksinkertainen ja käytännöllinen (kuva 5).

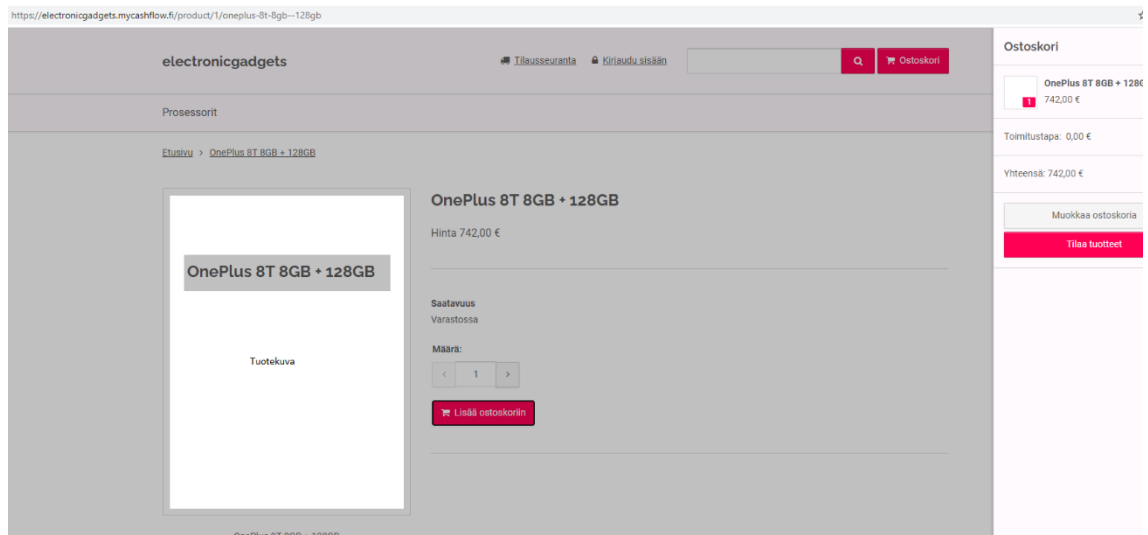


Kuva 5: MyCashFlow oletusulkoasu (tuotekuva itse otettu)

Etusivulla ovat näkyvissä uudet tuotteet, tuoteryhmät ja asiakkaan tilausseuranta. Asetussivulta voidaan lisätä tuotteet. (kuva 6)



Kuva 6: Testi-verkkokauppani tuotevalikoima, OnePlus 8T matkapuhelin ja Intel prosessori



Kuva 7: Tuotteen tilaus MyCashFlow'ssa 28.3.2021

Tässä tuote on lisätty ostoskoriin ja tilaus voidaan tehdä (kuva 7). Sen jälkeen laitetaan asiakkaan tiedot oikeisiin sarakkeisiin ja tilaus tapahtuu kuin yleensä verkkokaupassa. Verkkokaupan ylläpitäjä saa sähköpostiin viestin uusista tilauksista. Tilaukset löytyvät

myös MyCashFlow'n hallintapaneelista, josta niitä pääsee tarvittaessa muokkaamaan ja päivittämään esimerkiksi toimitustiedot.

Verkkokaupan pankkimaksut MyCashFlow'ssa

MyCashFlow'ssa pystyy suoraan integroimaan erilaisia maksutapoja. Näissä kaikissa paitsi tilisiirrossa, on kuukausimaksu ja proviisio jokaisesta ostosta. Se ei ole kuitenkaan paljon. Paytralin hinnaston mukaan, hinta on 0,35€/ maksutapahtuma, sekä tähän päälle 3% proviisio jokaisesta asiakkaan kokonaisostosta. Jos asiakas ostaa verkkokaupasta 150€:lla tavaraa ja maksun käsittelee Paytrail, maksetaan Paytrailille yhteensä 4,85 euroa.

Näköjään esimerkiksi PayPal on täysin samanhintainen kuin Paytrail. Klarnan hinnasto osoittautuu myös samanlaiseksi. (taulukko 3) (Paytrail, Klarna, PayPal 2021)

Maksunvälittäjä	Paytrail	Klarna	PayPal
Transaktiomaksu	0,40€	0,59€	0,35€
Proviisio	2-3%	2,79%	3,40%

Taulukko 3: Maksunvälittäjien hinnasto

Nykyään verkkokaupassa asioinnin oletetaan olevan vaivatonta ja helppoa, joten maksunvälittäjä kannattaa ottaa. Välittäjän provision voi laskea tuotteiden hintaan mukaan, jolloin se tulee asiakkaan maksettavaksi.

WordPress – julkaisualusta verkkokaupan alustana

Verkkokauppa voidaan toteuttaa myös itse. Tähän oiva työkalu on WordPress.org – sivulta ladattava WordPress- julkaisualusta (engl. CMS, Content Management System). (WordPress 2021) Tämä asennetaan omaan webhotelliin. Asentaminen vaatii jonkin verran tietoteknistä osaamista, mutta sen käyttö ei ole kuitenkaan erityisen vaikeaa. Monissa webhotelleissa on valmiina 1-klikkauksen WordPress asennus, eli WordPress voidaan asentaa automaattisesti asennusvelhoa käyttäen (kuva 8). Kun WordPress on asennettu ja on kirjaututtu sen hallintapaneeliin, voidaan asentaa lisäosia, jotka helpottavat verkkokaupan rakentamista. (WordPress 2021).

Welcome

Welcome to the famous five-minute WordPress installation process! Just fill in the information below and you'll be on your way to using the most extendable and powerful personal publishing platform in the world.

Information needed

Please provide the following information. Don't worry, you can always change these settings later.

Site Title

Username
Usernames can have only alphanumeric characters, spaces, underscores, hyphens, periods, and the @ symbol.

Password
Strong

Important: You will need this password to log in. Please store it in a secure location.

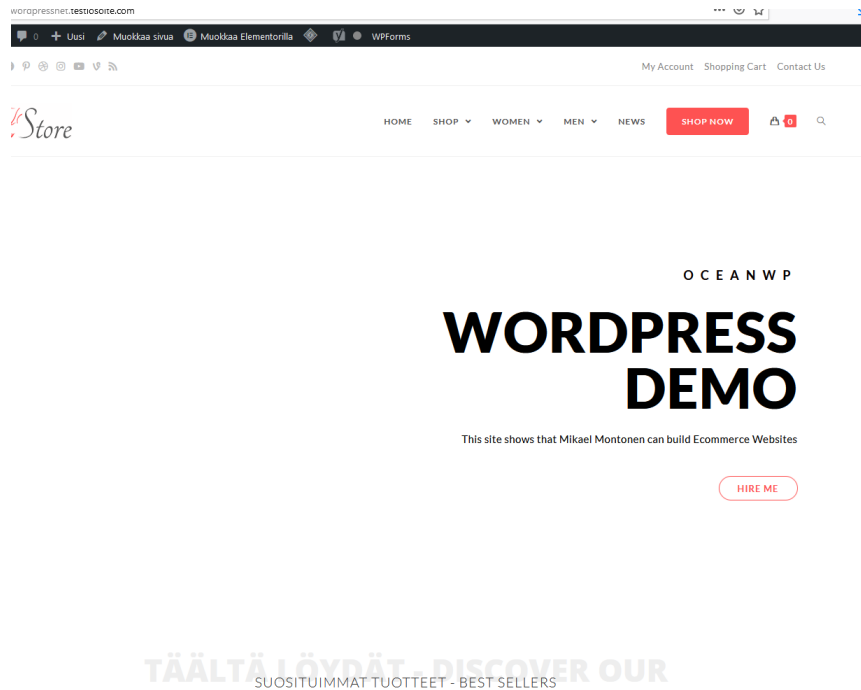
Your Email
Double-check your email address before continuing.

Search Engine Visibility Discourage search engines from indexing this site
It is up to search engines to honor this request.

Kuva 8: WordPress asennusvelho – WordPress.org

WooCommerce - lisäosa

WooCommerce on WordPress julkaisualustan lisäosa (englanniksi plugin). Se voidaan asentaa mihin tahansa Wordpress asennukseen. Sitten WooCommercen asetusvalikko löytyy WordPress-sivuston hallintapaneelistä. WooCommercen avulla tuotteet, maksutavat ja toimitustavat on helppo lisätä verkkokauppaan. Sen kanssa kannattaa käyttää yhteensopivia teemoja, jotka säätävät verkkokaupan ulkoasua. Yksi suositeltava ja ilmainen teema on OceanWP, jolla WordPressillä tehdystä verkkokaupasta saa näyttävän näköisen. OceanWP on julkaistu GPL-lisenssin alla (GNU General Public License).

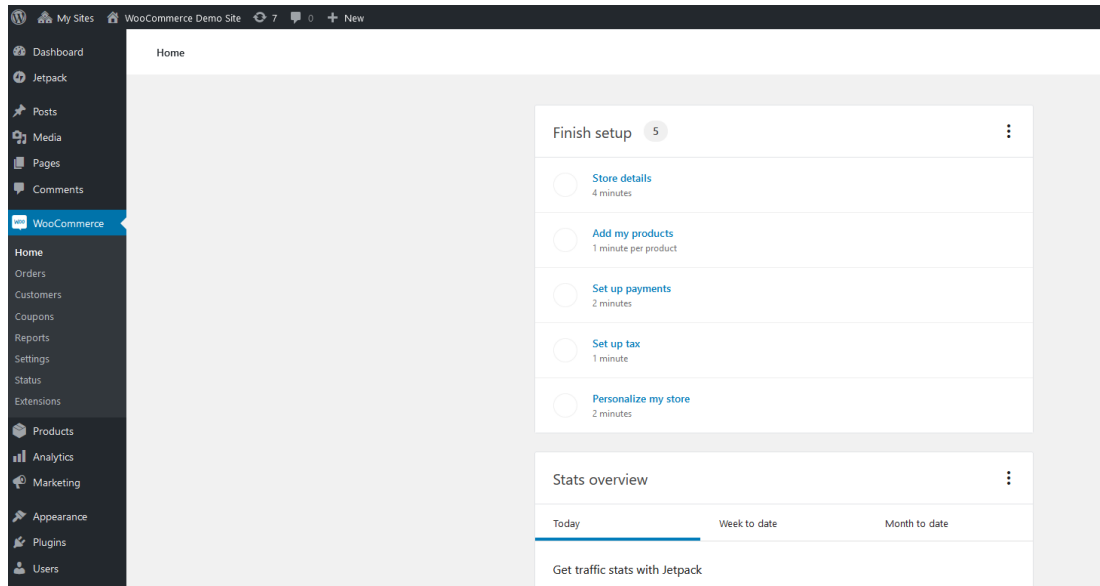


Kuva 9: Kuvakaappaus, jossa näkyy OceanWP Store Demo Ulkoasu – GPL lisenssi

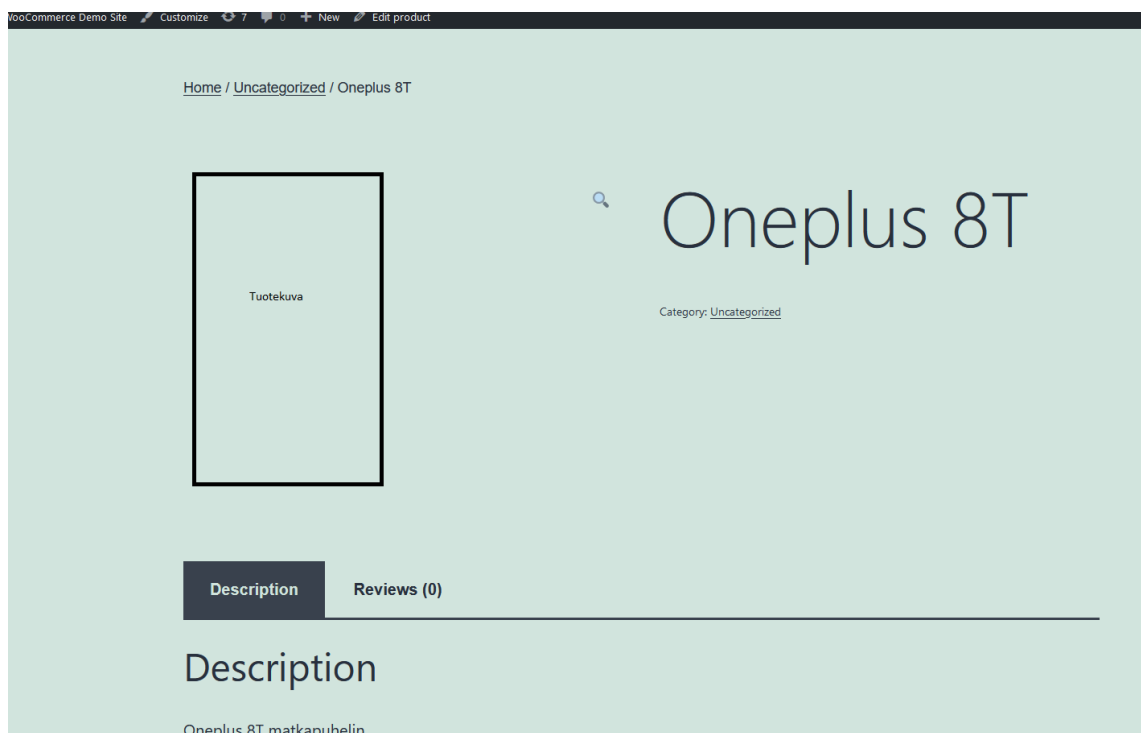
Tässä kuvassa näkyy ilmaisen OceanWP teeman Store-demo, jota voidaan käyttää WooCommerce lisäosan kanssa (kuva 9). Siinä ylhäällä on valikko, josta pystyy valitsemaan tuotteita kategorian mukaan ja keskellä on suosituimpia tuotteita. Demossa on esimerkki-tuotteina muotivaatteita. Verkkokauppaa perustettaessa on suositeltavaa testata erilaisia teemoja ja etsiä omaan verkkokauppaan parhaiten sopiva. Monia teemoja pystyy halutessaan muokkaamaan. Store-teeman voisi helposti muokata sopivammaksi omia tuotteita varten. (OceanWP 2021)

WooCommercen maksuvaihtoehdot

WooCommerce tukee oletuksena sellaisia maksuvaihtoehtoja kuin PayPal ja tilisiirto. PayPal onkin erittäin hyvä valinta verkkokauppaan, sillä siinä on monia ominaisuuksia, jotka parantavat verkko-ostosten turvallisuutta myyjälle ja ostajalle. (PayPal 2021) PayPalista saa myöhemmin helposti tehtyä tilitykset omalle suomalaiselle yritystilille. (Woocommerce 2021)



Kuva 10: WooCommerce hallintapaneelissa



Kuva 11: WooCommerce tuotenäkymä oletustelemalla

Tuotteiden valinta ja määrä

Kun harkitaan mitä tuotteita verkkokauppaan valitaan, pitää tietää onko tuotteen myyminen kannattavaa ja onko sitä saatavilla maahantuojalta. Jos tuotetta ei saa maahantuojalta, voidaan tuote maahantuoda itse. Kannattavuudella tässä tarkoitetaan sitä, että tuote pystytään ostamaan verkkokauppaan halvemmalla, kuin mitä siitä saadaan, kun se myydään verkkokaupassa. Tällöin jokaisesta tuotteesta jää myyntikatteen ja muuttuvien kustannuksien erotus yrityksen tilille. Sen lisäksi, että etsitään tuotteita, jotka ovat hinnaltaan sopivia, verkkokauppaan kannattaa valita tuotteita, joita on helppo toimittaa postittain. Hyvät tuotteet ovat mahdollisimman pieniä ja kevyitä. Sellaisia tuotteita ovat esimerkiksi kulutuselektronikka ja tietokonekomponentit. (kts. teoria-osuus). Toinen vaihtoehto on myydä verkkokaupassa digitaalisia tuotteita, kuten esimerkiksi e-kirjoja tai videopelejä. Digitaalisia tuotteita myydessä ei tarvita varastotilaa.

Pohditaan seuraavaksi tietyn tuotteen kannattavuutta. Esimerkkituote OnePlus 8T on saatavilla kiinalaisesta Aliexpress-verkkokaupasta, hintaan 562 dollaria. (AliExpress 2021) Seuraavaksi katsotaan, mitä kyseinen tuote maksaa kilpailevassa suomalaisessa verkkokaupassa, kuten Jimms PC Store:ssa (Jimm's PC Store 2021). Se maksaa 699€. Aliexpressistä maahantuodun puhelimen hintaan tulee lisäksi 24% ALV ja tullimaksu. Tullin sivuilta voi laskea tullimaksun suuruuden ja tämän hintaiselle matkapuhelimelle ei sen perusteella tule tullimaksua. 24% ALV:n kanssa matkapuhelimen hinnaksi tulee 603 €. Arvonlisäveron voi tosin vähentää verotuksessa. (Vero.fi 2021).

Jos matkapuhelimen pystyy ostamaan toimittajalta hintaan 603€, niin sitä voidaan myydä verkkokaupassa esimerkiksi hintaan 620€. Sellainen hinta olisi vielä kilpailukykyinen. Hinta.fi hintaseurannasta nähdään, että Oneplus 8T hintahaitari on 549€ - 715,90€. Kunhan hinta saadaan osumaan tälle välille, niin tuotteen pitäisi mennä kaupaksi hyvin. Jos on mahdollista, niin tässä esimerkkituotteessa olisi hyvä ottaa yhteyttä suoraan valmistajaan. Sieltä voisi kysyä, että onnistuisiko tilaaminen heiltä suoraan. Näin hinta voitaisiin saada alas ja sitä olisi mahdollista myydä jopa halvemmalla, kuin kilpailevassa verkkokaupassa.

Jos hinnalla ei voida suoraan kilpailla, verkkokauppaan voitaisiin hankkia joku toinen tuote, jota olisi saatavissa halvempaa hintaan kuin kilpailijoilla. Tämä olisi ns. sisäänvetotuote, jota myydään selkeään alennushintaan. Tämä houkuttelisi asiakkaita verkkokauppaan ja näin he voisivat samalla kertaa ostaa tämän kilpailijoita hieman kalliimpaan matkapuhelimen. (Bilot 2021).

Aloituvaiheessa muodostuu tärkeäksi, että verkkokauppias on ottanut selvää siitä tuotteesta mitä verkkokaupassa myydään. Myyjän pitää tietää tarkkaan kaikki ominaisuudet mitä tuotteella on. Aloittavan verkkokaupan ei kannata kerätä liian suurta tuotevalikoimaa, vaan ottaa myyntiin vain 10-20 tuotetta, jotka verkkokauppias tuntee hyvin. Silloin asiakaspalvelukin sujuu helpommin, koska asiakkaiden kysymyksiin on helppo vastata, kun tuote on myyjälle tuttu.

Tuotteiden määrä ja tyyppi vaikuttaa myös markkinointistrategian laatimiseen. Mikäli aloitettava verkkokauppa tarjoaisikin vain yhtä tuotetta, voitaisiin kaikki markkinointitoimenpiteet keskittää juuri tämän yhden tuotteen markkinoimiseen. Tämä voisi olla kustannustehokasta ja luoda verkkokaupalle selkeän brändin. Tämän yhden tuotteen ympärille voisi myöhemmin lisätä muutaman tuotteen, jotka jollakin tavalla liittyvät tähän ensimmäiseen

tuotteeseen. Tuotteiden valintaa ja kannattavuutta kannattaa arvioida tarkemmin liiketoimintasuunnitelmassa.

Tuotteiden varastointi

Aloittavan verkkokaupiaan kannattaa pitää riittävää varastoa, jotta on tuotteita, joita myydä. Periaatteessa tähän riittäisi yksi huone, jos asuu vaikka kaksiossa tai omakotitalossa. Varaston tavarat on hyvä pitää selkeässä järjestyksessä, jotta tuotteet löytyvät helposti lähetystä varten. Varastosta on tärkeää pitää kirjanpitoa, koska silloin tietää minkä verran jotain tiettyä tuotetta voi myydä, ennen kuin se loppuu ja tietää milloin tuotetta pitää tilata lisää varastoon. Kirjanpidosta on myös hyötyä kun halutaan tietää kuinka paljon varaston arvo on.

Suoratoimitus eli dropshipping

Toinen vaihtoehto on ns. dropshipping jossa verkkokauppialla ei ole omaa varastoa ollenkaan. Tällöin tuote lähtee suoraan toimittajalta asiakkaalle ja verkkokauppiaan tehtävä on lähinnä markkinoida tuotteita. Jos verkkokauppa tehdään sellaiselle toimintamallille, tulee ottaa huomioon muutamia seikkoja. Tavarantoimittaja täytyy olla luotettava. Joskus suoratoimitusta käytettäessä tulee valittua toimittaja, joka ei lähetä oikeita tuotteita asiakkaille tai tuotteet ovat huonolaatuisia. Tästä syystä tavarantoimittajan kanssa kannattaa sopia, että ensin pyydetään pieni testierä, joka tulee verkkokauppialle itselleen. Kun se on tarkistettu ja tuotteet ovat hyvälaatuisia, voidaan tavarantoimittajan kanssa tehdä suoratoimitussopimus. Kun suoratoimitussopimus on tehty, voidaan asiakkaiden tilaukset verkkokaupasta välittää suoraan toimittajalle, joka lähettää tuotteet asiakkaille. Tässä on hyötynä, että ei tarvita omaa pääomaa ollenkaan, eikä siis myöskään omaa varastoa. Periaatteessa suoratoimituksella toimivan verkkokaupan voisi perustaa hyvin alhaisilla kuluilla ja sen pyörittäminen ei maksaisi juuri muuta kuin webhotellin ja verkkotunnuksen vuosimaksun verran, jos asiakaspalvelu tehdään itse. (Shopify 2021)

Toimitustavat ja tilausehdot

Kun asiakas tilaa verkkokaupasta tuotteen, hän tekee sopimuksen verkkokauppa-yrityksen kanssa. Sopimukseen sisältyy lupaus siitä, että verkkokauppa toimittaa tuotteen asiakkaalle etukäteen maksettua tilausta vastaan. Näin on ainakin useimmiten ja tuote voidaan myös joskus tilata postiennakolla, jolloin se maksetaan kun se noudetaan postista.

Asiakkaat arvostavat erityisesti, jos toimitusaika on nopea ja tilauksen kulkua voi seurata seurantatunnuksella. Yleisimmät toimitustavat ovat Postin palvelut, kuten postipaketti ja kirjeet. Myös monet muut kuljetusyhtiöt voivat toimittaa asiakkaan lähetyksen, esimerkiksi TNT ja DHL. Kirjeitä, joita ei ole seurantamahdollisuutta, en suosittelen enää käyttämään. Niissä riskinä on, että posti hukkaisi kirjeen ja asiakkaan tuotteen.

Verkkokaupan tuotteiden toimittajina voi käyttää myös yksityisiä kuriirifirmoja, kuten DHL ja TNT:tä tai UPSia. Ne pystyvät toimittamaan tuotteita toiselta puolelta maapalloa jopa

muutamassa päivässä, kun tavanomainen postipaketti voisi kestää monta viikkoa. (DHL, TNT)

Postin kanssa verkkokauppa voi tehdä yrityssopimuksen SmartShip-palveluun. Se on selainpohjain apuväline verkkokauppayrittäjille, josta voi tulostaa lähes kaikkien Postin kotimaisten ja kansainvälisten kuljetusten ja kirjeiden kuljetusasiakirjat. Sinne voi tuoda asiakasrekisterin, joka helpottaa tilausten lähettämistä. (Posti 2021)

Palautusehdot

Tuotteiden toimivuutta ei voi kokeilla verkkokaupassa samalla tavalla, kuin kivijalkakaupassa. Jos kotona huomaakin, että verkkokaupasta ostettu tuote ei ole sellainen kuin haluaa, voi tuotteen palauttaa. Tuotteen voi palauttaa useimmiten ilmaiseksi postin asiakaspalautuksena. Verkkokaupan palautusoikeus on kirjattu lakiin. Lain mukaan verkkokaupasta ostetulla käyttämättömällä tuotteella on aina 14 päivän palautusoikeus. Sen lisäksi monet verkkokaupat tarjoavat pidempiäkin palautusoikeuksia, jotka voivat olla 30 päivää tai jopa 60 päivää. Palautetun tuotteen tulee olla käyttämätön ja myyntikelpoinen. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2021)

Verkkokaupan markkinointi

Verkkokauppa ei sijaitse fyysisessä sijainnissa, vaan Internetissä, joten sen markkinointi eroaa hieman kivijalkaliikkeen markkinoinnista. Verkkokaupan markkinointi lähtee siitä, että sivustolle pitää saada kävijöitä. Sen jälkeen katsotaan sivuston ulkoasua ja rakennetta säätämällä, että kävijät ostavat tuotteita. Markkinointi koostuu siis käytännössä kahdesta vaiheesta.

Kävijöiden hankkiminen sivuille

Verkkokaupan sivuille tarvitaan riittävästi kävijöitä, jotka edustavat tiettyä kohderyhmää. Tämä kohderyhmä on määritelty liiketoimintasuunnitelmassa ja sitä tarvitaan vielä myöhemmin, kun tehdään kohdennettuja markkinointikampanjoita.

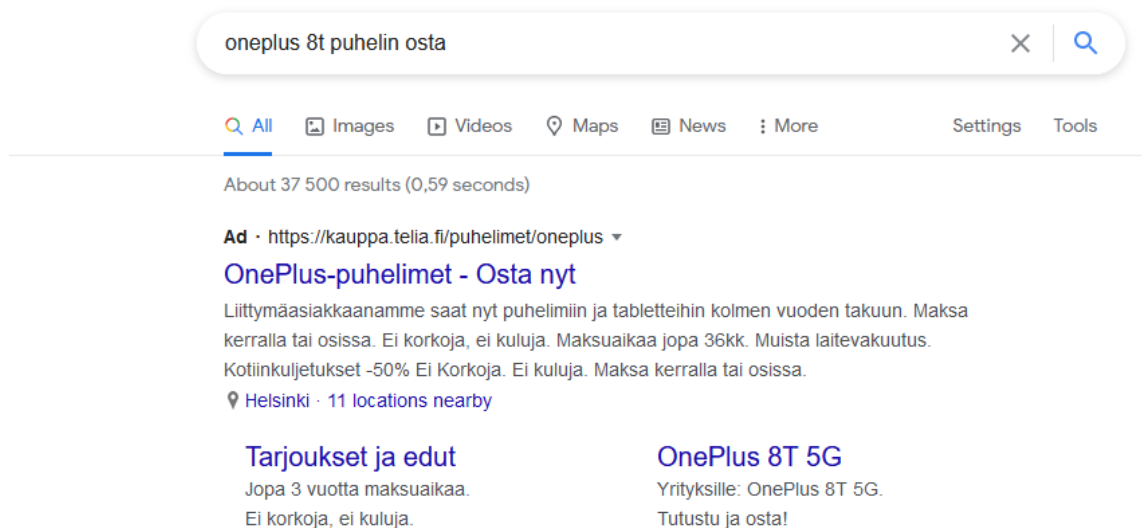
Uudet kävijät löytävät uuden verkkokaupan sivuille, joko suoralla URL-osoitteella, tai muiden Internet-sivujen kautta. Esimerkiksi hakukoneet ja erilaiset hintaseurannat voivat olla reitti verkkokaupan sivuille. Hintaseurantoihin voidaan pyynnöstä lisätä verkkokaupan tuotteita. Tämä voi merkittävästi lisätä kävijämäärää, varsinkin jos tuotteiden hinta on kilpailukykyinen. Yksi hyvä hintaseuranta, johon oman verkkokaupan voi lisätä, on hinta.fi. Sieltä yhteystiedot-sivuilta löytyy tieto mihin otetaan yhteyttä, jos verkkokaupan tiedot haluaa esille. (Hinta.fi 2021)

Seuraava vaihtoehto on ostaa mainostilaa esimerkiksi Googlen hakukoneesta. Tämä on suhteellisen edullinen tapa saada kävijöitä verkkokaupan sivuille. Jos asiakas etsii vaikka tietokoneen näytönohjaimia tai uusimpia matkapuhelimia Google-hakukoneella, maksetut mainokset näkyvät ensimmäisenä hakutuloksissa (kuva 12). Mitä enemmän maksaa, niin sitä korkeammalla tuloksissa oma verkkokauppa näkyy. Toinen tapa saada hakukoneissa

näkyvyyttä on optimoida verkkokaupan sisältö sillä tavalla, että hakukoneet antavat tuloksia, joissa verkkokaupan sivut näkyvät ensimmäisinä. Tämä tulee usein halvemmaksi, kuin mainospaikan ostaminen.

Hakukoneoptimointi

Wordpress-sivusto on helppo hakukoneoptimoida erilaisilla lisäosilla. Suosituin lisäosa on YoastSEO. Sen avulla voidaan määrittää jokaisen yksittäisen sivun ja postauksen hakusana. Hakukoneet toimivat hakusanoilla ja jos sivun hakusana on se mitä käyttäjä on hakukoneella hakenut, niin se parantaa sivun näkyvyyttä tuloksissa. Hakusanojen määrä per sivu saisi olla ainakin 3 kpl, mutta niitä saa olla enemmänkin. Hakusanatiheyden lisäksi sivuilla pitää olla riittävästi sisältöä, eli mielellään yli 300 sanaa per sivu. Hakusanan määrityksen lisäksi YoastSEO:lla voi laittaa meta-kuvauksen. Meta-kuvaus näkyy hakukoneen tuloksissa lyhenä tekstipätkänä. Tämä kuvaa sivuston sisältöä käyttäjälle, joka on etsinyt hakukoneella tuloksia. (YoastSEO 2021)



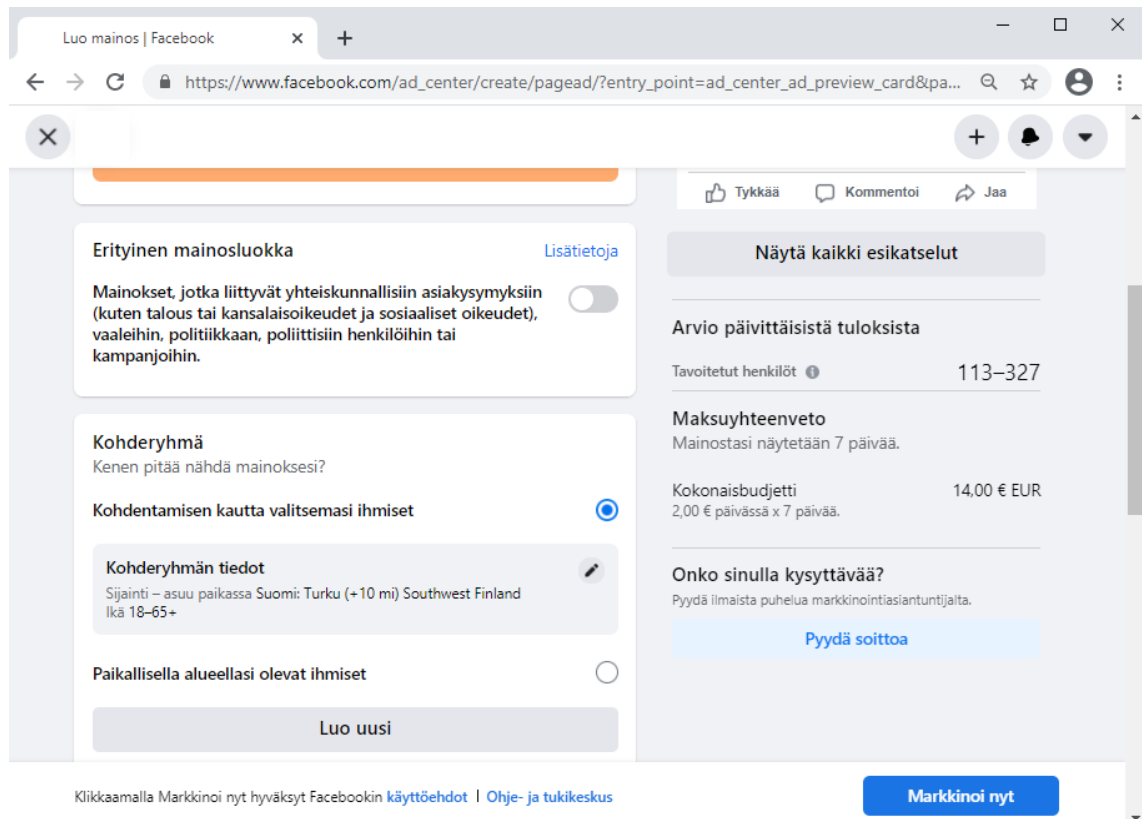
Kuva 12: Mainos Google-hakukoneessa: OnePlus 8T puhelin Telian verkkokaupassa ensimmäisenä hakutuloksissa 28.3.2021

Some-markkinointi

Sosiaalisesta mediasta voi ostaa mainostilaa ja näytettäviä mainoksia. Tämä voikin olla erityisen kannattavaa, koska Instagramissa ja Facebookissa on nykyään jopa 3,7 miljardia käyttäjää (Statista 2021). Mainokset esimerkiksi Facebookissa näytetään käyttäjien uutisvirtaan sen perusteella mitä mielenkiinnon kohteita he ovat ilmoittaneet heillä olevan.

Facebookissa on mahdollista kohdentaa mainoksia hyvin tarkasti. Tämä perustuu siihen, että Facebook tekee kaikista käyttäjistä profiilin, joka perustuu heidän Internetin selaustapoihin ja kiinnostuksen kohteisiin (kuva 13). Kun Facebook mainosta tehdään, voi kohdentuksen tehdä monenlaisten kriteerien perusteella. (Facebook 2021).

Silloin otetaan huomioon aikaisemmin liiketoimintasuunnitelmassa määritetty kohderyhmä ja asiakkaiden segmentti. Lisäksi mainokselle voi asettaa päivittäisen budjetin, joka määrittää sen kuinka monta kertaa mainosta näytetään Facebookin käyttäjien uutisvirrassa.



Kuva 13: Facebook-sivun mainonta kohderyhmien mukaan 28.3.2021 (kuvakaappaus)

Sähköpostimarkkinointi

Sähköpostimarkkinointia säätelee asetukset

Sivustolle kannattaa laittaa mahdollisuus liittyä sähköpostilistalle. Sen lisäksi asiakkaan ostaessa verkkokaupasta, häneltä täytyy pyytää suostumus sähköpostilistalle lisäämisestä. Sähköpostimarkkinointia, kuten muunlaistakin markkinointia, ohjaa erilaiset lakipykälät johon verkkokauppiiaan tulee olla perehtynyt. Nämä lakipykälät ovat saaneet alkunsa siitä, että sähköpostien joukossa kulkee paljon ns. roskapostia, joka on sisällöltään useimmiten jonkinlainen huijaus. Lakipykäliden tarkoitus on suojata kuluttajia haitalliselta sisällöltä.

Yksi tärkeimmistä asioista on, että verkkokaupan kävijän täytyy antaa suostumus sähköpostilistalle lisäämisestä. Sen lisäksi hänellä tulee antaa mahdollisuus perua suostumus. Tämä tulee olla jokaisessa sähköpostiviestissä jossakin näkyvissä. Sähköpostiviestissä tulee myös näkyä yrityksen oikeat yhteystiedot. Yritys voi kerätä asiakkaiden tiedot markkinointirekisteriin, joka saa sisältää erilaisia tietoja. Verkkokaupan sivuilta tulee löytyä tietosuojaseloste, jossa kuvataan mitä tietoja asiakkaista on kerätty. Se sijaitsee yleensä verkkokaupan alaosassa.

Sähköpostimarkkinoinnin tavoitteet ja hyödyt verkkokaupan ylläpitäjälle

Kun tietosuojaselosteet ja sähköpostiviestin rakenne on säädösten mukainen, voidaan sähköpostia käyttää tehokkaaseen markkinointiin. Nykyisiä verkkokaupan asiakkaita voi tavoitella vaikka viikottain lähetettävällä asiakaskirjeellä, joka sisältää verkkokauppaan lisätyt uudet tuotteet, sekä tarjoukset suosituimmista tuotteista. Sähköpostimarkkinointi voi olla erittäin tehokas tapa verkkokaupan markkinoinnin välineenä. Jos asiakaskunta on vaikka 1000 asiakasta, niin silloin sähköposteja lähetetään 1000. Jos näistä edes osa tekee ostoksia sen myötä, saadaan pienin kuluin tehtyä mukavasti kauppoja. Uutiskirjeen lähetys on nimittäin yksi halvimmista verkkokaupan markkinointikeinoista. Esimerkiksi sähköpostipalveluita tarjoavalla amerikkalaisella Mailchimpillä 1000 viestin lähetys sisältyy ilmaiseen aloituspakettiin. (Mailchimp 2021) Verkkokauppa voi tilastoida sähköpostimarkkinoinnin toimivuutta muun muassa seuraamalla kuinka monta kertaa sähköposti on avattu, kuinka monta kertaa tuotteiden linkkejä on klikattu ja kuinka monta ostoa on tehty. Useimmiten jopa 20% sähköposteista avataan, kunhan sähköposti ei näytä roskapostilta. Useimpien lähteiden perusteella lähetetyistä uutiskirjeistä noin 2% johtaa kauppoihin verkkokaupassa. Jos keskimäärin asiakkaat ostavat noin 100€:lla, niin voidaan laskea miten paljon uutiskirjeiden lähettäminen tuottaa verkkokaupalle, kun sähköposteja lähetetään 1000 kpl.

$$1000(\text{lähetetyt sähköpostit}) \times 0.02 (\text{konversio}) = 20(\text{asiakasta}) \times 100\text{€}(\text{keskiostos}) = 2000\text{€}$$

Taulukko 4: Uutiskirjekampanjan tuotto

Jokainen lähetetty uutiskirje tuottaisi tällä laskukaavalla siis 2000 euroa (taulukko 4). Konversioprosenttia pystyy Mailchimpillä testaamaan A/B-testauksella, jolloin lähetetään automaattisesti erilaisia versioita sähköpostista. Tämä soveltuu erityisen hyvin uutiskirjeisiin, joissa on viikottain vaihtuva sisältö. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2021)

Sähköpostiviestin rakenne

Useimmiten uutiskirje-sähköposti on otsikoitu niin, että asiakas saa käsityksen mitä etua tuotteista on, kuten että ostamalla näitä tuotteita voisi säästää rahaa. Otsikon täytyy olla selkainen, että asiakas kiinnostuu sähköpostista ja avaa sen. Sähköposteista ei näe muuta kuin otsikon kun ne saapuvat postilaatikkoon. Joissakin sähköpostiohjelmissa ja web-pohjaisissa sähköpostipalveluissa on myös alaotsikko, joka näyttää lyhyen tekstinpätkän otsikon alla. Tämä pitäisi myös optimoida niin, että asiakas saa selvän viestin, mitä tuotteita tarjotaan ja mitä hyötyä niistä on.

Varsinaisessa sähköpostissä yleensä heillä esitellään yhtä tai useampaa yksittäistä tuotetta ja sitten on mukana hittituotteet, joita myydään aina. Sähköpostiviesti kannattaa jakaa osiin, joissa ensiksi tulee tärkeimmät tuotteet ja sitten muut. Keskellä voi olla vaikka latauslinkki ilmaista treniopasta varten, kuten esimerkiksi urheiluvälineliike Fitnesskulla on sähköpostissaan. Hyvät tuotekuvat kuuluvat hyvään sähköpostimarkkinointiviestintään. Tuotteiden alla on toimintakehoitus, eli toiminta jota asiakkaalta pyydetään. Sähköpostissa on tuotteiden kohdalla nappi ”Osta”, josta siis pääsee heti ostamaan viestissä mainostetut tuotteet. Aivan viestin lopussa on sosiaalisen median linkit ja mahdollisuus poistaa oma sähköposti listalta. (Suomen Digimarkkinointi Oy 2021).